

松鼠悅讀會

主題：實現自我

(第一次讀書活動)

書名：The Secret Life Walter Mitty

日期：103 年 11 月 13 日 地點：A110 室國教處辦公室

出席人：王儷儒、許淑妮、林姿呈、劉仁卿、田美英、
林芷嫻

【讀書心得 / 討論內容】

The Secret Life Walter Mitty 是電影「白日夢冒險王」原著故事。

Walter Mitty 是一個過著平凡無奇生活的平凡中年男子，但是他懷抱著一堆既生動又不凡的白日夢，但一切只存在於他腦裡，平淡無奇。然而他為了尋找知名攝影師拍攝的一張遺失相片作為封面，他便踏上了奇幻冒險之路，實現夢想並展開他前所未有的冒險人生。

這其實是一個相當精緻的小品故事，描寫了 Walter Mitty 的無趣人生，以及他如何在生活中用白日夢來解悶，但是又告訴了我們，Walter Mitty 其實跟每個人一樣，也曾經是個有夢想有想法的活力青年。「現實」與「生活」的壓力改造了他，讓他的生活一成不變。而在現今社會當中，許多人包括我自己似乎都被磨成另外一個 Walter Mitty，因為生活煩悶，雖然懷抱著夢想，但是因為工作或家庭等因素，生活變得一成不變，所以當 Walter Mitty 提起勇氣實際行動並展開他的冒險人生時，特別的讓人興奮與羨慕。他成功的把自己曾經訴諸在白日夢中那「一瞬間的新鮮空氣」，轉換成真正吸進肺腑之中的自在與快樂。當然，或許我們不是每個人都有辦法像 Walter Mitty 一樣，隨著機緣(尋找照片)踏上一段奇異旅程。但是，《The Secret Life Walter Mitty》並不是在告訴我們每個人都必須去環遊世界才能改變自己或是實現夢想，相反的而是在述說，是一種對「冒險」的擁抱。

我的夢想是到美國留學，我曾經在暑假的時候到美國打工旅遊，也曾經到韓國當交換學生，某方面來說我把夢想給實現了。許多朋友羨慕我的經歷，但是他們卻只說不做，因為他們缺少了「勇氣」，面對未知的世界是如此的害怕與猶豫，這是現代人的詬病，人的一生當中，有時候就是差跨出勇氣的那一步，但一旦走出去看看未知的世界之後，才發現世界是如此之大，我們是多麼渺小，要「別怕做夢，更別怕把夢想實現」。不一定要完成什麼偉大的夢想，就算只是努力發掘生活中的美好，也能帶給自己意想不到的快樂。

最後我想分享一段話，To see the world, things dangerous to come to, to see behind walls to draw closer, to find each other and to feel. That is the purpose of Life.

去看世界，去經歷危險的事物，去看牆後的世界近一點，去發現彼此去感受，這就是人生的目的。希望每個人都能提起勇氣，勇於實現自己的夢想，去看這美麗的世界。

松鼠悅讀會

好的表達成就更好的溝通

(第二次讀書活動)

書名：會說故事，讓世界聽你的：

說一個動人故事，勝過跳針長篇大論！

日期：103年12月11日 地點：A110室國教處辦公室

出席人：王儷儒、許淑妮、林姿呈、劉仁卿、田美英、
林芷嫻

【讀書心得 / 討論內容】

每個人都喜歡聽故事，每個人也都有自己的故事在進行，這本書很清楚的告訴讀者：「No Story? You' ll be Sorry! 」

現今，除各樣廣告需要創意行銷外，現在人人都需要故事力！在這臉書盛行的時代，小至臉書動態發佈訊息，大至跨國的會議簡報，學會建立自己的故事力，創造個人魅力與獨特性，都是必須要準備好的表達能力。

無所不在的故事力，讓每件人每個人都變得更有趣、更有可讀性！

其實，我們所知道的，應該都是別人告訴我們的故事；任何我們所知覺到的差異，都來自品牌要告知(洗腦)我們的故事。所以我們所知道的，其實都是別人告訴我們的故事。故事讓同質化極高的產品時代裡，突顯了較為人知的差異。甚至，讓人們願意了解，也能把自己的特性，用故事包裝，好讓人願意持續關注。

作者也提到：「你現在看 FB 上面，人們分享最多的，是自己的美食、旅遊，當然間雜著一些抱怨、不滿，但是獲得最多回應與按讚的，可能還是生活的美好一面。」由此可知，每個人都想一起活在那美好的生活裡，並參與在這件好事之中。

精神價值大過商品利益，才能創造出更多的商機，所以也會有越來越多的企業擁有者，理解到企業未來的利基，不是在成本考量，而是故事考量，就像賈伯斯創造了蘋果王國，把電腦和電話還有照相機全放在一起，這個奇妙的故事，因為賈伯斯講了，所以發生了，而且還是大有價值的故事！

故事也可以激勵我們來成就一些事情，當我們無力時，一個故事就能讓我們再繼續往前跑，在永續經營裡，我們需要一個故事接一個故事的接演下去，讓品牌能持續加深印象在人的心裡！我們得很關心人，才能擁有故事！「美好的事情，總是簡單，但不容易！」

這本書讓我能更多體會到人的重要性，因為有人才有故事，而人也將因其故事而有趣！讓我們更多重視人勝過重視事情、進度、KPI.....等，以人為本再次出發，更新思考角度，活化自己的工作和生活態度！

松鼠悅讀會

正確理解，走出迷霧關鍵

(第三次讀書活動)

書名：The Secret Life Walter Mitty

日期：104 年 1 月 8 日 地點：A110 室國教處辦公室

出席人：王儷儒、許淑妮、林姿呈、劉仁卿、田美英、
林芷嫻

【讀書心得 / 討論內容】

在 2003 年，運動視為競爭及突破紀錄，所以當你發問「瑜珈是一種運動嗎？」這樣的問題，只是引發讓人發噱的玩笑話，但呼應至今日的休閒生活，運動形式多元多型態，就連散步也都可以算是一種運動了，上面的問話反而顯得有些多餘。

【從慣性思考到使用者意會】

Christian Madsbjerg 與 Mikkel B. Rasmussen 兩位作者提及人們常以累積的經驗當作預測判斷，傾向自己所支持的信念或是認同的事實、意見，形成了「確認偏誤」，慢慢變得只強化記住既有符合自己預設的事實與經驗，最後演變成在追求真相的過程中，可能不再質疑一切，而視為理所當然，就成為慣性思考。

當企業營運穩定，不確定性小、變數較少時，慣性思考可能是很效率的做法，利用經驗法則來解決問題。但是當慣性思考也行不通時，就必須仰賴其他方式，但是作者說明現今大夯的大數據方案可能未考量到人腦分析，而在公司裡找出一人扮演賈伯斯提出決策的方案也可能不適宜，包含客製化、開放式創新或是類似臉書 (Facebook) 推特 (Twitter) 的社交媒體方案，可為企業帶來某些益處，了解一些真相，但是不盡然能為公司未來的提供一個正確有力的策略。

利用質化研究的民族誌觀察，研究者需要融入被研究對象的世界中，宛如人類學家的田野調查；使用深描法以文化脈絡來了解大眾較容易被那些因素所影響，對那些作品產生情緒共鳴，作者以英國歌手 Adele 的暢銷歌曲為例，一首歌引發情緒反應的因素乃是時間和空間。從世界的角度來看，懂得各地風俗、熟悉當地的社會規範，才能有助於拓展產品更快打入市場，不被原有的約定成俗所限制住。而人文科學研究者在研究其他文化價值觀與偏見的同時，也試圖了解自我的價值觀與偏見，利用雙圈不同領域的思維才能創造建構出宏觀的洞見。

兩位學者說明使用者意會的五個階段：1. 用現象來描述問題 2. 蒐集問題 3. 尋找模式 4. 提出關鍵洞見 5. 建構企業影響力，以樂高在 2000 年代對企業的品牌核心精神有所偏移，但透過參與式觀察、團體焦點座談、物體研究、陳述、卡片分類、日記、影片以及照片民族誌等方式逐步實踐使用者意會的五個階段，將公司重新帶回核心精神「啟發未來的建造者」吸引大小孩子進入樂高俱樂部，發揮遊戲與創造的樂趣。

而作者又提出其他個案：像是康樂保醫療所設計方便胃癌或大腸癌患者排出體內廢物的人造造口袋，原本聚焦於執著於材質挑選及防側漏，透過使用者意會的五個階段才發現原來患者因為體型不同，導致無法使造口袋服貼的問題致使患者沒有使用意願；英特爾提出了運算的是未來經驗；愛迪達也經由使用者意會了解運動員和消費者並不相衝突；韓國三星則是透過研究發現電視不是 3C 商品，電視對消費者而言是一件傢俱。

在本書末尾，作者做的最後總結歸納“對人的正確理解，是帶領公司走出迷霧的關鍵”，唯有深刻了解人們生活習慣所形成的社會規範，重新經營與消費者的關係，將使用者意會視作一個過程，而非行銷研究工具，透過這些步驟應該能得出解決之道，幫助了解顧客的真實體驗。