

六大原則如何系統化地讓創意變得更有影響力？

六大原則提供了一種**系統化的方法**（或稱為「檢查表」或「模板」），讓創意能具備「黏性」，進而變得更有影響力。這種方法是根據對數百個具有「黏性」的觀點案例進行仔細研究後得出的結論。

這六項原則，或稱作「讓創意直抵人心的六條路徑」，其首字母縮寫構成了 **SUCCESS**（簡、奇、具、信、情、事）。

以下是這六大原則如何系統化地讓創意變得更有影響力：

1. 簡潔 (Simplicity)

系統化地提高創意的影響力，首先需要**精煉核心信息**。

- **找到核心 (Find the core):** 簡單並不是一味追求精簡，而是要**說去蕪存菁，直擊本質**。這要求我們在複雜且充滿不確定性的情況下，能夠做出明智的決定。
- **精煉觀點 (Refining the viewpoint):** 觀點必須簡潔又深刻。例如，軍事上的「指揮官意圖」(Commander's Intent) 就是一種要求捨棄非必要細節，只保留最重要目標的簡潔原則，以確保在變動的環境中仍能達成任務。

2. 意外 (Unexpectedness)

這個原則的核心是**吸引並維持他人的注意**。

- **打破基模 (Break schemas):** 創意必須打破人們的預期，違反直覺。驚訝是一種強大的情緒，能夠打斷慣性思維，將注意力集中到新的信息上。
- **製造好奇心的缺口 (Create knowledge gaps):** 透過製造知識上的「缺口」來維持對方的興趣。當人們意識到自己有所不知時，好奇心就會被激發。例如，透過提出懸疑問題（懸疑謎團）可以吸引讀者，並讓他們對接下來的內容產生持續的興趣。

3. 具體 (Concreteness)

具體性是幫助人們**理解和記憶**的關鍵。

- **告別抽象 (Avoid abstraction):** 抽象的描述總是模糊而毫無意義。具體的事物，例如像**裝滿冰塊的浴缸**或**藏有刀片的蘋果**這類生動形象的例子，更容易讓大腦記住。

- **運用基模 (Utilize schemas):** 將新的概念附加在人們已有的知識（基模）之上，能讓資訊變得容易理解和記憶。例如，在商業溝通中，將抽象的戰略化為可見、可感知的具體形象，能讓觀點更容易協調。

4. 可信 (Credibility)

該原則旨在讓創意讓人願意相信。

- **依靠權威 (Rely on authority):** 可信度可以來自於具有專業資歷的權威人士、外部統計數據。
- **使用反權威 (Use anti-authority):** 有時，一個沒有官方權威但有親身經驗的人（如一位因吸菸過早離世的年輕女性）的故事，反而可能更具可信度。
- **使用細節和人性的尺度 (Use detail and human scale):** 生動的細節可以增強觀點的真實感。統計數據本身往往沒有意義，但當透過「人性的尺度原理」或與個人經驗相關聯時，它就會變得有意義和可信。

5. 情感 (Emotions)

目的是使人關心在乎，因為僅僅相信一件事並不一定會促使人採取行動。

- **訴諸自身利益 (Appeal to self-interest):** 讓人們關心最可靠的途徑是喚起他們自身的利益和熱情。例如，展示一個觀點能帶來的好處（如獲得尊重、安全感）比僅強調經濟利益更能驅動深層次的動機。
- **喚起特定情緒 (Evoke specific emotions):** 觸發人們的感受，例如同情心（如對特定孩子的捐助案例）或憤怒（如反權威廣告），可以有效地讓人們採取行動。

6. 故事 (Stories)

故事原則旨在促進人們起而行動。

- **具備雙重力量 (Possess dual power):** 故事能提供「模擬」(Simulation)，讓人們在腦海中預演應對措施，同時也具有「鼓舞」(Inspiration) 人心的力量，有助於打破「知識的詛咒」。
- **系統化應用於行動 (Systematic application for action):** 故事案例能展示如何運用創意原則來解決問題，並激發聽眾採取行動。

總結來說，六大原則提供了一個結構化的框架（SUCCESS：簡單、意外、具體、可信、情感、故事），使創造者能夠有意識地設計和傳達信息。只要理解並掌握這些原則，任何創意幾乎都能變得有黏性，從而產生至關重要的影響。