

Krystyna STANGEL

## INFORMACJA W CENTRALNYCH STREFACH RUCHU PIESZEGO

Streszczenie. Tworzenie spójnego systemu informacji w centralnych strefach miast, a zwłaszcza obszarach ruchu pieszego wymaga wykorzystania wszystkich zmysłów dostępnych potencjalnym użytkownikom, a nie tylko wzroku. Stosuje się już informację akustyczną, szczególnie na styku ze środkami transportowymi. Nadal niedoceniana jest rola węchu i dotyku. Dotyk odgrywa znaczną rolę w orientacji osób niewidomych i niedowidzących. Uwzględnienie roli węchu stworzyłoby możliwości podkreślenia pozytywnych doznań zapachowych jako środka informacji, a uniknięcia negatywnych.

Ze względów fizjologicznych w przekazie informacji dominuje forma optyczna jako zapis alfanumeryczny lub znak obramujący bądź symbolizujący. Informację pośrednią może stanowić forma architektoniczna. Warunkiem skuteczności informacji jest jej kompleksowość, prawidłowe opracowanie projektowe oraz ujednoczenie symboli w skali międzynarodowej, a także wydzielenie ich w grupy tematyczne przeznaczone dla różnych odbiorców i dostosowane do ich możliwości percepcyjnych.

Informację, zgodnie z cybernetyką i teorią informacji, jest "każdy czynnik zmniejszający stopień niewiedzy o badanym zjawisku, umożliwiający człowiekowi, organizmowi żywemu lub urządzeniu automatycznemu polepszenie znajomości otoczenia i w sprawniejszy sposób przeprowadzenie celowego działania; źródłem informacji są odbierane wiadomości, a miarą jest ilość informacji"<sup>1</sup>.

Zmysłem, za pomocą którego uzyskujemy najwięcej informacji, jest oczywiście wzrok<sup>2</sup>. Jednak przyswajaniu informacji służą również: słuch, dotyk, węch, a także zmysł równowagi i odczucia temperatury.

Pomijając tu, ze względu na mnogość problemów cząstkowych, niezwykle ciekawe zagadnienia analizy sposobów percepcji otoczenia człowieka za pomocą różnych jego zmysłów, czego dokonałem w innym opracowaniu, należy przynajmniej zwrócić uwagę na to, że informacje kierowane do odbiorcy mogą być mu przekazywane różnymi środkami za pomocą jednego lub kilku zmysłów jednocześnie. Zwykle jest to urozmaicenie informacji wizualnej - dotykową, akustyczną itp. Ma to szczególne znaczenie, gdy chodzi o odbiorców informacji, którzy mają upośledzony któryś ze zmysłów. Na przykład na dworcach PKP oprócz informacji przekazywanej poprzez rozkłady jazdy, tablice świetlne itp. informuje się podróżnych także poprzez głośniki i za pomocą różnych "zniechęcających" urządzeń, które odbieramy przez dotyk

(przegrody, bariery itp.). "Informacje dotykowe nie mogą jednak występować samodzielnie, lecz muszą być uzupełnione informacją wzrokową, aby nie stały się niebezpieczną pułapką. Samowystarczalne mogą być tylko informacje przekazywane wzrokowo lub słuchowo"<sup>3</sup>.

Informację akustyczną stosuje się szeroko w centralnych strefach ruchu pieszego. Zwłaszcza w rejonach styków tych stref z przystankami komunikacji masowej. Często używa się jej także jako reklamy handlowej. Nadmiar rozmaitych hałasów w centrum miasta karze nam dziś raczej ten rodzaj informacji ograniczać. Nie docenia się natomiast - jak się wydaje - wężu i dotyku jako kanałów przekazywania informacji.

U ludzi z kręgu kultury północnoeuropejskiej węż odgrywa znacznie mniejszą rolę niż wzrok czy słuch. Można powiedzieć że jesteśmy pod tym względem "kulturowo upośledzeni". Natomiast w kulturach wschodnich, np. u Arabów, odgrywa on bardzo ważną rolę zarówno w porozumiewaniu się, jak i w przekazywaniu informacji.

W Polsce spotyka się zmienne tradycje i w różnych częściach kraju w różnym stopniu używa się wężu w przekazywaniu informacji. Prawdopodobnie u nas zapach odgrywa znaczniejszą rolę w życiu mieszkańców małych miast i wsi, niż w miastach dużych. I właśnie to w małych miastach, zwłaszcza we wschodniej części kraju, częściej czuje się na ulicach zapach świeżego chleba, który może informować nas o piekarni usytuowanej w pobliżu czy zapach kawy, który może pomóc zlokalizować kawiarnię. Zmienność takich i innych zapachów i przenikanie się ich pozwala nie tylko na lokalizację przestrzenną lecz również dodaje codzienności uroku.

Tak więc kształtując strefy ruchu pieszego centrum należałoby pamiętać o zapachach, którymi można ułatwić lokalizację przestrzenną, a także uprzyjemnić ludziom poruszanie się. Uprzyjemnić poprzez np. świadome "projektowanie" określonych zapachów pozytywnych w określonych strefach. Korzystać też można z rozmaitych zapachów naturalnych wydzielonych przez kwiaty, krzewy i drzewa lokalizowane w strefach pieszych i w ich rekreacyjnych enklawach (np. "Aleja Unter den Linden" Berlin).

Równocześnie strefy piesze należy zabezpieczać przed zapachami negatywnymi, jak np. zapach spalin samochodowych czy zapachy szaletów i śmietników, poprzez stosowanie odpowiednich przegród zabezpieczających, właściwej wentylacji oraz poprzez zachowanie czystości.

Dotyk jako zmysł służący do przekazywania informacji jest prawdopodobnie również niedoceniany przez architektów. Człowiek w przestrzeni obudowanej co raz dotyka rozmaitych przedmiotów. Robi to celowo, gdy są to przedmioty do tego przeznaczone (np. poręcze schodów, ławki, rozmaite uchwyty) lub jest często do tego zmuszony na skutek błędów projektowych; np. wtedy, gdy drzwi otwierają się w niewłaściwą stronę i trzeba się o nie lub o inne elementy przestrzenne ocierać, albo gdy pomieszczenia są po prostu zbyt ciasne.

Dla człowieka pełnosprawnego fizycznie doznania dotykowe splatają się mocno z wrażeniami wzrokowymi. Jeżeli traktować dotyk i wzrok jako kanały informacyjne, za pomocą których badamy określony przedmiot, to przepływ wrażeń ulega w takim wypadku znacznemu wzmocnieniu w porównaniu z wrażeniami uzyskanymi tylko przez wzrok<sup>4</sup>. Materiał jako tworzywo oceniany jest i badany głównie przez dotyk nawet wtedy, gdy jest dobrze widoczny, bo tym, co umożliwia nam ocenę tworzywa, jest głównie pamięć wrażeń dotykowych. "Jednakże - jak pisze E.T. Hall w książce pt.: "Ukryty wymiar" - tylko nieznaczną część projektantów przywiązuje pewną wagę do tworzywa, a posługiwanie się nim w architekturze ma przeważnie charakter dorywczy i nieprzemysłany. Innymi słowy, materiały budowlane [...] rzadko kiedy dobierane są świadomie z psychologicznym i społecznym zrozumieniem"<sup>5</sup>. Zdaniem Halla, to właśnie znakomite wyczucie percepcji przestrzennej jest źródłem sukcesów architektury F.L. Wrighta, który w projektowanych przez siebie budynkach zwracał szczególną uwagę na materiał; "Stary Imperial Hotel w Tokio wywiera na przybyszu z Zachodu nieodparte wzrokowe, kinestatyczne i dotykowe wrażenie znalezienia się w innym świecie. Zmieniające się poziomy, koliste, wbudowana w ścianę, przytulne schody na górne piętra, kameralna skala, wszystko to stanowi dlań nowe doświadczenie. Długie halle pomniejszone zostały znajdującymi się w zasięgu ręki ścianami. Wright, prawdziwy artysta w doborze tworzyw, użył tym razem surowych cegieł, które poprzedziła połączeniem spoiwem, wpuszczonym o przeszło centymetr głębiej niż powierzchnia cegieł. Gość przechodzący hallem odczuwa pokusę, by przejechać palcami wzdłuż bruzd. Nie to jednak było zamiarem Wrighta. Dobrał cegłę tak szorstką, że ulegając takiemu impulsowi ryzykowałoby się skaleczeniem palca. W ten właśnie sposób, zmuszając ludzi do osobistego kontaktu z powierzchnią budowli, pogłębił ich doznania przestrzenne"<sup>6</sup>.

Również i inne zmysły mogą odgrywać znaczną rolę w percepcji otoczenia i w przekazywaniu informacji, np. zmysł odczucia temperatury lub zmysł równowagi. Jednak cokolwiek powiedzielibyśmy o znaczeniu różnych zmysłów jako kanałów przekazywania informacji, to zawsze zmysł wzroku, ten najbardziej wyspecjalizowany odbiornik informacji o otaczającym środowisku, pozostanie nadal najważniejszy. Chodzi nie tylko o wyższość wzrokowych recepcji informacji nad słuchowymi czy dotykowymi lub węchowymi ze względów czysto fizjologicznych, bardziej istotny jest wygląd psychologiczny, bo to co oglądamy, znacznie szybciej i łatwiej przyjmujemy jako prawdziwe i nie mamy co do tego prawie żadnych wątpliwości<sup>7</sup>.

Badania dotyczące percepcji wizualnej, które są tematem wielu opracowań naukowych z różnych dziedzin, od fizjologii do filozoficznych teorii poznania, są źródłem wiedzy także i dla teorii informacji. Interesujące są tu hipotezy Mc Luhana, który zdecydowanie odróżnia tekstowe przekazy informacyjne (układające się liniowo i powodujące logiczną ciągłość myśli człowieka) od przekazów za pomocą obrazów telewizyjnych (powstających za

pomocą zmieniających się punktów), przy odbiorze których, zdaniem Mc Luhana, nie kierujemy się już logiką, lecz intuicją<sup>8</sup>.

W miarę coraz częstszego przekazywania informacji za pośrednictwem obrazów i coraz rzadszego za pomocą tekstu mówionego lub pisanego, w naszym sposobie myślenia zachodzą gruntowne zmiany i człowiek współczesny coraz częściej preferuje informacje za pomocą obrazów ponad informacje tekstowe. Tę potrzebę zaspokojenia informacji daje nam nie tylko telewizja czy kino, ale także plakaty, plansze reklamowe i propagandowe, ilustracje, wzory, wykazy statystyczne oraz tzw. piktogramy, które wkraczają do wszystkich zakątków świata.

Informacje przekazywane za pomocą obrazów mają także niepodważalne zalety związane z szybkością i łatwością zrozumienia ich przez ludzi mówiących różnymi językami.

Informacją wizualną z teoretycznego punktu widzenia jest wszystko, co ludzi otacza. Są więc nią przyswajane przez nich wzrokowo wszelkie formy elementów środowiska miejskiego, naturalnego i sztucznego - elementów składających się w sumie na otaczającą człowieka urbanistyczną ikonosferę<sup>9</sup>.

Informacje w strefach pieszych miasta mogą być podawane odbiorcy dwoma sposobami:

1) bezpośrednio przez uwidocznienie danego przedmiotu lub zjawiska i ich charakterystycznych cech; sylwetki, konturu, koloru, waloru oraz skontrastowanie ich z tłem, na którym są widoczne,

2) pośrednio - przez pokazanie odbiorcy znaku, który informuje o danej rzeczy lub zjawisku<sup>10</sup>.

Te umowne znaki słowne lub obrazowe dwu i trójwymiarowe mogą zmieniać się w czasie.

W zasadzie tak powinniśmy kształtować strefy ruchu pieszego, aby maksimum informacji przekazać ludziom bezpośrednio. Nie zawsze jednak jest to możliwe i często musimy stosować informację pośrednią. Dotyczy to zwłaszcza współczesnych form architektonicznych. Jedną z elementarnych zasad projektowania architektonicznego jest to, że forma elementów obudowy przestrzennej powinna wyrażać ich funkcję już na podstawie samego wyglądu. Taka ocena funkcji nie sprawiała trudności we wszystkich ubiegłych okresach rozwoju architektury aż po wiek XX. Na pierwszy rzut oka, tylko po zewnętrznych cechach ukształtowania obiektu, rozpoznawano i rozróżniano pałac, miejską kamienicę, kościół, szkołę, koszary, fabrykę.

Współcześnie zwiększyła się liczba funkcjonalnych typów budowli, a formy architektury uległy zunifikowaniu, dzięki między innymi uprzemysłowieniu budownictwa. Okoliczność ta sprawia, że coraz częściej do rozszyfrowania funkcji określonych obiektów wchodzących w skład obudowy przestrzennej ciągów pieszych potrzebne są napisy lub symboliczne znaki umowne<sup>11</sup>. Z punktu widzenia łatwości przyswajania informacji byłoby dobrze lokalizować je bezpośrednio na elewacjach. Jednak wszelkie napisy nie

przewidziane z góry szpecą zwykle budynek. Należałoby więc już w fazie projektowania przewidzieć dla nich odpowiednie miejsca, które zapewnią łatwą widoczność z głównych punktów widokowych. Tak więc jeżeli napisy nie są trafnie ukształtowanym, organicznym składnikiem kompozycji urbanistyczno-architektonicznej, podkreślającym pozytywne cechy kompozycji - mogą tę kompozycję zniszczyć i wypaczyć, jak to często obserwować można w centralnych strefach dużych miast, gdzie napisy i różne inne znaki "zabiły już architekturę". Trudno więc zgodzić się ze stwierdzeniem A. Wallisa, w którym przebija nuta rezygnacji i próba uzasadnienia celowości chaosu i bezładu informacji; "szata informacyjna rządzi się własnymi prawami i rzadko zważa na swe otoczenie [...] lekceważenie informacyjnych i artystycznych walorów architektury jest bowiem warunkiem jej skuteczności"<sup>12</sup>.

Główne warunki skuteczności oddziaływania elementów informacji wizualnej, to dostrzegalność i rozpoznawalność, co uzyskać można przez zapewnienie:

- swobodnej widoczności dzięki usytuowaniu w polu widzenia adresata,
- skontrastowanie z tłem pod względem koloru, waloru, kształtu,
- czytelności i rozumiałości danego elementu,
- właściwego oświetlenia.

Przy uzyskiwaniu informacji przez bezpośredni widok warunkiem koniecznym jest jej rozpoznanie i indentyfikacja, dlatego konieczna jest obecność cech indywidualnych znaków informacyjnych.

W strefach centralnych miasta należałoby umieszczać informację dla pieszych w trzech grupach dających się łatwo zidentyfikować dzięki zastosowaniu odpowiedniej formy i koloru samych znaków i ich tła:

- informacja o charakterze nakazów i zakazów (np. regulacja ruchu przy stykach ciągów pieszych z komunikacją kołową,
- informacja o charakterze drogowskazów (udzielenie odpowiedzi na pytanie, gdzie się poruszać, aby coś znaleźć),
- informacja o charakterze reklamowym<sup>13</sup>.

Rozróżnianie i indentyfikację tych trzech grup znaków informacji wizualnej można będzie uzyskać tylko po zunifikowaniu i skodyfikowaniu ich w jak najszerszym zasięgu, w miarę możliwości nawet w skali międzynarodowej. Jak dotąd, udało się tego dokonać tylko w zakresie informacji dla kierowców. Pod tym względem jest wiele do zrobienia, gdyż ciągle jeszcze stosuje się różne znaki dla przekazywania pieszym tej samej treści. O ile powierzchnowe warianty są dopuszczalne, to całkowicie odmiennie ujęcia niepożądane "obciążają odbiorców" zadaniem rozwiązywania zagadek lub wręcz powodują nieporozumienia.

Po zawarciu "umowy" między nadawcą a odbiorcami informacji, że dany znak (grupa znaków) ma taką treść, że będzie stosowany w tym i tylko w tym znaczeniu, nie powinno się znaku tego lub grupy znaków zmieniać ani pod względem koloru ani zasadniczej formy<sup>14</sup>.

Odpowiednie formy i barwy dla wspomnianych trzech grup znaków informacyjnych dla pieszych należałoby opracować opierając się na badaniach fizjologicznych i psychologicznych nad wpływem formy fizycznej, barwy i światła na percepcję. Np. doświadczenia w zakresie wpływu barwy na percepcję człowieka wskazują, że najlepiej widać odległe znaki dzięki ich zabarwieniu barwami żółtą i czarną, a zwłaszcza czarną na tle żółtym. Napisy barwne, jak wykazały badania, są o ok. 35% częściej zauważane od napisów czarno-białych, jednak bardzo istotną sprawą jest odpowiedni dobór kolorów znaków i tła. Szczególnie dobre efekty widoczności uzyskuje się w przypadku następujących połączeń:

Barwy znaków	Barwy tła
czarna	żółta
niebieska	biała
zielona	biała
zielona	czarna
czarna	zielona

Słabo czytelne są następujące połączenia:

Barwy znaków	Barwy tła
czarna	biała
niebieska	czarna
czarna	czarna
niebieska	biała

Przy projektowaniu wszelkich barwnych napisów należy ograniczać się w zasadzie do pierwszych sześciu podanych zestawień<sup>15</sup>.

Czytelność informacji znaków i napisów uzależniona jest również od prędkości poruszania się "odbiorców".

"Psychofizyczny mechanizm postrzegania czegośkolwiek, stosunkowo prosty w przypadku pozostawania w bezruchu zarówno obserwatora, jak i obserwowanego przezeń obiektu, komplikuje się wówczas, gdy w grę wejdzie czynnik ruchu"<sup>16</sup>. Doświadczenia w tym zakresie nauczyły projektantów znaków drogowych dla ruchu kołowego różnicowania ich wielkości w zależności od dopuszczalnej prędkości ruchu na danej drodze. W przypadku projektowania informacji dla pieszych należy również brać pod uwagę czynnik ruchu. Co prawda różnice w prędkościach ruchu pieszego są znikome w porównaniu do różnic w prędkościach ruchu kołowego. Jednak stopień swobody w odbiorze informacji w przypadku wolniejszego poruszania się pieszych w warunkach niskiej gęstości ruchu, np. po szerokim pasażu handlowym jest zdecydowanie większy od możliwości odbioru informacji w szybkim ruchu i przy wysokiej jego gęstości, np. w tunelach dworca kolejowego. Dlatego też

wielkość znaków informacyjnych i napisów dla pieszych również powinna być zróżnicowana w zależności od warunków ruchu na danym odcinku ciągu pieszego.

Do określenia wielkości znaku lub pisma, które ma być widoczne z danej odległości, można posłużyć się wzorem wyprowadzonym przez Martensa na wielkość szczegółu, który ma być widoczny przy danej odległości:

$$d = 1 \cdot \operatorname{tg} 0^{\circ} 1' = \frac{1}{3450}$$

Jeżeli np. pismo ma być czytelne z odległości 250 m, to grubość liter  $d$  winna wynosić  $d = 250 \times 0,000291 = 0,07275 \text{ m} = 8 \text{ cm}$  (minimum), a wysokość litery przyjmuje się zwykle:  $h = 5 d$  więc  $h = 5 \times 0,08 \text{ m} = 0,4 \text{ m}$  (minimum)<sup>17</sup>.

Ze względu na zmienne warunki widoczności oraz ruch pieszych, należałoby uzyskane ze wzoru wielkości powiększyć 1,5-2-krotnie.

Dla większej wyraziistości i lepszego podziału treści napisów przydatne jest stosowanie zarówno majuskułów, jak i minuskułów alfabetu<sup>18</sup>. Istotna jest tu również zasada jak największej kondensacji treści informacyjnej wyrażająca się w zawarciu jak największego ładunku informacji w jak najmniejszej liczbie słów, bowiem skuteczność informacyjnego oddziaływania napisu jest odwrotnie proporcjonalna do jego długości - maleje wraz z jego wydłużeniem. Stwierdzono również doświadczalnie, że graniczna wielkość napisu nie powinna zawierać więcej niż osiem słów<sup>19</sup>.

Jednak czytelność znaków wyraźnie zwiększa się przy podawaniu informacji równocześnie dwoma sposobami, np. w formie rysunkowej (symbol lub piktogram) i w formie słownej (napis), co też coraz częściej stosowane jest w realizacjach projektów centrów miast.

Nie do pominięcia jest również w podsumowaniu przypomnienie, że człowiek posiada pewne ograniczone możliwości percepcji informacji zarówno tych, które odbieramy zmysłem wzroku, jak i tych przyswajanych za pomocą innych zmysłów. Zbyt duża ilość informacji męczy umysł ludzi i choć jak wynika z badań nad percepcją wizualną, ludzie preferują w swym otoczeniu złożoność i wieloznaczność, to jednak te preferencje nie są bezgraniczne. Jest więc rzeczą niezwykle ważną, aby informacja przyjmowana zarówno za pomocą zmysłu wzroku, jak i za pomocą innych zmysłów, była jasna i jednoznaczna.

"Time is money" - to jedna z podstawowych zasad organizacji życia w ostatnich dziesięciokach lat. A więc strata czasu - to strata pieniędzy. Ale dziś coraz częściej "Time is life" - stanowi wartość naczelną, bo tracenie własnego czasu to skracanie sobie życia, a narażanie innych na stratę czasu - to skracanie ich życia<sup>20</sup>. Zmniejszenie więc strat własnego i cudzego czasu, a zarazem zmniejszenie ściśle z tym związanego stresu - to najważniejsze cele informacji w mieście. Aby je osiągnąć, trzeba potraktować zespół zagadnień informacji jako nieodłączną część miejscowego

planu zagospodarowania przestrzennego centrum, co może powiększyć szansę zrealizowania projektu centrum wygodnego i atrakcyjnego.

#### PRZYPISY

- <sup>1</sup> Encyklopedia Powszechna. PWN, Warszawa 1974.
- <sup>2</sup> Określenie ilości informacji gromadzonej przez oczy w porównaniu np. z ilością informacji gromadzonej przez uszy jest trudne. Nie wiadomo dokładnie, co należałoby liczyć. Niektórzy uważają, chyba dość ryzykownie, że w określonym czasie wzrok może dostarczyć człowiekowi 10 000 razy więcej informacji niż słuch, ten zaś z kolei około sto razy więcej niż węch. Najbardziej przekonujący jest tu, moim zdaniem, wywód E.T. Halla w książce pt.: "Ukryty wymiar", który porównuje rozmiary nerwów łączących uszy i oczy z ośrodkami mózgowymi i pisze, że nerw wzrokowy zawiera mniej więcej osiemnaście razy tyle neuronów, co nerw ślimakowy. Pozwala to założyć, że przenosi on przynajmniej tyleż razy więcej informacji.
- <sup>3</sup> J. Mass, M. Referowska: Wyposażenie terenów publicznych miasta. PWN, Warszawa 1976, s. 112.
- <sup>4</sup> M. Balint w "International Journal of Psychoanalysis" z 1975 r. przedstawił i opisał dwa różne światy postrzeżenia: świat zorientowany względem wzroku i względem dotyku. Twierdzi on, że ludzie nastawieni bardziej na dotyk są bezpośredni i bardziej zyczliwi niż osoby nastawione głównie na wzrok, dla których przestrzeń jest wprawdzie przyjazna, ale też wypełniona niebezpiecznymi nieobliczalnymi przedmiotami (np. innymi ludźmi).
- <sup>5</sup> E.T. Hall: Ukryty wymiar. PIW, Warszawa 1976, s. 89.
- <sup>6</sup> Poz. 5, s. 88.
- <sup>7</sup> Jeśli ilość informacji mieścić się będzie w granicach optimum na skali percepcyjnej atrakcyjności. Patrz rys. "Wykres obrazujący prawo optymalnej mobilizacji Yerkesa-Dodsona".
- <sup>8</sup> W. Szolginia: Informacja wizualna w krajobrazie miejskim. PWN, Warszawa 1980, s. 9.
- <sup>9</sup> Ibid., s. 13.
- <sup>10</sup> J. Mass, M. Referowska: Op. cit., s. 12.
- <sup>11</sup> Ibid., s. 27.
- <sup>12</sup> A. Wallis: Informacja i gwar. PIW, Warszawa 1976, s. 54.
- <sup>13</sup> Na podstawie sugestii A. Ciborowskiego w audycji TV "PEGAZ" z dnia 13.12.1979 r.
- <sup>14</sup> J. Mass, M. Referowska: Op. cit., s. 13.
- <sup>15</sup> W. Szolginia: Op. cit., s. 292.
- <sup>16</sup> Ibid., s. 96.
- <sup>17</sup> E. Neufert: Podręcznik projektowania architektonicznego. Arkady, Warszawa 1980, s. 36.



<sup>18</sup> J. Mass, M. Referowska: Op. cit., s. 15.

<sup>19</sup> Badania R.S. Woodwortha i H. Schlossbergera, na które powołano się w poz. W. Szolginia: Op. cit., s. 25.

<sup>20</sup> J. Mass, M. Referowska: Op. cit., s. 9.

Recenzent: Doc. dr inż. arch. Juliusz Dumnicki

Wpłynęło do Redakcji w grudniu 1985 r.

## ИНФОРМАЦИЯ В ЦЕНТРАЛЬНЫХ ЗОНАХ ПЕШОХОДНОГО ДВИЖЕНИЯ

### Р е з ю м е

Создание связанной системы информации в центральных зонах городов, а прежде всего в области пешеходного движения, требует использования всех чувств доступных потенциальным потребителям, а не только чувство зрения.

Уже применяется акустическая информация особенно в контактах с транспортными средствами. Воёже недооценивается роль обоняния и осязания. Ощупываемость имеет большее значение в ориентировке людей незрячих и плохо видящих. Учетение роли чувства обоняния создало бы возможность углубления положительных запаховых восприятий как средств информации, а избежание отрицательных испытаний.

По физиологическим причинам в передаче информации господствует оптическая форма как запись или же изобразительный знак, а также символизирующий. Архитектоническая форма может косвенную информацию.

Условием эффективности информации является её комплексность, правильная разработка проекта, а также унифицирование символов в международном масштабе и групповом их выделении по темам, которые предназначены для разнообразных приемчиков и приспособление их к перцепционным возможностям.

## INFORMATION IN THE CENTRAL AREAS OF PEDESTRIAN TRAFFIC

### S u m m a r y

Creating the compact information system in the Central Areas of the towns, particularly in the areas of pedestrian traffic, requires using all senses of the possible users and not only their sight. An acoustic information has been already used, in particular with the means of transport. There is still the role of smell and touch not being appreciated. Touching has great importance for the blind and those who cannot see too well.

Taking into account the significance of smelling would create the possibilities of stressing the positive smelling sensations as the means of information and avoiding at the same time those negative ones.

Optical form as the alfa-numerical notation or representing or symbolizing sign is dominant because of the physiological respect in conveying the information. Architectonic form may represent an indirect information. The condition of information efficiency constitutes its complexity, appropriate designing elaboration and unified symbols within the international frame. It is also important to divide them into the topic groups for different receivers and to adopt them to the receivers' perceptive possibilities.

INFORMATION IN THE CENTRAL AREA OF HEDYSTIAN TRAFFIC

Creating the copied information system in the Central Area of the town, particularly in the area of pedestrian traffic, is a task of the highest importance. All kinds of the possible ways and not only their signs, but also the information has been already used, in particular with the sense of transport, there is still the rule of smell and touch not being appropriate for the pedestrian traffic.

It is necessary to create a system of signs and symbols which will be easily perceived and understood by the pedestrian traffic. The system should be simple and clear, and should be able to convey the necessary information in a concise and effective manner. The signs and symbols should be easily recognizable and should be able to stand out from the background of the surrounding environment.

The system of signs and symbols should be able to convey the necessary information in a concise and effective manner. The signs and symbols should be easily recognizable and should be able to stand out from the background of the surrounding environment.