

Цель: обучение методам и инструментам генерации проектных идей

Задачи:
знакомство с практиками генерации идей

поиск решений и альтернатив для задач из различных сфер

представление эффективных практик селекции (оценки и отсева) проектных идей

применение вариативных методов для разработки и реализации проектов в креативных индустриях

развитие креативности участников, их навыков конвергентного и дивергентного мышления

Генерация идей — важнейший этап работы над проектами. В дизайн-мышлении это стадия процесса проектирования, когда авторы проектов концентрируются на поиске концепций. Участники мысленно “выходят за рамки”, пытаясь найти наиболее эффективное решение. Идеи служат топливом, а также исходным материалом для создания прототипов и реализации инновационных продуктов. Это мостик, который обеспечивает переход от понимания проблем пользователей к эффективной реализации решений.

Работа с идеей — это ритмичная смена дивергентных и конвергентных фаз. В дивергентной фазе появляются новые, оригинальные варианты решения предложенной задачи. В конвергентной фазе все наоборот: приходит время исключать варианты и делать выбор. Именно в разграничении творческого и критического видений (дивергентного и конвергентного мышлений) и заключается ключевая особенность проектной работы.

Раньше считалось, что для креативного поиска идей достаточно дивергентного мышления. Но если мы будем только генерировать идеи, не соотнося их с реальностью, то возникает опасность уйти в абстрактную фантазию, не имеющую ничего общего с настоящей действительностью. Поэтому на этапе генерации идей важно проходить две стадии - дивергентную, когда мы придумываем идеи, и конвергентную, когда мы отбираем жизнеспособные идеи, “заземляя” их на цели и проблему проекта. Как вы помните, в дизайн-мышлении в центре внимания - потребности и запросы конкретного человека. А значит, все созданные идеи в наших проектах должны отвечать потребностям целевой аудитории. Проекты не делаются ради проектов, они реализуются для людей!

Генерация идей очень важна, поскольку она помогает:

- **Задавать правильные вопросы.**

Зачем мы это разрабатываем? Для кого? Необходима ли эта функция? Что нам нужно сделать, чтобы предоставить пользователям отличный опыт? - они позволяют расставить приоритеты и приблизиться к достижению целей.

- **Обсудить все идеи, хорошие или плохие, и отфильтровать их.**

Важно избавиться от плохих идей, чтобы освободить место для хороших.

- **Находить новые интересные концепции, которые, возможно, не рассматривались раньше.**

Это особенно актуально, когда речь идет о совместной работе, так как лучшие идеи могут прийти в результате группового мозгового штурма, когда несколько умов обмениваются мнениями и развивают их.

- **Думать нестандартно.**

На это этапе развиваются навыки творческого, критического и концептуального мышления как в команде, так и индивидуально.

- **Экономить время.**

Решения получаются продуманными, а проблемы выявляются на ранних стадиях.

Цель: обучение методам и инструментам генерации проектных идей

Задачи:
знакомство с практиками генерации идей

поиск решений и альтернатив для задач из различных сфер

представление эффективных практик селекции (оценки и отсева) проектных идей

применение вариативных методов для разработки и реализации проектов в креативных индустриях

развитие креативности участников, их навыков конвергентного и дивергентного мышления

Важные принципы генерации идей:

- Сначала придумать как можно больше решений, не отсекая сразу варианты, которые кажутся неудачными.
- Чем больше идей, тем лучше. Идеи могут быть даже самые сумасшедшие — не отсекай и не критикуй их. - это дивергентная фаза.
- Затем оценить, решают ли идеи проблему пользователя.
- Проверить, можно ли реализовать идею с точки зрения имеющихся технологий, ресурсов, необходимых затрат и других факторов. - это конвергентная фаза.

Сравнивая конкурирующие идеи, можно с большой долей вероятности прийти к более смелому, прорывному и удачному решению.

Идея — это не пожелание! Идея всегда отвечает на конкретную проблему или боль пользователя и связана с ней “измеряемой характеристикой действия” (качественной или количественной).

Для генерации идей используются специальные инструменты:

- мозговые штурмы — встречи, на которых команда придумывает идеи в ходе обсуждения и развивает идеи друг друга.
- ментальные карты - техника визуализации мышления, которая позволяет фиксировать и обрабатывать информацию, наглядно представлять идеи и связи между ними.
- специальные креативные техники (списки, морфологический анализ, метод фокальных объектов, “Скампер” и пр.).

Методы креативного поиска идей решают очень важную задачу: они предоставляют выбор из большого числа вариантов. Но, как правило, это “сырые” идеи, которые нуждаются в дополнительной проверке и доработке. И для этого используются специальные инструменты. Оценка проектной идеи на начальной стадии – мощный инструмент развития востребованного проекта. Если пропустить данный этап, то вероятен риск столкнуться с проблемами отсутствия востребованности своего проекта у целевой аудитории. Отбор идей происходит на конвергентной критической фазе, когда мы подключаем критическое мышление, чтобы отсеивать нежизнеспособные идеи. На стадии оценки идей можно аргументировать идеи, задавать к ним дополнительные сложные вопросы и определять критерии отбора. Это помогает отсеять неудачные идеи и сфокусироваться на хороших вариантах. Результат этого этапа — выбор идеи, для которой команда будет создавать прототип.