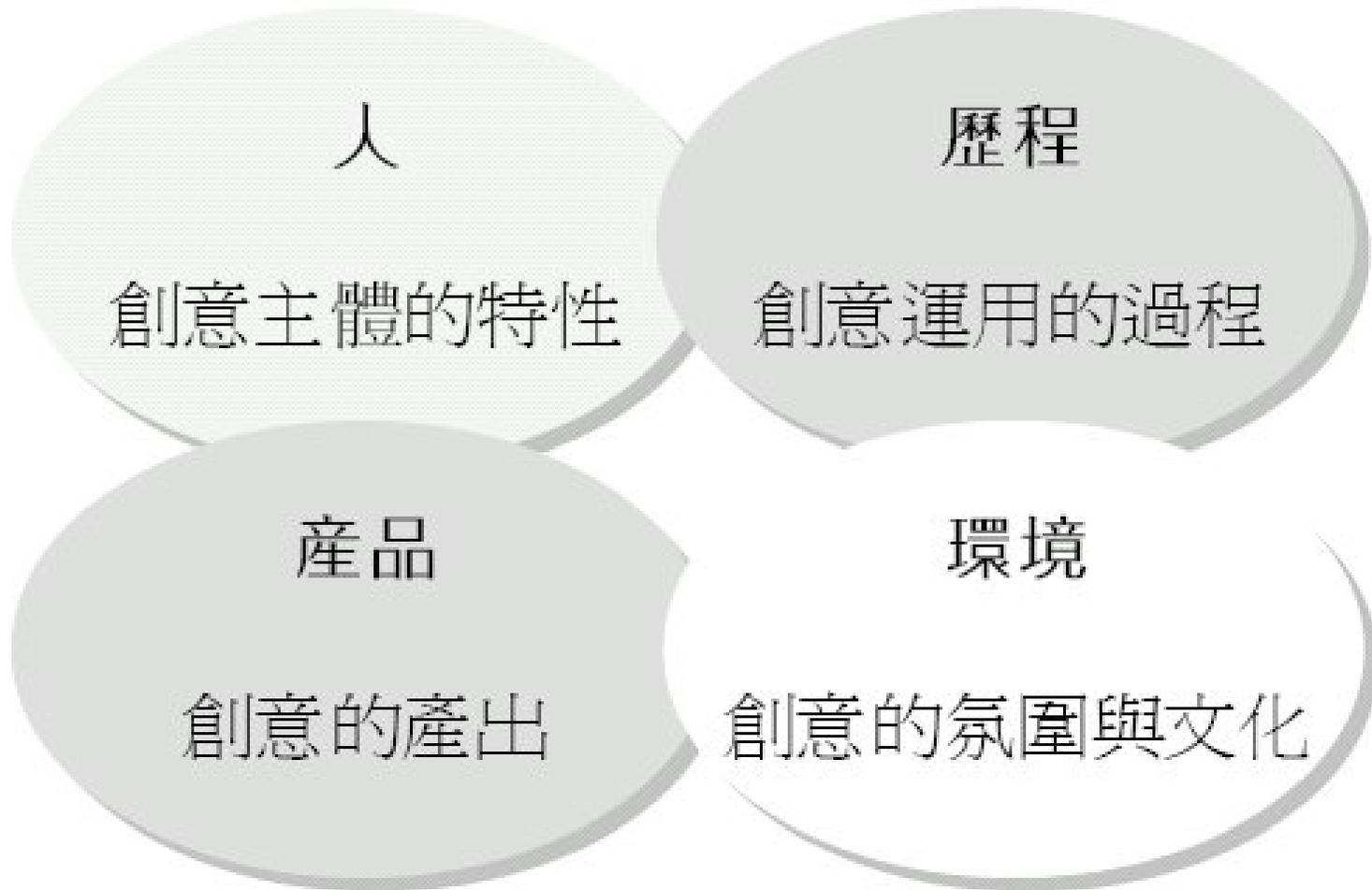


第2章 創意學說



圖2-1 創意的4P學說



創意的4P學說(1/2)

□ 以人為導向

- 以人為導向所發展的學說，強調不同創意的人會擁有不同的創意性格，稱為創意性格說。

□ 以歷程為導向

- 以歷程為導向所發展的學說，強調創意從構想的萌生到構想的形成的整個歷程，稱為創意歷程學說，這個學說通常從問題的制訂到解決過程，從中瞭解創意的運作與功能。

□ 以環境為導向

- 強調創意的發展是受到創意環境的激勵或是阻礙所影響，稱為創意環境學說。



創意的4P學說(2/2)

- 勇於冒險
 - 工作自由度
 - 高階主管支持
 - 資源
 - 團隊設計與合作
- 以產品為導向
- 新奇的
 - 有用的
 - 有價值的



表2-1 創意者性格

因應者	創新者
<ul style="list-style-type: none"> • 喜歡運用精準的方法 • 關心問題解決的層面 • 嘗試使目前的業務更明確 • 是手段導向(means-oriented) • 擅長於細節的工作 • 對於團隊的合作與團結較敏感 	<ul style="list-style-type: none"> • 喜歡以創新的角度看待工作 • 喜歡發現問題 • 喜歡質疑目前的基本假設 • 是目的導向(ends-oriented) • 對於例行性的工作沒有耐性 • 對於團隊的共識較不關心



表2-2 創意氛圍

創意是什麼？		
<ul style="list-style-type: none">• 勇於冒險• 工作自由度	<ul style="list-style-type: none">• 高階主管支持• 包容多元與異質	<ul style="list-style-type: none">• 資源• 團隊設計與合作



圖2-2 創意產品

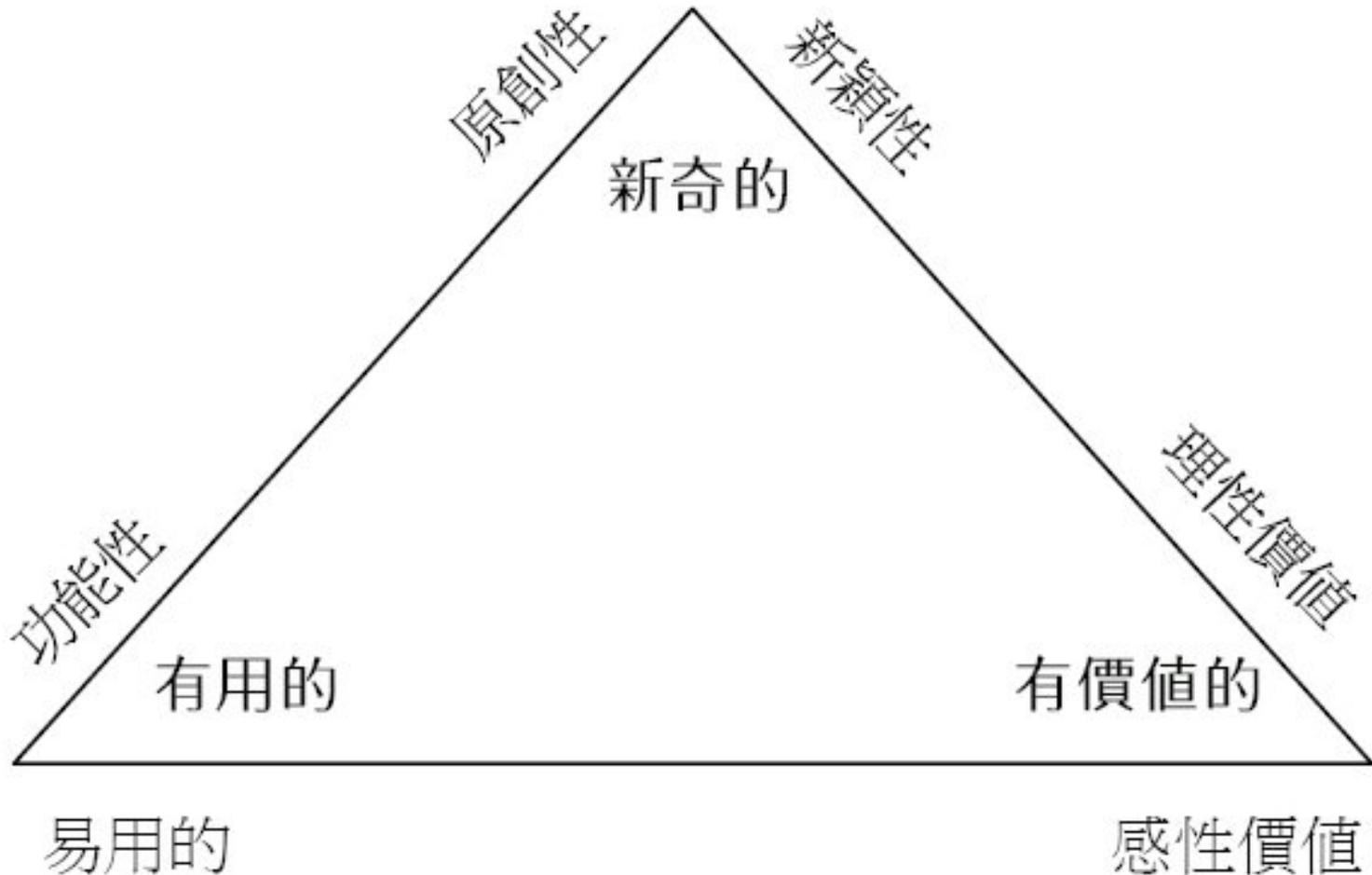
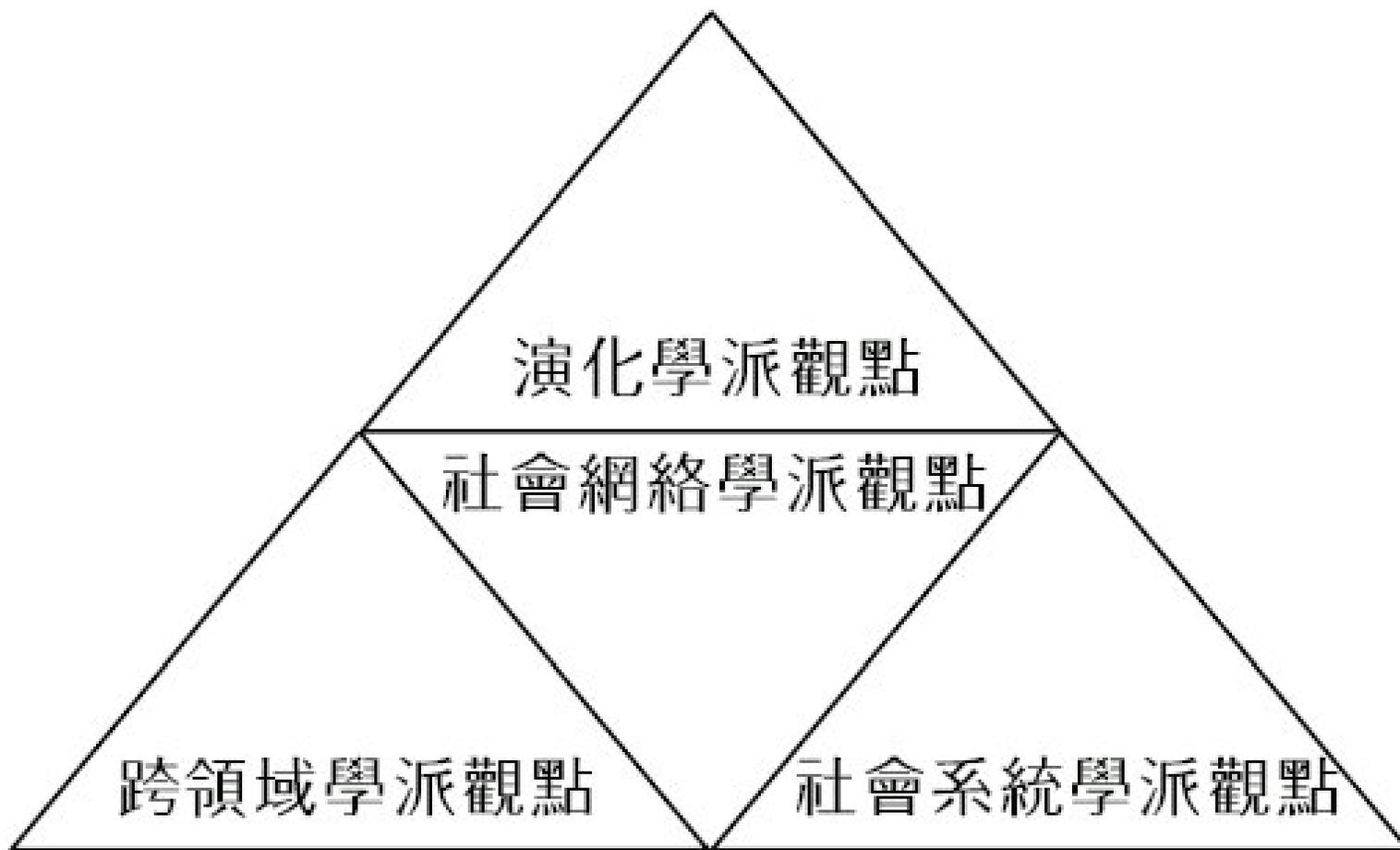


圖2-3 創意的多元觀點



創意的多元觀點(1/4)

□ 演化學派觀點

- 泰瑞莎·艾莫伯教授(Teresa M. Amabile)指出，決定創意績效的三要素分別為「專業能力」、「創意思考能力」以及「內在動能」（如圖2-4所示），這樣的研究架構亦是運用演化理論的量化與保留的研究模式。

□ 跨領域學派觀點

- 匈牙利創意學者梅格亞歷—貝克教授(Istvan Magyari-Beck)的研究觀點(1990)可謂此學派的代表學者之一，他運用多重學科以及多層次的觀點探討創意的複雜概念，並提出創意學(Creatology)一詞以描述新的創意科學的跨學程名詞。



圖2-4 創意三要素

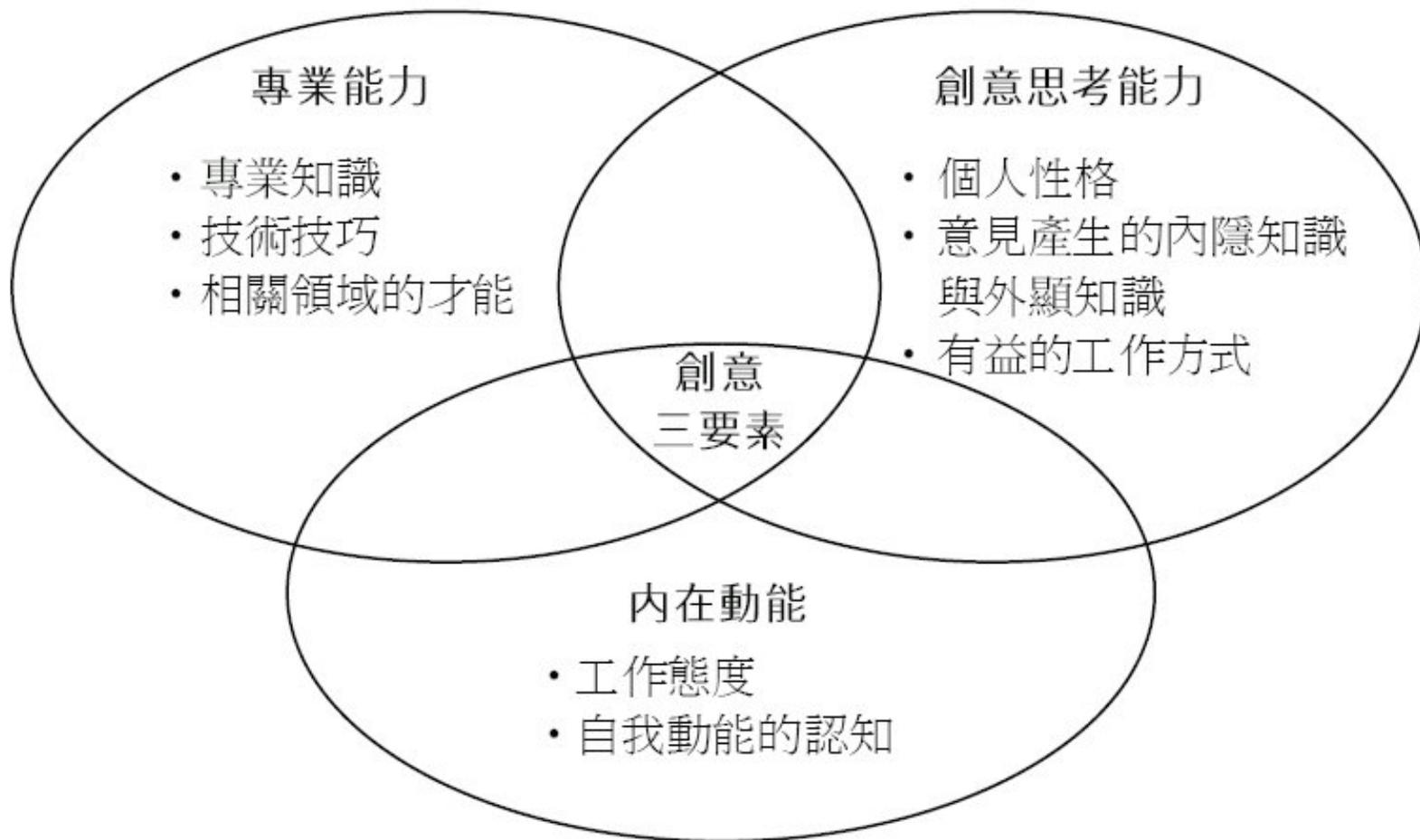


表2-3 創意矩陣

	創意過程			
		能力	歷程	產出
創意層次	文化	1.1 創意文化	1.2 歷史	1.3 創意產業
	組織	2.1 人性化組織	2.2 創新的氛圍	2.3 創新產品
	團隊	3.1 團隊競合	3.2 團隊創意技巧	3.3 複雜產品
	個人	4.1 個人性格的表現	4.2 個人問題思解	4.3 主觀創作



創意的多元觀點(2/4)

- 創意的能力是指個人性格的表現，創意的歷程大多運用在個人的問題思解方面；創意的產出也多是個人的主觀創作。
- 在團隊的層次來看：創意的能力來自團隊成員之間的合作與競爭，創意的歷程主要是團隊成員如何運用創意的技巧；創意的產出也多是複雜性產品，像是新產品研發等。
- 在組織的層次方面：創意的能力來自人性化的組織設計；創意的歷程來自組織如何營造創新氛圍，創意的產出也是運用整體的能量所產生的創新結果。
- 文化的層次方面，指的是區域或是國家的層次：創意的能力來自區域或是國家的文化；創意的歷程指的是長期的歷史軌跡；在創意的產出方面指的是創意的產業，也就是將傳統的文化藝術與人的智能相結合，以產生具經濟價值的文化創意產業。



創意的多元觀點(3/4)

□ 社會系統學派觀點

- 系統是指一套互動或相互依存的實體，可能是真實的，也可能是抽象所形成的一個整體。藉此，社會系統學派認為創意是存在於社會系統、問題領域與企業範疇的大系統之內，並與這大系統相互依存。
- 米哈里·契克森米哈里教授(Mihaly Csikszentmihály)可說是以社會系統的觀點來探討創意的代表，他認為創意並非發生於個人，而是個人與社會文化情境下互動的產物，並指出，若是僅以一種判斷方式或指標去定義創意是不恰當的，創意並非個人的特質，而是社會系統影響著個人的判斷。



創意的多元觀點(4/4)

□ 社會網絡學派觀點

- 「團隊內部網絡」強調團隊內人員之間的強連結和信任，讓團隊成員更願意說出個人的點子。
- 「跨團隊網絡」強調團隊之間的互動與溝通有助於專案績效的提升。
- 「與組織高層網絡」強調專案團隊與組織高層的網絡關係可以確定專案的目標與組織的策略性目標相互一致，並可持續地獲得組織高層的資源承諾，進而促進團隊的創新產出。
- 「外部網絡」則強調專案團隊需拓展團隊的疆域，並透過與外部環境交換資訊以強化團隊的創新能力。



圖2-5 社會網路型態的變化圖

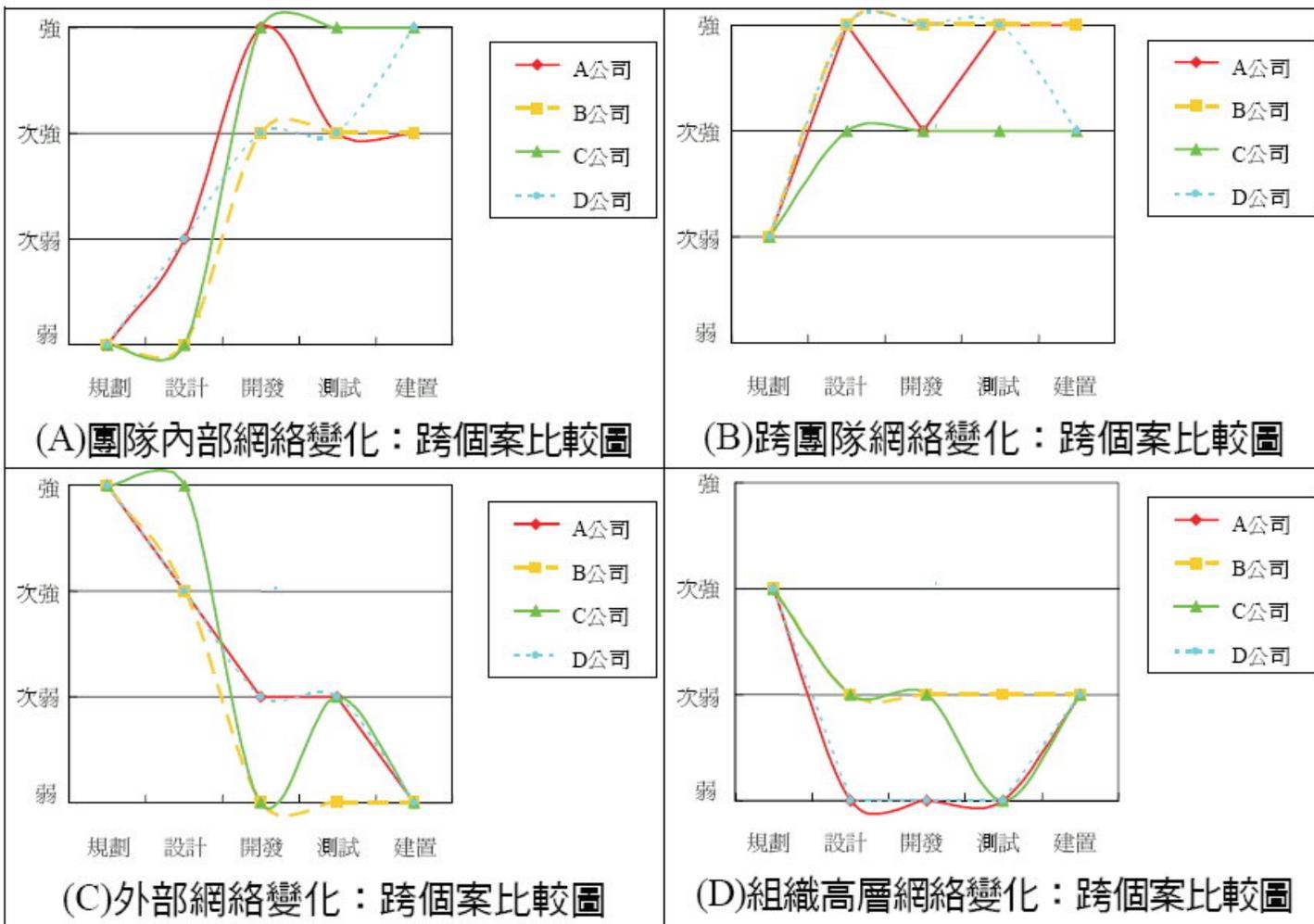


表2-4 創意多重觀點的剖析

從創意的多重觀點，公司經理人在組織設計與創意氛圍的營造方面，學到了什麼？



結論小語

- 創意是動態的、複雜的概念，創意會隨著我們經驗、專業知識與所處環境而有所不同。

