**Як влаштовано метод  
Design Thinking**

Якщо казати просто, то дизайн-мислення – це метод створення продуктів та послуг, що орієнтовані на людину. Він являє собою процес, під час якого дослідники намагаються зрозуміти користувача та його проблеми, роблять та перевіряють припущення, змінюють постановку проблеми та намагаються знайти альтернативні стратегії та рішення.

Дизайн-мислення – це також напрям думок, світогляд, який дозволяє людині вірити, що вона здатна робити зміни та створювати інновації. Дизайн-мислення допомагає перетворити складні завдання в можливості дизайну – створення речей та процесів.

**Ось що відрізняє дизайн-мислення від інших методів:**

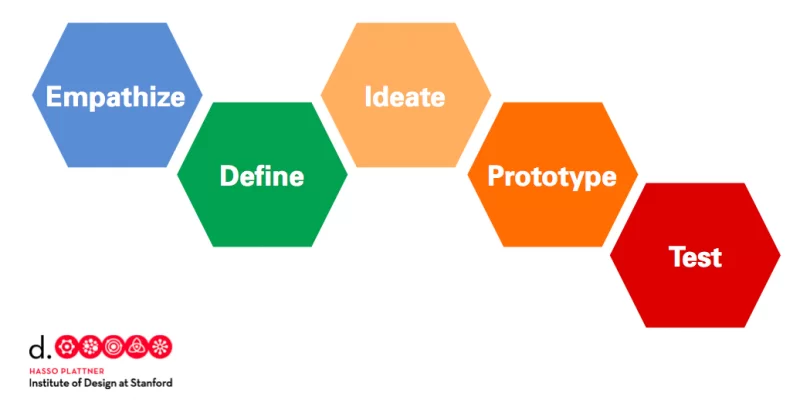
**Орієнтованість на людину.**Так, про це варто часто й багато говорити, адже це є найголовнішою відмінною рисою методу. В його основі лежить глибока емпатія та розуміння потреб і бажань користувача. Протягом усього процесу проектування існує тісний зв'язок між дослідниками та людьми, для яких створюється кінцевий продукт, і саме інтереси користувачів в першу чергу керують розробниками.

**Спільна творча робота.** Одна голова добре, дві – краще, а багато – взагалі безцінно. Дизайн-мислення заохочує спільну працю та обмін думками людей із різних сфер та з різним досвідом.

**Оптимізм.**Дизайн-мислення допомагає повірити, що всі люди можуть творити зміни, незалежно від розміру проблеми, кількості часу та грошей.  
**Експерименти.**Ніхто не застрахований від помилок, головне – вчитися на своїх невдачах. А з нестандартних експериментів можна отримати інсайти та несподівані рішення.

**Нелінійність та повторюваність.**З першого погляду, процес дизайн-мислення є дуже структурованим. Етапи логічно витікають один з одного та завершуються тестуванням прототипів. Проте на практиці метод дизайн-мислення виявляється надзвичайно гнучким та нелінійним. Наприклад, кілька етапів можуть проводитись одночасно різними групами в рамках команди, або ж на стадії тестування можуть з'явитися нові дані про користувачів, що, зі свого боку, призведе до чергового сеансу мозкового штурму та розробки нових прототипів.

В класичній методології дизайн-мислення за версією Stanford d.school є п'ять етапів всього процесу: Емпатія, Визначення проблеми, Генерація ідей, Прототипування та Тестування. Розуміння цих кроків дозволить кожному застосовувати дизайн-мислення для розв'язання проблем у малому та великому бізнесі, на державному рівні та навіть в особистому житті.



**Етап #1. Емпатія**

**Що це?**

Кожен процес розробки починається з конкретної проблеми – дизайнерського завдання. Воно має бути доступне, зрозуміле та здійсненне. Наріжний камінь дизайн-мислення – емпатія – здатність уявити себе на місці іншої людини і зрозуміти її почуття, бажання та поведінку. Головне на цьому етапі — зрозуміти, як і чому люди роблять певні вчинки у своєму житті, чим вони живуть і які речі є цінними для них.

**Чому це важливо?**

Скажімо, ви програміст, який у вільний час вчиться грати на гітарі. Ваші друзі відкривають музичну школу та просять вас розробити промо-сайт. Це нескладно, адже ви чудово орієнтуєтеся в темі і розумієте, що буде цікаво користувачам. А тепер уявіть, ваш клієнт – компанія з продажу медичного устаткування. У такій ситуації ви маєте керуватися не власним досвідом, а бажаннями сторонніх людей Отже, треба поставити себе на місце іншої людини, знайти та задовольнити її явні та неявні потреби.

Якщо поспостерігати за вчинками людей, їхніми висловлюваннями та поведінкою в оточенні інших, можна отримати корисні підказки про думки та почуття. Ця унікальна інформація допоможе знайти шлях до рішення проблеми.  
  
Налагоджений контакт зі співрозмовником – це відкриті двері до розуміння напряму думок та цінностей людини. Приємна довірлива бесіда інколи приносить несподівані плоди, адже не завжди вчинки збігаються зі словами.  
  
Отже, емпатія потрібна, щобскерувати свої зусилля в правильному напряму для розв'язання проблеми, розкрити потреби, які люди мають і про які навіть не здогадуються, зрозуміти людину, для якої ви розробляєте рішення та виявити емоції, які керують поведінкою цієї людини.

**Як це робити?**

**Спостерігайте** за людьми та їхньою поведінкою в контексті їхніх життів.  
  
**Заохочуйте спілкування.** Підготуйте тези питань, але не наполягайте на чіткому дотриманні всіх пунктів, нехай це буде неформальне інтерв'ю.  
  
**Дивіться, слухайте та чуйте.** Робіть так, аби людина хотіла з вами спілкуватися, робила це відкрито та з задоволенням. Але також вмійте зосередитися на тому, що каже співрозмовник, а не на своїх міркуваннях на рахунок його слів.  
  
**Допомагайте.** Не підказуйте відповіді, дозвольте співрозмовнику самому будувати сценарій розповіді. Але зважайте на те, що люди часто неточно описують свої дії, тому попросіть співрозмовника щось наочно показувати та наводити більше прикладів з реального життя.

**Етап #2. Визначення проблеми**

**Що це?**

На цьому етапі ви збираєте усю інформацію з попередньої стадії, і формуєте хоча б одну можливу для вирішення проблему. Найкраще починати формулювати такими словами: «Як ми можемо допомогти?». Тоді ви отримуєте таке собі керівне твердження, сфокусоване на розумінні та потребах користувача. Іншими словами — ви створюєте сенс.

**Чому це важливо?**

Вагома роль у процесі дизайн-мислення відводиться етапові Визначення, тому що він призводить до появи точки зору – аналітичного вираження проблеми, яку ви прагнете вирішити. Зібравши великі обсяги інформації про користувача, настає час сконцентруватися на одній конкретній групі людей, проникнути в сутність їхніх потреб та бажань. Найбільш цікаві та інноваційні рішення виникають через прогалини у сферах використання, зручності та сенсу речей.

**Як це робити?**

**Згадайте**, що привернуло вашу увагу під час спілкування та спостереження за людьми? Які шаблони поведінки ви помітили?

**Обговорюйте** зі своєю командою, чому людина вчинила так, а не інакше, чому в неї були саме такі емоції, переживання.

**Підсумовуйте.** Зведіть разом та оберіть обмежену кількість потреб, на вашу думку, важливих для задоволення. Випишіть інсайти, неочікувані знахідкі та спостереження, які з'явилися під час обробки інформації від досліджень. Виведіть точку зору, яка містить усі ці три елементи (користувач + потреба + інсайт).  
  
Правильна точка зору фокусується на визначенні питання, надихає команду, створює критерії оцінки ідей, захоплює серця людей та допомагає уникнути вирішення абстрактних проблем.

**Етап #3. Генерація ідей**

**Що це?**

На цьому етапі ви зосереджуєтеся на формуванні ідей. Якщо більш конкретно – на розгалуженні численних концепцій та результатів. Так ви отримаєте джерело для побудови прототипів.

**Чому це важливо?**

Насамперед генерація ідей потрібна, щоби перейти від визначення проблеми безпосередньо до створення конкретних рішень. Це мікс вашого розуміння проблеми, сприйняття потреб кінцевого користувача з безмежними можливостями людської фантазії. Важливо отримати якомога більше потенційних ідей, не відкидаючи жодних, навіть божевільних та дивних варіантів. Обирати ідею-переможця ви будете пізніше, на етапі тестування та зворотнього зв'язку.

**Як це робити?**

Є сотні технік, які активують творчість. Найбільш розповсюдженими є мозковий штурм, бодістормінг, скетчінг, SCAMPER, створення мапи думок.  
  
Наприклад, під час брейнстормінгу ви використовуєте спільні напрацювання групи для отримання нових ідей. До речі, для того, аби не втратити всі згенеровані ідеї, рекомендується застосовувати метод зваженого відбору. Командою оберіть три критерії для голосування (скажімо, «найбільш захоплива ідея», «найбільш раціональний вибір», «найбільш неочікувана думка»). Отже, у фінал для прототипування потраплять дві-три ідеї, а ви збережете інноваційний потенціал.

**Етап #4. Прототипування**

**Що це?**

Прототип – це будь-який предмет, з яким користувач може взаємодіяти: дошка зі стікерами для нотаток, модель, гаджет, рольові ігри чи сценарій.  
  
На цьому етапі ідеї починають втілюватися в життя у вигляді прототипів (фізичних, цифрових, експериментальних). Задуми стають матеріальними, ви вчитеся, поки щось конструюєте, та отримуєте зворотній зв'язок від інших людей. Навіть із дуже сирими прототипами ви вже можете побачити, чи працює ідея й що треба скоригувати.

Створення прототипів допомагає відповісти на запитання, яке ви ставили на перших стадіях. Найперші прототипи варто робити швидко та дешево, наступні ставатимуть більш вдосконаленими та вузькоспрямованими, так само як і питання.

**Чому це важливо?**

Ви розумієте цінність комунікації з користувачем. Набагато легше спілкуватися, якщо розмові є на що спиратися. «Що» в даному випадку – це, власне, ваш прототип. Плюс ви вчитеся миттєво та дешево робити помилки – що менші вкладення ресурсів із вашого боку, то менше можливе розчарування.  
  
Прототипування дозволить глибоко дослідити та потестувати всі ідеї, а завдяки простоті макету відтестувати можна відразу декілька ідей. Проте не забувайте, що сам прототип – ще не кінцева мета вашого дослідження і не найбільша його цінність. Набагато більш цінними є знання, які ви отримаєте в процесі взаємодії з ним.

**Як це робити?**

Багато залежить від того, над яким саме проектом ви працюєте. Створюєте якийсь фізичний об'єкт? Почніть зі скетчів та елементарних моделей із пінопласту та клею. Розробляєте інноваційну класну кімнату? Виготовіть мініатюрний макет із дуже приблизним набором меблів та предметів.

Насправді, є сотні варіантів для прототипування, і ви можете обрати собі до смаку, але варто пам'ятати про декілька головних правил:  
- не витрачайте багато часу на один прототип. Не дозволяйте собі емоційно прив'язатися до макета;

- не сумнівайтеся, одразу робіть;  
- визначіть, яку проблему вирішує окремий прототип;  
- постійно пам'ятайте про кінцевого користувача та його потреби.

**Етап #5. Тестування**

**Що це?**

Тестування – це спроба отримати зворотній зв'язок щодо створених вами прототипів. Ви знову маєте увімкнути «режим емпатії» й уважно прислухатись до думок людей. Не просто питайте, чи подобається користувачу зразок, а викликайте його на відверту розмову, допитуючись «чому?».  
  
І пам'ятайте про принцип: робіть прототипи так, ніби ви в усьому праві, але тестуйте так, ніби ви знаєте, що помиляєтеся.

**Чому це важливо?**

Останній етап процесу дизайн-мислення допомагає викристалізувати рішення та покращити прототипи. Якщо щось іде не так, варто повернутися до генерації ідей. Ви також вкотре краще пізнаєте свого користувача. Ця стадія чимось подібна до першого кроку – емпатії – але тепер ви не стартуєте з нульової точки, а маєте запас корисної інформації, яку можна і треба вдало скомбінувати.  
  
В результаті тестування ви зрозумієте, чи «чіпляє» користувача прототип, а також зможете суттєво зекономити ресурси. Вчасно протестували, отримали зворотній зв'язок, зрозуміли що працює, а що ні – зекономили час та гроші на вироблення непотрібної речі.

**Як це робити?**

Дайте прототип користувачеві і зробіть паузу. Не починайте одразу ж пояснювати принцип дії, просто дивіться, як людина взаємодіє з макетом, правильно чи неправильно використовує. Вислухайте враження, дайте відповіді на питання, а наприкінці з'ясуйте важливі для себе моменти. Якщо ви прототипували певний сервіс, попросіть людину самостійно пройти всі етапи. Спостерігайте та збирайте інформацію. У випадку із декількома прототипами, попросіть користувача порівняти їх і пояснити свій вибір.

Здавалося б, це кінець. Але в гру вступає одна з особливостей дизайн-мислення – нелінійність алгоритму.

Ви ж запам'ятали, що п'ять етапів не завжди послідовні? У них немає чіткого один раз встановленого порядку, вони можуть бути паралельні та повторюватися багато разів. Тому стадії дизайн-мислення краще розуміти як певні режими, що сприяють розвиткові проекту.

Повторювання є основою успішного дизайн-мислення. Пройдіть ще раз через усі п'ять чи якийсь один етап. Загалом від цього ви тільки виграєте – багаторазове відтворення процесу дизайн-мислення звужує проблему, над вирішенням якої ви працюєте, та дозволяє не збитися зі шляху.

**Правила, які вам допоможуть:**

* Не засуджуйте, не критикуйте та не відкидайте навіть найбожевільніших ідей, поки не почуєте пояснення та в усьому не розберетеся.
* 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.
* Пам'ятайте, що основними критеріями оцінки успішності інновацій є технологічна доцільність, життєздатність бізнесу та привабливість для користувача.
* Не бійтеся помилятися. Невдача, яка допомагає навчитися, є здоровою. Невдача, яка випливає з тестування ваших ідей, є нормальною. Зворотні відгуки, які інші можуть дати, вкажуть на прогалини в роботі. Що раніше ви виявите помилки, то менше втратите.
* Одна розмова за один раз. Намагайтеся не говорити одночасно під час обговорення ідей та прототипів, тому що тоді увага команди буде розсіяна, а робота неплідна.
* Сприяйте творчій атмосфері. Креативність потребує належної атмосфери, часу та натхнення. Докладіть максимум зусиль, щоби ваша команда завжди була у формі.
* Замість «так, але.» (причина, чому це не спрацює) навчіться говорити «так, і.» (назвіть щось, що спирається на першу ідею).
* І, звичайно ж, найголовніше — 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.

Джерело: <http://bydesign.platfor.ma/stages-of-dt>