

## SLOVO ÚVODEM

V hlavní rubrice „letního“ čísla časopisu najdete příspěvek o výzkumu aktivního i pasivního cestovního ruchu v České republice za období 2017–2019.

Rubriku Názory a diskuse otevírá recenzovaný článek, který se zabývá hodnocením dostupnosti veřejné infrastruktury na příkladu Olomouce jako obce s rozšířenou působností. Další články této rubriky jsou věnovány reklamě ve městech z různých úhlů pohledu. Reklamní smog je speciálním a obvykle nejvíce vnímaným případem tzv. vizuálního smogu, kterým podle české verze wiki-pedie může v širším slova smyslu být *„cokoliv, co negativně ovlivňuje výhled člověka ve veřejném prostoru, například rozházené odpadky na ulici, příliš křiklavé barvy fasád domů, nadzemní elektrická vedení, stožáry, konstrukce, dopravní značení, zábradlí atd.“* V posledních letech přibývá reakcí českých měst na problematiku reklamního smogu, často formou manuálů popisujících příklady vhodného a nevhodného vizuálního řešení reklamy. Dalšími nástroji umožňujícími určitým způsobem regulaci reklamy zůstávají územně plánovací dokumentace (územní plán, regulační plán) a obecně závazná vyhláška obce podle zákona o obcích. Vedle zkušenosti z Česka bude představen také pohled ze Slovenska a z Kanady.

V poslední rubrice informujeme o specializovaném památkářském kurzu určeném pracovníkům státní správy, o cestě k ozelenění města na příkladu Brna a o mezinárodní on-line konferenci zabývající se politikami architektury v evropském kontextu. Rubriku doplňují informace převzaté z jiných médií a tiskové zprávy Ministerstva pro místní rozvoj České republiky.

K tomuto číslu je vedle stálých příloh připojena také příloha mimořádná – sborník z konference Asociace pro urbanismus a územní plánování ČR zaměřené na občanské vybavení.

Příjemné čtení přeje

*redakce U&ÚR*