

design thinking – narzędzia do pracy kreatywnej firmy ideo

panie co to
jest?

niniejszy wpis umożliwia państwu pobranie materiałów dydaktycznych opublikowanych przez ideo, wiodącą firmę w zakresie kultury projektowej design thinking. pod załącznikami znajdziecie państwo szereg narzędzi i metod wykorzystywanych do pracy kreatywnej w ramach design thinking.

adnotacja
magazynowa

dla zainteresowanych kulturą pracy design thinking polecam książkę tima browna "zmiana przez design, jak design thinking zmienia organizację i pobudza innowacyjność" wydaną przez wydawnictwo libron: [link](#)
- firma ideo: [link](#)
- tim brown you tube: [link](#)
- david kelly you tube: [link](#)

wstęp do
wydania
polskiego
książki
"zmiana przez
design"

Tim Brown uznawany jest za twórcę pojęcia design thinking. Choć sama metoda pracy projektowej, w której centrum stoi analiza oraz wykorzystanie zrolnicowanych zasobów wiedzy, kompetencji i narzędzi, znana jest od wielu lat, to właśnie Tim Brown jako pierwszy zoperacjonalizował pojęcie design thinking i sprawnie wprowadził je do dyskursu projektowego. Dzięki niemu te metody pracy rozwija się i wykorzystuje na całym świecie. Design thinking ma zarówno wielu zwolenników, jak i przeciwników. Ci pierwsi upatrują jego zalety przede wszystkim w holistycznym podejściu do pracy projektowej i samego designu. Przeciwnicy obawiają się, że design thinking to jedynie rozdmuchana koncepcja biznesowa, niemająca wiele wspólnego z realnym, narzędziowym projektowaniem. Niezależnie od tego, kto ma rację, zdecydowaliśmy się wydać tę książkę głównie ze względu na rozwój dyskusji nad standardami projektowania w Polsce oraz jako ofertę wydawniczą w ramach studioów projektowych zorientowanych na rozwiązywanie problemów projektowych, pracę zespołową i projektowanie komunikacji. Współczesne podejście do designu to przede wszystkim szeroka perspektywa projektowa. W jej centrum stoi zrozumienie problemu projektowego i dostarczenie rozwiązania, które nie będzie sprawiało trudności ostatecznemu odbiorcy. Odbiorca staje się głównym celem w projektowaniu (human centered design), zaś problem projektowy – punktem wyjścia. Tim Brown widzi design przede wszystkim jako dostarczanie innowacji w kontekście zaproponowanych problemów projektowych. Odchodzi tym samym od fragmentarycznego projektowania zorientowanego na realizację dobrze znanych narzędzi projektowych. Istotą projektowania staje się zrozumienie zjawisk i zmian zachodzących we współczesnym społeczeństwie. Obecnie w projektowaniu nie chodzi już tylko o to, żeby coś zaprojektować, ale o to, żeby rozwiązać konkretny problem, wykorzystując zrolnicowane zasoby wiedzy i kompetencji nie tylko projektanta, lecz także innych zaangażowanych w problem osób i grup. Myślenie projektowe (design thinking) to w tym wypadku kultura i metodologia pracy, niekoniecznie przypisana do ściśłego algorytmu pracy projektowej, jak się powszechnie uważa. To przede wszystkim praca analityczna, która ma na celu zrozumienie problemu projektowego, zdiagnozowanie kontekstu społecznego, ekonomicznego, kulturowego i wreszcie dostarczenie rozwiązania. To również, a może przede wszystkim, pobudzanie kreatywności przez ciągłe prototypowanie potencjalnych rozwiązań w myśl zasad kaizen: „pomyłki koryguj na bieżąco” i „ulepszanie nie ma końca”. Ze względu na zerwanie z dotychczasowym myśleniem narzędziowo-biznesowym (projektowanie graficzne, branding itd.) taka perspektywa projektowa może być dla niektórych czytelników dość abstrakcyjna, jednak uważam, że lektura Zmiany przez design pokazuje, że za tą perspektywą stoi zupełnie nowe podejście do projektowania i komunikacji – skoncentrowane na rozwoju społeczeństwa. Polskie wydanie książki Tima Browna jest efektem wspólnej inicjatywy wydawniczej Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Wrocławskiego (w ramach serii „Projektowanie komunikacji”) oraz wydawnictwa naukowego Libron. Niniejsza publikacja nie powstałaby, gdyby nie zaangażowanie pracowników naukowo-dydaktycznych i przychylności władz Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej, za które dziękujemy.