**ЛЕКЦІЯ № 6**

**Тема. Метод фокальних об’єктів (МФО) Е. Кунце**

**План**

1. Визначення «Методу фокальних об’єктів». Історія методу.
2. Алгоритм дій при використанні МФО.
3. Етапи проведення методу.
4. Основні ознаки покращеного МФО – «Методу гірлянд випадковостей».
5. Основні відомості при складанні переліку ознак випадкових об’єктів.
6. Метод гірлянд асоціацій і метафор Генріха Буша.
7. Евристика. Історія напряму.
8. Метод контрольних (евристичних, ключових) питань.
9. Викристання методів у рекламній та ПР-творчості. Приклади.

Асоціативні методи активізації творчого мислення ґрунтуються на застосуванні у творчому процесі семантичних властивостей понять шляхом використання аналогії їх вторинних значеннєвих відтінків. Основними джерелами для генерування нових ідей служать асоціації, метафори і випадково обрані поняття.

Приклад. Інтернет. Техники создания креативной рекламы. https://blog.kinetica.su/creative\_techniques/

До **асоціативних методів** відносяться (багато в чому аналогічні): метод каталогу, метод фокальних об'єктів, метод гірлянд випадків і асоціацій.

Між двома зовсім різними, незв'язаними поняттями (словами) можна здійснити логічний зв'язок, установити асоціативний перехід у чотири-п'ять етапів. Візьмемо два різних поняття – *«деревина» і «м'яч». Здійснимо асоціативний перехід: «деревина» – «ліс», «ліс» – «поле», «поле» – «футбольне», «футбольний» – «м'яч». Чи такі два поняття, як «небо», і «чай»: «небо» – «земля», «земля» – «вода», «вода» – «пити», «пити» – «чай».*

Приклад – асоціативне слово «гра» («игра») . Придумати аналогії.

Установлено, що число прямих асоціативних зв'язків будь-якого поняття (слова) у середньому біля десяти. Один асоціативний крок дає можливість вибору з 10 слів, другий – з 10, третій – з 10, четвертий – з 10. Таким чином, кожен крок на порядок збільшує число зв'язків даного поняття з іншими поняттями по тим чи іншим ознакам, що істотно розширює можливості вибору ідей рішення.

Винахідництво зв'язане з пошуком віддалених аналогів, переносом знання з однієї області в іншу, інтерпретацією нового за допомогою відомих понять, тому в ньому важко обійтися без переносного значення, метафоричних виражень, що викликають нові асоціації. Останні розподіляють **по-сумістництву, контрасту, суміжності і змісту**. **Асоціації по подібності** – це матеріал для евристичної аналогії; **по контрасту** – для евристичної інверсії; **по суміжності** – для перетворення в просторі і часі; **за змістом** – для семантичної інтерпретації проблемної ситуації, установлення причинно-наслідкових зв'язків між технічним об'єктом, його елементами, людиною, середовищем і т.д.

Приклад. Додаток. Лекція 6. Креативна реклама.

Для виникнення асоціацій і генерування ідей можна використовувати різні метафори. Зручніше застосовувати прості види: **бінарні метафори-аналоги** («дзвіночок регоче», «підкови брів»); **метафори-катахрези, що містять протиріччя** («сухопутний моряк», «круглий квадрат»); **метафори-загадки** («туман над лісом» – косинка).

Метафори можуть служити підказкою для перебування винахідницької ідеї. Але їхнє безпосереднє використання вимагає: яскраво виражених здібностей до нешаблонного мислення. Для полегшення цього процесу беруть на озброєння прийом інтерпретації значення метафор у технічних термінах. Одночасно з метою розширення простору пошуку ідей і підвищення ступеня їхньої оригінальності прибігають до **гірлянд метафор (асоціацій)**, тобто семантично взаємозалежним ланцюжкам. Найчастіше застосовують **два їхні різновиди**: а) **концентровані гірлянди (грона)**, різним образом виражаючи те саме ключове поняття; б) **гірлянди послідовних метафор (асоціацій)**, при генеруванні яких попередня метафора є ключовим поняттям для утворення наступної.

*Якщо одне ключове слово «повітря», то гірлянда концентрованих метафор може бути такий: «повітря»*

*– «невидима, середовище» (метафора-аналог)*

* *«матеріальний дух» (метафора-катахреза)*

*– «що сокирою не перерубаєш?» (метафора-загадка).*

*Інтерпретацією гірлянди служать поняття: вакуум, спирт, пневмотранспорт, промінь, тінь, вітер, електрика* і т.д. Приведені поняття є окремими аналогами ключового слова і використовуються для його аналізу в контексті задачі з метою перебування ідеї рішення.

Застосування послідовних гірлянд метафор дає ще більш віддалені аналогічні (чи протилежні) поняття. Перевагою метафоричного мислення є його високий рівень оригінальності. Генерування метафор вимагає придбання навичок, але легко піддається формалізації. Якщо на об'єкт, який вдосконалюється перенести ознаки інших, випадково обраних об'єктів, то різко зросте число несподіваних варіантів рішення. Ця ідея послужила основою методу активізації творчості, запропонованого в 1926 р. професором Берлінського університету Ф. Кунце (метод каталогу) і удосконаленого в 50-х роках американським винахідником Ч. Вайтингом (метод фокальних об'єктів).

**Метод фокальних об'єктів** дає гарні результати при пошуку нових модифікацій відомих способів і пристроїв. Крім того, він може бути використаний для тренування уяви (вправи типу: придумати фантастичні тварина, рослина, корабель і т.д.).

Сутність методу складається в перенесенні ознак випадково обраних об'єктів на вдосконалюємий об'єкт, що лежить як би у фокусі переносу.

Застосовують метод фокальних об'єктів у наступному порядку:

1. Вибір фокального об'єкта (наприклад, годинник).

2. Вибір трьох-чотирьох випадкових об'єктів (їх беруть навмання зі словника, каталогу, технічного журналу і т.д. Наприклад, кіно, змія, каса, полюс).

3. Складання списків ознак випадкових об'єктів (наприклад, кіно: широкоекранне, звукове, кольорове, об'ємне і т.д.).

4. Генерування ідей шляхом приєднання до фокального об'єкта ознак випадкових об'єктів (наприклад, широкоекранний годинник, звуковий годинник, об'ємний годинник і т.д.).

5. Розвиток отриманих сполучень шляхом вільних асоціацій (наприклад, широкоекранного годинник: замість вузького циферблата узятий широкий; може бути вузький циферблат, що іноді розтягується в широкий, проектується кудись... і т.д.).

6. Оцінка отриманих ідей і добір корисних рішень (доцільно доручити оцінку чи експерту групі експертів, а потім спільно відібрати потрібні рішення).

Подальшим **розвитком методу фокальних об'єктів є метод гірлянд випадків і асоціацій, розроблений радянським винахідником Г. Я. Бушем.** Він допомагає знайти велику кількість підказок для нових ідей шляхом утворення асоціацій. Для приклада вирішимо за допомогою методу таку просту задачу: необхідно запропонувати косі, оригінальні і корисні модифікації стільців для розширення асортименту меблевої фабрики.

1. Визначення синонімів об'єкта. **Гірлянда синонімів для слова «стілець**»: стілець – крісло – табурет – пуф-ослін.

2. Довільний вибір випадкових об'єктів. Утворимо другу гірлянду зі слів, узятих навмання, наприклад: електролампочка – ґрати – кишеня – кільце – квітка – пляж.

3. Утворення комбінацій з елементів гірлянд синонімів і випадкових об'єктів, тобто кожен синонім з'єднують з кожним випадковим об'єктом. Таким шляхом одержуємо: стілець з електролампочкою, ґратчастий стілець, стілець з кишенями, ..., табурет для квітів і т.д.

4. Складання переліку ознак випадкових об'єктів.

5. Генерування ідей шляхом почергового приєднання до: технічного об'єкта і його синонімів ознак випадково обраних об'єктів. Наприклад, ввівши в гірлянду синонімів ознаки електролампочки, можна одержати: скляний стілець, тепло випромінююче крісло, колбообразний пуф, прозоре крісло, табурет з цоколем і т.д. Аналогічно одержують нові ідеї конструкцій, приєднуючи до гірлянди синонімів ознаки інших випадкових об'єктів – ґрат, кишені, кільця, квітки, пляжу.

6. Генерування гірлянд асоціацій.

7. Генерування нових ідей.

8. Вибір альтернативи. На цьому кроці вирішують питання: продовжувати генерування гірлянд чи асоціацій їх уже досить для добору корисних ідей.

9. Оцінка і вибір раціональних варіантів ідей.

10. Добір оптимального варіанта.

**МЕТОД ФОКАЛЬНИХ ОБ'ЄКТІВ** — винайдений американським ученим Чарльзом Вайтингом в Америцы в 50-х рр. Об'єкт, який удосконалюють за допомогою цього методу, називають фокальним, оскільки його ставлять у центр уваги (фокус). Такий метод дуже добре підходить для модернізації слоганів та реклами.

Воно свідчить про те, що властивості запозичуються у дійсно випадкових об'єктів, визначених «**методом наукового тику**».

МФО вже майже дев'яносто років, але про нього мало хто знає. Даний метод винайшов професор Берлінського університету Ф. Кунце в 1926 році, спочатку давши йому ім'я «метод каталогу». На якийсь час його ідея була забута, але в 1953 році розробки професора почав досліджувати вчений з США Ч. Вайтинг. Він удосконалив метод і дав йому нову назву, яке знайоме як МФО.

Метод **фокальних об'єктів** близький до методу синектики, це метод пошуку нових ідей шляхом приєднання до вихідного (що знаходиться у фокусі уваги, фокальному) об'єкту властивостей або ознак випадкових об'єктів.

**Мета методу** – удосконалення об'єкта за рахунок отримання модифікацій об'єкта з несподіваними властивостями.

**План дій:**

• Виділити об'єкт, уточнити мету.

• Вибрати 3-4 випадкових об'єкта.

• Виписати для кожного з них кілька характерних ознак (властивостей).

• Отримані ознаки перенести на фокальний об'єкт - отримати нові поєднання.

• Нові поєднання розвинути шляхом вільних асоціацій. Зафіксувати всі цікаві ідеї.  
• Оцінити нові ідеї з точки зору реалізації.

*ПРИКЛАДИ*

1. *Наприклад, коли спроби порівняння властивостей таких несумісних "об'єктів", як чайник і кіт, привела до народження ідеї "нявкає" чайник, тобто чайник зі свистком.*
2. *Наприклад, якщо вдосконалюваним (фокальним) об'єктом є олівець, а випадковим — тигр, то отримаємо сполучення на зразок «смугастий олівець», «хвостатий олівець» тощо. Розглядаючи ці сполучення і розвиваючи їх, іноді вдається знайти оригінальні ідеї (наприклад, «хвостатий олівець» утілюється в олівець — ручку з гнучким тримачем (хвостом) — досить відома конструкція).*
3. ***Создание рекламы.*** *Допустим, наш фокальный объект – шампунь. Стоит цель: показать свойства продукта не так, как у конкурентов. Берём три случайных объекта. Пусть это будут* история, кровать, снег. *Определяем их свойства. «История» – научная, гуманитарная, традиционная, прошедшая. «Кровать» – удобная, мягкая, тёплая, двуспальная. «Снег» – холодный, мокрый, белый, кристаллический. Применяем эти свойства по отношению к шампуню. Не будем перечислять всё, так как очевидно, что некоторые дают изначально слабые варианты. Но есть и интересные сочетания, которые можно развить с помощью ассоциаций. Например, «традиционный шампунь». Задаёмся вопросом, а сколько лет человечество использует шампунь и как обходилось без него? До его изобретения люди пускали в дело различные природные средства – отвары, настойки. Исходя из этого, в рекламе можно сказать, что основой для продукта служит целебный отвар из трав, приготовленный по рецепту наших предков.*

*Сильное решение даёт также комбинация «удобный шампунь». Почему бы не создать его для тех, кто по долгу службы часто ездит в другие города? В баночке небольшого объёма, со специфической крышкой, защищённой от протеканий. Гостиничным шампуням доверяют немногие, поэтому он пригодится и в командировке, и в отпуске, а также на даче.*

1. ***Техника.*** *Здесь приведём пример Балезина Н. М., изобретателя, конструктора-механика.*

*Наш ФО – кастрюля. Цель – расширение ассортимента и спроса на продукцию. Случайные объекты: дерево, лампа, кошка, сигарета. Их свойства: дерево – высокое, зелёное, с толстыми корнями; лампа – электрическая, светящаяся, разбитая, матовая; кошка – игривая, пушистая, мяукающая; сигарета – дымящаяся, с фильтром, брошенная, отсыревшая. Поочерёдно присоединяем полученные свойства к кастрюле и развиваем. Сильные решения дают: кастрюля с корнями – кастрюля с теплоизолирующим дном; разбитая кастрюля – разделённая на секции для одновременной готовки нескольких блюд; мяукающая кастрюля – подаёт сигнал, когда блюдо готово.*

**Пример создания нового объекта с помощью МФО**

**Совершенствуемый объект:** стул

**Случайные объекты:** елка, олень, фонарь

**Характерные свойства или признаки случайных объектов**

1. Елка: колючая
2. Олень: рогатый
3. Фонарик: светящийся

**Новые сочетания**

1. Стул колючий
2. Стул рогатый
3. Стул светящийся

**Новые идеи**

* Стул с множеством колючек-ножек для устойчивости

[](http://igra-triz.ru/wp-content/uploads/2015/01/mfo_stul3.jpg)

* Стул с рогатой вешалкой для одежды или для игр детей

[](http://igra-triz.ru/wp-content/uploads/2015/01/mfo_stul.jpg)

* Стул с подсветкой для людей с ослабленным зрением[](http://igra-triz.ru/wp-content/uploads/2015/01/mfo_stul2.jpg)

**Завдання.** Спробуйте поєднувати подані внизу слова в такий спосіб, щоб у вас вийшли назви нових предметів, які, можливо, вам забажається зробити.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | 1. Автомобіль  2. Альбом  3. Килим  4. Картина  5. Полотно  6. Дорога  7. Дерево  8. Скло  9. Корабель | Намет  Сумка  Човен  Тканина  Аеродром  Колесо  Душ  Телевізор  Радіо | | |  |  | | --- | --- | | 10. Дошка  11. Бетон  12. Магніт  13. Лід  14. Радіо  15. Указка  16. Піна  17. Ковзанка | Верстат  Замок  Кран  Будинок  Повітря  Ручка  Куля  Скло | |

6.Одна із сучасних модифікацій МФО – це **метод гірлянд випадковостей та асоціацій**, детально описаний Генріхом Бушем.

Вимоги до ланцюжків асоціацій. Треба, щоб ланцюжок народжуваних асоціацій розвивався з урахуванням чергування об'єкта та його характеристики і враховувала не тільки технічні, але й ергономічні, психологічні, естетичні та ін функції об'єкта. **Асоціації** - це взаємозв'язки предметів і явищ діяльності, відображені у свідомості людини.

**Приклад використання методу гірлянд випадків й асоціацій.**

**Завдання:** необхідно запропонувати нові, оригінальні й корисні модифікації стільців для розширення асортименту меблевої фабрики.

**Алгоритм методу**

**1.  Визначення синонімів об'єкта.**

Гірлянда синонімів для слова «стілець»: стілець — крісло — табурет — диван — лавка.

**2.  Довільний вибір випадкових об'єктів.**

Утворимо другу гірлянду зі слів, узятих навмання, наприклад: лампа — решітка — кишеня — кільце — квітка (учні можуть запропонувати інший набір випадкових слів)

**3. Утворення комбінацій з елементів гірлянд синонімів і випадкових об'єктів, тобто кожний синонім поєднують із кожним випадковим об'єктом.**

Таким чином одержуємо: крісло з лампочкою, ґратчастий стілець, диван з кишенями, табурет для квітів тощо.

**4.  Складання переліку ознак випадкових об'єктів.**

**НАЙМЕНУВАННЯ Й ОЗНАКИ ВИПАДКОВИХ ОБ'ЄКТІВ**

|  |  |
| --- | --- |
| **Найменування** | **Ознаки** |
| Лампочка | Скляна, електрична, колбоподібна, із цоколем, прозора, матова |
| Решітка | Металева, пластмасова, плетена, кована, гнучка, велика, дрібна |
| Кишеня | Передня, бічна, задня, зовнішня, внутрішня, накладна, із блискавкою, для зберігання документів, носових хусточок, грошей |
| Кільце | Металеве, дерев'яне, пластмасове, надувне, емальоване, з орнаментом, для спортивних вправ, кільце Сатурна |
| Квітка | Одноколірна, багатобарвна, запашна, чашоподібна, плямиста, зонтична, польова, гірська, осіння, водяна, садова, із шипами, симетрична, лікарська |

**5. Генерування ідей шляхом почергового приєднання до технічного об'єкта і його синонімів ознак випадково обраних об'єктів.**

Наприклад, увівши в гірлянду синонімів ознаки лампочки, можна утворити такі сполучення: скляний стілець; крісло, що випромінює тепло; колбоподібний табурет; прозорий стілець тощо.

Аналогічно одержують нові ідеї конструкцій, приєднуючи до гірлянди синонімів ознаки нших випадкових об'єктів — решітки, кишені, кільця, квітку.

**6. Генерування гірлянд асоціацій.**

По черзі з ознак випадкових об'єктів, виявлених на четвертому кроці, генеруються гірлянди вільних асоціацій.

Генерування гірлянди асоціацій за першою ознакою випадкового об'єкта «лампочка». Цією ознакою є слово «скляна». Гірлянда асоціацій створюється шляхом постановки запитання: «Що нагадує слово "скляна"?» Відповідь може бути такою: «Скляне волокно». Далі запитується: «Що нагадує слово "волокно"?» Воно може нагадувати тканину, плетиво, в'язання. Аналогічно, продовжуючи пошук елементів гірлянди асоціацій, можна збільшити довжину гірлянди. Тканина може нагадувати плаття для свята, що відзначалося літнього сонячного дня. Сонце може нам нагадати орбіти, за якими рухаються планети. Це асоціюється з космонавтами, які літають на величезні відстані від Землі. Далекі відстані швидко долаються на літаку. Літаками керують льотчики, які у випадку аварії можуть катапультуватися. Катапульти застосовуються для запуску літальних апаратів у повітря з військових кораблів, що охороняють морські кордони, тощо. Гірлянда асоціацій у цьому випадку може мати такий вигляд: *скло — волокно— тканина — плаття — свято — сонце— південь —спека — планета — космонавт — літак — льотчик — аварія — катапульта — літальний апарат — повітря — військовий корабель — море — кордон і т. ін.*

**7.  Генерування нових ідей.**

До елементів гірлянди синонімів технічного об'єкта по черзі намагаються приєднати елементи гірлянди асоціацій.Так, наприклад, використовуючи тільки першу гірлянду асоціацій, можна утворити такі сполучення: скляний стілець, крісло зі скловолокна, пуф, обтягнутий тканиною, крісло для катапульти, курортне крісло, крісло від спеки (або що створює спеку), крісло з парасолькою, літній стілець, крісло для засмагання, крісло для відпочинку, крісло для космонавта, стілець для свята, обтягнутий гарною тканиною, літакове крісло, рятувальний стілець при аваріях тощо.

**8. Вибір альтернативи.**

На цьому кроці вирішують питання: продовжувати генерування гірлянд асоціацій чи їх уже досить для відбору корисних ідей.

**9. Оцінювання й вибір раціональних варіантів ідей.**

**10. Відбір оптимального варіанта.**

Відбір оптимального варіанта з раціональних здійснюється різними прийомами оптимізації. Досить простим і ефективним є метод експертного оцінювання.

**Висновок:** аналіз показує, що знайдені ідеї різноманітні за своєю суттю.

**Съедобная реклама**



Ассоциативная реклама – визитная карточка итальянских супермаркетов Esselunga.   
Городской портал YAFOR подготовил фотообзор. Смотрим, оцениваем, комментируем.   
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  


### Игры:

### Ассоциации

Все cадятся в круг, и кто-нибудь говорит на ухо своему соседу любое слово, тот должен моментально сказать на ухо следующему свою первую ассоциацию к этому слову, второй говорит третьему, — и так, по цепочке, пока слово не вернется к первому. Если из «слона» у вас получилась «стриптизерша» — считайте, что игра удалась.

Игра в «П»

Игра для компании от четырех человек, любопытная вариация на тему «шляпы» (см. ниже), но не требующая никаких специальных аксессуаров. Один игрок загадывает другому слово, которое тот должен объяснить остальным, но пользоваться он может при этом только словами на букву «п» (любыми, кроме однокоренных). То есть слово «дом» придется объяснять, например, так: «построил — проживаю». Если сразу угадать не удалось, можно подбрасывать дополнительные ассоциации: «постройка, помещение, пространство, простейшее понятие…» И под конец добавить, например, «Периньон» — по ассоциации с шампанским Dom Perignon. Если отгадывающие близки к победе, то ведущему пригодятся комментарии типа «примерно», «приблизительно», «почти правильно» — или, в противоположной ситуации: «плохо, подождите!». Обычно после того, как слово угадано, объяснявший придумывает новое слово и шепчет его на ухо угадавшему — тот становится следующим ведущим.

**Ассоциации**

Игра для большой компании. Ведущий ненадолго выходит из помещения, за это время остальные решают, кого из присутствующих они загадают (это может быть и сам ведущий). Вернувшись, игрок задает остальным вопросы — с каким цветком у вас ассоциируется этот человек, с каким транспортным средством, с какой частью тела, с каким предметом кухонной утвари и т. п., — чтобы понять, кто загадан. Вопросы могут быть самые разные — это не ограничено ничем, кроме воображения играющих. Поскольку ассоциации — дело индивидуальное, и точное совпадение тут может и не случиться, принято давать угадывающему две или три попытки. Если компания небольшая, можно расширить круг загадываемых общими знакомыми, не присутствующими в этот момент в комнате, хотя классический вариант «ассоциаций» — это все же герметичная игра.

Say the Same Thing

Бодрая и быстрая игра для двоих, получившая свое название по [видеоролику изобретательной рок-группы OK Go](https://www.youtube.com/watch?v=2sp1dqyagxe), из которого многие о ней узнали (музыканты даже разработали мобильное приложение, помогающее играть в нее на расстоянии, — правда, в настоящее время оно недоступно). Смысл игры в том, что на счет "раз-два-три" каждый из игроков произносит произвольно выбранное им слово. Далее цель играющих — с помощью последовательных ассоциаций прийти к общему знаменателю: на следующие "раз-два-три" оба произносят слово, так или иначе связанное с предыдущими двумя, и так до тех пор, пока не случится желаемое совпадение. Предположим, что первый игрок сказал слово «дом», а второй — слово «колбаса»; в теории они могут совпасть уже совсем скоро, если на втором ходу после "раз-два-три" оба скажут «магазин». Но если один скажет «магазин», а другой — «холодильник» (чем не дом для колбасы?), то игра может затянуться, тем более что повторяться нельзя — ни магазин, ни холодильник уже не подойдут, и придется додумываться, скажем, до «рефрижератора» или «ИКЕИ». Если же первоначальные слова далеки друг от друга (к примеру, «бордюр» и «невесомость»), то игровой процесс становится совсем непредсказуемым.