

无论你从事何种职业，这本书都可以改变你的思维方式
找到创意诞生的法则，让好点子自己来敲门！

世界最知名的创造力大师



**CRACKING
CREATIVITY**

米哈尔科
创意思维

9

法则

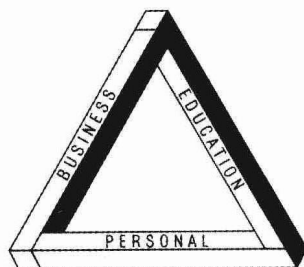
[美] 迈克尔·米哈尔科 (Michael Michalko) 著

曲云 译



中国人民大学出版社
China Renmin University Press

THE SECRETS OF CREATIVE GENIUS



CRACKING CREATIVITY

THE SECRETS OF CREATIVE GENIUS

米哈尔科创意思维9法则

[美] 迈克尔·米哈尔科 (Michael Michalko) 著

曲云 译

中国人民大学出版社
·北京·

图书在版编目 (CIP) 数据

米哈尔科创意思维 9 法则 / (美) 米哈尔科著 ; 曲云译.

北京 : 中国人民大学出版社, 2010

ISBN 978-7-300-11672-3

I. ①米…

II. ①米… ②曲…

III. ①创造性思维-通俗读物

IV. ①B804. 4-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 066620 号

米哈尔科创意思维9法则

[美] 迈克尔·米哈尔科 著

曲云 译

Miha'erke Chuangyi Siwei 9 Faze

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.crup.com.cn)

[http:// www. ttrnet. com](http://www.ttrnet.com) (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京京北印刷有限公司

规 格 170 mm × 230 mm 16 开本

版 次 2010 年 4 月第 1 版

印 张 15 插页 2

印 次 2010 年 4 月第 1 次印刷

字 数 187 000

定 价 39.80 元

版权所有

侵权必究

印装差错

负责调换

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？

一 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

二 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



一张电影票

职位的晋升



一顿麦当劳

工资的晋级



一次打车费

更好的生活条件



两公斤肉



前言

天才是如何想出好点子的？在《蒙娜丽莎》的创作和相对论的诞生中，作者的思维方式有什么相同之处吗？爱因斯坦、爱迪生、达芬奇、达尔文、毕加索、米开朗基罗、伽利略、弗洛伊德和莫扎特这些历史上鼎鼎大名的人物，他们的思维策略都有什么特点呢？我们可以从他们身上学到什么？这本书讲解这些思维策略，并告诉大家该如何使用这些策略，从而在工作和生活中展示出更多的创造力。

多年以来，学者和研究员们一直在努力研究天才，并给出了很多他们认为至关重要的数据，就好像这一堆堆的数据就可以说清楚天才是怎么回事儿一样。在哈维洛克·埃利斯（Havelock Ellis）1904 年的研究中，他认为最杰出的天才有以下特征：父亲年龄要超过 30 岁，母亲则不超过 25 岁，而且天才在幼时总生病。其他学者则说很多天才大都未婚（笛卡尔、伽利略、牛顿），还有一些没有父亲（狄更斯）或母亲（达尔文、居里夫人）。但是到头来这些数据并没有什么意义。

学者们还试图研究智力和天才之间的联系。单有智力是不够的。玛丽琳·沃·莎汪（Marilyn vos Savant）的智商高达 228，这是有记录的最

高智商，但是她在科学或艺术领域并没有什么贡献，只是 *Parade* 杂志的读者来信问答专栏的作家。普通心理学家的智商比诺贝尔奖获得者理查德·费因曼（Richard Feynman）高很多，但是费因曼却被大家公认为美国最后一个天才（他的智商只是较好，122 分）。

天才并不是指那些在 SAT 考试中获得 1 600 分、在 7 岁就掌握 10 门语言、以创纪录的时间完成《纽约时报》填字游戏、智商特别高，或仅仅是聪明的人。20 世纪 60 年代曾出现了一场由吉尔福特（J. P. Guilford）发起的大讨论。吉尔福特是一名出色的心理学家，他呼吁科学家们把注意力放在创造力上。心理学家们经过这次讨论所得出的结论是，创造力和智商是不同的，一个人可能非常有创造力但智商不高，也可能智商很高但创造力有限。

大多数普通智商的人根据拿到的数据或问题所得出的答案和预想的常规答案一样。举个例子，在被问到“13 的一半是多少”的时候，我们大多数人都可以立刻答出是 6.5。你可能几秒钟就得出了答案，然后就将注意力转向别处。

通常，我们的思维是再生产型的，其基础是过去遇到过的相似问题。在遇到问题时，我们会以过去做过的事情为基础。我们会问：“在我的生活、受过的教育和经历过的工作中，关于解决这个问题我都有些什么知识？”然后我们就进行分析，并依据过去的经验挑选出最有可能的办法，排除所有其他的方法，朝着解决问题的方向找出一个清晰的角度。因为是基于过去的经历，所以采取的步骤看起来很不错，并且我们也会十分傲慢地确信自己得出的结论是正确的。

相反，天才的思维是生产型的，而非再生产型。在遇到问题时，他们会问自己有多少种不同的方式来看待这个问题，如何重构这个问题，以及有多少种不同的解决方法，而不会去想为解决这个问题方面自己都有些什么知识。他们倾向于得出多个不同的答案，有些是反常规的，还

有可能是独特的。在解决前面提出的问题时，一个生产型的思考者就会说，有很多方法表达“13”，因此就有很多不同的一半。下面就是一些例子。

例：13（thirteen）的一半
6.5
6 和 0.5
Thir 和 teen=4（每边 4 个字母）
13=1, 3
XIII=11, 2
XIII=8, 8（水平进行分割，就得到了上面一个 8，下面一个 8）

通过生产型思考，我们可以想出尽可能多的可能性，包括可能性最大的以及最小的。重要的是就算已经找到了最有可能的办法，还是愿意去发掘所有的方法。爱因斯坦曾被人问到说他和普通人之间有什么差别。他说，如果他让一个普通人去干草堆里找一根针，他们在找到它的时候就认为自己完成了工作；而他自己则会翻遍整个草堆找出里面所有的针。

1968 年瑞士在制表业建立了霸主地位。瑞士人自己在瑞士纽沙特的研究发明了由电子驱动的表。但是，它却受到了瑞士每个制表商的抵制，因为以他们在这个行业的经验，他们认为电子表不可能会成为未来的手表。毕竟它是靠电池驱动，没有轴承，也没有主弹簧，并且也几乎没有齿轮。精工看上了这个被瑞士制表商在“世界手表大会”上拒绝的发明，并藉此在之后占领了世界制表市场。当 Univac（即通用自动电子计算机）发明计算机的时候，他们拒绝了那些询问的商人，因为他们说计算机的发明是针对科学家的，不会有任何商业用途。然后就有了 IBM。IBM 自己也曾说过，个人电脑市场几乎不存在。事实上，他们很肯定地说，在整个世界上需要个人电脑的人绝对不会超过五六个人。然后就有了苹果公司。

为了获得成功，我们需要让想法多样化。从本质上来说，如果基因库一点变化都没有的话，它根本无法适应不断变化的环境。总有一天基因里携带的智慧会转变成愚蠢，结果是这个物种的生存将会受到威胁。我们每个人的头脑中也在经历着相似的过程。我们所有人都有来自过去的经验的丰富想法和观念，它们帮助我们存活下来并且不断发展。但是如果观点没有变化，那么思维就会僵硬，不再具有优势，最终我们只会与对手的竞争中失败。

再来看几个例子：

- 在 1899 年，美国专利局局长查尔斯·杜埃尔（Charles Duell）建议政府关闭专利局，因为他认为所有可以被发明的东西都已经发明出来了。
- 1923 年，知名物理学家以及诺贝尔奖得主罗伯特·密立根（Robert Millikan）说人类根本不可能掌控原子能。
- 一个名叫菲利普·瑞斯（Phillip Reiss）的德国人在 1861 年发明了一种可以传输音乐的机器。在他即将发明电话时，德国通信领域的每位专家都劝他，说这个机器根本不会有实用之地，因为电报就够用了。15 年之后，亚历山大·格雷姆·贝尔（Alexander Graham Bell）成功发明了电话，并因此成为了一名百万富翁，德国则成为其第一个最忠实的用户。
- 切斯特·卡尔森（Chester Carlson）在 1938 年发明了静电印刷术。包括 IBM 和柯达在内的多家大公司都嘲笑他的想法并拒绝了他。他们说既然复写纸又便宜、量又多，头脑正常的人就不会去购买昂贵的复印机。
- 当弗雷德·史密斯（Fred Smith）还是耶鲁大学的学生时，就有了建立联邦快递的想法，现在它已经是全美国范围的一家速递公司，货物隔天就可以送到。当时，美国邮政、UPS、美国递送领域的差不

多每个专家以及他的商业课教授都预言说他的公司会失败。他们说以他们在这个行业的经验，没人愿意为速度和可靠支付昂贵的费用。

创新型天才如何生成这么多选择和推断呢？为什么他们的想法如此丰富多样？他们又是如何制造出这种“盲目的”多样性，既新颖又有创新精神？越来越多的学者都给出证明说天才的思维是有特点可循的。通过研究世界上最伟大思想家的笔记本、通信、对话和想法，他们已经找出一些天才所共有的思维策略，正是这些策略使得天才能拥有数量众多的新奇而富有创造性的想法，这些策略呈现出一个非常清晰的自然界创造图。

此书向读者展示了一些富有创造力的伟人的思维策略，他们来自科学、艺术和工业领域，特别包括爱因斯坦、达尔文、达芬奇、弗洛伊德、毕加索、爱迪生、莫扎特、理查德·费因曼、路易斯·巴斯德、伽利略、华尔特·惠特曼、尼尔斯·玻尔、亚历山大·格雷姆·贝尔、亚里士多德、亚历山大·弗莱明、米开朗基罗、巴赫、乔治·威斯汀豪斯、尼古拉·特斯拉、沃特·迪士尼、马莎·格雷厄姆、T. S. 艾略特、保罗·塞尚、牛顿、大卫·伯麦、斯特拉文斯基、丁尼生、爱德加·爱伦·坡、乔纳斯·索尔克和伯特兰·罗素。

创造性思维的技巧将会告诉你如何在公司和个人生活中产生想法和找到创造性的解决办法。每个技巧都包含了特别的说明，并用天才如何利用这些策略获得突破性想法的逸事、故事和例子解释为什么这些技巧有用，以及它们是如何起作用的。当你使用这些技巧的时候，你就会重新思考你看待事物的方式，从一个全新的视角去看待世界。

如果你可以用这些策略组织你的思维，就可以学会看到那些其他人看不到的东西，想到其他人没有想过的东西。本书主要分为两部分。第一部分是“如何看”，展示了天才使用了何种策略，从不同于寻常的方式看待问题。第二部分是“如何想”，这是本书的核心，它给出了天才在生

成突破性想法和创新的解决办法时使用的7种创造性思维策略。这些策略是历史上科学、艺术和工业领域的天才都会用到的思维方式，它们将会告诉你如何使自己的思维多样化，如何获得用普通的方法无法获得的想法。

如果你想要在你的工作和个人生活中表现出更多创造力，那就使用本书中的策略。你可能不会成为另一个达芬奇或爱因斯坦，但是你会比其他无意识或不懂策略的人更能创新。我无法告诉你知道这些东西能给你带来多大的好处。我们所在的世界无法给你提供任何保证，我们所拥有的，仅仅是机遇。

Contents 目录

第一部分 如何看

第1章 法则一：看了又看 3

达芬奇在设计第一辆自行车的时候，结合了发明者、产品投资人、消费者，以及将会使用这种交通工具的城市等多角度来看待这一新型交通工具。

第2章 法则二：画出你的想法 29

爱因斯坦认为，用文字去解释他的科学理论是很困难的，因为他一直都是用图解的方式进行思考，这才有了最初的 $E=mc^2$ 。

第二部分 如何想

第3章 法则三：一百个烂点子里总有一个好点子 55

莎士比亚共创作了154首十四行诗，其中有些可称为杰作，而多数却水平一般，还有一些则烂极了。事实上，大诗人写出的烂诗歌要比小诗人多得多，原因很简单，就是因为他们创作的诗作更多。

第4章 法则四：“混搭”也能出惊喜 77

《蒙娜丽莎》不是一个人！达芬奇认为，与其自己去创造一个所谓的最美丽的脸，不如从很多美丽的脸上取出最美丽的部分，再加以组合。

第5章 法则五：有意识的“随机”碰撞思想的火花 97

在弗洛伊德的父亲去世时，他按照犹太人的传统帮父亲合上眼睛。“合上眼睛”这个简单的动作，让他联想到了俄狄浦斯国王以及心理压抑。几个月之后，他创造了一个新的理论——压抑的性幻想，也就是人们所熟知的恋母情节。

第6章 法则六：看到另一面 117

亨利·福特进入汽车业时，行业普遍的想法是“找人来工作”。他转换了这种想法，把工厂假想成“屠宰场”，从而发明了装配汽车的流水线。

第7章 法则七：跨界跨出好想法 137

通过观察耳朵的内部工作原理和膜震动移动钢铁的现象，贝尔发明了电话。因为怀特兄弟发现兀鹰在飞行时能够保持平衡，从而获得了保持飞机稳定飞行的启发。

第8章 法则八：擦亮你发现创新的眼睛 165

弗莱明并非第一个遇到培养皿被真菌污染的科学家，克拉克也不是第一个走入麦当劳汉堡店的人。但是，弗莱明发现了青霉素，克拉克看到了一个新的食品行业的惊人潜力。

第9章 法则九：让合作成长成为一种热情 189

沃特·迪士尼的最大秘诀就是他能将自己的作品做得有趣，从而唤醒伙伴心中的孩子，也因此激发起公司同仁的高度热情。

后记 213

译者后记 217

第一部分

如何看

法国艺术家保罗·塞尚倡导一种全新的观察世界的多视角意识。他的探索始于一个十分简单的事情：如果一个人看一个东西时，先用一只眼看，然后闭上这只眼，再用另外一只看，他的视角就会发生变化。同样地，如果人改变站立的位置，视野也会发生变化。塞尚的过人之处就在于，他认识到这些不同的视角可以让艺术家在看待这个世界时，发现各种充满创造性的可能，他也因此改变了艺术的本质。

从不同的角度看问题，我们就可以找到更简单更快的方法去解决问题。

思考下面这个关于两条相同线条的问题。我们都知道 $1+1=2$ 。这是从“边缘”和“边界”的角度考虑的。如果你换个角度，从“边缘”和“边界”转换到“区域”和“表面”，那你就可以看到，平面被两条线条分割成三块区域，这样就是 $1+1=3$ 。另外，如果你将这两条线中的一条水平放置于另一条上（如下页图），那么就有了4条分支或延伸，即 $1+1=4$ 。你还可以想象看到其中有4个长方形、4个三角形以及4个正方形。通过移动中心点、角度和分

支，它们之间的数字也不一样。总的来说，一条线加上一条线可以有多个结果。

$$\begin{array}{c} | + | = || \\ \times \times + + \end{array}$$

从不同的角度看待这两条线就很好地证明了，任何一种看待事物的方式都只是多种可能方式中的一种罢了。当摆脱了既定的思维方式，从多个角度去看待问题的时候，你就能对多种可能性有新的了解。这就是为什么天才能够比普通人找到更多视角的原因。

※ 亚里士多德在分析中会寻找多个不同的“原因”；

※ 达芬奇在思考时会系统性地采用多个角度；

※ 爱因斯坦会用多种方法分析问题，包括图解法。

第一部分中的策略说明了创造型天才们如何通过用不同的方法阐释问题而拥有众多看问题的角度，这些方法包括：

※ 用不同的方法重构问题（第1章）

※ 用图表、图示和绘画分析问题（第2章）

想象你有一口袋橡胶球，除了1只是白色以外，其余都是黑色，因此拿出白色球的几率很小。如果你再多加5只白色球放到袋子里，那么拿出白色球的几率就增大了。如果再加入10只，那几率就更大。用不同的方法看问题就好像是放入更多白色球，每次使用一个不同的方法，你就更有可能发现独特视角或获得突破性观点。

Cracking Creativity

法则一：看了又看

第1章

达芬奇认为，要了解一个问题的结构应该从学会如何重述这个问题着手，并从不同的角度去观察它。他说自己在遇到问题时，最先采用的方法总是倾向于用自己最常用的观察方法。然后他会从一个角度转向另一个角度，再到另一个角度。每变换一次角度，他就能更加深刻地了解这个问题，也就逐渐开始了解到问题的本质。达芬奇将这种思考策略称为 *saper vedere*，意为“知道如何看问题”。

天才往往是因为发现了新的视角才成为天才。爱因斯坦相对论的精髓就是不同观察角度之间的作用关系。弗洛伊德通过重构一个观点：无意识是“不成熟”大脑的一部分，成功地帮助病人改变他们对自己行为的看法和反应。

我们的头脑试图简化生活，其中一种方式就是形成对问题的第一印象。我们一旦确定了一个视角，就只留下一种并排除其他所有的。我们