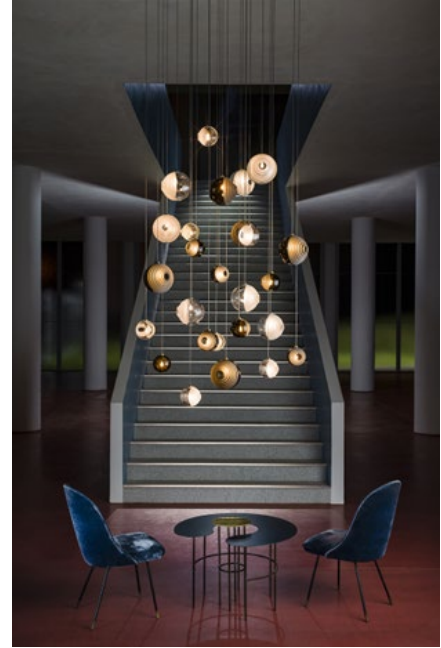

DALŠÍ POHLEDY NA KREATIVITU A DESIGN THINKING





- Czech 100 design icons
- Design v českých zemích



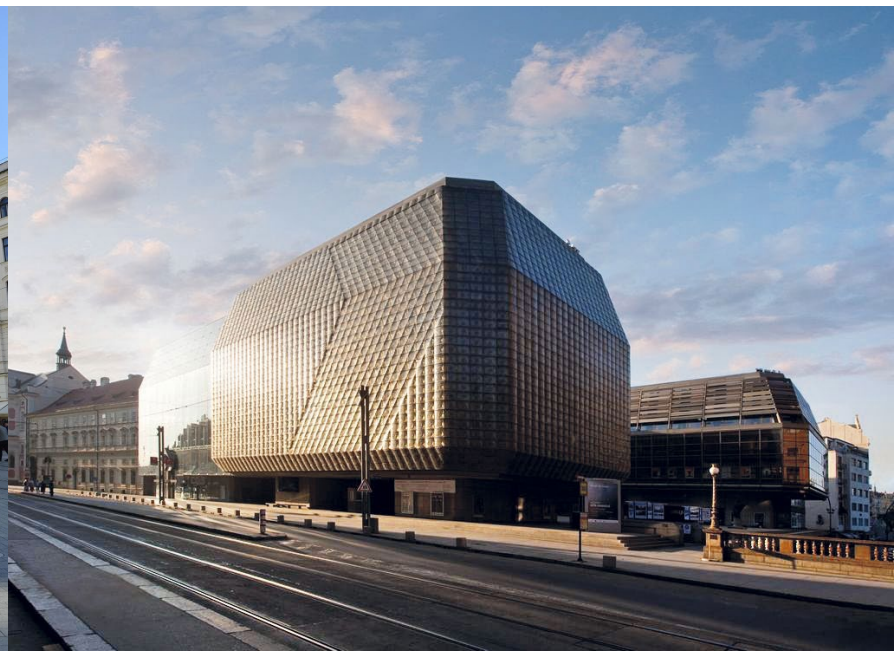
Do této kategorie bych asi nezařadil nic. **Každé zboží má svého kupce a každá služba svého uživatele.** Nemyslím si, že by něco bylo zbytečné. Vše je jen věc pohledu.

Musím říct, že je strašně těžké najít věc, která je naprosto zbytečná. Většinou když se zamyslím, tak **daná věc může být zbytečná pro mě, ale pro někoho jiného velmi užitečná.**

Podle mého názoru žádná věc, která vznikne, tak není úplně zbytečná, i když se tak na první pohled může zdát. Jelikož i „**hloupé**“ **nápady leckdy mohou vést k tvorbě něčeho převratného.** Samozřejmě je nutné uvést na pravou míru, že jsou myšleny produkty určené k běžnému používání, a ne věci určené pro pobavení, viz vynálezy Járy Cimrmana jako např. přenosná turistická značka, vypouštěcí talíř, pravoúhlý smeták pro vymetání rohů atd.



Různá umělecká díla, převážně ta, která jsou obrovská a „zdobí“ město. U některých staveb je zajímavá myšlenka a dávají smysl, ale jsou příklady, kde nechápu, proč se tam ty obludnosti zjevily.



HOW TO MAKE YOUR OWN QUESADILLA WALLET IN 3 SUPER EASY STEPS



Most useless things of all time



Co z toho vyplývá?

- To, že je něco „jiné“ nebo „nové“, neznamená, že je to automaticky dobré – kreativní
- To, že je něco „designové“, neznamená, že je to automaticky funkční

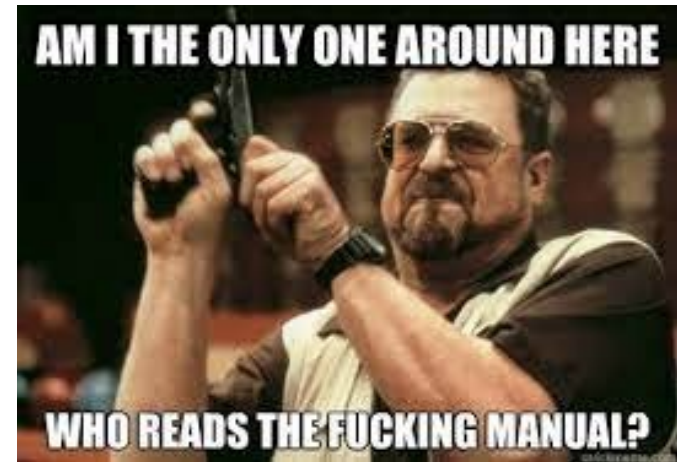
Design pro každý den

Donald A. Norman (1935)

— User-centered design

„Vzhledem k velkému množství špatně navržených výrobků (které člověka přímo vybízejí k omylu), poskytujících nesprávný mentální model a mizernou zpětnou vazbu, věru není divu, že si lidé tak často vyčítají vlastní neobratnost, zejména když se mylně domnívají, že ten či onen problém s výrobkem mají jen oni sami.“

— Naučená bezradnost

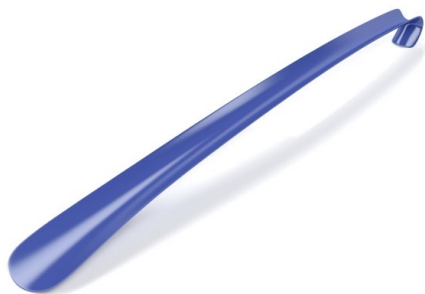


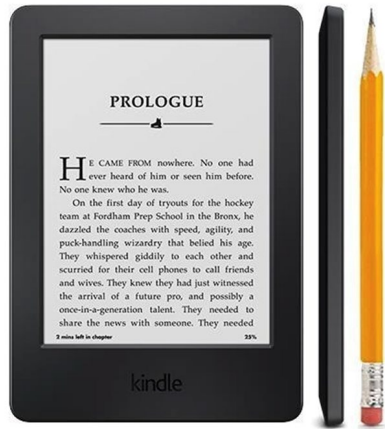
7 fází akce (D. A. Norman)

Jak snadno mohu:

1. Zjistit funkci zařízení?
2. Určit, jaké akce přístroj umožňuje?
3. Určit mapování úmyslu po reálný pohyb?
4. Provést akci?
5. Poznat, zda je systém v požadovaném stavu?
6. Určit mapování od stavu systému po interpretaci?
7. Poznat, v jakém je systém stavu?



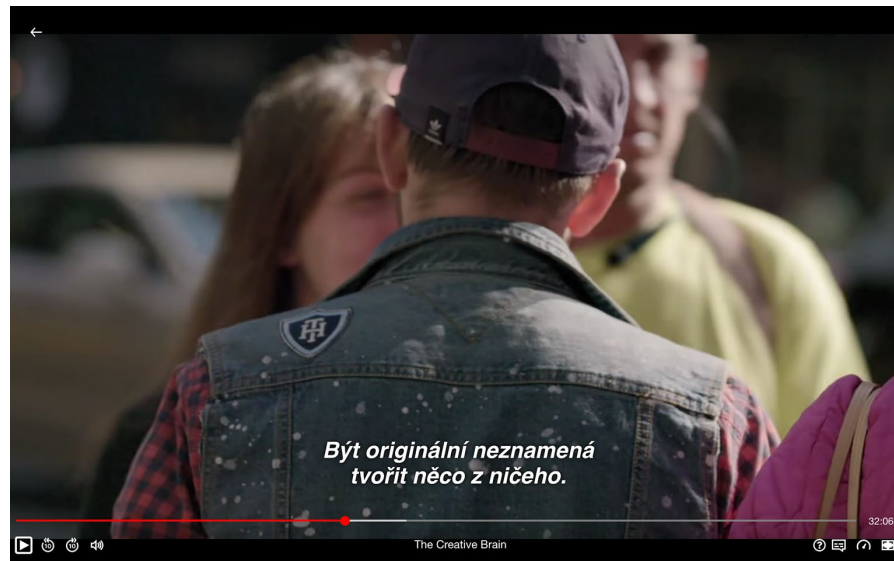




Inovace

- *innovare* = obnovovat
- praktická aplikace nápadů
- kreativita předchůdcem inovace

*David Eagleman:
The Creative Brain*

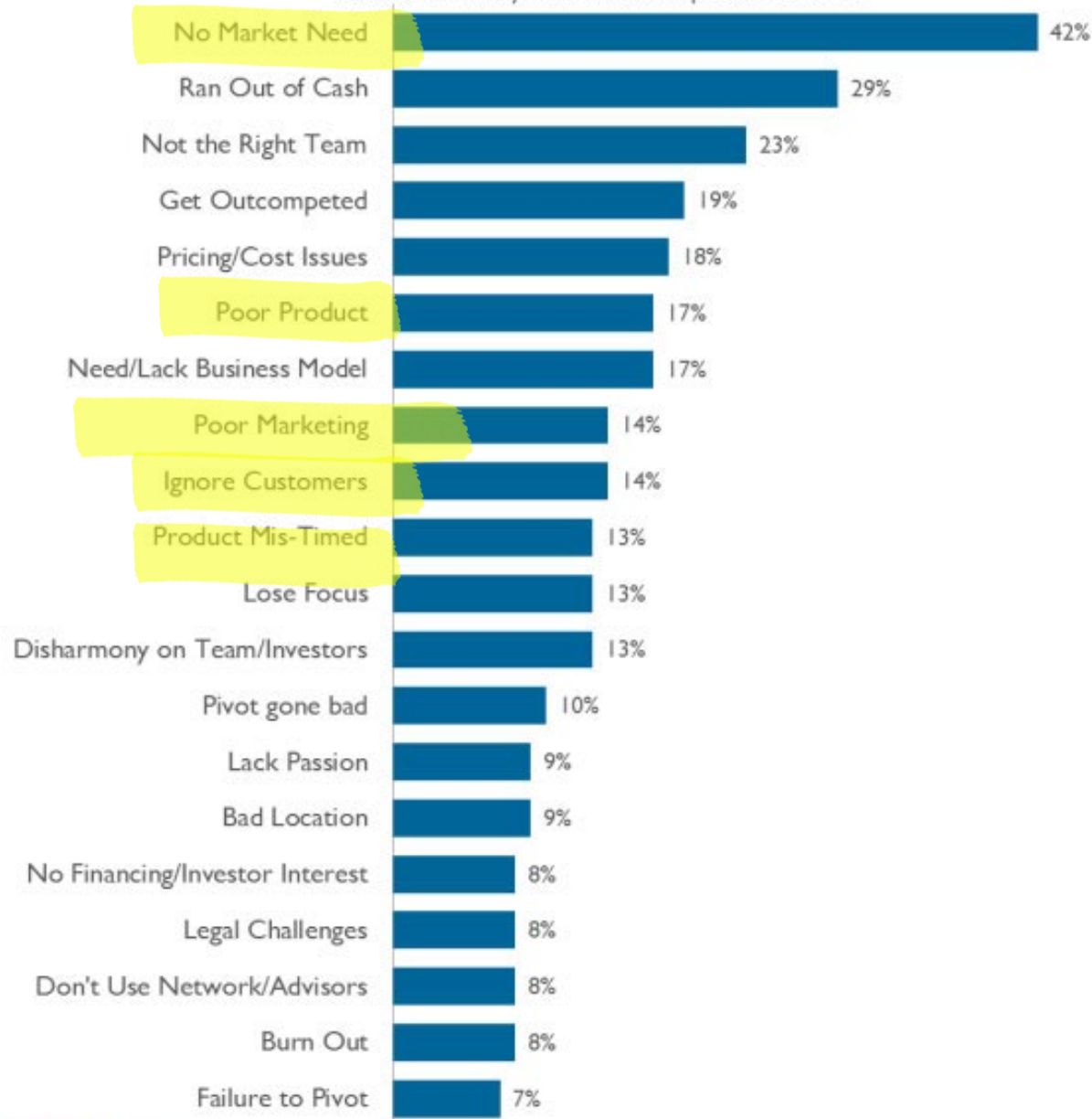


Typy inovací

- napodobovací versus originální
- technologické
- produktové
- služeb
- organizace / procesů
- manažerské

Top 20 Reasons Startups Fail

Based on an Analysis of 101 Startup Post-Mortems



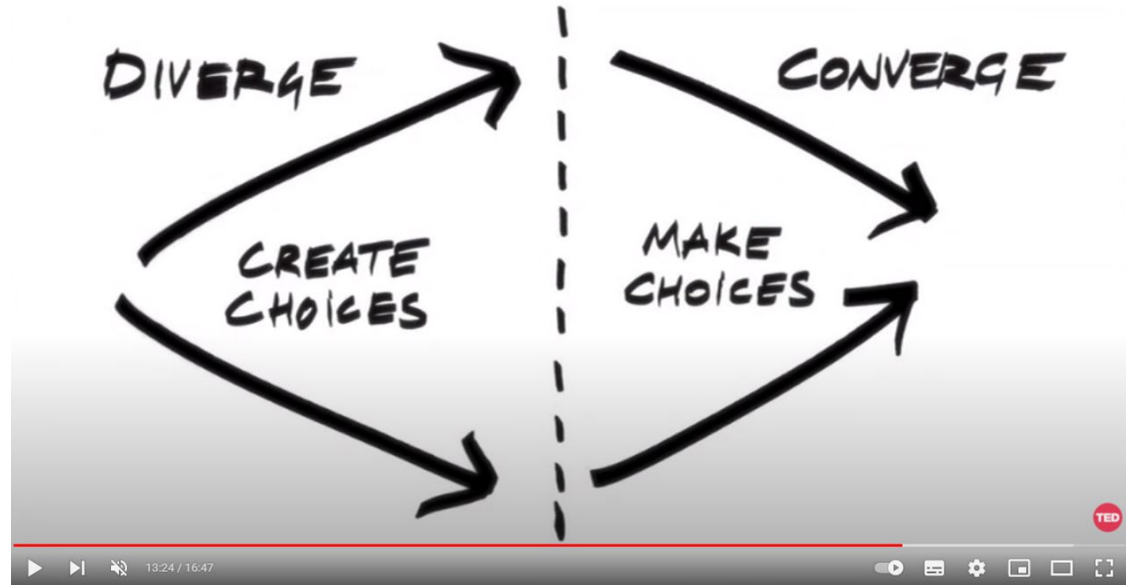
Design thinking

„Odmysleme si na chvíli designéry, drahé pohovky a firmy, které se pyšní spoluprací s ikonami designu, aby tak zvýšily svoji konkurenceschopnost. Podívejme se na pojetí designu jako strategického procesu k inovaci produktů a služeb, v jehož centru stojí uživatel.“ ([Kreativní Česko](#))

Tim Brown urges designers to think big



„Instead thinking about what to build, building in order to think...“



**JAK
BYCHOM
MOHLI...?**

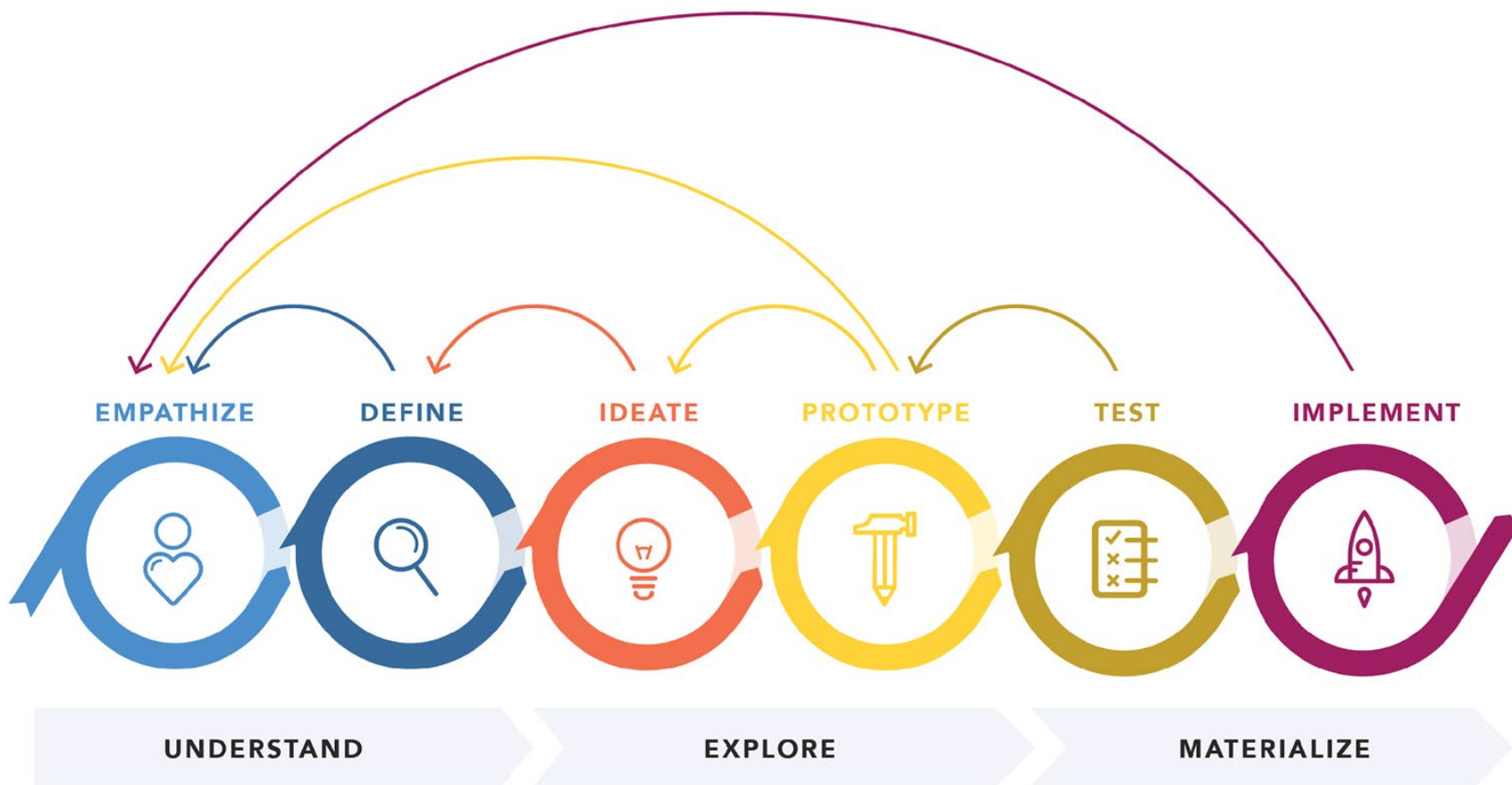
**HOW MIGHT WE IMPROVE ACCESS TO
SAFE DRINKING WATER FOR THE
WORLD'S POOREST PEOPLE AND AT
THE SAME TIME STIMULATE
INNOVATION AMONGST LOCAL WATER
PROVIDERS?**

TED

13:58 / 16:47

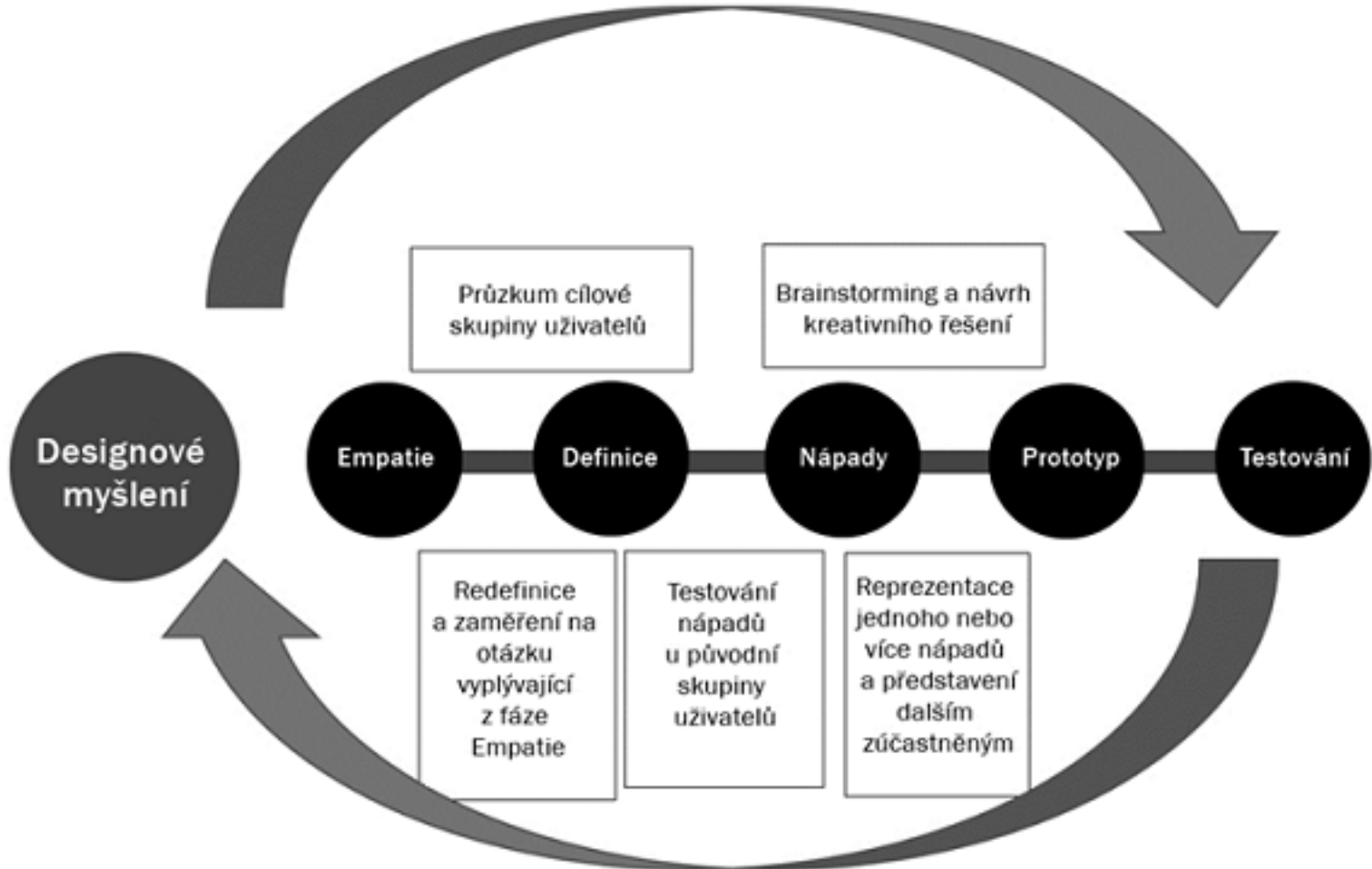
Design thinking

- Odpověď na to otázku, jak přijít na inovativní řešení tak, aby přinášelo skutečnou hodnotu zákazníkovi
- Snaha se maximálně vžít do pohledu zákazníka – **human-centered** design
- Myslet neznamená vědět – **evidence-based** přístup



DESIGN THINKING 101 NNGROUP.COM

[Zdroj](#)



[Zdroj](#)

Týmové role

- uživatel
- tazatel
- časoměřič
- mluvčí
- pozorovatelé

[New Generation
of Founders](#)

EMPATIE

Rozhovor tazatele s uživatelem o tom, co:

- říká
- dělá
- si myslí
- cítí

Pozorovatelé tvoří empatickou mapu

DEFINICE výzvy

Jak bychom mohli pomoci Honzovi, vytíženému podnikateli, který chce jíst zdravěji, ale nechce mít pocit, že drží dietu?

Brainstorming NÁPADŮ -> WOW nápad

PROTOTYPOVÁNÍ

...



**KEEP
CALM
JUST
GO WITH
THE FLOW**



NOTHING



INTENSE
CONCENTRATION,
NO ATTENTION
FOR PROBLEMS



Flow

Mihaly Csikszentmihalyi (Creativity: Flow and the Psychology of Discovery and Invention, 1996)

- ponoření do činnosti a naprosté soustředění
- okolní svět, činnosti a vnitřní stav jsou jeden celek
- optimální pracovní motivace, kdy dochází k vyvážení výzev a potenciálu

Mihaly Csikszentmihalyi: Flow



Zdroje

- HORŇÁK, Pavel. Kreativita v reklamě. Vyd. 1. Zlín: VeRBuM, 2014.
- CHADT, Karel, KOUŘIL, Lubomír a PECHOVÁ, Jana. Art of creativity, aneb, Kreativita jako klíčová kompetence v době změn. Vyd. 1. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2009.
- NÖLLKE, Matthias. Naučte se myslet kreativně: kreativní techniky pro váš úspěch v praxi. 1. vyd. Praha: Grada, 2006.
- NORMAN, Donald A. Design pro každý den. 1. vyd. v českém jazyce. Praha: Dokořán, 2010.