

Po roku...

(04.10.2013; Petržalské noviny; č. 20, s. 12, 13; RED)

V roku 2011 sa stalo v Českej republike 2 793 nehôd, keď auto narazilo do reklamného pútača či reklamnej značky. Sedem ľudí náraz neprežilo. Ďalšie tisíce havarovali po tom, čo ich billboard pri riadení auta rozptýlil - dôvodilo sa na jar v roku 2012 v Poslaneckej snemovni ČR aj Senáte, keď sa rokovalo o zákaze reklamných pútačov pri diaľniciach a cestách. Dokážte to! - vyzývali pochybovači.

Atak jedna z najstarších technických univerzít v Európe - České vysoké učení technické v Prahe na špeciálnom trenažéri preukázala, že billboardy upútavajú pozornosť vodiča na 0,4 sekundy. Teda na čas, počas ktorého nemusí vodič stačiť zabrzdíť. Brzdíaci reflex trvá totiž pol sekundy a vodič počas tohto času prejde autom desať metrov... Aj týmito zaujímavosťami priblížil legislatívny proces časopis Týden v článku Lobbing firem vítězí, senátoři odmítají zrušení billboardů. Kým Poslaneckú snemovňu lobisti nezlomili a tá schválila, že do piatich rokov musia "zmiznúť" nosiče vonkajšej reklamy pri diaľniciach a všetkých cestách, čiže aj v mestách a obciach (alebo v týchto dodržať 200 m vzdialenosť), Senát lobistickým tlakom (a čomu ešte?!) podľahol a väčšinovo rozhodol, že od roku 2017 nemôžu byť billboardy iba pri diaľniciach a cestách I. triedy, teda pri cestách II. a III. triedy a pri miestnych komunikáciách zostávajú. Polovičná radosť aj polovičné sklamanie. Radosť, že popri 1 100 km diaľnic už nebude strašiť vodičov a kaziť "český ráj to na pohled" 2 266 billboardov a sklamanie, že Prahu a ďalšie mestá, ich históriu, pamiatky, architektúru naďalej budú znevažovať a vizuálne devastovať primitívne texty, veľkoplošné jogurty, topánky či tváre politikov s ich sľubmi a klamstvami. Ibaže stále lepšie niečo ako - nič. Lebo u nás je...

Slovenské - nič! (po prvý raz)

Nie náhodou sa tak obsiahlo zmieňujeme o západných susedoch. V priemere sme rovnako "zahustení" - u nich aj u nás je roztrúsených po 25-tisíc billboardov. Vlaňajšia česká jar sa stala nádejou pre slovenskú jeseň. A to vo chvíli, keď poslankyňa Renáta Zmajkovičová (Smer-SD) predložila do NR SR návrh novely zákona o pozemných komunikáciách, ktorý mal v súvislosti s billboardami riešiť bezpečnosť cestnej premávky a zabrániť devastácii životného prostredia a rázu krajiny. Nová právna úprava mala vytvoriť špeciálne ochranné pásmo, v ktorom nemožno umiestňovať informačné, propagačné a reklamné zariadenia. Navrhované ochranné pásmo - 250 m od cesty v extraviláne, čiže mimo miest a obcí, a 80 m intraviláne, teda už priamo v obciach a mestách, získalo v prvom parlamentnom čítaní aj väčšinovú podporu. Na prekvapenie autorka potom návrh stiahla. Nemáme istotu prečo, tušenie však áno (údajne podraz vlastných straníckych súkmeňovcov). V platnosti naďalej zostalo to, čo uberá z hodnoty krajiny, miest a obcí: reklamné a propagačné zariadenia možno umiestniť pri diaľniciach a cestách vyššej triedy 50 až 100 metrov od vozovky a pri cestách nižších tried a miestnych komunikáciách 15 až 25 metrov. A tak to aj vyzerá. Vizuálny smog.

A čo u nás -v **Petržalke**?

Z pol tisíce až 40 percent reklamných nosičov nespĺňa všetky legislatívne náležitosti, vyslovil sa starosta **Vladimír Bajan**, čo sme aj pred rokom uviedli v PN. Mnohé z nich mestská časť prelepila čiernou páskou. A dala natvrdo a okamžite 49 z nich odstrániť. Stavebný úrad viedol v tom čase 160 správnych konaní, na súde boli 3 žaloby. Ako jediná mestská časť sme urobili presnú pasportizáciu. V evidencii roka 2012 bolo 520 kusov reklamných zariadení na pozemkoch a 310 na stavbách. Môžeme teda už porovnávať. V roku 2013 je ich celkovo o 60 viac, 40 z nich pribudlo na súkromných budovách. Súkromné je súkromné, vraj posvätné. Čo tam po verejnom záujme. Ideológia vlastníctva nepustí a platná legislatíva je deravá ako rešeto. Samospráva má na cápanie billboardov, ak sú pozemok a budova privátne, takmer nulový dosah. Kde je to len trochu možné, vedie stavebný úrad správne konanie. Tých je 120. **Petržalské** noviny si urobili aj vlastný prieskum. Kým vlni sme o takomto čase na štvorkilometrovej Dolnozemskej ceste narátali cca 200 billboardov, minulý týždeň už len 95. Na štvorprúdovke je očistenie životného prostredia vidieť. Na 150-metrovom strednom páse z vlaňajších 8 billboardov zostali len tri. Takže predsa dobrá správa. Kde sa potom podeli, ak celkovo ich počet v **Petržalke** neklesol? Niektoré sa presunuli na Panónsku cestu. Zhustli od Tesca na Rusovce. K postávajúcim a mávajúcim kamiónovým neviestkam pribudli na štvorprúdovke billboardy s usmiateymi či vážne sa tváriacimi politikmi. Idú voľby... Každý má svoje záujmy.

Slovenské - nič! (po druhý raz)

Alebo nádej zomrela posledná. Pred týždňom v NR SR. Bol to už precíznejší a obsiahlejší návrh, ktorý mal riešiť problém billboardov. Poslankyňa Lucia Žitňanská (SDKÚ-DS) išla na príčinu, nie na dôsledky. Presadiť to ako novelu stavebného zákona. Poslankyňa dôvodila, že práve samosprávy sú zodpovedné za rozvoj a výzor svojho územia. Nemajú však na to nástroje. Preto má dať novela samosprávam, obciam, mestám právo, aby si všeobecne záväzným nariadením regulovali

umiestňovanie reklamných zariadení. Tiež sa navrhuje nový typ miestnej dane ako daň za vonkajšiu reklamu. A napokon novelou zákona o pozemných komunikáciách by sa informačné, reklamné a propagačné zariadenia pri diaľniciach, rýchlostných komunikáciách, cestách I. triedy a miestnych komunikáciách budovaných ako rýchlostná komunikácia mohli umiestniť minimálne 200 metrov od osi príslušného jazdného pásu a pri cestách II. a III. triedy a miestnych komunikáciách I. až III. triedy minimálne 100 metrov od osi príslušného jazdného pásu, nad a pod pozemnou komunikáciou. Čiže nezakázať, ale regulovať. Poslankyňa zdôvodňovala, že vonkajšia reklama nie je iba prejav ekonomickej aktivity, jej výskyt, resp. regulácia je predovšetkým signál o hodnotovom systéme danej krajiny, o vzťahu k verejným priestorom. Tie slúžia celej spoločnosti, nie sú zdrojom podnikania. Nie náhodou ekonomicky najvyspelejšie, demokratické štáty vonkajšiu reklamu v krajine skoro vôbec nepoznajú, alebo ju majú prísne regulovanú. Takými sú Švajčiarsko, Nemecko, Francúzsko, Rakúsko, Dánsko a iné.

Návrh novely Lucie Žitňanskej neprežil ani prvé čítanie. Hlasovalo zaň 58 poslancov, proti bolo 63. Ako je v slovenskej politike zvykom, čo nie je od nás, je cudzie a zlé, aj keby bolo rovno od pána Boha a celé zo zlata. Na aký obraz je Slovensko vydané, je z hlasovania čitateľné.

Slovenské - nič! (po koľký raz?)

Naozaj je už bez nádeje, hoci ide iba o bilbordy? Lebo na iné "nenádeje" sme si už akosi časom privykli. Touto krajinou, ktorú našim ľuďom doprial Boh, sa stáročiami prehánali kadejaké vojská. Pustošili ju cudzí. Slovníkom baťka Mináča sa však zakaždým ľud pozviechal, zem na- dýchla, stromy vyrástli. No ťažko to dokáže, ak ju pustošia vlastní. Aj keď počtom zanedbateľná menšina, no okamihovou mocou presila. Aká obrovská musí byť v tejto krajine Gorila, koľko sa ešte musí napásť, aby väčšina, vskutku veľikánska väčšina našla v sebe toľko vôle, záujmu a odvahy, aby zabránila nivočeniu vlastnej krajiny?

Texty k obr.:

SLOVENSKO

AJ TAKÁTO JE **PETRŽALKA**

FRANCÚZSKO

CHORVÁTSKO

MAĎARSKO

TALIANSKO