



在大環境越趨動盪的年代，企業大規模裁員屢見不鮮；在職員工縱然保有工作，也彷彿如履薄冰，深怕走錯一步路，就跌入萬丈深淵中。如此瞬息萬變、令人戰兢的職場生態，我們該如何用真理來勇敢面對？

口述◎喬美倫 整理◎王盈涵、張捷 攝影◎賴竹山

# 勇敢的心



職場新視野

播出時間：12/17 (日) 19:00

(首播) 週日 19:00  
(重播) 週一 11:30

## 聖經職場觀

**現**代職場壓力大、競爭激烈，想升職的人多，而職位卻是少之又少；更有許多人是在「害怕被淘汰」的陰影底下，恐懼的工作。若想在高度競爭的職場上站得住腳，除了適當培養才能、人脈外，健康的心理素質也非常重要，其中不可或缺的便是「勇敢」。缺乏勇敢的人，一旦遇到困難，就很容易退縮、躊躇不前；然而透過經驗、智慧所衍伸出的勇敢，將會是克服困境的關鍵。

聖經中有位勇敢的代表人物，他在年少的時候便進入了職場，先是作過牧童、樂師，而後成為戰士；他歷經困難，被人追殺、生死難料，最後在上帝的帶領下，成為以色列的第二任君王，並將整個以色列王朝，推向最輝煌的年代，他便是大衛。大衛被上帝評價為合祂心意的人，而他一生中的勇敢和事蹟，與他的三個養成背景有極大的關係：**敬拜者、戰士與領袖**。這三種身分，正是塑造職場勇敢所需的特質。

**敬拜**，代表我們與上帝的關係，也是生命的根基，我們可以用不同的方式來敬拜（如：唱詩、默想），但是最重要的，就是在敬拜中，承認上帝是我們生命的主，相信祂超越一切現實的限制；因此透過敬拜，我們就能無懼於暫時的困境，不因環境的動盪而有所動搖。身為**戰士**，我們需要從上帝而來的信心與確據，同時也要知道我們究竟為何而戰；在面對挑戰時，大

衛清楚地知道，「我來攻擊你，是靠著萬軍之耶和華的名。」（撒下十七 45）因著大衛對上帝的信心與勇氣，上帝也將得勝的能力與恩膏賜給大衛，使大衛得以在一次次戰爭中，勝了非利士人，並且勝了還要再勝。最後，要成為**領袖**不是一蹴可幾的，要從小事培養起，因為人在最小的事上忠心，在大事上也忠心；大衛從小便牧養羊群，成為羊群的領袖。放牧並非易事，需要有充足的邏輯、智慧與領導能力，也透過少年時期的鍛鍊與學習，使日後大衛不論是成為掃羅的戰士長、亞杜蘭洞的領導及以色列的君王，都有潛移默化的影響。

大衛的果敢與勇氣，是建立在對上帝的信心中，而上帝的同在，也成為大衛在職場上不斷向前得勝的契機；讓我們也因著信仰及對上帝的信心，在職場有一顆勇敢無懼的心，成為工作場域的敬拜者、戰士與領袖，也使我們的職涯能不斷地為上帝有所突破。

### 重點聚焦

一、真實的敬拜者	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 少年時期在野地</li> <li>● 青年時期在宮中</li> <li>● 成年時期在洞穴</li> </ul>
二、勇敢的戰士	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 少年時期面對野獸</li> <li>● 青年時期面對歌利亞</li> <li>● 成年時期面對非利士人</li> </ul>
三、善於領導的領袖	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 牧養羊群</li> <li>● 領導軍隊</li> <li>● 領導亞杜蘭洞</li> </ul>

### 引伸思考

- Q1. 我如何藉著敬拜、禱告，建立與上帝的親密關係，成為職場得勝的關鍵？  
Q2. 我如何靠主勇敢面對職場挑戰，勇於承擔責任？  
Q3. 我如何從小事學習領導，直到承擔大局？

## 職場工作觀

在廣告界，若想要接到案子，就必須到各大廠商處，與各家廣告業者比稿；而每一場比稿，都像在準備一場戰役，除了要準備周全，更要準備得出其不意，才能贏得廠商的芳心，抱得專案歸。人稱比稿王的 George 黃志靖，縱橫廣告界二十餘年，但鮮少人知道，George 不但是牧師的兒子，學的還是和廣告無直接相關的戲劇系！到底他是怎麼成為廣告界翹楚的？他又如何將信仰和廣告完美結合？

### 如何提出「神提案」？

George 分享，廣告其實就是把廠商的語言，翻譯成消費者的語言，所以在提案、比稿的過程中，有四個要訣是可以掌握的：

#### ● 差異化

身為求新求變的廣告人，必須時刻打破慣性思考、跳脫舒適圈既有的思維模式，在瞬息萬變的廣告市場中，創造另類思考空間。

#### ● 相關性

廣告是否感動人心，端看消費者能否從廣告中，找到產品與自己的緊密相關性，從而產生強烈的共鳴與需求感。

#### ● 知識性

廣告要能結合知識運用，一個廣告若賦予大眾知識新風貌，便能成功創造深度與話題。

#### ● 贏得尊重

成功的廣告不僅能深入人心，更能建立品牌的良好形象，贏得消費者的尊重。



▲創略廣告公司黃志靖總經理

### 行銷與福音的相遇

在傳福音的過程中，基督徒常常不自覺會有「屬靈術語」，使聽到的人常感到一頭霧水，甚至排斥福音。因此 George 深知，身為一個行銷人，若是無法切中消費者的需要，產品是絕對賣不出去的，就像保羅所說：「向什麼樣的人，我就作什麼樣的人。無論如何，總要救些人。」（林前九 22）因此 George 常把握開會或提案的機會，把神的話帶進提案裡，使福音在潛移默化中影響整個團隊。而他更以自身經驗鼓勵觀眾，活用各種傳福音的方式，自由地讓上帝的話語，活潑、深刻的滋潤人心。🌈

### 重點聚焦

一、誤打誤撞進入廣告界	二、信仰 vs 工作
三、提案要訣	四、如何激發團隊
五、行銷與福音相遇	

### 職場箴言

因為知道患難生忍耐，忍耐生老練，老練生盼望；盼望不至於羞恥，因為所賜給我們的聖靈將神的愛澆灌在我們心裡。羅馬書五 3-5

### 引伸思考

- Q1. 如何釐清神創造我的特質，善用恩賜進入最適合的職場？
- Q2. 如何在職場中，有一顆勇敢的心，以創造力勇於面對挑戰？
- Q3. 如何在傳福音過程中，切中人們真實需要？