

Legnica, 29 września 2017 roku

Jadwiga Łopusiewicz
architekt – urbanista
Dyrektor Wydziału
Gospodarki Przestrzennej,
Architektury i Budownictwa
Urzędu Miasta Legnicy

KONFERENCJA

„Modernizm po legnicku – oblicza lokalnego dziedzictwa”

Referat: „Potrzeby ochrony krajobrazu miasta w kontekście ustawy krajobrazowej”

Czym jest krajobraz?

Krajobrazem nazywamy przestrzeń, która nas otacza. Czasami patrzymy na krajobraz z zachwytem, czasami z obrzydzeniem.

Postęp rozwoju ekonomicznego i społecznego znacząco wpływa na zmianę przestrzeni. Człowiek funkcjonuje w zmieniającym się otoczeniu, próbując zachować równowagę pomiędzy potrzebami rozwoju a ochroną i odbiorem środowiska. Bez względu na to, czy żyje w mieście, miasteczku, na wsi, czy w zupełnym odosobnieniu, otacza go krajobraz, czyli widok interpretowany przez każdego inaczej, w zależności od jego postrzegania.

Nie istnieje krajobraz zły lub dobry. Człowiek poznaje i wartościuje go poprzez bodźce odbierane wszystkimi zmysłami. Podstawowym zmysłem, dzięki któremu dociera do nas informacja o krajobrazie jest wzrok. To, co widzimy dostarcza przeżyć bardziej lub mniej estetycznych. Można więc wpadać w zachwyt, podziw, przerażenie czy obrzydzenie.¹

Potocznie słowem „krajobraz” określamy widok (np. krajobraz miejski, krajobraz zimowy, krajobraz malowniczy, ładny, zeszpecony itd.). Najogólniej za krajobraz uważa się ogół cech przyrodniczych i antropogenicznych wyróżniających określony teren, zespół typowych cech danego terenu.

Cechy krajobrazu:

- **krajobraz** zajmuje wycinek przestrzeni i można go przedstawić na mapie,
- **krajobraz** charakteryzuje się swoistą fizjonomią, którą można przedstawić w formie graficznej (rysunek, fotografia itd.),
- **krajobraz** jest systemem dynamicznym. Jego sposób funkcjonowania uzależniony jest od części składowych oraz powiązań między nimi jak i dominujących procesów,

¹ „Odgłosy przestrzeni” Izabela Gnatowicz edroga.pl/ochrona środowiska kwiecień 2015

„Potrzeby ochrony krajobrazu miasta w kontekście ustawy krajobrazowej”

- **krajobraz** podlega zmianom (ewolucja krajobrazu), każdy krajobraz ma swoją historię jak i podlega zmianom sezonowym, np. zimą w Polsce teren pokrywa warstwa śniegu, wiosną zieleni się młoda ruń, jesienią żółcą się uschnięte liście na drzewach.

Na stronie internetowej Komisji Krajobrazu Kulturowego Polskiego Towarzystwa Geograficznego możemy zapoznać się z następującą definicją krajobrazu: „**Za krajobraz kulturowy uważa się krajobraz przekształcony przez człowieka w wyniku rozwoju cywilizacyjnego. Stanowi on ewolucyjne następstwo krajobrazów pierwotnych (przyrodniczych - różniących się strefowo i piętrowo) jakie istniały na Ziemi do czasów neolitu (...)** Krajobraz ten można rozumieć jako antropogenicznie ukształtowany fragment przestrzeni geograficznej, powstały w wyniku zespolenia oddziaływań środowiskowych i kulturowych, tworzących specyficzną strukturę, objawiającą się regionalną odrębnością, postrzeganą jako swoistą fizjonomię” (Myga-Piątek, 2001, Nita, Myga-Piątek, 2006)”.

Krajobrazy kulturowe dzielimy ze względu na stopień i typ przekształceń dokonanych przez człowieka. Możemy więc mówić o krajobrazie rolniczym, pogórnym, przemysłowym, miejskim, turystycznym, jak i sztucznym.

Krajobraz sztuczny to próba odzwierciedlenia wybranego rodzaju rzeczywistości przyrodniczej poprzez naśladowanie jej przy użyciu atrap i sztucznych form, takich jak sztuczne plaże czy odwzorowane budowle lub figury zwierząt. Często powstaje dla celów turystycznych na terenie hoteli czy parków rozrywki.

Krajobraz pierwotny – to taki krajobraz, którego elementy nie zostały w najmniejszym stopniu przekształcone przez działalność człowieka.

Krajobraz naturalny – to taki krajobraz, którego elementy nie zostały jak dotąd naruszone przez człowieka na tyle, aby zaburzało to ich naturalną zdolność do samoregulacji. Są to obszary objęte gospodarką rolną czy leśną, dlatego nie mogą być mylone z krajobrazem pierwotnym.

Krajobraz ekologiczny – to obszar skupiający w swoich ramach wielość powiązanych ze sobą ekosystemów, wyróżniający się swoistą fizjonomią.

Najbardziej precyzyjną, choć niepozbawioną niedociągnięć definicję naukową krajobrazu prezentuje właśnie jego ujęcie ekologiczne. Krajobraz ekologiczny nazywany jest również **fizjocenozą**. Mnogość podejść to niejedyne źródło wieloznaczności pojęcia krajobraz. Kolejną komplikację stanowią podobieństwa terminologiczne. W wielu kontekstach krajobraz pozostaje tym samym, co przestrzeń, geokompleks, a nawet ekosystem.

W 2004 roku Polska ratyfikowała Europejską Konwencję Krajobrazową – umowę przyjętą przez Radę Europy, której celem jest promowanie działań na rzecz krajobrazu „jako istotnego komponentu otoczenia ludzi, jako wyrażenia dzielonej przez nie różnorodności kulturowej i przyrodniczej i jako podstawy ich tożsamości”.

Krajobraz kulturowy – to przestrzeń historycznie ukształtowana w wyniku działalności człowieka, zawierająca wytwory cywilizacji oraz elementy przyrodnicze.² O mieście będziemy mówić w kontekście ochrony krajobrazu kulturowego.

W ustawie z dnia 27 marca 2003 roku o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (tj. Dz.U. z 2017r. poz.1073) krajobraz określono w następujący sposób: **„należy przez to rozumieć postrzeganą przez ludzi przestrzeń, zawierającą elementy przyrodnicze lub wytwory cywilizacji, ukształtowaną w wyniku działania czynników naturalnych lub działalności człowieka”**.

Nie bez znaczenia jest tu wskazany **kontekst przestrzenny krajobrazu**, inaczej kontekst urbanistyczny, bowiem jeśli chodzi o kształtowanie przestrzeni zwłaszcza przestrzeni publicznych, jest to jedno z głównych zadań samorządu gminy, określonych w ustawie z dnia 8 marca 1990r. o samorządzie gminnym (tj. Dz.U. z 2016r. poz. 446 z późn.zm.) oraz w ustawie z dnia 27 marca 2003 roku o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (tj. Dz.U. z 2017r. poz.1073), cytując: **„Kształtowanie i prowadzenie polityki przestrzennej na terenie gminy, w tym uchwalanie studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego gminy oraz miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego, z wyjątkiem morskich wód wewnętrznych, morza terytorialnego i wyłącznej strefy ekonomicznej oraz terenów zamkniętych, należy do zadań własnych gminy.”**

Od 11 września 2015r. narzędziem prawnym ochrony krajobrazu m.in. jest tzw. **ustawa krajobrazowa z dnia 24 kwietnia 2015r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu** (Dz.U. z 2015r. poz. 774, poz. 1688).

Ustawa ta właściwie nie funkcjonuje samodzielnie, natomiast wprowadza zmiany w obowiązujących już ustawach:

- w ustawie z dnia 17 czerwca 1966 r. o postępowaniu egzekucyjnym w administracji (tj. Dz. U. z 2017 r. poz. 1201 z dnia 23.06.2017r.),
- w ustawie z dnia 20 maja 1971 r. – Kodeks wykroczeń (tj. Dz. U. z 2015 r. poz. 1094, z późn. zm.),
- w ustawie z dnia 21 marca 1985 r. o drogach publicznych (tj. Dz. U. z 2016 r. poz. 1440 z późn.zm.),
- w ustawie z dnia 12 stycznia 1991 r. o podatkach i opłatach lokalnych (Dz. U. z 2014 r. poz. 849 z późn. zm.),
- w ustawie z dnia 7 lipca 1994 r. – Prawo budowlane (tj. Dz. U. z 2017 r. poz. 1332 z późn. zm.),
- w ustawie z dnia 27 kwietnia 2001 r. – Prawo ochrony środowiska (tj. Dz. U. z 2017 r. poz. 519 z późn. zm.),

² Rafał Janowicz: Komunikacja marketingowa w architekturze. Warszawa: Narodowe Centrum Kultury, 2012, s. 51.

„Potrzeby ochrony krajobrazu miasta w kontekście ustawy krajobrazowej”

- w ustawie z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (tj. Dz. U. z 2017 r. poz. 1073),
- w ustawie z dnia 23 lipca 2003 r. o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami (Dz. U. z 2014 r. poz. 1446 z późn. zm.),
- w ustawie z dnia 16 kwietnia 2004 r. o ochronie przyrody (tj. Dz. U. z 2016 r. poz. 2134 z późn. zm.),
- w ustawie z dnia 3 października 2008 r. o udostępnianiu informacji o środowisku i jego ochronie, udziale społeczeństwa w ochronie środowiska oraz o ocenach oddziaływania na środowisko (tj. Dz. U. z 2017 r. poz. 1405).

W prawie polskim podstawowy zakres prawnej ochrony i kształtowania krajobrazu wyznaczają cztery ustawy powołane na początku XXI w.:

- ustawa o ochronie przyrody z 2004 r.,
- ustawa o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami z 2003 r.,
- ustawa o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym z 2003 r. i
- Prawo ochrony środowiska z 2001 r.

Wymienione wyżej ustawy spowodowały zwiększenie roli samorządów gminnych w realizacji celu publicznego, jakim jest ochrona krajobrazu.

Jestem architektem i urbanistą wobec powyższego będę mówić o ochronie krajobrazu w kontekście przestrzennym.

Podstawę wszelkich działań w przestrzeni reguluje prawo miejscowe uchwalane przez rady gmin.

Do momentu wejścia w życie ustawy krajobrazowej, czyli do 11 września 2015 roku zasady lokalizacji reklam, małej architektury i ogrodzeń określone były w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego. I tak, żeby nie być gołosłowną z portalu www.mapy.legnica.eu przedstawiam zapisy obowiązującego miejscowego planu zagospodarowania przestrzennego Obszaru Staromiejskiego Centrum Legnicy (uchwalonego uchwałą Nr XLII/440/06 Rady Miejskiej Legnicy z dnia 30 stycznia 2006r.):

- w § 16 ust. 1 ustaleń planu zapisano:
 1. Na obszarze planu dopuszcza się umieszczenie szyldów, tablic informacyjnych oraz przestrzenno – architektonicznych elementów informacji, promocji i reklam, w tym kiosków z prasą i innych obiektów małej architektury.
 2. Elementy wymienione w ust. 1, winny zostać uformowane jednorodnie plastycznie i architektonicznie w skali całego obszaru Starego Miasta, z uwzględnieniem indywidualnych cech kulturowych i historycznych poszczególnych ciągów przestrzeni publicznej oraz tradycji miejsca.

„Potrzeby ochrony krajobrazu miasta w kontekście ustawy krajobrazowej”

3. Wyklucza się realizację elementów wymienionych w ust. 8³ i ukształtowanych niezgodnie z postanowieniami uchwały.
4. Na elewacjach budynków mogą być umieszczone wyłącznie szyldy i tablice informacyjne wyłącznie odnoszące się do przedmiotu działalności na danym budynku lub nieruchomości, przy zachowaniu następujących warunków:
 - 1) tablice umieszczane będą w sposób uporządkowany – wzdłuż określonej linii kompozycyjnej, pionowej lub poziomej, z poszanowaniem form i detalu architektonicznego budynku, oraz umieszczane będą w sąsiedztwie głównych drzwi wejściowych lub bramy, wyłącznie w części parterowej budynku;
 - 2) szyldy umieszczone będą wyłącznie w części parterowej lub w części drugiej kondygnacji, w sposób wynikający z historycznej tradycji ukształtowanej elewacji budynku i lokalizacji szyldów;
 - 3) na budynkach istniejących niezabytkowych oraz na budynkach nowych, kształtowanych formą współczesną, szyldy umieszczone będą w sposób zapewniający harmonijne ukształtowanie elewacji budynku, z zastosowaniem elementów poziomych i pionowych, wyłącznie do drugiej kondygnacji.
5. Ustala się następujące zasady kształtowania szyldów i tablic umieszczanych na budynkach:
 - 1) na poszczególnych budynkach szyldy i tablice winny być ukształtowane jednorodnie stylistycznie i kolorystycznie (o jednakowym kolorze);
 - 2) rozwiązania kolorystyczne winny charakteryzować się barwami stonowanymi, o niskiej chromatyczności;
 - 3) tablice winny charakteryzować się jednakowymi lub zbliżonymi wymiarami, zespoły tablic umieszczone na elewacji powinny tworzyć układ prostokątny o maksymalnej szerokości 70cm;
 - 4) na budynkach zabytkowych oraz realizowanych na terenie MU7, MU8 i MU9 szyldy winny zostać ukształtowane z zastosowaniem historycznych symboli oraz historycznej ornamentyki, wzornictwa i detalu;
 - 5) na budynkach niezabytkowych oraz na budynkach nowych, kształtowanych formą współczesną, szyldy winny charakteryzować się prostymi rozwiązaniami graficznymi

³ Zakazuje się:

- 1) umieszczania na elewacji budynków i ogrodzeniach transparentów, flag reklamowych i tzw. "billboardów" (wielkowymiarowych plansz reklamowych);
- 2) umieszczania reklam w oknach i na oknach, na drzwiach i ogrodzeniach;
- 3) umieszczania reklam i szyldów w budynkach zabytkowych powyżej drugiej kondygnacji,
- 4) umieszczania reklam i szyldów o podstawowych, intensywnych kolorach, takich jak: czerwony, żółty, zielony, niebieski, z wyjątkiem tablic administracji publicznej;
- 5) umieszczania szyldów i tablic typowych i standardowych oraz symboli marek poszczególnych firm (logo firm handlowych i przemysłowych) nie odpowiadających przyjętym zasadom kształtowania kolorystyki;
- 6) umieszczania szyldów i tablic na zewnątrz budynków domów towarowych (galerii, pasaży) odnoszących się do poszczególnych sklepów i stoisk oraz branż zlokalizowanych wewnątrz domu towarowego (kompleksu usługowego);
- 7) lokalizacji nowych tymczasowych obiektów budowlanych, takich jak pawilony sprzedaży ulicznej i wystawowe, strzelnice, barakowozy, obiekty kontenerowe, z wyjątkiem kiosków z prasą o ogródków gastronomicznych.

„Potrzeby ochrony krajobrazu miasta w kontekście ustawy krajobrazowej”

i literowymi oraz drobną skalą kompozycji, w nawiązaniu do historycznego wzornictwa szyldów oraz nie powinny zakłócać i naruszać kompozycji architektonicznej elewacji;

- 6) na nowych budynkach (na terenach U6) projekt szyldu winien zawierać projekt budowlany przestawiany do uzgodnienia z Wojewódzkim Konserwatorem Zabytków.
6. Tablice informacyjne (wolnostojące) oraz obiekty małej architektury, zlokalizowane w obszarze przestrzeni publicznej winny spełniać następujące parametry i warunki:
 - 1) obiekty zlokalizowane wyłącznie w ciągach przestrzeni publicznej, na terenach będących własnością Miasta Legnica i zlokalizowane zostaną na podstawie właściwych opracowań projektowych, uzgodnionych zgodnie z wymogami przepisów odrębnych;
 - 2) maksymalna wysokość plansz – 1,9m, z wyjątkiem znaków drogowych;
 - 3) maksymalna szerokość plansz – 1,2m;
 - 4) maksymalna wysokość obiektów małej architektury (kiosków z prasą, zadaszeń, instalacji przestrzennych na cele informacji turystycznej) – 3,5m;
 - 5) elementy winny być ukształtowane jednorodnie stylistycznie dla całego obszaru planu z zastosowaniem jednakowej (zbliżonej) kolorystyki.
7. Wyklucza się lokalizację reklam, informacji i obiektów małej architektury w miejscach, nie zapewniających:
 - 1) ukształtowania przestrzeni publicznej jako harmonijnej całości zgodnie z wymogami kompozycyjno – estetycznymi;
 - 2) ochronę wartości kulturowych i krajobrazu;
 - 3) ochronę układu bryły budynków i proporcji elementów architektonicznego jej ukształtowania;
 - 4) właściwej ekspozycji i ochrony obiektów budowlanych, w tym obiektów o walorach kulturowych;
 - 5) bezpieczeństwa pieszych i ruchu pojazdów;
 - 6) spełnienia przepisów szczególnych, w tym techniczno - budowlanych.
8. Zakazuje się:
 - 1) umieszczania na elewacji budynków i ogrodzeniach transparentów, flag reklamowych i tzw. "billboardów" (wielkowymiarowych plansz reklamowych);
 - 2) umieszczania reklam w oknach i na oknach, na drzwiach i ogrodzeniach;
 - 3) umieszczania reklam i szyldów w budynkach zabytkowych powyżej drugiej kondygnacji,
 - 4) umieszczania reklam i szyldów o podstawowych, intensywnych kolorach, takich jak: czerwony, żółty, zielony, niebieski, z wyjątkiem tablic administracji publicznej;

„Potrzeby ochrony krajobrazu miasta w kontekście ustawy krajobrazowej”

- 5) umieszczania szyldów i tablic typowych i standardowych oraz symboli marek poszczególnych firm (logo firm handlowych i przemysłowych) nie odpowiadających przyjętym zasadom kształtowania kolorystyki;
- 6) umieszczania szyldów i tablic na zewnątrz budynków domów towarowych (galerii, pasaży) odnoszących się do poszczególnych sklepów i stoisk oraz branż zlokalizowanych wewnątrz domu towarowego (kompleksu usługowego);
- 7) lokalizacji nowych tymczasowych obiektów budowlanych, takich jak pawilony sprzedaży ulicznej i wystawowe, strzelnice, barakowozy, obiekty kontenerowe, z wyjątkiem kiosków z prasą o ogródków gastronomicznych.

- w § 20 ust. 1 ustaleń planu zapisano: „Obszar planu stanowi krajobraz kulturowy”.

Jak wynika z zapisów miejscowego planu zagospodarowania przestrzennego, plan reguluje w sposób szczegółowy lokalizację reklam, szyldów i obiektów małej architektury uwzględniając priorytetowo wymagania ładu przestrzennego.

Obszar Staromiejskiego Centrum stanowi historyczny ośrodek miasta datowany na XII w., XIII-XVII w., XVIII-XIX w. Został wpisany do rejestru zabytków pod numerem 571/296 19 maja 1953r.

Jak wynika z art. 7 pkt 1 ustawy o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami (tj. Dz. U. z 2014 r. poz. 1446 z późn.zm.) podstawową formą ochrony zabytków jest **wpis do rejestru zabytków**.

Do tego rejestru wpisuje się zabytek nieruchomy na podstawie decyzji wydanej przez wojewódzkiego konserwatora zabytków. Art. 9 ust. 3 tejże ustawy przewiduje możliwość wpisu do rejestru **historycznego układu urbanistycznego**, ruralistycznego lub historycznego zespołu budowlanego, który to wpis nie wyłącza możliwości wydania decyzji o wpisie do rejestru zabytków nieruchomości wchodzących w skład tych układów lub zespołu.

Znowelizowane 11 września 2015 roku ustawą krajobrazową przepisy Prawa budowlanego w art. 3 pkt.3 zaliczyły trwale związane z gruntem tablice reklamowe i urządzenia reklamowe do budowli. Przed wejściem w życie przepisów ustawy krajobrazowej, zamieszczanie tablic i urządzeń reklamowych budziło wiele kontrowersji i było przedmiotem sporów ze względu na brak jasnych uregulowań prawnych w tym zakresie. W Prawie budowlanym nie było definicji tablic i urządzeń reklamowych. Pojęcie trwale związanej z gruntem tablicy reklamowej i urządzenia reklamowego zostało definitywnie przesądzone jako budowla.

W znowelizowanych później 15 września 2015r. zapisach ustawy Prawo budowlane zmieniono restrykcyjne dotąd przepisy o konieczności uzyskiwania pozwolenia na budowę dla wszelkich robót budowlanych na obszarze wpisanym do rejestru zabytków, stanowiąc w art. 29 ust. 4 Prawa budowlanego, że roboty budowlane wykonywane na obszarze wpisanym do rejestru zabytków wymagają dokonania zgłoszenia, tym nie mniej wymagają pozwolenia właściwego wojewódzkiego konserwatora zabytków wydanego na podstawie

„Potrzeby ochrony krajobrazu miasta w kontekście ustawy krajobrazowej”

przepisów o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami. Dotyczy to również reklam, szyldów i obiektów małej architektury.

Ustawa krajobrazowa, nowelizując ustawę z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, wprowadziła możliwość uchwalenia przez radę gminy **uchwały w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane**, której przyznano status aktu prawa miejscowego.

Jednocześnie usunięty został dotychczasowy zapis art. 15 ust. 3 pkt 9 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Przepis ten stanowił, że w miejscowym planie zagospodarowania przestrzennego w zależności od potrzeb określone są zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane. Skreślenie tego przepisu odebrało radzie gminy kompetencje do określania tych wymagań w planie miejscowym.

Zgodnie bowiem z art. 12 ustawy krajobrazowej, jakkolwiek plany miejscowe obowiązujące w dniu wejścia w życie ustawy zachowują moc, to „regulacje miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego obowiązujących w dniu wejścia w życie ustawy i przyjętych na podstawie art. 15 ust. 3 pkt 9 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym”, w brzmieniu dotychczasowym, obowiązują wyłącznie do dnia wejścia w życie uchwały reklamowej.

Patrząc z punktu obowiązującego w Legnicy prawa miejscowego sporządzona nowa uchwała reklamowa, albo powinna powielać zapisy w zakresie sytuowania obiektów małej architektury, tablic i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń z treści obowiązujących miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego, albo stworzyć nowe zapisy nie powodujące jednak większych ograniczeń niż obecnie ustalone w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego.

Największy wpływ na kształtowanie miejskich przestrzeni publicznych mają działania samorządu gminy w zakresie własnych kompetencji tzn. umieszczania w przestrzeni miejskiej tzw. mebli miejskich takich jak: ławki, leżaki, kosze na śmieci, latarnie uliczne, stojaki na rowery, zegary uliczne, elementy placów zabaw itp.

Sprawa lokalizacji reklam komercyjnych i ewentualnych, wprowadzonych przez samorządy miejskie restrykcji, jest sprawą drażliwą zarówno dla przedsiębiorców, którzy zawodowo zajmują się reklamą, jak i dla klientów. Częstokroć wspólnoty mieszkaniowe reklamą na budynkach reperują skromne budżety na remonty kamienic.

Sprawą bezdyskusyjną jest chaos w lokalizacji reklam w przestrzeni publicznej. Większość reklam nie pasuje stylem i kolorystyką do miejsca w jakim się znajdują, szczególnie, gdy chodzi o miejsca zabytkowe, np. rynki oraz stare części miast. Często też siatki reklamowe

przykrywają okna mieszkań, przesłaniają widok, a przechodniom – nierzadko atrakcyjne elewacje budynków.

Ludzie codziennie są wręcz bombardowani komunikatami reklamowymi, zarówno wizualnymi jak i dźwiękowymi. Ich natłok powoduje, że trudno jest wyselekcjonować to, co naprawdę nas interesuje, przez co trudniej jest to zapamiętać.

Zbyt ekspansywna reklama zewnętrzna w mieście postrzegana jest jako zjawisko negatywne, którego wprawdzie nie da się usunąć, ale należy nad nim panować. Nie jest to łatwe i wymaga zarówno czasu, jak i doświadczonych osób.

Reklama w przestrzeni miejskiej.

“Współczesne procesy komunikowania są nierozzerwalnie związane z obecnością w przestrzeni publicznej nośników reklamy. Reklama zewnętrzna spełnia nie tylko funkcję komercyjną, ale stanowi także bardzo ważny element komunikacji społecznej. Dlatego jej funkcjonowanie winno dobrze wpisywać się w tkanę miejską i pozytywnie wpływać na wizerunek miejsca.” Tak twierdzi Izba Gospodarcza Reklamy Zewnętrznej i nie sposób się z nią nie zgodzić.

Reklama w przestrzeni miejskiej powinna w sposób estetyczny harmonijnie wpisywać się w krajobraz miejski.

Legnica przy sporządzaniu zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, posłuży się doświadczeniami innych miast, ale też wypracuje nowe zasady współpracy samorządu miejskiego z lokalnymi społecznościami wspólnot mieszkaniowych, przedsiębiorcami oraz dużymi sieciami handlowymi.

I chyba nie najważniejszą rzeczą w tych zasadach będzie aspekt fiskalny (podatki i ewentualne kary), lecz raczej uzyskanie konsensusu i społecznej akceptacji działań samorządu dla tworzenia prawa miejscowego zmierzającego do poprawy jakości życia poprzez dbałość o jakość wspólnej przestrzeni życiowej człowieka.

Korzystając z podpowiedzi jakie przygotował dla samorządów Instytut Metropolitalny z Gdańska w przewodniku „Jak wykorzystać potencjał „ustawy krajobrazowej?” podaję jakimi wytycznymi można kierować się redagując uchwałę krajobrazową:

1. Opracować System Informacji Wizualnej dla lokalnych przedsiębiorców – w formie uporządkowanych tablic kierunkowo – dojazdowych.
2. Informację o ciekawych i ważnych wydarzeniach kulturalnych i sportowych umieszczać na zestandaryzowanych słupach ogłoszeniowych i w gablotach.
3. W sposób szczególny potraktować szyldy nie jak reklamę, ale element systemu informacji miejskiej i powiązać go ściśle z architekturą budynku.

„Potrzeby ochrony krajobrazu miasta w kontekście ustawy krajobrazowej”

4. Ograniczyć lokalizacje wolnostojących nośników reklamowych w centrum miasta i w obszarach zwartej zabudowy i ustalić ich lokalizacje na obrzeżach miasta przy głównych drogach wlotowych.
5. Ograniczyć możliwość lokalizacji reklam na elewacjach budynków, zwłaszcza na frontowych fasadach. Reklama nie może zasłaniać okien i detali budynku.
6. Określić ogólnie zasady i formy ogrodzeń w ważnych miejskich przestrzeniach publicznych oraz w chronionych prawem układach urbanistycznych.

Dziękuję za uwagę.

Bibliografia – materiały i publikacje wykorzystane przy prezentacji referatu:

1. „Optymalizacja działań prewencyjnych na rzecz ochrony ograniczonych zasobów krajobrazu polskiej wsi” - Barbara Wycichowska Politechnika Łódzka Instytut Architektury i Urbanistyki Łódź, Polska e-mail: barbra.w@gazeta.pl
2. Ministerstwo Infrastruktury - „Program szkoleniowy dla pracowników administracji samorządowej z zakresu planowania i zagospodarowania przestrzennego. Skrypt – Instytut Rozwoju Miast Warszawa 2016 rok.
3. „Przestrzeń miejska jako krajobraz” – Lucyna Nyka, Architektura Czasopismo Techniczne Wydawnictwo Politechniki Krakowskiej 2012 rok.
4. „Aktualny stan prac nad rozporządzeniem wykonawczym w sprawie szczegółowego zakresu i metodologii audytu krajobrazowego” - Małgorzata Opęchowska, Departament Zarządzania Zasobami Przyrody Generalna Dyrekcja Ochrony Środowiska.
5. „Ochrona krajobrazu przyrodniczego i kulturowego a rozwój cywilizacyjny” – „Twórczość, dziedzictwo kulturowe i przyrodnicze bogactwem Polski” – Kancelaria Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej – Forum Debaty Publicznej.
6. <https://mapy.legnica.eu>
7. www.gez.gisgminny.pl
8. www.ekologia.pl