

УДК 7.012.185

## ГЕНЕРУВАННЯ ІДЕЙ В ДИЗАЙНІ

Тітова М. І.<sup>1</sup>, студ.; Борцова І. С.<sup>2</sup>, асистент

Придніпровська державна академія будівництва та архітектури

<sup>1</sup> [23106arc.titova@365.pdaba.edu.ua](mailto:23106arc.titova@365.pdaba.edu.ua); <sup>2</sup> [bortsova.iryana@pdaba.edu.ua](mailto:bortsova.iryana@pdaba.edu.ua)

**Постановка проблеми.** Генерування ідей в дизайні є надважливим етапом творчого процесу, але часто може виявлятися складною задачею для дизайнерів. В дизайні завжди існує потреба у нових та оригінальних концепціях, яка постійно зростає, впливаючи на конкурентоспроможність продукту або послуги на ринку.

**Мета дослідження.** Основна мета доповіді полягає у дослідженні різноманітних методів та підходів до створення власних, індивідуальних ідей для творчих робіт та дизайну. А також аналіз всіх прийомів для формування нових задумів і концептів в дизайні та їх вплив на кінцевий результат з метою виявити найефективніший, що дозволить дизайнерам продуктивніше працювати та покращити якість своїх робіт.

**Результати дослідження.** Наразі, проектна культура вимагає від фахівців дизайну розвивати в собі раціонально-логічний, абстрактний, художньо-образний тип мислення, що не перетворюється на руйнівну боротьбу.

Креативна методика – це спосіб стимуляції творчого мислення за допомогою різних процесів і алгоритмів. Щоб досягти результату треба висунути вимогу до будь-якої задачі і проекту; кращі ідеї з'являються в результаті жорстких вимог [3].

Основним способом вирішення творчих питань є пошук нових ідей. Для їх пошуку інколи витрачається неймовірна кількість ресурсів, однак знайти вірне рішення вдається не завжди.

Генерація ідей відноситься до процесу, в якому ми виробляємо потенційний алгоритм дій у відповідь на проблему, проект або завдання. Створення нових ідей може бути складним завданням, але це ключова частина циклу творчого дизайну і є важливою навичкою для практики [1].

Найбільш поширені методи генерування ідей, які використовуються у графічному дизайні:

### 1. Ведення скетчбука.

Поширеною технікою є ведення скетчбука. Ви можете мати скетчбуки для конкретних проектів або ідей проекту, але ви повинні мати один скетчбук, присвячений просто думкам, ідеям і натхненню. Думайте про це як про сховище вашої уяви.

Регулярне оновлення ескізів гарантує, що у вас є вибір ідей, на які слід спиратися, коли стикаєтеся з конкретною проблемою. Щоб витягти максимум з цієї техніки, потрібна послідовність і дисципліна але вона також має потенціал, щоб стати вашим найціннішим активом [2].

### 2. Мозковий штурм.

Мозковий штурм і ідеяція іноді використовуються для позначення одного і того ж. Але є тонкі відмінності. Мозковий штурм – це метод генерації, який ми використовуємо для генерації великої кількості ідей. Цей метод можна провести на місці з невеликою підготовкою. Це може бути неформальний і спонтанний підхід до вирішення проблем.

Ідеяція – це процес генерації, оцінки та вибору ідей, він вимагає планування, підготовчої роботи та часу [3].

У 1939 році Осборн почав розробляти методи для більш творчої реклами. Він розробив класичний мозковий штурм і опублікував методи, засновані на багаторічній практиці (Osborn, 1957). Він виступав за наступні методи в рамках мозкового штурму:

- призупинення критики
- розглядання диких ідей
- вигадування якомога більше ідей
- поєднання ідей
- робота у великій групі дизайнерів.

### 3. Пошуки натхнення та інформації.

Коли працюєш над складним проектом, натхнення – це вже половина справи. Якусь частину цього натхнення ви можете отримати з брифу, але решта – за вами. Графічний дизайнер мусить дуже добре орієнтуватися в нещодавніх розробках своєї галузі, знати найновіші тенденції, технології й роботи талановитих колег. Це все не тільки підживлює вашу власну роботу, але й дає вам змогу бути свідомим поточних можливостей у вашій царині та прогнозувати появу нових. Така обізнаність постає із комплексного розуміння мистецтва, політики та культури, адже ці сфери взаємозалежні.

Натхнення може охопити вас у будь-який момент, тож завжди будьте готові занотувати ідею – це дуже допомагає в розвитку проекту. А ще ви можете геть випадково натрапити на щось таке, що надихне чи наштовхне на думку. Дизайн – це спосіб життя. Ідеї та натхнення можуть чекати на вас будь-коли й будь-де, і їх не слід відкидати [5].

**Висновки.** Генерація ідей, по своїй суті, має на увазі проведення мозаїчного аналізу, в ході якого висувуються різні концепції, варіації та підходи до вирішення завдання. Відкритість до нестандартних ідей, стимулювання творчості сприяють появі інноваційних ідей, які можуть позитивно вплинути на кінцевий результат.

Тобто, генерація ідей це потужний інструмент, що сприяє креативному вирішенню завдань і розробці інноваційних продуктів і послуг. Її сила полягає не тільки у створенні візуально привабливих дизайнерських рішень, але й у глибокому розумінні потреб споживача.

### Список використаних джерел

1. Тінякова О. М. Методика генерування ідей в графічному дизайні. *Технології та дизайн*. 2015. № 1 (14). [Електронний ресурс]. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/669> (дата звернення: 17.04.2024).
2. Eduardo Rios. Idea Generation Techniques To Improve Your Workflow. [Електронний ресурс] URL: <https://www.baid.co.uk/blog/idea-generation-techniques> (дата звернення: 17.04.2024).
3. Jack O'Donoghue. Creative Ideation: Techniques For Generating Innovative Ideas (The Complete Guide). [Електронний ресурс] URL: <https://makeiterate.com/creative-ideation-techniques-for-generating-innovative-ideas/> (дата звернення: 17.04.2024).
4. Леонард Н., Емброуз Г. Основи. Графічний дизайн 03: Генерування ідей. Пер. з англ. Мельник М., Пугач В. Київ : ArtHuss, 2019. 192 с. [Електронний ресурс]. URL: <https://www.arthuss.com.ua/books-blog/190806> (дата звернення: 17.04.2024).