第一图书网, tushu007.com

<<向專業人士學習腦活用法>>

图书基本信息

书名：<<向專業人士學習腦活用法>>

13位ISBN编号：9789868573635

10位ISBN编号：9868573637

出版时间：2010-9-10

出版时间：光乍現工作室

作者：茂木健一郎

页数：192

译者：葉韋利

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

前言　在時代變遷下，愈來愈多人對未來感到不安，社會大眾對於該如何善用自己的大腦也跟著興致濃厚了起來。

很遺憾，老天爺並未為我們準備大腦「使用說明書」，學校裡也沒有任何科目教我們如何運用大腦。

日常生活中該如何面對自己的大腦呢？

也難怪大家都渴求著「答案」。

腦科學雖然日新月異，可惜截至目前尚未發展到能寫出一部完備的大腦使用說明書。

然而，現階段還是可以掌握到幾個重要的因素，換句話說，若先針對大腦了解這些內容，至少在日常生活和工作中或許能作為參考。

重點是，一旦了解大腦的潛力，即使面對不容易看清的未來，也能採取積極的態度。

人生過程中如何妥善因應各種不確定，是大腦最大的課題之一。

例如，因為擔憂未來而無法致力於手邊工作的人，光是知道自己的大腦具備克服不確定性焦慮的神奇功能，應該就會變得樂觀許多。

從我接下NHK綜合台的節目「專業人士的工作風格」，至今已三年多，期間有機會與超過一百位專業人士詳談過。

在來賓達到一百位時，錄製了第一百集特別節目「向專家學習！

大腦活用法特別節目」，回顧以往播送內容中從專業人士身上學習的大腦活用法。

我平常在研究所或大學裡都和學生們埋頭進行大腦的相關研究，另一方面在攝影棚內的時間則可以聽到各界專業人士的實際體驗。

經由最先進的腦科學和專業人士們的人生故事加成下，打造出這樣一個精彩的節目，深深打動處於這個不安時代的人心。

本書除了第一百集紀念特別節目的內容外，我和節目工作人員也針對節目來賓的處事方法及生活型態，挑選出一般讀者也能當參考的「合理腦」案例，以腦科學觀點加以解說。

因此，本書可說融合腦科學最新的見解，與專家們珍貴的見證而成，就像是活化大腦的指導手冊，我相信一定能當作多數人在這個時代中奮鬥的參考。

更重要的是，多數專業人士們都見證，在逆境中更要抱持「沒有根據的自信」，才有機會讓自己有更大的成長。

我認為這對讀者來說，也是一大福音吧。

在日本，許多人都對未來感到不確定，「專業人士的工作風格」這個節目的宗旨正是做為一處「安全基地」（Secure Base），讓觀眾在面對難解的未來時，能抱持更樂觀的態度。

希望這本書能成為廣大讀者心靈的支柱，幫助各位更積極面對生活。

本書出版過程中，承蒙NHK出版的內藤篤先生、高井健太郎先生、小林玉樹先生，以及寫實派作家伴田薰鼎力相助，僅在此表達由衷感謝。

——二〇〇九年三月，於感覺春天腳步近了的東京　茂木健一郎

内容概要

78位日本＋台灣的頂尖專業人士　創意思考＋突破困境的實踐分享　　一本大腦的使用說明書　人人都能身體力行的方法　　石志傑（華創車電技術中心股份有限公司 副總經理）．胡佑宗（唐草設計有限公司 總經理）．胡至宜（PPAPER, AANGEL, PPAPER BUSINESS雜誌 發行人）．陳珊妮（音樂人）．彭傑（友善文創 漫畫家）．劉振祥（攝影師）．戴立忍（金馬獎最佳導演）．龔大中（奧美廣告創意總監）　　佐藤可士和（SAMURAI創意工作室負責人 藝術指導）．鈴木敏夫（吉卜力工作室 電影製片）．植村比呂志（SEGA家庭娛樂研究開發部 遊戲開發部長）．羽生善治（棋士）．木村秋則（農夫）．新浪剛史（Lawson董事長兼CEO）　　「創意，並不是坐在辦公室時冒出來的。
通常是在移動的路程中、睡覺前或洗澡時，也就是獨處時想到。
」——佐藤可士和（藝術指導／SAMURAI創意工作室負責人）　　「看來像自我否定，但坦白說，
其中也牽涉到『運氣』。
大多數人認為設計這回事都靠一瞬間的靈光一現，事實上必須事先做好萬全準備，才能迎接不知何時降臨的機會……」　　——奧山清行（工業設計師／Ken Okuyama Design負責人）　　「該如何活化大腦，才會輕鬆出現創意？
」　　「即使截稿日期逼近，卻還是無法將想法好好歸納，想出好點子。
」　　這是每位工作者常常面臨且苦惱的問題。
　　日本知名腦科學家茂木健一郎以腦科學的角度，深入剖析日本七十位身處各行各業的頂尖專業人士，以歸納整理出這本如同「大腦使用說明書」的實用書籍，以期引導讀者發掘出擅用、激發自己大腦潛在能力的關鍵方法。
　　此外，本書為NHK高收視率節目「專業人士的工作風格」第一百集紀念特別節目的內容集結。透過專業者直言不諱的工作經驗及觀點分享，也將帶給讀者豐富的啟發性，引動無限的創意想法。

作者简介

〈作者簡介〉　茂木健一郎　1962年出生於東京。
理學博士、腦科學家。
現任Sony電腦科學研究所資深研究員，東京工業大學研究所客座教授。
致力研究「感質」（Qualia），挑戰解開腦與心之謎的腦科學家。
2006年起和女主播住吉美紀共同主持「專業人士的工作風格」，經由採訪實例和訪談，從腦科學角度分析佐藤可士和、宮崎駿、隈研吾等成功人士的致勝之道。
NHK「專業人士的工作風格」製作小組　徹底剖析一流專家「工作」各面相，打造出紀實節目「專業人士的工作風格」。
自2006年1月播放後，截至2010年8月已製作超過140集。
〈譯者簡介〉　葉韋利 Lica Yeh　1974年生，水瓶座。
慣於跳躍式思考的隱性左撇子。
現為專職譯者，享受文字cosplay的敲鍵盤生活，樂在其中。
譯者葉韋利工作筆記http://licawork.blogspot.com

<<向專業人士學習腦活用法>>

书籍目录

台灣專業人士的腦活用法石志傑（華創車電技術中心股份有限公司 副總經理）．胡佑宗（唐草設計有限公司 總經理）．胡至宜（PPAPER, AANGEL, PPAPER BUSINESS雜誌 發行人）．陳珊妮（音樂人）．彭傑（友善文創 漫畫家）．劉振祥（攝影師）．戴立忍（金馬獎最佳導演）．龔大中（奧美廣告創意總監）前言第1章　靈感的真諦——向專家學習創意思考法創意從何處湧現？
【感覺阻絕】保有產生創意的場所【無意識】想要激發靈感時，更需要讓腦袋空空【睡眠】思緒打結就睡覺【偶遇幸福的能力（Serendipity）】做好心理準備，不讓幸運擦身而過【交錯融合（Crossover）】從他人的言談中找尋線索【現場主義】猶豫時就來到第一線【語言化】將腦中描繪的形象先試著開口表達第2章　壓力克服法——向專家學習突破難關的祕訣壓力可以克服【切換模式】擁有獨特進入專注模式的固定方法【感覺形態】用身體來控制無意識【全身運動】遇到瓶頸時試著手腳擺動【自卑感】利用負面要素大幅進步【超過負荷（Overload）】為了成長刻意挑戰困難【體現】痛苦時更要以笑來活化大腦【創造性的延遲】偶爾忘了截止日吧【拋開壓抑】緊張時更要讓大腦放鬆第3章　提振士氣——向專家學習提高企圖心的方法缺乏鬥志的現代日本人【鏡像神經元】有個崇拜的對象【報酬】給予大腦小小的「喜悅」【自信】誇獎自己，增添自信【主體性】不是「被迫」，而是「主動」【信號】蘊藏傳達到他人心中的想法【安全基地】擁有心靈依靠的場所第4章　豐富創造力——向專家學習樂在工作的方法樂在工作可增加創造性【好奇心】找尋自己內心的「孩子」【開放性思考】保持年輕大腦的生活【願景】在自己內心中把持不動搖的座標軸【擺脫既定規則】自主思考行動【後設認知（meta-cognition）】有另一個凝視自我的自己【習慣化】以反覆練習將技術烙印在腦中第5章　與節制共處的方式——向專家學習現代生活中的思考方法不容易討生活的社會【強化學習】重大的成功都是由微小的成功累積而成【失敗體驗】失敗為成功之母【既定觀念】打破既有的觀念【領袖魅力】領袖的存在無可動搖【自然體】不欺騙自己【共鳴】有共同的願景或目標尾聲

章节摘录

第１章　靈感的真諦——向專家學習創意思考法　感覺阻絕　保有產生創意的場所　分析一百位專業人士工作狀況的結果，大多數人當自己大腦中進行創意會議時，都很有經驗地深知在什麼情況下能達到最有效的結果。
有一點特別值得重視的，就是好幾位專業人士都保有自己產生創意的「場所」。
「創意，並不是坐在辦公室時冒出來的。
通常是在移動的路程中、睡覺前或洗澡時，也就是獨處時想到。
」　佐藤可士和　藝術指導（SAMURAI創意工作室負責人）　佐藤可士和，這位當紅的藝術總監，作品從商品包裝、形象商標、海報、CD封套、到手機內容平台，甚至還包括幼稚園的設計。
那個讓他陸續推出前所未見嶄新設計的工作場所，最令人印象深刻的就是寬敞無比，而且井然有序。
不過，他設計基礎的「創意」卻不是在那間有格調的辦公室裡產生的，而是在「移動路程中」或是「洗澡時」。
再看看其他兩位的說法。
「我每次在開完國際會議的回程飛機上，習慣都要喝杯『血腥瑪莉』。
原先自己一直抱持的既定想法，通常在這個時候我會在瞬間改變，例如會想起昨天碰到的那個人曾說了這樣的意見。
對我來說，這段時間最能將各種想法融會貫通（Mixing）。
」　小池康博　科學家（慶應義塾大學理工學院物理資訊工學系教授）　「我們生產產品（清涼飲料）的創意，或許在一般人生活之中比較容易出現。
比方說，走在街上，或是在放著音樂的小酒館、唱片行、運動用品店等，最初的契機都來自日常生活。
我經常是一個人搭著計程車時，腦子裡一不小心就冒出點子，要說獲得靈感的情境，移動的路程中反而比在工作時來得多。
」　佐藤章　產品企劃部長（Kirin Beverage．採訪當時）　以塑膠光纖技術獨步全球的科學家小池康博，表示結束國際會議後在回程的飛機上，是最好的創意醞釀場所。
小池先生使用的「Mixing」這個字，其中的含意正是當置身於理想空間內，在腦中成立「意願×經驗」的算式。
此外，開發出多項熱門產品的佐藤章，也提出許多點子都是在「計程車」的移動空間中想到的。
「洗澡時」、移動的「飛機」、「計程車」——這些「場所」的共通點，就是本節標題所提的「感覺阻絕」。
嚴格說起來，是一種「接近感覺阻絕的狀態」。
如果問我，尋思創意時是不是只要大量輸入有趣的資訊，就能刺激大腦活性。
答案是否定的。
因為若不斷從外界輸入各類訊息，大腦光要一項項處理就精疲力竭，根本沒有餘力進行創意會議。
相反地，如果讓大腦處於在沒有接收訊息的狀況，就會開始感覺匱乏，進而試圖努力尋找是否有新資訊。
有個實驗是運用人為的方式，營造出不接收外界訊息的「虛無」環境，以測試人腦神經細胞在這種環境下有什麼反應，結果證實大腦將無法忍受匱乏，更極端時還會自行任意塑造出其他訊息。
換句話說，可能受到幻聽或幻覺之苦。
創意形成的過程是在自己內心的一連串作業，也可以說是傾聽無意識的領域。
在這種狀況下，若外界完全沒有訊息進入也不好，但一時湧入過多內容也不宜。
考量到能更容易想出點子，最理想的就是在周遭有適量的資訊，同時身處不需要對個別訊息特別留意的環境。

媒体关注与评论

?創意，並不是坐在辦公室時冒出來的。
通常是在移動的路程中、睡覺前或洗澡時，也就是獨處時想到。
」　　——藝術指導／SAMURAI創意工作室負責人／佐藤可士和　　「看來像自我否定，但坦白說，其中也牽涉到『運氣』。
大多數人認為設計這回事都靠一瞬間的靈光一現，事實上必須事先做好萬全準備，才能迎接不知何時降臨的機會……」　　——工業設計師／Ken Okuyama Design負責人／奧山清行

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