KO-REK-TOR - miejsce reklamy w przestrzeni Torunia

„Miasto tworzy rozpiętą w czasie minionym przestrzeń symboliczną,

którą mieszkańcy wypełniają swoimi wartościami”

P. Bogdanowicz *Człowiek i przestrzeń, kultura, przestrzeń, sztuka,* Warszawa 1992, s. 83.



Współczesne miasta to miejsca, w których potrzeby przestrzenne mieszkańców łączą się lub, zdecydowanie częściej, ścierają z interesami przedsiębiorców. Krajobraz miejski Torunia to nie tylko zabytkowa architektura, zieleń miejska czy infrastruktura drogowa, ale również nośniki reklam, które nierzadko dominują nad resztą otoczenia. Problem pojawia się w momencie, kiedy interes gospodarczy zostaje stłumiony przez wizualną agresję, którą podsyca chaos informacyjny i niespójność przekazu.

Kilka słów o samej reklamie

Reklama pojawiła się niemal w tym samym momencie co handel i wymiana towarowa. Człowiek już u zarania dziejów zdawał sobie sprawę z siły, jaką niesie komunikacja z użyciem perswazji. W Ruinach starożytnej Grecji czy Rzymu archeolodzy odnajdują całą masę tablic kamiennych czy inskrypcji, które miały zachęcać przechodniów, aby wstąpili do karczmy lub dokonali zakupu pobliskiej działki. Od XV wieku (wynalezienie druku przez Gutenberga) mamy do czynienia z rozwojem reklamy. Początkowo były to szyldy oraz ulotki reklamowe. Gwałtowny rozwój tej branży nastąpił w XIX i XX wieku. Po drukowanych pojawiła się pierwsza reklama radiowa, telewizyjna, Internet i wielkie bilboardy na ulicach miast.

Z reklamą wiąże się cały szereg pozytywnych, jak również negatywnych działań i przekazów. Stymuluje ona wzrost gospodarczy, przyczynia się do zwiększenia popytu na wybrane towary czy usługi, kreuje postawy społeczne i pozytywne wzorce postępowania (reklama społeczna), ale również w takim samym stopniu prowadzi do przeciążenia wizualnego, zaburzeń odbioru, zawłaszcza przestrzeń czy też niszczy jej charakter. Dlatego tak istotna jest debata poświęcona temu zagadnieniu.

Żyjemy w mieście o niepowtarzalnym klimacie, stworzonym zarówno przez byłych jak i współczesnych mieszkańców, którego Zespół Staromiejski stanowi pomnik historii wpisany na Listę Światowego Dziedzictwa Kulturowego i Naturalnego UNESCO, które rok rocznie odwiedzają miliony turystów. Dlatego powinniśmy troszczyć się wspólnie o jego wizerunek.

Co konsultujemy?

Celem konsultacji jest wypracowanie wspólnej wersji **Ko**deksu **Rek**lamowego **Tor**unia oraz

skorygowanie zasad, które warunkują funkcjonowanie reklam w przestrzeni miejskiej. Działanie pod nazwą **KO-REK-TOR** ma za zadanie stworzyć zrównoważoną pod względem estetycznym oraz przyjazną zarówno mieszkańcom, jak i odwiedzającym przestrzeń.

Zapraszamy do udziału w konsultacjach społecznych

8 czerwca, sala widowiskowa Muzeum Etnograficznego, ul. Wały gen. Sikorskiego 19 (godz. 17.00)

odbędzie się spotkanie otwarte dla mieszkańców. W ramach spotkania zaplanowano krótką część informacyjną oraz **przejazd po mieście „Ogórkiem" - zabytkowym autobusem miejskim marki Jelcz wersja 043.** Podczas przejazdu wspólnie będziemy mapować miejskie przestrzenie pod kątem estetyki oraz funkcjonalności obecnych w nich reklam.

UWAGA!

Ze względu na ograniczoną liczbę miejsc w autobusie, obowiązują wcześniejsze zapisy na przejazd. Jak się zapisać?

- **telefonicznie, pod numerem: 56 611 86 73**
- **mailowo:** konsultacje@um.torun.pl **[1]**

Nie możesz przyjść na spotkanie?

Napisz do nas na adres: konsultacje@um.torun.pl [1].

Na opinie czekamy od 1 do 22 czerwca 2017 r.

Do pobrania:

- prezentacja dotycząca reklamy w Toruniu [2]
- wyniki ankiety dotyczącej postrzegania reklamy w przestrzeni miejskiej (przeprowadzonej w ramach I etapu konsultacji) [3]

Konsultacje społeczne prowadzi Wydział Komunikacji Społecznej i Informacji. Partnerem merytorycznym jest Miejska Pracownia Urbanistyczna w Toruniu.



Ze względu na obszerną ilość zagadnień, które zostały zgłoszone podczas konsultacji społecznych, trwa wnikliwa analiza uwag. Jej efektem będzie wskazanie dalszych etapów prac nad Kodeksem Reklamowym Torunia.

Poniżej, do pobrania, wstępna wersja raportu zawierająca spis uwag zebranych podczas procesu konsultacyjnego. Po zakończeniu analizy wszystkich zgłoszonych uwag, raport zosatnie opublikowany w całości i uzupełniony o odpowiedzi udzielone do wszyskich zgłoszonych zagadnień.

Do pobrania:

Wstępna wersja raportu [4]z przeprowadzonych konsultacji społecznych, zawierająca spis uwag zebranych podczas procesu konsultacyjnego

Wątek dyskusyjny na forum [5]

- [6]
- 14963 odsłony
- [7]

Odnośniki:
[1] mailto:konsultacje@um.torun.pl
[2] https://www.konsultacje.torun.pl/sites/default/files/pictures/2016/ks_korektor_prezentacja.pdf
[3] https://www.konsultacje.torun.pl/sites/default/files/pictures/2016/podsumowanie_ankiety_reklama_zewnetrzna.pdf
[4] https://www.konsultacje.torun.pl/sites/default/files/pictures/2016/wstepny_raport_ko-rek-tor.pdf
[5] http://www.konsultacje.torun.pl/forum/
[6] https://www.konsultacje.torun.pl/pl/print/232938?mini=2025-02
[7] https://www.konsultacje.torun.pl/pl/printpdf/232938?mini=2025-02