**ЛЕКЦІЯ № 5**

**Тема: Латеральне мислення в рекламній та ПР-творчості**

**(або метод «Капелюхів Мислення»)**

1. Едвард де Боно. Історія життя та досягнення.
2. Латеральне мислення.
3. Різновиди техніки ЛМ.
4. Особливості методу «Шести капелюхів».
5. Особливості та основні характеристики латерального, дивергентного мислення («мислення в зеленому світі»).
6. Комунікативні бар'єри і пастки мислення, що впливають на якість креативного процесу.
7. Алгоритм креативного процесу: основні етапи та їх характеристика. Методи «мислення в зеленому світі» по Енді Гріну.

*Як одного разу сказав Пабло Пікассо: «Одні бачать, що є, і питають чому. Я бачу, що могло б бути, і питаю „чому ні?“». Основна думка цього висловлення полягає в тому, що деякі люди бачать в оточуючих їх речах більше можливостей, ніж інші. І саме це є центральною ланкою концепту творчості.*

1. *Например, возьмем "цветы" в качестве нашего фокуса-товара. Последовательность логических рассуждений относительно цветов приводит к факту, что "цветы умирают". Латеральное замещение этой последовательности будет "цветы не умирают никогда". Затем мы проводим связь между новой концепцией и оригинальным фокусом. В нашем случае, мы должны спросить себя: при каких обстоятельствах цветы не умрут никогда? Если цветок сделан из ткани, шелка или пластмассы, он не умрет никогда. Так мы нашли новую концепцию - "искусственный цветок".*

*2. http://www.metaphor.ru/style/i/z_bul_bl.png****Замена****: посылать лимоны, а не розы.*

*http://www.metaphor.ru/style/i/z_bul_bl.png****Переворот****: посылать букет во все остальные дни года, но не на день святого Валентина.*

*http://www.metaphor.ru/style/i/z_bul_bl.png****Комбинирование****: посылать розы и еще чего-нибудь в придачу.*

*http://www.metaphor.ru/style/i/z_bul_bl.png****Гиперболизация****: послать сто роз или одну-единственную (преувеличение и преуменьшение).*

*http://www.metaphor.ru/style/i/z_bul_bl.png****Устранение****: не посылать розы вообще.*

***Изменение порядка****: посылает розы возлюбленный, а не влюбленный.*



Едвард вважає, що **стереотипи**, крім того, що дозволяють людині зорієнтуватися і визначити необхідний хід дій, також обмежують людини. Наприклад, достатньо всього раз отруїтися морозивом, щоб перестати його купувати взагалі. Так званий отриманий досвід відмінно допомагає зберегти цілісність і безпеку, але людина здатна надалі просто перестати перевіряти наскільки якийсь шаблон збігається з реальністю в даній ситуації. Може, він перестав працювати, а особистість знаходиться в фантазіях та боїться ризикнути, щоб перевірити.

**Кольори, надихаючі креативність**

Основними кольорами, надихаючими нас проявити креативність, вважаються **помаранчевий і жовтий.** **Помаранчевий,** як кажуть, стимулює творчий потенціал та ентузіазм, а **жовтий** - пробуджує потяг до творчості, уяву і натхнення. **Червоний** колір також використовується для активізації натхнення, енергії, творчих сил. **Фіолетовий** колір - відмінний стимулятор фантазії, того особливого роду творчого мислення, що народжує нові ідеї.

Однак сприйняття кольорів у всіх індивідуально, і тому, грунтуючись на вашому індивідуальному перевазі і навіть події життя, ви можете випробувати творчий настрій під впливом зовсім інших фарб. Тому, думаючи про використання кольору як засобі надихнути творчий потенціал, не зупиняйтеся відразу на жовтому та помаранчевому. Розгляньте різні кольори і подумайте, як вони впливають на вас, який відгук у вас викликають, які народжують думки, спогади про які події викликають.

1. Едвард де Боно (народився 19 травня 1933 року) — мальтійський та британський психолог, письменник, винахідник. Автор терміну [«латеральне мислення»](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D0%B0%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B5_%D0%BC%D0%B8%D1%81%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F). Автор книги «Шість капелюхів мислення». Прихильник спеціального навчання мисленню (у вигляді окремого шкільного предмету).

Едвард Чарльз Френсіс Публій де Боно народився на Мальті 19 травня 1933 року. Отримав ступінь з медицини в [Мальтійському університеті](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%96%D0%B9%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D1%83%D0%BD%D1%96%D0%B2%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%B8%D1%82%D0%B5%D1%82). Отримав ступінь магістра в галузі психології і фізіології у Оксфорді в Англії. Був одним із 27 послів Європейського року креативності та інновацій (2009 року). Є автором більш ніж 70 книг, що перекладені 38 мовами. Навчав власним методам мислення працівників урядових установ, корпоративних клієнтів ([«IBM»](https://uk.wikipedia.org/wiki/IBM), [«Nestle»](https://uk.wikipedia.org/wiki/Nestle), [«British Airways»](https://uk.wikipedia.org/wiki/British_Airways), [«Ericsson»](https://uk.wikipedia.org/wiki/Ericsson), [Siemens](https://uk.wikipedia.org/wiki/Siemens), [«Ford»](https://uk.wikipedia.org/wiki/Ford), [«Nokia»](https://uk.wikipedia.org/wiki/Nokia), [«Bosch»](https://uk.wikipedia.org/wiki/Bosch), [«Prudential»](https://uk.wikipedia.org/w/index.php?title=Prudential&action=edit&redlink=1), [«DuPont»](https://uk.wikipedia.org/wiki/DuPont), [«Shell»](https://uk.wikipedia.org/wiki/Shell), [«McKinseys»](https://uk.wikipedia.org/w/index.php?title=McKinseys&action=edit&redlink=1), [«Ciba-Geigy»](https://uk.wikipedia.org/w/index.php?title=Ciba-Geigy&action=edit&redlink=1) та ін.), організацій та фізичних осіб, особисто або публічно під час групових занять. Едвард де Боно заснував Всесвітній центр нового мислення, розташований на Мальті, який він описує як «інтелектуальний Червоний Хрест».

У 1967 році ввів термін «латеральне мислення», під яким розуміє специфічний процес обробки інформації, спрямований на зміну існуючої стереотипної моделі сприйняття навколишньої дійсності, створення нових альтернативних підходів до розв'язання проблеми. Саме латеральне мислення Едвард де Боно вважає основою креативності.

У 1995 році він створив футуристичний документальний фільм, «2040. Можливості Едварда де Боно» — лекцію, призначену для підготовки глядачів, що вийшли з кріогенного заморожування, до сучасного (2040) суспільства.

Школи з більш ніж двадцяти країн включили інструменти мислення де Боно до своїх навчальних програм.

Будучи переконаним, що основним способом досягнення прогресу людства є вдосконалення мови, у 2000 році він опублікував «The Edward de Bono Code Book» («Кодова книга Едварда де Боно»). У цій книзі де Боно пропонує набір нових слів на основі чисел, де кожне число являє собою поєднання корисної ідеї або ситуації, які наразі не мають єдиного слова для свого означення. Наприклад, код 6/2 означає «Дайте мені мою точку зору, і я дам вам свою точку зору». Код dBc 6/2 може бути використаний у ситуації, коли одна або обидві сторони у суперечці докладають недостатньо зусиль, щоб зрозуміти позиції одна одної.

У 1999 році де Боно повідомив [МЗС Великої Британії](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A4%D0%BE%D1%80%D0%B8%D0%BD-%D0%BE%D1%84%D1%96%D1%81), що [арабо-ізраїльський конфлікт](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D1%80%D0%B0%D0%B1%D0%BE-%D1%96%D0%B7%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BB%D1%8C%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%84%D0%BB%D1%96%D0%BA%D1%82) може бути пов'язаний, зокрема, з низьким рівнем [цинку](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A6%D0%B8%D0%BD%D0%BA), який зустрічається у людей, що їдять прісний хліб (наприклад, [лаваші](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D0%B0%D0%B2%D0%B0%D1%88)). Відомим побічним ефектом дефіциту цинку є [агресія](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%B3%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%96%D1%8F). Він запропонував постачати в регіон [пасту Марміт](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BC%D1%96%D1%82_(%D0%BF%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%B0)) для компенсації дефіциту цинку.

У книзі Handbook of Creativity (Посібник з творчості) [Роберт Штернберг](https://uk.wikipedia.org/w/index.php?title=%D0%A0%D0%BE%D0%B1%D0%B5%D1%80%D1%82_%D0%A8%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B1%D0%B5%D1%80%D0%B3&action=edit&redlink=1) пише: «Ймовірно, в першу чергу прихильником такого підходу є Едвард де Боно, чиї роботи про латеральне мислення та інші аспекти творчості досягли, як видається, значного комерційного успіху».

Frameworks For Thinking (Рамки для мислення) є оцінкою 42 популярних рамок (фреймворків) мислення, проведеного групою дослідників.

1. *Lateral (англ.) — боковой, поперечный, направленный в сторону.*

*"латеральный" означает "обходной", "нешаблонный", "нетривиальный".*

*У продукт вносять лише незначні зміни, пов'язані з запахом, розміром, дизайном упаковки, вмістом калорій. А все через те, що логічне мислення підказує нам, як поглибити, скажімо, існуючу ямку. За допомогою латерального яму копають на новому місці.*

Наш розум віддає перевагу звичайним і передбачуваним рішення проблем. Латеральне мислення шукає вирішення важких проблем за допомогою незвичайних методів, які ігноруються звичайним логічним.

**Латеральне мислення** — поняття для позначення непрямого та творчого підходу для вирішення проблем. Термін був введений британським лікарем та спеціалістом із творчого мислення [Едвардом де Боно](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%95%D0%B4%D0%B2%D0%B0%D1%80%D0%B4_%D0%B4%D0%B5_%D0%91%D0%BE%D0%BD%D0%BE) в книзі *Думати по-новому: використання латерального мислення* ([англ.](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D1%96%D0%B9%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0_%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B0) *New Think: The Use of Lateral Thinking*, 1967). Латеральне мислення відрізняється від класичного наукового (вертикального) мислення тим, що відмовляється від оцінок реалістичності пропонованих рішень проблеми. Увага натомість фокусується на інноваційності ідей, які можуть стати лише проміжною ланкою для згодом реальних та оригінальних рішень. Таким чином, методики латерального мислення мають на меті збільшити відкритість до нового шляхом відмови від критики нових рішень.

1. Латеральне мислення включає в себе велику кількість методик творчості розроблених де Боно. За допомогою різних прийомів ці техніки допомагають вийти з усталених схем мислення та дозволяють подивитися на проблему по-новому. Де Боно запропонував термін **po (provocation operation — провокаційна операція)** для позначення інтервенції в усталене мислення для виходу за його межі.

**PMI** ([англ.](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D1%96%D0%B9%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0_%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B0) *plus-minus-interesting* — плюс-мінус-цікаво). Техніка використовується для аналізу проблемних ситуацій та для прийняття рішень. У цій техніці проблема розглядається з трьох точок зору. Записуються її позитивні, а також негативні боки. Після цього виписуються ті аспекти проблеми, які є цікавими, в яких прихований певний потенціал. Використання цікавості як критерію оцінки проблеми є особливістю латерального мислення, оскільки воно виводить мислення із усталеного бінарного позитивно-негативного оцінного паттерну і цілеспрямовано переводить увагу на ті аспекти проблеми, які зазвичай залишаються поза увагою. На аналіз позитивних, негативних та цікавих моментів приділяється однакова кількість часу.

Вона є розвитком добре відомого методу «за і проти», який використовувався протягом багатьох століть.

Техніка ПМИ розроблена, щоб навмисно направляти вашу увагу до позитивних, негативних і цікавим аспектам специфічної ідеї, предмета або рішення.

Ви берете аркуш паперу і ділите його на три колонки: «Плюс», «Мінус» та «Цікаво».

**У першій колонці** ви перераховуєте всі позитивні аспекти ідеї, предмета, теми або рішення.

**У другій колонці** - негативні аспекти.

**У третій колонці** - щось ще, що, як ви думаєте, чи варто відзначити, але що не вкладається легко в інші дві колонки. Це пункти, які не можна назвати хорошими чи поганими, це скоріше нейтральні спостереження, цікаві примітки, коментарі.

**Техніка шести шапок** ([англ.](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D1%96%D0%B9%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0_%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B0) *Six thinking hats*) використовується для розгляду проблеми з шести різних точок зору.

До речі, щось схоже придумав Уолт Дісней, звертаючись до субособистостей всередині себе, або наділяючи персонал необхідними функціями, він міг розглянути будь-який випадок і проблему під різними кутами, щоб виявити слабкі місця і перспективи. Детальніше можете дізнатися зі статті «Два дуже крутих прийому для досягнення своєї мети».

1. **Метод шести капелюхів** дозволяє структурувати і зробити набагато ефективнішою будь-яку розумову діяльність, як особисту, так і колективну, особливо для ситуацій розв'язання проблем та прийняття рішень.

В основі **«Шести капелюхів»** лежить ідея паралельного мислення. Традиційне мислення грунтується на полеміці, дискусії і зіткненні думок. Однак при такому підході часто виграє не найкраще рішення, а те, яке найуспішніше пропагувалося в дискусії. Паралельне мислення - це мислення конструктивне, при якому різні точки зору і підходи не стикаються, а співіснують.

Метод шести капелюхів - це простий і практичний спосіб **розділення процесу мислення на шість різних режимів**, кожен з яких представлений метафоричним капелюхом певного кольору.

Ми можемо навчитися оперувати різними аспектами нашого мислення по черзі. Потім зібрати ці аспекти разом і ми отримати «повноколірне мислення». Даний метод забезпечує більш ефективну концентрацію та усвідомлення глибини мислення, а також легкість в опануванні власними думками.

**Використовувати** метод на особистому рівні можливо в будь-яких областях розумової діяльності, це можуть бути, наприклад, важливі листи, статті, плани, рішення проблем. В професійній діяльності - планування, оцінка чого-небудь, дизайн, створення ідей. У груповій роботі - проведення зустрічей, знову ж таки - оцінка, планування, вирішення конфліктів, навчання.

Деякі дослідження дають підстави вважати, що в різних режимах функціонування мозку (критика, емоції, творчість) його біохімічний баланс відрізняється. Якщо це так, то якась система на зразок шести капелюхів просто необхідна, тому що не може бути єдиного «біохімічного рецепта» для оптимального мислення.

У груповій роботі найпоширеніша модель - визначення послідовності капелюхів на початку сесії. Послідовність визначається виходячи зі змісту завдання або проблеми, що необхідно вирішити. Потім починається сесія, під час якої всі учасники одночасно «одягають капелюхи» певного кольору у певній послідовності, і працюють у відповідному режимі. Модератор залишається під синім капелюхом і стежить за процесом. Результати сесії підсумовуються під синім капелюхом.

Учасники дискусії мислять по-різному подумки вдягнувши кожну з шести шапок:

**Білий** — аналітичне мислення, Детальна і необхідна інформація. Тільки факти. Яка ще необхідна інформація? Використовується для того, щоб спрямувати увагу на інформацію. У цьому режимі мислення нас цікавлять лише факти. Ми задаємося питаннями про те, що ми вже знаємо, яка ще інформація нам необхідна і як нам її отримати.

**Червоний**  — емоційне мислення, почуття. І не намагайтеся їх пояснити. Які почуття в мене виникають? У режимі червоного капелюха в учасників (якщо це колективне обговорення) є можливість висловити свої почуття та інтуїтивні здогади щодо питання, яке обговорюється, не вдаючись у пояснення про те, чому це так, хто винен і що робити далі.

**Чорний**— критичне мислення, Застерігає і змушує думати критично. Що може статися поганого або що піде не так? Обережність. Дозволяє дати волю критичним оцінками, побоюванням й обережності. Вона захищає нас від нерозважливих і непродуманих дій, вказує на можливі ризики і підводні камені. Користь від такого мислення безсумнівна, якщо, звичайно, нею не зловживати.

**Жовтий** — оптимістичне мислення, логічний позитив. Символічне відображення оптимізму. Дослідження можливих успіхів і позитивних сторін. Переваги. Чому це спрацює? Вимагає переключити свою увагу на пошук переваг і позитивних сторін ідеї, яка розглядається.

**Зелений** — творче мислення, креативність. Зосередження на творчості, альтернативних рішеннях, нові можливості та ідеї. Це можливість висловити нові поняття та концепції. Перебуваючи під зеленим капелюхом, ми придумуємо нові ідеї, модифікуємо вже існуючі, шукаємо альтернативи, досліджуємо можливості, взагалі, даємо креативності зелене світло.

**Синій**— мислення у великій перспективі. Керування розумовими процесами. Гарантія дотримання всіх шести капелюхів. Синій капелюх відрізняється від інших капелюхів тим, що він призначений не для роботи зі змістом завдання, а для управління самим процесом роботи. Зокрема, його використовують на початку сесії для визначення того, що належить зробити, і в кінці, щоб узагальнити досягнуте і поставити нову мету.

У метафоричному розумінні, вдягаючи кожну з шапок людина може поглянути на проблему з декількох точок зору і тим розкрити та розширити її сприйняття.

Переваги методу, оголошені Едвардом де Боно під час перебування під жовтим капелюхом:

1. Зазвичай розумова праця уявляється нудною та абстрактною. **"Шість капелюхів"** дозволяє зробити її яскравим і захоплюючим засобом управління своїм мисленням.
2. Кольорові капелюхи - це метафора, яка добре запам'ятовується, яку легко застосовувати.
3. Метод шести капелюхів можна використовувати на будь-якому рівні складності, від дитячого садка до ради директорів.
4. Завдяки структуруванню роботи та виключенню безплідних дискусій мислення стає більш сфокусованим, конструктивним і продуктивним.
5. Метафора капелюхів є свого роду рольовою мовою, на якій легко обговорювати і переключати мислення, відволікаючись від особистісних переваг і нікого не ображаючи.
6. Метод дозволяє уникнути плутанини, оскільки тільки один тип мислення використовується всією групою в певний проміжок часу.
7. Метод визнає значимість усіх компонентів роботи над завданням (проектом) - емоцій, фактів, критики, нових ідей, і включає їх в роботу в потрібний момент, уникаючи деструктивних факторів.

5. При перевірці творчих здібностей психологи часто вдаються до тестів на **дивергентне мислення**. *Наприклад, людині кажуть придумати якомога більше способів використання для самих простих речей, на зразок звичайного цегли. Якщо людина здатна придумати безліч варіантів і комбінацій використання звичайного цегли (аж до створення з нього кришки труни для ляльки Барбі), то тест покаже, що у такої людини буде істотно сильніше розвинене дивергентне мислення, ніж у того, хто вважає, що цегла можна використовувати тільки для вирішення звичайних завдань на зразок будівництва стін та будинків.*

Американський психолог **Дж. Гілфорд** висловив ідею про існування **двох типів мислення: конвергентного та дивергентного.**

**Конвергентне мислення** — це мислення, яке прагне до досягнення одного-єдиного правильного результату. Воно грунтується на знаннях. Критерій істинності даного мислення заданий іззовні. Основним механізмом цього типу мислення є логічні операції (аналіз, синтез).

**Дивергентне мислення**—це мислення, що йде в різних напрямах, яке передбачає множину рівною мірою правильних варіантів розв'язання задачі. Цей тип мислення грунтується на інтуїції. Головним його критерієм є оригінальність, психологічним механізмом - фа асоціацій, емоційні чинники. Ці механізми реалізуються на рівні підсвідомих процесів. Головною характеристикою дивергентного мислення є креативність—здатність породжувати нові, незвичайні ідеї. Креативність різною мірою властива людям.

7.Зелений та червоний способи мислення.

**Парадигми мислення** - це система координат у просторі картин світу. Люди, які мислять у рамках різних парадигм мислення, виглядають (особливо в очах один одного) як такі, що дійсно живуть у різних світах.

**Зелений спосіб життя** це не самопримус, а переосмислення способу життя в кращу сторону: у світ творчості, радості, усвідомленості. До того ж, з турботою про екологію можна економити і залишатися здоровим.

**Екологічна криза**. Те, що наша планета переживає екологічну кризу відомо чи не кожному. Ми скаржимось на погане повітря, неякісну воду, бруд на дорогах, погіршення здоров'я, неякісні продукти, вирубку лісів, підвищення тарифів на енергію... І якщо ми будемо продовжувати лише пасивно спостерігати, то подальше погіршення стану планети неминуче. Фахівці вважають, що у нас є ще максимум 50 років, щоб запобігти необоротним екологічним змінам.





**Література**

1. Едварда де Боно. Латеральное мышление. Учебник творческого мышления.
2. Новікова О. В. Проблема розвитку творчого мислення в системі Едварда де Боно : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук : спец. 19.00.01 / Олена Володимирівна Новікова ; АПН України, Інститут психології ім. Г. С. Костюка. — К., 2008. — 20 с.
3. Энди Грин. Креативность в Паблик рилейшнз. – СПб.: Издательский дом «Нева», 2004. – 256 с.

**Сценарное описание технологии «Вариант»**

В рамках технологии «Вариант» создаются четыре творческие группы. Каждая из групп, поочередно работает в определенной ролевой позиции:  
•  Новаторы - «зеленая шляпа» (презентуют свой проект, свою идею остальным членам рабочей группы);  
•  Пессимисты - «черная шляпа» (выделяют все отрицательные, непродуманные, неучтенные моменты презентуемой идеи);  
•  Оптимисты - «желтая шляпа» (выделяют все положительные, выгодные, позитивные моменты презентуемой идеи);  
•  Эксперты - «синяя шляпа» (обобщают и анализируют полученную информацию, оценивают работу каждой творческой группы с точки зрения поставленной перед данной группой цели деятельности по 10-бальной шкале, обосновывают свое мнение). Важным моментом является необходимость продумать четкие критерии оценивания для групп оптимистов, пессимистов, новаторов.

Необходимо особо отметить, что всем участникам заранее предлагается поработать под полями «белой шляпы»- подумать над темой будущего обсуждения, собрать всю необходимую информацию, все необходимые данные, факты.

Сама технология предусматривает четыре этапа - четыре раунда (по количеству созданных творческих групп). На каждом из этапов отдельной творческой группе предлагается поработать в разных ролевых позициях: сначала в роли новаторов, затем в роли пессимистов, затем - оптимистов, затем - экспертов. Таким образом, все участники пробуют себя в разных ролях и одновременно имеют возможность «взглянуть» на свою собственную идею с разных точек зрения.

Каждый этап-раунд длится 16 минут:  
•  3 минуты - выступление новаторов;  
•  2 минуты - уточняющие вопросы новаторам от участников из других творческих групп;  
•  3 минуты - работа в группах оптимистов, пессимистов и экспертов по выявлению позитивных и негативных моментов представленной идеи, обобщению и анализу полученной информации;  
•  4 минуты на выступление оптимистов и пессимистов (по 2 минуты на каждую из двух творческих групп);  
•  2 минуты - работа группы экспертов по определению эффективности работы каждой группы с точки зрения поставленной перед данной группой цели деятельности;  
•  2 минуты - выступление экспертов (работа каждой группы оценивается экспертами по 10-бальной шкале; оценка обосновывается).

Соблюдение протокола – это ответственность ведущего занятие в рамках данной технологии педагога. Таким образом, самую сложную роль - роль синей шляпы выполняют одновременно эксперты, которые отвечают за анализ и обобщение информации, на основе которой производиться оценка эффективности работы каждой группы и ведущий занятие учитель, отвечающий за строгое соблюдение протокола.

Важным моментом является возможность выразить свои эмоции и чувства (т.е. оказаться под полями «красной шляпы») только в перерывах между раундами. Если кто- либо из участников творческой группы во время работы позволяет себе эмоциональные оценки, обсуждение с коллегами, то данная группа получает штрафное очко.

Оценка экспертов, а также все штрафные очки заносятся в сводную таблицу следующего вида:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Новаторы  (зеленая шляпа) | Пессимисты  (черная шляпа) | Оптимисты (желтая шляпа) | Штрафы (красная шляпа) | Итоговое количество баллов |
| 1 группа |  |  |  |  |  |
| 2 группа |  |  |  |  |  |
| 3 группа |  |  |  |  |  |
| 4 группа |  |  |  |  |  |

Креативный процесс труден. Великие идеи не рождаются по мановению волшебной палочки за ночь, или даже за неделю. Они редко придумываются по расписанию. Однако ожидание окупается. Логичная стратегия и запоминающаяся продающая идея могут трансформировать простой продукт, типа холодного чая в нечто, приносящее высокие прибыли. Наибольшая трудность при этом - формирование продающей идеи в рамках концепции позиционирования. Ниже приводится пример в виде восьми вариантов концепции позиционирования брэнда жидкого чая в банке "COOL BEAR" (пример взят из методических материалов к семинару Питера Бээра "Как добиться замечательной креативности в телевизионной и печатной рекламе", состоявшегося в июне 1999 г. в Москве).

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Фокус продающей идеи** | **Концепция позиционирования** |
| **1** | **ЧИСТОТА** | "COOL BEAR" - не бывает чище. В нем нет никаких добавок потому, что все три его ингредиента (чай, вода и сахар) - абсолютно натуральны. Мы предприняли дальнейший шаг, чтобы обеспечить предельную чистоту воды путем фильтрации каких бы то ни было естественных примесей. Что же мы получили в результате? Мы получили самый чистый из всех возможных напитков, который кто-либо и когда-либо имел в мире. Пейте новый чай "COOL BEAR" - и почувствуйте разницу! |
| **2** | **НАТУРАЛЬНОСТЬ** | "COOL BEAR" - это чудо естественного мира. Если природа смогла обеспечить нас горными источниками для холодного чая, то "COOL BEAR" - настолько натурален, насколько это возможно Почему? Источником воды, которую мы используем, являются ледники на вершинах Альп. Мы используем сахар из лучшего тростника сочных карибских полей вокруг Сантьяго де Куба. А чай ? Он также хорош, потому что собран в горах и долинах центральной Шри-Ланки. Мы проехали по всему миру, чтобы доставить вам чудо природы. Пейте новый чай "COOL BEAR" и позвольте себе увлечься естеством в его лучшем виде! |
| **3** | **ОСВЕЖАЮЩИЙ**  **НАПИТОК** | "COOL BEAR" - это новый охлажденный напиток из чая, который превратит вас в плавучие льдины Арктики, когда вы чувствуете жару, волнение и легкий хмель. Предпримите решительный шаг и сделайте несколько длинных глотков чая "COOL BEAR". Вам покажется, что вы в чистом прохладном бассейне со льдом.  Пейте новый чай "COOL BEAR" -  и вы испытаете самое ледяное переживание! |
| **4** | **ВЫСОКОЕ**  **КАЧЕСТВО** | "COOL BEAR" - это очень просто, потому, что это самый лучший ледяной напиток, который вы когда-либо пили. Непохожий на большинство других холодных чаев, "COOL BEAR" сделан не из обычного чая или чайной крошки, которая остается от листов чая или чайных пакетиков. Наш чай - из смеси высококачественных сортов чая, специально выращенных для холодных напитков. Его отбирают из множества целых растений чая Aswan, а затем смешивают с небольшим количеством Lapsang Suchong и Earl, чтобы придать пикантность. Проявляя такую заботу о чае, мы также разборчивы и в выборе воды, используя только ту, которая поставляется из древних источников Виши во Франции. Таким образом, если вы любите наслаждаться качеством жизни в ее самых лучших проявлениях, то ледяной чай "COOL BEAR" - для вас. Пейте чай "COOL BEAR" и смакуйте его утонченное совершенство! |
| **5** | **ПОЛЕЗНОЕ**  **ДЛЯ**  **ЗДОРОВЬЯ**  **СРЕДСТВО** | "COOL BEAR" - это ледяной чай, пить который полезно. Мы все знаем, что каждый день необходимо пить много жидкости -три-четыре литра в день Проблема в том, что если вы пьете слишком много алкоголя, слишком много молока, слишком много кофе или слишком много газированных напитков и слишком мало воды, то вы можете оказаться в затруднительном положении. Решение одно - пить чай "COOL BEAR". Его натуральность полезна для вас, его вкус необычаен и это способ поддерживать наполнять свое тело правильным типом жидкости. "COOL BEAR" абсолютно натурален и на 98 % состоит из воды. Это также свежесть и удовольствие, которое никогда не дает обычная вода. Пейте чай "COOL BEAR" - лучшее, что может получить ваше тело! |
| **6** | **ОЧИЩАЮЩЕЕ**  **СРЕДСТВО** | "COOL BEAR" - это единственный в своем роде напиток. Он охлажден, чист, натурален и хорошо освежает. И это чай! По мере того, как вы пьете его, он рассылает холод по всему вашему телу, открывает ваши глаза, чистит разум, оживляет чувства, делает вас более быстрыми. Он чистит ваш внутренний дух и оживляет ваше тело от макушки головы до кончиков пальцев на ногах. Он дает вам почувствовать свежесть - физически, умственно, духовно. Пейте чай "COOL BEAR" - он освежает тело, охлаждает разум и освобождает дух! |
| **7** | **УТОНЧЕННОСТЬ** | "COOL BEAR" - новый утонченный напиток для взрослых. Это не просто забавный, цветной газированный пузырящийся напиток для тинэйджеров. Это также и не традиционный напиток, доставляющий удовольствие вашим родителям. "COOL BEAR" - новая форма чая - чая для всех возрастов, чая, имеющего отличия, чая современности, чая, который действительно крут. Пейте чай "COOL BEAR" и задайте себе темп на сегодня! |
| **8** | **ОСВЕЖАЮЩЕЕ СРЕДСТВО ДЛИТЕЛЬНОГО ДЕЙСТВИЯ** | "COOL BEAR" - это новый холодный чай, который сильно отличается от всего, что вы когда-нибудь пробовали. Почему? Потому, что он содержит специальный ингредиент, который мы называем CFL (дающий долго длящуюся прохладу), мягко облегчающий течение вашей крови по телу и дающий вам, более длительное ощущение, прохлады чем любой другой холодный напиток. Пейте чай "COOL BEAR" и он дольше сохранит в вас силу свежести! |

Эффективная креативность не имеет прямой корреляции с крупными затратами: хорошие идеи часто дешевле примитивных идей.