

Odkrywanie piękna miast. Dwa lata z ustawą krajobrazową

KRAKÓW, 23.06

MIASTA PO USTAWIE KRAJOBRAZOWEJ (RELACJA)

Dwa lata temu Sejm przyjął tzw. ustawę krajobrazową. Jak od tego czasu zmieniła się przestrzeń naszych miast? O tym w ostatni piątek (23.06) w Krakowie rozmawiali specjaliści zajmujący się krajobrazem.

Jak samorzady wykorzystują tzw. ustawę krajobrazową? Jakie zmiany powinny się znaleźć w kodeksie urbanistyczno-budowlanym? Czy tzw. uchwały reklamowe należy uczynić obowiązkowym dokumentem? O krajobrazie w ośrodkach miejskich rozmawiali podczas seminarium „Odkrywanie piękna miast. Dwa lata z ustawą krajobrazową” specjaliści z całej Polski.

Konferencję otworzył dr **Wojciech Jarczewski**, Dyrektor Instytutu Rozwoju Miast. Zwrócił uwagę, że w kontekście trwających prac nad kodeksem urbanistyczno-budowlanym, konieczna jest dalsza dyskusja i podsumowanie doświadczeń związanych z wdrażaniem rozwiązań, które oferuje nam ustawa. Sesję poświęconą aspektom prawnym i społecznym uchwały krajobrazowej otworzył dr Maciej Nowak z Zachodniopomorskiego Uniwersytetu Technologicznego w Szczecinie. W swoim wystąpieniu przybliżył problemy i dylematy prawne dotyczące gminnych uchwał reklamowych. – Wiele samorządów zastanawia się, czy uchwała może podjąć tylko częściowo problemy wskazane w ustawie, np. dotyczyć reklam, ale pominać temat ogrodzeń. Odpowiedź jest jednak jednoznaczna, wiele autorów wskazuje, że nie – tłumaczył Nowak.

Kolejny głos zabrała **Tatiana Tymosiewicz**, Zastępca Dyrektora w Departamencie Polityki Przestrzennej w Ministerstwie Infrastruktury i Budownictwa, która przybliżyła możliwe zmiany, jakie mogą wejść w życie w związku z kodeksem urbanistyczno-budowlanym i zwracała uwagę na błędy w już podejmowanych uchwałach krajobrazowych. – Bardzo często samorzady wpisują do swoich uchwał lawety. Musimy jednak pamiętać, że laweta nie podlega ustawie. To jest pojazd, który z założenia jest ruchomy – zwracała uwagę Tymosiewicz.

Perspektywę społeczną przybliżyła dr **Anna Staniewska** (Politechnika Krakowska), Zwróciła uwagę, że zmienia się podejście samorządów do partycypacji. – Coraz częściej władze decydują się rzetelnie przeprowadzone konsultacje społeczne. Wiedzą, że pozorne procesy konsultacyjne mogą skutkować konfliktami społecznymi – mówiła.

Ostatni głos w sesji zabrał **Ireneusz Krześnicki** (Łódzki Urząd Wojewódzki w Łodzi), który odniósł się do zaskarżonej w czerwcu łódzkiej uchwały reklamowej. Tłumaczył, że intencją urzędu jest zmiana niespójnych przepisów oraz wyjaśnił, że w opinii urzędu w przypadku gdy uchwała ingeruje we własność prywatną i ogranicza wolność gospodarczą to konieczne jest jej sprawdzenie przez sąd, czy jest ona zgodna z prawem. Podczas dyskusji prowadzonej przez **Piotra Trzepacza** (IRM), Tymosiewicz zwróciła uwagę, że nie można w ten sposób myśleć nie tylko o planowaniu, ale i o tworzeniu prawa w ogóle. Ograniczenia dotyczące gospodarowania przestrzenią porównała do ograniczenia prędkości i w tym kontekście do prawa gospodarowania własnością jaką jest samochód. – Jakim prawem ktoś ode mnie żąda prawa jazdy, ubezpieczenia i badań technicznych? Jakim prawem ktoś ogranicza dopuszczalną prędkość? – pytała retorycznie i w podobnym tonie dodała: – Przecież przez to samochód więcej pali, a ja nie mogę w pełni dysponować swoją własnością. Czy w związku z tym nie mam prawa do rekompensaty? Z kolei Staniewska,

Odkrywanie piękna miast. Dwa lata z ustawą krajobrazową

KRAKÓW, 23.06

wychodząc poza aspekty ekonomiczne, zaznaczyła, że w zagospodarowaniu przestrzeni nie chodzi tylko o to, aby „*było ładnie*”. Przywołała liczne badania wskazujące, że środowisko, w którym żyjemy, m.in. w wymiarze wizualnym, ma wpływ na zdrowie psychiczne.

Po przerwie rozpoczęła się część seminarium poświęcona narzędziom do oceny jakości krajobrazu i monitorowania zmian. Pierwszy głos zabrał prof. **Jerzy Solon** (Instytut Geografii i Przestrzennego Zagospodarowania PAN), który przedstawił, jakie są możliwe konsekwencje dla planowania przestrzennego w gminach w wyniku realizacji audytów krajobrazowych. Zauważył, że dzięki audytowi pierwszy raz w Polsce będziemy mieli, według jednolitej metody, kompleksowo opisaną przestrzeń. – Dzięki temu możliwe będzie przełamanie spojrzenia lokalnego na rzecz szerszej perspektywy przestrzennej – tłumaczył.

Z kolei dr **Szymon Chmielewski** (Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie), przedstawił autorską metodę pomiaru natężenia chaosu reklamowego bazującą na rozwiązaniach geoinformacyjnych. Na koniec wystąpienia postulował, aby audyt krajobrazowy oprócz modelu zagęszczenia nośników krajobrazowych zawierał również model ich widoczności. O działaniach samorządu województwa w kierunku wdrożenia ustawy krajobrazowej opowiadał **Miłosz Zankowski** (Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego). W trakcie wystąpienia przedstawił m.in. założenia projektu pt. „Widzę góry”, którego celem jest uporządkowanie m.in. reklamy zewnętrznej wzdłuż „Zakopianki”.

Następnie odbyła się sesja kalejdoskopowa, w której młodzi naukowcy wygłosili krótkie wystąpienia. Jako pierwsza głos zabrała **Karolina Listwan-Franczak** (Uniwersytet Jagielloński), która opowiedziała o problemie, jakim są reklamy wyborcze w miejskim krajobrazie. Z kolei **Mateusz Kulig** (Instytut Rozwoju Miast), zwrócił uwagę, że myśląc o reklamach należy nie tylko dbać o to, co bezpośrednio jest przez nie zakrywane, ale również warto pamiętać o widokach panoramicznych. – Obecnie wjeżdżając do wielu miast jesteśmy pozbawieni widoku najbardziej charakterystycznych i zabytkowych punktów w tych miastach – zwracał uwagę. Z kolei **Karol Kwiatek** (UJ), przedstawił narzędzie pozwalające zinwentaryzować wielkość reklam widocznych z poziomu ulicy.

Ostania sesja dotyczyła praktyki miast w walce z reklamami. O doświadczeniach Ciechanowa, miasta, które jako pierwsze przyjęło uchwałę krajobrazową, opowiadał **Andrzej Kalinowski** (Urząd Miasta Ciechanowa). – Opłaty muszą być. Nawet minimalne pozwalają na wyeliminowanie przynajmniej reklam nieaktualnych – zachęcał. Kalinowski apelował również o odwagę przy podejmowaniu uchwał reklamowych. Przekonywał, że mieszkańcom przeszkadza obecny stan.

Z kolei **Bartosz Poniątkowski** (Urząd Miasta Łodzi) odniósł się do doświadczeń Łodzi i Nysy, m.in. w kontekście przyjmowanych założeń dotyczących regulacji oraz podejścia mieszkańców do reklam w przestrzeni. – Obecny stan powoduje, że nawet patrząc się dłuższy czas na zdjęcie przedstawiające typowy widok drogi wjazdowej do miasta, nie jesteśmy w stanie przyswoić komunikatu reklamowego. W takim razie co z kierowcą, który nie ma aż tyle czasu, a w dodatku musi prowadzić? Dzięki temu możemy dojść do wniosku, że takie reklamy nie tylko psują krajobraz ale również nie spełniają swojej roli, są więc zbędne – zwracał uwagę.

O wadze tego, kto zajmuje się uchwałą mówiła **Alicja Bogalecka-Pabisiak** (Urząd Miasta Poznania). Na podstawie zespołu pracującego nad uchwałą krajobrazową w Poznaniu pokazywała wartość, jaką daje współpraca osób z różnych branż, które łączy jednak troska o miejską przestrzeń.

Odkrywanie piękna miast. Dwa lata z ustawą krajobrazową

KRAKÓW, 23.06

Doświadczenia Gdyni przedstawił tamtejszy plastyk miasta – **Jacek Piątek**, który opowiadał, jak historia może inspirować i przekładać się na obecnie podejmowane działania. W tym celu pokazał m.in. przedwojenne szyldy i słupy ogłoszeniowe, do których nawiązują współczesne projekty. Piątek zachęcał również do bardziej kreatywnych form konsultacji, np. wykorzystania wirtualnej ankiety reklamowej opartej na modelu 3D miasta.

Ostatnie wystąpienie pozwoliło spojrzeć na podejmowane w Polsce działania z dalszej perspektywy. Dzięki dr **Dorocie Jopek** (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie), słuchacze mieli możliwość zapoznać się z rozwiązaniami przyjętymi w Nowym Jorku. Spotkanie zakończyło wystąpienie dr. Jarczewskiego, który ubolewał nad faktem, że projektując nowy dokument, jakim jest kodeks urbanistyczno-budowlany, nie zdążyliśmy jeszcze w pełni sprawdzić w praktyce wszystkich zapisów i narzędzi, jakie dała ustawa krajobrazowa.