**激發創意與實踐**

**──我看《創意人》**

四技企管一乙　　陳佳妗 40409207

書名：《創意人》

作者：詹宏志

出版社：[臉譜](http://www.books.com.tw/web/sys_puballb/books/?pubid=face)出版社

作者詹宏志畢業於台大經濟系，從事過報刊編輯、公司企劃人、出版人、電影人、作家等多項職位，人生經驗與社會人脈之豐富，且對於創意和文化趨勢、社會經濟都有精闢的見解。在《創意人》這本書中，更是以作者的親身經歷，告訴讀者創意和企劃之重要，並透過多項的自我訓練來激發創意，極趣味而富於啟發性。

　　《創意人》這本書論及了如何把創意納入企業的管理，以及實踐創意的能力，而不是像一般書店裡能廣泛看到的「創意的理論根源」、「創造力的應用」等諸如此類的書。因為這本裡涉及到的是「如何激發企業成員的創意」、「改變自己的觀念與態度，使自己變成有創意的人」這樣的問題，而這樣的問題想必一定是許多人都想去了解的，而此書就透過了各種訓練方法，來讓讀者在無形中成為比「過去的自己」更有創意的人，增加自己日常生活中的觀察力。

　　此書大致可分為四大部分，分別是創意的發生、創意的障礙、創意的自我訓練，以及創意的實踐。創意的發生告訴了我們，創意有時只是一個概念的扭轉，換了一個方去了解，或是換了一個方式去運用，就會讓它變成一個「新的」創意。而這樣的概念也能廣泛在市場中看見，譬如說：企業管理大師的拉克就曾在書中提到－－IBM個人電腦的例子。

當蘋果電腦發展出個人電腦後，IBM全公司的人都認為這是一項錯誤。然而，蘋果電腦卻成功了。而IBM立刻著手設計另一項新機器，並在不久後發行了十六位元的個人電腦，搶走了蘋果電腦的領導地位。這例子即和本書後所提到的「創造性模仿」相呼應，創意的激發和產生，有時只是換個角度去思考而已，當然這也是市場上能看到的「一代、二代」產品的原理。

在創意的障礙這篇章中，則深入的分析阻礙創意的三種類型：血統主義、直線主義、逆變心理，這幾種態度、觀念或心理，都可能會局限了創意的幅度，進而傷害了創意的流暢性。但緊接著的「創意的自我訓練」即藉由日常的訓練，來激發創意的來源，例如：利用外出進餐的時間，盯住每一位食客，觀察她吃飯的細節並記錄下來；亦或是在放學的火車站裡觀察過往的人，真對他們的衣著神態猜想其身分和職業，這樣的經驗能讓自己的腦中留下無限的材料，在需要時就會浮現出來供自己拼圖，魔島浮現，創意也隨之產生。

創意的自我訓練中有提到，習慣經常約束了一個人思考中的彈性，所以對抗習慣、拖下「習慣」的大衣，才更能激發我們的創意，思考不同角度問題，看見不一樣的世界。譬如「左手刷牙訓練法」，反手刷牙的訓練，刺激了右腦的細胞，平時習以為常的動作，可能因為這個刻意的訓練法，讓自己早晨時會開始思考：一旦轉成左手後，要用什麼樣的角度才能流暢迅速，很多平時不會想到的問題便油然而生－而這個行動，可能就有影響巨大的創意出現。

　　在知道如何增加創意之後，「創意的實踐」則成了步驟中最為重要的一環。實踐的過程中，最不可或缺的變是「企劃」，一個企劃者必須面對眾多的創意，並將其組織起來，其中作者列出了一個程序，分別是界定問題、發生創意、評估方案、設計架構、動員分工，這五者環環相扣，缺一不可，書中的舉俐和分析著實讓我受益良多，其中提到：企劃的過程中，「合適的」創意往往比「最好的」創意還要好，這句話讓我感受良多，因為不論是在討論或是舉辦活動的過程中，「最好的」創意並不一定是符合自己「個性」的創意。

　　《創意人》這本書的分析與解釋著實讓我受益良多，從創意的發生到實踐，訓練到體驗，每一個步驟都讓我學到不少東西，企劃力的重要和細節更是讓我能運用在未來社團中的一大助力，極富啟發性，是本值得一讀的好書。

**（指導老師：康維訓）**