

<<创新思维学引论>>

图书基本信息

书名：<<创新思维学引论>>

13位ISBN编号：9787040175752

10位ISBN编号：7040175754

出版时间：2005-7

出版时间：高等教育出版社

作者：卢明森

页数：375

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>

<<创新思维学引论>>

前言

本套教材的编辑出版缘起于1997年。

当年在南昌大学召开的中国新闻教育学会理事会会议上，高等教育出版社的领导与相关院校从事广告教育的教师积极磋商，鉴于当时中国广告教育飞速发展的态势，在继新闻学、广播电视新闻学系列教材之后，“应组编一套全国性的广告学系列教材”这个构想经过几年的努力，现在终于得以实现，并且列入“十五”国家级规划教材，这标志着中国广告教育在学科体系建设方面得到了不断完善。

我国广告教育经过20多年从无到有、从有到大的发展，取得了令人振奋的成绩。

广告教育的发展不仅表现为办学数量的增长和规模的扩张，还表现为办学模式的科学化以及办学质量的显著提升。

广告教育发展正在从“高速”走向“高质”，这是广告学科发展的内在需要和必然趋势。

据统计，截至2003年9月底，教育部备案的新闻传播教学点共392个，其中广告学专业140个，新闻学专业116个，广播电视新闻学专业91个，编辑出版学专业22个，传播学专业10个，媒体创意专业1个。其中值得思考的是，广告学作为新兴学科，在新闻传播学科领域得到快速发展，已大大超过学科历史更为悠久的新闻学专业，呈现出蓬勃发展的势头。

本人曾把中国广告教育的发展大体分为三个阶段，即第一阶段酝酿期（1979—1983），第二阶段探索期（1983—1992），第三阶段快速发展期（1992至今）。

事实证明，在第三阶段发展期，中国广告教育的规模已超过传统的新闻学教育，逐步走向成熟，较好地适应了广告业发展的需要及与国际广告教育的接轨。

我国广告教育在20年左右的时间里迅速扩展到超过全国百所高校，广告学科从无到有，从一门新兴的边缘学科很快发展成为一门独立而很有发展前景的系统学科，并形成以艺术型、经贸型、新闻传播型等三类为主的教育模式。

作为一门年轻的学科，我国广告教育在高速发展的同时也产生了亟待解决的问题：一是速度与质量不匹配。

由于广告行业是社会的“热门”职业，许多高校在尚不具备条件的情况下，形成一种有条件要上没有条件创造条件也要上的遍地开花的办学局面。

这就使有限的广告教育资源，分散在全国百所以上不同类型的高校里，导致教学质量差异极大。

<<创新思维学引论>>

内容概要

本书为普通高等教育“十五”国家级规划教材。

全书从思维科学的角度出发，以国内外认知科学、心理学、思维科学最新的研究成果为根据，重点阐述了思维的本质、信息加工过程、基本形态，创新思维的本质、特点、基本过程与基本思维形式，创新思维必备的心理素质与必须破除的思维定势，创新思维的方式、方法与方法论，并从科学知识创新——科学发现、科学技术发明与创新、系统工程——组织管理技术的创新、文学艺术创新四个主要实践领域介绍了创新思维的具体运用；书后配有各章的练习题，供学生、读者理论联系实际用，以提高创造性地分析问题、解决问题的实际能力。

这是我国高等教育中新兴的一门基础课程，适用于各个专业的本科生、研究生、也可以作为各种研究、开发人员的参考书。

<<创新思维学引论>>

作者简介

卢明森：北京联合大学广告学院教授。

1961年毕业于北京大学哲学系，80年代初以来主要从事逻辑学教学，80年代末开始进行思维科学的研究。主要著作有：《形式逻辑问题分析》、《思维奥秘探索》、《普通逻辑原理全真模拟试题》；参与编写的著作有：《思维科学研究》、《钱学林与现代科学技术》、《逻辑与知识创新》等。

<<创新思维学引论>>

书籍目录

序前言导论 第一节“创新”与“创新思维” 第二节 创新思维的学研究 第三节 学习创新思维学的目的与方法 第一编 创新思维的基本原理 第一章 思维的本质与发展历程 第一节 思维与意识 第二节 哲学上的思维概念 第三节 脑科学与心理学科思维的研究 第四节 思维科学对思维本质的研究 第五节 人类思维的发展历程 第二章 思维的基本形态 第一节 人类对思维基本在形态的认识 第二节 直观动作思维——实践操作思维 第三节 具体形象思维 第四节 抽象思维 第三章 创新思维的本质与基本过程 第一节 创新思维的研究状况 第二节 创新思维的本质 第三节 创新思维的基本特征 第四节 创新思维的基本过程 第四章 创新思维的基本形式 第一节 类比 第二节 直觉 第三节 灵感 第二编 创新思维必备的心理素质 第五章 创新思维必备的心理素质 第一节 概述 第二节 创新意识是创新思维的内在动力 第三节 创新思维的必要前提——自信心、勇气和独立自主的性格 第四节 创新思维成功的必要条件——坚强的意志品质 第五节 情绪、情感和情感智慧在创新思中起重要作用 第六章 思维定势 第一节 思维定势概述 第二节 传统定势 第三节 书本定势 第四节 经验定势 第五节 权威定势 第六节 从众（随大流）定势 第三编 创新思维的方式、方法与方法论 第七章 创新思维方式 第一节 思维方式与创新思维方式 第二节 发散思维与聚合思维 第三节 横向思维与纵向思维 第四节 正向思维与逆向思维 第五节 求同思维与求异思维 第八章 创新思维方法 第一节 方法与创新思维方法 第二节 智力激励法 第三节 移植法 第四节 列举法 第五节 信息交合法 第六节 奥斯本检核表法 第九章 从定性到定量综合集成法 第一节 从定性到定理综合集成法产生的历史背景 第二节 开放的复杂巨系统 第三节 从定性到定量综合集成法的形成过程 第四节 从定性到定量综合集成法的丰富与发展 第五节 从定性到定量综合集成法的基本内容 第六节 从定性到定量综合集成法的特点、影响与意义 第四编 创新思维实践 第十章 科学知识创新——科学发现 第一节 发现新的经验知识是科学发现的基本任务 第二节 经验知识过渡到理论知识是科学发现的主要任务 第十一章 科学技术发明与创新 第十二章 系统工程——组织管理技术的创新 第十三章 文学艺术创新 附录1 练习题 附录2 《创新思维学引论》考试试题 附录3 《创新思维学引论》考试试题评分标准 主要参考文献 后记

<<创新思维学引论>>

章节摘录

插图：二、信息交合法的基本步骤信息交合法主要用于创造发明、开发新的产品，一般可分为以下四个步骤进行：1.确定中心，即确定以什么为中心。

例如，确定以开发“杯子”的新产品为中心。

2.画出标线，即根据需要画出坐标线，其具体的项目数量，依据具体情况确定。

如果将“杯子”分解为“形态结构”、“功能”、“材料”三项，那就画出三条坐标线。

3.注明标点，即在各条坐标线上注明相关信息。

例如，在“杯子”的“形态结构”线上注明杯体、杯盖、杯把等；在“材料”线上注明塑料、玻璃、金属等；在“功能”线上注明装液体、装固体、观赏等。

4.相互交合，即以一条坐标线上的信息为“母本”，以另外坐标线上的信息为“父本”。

相互交合，产生出新的信息，由这些新的信息引发新的设想。

例如，玻璃与刻度相交合产生刻度玻璃杯，可用于饮水或服药时控制数量；金属与电热相交合产生金属电热杯；塑料与磁疗相交合产生塑料磁疗杯；如果再加进其他相关因素，还可以产生二十四节气杯、银行储蓄利率杯；旅游路线杯，等等。

1983年7月在广西南宁召开的中国创造学第一届讨论会上，日本创造专家村上幸雄报告中讲到曲别针的用途时，许国泰就用信息交合法阐述了“村上幸雄曲别针求解”，内容可以用图8—1来表示。

<<创新思维学引论>>

后记

经过近三年的艰苦奋战，在一些专家的帮助下，《创新思维学引论》的编写终于告一段落；虽然还有许多内容令人很不满意，需要进一步研究，但目前也只好暂且如此。

编写过程大致可以分为四个阶段。

第一个阶段是在教学实践的基础上进行准备工作，从2002年5月到2003年7月。

2002年5月，经老同事的推荐，开始为北京联合大学广告学院广告专业的本科生和北京市高等教育自学考试广告专业专升本的学生开设创新思维方面的课程。

因为没有合适的教材，就建议学校自己组织人编写，他们采纳了我的意见，从此开始了编写创新思维教材的准备工作。

主要内容包括：（一）根据教学实践分析采用教材的内容、结构方面的优缺点，根据学生的反映，选择应该补充的内容。

就2002年采用的教材（梁良良主编：《创新思维训练》，中央编译出版社2001年11月第1版）存在的问题，提出2003年应该采用另一教材——刘培育主编的《创新思维导论》（大众文艺出版社，1999年版）的建议。

通过2003年的教学实践发现，这本书作为普通高等教育以及高等教育自学考试的教材也有一些局限性。

这就为新教材的编写提供了宝贵的经验教训和方向。

（二）根据教学实践的体会和学生的反映，广泛地搜集、参考已经发表的关于创新思维的相关论著，酝酿、编写、反复修改《创新思维学》的编写大纲。

大纲的初稿是2002年7月草拟的，经过征求一些专家的意见，9月将修改的第三稿交给广告学院。

以后，继续根据教学实践、搜集到的资料和征求专家的意见，自己又多次修改、增补编写大纲，到2003年7月已经修改到第六稿。

（三）为动手编写准备相关资料，包括已经出版的相关著作和杂志上发表的论文。

第二个阶段是编写初稿，从2003年8月到2004年7月。

2003年8月上旬，接到高等教育出版社的信函并转来教育部高教司的相关文件（教高司函[2003]125号），计划编写的《创新思维学》已经列入教育部“普通高等教育‘十五’国家级教材规划补充选题”。

这使我顿觉肩头的担子沉重了许多，甚至有些诚惶诚恐。

因为，原来只是以为给广告学院、北京高等教育自学考试的本科生编写教材；现在教材的档次远远高于原计划，深感责任重大，惟恐自己的学识、功底难以胜任。

经过与一些相关专家、老友议论，逐渐增强了信心，进一步修改编写大纲，逐渐落实编写任务。

为了保证教材的质量，决定聘请相关专家帮助编写一些专业性较强的章节，并就其中的一些问题反复地进行了讨论。

经过两个月的协商、讨论，各个部分的撰写基本落实。

尽管请到了一些专家帮助，但我仍然感到担心，很想从创新思维论著的作者中物色一位专家来协助我完成这个任务。

到12月，终于找到一位合适的人选，就是何名申教授。

20世纪80年代初，我就读过他的《逻辑》（云南人民出版社1983年第1版、1984年第2版）；后来又读过他1998年为中国逻辑与语言函授大学编写的教材《创新思考方法》，它们与2001年出版的《创新思维修炼》、2002年出版的《创新思维技巧训练》成为我教学的主要参考书。

我最欣赏的就是他对中外古今大量创新思维案例的分析，这正是我的薄弱环节；如果能够请他作为副主编（我的主编位置在广告学院那里与教育部高教司的文件中已经确定）。

<<创新思维学引论>>

编辑推荐

《创新思维学引论》是由高等教育出版社出版的。

<<创新思维学引论>>

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>