Poznaliśmy opinie bytomian o reklamach

Zbyt duża ilość reklam w mieście, konieczność ich uporządkowania w przestrzeni miejskiej, zmiany w prawie dotyczące zasad umieszczenia reklam, jak również ich nadmiar w jednym miejscu, co sprawia, że są nieczytelne. To najważniejsze opinie mieszkańców zebrane podczas badań ankietowych i spacerów badawczych.

W ramach konsultacji społecznych od 10 lutego do 1 marca przeprowadzone zostały w mieście badania ankietowe, dzięki którym mogliśmy poznać opinie mieszkańców na temat zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych, urządzeń reklamowych i ogrodzeń. Wśród osób, które wypełniły ankietę w formie papierowej oraz za pomocą formularza na stronie www.bytom.pl /łącznie wypełniono ponad 1200 ankiet/ największą liczbę stanowili mieszkańcy w przedziale wiekowym 19-55 lat. Bytomianie odpowiadali między innymi na pytania dotyczące: liczby reklam w przestrzeni miejskiej, zmian w prawie, które umożliwią zasady umieszczania reklam, rodzajów i wielkości reklam, a także dostosowania małej architektury do otaczającego ją miejsca. Warto podkreślić, że mieszkańcy najbardziej zwracali uwagę w ankietach na nadmiar reklam w jednym miejscu, zbyt dużą ich ilość i wielkość, jak również konieczność wprowadzenia zmian prawnych regulujących liczbę, lokalizację czy rodzaj reklam na budynkach i innych obiektach. Ponadto mieszkańcy wskazywali, że kawiarenki letnie powinny być dostosowane do miejsc, w których się znajdują, jak również proponowali, aby regulacjami prawnymi objąć także małą architekturę i meble miejskie.

Warto również dodać, że oprócz ankiet odbyły się w naszym mieście dwa spacery badawcze – pierwszy po Rynku oraz ulicą Gliwicką, Dworcową i pl. Wolskiego, zaś drugi ul. Jainty i Wrocławską. Spacery zaplanowano zarówno dla osób mających czas

przed południem od 11.00 do 13.00, jak i popołudniu od 15.30 do 17.00.

Uczestnicy spacerów wskazywali na poszczególnych reklamach, szyldach czy tablicach, jakie powinny zostać wprowadzone zmiany, a także jaki wpływ mają one na estetykę budynków, zwłaszcza tych zabytkowych na ul. Gliwickiej, Jainty, Dworcowej, a przede wszystkim na bytomskim Rynku.

Badanie ankietowe i spacery badawcze to elementy prac nad uchwałą reklamową, która ma wprowadzić ład przestrzenny w mieście, a przedsiębiorcom pomóc w dotarciu z czytelną informacją do swoich klientów – mówi Bartosz Malczyk, naczelnik Wydziału Architektury Urzędu Miejskiego w Bytomiu. *Wnioski z konsultacji społecznych zostaną poddane analizie i ujęte w specjalnym raporcie, a na jego podstawie powstaną poszczególne zapisy w uchwale reklamowej* – dodaje Bartosz Malczyk.

Przypomnijmy, dzięki Ustawie krajobrazowej, która weszła w życie we wrześniu 2015 roku, ład przestrzenny w zakresie reklam porządkują miasta w całej Polsce. Ustawa ta skorygowała dotychczasowe przepisy oraz wprowadziła szereg nowych rozwiązań, mających na celu ochronę krajobrazu. Przede wszystkim dała jednak większą możliwość ustalania przez samorządy zasad i warunków sytuowania szyldów, tablic i urządzeń reklamowych, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów, z jakich nośniki reklamowe mogą być wykonane. Ustawa uprawnia samorządy także do wprowadzenia i egzekwowania kar za niestosowanie się do przepisów.

Porządkowanie przestrzeni to konieczność, bowiem banery reklamowe wiszące na ogrodzeniach, fasadach budynków czy agresywne, świecące neony nie tylko zaburzają ład i porządek, ale również mają wpływ na estetykę miejsc w przestrzeni miejskiej. Ponadto w wielu miejscach reklamy stwarzają zagrożenie, bo zasłaniają na przykład znaki drogowe lub są ustawione zbyt blisko drogi.

Autor: Tomasz Sanecki
Zdjęcia: Archiwum UM Bytom