

《創造力是性感的》讀後感

一、創造力是性感的

「創造力」是人類長期演化，文明進步的動力，從遠古蠻荒時代到現代科技文明，仰賴是人類源源不絕的創意，以及不斷求新求變的動力。創造力是性感的：「演化心理學家米勒認為人類的創意展現有如孔雀開屏一樣，是吸引伴侶的象徵，隱含康健活力、生生不息的能量。」¹早期生活困苦，創意有如佐賀的超級阿嬤的生活智慧，以正向心理度過艱苦窮困。現代的科技發達，加上網路的無遠弗屆，創意則為全世界的人類帶來生活型態的巨大改變。從 1995 年最早的網路拍賣開始²，短短 20 餘年，多元、跨界、競爭、網路購物打破傳統的消費型態，網路無所不賣，彈指之間，交易完成食衣住行育樂的基本需求。教育更因為網路改變學習的樣態，美國的可汗學院及台灣的安安免費教學網站為分享學習、造福弱勢者而生；無人商店、機器人為減少人力成本應運而生；「虛擬家庭晚餐」系統、虛擬共飲的情人杯為減相隔兩地親人的相思之苦而生；循環經濟可拆解重複利用的建材和觀念因地球的未來而出現；賈伯斯的「不同凡想」改變了我們使用電腦和電話的方式。³創意無所不在，存在你我之間，源自於「需求」及「熱情」。

¹ 專書第 166 頁。

² 網路購物與數位資本主義 <http://mail.nhu.edu.tw/~society/e-j/67/67-03.htm>

³ 專書第 242 頁。

二、專書概述

專書《創造力是性感的》收錄吳靜吉博士在自 2005 年來在今周刊發表一系列有關創業、創新及創造力的專欄文章，文章主軸在於國家人才的培育應朝向創新、創意及創業精神的培養。吳博士引用大量的研究數據，以心理學的觀點分別從個人、領導人及政府等不同的角色論述如何養成未來所需人才。以下分從「創造力、創意與創新」、「以人為本的創新文化」、「領導與創造力」、「多元、異質、跨視界」、「創業與改變社會」概述吳博士所欲傳達的概念。

(一) 創造力、創意與創新

吳博士提出一般社會大眾對於創造力的 12 個迷思，第一個迷思就是認為「只有少數人才有創造力」⁴，實際上每個人都具備創造力，都可以運用「新穎且有意義的角度去詮釋各自的經驗、行動和事件」，然而是否能夠發展出改變人類社會文明發展的大 C 或者是獨善其身的小 c，則有程度上的差異。依據貝格赫托和考夫曼的看法：任何的大 C 都可追溯到小 c，甚至是迷你 c 的根源。⁵而創造力並非無中生有，需要長期醞釀，等待發酵，時間的壓力並非激發創造力的必要條件，行塑組織的創新氛圍才是重點。這有如好酒的發酵需要長時間的等待，和溫度的控制，創新的氛圍

⁴ 專書第 82 頁。

⁵ 專書第 80 頁。

就好比釀酒所需的溫度，呵護著創意的滋長與茁壯。易言之，創意的發想並非漫無邊際的想像，而是生活中舊有各種元素在不同情況下組合，發生創新的、不同以往經驗的結果。賈伯斯說：「創造力只是連結事物」，「只是看到一些東西，過了一段時間後，好像非常自然明顯地……連結以前的經驗，並綜合出新的東西來」⁶。在「創造力的 3B1G」⁷一文中，G「garage」為象徵創新創業的氛圍和精神，3B「bath、bed、bus」是腦中整合不相干元素激發創意發想，或解決困惑或藝術創作最容易發生的地點及時段。卡通動畫米老鼠的誕生、哈利波特魔法故事的孕育、阿基米德浮力原理的靈感並非空穴來風，他們都是經過「踏破鐵鞋無覓處」後的成功自然連結。

（二）以人為本的創新文化

愛、信任、互助與同理心是醞釀源源不絕創意的活水。「同理心」設身處地為他人著想是創意發想的動力，使用者導向的創新，能夠解決現實問題，發揮實質意義，貼近人心，Nokia 廣為人知的標語：「Connecting People」，中文譯為「科技始終來自人性」將人與科技創新相互連結，讓科技不只是冷冰冰的機器。而「愛、信任與互助」是團體組織或個人能夠創新發揮的關鍵，因為分享，

⁶ 專書第 61 頁。

⁷ 專書地 66 頁。

不同的觀念與資源才得以相互交流，激盪出不同凡響的創新想法，專書在「互惠分享增進創造力」一文中提到研究發現：「如果整個組織或團隊的氛圍不是強調競爭績效，而是精熟學習，那麼，組織中的員工就會互惠分享，促進創意」⁸，如果互信分享是創意的活水源頭，那麼互相競爭比較的文化就是創意的殺手。

（三）領導與創造力

領導對於創造力，可以催化創意，也可能阻礙創新。如何以「最少的干預，促進最大的創新」⁹是從企業到引領整體國家前進的政府領導人的重大課題。皮克斯動畫成功擄獲人心，其成功的兩個信念為「堅持好人才比好觀念更重要」及「形塑互相支援、信任的同儕文化」。¹⁰這兩個信念都需要的領導者扮演協助及營造氛圍的要角。層級節制、官僚文化、威權至上的領導方式只會讓更多的「林書豪」走入暗處，甚至消失不見。面對現今社會人際互動關係的改變，翻轉領導者由上而下的領導關係，走向轉型領導，以自身為楷模，立基於夥伴關係，透過溝通、同理心，與員工達成共識，獲得認同，透過自身的願景及使命感，感染員工追隨。在 IBM 於 2010 年對全球 CEO 的訪談結果將「創造力」視作

⁸ 專書第 206 頁。

⁹ 專書第 181 頁。

¹⁰ 專書第 163 頁。

重要的領導特質。¹¹世界唯一不變的本質就是變，處在日新月異的現代，領導者必須培養「反思與自我管理」、「互助合作與人際互動」、「分析與管理學習」、「全球與環境脈絡管理」、「正向思考和行動」五種心智模式以彈性應變。¹²領導者有如團隊組織的精神象徵，安全依附的風格讓員工勇於表達。在「雇用那些比你聰明的人」¹³一文中，更是顯現出領導者在擔任「守門人」為組織選才時，是否能突破框架，成為識才的伯樂，讓好人才得以翻轉組織，走向創新，是組織成長改變的重要關鍵。

(四) 多元、異質、跨視界

「單有科技是不行的，它必須和人文藝術通婚。」¹⁴2016年諾貝爾文學獎得主巴布·狄倫創作的音樂、詩詞是賈伯斯創作精神的靈魂，擁有藝術人文的深層底蘊才能發揮科技的價值。人文與科學的相遇相知、文化與產業的結合創新、突破科系的教育跨領域代表無間界的融合與創新。書中提到蘋果電腦 iPod 和 iTunes 的組合；政大、紙風車文教基金會和頭城鎮公所因為服務鄉鎮兒童的藝術推廣而混搭結合；皮克斯與迪士尼的結合，都創造出超越單一文化所能達到的效益，發揮加乘的效果，擴大無限組合的

¹¹ 專書第 108 頁。

¹² 專書第 108 頁。

¹³ 專書第 138 頁。

¹⁴ 專書第 61 頁。

可能性。跨領域的結合、國際觀、異質團隊、多元文化的交流有如同「狐狸」般加深經驗的廣度，而如同「刺蝟」般的縱向深度學習可以更加提升經驗的深度。當未來百分之五十以上的職業是現今尚未發明的狀況下，立足台灣，放眼世界，開放自我，深化自身能力是適應未來的不二法門。

(五) 創業與改變社會

少子化是國家層級的危機，也可以是老年商機的創業機會。傳統文化產業歌仔戲可以悄悄在文化表演中消逝，也可以組合其他傳統元素再生。社會底層人民的窮困問題可以透過小額貸款的社會創業家尤努斯而重新獲得希望。社會企業為解決社會問題而生，不同於以利潤為導向的營利企業，社會企業更關心「人」、「環境」、「自然」、「公平」與「正義」，希望透過創業扶助弱勢，達到和諧與資源共享的境界。在貧富差距日益加劇的近代，更多的企業也以不同形式的社會創新，如美國布鞋名牌 Toms 的「賣一捐一」活動¹⁵就是發揮創意改變社會的互助互惠行為。

創業精神在歐盟被視為學習在未來複雜社會中所須具備的基本技能之一¹⁶，小六學生就被要求必須參與創業的相關課程。創業不應該只限於商學院學生的專利，或是大人的專利，他更像是

¹⁵ 專書地 161 頁。

¹⁶ 專書第 260 頁。

一種執行、轉化夢想成為實際行動的能力。社會問題可以是創業的契機，營利導向的創業非單一選擇，當無法在紅海中生存下去，跳脫紅海，反思社會需求，追尋循環經濟的模式，重新定義獲利的真正意義。

三、心得感想

(一) 創意是一種生活態度

創意來自生活，來自看待事物的角度，是一種生活態度，是面對困難時的思考習慣，正向思考的心理特質往往為人生逆境帶來不同詮釋，也是創意的來源。創意不是少數人獨享的能力，也不是一個花俏、搞怪、吸引人的技巧，他來自對自我價值的肯定，現今流行的網紅以創意營造個人收視頻道，為百家爭鳴的電視節目增添更多趣味，充分展現微型創業的精神。創意原存在你我心中，「玩興」與「生活情趣」讓生活增添許多樂趣，也讓創意有滋長的空間，我們與創意發明家的差別僅在於程度上、貢獻上的不同罷了，我們的小創意可以為我們帶來小發明，滿足我們個人的小需求，解決我們的小困惑，大創意大發明則可以改變人類社會的生活習慣。

(二) 創意是一種文化翻轉

「翻轉」是近代最夯的用語，教育要翻轉、學習要翻轉、文

化要翻轉，不合時宜的舊時代規矩就讓他翻轉一下，「翻轉」其實就是換位思考，以他人的立場重新定義新名詞，以同理心詮釋舊規矩，然而「翻轉」如同某種形式的革命，革「上對下」、「資深對菜鳥」、「威權對民主」的命，「太陽花革命」翻轉了學生對政府的角色，原本學生的角色以威權者角色觀之應該是讀書，不須過問國家大事，然而這場學運翻轉了「小孩子懂甚麼？」的大人權威觀念，這不是一場鬧劇，是一場源自創意的革命。多元、異質、開放的社會將帶來創意，也將帶來翻轉，從頭到尾，從裡到外徹底地翻轉，這不是由上對下的口號，而是鼓勵創新開放的社會氛圍，對照由上對下政策制定，更貼近實際需求，也免於官樣文章及表面的創新推廣。所以當我們的政府機構仍然是官樣、應對式的行禮如儀，又如何能激盪出翻轉的創新政策呢？

（三）科技始終來自人性？

報載世界衛生組織(WHO)在 2018 年將電玩成癮症式列為精神疾病，長時間滑手機更引發視網膜剝離、老花眼、頸椎骨刺等症狀，儘管醫生專家提出健康警訊，君不見外出用餐時刻，人手一機，沉迷在自我的網路世界中，絲毫忘記坐在對面的夥伴擁有的是最靠近自己卻與自己最遙遠的距離。手機結合網路及各項應用程式，是一項大創意，改變人類的生活習慣，日常所需，以前還

得坐在電腦前面，滾動滑鼠，現在已超越空間、時間的限制，更方便的是，免去滑鼠的拘束，我們可以隨心所欲地用手指控制螢幕到我們想去的地方，無遠弗屆。互動的模式更讓人捨去傳統電話，這真是太棒的發明，完全翻轉人類的生活。然而卻已造成另一場無法回復的災難。這應該是賈伯斯始料未及的結果，臉書的創辦人祖克柏也料想不到一個分享交友軟體會與個資洩漏及國家安全扯上關係。從人性「善」的角度觀之，科技文明的發展帶動經濟及生活的便利性，從人性「惡」的角度觀之，創意的發明可能成為社會秩序的破壞幫兇。文明發展至此，似乎已回不去當初的單純社會，科技，不可否認的帶來善果，也帶來了惡果，帶著我們走向進化的不歸路，如何在進化的路上，保有「人」的本質，值得我們細細探究科技便利性的意義究竟是工具，抑或是目的？