

JERZY GRUSZCZYŃSKI

Funkcjonalność przekazów wizualnych w środowisku drogi – od czytelności po estetykę

Wstęp

Przekazy wizualne w środowisku drogi pełnią różne funkcje. Mogą to być przekazy niezamierzone, czyli informacje emitowane przez różne składowe elementy drogi. Są to podstawowe przekazy płynące z jezdni, krawężników, poboczy, z ich wyglądu, kształtu itp., warunkujące poruszanie się pojazdem. Należałoby w tym miejscu wspomnieć też innych użytkowników drogi, którzy swoją obecnością oraz zachowaniem także tworzą sferę przekazów wizualnych – tu przekazów nie intencjonalnych.

W niniejszych rozważaniach zawężymy się do informacji intencjonalnych, czyli komunikatów wizualnych, które ktoś świadomie zapisał w formie graficznej, wizualnej. Są to informacje „nadane”, wyemitowane w celu, aby były odebrane przez innych.

Wśród doświadczonych projektantów komunikacji wizualnej, czy też produktu (nierzadko określanych jako projektantów 2D oraz 3D) istnieje przekonanie, iż przemyślany pod wszelkimi możliwymi względami projekt daje również jakość estetyczną. Jeżeli projektant dostrzeże i uwzględni potrzeby odbiorcy, zagadnienia funkcjonalności, czy technologiczne (w tym kwestie materiałowe i narzędziowe), a także sferę psychologiczną, to najczęściej o estetykę nie będzie potrzeby dodatkowo się martwić.

Komunikaty płynące z inżynierii drogi

Wizualne elementy ograniczające jezdnię są dla każdego kierowcy oczywistością. Jednak w różnych warunkach jazdy pożądanym jest, by „ramy jezdni”, w których pojazd ma się zmieścić, były dobrze widoczne. Pomocne są tu często „linie krawędziowe” (P-7) oraz urządzenia bezpieczeństwa ruchu drogowego. Są to między innymi „tablice prowadzące”, (U-3), „tablice rozdzielające” (U-4) oraz „tablice kierujące” (U-6 i U-21) itp. Celem tych urządzeń jest ukierunkowanie pojazdów na drodze, zwłaszcza na łukach, czy w rejonie rozdzielania się kierunków, albo i też w rejonie skrzyżowań. Pod wieloma względami te tablice są sobie pokrewne, jednak sposoby ich stosowania, a zatem prowadzenia kierowcy, różnią się znacznie i zależy to zarówno od

tradycji ich stosowania, ale i czasem... od przypadku. Dotyczy to nie tylko polskich dróg, ale i niejednokrotnie dróg krajów europejskich.



Fot. 1, 2. Elementy drogi wraz z urządzeniami bezpieczeństwa ruchu (PL), (I)

Fotografie 1 i 2 pokazują różne sposoby oznakowania dla takiej samej (topologicznie) sytuacji. Dodatkowo na zdjęciu po lewej orientacja grota strzałki na „tablicy rozdzielającej” (U-6) jest odwrotna w stosunku oznakowania poziomego. Natomiast na zdjęciu po prawej zastosowano „tablicę prowadzącą dwustronną” (U-3e). W związku z powyższym można mieć wątpliwości, czy te wizualne komunikaty dotyczące praktycznie takiej samej sytuacji są w pełni funkcjonalne, a i zaraz estetyczne.

Oznakowanie poziome, jako uzupełnienie przekazów z drogi

Oznakowanie poziome to kolejny zestaw elementów informacyjnych na drodze i można zaobserwować bardzo różne praktyki w jego stosowaniu. Przykładowo linia podwójna ciągła, która jest przerywana co chwilę, jest mało funkcjonalna, a wręcz może być myląca. Śledząc takie oznakowanie jesteśmy bez przerwy informowani o pojawiających się wyjazdach z boku, czy to z bramy, czy z podrzędnej uliczki, a sens takiego oznakowania ztraca się. Przestaje ono być ciągłe i zdarza się, iż kierowca nie zwraca już na nie uwagi. W niektórych krajach, w analogicznych sytuacjach stosuje się po prostu linię przerywaną (być może odpowiednio „zagęszczoną”). Pominawszy aspekty czytelności takiego oznakowania, należy dodać, iż nie jest ono estetyczne (fot.3).

W innych sytuacjach napotykamy na bardzo funkcjonalne oraz i estetyczne zastosowanie podwójnej linii ciągłej, np. o szerszym niż tradycyjnie wymiarze, gdzie pośrodku umieszczono rozdzielający pas koloru czerwonego (fot. 4).



Fot. 3, 4. Przykłady poziomego oznakowania (PL), (H)

Czytelność i estetyka znaków drogowych

Znaki drogowe – prócz kształtu i kolorów – w zasadzie wykorzystują cztery podstawowe elementy. Są to piktogramy, teksty, cyfry i schematy. Piktogram w systemie znaków drogowych stanowi istotny element, gdyż jest to: „...międzynarodowy znak informacyjny, jednoznaczny, mogący być prawidłowo odczytywany i rozumiany przez ludzi różnych narodowości, ułatwiający poruszanie się na nieznanym terenie”[7]. Teksty prezentują nazwy miejscowości, oraz bywają używane do objaśnień (jak np. „objazd”, czy „wyjazd” itd.) i w tych objaśnieniach niekoniecznie będą zrozumiałe dla obcokrajowców. Z kolei cyfry prezentują wielkości różnych parametrów (dystanse, tonaż, czy szerokości) lub numery dróg i ze względu na kontekst użycia są zrozumiałe dla wszystkich. Natomiast schematy, jeżeli są dobrym odwzorowaniem danej sytuacji, również będą właściwie zrozumiałe. Dodatkowo można by zaryzykować stwierdzenie, iż w ostatnich latach doszedł element piąty, i są to rysunki, czy szerzej ujmując ilustracje, a niekiedy nawet zdjęcia, mające na celu prezentację obiektów turystycznych.

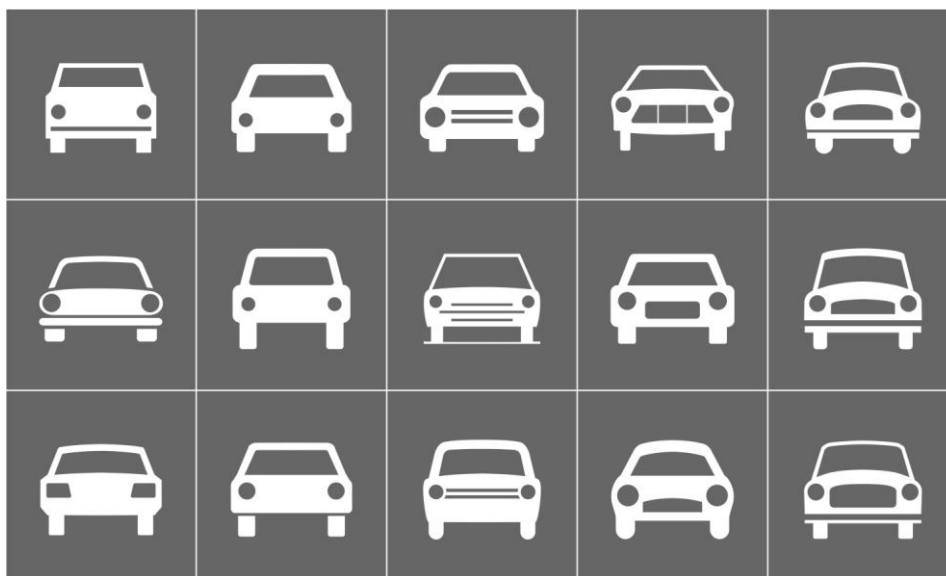
Poszczególne piktogramy w poszczególnych krajach zazwyczaj różnią się. Poniżej prezentujemy piętnaście wizerunków samochodu osobowego (rys. 1), który jest używany dla znaku mówiącego o klasie drogi – w Polsce jest to znak „droga ekspresowa” (D-7), a przykładowo w Portugalii „droga zarezerwowana dla samochodów i motocykli” (H25). Choć każdy z tych piktogramów ma takie samo znaczenie, to różnią się one od siebie i to dość znacznie.

Przyglądnięcie się tym znakom już na pierwszy rzut oka może narzucać skojarzenia, iż niektóre z nich są słabo czytelne. Porównanie ich czytelności wymagałoby jednak dysponowanie precyzyjnymi, wynikającymi z prawa parametrami (dostęp do instrukcji) – jakie obowiązują w poszczególnych krajach wielkości i proporcje pola tych znaków, jakie zastosowano marginesy, kolorystykę itp. – a następnie poczynienia odpowiednich badań.

Z kolei porównanie walorów estetycznych zaprezentowanych poniżej piktogramów wydaje się być możliwe. Na kwadratowym tle przyjęliśmy mniej więcej jednakową wielkość piktogramów, co powinno ułatwić wybranie wizerunków odpowiadających naszemu poczuciu estetyki. Stwierdzenie jednak, iż jednemu dany piktogram się podoba, a drugiemu nie podoba, nie wystarczy by stwierdzić, iż wybór jest wyłącznie kwestią gustu. Konieczna jest tu refleksja, czy wizerunek samochodu osobowego odpowiada jego współczesnemu wyglądowi. Czy proporcje podstawowych elementów są właściwe, czy wizerunek oddaje jego charakter. Przecież to właśnie przeciętne poczucie estetyki będzie się odwoływało do jakiegoś wzorca, a tym wzorcem-wizerunkiem będzie bez wątpienia jakiś sympatyczny model, właśnie współczesnego samochodu.

Dodatkowo warto wspomnieć, iż wizerunek przodu samochodu osobowego (o którym mowa) ma w sobie coś z ludzkiej twarzy. Kształt jego „ust” (otworu wlotowego do chłodnicy) możemy to odczytać jako uśmiech, albo i też jako

grymas smutku, czy złości. Zatem w nawiązaniu do „miny pojazdu” możemy mówić o sympatii do pewnych wizerunków, albo o antypatii do innych, co będzie rzutować na to, czy znak uznamy za estetyczny.



Rys. 1. Zestawienie wizerunków samochodu osobowego z krajów europejskich dla znaku „droga ekspresowa” (D-7).

Gdy popatrzymy na polski piktogram (w górnym lewym rogu tabeli), to w porównaniu z innymi nie wypada on korzystnie. Biorąc pod uwagę jego proporcje, a zwłaszcza wielkość szyby do wysokości pojazdu, to jest on niezgrabny. Poza tym jest kanciasty – nie zawiera żadnej krzywizny. Nie jest zatem opływowy jak współczesne samochody, bowiem został narysowany z prostych linii i dodano mu małe kółka obrazujące reflektory. Należy wspomnieć, iż znak ten zaprojektowano w 1975 roku, a więc ponad 35 lat temu [6]. Jego forma była wtedy jak najbardziej uzasadniona, gdyż znaki malowano ręcznie, a dla tak zaprojektowanego piktogramu samochodu można było wykonać szablon przy pomocy linijki i cyrkla. Wiele współczesnych znaków zawiera w sobie wysmakowane krzywizny, a jest to możliwe z powodu technologii pozwalających na wycinanie rysunków metodą cyfrową.

Można by również podjąć próbę wyłonienia „ostatecznej”, czy „właściwej” wersji tego piktogramu i przyjąć go jako obowiązujący w całej Europie, jednak nasuwają się tu różne wątpliwości. Z jednej strony unifikacja oznakowania na drogach Europy byłaby pożądana i posiadanie jednego, wspólnego znaku w dużej mierze ułatwiłoby jego identyfikację. Z drugiej strony jednak nasuwa się kilka pytań; otóż czy decydenci z poszczególnych krajów byłiby w stanie podjąć negocjacje do poczynienia takiej unifikacji i czy nie chcieliby indywidualne

znaki w poszczególnych krajach zachować jako oryginalne, narodowe”, jako element identyfikacji wskazujący na to, iż znajdujemy się w danym kraju.

Podobnej analizie można, a nawet należałoby poddać wiele innych znaków, w wyniku czego warto by wyłowić te bardziej estetyczne, nie mówiąc o tym, iż wszystkie znaki należałoby poddać weryfikacji pod kątem ich czytelności.

Posłużymy się kolejnym przykładem, który uwidacznia w nieco odmienny sposób problematykę projektowania znaków i ich estetykę.



Rys. 2. Wybrane przykłady znaków „zator drogowy”.

Analiza znaków ostrzegawczych „zator drogowy” (A-33), prezentujących trzy samochody osobowe (rys. 2), jako wizerunek zatoru daje już pewne wyobrażenie o niektórych zagadnieniach rzutujących na estetykę oznakowania. Otóż znak pierwszy ukazuje samochody różniące się wielkością zgodnie z perspektywą – im dalszy samochód, tym mniejszy. Dodatkowo kształt świateł świadczy o tym, iż są to światła tylne, zatem zgodnie z kierunkiem jazdy, gdyż właśnie w przypadku zatoru, tak będą ustawione samochody przed nami.

Na znaku środkowym wszystkie samochody są jednakowej wielkości, a zatem z powodu braku perspektywy nie odwzorowuje on prawdziwego wizerunku zatoru i przez ten fakt, jako nienaturalny (dalsze samochody powinny być mniejsze), może być uznany za niepokojący, w sumie nieestetyczny i to bez względu na to, czy ktoś zda sobie sprawę z tego błędu rysunkowego, czy nie.

Trzeci znak z kolei uwzględnia perspektywę, jednak pokazuje przody samochodów, a więc tak jakby zator nie dotyczył naszego kierunku jazdy. Dodatkowo w stosunku do wizerunku przeciętnego samochodu są one zbyt rozplaszczone, a ich kolumna zbliżająca się do prawej krawędzi znaku mogłaby sugerować, iż mamy do czynienia z ruchem lewostronnym (co oczywiście nie ma znaczenia w kontekście występowania tego znaku na drogach Słowacji, gdzie ruch jest prawostronny). Niemniej znak ten, jako mało przemyślany, będzie również oceniany jako niezbyt estetyczny.

Bez wątpienia zasygnalizowane tu podejście do systemu oznakowania dróg europejskich mogłoby doprowadzić do wspólnego opracowania, gdzie w wyniku unifikacji identyfikacja istotnych znaków byłaby ułatwiona w sposób oczywisty, natomiast mniej ważne elementy oznakowania z powodzeniem mogłyby podlegać krajowym „regionalizmom”. Takie uporządkowanie systemu oznakowania na płaszczyźnie międzynarodowej – powiedzmy na drogach europejskich mogłoby być ze wszech miar przyjazne kierowcom.

Znaki kierunku – drogowskazy

Kolejną serią znaków wykazujących niekiedy brak czytelności, a i również estetyki są znaki „kierunku i miejscowości (grupa E). Najczęściej w tych znakach mamy do czynienia z nadmiarem informacji serwowanej kierowcy. Równocześnie możemy mówić o oznakowaniu nieczytelnym pod względem ukierunkowania – tj. umieszczania strzałek na znakach, jak i o lokalizacji tych znaków w niezbyt adekwatnych miejscach.



Fot. 5, 6. Przykłady oznakowania z nadmiarem informacji (PL), (H)

Nadmiar informacji, informacja niepełna, czy podawana niekonsekwentnie – to główne wady oznakowania znakami kierunku i miejscowości. Do tego dochodzą niekoniecznie czytelne kroje pisma, źle opracowane pod względem graficznym strzałki (często niejednoznacznie wskazujące) i niejednokrotnie nieczytelny układ całości.

Znaki informacji turystycznej – nowe wyzwanie

Odrębną, ale i równie ważną kwestią w oznakowaniu dróg są znaki informacji turystycznej, w których prezentacja atrakcyjnych obiektów odbywa się zasadniczo na dwa sposoby. Pierwszy z nich polega na stosowaniu piktogramów, gdzie dla obiektów typowych, można przyporządkować jakiś konkretny, grupowy znak-piktogram.



Fot. 7, 8. Przykłady braku adekwatności w używaniu piktogramów

Jednak stosowanie takich piktogramów bywa najprzeróżniejsze i nie zawsze właściwe, gdyż nierzadko dla danego obiektu brak odpowiedniego graficznego wizerunku. Przykładowo zakres użycia na polskich drogach piktogramu „muzeum” bywa niekiedy bardzo dziwny. Można napotkać znaki gdzie obrazuje

on operę, filharmonię, czy teatr (fot. 9). Z kolei dla zaprezentowania szałasów w regionie Podhala zastosowano zdwojony piktogram „kemping” (fot. 10), gdzie rysunek namiotu odnosi się do indiańskiego wigwamu i w żadnym przypadku nie przystaje do wizerunku góralskiego szałas.



Fot. 9, 10. Znaki prezentujące obiekty atrakcyjne turystycznie (PL), (S)

Drugi sposób prezentacji obiektów turystycznych nie może bazować na piktogramach, a wynika to z faktu, iż wartościowe, turystycznie obiekty są oryginalne i wymagają swobodnego, indywidualnego wizerunku, a zatem odrębnego znaku. Projektowanie znaków prezentujących indywidualne obiekty atrakcyjne turystycznie wymaga pewnych umiejętności rysunkowo – projektowych. W praktyce jednak tworzenie tych znaków przynależy do inżynierów, co niestety najczęściej odbija się ich słabą jakością. Z jednej strony rzadko potrafią odwzorować obiekt w sposób rzetelny, a z drugiej są najczęściej mało estetyczne. Aby znaki były zarówno czytelne, jak i estetyczne należałoby do ich tworzenia zatrudniać projektantów komunikacji wizualnej, wprowadzając uprzednio należyte zapisy w prawie, a więc formułując ramowe wytyczne do ich projektowania.

Przydrożne reklamy – ich zasadność i estetyka



Fot. 11. Nadmiar reklam w wizualnym otoczeniu drogi

O przydrożnych reklamach można mówić na dwa sposoby. Po pierwsze informują o różnych produktach, usługach, które najczęściej przeznaczone są dla

niewielkiego odsetka kierowców. Ich istnienie wynika z dobrego samopoczucia inwestora, iż jego firma jest widoczna. Jednak wielkie ilości tych reklam – mamy tutaj na myśli polskie drogi – praktycznie niczemu nie służą, gdyż przy takim ich natłoku praktycznie nikt ich już nie jest w stanie przeczytać itp. Najczęściej „tapetują” obrzeże dróg czy ulic, a najczęściej przeszkadzają w percepcji oznakowania, powodując rozkojarzenie.



Fot. 12, 13. Przykłady nieestetycznych reklam (ta sama firma 2005 i 2009)

Warto też spojrzeć na reklamy od strony estetyki. Powyżej dwa przykłady autoprezentacji jednej i tej samej firmy z przestrzeni kilku lat. Zdjęcie po lewej ukazuje wręcz infantylnie opracowany wizerunek sprzed 6 lat (2005), natomiast zdjęcie po prawej ostatnią wersję (z roku 2009). Pomimo znacznego „postępu” pomiędzy tymi reklamami trudno mówić tu o estetyce, gdyż reklama ta zawiera nadmiar informacji i wiele graficznych błędów. Niestety tak nieestetyczne i nieprofesjonalnie opracowywane reklamy są codziennością na naszych drogach.

Ochrona krajobrazu i jego kształtowanie



Fot. 14. Przykład ingerencji reklamy w punkcie widokowym

Można nie widzieć nic złego w ustawianiu reklam w rejonach punktów widokowych. Cóż, różni ludzie posiadają różne wrażliwości, jednak w wielu miejscach właśnie krajobraz jest istotnym elementem „wspomagającym jazdę”.

Jego zakłócanie przez nieuzasadnione i nieestetyczne reklamy jest rodzajem barbarzyństwa. Otóż warto sobie zdać sprawę z tego, iż krajobraz jest bogactwem naturalnym, bogactwem, którego nie trzeba, przykładowo jak węgiel „wydzierać” ziemi, a wystarczy go tylko uszanować, po prostu nie szpecić.

Przekazy i komunikaty zapobiegające monotonii drogi

Monotonia drogi jest bez wątpienia istotnym elementem, z jakim należy się uporać przy projektowaniu dróg. Pominąwszy przydrożny pejzaż, aranżowaną roślinność, architekturę itp., należałoby zadbać też o elementy plastyczne.

7 pt.



Fot. 15, 16. Elementy przydrożne, mogące zapobiegać monotonii drogi

Bez wątpienia istotną rolę powinna tu odegrać instytucja Plastyka Miejskiego, – ostatnio w Polsce zaniedbana. Nadzór fachowych sił, zasugerowanie jakiejś przestrzennej instalacji, rzeźby, czy rzeźby architektonicznej w połączeniu z elementami promocji danego regionu, czy nawet postawienie „kulturalnej” reklamy jakiejś firmy mogłoby być istotnym elementem przełamania monotonii drogi.

Systemy Informacji Miejskiej w pejzażu drogi – pomiędzy unifikacją a indywidualizacją

Systemy Informacji Miejskiej to jeszcze jeden element, to istotny klucz do poruszania się po danej miejscowości zarówno zmotoryzowanym, jak i pieszym. Dotarcie do konkretnej ulicy, a i do konkretnego budynku, a nawet i drzwi jest niezbędne, mimo iż informacja ta nie należy do systemu znaków drogowych. Jednak jest to wciąż element oznakowania dróg, tylko że w innej konwencji i w innym wymiarze. Systemy Informacji Miejskiej. Tak zwane SIM-y są przedłużeniem oznakowania dróg i swoją rolę spełnia głównie w miastach. Jednak na terenach wiejskich również mają zastosowanie, choćby wskazując dojazd do danego przysiółka, czy nawet do jakiejś szczególnej, czy nawet pojedynczej budowli. Są to bowiem wciąż elementy przydatne dla kierowców, którzy dopiero pieszymi staną się w momencie zaparkowania swego samochodu, a do tego momentu korzystają z informacji z za kierownicy.

Zbudowanie informacji miejskiej w nawiązaniu do systemu oznakowania dróg, czyli skoordynowanie tych systemów, jest dość istotne. Również potrzeba

stosowania piktogramów jest oczywista, a sposób opracowania informacji także powinien być czytelny. Poniżej dwa przykłady z informacji miejskiej. Jeden z nich opiera się głównie na tekstach w dwóch językach, co prawda niezbyt czytelnych, natomiast drugi głównie bazuje na piktogramach.



Fot. 17, 18. Przykłady oznakowania z Systemu Informacji Miejskiej

Informacja w przestrzeni publicznej (zewnętrznej) również powinna przede wszystkim podlegać regułom czytelności. Doprowadzanie do danych miejscowości, do dzielnic, ulic i osiedli, a także i konkretnych budynków, czy placówek, winno być brane pod uwagę jako kolejne zadanie oznakowania.

Z kolei estetyka (ładny wygląd, uroda czegoś, gustowność) w dużej mierze wynika z tego, do czego jesteśmy przyzwyczajeni. Jeżeli jest coś obcego, nietypowego, to już możemy zastanawiać się, czy to się będzie podobało. Jeżeli nawiązuje do czegoś znanego, mimo iż jest nowe może być uznane za estetyczne.

Podsumowanie

Niedocenie sfery wizualnej, w tym funkcjonalnej, a i estetycznej w oznakowaniu dróg, jak i we wszelkiej informacji umieszczanej w wizualnym otoczeniu drogi mści się informacyjnym bałaganem oraz zaśmiecaniem krajobrazu – jego szpeceniem.

Bez wątplenia istnieją problemy, przy rozwiązywaniu których brak szerokiego, jeżeli nie wszechstronnego spojrzenia projektowego i wtedy prosi się niejednokrotnie ingerencja polegająca na estetyzacji. Niedostatki w tym zakresie dotyczą w dużej mierze inżynierii, także inżynierii drogowej, a zwłaszcza kreacji w ramach przestrzeni publicznej. Rzecz w tym, że złożone zagadnienia niekoniecznie bywają rozwiązywane przez fachowców, a zwłaszcza w zespołach interdyscyplinarnych, a takie podejście byłoby ze wszech miar najbardziej właściwe. Zaniedbywanie plastyków-projektantów, designerów, a i także artystów plastyków zuboża w dużej mierze pejzaż wokół dróg, ich przyjazność, a także funkcjonalność przekazów informacyjnych.

LITERATURA

1. Dymna E. i Rutkowski M., *Polski outdoor – reklama w przestrzeni publicznej*, Warszawa, Wydawnictwo Klucze, 2009.
2. Frutiger A., *Człowiek i jego znaki*, Warszawa, Wydawnictwo Do, Wydawnictwo Optima, 2005.
3. Gruszczyński J., Informacyjne zaśmiecenie krajobrazu, *miesięcznik Aura*, 2005 vol. 10 s. 30-31
4. Gruszczyński J., *Oznakowanie dróg, a bezpieczeństwo ruchu drogowego*, [W:] Projektowanie i zarządzanie drogami – zasady, dobre praktyki, efektywność. Materiały Konferencyjne, nr 89 (zeszyt 149), Kraków, Stowarzyszenie Inżynierów i Techników komunikacji Oddział w Krakowie, 2009, s. 57-76.
5. Gruszczyński J., Znaki turystyczne, *magazyn drogowo-mostowy Autostrady*, 2011, vol. 1/2 s. 46-52, vol. 4 s. 34-41, vol. 5 s. 116-123.
6. Instrukcja o znakach i sygnałach na drogach, Warszawa, Wydawnictwa Komunikacji i Łączności, 1975.
7. Sarzyńska J., *Komunikacja wizualna – potrzebne pojęcia*, Kraków, Akademia Sztuk Pięknych, 2007.
8. Szczegółowe warunki techniczne dla znaków i sygnałów drogowych oraz urządzeń bezpieczeństwa ruchu drogowego i warunki ich umieszczenia na drogach, załączniki nr 1-4 do rozporządzenia Ministra Infrastruktury z dnia 3 lipca 2003 r. w sprawie szczegółowych warunków technicznych dla znaków i sygnałów drogowych oraz urządzeń bezpieczeństwa ruchu drogowego i warunków ich umieszczania na drogach (Dz. U. nr 220, poz. 2181. ze zm.)
9. Załączniki nr 1, 2, 3, 4 do Zarządzenia Ministra Transportu i Gospodarki Morskiej z dnia 3 marca 1994 r. w sprawie szczegółowych przepisów określających znaki i sygnały drogowe oraz urządzenia bezpieczeństwa ruchu (Monitor Polski 1994, nr 16, poz. 120)
10. Żakowska L., *Wizualizacja w projektowaniu dróg Aspekty bezpieczeństwa i estetyki*, Kraków, Zeszyty Naukowe Politechniki Krakowskiej, seria Architektura nr 44, 2001.

Funkcjonalność przekazów wizualnych w środowisku drogi – od czytelności po estetykę

Streszczenie

W artykule przedstawiono nieco odmienne spojrzenie na informację dotyczącą dróg, a zatem na znaki drogowe oraz wszelką inną informację zamieszczoną w wizualnym otoczeniu drogi. Kwestia wyważenia ilości komunikatów serwowanych w pejzażu drogi winna się zmieścić we właściwym przedziale optimum uwarunkowanym percepcją i podlegać hierarchii ważności, bowiem nadmiar, nawet ważnych informacji będzie negatywny dla skuteczności ruchu drogowego. Bardzo istotna jest funkcjonalność oznakowania, czyli jego czytelność, co dotyczy wszelkich elementów składowych: piktogramów, tekstów, liczb oraz schematów. Wiele z nich i to w różnych systemach oznakowania europejskiego jest przestarzałych i pytanie, czy nie należałoby ich przeprojektować, a siłą rzeczy dobrze zaprojektowane znaki będą również estetyczne. Pokrewne reguły powinny dotyczyć wszelkich informacji umieszczanych w otoczeniu drogi. Jednak do uzyskania informacyjnego optimum wokół drogi, koniecznym jest zatrudnienie do projektowania również designerów i plastyków-projektantów oraz tworzenie interdyscyplinarnych zespołów w całym procesie kreowania dróg.

Słowa kluczowe: znaki drogowe, znaki turystyczne, nadmiar w oznakowaniu, piktogramy, reklamy, estetyka, estetyka znaku, czytelność znaku, czytelność zestawów znaków, krajobraz, zaśmiecenie informacyjne, funkcjonalność informacji,

Functionality of visual ...

Abstract

In this paper ...

Key words: ...

Funkcjonalność przekazów wizualnych w środowisku drogi – od czytelności po estetykę

JERZY GRUSZCZYŃSKI

Informacje o autorze

mgr Jerzy Gruszczyński
projektant komunikacji wizualnej
Studio Projektowe Road Sign Design
ul. Skibówki 26
34-505 Zakopane
tel. 18 20 63434, 604 536 556
e-mail: office@znakidrogowe.eu