

行政院國家科學委員會專題研究計畫 期末報告

學術社群與普羅大眾說出創造力的語言及其反映的思維

計畫類別：個別型
計畫編號：NSC 101-2410-H-004-171-
執行期間：101年08月01日至102年07月31日
執行單位：國立政治大學師資培育中心

計畫主持人：黃譯瑩

公開資訊：本計畫涉及專利或其他智慧財產權，2年後可公開查詢

中華民國 102年12月10日

中文摘要： 基於「是誰正在推動誰的創造力」、「對不同社群而言，創造力的核心質性與環圍特性為何」問題意識，以及掌握學術社群與普羅大眾多元社群的語言與思維有助強化創造力研究突破的學術價值上，主持人過去幾年曾執行了幾個獲得幾個教育部與國科會經費補助與創造力觀點分析相關研究：(1)「創造力」的語言、思維與存有：現代創造力研究與幼兒創造力研究中的「創造力」、(2)普羅大眾的「創造力」：「創造力」語言、思維與存有的調查研究，針對學術社群、以及6-19歲、20-44歲、45-69歲等台灣普羅大眾，分別分析了其說出創造力的語言及其反映的思維，獲得了豐富的研究發現(見研究著作目錄)。

然而，這些研究均以語彙分析為方法，來自不同社群的資料分析結果可以進一步的相互參照與統整，而在這些研究中使用的語彙分析研究法，也有必要善用這幾年研究的考驗，更充全地對此方法學其原理與原則的辯證。是以，本專書計畫「學術社群與普羅大眾說出創造力的語言及其反映的思維」企圖(1)進一步地比較與統整先前對學術社群與普羅大眾說出創造力的語言及其反映的思維之研究發現，(2)再深化語彙分析研究法其原理與原則的辯證，以期讓先前有關創造力語言與思維的研究發現在本計畫的參照、統整、辯證、再分析過程中，湧現超越原有研究發現的洞察與啟示、發揮更完整的學術貢獻。

中文關鍵詞： 創造力、語言與思維、語彙分析、學術社群、普羅大眾

英文摘要： Creativity facilitation is currently one of the most popular public movements in Taiwan. But, little attention is paid to the fundamental questions: whose creativity is now implemented to the public and, what on earth are the academic's and public's creativity? The researcher's previous studies are about what the academic and the public say and think about creativity. The purpose of this research is to integrate the language data collected and analyzed in the above studies and furthermore to justify the rationale and principle of the language analysis methodology.

英文關鍵詞： the Academic, Creativity, Language Analysis, Language and Thought, the Public

壹、背景與問題意識

一、是「誰」的創造力正在推動「誰」的創造力？

在現代化社會中，創造力 (creativity) 已被全球資本主義國家視為追求開發國力的最重要管道之一。經由宣傳價值、溝通概念、資源分享、聚集人力、舉辦活動、製作產品、論功行賞等策略，推動者間接或直接地讓民眾認識何謂創造力，希冀透過這種創造力全民運動，提升國家競爭力、使科技領先他國、經濟蓬勃發展、人民素質優化---運作創造力的最終結果 (或者說，初始目的)，似乎就是讓人類更進一步地趨近更便利、更理性、更永續的所謂現代化生活。

事實上，自 1950 年代以來，創造力研究已經從作為心理學領域的議題之一逐漸形成一門跨學科的獨特學問，近年來，創造力在教育、認知、管理等領域相關主題的研究尤為繁茂，在廣告、媒體、行銷、新聞、產業、研究等組織及其行為中，更直接可見創造力運作的諸多成果。創造力研究雖然已在不同領域展露其重要性，但焦點多在：(1) 創造力的 how，例如，如何提升創造力、如何推動創造力；(2) 創造力的 correlation、regression，例如，創造力與 x、y、z 之相關或 x、y、z 對創造力的預測度；(3) 創造力的 measurement，例如，針對個人或組織的創造力、創意、創新行為相關量表。平心而論，這些研究的重心與興趣並不在研究進行之初就作為操作型定義的「創造力」身上，創造力的 what 與 why 似乎已經漸被視為理所當然、不證自明；事實也是，目前創造力領域較少進行根本性或自反性研究，包括：(1) 創造力的 where 與 when，例如，不同時空文化對創造力的 what 與 why 在理解與詮釋上的相同與相異；(2) 創造力的 who，例如，創造力於不同社群、在不同生命階段的普適與個殊屬性，是「誰」的創造力正在被測量，是「誰」正在推動「誰」的創造力？

二、學術社群研究創造力所以也決定了創造力？

在現代化社會中，實踐多以理論作為基礎，而理論又通常是學術社群 (the academic) 的產物，學術人是人類社會裡所謂擁有產生知識的工具、方法、場域、擁有文化所賦予之專業權威形象的社群，掌握著對存有絕大多數的定義與詮釋權，又由於此社群常被正當化為存有的主要探索者與其研究發現的傳授者，其論述通常獲得社會大眾或公民營部門的認同、重視或採用。也就是，當創造力學術社群透過研究文本，說出他們對「創造力」的發現與行動時，這些語言及其反映的思維，將直接影響創造力被認識或被實踐的方法、範疇與可能性。是以，對被現代社會正當化為存有之主要探索者與研究發現傳授者的這個社群而言，更應透過後設分析，覺察自己經由研究文本、專講或授課指出研究對象的思維與語言，受到本身這個社群的特質或社會文化屬性之影響的狀況

透過學術社群的研究，個人或公民營機構在推動創造力時，最常引用的是所謂四 P (process, product, person, press/place) 與生態系統 (ecological systems) 觀點，視創造力乃某種過程、產品、人格，在多重系統中發展，出自於壓力、也受所處環境之影響，台灣也在本世紀初透過全球第一本具官方承諾的「創造力教育白皮書」宣告創造力全民運動的開始 (教育部，2002)。面對前述五大觀點，產

官學界似乎將較多注意力與資源放在解決問題或促使某些產品產出的活動上，然而，「逐漸被視之為理所當然的『創造力』，現在是什麼？還可能是什麼？學術社群的『創造力』正被推動之於全民、而如此的創造力究竟是什麼？」等重要問題卻少見嚴正的面對。

三、普羅大眾所見的創造力為何？創造力對不同社群都一樣嗎？

學術社群研考也論述著創造力是什麼、應如何，主導著影響著創造力推動的方向、政策與資源，那麼，普羅大眾在創造力成為全民運動的過程中，這些多元社群又怎麼說出創造力、創造力在這些多元社群思維中又是什麼？

若粗分為參與者、決策者、推動者，這波創造力全民運動參與者中數量最多的可說是就是從兒童到青少年的台灣民眾，此一社群中鮮有創造力推動策略與資源使用方式的決策者或推動者，在創造力研究文獻中對象為兒童、少年的創造力研究雖多，但卻以（不分角色、性別、專業、年齡進行普遍性論述的）一般創造力定義進行設計或討論，結論則以成人或環境如何避免扼殺兒童創造力居多，掌握此一階段生命個體的特質與觀點、探究激活其創造力的關鍵（而非僅提醒如何避免桎梏）亟待開發。

另外，普羅大眾中從中年到老年的台灣民眾社群，很明顯地並非這波創造力全民運動參與者中關注或資源投入的焦點，但事實卻是，在創造力全民運動推動過程中，扮演舉足輕重的決策者或規劃者，很可能都是年齡在中年或中年以上的學術社群或公務官員，卻鮮見以中年至老年普羅社群為研究對象的創造力研究。

再者，比起兒童到青少年多是參與者、中年到老年多是推動者與重要決策者，在這波創造力全民運動中，青年到青壯年這個階段，卻是普羅大眾中最有能力、最有機會溝通彼此對創造力的觀點之社群，然針對此一社群對於創造力有何意象、對創造力相關活動有何感受，同樣地，在創造力研究中亦付闕如。

四、為什麼要分析說出「創造力」的語言及其可能蘊含的思維？

如前所述，「創造力」既是現代資本社會針對國家、國民與知識的發展積極探究與推動的重要主題，對於本身現有的理論與實踐，應該更積極地尋求突破，然更新「創造力」其理論與實踐的可能道途是什麼？從語言（language）與思維

（thought）之間關係來看，語言是人類思維進行表達與溝通的工具，用來指出說話者對存有的認識；然而，人類思維又同時是語言發展自身的工具，語言透過思維複製自己，但也從中形塑或固化人類對存有的認識；是以，語言與思維參與彼此的發展，也影響著人類參與存有之發展的機會。吾人若欲更新任一存有之現有理論與實踐，或當先分析目前說出該存有的語言及其蘊含的思維，促使存有其現有的輪廓與桎梏浮現，才可能有突破現有理論與實踐之限制的機會。

說話者若沒有特別察覺到語言中反映的思維或圖像，即可能將創造力之於人類某一生命階段（如成人）或之於小眾（如理性思考者、領域開拓者、以解決問題為目、外顯與整體效益為價值者）的定義，作為成員眾多、背景分歧、需求相

異等不同生命階段之普羅大眾的創造力的共同定義，而對一致化的理所當然或對誤置的未覺，勢必使激活背景分歧、需求相異的後者其創造力之機會大為降低。

基於「是誰正在推動誰的創造力」、「對不同社群而言，創造力的核心質性與環圍特性為何」問題意識，以及掌握學術社群與普羅大眾多元社群的語言與思維有助強化創造力研究突破的學術價值上，主持人曾執行了幾個獲得幾個教育部與國科會經費補助與創造力觀點分析相關研究：(1)「創造力」的語言、思維與存有：現代創造力研究與幼兒創造力研究中的「創造力」、(2)普羅大眾的「創造力」：「創造力」語言、思維與存有的調查研究，針對學術社群、以及 6-19 歲、20-44 歲、45-69 歲等台灣普羅大眾，分別分析了其說出創造力的語言及其反映的思維，獲得了豐富的研究發現（見研究著作目錄）。

五、為什麼進一步統整對創造力其語言與思維的分析成果？

一個人可以選擇住在甲山崖這邊或乙山崖那邊、只不過兩地資源各有所長，然若在兩方搭上一座橋加以連通，那麼甲地和乙地人民生活將因互通有無而更加多元；然對蜘蛛而言，在甲地與乙地之間連著一條絲也許可以讓牠交流兩地資源，然連結兩地的若不只是一條絲而是一張網，就能為蜘蛛提供了除來去兩地之間外的更重要功能，捕獵。連結的建立讓吾人更認識被連結兩方，連結愈豐富，存有本身、連結以及嵌含存有與連結的整體則將獲得更多發展的可能性，對一般系統而言，統整是生機與超越湧現的機會，做研究亦然。以本專書撰寫研究為例，累積了數年的分析資料，若在其中試著觀察或建立連結，其成果就可為創造力研究領域帶來突破的可能性。

主持人這幾年來對說出創造力的語言及其反映思維的研究，是針對個別社群而分析、針對個別社群而提出發現，這些研究均以語彙分析為方法，來自不同社群的分析資料尚待進一步地相互參照與統整，而語彙分析方法也有必要善用這幾年研究的考驗，更充全地建構、辯證其方法學上的原理與原則。是以，主持人期望透過本專書計畫(1)進一步地比較與統整先前對學術社群與普羅大眾說出創造力的語言及其反映的思維之研究發現，(2)深化對語彙分析研究法其原理與原則的辯證，以期讓先前有關創造力語言與思維的研究發現在本計畫的參照、統整、辯證、再再後設分析過程中，湧現超越原有研究發現的洞察與啟示、發揮更完整的學術貢獻。

以下陳述以學術社群和普羅大眾為對象，兩大部分的研究成果包括研究背景、問題、研究方法、研究分析與發現。

貳、學術社群說出創造力的語言及其反映的思維

一、研究對象、研究方法與研究問題

為繼續延伸與深化黃譯瑩（2003）在分析幼兒創造力研究文獻過程中對學生社群聲音與觀點的推設，提出能更客觀合理地協助吾人探析語言與思維的研究設計，先前研究一對研究對象與研究方法的分析與選擇如下。

（一）研究對象

首先，先前研究一所指之學術社群說出創造力的「語言」，不指廣義的語言系統，也不包含身體語言或有聲的話語，而是指學術社群使用文字符號指出自己對創造力的思維之文本（text），「思維」則泛指學術社群對創造力的理解、假設、信念、期許、意象。

其次，先前研究一以普遍公認是創造力領域先驅的 Sternberg 於 1988 年所主編《創造力之本質》一書、1989 年由 Glover, Ronning, & Reynolds 為創造力研究領域所主編的第一本《創造力之指南》、以及十年後再由 Sternberg 擔任主編的第二本《創造力之指南》。這三本書分別為：

1. Sternberg, R. J. (Ed.). (1988). *The nature of creativity*. New York: Cambridge University Press.
2. Glover, J. A., Ronning, R. R., & Reynolds, C. R. (Eds.). (1989). *Handbook of Creativity*. New York: Plenum Press.
3. Sternberg, R. J. (Ed.). (1999). *Handbook of Creativity*. New York: Cambridge University Press.

此三本書乃創造力領域中重要的研究文本，能提供先前研究一蒐集充分的學術社群說出創造力的語言，這些語言也具有反映創造力學術社群對創造力的思維之代表性。一來，三本書的主編與各章作者均在當時創造力研究領域中已具有一定的份量、受到彼此的肯定，這三本書匯聚了這些學者研究成果的論述。其次，書名（nature、handbook）指出了成書的目的：*The Nature of Creativity* 是企圖探究創造力的性質、本質之書，而兩本 *Handbook of Creativity* 使用 handbook（指南）一詞，具有協助任何想一窺創造力的人在眾多資訊中、以最直接便利的方式掌握創造力的意義、研究觸角或範疇的企圖；又以十年為間隔，進行下一本 handbook 的編輯出版，也具有紀錄創造力研究領域之跨時發展的功能。

值得一提的是，或許受到出國求學國家多在美國或英國、第一外語為英語、師承意識等因素的影響，在許多領域的研究上，台灣學術社群與英美學術群的研究焦點、看法與表述相關性高，創造力研究領域似乎也不例外，這使先前研究一對於英美創造力學術社群之語言與思維的發現，應可在某種程度上作為觀察或省思台灣創造力學術社群說出創造力的語言及其反映的思維之參照。

（二）研究方法

在先前研究一，語言訴諸的對象是「創造力」此一存有，然而，要宣稱語言指出了存有，還必須說明是什麼樣的語言內涵可以充分地描述存有。人類一開始

想要溝通彼此時，對於環繞或循環在周圍的、內心所想像的種種存有，多無以「名之」，此時，聲音或符號的使用雖未具特定的規則，然而應與其他動物交換訊息的內容相似，也就是，使用聲音或符號指出對某一存有其存在的狀態（state）與特徵（characteristic）；Diamond（2000）在《第三種猩猩：人類的身世與未來》一書所提到的人類語言形成的初期狀態，也可以呼應此一論點。研究者認為任一存有的最基本信息是其存在狀態與特徵，換言之，吾人應可以從描述某一存有之存在狀態與特徵的語言中、回溯說話者對該存有的思維，窺測在說話者思維中此一存有的樣貌。是以，先前研究一針對學術社群在三文本中說出創造力的語言進行內容分析，建立說出創造力存在狀態的語言、以及說出創造力特徵的語言兩大類目。

內容分析包括量化統計分析與質性脈絡分析兩個重點，分析對象「說出創造力的語言」是研究者從三文本中所採集的定義或描述創造力的段落，編碼單位則是指指出創造力此一存有之存在狀態與特徵的字或詞。針對量化分析部分：依據研究者所發展之存在狀態與特徵語言編碼原則進行判斷，將語彙資料斷句拆解，分辨語彙資料中指出創造力存在狀態與特徵的語言，編為存在狀態碼、特徵碼；再將相同或因與之意義相近者依互斥原則整併為同一碼，建立兩大類目，統計類目中語言碼之總數與各碼出現次數並分析其強度分佈狀態。針對質性脈絡分析部分，先前研究一分別在（1）對整段語彙資料進行斷句與字詞拆解之編碼過程中，（2）將相同或因與之意義相近者依互斥原則整併為同一碼之類目化過程中，回到這些字詞出處的語彙原始資料裡，在上下文脈絡中加以解讀，以便減少誤解、協助研究發現的詮釋。

（三）研究問題

針對源起、目的、對象與方法，先前研究一集中四個焦點，試圖回答下列問題：

1. 語言與思維之間關係如何？所謂的學術人或學術社群之範疇或屬性為何？學術社群的語言與知識如何反映其象徵性權力（symbolic power）？
2. 三文本中說出「創造力」之存在狀態與特徵的語言各有哪些？這些語言的出現次數與分佈狀態如何？比較 1989 年與 1999 年出版的兩本 Handbook，創造力學術社群說出創造力的語言有何異同？
3. 這些三文本中說出創造力的語言可能嵌含的思維為何？在勾連存在狀態與特徵兩大類目中的語言及其次數分佈狀態後，所浮現之學術社群思維中的創造力是什麼形貌？從 1989 年與 1999 年 Handbook 創造力語言類目中其組成的異同來看，創造力學術社群的思維在十年前後有何變化？
4. 探析學術社群其說出創造力的語言及其反映的思維之研究發現，對吾人認識創造力、推動創造力、以及研究創造力，有何啟示、建議？

問題一在下面文獻探析裡回應，問題二、三於資料分析與研究發現中說明，問題四則以研究啟示與建議的方式在最後延伸。

二、文獻探析

以下逐步針對（1）語言與思維相互參與的關係、（2）學術社群作為知識研發

參與者之集合、以及(3)說出知識的語言作為一種象徵性權力等現象、關係，加以探析，以便為先前研究一之源起、以及使用量化方法分析學術社群說出創造力的語言、從中理解與詮釋其所反映的思維，奠定推設立論之基礎；以下分述之。

(一) 語言與思維：二元論、一元論、相互參與觀點

鄭芷人(2001)在其《邏輯基礎》一書中指出，語言不能決定思維，思維也不能決定語言，事實上，學術界對於語言與思維之間的相互影響關係存在著兩種相當不同的意見，對此他引用學者李維士(Geze Rèvész)的觀點，將兩者之關係分為兩種：二元論及一元論，前者認為思維會影響語言，後者認為語言會影響思維；亦有揉合兩者的說法認為語言與思維兩者之間應該是彼此參與、交互影響的關係，分述如下。

1. 二元論觀點：思維影響語言

首先，就語言與思維的二元論而言，其認為語言是表達思維結果的工具，思維所面對的是世界上的事物與心靈中的對象，例如邏輯學者會認為有獨立於自然語言的邏輯律，且自然語言必須遵守邏輯律(鄭芷人，2001)。

具體來說，此一觀點認為思維會影響語言，由於思維的轉變而產生意識上的轉變，又連帶影響到社會生活，而社會生活則又會影響到語言的變遷。舉例來說，哥白尼提出的地動說(地球繞太陽轉)，取代過往新亞里斯多德到托勒密的日動說(太陽繞地球轉)改變過去人民以地球為宇宙中心的天文觀點，也挑戰教會的權威，並引發一連串的科學革命，產生更多不同的語言與論述，所以是思維影響語言的例證。語言是社會性的，不是個人約定而成，因此，個人的語言必須隨著社會的規範與範圍，語言若是一種動態的社會規範，則個人的語言必須隨著社會的變遷而不斷改變。又如，民國初年的五四運動時的除舊佈新思維，促使文言文改成白話文，是新的思維促使語言變動的例子。

從康德的觀點而言，思考就是理解，而理解活動是依照思維的先驗架構來進行，此一架構即為範疇(die Kategorien)，換言之，範疇就是思維形式的先驗系統，且獨立於各種自然語言。瑞士數學家范特華頓(van der Waerden)也認為思維是根本的與決定性的，而語言只不過是把所有思維的內涵表達出來，或將之加以命名的工具而已，這個論點直指思維能夠不必藉著語言而進行(鄭芷人，2001)。人們靜默時仍能思維，這樣的情形在日常生活中經常出現，例如：下棋、打麻將、打牌、賭博等。

2. 一元論觀點：語言影響思維

另一方面，語言與思維一元論的觀點認為語言與思維是一體兩面，但特別提醒語言對思維的影響。鄭芷人(2001)指出，許多學者宣稱各種自然語言的差異不僅是在於語音與語法，而且更重要的是自然語言之中，隱藏著各自不同的世界圖景(Weltansicht)；語言規範了思維，又由於不同的自然語言含藏著不同的世界圖景，這就使得不同語言共同體的人，對世界有不同的看法與不同的判斷。在這個意義下，掌握多種語言的人，便同時受到多種世界圖景與思維形式的影響。因此，換另一種語言，便是換了一種思維形式。主張這種思維與語言的一元論者有古山諾(Nikolaus v. Kues)、維高(Giambattista Vico)、以及洪堡德(Wilhelm v. Humboldt)等，其中又特別以德國洪堡德學派的語言學家為中堅。洪堡德學派把

語言視為一種精神基體，這是說，語言不是表述思維的工具，而是用來發現真理：語言的差異不在於表面上的符號，而在於不同的世界圖景，藉由語言，人們便以其特有的方式把世界引入其思維，語言因而能影響思維。

洪堡德學派認為人的觀念表徵著外在世界，但卻又不能揭露外在事物的屬性，因此觀念成為人與世界之間的帳幕，惠斯基柏認為此一帳幕就是聲音與文字---語言的產物，是「語言居間的世界」。此一「語言居間的世界」支配著人類的思維形式，由於自然語言的不同，使得人類的思維形式也有差異。

也從一元論的觀點，美國語言學家伍和爾夫（Whorf, 1956）則提出語言相對性原則，他認為除非人們的語言背景有相似之處、或者人們的語言在某種意義上具有共通性，否則不同的觀察者在觀察相同的事務之時，不會得到相同的事物圖像，其基本論點是：語言的差異性決定語言使用者的思維之差異性，從而產生不同的圖像，文法或語法對思維的作用相當被重視。

3. 相互參與觀點

基前述對語言與思維一元論與二元論的探析，可以理解：是語言影響思維、抑或是思維影響語言，雙方論點皆言之成理，語言/思維兼具封閉（不變異性）與開放（變異性）之動態共時性（Jakobson, 1990）。思維不是如伍和爾夫所言，僅依附於語言，另一方面，語言亦非如范特華頓所言，只是表述思維的工具：語言與思維應是參與彼此、互相影響的。

從白居易的五言律詩可以看見詩人的思維如何受到語言格律的影響（離離原上草，一歲一枯榮；野火燒不盡，春風吹又生；遠方侵古道，晴翠接荒城；又送王孫去，萋萋滿別情）。另外，從思維影響語言的角度而言有兩層意義：其一為思維可影響文化意識、其二為思維能調整對語言的使用；例如，思維能影響我們使用語言的技巧，詩人擅於應用文字的多義性來追求意境的豐富，以李商隱的七言絕句為例，思維企圖以比喻的手法表達自己（相見時難別亦難，東風無力百花殘；春蠶到死絲方盡，蠟炬成灰淚始乾），對語言的運用進行調整，是以選擇了東風、春蠶等詞彙。

4. 窺測一個語詞系統的整體思維

心理學者 Vygotsky (1990) 在探討語言與思維的形成問題時，指出：思維與語言雖然有其各自發生根源，然在後續發展過程中卻是密切地交互作用與連結，參與彼此而共同演化；又說，思維本身來自動機激發---通過慾望與需要、通過興趣與情緒，每一思維背後均有情感或意志傾向，由於思維具有整體性並非由獨立單位組成，從思維到語言的過渡必須透過字詞（word），在語言中並非所有都有自動對應物，因此，人類以語言表達與溝通時存在著思維不可表達性。

然吾人仍可宣稱文本說出了該個體的主要思維，因為語詞的意義（meaning）是語詞的意涵（sense）場域中的一個最為穩定之區，透過簡化與普遍化結果而來，具有一定程度的共識，由「字」到「詞」到「句」到整個「文本」的組成與發展，均是透過表達者的「決定」與「選擇」而來，文本的形成過程就是字、詞、句、文相互勾連，以致於逐步地縮小語言的意涵範疇、聚焦意義、而盡可能地表達個體的思維之過程。

那麼，由「許多個體」所組成的那「一個整體」（例如，由許多作者所組成的

學術社群整體)的思維，其描述可能如何？很明顯地，無法單純地將具有自身脈絡的個體思維加總，況且其中還將摻雜著詮釋者對個別脈絡思維的加權。先前研究一以為可能方式之一是：先將描述思維的最小單位---語詞---從各自的脈絡中解構，之後重構為一個語詞系統整體，以此整體中各語詞被說出的強度高低的狀況來指出自身的思維；先前研究一的對象---三大創造力研究文本---為一個整體，先前研究一先在個體思維脈絡中將其說出創造力之狀態與特徵的語詞從加以編碼，再觀察匯聚所有狀態與特徵語言碼之此一語詞系統中，各語詞出現次數強弱，來勾勒這一個整體其思維的輪廓。

(二) 學術社群：系統性知識研發之參與者的集合

在先前研究一中的 who 是指學術社群，學術社群雖不算是特殊用語，但廣博蒐集相關資料後卻發現研究文本中對學術社群或學術人並沒有很清楚的定義，而是泛指從事研究工作者，但其疆界為何則仍稱模糊，舉例來說，若大學教師就算學術社群的一部分，那是否包括其中未從事研究者？一般非於大專院校或研發機構內任職但進行研究者是否屬於學術社群？做何種研究、或研究要有什麼過程與結果才視之為學術研究社群的研究？事實上，不論如何切割或概括學術社群，都可能未臻完備或爭議之處，故應視其脈絡需要與目的而定。如果先將學術社群拆開，分成「學術」與「社群」兩個角度來看，就學術而言，指的是某種系統性知識，而社群則是指其組成具有某種共同或相似屬性的集合，參與系統性知識研發者如大學教授，彼此之間關係看起來鬆散，但均展現了高自主的屬性，其透過某種文本格式來論述發現則展現了彼此普遍的專業規範與訓練。

本文將學術社群視為「所有曾透過文本公開發表、論述其對存有之研究發現的系統性知識參與者之集合」。學術社群也常以知識份子的角色被討論：受到抽象理想的影響，肩負著重要的任務，從小我之傳道、授業、解惑者，到大我之學而優則仕，齊家治國平天下；認為自己係唯一的、有自我認同的社會階層，是有意識的人民，有知識與理想，企圖解決社會問題。這樣的組織也可以說具有某種信仰，知識份子看起來好像是反宗教、要求客觀科學民主的，其實卻可能反映著某種宗教，其對某些學術理想的追求、對某些解放的執著，與虔誠教徒或傳道士的態度相似，差異只是雙方作法具有不同的特色與表徵。

先前研究一關心的就是以創造力此一存有為探析對象的學術社群，這一整體透過公開發表的研究文本是希望說出創造力的什麼，而在這些語言中又蘊含了什麼樣的思維。

(三) 說出系統性知識的語言：一種被合法化的象徵性權力

前述兩部分，一在解釋語言與思維之間的關係密切，語言不只是作為思維表達自身的工具，也能複製與形塑思維，二在勾勒學術社群---研發系統性知識的參與者之集合---的輪廓，學術人常被直指為是知識份子的主要社群，那麼，相較於非此類社群的語言，這種說出系統性知識的語言有何異同？以下以法國當代社會學者布爾迪厄 (Bourdieu, 1988, 1991, 1996) 對語言與大學之制度體系的觀察為基礎，說明學術社群語言象徵性權力的運作邏輯。

1. 語言象徵性權力的普遍現象

首先，布爾迪厄把整個人類社會的生活視為一種透過語言中介的交換活動---

整個社會是一個語言交換市場。在此語言交換市場中，言者彼此之間的權力關係與他們在相關的各個族群之間的權力關係也會在語言交換市場中獲得實踐。簡言之，在語言市場中，人與人、人與族群、族群與族群之間的語言交換，不僅是溝通與意見的交換，還涉及他們之間的權力關係之競合、調整、較量等，權力上下高低之判別又與他們所有的社會地位、資本、能源與知識存量等密切相關。

語言一旦和特定的目的、社會關係、事件、力量相結合，在透過語氣、句型的變換，就可以成為言者的某種權力，用來與整個社會關係與力量進行對比與競爭。布爾迪厄觀點中，語言是一種交換性的經濟資本，此資本由各國家的市場規律決定。語言的產製不僅是在人與人之間的互動與溝通之中產生，也是透過被正當化的教育機制不斷建構發展，掌握語言的能力就是個人、社群的資本，資本量的高低則能進一步影響其在語言交換市場中的社會地位與競爭態勢。布爾迪厄不認為語言僅是溝通的手段，而是整個社會結構進行再建構與再生產的中介，同時又是社會中具有不同社會地位與行動能力的個人與社群，其為了尋找、擴張其利益、發揮其實踐能力的重要中介。語言即社會、社會即語言，且此一關係必須透過「象徵」與「權力」加以連貫，換言之，在社會中，語言是一種象徵性權力，人類透過運用語言，得以實踐一切的象徵性活動。值得注意的是：語言的象徵性暴力是不同於衝突性暴力的定義的，前者講究的是論述的策略，在符合社會語言規範的條件下達到最大的說服空間。換言之，透過不知不覺的論述說理過程，達到同化對方的可能。

對學術社群而言，語言的合法化並非最終的目的，但卻實在可以在有意無意之間，藉此一過程，讓語言的市場與對語言的習癖成為每個人日常生活的一環，讓自己的資本透過已經合法化的語言之使用，成為市場的掌控者、宰制者，若大眾繼續這種對這些語言的心態，那麼就能維持自己既有的與在學術上的宰制地位，即使，此一宰制形式可以相當多元。

在此，統一性的合法性語言成了一切知識論述與科學技術專門詞彙體系的正當表達工具，甚至是唯一工具。掌握了前述知識與科學技術的專業人士便具有或佔有特殊的象徵權力。久而久之，各種學術性的與理論性的辭彙，必須經由學門和不同領域的專家學者們加以分工與分類，如此也使之成為少數份子所壟斷的專門化語言。此正意味著要通往某一學術社群的領域，必先通過術語叢林的考驗。

2. 學術社群其語言象徵性權力的運作邏輯

近代資本主義社會的權力再分配，靠的是愈來愈象徵化、理性化的文化形式，使語言的中介變成一種具正當性的手段，因此要瞭解語言象徵性權力的機制，需要瞭解再生產過程中語言象徵性權力的運作邏輯。布爾迪厄在其《學術人》(*Homo Academicus*, 1988)一書中以法國高等教育體系為研究對象，為此運作邏輯提供了實證之例。

《學術人》中的重要觀點是：一切不平等的關係都是藉由象徵性暴力(symbolic violence)來維持。象徵性暴力的特點就是歸類與等級化、從而能取得其宰制地位的正當性。在台灣高等教育中最近可見的例子是：以刊登於英文期刊者被視為優於中文期刊；不過，現代化社會中的高等教育體系又是一個相較之下更主要的象徵性暴力執行者。此源於社會為大學院校勾勒了一個中立、專業、追求真理與公

正的圖像，而這種圖像可以說保障了被視為是系統性知識研發者之所在的高等學府其追求特權、威名與特殊利益的機會。更進一步地說，此一事實包括：(1) 保存、傳授及神聖化有利於維持既有權力關係的文化傳統，(2) 維持及擴大文化資本的不平等，以及(3) 掩蓋學校可以行使的社會建構功能、以便能運作其象徵性暴力(黃庭康，1993)。

大學此一象徵其權力的實踐在於擁有所謂的學術權力(academic power)---類似韋伯(Marx Weber)所謂的合法理性權威(legal-rational authority)，布爾迪厄更直喻法國菁英學校參與者為國之貴族。此一權力使得大學具有相對的自主性，尤其其以學術自主為自我捍衛的盾牌，而得以掌控自我再製的過程，並控制場域中其他參加者的遴選升遷等的管道。此外，與學術權力相對的科學權力及聲望，是大學對學術資源的掌控能力，是受過公眾教育者認同的指標。

由於學術權力擁有者不單再製大學體制，學術中相對薄弱的文化資本也使系統性知識研發的參與者如大學教師與研究生，產生某種程度的保守性格，傾向於把自己所熟悉的一套當成是絕對或唯一，因此思維與研究文本上的限制就可能或窄化所有可能的聽眾與觀眾之視域，或有意無意促使其敵視或貶抑在此之外的存在；比起創化更新，學術社群說出系統性知識的語言其象徵性權力，更可能進行的是一種文化的再製。

三、資料分析

(一) 說出創造力的語言之擷取

雖創造力研究文本中的所有文字都與作者對創造力的闡釋與發現或多或少有關，然而，要從中區分出最趨近直指創造力之狀態與特徵的語言，仍可為之：研究者先閱讀每一本書的序言與目錄，藉以對全書各章之間關係有大致的了解，之後針對每一章瀏覽作者所撰寫的摘要以及文本中的各級標題，以了解該章所欲傳達的主旨，再逐行搜尋有關說出 creativity、creative 的相關敘述，對於所謂「說出創造力的語言」進行的採集舉例如下，中括號內部分即表示所擷取的語彙資料。

But what do we mean by creativity? 88-1-56[Psychologists have approached this problem of definition from a variety of angles and in the past have tended to center their discussion around either the creative person or the creative process.]

88-1-57[Although many contemporary theorists think of creativity as a process and look for evidence of it in persons, their definitions most frequently use characteristics of the product is the distinguishing sign of creativity.]

88-1-58[Bruner (1962) views the creative product as anything that produces “effective surprise” in the observer, as well as a “shock of recognition” that the produce or response, though novel, is entirely appropriate.]

(二) 語彙資料之編碼與類目化

1. 進行編碼

依前言所述，先前研究一據以下三大原則針對語彙資料指出存在狀態與特徵的語言，進行編碼：

(1) 每一筆語彙資料均為分析對象，進行編碼的單位為字、詞。

(2) 依據在上下文脈絡中的理解，凡具有名詞、動詞屬性的字詞、片語或子句為指出創造力之存在狀態的語言，例如，surprise 是指創造力此一存有是以（或可以以）surprise 的狀態存在。指出特徵者則為可以說明該存在狀態之具有形容詞、副詞屬性的字詞、片語或子句，例如，effective 是指創造力此一存有具有 effective 之特徵（尤其相對於存在狀態 surprise 而言）。指出創造力之存在狀態與特徵的語言絕大多數可以分析至字、詞，將這些字、詞從該筆語彙資料中獨立出來，使用語彙資料中的文字，分別歸入存在狀態類目或特徵類目。

(3) 若語彙資料拆解後有片語或子句型態者，嘗試再依前述原則進一步拆解，但拆解需以該單位保有完整可辨識之意義為原則，無法拆解者則保留。

在大量語彙資料中，為了瞭解上述三大編碼原則對創造力之存在狀態與特徵的語言之判斷與歸類是否合適充全，研究者使兩位研究生在編碼訓練之後，使其各自編碼，在完成編碼之後兩相比較，先前研究一採用 Holsti (1969) 百分比一致度檢定以瞭解共識是否符合研究期望。信度檢定之計算公式為 $\alpha = 2M \div (N1 + N2)$ ，假設以 α 為信度分數，M 表示兩位編碼員都同意之碼（即兩人各自歸入存在狀態碼或特徵碼中的字詞相同），N1 與 N2 代表兩位編碼員各自的編碼數，通常使用 Holsti 百分比一致度檢定之最小的信度值在 90% 以上為佳；經抽取兩位研究生之編碼結果各 10% 進行信度檢定，發現在此一階段，創造力存在狀態之編碼信度為 0.8967；創造力特徵的編碼信度為 0.9103。

信度的表現不錯，而誤差原因應源於：(1) 語彙資料數量龐大、(2) 有部分在三大編碼原則之外需專業判斷的情形、(3) 研究者嚴格要求比對彼此編碼結果時以採擇相同文字與字數為準等因素所致。先前研究一隨後標示出語彙資料初步編碼的不一致處，討論發生編碼差異的原因，再統整出三大編碼原則裡需要註明與釐清之處，視為編碼細則。據編碼細則，研究者與兩位編碼員再重新檢視每一筆語彙資料，調整編碼結果，使編碼結果均獲得三人的共識。

2. 建立類目

依據三大原則與細則進行編碼後確定的這些語言碼，仍非最後的類目，在建立創造力存在狀態類目或創造力特徵類目過程中，還必須依互斥原則，將字詞完全相同的語言碼、或主要意涵相近的語言碼整併為同一碼，特別是注意為數眾多的出現次數為 1 者，是否可以歸入意涵相近之碼，或保留此碼作為類目之一，在反覆搜尋、分辨相斥與相似、整體檢視之後，分別為語彙資料建構出創造力存在狀態與創造力特徵類目。

四、研究發現與討論

透過對語彙資料的擷取、編碼、類目化、次數分佈分析，針對研究問題二、三發現如下：

(一) 從三大研究文本中說出創造力的語言

1. 三文本中的存在狀態碼、特徵碼、及其次數分佈

如前言所述，一存在狀態碼 P 在先前研究一中所代表的意義是「對三大文本

中創造力學術社群而言，創造力可以以 P 這種狀態存在的」，而一特徵碼 Q 所代表的意義是「對三大文本中創造力學術社群而言，創造力可以具有 Q 這種特徵」。先前研究一針對語彙資料，編碼並經互斥原則建立了兩大類目：在說出創造力存在狀態的語言類目中，共得 73 個碼，出現次數總計 361 次；在說出創造力特徵的語言類目中，共得 106 個碼，出現次數總計 392 次。三文本中創造力學術社群說出創造力的語言及其出現次數如表 1、2：限於字數與重要性考量，說出創造力之存在狀態者取至出現次數為 3 的語言碼，而說出創造力之特徵者則取至出現次數為 2 的語言碼（自第 44 至 106 號碼出現次數均為 1，第 44 碼是「聰明的」，在整個英美三大創造力研究文本系統中其強度居于末位，在強調知識為創造力之前提的台灣創造力學術社群中「聰明的」卻似乎常被預設為創造力之重要特徵）。

表 2-1：學術社群在三大文本中說出創造力存在狀態的語言之出現次數及所佔百分比

排序	次數佔%	累積%	排序	次數佔%	累積%	排序	次數佔%	累積%
過程	10.80	10.80	現象	1.94	60.66	啟發、發現	1.11	79.22
產品	8.59	19.39	作品	1.94	62.60	特定領域	1.11	80.33
人	8.03	27.42	實現	1.94	64.54	發生	1.11	81.44
能力	5.26	32.69	特質	1.66	66.20	需求	0.83	82.27
思考、思維	3.60	36.29	反應	1.39	67.59	驚奇	0.83	83.10
行動	3.60	39.89	成就	1.39	68.98	興趣、期待	0.83	83.93
想法、構想	3.32	43.21	活動	1.39	70.36	使之破裂	0.83	84.76
整合	3.05	46.26	認知	1.39	71.75	洞察	0.83	85.60
解決問題	2.77	49.03	連結	1.39	73.13	表徵、象徵	0.83	86.43
改變、轉化	2.77	51.80	穩定	1.39	74.52	感覺	0.83	87.26
人格、性格	2.49	54.29	互動	1.39	75.90	功能	0.83	88.09
才智	2.22	56.51	類比、類似關係	1.11	77.01	38-44	0.55	91.97
產出	2.22	58.73	行為	1.11	78.12	45-73	0.28	100.0

表 2-2：學術社群在三大文本中說出創造力特徵的語言之出現次數及所佔百分比

排序	次數佔%	累積%	排序	次數佔%	累積%	排序	次數佔%	累積%
新奇的	14.47	14.47	令人驚喜的	1.52	59.90	整體合一的	0.77	79.59
最初的	5.08	19.54	模糊不明的	1.52	61.42	彈性、流暢的	0.77	80.36
適宜的、最佳的	4.57	24.11	支配獨斷的	1.52	62.94	精巧的	0.51	80.87
有用的	4.57	28.68	具影響力的	1.52	64.47	醞釀的、準備的	0.51	81.38
非傳統的、不尋常的	3.81	32.49	有趣的	1.27	65.74	額外附加的	0.51	81.89
有價值的	3.55	36.04	具外在標準的	1.27	67.01	有效的、正當的	0.51	82.40
顯著的、重要的	2.54	38.58	需評估測試的	1.27	68.27	啟發的	0.51	82.91
複雜的	2.54	41.12	挑戰的、冒險的	1.27	69.54	自信的、有野心的	0.51	83.42
猜測的、假設的	2.28	43.40	發現的、發明的	1.27	70.81	被期待、可預期的	0.51	83.93
動態發展的	2.28	45.69	開放的	1.02	71.83	聰明的	0.26	84.18
不斷的、持續的	2.03	47.72	文化的	1.02	72.84	45-106	0.26	100.00
不同、互相有差異的	2.03	49.75	敏感的、情緒的	1.02	73.86			
依境況而定的	1.78	51.52	內在動機的	1.02	74.87			
獨一無二的	1.78	53.30	表達的、溝通的	1.02	75.89			
變化的	1.78	55.08	描述的、說明的	1.02	76.90			
多面向的	1.78	56.85	社會的	0.77	77.66			
富美感的、藝術的	1.52	58.38	自由、不受束縛的	0.77	78.43			

從圖 1、2 中則可以更清楚看出學術社群在三文本中說出創造力存在狀態與特徵之具有較高強度的語言。

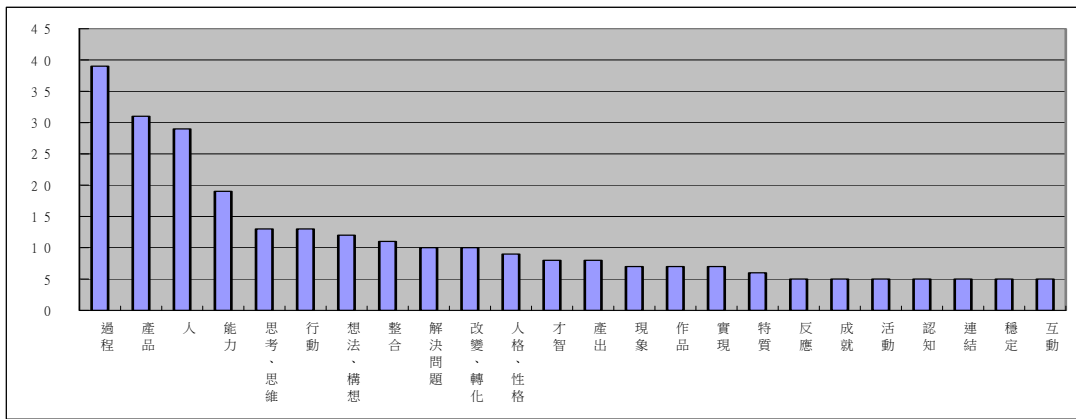


圖 2-1：學術社群在三大文本中說出創造力存在狀態的語言（出現次數高者前 24 項）

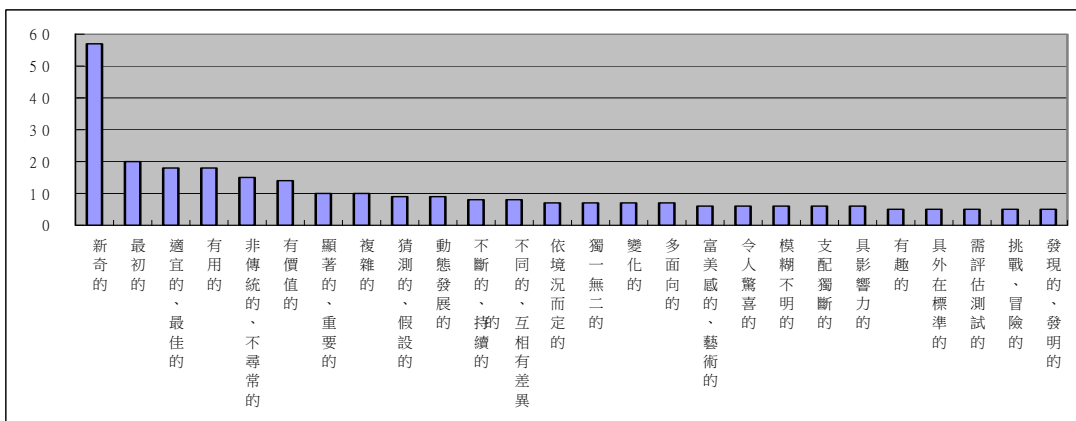


圖 2-2：學術社群在三大文本中說出創造力特徵的語言（出現次數高者之前 26 項）

由表 1、2、圖 1、2 可見，在台灣創造力研究文本中經常被引為操作型定義的幾個創造力存在狀態---「解決問題」、「人格/性格」、「才智」、「產出」---在表 1 中出現次數都不算高，此外，比起三大文本中的英美學術社群，台灣創造力研究參與者經常預設的「認知」、「興趣/期待」在三大創造力研究文本中其出現次數很低。在表 2 中，「獨一無二的」、「變化的」不是累積百分之五十之內的語言，「精巧的」、「流暢的」的出現次數是 3 與 2，也屬強度偏低的語言，然這四者即台灣學術創造力研究文本中經常使用的「獨創性」、「精進性」、「變異性」、「流暢性」，此外，近年來在台灣創造力研究文本中似乎多強調創造力的結果應是「正當的、有效的」，且最好可以「描述的、溝通的」，不過，在表 2 整個特徵語言類目中，強度也不算高。這些在表 1、2 裡明顯地與台灣研究文本中創造力的存在狀態與特徵語言強度不太一致的現象，推想其原因可能是：(1) 台灣創造力學術社群對創造力的思維、或者說思維中的創造力，其狀態與特徵本來就與三文本中學術社群不同，這不同是反映著東西方境況的文化差異，或 (2) 台灣研究創造力有成的學術人，其對於英美社群中某幾位學術人之定義的選擇或偏好，影響了後續的研究參與者對創造力的思維與語言。整體來看，學術社群在三文本中說出創造力存在狀態的語言之次數分佈如圖 3、4。

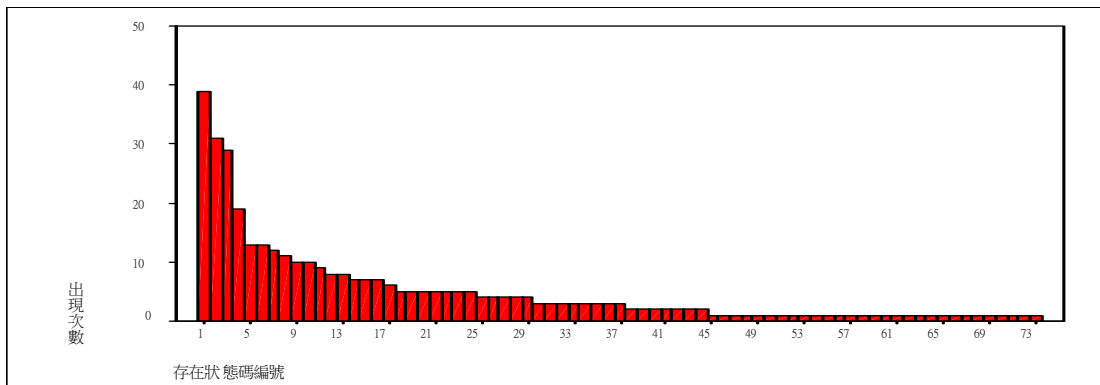


圖2-3：學術社群在三大文本中說出創造力存在狀態的語言之次數分佈

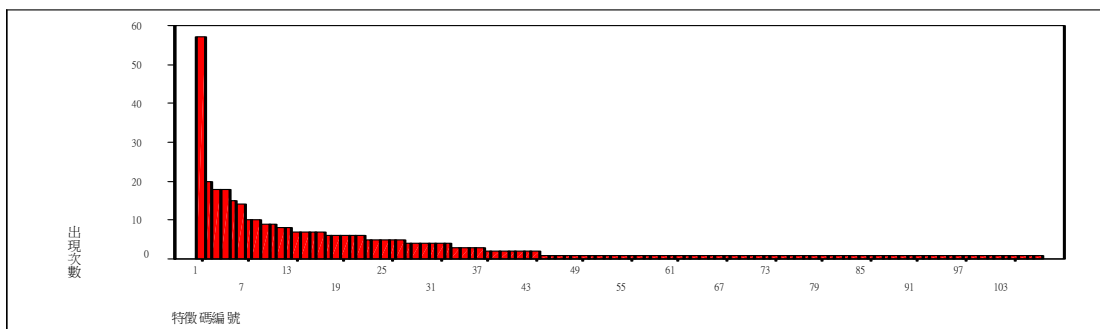


圖 2-4：學術社群在三大文本中說出創造力特徵的語言之次數分佈

這兩個次數分佈圖顯示創造力的特徵清楚集中於一個碼：「新奇的」，而超過半數以上的特徵碼在三大文本中則僅出現一次；創造力的存在狀態則集中於三個碼：「過程」、「產品」、「人」，與其他存在狀態碼出現次數的落差沒有新奇的此一特徵與其他特徵之間來的大，在存在狀態碼部分同樣地，也有接近一半的語言僅出現過一次。

(二) 十年前後存在狀態碼、特徵碼之強度異同情形

為了指出創造力學術社群在 1989 年與 1999 年出版的兩本 Handbook 中，其說出創造力的語言有何異同，先前研究一將出自於這兩書的語言從三大研究文本中分離出來，以下圖 5、6、7、8 就是十年前後兩大創造力研究文本中學術社群說出創造力之狀態與特徵的語言。而為了有助於與三大創造力研究文本出現次數由最高到最低的語言資料（表 1、2）相互對照，因此各碼的編號維持不變，存在狀態碼取出現次數高者前 37 項，特徵碼取出現次數高者前 44 項。

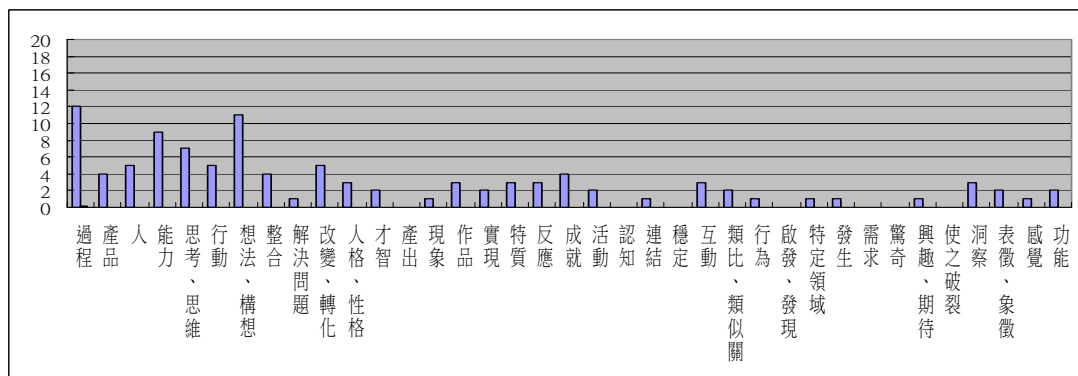


圖 2-5：學術社群在 1989 年 Handbook 中說出創造力存在狀態的語言

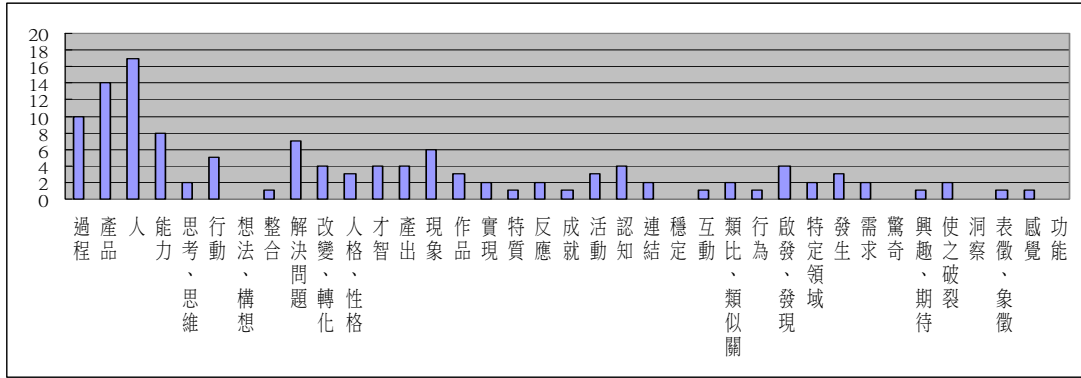


圖 2-6：學術社群在 1999 年 Handbook 中說出創造力存在狀態的語言

由圖 5、6 可以發現：(1) 1989 年 Handbook 指出創造力之存在狀態的語言強度最高者依序是「過程」、「想法/構想」、「能力」，1999 年 Handbook 指出創造力之存在狀態的語言強度最高者依序是「人」、「產品」、「過程」、「能力」；(2) 1989 年 Handbook 指出創造力之存在狀態的語言未出現「產出」、「認知」、「連結」、「啟發/發現」、「需求」、「驚奇」、「使之破裂」，1999 年 Handbook 指出創造力之存在狀態的語言則是缺少「想法/構想」、「穩定」、「驚奇」、「洞察」、「功能」；(3) 在台灣，「解決問題」似乎是最常被引用來指涉創造力之存在狀態，單看此項可知其在 1999 年文本中的強度比 1989 年提高很多，此外，「產出」與「認知」在 1999 年文本中強度雖不高，但在 1989 年文本中卻未出現。

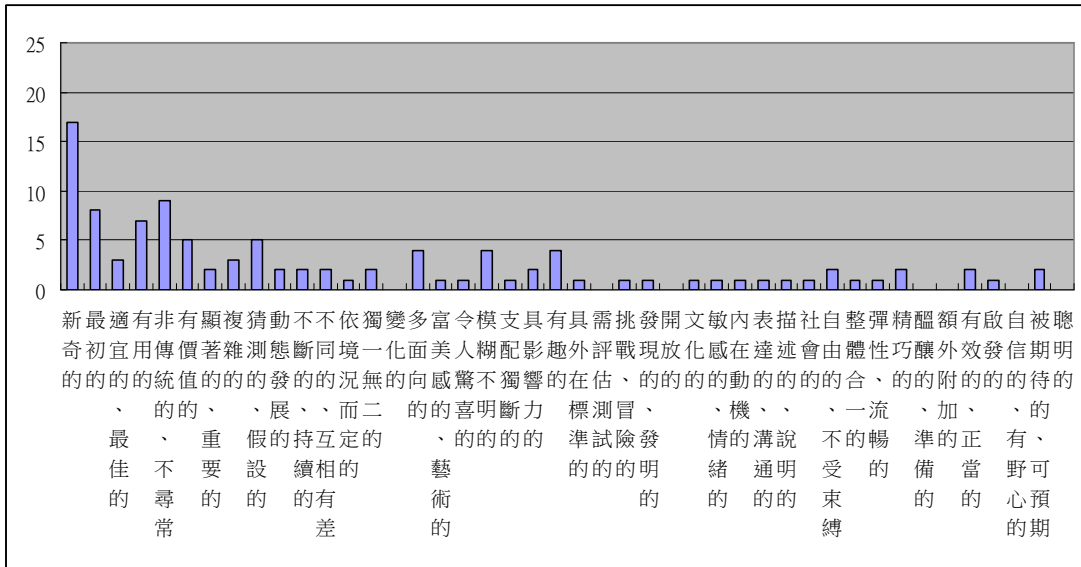


圖 2-7：學術社群在 1989 年 Handbook 中說出創造力特徵的語言

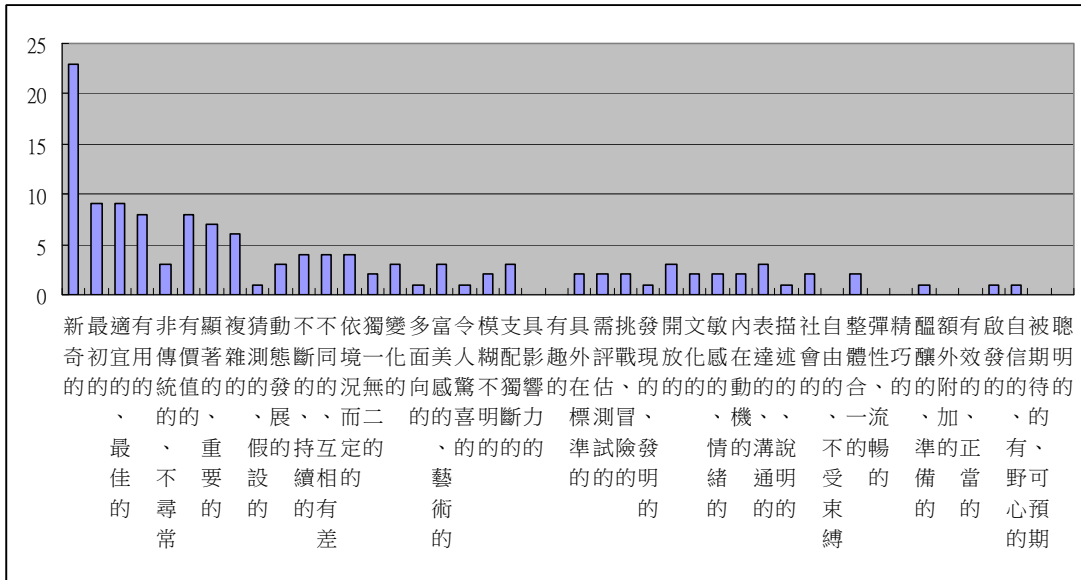


圖 2-8：學術社群在 1999 年 Handbook 中說出創造力特徵的語言

由圖 7、8 則可發現：（1）1989 年 Handbook 指出創造力之特徵的語言強度最高且遠高於其他語言者是「新奇的」，其次是「非傳統的/不尋常的」、「最初的」、「有用的」，1999 年 Handbook 指出創造力之特徵的語言強度最高且遠高於其他語言者也是「新奇的」，再來才是「最初的」、「適宜的/最佳的」、「有用的」、「有價值的」；（2）1989 年 Handbook 指出創造力之特徵的語言未出現「變化的」、「需評估測試的」、「開放的」、「醞釀的/準備的」、「自信的/有野心的」、「額外附加的」、「聰明的」，1999 年 Handbook 指出創造力之特徵的語言則缺少「具有影響力的」、「有趣的」、「自由的/不受束縛的」、「彈性的、流暢的」、「有效的/正當的」、「被期待的/可預期的」、「額外附加的」、「聰明的」；（3）在台灣，「顯著的/重要的」可能是近幾年常被強調的創造力之重要特徵，單看此項可知其在 1999 年文本中的強度比 1989 年提高很多，相反地，在 1989 年強度居於其次的「非傳統的、不尋常的」創造力特徵，在 1999 年卻降低不少；此外，「產出」與「認知」在 1999 年文本中強度雖不高，但在 1989 年文本中卻未出現。

（二）從三大研究文本說出創造力的語言中所反映的思維

先前研究一探析語言的目的不僅在於瞭解其內容與類目，更關心由這個社群的語言所組成的這一個有機整體其可能嵌含的思維為何，在這個語言系統中的創造力有著什麼樣的形貌，系統發展的十年過程中其組成變化的情況如何。先前研究一視創造力學術社群在三文本中說出創造力之存在狀態與特徵的語詞所組成的語言為一有機整體，就如同觀察一個人其經常談論或較少提及的議題時，可以推設其興趣、需求或期待一般，藉由觀察此有機體針對創造力所說出的強度高低不同的語言，也可窺見此有機整體對於創造力的思維。值得注意的是：既是一種「推設」或「窺見」，詮釋內容將不免摻入觀察者的主觀意念，因此先前研究一在詮釋之後均在括號內附上所依據的語詞，以利對照、評估或再詮釋。

1. 創造力學術社群在三文本中對於「創造力」的思維

先前研究一以 1988 年、1989 年、1999 年出版的三大創造力研究文本為對象，

經編碼類目化後，出現次數累積前百分之五十以內的語言指出學術社群思維中的「創造力」是一種動態的改變（「動態發展的」、「改變/轉化」），這個過程在人類的猜測假設的思考與能力上展現、有著個別差異（「猜測假設的」、「不同且有差異的」；「人」、「能力」、「思考/思維」、「過程」），應該是朝著某種特定方向或目的進行轉化（「整合」、「解決問題」），且以某種新奇的想法、行動或產品現身（「新奇的」；「想法/構想」、「行動」、「產品」）。

以如此狀態存在的創造力也反映著濃厚的資本主義社會之現代性旨趣（「最初的」、「適宜最佳的」、「有用的」、「有價值的」、「顯著重要的」、「不斷且持續的」），也透露了對社會的知覺（「複雜的」、「依境況而定的」）、以及突破社會化之限制的需求（「非傳統尋常的」）。

先前研究一透過編碼統計的研究結果，也黃譯瑩（2003）先前選取四十位英美創造力研究者說出「創造力」的語言以文獻分析方法進行探討的結果，大部分相近，再次印證英美創造力學術社群的創造力：（1）預設了創造力源起於問題或困難，包含了行動與實踐，反映著某些需求或意圖，目的具有實用取向，其運作程序又是可以預期的；（2）是以解決問題為目的、以整體效益為價值的社會化成人、理性思考者、某一領域之開拓者為預設對象，並有將對此小眾之創造力的定義普適至不同生命階段及人類整體的現象，（3）一方面有著突破社會化或意識形態之約束的自覺，但又有為了種種成人與資本主義國家的需求而設置創造力之「標準」的矛盾。

2. 創造力學術社群兩本 Handbook 中對於「創造力」的思維及其變化

對照兩本 Handbook 前後「變化」的情形，其實就是指以有機會參與 Handbook 撰寫的這些創造力學術人此一系統整體其「新陳代謝」的狀況。使一社群在不同時代中說出某一存有的語言交疊，其共同處將指出該存有在不同時代的普適屬性，而交疊之外的語言則能指出該存有的個殊特質；事實上，這些不在交疊之內的語言、以及雖在交疊之內但在各自類目中的強度落差大的語言，還可能反映了該社群思維在不同時代的預設或期待。

綜觀圖 5、6、7、8 英美學術社群在 1989 年、1999 年 Handbook 中指出創造力存在狀態與特徵的語言，可以發現：（1）創造力學術社群在 1989 年文本中所勾勒的創造力是一種明顯地呈現新奇的、再輔以非傳統、最初、有用等特徵，而最常以一種過程、想法/構想、能力的狀態存在著的一種存有，對於 1989 年文本中的學術社群而言，創造力此一存有較未以產出、認知、連結、啟發/發現、需求、驚奇、使之破裂等狀態存在，也較未呈現如變化、需評估測試、開放、醞釀/準備、自信/有野心、額外附加、聰明的等特徵。（2）而學術社群透過 1999 年的文本所勾勒的創造力是一種明顯地呈現新奇的、再輔以最初、適宜/最佳、有用、有價值等特徵，而又最常以人、產品、過程、能力等狀態存在著的一種存有，對於 1999 年文本中的學術社群而言，創造力此一存有較不以想法/構想、穩定、驚奇、洞察、功能等狀態存在，也較未呈現如具有影響力、有趣、自由/不受束縛、彈性/流暢、有效/正當、被期待/可預期、額外附加、聰明的等特徵。

五、研究啟示、建議、延伸

基於前述發現與討論，以下針對認識、推動、研究創造力，提出啟示、建議、延伸。

1. 思維與語言可以掩蔽存有，學術社群的思維與語言亦若是

前述研究探析語言與思維之間密切的關連，歷經初始的各有源起的發展階段後，觸及思維即觸及語言，反之亦然。又討論到在語言系統中學術社群的語言擁有高度的象徵性權力，創造力雖然被常視為定義眾多，但這些語言所組成的整體中，浮現理性思考者、社會化成人等現代性旨趣的語言仍是主流，間接地預設了---凡未能呈現主流定義所指出的狀態或特徵者，就不被視為是創造力、或不被視為是高層次的創造力。事實上，不管是學術社群或是普羅大眾，其描述、定義、討論，對具有變化之可能性的任一存有（例如，「創造力」）而言，都只說出了部分、而非該存有的全部，更不用提這些語言還包含著指出社群期待與社會興趣的語言---可能在還沒有指出該存有之前、反倒掩蔽了存有，而使之只為本身或社會的目的而服務。

2. 多給自己以及「創造力」一個機會

創造力學術社群在生活世界中認識創造力此一存有之際，應多給自己與創造力一個機會---這是因為應該還沒有任何一人可以斷然決然地宣稱創造力是僅屬於某個生命階段、或僅屬於小眾、或僅發生在現代化資本主義社會裡的存有：(1) 提醒自己針對目前對創造力的反思，加以反思；(2) 對目前世人（尤其是有所謂專業發言權的人）視為創造力的理所當然，先不以為理所當。

相對於其他社群，有機會研究創造力、或進一步地有權力參與創造力的推動之學術社群參與者，更需：(1) 覺察英美創造力學術社群於表述創造力時，其背後隱含或預設的意向與期望；(2) 留意描述創造力的語言及其蘊含的思維，在認識、推動、研究或甚至更新創造力時，可能產生的形塑作用與侷限；(3) 探析英美創造力學術社群思維中的創造力，於不同世代前後的異同或變化；(4) 透過與其他不同文化或屬性的社群（例如，中東創造力研究者、普羅大眾）其說出創造力的語言及其反映的思維相互對照，耙梳辨識創造力此一存有之共相與殊性；(5) 觀察在地的創造力學術社群從過去到現在引用英美創造力研究文獻的情形，經過選擇與強化之後、在在地文獻中對於創造力的這些主流定義，是否能更貼切地「指出」在此一時空下的創造力。

3. 尋求與他者之間共同語言

若以 who 的向度出發探析語言與思維之關係、從說出的語言裡體察其中蘊含的思維，很快地下一步就必須開始思考：不同的 who 之間如何理解彼此對某一存有的語言與思維？或甚至：究竟需不需要理解彼此？對第一個問題若回應「使用同一語系的語言來表達自己思維」並不夠，前述可以達到的理解是語詞個別字面上的確認，這種理解不是本文指稱的理解，要達致趨近互為主體的這種理解還需要「共同或公有語言」作為雙方的中介。第二個問題更為根本：不同的 who 或社群之間必需有共同語言、要理解彼此嗎？

客觀地看：理解彼此的前提---共同語言---對個體本身有無助益並不一定，可

以確定的只是：共同語言一定可以為個體提供可能性（possibility，或者 affordance）。

以 X、Y 兩個 who 或社群為例，如果 X、Y 兩者之間無共同語言、不企圖理解彼此，那麼各自的發展僅擁有一種可能性，也就是：以自身的信念、預設、興趣為自身利益存續的唯一考量。但倘若 X 與 Y 企圖理解彼此，那麼，共同語言就極可能是雙方交換物質、信息、能量的最有效中介，共同語言促使兩者各自與彼此之間連結不斷發生（自我或互相指涉與學習）或聯繫增強（合作與競爭），X 與 Y 共同形成了一個具有非加和性的系統整體 M。此時 X、Y 的發展就擁有三種可能性：（1）以自身的利益存續為前提而發展自己、（2）以整體 M 的利益存續為前提而發展自己、以及（3）以同時考量自身與 M 的利益存續為前提而發展自己。這三個可能性沒有哪一個比較好、哪一個比較不好，但重點是：三種可能性多於一種可能性---可以說：「尋找與他者或所謂非我社群之間共同語言、趨近彼此理解，是在為自身創造更多的『可能性』」。

在目前變異更為複雜迅速之真實世界裡，擁有「可能性」就擁有比他者---在未來不知道還會面臨什麼樣的情境時---更多可選擇的出路。

要促使共同語言的發生需要語言同化機制，若回到先前研究一的 who 而以學術人與普羅大眾兩個社群為例，很明顯地，相對於普羅大眾，學術人的語言具有更大的象徵性權力、更政治性的傳播資源，這使它相對地有更多的機會與管道向另一方進行「語言同化」；語言與思維相互交纏互為表徵，學術人之思維同化影響力不可謂不大，這時可能使自身的盲點愈不能得見。因此，在尋求共同語言、理解彼此之際，比起普羅大眾，學術人（尤其是創造力學術社群）可能更需要提醒自己去預設地來聆聽普羅大眾說出存有的語言，比起普羅大眾，學術人（尤其是創造力學術社群）可能更需要提醒自己認為普羅大眾「不可」溝通之處，有沒有可能實際上是「不想」溝通。

4. 繼續鍛鍊語言交疊研究法

先前研究一透過探析學術社群的語言、交疊學術社群在不同世代的語言，希望從交疊所形成的共同、落差、空白處，讓創造力的普適本質與個殊屬性浮現，先前研究一所發展出的語言交疊研究法，可視為區辨萬事萬物萬象中任一存有之本質與特性的一種研究法，此種方法學未來當可進一步鍛鍊並加以系統化。

參、普羅大眾說出創造力的語言及其反映的思維

一、研究對象、研究範疇與假設之界定與探析

(一) 語言與思維

「語言」於此不指廣義的語言系統，也不包含身體語言或有聲的話語，而是人類使用文字符號指出自己對任一存有的思維之文本 (text)，在先前研究二之中語言訴說的對象是「創造力」此一存有，然而，要宣稱語言指出了存有，還必須先合理地說明是什麼樣的語言內涵可以充分地描述存有。人類一開始想要溝通彼此時，對於環繞或循環在周圍的、內心所想像的種種存有，多無以「名之」，此時，聲音或符號的使用雖未具特定的規則，然而應與其他動物交換訊息的內容相似，也就是，使用聲音或符號指出對某一存有的存在狀態 (state) 與特徵

(characteristic)；Diamond (2000) 在《第三種猩猩：人類的身世與未來》一書所提到的人類語言形成的初期狀態，也可以呼應此一論點。先前研究二認為任一存有之最基本 (雖非最整全) 的信息即是存在狀態與特徵，換言之，吾人應可以從描述某一存有之存在狀態與特徵的語言中、回溯說話者對該存有的思維，窺測在說話者思維中此一存有的樣貌，「思維」在先前研究二之中是泛指人類對任一存有其存在狀態與特徵之理解、假設、信念、期許、意象等等。基此，將針對說出創造力的語言進行編碼，建立說出創造力存在狀態的語言、以及說出創造力特徵的語言兩大類目，普羅大眾說出創造力的語言即是普羅大眾表達自己對創造力的思維之字詞句文，在先前研究二之中透過問卷中開放題項的語彙資料以及量化的選擇題項而得之。

(二) 創造力學術社群

在英美研究脈絡中，「創造力」作為一個獨立專業的研究議題其歷史可以追溯至 1950 年代，參與「創造力」研究者究竟哪些人足稱具有該領域的代表性，雖可以見仁見智，但一般而言，被公認研究有成已具相當程度影響力的學者，通常會在該領域希望出版研究指南 (handbook) 之時被邀請參與該指南的編輯或撰寫。先前研究二選擇以下面三本創造力研究書籍作為英美創造力學術社群的表徵 (黃譯瑩，民 93)，原因是：三本中之其一 *The Nature of Creativity* 乃由普遍被公認為領域先驅的 Sternberg 於 1988 年所主編，其成書目的或書名所指也著眼在創造力的本質或屬性，其二，*Handbook of Creativity* 是蒐羅創造力各種面向或議題之當代研究成果的第一本指南，由 Glover, Ronning, & Reynolds 於 1989 年所主編，其三，繼第一本研究指南問世十年之後，由 Sternberg 擔任主編，於 1999 年出版了第二本 *Handbook of Creativity*；這三大文本不僅集結了自 1950 年代以來該領域研究有成之學者探討創造力的意義、本質、屬性、範疇、評鑑過程、測量方式、研究取徑與應用等研究成果、以及創造力與認知、才智、問題解決、科學、藝術、環境的關係，前後兩本 Handbook 的出版也成為該領域跨時發展的重要紀錄。先前研究二之中「學術社群說出創造力的語言」指的便是取自這三大創造力研究文本中英美學界說出創造力的語言，從這三大創造力研究文本中所整理出的學術社群說出

創造力存在狀態與特徵的語言兩大類目，作為編制普羅大眾認同度問卷的部分基礎。

(三) 普羅大眾的認同

普羅大眾的數量龐大、背景分歧、需求相異，其主要意向或屬性較難掌握，常透過普查的方式分析之。普羅大眾是創造力全民運動中的直接體驗者或被推動者，透過公共政策的推行，有不少機會參與反映著學術社群思維的各項活動，他們對於學術社群所認為的創造力有多認同？他們所認同之說出創造力存在狀態與特徵的語言有哪些？此乃先前研究二要探討之處。先前研究二針對的普羅大眾是 20-44 歲年齡層的台灣民眾，在目前高等教育普及的台灣社會中其普適屬性是：其中 20-32 歲左右的台灣民眾有更多機會仍在大專院校中研修、開始摸索自己生命的可能性、以長久相守為前提的兩性交往、嘗試第一份正式工作、成家、生育子女，而且，比起少年、青少年、中年與老年，青年與青壯年則可能對於衝刺事業有著更重的來自自我或他人的期許。而要瞭解普羅大眾的思維通常是透過問卷調查；「認同」在先前研究二設計中具有兩個功能：一是普羅大眾透過勾選問卷題項與同意量表，指出「對學術社群說出創造力之語言的同意程度」；二是問卷中普羅大眾表示同意的語言選項，指出「普羅大眾對『創造力』的思維之語言」，補充先前研究二在開放題項語彙資料編碼結果中對普羅大眾說出創造力的語言的發現。

承上，「認同」的兩個功能在個別假設中具有不同的判準。對於「認同」的第一種功能，先前研究二假設：學術社群說出創造力的語言應該獲得普羅大眾的高度同意，也就是第一種具有「指出同意程度」功能的「認同」，應以「很同意或高度同意」為判準，這是因為若不在獲得被推動者高度認同的基礎上來推動間接影響其生活機會與條件的各項活動，那麼，學術社群的思維言論恐怕成為一種意識型態強施於民的霸權。對於「認同」的第二種功能，先前研究二假設：當數量眾多、背景相歧、需求相異的普羅大眾在一種非壓迫的境況中有機會表達自己支持或反對、同意或否決等單方選擇時，例如回應問卷，具備超過半數同意的表現時就應具有代表性，也就是具有「代表思維之語言」功能的「認同」，可以「過半數同意」為判準，以民主國家中公投制度為例，也是設有效票中同意者超過半數為作為公民意志之代表的判準。

二、研究設計、研究方法

(一) 抽樣設計

1. 抽樣地點篩選

出入於百貨公司與速食連鎖店等等特定場所的民眾可能已代表著某些種既定的社會地位或背景之群體，故決定以大眾交通運輸站中 20-44 歲通勤人口為「普羅大眾」抽樣對象，2001 年的統計年報中指出在全省 113 萬 1 千零 61 人的通勤人口中台北縣市佔 26.827%，共 30 萬 3 千 4 百 32 人，大約為全省通勤人口的四分之一（行政院，民 91），因此決定受試樣本之取得地點為流量最大的萬華、板橋、汐止、南港、鶯歌、樹林火車站、台北總站、松山火車站，並加上鄰近的松山機場。

2. 年齡與性別篩選

根據 2000 年戶口及住宅普查報告顯示，台灣地區 5-54 歲每隔 5 歲人口比例差異僅在 5% 之內（行政院，民 90），顯示在每隔 5 歲的年齡區隔下，人口比例相差不多，因此先前研究二令 20-44 歲每隔 5 歲的樣本數量差異小於 5%、男女比例各半，以便盡量趨近母體分佈，問卷蒐集時間為 2003 年 7 月 15 日至 7 月 30 日。

（二）問卷設計

1. 第一部份：開放題項

開放題項置於問卷之第一頁：(1) 請問，您覺得創造力是什麼..？它的特徵是...？(2) 請您舉一個創造力的例子。第一題意圖瞭解受訪者對於創造力之存在狀態與特徵的思維，第二題除了協助確認受訪者在第一題回應中的文字意涵，也用來補充可能在第一題中未及充分回應之說出創造力的語彙資料；第一部分作答完後才可翻頁至第二、三、四部分進行勾選。

2. 第二部分：選擇題項

問卷的第二部分設計以選項勾選來確認受訪者對「創造力是什麼...」的想法，如，「我認為創造力是一種『產品』」，企圖詢問受訪者是否同意創造力是以/可以『』中所描述的狀態存在著。

第 1 題至第 24 題題項來自以前述提及三大創造力研究文本為對象，經由內容分析所得之學術社群說出「創造力存在狀態」的語言，共計選出前 36 個學術社群說出創造力存在狀態的語言，讓受訪者評估圈選，詳見表 1。

表 3-1：創造力學術社群說出創造力存在狀態的語言之出現次數及所佔百分比

排序	次數佔%	累積%	排序	次數佔%	累積%	排序	次數佔%	累積%
過程	10.80	10.80	現象	1.94	60.66	啟發、發現	1.11	79.22
產品	8.59	19.39	作品	1.94	62.60	特定領域	1.11	80.33
人	8.03	27.42	實現	1.94	64.54	發生	1.11	81.44
能力	5.26	32.69	特質	1.66	66.20	需求	0.83	82.27
思考、思維	3.60	36.29	反應	1.39	67.59	驚奇	0.83	83.10
行動	3.60	39.89	成就	1.39	68.98	興趣、期待	0.83	83.93
想法、構想	3.32	43.21	活動	1.39	70.36	使之破裂	0.83	84.76
整合	3.05	46.26	認知	1.39	71.75	洞察	0.83	85.60
解決問題	2.77	49.03	連結	1.39	73.13	表徵、象徵	0.83	86.43
改變、轉化	2.77	51.80	穩定	1.39	74.52	感覺	0.83	87.26
人格、性格	2.49	54.29	互動	1.39	75.90	功能	0.83	88.09
才智	2.22	56.51	類比、類似關係	1.11	77.01	38-44	0.55	91.97
產出	2.22	58.73	行為	1.11	78.12	45-73	0.28	100.0

在此問卷中第 25 題到 42 題題項來源為在 2003 年 4 至 5 月間先前研究二以開放問卷的方式所蒐集的說出創造力的語言，以便利取樣本的方式，訪問 130 位 20-44 歲之間的台灣民眾，前測問卷僅使用先前研究二問卷的兩個開放性問題，所蒐集到的前測資料，經由登錄、編碼、類目化過程後，選取指出「創造力的存在狀態」語言出現次數較高、且不與第 1 到 24 題題項重複者共 30 項。

3. 第三部分：選擇題項

問卷中第三部分設計為以選項勾選來確認「創造力」的特徵，如，我認為「創造力是『複雜的』」，企圖詢問受訪者是否同意創造力具有『』中所描述的特徵。

第 1 題至第 25 題題項來源為也是以三大創造力研究文本為對象，經由內容分析所得之學術社群說出「創造力特徵」的語言，共計選出前 44 個學術社群說出創

造力特徵的語言，讓受訪者評估圈選，詳見表 2。

表 3-2：學術社群說出創造力特徵的語言之出現次數及所佔百分比

排序	次數佔%	累積%	排序	次數佔%	累積%	排序	次數佔%	累積%
新奇的	14.47	14.47	令人驚喜的	1.52	59.90	整體合一的	0.77	79.59
最初的	5.08	19.54	模糊不明的	1.52	61.42	彈性、流暢的	0.77	80.36
適宜的、最佳的	4.57	24.11	支配獨斷的	1.52	62.94	精巧的	0.51	80.87
有用的	4.57	28.68	具影響力的	1.52	64.47	醞釀的、準備的	0.51	81.38
非傳統的、不尋常的	3.81	32.49	有趣的	1.27	65.74	額外附加的	0.51	81.89
有價值的	3.55	36.04	具外在標準的	1.27	67.01	有效的、正當的	0.51	82.40
顯著的、重要的	2.54	38.58	需評估測試的	1.27	68.27	啟發的	0.51	82.91
複雜的	2.54	41.12	挑戰的、冒險的	1.27	69.54	自信的、有野心的	0.51	83.42
猜測的、假設的	2.28	43.40	發現的、發明的	1.27	70.81	被期待、可預期的	0.51	83.93
動態發展的	2.28	45.69	開放的	1.02	71.83	聰明的	0.26	84.18
不斷的、持續的	2.03	47.72	文化的	1.02	72.84	45-106	0.26	100.00
不同、互有差異的	2.03	49.75	敏感的、情緒的	1.02	73.86			
依境況而定的	1.78	51.52	內在動機的	1.02	74.87			
獨一無二的	1.78	53.30	表達的、溝通的	1.02	75.89			
變化的	1.78	55.08	描述的、說明的	1.02	76.90			
多面向的	1.78	56.85	社會的	0.77	77.66			
富美感的、藝術的	1.52	58.38	自由、不受束縛的	0.77	78.43			

在此問卷中第 26 題到 31 題題項同樣也是透過前測而來，經由登錄、編碼、類目化過程後，選取指出「創造力的特徵」語言出現次數較高、且不與第 1 到 25 題題項重複者共 19 項。

4. 第四部分：基本資料

此處為受訪者基本資料，除了性別、年齡、教育程度，還包括作答時所在位置、性別、年齡、教育程度、職業、居住地。

(三) 變項測量與統計

1. 選擇題項與基本資料之測量

受訪者回答第二、第三部分的每一題選擇題項時，經過兩個階段確認，以第 1 題「我認為創造力是一種過程---□是□否」為例：受訪者在「是」與「否」中圈選一個，圈選「是」的受訪者才需要繼續在「□尚可□很同意□非常同意」三者中圈選出對此語言的認同度；例外的是：為避免問卷冗長，在學術社群與 20-44 歲前測社群說出創造力語言的類目中出現次數較低者如第二部分的第 24 題與第 42 題（分別有 13 個選項、13 個選項）、第三部份的第 25 題與第 31 題（分別有 20 個選項、14 個選項），僅設計為「此題可複選，請勾選您同意者」。

2. 選擇題項變項之統計

先前研究二將第二部分第 1 至 23、25 至 41 題、第三部分第 1 至 24、26 至 30 題題項中的「□是□否」分別訂為 1、0 分，把此處二選一的部分加總並以百分比排序，藉以瞭解針對每一題項表示尚且同意之人數多寡，再將「□尚可□很同意□非常同意」分別訂為 1、2、3 分，換言之，在前述題項中勾選□是、或□尚可，均僅表示尚且同意；而第二部分第 24 與 42、第三部分第 25 與 31 題題項勾選者表示「同意」訂為 1 分、未勾選者表示「不同意」訂為 0 分。

先前研究二針對第二部分第 1 至 23、第三部分第 1 至 24 題項（題項中語言來源為三大創造力文本），以平均同意程度 < 2（很同意）進行單尾檢定；針對第二部分第 24、第三部分第 25 題題項（這兩題為題組，題組中語言來源為三大創

造力文本)使用卡方檢定來檢定同意的人數佔受試者總數的比例是否超過 75%($P < 0.75$),藉上述檢定瞭解 20-44 歲普羅大眾對於學術社群以該語言指出創造力之存在狀態或特徵的同意程度。

先前研究二以受訪者對第二部分中第 1 至 24、25 至 42 題、第三部分中 1 至 25、26 至 31 題以卡方檢定來檢定尚且同意的人數佔受試者總數的比例是否超過百分之五十 ($P < 0.50$),藉上述檢定瞭解具有代表普羅大眾對創造力之思維的語言,並補充先前研究二在開放題項語彙資料編碼結果中對普羅大眾說出創造力的語言的發現;以上統計分析均在 95%的信賴水準條件下進行。

(四) 開放題項內容分析

1. 內容分析法

先前研究二選擇內容分析 (content analysis) 法處理第一部份開放題項所得之大量的語彙資料,包括質性脈絡分析以及量化統計分析兩個部分。在脈絡分析部分,必定在上下文中解讀,以利減少在編碼過程中因拆解而可能產生的誤解。在統計分析部分,研究者先於 EXCEL 系統中登錄語彙資料 (共計 1048 筆),依編碼原則進行判斷,將語彙資料斷句拆解,分辨語彙資料中指出創造力存在狀態與特徵的語言,編為存在狀態碼、特徵;接著,將相同或因與之意義相近者依互斥原則整併為同一碼 (碼編碼歷經兩階段),建立起兩大類目,統計類目中語言碼之總數與各碼出現次數,再加以排序,詳細如下。

2. 語彙資料編碼

1. 建立編碼原則與第一階段編碼

首先依據以下三大原則進行編碼,後形成如表 3 的資料檔:

(1) 每一筆語彙資料均為分析對象,進行編碼的單位為字、詞。

(2) 依據在上下文脈絡中的理解,凡具有名詞、動詞屬性的字詞、片語或子句為指出創造力之存在狀態的語言,例如,「想出」是指對於此受訪者而言創造力此一存有是以或可以「想出」的狀態存在。

指出特徵者則為可以說明該存在狀態之具有形容詞、副詞屬性的字詞、片語或子句,例如,「新的」是指創造力此一存有具有「新的」之特徵 (尤其對其相對的存在狀態「東西」而言)。指出創造力之存在狀態與特徵的語言絕大多數可以分析至字、詞,將這些字、詞從該筆語彙資料中獨立出來,使用語彙資料中的文字,分別歸入存在狀態類目或特徵類目。

(3) 若語彙資料拆解後有片語或子句型態者,嘗試再依前述原則進一步拆解,但拆解需以該單位保有完整可辨識之意義為原則,無法拆解者則保留。

表 3-3: 語彙資料之編碼

問卷編號	題號	回答	存在狀態碼	特徵碼
367	1	想出新東西的力量,是突然的	想出	突然的
367	2	廣告	東西	新的
367			力量	
367			廣告	

先前研究二為了瞭解上述三大編碼原則對創造力之存在狀態與特徵的語言之判斷與歸類是否合適充全,研究者使兩位研究生在編碼訓練之後,先各自編碼,在完成此階段編碼之後互相對照,並採用 Holsti (1969) 百分比一致度檢定以瞭

解共識是否符合研究期望。信度檢定之計算公式為 $\alpha = 2M \div (N1 + N2)$ ，假設以 α 為信度分數，M 表示兩位編碼員都同意之碼，N1 與 N2 是指兩位編碼員各自的編碼數，通常使用 Holsti 百分比一致度檢定之最小的信度值在 90% 以上為最佳；經抽取兩位研究生之編碼結果各 10% 進行信度檢定，發現在此一階段，創造力存在狀態之編碼信度為 0.9068；創造力特徵的編碼信度為 0.8992，信度的表現可接受。

2. 發展編碼細則與第二階段編碼

檢討產生誤差原因主要是研究者嚴格要求比對彼此編碼結果時以採擇相同文字與字數為準等因素所致。先前研究二隨後標示出在第一階段編碼中的不一致處，找出發生編碼差異的原因，再彙整出上述編碼原則需要釐清或補充之處作為編碼細則。據此細則，研究者在第二階段重新檢視每一筆語彙資料，以研究者與編碼員對調整差異過的每一碼均同意後，確定為最後編碼結果。

3. 建立類目

依據三大原則與細則進行編碼後確定的這些語言碼，再經互斥原則，將字詞完全相同的語言碼、或主要意涵相近的語言碼整併為同一碼，特別是注意為數眾多的出現次數為 1 者，是否可以歸入意涵相近之碼，或保留此碼作為為類目之一，如表 4，b126(2) 表示編號為 126 的問卷中出現同樣的語詞兩次，以此類推。在反覆搜尋、分辨相斥與相似、整體檢視之後，分別為語彙資料建構出創造力存在狀態與創造力特徵類目。

表 3-4：編碼結果建立類目

序號	狀態類目	同類碼及出處問卷編號	次數	序號	特徵類目	同類碼及出處問卷編號	次數
2	過程、過程點滴	b61,b85,b136,b238,b272,b	1	2	出人意料的、意想不到的	b321,b458/ 意想不到的	1
5		326,	4	5		b203,b522,b458/ 不可預知性的、	2
		b349,b425,b447,b457,b502				b474/ 不可預期,b513/ 無法預知的 b38/ 連自己都想像不到的 b86/ 感到意外 b142/ 無預警的 b476/ 意想不到 b141	
		b126(2),b262					

三、資料分析與研究發現

先前研究二共訪問 20-44 歲台灣民眾 542 位，廢卷 13 份 (2.46%)，共得有效樣本 529 份，在 95% 信心水準下，抽樣誤差 4.1%-4.5% 之間。

(一) 20-44 歲普羅大眾對學術社群說出創造力的語言之認同度

先前研究二針對第二部分第 1 至 23、第三部分第 1 至 24 題項，以平均同意程度 < 2 進行單尾檢定；針對第二部分第 24、第三部分第 25 題項使用卡方檢定來檢定同意的人數佔受試者總數的比例是否超過 75% ($P < 0.75$)，以瞭解 20-44 普羅大眾對於學術社群以該語言指出創造力之存在狀態或特徵的同意程度。統計結果顯示：

1. 20-44 歲普羅大眾平均對學術社群說出創造力存在狀態的語言中，顯著地表示很同意者是：能力、思考思維、想法構想、改變轉化。

2. 卡方檢定結果顯示學術社群說出創造力存在狀態的語言中，顯著地獲得超

過 75% 的 20-44 歲普羅大眾同意者僅有：啟發發現。

3. 20-44 歲普羅大眾平均對學術社群說出創造力特徵的語言中，顯著地表示很同意者是：新奇的、令人驚喜的、有趣的、變化的。

4. 卡方檢定結果顯示學術社群說出創造力特徵的語言中，沒有任何一個顯著地獲得超過 75% 的 20-44 歲普羅大眾的同意。

20-44 歲普羅大眾對於學術社群的語言高度認同者（或 75% 以上的 20-44 歲社群所認同者）綜合地來說多以比較抽象的狀態如思考、構想、發現、能力、改變而存在，而這些存在狀態的特徵除了是變化的之外、還引發著一種感受上的訝異、喜悅與趣味，這與目前創造力文獻中具有高認同度與技術旨趣圖像的存在狀態如：產品、行動、解決問題，有頗大差距。

（二）20-44 歲普羅大眾說出創造力的語言

先前研究二以受訪者對第二部分中第 1 至 24、25 至 42 題、第三部分中 1 至 25、26 至 31 題以卡方檢定來檢定尚且同意的人數佔受試者總數的比例是否超過百分之五十 ($P < 0.50$)。此外，由於普羅大眾說出創造力的語言其內涵究竟包括了什麼，非問卷中第二部分與第三部分題項所能含括，因此問卷第一部份設計了兩題開放題項，從開放題項所蒐集的語彙資料依前述編碼原則進行類目化，其結果可以協助吾人更充分地瞭解 20-44 歲普羅大眾說出創造力的語言。研究結果分兩部分：

1. 問卷量化資料統計結果

卡方檢定結果顯示：說出創造力存在狀態的語言中第 1-23 題絕大部分顯著地獲得超過 50% 的 20-44 歲普羅大眾同意，僅人、穩定兩項未顯著地獲得同意；第 24 題中顯著地獲得同意者有：啟發發現、驚奇、興趣期待；而第 25-41 題也幾乎全數都獲得顯著的同意，僅：東西、事情未顯著地獲同意，第 42 題則有：知識、開啟境界、聯想、生命力，顯著地獲同意。

在說出創造力特徵的語言部分，卡方檢定結果顯示第 1-24 題大多顯著地獲得超過 50% 的 20-44 歲普羅大眾同意，僅：最初的、適宜的、複雜的、模糊不明的、支配的、具外在標準的，未顯著地獲得同意，第 24 題中則無任何顯著地獲得同意的特徵；而第 26-30 題則全數都獲得顯著的同意，第 31 題則有：經驗累積的、無限的、思想的、不守成規的，顯著地獲同意。

由這部分問卷量化資料來看 20-44 歲普羅大眾說出創造力存在狀態與特徵的語言，可以說 20-44 歲普羅大眾對於創造力存在狀態與特徵的想像與學術社群多數相同，對「穩定」的低認同，可能是因為不與自己認同的「改變轉化」狀態不一致所致，「人」在這裡低認同的結果可能是因為作為題項時（創造力可以～狀態存在著）敘述看起來比較抽象。

2. 開放題項語彙資料編碼結果

問卷中第一題開放題項蒐集 20-44 歲普羅大眾說出創造力存在狀態與特徵的語彙資料，編碼後類目化的結果如表 5、6 所示：

表 3-5：20-44 歲普羅大眾說出創造力存在狀態的語言及其出現次數

排序	次數	次數佔%	累積%	排序	次數	次數佔%	累積%	排序	次數	次數佔%	累積%
思考	121	8.24	8.24	過程	14	0.95	62.01	用	8	0.54	78.83
想像力	96	6.54	14.77	表現	14	0.95	62.97	再造	7	0.48	79.31

點子構想	83	5.65	20.42	開發	14	0.95	63.92	智慧	7	0.48	79.78
物品	58	3.95	24.37	幻想	13	0.88	64.81	實體	7	0.48	80.26
發明	57	3.88	28.25	更新	12	0.82	65.62	作品	7	0.48	80.74
事情	52	3.54	31.79	製造	11	0.68	66.30	需求	7	0.48	81.21
能力	44	3.00	34.79	潛能	11	0.75	67.05	工作	7	0.48	81.69
東西	44	3.00	37.78	方法	11	0.75	67.80	生命	7	0.48	82.16
力量	35	2.38	40.16	跳脫傳統	11	0.75	68.55	風格	7	0.48	82.64
廣告	33	2.25	42.41	期許	11	0.75	69.30	發展	6	0.41	83.05
無中生有	27	1.84	44.25	看法	10	0.75	70.05	可能性	6	0.41	83.46
改變舊有	22	1.50	45.75	感覺	10	0.68	70.73	意識	6	0.41	83.87
原動力	21	1.43	47.17	發現	10	0.68	71.41	提昇	6	0.41	84.28
產品	20	1.36	48.54	研發	10	0.68	72.09	概念	6	0.41	84.68
人	20	1.36	49.90	無	9	0.61	72.70	小朋友	5	0.34	85.02
實現	18	1.23	51.12	延伸	9	0.61	73.32	專利	5	0.34	85.36
發揮	18	1.23	52.35	廢物利用	9	0.61	73.93	知識	5	0.34	85.70
做出做到	18	1.23	53.57	開	8	0.54	74.47	慾望	5	0.34	86.04
突破	16	1.09	54.66	作	8	0.54	75.02	68-75		0.27	88.22
連結整合	16	1.09	55.75	科技	8	0.54	75.56	76-91		0.20	91.29
圖畫	16	1.09	56.84	聯想	8	0.54	76.11	92-120		0.14	94.83
啟發	16	1.09	57.93	藝術品	8	0.54	76.65	121-193		0.07	100.00
呈現	16	1.09	59.02	經驗	8	0.54	77.20				
解決問題	15	1.02	60.04	改善	8	0.54	77.74				
產生	15	1.02	61.06	設計	8	0.54	78.28				

表 3-6：20-44 歲普羅大眾說出創造力特徵的語言及其出現次數

排序	次數	次數佔%	累積 %	排序	次數	次數佔%	累積 %	排序	次數	次數佔%	累積 %
新的	83	6.54	6.54	全新的	11	0.87	50.71	有形的	5	0.39	66.46
與眾不同的	58	4.57	11.10	豐富的	11	0.87	51.57	小孩子的	5	0.39	66.85
自己的	47	3.70	14.80	實用的	11	0.87	52.44	事物的	5	0.39	67.24
生活的	38	2.99	17.80	美好的	11	0.87	53.31	不分年齡的	5	0.39	67.64
獨特的	35	2.76	20.55	潛在的	11	0.87	54.17	吸引人的	5	0.39	68.03
前所未有未見的	31	2.44	22.99	沒有特徵的	10	0.79	54.96	無時無所不在的	5	0.39	68.43
人的	30	2.36	25.35	需求需要的	10	0.79	55.75	有活力的	5	0.39	68.82
新奇的	29	2.28	27.64	獨具特色的	10	0.79	56.54	自我的	5	0.39	69.21
突然突發的	25	1.97	29.61	奇妙的	9	0.71	57.24	智慧的	5	0.39	69.61
思考的	25	1.97	31.57	驚奇的	9	0.71	57.95	持恆持續的	5	0.39	70.00
別人沒有的	23	1.81	33.39	千變萬化的	9	0.71	58.66	不規矩的	5	0.39	70.39
特別的	22	1.73	35.12	新鮮的	8	0.63	59.29	獨自的	5	0.39	70.79
不同的	20	1.57	36.69	想像的	8	0.63	59.92	藝術的	4	0.31	71.10
無限的	19	1.50	38.19	提升的	8	0.63	60.55	有行動力的	4	0.31	71.42
有趣的	16	1.26	39.45	任何的	7	0.55	61.10	有價值的	4	0.31	71.73
不受束縛的	15	1.18	40.63	驚喜的	7	0.55	61.65	進步的	4	0.31	72.05
天馬行空的	15	1.18	41.81	抽象的	7	0.55	62.20	變通的	4	0.31	72.36
獨一無二的	14	1.10	42.91	效率更快的	7	0.55	62.76	週遭的	4	0.31	72.68
隨性自由的	14	1.10	44.02	內心內化的	7	0.55	63.31	奇怪的	4	0.31	72.99
便利的	13	1.02	45.04	有改變的	7	0.55	63.86	顛覆傳統的	4	0.31	73.31
不同於以往的	13	1.02	46.06	可以實現的	6	0.47	64.33	不明原因的	4	0.31	73.62
無形狀的	12	0.94	47.01	正向的	6	0.47	64.80	72-92		0.24	78.58
從無到有	12	0.94	47.95	流暢的	6	0.47	65.28	93-141		0.16	86.30
無固定~的	12	0.94	48.90	與生俱來的	5	0.39	65.67	142-316		0.08	100.0
出人意料的	12	0.94	49.84	奇特的	5	0.39	66.06				

從語彙資料編碼結果看來，20-44 歲普羅大眾說出創造力存在狀態與特徵的語言均十分豐富，對任一存有（例如「創造力」）而言，說出其存在狀態之特徵的語言（316 碼）多於說出其存在狀態的語言（193 碼），也頗合邏輯。

若從表 5 檢視 20-44 歲普羅大眾說出創造力之存在狀態、出現次數累積前 50% 的語言，可知共有 15 碼，大部分已出現在先前問卷題項中或與之意涵接近，包括：思考、點子構想、能力、東西、力量、廣告、無中生有、改變舊有、產品、人，其中除了：東西、廣告、力量，其他碼均在卡方檢定中獲 20-44 歲普羅大眾顯著地認同為說出創造力存在狀態的語言。想像力、物品、發明、事情、原動力，則是不在問卷題項中但具個殊意涵、透過自由書寫經常出現之 20-44 歲普羅大眾說出創造力存在狀態的語言。

若從表 6 檢視 20-44 歲普羅大眾說出創造力之特徵、出現次數累積前 50% 的語言，可知共有 25 碼，大部分已出現在先前問卷題項中或與之意涵接近，包括：自己的、前所未有未見的、新奇的、思考的、不同的、有趣的、天馬行空的、別人沒有的、獨一無二的、隨性自由的、不同於以往的、不受束縛的，其中除了：前所未有未見的、天馬行空的、自由的、不同於以往的，其他碼均在卡方檢定中獲 20-44 歲普羅大眾顯著地認同為說出創造力特徵的語言，而另外半數：新的、與眾不同的、生活的、獨特的、人的、突然突發的、特別的、便利的、無限的、無形狀的、從無到有的、無固定~的、出人意料的，則是未在問卷題項中出現、但具有個殊意涵、透過自由書寫卻經常出現之 20-44 歲普羅大眾說出創造力特徵的語言。

(三) 20-44 普羅大眾與學術社群說出創造力的語言及其反映的思維

其實在先前研究二之中，兩個社群說出創造力的語言其資料的來源並不相同，其自然語言分也屬不同語系，在雙方沒有完全相同的條件下，在此，不可能宣稱有一「完全公平的比較」，不過，即使是實驗設計研究法的立論也還有需保留之處，「完全公平的比較」在比較教育中或任一研究設計中並不可能，重點是：研究本身是否能將比較的「各項前提」清楚地指出，使「比較結果」有讓讀者自己衡量與評估的機會。因此先前研究二雖具有某程度的研究限制，但交互觀察各自類目中的語言項目、以及這些語言的強度（出現頻率），多少仍能協助吾人窺測些兩個社群對創造力的思維。

1. 兩個社群說出創造力的語言之類目與強度

先前研究二發現有部分 20-44 歲普羅大眾使用與「創造力」意義相互指涉的「創造」、「創意」、「創新」等語言描述創造力的存在狀態（出現次數共 80 次），為避免列入計算後浮增數量，將這兩個語言碼與其出現次數從本類目中語言碼個數總數與出現次數總數中刪除，亦即，20-44 歲普羅大眾說出創造力存在狀態的語言類目中共有 193 碼。而在三大創造力研究文本中，經由內容分析所得之學術社群說出創造力狀態的語言類目中共有 73 項；對於 20-44 歲普羅大眾而言，創造力的存在狀態十分多元。

此外，將 20-44 歲普羅大眾說出創造力存在狀態的語言類目中每一個語言碼與學術社群語言對照，發現某些語言碼在各自類目中的強度出入頗大，例如：過程、產品、人、解決問題、產出、作品，也有許多碼其意涵未見於任一學術社群說出創造力存在狀態的語言中。自圖 1、2 可以更清楚地看出兩個社群說出創造力存在狀態之具有較高強度的語言。

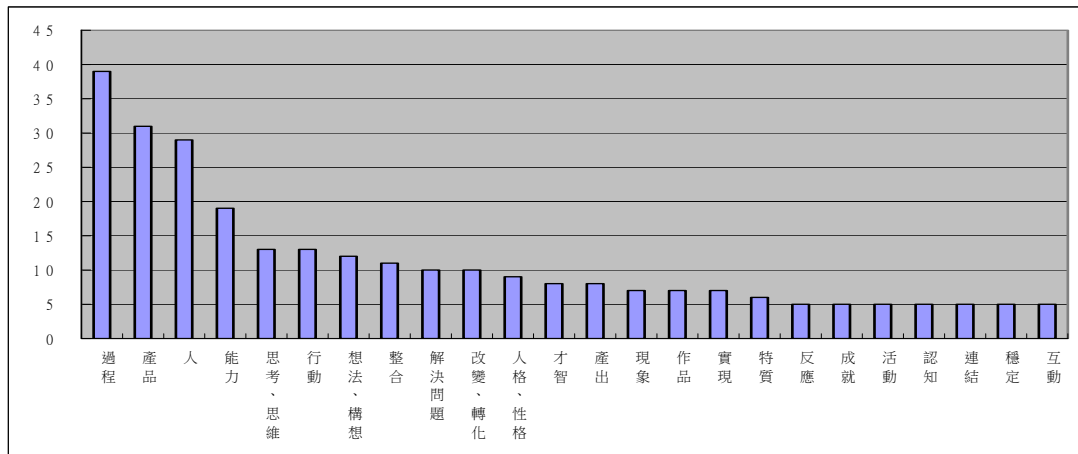


圖 3-1：學術社群說出創造力存在狀態的語言出現次數前 24 項者

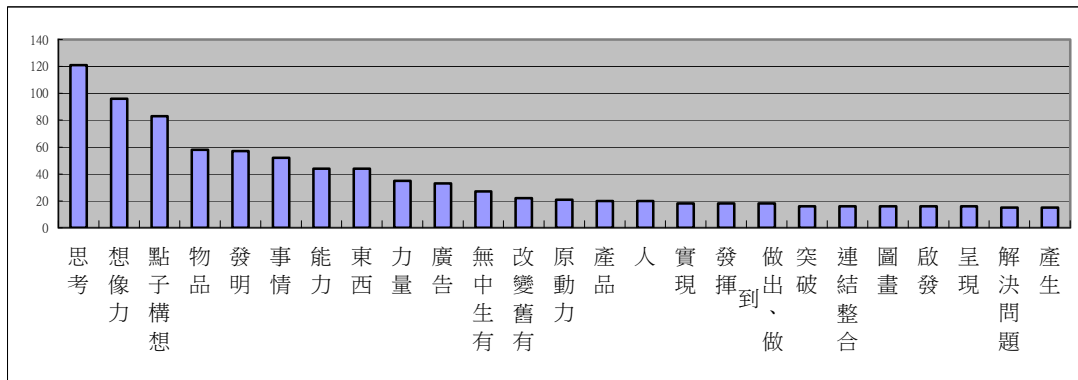


圖 3-2：20-44 歲普羅大眾說出創造力存在狀態的語言出現次數前 25 項者

先前研究二發現有部分 20-44 歲普羅大眾使用與「創造力」意義相互指涉的「創造的」、「創意的」、「創新的」等語言描述創造力的特徵（出現次數共 33 次），為避免列入計算後浮增數量，將這三個語言碼與其出現次數從本類目中語言碼個數總數與出現次數總數中刪除，亦即，20-44 歲普羅大眾說出創造力特徵的語言共有 316 碼。而在三大創造力研究文本中，經由內容分析所得之學術社群說出創造力狀態的語言共有 106 個語言碼。

將 20-44 歲普羅大眾說出創造力特徵的語言類目中每一個語言碼與學術社群語言對照，發現某些語言碼在各自類目中的強度出入頗大，例如：新奇的、前所未有未見的、不同於以往的、有價值的、實用的、令人驚喜的、變化的、持恆持續的，也有許多碼其意涵未見於任一學術社群說出創造力特徵的語言中。自圖 3、4 可以更清楚地看出兩個社群說出創造力特徵之具有較高強度的語言。

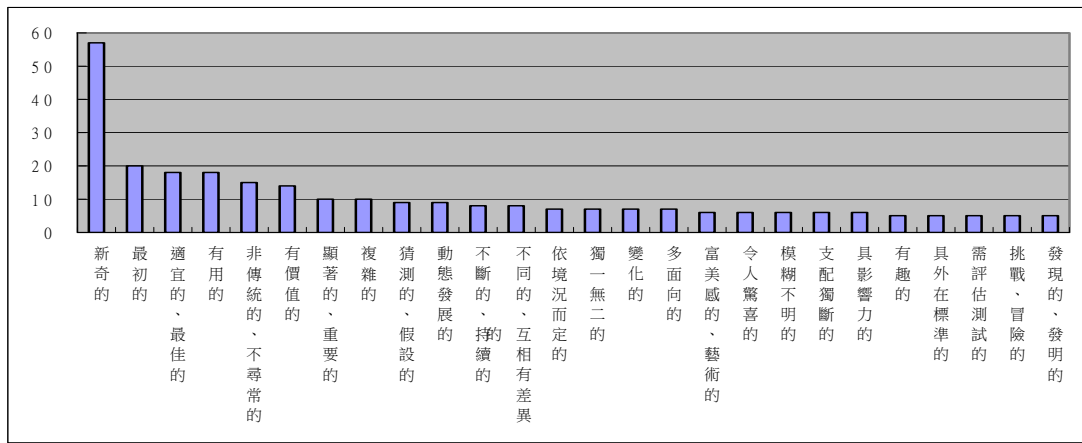


圖 3-3：學術社群說出創造力特徵的語言出現次數前 26 項者

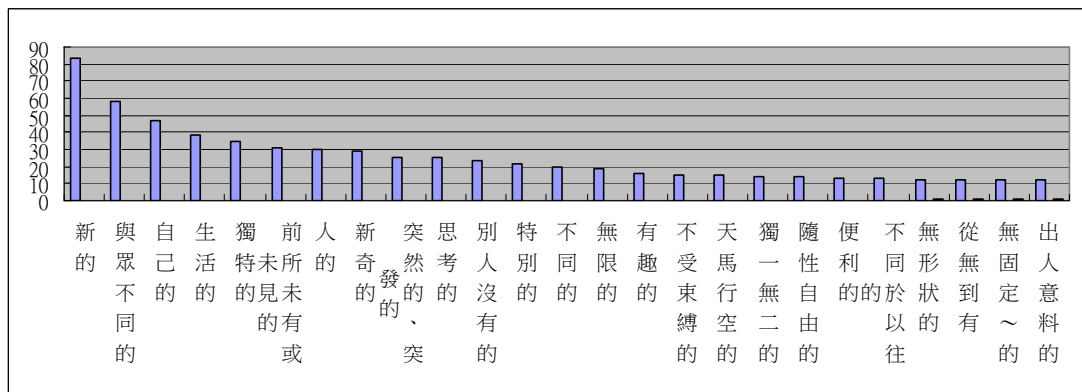


圖 3-4：20-44 歲普羅大眾說出創造力特徵的語言出現次數前 25 項者

2. 兩個社群說出創造力的語言及其所反映的思維

(1) 英美創造力學術社群的創造力

先前研究二以三大創造力研究文本為對象，經編碼類目化後（見表 1、2），出現次數累積前 50% 以內的語言指出學術社群思維中的「創造力」是一種動態的改變（動態發展的、改變轉化），這個過程在人類的猜測假設的思考與能力上展現、有著個別差異（猜測假設的、不同且有差異的、人、能力、思考思維、過程），朝著特定方向或目的轉化（整合、解決問題），且以某種新奇的想法、行動或產品現身（新奇的、想法構想、行動、產品）。以如此狀態存在的創造力還反映著濃厚的資本主義社會之現代性旨趣（最初的、適宜最佳的、有用的、有價值的、顯著重要的、不斷且持續的），也透露了對社會的知覺（複雜的）、以及突破社會化之限制的需求（依境況而定的、非傳統尋常的）。

(2) 台灣 20-44 歲普羅大眾的創造力

首先，針對學術社群說出創造力的語言而編制的問卷題項（問卷的第二部分第 1-24 題與第三部分第 1-25 題），20-44 歲普羅大眾多數都認同，然未獲認同的語言也值得觀察。從前述資料中可以先略窺他們思維中的創造力：透露著一種資本主義式的期待（有用的、有價值的、具影響力的、顯著的、才智、解決問題、成就、行動），反映了社會化後的考量（依境況而定的），同時也有突破社會化之限制的知覺（挑戰的冒險的），也與趣味性相扣（令人驚喜的、驚奇、興趣、期待），

而其中通常用來作為創造力之判準、具菁英主義意味的語言（聰明的、精巧的、醞釀的、表達的、描述的、具外在標準的），卻均未獲這個社群半數以上的認同，與簡單相抵觸的圖像（複雜的）對於 20-44 歲普羅大眾而言也非其創造力的特徵。至此可先說：20-44 歲普羅大眾對創造力此一存有有些現代性旨趣，但又尋求簡單與趣味，而且允許平凡、未經準備、隱默、以自我為判準。

編碼類目化後的語彙資料是先前研究二最主要的資料，這部分資料證實了前述顯著地被高度認同者：新奇的、有趣的、能力、思考思維、想法構想、改變轉化、啟發發現，也是開放語彙資料中語言強度高者，其中唯有：令人驚喜的、變化的，雖然在開放語彙資料中有出現，但出現頻率似乎沒預期中地高，不過「變化的」特徵可以說在存在狀態「改變」中其實已被帶出，此外，極可能與「令人驚喜」的發生同時或先一步出現的「突然突發的」倒是在開放語彙資料中是強度高的語言。

觀察出現次數累積前 50% 以內此社群說出創造力存在狀態與特徵的語言，可以發現：對於台灣 20-44 歲普羅大眾而言：創造力此一存有存於任一人類個體中，對每一個體而言是獨一無二的（自己的、人的、人、獨一無二的），是種無限或無形的能力、力量或原動力（無限的、無形狀的、能力、力量、原動力），可以是突發的、天馬行空的、隨性自由的、不受束縛的新思考、想像或點子（突然突發的、天馬行空的、隨性自由的、不受束縛的、新的、思考的、思考、想像力），而且這些思考、想像或點子可以發生於無、能令人感到出乎意料、有趣與新奇（出人意料的、有趣的、新奇的、無中生有），廣告是常見之例（廣告）；創造力還可以是一種相較於眾人傳統或過去有所不同或所有的獨特改變或發明（與眾不同的、前所未有未見的、不同於以往的、不同的、別人沒有的、特別的、獨特的、改變舊有、發明），可以是在生活中那些讓人便利的物品、產品等等東西與事情（生活的、便利的、物品、產品、東西、事情）。在這部分資料中可見 20-44 歲普羅大眾思維中的創造力與學術社群有頗大的差異，創造力對於 20-44 歲普羅大眾而言其透露著資本主義、菁英主義意味的目的性並不明顯，倒是重視想像、趣味與隨意不拘，也比較突發、不可期與生活化，相對起來，學術社群的創造力展露著更濃厚的現代性與智識性，對創造力的價值、社會效益有更深刻的期許。

綜合兩部分資料可得：20-44 歲普羅大眾思維中的創造力與學術社群均具有某些現代性旨趣，然而，相對於學術社群，那種透露著資本主義、菁英主義氣息之目的性、價值、社會效益，在 20-44 歲普羅大眾的創造力圖像中並不明顯，20-44 歲普羅大眾對於創造力更重視想像、趣味與隨意不拘，認為此一存有是突發、不可期與生活化的。

（3）兩個社群其語言與思維的交疊：交疊內的共相與落差、交疊外的殊性

使不同時代中的不同社群說出某一存有的語言交疊，其共同處指出該存有跨時代的普適屬性，縮小語言交疊的範疇也可以說縮小了吾人探尋創造力其根本或普適屬性的範疇，而交疊之外的語言則指出創造力的個殊特質，實際上，這些不在交疊之內的語言、以及雖在交疊之內但在各自類目中的強度落差很大的語言，還可能反映了使用該語言的社群其特質、思維中的預設或期待。綜觀表 1、2、5、6，有以下發現：

首先，在交疊英美創造力學術社群與台灣 20-44 歲普羅大眾出現頻率累積前 70% 以內的語言後，發現雙方的創造力共同擁有「前所未有未見的、新奇的、不同的、有趣的、獨一無二的、不同於以往的、實用的、千變萬化的、驚喜的、持續持續的」等特徵，並可以「思考、點子/構想、能力、改變、產品、人、實現、連結整合、解決問題、產生、過程」等狀態存在著；若更進一步地縮小範疇，使出現頻率累積前 40% 以內的語言交疊，會發現雙方的創造力其特徵與存在狀態清晰地集中於「前所未有未見的、新奇的、不同的、有趣的思考、點子/構想、以及能力」，這交疊後相同部分是未來吾人繼續找出創造力普適屬性的重要範疇。

其次，在學術社群說出創造力存在狀態的語言中，「產品」的強度很高，不過相對於隱含著現代性、資本主義旨趣之表徵的「產品」，20-44 歲普羅大眾更常使用物品、事情、東西，來指出創造力的存在狀態，這幾個語詞較為口語抽象，通常不會在學術研究中用來定義存有，但比起「產品」，「物品」、「事情」意涵比較中性，而「東西」的範疇則比「產品」來的更廣（如，外星人可以說是一種神秘的「東西」，在一般語言的共識中不會以「產品」描述外星人），這點說明了大多數 20-44 歲普羅大眾思維中的創造力其存在狀態更去資本化且開放不限。又，「連結整合」、「解決問題」對 20-44 歲普羅大眾而言強度不在學術社群語言中出現頻率前十位；將創造力視為一種整合連結、尤其是視創造力為一種問題解決等定義受到台灣創造力研究者的青睞，這個狀態的認定可能是學術社群有意無意地指稱自身從事的工作即反映著創造力所致。具有時間意涵的「過程」在兩個社群語言交疊中的落差大，而與「過程」狀態相關的創造力特徵如「被期待的、可預期的」、「醞釀準備的」、「動態發展的」不在 20-44 歲普羅大眾對創造力的主要想像，還有「不斷持續的」特徵在 20-44 歲社群的語言中其強度也很低；倒是在學術社群語言中未出現的「突然突發的」、「出人意料的」刻畫著創造力現身時的瞬時性與不可預期特徵。對台灣創造力學術社群而言「流暢的」與「有價值的」也是常被引用認同的創造力特徵，同樣地，這兩個反映專家圖像、技術旨趣的特徵也未受到 20-44 歲普羅大眾相對的重視。

具有菁英意味的「才智」、以及直指心理反映模式的「人格、性格」等創造力的存在狀態，對於台灣 20-44 歲普羅大眾而言均是在交疊之外的空白，與「才智」狀態相關的創造力特徵如：精巧的、聰明的，以及與「人格、性格」狀態相關的創造力特徵如：挑戰的冒險的、自信有野心的，這些以在學術社群語言中反映其後設之菁英、專家、開拓者圖像的語言，也均不在 20-44 歲普羅大眾說出創造力的語言中。此外，在交疊之外的空白發現 20-44 歲普羅大眾指出創造力的特徵還有：自己的、不分年齡的、無時無所不在的、生活的、奇怪的、抽象的等語言等等，相對於學術社群，這些語言透露 20-44 歲這個社群將創造力更視為是存在於不分年齡的每一獨特個體身上、並且能於日常生活中的任何時間空間中展現的存有---即使具有奇怪或抽象特徵。

四、建議、延伸與應用

(一) 研究 20-44 歲普羅大眾的創造力

1. 針對台灣經常被引用的一般創造力研究文本與希冀推動於全民的創造力政策白皮書，加強分析其中說出創造力的語言及可能蘊含的意識型態。

2. 在探討 20-44 歲普羅大眾的創造力時，輔以一般 20-44 歲這個生命階段其生理與心理發展狀況的瞭解、以及對台灣目前的青年文化與青壯年文化的認識，避免將實則反映著學術社群期許與預設的創造力定義，直接套用在個殊社群的身上。

3. 兩個社群語言交疊處是吾人探尋創造力其普適屬性的範疇，觀察交疊內的落差與交疊之外的空白又可助窺見該說話者社群其後設的圖像、預設或期許，先前研究二於此所提出的「語言交疊研究法」作為一種探究存有之普適性與個殊性的方法，應可繼續鍛鍊之。

(二) 推動 20-44 歲普羅大眾的創造力

1. 深入覺察 20-44 歲普羅大眾表達與溝通「創造力」時，後設的圖像、預設或期許，提醒決策者與推動者自己用來描述創造力的語言及其蘊含的思維，對參與者在思考「創造力」時可能產生的形塑作用。

2. 推動者留意在評估推動成效之時，不使自身對於創造力的預設或期許誤植為 20-44 歲普羅大眾的創造力之必然或主要判準，因而抑制了創造力在其日常生活中的展現與生根。

3. 推動 20-44 歲普羅大眾創造力時，人力物力資源投注以及工作的重點以雙方語言與思維之共同處---可能即是創造力之普適本質、以及反映著被推動者之高度期許的創造力特性為主，以之作為激活這個階段的生命之創造力的關鍵。

參考文獻

- 行政院 (2001): 2001 年統計年報。台北: 中華民國行政院主計處。
- 行政院 (2002): 2002 年統計年報。台北: 中華民國行政院主計處。
- 李維 (1990) (L.S.Vygotsky 著)。 **思維與語言 (Thought and Language)**。台北: 桂冠。
- 高宣揚 (2002)。 **布爾迪厄**。台北: 生智。
- 黃庭康 (1993)。布爾迪厄《學術人》(*Homo Academicus*) 導讀。載於第三屆「**意識、權力與教育—Bourdieu 教育社會學專論**」研討會論文集。嘉義: 南華大學。
- 黃譯瑩 (2003)。學術社群說出「創造力」的語言及其反映的思維: 一般創造力與兒童創造力研究文本對照中的啟示。 **師大學報**, 48 (2), 255-276。
- 黃譯瑩 (2004): 學術社群說出「創造力」的語言及其反映的思維: 以三大創造力研究文本為例。載於國立政治大學主辦「2004 年第二屆創新與創造力研討會」論文集。(2/13~14)
- 黃譯瑩 (2005)。 **統整課程系統**。台北: 麗文。
- 鄭芷人 (2001)。 **邏輯基礎**。台北: 文津。
- Bourdieu, P (1988). *Homo academicus*. Stanford, CA: Stanford University.
- Bourdieu, P (1991). *Language and symbolic power*. Cambridge, MA: Harvard University.
- Bourdieu, P (1996). *The state nobility: Elite schools in the field of power*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Diamond, J. (1992). *The third chimpanzee: The evolution and future of the human animal*. New York: Harper Collins.
- Glover, J. A., Ronning, R. R., & Reynolds, C. R. (Eds.). (1989). *Handbook of creativity*. Cambridge, MA: Cambridge University Press.
- Holsti, O. R. (1969). *Content analysis for the social sciences and humanities*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Jakobson, R. (1990). *On language*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Sternberg, R. J. (Ed.). (1988). *The nature of creativity*. Cambridge, MA: Cambridge University Press.
- Sternberg, R. J. (Ed.). (1999). *Handbook of creativity*. Cambridge, MA: Cambridge University Press.
- Whorf, B. L. (1956). *Language, thought and reality: Selected writings*. Cambridge, MA: Technology Press of Massachusetts Institute of Technology.

國科會補助計畫衍生研發成果推廣資料表

日期:2013/12/10

國科會補助計畫	計畫名稱: 學術社群與普羅大眾說出創造力的語言及其反映的思維
	計畫主持人: 黃譯瑩
	計畫編號: 101-2410-H-004-171- 學門領域: 教育有關專門領域
無研發成果推廣資料	

101 年度專題研究計畫研究成果彙整表

計畫主持人：黃譯瑩		計畫編號：101-2410-H-004-171-					
計畫名稱：學術社群與普羅大眾說出創造力的語言及其反映的思維							
成果項目			量化			單位	備註（質化說明：如數個計畫共同成果、成果列為該期刊之封面故事...等）
			實際已達成數（被接受或已發表）	預期總達成數（含實際已達成數）	本計畫實際貢獻百分比		
國內	論文著作	期刊論文	6	6	100%	篇	<p>1. 黃譯瑩（2003）。學術社群說出「創造力」的語言及其反映的思維：一般創造力與兒童創造力研究文本對照中的啟示。師大學報（科學教育類），48（2），255-276。（科教處列為與TSSCI正式名單同等級之學術期刊）</p> <p>2. 黃譯瑩（2003）。在跨領域觀點中與「語言」對話。教育學刊，21，105-126。（TSSCI）</p> <p>3. 黃譯瑩（2005）。普羅大眾說出「創造力」的語言及其反映</p>

						眾說出創造力的語言及其反映的思維：以 2003 年 6-19 歲社群為例。師大學報（教育類），51（1），103-129。（TSSCI）
		研究報告/技術報告	0	0	100%	
		研討會論文	0	0	100%	
		專書	0	1	100%	統整撰寫後洽談出版中。
	專利	申請中件數	0	0	100%	件
		已獲得件數	0	0	100%	
	技術移轉	件數	0	0	100%	件
		權利金	0	0	100%	千元
	參與計畫人力 （本國籍）	碩士生	0	0	100%	人次
		博士生	0	0	100%	
		博士後研究員	0	0	100%	
		專任助理	0	0	100%	
國外	論文著作	期刊論文	0	0	100%	篇
		研究報告/技術報告	0	0	100%	
		研討會論文	0	0	100%	
		專書	0	0	100%	章/本
	專利	申請中件數	0	0	100%	件
		已獲得件數	0	0	100%	
	技術移轉	件數	0	0	100%	件
		權利金	0	0	100%	千元
	參與計畫人力 （外國籍）	碩士生	0	0	100%	人次
		博士生	0	0	100%	
		博士後研究員	0	0	100%	
		專任助理	0	0	100%	

<p>其他成果 (無法以量化表達之成果如辦理學術活動、獲得獎項、重要國際合作、研究成果國際影響力及其他協助產業技術發展之具體效益事項等，請以文字敘述填列。)</p>	無。
--	----

	成果項目	量化	名稱或內容性質簡述
科 教 處 計 畫 加 填 項 目	測驗工具(含質性與量性)	0	
	課程/模組	0	
	電腦及網路系統或工具	0	
	教材	0	
	舉辦之活動/競賽	0	
	研討會/工作坊	0	
	電子報、網站	0	
	計畫成果推廣之參與(閱聽)人數	0	

國科會補助專題研究計畫成果報告自評表

請就研究內容與原計畫相符程度、達成預期目標情況、研究成果之學術或應用價值（簡要敘述成果所代表之意義、價值、影響或進一步發展之可能性）、是否適合在學術期刊發表或申請專利、主要發現或其他有關價值等，作一綜合評估。

1. 請就研究內容與原計畫相符程度、達成預期目標情況作一綜合評估

達成目標

未達成目標（請說明，以 100 字為限）

實驗失敗

因故實驗中斷

其他原因

說明：

2. 研究成果在學術期刊發表或申請專利等情形：

論文： 已發表 未發表之文稿 撰寫中 無

專利： 已獲得 申請中 無

技轉： 已技轉 洽談中 無

其他：（以 100 字為限）

《學術社群與普羅大眾說出創造力的語言及其反映的思維》統整撰寫後洽談出版中。

3. 請依學術成就、技術創新、社會影響等方面，評估研究成果之學術或應用價值（簡要敘述成果所代表之意義、價值、影響或進一步發展之可能性）（以 500 字為限）

一、研究普羅大眾的創造力

1. 針對台灣經常被引用的一般創造力研究文本與希冀推動於全民的創造力政策白皮書，加強分析其中說出創造力的語言及可能蘊含的意識型態。

2. 探討普羅大眾的創造力時，避免將實則反映著學術社群期許與預設的創造力定義，直接套用在個殊社群的身上。

3. 兩個社群語言交疊處是吾人探尋創造力其普適屬性的範疇，觀察交疊內的落差與交疊之外的空白又可助窺見該說話者社群其後設的圖像、預設或期許，本研究於此所提出的「語言交疊研究法」作為一種探究存有之普適性與個殊性的方法，應可繼續鍛鍊之。

二、推動普羅大眾的創造力

1. 深入覺察普羅大眾表達與溝通「創造力」時，後設的圖像、預設或期許，提醒決策者與推動者自己用來描述創造力的語言及其蘊含的思維，對參與者在思考「創造力」時可能產生的形塑作用。

2. 推動者留意在評估推動成效之時，不使自身對於創造力的預設或期許誤植為普羅大眾的創造力之必然或主要判準，因而抑制了創造力在其日常生活中的展現與生根。

3. 推動普羅大眾創造力時，人力物力資源投注以及工作的重點以雙方語言與思維之共同處---可能即是創造力之普適本質、以及反映著被推動者之高度期許的創造力特性為主，以之作為激活這個階段的生命之創造力的關鍵。

