

幸福 ing 悅讀會

主題：創新：雲端策展

(第一次讀書活動)

書名：為什麼搜尋將被淘汰：在內容被淹沒的網路世界，
策展才是王道

日期：101年10月17日 地點：傳院電台

出席人：蔡佩穎、張宗洲、盧瑞均、裴倫、邱郁姿、
黃心怡

【讀書心得 / 討論內容】

主題：雲端策展逐漸取代媒體產製

1. 認識策展

(1) 首先，策展是關於人們賦予任何蒐集、組織而得的事物「定性判斷」(qualitative judgment)，從而增加這些事物的價值。其次，策展有分業餘與職業，而業餘或生產性消費者(pro-sumer)的策展人，是無法對專業策展人造成威脅的。

(2) 策展是商業、編輯及社群等領域的核心轉變，需要極其優質的人力介入。

(3) 策展關乎選擇(selection)、組織(organization)、呈現(presentation)及發展(evolution)。儘管電腦可以匯聚內容、資訊或任何形式與規模的資料，如果缺少策展，最終只是一大堆看似相關、實際上卻缺乏定性組織的東西。

2. 策展與新聞

(1) 「仿生新聞學」——一種半人、半機器的產物。那是一種大規模搜集引擎，能找尋、分類、組織資訊，然後再將匯聚的資訊交由人類做最終的檢視與編輯核准。

(2) 新聞策展人的工作不是創造更多內容，而是讓其他人創造的內容有意義。即找出最佳即最相關的內容，然後呈現之。被選擇承擔這項職責的人，即「內容策展人」。

(3) 《時代》雜誌能夠將世界各地的意見與文章，呈現在美國讀者的手中，成為想要廣泛閱讀、卻沒有時間逐一瀏覽世界各地期刊的中產階級的單一資訊來源。

3. 社群與策展

(1) 社群網路的未來將是由這些內容策展人帶動，從事這項職務的人透過網路蒐集、分享最佳內容供其他人使用，並擔任公民編輯的角色，出版由其他人創造出極其寶貴的刊物內容。這些策展人將會為社群網路帶來更多實用性與秩序。

(2) 「只要是透過我們觀點所提供的東西，就是能增加觀眾。最完美的情況，是我喜歡人們看見我們的價值，即我們在策展上的品味、感情及才智。」

(3) 從新聞，到社群，到電子商務，甚至是品牌，策展彷彿成了一種新興的「文化基因」(meme，文化傳播的最小單位)，頂尖媒體業者、創業家及思想家莫不股腦地推銷這個概念。

(4) 傾聽經濟是至今仍遵循一切由上決定的業者、媒體及所有機構——從政府到一般企業——學習如何閉上嘴巴仔細聆聽各類顧客聲音的藝術與科學。

4. 策展與消費者的結合

(1) 就利用你過去是個毫無權是的消費者的這股力量，去挑選一個主題、品牌或任何想要投入的項目，加以匯聚與策展。

(2) 當你加入人類編輯層時——即組織蒐集而來的內容及社群參與得一種策展觀點——你才能得到你想要的結果

(3) 策展是消費者對話的未來

(4) 臉書使用者已經算是社群策展人了，他們搜尋與朋友及家人分享的連結、影像及媒體。最後，這些平民編輯將成為協助淨化與確認網路內容的核心。這些改變意義深遠，因為它一方面將協助建立由人類過濾得新興網站，一方面會為整個新的策展人階層及策展努力(將成為獲得正式報酬的工作)開起一扇大門。

幸福 ing 悅讀會

**創意：史丹佛的創新創意
創業課程**
(第二次讀書活動)

書名：真希望我 20 歲就懂的事

日期：101 年 12 月 12 日 地點：電台

出席人：蔡佩穎、張宗洲、盧瑞均、裴倫、黃心怡、
邱郁姿

【讀書心得 / 討論內容】

主題：真希望我 20 歲就懂的事：史丹佛大學的創新 X 創意 X 創業震撼課程

一、作者提出下列核心概念

每個人 20 歲時都會有茫然面對未來、不知何去何從的強烈焦慮感…

應該欣然接受這種不確定，不確定是激發創新的火種，也是向前邁進的重要力量。

最有趣的經驗往往發生在偏離既定道路、挑戰傳統假設、從失敗錯誤中找出全新契機的時候！

二、創業精神以解決問題為出發點

發揮觀察力，大膽釋放創意，找出問題。

(包括自己經歷過、別人經歷過及曾觀察到卻從來沒想去解決的問題) 到處充滿機會！

無論問題規模，通常都可想出創意的方式，利用既有資源來解決問題！

別把問題侷限在既有的框架裡！

三、質疑傳統假設，擁抱問題、打破框架

大多數人不把問題當機會看。

我們學到的都是如何避免問題，很少有人教我們放開心胸、擁抱問題。

找出問題，「發現需求」：找到落差，並填補落差。

創造「社會價值」。

挖掘假設和挑戰假設：找出創造性的方案去解決看似解決不了的問題，合理性和可能性先擺一邊。

跨出舒適圈自我挑戰。

四、點石成金，把餽主意變成好點子

各式各樣的社會團體為維持社會秩序，制定了種種規範，變成「必須遵循的規則」，逐漸成了我們的一部份，因此畫地自限。

我們為自己打造牢籠，把自己鎖定在特定角色上，把其它無數的可能性阻絕在外。

「規則」其實不過是「建議」…

別管不可能：嘗試以各種方式解決問題

腦力激盪：設法延伸、擴大別人的構想

瘋狂的創意不花錢：打破既定的規則，再考慮可行性

五、矽谷祕密醬汁：寫下你的失敗履歷表

以失敗的眼光重新審視自己的經驗，會迫使自己面對過程中犯過的錯誤。

避免「無法放棄症候群」：相信直覺，檢視手中的各種選擇，誠實面對自己。

迎接失敗：想要有更多成功，必須容忍更多的失敗，勇敢跨出去，多方嘗試。

放棄時，注意「退場的藝術」。

學會風險承擔：根據各種結果的發生機率—包括最樂觀和最悲觀的情境—來決策，為所有情況做準備，會願意承擔高風險。

六、找到興趣、能力、和市場需求的交集

熱情只是起步，還需要了解自己有哪方面的才華，以及這個世界會如何評價你的才能。

「你長大以後想做什麼？」，迫使小孩在還不了解各種可能的機會時，就先確立目標…狹隘的參考周遭人在做的事，想像自己將來會做的事…親友期望你決定了方向後就能始終如一…

為自己做最想做的事

準備自己，提高機會出現的可能性、經常自我評估

七、幸運的人有哪些特質？

沒努力就不會有機會；愈努力，運氣就愈好。

幸運的人的特徵：會把握機會、樂觀、會設法從最壞的處境中得到最好的結果、觀察力敏銳、心胸開放、個性友善。

注意周遭環境。

多方嘗試，獲得各式經驗，能在意外情況發揮作用。

經驗越多、基本知識越廣博，就掌握更多可用的資源。

在周遭環境中找靈感，發揮想像力。自然有各種聯想，能以獨特的方式發揮聯想的價值。

幸運來自於把所知的一切應用到所做的每一件事情上，不怕向別人爭取機會來做從沒做過的事情。

八、最有價值的禮物—改變人生的簡單小事

對人：

懂得表示感激別人的幫忙，將影響別人對你的觀感。

名聲是最寶貴的資產，好好保護。與人為善，沒必要製造敵人。

學會如何道歉，每個人都會做錯事，關鍵在學會如何彌補錯誤。

善用他人的長處，讓他們做最擅長的事情。

對事：

做正確的事情，不是只作聰明的事情。

談判成功的關鍵在於找出每個人的利益所在，了解自己的目標和對方的目標，試圖找到雙贏的解決方案。

放棄：許多人誤以為達成任何交易都比放棄好，並非都如此，永遠要把放棄當作可能的選擇。想知道自己是否應該放棄，最好的辦法是了解還有什麼其他選擇。

幸福 ing 悅讀會

主題：創業：雲端策展
(第三次讀書活動)

書名：你，雲端了沒

日期：101 年 12 月 26 日 地點：傳院電台

出席人：蔡佩穎、張宗洲、盧瑞均、裴倫、邱郁姿、
黃心怡

【讀書心得 / 討論內容】

主題：雲端應用

「雲端」是一個令大多數人又愛又怕的名詞，在新舊世紀交接的時期，它還只存在於大型企業、封閉網域之中，使用的是超級電腦。而在數年之間，它變成了雲霧，瞬間籠罩整個網路世界，所有網民身陷其中。雲端無所不在為使用者帶來更多的方便，但是能否發揮雲端的功能，也分野出了新時代網民的高下，而這本「你，雲端了沒」說不定正好發揮了指南針的功能，讓身處雲山霧罩的網路使用者，在茫茫雲海中找到方向，最終能立於雲海之上。

當然，科技發展迅速，對於先端網民而言，也許本書一些網路雲端的分享備份程式已經是上一代的事了。然而對我個人而言，「你，雲端了沒」最特別的地方，是它提出了雲端應用的新方向。雲端不只是網路硬碟，不只是備份工具，更不只是分享的空間（以上各項功能，在這本書中 1～4 章中也有詳細的說明，可以把它歸類為「雲端求生手冊」），它應該是一個無所不在的行動辦公室與集體創意生產輸出中心（本書 5、6、X 三章節，可視之為「雲海突破指南」）。而從雲端的應用、知識整合以致於發揮集體智慧，新時代的天才，也許是正時那些站在雲端上發揮 7 2 變的現代齊天大聖。

主題：雲端創業一部落客

部落客應運而生，在家敲鍵盤賺錢已經不是夢想。各種網路資源的交互運用，不但可以省下許多的行銷成本，也省下店面成本，讓各多小資客可以在家工作。

許多網路資源是相當好的行銷利器，但是如何把工具變利器，就需要適當的搭配運用。書中用最簡單易懂的方式，將 google 資源、Facebook、微網誌、MSN 與部落格整合在一起，並且搭配關鍵字與 SEO，在雲端時代，掌握商機，隨時整合社群行銷，用最少花費達到最大網路行銷曝光效益。