

萊恩·休斯 Rian Hughes 著
顏和正 譯

好創意！

文化才是王道



CULT
-URE

150 則成功溝通直達人心的創意思考術

好創意！ 文化才是王道

150則成功溝通直達人心的
創意思考術

萊恩·休斯 Rian Hughes 著

顏和正 譯

好創意！文化才是王道

150則成功溝通直達人心的創意思考術

作者 萊恩・休斯 (Rian Hughes)
譯者 顏和正
主編 曹 慧
美術設計 三人制創
行銷企畫 蔡緯蓉
社長 郭重興
發行人兼
出版總監 曾大福
總編輯 曹 慧
編輯出版 奇光出版
E-mail: lumieres@bookrep.com.tw

發行 遠足文化事業股份有限公司
http://www.sinobooks.com.tw
23141新北市新店區民權路108-4號8樓
客服專線 0800-221029 傳真：(02) 86671065
郵撥帳號 19504465
戶名 遠足文化事業股份有限公司
法律顧問 華洋法律事務所 蘇文生律師
印製 成陽印刷股份有限公司
初版一刷 2014年4月
定價 500元

版權所有・翻印必究
缺頁或破損請寄回更換

CULT-URE by CARLTON BOOKS LIMITED.

Copyright © 2010 by CARLTON BOOKS LIMITED.

Chinese complex translation copyright © 2014 Lumières Publishing, a division of Walkers Cultural Enterprises, Ltd.

Published by arrangement with CARLTON BOOKS LIMITED

through LEE's Literary Agency

ALL RIGHTS RESERVED.

國家圖書館出版品預行編目資料

好創意！文化才是王道：150則成功溝通直達人心的創意思考術 /
萊恩・休斯(Rian Hughes)著；顏和正譯．-- 初版．-- 新北市：奇光出版：
遠足文化發行，2014.04
面；公分
譯自：Cult-ure : ideas can be dangerous
ISBN 978-986-89809-5-2(平裝)

1.文化傳播 2.大眾傳播 3.數位媒體 4.創造性思考

541.34

103004482

文化是什麼？	10
前言或後語	12
本書使用說明	13

Part 1 Ideas | 觀念／點子／想法／創意

1-1 這是觀念／點子／想法／創意	18
1-2 這是觀念／點子／想法／創意嗎？	20
1-3 如何賦予符號象徵意義？	22
1-4 文字的興起	24
1-5 姿勢就是言語	26
1-6 語言出現前的圖形記號	28
1-7 外部化	30
1-8 符號及其象徵意涵	32
1-9 圖形世界語	34
1-10 新興象形文字	36
1-11 風格化你的象徵符號	38
1-12 我的朋友	40
1-13 XXXXXX	42
1-14 內容是暴君	44
1-15 當自由只是口號	46
1-16 什麼形塑了觀念／點子／想法／創意？	48
1-17 創意發想	50
1-18 相機看起來像這樣嗎？	52

Part 2 Communications | 傳播溝通

2-1 口述傳統	56
2-2 你懂我的意思嗎？	58
2-3 從信號到雜音	60
2-4 心電感應	62
2-5 錯誤修正	64
2-6 資料重建	66
2-7 時光雜訊	68
2-8 瓶頸守門員	70

2-9 居中調節的媒體：唱片人生	72
2-10 內容氾濫	74
2-11 收到訊息了嗎？	76
2-12 比真的東西還棒	78

Part 3 Media | 媒體

3-1 文化即記憶	82
3-2 記號比記錄更早出現	84
3-3 歷史才剛開始記錄下來	86
3-4 複製，複製，再複製	88
3-5 請下載我	90
3-6 匯流整合	92
3-7 訊號退化	94
3-8 相似度高的複製品	96
3-9 延伸自己	98
3-10 文化基因	100
3-11 文化基因字謎	102
3-12 文化基因世界	104
3-13 有關超級大腦的幾件事	106
3-14 這本書有個觀念／點子／想法／創意	108

Part 4 Representations | 表現手法

4-1 資訊內容	112
4-2 這本書被設計過	114
4-3 紅色方塊	116
4-4 品牌認知	120
4-5 方便的國旗	122
4-6 大聲說話且言之有物	124

4-7 負空間	126
4-8 和諧與美感祕訣	132
4-9 在看得見的光譜之外	134
 Part 5 Frames & Maps 框架與地圖	
5-1 這是畫框	140
5-2 畫框之內	142
5-3 畫框之外	144
5-4 窗櫺	146
5-5 一連串框架	148
5-6 框架及其終結處	150
5-7 框架中的框架	152
5-8 裁剪與道具	154
5-9 地圖與框架	156
5-10 地圖	158
5-11 這是地圖	160
5-12 文化是張地圖	162
5-13 這是本書的地圖	164
5-14 這是郵戳標籤	166

 Part 6 Objects 物件	
6-1 你能解決多少次的問題？	170
6-2 裝飾的罪惡	172
6-3 商品崇拜	174
6-4 熱愛外星人	176
6-5 文化基因貿易	178
6-6 地點的時間價值	180
6-7 引發共鳴的東西	182
6-8 塑膠現代主義	184
6-9 存在的本質	186
6-10 這個就是這個	188

 Part 7 Perceptions 認知	
7-1 金字塔中的「我」	194
7-2 不同世界的處理方式	196
7-3 模式認知	200
7-4 概念的底層塗漆	202
7-5 結構性直覺	204
7-6 這是格子	206
7-7 陰謀論	208
7-8 連連看	210
7-9 隨機資訊產生器	212
7-10 美麗心靈	214
7-11 造物者的簽名	216
7-12 你施展的巫毒	218
7-13 浮誇的具象化	220

 Part 8 Solutions 解決方案	
8-1 冰箱詩篇	226
8-2 遊戲規則	228
8-3 就是要法律與數字	230
8-4 汝曾在此	232
8-5 在宇宙深處	234
8-6 從錯誤開始	236
8-7 如何打造自己的知識工具箱	238
8-8 真相與美麗	240
8-9 逆向工程	242
8-10 神話認同	244
8-11 生活的哲理	246
8-12 如何才能良善	248
8-13 你以為你是誰？	250

Part 9 Arts | 藝術

9-1 普普審美觀	254
9-2 藝術？耶！	256
9-3 主題變奏	258
9-4 某某主義	260
9-5 安迪沃荷交棒	262
9-6 賣給我一個夢想，告訴我該怎麼辦	264
9-7 小心落差	266
9-8 流行偶像崇拜	268
9-9 最大的框架	272
9-10 從工廠地板到舞池	274
9-11 跳舞的政治	276
9-12 跟流行文化相反的就是不流行的文化	278

Part 10 Identities | 身分認同

10-1 人人都想找到做自己的方式	282
10-2 商品拜物教	284
10-3 非名牌不穿	288
10-4 階級社會	290
10-5 未來不是以前那樣	292
10-6 真正的我，可以請你站起來嗎？	294
10-7 預設人類	296
10-8 區域解決方案	298
10-9 你必須參與才能獲勝	300
10-10 量身訂做我	304
10-11 今天你想成為誰？	306
10-12 名字蘊含力量	308

Part 11 Prescriptions | 處方

11-1 文化基因疫苗	312
11-2 燒了這本書	314
11-3 你會學到教訓	316
11-4 開示我	318
11-5 虛構、事實及之間的位元	320
11-6 三種虛構類型	322
11-7 第一類事實	324
11-8 定義	326
11-9 用科學對抗科學	330
11-10 秩序、秩序	332
11-11 觀念的領袖	334
11-12 無領袖的觀念	336
11-13 觀念的民主	338
11-14 文明的裝飾薄板	340
11-15 垃圾文化	342
11-16 危險觀念／點子／想法／創意	344
11-17 把象徵當成槍靶子	348
11-18 如何扼殺觀念／點子／想法／創意	350

Part 12 Coda | 結語

12-1 你的文化基因腳印	362
12-2 免責聲明	364

好創意！ 文化才是王道

150則成功溝通直達人心的
創意思考術

萊恩·休斯 Rian Hughes 著

顏和正 譯

好創意！文化才是王道

150則成功溝通直達人心的創意思考術

作者 萊恩・休斯 (Rian Hughes)
譯者 顏和正
主編 曹 慧
美術設計 三人制創
行銷企畫 蔡緯蓉
社長 郭重興
發行人兼
出版總監 曾大福
總編輯 曹 慧
編輯出版 奇光出版
E-mail: lumieres@bookrep.com.tw

發行 遠足文化事業股份有限公司
http://www.sinobooks.com.tw
23141新北市新店區民權路108-4號8樓
客服專線 0800-221029 傳真：(02) 86671065
郵撥帳號 19504465
戶名 遠足文化事業股份有限公司
法律顧問 華洋法律事務所 蘇文生律師
印製 成陽印刷股份有限公司
初版一刷 2014年4月
定價 500元

版權所有・翻印必究
缺頁或破損請寄回更換

CULT-URE by CARLTON BOOKS LIMITED.

Copyright © 2010 by CARLTON BOOKS LIMITED.

Chinese complex translation copyright © 2014 Lumières Publishing, a division of Walkers Cultural Enterprises, Ltd.

Published by arrangement with CARLTON BOOKS LIMITED

through LEE's Literary Agency

ALL RIGHTS RESERVED.

國家圖書館出版品預行編目資料

好創意！文化才是王道：150則成功溝通直達人心的創意思考術 /
萊恩・休斯(Rian Hughes)著；顏和正譯．-- 初版．-- 新北市：奇光出版：
遠足文化發行，2014.04
面：公分
譯自：Cult-ure : ideas can be dangerous
ISBN 978-986-89809-5-2(平裝)

1.文化傳播 2.大眾傳播 3.數位媒體 4.創造性思考

541.34

103004482

**START
HERE**

由此開始

CS

When all else fails:
Read the instructions!

Jim

THIS BOOK
BELONGS TO:

NAME _____

ADDRESS _____



文化是什麼？	10
前言或後語	12
本書使用說明	13

Part 1 Ideas | 觀念／點子／想法／創意

1-1 這是觀念／點子／想法／創意	18
1-2 這是觀念／點子／想法／創意嗎？	20
1-3 如何賦予符號象徵意義？	22
1-4 文字的興起	24
1-5 姿勢就是言語	26
1-6 語言出現前的圖形記號	28
1-7 外部化	30
1-8 符號及其象徵意涵	32
1-9 圖形世界語	34
1-10 新興象形文字	36
1-11 風格化你的象徵符號	38
1-12 我的朋友	40
1-13 XXXXXX	42
1-14 內容是暴君	44
1-15 當自由只是口號	46
1-16 什麼形塑了觀念／點子／想法／創意？	48
1-17 創意發想	50
1-18 相機看起來像這樣嗎？	52

Part 2 Communications | 傳播溝通

2-1 口述傳統	56
2-2 你懂我的意思嗎？	58
2-3 從信號到雜音	60
2-4 心電感應	62
2-5 錯誤修正	64
2-6 資料重建	66
2-7 時光雜訊	68
2-8 瓶頸守門員	70

2-9 居中調節的媒體：唱片人生	72
2-10 內容氾濫	74
2-11 收到訊息了嗎？	76
2-12 比真的東西還棒	78

Part 3 Media | 媒體

3-1 文化即記憶	82
3-2 記號比記錄更早出現	84
3-3 歷史才剛開始記錄下來	86
3-4 複製，複製，再複製	88
3-5 請下載我	90
3-6 匯流整合	92
3-7 訊號退化	94
3-8 相似度高的複製品	96
3-9 延伸自己	98
3-10 文化基因	100
3-11 文化基因字謎	102
3-12 文化基因世界	104
3-13 有關超級大腦的幾件事	106
3-14 這本書有個觀念／點子／想法／創意	108

Part 4 Representations | 表現手法

4-1 資訊內容	112
4-2 這本書被設計過	114
4-3 紅色方塊	116
4-4 品牌認知	120
4-5 方便的國旗	122
4-6 大聲說話且言之有物	124

4-7 負空間	126
4-8 和諧與美感祕訣	132
4-9 在看得見的光譜之外	134

Part 5 Frames & Maps | 框架與地圖

5-1 這是畫框	140
5-2 畫框之內	142
5-3 畫框之外	144
5-4 窗櫺	146
5-5 一連串框架	148
5-6 框架及其終結處	150
5-7 框架中的框架	152
5-8 裁剪與道具	154
5-9 地圖與框架	156
5-10 地圖	158
5-11 這是地圖	160
5-12 文化是張地圖	162
5-13 這是本書的地圖	164
5-14 這是郵戳標籤	166

Part 6 Objects | 物件

6-1 你能解決多少次的問題？	170
6-2 裝飾的罪惡	172
6-3 商品崇拜	174
6-4 熱愛外星人	176
6-5 文化基因貿易	178
6-6 地點的時間價值	180
6-7 引發共鳴的東西	182
6-8 塑膠現代主義	184
6-9 存在的本質	186
6-10 這個就是這個	188

Part 7 Perceptions | 認知

7-1 金字塔中的「我」	194
7-2 不同世界的處理方式	196
7-3 模式認知	200
7-4 概念的底層塗漆	202
7-5 結構性直覺	204
7-6 這是格子	206
7-7 陰謀論	208
7-8 連連看	210
7-9 隨機資訊產生器	212
7-10 美麗心靈	214
7-11 造物者的簽名	216
7-12 你施展的巫毒	218
7-13 浮誇的具象化	220

Part 8 Solutions | 解決方案

8-1 冰箱詩篇	226
8-2 遊戲規則	228
8-3 就是要法律與數字	230
8-4 汝曾在此	232
8-5 在宇宙深處	234
8-6 從錯誤開始	236
8-7 如何打造自己的知識工具箱	238
8-8 真相與美麗	240
8-9 逆向工程	242
8-10 神話認同	244
8-11 生活的哲理	246
8-12 如何才能良善	248
8-13 你以為你是誰？	250

Part 9 Arts | 藝術

9-1 普普審美觀	254
9-2 藝術？耶！	256
9-3 主題變奏	258
9-4 某某主義	260
9-5 安迪沃荷交棒	262
9-6 賣給我一個夢想，告訴我該怎麼辦	264
9-7 小心落差	266
9-8 流行偶像崇拜	268
9-9 最大的框架	272
9-10 從工廠地板到舞池	274
9-11 跳舞的政治	276
9-12 跟流行文化相反的就是不流行的文化	278

Part 10 Identities | 身分認同

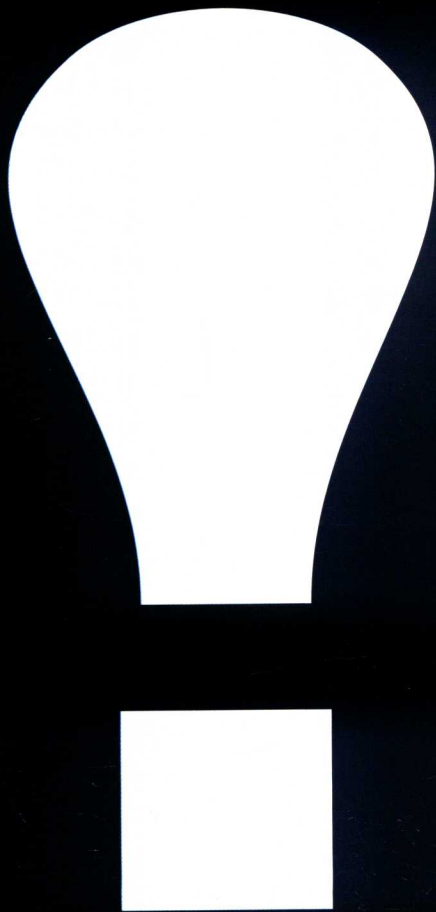
10-1 人人都想找到做自己的方式	282
10-2 商品拜物教	284
10-3 非名牌不穿	288
10-4 階級社會	290
10-5 未來不是以前那樣	292
10-6 真正的我，可以請你站起來嗎？	294
10-7 預設人類	296
10-8 區域解決方案	298
10-9 你必須參與才能獲勝	300
10-10 量身訂做我	304
10-11 今天你想成為誰？	306
10-12 名字蘊含力量	308

Part 11 Prescriptions | 處方

11-1 文化基因疫苗	312
11-2 燒了這本書	314
11-3 你會學到教訓	316
11-4 開示我	318
11-5 虛構、事實及之間的位元	320
11-6 三種虛構類型	322
11-7 第一類事實	324
11-8 定義	326
11-9 用科學對抗科學	330
11-10 秩序、秩序	332
11-11 觀念的領袖	334
11-12 無領袖的觀念	336
11-13 觀念的民主	338
11-14 文明的裝飾薄板	340
11-15 垃圾文化	342
11-16 危險觀念／點子／想法／創意	344
11-17 把象徵當成槍靶子	348
11-18 如何扼殺觀念／點子／想法／創意	350

Part 12 Coda | 結語

12-1 你的文化基因腳印	362
12-2 免責聲明	364





文化是什麼？

「文化大概就是我們會做而猴子不會做的事。」——英國拉格蘭爵士（Lord Raglan）

文化是你生活當地所形成的現實共識；是你穿的衣服和吃的食物，是你聽的音樂、讀的書和看的電影，也是你的價值觀、想法、信仰和偏見。

跟眼睛顏色和種族不同，文化並非與生俱來、強加在你身上的遺傳事件，而是可以**選擇的知識立場**。

而跟你屬於哪個種族不同的是，文化每天都處在流動的狀態。你的文化不是你父母的文化，也不會是你子女的文化。

這裡的文化跟那裡的文化不同。現在的文化也與當時的文化有異。

文化會演進——文化觀念尤其能快速傳播，有些觀念則會萎縮或消失。有些文化面向稍縱即逝，只是暫時現象，有些意涵則被小心翼翼地滋養著，即便歷經幾個世代，仍能屹立不搖保持不變。

今日的文化有個強大的新載體——**網路**，使得觀念傳播比以前更遠更快。這

個全新的傳遞系統獨一無二，儘管政府試圖規範，網路基本上是個不受管制、民主且**雙向**的平台——人人只要有相機和鍵盤，就能對全世界發言。

「我們即將擁有全新的全球對話。」——《維基百科》創辦人威爾斯（Jimmy Wales）

所以，我們到底在對彼此說些什麼呢？

我們彼此分享了哪些想法和觀念？
這些想法觀念又造成了什麼效應？

我們認為自己是誰？我們想要成為怎樣的人？

這些問題在**文化**中清楚表達出來……也是本書想要回答的根本問題。

觀念／點子／想法／創意在文化中萌芽茁壯。



