

# information design

wprowadzenie



# design procesów

wprowadzenie





{proces procesu}

---

procesy opierają się o stałe zmienne, które definiują sam proces. jest to: przyczyna procesu / nastanie procesu / przebieg procesu / ewaluacja procesu







{perspektywa}

---

projektowanie informacji w kontekście wizualizowania procesów wymaga przyjęcia perspektywy obserwatora, w ramach której obserwujemy system (działanie systemu) i zachodzące w nim procesy bez narzucania interdyskursywnej lub warunkowanej kulturowo semantyki.

{obserwacja}



przypadki powtórnego (powtarzającego się) postrzegania z uwagi na odkrywanie (badanie) prawidłowości. obserwacji dokonuje się z uwagi na tak, a nie inaczej postawione problemy.

{kompleksowość — skomplikowanie}



poziom obiektu

poziom sposobu wizualizacji obiektu

poziom zastosowanych zmiennych

poziom funkcji komunikacyjnej

poziom ciągłości procesu (utrzymanie ciągu przyczynowo-skutkowego)

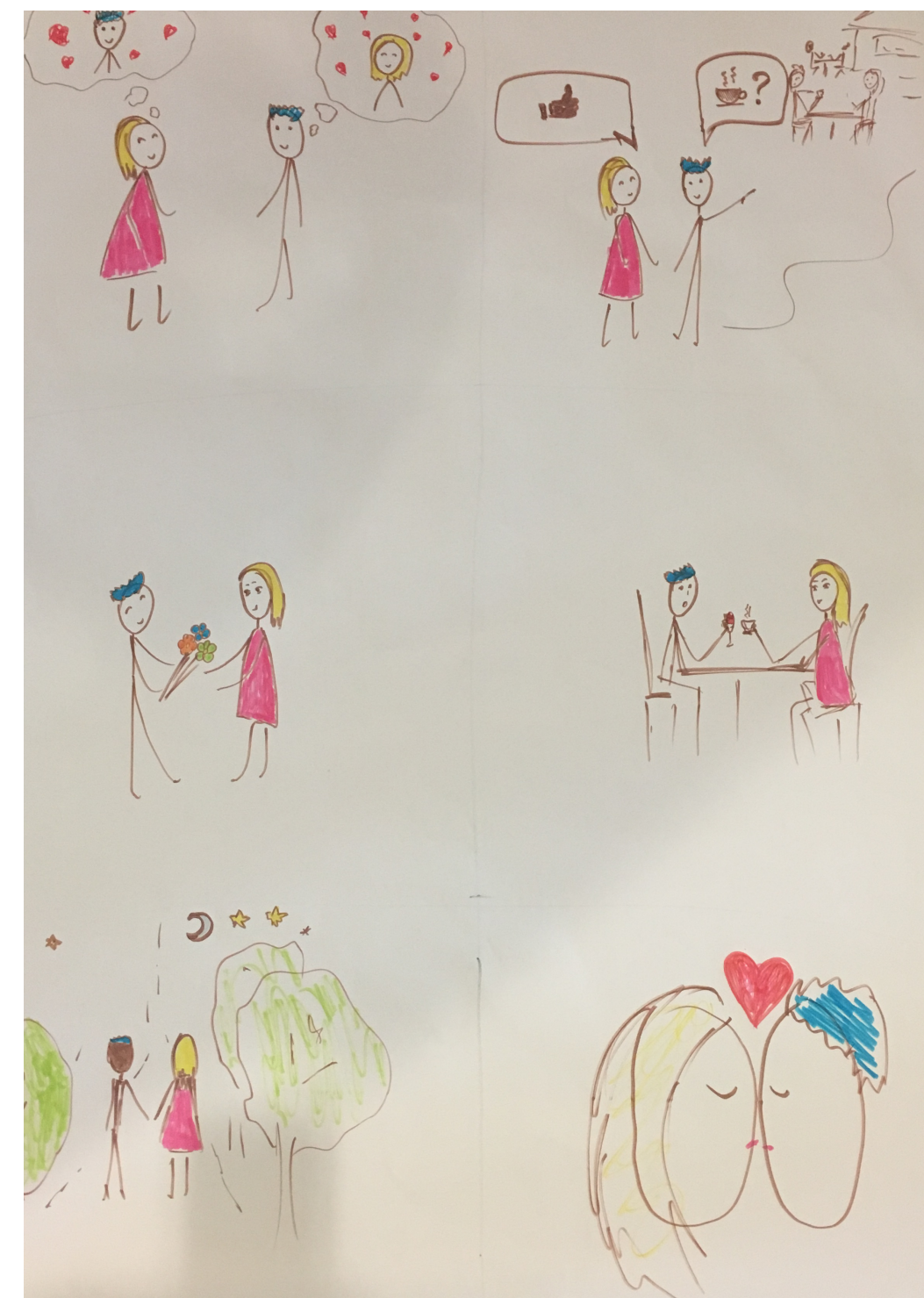
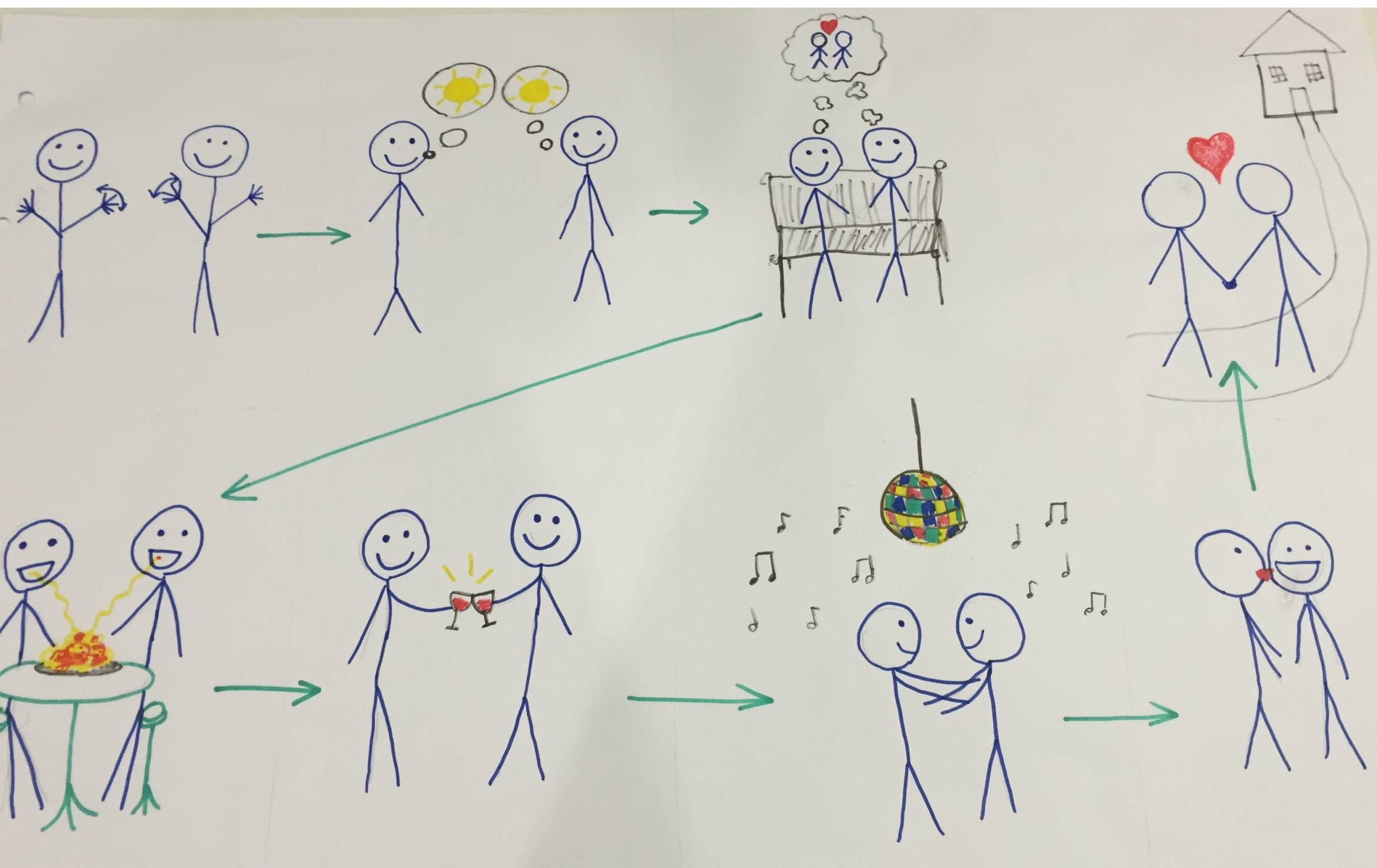


{design procesu}

---

instrukcja wizualizująca proces powinna być całościowa, semantycznie transparentna, zrozumiała i niewykluczająca (np. możliwych uczestników systemu)





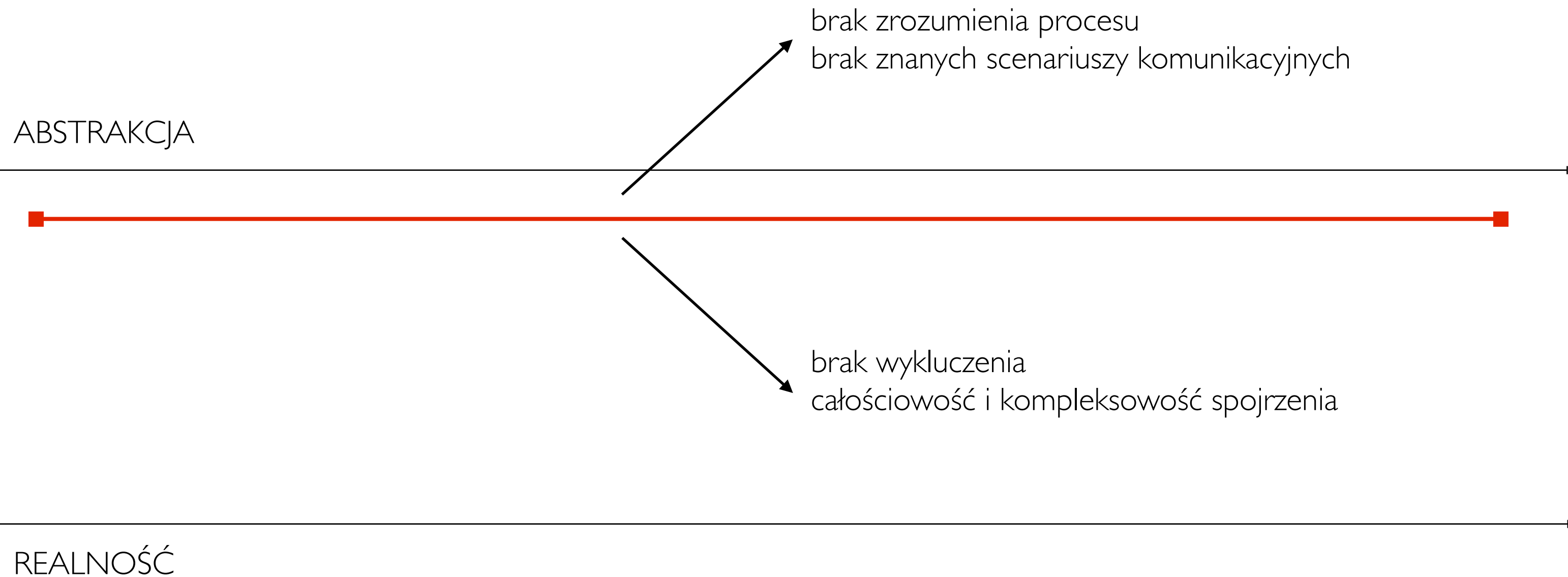


ABSTRAKCJA



REALNOŚĆ

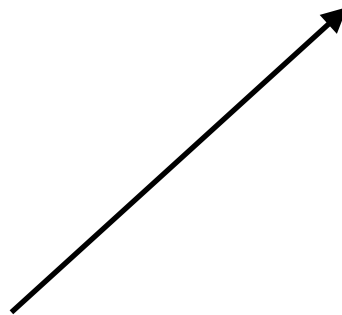




ABSTRAKCJA



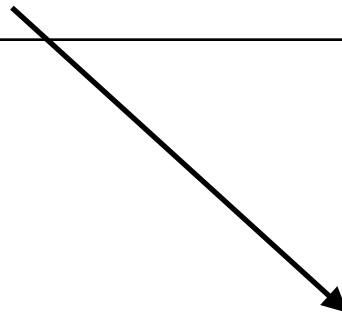
wykluczenie możliwości  
dosłowność



REALNOŚĆ



prostota i zrozumienie procesów  
jasność i przejrzystość informacji





ABSTRAKCJA



REALNOŚĆ



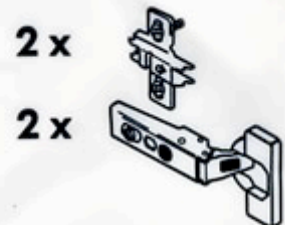
obiekt



obiekt



czasownik  
czynność  
proces



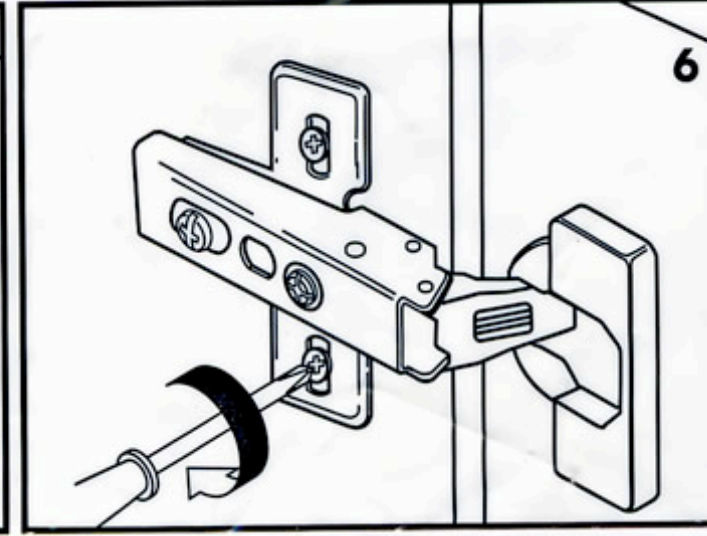
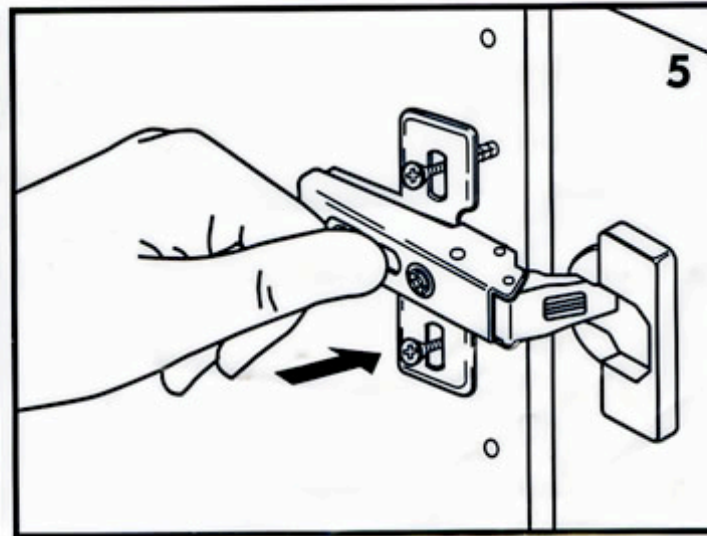
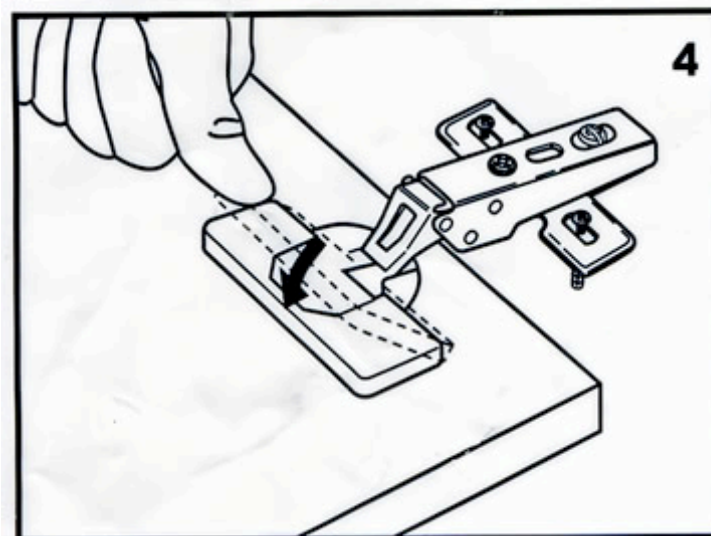
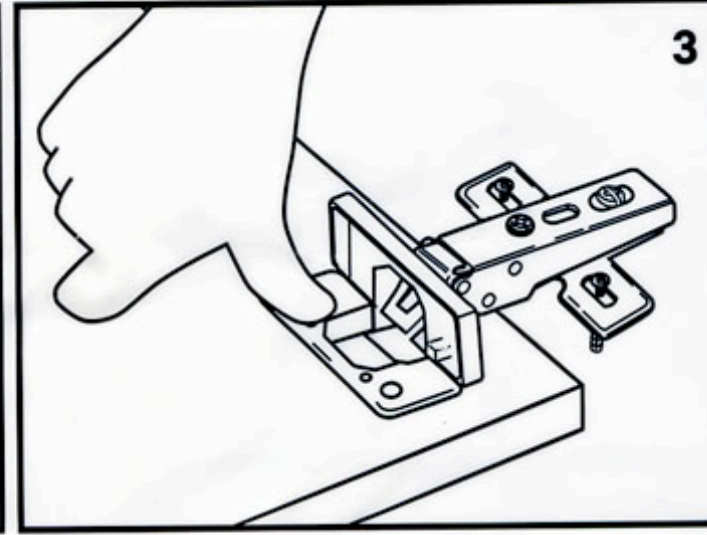
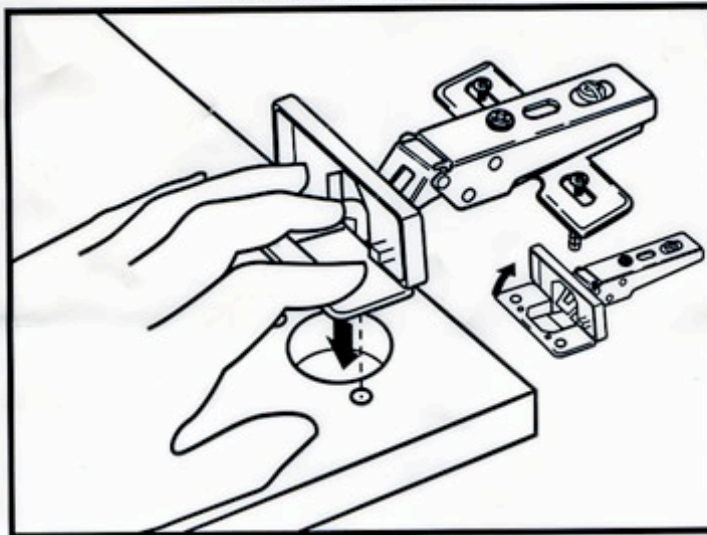
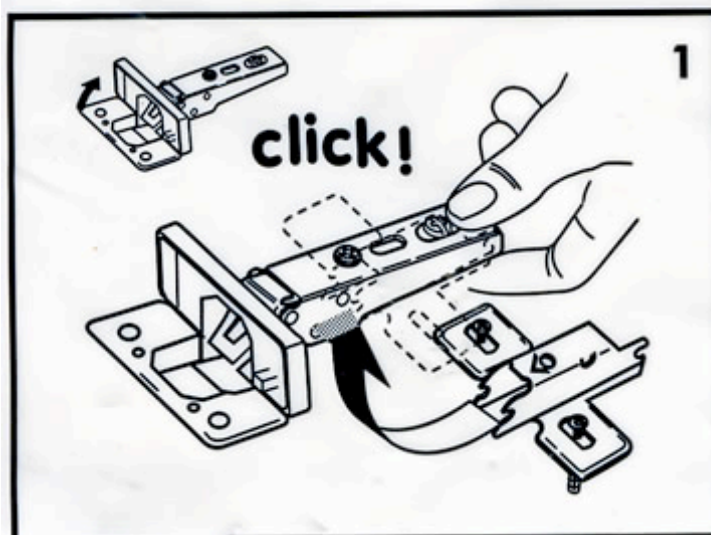
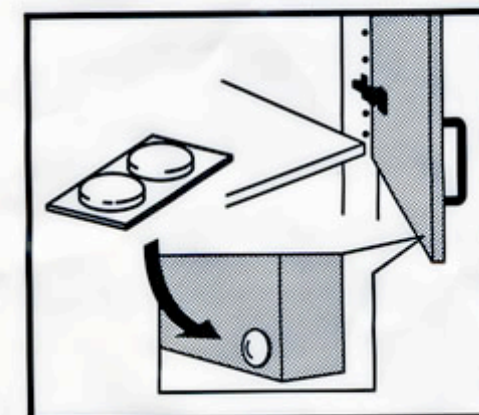
# INTEGRAL 125°

701.323.75 20795



Design and Quality  
IKEA of Sweden

Made in Austria





czasem trzeba więcej.  
można więc zajrzeć na:  
[www.grafika.swps.pl](http://www.grafika.swps.pl)

## start

w tym wszystkim  
najciekawsze jest to, że za  
rok powtórzymy tę grę. o ile  
zasady będą te same, ale  
przebieg może być różny.  
naszym zadaniem jest opo-  
wiedzenie historii o naszym  
rozumieniu projektowania.

## know how

a ten typ projektowania  
wymaga wiedzy, najlepiej  
opartej na badaniach  
i analizach.

## co wiemy?

50% naszych studentów  
i studentek przychodzi do  
nas za namową kolegów  
i koleżanek ze starszych lat  
(duma).

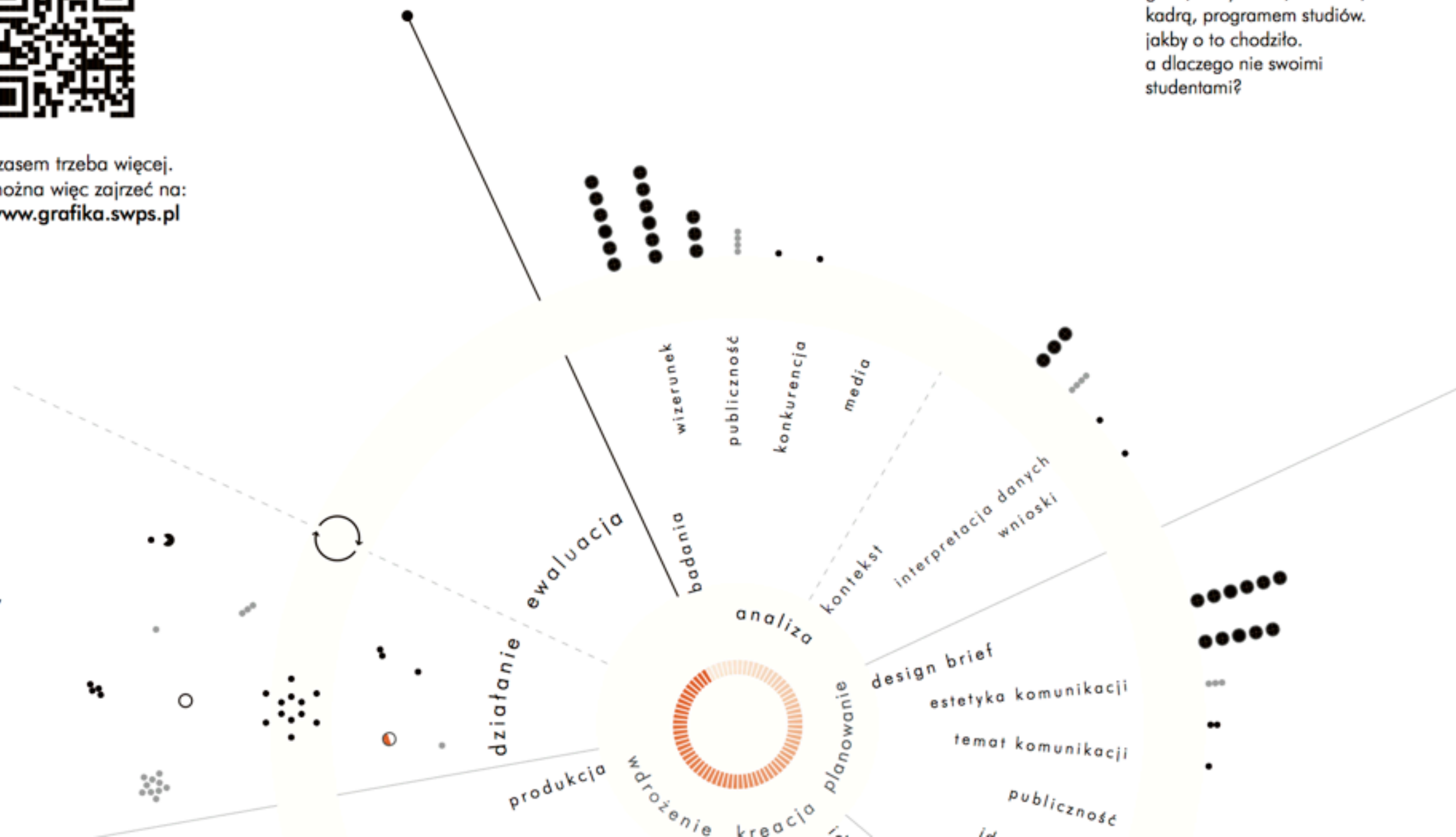
większość uczelni chwali się  
w swoich broszurach rankin-  
gami, budynkami, liczbami,  
kadrą, programem studiów.  
jakby o to chodziło.  
a dlaczego nie swoimi  
studentami?

większość informacji znajdu-  
jecie państwo w sieci. takie  
czasy. to jakieś źródło infor-  
macji. nasza broszura też.  
w takim razie jedno i drugie.

## działanie

tu mamy przerwę.  
broszura pracuje za nas  
jako oferta komunikacyjna,  
jedna z wielu. teraz czas  
i przestrzeń dla Państwa.

co ciekawe emocje, które  
pojawiają się w procesie  
projektowym są widoczne  
w odbiorze rezultatów  
projektu.



## strategia

planowanie strategiczne  
to umiejętność przyjęcia  
szerszej perspektywy  
i wgląd w kontekst.  
to pozwala zadawać pytania  
kluczowe dla dalszego  
procesu projektowego.  
w tym wypadku:

jak wyróżnić się na tle innych  
uczelni (gdyby to było  
trudne)?





czasem trzeba więcej.  
można więc zajrzeć na:  
[www.grafika.swps.pl](http://www.grafika.swps.pl)

## działanie

tu mamy przerwę.  
brozura pracuje za nas  
jako oferta komunikacyjna,  
jedna z wielu. teraz czas  
i przestrzeń dla Państwa.

co ciekawe emocje, które  
pojawiają się w procesie  
projektowym są widoczne  
w odbiorze rezultatów  
projektu.

produkcja

grafika



## strategia

planowanie strategiczne  
to umiejętność przyjęcia  
szerszej perspektywy  
i wgląd w kontekst.  
to pozwala zadawać pytania  
kluczowe dla dalszego  
procesu projektowego.  
w tym wypadku:

jak wyróżnić się na tle innych  
uczelni (gdyby to było  
trudne)?

jak zainteresować  
potencjalną publiczność?

co konkretnie chcemy  
powiedzieć i jak to zrobić?

jako oferta komunikacyjna,  
jedna z wielu. teraz czas  
i przestrzeń dla Państwa.

co ciekawe emocje, które  
pojawiają się w procesie  
projektowym są widoczne  
w odbiorze rezultatów  
projektu.

## produkcja

jedna z zasad kaizen mówi  
o tym, że ulepszanie nie ma  
końca. dlatego w projekto-  
waniu tak ważna jest precy-  
zja i konsultowanie pracy  
projektowej. mało kto  
zwraca uwagę na literówki  
i inne mikro błędy.

my należymy do tej mniej-  
szości.

## grafika

można powiedzieć,  
że projektowanie graficzne  
to wisienka na torcie całego  
procesu, ale tak nie powie-  
my, bo nie lubimy tortów.

## kreacja

zatem taki pomysł.  
broszura informacyjna, która  
nie do końca jest broszurą.  
przestrzeń, która dużo mówi,  
a jednocześnie jest pusta  
i prosta. grafika, która jest,  
ale jej nie widać. wreszcie  
komunikacja, która zatrzy-  
muje odbiorcę, ale nie  
krzyczy, nie jest deklaratyw-  
na.

rezultat: infografika  
o infografice, czyli historia  
o tym w jaki sposób  
powstało to, co właśnie  
trzymacie państwo  
w rękach.

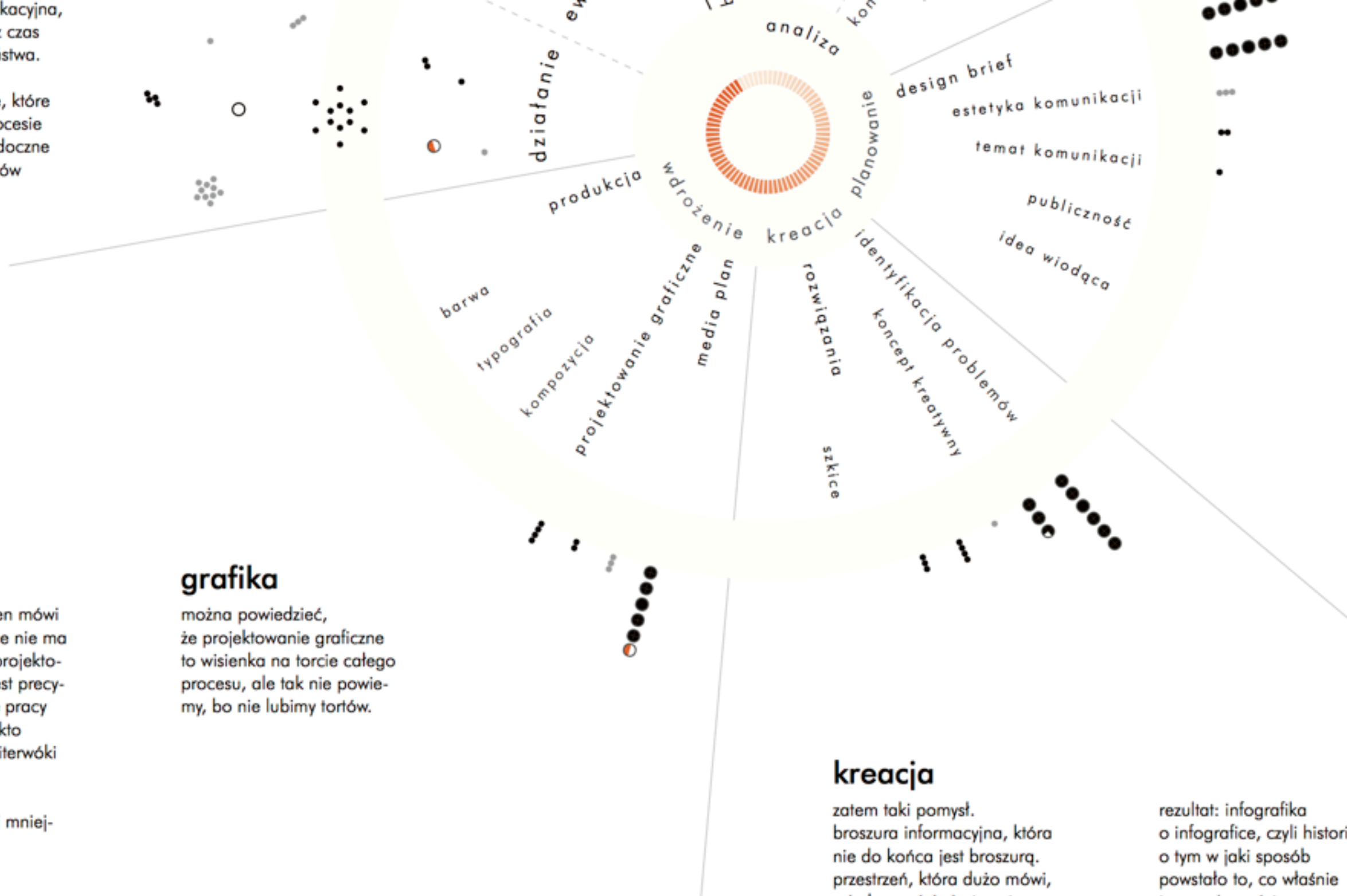
- 🕒 czas (dni)
- motywacja
- frustracja
- satysfakcja

szerszej perspektywy  
i wgląd w kontekst.  
to pozwala zadawać pytania  
kluczowe dla dalszego  
procesu projektowego.  
w tym wypadku:

jak wyróżnić się na tle innych  
uczelni (gdyby to było  
trudne)?

jak zainteresować  
potencjalną publiczność?

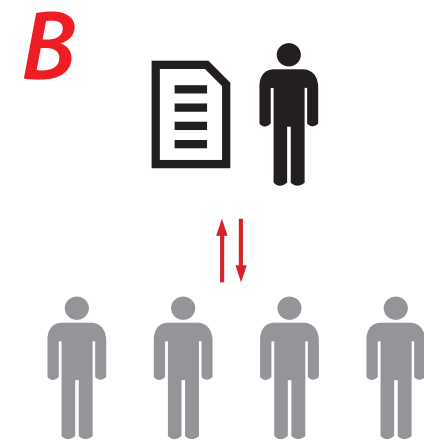
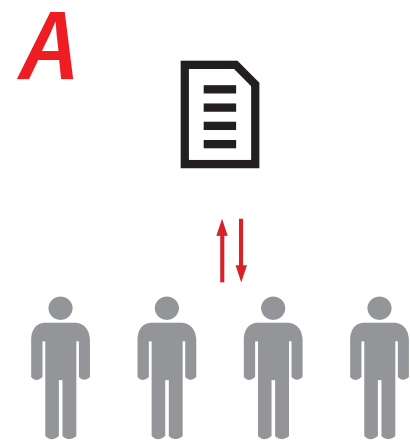
co konkretnie chcemy  
powiedzieć i jak to zrobić?



# information design

wprowadzenie

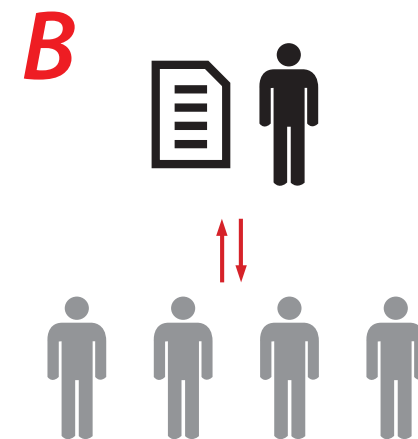


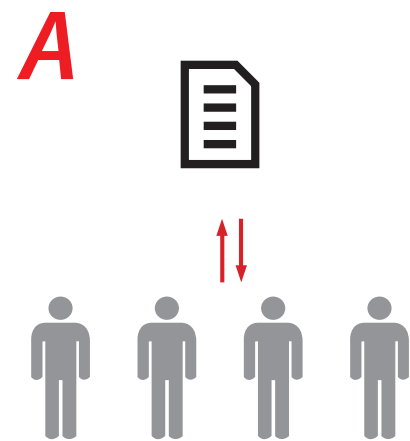






hierarchia informacji  
space management  
management uwagi





## {information design}

„information design jest zarówno sztuką, jak i nauką projektowania informacji, aby mogła ona być używana przez człowieka wydajnie i efektywnie” (*mok 2007*)

{dokumenty}

opracowanie dokumentów, które mogą być zrozumiałe, oraz szybko i dokładnie  
przełożone na skuteczne działania.



{interakcja}

projektowanie interakcji z urządzeniami, które mają być tak łatwe, przyjemne  
i naturalne, jak współczesne interfejsy komputerowe.



{orientacja}

łatwa i komfortowa orientacja w trójwymiarowej przestrzeni – zwłaszcza przestrzeni  
miejskiej, ale także biorąc pod uwagę szybki rozwój wirtualnej przestrzeni.



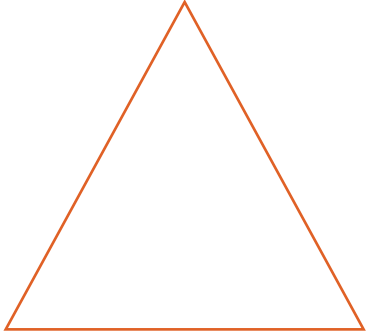
{orientacja} + {dokumentacja} + {interakcja} =  
*information design*

generalna idea:

prowadzić — wyjaśniać — tłumaczyć

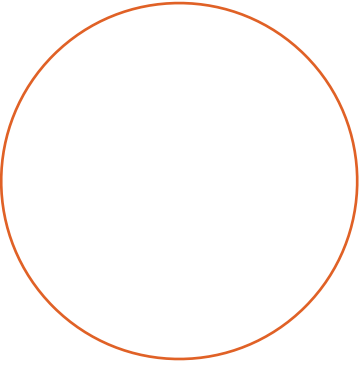
*ale...*

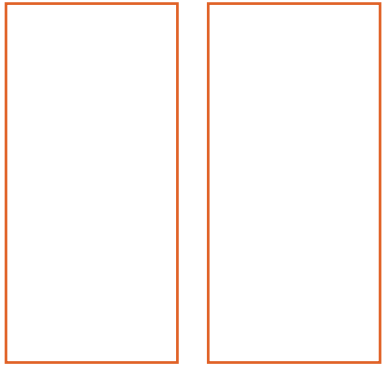
*przede wszystkim nie  
szkodzić!*

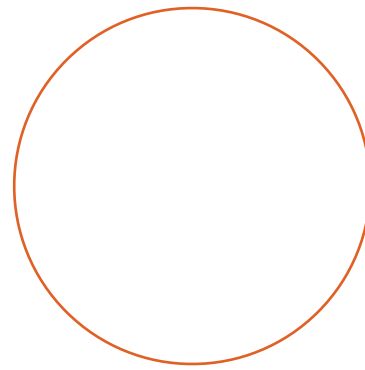
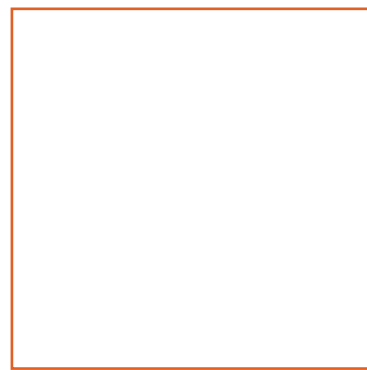
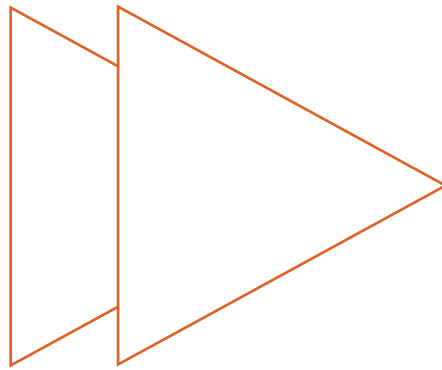
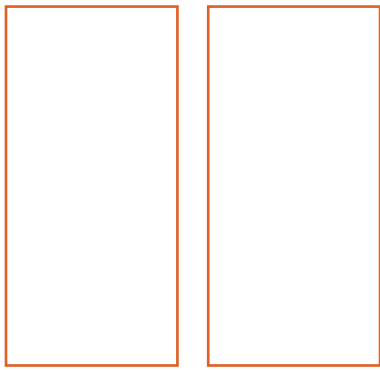
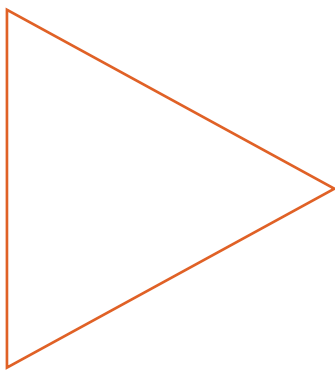
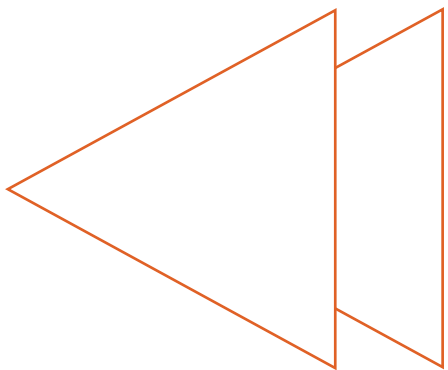














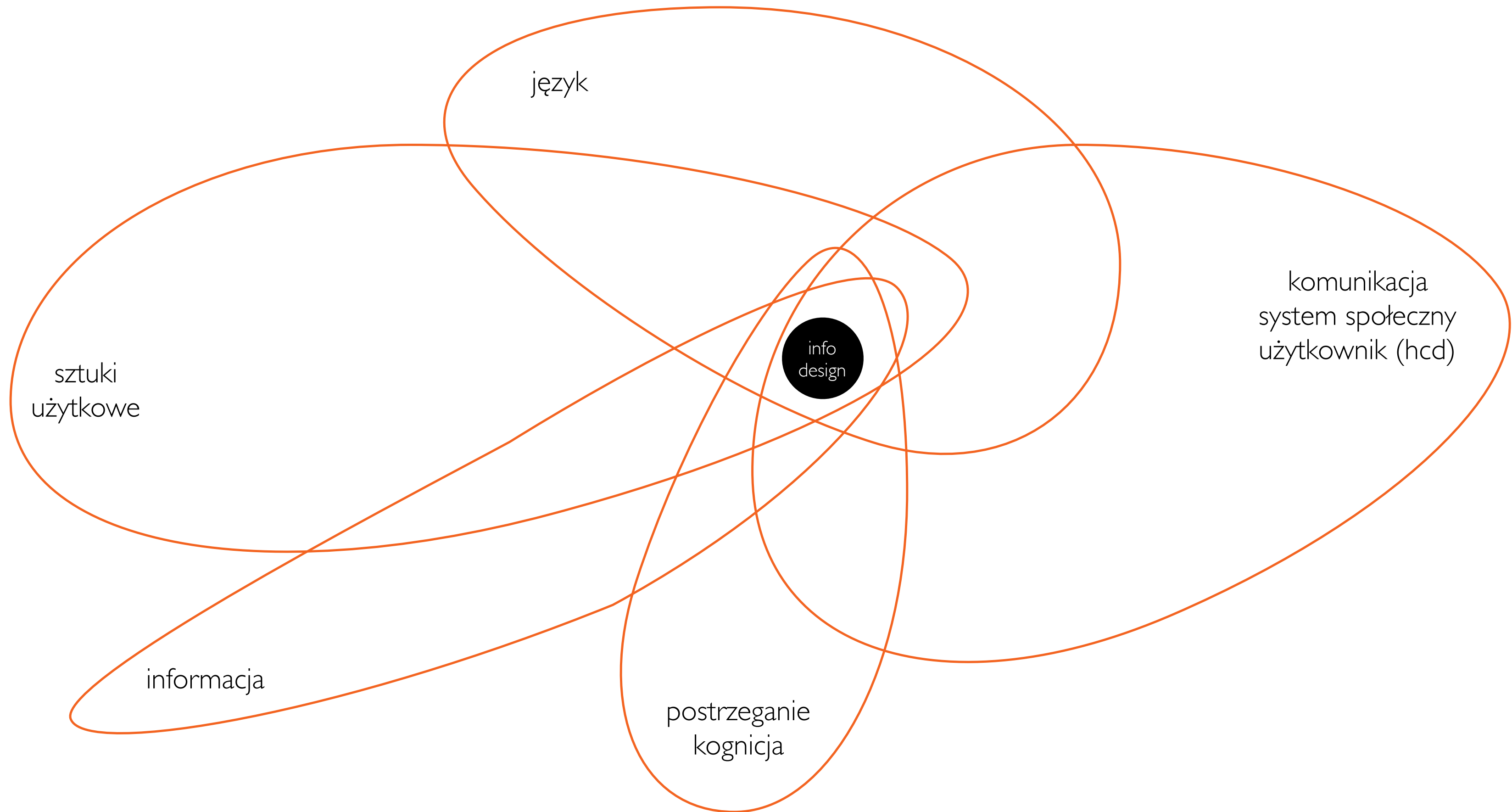












*information design to orientowanie użytkownika  
informacji w przestrzeni kodów, znaków, marek przez  
jej semantyzację.*

# information design

geneza



{komunikacja interkulturowa}

nie wystarczy już zaprojektować instrukcji w 5 językach — potrzebujemy jednej instrukcji dla wszystkich.





Terminal  
Terminal 3



Ankomsthal  
Arrival hall



{analfabetyzm}

europa (3%), afryka (50%), ameryka pld. (33%)

{uwaga}

każdego dnia odbieramy ok. 2% informacji medialnych. podstawowa wartość pracy projektowej to przede wszystkim gospodarowanie uwagi uczestników komunikacji.

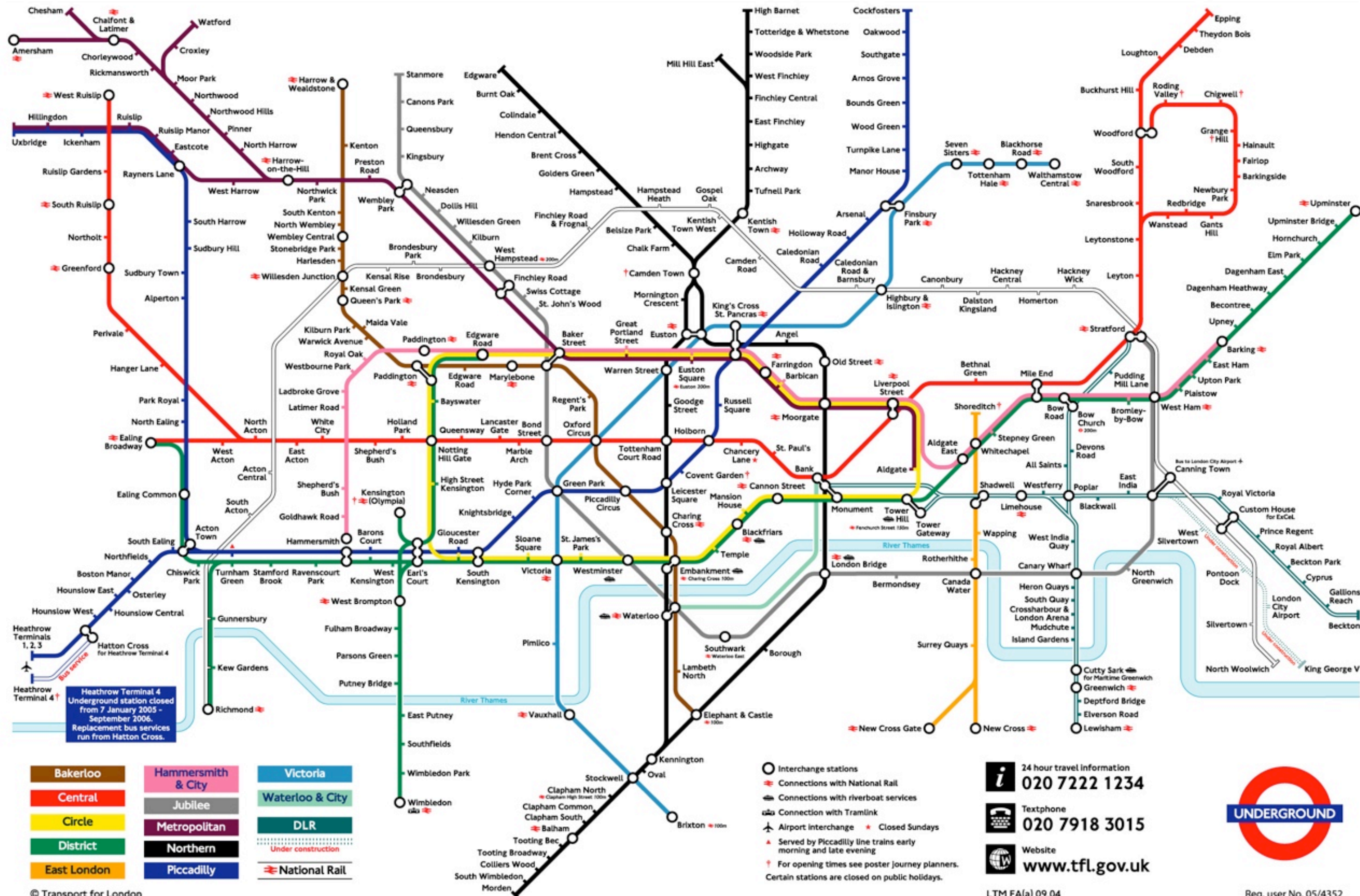
{skomplikowanie}

podnosząc kompleksowość możemy redukować skomplikowanie









- Interchange stations
- ≡ Connections with National Rail
- ⚓ Connections with riverboat services
- 🚊 Connection with Tramlink
- ✈ Airport interchange
- ★ Closed Sundays
- ▲ Served by Piccadilly line trains early morning and late evening
- ↑ For opening times see poster journey planners. Certain stations are closed on public holidays.

 24 hour travel information  
**020 7222 1234**

 Textphone  
**020 7918 3015**

 Website  
**www.tfl.gov.uk**





# information design

funkcje



{estetyczna}

information design sprzedaje świat przeżyć nadawcy. chodzi o dostosowanie  
światów przeżyć.

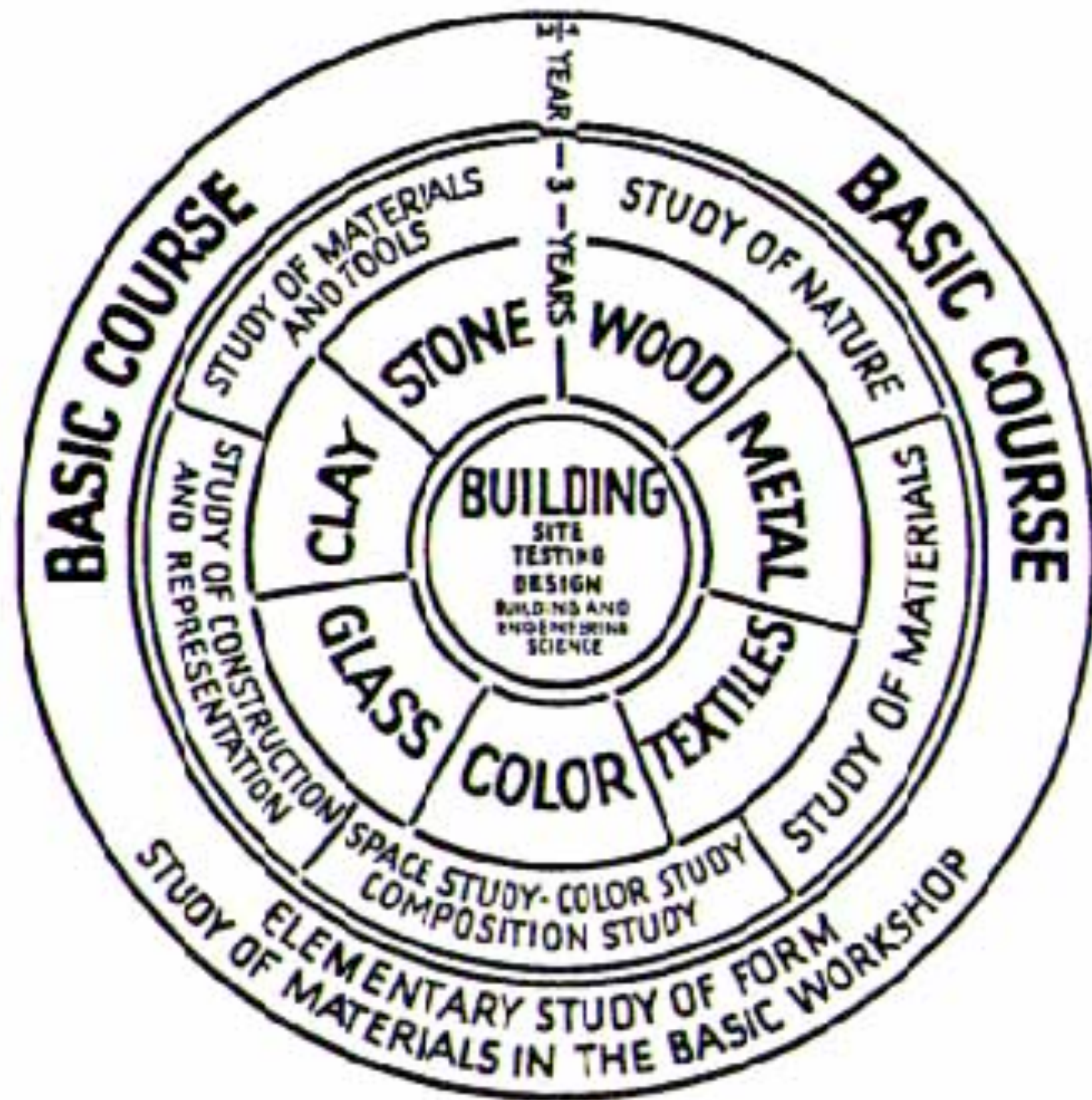
{irytatywna}

produkcja konceptu ,nowy' dla komunikacji - potrzeba zarządzania uwagą przez  
sterowaną irytację komunikacji

{komunikatywna}

produkowanie produktów do komunikacji — funkcjonowanie w systemie społecznym (orientacyjno—organizacyjny wymiar praktyki projektowania)





{społeczna}

homogenizowanie, ujednolicenie ale też dyferencjonowanie wiedzy społeczeństwa  
przy pomocy ,siania' informacji. w sposób społeczny.

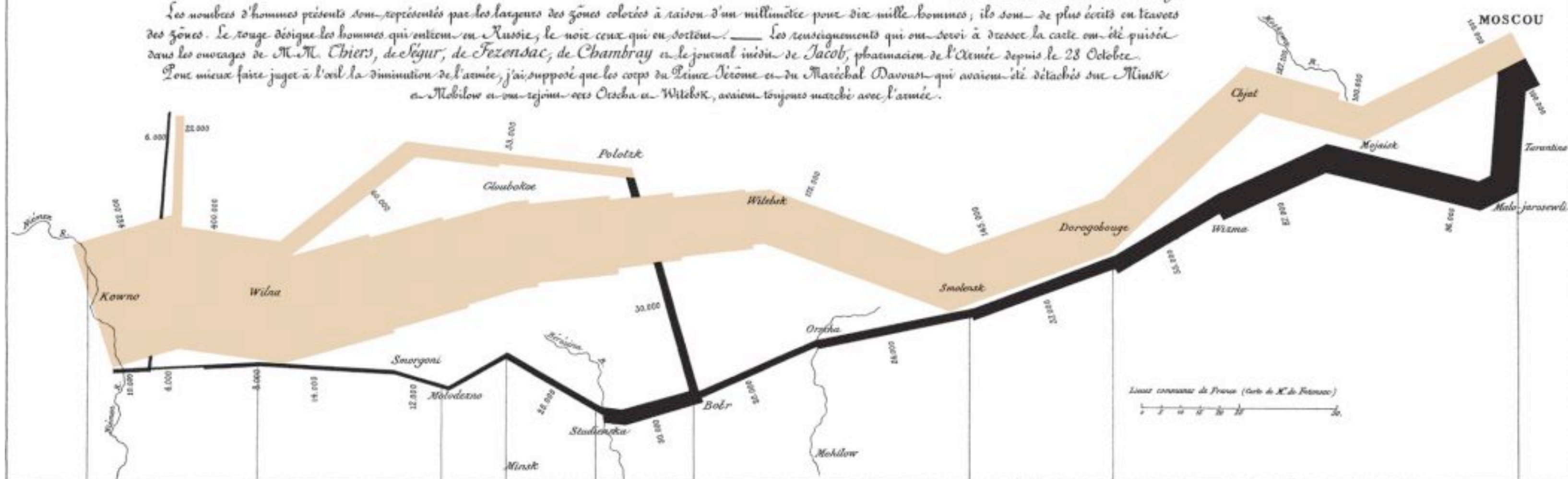


# Carte Figurative des pertes successives en hommes de l'Armée Française dans la campagne de Russie 1812-1813.

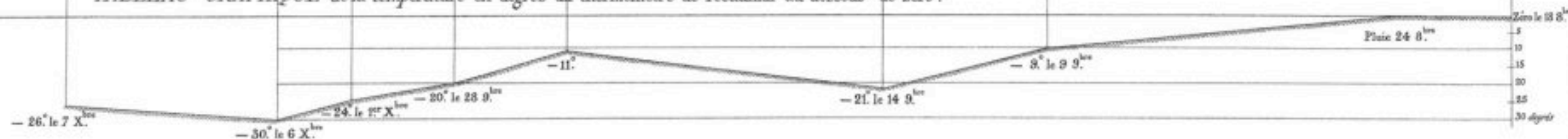
Dressée par M. Minard, Inspecteur Général des Ponts et Chaussées en retraite. Paris, le 20 Novembre 1869.

Les nombres d'hommes présents sont représentés par les largeurs des zones colorées à raison d'un millimètre pour dix mille hommes; ils sont de plus écrits en travers des zones. Le rouge désigne les hommes qui entrent en Russie, le noir ceux qui en sortent. Les renseignements qui ont servi à dresser la carte ont été puisés dans les ouvrages de M. M. Chiers, de Ségur, de Fezensac, de Chambray et le journal inédit de Jacob, pharmacien de l'Armée depuis le 28 Octobre.

Pour mieux faire juger à l'œil la diminution de l'armée, j'ai supposé que les corps du Prince Jérôme et du Maréchal Davout qui avaient été détachés sur Minsk et Mohilow et qui rejoignent Orscha et Witebsk, avaient toujours marché avec l'armée.



## TABLEAU GRAPHIQUE de la température en degrés du thermomètre de Réaumur au dessous de zéro.



Les Cosaques passent au galop le Niemen gelé.

{orientująca}

przy pomocy information design orientujemy użytkownika komunikacji w tym, co w społeczeństwie w dziedzinie wiedzy na rynku tejże wiedzy istnieje, co jest stosowane, co jest w tej mierze wymagane, aby samemu móc adekwatnie komunikować.





# information design

proces projektowy

---

informacja —————> design proces —————> działanie —————> feedback

informacja —→ design proces —→ działanie —→ feedback



designer nie produkuje informacji, tylko ją projektuje  
informacja jest indyferentna i z góry narzucona

jeff raskin: projektowanie wizualnej reprezentacji informacji (2001)

informacja —————> design proces —————> działanie —————> feedback



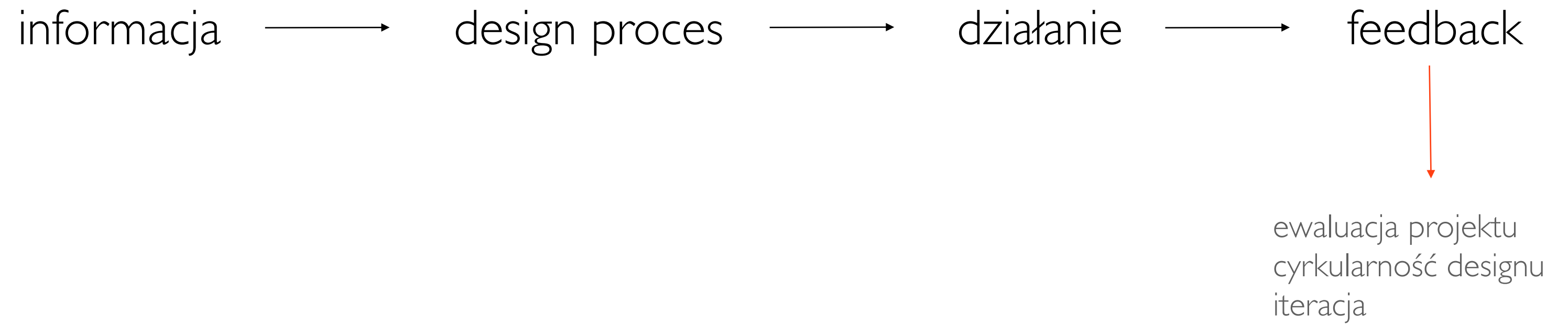
zrozumienie informacji  
operacjonalizacja procesu  
tożsamość projektu  
estetyka  
narracja  
koncept kreatywny  
design



informacja —————> design proces —————> działanie —————> feedback



przestrzeń komunikacyjna  
sytuacja komunikacyjna  
konstruowanie się znaczenia  
konstruowanie się wizerunku  
dyferencja wiedzy



# design informacji

główne błędy prezentacji informacji

---

# — design prezentacji

główne błędy prezentacji multimedialnych

{adekwatność komunikacyjna}

—  
brak relacji między tematem prezentacji, a treścią prezentacji oraz brak dopasowania informacji (kompleksowość / skomplikowanie) oraz dyskursu względem publiczności i sytuacji komunikacyjnej

# — design prezentacji

główne błędy prezentacji multimedialnych

{adekwatność wizualna}

---

wykorzystanie dużej ilości zmiennych wizualnych (elementy graficzne),  
typograficznych (zróżnicowanie fontów, stopnia pisma, kolorystyki), zachwiana relacja  
figura-tło (nisko-konstrastywne tła)



# — design prezentacji

główne błędy prezentacji multimedialnych

{adekwatność designu}

—  
niedostosowanie designu informacji do sytuacji komunikacyjnej, w ramach której  
prezentacja jest informacja jest relewantna (w ramach konferencji naukowej  
prowadzenie prezentacji imageowej)

# — design prezentacji

główne błędy prezentacji multimedialnych

{adekwatność czasowa}

—  
15 minut prezentacji to 15 minut, a nie 20, 25, albo 30 minut

# — design prezentacji

główne błędy prezentacji multimedialnych

{adekwatność relacyjna}

—  
prezentacja jest sytuacją komunikacyjną, w której punkt ciężkości powinien być  
ustawiony na publiczność — to publiczność jest punktem zainteresowania, a nie  
prezentujący

# design prezentacji

główne błędy prezentacji multimedialnych

{adekwatność dynamiki}

spróbujmy przykładem

# — design prezentacji

główne błędy prezentacji multimedialnych

{adekwatność technologii}

---

brak przygotowania technologii (sprzęt, kopia zapasowa danych, pliki źródłowe, dowolność formatów), brak przygotowania pod kątem proksemiki (rozeznanie sali, relacja między prowadzącym a publicznością a ekranem)



# — design prezentacji

główne błędy prezentacji multimedialnych

{adekwatność prowadzącego}

—  
szacunek (brak przygotowania merytorycznego), szacunek (gwiazdorstwo), szacunek (empatia), szacunek (poszanowanie cudzego czasu)

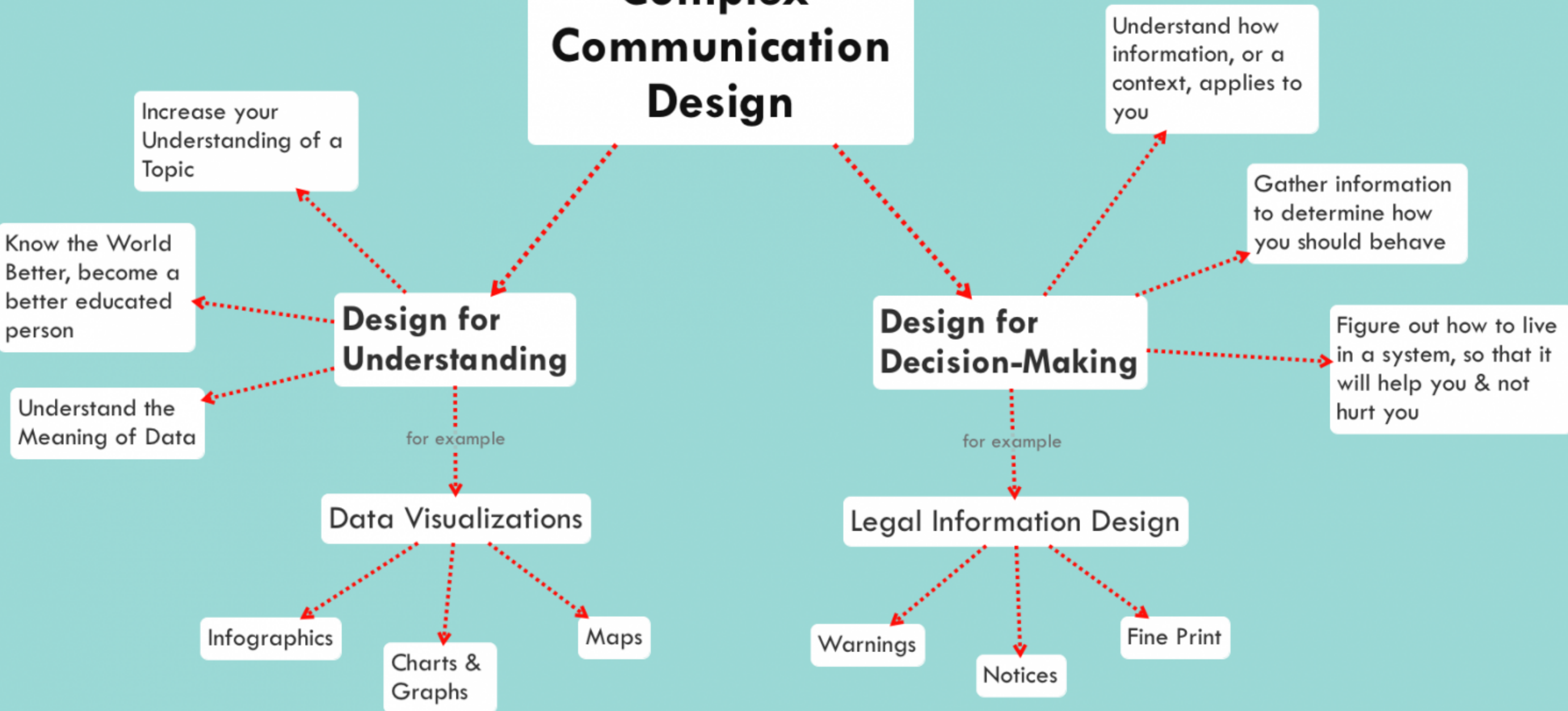
# legal design

operacionalizacja



System prawa z językowego punktu widzenia – czyli z poziomu zapisów poszczególnych przepisów prawa – jest możliwie logiczny, żeby nie stwierdzić zero-jedynkowy. W takiej formie system ten realizuje powierzoną prawu pierwotną funkcję: regulacji życia społecznego poprzez zaproponowanie stosownych ram funkcjonowania. Ze społecznego punktu widzenia funkcjonalny wymiar systemu prawa jest niewystarczający – skomplikowanie języka powoduje wykluczenie społeczne, co wprost przeczy wspólnotowej idei prawa dla „legalnej obrony naturalnych praw człowieka: prawa do życia, do wolności i do własności” (Bastiat, 2007, s. 8). Potrzebne są zatem rozwiązania, które pozwolą zrozumieć istotę prawa oraz wesprzeć użytkowników w stosowaniu przepisów.

# Types of Complex Communication Design



# legal design

punkt wyjścia

- zmiana od werbalnego centryzmu prawa do prawa zorientowanego na jego odbiorcę (legal design)
- edukacja społeczna (każdy ma prawo do prawa /świadomość prawa do otrzymania pomocy prawnej)
- wizualizacja skomplikowanych procedur prawnych (tłumaczenie prawa na czytelny i intuicyjny język obrazu),
- projektowania wizualnego języka prawa (wiele obszarów życia społecznego wypracowało język szybkiego informowania za pomocą piktogramów – może je mieć również prawo)
- skuteczniejsza i bardziej angażująca edukacja prawników
- przeniesieniu metod pracy z użytkownikiem, które wypracowano w ramach designu na sposób świadczenia usług prawnych (dla ogromnej rzeszy prawników to nowość, że to klient i jego potrzeby, a nie ich wiedza jest podstawą w świadczeniu usług)
- dyskusji nad tym, jak zmieniać i tworzyć innowacyjne modele świadczenia usług prawnych



## — legal design

reguły adekwatnego projektowania prawa (hagan)

- spraw, aby użytkownicy usług prawnych byli bardziej kompetentni i inteligentni (inclusive design).
- dostarczanie opartych na procesach poglądów na temat pracy prawnej w celu wzmocnienia pozycji profesjonalistów i ekspertów, którzy pracują nad daną kwestią (information design)
- wspieranie współpracy między osobą i adwokatem (communication management).
- perspektywa top—down (od ogółu do szczegółu)
- redukcja skomplikowania
- zapewnij wiele trybów, dzięki którym ludzie mogą dostosowywać swoje doświadczenia

# — legal design

reguły adekwatnego wizualizowania prawa (hagan)

- więcej białej przestrzeni - zawsze więcej białej przestrzeni - niech oko oddycha
- ustal hierarchię informacji - używając różnic w wielkości, pogrubieniu / kursywą, kolorze lub stylu
- dwie maksimum czcionki - nie używaj więcej niż dwóch różnych czcionek w jednym dokumencie - często można użyć preferowanego
- używaj kolorów oszczędnie, starannie, celowo - i poznaj wyzwalacze kulturowe i emocjonalne, które wywołujesz z wybranym kolorem
- dodaj nadmiarowość, aby wzmocnić kluczową kwestię
- użyj siatki, aby kompozycja była czysta i przyjemna - upewnij się, że obiekty i typ są wyrównane w największym możliwym stopniu
- skomponuj od lewego górnego rogu do dołu i do góry - najważniejsze rzeczy tam na górze, a następnie obserwuj naturalny przepływ oczu przez użytkownika

# legal design

cele



{wspieranie}

---

wsparcie zarówno prawników, jak i osób nieposiadających specjalistycznej wiedzy  
w relacji komunikacyjnej – w tym sensie legal design staje się buforem między  
dwoma perspektywami postrzegania prawa

{interfejs}

---

stworzenie efektywniejszego interfejsu dla systemu prawa, bardziej zrozumiałego  
i wizualnie atrakcyjnego



{wizerunek}



praca nad zmianą społeczną w zakresie postrzegania i stosowania prawa

- legal design nie stanowi odrębnej dyscypliny projektowej — jest wykorzystaniem designu informacji w *kolejnym* niewykorzystanym systemie funkcyjnym społeczeństwa
- legal design to zmiana od werbalnej orientacji prawa do prawa zorientowanego na jego odbiorcę (HCD)
- legal design jest przykładem praktyki projektowania, która potwierdza konieczność zmiany myślenia o projektowaniu: z ładnych obrazków w stronę moderacji i animacji zmiany społecznej
- ta zmiana nie odbędzie się bez otwartego i świadomego problemów i zagrożeń otoczenia!
- id w formie legal design to podnoszenie efektywności końcowych użytkowników w dowolnej roli społecznej: petentów w urzędzie, pacjentów w szpitalu, gości w hotelu, klientów w handlu elektronicznym (itp.) przy zapewnieniu satysfakcji użytkowania.

# legal design

case studies



## Problem

Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej to najważniejszy dokument w państwie, podstawa do tworzenia wszystkich innych dokumentów prawnych w Polsce. Zawiera w sobie najważniejsze prawa, wolności i obowiązki obywatela. Teoretycznie Konstytucję powinien znać każdy Polak, ponieważ jest swego rodzaju instrukcją funkcjonowania państwa i jego mieszkańców. No właśnie – "POWINIEN". To słowo klucz. Tylko 14% Polaków deklaruje, że czytała Konstytucję w całości (badania CBOS nr 37/2017). Na przeszkodzie może stać trudny język i forma tego dokumentu. Grupa projektowa postanowiła zająć się tym właśnie problemem.

## Badania

Aby poznać opinię obywateli, a także pogłębić wiedzę zdobytą podczas rozeznania tematu, grupa projektowa przeprowadziła własne badania ankietowe. Potwierdziły one opinię o znajomości najważniejszego aktu prawnego przez społeczeństwo polskie. Pozwoliły także na wyciągnięcie wniosków dotyczących roli, jaką dokument pełni w państwie. Spora część ankietowanych zgodziła się z jej ważnością dla funkcjonowania kraju i jego mieszkańców. Pomimo tego bardzo mała część obywateli w całości przeczytała dokument, co pozwoliło wyciągnąć wnioski, że np. forma i treść Konstytucji jest przedstawiona w mało przystępny sposób.

## Cele

Grupa projektowa wyznaczyła sobie następujące cele:

- zwiększenie świadomości obywatelskiej na temat Konstytucji;
- pokazanie, że zapisy konstytucyjne nie są takie trudne;
- zrozumienie przez obywateli punktów Konstytucji.

## Wdrożenie

Grupa zaplanowała także, w jaki sposób samo rozwiązanie może zostać wprowadzone i zaprezentowane obywatelom. Wdrożenie ma za zadanie wywołać konsternację i zamieszanie wśród społeczeństwa. Pomysłem grupy projektowej było zamieszczenie fake news o zmianie Konstytucji na billboardach. Grupa chciała zainteresować tematem poprzez dwuznaczność tego stwierdzenia – zmieniona może być treść dokumentu, a także jego forma. Bezprawna korekta zapisów konstytucyjnych jest drażliwym tematem wśród społeczeństwa polskiego, toteż zaabsorbowanie uwagi i odzew ze strony „zwykłych ludzi” powinny być wysokie. Następnym punktem wdrożenia była zmiana plakatów na takie z napisem „Już jest Nowa Konstytucja” oraz, w jednakowym czasie, umieszczenie broszur w placówkach edukacyjnych, a także siedzibach organizacji pozarządowych, takich jak np. „Dom Pokoju”, instytucjach społecznych.



**autorzy:** paweł snoch  
patryk sowa  
miłosz zimnik  
piotr zak  
andrzej żurakowski

**opiekunowie:** michał grech  
arkadiusz haławin  
dorota płuchowska  
mariusz wszołek

**tytuł:** legal design, konstytucja

projekt powstał w ramach  
zajęć z modułu przygotowania  
i prezentacja

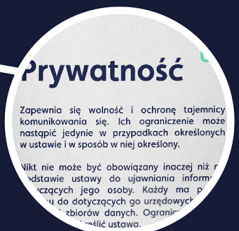
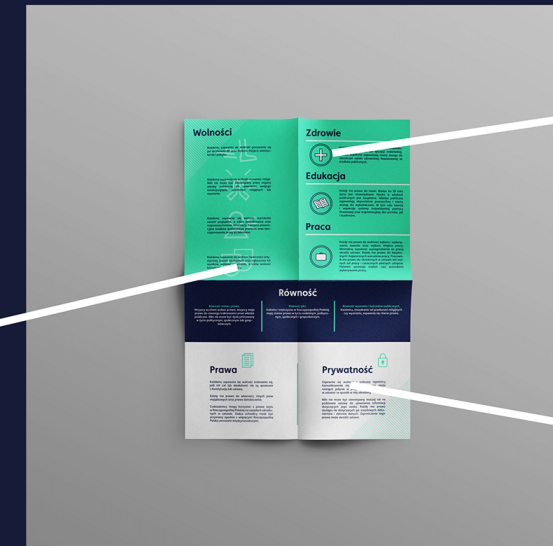
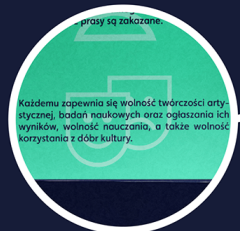
**opis:** w ramach modułu grupa miała za zadanie zdefiniowanie problemu dotyczącego konstytucji, a także zaproponowanie rozwiązań oraz opracowanie strategii projektowej.

**info:** uniwersytet swps we wrocławiu  
kierunek grafika  
[www.grafika.swps.pl](http://www.grafika.swps.pl)



## Rozwiązanie

Biorąc pod uwagę fakt, że obywatele mają problem ze zrozumieniem najwyższego aktu prawnego w Polsce, rozwiązanie problemu projektowego powinno opierać się na tłumaczeniu podstawowych punktów Konstytucji, ważnych z punktu widzenia grupy odbiorców. Ma za zadanie upraszczać i wyjaśniać procesy zachodzące w kraju. Pomysłem grupy projektowej było stworzenie swoistej instrukcji obsługi państwa – pokazane co można, a czego nie można robić, będąc obywatelem Polski. Rozwiązanie zostało przedstawione za pomocą broszur, których ważnym aspektem jest przystępność i wygląd. Grupie projektowej zależało na tym, aby były one atrakcyjne dla publiczności. Dzięki temu mogą budzić większe zainteresowanie, a co za tym idzie więcej osób może chcieć wziąć broszurę ze sobą.



**autorzy:** paweł snoch  
patryk sowa  
miłosz zimnik  
piotr zak  
andrzej żurakowski

**opiekunowie:** michał grech  
arkadiusz haławin  
dorota płuchowska  
mariusz wszołek

**tytuł:** legal design, konstytucja

projekt powstał w ramach  
zajęć z modułu przygotowania  
i prezentacja

**opis:** w ramach modułu grupa miała za zadanie zdefiniowanie problemu dotyczącego konstytucji, a także zaproponowanie rozwiązań oraz opracowanie strategii projektowej.

**info:** uniwersytet swps we wrocławiu  
kierunek grafika  
[www.grafika.swps.pl](http://www.grafika.swps.pl)



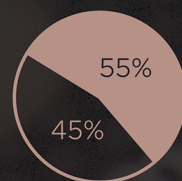


## Czy mogę wykorzystać ten materiał?

Autorskie prawo majątkowe jest jednym z najczęściej łamanych praw w Internecie. Istniejące wzorce licencyjne ograniczają się do poszczególnych stref i nie posiadają alternatyw. Głównym celem projektowym jest wdrożenie do użytku publicznego nowego systemu identyfikacji prawa autorskiego. Rozwiązanie to przy pomocy jednego symbolu pozwoli zorientować się, na jakich warunkach możemy korzystać z materiału znalezione w Internecie.

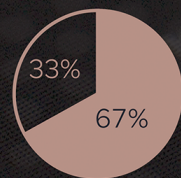
### Problem?

Według naszych badań dla 55% grafików prawo autorskie jest niezrozumiałe.



### Bieżące rozwiązania

Z naszych badań wynika również, że 67% nie wie, jak funkcjonuje Creative Commons.



Chcemy, aby korzystanie z treści znalezionej w Internecie (grafika, wideo, dźwięk) zgodnie z prawem stało się bardzo proste. Aby informacja o tym, "czy mogę?" i "na jakich warunkach?" korzystać z danego utworu, była czytelna dla każdego. Zaproponowane rozwiązanie jest proste w użyciu oraz orientacyjne.

**autor:** adrian melka, konrad paradowski

**opiekun:** arkadiusz haławin, doroła płużowska, mariusz wszołek, michał grech

projekt powstał w ramach modułu przygotowania i prezentacja

**tytuł:** legal design: czy mogę wykorzystać ten materiał?

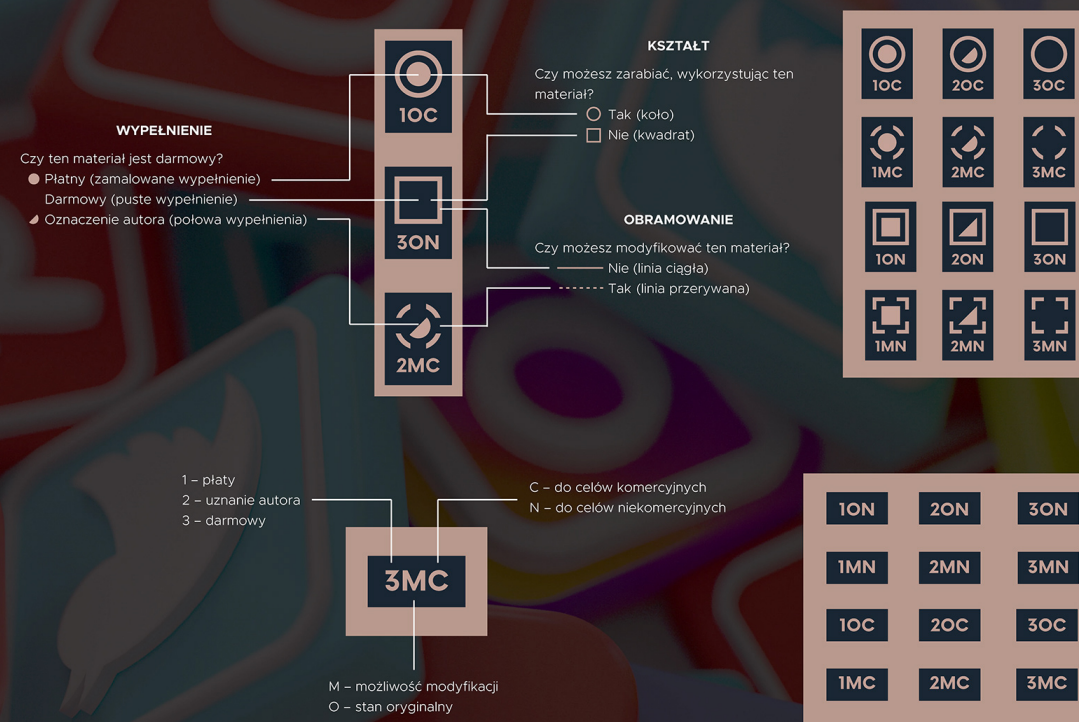
**opis:** połączenie designu i prawa w interdyscyplinarnym projekcie ma służyć pozytywnej zmianie w dostępie do prawa, zmianie sposobu patrzenia na prawo, dotychczas było ono traktowane jako narzędzie regulacji stosunków społecznych oraz zachowań człowieka, lecz bez uwzględniania jego potrzeb, podczas gdy design jest na nie właśnie ukierunkowany, proponujemy rozwiązanie dla postawionego w briefie pytania: czy mogę wykorzystać ten materiał?

**info:** uniwersytet swps we wrocławiu  
kierunek grafika  
[www.grafika.swps.pl](http://www.grafika.swps.pl)



## Czy mogę wykorzystać ten materiał?

Podczas tworzenia nowego systemu identyfikacji prawa autorskiego skupiliśmy się na wyborze najbardziej istotnych kategorii, które określają warunki korzystania z danego utworu. Kluczową kwestią była również budowa wizualna systemu. Miał on przy pomocy jednego symbolu w prosty sposób zakomunikować prawa, jakimi objęty jest konkretny utwór. Prócz strony wizualnej zaproponowaliśmy również system oznaczeń tekstowych.



Projekt Legal został zaprojektowany zarówno z myślą o mediach społecznościowych, lecz także znajdzie szerokie zastosowanie w branżach kreatywnych. Oznaczenie należy umieścić w widocznym miejscu. Użycie wersji tekstowej jest również bardzo proste, możemy wpisać je w opisie czy stopce witryny internetowej, poprzedzając hasłem "Legal:", np. aby materiały zawarte na naszym blogu były objęte prawem autorskim należy wpisać "Legal: 1MC" w przypadku, gdy pozwalamy, aby inni korzystali z naszych prac w celach zarobkowych, z możliwością modyfikacji za wyznaczoną opłatą.

**autor:** adrian melka, konrad paradowski

**opiekun:** arkadiusz haławin, doroła płużowska, mariusz wszołek, michał grech

projekt powstał w ramach modułu przygotowania i prezentacja

**tytuł:** legal design: czy mogę wykorzystać ten materiał?

**opis:** połączenie designu i prawa w interdyscyplinarnym projekcie ma służyć pozytywnej zmianie w dostępie do prawa, zmianie sposobu patrzenia na prawo, dotychczas było ono traktowane jako narzędzie regulacji stosunków społecznych oraz zachowań człowieka, lecz bez uwzględniania jego potrzeb, podczas gdy design jest na nie właśnie ukierunkowany, proponujemy rozwiązanie dla postawionego w briefie pytania: czy mogę wykorzystać ten materiał?

**info:** uniwersytet swps we wrocławiu  
kierunek grafika  
[www.grafika.swps.pl](http://www.grafika.swps.pl)







**autor:** bartkowska karolina  
bocianowska justyna  
brzechfa iweta  
czyżewski artur

**opiekun:** glińiecka martyna  
grech mihał  
płuchowska dorota  
wszolek mariusz

projekt powstał w ramach  
modułu przygotowania  
i prezentacja

**tytuł:** przyjdź po moc

**opis:** w ramach realizacji projektu zaliczeniowego („Legal design”) grupa projektowa realizowała temat dotyczący przemocy w rodzinie. swoją kreację wystosowaliśmy do kobiet dotkniętych przemocą domową, które chcą uwolnić się od oprawy, jednak nie mają wystarczającej wiedzy, a również motywacji do tego by zgłosić swój problem odpowiednim organom, zaprojektowaliśmy komunikację, która zmotywuje kobiety do działania, sprawi by odzyskały poczucie własnej wartości, przekaze cenne informacje dotyczące tego co mogą zrobić w obecnej sytuacji.

**info:** uniwersytet swps we wrocławiu  
kierunek grafika  
[www.grafika.swps.pl](http://www.grafika.swps.pl)



**autor:** bartkowska karolina  
bocianowska justyna  
brzechfa iweta  
czyżewski artur

**opiekun:** glińiecka martyna  
grech mihał  
płuchowska dorota  
wszolek mariusz

projekt powstał w ramach  
modułu przygotowania  
i prezentacja

**tytuł:** przyjdź po moc



1 bajka = 20 cm  
1 rolka = 50 m = 5000 cm  
5000 cm / 20 cm = 250 bajek  
250 bajek = 250 osób  
100 zł = 64 102 osoby

# Jedna decyzja może zmienić całe Twoje życie

## Stworzyliśmy bajkę...

k która będzie pokazywała osobie uwikłanej w przemoc dwie drogi wyjścia. Chcemy nawiązać współpracę z sieciami sklepów spożywczych m.in. Auchan, Kaufland, Lidl, Biedronka. Dzięki temu moglibyśmy zrealizować projekt w formie paragonów.

## Paragony dodawane będą...

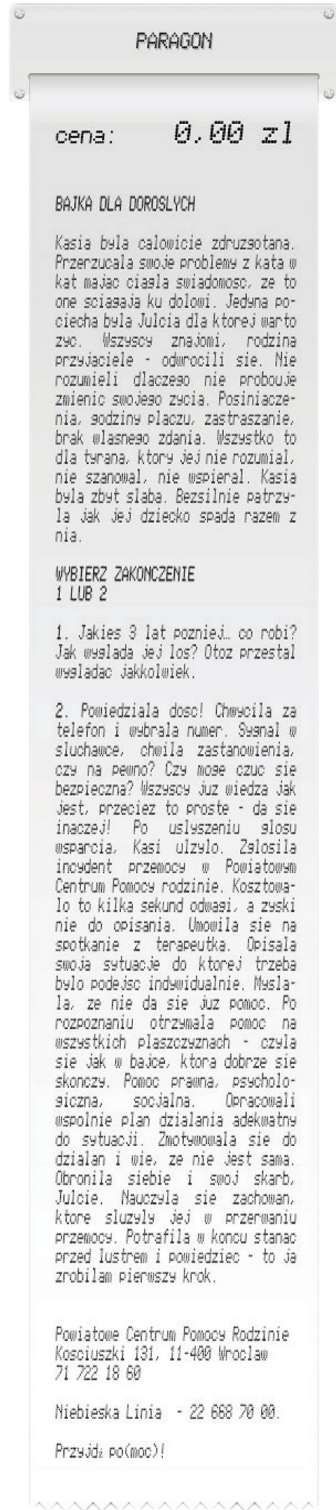
do zakupów w formie kuponu. Dzięki takiemu sposobowi przekazu dotrzemy ze swoją komunikacją do dużego grona odbiorców. Nie tylko kobiety uwikłane w przemoc będą miały okazję skorzystać z pomocy, ale również uwrażliwi to innych ludzi na problem, jakim jest przemoc domowa. W ten sposób pokażemy solidarność z ofiarami przemocy domowej, być może zmotywujemy je do działania. Ta nietypowa kampania nagłośni problem, będzie wyrazem sprzeciwu dla niegodnych praktyk, propozycją wyjścia z zakłętą kręgu nie-szczęść, jakim jest przemoc domowa.

## Dajemy poszkodowanym rady i...

pokazujemy, że można powiedzieć "Nie!", dlatego zachęcamy - „Przyjdź po(moc)!”. Nie chcemy straszyć, zmuszać ani grać na emocjach. Pokazujemy, że (choć bez wątpienia nie jest to łatwe) wszystko zależy od nich i niezależnie od tego, co je spotkało każdy moment jest dobry, by zmienić swoje życie.

## Liczby pokazują, dlaczego warto...

rolka offsetowa (papierowa) do kas fiskalnych,  
szerokość taśmy: 78 mm,  
długość taśmy: 50 m,  
cena: 0,39 gr / sztuka



**info:** uniwersytet swps we wrocławiu  
kierunek grafika  
[www.grafika.swps.pl](http://www.grafika.swps.pl)



**opis:** w ramach realizacji projektu zaliczeniowego („Legal design”) grupa projektowa realizowała temat dotyczący przemocy w rodzinie. swoją kreację wystosowaliśmy do kobiet dotkniętych przemocą domową, które chcą uwolnić się od prześladowcy, jednak nie mają wystarczającej wiedzy, a również motywacji do tego by zgłosić swój problem odpowiednim organom, zaprojektowaliśmy komunikację, która zmotywuje kobiety do działania, sprawi by odzyskały poczucie własnej wartości, przekaze cenne informacje, dotyczące tego, co mogą zrobić w obecnej sytuacji.





# Niska świadomość w zakresie przetwarzania danych osobowych

Największy ruch danych osobowych odbywa się w Internecie. Tylko w marcu 2018 roku z internetu skorzystało 28,2 miliony Polaków, z czego aż 2 mln to dzieci (wg raportu PBI)! RODO wprowadza wiele zmian w kontekście najmłodszych. Dostrzec je można między innymi w obowiązku, aby wszelkie umowy i polityki prywatności były napisane w taki sposób, aby najmłodsi je rozumieli.

Jednak większość regulaminów oraz umów zawieranych z użytkownikami internetu przygotowana jest w mało przejrzysty sposób. Bloki tekstu, na których przeczytanie straciłobyśmy połowę życia. Pojawia się pytanie: w jaki sposób być świadomym swoich praw odnośnie do danych osobowych, skoro nie czytamy regulaminów?

W celu odpowiedzi na to pytanie, nasz zespół projektowy przeanalizował różne badania prowadzone przez wiodące instytucje w Polsce. W większości internauci przyznają się, że sami uczą się korzystania z Internetu. Największym szkiem było to, że swoje pierwsze kroki w Internecie stawiają w wieku 9 lat! Oprócz tego dostrzegliśmy problem prowadzący do zaburzeń społecznych oraz więzi rodzinnych poprzez przenoszenie komunikacji młodych do internetu.

Przerzucanie komunikacji do internetu przez dzieci, powoduje zaburzenia społeczne i zaburzenia socjalizacji w rodzinach.

Stąd właśnie pomysł na kampanię RODO kids. Ideą strategii komunikacji jest wspólna nauka poprzez zabawę. Chcemy poruszyć świadomość rodziców, aby sami zainteresowali się tematem ochrony danych osobowych, do tego stopnia, by nauczyć swoje dzieci jak stawiać pierwsze kroki w Internecie i być dla nich w tej kwestii autorytetem. Nie chcemy moralizować, a wskazać na istniejący problem oraz zaangażować do wspólnego działania.

## EDUKACJA POPRZECZ ZABAWĘ

Uczenie się zorientowane na problem; zdobycie uwagi i koncentracji poprzez wywołanie emocji; budowanie bliskości i więzi rodzinnych.

## WSPÓLNE DZIAŁANIE

Wzmacnianie więzi rodzinnych; zaangażowanie dorosłych i dzieci; wzajemna motywacja do nauki.

## PLAN STRATEGII

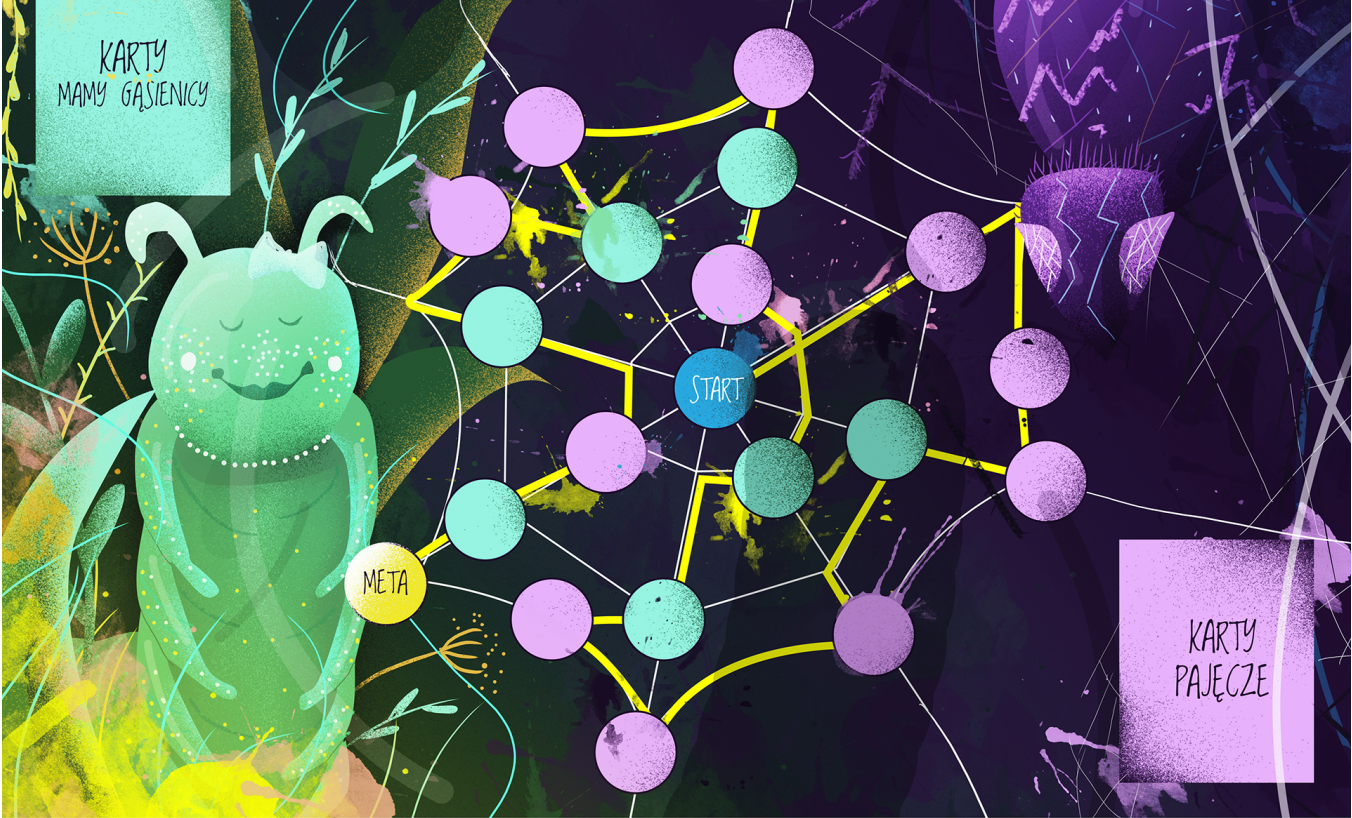
W pierwszym etapie chcemy pozyskać partnerów, by zbudować wizerunek i uwiarygodnić naszą markę, posiadającą niezbędne kompetencje w celu edukacji związanej z ochroną danych osobowych.

Podczas drugiego etapu chcemy stworzyć stronę internetową, zawierającą skrócone informacje, dotyczące praw przysługujących użytkownikom internetu. Strona internetowa będzie zawierała m.in.: formularz kontaktowy dla chcących dowiedzieć się więcej o RODO. Dodatkowo na stronie umożliwione zostanie nabycie gry planszowej „Robaki w sieci”. W tym etapie stworzymy również samą grę planszową.

Kolejnym etapem kampanii jest promowanie akcji, poruszanie problemu niskiej świadomości bezpieczeństwa w Internecie. Jako nieliczni chcemy zaoferować ciekawy środek edukacji – grę planszową, która pozwoli umocnić więzi rodzinne oraz zapewni ciekawą formę edukacji w ramach ochrony danych osobowych. Promowanie odbędzie się głównie w szkołach, na zebraniach. Będziemy zapewniać dostępność ekspertów prowadzących szkolenia dla rodziców. Dodatkowo będziemy prowadzić zajęcia edukacyjne dla klas 1 – 6, w ramach godzin lekcyjnych, gdzie eksperci poruszą podstawowe tematy związane z ochroną danych osobowych. Oprócz tego o RODO kids będziemy opowiadać w programach śniadaniowych. Prowadzona będzie dystrybucja „Robaków w sieci” za pośrednictwem strony internetowej.

Czwartym i ostatnim etapem jest przeniesienie gry na zewnątrz – zorganizowanie wydarzenia w postaci rodzinnej gry miejskiej, w czasie której uczestnicy będą musieli rozwiązywać problemy związane z internetową codziennością. Uczestnicy otrzymają mapy z oznaczonymi punktami w mieście, gdzie czekać na nich będą zagadki związane z RODO. Drużyna, która najszybciej rozwiąże wszystkie zadania wygra rodzinną wycieczkę w wybrane miejsce, o maksymalnym koszcie 5 tys. zł. Wszyscy uczestnicy za udział w zabawie otrzymają grę planszową „Robaki w sieci”.

info: uniwersytet swps we wrocławiu  
kierunek grafika  
www.grafika.swps.pl



## Robaki w sieci

Robaczki znalazły się na pajęczej sieci. Czycha na nie zły Pająk. Na szczęście czuwa nad nimi mądra Mama Gąsienica. Pomóż robaczkom opuścić bezpiecznie pajęczynę, odpowiadając na podstawne pytania złego pająka i zdobywając punkty.

Pola podzielone są na dwa kolory fioletowe – pola zagrożenia oraz zielone – pola ciekawostek. Gdy staniesz na polu w kolorze fioletowym, musisz odpowiedzieć na pytanie podstępного Pająka, które znajduje się na fioletowych kartach. Za poprawną odpowiedź otrzymujesz 2 punkty, przy złej odpowiedzi możesz skorzystać z karty Pomocnego Robaczka. Daje ci ona możliwość poproszenia o pomoc innego gracza i podzielenia się z nim jednym punktem przy poprawnej odpowiedzi. W innym wypadku tracisz kolejkę.

Stając na polu zielonym, wyciągnij kartę ciekawostki. Przeczytaj na głos wszystkim graczom (lub poproś kogoś dorosłego) ciekawostkę z karty i zdobądź jeden punkt. Wygrywa osoba z największą liczbą zdobytych punktów. To ona decyduje gdzie całą rodziną udacie się w najbliższy weekend – może to być spacer, lody, cokolwiek chcesz, byle wspólnie!

Karta pomocnego robaczka – każdy gracz otrzymuje na początku gry 5 takich kart. Skorzystaj z nich, gdy nie wiesz, jaka jest poprawna odpowiedź na zadane pytanie i poproś innego gracza o pomoc. Przy poprawnie wudzielonej odpowiedzi podzielcie się punktami. Gdy zabraknie ci kart pomocnego robaczka, możesz wymienić 2 punkty na taką kartę.

## ZAWARTOŚĆ GRY

plansza, karty pajęczce, karty mamy gąsienicy, karty pomocnego robaczka, 7 pionków, żetony – punkty, kostka do gry

autor: kacper obrzut  
zuzanna ptak  
sara napora

opiekun: dorota płuchowska

projekt powstał w ramach zajęć modułu przygotowania i prezentacja

tytuł: rodo kids



opis: projekt poświęcony jest analizie, strategii i kreacji dla projektu legal design. punktem wyjściowym dla projektu jest wprowadzenie w życie rozporządzenia ochrony danych osobowych (rodo), która niewątpliwie zaciekała oraz wywołała wiele kontrowersji w polsce.

info: uniwersytet swps we wrocławiu  
kierunek grafika  
www.grafika.swps.pl





# ZMIENIAMY SIĘ, GDY TRZEBA, BY ULEPSZAĆ CODZIENNOŚĆ



S I M P L E

## DZIESIĘĆ PRZYKAZAŃ

Swoisty dekalog o projektowaniu umów, zarówno pod względem designu, jak i upraszczania języka.

### 1. MNIEJ ZNACZY WIĘCEJ

Zaczerpnięta od Skandynawów praktyka minimalizmu powinna być stosowana również w tej dziedzinie. Jak wynika z wywiadów przeprowadzonych przez nas — ludzi odstrasza długość, wielość informacji.

Lubimy konkrety i chcemy wiedzieć, na czym stoimy. Kilkunastostronicowa umowa wypełniona małymi i nieczytelnymi literami odstrasza niczym jedna z pierwszych lektur w podstawówce, których nie chcieliśmy czytać. W umowach, oprócz rzeczy prawnie wymaganych (tj. na przykład wypisania stron umowy), powinna się znaleźć jedynie esencja.

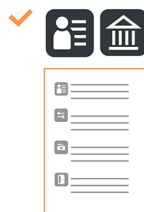
Kilka spojrzeń, bez konieczności rezerwowania cennych godzin na czytanie dokumentu powinno wystarczyć do zapoznania się z tym typem dokumentu. Żyjemy szybko, w wiecznym pośpiechu — czas przecieka nam przez palce. Rozwiązania, które wymagają od nas chwili, a nie (prawie) wieczności są rozwiązaniami skutecznymi. Rozwiązaniem tym jest minimalizm.



### 2. OBRAZ, NIE SŁOWO

Warstwa wizualna jest istotna. Lubimy, jak coś jest ładne i estetyczne. Dzięki wywiadam utwierdził się w przekonaniu, że w umowie brakuje obrazków. Ikon, piktogramów, czeokolwiek co tekstem nie jest, a pomaga na momentalne rozpoznanie obiektu i jego semantyki.

Do umowy stworzyliśmy bazę infografik w edytowalnej wersji, które można spersonalizować pod holorysytę firmy.



### 3. PRZEMÓW LUDZKIM GŁOSEM

Umowy są stworzone dla ludzi przez ludzi. Komplikowanie języka nie ma sensu — profesjonalizm jest ważny, ale prosta polszczyzna odgrywa tu kluczową rolę. Wielu ludzi, by przeczytać ze zrozumieniem umowę, musi się posługiwać internetem lub pytać o rady innych. Umowa powinna być na tyle klarowna, aby nie wymagała od nas szukania desek ratunku. Dobrze się tu sprawdza używanie formy My-Ty. Rezygnacja z nadęcia i przejście do bezpośredniości umożliwia sprawny odbiór i przychylność odbiorcy.

W umowie powinniśmy się zwracać bezpośrednio do człowieka — to on ją w końcu podpisze. Nie zapominajmy, że nie jest to list oficjalny — to potwierdzenie zawarcia pewnych warunków.



5

6

PORADNIK W FIGUŁCE — PORADNIK CZYTELNEGO KONSTRUOWANIA UMÓW

**autor:** martyna duszyńska  
jakub faferek  
damian sackiewicz  
paulina solarek  
aleksandra zółtaszek  
paweł zurek

**opiekun:** dr dorota płuchowska  
projekt powstał w ramach  
modułu przygotowania  
i prezentacja

**tytuł:** prosto w prawo

**opis:** umowy są skomplikowane i trudno je zrozumieć, ściany tekstu są stresogenne i odpychające — problem ten dotyczy każdego z nas. postanowiliśmy coś zmienić. zaczęliśmy od pracy u podstaw problemu. skupiliśmy się na ux design oraz human centered design. testowaliśmy i sprawdzaliśmy prototypy do skutku. opracowaliśmy umowy mniej skomplikowane, które łatwiej zrozumieć oraz kilka zasad jak konstruować takie dokumenty, jednak to jeszcze nie koniec.

**info:** uniwersytet swps we wrocławiu  
kierunek grafika  
[www.grafika.swps.pl](http://www.grafika.swps.pl)



**autor:** martyna duszyńska  
jakub faferek  
damian sackiewicz  
paulina solarek  
aleksandra zółtaszek  
paweł zurek

**opiekun:** dr dorota płuchowska  
projekt powstał w ramach  
modułu przygotowania  
i prezentacja

**tytuł:** prosto w prawo

**opis:** umowy są skomplikowane i trudno je zrozumieć, ściany tekstu są stresogenne i odpychające — problem ten dotyczy każdego z nas. postanowiliśmy coś zmienić. zaczęliśmy od pracy u podstaw problemu. skupiliśmy się na ux design oraz human centered design. testowaliśmy i sprawdzaliśmy prototypy do skutku. opracowaliśmy umowy mniej skomplikowane, które łatwiej zrozumieć oraz kilka zasad, jak konstruować takie dokumenty, jednak to jeszcze nie koniec.

**info:** uniwersytet swps we wrocławiu  
kierunek grafika  
[www.grafika.swps.pl](http://www.grafika.swps.pl)



# LEGAL DESIGN

## ROZWIĄZANIEM NIECZYTELNYCH UMÓW

### Badania

Większość z nas spotyka się z problemem skomplikowanych umów, czy to w banku czy u operatora telefonii komórkowej. Dlaczego sprawiają nam one taką trudność?

Problem ten, jak się okazało, został już nie raz poruszany. Robiąc research, natrafiłszy na wiele przeprowadzonych badań i artykułów na ten temat. Oprócz tego przeprowadziliśmy własne badania jakościowe.

### Zdefiniowanie problemu

Z badań wynikało, że język dokumentów jest niezrozumiały, forma przedstawiania umów jest nieprzyjazna, a ich twórcy koncentrują się na treści, nie zwracając uwagi na zrozumiały przekaz.

### Rozpoczęcie współpracy

Design i język żyją w symbiozie. Nie mogliśmy przeprojektować umowy bez udoskonalenia jej treści. Nawiazaliśmy więc współpracę z osobami, które zajmują się upraszczaniem języka i wizualnego przekazu na co dzień.

### Kreacja

Stworzyliśmy formę umowy, która jest dużo bardziej przyjazna dla odbiorcy niż dotychczasowe funkcjonujące na rynku i korzystając ze zdobytego doświadczenia, opracowaliśmy poradnik zawierający zasady, według których powinno projektować się przyjazne umowy.

### Udoskonalenia

Problem związany z nieprzejrzystymi umowami jest bardzo rozległy, dlatego nad zaproponowanymi rozwiązaniami trzeba cały czas pracować i je udoskonalać. W naszych planach jest stworzenie strony internetowej po to, by promować nasze postulaty.

### Prosto w prawo

Będziemy starać się zachęcać ludzi do korzystania z poradnika oraz tych, którzy tworzą umowy do inspirowania się lub też nawiązywania z nami współpracy, by ulepszać codzienność.

**BANK**

Wrocław, dn. ....

**PODSUMOWANIE UMOWY ZAŁOŻENIA KARTY DEBETOWEJ**

**NR**

Umowa zostaje zawarta pomiędzy klientem a NAZWA BANKU S.A. z siedzibą we Wrocławiu przy ul. Kredytowej 15, 02-515 Wrocław. Umowa obowiązuje od dnia jej podpisania przez okres ... W umowie posługujemy się terminami: my (BANK), Ty (Klient).

**DANE KLIENTA**

IMIE/IMIONA: Anna Bella

NAZWISKO: Czekalska

PESEL: 88123112105

DOWÓDOSOBISTYKARTAPOBYTU: AZR88888888

**ADRES STAŁEGO ZAMELDOWANIA**

ULICA/NR: Dmowskiego 1/15

MIEJSCOWOŚĆ: Wrocław KOD: 55-205

**ADRES STAŁEGO ZAMIESZKANIA**

ULICA/NR: Dmowskiego 1/15

MIEJSCOWOŚĆ: Wrocław KOD: 55-205

NUMER TELEFONU: 888 888 888

EMAIL: abc@umowa.pl

**TERMINY I KWOTY**  
na dzień zawarcia umowy

|                                |                                   |
|--------------------------------|-----------------------------------|
| Termin spłaty wolny od odsetek | do 30 dni od powstania zadłużenia |
| Odsetki za opóźnienie          | 9% za każdy dzień                 |
| Opłata za obsługę karty        | 4,99zł miesięcznie                |
| Pakiet Ochronny                | 2,99 zł miesięcznie               |
| Wydanie duplikatu karty        | 25,00 zł                          |

Jeżeli termin spłaty przypada w sobotę lub dzień ustawowo wolny od pracy, to termin spłaty wypada w pierwszy dzień roboczy następujący po tym dniu.

**WARUNKI**

Zobowiązujemy się do wydania Tobie karty debetowej z limitem **10 000 zł**, wydana klientowi banku posiadającemu rachunek bankowy o numerze **80 8888 8888 8888 8888 0000**

Będziemy rozliczać wszystkie dokonane przez Ciebie operacje dokonane na karcie debetowej.

1

# 10 zasad tworzenia dobrej umowy

## Analiza

Długie treści, skomplikowany, trudny język, brak wyszczególnionych najważniejszych elementów w dokumencie to jedne z przyczyn nieczytania umów przez konsumentów.

Trzy instytucje: Legal design lab, mBank oraz bank ING podjęły próbę rozwiązania problemu nieczytelności umów. Każda z firm stworzyła własny, nowy wzór dokumentu. Twórcy pragnęli przyciągnąć wzrok potencjalnego klienta, zaciekawić go nową formą umowy.

Dlatego też elementy charakterystyczne, które zostały wykorzystane w kreacji to między innymi grafiki, tabele oraz kolorystyczny podział poszczególnych części w dokumencie. Poza tym skomplikowane, długie, niezrozumiałe treści zostały zastąpione nieco krótszymi hasłami.

Każda z nowo stworzonych umów ma zachęcić ludzi do zapoznania się z pełną treścią dokumentu. Grafiki zawarte w umowie mają przyciągać wzrok, zastosowanie kolorów wprowadza chronologię, a uproszczony tekst pozwala na sprawną analizę i zrozumienie treści.

## Kreacja

W związku z tym, że grupa projektowa nie jest w stanie stworzyć jednej uniwersalnej umowy, postanowiliśmy stworzyć zasady, które będzie stosować do istniejących i powstających umów. Zasady będą celowo dość ogólne, nie mają być one gotowym poradnikiem, mają za to one być zapalnikiem do pracy nad graficzną formą umowy dla ich twórców.

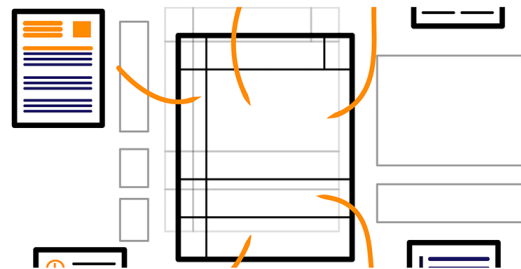
Zasady są udostępnione publicznie można ich dowolnie i za darmo używać, można je modyfikować i dowolnie wdrażać.

Pobierz zasady:



[bit.ly/10\\_zasad\\_umow](https://bit.ly/10_zasad_umow)

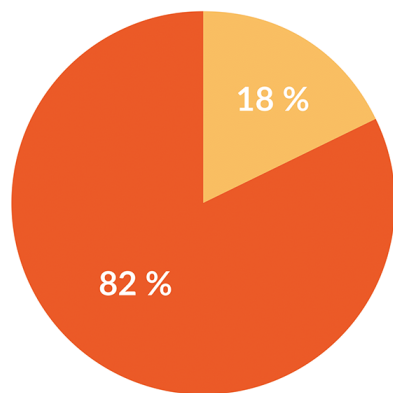
Mamy nadzieję, że w przyszłości w tworzenie zasad będą zaangażowani zwykli ludzie, a organizacje typu non profit wymyśla poradniki, które uwzględnią potrzeby społeczeństwa.



## Własne badania

Badanie przeprowadzone na zwykłej umowie, następnie na poprawionej graficznie umowie:

Na oryginalnej umowie można zauważyć, że jej treść dla większości respondentów była w pewnym stopniu zrozumiała, ankieterzy nie mieli problemów z odnalezieniem w tekście najważniejszych informacji. Mimo że przejrzystość umów według nich była na nie najwyższym poziomie, to nie wykazywali problemów z rozumieniem treści.



82% osób biorących udział w naszym badaniu udzieliło odpowiedzi, że przedstawiona im umowa nie zachęca do przeczytania.

W drugim dokumencie ankieterzy dostrzegli potencjał w zamieszczaniu grafik, które zachęcają do zapoznania się z dokumentem. Umowa została jednak dalej oceniona jako długa, ze skomplikowanym językiem.

**autor:** Łukasz Rerak, Damian Sowa, Magda Wójcik, Piotr Wysocki, Marika Zawadzka

**opiekun:** Michał Grech, Arkadiusz Haławin, Dorota Płuchowska, Mariusz Wszółek

projekt powstał w ramach zajęć przygotowania i prezentacja

**tytuł:** Legal design: 10 zasad tworzenia dobrej umowy.

**opis:** naszym zadaniem było znalezienie problemu, przez który tak się dzieje oraz zaproponowanie jego rozwiązania. każdy z nas jest narazony na konsekwencje niezrozumienia podpisywanych dokumentów. zazwyczaj kończy się na małej karze, ale czasami konsekwencje potrafią kosztować grube tysiące, oddajemy naszą pracę społeczeństwu. zasady można dowolnie używać i modyfikować.

**info:** uniwersytet swps we Wrocławiu  
kierunek grafika  
[www.grafika.swps.pl](http://www.grafika.swps.pl)



# 10 zasad tworzenia dobrej umowy

## 1. Modularność umów



Poniższe zasady tworzą moduły ułatwiające stworzenie czytelnego dokumentu. Większość z nich można zastosować dla całej umowy. Niezależnie od ich rodzaju możemy je zamieszczać w umowie zarówno pojedynczo, jak i grupowo. Zasady wykorzystujemy w zależności od umiejętności i potrzeb.

## 2. Przedstawianie informacji

Zanim rozpoczniesz tworzenie umowy, zastanów się co może być ważne zarówno dla Ciebie, jak i potencjalnego klienta. Postaraj się wyodrębnić informacje takie jak: ceny, terminy płatności, kary umowne. Wyróżnij te elementy, stosując pogrubienie, kolor, bądź zmianę rozmiaru fontu. W przypadku stosowania koloru, upewnij się, że Twoja umowa będzie drukowana w kolorze.



## 3. Pierwsza strona



Zadbaj o pierwszą stronę umowy. Wyraźnie zaznacz, do kogo jest kierowany dokument, czego dotyczy i w jakim czasie obowiązuje. To ułatwi potencjalnemu klientowi szybki dostęp do najważniejszych informacji.

## 4. Hierarchia informacji

Zamieszczaj informacje w odpowiedniej kolejności, stwórz schemat. Pamiętaj, aby najistotniejsze elementy znalazły się na początku. Zasada dotyczy zarówno budowy całej umowy, jak i konstrukcji poszczególnych jej elementów.



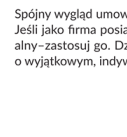
## 5. Formatowanie tekstu



Długi, ciągły tekst bywa kłopotliwy do czytania. Staraj się wprowadzać wizualne odstępstwa w postaci akapitów. Stosuj odpowiednią ilość znaków, w jednym wersie (max. 80), korzystaj z ramek tekstowych, dostosuj wielkość liter do całości.



## 10. Spójność umów



Spójny wygląd umowy czyni ją niezwykle estetyczną. Jeśli jako firma posiadasz opracowany system wizualny - zastosuj go. Dzięki temu stworzysz dokument o wyjątkowym, indywidualnym charakterze.



## 6. Kategoryzacja informacji



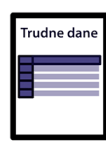
Staraj się unikać ciągłego tekstu. Dziel tekst na sekwencje, takie rozwiązanie przyciągnie wzrok odbiorcy. W przypadku długich sekcji zaczynaj od krótkiego podsumowania, w którym można szybko odnaleźć informacje o tym, czego dotyczy dana część umowy.

## 7. Infografiki



Stosuj proste infografiki, symbole, ikony - nawiązujące do treści umowy. Dzięki ich zastosowaniu potencjalny klient łatwiej odnajdzie interesujące go elementy zawarte w umowie.

## 8. Informacje w tabeli



Skomplikowane, ważne informacje możesz zamieścić w tabeli, ułatwi to czytającemu ich przyswojenie.

## 9. Oś czasu



Daty i terminy staraj się przedstawiać, stosując oś czasu. Korzystaj z zamkniętej osi, gdy umowa podpisywana jest na określony czas, natomiast otwartą oś wykorzystaj w przypadku umowy na czas nieokreślony.

Pobierz zasady:



[bit.ly/10\\_zasad\\_umow](https://bit.ly/10_zasad_umow)

**autor:** Łukasz Rerak, Damian Sowa, Magda Wójcik, Piotr Wysocki, Marika Zawadzka

**opiekun:** Michał Grech, Arkadiusz Haławin, Dorota Płuchowska, Mariusz Wszółek

projekt powstał w ramach zajęć przygotowania i prezentacja

**tytuł:** Legal design: 10 zasad tworzenia dobrej umowy.

**opis:** naszym zadaniem było znalezienie problemu, przez który tak się dzieje oraz zaproponowanie jego rozwiązania. każdy z nas jest narazony na konsekwencje niezrozumienia podpisywanych dokumentów. zazwyczaj kończy się na małej karze, ale czasami konsekwencje potrafią kosztować grube tysiące, oddajemy naszą pracę społeczeństwu. zasady można dowolnie używać i modyfikować.

**info:** uniwersytet swps we Wrocławiu  
kierunek grafika  
[www.grafika.swps.pl](http://www.grafika.swps.pl)





# KREACJA PIRATE TROLLEY

## CO TO JEST

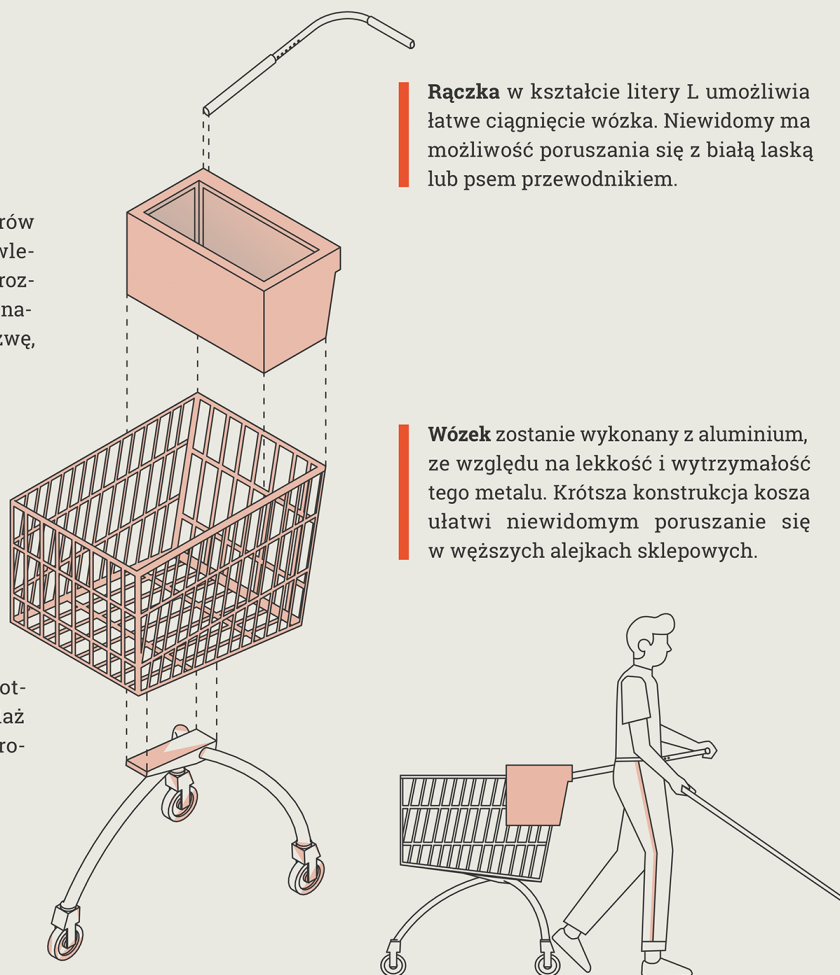
Wózek PirateTrolley to połączenie tradycyjnego wózka zakupowego ze skanerem kodów kreskowych. Proponowane rozwiązanie wyposażone jest w czytnik cen, asystenta omawiającego produkt oraz system nawigujący po przestrzeni sklepu.

**Komora** wyposażona w pięć skanerów laserowych, ułożonych na przeciwnych ściankach i dnie. Dzięki temu rozwiązaniu produkt będzie skanowany natychmiastowo, a głośnik odczyta nazwę, cenę oraz skład produktu.

**Kółka obrotowe 360°** zapewnią zwrotność i łatwość prowadzenia. Stelaż trójramienny umożliwia stabilne prowadzenie wózka.

**Rączka** w kształcie litery L umożliwia łatwe ciągnięcie wózka. Niewidomy ma możliwość poruszania się z białą laską lub psem przewodnikiem.

**Wózek** zostanie wykonany z aluminium, ze względu na lekkość i wytrzymałość tego metalu. Krótsza konstrukcja kosza ułatwi niewidomym poruszanie się w węższych alejkach sklepowych.



**autorzy:** filip musiał, alicja nadratowska, zuzanna okrutna, aleksandra pawłowska

**opiekunowie:** martyna gliniecka, michał grech, arkadiusz haławin, dorota płuchowska, mariusz wszótek

**tytuł:** zmiana przez design - legal design

projekt powstał w ramach modułu przygotowania i prezentacja

**opis:** podczas działań projektowych zespół skupił się na dostępności prawa konsumenta dla osób niewidomych, na podstawie przeprowadzonych badań, zaprojektowano rozwiązanie, które umożliwi osobom z niepełnosprawnością wzroku samodzielne poruszanie się po przestrzeni dużych sklepów samoobsługowych oraz przyspieszy procedurę zapoznawania się z treścią, ceną oraz składem produktów.

**info:** uniwersytet swps we wrocławiu  
kierunek grafika  
[www.grafika.swps.pl](http://www.grafika.swps.pl)

