

省思

身處資訊蹦發耀進的世代，常常能體會到世界是平 (The Earth is flat) 的感觸，每個人透過通訊平台 (On-line media)、軟體 (app software) 和社交網絡 (social network) 可以大量且快速有效的獲得創新知識流和資訊流，過往資訊不對稱造成的階級落差和貧富差距，在此洪流中淡化了它的影響，新型經營管理和企業行為不再僅只著重在實踐力 (Execution) 的落實，How to think out of the box，打破舊往框架的限制，用創造力 (Creation) 追求挑戰、落實目標且可以間接實現社會公義，我認為是這個世代的每個人需要面對的課題。

一、探索為何創造力是性感的

筆者訂題 "創造力是性感的" 確實令我心裡微微一震並思索了許久，創造力確實是現今職場上不可或缺的本職學能之一，但我從未能將它跟"性感" 這個形容詞作出連結，「演化心理學家米勒認為人類創意表現有如孔雀開屏一樣，是新引伴侶的象徵，隱含康健活力、生生不息的能量」(書中第四篇第七章, P166)，在我觀點看來，生物本能最初對於創意的動機來自於吸引另一半的性感，也是最初階的生物本能；馬斯洛在 1943 年發表"人類動機理論 (A Theory of Human Motivation Psychological Review) 一書中論述了需要層次理論，動物階段的創意可以對應到第一和第二階層的生理和安全需要，隨著人類進階

的發展，可以廣義的將"創意是性感的"需求提升到「社會、尊重需要和最高階的自我實踐」。因此書中同篇也說明專業人士的發明或創新，可能對外行人無法激起共鳴，和對相關領域的同業人卻可獲得讚賞，性感與否是主管感知，我認為更重要的是願意創新突破的動機：隨時打開耳朵、睜開眼睛、敞開心胸，這是第一步，也是最重要跨出創造不同思維的一步。

家中成員有一名是從事機械業的國外業務，因工作需求，時常需要穿梭奔波在世界各大城市，每每我都曾跟他討論這次出差回來新的所見所聞和感觸，最近一次歐洲出差回來，討論到對於工作的熱忱 (Passion)，他說到有兩個老闆在業界已經超過三十年，公司組織事業完整，沒有任何經濟壓力可以隨時可以退休和交班的狀態，但他們仍堅持每天早上開車到辦公室洽公和不辭辛苦的親自拜訪客戶，原因很直覺：「我每天醒來睜開眼睛，我都微笑開心的摯愛我的工作，而且我願意做到老死」，冷冰冰的機台在他們眼中，幻化並散發出美麗可人的性感線條魅力，他們願意一本初心，不管外在市場環境變化起伏，哼著小調，繼續前進。也呼應了書中自序提及 Paul Pedersen 著作等身的動機：「第一個條件是，你首先必須找到『性感』的題目，能夠讓你愛不釋手、喚醒你的激情、發揮你的創造力。」他大部分的著作都是在「創造力是性感的」的誘發下爽快完成（自序，P6），試問：**你熱愛你的工作嗎？你能找出性感的命題激發出熱情、激盪出創造力嗎？**還是機械式的日覆一日讓時間經過，在外在的

壓力逼迫下作出 "創新" 的改變呢，這是讀後我認為最重要的一個命題，動機 (Motivation) 決定了對創新的執行力和續航力，找出你生命中性感的命題，注入你的創意和熱情，Why not?

二、創意的本質：專業 + 堅持

蓋茲、賈伯斯、巴菲特無疑是 90 年代創新人物的代表，函射到現代社會，我認為對年輕人最有感的代表人物是馬雲、郭台銘和周杰倫等三個在資訊、製造和音樂界首屈一指的指標性人物。

2014 年馬雲代表阿里巴巴集團應邀來台北圓山飯店作為創業高鋒會談的主講人，主題即是「創新」，面對台下台灣工商業大佬，一段話讓我很震驚：「在大陸，搞創意是 30-40 歲年輕人的事，在台灣談創意的卻是一群白髮蒼蒼 60 歲的企業家，別老自己搞創意，應該交給年輕人，我也願意成立創投基金來資助台灣創業的年輕人」，這段話其實也說明了大陸近 10 年來新興產業的發展，上海許多關閉工廠經過裝修變成許多明亮開放空間、小隔間個人辦公室，供給了許多養分給懷綴著創新創業夢想的年輕人，一旦開發項目受到了創投基金的注挹，馬上有機會躍入世人的眼球。「小鵬汽車」是近期馬雲非常有趣的項目，不同於特斯拉打造動輒百萬人民幣的高價電動車，小鵬目標是開發讓每個年輕人都能負擔的起的平價電動車市場（約 60-80 萬台幣），此概念雖仍在實驗階段，卻也一步步衝擊了那個大家都還習以為常的汽油車市場/高價電動車市場。

Terry Kuo 郭台銘，大家都不陌生的實業家，Foxconn 也在製造本業提升到設計開發和最終品牌行銷的過程中 (OEM, ODM, Brand)，改變了這個世界，誰又能想像 30 年前在土城的小工廠，一躍成為製造業的巨人，郭也成為影響力可以與習近平和川普等世界大角並肩的人物，他的下一步創新物連網世代也逐漸改變了這個世界。

Jay Chou 周杰倫當初呢喃不清的歌詞，不被大家看好的年輕歌手，20 年後用堅持和創意才華顛覆華語音樂界市場，Dream big，築夢踏實永遠是不分世代的創意本質，切莫「今日想想千條路，明日想想走原路」，不斷累積自身實力並堅持目標，是我認為創意的本質所在。

三、如何建構個人的正向心理，追求創造力並落實自我實踐

「同理面對，樂觀解決：親眼看見地獄般的生活並沒有減弱樂觀，因為相信樂觀可以引領創新、發行新工具、消除不幸遭遇，但如果樂觀不能解決貧窮問題，需要更多同理心」（第一篇第一章. P16），蓋茲夫婦在出訪貧窮南非和印度的過程中，樂觀且具同理心的運用自身的資源嘗試著要改變現況，回想當初進入醫療領域，或許選擇的專業是需要更多耐心且薪資條件並不如其他科別好，並非每個人的首選，但因自身對照料小孩的熱忱，並逐漸再經驗累積中，能越來越有能力幫助這些個案恢復到正常的發展軌道，我想也是筆者論述的同理心理面對和樂觀解決，I can make it different，透過設計有趣小遊戲讓患者

積極參與治療；孕婦提拉皮斯課程編排，讓孕婦順利且健康的生產，都是在追求自我工作價值中，期許運用自身能力來幫助社會向前的一分心力。

四、紛亂世代的 Youtuber 現象：創意之下的社會責任

這是一個最好的世代，也是一個最壞的時代，雙城記中敘述的世界與現況不謀而合，這世代充滿各種機會，卻也因為資訊透明面臨著更多嚴峻的挑戰，台灣正處於景氣低迷紛亂的時間點，「追逐快樂變成社會運動，快樂並不是逃避痛苦，而是不斷接受挑戰的動態歷程，每當學會新知接受挑戰，並完成目標的快樂，是正向心理學的 "flow" 感受」（第一章第二篇，P19），不僅在台灣，全世界興起了 Youtuber 網路創意創業風潮，短片內容包羅萬象：美食、旅遊、彩妝、生活、模仿、社會現象探討等，許多年輕人迅速用創意累積了許多粉絲群，許多觀眾確實在欣賞這些創意影片同時獲得了快樂，而 Youtuber 也在這個平台上成就事業，有些人有了自己的品牌，創立了公司，有了自己的團隊，甚而有人成了演藝人員，躍上螢光幕成為真實的明星。在成就自我的同時，我常反思是否這些因為創意成就自我的 Youtuber，身上需要多一份社會責任的體現。網紅經濟風潮下帶來的是速食資訊亂象，許多年輕人不再追求知識和專業的學習，搞怪、腥羶色的議題充斥著各網路平台，「同理心落實社會責任」的意義，是我認為這些享有利益的群體背後，應該去思考和實踐的議題。

五、創意串連跨視界：狐狸和刺蝟兼得

我先生學生時期在英國攻讀 MBA 碩士學位，國際學生的高壓競爭、文化衝擊洗禮下，讓他感觸良多，因此常常跟我分享討論現況台灣世代需要具備的職能和遇到的瓶頸，也呼應筆者面對未來工作能力技能篇（第五篇第一章, P194): 意會詮釋和意義架構能力(組織架構能力); 社會智能 (EQ); 獨辯應用思考能力 (獨立思考); 跨文化能力 (國際觀); 運算思考能力 (量化數據); 新媒體素質 (新媒體運用); 跨領域能力 (多功能工需求); 設計思維; 認知和負荷管理; 虛擬合作協調能力。現在很多學生或職人能理解英文的重要性，但其實英文能力只是邁入世界競爭殿堂的門票，需要培養良好的心理素質，具備獨立思考和跨領域的整合能力，結合書中論述的創造力，發想挖掘出市場的缺口，爭取 Niche Market 的立基點。鑑於此，我於工作之餘，每週也固定花一到兩小時進行線上英文會話學習，藉由語言的工具，除了專業論文知識的吸收外，工作上遇到外國患者我也能更有信心和能力去應對，Knowledge is power，"Cross-over" 跨領域的概念必然會越來越普及在國際競爭之中。

順應資訊透明易得的世代，狐狸和刺蝟兼得不再遙不可及，「順從狐狸的特性，多元探索，掌握刺蝟的本質，確認自己最能發揮與所愛的領域深入思考」（第五張第十四篇 p. 221），要能大量攝取新的資訊和知識，並在自己的專長基礎上，深入判斷分析可以運用的有效資訊，是能從 A 進化到 A+ 的關鍵。

六、創業精神：結合醫療產業思考

創業教育已經不再是商學院的專利，「過去創業課程為商學院學生而設，高科技發展促使工學院開始與商學院合開創業課程，近幾年這種風氣運用到社會創新等產學合作應用上」（第六篇十三章，P256），尤其在新媒體平台普及的狀態下，線上平台儼然成為年輕族群創業的最佳溫床，省去過高的店面成本，個人即是品牌，透過社群行銷、線上直播等新興通路，更能快速的完成過去看似艱鉅的創業難題。

從醫療觀點出發，隨著台灣邁入高齡社會，2014 年老年人占總人口 12%，2043 年將突破 33%，此商機的確是正向且可期的（第六篇第十四章，P258），醫療體系除了大型醫療中心醫院外，更多是朝向社區化照護如雨後春筍般萌芽，商機軋然而起，也相對反應了高齡化社會帶來的社會衝擊。同美國律師普及走向社區型法律服務，我們也可以思考如何普及一般民眾的醫療概念，不僅侷限在醫院醫療，更多的是居家照護及時性的服務。

七、機會是給準備好的人：世界級的挑戰，Are you ready?

台上一分鐘，台下十年工，躍上舞台的不變真理：機會是留給準備好的人，一位領導者如果期待機會來敲創新之門，就必須隨時準備好觀察、推理、想像、挑戰、抉擇、學習、賦權和反思的心智技巧（第三篇第十四章，P134），知名美國饒舌歌手阿姆在 8 mile 電影中，扮演的角色也是活生生他人生的寫實記錄，饒舌音樂文化一直與黑人有緊密的關連，白人是不被認可且被質疑的，

有一段歌詞非常耐人尋味：「You only get one shot, do not miss your chance..」，再許多歷練和沉潛經歷後，他終於有一天無預期的被推到了 Battle 的舞台，用實力證明自己，無關年齡，無關人種，機會永遠是留給準備好的人，Even you only have one shot.

新世代年輕人都多數擁有自己的理想和創意，再發掘出最適合自己的道路。同時，要非常清楚認知未來的挑戰者，是來自於亞洲、來自於歐美等世界殿堂，不是證明自己優於學校或業界同儕而感覺滿足，30 年前 Nokia 的獨占鰲頭，到近 10 年蘋果 Iphone 智慧型手機掠奪市場，再到今天華為等大陸品牌攻佔歐美重要市場，我們可以認知到市場的變化太快且太巨大了，今天的新創意，會成為明天的舊歷史，"變" 永遠都是對應巨大洪流吞噬的不變法則，創意取之生活而用之生活，永遠要保持勇於改變跳脫框架的信念，人生便增加了一半以上可能性。紮實的累積自身專業的同時，別忘了睜大眼睛、打開耳朵感受外在的刺激，離開舒適圈，找出自我熱忱，用創意給生活帶來的樂趣寫出屬於自己的不一樣的篇章，可能是 Rock and Roll，可能是抒情慢歌，由你自己定義揮灑。最後也別忘了有能力時，取之社會用之社會，這也是我對"創意是性感的" 結論：將成果的種子重新播種於社會，才能孕育出更強大正向力量，帶領著下一代繼續破風前進。