

# L'ÉVALUATION DES PRODUITS

## I- La Créativité :

Le psychologue américain **J.P. Guilford** a publié, de **1950** à **1953**, plusieurs études sur la **créativité**, les tests qui permettraient de la déceler, les formes d'éducation qui pourraient la développer.

Pour lui, elle n'est pas une qualité simple, mais elle est constituée de plusieurs facteurs, qu'on retrouve chez chacun en proportion variable :

- La **sensibilité** aux problèmes, ou tendance à se poser spontanément des questions sur tout ce qu'on observe ;
- La **fluidité**, capacité à produire rapidement un grand nombre d'idées ;
- La **flexibilité**, tendance à essayer plusieurs directions de pensée, au lieu de se fixer de façon rigide à une seule ;
- L'**originalité** ;
- L'**aptitude à la redéfinition**, à travers de nouvelles fonctions à un objet existant ;
- La **complexité**, capacité à assimiler et combiner des idées diverses.

Guilford a imaginé des tests pour mesurer ces diverses aptitudes : mais leur validité n'a pu être démontrée : la corrélation reste faible entre les résultats à ces tests, et la créativité effectivement manifestée par les sujets dans la « **vie réelle** ».

On attribuait facilement à la créativité le pouvoir de changer le monde... ou plus prosaïquement, de découvrir les idées neuves qui assureraient la domination du marché.

Les managers du commerce, de l'industrie, de la publicité, et même l'école et l'armée, cherchaient activement à rendre leurs personnels « **créatifs** », avant même de concevoir clairement ce qu'ils entendaient par là.

C'est surtout à **Alex F. Osborn**, directeur d'une Agence de publicité, qu'on doit les méthodes de développement de la créativité. Son livre (« **Applied Imagination** » « **Imagination constructive. Créativité et brainstorming** », Dunod, 1964), propose de nombreux exercices individuels et collectifs.

Ce TD va faire connaître quelques-unes de ces techniques ; il en existe beaucoup d'autres : voir par exemple « **50 fiches de créativité appliquée** » (1980) de **Marcel Botton**.

### **A- Méthode : déroulement de la séance**

Il faudrait un animateur bien « **ferme** », un lieu « **tranquille** », confortable, insonore, à l'abri des interventions extérieures, et un équipement comprenant des « **sièges** » très confortables, une table ronde ou ovale, les possibilités d'aise, de boire et de manger...

Il faut renoncer à ce luxe matériel, mais on peut s'attacher à respecter les 4 principes essentiels qui, d'après Osborn, favorisent la créativité.

- 1- Exclure tout jugement critique (sur ses propres idées, et celles d'autrui).
- 2- Bienvenue à l'imagination libre (plus l'idée semble farfelue, absurde, mieux cela vaut).
- 3- C'est la quantité qu'on demande (plus il y a d'idées, plus on a de chances d'en trouver de bonnes).
- 4- Rechercher les combinaisons et améliorations (à partir de l'idée d'un autre, ajouter, développer, transformer).

### **B- Exercice1: (Individuel)** Vous allez recevoir un dessin...

Complétez-le à votre guise, de façon à l'inclure à un objet, ou un être, ou une scène, ou une figure abstraite, puis donnez un titre à votre œuvre.

Concentrez-vous seul sur cette tâche, sans regarder ce que font les autres, et sans vous occuper des tâches suivantes.

Au bout de dix minutes, arrêtez-vous, et comparez vos créations.

### **C- Exercice2 : (Collectif)**

Comment transformer l'élément de dessin du premier exercice en symbole représentant votre force ? Ce logo (en termes de publicité) pourrait être imprimé sur des T.Shirts.

Lancez toutes les idées qui vous viennent (sans oublier les 4 principes !), et notez-les le mieux possible.

Arrêtez l'exercice au bout de 20 minutes.

### **D- Exercice3 : (Collectif)**

Imaginez un scénario de film :

Ou un scénario de pièce de théâtre

Ou un roman science-fiction

Ou une chanson (à partir d'un air connu, si vous n'êtes pas musicien...)

Ou un conte de fée

Ou un clip qui raconterait l'histoire de votre équipe de TD, au cours de l'année.

Distribuez les votes, et inventez, y compris l'avenir...

Là aussi, essayer de noter le mieux possible les idées.

## **II- Evaluation des produits :**

C'est seulement dans cette phase qu'on utilise le « jugement critique », (ce qu'on avait jusque là laissé en suspens), afin de dégager les meilleures idées, susceptibles d'être exploitées.

Comme cette séance de TD ne recherche pas la rentabilité commerciale, on observera plutôt :

- Dans les dessins, les qualités propres à chacun ;
- Dans les logos : le nombre d'idées, l'efficacité des « **combinaisons** »... ;
- Dans l'histoire de l'équipe : le passage du réel à l'imaginaire, la transfiguration du vécu, la représentation d'une expérience commune à tous...

### **Compte rendu :**

Cette séance n'a rien d'une recherche scientifique : inutile de vouloir en tirer la validation d'hypothèses.

Il ne s'agit pas non plus d'attribuer des « **prix de créativité** », il sera plus intéressant d'étudier la façon dont chacun a ressenti la mise en action de sa créativité, les impressions, les obstacles rencontrés, la découverte des formes d'imagination des autres, etc.