

УДК 159.95

ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДУ МОЗКОВОГО ШТУРМУ В ДИЗАЙНІ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

Ярміш А. І.

Науковий керівник – канд. філос. наук, доц. Бакаленко О. А.
Харківський національний університет радіоелектроніки, каф. філософії,
м. Харків, Україна
e-mail: anastasiia.iarmish@nure.ua

The brainstorming method is a powerful tool for designers in the modern world, promoting creative problem-solving. Introduced by Alex Osborn in 1940, this method consists of preparation, idea generation and analysis stages, facilitating the discovery of innovative approaches to challenges. Analysis of its pros and cons indicates its effectiveness in idea generation with certain limitations in the field of design. Brainstorming allows for the free expression of ideas, resulting in a plethora of creative concepts. Drawbacks include the uncontrollable direction of discussions and the inability to swiftly address complex tasks. However, its simplicity and ability to address design challenges make it an indispensable tool for professionals.

Сьогодні, у світлі постійного технологічного розвитку та глобалізації, вміння нестандартно та ефективно вирішувати можливі проблеми та поставлені задачі набуває особливого значення. Вкрай актуальним це твердження є для сфери дизайну. Існує багато різноманітних методів генерації ідей, що широко використовуються дизайнерами, але одним з найбільш розповсюджених став метод мозкового штурму.

Метод мозкового штурму запропонував у 1953 році Алекс Осборн – один з керівників відомої американської рекламної агенції BBDO. За більш ніж 70 років свого існування цей метод набув неабиякої популярності як засіб пошуку унікальних та творчих ідей рішення проблем. Аналіз переваг та недоліків даного методу допоможе зрозуміти ефективність застосування мозкового штурму для генерації нових ідей у сфері дизайну та визначити його можливі обмеження в використанні на шляху до бажаного успіху та розвитку.

Метод мозкового штурму (мозкова атака, brainstorming) – це груповий метод генерування ідей, підвищення творчої ефективності або пошуку нових рішень [1]. Головна особливість мозкового штурму полягає в тому, щоб відокремити процес висунення, пропозиції ідей від їх оцінки та відбору, що дає можливість учасникам обговорення вільно висловлювати навіть найдивніші ідеї. Основною метою проведення мозкового штурму є отримання великої кількості нестандартних та креативних ідей для вирішення задачі, не беручи до уваги можливості їх подальшої реалізації, практичність тощо.

Проведення мозкового штурму можна поділити на три основних етапи: підготовка; генерація ідей; аналіз та вибір [2]. На першому етапі роботи обираються учасники обговорення з різним професійним досвідом, визначається тривалість проведення мозкового штурму та чітко формулюється проблема, рішення якої необхідно знайти під час обговорення. Другим етапом є генерація ідей учасниками зустрічі протягом визначеного раніше часу. На цьому етапі забороняється будь-яка критика ідей, бо це може зменшити бажання людей далі ділитися своїми ідеями. Вітаються абсурдні, безглузді, фантастичні, непрактичні варіанти вирішення проблеми. Крім того, ідеї можна видозмінювати, доповнювати, покращувати та об'єднувати. На останньому етапі відбувається аналіз, оцінка ідей та їх відбір. Всі ідеї спочатку оцінюються за вибраними критеріями (це може бути актуальність, новизна, можливість реалізації тощо), а далі вони групуються за схожими темами, що допомагає побачити перспективні напрямки, з якими можна починати працювати.

Метод мозкового штурму, як і будь-які інші методи генерації дизайнерських рішень, має як свої сильні, так і слабкі сторони. Однією з головних переваг проведення мозкового штурму є те, що в результаті правильної організації такої зустрічі команда дизайнерів отримує цілий набір найрізноманітніших концепцій, серед яких можливо знайдеться найкраща ідея для рішення проблеми. До того ж, завдяки участі в мозковому штурмі людей з різним досвідом та знаннями, учасники заходу можуть інакше поглянути на проблему та знайти рішення, враховуючи всі озвучені підходи, які одна людина могла б пропустити.

Наступною перевагою методу мозкового штурму є можливість для членів команди проявити себе, що в подальшому збільшить впевненість у висловленні власних ідей. Під час проведення обговорення кожен по черзі має змогу озвучити свою ідею. Таким чином, навіть сором'язливі учасники обговорення, які звикли більше слухати інших, можуть продемонструвати свої знання та досвід.

Суттєвою перевагою даного методу пошуку цікавих дизайнерських рішень є простота проведення. Мозковий штурм не потребує особливої підготовки учасників, обладнання чи специфічних матеріалів, необхідне лише комфортне місце для обговорення, дотримання учасниками нескладних правил та бажання знайти рішення поставленої задачі. Простота та невеликий обсяг часу, необхідний для проведення мозкового штурму, є дуже важливими перевагами для дизайнерських компаній, що часто мають брак часу для довгих пошуків нестандартної концепції.

Якщо ж говорити про недоліки проведення мозкового штурму у контексті дизайну, то сюди можна віднести слабкокерований хід генерації ідей та подекуди відсутність різноманітності. Дизайнери, як творчі особистості, зазвичай мають багато різноманітних думок та пропозицій, але можуть зіштовхнутися з ситуацією, коли обговорення фокусується на

однотипних та стандартних ідеях.

Іншою слабкою стороною даного методу є ефект Рінгельмана, інакше кажучи, ефект соціальної лінії, що проявляється зменшенням продуктивності учасників зі збільшенням кількості людей у команді, тож для ефективного проведення зустрічі варто звертати увагу на кількість запрошених фахівців [3].

Недоліком методу мозкового штурму для дизайнерської компанії може стати й те, що цей метод не підходить для вирішення комплексних завдань, що складаються з різних підпунктів, які може висувати замовник. Для використання методу мозкового штурму має бути конкретно сформульована проблема, отже, для вирішення комплексного завдання потрібно проводити кілька зустрічей, що потребує великої кількості часу.

Також варто зазначити, що певною перешкодою для проведення мозкового штурму є потреба у досвідченому модераторі, який буде перешкоджати недоречним дискусіям, заохочувати наполегливість та більшу участь менш активних учасників [4]. Далеко не кожна людина може виконувати цю роль, а невдалий вибір призведе до неефективності проведеного обговорення.

Отже, метод мозкового штурму є ефективним інструментом в пошуку креативних ідей для вирішення дизайнерських завдань. Аналіз його переваг та недоліків вказує на його результативність у генерації ідей та визначає основні обмеження. Незважаючи на усі недоліки, мозковий штурм залишається потужним інструментом для пошуку та обговорення новаторських ідей в дизайні.

Список використаних джерел

1. Дашенкова Н. М., Коробкіна Т. В. Soft skills: соціально-психологічні аспекти професійної компетентності: навчальний посібник. Харків: ХНУРЕ, 2021. 144 с.

2. Польова С. Є. Застосування інтерактивного методу «мозкового штурму» на практичних заняттях з дизайну. *Розвиток методологічних основ вищої освіти в ОНАХТ* : Матеріали 48-ї науково-методичної конференції, м. Одеса, 12–13 квітня 2017 р. Одеса, 2017. С. 198 – 199. URL: <https://card-file.ontu.edu.ua/handle/123456789/8305> (дата звернення: 28.02.2024).

3. Козинець І. І., Журавель М. О. Переваги та недоліки «мозкового штурму» під час колективного обговорення проблем. *Вісник університету імені Альфреда Нобеля*. 2016. № 1. С. 240 – 244. URL: <http://biblio.umsf.dp.ua/jspui/handle/123456789/2211> (дата звернення: 28.02.2024).

4. The oxford handbook of group creativity and innovation: tutorial / ed. by P. B. Paulus, B. A. Nijstad. New York: Oxford University Press, 2019. 400 p.