

Метод фокальных объектов (МФО)

автор - Ч. Вайтинг (1958 г.)

МФО позволяет перенести на объект изменения свойства других объектов или явлений. Метод содействует развитию фантазии, раскрепощает мышление и приводит к неожиданным комбинациям. Метод отличается простотой и практически неограниченными возможностями поиска новых идей обновления продукта/услуги, или новых точек зрения применительно к решаемой проблеме.

В МФО используются ассоциативный поиск и эвристические свойства случайностей. Результативность поиска с помощью этого метода во многом определяется творческой рефлексией полученных речевых конструкций и умением пользователя выстраивать ассоциативные цепочки. Кроме того, метод, предъявляет высокие требования к воображению пользователя.

МФО особенно эффективен при поиске новых идей и способов преобразования обновляемого объекта. Использование случайностей позволяет быстро получать оригинальные и нестандартные решения. На поиск аналогичных решений обычными способами (перебор вариантов, мозговой штурм) потребовалось бы затратить многократно большее время. Эффективность метода объясняется тем, что посредством специальной процедуры различные знания и признаки случайных объектов фокусируются на объекте обновления (этим объясняется название метода).

Тренинг по применению МФО включает следующие шаги/стадии:

1. Определение объекта изменения/обновления - фокального объекта.
2. Выбор случайных объектов.
3. Определение параметров случайных объектов, отобранных на шаге 2.
4. Связывание найденных на шаге 3 параметров с фокальным объектом.
5. Поиск ассоциативных решений конкретной проблемы по аналогии с полученными на шаге 4 соотношениями.
6. Формулировка отобранных на шаге 5 идей в виде готовых решений.
7. Разработка плана реализации полученного решения.

Последовательность работы по применению МФО

(методические рекомендации)

Вступительная часть.

Знакомство с МФО и правилами работы с ним.

Прежде чем предлагать слушателям семинара/тренинга самостоятельную работу с методом, участников надо ознакомить с правилами использования МФО и продемонстрировать возможности метода, на конкретном примере. Для этого, у тренера, должен быть заранее заготовлен материал по обновлению какого-либо объекта с применением МФО.

В нашей статье, для экономии места, пример использования МФО, дается в сокращенном виде.

Правила работы с методом раскрываются поэтапно для каждого шага, во время демонстрации примера использования МФО.

Рассмотрим демонстрационный пример.

- 1. Название «Фокальный объект» для предмета обновления происходит от того, какой объект попадает в фокус нашего внимания. Фокальный объект, показывает, что находится в фокусе, на чем фокусируется мысль. Фокальным объектом может быть как отдельный предмет, вещь, товар или услуга, так и организация в целом или ее отдельные подразделения.

Для примера, рассмотрим в качестве фокального объекта настольную лампу.

- 2. Случайные объекты никак не должны быть связаны с фокальным. Если в качестве фокального объекта выбрано ОКНО, то в качестве случайных объектов не рекомендуется выбирать подоконник, стены или шторы.

Если в качестве фокального объекта выбрана услуга или какое-либо «действие», то в качестве случайных объектов необходимо выбирать:

- *a. «живые» объекты, например: растения, животные, профессии и т.д.;*
- или
- *b. объекты «действ», например: цирк, сумасшедший дом, завод и т.д.;*
- или
- *c. явления природы, например: гроза, водопад, пожар и т.д.*

Наш фокальный объект - настольная лампа, поэтому мы можем выбрать любые случайные объекты.

Пусть это будут:

А. Кошка В. Портфель

- 3. У случайных объектов необходимо найти и выписать максимум их свойств, характеристик и функций, при этом надо стараться избегать общеупотребительных терминов, таких как: *красивый, удобный, модный, надежный* и т.д. Эти термины подходят почти к любому объекту и несут в себе большой заряд психологической инерции, поэтому, высока вероятность того, что на четвертом и пятом шаге они дадут «пустое» соотношение.

Найденные параметры случайных объектов формулируются одним словом и заносятся в таблицу автоматически, не раздумывая.

Для экономии места мы выпишем только по пять параметров случайных объектов:

	А	В
1	Меховая	Переносной
2	Мяукает	Вместительный
3	Прыгает	Ранец
4	Теплая	Кожаный

5	Полосатая	Закрывается
---	-----------	-------------

- 4. Наименее креативная часть, требующая только механического заполнения. Необходимо совместить фокальный объект с выписанными параметрами случайных объектов, соединив их в читаемое словосочетание.

Не пытайтесь пропустить этот шаг, сразу переходя к пятому шагу. Пропустив этот шаг, Вы пропустите много интересных сочетаний.

Презентуя метод, также необходимо выписать все варианты полученных сочетаний:

Фо + А1 = Меховая настольная лампа

Фо + А2 = Настольная лампа мяукает

Фо + А3 = Прыгающая настольная лампа

Фо + А4 = Теплая настольная лампа

Фо + А5 = Полосатая настольная лампа

Фо + В1 = Переносная настольная лампа

Фо + В2 = Вместительная настольная лампа

Фо + В3 = Настольная лампа ранец

Фо + В4 = Кожаная настольная лампа

Фо + В5 = Закрывающаяся настольная лампа

- 5. На пятом шаге необходимо раскрепостить воображение и дать волю своей фантазии.

Пятый шаг, пожалуй, самый творческий этап МФО, когда необходимо не только представить себе получившийся объект, но и подобрать ему новое применение. На этом шаге необходимо творчески подойти к рассмотрению КАЖДОГО получившегося сочетания.

На вопрос «Что получилось?», необходимо подобрать несколько вариантов. Если окажется, что полученное сочетание не ново или уже используется и присутствует на рынке, попробовать подобрать другой вариант.

Например, в сочетании Фо + А4 у нас получилась Теплая настольная лампа. Можно пройти мимо этого сочетания, т.к. любая лампа накаливания нагревается, а можно усилить это сочетание и записать, что лампа не только освещает, но и обогревает помещение или наоборот, остужает.

На вопрос, «Где это можно использовать?», можно и даже нужно предлагать неожиданные варианты и места использования.

Например: $F_0 + B_3 =$ Настольная лампа ранец - лампа, встроенная в ранец школьника, может освещать ему дорогу или служить предупредительным сигналом для водителей, при переходе школьником дороги, особенно выполненная в виде знака "STOP".

Ответ на вопрос, «Кому это надо?», помогает определиться с целевой аудиторией. Кто и зачем будет «ЭТО» покупать и платить за «ЭТО» деньги.

Например: $F_0 + B_4 =$ Кожаная настольная лампа - можно продавать ее в магазинах дорогой мебели, как аксессуар для кожаных диванов или кресел (на журнальный столик), для кабинетов (под старину) из дуба или ореха.

Во время презентации метода нет необходимости строить таблицу, достаточно кратко ответить на три поставленных вопроса и привести два-три примера обновления продукта. Например, так:

Меховая настольная лампа - Может быть декоративная лампа, обитая мехом, используемая в спальне или в детской комнате, в зависимости от дизайна. Покупателями будут женщины.

Настольная лампа мяукает - Может быть лампа издающая звуки например, со встроенным будильником, магнитофоном или радио. Может включать или выключать свет в запрограммированное время или записывать разговоры. Лампа-будильник и лампа-радио рассчитаны на широкие массы. Лампа-магнитофон может поставляться в офисы коммерческих организаций.

Вместительная настольная лампа - Может быть лампа, в которой предусмотрены места для хранения авторучек, карандашей, фломастеров, ластиков, линеек и прочей канцелярии. Используется на рабочем столе. Покупатели - родители школьников и/или организации.

- 6. На этом шаге необходимо выписать наиболее интересные идеи решения обновленного продукта. Можно выписать все полученные решения, которые прошли «испытание тремя вопросами» и являются уникальными, т.е. эта идея еще не эксплуатируется, и на рынке похожих решений еще нет.

В нашем случае готовые решения обновленных продуктов мы можем записать как:

Продукт №1. Лампа со встроенными электронными часами, будильником, радиоприемником и таймером включения/выключения света/звука

Продукт №2. Лампа-пенал, с предусмотренными в ней местами хранения/размещения канцелярских принадлежностей

Меховую лампу как продукт можно отбросить из-за сомнительности идеи (она может быть пожароопасная) и узкой целевой аудитории.

Лампа-магнитофон не подходит из-за того, что подслушивающие устройства и так уже вставляют в любые предметы, а магнитофоны со встроенными фонарями на рынке уже продаются.

- 7. Седьмой шаг - проектно-организационный.

- Ø На этом шаге может быть использован любой метод организационного или технического проектирования.
- Ø Начиная с этого шага и далее, предприятие-заказчик реализует проект самостоятельно, если в условиях контракта не оговорено иное.

Количество времени

На отработку всего метода (если в работу не включен 7-й шаг) в группе вам потребуется не менее двух астрономических часов:

- Вступительная часть - 10-15 минут;
- Разделение группы (если участников больше 5 человек) на подгруппы (по 3-5 человек) - 10 минут;
- 1-й и 2-й шаги - Выбор фокального и трех случайных объектов - 5-10 минут

Если проводится открытый семинар, то тренер предлагает эти объекты сам, их можно сразу внести в раздаточный материал;

- 3-й шаг - выбор параметров случайных объектов - 10-20 минут

Надо выписать по двадцать параметров для каждого случайного объекта. На этом шаге тренер может помочь найти подгруппе недостающие параметры случайного объекта;

- 4-й шаг - механическое соотнесение «Фо + параметр» - 5-10 минут;
- 5-й шаг - ответы на вопросы - 0,5-1,5 часа

На этом шаге тренер должен активно включаться в работу подгрупп, помогать находить ответы на вопросы, поддерживать и развивать предложения участников;

- 6-й шаг - описание новых продуктов - 10-20 минут

Каждая подгруппа выносит полученные ею готовые решения обновленных продуктов на листы А1 (ватмана или от блокнота флип-чарта), с целью дальнейшей презентации своих решений;

- Презентация новых продуктов - 5-15 минут на каждую подгруппу

Тренер активно участвует в презентации, помогает выступающим презентовать решения подгруппы, развивает и поддерживает найденные решения;

- Заключительная часть - 5 минут.

Тренер подводит итоги. Еще раз повторяет этапы проведения метода. В заключение говорит примерно следующее:

«Всего за два с половиной (два, три) часа, с помощью этого метода, вам удалось выдвинуть около пятидесяти (двадцать, сто) оригинальных идей по усовершенствованию продукта. Из них были отобраны десять готовых решений, являющихся уникальными и не встречающихся на рынке. Реализация этих решений, автоматически выводит Вашу компанию в разряд инновационных и ставит в один ряд с лидерами рынка. Поздравляю Вас и желаю удачи!».

Необходимый реквизит:

- Флип-чарт с чистым блокнотом.
- Набор маркеров разных цветов для каждой подгруппы.
- В раздаточном материале должно быть место для записи всех 20 параметров для каждого случайного объекта и их соотнесения с фокальным.
- В таблице ответов на вопросы (5-й шаг) должно быть достаточно места для записи возникающих идей решения.
- Не менее 10 позиций для записи идей готового продукта (6-й шаг).

Вместо заключения

МФО основан на установлении, прежде всего с помощью ассоциаций, связей между фокальным объектом и случайным словом, частью речи (существительное, прилагательное или глагол).

Скорее всего, некоторые существующие продукты/услуги своим появлением обязаны именно методу фокальных объектов: музыкальная открытка, радио-фонарь, ароматные салфетки, корабль-казино, авто-кинотеатр, интернет-кафе и др.

Метод фокальных объектов может быть полезен и как средство для развития творческого воображения, снятия психологической инерции, раскрепощения фантазии. Метод хорошо справляется с задачами обновления продукта/услуги, но «буксует» при решении сложных организационных задач, поэтому для решения проблем он применяется только как инструмент снятия инерции мышления и страха перед проблемой.

Разновидностью МФО является метод гирлянд случайностей и ассоциаций.