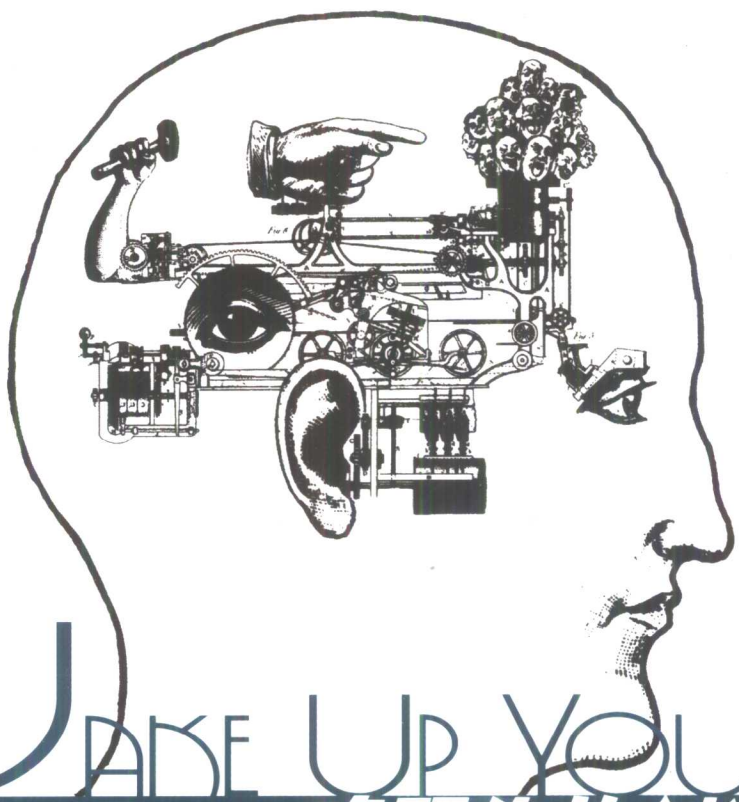


快速提升系列



WAKE UP YOUR

唤醒你的创造力

■ 云南人民出版社
■ [美] 柯特·汉克斯 杰伊·帕里 著
雪梅 维珊 译

云南人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

唤醒你的创造力/(美)汉克斯、(美)帕里著;雪梅、维珊译.—昆明:云南人民出版社,2001.9

(快速提升系列)

书名原文:Wake up Your Creative Genius

ISBN 7-222-03129-4

I. 唤… II. ①汉…②帕…③雪…④维… III. 创造心理学
IV. G305

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 057277 号

WAKE UP YOUR CREATIVE GENIUS

kurt Hanks & Jay Parry

Copyright © 1991 by Crisp Publications, Inc. Simplified Chinese language editions arranged through Amer-Asia Books, Inc. All rights reserved.

快速提升系列

唤醒你的创造力

〔美〕柯特·汉克斯 著 雪梅 译
杰伊·帕里 维珊

责任编辑 黄源

装帧设计 袁亚雄

责任印制 刘伟能

出版社 云南人民出版社

发行 云南人民出版社

(昆明市环城西路 609 号 邮编:650034)

印装 云南新华印刷一厂 云南新华彩印厂

开本 880×1230 1/32

印张 6.25

字数 106 千

版次 2001 年 9 月第 1 版

印次 2001 年 9 月第 1 次印刷

ISBN 7-222-03129-4/G·615

定价 15.60 元

著作权合同登记号 图字:23-1999-049 号

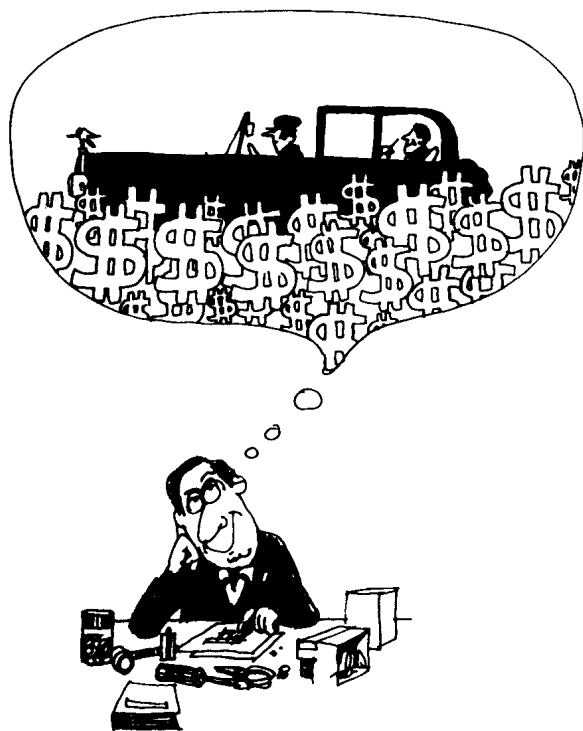


美国伟大人物的梦想	1
产生设想的一种简单方法	7
成功的设想——如何找到它们？	10
获得好想法的一个要诀	13
这种方式会堵塞你的创造性思维	15
除了有一个好的想法外，你还需要什么？	17
从玩耍中获得想法	20
超人综合症	22
如何增强你的创造力	24
一种能扼杀创造力的习惯以及如何避免它	25
怎样用你的设计挣大钱	27
怎样让你的想法有价值	31
如何让你的设想获得成功	32
设身处地地看待问题	35
从你的大脑中获得更多的东西	36
旁观者清	39
如何保护你的设想	42
跃过创造的鸿沟	47
扼杀创造力的思想陷阱	49
欺骗的创造性	51
设想失败的原因之一	53
一种可靠的创造方法	55
如何把错误变成机会	56
思想练习	59
一种开拓思路的手段	62
怎样从梦中获得更多果实	65
	70

努力工作?	71
大脑里的两个半脑	73
为什么让别人接受你的设想那么困难	74
一种逻辑创造技巧	78
收费站——财源不断	80
提高创造力的提醒记忆法	82
大自然母亲可以提高人的创造力	87
啊哈!	91
择定解决方法	94
一种不会失败的启发思维的方法	97
不要小看地下室里那个古怪的人	100
质变	105
如何获得有创造性的观点	107
大多数的设想从哪里来	111
最重要的创造技能	114
设想的形象化	116
直觉如何能提高你的创造潜力	118
逆流而上	120
创造的最大障碍	122
要避免的一种没有创造的习惯	124
尖头人(指有创造力的人)需要定制的帽子	127
怎样避开最不利于创造者的敌人	129
有关创造的陈词滥调	131
与合作者打交道的忠告	132
怎样避免你的设想被盗窃	138
每个人都忘记了的事实	140
不要忽略这种创造性思考的方法	142

怎样呈交设计	144
思路不畅	146
怎样才能不增加工作又提高创造思维能力	149
你这样做过吗?	151
发现本质	153
口头协议不会保护想法	155
集思广益	157
想法是怎样被窃取的	161
怎样为你的创造性努力获得更多的报偿	165
部分图片	167
怎样达到一个创造者的心理状态	170
创造性思维的苗床	173
快到时间了	175
有利于别人也有利于自己	177
一个切合实际的设计应该是什么样的?	180
新的眼界	183
用开动脑子的眼光	186
一种对解决创造性问题确实有用的东西	189
怎样在创造性游戏中取胜	192

美国伟大人物的梦想



几乎每个人都有这样的梦想——用他们的设想来赚钱。

美国伟人的梦——无数人在探索，并为之耗费无数的时间和金钱。梦会告诉你任何一个人都有机会成功。这并不只是一个美妙的白日梦，每年都有成千上万的人美梦成真，今年当然也不例外。事实上也许你将是那些美梦成真的幸运者之一。

每个星期，美国专利和商标办公室都会发行一千二百多张印制精美的传单给寻梦的美国人。这些人希望找到某些点子使他们获得财富，或者获得名望，得到同辈人和有能力的人

的承认。

美国伟人之梦使无数的人在地下室里秘密地做着试验，他们整天拿着抄满点子的小本子，花费大量的时间和精力以达到目的。以下这些人都分享了美梦：

• **亚伯拉罕·林肯**，当他还是一名年轻的河船工时发明了一种能使船只在暗礁处浮起来的装置。于是他成为美国 NO·6469 专利的持有者。

• **艾尔伯特·爱因斯坦**曾是一名专利办公室职员，在工作中他有了一个改进电冰箱的想法，经过不断研究最后获得了专利权。

• **马克·吐温**曾是一名水手。在他年轻的时候花费了很多时间来思考如何改进他所工作的船只的某些地方。其中有三个方案使他获得了大量的财富。

• **托马斯·爱迪生**只受过三个星期的正式教育，并且他一生中大部分时间都在黑暗中度过，但是他有无数的发明，死时是百万富翁。

美梦成真

林肯、吐温和爱迪生都从他们创造性的想法中受益匪浅，尽管他们也许没有这样去想。许多人已经把他们自己的创造性想法直接变成了钞票。同时名声和认可也会伴随着成功而来。美国伟人梦变成了现实——来自于有效的创造力和辛勤的工作。

请看以下例子：

• 19 世纪晚期，**约翰·彭伯顿**(John Pemberton)发明了一种化学混合剂，能“增白牙齿、清新口腔、使牙床坚固美观，使疲惫的身心得到放松”。约翰·彭伯顿称之为可口可乐。尽管它并不像约翰·彭伯顿所说的那么好，但它确

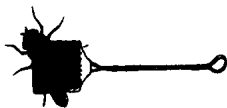
实很受欢迎。第一年可口可乐每天平均卖出6杯。到1980年，每天可卖出25亿份。公司1919年40美元的投资，如今已增值为6500万美元。所有这些就是把古柯树叶和可乐果籽创造性地结合在一起的结果。

• 1978年，丹·法尔斯特(Dan Fylstra)和一个朋友成立了一家个人软件公司，作为哈佛大学市场课程的一个科研项目。他们最初的投资额为500美元，个人软件公司专门为私人电脑编制程序。法尔斯特有了一些想法准备在市场上尝试。当有两个人带给他一个关于帮助小公司进行计划和预算的程序时，法尔斯特看到了它的潜力。他把该程序命名为Visilalc，并开始了创造性的市场尝试。至今已卖出了20万份，每份250美元。该公司的年销售额目前已达到3500万，而且仍有上升的势头。

• 20世纪70年代中期，比尔·米切尔(Bill Mitchell)发明了世界上第一种碳酸糖果。这种称为“彩色硬棒糖”的糖果，就像普通食物一样普遍，每年的销售量超过1.5亿箱。谁会想到这种碳酸糖果会有如此前途？比尔·米切尔看到了，现在他正研究碳酸盐法在其他方面的用途，比如在谷物早餐和医药方面的利用。

• 1905年，塞缪尔·克拉姆宾(Samuel Crumbine)博士放下所研制的消灭家蝇工作去看一场棒球赛。家蝇是一种令人讨厌的小动物，但是人们似乎对它们所带来的疾病问题漠不关心。在第八局的后半局，比分相平，这时轮到本地球队击球。观众叫嚷：“用劲打！用劲打！”另外一些则高呼：“重拍！重拍！”

突然间，克拉姆宾在他的大脑里把它们联系起来：拍苍蝇！他甚至没有注意到比赛是如何结束的。



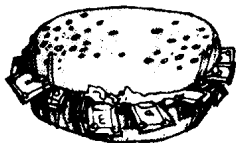
受棒球启发联想到苍蝇，最后发明了苍蝇拍。

“重拍苍蝇”成了消灭家蝇的一句口号，它是成功的。苍蝇拍因此而发明了——你难道不想拥有这样的专利权吗？

• 在詹姆斯·迪尤尔(James Dewar)最沮丧的时候，他的美国伟人梦开始变为现实。他所工作的面包店需要一种新的、价格便宜的糕点。迪尤尔想到了5分钱就可以买到两个小指头酥饼。迪尤尔说：“在草莓季节，我们卖做水果酥饼用的小指头酥饼，但除了那个季节的6个星期外，我们的平底锅都闲着。因此我就有了一个在小酥饼里夹馅出售的想法。”他把他这种小酥饼叫做“特温奇”，并且每年可以销售近10亿个。

• 乔治·纳尔逊(George Nelson)是一名机修工，他每个星期都要花40个小时在旧金山造船厂里旋紧甲板边缘每个条板上的螺栓。这项工作令人厌烦并且费时，纳尔逊就开始幻想能有一种更好的安装螺栓的方法。“能不能开发一种自动安装螺栓枪呢？”他想。他进一步研究了这一想法的细节，并在一年内获得三项专利，其中当然包括他的螺栓焊机。纳尔逊和他的一些朋友开始建立纳尔逊螺栓焊接公司。几年后他把公司卖掉，个人净收入为300万美元。

• 雷·克罗克(Ray Kroc)研制了一种牛奶泡沫搅拌机，它能同时搅拌五种混合饮料。在加利福尼亚州圣贝纳迪诺市，一家由麦克(Mac)和迪克(Dick)麦当劳兄弟开的烤肉店一下子购置了八个搅拌机。克罗克感到很吃惊：怎么会有人同时搅拌40种混合物呢？他对此进行了调查，并对他所看到的深有感触。如果全国都分布有这样的店，那会怎样——他在考虑搅拌机的市场。



雷·克罗克用他的创造性改变了缓慢的汉堡包制作过程，这也使他成为美国最富有的人之一。

他与麦当劳兄弟商讨他的设想，但是兄弟

俩对进一步开连锁店不感兴趣。所以克罗克只是买下了兄弟俩的店名。现在他这种创造性市场手段能销售多少亿个汉堡包?我不敢给出数字——明天它又会不同了。

• 金·坎普特·吉利特(King Camp Gillette)已经厌烦当一名瓶塞售货员了。当然,美国伟人梦对他来说要比工作有意思。他在想如果能研制出一种受欢迎的发明物,他的一切将会改变。他专研基础知识,想发明能赚钱的东西。但是,他一点想法都没有。有一天早上他正在刮脸,忽然有了灵感:“为什么不预先磨好的、抛弃型刀片?”他不断完善这一想法,并请一名技师来制作刀片。1895年,他获得了专利权。11年后,吉利特筹集资金开他自己的公司。在头两年他经营的公司只卖出去150把剃刀。但是从那以后销售量猛增。吉利特退休时已是一个非常富有的人。

• 1938年,切斯特·卡尔森(Chester Carlson)发明了静电复印法。这本来是满足了人们复印印刷品的需要,但是没人对它感兴趣。卡尔森走访了一家又一家公司,希望能有人生产他的发明。20多家公司都拒之于门外。“我遇到了一位对它不感兴趣的热心人”,卡尔森后来说道。

但最后卡尔森迎来了好运,他的复印机由设想变成了现实。据估计,1982年用卡尔森的复印术制成的复印件有1000多亿件。而他的公司就是静电复印公司(施乐公司)。

我们每个人都可分享这样的梦想。只要采取以下三个步骤:

第一, 提出一个设想;

第二, 完善它;

第三, 把它卖给别人, 获得报酬。

本书收集了提高创造力的概念观点、原则以及技巧，包含了你完成三个步骤、实现伟人梦所需要的信息。它会给您指出获得更好的创造力所要思考、了解和做的最重要的事。

本书中的内容在排列上是随意的。读者可以根据需要选择和利用。在您读本书时，我建议您做一些标记，在对您最有帮助的部分划线，在页边作注释。最重要的一点是在您的生活中应用这些观点。

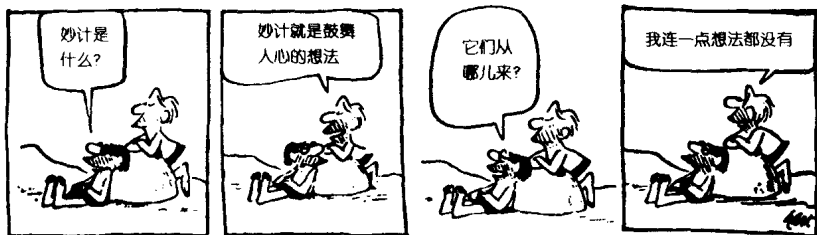
不管是在商业界、课堂上、家里或其他领域，创造力都使你的表现有所不同。不管你的梦想是获得财富、名声还是在家里更好地培养孩子，本书都能助你一臂之力。你会使你从一个平庸的人变成一个成功人士。

“每个人的一生中都有这样的时刻，他的肩膀被轻轻拍了一下并且给他一个机会去做一件非常特殊的事，这件事是独一无二的并且也是他的才智所能达到的。如果这时他没有做好准备或不能胜任那该是件多么悲惨的事，因为这有可能是他一生中最辉煌的时刻。”

温斯顿·邱吉尔

产生设想的一种简单方法

说到创造就要说到设想。世界在人们的思维中运行。好的事物很少是偶然发生的。在电灯、电视机、心脏手术甚至是汽车出现以前，已经有人有过这样的设想。



当设想第一次形成时，常常不被重视。（“如果你悬浮在空气中，你会干些什么，赖特先生？浪费时间！”）但是随着时光的流逝，设想开始被人们接受，它可以改变我们的生活。有时，它还改变了社会的基础。

比如，电视机对美国人的思维和生活方式的影响要比过去 50 年任何其他东西要深刻。然而当菲洛·T·法恩斯沃思 (Philo T. Farnsworth)，一个爱达荷州农民，第一次发明电视机时他根本没想到它会变得如此重要。过去它只是一件奇物！

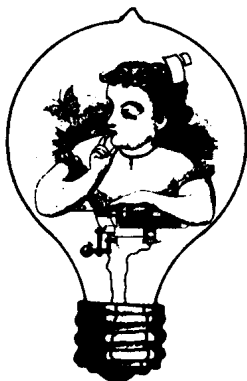
事实上，我们每天处理的每件事首先是想然后再做。当您按电灯开关时，请记住在生产电灯很久之前托马斯·爱迪生已经思考过这个问题。当第一辆汽车模型从发明者的车间开出来时，亨利·福特的脑海里早就有了汽车的影像。

好设想的来源

好的设想从哪里来？你也许不是一个在试验

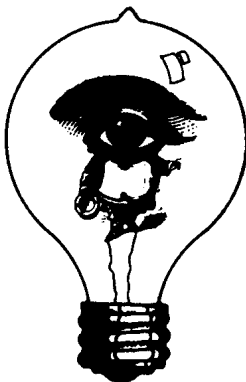
室里工作的疯子天才，为了生计苦思冥想配制特效药。这没关系，如今我们所使用的许多杰出的发明都来自一些非常普通的人。

也就是这些普通的人能够获得好的设想，改善了他们的经济状况，提高了他们的地位，改善了他们的工作和家庭环境等等。谁渴望找到设想，设想就会来到他的身边。



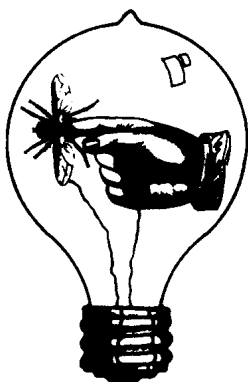
“联系和联想的能力取决于在任何领域内你是否投入了全部的努力进行创造性的思考，有时联系和联想的方式古怪但又惊人。”

乔治·J·塞德爾
(George J. Seidel)



“创造的定义——把以前不相干的事物以某种方式结合在一起，你从中瞬间获得的要比你所投入的多。”

阿瑟·凯斯特勒
(Arthur Koestler)



“结合——具有创造性的想象的本质。”

迈伦·S·艾伦
(Myron S. Allen)

“创造就是合成的产物。”

亚历克斯·奥斯本
(Alex Osborn)

寻找创造性设想

当你找到有创造性的设想时，请记住：巧妇难为无米之炊。相反我们把存在的事物组合起来变成一种全新的不同的事物，才能达到所需要的结果。

让我们从形成新的生命这方面来思考。精子与卵子的来源不同，当它们结合起来时，就能够产生比精子和卵子更美妙的生命。

对于创造性设想也一样。从一个地方产生

的设想，与从另一个地方产生的设想结合起来就能形成一个具有生命力的设想。

纵观历史，我们发现创造性设想很少是新的，是陈旧的观点结合起来变成新的有用的想法。电动牙刷就是两种旧事物的结合：电动机与牙刷。本杰明·富兰克林将两种镜片装在一副眼镜上，制成了第一副双光眼镜。亚历山大·格雷姆·贝尔在发明电话的时候就是把人耳朵的功能与磁学、电学的知识结合起来。

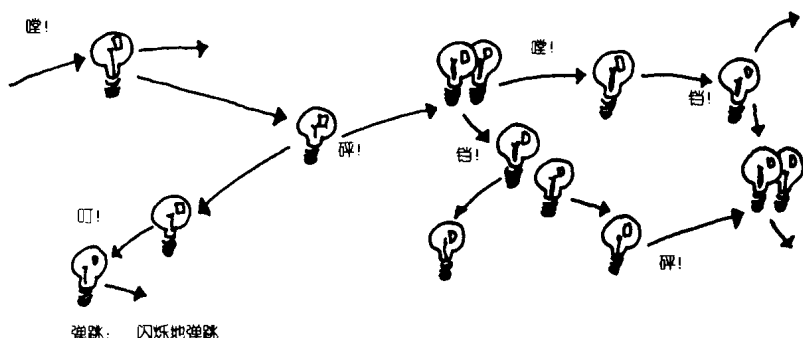
具有创造力的学生已经意识到这种极其重要的结合原理。

“发明不过是把以前存在你脑海中的影像结合起来形成新的组合物。巧妇难为无米之炊；那些头脑空空的人是不可能有所发明的。”

乔舒亚·雷诺兹爵士(Sir Joshua Reynolds)

成功的设想——如何找到它们？

在某些方面设想就像弹子到处飞。从一个设想中可以跳出另一个设想，从一个人身上跳到另一个身上，直到最后它撞到了某根神经。这才是它真正有用的时候。谁思考它，它就会到谁的身边帮助他解决问题。



最终的结论常常在原先的想法上有很大的变化，以至于人们没有意识到，就像飞出的子弹会变成碎片，但仍然有能量向前飞。

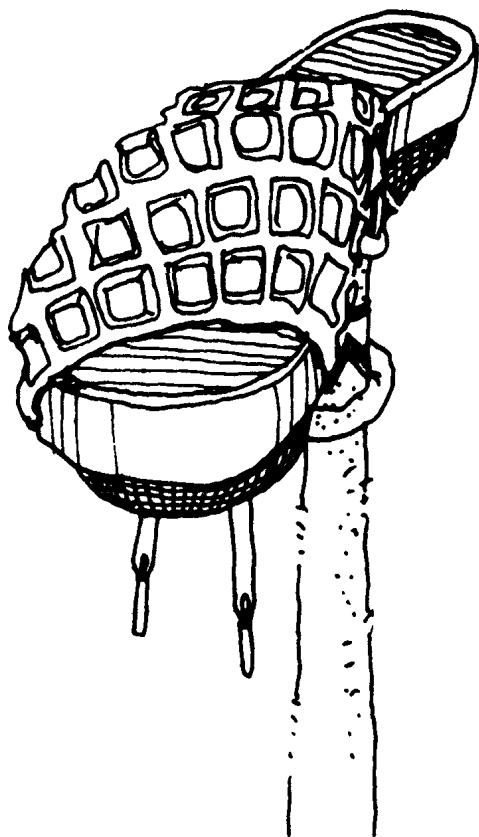
托马斯·马尔萨斯(Thomas Malthus)的经济理论多年来在不同的周期中反复出现，直到这些理论遇到了查尔斯·达尔文，才得到了完善。

某人为蒸汽发动机研制了一种调速器，这种发明背后隐藏的一个设想不断地来回跳动，直至遇到一位电脑开发者，他从中悟到了反馈的概念。

弗雷德·史密斯(Fred Smith)想方设法找到一种夜间运输行李的方法，但飞机数量很有限。最后他从银行联营支票的方式中得到了启示，有了对飞机进行联营的想法。

耐克鞋

一天早上，比尔·鲍尔曼(Bill Bowerman)正在吃妻子为他做的威化饼。味道很好，一点也不像鞋底。但是那天早上他的脑子被触动了，为什么不把这个威化饼的花样做成一种较好的跑鞋呢？它对脚有缓冲的作用，与地面也有较好的摩擦力……



一旦你知道反射性设想的含义，从威化饼到鞋的距离就不是那么遥远了。

正如所罗门所说的：“太阳下面没有一样是新的。”没有一个设想完全是新的——它是在其他设想的基础上形成的。