



第 2 版

何辉 著

Inquiry Concerning
Creation and Creating

关于
创造
的
思考

创意的

秘密



中国传媒大学 出版社

关于创造的思考

创意的

秘密

何辉 著

Inquiry Concerning
Creation and Creating

第2版

中国传媒大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

创意的秘密——关于创造的思考/何辉著. —北京:中国传媒大学出版社,2005.2

ISBN 7-81085-461-5

I. 创… II. 何… III. 艺术—设计—创造性思维—研究 IV. J06

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 009386 号

创意的秘密——关于创造的思考

作 者 何 辉

责任编辑 赵 欣

装帧设计 魏 东

出版监制 闵惠泉 曹 辉

总 监 制 闵惠泉 王 进

出 版 人 蔡 翔

出版发行 **中国传媒大学** 出版社(原北京广播学院出版社)

北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编:100024

电话:86-10-65783362 65450528 传真:65779405

<http://www.cucp.com.cn>

经 销 新华书店总店北京发行所

印 刷 中国地质科学院 562 印刷厂

开 本 850×1168 毫米 1/32

印 张 8.5

版 次 2005 年 1 月第 2 版 2005 年 1 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 7-81085-461-5/K·272 定 价 20.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

再 版 序

这本书的第一版是在几年前写的。出版之后,听了很多朋友的评论,还收到一些读者的来信,有一个读者还给我寄来他的著作和我探讨问题。

其中有一位学艺术的大学生在信中写道:

……(我)有时对艺术创意在当代社会中的价值有些困惑,读了您的书我产生了一种从事艺术创意的冲动。……

另一位读者信中这样说:

……虽然我无法肯定是否确切理解了某些话的含义……但是,你关于不确定性和创造性思维的论述像树根一样扎在我的脑海中了。

这些来信给了我很大的鼓励和启发,使我在以前思考的基础上,又进一步思考了一些新的问题。

在本书第二版中,我加入了对这些问题进行思考的新成果。这些新思考是尝试分析各种主要商业艺术的创意秘密,探讨商业艺术创意和商业意志的关系,并且尝试解决当代人对于商业艺术创意和商业意志之间矛盾的困惑。

在本书第二版中,奉献给读者的新的思考成果是第一章“商业艺术的创意秘密”。在几年前思考基础上进行的新的思考使我产生一种关于创意探密的信念,认为创意的秘密必须在“形而上”和“形而下”的统一中寻找。

本书第一版书名是《关于创造的思考》。第二版书名定为《创意的秘密：关于创造的思考》。这种改动一方面是为了使书名更加简洁，另一方面是因为第二版增添了很多新内容（新内容超过第一版内容的三分之一）。对第一版中原有的内容，我也在有必要的地方做了少许的修改。为了便于读者理解和阅读，也为原来各章内容加入了小标题，但是读者不要把被小标题隔开的内容看为是彼此孤立的内容，它们原本就是一个整体。

希望我的思考能带给读者新的价值。

本书第二版的出版，我要特别感谢中国传媒大学出版社

社长蔡翔先生,是他力促我在原来的基础上进行新的思考,并促我最终用文字把这些新的思考呈现出来。我也要感谢中国传媒大学出版社编辑赵欣,她为本书的出版付出了辛勤的劳动。我还要感谢魏东先生为本书设计了富有创意的封面,使本书的思想通过封面得到了更好的体现。

何辉

2005年1月

原 版 序^①

我有时在寂静中默默沉想……我看到墙上挂着一幅画。一幅美丽无比的画：青色朦胧的早晨的天空，蓝紫色平静的水面，有金色的星星闪烁……水面上怎会有无数条银光在流动呢？那光啊，像瀑布般倾泻……我走近那幅画，慢慢地、慢慢地……那不是画？！它何时变成了窗外活的景物？我把眼光投向那神秘瑰奇的景象：金色的巨龙和百尺长蛇在水中嬉戏，红色的鲤鱼欢乐地跳跃，它们就在我的窗下……水的深处，是七彩的曼陀罗在开放吗？遥远的地方，有红色的巨星

① 此序为第一版序言的节录。

在缓缓旋转……水面上金光流溢……想起李商隐的一句诗：“一杯春露冷如冰”……金光弥漫了我的眼……

神奇的世界，神奇的万物。创造的动因是什么？宇宙的一切都是“创造”吗？人类在创造着什么？人类为什么要这样或那样创造呢？人类创造难道有权利破坏自然的均衡与和谐吗？破坏自然的均衡与和谐最终会给人类带来什么呢？什么样的创造观才是既有益于自然、又有益于人类的创造观呢？创造力来自何方？创造性思维的秘密是什么？我突然想写点什么。我仿佛被赋予了一项使命。有一股抑制不住的愿望之流在我胸中涌动。于是，我想，我必须写。

然而,在“创造”面前,我是如此多次地感到我之“思”的无力,不是因为“思”的鸟折断了自己的翅膀,而是因为“思”的鸟飞在一个无终无极的“空”中,不管它如何努力扇动着翅膀,前方仿佛是绝对的无终无极。在这个瑰丽奇妙的无终无极的“空”中,有那么多“思”之鸟在飞翔,有的翅膀玲珑小巧,有的巨翅斑斓,有的翅膀流光飞彩,有的飞得像夜莺一样轻快,有的却像挂了沉沉的铅球。它们有时拥挤得互相碰撞,有时却各自孤独地飞翔。在这瑰丽奇妙的“空”中啊,偶尔还飞过一些千奇百怪的飞毯,它们有时托起“思”之鸟加速了它的飞翔,有时却铺天盖地迎面而来,把“思”之鸟兜在其

细密罗织的身躯中。我的“思”之鸟也在这瑰丽奇妙的“空”中飞翔,经受碰撞,经受孤独,感受乘驾飞毯的畅意,体验摆脱困束的艰难……

我还是写了。这就是现在的《关于创造的思考》。

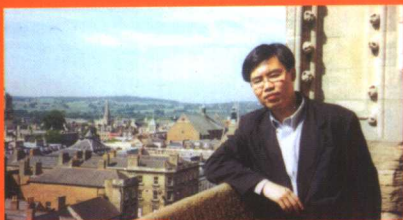
我知道我只是想写出我的所思所想,并不是要教训别人应这样想或应那样想,但是我希望我所写的能给人以启迪。

我知道我在表达自己所想的东西的时候是如何乏力。美妙的词汇往往是没有用的。有人说得对:形容词可能会成为名词最大的敌人。我也较赞同这样的观点:一个词语的意义不可能完全等同于另一个词语的意义;一个语法结构所传

达的意义不可能完全等同于另一语法结构所传达的意义。因此,在本书中,您将会碰到许多中心词加很多定语的名词性结构,在有些情况下,这些名词性结构是可以用意义相近的其他语法结构来代替的;但为了减少理解上的差异,我还是选用了中心词加定语的笨办法。此外,我也必须常常用抽象的语言来表达抽象的思想。种种原因使原本就感到语言简陋乏力的我又必须去冒语言晦涩的风险。

我知道,我所想所写的有许多浅陋无知之处。然而,如果我由于“思”而产生的浅陋无知能引起看我的文字之人的思考,并给他们以启迪,那么由于我之浅陋无知而招来非议

甚或是诅咒又有什么关系呢？我想，因不“思”而无知是可悲的，因“思”而发现无知则是令人欣慰的。



作者于牛津大学城

何辉

籍贯浙江。

中国传媒大学广告学院副教授。

主要教学研究领域：

广告、公关、国际传播以及商业文明。

曾于多家广告公司担任顾问，经常为

《国际广告》等报刊杂志的专栏撰稿，

已出版著作、发表论文百余万字。

主要著述：

专著《当代广告学教程》(2004)；

译著《丑小鸭——奥美的创意观点》(2003)；

合著《传媒与教育——对话与思考》(2003)；

专著《从分析作品开始学做广告》(2000)；

专著《关于创造的思考》(1998)。

论文《“镜像”与现实——广告与中国社会
消费文化的变迁以及有关现象与问题》(2001)，

该论文于2002年获国家广播电影电视总局

高校优秀科研成果奖文科论文类一等奖；

论文《1988-1997中国报纸广告主流
创作思想发展变化之研究》(1999)。

除学术领域外，涉猎广泛，在多个领域有所建树。主要作品包括：历史武侠小说《龙吟记》(2003)；主要动画剧作《柳毅新传》(1999)，该剧作参加由中国上海美术电影制片厂等单位联合举办的1999-2000年全国电影动画剧本征集大赛，在评比中排名首位。

创意

秘密

目录

1 再版序 /何 辉

5 原版序 /何 辉

因不“思”而无知是可悲的,因“思”而发现无知则是令人欣慰的。

第一章 商业艺术的创意秘密 /1

3 广告

表现手法在广告创意的过程中并不占据首要地位,寻找某种和潜在消费者相关的奇特确定性才是关键。

52 电影

导演如果能够捕捉到大众意志,那么其意志就可在大众意志和商业意志之间获得更大的话语权。这也许就是导演创意力量的秘密所在。

75 电视剧

电视收视率给商业意志提供了方向,而意志指向的是那些可以带来广告费和赞助的作品。

目
录

77 体育

体育项目包含的不确定性越大 = 体育项目的魅力越大 = 体育项目的商业价值越大。

92 其他有关商业艺术创意的问题

商业艺术家(创意者)需建立与消费者的心灵互动,发挥艺术的“特洛伊木马”的力量,而不是简单地屈从于消费者的意志或其他任何商业意志。

100 打开思考的空间

创意的秘密必须从“形而上”和“形而下”的统一中去发掘。

第二章 创造的动因 /101

101 内心深处的两个问题

一是人不知“存在”何时开始存在;一是人不知“我”的存在开始于何时。

106 不确定性与创造的动因

为减少不确定性的努力,对增加确定性的追求就是创造的动因。

第三章 泛创造 /109

109 不确定性的绝对性

一切皆是创造,而不确定性本身就是创造的动因。

110 泛创造

人类的“创造”是不同于“一切皆是创造”中的“创造”的。我们把“一切皆是创造”所指的“创造”称为“泛创造”

114 意义重大的“关节点”

从无机物直到人出现的过程中，伟大的创造的“关节点”的出现是真正的完全意义上的人的意识的出现。有意识的人使自己的创造有别于“泛创造”。人类创造的最基本的特征是具有较明显的意识性、能动性。

第四章 人类创造 /117

117 人类的超越

人类创造注定是不断制造不均衡、不和谐，而又不断追求均衡与和谐的活动。人的意识的出现使人有了超越“泛创造”的可能性，而这种可能性随着完全意义上的“人”的形成成为必然性。

118 第二泛创造世界

人类创造的物质产品构成了“第二泛创造世界”。“第二泛创造世界”直接影响人类的精神，要人类精神创造出某些东西来实现其发展变化过程中内部的均衡与和谐。

123 物质产品的创造

妄图（也许是无意识地、不自觉地）用原本为满足肉体需要而创造的物质产品来取代为满足精神需要而创造的物质产品去满足精神需要。这其实导致了精神的萎缩症。