

- Rutkowski L. (2006), *Metody i techniki sztucznej inteligencji*, Warszawa, Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Searle J.R., (1995), *Umysł, mózg i nauka*, przeł. J. Bobryk, Warszawa, Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Searle J.R., (2010), *Umysł. Krótkie wprowadzenie*, przeł. J. Karłowski, Poznań, Rebis.
- Szmidt K.J., (2013), *Pedagogika twórczości*, Sopot, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Ujwary-Gil A., (2006), „Zastosowanie analizy morfologicznej w praktyce biznesowej”, *Marketing i Rynek*, nr 5, s. 24–30.
- Zimbardo Ph.G., Johnson R.L., McCann V., (2011), *Psychologia. Kluczowe koncepcje*, t. 2, przeł. M. Guzowska-Dąbrowska, J. Radzicki, E. Czerniawska, Warszawa, Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Zwicky F., (1969), *Discovery, Invention, Research through the Morphological Analysis*, New York, MacMillan.
- Żurada J., Barski M., Jędruch W. (1996), *Sztuczne sieci neuronowe*, Warszawa, Wydawnictwo Naukowe PWN.

### **On computer-aided creative problem-solving**

**ABSTRACT.** This article focuses on issues related to algorithmizing creative problem-solving processes and the possibility of carrying out computer simulations of these processes. The author shows that certain components of creative processes can be simulated by computer, and computers can generate creative products, but due to their limitations, which are specified in this article, computers are not able to simulate the full extent of creative processes that are characteristic of human beings.

**KEY WORDS:** artificial intelligence (AI), creativity, problem-solving, genetic algorithms, neural networks

Andrzej Stępnik, Warszawska Szkoła Reklamy, ul. Dembowskiego 4/82, 02-784 Warszawa, [andrzejstepnik@wp.pl](mailto:andrzejstepnik@wp.pl)