



CHUANGZAOLI
YU CHUANGZAOXING
RENGE

创造力与创造性人格

谢利苹 / 著



中国商务出版社
CHINA COMMERCE AND TRADE PRESS



谢利苹，女，1977年生，河南省淮阳县人。北京政法职业学院副教授，北京师范大学教育管理学院在读博士。研究方向为教育心理学。主持北京市教育科学十一五规划等课题5项，公开发表专业论文30余篇，其中国家级核心期刊论文8篇。

创造力与创造性人格

谢利苹 著

中国商务出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

创造力与创造性人格 / 谢利苹著. —北京: 中国
商务出版社, 2015. 6
ISBN 978-7-5103-1309-7

I. ①创… II. ①谢… III. ①大学生—创造性—研究
IV. ①B842. 5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 134396 号

创造力与创造性人格

CHUANGZAO LI YU CHUANGZAO XING REN GE

谢利苹 著

出 版: 中国商务出版社
发 行: 北京中商图出版物发行有限责任公司
社 址: 北京市东城区安定门外大街东后巷 28 号
邮 编: 100710
电 话: 010—64269744 64218072 (编辑一室)
010—64266119 (发行部)
010—64263201 (零售、邮购)
网 店: <http://cctpress.taobao.com>
网 址: <http://www.cctpress.com>
邮 箱: cctp@cctpress.com bjys@cctpress.com
照 排: 北京开和文化传播中心
印 刷:
开 本: 787 毫米×980 毫米 1/16
印 张: 16.25 字 数: 289 千字
版 次: 2015 年 6 月第 1 版 2015 年 6 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5103-1309-7

定 价: 32.00 元

版权专有 侵权必究

盗版侵权举报电话: 010—64245984

如所购图书发现有印、装质量问题, 请及时与本社出版部联系。电话: 010—64248236

前 言

心理学的研究表明，个性心理特征调整着个体心理过程的进行，影响着人的外显行为和内隐活动，是人类心理及行为的动力来源和监控系统。“创造性人格”是由美国著名心理学家吉尔福特首先提出和使用的一个概念。他的智力三维结构模式理论中，一个引人瞩目的内容就是对创造性的分析。和以前的智力概念相比，吉尔福特更重视强调“创造性”这一概念，并把创造性与发散性思维联系起来，认为创造性的核心是发散性思维，并进一步论证了发散性思维的流畅性、变通性和独创性这三个特性。人们进行创造性活动，都是以其整个创造性人格出现的，而不是其某一方面的能力在发挥作用。中国古语云“蕴蓄于中，行诸于外”，就形象地说明了人格结构的表里统一。因此，从人格角度探讨创造性，有助于从外向内发现创造性的内在机制。

教育是以培养人为目的的社会活动，而人的发展的最高目的是人格的完善，而不仅仅是其某一方面或某些因素的发展。金马先生在《创新智慧论》中有如下精辟的论述：“除了人格卑劣的小聪明难以成就创新的大事业之外，即使拥有足智多谋的大聪明，一旦染有人格缺陷，也难以实现富有创新智慧的人生。”

当前中国正面临着社会转型，世界科技革命的影响和市场经济的发展，一方面为人的发展注入了新的因素，带来新的契机；另一方面，也对传统的思想、文化、价值观念和人格模式带来巨大冲击。从根本上讲，人类社会的进步和世界文明的发展都必须表现为人类的普遍人格层次的提高。没有人的现代化，就没有社会的现代化，人的转型是社会转型的前提和基础。联合国教科文组织总干事马约尔说得好：“我们留下一个什么样的世界给子孙后代，在很大程度上取决于我们给世界留下什么样的子孙后代。”

党的十八大正式提出要“实施创新驱动发展战略”，并强调

“科技创新是提升社会生产力和综合国力的战略支撑，必须摆在国家发展全局的核心位置”。这为新时期深化教育体制改革、加快大学生创新能力的培养提出了明确要求。随着当前党和国家对创新能力的高度重视和教育学、心理学界对创造性思维研究的不断深入，教育界在创造性思维培养方面进行了一系列有益的尝试，如项目化教学、慕课（MOOC）等正在顺利推进并取得了一定的成果。在肯定成绩的同时还要清醒地认识到，总体看来，我国学生的平均创造力水平距离当今世界迅速发展的高科技要求还有一定距离。培养学生的创造力已成为家庭、学校和社会的一项刻不容缓的重要任务。健全的人格有利于形成良好的思想素质和道德品质。重视创新素质的内化发展是创新教育的核心内涵和特征，而这种创新素质内化积累的结果就是创造性人格的形成。因此，创新教育的根本目标就是要培养创造性人格。鉴于此，本书吸取了国内外相关心理学研究的最新成果，同时紧密结合社会形势发展的需求，具有一定的理论意义和实践价值。

谢利苹
2015年4月

目录

第一章 钱学森之问——创造力都去哪儿了	(1)
第一节 创造力，你从哪里来	(3)
第二节 创造力，你到哪里去	(13)
第三节 心理学视角下的创造力	(22)
第四节 拿什么维系你，我的创造力	(26)
第五节 平反昭雪——关于创造力的几种误解	(30)
第二章 爱迪生是怎样炼成的——创造性人格面面观	(33)
第一节 创造性人格概述	(36)
第二节 创造性人格的基本特质	(41)
第三节 创造性人格的影响因素	(60)
第四节 创造性人格的基本特征及其培养	(63)
第五节 创造性与创造性人格的概念探析	(69)
第六节 创造性人格测试	(75)
第三章 拨开云雾见日出——创造力的构成因素	(81)
第一节 创造力与智力孰是孰非	(83)
第二节 创造力的构成	(89)
第三节 创造力评价	(93)
第四节 库克的创造力曲线	(97)
第五节 组织内创造力影响因素	(99)
第六节 创造力研究取向	(103)

第四章 漫漫测量路——创造力测量的昨天、今天与明天	(113)
第一节 创造力测量的历史演进	(115)
第二节 个体水平的创造力测量的发展	(117)
第三节 总体水平的创造力测量的发展	(122)
第四节 创造力测量存在的问题与展望	(126)
第五节 创造力研究的新领域：合作创造力	(127)
第六节 心理契约：创造力研究的新视角	(136)
第五章 揭秘“黑匣子”——创造力的脑结构与脑功能基础	(145)
第一节 创造力与脑结构	(148)
第二节 创造力与脑功能	(153)
第三节 脑科学和创造性思维	(159)
第四节 小结与展望	(163)
第六章 他山之石——国外创造力培养的探索	(165)
第一节 国外青少年创造力培养的理论与实践	(167)
第二节 角逐卓越：美国奥巴马政府的教育改革	(172)
第三节 美国的“未来问题解决计划”	(181)
第四节 森林教育：欧洲教育模式改革	(187)
第五节 国外创新教育的启示	(193)
第七章 灵魂在高处——创造力开发的理论依据	(199)
第一节 创造力开发的基本原理	(201)
第二节 创造力的内隐理论	(209)
第三节 创造力培养的制约因素与对策	(214)
第四节 人格与创造力的培养	(217)
第五节 多元智力理论与创造力培养	(222)

第八章 寻找生命的活水源头——创造力开发与训练·····	(229)
第一节 创造力培养的构想·····	(231)
第二节 创造力拓展活动·····	(242)
参考文献·····	(249)

第一章

↓
钱学森之问——创造力都去哪儿了



第一节 创造力，你从哪里来

一、掀开创造力的神秘面纱

在中华民族五千年的历史长河中，创造力是泛起的最美丽的浪花，推动着整个中华民族的历史潮流滚滚向前。古往今来，勤劳善良的人们从来没有停止过对创造力的追求与探索。

19世纪以来，随着社会的发展和科技的进步，心理学界、教育学界对创造力的研究不断深化与扩展。当前，创造力及其培养问题成为世界各国的一项重要课题。在我国，创造性人格的培养和创造力的开发已成为教育的一个基本目标。

创造力（creativity ingenuity）是人类所特有的一种心理品质。它包括了知识、智力、能力等多种复杂因素。创造力是指人们在已有知识基础上经过思维整合，产生新思想，发现和创造新事物的能力。创造力是一系列连续复杂的高水平的心理活动。它要求人的全部体力和智力的高度紧张，以及创造性思维在最高水平上进行。人们通过富有创造力的劳动，为社会创造有价值的成果。人类社会的发展过程中产生的新概念、新理论、新技术、新设备、新方法、新作品等都离不开创造力。

大而言之，创造力推动着人类文明的发展和社会的进步；小而言之，创造力与普通人的生活息息相关。例如，小公司怎样获得创意开始新产品的生产；个人如何创造性地改掉一个坏习惯等。心理学的研究表明，创造力较高的人通常有较高的智力，但智力高的人不一定具有卓越的创造力。西方学者的研究表明，智商超过一定水平时，智力和创造力之间的区别并不明显。创

造力高的人具有独特的人格特征，他们的感受性较强，能够敏锐地捕捉客观事物中存在的明显失常、矛盾和不平衡现象，能从常人熟视无睹的现象中发现问题并深入研究；他们具有顽强的意志力，比较自信，自我意识强烈，能认识和评价自己与别人的行为和特点。

与一般能力相比，创造力的独特之处在于它的新颖性和独创性。创造力的主要构成成分是发散性思维，即大脑在思维时呈现一种扩散状态，使思维呈现出多维发散状。如“一题多解”“一事多写”“一物多用”等方式。

二、创造力从哪里来

过去十年中，考古学家发掘出一系列证据（见图 1-1），这些证据表明早在 20 万年前，智人还未出现的时候人类就已经拥有创造力了。创造力产生后经过千年的酝酿，在非洲及欧洲出现了人工取火。这些证据揭示，人类的创造力是经过数十万年的日积月累，经过一系列复杂的生物学及社会学因素共同作用才得以出现的。



图 1-1 南非西布度洞穴发掘现场

人类从什么时候开始突破常规思维？又是什么因素最终点燃了人类的智慧之火？要回答这两个问题，我们需要抓住几个关键因素，了解创造力的来源。

（一）爱因斯坦眼中的婴儿：好奇心

好奇心是创造力的重要特征。幸福学认为，人的本性是不满足。好奇心就是人们希望自己能知道或了解更多事物的不满足心态。

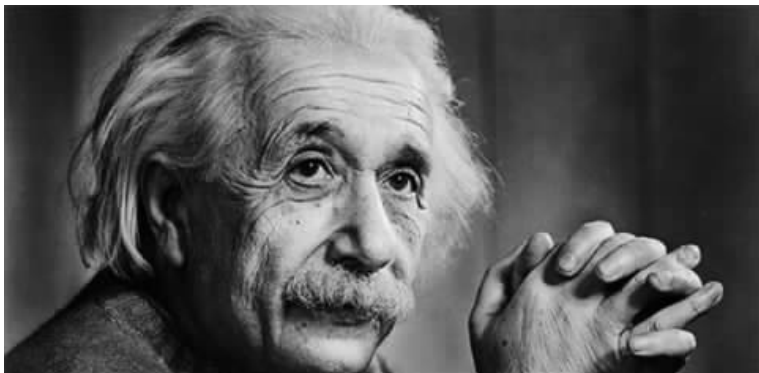


图 1-2 阿尔伯特·爱因斯坦（1879 年 3 月 14 日—1955 年 4 月 18 日）

世界著名的犹太裔物理学家爱因斯坦认为，他取得成功的一个关键因素就是狂热的好奇心。婴儿的探究反射表明，人类从婴儿时期就表现出强烈的好奇心。观察发现，婴儿发现新奇事物时，会不由自主地动用视觉、听觉、味觉、触觉等多种感觉，如伸手触摸，伸出舌头品尝等来探个究竟。随着年龄的增长，到了幼儿期，好奇心更加强烈和明显。幼儿不仅通过感官和动作，而且会通过语言来表达自己对周围世界的好奇。这种好奇最初是本能反应，是情景性的，但如果受到鼓励与强化，就会变成认知与情感的结合。

美国学者希克森特米哈伊（Csikszentmihalyi, 1996）在谈到创造性人才的因素时明确指出，好奇心是需要保护的，小孩子与生俱来的好奇心的萌芽能否保持到成年，很大程度上依赖于早期的生活经验。婴幼儿的知识经验较少，对他们来说，周围的许多事物都是新奇的，他们想要观察、触摸、探个究竟，这些都是好奇心的外在行为表现。如果这些行为能得到更多的鼓励与支持，好奇心就会逐渐内化为幼儿的人格特征。相反，如果缺少环境的鼓励与支持，孩子们的这些行为就会逐渐消退，表现为对新奇事物的冷漠、回避等心理倾向，从而不利于创造性人格特征的形成。

创造性的培养应该从娃娃抓起，这个观点已经得到学者们的一致认可。但在实际生活中，孩子的好奇心往往被父母或老师在不经意中抹杀了。通常大人抑制孩子的好奇心主要有以下几种情况。

一是制造恐惧。恐惧的情绪会在不知不觉中扼杀孩子的好奇心。当孩子感到周围的环境混乱无序或感到失去安全感时，他就开始拒绝探索新事物。遭受过战争、地震等自然灾害、家庭不幸或暴力冲击的孩子，往往会好奇心大减。孩子听到的一些恐怖故事、看到的恐怖镜头，以及大人过分夸大某项活动的危险，都会有意无意地损害孩子的好奇心。

二是制止孩子的探索意向。笔者有一次在小区看到这样一幅情景：一位年轻的母亲带着三岁的小男孩在小花园里玩。小男孩看到地上有片黄色的树叶，就伸手去捡。母亲大喝一声：“别摸，太脏！”孩子吓得立刻把手缩回去，怯怯地看了一会儿叶子，然后乖乖地跟着母亲离开了。诸如此类的场景在现实生活中仅是一个缩影。“别动”“别嚷”“别开”“别跑”“别弄坏了”……类似的警示语是很多父母和老师的口头禅，父母和老师总是出于各种担心对孩子的探索性行为进行约束。当孩子捡树叶的行为遭到父母训斥后，孩子也许就失去了对树叶和泥土的好奇心，就可能逐渐疏远这个五彩斑斓的生物世界。一些“听话”的孩子乖乖地听从了父母和老师提出的制止指令，这在一定程度上就等于大人逐渐把一个个枷锁套在了孩子身上。套的枷锁越多，孩子自由的心灵就越麻木，孩子的探索性行为也就越少。

三是拒绝参与孩子的活动。父母的参与对激发和维持孩子的好奇心有至关重要的作用。一方面，在进行探索性活动时，父母的参与会给孩子充分的安全感；另一方面，父母在共同参与的过程中可以分享孩子探究的快乐，对孩子的探究行为是一种极大的激励和强化。但现实生活中，父母由于工作忙、精力不足、对孩子的探索性活动重视不够、没有兴趣等种种原因，往往忽略孩子的探究行为，也就很少主动参与孩子的探究活动。

当孩子好奇地向父母提出“我从哪里来”“为什么天空是蓝的”这类问题时，一些父母一时解释不清，往往就找个借口随便搪塞过去了。殊不知，这种消极反应本身就是一种不参与的表现。伴随这种应付性的回答，孩子对这类问题的兴趣就可能渐渐消退了。

（二）海底捞的启示：经验

经验（experience）指的是人们在体验或观察事物的过程中获得的知识 and 技巧。这些知识和技巧可以应用于并指导后续的作业。运用经验来产生创造力有三种模式：改进、复制模仿和重新组合。

1. 改进

改进是对原有事物进行修改和增删，使事物在原有基础上有所进步。改进 = 改善 + 创新，其中改善是在不抛弃原方案的基础上循序渐进地逐步改进；

而创新是抛弃原有方案，尝试新方法，探索新途径，从而进行改进。

创新是一触即发式的改进，即跳跃式改进。现代汉语词典中对“创新”的注释是“抛开旧的，创造新的”。改善与创新既有联系又有区别。改善是创新的基础，创新是改善的必然结果。

20世纪，日本及中国台湾因改善而成功，美国及欧洲因创新而成功。21世纪，谁最先把改善和创新的结合体——改进成功推广及应用，谁就会在竞争中立于不败之地。

2. 复制模仿

复制模仿是指人们通过模仿成功的创意来达到自身创新的目的。众所周知，“海底捞”出身寒微，它从偏远的简阳一路走来，至今已经成为中国最大的火锅店。海底捞成功的秘诀是多方面的，其中一个关键因素在于它专注于每个服务细节，让每位顾客以实惠的价格切身体会到“五星级”的服务。例如，停车有代客泊车，等位时有无限免费水果、虾片、黄豆、豆浆、柠檬水提供，有免费擦鞋、护手、美甲及宽带上网，还有各种棋牌供大家娱乐；根据顾客需求提供半份菜，为长发顾客递上束发皮筋，为戴眼镜的顾客送上擦眼镜布，为顾客的手机套上塑料袋；洗手间有专人按洗手液、递纸巾；服务员不仅熟悉老顾客的名字，甚至记得一些人的生日及结婚纪念日。



图 1-3 海底捞火锅店

海底捞的服务得到了社会的广泛赞誉和顾客的一致认可，其中的一些服务已经被相关的行业企业借鉴。例如，饭店等待区的一些免费服务和小吃、

企业对服务员的服务意识培训等，有效地提升了各自的服务质量，这就是成功的复制模仿。

3. 重新组合

重新组合是一种局部创新的技术，通过将整体拆分成部分，然后对每个部分进行创新，从而实现整体的创新。乐高积木就是通过这种重新组合吸引了无数孩子，给孩子们带来无限的乐趣。



图 1-4 乐高积木的组合乐趣



图 1-5 浙江吉利控股集团有限公司