



Doświadczenia użytkownika w rozwiązywaniu problemów projektowych

Paulina Rojek-Adamek

2022

Lider:



Partnerzy:



„Centrum wiedzy o dostępności i upowszechniania zasad projektowania uniwersalnego w obszarze designu i przedmiotów codziennego użytku”

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach środków Europejskiego Funduszu Społecznego

Lider:



Partnerzy:



PAULINA ROJEK-ADAMEK

01

SOCJOLOG, PROF. UP,
WYKŁADOWCA ASP

02

BADACZKA,
STAŻYSTKA ROYAL COLLEGE OF ART
W LONDYNIE

03

AUTORKA PUBLIKACJI Z ZAKRESU SOCJOLOGII DESIGNU

04

EKSPERT POLSKIEJ AGENCJI ROZWOJU
PRZEDSIĘBIORCZOŚCI DS. WZORNICTWA



AGENDA

01. WPROWADZENIE TEORETYCZNE

Społecznie odpowiedzialny design – definicja, wymiary

Dostępność, czyli design zorientowany na użytkownika
– koncepcje DFA, ID

Badania doświadczeń użytkownika – znaczenie,
prezentacja wybranych metod

02. BADANIE DOŚWIADCZEŃ UŻYTKOWNIKA W PRAKTYCE

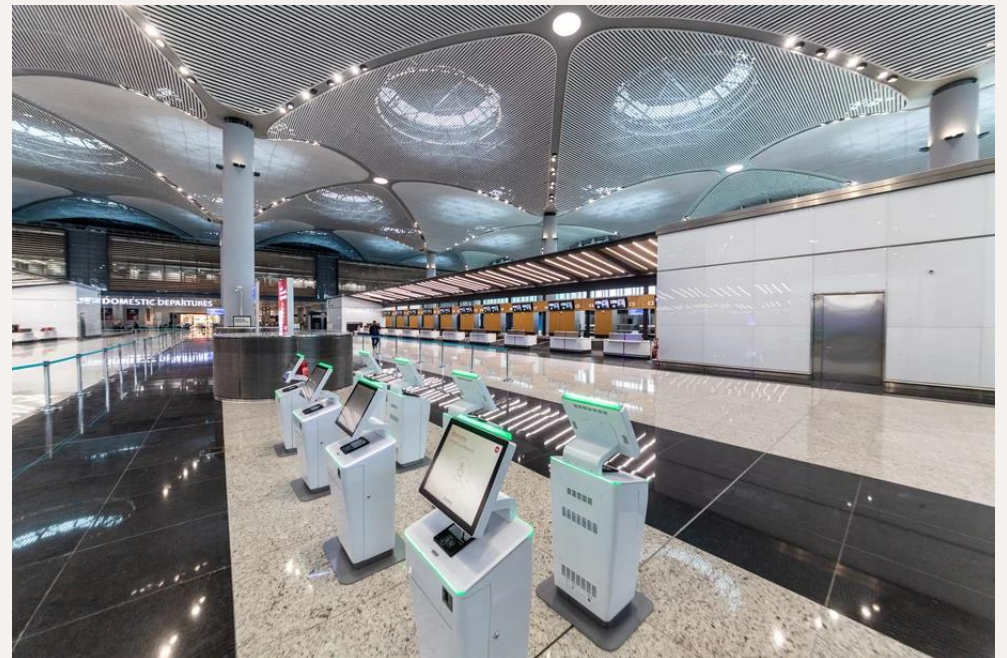
03. PRACA WARSZTATOWA



SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ PROJEKTANTÓW



GDZIE JEST DESIGN ?



DESIGN

01. Wychodzi poza grafikę oraz obiekty przemysłowe.

Wychodzi poza przedmiot.

02. Wkracza w obszar działalności koncepcyjnej, sferę planowania, usług, środowiska i systemów.

03. Coraz powszechniej wykorzystuje się by opisać proces wymyślania, planowania, realizacji zarówno materialnych i niematerialnych produktów.



CHARLES EAMS 1907-1987

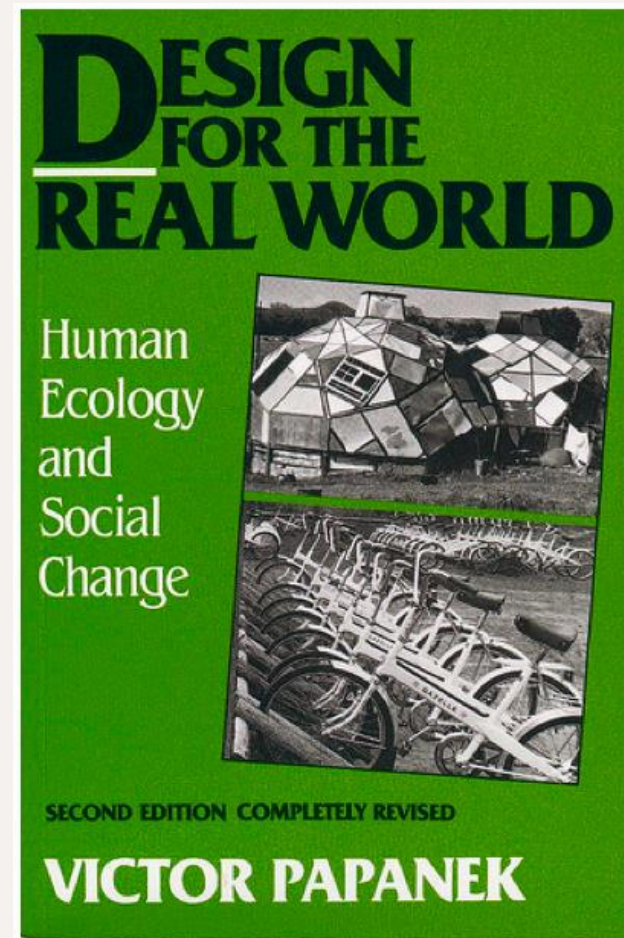
W jednym z wywiadów w 1972 roku zapytano wpływowego projektanta Charlesa Eamsa jakie są granice designu ?
– odpowiedział sprytnie:

**A JAKIE SĄ GRANICE
PROBLEMÓW?**



Projektanci i planiści ponoszą
współodpowiedzialność za niemal
wszystkie produkowane wyroby
i narzędzia, a co za tym idzie
– za prawie wszystkie przewinienia,
które popełniliśmy wobec
środowiska.

Ponoszą ją z powodu złych
projektów albo z powodu
zaniechania, kiedy odrzucają
możliwość odpowiedzialnego
tworzenia, kiedy „nie chcą się
mieszać” albo starają się „jakoś
sobie radzić”



1972 - Victor Papanek, Dizajn dla
realnego świata, 2012:69

SPOŁECZNIE ODPOWIEDZIALNE PROJEKTOWANIE (SOP)

01.

Postawa etyczna projektanta wyrażająca się m.in. metodologicznym podejściem do identyfikowania potrzeb ostatecznych użytkowników z należąca temu procesowi **empatią wobec odbiorców** (rozmowa z „innym”).

02.

Projektanci społeczni powinni koncentrować się raczej na problemach **zagrożonych grup** społecznych, niż na życzeniach producentów.

- **Obowiązek projektanta wobec...kogo?**

03.

Zbiór podstawowych zasad SOP dotyczy przede wszystkim kształtowania **relacji projektantów z odbiorcami** ich pracy.

- **Jakie to zasady?**

WYOBRAŹNIA SOCJOLOGICZNA

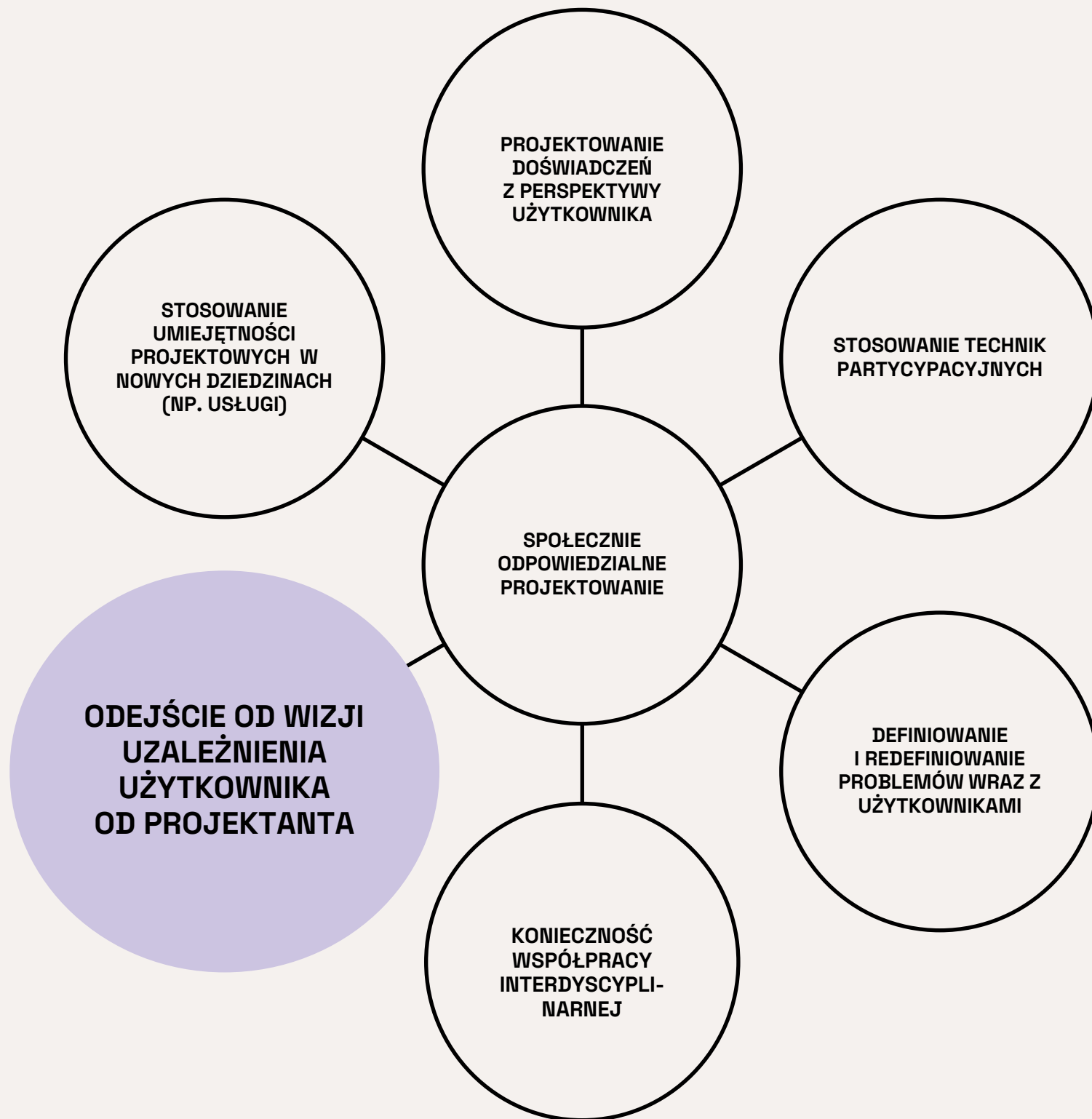
... „najbardziej potrzebna cecha umysłu” polegająca na umiejętności myślenia w sposób poza rutynowy: **zawieszenie oczywistości świata; wyjście poza swój prywatny punkt widzenia;** umiejętność spojrzenia na siebie samego wśród innych ludzi, świadomość własnej pozycji i roli w strukturze społecznej, swoich powiązań i relacji z innymi; świadomość własnego miejsca w procesie dziejowym.

”Wyobraźnia socjologiczna umożliwia nam zrozumienie historii i biografii oraz zachodzących w społeczeństwie relacji między nimi. Takie jest jej zadanie i obietnica”
(Ch. W. Mills 2005: 12-13).



OBSERWUJ LUDZI W ICH NATURALNYM ŚRODOWISKU





01.

Powinniśmy być gotowi do podjęcia nowych perspektyw każdego dnia.

02.

Trzeba skupić się na wartości znalezienia nowych pomysłów.

03.

Trzeba słuchać, wspierać, zachęcać i szanować innych.

04.

Trzeba być w stanie myśleć inaczej, myśleć z otwartym umysłem.





© IDEO
33

• E
J



© IDEO

01.

**Kto miał kiedykolwiek złamaną
kończynę ?**

02.

Kto ma problemy z kręgosłupem ?

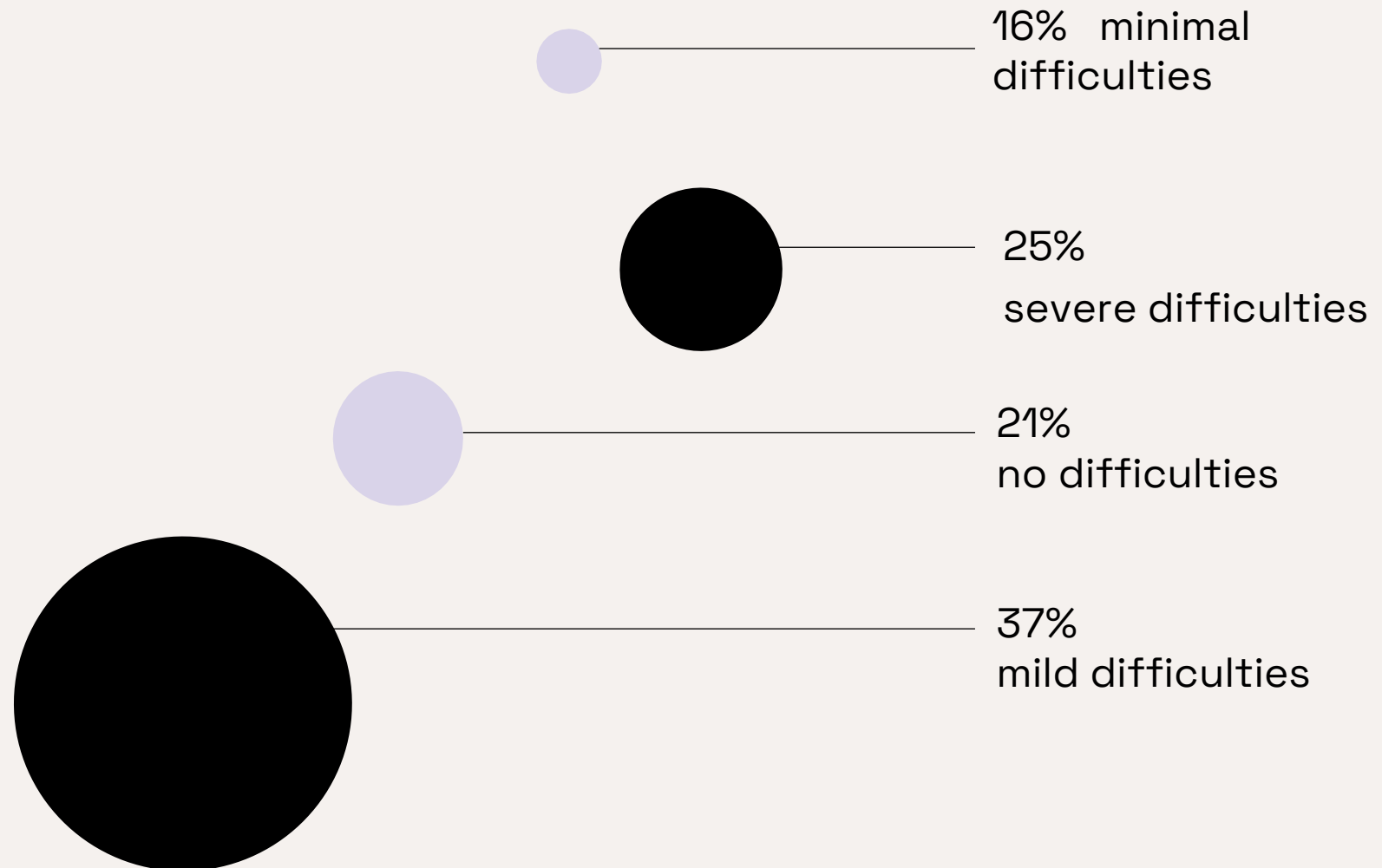
03.

Kto nosi okulary ?

04.

**Kto ma pod swoją opieką małe dziecko /
osobę starszą nie w pełni sprawną /
inwalidę?**

THE BRITISH STANDARDS INSTITUTE (2005) INCLUSIVE DESIGN



DESIGN FOR ALL/PROJEKTOWANIE UNIWERSALNE

Niezależnie od ich indywidualnych uwarunkowań i cech (wiek, płeć czy pochodzenie kulturowe) wszyscy ludzie powinni mieć **równy udział** w życiu społecznym.

Projektowane przedmioty, otoczenie powinny być użyteczne dla wszystkich, w możliwie największym stopniu, **bez potrzeby adaptacji, specjalistycznego projektowania.** Ogólnym celem jest poprawa środowiska fizycznego i społecznego, a tym samym zmniejszenie zapotrzebowanie na "przepisy szczególne," i "wspomagającą technologię." (Mace 1985:21)



01.

Szerokie zastosowanie

projekt powinien być użyteczny dla ludzi o zróżnicowanych umiejętnościach i możliwościach.



02.

Elastyczność użycia

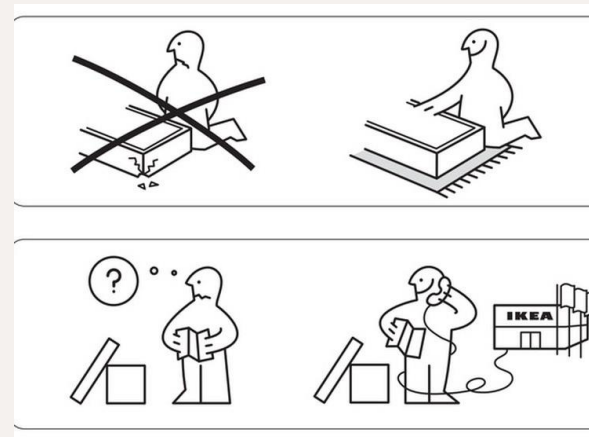
projekt powinien pomieścić szeroką gamę indywidualnych preferencji i możliwości.



03.

Prosta i intuicyjna obsługa

projekt powinien być łatwy do zrozumienia, bez względu na doświadczenie użytkownika, wiedzę umiejętności językowe, czy poziom koncentracji.



04.

Zauważalna informacja

informacja zaprojektowana tak, była skutecznie odebrana przez użytkownika, niezależnie od jego zdolności sensorycznych.



05.

Tolerancja dla błędów

dobry projekt redukuje ryzyko popełniania błędów użycia oraz przewiduje niedoskonałość użytkownika



06.

Niski poziom wysiłku fizycznego
projekt powinien pozwolić na efektywne korzystanie przy minimalnym wysiłku.



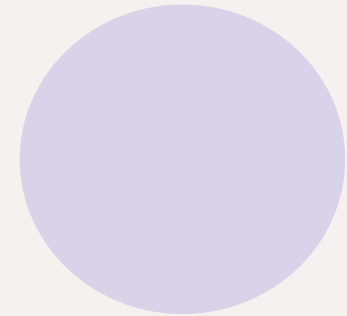
07.

Wymiary i przestrzeń dla podejścia i użycia

odpowiednia przestrzeń w celu umożliwienia wygodnego i efektywnego wykorzystania dla każdego, niezależnie od kondycji fizycznej i sensorycznej



POSE



01

„Widzący mogą pooglądać to i owo, a niewidomi gorzej, bo bazują na dotyku. Powodem jest niechęć do wywołania jakiejś krzywdy drugiej osobie (co do czego służy, jak tym „manewrować,” jakie są opcje”)

-Mateusz

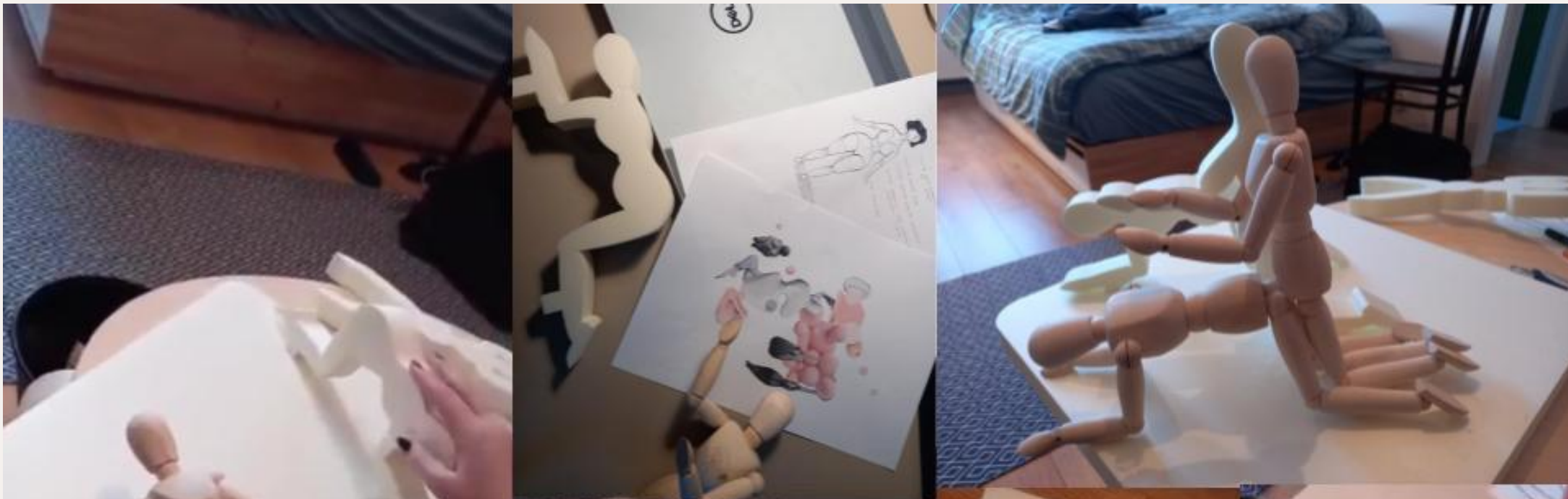
02

“Prawdę mówiąc nie pamiętam, znaczy opis był. No opis no bo z opisu też ciężko czasami wywnioskować jakby ktoś mi POKAZAŁ no to by było OKEJ”

- Ola



Karolina Kruszewska „Projekt doświadczeń w obrębie seksualności osób niewidomych z wykorzystaniem metod projektowania sensorycznego”, DYPLOM 2021/2022, Wydział Projektowy, Kierunek: Wzornictwo, Promotor: dr hab. Prof. ASP Justyna Kucharczyk. Wykorzystanie materiałów za zgodą Dziekan WP ASP, dr Marty Więckowskiej



Karolina Kruszewska „Projekt doświadczeń w obrębie seksualności osób niewidomych z wykorzystaniem metod projektowania sensorycznego”, DYPLOM 2021/2022, Wydział Projektowy, Kierunek: Wzornictwo, Promotor: dr hab. Prof. ASP Justyna Kucharczyk. Wykorzystanie materiałów za zgodą Dziekan WP ASP, dr Marty Więckowskiej

ROZUMIEĆ I ODKRYĆ = EMPATYZACJA

01.
WEJŚCIE W ŚWIAT UŻYTKOWNIKA (MUZEUM
ZMYSŁÓW W KRAKOWIE I UDZIAŁ W TZW.
„NIEWIDZIALNEJ WYSTAWIE”)
02.
WYWIADY Z UŻYTKOWNIKAMI
03.
WYWIADY Z EKSPERTAMI
04.
EKSPERYMENTY Z OSOBAMI WIDZĄCYMI ORAZ
NIEWIDOMYMI
05.
ANKIETA



ZAŁOŻENIA – PRODUKT POWINIEN

- 01.
SKŁANIAĆ DO POZYTYWNEJ ZDROWEJ CIEKAWOŚCI
SEKSUALNEJ.**
- 02.
POZWOLIĆ NA EDUKACJĘ Z ZAKRESU POZYCJI
SEKSUALNYCH, PODSTAWOWYCH, Z MOŻLIWOŚCIĄ
ROZWIJANIA DO BARDZIEJ ZAAWANSOWANYCH.**
- 03.
OPIERAĆ SIĘ MOŻE TYLKO NA DWÓCH ZMYSŁACH:
DOTYK I SŁUCH.**
- 04.
WYKORZYSTAĆ GŁÓWNE KANAŁY DOTARCIA DO
UŻYTKOWNIKÓW: INTERNET I ROZMOWY.**
- 05.
DOSTARCZAĆ WRAŻEŃ ESTETYCZNYCH, POWINIEN BYĆ
PIĘKNY DOTYKOWO I SŁUCHOWO**



CENTRALNYM PRODUKTEM SĄ DWIE FIGURKI: MĘŻCZYZNY I KOBIETY, UŁOŻONE W PIĘĆ PODSTAWOWYCH POZYCJI SEKSUALNYCH

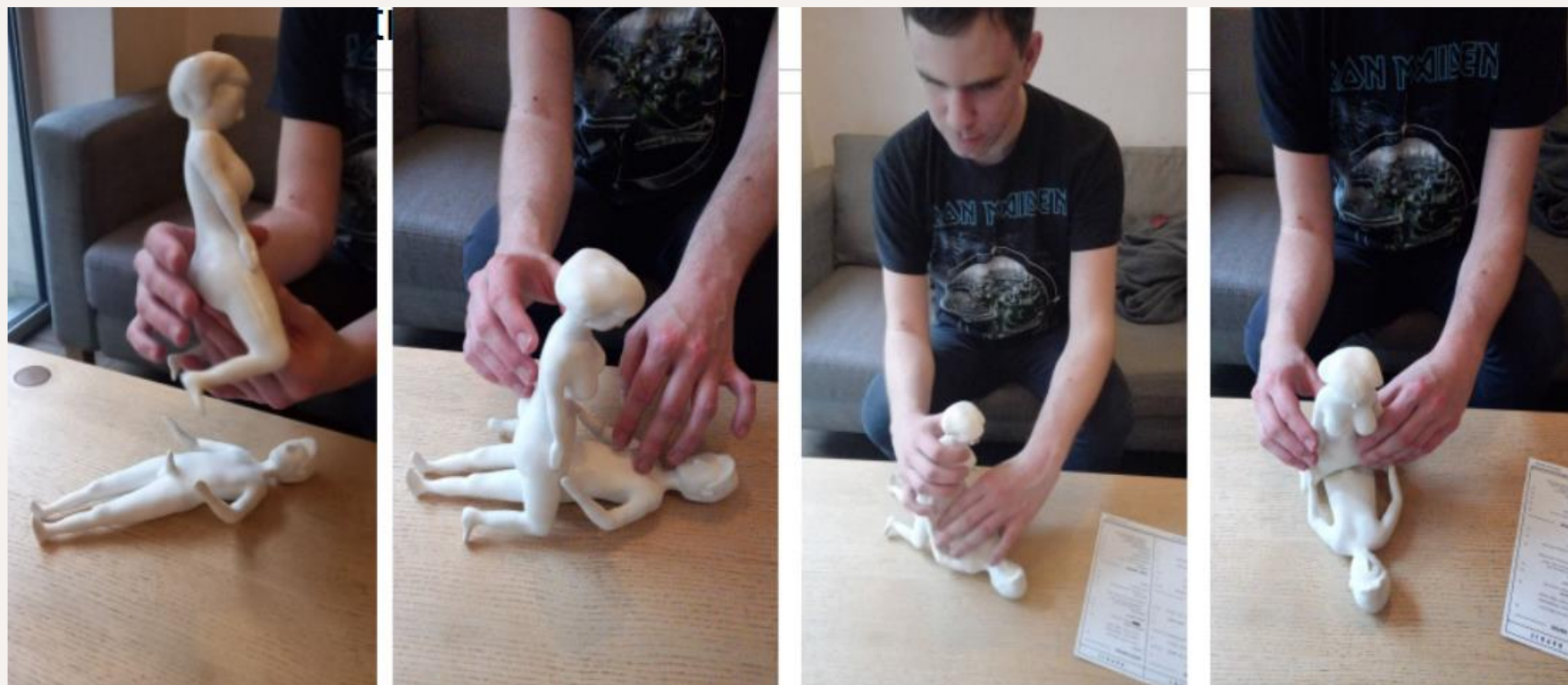
Oparto się o założenie, że obiekty muszą mieć 30 cm wysokości (aby osoba niewidoma nie miała problemu w ich odczycie).

Kształty muszą wspierać odczytywanie dotykowe i fragmentaryczne (czyli kawałek po kawałku).

Kształty u obu płci muszą być bardzo wyraźnie zaznaczone tak, aby podczas „oglądania” łatwo rozróżnić kobietę od mężczyzny.



„TO CO SIĘ ODRÓŻNIA TO CIEPŁO MATERIAŁU, PONIEWAŻ DLA OSÓB NIEWIDOMYCH COŚ CO JEST CIEPŁE OZNACZA, ŻE WCZEŚNIEJ KTOŚ TEGO DOTYKAŁ, PRZEZ CO MOŻE TO BYĆ BRUDNE (KRUSZEWSKA 2022, S.21).



REZULTAT: PROJEKT SKŁADA SIĘ Z 4 CZĘŚCI

01. PRODUKTOWEJ

to modele podstawowych pozycji seksualnych dla osób niewidomych, które mają nieść ze sobą doświadczenie edukacyjne. Na część produktową składa się podkładka wraz z instrukcją oraz koncepcja opakowania.

02. MERYTORYCZNEJ

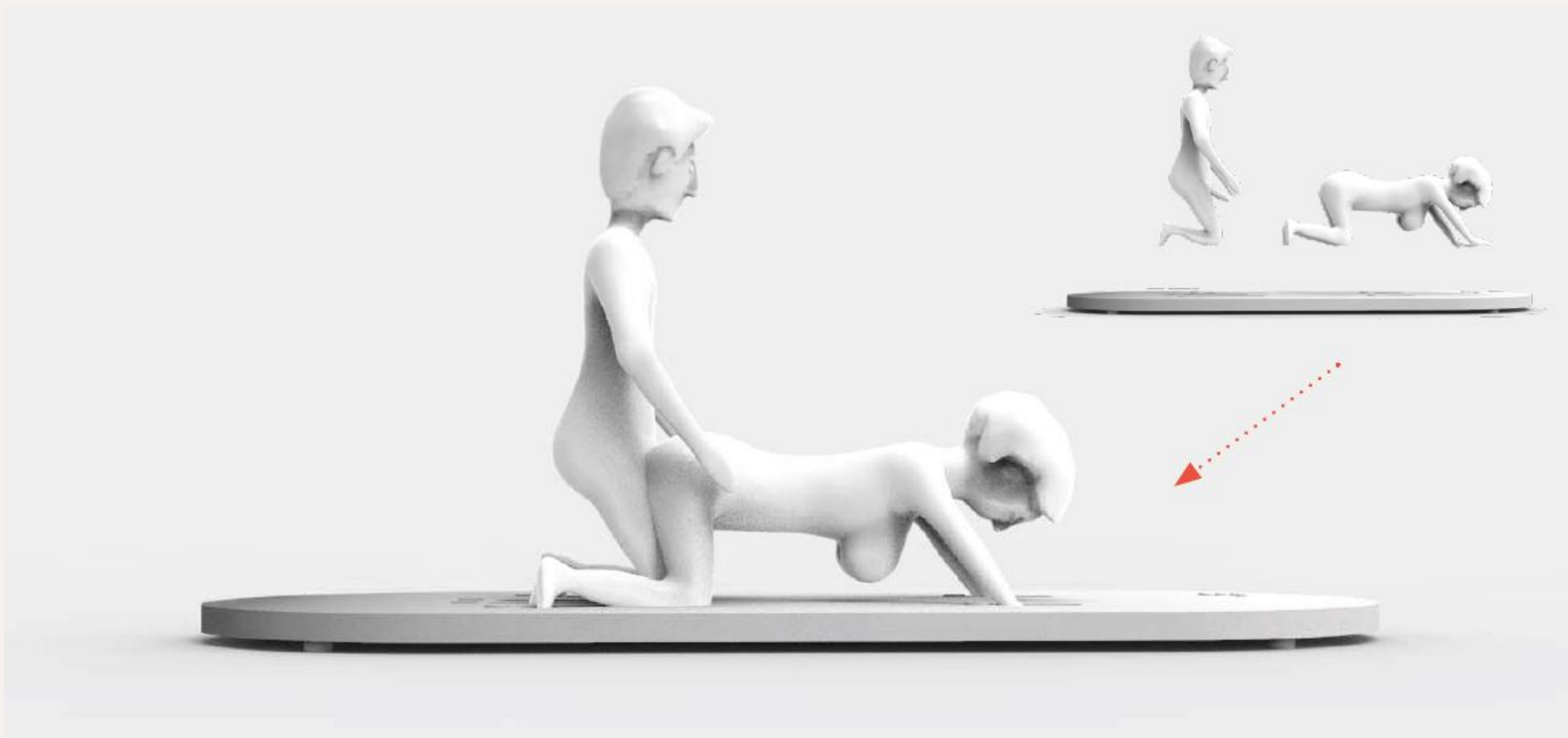
to opracowane wraz ze specjalistami opisy pozycji seksualnych oraz podstawowe porady.

03. DŹWIĘKOWEJ

to audiodeskrypcja do części merytorycznej wraz z uwzględnieniem doświadczenia odsłuchiwania opisów. Część przygotowano we współpracy z grupą „niewidomi w sypialni” oraz lektorką.

04. IDENTYFIKACYJNO-PROMOCYJNEJ

to oprawa graficzno-produktowa do doświadczenia dźwiękowego, merytorycznego i produktowego



Karolina Kruszewska „Projekt doświadczeń w obrębie seksualności osób niewidomych z wykorzystaniem metod projektowania sensorycznego”,
DYPLOM 2021/2022, Wydział Projektowy, Kierunek: Wzornictwo, Promotor: dr
hab. Prof. ASP Justyna Kucharczyk. Wykorzystanie materiałów za zgodą
Dziekan WP ASP, dr Marty Więckowskiej

PROJEKT UNIWERSALNY ?

<https://katowice.tvp.pl/62230468/pose-odkrywa-temat-tabu-zestaw-do-edukacji-seksualnej-dla-osob-niewidomych>



DESIGN THINKING WG. TIMA BROWNA (2013)

1. Zorientowanie na człowieka;

2. Intuicja (łączenie podejścia emocjonalnego z funkcjonalnością);

3. Uniwersalność (od projektu produktu do rozwiązywania problemów społecznych);

4. Myślenie nielinearne (innowacja jako nachodzące na siebie wymiary: inspiracja – ideacja – implementacja);

5. Umiejętność kreatywnego nawigowania między ograniczeniami;

6. Praca zespołowa - interdyscyplinarna;

7. Zapewnienie zespołowi projektowemu warunków społeczno - przestrzennych sprzyjających eksperymentowaniu, ryzykowaniu, odkrywaniu;

8. Zastąpienie konwencjonalnych technik badań społecznych (testy, ankiety, grupy fokusowe) wejściem w świat użytkownika i jego faktycznych doświadczeń;

9. Empatia.



1	Odkrywanie	2	Definiowanie wyzwania	3	Tworzenie rozwiązania	4	Prototypowanie i testowanie	5	Planowanie wdrożenia
									
Zdobądź kluczową wiedzę o użytkowniku, jego sytuacji i problemach		Zdefiniuj punkt widzenia klienta oraz określ realne potrzeby		Wygeneruj jak najwięcej pomysłów		Prototypuj szybko, aby doświadczyć reakcji klienta		Zaplanuj wdrożenie produktu o minimalnej koniecznej funkcjonalności	
Dla kogo projektujemy? W jakiej sytuacji się znajduje?		Jakie sa oczekiwane korzyści? Jakie są jego największe bolączki?		Jak moglibyśmy pomóc klientowi rozwiązać problem / otrzymać korzyść?		Co mogłoby stanowić rozwiązanie? Jak stworzyć i zaprezentować rozwiązanie? Co powiedzą klienci?		Jak szybko wdrożyć rozwiązanie? Jakie są minimalne elementy rozwiązania do wdrożenia?	

<https://klientocentryczni.pl/co-to-jest-design-thinking/>

OKREŚLENIE KONTEKSTU

01. KTO?

Kim są użytkownicy? Jaką posiadają wiedzę? Jaki jest ich potencjał, zdolności?

02. PO CO?

Jakie są oczekiwania użytkownika, czyli co chcą zrobić wykorzystując np. aplikację?

03. SKĄD?

Z jakiego środowiska pochodzą użytkownicy, jakie mają doświadczenia (a jakich doświadczeń nie posiadają, ich dotychczasowe doświadczenie?)

04. GDZIE?

Jaki jest kontekst korzystania z.....przez użytkowników?

05. CO?

Jakie działania ma wykonywać użytkownik, a co możemy mu „podpowiedzieć”?



PROJEKT

INKLUZYWNY POKÓJ SOCJALNY



DEFINIOWANIE PROBLEMU - ODKRYWANIE

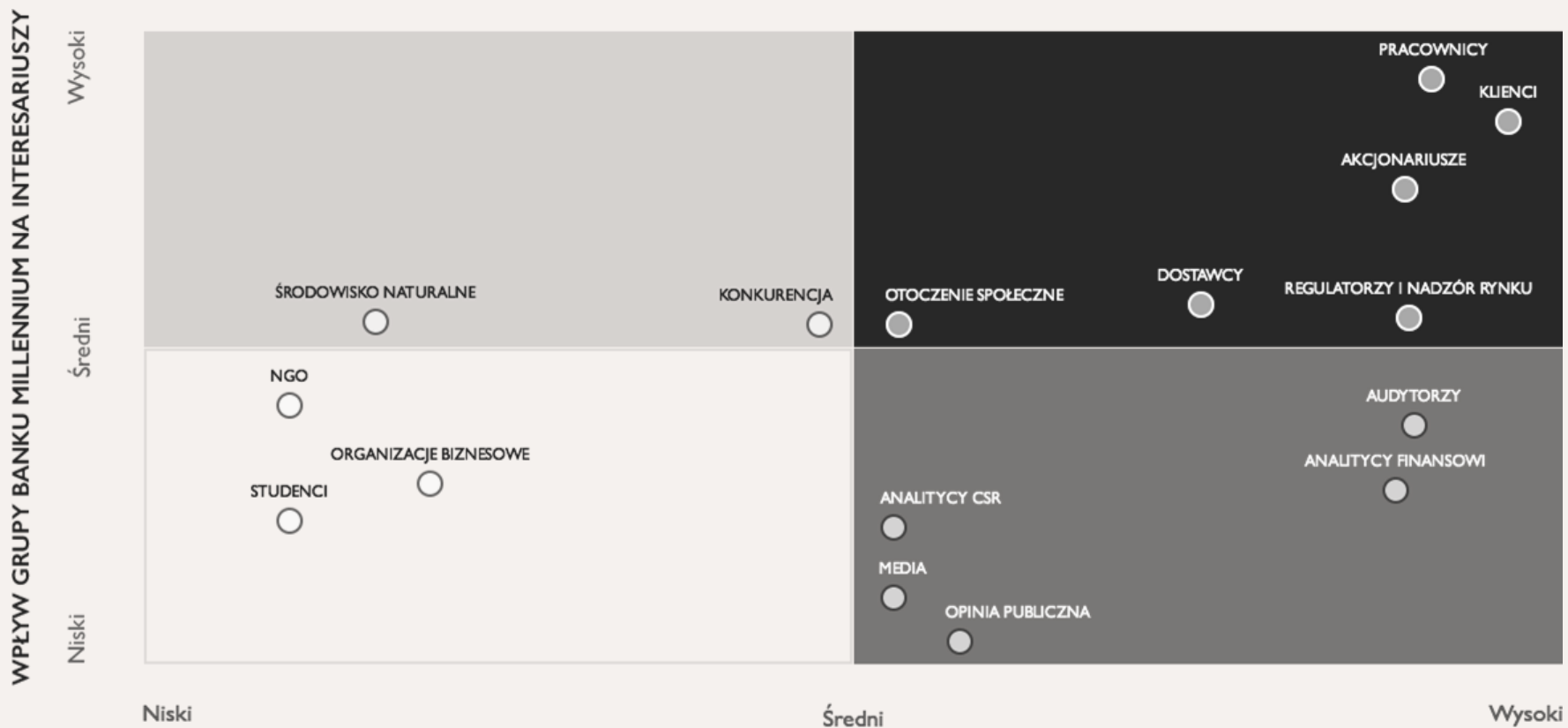
01.
MAPOWANIE INTERESARIUSZY

02.
WYBÓR I CHARAKTERYSTYKA PERSONY

03.
MAPA EMPATII



INTERESARIUSZE



Wpływ interesariuszy na działalność Grupy Banku Millennium



PERSONA

Persona 1. perspektywa osoby
z niepełnosprawnościami

Cel: promowanie determinacji

Persona 2: perspektywa organizacji

**Cel: promowanie
dostosowania/dostępności**



<https://this-person-does-not-exist.com/pl>





Wiek: 20-34

Płeć: Kobieta

Lokalizacja: Duże miasta

Zawód / zajęcie: Freelancer

Cele i motywacje

- Chce żyć zdrowo
- Chce dobrze wyglądać
- Chce dobrze się czuć psychicznie, potrzebuje „odświeżyć” umysł po pracy

Oczekiwania, potrzeby

- Chce żyć zdrowo
- Chce dobrze wyglądać
- Od klubu oczekuje dopasowanego grafiku, czystości i rozwiązań ekologicznych
- Oczekuje, że jej karnet da się zawiesić na zimę

Obawy, frustracje

- Nie jest pewna czy będąc wege nie zaszkodzą jej niektóre ćwiczenia
- Nie wie czy starczy jej motywacji do regularnego uczęszczania do klubu fitness

Motywacje do skorzystania z oferty firmy

- Wartości firmy, chce korzystać z usług marek przyjaznych środowisku
- Cena
- Możliwość zawieszania i wznawiania karnetów na określony czas

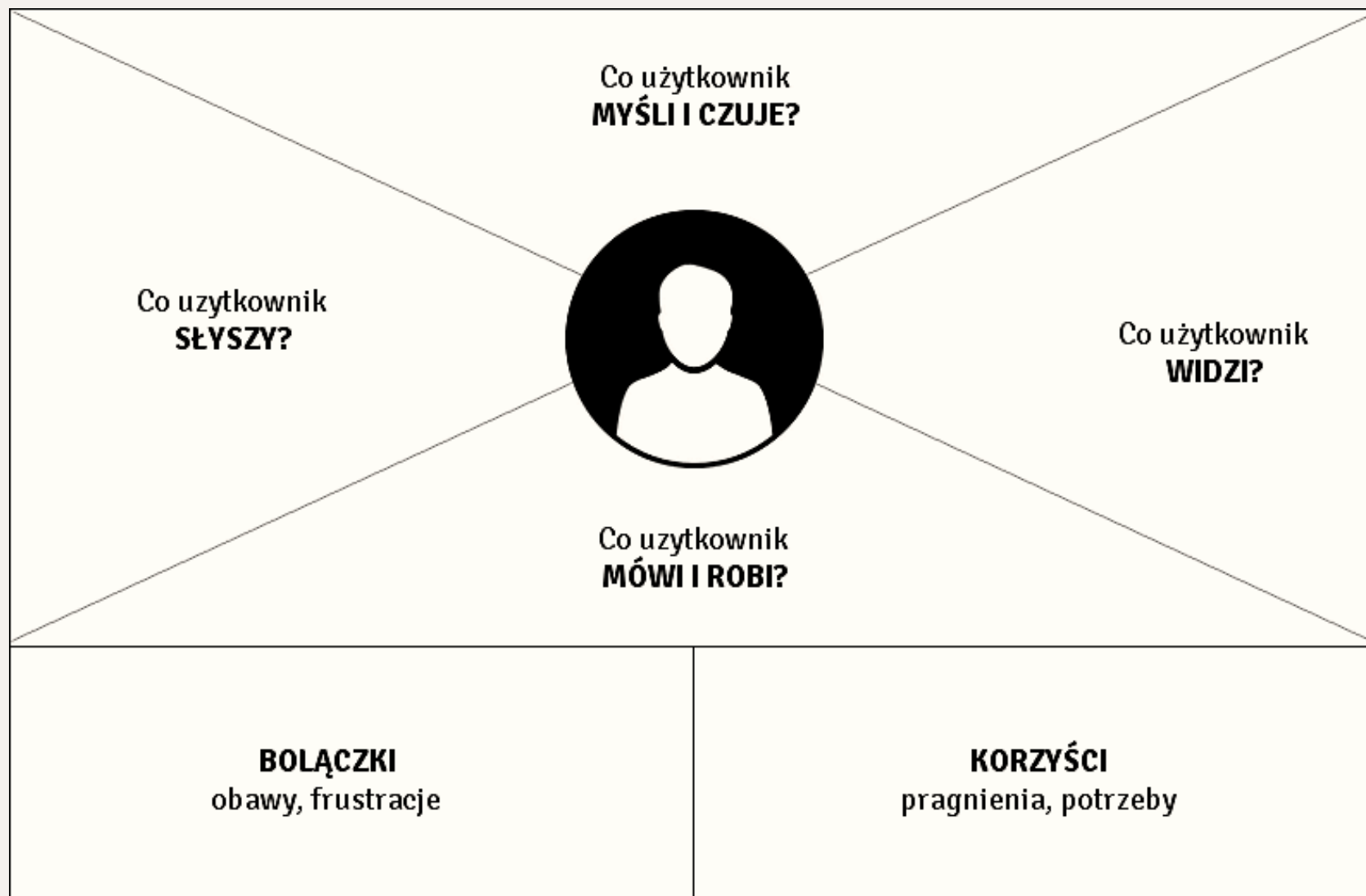
Zachowania, podejmowane działania

- Korzysta z klubów fitness jesienią i zimą
- Latem i wiosną spędza więcej czasu poza pomieszczeniami
- Uwielbia zwierzęta
- Postawa „zero waste”

Aktywność w sieci

- Angażuje się w inicjatywy charytatywne i akcje pomagania
- Należy do wege grupy na Facebooku
- Obserwuje profile jogowe na Instagramie (np. Anatomia Jogi)

MAPA EMPATII



SYNTEZA - DEFINIUJEMY PROBLEM

KOGO / CO?

DLACZEGO?

CO ZYSKAMY (DBAJĄC)?

CO STRACIMY (POMIJAJĄC)?

DO JAKICH WSPÓLNYCH WARTOŚCI MOŻEMY SIĘ ODWOŁAĆ?

CO MOŻEMY ZROBIĆ?

PUNKTY STYKU (TOUCHPOINTS)?

Dziękuję za uwagę

paulina.rojek-adamek@up.krakow.pl



 **Centrum Wiedzy
o Dostępności
Design**

Lider:



Partnerzy:

