

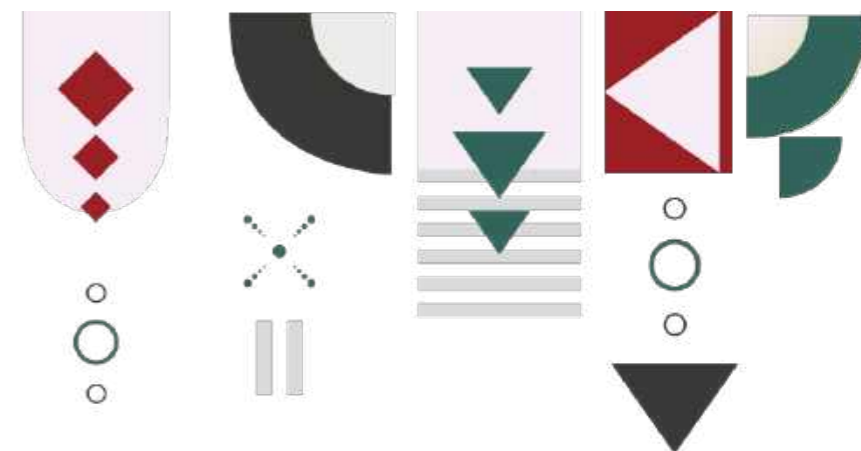


29 февраля 2020. Санкт-Петербург

Урбанистика и UX

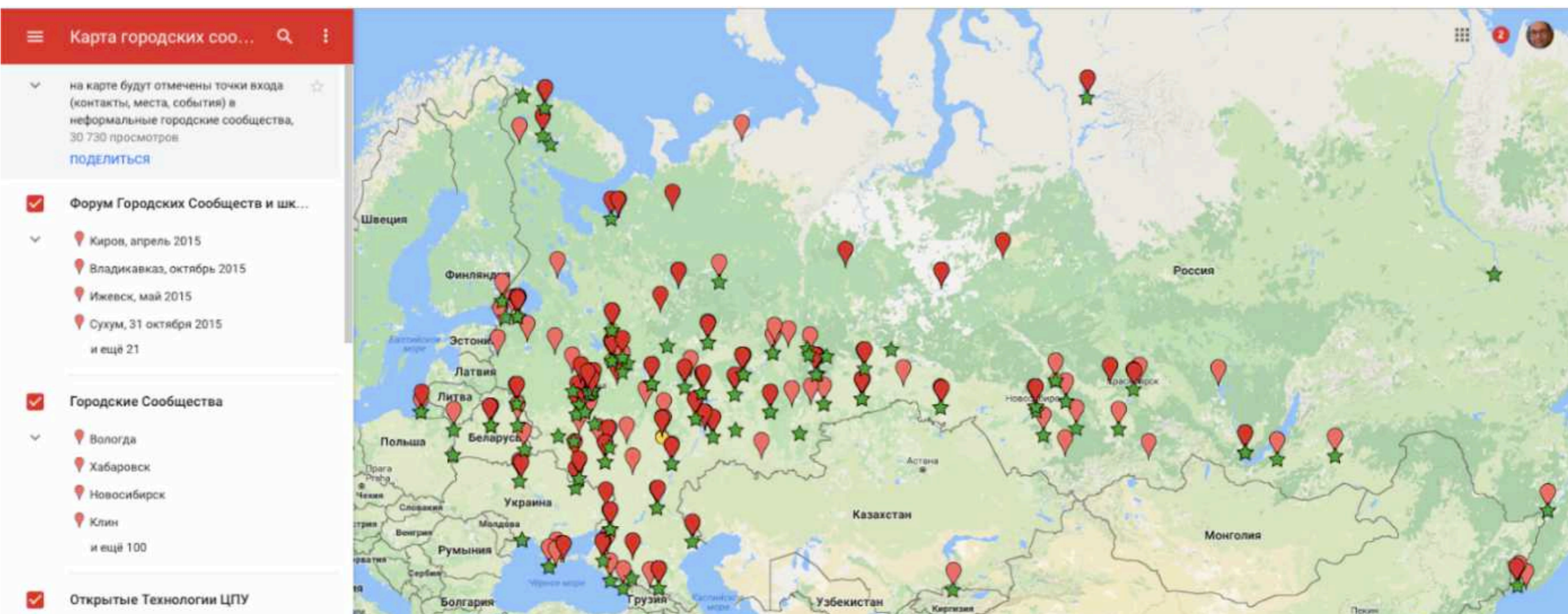
Борис Юшенков

Центр прикладной урбанистики



БОРИС ЮШЕНКОВ:

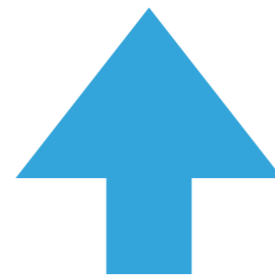
- ▶ образование: физик-ядерщик (Политех, 1992)
- ▶ в городской проблематике с 1996
- ▶ генеральный директор Colliers. Int с 2001 по 2009
- ▶ работа с городскими сообществами с 2011
- ▶ в сети Центра прикладной урбанистики (ЦПУ) с 2016



ГОРОД = ПРОДУКТ



**ИНТЕРФЕЙСЫ (ТРАНСПОРТ, КУЛЬТУРА,
ИНЖЕНЕРНЫЕ СЕТИ, СВЯЗЬ, ПРОСТРАНСТВА, ...)**



ЖИТЕЛИ = ПОЛЬЗОВАТЕЛИ

ТЕРМИНЫ

“Общественные пространства” - городской интерфейс, способный создавать пользовательский опыт.

“Пользовательский опыт” = нематериальная личная история человека, его эмоции, переживания, воспоминания.

“Работа по созданию общественных пространств” = placemaking (Projects for public spaces, pps.org).

[Пьер Бурдьё:](#)

“Человек движим прежде всего жаждой признания окружающими его человеческого достоинства (социальное признание)”.

Проще всего это сделать, придя в общественное место и реализуя сценарии “фланирование” и “наблюдение”:
других посмотреть и себя показать



Пьер Бурдьё,
1930-2002

один из
наиболее
влиятельных
социологов XX
века

ТРИ СПОСОБА СОЗДАНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОСТРАНСТВ:

1. ПОЛЬЗОВАТЕЛЮ ПРЕДЛАГАЮТ ФИКСИРОВАННЫЙ СЦЕНАРИЙ

2. ПОЛЬЗОВАТЕЛЮ ПРЕДЛАГАЮТ ОТКРЫТЫЙ СЦЕНАРИЙ

3. ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ САМ ПРИДУМЫВАЕТ СЦЕНАРИЙ

1. ФИКСИРОВАННЫЙ СЦЕНАРИЙ



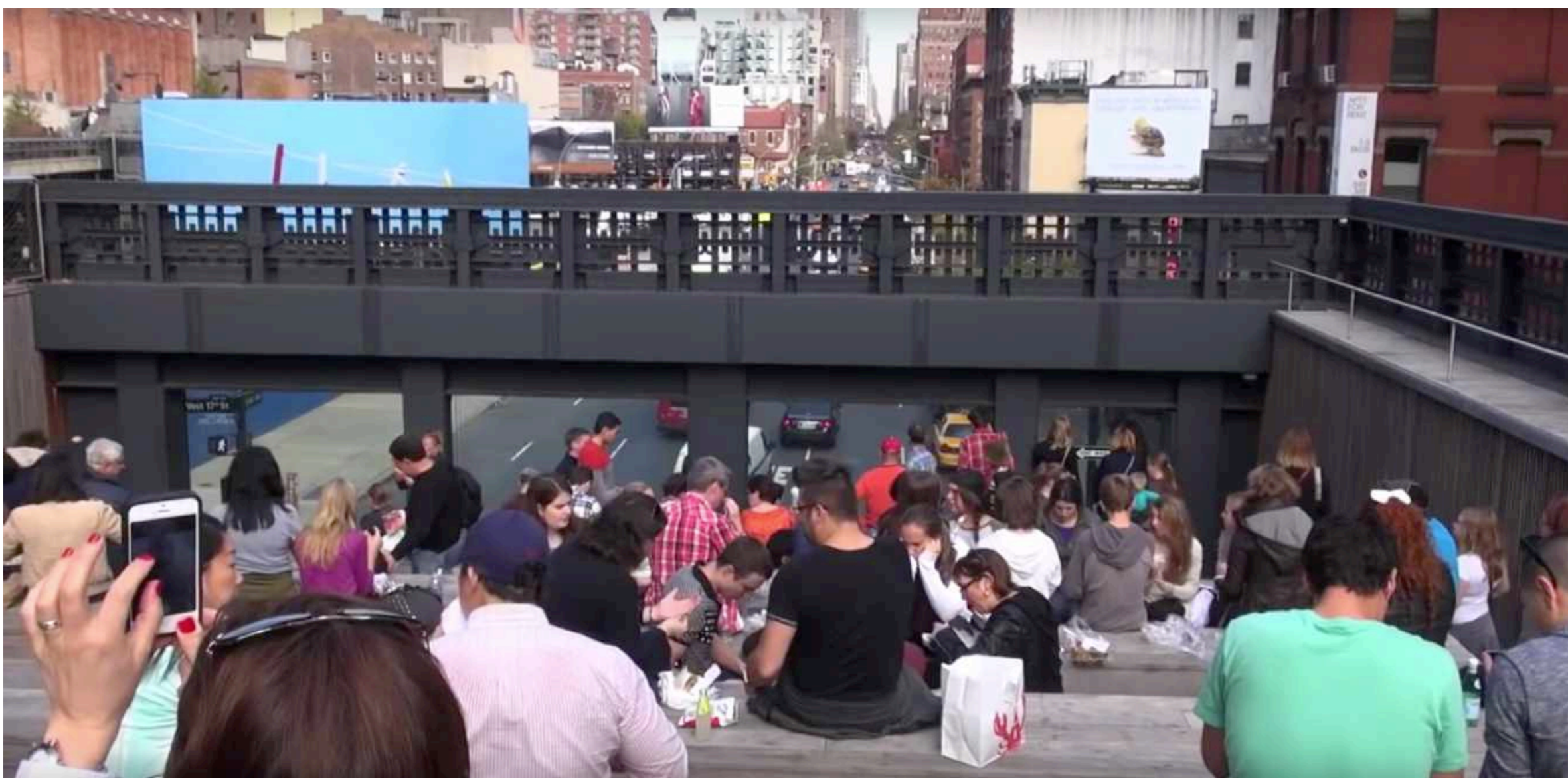
1. ФИКСИРОВАННЫЙ СЦЕНАРИЙ



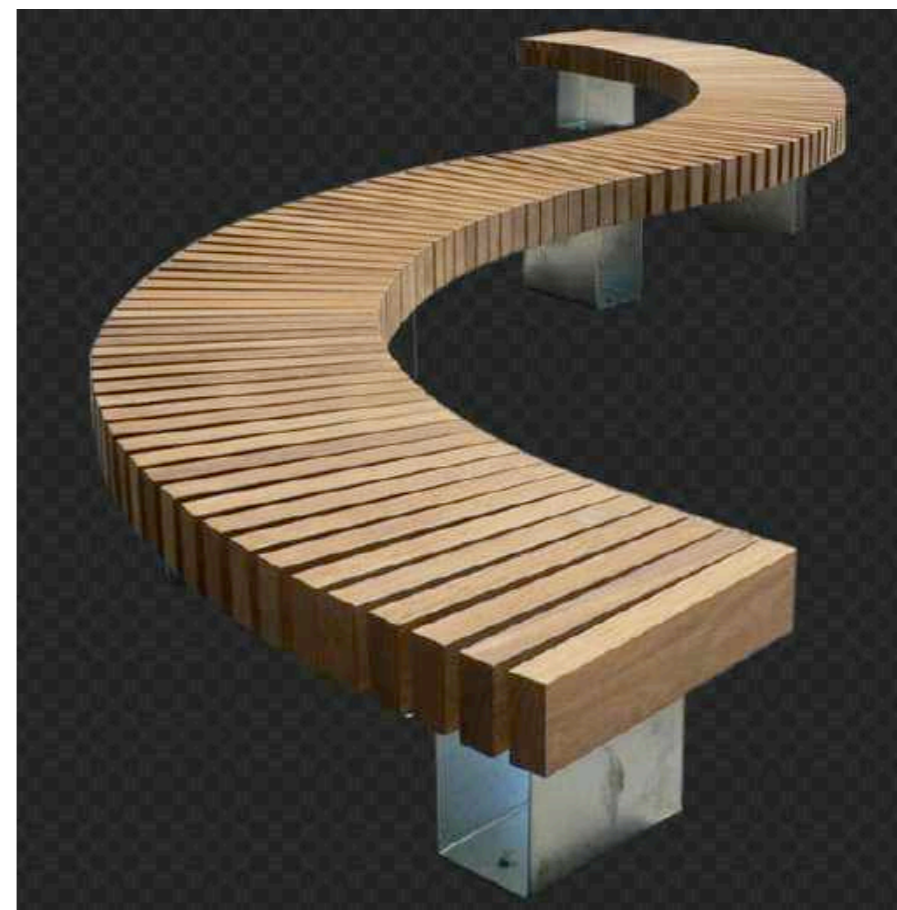
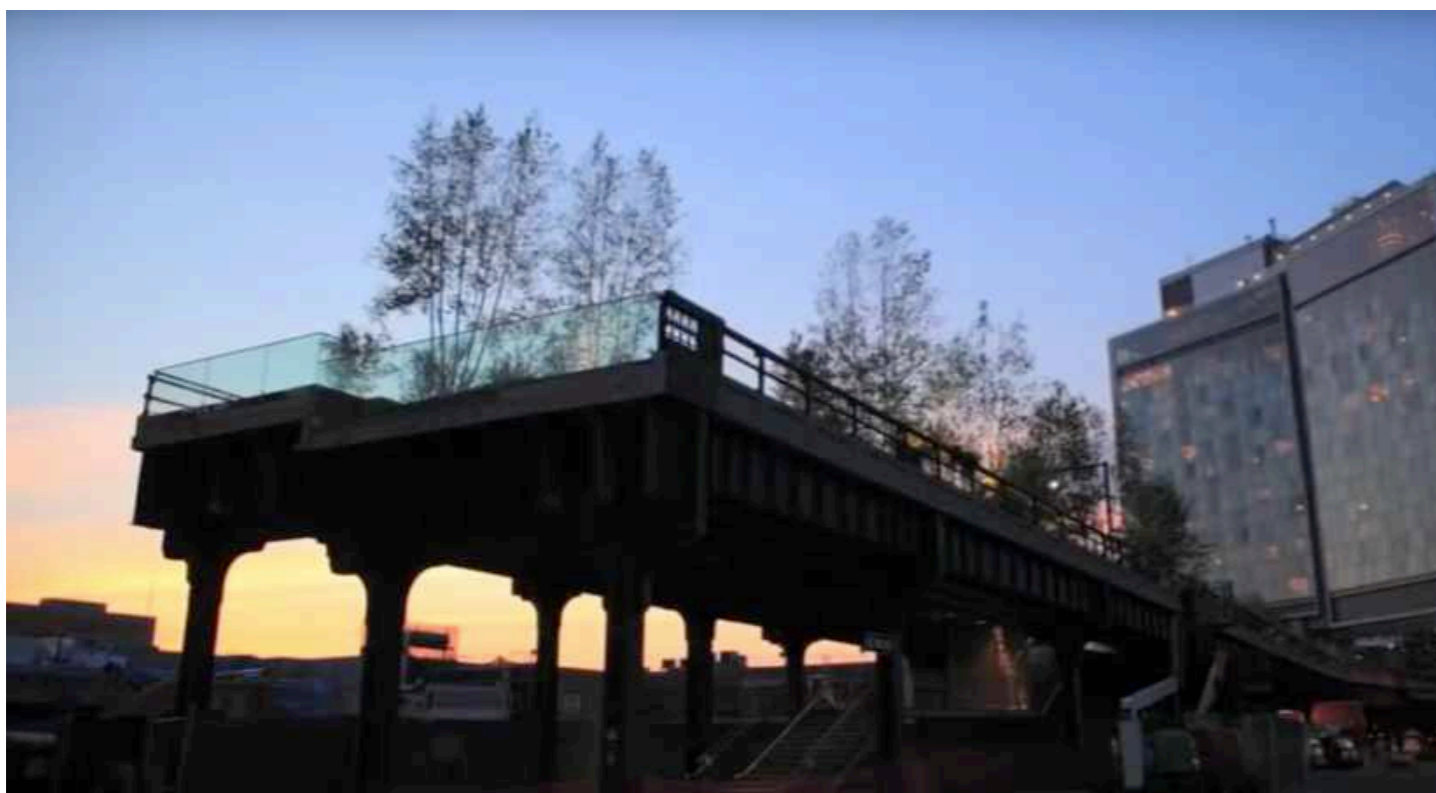
2. ОТКРЫТЫЙ СЦЕНАРИЙ



2. ОТКРЫТЫЙ СЦЕНАРИЙ



2. ОТКРЫТЫЙ СЦЕНАРИЙ



3. ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ САМ ПРИДУМЫВАЕТ СЦЕНАРИЙ

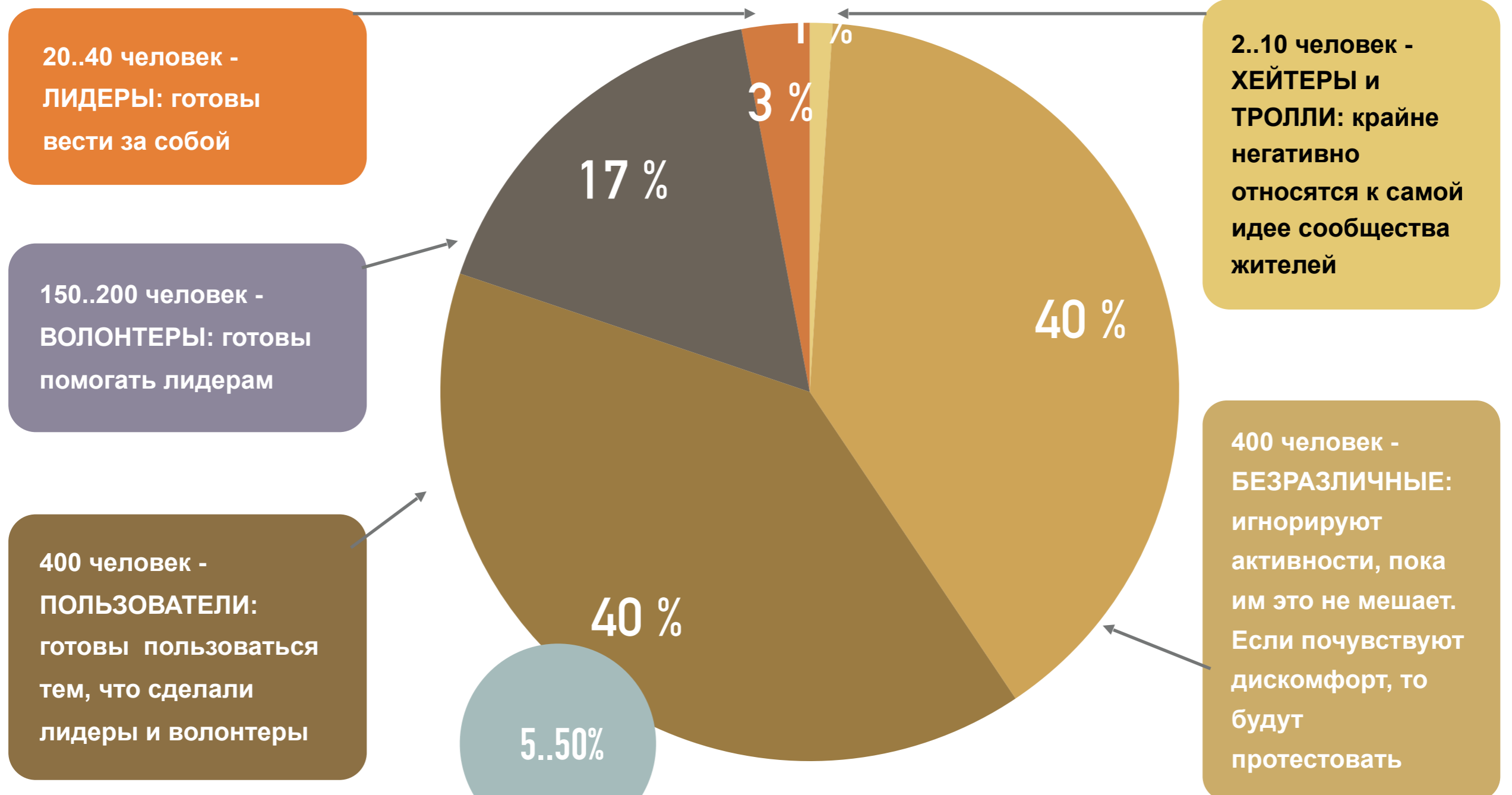


3. ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ САМ ПРИДУМЫВАЕТ СЦЕНАРИЙ

КАК ЭТО ДЕЛАЕТСЯ:

1. Исследуйте.
2. Вовлекайте всех, кого это может касаться.
3. Не заставляйте тех, кто равнодушен.
4. Важные решения принимайте только в офлайне.
5. Спрашивайте: “В чем вы готовы сами участвовать?”
6. Не манипулируйте (лестница соучастия Ш. Арнштейн !).

С ЧЕМ ВЫ СТОЛКНЕТЕСЬ ПРИ ВОВЛЕЧЕНИИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ (на 1000 человек)



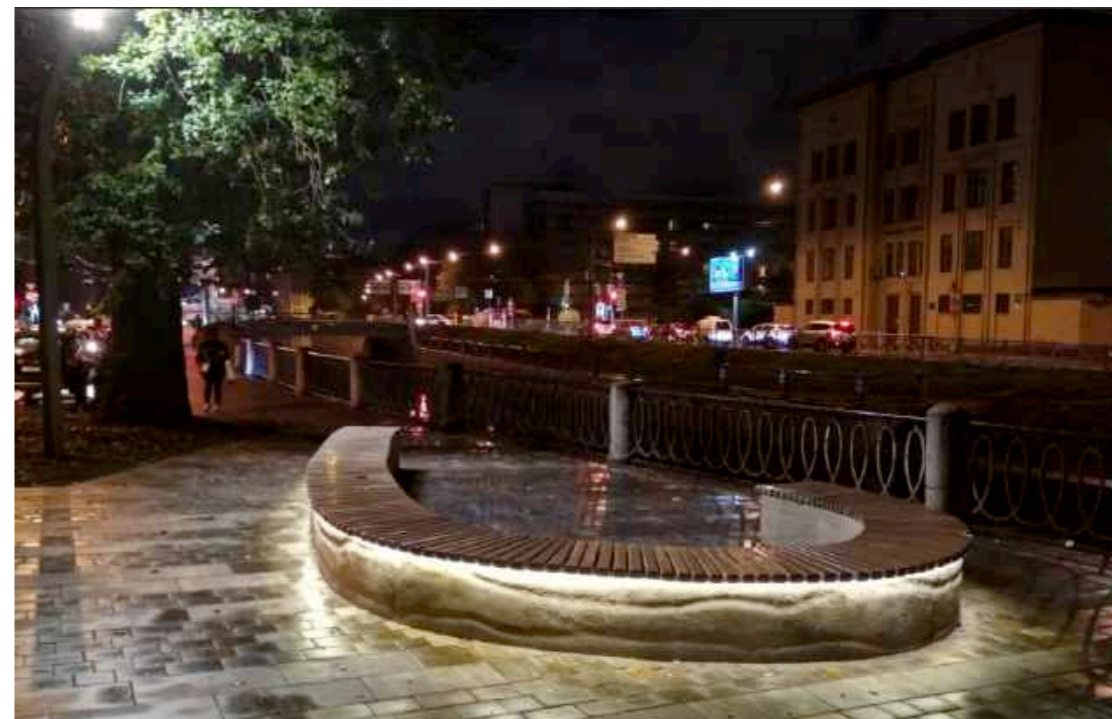
Задачи первой коммуникации с жителями:

1. выявить **ЛИДЕРОВ** (без них ничего не взлетит)
2. вовлечь **ВОЛОНТЕРОВ** и **ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ**
3. нейтрализовать **ХЕЙТЕРОВ** и **ТРОЛЛЕЙ**

3. ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ САМ ПРИДУМЫВАЕТ СЦЕНАРИЙ

ПРИМЕРЫ ПАРТИСИПАЦИИ:

1. Парк High Line (NYC)
2. Парк Тучков Буян (Петербург)
3. Комфортная городская среда (РФ)
4. Набережная р. Карповки (Петербург)



3. ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ САМ ПРИДУМЫВАЕТ СЦЕНАРИЙ

ЧТО ЕЩЁ ДАЁТ ВОВЛЕЧЕНИЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ:

1. Для города: создание городских сообществ, они будут менять город
2. Для UX-дизайна:
 - создание уникального пользовательского опыта
 - создание новых качеств продукта

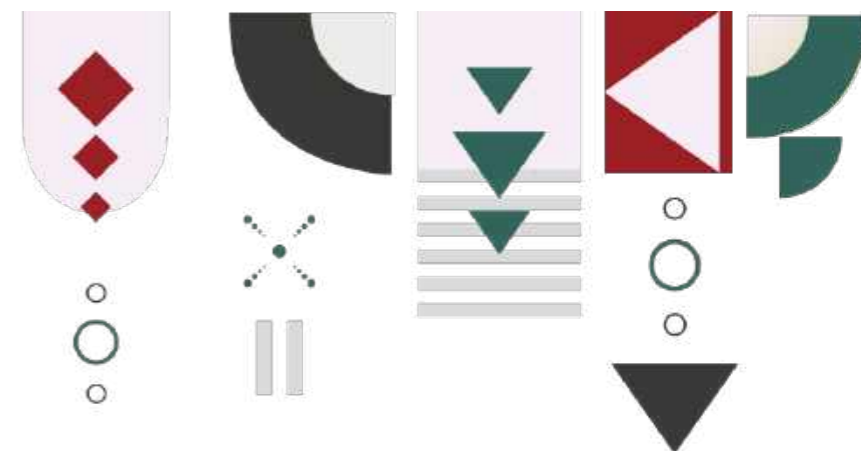
ДО ПОЯВЛЕНИЯ САМОГО ПРОДУКТА (!!)

ИТОГ

1. Город - сложная система, взаимодействующая с пользователем.
2. Общественные пространства - один из пользовательских интерфейсов между городом и горожанами.
3. В урбанистике есть три алгоритма создания такого интерфейса:
 - ▶ я придумал, они пользуются как я придумал,
 - ▶ я придумал, они пользуются как они хотят,
 - ▶ они придумали и сами пользуются как они хотят.
4. Третий алгоритм называется “вовлечением пользователя” и открывает новые возможности по созданию нового качества продукта и нового опыта пользователя ещё на этапе создания продукта.



29 февраля 2020. Санкт-Петербург



СПАСИБО!

8 921 941 5817 (Whats App)
boris.yushenkov (Facebook)
@boris_ysh (Telegram)