



Rysowanie – moda, czy nowa jakość (współ)pracy?

Jolanta Łabędzka-Benisz

Graphic recording, sketchnoting, video scribe, visual thinking, infografika, flipowanie, facylitacja graficzna... Słowa „graphic” i „visual” pojawiają się ostatnio często i w różnych kontekstach. Skąd to się wzięło? Dlaczego cieszy się taka popularnością? Czy coś w tym jest, czy to tylko moda?

Teoria podwójnego kodowania

Zacznijmy od podstaw naukowych. Allan Paivio, profesor psychologii z University of Western Ontario, w swoich pracach i badaniach skupiał się na ludzkiej pamięci, wyobraźni, języku i poznaniu. Największe uznanie zyskał jako twórca **dual-coding theory**, koncepcji podwójnego kodowania (Allan Paivio, 2012).

Podwójny sposób kodowania sprzyja rozumieniu, pamiętaniu i przywoływaniu określonych treści. Informacje przesyłane na dwa sposoby uzupełniają się, a ich kodowanie jest prostsze i bardziej efektywne. Dzieje się tak wtedy, kiedy tekst i obrazy współgrają, tworząc jednoznaczne skojarzenia.

Według tej teorii czytany tekst jest przyswajany na dwóch poziomach, w **dwóch odrębnych systemach: słownym i obrazowym**. Systemy te uzupełniają się i generują, każdy z osobna, określony sens. Jeżeli jeden system zostanie uruchomiony, automatycznie inicjuje reakcje drugiego systemu. Jeśli

pewne informacje zostaną zapomniane w jednym systemie, nie powoduje to zmniejszenia ogólnej możliwości rozumienia, ponieważ informacje są pamiętane i wydobywane z drugiego źródła.

Wnioski z teorii

Wynika z tego, że jeśli przekazujemy informacje na dwa sposoby, czyli słownie i przy pomocy obrazków, odbiorca lepiej i na dłużej zapamięta znaczenie naszego przekazu. Nie ma tu podziału na „wzrokowców” i „nie wzrokowców”. Każdy, kto dostanie taką podwójnie zakodowaną informację zapamięta ją lepiej. Nie mówimy więc o rezygnacji ze słów, lecz o wzbogaceniu słów o obrazy, którymi mogą być symbole, wykresy, diagramy itp.

Gdy chcemy przekazać uczestnikom dyskusji swój sposób myślenia, pokazać co jest ważne i mieć pewność, że skupiają się na właściwym elemencie, to jednym z lepszych (jeśli nie najlepszym) sposobem jest wzbogacenie przekazu słownego rysunkami. I to nie przypadkowymi, lecz ściśle związanymi z przekazywanymi informacjami.

Rysowanie sprawia, że wszystko staje się oczywiste

Jeśli nie potrafisz czegoś zobrazować, nie możesz też tego zrozumieć.

Albert Einstein

Celem rysowania nie jest więc uproszczenie określonych koncepcji, ale ich wyjaśnienie. Próba wyjaśnienia złożoności różnorodnych problemów za sprawą tylko słów często maskuje ukryte powiązania i sprawia, że ignorujemy związki nieliniowe. Rysując, zmuszamy ukryte wzorce do ujawnienia się, co z kolei sprawia, że dostrzegalne stają się rozwiązania wcześniej niewidoczne. Widząc rozmieszczenie określonych przedmiotów, wiemy, jak mogą one do siebie pasować, jak będą wchodziły ze sobą w interakcje. Jeśli potrafimy znaleźć lub stworzyć obrazy opisujące to, o czym myślimy, możemy być pewni, że inni ludzie będą w stanie zobaczyć to samo.

Rysowanie pomaga dzielić się informacją

Umysł wierzy w to, co widzą oczy i co słyszą uszy.

Harry Houdini

Obrazy są najszybszym sposobem wprowadzenia nowej koncepcji do mózgu. Kiedy widzimy coś prostego i jasnego, nasz mózg uznaje to za interesujące na długo przedtem, zanim świadomie zdamy sobie sprawę, że w ogóle na to patrzymy. Oto kolejny argument przemawiający za postępowaniem się rysunkami: rysowanie niezwykle skutecznie pomaga nam samym w znajdowaniu odpowiedzi, oraz pomaga innym wyraźnie zobaczyć to, o co nam chodzi.

Rysowanie angażuje

Rysowanie ma jeszcze inne zalety. Do dziś dnia pamiętam, gdy jako dziecko oglądałam w telewizji profesora Wiktora Zina rysującego dęby rogałińskie. Nie dlatego, że bardzo interesowały mnie dęby, ale dlatego, że nie mogłam oderwać wzroku od ręki, spod której wychodziły obrazki. Po kilku kreskach było już widać liście, gałęzie, promienie słońca. Ręka rysująca przyciąga wzrok, wzbudza zainteresowanie, angażuje... Czy nie o to właśnie nam chodzi, gdy idziemy do sponsora z propozycją, do której chcemy go przekonać? Albo kiedy rozpoczynamy ważne (dla nas) przedsięwzięcie i chcemy zainteresować nim interesariuszy? Lub gdy chcemy osiągnąć skupienie, zrozumienie i zaangażowanie podczas rozmowy o wymaganiach systemu...? Rysowanie jest tym elementem, który pokazuje nasze pojmowanie tematu i osobiste zaangażowanie, a także pozwala nawiązać lepszy kontakt z naszymi odbiorcami.

Rysowanie to sposób myślenia



Myślenie wizualne, jak opisuje to Dan Roam w swoich książkach, to proces, który zachodzi w naszej głowie mniej lub bardziej świadomie. W procesie tym wyróżniamy 4 kroki:

- **Patrz** – ten krok zachodzi bez udziału myślenia
- **Zobacz** – zauważamy elementy dla nas istotne
- **Wyobraź sobie** – myślimy, jak przedstawić to co zobaczyliśmy
- **Pokaż** – sprawdzamy, czy nasi odbiorcy zobaczą to samo.

Myślenie wizualne jest więc sposobem na stworzenie efektywnego, interesującego przekazu z wykorzystaniem rysunków. Nie skupia się na narysowaniu wszystkiego, co chcielibyśmy przekazać, ale na wybraniu tego co najważniejsze. Postępujemy się tu:

- **słowem** – to jest podstawa naszego przekazu,
- **symbolami (ikonami)** – ułatwiającymi zapamiętywanie,
- **łącznikami** – tworzącymi struktury przestrzenne, logiczne, chronologiczne,
- **postaciami** – dodającymi czynnik ludzki i pozwalającymi na bardziej osobiste podejście.

Można (a nawet należałoby) stosować je wtedy, gdy chcemy zaprezentować swój punkt widzenia, kogoś przekonać, czegoś nauczyć, wzbudzić zainteresowanie, wyjaśnić, zaangażować. Warto, by pojawiało się na zebraniach, spotkaniach, szkoleniach.

Rysunek w biznesie

Jak wykorzystać rysowanie w działaniach biznesowych? Zacznijmy od tego, że rysunek musi służyć celowi, który sobie stawiamy, i pełnić pożądaną przez nas funkcję. Ma wyjaśniać, pomagać w zrozumieniu, ale też uatrakcyjnić przekaz. Można by powiedzieć, że nie każdy ma zdolności rysunkowe, więc nie jest metodą dla każdego – ale nie o zdolności tu chodzi. Ważne jest to, co się dzieje naprawdę. Nie chodzi o ładne kreski i perfekcyjne ikonki, ale o klarowność przekazu i uczestnictwo w czymś, co dzieje się na naszych oczach. To są elementy, które przyciągają i wzbudzają zainteresowanie. Jak pisze Dan Roam, ludzie lubią oglądać rysunki wykonane przez innych – odbiorcy lepiej reagują na odręczne rysunki niż na nawet dopracowaną w każdym szczególe prezentację. Dlaczego? Spontaniczność i niedoskonłość odręcznych rysunków powodują, że są one mniej onieśmielające i zachęcają do większego zaangażowania. Jeśli chcemy zachęcić do reakcji – rysujmy.

Co przeszkadza?

Jeśli jeszcze nie rysowaliśmy, mamy zapewne dużo obaw. Przeszkadza nam nasza własna niecierpliwość – chcielibyśmy zabytnąć już za pierwszym razem. Niektórych mogą sparaliżować obawy o to, co będzie gdy się pomylą? Jeśli kwadrat nie będzie wystarczająco kwadratowy, a kółko wystarczająco okrągłe? W takich momentach warto powiedzieć do publiczności „umówmy się, że to jest kwadrat, który symbolizuje...”. Rysując krzywe pudełko i mówię: „w tym pudełku jest nasz produkt”. Wszyscy rozumieją o co chodzi i to jest najważniejsze. Pamiętajmy, że nie tworzymy sztuki, tylko szukamy porozumienia.

Od czego zacząć?

Najprawdopodobniej każdy z czytających ten artykuł narysował w życiu niejedną wykres, diagram czy

strukturę. Jeśli tak, to mamy dobry początek. Weź więc pisak do ręki i zacznij od rysowania prostokątów, trójkątów, kótek i strzałek. Pamiętaj, nie musisz tworzyć ilustracji czy kompletnych rysunków. Wykorzystaj elementy wizualne, takie jak strzałki i łączniki (do prezentowania procesów i zależności), ramki (do podkreślania najważniejszych informacji), punktory (do wyliczania), kółeczka z minami w stylu emotikonki (do pokazywania emocji), chmurki (do cytowania), wykresy (do pokazywania ilości i zależności), wykorzystaj różne kolory (zaznaczając to co jest ważne lub inne).

Zacznij od ogólnej koncepcji tego, co chcesz przekazać. Zastanów się, do kogo będziesz mówić i jakie skojarzenia mogą trafić do Twoich odbiorców. Pomyśl jakie symbole pomogą zapamiętać to, co masz do przekazania. Znajdź te symbole w Internecie i spróbuj je przerysować na pojedynczych karteczkach. Potem utóż je na kartce papieru. Narysuj całość. Jeśli boisz się rysowania na żywo, przygotuj wcześniej symbole na karteczkach i użyj już gotowych rysunków. Eksperymentuj – pierwszy pomysł nie zawsze jest najlepszy. I pamiętaj – najtrudniej jest zacząć, a potem już pójdzie.

Na koniec kilka rad:

- Mówiąc, rysuj (albo pokazuj rysunki).
- Pamiętaj, żeby rysunki odpowiadały temu, o czym mówisz.
- Rysunki powinny być proste i jednoznaczne.
- Nie rysuj wszystkiego, a jedynie to co najważniejsze.
- Jeśli rysunek jest skomplikowany, objaśnij go.
- Jeśli Twoja koncepcja jest złożona, rysuj ją krok po kroku.
- Twórz rysunki w odpowiedniej kolejności.
- Rysunek nie musi być idealny, ale ma być czytelny i zrozumiały.
- Mniej, znaczy więcej. Niech rysunek nie zabije treści.
- Myśl – to jest najważniejsze! 📌

Jolanta Łabędzka-Benisz

Specjalistka w dziedzinie zarządzania projektami, współpracująca z firmą OMEC (www.omec.pl). Swobodnie porusza się w różnych podejściach metodycznych, doradzając wybór najlepszych rozwiązań dopasowanych do branży, organizacji i projektu. Promotorka zwinnego stylu zarządzania. Akredytowany trener, doświadczony fasilitator i autor warsztatów szkoleniowych, uwzględniający podczas pracy nie tylko cele biznesowe, ale także ludzi, interakcje między nimi oraz ich potrzeby.