

A N K I E T A

DOTYCZĄCA UMIESZCZANIA REKLAM, OGRODZEŃ ORAZ OBIEKTÓW MAŁEJ ARCHITEKTURY W PRZESTRZENI MIEJSKIEJ BIAŁEGOSTOKU

PODSUMOWANIE

Ankieta dotycząca ww. aspektów krajobrazu została zamieszczona na stronie internetowej Miasta Białystok i była dostępna w okresie od 20 grudnia 2023 r. do 12 stycznia 2024 r.

Udział w badaniu był dobrowolny. Uczestnicy badania mieli możliwość przesyłania ankiet w wersji on-line lub składania ich w wersji papierowej w wyznaczonych miejscach na terenie miasta.

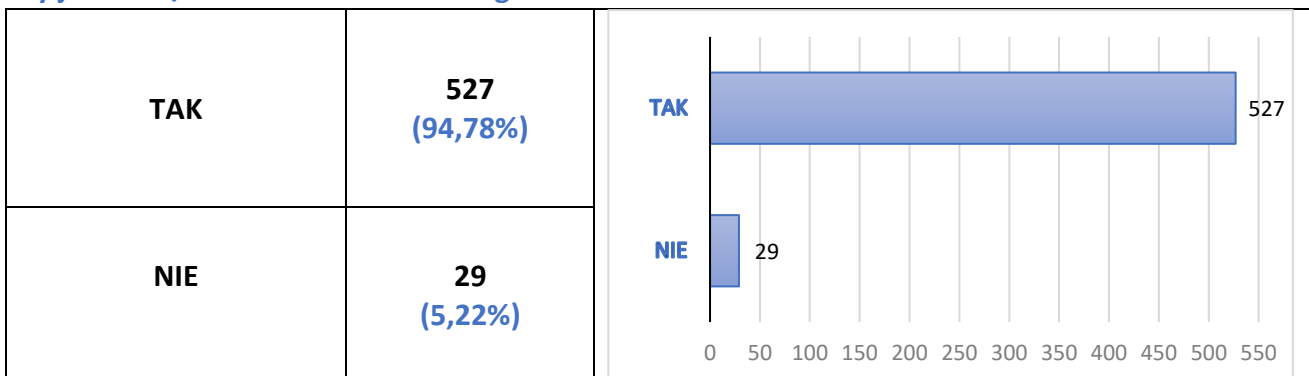
W badaniu ankietowym wzięło udział **556** osób, w tym 532 osoby wypełniły ankietę online w formie formularza dostępnego na stronie internetowej, a 24 złożyły ankietę w wersji papierowej.

Jeden formularz został złożony jako „pusty” (niewypełniony), z uwagą która nie dotyczyła treści merytorycznych poruszanych w ankiecie i pozostał nieuwzględniony w podsumowaniu.

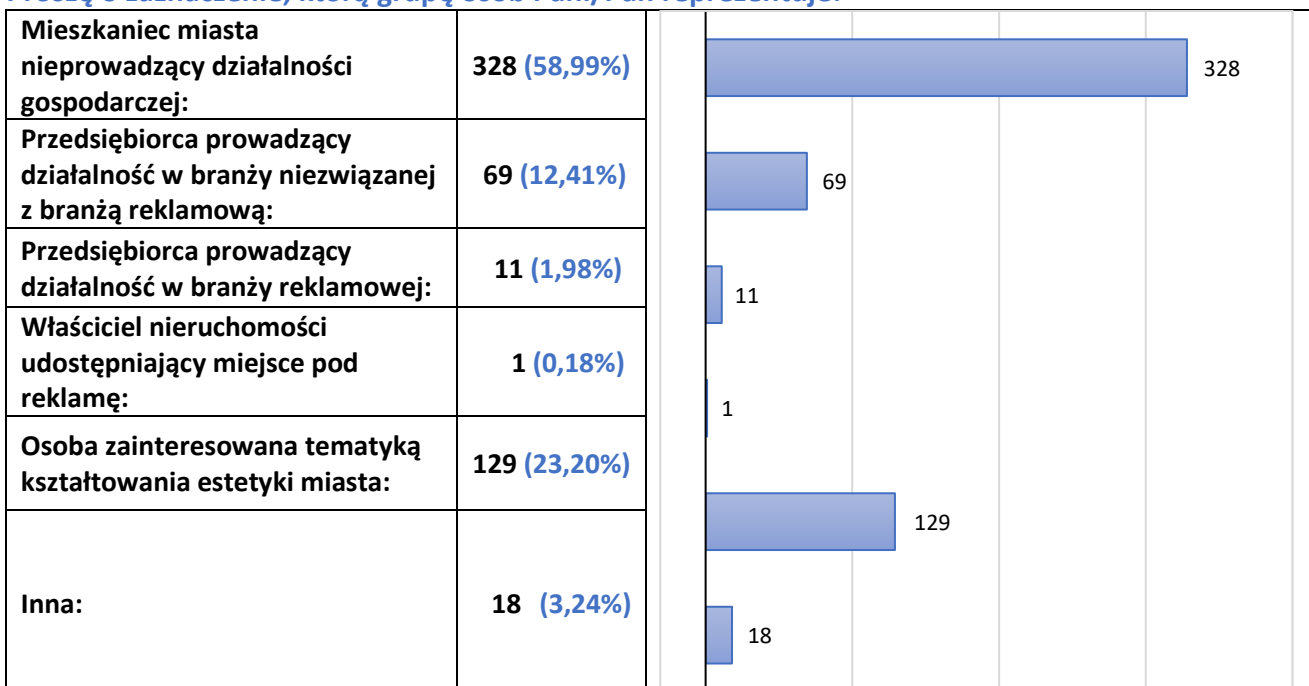
Ilościowe oraz procentowe zestawienie odpowiedzi, wraz z zamieszczonymi komentarzami ankietowanych odnośnie poszczególnych pytań, przedstawiono w zestawieniu poniżej.

1. Informacje o ankietowanym

Czy jest Pani/Pan mieszkańcem Białegostoku?

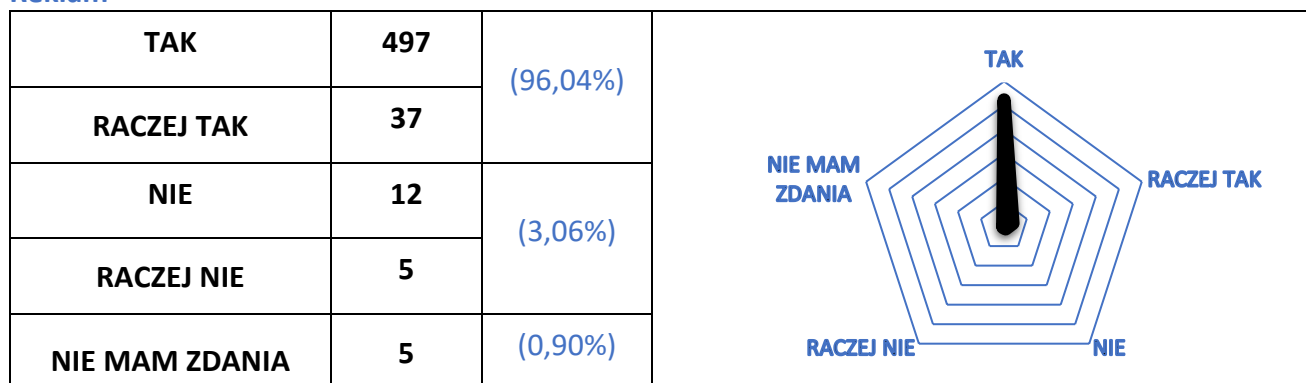


Proszę o zaznaczenie, którą grupę osób Pani/Pan reprezentuje:

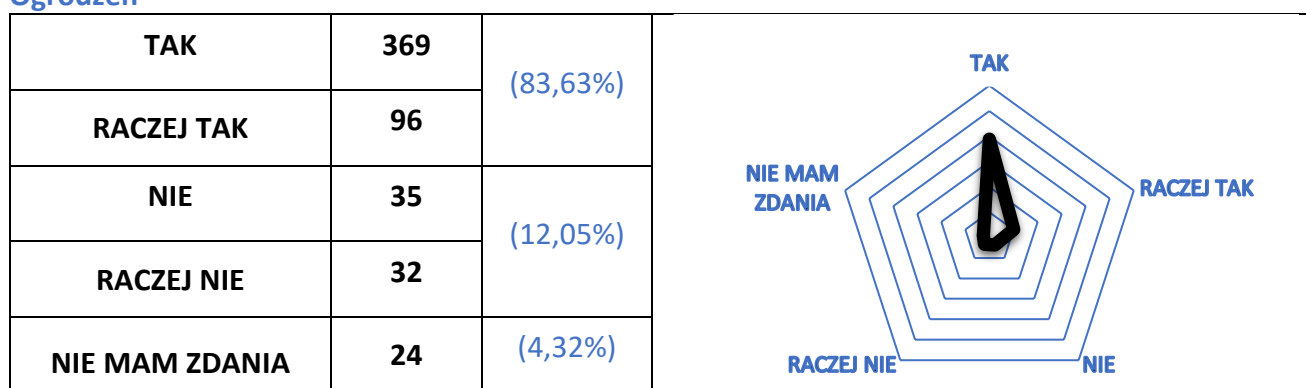


2. Czy Pani/Pana zdaniem istnieje potrzeba uporządkowania przestrzeni miejskiej w zakresie wymienionych poniżej elementów?

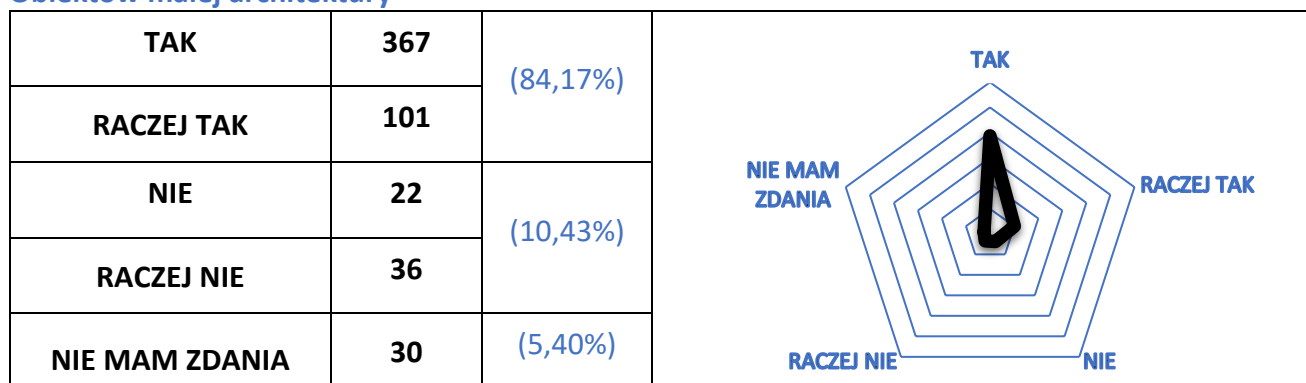
Reklam



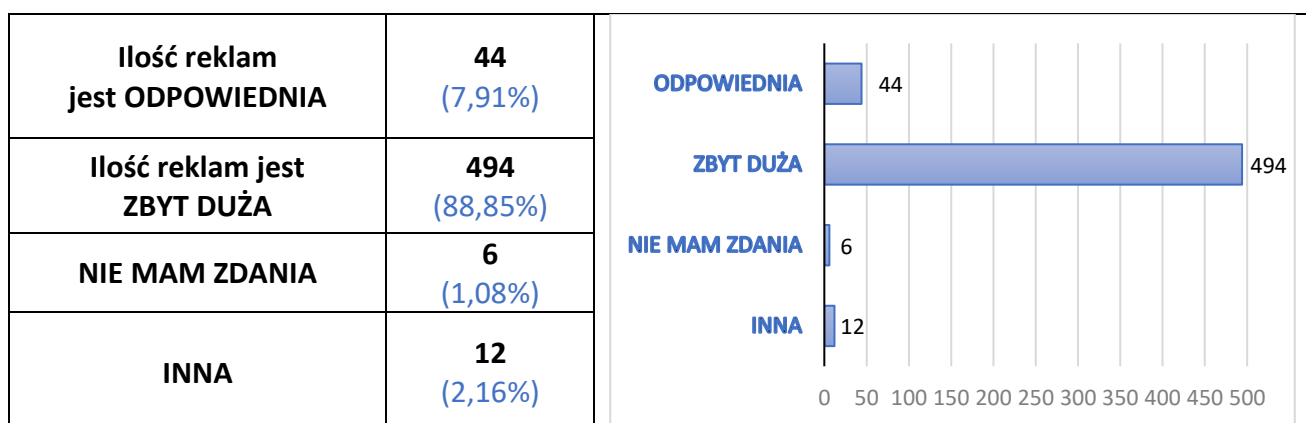
Ogrodzeń



Obiektów małej architektury



3. Jak Pani/Pan postrzega ilość reklam istniejących na terenie miasta?

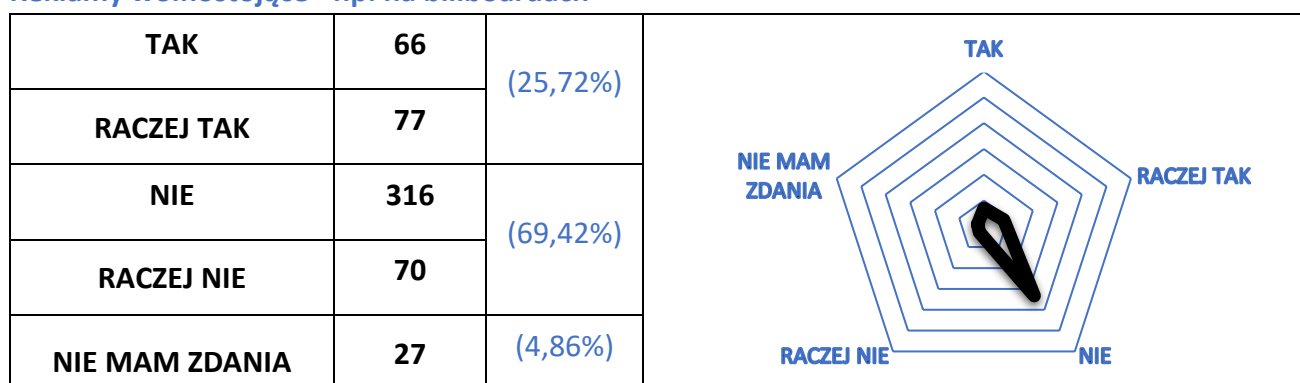


Inne, jakie (komentarze ankietowanych):

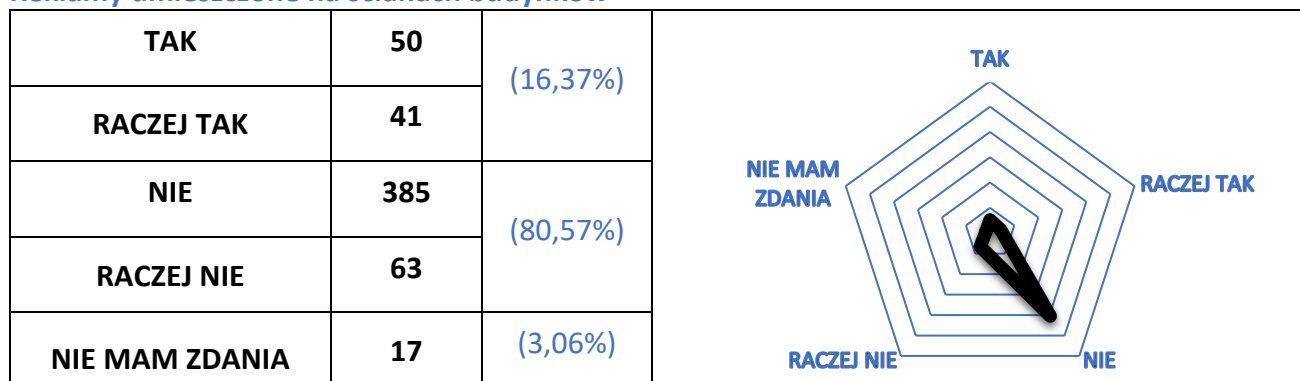
1. Jest mała.
2. Umiarkowana, zmniejszenie ilości z pewnością wpłynęłoby pozytywnie na estetykę.
3. Mała ilość.
4. Ilość reklam jest przytłaczająca i w dodatku reklamy są albo zaniedbane albo nadwyraziste. Na przykład ulica Hetmańska wygląda jak jarmark (pstrokato, wszystkiego pełno wszędzie).
5. W centrum miasta jest lekki chaos.
6. Zdecydowanie za duża.
7. Często umieszczane są w nieodpowiednich miejscach i nie ma zasad (reguł) ich zamieszczania, zwłaszcza jeżeli chodzi o nieruchomości prywatne.
8. Czasem te reklamy są umieszczone chaotycznie, bez ładu i składu, jak wczesnych lat 90.
9. Bardzo duża.
10. Zdecydowanie zbyt duża, przytłaczająca.
11. Reklamy są duże, krzykliwe.
12. Nie rzuca się w oczy.
13. Reklamy wyborcze - zbyt duża ilość.
14. Zbyt dużo złych - lepsze projekty zredukują ilość reklamy.

4. Które z reklam umieszczanych w przestrzeni miejskiej podobają się Pani/Panu?

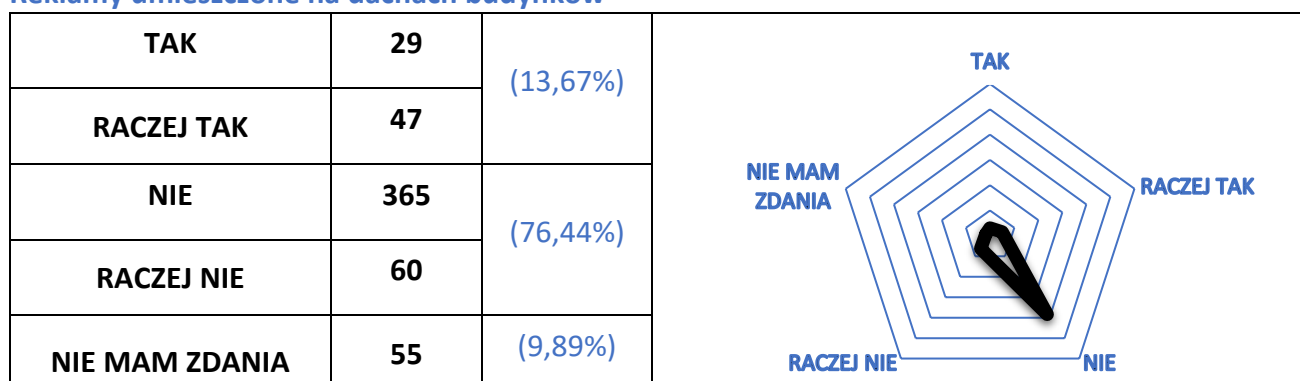
Reklamy wolnostojące - np. na billboardach



Reklamy umieszczone na ścianach budynków



Reklamy umieszczone na dachach budynków



Reklamy świetlne

TAK	83	(37,95%)	
RACZEJ TAK	128		
NIE	245	(56,12%)	
RACZEJ NIE	67		
NIE MAM ZDANIA	33	(5,93%)	

Reklamy na ogrodzeniach

TAK	27	(8,63%)	
RACZEJ TAK	21		
NIE	431	(87,77%)	
RACZEJ NIE	57		
NIE MAM ZDANIA	20	(3,60%)	

Reklamy na przyczepach samochodowych

TAK	39	(15,65%)	
RACZEJ TAK	48		
NIE	394	(78,06%)	
RACZEJ NIE	40		
NIE MAM ZDANIA	35	(6,29%)	

Inne, jakie (komentarze ankietowanych):

1. Żadne reklamy mi się nie podobają, zaśmiecają przestrzeń miasta.
2. Neony.
3. Reklamy typu semafor i neony wkomponowane na budynkach.
4. Stylizowane neony, stylizowane szyldy
5. Najbardziej szpecące są reklamy i szyldy na pawilonach handlowo usługowych np. na Sienkiewicza 81/3, Wysockiego 2, Św. Rocha i niestety na stadionie miejskim wiszące niechlujne płachty dookoła boiska w czasie meczów. Na nowych stadionach angielskich reklamy wyglądają estetycznie i widać pomyślano o tym projektując stadion.
6. Podobają się na słupach reklamowych.
7. Generalnie żadne się nie podobają bo wszystkie psują wygląd miasta, szczególnie te wywieszane na ogrodzeniach i elewacjach budynków. Reklamy są pstrokaty, mało estetyczne, zakrywające elewacje budynków.
8. Reklamy powinny być nienachalne i w dobrym guście oraz w niewielkiej ilości.
9. Reklamy na wiatkach przystankowych są w porządku, tak samo reklamy w formie komponującej się z otoczeniem (np. niektóre murale).
10. Wyłącznie delikatne banery nad wejściem do lokalu, mogą być świecące.
11. Reklamy świetlne na biurowcach.
12. Jeśli chodzi o reklamy świetlne, to tutaj jest skomplikowana sytuacja. Trudno porównać zjawiskowy neon z logiem Biedronki.

13. Reklamy na słupach ogłoszeniowych – TAK.
14. Reklamy bardzo powszechne na osiedlach mieszkaniowych kawałek blachy na dwóch słupkach są okropne !!!!
15. Bannery przy lokalach i wyklejone szyby.
16. Rozklejane na drzwiach wejściowych budynków mieszkalnych.
17. Nie pasujące kolorystycznie i psujące obraz budynki swoją wielkością, najlepszy przykład nowy wysoki blok na rogu Rzemieśniczej i Konstytucji, całkiem ładny a oszepony reklamami.
18. Kolorowe szyldy (wymagają ujednolicenia).
19. W wyznaczonym do tego miejscu.
20. Obklepianie budynku reklamami jak na ulicy Jurowieckiej – okropieństwo.
21. Nie znoszę tych wszechobecnych reklam, billboardów, potykaczy i banerów.
22. Dobrą formą reklamy nie rzucającą się w krajobraz są reklamy umieszczane na Bikerach.
23. Reklamy naklejone na szyby/okna - zdecydowanie mi się nie podobają.
24. Nie pasujące do elewacji i bryły budynków szyldy.
25. Najlepiej wyglądają reklamy niedostawne na przykład neon Żonkil na Rynku Kościuszki lub subtelne takie jak Żabka na ul. Stanisława Staszica.
26. Na przystankach, w oknach wystawowych.
27. Szyldy lokali zawieszane bezpośrednio przy nich, o ile są uporządkowane.
28. Reklamy zakłócają porządek przestrzeni publicznej i jestem zdecydowanym przeciwnikiem jakichkolwiek reklam.
29. Totalna samowolka, klienci chcą jaskrawych kolorów, nie liczą się z estetyką. Regulacja kwestii estetyki reklam w przestrzeni miejskiej będzie dużym krokiem do poprawy wizualnej strony miasta.
30. Reklamy mogą być na citylightach, na przystankach lub w miejscach do tego przeznaczonych.
31. Reklamy umieszczane w przestrzeni publicznej tylko i wyłącznie szpecą przestrzeń publiczną, należy zakazać umieszczania ich w przestrzeni publicznej. W XXI w. są inne sposoby dotarcia do ich adresatów a nie przez bandy LED, billboardy, banery, itd.
32. Reklamy skupione na specjalnych konstrukcjach, pylonach lub duże urządzenia świetlne klasyczne słupy reklamowe.
33. Bardzo przeszkadzają reklamy dźwiękowe na przyczepach samochodowych.
34. Szyldy.
35. Reklamy świetlne rozumiem jako ciekawe neony, ledy, logo, ale cyfrowe telebimy zdecydowanie mi się nie podobają i uważam że jaskrawym światłem rozpraszają uwagę kierowców.
36. Na monitorach w autobusach (możliwość zarobku na reklamach przez miasto, spółki komunikacyjne).
37. Neony nad wejściami do lokali usługowych; nieoklejona witryna, za którą znajduje się logo/nazwa firmy i jest uzupełnieniem neonu.
38. Wolno stojące przy sklepach, z mora.
39. Na przystankach są ok, na obiektach sportowych, na budynkach usługodawców (tylko z limitem!) są ok, na specjalnie do tego wyznaczonych miejscach mogłyby być ok (tylko nie samowolka jak to jest do tej pory, gdzie każdy stawia tyle, ile tylko zmieści).
40. Żadne.
41. Nie dla powybiorczych nie posprzątaných reklam.
42. Reklamy umieszczone na ścianach - szyldy raczej mi się nie podobają, ale są niezbędne w celu oznaczenia prowadzonej działalności.
43. Przystanki, słupy ogłoszeniowe.
44. Uważam że ściśle centrum powinno być wolne od wszystkich reklam, powinny zostać tylko szyldy monochromatyczne i np. słupy reklamowe.
45. "Potykacze" mogą być.
46. Podobają mi się na przystankach autobusowych.
47. Wszystkie reklamy zakłócają estetykę miasta.
48. Wszystkie typy reklam wyżej wymienione są tragiczne dla estetyki Białegostoku, a najgorsze są reklamy świetlne szczególnie nocą. Oślepiają kierowców przez co stwarzają zagrożenie w ruchu drogowym a dodatkowo zanieczyszczają teren wokół światłem wydzielanym przez jaskrawe ekrany (w dalszej części ankiety jest podany przykład telebimu o zmiennej ekspozycji obrazu, a dokładnie telebim przy galerii Antoniuk. Nawiązuję do niego, ponieważ chciałbym powiedzieć, że nie ma w Białymstoku drugiego takiego telebimu którego darzę aż tak wielką nienawiścią jak ten kawał oślepiającego złomu, który już dawno powinien zostać usunięty). Drugim najgorszym typem reklam są reklamy na przyczepach samochodowych ze względu na to że w 99% przypadków puszczaają przez megafon jakiegoś rodzaju teksty reklamowe itp. I nie są to nagrania o umiarkowanej głośności, a tak głośne że słycać je z kilku kilometrów, natomiast w przypadku przebywania obok takiego typu reklam można uszkodzić sobie słuch.
49. Reklamy świetlne (telebimy).
50. Reklama powinna się ograniczać do witryn sklepowych, budynku danego przedsiębiorstwa oraz przestrzeni w Internecie. Reklamy w przestrzeni publicznej powinny być mocno ograniczone i ściśle kontrolowane. Człowiek

powinien mieć możliwość swobodnego spaceru, bez przymusy przerzucania wzroku od reklamy do reklamy, które swoją kolorystyką i wielkością zaburzają całą koncepcję miejską.

51. Szyldy stylizowane - tak.
52. Banery na płotach i reklamy prywatne na blachach – szyldy.
53. Gazetki reklamowe i ulotki wrzucane do skrzynek pocztowych – NIE.
54. Wielkoformatowe.
55. W dobie Internetu reklamy w przestrzeni są praktycznie zbędne.
56. Reklamy na barierkach rozdzielających pasy ruchu.
57. Reklamy ze zmienną ekspozycją obrazu na skrzyżowaniach, odwracające uwagę kierowcy – nie.
58. Neon, litery przestrzenne.

5. Które tereny miasta wymagają Pani/Pana zdaniem ochrony i powinny pozostać wolne od reklam?

Tereny zabudowy mieszkaniowej

TAK	363	(83,45%)	
RACZEJ TAK	101		
NIE	29	(10,43%)	
RACZEJ NIE	29		
NIE MAM ZDANIA	34	(6,12%)	

Tereny szkół i przedszkoli

TAK	452	(89,21%)	
RACZEJ TAK	44		
NIE	19	(5,21%)	
RACZEJ NIE	10		
NIE MAM ZDANIA	31	(5,58%)	

Tereny uczelni wyższych

TAK	403	(83,63%)	
RACZEJ TAK	62		
NIE	21	(8,45%)	
RACZEJ NIE	26		
NIE MAM ZDANIA	44	(7,92%)	

Tereny obiektów sportowych

TAK	213	(53,06%)	
RACZEJ TAK	82		
NIE	108	(24,17%)	
RACZEJ NIE	82		
NIE MAM ZDANIA	71	(12,77%)	

Tereny usług i handlu

TAK	115	(31,48%)	
RACZEJ TAK	60		
NIE	187	(56,47%)	
RACZEJ NIE	127		
NIE MAM ZDANIA	67	(12,05%)	

Tereny przemysłowe

TAK	113	(30,22%)	
RACZEJ TAK	55		
NIE	182	(55,03%)	
RACZEJ NIE	124		
NIE MAM ZDANIA	82	(14,75%)	

Tereny zieleni (parki, łąki, lasy, skwery)

TAK	495	(93,70%)	
RACZEJ TAK	26		
NIE	22	(4,68%)	
RACZEJ NIE	4		
NIE MAM ZDANIA	9	(1,62%)	

Tereny dróg i placów

TAK	377	(81,30%)	
RACZEJ TAK	75		
NIE	40	(12,95%)	
RACZEJ NIE	32		
NIE MAM ZDANIA	32	(5,75%)	

Inne, jakie (komentarze ankietowanych):

1. Obszar śródmieścia powinien być potraktowany w sposób szczególny.
2. Ścisłe centrum tj. Rynek Kościuszki.
3. Centrum Miasta, szczególnie na obiektach biurowych powinny widnieć reklamy kolorowe elektroniczne.
4. Wszystkie.
5. W pierwszej kolejności Centrum, Rynek Kościuszki, Bojary, Lipowa, okolice budynków i miejsc cennych historycznie, okolice parków.
6. Ulice i chodniki nie powinny być zaśmiecanie reklamami.
7. Ścisłe śródmieście miasta i dzielnice historyczne np. Bojary i Mickiewicza.
8. Im mniej reklam tym lepiej, nadmiar informacji jakie otrzymujemy wprowadza wyłącznie chaos - szukając czegokolwiek i tak ciężko wypatrzyć konkretną reklamę. W obecnych czasach reklama uliczna nie jest aż tak niezbędna ze względu na Internet. Wystarczy piktogram, logo, znak by zorientować się gdzie co jest.
9. Urzędy.
10. Ścisłe centrum miasta.
11. Budynki zabytkowej architektury i ich okolica.
12. Historyczne centrum, Rynek Kościuszki.
13. Wszystkie tereny miejskie, obecnie panuje chaos, reklamy są wszędzie i jest ich zbyt wiele.
14. W ścisłym centrum też nie powinno być reklam, lub powinno się to uporządkować.
15. Skrzyżowania dróg powinny być chronione i wolne od reklam. Jadąc samochodem po kraju ma się wrażenie, że niektóre posesje zaśmiecają przestrzeń publiczną i posiadają np. po kilka reklam wzdłuż drogi.
16. Objąć teren całego miasta i skończyć z tym kiczem i prząsnym widokiem "uzdolnionych grafików".
17. Tereny zabudowy zabytkowej, pod ochroną konserwatorską, sakralnej, szpitale, przychodnie, parki, tereny urządzonej zieleni miejskiej.
18. Obiekty kultury, zabytki.
19. Szpitale, pomocy społecznej, obiektów sakralnych.
20. W szkołach reklamy dotyczące edukacji. Reklamy wyrzucić ze ścisłego centrum.
21. Przestrzenie publiczne.
22. Cały teren gminy powinien zostać objęty prawem regulującym ilość i jakość reklam.
23. Na terenach usług i handlu, tak samo jak i obiektów sportowych, powinny być limity rozmiarowe (np. względem całej powierzchni jednej strony budynku), limit co do kolorów i ilości w jednym miejscu).
24. Należy ograniczyć ilość wylewającej się reklamy tak jak jest np. w Skandynawii i innych miastach europejskich.
25. Skrzyżowania nie powinny mieć reklam.
26. Zabytki i budynki użyteczności publicznej.
27. Ulice mające wartość historyczną - np. Rynek Kościuszki, ul. Lipowa. Można tam zgodzić się na gustowne szyldy.
28. Tereny, na których znajdują się zabytki lub inne ważne elementy historyczne.
29. Źle sformułowane pytanie: Tak -wymagają ochrony, Nie- Powinny pozostać wolne od reklam.
30. Nieruchomości i budynki urzędu miasta.
31. Rynek Kościuszki, tam jest bałagan reklamowy.
32. Obiekty sakralne, budynki przykościelne/parafialne i ich ogrodzenia.
33. Zwłaszcza drogi, nic tak nie rozprasza jak reklamy, zwłaszcza świetlne.
34. Centrum miasta, ul. Lipowa, Rynek Kościuszki.
35. Rynek i całe Śródmieście.

- 36. Obiekty sakralne – Nie.
- 37. Centrum miasta.
- 38. Otoczenie obiektów zabytkowych i sakralnych oraz instytucji kultury.
- 39. Złe są błyskające reklamy na ogromnych billboardach elektronicznych jak przy skrzyżowaniu Kaczorowskiego/Waszyngtona. Bardzo rozpraszaają kierowców.
- 40. Na usługach tylko szyldy.
- 41. Zabytki tylko w zakresie ew. prowadzonej działalności.
- 42. Instytucje państwowe i siedziby władz.
- 43. Pasy drogowe w szczególności podczas kampanii wyborczych.

6. Które obszary miasta wymagają Pani/Pana zdaniem wprowadzenia odrębnych regulacji dotyczących reklam?

Centrum miasta

TAK	479	(92,27%)	
RACZEJ TAK	34		
NIE	16	(4,47%)	
RACZEJ NIE	10		
NIE MAM ZDANIA	17	(3,06%)	

Tereny zabudowy mieszkaniowej wielorodzinnej

TAK	316	(74,82%)	
RACZEJ TAK	100		
NIE	37	(12,77%)	
RACZEJ NIE	34		
NIE MAM ZDANIA	69	(12,41%)	

Tereny zabudowy mieszkaniowej jednorodzinnej

TAK	286	(67,45%)	
RACZEJ TAK	89		
NIE	46	(18,35%)	
RACZEJ NIE	56		
NIE MAM ZDANIA	79	(14,20%)	

Tereny galerii handlowych

TAK	133	(37,59%)	
RACZEJ TAK	76		
NIE	141	(42,63%)	
RACZEJ NIE	96		
NIE MAM ZDANIA	110	(19,78%)	

Tereny aktywności gospodarczej (usługowe, przemysłowe, sportowe)

TAK	163	(46,40%)	
RACZEJ TAK	95		
NIE	101	(33,63%)	
RACZEJ NIE	86		
NIE MAM ZDANIA	111	(19,97%)	

Tereny zieleni (parki, skwery miejskie, lasy)

TAK	475	(91,15%)	
RACZEJ TAK	34		
NIE	15	(4,13%)	
RACZEJ NIE	8		
NIE MAM ZDANIA	24	(4,32%)	

Tereny dróg publicznych

TAK	399	(82,01%)	
RACZEJ TAK	57		
NIE	29	(8,81%)	
RACZEJ NIE	20		
NIE MAM ZDANIA	51	(9,18%)	

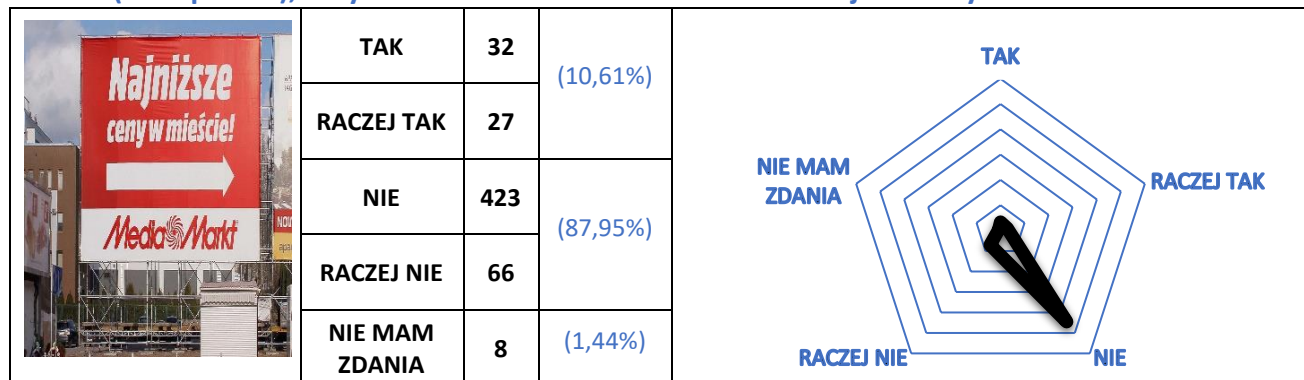
Inne, jakie (komentarze ankietowanych):

1. Na publicznych drogach nie powinno być żadnych reklam i plakatów oprócz znaków drogowych.
2. Okolice miejsc sakralnych (kościół, cerkwi, cmentarzy).

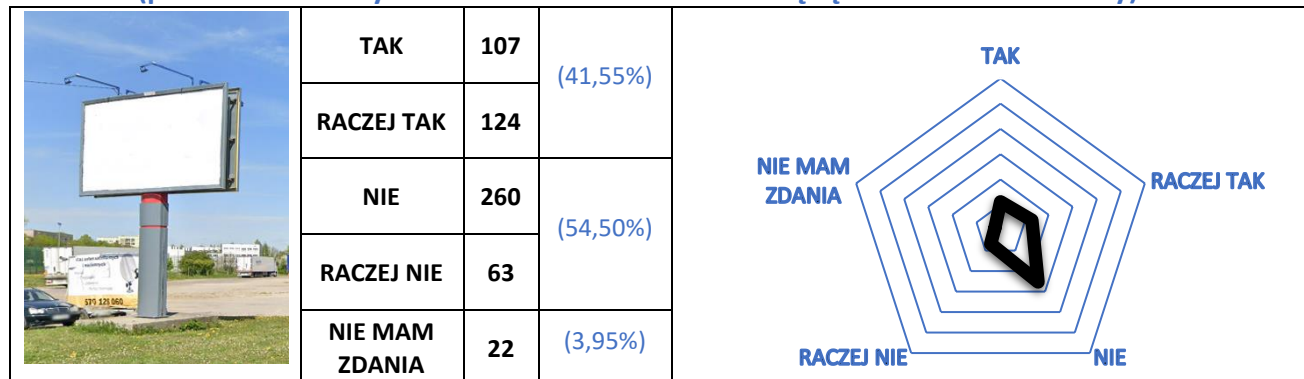
3. Tereny kościelne. Ogromny billboard stoi np. na terenie cmentarza św. Rocha. Reklam nie brakuje wokół budynków przy kościele św. Rocha.
4. Wszystkie obszary wymagają odrębnych regulacji: centrum miasta powinno otrzymać konkretne ograniczenia co do wielkości i formy reklamy, ograniczeniu powinna podlegać kolorystyka (ograniczenie do kilku nierażących barw byłoby idealne); tereny zabudowy mieszkaniowej z zakazem stawiania konstrukcji pod billboardy i inne reklamy - jedynie znaki, piktogramy, loga przy wejściu do budynku - jeśli jest prowadzona działalność gospodarcza; tereny zabudowy mieszkaniowej jednorodzinnej - logo, znak, piktogram na ogrodzeniu z ograniczeniem wysokościowym do 2,1m.. i tak dalej ;) całej roboty nie odwalę ;)
5. Reklamy świetlne nie powinny być przy drogach publicznych bo rozpraszają.
6. Wszystkie obszary miasta wymagają takich regulacji.
7. Całe miasto!
8. Nie działając kompleksowo problem zamiast zlikwidować, można pogłębić.
9. Centrum, drogi, skrzyżowania i tereny zielone powinny być bardziej restrykcyjne (minimalna ilość lub zupełny brak reklam).
10. Wszystkie.
11. Całe miasto.
12. Skrzyżowania, płoty, ogrodzenia, tereny kościelne lub wyznaniowe.
13. Tereny w okolicy zabytkowych obiektów. To straszne, gdy widzę zabytkową kamienicę, a obok niej obklejonego potworka.
14. Tereny z obiektami cennymi kulturowo.
15. Urząd miasta, szpitale.
16. Skrzynki listowe zapychane reklamami w blokach. Wystarczy 1 wspólna.
17. Obiekty sakralne, budynki przykościelne/parafialne i ich ogrodzenia.
18. Zakaz reklam na zieleni i w drogach.
19. Zabytki.

7. Które z wymienionych rodzajów nośników reklamowych są przez Panią/Pana akceptowane w przestrzeni miejskiej?

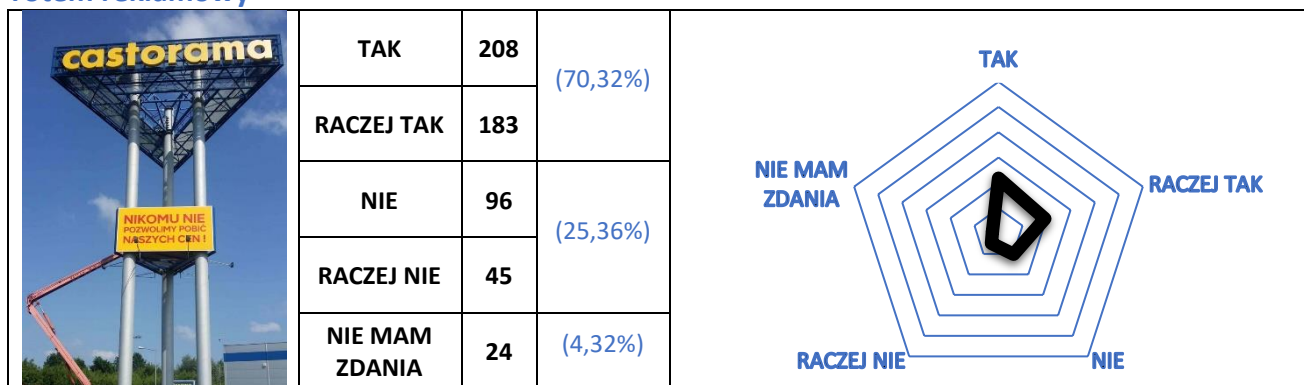
Banner (transparent), w tym także wielkoformatowe na elewacjach budynków



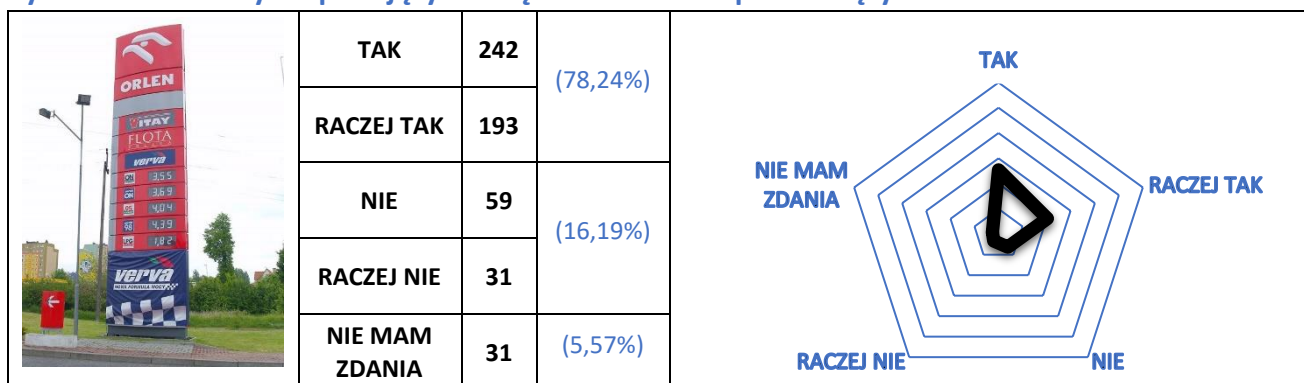
Billboard (plakat reklamowy wielkich rozmiarów - tablica będąca nośnikiem reklamy)



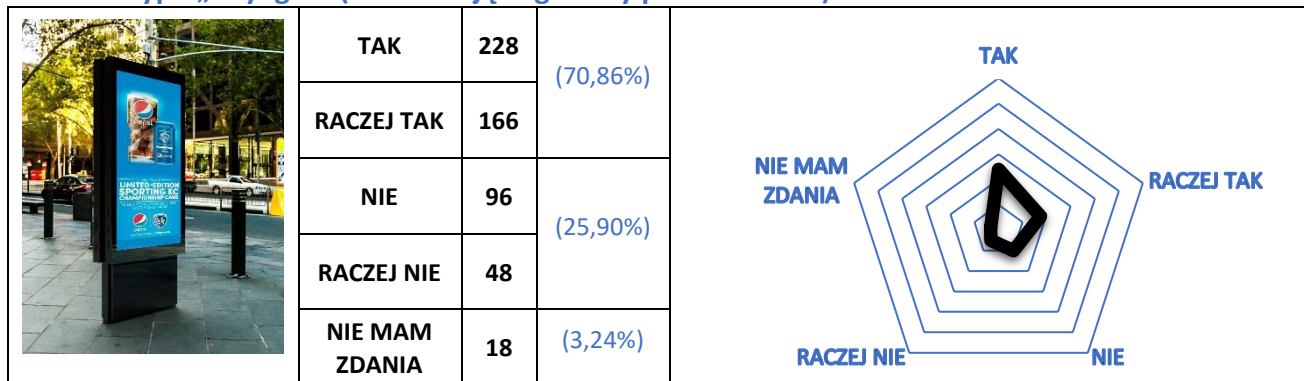
Totem reklamowy



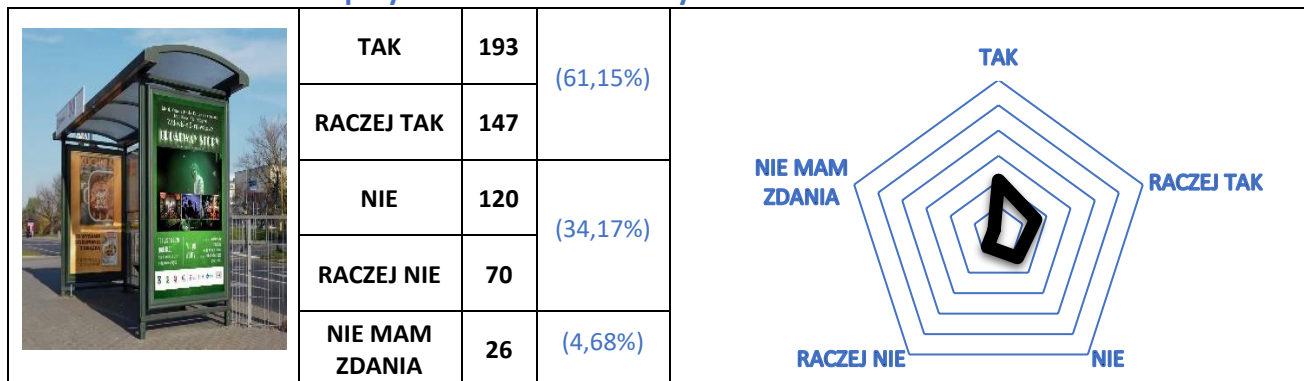
Pylon wizerunkowy eksponujący markę lub marki firm prowadzących działalność



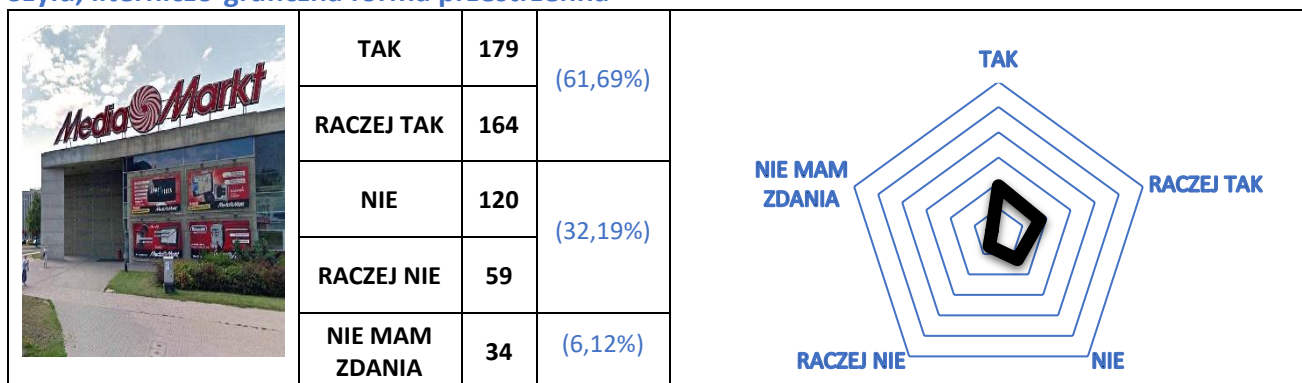
Reklama typu „citylight” (wolnostojące gabloty podświetlane)



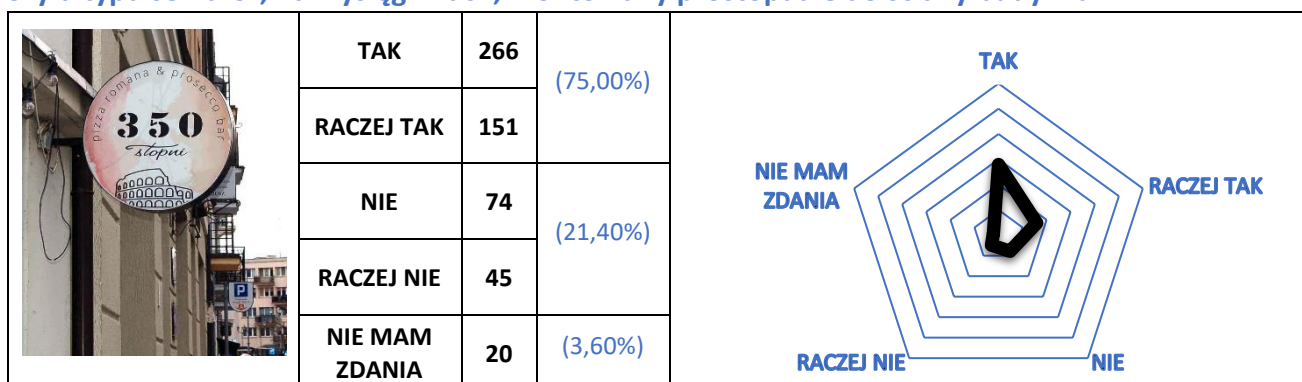
Reklama umieszczana na przystankach autobusowych



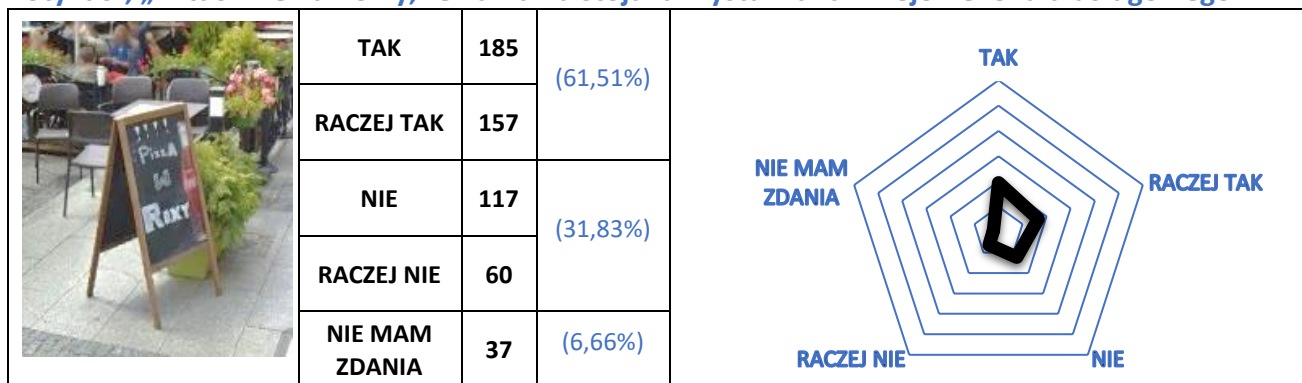
Szyld, literniczo-graficzna forma przestrzenna



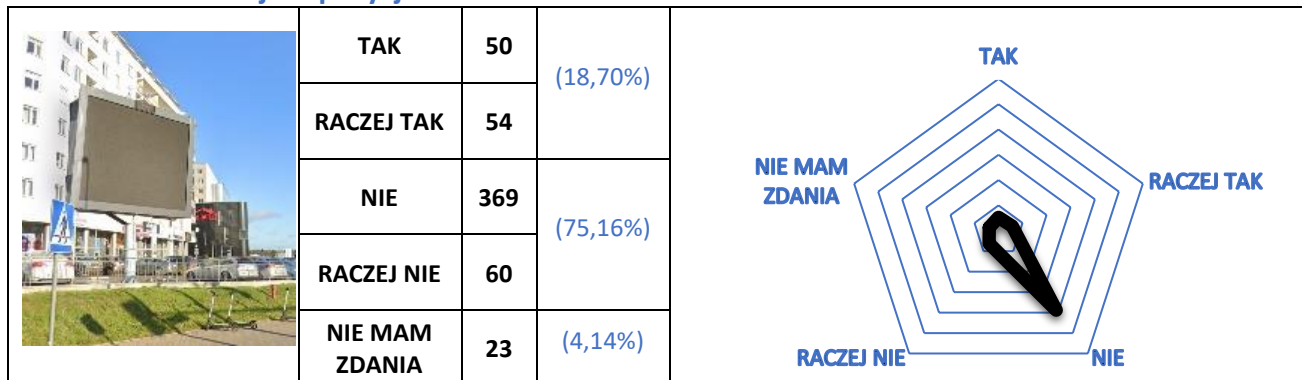
Szyld typu semafor, na wysięgnikach, montowany prostopadłe do ściany budynku



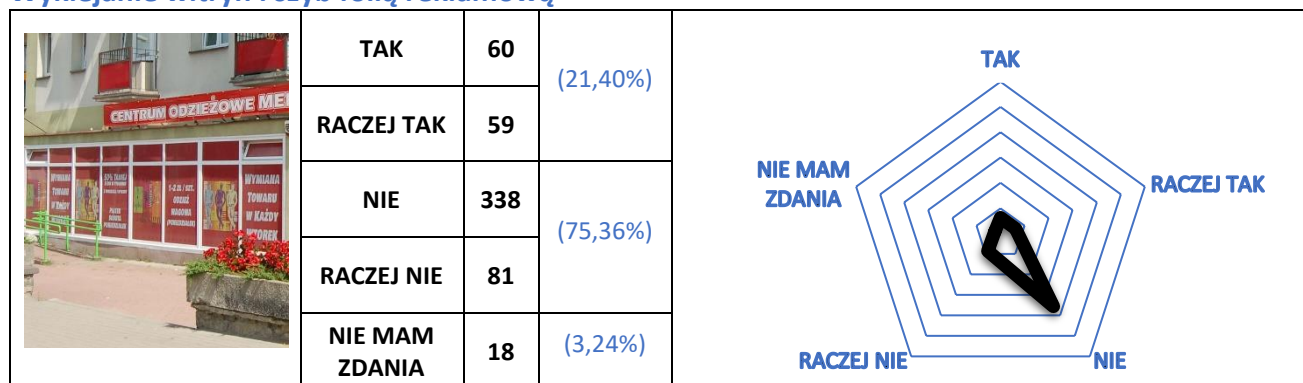
Potykaç, „witacz” reklamowy, reklama na stojaku wystawiana w rejonie lokalu usługowego



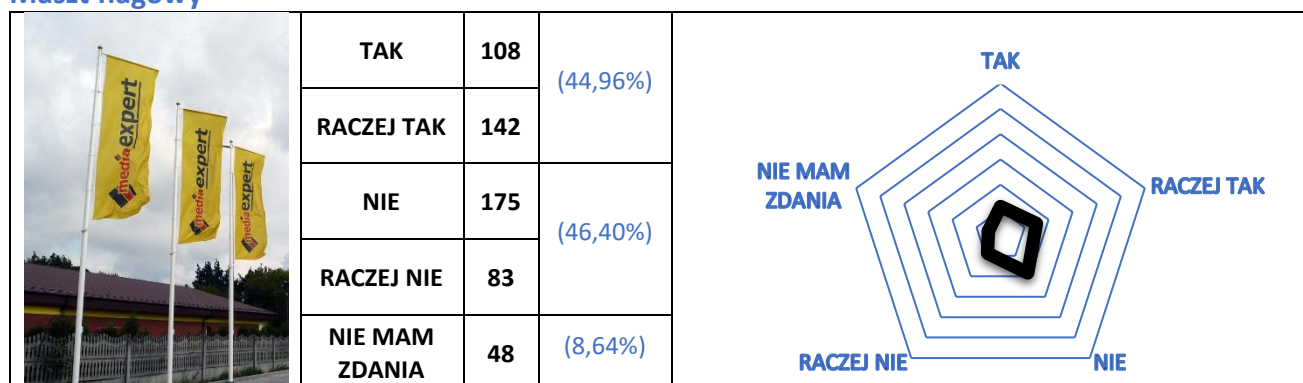
Telebim o zmiennej ekspozycji obrazu



Wyklejanie witryn i szyb folią reklamową



Maszt flagowy



Inne, jakie (komentarze ankietowanych):

1. Nieakceptowalne są wielkie reklamy na blokach mieszkalnych najczęściej ich deweloperów!
2. Zdecydowanie nie potykaczm. Często stoją w wąskich przejściach, trzeba je omijać, stanowią zagrożenie dla osób niepełnosprawnych, niewidomych, słabo widzących.
3. Telebimy to największe utrapienie okolicznych mieszkańców, ciężko zasnąć, jest takie pojęcie jak zanieczyszczenie światłem.
4. Szyldy wymagają ujednolicenia.
5. Zależy w jakim miejscu!
6. Reklamy na ogrodzeniach - zupełnie nie. Zaśmiecają przestrzeń i tworzą chaos na ulicach. Często wiszą wypłowiałe, zniszczone. Bądźmy cywilizowanym miastem.
7. Szyldy reklamowe rażące brzydotą, zbyt duże, zasłaniające okna, niepasujące do architektury - wszystko to usunąć.
8. Totem reklamowy można zmienić na coś "fajnego" po co stawiać takie duże i kosztowne paskudztwo- lepiej rzeźbę i ładnym oświetleniem i każdy będzie wiedział co i jak ;) maszt flagowy jest ok- ale należy ograniczyć kolorystykę definitywnemu zakazowi powinno podlegać wyklejanie witryn i szyb folią - jedyną dostępną opcją może być folia mleczna z delikatną grafiką linearną, zadruk w maksymalnie 1% (czasami jest potrzeba zaklejenia stąd moja propozycja).
9. Minimalistyczne szyldy, które pełnią rolę informacyjną a nie reklamową.
10. Banery na ogrodzeniach – nie.
11. Reklamy deweloperów szpecą miasto najbardziej, są po prostu wszędzie.
12. Reklamy przytwierdzone do ogrodzeń i stawiane na terenach prywatnych, spółdzielczych i wspólnot mieszkaniowych bez wyraźnych zasad - nie akceptowalne.
13. Wyświetlacze wielkogabarytowe typu LED powinny zniknąć ze skrzyżowań, ze względu na bezpieczeństwo.
14. Reklamy doświetlające teren (ale nie telebimy) mogą być ciekawym urozmaiceniem przestrzeni miejskiej. Niemniej, muszą być regulowane, żeby znowu nie powstały "szalone lata 90-te" na których wzór obecnie wygląda Białystok.
15. Tylko dyskretne i skromne szyldy.
16. Małe szyldy 0,5 m x 1 m.

17. Urządzenia reklamowe umieszczone na przyczepach samochodów - nie są przeze mnie akceptowane w przestrzeni miejskiej. "Namioty" reklamowe składające się z konstrukcji metalowej i pokryte z każdej/kilku stron zdjęciami i hasłami reklamowymi - nie są przeze mnie akceptowane w przestrzeni miejskiej. Naklejki reklamowe przyklejane na gruncie - są przeze mnie akceptowane w przestrzeni miejskiej. Reklamy naklejane/umieszczane na płotach/ogrodzeniach (np. o dostępnych mieszkaniach konkretnego developera) - nie są przeze mnie akceptowane w przestrzeni miejskiej.
18. Plakaty wyborcze w każdej postaci.
19. Witryny i szyby tak, ale poza centrum i strefami wolnymi od reklam.
20. Pylony reklamowe i słupy ogłoszeniowe.
21. NIE dla aut z ciąganymi lawetami i reklamami plus nagłośnienie.
22. Najgorsze są reklamy na przyczepach lokowane przy drogach lub przejściach dla pieszych lub przejazdach rowerowych lub drogach dla rowerów, które utrudniają bezpieczne przemieszczanie się.
23. Szyldy np. w formie neonu.
24. Napis przestrzenny na elewacji w miejscu prowadzonej działalności gospodarczej – tak.

8. Które formy reklamy powinny Pani/Pana zdaniem zostać usunięte z przestrzeni publicznych miasta?

Reklamy rozmieszczone chaotycznie, przypadkowo

TAK	511	(91,91%)	
RACZEJ TAK	24		
NIE	10	(2,52%)	
RACZEJ NIE	4		
NIE MAM ZDANIA	7	(1,26%)	

Reklamy zgrupowane, o zbyt dużym zagęszczeniu

TAK	483	(94,06%)	
RACZEJ TAK	40		
NIE	14	(4,14%)	
RACZEJ NIE	9		
NIE MAM ZDANIA	10	(1,80%)	

Reklamy na ścianach budynków, które niezwiązane są z działalnością prowadzoną w budynku

TAK	453	(81,47%)	
RACZEJ TAK	42		
NIE	26	(7,91%)	
RACZEJ NIE	18		
NIE MAM ZDANIA	17	(3,06%)	

Reklamy w witrynach sklepowych

TAK	140	(40,47%)	
RACZEJ TAK	85		
NIE	125	(46,94%)	
RACZEJ NIE	136		
NIE MAM ZDANIA	70	(12,59%)	

Reklamy na ogrodzeniach

TAK	338	(85,61%)	
RACZEJ TAK	88		
NIE	24	(8,81%)	
RACZEJ NIE	25		
NIE MAM ZDANIA	31	(5,58%)	

Reklamy w pasach dróg publicznych

TAK	389	(83,81%)	
RACZEJ TAK	77		
NIE	27	(9,89%)	
RACZEJ NIE	28		
NIE MAM ZDANIA	35	(6,30%)	

Reklamy w sąsiedztwie skrzyżowań dróg

TAK	412	(86,70%)	
RACZEJ TAK	70		
NIE	31	(8,27%)	
RACZEJ NIE	15		
NIE MAM ZDANIA	28	(5,03%)	

Reklamy wielokrotnie powtarzające się w jednym miejscu (np. kilka identycznych reklam obok siebie)

TAK	472	(91,55%)	
RACZEJ TAK	37		
NIE	20	(5,03%)	
RACZEJ NIE	8		
NIE MAM ZDANIA	19	(3,42%)	

Reklamy remontowo-budowlane (rozpięte na rusztowaniach i ogrodzeniach placów budów)

TAK	192	(46,40%)	
RACZEJ TAK	66		
NIE	116	(42,09%)	
RACZEJ NIE	118		
NIE MAM ZDANIA	64	(11,51%)	

Reklamy w postaci bannerów rozpiętych na wolnostojących konstrukcjach tymczasowych

TAK	345	(77,16%)	
RACZEJ TAK	84		
NIE	40	(15,11%)	
RACZEJ NIE	44		
NIE MAM ZDANIA	43	(7,73%)	

Reklamy o nadmiernie wyrazistej formie (jaskrawe, świecące, o zmiennej ekspozycji obrazu, itp.)

TAK	425	(88,13%)	
RACZEJ TAK	65		
NIE	28	(7,37%)	
RACZEJ NIE	13		
NIE MAM ZDANIA	25	(4,50%)	

Inne, jakie (komentarze ankietowanych):

1. Najbardziej szpecące są reklamy i szyldy na pawilonach handlowo usługowych np. na Sienkiewicza 81/3, Wysockiego 2, Św. Rocha i niestety na stadionie miejskim wiszące niechlujne płachty dookoła boiska w czasie meczów. Na nowych stadionach angielskich reklamy wyglądają estetycznie i widać pomyślano o tym projektując stadion.
2. Usunąć bijące po oczach teledystrybucyjne reklamy, które oślepiają w nocy.
3. Wszystkie teledystrybucyjne oślepiające kierowców w trakcie jazdy.
4. Reklamy wolnostojące na blacha na słupkach.
5. Wszystkie w stanie zaniedbanym - brudne, przerdzewiałe, zagrażające bezpieczeństwu.
6. Stare nieczytelne szyldy i reklamy. Reklamy nieistniejących, zawieszonych zakładów, punktów usługowych.
7. Alda ul. Świętojańska- posiada aż 4 typy reklamy (zdecydowany nadmiar) mam również obiekty co do koloru poza reklamą na foli reklamowej, Chińskie Centrum Handlowe ul. Lipowa- zbyt rażący kolor, tu zdecydowanie wystarczy jakiś delikatny neon i tabliczka taka jaką mają adwokaci, Central- elewacja zdecydowanie do odstąpienia (przykłady na szybko - chętnie zająłbym się tym tematem ale zbyt dużo czasu pochłonie i nie mam pewności, że ktoś to przeczyta).
8. Migające.
9. Wszelkie świecące (w formie ekranów z zmieniającą się treścią) i migające reklamy.
10. Reklamy jeżdżące na przyczepach lub na zaparkowanych samochodach, które później stoją w jednym miejscu np. przez tydzień powinny być zakazane. Jest to jawne obejście zasad dotyczących reklam w przestrzeni publicznej.
11. Reklamy na przyczepach pojazdów.
12. Reklama w przestrzeni miejskiej powinna być powiązana jedynie faktycznym miejscem prowadzenia faktycznym miejscem prowadzenia działalności.
13. Powinien być nakaz usuwania starych, zniszczonych reklam, które zapomniane wiszą latami, szpecąc przestrzeń publiczną.
14. Tylko szyldy związane z działalnością świadczoną na miejscu.
15. Polityczne, żabki.
16. Wszystkie reklamy wielkiego formatu, monstrualne.
17. Należy wprowadzić nakaz usuwania starych, zniszczonych lub podartych reklam.
18. Teledystrybucyjne wyświetlające świecące, ruchome obrazy.
19. Reklamy w formie ograniczającej widoczność na drodze, bądź świecące ruchome odwracające uwagę.
20. Za stawianie jaskrawych teledystrybucyjnych o zmiennej ekspozycji obrazu powinien być kryminal.
21. Reklamy umieszczane na budynkach i nieruchomościach użytku publicznego i należących do urzędu miasta.
22. Słupy ogłoszeniowe wysokopłatne - temat do uregulowania. Więcej miejsc dostępnych dla małych organizacji, stowarzyszeń i tanich (za akceptacją urzędnika miasta).
23. Nieaktualne szyldy – miejsc, które już nie istnieją, np. Sportbut na Lipowej, czy takie już zniszczone - wyblakłe i nieestetyczne.
24. Plakaty agitacyjne partii politycznych.

9. W jakich miejscach Pani/Pana zdaniem powinna być dopuszczona reklama tymczasowa dotycząca wydarzeń kulturalnych, sportowych, społecznych?

Na terenie całego miasta – bez ograniczeń

TAK	90	(34,17%)	
RACZEJ TAK	100		
NIE	235	(59,71%)	
RACZEJ NIE	97		
NIE MAM ZDANIA	34	(6,47%)	

W pasach dróg publicznych

TAK	66	(29,14%)	
RACZEJ TAK	96		
NIE	249	(61,15%)	
RACZEJ NIE	91		
NIE MAM ZDANIA	54	(9,71%)	

Przy obiektach związanych z prowadzoną działalnością sportową lub kulturalną (np. przy stadionach, obiektach sportu i rekreacji, domach kultury)

TAK	384	(89,75%)	
RACZEJ TAK	115		
NIE	25	(5,75%)	
RACZEJ NIE	7		
NIE MAM ZDANIA	25	(4,50%)	

W miejscach organizacji wydarzeń sportowych (np. wydarzeń typu „PKO Maraton”, „Tur de Pologne”) lub imprez kulturalnych (np. Targi Książki)

TAK	378	(89,03%)	
RACZEJ TAK	117		
NIE	24	(6,12%)	
RACZEJ NIE	10		
NIE MAM ZDANIA	27	(4,50%)	

We wskazanych, bądź wyznaczonych do tego miejscach (np. na słupach ogłoszeniowo-reklamowych)

TAK	394	(85,79%)	
RACZEJ TAK	83		
NIE	36	(8,81%)	
RACZEJ NIE	13		
NIE MAM ZDANIA	30	(5,40%)	

Na wiadach przystankowych

TAK	236	(66,19%)
RACZEJ TAK	132	
NIE	107	(27,70%)
RACZEJ NIE	47	
NIE MAM ZDANIA	34	(6,11%)

Inne, jakie (komentarze ankietowanych):

1. Media publiczne - radio, telewizja regionalna, prasa, Internet. W szeroko rozumianych mediach.
2. W Internecie, w prasie, mediach.
3. Terenie organizatora, sponsora, mecenasa imprezy, itp.
4. W centrach przesiadkowych.
5. Tylko tam gdzie można przeczytać w zasięgu wzroku przechodnia.
6. W Internecie.
7. W innych miejscach do reklam.
8. Na pylonach reklamowych i telebimach (reklamach świetlnych).
9. Na budynku urzędu miasta.
10. Dookreślenia wymaga sformułowanie "tymczasowa" (tydzień, miesiąc, kwartał?)
11. Citylightach, w przejściu podziemnym, dworcu kolejowym i autobusowym, informacji turystycznej, komunikacji miejskiej.

10. Czy Pani/Pana zdaniem reklamy w postaci tablic wolnostojących powinny być dopuszczone:

Na terenie całego miasta – bez ograniczeń

TAK	24	(7,37%)
RACZEJ TAK	17	
NIE	402	(86,16%)
RACZEJ NIE	77	
NIE MAM ZDANIA	36	(6,47%)

Przy obiektach usługowych na terenach związanych z prowadzoną w nich działalnością (np. obiektach handlu, kultury, sportu, produkcyjnych, itp.)

TAK	160	(56,66%)
RACZEJ TAK	155	
NIE	146	(33,27%)
RACZEJ NIE	39	
NIE MAM ZDANIA	56	(10,07%)

W pasach dróg publicznych

TAK	21	(9,17%)	
RACZEJ TAK	30		
NIE	374	(81,66%)	
RACZEJ NIE	80		
NIE MAM ZDANIA	51	(9,17%)	

Tylko w wyznaczonych do tego miejscach (terenach)

TAK	233	(61,15%)	
RACZEJ TAK	107		
NIE	123	(28,24%)	
RACZEJ NIE	34		
NIE MAM ZDANIA	59	(10,61%)	

W ogóle nie powinny być dopuszczone

TAK	121	(29,86%)	
RACZEJ TAK	45		
NIE	145	(46,22%)	
RACZEJ NIE	112		
NIE MAM ZDANIA	133	(23,92%)	

11. Czy Pani/Pana zdaniem tablice reklamowe powinny być umieszczane na budynkach, w których nie jest prowadzona działalność usługowa lub przemysłowa?

TAK	35	(12,41%)	
RACZEJ TAK	34		
NIE	373	(79,86%)	
RACZEJ NIE	71		
NIE MAM ZDANIA	43	(7,73%)	

12. Które z wymienionych poniżej obiektów małej architektury mają Pani/Pana zdaniem istotny wpływ na estetykę przestrzeni miejskiej?

Ławki

TAK	438	(91,90%)	
RACZEJ TAK	73		
NIE	10	(3,96%)	
RACZEJ NIE	12		
NIE MAM ZDANIA	23	(4,14%)	

Gazony, donice z kwiatami

TAK	477	(93,52%)	
RACZEJ TAK	43		
NIE	11	(2,70%)	
RACZEJ NIE	4		
NIE MAM ZDANIA	21	(3,78%)	

Kosze na odpadki

TAK	383	(85,25%)	
RACZEJ TAK	91		
NIE	22	(9,35%)	
RACZEJ NIE	30		
NIE MAM ZDANIA	30	(5,40%)	

Stojaki na rowery

TAK	321	(75,72%)	
RACZEJ TAK	100		
NIE	39	(17,09%)	
RACZEJ NIE	56		
NIE MAM ZDANIA	40	(7,19%)	

Wiaty śmietnikowe

TAK	356	(81,12%)	
RACZEJ TAK	95		
NIE	31	(12,41%)	
RACZEJ NIE	38		
NIE MAM ZDANIA	36	(6,47%)	

Wiaty przystankowe

TAK	443	(91,01%)	
RACZEJ TAK	63		
NIE	10	(4,32%)	
RACZEJ NIE	14		
NIE MAM ZDANIA	26	(4,67%)	

Kontenery na odzież używaną

TAK	317	(71,05%)	
RACZEJ TAK	78		
NIE	71	(21,94%)	
RACZEJ NIE	51		
NIE MAM ZDANIA	39	(7,01%)	

Elementy wyposażenia placów zabaw

TAK	339	(78,42%)	
RACZEJ TAK	97		
NIE	32	(14,57%)	
RACZEJ NIE	49		
NIE MAM ZDANIA	39	(7,01%)	

Elementy architektury ogrodowej (np. pergole, trejaże, wodotryski)

TAK	438	(91,01%)	
RACZEJ TAK	68		
NIE	14	(3,42%)	
RACZEJ NIE	5		
NIE MAM ZDANIA	31	(5,57%)	

Obiekty kultu religijnego (np. kapliczki, krzyże przydrożne, figury)

TAK	326	(78,06%)	
RACZEJ TAK	108		
NIE	43	(12,59%)	
RACZEJ NIE	27		
NIE MAM ZDANIA	52	(9,35%)	

Rzeźby, fontanny, itp.

TAK	470	(92,81%)	
RACZEJ TAK	46		
NIE	10	(8,16%)	
RACZEJ NIE	2		
NIE MAM ZDANIA	28	(5,03%)	

Inne, jakie (komentarze ankietowanych):

- Oświetlenie.
- Słupki, żółte płotki, łańcuchy i inne elementy odgradzające chodnik od jezdni.
- Słupki chroniące pieszych o jednakowym kolorze. W Białymstoku widnieją: żółte, biało-czerwone i czarne. Ponadto oświetlenie o jednakowej barwie (np. okolice opery podlaskiej od ul. Kijowskiej - występuje tam oświetlenie żółte i białe).
- Generalnie to pytanie nie określa, czy wpływ jest pozytywny czy negatywny - tylko, że występuje. Jeżeli chodzi o elementy typu ławki, donice, czy kosze na odpadki w parku, to wpływ jest pozytywny, za to wiaty śmietnikowe raczej negatywny (chyba że są wkomponowane w otoczenie).
- Roślinność np. więcej drzew wzdłuż ulic, na placach.
- Wszystko co znajduje się w przestrzeni miejskiej ma wpływ na estetykę przestrzeni miejskiej.
- Latarnie, ogrodzenia, słupki przy jezdni.

8. Zieleń, a szczególnie drzewa. Poza tym Białystok ma zbyt szerokie chodniki w wielu miejscach (7-8 metrów szerokości!) a natężenie ruchu pieszego jest dość małe. W rezultacie powstają ogromne puste przestrzenie, powodujące odczucie dysfunkcji miejsca.
9. Paczkomaty.
10. Zdecydowanie wszystkie:) bardzo dobrym - pozytywnym przykładem są wiaty przystankowe z zielonym dachem.
11. Latem w okolicy Pałacu Branickich i czasami na Rynku Kościuszki pojawiają się drzewa w dużych donicach. Uważam je za bardzo potrzebne i niektóre powinny pozostać na cały rok (może jakieś drzewa całoroczne, np. iglaste). Na przykład ławki bez cienia drzewa są mało optymalne, a często się to widzi.
12. Toalety publiczne.
13. Ogrodzenia.
14. Gazony, donice z drzewami powinny być dodane do listy elementów małej architektury.
15. Krzewy i drzewa w przystosowanych do tego celu dużych pojemnikach, skrzyniach, donicach lub gazonach, bluszcze i inna roślinność na elewacjach, zielone dachy np. na przystankach autobusowych, tężnie.
16. Obiekty sportu na świeżym powietrzu, neony reklamowe, uporządkowana infrastruktura związana z gastronomią.
17. Elementy z informacją o miejscu, budynku.
18. Słupy oświetleniowe.
19. Czy kontenery na odzież używaną są na pewno obiektami małej architektury?
20. Dodałbym jeszcze oznakowanie ulic i budynków - wszystko powinno być ustandaryzowane i podzielone na schematy według części miasta.
21. Masakrycznie potrzeba drzew!!!
22. Obiekty z dodatkiem zieleni, szczególnie dużego gabarytu. Małe donice z kwiatami niewiele zmieniają, a w mieście panuje ogólna betonoza.
23. Lamy oświetleniowe.
24. Donice z drzewami, donice z trawami ozdobnymi.
25. Szalety publiczne.
26. Pytanie o wiaty śmietnikowe brzmi jak drwina z mieszkańców niektórych osiedli, np. TBS, gdzie przestrzeń miejską "upiększają" zbiorowiska kontenerów.
27. W Białymstoku jest zbyt dużo kontenerów na odzież używaną. Bardzo negatywnie wpływają one na estetykę miasta.
28. Chodniki - prawidłowo wytyczone zapobiegają wydeptywaniu ścieżek.

13. Czym powinny charakteryzować się obiekty małej architektury umieszczone w przestrzeni miejskiej?

Powinny być funkcjonalne, estetyczne i dobrej jakości

TAK	508	(96,22%)	
RACZEJ TAK	27		
NIE	1	(0,18%)	
RACZEJ NIE	0		
NIE MAM ZDANIA	20	(3,60%)	

Powinny być trwałe oraz wykonane z materiałów naturalnych, przyjaznych środowisku

TAK	416	(89,93%)	
RACZEJ TAK	84		
NIE	5	(3,06%)	
RACZEJ NIE	12		
NIE MAM ZDANIA	39	(7,01%)	

Powinny wizualnie wpisywać się w otoczenie (pasować do otoczenia, do zabudowy i zagospodarowania terenu)

TAK	490	(94,24%)	
RACZEJ TAK	34		
NIE	4	(1,44%)	
RACZEJ NIE	4		
NIE MAM ZDANIA	24	(4,32%)	

Powinny być bezpieczne, ich wygląd jest mniej istotny

TAK	137	(46,22%)	
RACZEJ TAK	120		
NIE	103	(42,09%)	
RACZEJ NIE	131		
NIE MAM ZDANIA	65	(11,69%)	

14. Czy Pani/Pana zdaniem ogrodzenia:

Mogą mieć pozytywny wpływ na wygląd miasta

TAK	366	(82,55%)	
RACZEJ TAK	93		
NIE	34	(11,15%)	
RACZEJ NIE	28		
NIE MAM ZDANIA	35	(6,03%)	

Stanowią zabezpieczenie posesji a ich wygląd jest kwestią drugorzędną

TAK	59	(25,18%)	
RACZEJ TAK	81		
NIE	211	(64,93%)	
RACZEJ NIE	150		
NIE MAM ZDANIA	55	(9,89%)	

Wizualnie rozgraniczają własności i powinny być dopasowane do funkcji i zagospodarowania terenu (np. ogrodzenia pasujące do budynku)

TAK	264	(75,72%)	
RACZEJ TAK	157		
NIE	37	(12,41%)	
RACZEJ NIE	32		
NIE MAM ZDANIA	66	(11,87%)	

Nie powinny być ustawiane w ogólnodostępnych przestrzeniach publicznych

TAK	253	(59,71%)	
RACZEJ TAK	79		
NIE	59	(21,76%)	
RACZEJ NIE	62		
NIE MAM ZDANIA	103	(18,53%)	

15. Czy jest Pani/Pan skłonny dostosować ogrodzenie własnej nieruchomości do nowych zasad i warunków przyjętych na terenie miasta?

TAK	237	(63,85%)	
RACZEJ TAK	118		
NIE	51	(14,03%)	
RACZEJ NIE	27		
NIE MAM ZDANIA	123	(22,12%)	

16. Czy Pani/Pana zdaniem wygląd ogródków gastronomicznych umieszczanych w centrum miasta (w rejonie Rynku Kościuszki i ul. Lipowej) jest estetyczny?

TAK	144	(76,26%)	
RACZEJ TAK	280		
NIE	46	(17,09%)	
RACZEJ NIE	49		
NIE MAM ZDANIA	37	(6,65%)	

Inne, jakie (komentarze ankietowanych):

1. Płotki nie są jednakowe.
2. Zdecydowanie za dużo parasoli, za mało zieleni, ogródki są też za gęsto - jeden obok drugiego, zasłaniają kamienice, czasem ciężko przejść z chodnika w kierunku placu.
3. Z roku na rok jest coraz ładniej, mimo iż to zasługa najemców nie UM - fakt miasto wydaje pozwolenie natomiast to inwestor przedstawia wygląd i kształt ogródków.
4. Na Rynku Kościuszki latem brakuje cienia. Przydały by się duże drzewa doniczkowe aby nadać klimat temu miejscu pomiędzy ogródkami gastronomicznymi.
5. Niektóre są straszne.
6. Zajmują zbyt dużo miejsc parkingowych i każdy ogródek z innej "bajki".
7. Płoty i ogrodzenia deweloperów są nieestetyczne. One najbardziej psują wizerunek.
8. Jest estetyczny bo jest ujednoczony i nie bije reklamami po oczach :)
9. Ogródki są zbyt ciasne, często przy większych ogródkach lepsze byłyby parasole/zadaszenia typu "wiata".
10. Nie w każdym przypadku wygląda to estetycznie.
11. Chaotyczny układ ogródków bez udziału roślinności w betonowej przestrzeni źle wpływa na wizualny odbiór.
12. Zlikwidować sztuczne kwiaty i zielen z plastiku.
13. Za bardzo dominują przestrzeń rynku.
14. Powinny być utrzymane wszystkie w jednej tonacji kolorystycznej dla całego rynku tak jak parasole.
15. Parasole powinny być jednolite, bez reklam alkoholu.
16. Ogródki na ulicy Kilińskiego są niedopuszczalne. I tak jest ciężko zaparkować w centrum, a zabieranie miejsc parkingowych ogródkami nie powinno mieć miejsca. Tym bardziej w pobliżu jednego z budynków Urzędu Miejskiego.
17. Wygląd poprawi smutny obrazu betonu w ścisłym centrum miasta wokół ratusza.
18. Te ogródki są ohydne.
19. Jest ok ale można nad tym jeszcze popracować aby było pięknie.
20. Otoczenie ogródków nie powinno być brandowane przez firmy alkoholowe.
21. Powinny być całoroczne.
22. Ogródki na drodze pieszo rowerowej na Lipowej to jakiś żart.

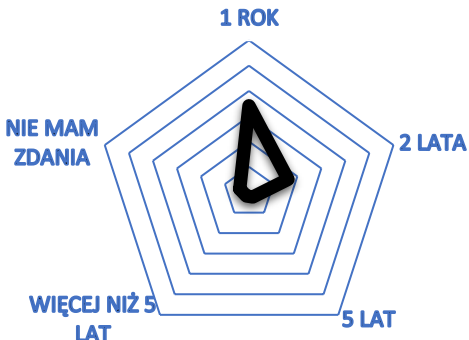
17. Które z przedstawionych poniżej aranżacji ogródków gastronomicznych uważa Pani/Pan za atrakcyjne?

Za atrakcyjną aranżację uważam:		Ilość głosów:
A	ogródek osłonięty parasolami, wygradzony ażurowym płotkiem drewnianym, stoliki i krzeselka umieszczone na podeście drewnianym	313 (56,29%)
B	ogródek osłonięty parasolami, wygradzony donicami z kompozycjami kwitowymi, stoliki i krzeselka umieszczone na posadzce placu	465 (83,63%)
C	ogródek osłonięty parasolami, bez ogrodzenia, ozdobne donice, stoliki i krzeselka umieszczone na posadzce placu	278 (50,00%)
D	ogródek zadaszony i osłonięty ścianami bocznymi, tworzącymi wiatę przylegającą do lokalu gastronomicznego, donice z zielenią umieszczone na zewnątrz wiaty	168 (30,22%)
E	ogródek pod markizami, niewygradzony, przylegający bezpośrednio do lokalu gastronomicznego, stoliki i krzeselka umieszczone na chodniku	366 (65,83%)

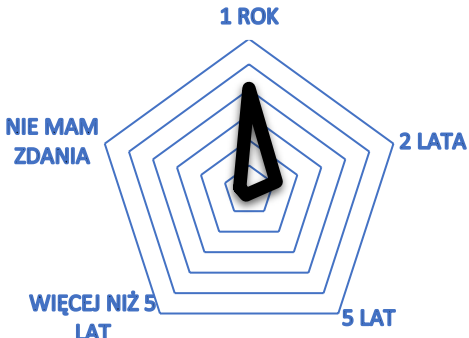
F	ogródek nieosłonięty od słońca, wygrodzony częściowo donicami z pasa drogowego, stoliki i krzeselka umieszczone na jezdni		269 (48,38%)
---	---	--	-------------------------------

18. W przypadku wymienionych poniżej elementów, jaki czas należałoby Pani/Pana zdaniem przewidzieć na ich dostosowanie do przepisów uchwały krajobrazowej?

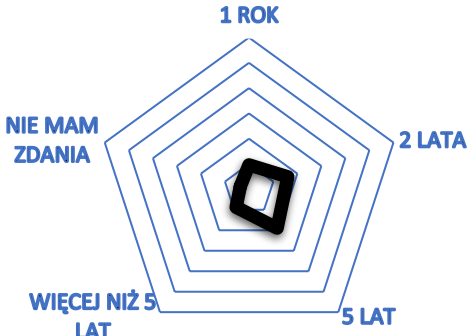
Szyldy

1 ROK	324	(85,97%)	
2 LATA	154		
5 LAT	23	(7,38%)	
WIĘCEJ NIŻ 5 LAT	18		
NIE MAM ZDANIA	37	(6,65%)	

Reklamy

1 ROK	384	(88,30%)	
2 LATA	107		
5 LAT	10	(5,40%)	
WIĘCEJ NIŻ 5 LAT	20		
NIE MAM ZDANIA	35	(6,29%)	

Ogrodzenia

1 ROK	92	(44,06%)	
2 LATA	153		
5 LAT	180	(47,31%)	
WIĘCEJ NIŻ 5 LAT	83		
NIE MAM ZDANIA	48	(8,63%)	

Obiekty małej architektury

1 ROK	112	(59,18%)	
2 LATA	207		
5 LAT	135	(32,73%)	
WIĘCEJ NIŻ 5 LAT	47		
NIE MAM ZDANIA	45	(8,09%)	

19. Dodatkowe uwagi dotyczące zasad umieszczania reklam, ogrodzeń oraz obiektów małej architektury na terenie Białegostoku:

- Przede wszystkim należy usunąć reklamy przy pasach drogowych/skrzyżowaniach. Są to elementy rozpraszające uwagę kierowców. Poza estetyką ważne jest też bezpieczeństwo mieszkańców. Obecnie jesteśmy bombardowani reklamami z każdej strony: telewizja, Internet, radio. Spacer reprezentacyjnymi częściami miasta, a przede wszystkim w parkach powinien pozwolić chociaż na chwilę oderwać się od tego "syfu".
- Moim zdaniem im mniej reklam tym lepiej. Uważam również że należałoby się cofnąć w przeszłość, i tam szukać inspiracji, kiedy nie było jeszcze tych krzyczących i świecących ekranów i billboardów. Ciekawym przykładem są miejsca takie jak Stare Miasto w Lublinie lub Wilno, gdzie reklamy są ograniczone do szyldów. Szczególnie irytujące są wizerunki polityków, na których muszę patrzeć codziennie z okna mojego mieszkania (np. Pan Żalek, który dziękuje za głos na ul. Wiejskiej). Tego typu plakaty powinny być stanowczo zakazane !
- Konieczna jest likwidacja ogrodzeń uniemożliwiających komunikację pieszą w osiedlach mieszkaniowych poprzez wygrodenia poszczególnych wspólnot. Montowanie bramek z kodami jest nagana . Jedynie szlabany do wjazdu samochodów mogą pozostać. Wykluczone powinny być za to inne ogrodzenia.
- Mniej reklam w miejscach szczególnie często uczęszczanych, np. rynek, parki.
- Najbardziej szepczącym rodzajem reklam są te wyborcze, te same banery kandydatów umieszczane co kilka metrów w pasie drogowym, do tego całe ściany budynków wytapetowane różnymi kandydaturami.
- Usuwanie reklamy z centrum, w szczególności te na blokach przy Placu Niepodległości są obrzydliwe.
- Ogrodzenia, czy też płotki rozdzielające pasy ruchu, nie powinny być ostro zakończone. Znaki drogowe pionowe nie powinny stać między chodnikiem a DDR, czyli na środku ciągu, którym poruszają się piesi i rowerzyści. Czasami zamiast słupków ograniczających wjazd aut postawić stojak rowerowy.
- Mają być bezpieczne dla otoczenia ludzi.
- Jeśli już mowa o ogrodzeniach to chciałbym się wypowiedzieć o okropnych żółto-czerwonych płotkach montowanych w pasie rozdziału dróg. Ten sam efekt ograniczenia możliwości przechodzenia przez jezdnię można osiągnąć zadbanym żywopłotem albo płotkami w mniej rzucającym się w oczy kolorze, a nawet płotek może być porośnięty pnącą się w górę roślinnością.
- Miasto wyglądało brzydko, kiedy było obwieszane plakatami wyborczymi (jeszcze wiszą w niektórych miejscach). Na takie banery powinny być wydzielone miejsca i określony czas ich usunięcia. Zbyt wiele reklam szpeci miasto. Teraz są media elektroniczne, które mogą przejąć te funkcje. Reklamy i ogłoszenia w przestrzeni miejskiej powinny dotyczyć głównie informacji dotyczących spraw ważnych dla mieszkańców miasta . Byłoby to dużym udogodnieniem dla ludzi, którzy nie są sprawni internetowo. Takie osoby nie czułyby się wykluczone ze społeczności miejskiej.
- Skończyć z ułanbatoryzacją Białegostoku. Postawić na estetykę przestrzeni publicznej!
- Ta uchwała potrzebna jest jak najszybciej, Białystok dosłownie tonie w reklamach, a w szczególności tereny przy drogach publicznych. Inne duże miasta wojewódzkie mają uchwały krajobrazowe od dawna, a Białystok jak zwykle jest ze wszystkim do tyłu :(Wystarczy już, że miastem rządzą deweloperzy, co nie

pozostaje bez wpływu na estetykę miasta, niech chociaż kwestia reklam zostanie unormowana. Plus dla Departamentu, że w końcu ruszył ten temat, powodzenia, wiem, że niełatwo będzie pogodzić wszystkie interesy, ale na pewno się wam uda. Powodzenia i czekamy na rezultaty :)

13. Strasznie wygadają "rzemieślniki" całe oklezione różnokolorowymi reklamami.
14. Miasto powinno zainteresować się budową nowych osiedli w miejscach w których często powstaje wyłącznie skrawek zieleni zamiast duża połąć zielonego terenu, ponadto uważam że nie powinno się tworzyć dużych placów pozbawionych cieni. Ponadto jakby miasto zainwestowało w nasadzenia przy drogach (np. drzewa, wyższe krzewy) miasto by wyglądało dużo lepiej. Przejście latem ulicą Kaczorowskiego bądź Rynkiem Kościuszki to katorga. Ponadto z racji coraz większego zainteresowania ogródkami sugeruję zamknięcie ulicy lipowej do skrzyżowania z Malmeda co dałoby pieszym więcej miejsca do spacerów (obecnie przejście ulicą Lipową w stronę Malmeda bywa problematyczne ze względu na rozstawione ogródki).
15. Całkowity zakaz reklam na budynkach, ogrodzeniach, płotach, zakaz zaklejania szyb w oknach sklepów czy firm, więcej koszy w przestrzeni miejskiej.
16. Mam nadzieję że porządek w tej kwestii zostanie zrobiony jak szybko się da.
17. Najgorsze są telebimy, rozpraszają uwagę kierowców (szczególnie po zmroku), w deszczu wręcz ograniczają widoczność. Okoliczni mieszkańcy czują się jak na dyskotece. Kolejny rodzaj reklamy, który powinien być zakazany to te ogromne reklamy (niby tymczasowe, a stojące latami) na ogromnych, metalowych rusztowaniach wielkości małego bloku (np. na Kaczorowskiego). Nie ma nic bardziej psującego przestrzeń niż to.
18. Problemатyczne będzie dostosowanie już istniejących reklam, obiektów małej architektury do nowopowstałych w przyszłości przepisów, a przede wszystkim bardzo kosztowne. Warto JUŻ zwracać uwagę na JAKOŚĆ I ILOŚĆ w jednym miejscu lub okolicy eksponowanych (zazwyczaj za zgodą UM) reklam czy bilbordów aczkolwiek wiadomo, że bez przepisów prawa nie da się tego skutecznie egzekwować. Należałoby zwrócić uwagę czy potrzebnym jest dostosowanie już istniejących reklam do nowego prawa.
19. Ogrom reklam szpeci miasto, reklamy na ogrodzeniach, płotach są tandetne i okropne. Jeżdżąc po Europie nigdzie nie widziałam tak chaotycznych miast pod względem reklam i ogrodzeń jak w Polsce. Smutne jest to, że nasz poziom estetyki jest tak niski.
20. Ważne jest, by reklamy były estetyczne, o stonowanej kolorystyce. Raczej zunifikowane niż różniące się od siebie bardzo i kontrastujące ze sobą. Niekrzykliwe. Takie, które nie szpecą okolicy, a raczej ją komplementują. Są już w Polsce i Europie dobre praktyki, z których można brać przykład i uczynić nasze miasto wreszcie znośnym dla oka. Pozdrawiam :)
21. Bardzo proszę o zakaz wystawiania reklam na słupkach z kawałkiem blachy są okropne i wszędzie ich pełno.
22. Duże wielkoformatowe reklamy nie powinny zasłaniać żadnych okien budynków, chyba, że budynek nie jest zamieszkały (jest w trakcie budowy, remontu, nie nadaje się do zamieszkania).
23. Loga firm powinny być dostosowane do otoczenia, np. logo Żabki lub McDonalds w odcieniach szarości jeśli pasuje bardziej niż ich jaskrawe dość kolory.
24. Liczę na jak najszybsze zmiany w tym temacie.
25. Spójność w reklamach, szyldach. Tego nam brakuje. Aktualnie można odczuć swego rodzaju „wizualny bałagan” w przestrzeni miejskiej. Szyldy przymocowane na budynkach, wystające, świecące, do tego w przeróżnych kolorach, rozmiarach - chaos.
26. Spójność, harmonia, narzucenie w jakich barwach i kształcie może być reklama bądź baner reklamowy.
27. W pierwszej kolejności należałoby się skupić na szyldach i reklamach, ogrodzenia są kwestią drugorzędną.
28. Cieszę się, że władze miasta dostrzegły ten problem i zamierzają coś z tym zrobić. Trzymam kciuki.
29. Tam, gdzie nie można permanentnie sadzić drzewa, powinny być duże drzewa doniczkowe jako uzupełnienie architektury małej. Mamy zbyt wiele pustych przestrzeni, które tworzą poczucie dyskomfortu i dysfunkcji miejsca. Poza tym Białystok traci na opinii stolicy zielonych płuc Polski.
30. Bardzo się cieszę, że temat w końcu został podjęty. Mała uwaga odnośnie paczkomatów: ich wygląd powinien wpasowywać się w otoczenie, a umiejscowienie powinno umożliwiać bezpieczny dojazd autami dostawczymi firm kurierskich, nie po chodniku i ścieżkach rowerowych.

31. Bardzo proszę o uporządkowanie wreszcie estetyki przestrzeni publicznej w Białymstoku. Nasze miasto jest opanowane przez "banerozę" i "billbordożę", reklamy są dosłownie wszędzie, szpecąc w ten sposób miasto i obniżając komfort życia.
32. W Białymstoku panuje wszechobecna reklamoza, szczególnie w Centrum. Czas odgórnie to uporządkować!
33. Aby reklamy nie świeciły jaskrawo i mrugały, i były bezpiecznie zamontowane.
34. Powinna zostać narzucona właściwa kolorystyka, pasująca np. do elewacji i innych elementów infrastruktury. Dodatkowo nowe obiekty budowlane, jak również remontowane powinny pasować do istniejącej zabudowy.
35. Każda przestrzeń powinna mieć jasno wyznaczone zasady jak i jakie reklamy można w tej przestrzeni umieszczać, tak aby unikać kiczowatego szumu.
36. Szczególna uwaga powinna być poświęcona centrum miasta, rynkowi, otoczeniu pałacu Branickich oraz dworcom autobusowym i kolejowym, gdyż są wizytówką miasta i turyści swoje wrażenia budują na podstawie wyglądu tych miejsc.
37. W tej chwili miasto zupełnie nie panuje nad reklamami w przestrzeni publicznej, nie dość, że negatywnie wpływają na estetykę to także często stwarzają zagrożenie - osobiście byłem świadkiem sytuacji, w której baner reklamowy zasłaniał chodnik i kierowca wyjeżdżający z ulicy nie mógł widzieć nadbiegającego pieszego i doszło do potrącenia (ulica Hetmańska - ogródki działkowe), policja mówiła, że w tym miejscu często dochodzi do takich zdarzeń. Ekran umieszczony na elewacji kościoła Rocha to jest jakaś pomyłka, świeci w nocy jak dyskoteka oślepiając kierowców na skrzyżowaniu. Pourywane po wichurach banery straszą na ulicach. Pora coś z tym zrobić!
38. Uważam, że w Białymstoku nie ma przesytu reklam. Niektóre szpetne miejsca reklamy ożywiają i dodają barwności.
39. Proszę o skupienie się na płotach i ogrodzeniach deweloperów.
40. Monochromatyczne szyldy przy ulicach w centrum. Bardzo się cieszę, że urząd miasta pracuje nad jego estetyką.
41. Nieestetyczne, zbyt świecące i bijące po oczach szyldy sklepów w Centrum (jeśli się chce to się da - np. Żabka na Św. Wojciecha, stary neon kwiaciarni Żonkil); wszędożybska reklamoza - należałoby to uporządkować tak, aby budynki były wyeksponowane w pełnej krasie.
42. Jeśli miałyby być dopuszczone reklamy należy ograniczyć ich gęstość oraz ograniczenie powtarzania się takich samych reklam na małym obszarze.
43. Mała architektura powinna mieć wkomponowaną zieleni, na przykład zielone przystanki, bluszcz na elewacji, donice miejskie z całorocznymi drzewami, żeby nie był tylko efekt na sezon letni. Ogrodzenia mogłoby również być pokryte bluszczem, co by dobrze wyglądało na cały rok i było ekologiczne.
44. W mojej opinii szczególnie uciążliwe jest umieszczanie wszelkiego rodzaju reklam w granicach pasa drogowego oraz w obszarach przylegających bezpośrednio do tych pasów. Największe rozproszenie wprowadzają migające ekrany dużej powierzchni, które odwracają uwagę od tego, co dzieje się na drodze. Jeżeli chodzi o kwestie estetyki - rzeczywiście od dłuższego czasu miasto zostało "oczyszczone" z syfu reklamowego, który pamiętam z początku lat 2000. Jednocześnie uważam, że oprócz ścisłego centrum miasta należałoby uporządkować pozostałe części miasta, w których niejednokrotnie panuje totalny chaos, zaś reklamy wylewają się z każdej strony. Uważam również, że koniecznym krokiem powinno być dążenie do usunięcia z pasa drogowego wszelkich kapliczek oraz upamiętnień osób, które straciły życie. W przypadku obu form psują one wygląd pasów zieleni. W ich miejsce lepiej byłoby wykonać nasadzenia, które poprawiłyby wizualnie przestrzeń zurbanizowaną. Moim zdaniem jeżeli w mieście ustali się zasady obowiązujące w danej dzielnicy - zarówno w zakresie umieszczania reklam i obiektów małej architektury - pozwoli to na uzyskanie spójnego wyglądu miasta. Obecnie można odnieść wrażenie, że miasto stara się wyłącznie o wygląd reprezentacyjnego Rynku Kościuszki, ul. Lipowej i uliczek przyległych. Uwagi kieruję jako prawie 30-letnia mieszkanka Białegostoku, od roku zamieszkująca w gminie przyległej do Miasta, na co dzień przebywająca i pracująca w mieście.
45. Nie zawsze więcej znaczy lepiej...
46. Szczególnie zwróciłabym uwagę na telebimy, które stoją zwykle przy ulicy, a często mają bardzo jaskrawe kolory, nagłe zmiany oświetlenia, co może stwarzać zagrożenie poprzez odwracanie uwagi kierowców

47. Przestańmy wreszcie udawać, że Białystok jest najpiękniejszym miastem w Polsce. Całe miasto w ciągu ostatnich kilku lat zostało przytłoczone nadmiarem śmieci i reklam. Mieszkańcy potrzebują porządnej edukacji estetycznej!
48. Kontrola estetyki i wpisywania się ww. elementu w otoczenie, gdyż na obecną chwilę mamy tu jeden wielki nieład urbanistyczny przestrzeni miejskiej, w szerokim tego słowa znaczeniu :(((
49. Należy jak najszybciej uporządkować przestrzeń publiczną w naszym mieście. Nie stać na dłuższe utrzymanie tego bałaganu. Jak najszybciej należy dążyć do usunięcia wszystkich reklam niezwiązanych z miejscem prowadzenia działalności, zniwelowania ilości ogrodzeń i ich ujednolicenia, ustandaryzowania elementów małej architektury oraz podniesienie ich wartości wizualnej, a następnie zająć się zielenią miejską i parkingami.
50. Super sprawa !
51. Jak wcześniej wspomniano, w mieście panuje betonoza. Obiekty małej architektury powinny być przede wszystkim bazowane na wkomponowaniu zieleni, której brakuje w przestrzeni miejskiej.
52. Więcej stojaków rowerowych.
53. Reklamy nie mogą niszczyć obrazu miasta jako całości urbanistycznej.
54. Zakaz grodzenia wspólnot mieszkaniowych wielorodzinnych, zakaz grodzenia przestrzeni w Centrum miasta, zakaz wielkich reklam w ogóle ale zwłaszcza przy skrzyżowaniach ulic, zakaz telewizorów reklam LCD które odwracają uwagę kierowców i pieszych.
55. Brakuje pomysłów z zielenią. Na terenie miasta jest mało pergoli, parków kieszonkowych, zazielenionych przystanków, aranżacji zieleni w architekturę miasta.
56. Proszę w końcu zlikwidować te bezkrólewie, nie da się przejść/przejechać normalnie ulicą bez widoku tego wszystkiego. Wystarczy spojrzeć na ul. Kopernika od więzienia, ul. Hallera, miejsca przy skrzyżowaniach. Wszędzie reklamy zasłaniające budynki, rzucające się w oczy, błyskające ogłoszenia jak choinki w boże narodzenie. Miasto jest już piękne, wystarczy o nie zadbać poprzez zlikwidowanie tych reklam i pokazanie tego, czym możemy się szczycić. Nie trzeba zakazywać wszystkiego (tzn. reklam), ale przestrzeń miejska powinna być zadbana. Ciężko sobie wyobrazić że w XXI wieku zwłaszcza na jakiś budynkach usługowych (Kwadraciak na Bema), budynku przy ul. Wyszyńskiego - to jest taki śmietnik reklamowy, pstrokaczna aż rzuca się w oczy, żadnego ładu ani składu, każda reklama inna, szyld, okna - wszystko pozaklejane. Wszędzie szmaty porozwieszane, nikt na to nie patrzy, każdy ma tego dosyć. Dodatkowo wspomnę o banerach firm budowlanych na blokach, za które mieszkańcy jak słyszałam (za podświetlenie) muszą płacić. Naprawdę jest to niezbędne? Budynki Rogowskiego, Jazbudu naprawdę te wielkie neony na dachach są nam w mieście potrzebne? Nie wspominając już nawet o czasie przed wyborami gdzie miasto staje się po prostu śmietnikiem reklamowym. To jest jeszcze gorsze. Ludzie wyrzucają tysiące pieniędzy na te afisze, po co nam reklama polityka na każdym słupie? Ul. Antoniukowska została w tamtym roku zaśmiecona afiszami Pana Sasina. Nie było widać skrętu do Knyszyńskiej. Jak można na coś takiego pozwolić? Na każdym słupie afisz polityka, co 3-5 m. Przecież jak już widziałeś jeden-dwa to chyba wystarczy? Rozumiem że koszt ogrodzenia/wymiana/przebudowa jest wysoka dla mieszkańców, zwłaszcza w takich trudnych czasach jak teraz gdzie wszystko jest drogie, ale jeżeli ktoś zarabiał do tej pory na wywieszaniu tam 5 banerów reklamowych, to chyba stać go na jakieś przemalowanie tego ogrodzenia, jeżeli już nie mówimy o wymianie. Chociaż tyle.
57. Zmniejszyć ilość by pokazać piękno miasta.
58. Bardzo cieszę się, że Białystok podejmuje taką inicjatywę. Gdyby jeszcze przestał pozwalać deweloperom na wszystko, byłoby super. I z pewnością zapobiegłoby to powstawaniu takich potworków, jakim jest np. całkowicie zabudowana i pozbawiona słońca betonoza przy ul. Jurowieckiej... No i dobrze byłoby odzyskać miano jednego z najbardziej zielonych miast Polski. Chronić zieleń, bo tylko ona ratuje nas skutecznie przed upałem o znacząco wpływa na estetykę miasta.
59. Zatrudnijmy do tego ludzi o odpowiednim wykształceniu i wiedzy na temat kształtowania krajobrazu.
60. Konsultować wprowadzane zmiany z osobami o odpowiedniej wiedzy i wykształceniu.
61. Ogródki przy restauracjach - parasole z nazwami producentów piwa szpecą przestrzeń miejską. Brak kosztów na śmieci powoduje, że więcej osób nie będzie chciało daleko nosić śmieci i będzie zaśmiecać chodniki/ulice. Wszystkie reklamy z jaskrawymi kolorami i szybko zmieniające się mogą u osób wrażliwych powodować problemy: np. napady ataku epilepsji.
62. Oślepiające bilbordy, jaśniejsze od słońca - prosto do więzienia.

63. Moim zdaniem umieszczanie reklam w przestrzeni publicznej powinno być zakazane, żyjemy w nowych czasach gdzie reklamy są wszędzie. W telewizji, Internecie, radiu, na ubraniach, samochodach i ogólnej przestrzeni. Białystok jako piękne miasto wojewódzkie mogłoby być dobrym przykładem miasta wolnego od reklam niezwiązanych z działalnością prowadzoną w danym budynku, reklam na ogrodzeniach czy billboardach. Miasto powinno ograniczyć reklamy do minimum i kontynuować politykę zielonych przystanków, renowacji małej architektury pasującej do otoczenia.
64. Reklamy przy drogach, zwłaszcza skrzyżowaniach ze względu bezpieczeństwa oraz drugorzędnie estetycznych powinny być usunięte.
65. Więcej zieleni, mniej pstrokacizny reklam.
66. Proszę zrobić coś z przestrzenią miejską, bo Białystok wygląda szkaradnie.
67. Zlikwidować ten krzykliwy syf, chaos i pretensjonalność, na który muszę patrzeć wszędzie w mieście.
68. Uważam, że uchwała krajobrazowa powinna zostać jak najszybciej przyjęta przez władze miasta. Uważam, że w Białymstoku panuje chaos wizualny, który wprowadzają przede wszystkim wszechobecne i niekontrolowane rozmieszczane reklamy. Często reklamy świetlne i wielkie billboardy znajdują się w pasie drogowym, co rozprasza kierowcę i jest niedopuszczalne (np. skrzyżowanie ul. Legionowej i ul. Waszyngtona; skrzyżowanie ul. Miłosa i ul. Mickiewicza).
69. Nie można ograniczać prawa własności.
70. Chciałem bardzo podziękować, że Miasto Białystok w końcu podjęło się tego tematu. Musimy koniecznie i szybko(!) nadgonić takie miasta jak na przykład Kraków czy Warszawa w temacie usuwania tzw. "reklamozy" z przestrzeni publicznej. Marzy mi się podobna strona jak ta: https://www.facebook.com/ladnykrakow/?locale=pl_PL która by śledziła zmiany na lepsze w naszym pięknym mieście!!! Powodzenia!
71. Im mniej tym lepiej :)
72. Powinny zostać określone zasady lokalizacji ogrodzeń i ich ograniczenie - zakaz grodzenia zabudowy mieszkaniowej wielorodzinnej i usługowej, zieleni i innych przestrzeni publicznych.
73. Powinny być zwalczane przede wszystkim wielkogabarytowe bilbordy rozpięte na tymczasowych konstrukcjach, szpeci to miasto, Należy też pozbyć się ogrodzeń w miejscach ciągów komunikacyjnych - pieszych by w sposób swobodny można było poruszać się, szczególnie dotyczy to osiedli mieszkaniowych wielorodzinnych.
74. Głupia ankieta!
75. Powinno się wprowadzić zakaz stawiania reklam w pasie drogowym, na słupach oświetleniowych ograniczyć należy reklamy wyborcze, usunąć i nie wydawać zgody na reklamy firm deweloperskich stawianych na dachach budynków budowanych przez deweloperów.
76. - Należy dążyć do zapisania w m.p.z.p. zakazu umieszczania reklam deweloperów na wybudowanych przez nich budynkach, co jest nie tylko brzydkie, ale i kosztowne w utrzymaniu dla mieszkańców.
- Należy wprowadzić limity w możliwości wywieszania materiałów reklamowych na czas kampanii wyborczej np. 1 duży bilbord na 1 osiedle, zakaz reklamowania kandydatów w pasach drogowych, maksymalne ograniczenie plakatów i banerów wyborczych.
77. Okropne neony firm deweloperskich umieszczane na dachach budynków mieszkalnych, zbyt dużo oraz zbyt duże plakaty wyborcze. Powinno być ograniczenie w ilościach m² powierzchni na jednego kandydata. Ograniczyć należy wydawanie pozwoleń na zbyt dużą ilość skupionych w jednym miejscu tablic (bilbordów).

Dziękujemy za udział w przeprowadzonym badaniu ankietowym.