

21世纪高等学校应用型特色精品规划教材
● 经济管理系列



创意思维实训

段轩如 秦朝森 编著



清华大学出版社

21 世纪高等学校应用型特色精品规划教材·经济

创意思维实训

段轩如 秦朝森 编著



清华大学出版社

北 京

内 容 简 介

本教材是面向以创造性为突出特征的某些专业群的必修实训课程。教材涉及的创意思维实训内容广泛,有逻辑思维、辩证思维、逆向思维、纵向思维、横向思维、立体思维、超前思维、发散思维、聚合思维、侧向思维、幽默思维以及联想与想象、直觉与灵感等。对每种思维的创意生发从原理、案例到训练进行较为详尽的阐述和精心的设计安排。教材图文并茂,深入浅出,将深奥的理论知识融于不同的创意案例和创意实训中去,在实践中体悟创意的乐趣并把握创意理论和创意手法、技巧,以期通过系统的实训,培养学生的创意思维品质、开发创意思维潜能。

本教材既可作为高等院校创意教材使用,也可用于各类文化创意设计人员提高自身思维拓展学习。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

创意思维实训 / 段轩如, 秦朝森编著. -- 北京: 清华大学出版社, 2015

(21 世纪高等学校应用型特色精品规划教材·经济管理系列)

ISBN 978-7-302-39429-7

I. ①创… II. ①段… ②秦… III. ①创造性思维—高等学校—教材 IV. ①B804.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 028603 号

责任编辑: 王玉玲

装帧设计: 王 军

责任校对: 侯佳宜

责任印制: 刘海龙

出版发行: 清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址: 北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编: 100084

社 总 机: 010-62770175 邮 购: 010-62786544

投稿与读者服务: 010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈: 010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课 件 下 载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62791865

印 装 者: 三河市中晟雅豪印务有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 185mm×230mm 印 张: 17.75 字 数: 343 千字

版 次: 2015 年 3 月第 1 版 印 次: 2015 年 3 月第 1 次印刷

印 数: 1~3000

定 价: 39.00 元

产品编号: 063220-01

前言

如何通过教育开发学生的创造力，特别是潜在的创新思维，培养创新精神，提高创新能力，是摆在每一位教育工作者面前的崭新课题，因此，适时加强在校大学生创造性能力的训练具有一定的战略意义。该教材的主旨是在开创性的创新课程和改革性的课程创新方面作出探索，在创新人才培养的大视野下，使学生通过创新课程的理性把握（创新意识的培养、创新方法的掌握、创新能力的提高）和课程创新的感性熏陶，形成良好的创造性格，最终达到创造性思维能力的提高这一创新教育的核心目标。

创意思维能力是整体思维能力的重要组成部分，是构架良好思维品质的重要支柱。但是长期应试教育下的学习生活积累下来的种种思维定势，却成为禁锢思维创造的枷锁。经验下的思维定势诱导人们自觉或不自觉地进行习惯性思维，以至于创造力得不到很好的发挥。而未来社会的竞争，是高科技的竞争，是人才的竞争，但归根结底是人的创新思维能力的竞争，因为任何创新，首先是从思维开始的，没有创新思维的先导，就不可能有创新的行为的展开。创意思维的开发是出于人本身的需要、时代的需要、社会的需要，它关系到高素质人才的培养问题，关系到学生们未来的可持续发展问题。这就要求教育工作者在教学观念、教学内容、教学方法、教学实践等各个环节都要围绕着学生的创造力开发这个中心展开。在教学观念上，要改变学生的“教育对象”为“发展对象”；在教学内容上，从传授教学转向创意思维的开发研究；在教学方法上，以启发、诱导、讨论为手段，重在引发学生的发散思维和创造力；在教学实践上，鼓励参与社会交流，使其产生互动，享受创意的乐趣，培养自信。

本教材广泛吸收、借鉴国内外的研究成果和创新方法，既站在国内关于创教育理论探讨的基点上，又针对其多停留在理论层面，可操作性不强的弱点，加强实用性，突出理论与实践的有机结合，把创新能力的培养落实到实处，为学生创新提供从意识到方法的必要条件，以期使学生通过创意思维实训，最终形成良好的创意意识和创造性格。

教材编写中吸收了许多同行的研究成果，由于受参考媒体的局限，无法一一追溯来源，特此说明。作为一种探索，教材会存在一些不足，希望广大师生提出宝贵意见。

目 录

第一章 创意路上的潜在障碍—思维定势····· 1	第二节 逆向思维创意的思路示例····· 118
第一节 思维定势及其形成····· 2	第三节 逆向思维的创意实训导引····· 123
第二节 突破思维定势思路示例····· 17	第六章 深度创意的纵向思维与拓展创意的横向思维····· 128
第三节 突破思维定势的训练····· 20	第一节 纵向思维与思维深度的开掘····· 129
第二章 确定性创意的形式逻辑思维····· 27	第二节 横向思维与思维广度的拓展····· 135
第一节 形式逻辑思维及其特点····· 28	第三节 横向拓展与纵向开掘的创意实训导引····· 144
第二节 形式逻辑思维创意的思路示例····· 46	第七章 全视角创意的立体思维····· 150
第三节 逻辑思维的创意实训导引····· 50	第一节 立体思维及其特点····· 151
第三章 不确定性创意的辩证思维····· 57	第二节 立体思维创意的思路示例····· 159
第一节 辩证思维及其特征····· 58	第三节 立体思维的创意实训导引····· 165
第二节 辩证思维的创意思路示例····· 73	第八章 跨越时空创意的超前思维····· 168
第三节 辩证思维的创意实训导引····· 78	第一节 超前思维的含义及其特性····· 169
第四章 用形象思考的联想与想象····· 83	第二节 超前思维创意的思路示例····· 178
第一节 联想、想象及其特点····· 84	第三节 超前思维的创意实训导引····· 182
第二节 联想、想象创意的思路示例····· 95	第九章 聚散自由创意的发散与聚合思维····· 189
第三节 联想、想象思维的创意实训导引····· 100	第一节 发散思维与聚合思维····· 190
第五章 反其道创意的逆向思维····· 110	第二节 发散思维与聚合思维创意的思路示例····· 203
第一节 逆向思维及其特点····· 111	



创意思维实训

第三节 发散思维与聚合思维的创意实训导引·····	208
第十章 旁通创意的侧向思维·····	214
第一节 侧向思维概述·····	215
第二节 侧向思维创意的思路示例·····	220
第三节 侧向思维的创意实训导引·····	229
第十一章 怪诞创意的幽默思维·····	235
第一节 幽默及其特点·····	236
第二节 幽默思维创意的思考方式与表达·····	239

第三节 幽默思维的创意实训导引·····	253
第十二章 直觉思维与灵感的捕捉·····	257
第一节 直觉的特征、作用及敏感度的培养·····	258
第二节 灵感的特征及其捕捉·····	265
第三节 直觉与灵感能力的养成与训练·····	274
参考文献·····	278

第一章

创意路上的潜在障碍 ——思维定势

本章学习要点

- ✦ 了解思维定势的概念
- ✦ 识别各类思维定势
- ✦ 掌握突破思维定势的方法



第一节 思维定势及其形成

半亩方塘一鉴开，天光云影共徘徊。问渠那得清如许？为有源头活水来。

——朱熹

思维需要不断地进行知识和观念的更新，否则一个人的思维将变成一潭死水，僵硬呆板，毫无生机。

一、思维定势及其影响

为什么人们听到“护士”、“幼儿园教师”，头脑中马上浮现女性的身影？要知道男护士也越来越多，有些男护士还承担着诸如喂奶（图 1-1）等女性从事的工作。为什么听到“警察”、“律师”、“司机”这些词，头脑中就会浮现男性形象？这些情况都说明是头脑中的思维定势正在起作用。那么，何为思维定势？

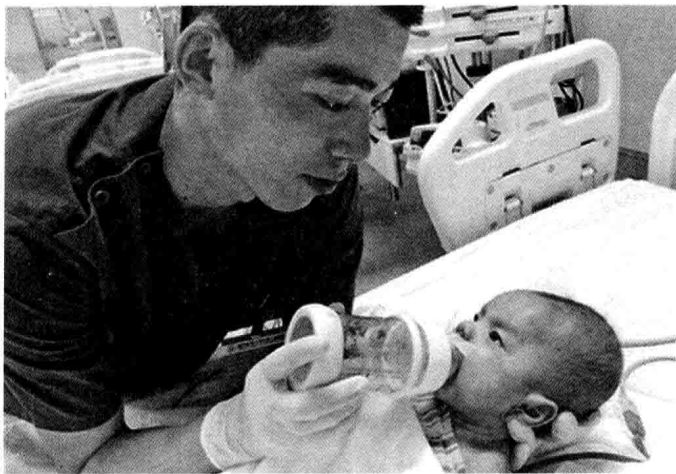


图 1-1 男护士¹

（一）思维定势的内涵

所谓思维定势，就是按照积累的思维活动经验教训和已有的思维规律，在反复使用中所形成的比较稳定的、定型化的思维路线、方式、程序、模式。通俗来讲，就是过去的思维影响当前的思维。正如雨水冲出一条沟，这条沟在雨水的反复冲刷下形成一个渠，这条渠就会

¹ www.cq.ifeng.com

成为以后走水的通道，而人的思维定势也是这样形成的。当人们思考一个问题时，或多或少地存在一种思维惯性，会习惯地依据已有的知识，按照一种固定的思路去考虑问题。这种习惯性思维程序就像条件反射一样，一考虑问题就会出现不假思索的反应行为和适应行为。

一张纸上画一个正方形，剪下来后的东西是什么？答案是正方体。为什么许多人会回答“正方形”？因为人们常常用概念的外延印象代替对内涵的思索，而纸片状的正方体不常见。

思维定势有强大的惯性，这种惯性会使思考者长久保持对它的依赖。这种定势一旦建立，就会支配人们的思维过程、心理过程乃至实践行为，具有很强的稳固性甚至顽固性。



案 例

阿西莫夫是美籍俄国人，世界著名的科普作家。他曾经讲过一个关于自己的故事：

阿西莫夫从小就很聪明，在年轻时多次参加“智商测试”，得分总在160左右，属于“天赋极高”之列。有一次，他遇到一位汽车修理工，是他的老熟人。修理工对阿西莫夫说：“嗨，博士！我来考考你的智力，出一道思考题，看你能不能正确回答。”阿西莫夫点头同意，修理工便开始说思考题：

“有一位聋哑人，想买几根钉子，就来到五金店，对售货员做了这样一个手势：左手食指立在柜台上，右手握拳做出敲击的样子。售货员见状，先给他拿来一把锤子；聋哑人摇了摇头。于是售货员就明白了，他想买的是钉子。聋哑人买好钉子，刚走出商店，接着进来一位盲人。这位盲人想买一把剪刀，请问：盲人将会怎样做？”阿西莫夫脱口答说：“盲人肯定会这样——”他伸出食指和中指，做出剪刀的形状。

听了阿西莫夫的回答，汽车修理工开心地笑起来：“哈哈，答错了吧！盲人想买剪刀，只需要开口说‘我买剪刀’就行了，他干嘛要做手势呀？”

阿西莫夫只得承认自己的回答很愚蠢。而那位修理工在考问他之前就认定他要答错。

阿西莫夫为什么会犯如此明显的思维错误？主要是由于思维定势造成的。



课内互动

体会在解答下列问题时所受到的思维制约。

- (1) 阿福在路边看到一张百元钞票和一块骨头，但阿福却只捡了骨头。这是为什么？
- (2) 草地上画了一个直径10米的圆圈，圈中有一头牛，圆圈中心插了根木桩，牛被一根5米长的绳子拴着。如果不解开或隔断绳子，这头牛可否吃到5米之外的草？

(二) 思维定势的特征

1. 固定化

思维习惯形成后，会逐步深入人的潜意识层面，成为不自觉的、类似本能的反应，它很难被改变，又会在生活的方方面面发挥作用，伴随人终生。一个男人在公司干了25年，



他每天用同样的方法做着同样的工作，每个月都领着同样的薪水。一天，愤愤不平的男人决定要求老板给他加薪及晋升。他对老板说：“毕竟，我已经有 25 年的经验。”老板叹气说：“你没有 25 年的经验，你是一个经验用了 25 年。”我们有多少时候也只是依据过去经验从事工作，我们是否也只是按部就班，人云亦云？比如，是否也是提到别针就想到夹东西、提到螺丝只局限在用于螺母？

2. 隐蔽性

正是因为思维定势进入潜意识层面，人很难觉得到自己受到思维定势的影响，以为自己在做理性的分析和判断，其实只是沿着一种思维习惯在决策，是“穿新鞋走老路”。思维定势的要害是，它总是不知不觉地把人的思维规范到旧有的逻辑链上，并确信这是唯一正确的理性选择。以上两个“课内思考”很容易利用人们的思维定势，把我们诱入思维的“迷潭”。其实，“阿福”是条狗，那头牛“牛被一根 5 米长的绳子拴着”，却并没有说拴在了木桩上。

3. 定向性

思维定势会使人在解决问题时，有明确的思考方向、思考方法，它可将新旧问题的特征进行比较，抓住共同特征，将已有的知识和经验与当前问题情境建立联系，利用处理过类似的旧问题的知识和经验处理新问题，或把新问题转化成一个已解决的熟悉问题，从而为新问题的解决做好积极的准备。

（三）思维定势的影响

思维定势对人们思考问题有很多好处。它能使思考者省去重新摸索、试探的思维过程，节省脑力和时间，提高思维效率，能熟练地解决问题。所谓“驾轻就熟”，就是形容这种情况。思维定势给人在思考问题时带来倾向性。这种倾向性，对于解决一般的问题、惯常的问题，可能会起积极的作用。有人曾统计过，思维定势可以帮助人们解决每天所碰到的 90% 以上的问题。

凡事有利必有弊。思维定势常常用以往的知识、经历、经验和直觉，不由自主地对问题的原因或结果直接作出条件性的判断，有较多的随机性。比如遇到似是而非的问题时不假思索地套用思维定势，就容易犯明显的思维错误。如图 1-2 所示，生活在丛林中的人，习惯了到处是森林的环境，在丛林中穿梭跳跃，但是乱砍乱伐却导致了他经验的失效。所以思维定势对于创造性地解决问题，往往会成为一种束缚，一种障碍，它会使人囿于某种固定的反应倾向，跳不出框框，打不开思路，从而限制自己的创造性思考，使心理活动表现出惰性、呆板。



图 1-2 公益广告——习惯了跳跃，但已经没有了森林



课内互动

四方块问题¹：仔细看看图 1-3，现在让我来问你四个问题。准备好了吗？

Q1 问题1

Divide the white area in square A into two equal pieces.
Easy! Isn't it?

请把方块A中的白色区域分成大小和形状一样的两个部分。

很容易。是不是？

Q1

Divide the white area in square A into two equal pieces.

Here is the answer!

答案就是这样简单！

Q2

Divide the white area in square B into three equal pieces.
Not so difficult!

请把方块B中的白色区域分成大小和形状一样的三部分。

也不太难！

Q2

Divide the white area in square B into three equal pieces.

Here is the answer!

答案就是这样

¹ 例见<http://www.docin.com/p-483486088.html>



Q 3
Divide the white area in square C into four equal pieces.
Very difficult? That's right!
请把方块C中的白色区域分成大小和形状一样的四个部分。
很难? 的确如此。

Q 3
Divide the white area in square C into four equal pieces.
Here's the answer!
答案如绿线所示。

Q 4
Divide the white area in square D into seven equal pieces.
请把方块D中的白色区域分成大小和形状一样的七个部分。
World Record is SEVEN seconds!
答出这个问题的最快世界纪录是七秒钟!

Q 4
Divide the white area in square D into seven equal pieces.
Any ideas?
有什么头绪吗?
?

Q 4
Divide the white area in square D into seven equal pieces.
Are you still puzzled?
是不是还在那儿绞尽脑汁, 百思莫得其解?
?

Q 4
Divide the white area in square D into seven equal pieces.
Here's the answer!
答案就在这里!

Q 4
If you didn't get the answer, it was just that your mind was conditioned to seek a complex solution!
要是你没能想出答案, 那只不过是让你的心灵已经被前几个问题引导到“求复杂解决方案”的思路去了!

图 1-3

二、常见思维定势及其克服

常见的思维定势有以下几种。

（一）权威定势

1. 内涵

权威定势是指盲目相信行业内专家权威的观点，无视其观点可能存在的错误，不假思索地以权威的是非为是非。



案 例

美国某大学心理学系曾做过这样一个心理学实验。一天，上课前，教授向学生们介绍了一位来自德国的世界闻名的化学家，名叫冈斯·施米特，说这次是被特别邀请到美国来研究某些物质的物理化学特性的。这位博士用德语说，他正研究他所发现的几种物质的特性，这些物质的扩散速度极快，人们能够马上闻到它们的气味。说完，他从皮包中拿出一个装有液体的玻璃瓶对大家说：“现在我就拔下瓶塞，这种物质马上就会从瓶中挥发出来。这种物质是完全无害的，只是有那么一点气味，这个瓶子里装的是样品，气味很强烈，大家很容易闻到。不过，我有个请求，你们一闻到这种气味，就请把手举起来。”说完，这位化学家拿出秒表，上紧发条。并问大家有没有什么问题。停了一会儿，实验者拔出瓶塞。没多久，学生从第一排到最后一排依次举起手。施米特博士向学生们表示感谢，并带着满意的神情离开教室。后来心理学教授自拆骗局。哪里有什么德国来宾，这位“施米特博士”，不过是德语教研室的一位老师装扮的，而带有强烈气味的物质，原来是蒸馏水。



课内互动

列举出你自己思维中的“权威定势”：

- （1）时间链上——不同时间段的权威定势（幼儿园—小学—中学—大学）；
- （2）空间链上——不同领域的权威定势（专家—学者—历史名人—偶像……）。

思维中的权威定势给你带来了哪些正、负面影响？

在多数情况下，遵照专家的意见行事，往往会带来好的结果。因为专家在某一领域内有独到精辟的看法和见解，为人们提供了大量宝贵的间接经验，节省了无数的时间和精力。不过这无形中便强化了权威定势。过分地信赖，甚至迷信专家、权威，就会阻碍自己的创造力发挥。日本管理学家大前研一曾说，他最讨厌的就是不去探求什么是真实的就轻易地完全相信别人的话。因为你既然承认权威是绝对正确的，就不会再去寻求其他新的思路、新的方法。辩证法告诉我们：事物始终是发展变化的。虽然现在某人是某一行业和领域的权威，但他一开始时并不是权威，以后也不一定一直是权威，他的观点随着时代的发展则可能出现错误。那么盲目相信一个可能存在观点错误的权威，危害性极大。为了保持的活力，



人们要时刻警惕权威定势；遵从权威，但决不应该把他们的结论变为自己头脑中的思维定势。

2. 权威定势的克服

在创造性地解决某个问题的时候，面对权威的种种束缚，要敢于怀疑，敢于突破！经常想一想：

是否是以前的权威（没有永久的权威）？从时间的发展上来说，任何权威都只是一时的权威，没有永久的权威，“江山代有才人出，各领风骚数百年”。随着时间的推移，旧权威不断让位于新权威，今天的权威取代昨天的权威，而明天的权威又将取代今天的权威。

是否是别的领域的权威？我们都知道，美国企业管理的权威，不一定能管理好中国的企业；沿海城市的规划专家，不一定能规划好内地的城市。中国人熟知的基辛格博士想到哈佛大学任教遭到了拒绝；克林顿从总统卸任以后，曾被推荐担任哈佛大学的校长，结果也遭到了哈佛大学的拒绝，理由很简单：“可以领导一个国家的人未必就能领导一所学校，因为学校是学术的殿堂，是学术的团体。”在中国，为解决行政部门官员的级别而安排到大学担任校长或副校长的事情已经不是什么罕见的奇闻。一流水准的大学需要具有学者风度、专家水准、大家风范的校长，而不是讲大话、空话、做官样文章的行政官员。具体领域的权威更多在特定领域有发言权，超越其领域的发言就需要人们谨慎对待。

是否是借助外部力量的权威？权威的所言是否与自身利益相关？澳大利亚科学家对运动员做了一个脱水实验。他们找来一批自行车运动员，让他们运动到脱水 3%，然后将他们分成三组，1 组不做任何补给，2 组补充 2% 的水分，3 组补充完整的水分。结果是，这 3 组完成之后，运动员的能力没有明显的差距，不管是补水还是不补水。翻阅了许多证明喝 8 杯水有益的研究文献，发现其中一部分都是品牌公司（例如矿泉水）赞助的，可以说这部分研究，基本就是品牌公司的市场营销，所以肯定会证明喝水好。实际上，研究者找不到一个让人信服的研究结果来说明每天 8 杯水的科学性。

（二）从众定势

1. 内涵

从众定势指个人受到外界人群行为的影响，而在自己的知觉、判断、认识上表现出符合于公众舆论或多数人的行为方式，也就是人们常见的“随大流”现象。“从众”就是服从众人，顺从大伙儿。别人如何做，我就如何做，别人怎么想，我就怎么想。这种从众不仅表现在行为层面，也表现在感情态度和价值观层面。1956 年，心理学家阿西进行一个名叫“三垂线实验”的研究。以大学生为被试对象，每组 5 人，但是其中只有一个人是被试，

其余4人都是事先安排好的实验合作者，实验进行时，全组成员坐成一排，阿西教授向大家出示两张卡片。其中一张画有标准线X，另一张画有直线A、B、C。X的长度明显与A、B、C三条直线中的一条等长。阿西教授要求5个小组成员判断X与A、B、C三条直线中哪一条等长。每一次实验，阿西教授总是把那个真实的被试者安排在最后回答问题，并且事先要求前4个合作者都说直线X与A等长，而实际上直线C明显地与X等长。这就形成一种与事实不符的群体压力，可以借此观察那个真实被试者是否发生从众行为。阿西教授多次的实验结果表明：平均有35%的人发生了从众行为。

这种“从众定势”，是个体心理寻求归宿感和安全感的一种需求，因为它能够消除孤单和恐惧等有害心理。作为社会群体中的一员，以众人之是非为是非，人云亦云随大流，是一种比较保险的处世态度。相反，一个从众定势较弱的人，常常被大家认为“不合群”“孤僻”“古怪”、“冒尖”、“奇葩”等，只要有会，大家就会对这种人群起而攻之。因为创意在许多情况下往往表现为对抗世俗，可能不为普通大众所接受。据网易网2013年9月19日报道：韩国史教师崔某在讲“先史时期文化和国家的形成”单元时，模仿旧石器时代人类的样子，做了“树叶着装”。崔某用树叶遮住羞处几乎全裸进行讲课，该单元第一课讲课视频点击数竟达到5700次。结果这种行为受到了许多人的攻击，认为有违师道，相关部门也决定对其进行调查。这种普遍的社会评价又使“从众定势”得到进一步强化和“泛化”，超出个人行动的领域而成为普遍的社会实践原则和个人的思维原则。

思维的从众定势有利于习惯思维，有利于群体一致的行动，这是它的优势所在。但是，显而易见，从众定势不利于个人独立思考和创意意识的形成。如果一味地“从众”，个人就不愿开动脑筋，也就不可能获得新创意。因此，对于一个团体来说，“一致同意”、“全体通过”的某项决议并不见得是件好事，它的背后可能隐藏着“从众定势”。

2. 从众定势的克服

如何克服从众行为，在创造过程中不受从众压力的威胁呢？

首先，保持健康的质疑态度。突破“从众定势”要有一种“反传统”、“反常规”的精神和勇往直前的大无畏气概。质疑的态度从最广泛的意义上说是促进创造性思维所必需的。如果盲目地接受现状，就不会有创意的动因，就不会看到需求和问题所在。所以，对问题的敏感性是一个人富于创造力的重要特征之一。一旦发现问题，就必须不断地采取质疑的态度，一定要找到全新的解决方法。

重庆从英国引进的露天厕所体现了“反传统”、“反常规”性（图1-4）。其形制四格一组，只能站下一个人，除了一块半米高的挡板，没有任何其他的遮挡。除了方便、美观，经济环保也是它的一大特点。



图 1-4 重庆首次从英国引进的露天厕所

其次，想别人认为是不可能的事。美国发明家贝利在其著的《有创造力的工程师》一书中讲过这样一件事：20 世纪 50 年代初，他曾参加过一个 6AJ4 射频放大管的研制小组。他们在接受任务的同时，还接受了一条命令，经理要求他们任何人不许查看和参阅参考书。结果他们试制成功了这种小功率、频率高达 1000 兆赫的放大管，用在甚高频（UHF）电视波段。研制成功后，他们查看专业书籍，结果大吃一惊，因为专业书上明确写着：玻璃管子的极限频率是 250 兆赫。贝利事后说，如果我们此前看了专业书，一定会怀疑我们是否能造出这种放大管。比如人们都知道椅子是用来坐的，头发用来保护头皮，能否从不同角度思考一下？尝试一下赋予它们的新功能？用椅子来挂衣服（图 1-5），用头来做宣传（图 1-6）。



图 1-5 椅子的新功能



图 1-6 被用作宣传的头发

最后，打破常规。规矩有时会成为限制创造性思维的无形束缚。挑战规矩的同时也会扩展自己的可能性并且可以想出更多的点子。打破规矩的一种方法是连续不断地问“为什么”。要确定限制解决问题的规矩，然后问为什么这是一条规矩。得到一个解释后再次问为什么，接着再问为什么。这种方法可以防止你满足于通常的解释，并且使你能够以不同的视角看这些规矩。

案 例

有一个辣椒酱产品的广告，以“香辣”为诉求点，这个诉求点对于辣椒酱来说，早已经是做滥了，大部分是从味觉的角度着手。不过该广告突破了这一常规：它的情节大致是，一个胖子拼命地吃着辣椒酱，一只蚊子叮在了他的胳膊上，胖子没有赶它，只是阴阴地笑了笑，蚊子喝饱后，嗡嗡的就飞了，随即一声清脆的爆响，蚊子爆炸了……这是一种多么不同凡响的辣酱啊！

课内互动

梳理一下自己平时在工作、生活中有哪些从众行为。挖掘一下这些从众行为背后的社会学原因、心理学原因。创意最忌从众，现在洗发护理产品的广告大都似曾相识，可否拿出一个与众不同的创意？