

prof. Marian Oslislo
Akademia Sztuk Pięknych w Katowicach

Ocena pracy doktorskiej, dorobku dydaktycznego i projektowego mgr. Patryka Słowińskiego sporządzona w związku z przewodem doktorskim w dziedzinie sztuk plastycznych, dyscyplinie sztuki piękne na Wydziale Grafiki i Komunikacji Wizualnej Uniwersytetu Artystycznego w Poznaniu.

Mgr Patryk Sławiński uczył się w Liceum Plastycznym w Szczecinie, które ukończył w 1999 r. Następnie podjął naukę na Wydziale Grafiki Wyższej Szkoły Sztuki Użytkowej w Szczecinie (WSSU), studiował również fotografię w Akademii Sztuk Pięknych w Poznaniu i komunikację wizualną w Kunsthochschule Weisensee w Berlinie. W 2004 r. rozpoczął studia w Universitat de Barcelona (UB - Wydział Sztuk Pięknych/komunikacja wizualna) oraz w Universitat Autònoma de Barcelona (UAB). W 2005 r. obronił dyplom w WSSU, UAB i UB.

Od 2008 r. pracuje na Wydziale Architektury i Budownictwa w Zachodniopomorskim Uniwersytecie Technologicznym, na kierunku Wzornictwo, gdzie prowadzi zajęcia z komunikacji wizualnej.

W dokumentacji przewodowej doktoranta nie znalazłem żadnych przykładów programu i charakteru prowadzonych zajęć dydaktycznych, brak też przykładów realizacji studenckich powstałych pod jego kierunkiem.

W pracy zawodowej zajmuje się projektowaniem graficznym i projektowaniem produktu. Patryk Sławiński uczestniczył w wielu przeglądach i konkursach graficznych w kraju i za granicą. Swoje prace prezentował na wystawach indywidualnych i grupowych. Doktorant jest członkiem ATypl, ZPAP i Stowarzyszenia Kaligrafów Nadbałtyckich.

Temat pracy doktorskiej mgr. Patryka Słowińskiego brzmi „Moja wrażliwość społeczna. Cykl plakatów”. Promotorem pracy jest dr hab. Arkadiusz Marcinkowski z Zachodniopomorskiego Uniwersytetu Technologicznego w Szczecinie. Dysertacja doktorska nosi tytuł „Autorski plakat społeczny”.

Jej celem jest, jak pisze autor, cyt.: (...) *syntetyczne przedstawienie założeń teoretycznych oraz przykładowych prac, będących wyrazistą egzemplifikacją zjawiska, które określić można jako „plakat społeczny”.*

Słowiński podzielił pracę na dwie części. W pierwszej pisze o historii i genezie Polskiej Szkoły Plakatu, analizując wybrane prace kilku spośród jej wielkich twórców. Uzasadnia również własne inspiracje w kontekście tematu przewodu doktorskiego, przywołując takich twórców jak Roman Cieślewicz, David Carson czy Yossi Lemel.

Na samym początku dysertacji przytacza definicję plakatu ze Słownika Języka Polskiego (W. Doroszewski [red.]) z 1964 r., cyt.: *Podstawowe środki wyrazu plakatu są plastyczne,*

a komunikat jest w nim „ujęty w artystyczną szatę drukarską, malarską lub graficzną” i dalej: „Plakat działa obrazem lub rysunkiem, tekst jest w nim czymś co najwyżej uzupełniającym, stąd winno go być jak najmniej”. Zastanawia mnie, co autorzy opracowania tego hasła mieli na myśli, mówiąc „ujęty w artystyczną szatę drukarską”? Może doktorant zna odpowiedź?

Nasuwa się kolejne pytanie - czy rzeczywiście tekstu w plakacie powinno być jaknajmniej? Co w takim razie począć ze współczesnym plakatem typograficznym? Organizowane są wystawy plakatu, w którym rola układu typograficznego, liternictwa odgrywa rolę pierwszoplanową. Czy definicja plakatu z 1964 r. wytrzymuje próbę czasu?

Własną definicję pojęcia plakatu doktorant formułuje w następujący sposób, cyt.: *Ale poza wszystkim, pozostając medium ulicznym i społecznym, plakat jest także artystycznym gatunkiem grafiki użytkowej, w którym funkcja estetyczna dominuje nad impresywną oraz ekspresywną, nie niwelując ich jednak lecz wspomagając ich siłę. Jest to forma wypowiedzi, która ze względu na cechującą ją wielowarstwowość, aluzyjność i niedopowiedzenia, bardziej niż inne formy plastyczne artystycznego wyrazu pozwala na podejmowanie istotnych tematów oraz snucie poważnych refleksji. Szczególną zaletą plakatu artystycznego jest jego zdolność – osiągnięta często poprzez wyrafinowane chwytły intelektualne – do wywoływania swoistej interakcji z odbiorcą, rozbudzania jego wyobraźni, aktywności umysłowej czy skłaniania do podejmowania określonych działań. Tak rozumianym plakatem zajmować się będę w niniejszej dysertacji.*

Czy wieczne dzielenie włosa na czworo „co jest bardziej artystyczne a co projektowe” w obrębie, było nie było, projektowania graficznego, ma jakikolwiek sens? Co nas może obchodzić ile w danym projekcie jest sztuki, jeżeli nie będzie on komunikował proponowanych treści?! Jaka jest różnica pomiędzy plakatem artystycznym a..., no właśnie, jakim? Użytkowym? Czy plakat artystyczny w ogóle istnieje? Moim zdaniem plakaty dzielą się na genialne, dobre lub złe.

Do jakiej kategorii mamy zakwalifikować projektowanie książki, ilustrację czy projektowanie kroju pisma? Czy kaligrafia jest sztuką czy po prostu rzemiosłem? Jak rozumieć cytowany wcześniej w dysertacji fragment tekstu definiujący pojęcie plakatu, cyt.: *Jest to forma wypowiedzi, która ze względu na cechującą ją wielowarstwowość, aluzyjność i niedopowiedzenia, bardziej niż inne formy plastyczne artystycznego wyrazu pozwala na podejmowanie istotnych tematów oraz snucie poważnych refleksji.*

Co w takim razie z innymi środkami komunikacji wizualnej stosowanymi w graficznym dizajnie? Czy są one mniej perswazyjne, mniej odpowiednie do „podejmowania istotnych tematów oraz snucia poważnych refleksji”? To czysty absurd! Skąd ta pewność doktoranta, że plakat najlepiej spełni taką rolę? Czy w dobie kultury cyfrowej i społeczeństwa informacyjnego, łatwości rozpowszechniania złożonych informacji wykorzystujących pliki wideo i audio w postaci filmu/wywiadu, dokumentu, itp. nie

dysponujemy skuteczniejszymi narzędziami w promowaniu naszych idei, niż przekaz wizualny wykorzystujący plakat?

W drugiej części dysertacji autor przedstawia, cyt.: (...) *tematykę swoich plakatów oraz zdarzenia i impulsy, które skłoniły mnie do jej podjęcia: Emigracja, Filia, Bezrobocie intelektualne, Biurokracja, New Shark, Hipokryzja, Kariera, Klan, Love, Kreatywność, Babilon, Second hand, Tożsamość, Niewolnictwo, Patriotyzm, Piekło-niebo, Niemoc, Rewolucjonista, Sąsiad, Nieśmiałość, Tolerancja, Wyzwolony. Decydującymi elementami w doborze tematów jest dla mnie społeczeństwo i zachodzące w nim zmiany. A plakat, to moim zdaniem, najbardziej ludzka formą przekazu myśli w przestrzeni miejskiej, będąca jednocześnie ważnym głosem w „walce ulicznej”.*

Zastanawiam się, co miał na myśli autor używając stwierdzenia, że plakat stanowi, cyt.: *najbardziej ludzką formą przekazu myśli w przestrzeni miejskiej, będącą jednocześnie ważnym głosem w „walce ulicznej”.*

Czy w XXI w. Patryk Słowiński naprawdę wierzy w tak wielką jego skuteczność?! Nigdzie w dysertacji nie znalazłem odniesień czy refleksji autora na temat sposobów rozpowszechniania komunikatu wizualnego we współczesnym świecie. Jak, zdaniem doktoranta, ma się „siła rażenia” pocziwego, klasycznego plakatu do wielkoformatowych nośników informacji wizualnej tj.: billboard, citylight czy ekran, pozwalających na wyświetlanie obrazów ruchomych? Od wielu lat to one właśnie zawładnęły naszą uwagę w przestrzeni współczesnego miasta.

W czasach mojej młodości, w latach sześćdziesiątych i siedemdziesiątych, plakat w formacie B1 był rzeczywiście najważniejszym środkiem komunikacji wizualnej wykorzystywanym w przestrzeni miasta. Był monopolistą, niewiele rzeczy na ulicy mogło skutecznie odwrócić od niego uwagę potencjalnego widza. Ale to było dawno temu i dużą naiwnością, moim zdaniem, jest wiara w skuteczność oddziaływania plakatu dzisiaj. Bo dzisiaj, w przestrzeni publicznej i prywatnej czyha na nas niezliczona liczba obrazów generowanych dzięki urządzeniom elektronicznym, które pochłaniają większość naszej energii i uwagi.

Od lat toczy się na ten temat dyskusja i trudno się nie zgodzić z twierdzeniem, że dzisiaj plakat częściej funkcjonuje w przestrzeniach galeryjnych niż na ulicy. To przecież nic złego, zmieniła się po prostu jego funkcja. Plakat stał się dzisiaj medium bardziej kameralnym, trudno mu konkurować z nowoczesnymi kanałami informacyjnymi. Dalej ma swoich odbiorców, choć z pewnością nie tak wielu jak przed laty.

Brak mi w dysertacji refleksji autora na temat współczesnych mediów i kanałów informacyjnych, będących do dyspozycji grafika. Słowiński skupia się wyłącznie na uzasadnieniu swoich decyzji projektowych. Stworzył serię plakatów, ale w jaki sposób chce swoje idee z ich pomocą propagować? Jeżeli nazywa swoje działanie „autorskim”, to mierniam, że sam również zaplanuje i podejmie akcję propagandową.

Autor stwierdza, że ma ochotę często „wykrzyczeć” trapiące go pytania. Robi to za pomocą przekazu wizualnego – plakatu i szanuję ten wybór. A jeśli tematy są tak ważne, to chce je „wykrzyczeć” na swojej ulicy w dzielnicy, mieście czy w nawet całym kraju. Jeżeli będzie to ulica i media drukowane, to możemy zadać pytanie o zasięg takiej akcji. Jaki będzie nakład i częstotliwość pojawiania się poszczególnych plakatów? Jeśli będzie to dotyczyło mediów elektronicznych, to pytanie brzmi podobnie, możemy przecież propagować nasz plakat w cyberprzestrzeni. Czy jednak plakat, który w swoim klasycznym formacie jest najczęściej prostokątem o wymiarach 1000x700 mm, będzie miał taką samą siłę oddziaływania, jeśli pomniejszymy go do formatu ekranu komputera czy smartfona? Może zamiast plakatu lepiej zaprojektować mem? Byłaby to bardziej odpowiednia forma dla mediów elektronicznych i współczesnego odbiorcy.

Istnieją przykłady akcji „autorskich”, że wspomnę tylko dwóch tuzów graficznego dizajnu Stefana Seigmeistera i Lexa Drewińskiego, którzy sami wyklejali własne plakaty na ulicach Nowego Jorku i Berlina, walcząc o lepsze jutro. Osobnym zagadnieniem są działania aktywistów miejskich na całym świecie, którzy każdego dnia walczą w przestrzeni publicznej.

Zawsze, gdy spotykam się z określeniem „plakat autorski”, mam szereg wątpliwości. Czy plakat realizowany na zamówienie nie jest plakatem autorskim? Czy plakat na temat niewolnictwa zamówiony przez organizację Amnesty International u pana Słowińskiego nie będzie plakatem autorskim?! Otóż będzie nim, bowiem każdy plakat ma swojego autora! Zazwyczaj umieszcza on na nim również swoją sygnaturę.

W dysertacji znalazło się zdanie, które budzi moje wątpliwości, a które odnosi się do procesu twórczego, cyt.: *Sztuka i projektowanie to dla mnie hermetyczny świat. Wolę myśleć o sztuce i projektowaniu jedynie w kategoriach potrzeby tworzenia, jako o czymś, co artysta tworzy przede wszystkim dla siebie, na użytek własnego poznania.* Jak autor chce pogodzić bycie w tym „hermetycznym świecie” z potrzebą komunikowania się z innymi ludźmi na ważne, jego zdaniem, tematy społeczne?

W dokumentacji przewodowej znalazły się również dwa zeszyty formatu A3 podpisane „Ptryk Słowiński PORTFOLIO”. Pierwszy, w białej okładce, zawiera reprodukcje druków akcydensowych, wizytówek, papeterii, ulotek, katalogów i książki. To, co rzuca się od razu w oczy to nieostrość zamieszczonych fotografii. Jak to możliwe, że doktorant, który profesjonalnie zajmuje się projektowaniem graficznym, dołącza do materiałów przewodowych publikację, w której każda reprodukcja jest nieostra? Takie podejście do własnej pracy jest dyskwalifikujące.

Doktorant układa prace na poszczególnych stronach tak, że nie sposób im się przyjrzeć i precyzyjnie przeanalizować ich layout. Nie da się odczytać i zidentyfikować krojów pism użytych w poszczególnych projektach. Nie sposób odnieść się do układu typograficznego.

W zupełnie kuriozalny sposób zaprezentowana została książka, której towarzyszy podpis, cyt.: *2008, Projekt książki w języku niemieckim, monochromatyczna z przejściem tonalnym papieru*. Cóż to jest za informacja?! Czy książka nie ma tytułu?

Autor przedstawia ją w formie rozłożonej, w kształcie litery „V”, w pionie, na ugiętym podłożu. Zdjęcie jest totalnie nieostre, a fotografowany obiekt źle oświetlony. Prezentowana jest tylko na jednej reprodukcji, w jednym ujęciu. Autor nie pokazał okładki, stron tytułowych i rozkładówek. Nie jesteśmy w stanie na podstawie tego jednego zdjęcia ocenić jakości projektu książki. Nie da się w żaden sposób rozszyfrować użytego w projekcie kroju pisma i odnieść się do kompozycji strony.

W drugim zeszycie, z okładką w kolorze ciemnego morskiego błękitu, Patryk Słowiński prezentuje swoją twórczość plakatu. Pierwsze strony przedstawiają trzy plakaty dotyczące jednego pojęcia – fanatyzmu religijnego. Plakaty odnoszą się do judaizmu, islamu i chrześcijaństwa.

Plakat dotyczący islamu przedstawia półksiężyc w kolorze zielonym, z dwoma dużymi czarnymi formami w kształcie trójkąta równoramiennego, wbitymi w jego środek.

Półksiężyc przypomina w formie zielony niedojrzały banan. Unosi się nad nim niebieska zdeformowana gwiazda. Tło plakatu jest czerwone i pokryte we fragmentach czarno-szarą fakturą, przypominającą słoje odbitej na papierze deski. W prawym dolnym rogu widnieje napis „Islam Fanatism”.

Patrząc na ten plakat zastanawiam się, co autor miał na myśli? Czy jakaś jego część bądź forma, budująca tę kompozycję, może uruchomić proces myślowy, który wywołałby w oglądającym skojarzenia z fanatyzmem religijnym – przemocą, bestialstwem, śmiercią? Czy plakat ma w nas wzbudzić agresję, złość i nienawiść? A może wręcz przeciwnie - nawołuje do tolerancji, wzajemnego zrozumienia i wybaczenia? Rozbierając na części pierwsze i składając ponownie w różny sposób obraz i tekst zakomponowany na plakacie, nie jestem w stanie zrozumieć intencji autora, zderzającego napis „Islam Fanatism” z formami plastycznymi, które budują tę kompozycję.

Podobnych przykładów wśród prezentowych w tym zeszycie jest więcej.

Część plakatów dotyczy wydarzeń kulturalnych. Autor prezentuje m.in. plakat na konkurs skrzypcowy im. Henryka Wieniawskiego, gdzie przez tors i rysy twarzy kompozytora przebiega faktura partytury. Nuty w jakimś sensie budują tę postać. Pomysł dosyć banalny, niewygrany formalnie, ale przynajmniej czytelny.

Inną podobną w klimacie kompozycją jest plakat „Viva Verdi 200 lat mistrza”. Przedstawia on zgrafizowany fragment twarzy Verdiego wpisany w literę „V”, która stanowi dominantę całej kompozycji.

W tych dwóch realizacjach przynajmniej jestem w stanie odczytać (tak mi się wydaje) intencje grafika. Komunikat jest zrozumiały. W sferze projektowej, oryginalności zaproponowanych rozwiązań formalnych trudno jednak zaliczyć te realizacje do interesujących.

Jak w tym kontekście wyglądają prace, które mgr Patryk Słowiński stworzył na potrzeby doktoratu?

Zacznijmy od plakatu nr 1. „Intelektualne bezrobocie”.

Obraz przedstawia rzeźbę/popiersie mężczyzny w okularach, z odciętą górną częścią czaszki, na tle szarej ściany z nieokreślonymi abstrakcyjnymi formami. Całość utrzymana jest w czarno-białej tonacji, z wyjątkiem odsłoniętego wnętrza głowy, które wypełnia substancja koloru ultramaryny. Zanurzona jest w niej bliżej nieokreślona postać/czarna sylwetka.

Zastanawiałem się przez dłuższą chwilę, jak mam interpretować obraz w kontekście tytułu „Bezrobocie intelektualne” i nie znalazłem odpowiedzi. Sięgnijmy więc do autorskiego opisu tego plakatu z dysertacji, cyt.: *Za inspirował mnie aspekt „pokolenia wyższego”, czyli tego które ma dwie lewe ręce, jest przeintelektualizowane i niechętnie do zmian. Apatia czy obojętność. Osobiście kojarzy mi się częściowo z latami 70. Nihilizm i chęć destrukcji -takie miałem początkowo wrażenia po rozmowach i obserwacji. Absurdem okazał się mój tok myślenia, współczesne bezrobocie intelektualne to dobrowolne odcięcie się od otoczenia, bodźców, eutanazja potrzeb, a wszystko to na rzecz spełnienia samego siebie. Egoizm można by rzec, lecz jest to zwykłe próżne marnotrawstwo.*

Dowiedziałem się w tym momencie, że istnieje jakieś „pokolenie wyższe” i ma na dodatek dwie lewe ręce, jest przeintelektualizowane i niechętnie do zmian. Ciekawe, jakie rodzaju zmiany miał autor na myśli? Czy to, co sobie założył – wytropienie i zdemaskowanie „pokolenia wyższego” mogło nastąpić w konfrontacji z proponowanym dziełem graficznym? Moim zdaniem, w żadnym wypadku tak się stać nie mogło. Nawet po wnikliwej analizie przedstawionego autorskiego komentarza.

Plakat nr 2. „Biurokracja”.

Obraz przedstawia nakreślony pędzlem i czarnym tuszem rozpinany sweter z wycięciem na tle biało-szarej płaszczyzny z ugrowymi plamami. Z rozcięcia swetra wychodzi kawałek ciemnoszarego sznura, częściowo przykrytego kawałkiem jasnobrązowego papieru. Papier ten w lewym rogu nosi czarny ślad namalowany farbą, który wraz z wychodzącym spod papieru kawałkiem szura tworzą coś na kształt karabinka alpinistycznego bądź ogromnego spinacza. Co znaczy ta kompozycja? Analizowałem ją, myślałem dłuższą chwilę i nie znalazłem żadnej sensownej odpowiedzi.

Sięgnijmy do autorskiego opisu tego plakatu, cyt.: *„Biurokracja” Moja codzienność: wypełnianie dokumentów — Orwel na żywo. Czy jestem trybikiem tej maszyny nonsensu? Dokumenty, papiery, byle by tylko był przysłowiowy „spadochron” w razie komplikacji, gdyby osiągnięcie celu było nagle ryzykowne. Marnotrawstwo energii i drzew, marnotrawstwo czasu i ludzi tylko na rzecz wyimaginowanej rzeczywistości. Ten temat jest*

dla mnie próbą nawołania do działania przeciwko temu. Czy możliwe jest by maszyna stanęła?

Ta maszyna na pewno nie stanie w wyniku zetknięcia się z plakatem Patryka Słowińskiego. Mam wrażenie, że uczestniczę w jakimś absurdalnym spektaklu. Po raz kolejny patrzę na „dzieło plastyczne”, a mówiąc konkretniej - na plakat i nie potrafię kompletnie zrozumieć o co chodzi, co autor miał na myśli? Czytam „instrukcję obsługi autora” i mam jeszcze większy mętlik w głowie.

Plakat jest przecież stworzony do komunikowania założonych treści w sposób szybki, natychmiastowy i zrozumiały, za pomocą uniwersalnego języka plastycznego, syntetycznego znaku, wizualnej metafory. Forma plastyczna wsparta intelektem, błyskotliwością twórcy przenosi nas precyzyjnie w rejony ZROZUMIENIA!!!!

Wybitny projektant, teoretyk i krytyk graficznego dizajnu Krzysztof Lenk w książce „Krótkie teksty o sztuce projektowania” pisze, cyt.: *Technologie zapisu i powielania stale rozwijają się, ale figury języka wizualnego trwają, tak jak w języku werbalnym trwają metafory i hiperbole starożytnej retoryki.*

Analizując pod względem formalnym cykl plakatów społecznych stworzonych przez Patryka Słowińskiego w przewodzie doktorskim odnoszę wrażenie, że tego rodzaju komunikatowi wizualnemu bliżej do sztuki czystej – grafiki artystycznej, niż do projektowania graficznego, do którego niewątpliwie przynależy plakat.

Plakat nr 3. „Filia”.

Co ma na ten temat do powiedzenia autor? Cyt.: *Próba obserwacji władzy, przymusu i walki ze wszystkim, co łączy się z wykorzystywaniem seksualnym, tworzy ofiarę, zmusza do cierpienia. Obserwacja, której obiektem są nie tylko ludzie, ale także zwierzęta. Przyzwolenie społeczne widać w mediach, wyraża się ono poprzez brak reakcji na okrucieństwo, emocjonowanie się bestialstwem. W moich notatkach, szkicach pojawiało się wiele wątków tego jakże szeroko pojętego problemu. Jednak ustalenie ofiary, a raczej formy na której spełnienie ma się wydarzyć jest dla mnie tym punktem zwrotnym. Pragnę podjąć dialog w zatrzymaniu kadru, który jest tą ulotną chwilą tuż przed, często przysłoniętą samym aktem.*

Tekstu nie rozumiem, czysty surrealizm. Czy zaproponowane przez autora środki wizualne mogą przekazać tak karkołomne treści? Co widzimy na plakacie „Filia”?

Oczy, narysowane grubą czarną kreską na seledynowym tle. Przez seledyn gdzieniegdzie przebijają białe abstrakcyjne formy. W prawym górnym rogu widnieje biały trójkąt, wyglądający jak wyrwany z kalendarza kawałek kartki. Znajduje się na nim fragment odwróconego słowa (chyba) „PAŹDZIERNIKA”.

Czytając autorską „instrukcję obsługi” każdego plakatu i konfrontując ją z obrazem, za każdym razem czułem się bezsilny. Przekaz wizualny jest niejasny, nieczytelny. Nie znajduję w obcowaniu z tymi obrazami żadnej estetycznej czy intelektualnej przyjemności,

tajemnicy, którą mógłbym odkryć, a tym samym - doznać olśnienia. Do niczego mnie nie mogą nakłonić, nawet do zatrzymania się przed nimi na ulicy.

Doktorant ma jednak nadzieję, że, cyt.: (...) *plakat jest idealnym narzędziem, którym może się posłużyć projektant do nawiązania dialogu z odbiorcą.*

W wykonaniu Patryka Słowińskiego tak się, niestety, nie dzieje.

Dlaczego więc autor nazywa swoje prace plakatami? Nie wiem, to na pewno nie są plakaty, ponieważ ich forma, zaproponowany język plastycznej ekspresji nie przenosi proponowanych treści. W pracy doktorskiej nie znalazłem ani jednego plakatu, który w jakimkolwiek stopniu rozwiązywałby podejmowane w nich problemy ideowe i projektowe.

Na końcu dysertacji Patryk Słowiński pisze, cyt.: *Istotą społecznego plakatu jest komunikatywność. Kiedy w mojej świadomości pojawia się idea, która domaga się tego, żebym podzielił się nią z innymi ludźmi, szukam środków wyrazu, pozwalających na przekazanie jej odbiorcom bez względu na to, gdzie mieszkają, jakim językiem mówią i jakim posługują się kodem kulturowym. Nie dążę do tego, żeby każdy mógł zrozumieć przesłanie moich plakatów.*

Zgadzam się z ostatnim zdaniem - w przypadku tego cyklu trudno o zrozumienie.

Ekwilibrystyka słowna, jaką uprawia Patryk Słowiński często powoduje u mnie wrażenie uczestnictwa w jakimś dziwnym dadaistycznym spektaklu. W dysertacji doktorskiej występują błędy stylistyczne, ortograficzne i literówki. Jeżeli chodzi o layout, autor niekonsekwentnie komponuje podpisy pod reprodukcjami, nie stosuje równych ich odległości od reprodukcji (str.: 29, 38, 39, 50, 68 w wersji drukowanej).

Niektóre reprodukcje są nieostre (str.: 27, 49, 50, 66).

Po przeanalizowaniu dorobku twórczego, dydaktycznego i pracy doktorskiej mgr. Patryka Słowińskiego oceniam jego pracę negatywnie i przedkładam wniosek Radzie Wydziału Grafiki i Komunikacji Wizualnej Uniwersytetu Artystycznego w Poznaniu o nienadawanie mu stopnia doktora w dziedzinie sztuk plastycznych w dyscyplinie artystycznej sztuki piękne.

Katowice, 15 stycznia 2018

