

МЕТОД ФОКАЛЬНЫХ ОБЪЕКТОВ

РАБОТУ ВЫПОЛНИЛ

СТУДЕНТ
ИВТ-365

ГРУППЫ:

ТОМАЙЛЫ ДАНИИЛ

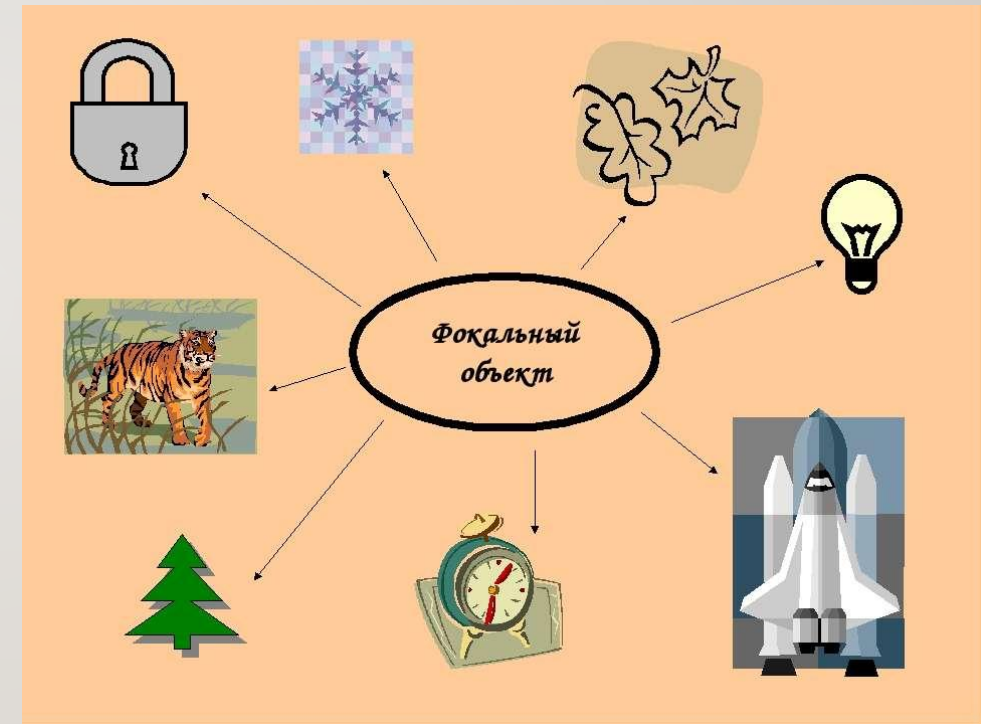
МЕТОД ФОКАЛЬНЫХ ОБЪЕКТОВ

Этот метод предложен американским специалистом Ч. Вайтингом в 50-е г. и применяется с целью поиска новых, оригинальных вариантов исполнения заданного объекта, поиска совместимых с ним дополнительных функций.



МЕТОД ФОКАЛЬНЫХ ОБЪЕКТОВ

Метод фокальных (случайных) объектов — подход, позволяющий генерировать идеи и принимать решения, перенося свойства одного объекта на другой, выбранный произвольно.



ПРЕИМУЩЕСТВА МЕТОДА ФОКАЛЬНЫХ ОБЪЕКТОВ

- Легко освоить, просто применять. Поможет найти новые подходы к решению проблемы.
- Оригинальность выдвигаемых идей.
- Универсальность метода: подходит для решения простых задач в любой сфере.

НЕДОСТАТКИ МЕТОДА ФОКАЛЬНЫХ ОБЪЕКТОВ

- Нет правил отбора и четких критериев оценки полученных идей.
- Не подходит для решения сложных задач, потому что дает только простые сочетания.
- Результативность МФО зависит от умения строить оригинальные ассоциативные цепочки. Если есть проблемы с воображением, то с идеями придется повозиться.

КАК РАБОТАЕТ МЕТОД ФОКАЛЬНЫХ ОБЪЕКТОВ НА ПРИМЕРЕ

1. Анализируем исходную ситуацию и выбираем цель. Например, придумать новый способ применения будильника.
2. Выбираем фокальный объект.
3. Составляем список выбранных наугад объектов. От 3 до 7. Например, ножницы, коврик, подушка, зубная щетка, лягушка, шкаф и кастрюля.
4. Составляем список свойств и функций каждого объекта. Это могут быть прилагательные, деепричастия и даже глаголы. Выбранные свойства должны быть конкретными и не банальными. «Надежный», «красивый», «удобный» — это не то. А вот «ножницы твердые, острые и имеют кольца для пальцев» вполне сгодятся. Также можно использовать свойства, которые не являются постоянными для объекта. Например, «ржавые или открытые ножницы».

КАК РАБОТАЕТ МЕТОД ФОКАЛЬНЫХ ОБЪЕКТОВ НА ПРИМЕРЕ

5. Переносим выбранные свойства на фокальный объект.
6. Генерируем новые идеи с помощью развития цепочки ассоциаций. Задаем сами себе вопросы: «Что это может быть?», «Где это можно использовать?», «Кому это вообще надо?», «Кто и зачем будет это покупать?» (определение целевой аудитории продукта). Например, будильник с кольцами для пальцев в момент пробуждения колет небольшими шипами или слабыми разрядами тока.
7. Анализируем и отбираем идеи, которые помогут достичь цели усовершенствования объекта.
 - На выходе из множества даже бредовых идей найдутся такие, которые позволят придумать что-то совершенно новое, отличное от других.

ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ МФО:

- Нечеткое определение цели: что хотим получить в результате. «Что-нибудь из чего-нибудь» — не подойдет.
- Выбор «близких» объектов для переноса свойств. Лучше пусть совсем из другой области. Не откидывайте сразу заведомо «неподходящие» варианты. Если идти по алгоритму, они наверняка подкинут вам пару-тройку внезапных идей.
- Использование «типовых» свойств: дорогой, полезный, служебный и проч.
- Пропуск свойств, не дающих идей. В этом случае используйте вторичные ассоциации. Например, желтый — солнце, песок.

ИТОГ

- Метод отличается простотой и большими возможностями поиска новых точек зрения на проблему. В нём используются ассоциативный поиск и эвристические свойства случайности. Результативность поиска с помощью МФО во многом определяется «чувствительностью» к конструкциям языка, умением строить оригинальные ассоциативные цепочки.

СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ