# МЕТОД ФОКАЛЬНЫХ ОБЪЕКТОВ

РАБОТУ ВЫПОЛНИЛ

СТУДЕНТ ГРУППЫ: ИВТ-365

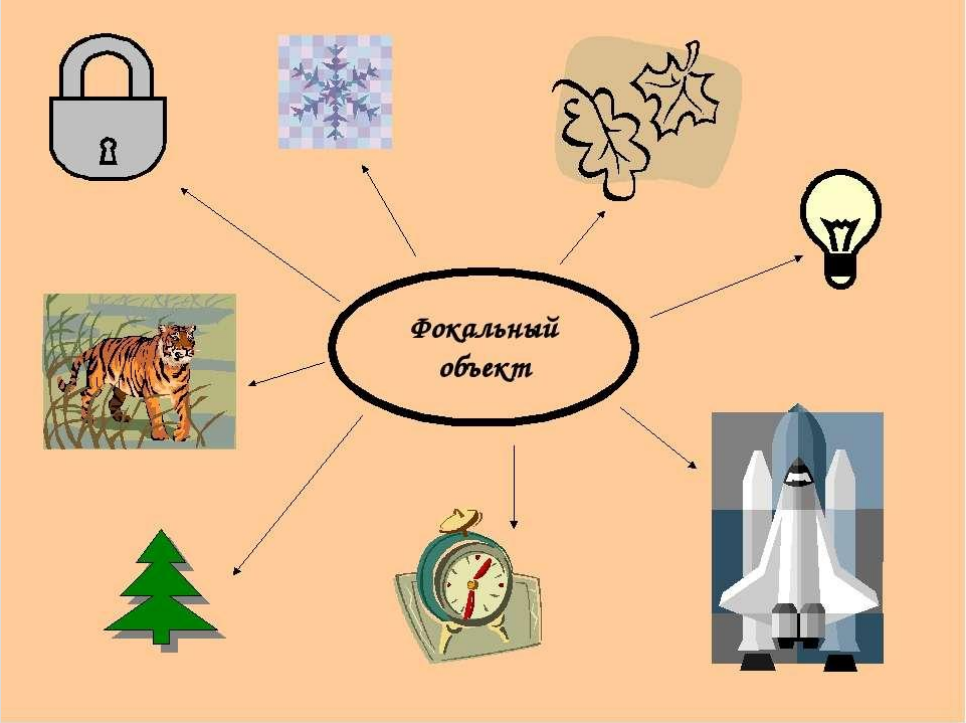
ТОМАЙЛЫ ДАНИИЛ

# 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