

브레인스토밍의 역사

브레인스토밍은 미국의 광고회사 BBDO(Batten, Barton, Durstine and Osborn)사의 창립자 중 한 사람이며 광고 제작의 책임자인 오즈번이 고안했다.

그가 부사장에 취임했을 때 회의는 필요했으나 항상 부정적이었다. 어느 분야보다 광고 비즈니스는 새로운 아이디어, 그것도 엄청난 양의 새로운 아이디어가 필요했기에 당시의 부정적인 회의 방식에 반격을 했다. 오늘날과 다소 차이가 있기는 하지만 브레인 스토밍을 발견한 것이다. 오즈번은 거의 모든 회의가 수없이 많은 '아니야'에 끌려 다닌다는 사실에 주목했다. 제안된 아이디어들은 죄다 질식사 했으며 이러한 사실을 잘 알고 있는 아이디어맨들은 하나같이 침묵했다.

당시 광고 제작은 개인 작업이 당연시 되었으나 디자이너가 카피를 발생해도 좋지 않을까라는 생각에 담당자의 구분을 없애고 자유롭게 발상할 수 있는 집단 기법을 생각했다. 그는 수 차례의 시행 착오 끝에 1939년에 자사의 직원과 함께 브레인스트밍을 생각해내고 실용화했다.

참가자들은 독창적인 문제를 향해 돌진하기 위해 머리를 사용하는 것이며 한 사람 한 사람이 같은 목적을 갖고 용감하게 특공대처럼 돌격하는 것이라 하고 하여 브레인스톰(BRAINSTORM)회의라고 불렀다. 브레인 뇌에서 스톰 폭풍과 같은 발상을 하는 회의 풍경에서 이름이 유래된 것이다.



브레인스토밍의 4가지 규칙



1. 판단 보류 (Deferment -of-Judgment)

참가자는 아이디어를 내놓는 것에만 전념하고 판단은 나중에 하면 좋다고 하는 규칙으로 발표자는 자기 주장을 지키기 위해 하나의 아이디어를 고집하게 되고 새로운 발상을 만들어 낼 수 없게 되기 때문에 규칙으로 정한것이다. 좋고 나쁨에 대한 비판은 물론 실패의 경험에 대해서도 이야기 해서는 안된다. 참가자들은 비판을 받지 않기 때문에 상상력이 더욱 활기를 띄며 뇌에 폭풍이 일어나는 현상이 가능해진다.

2. 자유 분방 (Free-Wheeling)

판단보류를 통한 비판이 멈추면 누구나 자유롭게 생각나는 대로 말할 수 있다. 길들여지지 않은 아이디어일수록 더 좋다.

3. 질보다 양 (Quantity yield quality)

‘초보사냥꾼이라도 자꾸 쏘다 보면 명중한다.라는 기분으로 점점 양이 많아지면 양질의 아이디어도 나온다’라는 사고가 기본이다.

4. 결합개선 (Combination and Improvement)

제시한 아이디어 어떤 것도 우리 모두의 것이라고 생각하면서 아이디어의 질을 높여가는 것은 브레인스토밍이 본래 집단기법이라는 것을 잘 나타내준다
자신의 아이디어를 내놓으려고 노력할 뿐 아니라 남의 아이디어를 어떻게 더 개선할 수 있는지 다른 아이디어와 결합할 수 있는 제 제안해야 한다.



A. 어떤 문제를 공략할 것인가

성공적인 브레인스토밍을 준비하는 첫 걸음은 공략할 문제의 선택이다.

주제는 되도록 구체적인 것을 선택하며 이 단계의 중요성은 아무리 강조해도 지나치지 않다.

B. 참가자의 초대

중요한 브레인스토밍 회의 계획 가운데 하나는 참가자 초대이다. 일반적으로 일주일 전에 전화를 걸어 초대하고 싶은 사람들이 예정된 시간에 분명히 올 수 있는가를 확실히 해야 한다. 브레인스토밍 패널은 작고 특히 엄선된 그룹이므로 그중 많은 사람들이 참석할 수 없게 되면 큰 낭패이다. 가치 있는 브레인스토밍 회의를 열려고 한다면, 회의에서 공략할 문제가 무엇인지를 초대장에 명백히 밝혀야 한다. 회의 참석자는 모두 그 문제에 대해 생각해야 하며, 심사숙고해야 한다. 마침내 회의실에 도착했을 때, 그들은 문제를 공격하고 싶어서 안달이 나 있어야 한다. 많은 회사들이 간과하는 다른 중요한 사항이 있는데, 브레인스토밍 회의에 대한 초대장은 말 그대로 초대장이어야 한다는 것이다. 즉 쉽게 거절할 수 있어야 한다. 억지로 끌려와 브레인스토밍 자리에 앉아 있는 사람은 결코 좋은 아이디어를 내놓지 못한다.

C. 환경 조성

참가자 전원의 얼굴이 보이도록 책상과 의자를 배치한다.

전지 또는 화이트보드 등을 준비한다.

분위기를 잘 조성하는 사람을 진행자로 한다.

참가자는 다른 분야의 전문가로 구성한다(참가 인원은 주제에 관한 전문가는 과반수 이하로 구성하고 여러 분야의 전문가가 모일 수 있도록 신경쓰며 되도록 같은 계층에 속한 사람을 모으고 권위를 내세우는 사람들은 제외시키는 것이 좋다.



D. 아이디어와 기록

오즈번이 개발한 아이디어 회의에서는 12명의 사람들이 둥근 테이블에 앉고 그들에게 문제가 하나 주어진다. 이때 문제는 구체적이면 구체적일수록 더 좋다. 모든 사람은 머리 속에 아이디어가 떠오르는 대로 자유롭게 내놓는다. 어떤 비판도 부정적 생각도 허용되지 않는다. 아이디어에는 어떤 제한도 없다. 엉뚱한 접근법, 어리석은 해결책, 멍청한 의견들이 모두 브레인스토밍의 원료이다.

서기는 모든 아이디어를 기록해야 하는데 발언을 기록할 때는 요약을 잘해야 하며 키워드를 잘 사용하여 구체적으로 기술하도록 한다.

발상 시간은 1시간 정도, 그 이상이면 휴식시간을 갖는다.

회의 진행은 시간에 제한을 두어야 하고 정해진 시간에 회의를 마친다.

E. 아이디어 평가

아이디어의 평가는 독자성과 가능성에 중점을 두고 하루 정도 지난 다음 실시한다.

회의 의장은 아이디어 리스트들을 범위별로 분류한다. 그 다음 고객 담당 임원이 그 아이디어들을 평가한다. 이 평가 과정에서 여러가지 아이디어가 결합되고 보다 높은 수준의 아이디어가 만들어 지는 경우가 많다.

아이디어 평가를 할 때는 회사의 정책에 위배되거나 비용이 너무 많이 든다는 식의 코멘트를 해도 좋다. 단, 새로운 아이디어에 대한 거부권을 가진 사람은 구체적인 제안을 반대하는 분명한 논거를 가지고 있어야 한다.



알렉스 오스본(Alex F. Osborn)

가설로 대안을 내놓을 때처럼,
창조적인 사고들은 개연성의 법칙을 따른다.
우리가 낚시질을 더 많이 하면 할수록
물고기는 더 자주 미끼를 무는 법이다

출처 :
브레인스토밍 Brainstorming, 2003년, 찰스클라크
아이디어 개발법:브레인스토밍의 원리와 응용, C.H.클락, 고바야시 다쓰오, 다이아몬드사
브레인스토밍의 재검토, 호시노 다다시, 매니지먼트 가이드 1973년 7월호
시드니 파안스 교수, 창조성을 말한다, 시드니 파안스와 다카하시 마코토 대담, 매니지먼트 가이드,
1973년 7월호
문제해결 수법의 지식, 다카하시 마코토, 일본경제 신문사
독창력을 키우자, A.F. 오즈번, 우에노 이치로 역, 다이아몬드사

KFA 연구위원회는 퍼실리테이션에 대한 정확한 이론과 기법에 대해 알고 전파하여 퍼실리테이터 이론의 왜곡을 막고 정확한 정보를 제공하고 있습니다.

Editor by KFA 연구위원회 주현희, 김수영, 조아진(18.02.12)