

Miomirka Melank

Zastupnica Naše stranke u Skupštini Kantona Sarajevo
Sarajevo, 12. 12. 2024.

Dostaviti:

BOSNA I HERCEGOVINA
FEDERACIJA BOSNE I HERCEGOVINE
KANTON SARAJEVO
Skupština Kantona Sarajevo
n/r predsjedavajući Skupštine Kantona Sarajevo

Uputiti:

Ministarstvosaoobraćaja KS
Vijeću za sigurnost saobraćaja na cestama u Kantonu Sarajevo
Kantonalno javno komunalno preduzećeKJKP GRAS

PREDMET: ZASTUPNIČKAINICIJATIVA

1

Poštovani,

Na osnovu člana 106. Poslovnika Skupštine Kantona Sarajevo ("Službene novine Kantona Sarajevo", brojevi 25/10, 14/11, 19/11, 7/12, 26/12, 15/13, 47/13, 47/15, 48/16, 9/20 i 14/20), upućujem **INICIJATIVU za uklanjanja reklama i oglasa sa vozila javnog saobraćaja u Sarajevu.**

Inicijativa Ministarstvu saobraćaja, za uklanjanja reklama i oglasa sa vozila javnog saobraćaja u Sarajevu. Prevažodno smatram da je reklame potrebno skinuti sa novih vozila i sa prozora svih tramvaja, trolejbusa, kombibusa i autobusa u javnom prevozu.

- Sigurnost i vidljivost:** Reklame mogu ometati vidljivost putnicima pa i vozaču, što može povećati rizik od nesreća. Jasna vidljivost je ključna za sigurnost svih učesnika u saobraćaju. Kada je nije sunčano, u vozilima se ne vidi jasno gdje se nalazi vozilo, gdje izaći, koja je stanica. Ne vide se znamenitosti i orijentiri. U većini vozila ne radi zvučno obavještanja.
- Estetika grada:** Vozila javnog saobraćaja su često u pokretu i vidljiva su velikom broju ljudi. Uklanjanje reklama može pomoći u očuvanju vizuelnog identiteta i ljepote grada. Nije problem samo prepoznavanje, problem je i raspoznavanje vozila javnog gradskog prevoza u odnosu na okolne prostore.
- Jasna informacija:** Bez reklama, informacije o rutama, stanicama i drugim važnim obavještenjima bi bile jasnije i lakše uočljive za putnike. Kada se uđe u vozilom može se vidjeti da je riječ o novom vozilu. Ipak, tzv brendiranje mash folijama sprečava vidljivost pa je ponekad

nemoguće ustanoviti na kojoj se stanici vozilo nalazi, naročito onda kada ne radi audio sistem za najavu stanica.

4. **Uticaj na okoliš:** Proizvodnja i postavljanje reklama zahtijeva resurse i energiju. Smanjenje broja reklama može doprinijeti smanjenju ekološkog otiska. Brendiranje pokretnih objekata izaziva vizuelno zagađenje koje može doprinijeti ugrožavanju sigurnosti u saobraćaju.
5. **Kvalitet usluge:** Fokusiranje na poboljšanje kvaliteta usluge i iskustva putnika može biti efikasnije nego oslanjanje na prihode od reklama.

Posebno tražim da se Zabrani reklamiranja kockanja, što je važna iz nekoliko razloga:

1. **Zaštita mladih:** Reklame za kockanje mogu normalizirati kockanje među mladima, što može dovesti do rane izloženosti i potencijalne ovisnosti
2. **Smanjenje ovisnosti:** Kockanje može dovesti do ozbiljnih problema kao što su finansijski gubici, mentalno zdravlje, i socijalni problemi. Ograničavanje reklama može smanjiti broj ljudi koji razvijaju ovisnost
3. **Javno zdravlje:** Kockanje je povezano s nizom zdravstvenih problema, uključujući stres, depresiju i anksioznost. Smanjenje izloženosti reklamama može pomoći u smanjenju ovih problema
4. **Finansijska stabilnost:** Reklame za kockanje često ciljaju ljude koji su već u finansijskim problemima, što može pogoršati njihovu situaciju. Zabrana reklama može pomoći u zaštiti ovih ranjivih grupa
5. **Etika i društvena odgovornost:** Postoji moralna odgovornost da se zaštite građani od potencijalno štetnih aktivnosti. Zabrana reklama za kockanje može biti korak ka odgovornijem društvu.

Gubitak prihoda jeste glavni razlog protiv: Reklame donose značajan prihod prevoznim kompanijama, koji može biti korišten za održavanje i unapređenje usluga. Sa druge strane, smatram da su važniji benefiti koje donosi uklanjanje reklama sa vozila, a na prvom mjestu sa prozora na vozilima. Primjeri pokazuju da postoji globalni trend ka smanjenju broja reklama na vozilima javnog saobraćaja iz različitih razloga, uključujući sigurnost, estetiku i kvalitet usluge.

Građanke i građani su zbunjeni – koliko novih trolejbusa i tramvaja se nalazi trenutno u javnom saobraćaju? Naime, takozvanim brendiranjem kompletnih vozila, ukinuta je mogućnost da se uoči jasna razlika između novih i starih vozila u prometu.

Kada su i brendirana stara vozila, trebalo bi uspostaviti kriterije koji su to društveno korisni sadržaji počeljni za reklamiranje na vozilima. Građani Kantona Sarajevo, putem nadležnih ministarstava, ulažu ogromna sredstva u vozila i korištenje tih vozila za nosače reklamnih poruka direktno je ugrožavanje interesa građana, naročito kada je riječ o reklamama za kockanje i igre na sreću.

S poštovanjem,

Miomirka Melank

A red rectangular box is placed over the signature area, indicating that the signature has been redacted. A faint, handwritten mark is visible to the left of the box.