

BIURO ROZWOJU GDAŃSKA, ul. Wały Piastowskie 24 80-855 GDAŃSK

STUDIUM KONCEPCJI REGULACJI ESTETYKI MIASTA



**Raport z badań przeprowadzonych wśród przedstawicieli
Rad Dzielnic i Rad Osiedli w Gdańsku**

Gdańsk, maj 2012 roku

Spis treści

Streszczenie	3
1. Metodologia badań	5
1.1. Założenia badawcze	6
1.2. Metoda badawcza	6
1.3. Charakterystyka badanej próby	9
2. Zainteresowanie i ocena przestrzeni Gdańska	15
3. Przestrzenie publiczne i półpubliczne w Gdańsku	23
3.1. Istniejące przestrzenie publiczne i półpubliczne	24
3.2. Potrzeba tworzenia nowych przestrzeni publicznych i półpublicznych	28
3.3. Najważniejsze problemy estetyki przestrzeni publicznych i półpublicznych	30
4. Ocena estetyki przestrzeni	43
5. Reklama w przestrzeni miasta	57
6. Regulacje dotyczące zagospodarowania przestrzeni	71
Podsumowanie	79
Bibliografia	84
Aneks nr 1. Spis tabel	84
Aneks nr 2. Spis wykresów	85
Aneks nr 3. Kwestionariusz ankiety	87

Streszczenie

Niniejsze opracowanie to raport z pierwszych badań społecznych prowadzonych w ramach Konceptcji Regulacji Estetyki Miasta (KREM). Skierowane było do przedstawicieli gdańskich Rad Osiedli i Rad Dzielnic jako lokalnych liderów i przedstawicieli mieszkańców najlepiej zorientowanych w kwestii estetyki najbliższego otoczenia, największych bolączek z tym związanych, postaw wobec przestrzeni wspólnej.

Badanie składało się z 6 części dotyczących: zainteresowania przestrzenią miejską, postrzegania i oceny reklam na terenie Gdańska, oceny wybranych elementów przestrzeni miasta przedstawionych na załączonych zdjęciach, postaw wobec propozycji regulacji kwestii związanych z zagospodarowaniem przestrzennym, sposobu zagospodarowania i stanu przestrzeni na terenie poszczególnych osiedli i dzielnic, charakterystyki społeczno-demograficznej respondentów.

W badaniu udział wzięło 131 spośród 450 gdańskich radnych z Rad Osiedli i Rad Dzielnic.

Najważniejsze wnioski płynące z badania to:

1. respondenci zdecydowanie interesują się wyglądem Gdańska (96,9%),
2. respondenci raczej pozytywnie oceniają Gdańsk pod względem architektonicznym – podoba się on lub raczej podoba dwóm na trzech respondentów (67,2%),
3. respondenci mieli trudności ze wskazaniem najładniejszej, najlepiej urządzonej przestrzeni ogólnodostępnej,
4. respondenci zdecydowanie poparli twierdzenie o potrzebie utworzenia nowych przestrzeni publicznych i półpublicznych na terenie własnego osiedla i dzielnicy.
5. najważniejsze problemy estetyki przestrzeni to śmieci, bazgroły i napisy na ścianach, a także stan techniczny budynków i stan elewacji budynków; reklamy, grodzienia budynków, kolorystyka elewacji i dachów są kwestiami drugorzędnymi.
6. w przypadku reklam wyżej oceniane były przestrzenie, w których reklamy ulokowane były w sposób uporządkowany,
7. trudno mówić o istnieniu jednego kanonu estetycznego dotyczącego oceny kolorystyki elewacji,

8. respondenci często zwracają uwagę na reklamy, jednak w przeważającej części nie są oceniane pozytywnie,
9. w skali całego miasta respondenci uważają, że reklam jest zbyt dużo, w skali dzielnicy lub osiedla i najbliższego otoczenia wzrasta odsetek osób, które stwierdzały, że liczba reklam jest odpowiednia, pojawiały się także opinie, że reklam jest zbyt mało,
10. większość respondentów sprzeciwia się lokalizacji reklam na budynku, w którym mieszka,
11. respondenci nie określili jednoznacznie czy nośniki reklamowe zlokalizowane na plażach i w parkach są dla nich przeszkodami czy też nie są,
12. dla kierowców przeszkodę stanowią przede wszystkim reklamy dynamiczne: ekrany wideo na ulicy i reklamy z wideoprojektorów na ścianach,
13. respondenci popierają funkcjonowanie stosownych przepisów nakazujących dostosowanie zabudowy do istniejącego stylu,
14. respondenci akceptują prawo władz miasta do decydowania o obecności reklam na prywatnej działce, w mniejszym stopniu do decydowania o kolorystyce dachów i elewacji, w najmniejszym o kształcie i kolorze ogrodzenia,
15. za możliwością grodzienia budynków w większym stopniu opowiadają się mieszkańcy budynków jednorodzinnych, w zdecydowanie niższym budynków wielorodzinnych.



1. Metodologia badań

1.1. Założenia badawcze

Jednym z elementów prac nad Koncepcją Regulacji Estetyki Miasta (KREM) jest poznanie stopnia zróżnicowania percepcji przestrzeni miasta oraz potrzeb i postaw mieszkańców dotyczących estetyki miasta. Podstawą tych działań są badania społeczne.

Pierwsze (z dwóch planowanych¹) badań skierowane było do przedstawicieli gdańskich Rad Osiedli i Rad Dzielnic jako lokalnych liderów i przedstawicieli mieszkańców najlepiej zorientowanych w kwestii estetyki najbliższego otoczenia, największych bolączek z tym związanych, postaw wobec przestrzeni wspólnej.

W dalszej części opracowania kursywą oznaczono cytaty z wypowiedzi respondentów. W rozkładzie przestrzennym dane przedstawiano w oparciu o podział miasta na jednostki urbanistyczne.

1.2. Metoda badawcza

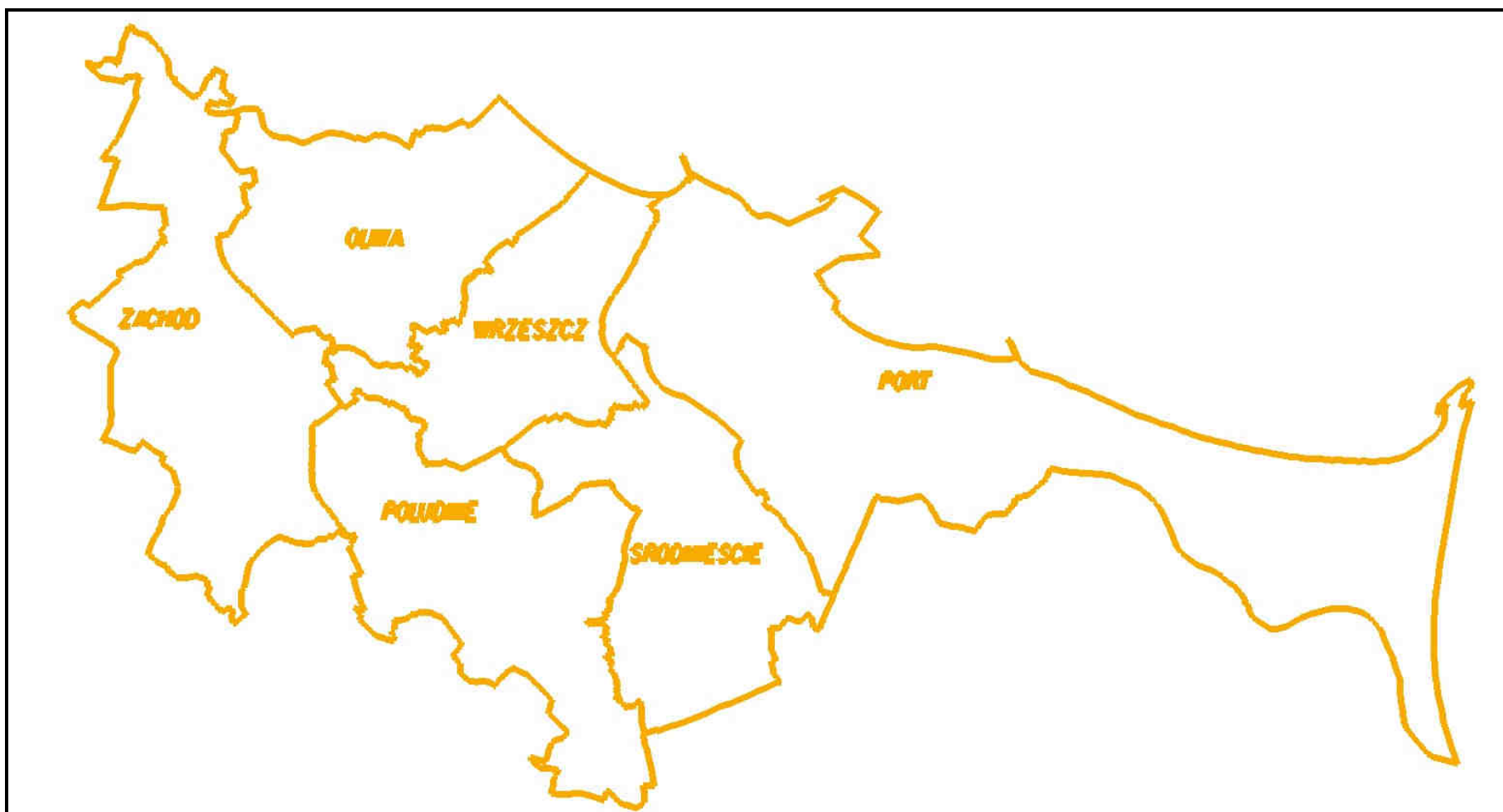
Badanie przeprowadzone zostało za pomocą ankiety internetowej w dniach od 1 do 31 marca 2012 roku.

Jak wcześniej zaznaczono, dobór próby badawczej był doborem celowym – do badania zaproszono przedstawicieli Rad Osiedli i Rad Dzielnic.

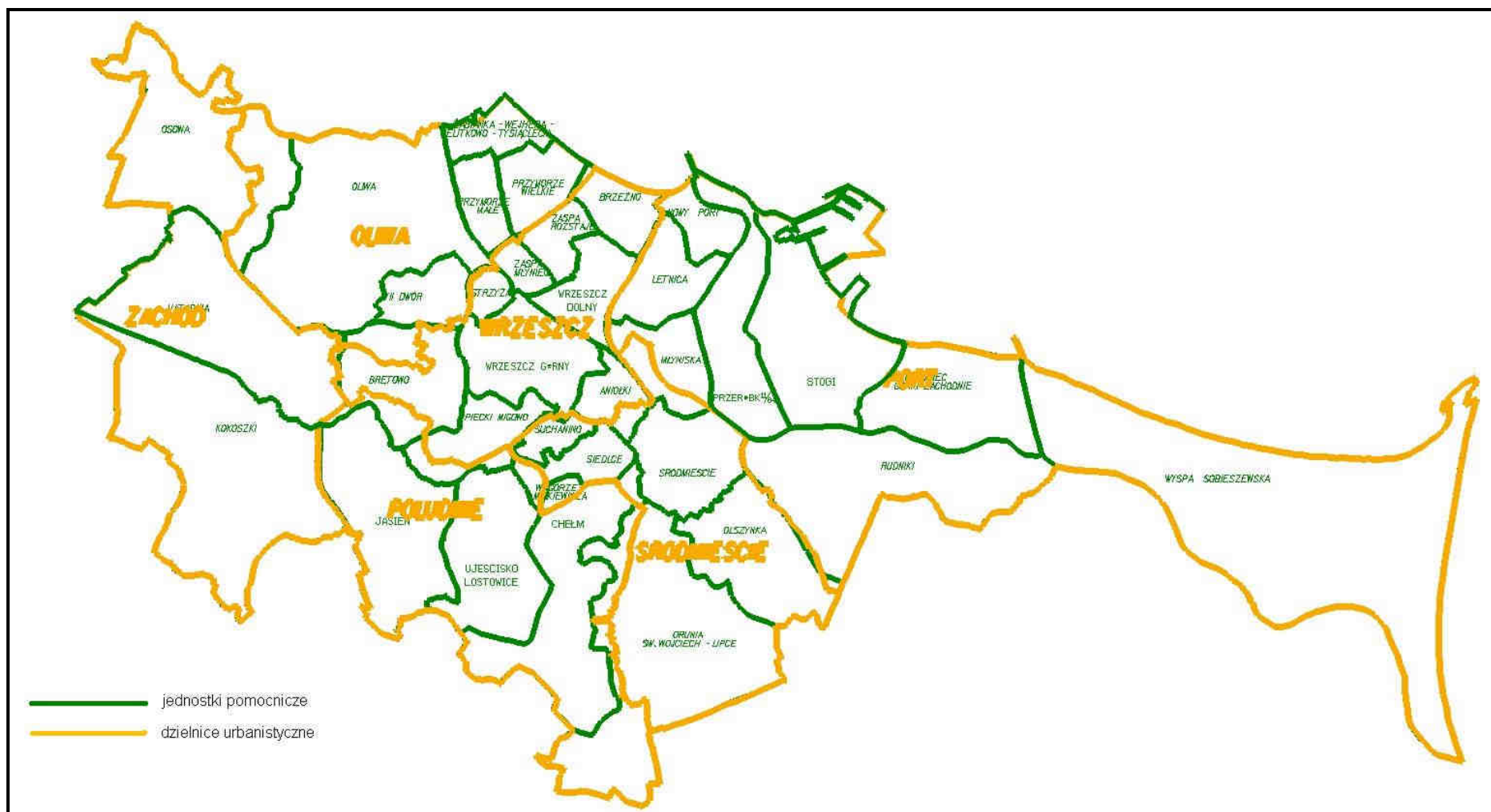
Badanie składało się z 6 części dotyczących:

1. zainteresowania przestrzenią miejską,
2. postrzegania i oceny reklam na terenie Gdańska,
3. oceny wybranych elementów przestrzeni miasta przedstawionych na załączonych zdjęciach,
4. postaw wobec propozycji regulacji kwestii związanych z zagospodarowaniem przestrzennym,
5. sposobu zagospodarowania i stanu przestrzeni na terenie poszczególnych osiedli i dzielnic,
6. charakterystyki społeczno-demograficznej respondentów.

¹ Drugi etap badań przeprowadzony zostanie w październiku 2012 roku. Badania skierowane będą do wszystkich mieszkańców Gdańska. Badania zostaną przeprowadzone we współpracy z Katedrą Geografii Ekonomicznej Uniwersytetu Gdańskiego.



Ryc. 1. Podział Gdańska na dzielnice urbanistyczne
Źródło: opracowanie własne Biura Rozwoju Gdańska.



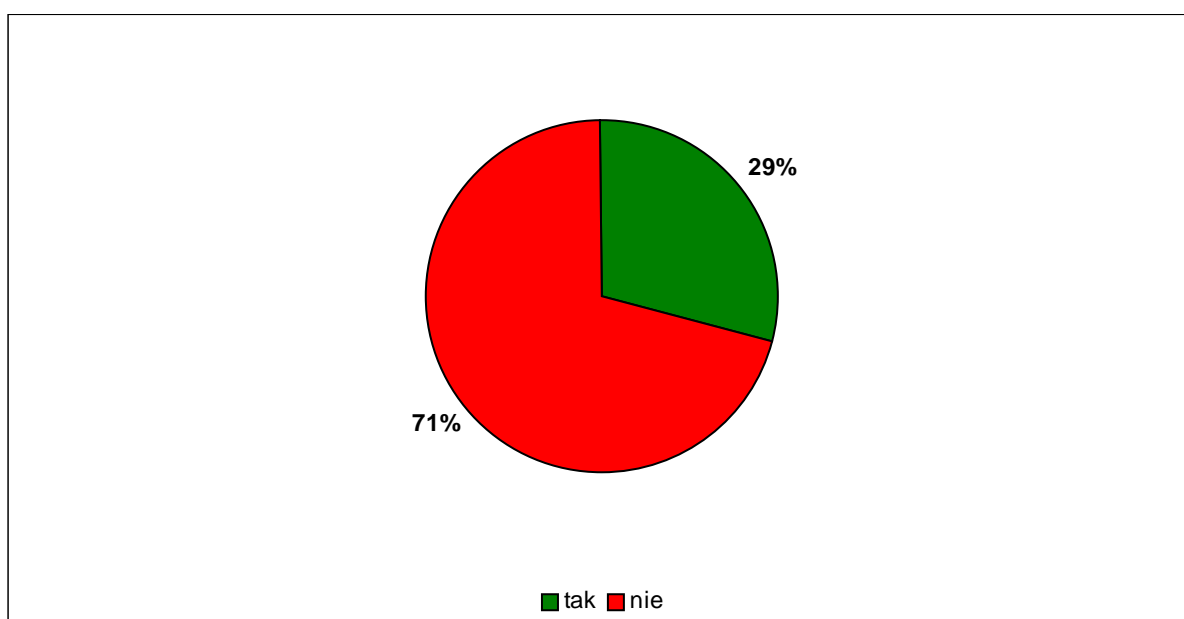
Ryc. 2. Podział Gdańska na dzielnice urbanistyczne i jednostki pomocnicze

Źródło: opracowanie własne Biura Rozwoju Gdańska.

Część pytań było powtórzeniem pytań z badań opinii publicznej realizowanych przez CBOS (próba ogólnopolska) lub na zlecenie Izby Gospodarczej Reklamy Zewnętrznej (badania prowadzone w Warszawie i Krakowie). Uzyskane wyniki pozwoliły na sprawdzenie czy i porównanie w jakim stopniu opinie gdańskiej społeczności są podobne lub różne od przekonań statystycznego mieszkańca Polski, a także Warszawy i Krakowa.

1.3. Charakterystyka badanej próby

W badaniu udział wzięło 131 spośród 450 gdańskich radnych z Rad Osiedli i Rad Dzielnic.



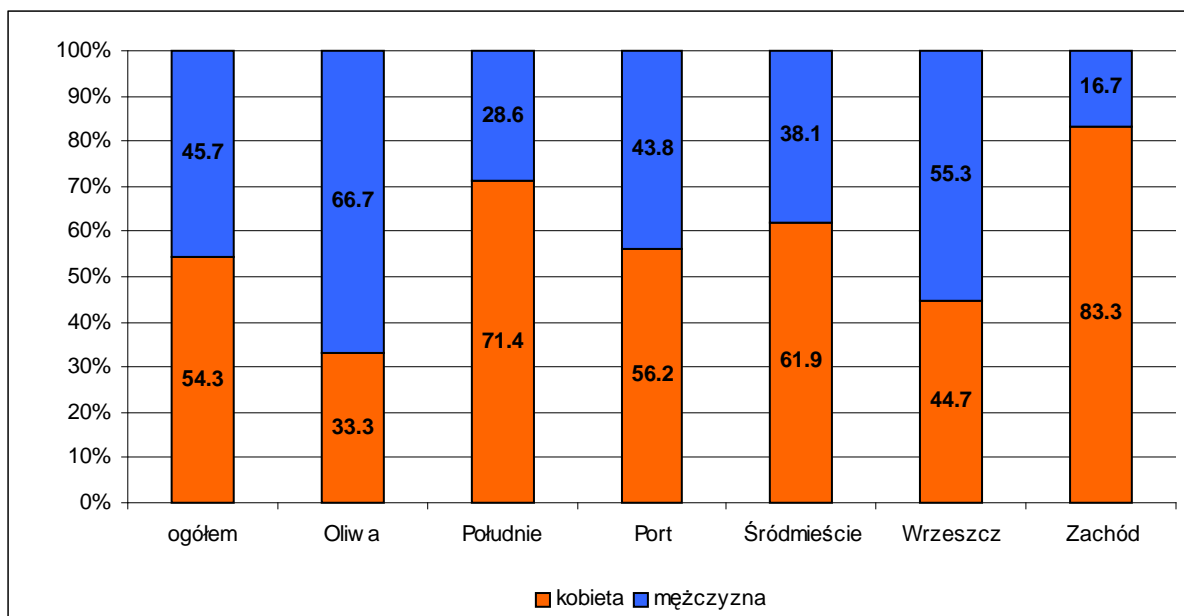
Ryc. 3. Udział przedstawicieli Rad Osiedli i Rad Dzielnic w badaniu (n=450)

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Wśród badanych osób przeważały kobiety (54,3%), przewaga ta widoczna była szczególnie w przypadku dzielnic urbanistycznych Południe (71,45) i Zachód (83,3%). Mężczyźni przeważali wśród respondentów w Oliwie (66,7%) i Wrzeszczu (55,3%).

W Gdańsku w 2010 roku wśród wszystkich mieszkańców także przeważały kobiety – ich odsetek wynosił 52,7%².

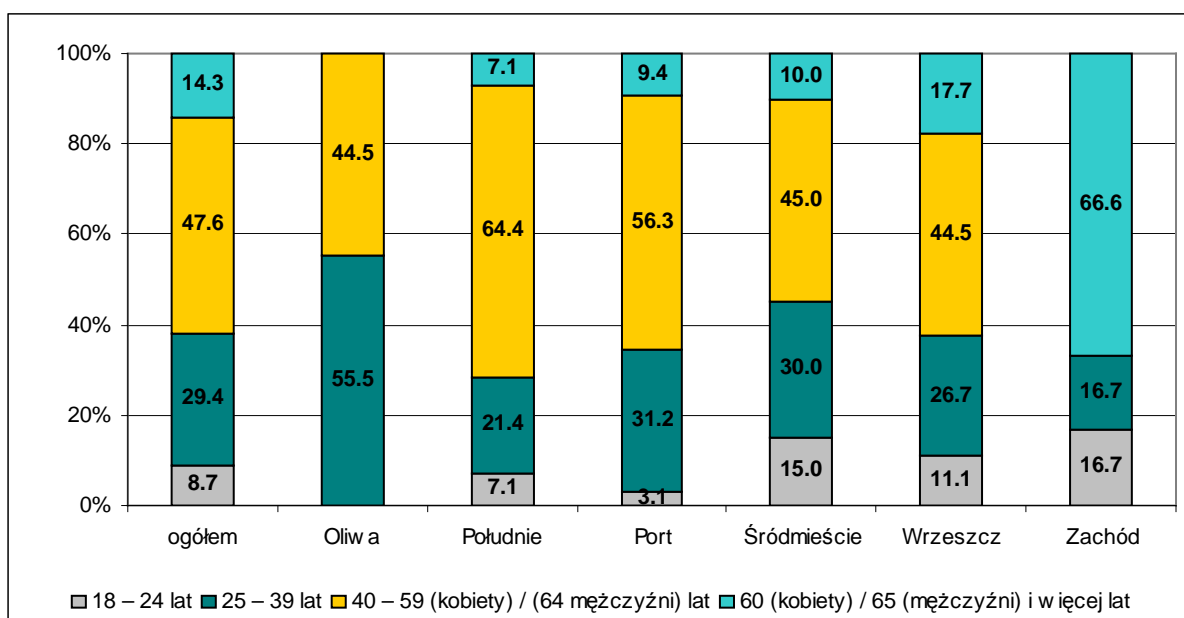
² Informator o sytuacji społeczno-ekonomicznej Gdańska za rok 2011, Urząd Miejski w Gdańsku, Urząd Statystyczny w Gdańsku, Gdańsk, 2011.



Ryc. 4. Płeć respondentów (n=129)

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

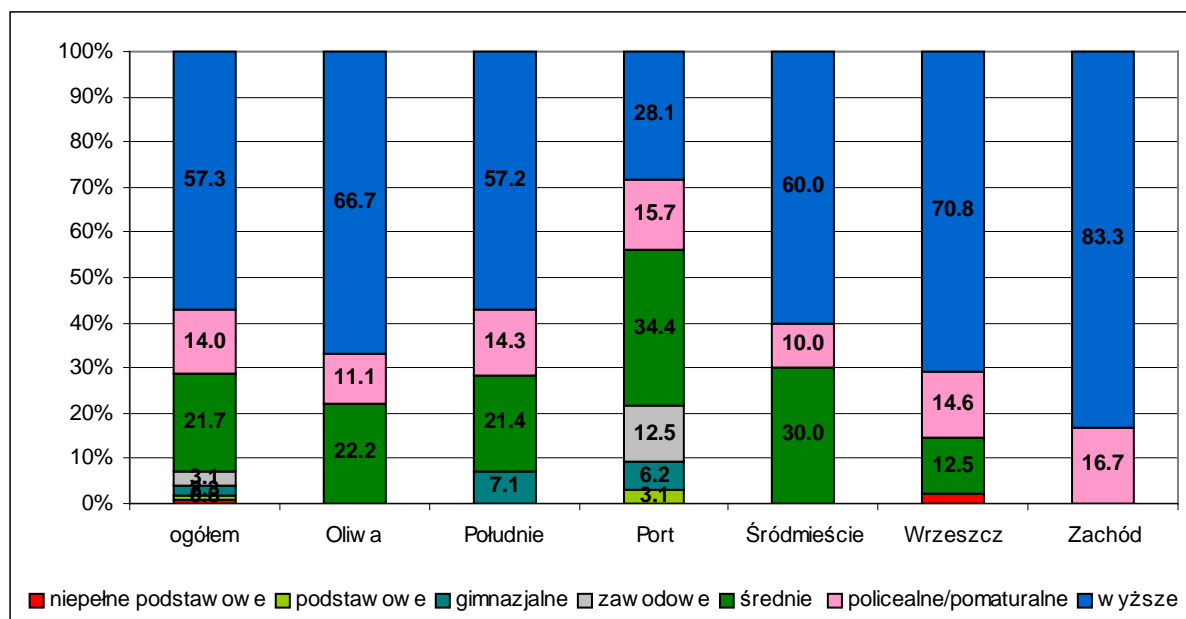
Najliczniejszą grupę respondentów stanowiły osoby w wieku 40-59 (w przypadku kobiet) oraz 40-64 lat (w przypadku mężczyzn) – 47,6%. Wyjątek stanowiły dzielnice: Oliwa, gdzie przeważały osoby w wieku 25-39 lat (55,5%), w Zachodzie w wieku 60 (kobiety) i 65 (mężczyźni) lat i więcej (66,6%).



Ryc. 5. Wiek respondentów (n=126)

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

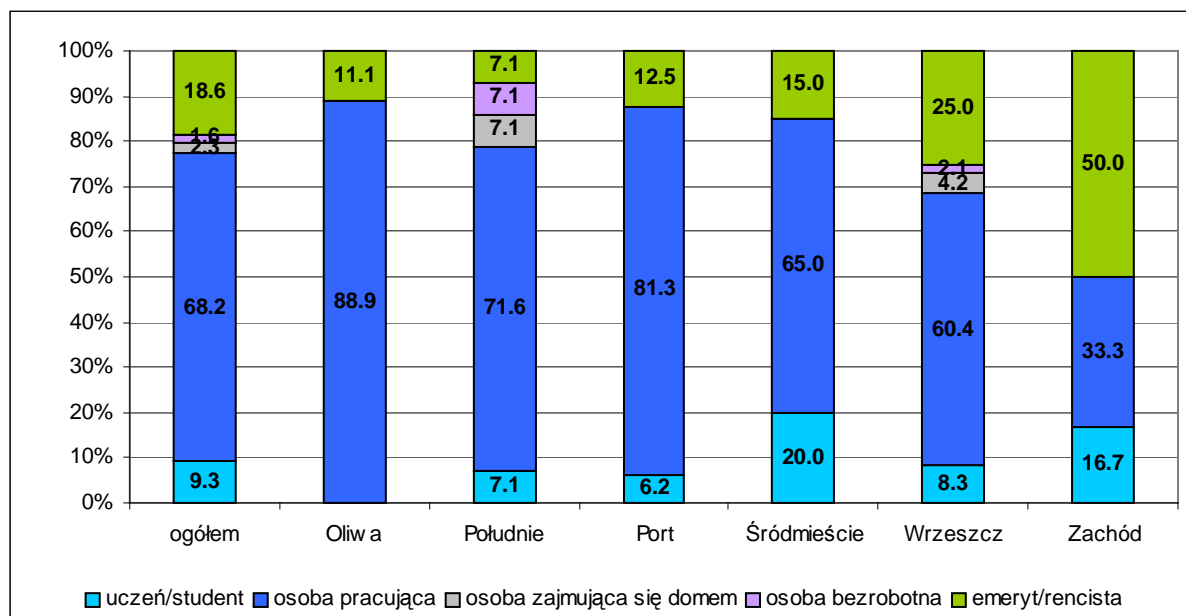
Wśród respondentów najliczniej reprezentowane były osoby z wykształceniem wyższym (57,3%), wyjątek stanowiła dzielnica urbanistyczna Port, gdzie największą grupę stanowiły osoby z wykształceniem średnim (34,4%).



Ryc. 6. Wykształcenie respondentów (n=129)

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

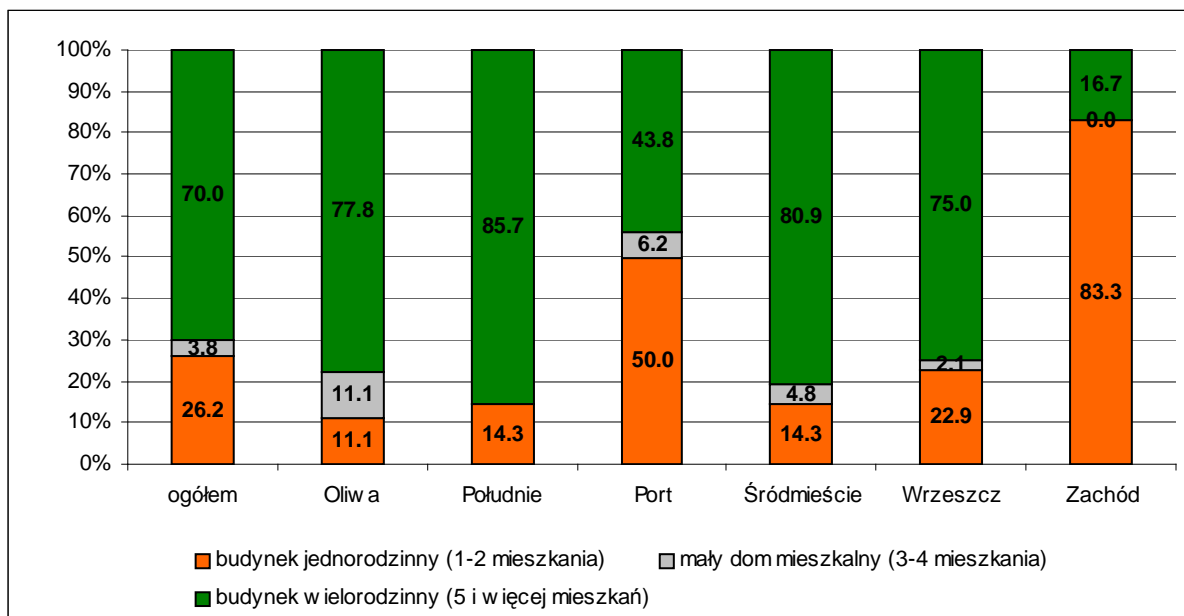
W badaniu najliczniej udział wzięły osoby pracujące (68,2%), jedynie w dzielnicy urbanistycznej Zachód przewagę stanowili emeryci i renciści (50,0%).



Ryc. 7. Status zawodowy respondentów (n=129)

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Największy odsetek respondentów zamieszkiwał w budynkach wielorodzinnych (70,0%), najmniejszy w małych domach mieszkalnych (3,8%). Dla porównania, struktura zasobów mieszkaniowych dla Gdańska w oparciu o liczbę mieszkańców przedstawia się następująco: budynki jednorodzinne – 11%, małe domy mieszkalne – 3%, budynki wielorodzinne – 86%³.

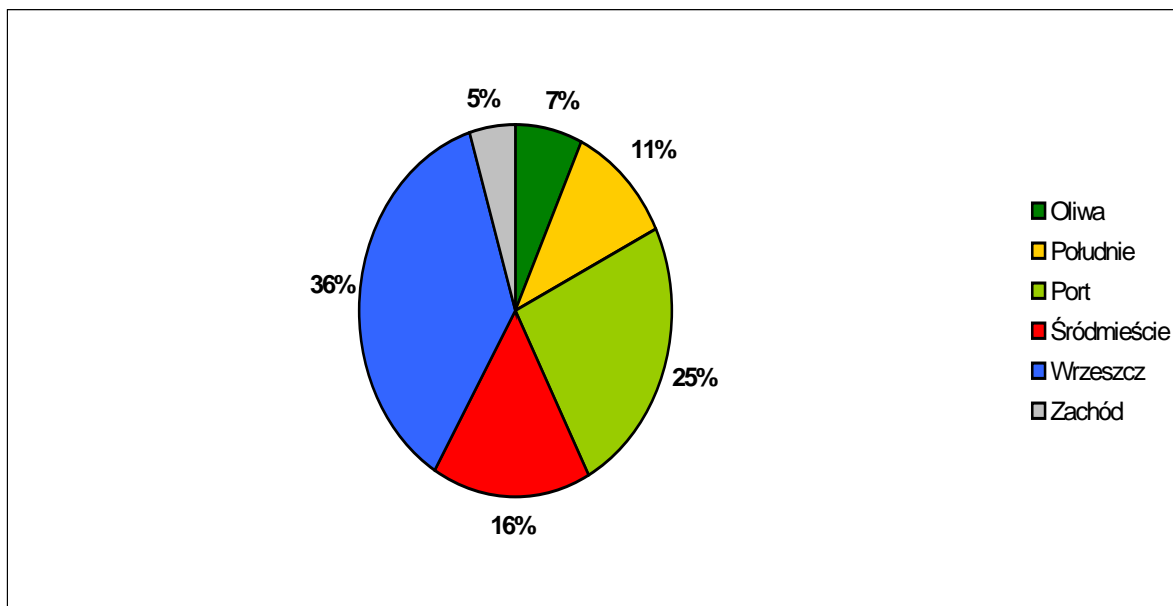


Ryc. 8. Typ zawodowy, w której mieszkają respondenci (n=129)

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Wśród respondentów najliczniej reprezentowane były dzielnice urbanistyczne Wrzeszcz (36%) i Port (25%), co wynika z faktu, że na ich terenie działa połowa ze wszystkich działających aktualnie w Gdańsku Rad Dzielnic i Osiedli – szczegółową strukturę miejsca zamieszkania respondentów według jednostek pomocniczych przedstawiono w tabeli 1.

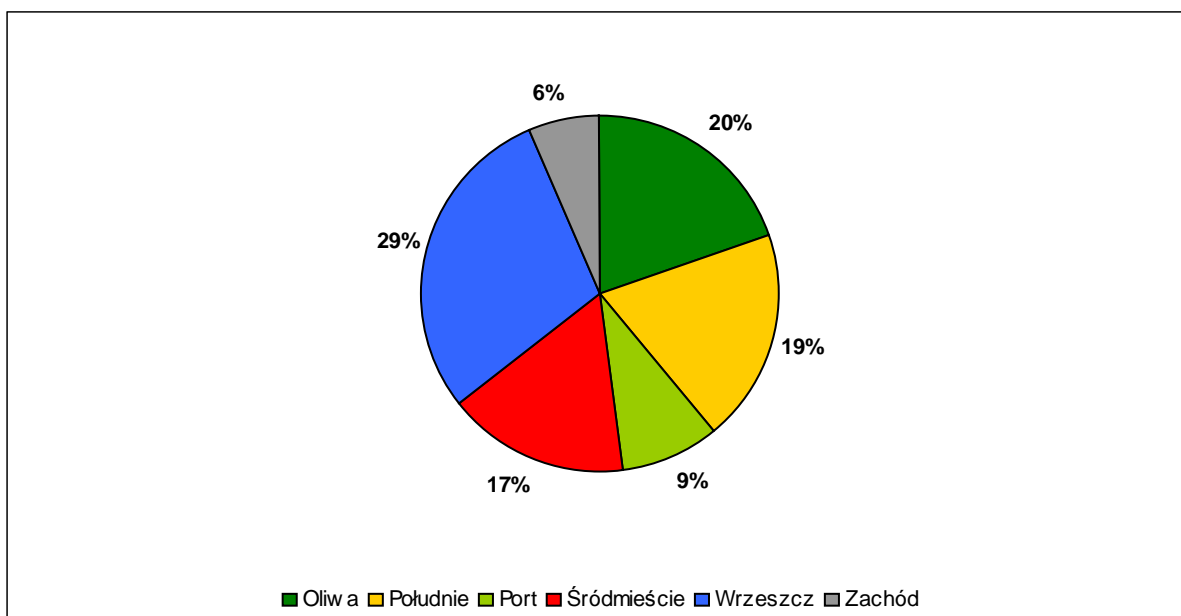
³ Opracowanie własne Biura Rozwoju Gdańska.



Ryc. 9. Miejsce zamieszkania respondentów wg dzielnic urbanistycznych (n=130)

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Porównać można strukturę miejsca zamieszkania według dzielnic urbanistycznych respondentów oraz wszystkich mieszkańców Gdańska zameldowanych na pobyt stały. Różnica widoczna jest przede wszystkim w przypadku dzielnic urbanistycznych Port (16%) oraz Oliwa (13%), mniejsza w przypadku dzielnic urbanistycznych Południe (8%) i Wrzeszcz (7%).



Ryc. 10. Mieszkańcy Gdańska zameldowani na pobyt stały według dzielnic urbanistycznych

Źródło: opracowanie własne Biura Rozwoju Gdańska na podstawie danych Referatu Ewidencji Ludności Urzędu Miejskiego w Gdańsku, stan na 31 grudnia 2011 roku.

Tab. 1. Miejsce zamieszkania respondentów wg jednostek pomocniczych (n=130)

lp.	jednostka pomocnicza	%
1.	Brętowo	2,3
2.	Brzeźno	6,9
3.	Chełm	0,8
4.	Jasień	5,4
5.	Kokoszki	2,3
6.	Krakowiec – Górki Zachodnie	0,8
7.	Letnica	0,0
8.	Młyniska	0,0
9.	Nowy Port	2,3
10.	Oliwa	3,8
11.	Olszynka	1,5
12.	Orunia – Św. Wojciech – Lipce	8,5
13.	Osowa	2,3
14.	Piecki – Migowo	3,1
15.	Przeróbka	4,6
16.	Rudniki	11,8
17.	Siedlce	1,5
18.	Stogi	3,8
19.	Strzyża	7,7
20.	Śródmieście	3,8
21.	Ujeścisko – Łostowice	4,6
22.	VII Dwór	1,5
23.	Wrzeszcz Dolny	3,1
24.	Wrzeszcz Górny	10,0
25.	Wyspa Sobieszewska	1,5
26.	Wzgórze Mickiewicza	0,8
27.	Zaspa – Młyniec	3,8
28.	Żabianka – Wejhera – Jelitkowo – Tysiąclecia	1,5

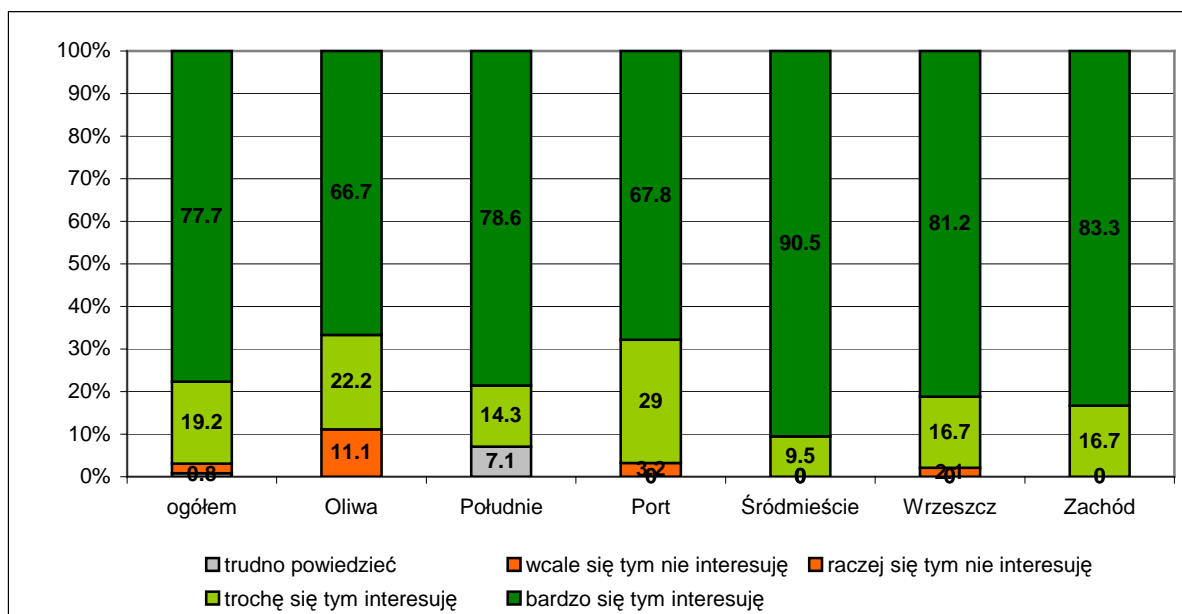
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.



2. Zainteresowanie i ocena przestrzeni Gdańska

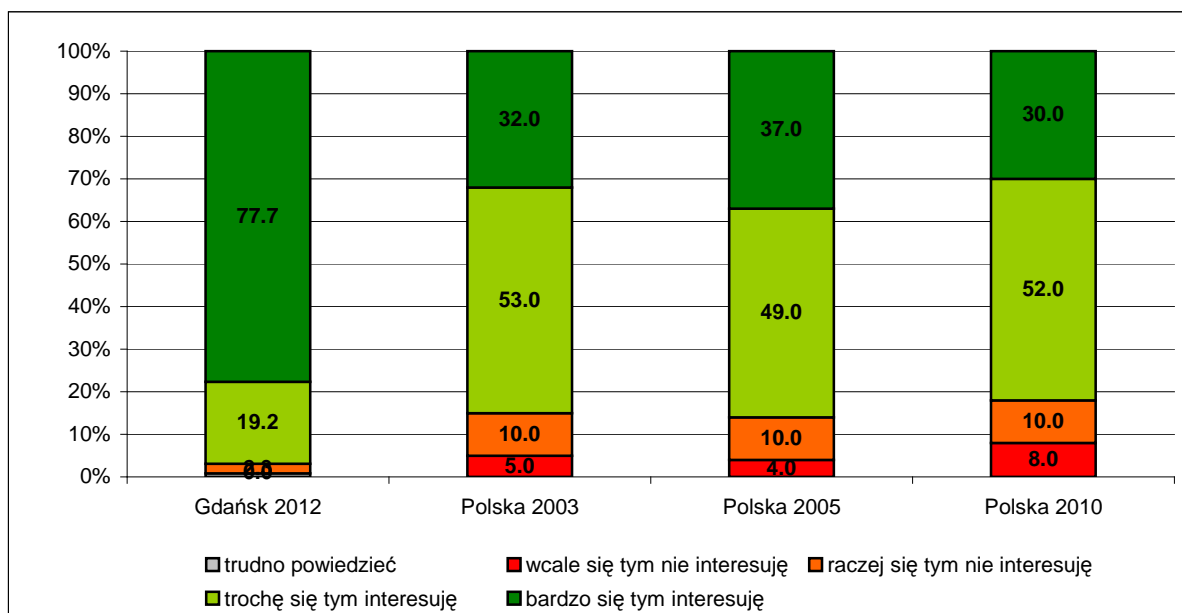
Kolejnym problemem badawczym zawartym w ankiecie było zainteresowanie wyglądem Gdańska oraz ogólna ocena przestrzeni miejskiej.

Respondenci zdecydowanie interesują się wyglądem Gdańska (96,9%), jedynie 3,1% osób badanych stwierdziło, że wygląd miasta ich nie interesuje lub nie sprecyzowali swojego stanowiska w tej kwestii.



Ryc. 11. Zainteresowanie wyglądem miejscowości zamieszkania (budynki, drogi, ulice i place, sposób zabudowy i zagospodarowania terenu, n=130)

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

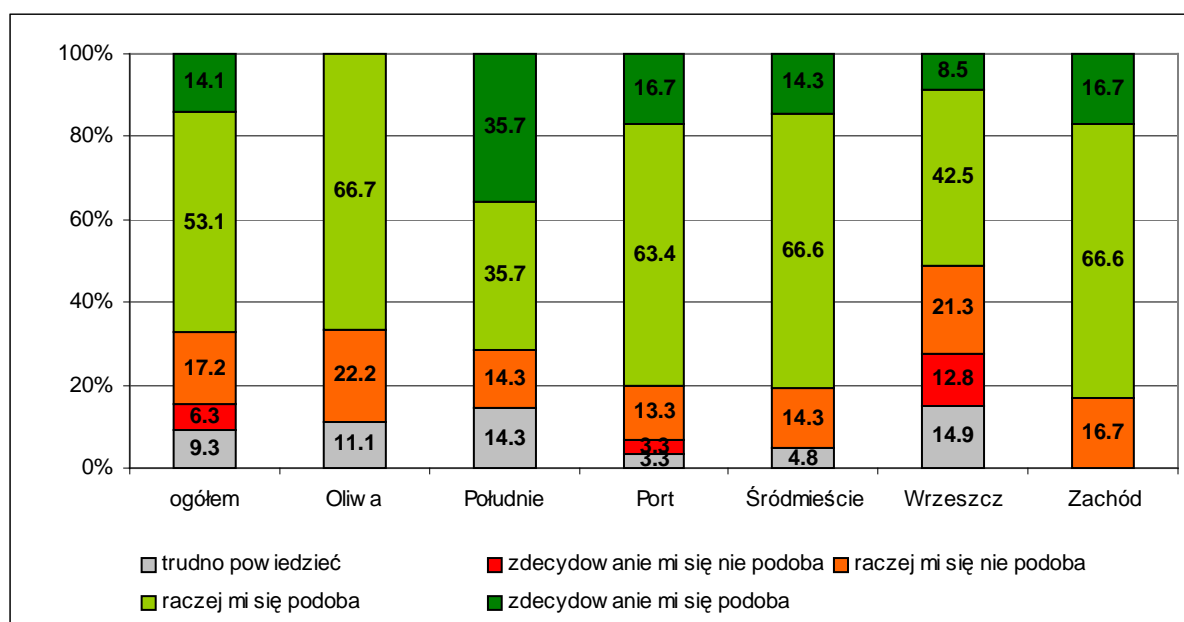


Ryc. 12. Zainteresowanie wyglądem Gdańska (budynki, drogi, ulice i place, sposób zabudowy i zagospodarowania terenu) – porównanie Gdańska (n=130) i wyników badań ogólnopolskich

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań oraz Polacy o architekturze. Raport z badań, CBOS, 2010 (reprezentatywna losowo dobrana próba dorosłych mieszkańców Polski).

Porównując odpowiedzi gdańskich radnych osiedlowych i dzielnicowych z odpowiedziami respondentów z całej Polski widać, że uczestnicy gdańskich badań w większym stopniu interesują się wyglądem swojej miejscowości niż statystyczny mieszkaniec Polski.

Respondenci raczej pozytywnie oceniają Gdańsk pod względem architektonicznym – podoba się on lub raczej podoba dwóm na trzech respondentów (67,2%). Najbardziej krytyczni okazali się respondenci z dzielnicy urbanistycznej Wrzeszcz – Gdańsk pod względem pod względem architektonicznym podoba się lub raczej podoba jedynie połowie osób badanych (51,0%).

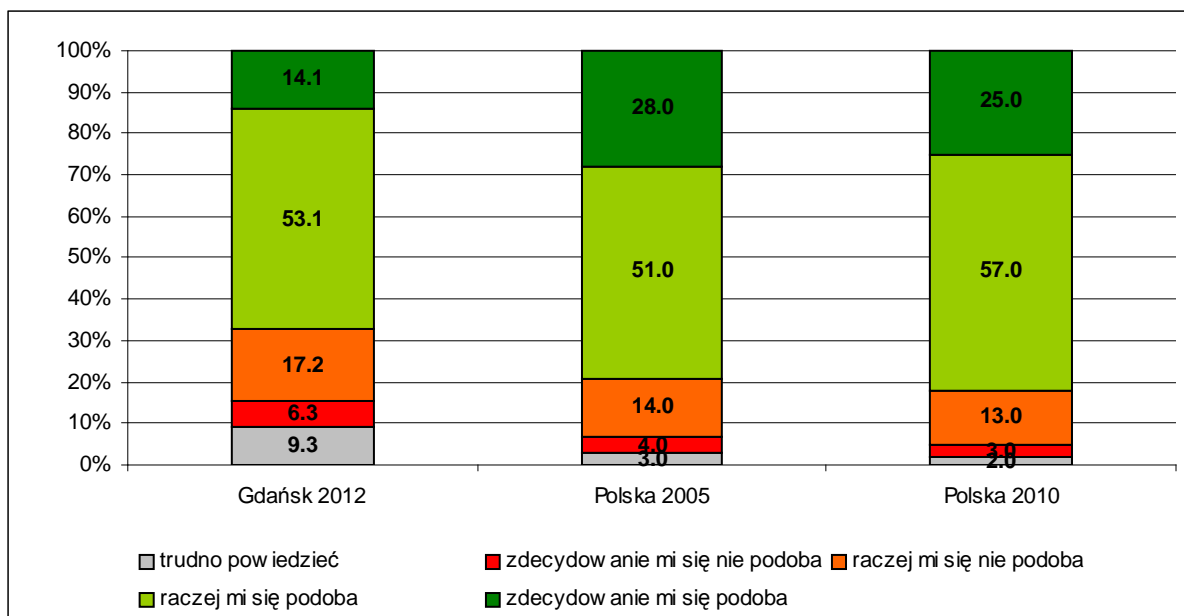


Ryc. 13. Ocena Gdańska pod względem architektonicznym (wygląd, rozmieszczenie w przestrzeni, wygoda użytkowania zabudowy, n=128)

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Odpowiedzi gdańskich radnych osiedlowych i dzielnicowych ponownie porównano z wynikami badań ogólnopolskich.

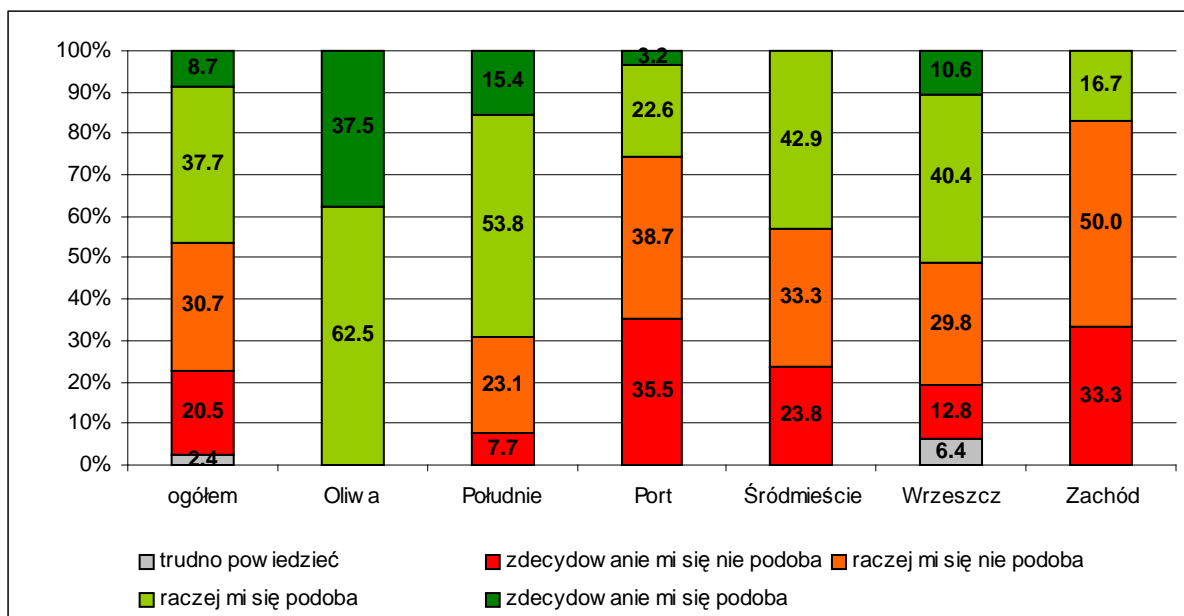
Porównanie wyników gdańskich i ogólnopolskich pokazuje, że radni osiedlowi i dzielnicowi bardziej interesują się wyglądem miasta, są też bardziej krytyczni w ocenach otaczającej przestrzeni.



Ryc. 14. Ocena miejscowości zamieszkania pod względem architektonicznym (wygląd, rozmieszczenie w przestrzeni, wygoda użytkowania zabudowy) – porównanie Gdańska (n=128) i wyników badań ogólnopolskich

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań oraz Polacy o architekturze. Raport z badań, CBOS, 2010.

Ocena architektoniczna własnej dzielnicy czy osiedla jest zdecydowanie niższa niż ocena Gdańska.

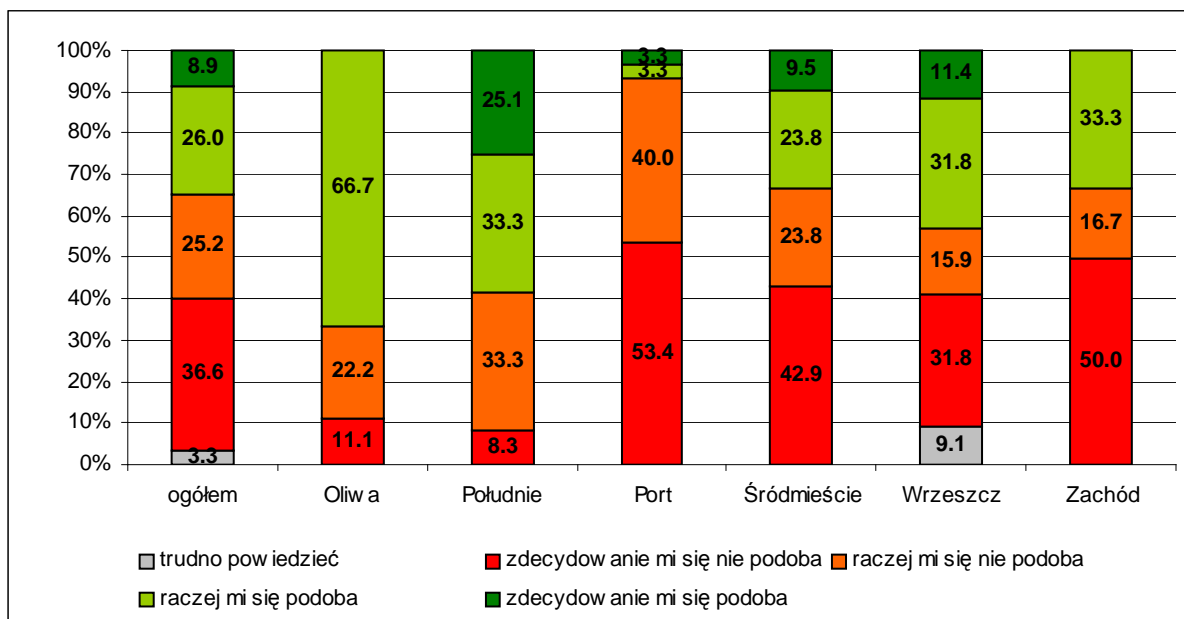


Ryc. 15. Ocena dzielnicy / osiedla zamieszkania pod względem architektonicznym (wygląd, rozmieszczenie w przestrzeni, wygoda użytkowania zabudowy, n=127)

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Własna dzielnica czy osiedle zdecydowanie się nie podoba lub raczej nie podoba się połowie respondentów (51,2%). Z wyglądu własnej dzielnicy / osiedla

zadowoleni są jedynie mieszkańcy dzielnicy urbanistycznej Oliwa (suma odpowiedzi zdecydowanie mi się nie podoba i raczej mi się podoba – 0,0%), bardziej niż przeciętnie respondentom podoba się także dzielnica urbanistyczna Południe (suma odpowiedzi zdecydowanie mi się nie podoba i raczej mi się podoba – 30,8%). Mniej niż przeciętnie podobają się z kolei dzielnice urbanistyczne Port (suma odpowiedzi zdecydowanie mi się nie podoba i raczej mi się nie podoba – 74,2%) i Zachód (suma odpowiedzi zdecydowanie mi się nie podoba i raczej mi się nie podoba – 83,3%).



Ryc. 16. Ocena najbliższego otoczenia budynku zamieszkania pod względem architektonicznym (wygląd, rozmieszczenie w przestrzeni, wygoda użytkowania zabudowy, n=123)

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Jeszcze niżej niż własne osiedle czy dzielnica oceniane jest najbliższe otoczenie budynku zamieszkania (suma odpowiedzi zdecydowanie mi się nie podoba i raczej mi się nie podoba – 61,8%). Podobnie jak w przypadku oceny własnej dzielnicy czy osiedla, wyżej najbliższe otoczenie oceniają respondenci z dzielnic urbanistycznych Oliwa (suma odpowiedzi zdecydowanie mi się nie podoba i raczej mi się nie podoba – 33,3%) i Południe (suma odpowiedzi zdecydowanie mi się nie podoba i raczej mi się nie podoba – 41,6%), a także Śródmieście (suma odpowiedzi zdecydowanie mi się nie podoba i raczej mi się nie podoba – 47,7%). Mniej niż przeciętnie podoba się z kolei sąsiedztwo miejsca zamieszkania respondentów z dzielnic urbanistycznych Port (suma odpowiedzi zdecydowanie mi się nie podoba i raczej mi się nie podoba – 93,4%) i Zachód (suma odpowiedzi zdecydowanie mi się nie podoba i raczej mi się nie podoba – 66,7%), a także

Śródmieście (suma odpowiedzi zdecydowanie mi się nie podoba i raczej mi się nie podoba – 66,7%).

Respondentów poproszono także o wskazanie do 3 czynników, które byłyby dla nich ważne przy hipotetycznym wyborze nowego domu lub mieszkania. Wyniki gdańskich badań porównano z wynikami badań ogólnopolskich.

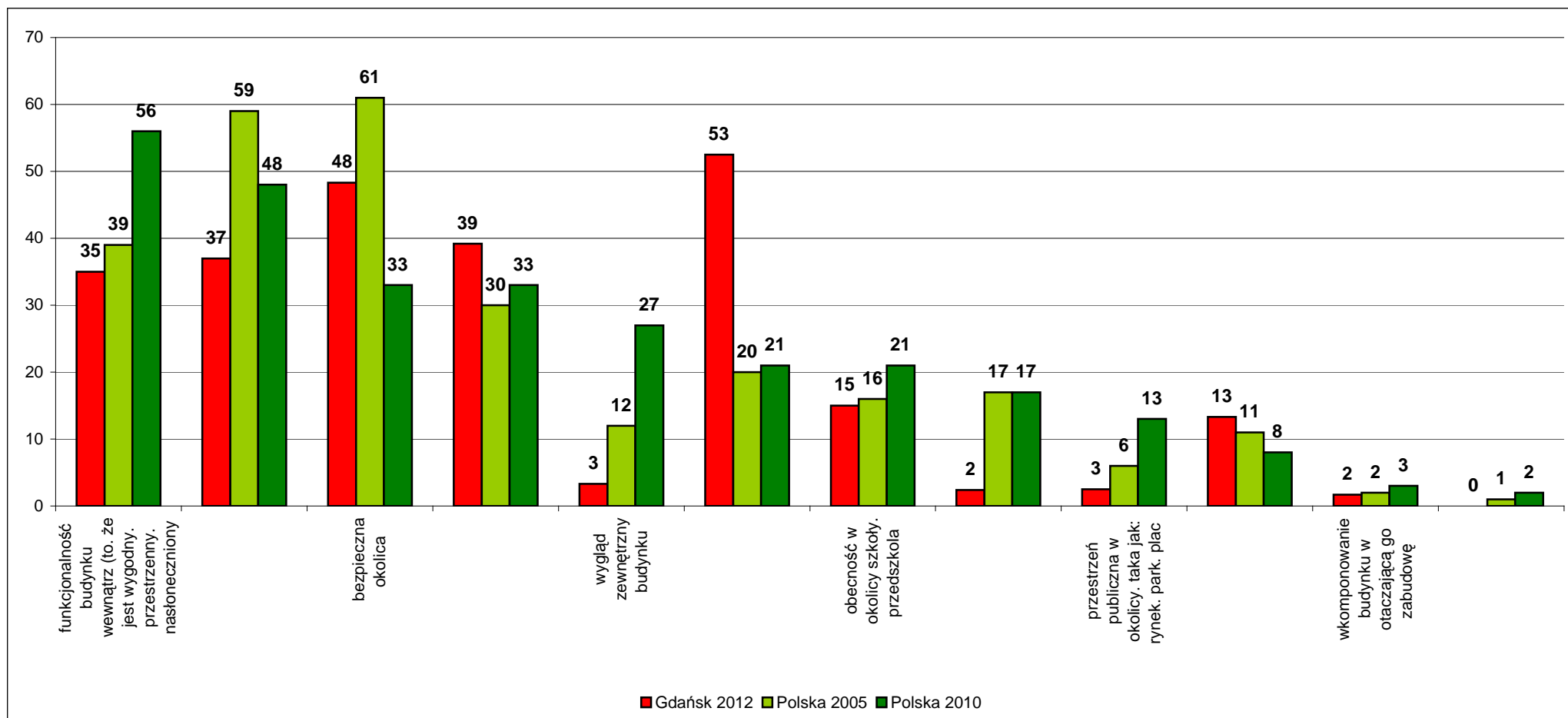
W przypadku gdańskich radnych osiedli i dzielnic najważniejszymi czynnikami wyboru nowego domu czy mieszkania okazały się:

- „dobra komunikacja z innymi miejscowościami (dzielnicami), dobry dojazd do miejsca zamieszkania, dobry dojazd do pracy” (52,5%),
- „bezpieczna okolica” (48,3%),
- „duża ilość zieleni i wolnej przestrzeni wokół miejsca zamieszkania” (39,2%).

W przypadku badań ogólnopolskich najważniejszymi czynnikami okazały się:

- „funkcjonalność budynku wewnątrz (wygodny, przestronny, nasłoneczniony)” – 56% w 2010 roku i 39% w 2005 roku,
- „niski koszt utrzymania” – 48% w 2010 roku i 59% w 2005 roku,
- „bezpieczna okolica” – 51% w 2005 roku i 33% w 2010 roku,
- „duża ilość zieleni i wolnej przestrzeni wokół miejsca zamieszkania” - 30% w 2005 roku i 33% w 2010 roku.

Zarówno w przypadku badań gdańskich, jak i badań ogólnopolskich ważniejsze są czynniki związane z wygodą zamieszkania i dostępnością komunikacyjną oraz sąsiedztwem usług. Na jakość architektury zwracają uwagę nieliczni respondenci. W przypadku odpowiedzi „wkomponowanie budynku w otaczającą go zabudowę” odsetek wskazań wahał się od 1,7% do 3%, w przypadku odpowiedzi „odmienność (wyróżnialność) budynku od innych budynków” w *okolicy* odsetek wskazań wynosił od 0% do 2%.



Ryc. 17. Czynniki wyboru nowego domu lub mieszkania – porównanie Gdańska (n=120) i wyników badań ogólnopolskich

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań oraz Polacy o architekturze. Raport z badań, CBOS, 2010. Odsetki odpowiedzi nie sumują się do 100%, ponieważ istniała możliwość udzielenia więcej niż 1 odpowiedzi.

Szczegółowy rozkład odpowiedzi na pytanie o czynniki wyboru nowego domu lub mieszkania w badaniach gdańskich przedstawia tab. 2.

Tab. 2. Czynniki wyboru nowego domu lub mieszkania (n=120)

lp.	czynniki wyboru nowego mieszkania lub domu	%						
		ogółem	Oliwa	Południe	Port	Śródmieście	Wrzeszcz	Zachód
1.	funkcjonalność budynku wewnątrz (to, że jest wygodny, przestrzenny, nasłoneczniony itp.)	35,0	22,2	30,8	36,7	28,6	35,4	33,3
2.	niski koszt utrzymania	37,0	22,2	23,1	43,3	33,3	37,5	16,7
3.	bezpieczna okolica	48,3	55,5	61,5	36,7	38,1	43,8	50,0
4.	duża ilość zieleni i wolnej przestrzeni wokół miejsca zamieszkania	39,2	44,4	53,8	40,0	28,6	31,2	50,0
5.	wygląd zewnętrzny budynku	3,3	0,0	0,0	3,3	4,8	6,2	0,0
6.	dobra komunikacja z innymi miejscowościami (dzielnicami), dobry dojazd do miejsca zamieszkania, dobry dojazd do pracy	52,5	44,4	69,2	56,7	33,3	50,0	33,3
7.	obecność w okolicy szkoły, przedszkola	15,0	22,2	15,4	6,7	14,3	15,6	0,0
8.	obecność w okolicy pozostałych obiektów użyteczności publicznej, takich jak: urzędy, sklepy, szpital, kino, basen itp.	2,4	11,1	7,7	20,0	4,8	18,8	33,3
9.	przestrzeń publiczna w okolicy, taka jak: rynek, park, plac	2,5	0,0	7,7	0,0	14,3	8,3	16,7
10.	obecność elementów małej architektury, takich jak: ławki, urządzenia rekreacyjne dla dzieci i młodzieży, osób starszych	18,3	0,0	7,7	23,3	23,8	16,7	16,7
11.	czyste chodniki i ulice	13,3	11,1	7,7	10,0	28,6	10,4	0,0
12.	wkomponowanie budynku w otaczającą go zabudowę	1,7	0,0	0,0	10,0	0,0	2,1	16,7
13.	odmienność (wyróżnialność) budynku od innych budynków w okolicy	0,0	0,0	0,0	10,0	0,0	0,0	0,0
14.	możliwość uczestniczenia w życiu społeczności lokalnej i współdecydowania o różnych przedsięwzięciach dotyczących m.in. zagospodarowania przestrzeni publicznej wokół miejsca zamieszkania	15,8	11,1	0,0	10,0	28,6	14,6	33,3
15.	jednolity styl zabudowy w okolicy	4,2	22,2	0,0	3,3	0,0	2,1	0,0
16.	trudno powiedzieć	1,7	0,0	0,0	3,3	0,0	2,1	0,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań. Odsetki odpowiedzi nie sumują się do 100%, ponieważ istniała możliwość udzielenia więcej niż 1 odpowiedzi.



3. Przestrzenie publiczne i półpubliczne

3.1. Istniejące przestrzenie publiczne i półpubliczne

Respondenci mieli trudności ze wskazaniem najładniejszej, najlepiej urządzonej przestrzeni ogólnodostępnej. Największy odsetek respondentów wskazał park (45,8%), najmniejszy odsetek na plac (9,9%) lub skwer (10,0%).

Tab. 3. Wskazanie najładniejszej, najlepiej urządzonej przestrzeni ogólnodostępnej na terenie Gdańska (n=131)

lp.	najładniejsza, najlepiej urządzone przestrzeń ogólnodostępna na terenie Gdańska	%						
		ogółem	Oliwa	Południe	Port	Śródmieście	Wrzeszcz	Zachód
1.	plac	9,9	33,3	14,3	9,4	4,8	8,3	0,0
2.	skwer	10,0	22,2	7,1	0,0	19,0	12,5	0,0
3.	park	45,8	88,9	35,7	40,6	66,7	39,6	16,7
4.	plac zabaw dla dzieci	20,6	55,5	21,4	15,7	19,0	20,8	0,0
5.	miejsce rekreacji (np. fitness na otwartym powietrzu)	21,4	55,5	14,3	15,7	23,8	2,1	0,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Konkretną lokalizację placu wskazało 13 osób, były to odpowiednio: plac Solidarności (3), plac Kobzdeja (2), Targ Węglowy (1), plac Heweliusza (1, prawdopodobnie plac przed Ratuszem Staromiejskim z pomnikiem Jana Heweliusza), plac Wybickiego (1), plac gen. Maczka (1), plac Obrońców Poczty Polskiej (1), były cmentarz ewangelicki na Oruni (1), plac przy ul. Dąbrowszczaków (1) oraz plac z fontanną przy ul. Przytulnej (1).

Skwer wskazało 11 osób: przy ul. Gościnniej (2), plac gen. Maczka (1), przy ul. Grobla I, w rejonie ul. Kaprów i Obrońców Westerplatte, plac Kobzdeja (1), przy ul. Kościuszki (1), molo w Brzeźnie (1), Pas Nadmorski (1), przy ul. Krałowicza (1), przy ul. Korzennej(1).

Lokalizację parku wskazało 57 osób⁴: Park Oliwski (31), Park Oruński (11), Park im. R. Reagana (10), Kuźniczki (2), Park im. Haffnera (2), park przy Gdańskim Uniwersytecie Medycznym (1) oraz Trójmiejski Park Krajobrazowy (1).

⁴ Jeden z respondentów wskazał 2 lokalizacje.

Na plac zabaw wskazało 27 osób: Kraina Zabawy na Przymorzu (8), place zabaw zlokalizowane na terenie Pasa Nadmorskiego (7), Strzyża (2) oraz przy ul. Bułgarskiej (1), Obywatelskiej (1), Siennickiej (1), Elbląskiej (1), Jasia i Małgosi (1), Jagiellońskiej (1) oraz gen. Maczka (1).

Konkretny teren rekreacyjny wskazało także 26 osób: Pas Nadmorski (19, w tym Park im. Reagana – 7, Park Haffnera w Brzeźnie – 2, bulwar i droga rowerowa od Brzeźna do Jelitkowa – 4), tereny zielone na Zaspie (2), Stogi i ul. Hoża (2), park Schopenhauera (1), tereny osiedla VII Dwór (1), opływy Motławy (1) oraz wał kanału Raduni (1).

Respondentów poproszono także o wskazanie przestrzeni publicznych zlokalizowanych na terenie własnej dzielnicy lub osiedla. Przestrzenie publiczne zostały zdefiniowane jako miejsca reprezentacyjne, odwiedzane nie tylko przez mieszkańców, lecz także spoza danego osiedla czy dzielnicy. Na istnienie przestrzeni publicznych wskazywali przede wszystkim respondenci z dzielnic urbanistycznych Oliwa (100,0%), Śródmieście (70,0%) oraz Wrzeszcz (66,6%), a więc obszarów zlokalizowanych w obrębie Centralnego Pasma Usługowego (CPU), powszechnie postrzeganych jako obszary centralne Gdańska. Respondenci zdecydowanie rzadziej wskazywali na istnienie przestrzeni publicznych w dzielnicach urbanistycznych Południe (21,4%), Zachód (16,7%) oraz Port (12,9%).

Tab. 4. Istnienie na terenie dzielnicy / osiedla przestrzeni publicznej (n=128)

lp.	przestrzeń publiczna na terenie dzielnicy / osiedla	%						
		ogółem	Oliwa	Południe	Port	Śródmieście	Wrzeszcz	Zachód
1.	tak	49,2	100,0	21,4	12,9	70,0	66,6	16,7
2.	nie	46,9	0,0	64,3	80,7	30,0	31,3	83,3
3.	trudno powiedzieć	3,9	0,0	14,3	6,4	0,0	2,1	0,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Respondenci wskazywali także przestrzenie półpubliczne na terenie własnej dzielnicy lub osiedla. Przestrzenie półpubliczne opisane zostały jako miejsce sprzyjające spotkaniom i kontaktom mieszkańców, miejsce spotkań, rekreacji.

Podobnie jak w przypadku przestrzeni publicznej także wszyscy respondenci z dzielnicy urbanistycznej Oliwa wskazali na istnienie przestrzeni półpublicznej. W przypadku pozostałych dzielnic zaobserwować można zjawisko odwrotnej zależności występowania przestrzeni publicznych i półpublicznych – tam, gdzie częściej niż przeciętnie wskazywano na istnienie przestrzeni publicznych rzadziej wskazywano na występowanie przestrzeni półpublicznych (Śródmieście, Wrzeszcz). Z kolei tam, gdzie rzadziej niż przeciętnie wskazywano na istnienie przestrzeni publicznych, częściej wskazywano na istnienie przestrzeni półpublicznych (Południe, Port, Zachód).

Tab. 5. Istnienie na terenie dzielnicy / osiedla przestrzeni publicznej (n=125)

lp.	przestrzeń półpubliczna na terenie dzielnicy / osiedla	%						
		ogółem	Oliwa	Południe	Port	Śródmieście	Wrzeszcz	Zachód
1.	tak	53,6	100,0	50,0	42,8	55,0	54,2	33,3
2.	nie	43,2	0,0	50,0	53,6	45,0	39,6	66,7
3.	trudno powiedzieć	3,2	0,0	0,0	3,6	0,0	6,2	0,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Poniżej przedstawiono miejsca wskazane przez respondentów jako przestrzenie półpubliczne w podziale na dzielnice urbanistyczne i jednostki pomocnicze:

1. dzielnica urbanistyczna Oliwa

- jednostka pomocnicza Oliwa – Park Oliwski,
- jednostka pomocnicza VII Dwór - Plac zabaw i boisko przy ulicy Michałowskiego,
- jednostka pomocnicza Żabianka – Wejhera – Jelitkowo – Tysiąclecia – Jelitkowo i skwery osiedlowe,

2. dzielnica urbanistyczna Południe

- jednostka pomocnicza Jasień – skwery przy ul. Przytulnej 17 i 36, Staw Wróbla, osiedlowy park na Jasieniu,
- jednostka pomocnicza Ujeścisko – Łostowice – Dom Sąsiedzki przy Domu Parafialnym przy ul. Przemyskiej 21, zbiorniki retencyjne przy ul. Człuchowskiej i Porębskiego, plac przy parkingu na Ujeścisku,

3. dzielnica urbanistyczna Port

- jednostka pomocnicza Nowy Port – przystań w kierunku Westerplatte, przystań Polferries,
- jednostka pomocnicza Przeróbka – ul. Sienna, Rada Osiedla i klub osiedlowy,
- jednostka pomocnicza Rudniki – skwer przy ul. Gdańskiego kolejarza, przestrzenie między blokami,
- jednostka pomocnicza Stogi – skwer osiedlowy,
- jednostka pomocnicza Wyspa Sobieszewska – plac przy przeprawie promowej w Świbnie,

4. dzielnica urbanistyczna Śródmieście

- jednostka pomocnicza Orunia – Św. Wojciech – Lipce – Park Oruński, ul. Gościnną,
- jednostka pomocnicza Siedlce – Rada Osiedla, park przy ul. Bema,
- jednostka pomocnicza Śródmieście – Stare Przedmieście, Bastiony,

5. dzielnica urbanistyczna Wrzeszcz

- jednostka pomocnicza Brętowo – teren szkoły pod lasem, okolice ul. Niedźwiednik – teren byłej strzelnicy, okolice ul. Podkarpackiej (planowany amfiteatr),
- jednostka pomocnicza Brzeźno – molo, plaża, promenada wzdłuż plaży, pętla tramwajowa,
- jednostka pomocnicza Piecki - Migowo – Migowo – dom kultury,
- jednostka pomocnicza Strzyża – firma Okaz przy ul. Wita Stwosza, plac gen. Maczka z placem zabaw, plac Marszałka Piłsudskiego, Strzyża, skwer przy przychodni,
- jednostka pomocnicza Wrzeszcz Dolny – kościół parafialny,
- jednostka pomocnicza Wrzeszcz Górny – Galeria Bałtycka, park Jaśkowej Doliny z ul. Jaśkowa Dolina, park przy ul. de Gaulle'a,
- jednostka pomocnicza Ząska – Młyniec – skwery osiedlowe i place zabaw, klub osiedlowy, kompleks boisk przy ul. Pilotów,

6. jednostka urbanistyczna Zachód

- jednostka pomocnicza Osowa – park przy ul. Zeusa i Chirona.

3.2. Potrzeba tworzenia nowych przestrzeni publicznych i półpublicznych

Kolejnym etapem badań była prośba o wskazanie potrzeby utworzenia na terenie dzielnicy lub osiedla nowej przestrzeni publicznej lub półpublicznej oraz o wskazanie lokalizacji takiej przestrzeni. We wszystkich dzielnicach urbanistycznych respondenci zdecydowanie poparli twierdzenie o potrzebie utworzenia nowych przestrzeni publicznych i półpublicznych na terenie własnego osiedla i dzielnicy.

Tab. 6. Potrzeba utworzenia na terenie osiedla / dzielnicy przestrzeni publicznej lub półpublicznej (n=128)

lp.	potrzeba utworzenia przestrzeni publicznej / półpublicznej na terenie dzielnicy / osiedla	%						
		ogółem	Oliwa	Południe	Port	Śródmieście	Wrzeszcz	Zachód
1.	tak	86,7	77,7	78,6	83,3	95,2	89,4	100,0
2.	nie	5,5	22,3	7,1	10,0	0,0	2,1	0,0
3.	trudno powiedzieć	7,8	0,0	14,3	6,7	4,8	8,5	0,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Poniżej przedstawiono miejsca wskazane przez respondentów jako potencjalne przestrzenie publiczne i półpubliczne w podziale na dzielnice urbanistyczne i jednostki pomocnicze:

1. dzielnica urbanistyczna Oliwa

- jednostka pomocnicza Oliwa – skwer przy ul. Żeromskiego, Plac Inwalidów, plaża na trawie przy ul. Pomorskiej, ul. Opata Jacka Rybińskiego,
- jednostka pomocnicza VII Dwór - tereny zielone za blokiem na ul. Michałowskiego 45, place zabaw dla dzieci,
- jednostka pomocnicza Żabianka – Wejhera – Jelitkowo – Tysiąclecia – Ergo Arena,

2. dzielnica urbanistyczna Południe

- jednostka pomocnicza Chełm – ul. Madalińskiego,
- jednostka pomocnicza Jasień – teren byłego poligonu, teren tuż przy stacji Pomorskiej Kolei Metropolitalnej Kiełpiniek, wokół Stawu Wróbla, nowe boisko, Gdańsk Szadółki, osiedle Wiszące Ogrody,

- jednostka pomocnicza Ujeścisko – Łostowice – plac przy parkingu na Ujeścisku, ciąg spacerowo-rowerowy w okolicy kościoła pw. o. Pio oraz od stawu Warszawska - stawu Przemyska - stawu Człuchowska - zbiornik retencyjny przy ul. Porębskiego, okolice zbiorników retencyjnych (ul. Człuchowska i ul. Porębskiego),

3. dzielnica urbanistyczna Port

- jednostka pomocnicza Krakowiec – Górki Zachodnie – ul. Łowicka i Stogi,
- jednostka pomocnicza Nowy Port – Szaniec Zachodni,
- jednostka pomocnicza Przeróbka – ul. Sienna, skwer przy ul. Bajki i Lenartowicza, centrum osiedla, boisko, trasy spacerowe,
- jednostka pomocnicza Rudniki – ul. Tarcice w kierunku mostu wantungo nad Martwą Wisłą (promenada wraz z zapleczem gastronomicznym), ul. Gdańskiego Kolejarza,
- jednostka pomocnicza Stogi – okolice Pustego Stawu, stary rynek, park,
- jednostka pomocnicza Wyspa Sobieszewska – plac przy przeprawie promowej w Gdańsku Świbnie (ul. Boguckiego), ul. Radosna, okolice Martwej Wisły,

4. dzielnica urbanistyczna Śródmieście

- jednostka pomocnicza Olszynka – opływy Motławy na całej długości,
- jednostka pomocnicza Orunia – Św. Wojciech – Lipce – Rynek Oruński, ul. Gościnną, park Schopenhauera, park przy ul. Związkowej i Grabowej,
- jednostka pomocnicza Siedlce – park przy ul. Bema, wzgórze przy ul. Zakopiańskiej,
- jednostka pomocnicza Śródmieście – bastiony, okolice Szkoły Podstawowej nr 21, podwórka Głównego Miasta, park przy ul. Szerokiej, Krowoderskiej i Św. Barbary,
- jednostka pomocnicza Wzgórze Mickiewicza – park na Zboczu,

5. dzielnica urbanistyczna Wrzeszcz

- jednostka pomocnicza Brętowo – pod lasem przy ul. Podkarpackiej, proponowany amfiteatr - scena letnia na przeciwko nowopowstałej trafostacji,
- jednostka pomocnicza Brzeźno – Plac Sąsiedzki pomiędzy ul. Dworską a ul. Gdańską, wybieg dla psów na pętli tramwajowej na końcu al. Hallera, teren po dawnych ogródkach działkowych, miejsce po dziurze przy plaży,

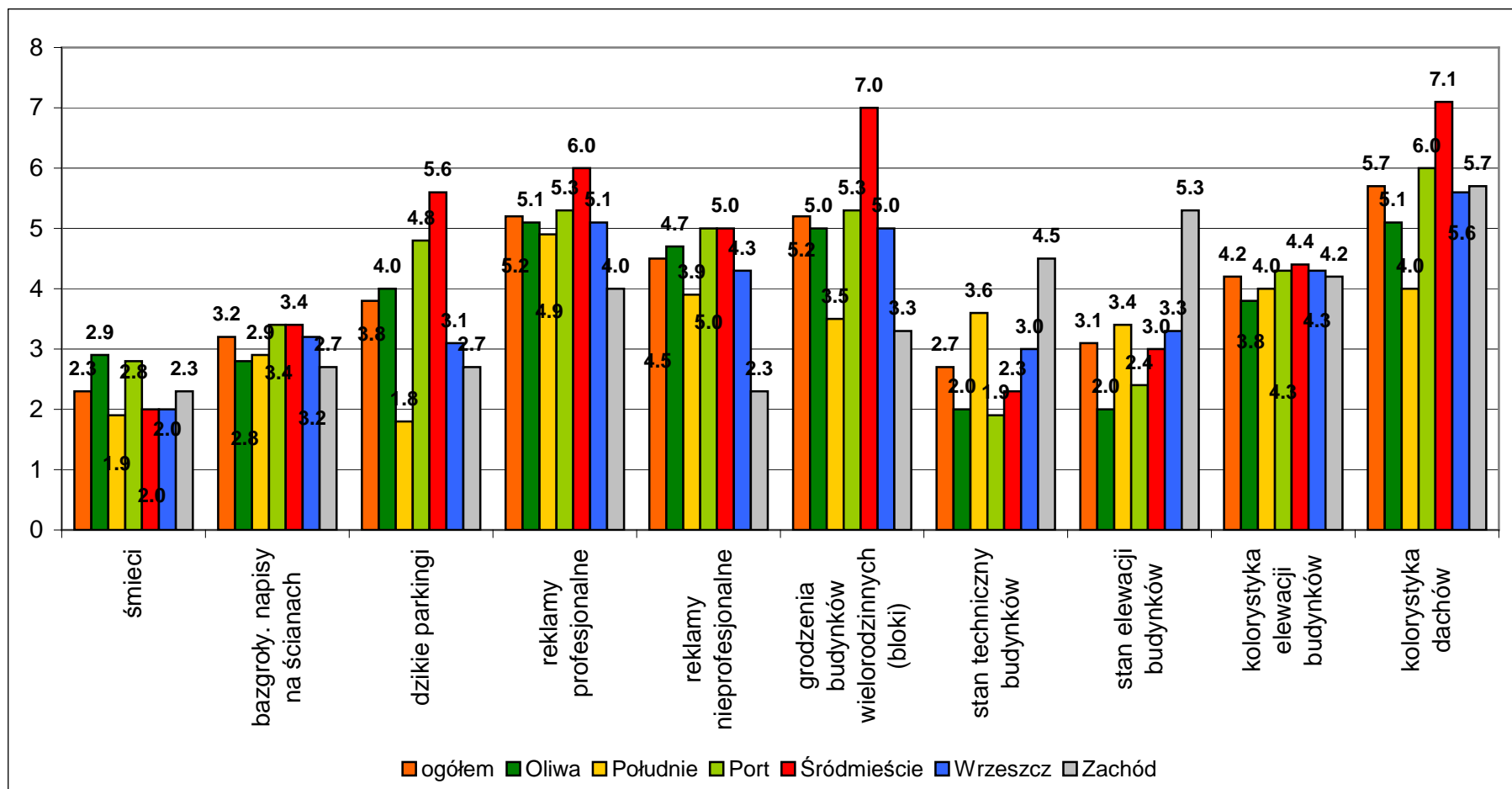
- jednostka pomocnicza Piecki – Migowo – Lasek Buloński (rejon ul. Powstania listopadowego i Marusarzówny), Lasek Magellana, ul. Morenowe Wzgórze (park rekreacyjny, teren integracji),
- jednostka pomocnicza Strzyża – zagospodarowanie terenu przy lesie za Kościołem Zmartwychwstania Pańskiego, zaplecze pl. Piłsudskiego, plac gen. Maczka, skwery osiedlowe, wnętrza podwórek, nowe place zabaw, rejon lasów Trójmiejskiego Parku Krajobrazowego, pustostany na osiedlu (utworzenie kawiarenki),
- jednostka pomocnicza Wrzeszcz Dolny – plac pomiędzy ul. Mickiewicza, Chrobrego a Zbyszka z Bogdańca, al. Legionów 9 w kierunku Chrobrego, ul. Baczyńskiego i Kościuszki,
- jednostka pomocnicza Wrzeszcz Górny – park przy de Gaulle’a, plac przy dawnym Cristalu, teren po koszarach, polana leśna przy ul. Podleśnej, okolice ul. Grunwaldzkiej, plac przy ul. Waryńskiego, w okolicach dworca PKP Wrzeszcz, park Jaśkowa Dolina, róg ul. Romera i Jaśkowej Doliny ze stawem, budowa stawu przy bazie ZHP Morena, wnętrza podwórek,
- jednostka pomocnicza Zaspą – Młyniec – Pas Startowy, tereny między Szkołą Podstawową nr 92 i XV Liceum Ogólnokształcącym,

6. jednostka urbanistyczna Zachód

- jednostka pomocnicza Kokoszki – teren po Cefarmie przy ul. Nowatorów, las przy ul. Kartuskiej,
- jednostka pomocnicza Osowa – ciąg pieszo rowerowy z elementami ścieżki zdrowia przy ul. Wodnika między ul. Orfeusza i Galaktyczną, rejony pomiędzy ul. Zeusa i Koziorożca oraz ul. Koziorożca i Wodnika, wszędzie tam, gdzie plan zagospodarowania przestrzennego przewiduje taką funkcję terenu.

3.3. Najważniejsze problemy estetyki przestrzeni publicznych i półpublicznych

Porównując najważniejsze problemy estetyki przestrzeni na pierwszy plan we wszystkich dzielnicach urbanistycznych wysuwają się śmieci, bazgroły i napisy na ścianach, a także stan techniczny budynków i stan elewacji budynków.



Ryc. 18. Ocena najważniejszych problemów związanych z estetyką przestrzeni na terenie dzielnicy / osiedla zamieszkania (w skali od 1 do 10, gdzie 1 oznacza problem najważniejszy, 10 najmniej ważny, n=127)

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Reklamy, grodzienia budynków, kolorystyka elewacji i dachów są kwestiami drugorzędnymi.

Respondenci poproszeni zostali o ocenę poszczególnych elementów składających się na wygląd przestrzeni miejskiej.

W dzielnicy urbanistycznej Oliwa pozytywnie (co najmniej 50% wskazań odpowiedzi dobrze i bardzo dobrze) ocenione zostały jedynie tablice z nawami ulic oraz kioski handlowe. Najniżej ocenione zostały: ławki, kosze na śmieci, place zabaw dla dzieci oraz kierunkowskazy ruchu pieszego i tablice z planami centrum miasta (co najmniej 50% wskazań odpowiedzi źle i bardzo źle).

Tab. 7. Ocena wybranych elementów składających się na wygląd przestrzeni miejskiej - Oliwa

lp.	kryteria oceny	%				
		bardzo źle	źle	trudno powiedzieć	dobrze	bardzo dobrze
1.	tablice z nazwami ulic	12,5	25,0	0,0	50,0	12,5
2.	kierunkowskazy ruchu pieszego i tablice z planami centrum miasta	37,5	37,5	0,0	25,0	0,0
3.	rozkłady jazdy i schematy tras komunikacji miejskiej	0,0	37,5	37,5	25,0	0,0
4.	stan elewacji budynków	25,0	37,5		25,0	12,5
5.	kolorystyka elewacji budynków	0,0	50,0	12,5	27,5	0,0
6.	szyldy / reklamy na terenie punktów handlowych i usługowych	12,5	12,5	62,5	12,5	0,0
7.	reklamy profesjonalne	0,0	37,5	50,0	12,5	0,0
8.	ławki	28,6	57,1	14,3		0,0
9.	kosze na śmiecie	37,5	37,5	0,0	25,0	0,0
10.	oświetlenie uliczne	0,0	37,5	37,5	12,5	12,5
11.	chodniki	12,5	25,0	50,0	12,5	0,0
12.	kioski handlowe	12,5	12,5	25,0	50,0	0,0
13.	place zabaw dla dzieci	12,5	62,5	12,5	0,0	12,5
14.	forma ogrodzeń	0,0	0,0	57,1	42,9	0,0
15.	kolorystyka ogrodzeń	0,0	14,3	71,4	14,3	0,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

W dzielnicy urbanistycznej Południe pozytywnie (co najmniej 50% wskazań odpowiedzi dobrze i bardzo dobrze) ocenione zostały: tablice z nazwami ulic, rozkłady jazdy i schematy tras komunikacji miejskiej, stan elewacji budynków, kolorystyka elewacji budynków, oświetlenie uliczne, chodniki. Negatywnie ocenione zostały: ławki, kosze na śmieci oraz forma ogrodzeń (co najmniej 50% wskazań odpowiedzi źle i bardzo źle).

Tab. 8. Ocena wybranych elementów składających się na wygląd przestrzeni miejskiej - Południe

lp.	kryteria oceny	%				
		bardzo źle	źle	trudno powiedzieć	dobrze	bardzo dobrze
1.	tablice z nazwami ulic	14,3	7,1	28,6	42,9	7,1
2.	kierunkowskazy ruchu pieszego i tablice z planami centrum miasta	21,4	28,6	35,8	7,1	7,1
3.	rozkłady jazdy i schematy tras komunikacji miejskiej	7,7	23,1	15,4	46,1	7,7
4.	stan elewacji budynków	7,7	15,4	23,1	30,7	23,1
5.	kolorystyka elewacji budynków	0,0	7,1	35,7	57,1	0,0
6.	szylidy / reklamy na terenie punktów handlowych i usługowych	0,0	14,3	50,0	35,7	0,0
7.	reklamy profesjonalne	16,7	8,3	33,3	41,7	0,0
8.	ławki	15,4	46,1	15,4	23,1	0,0
9.	kosze na śmieci	30,7	23,1	15,4	15,4	15,4
10.	oświetlenie uliczne	7,7	15,4	15,4	46,1	15,4
11.	chodniki	7,7	23,1	15,4	46,1	7,7
12.	kioski handlowe	0,0	25,0	41,7	25,0	8,3
13.	plac zabaw dla dzieci	8,3	25,0	25,0	25,0	16,7
14.	forma ogrodzeń	16,7	41,6	8,3	16,7	16,7
15.	kolorystyka ogrodzeń	7,7	23,1	38,4	15,4	15,4

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

W dzielnicy urbanistycznej Port żaden z wymienionych elementów przestrzeni nie został oceniony pozytywnie (co najmniej 50% wskazań odpowiedzi dobrze i bardzo dobrze). Negatywnie (co najmniej 50% wskazań odpowiedzi źle i bardzo źle) ocenione zostały: kierunkowskazy ruchu pieszego i tablice z planami centrum miasta, stan elewacji budynków, ławki, kosze na śmieci, oświetlenie uliczne, chodniki, place zabaw dla dzieci, forma ogrodzeń.

Tab. 9. Ocena wybranych elementów składających się na wygląd przestrzeni miejskiej – Port

lp.	kryteria oceny	%				
		bardzo źle	źle	trudno powiedzieć	dobrze	bardzo dobrze
1.	tablice z nazwami ulic	7,7	30,8	19,2	38,5	3,8
2.	kierunkowskazy ruchu pieszego i tablice z planami centrum miasta	12,0	52,0	28,0	8,0	0,0
3.	rozkłady jazdy i schematy tras komunikacji miejskiej	3,8	34,6	27,0	34,6	0,0
4.	stan elewacji budynków	32,0	36,0	24,0	8,0	0,0
5.	kolorystyka elewacji budynków	27,0	19,2	23,0	27,0	3,8
6.	szyldy / reklamy na terenie punktów handlowych i usługowych	8,0	28,0	44,0	20,0	0,0
7.	reklamy profesjonalne	15,2	27,0	20,8	27,0	0,0
8.	ławki	53,8	27,0	15,4	3,8	0,0
9.	kosze na śmieci	61,6	34,6	0,0	3,8	0,0
10.	oświetlenie uliczne	18,5	44,4	14,8	18,5	3,8
11.	chodniki	34,6	42,3	11,6	7,7	3,8
12.	kioski handlowe	20,0	28,0	40,0	8,0	4,0
13.	place zabaw dla dzieci	30,8	42,3	7,7	19,2	0,0
14.	forma ogrodzeń	19,2	30,8	42,3	7,7	0,0
15.	kolorystyka ogrodzeń	16,0	20,0	56,0	8,0	0,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Także w dzielnicy urbanistycznej Śródmieście żaden z wymienionych elementów przestrzeni nie został oceniony pozytywnie (co najmniej 50% wskazań odpowiedzi dobrze i bardzo dobrze). Negatywnie (co najmniej 50% wskazań odpowiedzi źle i bardzo źle) ocenione zostały: kierunkowskazy ruchu pieszego i tablice z planami centrum miasta, stan elewacji budynków, kosze na śmieci, oświetlenie uliczne, chodniki, place zabaw dla dzieci, forma i kolorystyka ogrodzeń.

Tab. 10. Ocena wybranych elementów składających się na wygląd przestrzeni miejskiej – Śródmieście

lp.	kryteria oceny	%				
		bardzo źle	źle	trudno powiedzieć	dobrze	bardzo dobrze
1.	tablice z nazwami ulic	0,0	60,0	20,0	20,0	0,0
2.	kierunkowskazy ruchu pieszego i tablice z planami centrum miasta	9,5	52,4	28,6	9,5	0,0
3.	rozkłady jazdy i schematy tras komunikacji miejskiej	0,0	33,3	23,8	42,9	0,0
4.	stan elewacji budynków	33,3	52,4	9,5	4,8	0,0
5.	kolorystyka elewacji budynków	33,3	47,7	9,5	9,5	0,0
6.	szyldy / reklamy na terenie punktów handlowych i usługowych	4,8	61,8	28,6	4,8	0,0
7.	reklamy profesjonalne	4,8	42,9	42,9	9,4	0,0
8.	ławki	9,5	28,6	28,6	23,8	9,5
9.	kosze na śmieci	28,6	47,6	9,5	14,3	0,0
10.	oświetlenie uliczne	10,0	40,0	20,0	30,0	0,0
11.	chodniki	50,0	40,0	10,0	0,0	0,0
12.	kioski handlowe	19,0	23,8	38,2	19,0	0,0
13.	place zabaw dla dzieci	30,0	30,0	20,0	20,0	0,0
14.	forma ogrodzeń	28,6	33,3	28,6	9,5	0,0
15.	kolorystyka ogrodzeń	38,1	23,8	33,3	4,8	0,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Podobnie jak w Porcie i Śródmieściu, także w dzielnicy urbanistycznej Wrzeszcz żaden z wymienionych elementów przestrzeni nie został oceniony pozytywnie (co najmniej 50% wskazań odpowiedzi dobrze i bardzo dobrze). Negatywnie (co najmniej 50% wskazań odpowiedzi źle i bardzo źle) ocenione zostały: kierunkowskazy ruchu pieszego i tablice z planami centrum miasta, stan elewacji budynków, szyldy / reklamy na terenie punktów handlowych i usługowych, ławki, kosze na śmieci, chodniki, forma ogrodzeń.

Tab. 11. Ocena wybranych elementów składających się na wygląd przestrzeni miejskiej – Wrzeszcz

lp.	kryteria oceny	%				
		bardzo źle	źle	trudno powiedzieć	dobrze	bardzo dobrze
1.	tablice z nazwami ulic	13,0	26,1	13,0	45,7	2,2
2.	kierunkowskazy ruchu pieszego i tablice z planami centrum miasta	21,3	40,4	29,8	8,5	0,0
3.	rozkłady jazdy i schematy tras komunikacji miejskiej	4,3	23,4	36,1	31,9	4,3
4.	stan elewacji budynków	25,0	38,6	20,5	13,6	2,3
5.	kolorystyka elewacji budynków	24,4	15,6	42,2	15,6	2,2
6.	szyldy / reklamy na terenie punktów handlowych i usługowych	18,2	34,1	34,1	13,6	0,0
7.	reklamy profesjonalne	24,4	20,0	33,3	22,3	0,0
8.	ławki	22,7	34,1	11,4	27,3	4,5
9.	kosze na śmieci	23,4	29,8	17,0	21,3	8,5
10.	oświetlenie uliczne	6,5	32,6	21,7	34,9	4,3
11.	chodniki	34,1	56,8	2,3	4,5	2,3
12.	kioski handlowe	4,5	25,0	38,6	27,4	4,5
13.	plac zabaw dla dzieci	24,4	17,8	28,9	20,0	8,9
14.	forma ogrodzeń	26,7	26,7	35,6	8,9	2,1
15.	kolorystyka ogrodzeń	21,7	19,6	50,0	8,7	0,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Także w dzielnicy urbanistycznej Zachód żaden z wymienionych elementów przestrzeni nie został oceniony pozytywnie (co najmniej 50% wskazań odpowiedzi dobrze i bardzo dobrze). Negatywnie (co najmniej 50% wskazań odpowiedzi źle i bardzo źle) ocenione zostały: kierunkowskazy ruchu pieszego i tablice z planami centrum miasta, stan elewacji budynków, szyldy / reklamy na terenie punktów handlowych i usługowych, ławki, kosze na śmieci, oświetlenie uliczne, chodniki, kioski handlowe, place zabaw dla dzieci.

Tab. 12. Ocena wybranych elementów składających się na wygląd przestrzeni miejskiej – Zachód

lp.	kryteria oceny	%				
		bardzo źle	źle	trudno powiedzieć	dobrze	bardzo dobrze
1.	tablice z nazwami ulic	0,0	33,3	33,3	33,3	0,0
2.	kierunkowskazy ruchu pieszego i tablice z planami centrum miasta	16,7	66,6	0,0	16,7	0,0
3.	rozkłady jazdy i schematy tras komunikacji miejskiej	16,7	16,7	16,7	50,0	0,0
4.	stan elewacji budynków	16,7	33,3	0,0	50,0	0,0
5.	kolorystyka elewacji budynków	0,0	16,7	33,3	50,0	0,0
6.	szyldy / reklamy na terenie punktów handlowych i usługowych	16,7	33,3	33,3	16,7	0,0
7.	reklamy profesjonalne	16,7	16,7	50,0	16,7	0,0
8.	ławki	33,3	33,3	0,0	16,7	16,7
9.	kosze na śmieci	33,3	50,0	0,0	16,7	0,0
10.	oświetlenie uliczne	16,7	33,3	16,7	33,3	0,0
11.	chodniki	66,7	33,3	0,0	0,0	0,0
12.	kioski handlowe	33,3	33,3	16,7	16,7	0,0
13.	place zabaw dla dzieci	33,3	33,3	16,7	16,7	0,0
14.	forma ogrodzeń	0,0	0,0	33,3	66,7	0,0
15.	kolorystyka ogrodzeń	0,0	33,3	0,0	66,7	0,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Respondenci mogli wskazać także na inne problemy dotyczące estetyki i jakości przestrzeni publicznej na terenie swojego osiedla lub dzielnicy. Najwięcej problemów wskazali mieszkańcy dzielnicy urbanistycznej Oliwa, najmniej dzielnicy urbanistycznej Zachód.

Poniżej przedstawiono uwagi dotyczące estetyki przestrzeni w podziale na dzielnice urbanistyczne i jednostki pomocnicze:

1. dzielnica urbanistyczna Oliwa

- jednostka pomocnicza Oliwa – *fatalny stan chodników, jezdni co również powoduje chaos estetyczny, zbyt mało tablic informacyjnych, plac przy restauracji Big Apple, nagromadzenie mobili reklamowych,*
- jednostka pomocnicza VII Dwór - *lepsze oświetlenie i lepszy stan dróg, straszliwe dziury w nawierzchni dróg,*
- jednostka pomocnicza Żabianka – Wejhera – Jelitkowo – Tysiąclecia – *karmienie gołębi,*

2. dzielnica urbanistyczna Południe

- jednostka pomocnicza Chełm – *śmieci po zimie,*
- jednostka pomocnicza Jasień – *plus: plan zagospodarowania przestrzennego przewiduje sporo zieleni, minus: mało jest terenów należących do miasta a przez to z bezpośrednim wpływem samorządu na jego formę i przeznaczenie; zdewastowany dworek przy ul. Zwierzynieckiej; zły stan nawierzchni i częściowy brak chodnika na ul. Szczęśliwej przy Decathlonie, brak oświetlenia; zbyt dużo reklam na przyczepach samochodów,*
- jednostka pomocnicza Ujeścisko – Łostowice - *brak koszy na śmieci na pasach drogowych gminnych, mało zieleni, zbyt grodzone osiedla przy ul. Porębskiego, brak centrów usług i miejsc spotkań (klub osiedlowy); bardzo mnie denerwują kupki piasków, ciągle nie mamy możliwości zmuszania właścicieli do posprzątania,*

3. dzielnica urbanistyczna Port

- jednostka pomocnicza Krakowiec – *remonty budynków komunalnych,*
- jednostka pomocnicza Nowy Port – *za mało ławek, niby ścieżki dla pieszych są w produkcji, ale nie ma gdzie usiąść i przebrać rolek/wrotek/deskorolki itp.; brud na ulicach i źle działające sygnalizacje świetlne; brudne ulice, brak patroli policyjnych i straży miejskiej w rejonach powszechnie uznanych za niebezpieczne, dramatycznie działająca sygnalizacja świetlna, zdecydowanie za duża ilość jeżdżących tirów jak na obecny stan dróg,*
- jednostka pomocnicza Przeróbka – *zaniedbana i wymagająca pomysłu, który pobudzi pozytywnie do życia; brudne chodniki i ulice poza centrum osiedla;*

trawniki zniszczone przez dziki, zły stan dróg i chodników, brak śmietników zły stan budynków,

- *jednostka pomocnicza Rudniki – ul. Tarcice szlaka żużlowa od wojny; podwórko ul. Miałki Szlak 77 10 lat czeka na naprawę; kanał Rozwójka - brak gospodarza; zabudowa komunalna w opłakanym stanie, motto: skoro władze miasta nie dbają o swój teren i majątek gminy jak można wyzwolić w mieszkańcach wyzwania społeczne na rzecz osiedla i wizerunku miasta; doprowadzenie do porządku ulic i chodników po budowie Trasy Sucharskiego nowe nawierzchnie ulic i chodników, usunięcie wysypanych śmieci przy ul. Gd. Kolejarza, Rzęsna - róg Miałkiego Szlaku, rozbiórka ruiny przy ul. Gdańskiego Kolejarza, uporządkowanie terenów zielonych przy Martwej Wiśle; poprawienie estetyki placów zabaw; więcej ławek dla ludzi do siedzenia; brak dbałości o ogrodzenia wokół domów; zbyt ubogie wyposażenie placów zabaw; brak kontroli i dbałości o podwórka wokół budynków wielorodzinnych; rzeka Rozwójka - nieoczyszczana od wojny, szambo przy ul. Zagroble XXI w !!!; brak poczty, apteki, możliwości zakupu prasy, biletów; dużo terenów - nieużytków do zagospodarowania; brak usług - przychodni, kina, pralni, szewca, krawca, magła itp.,*
- *jednostka pomocnicza Stogi – Stogi są dzielnicą, która jest bardzo zaniedbana. Chodniki, podwórka są zaniedbane i nie funkcjonalne. Brak placów zabaw, skwerków, miejsc dla seniorów, boiska dla młodzieży. Brak kawiarni, baru mlecznego itp. Jedno wielkie szare blokowisko; nierówne chodniki; Stogi są niezwykle zaniedbanym osiedlem, o wielkim niewykorzystanym potencjale naturalnym; Fatalny stan trawników i parkingów na terenie osiedla. Do części bloków właściciele aut muszą na teren parkingu wjeżdżać po chodniku, co często stwarza niebezpieczeństwo dla pieszych. Trawniki są natomiast śmietniskiem, żerowiskiem dla dzików itp.; Nudno, kolory budynków bez klasy(kolorystyka beznadziejna), elewacja budynków w bardzo złym stanie, drogi dziurawe,*
- *jednostka pomocnicza Wyspa Sobieszewska – Zły stan chodników i dróg, fatalnie prezentujący się most, zakładowe ośrodki wypoczynkowe z brzydką, nie odnawianą architekturą, nie uregulowane plastycznie dojście na plażę, psie odchody,*

4. dzielnica urbanistyczna Śródmieście

- jednostka pomocnicza Olszynka – *brak estetyki przy ogródkach działkowych,*
- jednostka pomocnicza Orunia – *zbyt wiele żeby tu je opisać; Niezbadane miejsca po wyburzonych budynkach; nieestetyczny stan zabudowy (puste miejsca po wyburzeniach); ulice; nienawidzę reklam; chaos architektoniczny; zbyt dużo wolnych terenów; Zaniedbanie Budynków Komunalnych; Zaniedbanie chodników (brak chodników),*
- jednostka pomocnicza Siedlce – *brak dbałości o czystość, szczególnie w miejscach, gdzie odpowiada za nią miasto,*
- jednostka pomocnicza Śródmieście – *brudno,*
- jednostka pomocnicza Wzgórze Mickiewicza – *zniszczone nawierzchnie jezdni i chodników, nieuporządkowany teren zielony ogólnie dostępny;*

5. dzielnica urbanistyczna Wrzeszcz

- jednostka pomocnicza Brętowo – *brak należytego utrzymania czystości; na wielu brak ochrony przed zanieczyszczeniami psów; wymiana chodników, zapadnięte jezdnie – Leśna Góra i Niedźwiednik, brak sieci sklepów, brak obiecanego basenu, zieleń – OK.,*
- jednostka pomocnicza Brzeźno – *brud; brak placów zabaw; wszechobecne śmieci; śmieci, stare opony, lodówki, butelki we wszystkich krzakach i laskach; chaotyczna zabudowa w okolicach ul. Chodkiewicza i Dworskiej tzw. hotelowce; nieodpowiednio pielęgnowana zieleń; Brak dbałości o szczegóły przestrzeni, proste chodniki, równe trawniki. Przycięta trawa, usunięte betonowe fragmenty murków czy innych konstrukcji z przed lat,*
- jednostka pomocnicza Piecki - Migowo – *CHAOS; pilne rozwiązanie węzła drogowego ul. Rakoczego, Bulońska, Piecewska; brak zieleni. ławek, śmietników, parkingów, brud ulic, otoczenia;*
- jednostka pomocnicza Strzyża – *bałagan przy pojemnikach do selektywnej zbiórki odpadów; trzeba poprawić utrzymanie czystości; zrujnowane nawierzchnie ulic, niesprzątane właściwie ulice i podwórka; Zbyt dużo ograniczeń narzuconych przez Miasto, dotyczących architektury i kolorystyki; niszczące głównie przez nieprawidłowo parkujące samochody do niedawna pięknie zadrzewione i z ładnymi trawnikami ulice - Szymanowskiego i al. Wojska Polskiego; Tereny między blokami tragiczne!!! klepiska*

- piaszczysto-błotne w zależności od pogody, od czterdziestu lat niezmiennie, dzięki nim buty i nogi regularnie, mówiąc kolokwialnie – „uwalone”,*
- *jednostka pomocnicza Wrzeszcz Dolny – Dzielnica nie sprządana przez służby porządkowe, nielegalne wysypiska, brak miejsc rekreacyjnych, mało zieleni, za gęsta zabudowa. Krzywe chodniki; brak dbałości miasta o estetykę w zakresie możliwym do wyegzekwowania już obecnie, a wtrącanie się w sprawy które miasto powinno zostawić mieszkańcom; miasto nie umie i nie powinno wtrącać się do estetyki dzielnicy, bo się na tym nie zna;*
 - *jednostka pomocnicza Wrzeszcz Górny – ogólny bałagan brak służb porządkowych; koszarne, ogrodzone, zaniedbane dzikie ogródki przy domowe; brak jednolitej koncepcji kolorystycznej i formalnej, chaos przestrzenny; pod wpływem tej ankiety muszę zacząć się dokładniej rozglądać i zauważać poruszone w ankiecie problemy mojej dzielnicy. Na pewno jest bardzo brudno w wielu miejscach, brak naturalnego kolorytu kwiatów; Są domy i posesje pięknie zadbane, są też bardzo zaniedbane; Planowana zabudowa wysokościowa w historycznych częściach dzielnicy np. na ul. Pniewskiego 3 , Quattro Towers w przyszłości w pobliżu Jaśkowej Dolinie. Zakaz zabudowy wysokościowej w Pasie Nadmorskim; nie najlepsze rozplanowanie ciągów komunikacyjnych, dewastacja otoczenia Strżyży; brak tzw. małej zieleni na al. Grunwaldzkiej; Jest dużo przestrzeni publicznych, lecz ich potencjał jest całkowicie niewykorzystany. Brakuje jakiegokolwiek pomysłu na kreowanie przestrzeni. Miasto potrafi jedynie stawiać obrzydliwe ławki i betonowe kosze na śmieci. Zieleń to tylko dzika „trawa.”; W niniejszej ankiecie brak pytań odnośnie roli edukacji mieszkańców w kształtowanie postaw estetycznych, począwszy od przedszkola, szkoły po spotkania działania edukacyjne w zakresie estetyki dla dorosłych (np. poprzez rady dzielnic/ osiedli); przerażające śmietniki, wstrętny płot przy ul. Partyzantów 27; Katastrofalny stan małych ulic, chodników i ogrodzeń; brud!!!, szaro, brak placów zabaw, skwerów, mało zieleni, ławek, koszy,*
 - *jednostka pomocnicza Zaspą – Młyniec – szara, nudna, betonowa zabudowa, ohydny Pas Startowy; estetyka rodem z PRL; dzikie, porośnięte chwastami mniejsze lub większe place i placyki między blokami; zaniedbane tereny miejskie (ulice, chodniki - dziury śmieci); jeden wielki wrzód na Młyńcu: dawny Pas Startowy!*

6. jednostka urbanistyczna Zachód

- jednostka pomocnicza Kokoszki – *brak konsekwencji w realizacji Studium zagospodarowania...*, *tonące w błocie pobocza ulic, brak chodników, brak terenów rekreacyjnych, dzielnica zaniedbana, brak ekranu zieleni odgradzającej część przemysłową Kokoszek od mieszkaniowej,*
- jednostka pomocnicza Osowa – *nieutwardzone drogi, dziury; Przede wszystkim śmieci, brak oświetlenia oraz zagospodarowania ul. Barniewickiej; Za kluczowy problem uważam nadmierną liczbę reklam wszelkiego rodzaju oraz zbyt dużą dobrowolność zabudowy i kolorystyki elewacji.*



4. Ocena estetyki przestrzeni

W badaniu poruszono także kwestie związane z oceną pod względem estetycznych wybranych realizacji – problematyki tej dotyczyły dwa pytania.

W pierwszym z pytań przedstawiono respondentom pięć zdjęć budynków z odnowionymi elewacjami. Poproszono o ich oceną w 8 kategoriach: brzydkie - ładne, brudne - czyste, szare - kolorowe, typowe - wyjątkowe, przytłaczające – nieprzytłaczające, chaotyczne – uporządkowane, odpychające – przyciągające, nudne – interesujące. W przypadku każdej kategorii ocenić można było budynek w skali od 1 do 7. Przykładowo, w przypadku pary brzydkie – ładne odpowiedź 1 oznaczała, że budynek oceniany był jako brzydki a odpowiedź 7- ładny, oceny pośrednie zawarte są w odpowiedziach 2 – 6.

Najwyżej oceniony został budynek nr 3, o elewacji w stonowanych kolorach. Wysoko ocenione zostały także budynki nr 1 i 5 utrzymane także w stonowanej kolorystyce. Niżej ocenione zostały budynki nr 4 i nr 2, których elewacje utrzymane są w bardziej wyrazistych kolorach, elewacja nie jest jednorodna. Być może na niższą ocenę tych budynków wpłynął także fakt, że są to przykłady dużych budynków wielorodzinnych. Budynki 1, 3 i 5 to kamienice lub zabudowa nawiązująca do stylu kamienic.

W drugim pytaniu poproszono respondentów o wybranie, spośród dwóch, realizacji, która bardziej się im podoba. W przypadku tego pytania i przedstawionych zestawień opinie respondentów były bardziej zróżnicowane niż w przypadku pierwszego pytania. Wyżej oceniane były zarówno budynki o elewacjach w kolorach intensywnych (np. zestawienie nr 1) czy elewacje, na których namalowano wzory (zestawienie nr 4).

W przypadku reklam przeważnie wyżej oceniane były przestrzenie, w których reklamy ulokowane były w sposób uporządkowany.

Na podstawie wyników przeprowadzonych badań trudno mówić o istnieniu jednego kanonu estetycznego dotyczącego oceny kolorystyki elewacji.



Ryc. 19. Zestawienie budynków, które poddawane były ocenie

Źródło: Wydział Gospodarki Komunalnej Urzędu Miejskiego w Gdańsku, Gdański Zarząd Nieruchomości Komunalnych.

1.	brzydkie		ładne
2.	brudne		czyste
3.	szare		kolorowe
4.	typowe		wyjątkowe
5.	przytłaczające		nieprzytłaczające
6.	chaotyczne		uporządkowane
7.	odpychające		przyciągające
8.	nudne		interesujące
--- budynek nr 1 --- budynek nr 2 --- budynek nr 3 --- budynek nr 4 --- budynek nr 5			

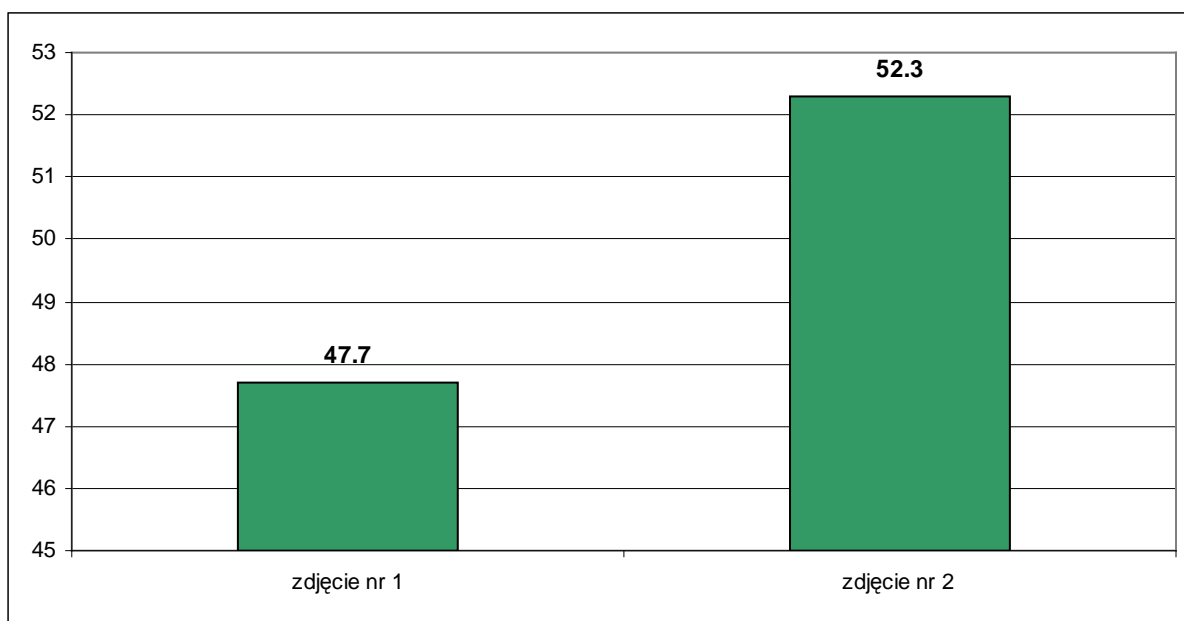
Ryc. 20. Ocena poszczególnych budynków

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.



Ryc. 21. Zestawienie nr 1

Źródło: Wydział Gospodarki Komunalnej Urzędu Miejskiego w Gdańsku, Gdański Zarząd Nieruchomości Komunalnych.

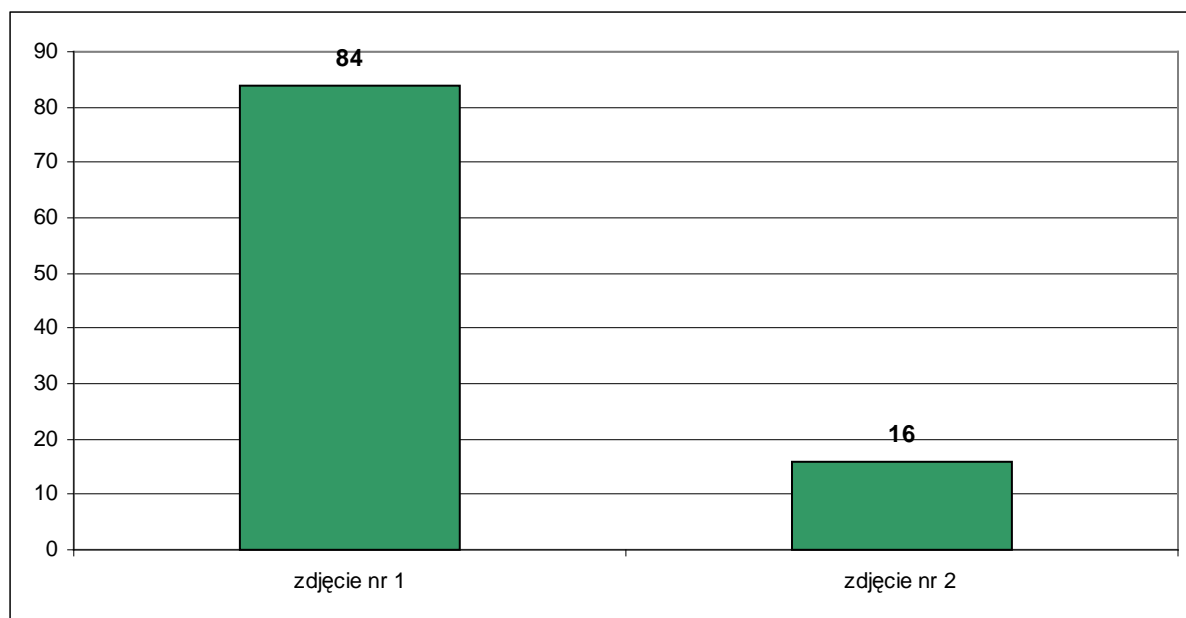


Ryc. 22. Wskazanie realizacji, która bardziej podoba się respondentom w % – zestawienie nr 1 (n=120)

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.



Ryc. 23. Zestawienie nr 2
 Źródło: Wolne Forum Gdańsk.



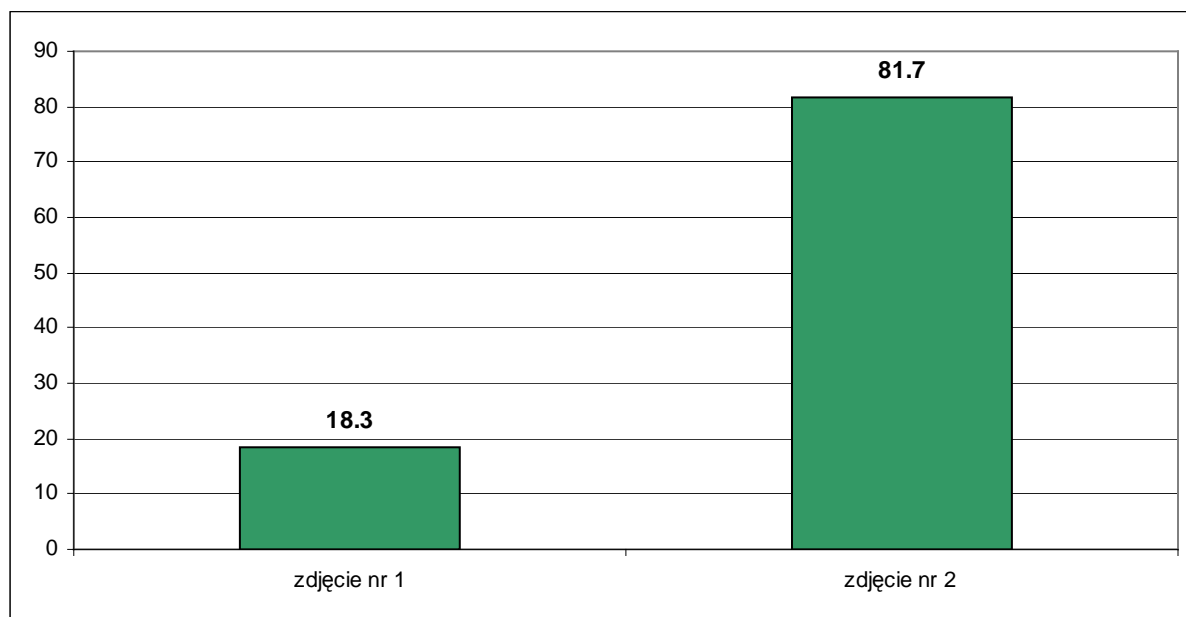
Ryc. 24. Wskazanie realizacji, która bardziej podoba się respondentom w % – zestawienie nr 2 (n=130)

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.



Ryc. 25. Zestawienie nr 3

Źródło: Wydział Gospodarki Komunalnej Urzędu Miejskiego w Gdańsku, Gdański Zarząd Nieruchomości Komunalnych.



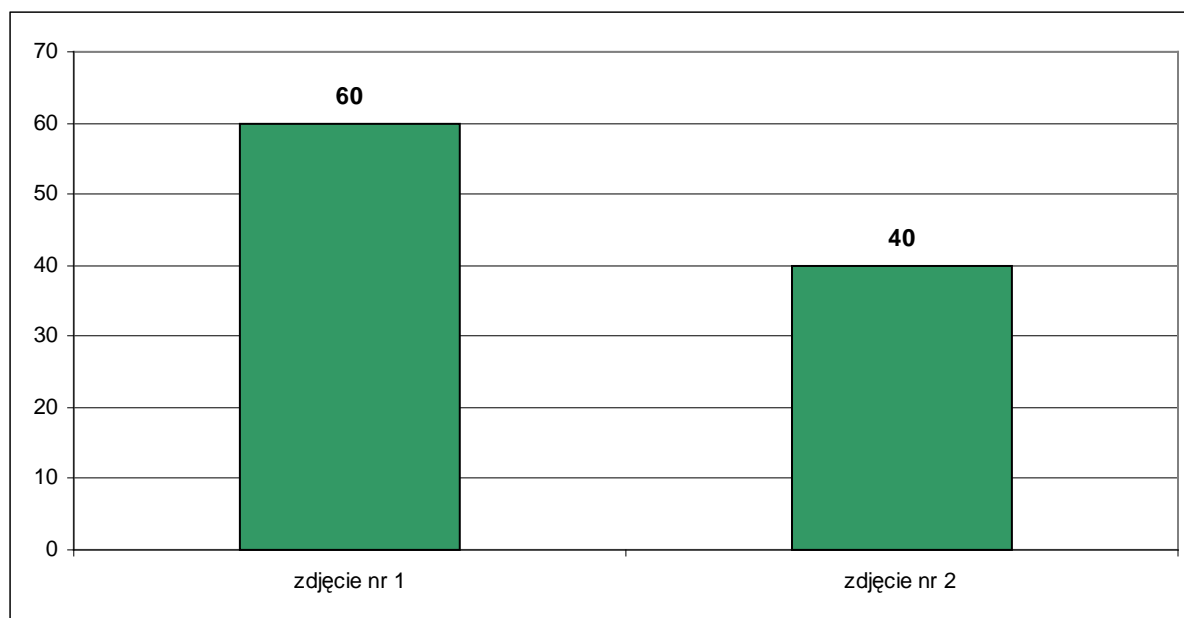
Ryc. 26. Wskazanie realizacji, która bardziej podoba się respondentom w % – zestawienie nr 3 (n=126)

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.



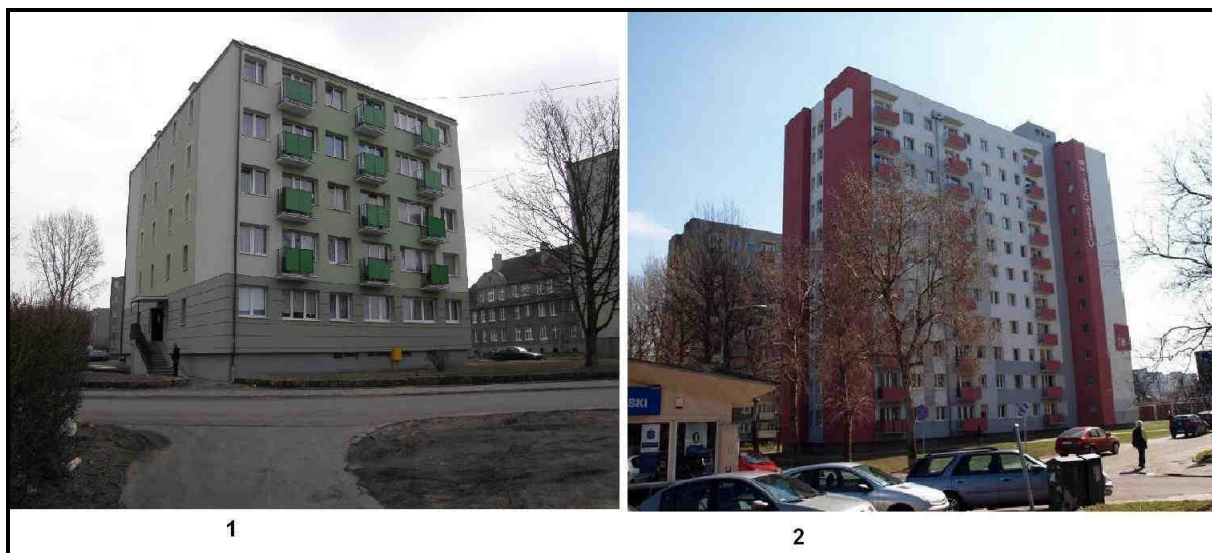
Ryc. 27. Zestawienie nr 4

Źródło: Wydział Gospodarki Komunalnej Urzędu Miejskiego w Gdańsku, Gdański Zarząd Nieruchomości Komunalnych.



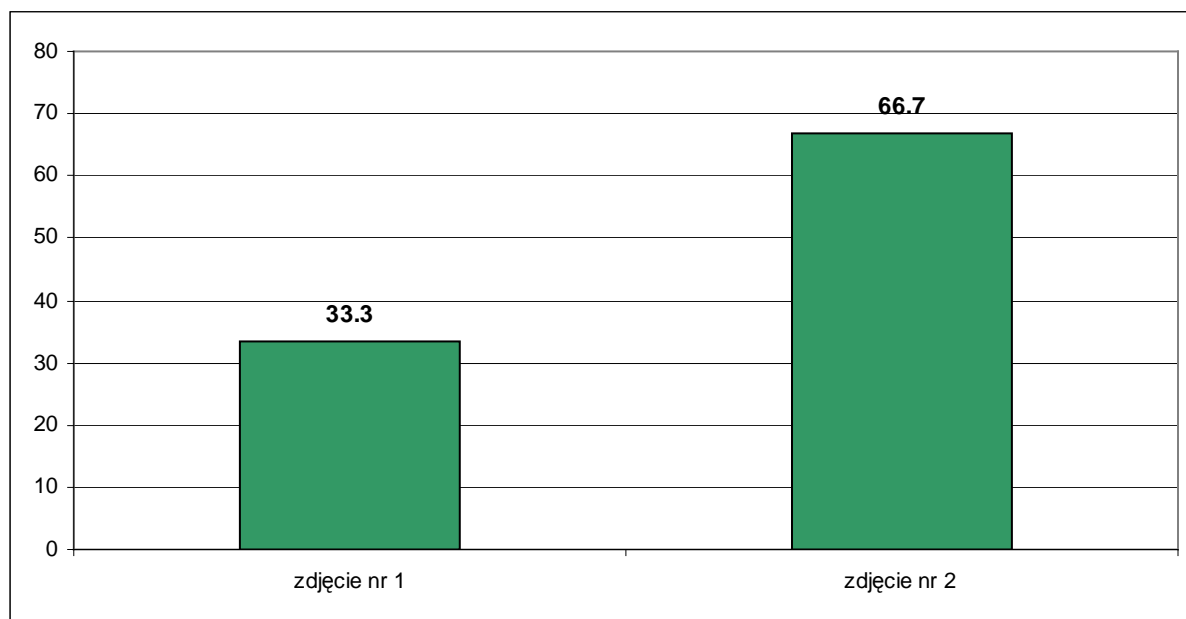
Ryc. 28. Wskazanie realizacji, która bardziej podoba się respondentom w % – zestawienie nr 4 (n=130)

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.



Ryc. 29. Zestawienie nr 5

Źródło: Wydział Gospodarki Komunalnej Urzędu Miejskiego w Gdańsku, Gdański Zarząd Nieruchomości Komunalnych.

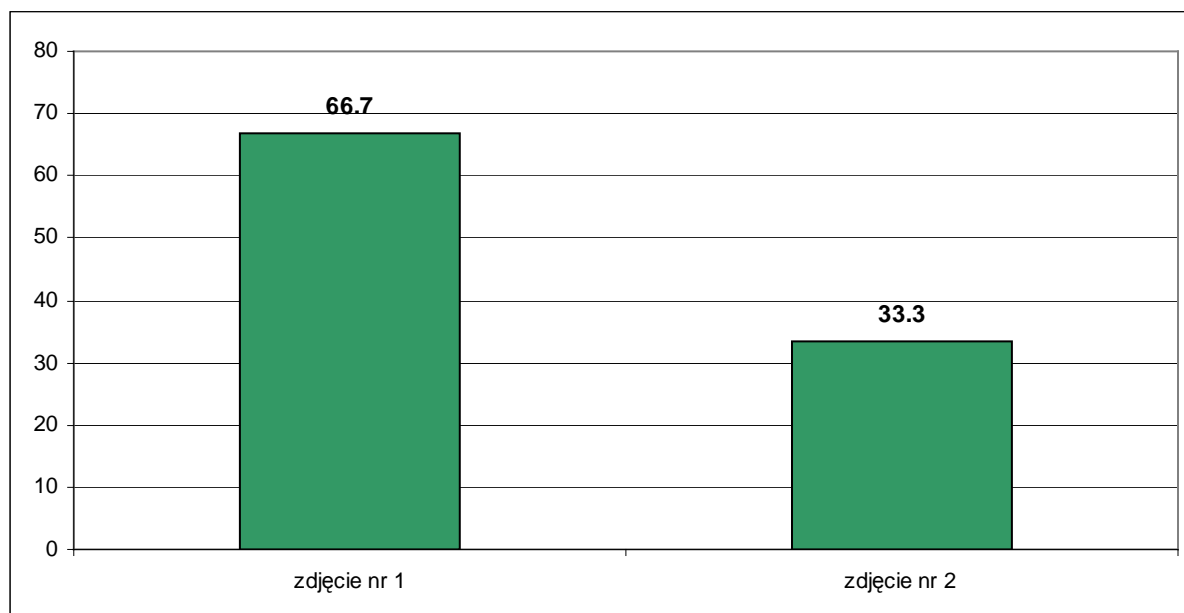


Ryc. 30. Wskazanie realizacji, która bardziej podoba się respondentom w % – zestawienie nr 5 (n=129)

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.



Ryc. 31. Zestawienie nr 6
 Źródło: nieruchomoscitrojmiasto.eu.



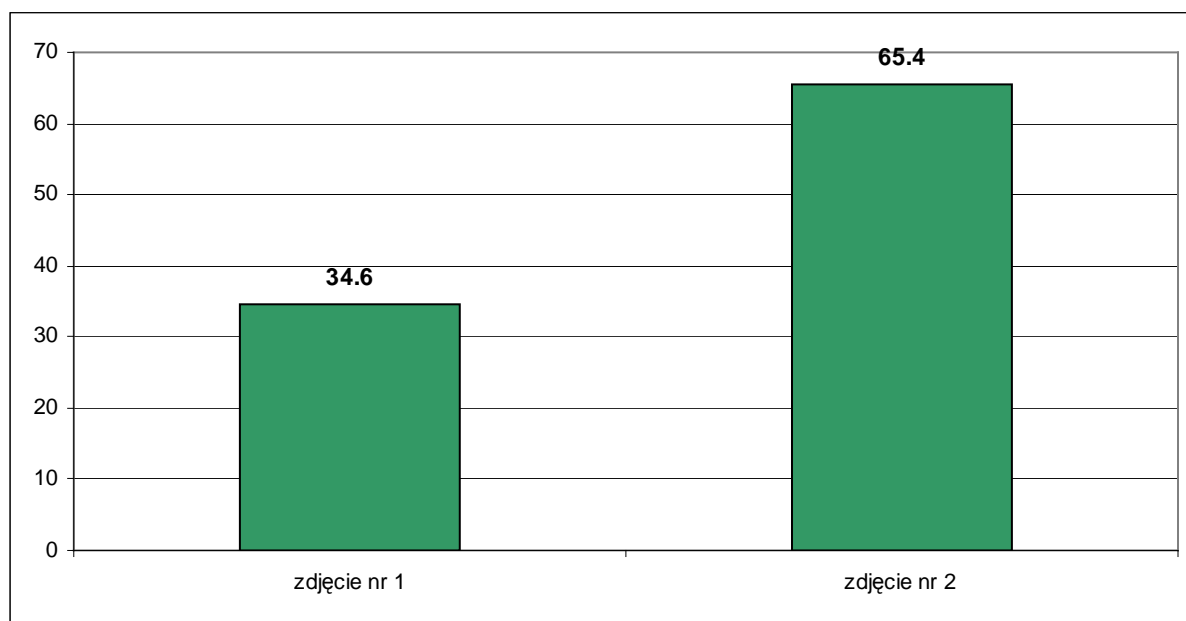
Ryc. 32. Wskazanie realizacji, która bardziej podoba się respondentom w % – zestawienie nr 6 (n=130)

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.



Ryc. 33. Zestawienie nr 7

Źródło: Wydział Gospodarki Komunalnej Urzędu Miejskiego w Gdańsku, Gdański Zarząd Nieruchomości Komunalnych.

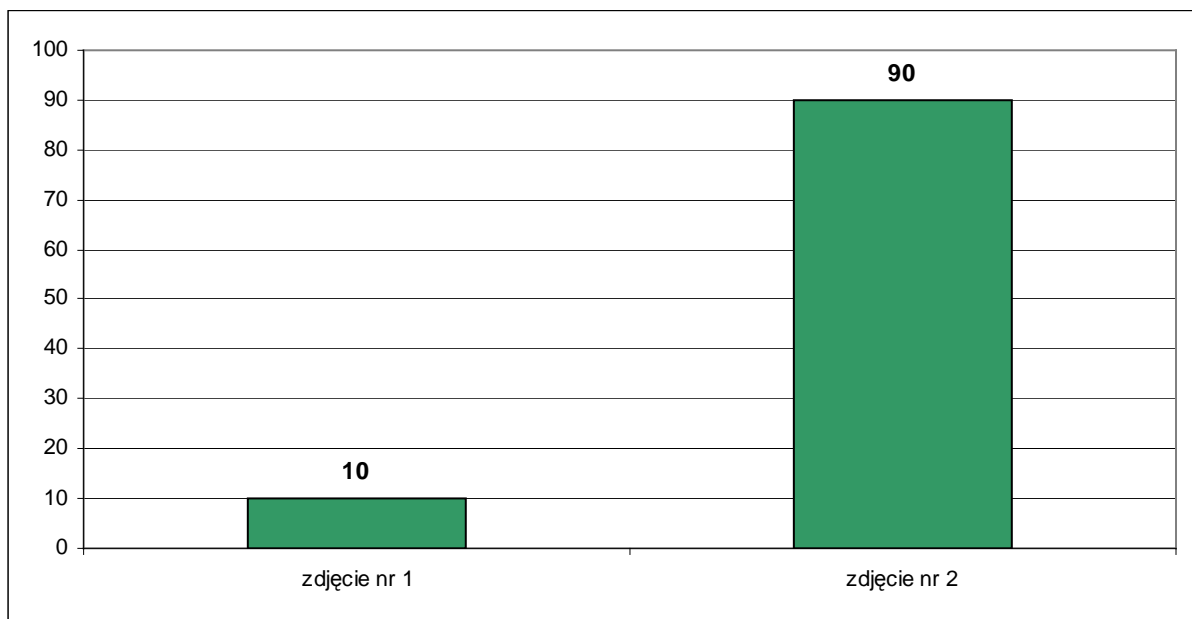


Ryc. 34. Wskazanie realizacji, która bardziej podoba się respondentom w % – zestawienie nr 7 (n=130)

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.



Ryc. 35. Zestawienie nr 8
 Źródło: archiwum BRG.



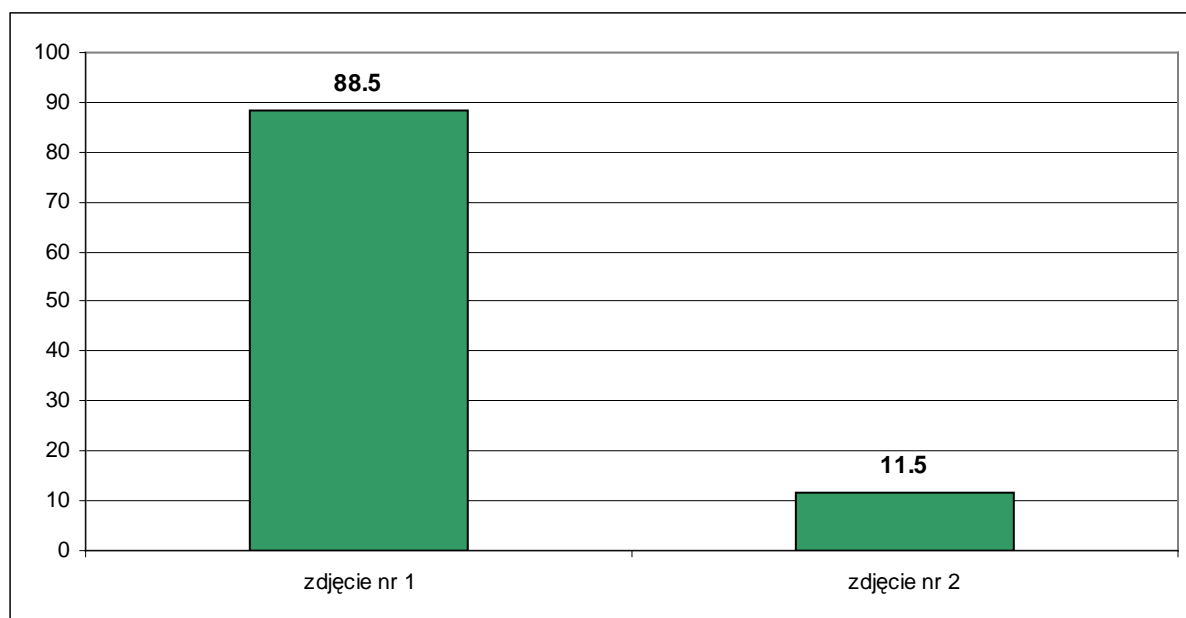
Ryc. 36. Wskazanie realizacji, która bardziej podoba się respondentom w % – zestawienie nr 8 (n=130)

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.



Ryc. 37. Zestawienie nr 9

Źródło: archiwum BRG.

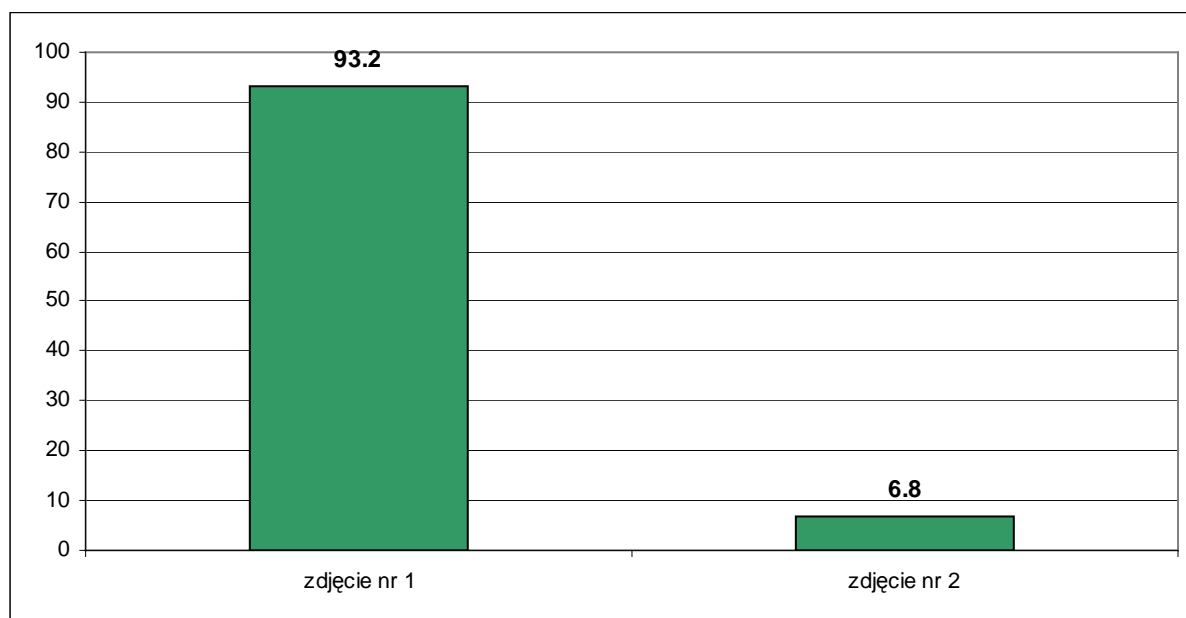


Ryc. 38. Wskazanie realizacji, która bardziej podoba się respondentom w % – zestawienie nr 9 (n=130)

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.



Ryc. 39. Zestawienie nr 10
 Źródło: archiwum BRG.

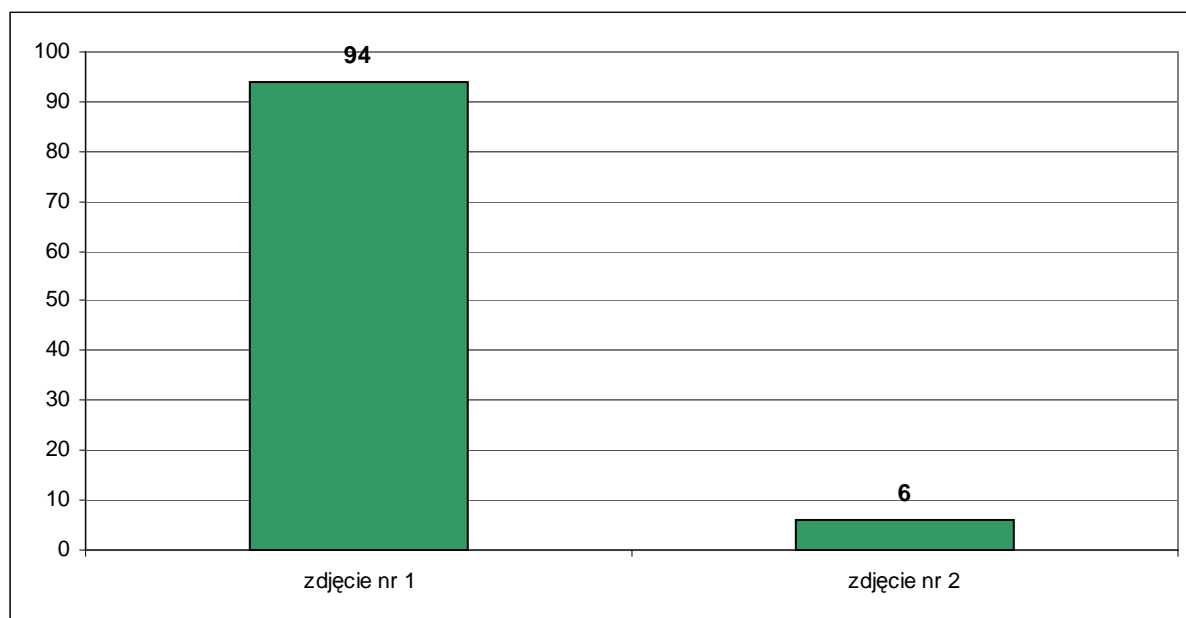


Ryc. 40. Wskazanie realizacji, która bardziej podoba się respondentom w % – zestawienie nr 10 (n=118)
 Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.



Ryc. 41. Zestawienie nr 11

Źródło: archiwum BRG.



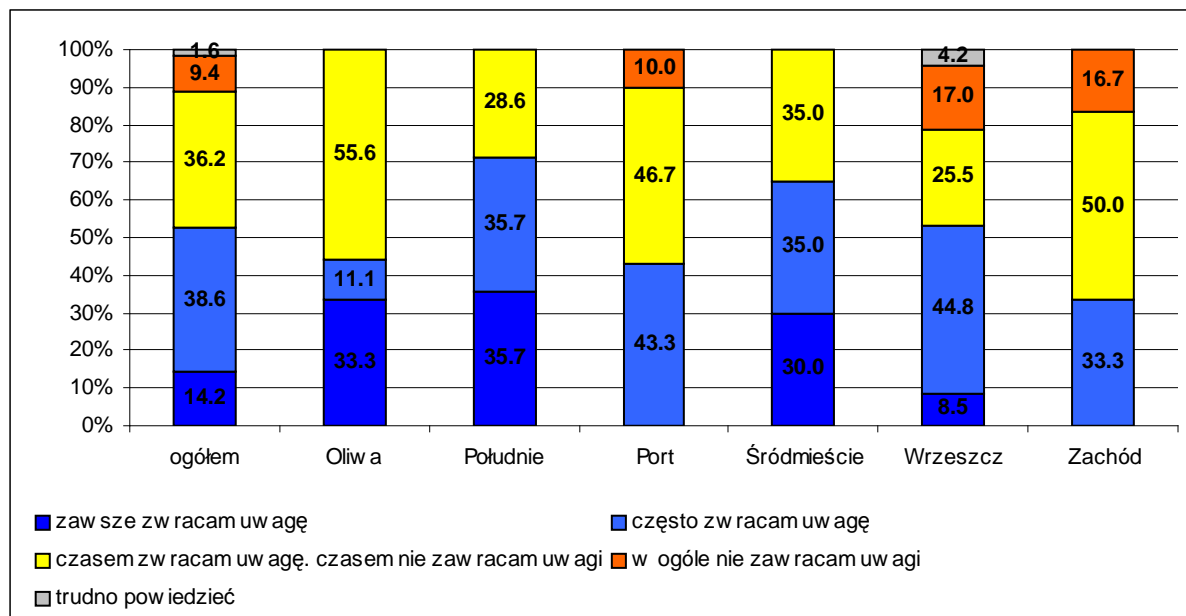
Ryc. 42. Wskazanie realizacji, która bardziej podoba się respondentom w % – zestawienie nr 11 (n=118)

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.



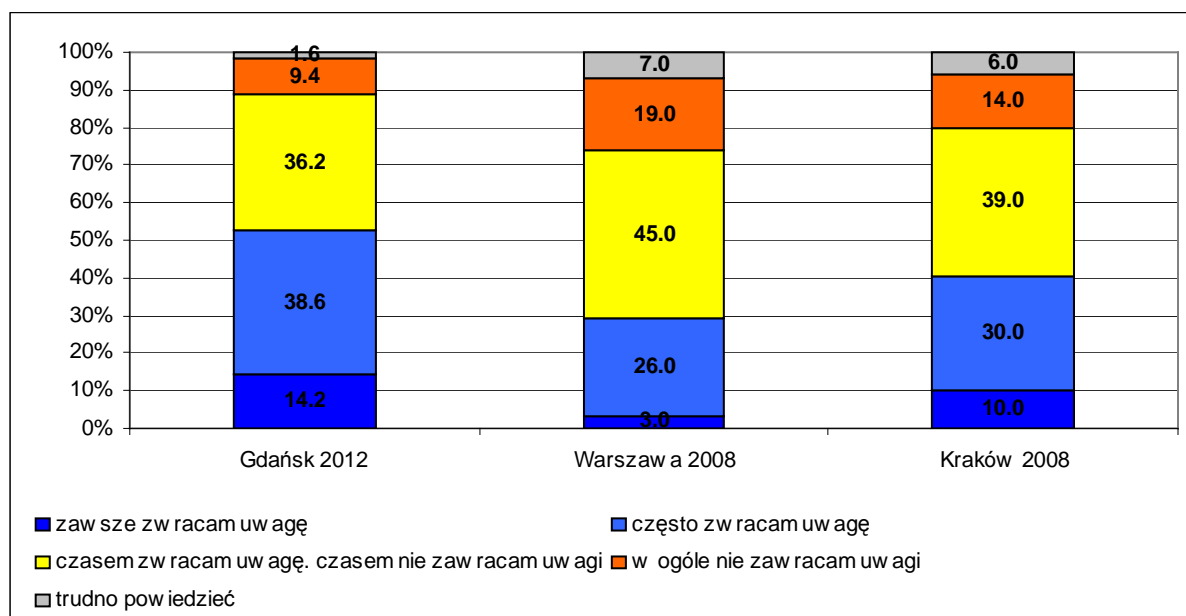
5. Reklama w przestrzeni miasta

Aby móc oceniać wygląd i lokalizację reklam trzeba je przede wszystkim dostrzegać. Wśród respondentów jedynie co dziesiąty w ogóle nie zwracał uwagi na reklamy zlokalizowane na terenie Gdańska (9,6%), połowa badanych zwracała na nie uwagę często lub bardzo często (52,8%).



Ryc. 43. Zainteresowanie reklamami zlokalizowanymi na terenie Gdańska (n=131)

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.



Ryc. 44. Zainteresowanie reklamami zlokalizowanymi na terenie miasta – Gdańsk (n=127) oraz Warszawa i Kraków

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań oraz Badania przeprowadzone przez Millward Brown SMG / KRC w 2008 roku na zlecenie Izby Gospodarczej Reklamy Zewnętrznej.

W porównaniu z badaniami przeprowadzonymi w Warszawie i Krakowie widać, że uczestnicy gdańskich badań bardziej interesują się swoim otoczeniem, także reklamami umieszczonymi w przestrzeni miejskiej. Odsetek odpowiedzi *zawsze zwracam uwagę* na reklamy i *często zwracam uwagę* wynosił 52,8% dla Gdańska, 29,0% dla Warszawy i 40,0% dla Krakowa.

Tab. 13. Kontakt z reklamami w przeciągu miesiąca poprzedzającego badania⁵ (n=123)

lp.	kontakt z reklamami w przeciągu miesiąca poprzedzającego badania	%					
		bardzo często	często	ani za często, ani za rzadko	rzadko	bardzo rzadko	nie wiem, nie pamiętam
1.	wielkie reklamy na budynkach i rusztowaniach	42,3	35,7	7,3	7,3	4,1	3,3
2.	tablice reklamowe na chodnikach i przy ulicach	40,5	29,8	13,2	6,5	5,0	5,0
3.	ulotki i ogłoszenia	55,2	21,1	9,8	7,3	3,3	3,3
4.	podświetlone tablice na wiatkach przystankowych	32,2	33,0	13,6	11,9	3,4	5,9
5.	reklamy na autobusach, tramwajach i w metrze	28,1	38,0	16,5	5,8	6,6	5,0
6.	małe podświetlone tablice, np. na słupach	7,8	7,8	20,7	30,1	16,4	17,2
7.	reklamy w witrynach sklepowych	23,9	31,7	17,9	15,4	4,3	6,8
8.	okrągłe słupy reklamowe	10,3	15,4	23,1	23,8	17,1	10,3
9.	reklamy porozklejane na płotach, ścianach i innych miejscach	36,1	21,0	20,2	7,6	10,9	4,2
10.	szklony sklepowe	33,1	28,0	22,9	8,5	3,4	4,2
11.	ekrany wideo na ulicy	13,8	22,4	27,6	18,1	12,9	5,2
12.	transparenty umieszczone w oknach i na balkonach budynków	13,8	22,4	27,6	18,1	12,9	5,2
13.	wlepki, naklejki porozklejane w różnych miejscach przestrzeni miejskiej	21,9	25,5	17,5	17,5	8,8	8,8
14.	graffiti reklamowe, napisy i grafika namalowane na chodnikach, schodach, ścianach i innych miejscach	18,5	16,0	22,7	20,2	14,3	8,4
15.	reklama z wideoprojektorów na ścianach	4,3	4,3	13,7	22,2	29,9	25,6
16.	inne	3,3	8,3	8,3	11,7	11,7	56,7

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

⁵ Klasyfikacja reklam w oparciu o badania przeprowadzone przez Millward Brown SMG / KRC w 2008 roku na zlecenie Izby Gospodarczej Reklamy Zewnętrznej.

Tab. 14. Kontakt z reklamami w przeciągu miesiąca poprzedzającego badania w zależności od wieku respondenta⁶

lp.	kontakt z reklamami w przeciągu miesiąca poprzedzającego badania	%															
		18 – 24 lat				25 – 39 lat				40 – 59 (kobiety) / 64 (mężczyźni) lat				60 (kobiety) / 65 (mężczyźni) i więcej lat			
		często	ani za często, ani za rzadko	rzadko	nie wiem	często	ani za często, ani za rzadko	rzadko	nie wiem	często	ani za często, ani za rzadko	rzadko	nie wiem	często	ani za często, ani za rzadko	rzadko	nie wiem
1.	wielkie reklamy na budynkach i rusztowaniach	90,0	10,0	0,0	0,0	73,0	10,8	13,5	2,7	78,2	5,5	12,7	3,6	81,2	6,3	12,5	0,0
2.	tablice reklamowe na chodnikach i przy ulicach	81,8	9,1	9,1	0,0	63,9	22,2	8,3	5,6	68,5	11,1	14,8	5,6	80,0	6,7	13,3	0,0
3.	ulotki i ogłoszenia	80,0	10,0	10,0	0,0	83,8	13,5	2,7	0,0	71,4	8,9	16,1	3,6	73,3	6,7	13,3	6,7
4.	podświetlone tablice na wiatkach przystankowych	70,0	30,0	0,0	0,0	69,4	16,7	8,3	5,6	64,8	5,6	25,9	3,7	53,8	23,1	7,7	15,4
5.	reklamy na autobusach, tramwajach i w metrze	72,7	18,2	9,1	0,0	62,8	22,9	8,6	5,7	67,2	16,3	11,0	5,5	68,8	6,3	24,9	0,0
6.	małe podświetlone tablice, np. na słupach	18,2	27,3	54,5	0,0	19,4	22,2	33,4	25,0	15,4	19,2	53,9	11,5	7,7	15,4	53,8	23,1
7.	reklamy w witrynach sklepowych	72,7	9,1	18,2	0,0	65,7	14,3	11,4	8,6	47,2	24,5	22,6	5,7	50,0	14,3	28,6	7,1
8.	okrągłe słupy reklamowe	18,2	45,4	27,3	9,1	27,8	25,0	44,4	2,8	30,2	20,8	37,7	11,3	15,4	7,7	69,2	23,1
9.	reklamy porozklejane na płotach, ścianach i innych miejscach	63,6	9,1	27,3	0,0	54,1	29,7	13,5	2,7	54,7	18,9	22,6	3,8	71,5	14,3	7,1	7,1
10.	szylidy sklepowe	54,5	45,5	0,0	0,0	61,1	27,8	8,3	2,8	60,9	17,6	17,6	3,9	68,8	12,5	12,4	6,3
11.	ekrany wideo na ulicy	36,4	36,4	18,2	9,2	30,6	36,1	33,3	0,0	41,2	21,6	31,4	5,8	42,9	14,3	35,7	7,1
12.	transparenty umieszczone w oknach i na balkonach budynków	27,3	27,3	45,4	0,0	25,0	25,0	36,1	13,9	23,6	20,0	50,9	5,5	42,9	14,3	21,4	21,4
13.	wlepki, naklejki porozklejane w różnych miejscach przestrzeni miejskiej	45,4	36,4	18,2	0,0	48,6	17,1	25,7	8,6	46,2	15,4	30,7	7,7	50,0	16,7	25,0	8,3
14.	graffiti reklamowe, napisy i grafika namalowane na chodnikach, schodach, ścianach i innych miejscach	27,3	36,4	27,3	0,0	30,6	22,2	44,4	2,8	35,2	24,1	31,4	9,3	42,9	14,3	28,5	14,3
15.	reklama z wideoprojektorów na ścianach	0,0	36,4	45,4	18,2	2,8	13,9	80,5	2,8	13,5	11,5	48,1	26,9	14,3	7,1	50,0	28,6
16.	inne	16,7	16,7	33,3	33,3	5,9	5,9	17,6	70,6	18,5	3,7	25,9	51,9	0,0	16,7	33,3	50,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

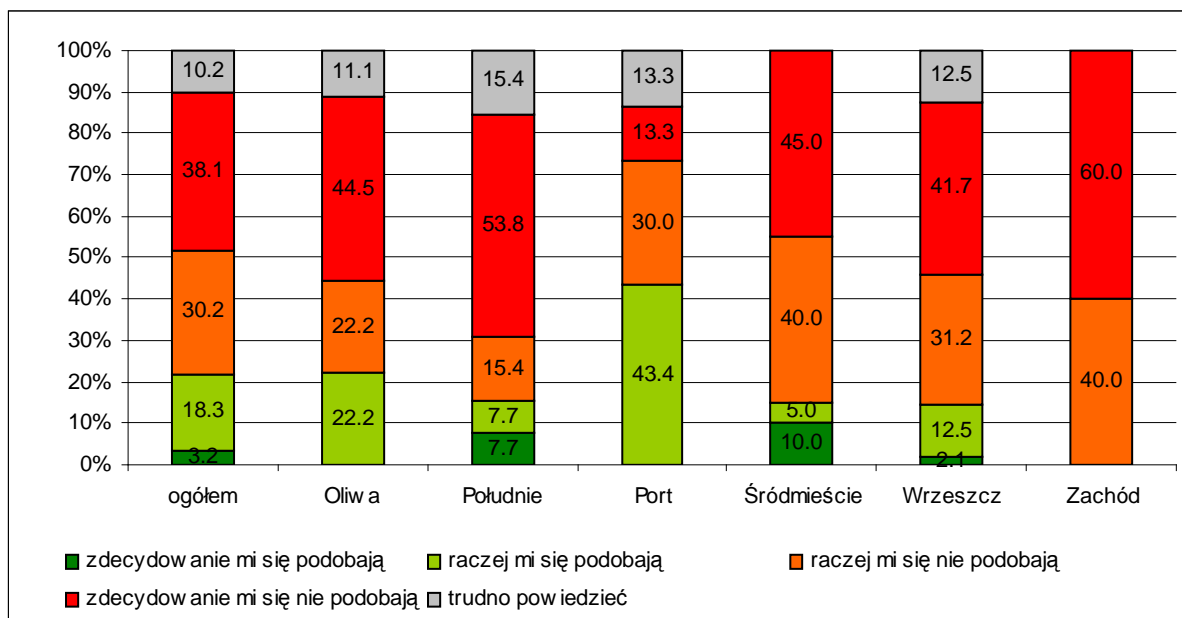
⁶ Często – suma odpowiedzi bardzo często i często, rzadko – suma odpowiedzi bardzo rzadko i rzadko.

Poruszając się po mieście respondenci najczęściej spotykają (suma odpowiedzi *bardzo często* i *często* równa co najmniej 50,0%):

- wielkie reklamy na budynkach i rusztowaniach (78,0%),
- ulotki i ogłoszenia (76,3%),
- tablice reklamowa na chodnikach i przy ulicach (70,3%),
- reklamy na autobusach, tramwajach (66,1%),
- podświetlone tablice na wiatach przystankowych (65,2%),
- szyldy sklepowe (61,1%),
- reklamy porozklejane na płotach, ścianach i innych miejscach (57,1%),
- reklamy w witrynach sklepowych (55,6%).

Szczegółowe zestawienie odpowiedzi dotyczących kontaktu z reklamami w przeciągu miesiąca poprzedzającego badanie przedstawiają tab. 13 i tab. 14.

Respondenci często zwracają uwagę na reklamy, jednak w przeważającej części nie są oceniane pozytywnie. Dwie trzecie badanych (68,3%) stwierdziło, że reklamy na terenie Gdańska raczej im się nie podobają lub bardzo im się nie podobają.

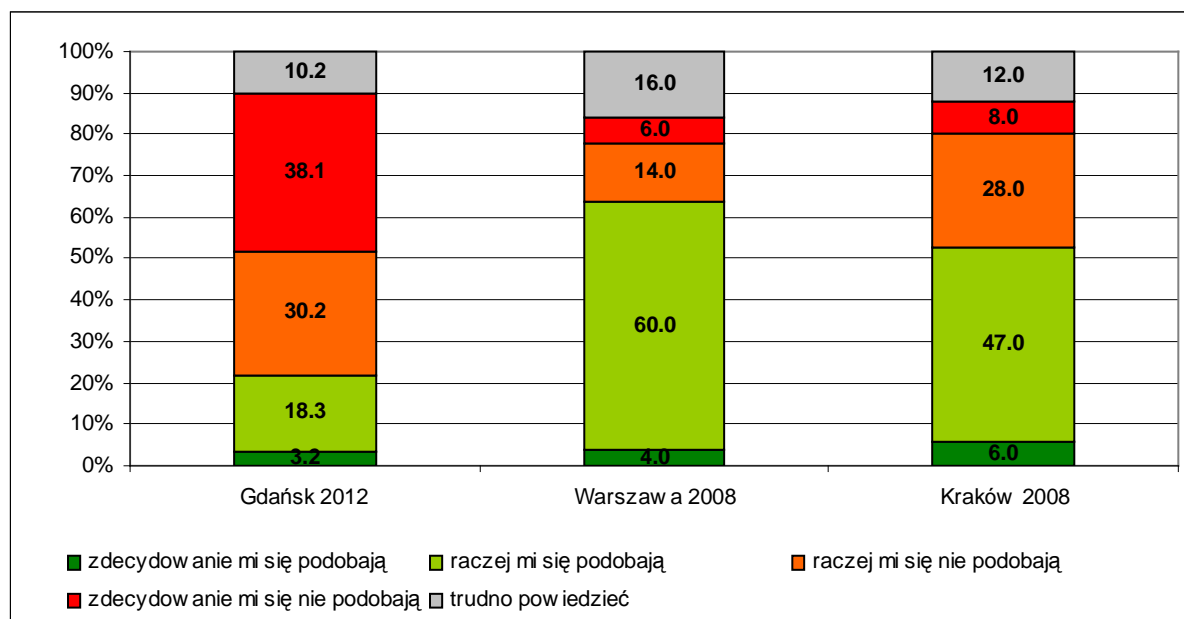


Ryc. 45. Ocena reklam zlokalizowanych na terenie Gdańska (n=125)

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Respondenci w Gdańsku, w porównaniu z Warszawą i Krakowem, częściej interesują się reklamami na terenie miasta, są też wobec nich bardziej krytyczni. Nie podobają się one (suma odpowiedzi *zdecydowanie mi się nie podobają* i *raczej*

mi się nie podobają) 68,3% respondentów w Gdańsku, w Warszawie odsetek ten wyniósł 20,0%, w Krakowie 36,0%.

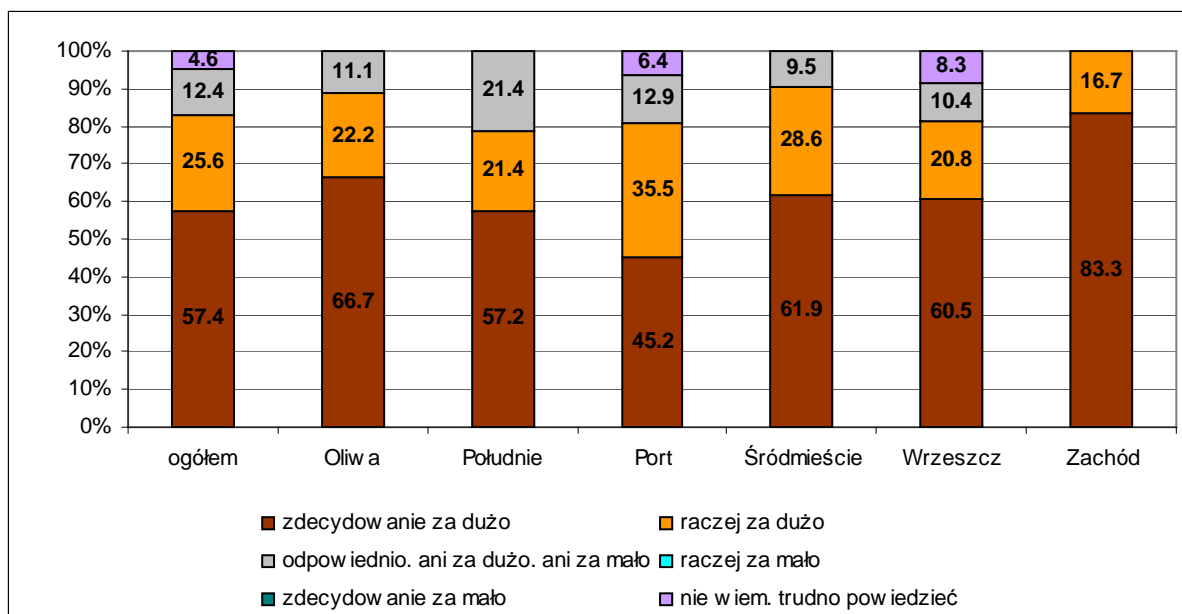


Ryc. 46. Ocena reklam zlokalizowanych na terenie miasta – porównanie Gdańska (n=125) oraz Warszawy i Krakowa

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań oraz Badania przeprowadzone przez Millward Brown SMG / KRC w 2008 roku na zlecenie Izby Gospodarczej Reklamy Zewnętrznej.

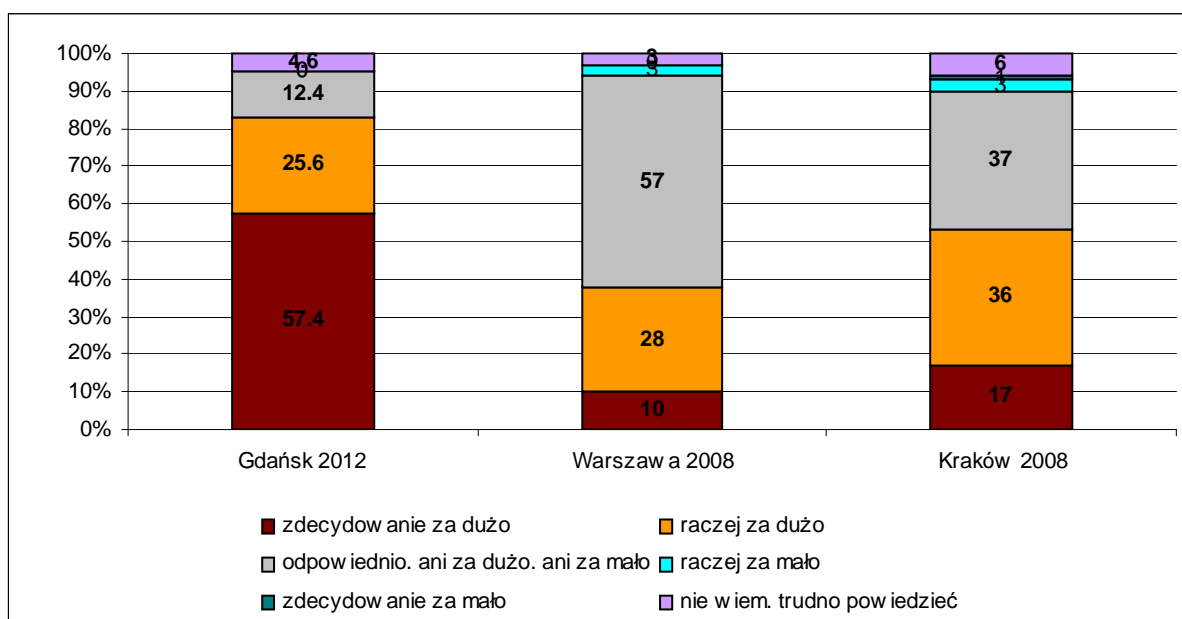
W zdecydowanej większości respondenci uważali, że reklam na terenie Gdańska jest zbyt dużo (suma odpowiedzi zdecydowanie za dużo i raczej za dużo wyniosła 83,0%). Żaden z respondentów nie stwierdził, że reklam na terenie Gdańska jest zbyt mało.

W porównaniu z Warszawą i Krakowem, w Gdańsku największy odsetek respondentów stwierdził, że reklam w mieście jest zbyt dużo. W Warszawie dominowała odpowiedź, że reklam nie jest zbyt dużo, ani zbyt mało (57,0%). W Krakowie, podobnie jak w Gdańsku, dominowały osoby, które stwierdziły, że reklam w mieście jest zbyt dużo – odsetek ten wyniósł 53,0%, zdecydowanie mniej niż w Gdańsku (83,0%).



Ryc. 47. Ocena liczby reklam zlokalizowanych na terenie Gdańska (n=129)

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

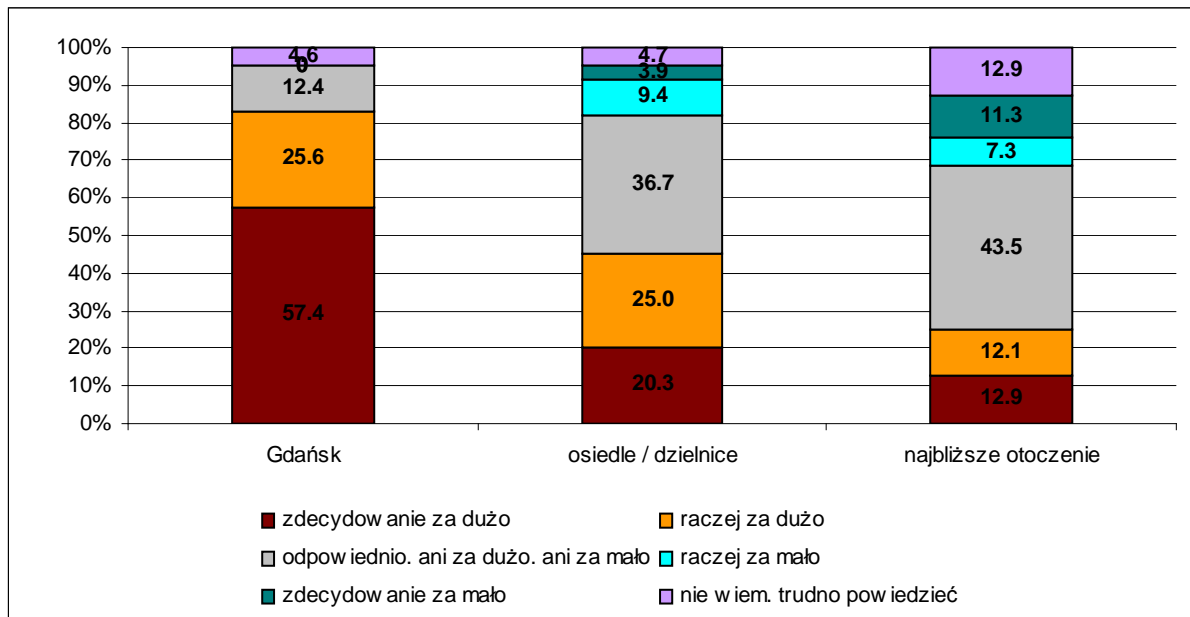


Ryc. 48. Ocena liczby reklam zlokalizowanych na terenie miasta – porównanie Gdańska (n=129), Warszawy i Krakowa

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań oraz Badania przeprowadzone przez Millward Brown SMG / KRC w 2008 roku na zlecenie Izby Gospodarczej Reklamy Zewnętrznej.

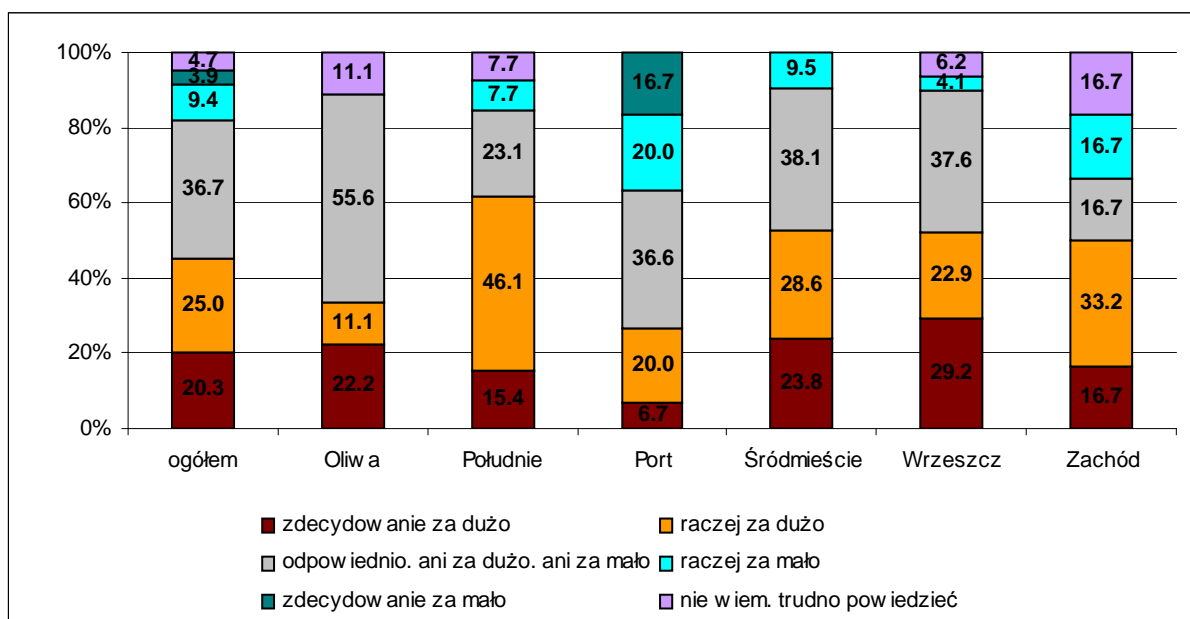
Opinia respondentów co do liczby reklam zlokalizowanych na terenie miasta zależy od zakresu przestrzennego. W skali całego miasta respondenci uważają, że reklam jest zbyt dużo, w skali dzielnicy lub osiedla i najbliższego otoczenia wzrasta odsetek osób, które stwierdzały, że liczba reklam jest odpowiednia, pojawiały się także opinie, że reklam jest zbyt mało. Szczegółowy rozkład odpowiedzi

dotyczących liczby reklam na terenie osiedla lub dzielnicy przedstawia ryc. 50, na terenie otoczenia najbliższego miejscu zamieszkania ryc. 51.



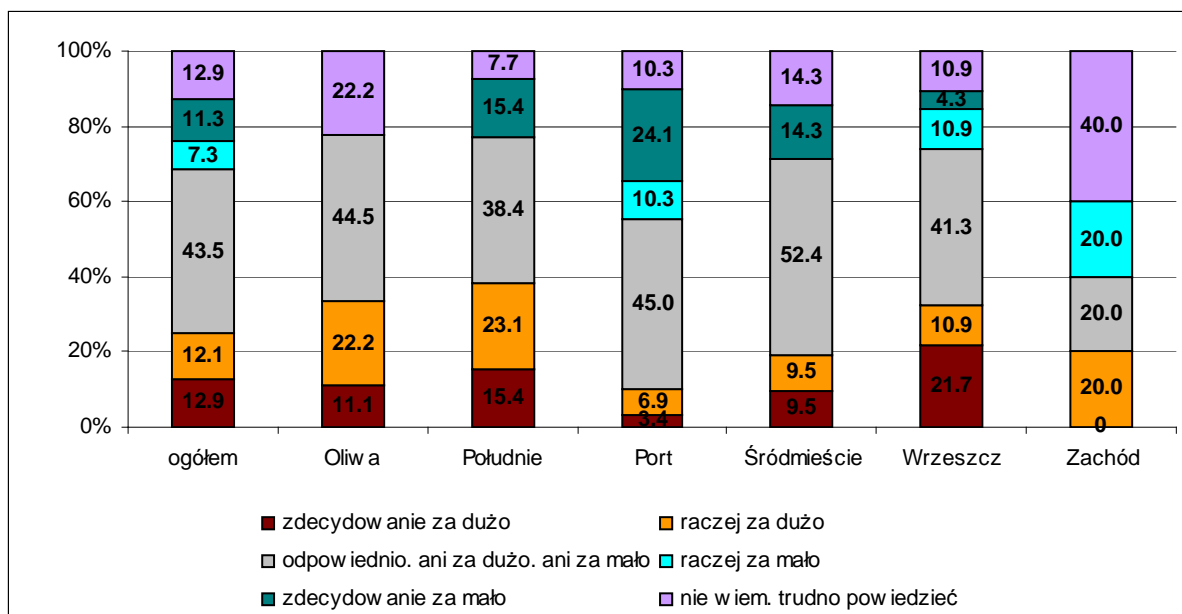
Ryc. 49. Ocena liczby reklam zlokalizowanych na terenie Gdańska, dzielnicy / osiedla i najbliższego otoczenia

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.



Ryc. 50. Ocena liczby reklam zlokalizowanych na terenie dzielnicy / osiedla zamieszkania (n=129)

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.



Ryc. 51. Ocena liczby reklam zlokalizowanych w najbliższym otoczeniu budynku zamieszkania (n=126)

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Respondenci poproszeni zostali także o odniesienie się do zestawu twierdzeń związanych z lokalizacją i regulacjami lokalizacji reklam. Na podstawie udzielonych odpowiedzi zauważyć można, że osoby badane opowiadają się za lokalizowaniem reklam w sposób przemyślany i uporządkowany oraz za regulacjami dotyczącymi pojawianiem się reklam w przestrzeni miejskiej, także na terenach prywatnych.

Tab. 15. Opinie dotyczące lokalizacji reklam na terenie miasta⁷ (n=124)

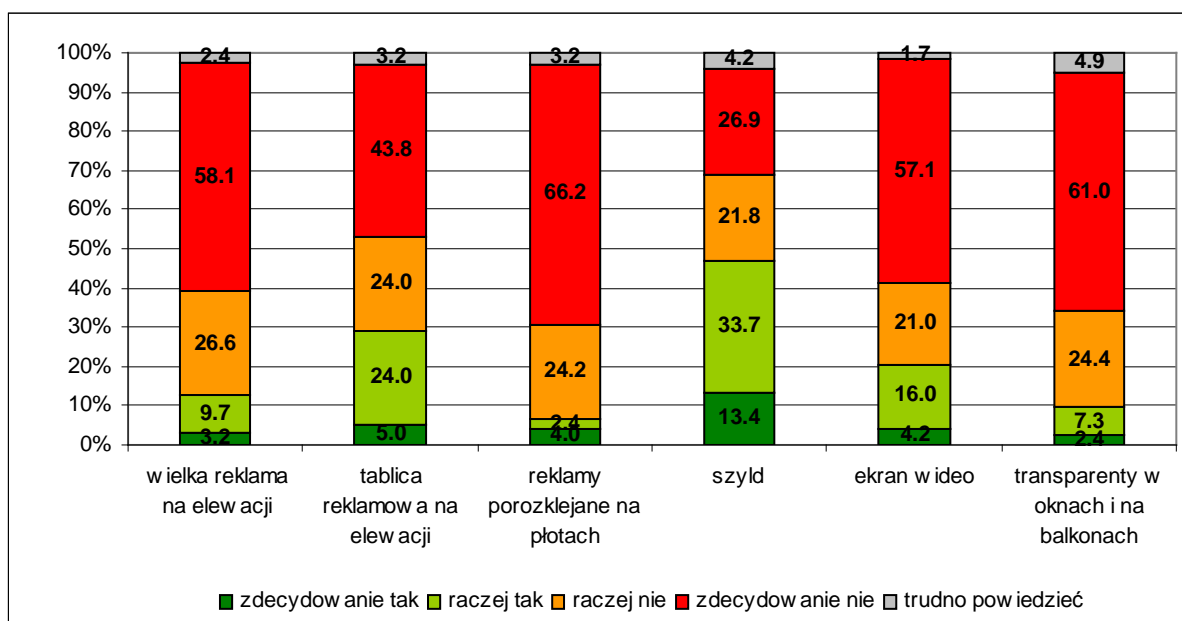
lp.	lokalizacja reklam na terenie miasta	%				
		zdecydowanie się zgadzam	raczej się zgadzam	raczej się nie zgadzam	zdecydowanie się nie zgadzam	trudno powiedzieć
1.	nie podoba mi się, kiedy reklamy rozmieszczone są w sposób chaotyczny, bez żadnego widocznego porządku	71,0	20,2	3,2	3,2	6,4
2.	na swoim własnym terenie każdy może umieszczać dowolne reklamy	7,4	14,8	23,8	50,8	3,2
3.	uważam, że miasto powinno zabronić rozwieszania reklam, o które następnie nikt nie dba	70,4	17,6	4,8	5,6	1,6

⁷ Stwierdzenia dotyczące lokalizacji reklam na terenie miasta w oparciu o badania przeprowadzone przez Millward Brown SMG / KRC w 2008 roku na zlecenie Izby Gospodarczej Reklamy Zewnętrznej.

lp.	lokalizacja reklam na terenie miasta	%				
		zdecydowanie się zgadzam	raczej się zgadzam	raczej się nie zgadzam	zdecydowanie się nie zgadzam	trudno powiedzieć
4.	zdecydowanie nie podoba mi się, że w miejscach publicznych pojawiają się reklamy, które zajmują miejsce, a miasto nie ma z tej racji żadnych dochodów	41,5	27,6	11,4	6,5	13,0
5.	naklejanie w różnych miejscach miasta (np. na słupach, ogrodzeniach, przystankach) nielegalnych ulotek i ogłoszeń powinno zostać zabronione	52,0	28,5	6,5	6,5	6,5
6.	bardzo mi się nie podoba rozwieszanie wielkich reklam na ścianach budynków (chyba że budynek jest w budowie lub w remoncie i reklama umieszczona jest tymczasowo na siatce zabezpieczającej rusztowanie)	59,4	26,0	8,9	1,6	4,1
7.	to, w jaki sposób rozmieszczone są reklamy, czy są uporządkowane czy nie, nie ma dla mnie żadnego znaczenia	7,6	10,9	16,8	59,7	5,0
8.	bez względu na to, czy dany teren stanowi własność prywatną, czy też nie, uważam, że powinny istnieć ograniczenia jeżeli chodzi o formę i sposób rozmieszczania reklam	55,3	33,1	5,8	2,3	2,5
9.	uważam, że nie jest sprawą miasta czy ktoś dba czy nie o rozwieszane przez siebie reklamy	8,3	6,7	19,2	63,3	2,5
10.	jest mi to obojętne, że w miejscach publicznych pojawiają się reklamy, które zajmują miejsce, a miasto nie ma z tej racji żadnych dochodów	5,9	11,8	15,1	54,6	12,6
11.	nie mam nic przeciwko temu, żeby w różnych miejscach miasta (np. na słupach, ogrodzeniach, przystankach) naklejane były nielegalne ulotki i ogłoszenia	5,9	7,6	19,3	63,0	4,2
12.	wielkie reklamy na ścianach budynków nie przeszkadzają mi, to jeszcze jedna forma reklamy zewnętrznej	5,9	20,2	21,8	47,9	4,2

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Większość respondentów sprzeciwia się lokalizacji reklam na budynku, w którym mieszka. Jedynie szyldy spotykały się z akceptacją lokalizacji na budynku zamieszkania – zgadzało się z tym (suma odpowiedzi *zdecydowanie tak* i *tak*) 47,1%, sprzeciwiało się (suma odpowiedzi *zdecydowanie nie* i *nie*) 48,7%. W przypadku pozostałych nośników reklam sprzeciw (suma odpowiedzi *zdecydowanie nie* i *nie*) wobec lokalizacji na budynku zamieszkania wynosił od 67,8% w przypadku tablic reklamowych na elewacjach do 90,4% w przypadku reklam porozklejanych na płotach.



Ryc. 52. Zgoda na umieszczenie na budynku zamieszkania reklamy (n=119)

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Miejsce zamieszkania respondentów (podział na dzielnice urbanistyczne) oraz typ zabudowy, w którym mieszkają respondenci w niewielkim stopniu różnicuje postawy wobec lokalizacji reklam na budynku zamieszkania.

Tab. 16. Zgoda na umieszczenie na budynku zamieszkania reklamy w zależności od typu zabudowy miejsca zamieszkania respondenta (n=119)

lp.	zgoda na umieszczenie na budynku zamieszkania reklamy ⁸	%					
		budynek jednorodzinny (1-2 mieszkania)		mały dom mieszkalny (3-4 mieszkania)		budynek wielorodzinny (5 i więcej mieszkań)	
		tak	nie	tak	nie	tak	nie
1.	wielka reklama na elewacji	10,5	89,5	0,0	100,0	14,6	85,4
2.	tablica reklamowa na elewacji	31,4	68,6	33,3	66,7	29,1	70,9
3.	reklamy porozklejane na płotach	8,3	91,7	25,0	75,0	5,1	94,9
4.	szyld	45,7	54,3	66,7	33,3	50,0	50,0
5.	ekran wideo	13,9	86,1	33,3	66,7	11,5	88,5
6.	transparenty w oknach i na balkonach	8,3	91,7	33,3	66,7	10,4	89,6

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Tab. 17. Zgoda na umieszczenie na budynku zamieszkania reklamy w zależności od miejsca zamieszkania respondenta (n=119)

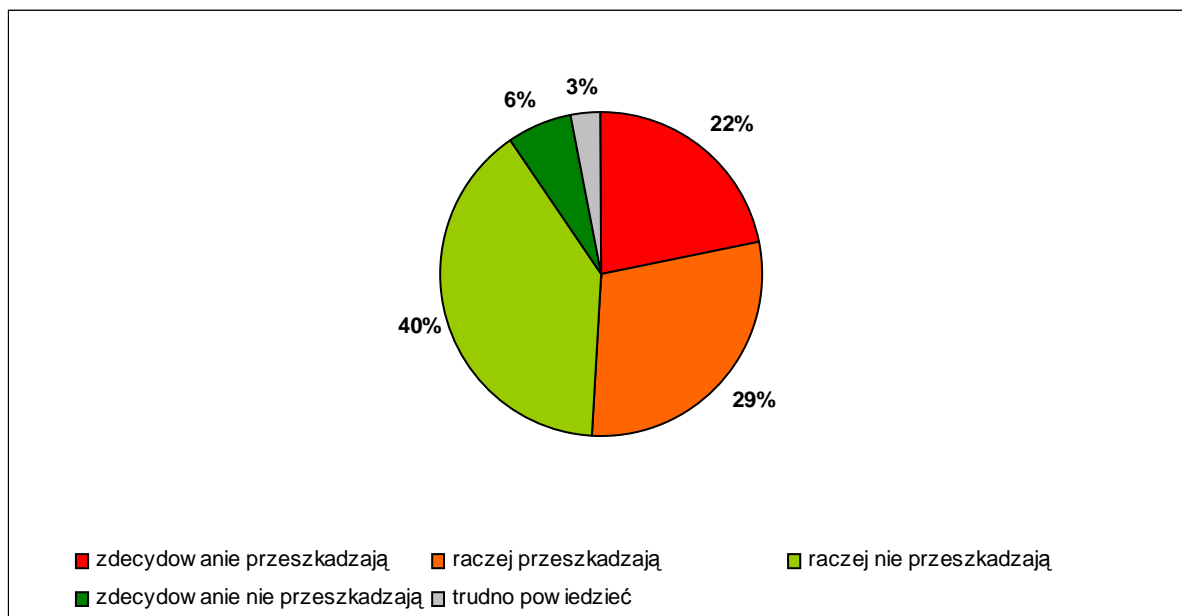
lp.	zgoda na umieszczenie na budynku zamieszkania reklamy ⁹	%											
		Oliwa		Południe		Port		Śródmieście		Wrzeszcz		Zachód	
		tak	nie	tak	nie	tak	nie	tak	nie	tak	nie	tak	nie
1.	wielka reklama na elewacji	12,5	87,5	28,3	71,7	10,0	90,0	11,1	88,9	11,1	88,9	16,7	83,3
2.	tablica reklamowa na elewacji	25,0	75,0	9,1	90,9	37,5	62,5	33,3	66,7	26,2	73,8	16,7	83,3
3.	reklamy porozklejane na płotach	11,1	88,9	0,0	100	6,7	93,3	1,8	98,2	6,8	93,2	16,7	83,3
4.	szyld	50,0	50,0	38,4	61,6	37,9	62,1	64,7	35,3	51,2	48,8	50,0	50,0
5.	ekran wideo	12,5	87,5	8,3	91,7	28,6	71,4	21,0	79,0	15,6	84,4	16,7	83,3
6.	transparenty w oknach i na balkonach	22,2	77,8	10,0	90,0	6,7	93,3	0,0	100	14,0	86,0	16,7	83,3

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

⁸ Tak – suma odpowiedzi zdecydowanie tak i raczej tak, nie – suma odpowiedzi zdecydowanie nie i raczej nie, z wyłączeniem kategorii odpowiedzi trudno powiedzieć.

⁹ Tak – suma odpowiedzi zdecydowanie tak i raczej tak, nie – suma odpowiedzi zdecydowanie nie i raczej nie, z wyłączeniem kategorii odpowiedzi trudno powiedzieć.

W trakcie badania sprawdzono także czy reklamy postrzegane są jako przeszkody. Dla zbliżonej liczby respondentów nośniki reklamowe są (50,8%) i nie są (46,1%) przeszkodą na plażach i w parkach.



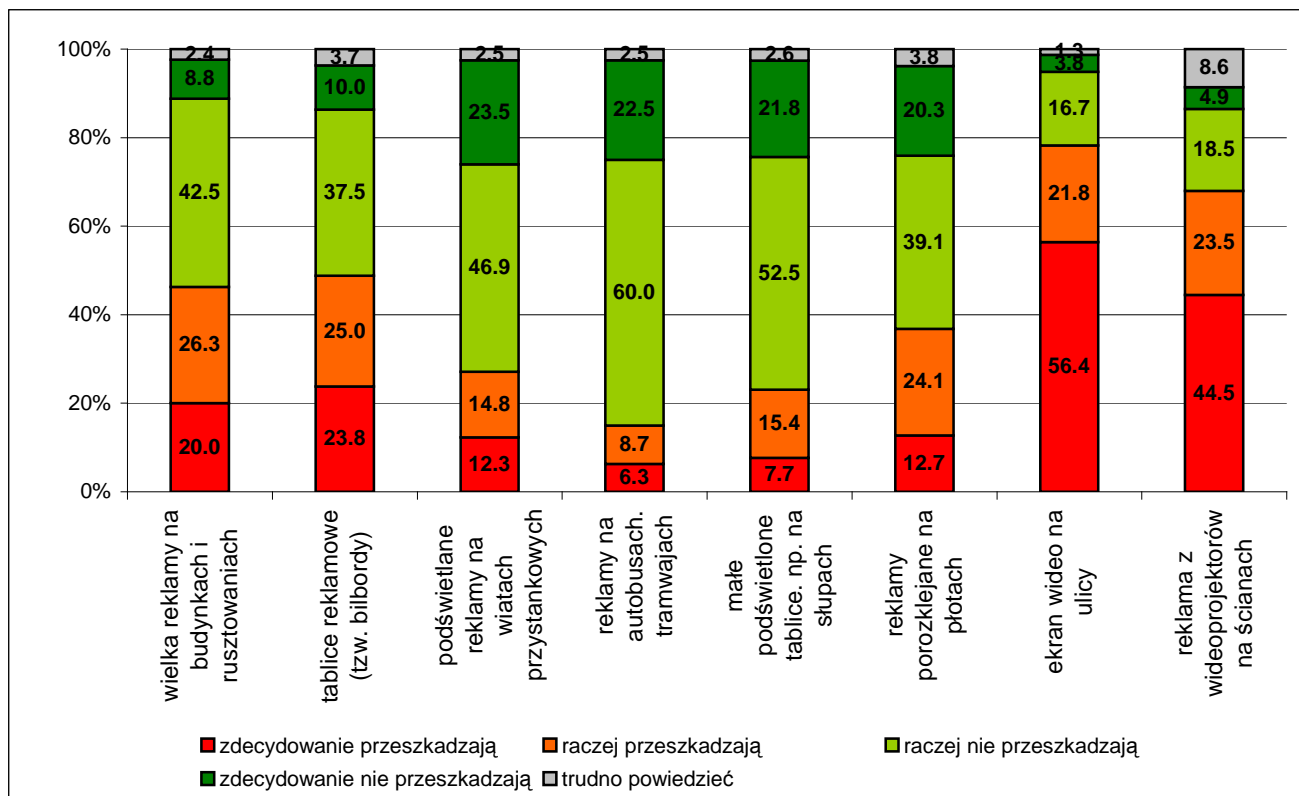
Ryc. 53. Postrzeganie nośników reklamowych jako przeszkód na plażach i w parkach (n=128)

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Prawie dwie trzecie respondentów (62,0%) korzysta z samochodu jako kierowca. Respondentów tych poproszono o określenie czy reklamy są czynnikiem, który utrudnia im prowadzenie samochodu.

Jako przeszkody (suma odpowiedzi *zdecydowanie przeszkadzają* i *raczej przeszkadzają*) postrzegane są przede wszystkim reklamy dynamiczne: ekrany video na ulicy (78,2%) i reklamy z wideoprojektorów na ścianach (68,0%). Mniejszą przeszkodę stanowią reklamy wielkoformatowe: billboardy (48,8%) oraz wielkie reklamy na ścianach i rusztowaniach (46,3%).

Przeszkodami raczej nie są (suma odpowiedzi *raczej nie przeszkadzają* i *zdecydowanie nie przeszkadzają*) reklamy na autobusach i tramwajach (15,0%), podświetlane reklamy na wiatach przystankowych (27,1%) oraz małe, podświetlane tablice umieszczane głównie na słupach (23,1%).



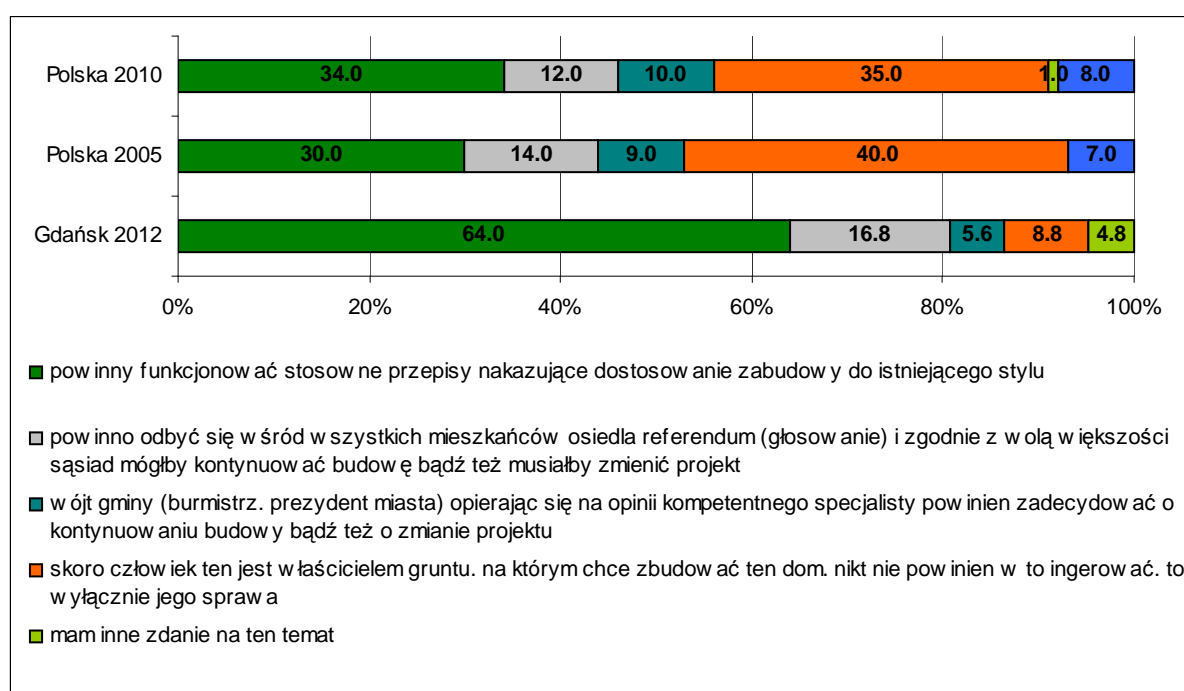
Ryc. 54. Postrzeżenie nośników reklamowych jako przeszkód w trakcie prowadzenia samochodu (n=80)

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.



6. Regulacje dotyczące zagospodarowania przestrzeni

Respondentów poproszono także o wyrażanie opinii co do regulacji dotyczących zagospodarowania przestrzeni. Badanych poproszono o odpowiedź na pytania zaczerpnięte z badań przeprowadzonych przez CBOS: *Założmy, że mieszka Pan(i) na osiedlu domów jednorodzinnych, które zostało zbudowane w jednolitym stylu. Wszystkie budynki mieszkalne są do siebie podobne, a budynki użyteczności publicznej, takie jak urzędy czy sklepy, wkomponowane są w istniejący w miejscowości styl zabudowy. Tymczasem właściciel sąsiadującej z Panem(ią) działki postanawia wybudować dom, który będzie całkowicie różny od pozostałych budynków w okolicy. Które z przedstawionych rozwiązań wydaje się Panu(i) najbardziej odpowiednie w zaistniałej sytuacji?*



Ryc. 55. Opinie o regulacjach dotyczących charakteru zabudowy – porównanie Gdańska (n=125) i wyników badań ogólnopolskich¹⁰

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań oraz Polacy o architekturze. Raport z badań, CBOS, 2010.

W porównaniu z badaniami ogólnopolskimi, gdańscy respondenci w większym stopniu popierają odpowiedź zakładającą funkcjonowanie stosownych przepisów nakazujących dostosowanie zabudowy do istniejącego stylu – 64% w porównaniu z próbą ogólnopolską i odsetkiem odpowiedzi 30,0% w 2005 roku i 34,0% w 2010 roku.

¹⁰ Źródło: Polacy o architekturze. Raport z badań, CBOS, 2010 (reprezentatywna losowo dobrana próba dorosłych mieszkańców Polski).

Typ zabudowy, w której mieszkają respondenci nie różnicował opinii o regulacjach dotyczących charakteru zabudowy.

Tab. 18. Opinie o regulacjach dotyczących charakteru zabudowy w zależności od typu zabudowy, w której mieszkają respondenci (n=125)

lp.	regulacje dotyczące charakteru zabudowy	%			
		ogółem	budynek jednorodzinny (1-2 mieszkania)	mały dom mieszkalny (3-4 mieszkania)	budynek wielorodzinny (5 i więcej mieszkań)
1.	powinny funkcjonować stosowne przepisy nakazujące dostosowanie zabudowy do istniejącego stylu	64,0	61,8	80,0	64,0
2.	powinno odbyć się wśród wszystkich mieszkańców osiedla referendum (głosowanie) i zgodnie z wolą większości sąsiad mógłby kontynuować budowę bądź też musiałby zmienić projekt	16,8	5,9	20,0	20,9
3.	wójt gminy (burmistrz, prezydent miasta) opierając się na opinii kompetentnego specjalisty powinien zdecydować o kontynuowaniu budowy bądź też o zmianie projektu	5,6	8,8	0,0	4,7
4.	skoro człowiek ten jest właścicielem gruntu, na którym chce zbudować ten dom, nikt nie powinien w to ingerować, to wyłącznie jego sprawa	8,8	14,7	0,0	7,0
5.	mam inne zdanie na ten temat	4,8	8,8	0,0	30,4
6.	trudno powiedzieć	0,0	0,0	0,0	0,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Z kolei wiek był czynnikiem, który różnicował odpowiedzi dotyczące charakteru zabudowy. Funkcjonowanie przepisów nakazujących dostosowanie zabudowy do istniejącego stylu w większym stopniu popierały osoby w wieku do 24 roku życia i powyżej 60 (kobiety) / 65 (mężczyźni) roku życia. Z kolei osoby w wieku od 25 do 39 lat częściej popierały pomysł przeprowadzenia wśród wszystkich mieszkańców osiedla referendum (głosowanie) i zgodnie z wolą większości sąsiad mógłby kontynuować budowę bądź też musiałby zmienić projekt.

Tab. 19. Opinie o regulacjach dotyczących charakteru zabudowy w zależności od wieku respondentów (n=122)

lp.	regulacje dotyczące charakteru zabudowy	%				
		ogółem	18 – 24 lat	25 – 39 lat	40 – 59 (kobiety) / 64 (mężczyźni) lat	60 (kobiety) / 65 (mężczyźni) i więcej lat
1.	powinny funkcjonować stosowne przepisy nakazujące dostosowanie zabudowy do istniejącego stylu	64,0	72,7	58,4	65,0	72,5
2.	powinno odbyć się wśród wszystkich mieszkańców osiedla referendum (głosowanie) i zgodnie z wolą większości sąsiad mógłby kontynuować budowę bądź też musiałby zmienić projekt	16,8	18,2	25,0	14,0	5,5
3.	wójt gminy (burmistrz, prezydent miasta) opierając się na opinii kompetentnego specjalisty powinien zdecydować o kontynuowaniu budowy bądź też o zmianie projektu	5,6	0,0	8,3	7,0	0,0
4.	skoro człowiek ten jest właścicielem gruntu, na którym chce zbudować ten dom, nikt nie powinien w to ingerować, to wyłącznie jego sprawa	8,8	0,0	5,6	10,5	11,0
5.	mam inne zdanie na ten temat	4,8	9,1	2,7	3,5	11,0
6.	trudno powiedzieć	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Także wykształcenie było czynnikiem, który różnicował odpowiedzi dotyczące charakteru zabudowy. Osoby z wykształceniem podstawowym i niepełnym podstawowym twierdziły, że właściciel powinien mieć pewne prawo do decydowania o zabudowie na swoim terenie. Funkcjonowanie przepisów nakazujących dostosowanie zabudowy do istniejącego stylu w większym stopniu popierały osoby z wykształceniem co najmniej gimnazjalnym.

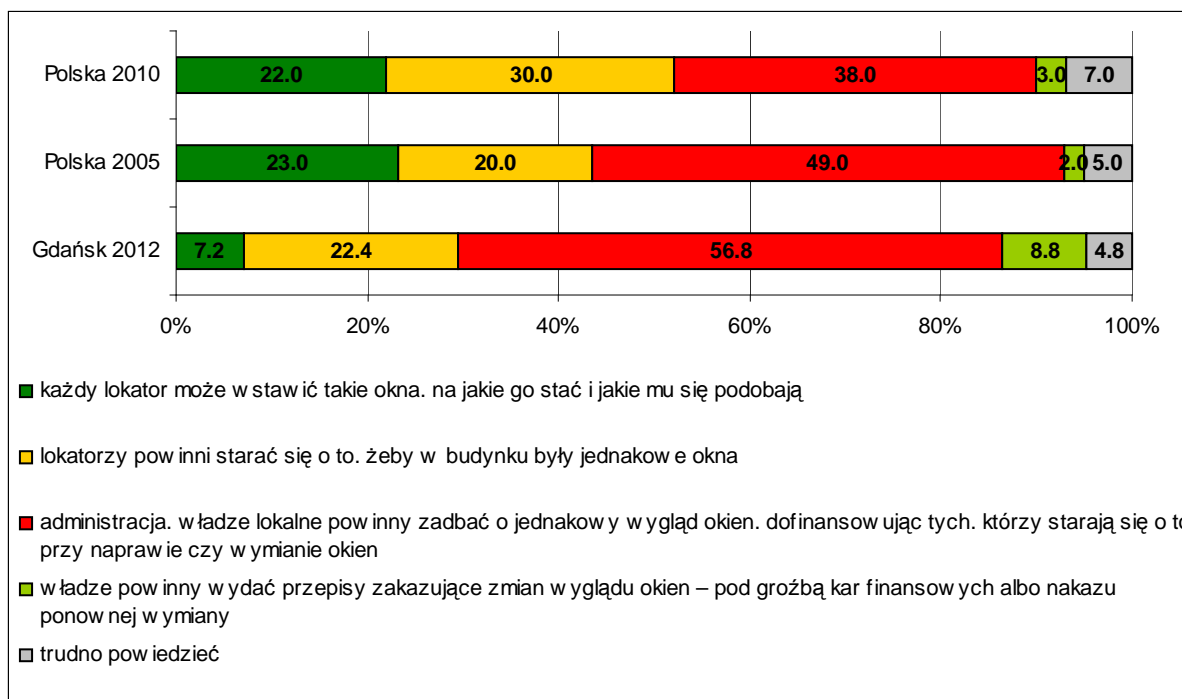
Tab. 20. Opinie o regulacjach dotyczących charakteru zabudowy w zależności od wykształcenia respondentów (n=124)

lp.	regulacje dotyczące charakteru zabudowy	%							
		ogółem	niepełnie podstawowe	podstawowe	gimnazjalne	zawodowe	średnie	policealne / pomaturalne	wyższe
1.	powinny funkcjonować stosowne przepisy nakazujące dostosowanie zabudowy do istniejącego stylu	64,0	0,0	0,0	100	50,0	63,0	61,3	65,9
2.	powinno odbyć się wśród wszystkich mieszkańców osiedla referendum (głosowanie) i zgodnie z wolą większości sąsiad mógłby kontynuować budowę bądź też musiałby zmienić projekt	16,8	0,0	0,0	0,0	50,0	18,5	11,0	17,8
3.	wójt gminy (burmistrz, prezydent miasta) opierając się na opinii kompetentnego specjalisty powinien zdecydować o kontynuowaniu budowy bądź też o zmianie projektu	5,6	0,0	0,0	0,0	0,0	3,7	5,5	6,8
4.	skoro człowiek ten jest właścicielem gruntu, na którym chce zbudować ten dom, nikt nie powinien w to ingerować, to wyłącznie jego sprawa	8,8	100	100	0,0	0,0	14,8	16,7	2,7
5.	mam inne zdanie na ten temat	4,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	5,5	6,8
6.	trudno powiedzieć	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Do badań ogólnopolskich nawiązywało także pytanie o opinie związane z wymianą okien. W Gdańsku rzadziej popierano opinię, że każdy lokator może indywidualnie decydować o wyborze okien (7,2% w porównaniu z badaniami ogólnopolskimi: 23,0% w 2005 roku i 22,0% w 2010 roku). W Gdańsku częściej wskazywano, że władze lokalne i administracja mają decydować o wyborze okien i współfinansować ich wymianę (56,8% w porównaniu z badaniami ogólnopolskimi: 49,0% w 2005 roku i 38,0% w 2010 roku).

Typ zabudowy nie był czynnikiem różnicującym opinie dotyczące wymiany okien.



Ryc. 56. Opinie o regulacjach dotyczących wymiany okien – porównanie Gdańska (n=125) i wyników badań ogólnopolskich¹¹

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań oraz Polacy o architekturze. Raport z badań, CBOS, 2010.

Tab. 21. Opinie o regulacjach dotyczących wymiany okien w zależności od typu zabudowy, w której mieszkają respondenci (n=125)

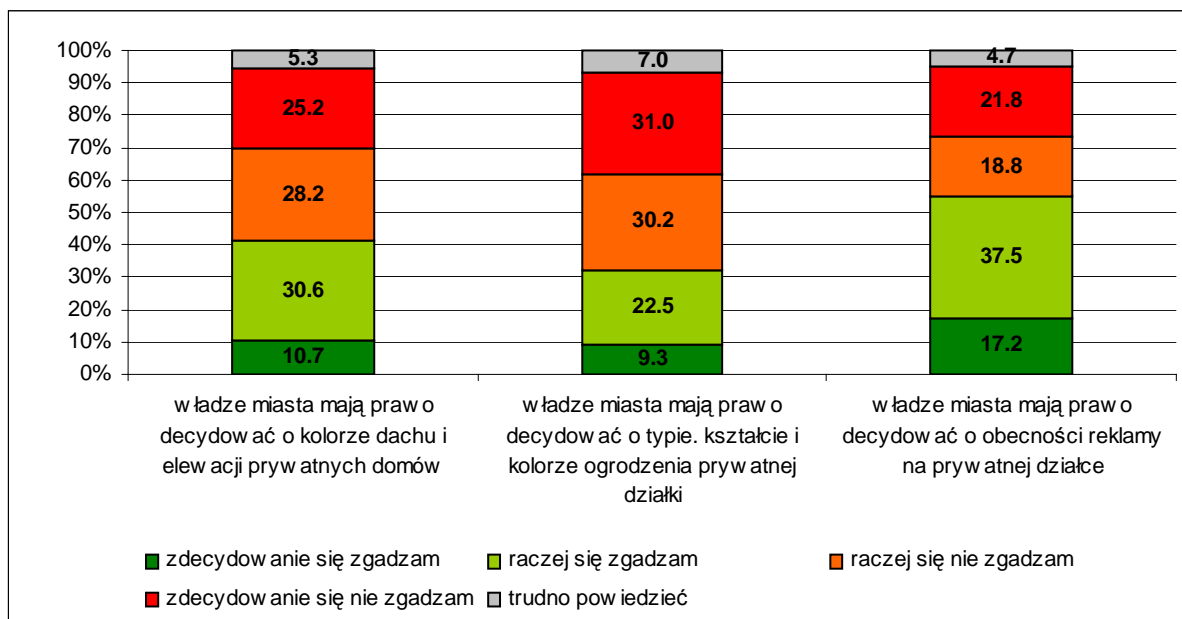
lp.	regulacje dotyczące wymiany okien	%			
		ogółem	budynek jednorodzinny (1-2 mieszkania)	mały dom mieszkalny (3-4 mieszkania)	budynek wielorodzinny (5 i więcej mieszkań)
1.	każdy lokator może wstawić takie okna, na jakie go stać i jakie mu się podobają	7,2	11,8	0,0	5,7
2.	lokatorzy powinni starać się o to, żeby w budynku były jednakowe okna	22,4	23,5	0,0	23,0
3.	administracja, władze lokalne powinny zadbać o jednaki wygląd okien, dofinansując tych, którzy starają się o to przy naprawie czy wymianie okien	56,8	53,0	75,0	57,6
4.	władze powinny wydać przepisy zakazujące zmian wyglądu okien – pod groźbą kar finansowych albo nakazu ponownej wymiany	8,8	8,8	25,0	8,0
5.	trudno powiedzieć	4,8	2,9	0,0	5,7

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

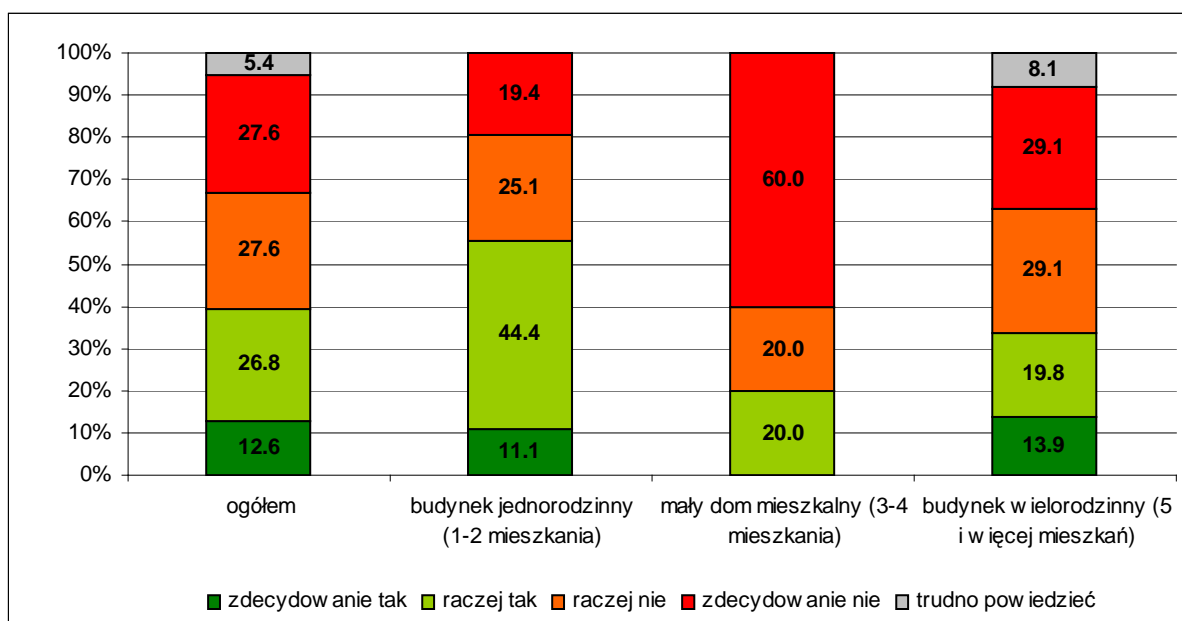
¹¹ Źródło: Polacy o architekturze. Raport z badań, CBOS, 2010 (reprezentatywna losowo dobrana próba dorosłych mieszkańców Polski).

Respondentów poproszono także o opinie dotyczących innych aspektów estetyki przestrzeni i możliwości ich regulacji przez władze miejskie.

Najwyższy odsetek respondentów godzi się (suma odpowiedzi *zdecydowanie się zgadzam* i *raczej się zgadzam*) z twierdzeniem, że władze miejskie mają prawo decydować o obecności reklam na prywatnej działce (54,7%), niższy w przypadku kolorystyki dachów i elewacji (41,3%), najniższy w przypadku kształtu i koloru ogrodzenia (31,8%).

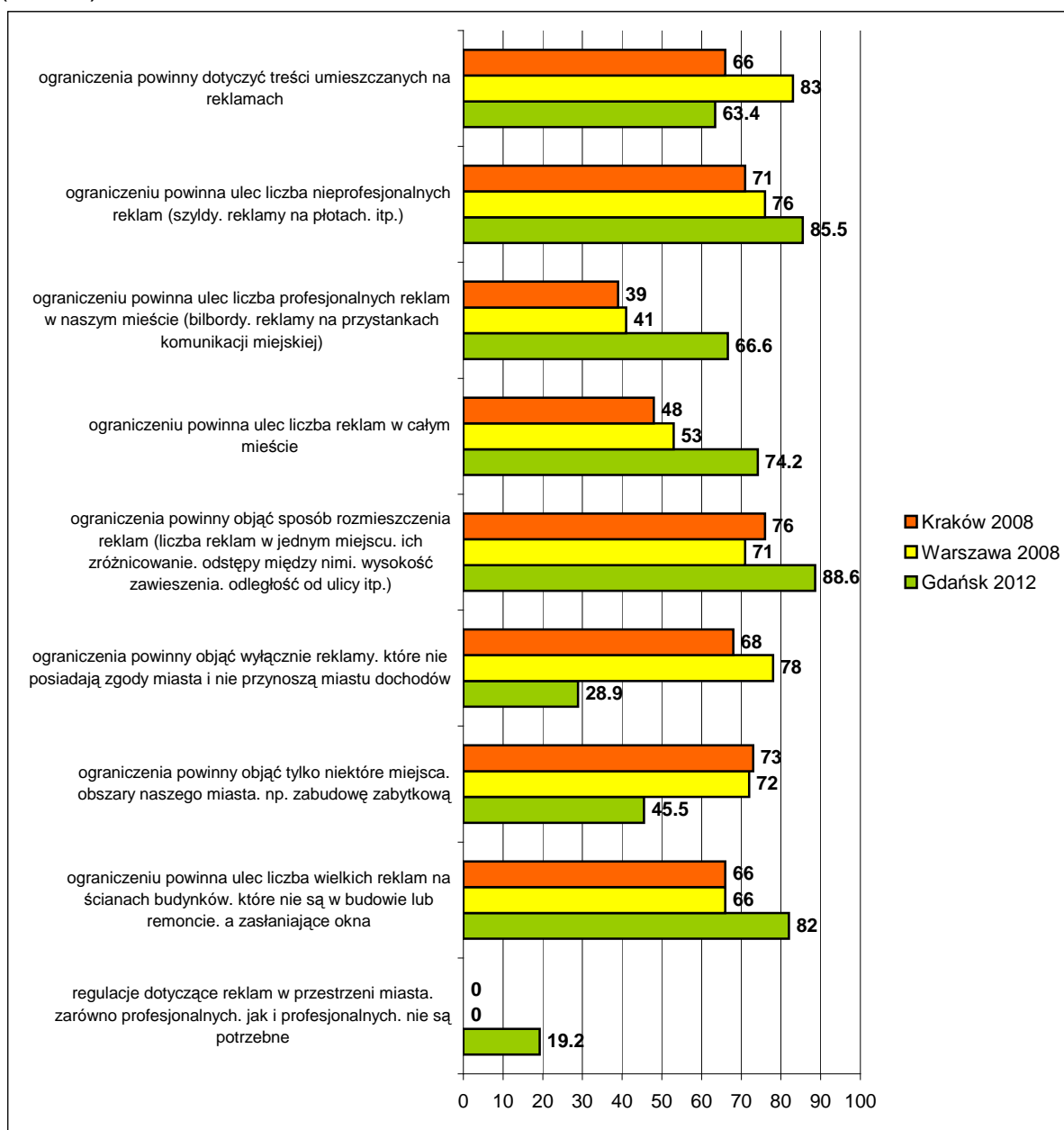


Ryc. 57. Opinie o regulacjach przez władze miasta wybranych elementów estetyki miasta
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.



Ryc. 58. Opinia dotycząca grodzienia budynków wielorodzinnych (n=127)
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Respondenci mogli wyrazić także opinię co do faktu grodzenia budynków mieszkalnych. Grodzenie budynków w większym stopniu popierają (suma odpowiedzi *zdecydowanie się zgadzam* i *raczej się zgadzam*) mieszkańcy budynków jednorodzinnych (55,5%), w zdecydowanie niższym budynków wielorodzinnych (33,7%).



Ryc. 59. Opinie dotyczące regulacji reklam – porównanie Gdańska (n=116) oraz Warszawy i Krakowa¹²

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań oraz badania przeprowadzone przez Millward Brown SMG / KRC w 2008 roku na zlecenie Izby Gospodarczej Reklamy Zewnętrznej.

Respondenci odnieśli się także do propozycji regulacji obecności reklam na terenie miasta. W porównaniu z wynikami badań z Krakowa i Warszawy, gdańscy respondenci w większym stopniu popierali przedstawione możliwości regulacji.

¹² Suma odpowiedzi *zdecydowanie się zgadzam* i *zgadzam się*.



Podsumowanie

Wydaje się, że wybór Radnych Osiedli i Radnych Dzielnicowych jako grupy celowej w pierwszym etapie badań społecznych w ramach KREM okazał się trafny. Respondenci z tej grupy bowiem zdecydowanie interesują się wyglądem Gdańska (96,9%), jedynie 3,1% osób badanych stwierdziło, że wygląd miasta ich nie interesuje lub nie sprecyzowali swojego stanowiska w tej kwestii. Porównując wyniki gdańskich badań z badaniami ogólnopolskimi widać, że gdańscy radni dzielnicowi i osiedlowi w większym stopniu interesują się wyglądem otoczenia i są wobec niej bardziej krytyczni niż zdecydowanie interesują się wyglądem Gdańska (96,9%), jedynie 3,1% osób badanych stwierdziło, że wygląd miasta ich nie interesuje lub nie sprecyzowali swojego stanowiska w tej kwestii.

Respondenci raczej pozytywnie oceniają Gdańsk pod względem architektonicznym. Jednak im bliżej codziennego środowiska życia – dzielnicy, osiedla, miejsca zamieszkania spada odsetek osób, którym otoczenie się podoba. Własna dzielnica czy osiedle zdecydowanie się nie podoba lub raczej nie podoba się połowie respondentów. Jeszcze niżej niż własne osiedle czy dzielnica oceniane jest najbliższe otoczenie budynku zamieszkania. Jednak w przypadku wyboru nowego domu lub mieszkania kwestie związane z estetyką przestrzeni i jakością architektoniczną budynków schodzą na dalszy plan. Najważniejsze są czynniki związane z wygodą zamieszkania i dostępnością komunikacyjną oraz sąsiedztwem usług.

Porównując najważniejsze problemy estetyki przestrzeni na pierwszy plan we wszystkich dzielnicach urbanistycznych wysuwają się śmieci, bazgroły i napisy na ścianach, a także stan techniczny budynków i stan elewacji budynków. Problemem jest także jakość przestrzeni publicznych - respondenci mieli trudności ze wskazaniem najładniejszej, najlepiej urządzonej przestrzeni ogólnodostępnej, poprali też twierdzenie o potrzebie utworzenia nowych przestrzeni publicznych i półpublicznych na terenie własnego osiedla i dzielnicy. Reklamy, grodzienia budynków, kolorystyka elewacji i dachów są kwestiami drugorzędnymi.

Odpowiedzi respondentów nie pozwalają na stwierdzenie istnienia jednego, spójnego kanonu estetycznego dotyczącego estetyki przestrzeni. Respondenci zgodni są jedynie co do tego, że reklamy powinny być lokowane w sposób uporządkowany. W przypadku oceny elewacji nie zaobserwowano jednej wyraźnej tendencji.

Respondenci często zwracają uwagę na reklamy, jednak w przeważającej części nie są oceniane pozytywnie. W przypadku kierowców niektóre typy reklam, w szczególności reklamy dynamiczne (ekrany, wideoprojektory), postrzegane są jako przeszkoda w prowadzeniu samochodu. Pomimo tego opinia respondentów co do liczby reklam zlokalizowanych na terenie miasta zależy od zakresu przestrzennego. W skali całego miasta respondenci uważają, że reklam jest zbyt dużo, w skali dzielnicy lub osiedla i najbliższego otoczenia wzrasta odsetek osób, które stwierdziły, że liczba reklam jest odpowiednia, pojawiały się także opinie, że reklam jest zbyt mało, chociaż większość respondentów sprzeciwia się lokalizacji reklam na budynkach, w których mieszka.

Wyniki przeprowadzonych badań wskazują, że osoby badane opowiadają się za istnieniem przepisów dotyczących charakteru zabudowy oraz lokalizowaniem reklam w sposób przemyślany i uporządkowany oraz za regulacjami dotyczącymi pojawianiem się reklam w przestrzeni miejskiej, także na terenach prywatnych. W przypadku regulacji pozostałych elementów składających się na estetykę miasta opinie były bardziej zróżnicowane. Grodzenie budynków w większym stopniu popierają mieszkańcy budynków jednorodzinnych, w zdecydowanie niższym budynków wielorodzinnych. Najwyższy odsetek respondentów godzi się z twierdzeniem, że władze miejskie mają prawo decydować o obecności reklam na prywatnej działce, niższy w przypadku kolorystyki dachów i elewacji, najniższy w przypadku kształtu i koloru ogrodzenia. Potwierdzają to także niektóre wypowiedzi respondentów:

- *Zbyt dużo ograniczeń narzuconych przez Miasto, dotyczących architektury i kolorystyki;*
- *Brak dbałości miasta o estetykę w zakresie możliwym do wyegzekwowania już obecnie, a wtrącanie się w sprawy które miasto powinno zostawić mieszkańcom,*
- *miasto nie umie i nie powinno wtrącać się do estetyki dzielnicy, bo się na tym nie zna.*

Przeprowadzone badania wskazują na trzy podstawowe kwestie:

1. Reklamy nie są największą bolączką estetyki miejskiej - ważniejszym niż ograniczenie liczby reklam wydaje się wprowadzenie zasad pozwalających na lokalizowanie reklam w mieście w sposób uporządkowany.

2. Wprowadzenie rozbudowanych regulacji dotyczących kolorystyki elewacji i dachów oraz formy i kolorystki ogrodzeń może napotkać się ze sprzeciwem społecznym wynikającym nie tylko z różnie definiowanego pojęcia prawa własności i wynikających z niego praw i obowiązków, ale także z faktu zróżnicowania gustów i ocen estetycznych.
3. Ważniejsza od wprowadzania regulacji wydaje się edukacja w zakresie kształtowania przyjaznej i estetycznej przestrzeni oraz odpowiedzialności za otoczenie. Wiele problemów dotyczących jakości przestrzeni miejskiej, takich jak śmieci, nielegalne parkingi czy kolorystyka elewacji budynków (nie zapominając przy tym o odpowiedzialności Miasta za zarządzanie i utrzymanie mienia gminnego) zależy przede wszystkim od postaw i działań samych mieszkańców.



Bibliografia i aneksy

Bibliografia

1. Badania przeprowadzone przez Millward Brown SMG / KRC w 2008 roku na zlecenie Izby Gospodarczej Reklamy Zewnętrznej.
2. Informator o sytuacji społeczno-ekonomicznej Gdańska za rok 2011, Urząd Miejski w Gdańsku, Urząd Statystyczny w Gdańsku, Gdańsk, 2011.
3. Polacy o architekturze. Raport z badań, CBOS, 2010.

Aneks nr 1. Spis tabel

Tab. 1	Miejsce zamieszkania respondentów wg jednostek pomocniczych (n=130)	14
Tab. 2	Czynniki wyboru nowego domu lub mieszkania (n=120)	22
Tab. 3	Wskazanie najładniejszej, najlepiej urządzonej przestrzeni ogólnodostępnej na terenie Gdańska (n=131)	24
Tab. 4	Istnienie na terenie dzielnicy / osiedla przestrzeni publicznej (n=128)	25
Tab. 5	Istnienie na terenie dzielnicy / osiedla przestrzeni publicznej (n=125)	26
Tab. 6	Potrzeba utworzenia na terenie osiedla / dzielnicy przestrzeni publicznej lub półpublicznej (n=128)	28
Tab. 7	Ocena wybranych elementów składających się na wygląd przestrzeni miejskiej – Oliwa	32
Tab. 8	Ocena wybranych elementów składających się na wygląd przestrzeni miejskiej – Południe	33
Tab. 9	Ocena wybranych elementów składających się na wygląd przestrzeni miejskiej – Port	34
Tab. 10	Ocena wybranych elementów składających się na wygląd przestrzeni miejskiej – Śródmieście	35
Tab. 11	Ocena wybranych elementów składających się na wygląd przestrzeni miejskiej – Wrzeszcz	36
Tab. 12	Ocena wybranych elementów składających się na wygląd przestrzeni miejskiej – Zachód	37
Tab. 13	Kontakt z reklamami w przeciągu miesiąca poprzedzającego badania (n=123)	59
Tab. 14	Kontakt z reklamami w przeciągu miesiąca poprzedzającego badania w zależności od wieku respondenta	60
Tab. 15	Opinie dotyczące lokalizacji reklam na terenie miasta (n=124)	65
Tab. 16	Zgoda na umieszczenie na budynku zamieszkania reklamy w zależności od typu zabudowy miejsca zamieszkania respondenta (n=119)	68
Tab. 17	Zgoda na umieszczenie na budynku zamieszkania reklamy w zależności od miejsca zamieszkania respondenta (n=119)	68
Tab. 18	Opinie o regulacjach dotyczących charakteru zabudowy w zależności od typu zabudowy, w której mieszkają respondenci (n=125)	73

Tab. 19	Opinie o regulacjach dotyczących charakteru zabudowy w zależności od wieku respondentów (n=122)	74
Tab. 20	Opinie o regulacjach dotyczących charakteru zabudowy w zależności od wykształcenia respondentów (n=124)	75
Tab. 21	Opinie o regulacjach dotyczących wymiany okien w zależności od typu zabudowy, w której mieszkają respondenci (n=125)	76

Aneks nr 2. Spis wykresów

Ryc. 1	Podział Gdańska na dzielnice urbanistyczne	7
Ryc. 2	Podział Gdańska na dzielnice urbanistyczne i jednostki pomocnicze	8
Ryc. 3	Udział przedstawicieli Rad Osiedli i Rad Dzielnic w badaniu (n=450)	9
Ryc. 4	Płeć respondentów (n=129)	10
Ryc. 5	Wiek respondentów (n=126)	10
Ryc. 6	Wykształcenie respondentów (n=129)	11
Ryc. 7	Status zawodowy respondentów (n=129)	11
Ryc. 8	Typ zawodowy, w której mieszkają respondenci (n=129)	12
Ryc. 9	Miejsce zamieszkania respondentów wg dzielnic urbanistycznych (n=130)	13
Ryc. 10	Mieszkańcy Gdańska zameldowani na pobyt stały według dzielnic urbanistycznych	13
Ryc. 11	Zainteresowanie wyglądem miejscowości zamieszkania (budynki, drogi, ulice i place, sposób zabudowy i zagospodarowania terenu, n=130)	16
Ryc. 12	Zainteresowanie wyglądem Gdańska (budynki, drogi, ulice i place, sposób zabudowy i zagospodarowania terenu) – porównanie Gdańska (n=130) i wyników badań ogólnopolskich	16
Ryc. 13	Ocena Gdańska pod względem architektonicznym (wygląd, rozmieszczenie w przestrzeni, wygoda użytkowania zabudowy, n=128)	17
Ryc. 14	Ocena miejscowości zamieszkania pod względem architektonicznym (wygląd, rozmieszczenie w przestrzeni, wygoda użytkowania zabudowy) – porównanie Gdańska (n=128) i wyników badań ogólnopolskich	18
Ryc. 15	Ocena dzielnicy / osiedla zamieszkania pod względem architektonicznym (wygląd, rozmieszczenie w przestrzeni, wygoda użytkowania zabudowy, n=127)	18
Ryc. 16	Ocena najbliższego otoczenia budynku zamieszkania pod względem architektonicznym (wygląd, rozmieszczenie w przestrzeni, wygoda użytkowania zabudowy, n=123)	19
Ryc. 17	Czynniki wyboru nowego domu lub mieszkania – porównanie Gdańska (n=120) i wyników badań ogólnopolskich	21
Ryc. 18	Ocena najważniejszych problemów związanych z estetyką przestrzeni na terenie dzielnicy / osiedla zamieszkania (w skali	31

	od 1 do 10, gdzie 1 oznacza problem najważniejszy, 10 najmniej ważny, n=127)	
Ryc. 19	Zestawienie budynków, które poddawane były ocenie	45
Ryc. 20	Ocena poszczególnych budynków	45
Ryc. 21	Zestawienie nr 1.....	46
Ryc. 22	Wskazanie realizacji, która bardziej podoba się respondentom w % – zestawienie nr 1 (n=120)	46
Ryc. 23	Zestawienie nr 2	47
Ryc. 24	Wskazanie realizacji, która bardziej podoba się respondentom w % – zestawienie nr 2 (n=130)	47
Ryc. 25	Zestawienie nr 3	48
Ryc. 26	Wskazanie realizacji, która bardziej podoba się respondentom w % – zestawienie nr 3 (n=126)	48
Ryc. 27	Zestawienie nr 4	49
Ryc. 28	Wskazanie realizacji, która bardziej podoba się respondentom w % – zestawienie nr 4 (n=130)	49
Ryc. 29	Zestawienie nr 5	50
Ryc. 30	Wskazanie realizacji, która bardziej podoba się respondentom w % – zestawienie nr 5 (n=129)	50
Ryc. 31	Zestawienie nr 6	51
Ryc. 32	Wskazanie realizacji, która bardziej podoba się respondentom w % – zestawienie nr 6 (n=130)	51
Ryc. 33	Zestawienie nr 7	52
Ryc. 34	Wskazanie realizacji, która bardziej podoba się respondentom w % – zestawienie nr 7 (n=130)	52
Ryc. 35	Zestawienie nr 8	53
Ryc. 36	Wskazanie realizacji, która bardziej podoba się respondentom w % – zestawienie nr 8 (n=130)	53
Ryc. 37	Zestawienie nr 9	54
Ryc. 38	Wskazanie realizacji, która bardziej podoba się respondentom w % – zestawienie nr 9 (n=130)	54
Ryc. 39	Zestawienie nr 10	55
Ryc. 40	Wskazanie realizacji, która bardziej podoba się respondentom w % – zestawienie nr 10 (n=118)	55
Ryc. 41	Zestawienie nr 11	56
Ryc. 42	Wskazanie realizacji, która bardziej podoba się respondentom w % – zestawienie nr 11 (n=118)	56
Ryc. 43	Zainteresowanie reklamami zlokalizowanymi na terenie Gdańska (n=131)	58

Ryc. 44	Zainteresowanie reklamami zlokalizowanymi na terenie miasta – Gdańsk (n=127) oraz Warszawa i Kraków	58
Ryc. 45	Ocena reklam zlokalizowanych na terenie Gdańska (n=125)	61
Ryc. 46	Ocena reklam zlokalizowanych na terenie miasta – porównanie Gdańska (n=125) oraz Warszawy i Krakowa	62
Ryc. 47	Ocena liczby reklam zlokalizowanych na terenie Gdańska (n=129)	63
Ryc. 48	Ocena liczby reklam zlokalizowanych na terenie miasta – porównanie Gdańska (n=129), Warszawy i Krakowa	63
Ryc. 49	Ocena liczby reklam zlokalizowanych na terenie Gdańska, dzielnicy / osiedla i najbliższego otoczenia	64
Ryc. 50	Ocena liczby reklam zlokalizowanych na terenie dzielnicy / osiedla zamieszkania (n=129)	64
Ryc. 51	Ocena liczby reklam zlokalizowanych w najbliższym otoczeniu budynku zamieszkania (n=126)	65
Ryc. 52	Zgoda na umieszczenie na budynku zamieszkania reklamy (n=119)	67
Ryc. 53	Postrzeganie nośników reklamowych jako przeszkód na plażach i w parkach (n=128)	69
Ryc. 54	Postrzeganie nośników reklamowych jako przeszkód w trakcie prowadzenia samochodu (n=80)	70
Ryc. 55	Opinie o regulacjach dotyczących charakteru zabudowy – porównanie Gdańska (n=125) i wyników badań ogólnopolskich	72
Ryc. 56	Opinie o regulacjach dotyczących wymiany okien – porównanie Gdańska (n=125) i wyników badań ogólnopolskich	76
Ryc. 57	Opinie o regulacjach przez władze miasta wybranych elementów estetyki miasta	77
Ryc. 58	Opinia dotycząca grodzenia budynków wielorodzinnych (n=127)	77
Ryc. 59	Opinie dotyczące regulacji reklam – porównanie Gdańska (n=116) oraz Warszawy i Krakowa	78

Aneks nr 3. Kwestionariusz ankiety

Szanowni Państwo,

Zapraszamy do udziału w badaniu dotyczącym estetyki miasta, w tym lokalizacji reklam na terenie miasta.

Badania są częścią prac nad „Koncepcją regulacji estetyki miasta” (KREM), przygotowywaną przez Biuro Rozwoju Gdańska we współpracy z Referatem Estetyzacji Miasta Urzędu Miejskiego w Gdańsku, Zarządem Dróg i Zieleni w Gdańsku oraz przedstawicielem Komisji Rozwoju Przestrzennego i Ochrony Środowiska Rady Miasta Gdańska.

Badania na obecnym etapie prac skierowane są do Państwa - członków Rad Osiedlowych i Dzielnicowych jako lokalnych liderów i przedstawicieli mieszkańców

najlepiej zorientowanych w kwestii estetyki najbliższego otoczenia, największych bolączek z tym związanych, postaw wobec przestrzeni wspólnej. Jesienią przeprowadzone zostaną kolejne badania, tym razem skierowane do wszystkich mieszkańców Gdańska.

Państwa udział w badaniu jest szczególnie ważny, gdyż jako mieszkańcy osiedla czy dzielnicy znają ją Państwo najlepiej. Z kolei jako członkowie rad Osiedli i Dzielnic są Państwo reprezentantami mieszkańców i najlepiej znają potrzeby czy problemy swoich współobywateli.

Badanie składa się z 6 części, wypełnienie ankiety powinno Państwu zająć od 30 do 45 minut. Część pytań jest powtórzeniem pytań z badań opinii publicznej realizowanych przez CBOS lub na zlecenie Izby Gospodarczej Reklamy Zewnętrznej.

Prosimy o zaznaczenie wybranej odpowiedzi lub wpisanie odpowiedzi w zaznaczone miejsce.

Z góry dziękujemy za udział w badaniu!

CZĘŚĆ I

Pierwsza część badania dotyczy ogólnego poziomu zainteresowania przestrzenią miejską.

1.1. Czy interesuje się Pan(i) tym, czy zwraca Pan(i) uwagę na to, jak wyglądają budynki, drogi, ulice, place i jak zabudowane są i urządzone różne miejsca w Gdańsku?

1. bardzo się tym interesuję
2. trochę się tym interesuję
3. raczej się tym nie interesuję
4. wcale się tym nie interesuję
5. trudno powiedzieć

1.2. Czy, ogólnie rzecz biorąc, pod względem architektonicznym, tj. wyglądu, rozmieszczenia w przestrzeni i wygody użytkowania zabudowy, podoba się Panu(i) czy też się Pan(i) nie podoba:

		zdecydowanie podoba mi się	raczej podoba mi się	raczej nie podoba mi się	zdecydowanie nie podoba mi się	trudno powiedzieć
1.	Gdańsk	1	2	3	4	5
2.	dzielnica / osiedla, na którym Pan(i) obecnie mieszka	1	2	3	4	5
3.	najbliższe otoczenie budynku, w którym Pan(i) mieszka (klatki schodowych, podwórzy, placów osiedlowych w tym wyposażenie w elementy małej architektury: ławki, place zabaw, innych budynków mieszkalnych, itp.)	1	2	3	4	5

1.3. Przypuśćmy, że z różnych powodów decyduje się Pan(i) na zmianę dotychczasowego miejsca zamieszkania. Które z przedstawionych elementów uznał(a)by Pan(i) za ważne? **(maksymalnie trzy odpowiedzi)**

1. funkcjonalność budynku wewnątrz (to, że jest wygodny, przestrzenny, nasłoneczniony itp.)
2. niski koszt utrzymania
3. bezpieczna okolica
4. duża ilość zieleni i wolnej przestrzeni wokół miejsca zamieszkania
5. wygląd zewnętrzny budynku
6. dobra komunikacja z innymi miejscowościami (dzielnicami), dobry dojazd do miejsca zamieszkania, dobry dojazd do pracy
7. obecność w okolicy szkoły, przedszkola
8. obecność w okolicy pozostałych obiektów użyteczności publicznej, takich jak: urzędy, sklepy, szpital, kino, basen itp.
9. przestrzeń publiczna w okolicy, taka jak: rynek, park, plac
10. obecność elementów małej architektury, takich jak: ławki, urządzenia rekreacyjne dla dzieci i młodzieży, osób starszych
11. czyste chodniki i ulice
12. wkomponowanie budynku w otaczającą go zabudowę
13. odmienność (wyróżnialność) budynku od innych budynków w okolicy
14. możliwość uczestniczenia w życiu społeczności lokalnej i współdecydowania różnych przedsięwzięciach dotyczących m.in. zagospodarowania przestrzeni publicznej wokół miejsca zamieszkania
15. jednolity styl zabudowy w okolicy
16. trudno powiedzieć

1.4. Proszę wskazać Pana(i) zdaniem najładniejszą, najlepiej urządzoną przestrzeń ogólnodostępną na terenie Gdańska:

1.	plac	
2.	skwer	
3.	park	
4.	plac zabaw dla dzieci	
5.	miejsce rekreacji (np. fitness na otwartym powietrzu)	

CZĘŚĆ II

W kolejnej części badania pojawią się pytania dotyczące postrzegania i oceny reklam na terenie Gdańska.

2.1. Czy poruszając się po mieście zwraca Pan(i) uwagę na reklamy?

1. zawsze zwracam uwagę
2. często zwracam uwagę
3. czasem zwracam uwagę, czasem nie zwracam uwagi
4. w ogóle nie zwracam uwagi
5. trudno powiedzieć

2.2. Poniżej przedstawiono listę możliwych form reklamy pojawiającej się w mieście. Proszę określić jak często w **okresie ostatniego miesiąca** napotkał(a) Pan(i) w Gdańsku poszczególne formy reklamy w przestrzeni miejskiej.

		bardzo często	często	ani za często, ani za rzadko	rzadko	bardzo rzadko	nie wiem, nie pamiętam
1.	wielkie reklamy na budynkach i rusztowaniach	1	2	3	4	5	6
2.	tablice reklamowe na chodnikach i przy ulicach	1	2	3	4	5	6
3.	ulotki i ogłoszenia	1	2	3	4	5	6
4.	podświetlone tablice na wiatkach przystankowych	1	2	3	4	5	6
5.	reklamy na autobusach, tramwajach	1	2	3	4	5	6
6.	małe podświetlone tablice, np. na słupach	1	2	3	4	5	6
7.	reklamy w witrynach sklepowych	1	2	3	4	5	6
8.	okrągłe słupy reklamowe	1	2	3	4	5	6
9.	reklamy porozklejane na płotach, ścianach i innych miejscach	1	2	3	4	5	6
10.	szyldy sklepowe	1	2	3	4	5	6

11.	ekrany wideo na ulicy	1	2	3	4	5	6
12.	transparenty umieszczone w oknach i na balkonach budynków	1	2	3	4	5	6
13.	wlepki, naklejki porozklejane w różnych miejscach przestrzeni miejskiej	1	2	3	4	5	6
14.	graffiti reklamowe, napisy i grafika namalowane na chodnikach, schodach, ścianach i innych miejscach	1	2	3	4	5	6
15.	reklama z wideoprojektorów na ścianach	1	2	3	4	5	6
16.	inne	1	2	3	4	5	6

2.3. Jaka jest Pana(i) opinia dotycząca obecność reklam na terenie Gdańska?

1. zdecydowanie mi się podobają
2. raczej mi się podobają
3. raczej mi się nie podobają
4. zdecydowanie mi się nie podobają
5. trudno powiedzieć

2.4. Proszę pomyśleć o reklamach znajdujących się na terenie naszego miasta. Czy Pana(i) zdaniem jest ich za dużo, za mało, czy odpowiednio na terenie:

		zdecydowa nie za dużo	raczej za dużo	odpowiedni o, ani za dużo, ani za mało	raczej za mało	zdecydowa nie za mało	nie wiem, trudno powiedzieć
1.	Gdańska	1	2	3	4	5	6
2.	dzielnicy / osiedla, na którym Pan(i) obecnie mieszka	1	2	3	4	5	6
3.	najbliższego otoczenia budynku, w którym Pan(i) mieszka	1	2	3	4	5	6

2.5. Poniżej przedstawione zostały pary stwierdzeń dotyczących reklam na terenie miasta. Proszę o określenie w jakim stopniu Pan(i) się z nimi zgadza.

		zdecydowanie się zgadzam	raczej się zgadzam	raczej się nie zgadzam	zdecydowanie się nie zgadzam	trudno powiedzieć
1.	Nie podoba mi się, kiedy reklamy rozmieszczone są w sposób chaotyczny, bez żadnego widocznego porządku	1	2	3	4	5
2.	Na swoim własnym terenie każdy może umieszczać dowolne reklamy	1	2	3	4	5
3.	Uważam, że miasto powinno zabronić rozwieszania reklam, o które następnie nikt nie dba	1	2	3	4	5
4.	Zdecydowanie nie podoba mi się, że w miejscach publicznych pojawiają się reklamy, które zajmują miejsce, a miasto nie ma z tej racji żadnych dochodów	1	2	3	4	5
5.	Naklejanie w różnych miejscach miasta (np. na słupach, ogrodzeniach, przystankach) nielegalnych ulotek i ogłoszeń powinno zostać zabronione	1	2	3	4	5
6.	Bardzo mi się nie podoba rozwieszanie wielkich reklam na ścianach budynków (chyba że budynek jest w budowie lub w remoncie i reklama umieszczona jest tymczasowo na siatce zabezpieczającej rusztowanie)	1	2	3	4	5
7.	To, w jaki sposób rozmieszczone są reklamy, czy są uporządkowane czy nie, nie ma dla mnie żadnego znaczenia	1	2	3	4	5
8.	Bez względu na to, czy dany teren stanowi własność prywatną, czy też nie, uważam, że powinny	1	2	3	4	5

	istnieć ograniczenia jeżeli chodzi o formę i sposób rozmieszczania reklam					
9.	Uważam, że nie jest sprawą miasta czy ktoś dba czy nie o rozwieszane przez siebie reklamy	1	2	3	4	5
10.	Jest mi to obojętne, że w miejscach publicznych pojawiają się reklamy, które zajmują miejsce, a miasto nie ma z tej racji żadnych dochodów	1	2	3	4	5
11.	Nie mam nic przeciwko temu, żeby w różnych miejscach miasta (np. na słupach, ogrodzeniach, przystankach) naklejane były nielegalne ulotki i ogłoszenia	1	2	3	4	5
12.	Wielkie reklamy na ścianach budynków nie przeszkadzają mi, to jeszcze jedna forma reklamy zewnętrznej	1	2	3	4	5

2.6. Czy zgodził(a)by się Pan(i) na umieszczenie na budynku, w którym Pan(i) mieszka reklamy:

		zdecydowa nie tak	raczej tak	raczej nie	zdecydowa nie nie	trudno powiedzieć
1.	wielka reklama na elewacji	1	2	3	4	5
2.	tablica reklamowa na elewacji	1	2	3	4	5
3.	reklamy porozklejane na płotach	1	2	3	4	5
4.	szyld	1	2	3	4	5
5.	ekran wideo	1	2	3	4	5
6.	transparenty umieszczone w oknach i na balkonach	1	2	3	4	5

2.7. Czy pojawiające się latem na plażach lub w parkach różnego typu nośniki reklamowe przeszkadzają Panu(i) czy też nie?

1. zdecydowanie przeszkadzają
2. raczej przeszkadzają
3. raczej nie przeszkadzają
4. zdecydowanie nie przeszkadzają
5. trudno powiedzieć

2.8. Czy jeździ Pan(i) samochodem jako kierowca?

1. tak
2. nie – proszę przejść do części III

2.9. Podróżując samochodem napotkać można przy ulicach różnego typu reklamy. Czy, gdy kieruje Pan(i) samochodem, wymienione poniżej rodzaje reklam przeszkadzają Panu(i) w prowadzeniu samochodu czy też nie przeszkadzają?

		zdecydowa nie przeszkadz a	raczej przeszkadz a	raczej nie przeszkadz a	zdecydowa nie nie przeszkadz a	trudno powiedzieć
1.	wielkie reklamy na budynkach i rusztowaniach	1	2	3	4	5
2.	tablice reklamowe (tzw. bilbordy)	1	2	3	4	5
3.	podświetlone tablice na wiatkach przystankowych	1	2	3	4	5
4.	reklamy na autobusach, tramwajach	1	2	3	4	5
5.	małe podświetlone tablice, np. na słupach	1	2	3	4	5
6.	reklamy porozklejane na płotach	1	2	3	4	5
7.	ekrany wideo na ulicy	1	2	3	4	5
8.	reklama z wideoprojektorów na ścianach	1	2	3	4	5

CZĘŚĆ III

Trzecia część badania dotyczy oceny wybranych elementów przestrzeni miasta przedstawionych na załączonych zdjęciach.

3.1. Proszę o opisanie budynku widocznego na zdjęciu przez odniesie się do przedstawionych poniżej par stwierdzeń. Przykładowo, w przypadku pary brzydkie – ładne odpowiedź 1 oznacza, że uważa Pani/Pan budynek za brzydki a odpowiedź 7-ładny. Oceny pośrednie zawarte są w odpowiedziach 2 – 6.



brzydkie	1	2	3	4	5	6	7	ładne
brudne	1	2	3	4	5	6	7	czyste
szare	1	2	3	4	5	6	7	kolorowe
typowe	1	2	3	4	5	6	7	wyjątkowe
przytłaczające	1	2	3	4	5	6	7	nieprzytłaczające
chaotyczne	1	2	3	4	5	6	7	uporządkowane
odpychające	1	2	3	4	5	6	7	przyciągające
nudne	1	2	3	4	5	6	7	interesujące



brzydkie	1	2	3	4	5	6	7	ładne
brudne	1	2	3	4	5	6	7	czyste
szare	1	2	3	4	5	6	7	kolorowe
typowe	1	2	3	4	5	6	7	wyjątkowe
przytłaczające	1	2	3	4	5	6	7	nieprzytłaczające
chaotyczne	1	2	3	4	5	6	7	uporządkowane
odpychające	1	2	3	4	5	6	7	przyciągające
nudne	1	2	3	4	5	6	7	interesujące



brzydkie	1	2	3	4	5	6	7	ładne
brudne	1	2	3	4	5	6	7	czyste
szare	1	2	3	4	5	6	7	kolorowe
typowe	1	2	3	4	5	6	7	wyjątkowe
przytłaczające	1	2	3	4	5	6	7	nieprzytłaczające
chaotyczne	1	2	3	4	5	6	7	uporządkowane
odpychające	1	2	3	4	5	6	7	przyciągające
nudne	1	2	3	4	5	6	7	interesujące



brzydkie	1	2	3	4	5	6	7	ładne
brudne	1	2	3	4	5	6	7	czyste
szare	1	2	3	4	5	6	7	kolorowe
typowe	1	2	3	4	5	6	7	wyjątkowe
przytłaczające	1	2	3	4	5	6	7	nieprzytłaczające
chaotyczne	1	2	3	4	5	6	7	uporządkowane
odpychające	1	2	3	4	5	6	7	przyciągające
nudne	1	2	3	4	5	6	7	interesujące



brzydkie	1	2	3	4	5	6	7	ładne
brudne	1	2	3	4	5	6	7	czyste
szare	1	2	3	4	5	6	7	kolorowe
typowe	1	2	3	4	5	6	7	wyjątkowe
przytłaczające	1	2	3	4	5	6	7	nieprzytłaczające
chaotyczne	1	2	3	4	5	6	7	uporządkowane
odpychające	1	2	3	4	5	6	7	przyciągające
nudne	1	2	3	4	5	6	7	interesujące

3.2. Na zdjęciu przedstawione zostały przykłady odnowienia elewacji budynków oraz reklam w przestrzeni miejskiej. Proszę wskazać, która z realizacji bardziej się Panu(i) podoba. 1 oznacza, że podobają się Panu(i) obiekty przedstawione na zdjęciu nr 1, 2 oznacza, że bardziej podobają się Panu(i) obiekty przedstawione na zdjęciu nr 2.



1



2

1

2



1	2
---	---



1	2
---	---



1

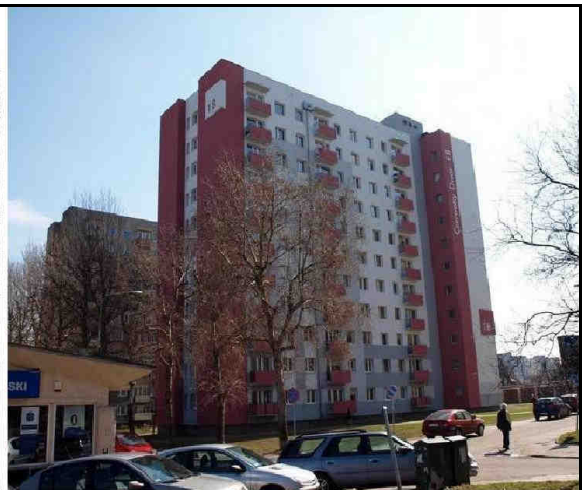


2

1	2
---	---



1



2

1	2
---	---



1



2

1	2
---	---



1

2

1	2
---	---



1

2

1	2
---	---



1

2

1	2
---	---



1	2
---	---



1	2
---	---

CZĘŚĆ IV

Część IV badania dotyczy postaw wobec propozycji regulacji kwestii związanych z zagospodarowaniem przestrzennym.

4.1. Załóżmy, że mieszka Pan(i) na osiedlu domów jednorodzinnych, które zostało zbudowane w jednolitym stylu. Wszystkie budynki mieszkalne są do siebie podobne, a budynki użyteczności publicznej, takie jak urzędy czy sklepy, wkomponowane są w istniejący w miejscowości styl zabudowy. Tymczasem właściciel sąsiadującej z Panem(ią) działki postanawia wybudować dom, który będzie całkowicie różny od pozostałych budynków w okolicy. Które z przedstawionych rozwiązań wydaje się Panu(i) najbardziej odpowiednie w zaistniałej sytuacji?

1. powinny funkcjonować stosowne przepisy nakazujące dostosowanie zabudowy do istniejącego stylu
2. powinno odbyć się wśród wszystkich mieszkańców osiedla referendum (głosowanie) i zgodnie z wolą większości sąsiad mógłby kontynuować budowę bądź też musiałby zmienić projekt
3. wójt gminy (burmistrz, prezydent miasta) opierając się na opinii kompetentnego specjalisty powinien zdecydować o kontynuowaniu budowy bądź też o zmianie projektu

4. skoro człowiek ten jest właścicielem gruntu, na którym chce zbudować ten dom,
nikt nie powinien w to ingerować, to wyłącznie jego sprawa
5. mam inne zdanie na ten temat
6. trudno powiedzieć

4.2. W niektórych dawnych budynkach mieszkalnych część lokatorów dba o swoje mieszkania, remontuje je i unowocześnia, np. wymienia okna na nowe. Czy, Pana(i) zdaniem, wtedy:

1. każdy lokator może wstawić takie okna, na jakie go stać i jakie mu się podobają
2. lokatorzy powinni starać się o to, żeby w budynku były jednakowe okna
3. administracja, władze lokalne powinny zadbać o jednakowy wygląd okien, dofinansowując tych, którzy starają się o to przy naprawie czy wymianie okien
4. władze powinny wydać przepisy zakazujące zmian wyglądu okien – pod groźbą kar finansowych albo nakazu ponownej wymiany
5. trudno powiedzieć

4.3. Poniżej przedstawiona została lista możliwych regulacji dotyczących zabudowy i zagospodarowania prywatnych domów i działek. W jakim stopniu zgadza się Pan/i lub nie zgadza z następującymi stwierdzeniami?

		zdecydowanie się zgadzam	raczej się zgadzam	raczej się nie zgadzam	zdecydowanie się nie zgadzam	trudno powiedzieć
1.	władze miasta mają prawo decydować o kolorze dachu i elewacji prywatnych domów	1	2	3	4	5
2.	władze miasta mają prawo decydować o typie, kształcie i kolorze ogrodzenia prywatnej działki	1	2	3	4	5
3.	władze miasta mają prawo decydować o obecności reklamy na prywatnej działce	1	2	3	4	5

4.4. Proszę wyobrazić sobie, że władze miasta planują wprowadzenie ograniczeń dotyczących obecności reklamy na terenie Gdańska. Wymienię różne kierunki możliwych ograniczeń i proszę, żeby powiedział Pan(i) czy się Pan(i) z nimi zgadza czy też nie.

		zdecydowanie się zgadzam	raczej się zgadzam	raczej się nie zgadzam	zdecydowanie się nie zgadzam	trudno powiedzieć
1.	ograniczenia powinny dotyczyć treści umieszczanych na reklamach	1	2	3	4	5
2.	ograniczeniu powinna ulec liczba nieprofesjonalnych reklam (szyldy, reklamy na płotach,	1	2	3	4	5

	itp.)					
3.	ograniczeniu powinna ulec liczba profesjonalnych reklam w naszym mieście (bilbordy, reklamy na przystankach komunikacji miejskiej)	1	2	3	4	5
4.	ograniczeniu powinna ulec liczba reklam w całym mieście	1	2	3	4	5
5.	ograniczenia powinny objąć sposób rozmieszczenia reklam (liczba reklam w jednym miejscu, ich zróżnicowanie, odstępy między nimi, wysokość zawieszenia, odległość od ulicy itp.)	1	2	3	4	5
6.	ograniczenia powinny objąć wyłącznie reklamy, które nie posiadają zgody miasta i nie przynoszą miastu dochodów	1	2	3	4	5
7.	ograniczenia powinny objąć tylko niektóre miejsca, obszary naszego miasta, np. zabudowę zabytkową	1	2	3	4	5
8.	ograniczeniu powinna ulec liczba wielkich reklam na ścianach budynków, które nie są w budowie lub remoncie, a zasłaniające okna					
9.	Regulacje dotyczące reklam w przestrzeni miasta, zarówno profesjonalnych, jak i profesjonalnych, nie są potrzebne	1	2	3	4	5

4.5. Na terenie Gdańska coraz częściej wspólnoty mieszkaniowe budynków wielorodzinnych (bloków) decydują się na ogrodzenie swojego budynku. Czy popiera Pan(i) tego typu praktyki czy też nie?

1. zdecydowanie tak
2. raczej tak
3. raczej nie – proszę przejść do części V
4. zdecydowanie nie – proszę przejść do części V
5. trudno powiedzieć – proszę przejść do części V

4.6. Jaka formę Pan(i) zdaniem powinny mieć ogrodzenia wokół budynków wielorodzinnych (bloków)?

1. ażurową, np. siatka
2. odgradzającą wizualnie od otoczenia, np. mur
3. symbolicznie zaznaczającą przestrzeń, np. niska palisada albo murek
4. trudno powiedzieć

4.6. Jaka wysokość Pan(i) zdaniem powinny mieć ogrodzenia wokół budynków wielorodzinnych (bloków)?

1. do 0,5 m
2. od 0,5 do 1,2 m
3. powyżej 1,2 m
4. trudno powiedzieć

CZĘŚĆ V

Ostatnia część badania dotyczy sposobu zagospodarowania i stanu przestrzeni na terenie Pana(i) osiedla lub dzielnicy.

5.1. Poniżej przedstawione zostały wybrane problemy związane z estetyką przestrzeni. Proszę uporządkować je według ważności na terenie Pan(i) osiedla / dzielnicy w skali od 1 do 10, gdzie 1 oznacza problem najważniejszy, 10 najmniej ważny.

śmieci	
bazgroły, napisy na ścianach	
dzikie parkingi	
reklamy profesjonalne	
reklamy nieprofesjonalne	
ogrodzenia budynków wielorodzinnych (bloki)	
stan techniczny budynków	
stan elewacji budynków	
kolorystyka elewacji budynków	
kolorystyka dachów	

5.2. Czy na Pani/Pana osiedlu / w dzielnicy znajduje się miejsce reprezentacyjne, odwiedzane nie tylko przez mieszkańców, ale także przez osoby spoza Pan(i) osiedla / dzielnicy, tzw. przestrzeń publiczna?

1. tak
2. nie – proszę przejść do pytania 5.5
3. nie wiem – proszę przejść do pytania 5.5

5.3. Gdzie znajduje się to miejsce? Proszę wskazać jedną, najbardziej znaczącą lokalizację.

5.4. Proszę o opisanie tego miejsca przez odniesie się do przedstawionych poniżej par stwierdzeń. Na przykład w przypadku pary brzydkie – ładne odpowiedź 1 oznacza, że uważa Pani/Pan wskazane miejsce za miejsce brzydkie a odpowiedź 7-ładne. Oceny pośrednie zawarte są w odpowiedziach 2 – 6.

brzydkie	1	2	3	4	5	6	7	ładne
brudne	1	2	3	4	5	6	7	czyste
szare	1	2	3	4	5	6	7	kolorowe
typowe	1	2	3	4	5	6	7	wyjątkowe
zacienione	1	2	3	4	5	6	7	słoneczne
spokojne	1	2	3	4	5	6	7	ruchliwe
betonowe	1	2	3	4	5	6	7	zielone
duże	1	2	3	4	5	6	7	małe
przytłaczające	1	2	3	4	5	6	7	nieprzytłaczające
chaotyczne	1	2	3	4	5	6	7	uporządkowane
odpychające	1	2	3	4	5	6	7	przyciągające
nudne	1	2	3	4	5	6	7	interesujące

5.5. Czy na Pani/Pana osiedlu / w dzielnicy znajduje się miejsce sprzyjające spotkaniom i kontaktom mieszkańców, miejsce spotkań, rekreacji itp., tzw. przestrzeń półpubliczna?

1. tak
2. nie – proszę przejść do pytania 5.8
3. nie wiem – proszę przejść do pytania 5.8

5.6. Gdzie znajduje się to miejsce? Proszę wskazać jedną, najbardziej znaczącą lokalizację.

5.7. Proszę o opisanie tego miejsca przez odniesie się do przedstawionych poniżej par stwierdzeń. Na przykład w przypadku pary brzydkie – ładne odpowiedź 1 oznacza, że uważa Pani/Pan wskazane miejsce za miejsce brzydkie a odpowiedź 7-ładne. Oceny pośrednie zawarte są w odpowiedziach 2 – 6.

brzydkie	1	2	3	4	5	6	7	ładne
brudne	1	2	3	4	5	6	7	czyste
szare	1	2	3	4	5	6	7	kolorowe
typowe	1	2	3	4	5	6	7	wyjątkowe
zacienione	1	2	3	4	5	6	7	słoneczne
spokojne	1	2	3	4	5	6	7	ruchliwe
betonowe	1	2	3	4	5	6	7	zielone
duże	1	2	3	4	5	6	7	małe
przytłaczające	1	2	3	4	5	6	7	nieprzytłaczające
chaotyczne	1	2	3	4	5	6	7	uporządkowane
odpychające	1	2	3	4	5	6	7	przyciągające
nudne	1	2	3	4	5	6	7	interesujące

5.8. Czy Pana(i) widzi potrzebę utworzenia na terenie Pana(i) osiedla czy dzielnicy nowej przestrzeni publicznej lub półpublicznej?

1. tak
2. nie – proszę przejść do pytania 5.10
3. trudno powiedzieć – proszę przejść do pytania 5.10

5.9. Proszę wskazać miejsce, w którym na terenie Pana(i) osiedla czy dzielnicy można by utworzyć nową przestrzeń publiczną lub półpubliczną?

.....

.....

.....

5.9. Poniżej przedstawione zostały wybrane elementy składające się na wygląd przestrzeni. Proszę o ocenę wyglądu (estetyki) tych elementów znajdujących się na terenie Pana(i) osiedla/ dzielnicy.

		bardzo źle	źle	trudno powiedzieć	dobrze	bardzo dobrze
1.	tablice z nazwami ulic	1	2	3	4	5
2.	kierunkowskazy ruchu pieszego i tablice z planami centrum miasta	1	2	3	4	5
3.	rozkłady jazdy i schematy tras komunikacji miejskiej	1	2	3	4	5
4.	stan elewacji budynków	1	2	3	4	5
5.	kolorystyka elewacji budynków	1	2	3	4	5
6.	szyldy / reklamy na terenie punktów handlowych i usługowych	1	2	3	4	5
7.	reklamy profesjonalne	1	2	3	4	5
8.	ławki	1	2	3	4	5
9.	kosze na śmiecie	1	2	3	4	5
10.	oświetlenie uliczne	1	2	3	4	5
11.	chodniki	1	2	3	4	5
12.	kioski handlowe	1	2	3	4	5
12.	plac zabaw dla dzieci	1	2	3	4	5
14.	forma ogrodzeń	1	2	3	4	5
15.	kolorystyka ogrodzeń	1	2	3	4	5

5.9. Inne uwagi dotyczące estetyki przestrzeni na terenie Pana(i) osiedla / dzielnicy (proszę wpisać)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

CZĘŚĆ VI Metryczka

6.1. Płeć

1. kobieta
2. męczyzna

6.2. Wiek (proszę wpisać w latach)

6.3. Wykształcenie

1. niepełne podstawowe
2. podstawowe
3. gimnazjalne
4. zawodowe
5. średnie
6. policealne/pomaturalne
7. wyższe

6.4. Status zawodowy

1. uczeń/student
2. osoba pracująca
3. osoba zajmująca się domem
4. osoba bezrobotna
5. emeryt/rencista

6.5. Proszę określić typ budynku, w którym Pan(i) mieszka:

1. budynek jednorodzinny (1-2 mieszkania)
2. mały dom mieszkalny (3-4 mieszkania)
3. budynek wielorodzinny (5 i więcej mieszkań)

6.6. Miejsce zamieszkania (wg jednostek pomocniczych):

1. Brętowo
2. Brzeźno
3. Chełm
4. Jasień
5. Kokoszki
6. Krakowiec – Górki Zachodnie
7. Letnica
8. Młyniska
9. Nowy Port
10. Oliwa
11. Olszynka
12. Orunia – Św. Wojciech – Lipce
13. Osowa
14. Piecki – Migowo
15. Przeróbka
16. Rudniki
17. Siedlce
18. Stogi
19. Strzyża
20. Śródmieście

21. Ujeścisko – Łostowice
22. VII Dwór
23. Wrzeszcz Dolny
24. Wrzeszcz Górny
25. Wyspa Sobieszewska
26. Wzgórze Mickiewicza
27. Zaspą – Młyniec
28. Żabianka – Wejhera – Jelitkowo – Tysiąclecia