

# Пример из практики

## Саммит Designers Accord

Осенью 2009 года организация *Designers Accord* собрала сотню идейных лидеров мирового масштаба на двухдневное мероприятие, предполагавшее высокую степень вовлеченности и включавшее в себя мозговой штурм, планирование и выработку программы действий по проблеме обучения дизайну и устойчивого развития этой отрасли. Валери Кейси, разработчик программы саммита и одна из основателей *Designers Accord*, распланировала событие так, чтобы оно, подобно слоеному торту, состояло из коротких, рассчитанных на маленькие группы рабочих заседаний, которые разнообразились яркими лекциями и возможностью плодотворного общения. Такая смена активности была призвана предупредить утомляемость и обеспечить встрече максимальную продуктивность.

Участники работали, разбившись на восемь групп, и каждая группа пыталась подойти к основному вопросу саммита под определенным углом — посмотреть на него через одну из восьми «линз». Время от времени группы менялись темами, чтобы участники могли освежить взгляд и добавить свои идеи в общую копилку. Квалифицированная команда модераторов и ассистентов-учащихся — в изобилии снабженная маркерами, клейкими листками и классными досками — поддерживала оживленный характер обсуждения и фиксировала все рождающиеся в его ходе идеи.



**Социальный мозговой штурм** (вверху и справа). Интенсивные рабочие заседания перемежались вдохновляющими презентациями и импровизированными общими собраниями. Модераторы и ассистенты-учащиеся прилагали все усилия, чтобы отточить, зафиксировать и отобрать лучшие из прозвучавших идей, используя для этого все доступные поверхности: полы, стены, окна и классные доски. Фотографии: Кристиан Эриксен.

ЛИНЗА 1

Переформулируйте тему, преобразовав ее в вопрос или серию вопросов, на которые можно найти ответ

ЛИНЗА 2

Запишите все, что известно о теме в настоящий момент, и систематизируйте записи

ЛИНЗА 3

Свободно формируйте новые подходы

ЛИНЗА 4

Систематизируйте имеющуюся информацию и новые идеи. Усиливайте и комбинируйте. Отбраковывайте слабые идеи

ЛИНЗА 5

Негатив: перечислите все причины, по которым найденное решение может не работать

ЛИНЗА 6

Усиливайте решение. Проследите за тем, чтобы найденное решение имело существенное значение для обучения и практики

ЛИНЗА 7

Создайте сценарий идеального применения найденного решения

ЛИНЗА 8

Четко сформулируйте найденное решение

**Сквозь линзу** (слева). Система линз для рассмотрения основной проблемы — устойчивого развития дизайна и дизайнерского обучения — учитывала различные степени свободы и ограничений. Диаграмма: Валери Кейси.



«Думать неправильно» — значит ломать свои собственные стереотипы и правила, чтобы найти как можно больше возможных решений, даже если они кажутся «неправильными».

Джон Биленберг

## Пример из практики **PieLab**

Джон Биленберг называет свой уникальный дизайнерский метод «думать неправильно». Взяя за отправные точки методику мозгового штурма и свободного полета ассоциаций, Биленберг при запуске проекта предлагает своим заказчикам и дизайнерским командам устроить «блицкриг». В ходе такого «блицкрига» участники оставляют за порогом свои предположения и пытаются сгенерировать как можно больше идей. В конце «блицкрига» непредсказуемые ассоциации и, казалось бы, наугад внесенные предложения зачастую становятся ядром дизайнерского решения.

Биленберг является основателем *Project M* — организации, которая побуждает начинающих дизайнеров способствовать социальному изменениям. На заседании *Project M* в Мэне в 2009 году группа посередине встречи обнаружила, что не имеет определенного направления. Чтобы как-то стимулировать мыслительный процесс, Биленберг принялся расспрашивать членов группы, какими другими талантами они обладают. У одного из участников оказались способности к выпечке пирогов, и это натолкнуло команду на мысль, не могут ли домашние пироги стать центром социальной акции. Результатом явилось сорокавосьмичасовое общественное событие, названное *Free Pie* («Пирог за так»). В дальнейшем проект переродился во временный магазин под названием *PieLab* («Лаборатория пирога») в Гринсборо, штат Алабама, который затем приобрел там и постоянное помещение. *Free Pie* и *PieLab* — это проекты, касающиеся не только выпечки. Они собирают людей вместе, позволяют им поговорить, поделиться чем-то друг с другом. Как выражается сам Биленберг, «разговоры ведут к идеям, идеи — к проектам, а проекты — к позитивным переменам».

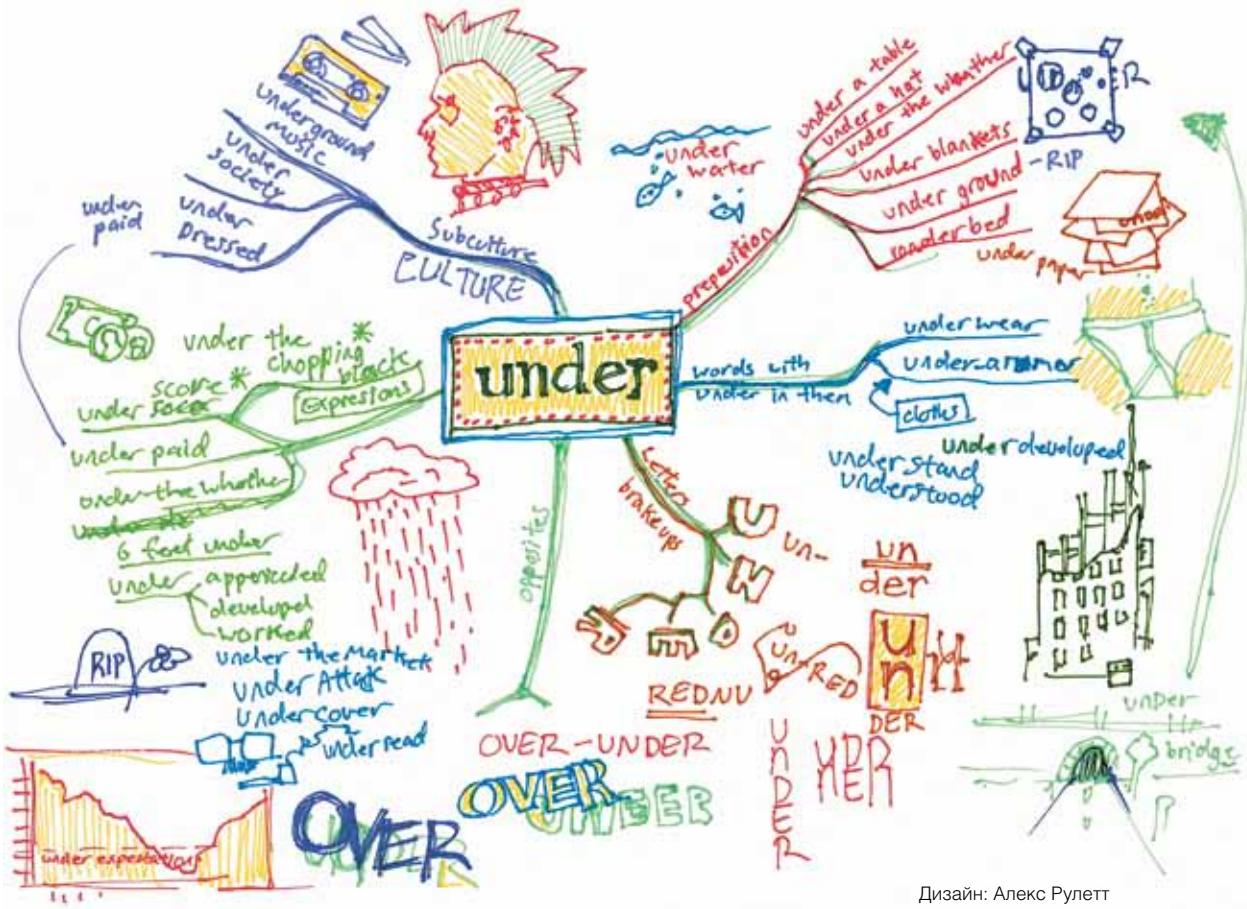


**Приглашение-рецепт.** Дизайн: Хайк Авеньен, Аманда Бак, Мелисса Калленс, Арчи Ли Коутс IV, Меган Дил, Розанна Диксон, Джефф Франклин, Дэн Гейвин, Джеймс Харр, Ханна Хенри, Эмили Джексон, Брайан В. Джонс, Рина Кэйриа, Бриэнн Костик, Райан Леклюз, Робин Мути, Алекс Пайнс, Адам Сейнак, сотрудники и волонтеры HERO. Фото: Дон Гейвин.

**А теперь вместе.** Музыканты из Университета Севани в гостях у *PieLab* в день открытия.  
Фото: Брайан В. Джонс.



ть книгу на сайте [>>>](http://kniga.biz.ua)

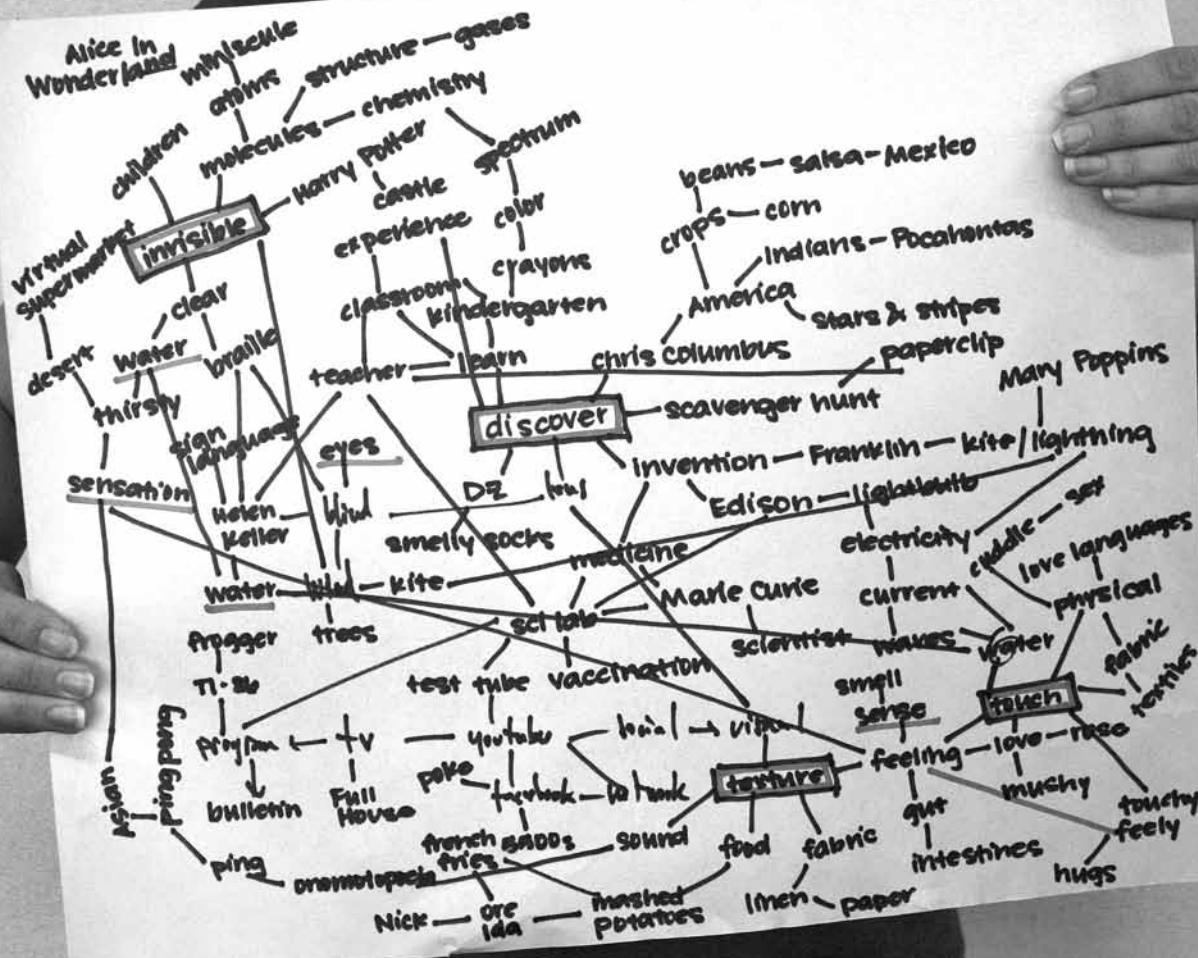


# Ассоциативные карты

Этот метод называют также радиантным мышлением. Ассоциативные карты (интеллект-карты, ментальные карты) — это форма мысленного исследования, позволяющая дизайнеру быстро рассмотреть весь объем поставленной перед ним задачи, темы или предметной области. Начав с центрального термина или идеи, дизайнер быстро набрасывает схему связанных с ними образов и концепций.

*Tony Buzan and Barry Buzan. The Mind Map Book: How to Use Radiant Thinking to Maximize Your Brain's Untapped Potential.* New York: Plume, 1996

Методика ассоциативных карт была разработана Тони Бьюзеном, популярным автором книг по психологии, который рекламировал этот метод в своих публикациях и на мастер-классах. Хотя Бьюзен и описал некоторые специфические правила, прилагаемые к построению таких карт — например, использование различных цветов для каждой из ветвей диаграммы, — бесчисленные дизайнеры, писатели и преподаватели используют его метод более свободно и интуитивно. Ферран Миттьанс и Ориол Арменго из барселонской дизайн-студии *Toormix* называют эту методику «облаком идей». *Кристи Ксенакис*



Дизайн: Лорен П. Адамс

# Как создать ассоциативную карту

## 01 Определите фокус.

**02 Начинайте ветвление.** Создайте сеть ассоциаций вокруг центральной фразы или образа. Если хотите, используйте наряду со словами простые рисунки.

**03 Систематизируйте.** Основные ветви вашей карты могут представлять отдельные категории, такие как синонимы, антонимы, омонимы, устойчивые словосочетания, поговорки, штампы и так далее. Попробуйте рисовать каждую новую ветвь другим цветом.

**04 Разделяйте.** От каждой основной ветви могут отходить меньшие дробные категории. Работайте быстро, позволяя процессу раскрепостить ваш ум. Так, например, идея открытия может привести вас от имен первооткрывателей и их изобретений к пяти чувствам.