

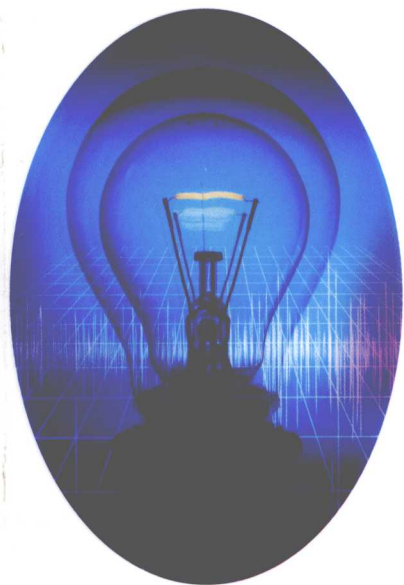
创造力

杰出
能力培养
枕边书

事先想不到的事情，
也就很难做到

翟文明 著

密码



一个人是否具有创造力
是一流人才和三流人才的分水岭

创造力是制约个人、企业、社会生存和发展的核心因素。

创造力并非天赋，而是一种技能。只要掌握方法，每个人都可以通过后天的学习和培养拥有让人意想不到的创造力。

华文出版社

创造力



密码

翟文明 著

华文出版社

图书在版编目(CIP)数据

创造力密码 / 翟文明著. —北京:

华文出版社, 2009.6

ISBN 978-7-5075-2728-5

I. 创… II. 翟… III. 创造力—能力的培养 IV. G305

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 098740 号

书 名: 创造力密码

标准书号: ISBN 978-7-5075-2728-5

作 者: 翟文明 著

责任编辑: 杜海泓

封面设计: 王明贵

文字编辑: 黎 娜 于海娣

美术编辑: 盛小云

出版发行: 华文出版社

地 址: 北京市宣武区广外大街 305 号 8 区 2 号楼

邮政编码: 100055

网 址: <http://www.hwcbbs.com.cn>

电子信箱: hwcbbs@263.net

电 话: 总编室 010-58336255 发行部 010-58815874

经 销: 新华书店

开本印刷: 北京中印联印务有限公司

720mm × 980mm 1/16 开本 20 印张 228 千字

2009 年 9 月第 1 版 2009 年 9 月第 1 次印刷

定 价: 26.80 元

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书部分或全部内容

版权所有, 侵权必究

本书若有质量问题, 请与发行部联系调换

前言

PREFACE

“事先想不到的事情，也就很难做到。”创造力是人类能力中层次最高的一种能力，它是一种对现状的突破力，是一种不走寻常路的魄力，是一种勇于超越的能力。

在这个优胜劣汰、竞争空前激烈的现代社会，创造力是制约个人、企业、社会生存和发展诸多因素中的核心因素，是促进组织或个人成功的最有效工具。个人能否在职场竞争中出类拔萃，企业能否在市场洪流中脱颖而出，社会能否在历史浪潮中阔步前进，从根本上来讲取决于有没有创造力以及创造力的高低。虽然创造力的高低在不同的环境下形式和内容各不相同，但对个人、社会和国家而言，创造力越高，所拥有的竞争力就越强，所占有的优势就越明显。

很多人认为自己没有创造力、年龄太大、不是专业人才、没有高学历、没有机会，等等。其实，他们都走进了思想的误区，美国著名发明家富兰克林在80多岁的时候发明了双聚焦眼镜，电话的发明者贝尔原来只是一个对电学一窍不通的中学老师，“发明大王”爱迪生只接受过3个月的正规学校教育……

实际上，我们每个人都拥有无穷无尽的创造潜能，它可以随时随地在我们的生活、工作和学习当中迸发出创意的火花。创造力是每个人与生俱来的潜力，然而能真正把这种天性发挥得淋漓尽致的人却极少。永远不产生疑问，永远不去思考，创造力的齿轮当然会生锈。而善于把握

日常所有的机会，去磨炼思维，吸取经验，创造力就会毫不羞怯地延伸发展，成为永不枯竭的财富。创造潜能就像埋藏在后花园的宝石，需要你拥有一个善于思考的头脑和一种正确有效的方法去挖掘它。

本书在综合创造力领域最新研究成果的基础上，试图解开创造力的神奇密码。全书分为你有创造力吗、什么阻碍了你的创造性思维、再造你的大脑和思维、最重要的创造技能、提高创造力的最好方法、有想法才能有创造、你的想法付诸行动了吗等7个部分，以浅显易懂的语言探讨了创造力的内涵和现实意义，阐释了创造力的复杂机制，分析了影响创造力的因素，并且提供了发掘、提升创造力的有效方法和途径，帮助不同领域不同层次的人们突破思维定式，开阔思路，激发潜能，塑造创新意识，培养良好的创新习惯和思维，创造性地解决各种问题，拓展事业和生活空间，收获成功的硕果。同时也为企业和组织革新现状，突破困境，应对危机和挑战，在激烈的竞争大潮中立于不败之地，提供了积极有效的参考和指导。

目 录

CONTENTS

第一章 你有创造力吗?/1

1. 什么是创造力 2
2. 创造力的六大特征 6
3. 创造的过程是正反两面的动态摇摆过程 14
4. 人人都具有创造力 18
5. 创造性思考决定生存 22
6. 创造性思考充满乐趣 26

第二章 什么阻碍了你的创造性思维?/29

1. 你的答案是什么? 30
2. 逻辑思维, 创造的鸿沟 32
3. 扼杀创造力的思想陷阱: 专业限制 34
4. 没有创造性的习惯: 墨守成规 37
5. 随众附和, 还不如一个傻子 41
6. 创造的最大障碍: 恐惧 45
7. 惯性思维与思维定式 48
8. 糟糕的判断力 52
9. 过分自信会把真实掩盖 56

10. 离问题太近	59
11. 不平凡的想法总是受抵制	61

第三章 再造你的大脑和思维 /67

1. 发挥大脑的潜能	68
2. 发散思维：突破已知，探索未知	73
3. 逆向思维：从对立的角度去思考	80
4. 联想思维：展开想象的翅膀	85
5. 转换思维：化难为易，触类旁通	91
6. 迂回思维：另辟蹊径	96
7. 纵向思维：一眼看穿本质	100
8. 系统思维：1+1 可以大于 2	108
9. 辩证思维：没有绝对的不可能	112
10. 模仿思维：站在巨人肩上	116
11. 灵感思维：长期酝酿的爆发	120
12. 机遇思维：意料之外的新想法	125
13. 平行思维：通过假想设计未来	132

第四章 最重要的创造技能 /137

1. 掌握并精通基本创造技能	138
2. 善于独立思考	141
3. 最重要的创造技能：提问	145
4. 直觉能提高人的创造潜力	151
5. 一种开阔思路的手段：事物类比	157
6. 将大脑里的形象变成现实	160
7. 意想不到的顿悟：啊哈！	165

8. 从梦中获得更多	170
9. 从游戏中获得想法	174

第五章 提高创造力的最好方法 /179

1. 设置并打开创造力开关	180
2. 让思想永远处于不安分状态	184
3. 提高创造能力的最好方法是改变环境	188
4. 随时记录你的想法	193
5. 对现有事物进行修改和改造	197
6. 择定解决方法：强制联系	200
7. 集思广益	204
8. 为创造做准备	207
9. 挖掘，以发现新东西	211
10. 为“幸运”做好计划和准备	215
11. 寻找并确定一个出发点	220
12. 奖励错误与失败	223
13. 设身处地地看问题	229
14. 从大脑中获得更多	233
15. 让思路从细微处解脱出来	236
16. 了解问题的根本才能真正地解决问题	239

第六章 有想法才能有创造 /243

1. 每个人的梦想：用设想赚钱	244
2. 产生设想的简单方法	246
3. 好设想的来源	249
4. 寻找创造性设想	252

5. 需要是发明之母	255
6. 怎样用你的设想挣大钱	257
7. 如何让设想获得成功	260
8. 设想是怎样被窃取的	264
9. 怎样避免你的设想被盗窃	267
10. 口头协议不会保护想法	269
11. 怎样呈交设计	272
12. 怎样使你的创造性努力获得更多的报偿	274
13. 让自己处在收费的位置上	277

第七章 你的想法付诸行动了吗?/279

1. 创造过程不是以想法结束	280
2. 要让你的想法有价值	283
3. 创造不仅需要沉思,更需要努力	285
4. 有利于别人也有利于自己	288
5. 一个切合实际的设计首先应该是有用的	291
6. 你有多大的恒心	294
7. 坚定信念	298
8. 获得周围的期待和支持	301
9. 保持创造的巅峰状态	305

第一章

你有创造力吗？

如果你想成功，你应该去开辟一条新路，而不是沿着过去成功的老路走下去。人人都有创造力，创造性不仅仅只是限于少数天才，它潜在地分布于整个人口中间。创造力的运用、自由的创造活动，是人的真正的功能，人在创造中能够找到自己真正的幸福。

1

什么是创造力

创造力是一种高度复杂的特质和能力。它包括具有创造性的人们具有的各种各样的品质，一般在解决问题的过程中显示出来。

——林传斯

很多人时常会感到苦恼，因为他们认为自己的创造力很匮乏。

这就引出了我们进行创造力提高训练的第一个，也是最基础的一个问题——究竟什么是创造力？

在回答这个问题之前，我们其实首先应当先想这样一个问题：到底是什么使我们感到苦恼？真的是如有些人想的那样，“我不是这块料”吗？还是由于别的什么原因？比如我们的思维方式束缚了我们的创造力。

你是不是一只搬仓鼠？

我们大多数接受了学校教育的人，大都会有这样的一种思维：渴望被教育。

实际上，一个人从小到大所接受的知识，大部分都将被束之高阁，这些知识会在你的大脑细胞间和你玩着捉迷藏，你或许一辈子再也找不到它们。

这不是在鼓吹教育无用论。知识的确是一个人想要生存下去所必须具有的东西。我们这里所特指的是那些永远会被束之高阁的知识，当然，它们也并非一无是处，至少它们满足了我们渴望被教育的心理，使我们觉得自己的大脑充实了。尽管永远用不上，但是我们就是感到头脑充实，所以很愉悦。

这种慰藉作用似乎在生物界很普遍，并不仅仅限于我们人类。田地地头经常会有一种搬仓鼠，它对食物充满了激情，总是不遗余力地把搜集到的谷物搬进它偌大的窝里，但是它一辈子也吃不完哪怕一小半自己搬回来的食物，而是眼睁睁地看着大部分食物腐烂。这些辛勤的劳动者就这样一代代地保留着这种自我慰藉的本能。

这和我们的一些做法很像，不是吗？

我们中的很多人就是这样，总是在忙忙碌碌，总是在为所谓的充实而奔忙。他们如果搜集到足够多的知识，就会很欣慰，搜集不到就会很苦恼。他们所在乎的，似乎仅仅是一个学习与搜集的过程，而根本与创造不沾边。

在回答什么是创造力之前，请你先回答下面的问题：你想成为一只搬仓鼠吗？你想成为一只忙忙碌碌、简单而“幸福”的搬仓鼠吗？

你甘愿做一只
搜集知识的搬
仓鼠吗？

初识创造力

人们对于创造力的关注在很早以前就开始



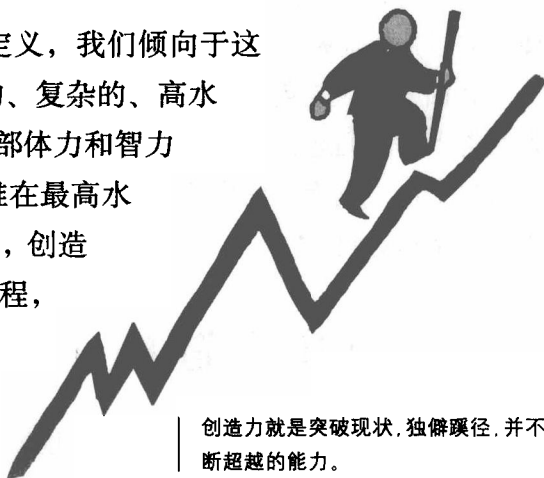
了，但最早把创造教育视为现代教育的思想和哲学的人，是实用主义的集大成者、美国教育哲学家约翰·杜威。在进入到20世纪40年代以后，人们逐渐密切关注创造力，并且开始了系统的研究。20世纪四五十年代，A.F.奥斯本和J.P.吉尔福特开始提倡进行创造力的开发和创造心理学的研究。自此以后，创造力的研究自美国向其他国家蔓延，并不断地取得进展。

创造力是一种能力吗？的确是，但它又是与过程分不开的。没有一个完满的过程作为平台，创造力就无从谈起。但创造力又并不完全是一个技术型的展示过程，它包含的元素如此众多：与众不同、灵感、突发性，甚至包括幽默感。

有人试图用类似生物切片的方法来研究创造力，在刚刚开始的时候，创造力首先表现为一种对事实的清醒而正确的认识。很难以想象，如果在一开始的时候没有一个清楚的认识。创造力会如何展现！其次，创造力要求一个预期的过程与结果，尽管最终的过程和结果与这个预期可能相差十万八千里（这种情况经常出现），但是这个假想目标是必须存在的。接着，就是发挥大脑的能动性思维以及动手能力的时候了，例如创造新概念、新理论，更新技术，发明新设备、新方法，创作新作品，这些都是创造力的表现。

如果要给创造力下一个定义，我们倾向于这样的：创造力是一系列连续的、复杂的、高水平心理活动，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。这个定义告诉我们，创造力既是一种能力，又是一个过程，是脑和手的密切配合，是思维的超常运转。

创造力是人们产生任何



创造力就是突破现状，独辟蹊径，并不断超越的能力。

一种形式思维结果的能力。这些结果在本质上是全新的，在此之前，没有人知道有这样的事物出现。这种结果的形式不一定是有形的，有可能是一种新概念、新理论、新设想等，也可能是一种新技术、新工艺、新产品等。

创造力的操作性定义

现在更多的创造学专家越来越同意这样一个观点：有没有创造力，和创造力是否表现出来并不是一回事。创造力是一种静态的、内在的思维或能力，它提供创造主体产生创造性产品的可能性，跟是否实际生产出产品是无关的。也就是说，我们只能从创造性产品的新颖性、独特性来判断一个人的创造力的各种因素，而不能依据它来判断人们是否拥有创造力。

实际上，真正具有创造力的人，并不刻意追寻创造力，或者试图闭门造车，硬生生地憋出一个创造力来。创造力是强求不来的，就好像母鸡不能生出鸭蛋来。具有创造力并会运用创造力的人，会把创造性思维作为一种思维方法，把创造激情作为一种生活的态度。这是一种潜移默化的过程，是一种最为理想的状态。

莫扎特在给一个朋友的信中写道：“那些以为我的艺术对于我来说来得十分容易的人错了。我亲爱的朋友，我向你保证，没有人像我一样对作曲花费如此之多的时间和精力，所有名人作的曲子我都花费了很多时间辛苦地研究过……”莫扎特在自己28岁的时候，由于把所有的时间都放到了练习、表演和握着羽毛笔的作曲上，以至于双手都变形了。

一个富有创造力，而且不懈地提高自己创造力的人，必然经历灵与肉的洗礼，必然会在不断的实践中改变自己，在独立的思考和发现中取其所需，在思辨的过程中艰难地确立自己。这几乎是谈到创造力这个有些只可意会不可言传的概念时，唯一可以确定的事情。

2

创造力的六大特征

如果你想成功，你应该去开辟一条新路，而不是沿着过去成功的老路走下去。

——约翰·洛克菲勒

社会学家和心理学家们经过研究，发现创造力拥有以下六大特征，它们分别是：独特性、破旧性、探索性、叛逆性、灵活性和发散性。这六大特征是紧紧联系在一起的。

独特性

毫无疑问，创造力最大的特点在于它与众不同。

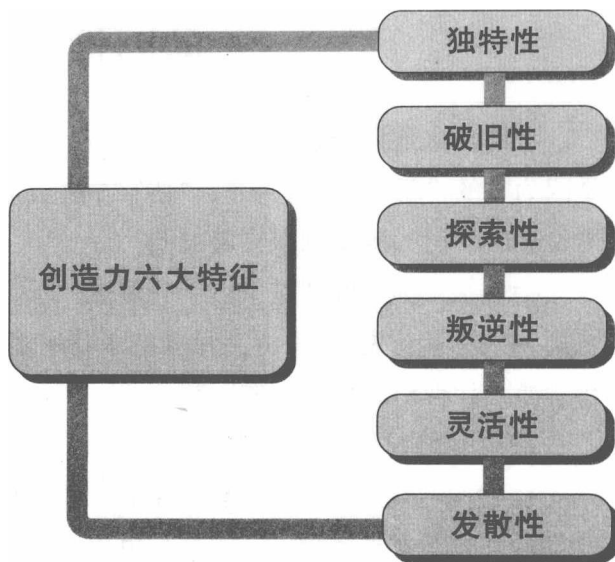
公司名称作为一个公司的象征，往往具有十分重要的作用。作为日本在全球创立的价值最高的品牌，Sony（索尼）公司创业之初有一个不太吸引人的名称，叫做“东京通信工业”。后来，创办人盛田昭夫与井深大决定将公司改名。他们希望新定的公司名称能成为一种品牌，并且简短好记。在翻阅了大量的资料之后，他们发现拉丁文“Sonns”有表达

“声音”的意思，而他们的产品跟“声音”有很大的关系，于是就将它译成英文“Sonny”。但是在日文里，“Sonny”的读音恰好跟“损失金钱”一样。最后经过慎重的讨论，他们决定删掉一个字母，于是就有了“Sony”。

从1878年起，Kodak（柯达）公司一直引领着世界影像行业的发展。这个公司的创始人，年轻的银行职员乔治·伊斯曼在为自己的公司改名的时候想得比Sony公司的领导们更简单，他要的只是与众不同。在此之前，英语中没有“Kodak”这个单词，这个词自然也没有任何意义，而且没有读音与之相似的词。但是今天，这个词已经被赋予了全新的意义——它在某种程度上意味着与众不同的创造力的又一次胜利。

智利一家经营出色的餐厅，除了收银员和厨师之外，其他的服务员都是动物。顾客在刚进门的时候，就会有两只鹦鹉分别用几种不同国家的语言向顾客问好。然后，一只金丝猴会上来为顾客脱去外套，并把它挂起来。当顾客坐好之后，马上会有一只长耳犬叼着点菜单，让顾客点菜。传菜和茶水的工作则会由系着围裙的长毛猴来做。当客人要离去的时候，金丝猴会把客人的衣帽送还，并且索取餐费。这种十分独特的服务吸引了成千上万国内外的就餐者，饭店自然是财源滚滚。

我们很容易看到，有人的创造力之所以能够取得成功，在很大程度上是因为他们做到了与众不同。



破旧性

创造力之所以能够产生全新的东西，之所以能够做到与众不同，就是因为它的“新”：“新”点子、“新”方法、“新”观念，而这些“新”恰恰是在破“旧”的基础上立起来的。

但是很明显，做到这一点十分困难。所以，美国经济学家约翰·梅纳德·凯恩斯曾说：“世界上最难的事情可能并不是让人们接受新鲜事物，而是让他们忘掉原来的旧观念。”

1984年洛杉矶奥运会让全世界记住了一个人的名字：尤伯罗斯。

在1984年以前，几乎没有国家愿意做奥运会的举办国，原因在于举办奥运会的国家将承受沉重的财政负担。1976年举办蒙特利尔奥运会的加拿大亏损10亿美元，直到2003年才把这一债务还清；1980年莫斯科奥运会的总支出为90亿美元，前苏联为此欠债无数。

但是到了1984年，美国商业奇才尤伯罗斯利用自己超人的创新思维，改写了奥运经济的历史。他卖掉了自己的旅游公司的股份，把奥运会商业化，进行市场运作。在短短的10天里，第23届奥运会总支出5.1亿美元，盈利2.5亿美元。

跳高比赛中优雅的背景式跳法由福斯贝里在1968年墨西哥奥运会上首次采用，不过那时候人们普遍认为这个姿势十分丑陋。在此之前，跳高运动员们采用的都是跨越式或俯卧式。

