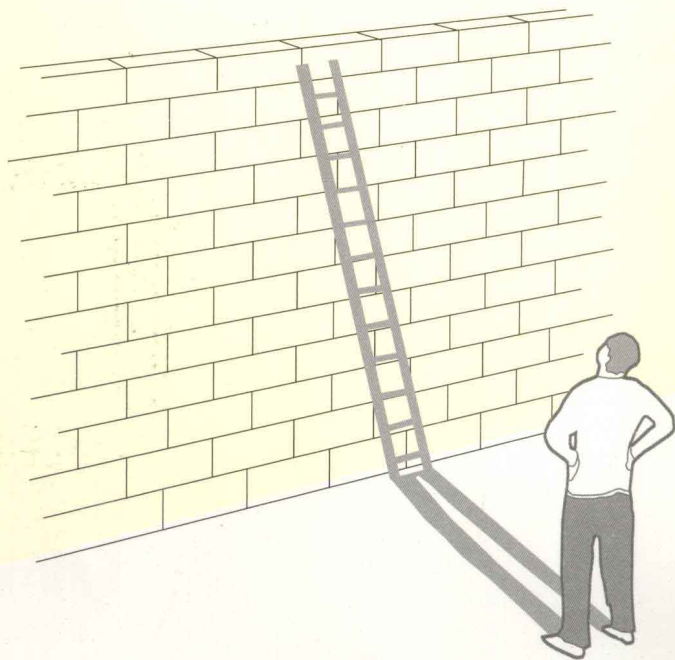


对于过去，你可以分析。但对于未来，你得创意。

Creative Tools

创意工具

冯崇裕 卢蔡月娥 [印] 玛玛塔·拉奥 著



世纪出版集团 上海人民出版社

创意工具

冯崇裕 卢蔡月娥 [印] 玛玛塔·拉奥 著

世纪出版集团 上海人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

创意工具 / 冯崇裕 卢蔡月娥 (印) 拉奥
(Mamata N. Rao) 著. — 上海: 上海人民出版社, 2010
书名原文: Creative Tools
ISBN 978-7-208-09282-2

I. ①创… II. ①冯…②卢…③拉… III. ①创造性
思维 IV. ①B804.4

中国版本图书馆CIP数据核字 (2010) 第070401号

责任编辑 杨越江
装帧设计 陆智昌



创意工具

冯崇裕 卢蔡月娥 [印] 玛玛塔·拉奥 著

出版 世纪出版集团 上海人民出版社
(200001 上海福建中路 193 号 www.ewen.cc)
出品 世纪出版股份有限公司 北京世纪文景文化传播有限责任公司
(100027 北京朝阳区幸福一村甲 55 号 4 层)
发行 世纪出版股份有限公司发行中心
印刷 北京华联印刷有限公司
开本 787 × 1092 毫米 1/16
印张 8
字数 31,000
版次 2010 年 9 月第 1 版
印次 2010 年 9 月第 1 次印刷
ISBN 978-7-208-09282-2 / J · 167
定价 32.00 元

创意工具

冯崇裕 卢蔡月娥 [印] 玛玛塔·拉奥 著

世纪出版集团 上海人民出版社



北京世纪文景文化传播有限责任公司 出品

目 录

5	前言 (Edward de Bono)	
6	更具创意	
11	theme 01 克服既定观念	81 theme 05 创意与环境
11	tool 01: 突破常规	81 tool 10: 创意工作间
19	tool 02: 同理心	87 tool 11: 文化与创意
27	theme 02 摆脱臆测	93 theme 06 实际测试
27	tool 03: 分类	93 tool 12: 三维思考
35	theme 03 重新陈述问题	99 tool 13: 体验产品
35	tool 04: 重新陈述问题	
45	tool 05: 类推思考	109 theme 07 记录及反思
51	theme 04 提升构思流畅度	109 tool 14: 收集
51	tool 06: 脑力激荡	115 tool 15: 实验日志
63	tool 07: 横向思考	
69	tool 08: 心智图	
75	tool 09: 强制联系	
123	具备创意	
125	关于作者	
126	鸣谢	

前言

人的脑袋天生不具创意，我们实应非常感激。一天，有一个人早上起床，决定试尽 11 件衣服的所有穿着方法。他的计算机花了 40 个小时才完成这所有方式。这并不奇怪，因为一共有 39, 916, 800 种穿着方法；如果我们每种配搭都穿上一分钟，你得活到 76 岁，而且每一分钟都在用来试穿一种新的配搭。

幸好，我们脑袋的设计，是以稳定的形态去应付一个稳定的世界。我们先确认某种形态，然后采用它。我在 1969 年出版的 *The Mechanism of Mind* 一书中，描述了人脑如何做到这些。一位对“复杂”素有研究的专家读过该书后告诉我，它讨论了“混乱”和“复杂”的课题，比数学家还早了十年。

我有医学和生物系统的学术背景，因而了解自我组织系统的性质。我将这种领悟运用到脑神经网络。这便是横向思考（包括随机输入、刺激等）作为一种特殊工具的设计基础。这种基础，跟心理学家的实验性基础、哲学家的词汇游戏基础大不相同。

在南非，一个工作坊的小组在一个下午里运用其中一种工具，为一家钢铁公司想出了 21, 000 种主意。他们又运用另一种工具，为一家加拿大小型公司节省了 2000 万美元。

信息与判断

人们日益相信信息能代替我们思考，这是一个危险的误会。我们实际需要创意思考为我们诠释信息；需要创意思维整合不同类型的信息，从而掌握价值所在。

传统思维，全都关乎分析一个处境，认定某些标准元素，然后，我们将标准答案加以运用。这跟诊所里的医生很相似：分析病情，然后开药方。这种思考非常好，就像汽车的左后轮那样好。然而，这只是其中一种思维的方式。

对于过去，你可以分析，但对于未来，你得设计。

设计思维极其重要。将来，当信息和科技变成人人唾手可得的商品时，设计思维会变得更加重要。

香港理工大学设计学院以此书向大家阐明：创意思考不光对设计师有用。这些范围广泛的创意工具，大部分由设计学院的“设计思维”课程发展出来，应用到不同的专业范畴上，亦能够导出突破性构思和有效的解决方法。

我们一辈子，通过教育、培训、观察、阅读及个人经历，不停地学习新技巧。自我提升，也许是因为好奇，为了赶上时代，或者要改变生活方式。这些举措，我们通常以为只是对身边事物作出反应，其实反映了我们内在的“创造能力”。一般人认为，“创造”这个词，是从事设计、艺术、作曲、诗歌和文学的人士所专有；而事实上，我们每个人都在创意地改善自己的日常生活。很多情况下，像烹饪、重新布置家居、挑选衣服和穿戴、将开心的情景拍摄下来等，我们大概都尝试过采用一些崭新和富于想像的手法。

“创意思考”，可被视为是一些全新的思想模式的建立。这些模式被没有答案的问题所激励，被价值与关系的重新定义所启发。正规教育偏向有意识和分析的思考模式，强调纪律、惯例、公式和理论知识，但忽略了解决日常问题的灵活性。单靠理论知识和信息，并不足以保证在这个科技日新月异的新世代生存下来。就在这种背景下，“创造力”在教育及职场中日益受到重视。

何谓创造力？

字典的定义是“创造的能力”，而 Edward de Bono 则给予了更丰富的解释：“具备创造力即是带来前所未有的东西。”¹ 其他理论家则认为，创造力“通常被认为是拥有另类思考的能力”²。Sternberg³ 提出以下数种提升创造力的方法：

- 实干方式：利用 Edward de Bono 的横向思维、Osborne 的脑力激荡，以及 Gordon 的协同创作等方法 and 工具来拓展创造力。
- 心理测量方式：使用“Guildford 测试”和“Torrance 测试”⁴ 来量度创造力。
- 认知方式：关于在产生和探索创意时的思想表现和过程，方法包括修补、连结、综合、转型、类推转换等。
- 社会个性方式：营造一个鼓励创造力的环境，人置身其中，发展出富于创意的个性。

创造力可被视为一项思考过程，讲求原创性和想法的产生，或为老问题提供新方案。创造力带来不一样的联想，或者提出新的观点，避免坠入常规，要打破规矩，敢冒险，具想像力，态度轻松，标榜灵活思考。创造力不局限于设计或其他任何专业，无论是科学家、艺术家、教师、管理人，或者招待业和旅游业人士，跟创造力都息息相关。

如何培育创造力？

想法从脑海中流溢出来，就是创造力的一个征兆。就是说，一个思考者想出了一连串对比强烈的主意，而量度其流畅程度的，是数量，而不是质量。⁵

人们对于创造力和教育充满渴望，以下是一些典型的例子：

- 是否一些人比其他人更有创意？可以令创造力较低的人更具创意吗？
- 创造过程是属于专业领域还是跨学科的？
- 游戏跟想像力有关系吗？
- 游戏心态能被教育出来吗？
- 环境影响创意思考吗？

香港理工大学设计学院开设的多项课程，例如设计思维、创意思考能力、创意工作间等，均尝试去为上述疑问找出答案。这些课程的学生分属不同的院系，包括设计、工程、市场及管理、计算机、护理等。课程目标是采用以下方法来鼓励创造力：

- 克服既定观念——放开习惯性思考模式。
- 摆脱臆测——开发一种全新的思考角度。
- 重新陈述问题——重新界定项目纲要。
- 提升构思流畅度——掌握能够产生许多想法的能力。
- 创意与环境——工作间文化对创造力的影响。
- 实际测试——通过模型和原型，评核设计概念的优劣。
- 记录及反思——记录及评估思考过程，以便从错误中学习。

为达成这些目标，我们为学生介绍了多种创意工具。本书所收录的，是其中最有用的一些工具。

一、克服既定观念

我们一般采用常规方式去处理职业和生活上的事情，这些惯性程序有时被称为既定观念。这样思考比较方便（因为它们像计算机软件那样已安装妥当，并往往自动选取），而且看来能解决问题（因为当你惟一的工具是锤子，你的每个问题都看似一枚钉子）。它们并不尊重每一个新问题的独立性，亦没有理会我们须因时间、潮流和生活方式作出改变。大部分专业人士都应该抵抗观念模式的安逸，而强迫自己至少从一种新角度去思考每个问题。采用创造性和批判性的思考工具，诸如同理心、体验产品、重新陈述问题、分类、脑力激荡和心智图等，都能够挑战既定观念。至于横向思维、突破常规、类推思考和强制联系这些创意工具，能在源头上，即创造构思萌生的阶段，便消除既定观念。

二、摆脱臆测

以开放的心灵面对每一个问题。传统教育、理性和经验，令我们处事流于僵化和拘谨，或出自常规性习惯，这些都阻碍我们从新的角度看问题。进行亲身体验的研究，可以防止我们对那些考虑中的问题作出臆断。亲身体验应包括对目标用户、背景、现存产品和制造程序等等的研究，并运用到嗅觉、味觉和触觉，而不单是视觉和听觉。这种研究刺激想像，并触发一种游戏的态度去解决问题。通过角色扮演，尝试去感受目标用户的需求和渴望，这叫做同理心。运用同理心，是一种了解别人的方式，为的是能够理解及尊重他们的观点。进行研究时用上所有的感官，让我们思考问题时，以一种独特的方式去审视它的内涵，从而开发丰富的构思源泉。另一件解决问题的工具是体验产品，即直接检验现存的解决方案。

三、重新陈述问题

专业工作，需有信心跟客户进行富于想像力的沟通，须知他们不太清楚自身的问题和解决方法。他们往往不能把事情表达清楚，也没有道出确切的需求。更多的时候，客户会要求专业人员给他们决定该做什么。通过重新陈述（重新定义）问题，我们可清除与事实不符的设定，并从不同的角度观察所面对的挑战，例如用户需求、市场竞争、文化背景、产品种类、经济、气候等相关元素。

四、提升构思流畅度

这里指想法的数量和多元性（不是质量）。想法在分类、脑力激荡、心智图等工具的辅助之下产生。

分类能提升灵活性，促进多角度思考；脑力激荡营造一个低压力的环境，鼓励即兴思维，引发更多想法；心智图能将思维过程组成一个网络，鼓励不同想法之间的联系，并改善记忆力。

五、创意与环境

创意不单是个人内在封闭的思考过程，亦受到工作环境和文化，以及参与者的个人兴趣的影响。

一个创意工作间，能大大促进创意想法的产生、发展和实现。我们须安排一些能产生刺激作用的空间，让人们进行互动交流，扩展思维领域。

文化传统的丰富多姿和智慧，能引发多元的和独特的想法，并刺激新主意。某些情况下，文化是以传统知识为基础的哲学与理论的知识宝库，目前和将来有需要时都用得着。“文化与创意”是一种工具，即以个人的文化和传统为基础产生新的设计构思。

六、实际测试

我们收集物品，是为了收集过程的乐趣和从中得来的知识，但它对我们的工作也有影响。收藏是一种爱好，是对一系列的物品进行欣赏、挑选和分类。很多专业人士，尤其是设计师，多认为收藏引发工作上的创意，也反映出他们的兴趣所在。

七、记录及反思

利用速写、绘图、三维模型和原型等方法，都是三维思考的例子，它们能有效地将想法可视化——由二维转变为三维，或者由三维转变为二维。那并不是将速写修改成整齐的绘画，继而改成模型；而是在每一个设计发展的阶段，进行实验和反思。通过这些实验，以及制作小型原型以测试设计方案之可行性，可以发现以二维平面图去建构三维模型的好处。

思考过程和相关的经验很值得记录下来。应坚持使用一本实验日志或者个人日记，去保存稍纵即逝的事情，譬如想法、见解、观察、成功、失败、惊奇、想像的飞跃等。

相信创意思维在每一个专业领域均占一席位，香港理工大学首先在设计思维、创意思维能力和创意工作间等课程中，开发出这些创意工具，然后作为该校设计学院的选修课，对象包括高等教育系统中多个院系的学生。它属于大学拨款委员会教学发展基金所资助的“高等教育创意发展”教学研究项目。

本手册检验了以上七个主题中的 15 种创意工具。

- **导言**为创意工具背后的理论，提供整体的、全面的概观。
- **任务、目标、预期效果和过程**为读者介绍了课堂习作给学生带来的挑战、习作的目的、学习中的收获，以及具体的程序。
- **反思**会讨论一些案例，关于学生如何将创意工具应用于自己的处境问题中，间或以导师的意见作补充。
- **练习**是额外的激励，引领读者展开探索。

这本手册全面介绍了培养创意思维的工具。当中没有一种工具是全新的或者不为人知的，有些已为各行各业人士所广泛采用。有些工具原以为只跟设计和工程有关，其实应用于其他关乎决策的活动上同样有效。若能把这些工具当做通用的手法提升创意思维，当可在任何情况下产生更多更好的答案。

- 1 de Bono, E., *Serious Creativity*, Harper Collins Publishers, London, 1992.
- 2 Thomas, M.C., Preface in *Design Methods* by Jones, C.J., Van Nostrand Reinhold, New York, 1992.
- 3 Sternberg, R.J., "The Concept of Creativity: Prospects and Paradigms" in *Handbook of Creativity*. Ed. Sternberg R.J., Cambridge University Press, Cambridge, 1999. 中文版《创造力手册》，施建农译，北京理工大学出版社，2005。
- 4 Guilford智力测试设计于1956年，用于测验智力。Guilford声称心智由多重智力功能组成，这些智力功能不是天生固有的，而是可以被训练出来的。Torrance创造性思维测试（Torrance Test of Creative Thinking，简称TTCT）是美国家喻户晓的用于量度发散思维的评估体系。1966年由E. Paul Torrance博士设计，用以发展全民创造力。
- 5 McKim, R.H., *Experiences in Visual Thinking*. Brookes/Cole Publishing Co., Monterey, 2nd Edition, California, 1980.

theme

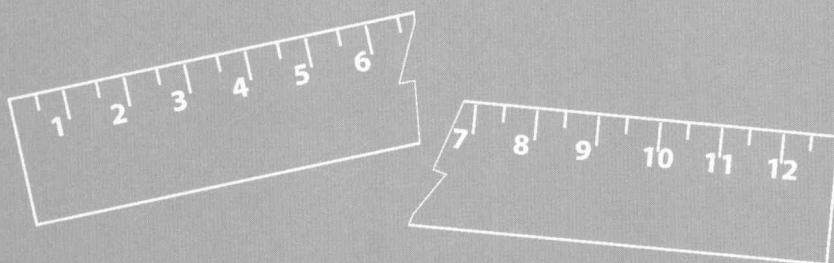
01

克服既定观念

tool

01

突破常规



Break the Rules

导
言

人们总以传统（常规）的方式或惯性思考模式处理日常遇到的问题；突破常规是一种刻意将人从惯性中解放出来的思考策略。惯性思考往往达到可预期的结果，它的效果也可能是有用的，但无奈缺乏惊喜。惊喜是一种宝贵的要素，一个企业往往赖以取得成功。突破常规，并非要做犯法的事情，而是要避免惯性思考、传统、偏见和流于安逸等。

下面是成功突破常规三部曲¹：

1. 想想你要突破的规矩，并研究它们的特性。它是实用性的（交通灯令车辆和行人更安全）、传统的（从开胃菜到甜品），抑或是争议性的（男人在正式的场合须穿着深色的衣服）？挑战第一种情况是犯法的，而且制造混乱。第二及第三种例子好一点，变革也不会招致任何严重危险。

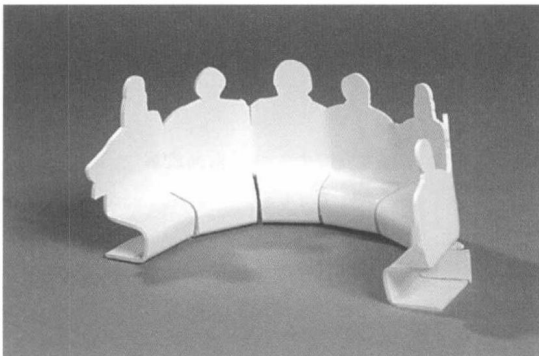


要是能在超市买到最喜爱的人物的基因怎么样？

Yin Yin LAM, 设计（荣誉）学士

克服既定观念

突破常规



设计一个舒适的坐处——人际关系所产生的快乐带来“社交愉悦”的舒适感。

Wai Man CHAN, 设计（荣誉）学士



何不为“突破常规”展览的开幕礼制作一个标尺形蛋糕？

Terence KWOK, 设计（荣誉）学士

2. 寻求挑战或改变规矩的方法：

- 发问（“那又如何？”“干吗不行？”）。
- 让身边的事物刺激思考。你可以从大自然获得灵感，例如利用植物或动物的纹理去设计织物等。
- 采用协同思考工具以解决问题²：对立、对比、转换、反转、扭曲、矛盾、替代、叠盖、改变比例、结合、同理心等等。例如，一项社交活动或可转化为发展产品的概念，就像“设计一个舒适的坐处”这课题，把社交活动与舒适联系起来。

3. 游戏，将自己从传统和先入为主的理念中解放出来，避免臆测。一个人不以常规方式处事，思想会更开放，逐渐培养足够的信心去冒险，加强冒险和创新的能力。

任务 • 尝试突破你日常生活中的一些常规性习惯。

目标 • 舍弃常规性习惯。
• 强化好奇心，采取怀疑态度，增强发问能力，并探求彻底解决问题的方法。

预期效果 • 打破惯性思维的模式，开创新视野或者获得新的体悟。
• 打好基础，为创造出令人惊喜的、创新的作品提供更佳的条件。