



# Oddziaływanie istniejących nośników reklamowych na przestrzeń publiczną Częstochowy

W toku prac nad uchwałą reklamową przeprowadzono analizę istniejącego stanu przestrzeni publicznej Częstochowy w kontekście urządzeń reklamowych. Rozpoznanie zasobów tablic i urządzeń reklamowych oraz szyldów zawężono do wybranych tylko obszarów, m. in. ścisłego centrum i śródmieścia oraz najważniejszych ciągów komunikacyjnych - stanowiących newralgiczne obszary z punktu widzenia estetyzacji miasta.

Analiza materiału fotograficznego nasuwa stwierdzenie, że krajobraz miasta został zdominowany i przytłoczony przez różnego rodzaju komunikaty wizualne. Panujący nieład reklamowy jest tutaj następstwem zarówno samowolnej i masowej lokalizacji nośników reklamowych, jak również nieprzystosowanej do otoczenia ich formy przestrzennej (tj. gabaryty, kształt, sposób zamocowania) oraz niskiej jakości użytych materiałów.

Wszechobecne banery i siatki reklamowe umieszczane na płotach, ogrodzeniach, czy budynkach są niewątpliwie jedną z głównych przyczyn chaosu informacyjnego i powodem zaśmiecania przestrzeni publicznej. Plastikowa plandeka opanowała ogrodzenia, siatki, płoty, szczelnie oblepiła skrzyżowania i zdominowała widok na wartościową architekturę oraz zabytki.





Otoczenie ważnych obiektów zabytkowych i sakralnych, w tym osie widokowe (np. w Alei Najświętszej Maryi Panny) zakłócające są przez różnego rodzaju banery i inne urządzenia reklamowe.











Nośniki reklamowe, jak również reklamy umieszczone na elewacjach budynków nie stanowią przemyślanej koncepcji. Ich lokalizacja często nie uwzględnia wartościowych detali architektonicznych, a forma i kolorystyka bywają przypadkowe i kompletnie nie wpisują się w układ oraz charakter całego budynku. W przypadku kilku lokali usługowych w jednym obiekcie, zasadniczo każda z nich odbiega stylistycznie od drugiej. Dominuje tu pogląd „im większa reklama, bardziej kolorowa - tym lepiej”. Szczególnie rażące i coraz popularniejsze są tendencje reklamodawców do umieszczania kilku urządzeń reklamowych przypadających na jeden punkt usługowy.













Działania reklamowe przedsiębiorców, administratorów i właścicieli nieruchomości w znacznej mierze nie uwzględniają elementarnych wymogów w zakresie ładu przestrzennego i wartości estetycznych, nie wpisują się w zastaną przestrzeń, często degradując jakość środowiska kulturowego i przyrodniczego.



Chaos reklamowy potęguje sytuowanie dodatkowych, wolnostojących nośników reklamowych w postaci koziółków/potykaçy reklamowych.







Nagromadzenie różnorodnych nośników reklamowych w rejonie skrzyżowań o dużym natężeniu ruchu, czy na krótkim odcinku drogi negatywnie wpływa na koncentrację kierowców oraz tworzy chaos informacyjny i wizualny.







Przytłaczającym elementem krajobrazu miejskiego stały się niektóre elewacje i ściany szczytowe budynków zamienione w tło bądź stelaż dla reklam.

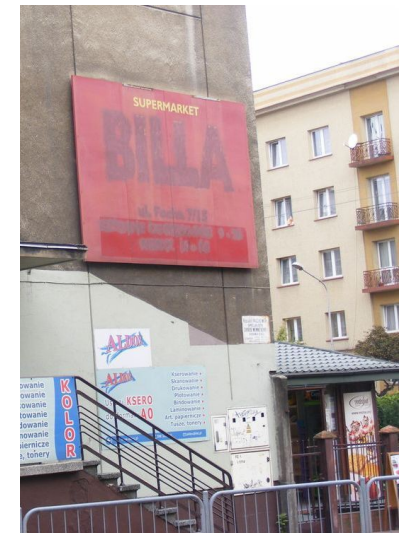




Tablice pamiątkowe, tablice z numerami adresowymi budynków lub z nazwami ulic często giną w gąszczu reklamowym.



Przestrzeń publiczna "przyozdobiona" zniszczonymi, nieaktualnymi i w złym stanie technicznym reklamami nie zyskuje na atrakcyjności.





Przeprowadzona analiza wizerunku miasta potwierdza konieczność uregulowania i ujednoczenia zasad zagospodarowania przestrzeni publicznej w zakresie sytuowania tablic reklamowych oraz urządzeń reklamowych. Wypracowanie jednolitych zasad stworzy bowiem realną szansę na skuteczną walkę z chaosem reklamowym, którego konsekwencją jest postępująca degradacja przestrzeni publicznej.

Intencją uchwały reklamowej nie będzie wprowadzenie całkowitego zakazu umieszczania reklam w przestrzeni miejskiej, a jedynie ograniczenie ich ekspansji. Wprowadzenie na terenie miasta Częstochowy spójnych zasad w zakresie sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń przyczyni się do estetyzacji i poprawy wizerunku miasta.

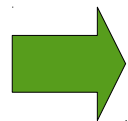
## WSTĘPNE ZAŁOŻENIA POPRAWY WIZERUNKU PRZESTRZENI PUBLICZNEJ W ZAKRESIE SYTUOWANIA OBIEKTÓW MAŁEJ ARCHITEKTURY, TABLIC REKLAMOWYCH, URZĄDZEŃ REKLAMOWYCH ORAZ OGRODZEŃ NA TERENIE MIASTA CZĘSTOCHOWY



stworzenie spójnej dla całego miasta wizji wizerunkowej w zakresie małej architektury, tablic i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń



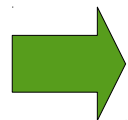
podział miasta na tzw. strefy reklamowe, w których obowiązywać będą zróżnicowane zasady lokalizacji reklam i sposobu ich ekspozycji



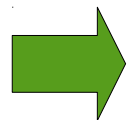
wykreowanie wysokiej jakości, estetycznej, wielkomiejskiej przestrzeni wolnej od chaosu reklamowego



wyeliminowanie nielegalnej, niebezpiecznej i nieestetycznej reklamy



ograniczenie ilości nośników reklamowych



możliwość wprowadzenia opłaty reklamowej zasilającej budżet miasta

Priorytetem dla miasta Częstochowy jest ograniczenie reklamowego chaosu w centrum miasta, jak również na obszarach objętych ochroną konserwatorską, na obiektach zabytkowych oraz na obszarach cennych przyrodniczo i krajobrazowo. Szczególnego podejścia w przyszłej uchwale będą także wymagać tereny zieleni miejskiej, rekreacyjne, ważniejsze ciągi komunikacyjne, jak również obiekty użyteczności publicznej i ich otoczenie.

# PRZYKŁADOWE PROPOZYCJE DZIAŁAŃ NAPRAWCZYCH W CENTRUM MIASTA

JEST



MOŻE  
BYĆ



źródło: <http://www.pobydgosku.pl/2015/09/sciany-w-stylu-retro.html>

na ścianach szczytowych zamiast nośników reklamowych np. dopuszczenie informacji/reklam w formie malowideł naściennych (murale w stylu retro)

# PRZYKŁADOWE PROPOZYCJE DZIAŁAŃ NAPRAWCZYCH W CENTRUM MIASTA

JEST



MOŻE  
BYĆ



dla lokali handlowo-usługowych mieszczących się w podwórzu posesji przewiduje się możliwość zainstalowania w prześwicie bramowym lub w strefie wejścia, czy bramy wjazdowej tylko jedno urządzenie reklamowe, z zachowaniem ładu kompozycyjnego

# PRZYKŁADOWE PROPOZYCJE DZIAŁAŃ NAPRAWCZYCH W CENTRUM MIASTA

JEST



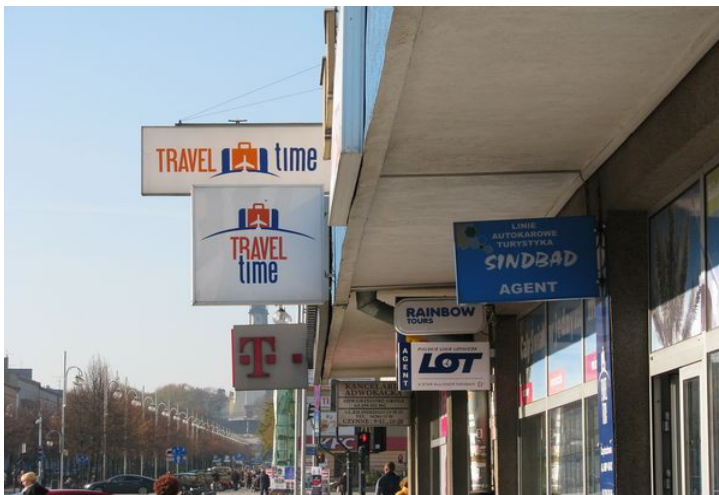
MOŻE  
BYĆ



reklama w formie liter przestrzennych,  
ograniczenia w zakresie pełnego zaklejanie grafiką  
reklamową witryn

# PRZYKŁADOWE PROPOZYCJE DZIAŁAŃ NAPRAWCZYCH W CENTRUM MIASTA

JEST



MOŻE  
BYĆ



reklama semaforowa (prostopadła) na wysięgniku –  
podwieszane wyłącznie tabliczki, formy  
przestrzenne, zamiast pełnych kasetonów

# PRZYKŁADOWE PROPOZYCJE DZIAŁAŃ NAPRAWCZYCH W CENTRUM MIASTA

JEST



MOŻE  
BYĆ



reklama w formie liter przestrzennych



# PRZYKŁADOWE PROPOZYCJE DZIAŁAŃ NAPRAWCZYCH W CENTRUM MIASTA

JEST



MOŻE  
BYĆ



reklama w formie pojedynczych liter,  
semaforowe, przestrzenne logo na stylizowanym  
wysięgniku

# PRZYKŁADOWE PROPOZYCJE DZIAŁAŃ NAPRAWCZYCH W CENTRUM MIASTA

JEST



MOŻE  
BYĆ



Przestrzeń publiczna odgrywa ważną rolę w realizowaniu różnorodnych potrzeb mieszkańców miasta. Jedną z nich, o której nie można zapomnieć ani bagatelizować jest potrzeba zadbanego otoczenia. Przestrzeń publiczna jest dobrem wspólnym, sceną codziennego życia miejskiej społeczności. Dobrze zorganizowana, posiadająca walory estetyczne stanowi lepsze środowisko życia.

Działania zmierzające do poprawy wyglądu miasta to proces złożony i długofalowy, uzależniony również od postawy samych mieszkańców.

Dbłość o wyposaenie przestrzeni publicznej w detale wysokiej jakooci wpywa na popraw wizerunku miasta. Miasto z zadbaną przestrzenią łatwiej przyciąga turystów, jak i aktywizuje mieszkańców. Stanowi teŹ lepsze środowisko zamieszkania.

Ład estetyczny i jakość przestrzeni miejskiej jest waŹnym czynnikiem wpywającym na promocję, jak równieŹ na ocenę miasta przez odwiedzajcych. Jest atutem dla przyciągnięcia kapitału inwestycyjnego.

# **Miejska Pracownia Urbanistyczno-Planistyczna**

Prezentowany materiał ma charakter wyłącznie poglądowo-informacyjny i nie stanowi reklamy jakichkolwiek produktów, czy usług.  
Dokumentacja fotograficzna została wykonana w okresie od września 2015 r. do czerwca 2016 r.