

「創意 / 創新」與時間概念：敘事理論之觀點¹

蔡琰、臧國仁*

投稿日期：2007年3月22日；通過日期：2007年7月26日。

* 作者蔡琰為政治大學廣播電視學系教授，e-mail: yeon@nccu.edu.tw。
臧國仁為政治大學新聞系教授，e-mail: kjt1026@nccu.edu.tw。

《摘要》

本研究旨在以時間為軸討論其與「創意／創新」之關聯。「創意／創新」研究素以心理學為理論基礎，視心智活動為其源頭並強調新奇與效率。此一觀點久已受到批評，本文因而改以時間著手，討論「敘事重構」（再述）對「創意／創新」之重要性。本研究首先引述時間之 A、B 理論，藉此分述時間與「創意／創新」之構連，強調相關研究應重視傳播敘事之重構內涵，尤其是時間如何在此建構（或重構）過程中受到知識傳播者之扭曲、改變、更動藉以凸顯其與原件之不同。本文認為，「創意／創新」既是心智活動，亦是敘事再述活動，更是對時間回（記）憶之傳播創作行為。

關鍵詞：再述、時間、敘事、創意、創新、傳播理論

-- 更多創新來自於借用與結合，而非來自單純的發明。「我沒有發明一件新東西」，亨利福特說，「我只是把幾世紀以來別人努力的發現，組合到一輛汽車裡頭」（Evans, 2004: F08）。

-- 你【時間】真美好，請你駐留（歌德語，轉引自唐諾，2004年12月6日；添加語句出自本文作者）。

壹、緣起

幾個月前，某位學生迷上了英國（原籍愛爾蘭）流行歌曲合唱團體 the Westlife 的最新專輯。我們從未聽說過這個團體，直到她炫耀似地播放後才赫然發現，這張專輯收錄的所有歌曲實則都是「老歌新唱」。嚴格點說，可能連「新唱」也不是，因其大部分曲子皆是知名歌手 Frank Sinatra 及其「鼠黨」伙伴（the Rat Pack，如 Dear Martin, Sammy Davis Jr. 等人）五、六零年代紅極一時之作的「翻唱」，像是“*When A Woman Loves A Man,*”“*I Left My Heart In San Francisco,*”“*Fly Me To The Moon,*”“*Smile*”等。新作專輯不但力求與曲調原唱一致，還故意模仿原作曲風、配樂，聽來幾與老歌無異。

這是怎麼回事？為什麼「老歌新唱」仍能風靡並受新生代聽眾喜愛？這些「新聽眾」聽的究竟是「老歌」還是「新歌」？對他們而言，「老」與「新」的界線如何區分？而對「老聽眾」來說，老歌「新唱」或「翻唱」後是否仍屬「老歌」？或對「新聽眾」而言，新唱片的「創意」究竟為何？「翻唱」是否仍屬創意？

以上這些新、舊問題顯示了時間與「創意／創新」間似乎具有某種關聯：任何文化產品（如流行歌曲）若能「舊瓶新裝」或就可再度受到矚目並被視為「創新」之物；「老」與「舊」誠不足懼啊！

換言之，對「新聽眾」而言，「翻唱」與否並不重要，只要過去未曾聽過或見過就屬「新」歌。而經過一段時間沈澱後，今日之「新歌」同樣可能成為未來「懷舊」對象，那時候的年輕人同樣也不復在意新歌之「新意」，只要歌曲「對味」（指過去雖有所不知但「現在」喜歡）即可（有關「新」與「舊」對照之討論，參見 Rinker, 2003）。

我們或可大膽推論，「創新」（innovation）實即「創『舊』」（renovation；原意係「更新」、「革新」、「恢復」）之同義詞，有時候更有「模仿」、「拼貼」、「重建」等意涵。如法國社會學家 Gabriel Tarde（1843-1904）早就說過，「從社會角度而言，一切事物不是發明就是模仿」（原文出自 Rogers, 1983: 40-41；中文譯文引自夏春祥，2004: 5）；前述作家 Evans（2004: F08）引述畢卡索「偷」自別人的話說（「偷」字為 Evans 之言，見原譯文），「優秀的藝術家借用，偉大的藝術家盜用」。電影「紅磨坊」的澳洲導演也曾告訴台灣影評人藍祖蔚，「現代藝術其實就是拼貼藝術」，而他（導演）在電影中就曾將多首流行歌曲拼貼成一首膾炙人口的新潮情歌。藍祖蔚（2005 年 1 月 5 日）因而有所感觸地說，「拼貼主義的真正精髓就是懂得別人的好，竊喜感動之後，更進一步佔為己用，卻能另闢蹊徑，走出自己的新道路」。

由此觀之，世間少有真正「開天闢地」之全新產品，大部分「發明」多（也必然）與其前之「舊」事物相關，或可謂之「為舊發明找到新關係」（引自 Evans, 2004: F08）。Rogers（1983: 11）定義「創新」時即謂，「某種想法是否『客觀地』在時間上屬於首次使用或發現並不重要，只要使用者認為如此即屬創新；而其被感知的新意程度，決定了使用者如何看待」（雙引號出自原文）。首先提出互動論之社會學者 Mead 亦稱，「每個現在都係對過去的重建，有多少新的事件就有多

難區辨，本文暫以「創意／創新」（加註引號）一詞避生困擾。

此外，本文使用之「表徵」、「再現」、「重構」、「重組」等詞彙意義相近，均指符號媒介轉述客觀真實事件的中介行為，一般慣稱其為「符號真實」（symbolic reality; Adoni & Mane, 1984; Berger & Luckmann, 1966；戴育賢（1994）稱此為「象徵真實」或「媒體真實」）。

總之，本研究擬以「時間」為軸討論其與「創意／創新」如何關聯。由於「時間」一詞甚難解釋，本文將先簡述時間理論，續由相關變項討論時間與「創意／創新」之互動。此些變項過去猶未受到相關研究者注意，本文或能引起關注並延伸擴張，顯示時間與「創意／創新」實具密切關係。本文結論強調，傳播學門過去因循傳統心理學之說而過度引伸了心智活動對「創意／創新」概念的影響，未來或當提供本學門特殊觀點，由時間符號的敘事重構（再述）行動角度詮釋「創意／創新」之由來。

貳、何謂時間？²

有關時間之相關文獻實屬「汗牛充棟」，散佈各社會、人文、自然學科，如哲學（關永中，1997；Gale, 1978）、人類學（黃應貴，1999；Gell, 1992）、社會學（Adam, 1990; Hassard, 1990）、語言學（Auer, Couper-Kuhlen, & Muller, 2000）、歷史學（LeDuc, 1999 / 林錚譯，2004；Carr, 1986）、認知科學（Evans, 2005）過去皆曾出版專書討論該領域與時間概念之關係，但卻也承認其內涵難以掌握。

什麼是時間？無論在自然科學或哲學領域，論者均曾謂時間是影響人類行為最為關鍵卻也最捉摸難定之概念（Levine, 1997 / 馮克芸、黃

芳田、陳玲瓏譯，1997；Lightman, 1993 / 童元方譯，1996；Nowotny, 1994）。一般而言，時間早期多被視為是人類農業社會的基本經驗單位，且是從觀察大自然運行所直接攫取的經驗（或稱「自然時間」或 the natural time），如《山海經》中的「夸父逐日」神話、莊子之謂「命不可變，時不可止」、論語中之「逝者如斯夫，不捨晝夜」均是中國人早先具有之「二元性時間觀」（王建元，1991）：一方面認為時間有其實體（客觀）意義，代表了天時運行或自然之變動，另一方面則有其複雜性，乃人命（主觀）所難以忖度之天道。

王建元（1991: 182）因而推論，時間固有其「古遠的具體意義」，代表了對天時或季節的「實在經驗」（lived experience），但旋又發展成較為複雜的身份，「變成了在人的極限與天道的不可思議無窮無盡之間的一種中介作用……。時間製造了一個緩衝地帶，使在時間未傳之內的人生存在與客體萬象之長存得以建立協調而共處的關係」。

既然時間與大自然之運轉法則既難觀察也難接近，多年來人們早已據其擬定了社會規範而「依時行事」，如「黎明即起、灑掃庭院」，此即一般所稱之「鐘錶時間」（clock time），與工業社會之日常生活關係最為密切。如組織行為與科學管理者（management science；見 Ott, 1989; Shafritz & Ott, 1992）早在本世紀初就已計算出最佳勞工生產時間，工人可依此打卡上下班而學生亦可按鐘聲上下課，將農業時期的神秘型態轉變為「可測量」、「可分配」、「可區分」的按部就班形式（卞冬磊、張紅軍，2007）。

此外，不同社會文化又分依其特殊習慣建構「社會時間」（social time），透過不同傳播管道建立普遍可被接受的時間觀，如中國古典小說中的「彈指須臾間」、「一盞茶」、「一炷香」、「月移花影動，疑是玉人來」、「春宵苦短，時過境遷」、「假以時日」等文句在早期社

會均曾是人們表達時間變化緩慢或快速的語詞，敘事論者則稱其為一般故事中表達情節的「論述時間」（discourse time；見 Chatman, 1973: 62-63）。

而大眾媒介（尤其是電視）興起後，其所帶來之特殊時間觀進一步掌握了人們的日常行事準則，使得「依時行事」成了「依『媒介』而行」，如電視節目的播放時間常有家庭生活的「定位作用」（卞冬磊、張紅軍，2007），而平面媒體（如報紙）也常藉由定期、定量的處理新聞方式告知社會大眾某種社會活動，使得與時間相關的事件成為例行性的新聞報導內容，如情人節前就有公開接吻活動的報導、元宵節來臨也就是花燈上市專題出現之時、過年初二提醒大眾要回娘家、元旦清晨要赴總統府前升旗致敬（Schudson, 1986，稱此為新聞媒體提供的「時間節奏」（rhythm of time））。

至於時間之研究方式，過去文獻大致依循上述客、主觀說法而有「A 理論」（A-Series，或「A 系列」）與「B 理論」（B-Series，或「B 系列」）之論（見 Zetl, 1973 / 廖祥雄譯，1991: 330）：前者（A 理論）延續了亞里斯多德開創之物理學觀點（卞冬磊、張紅軍，2007: 103），認為時間乃客觀存在、持續流動、不可停止、無法分隔、不斷流逝也永在變動，稍縱即逝，反映了秩序性（或次序）之行爲，也就是「X 在 Y 之前的因果關係」（Adam, 1990: 20）。

在 A 理論中，「現在」介於未來與過去間，相互貫通但無法捕捉。關永中（1997: 117-118）因而歸納出 A 理論之四項特質，即時間是編年的、歷史（或世俗）的、不可倒流的、個別的，即每一秒均是獨特且單一的個體。³

B 理論則認為時間可測量、可逆轉、可操控、也具循環週期（如尼采的時間循環論，見 Rimmon-Kenan, 1983: 18）。希臘哲學家季諾（

Zeno of Elea, 490-430 B.C.) 曾經分析「運動」(或運行, movement) 之時間處理問題, 將其看成是在任何空間中的無限量「冰凍」位置(引自 Zettl, 1973 / 廖祥雄譯, 1991)。季諾主張, 任何物體在每個瞬間均在與其一樣大小的空間呈現靜止狀態; 「運動」其實不可能發生。

以飛箭為例, 季諾認為箭在飛程中的每個定點均「靜止不動」, 因為箭只佔有「位置」而位置並不移動, 是一種無限並存的空間; 所以, 「飛」箭實際上是每個點與點之間的連續靜止狀態。季諾因而質疑, 「我們如何才能把箭從位置 1 帶到靜止位置 2 呢?」(引自 Zettl, 1973 / 廖祥雄譯, 1991: 320)。

雖然季諾的論點在今天知識發達的時代看來有些荒謬也曾不斷受到質疑與駁斥, 但其「點 — 點」的時間觀點隨後卻引伸成為現代電影藝術、戲劇與小說敘事研究的重要理論背景。Zettl (1973 / 廖祥雄譯, 1991) 即認為, 持 B 理論觀點者主張「過去」與「未來」均屬靜止狀態, 兩者並無顯著差別也沒有任何明顯事件能加以區辨。一旦我們提及一個事件, 它就已經發生且成為過去事件, 或者說它根本就沒有發生而係與未來「妥協」罷了。

Epstein 亦謂, 「電影就像是一塊點金石, 具有轉化物質的力量, 但這神奇力量的秘密其實很簡單, 它來自改變時間的長度及流向的能力」(引自 Betton, 1983 / 劉俐譯, 1990: 21)。Armes (1974 / 張偉男譯, 1988: 252) 因而讚嘆: 「電影可以像夢或想像一樣, 將時間性玩弄於股掌之間」, 即電影根本可說是「玩時間」的把戲。

這些說法大都延續了 B 理論相關研究者對時間主觀體驗的看法, 強調「現在」涉及了人的情感狀態, 其持續或長短完全出自內在感知, 事件發展的「因」與「果」也隨之失去必然關連。此一觀點與前段所引 A 理論時間觀極為不同, 乃因其強調「現在」係從過去到未來間不斷流

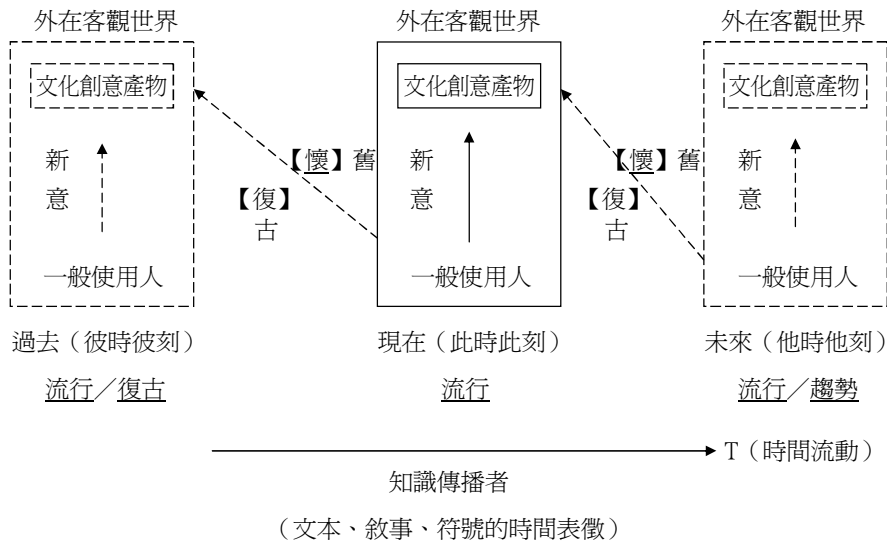
逝、剎那生滅、一去不復返的運動狀態，無法回顧也難以改變流向，如電視新聞之 SNG 現場連線轉播就是 A 理論的形式（與上述電影手法不同），每個電視畫面（格）所反映的瞬間都屬無法喚回的「現在」狀態。

本節簡述了相關文獻對時間的兩種不同分類觀點：A 理論認為時間不斷流逝，「現在」無從捕捉，「過去」到「未來」因而成爲連續不斷的過程，可謂是「從 — 止」的觀念；「變動」就是這個過程的主體，而「現在」則是處於過去到未來間相互貫通的流動狀態。持 B 理論者則強調時間具可操作性，認爲時間邏輯爲主觀情感取代，因果間不必然存有前後順序，端視觀察者與其觀察角度始能決定。

參、時間 A 理論與創意

依上節簡述，我們或可如前述先行提議「創意 / 創新」乃任何文化產物之「時間表徵」，而在「此時此刻」（現在）的「創意 / 創新」可稱爲「流行」，過去（彼時彼刻）曾經流行而現在重新受到青睞喜愛者即屬「復古」，未來（他時他刻）復將受到重視之「創意 / 創新」則爲「趨勢」（見【圖一】）。

首先，本文採用文化研究者之大眾文化（popular culture）定義，納入所有與人類文化相關產品（物）（見 Dahlgren & Sparks, 1992）以利討論。亦即此處所指之文化產品（物）涵蓋廣泛，凡與大眾生活相關之文化活動均可含括，如新聞、廣告、戲劇節目、流行手錶、手機等（Robertson, 1992）。或如 Rogers（1983: 11, 135）所稱，創新之物可爲「想法、行爲（practice）、或物體」，另也可包含任何決策、活動與其影響。



圖一：時間與「創意／創新」的基本構連關係（根據時間 A 理論）

至於表徵（representation）一詞則係借用 Hall（1997: 15；添加語句出自本文作者）之定義，即「使用語言向他人有意義地轉述或再現（represent）世界【的過程】」。當然，Hall 定義中之「語言」（language）僅係眾多表徵系統之代稱，其他可能使用的轉述方式（或管道、工具）甚多，如視聽覺符號及各類文本皆屬之。

其次，轉述對象之「世界」意指獨立於觀察者身外之客觀實體世界，無須驗證即得以常識或事實之態出現，乃是眾人所相互共有之客體（Adoni & Mane, 1984; Berger & Luckmann, 1966; Schutz, 1962）。但因實體世界難以捉摸，人們總得利用一些中介系統（intermediated system）方得接近，此即 Hall 所稱之「表徵」，可視為是表達客觀真實的任何具象形式，包括藝術、文學或新聞媒體，藉此人們始能接近並瞭解客觀真實（見【圖一】）。

如【圖一】所示，前述之「流行」文化產品（物）應屬在「現在」（此時此刻）普遍為人喜愛之創意成品，亦即一般使用人（尤指特定群眾如年輕人）對外客觀生活世界的表徵活動。舉例來說，前述 the Westlife 合唱團之流行專輯即可視為是此時此刻之年輕人對此合唱團體所屬文化創意產品（專輯歌曲）的肯定。

至於「此時此刻」概念乃轉用自團體心理諮商領域重要概念「此時此地」（here & now），由 Yalom（1983 / 陳登義譯，2001；1995 / 方紫薇、馬宗潔、謝珮玲、楊大和譯，2001）提出，意指團體治療的焦點應是「成員在團體中此時此地的實際經驗，包括對其他成員、領導者、和整個團體的強烈感受」（張景然、謝秋嬋，2002: 152；斜體與底線出自本文作者）。換言之，「此時此地」團體治療方法旨在協助當事人瞭解其問題並非存於過去（彼時彼地，或 there & then），而是一直存在並存在於「此時此地」，或因其過於將自己沉溺在過去經驗或未來想像中而不能活在現在。

團體諮商治療之特色就在透過團體成員互動協助當事人建立自我支持系統，增強解決自我問題的能力：「只有現在的情境可以影響到現在的事件……，要處理現在的問題，就該從現在來著手，而非去追溯過去」（鄭麗芬，1994: 51-59；斜體與底線均出自本文作者）。唯因本文無意也難以在短文中同時處理時間與空間問題，因而簡化相關詞彙如調整「此時此地」為「此時此刻」。

運用「此時此刻」概念即可推知，「流行」一詞係指「現在」廣受接受的新想法，雖然這個「新」想法可能屬 A 理論所指而非相對於過去（彼時彼刻）的「新」。再以前述 the Westlife 專輯為例，此時此刻的年輕人覺得其曲調新穎好聽，聽慣 Frank Sinatra 所唱原曲之中年人卻覺得其不過都是「翻唱」。因此，本文稍前才會提出芻議，認為「此時

此刻」屬於創新的文化產品未必真屬新意，不過是相對於「彼時彼刻」的「創『舊』」罷了。

由時間發展流程推論（見【圖一】），「流行」又似是「此時此刻」的「創意／創新」集合體，能讓「身處現在者」享受新意。但對曾在「彼時彼刻」享受過這些創意的人而言，此時此刻的新意（或流行）則只能說是「復古」。一旦到了「他時他刻」（指「未來」，此詞為本文作者延伸，見臧國仁、蔡琰，2004）而原物件持續受到歡迎，則其顯然業已形成「趨勢」而為歷久不衰的社會價值所在（見 Merriam & Makower, 1988 有關「趨勢」之說明）。

但究竟是「誰」將文化產品表徵為創意？這就牽涉了「知識傳播者」（與「創新者」之意不同）的工作與功能。所謂「知識傳播」係依趙雅麗（2004a, 2004b）近作之建議，認為其乃人類一切活動的樞紐，更可說是知識經濟中，與「知識創新」、「知識管理」鼎足三立的另一個關鍵要素（2004a）。趙氏所稱之「知識傳播」，係指「一系列符號、意義的組合與建構」以形成「創意的內容、產生被管理的知識內涵」（2004b）。而這些透過符號、意義組合與建構而將創意知識傳遞、散播、與人分享者，即可稱作「知識傳播者」，亦即趙氏所稱之「說故事和玩遊戲」的人，其工作內涵就在於以自發性或非結構性／正式性或結構性之途徑，協助知識管理者傳遞或散布訊息，以減低知識障礙並廣收接收效果。

由此我們可綜合說明【圖一】：「創意／創新」乃知識傳播者透過語言、符號等傳播載具（或管道、工具），將外在客觀生活世界之時間流程重新組合、建構、表徵為此時此刻之文化產品以產生新意的流程。「時間」一詞在以上說明中係以前述 A 理論之歷時性過程出現，即任何創新產品之文化意涵於不同時間情境或有不同表徵意義。換言之，依

A 理論所述，時間的流動「歷久彌新」，每個人對「新」的定義有所不同，以致所謂的「創意 / 創新」就是由知識傳播者將時間新意納入文化產品的過程，以迎合或配合不同時間（彼時彼刻）特殊市場目標對象的興趣；也因此，不同時間之受播者對新意之解讀或有差異。

在結束本節之前，我們仍可引述社會學者 Mead (1932/1959) 早期發展之時間哲學 (the philosophy of present) 藉以闡述 A 理論與創意間的關聯。⁴ Mead 此說雖提出於二十世紀初期（一九三〇年代）且在其身後未獲重視與延伸，但該理論之核心部分確彰顯了 A 理論之傳統時間觀，值得介紹。

Mead 認為，「過去」與「未來」皆隱於「現在」，兩者皆屬「假設的【時間】存在」(hypothetical existence)。但是現在也僅是「如真」(specious) 現象而已，仍須透過符號與手勢表情 (gestures；即前節所述之符號中介表徵方式) 始能掌握 (或再現) 「現在」所屬之特定世界與環境，從而了解個人、世界、物件三者間的關係。

Mead 之重點則在說明事件與時間的關聯。Mead 認為，在時序演變中不斷出現且能彼此相予連接之事件為「傳承」(continuity)，無法連接之事件則為「斷承」(discontinuity；李紀祥稱此相關概念為敘事時間之「可斷性」，見李紀祥，2001: 77-90)。每個「如真的現在」都包含了「傳承」與「斷承」兩者：傳承如果沒有斷承（亦即事件若無斷裂），經驗即難以轉述，新奇也無法出現。唯有透過不斷斷裂的連續事件，「過去」始得再造，從而建立傳承；因此斷承之功用即在「連接不斷出現的『現在』之非預期性」(Maines et al., 1983: 162)。

換言之，過去與未來雖不存在，卻是「現在」的重要內涵 (components)，而「如真的現在」係由各種多樣且不斷發生的「事件」（含傳承與斷承）組成，藉其建構出普遍出現的「現在」，從而延伸成

不確定的「未來」。隨著時間演進，不斷出現的事件持續創造了新的情事，各種稍前的現在（過去）以及現在的現在間持續相互校準，成為過去及未來的本質內涵。

因此，Mead 認為時間是「不斷發生且超越自然的過程」，非可隨意測量亦無從受限於任何「階段」。有現在才有過去，過去依附於現在而存在，因此符號所再現的過去乃是對過去事件依附於現在的功能性解釋。每個現在均需將其所屬之過去重建，而過去依其新奇性而有多種樣貌與再現方式。「現在」就要據此多種樣貌選擇一個特定過去加以理解並合併於現在（此即「傳承」），真實世界之原樣則因不同符號中介系統之「選擇性」而有異，從而建立了現在經驗之特有意義。

而在 Mead 諸多時間討論中，Maines 等人（1983）及 Knipscheer（2004）均認為其「神秘過去」（the mythical past）觀點最值一提，意指某些社會行動者以符號或口語將過去的某些客觀事實在此刻（現在）建立正當性（legitimated），以對未來之某些特定社會關係有益，難以推翻或挑戰。換言之，某些特定人士（或與前節「知識傳播者」之意接近）可經由知識的獨斷（monopolization of knowledge, Maines et al., 1983: 170）創建特殊且神秘的過去，從而成為現在廣為人知的政策或事件，甚至影響未來走向。

回顧 Mead 之時間哲學後，我們或可重組「創意 / 創新」定義為「依過去經驗而在此刻創建的符號意義，以對未來產生影響」，係由符號使用者（即前述之知識傳播者）將現在（此時此刻）與過去多種意義加以選擇、結合與再現（即傳承與斷承），以對未來產生預期與期待從而建立不同經驗，其結果可能造成對過去的獨斷解釋，或造成獨一無二的詮釋意義。

創意者（包含知識傳播者）之任務因而在於了解物件在時序流程間

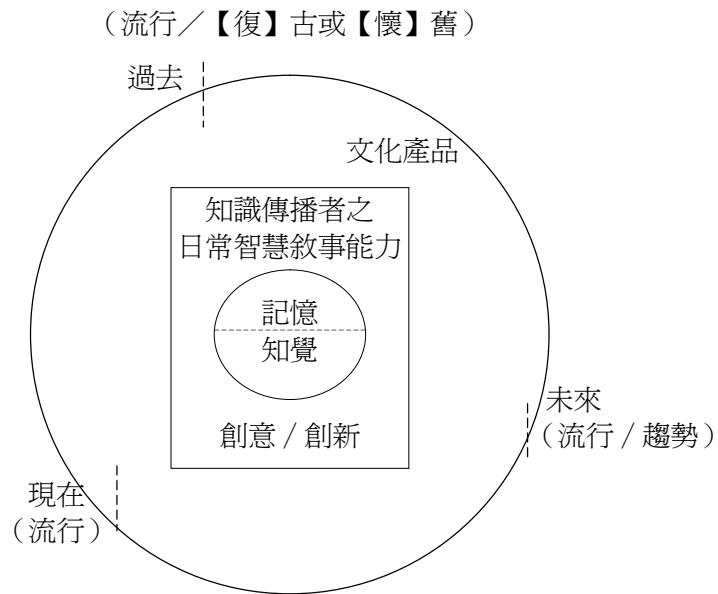
的變化，並在眾多意義中尋找、確認、決定對現在及未來可能產生的最大影響，從而建立其正當性並將此訊息之獨一解釋傳遞散布，廣為人知後成為眾所周知之「創新」之物。

肆、時間 B 理論與創意

以上說法係將「創意 / 創新」以時間 A 理論說明，但似仍無法透視時間概念之複雜內涵，如時間實未必如上節所述而僅是介於「彼時彼刻」、「此時此刻」、「他時他刻」之線性流程，「復古」、「流行」、「趨勢」三者也實則難以區分鑑別。本節將改以 B 理論之時間觀點重新討論時間與創意之構連。

首先，「創意 / 創新」雖如上節所述可視為「此時此刻」之歷時表徵，但又如 B 理論所稱，時間乃可回溯、可重組、可累積、可靜止、可加值、可淘汰之概念。時間是否由過去流向未來，實由每個時間接收者內在感覺所決定，而每個接收者在不同時空情境所感受之時間變動均有不同。因此，時間定義難以一統而常隨個人所言位置變動而異，每個「現在」或都是 Gennett 所稱之「偽時間」（見 Genette, 1972 / 廖素珊、楊恩祖譯，2003: 84）。

如【圖二】所示，時間固依 A 理論所稱（見【圖一】）係由過去、現在、未來等線性流程組成，但 B 理論認為時間之起點與終點並不明顯，因而可能呈現循環現象，端視透視者（即前述「知識傳播者」）所採角度（立足點）方能決定：「時間是趨向自己的一個圓，而事件重複它自己，完全準確的，且永不止息的」（Lightman, 1993 / 童元方譯，1996: 5），此中尤以記憶對透視者之影響最大。



圖二：時間與「創意／創新」的應用構連關係（根據時間 B 理論）

一、創意與時間記憶⁵

「記憶」一詞過去多為心理學之探討對象，如認知心理學者就認為人的記憶可分為短期與長期兩類系統（另尚有感覺系統），可定義為「貯存所經驗的事件並稍後能夠回想或辨認這個事件的心智能力」（鍾聖校，1997: 115-116）。基本上，心理學者認為「記憶」系統是透過人的大腦對外在世界的刺激接收後，轉換為神經代碼進行儲存並被提取，儲存的方式或以語言或以圖像，儲存的場所有時係以短期訊息暫存，有時則以長期訊息收錄。無論如何，記憶研究過去多以人腦活動為主要測試對象，認為其係人的內在思考活動（鄭昭明，1993）。

神經心理學者近來並已確認記憶（尤其是對時間與空間的記憶）與

個人的「心智狀態」有關，係千百萬個神經細胞「像交響樂團演奏一樣『所』創造出來的『大型態』」（Carter, 1998 / 洪蘭譯，2002: 265；添加語句出自本文作者，雙引號出自原文）。但是這種「大型態」並不一定成為長期記憶，而是透過「海馬回」這類器官不斷演練與流通，經過約兩年時間後才會「固化」並儲存在大腦皮質。

「創造力」（即「創意／創新」）研究者（如 Gardner, 1993 / 莊安琪譯，1998; Sternberg & Spear-Swerling, 1996 / 李弘善譯，2000）大致循此脈絡討論新意，接受創造性思考歷程受到某種心智活動影響的說法。較新定義（見 Csikszentmihalyi, 1995 / 杜明城譯，2004: 40）則擴大原有解釋，認為「創造力」（「創意／創新」）固與個人智慧（intelligence）相關，但也涉及了解決、改變某些老舊問題內涵或展現較新且有價值的風貌。⁶

社會學家則認為記憶不僅是個人內在思考活動也是社會集體性行為，可謂是「因應現狀而對過去的重構」（林婉蓉，2000: 38）。換言之，集體記憶乃屬對時間的召喚，針對過去所發生的社會事件而在現在進行選擇性的再現活動，其所記憶之片段不必然與原始事件一致。但是集體記憶並非同一時間內之個人記憶集合體，而是具有某一時空內眾人所能記憶的相同特性；記憶內容可能彼此對立，但卻又共享某些具體片段（van Dijck, 2004: 267）。

傳播學領域則以「中介（或媒介）記憶」（mediated memory）概念討論，認為在個人記憶與集體記憶間仍倚賴某些特殊文化產物為連結。依荷蘭學者 van Dijck 近作（2004）所述，人之記憶不盡然僅是腦中活動，也多受到社會文化影響，⁷ 透過一些人造物品始能建立記憶並經常喚起這些記憶，此些人造物品即此地所稱之「中介（或媒介）記憶」。

例如，台灣民眾對二二八的集體記憶除了親身經歷者外，大都仰賴當時留下來的相片、新聞報導、書報等或如紀念碑、博物館甚至公共儀式等中介傳播物件，否則個人記憶難以對應（相關事物或可統稱為「記憶產業」）。這些物件無論是翻照或是當年遺留下來的照片實物，均屬「現在」（即前述之「此時此刻」）對當年（「彼時彼刻」）事件的記憶重構；換言之，記憶無法憑空展現，似需透過某些傳播物件之「記錄」或轉介（如轉喻）始能受到「喚起」（即前述「表徵」行爲）。

文化研究學者廖炳惠（2005年1月17日）稱此一喚起過程為「記憶寫作」，認為此類論述有活絡社會文化的力道。他並引述馬奎斯之語「活著是為了講往事」指稱這些「往事」（原文使用「故事」二字）之意義即在對現在不斷展示其魔幻魅力。

廖氏認為，「記憶在人類文化和社會儀式裡，是一個相當重要的歷史活動」（頁 E7）。而由於科技的發達與現代化的急速變遷，「每一年或五年……就變成一個單位，來重構現代迅速成為過去的時刻，用這樣的方式來回味剛剛才流行過的時尚、音樂和影像」（頁 E7）。

敘事心理學者同樣認為「記憶」一詞不應限於內心所能記得之多寡，而是透過敘事（即廖氏所稱之「記憶寫作」）所能組織與再憶之活動，「既是極端個人之『產物』，卻也是文化在特定時空之反映」（Teski & Climo, 1995: 2）。

由此我們或可推論，「創意／創新」乃「對時間回（記）憶之傳播想像與創作」（見 Randall & McKim, 2004: 241）。無論是電影、文學、詩歌或其他類型之傳播敘事活動內涵本質均在謳歌過去、讚揚未來，因而顯示「創意／創新」乃係對過去某種回憶之「重構」或「再重構」敘事行爲（可簡稱為「再述」或 *restorying*; Randall & Kenyon, 2001: 36-37），以便在未來某個時刻產生新的表徵意義。

此處重點不復如過去創意研究強調之「創」（嶄新）的成分（如創新傳布理論所稱之 innovativeness，見 Rogers, 1983: Chapter 7），而在「意」的條件（即再述）；凡在時間演變流程中的重構物品、思想、行為皆可視為是「創意傳播」而具「創造力」（「創意／創新」）。

敘事心理學者 Kenyon（2002; Kenyon, Ruth, & Mader, 1999）稱此為「日常智慧」（ordinary wisdom），其意就在指出「智慧」與敘事的關連乃在從日常故事中透過「再述行為」而發現不同或較新人生意義。此一概念之調整或可扭轉過去創新理論中的「菁英」傾向，認為只有少數人（如前述之「創新者」）始能發展創意或是教育之目的即在促發創意，凸顯「創意／創新」係每個人在每個時間點皆可有所作為之傳播活動，重點在於理解時間在不同時期對不同人之不同傳播意義，因而表達或再述其意時方能令人滿意（重點同樣在「意」而非「創」）。

總之，對「創意／創新」概念而言，時間可謂是極難掌握的元素，其意涵不在物品的新舊程度，因為對每個不同時代的人而言總有其過去未曾接觸的面向。而透過時間 B 理論的說明，我們或可發現「創意／創新」即「重構（或再述）記憶的敘事行動」，也是透過社會集體記憶的「中介【傳播】媒介」以喚起個人記憶的心智活動。

新舊之分本無意義，重點在於知識傳播者是否能針對記憶（無論是個人記憶或集體記憶）提出與前不同之詮釋與召喚（指敘事活動），或者受播者是否能對文化物件產生不同記憶或情感。換言之，「創意／創新」除係心智活動外，亦是透過中介媒介所傳述的傳播再述活動，更是透過敘事（說故事）行為所完成的記憶召喚。

二、創意與時間性

上節業已藉由引入時間記憶之相關討論重新解析時間 B 理論對創意的啓示，但似仍未能盡得 B 理論核心，乃因其重點猶有凸顯時間非如傳統 A 理論所示乃由過去經現在到未來的線性歷程，而係可隨意扭轉、任意更動的物件；只要（有）掌握時間之不確定特色，「創意／創新」之舉即可展現。

如在《禁地的誘惑—以策略性的戲劇演出藝術創造無法抗拒的行銷》一書中曾有以下描述（見 Mikunda, 1996 / 金儒珊譯，1997: 79）：

世界上最懂得利用計時技巧來加速時間流逝的地方，莫過於阿勒漢、奧蘭多、巴黎和東京的迪斯奈。每一天都有一萬、兩萬、三萬不等的遊客湧入每個迪斯奈樂園，是全世界最多人排長龍等候的地方。在這裡，所有可以消除排隊等候的枯燥感覺的方法，都被派上用場，它真正做到讓排隊等候成為一件有趣的事情。等候成了「秀」的一部份！。

「等候」爲何是「有趣的事情」？如前述，在大部分創新理論中，效率或速度常是眾人追求的目標，但是創新是否也可能是「等候」或「緩慢」？「等候」或「緩慢」這兩個時間的子概念是否也是創新的來源呢？緩慢步調是否也能反映「創意／創新」？《禁地的誘惑》一書作者如此描繪「等候」究竟如何達成（Mikunda, 1996 / 金儒珊譯，1997: 80）：

當我站在奧蘭多迪斯奈等候隊伍中，要去遊歷我最心愛的幾乎讓人停止呼吸的『星際旅遊館』時，常常一等就是九十分鐘。隊伍

緩慢的前進，但是充滿愉快又高昂的氣氛，完全沒有混亂或不滿。不久，我們看到一面告示牌：『往星際旅遊只剩五十分鐘』。十分鐘後，又有一面告示牌：『再過四十分鐘，您將經歷一場生命的冒險』。現實，可以促使人們對於前面必須經歷的中場時間有信心，知道自己前面將要度過的，不是一段不知道什麼時候才會結束，讓人感覺心慌的時間，而是一段可以預知的，值得等待度過的時間……。

我還是一直站在迪斯奈的長龍裡，前面不知道為什麼來了一支吹奏輕音樂的隊伍，演奏了大約有十分鐘，多麼好的一個調劑，時間在不知不覺中又度過了十分鐘。突發事件把較長的時間間隔，切割成小段；也就是說，每一個突發的驚喜，都使得時間的流逝從無謂變得有段落，有趣味。

原書作者（Christian Mikunda）強調，根據心理學家皮亞傑的理論，對時間的心理感覺「是可以被設計塑造的」（Mikunda, 1996 / 金儒珊譯，1997: 77），如上述迪斯奈樂園將時間切隔成許多小段後就能讓等候者感覺時間過得特別快。而若能同時讓等候者預知這些時間間隔就不易產生焦躁不安的感覺，關鍵點多在時間的考量權究竟操之於己或在他人；操縱權在己就較能獲得較多自信。

而另在小說《緩慢》（見 Kundera, 1995 / 嚴慧瑩，1996: 7）中，捷克作家米蘭昆德拉曾如此討論時間：

為什麼緩慢的樂趣消失了呢？以前那些閒逛的人們到哪裡去了？那些民謠小曲中所歌詠的漂泊的英雄，那些遊蕩於磨坊、風車之間，酣睡在星座之下的流浪者，他們到哪裡去了？他們隨著鄉間小路、隨著草原和林中隙地、隨著大自然消失了嗎？捷克的一句諺

語，將他們溫柔的閒暇以一個定義來比喻：悠閒的人是在凝視上帝的窗口。凝視上帝窗口的人不無聊，他很幸福。在我們的世界裡，悠閒卻被扭曲為無所事事，其實兩者完全不同：無所事事的人心情鬱悶、覺得無聊，並且不斷尋找他所缺少的動力。

重複前段提問，將時間緩慢下來是否就無「創意／創新」可言？「創意／創新」是否一定屬新的成品、思想、作為？事實上，創造力研究者 Csikszentmihalyi（1995 / 杜明城譯，2004）曾多次提及時間與「創意／創新」之關聯（見第五章），認為其樂趣之源實來自「暢流」（flow），即「時間的感覺扭曲」（頁 138）：

在暢流經驗中，我們通常會忘掉時間，過了幾小時卻像只有幾分鐘。或者恰恰相反；一個花式溜冰者提到實際上僅費一秒的急轉彎，似乎時間伸展了十倍之長。換句話說，鐘錶時間與經驗時間並不等長，我們感覺過了多久取決於我們正在做的是什麼。

而在另本專著中（見 Csikszentmihalyi, 1990 / 張定綺譯，1993），Csikszentmihalyi 進一步闡述：

當人們專注於工作時，只要是全心投入，代表過去與未來的時間流動自然沒有餘力感受，從而進入一種「渾然忘我」的飄飄然境界，外在世界與自我脫離關係，意識中的自我也逐漸消失：那是一種「禪」的感覺，像冥思的專注，你追求的就是使心靈凝聚於一點……你會忘了自己，忘了一切（頁 96-97）。

Csikszentmihalyi 認為，當「暢流」（張定綺譯為「心流」）發生時，時間的感覺跟時鐘記錄的時間脫離了關係，一切原本用來衡量外在客觀世界的標準都被工作節奏所推翻：「……能擺脫時間的箝制，卻使

我們在專心的過程中更覺得興味盎然」(Csikszentmihalyi, 1990 / 張定綺譯, 1993: 98)。換言之, 將時間「抽離」出時間感卻反而成為「創意 / 創新」(創造力)產生的源頭, 時間與「創意 / 創新」間的關聯顯然既相關又矛盾, 其複雜性遠非過去文獻所能盡現。

由上述所引觀之, 「創意 / 創新」似未如早期研究(參見 Rogers, 1983)所示總與速度或效率有關, 反而從緩慢時間(如古坑咖啡倡議「緩慢人生」)、抽離時間(如上述之「暢流感」)、靜止時間(如唐老鴨之造型已「靜止」達七十餘年, Hello Kitty、麥當勞招牌、Frank Sinatra 之歌曲亦然)亦都能尋得創意之「歡喜三昧」(引自 Csikszentmihalyi, 1990 / 張定綺譯, 1993: 第三章標題)。

如果說時間是「創意 / 創新」的變項, 那麼 Csikszentmihalyi 所稱的「暢流」一詞凸顯了「創意 / 創新」也可以透過時間等候、時間緩慢、時間靜止、時間抽離達成; 「創意 / 創新」之時間變項顯然含括多項概念且猶待開發。

在結束本節討論之前, 或可綜述本文重點為以下三個簡單命題, 即:

- (一) 時間 A 理論強調變動過去 / 現在 / 未來之時序以表現「創意 / 創新」, 時間 B 理論則強調傳播敘事者感知與操弄不同時間之敘事重構(再述)能力即「創意 / 創新」之來源(創造力);
- (二) 敘事理論認為每個人皆有敘事本能, 因而皆能透過敘事表現思維並產生「創意 / 創新」;
- (三) 本文認為, 「創意 / 創新」既是傳播敘事活動, 亦是對時間回(記)憶之傳播創作行為, 因而可定義為「對事物(文化產物)的重構行為」, 亦是對過去某種回憶的再述。

伍、結論

隨著知識經濟在上世紀末期廣受學術界及產業界之重視，創意研究及文化創意產業也漸成為社會科學的顯學研究領域。但此類研究多年來受到心理學之影響甚深，相關論述迄今多視創意為人類心智活動，其旨在於利用個人思維與智慧提出解決問題之策略（見 Sternberg & Spear-Swerling, 1996 / 李弘善譯，2000），教學理論更常建議教師力圖「提升學生的思考效率，使學生用思考來輔助學習，同時學習思考」（柯華崙，2000: 9）。

創新傳布理論延續此一脈絡，認為新意之採納與散布或有其先後順序，如具新意者在各項人格指標上或都有異（或優）於他人，且創意之展現意在「除舊佈新」、「優勝劣敗」，導致此一研究領域產生眾多「創新偏見」、「菁英傾向」、「效率致勝」、「個人思慮優於系統（眾人）」之謬誤，業已受到廣泛批評與挑戰（見 Rogers, 2003: 106-135 有關 pro-innovation bias 之自我檢討）。

Rogers（2003）即曾指出，創新研究者或可視不同接收（採用）者之不同需求而有不同創新發展，而創新產品也不應（必）具有「完美」特性，如此方可避免過去研究所呈現的「創意必須滿足需求」之傾向。

社會建構論者（social constructionism）早已指出，對日常生活的觀察應不限於所謂的「智慧表現」，而應是常民生活知識，外在世界的所有生活型態實都與此日常生活的建構有關（Gubrium & Holstein, 1998）。本研究延續此類思考，認為創意並非少數人（如創新者）掌有之思維能力（此點 Durkheim 早有說明，見 1912/1976；轉引自 Horning, Ahrens, & Gerhard, 1999），而是每個人都有創意本能（即前述之「日

常智慧」)，其核心問題恐非如前述之思維改善（即創意之有無），而在講述時間能力之培養與提升（即「創意／創新」敘事之品質優劣）。

此類偏向人文思考之方式或與傳統認知心理學觀點實有差異。心理學家如 Sternberg 之「智慧三元論」（a triarchic theory of human intelligence; 1985；中文討論見 Sternberg, 1986 / 洪蘭譯，1999: 第二章）即曾指出人類智慧除內在機制外，尚包括處理外在環境變化的能力，如分析性思考及實用性思考（practical intelligence）。Gardner 更提出「多元智慧」（multiple intelligences；見 Gardner, 1993 / 莊安琪譯，1998）概念，指出人們除了語言、數學、邏輯等一般智能外，尚有音樂、空間、身體／運動知覺及個人智能等能力。雖然一般智能可能因歷史文化及社會化過程之不同而產生相異內涵，後者（如音樂、空間、身體／運動等智能）卻不因種族、文化、性別而不同，只要給予適當機會，各種智能皆可發展到某種程度。

Randall 與 Kenyon 近作（2001）則延續文學理論提出「敘事智能」（narrative intelligence）概念，包含「敘事知識」、「敘事思考」、「敘事想像」三者，分指「了解外在世界之方法」、「編排故事的能力」、「審視未來並有所預期的能力」（p. 41-42）。兩位作者認為，「聆聽（或接收）故事之能力」應是學校教育之核心，其次才是發展、編排、講述故事之能力，雖然此種能力未必真能傳授（就像傳統文獻所稱之「創意」心智似也難以傳授），頂多激發好奇心並也擴充、豐富學習者之故事想像力而已（p. 47）。

本研究延續敘事觀點強調，「創意／創新」之產生實與上述接收與編排故事能力之高低有關，此乃因思考畢竟是人的內在心智作用，但敘事能力則牽涉了「再現」或「展示」思考的作用；沒有敘事能力，思考創意僅能停留在「點子」層次無甚大用。而依 Randall 與 Kenyon（

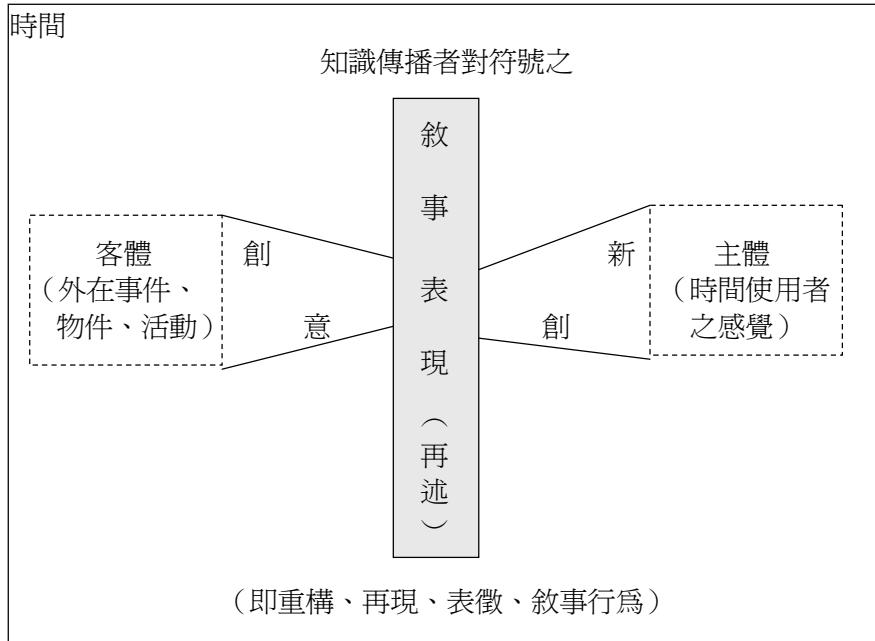
2001: 39) 之意，「故事就是時間的展現」，藉此才能將過去、現在、未來之流變與他人分享，成為眾人皆可珍惜之創意。

傳統上，時間常被視為是難以研究的概念題材，乃因其常受到其他文化分類概念界定（見黃應貴，1999: 導論），但本文認為時間概念或非僅是抽象概念而已，亦是與日常生活息息相關之社會敘事活動（見 Horning, et al., 1999；Durkheim 稱時間為「源自社會生活之共同再現」，見 Hassard, 1990: 2），由其隱含之概念變項著手，應有助於了解「創意／創新」產生的構連及互動背景。

本研究因而先行簡短回溯與時間相關之「A 理論」與「B 理論」，藉以討論與創意相關之時間面向。以 A 理論為例，本研究認為「創意／創新」可定義為「依過去經驗而在現在創建的符號意義，以對未來產生影響」，反映了時間由過去到現在復到未來間之歷程與流動。隨後本研究又引述 B 理論之核心概念將「創意／創新」定義為「對時間回（記）憶之傳播創作行為」，強調「重構」或「再述」的敘事（說故事）能力對創意概念的重要性。

以時間理論為基礎，本研究認為相關研究應重視「創意／創新」活動之傳播敘事建構（或重構）內涵，尤其是時間如何在此建構（或重構）過程中受到說故事者（即前述之「知識傳播者」）之扭曲、改變、更動，以凸顯其與原件不同之特色。兩者「外貌」或有相似之處，但在時間軌道上卻又顯示了不盡一致之敘事內涵，此即「創意／創新」最為弔詭與有趣之處（見【圖三】）。

回到本文文初所錄的 the Westlife 專輯唱片封面說明文字，或可顯現此處所稱之「時間與創意（傳播敘事重構）」之關聯（Westlife, 2004；底線出自本文作者）：



圖三：綜合時間 A 與 B 理論之「創意／創新」觀*

註：本圖內之「客體」與「主體」以虛線表示其與時間（情境）重疊之關係，顯示「『創意／創新』即知識傳播者針對主體（使用者）而以敘事活動操弄或調整客體之時間元素」之概念。

把時空拉到六〇年代初的拉斯維加斯：這裡是個充滿美酒、美女、夜夜笙歌的霓虹仙境，那是一個觥籌交錯、縱情享受、揮金如土的年代。沒有其他人能比鼠黨（the Rat Pack）-- 法蘭克辛納屈（Frank Sinatra）、狄恩馬丁（Dean Martin）以及小山米戴維斯（Sammy Davis Jr.）等好萊塢藝人的生活更能代表那個時代的高檔生活。……

現在快轉到 2004 年夏天的拉斯維加斯：四位似曾相識的人物從相同的禮車裡走出來，他們的頭髮全都往後梳得服服貼貼，每個人都衣著光鮮，身上穿著剪裁俐落的西裝與乾淨整潔的白襯衫，領結有點歪，手裡拿著酒。難道這是在內華達沙漠的華氏 110 度烈日高溫下，所蒸發出來的 21 世紀鼠黨幻影嗎？並不是，他們是西城男孩，帶著新的造型新的聲音出現在新時代。

由上述文字來看，專輯唱片之撰述者（知識傳播者）顯然十分用心於營造時間之流動，標題中（同封面）甚至有「過去的音樂經典、現在的情歌至尊、未來的傳世典藏，三種元素串連著過去、現在、未來，在如夢幻似的時光走廊中（標點為本文作者添加）」之說明，透過「敘事（文字故事）」以創新（再述）時間之用意清晰可見。

傳播學門過去尚少針對時間有所探討，亦未就創意提出與心理學有異之研究取向（較新討論可參見趙雅麗，2005），但是傳播此一概念原就可視做是有關「創意／創新」之集體溝通過程，而傳播行為（包含新聞報導）更與觸發或加強相關事件之「創意／創新」敘事活動有關。換言之，「創意／創新」原屬動態概念，將其視作是人的心智活動因而忽略此一活動與外在時空環境之互動，避談如何涉入以影響人的時間感與敘事美感，顯然均猶未能反映實情。

《天下》雜誌近期曾經刊載專文，摘錄訪問丹麥名牌 Georg Jensen（喬治傑生）總裁郝士高先生（Mr. H-K Hoejsgaard）有關該公司維持百年創新的秘訣。郝士高說，「我們需要做兩件事：保持一百年前『永恆』（timelessness）的設計語言。『永恆』是喬治傑生的設計語言。我們所有的設計，你會以為是昨天的設計，但他們可能是二十年前、六十年前、或是去年設計的。我們要求設計師，這不但是給明天的你，也是二十年後給你的小孩。這使得人們可以分辨一個產品，『是』或『不

是』喬治傑生」（《天下雜誌》，2004: 92）；誠哉斯言。郝士高之言顯然頗能呼應本文所提出的敘事時間與創意間的緊密關聯，未來猶有可發展空間。

但如本文建議由時間符號的「重構」作為反思創意，難免產生「創意／創新」是否涉及抄襲或仿造之倫理疑慮。而由敘事理論角度觀之，此處之重點猶在討論「創意／創新」的時間美學問題（「創意／創新」時間感的審美觀）。本文限於文長，未及檢討歷史學領域對時間的掌握如何影響「創意／創新」發展，未來均可續予深究。

總之，時間究竟是「創意／創新」的載具或是創意之實體應是後續研究之討論重點。而「創意／創新」與時間感之間是否有任何衝突（愈近者是否愈不易接受並採用），或是集體時間感（如集體記憶）對「創意／創新」發展的作用，亦屬有趣延伸題材，皆可做為下階段的發想方向。本文未及區分「創意」與「創新」之別（前節所舉之福特汽車與西城男孩兩者是否代表了不同層次的創新？），也須未來再予深究。

註釋

- 1 本文初稿曾發表於香港中文大學新聞與傳播學院等主辦之「第四屆世界華文傳媒與華夏文明傳播國際學術研討會」（二〇〇五年九月廿三至廿七日），發想期間曾蒙國科會「老人與傳播」2004-2005年專題研究群（NSC 93-2412-H-004-004）助理們共同討論，謹此致謝。兩位匿名評審之意見對本文修正極有助益，一併敬謝。
- 2 本節改寫自臧國仁、蔡琰（2004）；臧國仁、鍾蔚文（1999）之稍早整理。
- 3 Adam（1990: chapter 1）追溯 A、B 理論之起源係來自上世紀初英

國哲學家 McTaggart (1927) 之分類；亦可參閱 Gell (1992) 第十六至十八章之說明。

- 4 Jarvinen (2004) 近作曾說明，Mead 之時間理論極為重要卻廣為社會學家所忽視，若檢視 Hassard (1990) 有關社會學之時間理論一書獨漏 Mead 之說當可證實 Jarvinen 所言不虛。
- 5 此處將「回憶」與「記憶」兩詞彙交換使用，未予區分。
- 6 研究創造力（「創意／創新」）之心理學者近期特別強調「情境」對創意的影響，顯已跨越早期視創意為個人心智活動的想法，可參見 Sternberg 與 Wagner (1994) 及 Csikszentmihalyi (1995 / 杜明城譯，2004) 之相關著作。
- 7 如動物生物學近來之「meme」研究旨在強調人類文化生活亦有基本單位，似與神經生物學或遺傳學之「基因」有所區分與抗衡，葉李華 (<http://sf.nctu.edu.tw/yeh/dictionary/gene.htm>) 逐譯此詞為「瀾因」，杜明城 (2004) 譯為「秘因」，而夏春祥 (2004) 則譯為「瀾謎」並認為 meme 代表人類除基因遺傳外仍有透過模仿（即 meme）而傳遞文化的能力。

參考書目

- Evans, H. (2004 年 12 月 1 日)。〈美國偉大創新者的動力來自何處？〉，《時代解讀》，108: F07-08。
- 卞冬磊、張紅軍 (2007)。〈媒介時間的來臨：電子傳播媒介的時間想像〉，《新聞學研究》，90: 101-139。
- 《天下雜誌》(2004)。〈永恆，是我們的設計理論：專訪喬治傑生總裁郝士高〉，314: 92-93。

- 方紫薇、馬宗潔、謝珮玲、楊大和譯（2001）。《團體心理治療的理論與實務》，台北：桂冠。（原書 Yalom, I. D. [1995]. *The theory and practice of group psychotherapy* (4th ed.). New York: Basic Books.）
- 王建元（1991）。〈現象學的時間觀念與中國山水詩〉，鄭樹森（編），《現象學與文學批評》，頁 171-200。台北：東大。
- 李弘善譯（2000）。《思考教學》。台北：遠流。（原書 Sternberg, R. J., & Spear-Swerling, L. [1996]. *Teaching for thinking*. Washington, D.C.: American Psychological Association.）
- 李紀祥（2001）。《時間·歷史·敘事：史學傳統與歷史理論的再思》，台北：麥田。
- 杜明城譯（2004）。《創造力》，台北：時報文化。（原書 Csikszentmihalyi, M. [1995]. *Creativity: Flow and the psychology of discovery and invention*. New York: HarperCollins Publishers.）
- 林婉蓉（2003）。〈相片與集體記憶初探：以美麗島事件為例〉。政治大學新聞研究所碩士論文。
- 林錚譯（2004）。《史家與時間》，台北：麥田。（原書 LeDuc, J. [1999]. *Les historiens et le temps: Conceptions, problematiques, ecritures*. Paris: Editions du Seuil.）
- 金儒珊譯（1997）。《禁地的誘惑：以策略性的戲劇演出創造無法抗拒的行銷》。台北：春田。（原書 Mikunda, C. [1996]. *Der verbotene Ort oder die inszenierte Verführung*. Dusseldorf, Germany: ECON Verlag GmbH.）
- 柯華崑（2000）。〈導讀〉，李弘善譯，《思考教學》，頁 7-10。台北：遠流。

- 洪蘭譯（2002）。《大腦的祕密檔案》。台北：遠流。（原書 Carter, R. [1998]. *Mapping the mind*. Berkeley: The University of California Press.）
- 洪蘭譯（1999）。《活用智慧》。台北：遠流。（原書 Sternberg, R. J. [1986]. *Intelligence applied: Understanding and increasing your intellectual skills*. San Diego, CA: Harcourt Brace Jovanovich.）。
- 唐諾（2004年12月6日）。〈如花美眷，似水流年〉，《聯合報》，頁 E7。
- 夏春祥（2004）。〈傳播觀念—擴散研究在台灣〉，「創新與創造力學術研討會」論文集，台北縣淡水：淡江大學大眾傳播系。
- 張定綺譯（1993）。《快樂，從心開始》。台北：天下文化。（原書 Csikszentmihalyi, M. [1990]. *Flow: The psychology of optimal experience*. New York: HarperCollins Publishers.）
- 張偉男譯（1988）。《現代電影風貌--電影與真實》。台北：志文。（原書 Arnes, R. [1974]. *Film and reality: An historical survey*. Harmondsworth: Penguin.）
- 張景然、謝秋嬋（2002）。〈團體諮商歷程中的此時此地〉，《世新學報》，12: 149-186。
- 莊安琪譯（1998）。《7種IQ》。台北：時報文化。（原書 Gardner, H. [1993]. *Frames of mind: The theory of multiple intelligences* (2nd ed.). New York: Basic Books.）
- 陳登義譯（2001）。《人體互動團體心理治療：住院病人模式》，台北：桂冠。（原書 Yalom, I. D. [1983]. *Impatient group psychotherapy*. New York: Basic Books.）
- 童元方譯（1996）。《愛因斯坦的夢》。台北：爾雅。（原書

Lightman, A. [1993]. *Einstein's dreams*. New York: Pantheon Books.)

馮克芸、黃芳田、陳玲瓏譯 (1997)。《時間地圖》，台北：台灣商務印書館。(原書 Levine, R. [1997]. *A geography of time: The temporal misadventures of a social psychologist, or how every culture keeps time just a little bit differently*. New York: Basic Books.)

黃應貴 (1999)。《時間、歷史與記憶》。台北：中央研究院民族學研究所。

葉維廉 (2004 年 12 月 23 日)。〈喜見泉城〉。《中國時報》，頁 E7。

廖炳惠 (2005 年 1 月 17-18 日)。〈記憶寫作上、下〉，《聯合報》，頁 E7。

廖素珊、楊恩祖譯 (2003)。《辭格 III》。台北：時報文化。(原書 Genette, G. [1972]. *Figure III*. Paris: Editions du Seuil.)

廖祥雄譯 (1991)。《映像藝術》。台北：志文。(原書 Zettl, H. [1973]. *Sight, sound, motion: Applied media aesthetics*. Belmont, CA: Wadsworth.)

臧國仁、蔡琰 (2004)。〈再論新聞報導與時間敘事—以老人新聞為例〉，《新聞學研究》，83: 1-38。

臧國仁、鍾蔚文 (1999)。〈時間概念與新聞報導：新聞文本使用時間性語彙之探析〉，《新聞學研究》，61: 137-178。

趙雅麗 (2005)。〈傳播如何看創意：繪製創意研究的新藍圖〉，「第三屆創新與創造力研討會」，台北：福華國際文教館。

趙雅麗 (2004a)。〈主題演講：什麼是創造力的基礎建設：一個傳播

- 觀點的思考》，「創新與創造力學術研討會」論文集，台北縣淡水：淡江大學大眾傳播系。
- 趙雅麗（2004b）。〈創意賽局中的知識想像：傳播的機遇、挑戰與定位：座談會引言題綱〉，「創新與創造力學術研討會」論文集，台北縣淡水：淡江大學大眾傳播系。
- 鍾聖校（1997）。《認知心理學》。台北：心理出版社。
- 劉俐譯（1990）。《電影美學》，台北：遠流。（原書 Betton, G. [1983]. *Esthetique du cinema*. Paris: Presses universitaires de France.）
- 鄭麗芬（1994）。〈團體中的『此時此地』：其理論基礎與應用〉，《輔導季刊》，30: 51-59。
- 鄭昭明（1993）。《認知心理學》。台北：桂冠。
- 戴育賢（1994）。〈大眾媒體與真實建構——一次現象社會學的探討〉，《新聞學研究》，48: 169-192。
- 藍祖蔚（2005年1月5日）。〈星星秘笈·功夫，拼貼藝術的極致高招〉，《誠品好讀》。取自 http://www.eslitebooks.com/cgi-bin/eslite.dll/search/article/all_article_reader.jsp?ARTICLE_ID=1105427069578#top
- 關永中（1997）。《神話與時間》，台北：台灣書店。
- 嚴慧瑩譯（1996）。《緩慢》。台北：時報文化。（原書 Kundera M. [1995]. *La Lenteur (Slowness)*. New York: HarperCollins Publishers.）
- Adam, B. (1990). *Time and social theory*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Adoni, H., & Mane, S. (1984). Media and the social construction of reality: Toward an integration of theory and research. *Communication Research, 11*(3), 323-340.

- Auer, P., Couper-Kuhlen, E., & Muller, F. (2000). *Language in time: The rhythm and tempo of spoken interaction*. New York: Oxford University Press.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The social construction of reality*. Garden City, NY: Doubleday & Company.
- Carr, D. (1986). *Time, narrative, and history*. Bloomington: University of Indiana Press.
- Chatman, S. (1973). *Story and discourse: Narrative structure in fiction and film*. Ithaca & London: Cornell University Press.
- Dahlgren, P., & Sparks, C. (Eds.). (1992). *Journalism and popular culture*. London: Sage.
- Evans, V. (2005). *The structure of time*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- Gale, R. (Ed.). (1978). *The philosophy of time: A collection of essays*. New York: Harvester Press.
- Gell, A. (1992). *The anthropology of time: Cultural constructions of temporal maps and images*. Oxford: Berg.
- Gubrium, J. F., & Holstein, J. A. (1998). Constructivist perspectives on aging. In V. Bengtson & K. W. Schaie (Eds.), *Handbook of theories of aging* (pp. 287-305). New York: Springer.
- Hall, S. (Ed.). (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. London: Sage.
- Hassard, J. (Ed.). (1990). *The sociology of time*. New York: St. Martin's.
- Horning, K. H., Ahrens, D., & Gerhard, A. (1999). Do technologies have time? New practices of time and the transformation of communication technologies. *Time & Society*, 8(2), 293-308.
- Jarvinen, M. (2004). Life histories and the perspective of the present.

Narrative Inquiry, 14(21), 45-68.

- Kenyon, G. M. (2002). Guided autobiography: In search of ordinary wisdom. In G. D. Rowles & N. E. Schoenberg (Eds.), *Qualitative gerontology: A contemporary perspective* (2nd ed., 37-50). New York: Springer.
- Kenyon, G. M., Ruth, J-E, & Mader, W. (1999). Elements of a narrative gerontology. In V. L. Bengtson & K. W. Schaie (Eds.), *Handbook of theories of aging* (pp. 40-58). NY: Springer.
- Knipscheer, K. (2004). Biographical and strategic issues in research about ageing. In B-M Oberg, A-L. Narvanen, E. Nasman & E. Olsson (Eds.), *Changing worlds and the ageing subject: Dimensions in the study of ageing and later life* (pp. 185-199). Hants, UK: Ashgate.
- McTaggart, J. M. E. (1927). *The Nature of existence* (Vol. II, Book V). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Maines, D. R., Sugrue, N. M., & Katovich, M. A. (1983). The sociological import of G. H. Mead's theory of the past. *American Sociological Review*, 48, 161-173.
- Mead, G. H. (1932/1959). *The philosophy of the present*. La Salle, IL: The Open Court.
- Merriam, J. E., & Makower, J. (1988). *Trend watching: How the media create trends and how to be the first to uncover them*. New York: AMACOM.
- Nowotny, H. (1994). *Time: The modern and postmodern experience*. Cambridge, MA: Polity.
- Ott, J. S. (1989). *Classic readings in organizational behavior*. Belmont, CA: Wadsworth.
- Randall, W. L., & Kenyon, G. M. (2001). *Ordinary wisdom: Biographical aging and the journey of life*. Wesport, CN: Praeger.

- Randall, W. L., & McKim, A. E. (2004). Toward a poetics of aging: The links between literature and life. *Narrative Inquiry*, 14(2), 235-260.
- Rimmon-Kenan, S. (1983). *Narrative fiction: Contemporary poetics*. London: Routledge.
- Rinker, H. L. (2003). Memories. *Antiques & Collecting Magazine*, 107(12), 66-67.
- Robertson, R. (1992). *Globalization: Social theory and global Culture*. London: Sage.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). New York: The Free Press .
- Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of Innovations* (3rd ed.). New York: The Free Press.
- Schudson, M. (1986, August). *What time means in a news story*. Gannett Center for Media Studies Occasional Paper No. 4. (本篇同時刊於 R. K. Manoff & M. Schudson (Eds.). (1987). *Reading the news*. New York: Pantheon Books.)
- Schutz, A. (1962). *Collected papers I: The problem of social reality*. The Hague: Martinus Nijhoff.
- Shafritz, J. M., & Ott, J. S. (1992). *Classics of organization theory* (3rd ed.). Belmont, CA: Wadsworth.
- Sternberg, R. J. (1985). *Beyond IQ: A triarchic theory of human intelligence*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Teski, M. C., & Climo, J. J. (Eds.). (1995). *The labyrinth of memory: Ethnographic journeys*. Westport, CT: Gergin & Garvey.
- van Dijck, J. (2004). Mediated memory: Personal cultural as object of cultural analysis. *Journal of Media & Cultural Studies*, 18, 261-277.
- Westlife, The (2004). *Allow us to be Frank* [CD]. Taipei: SonyBMG.

Creativity/Innovation and Time: A Narrative Approach

Yean Tsai & Kuo-Jen Tsang *

ABSTRACT

Creativity and innovation have often been associated with novelty and freshness, and therefore contain a so-called “pro-innovation bias.” This study, instead, uses a different approach by adopting the time theories of A and B-series data with a purpose of suggesting that the concept of time may be applied in the study of creativity/innovation. In a sense, we consider creativity/innovation as a way to reflect the concept of time. Changing the meaning of time in any object may bring a process of re-definition, and therefore it may be considered as being innovative or creative. In the final section of this study, we emphasize the role of a time narrative (story-telling) in creativity/innovation, because how a concept is expressed in terms of temporality determines its innovativeness/creativity.

Keywords: restorying, temporality, narrative, creativity, innovation, communication theory

* Yean Tsai is a Professor at the Department of Radio & Television in National Chengchi University, Taipei, Taiwan. Kuo-Jen Tsang is a Professor at the Department of Journalism in National Chengchi University, Taipei, Taiwan.

• 新聞學研究 • 第九十三期 2007 年 10 月