第一图书网, tushu007.com

<<创意思考术>>

图书基本信息

书名：<<创意思考术>>

13位ISBN编号：9787530460061

10位ISBN编号：7530460064

出版时间：2012-9

出版时间：佐藤可士和、 时江涛 北京科学技术出版社 (2012-09出版)

作者：佐藤可士和

页数：159

译者：时江涛

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

前言

序言 让我们的思维富有创意　大家或许会感觉本书书名中的“创意思考”这个词听起来与己无关，因为在一般人看来，“创意思考”是一种艺术家和设计师等所谓的“创意人士”才会拥有、才会需要的才能，而且进行“创意思考”需要特殊的能力，比如会画画、会制作物品等，普通的上班族基本上不会接触这类工作。
　在此，我诚恳地请求那些抱有“创意思考与我无关”、“我没有那个才能”等想法的朋友认真读完本书。
本书中的“创意思考”并不涉及艺术家般的感性或者艺术的表现手法，而是指“通过创造性的思考来解决各种问题”，这正是我工作的核心。
　我是一名艺术指导(Art Direction)，日常的工作就是为企业、产品等提供形象设计、广告策划等服务，以提升它们的品牌形象。
一提起艺术指导，人们可能就想到专业的“创意人士”——他们从事着与艺术有关的工作，凭着灵感像变魔术似的创作作品。
然而，我所从事的工作和这些艺术家的工作完全相反。
在工作中，我需要最大限度地挖掘藏在客户心底的真正意愿，然后寻找向大众正确传达这种意愿的方法。
因此，从某种意义上来说，我也相当于一位“沟通顾问”。
　具体而言，作为艺术指导，我需要认真倾听客户的烦恼，努力发现问题的本质并解决问题，而完成这些工作必须进行“创意思考”。
　实际上，为了创造更加美好的生活，人们在日常生活中每天都在无意识地进行着创意活动。
仔细观察，你就会在周围发现许多有趣的现象。
处理家务就是一个很好的例子。
日本的家庭主妇每天都要面对琐碎繁冗的家务劳动，为了尽快从中解脱出来，她们在不知不觉中就会去寻找一些富有创造性的解决方法。
在这个过程中，她们逐渐找到了快速完成家务活的方法，并且深谙其中的门道，可以有条不紊地同时进行几项工作，比如一边煲汤一边洗衣服。
此外，我们的祖先发明人工取火的方法、制造和发明工具，也称得上是富有创造性的行为。
为了摆脱阴暗、寒冷、危险的生活环境，他们绞尽脑汁、大胆设想、勇于尝试，一遍又一遍地改进自己的创意。
随着时间的推移，人类的生活终于发生了翻天覆地的变化。
　可能有人还会说：“话虽如此，但想出非同一般的创意对普通人来说还是很困难的事情。
”那么，让我们以体育运动和音乐为例，从另一个角度来看待这个问题吧。
并非每个参与此类活动的人都能成为运动员或音乐家，但是我们可以通过运动放松心情，也可以手拿话筒跟着音乐尽情高歌。
创意活动也是这样，我们即使不能成为艺术家或者设计师，也同样可以进行创意思考，在这方面我们每个人都具有无限的潜质。
希望读者朋友们能够转变思维方式，轻松地将创意注入日常生活中，从而使自己的生活更加精彩。
我衷心期盼各位在读完本书之后，不再说“我没有创意”，而是惊喜地发现“哦，原来创意就在我身边啊”。
　接下来，让我们将目光投向商务领域。
长期以来，教科书式的市场营销理论一直充斥着整个行业，但今天它已经走到了尽头，代之而起的将是创意思考。
从提出方案到确立理念，再到拟定策划书、推进会议进程，最后到方案成型，在这一系列环节中，创意思考都会起到非同一般的作用，它必将成为一种不可或缺的商务技巧。
当然，创意思考不仅仅适用于产品开发和广告宣传等市场营销工作，还能在企业的人事管理，甚至经营方式等方面发挥作用。

创意思考在信息沟通方面的应用尤为广泛。
这里的信息沟通既包括部门内部或企业内部的会议、团队协作，也包括对外的交流，比如向客户展示策划方案、同客户交涉等人与人交往时的所有场面。
毫不夸张地说，在商务活动中，最重要的莫过于彼此相互理解，进而明确面临的问题，然后团结一致朝着共同的目标努力。
顺畅的信息沟通是构筑良好人际关系的基石，而其本身也是一种极具创意的行为。
自古以来，日本人就很推崇“心有灵犀”、“眉目传情”这种不通过语言表达就能彼此心领神会的含蓄之美，这一独特文化深深扎根于日本人的心中。
虽然这种文化内涵丰富，独具美感，但在全球化不断推进的今天，在商务活动中迅捷而准确地传递信息是大势所趋，因此创意思考在商务领域将逐渐发挥举足轻重的作用。
话虽如此，但要立即将这一技巧运用得非常娴熟还是有很大难度的。
首先需要培养创意意识，如果做到了这一点，我们的思考方式就会发生极大的转变。
在本书中，我将与大家一同分享我长期以来积累的工作经验，并结合具体实例介绍各种运用创意思考从不同角度分析、处理问题的技巧。
作为一名专业的创意工作者，如果能够通过这本书让大家感受到创意思考的精彩之处与实用价值，我将感到无比欣慰。
此外，如果大家在阅读过程中有什么灵思妙想，也请大胆地付诸实践。
佐藤可士和

第一图书网, tushu007.com

内容概要

“ 创意思考术 ”是什么？
它是一种智慧——质疑前提、深入本质、多角度分析，最终用创造性的方法解决问题。
日本当今炙手可热的设计师佐藤可士和，在这本《创意思考术》中分享了如何在日常工作中培养创意意识，以及如何运动创意思考解决各个工作环节中的问题。
作者从他22年来接手的超过100个创意项目中精选出12 个，配以彩图说明“ 创意思考 ”的 18个关键之处。
《创意思考术》传承了佐藤可士和一贯平实、易懂的叙述风格，并在典型案例中配以作者本人手绘的插图，以最简明的方式传达创意的实用价值与精彩之处。

作者简介

作者：（日本）佐藤可士和 译者：时江涛 佐藤可士和，出生于1965年，是当今日本设计界、广告界最炙手可热的人物之一。
1989年，他进入日本知名广告公司博报堂工作。
这期间，其多项作品荣获了包括东京艺术指导俱乐部（ADC）大奖、东京字体指导俱乐部（TDC）金奖、每日设计奖、朝日广告奖、龟仓雄策奖等日本广告与设计界的众多奖项。
2000年，他成立了自己的工作室“SAMURAI”，自此，他将施展本领的舞台由单纯的广告、宣传工作，扩展到产品设计、店铺的空间设计乃至整个品牌的打造上。
许多知名企业及组织纷纷邀请其合作，其中不乏日本邮政、日本电话电报（NTT）、本田、麒麟、7&i等世界500强企业。
他的工作范围还延伸到了公共服务领域，与医院（千里复建医院）、幼儿园（藤幼儿园）、大学（明治学院大学）、美术馆（国立新美术馆）等合作了一些项目。
佐藤深信，“创意=创造性地解决问题”的钥匙就藏在客户手中，他要做的只是把它们引导出来，因此其创意永远不会有枯竭的一天。

书籍目录

序言 让我们的思维富有创意 第一章培养创意意识 01“ 前提 ”正确吗？
——质疑是创意的第一步 02倾听——通过“ 问诊 ”挖掘对方的真实想法 03烦恼时将心情写下来——心情也需要整理 04养成运用比喻手法的习惯——通过运用比喻手法了解事物本质 05描绘自己的工作——视觉比语言更具传达力 06记忆的搜索引擎——给自己在意的事情贴个“ 标签 ” 07引人人胜的PPT演示——共鸣胜于雄辩 第二章尝试着去创意 08真实感比调查更重要——时代关键词：真实感 09顾客视线与大众视线——似是而非的消费者与普通大众 10尽可能地运用一切媒体——打破现有媒体的桎梏 11激发自主性——调动员工的主人翁精神 12打造强大的团队——具有“ 人尽其才 ”的统筹能力 13你能写出一部“ 剧本 ”吗？
——为独立的“ 内容 ”制造“ 脉络 ” 14设计只是附加值？
——将远景变为现实 第三章只有想不到，没有做不到 15设计工作方法——从办公环境到组织结构 16泾渭何须如此分明？
——劳逸结合，工作生活两不误 17寻找让自己着迷的东西——努力发现本质 18找回真实感——张开每一个毛孔去感受真实 后记 书中照片／作品一览

章节摘录

版权页： 插图： 03烦恼时将心情写下来——心情也需要整理 准确无误地表达心中的想法是一件非常困难的事，同样，揣摩对方话语中的深意也并非易事。
很多时候，由于用词的习惯或前后语境等因素的影响，不同的人对同一个句子的理解会有很大差别。
如果我们能将自己的想法和心情写下来，我们的语言表达能力肯定会得到大幅度提高。
同时，把以前仅仅停留在感觉上的东西形诸文字，还能锻炼将抽象概念有理有序地表达出来的能力。
其实这样做也是整理心情的_个绝好机会。
将烦心事写下来有助于排解烦躁、郁闷的心情。
我们在纸上写下“工作没有预想的那样顺利”、“和上司的关系处得不好”，就仿佛在向他人尽情倾诉，烦恼也随之烟消云散。
刚开始做这样的练习时，我们不必写什么长篇大论，仅仅罗列几个词也可以，想法肤浅、零碎也没关系，关键是能写下来。
将情感形诸文字，使一些原本非常抽象的思绪转化为具体的信息呈现在眼前，可以让我们直观地看到自己的情绪波动，促使我们在不经意间主动去寻找造成情绪波动的原因，进而探讨解决的办法。
就这样，我们在纸上一遍一遍地自问自答，逐渐将思考引向纵深，直到最终找出问题的核心所在。
比如，被公司的人际关系困扰时，我们可以写下“觉得和某人合不来”、“什么时候对某人特别不满”等问题，然后再深入思考“这是为什么”，这样一来就能分析出你和某人有矛盾是由于双方在工作上的思维方式不同，还是单纯由于两人性格不合。
性格不合尤其容易导致双方话不投机，继而引发争执，闹得极不愉快。
之所以出现这种情况，多是因为我们很少进行类似的心情梳理，也不甚了解对方的性情，在交流时不知道哪些话该说，哪些话不该说。
而我们一旦尝试进行梳理，弄清了对方的性情或意见不统一背后的出发点，那么即使仍有分歧，也能心平气和地接受，并一起开展工作。

后记

自2008年6月起，大约半年的时间，《日经产业新闻》连载了我写的《创意之点滴》，本书在其基础之上作了较大幅度的调整，又增添了许多新内容，可以说是《佐藤可士和的超整理术》一书的第二部。
《佐藤可士和的超整理术》是我的第一本书，受到了国内各界朋友的广泛好评和大力支持，还被翻译引入了中、韩等国，其影响力在不断扩大。
该书的读者群也非常广，商务人士自不必说，学生乃至家庭主妇也都在阅读。
在感谢大家厚爱的同时，我深感在当今这个信息化的社会用新的眼光看问题是多么重要。
　如今，社会变化日新月异，大家都想努力学习，提高自身素质，大量有关商务技巧类书籍顺应人们的需要不断问世。
然而，我认为最有效的办法就是彻底改变自己的思维方式。
如果我们的思维方式没有转变，只是稍稍改变一下形式，那也只是换汤不换药，不会产生实质性的变化。
这就如同电脑，仅仅给其安装新的应用软件和对其系统进行升级所产生的效果完全不一样。
在《佐藤可士和的超整理术》中，我对“整理”这一概念进行了阐述，本书中也提到了这一点，不过主要还是集中在另一个大的概念“创意思考术”上。
　我希望本书的实用性能够更强一些，因此书中涉及了许多技巧性的问题，但若想有所突破，归根结底还是要彻底革新思维方式。
把自己从旧观念中解放出来，不墨守成规，时刻让自己的思维充分享受自由，即改变自己的思维方式，可以说是进行创意思考的第一步。
要做到这一点，“意识”是一个关键要素。
在日常生活中，我们很多时候都是在别人说过之后才“意识”到很有道理，我希望本书能够成为你“意识”的助推剂。
“意识到”和“意识不到”将会使所有的方面都大不相同。
如果“意识不到”，那就如同事物没有进入自己的视野，一个人怎么可能理解没有进入自己视野的东西呢？
　对我而言，在进行各个项目的过程中，会有许多新的“意识”。
借此机会我再次向所有给予我大力支持的客户朋友以及和我一同奋斗的创作同仁、全体员工表示衷心的感谢。
另外，日本经济新闻出版社的森川佳勇先生、三上秀和先生，以及撰稿人高濑由纪子女士从第一本书开始就给予了我很大的帮助和支持，值本书出版之际，请允许我向三位致以诚挚的谢意！
　佐藤可士和　2010年6月7日

编辑推荐

《创意思考术》传承了佐藤可士和一贯平实、易懂的叙述风格，并在典型案例中配以作者本人手绘的插图，以最简明的方式传达创意的实用价值与精彩之处。

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com