

A man of great originality

—— 创新灵感思维训练

百望山 编著



你是最有创意的

地震出版社

A man of great originality

创意改变生活

—— 创意改变生活 ——



你是最有创意



你是最有创意的人

——创新灵感思维训练

百望山 编著

地震出版社

图书在版编目(CIP)数据

你是最有创意的人 / 百望山. —北京: 地震出版社, 2004. 3

ISBN 7-5028-2369-7

I. 你… II. 百… III. 创造思维学 IV. B804.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2003)第104949号

你是最有创意的人

——创新灵感思维训练

百望山 编著

责任编辑: 月 生

责任校对: 庞亚萍

出版发行: 地震出版社

北京民族学院南路9号

邮编: 100081

发行部: 68423031 68467993

传真: 88421706

门市部: 68467991

传真: 68467972

总编室: 68462709 68423029

传真: 68467972

E-mail: seis@ht.rol.cn.net

经销: 全国各地新华书店

印刷: 北京市顺义康华福利印刷厂

版(印)次: 2004年3月第一版 2004年3月第一次印刷

开本: 880 × 1230 1/32

字数: 219千字

印张: 9

印数: 00001 ~ 12000

书号: ISBN 7-5028-2369-7/Z · 248 (2969)

定价: 21.80元

版权所有 翻印必究

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

目 录

第1部分	突破大脑5%
------	--------

第1章	相信自己，我能行 / 9
-----	--------------

1.挑战自我 / 11

2.只要敢想，我就能飞起来 / 18

第2章	敲开创新的门 / 25
-----	-------------

1.普遍撒网，重点捕鱼 / 26

2.进门需知 / 29

3.曲线中的捷径 / 41



第 2 部分

“惯性思维”的创新

第3章 练就一双火眼 / 61

1.眼睛是骗子 / 63

2.莫随波逐流 / 66

第4章 一个蛋糕与一块蛋糕 / 75

1.蛋糕要一块一块吃 / 76

2.“积木”中的奥秘 / 85

第5章 按图索“技” / 93

1.脑图 / 93

2.表格 / 100

3.坐标系 / 110

4.树形图 / 116

5.创意“圆” / 124

第6章 奥斯本的 SCAMPER / 131

1.替换 (SUBSTITUTE) / 139

2.结合 (COMBINE) / 143

3.改进 (ADAPT) / 147

4.扩大 (MAGNIFY) / 152

5.修正 (MODIFY) / 156

6.有其他用途吗 (PUT TO OTHER USES) / 160

7.去掉或缩小 (ELMINATE OR MINIFY)

/ 165

	8. 重组 (REARRANGE) / 169
	9. 颠倒 (REVERSE) / 173
第7章	创新技巧 / 181
	1. “拔河”的技巧 / 182
	2. 多问几个为什么 / 188
	3. 换个想法就成功 / 196
	4. 未卜先知 / 201
	5. 神秘的关联 / 207
第3部分	创意训练
	第8章 攀上巨人的肩膀 / 223
	第9章 头脑风暴 / 235
	第10章 日本人的技巧 / 249
第4部分	创意的优先与选择
	第11章 优先化方法 / 261
	第12章 创意评估 / 267
	第13章 结 语 / 277

你是最有创意的人



第1部分 突破大脑5%

众所周知，有些动物有冬眠的习惯。它们通过冬眠，能够摆脱冬日缺衣少食的苦境，此举堪称高明。作为世界的主宰，人类也有冬眠的特征。不过，这种冬眠却难见高明。人类的冬眠，在于对脑资源的开发和利用相当有限（一般人对大脑的运用，还不到5%）。由于没有睁开大脑之“眼”，就无法看到自己体内的“金矿”。因而，这种“冬眠”尤其让人惋惜。何谓人体的“金矿”？它是财富，是智慧；是人体内蕴藏的灵感、思想、情感和活力；是一切思维和创造力。因此，应当不惜一切代价，开动你的思维机器。

人生是一种创意，每个人都有可能成为“创意大师”。要想获得一流的创意，不必总是由表及里，一味按照通常的思维模式获得解答，完全可以从创意的最终结果逆流向上，捕捉创意。这正是本书的主旨。

本书最突出的贡献和特点，还在于它能带来强烈的诱惑，诱使你迅速对商业产生好感。你能够意识到从商对于完善人生，具有非凡的意义。作者尤其要告诉人们一个结论：“下海”淘金，其实是一件非常简单的事。比如，迪斯尼的许多理念，有赖于阅读《读者文摘》；“清除库存”的想法，诞生了著名的沃尔玛公司；观看赛马，足以创造棒棒糖销售史上的奇迹；爱迪生从事发明惟一的动力，不过是为了赚钱；推翻或调整既定的假设，使超级市场得以一朝出现，使通用公司率先开创分期付款购车的先例……简而言之，本书致力于提供大量训练技巧，以开拓人的思维，并随时随地产生绝佳的商业创意。

本书所有的论述，通通指向一个事实：事业的成功，主要是来自思维的开拓。只要培养个人的创造力，就能获得改变人生的所有资源和动力，从此成为“商海”中的英雄。换句话说，只要善用思维，学会适当变换看待周围事物的视角，你就可以开阔眼界，拥有从其他角度进行观察和总结的可能性，看到原来始终无法看到的结果。

世间有无数种浪费的情形：虚度光阴，是一种浪费；简单重复，是一种浪费；墨守陈规是一种浪费；交友不慎，是一种浪费……但最大的浪费，莫过于头脑处于冬眠状态，发达的思维“偃旗息鼓”，甚至将此局面一直带入坟墓。这肯定是许多人共有的情形。我想，人生最大的痛苦，大概莫过于此。

第 1 章 相信自己，我能行



有一句话你一定相信：无论从事什么行业，你的明天都会被今天的努力所影响，你的未来都与现在的创造息息相关。没有创新怎么可能实现我们的梦想和追求！

当你打开这本书，就已经开启了一条通往成功的创新之门，它所提供的各种训练技巧只需亲身实践，就能使你从生活的点滴中获得各种新颖奇妙的创意，帮助你赚钱、谋生、解决各种问题，在当今社会的激烈竞争中迅速的出人头地！

本书所提到的这些技巧因其实用性而被各个行业的人士所看好，它的覆盖范围很广：从军事到政治，从生存到发展，从文学到商业经营，从古典到现代……

此外，本书还将改变你创新的思维方式，同时揭下创造性本身神秘的面纱。或许，你将首次看到摆在你面前的无数机会，仿佛站在通往罗马的条条大路的汇集点。通过本书你将学会：

- 自如地产生创意；
- 赢取赚钱的机会；
- 发掘新的商机；
- 创造新的产品、工作流程；
- 激发潜在的市场潜力；
- 提高自身的工作效率；
- 做所在集体的不可或缺之人。

你想表现得像个“有创意的人”吗？那就随我走进本章吧。它将帮助你战胜对于创意的紧张或者恐惧心理，并提供相关的训练，使你在心理和行为上变得勇敢而自信。

请记住我们这章的关键句：要想成为富有的创意者，你必须首先充满自信！



1. 挑战自我

你相信吗？人类某些生理上的反应，完全可以被人类自己有意识地加以改变，或者夸大或者缩小。也就是说，你可以通过调整自己的心态，在大脑里催生一种特殊的化学物质，对你的态度和思维产生积极的影响。

比如当你心情萎靡时，大脑的敏捷度，与你自信、喜悦时的状态就有很大的不同。

而当你感觉人生得意、事业成功时，你头脑的聪明度比你感觉人生处处失意时要高得多。

同样，当你对自己充满自信时，你的思维状态与你妄自菲薄、自感缺少创造力时也大不相同。

因此对于产生创意来说，最大的障碍莫过于恐惧心理（fears）、缺乏自信（uncertainties）和自我怀疑（doubts）——FUDS。然而，多数人都受制于FUDS，并且被它们所控制而无所建树。

产生创意的前提必须是学习控制恐惧心理、战胜缺乏自信和自我怀疑，将具有破坏性的、消极的人生态度转化成一种崭新、积极的力量。要做到这一点，我们首先要发现自身的消极因素并用正确的态度面对它，然后集中精力做出调整 and 改变。

假设你正驾驶车辆向前行驶，你的汽油压力计显示油量过低。那么，这就是一个消极的指示。如果你没有置之不理，也没有因此慌张，而是在一家加油站把车停下来加油，然后继续前进，向目的地进发。那么你就没有被这种紧张心理所吓倒，而是成功地战胜了一次

恐惧。

还是上述的情景。你可能在驾驶的时候，始终没有勇气观察汽油压力表。原因很简单，恐惧心理完全控制了你的思维，你不敢正视它。如果你继续前进的话，你的驾驶将缓慢且始终伴随着恐慌和不安。

普雷斯科特·莱基是自我形象心理学的开创者。他发明了一种心理调节法，其核心内容是确定一个主体，并将其定为标准。个人通过与主体的对比，以发现个人某些消极的观点，并在心理上进行自我纠正。莱基相信，人类的心理对于一致性有着内在的需要，如果一种思维和其他更为有力的思维（或观点）不一致，大脑就会排斥前者。

莱基发现用于改变消极信念、克服内心恐惧的两个有效的心理调节方法。它们是：

· 人们都有一种能够做好自己工作的信念。如同两个人共同抱一根圆木时的情形一样，当其中一个人抱起圆木的一端时，另一个人也可以抱起圆木的另一端。因为在通常情况下，人们普遍相信自己拥有足够的独立性，有必备的人生能力。

· 人们相信自己身上拥有某种能量。它能使自己同世界其他人一样，拥有同样的天赋和才能。这种自信能避免妄自菲薄和遭受耻辱。

莱基的一个病人是销售员，他害怕向高级职位的客户征求定货。

莱基问他：“你会四肢着地，态度虔诚地爬到办公室里，拜倒

在一个高级人员面前吗？”。

“当然不会！” 莱基的病人回答。

“那么，为什么在你的头脑里，却像是在爬行而且战战兢兢呢？当你非常关心对方能否同意你的要求，因而毫无自信地走进他的办公室时，你的行为在本质上是和“爬行”同样的。难道你没有看见，作为一个同样有尊严的人，你是在乞求他的同情吗？”

在人的一生中，有一条值得记取的原则：人不一定非得改变自身的个性或者生活方式才能达到目的。即便是为了战胜困难，突破障碍，人们也不要轻易做出有违于心灵或者本性的改变。

有一次，乔治·巴顿将军（1885 ~ 1945，美国陆军上将，第二次世界大战期间曾率部下参加北非战役，后任美国第七集团军司令、第三集团军司令，其装甲部队屡建战功）曾被问到：在战役打响前，他是否有恐惧或者心里根本没底的时候。巴顿将军回答说：“在战争开始前，甚至在战争进行中，我都会经常感到恐惧。但重要的是，我从不向恐惧妥协。”

我们接下来要做的就是：**克服恐惧心理训练**。

莱基在研究成果的基础上精心设计了一种非常有效的训练方法，它可以帮助你克服恐惧心理、缺乏自信和自我怀疑。在闹钟的滴答声中，你把自己的恐惧全部写出来，并正视它们，然后用那些可以使你成功的积极因素逐步而彻底地代替这些恐惧。

训练步骤：

(1) 集中注意力，把那些妨碍实现个人目标的消极想法写下来。把它们写在“消极”下面。

(2) 坐下来，平静地审视你所写下的那些消极因素。剖析你是怎样因为紧张和恐惧把事情弄糟，并且使局面变得不可收拾。

(3) 用一个客观性的、积极的想法去替换每一个主观的、消极的想法。把它们写在“积极”的下面。

下面是两个训练实例。第一个例子展示的是向管理层提出建议时所产生的恐惧；第二个例子是生产一种新产品的恐惧心理。

训练一

消极因素	积极因素
提供这种建议是没有意义的。管理层的人比我更有经验，更有专业能力，他们可能早就设想过这个方案。	也许情况并不是这样。难道我是期待这种建议非得是一枚“重磅炸弹”，也就是说一个很小的方案导致重大的结果吗？那显然不合实际。不妨换个角度想一下，如果我是公司的领导，我希望获取所有的想法吗？答案是肯定的。当然，我将把所有的想法写下来，然后进行相应的否定或肯定。

续表

消极因素	积极因素
这个想法太不符合传统了。如果我提出这样的建议，就会成为别人的笑柄。	可能我的想法遭到了拒绝，但人们也会尊重和赞扬那些在工作中有想法的人，那些经常想方设法改变现状的人、不劳则无获，想法越有冒险性，回报的潜力就越大。
我一生从未有过新颖的想法。我最好的做法就是不要去冒险。	我认为消极的感受一定会产生某种结果，那就是我受制于它，它就肯定转而束缚住我。我真正的问题是有个错误的自我印象。试想，如果公司也像我对我自己一样，也对我怀有消极看法，他们当初会雇佣我吗？
我最近的想法可悲地失败了，而其他人却没有。我害怕第二次失败。	我夸大了结果的重要性。托马斯·爱迪生曾经说过，失败是成功之母。人生惟一的憾事就是从来不进行尝试。只有不尝试的人才会永远不犯错误！