



## 《推翻：李欣頻的創意學》

2009-12-13 文 徐鈺婷



《推翻李欣頻的創意學》深談對創意本身的發生與再進化的邏輯與思維。（圖片來源／博客來網路書店）

身兼廣告文案的作者李欣頻，繼熱賣三十三刷的創意暢銷書《十四堂人生創意課》後，再推出《推翻李欣頻的創意學》，深談對於創意本身的發生與再進化的邏輯與思維。作者希望藉由「創意→創造→創世」達到「原我→變我→全我」的過程。換句話說，作者認為跳脫個體原來的生活框架，打開自我的感官天線接收多樣的刺激，才可塑造出自我的生活風格，來達到全觀視野的個體。

### 終極創意境界 創意→創造→創世

在《推翻李欣頻的創意學》中，作者把創意的發想比喻成一個貌似漏斗狀的過程，並循環漸進地描述從最低層的進階創意學出發，再一舉推向中層的創造學和最高點的創世學。首先，作者為最低層的進階創意學下的定義是「站在原點看新的可能」，主要是希望個體能有多種的生活腳本模式，虛擬任何可能的感官知覺，讓自我的生活感知和視角完全打開，才能為創意儲存資料庫。舉例來說，作者相當推崇「先delete，後reset」的力量，也就是說拋開被慣性挾持的思維，重新為今日的自己寫下有別於昨日的生活劇本。「先delete，後reset」的終極目標在於保有靈活的感官觸角，並在多樣的體驗中找出適合自己的模式，創造屬於自己的遊戲規則。

第二層創造學作者下的註解則是「站在新的點上看無限可能」，在上層已經儲備眾多感知的能力後，為自己的人生做短、中、長程的規畫，再以作者所謂的放射性爆發的光速擴展自我的人生版圖。同時作者鼓勵要在二十五歲前擁有完成接班的勇氣和專業能力，因為這樣的高度可以讓你跟更高的山頭進行對話，讓你的生命經驗得到累積也增加了厚度，更重要的是會帶領你迎向另一座高峰。

第三層創世學作者以「在無限的可能的點上，看最好的可能」點出自我與萬物宇宙間的互動，為了避免抽象，作者以杜拜在觀光業上所作的突破作為例子，告訴讀者當萬事皆具備的時候，一個人意識的自由度和夢想成真性是成正比的關係存在。

### 過於相似的內容 何來的推翻

作者在《推翻李欣頻的創意學》創新地提出了從創意到創造，進而創世的概念，但如果說書本和廣告文案一樣需要原創性和新鮮感，那麼李欣頻的第一本書《十四堂人生創意課》比第二本《推翻李欣頻的創意學》略勝一籌。再加上，本書名既然命為「推翻」李欣頻的創意學，那麼應該有更別於第一本《十四堂人生創意課》的觀點。然而，在《推翻李欣頻的創意學》一書中不難發現有太多第一本《十四堂人生創意課》的影子，二本內容相似性太高，若非第二本冠上創意之名

媒體歷屆廣告

#### 推薦文章

- 變化自如 幕後的聲音演員
- 那些年 爸爸與芭樂的回憶

- 關余膚色 我想說的事

#### 總編輯的話 / 郭穎慈



本期共有十九篇稿件。頭題〈夢想配方 攝影甜點與咖啡〉忠實刻劃一位科技新貴勇敢出走，開設一間攝影風格咖啡廳的歷程和堅持。

#### 本期頭題王 / 洪詩宸



嗨，我是詩宸。雖然個子很小，但是很好動，常常靜不下來。興趣是看各式各樣的小說，和拿著相機四處拍，四處旅行。喜歡用相機紀錄下感動，或值得紀念的人事。覺得不論是風景還是人物，每個快門的...

#### 本期疾速王 / 吳建勳



大家好，我是吳建勳，淡水人，喜歡看電影、聽音樂跟拍照，嚮往無憂無慮的生活。

#### 本期熱門排行



夢想配方 攝影甜點與咖啡  
洪詩宸 / 人物



橙色的季節 唯美「柿」界  
陳思寧 / 照片故事



老驥伏櫪 馬躍八方  
許翔 / 人物



追本溯源 探究大地之聲  
劉雨婕 / 人物



變化自如 幕後的聲音演員  
張婷芳 / 人物

，很可能第二本的新鮮感會更加薄弱。



以《推翻李欣頻的創意學》內容為主交叉比對《十四堂人生創意課》，第一層創意學提到的在「先delete，後reset」的虛擬死亡、創造自己的遊戲規則、二十五歲完成接班觀念分別是《十四堂人生創意課》的第四、八、十課皆有專文談論；第二層創造學所提到的自我風建立、想像力在《十四堂人生創意課》亦有很深的談論，甚至在《十四堂人生創意課》還藉由許多電影和書讓更多觀點具有驗證性，所以相較之下，第二本書所述觀點就沒第一本書來的深入，而且還會造成《推翻李欣頻的創意學》只是用不同的陳述方式，內容仍然在相同的觀點裡打轉；唯有第三層的創世學因為杜拜的加持，而略有一點差異性。

李欣頻的第一本書《十四堂人生創意課》。(攝影/徐鈺婷)

### 置入性行銷之嫌 撩撥大眾慾望

然而，或許是因為作者書中有提及幫旅行社寫杜拜文案的關係，導致看書的過程會有為杜拜旅遊做置入性行銷的錯覺。因為書中關於杜拜的介紹就占了幾乎全書的三分之一，書中除了介紹杜拜的設施，例如杜拜媒體城、網路科技城、國際空、海運、物流城等至少十八個個建設外，還內附全彩色的夾頁，鉅細靡遺地介紹杜拜的建設，簡直就像一張杜拜的旅遊圖。在作者字裡行間有撩撥大眾慾望的意味，更精確的說，如果作者是以創世的概念導入杜拜的案例，應該多著重於杜拜從無到有的創世過程和創意的連結，而非只是跟著媒體熱潮一味奉承杜拜驚人的成果。



《推翻李欣頻的創意學》書中，有為旅行社推銷杜拜旅遊做置入性行銷的嫌疑。(攝影/徐鈺婷)

另外，更令人有置入性行銷之感的是在《推翻李欣頻的創意學》書末，有一頁全彩廣告推銷杜拜旅遊，還名為杜拜「創意」七日遊，並且還有相關促銷活動，也就是把書中的廣告截角剪下在期限內寄回至旅行社就有機會享有到杜拜旅遊的優惠。或許作者無心於此，只是太多巧合同时出現，就正如作者在書中所說的，每個巧合的出現都有它的故事一樣，等待每個讀者去評估。

### 寫書也是創意的過程

整體而言，《推翻李欣頻的創意學》依舊承襲作者平易近人的寫作方式。透過作者淺白近人的特質和流順流暢的字句，可以感受到作者誠懇與讀者交流的氛圍，並不留痕跡的把觀點轉換成好似讀者放置內心卻無法用言語陳述的信念，身兼廣告文案的作者運用文字的功力果真可見一斑。另外，作者還積極鼓勵讀者透過大量閱讀、看電影和旅行進行創意的累積，正如作者所說的「書本可以帶著你的心靈，走最遠的旅行」；電影則可以帶領妳進入好幾百次的人生；旅行可以使你更為謙卑，在高速淘汰的人生起伏中，保持樂觀。姑且不論作者前後出版的書籍內容是否一致性過高，可以肯定的是《推翻李欣頻的創意學》有許多來自書本、電影和旅遊的啟發，間接能感受到作者成為廣告文案的過程中，必然反覆受到來自於此的激盪。創意發想總是飄渺不定，就像作者所說，當初在寫《推翻李欣頻的創意學》的時候架構沒有那麼完整，隱約只有創意、創造、創世三層，但這樣邊寫邊想的過程，互許就是一個創意發現而後展演給讀者的過程。



橙色的季節 唯美「柿」界

新竹九降風吹起陣陣柿香，一片澄黃映入眼簾，那既是辛苦的結晶，也既是甜美的滋味。

▲TOP

關於喀報 聯絡我們  
© 2007-2014 國立交通大學 傳播與科技學系 All Rights Reserved.

Powered by  DODO v4.0