

Дизайн-мышление



Коварные проблемы -
проблемы, которые сложно
определить и решить.

Policy Sciences 4 (1973), 155-169
© Elsevier Scientific Publishing Company, Amsterdam—Printed in Scotland

Dilemmas in a General Theory of Planning*

HORST W. J. RITTEL

Professor of the Science of Design, University of California, Berkeley

MELVIN M. WEBBER

Professor of City Planning, University of California, Berkeley

ABSTRACT

The search for scientific bases for confronting problems of social policy is bound to fail, because of the nature of these problems. They are "wicked" problems, whereas science has developed to deal with "tame" problems. Policy problems cannot be definitively described. Moreover, in a pluralistic society there is nothing like the undisputable public good; there is no objective definition of equity; policies that respond to social problems cannot be meaningfully correct or false; and it makes no sense to talk about "optimal solutions" to social problems unless severe qualifications are imposed first. Even worse, there are no "solutions" in the sense of definitive and objective answers.

George Bernard Shaw diagnosed the case several years ago; in more recent times popular protest may have already become a social movement. Shaw averred that "every profession is a conspiracy against the laity." The contemporary publics are responding as though they have made the same discovery.

Few of the modern professionals seem to be immune from the popular attack—whether they be social workers, educators, housers, public health officials, policemen, city planners, highway engineers or physicians. Our restive clients have been telling us that they don't like the educational programs that schoolmen have been offering the redevelopment projects urban renewal agencies have been offering. The enforcement styles of the police, the

Коварные проблемы

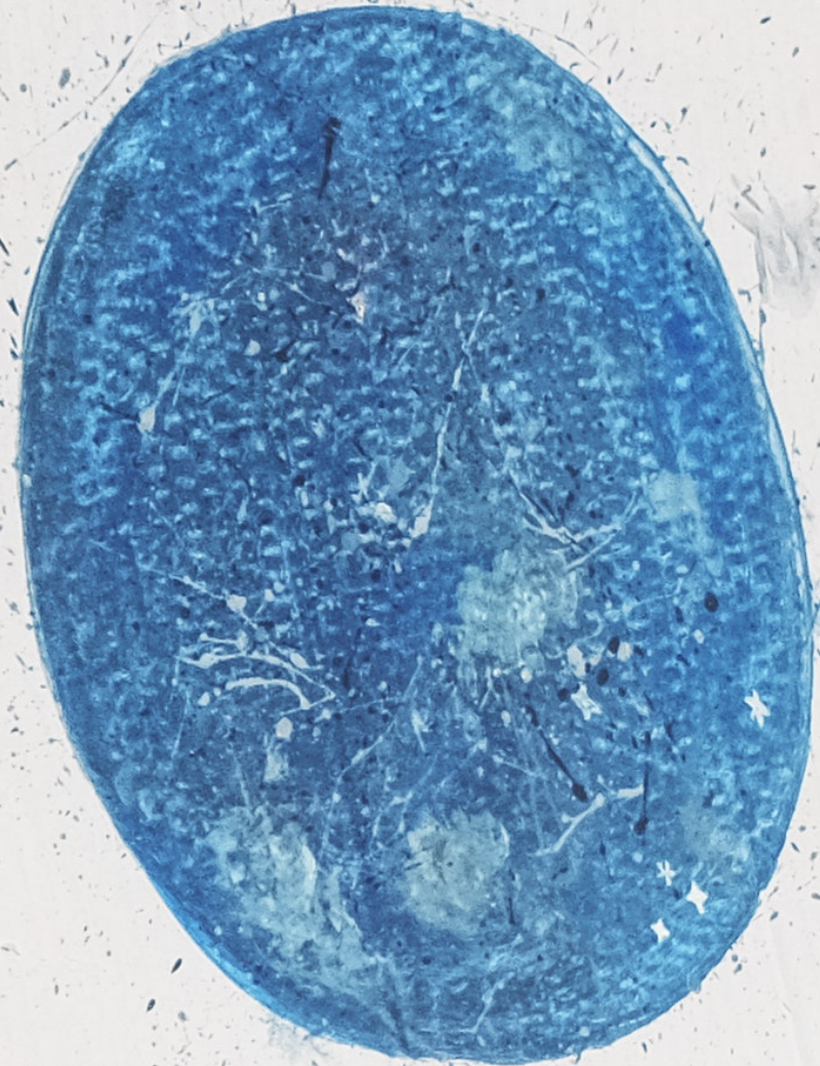
- ▶ уникальны
- ▶ могут представлять собой симптом другой проблемы
- ▶ не бывает правильных или неправильных решений, только хорошие или плохие
- ▶ решение проблемы нельзя протестировать быстро





AMC

SAVE



THE

PLANET

COOL KIDS
SAVING
HOT
PLANET





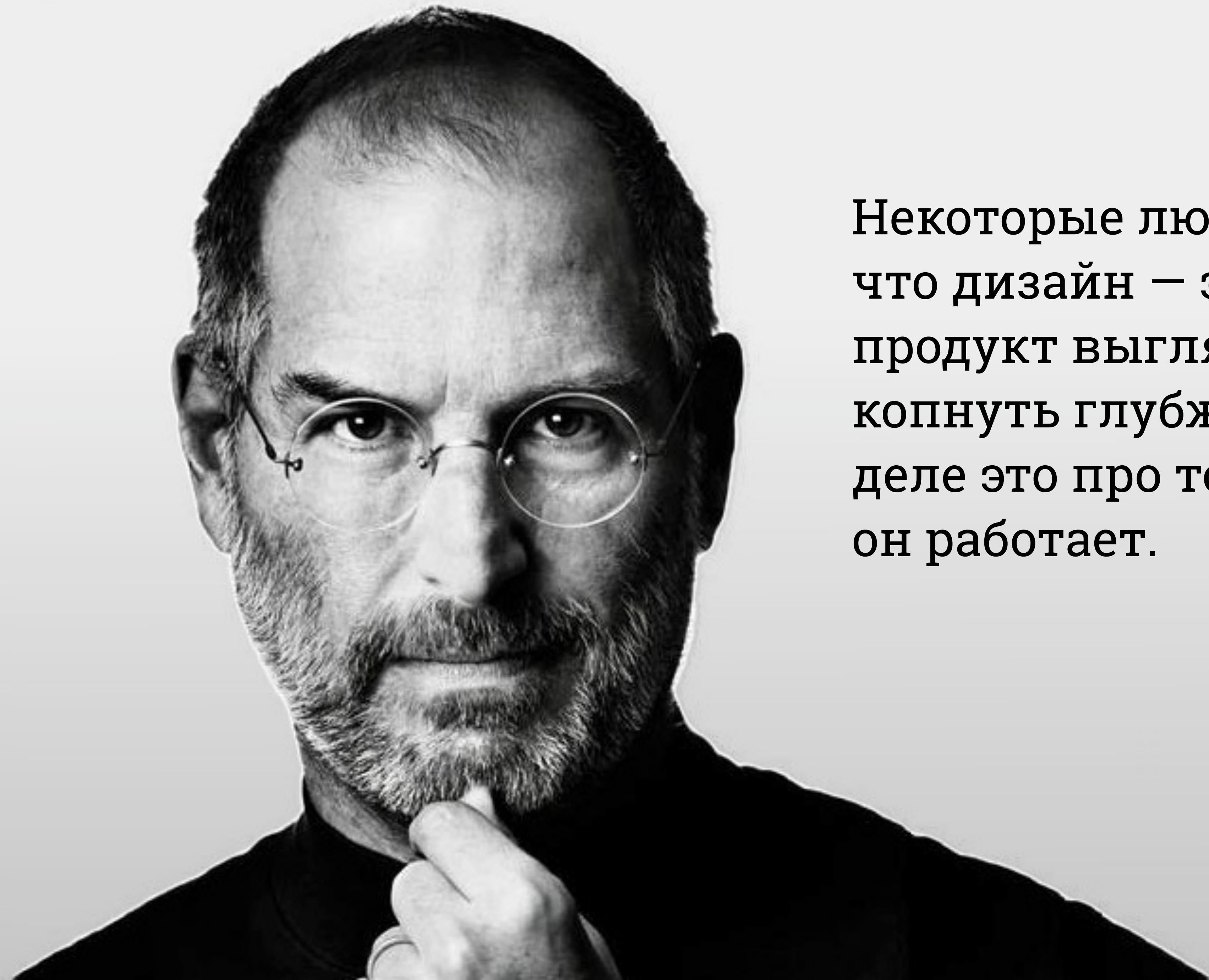
Дизайнеры vs. Инженеры

Дизайнеры

- ▶ Что мы создаем и почему?
- ▶ Придают форму
- ▶ Определяют и работают с коварными проблемами

Инженеры

- ▶ Как мы это создаем?
- ▶ Помогают вещам работать идеально
- ▶ Решают стандартные проблемы оптимальными способами



Некоторые люди думают,
что дизайн — это то, как
продукт выглядит; но если
копнуть глубже, на самом
деле это про то, как
он работает.

Стив Джобс

Объект дизайна меняется





Дизайн как процесс: дизайн-мышление

Дизайн - процесс решения проблем и генерации новых идей.

Дизайн-мышление - методология по применению дизайна в различных сферах.

Представлен Дэвидом Келли (IDEO), Хассо Платтнер (SAP) и другими.



Дизайн-как процесс:
Магазинная тележка от IDEO

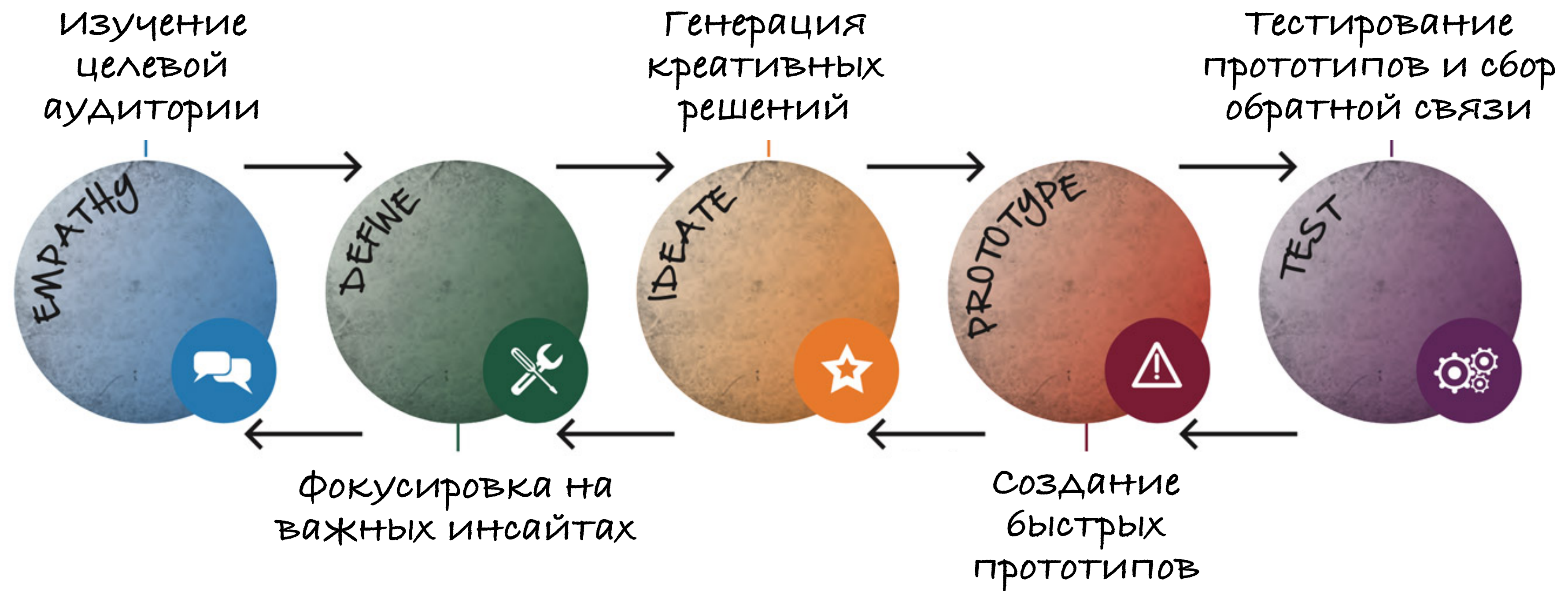
ABC-News. 1999.

Nightline: The Deep Dive.

Свойства дизайн-мышления

- ▶ Смешанная и междисциплинарная группа "дизайнеров"
- ▶ Фокус на пользователя и его проблемах
- ▶ Вовлечение факторов контекста использования продукта
- ▶ Атмосфера изменений и креативности

Процесс дизайн-мышления



Эмпатия

Изучение
целевой
аудитории



Сопереживание опыту,
ситуации и эмоциям человека,
для которого вы работаете.

наблюдайте.

Наблюдайте за пользователями и их поведением в контексте их жизни.

Делайте заметки, фиксируйте цитаты, которые отражают опыт пользователя.

Наблюдения – ключ к тому, что думает и чувствует пользователь, а значит, к тому, что ему нужно.



вовлекайтесь.

Вовлекайте пользователей в диалог. Спрашивайте «Почему?»

Вовлечение пользователей позволит получить более глубокие инсайты об их убеждениях и ценностях.



* PORK ASADA CITRUS ROASTED PORK \$3.25
PORK ADLI, PICKLED ONIONS, CHICHARRONE, CILANTRO

* KOREAN FRIED CHICKEN \$4.00
GOCHUJANG, CREAMY SLAW, SCALLION

* 12 hr SMOKE BRISKET \$4.00
KIMCHI, BARBECUE SAUCE, DAIKON, SCALLION

* PORK BELLY CONFIT \$4.00
PICKLED MUSTARD GREENS, HOISIN, PEANUT POWDER, CILANTRO

* TOFU + LENTIL + QUINOA "CHORIZO" (VEGAN) \$3.75
TOMATILLO SALSA VERDE, RADISH, CILANTRO

• OTHER EATS •

* CRISPY SOY GARLIC CHICKEN RICE BOWL \$9.50
JASMINE RICE, SPICY CUCUMBER KIMCHI, SESAME,
SCALLION, RADISH, FRIED PEANUT

* LOADED KIMCHI FRIES \$7.50
GOCHUJANG, BARBECUE SAUCE, SCALLION, QUESO FRESCO

* THAI BRÛLÉE \$5.50
T... ZEST

FOLLOW US ON INSTAGRAM + FACEBOOK



GRUMMAN

участвуйте.

Побывайте на месте пользователя.

Проживите опыт пользователя,
чтобы лучше понять, что он
чувствует.



Интервью

- ▶ Спрашивайте почему.
- ▶ Не употребляйте слова «обычно».
- ▶ Поощряйте истории, а не короткие ответы.
- ▶ Следите за нестыковками.

Интервью

- ▶ Обращайте внимание на невербальные знаки.
- ▶ Будьте терпеливы.
- ▶ Не предлагайте ответов. Будьте нейтральными.

Важные правила

- ▶ Не оценивайте.
- ▶ Подвергайте сомнению и задавайте вопросы.
- ▶ Любопытствуйте.
- ▶ Слушайте.
- ▶ Выявляйте закономерности.

Персоны

Они дают вашему
пользователю
реальное лицо.



персоны.

Представляют типичных клиентов, которые объединяют общие характеристики клиентского сегмента.

Они не вымышленные персонажи, они вбирают в себя реальные черты ваших пользователей.

Точка зрения



Процесс анализа собранных
данных с целью
сформулировать концепцию
проблемы пользователя.

Точка зрения

[пользователь]

нуждается в

[потребность]

, поскольку

[инсайт]

Выявление
ограниченного числа
потребностей
наиболее важных
для пользователя.

Откровения,
связанные с
эмоциональными
переживаниями
пользователя.

Генерация идей

Генерация
креативных
решений



Перевод потребностей в решения.
Поиск наибольшего количества
вариантов решения за пределами
очевидных решений.

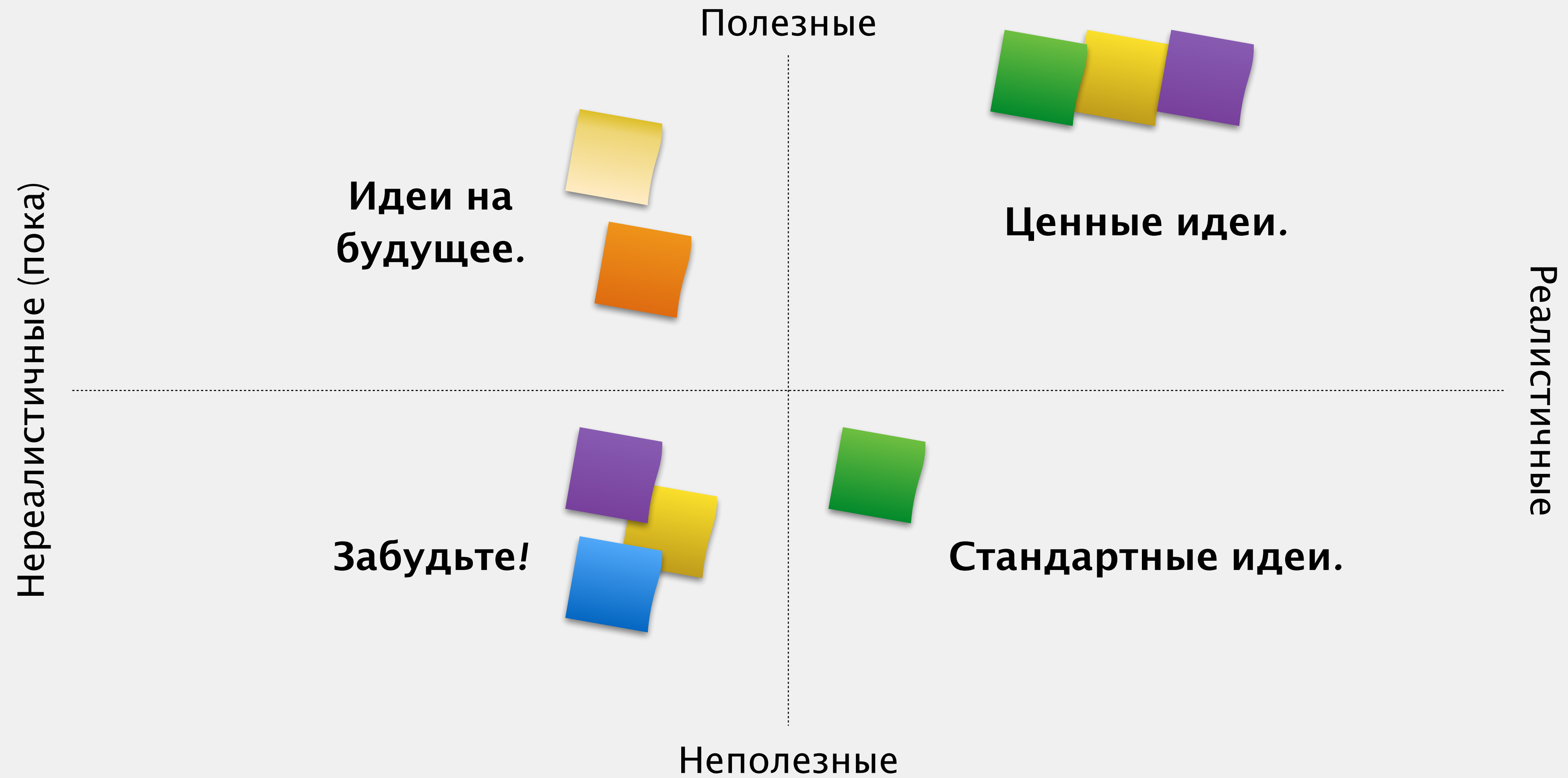
креативьте.

Сфокусируйтесь на количестве идей, а не на их качестве.

Работа с другими людьми для поиска интересных решений.

Не бойтесь «глупых» идей, возможно, они приведут вас к правильным открытиям.

Выбор идей



Прототипирование



Создание
быстрых
прототипов

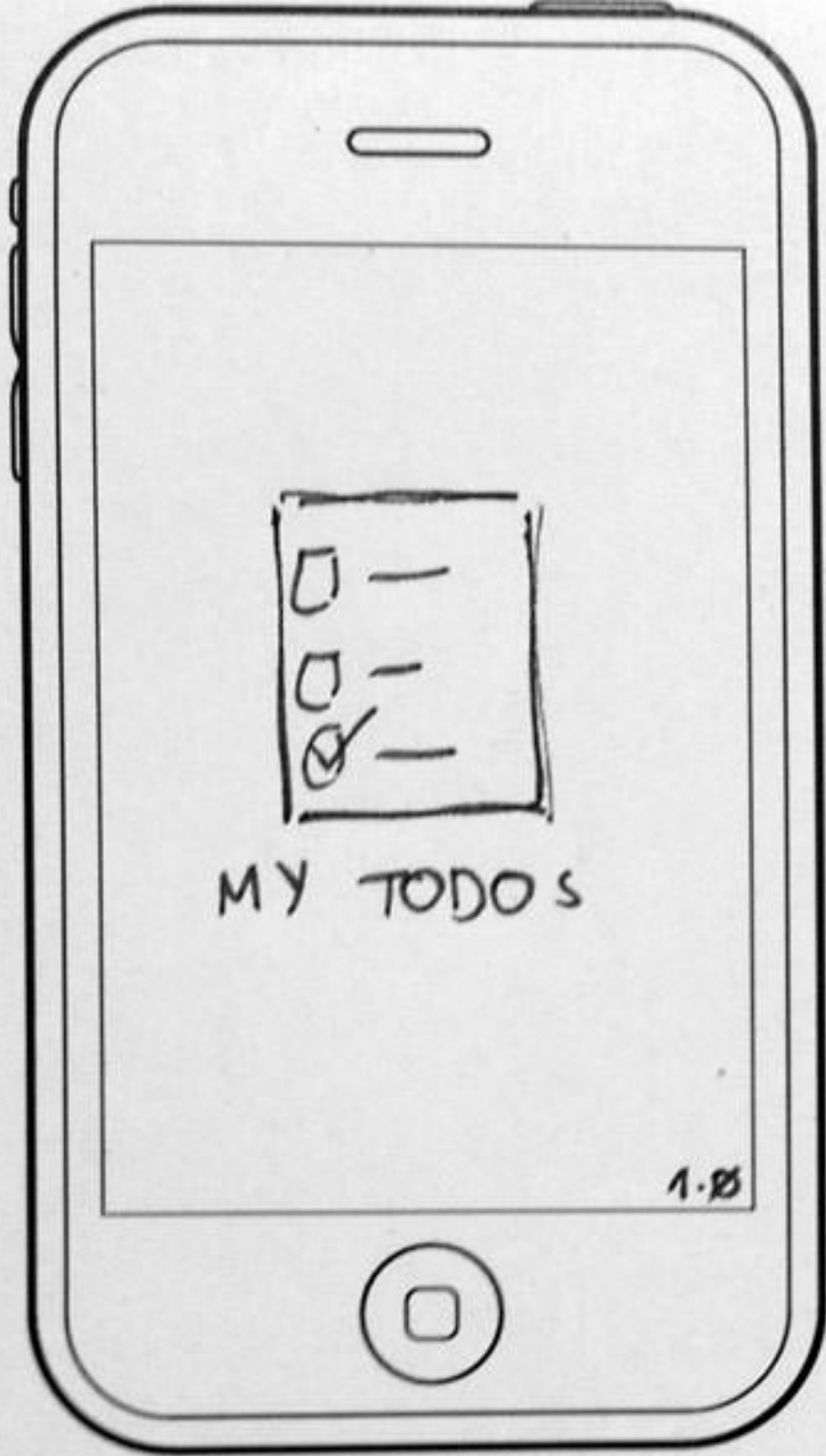
Создание быстрых прототипов,
с которыми можно
взаимодействовать.

дизайн эксперимента.

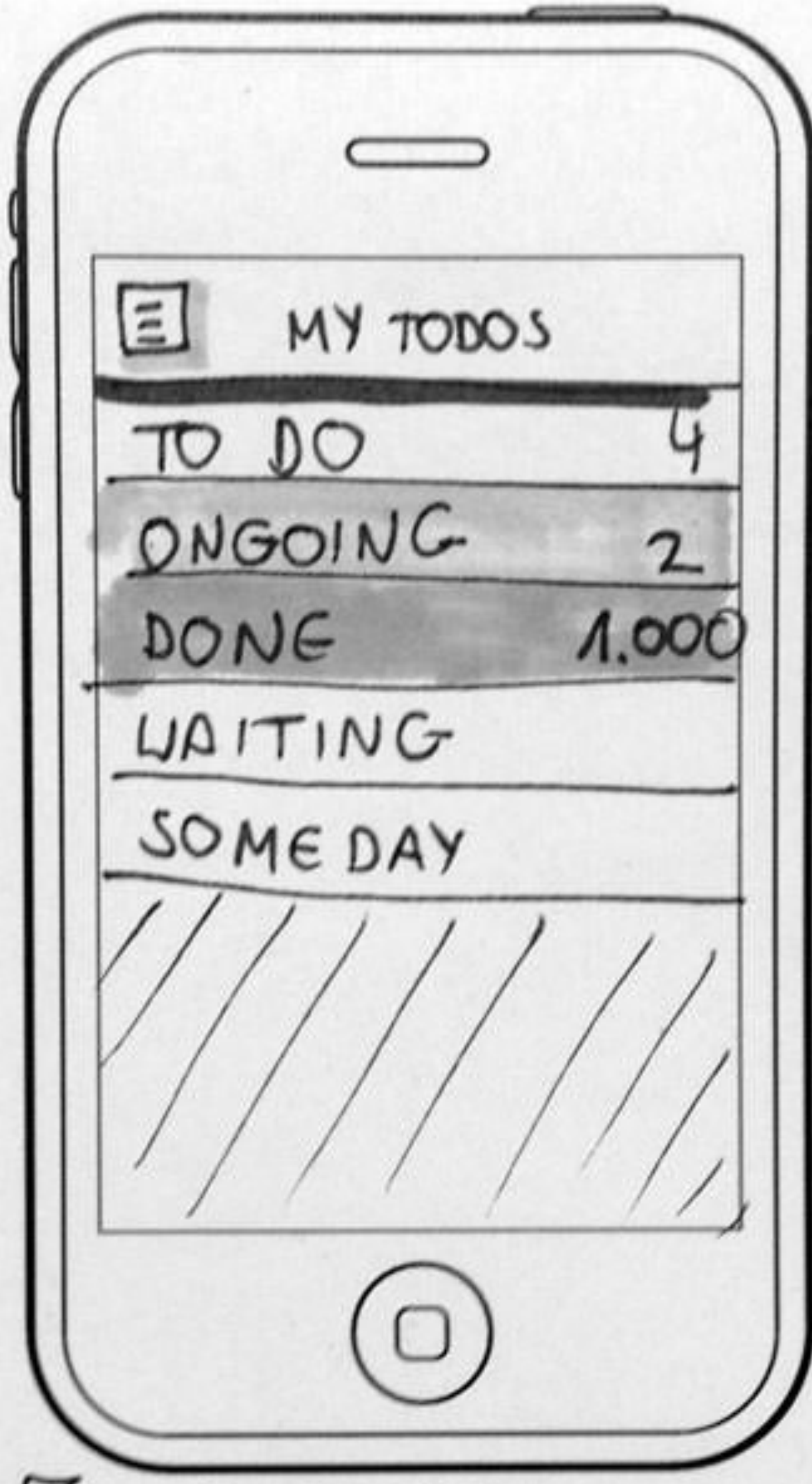
Оживите идеи из вашей головы.

На начальных этапах прототип должен быть дешевым. Создание быстрых и грубых решений сценарии взаимодействия.

Получение первого пользовательского опыта.



SPLASH SCR.



OVERVIEW
SUB MENU II



OVERVIEW
SUB MENU I

Тестирование

Тестирование
прототипов и сбор
обратной связи



Получение обратной связи от взаимодействия с прототипом, доработка прототипа с учетом полученных данных.

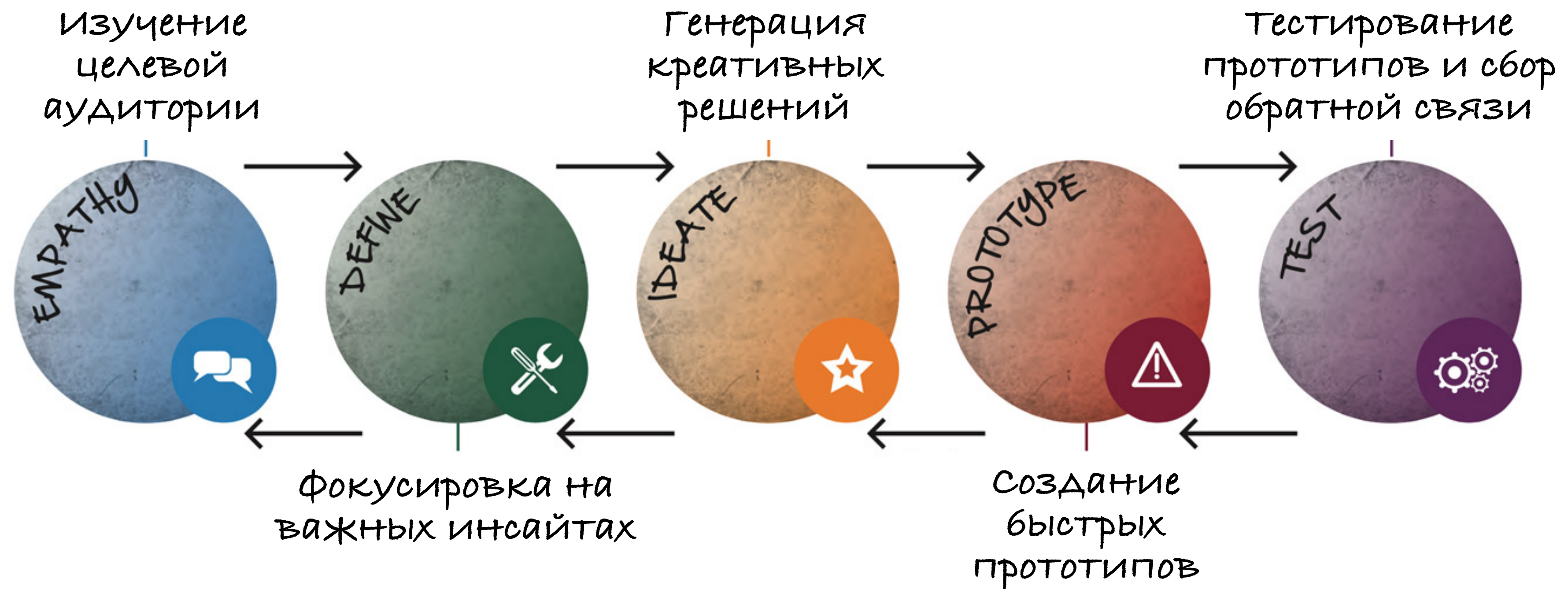
обратная связь.

Дайте пользователям прототип в руки и послушайте, что они скажут.

Создайте условия для того, чтобы люди пользовались вашим прототипом и описывали свой опыт.

Не защищайте свой прототип.

Процесс дизайн-мышления: итерации



Шаблон Александра Остервальдера

