

dr hab. Agnieszka Małecka-Kwiatkowska  
Akademia Sztuk Pięknych w Katowicach  
Wydział Projektowy  
40-074 Katowice, ul. Raciborska 37

Katowice 05.09.2023

**Ocena rozprawy doktorskiej,**

**Pani mgr Renaty Brońki**

**sporządzona w związku z przewodem doktorskim**

**wszczętym w dziedzinie sztuki plastyczne w dyscyplinie artystycznej sztuki piękne,**

**uchwałą Rady Wydziału Grafiki i Malarstwa**

**z dnia 26.09.2017 r.**

**procedowanym przez**

**Akademię Sztuk Pięknych im. Władysława Strzemińskiego w Łodzi**

**Postępowanie procedowanie zgodnie z przepisami obowiązującymi z dnia wszczęcia przewodu doktorskiego.**

**Temat rozprawy**

**SYSTEM KOMUNIKACJI WIZUALNEJ UNIWERSYTETU PEDAGOGICZNEGO  
IM. KEN W KRAKOWIE**

**Promotor rozprawy:**

**prof. Piotr Karczewski**

**Otrzymane dokumenty związane z otwarciem przewodu doktorskiego:**

**– rozprawa doktorska pt. Systemy komunikacji wizualnej Uniwersytetu Pedagogicznego im. Ken w Krakowie**

**– bios – skrót**

**– lista realizacji**

**– portfolio**

**Podstawowe informacje na temat kandydatki**

**Pani Renata Bronka, jest absolwentką Wydziału Grafiki ASP w Krakowie, którą ukończyła w roku 1997 dyplomem zrealizowanym w Pracowni Liternictwa.**

**W latach 1998–2010 pracowała na stanowisku naukowo-dydaktycznym w krakowskiej ASP**

**Od 2010 jest związana zawodowo z Wydziałem Sztuki UŁ, gdzie prowadzi kursy projektowania**

graficznego, liternictwa i typografii. Zajmuje się grafiką użytkową, głównie identyfikacją wizualną oraz projektowaniem opakowań.

#### **Doświadczenie zawodowe**

Do najważniejszych realizacji należą: projekty wizerunkowe kampanii promocyjnych dla Zakładów Przemysłu Farmaceutycznego Pliva S.A. w Krakowie (nagroda E3 Creative Award Competition, 2000) opracowanie systemu identyfikacji wizualnej dla Agencji Reklamowej Epoka w Krakowie (nagroda E3 Creative Award Competition, 2002), opracowanie systemu komunikacji wizualnej dla firmy Enova (nagroda E3 Creative Award Competition, 2003); liczne projekty opakowań na preparaty farmaceutyczne dla firmy Naturell Polska (suplement diety Periofem nagrodzony E3 Creative Award Competition, 2004); kompleksowy projekt oraz opracowanie ekspozycji muzealnej w Ośrodku Spotkania Kultur przy Synagodze Chasydzkiej w Dąbrowie Tarnowskiej (Nagrodzonej w konkursie Województwa Małopolskiego „Małopolski EuroLider MRPO, w kategorii „Przemysł kulturowy”), rebranding i kompleksowa oprawa graficzna (system komunikacji wizualnej, opakowania, materiały reklamowo-promocyjne) marki Paese; kreacja oraz kompleksowa oprawa graficzna marki Flagolie. Poniżej lista współprac i osiągnięć w porządku od najnowszych:

**2022**

Projekt identyfikacji wizualnej firmy Vibud

**2021– do chwili obecnej**

Projekt identyfikacji wizualnej i oprawa graficzna marki Mellow Botanics

**2018 – do chwili obecnej**

Projekt identyfikacji wizualnej i kompleksowa oprawa graficzna marki „Flagolie”.

**2018**

Projekt i oprawa graficzna marki Beauty Mama.

**2013 – 2018**

Rebranding i kompleksowa oprawa graficzna marki PAESE Cosmetics.

**2013 – do chwili obecnej**

Projekt i oprawa graficzna marki Apple King Oryginal.

**2014**

Kompleksowa oprawa graficzna Europejskich Mistrzostw Muaythai, Kraków 2014.

**2014**

Rekonstrukcja polichromii wg. projektu J. Ch. Kamsetzera na północnej ścianie Ogrodu Zimowego Starej Pomarańczarni w Łazienkach Królewskich w Warszawie.

**2011–2012**

Opracowanie kompleksowego projektu ekspozycji muzealnych w Ośrodku Spotkania Kultur – Synagodze Chasydzkiej w Dąbrowie Tarnowskiej.

**2011**

Projekt kolorystyki elewacji Synagogi Chasydzkiej w Dąbrowie Tarnowskiej.

**2011**

Projekt kolorystyki elewacji i wnętrza Pałacu w Chrzęsnem.

**2010**

Opracowanie identyfikacji wizualnej dla Pracowni Konserwacji Zabytków Aukso.

**2008–2014**

Projekt i skład poligraficznych materiałów promocyjnych Delikatesów Alma (m. in. Almanachu Alkoholi, Happy Weeks, Kuchnie Świata).

**2006**

Współpraca z Muzeum Pałacem w Wilanowie oraz firmą Dephos na rzecz wystawy „Od muzeum St. Kostki Potockiego do muzeum wirtualnego“

Projekt wstępnej koncepcji wystawy oraz jej oprawa graficzna.

**2005–2009**

współpraca z firmą Dephos – opracowanie materiałów promocyjno-reklamowych

**2005**

Opracowanie graficzne kampanii społecznej „Poła Nadziei“ dla Hospicjum im. Św. Łazarza w Krakowie

**WYKAZ WAŻNIEJSZYCH REALIZACJI**

Renata Brońka ul. Pólkole 9/18 31-559 Kraków tel. 601 664 564 renata.bronka@gmail.com

**2004**

Projekty opakowań dla Zakładów Przemysłu Cukierniczego „Wawel“ w Krakowie.

Wstępne projekty identyfikacji wizualnej dla firmy Platine Management.

**2003–2008**

Współpraca z firmą Naturell – opracowania graficzne materiałów reklamowych

i promocyjnych oraz projekty opakowań na preparaty Maxivit, Silica, Glukozamina, Żeń- szeń, Ginkgo, Periofem, Echinamax oraz znaków towarowych dla nowych linii produktów. Nagroda E3 Creative Award Competition 2004 za projekt graficzny opakowania na preparat Periofem.

**2003**

Opracowanie systemu wizualnego dla firmy Enova.

Nagroda E3 Creative Award Competition 2003.

Projekt znaku graficznego oraz galanterii firmowej dla firmy Spirit Partner. Projekt galanterii firmowej oraz realizacje reklamy prasowej dla firmy Okno Plus. Projekt logotypu oraz galanterii firmowej dla firmy „Spirit Partner“

2001

Opracowanie systemu identyfikacji wizualnej dla Agencji Reklamowej Epoka w Krakowie. Nagroda E3 Creative Award Competition 2002

Współpraca z firmą SKK Systemy Kodów Kreskowych w Krakowie – realizacja materiałów wizerunkowo-promocyjnych.

2000–2004

Współpraca z Zakładami Przemysłu Farmaceutycznego Pliva S.A. w Krakowie.

Projekty wizerunkowych kampanii promocyjnych, materiałów reklamowych.

2000 – nagroda E3 Creative Award Competition 2000 za projekt wizerunkowego folderu.

1999

Realizacja serii reklam prasowych dla firmy Tefal/Rowenta.

Opracowania graficzne dla krakowskiej Opery i Operetki:

*III Letni Festiwal Opery i Operetki w Krakowie, Cyganeria G. Puccini, w Krakowie Opera?!*

(spektakl z okazji jubileuszu 45-lecia istnienia Opery i Operetki w Krakowie)

1998

Projekt opakowań na napoje „instant“ dla firmy Anin.

Z przedstawionej do oceny dokumentacji wynika, że Pani Renata Bronka, w sposób szczególnie realizuje się w obszarze projektowania identyfikacji i oprawy wizualnej produktów. Z otrzymanych nagród E3 Creative Award Competition kolejno w 2000, 2002, 2003 i 2004 dowiadujemy się, że zostały one docenione przez gremia jurorskie. Przyznam, że pomimo obszerności portfolio (86 stron) dokumentacja nie daje pełnego wglądu w efekty działań a portfolio jest wizualną namiastką, (choć ze względu na wspomnianą wcześniej liczbę stron, dość obszerną) działań Pani Bronki.

Nagrodzone projekty wpisują się w trend, który na początku XXI zdominował wizualnie rynek. Projekty są mocne, dynamiczne, oparte w dużej mierze na fotografii i łączeniu obrazu z typografią a także licznych przejściach tonalnych jakże wówczas atrakcyjnych. Dostępność (czytelność) projektowanych wówczas materiałów miawała znaczenie drugorzędne a znajomość zasad typografii i dobrego składu tekstów, umożliwiającego właściwe doświadczenie czytania nie zawsze była kluczowa. W obszarze typografii i zasad pracy z tekstem od roku 2000 wydarzyło się niezwykle dużo. Świadomość odpowiedzialności za publikowane materiały wizualne ze względu na ich dostępność (czytelność) jest zdecydowanie wyższa. Wysoka funkcjonalność stała się także domeną działań projektowych. Co roku

pojawiają się kolejne publikacje dotyczące zasad pracy z tekstem a programy studiów na kierunkach związanych z Komunikacją Wizualną, traktują kształcenie w tym obszarze jako absolutną podstawę. Mamy już pełną świadomość dotyczącą parametrów czytelności, liczby znaków w wierszu zapewniających właściwy komfort czytania, ilości wyróżnień w tekście w ramach jednego dokumentu czy braku zgody na zniekształcanie liter (zmiana ich proporcji w programach do edycji).

Na chwilę chciałam się zatrzymać przy jednym z projektów zaprezentowanych w portfolio. Jest to system identyfikacji wizualnej dla firmy Enova z 2003 roku, który pomimo tego, że został zrealizowany już 20 lat temu w dalszym ciągu pozostaje czytelny, współczesny i skalowalny. Nie znam genezy projektu natomiast jego aktualność, minimalistyczne i lekkie podejście do elementów wizualnych oraz zastosowana w projekcie kolorystyka w pełni do mnie przemawiają. Zarówno w tym jak i w pozostałych projektach umieszczonych w portfolio, ze względu na niską rozdzielczość szczegółowe zapoznanie się z decyzjami projektowymi dotyczącymi parametrów typograficznych jest utrudnione.

Z przedstawionej dokumentacji nie wynika, czy doktorantka miała okazję publikować, prezentować swoje doświadczenia pedagogiczne czy projektowe na wystąpieniach czy sympozjach. Z listy osiągnięć nie dowiaduję się, czy poza pracą zawodową miała okazję podnosić kwalifikacje w charakterze uczestnika szkoleń, konferencji czy organizować wykłady, warsztaty dla studentów lub profesjonalistów z udziałem ekspertów zewnętrznych. Zazwyczaj w przedstawianym do oceny dorobku osób współpracujących z jednostkami uczelnianymi takie osiągnięcia są chętnie prezentowane a w mojej ocenie świadczą o zaangażowaniu w rozwój dyscypliny oraz zaangażowanym podejściu do kształcenia studentów. Współpraca z profesjonalistami prezentującymi różne kompetencje czy podejście do projektowania i kształcenia jest kluczowa dla rozwoju własnego i wzmacniania dyscypliny. Daje możliwość konfrontacji wiedzy i umiejętności. Gorąco polecam doktorantce obecność w tym obszarze.

### Ocena pracy doktorskiej

Autorka do recenzowania przedstawiła pracę, zatytułowaną *System komunikacji wizualnej Uniwersytetu Pedagogicznego im. KEN w Krakowie*. Praca została zrealizowana pod opieką promotorską prof. dr hab. Piotra Karczewskiego.

Opracowanie zawiera ramowy opis dotyczący znaczenia tożsamości marki, języka wizualnego, historii identyfikacji UP w Krakowie, założeń projektowych do przedstawionej realizacji i liczną reprezentację wersji opracowanych do wdrożenia na bazie wspólnego założenia projektów.

W części dotyczącej obrazu marki opisuje znaczenie komunikacji wizualnej w przestrzeni publicznej i cyfrowej, tożsamości miast, instytucji kulturalnych i innych oraz ich wizualnych aspektów powołując się na takie brandy jak Apple czy Nike. Ważną, kluczową w mojej ocenie jest część dotycząca Uczelni jako marki i tego co się za tym sformułowaniem kryje. W tej części autorka posługuje się przykładami znaków stawiających na różne formy podejścia do budowania tożsamości wizualnej uczelni zarówno krajowych

jak i zagranicznych co daje nam wgląd w tzw. zastaną sytuację cyt.: „Kiedy przyjrzymy się uczelniom wyższym możemy zauważyć, że spora grupa znaków ma bardzo tradycyjne korzenie i wywodzi się z oryginalnej, historycznej formy. Tak jest najczęściej w przypadku uniwersytetów o długoletniej, wręcz wielowiekowej tradycji. Znakami tego typu posługują się na przykład University of Oxford, University of Cambridge, Harvard University, Università di Bologna, Uniwersytet Jagielloński, Uniwersytet Warszawski i wiele innych. Używają one często historycznego godła zakomponowanego w formie tarczy herbowej bądź pieczęci połączonych z klasycznym układem typograficznym. Znaki bywają często skomplikowane, bogate (...)” oraz znaków, które mają minimalistyczny, tzw. współczesnych charakter cyt.: „Szczególnie interesujące są rozwiązania nowoczesne i syntetyczne, takie jak np. Nantes Université albo Universität Trier; AGH w Krakowie, ASP w Krakowie, ASP w Łodzi”. Dodatkowo autorka sprawdza czy na przestrzeni lat nie wykształciła się specyficzna dla uczelni wyższych konwencja zgodnie z którą identyfikacje są projektowane cyt.: „Ponieważ przedmiotem prac projektowych jest komunikacja wizualna Uniwersytetu Pedagogicznego im. KEN w Krakowie, warto sprawdzić, czy przypadkiem szkolnictwo pedagogiczne nie wykształciło jakiejś szczególnej konwencji graficznej. Otóż nie, ta kategoria pod względem wizualnym wpisuje się w ogólną manierę dotyczącą wyższych uczelni. Nie da się wyróżnić wspólnej symboliki związanej z pedagogicznym profilem kształcenia. Pojawiają się nawiązania do pieczęci, herby, akronimy, znaki symboliczne – jednym słowem sytuacja jest generalnie identyczna jak w całym środowisku”.

Ważnym, interesującym elementem opracowania Pani projektu jest analiza istniejących znaków, identyfikacji uczelni wyższych. W mojej ocenie przy okazji opracowywania wizerunku uniwersytetu warto również współpracować z najbliższym otoczeniem w celu uzyskania jak największej ilości informacji np. przeprowadzając warsztaty i konsultacje z pracownikami i studentami. Jeżeli celem jest zaprojektowanie skutecznego rozwiązania, w pełni akceptowanego przez studentów, kadre i administrację warto ich w tym procesie uwzględnić. Zbadać potrzeby. Tutaj nasuwają się pytania: Jak powinien wyglądać proces projektowania, jego fazy/etapy zmierzające w określonym kierunku i mające na uwadze maksymalizowanie prawdopodobieństwa dobrego wyniku? Czy podobne opracowanie może powstać jako autorski projekt oparty na wyciągniętych na podstawie wniosków autorki parametrach? Jakie metody badawcze zostały zastosowane w procesie? Czy były przeprowadzone ankiety, testy na użytkownikach?

Dodatkowo pojawia się pytanie dotyczące przyjętej strategii dotyczącej identyfikacji uczelni i jej jednostek. Jakie są wady takiego podejścia (o zaletach takiego rozwiązania dowiadujemy się z opracowania doktorantki). Czy w pełni zunifikowany system jest słusznym rozwiązaniem? Jeżeli tak to w jaki sposób powinien być skalowalny i kto będzie nad tym czuwał? Te ostatnie są jedynie pytaniami otwartymi.

Czytając opracowanie przeanalizowałam oczywiście źródła. Bibliografia, na którą powołuje się Pani Renata wydaje się dosyć skromna. Postanowiłam sprawdzić co jest obecnie dostępne w opracowywanej

tematyce, przeszukałam swoją biblioteczkę, bibliotekę ASP, zasoby internetowe i dopytałam kolegi zajmującego się projektowaniem i kształceniem właśnie w tym obszarze. Literatura akademicka na temat tożsamości korporacyjnej jest dosyć bogata, natomiast rzeczywiście brakuje opracowań dotyczących tematyki tożsamości wizualnej uniwersytetów. Pod względem koncepcyjnym tożsamość uniwersytetu to strategicznie zaplanowana i celowa prezentacja samej siebie w celu uzyskania pozytywnego wizerunku w opinii publicznej (...). Operacyjnie tożsamość uniwersytetu to wizualna prezentacja samej siebie, w tym między innymi – jego nazwy, logo, sloganu, palety kolorów czy architektury. Obejmuje to również publiczny wizerunek, który poza działaniem identyfikacji wynika ze sposobu funkcjonowania oraz jej wyników (wyniki – w rozumieniu osiągnięcia naukowe jej studentów i wykładowców), które wpływają na wizerunek uczelni jako jednostki naukowej.

Jeden z artykułów, na który się natknęłam w sieci (sprawdzając dostępność opracowań w ww. temacie), dotyczył problemu tożsamości i strategii uniwersytetu Strathclyde w USA. Autorzy opracowania użyli techniki Q i jej metodologii (William Stephenson, 1953), która wówczas została uznana za najbardziej odpowiednią dla tego badania. Pytanie badawcze brzmiało: Jaki jest związek między identyfikacją wizualną uczelni a reputacją uczelni w oczach jej studentów? Według opracowania metoda Q-sort sprawdza się w pracy, szczególnie wówczas, gdy istnieje możliwość traktowania własnych przekonań jak fakty (*Skoro ja tak uważam, to znaczy, że tak jest...*). Ta technika pozwala w bezpieczny dla uczestników sposób poszerzać perspektywę oglądu danego zagadnienia. Q-sort należy do grupy technik psychometrycznych i polega na sortowaniu stwierdzeń według wcześniej przyjętego kryterium na określonej skali. Metoda jest często stosowana w badaniach psychologicznych i socjologicznych, aby lepiej zrozumieć, jak ludzie postrzegają i oceniają. Jest to szczególnie przydatne w badaniach dotyczących postaw, wartości, opinii i innych aspektów osobowości. Technika q-sort jest również stosowana do ustalania hierarchii potrzeb lub wartości w społeczeństwie, co pozwala badaczom lepiej zrozumieć społeczeństwo i jego kulturę. Uczestnicy badania uniwersytetu Strathclyde pogrupowali obrazy i skojarzenia zgodnie z przyjętą zasadą: najbardziej i najmniej reprezentatywne. W kolejnym etapie mierzono ich oddziaływanie w kontekście akademickim (wewnętrznym), zewnętrznym i emocjonalnym.

Jestem przekonana, że analiza tego przypadku (Identyfikacji wizualnej Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie), opracowanie metody, prezentacja procesu i wyników (nie wyłącznie wyników) mogłaby być dodatkową wartością wzmacniającą merytorycznie dzieło projektowe a równocześnie być kluczowym wkładem w obszar projektowy, który mógłby znacząco skorzystać na prezentacji całego procesu. Jak już wspomniałam – poza ramową analizą/porównaniem istniejących rozwiązań autorka samodzielnie szybko przechodzi do wniosków. Rozwiązanie nie jest też testowane (lub autorka tym etapem w opisie do opracowania się nie dzieli). W całym opracowaniu nie spotykam się z próbą analizy np. metodą warsztatową, zakładającą partycypację środowiska: wykładowców, administracji czy studentów a przecież cyt. „Partycypacja, w tym konsultacje społeczne, stała się standardem

w projektowaniu przestrzeni publicznej. Zaletą tego sposobu pracy jest społeczne poczucie sprawczości, które przekłada się na identyfikację z miejscem i umacnianie wspólnotowości”. Czesława Frejlich <https://formy.xyz/arttykul/o-korzysciach-i-nudach-projektowania-partycypacyjnego-przestrzeni-publicznej/>

Oczywiście w kontekście partycypacji należy także szukać właściwych metod pozyskiwania informacji od otoczenia ponieważ znamieną cechą jest odwoływanie się do tego, co już znamy co nie zawsze daje finalnie wymierne rozwiązania.

Karol Murlak w artykule dla formy.xyz <https://formy.xyz/arttykul/miedzy-badaniem-a-projektowaniem/> pisze, że w powszechnym mniemaniu projektowanie to kreacja i że taki obraz dyscypliny funkcjonuje zarówno w świadomości społecznej, jak i w środowisku, choć projektanci i projektantki zwykli podkreślać, że ich działalność jest bardziej racjonalna i uporządkowana niż sztuka. „Projektanci i projektantki nie chcą już być tylko stylistami. Przeważnie nie uważają się też za skupionych na fizycznym efekcie swojej pracy artystów czy rzemieślników. Mają ambicję, aby wpływać na swoje otoczenie(...) co wymaga brania udziału w dyskusji i podejmowania decyzji. W dyskusji intuicja, pomysłowość i wrażliwość mają jednak o wiele mniejsze znaczenie. Tu liczą się argumenty mające poparcie w faktach i dane. To dlatego badania ze swoją logiką i metodyką mają kluczowe znaczenie dla dalszego rozwoju projektowania(..)” a celem projektowania jest – jak błyskotliwie zauważa wpływowy amerykański ekonomista i politolog Hubert Simon „zmiana sytuacji z istniejącej na pożądaną” .

(...)

Moja recenzja ma miejscami dosyć krytyczny charakter. Uwagi odnoszą się przede wszystkim do procesu, który albo był śladowy albo jest zbyt powierzchownie zaprezentowany. Sam projekt wydaje się interesujący a temat jako wyzwanie projektowe ważny. Analizowane elementy wchodzące w skład opracowania to:

Znak

Jak podkreśliła autorka – jedynym elementem spajającym wizualnie dotychczasową identyfikację (wizerunek) UP było jego logo. Uniwersytet Pedagogiczny operował akronimem UP umieszczonym na tarczy herbowej zwieńczonej koroną, która jest atrybutem dosyć powszechnie stosowanym wśród krakowskich uczelni.

Inspiracją dla nowego znaku UP jak wynika z opisu autorki jest wawrzyn szlachetny, mający silne konotacje z kulturą klasyczną i który symbolizuje zwycięstwo. W ostatecznej formie znaku wawrzyn jest mniej widoczny a skojarzenie z otwartą księgą, tarczą, skrzydłami nasuwa się w pierwszej kolejności. Prostota to zdecydowanie atuty projektu (do takiego rozwiązania autorka zgodnie z deklaracją zmierzała) choć w znaku – przyznam, nie odczytuję relacji pomiędzy literami UP (czytelna jest litera P umieszczona w kształcie przypominającym tarczę a nie literę). Pomimo to – całość prezentuje się interesująco. Zastanawia mnie czy autorka podjęła inne próby czy też przedstawione rozwiązanie jest



tym jednym jedynym. I znowu – ponawiam pytanie jak wyglądał proces dochodzenia do tej koncepcji graficznej?

#### Kolorystyka

Podstawowym kolorem zastosowanym w opracowanej identyfikacji jest granat, który autorka określiła jako mocno związany i kojarzony ze szkolnictwem, nie tylko wyższym. Granat jest kolorem uznawanym za szlachetny, elegancki i jest często stosowany w identyfikacjach instytucji zaufania publicznego. Kolor rzeczywiście działa dobrze, czytelnie i mocno. Dodatkowo system został rozbudowany o 6 kolorów identyfikujących wydziały uczelni. Kolory są stonowane, dobrze działają w relacji ze znakiem głównym identyfikującym uczelnię.

#### Decyzje dotyczące doboru krojów i składu tekstów

W rozwiązaniu autorka zdecydowała się na krój Martel i Mertel Sans, które pochodzą z biblioteki Google Fonts, stosowany jako krój tytułowy, do wyróżnień. Teksty ciągłe zostały złożone krojem Faustina.

Ponownie, zastanawia mnie źródło decyzji (poza wspomnianym – finansowym). Dlaczego właśnie ten krój pisma, które z parametrów poza wspomnianymi szeryfami pomogły autorce podjąć decyzję? Jakże inne (o ile) kroje były testowane i co z tego wynikło. Krój zasadniczo w identyfikacji działa dobrze, rekomenduję jednak czujność w przypadku szerszego stosowania ponieważ niektóre znaki diakrytyczne w tym kroju mają albo niewłaściwy ciężar – np. kropka nad wielką literą Ź w wersji Mertel Regular albo umiejscowienie, np. kreska nad Ź w tej samej wersji jest niewłaściwie ustawiona, pojawia się zbyt blisko znaku podstawowego i nie jest optycznie wyśrodkowana względem osi litery. Oczywiście Pani nie odpowiada za niedociągnięcia w zaprojektowanym przez kogoś innego kroju a za decyzję dotyczącą jego wyboru. Zalecam czujność przy okazji korzystania z darmowych fontów na otwartych licencjach.

Z innych uwag dotyczących działań w obszarze typografii chciałam zwrócić uwagę na brak zaznaczenia akapitów w tekstach ciągłych księgi znaku i w prezentowanych w portfolio już wcześniej opracowanych projektach. Rekomenduję równocześnie stosowanie zwrotu 'krój pisma' (nie wskazuje na nośnik – czy to fizyczny czy cyfrowy) zamiast 'czcionka' („Czcionka, to pojedynczy klocek metalu używany w drukarstwie do odbijania danej litery na papierze, za którego pomocą tworzą słowa).

W dawnych czasach nośnikiem kroju pisma była właśnie czcionka – metalowy prostopadłościąn stosowany w drukarstwie”<sup>1</sup>.

Pomysł na identyfikacje instytutów za pomocą formy dialogowego dymku, kojarzącego się z graficznym przedstawieniem konwersacji wydaje się interesujący. Piktogramy mogą funkcjonować osobno lub łącznie ze znakiem podstawowym. Jest to zaadresowanie problemu projektowego, o którym wspomniała Pani w swoim opracowaniu dotyczącym identyfikacji i wizualnej przynależności instytutów do Uniwersytetu.

---

1 <https://advist.pl/roznice-pomiedzy-fontem-a-czcionka/>

Opracowanie mogło być uzupełnione o informacje dotyczące skali elementów wizualnych wskazujących na właściwe instytuty. Nie wiemy jaka jest ich najmniejsza wartość (tutaj powracam do tematu badania czytelności we właściwym, docelowym kontekście użycia). Część znaków umieszczonych w dyunkach (w kontekście ich skali) wydaje się dosyć skomplikowana. W księdze znaku prezentuje Pani przykłady – np. Instytut Historii i Archiwistyki, które w księdze znaku w relacji do znaku głównego przedstawione są w skali na tyle niewielkiej, iż wydają się dosyć słabo czytelne. Ponieważ nie podaje Pani najmniejszej możliwej wielkości – na tej podstawie mogę jedynie domniemać, że ich czytelność może być niewystarczająca (pole znaku określającego instytut jest w skali zbliżone do wielkości/wysokości liter w nazwie). Zważywszy na dość jednak szczegółowy charakter znaków umieszczanych w polu wskazującym na instytut przy uniwersytecie pojawia się pytanie dotyczące wspomnianej wcześniej czytelności. Kolejnym podobnym przykładem jest Instytut Sztuki i dizajnu – a w zasadzie znak reprezentujący ten instytut czytelnie prezentujący się w makro skali. W mojej ocenie traci czytelność w pomniejszeniu. Zastanawia ilość użytych środków: otwarta forma, dodatkowo wychodząca z tła pola znaku instytutu, drobne elementy wskazujące na konstrukcję – ołówek w 3d. Podobnie ma się sytuacja np. ze znakiem identyfikującym instytut Malarstwa i Edukacji Artystycznej. W relacji do pewnej umowności, którą operuje znak główny i pole znaku wskazującego na instytut – ten piktogram to ‘wizualne bizancjum’.

Na drugim biegunie są znaki takie jak np. Instytut Neofilologii czy Geografii, które pomimo niewielkiej skali ze względu na niewielką liczbę zmiennych (np. grubości linii) wydają się wystarczająco czytelne nawet mocno pomniejszone.

## Konkluzja

Rozprawa doktorska, zarówno część opisowa jak i sam projekt, które zostały opracowane pod opieką prof. Piotra Karczewskiego są potwierdzeniem wiedzy oraz kompetencji projektowych doktorantki.

W konkluzji chciałam powrócić na chwilę dwóch aspektów, które wydają mi się ważne i mogą być inspirujące dla Pani Renaty Bronki. W obu przypadkach powołam się na słowa projektantów, badaczy i wykładowców z rodzimego środowiska. Pierwsze z nich dotyczy roli konsultacji, partycypacji w procesie projektowym, o której wspominałam wcześniej (chodziło mi o włączenie w proces projektowy na etapie badań i testów osób z najbliższego otoczenia: wykładowców, studentów) a tak o partycypacji dla formy.xyz napisała prof. Czesława Frejlich cyt. „Partycypacja, w tym konsultacje społeczne, stała się standardem w projektowaniu przestrzeni publicznej. Zaletą tego sposobu pracy jest społeczne poczucie sprawczości, które przekłada się na identyfikację z miejscem i umacnianie wspólnotowości”.

<https://formy.xyz/artikel/o-korzysciach-i-trudach-projektowania-partycypacyjnego-przestrzeni-publicznej>

oraz roli udziału w wydarzeniach (konferencjach, warsztatach) dających możliwość konfrontacji poglądów, wymiany doświadczeń i nawiązywania kontaktów zawodowych – doświadczeń kluczowych dla badaczy, naukowców, wykładowców. Pozwolę sobie zacytować kolegę z pracowni, prof. Tomasza Bierkowskiego, który w artykule dla formy.xyz napisał: „chyba jak nigdy dotąd komunikacja, kooperacja, kreatywność i krytyczne myślenie nie były tak potrzebne światu, a szczególnie projektantom. Organizowane wydarzenia (naukowe, popularyzatorskie, edukacyjne) stwarzają okazje wychodzenia projektantom z ich własnych stref komfortu (na przykład poza swoje specjalizacje) i poznawania innych profesji. To wpływa na zmianę świadomości, tworzenie kapitału społecznego i zacieranie granic wąsko postrzeganych dyscyplin w trakcie rozwiązywania konkretnych problemów projektowych”.

<https://formy.xyz/artykul/polski-projektant-komunikacji-wizualnej-wczoraj-i-dzis/>

Gratuluje pracy jaka została wykonana i życzę autorce oraz instytucji by system działał i ułatwiał funkcjonowanie jednostki oraz właściwie ją identyfikował. Jestem przekonana, że uda się wypracować metodę, która umożliwi sprawne korzystanie z zaproponowanych przez doktorantkę rozwiązań w ramach rozwijającej się struktury uczelni. Życzę nieślabnącej pasji, która pozwala na dynamiczny rozwój, odwagi, która pomaga spełniać marzenia i kolejnych interesujących projektów. Myślę, że poza dynamiką i odwagą ważna jest także uwaga i skupienie i tych życzę równie mocno. Z dużym zainteresowaniem będę śledzić dalszy rozwój kariery zawodowej Pani Renaty Bronki.

Po analizie przedłożonej do zrecenzowania dokumentacji, pomimo uwag, które w swojej recenzji zamieściłam stwierdzam, że dorobek oraz praca doktorska spełniają wymagania i uzasadniają podjęcie uchwały o przyjęciu publicznej pracy doktorskiej. W związku z powyższym wnioskuję do Rady ds. stopni Akademii Sztuk Pięknych im. Wł. Strzemińskiego w Łodzi o: nadanie stopnia doktora w dziedzinie sztuki w dyscyplinie sztuki plastyczne i konserwacja dzieł sztuki . Stopień jest nadawany zgodnie z Dz.U z 2018 poz. 261