

アイデアはどこからやってくるのか 考具 基礎編



每个人都有成为创意达人的潜力
只是你还没有发现自己的能力
自己的“隐藏技能”，成为“创意达人”

上海文化出版社

意 识

创意的利器

[日]加藤昌治 著
龚莲娜 译

 上海文化出版社

图书在版编目(CIP)数据

创意的利器. 意识 / (日) 加藤昌治著; 龚莲娜译

— 上海: 上海文化出版社, 2019.1

ISBN 978-7-5535-1384-3

I. ①创… II. ①加… ②龚… III. ①创意—研究

IV. ①J0-02

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第198735号

IDEA WA DOKO KARA YATTEKURUNOKA——KOUGU KISOHEN

By MASA HARU KATO

Copyright © 2017 MASA HARU KATO

Original Japanese edition published by CCC Media House Co., Ltd.

Chinese(in simplified character only) translation rights arranged with

CCC Media House Co., Ltd. through Bardou-Chinese Media Agency, Taipei.

图字: 09-2017-1043号

出版人: 姜逸青

策划编辑: 叶佳声

责任编辑: 王茗斐

助理编辑: 张 维

版面设计: 华 婵

封面设计: DarkSlayer

书 名: 意识

丛 书 名: 创意的利器

作 者: [日] 加藤昌治

译 者: 龚莲娜

出 版: 上海世纪出版集团 上海文化出版社

地 址: 上海市绍兴路7号 200020

发 行: 上海文艺出版社发行中心

上海市绍兴路50号 www.ewen.com

印 刷: 苏州市越洋印刷有限公司

开 本: 889×1194 1/32

印 张: 6.625

版 次: 2019年1月第一版 2019年1月第一次印刷

书 号: ISBN 978-7-5535-1384-3/J.356

定 价: 37.00元

如发现印装质量问题请联系印刷厂质量科 电话 0512-68180628

首先我要宣布：

你已经是“创意人”了。

其次我要说的是：

创意到底从何而来？

答案只有一个：

所有的创意都来自于你自己。

如果你觉得“创意？策划？……我有点搞不定啊……”，那只是因为你还没有认识到自身的可能性。既然你已经捧起这本书，就不会再让你说出这种话了，请认识到自己“隐藏的才能”。

创意的有无会严重影响到你的生活与工作。并非所有创意都能顺利展开，但它至少可以让你拥有更多的可能和选择，你不觉

得这样很棒吗？此外，也并非只有规模宏大的创意才有价值，就算只是改变每天细微的习惯，也是一件了不起的事情。

产生创意与学写汉字、掌握一门新的运动别无二致。第一次写的字总觉得有哪里写得不好，结构也不匀称，但一遍又一遍坚持写下去，不知不觉中就会形成自己独特的风格，这真是件不可思议的事情。

正所谓“字如其人”，字还是那个字，但不免体现出写字之人的习性。创意也是如此，总会带有产生这一创意之人独特的风格。

不过，若非天赋异禀之人，掌握全新的事物理所当然需要练习。不妨回想一下，每个人的童年不都是在练习中度过的吗？练习如何拿筷子、如何鞠躬、如何上厕所，而要说到骑自行车，这算是难度较高的一道关卡了……

幸运的是，练习如何产生创意并没有那么困难。你一定可以做到！

此外，为了加快这项“成人的学习”，本书在正文之后还附有“Q&A”。

正所谓“我的困惑也是你的问题”，多数人涌上心头的疑问同时也是别人想提的问题。只读正文或许无法理解吃透，但听了别人的问答后便豁然开朗，这样的情况也时有发生。你既可以选

择先通读正文，当然也可以驻足于Q&A部分。

总的来说，本书的定位是要补充《创意的利器——工具》中未能充分展开的部分，希望各位读者能够对照阅读（重复强调之处便是重要之处……因此敬请谅解！）。

请容许我再次声明：你已经是创意人了，所有创意都来自于你自己！

序 章

欢迎来到创意人的世界 / 1

Chapter1

创意人就是运动员？ / 11

1. 何为创意人？ / 13

2. 工作就是循环赛 / 15

3. 创意人注重“安打率” / 17

4. 何为创意人眼中的“安打”？ / 19

5. 创意人应该如何练习？ / 21

6. 成人同时使用大脑和身体进行练习 / 23

Q & A 1 / 26

Chapter2

何为创意？ / 31

1. 思考即选择 / 33
 2. 创意和策划不能划等号 / 36
 3. 任性→体贴 / 39
 4. 创意不过是旧有元素的重新组合 / 42
 5. “旧有元素—创意—策划”的金字塔结构 / 44
- Q & A 2 / 47

Chapter3

“旧有元素”孕育创意 / 53

1. “旧有元素”比思维方式更重要 / 55
2. 分解旧有元素 / 58
3. 直接经验（旧有元素之一） / 61
4. 间接经验（旧有元素之二） / 64

- 5. 知识（旧有元素之三） / 67
- 6. 今日的元素就是明日的创意？ / 70
- 7. 我知道≠想得起 / 72
- 8. 了解独自一人思考的恐怖之处 / 75
- 9. 将自己的记忆变为24小时循环浴缸？！ / 78
- Q & A 3 / 81

Chapter4

灵活使用“旧有元素”——“追溯” / 89

- 1. 将体验和知识变为自己的东西——名为“追溯”的技能 / 91
- 2. “追溯”案例学习#1 / 94
- 3. 分解“追溯” / 97
- 4. “碰撞”——“追溯”小技巧之一 / 100
- 5. 实践中的“碰撞”（“追溯”案例学习#2） / 103
- 6. “浮想”——“追溯”小技巧之二 / 106

7. 实践中的“浮想”（“追溯”案例学习#3） / 109

Q & A 4 / 112

8. “捕捉”——“追溯”小技巧之三 / 116

9. 实践中的“捕捉”（“追溯”案例学习#4） / 119

10. “深挖”——“追溯”小技巧之四 / 122

11. 实践中的“深挖”（“追溯”案例学习#5） / 125

12. “追溯”是四种技能的综合运用 / 128

13. 实践中的综合运用一（“追溯”案例学习#6） / 131

14. 实践中的综合运用二（“追溯”案例学习#7） / 135

15. 创意人也擅长生活 / 139

Q & A 5 / 141

Chapter5

增加创意的方法 / 147

1. 一定要把浮现的创意记录下来 / 149

- 2. 尽可能描绘创意草图 / 152
- 3. 在创意世界，细微的差别将带来巨大的差异 / 156
- 4. 增加创意的方法一——错开 / 159
- 5. 增加创意的方法二——设问 / 164
- 6. 增加创意的方法三——任性全开！ / 168
- Q & A 6 / 172

Chapter6

成为专家 / 179

- 1. 创意人的极点 / 181
- 2. 多面手？专家 / 184
- 3. 不断“追溯”，成为多姿多彩的创意人 / 187
- 4. 创意人是跨界者 / 189
- 5. 跨越公私之墙 / 192
- 6. 跨越自我规定之墙 / 194

Q & A 7 / 196

7. 没有菜单的酒吧 / 200

尾 声 / 202

参考文献 / 205

首先我要宣布：

你已经是“创意人”了。

其次我要说的是：

创意到底从何而来？

答案只有一个：

所有的创意都来自于你自己。

如果你觉得“创意？策划？……我有点搞不定啊……”，那只是因为你还没有认识到自身的可能性。既然你已经捧起这本书，就不会再让你说出这种话了，请认识到自己“隐藏的才能”。

创意的有无会严重影响到你的生活与工作。并非所有创意都能顺利展开，但它至少可以让你拥有更多的可能和选择，你不觉

得这样很棒吗？此外，也并非只有规模宏大的创意才有价值，就算只是改变每天细微的习惯，也是一件了不起的事情。

产生创意与学写汉字、掌握一门新的运动别无二致。第一次写的字总觉得有哪里写得不好，结构也不匀称，但一遍又一遍坚持写下去，不知不觉中就会形成自己独特的风格，这真是件不可思议的事情。

正所谓“字如其人”，字还是那个字，但不免体现出写字之人的习性。创意也是如此，总会带有产生这一创意之人独特的风格。

不过，若非天赋异禀之人，掌握全新的事物理所当然需要练习。不妨回想一下，每个人的童年不都是在练习中度过的吗？练习如何拿筷子、如何鞠躬、如何上厕所，而要说到骑自行车，这算是难度较高的一道关卡了……

幸运的是，练习如何产生创意并没有那么困难。你一定可以做到！

此外，为了加快这项“成人的学习”，本书在正文之后还附有“Q&A”。

正所谓“我的困惑也是你的问题”，多数人涌上心头的疑问同时也是别人想提的问题。只读正文或许无法理解吃透，但听了别人的问答后便豁然开朗，这样的情况也时有发生。你既可以选

择先通读正文，当然也可以驻足于Q&A部分。

总的来说，本书的定位是要补充《创意的利器——工具》中未能充分展开的部分，希望各位读者能够对照阅读（重复强调之处便是重要之处……因此敬请谅解！）。

请容许我再次声明：你已经是创意人了，所有创意都来自于你自己！

序 章

欢迎来到创意人的世界 / 1

Chapter1

创意人就是运动员？ / 11

1. 何为创意人？ / 13

2. 工作就是循环赛 / 15

3. 创意人注重“安打率” / 17

4. 何为创意人眼中的“安打”？ / 19

5. 创意人应该如何练习？ / 21

6. 成人同时使用大脑和身体进行练习 / 23

Q & A 1 / 26