

Designové myšlení pro spisovatele

Malý příklad toho, jak získané znalosti použít v celku. Není to žádný velký objev, zkušený autor tohle všechno zvládá intuitivně, ale uvědomit si někdy celý proces nemusí být na škodu.

Pár definic na začátek

„Designové myšlení je kreativní přístup nebo řada kroků, které vám pomohou nacházet smysluplná řešení problémů.“

„Designové myšlení je také způsob uvažování, protože začnete na svět nahlížet jako designér, ačkoliv jím nejste. Myslet jako designér neznámá, že umíte kreslit; znamená to, že se nebojíte udělat krok do neznáma a být kreativní v nejednoznačných situacích.“

„Osvojit si myšlení designéra vám umožní vidět příležitosti namísto problémů a dodá vám odvahu hledat řešení, která přináší změny. Víme, že tento přístup může být odlišný od způsobu, jakým jste zvyklí pracovat, a vědomí, že konečný výsledek je nejistý, může být nepříjemné, ale pamatujte, že je důležité mít v tento proces důvěru.“

Když to velmi zjednoduším: Designové myšlení má v centru koncového zákazníka (u výrobků, u služeb) a jeho spokojenost. Mějte to také tak: tedy uvědomte si, pro koho píšete a co ten člověk chce číst. A zároveň mě učí „pracovat s chybou“ – tak, abych jim buď předcházel, nebo díky nim byl lepší.

Proces designového myšlení pro spisovatele

Existují různé varianty metodiky, vycházím z pětifázového členění a hezky přeloženého do češtiny:

Průzkum – rozhodnu se, co budu psát. Může to být nějaký nápad (co třeba napsat povídku o čertím penisu?), přání (chci napsat fantasy), vize (rozhodně nenapišu nic tak špatného, jako Stmívání)

Analýza – námět si zpracuji do nějaké podoby, ať už ve formě první věty nebo osnovy příběhu. Prostě budu vědět, co budu psát a kdo bude hrdinou

Tvorba – zde píšu, píšu a píšu a získám prototyp povídky

Testování – prototyp řádně otestuji na uživatelích, abych neměl zmetek

Realizace – a hotovou povídku nebo knihu pošlu do světa

V zásadě nejde o žádné velké moudrosti. Takže proč se tím zabývat? Proč číst několik stránek odborných termínů a zkoušet ty různé metody?

Protože mi to může pomoci. Minimálně si srovnat myšlenky. Nejde přitom o nic víc, než jednoduchý princip „vyberu si žánr a dodržuji jeho pravidla (včetně pravidel porušování pravidel)“. Jako třeba v těchto příbězích ze života:

Příklad 1: chci psaním zapůsobit na jednu parádní zrzku. Víím, že má hrozně ráda klasickou fantasy. Já píšu klasickou scifi. Nebudu přemýšlet, jak ji přesvědčit, aby si přečetla scifi, ale napíšu jí klasickou fantasy. Případně nebudu debil a zrzku normálně pozvu do kina.

Příklad 2: chci se stát nejslavnějším a nejbohatším autorem v Čechách. Prozkoumám si cílovou skupinu, projdu si webové komentáře, projdu si statistiky prodejů – ty zejména. Zjistím, že nejvíc na odbyt šel Kulhánek. Zjistím, že Kulhánek už nepíše, tak si vymyslím akční jméno, které také začíná na K a budu psát jako Kulhánek a ještě k tomu udělám věc, kterou on skoro nedělá: začnu ty knížky vydávat pravidelně a alespoň jednou za půl roku. Nebudu přemýšlet, jak masu lidí, kteří chtějí číst Kulhánka, naučím číst klasickou fantasy, kterou mám rád a píšu já.

Příklad 3: píšu pro partu kamarádů příběhy z dračího doupěte. Ale říkali, že spisovatel vydává knížky a píše do soutěží. Jenže tam pořád prohrávám. Zamyslím se nad tím, co píšu a kdo je cílovka. A vykašlu se na literární soutěže a budu psát dál pro partu kamarádů, která bude spokojená, a až se budu chtít stát slavným, napíšu něco úplně jiného, třeba něco jako Kulhánka.

Prostě žádná velká věda – a přitom perfektní příklady designového myšlení. Takže dost úvodu a šup do procesu!

Průzkum

Jsem na začátku. Tady si musím vybrat žánr a svého koncového čtenáře. V zásadě jsou tu dvě možnosti:

- Chci psát, co mě baví, a hledám cílovou skupinu a zpracovávám text podle jejich preferencí, mám relativní volnost, jen hrozí, že má cílovka nebude nijak početná (pět kamarádů, co hrají dračí doupě)
- Chci něco dokázat pomocí psaní a cílová skupina jasně ví, co chce číst, a já se jí přizpůsobuji
 1. Může jít o literární soutěže, mají nějaké zadání (například žánr, téma, rozsah atd.) – v tomto případě jde vlastně o psaní na zakázku
 2. Psaní na objednávku (když nakladatel řekne: „chci povídku o tom a o tom“, anebo rovnou celou knížku. Může jít o příspěvek do antologie, o knihu do cyklu, o samostatnou knihu...)
 3. Psaní pro trh (podchycení aktuálních témat, aktuální oblíbenosti žánru, toho, co lidé chtějí číst. V extrémní podobě může jít třeba o paměti čerstvě zemřelých osobností, o rozhovory s náhle zlatými sportovci atd., ale také o psaní steampunku, když zrovna frčí steampunk...)

Zase to trochu zjednoduším. První bod platí u vlastního psaní pro radost. Pokud ale budu psát povídku do antologie o nacistech – pak si musím definovat, kdo to asi bude číst (velmi pravděpodobně velká skupina lidí, kteří rádi čtou válečné příběhy o nacistech), a napíšu povídku, která zapadne do žánru a do tématu (takže bude o nacistech). Milostná romance dvou elfů, kteří nemají s nácky nic společného, do takové knihy zjevně nepatří. Experimenty jsou povoleny, ale jen když víím, proč experimentuji, mám na to schopnosti a nedělám to jenom proto, abych šokoval.

Pokud toto mám rozmyšleno, mohu využít k dalšímu rozboru některé z designových metod:

- Rozhovor s uživateli (ptám se svých čtenářů, co rádi čtou, co je baví. Dám si s nimi pivo, popovídám si na conu, píšu si s nimi mejly...).

- Dotazníky/ankety na webu, na sociálních sítích (ptám se svých fanoušků méně osobní formou, třeba Facebook tyhle nástroje umí využívat velmi dobře)
- Rozhovor s odborníky (ptám se knihkupců, co lidi nejvíc kupují, nebo recenzentů, co se nejvíc líbí, nakladatelů, co by chtěli vydávat). S nimi se můžu potkat třeba na conech, na Světě knihy, na různých přednáškách. Osobně nebo mailem je ale obtěžuji s rozumem, mají dost práce a nechci si jako autor udělat hned reklamu ve stylu „to je ten otrava, co se ho nejde zbavit“
- Pozorování (sleduji, o čem se mluví, co se čte, o čem se píše, co se píše – na webzinech, v tištěných časopisech, v médiích mimo fantastické ghetto)
- Výzkum od stolu (zjistím, jak píší konkurenti)
 1. Zjednodušeně řečeno – čtu. A to hodně!
 2. Čtu věci z daného žánru, abych „neobjevoval“ originální zápletky, jako třeba, že družina půjde hodit nějakou cetku do ohnivé hory
 3. Čtu i věci mimo žánr, který chci psát. Čtu dobré, klasické knihy. Čtu věci, které mi jsou odporné. Získávám tím zkušenost, vyplatí se ji mít. Dostanu se tak na místo, kde tráví čas moji čtenáři.
- Imerzivní zkušenost (nebo také zúčastněné pozorování)
 1. Tahle metoda se používá třeba v případě vymýšlení služby pro nevidomé tím způsobem, že si zavážu oči a procházím službou s touto zkušeností. Anebo se vydám na místo příznačné pro cílovou skupinu (když vymýšlím něco pro zemědělce, zkusím si jeden den zemědělcem být).
 2. Zkušenosti tak získávám skoro všude – všechno, co dělá, je zdrojem informací pro psaní. Pokud chci napsat souboj, naučím se šermovat, pokud má být hrdina horolezec, vylezu na nějakou skálu...
- Brainstorming (probírám se svými betami, co by šlo napsat a co by bylo zajímavé)

Těch metod je samozřejmě víc. Nemusím rozhodně používat ani všechny tyhle – vyberu si takovou, která se mi líbí nebo která je mi sympatická.

Na základě tohoto získám: Nápad, námět, směr příběhu

Analýza

Opět tu mám pár metod, kterými můžu námět víc rozpracovat, a to i na základě vlastních schopností:

- Swot analýza (uvědomím si své přednosti, slabiny, výzvy a ohrožení)
 1. Jo, a jde o tohle: <https://cs.wikipedia.org/wiki/SWOT>
 2. Nemusím si dělat *swotku* úplně poctivě, stačí jenom intuitivně
 3. Příběh vybírám na základě toho, co dokážu a co chci psát!
 4. Pokud mi nejdou erotické scény, buď pracuju na tom, jak je napsat lépe, nebo je vynechám a opíšu jinak.
- Empatická mapa (zjistím si, co by moje cílovka mohla chtít a jestli mi to pasuje do toho, co chci napsat. Zamyslím se, co očekává, co se jí líbí a co ne...)
 1. Cílovka chce hrdinu – jaký má být, co má dělat...
 2. Cílovka chce atraktivní prostředí – kam děj zasadím?
 3. Cílovka chce překvapení – asi by to mělo mít nějakou pointu
 4. Píšu klasické básně, takže cílovka nejspíš bude chtít, aby se rýmovaly...
- Myšlenkové mapy
- Zpracování dat z průzkumu (uspořádám si to, co už vím)
 1. Pokud si to nesrovnám jenom v hlavě, napíšu si to na lístečky a ty rozřadím podle témat. Nevyleze mi z toho třeba něco?

Na základě toho získám: nástřel příběhu – budu vědět, co chci psát, čemu se vyhnu a jak námět zasadím do děje, jaké postavy se mi tam mihnou. Můžu mít v téhle fázi skoro kompletní osnovu, můžu mít také jen první větu a atmosféru, kterou by to mělo mít. Ale v každém případě vím, co budete psát!

Tvorba

Tady už píšu... metody zde nastřelené pak pomáhají proces tvorby ukočirovat nebo pošouchnout, ale taky můžu prostě jenom obyčejně psát a na všechno ostatní se vybodnout. Metody z této části jsou zpracovány v mnoha jiných publikacích, tak opravdu jen namátkou.

- 2D i 3D modely (nevím, jak vypadá vesmírná loď nebo hrad, kde se děj odehrává? Vyrobím si to nebo nakreslím. Postavím z lega. Vytvářím si mapy. Maluji hrdiny...)
- Storyboard (Nejsem si jistý, jak příběh poskládám? Udělám si osnovu)
- Metodické pomůcky (používám známé diagramy vývoje příběhu, grafy, scénářistické poučky, dějové křivky, zákonitosti vyprávění... Tou nejzákladnější pomůckou je třeba klasická stavba dramatu: Expozice, kolize, krize, peripetie, katastrofa)
- Vyprávění (vyprávím příběh před tím, než ho napíšu a sleduji, co to s posluchači dělá)
- Karty postav (popíšu jejich fyzický vzhled, vlastnosti, jejich historii a původ, vyjadřování, zvláštnosti, cíle...)
- A ještě jednou: prostě píšu.

Na základě toho získám: prototyp. Tedy napsanou povídku v první verzi. Prototyp není hotová verze! Mám sice povídku, ale jsem teprve v půlce celého procesu!

Testování

Uživatelské testování není nic jiného než betatesting – a bez uživatelského testování bezchybně nefunguje ŽÁDNÝ výrobek, ani moje povídka. Proto tuto část neberu na lehkou váhu.

Základem je „standardní betačtení“ – betačtenář text čte a zkoumá různé aspekty: stylistiku, logickou stavbu příběhu, funkčnost postav, odbornost, gramatiku a překlepy... Můžu zkusit i něco z designových metod.

- A/B testování (udělám dvě verze a sleduji, jak která působí na čtenáře)
- Skórování (pokud mám povídku zbetovanou a sám na to dál nestačím, pošlu ji do soutěže, ať vím, jak si stojí proti konkurenci
 1. Ale vždy až po vyčerpání všech ostatních možností!
 2. Případně si poměřuji penisy s kamarády, kteří také píšou... Takové literární setkání se stejně nadšenými lidmi je příjemné i v jiných ohledech

Na základě toho získám: Podklady pro opravení povídky do finální podoby – a tedy po provedení všech úkonů **hotovou povídku!**

Realizace

Zde se pohybuji se ve dvou liniích

- Linie „dopsal jsem povídku“ – po umístění v soutěži nebo po zbetování odevzdávám hotovou věc a publikuji. Hotovo, konečná, splněno.

- Linie „jdu psát další povídku“ – na základě čtenářských reakcí z hotové věci zpracovávám podklady pro příští psaní a nezapomínám nic z toho, co umím. V celkovém procesu psaní se vracím na začátek, který neustále opakuji až do okamžiku, kdy o mně vyjde pochvalný nekrolog. Teprve potom je hotovo.

Nic nového pod sluncem

Celý proces je nastaven jako vytváření mnoha variant a jejich postupného seškrtování a opravování. Právě to mě dostane k dlouhodobému úspěchu – a proto se raduju ze všech chyb, které udělám, protože mne posouvají...

Možná nic z toho není pro mne novinka, řadu věcí dělá řada autorů intuitivně, zvlášť když píšou už delší dobu. U mnoha metod, které vypadají vědecky, se stačí leckdy jen zamyslet. Ale díky tomu zamýšlení si třeba uvědomím, proč doopravdy píšu a co je pro mě důležité.

A rozhodně nezapomínám na jednu věc: psaní je radost. Důležitý je příběh. A někdy se prostě vyplatí jen psát tak nejlíp, jak jen dovedu. To je totiž ten nejlepší spisovatelský fígl, který můžu použít, a žádné tabulky, pomůcky, návody a tak jej nepřekonají.