

Klaipėdos miesto vizualinės informacijos įrenginių erdvinio duomenų rinkinio kūrimas

Dainora Jankauskienė*, Lina Kuklienė, Indrius Kuklys, Ieva Bertulytė

Klaipėdos valstybinės kolegijos Technologijų fakulteto Geodezijos katedra
Bijūnų g. 10, LT-91223 Klaipėda. Tel. (8-46) 3803639, el. paštas d.jankauskiene@kvk.lt

(Gauta 2011 m. sausio mėn.; atiduota spaudai 2011 m. kovo mėn.; prieiga internete nuo 2011 m. balandžio 18 d.)

Anotacija

Straipsnyje pateikiamas Klaipėdos miesto vizualinės informacijos bei išorinės reklamos erdvinio duomenų rinkinio kūrimo modelis, analizuojami duomenys apie vizualinės informacijos bei išorinės reklamos įrenginius: jų išdėstymą, estetinį vaizdą, įrenginių tipus, dydžius, statusą (įrenginys yra legalus ar pažeidžia nustatytus reikalavimus) bei kitą informaciją. Atlikus sudarytos Klaipėdos miesto vizualinės informacijos bei išorinės reklamos duomenų bazės analizę paaiškėjo, kad iš eksploatuojamų 114 įrenginių beveik pusė (53 įrenginiai) pažeidžia bent vieną Klaipėdos miesto vizualinės informacijos bei išorinės reklamos specialiajame plane numatytą reikalavimą.

Reikšminiai žodžiai: vizualinė informacija, erdvinis duomenų rinkinys (EDR), geoinformacinės sistemos (GIS), apsaugos zona.

Abstract

An article lists Klaipėda city visual information and the promotion of spatial data set development model, analyzed data on visual information and external advertising units: their layout, aesthetic view, device types, sizes, status (device is legal or violate the requirements) and other information. After concluded Klaipėda city visual information and external advertising database analysis it is clear that almost half of the existing 114 devices (53 devices) violate at least one of the requirements provided for in the regulation of Klaipėda city visual information and the promotion of a special scheme.

Key words: visual information, spatial data set (SDS), geoinformation systems (GIS), a protection zone.

Įvadas

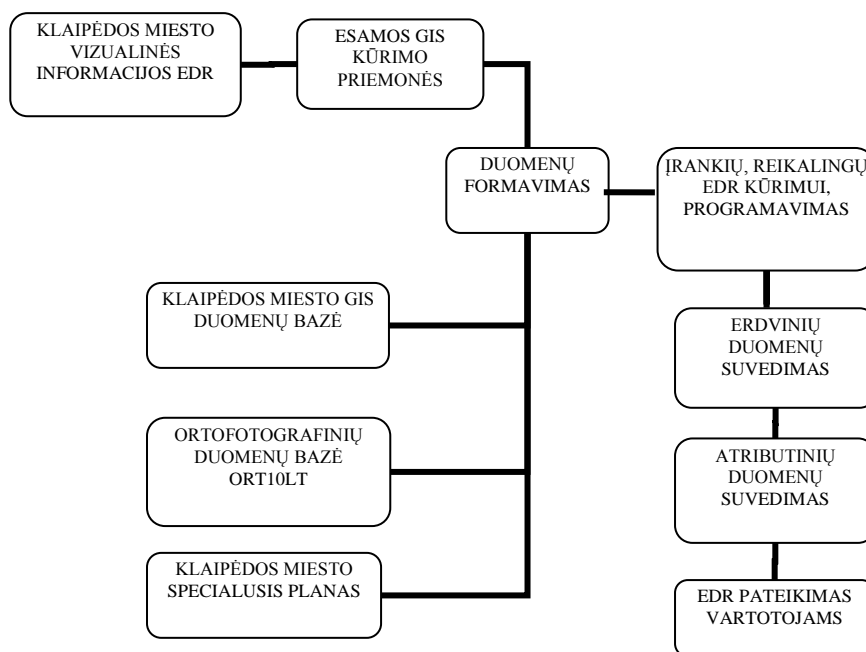
Stebint augančio Klaipėdos miesto plėtrą, stiprėjantį jūrų laivyną, dažnai nesusimąstoma apie jūrinės valstybės identiteto klausimą. Siekiant pagerinti miesto vizualinį vaizdą bei diegiant vientisą jūrinį stilių miesto apipavidalinimo objektuose, parengtas miesto vizualinės informacijos priemonių sisteminio išsidėstymo projektas, nes besikeičiant komercinės reklamos ir vizualinės informacijos tankumui mieste, atsiranda poreikis aiškiau bei griežčiau reglamentuoti vizualinės informacijos bei išorinės reklamos įrenginius, jų išdėstymą. Ypač svarbu suformuoti vizualinės informacijos bei išorinės reklamos estetinius, vizualinius, funkcinus bei kokybės kriterijus ir plėtros principus. Visa tai sunku tiksliai bei tinkamai atlikti neturint specializuoto erdvinio duomenų rinkinio (toliau tekste – EDR), kuriame būtų kaupiama visa reikalinga informacija apie vizualinės informacijos bei išorinės reklamos įrenginius: jų išdėstymą, estetinį vaizdą, įrenginių tipus, dydžius, statusą (įrenginys laikinas ar stacionarus) bei kita informacija, skirta norint tinkamai išanalizuoti vizualinės informacijos bei išorinės reklamos įrenginių poveikį urbanistinei, gamtinei, socialinei bei ekonominei aplinkai, reguliuoti esamų įrenginių būklę bei naujų įrenginių tinkamą įrengimą.

Tyrimo tikslas – sukurti Klaipėdos miesto vizualinės informacijos įrenginių erdvinio duomenų rinkinį.

Tyrimų metodika

Tyrimo objektas – Klaipėdos mieste esantys vizualinės informacijos bei išorinės reklamos įrenginiai. Tyrimas atliktas lauko matavimo rezultatų bei informacinių šaltinių analizės, gautų duomenų grafinio vaizdavimo bei Klaipėdos miesto vizualinės informacijos ir išorinės reklamos specialiojo plano vektorizavimo, naudojantis kompiuterine programa ArcGIS 9.2, metodais.

Vienas iš svarbiausių uždavinių, sudarant Klaipėdos m. vizualinės informacijos bei išorinės reklamos EDR – tai išskirti reikiamus elementus ir surinkti informaciją apie jų padėtį bei savybes (Gurklys, Aleknavičius, 2007). Šie elementai skiriasi savo dydžiu, spalva bei piešinio elementais, matavimų lygmeniu ir reikšmingumu. Esamų vizualinės informacijos bei išorinės reklamos įrenginių matavimai buvo atlikti naudojant GPS prietaisą bei nufotografuoti skaitmeniniu fotoaparatu. Duomenys apie reprezentacinius objektus bei komercinės reklamos įrenginių konkursines vietas Klaipėdos mieste gauti skaitmeninant vizualinės informacijos bei išorinės reklamos specialųjį planą. Surinktų duomenų ypatumai nulemia ne tik tai, kaip jie vėliau atvaizduos vaizduojamus objektus GIS duomenų bazėje, bet ir kiek efektyvi bus analizė bei analizės rezultatų interpretavimas. Vadovaujantis LR teisės aktais bei jau sukurtomis taisyklėmis, visus erdvinius duomenis galima vaizduoti kaip modelį, atrenkant realybės aspektus, kurie reikalingi konkrečioms GIS taikomiesiems uždaviniams spręsti. Duomenų modelis – centrinis bet kurios GIS elementas – tai visuma taisyklių, aprašančių ir atvaizduojančių pasirinktus realaus pasaulio aspektus kompiuteryje (Gurklys, Aleknavičius, 2007). Tyrimo metu buvo naudotas unikalus EDR kūrimo modelis ir pritaikytas tik Klaipėdos miesto vizualinės informacijos bei išorinės reklamos EDR kūrimui (1 pav.).



1 pav. Klaipėdos miesto vizualinės informacijos bei išorinės reklamos EDR kūrimo modelis
 Fig. 1. SDS model creation of the visual information and the outdoor advertising in Klaipėda city

Parengtas EDR modelis realizuojamas sprendimų priėmimo procesų spartinimui, duomenų rinkimui ir analizės patogumui bei vizualinio pateikimo galimybių įvairesniam naudojimui.

Rezultatas

Klaipėdos miesto vizualinės informacijos EDR kūrimas.

Erdvinių duomenų rinkinio sąvoka apibrėžiama kaip „duomenų rinkinys, susistemintas ir sutvarkytas taip, kad juo būtų galima patogiai naudotis“ (Maguire, Miller, 2008). EDR gali būti saugoma pati įvairiausia informacija – nuo paprasčiausių elementų pavaizdavimo (geodezinių punktų išsidėstymas) iki reiškinių ar procesų (demografijos pokyčiai Lietuvoje per pastaruosius penkerius metus ir pan.). Geoinformacinių sistemų EDR – tai GIS principais sukurtų ir organizuotų erdvinių duomenų visuma (Maguire, Miller, 2008). GIS EDR sąlyginai išskiriami erdvinių

duomenų ir atributinių (aprašomųjų, lentelių) erdviniai duomenų rinkiniai (Mizgeris, Dumbrasukas, 2008).

Klaipėdos m. vizualinės informacijos bei išorinės reklamos EDR kūrimui naudotu globalinės padėties nustatymo prietaisu „Topcon GRS – 1“ pamatuoti 114 išorinės reklamos įrenginiai. Iš jų komercinių nuorodų – 13, komercinės reklamos įrenginių – 91 ir vizualinės informacijos įrenginių – 10. Antrasis EDR kūrimo etapas - Klaipėdos miesto vizualinės informacijos bei išorinės reklamos specialiojo plano vektorizavimas. Klaipėdos miesto vizualinės informacijos specialiojo plano vektorizavimo etapai: reprezentacinių taškinių objektų vektorizavimas (13 reprezentacinių taškinių objektų), reprezentacinių linijinių objektų (trasų) vektorizavimas (3 reprezentacinės trasos), reprezentacinių plotinių objektų (zonų) vektorizavimas (12 reprezentacinių zonų), komercinės reklamos stendų įrengimo konkursinių vietų vektorizavimas (10 komercinės reklamos stendų įrengimo konkursinių vietų).

Atlikus Klaipėdos m. vizualinės informacijos bei išorinės reklamos specialiojo plano vektorizavimą, užpildytos atributinių duomenų lentelės, naudojantis Klaipėdos miesto vizualinės informacijos bei išorinės reklamos specialiajame plane esančia informacija bei „Integruotos geoinformacinės sistemos (InGIS) geoduomenų specifikacija“ (InGIS geodeomenų specifikacija..., 2000).

Siekiant užtikrinti Klaipėdos m. vizualinės informacijos bei išorinės reklamos įrenginių tinkamą priežiūrą, planuojamų įrengti naujų įrenginių vietų parinkimą, laikantis teisės aktų bei normų, labai svarbi yra erdvinė informacija. Grafiškai pavaizduotos teritorijos, kuriose yra visiškai draudžiama arba keliami specialūs reikalavimai vizualinės informacijos bei išorinės reklamos įrenginių įrengimui Klaipėdos mieste, suteikia galimybę objektyviau įvertinti esamų įrenginių padėtį bei kontrolę išvengti klaidų įrengiant naujus reklaminius įrenginius.

Vadovaujantis LR teisės aktais, Klaipėdos m. vizualinės informacijos bei išorinės reklamos specialiuoju planu, nustatyta, kad vizualinės informacijos bei išorinės reklamos įrenginiai draudžiami šiose zonose:

1. Senamiesčio zonoje (SN1).
2. Reprezentacinėje zonoje (RT3).
3. Rekreacinėse zonose (RK1, RK2).
4. Miesto aikštėse ir skveruose (Atgimimo, Lietuvininkų, Teatro aikštės).
5. Kulto ar ritualinių pastatų vizualinės įtakos zonoje (apsaugos zona ne mažiau, kaip 50 m.).
6. Gatvių apsaugos zonos (Baltijos pr., Dubysos g., Minijos g., Statybininkų pr., Šilutės pl., Taikos pr.) (Klaipėdos m. vizualinės..., 2006).

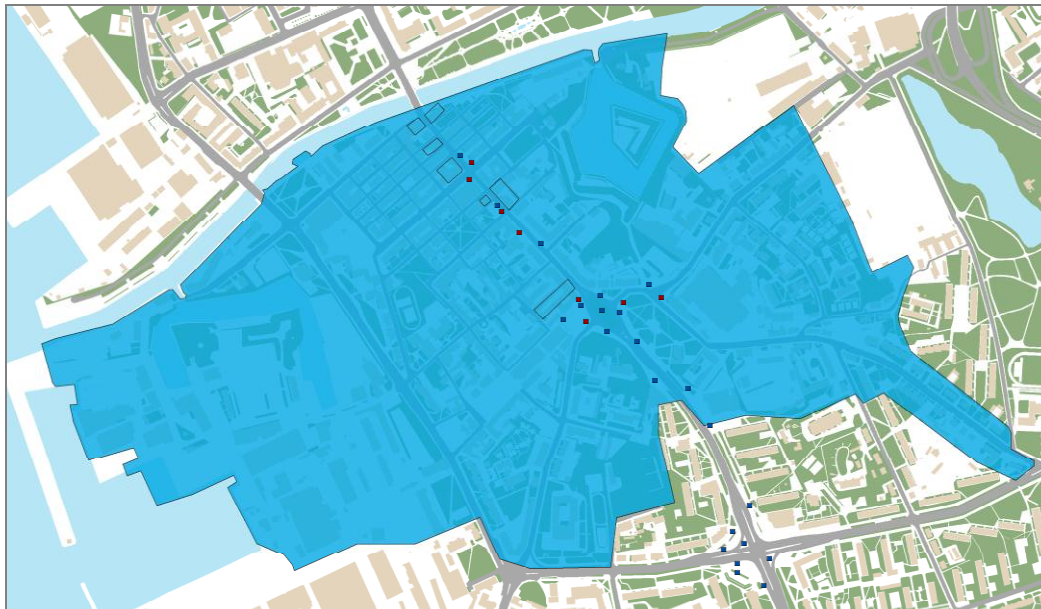
Vektorizuotos šios teritorijos, kuriose draudžiamas ar kitaip apribojamas komercinės reklamos įrenginių eksploatavimas Klaipėdos mieste:

1. Klaipėdos senamiestis (SN1). Šioje zonoje draudžiama eksploatuoti bet kokius komercinės reklamos įrenginius, išskyrus vizualinę informaciją (LR Nekilnojamojo kultūros..., 2008). Vektorizavus SN1 zoną, paaiškėjo, kad į ją patenka ne vien vizualinės informacijos įrenginiai, kurie išsidėstę Taikos pr. dalyje prie Tiltų g., bet ir 13 komercinės reklamos įrenginių (2 pav.).

2. Nekilnojamieji kultūros paveldo objektai. Vektorizavimas atliktas naudojantis LR Kultūros paveldo registro duomenimis (LR Kultūros paveldo registras...2010). Vektorizuoti tie nekilnojamojo kultūros paveldo objektai, kurie išsidėstę prie Tiltų g. bei Taikos pr. Vektorizuoti septyni nekilnojamojo kultūros paveldo objektai Tiltų g., suvesta šių objektų atributinė informacija.

3. Miesto aikštės ir skverai. Klaipėdos m. vizualinės informacijos bei išorinės reklamos specialiajame plane nurodoma, kad „draudžiama įrengti komercinės reklamos įrenginius miesto aikštėse“ (Išorinės reklamos..., 2009). Ties Taikos pr. bei Tiltų g. nėra aikščių ar skverų, todėl nenustatyta pažeidimų.

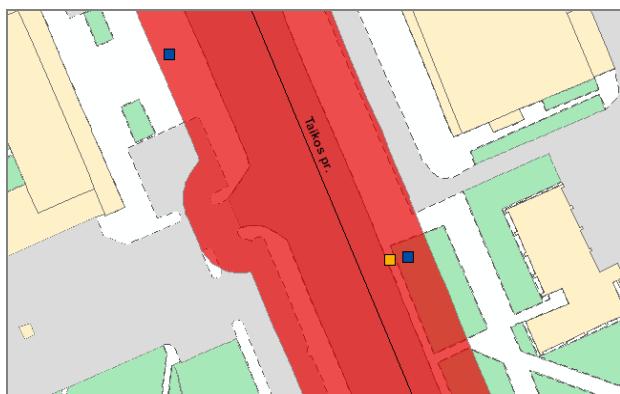
4. Gatvių apsaugos zonos. Siekiant užtikrinti eismo saugumą bei patogumą gyventojams avaringuose gatvių ruožuose, sankryžose yra ribojamas reklaminių įrenginių kiekis bei gabaritai. Taip pat numatoma, jog draudžiama įrengti stacionarius reklaminius įrenginius sankryžų žaliosiose vejose, kelių aukštų sankryžų mazguose, ant viadukų, atraminių sienelių, tiltų, tunelių (Išorinės reklamos..., 2009).



2 pav. Vizualinės informacijos bei išorinės reklamos įrenginiai senamiesčio zonoje
Fig. 2. The visual information and the outdoor advertising equipment in old town area

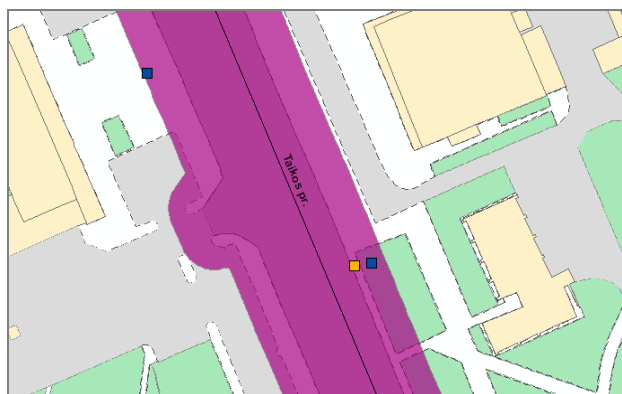
Norint įvertinti vizualinės informacijos bei išorinės reklamos įrenginių įrengimo pažeidimus Klaipėdos mieste tyrimo metu buvo nustatomos apsaugos zonos, kuriose draudžiama įrengti standartinius mažus (iki $2,5 \text{ m}^2$) ir vidutinius ($2,5\text{--}10 \text{ m}^2$) komercinės reklamos įrenginius bei komercines nuorodas.

Nustatytos apsaugos zonos, kuriose draudžiama įrengti standartinius didelius ($10\text{--}24 \text{ m}^2$) bei labai didelius (24 m^2 ir daugiau) komercinės reklamos įrenginius bei komercines nuorodas 10 m atstumu nuo įrenginio krašto iki gatvės pakraščio.



3 pav. Apsaugos zona, skirta dideliems ir labai dideliems reklaminiams įrenginiams Taikos pr.

Fig. 3. Protection area for large and very large advertising equipment in Taikos str.



4 pav. Apsaugos zona, skirta mažiems ir vidutinio dydžio reklaminiams įrenginiams Taikos pr.

Fig. 4. Protection area for small and medium advertising equipment in Taikos str.

Taikos pr. bei Tiltų g. daugiausia yra mažų bei vidutinio dydžio reklaminių įrenginių. Nustačius apsaugos zonas paaiškėjo, kad į draudžiamą aštuonių metrų zoną šiose gatvėse patenka 37 esami reklaminiai įrenginiai, iš jų keturios – komercinės nuorodos, 31 komercinės reklamos įrenginys bei du vizualinės informacijos įrenginiai. Apsaugos zonos nuo įrenginio krašto iki gatvės pakraščio nustatytos net 10-ties gatvių trasose (Baltijos pr. Dubysos g. Galinio Pylimo g. Kūlių Vartų g. Minijos g. Smiltelės g. Statybininkų pr. Šilutės pl. Taikos pr. Tiltų g.). Neleistini atstumai nuo įrenginio krašto iki gatvės pakraščio nustatyti dideliems ir labai dideliems įrenginiams Dubysos g., (6 m atstumu), Minijos g. ir Taikos pr. (8 m atstumu), Šilutės pl. (10 m atstumu) (4 pav.) bei mažiems ir vidutinio dydžio reklaminiams įrenginiams Baltijos pr., Taikos pr. (10 m atstumu), Minijos g., (12 m atstumu) ir Šilutės pl. (15 m atstumu) (3 pav.).

Klaipėdos miesto vizualinės informacijos objektų įrengimo įvertinimas.

Klaipėdos miesto vizualinės informacijos EDR galima priskirti pagrindines dvi panaudojimo sritis – tai:

1. Esamų vizualinės informacijos bei išorinės reklamos įrenginių priežiūra, kontrolė bei šių įrenginių poveikio urbanistinei, gamtinei, socialinei bei ekonominei aplinkai analizė. Klaipėdos mieste yra daug įrenginių, kurie neatitinka tam tikrų reikalavimų: yra ant infrastruktūros objektų (apšvietimo stulpų), patenka į gatvės apsaugos zoną, stovi miesto aikštėse ar ant pėsčiųjų takų. Turint tikslus duomenis apie esamų įrenginių geografinę padėtį, nuotrauką, kuri atspindėtų realią būklę bei apsaugos zonas galima vykdyti analizę bei priimti atitinkamus sprendimus – reklaminių įrenginių demontuoti, perkelti, atnaujinti ar palikti esamoje vietoje.

2. Planuojamų įrengti vizualinės informacijos bei išorinės reklamos įrenginių vietų parinkimas, formuojant reprezentacines trasas, zonas bei taškinius objektus, komercinės reklamos stendų įrengimo konkursines vietas. Naudojantis Klaipėdos m. vizualinės informacijos bei išorinės reklamos EDR sukauptais duomenimis, galima lengviau bei objektyviau grafiškai pavaizduoti planuojamus reklaminius įrenginius, atsižvelgiant į apsaugos zonas, pastatų aukštingumą, automobilių srautus taip neužgožiant vertingos gamtinės bei architektūrinės visumos.

Atliekant Klaipėdos miesto vizualinės informacijos objektų įrengimo įvertinimą nustatyta, kad:

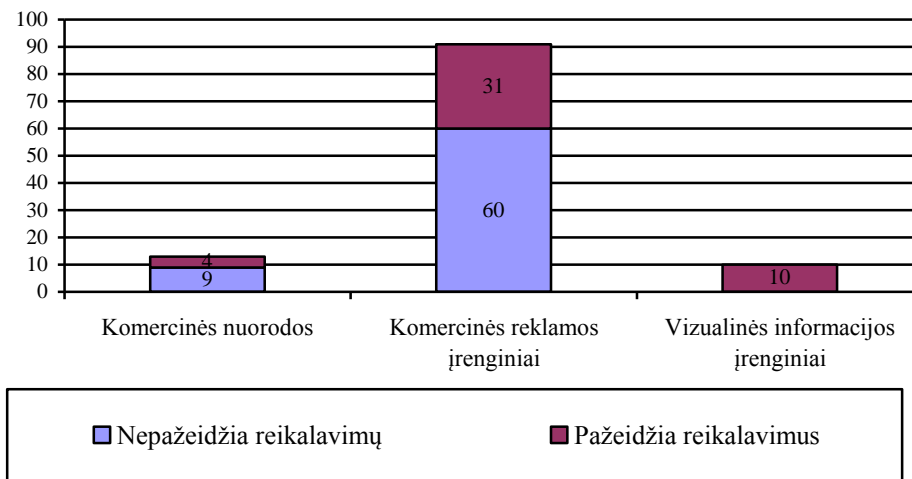
1. Viena nuoroda neleistinai įrengta ant gatvės apšvietimo stulpo (mieste, draudžiama įrengti bet kokius reklaminius įrenginius ant miesto infrastruktūros objektų: gatvės apšvietimo stulpų, išskyrus šventinį papuošimą miesto švenčių bei renginių metu (Išorinės reklamos..., 2009).

2. Išmatuotų vizualinės informacijos, komercinių nuorodų bei komercinės reklamos įrenginių skaičius nesutampa su duotu licencijuotų reklaminių įrenginių sąrašu.

3. Dalis archyve esančios informacijos neatitinka realybės (vizualinės informacijos bei išorinės reklamos įrenginių skaičius buvo didesnis nei archyve deklaruojama, tačiau buvo ir pora įrenginių, kurie pagal archyvo duomenis eksploatuojami, bet realiai jų nėra).

4. Šeši įrenginiai, esantys Taikos pr. bei Tiltų g., vizualiai dako miesto vaizdą.

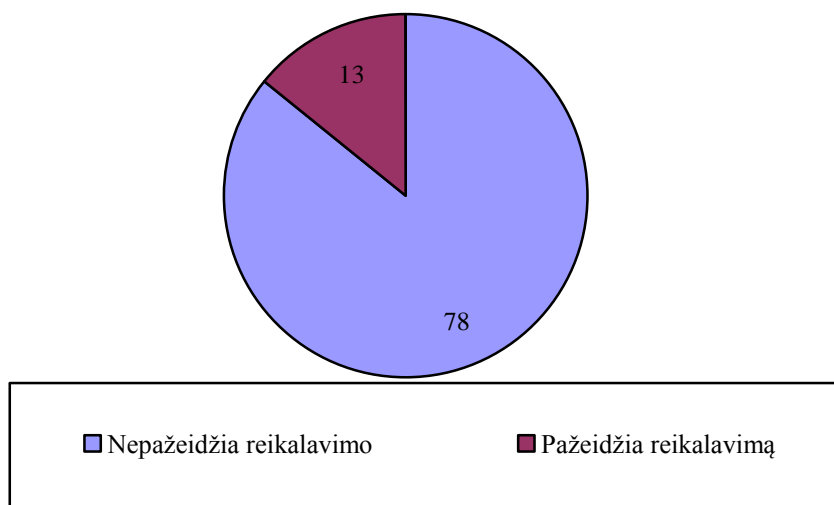
Atlikus surinktų duomenų analizę paaiškėjo, kad 10 vizualinės informacijos įrenginių, 31 komercinės reklamos įrenginys bei keturios komercinės nuorodos pažeidžia Klaipėdos miesto vizualinės informacijos bei išorinės reklamos specialiojo plano reikalavimus dėl atstumų nuo įrenginio krašto iki gatvės pakraščio (5 pav).



5 pav. Vizualinės informacijos bei išorinės reklamos įrenginių, pažeidžiančių bei nepažeidžiančių atstumus iki gatvės pakraščio, pasiskirstymas

Fig 5. The distribution of the visual information and the outdoor advertising equipment from the violation distances to the edge of the street

Atlikus detalesnę analizę paaiškėjo, kad yra 13 komercinės reklamos įrenginių, kurie patenka į kultūros paveldo teritorijas (SN1 zona) bei eksploatuojami miesto aikštėse. Vizualinės informacijos įrenginiai SN1 zonoje leidžiami (6 pav.).

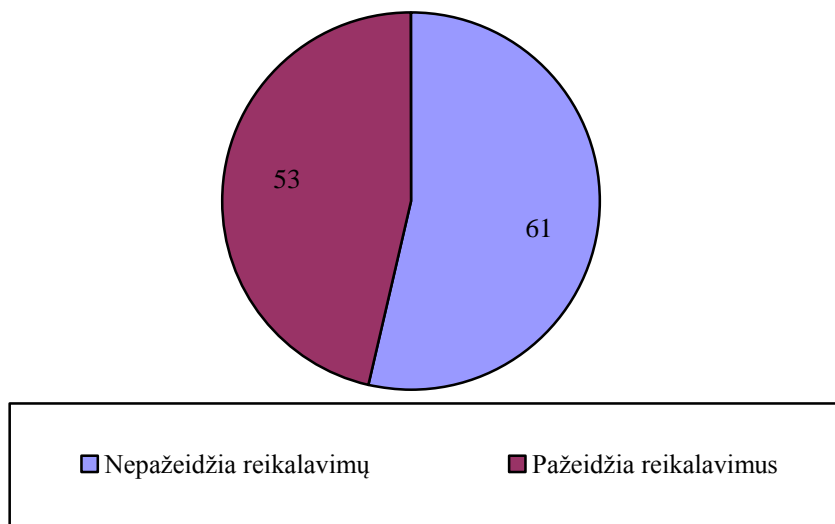


6 pav. Netinkamai eksploatuojamų reklamos įrenginių SN1 zonoje pasiskirstymas

Fig 6. The distribution of the unduly exploit outdoor advertising equipment in SN1 area

Iš 13 komercinės reklamos įrenginių, kurie eksploatuojami SN1 zonoje, 12 taip pat pažeidžia Klaipėdos miesto vizualinės informacijos bei išorinės reklamos specialiojo plano reikalavimus dėl atstumų nuo įrenginio krašto iki gatvės pakraščio.

Susumavus visus vizualinės informacijos bei išorinės reklamos įrenginius ir komercines nuorodas, kurios pažeidžia bent vieną Klaipėdos miesto vizualinės informacijos bei išorinės reklamos specialiojo plano reikalavimą, bendras skaičius – 53 įrenginiai iš 114 (7 pav.).



7 pav. Įrenginių, pažeidžiančių reikalavimus, pasiskirstymas
Fig 7. The distribution of equipment in violate of the requirements

Visi šie netikslumai bei pažeidimai tik įrodo, kad vizualinės informacijos bei išorinės reklamos įrenginių geografinė padėtis turi būti nustatyta atlikus geodezinius matavimus, kad ateityje būtų galima išvengti įvairių nemalonių pasekmių. Didžioji dalis vizualinės informacijos bei išorinės reklamos įrenginių yra prijungti prie inžinerinių tinklų (58 įrenginiai), o iš šių didelė dalis pažeidžia atstumą nuo įrenginio krašto iki gatvės pakraščio, todėl būtina vykdyti griežtesnę vizualinės informacijos bei išorinės reklamos įrenginių kontrolę, priežiūrą bei leidimų eksploatuoti įrenginius suteikimą, naudojantis vizualinės informacijos EDR, taip sumažinant netikslingų įrenginių demontavimo atvejų skaičių, atliekant inžinerinių tinklų atnaujinimo darbus, vykdam teritorijų planavimą bei kitais atvejais (GKTR 2.02.03..., 2005).

Išvados

1. Pagrindiniai teisės aktai, reglamentuojantys Klaipėdos miesto vizualinės informacijos EDR naudojimą yra šie: Klaipėdos m. vizualinės informacijos bei išorinės reklamos specialusis planas, išorinės reklamos įrengimo Klaipėdos mieste taisyklės, GKTR 2.02.03 (topografinio M1:10000 žemėlapis turinys, kodai ir sutartiniai ženklai), LR Reklamos įstatymas, LR Nekilnojamojo kultūros paveldo apsaugos įstatymas. Georeferencinių EDR kaupiamų erdvinių duomenų modelius, kodavimą, atributų struktūrą ir metaduomenų struktūrą reglamentuoja „Integruotos geoinformacinės sistemos (InGIS) geoduomenų specifikacija“.
2. Sudarytas Klaipėdos miesto vizualinės informacijos bei išorinės reklamos EDR, sukurti sluoksniai, parinkta koordinacių sistema LKS-94. Atlikus geodezinius matavimus Taikos pr. bei Tiltų g. nuo Jūrininkų pr. iki Danės upės GPS prietaisu „Topcon GRS – 1“, gauti duomenys apie esamus išorinės reklamos įrenginius: komercines nuorodas (13), komercinės reklamos įrenginius (91) bei vizualinės informacijos įrenginius (10). Atlikus informacinių šaltinių analizę, atsirado netikslumų – pamatuotų išorinės reklamos įrenginių daugiau (114), nei deklaruojama licencijuotų išorinės reklamos įrenginių sąrašė (87).
3. Vektorizuoti Klaipėdos miesto vizualinės informacijos bei išorinės reklamos specialiojo plano pagrindiniai komponentai: reprezentaciniai objektai (trasos, zonos, bei taškiniai objektai), komercinės reklamos stendų įrengimo konkursinės vietos bei apsaugos zonos. Naudojantis Klaipėdos miesto vizualinės informacijos bei išorinės reklamos specialiajame plane esančia informacija bei „Integruotos geoinformacinės sistemos (InGIS) geoduomenų specifikacija“, iš dalies užpildytos atributinių duomenų lentelės.

4. Klaipėdos m. vizualinės informacijos bei išorinės reklamos EDR panaudojimas priklauso nuo EDR naudotojo tikslų, tačiau pagrindinės šio EDR naudojimo sritys nekinta – tai esamų vizualinės informacijos bei išorinės reklamos įrenginių vaizdavimas, kontrolė bei planuojamų įrenginių įrengimo vietų parinkimas, atsižvelgiant į vizualinės informacijos bei išorinės reklamos įrenginių poveikio analizę urbanistinei, gamtinei, socialinei bei ekonominei aplinkai. Atlikus sudaryto Klaipėdos miesto vizualinės informacijos bei išorinės reklamos EDR analizę paaiškėjo, kad iš eksploatuojamų 114 įrenginių beveik pusė (53 įrenginių) pažeidžia bent vieną Klaipėdos miesto vizualinės informacijos bei išorinės reklamos specialiajame plane numatytą reikalavimą.

Literatūra

1. Gurklys V., Aleknavičius A. ir kt. *Geografinės duomenų bazės*. Mokomoji knyga. LŽŪU, 2007.
2. Integruotos geoinformacinės sistemos „InGIS“ geoduomenų specifikacija. Patvirtinta Valdymo reformų ir savivaldybių reikalų ministro 2000 m. balandžio 25d. įsakymu Nr.46 ir Valstybinės geodezijos ir kartografijos tarnybos prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės direktoriaus 2000 m. balandžio 25d. įsakymu Nr. 32.
3. Išorinės reklamos įrengimo Klaipėdos mieste taisyklės, patvirtintos Klaipėdos m. sav. tarybos 2009 m. lapkričio 26 d. sprendimu Nr. T2-422. Klaipėdos m. sav., 2009.
4. Klaipėdos m. vizualinės informacijos bei išorinės reklamos specialusis planas [kompaktinis diskas]. Klaipėdos m. sav. Architektūros ir miesto planavimo skyrius, 2006.
5. LR Geodezijos ir kartografijos techninis reglamentas, Topografinio M1:10 000 žemėlapiu turinys, kodai ir sutartiniai ženklai. GKTR 2.02.03.: Nacionalinė žemės tarnyba prie Žemės ūkio ministerijos, 2005 m. [žiūrėta 2010-04-22]. Prieiga per internetą: <http://www.agi.lt/lt/standartai>.
6. LR Kultūros paveldo registras. [žiūrėta 2010-05-15]. Prieiga per internetą: <http://kvr.kpd.lt/heritage/>.
7. LR Nekilnojamojo kultūros paveldo apsaugos įstatymas. [žiūrėta 2010-05-18]. Prieiga per internetą: <http://www.kpd.lt/lt/iNrIX-2452>.
8. Maguire B, Miller B et al. *Geografinių informacinių sistemų pagrindai*. Mokomoji knyga. (GII-01). Vilnius, 2008.
9. Mizgiris G., Dumbrasukas A. *Geoinformacinių sistemų pagrindai*. Mokomoji knyga. LŽŪU, 2008.

The Creation of Visual Information Devices Spatial Data Set in Klaipėda City

(Received in January, 2011; Accepted in March, 2011; Available Online from 18th of April, 2011)

Summary

To start creation of Klaipėda city visual information SDS was appropriate because up to now in Klaipėda city municipality SDS has not been created, which protected in a graphical and attributive information contained in visual information and outdoor advertising devices. The unique SDS model was applied for Klaipėda's city visual information and external advertising SDS only. This specialized SDS can be used in forming and improving the seaport town image, visual information and outdoor advertising control and surveillance too. The object of this work is visual information and outdoor advertising devices located in Klaipėda and Klaipėda's city visual information and outdoor advertising special plan.

Creating Klaipėda's city visual information and external advertising SDS the global positioning „Topcon GRS – 1“ was used and 114 external advertising devices were measured. The second SDS development phase – Klaipėda's city visual information and the promotion of the plan digitalization (representative point, line (route) polygon objects (areas) digitalization and commercial advertising stand installation entry points digitalization). The attributive data table was completed after Klaipėda's city visual information and the promotion of the plan digitalization.

In the SDS are digitalization protection zones in which standard small, medium-sized, standard large and very large commercial advertising and commercial links according to Klaipėda city visual information and external advertising devices are prohibited.

After concluded Klaipėda city visual information and external advertising database analysis it is clear that almost half of the existing 114 devices (53 devices) violate at least one of the requirements provided for in the regulation of Klaipėda city visual information and the promotion of a special scheme.