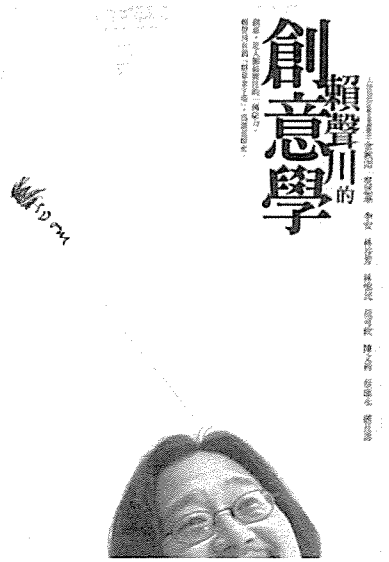
《赖声川的创意学》导读报告



总裁书香轩

2008年8月16日导读活动报告

作者：

赖声川

整理：

简文龙

导读主席：

简文龙

导读组员：

李津梅 • 郭鸿杰 • 李菁 • 白振才 • 郭思锐

本书架构：

I. 总论：整本书的架构、灵感的迷思、“创意金字塔”的概念。

创意是可以学的吗？灵感是可遇不可求的吗？赖声川用自身戏剧创作的过程为例，来引导读者如何激发创意，进而发展出“创意金字塔”的概念。

II. 创意金字塔：

A. 底部：创意的泉源

B. 左侧：生活－（般若）智慧

深层的创意来自生活所淬练出的智慧，难以从学校中学得。作者因而归纳出“创意三毒”，并运用“如何看”的方法，将之转化为“创意三智慧”。

C. 中央：如何看－如是观、因果观、世界观（三观）

D. 右侧：艺术－方法

创意需要方法来呈现，于是想学音乐的进音乐学校，想学戏剧的进戏剧学校。然而，如何从“匠”变成“师”？

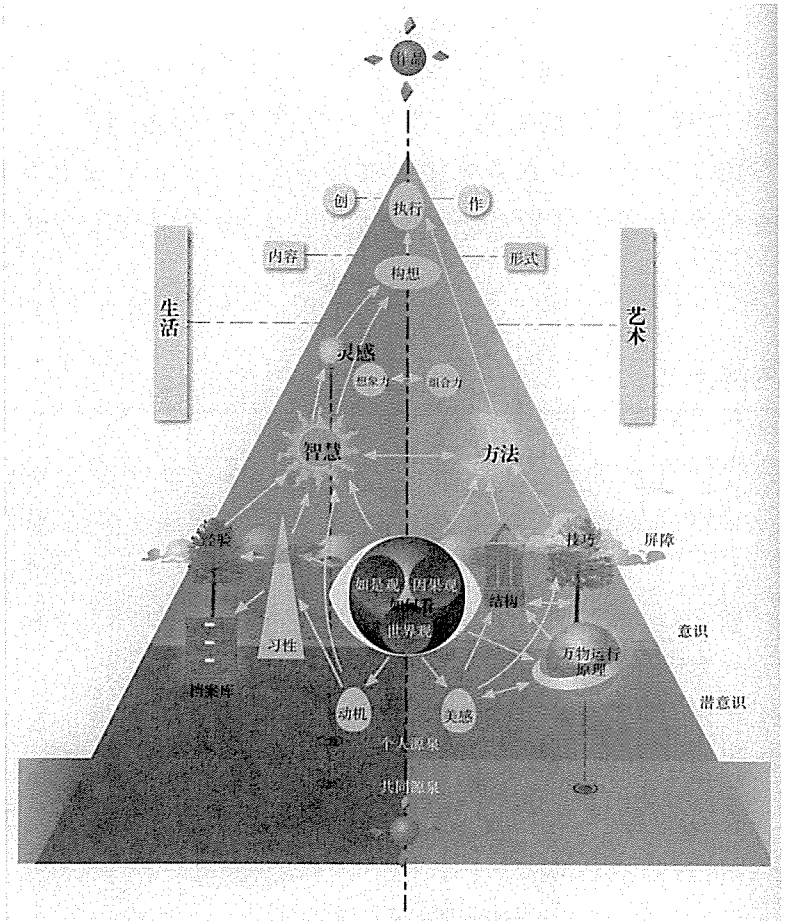
E. 融合：金字塔的融合、内化

III. 总结：如何将本书的内容应用在生活中。

总论：

- 如何将许多不相关的事件，有机融合成完整的戏剧作品《如梦之梦》？作者用了11页的篇幅（pp. 28-38）为您解开“灵感是不是‘可遇不可求’的迷思”。
- 人人皆有生活经验，但有人因之创意不断，有人却令其成为创意的障碍。赖声川利用《创意金字塔》，将经验、习性、动机这创意三毒，转化为三智慧。
- 建彬兄说MBA无用，企业需要的是创意人才。《面包物语》郭明忠的明确总经理形象：40岁，美术系毕业。如何将创意融入企业，求新求变求差异？这能否成为诱发你读《赖声川创意学》的另一个动机。动机不同，领悟自然不同。
- 在台湾，教创意变成好生意。《学学文创》开私塾教创意，开幕一天，网路会员破万人。工研院新设创意引导师，上课前先交35万新币。创意当真可教？
- 创意是可以学的吗？恭喜你，赖声川的答案是肯定的！

创意金字塔：



“创意金字塔”立面图（创意图）

创意金字塔左右两端是“生活”和“艺术”两个领域，分别进行两种性质不同但功能相连的学习，“智慧”与“方法”。它们各自联结到底层更大的神秘之泉，创意的源泉。

■《创意金字塔》的底部是创意的泉源，又分为共同泉源和个人泉源，是创意人截取养分的根基。

■《创意金字塔》大致分为两侧：左侧是“生活－智慧”， 右侧是“艺术－方法”，而中央则为转化的重心：“如何看”— 方法有三：如是观、因果观、世界观。这也是本书讨论的重点。

■《创意金字塔》左侧是“生活－智慧”。人们将许多生活经验，分门别类地储存在大脑的档案库里，就看你怎么在适当的时候提取适当的档案，形成创意。第28－38页便是作者亲身的档案运用经验，并将不相干的档案，有机融合成创作“灵感”。

■ 创意在运行时，我们的内在像是一座金字塔，金字塔上方吸取来自底座的创意营养，向上提升，不断精练，最终提炼出创意的精髓，从金字塔顶端吐出创意作品。

■ 金字塔上方要从底部吸取源泉的养分，中间还有许多的考验和障碍。

■ 创意学习主要的工作就是在清理金字塔内部，打通上下，让创意在金字塔内顺畅地流通。

■ 创意的源泉：

- 每一个人的内心深处都具有一个个人创意源泉，不可思议的创意能量，包含个人的才华，等待被开发，〔有如神秘电脑中，存了一切思想、情感、概念、恐惧与怜悯等第档案。〕
- 同时，这个个人的源泉直通人类共同的源泉。〔在佛法中称之为本觉，本来就存在的、随时都能展现出来的能量，不需要发展或创造〕，但是必须打通“屏障”才能发挥作用。
- 宇宙大自然中存在一种更广大、超越个人、属于全人类的共同源泉，里面储存着各种原始、深奥的“集体智慧”〔或称“集体谛意识”〕。隐含一切的创意。
- 所谓的“集体谛意识”、它隐含一切的创意，道家的“道”、佛家的“佛性”、基督教的“上帝”，甚至基因密码中最原始的“共同基因”。
- “集体谛意识”随时在发挥作用，在梦中、幻想中、或创意中，大部份的人只有处于生命的特殊情境下才能清楚地碰触它。
- 例如当我们在大自然之中感受到万物合而为一的时候，就是整个人浸泡在这神 源泉之中才有的体验。

■ **创意的智慧**

- “知道什么能做，什么不能做”
- 它包含人生经验和人生智慧，也包含创意技巧和创意经验。
- “智慧”经常和智能与知识混谈：
  - 知识是信息的累积，
  - 智能是知识的妥当运用。
  - “智慧”是一种“感知”的能力，让我们洞察人、事、物的真面目能清楚看得到个别事物的具体独特性，以及相互关系中的细节，和万物的整体性的所有关系。

- 有了“智慧”，我们能够穿透、洞察生命真相、也能洞察作品的真相。创意的智慧就是这种透视、感知的能量，因故创意工作才可能有深度。
- “智慧”对生命整体的感知，它是对万物整体的辨识、超越学术，它存在任何专业领域中，没受过教育的人也能获得智慧，木匠、渔夫、家庭主妇之中也有智慧之士。
- 智慧”不是从艺术领域中学习，而是在平时生活中渐渐累积出来的。

■ **然而，“经验、习性、动机”，却屏障了人们发挥创意的能力，成为创意三毒！**

【1】“经验”：

创作的所有材料都取自个人心中的电脑档案，这些档案是从我们的生活经验中得来的，生活“经验”就是创意的原始材料。

事实上人生就是一场无法停止的累积。从小所累积的一切，都积留体内，每天、母秒持续累积，无人例外，重点是我们经常累积而不自知，而到后来自已并没有选择的权利。

【2】“习性”：

- 创意三毒中最强大的敌人。
- 个人的喜好、就是习性的直接反映，让我们快速得出结论。
- 许多成功人士因为生活中有强烈的习性，才会做出成功的判断与决定。
  但是，时间久了，这些强的习性也可能成为失败的理由，因为时代变了，环境、潮流转了，他们还用同样的习性方式反应。
- 掌控我们储存档案的罗辑。
- 不只累积档案，更是在不断累积生活和工作模式，它使我们变成现在的样子，影响我们的一切行为，生话中如此，创意上亦然。

【3】“动机”：

- 三毒中最不容易受注意，但切是最重要的。
- 改造动机，就能直接影响习性，习性又能够对经验的累积发挥即时而明显的作用。
- 动机是我们做任何事的理由，人生中大大小小的行为背后都有动机，有的容易观察，更多的是隐藏的。
- 创意的过程固然重要，但是当初创作的动机影响力更大。
- 少了动机，创意的动机变得跟其他生活中任何习性一样，设定在“自动驾驶”上，在这种情况下，动机是一种“毒”。
- 经验、习性、动机呈呆滞、自动状态，对向往具有创意的朋友来说，这就是“毒”。
- 我们要找到方法，让遮蔽创意的“三毒”转变成造就创意的“三智慧。”

■ 如何看：

- 改变自已如何看世界、看人生、看事物的方式，进而攻变如何看待经验，习性、动机“三毒”的方式，建立一种新的模式来看这世界。
- 创意来自懂不懂“如何看”这个世界，如何看自已的动机、看习性、看自已的生命经验，到底看什么，看多看少，都是用心在看，用心在决定。
- 当我们看东西，在还没认出是什么之前的瞬间，它就是它自已，非常单纯。但我们长久以来习贯在辨识事物的瞬间立刻给它贴上标签。
- 我们要培养看见事物原貌的能力，尽量延缓贴标签的时间，这就是改变“如何看”的核心方法。例如：人际关系、组织，什至概念本身。当心中没有偏见，生命就是开放的。
- 当真正的艺术家懂得放下自已，这样才能找到作品。放下就是延长“纯净觉察”［看见事物的原貌］和“赋予觉察意义”之间的空间，让我们自由地看待世界，解放世界原貌。当这个裂隙拉长、空间拉大，心的空间就扩大了。
- 放下自已，学会“看”，正是“放下”对自我的执著，也是拉长时间贴标签，不随便乱贴标签。

■ 三观：

- “三观”是转化创意“三毒”成为创意三种智慧的最佳工具。
- “三观”的名称是“世界观”“如是观”和“因果观”
- “世界观”是基础，是个人看世界的观点。如果有意识地每天累积，我们就能拥有如何为创意储存更好用的档案机制。
  - “世界观”是智慧的起点。世界观是走向智慧的第一步。
  - 拥有稳定“世界观”的人，对死亡有重要的看法，对生命会有不同看法，有了终极价值，创意才有意义。
  - “世界观”随着我们对世界的不断探素，视野也会越广大，但因为更理解世界，而非屈服于世界向我们展现的新东西，世界反而越变越小，一更容易懂，更容易管理，我们也更能将各种经验分类，类别数量将不断递减，感觉上世界越来越小。
- “如是观”
  - 看见事物的原貌
  - 本来就是｛如是｝的原貌
  - 反之我们大半辈子都是在用【既有的方式】看世界。
  - 【日积月累而形成的“偏见过滤”，使到事情的原貌渐渐远离我们。】
  - “如是观”建立在放下的功夫上
  - “放下”才能看得到。放下概念，放下自已，就能直接穿透事物，看到原貌。“专业”的判断，就是这么纯净。
  - “放下”是一种更纯净的联结世界的方式，可以打通渠道，通往创意的神秘源泉。
  - “放下”是专注地进入一个〖中性的空间〗，一切可能性都在那中性空间展开。

- “因果观” — 看见事物前因后果。
  - 看到形成事物现况的“因”，及这些因将对事物产生的“果”。
  - 因果本身无关好坏，它纯粹是说明万事万物间的关联性。
  - 当人从自已的立场看待因果时，自然会将代给自已快乐的归为善因善果，反之恶因恶果，而简化称之为因果报应观。

■ **转化：“三毒” - 转为 - “三智慧”**

- 有了“如何看”的工具，接着就可以运用到经验、习性及动机上，将创意“三毒”转为“三智慧”。基本上，这就是以“世界观”为基观。用“如是观”和“因果观”重新认识自已的人生经验、习性和动机。
- 改变烙印的方式，第一步最难，需要很大的勇气和一颗很静的心
- 创意的根，就在于动机。如何将自已的创作动机从毒转化成智慧，共实是创意最核心的议题。
- 巴厘岛的创意与非创意?
  每位居民都是艺术家，
  所有的事物都是艺术品?
- 创作“神圣艺术”真正的关键在于我们的心以及态度，这就是“神圣艺术” 之所以神圣、至高无上和真实的理由。
- 动机的两极，一切基础就这看自已！

■ **右侧是“艺术 — 方法”。**

- 创意金字塔左右两边分别是「生活」和「艺术」两种不同的领域，分别进行两种性质不同但功能相连的学习。它们各自联结到底层更大的神秘源泉－－创意的源泉。
- 如果把创作分为「创」与「作」两个阶段的工作，智慧则管「创」－创意构想，方法则管「作」－构想执行。
- 如果把一个创意作品分为「内容」与「形式」，智慧则管「内容」 ，方法则管「形式」。
- 方法就是让作品“显现”的方式，把作品“执行”出来的技巧，让抽象构想得到具体形式的过程。
- 内容必须找到形式，形式必须配合内容。
- 结构的重要性：
  - 如何找到恰当的形式，最重要的在于创作者对结构的认识。形式显现的关键在于对于结构的认识。
  - 对结构的认识必须从认识事物的整体与部分开始，因为事物就是部分所组成的整体。
  - 无法感受什么叫做“完整”，什么叫做“整体”，就很难创造出完整的作品。
  - 结构就是秩序。看到结构就是看到秩序，事物的秩序。
  - 万物在我们这个世界最根本的元素－空间和时间－中如何展开运作，这都是属于“结构”问题。
  - 万物都有结构，如果能看到事物的结构，就可以开始探索它如何运行。

- 作品的内在精华化成外在的结构。结构是外在的支架，根据内在的需求而成立。结构是需求的外延，需求是结构的内涵。

- 技巧：
  - 技巧与方法都是创意不可或缺的要素
  - 缺乏方法，智慧无法显现成可体验的形式；缺乏技巧，任何形式都不会有章法及细节，只能拙劣地显现原构想而已。
  - 创意的技巧需要提升为有智慧的技巧。技巧本身的智慧是通过长年练习而达到的特殊“感悟”。技巧的智慧在于做局部的时候意识到这部分与完整作品的关系。
- 美感：
  - 美感和动机都象种子一样，处于创意金字塔的源泉部分，对创意的影响最大。不论我们结构训练再好，还是个人技术再高，如果欠缺对美感的判断，作品做出来总会有其受限的地方。真正对创意有益处的美感跟对创意有益处的敏感度是一样的，充满生命的智慧。

■ 重新设定操作系统：

- 了解了创意金字塔的左边和右边，融合成整个金字塔。重新设定自己内心的电脑，重新启动电脑升级之后的程式，让自己的电脑随时保持在“创意模式”。
- “创意模式”就是活在一种状态里，让人生中任何遭遇、任何经验、任何情绪、任何感受，都成为创意的可能材料，而在世间任何事物的运行，都可能隐含创意的秘密。
- 创意需要这样的生活态度。
- 创意是将似乎不连贯的事物联结在一起的能力。
- 创意是发现之旅。发现就是联结，联结到问题，联结到答案，通过这个过程，一个创意作品诞生了。创意就是发现可能性，然后再组合和执行这些可能性。联结是创意思考的关键。
- 联结的目的是为了转化，转化被联结的一切。
- 创意就是联结与转化 — 潜意识和意识的联结，目的和方法的联结，个人和社会的联结，演出和观众的联结，以及这一切联结后发生的化学作用。
- 最高层次的创意作品就是能够转化观众的作品，将观众与其他人联结，与更高深的思想联结，与生命本身联结。人类最伟大的创意作品能够将观看的人提升到更高的感悟层面、更高的存在。

■ 创意的执行

- 创意构想形成后，最困难的就是第一步“做”，也既执行。这是所有创意策略落实的关键。不做，就永远不会。不会，也就无法做。
- 创作的难度在于，它的源头是彭湃的激情，但它的表现却需要冷静地执行。应当找到自己的让心静下来的方式。拥有一颗宁静的心，我们会加深合世界的联结。遇到瓶颈是正常的，静下心来，找问题的上游，而不是下游，就能找出问题的所在。
- 禅定、闭关、独处、积淀，同时努力工作，让自己随时保持在“创意模式”上，不管瓶颈或障碍，创意还是可以源源不断的！

■ **最后：回到动机**

- 创意的关键在于听从自己的心。病与药、礼物与垃圾，创意可以做任何的选择。关键在自己要选择哪一条路？我们的创意能到达什么样的境界，最终还是得回到我们的创作动机。
- 在生命中寻找艺术，还是在艺术中寻找生命？
- 最关键的，还是在相信自己的创意潜能。我们都生而具有不可思议的创意能力。渐渐开发而不荒废它，才是活在世界上最完整的见证！
- 最伟大的创意－就是在改造自己。

■ **总结：**

- 《创意金字塔》左侧：生活－（般若）智慧：
  - 帕帕约安努（2004年雅典奥运会开幕式总导演）说：
    成功的奥运开幕式应该感动观众，而不仅是用宏大的场面给观众留下印象，事后却没有回味。
  - 傅聪（中国钢琴诗人）说：
    很多年轻钢琴家，手指很快、技巧精准，却缺乏感动人的力量。
- 《创意金字塔》右侧：艺术－方法
  - 有人问导演李安，怕不怕别人抄袭他的点子。李安说："不怕，因为拍电影需要很多技术。"
  - 杜拜即将兴建每层楼可以各自旋转的摩天楼，外观随时在变。这个灵感，需要超强的建筑结构知识来执行。
  - 因此，《创意金字塔》左右两侧，没有哪一侧比另一侧重要。

外一章：创意应用到企业的案例（from林伟贤）

（* 以下所有数字都不正确，只是概略印象。）

在成都机场，你会看到很多印有"订饭店，请拨69696969"，"免费机场接送，请拨63636363"的黄色车辆，为顾客提供来回成都机场和市区的免费接送服务。

这家公司的老板A，以每辆9万元人民币，共买下120辆中型车，提供这个服务。他公开邀请120位司机加盟，每位司机每年要付给他17万元的路线费，人员、汽油等各种费用自理。他和四川航空签约，只要顾客购买的是五折以上的高价票，凭着登机证，就可免费搭乘他的市区来回接送服务。乘客一般得花200多元的来回德士费。

四川航空付给A，每位乘客￥35。A分给司机￥30，￥5为自己收入。经过计算搭乘人次，司机一年可赚进27万元，扣除付给A的17万路线费，还净赚10万，比打工好太多。四川航空的五折以上机票，利润好，￥35微不足道，但免费市区接送服务，为它赢得更多顾客。乘客省下￥200多元，十分高兴。而A买下120辆车，以司机的加盟路线费支付，等于分文未付！整个跨界整合的创意经商模式，皆大欢喜。大家都赚钱，而且都是无本生意！

这便是将创意融入企业的好范例。