

<<不鳥任何人！ 創意的40個關鍵>

前言

前言 一九九七年十二月，我剛搬到曼哈頓。
當時為了讓自己在酒吧鬼混的時候有事可做，養成了在名片背面塗鴉的習慣，從此積習成癮。
初到紐約，我只有兩件行李、幾個塞滿雜物的紙箱、YMCA的訂房，以及市中心一家廣告公司為期十天的特約文案工作。

接下來兩個星期，我的生活不外乎上班、四處閒逛，然後在酒吧打烊之後搖搖晃晃走向YMCA。一堆酒館和咖啡館，一堆怪胎。

一天五次遭受同時想笑、想哭、想唱歌的奇怪感覺襲擊。
這樣的日子裡，一種可以輕鬆放進外套口袋的藝術形式，好處實在不勝枚舉。

特約工作後來變成固定職，我繼續在城裡待了兩年。
對於初來乍到的人而言，待在紐約的第一個月，有一股無法言喻的神奇魔力，閃閃發亮，明朗澄澈。不論你在紐約待了多久，剩下的時間幾乎都會耗在試圖找回那份感受。
不知怎的，名片背面的塗鴉竟然莫名其妙抓到了精髓 - - 那份張力、那種轉瞬即逝的特性、那首關於紐約的雋永老歌。

十多年來，我的漫畫十之八九採用這種形式，不是畫在名片上，就是畫在裁切成同樣尺寸 - - 也就是三吋半乘以兩吋的西卡紙上。

我多半用Rotring牌0.3毫米的Rapidograph針筆，配上又黑又亮的墨汁作畫。
有時也會換換媒材，鉛筆、水彩、原子筆、平板電腦，但是偶一為之。

一九九一年（當時定居英國），我成立了一個部落格 - - gapingvoid.com，開始在網路上發表我的「名片漫畫」。

一九九四年，我刊登了一系列部落格文章，後來集結成《如何有創意》（How to Be Creative），成為你目前正在閱讀的這本書的基礎。

這段期間，我當過漫畫家、部落格作家以及行銷人員。
如今我落腳在德州西部深處，遠離各大城市。

如果有興趣一窺我的嘗試、旅行，以及，呃，生活的全貌，請上我的部落格看看。

截至目前為止，《不鳥任何人》的前身《如何有創意》，網路下載已經超過百萬次了。
基於創意與商業理由，我稍微修改了原本的網路文章 - - 加了幾個章節和漫畫，刪掉某些不堪入目的字眼，換上文雅一點的用語。

但是我跟出版社立下的部分協定是，絕不為了出書而更改部落格文章的原始精神，幸好他們也希望在合理範圍內大致維持原貌。

為此，我至今心存感激。

<<不鳥任何人！ 創意的40個關鍵>>

內容概要

「好創意會讓人際關係的權力平衡發生變化，這就是它們一開始老是受到排擠的原因。」
2009年美國亞馬遜書店財經類年度十大編輯選書 這是一本教你如何揮灑創意的書，更是一本發動職場文化革命的書 40個創意的關鍵，喚醒你麻痺已久的工作神經！

厭倦現在的工作嗎？

偶爾換個口味吧！

構想的原創性越強，別人能給你的好意見就越少。

創意誕生的那一刻，你不會知道它有沒有搞頭，誰都不知道。

你頂多會有一股強烈的直覺，告訴自己這次做對了。

但是我們一向害怕直覺，因為直覺告訴我們的，往往跟這個世界告訴我們的不同。

然而…… 任何值得做的事，都需要很多練習，包括冒險在內！

不必考慮那麼多，做點不需要具備任何商業利益的事情！

拋開所有的野心，做點不需要引人矚目、不以生涯發展為考量的事情！

找回創意的主權，做點完全屬於自己、不必與別人共享的事情！

感受徹底的自由，做點不需要仰人鼻息、不需要別人認同的事情！

就在此時，也唯有此時，外面的世界才會開始注意到你！

創意不必大，只要是你自己的就好。

構想的獨立自主權越高，你就越能自由揮灑，創造出了不起的作品。

作品越了不起，就越能打動人心。

越多人被你的創意打動，你的小點子就越容易像雪球一樣越滾越大。

<<不鳥任何人！ 創意的40個關鍵>

作者簡介

休·麥克李奧 (Hugh MacLeod) 從事廣告文案工作超過十年以上，同時自由揮灑創意，發展了獨一無二的「名片漫畫」事業。

部落格單月瀏覽人次超過兩百萬，由部落格上的文章集結而成、本書的前身《如何有創意》(How to Be Creative)，網路下載次數超過百萬次。

他也開設網路2.0課程，並且為企業提供諮詢，發揮極大影響力。

現居於德州。

譯者簡介 黃佳瑜 美國加州大學柏克萊校區企管碩士，曾任行銷企劃、管理顧問，現為自由譯者。

<<不鳥任何人！ 創意的40個關鍵>

書籍目錄

前言1.不鳥任何人2.創意不必大，只要屬於你就好3.多下一點工夫4.好創意的童年時期都寂寞5.如果你的如意算盤是被某個大人物意外「發掘」，計畫八成會落空6.自己的經驗自己負責7.每個人天生就有創造力，幼稚園時也都分到了一盒蠟筆8.保住白天的正職9.壓抑創造力的企業，再也無法與鼓吹創造力的企業一較高下10.每個人都有屬於自己註定要攀登的聖母峰11.天分越高的人，越不需要依賴工具12.不要試圖鶴立雞群，離雞群遠一點才是上策13.接受痛苦，它就傷不了你14.別拿自己的內在跟別人的外在相比15.英年早逝被過分稱頌了16.創意人最重要的專業養成，就是在願意做與不願意做的事情之間畫一條紅線17.世界正在改變18.功績買得到，熱忱買不到19.離「飲水機幫」遠一點20.唱出自己的歌聲21.選擇什麼媒介並不重要22.「出賣自己」看起來簡單，做起來難23.沒人會在乎。

為自己而做！

24.為「商業或藝術」煩惱，根本是浪費時間25.靈感終究會來，別費心尋找26.必須找出自己的風格27.發自內心書寫28.得到認可最好的方法就是不需要認可29.權力不是別人給予，而是自己獲得30.不論做什麼選擇，惡魔終究會來討債31.創意人最困難的就是適應自己的創造力32.持續省吃儉用33.讓工作隨著你成熟34.沒錢糟透了35.小心別把嗜好變成工作36.趁現在，好好享受平凡37.開始寫部落格38.意義無涯，生命有涯39.夢想一旦成真，就不再是你的夢想40.以上所述，都不是什麼大學問謝誌

<<不鳥任何人！ 創意的40個關鍵>

章節摘錄

甭管別人 構想的原創性越強，別人能給的好意見就越少。
我一開始在名片背面畫漫畫時，大家都笑我傻，幹嘛不做點兒市場比較好消化的東西，像是討喜的賀卡之類的呢？

創意誕生的那一刻，你不會知道它有沒有搞頭，誰都不知道。

你頂多會有一股強烈直覺，告訴自己這次對了。

而相信直覺不像樂天派說的那樣簡單。

人們害怕直覺是有道理的 - - 因為直覺告訴我們的，往往跟這個世界告訴我們的不同。

請教好朋友也總讓人失望。

並非他們存心不幫忙，只是因為他們對於你的世界，理解不及於你的百萬分之一，不論他們多努力嘗試，也不論你多努力解釋。

況且，大創意會改變你。

你的朋友也許愛你，但他們恐怕不希望 you 改變。

你一旦變了，他們跟你的相處模式也會跟著出現變化。

他們也許寧可一切照舊，他們愛的是你這個人，而不是你可能變成的模樣。

也就是說，你的改變對他們沒有任何好處。

果真如此的話，他們會抗拒任何催化改變的事物。

這就是人性。

設身處地想想，換作是你，作法也沒什麼兩樣。

問同事就更糟了。

他們早已習慣用固定模式跟你打交道，早已習慣在雙方關係之中掌握某種主控權，而只要對他們有利的事，他們便照單全收。

當然啦，他們也可能情願你跟他們一樣成功，不過那不是他們的優先考量。

假使你的點子好到改變了你們之間的權力動態，足以降低你對他們的依賴，或者老天保佑別發生這種事 - - 降低市場對他們的依賴，那麼他們肯定會處心積慮排擠你的點子。

老話一句，這就是人性。

大創意改變關係中的權力平衡，這就是大創意一開始老是受到排擠的原因。

好點子與生帶著沉重包袱；正因如此，沒有幾個人能落實它們。

扛得起包袱的人，寥寥無幾。

< 漫畫 > 大創意改變關係中的權力平衡，這就是大創意一開始老是受到排擠的原因。

沒錯，不過... < 漫畫 > 這群人相貌堂堂，儀表不凡，直到他們打開該死的鳥嘴。

<<不鳥任何人！ 創意的40個關鍵>

媒体关注与评论

『越引人矚目的道路越孤獨』 - - 好創意亦然。
在你不鳥任何人之前，必先經歷一段不被任何人理解的童年。
」 - - 自轉星球文化社長 / 黃俊隆 「一本談創作的書，一本見識過人的書，一本能夠改變你生活的書。
」 - - 《紫牛》作者 / 塞斯·高汀 「休·麥克李奧的書將會一腳把你從平庸和停滯狀態踹起來。
」 - - 創業大師、《創業的藝術》作者 / 蓋伊·川崎

<<不鳥任何人！ 創意的40個關鍵>

編輯推薦

本書特色 簡短精準的文字，線條簡單的插圖，四十個創意關鍵，喚醒麻痺已久的工作神經。

聯合推薦 自轉星球社長 / 黃俊隆 唱片設計師 / 蕭青陽 台灣微軟營運暨行銷事業群總經理 / 陳宣霏 PChome Online網路家庭董事長 / 詹宏志 學學文創副董事長 / 詹偉雄 台灣設計師週總召集人 / 廖軍豪 國立政治大學創新與創造力研究中心主任暨科技管理研究所教授 / 溫肇東 暢銷作者 / 塞斯·高汀 暢銷作者 / 蓋伊·川崎 暢銷作者 / 潘蜜拉·史蘭

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>