

相对于智商、情商而言的“趣商”问题新探

车夫

(咸阳职业技术学院, 陕西 西咸新区 712046)

摘要: 人类心理学意义上的“趣商”新术语, 至今还被人一再歪解与错用, 现在该通过拨乱反正还它以应有的科学内涵, 并由此引导人们着力开发潜力颇大的趣味心理资源, 力争近期能在人生趣味视角下做出新兴产业与高职教育的大文章。这不仅顺应可持续提升国民生活幸福指数的国内要求, 而且可以推进人类命运共同体的构建步伐, 因而责无旁贷地以此成为习近平中国特色社会主义新时代高等教育科研工作者的使命担当。

关键词: 趣商; 幸福感; 心理资源; 趣味产业; 高职教育。

中图分类号: G641

文献标识码: A

文章编号: 94047-(2019)04-03-004

1 提升国民生活幸福指数与构建人类命运共同体视角下的“趣商”研究使命担当

身处习近平中国特色社会主义新时代的高职教育工作者, 在履行高等职业技术培训职责的同时, 还应当注重职业人自身精神潜力的挖掘与发挥。这是“以人为本”的要求, 更是时代使命的自觉担当。而关乎到我国人民生活幸福指数提升以及人类命运共同体构建的“趣商”心理资源开采新项目, 亟待先下手为强者的青睐。

1.1 “趣商”主导国民幸福心理

心理科学领域的“趣商”(即对“趣味商数”的简称)概念, 本来是与现代人们已经达成共识的“智商”“情商”术语可以相提并论的, 它们同样属于人脑主要机能的标志之一, 只不过前者被发现得晚了一些而已。如果说“智商是决定人生聪明与否的关键”, 而“情商是决定人生成功与否的关键”(“情商之父”丹尼尔·戈尔曼语), 那么, 能够决定人生幸福与否的关键词是什么呢? 据现代趣味心理学研究最新结论, 正是标志一个人趣味优劣程度的这个“趣商”。

人们之所以会产生幸福感, 而且人与人之间感受幸福生活的能力有强有弱, 甚至彼此差异很大, 就是因为各自的趣味心理素质不同, 即“趣商”差

别使之然也。作为标志个人趣味感知水准的微妙关键, “趣商”实质上从心理上主导着其幸福感觉。

1.2 “趣商”事关人类共同命运

个人幸福没有什么大不了, 一国之人获得幸福还不够周到, 只有全人类享受到了幸福生活, 那才算互惠共赢的大国外交! 其实人类共同幸福的生活愿景, 无非是个人幸福指数提升的普遍推广, 或者堪称“幸福人人、人人幸福”生活建设成就的最大化。

而要为构建这种造福于全人类的命运共同体做出特殊贡献, 其基础工程必须从关注并提升人类全体成员的“趣商”做起。正如我国当前攻坚克难的全民“扶贫”大会战一样, 人类幸福命运共同体构建者不能落下任何一方的人。

1.3 “趣商”现状必须拨乱反正

可是, “趣商”一词始用之日, 恰逢现代商品经济社会鱼龙混杂之时, 难免蒙尘受到污染。即使到了目前, 还有人在“趣商”的旗号下不遗余力地兜售非心理科学意义的黑货, 其中做生意广告者有之, 打色情擦边球者亦有之, 借此不务心智研发之实而表面哗众取宠者更不乏其人。在如此种种歪解、错用“趣商”术语的混乱时期, 还其科学内涵应有之义刻不容缓。

2 人类“趣商”问题忽视不得

收稿日期: 2019-09-21

作者简介: 车夫(1957—)男, 陕西省彬州市人, 文学学士, 副教授, 作家。研究与主创方向: 人生趣味文化及幸福生活愿景。

关于人类现代心理科学发展进程中遇到的“趣商”疑难问题，如今已经到了不容回避、不容忽略、不容任人歪解以至滥用的时候。倘若对此等严肃的心理科学新问题视而不见、麻木不仁甚至听之任之下去，那起码将是我们这代人人文教育科研工作者的严重失职。

2.1 “趣商”应用现状综述

作为一个新生的词条，“趣商”是什么时候出现的呢？据互联网提供的相关信息，最早提出这个概念的，是一家名为“可口可乐公司”的饮料企业。2009年底，该公司在浙江省范围内推出了“果粒奶优趣搭优质生活”大调查活动；同期，由新浪、腾讯、人人等门户网站发起了“美汁源果粒奶优趣商大调查”活动。其中“趣商”这个新词语，仅仅限于该饮料“1+1+1”（即“爽滑椰果粒+新西兰乳品+美汁源果汁”）美味营养巧妙趣搭的商业创意，并没有被赋予关乎人生幸福的心理学内涵。

同一时期，互联网上也出现了不少以“趣商”为标榜的大小企业，诸如“深圳趣商互动科技有限公司”“上海趣商电子商务有限公司”“趣商电子竞技（海南）有限公司”等，还有“趣商网”“趣商城”“趣商商学院”等商家及其商务人才培训机构，纷纷充斥在互联网上。至于在2016年9月份举办的“美博会”上，其代表性人物、被誉为“90后著名创业达人”的包陆羽，号称什么“趣商……是基于微商但高于微商的创业新概念，旨在打造有趣创业、快乐生活的行业理念，旗下主打情趣和健康产品”。很显然，此类旗号下的所谓“趣商”，并非决定人生幸福指数的心理学专业关键词。

在此期间，也不乏开始着眼于心理学专业的“趣商”探索者。例如一位名叫“张鹏”的有识之士，在其微博中已经数次涉及到这个具有心理科学指向意义的趣味商数问题。他于2014年4月19日发表了一篇博文，题目是《你的“趣商”有多高（第一版）》，就率先提倡将“趣商”与“智商”“情商”相对应。令人遗憾的是，当时张先生对“趣商”概念的定义还不够准确到位。他认为，趣商“是指除了‘对人的情感’以及‘生理欲望’以外的兴趣和乐趣”，又分解为可以给别人带来乐趣能力的所谓“外趣”、自己对世界产生兴趣能力的所谓“内趣”。这种论断虽然尚未进入心理学专业有

关人生幸福大计的“趣商”定义境界，不过，它毕竟接近对“趣商”这一新专业术语的科学认识了。

2.2 “趣商”乱象剖析

自从“趣商”新概念面世以来，出现了不少歪解以至错用的混乱现象。概括起来主要有五种，兹简析如下：

2.2.1 非正经本事的插科打诨之说 在道貌岸然者的传统文化观念里，有关善于感受趣味生活的技能（即高“趣商”者的本领）充其量不过是难登大雅之堂的小玩意儿，这就从根本上将“趣商”发展能力歪曲为无关紧要的雕虫小技，无疑不能与人生趣味文化混为一谈。

其实人生趣味心理科学领域的知识和技能并非易事，如果不当一门专修的学科来对待，恐怕是难以修业、修炼成功的。

2.2.2 “美味营养巧妙趣搭”创意之说 陷入一心只念生意经而不及其余的唯商品经济人，对“趣商”的理解仅仅局限于诸如“爽滑椰果粒+新西兰乳品+美汁源果汁”等几种美味营养产品巧妙趣搭的所谓“创意”范畴，显然与决定人生幸福关键要素的趣味商数这种科学内涵相隔太远。

决定人们幸福生活感的趣味心理机能，是相当复杂微妙的科学问题，至今尚待进一步研究并揭秘。而所谓“美味营养巧妙趣搭”的创意者，假借几种饮品的混合调配来凑“趣商”新概念的热闹，似乎幼稚而可笑。

2.2.3 标榜“趣商”的企业牌号之说 只图其美名而无其实质的商业招牌，尽管拿来“趣商”二字装潢门面，却不见人类趣味商数的运作理念及其创造人生幸福的精神成果，简直枉费了这一现代心理科学新术语的发现初衷。

属于企业行为的商标牌号力求标新立异本来无可厚非，想用“趣商”名义博取眼球也并非不可，但心理科学领域的“趣商”概念内涵不容歪曲。像如此滥用“趣商”旗号者，并非我们趣味文化建设者的真正同行。

2.2.4 “基于微商但高于微商”的创业新概念之说 受制于那种“电商”“微商”之类的商品经营思维定势，这一派“趣商”号称者所打造的无非是“有趣创业”“情趣和健康产品”，始终脱不了生意经的桎梏。

他们即使宣扬基调再高、牌子再新的所谓“创业新概念”，也只能徜徉在有关人生幸福生活的趣味心理大门之外。对此旁门左道之言，我们意欲人生趣味开发者无需搭茬。

2.2.5 排除“对人的情感”“生理欲望”的兴趣乐趣之说 人生趣味原本多种多样，高低优劣大有讲究，岂止兴趣和乐趣这两个小小的趣味种类所能限定？况且本来出自人们心理的“趣商”表现，当然关乎情感与身心机制，怎么能将什么“对人的情感”以及“生理欲望”弃置不顾呢？

这种说法如此片面理解人类心理学中的“趣商”新概念，实在难以令人苟同，不必拘泥于此也罢。

2.3 “趣商”正误甄别

顾名思义，“趣商趣商”，当指人类心理活动中的趣味商数，也就是人们对生活趣味感受的能力水平。这，就是甄别“趣商”一词应用是否正确的科学标准。可以说，任何不从这条科学含义出发的解读与用途，都是错误的。

2.4 “趣商”内涵辨正

跳出以往歪解“趣商”问题的思维定式圈子，运用心理学原理来洞察它与“智商”“情商”的辩证关系，我们就会恍然大悟！原来人类脑科学系统在智力因素以外的非智力因素之中，不仅包括情感、意志等重要成份，还有趣味这个并非可以忽略的宝贝呢。

既然我们已经承认个人生存与发展过程中两个脑力要素的基本论断，即人生聪明的关键取决于其“智商”、人生成功的关键取决于其“情商”，那么，还应当及时接受并顺从“人生幸福的关键取决于其‘趣商’”这条现代心理学研究的新结论。

站在人类心理学科研究成果的新高度，我们对“趣商”的科学认识就可以到位了：心理学意义上的“趣商”，是指人对生活趣味的感受能力程度，是指能够决定人生幸福关键的趣味品质水平——这，就是我们赋予“趣商”的应有之义，也是这个心理学新名词的真正内涵。

3 可用“趣商”命题大做文章

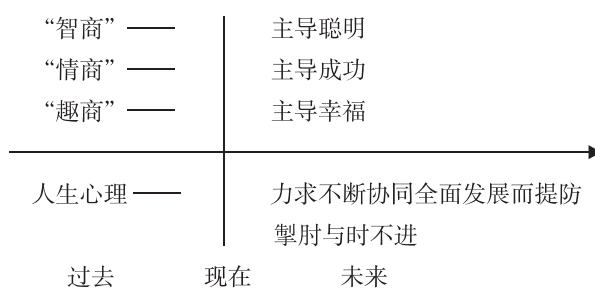
正本清源后的“趣商”科学内涵，切中了人生幸福感的关键。据此，我们可以拿来做一个做人生趣

味心理资源开发的诸多大文章——

3.1 “趣商”与“智商”、“情商”鼎足而立

在人类智商发展观和情商发展观的基础上，如今补上了决定人生幸福关键之举的趣味发展观这个短板，就等于完善了可以促进人们心理全面发展的自我文化管理先进模式。试看分别决定人生聪明、成功、幸福的“智商”、“情商”、“趣商”三大关键词已经认识明确，如果我们将这三者把握得当、协同发展，人生文化管理的正能量势必得到空前的释放。

根据以人类科学管理、行为管理为根基而创新并逐步发展起来的文化管理先进理论，我们可将引领并促进人们心理全面发展的“三商”（即智商、情商、趣商）文化管理模式图示如下：



这种纵横兼顾的人生心理发展坐标，透视出人类“三商”相互联动又相互制约的心理辩证关系，即随着个人一生之中“过去、现在、未来”三个时间节点的横向发展，其“智商、情商、趣商”这三层要素构成的心理综合机能也将处在要么不断协同全面发展、要么彼此掣肘与时不进的纵向动态局面。

以上由“智商、情商、趣商”三位一体协同促进人生心理全面发展的理论建模新成果，不失为现代心理学研究的一大进步。据此深入开掘人类“趣商”方面的不菲潜力，必将大有可为。

3.2 “趣商”决定人生幸福感

自己感到有趣味的，花再大的代价拿来都会享受到人生的幸福；而自以为没趣没味的，即使别人白白送来也得不到幸福感。这就是人类趣味感与幸福感走向一致的心理规律，谁也不能置之度外。

同样的道理，“趣商”高的人生活幸福感就比较强，“趣商”低的人则生活幸福感比较弱。为了提高人生的幸福指数，我们才有必要来大力研发这宗“趣商”资源。

3.3 “趣商”科学研发前景广阔

人类“趣商”心理科学的深入研究及其资源开发,必将带动相关新兴学科的产生和发展。据笔者初步探索,立足于人生趣味文化知识修业与趣味生活实践技能修炼的著书立说计划,可以推出富有创意和特色的高职教育新学科及其校本新教材。至于“‘趣商’测试站”“‘趣商’发展学院”“养趣会所”“趣味体验馆”之类的趣味生活新产业,也会大有开发前景的。

3.4 率先确立进而落实人生“趣商”可持续发展观

站在了“决定人生幸福关键”制高点的科学新视角,我们再来看待人类的“趣商”资源及其发展潜力,人生趣味系统中仅高尚类型的基本品种,最起码包括经典文化学者所一贯津津乐道的“人生三趣”——兴趣、乐趣、志趣;堪称趣味修养者初步入门的“三大基本功”——意趣、情趣、理趣;可谓人生“风致三趣”的童趣、谐趣、风趣;可谓人生“逸致三趣”的逸趣、闲趣、余趣;可谓人生“标致三趣”的景趣、野趣、雅趣;可谓人生“韵致三趣”的幽趣、媚趣、贞趣;可谓人生“文致三趣”的笔趣、辞趣、诗趣;可谓人生“高致三趣”的嘉趣、妙趣、奥趣;可谓人生“豪致三趣”的高趣、远趣、大趣;可谓人生“精致三趣”的细趣、微趣、精趣;可谓人生“殊致三趣”的古趣、苦趣、生趣;可谓人生“别致三趣”的奇趣、殊趣、别趣;可谓人生“神致三趣”的鹤趣、神趣、仙趣;可谓人生“极致三趣”的机趣、本趣、天趣等。其涵盖面本应那么丰富多彩,可是人们如今实际上能够享受到的,又是少得多么可怜!

人的趣味感知功能,来自其心理系统,自然离不开人体先天的遗传基因。也就是说,如果父母的“趣商”比较高,那么遗传给他们孩子的“趣商”基础也就差不到哪里去,最起码这位得天独厚的孩子势必具有较好的趣味感知潜能。反之,如果父母的“趣商”比较低,那么遗传给其孩子的“趣商”基础便令人不会怎么乐观,即使后天发奋努力提升起来也将颇不容易。

据大量人生趣味发展的典型案例分析,“趣商”形成的先天性因素固然是有的,但并不占主导

地位;而主要影响个人趣味感受水平的,即决定其趣商优劣程度的关键,是后天性的养成教育因素。

正因为人生趣味的品质主要依赖于后天培养和持续发展,所以我们就有必要对自己的生活趣味进行学识方面的修业和技能方面的修炼,更有希望从趣味文化学养与趣味实践技能双重体系的有机结合处提供授业育人新服务。可以相信,随着对人生趣味学养水平的不断提高、对人生趣味感受能力的经常锻炼,任何智力正常的人士都可以促使自己的“趣商”得到应有的进步。

可长期以来令人忧虑不安的一个普遍现象,是我们国人的趣味文化意识不强,幸福生活感受能力较弱,尤其是在养成教育以及深造教育阶段,偏重“智商”发展、懈怠“情商”发展而忽略“趣商”发展的后患匪浅。若用中华民族伟大复兴以及人类命运共同体构建的战略眼光来审视这个毋庸置疑的社会问题,由“趣商”可持续发展观主导的人生趣味深层资源就大有开发利用的现实价值了。人民大众幸福生活中的趣味要素的的确确不能缺失,而我们的当务之急,就是要率先确立并进而落实这个人人生“趣商”可持续发展观。

参考文献

- [1]梁启超.趣味教育与教育趣味.饮冰室合集第5册[M].中华书局.1989,6.
- [2]潘云明.情感智商[M].中国城市出版社.1997,6.
- [3]石立干.梁启超“趣味”美学思想略论[J].文艺理论与批评.2007,02.
- [4](美)丹尼尔·戈尔曼.情商(为什么情商比智商更重要)[M].杨春晓译.中信出版社.2010,11.
- [5]郑淑萍.趣味心理学[M].中国华侨出版社.2013,6.
- [6](英)大卫·休谟.论趣味的标准[M].(出自吴兴华《石头与星宿:译文集》)广西师范大学出版社.2017,5.
- [7]习近平.决胜全面建成小康社会,夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利——在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告[R].北京.2017,10,18.

[责任编辑 梁 晶]