

Ignore Everybody



And 39 Other Keys to
Creativity

要么拯救世界

图书在版编目 (CIP) 数据

要么拯救世界, 要么滚回家! / (美) 麦克劳德著; 闫佳译.

北京: 中国人民大学出版社, 2009

ISBN 978-7-300-11495-8

I. 要...

II. ①麦...②闫...

III. 漫画—作品集—美国—现代

IV. J238.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 220471 号

要么拯救世界, 要么滚回家!

[美] 休·麦克劳德 著

闫佳译

Yaome Zhengjiu Shijie, Yaome Gunhuijia!

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街31号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511398 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 涿州星河印刷有限公司

规 格 140 mm × 210 mm 32开本

版 次 2010年1月第1版

印 张 5.625插页2

印 次 2010年1月第1次印刷

字 数 127 000

定 价 25.00 元



湛庐文化·出品

Cheers Publishing

编辑
手记

拯救微软，拯救世界

2006年，微软是一股妄图统治世界的邪恶力量。

2006年，休的“蓝色怪兽”席卷了微软的办公室。

一纸名片大小的蓝色旗帜，杀气腾腾地驰骋在微软的战场。

先是在休居住的英国，接着是微软全球。办公室隔间板被怪兽的卡通画全面覆盖。

每一个微软人都在重复“蓝色怪兽”的训诫：要么改变世界，要么滚回家！

当“蓝色怪兽”的旗帜在微软全球的办公室挂起，当“蓝色怪兽”成为 Facebook 网站热议的话题，当“蓝色怪兽”成为微软特色酒的 LOGO，微软 10 年沉积的邪恶面目一扫而光。

负面的公众形象、数不清的法律官司、愈来愈低的员工士气、死气沉沉的办公室文化，被激情和梦想取而代之。

微软告诉员工，要么改变世界，要么滚回家！

微软员工告诉每一个同事，要么改变世界，要么滚回家！

其他人告诉微软，必须改变世界，否则滚回家！

这是休想做的，这是休做到的，一场办公室文化的革命瞬间清洗了微软。

“‘蓝色怪兽’就像一个博客，微软人通过这样的非正式途径向外界展现了他们工作的人性化魅力。”

——休·麦克劳德

清醒的微软人终于相信，我不是在开发软件和写代码，我是在让这个世界更美好！

在微软惊醒的时刻，依然有人在沉睡。那些沉迷于扼杀创意、防止变革的大公司和大领导们，他们只知道墨守成规！再墨守成规！

当我们失信于这个时代的大公司，当报纸的头条充斥着大公司的丑闻，当街头贴满大公司不要脸的广告，当大公司挤满了老奸巨猾的律师、呆头呆脑的会计和丧失思考力的员工，休带着他的“蓝色怪兽”来了。

“蓝色怪兽”叫醒了微软，接下来，休和他目中无人的狂言和肆意发挥的漫画要唤醒整个世界。

一切为了您的阅读价值

常常阅读我们图书的读者一定都记忆犹新,2008年前出版的图书中,都放置了一篇题为“一切为了您的阅读体验”的文章,文中所谈,如今都得到了读者的广泛认同,也得到了出版业内同行的追随。

在我们2008年以后的新书以及重印书中,读者会看到这篇“一切为了您的阅读价值”;而对于我们图书的新读者,我们特别在整本书的最后几页,放置了“一切为了您的阅读体验”的精编版。今后,我们将在每年推出崭新的针对读者阅读生活的不同设计和思考。

★ 您知道自己为阅读付出的最大成本是什么吗?

★ 您是否常常在阅读过一本书籍后,才发现不是自己要看的那一本?

★ 您是否常常发现书架上很多书籍都是一时冲动买下,直到现在一字未读?

★ 您是否常常感慨书籍的价格太贵,两百多页的书,值三十多元钱吗?

老 阅读的最大成本

读者在选购图书的时候,往往把成本支出的焦点放在书价上,其实不然。**时间才是读者付出的最大阅读成本。**

阅读的时间成本 = 选择图书所花费的时间 + 阅读图书所花费的时间 + 误读图书所浪费的时间

老 选择合适的图书类别

目前市场上的**图书来源**可以分为**两大类,五小类**:

1. 引进图书:引进图书来源于国外的出版公司,多为从其他语种翻译成中文而出版,反映国际发展现状,但与中国的实际结合较弱,这其中包括三小类:

a) 教科书:这类书理论性较强,体系完整,但多为学科的基础知识,适合初入门的、需要系统了解一门学问的读者。



b) 专业书：这类书理论性、专业性均较强，需要读者拥有比较深厚的专业背景，阅读的目的是加深对一门学问的理解和认识。



c) 大众书：这类书理论性、专业性均不强，但普及性较强，贴近现实，实用可操作，适合一门学问的普通爱好者或实际操作者。



2. 本土图书：本土图书来源于中国的作者，反映中国的发展现状，与中国的实际结合较强，但国际视野和领先性与引进版相比较弱，这其中包括两小类，可通过封面的作者署名来辨别：

a) “著”作：这类图书大多为作者亲笔写就，请读者认真阅读“作者简介”，并上网查询、验证其真实程度，一旦发现优秀的适合自己的作者，可以在今后的阅读生活中，多加留意。系统地了解几位优秀作者的作品，是非常有益的。

b) “编著”图书：这类图书汇编了大量图书中的内容，拼凑的痕迹较明显，建议读者仔细分辨，谨慎购买。

老 阅读的收益

阅读图书最大的收益，来自于获取知识后，**应用于**自己的**工作和生活**，获得品质的**改善和提升**，由此，油然而生一种无限的**满足感**。

业绩的增长



职位的晋升



工资的晋级



更好的生活条件



一张电影票



一顿麦当劳



一次打车费



两公斤肉



本书谨献给我的侄子侄女

——休大叔爱你们

This book is dedicated
to my nephews and
nieces—lots of love
from Uncle Hugh!



I don't
have Friends.
I have
New York.

我没有朋友。

我拥有纽约。

Preface

序

1997年12月，我第一回住进曼哈顿的时候，养成了一个在名片背后涂涂画画的习惯，这样，我在酒吧里一个人呆坐，手里好歹算有件事儿可以做做。一不留神，这个习惯就坚持了下来。

初抵纽约，我仅有两只皮箱，一堆装满杂物的纸箱子。我在青年旅社预订了房间，应邀到市中心一家广告公司去做为期10天兼职文案的活儿。

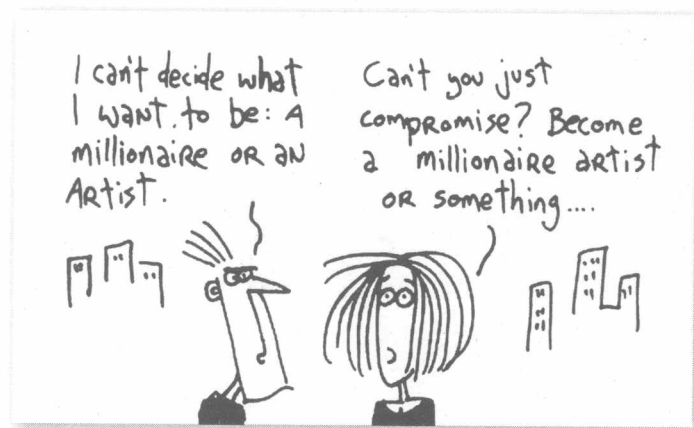
接下来的几个星期，我上班，在城里溜达，等酒吧关门后蹒跚地回到旅社。喝了很多的酒和咖啡。碰到了大把的怪人。一天总有五六回想要同时大哭大笑，高声唱歌。每当此时，总有好些话想往兜里的名片背后写。

兼职活儿变成了一份永久性的工作，接下来的两年我都住在纽约。对新人来说，在纽约的头一个月简直神奇得没法形容。明亮有如白炽。在纽约待得越久，就越是渴望再度体验那种感觉。追逐曼哈顿的巨龙。不知为什么，名片背后的小图画却抓住了这一切——强烈又稍纵即逝的本性，永恒的纽约之歌。

十多年来，它成了我最主要的漫画形式。原作要么画在名片背后，要么就画在裁成同样大小（3.5英寸×2英寸）的硬纸板上。最常用的是红环0.3mm针笔，黑色墨水。偶尔我也用其他东西——铅笔，水彩，圆珠笔，电脑手写板——但次数不多。

2001 年，我住在英国，开了一个博客，gapingvoid.com，开始在线发表我的“名片漫画”。2004 年，我发表了一系列博客文章，讲述“如何变得有创意”。你现在读的这本书，就以它们为主体。在此期间，身为漫画家、博主和营销人的我，碰到了好多奇遇。我目前住在遥远的得克萨斯西部，远离所有的大城市。要想了解这些磨难、旅途和人生的完整故事，请上我的博客。

本书的前身，“如何变得有创意”，在网上已经被下载超过 100 万次。出于创意和商业双方面的考虑，我对最初的在线版本做了一些改动——增加了更多章节，配了更多的漫画，用更文雅的字眼儿替代了之前一些太口语化的词汇。我跟出版商约定，我可不想光是为了出版，就改变最初帖子的精神。好在他们多多少少也希望我这样。为此，我要给他们道声谢谢。



左：我还没决定好要当哪个：是做个百万富翁，还是做个艺术家。

右：你就不能折中一下？做个百万富翁艺术家之类的？

第1章

目中无人

1. 目中无人 2
2. 点子不必大，是你的就行 6
3. 堆时间 10
4. 好点子总有个孤独的童年 14
5. 别指望突然被发现 18
6. 自己的经历自己买单 22
7. 人人上幼儿园时都有一盒彩色蜡笔 25
8. 保住你的正职 29
9. 扼杀创造力者死 33
10. 人人都有自己的珠峰要爬 37

Contents

目录

第2章

把愿做和不愿做分开

11. 越有天分，越不需要花招 42
12. 别再努力脱身而出，要彻底避开人群 47
13. 如果你接受痛苦，它就再不能伤害你 51
14. 绝不要拿你的内在去跟别人的外在比较 54
15. 英年早逝，死不足惜 59
16. 把你愿做和不愿做的事情分开 63
17. 世界在变 68
18. 荣誉易得，激情难买 72
19. 避开吹水机一族 75
20. 用你自己的声音歌唱 80

发自内心地写

21. 媒介的选择无关紧要 84
22. 卖出去比看上去难 89
23. 没人会在乎，为你自己干吧 92
24. 担心“商业化还是艺术化”，完全是浪费时间 95
25. 别发愁，灵感总是会来的 98
26. 你必须找到自己的独门绝技 102
27. 发自内心地写 106
28. 得到赞同的最好办法就是根本不需要它 109
29. 力量从来不是别人给的，是自己夺的 112
30. 不管你做出什么选择，魔鬼最终都会来讨债的 115

趁着暧昧还在，尽情享受它吧

31. 搞创作最丑的地方是要习惯它 120

32. 保持简洁 123

33. 允许作品和你一起变老 126

34. 贫穷很要命 129

35. 把兴趣变成工作，你可得小心 132

36. 趁着暧昧还在，尽情享受它吧 136

37. 写博是成名的捷径 140

38. 意义崇高，人则不然 145

39. 等梦想变成现实，它就不再是梦想 149

40. 这些不是什么高深的科学玩意儿 155

第1章

1.1 绪论

目中无人

Ignore
everybody

1. Ignore everybody

目中无人

The more original your idea is, the less good advice other people will be able to give you. When I first started with the cartoon-on-back-of-bizcard format, people thought I was nuts. Why wasn't I trying to do something that was easier for markets to digest, like cutie-pie greeting cards or whatever?

你的想法越是新颖原创，其他人就越是没法给你提出什么好建议。我最初在名片背后开始画漫画时，人们都以为我是疯子。为什么我不去尝试一些市场更容易消化的东西呢？比方说情人节贺卡一类的东西？

在点子刚冒出来的那一刻，你并不知道它是好是坏。其他人也不知道。你顶多能指望你对它有一种强烈的直觉。信任自己的感觉，并不像乐天派们说的那么容易。感觉也我们吓着是有原因的——它们跟我们讲的，跟世界上其他人跟我们讲的完全是两码事儿。