



Наталья Чижевская

**Использование моделей ОТСМ-
ТРИЗ**

**в обучении школьников
технологиям создания комического
в рекламе**



КОМИЧЕСКОЕ

Комическое означает что-то веселое, смешное.

Комическое как аналогия юмору - является интеллектуальной способностью подмечать в явлениях их смешные стороны. Чувство юмора связано с умением человека обнаруживать противоречия в явлениях и фактах.

КОМИЧЕСКОЕ В РЕКЛАМЕ

В данной работе мы предлагаем технологию сочинения рассказов-миниатюр, построенную с использованием одной из моделей **ОТСМ-ТРИЗ** [1]. А именно наша технология строится в основном с учетом **базовой модели описания Элемента** «Элемент Мира = **Имя признака + Значение признака**» [2,3], а также на отдельных приемах ТРИЗ.



ПРИМЕР ПОСТРОЕНИЯ КОМИЧЕСКОГО

Юмор:

Приходит Винни-Пух в аптеку и говорит:

– Дайте мне лекарство.

Продавец спрашивает:

– Какое?

– Да на ваш вкус.

Не юмор

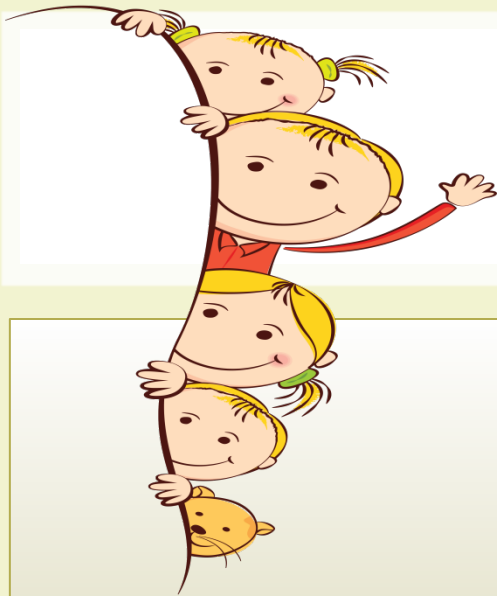
– Дайте мне карамелек.

– Каких?

– Да на ваш вкус.



КОМИЧЕСКОЕ



За счет чего же получаются интересные решения? За счет того, что ответ покупателя (**значение признака либо подзначение признака**) не соответствует данному объекту/признаку [4].

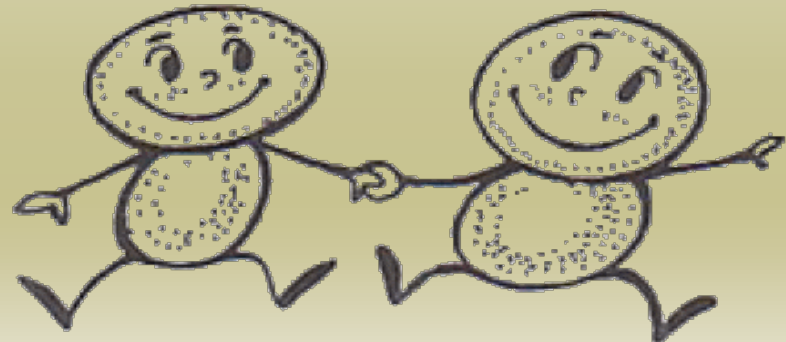
ТАБЛИЦА 1: ТЕМА «ПОКУПКА»

	Признаки	Значения признаков						
		1	2	3	4	5	6	7
A	Место покупки (как элемент/объект)	Промтоварный магазин	Гастроном	Базар	Киоск	Аптека	Выставка	Метро
B	Предмет покупки	Обувь, тетрадь	Одежда	Канцтовары	Конфеты, шоколад, крупа, напиток...	Овощи, фрукты, мясо, рыба...	Газеты, журналы, талоны...	Лекарство, горючие, бинты...
C	Вещество	Липкое	Вязкое	Пористое	Мокрое	Замороженное	Сухое	Сыпучее
D	Количество	1 штука	3 пачки	20 пакетиков	100 г	4 коробки	2 вагона	пучок
E	Форма	Круглая	Квадратная	Многоугольная	Цилиндрическая	Сложная, не поддающаяся описанию	Овальная	Трапеция
F	Вкус	Сладкий	Горький	Кислый	соленый	Кисло-сладкий	Терпкий	
G	Запах	Резкий	Нежный	Мягкий	Сильный	Неприятный	Знакомый	Свежести
H	Размер	Маленький	Огромный,	Средний	Безразмерный	Как песчинка	Как дом	...
I	Просьба покупателя	На ваш вкус	Что чаще покупают	Чтобы не жало	Чтобы не промокало	Чтобы не мялось	Чтобы не портилось	Взвесьте Налейте подайте

КОМИЧЕСКОЕ

Например:

- **A5 – B7 – C1.** В аптеке: – Дайте мне лекарство. – Какое? – Липкое.
- **A1 – B1 – I3.** В промтоварном магазине: – Покажите мне тетрадь в клеточку. – Какую? – Чтобы не жала.
- **A4 – B6 – I6.** В киоске: – Дайте мне газету. – Какую? – Чтобы не портилась.



ОТСМ- ТРИЗ

Примеры построения комического в рекламе

ПРИМЕР 3.1: ОБМЕН

Место покупки (объект) 1

Признак (предмет покупки) 1

Значение признака (ОО покупателя)

Место покупки (объект) 2

Признак (предмет покупки) 2

Значение признака
(ОО покупателя 2)

Обменялись значениями признаков



ПРИМЕР 3.1: ОБМЕН

ВАРИАНТ 1:

Рынок
Банан
Большой

Киоск
Жевательная резинка
Со вкусом утренней прохлады

Обменялись значениями признаков

Получается:

1

Покупатель обращается на рынке к продавцу:

- Дайте мне, пожалуйста, банан.
- Какой?
- Со вкусом утренней прохлады.

Наша компания «Любимые продукты» выполнит любое ваше желание!

2

Покупатель обращается к продавцу киоска:

- Дайте мне, пожалуйста, жвачку.
- Какую?
- Самую большую.

Жвачки «Карлсон» разного размера, формы и цвета!



ПРИМЕР 3.1: ОБМЕН ВАРИАНТ 2:

Обувной магазин	Продуктовый магазин
-----------------	---------------------

Туфли	Вишня
-------	-------

Детские	Спелые
---------	--------

Обменялись значениями признака

1

В обувном магазине:

- Дайте мне вот эти туфли вишневого цвета.
- Вам какие, у нас три пары!
- А те, что поспелее!

В нашем магазине «Модница» мы выберем туфли любой насыщенности цвета.

2

В продуктовом магазине:

- Дайте мне килограмм вишни!
- Какой?
- Детской!

В нашем магазине «Вкусняшка» любые ягоды самые качественные как для ребенка!



ПРИМЕР 3.1: ОБМЕН

Алгоритм составления рассказов-миниатюр 1:

1. Выбрать место покупки 1.
2. Выбрать признак 1.
3. Выбрать значение признака 1.
4. Выбрать место покупки 2.
5. Выбрать признак 2.
6. Выбрать значение признака 2.
7. Поменять значение признака 1 на значение признака 2.
8. Составить рассказ-миниатюру.



ПРИМЕР 3.2: СРАВНЕНИЕ

Алгоритм составления рассказов-миниатюр 2:

1. Выбрать два объекта для сравнения. Это могут быть любые характеристики – признаки и значения признаков РО.
2. Выделить их различие.
3. Сравнить элементы по какому-либо признаку сходства или различия.
4. Составить рассказ-миниатюру.

Коттедж

Дачный домик

Огромный

маленький

Дорогой

дешевый

Трудно убирать

легко убирать

Три этажа

один этаж

Крыша высоко

крыша низко



Что лучше покупать коттедж или дачный домик?

- Конечно дачный – с крыши падать не страшно.

Дачные домики от компании «Деловой» - гарантия вашей безопасности!

ПРИМЕР 3.3: ПРИЕМЫ «КОПИРОВАНИЕ+НАОБОРОТ»

Алгоритм составления рассказов-миниатюр 3:

1. Выбрать признак (просьбу, вопрос) о рекламируемом объекте (РО).
2. Применить прием "копирование + наоборот».
3. Составить рассказ-миниатюру.

- Мне нравится дезодорант «Адам»!

- А мне - дезодорант «Ева»!

Дезодоранты от компании «Миф» - все к
вашим услугам!



ПРИМЕР 3.4: «ДИНАМИЧНОСТЬ»

Алгоритм составления рассказов-миниатюр 4:

Выбрать РО.

Обозначить просьбу – действие/признак.

Проговорить дальнейшие действия/изменения объекта.

В магазине штор:

- Мадам, у вас шторы продаются?

- Еще шьются и вешаются!

Компания «УЮТ» - с нами не пропадете!





ПРИМЕР 3.5. «СИСТЕМНЫЙ ПЕРЕХОД»

Алгоритм составления рассказов-миниатюр по модели 5:

1. Выбрать тему.
2. Подыскать вопрос к выбранному объекту (системе).
3. Проанализировать, в каких ситуациях так бывает.
4. Поискать ресурсы, имеющиеся в системе (**подарок**).
5. Составить рассказ-миниатюру.

Покупатель продавцу:

- Почему вы так странно смотрите на меня?

- Но, вы пытаетесь оплатить подарок!?

Подарки в магазине «Волшебник» - каждому первому покупателю!

ПРИМЕР 3.6: «СМЕЩЕНИЕ СМЫСЛА»

Алгоритм составления рассказов-миниатюр по модели 6:

1. Выбрать тему.
2. Выбрать объект.
3. Выбрать признак данного объекта, на который идет смещение.
4. Составить рассказ-миниатюру.

В салоне аренды автомобилей:

- *Твоя машина просто изумительная?*
- *А почему ты решил, что она моя?*

Аренда автомобилей в компании «Лучший» - возьми мечту в руки!



ПРИМЕР 3.7: ПРИЕМ «ВЫНЕСЕНИЕ»

Алгоритм составления комического 7:

1. Выбрать тему.
2. Выбрать элемент, который будет фигурировать в просьбе.
3. Выбрать объект, в котором этот элемент присутствует как составная часть.
4. Изложить просьбу: осуществить вынос элемента из объекта.
5. Составить рассказ-миниатюру.

Клиент в магазине одежды:

- *У вас есть перламутровые пуговицы?*
- *Нет.*
- *А есть рубашки с перламутровыми пуговицами?*
- *Да.*
- *Срежьте мне, пожалуйста, шесть штук.*

Магазин «Чудо» - у нас чудеса случаются!



МОДЕЛЬ 3.8. «ОМОНИМЫ»

Алгоритм составления рассказов-миниатюр 8:

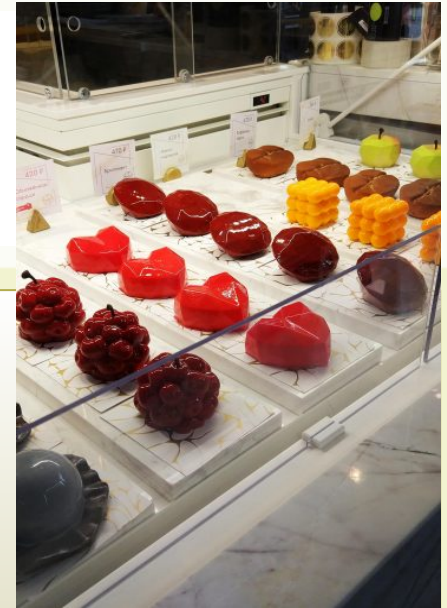
1. Выбрать тему.
2. Выбрать слово-омоним.
3. Выбрать признаки и значения для каждого элемента и определить, что и вызывает «путаницу»?
4. Составить рассказ-миниатюру.

Разговор двух подруг:

- Я так люблю есть мармелад!

- А я люблю в него ходить!

Кафе «Мармелад» для изысканных сладкоежек!



ПРИМЕР 3.9: «АКЦЕНТ НА ПРИЗНАК»

Алгоритм составления рассказов-миниатюр 9:

1. Выбрать РО.
2. Выделить признаки РО (по содержанию).
3. Поставить акцент на признак, а не на РО.

Газета «Гастроном»

Продукты питания

Приготовление

Разные блюда

Полезные

Вкусные

У киоска «Союзпечать» покупатель продавцу:

- Дайте мне газету!

- Какую?

- Вкусную!

Газета «Любим кушать» - все о вкусной и здоровой пище!



ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Работая над составлением рассказов-миниатюр по предложенной технологии, ребенок учится:

- находить и разрешать противоречия;
- воспринимать любую ситуацию как набор данных ей признаков и их значений согласно схеме: Элемент Мира = Имя признака + Значение признака;
- моделировать;
- видеть ситуацию системно;
- допускать невероятные, невозможные решения;
- нарушать логические связи;
- искать ресурсы;
- строить идеальную модель;
- анализировать;
- оттачивать остроумие;
- находить аналогии и т. д.



СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Хоменко, Н., Сокол, А. (1999). Перечень навыков ОТСМ-ТРИЗ. [онлайн] [просмотрено 24.03.2019] Доступно: <http://www.trizminsk.org/e/215105.htm>.
- Хоменко Н.Н. Расширенная многоэкранная схема сильного мышления. <https://otsmtriz.org/en/node/367?page=8>.
- Нестеренко А.А. Мастерская знаний: Проблемно-ориентированное обучение на базе ТРИЗ. <https://www.twirpx.com/file/2418150/>.
- Чижевская Н.Э. Технология сочинения рассказов-миниатюр// Печатковая школа: Навукова-метадычны часопіс. - 2002. - № 11. - С.42-46.
- Имшинецкая Ия. Креатив в рекламе. – М.: РИП-холдинг, 2002. – С. 171. – серия «Академия рекламы».

ОТСМ-ТРИЗ

Чижевская Наталия Эдуардовна

Преподаватель ТРИЗ, консультант по ТРИЗ

natchiz@mail.ru

+ 375-29 - 381 - 86 - 48

ОТСМ-ТРИЗ

Спасибо!