

ELABORAT REKLAME HISTORIJSKOG JEZGRA GRADA



Kantonalni zavod za zaštitu kulturno-historijskog i prirodnog naslijeđa
Sarajevo



Mart, 2019.



**KANTONALNI ZAVOD ZA ZAŠTITU
KULTURNO-HISTORIJSKOG I PRIRODNOG NASLIJEĐA SARAJEVO**

INSTITUTE FOR THE PROTECTION OF CULTURAL-HISTORICAL
AND NATURAL HERITAGE OF CANTON SARAJEVO

Projekat: Elaborat reklame historijskog jezgra grada

Direktor

Nervin Dacić, dipl.ing.arh.

Sarajevo, mart 2019. god.

SADRŽAJ

1. UVOD

- 1.2. HISTORIJSKO-URBANI PREGLED HISTORIJSKOG JEZGRA SARAJEVA
- 1.3. REKLAME I PROBLEMATIKA ZAŠTITE URBANISTIČKIH CIJELINA

2. METODOLOGIJA

- 2.1. OBUHVAT

3. REKLAME I CILJEVI REKLAME

- 3.1. MODERNE REKLAME U SARAJEVU

4. SNIMAK POSTOJEĆEG STANJA I UTICAJ REKLAMA NA HISTORIJSKU JEZGRU GRADA SARAJEVA

- 4.1. PRETJERANO POSTAVLJANJE REKLAMNIH OBILJEŽJA U HISTORIJSKOM JEZGRU GRADA, KAO PROBLEM
- 4.2. REKLAME KAO PROBLEM VIDLJIVOSTI SPOMENIKA

5. DOBRI PRIMJERI

- 5.1. TRAGOVI NAKON UKLANJANJE REKLAMA

6. ANALIZA STANJA

- 6.1. REKLAME - LOŠI PRIMJERI
- 6.2. BILBORDI
- 6.3. PORTALI
- 6.4. TRANSPARENTI
- 6.5. LCD
- 6.6. CITY LIGHT

7. ZONA BAŠČARŠIJE

8. ZAKLJUČAK I PRIJEDLOG MJERA

9. GRAFIČKI PRILOZI

- 9.1. ELABORAT REKLAME HIST JEZGRA - PREGLEDNA KARTA 1:6.000
- 9.2. ELABORAT REKLAME HIST JEZGRA - PREGLEDNA KARTA 1:3.000
- 9.3. GRAFIKON ŽARIŠNIH TAČKI PO ZONAMA

1. UVOD

Sa aspekta naslijeđa posebnu vrijednost Sarajeva predstavlja njegovo historijsko jezgro zbog čega Elaborat reklame historijskog jezgra tretira upravo ovaj prostor polazeći od principa savremene zaštite spomenika.

1.2. HISTORIJSKO-URBANI PREGLED HISTORIJSKOG JEZGRA SARAJEVA

Današnje historijsko jezgro grada unutar historijskog područja Sarajeva, još je u dalekoj prošlosti, prethistoriji, bio naseljen. U ta daleka vremena stanovništvo koje je živjelo i dolazilo na ove prostore formiralo je svoja naselja i to uglavnom na lokacijama sarajevske kotline. Kontinuiteta življenja održavao se unatoč često teškim i veoma izazovnim vremenima, u ratovima, seobama ili nekim drugim turbulentnim događajima. Najranija naselja na područjima grada nastajala su na njegovim uzvisinama o čemu svjedoče postojanje nekadašnjih naselja kao što su Fortica iznad Bakija ili lokalitet Debelog Brda. Potreba za stalnim oprezom i odbranom svoga teritorija razlogom su da su prve nastambe bile smještene na brežuljcima i vrhovima. Najveći kompleks prahistorijskih naselja i utvrda nalazio se na sjevernim stranama planine Trebević.

U antičkom dobu bila je uspostavljena rimska vlast koja je također svoje tragove ostavila na prostorima grada. Kroz uži centar današnjeg Sarajeva vodila je rimska cesta od Ilidže, preko Dobrinje i Željeznice, ulicom Zmaja od Bosne, pa na istok. Rimljani su bili poznati da svoja urbana naselja smještaju uz putne pravce, pa stoga je i jedna od takvih naseljenih rimskih aglomeracija bila smještena na potezu kod Koševskog potoka u Miljacku, pa sve do kampusa Univerziteta (nekadašnje kasarna Maršal Tito). Na ovom prostoru pri nekim ranijim građenjima sa početka XX stoljeća nailazili su se ostaci boljih rimskih kuća, kao i druge vrste materijalnih ostataka koje su svjedočile o životu i radu ljudi antike na prostorima grada.

Urbana jezgra Sarajeva u srednjovjekovnom periodu veže se za prostor trga Tornik, poznato i po nazivu Stara Varoš koje je urbicirano na različitim mjestima a od kojih je jedno na lokaciji današnje Bijele tabije na Vratniku. Osim toga, aktivno naselja bilasu na prostorima utoka Koševa u Miljacku, te također lokalitet Varoš na Baščaršiji. Ne smije se zaboraviti postojanje i srednjovjekovnih cesta koji su bili važni naslijeđeni elementi za idući period urbanizacije Sarajeva, a koji se intenzivno odvijao u osmanskome periodu.

Najranija gradnja osmanskog perioda u Bosni i Sarajevu veže se za ime Isa-bega Isakovića odnosno formiranje prve mahale uz Carevu džamiju koja je uz namjesnikov dvor bila jedna od većih graditeljskih poduhvata Isa-bega. Ove prve gradnje datiraju se u šezdesete godine XV stoljeća. Dolazak prvog bosanskog namjesnika Mehmed bega Minetovića podiže se mesdžid i formira mahala u čijem je središtu današnja apoteka u blizini Latinskog mosta. Ova mahala pominje se (1489.) kao druga u nastanku sarajevskih mahala koje su bile jezgro oko kojih se

grad formirao, oblikovao i rastao. U tom periodu nastaje i Ajas begova mahala formirana oko današnjeg hotela Central.

U historiji osmanskog Sarajeva najsajjniji period predstavlja vrijeme namjesnikovanja Gazi Husref-bega u periodu od tridesetih do sedamdesetih godina XVI stoljeća. Tada grad dobija svoje najpoznatije objekte (vjerske, komunalne, saobraćajne, privrede i kulturne), a koje i danas predstavljaju njegove prepoznatljive simbole. Popis iz 1516. godine registruje u Sarajevu postojanje 17 mahala formiranih oko novih džamija, uglavnom na desnoj obali Miljacke. Uporedo sa nastankom mahala kao stambenih zona nastaje i Baščaršija sa zanatskim i trgovačkim radnjama kao privrednim središtem grada.

Za prostore sjeveroistočnog dijela grada Kovači i Vratnik naseljavanje i izgradnja vežu se za ime Skeneder paše. Izgradnja ide oko ulice Logavina, utoka Koševa u Miljacku, dok su na lijevoj obali Miljacke proces urbanizacije kretao znatno sporije (po popisu iz 1516. godine na toj strani bile formirane samo 4 mahale)

Kada je podignuta Skender-pašina zavija na Skenderiji tada je nastala i mahala oko nje početak XVI stoljeća pa je tako oko 1530. godine u Sarajevu bilo 37 mahala koje su kao urbana jedinica sadržavale osim stambenih objekata i objekte druge javne namjene (džamija, mekteb, pekara, javna česma, itd.). Ono što je karakteriziralo stambenu izgradnju jeste bosanski orijentalni način izgradnje, mnogo zelenila - bašta, koje su onda činile jednu zatvorenu, intimnu cjelinu u kojoj se odvijao porodični život.

U vremenu XVIII stoljeća potrebno je izdvojiti izgradnju fortifikacionih objekata koji su opasavali grad, pa je tako u toku 1739. godine okončana i izgradnja vratničkog bedema. Također, Sarajevo u ovom vremenu zadobija ne samo strateški nego i tranzitni značaj što je rezultiralo velikim brojem hanova i karavansaraja koje će zateći austrougarska uprava uspostavljena 1878. godine. Od osamdesetih godina XIX stoljeća započinje novi, drugačiji period urbanizacije Sarajeva. Prostorno grad se razvija u pravcu zapada, prema Marin dvoru, ali u isto vrijeme gradi se i na već ranije urbaniziranim prostorima grada pa i na prostorima Čaršije naročito nakon požara iz 1879. godine koji je ujedno bio povod donošenja prvog Regulacionog plana koji se odnosio na Baščaršiju. Austrougarska uprava je imala intenzivan proces izgradnje Sarajeva koju najprije karakterizira izgradnja stambenih zgrada sa miješanjem raznovrsnih sadržaja. Najznačajniji objekti koji se grade trebali su demonstrirati uspostavu nove vlasti i administracije, pa od tu niču zgrade upravne i vojne namjene, te objekti kulturno-prosvjetnih, zdravstvenih i saobraćajnih potreba. Također, u užem dijelu grada grade se i nastaju industrijski objekti kao što su Električna centrala, Fabrika duhana, Željeznička radiona, te izgradnja željezničke pruge koju je grad dobio 1882. godine. Izgradnja grada rezultirala je teritorijalnim proširivanjem granica grada ozakonjenim 1881. godine. Granica je na zapad išla uz potok Kovačić od izvora do utoka u Miljacku, presjecala je cestu i išla njegovom desnom stranom do iza Željezničke stanice. Od tu je išla

putem Sarajevo Pofalići, ne uključujući Pofaliće, uz potok Sušicu, na Goricu pored Ciglana i spajala se na sjever sa putem Sarajevo Kobilja Glava.

Izgradnja Sarajeva u periodu između dva svjetska rata nije dala posebno mnogo novog u pogledu urbanizacije, ali gradili su se stambeni objekti i poneki objekat javne namjene.

Nakon Drugog svjetskog rata urbanizacija Sarajeva najprije se odvijala u uslovima industrijalizacije i velikog porasta stanovništva. Prioritetni zadatak nakon oslobođena 1945. godine bilo je saniranje ratnih šteta, te obezbjeđivanje prostora za nove stanovnike grada. Rezultat toga jeste izgradnja i nastanak novih stambenih naselja koji su trebali pružiti osnovne uvjete za stanovanje što većeg broja stanovnika. Prvo takvo novo stambeno naselje u Sarajevu je bila Grbavica. Kroz nova naselja i postojanje tzv. društvenih stanova formirao se novi stil života i kultura življenja karakteristična za vrijeme socijalizma. Od sredine šezdesetih godina grad doživljava novi razvoj i dalje širenje u pravcu današnjeg prostora Novog Sarajeva i Novog Grada. Novi "ritam" jugoslavenskog socijalizma, liberalizacija društva, otvaranje prema Zapadu, odrazio se na novo oblikovanje ne samo fizičke nego i društvenosocijalne strukture grada. Izgradnjom brojnih javnih objekata različite namjene (upravne, privredne, zdravstvene, školske, kulturne, sportske) ostvaruje se transformacija grada, emancipacija Sarajeva kao političkog, privrednog i kulturnog centra. Radi ilustracije, od tog vremena Sarajevo dobija niz novih objekata kao što su Skenderija, Pozorište mladih, Historijski muzej BiH (nekadašnji Muzej Revolucije BiH), Zgradu Skupštine, Filozofski fakulteti brojne druge koje su uticale na formiranje novih prostornih identiteta grada, i koje su svjedočile da Sarajevo sve više postaje grad u kome se intenzivnije razvijaju raznoliki sadržaji urbanog života i kulture.

1.3. REKLAME I PROBLEMATIKA ZAŠTITE URBANISTIČKIH CJELINA

Pitanje kako reklame kao potrebu savremenog društva spojiti sa zaštitom naslijeđa

Problematika zaštite urbanih cjelina je danas aktuelan problem u svim Europskim zemljama, zavisno od ugroženosti lokaliteta te na različite aspekte i načine. U ovom tekstu je iznesen na osnovu analize historijske jezgre grada Sarajeva te minimalnih ostvarenih rezultata u sferi zaštite u odnosu na reklamiranje unutar zone. Ako analiziramo izvedbi reklama možemo zaključiti da se ona odvija u tri osnovna pravca.

- I. reklame na novim objektima
- II. reklame na urbanizovanim dijelovima grada (nove zone)
- III. reklame na starim objektima (zamjena postojećih reklama)

2. METODOLOGIJA

Metod za izradu Elaborata o reklamama obuhvata stručni, analitički istraživački i planski pristup, sa ciljem obavljanja analize te uspostave akcija koje će omogućiti smanjenje broja reklama te njihovo pravilno i nenametljivo postavljanje unutar historijske jezgre grada Sarajeva. Ozbiljnost stanja sa reklamama, koje poput neke vrste "divljeg oglašavanja" stoje na fasadama objekata pod zaštitom, razlogom je da je sastavni dio elaborata naša ažurirana evidencija mjesta, lokacija na kojima je prisutna koncentracija velikog broja reklama, te njihova, radi lakšeg praćenja, podjela na reklame, bilborde, portale, transparente, LCD i City light. Istraživanje reklama rezultat je i terenskog rada obavljenog u periodu novembar 2018. - mart 2019. godine.

Primarni cilj Elaborata je ukazivanje na problem reklamiranja unutar historijske jezgre grada, a primarne akcije koje će biti predložene su načini prilagodbe ovih reklama objektu i ambijentu u kojem se nalaze. Cilj nije zabrana reklamiranja. (bez zabrane reklamiranja).

Elaborat neće ponuditi univerzalni recept za uklanjanje reklama niti će dati prijedlog konačnog izgleda reklamiranja unutar historijske jezgre grada, naša namjera je da ukažemo na problem i ponudimo neka od potencijalnih, moguće izvedivih rješenja. Sa obzirom na kompleksnu prirodu reklamiranja kao i na delikatnosti objekata pod zaštitom ostaje preporuka da se svaki individualni objekat rješava posebno ukoliko to nije cjelina koja ima ranije propisane uslove ili ukoliko to nije drugačije određeno.

2.1. OBUHVAT

Obuhvat zahvata tretirana ovim elaboratom je historijska jezgra grada Sarajeva, trgovi i ulice od značaja kao i posebne zone zaštite sa liste evidentiranih, prethodno zaštićenih i zaštićenih spomenika kulture i prirodne baštine Kantona Sarajevo.

3. REKLAME I CILJEVI REKLAME

Još od najstarijih vremena ljudskog društva postojala je potreba reklamiranja, pa se kao primjeri prvih reklamnih i političkih poruka mogu naći u ruševinama na Arapskom poluotoku, a egipatski trgovci su koristili papirus na kojima su bile poruke o proizvodima i robi. Ostaci reklamnih poruka su nađeni i u Staroj Grčkoj i Starom Rimu. Crteži i natpisi, u svrhu reklamiranja, danas se još uvijek koriste uglavnom u siromašnijim dijelovima Azije, Afrike i Južne Amerike.

Veliku ulogu na razvoj reklamiranja kao i na njenu tehniku imalo je otkriće štamparskog stroja Johannes Gutenberg u prvoj polovini XV stoljeća. Tokom XVII stoljeća - reklame se pojavljuju i u sedmičnim novinama u Engleskoj. Do porasta reklamiranja dolazi daljim razvojem industrije i ekonomije u XIX stoljeću. Godine 1841. - osnovana je prva marketinška agencija, a osnovao ju je Volney Palmer u Bostonu. Godina 1875. - osnovana je prva veća marketinška agencija N.W. Ayer & Son u Philadelphiji. Razvoj radija kao novog medija u dvadesetim godinama XX stoljeća značio je puno više mogućnosti za reklamiranje. Proizvođači i trgovci umnogome počinju putem radijskih emisija reklamirati svoje proizvode što im omogućava porast prodaje. Slična situacija javiti će se i sa razvojem televizije od pedesetih godina XX stoljeća. Tako je zabilježeno da je na DuMont Television Network bila emitirana prva komercijalna reklama. Tokom šezdesetih godina javlja se moderniji pristup u oglašavanju, pri čemu se naročito cijeni kreativnost koja ima za cilj da rezultira reklamom koja će svojim sadržajem i možda neočekivanom porukom zaintrigirati kupce. U kasnim 1980 -tim i ranim 1990-tim oglašavanje se sve više razvija. Razvoj kabljske, satelitske televizije, MTV, muzički spotovi, sve skupa doprinosi razvoju reklamiranja. U SAD-u se javljaju televizijski programi koji su u potpunosti posvećeni oglašavanju - QVC, Home Shopping Network i dr. 1990-te - Internet marketing ("dot-com" marketing). Najsavremenije tendencije u XXI stoljeću karakterizira kreativnost, ali u isto vrijeme velika nametljivost, prisutnost reklama uz visoke cijene reklamiranja.

No bez obzira na razvoj tehnologije koja omogućava različite mogućnosti reklamiranja, u suštini ciljevi reklama nisu se od njenih prvih pojava promijenili.

U osnovi reklamiranje je jedna vrsta komunikacije kojoj je svrha informiranje, obavješćavanje potencijalnih kupaca o proizvodima ili uslugama. Reklame kao način reklamiranja sadrže činjenice, informacije i uvjerljive poruke o onome što reklamiraju. Danas se za oglašavanje većinom koriste masovni mediji kao što su: televizija, radio, filmovi, časopisi, novine, internet, plakati, pa čak i video igre. Razne reklame (u Evropi i drugdje u svijetu) možemo naći i na prijevoznim sredstvima (tramvajima, autobusima, automobilima...), autobusnim i tramvajskim stanicama itd. Marketinški materijal se stavlja gdje ga svi ljudi mogu lako uočiti. Oglašavanje u svrhu promoviranja koriste i političke stranke, vjerske organizacije, vojska, neprofitne organizacije ...

Reklame se danas pojavljuju kao preporučeni izbor nečega što ta osoba najviše pretražuje. 2015. je EU uredbom donesen zakon da se na članke starije od 3 godine ta pravila ne primjenjuje zbog već postojećih plaćenih reklama na tim stranicama. Reklame se nalaze na stranici sve dok se sama stranica ne ukloni.

3.1. MODERNE REKLAME U SARAJEVU

Uspostava austrougarske uprave u Sarajevu 1878. godine značilo je velike društveno-ekonomske promjene. Novi stil života, nova izgradnja grada te uspostava početaka kapitalističkih odnosa uticala je na uspostavljanje novih puteva poslovanja, trgovanja i reklamiranja u javnom prostoru. Sarajevo u vrijeme austrougarske uprave postaje veliko gradilište, grade se nove zgrade javne namjene, te cijeli niz stambenoposlovnih objekata. U takvim zgradama u prizemlju smještaju se trgovačke, zantaskе, uslužne i druge poslovne firme koje radi potrebe reklamiranja svojih preduzeća i proizvoda postavljaju različite reklame.



Sarajevo. Hanije in der Caršija
Reklamni stubovi na Baščaršiji, predstavljali su vid reklama u prošlosti

Te prve moderne reklame su jednostavne, jednoobrazne, ponekad ispisane rukom u prostoru na fasadi za to predviđenom dijelu, ne ponavljaju se, te su u ljudskom mjerilu.

Znatnije promjene u reklamiranju na objektima, te prostoru kojeg danas prepoznajemo kao historijsko jezgro grada nisu se dogodile i u kasnijim historijskim periodima, bez obzira na različite ekonomske odnose u kojima se grad razvijao. Reklame, uglavnom sve do početka devedesetih godina XX stoljeća, nisu tako intenzivno zagađivale i uzurpirale prostor, te samim tim nisu ugrožavale i zaklanjale spomeničke vrijednosti objekata i fasada graditeljskog naslijeđa.

Tek u posljednjim desetljećima reklame svojim izgledom i prisutnošću, postaju značajniji problem unutar zaštićenog prostora historijske jezgre grada.



Reklame u Ulici Koševo s početka XX stoljeća



Reklame na Baščaršiji iz šezdesetih i sedamdesetih godina XX stoljeća



Reklamni stubovi, u današnjoj Titovoj ulici - predstavljali su vid reklama u prošlosti



Ulica Čumurija sa početka XX stoljeća



4. SNIMAK POSTOJEĆEG STANJA I UTICAJ REKLAMA NA OBJEKTE KULTURNO-HISTORIJSKOG NASLIJEĐA

Dimenzije i oblikovanje reklamnih poruka uglavnom ukazuju na njihovo stihijsko postavljanje koje devalvira ambijentalne i historijske vrijednosti historijske jezgre grada. Gotovo jedini kriterij za postavljanje reklame uspostavlja se raspoloživost "slobodnog prostora".

4.1. PRETJERANO POSTAVLJANJE REKLAMNIH OBILJEŽJA U HISTORIJSKOM JEZGRU GRADA, KAO PROBLEM



Ulica Mula Mustafe Bašeskije br. 63 – prisutno prekomjerno reklamiranje na prostoru fasade



Gazi Husrev-begov bezistan je Nacionalni spomenik BiH – prisutno prekomjerno reklamiranje na prostoru fasade



Ulica Obala Kulina bana 41 – prisutno reklamiranje na prostoru fasade (Neposredna blizina Vijećnice, Nacionalni spomenik BiH)

4.2. REKLAME KAO PROBLEM VIDLJIVOSTI SPOMENIKA



Ulica Ćurčiluk mali br. 18 – prisutno prekomjerno reklamiranje na prostoru fasade



5. DOBRI PRIMJERI

U masi prisutnih reklama različite tipologije nailaze se i poneki primjeri dobre prakse, a u kojima se prepoznaje promišljanje o materijalu kojim se izvodi, veličini, obliku izgledu reklame, pri čemu oznake, slova i brojevi su dimenzionirani tako da se reklamna poruka može pročitati, da se informacija može prenijeti.



Ukazujući na oblik, boju i dimenziju reklame kao i nepravilno pozicionirane na fasadi investitor je ispravio u skladu sa korekcijama već ranije postavljenu reklamu.



Nažalost gotovo su rijetki slučajevi dobre prakse postavljanja reklama, a nerijedak je slučaj da se tek nakon intervencije Zavoda za zaštitu kulturno-historijskog i prirodnog naslijeđa, reklama postavi u skladu sa preporukama.



Upravo ta činjenica dodatno ukazuje na problem i način reklamiranja na objektima koji se nalaze pod zaštitom.

5.1. TRAGOVI NAKON UKLANJANJE REKLAMA



Bolan primjer predstavljaju tragovi na objektima nakon uklanjanja reklama, u pitanju su značajna oštećenja fasade koje investitor u pravilu zanemaruje te ne vrši popravke istih.



6. ANALIZA STANJA

6.1. REKLAME – LOŠI PRIMJERI

Ulica Maršala Tita br. 42 – prisutno reklamiranje na staklu tj. prostoru izloga



Graditeljska cjelina – Crkva svetog Vinka Paulskoga u Sarajevu, Nacionalni spomenik BiH



Ulica Štrosmajerova (Zelenih beretki br. 5) – prisutno reklamiranje na staklu tj. prostoru izloga



Ulica Ferhadija br. 10 – prisutno prekomjerno reklamiranje na prostoru pasaža



Ulica Jelića br. 4 – prisutno predimenzionirano reklamiranje na prostoru istaka prozora objekta

6.2. BILBORDI



Ulica Maršala Tita – prisutno predimenzionirano reklamiranje sa bilbordima unutar historijskog jezgra

6.3. PORTALI



Ulica Maršala Tita br. 18 – prisutna izmjena fasadnog platna sa portalima i predimenzionirano reklamiranje sa neadekvatnom oblogom prizemlja unutar historijskog jezgra (Maršala Tita br. 46)



Portali u Ulici Maršala Tita



Portali u Ulici Ferhadija



Reklame na objektu u Ulici Mula Mustafe Bašeskije

6.4. TRANSPARENT



Prisutna upotreba transparenata na prostoru fasadnog platna historijskih objekata za predimenzionirano reklamiranje unutar historijskog jezgra



6.5. LCD



Prisutna upotreba LCD ekrana na prostoru fasadnog platna historijskih objekata za predimenzionirano reklamiranje unutar historijskog jezgra



6.6 CITY LIGHT



Prisutna upotreba City light okvira na prostoru prizemlja i fasadnog platna historijskih objekata za predimenzionirano reklamiranje unutar historijskog jezgra



7. ZONA BAŠČARŠIJE



U Avgustu 2017. godine vršena je akcija uklanjanja bespravno postavljenih reklama na Bašćaršiji od strane Federalne uprave za inspekcijske poslove





8. ZAKLJUČAK I PRIJEDLOG MJERA

Istraživanje reklama za potrebe izrade ovog Elaborata pokazalo je da je sveprisutna praksa agresivnog postavljanja reklama, posebno na objektima koje predstavljaju zaštićeno kulturno dobro baštine (te u neposrednoj blizini istih).

Radi potrebe promišljanja o načinima reklamiranja unutar historijskog jezgra grada istražili i analizirali smo stanje na terenu, te zaključujemo da je prijeko potrebno na pravi način uskladiti potrebe reklamiranja u savremenom društvu i principe zaštite naslijeđa. U tom smislu naša preporuka je uska saradnja svih uključenih u procese reklamiranja te posebno poštovanje stručnog mišljenja službe zaštite za svaki pojedinačni slučaj reklamiranja na objektima koji predstavljaju dobro baštine.

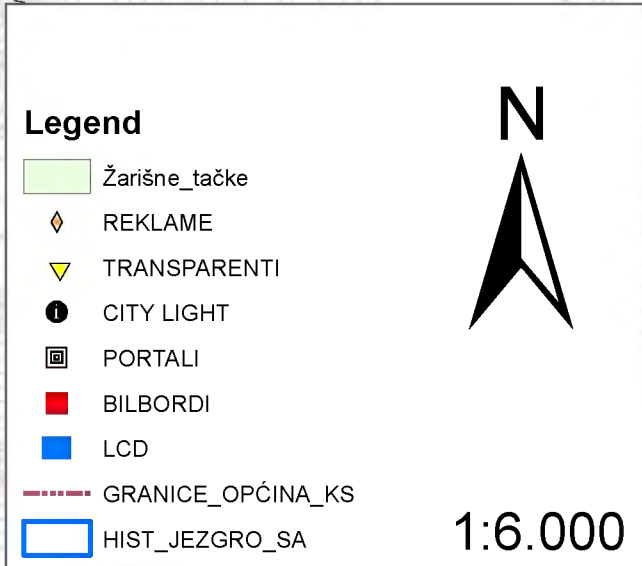
Reklame danas predstavljaju diktat vremena, nezaobilazne su ali je potrebno, radi očuvanja vrijednosti prostora historijskog jezgra te pojedinačnih spomenika graditeljskog naslijeđa uspostaviti skladan balans između reklamiranja i dugoročno cilja očuvanja baštine.

Zbog toga je preporuka službe zaštite hitno donošenje pravilnika o načinu i postavljanju reklama unutar Centralne gradske i Historijske jezgre Grada Sarajeva, kojim bi se odredile:

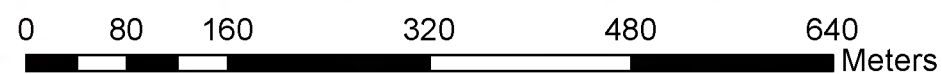
- zone na području Grada Sarajeva na kojima se mogu postavljati klima uređaji, natpisi, zaštitne naprave na izlozima, jarboli, antene, reklame i reklamni panoi;
- vrste i način postavljanja klima uređaja, natpisa, zaštitnih naprava na izlozima (tende, roloi, platna i sl.), jarbola, antena, reklama i reklamnih panoa na javnim površinama, te na drugim mjestima koja su vidljiva sa javnih površina ili na drugi način utječu na komunalni red te vizualne kvalitete na području Grada Sarajeva;
- način postavljanja klima uređaja, natpisa, zaštitnih naprava na izlozima, jarbola, antena, reklama i reklamnih panoa po zonama.

9. GRAFIČKI PRILOZI

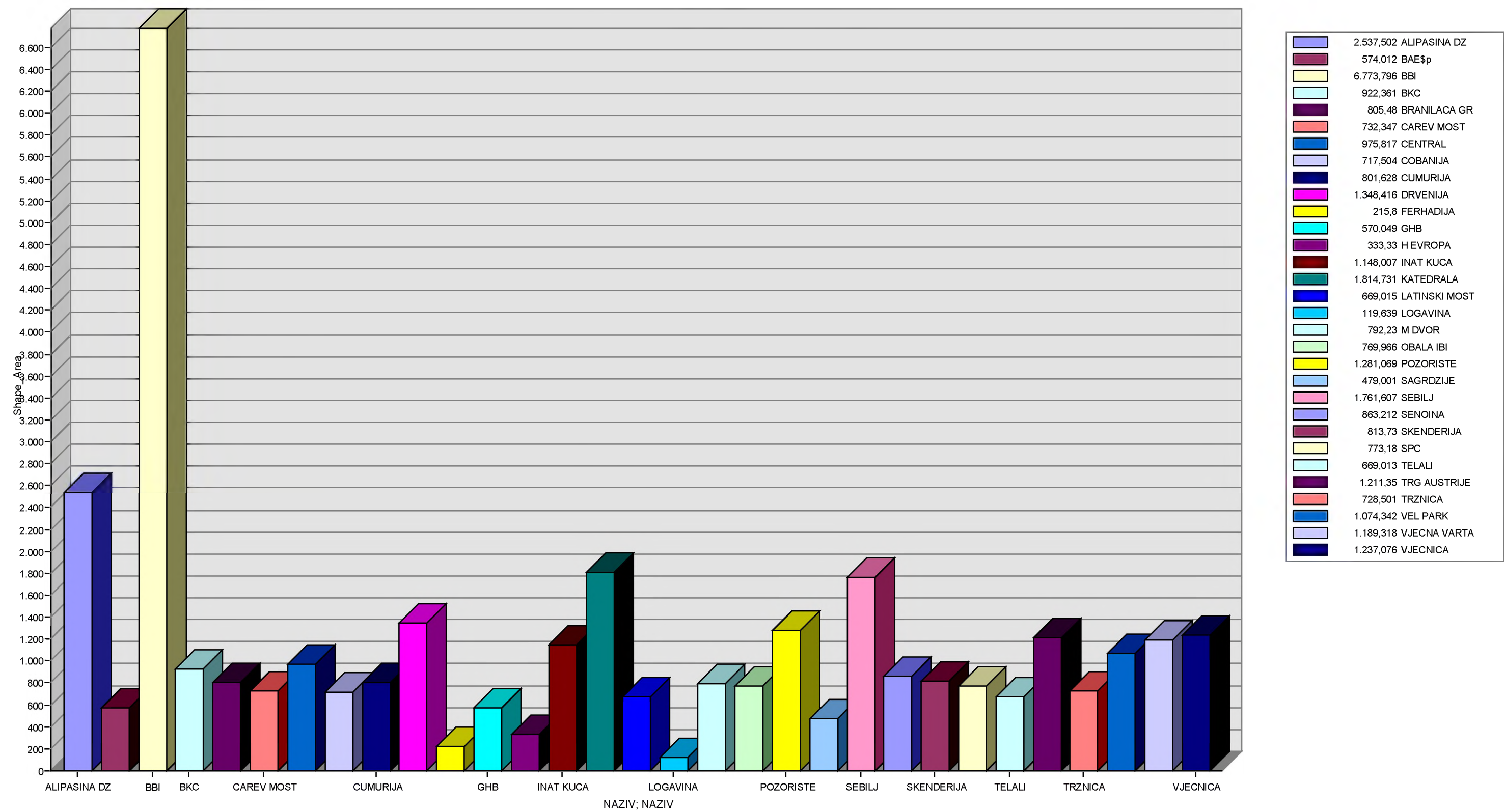
ELABORAT REKLAME HIST JEZGRA - PREGLEDNA KARTA



1:6.000



Graph of Žarišne tacke



ELABORAT REKLAME HIST JEZGRA - PREGLEDNA KARTA

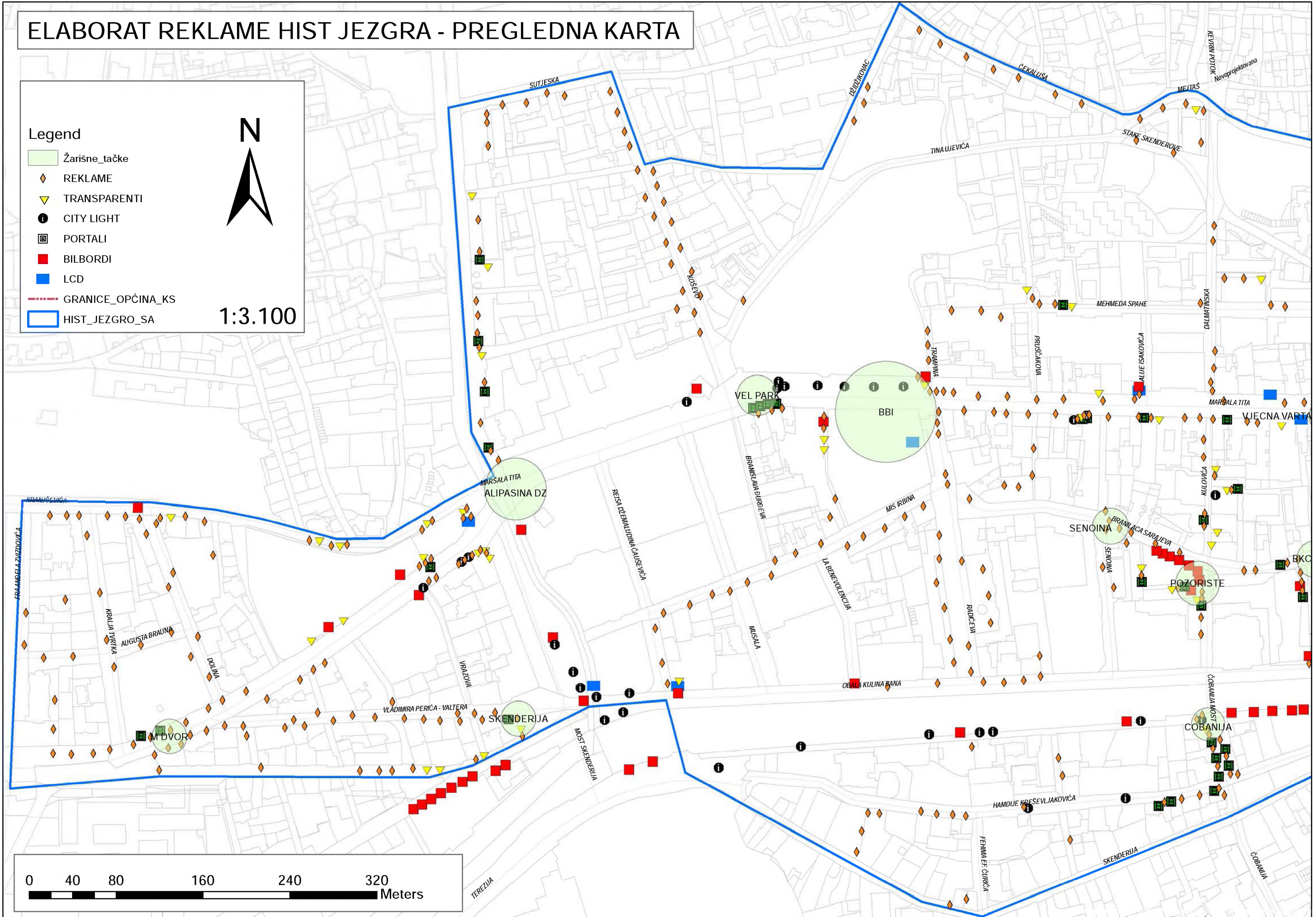
Legend

- Žarišne tačke
- REKLAME
- TRANSPARENTI
- CITY LIGHT
- PORTALI
- BILBORDI
- LCD
- GRANICE OPĆINA KS
- HIST_JEZGRO_SA



1:3.100

0 40 80 160 240 320 Meters



ELABORAT REKLAME HIST JEZGRA - PREGLEDNA KARTA

