

Karol Gąsienica-Szostak

Akademia Nauk

Stosowanych w Nowym

Sączu

Prowincjonalna komunikacja wizualna

Streszczenie

Tekst omawia rolę komunikacji wizualnej miast i miasteczek i spory chaos, jaki się z nią wiąże. Przy ciągach komunikacyjnych i wlotach znajdują się reklamy niespełniające wymagań typograficznych i estetycznych na miarę XXI stulecia. Dzieje się to często za zgodą władz samorządowych mających sprawować nadzór nad kształtowaniem przestrzeni krajobrazowej. Autor wskazuje na przykłady nie zawsze właściwego podejścia osób za to odpowiedzialnych do przekazywania informacji w postaci wizualnej oraz negatywną rolę tzw. witaczy, podkreślając, że komunikat wizualny dociera do ludzkiej świadomości o wiele szybciej niż treść pisana czy przekaz werbalny. Historia i tradycja, regionalność są ważne, muszą znaleźć odzwierciedlenie w projektach, przygotowaniu i wykonaniu nośników reklamowych, nie należy jednak zapominać o ich stronie artystycznej, estetycznej, tak by odbiór przekazu w tej formie był właściwy i nie budził żadnych zastrzeżeń.

Słowa kluczowe: komunikacja wizualna, krajobraz, regionalność, reklama

Provincial Visual Communication

Abstract

The text discusses the role of visual communication in cities and towns and the considerable chaos associated with it. At traffic routes and inlets there are advertisements that do not meet the typographic and aesthetic requirements for the 21st century. This often happens with the approval of local authorities who are supposed to supervise the shaping of landscape space. The author points out examples of the not-always-appropriate approach of those responsible for this to the transmission of information in visual form, as well as the negative role of so-called

„welcome signs,” stressing that the visual message reaches human consciousness much faster than the written content or verbal message. History and tradition, regionality are important, they must be reflected in the design, preparation and execution of advertising media, but do not forget about their artistic, aesthetic side, so that the reception of the message in this form does not raise any objections.

Keywords: visual communication, landscape, regionality, advertising

Wstęp

Co najmniej od dekady pokonuję trasę z Zakopanego do Nowego Sącza i z powrotem. Od samego tylko obserwowania komunikatów wizualnych atakujących zmysły w ciągu ponaddwugodzinnej podróży wyboistą i permanentnie w przebudowie drogą może rozboleć głowa. I nie chodzi tylko o zanieczyszczenie środowiska ko- lorami podstawowymi i ich najprostszych pochodnymi jak pomarańcz czy fiolet albo jednostajnymi zieleniami w kontraście z milionami odcieni traw i liści. Nie chodzi tylko o monotonię reklamowych haseł oferujących szmelc, mydło, powidło i noclegi.

Zmęczenie powoduje bezradność wobec prowadzonej polityki kształtowania przestrzeni publicznej. Bezsilność wobec kreowania komunikatów wizualnych pozbawionych dostępu do eksperckiej wiedzy i skierowanej w przyszłość wizji zarządczej. Nie ograniczając się do realizacji proponowanych przez lokalne i ogólnopolskie władze, trzeba by kolejnego życia na omówienie wszystkich przejawów radosnej, przydrożnej twórczości inicjatywy prywatnej. Dlatego na tapet pójdzie tylko kilka przykładów z nurtu oficjalnego, usankcjonowanego powagą urzędu, za czasów jedynie słusznie minionych nazywanych „witaczami” oraz kilkoma realizacjami będącymi oznaczeniami drogowymi. Forma komunikatu wizualnego w przestrzeni publicznej świadczy o stosunku do oglądającego, decyduje o bezpieczeństwie i proponuje rozwiązania na jak najwyższym poziomie estetycznym.

Celem niniejszej publikacji jest zwrócenie uwagi na rolę komunikacji wizualnej miast i miasteczek, która jak na XXI wiek nie spełnia wymagań typograficznych i estetycznych. Opisowi, analizie i ocenie od strony artystycznej i typograficznej poddane zostały konkretne przykłady tzw. witaczy będących nierzadko antywizytówką miejscowości, do których tak chętnie zaprasza się turystów.

1. Informacja wizualna

Komunikat wizualny dociera do naszego mózgu szybciej niż treść pisana czy przekaz werbalny. Kolor i kształt wnikają bezpośrednio do umysłu na podobnej zasadzie jak muzyka. Zapewne bierze się to stąd, że nasz sposób odbierania bodźców z otaczającego świata został ukształtowany na drodze ewolucji przez miliony lat, system komunikacji wykreowany przez zachowania społeczne i uwarunkowania kulturowe jest o wiele młodszy. „Komunikacja wizualna to proces dostarczania odbiorcom treści poprzez medium oparte na zmyśle wzroku. W dobie nowych mediów pojęcie to wydaje się szczególnie znaczące” (Cicha, 2017). W wielkim skrócie można by opisać proces tworzenia komunikatu, zaczynając od skojarzeń, dzięki którym rozpoznajemy w kształcie chmury, układzie korzeni jakieś zwierzę, a w układzie dwukropka i dwu kresek dostrzegamy twarz, choć są to w rozkładzie semantycznym zawieszona w powietrzu para wodna, tkanka roślinna i ślad kredy albo długopisu na tablicy lub papierze. „Obraz odgrywa istotną rolę w procesach komunikacyjnych, nie można jednak rozpatrywać strumieni informacji wizualnej niezależnie zarówno od zawartości semantycznej, jak i od moderowanego efektu przekazu. Należy zwrócić uwagę na to, że informacja wizualna, zarówno w formie statycznej, jak i dynamicznej, powinna spełniać podstawowe kryteria wymagane przez układ sensoryczny człowieka” (Osiński, 2015). Zapewne niezwykle fascynującym odkryciem okazała się możliwość sterowania tym procesem, świadoma żonglerka feerią znaków, powodująca, że nasi po-bratymcy dostrzegli w rysunkach, malarstwie i formach przestrzennych zakodowane znaczenia. Tak zapewne narodził się talent, który uprzywilejował tych, którzy potrafili usystematyzować zbiór środków plastycznych i wywierać z ich pomocą oczekiwane doznania i wrażenia. Dopiero z czasem znak wyabstrahował w kierunku pisma, najpierw obrazkowego i jego rozmaitych odmian, by ostatecznie wyewoluować w kształt

alfabetu. Pisma obrazkowe przetrwały do naszych czasów w Chinach, Japonii, Korei, utrudniając swym mieszkańcom życie przez wymagający proces uczenia się i pamięć- ciowego utrwalenia tysięcy poszczególnych znaków, których zrozumienie w dużej mierze zależy od wykształcenia, wyobraźni i polotu czytającego. Dodatkową cechą wspólną, od egipskich hieroglifów po pismo azjatyckie, jest konieczność umiejętnego rozszyfrowywania rebusów. Sens zestawionych dwóch, trzech znaków stanowi wypadkową ich sąsiedztwa i konfiguracji. Ostatecznie w kręgu kultury śródziemno- morskiej drogą syntezy i uproszczeń dokonała się jedna z niewielu tak brzemiennych w skutki rewolucji w systemie komunikacji. Pojawił się alfabet. Choć ulegamy przekonaniu, że pismo i liternictwo z nim organicznie związane są odrębną dziedziną, ich proveniencja wiąże je z komunikacją wizualną bardziej, niż można powierzchownie sądzić. Historia typografii to ogromny obszar zjawisk, ale w kontekście poruszanego tematu warto wspomnieć o kodyfikacji i ujednoliceniu znaków alfabetu łacińskiego, które to dokonało się na skutek potrzeb związanych z pauperyzacją dostępu do informacji. Graficy i rytownicy, artyści, zadbali o jednolitość wizualną, tworząc minuskulę karolińską, dopracowaną w kancelarii cesarskiej Karola Wielkiego. Drukowanie z matryc drewnianych umożliwia produkcję książek i tym sposobem dostęp do treści w nich zawartych staje się możliwy dla osób mniej zamożnych. W rezultacie rozwija się szkolnictwo, którego istotą jest podjęcie dyskusji na temat treści, kształtowanie własnego zdania, możliwość krytycznego myślenia i dokonywania własnej interpretacji. Tak powstały studia w modelu zachodnim (wcześniejsze modele rozwijały się w krajach arabskich), a w 1088 roku pierwszy uniwersytet w Bolonii.

2. Przyczynek do współczesnego komunikatu wizualnego

Istotnym wkładem we współczesny wizerunek rzeczywistości są renesansowe studia nad odwzorowywaniem rozciągłości przestrzennych na płaszczyźnie, studia nad perspektywą. Uregulowania wprowadzone w tamtym czasie owocują do dziś rozumieniem obrazów płaskich odwzorowujących przestrzeń rozumianą jako skalę. Dzięki tym badaniom czytamy dziś mapę, nawigację, poruszamy się z pomocą schematów w budynkach użyteczności publicznej, liniami transportowymi. Swoją drogą pojęcie linii tramwajowej albo autobusowej może być rozumiane dwoiście. Dzięki tej rewolucji w obrazowaniu komunikatów rozumiemy instrukcje obsługi, schematy instalacji sanitarnych i schematy budowy maszyn. Ostatecznie łatwiej i taniej jest dokonywać poprawek na rysunku przedstawiającym bryły i elementy rzutowane na płaszczyznę niż trójwymiarowe prototypy często wykonane z drogiego materiału. Wiele przypisywanych Leonardowi da Vinci wynalazków jest tylko umiejętnie wykonanymi przez niego rysunkami uwzględniającymi odwzorowanie perspektywiczne, jak choćby śruba Archimedesa, jak sama nazwa wskazuje, będąca autorstwa kogoś innego; ilustracjami do wynalazków arabskich z racji poprzedzającej okres renesansu rozkwitu cywilizacji wschodu i wynalazków starożytności, której idee renesans podejmował się odrodzić. Ostatecznie powstał system komunikacji wizualnej, który dzięki ekonomii i skuteczności zdominował świat, stając się niedoścignionym wzorcem,

choć niektóre cywilizacje nadal polegają na kopiowaniu jeden do jednego, czego przykładem może być zamilowanie chińskie do tego rodzaju procederu (Janowski, 2012, s. 48–72). Następujące rewolucje związane z nadejściem alfabetu, wolnej myśli, rozwoju szkolnictwa, wynalezieniem druku, internetu w końcu doprowadzają do współczesnej epoki wszechobecnej informacji. Na niezwykle rolę nowych narzędzi wykorzystywanych współcześnie w audiowizualności zwraca uwagę Ewelina Witek, sugerując, że „jedynym ograniczeniem w komunikacji wizualnej z wykorzystaniem nowoczesnych narzędzi w przyszłości będzie wyobraźnia i kreacja pracownika marketingu” (Witek, 2015).

3. Uchybienia typograficzne. „Witacze”

Do szerszego omówienia poruszonych zagadnień nie starczyłoby pojedynczego życia, więc czyniąc to jedynie powierzchownie, powracam do tematu. W poszukiwaniu przykładów, którymi mógłbym się posłużyć w wykładach skierowanych do studentów, natknąłem się na stronę w internecie poświęconą typowym błędom typograficznym. Ze zdumieniem odkryłem, że nosimy w portfelu nieudolnie opracowane liternictwo znajdujące się na polskich banknotach. W procesie przygotowania projektów zagraniczna firma zlekceważyła zasady projektowania polskich znaków synkretycznych i w rezultacie powstał potworek zbudowany z przecinków zamiast ogonków, kresek zamiast poprzeczek i bez zrozumienia specyfiki języka polskiego, zasad ich usytuowań. I tak już niemal przez pokolenie nosimy przy sobie bilety Narodowego Banku Polskiego z nieprawidłowo zaprojektowanymi polskimi znakami. Jak podaje autor opracowania w opisie:

„W przedstawionych przykładach żaden z akcentów nie odpowiada normom estetycznym. W wersalikach „E” i „A” ogonki dorobiono najprawdopodobniej ręcznie, obracając przecinek i dostawiając go w przypadkowym miejscu (efekt szczególnie widoczny w „A”). Akcent w „C” jest bardzo mały i znajduje się zbyt blisko prawej krawędzi znaku. Z kolei ukośna laseczka w „L” jest szersza niż podstawa znaku! Cóż za bogaty zbiór okropieństw!”

<https://www.kentype.pl/?menu=31&group=guide&article=65> (dostęp: 20.10.2023).



Fot. 1. Typografia na polskich banknotach

Źródło: pozyskano za: <https://www.kentype.pl/?menu=31&group=guide&article=65> (dostęp: 20.10.2023).

Podobnie wygląda liternictwo na drogowskazach. Za każdym razem przejeżdżając przez kolejne miejscowości, oglądam z niedowierzaniem fuszerkę w naszych, polskich nazwach.



Fot. 2. Drogowskazy

Źródło: fot. autora

Co tydzień wita mnie i żegna napis i konstrukcja służąca do jego wyeksponowania w miejscowości Jazowsko. Subtelnie wyrażona tymczasowość, prowizorium skłania do zadumy nad losem człowieka zatopionego w codziennej gonitwie, można się nawet pokusić o dostrzeżenie w omawianej konstrukcji motywu *vanitas*. W lecie bardziej ukryty wśród liści, zimą przyprószony śniegiem napis zaprasza w dzień i w nocy, trwając w tym prowizorycznym stanie co najmniej od 10 lat.



Fot. 3. „Witacz” w Jazowsku

Źródło: fot. autora

Nieco zboczę z trasy na chwilę, żeby pokazać, jak uczczono człowieka, który ogłaszając „gwiazdne wojny”, doprowadził do przesilenia gospodarczego i upadku Związku Socjalistycznych Republik Radzieckich. Wypada zwrócić uwagę na filuterie przechylony słupek i wyrafinowany krój pisma, o charakterze placu (będącego raczej rondem) już nie wspominając.

Gwoli kronikarskiej uczciwości trzeba przyznać, że w ramach ujednolicenia identyfikacji wizualnej miasta Katowice sytuacja uległa poprawie. Plac-rondo pozostał tej samej rangi, ale tabliczka zmieniła się nie do poznania. O kwestiach związanych ze zmianami w informacji wizualnej i zaangażowaniem mieszkańców w procesie decyzyjnym można przeczytać choćby pod adresem: <https://katowice.naszemiasto.pl/system-identyfikacji-miejskiej-dla-katowic-zostal/ar/c1-8202519> (dostęp: 15.10.2023).

Wróćmy na łono lokalne, gdzie znajdziemy wiele przykładów rozwiązań sięgających korzeniami do minionej epoki, które tak mocno przeniknęły do świadomości, że są z nią nierozdzielnie zespolone i stanowią wypadkową powszechnego gustu i wartość decydującą o kanonie estetycznym. Najpierw Czorsztyn¹:

„Dlaczego taki właśnie projekt? Witacze nawiązywać mają do naszych tradycji i historii. Z jednej strony korona – nawiązanie do zamku znajdującego się na terenie gminy, z drugiej tratwa pokazująca wielopokoleniową tradycję spływu łodzi-

¹ Wieś Czorsztyn (dawny niem. *Zornsteyn* (1395), *Schorstein* (1777) *kamień gniewu* lokowana była na początku XIII wieku podobnie jak pobliski Grywald, Dursztyn, Frydman, Falsztyn, Rychwałd i inne przez osadników niemieckich sprowadzanych przez króla węgierskiego Andrzeja II; [https://pl.wikipedia.org/wiki/Czorsztyn_\(gmina\)](https://pl.wikipedia.org/wiki/Czorsztyn_(gmina)) (dostęp: 23.10.2023).



Fot. 4 i 5. Plac Ronalda Reagana w Katowicach

Źródło: fot. autora

mi flisackimi po Dunajcu. Witacz ma pokazać, że gmina jest otwarta dla turysty” – tłumaczy Tadeusz Wach, wójt Gminy Czorsztyn
<http://www.pieninyinfo.pl/aktualnosci/stylowe-witacze-przywitaja-przyjezdnych-3039> (dostęp: 23.10.2023).



Fot. 6 „Witacz” w gminie Czorsztyn

Źródło: fot. autora

Noblesse oblige, dlatego herb miejscowości Czorsztyn umieszczony jest na podpalanym pergaminie, co ma świadczyć o jego historycznej proveniencji, a w otaczającym wszystko obramowaniu dostrzegamy subtelnie i aluzyjnie ujęte wiązania trąty. Ślepe zawiasy obowiązkowo kute z żelaza mocują trątę do ościeżnic stanowiących symboliczną bramę do Pienin (w rzeczywistości ze stali, ale utarło się mówić o żelazie, ponieważ tak jest bardziej romantycznie). Z wielką tęsknotą zwracając się ku czasom wszelkiej monarchii, element symbolizujący koronę zdecydowanie dominuje kompozycyjnie w tej instalacji. I słusznie, ciężar zarówno odpowiedzialności, jak i ucisku musi być wyrażony w odpowiedniej proporcji i formie.



Fot. 7. „Witacz” w gminie Ochotnica Dolna

Źródło: fot. autora

Gustownie zaprojektowana tablica informująca o podziale administracyjnym gminy Ochotnica Dolna dumnie obwieszcza niebanalne rocznice obchodzone w 2016 roku. 600 lat upłynęło od lokacji Ochotnicy i 680 lat od lokacji Tylmanowej. Identyfikacja wizualna buduje markę, po której można się spodziewać, że produkt albo usługa nią objęta gwarantuje jakość i zapewnia satysfakcję. Polska powiatowa ma przed sobą poważne zadania w obszarze, gdzie dąży się do przywiązania użytkownika albo klienta i tworzenia wzajemnej lojalności. Jakość relacji od dobrze zaprojektowanego formularza, uprzejmego i merytorycznie fachowego personelu, przez wystrój wnętrza urzędu, po ulotki i tablice informacyjne buduje zaufanie do państwa. Oczywiście, utrzymywanie prowizorycznego, prowincjonalnego charakteru może przyciągać turystę z cywilizowanego kraju i karmić go iluzorycznym przekonaniem, że napotkał być może ostatni zakątek autentycznej, nieskażonej cywilizacją zachodu kultury. Jednak czy jest to cel, mając na horyzoncie możliwość oferty opartej na dobrostanie w sferach usług i wizualnej, gwarantujących większe zyski przy zdecydowanie mniej ekspansywnym stylu działania? Pojawiają się pierwsze jaskółki takiego myślenia. Propozycja Królewskiego, o czym informuje napis, a jakże by inaczej, Krościenka nad Dunajcem, odwołuje się do pięknej tradycji malowania numerów domów, wzbogaconych o motywy regionalne. Przykłady podobnego myślenia przywodzą rozważania z Hiszpanii, Portugalii czy bliżej, wsi austriackiej. Może jeszcze przekonanie, że pale pomalowane na brązowo mają coś wspólnego z Biskupinem i świadczą o tradycji piastowskiej i kulturze ciesielskiej, że krój zastosowany na nierówno uformowanych deskach w kształcie flisackiej tratwy (bo wiadomo, że nierówno jest bardziej artystycznie niż równo) jest nieco ciężki, a mógłby nawiązywać do wspomnianych numerów domów. Może malowane elementy pozbawione daszku wymagają częstszych zabiegów konserwatorskich. Ale próbę należy zaliczyć do bardziej udanych.



Fot. 8. „Witacz” w gminie Krościenko nad Dunajcem

Źródło: fot. autora



Fot. 9. Numeracja domów w Krościenku nad Dunajcem

Źródło: fot. autora

4. Nowy Sącz i Zakopane

Powracając do przykładów bardziej wielkomiejskich, pochylmy się nad ekspresją, jaką posługują się dwa miasta będące początkiem i końcem moich cotygodniowych podróży. Mając na uwadze hierarchię wielkości, wypada zacząć od Nowego Sącza. Wjeżdżając od strony zachodniej, mamy wątpliwą estetycznie przyjemność obcowania z wizytówką miasta, której mankamenty zostały już jakiś czas temu zauważone:

„Władze miasta zamierzają wymienić w przyszłym roku tzw. witacze stojące na wjeździe do Nowego Sącza od strony Krakowa, Limanowej, Gorlic oraz Starego Sącza. Mowa tutaj o betonowych konstrukcjach z napisem „Nowy Sącz”, do których dodano tablice z nazwami czterech żywiołów: ziemi, wody, ognia i powietrza. Zdaniem prezydenta Ludomira Handzla wymagają one co najmniej modernizacji. Miasto znajdzie na ten cel środki w przyszłorocznych budżecie”
<https://nowysacz.naszemiasto.pl/nowy-sacz-miasto-chce-odnowic-witacze-witajace-kierowcow/ar/c1-8049603> (dostęp: 20.10.2023).

Nie znając historii pojawienia się „witacza” opatrzonego napisem „woda”, można intuicyjnie przypisać okres jego powstania na lata prosperity gospodarki socrealistycznej, polegającej na zadłużaniu się bez opamiętania w Banku Światowym. Żeby manifestować dobrobyt, władza dokonuje inwestycji, których charakter niezyczliwi wrogowie socjalizmu określają jako „cała para w gwizdek”. Pale wystające z fundamentu już nie są drewniane, tylko stalowe, solidny żelbetowy trzon wyraża stabilność, a niesymetryczne (bo niesymetryczne oznacza nowoczesne, awangardowe) połacie noszą napis „Nowy Sącz”, w którym zastosowano wyjątkowo futurystyczną czcionkę. Błękitna polichromia dopełnia symboliki zawartej również w napisie „woda” będą-

dającym nawiązaniem do jednego z żywiołów, które miasto tym sposobem ujarzmia i oddaje w ręce mieszkańców. Czyżby w postaci wodociągów? – wtedy tłumaczyłaby się obecność niebieskich rur. Można by dodać jeszcze napis „prąd”, ponieważ całość opleciona jest misterną siatką instalacji elektrycznej dodanej zapewne z czasem wraz z rozwojem miejscowej infrastruktury.

Dzisiaj kompozycja czaruje wjeżdżających do miasta lekkimi oparami absurdu iście z opowiadań Sławomira Mrożka i tajemniczym tchnieniem anachronizmu. Fakt, że władze współczesne to zauważają, napawa optymizmem, to, że nic z komunikatem wizualnym ciągle się nie robi, świadczy o stosunku do dobrostanu i dbałości o przestrzeń publiczną. Inną kwestię stanowi fakt, że mieszkańcy się już do tego przyzwyczaili, im również nie przeszkadza taki żelbetowy [po]twór, co świadczy o czymś więcej niż tylko ślepotcie estetycznej. W każdym razie to, co publiczne stanowi wzorzec, powinno być wzorem godnym naśladowania, świecić niedościgłym przykładem otwartego i nowoczesnego myślenia. W końcu budżetem zebrany z podatków obywateli wybrani przez nich przedstawiciele mają dysponować z rozsądkiem i dbałością o dobro wspólne.



Fot. 10. „Witacz” na wjeździe do Nowego Sącza

Źródło: fot. autora

Jeżeli „witacz” jest postrzegany jako konieczna wizytówka prezentująca zaproszenie do świata kreowanego przez zarządzających danym miejscem, to warto się przyrzec elementowi postawionemu u wjazdu do miejscowości, która by chciała uchodzić za zimową stolicę Polski, czyli Zakopanego. Zaprojektowana konstrukcja z bali drewnianych nawiązuje do słowiańskości, ale w wydaniu regionalnym, z którego słynie Podhale, czyli ciesielki. Dodatkowo pojawiają się elementy rzeźby i zdobnictwa będące nieodzownymi cechami samorodnej sztuki i rzemiosła. Oto fragment wypowiedzi władz samorządowych na łamach „Gazety Krakowskiej” sprzed siedmiu lat:

„[...] Chcemy postawić nowy witacz, który by także informował o miastach partnerskich Zakopanego – mówi Leszek Dorula, obecny burmistrz miasta. – Jeśli znajdziemy odpowiedni projekt, stanie on na miejskim skwerku na Ustupie. Gdy instalacja się spodoba, podobna pojawi się na Krzeptówkach, przy wjeździe do miasta od strony Czarnego Dunajca i Witowa. Stary witacz zostanie wtedy przeniesiony w rejon Cyrhli, gdzie wjazd do miasta prowadzi przez las”
<https://gazetakrakowska.pl/zakopane-witacze-ida-do-wymiany/ar/9974677>
 (do- stęp: 20.10.2023).



Fot. 11. „Witacz” na wjeździe do Zakopanego

Źródło: pozyskano za: <https://eu.community.samsung.com/t5/galeria-galaxy/s22-kolorowe-zakopane/td-p/8200794> (dostęp: 6.11.2023).

Niestety, do dzisiaj projekt się nie pojawił, podobnych instalacji nie zrealizowano. Ponadto „witacz” koliduje z przydrożnymi reklamami, ale przez pięć lat właściwie został przez reklamy otoczony i zdominowany. W ten sposób wyraża się długofalowa wizja władz miasta polegająca na hasle *Im więcej, tym lepiej*. Stawiając na ilość, a nie na jakość, o czym można przeczytać w wielu opracowaniach naukowych, jak choć- by sięgając po monografię PPUZ w Nowym Targu, *Tożsamości kulturowe regionów karpackich – człowiek – język – architektura – sztuka – krajobraz*, „Zakopane staje się synonimem patodeveloperki, podróbek gastronomicznych, chińskich pamiątek regionalnych, nieograniczonej ekspansji banerów reklamowych”. Na nic nowoczesny krój pisma zastosowany w napisie „Zakopane”. Anachroniczne zestawienie wysublimowanego w charakterze kroju pisma z konstrukcją udającą element regionalny stanowi doskonale odbicie prawdziwej rzeczywistości. Pod tym względem zakopiański „witacz” w sposób szczery i autentyczny wystawia świadectwo odpowiedzialnym za jakość przestrzeni publicznej.

Podsumowanie

W tekście ukazano krótką historię informacji wizualnej miast i miasteczek (tzw. witaczy) i zwrócono uwagę na wybrane uchybienia typograficzne. Jeśli komunikacja wizualna ma rzeczywiście wypełniać swą rolę, czyli zaistnieć w powszechnej świadomości ludzi, w przestrzeni publicznej nie może się pojawiać byle co lub cokolwiek. Musi to być działanie ze strony władz samorządowych przemyślane, sensowne, niepowtarzalne, odwołujące się do historii regionu. Sprawę należy oddać w ręce prawdziwych artystów plastyków, którzy z pewnością przygotują coś nowatorskiego, oryginalnego.

Można omawianą w publikacji kwestię ująć w szerszym kontekście wynikającym z badań nad ewolucją w ogóle. Trudno sprawy upodobania, poczucia estetyki nie łączyć z procesem prokreacji i doboru naturalnego. Oprócz czynników decydujących o mieszanii genów i przetrwaniu gatunku albo jego rozwoju względy wizualne odgrywają tyle nieoczywistą, co zasadniczą rolę konstruującą kulturę. Można zatem kolokwialnie twierdzić, że brzydkie otoczenie działa demotywująco, osłabia wolę trwania, obniża poziom aktywności, otoczenie piękne pozwala pomnażać i budować. Okazuje się, że taka ocena nie do końca wyjaśnia fenomen potrzeby kreowania i obcowania z pięknem. Samo piękno nie jest jedynie dźwignią funkcjonalności i istnieje jako zjawisko *sine qua non* egzystencji:

„[a]uch wenn Darwin These der kognitiven Wahl der Tiere mittlerweile die anerkannte Lehrmeinung ist, so bleibt die zweite Implikation seiner ästhetischen Theorie der sexuellen Selektion heute genauso revolutionär und kontrovers wie zu der Zeit, als er sie zum ersten Mal vorbrachte, indem die Worte wie »Schönheit«, »Geschmack«, »bestücken«, »schätzen«, »bewundern« oder »lieben«, verwandt, deutet Darwin an, dass sich Partnerpräferenzen für Merkmale entwickeln können, wie für wählende Tier keinerlei praktischen, sondern ausschließlich ästhetischen Wert besitzen. Kurz, Darwin stellt die These auf, dass Schönheit sich in ersten Linie entwickelt, weil sie für den Beobachter »angenehm« ist“ (Prum, 2020, s. 36).

„[Chociaż teza Darwina o wyborze poznawczym zwierząt jest obecnie akceptowaną doktryną, druga implikacja jego estetycznej teorii doboru płciowego pozostaje dziś równie rewolucyjna i kontrowersyjna, jak wtedy, gdy po raz pierwszy ją przedstawił. Używając słów takich jak »piękno«, »smak«, »dzianina«, »szacunek«, »podziw« lub »miłość«, Darwin sugeruje, że preferencje partnera mogą ewoluować w kierunku cech, które nie mają praktycznej, ale jedynie estetyczną wartość dla czujących zwierząt. Krótko mówiąc, Darwin twierdzi, że piękno ewoluuje przede wszystkim dlatego, że jest »przyjemne« dla obserwatora].“

Czy rezygnując z idei odziedziczonych po kulturze śródziemnomorskiej, piękna, dobra i prawdy, zmierzamy ku autodestrukcji? Postępując według powyższego, działamy w sprzeczności z naturą świata i wbrew własnym interesom, jeżeli w ogóle świat potrzebuje ludzkości i naszego zdania na swój temat.

Karol Gąsienica-Szostak

Autor jest artystą tworzącym w przestrzeniach rzeźby, malarstwa, rysunku i akcji artystycznych. W 1988 roku ukończył Akademię Sztuk Pięknych w Warszawie na Wydziale Rzeźby, w 2008 roku uzyskał doktorat, a w 2014 roku stopień doktora habilitowanego w Akademii Sztuk Pięknych w Gdańsku. Od 2009 roku wykładowca, a następnie profesor nadzwyczajny w Państwowej Wyższej Szkole Zawodowej i Akademii Nauk Stosowanych w Nowym Sączu. Trzykrotny stypendysta Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego. 49 wystaw indywidualnych w Polsce, Niemczech, we Francji, w Finlandii, Czechach, Słowacji, Luksemburgu i USA. Jego prace znajdują się w licznych zbiorach prywatnych w Europie i USA oraz w kolekcjach: Centrum Rzeźby Polskiej w Orońsku, Trybunale Sprawiedliwości Unii Europejskiej w Luksemburgu, Fundacji Sufłena w Holandii, Muzeum Tatrzańskie w Zakopanem, Muzeum Okręgowego w Bielsku-Białej, Szpitala Uniwersyteckiego w Krakowie i Teatru im. St. I. Witkiewicza w Zakopanem

Bibliografia

- Cicha, K. (2017). *Komunikacja wizualna – humanistyczne oblicze informatyki?* Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego, nr 317. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego.
- Janowski, J. (2012). *Język wizualny cywilizacji europejskiej*, s. 48–72. [w:] *Komunikacja wizualna*, (red.), P. Francuz. Warszawa: Wydawnictwo „Scholar”.
- Osiński, G. (2015). *Kognitywne aspekty komunikacji wizualnej*. Toruń: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Komunikacji Społecznej i Medialnej.
- Prum, D.O. (2020). *Die Evolution der Schönheit. Darwins vergessene Theorie zur Partnerwahl* (oryginał: *The Evolution of Beauty*). (tłum.) F. Born. Berlin: Wydawnictwo Matthes & Seitz.
- Witek, E. (2014). *Komunikacja wizualna. Nowoczesne narzędzia*. Wrocław: Wydawnictwo „Astrum”.
- Tożsamości kulturowe regionów karpackich – człowiek – język – architektura – sztuka – krajobraz* (2023). praca zbiorowa, Nowy Targ: Wydawnictwo Podhalańskiej Państwowej Uczelni Zawodowej.

Netografia

- <https://www.kentype.pl/?menu=31&group=guide&article=65>
- <https://katowice.naszemiasto.pl/system-identyfikacji-miejskiej-dla-katowic-zostal/ar/c1-8202519>
- <http://www.pieninyinfo.pl/aktualnosci/stylowe-witacze-przywitaja-przyjezdnych-3039>
- <https://nowysacz.naszemiasto.pl/nowy-sacz-miasto-chce-odnowic-witacze-witajace-kierowcow/ar/c1-8049603>
- <https://gazetakrakowska.pl/zakopane-witacze-ida-do-wymiany/ar/9974677>