**108年公務人員專書閱讀心得**

**讓創造力成為個人魅力**

-《創造力是性感的》讀後感

**讓創造力成為個人魅力-《創造力適性感的》讀後感**

作者吳靜吉博士提及寫書出版必須先找到「性感」的題目，才能愛不釋手、喚醒激情、發揮創造力；而所謂「性感」依據維基百科的解釋亦指不需要任何知識背景，不需要任何前提，人能夠直接感受到的那個魅力。通常，那些魅力無法擋開－因此可同理吳靜吉博士所說「創造力的影響無遠弗屆，就因為它是性感的。」所以也可以說創造力是魅力無窮的!此外，吳博士也提到創造力不僅是個人成就的最高表現，也是所有正向心理特質的催化劑－他舉例比爾‧蓋茲出差到南非小鎮索維托與到訪印度後，親眼看見地獄般的生活並沒有減弱樂觀，因為他們相信樂觀可以引領創新、發明新工具、消除不幸遭遇，但如果樂觀不能解決貧窮問題，那就需要更多同理心；又舉例六十歲以前的聖嚴法師遭遇許多的挫折與困難，他卻能從中學習「面對它、接受它、處理它、放下它」的待人處事原則，並發展「山不轉路轉、路不轉人轉、人不轉心轉」的創意態度，吳博士建議在景氣低迷、社會紛擾的今天，我們可以學習像他一樣「活得快樂、病得健康、老得有希望」。同時無論身在職場或家中，要學習吳博士所說–我們不能成為情緒的奴隸，而必須是情緒的主人。掌握自己的情緒而不失控，便可以轉化生氣、發揮創意解決問題。所以我們應該學習如何培養正向心理來發揮創造力，例如使用反向思考達成正面能量、學習將衝動型思考風格轉化為沉思型思考風格、培養復原的知能在逆境中建構意義等等，善用個人的正向心理讓創造力的影響無遠弗屆。

英國曾提出創意產業八大主軸之ㄧ就是「讓所有孩童都能獲得創造力教育」，從小提供機會，讓所有孩童接受創造力教育。吳博士認為這種政策及其執行，比較容易培養國民的認知與體驗創意來自生活，創意也可以解決生活問題之核心基礎。而創意靈感和應用都是來自直接、實際和想像的生活經驗，所以學習如何讓創意來自生活、打破創造力的迷思、放長線才能釣創意（創造力的培育無法立竿見影，必須耐的住寂寞地長期發展）、活到老創到老（美國國家藝術基金會委託所做的一項研究發現積極投入藝術創造力計畫的老人不僅長壽，有創意且快樂，身體也比較硬朗）等等，這些發揮創意的方式都可以是無論處在任何年齡下的我們自我期許去達成的。

最新的IBM二０一０全球CEO研究訪談發現這些CEO居然認為創造力是最重要的領導特質。領導者、管理者和他們的團隊需要發揮創造力領導組織和員工，以挑戰越來越互聯和複雜的世界。領導需要創造力，創造力激勵領導人，吳博士認為「領導與創造力」已然成為結拜兄弟。因此學習如何成為安全依附風格領導人讓員工在「安全自由」的氛圍中表達和發揮創造力、學習翻轉師徒關係、傾聽沉默「顧客」的真實聲音、謙卑謙卑再謙卑、雇用那些比你聰明的人（讓每個人享受天生我材必有用的成就。不同的工作、不同的領域都需要不同動機性向和技能的組合。）、趨吉求成與避兇防敗如何相輔相成等等方式都是領導者需要不斷自我挑戰學習以發揮領導的特質。

　　一九四六年美國在南太平洋比基尼環礁（Bikini Atoll）小島試爆原子彈的消息震驚世界，當時一名服裝設計師雷德為剛推出的一款節省布料的女性泳衣取名，他以原子彈試爆小島的第一個字Bikini做為產品名稱，並邀一名脫衣舞孃擔任產品代言人，結果真的像是原子彈爆炸一般，展示後大受歡迎。接著直到一九六０年登上金曲排行第一名的17歲歌手海蘭德演唱時要合音歌手穿上歌名「那小小黃色圓點花樣的比基尼」上台，才掀起女性狂買比基尼的歡樂－吳博士引言這就是所謂創意引領創新，期待個人和領導人成為T型人物，因為在創意產業的時代，許多問題都需要橫跨不同專業知識或需要理論和實務的綜合運用才能獲得解決，T型人物自然而然地變成物以稀為貴的人才了。此外，吳博士認為在創造力越來越重要的今天，我們需要發揮玩興進而認真玩創新。玩是一種行為，玩興則是一種傾向或特質－一個具有玩興的人擁有內在動機而且樂在工作，能夠熱情的與他人分享並且帶動氣氛，天真浪漫且無拘無束，態度輕鬆且生活充滿樂趣，幽默風趣而能自娛娛人，喜歡冒險嚐鮮和多元的體驗。有研究發現台灣研究生和成人的玩興越高其創新行為之表現也越強。

此書中吳博士又提到賈伯斯的「串連點點滴滴」之創造力定義，驗證了愛因斯坦所說的「創造力具有感染力，擴散出去吧！」從此創造力更具性感，更吸引大眾，今天不僅是產官學研藝民各界人物需要串連共創，不同領域也一樣需要群聚創新。故吳博士所提出的「創意串連跨視界」只是拋磚引玉地介紹這樣的現象。他舉例愛爾蘭作家蕭伯納說：「我有一顆蘋果，你也有一顆蘋果，交換之後，我們還是各自擁有一顆蘋果；但如果我有一個觀念，你也有一個觀念，交流之後，我們都各擁有兩個觀念。」資訊和知識、才能與資源的分享，讓當事人的知識和觀念加倍成長，這是人際關係中非常珍貴的互惠原則。來源不同的觀念知能和才氣資源，在互惠分享和交流碰撞中，可以因新奇組合而產生創意。而知識分享的反面就是知識藏匿，知識藏匿包含虛與委蛇（答應幫忙但實際上從來不是真心，因而拖延或提供不是對方想要的資訊）、裝傻（假裝自己不知道對方想要的訊息）和合理化（告訴對方，他的老闆只允許參與計畫者接觸這項資訊）。然而依據國外研究發現，知識藏匿不僅對別人不利，也會減少藏匿者自己的創造力；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。因此吳博士認為在高喊創新與創業重要性的產官學各界，必須設法讓在考試評比、社會比較的競爭氛圍中長大的台灣，互惠地啟動自動化的分享動機和方法。另外，吳博士亦認為活在「全球在地化」的今天，人人都需要文化智能。許多人因工作需求，而必須和異質文化的人，在實體空間或虛擬的世界互動交流、任務合作。他舉例德國總理梅克爾訪問中國，第一站居然是成都。據報載，她親自到市場購買豆瓣醬、辣椒粉、八角等，向廚師學習源自四川的「宮保雞丁」這道菜。對自己的總理身分和女性角色自信自在的梅克爾，在被聯合國教科文組織選為「美食之都」的成都，學習並因此「讚仰」中國引以為傲的美食。這個小小舉動充分展現她的文化智能；這種有備而來贏得好評的行為，也可能削弱了她在北京清華大學演講中所傳達訊息之尖銳性，她以個人在東德共黨時期長大的體驗，期許中國：「為了成功地塑造未來，妳們需要一個開放、多元、自由的社會。」非僅國家元首、企業領導需要文化智能，在各行各業的每個人也都需要文化智能。吳博士說所謂「文化智能」包括四個元素，首要元素，是學習並適應不同文化的動機，願意接受挑戰與貢獻自己的優勢。第二個元素是學習對方的文化知識，也就是「入境而問禁，入國而問俗，入門而問諱」，以了解價值觀、宗教信仰、人際關係等文化內涵。第三個元素是策略的運用，在實際行動之前，除了意識到改變行為的必要，也會根據自己對文化的了解，而適應此時此地的情境脈絡。第四個元素是行動，也就是起而行，以語文使用為例，根據跨文化交往的原理，實際改變語文和非語文的表達方式；再以文化特色為例，以行動表現對方引以為傲的優勢。吳博士精闢分析德國總理梅克爾首先就必須具備足夠的動機，去理解中國文化特色，然後根據習得的文化知識調整行動，以便適應對方文化，並貢獻自己和德國的經驗與智慧。最後，她在行動上選擇了下廚學做宮保雞丁，以及在演講中表達自由的期許－文化智能的元素，盡在其中。因此綜上所述，在面對充滿未知、充滿挑戰且日新月異的未來，應思考如何「創意串連跨視界」，是身在台灣的我們刻不容緩的課題。

最後，吳博士說，所有先進國家都非常重視「創業精神」，尤努斯因微型貸款的創新而獲得諾貝爾獎之後，社會創業已經成為顯學，幾乎所有頂尖大學，牛津、劍橋、史丹佛和芝加哥等，和所有美國常春藤盟校，都同時開設一般創業和社會企業課程。歐盟更鼓勵從小開始「將創意化為行動」的創業精神教育。台灣當然也不例外。但創業的基本條件還是需要創造力的催化。吳博士在書中最後一篇（第六篇）「創業精神」中提到為了振興經濟和建設美好社會，歐美各國政府紛紛推動創造力、創新和創業精神三者環環相扣的教育。他們認為，歐洲需要培植創業的心態，並重視個人創造力的發展。早在o七年歐盟教育文化秘書處的「創新與教育的背景」報告書中即強調，較預機構如能繼續適應區域性的、在地的創業實踐，且在其教育和訓練中增強「軟性創新技能」，並運用創業教育的經驗，那麼教育和訓練對創新的貢獻則大大提升。吳博士說，「軟性創新技能」是指學生從創業計畫教育的實踐中，培養創造、問題解決與溝通的能力，這些也是具有批判力的消費者與公民需具備的技能。這種取向強調的就是「哪裡有創造力、有人才，創新與經濟成長就會跟隨而來」。而培養主動開創、敢冒險、不怕失敗、敏銳觀察趨勢的創業精神，在歐美早已融入小學到大學的課程－呼應了歐盟鼓勵從小開始「將創意化為行動」的創業精神教育。期待台灣也同樣能跟上這樣的創業教育風潮。此外，吳博士又舉例賈伯斯的名言「領導者和跟隨者的不同就在創新」。世界的變化無窮，只有開路先鋒的領導者，才有機會掌握一路上變化的景色，進行創新，引領風潮。賈伯斯「不同凡想」（Think different）的創新，改變了我們使用電腦和電話的方式，當然也改變了我們的生活風格和許多產業。艾默利大學的精神科學家柏恩斯出版了一本「偶像破壞者」，這些「不同凡想」者都是他所謂的偶像破壞者，賈伯斯當然也是其中之ㄧ。柏恩斯認為「偶像破壞者」必須闖過三關，才能成功地創新。第一關是他必須眼光獨到，看見別人看不到的景色、趨勢和觀念等等。與人不同，別具動見，可能會產生兩種恐懼，一是害怕不確定的冒險和可能的失敗，二是害怕因與眾不同而遭受排斥和嘲笑。創新者必須克服這些恐懼，才能度過第二關。獨到的見解、創意的觀念、創新的行動，再怎麼好最終也需要靠其EQ闖過第三關，說服守門人。柏恩斯在這本書中引經據典說明，神經科學家已知大腦哪個部位分別負責這三道關卡的功能，以及大腦裡面的任何功能，幾乎都能透過努力工作、練習和經驗加以改變。吳博士期許學術研究帶來的好消息和「不同凡想」者提供的典範，可以激發我們人才培育的思考方向。話說回來，所謂創新或創業就是冒險精神，一個組織或團隊允許學生或員工犯錯、提出不同的觀念，不害怕被譏笑或懲罰，也勇於實踐創意，這個組織的氣氛是比較鼓勵創意和創新的。但吳博士又指出，允許因冒險而犯錯，並不是沒有任何節制，所謂失敗是有「智慧型失敗」與「不必要的失敗」之分的，這裡所謂的允許錯誤是指容忍並鼓勵智慧型失敗，也就是從失敗中學習，創造出向前的動力。而如何分辨「智慧型失敗」與「不必要的失敗」，進而形塑寬容智慧型失敗、勇於承擔風險的氛圍亦是守門人在「創業精神」中必須具備的重要條件。

吳靜吉博士將此書－創造力是性感的分成六大篇章，從「個人的正向心理」、「創意來自生活」、「領導需要創造力」、「創意引領創新」、「創意串連跨視界」到「創業精神」，透過「心理」、「領導」、「視界」的三大元素，啟發「創意」、「創新」、「創業」的三創能力。篇篇內容深入淺出並且舉例闡述看似生澀卻一點也不生硬的「創造力」，讓人有耳目一新、跳脫井底之蛙的感覺。也期許自己無論在日常生活或工作中能如吳博士所言－讓創造力成為快活人生的個人魅力！