



dr Natalia Pietruszewska-Golba

Akademia Sztuk Pięknych
w Krakowie

Projektantka i badaczka komunikacji wizualnej, nauczycielka akademicka na Wydziale Form Przemysłowych ASP w Krakowie. Zajmuje się projektowaniem systemów identyfikacji oraz informacji wizualnej. W swojej pracy łączy praktykę projektową z refleksją nad procesem i narzędziami projektowymi oraz rolą typografii w skutecznej komunikacji.



dr Paulina Urbańska-Kaczmarczyk

Akademia Sztuk Pięknych
w Katowicach

Projektantka i badaczka komunikacji wizualnej, adiunktka w Pracowni Typografii ASP w Katowicach. Specjalizuje się w projektowaniu informacji, publikacji i systemów identyfikacji wizualnej dla instytucji kultury i biznesu. Prowadzi badania nad procesem projektowym oraz rozwija narzędzia stosowane w praktyce i edukacji.

5 Sześciobok wobec zmiany. Refleksja nad narzędziem wspierającym proces projektowy w komunikacji wizualnej

komunikacja wizualna

myślenie projektowe

myślenie krytyczne

narzędzia projektowe

W projektowaniu wykorzystujemy różne narzędzia – również takie, które wspierają analizę i porządkują sposób myślenia o projekcie, pomagają określić jego założenia lub ujawnić zależności między jego elementami. Korzystamy z nich, aby podejmować decyzje w sytuacjach, gdy sama intuicja nie wystarcza.

<https://doi.org/10.52652/fxyz.28.26.5> →

W ostatniej dekadzie kontekst pracy projektanta komunikacji wizualnej uległy wyraźnej zmianie. Rozwój technologii doprowadził do wyodrębnienia nowych obszarów projektowania i większego zróżnicowania dyscypliny. To, zamiast poszerzać zakres kompetencji i odpowiedzialności projektantów, wymusza na nich coraz większą specjalizację. Zmieniły się również modele pracy projektowej, które coraz częściej mają charakter iteracyjny i zespołowy. Jednocześnie ewolucja oprogramowania i sprzętu sprawiła, że samo tworzenie rozwiązań stało się szybsze i bardziej dostępne niż kiedykolwiek wcześniej. W tej sytuacji pojawiają się pytania o rolę metod i narzędzi wspierających analizę oraz myślenie projektowe: Czy nadal są potrzebne jako wsparcie w procesie projektowym, czy ich funkcja ulega zmianie?

Artykuł przedstawia Sześciobok – autorskie narzędzie projektowe¹ – z perspektywy dziesięciu lat jego stosowania w praktyce akademickiej i zawodowej oraz towarzyszące temu refleksje autorek. Stanowi próbę sprawdzenia, jak narzędzie funkcjonuje dzisiaj. Pokazuje, w jaki sposób Sześciobok może wspierać krytyczne myślenie i decyzje projektowe, a także rozważa możliwość jego zastosowania poza obszarem komunikacji wizualnej – w edukacji, pracy zespołowej i procesach strategicznych.

1. Kontekst i napięcia w projektowaniu komunikacji wizualnej

W drugiej połowie XX wieku projektowanie zaczęło coraz częściej postrzegać jako proces, który można analizować, opisywać i systematyzować. Szczególnie wyraźnie było to widoczne w latach 60., gdy pojawiły się pierwsze próby modelowania procesu projektowego oraz traktowania projektowania jako działalności polegającej na analizie problemów i poszukiwaniu adekwatnych rozwiązań². Rozwijane wówczas koncepcje metod projektowych miały na celu lepsze zrozumienie sposobu podejmowania decyzji oraz uporządkowanie pracy nad złożonymi problemami projektowymi³. Jednocześnie w środowisku obecne było przekonanie, że projektowanie nie daje się w pełni sprowadzić do zestawu procedur czy metod. Wielu projektantów podkreślało jego twórczy charakter, zwracając uwagę na rolę doświadczenia, intuicji oraz eksperymentowania z formą wizualną. Napięcie między tymi dwoma sposobami rozumienia projektowania – jako odpowiedzialnej praktyki wymagającej analizy i systematycznego podejścia oraz jako autorskiej działalności twórczej – powracało w kolejnych dekadach i stało się jednym z ważniejszych tematów refleksji nad tą dziedziną.

W Polsce napięcie to było szczególnie wyraźne jeszcze w drugiej dekadzie XXI wieku. Z jednej strony silne pozostawało dziedzictwo autorskiego podejścia oraz przekonanie, że o jakości projektu decyduje wrażliwość formalna, doświadczenie i indywidualny „gust” twórcy. Postawa ta wyrastała z tradycji grafiki, ukształtowanej między innymi przez polską szkołę plakatu oraz model edukacji artystycznej, w którym projektowanie graficzne często traktowano jako formę autorskiej wypowiedzi twórczej. Jacek Mrowczyk zauważał w 2012 roku: „Na każdym kroku spotykam się z grafikami, którzy rozumieją projektowanie jako wypracowanie własnego stylu, działania autopromocyjne, kolekcjonowanie nagród, budowanie kariery i własną ekspresję”⁴.

W tym samym czasie coraz większą rolę na rodzimej scenie projektowej zaczęło odgrywać podejście projektowe akcentujące proces, badania i prototypowanie. Popularność zyskały metody wywodzące się z human-centered design, design thinking czy service design, które postulowały bardziej świadome podejście oparte na analizie kontekstu, potrzeb użytkowników oraz iteracyjnym rozwijaniu rozwiązań. Koncepcje te pojawiły się wcześniej w międzynarodowej teorii i praktyce projektowej⁵, jednak w Polsce zaczęły wyraźniej zyskiwać na znaczeniu dopiero około 2010 roku⁶.

W tym samym czasie zaczęły wyodrębniać się również obszary UX⁷ i UI, które stopniowo budowały własny języki, narzędzia i metodyki, często czerpiąc świadomie z doświadczeń innych dziedzin. Wprowadzenie metod UX zmieniło również sposób argumentowania decyzji projektowych. Designer przestawał być wyłącznie autorem formy, a coraz częściej stawał się uczestnikiem procesu projektowego, który wymagał uzasadniania rozwiązań na podstawie danych, obserwacji i testów.

Projektanci komunikacji wizualnej, którzy przez lata funkcjonowali w modelu autorskim, zostali włączeni w procesy wymagające pracy zespołowej, badań i argumentowania decyzji. Jednocześnie musieli zmierzyć się z brakami w zakresie usystematyzowania procesu: nazywania etapów pracy, wskazywania odbiorcy i celu projektu, sposobów na włączanie badań. Nowe metody projektowe traktowano niekiedy z nieufnością – jako formalny wymóg lub próbę ograniczenia swobody twórczej. Pojawiało się przekonanie, że proces ogranicza. W efekcie refleksja nad działaniem projektowym częściej występowała się w deklaracjach niż w codziennej praktyce.

W przeciwieństwie do produktów materialnych, gdzie skutki decyzji projektowych są zazwyczaj bezpośrednio odczuwalne przez użytkownika, w komunikacji wizualnej ich konsekwencje są trudniejsze do uchwycenia. Problemy z percepcją lub interpretacją treści mogą być zauważalne, jednak odbiorcy często trudno jednoznacznie wskazać ich przyczynę. Trudność w odczytaniu tekstu może wynikać zarówno z decyzji projektowych – na przykład zastosowanego kroju pisma – jak i na przykład oświetlenia. Podobnie w przestrzeni publicznej: gdy w szpitalu nie możemy odnaleźć właściwego gabinetu, rzadko przypisujemy tę trudność samemu systemowi oznakowania. Nie zawsze bowiem wiadomo, czy brak reakcji odbiorcy wynika z niskiej jakości projektu czy z kontekstu. Ta trudność w mierzeniu skutków komunikacji sprzyjała uproszczeniom i wzmacniała przekonanie, że o jakości projektu decydują przede wszystkim kryteria estetyczno-techniczne⁸.

Projektanci komunikacji wizualnej znaleźli się w sytuacji, w której musieli na nowo określić swoją rolę oraz zakres odpowiedzialności. Wiązało się to również z koniecznością przemyślenia sposobu pracy – relacji między intuicją projektową a coraz wyraźniej artykułowaną potrzebą analiz i badań, a także świadomie prowadzonego procesu projektowego.

2. Sześciobok jako odpowiedź na lukę w modelach procesu projektowania

Jednym z modeli opisujących przebieg procesu projektowego jest schemat podwójnego diamentu⁹. Choć w praktyce sposób pracy projektantów bywa zróżnicowany i nie zawsze przyjmuje postać jasno określonego zestawu kroków, model ten stał się jednym z najbardziej rozpoznawalnych. Wynika to z faktu, że w syntetyczny sposób ukazuje on podstawową dynamikę pracy – naprzemienne przechodzenie między momentami dywergencji i konwergencji – a także dzieli przebieg pracy na dwa wyraźne etapy: eksplorację i definiowanie problemu oraz generowanie i wdrażanie rozwiązań.

Szczególnie istotny okazuje się moment przejścia między tymi dwiema fazami, ponieważ w tym punkcie rozstrzyga się, w jaki sposób wnioski

z przeprowadzonych badań zostaną wykorzystane w dalszej pracy nad rozwiązaniem. Ten etap procesu często okazuje się trudny, ponieważ wymaga uporządkowania wielu rozproszonych informacji i przełożenia ich na spójne założenia projektowe. Autorki artykułu w swojej pracy projektowej, badawczej i dydaktycznej wielokrotnie korzystały z narzędzi wspierających analizę wyników badań, takich jak mapy interesariuszy czy osoby. Narzędzia te pomagają porządkować i interpretować zebrane informacje, jednak nie wspierają projektantów w wystarczającym stopniu w tym kluczowym momencie procesu lub okazują się niedostosowane do specyfiki projektowania komunikacji wizualnej¹⁰. W odpowiedzi na te obserwacje powstał model Sześcioboku¹¹.

Konstrukcja narzędzia opiera się na sześciu pytaniach kontrolnych (zwanym filtrami), które odnoszą się do kluczowych zmiennych opisujących projekt: celu, tematu, kontekstu odbioru (miejsca i czasu), kanału komunikacji (punktów styku), specyfiki odbiorcy oraz medium (il. 1). Odpowiedzi na te pytania rozmieszcza się wokół Sześcioboku, co podkreśla ich równorzędność i wzajemne powiązania. Zmiana jednego z elementów wpływa na pozostałe i wymaga ponownego uzgodnienia całego układu oraz sprawdzenia ich wzajemnej spójności.

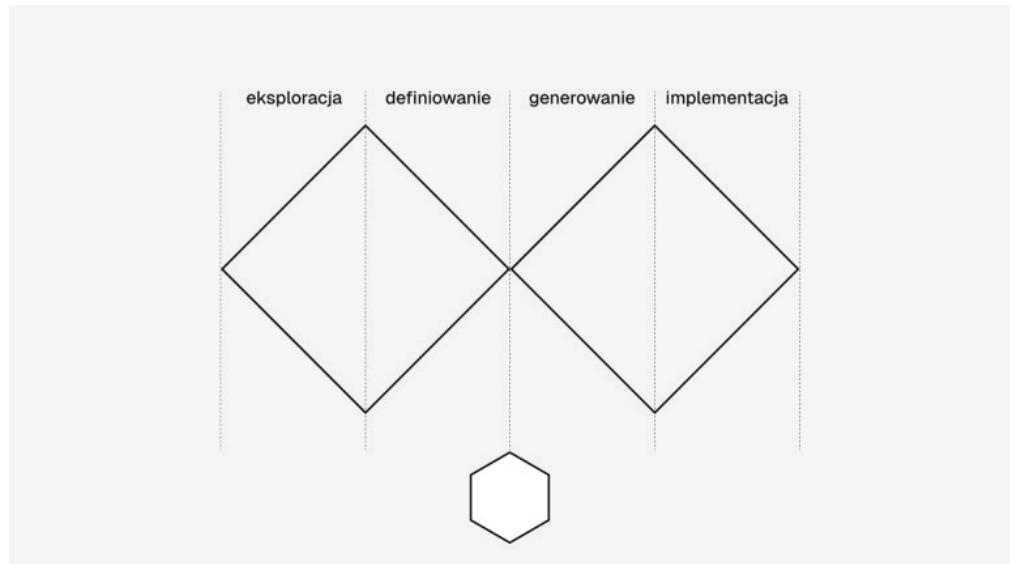


Il. 1. Model Sześcioboku z pytaniami; źródło: opracowanie własne

Autorzy narzędzia od początku zakładali, że powinno ono być proste i intuicyjne w użyciu. Ta prostota może jednak być myląca, ponieważ wypełnienie Sześcioboku wymaga wysiłku intelektualnego. Zmusza ono projektanta do sformułowania odpowiedzi na pytania, które często funkcjonują jako oczywiste, a w praktyce pozostają niedopowiedziane. W tym sensie narzędzie nie tylko pomaga podejmować decyzje projektowe, lecz także ujawnia luki w wiedzy – wskazując, czego jeszcze nie ustaliliśmy, a co powinno zostać rozpoznane w dalszym procesie.

Odpowiedzi na pytania wyznaczają ramy projektu, nie mają jednak ograniczać kreatywności – przeciwnie, często pomagają ją ukierunkować i rozwijać. Jasno określone zmienne projektu pozwalają spojrzeć na problem z większego dystansu oraz szybko ocenić wstępne, intuicyjne pomysły na rozwiązanie w odniesieniu do rzeczywistego zakresu wyzwania. Tym samym stają się punktem wyjścia do generowania jego kolejnych wariantów.

W tym sensie Sześciobok można rozumieć jako praktykę refleksji wpisaną w proces. Nie wprowadza on nowego, odrębnego etapu ani nie zastępuje doświadczenia czy intuicji projektanta. Zapewnia natomiast wsparcie w momencie przejścia od fazy koncepcyjnej do operacyjnej. Możliwość wielokrotnego powracania do przyjętych założeń i ich natychmiastowej weryfikacji sprawia, że refleksja przestaje być jedynie deklaracją, a staje się elementem działania. W tym sensie narzędzie może funkcjonować jako sposób utrzymania równowagi między intuicją a analizą, twórczą swobodą a odpowiedzialnością za skutki podejmowanych decyzji projektowych.



Il. 2. Narzędzie Sześcioboku wpisane w model procesu projektowego double diamond; źródło: opracowanie własne

3. Praktyka stosowania narzędzia

Autorki artykułu pracują z modelem Sześcioboku od ponad dekady – w dydaktyce akademickiej, podczas warsztatów projektowych oraz w praktyce zawodowej. Wieloletnie doświadczenie w pracy z narzędziem pozwoliło zaobserwować, w jakich momentach procesu projektowego rzeczywiście wspiera ono projektanta, a gdzie ujawniają się jego ograniczenia.

Osoby pracujące z Sześciobokiem w dużej mierze potwierdzają założenia przyjęte przez autorów narzędzia. Najczęściej wskazują na jego rolę w przechodzeniu od analizy problemu do formułowania pierwszych rozwiązań¹² oraz w porządkowaniu złożonych projektów, w tym prac dyplomowych¹³. Zwracają także uwagę na sytuacje, w których praca z narzędziem przebiega inaczej niż w klasycznym scenariuszu procesu

projektowego. Dotyczy to przede wszystkim projektów komercyjnych, w których część zmiennych jest z góry określona przez klienta lub kontekst organizacyjny. W takich przypadkach praca przypomina układanie sudoku: część pól jest już wypełniona, a zadaniem staje się odnalezienie spójnego układu pozostałych elementów.

3.1. Sześciobok w pracy zespołowej

Zadawanie pytań pomaga uporządkować wiedzę uczestników procesu oraz ujawnić różnice w sposobie rozumienia podstawowych pojęć. Zmusza także do doprecyzowania używanego języka i unikania ogólników, które często maskują sytuacje, w których poszczególne osoby nadają tym samym pojęciom odmienne znaczenia. W tym sensie narzędzie pomaga zorganizować rozmowę o projekcie i sposób jego rozumienia przez osoby zaangażowane w realizację.

Tego rodzaju sytuacje pojawiają się szczególnie często podczas pracy w zespołach interdyscyplinarnych, na przykład w trakcie szkoleń, warsztatów lub hackathonów. Uczestnicy jednego z takich spotkań – projektanci, programiści i osoby zajmujące się rozwojem produktu – posługiwali się pojęciem „odbiorca”, mając na myśli różne grupy: użytkownika aplikacji, klienta lub organizatora (interesariusza). Dopiero próba wspólnego wypełnienia Sześcioboku ujawniła te rozbieżności i pozwoliła uzgodnić, do kogo projekt faktycznie jest kierowany, a jednocześnie pokazała, że kategoria odbiorcy może mieć w projekcie charakter wielowarstwowy i wymaga dalszego doprecyzowania.

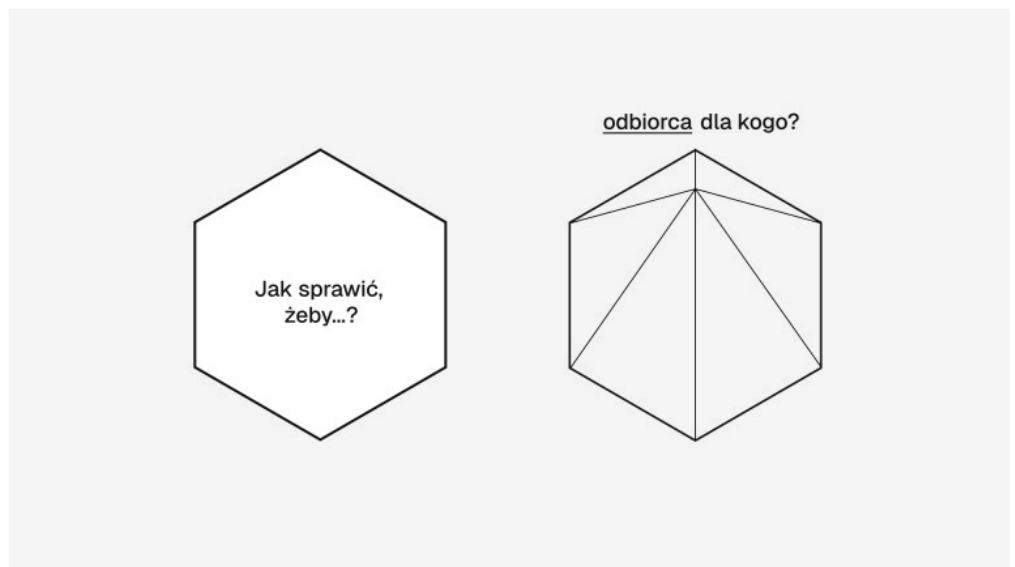
3.2. Pytanie dominujące

Zdarzają się sytuacje, w których odpowiedź na jedno z pytań w istotny sposób wpływa na pozostałe zmienne, wyznaczając kierunek dla całego projektu. Najczęściej taką rolę odgrywa pytanie o odbiorcę i kontekst użycia – zwłaszcza wtedy, gdy projekt od początku musi uwzględniać szczególne warunki odbioru komunikatu, na przykład ograniczoną ilość czasu na jego odczytanie czy niesprawność odbiorcy. Podobną funkcję może pełnić także medium, gdy już na starcie wiadomo, że rozwiązanie ma przyjąć określoną formę, taką jak strona internetowa. W tych przypadkach odpowiedź na jedno z pytań staje się punktem odniesienia dla pozostałych elementów, które muszą zostać do niej dopasowane.

Z punktu widzenia praktyki projektowej kluczowe jest pytanie o skutek: „Po co?”. W pracy ze studentami często obserwujemy, jak łatwo pomylić pytanie o to, co powstanie, z pytaniem o to, po co ma powstać. Na przykład zamiast określenia celu w kategoriach rozwiązania – „Projektuję aplikację” – bardziej użyteczne okazuje się wskazanie zmiany, którą projekt ma wprowadzić, na przykład: „Chcę ułatwić mieszkańcom dostęp do informacji o usługach

publicznych”. W przypadku Sześcioboku pytanie o cel odnosi się do przejścia od stanu istniejącego do stanu pożądanego, czyli do wywołania określonego skutku.

Dlatego w pracy z Sześciobokiem autorki proponują formułowanie wyzwania projektowego w postaci pytania rozpoczynającego się od frazy: „Jak sprawić, żeby...” (il. 3). Tak postawione pytanie wyznacza kierunek dalszej pracy i staje się punktem odniesienia dla odpowiedzi udzielanych na pozostałe pytania narzędzia. Jednocześnie sama konstrukcja tego wyzwania sugeruje działanie – wskazuje na potrzebę wprowadzenia zmiany i kieruje uwagę na środki prowadzące do jej osiągnięcia. W tym sensie dobrze sformułowane pytanie staje się już częścią rozwiązania¹⁴.



Il. 3. Problem projektowy (wyzwanie) w kontekście Sześcioboku oraz pytanie dominujące; źródło: opracowanie własne

3.3. Trudne pytanie: „Którędy?”

Jedną z kwestii, które sprawiają użytkownikom narzędzia szczególną trudność, jest pytanie o kanał komunikacji – czyli o to, w jaki sposób odbiorca dowie się o projekcie. Trudność ta wynika z faktu, że pytanie o kanał nie dotyczy wyłącznie nośnika komunikatu, lecz także sytuacji, w której odbiorca styka się z informacją o projekcie. Odpowiedź nie sprowadza się więc do wskazania medium czy pojedynczego nośnika informacji, tylko wymaga określenia punktów styku między projektem a jego odbiorcą. W zależności od kontekstu mogą one przyjmować bardzo różne formy. Jeśli tematem projektu jest wydarzenie kulturalne, kanałem komunikacji mogą być materiały promocyjne w przestrzeni publicznej lub media społecznościowe. W przypadku przedsięwzięcia dotyczącego nowych usług miejskich równie istotnym kanałem mogą okazać się instytucje publiczne – na przykład urząd miasta, biblioteki lub lokalne organizacje – które pośredniczą w przekazywaniu informacji mieszkańcom.

Dopiero uświadomienie sobie tych różnych możliwych dróg dotarcia pozwala trafniej określić strategię komunikacji projektu. Pytanie „Którędy?” przesuwając więc uwagę z samej formy komunikatu na sytuację jego odbioru – na moment i sposób, w jaki odbiorca rzeczywiście styka się z projektem. W tym sensie wprowadza ono do procesu perspektywę bardziej strategiczną: nawet najlepiej zaprojektowany komunikat może nie zadziałać, jeśli nie uwzględnia realnych dróg dystrybucji i warunków, w których odbiorca ma szansę się z nim zetknąć.

3.4. Zarzuty do narzędzia

Jednym z możliwych zarzutów do Sześcioboku jest redukcja złożoności procesu projektowego do sześciu zmiennych. W trakcie pracy z narzędziem pojawiają się bowiem pytania, które nie są w nim zapisane wprost. Najbardziej jaskrawym przykładem jest kwestia kosztu projektu. Ograniczenia budżetowe wpływają na decyzje projektowe i redefiniują zakres możliwych rozwiązań. Zarówno pytanie „Ile to kosztuje?”, jak i „Kto za to zapłaci?” nie należą do sześciu głównych zmiennych modelu. Nie oznacza to jednak, że kwestia ta pozostaje poza jego zakresem. W praktyce te sprawy ujawniają się często pośrednio – w tym w decyzjach dotyczących celu projektu (na przykład „Jak sprawić, żeby osiągnąć określony efekt w ramach dostępnego budżetu?”) lub jego formy i medium (na przykład wybór czarno-białego druku czy papieru o niższej gramaturze).

Sześciobok nie jest zamkniętym zestawem pytań ani rodzajem równania, do którego wystarczy podstawić dane, lecz strukturą, która pozwala ujawnić zależności i uwarunkowania projektu – także te, które początkowo pozostają niewypowiedziane. Każde narzędzie operujące zamkniętą liczbą elementów dokonuje selekcji, a tym samym upraszcza rzeczywistość. Napięcie między redukcją a złożonością pozostaje więc wpisane w same założenia narzędzia i wymaga od użytkownika świadomości, że sześć zmiennych nie wyczerpuje rzeczywistości projektu, lecz stanowi punkt wyjścia do dalszej analizy.

Świadomość tych ograniczeń otwiera również przestrzeń dla dalszych pytań. Określenie celu, odbiorcy czy kontekstu nierzadko implikuje kolejne kwestie wykraczające poza strukturę narzędzia: komu projekt służy, kogo pomija, jakie wartości wzmacnia. W tym sensie Sześciobok nie jest narzędziem krytycznym z definicji, lecz może stać się ramą, która taką refleksję inicjuje.

3.5. Sześciobok przydatny nie tylko w przypadku projektowania

W praktyce okazało się również, że struktura narzędzia znajduje zastosowanie poza samym projektowaniem wizualnym. Sześciobok bywa używany jako narzędzie porządkujące myślenie w procesach pisania – zarówno w pracy akademickiej, jak i przy przygotowywaniu wniosków grantowych czy dokumentów projektowych. Struktura sześciu zmiennych

czy projektowanie systemów informacji. Nie jest to wyłącznie kwestia terminologii. Nazwa wskazuje bowiem na zakres kompetencji i sposób rozumienia roli projektanta. Wiedza potrzebna do zaprojektowania opakowania jest czymś innym niż wiedza potrzebna do zaprojektowania aplikacji czy systemu informacji. Jednocześnie, niezależnie od nazwy dyscypliny rzeczywisty zakres działań projektanta coraz wyraźniej wykracza poza wizualne opracowanie formy. Coraz częściej projektujemy nie pojedyncze artefakty, lecz całe systemy komunikacji – ich strukturę, warunki użycia i sposób funkcjonowania w określonym kontekście. Zmianę tę zauważył już Krzysztof Lenk, pisząc, że „zapotrzebowanie wyraźnie przesunęło się z projektowania obiektów na projektowanie procesów”¹⁶.

Sytuację współczesnych projektantów dodatkowo komplikuje rozwój narzędzi generatywnych. Choć ich upowszechnienie budzi sprzeciw i liczne wątpliwości etyczne – których zasadności nie podważamy – trudno zaprzeczyć, że narzędzia te coraz częściej wykorzystywane są w praktyce projektowej. Na razie przede wszystkim przyspieszają tworzenie rozwiązań, nie zmieniają jednak charakteru problemów, z którymi mierzą się projektanci – coraz częściej są to złożone, wielowymiarowe „wicked problems”. W efekcie można odnieść wrażenie, że zadanie projektanta nie staje się łatwiejsze, wręcz przeciwnie – w sytuacji nadmiaru możliwości jeszcze łatwiej zatracić związek między podejmowanymi decyzjami a pierwotnymi założeniami projektu. Coraz większym wyzwaniem staje się więc utrzymanie spójności i sensu całego procesu.

Sześciobok powstał jako narzędzie ułatwiające, a tym samym przyspieszające przejście od pomysłu do realizacji – miał skracać drogę między koncepcją a wdrożeniem i porządkować decyzje projektowe. Paradoks polega na tym, że dziś zdaje się pełnić także inną funkcję: działa jak rodzaj stopklatki. Pozwala na moment zatrzymać proces i przyjrzeć się relacjom między jego elementami, zanim decyzje projektowe zostaną ostatecznie utrwalone w rozwiązaniu.

Struktury takie jak Sześciobok nie ograniczają pracy z nowymi technologiami, lecz pozwalają nimi zarządzać. W świecie, który skłania do coraz szybszego działania, pomagają utrzymać refleksję w centrum projektowania – ponieważ żadna technologia nie przejmie odpowiedzialności za decyzje projektowe: biznesowe, społeczne ani moralne.

Pełna instrukcja korzystania z narzędzia została opublikowana w książce *Balansowanie. Paradoksy, technologia, przyszłość* i jest dostępna w wersji cyfrowej w Śląskiej Bibliotece Cyfrowej:

sbc.org.pl/dlibra/publication/491499/edition/460421 →.

Przypisy

1. Sześciobok – autorskie narzędzie projektowe stworzone przez dr Natalię Pietruszewską-Golbę, dr Paulinę Urbańską-Kaczmarczyk oraz prof. Tomasza Bierkowskiego.
2. Próby systematyzowania procesu projektowego podejmowali w tym czasie m.in. J. Christopher Jones, Bruce Archer czy Christopher Alexander, związani z nurtem określanym jako design methods movement. Równolegle pojawiały się jednak także inne propozycje interpretacji projektowania – np. Victor Papanek podkreślał jego społeczne i środowiskowe konsekwencje, proponując bardziej holistyczne ujęcie roli projektanta.
3. Złożoność problemów projektowych opisywali m.in. Horst Rittel i Melvin Webber, wprowadzając pojęcie wicked problems – problemów o niejednoznacznej strukturze, które nie mają jednego ostatecznego rozwiązania. Zob. H.W.J. Rittel, M.M. Webber, *Dilemmas in a General Theory of Planning*, „Policy Sciences” 1973, vol. 4, no. 2, s. 155–169.
4. J. Mrowczyk, *Dwa biennale na dwa głosy. Równość dzięki różnicom*, „2+3D” 2012, nr 44, s. 42.
5. Koncepcja human-centered design zaczęła kształtować się w latach 80. XX wieku, rozwijając wcześniejsze badania nad ergonomią i interakcją człowiek – system. W 1988 roku Don Norman opublikował książkę *The Design of Everyday Things* (pierwotnie wydaną pod tytułem *The Psychology of Everyday Things*; zob. D. Norman, *Dizajn na co dzień*, tł. D. Malina, Wydawnictwo Karakter, Kraków 2023), która znacząco wpłynęła na rozwój myślenia o projektowaniu zorientowanym na użytkownika. W 1999 roku opublikowano normę ISO 13407:1999 Human-Centred Design Processes for Interactive Systems, opisującą proces projektowania systemów interaktywnych zorientowany na użytkownika; standard ten został później rozwinięty w normie ISO 9241-210:2010.
6. Sprzyjały temu m.in. inicjatywy edukacyjne i instytucjonalne, takie jak rozwój ośrodków designu – na przykład Zamku Gieszyn – oraz rządowy program Top 500 Innovators (2011–2015), w ramach którego polscy uczestnicy odbywali szkolenia z zakresu design thinking m.in. na Uniwersytecie Stanforda.
7. W dniach 17–18 kwietnia 2013 roku odbyła się pierwsza konferencja UX Poland. Za pierwsze kompleksowe studia podyplomowe z zakresu UX w Polsce uznaje się natomiast UX | Product Design na Uniwersytecie SWPS, uruchomiony w 2010 roku.
8. „Chodzi mi o brak innych argumentów niż to, że po prostu widziałem dużo projektów moich kolegów i wiem, jakie są dobre. W tej sytuacji to jest nic więcej jak tylko gra w grę, którą się zawsze wygrywa” (B. Pindor, w: *Miliard rzeczy dookoła. Agata Szydłowska rozmawia z polskimi projektantami graficznymi*, Wydawnictwo Karakter, Kraków 2013, s. 114).
9. *The Double Diamond: A Universally Accepted Depiction of the Design Process*, Design Council, designcouncil.org.uk/our-resources/the-double-diamond/ [data dostępu: 16.3.2026].

10. Wnioski te opierają się na doświadczeniach z pracy projektowej, badawczej i dydaktycznej prowadzonej wspólnie z prof. Tomaszem Bierkowskim, współtwórcą modelu Sześcioboku.
11. Szczegółowy opis genezy modelu oraz jego założeń przedstawiono w artykule: N. Pietruszewska, P. Urbańska, *Sześciobok – instrukcja obsługi*, w: *Balansowanie. Paradoksy, technologia, przyszłość*, red. M. Więckowska, P. Rudnicka, Akademia Sztuk Pięknych w Katowicach, Katowice 2018, s. 65–82.
12. „Sześciobok pomógł przełożyć chmurę karteczek na konkretne rozwiązania” – wypowiedź pracującego z narzędziem na warsztatach projektowych BudżetLab (Katowice Miasto Ogrodów – Instytucja Kultury im. Krystyny Bochenek, marzec 2018).
13. „Trudno byłoby mi w inny sposób równie szybko zaprototypować wielokanałowy system komunikacji” – wypowiedź studenta realizującego projekt dyplomowy z wykorzystaniem narzędzia na zajęciach z typografii (ASP w Katowicach, luty 2026).
14. „Opisanie problemu jest częścią rozwiązania” (K. Gerstner, *Designing Programmes*, Lars Müller Publishers, Baden 2007, s. 12).
15. J. Frascara, *Projektowanie graficzne. Sztuka czy nauka społeczna?*, tł. D. Dziewońska, w: *Widzieć/Wiedzieć. Wybór najważniejszych tekstów o dizajnie*, red. P. Dębowski, J. Mrowczyk, Wydawnictwo Karakter, Kraków 2011, s. 275.
16. K. Lenk, *O nauczaniu projektowania i komputerach*, w: *Krótkie teksty o sztuce projektowania*, Wydawnictwo Słowo / Obraz Terytoria, Warszawa 2011, s. 176.

Bibliografia

1. C. Alexander, *Notes on the Synthesis of Form*, Harvard University Press, Cambridge – London 1973.
2. B. Archer, *The Nature of Research*, w: *Mapping Design Research: Positions and Perspectives*, ed. S. Grand, W. Jonas, Birkhäuser, Basel 2012.
3. J. Bowers, *Introduction to Graphic Design Methodologies and Processes: Understanding Theory and Application*, Wiley, New Jersey 2011.
4. T. Brown, *Zmiana przez design. Jak design thinking zmienia organizacje i pobudza innowacyjność*, współpr. B Katz ; przeł. M. Höffner, Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej. Uniwersytet Wrocławski, Wydawnictwo Libron – Filip Lohner, Wrocław – Kraków 2013.
5. J. Frascara, *Projektowanie graficzne. Sztuka czy nauka społeczna?*, tł. D. Dziewońska, w: *Widzieć/Wiedzieć. Wybór najważniejszych tekstów o dizajnie*, red. P. Dębowski, J. Mrowczyk, Wydawnictwo Karakter, Kraków 2011, s. 269–282.
6. K. Gerstner, *Designing Programmes*, Lars Müller Publishers, Baden 2007.

7. J. Ginalski, M. Liskiewicz, J. Seweryn, *Rozwój nowego produktu*, ASP im. Jana Matejki w Krakowie, Kraków 1994.
8. K. Lenk, *O nauczaniu projektowania i komputerach*, w: *Krótkie teksty o sztuce projektowania*, Wydawnictwo Słowo / Obraz Terytoria, Warszawa 2011.
9. D.A. Norman, *Dizajn i emocje. Dlaczego rzeczy przypadają nam do serca (albo działają na nerwy)*, przekł. D. Czech, Karakter, Kraków 2026.
10. D. Norman, *Dizajn na co dzień*, tł. D. Malina, Wydawnictwo Karakter, Kraków 2023
11. V. Papanek, *Dizajn dla realnego świata. Humanistyka i ekologia społeczna w projektowaniu*, przeł. J. Holzman, Recto Verso, Łódź 2012.
12. *Inicjacje. O sztuce, projektowaniu i kształceniu projektantów*, red. M. Dziedzic [i in.], Akademia Sztuk Pięknych im. Jana Matejki w Krakowie, Kraków 2001.
13. N. Pietruszewska, P. Urbańska, *Sześciobok – instrukcja obsługi*, w: *Balansowanie. Paradoksy, technologia, przyszłość*, red. M. Więckowska, P. Rudnicka, Akademia Sztuk Pięknych w Katowicach, Katowice 2018, s. 65–82.
14. J. Thackara, *Na grzbiecie fali. O projektowaniu w złożonym świecie*, przekł. Ł. Kotyński, A. Ronżewska-Kotyńska, Wydawnictwo SWPS Academica, Warszawa 2010.
15. P. Urbańska-Kaczmarczyk, *Jak sprawić, by pomysły stały się możliwe do wdrożenia? Sześciobok – narzędzie pytań i odpowiedzi*, blog.medialabkatowice.eu/jak-sprawic-by-pomysly-staly-sie-mozliwe-do-wdrozenia-szesciobok-narzedzie-pytan-i-odpowiedzi/ [data dostępu: 16.3.2026].

Abstrakt

Projektowanie komunikacji wizualnej w ostatniej dekadzie przeszło wyraźną transformację. Jeszcze dziesięć lat temu funkcjonowało w napięciu między tradycją autorskiego, intuicyjnego podejścia a rosnącą potrzebą systematyzacji procesu i popularyzacją metod zorientowanych na użytkownika. W tym kontekście powstał Sześciobok – autorskie narzędzie projektowe stworzone przez Natalię Pietruszewską-Golbę, Paulinę Urbańską-Kaczmarczyk i Tomasza Bierkowskiego. Jego celem było wsparcie projektantów w trudnym przejściu od fazy koncepcyjnej – design thinking, do realnego działania i wdrożenia – design doing.

Dekadę później pierwotna polaryzacja ustępuje miejsca kolejnemu przełomowi, związanemu z rozwojem sztucznej inteligencji. Zmieniają się nie tylko narzędzia, ale również tempo i sposób pracy projektanta komunikacji wizualnej. W tym kontekście pojawia się również nowe pytanie o aktualność oraz funkcję narzędzi i metod wspierających proces projektowy.

Artykuł przedstawia Sześciobok z perspektywy około dziesięciu lat jego stosowania w praktyce akademickiej i zawodowej oraz towarzyszące temu refleksje autorki. Podejmuje próbę wskazania, w jaki sposób narzędzie może wspierać krytyczne myślenie oraz decyzje projektowe, a także rozważyć możliwość jego zastosowania poza obszarem komunikacji wizualnej – w edukacji, pracy zespołowej i procesach strategicznych.

Artykuł dostępny online:

<https://formy.xyz/artikul/szesciobok-wobec-zmiany-refleksja-nad-narzedziem-wspierajacym-proces-projektowy-w-komunikacji-wizualnej/>

dostęp: 03.06.2026

5 The Hexagon vs Change. Reflections on the Tool to Support Design Process in Visual Communication

Abstract EN

Visual communication design has clearly transformed over the last decade. Ten years ago, it functioned in tension between the tradition of original, intuitive approach and the growing need of process systematisation and popularisation of user-oriented methods. This context gave rise to the Hexagon – an original design tool made by Natalia Pietruszewska-Golba, Paulina Urbańska-Kaczmarczyk and Tomasz Bierkowski. Its goal was to support designers in the difficult transition from the conceptual stage – design thinking, to the actual operation and implementation – design doing.

A decade later, the initial polarisation makes way to another breakthrough, connected with AI development. Tools change along with the pace and manner of the visual communication designer's work. In this context, there arises a new question about the currency and function of tools and methods, intended to support the design process.

The article presents the Hexagon from the perspective of about ten years of its use in academic and professional practice, and the reflections of its designers. It attempts to indicate how the tool can support critical thinking and design decisions, and considers the possibility of expanding its application beyond the area of communication design – in education, team work, and strategic processes.

Keywords: visual communication, design thinking, critical thinking, design tools