

DOI: 10.18372/2415-8151.16.14340

УДК 70.012:[739:2-526.65(045)]

Ус Вікторія Феліксівна¹

К.Т.Н.,

Національний авіаційний університет, Україна

E-mail: Yc0869@gmail.com

Мінчук Марина Юрївна²

КДАДППМіД ім. М. Бойчука, Україна

E-mail: marina.minchuk@gmail.com

ЕТАПИ СТВОРЕННЯ ЛЮДИНО-ОРІЄНТОВАНОГО ДИЗАЙНУ

Анотація: У статті проаналізовано головні принципи створення людино-орієнтованого дизайну, а саме занурення, емпатія і спільна робота з майбутнім користувачем продукту чи послуги. Розглянуто складову методу – дизайн-мислення, тобто, як мислення й опрацювання ідеї, допомагає в створенні нових проєктів, що орієнтовані на людину. Відображено процес - завдання якого є зрозуміти користувача та його проблеми, створити та перевірити припущення, на цьому тлі, змінити постановку проблеми та віднайти альтернативні стратегії та рішення. Доведено, що людино-орієнтований дизайн набуває актуальності в сьогоденні та виявлено якісний вплив цього методу при вирішенні проблем користувачів.

Ключові слова: людино-орієнтований дизайн, дизайн мислення, емпатія, зона дизайн-спринта, когнітивність, концепція, прототипування, консалтинг.

Постановка проблеми. Перші згадки про дизайн-мислення були зафіксовані в 1969 році, це було віддзеркалення практичної роботи інженерів та опис основних етапів їхньої праці, таким чином, щоб це було зрозуміло людям творчих професій та представникам бізнесу. Найпершими цей метод взяли до уваги представники бізнесу, в 90-х роках, а згодом, цей

¹ © Ус В.Ф.

² © Мінчук М.Ю.

метод, почали використовувати навіть в особистому житті та для вирішення більш глобальних проблем, таких, як бідність, гендерна нерівність, якість питної води, та інше. Дизайн-мислення – це процес, який складається з п'яти етапів, які послідовно йдуть один за одним, з метою виявлення потреб та проблем користувачів. Основна функція цього процесу, створити Людино-орієнтований дизайн, що якісно може покращити повсякденне життя пересічної людини, який буде користуватися тим чи іншим сервісом або продуктом, чи вирішити глобальні питання для поліпшення життя людини. Проте, термін, особливості використання, процеси та термін «Людино-орієнтований дизайн» не описаний в спеціалізованій літературі, ефективність застосування цього методу дизайну ще не досліджена.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Метод дизайн-мислення тісно переплітається з психологією та когнітивним сприйняттям простору, середовища та ідентифікації себе в суспільстві. Тому найкраще такий метод працює на перетині різних сфер: бізнесу та суспільства, логіки та емоцій, раціональності та креативності, людських та економічних потреб, системи та особистості. Використання методології дизайн-мислення для розробки продуктів, послуг, середовищ та цифрового досвіду в контексті консалтингових послуг досліджує міжнародна компанія IDEO, наводячи принципи дизайн-мислення в design toolkit. Їхня суть полягає в тому, щоб при створенні проекту використовувати блоки людино-орієнтованого дизайн процесу такі, як: натхнення, ідея та втілення[1]. Стрімко розвиваються інтернет-ресурси, що пропонують до використання різні методології дизайн процесів. Приклади репортів досліджень з користувацького досвіду в різних сферах бізнесу та метрики, за якими вони оцінюються, надає Nielson Norman Group. Тutorials методів дизайн-процесу, таких як Business Model Canvas, Photojournal, тощо, можна знайти в мережі на сайті Designkit.org. Надає конструктори для розробки людино-орієнтованих сайтів Tilda. Багато інформації та розсуду на теми дизайн-мислення, та Людино-орієнтований дизайн є в різних інтернет-виданнях, таких, як Platforma та

Medium або Telegraf.design, Notion.so. Але досі не досліджений процес створення людино-орієнтованого дизайну.

Мета. На основі аналізу світового досвіду визначити доцільність використання методу дизайн-мислення в створенні людино-орієнтованого дизайну.

Основна частина. Здебільшого, задачею дизайну було створення нової концепції продукту, що не завжди було ефективним рішенням в житті людини. В сьогоденні задачею дизайну є створення людино-орієнтованого дизайну, де в центрі уваги знаходиться людина, її життя та потреби. Як засіб дизайну, дизайн-мислення використовується в вирішенні цих задач.

Було проаналізовано 32 застосунки з App Store[4], які повинні надавати зручний сервіс. Розглянуто декілька кейсів з ефективними рішеннями, щодо вирішення глобальних питань: смертність дітей при народженні в Індії[3] та розробка сталої громадської організації у сфері охорони здоров'я сільського та водного господарства у Демократичній республіці Конго[1]. Досліджено метод, за допомогою якого розроблялись ці дизайн-рішення, перш за все це емпатія та невтомність в тому, щоб допомогти людям, по-друге, це оптимізм, ітеративність, творча впевненість, втілення ідей на практиці, прийняття невизначеності та навчання на помилках[2]. (Рис. 1)

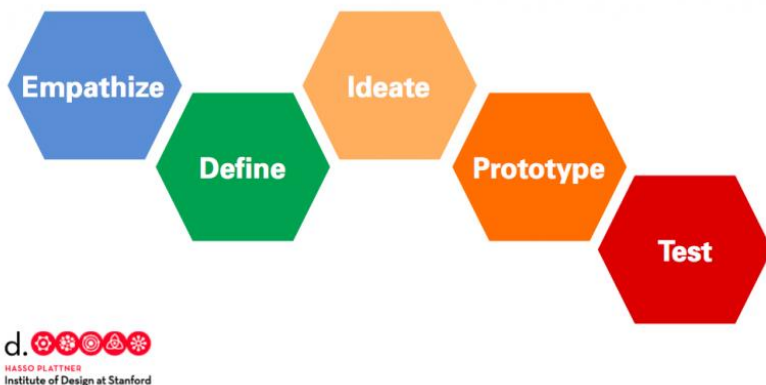


Рис. 1 Етапи дизайн-мислення Стенфордської школи дизайну d.school

Людино-орієнтований дизайн – це унікальний підхід до вирішення проблем, які іноді можуть виглядати безглуздими та невартими уваги. Взагалі, знайти нові інноваційні рішення, складно, потрібно весь час сходити з обраного шляху. Цей метод спонукає вчитись у людей для, яких ти створюєш сервіс чи продукт, підштовхує бути відкритим до будь-яких нових ідей, творчих можливостей. Спонукає шукати рішення саме для тих людей, для яких створюється проект. У процесі мислення доведеться постійно змінювати вектор руху: поступово проходячи всі етапи, переключатись на конкретні спостереження або на абстрактне мислення. Ці фази називаються розширенням чи звуженням простору креативного процесу[1], а саме:

Дивергентна (розширення) – пошук безлічі рішень однієї і тієї ж проблеми;

Конвергентна (звуження) – точне використання інструкції щодо вирішення завдань (Рис. 2).

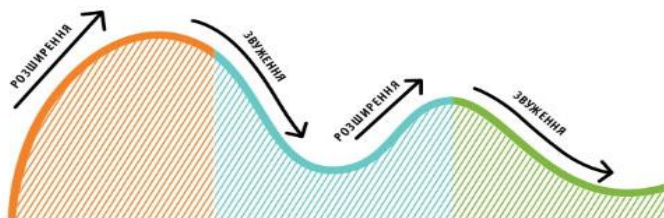


Рис. 2 Фази мислення, Людино-орієнтований дизайн IDEO.org

Етапи створення людино-орієнтованого дизайну:

Перший етап. Емпатія - здатність поставити себе на місце інших людей, зрозуміти їхнє життя і почати вирішувати проблеми, дивлячись на них їхніми очима. Основою людино-орієнтованого дизайну є співпереживання. На цьому етапі ведуться спостереження за користувачем. Мета: розібратись, що люди роблять і яку ціль вони хочуть досягти. Які в них потреби? Як на них впливає зовнішнє оточення? Чи виникають у них незручності на будь-якому етапі використання продукту?

Дизайнери не завжди проводять дослідження в реальному житті. Відмовляючись від робіт в полі, вони просто уявляють себе на місці користувача. Але так не вдасться виявити щось нове, тим паче поліпшити. Перший етап полягає в тому, щоб виявити проблему. Це єдиний спосіб знайти вірне рішення.

Другий етап. Фокусування. На цьому етапі всю раніше зібрану інформацію сортуємо, впорядковуємо та виділяємо найважливіші моменти. Результати, які були отримані під час проведення глибинних інтерв'ю та вторинних дослідженнях, можна записати на стікерах. Тоді буде відображення проблеми загалом, і буде легко вносити правки, потрібно буде лише перетягнути стікер. На цьому етапі можна вже побачити патерни поведінки, портрети груп користувачів, та створити персону, для якої потім буде створено дизайн-рішення. Найголовніше – виділити ключові потреби та проблеми, які потрібно вирішити.

Третій етап. Генерація ідей. Два попередні етапи розроблені для того, щоб наштовхнути мислення на генерацію ідей. Що більше ідей, від примітивних, очевидних до абсурдних і неможливих, то більше простір для роздуму. Не потрібно оцінювати та критикувати ідеї, для того, щоб уникнути психологічного блокування під час мозкового штурму. Може вийти цікавий результат, якщо під час мозкового штурму будуть присутні люди з різним досвідом, різного віку. Що більше людей, то більше думок, але не потрібно створювати велику групу – це скоріше за все буде заважати. Після такого мозкового штурму слід обирати найкращі ідеї. Можна всі ідеї розбити по категоріям, наприклад: «можливо втілити», або та що амбівалентна «неможливо втілити», або «ідеальна, коли зросте рівень технологій».

Після аналізу цих трьох конкретних етапів можна підвести висновок, що вони пов'язані між собою і становлять об'єднаний елемент так звану зону спринта, процесу розуміння (Рис. 3).

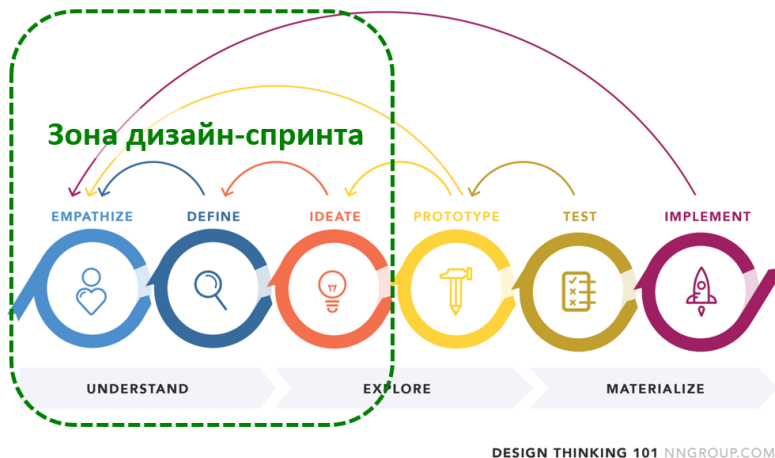


Рис 3 Схема etanis, Design thinking 101, NNGroup.com

Четвертий етап. Прототипування. Прототип – це будь-який предмет, з яким користувач може взаємодіяти: дошка зі стікерами для нотаток, модель, гаджет, рольові ігри чи сценарій. Прототипи мають бути прості, краще коли їх декілька, для того щоб знайти оптимальне рішення. Співставляючи, а потім порівнюючи, визначається найкраща інтерпретація ідеї (Рис. 4).

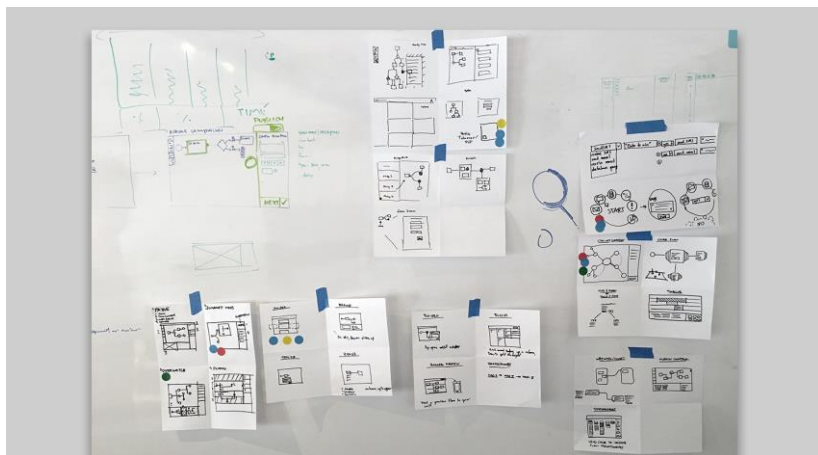


Рис. 4. Приклад прототипу на папері

П'ятий етап. Тестування. Тестування – це спроба отримати зворотній зв'язок щодо створених прототипів. Маєте увімкнути «режим емпатії» й уважно прислухатись до думок людей. Не просто чекати відповідь на питання чи подобається користувачу зразок, а викликати його на відверту розмову, щоб дізнатись правдиву інформацію, що насправді респондент думає.

На цьому етапі користувач повторює всі кроки в реальному житті. Процес вказує чи зберіглась логіка, чи не було забуто про якийсь крок. Визначається зрозумілість і зручність для користувача.

Після тестування може виявитись, що потрібно замінити прототип, або повернутись на початок, до етапу розуміння. Цей процес може повторюватись декілька разів, доки прототип не стане задовільним. В умовах постійної ітерації ідея переосмислюється, що згодом може дати неочікуваний результат.

Правила, які допоможуть[2]:

Не засуджуйте, не критикуйте та не відкидайте навіть найбожевільніших ідей, поки в усьому не розберетесь.

Чесність, щирість та відкритість усіх розмов. Неважливо, у середині команди чи з користувачем.

В ідеях важлива їхня кількість. Генеруйте якомога більше, щоби було з чого обирати.

Основними критеріями оцінки успішності дизайн-розробки технологічна доцільність, життєздатність бізнесу та привабливість для користувача.

Помилятись це нормально. Невдача, яка допомагає навчитися, є здоровою. Невдача, яка впливає з тестування ваших ідей, є нормальною. Зворотні відгуки, які інші можуть дати, вкажуть на прогалини в роботі.

Сприяйте творчій атмосфері. Креативність потребує належної атмосфери, часу та натхнення. Докладіть максимум зусиль, щоби ваша команда завжди була у формі.

Орієнтуйтеся на користувача. Це означає справді співпереживати людині, розуміти її потреби та робити їх основними чинниками під час проектування. Ви працюєте не для

того, щоби задовольнити власне его, а для вирішення проблеми користувача.

Людино-орієнтований дизайн - це дизайн який створений для користувача та включає його потреби. Дизайн-мислення це платформа, процес за допомогою, якого людино-орієнтований дизайн можливий.

Дизайн-мислення відрізняється від інших методів за такими параметрами:

Орієнтованість на людину, це найголовніша відміна риса методу від інших. В його основі лежить глибока емпатія та розуміння потреб і бажань користувача. Цей процес будується на тісному зв'язку між дизайнерами та людьми, для кого створюється кінцевий продукт, а саме інтереси користувачів - найголовніше при розроблені продукту.

Спільна творча робота, дизайн-мислення заохочує до спільної роботи людей з різним досвідом та із різних сфер.

Оптимізм. Дизайн-мислення допомагає повірити, що всі люди можуть творити зміни та допомагати, незалежно від кількості грошей та часу.

Експерименти. Ніхто не застрахований від помилок. Головне вірити в результат, і вчитись на помилках.

Нелінійність та повторюваність. Може показатись, що дизайн-мислення є дуже структурованим методом. Етапи логічно змінюють один одного та завершуються тестуванням прототипів. Проте на практиці метод дизайн-мислення виявляється надзвичайно гнучким та нелінійним.

Висновки. На основі аналізу створення людино-орієнтованого дизайну визначено таку послідовність дій та етапи дизайн-мислення:

Емпатія – встановлення зв'язку між розробником дизайн концепцій та користувачем.

Фокусування – збір інформації щодо проблеми, глибинне інтерв'ю, вторинні дослідження.

Генерація ідей – мозковий штурм, щодо ідей які можуть сприяти вирішенню проблем.

Прототипування – створення макету, або сценарію, щоб потім його протестувати в реальному житті та виявити результат.

Тестування – на цьому етапі користувач повторює всі кроки в реальному житті, та оцінюється результат.

Виявлено відмінності методу дизайн-мислення від інших методів.

Перспективи подальшого дослідження. У даній роботі проведені дослідження, які можуть бути розвинуті з метою створення систематизованої методики використання дизайн-мислення в створенні дизайн концепцій.

Література

1. Людино-орієнтований дизайн /IDEO.org – книга надрукована в Канаді в 2015 році / ISBN-код: 978-0-9914063-1-9 / 192 сторінки.

2. Platforma, спецпроект «By design»/. Електронний ресурс. Режим доступа: <http://bydesign.platfor.ma/stages-of-dt>– дата доступа: 21.11.2019

3. Notion.so / Електронний ресурс. Режим доступа: <https://www.notion.so/euzy/d82fffa12d7147b4aecb6ec2813b93aa> - дата доступа 20.11.2019

4. App Store iPhone / електронний ресурс. Режим доступа: <https://www.apple.com/ios/app-store/> - дата доступа: 18.11.2019 р

References

1. Lyudyno-oriyentovanyy dyzayn /IDEO.org – knyha nadrukovana v Kanadi v 2015 rotsi / ISBN-kod: 978-0-9914063-1-9 / 192 storinky.

2. Platforma, spetsproekt «By design»/. Elektronnyy resurs. Rezhym dostupa: <http://bydesign.platfor.ma/stages-of-dt>– data dostupa: 21.11.2019

3. Notion.so / Elektronnyy resurs. Rezhym dostupa: <https://www.notion.so/euzy/d82fffa12d7147b4aecb6ec2813b93aa> - data dostupa 20.11.2019

4. App Store iPhone / elektronnyy resurs. Rezhym dostupa: <https://www.apple.com/ios/app-store/> - data dostupa: 18.11.2019 r

Аннотация.

Ус В.Ф., Минчук М.Ю. Принципы создания человеко-ориентированного дизайна. В статье проанализированы основные принципы создания человеко-ориентированного дизайна, а именно погружение, эмпатия и совместная работа с будущим пользователем продукта или услуги. Рассмотрены составляющую метода - дизайн-

мышления, то есть, как мышление и обработка идеи, помогает в создании новых проектов, ориентированных на человека. Отражен процесс - задача которого понять пользователя и его проблемы, создать и проверить предположения, на этом фоне, изменить постановку проблемы и найти альтернативные стратегии и решения. Доказано, что человеко-ориентированный дизайн приобретает актуальность в настоящем и выявлено качественное влияние этого метода при решении проблем пользователей.

Ключевые слова: человеко-ориентированный дизайн, дизайн мышления, эмпатия, зона дизайн-спринт, когнитивность, концепция, прототипирования, консалтинг.

Abstract.

Us V.F., Minchuk M.Yu. Principles of creating a person-oriented design. The article analyzes the basic principles of creating a human-oriented design, namely immersion, empathy and collaboration with a future user of a product or service. The component of the method - design thinking, that is, how thinking and processing ideas helps in creating new projects focused on people is considered. The process is reflected - the task of which is to understand the user and his problems, create and test assumptions against this background, change the problem statement and find alternative strategies and solutions.

Method design-thought closely interlaces with psychology and cognitive perception of space, environment and authentication of itself, in a company. Therefore, better in all such method works on intersection of different spheres: business and company, logic and emotions, rationality and creativity, human and economic needs, system and personality. Use of methodology design-thought for development of products, services, environments and digital experience, can improve end-point, and increase his benefit. This method will help to feel the needs of personality and company, and then incarnate them in a product, or service. High-quality changes taking place in life of users cause satisfaction with using. In general, a method consists of five stages, which can be not successive, but returning to them in moments of iterations, can be chaotic.

Human-oriented design is an unique approach for resolving problems that sometimes can look senseless and unworthy attention.

It is proved that human-oriented design is gaining relevance in the present and the qualitative influence of this method is revealed in solving user problems.

Key words: human-oriented design, design of thinking, empathy, area of design sprint, cognitive, concept, prototyping, consulting.

*Стаття надійшла в редакцію 24.09.2019
Стаття прийнята до друку 05.11.2019 р.*