**2021 第十三屆紅領帶 劉昱伶**

日立昱、人令伶，大家好，我是劉昱伶。

**不是本科系的宣言**

與別人不一樣的部份有兩個：第一，我不是就讀傳播相關學系，也非設計、影視相關科系；第二，一開始想參加紅領帶，不是對廣告的興趣，而是廣告的創意從何而來感到好奇。

想要像水一樣，倒入瓶子就能完美變成瓶子的形狀。

在奧美紅領帶實習期間，當別人問我是不是傳播相關科系的時候，「不是欸我不是本科系的」，而人們大多傾向於解讀成「我不熟悉這個領域在做什麼」。然而這完全不是一個藉口：不是本科系卻能站在這裡反而是一種讚賞，因為我能做到別人也能的。

面試的時候，打著「把德文系當成設計系來讀」的口號，把四年來畫的海報全數塞進作品集裡。這是一件很好笑的事，因為我信以為真，以為自己能媲美設計系；但我的認真不是玩笑，我的作品也不是，因為我相信我能，也有在不段前進。而我喜歡創意、喜歡各式各樣的創意發想，廣告的創意也是其中一種。所以想成為水，想成為即使不是本科系，也能很好的學習吸收一切知識。

所以我在奧美學習創意從何而來、如何成型、最後學習何謂好創意。像水一樣，能成為各種型態。

**創意部實習 | 沒有笨問題，只有不問的笨蛋**

很幸運地被分到了創意Team，跟著組內跑過大大小小的提案，於是曾經路上的廣告看板、影片前的短秒數廣告、甚至是網路裡的社群貼文，最後在我腦袋裡就變得鮮活起來，每看到一個廣告、腦袋就自動想到提案可能要怎麼提。

兩個月內又剛好踫上了組內高峰，每天（至少對我而言）都在瘋狂輸出提案的Idea，同時有三四個提案在進行，我快速的學習並吸收著知識，對一切都感到新奇。

然而不幸運的是，因為疫情，失去了第一時間與團內相熟的機會，加上對於提出笨問題感到害怕，我選擇了自己摸索各式各樣的問題，全然忘了廣告是溝通的產業。我花了一些時間練習重新學習提問，發現並沒有所謂的笨問題，只有不問的笨蛋。例如跟著客戶開會，發現裡面有很多不懂的名詞，一開始都會自己去搜尋，後來發現直接問會比較快。不要害怕提問，更不要害怕會犯錯，沒有所謂的完美論述題。

害怕犯錯跟與別人不同，只是失去了你的特色，失去了成長的機會。

**紅領帶課程 | 不要急著想要被定義**

阿桂的課，他看著我：「…而妳，妳還不夠了解自己。」

在兩個月內不是只有跟著組內，還有跟紅領帶之間的相互合作。在這裏，我們會看到跟自己一樣、甚至在各方面更為優秀的人；是彼此的陪伴者、也是促進彼此努力的借鏡。這屆六個紅領帶雖然在奧美有被分配了組別（例如我在創意裡面），好像被裝到既定印象的瓶子內，我卻也看到身邊的人們有的策略改當創意，或在創意轉當業務。不論是什麼職位，都是在服務廣告的產出。

「可以不欣賞創意，但要服務創意」，我的主管阿力在實習前幾天這麼提醒我，而我也相信著不被定義的信仰，仍然是信仰的一種。上阿桂的課，我們每個人都像一個自有品牌，要構想出自己想成為的樣子。在被說「不夠了解自己」時，當然還是會想著「哇啊啊啊怎麼辦我真的也不知道自己是誰」，但短時間內沒有被定義也不見得是壞事。

都在奧美內、都在服務廣告與創意，不一定要找到自己100%適合什麼，但先勇敢的嘗試就對了。

**沒有理由要輕易放過自己**

最後，我最常講跟室友、朋友、紅領帶的患難之交們（？）說的話大概就是「我真ㄉ不想做ㄌ掰掰」或是「為什麼要做這個啦我不要」；但大概也只有自己最清楚，自己就是嘴上說不要，但還是會想努力把事情做出來的那種傲嬌嘴賤型。而這種嘴賤如我的人，最害怕如果事情真的做不出來、做不完的時候。

完了。真的就是別人眼中的「不想做了」。不行欸我不接受，總之我不是水，也想像隻貓一樣，塞進瓶子內，想把握機會做到最好。

 紅領帶實習計畫為期兩個月，跟預期的一樣，時間過的很快；但也跟預期的一樣，過程是漫長的。作為第一屆因為疫情受影響的紅領帶，與以往紅領帶的運作方式似乎有非常大的不同，但不變的是充實的兩個月。不要太輕易放過自己，在奧美的紅領帶是實習夢一場沒錯，卻也足夠真實到成為現實：是組內的一員、是兩個月的正職、是通過了三場面試進來的奧美人。

從兩手空空的走進去，到一樣兩手空空的離開，一開始以為是自己的不完美，最後看到的是還有無限成長的可能。