

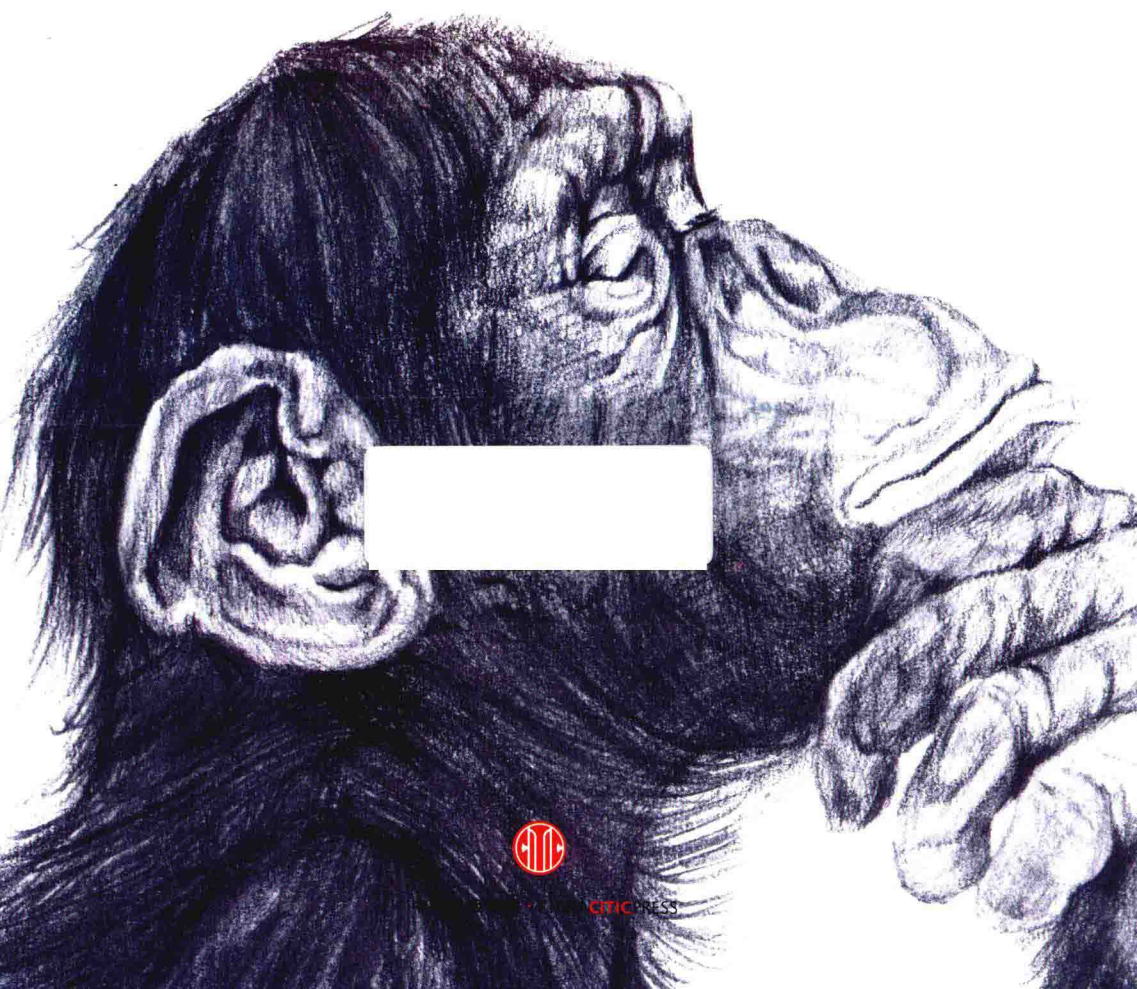
SHORTCUT

创新的本能

类比思维的力量

[美] 约翰·波拉克 (John Pollack) ◎ 著

青立花 胡红玲 陆小虹 ◎ 译



CHINA PRESS

创新的本能

类比思维的力量

[美] 约翰·波拉克 (John Pollack) ◎ 著
青立花 胡红玲 陆小虹 ◎ 译

图书在版编目(CIP)数据

创新的本能: 类比思维的力量 / (美) 波拉克著;
青立花, 胡红玲, 陆小虹译. —北京: 中信出版社,
2016.2

书名原文: Shortcut
ISBN 978-7-5086-5777-6

I. ①创… II. ①波… ②青… ③胡… ④陆… III.
①经济学—研究 IV. ①F0

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第317289号

Shortcut by John Pollack

Copyright © 2014 by John Pollack

All rights Reserved including the right of reproduction in whole or in part in any form.

This edition published by arrangement with Gotham Books, a member of Penguin Group (USA) LLC, A Penguin Random House Company.

Simplified Chinese translation copyright © 2016 by CITIC Press Corporation

本书仅限中国大陆地区发行销售

创新的本能: 类比思维的力量

著 者: [美] 约翰·波拉克

译 者: 青立花 胡红玲 陆小虹

策划推广: 中信出版社(China CITIC Press)

出版发行: 中信出版集团股份有限公司

(北京市朝阳区惠新东街甲4号富盛大厦2座 邮编 100029)

(CITIC Publishing Group)

承印者: 北京楠萍印刷有限公司

开 本: 787mm×1092mm 1/16

版 次: 2016年2月第1版

京权图字: 01-2015-1847

书 号: ISBN 978-7-5086-5777-6 / F · 3575

定 价: 39.00元

印 张: 13 字 数: 137千字

印 次: 2016年2月第1次印刷

广告经营许可证: 京朝工商广字第8087号

版权所有·侵权必究

凡购本社图书, 如有缺页、倒页、脱页, 由发行公司负责退换。

服务热线: 010-84849555 服务传真: 010-84849000

投稿邮箱: author@citicpub.com

INSCRIPTION

题 记

世事的起伏本来是波浪式的，
人们要是能够趁着高潮一往直前，一定可功成名就。
要是不能把握时机，就要终生蹉跎，一事无成。
在浩瀚的大海中，我们正在漂泊。
我们必须把握潮涨的时刻，
否则眼前的幸运将随波逐流。

——莎士比亚，《裘力斯·恺撒》第四幕第三场

PREFACE

序 言

类比助我登上国政之船

我想显得自信些，却局促地坐在白宫西翼的一张黄色长沙发上，浑身不自在。对面的大木桌后面，坐着美国总统的首席演讲撰稿人，他正在翻阅我的简历。

几十年前，也许是在约翰逊总统执政时期，我坐的这张豪华长沙发就在这里了。历经多届政府、多场危机，沙发的弹簧已失去弹性。只要我往后靠，就会陷入坐垫，我往前挪，可能会坐到底板上。我就这样坐在沙发边缘，等着。

就在一天前，我坐在没有电梯的杜邦环岛酒店 5 楼——没刮胡子，没有工作，对未来充满不安。白宫突然打来的电话让我惊喜不已。我曾在国会担任过几年演讲撰稿人，两次努力想成为总统演讲撰稿人，但都未能如愿。现在总统的一位演讲撰稿人离职，于是有了一个职位空缺。电话那头问我是否愿意去面试？

首席演讲撰稿人特里·埃德蒙兹终于抬起头，把眼镜推到头顶。“你文笔很好。”他说，“我不怀疑你有胜任这份工作的能力，但是你还做了很多其他……”他停下来，寻找合适的词语，“你还做了很多其他项目。这个‘软木塞船’是什么？”我知道他这样问不仅是在问问题，还有些发难的意味。

他在问我简历的最后一行：正在建造世界上第一艘软木塞船。我解释说，我正在积攒 10 万个酒瓶软木塞，建一艘以北欧海盗船为模型的小船，我计划乘这艘软木塞船横穿法国酒乡。建造软木塞船是我童年的梦想，我决心实现它。

埃德蒙兹眯起了眼睛，我感觉到我将失去在白宫工作的最后一次机会。但是，就在我和我的事业在那张长沙发边缘岌岌可危之时，一个类比涌入了我的脑海。

“先生，建一艘软木塞船很像写一篇好的演讲词……”

埃德蒙兹歪着头，扬起了眉毛。我已经来不及退缩了。“在这两种情况下，”我解释道，“你都是搜集了一堆杂乱的东西，比如软木塞或者单词，它们单独存在时做不了任何事，但如果你仔细地拼装，把它们按正确的顺序码放，它们就会带给你一趟最精彩的旅行。”

说完，我便停了下来。

埃德蒙兹打量了我很长时间，然后浮现出一丝笑容，他带着有点儿勉强但又钦佩的表情摇了摇头——不是因为我的航海梦想，而是因为我的随机应变。他理解了这个类比的含义，而我获得了这份工作。

12 年后，当我开始写这本书时，我想探讨类比在游说中起到的微妙而强大的作用。因为人们常常会忽略类比，类比不是偶然出现的，而是一种论

据——就像冰山，大部分的冰块和力量都隐藏在海面以下。在许多辩论中，运用了最好类比的人往往就是获胜者。

随着我的研究不断推进，我越来越觉得类比比单纯的劝说更加有力。类比在创新和决策方面起到了催化作用，常常会产生戏剧性的效果。从启发亨利·福特发明第一条流水线的芝加哥血腥屠宰场到把美国卷入越南战争的“多米诺骨牌理论”，再到史蒂夫·乔布斯把“思想的自行车”想象成麦金塔机，类比在塑造我们今日世界的过程中起到了推动作用。

尽管类比很重要，但是许多人对其只有模糊的概念。从广义上说，类比仅仅是一种比较，它是在人们感知到的两种不同事物间的共有特性或关系的基础上，进行一个或明确或模糊的类比。在日常使用中，类比实际上呈现出许多形式，包括隐喻、明喻、政治口号、法律论证、营销口号、数学公式、圣经寓言、公司标志、电视广告、委婉辞语、谚语、寓言和运动元素等等。

掩藏在这些外在形式下，类比发挥的作用比大多数人看到的要大得多。不仅因为类比产生的论据，也源于它们常常激发推翻推理思维的情绪，有时是在潜意识的状态中。事实上，我们不间断地对一个又一个事物进行类比或评价，因为这样的比较是分类整理大批数据唯一实用的方式，先将其放到我们的经验环境中，再做出相应的决定。

投资家沃伦·巴菲特以熟练使用类比而出名，他指出：“只有退潮时，你才会知道谁在裸泳。”换句话说，当形势好的时候，优点很容易看到；当形势差的时候，隐藏在表面的弱点就会突然暴露出来。这句话同样说明了类比本身。当我们看到隐藏在表面之下的情况时，我们才知道假设、欺骗或高超的洞察力的真实含义。

尽管类比思维普遍存在，且具有一定的影响力，但是大多数人并没有意识到这种核心过程影响他们做出决策的程度。缺乏意识是要付出代价的。证据表明，那些倾向于忽略或低估类比影响的人往往发现自己在辩论或实现目标的过程中苦苦挣扎。反之亦然，那些创造出最清晰、最响亮、最恰当类比的人常常是实现个人追求的目标中最成功的人。

本书的主要观点来自对许多人的观察、看法和研究，其中包括心理学家、发明家、商业领袖、语言学家、广告业者、政治战略家、法学家、神经科学家和世界上最厉害的小偷。不过，我要先说明一下。想要了解文学和诗歌方面类比修辞的读者恐怕在本书中找不到这些内容。这类材料很丰富，单是莎士比亚的作品可能就需要研究者花费毕生精力挖掘其中的隐喻和明喻，其他很多作家的作品也如此。而本书的目的在于帮助读者在创新和游说中更加有效地运用类比，帮助读者更轻易地发现那些可能听起来有说服力而实际上带有欺骗性的、错误的，甚至是置人于困境中的类比。

在人类历史和文化长河中，类比引发了许多次意义非凡的辩论，启迪了丰富的新知。同样，糟糕的类比也使很多个人、公司和国家误入歧途，招致灾难。然而，在现今这个充满全球挑战的时代，类比无论好坏，一旦我们接受，就可能产生严重而持久的影响。我希望本书能够帮助读者更加熟练地使用类比，使他们避开陷阱，让类比发挥更好的作用。

PREFACE

目 录

序 言 类比助我登上国政之船

VII

第 1 章

从苹果到橘子：

类比本能激发思维

001

广告中对意象名称的创新，基于观众的类比本能。面对日常生活中的绝大多数信息，我们也是这样本能地运用类比的。

第 2 章

三振出局：

类比塑造结果

027

唤起比较、主张等同、揭示潜力并做出隐论的能力，使类比成为格外强大的工具。

第3章

T骨模型： 类比激发创新

067

事实上，正是对类比的构思和探索给人以启发，鼓舞人不断推进世界上最重要的科学发现和创造，不断突破商业的发展进程。

第4章

美国的早晨： 类比具有说服力

113

以熟悉的事物解释不熟悉的事物；强调相似性，隐藏差异性；识别有用的抽象概念；讲述连贯的故事；唤起情感共鸣，类比激起人们的认同正基于此。

第5章

顾全大局： 如何选择更好的类比

167

我们一旦开始给予类比密切的关注，就会发现它在生活中随处可见，来去匆匆。只有揭示类比的本质，才能避免陷入虚假类比带来的窘境，探索真实类比引领的创新。

致 谢

191

第 1 章 从苹果到橘子： 类比本能激发思维

广告中对意象名称的创新，基于观众的类比本能。面对日常生活中的绝大多数信息，我们也是这样本能地运用类比的。

一个自信、方下巴的男人正驾驶一艘帆船前行，船上一个重要设备突然掉落，使得帆布开始左右摇摆。船停了下来，他冷静地从一件备用的救生衣上拆下腰带，重新把飘动的帆与船上长而结实的桁木系在一起。鼓足了风，再次挺起，带动帆船继续前行，穿过V型水域。

电视广告中播放的整个画面不到 30 秒。虽然广告旁白没有明确地指出飘动的船帆和广告的主题——勃起功能障碍之间的类比，但其中隐含的平行关系一目了然。甚至广告药品的名字“万艾可”（Viagra）与令人敬畏的自然奇观尼亚加拉大瀑布（Niagara）的名字押韵，尼亚加拉大瀑布使波涛汹涌的浪花瞬间变得自然、有力又势不可当。这是巧合吗？当然不是。

这种意象和名称的使用基于观众的能力，甚至本能——类比。最核心的是，这种本能不仅是人类寻求和比较图案的冲动，而且是从一个领域推理出抽象概念，并将其运用于另一概念中的能力。不同于其他动物（许多动物也能比较表面图案），人类除了自己创造了一个共有的、抽象的知识框架外，还会鉴别和比较彼此没有任何联系的领域。

本质上，帆船航行与勃起功能障碍之间没有任何联系。但是除去一些细节，可以说这两个领域在广告的语境中享有两个共同的观点：第一，硬比软好；第二，控制局势比被局势控制好。

这则广告巧妙而又强有力地暗示了两个本无联系的领域之间的完全一致性。就像一个自信的船长不管遇到多大的风暴都必须坚持控制自己的船舶一样，一个普通人也必须在暴风雨般的爱的海洋里控制自己。尽管广告没有明确地阐述这个类比，但是表意已经非常清楚了，甚至对于那些只有最基本的文化常识的人，他们的大脑也会无意识而又迅速地进行帆船航行的类比。

面对生活中的绝大多数信息，我们也是这样运用类比的。正如列纳德·蒙洛蒂诺在他的著作《潜意识：控制你行为的秘密》中指出，大约95%的思维是无意识的。这是因为我们的感官每秒向大脑发送大约1 100万条信息，大大超过了我们的意识处理能力，大脑每秒处理50条信息就达到了极限。“所以如果你的大脑要处理所有输入的信息，”蒙洛蒂诺写道，“就会像负担过重的电脑一样死机。”

但是无意识的大脑不仅会丢弃所有额外输入的信息，而且会依据模型、语境关联性、实用性和紧迫性对信息进行分类整理。不管处于何种环境或从事何种活动，我们处理的很多信息都与保持人体正常运转关系密切。就像一栋公寓的维修队在没有打扰住户的情况下保持锅炉、空调、水管和电力系统正常运转一样，大脑大部分时间都是在没有意识监管的情况下运转了大部分人体机能。只有当任务特别繁重，让人感觉不舒服或非常紧迫时，这种无意识才会呼叫大脑总部寻求指导和额外资源。

木头还是鳄鱼？

这样的类比思维就如人类物种一样古老。实际上，没有类比思维，人类就不可能存在。想象几百万年前东非一个炎热的中午，我们的祖先停下来到小溪边喝水的情景，可以推测出，有些人能够更快、更准确地区分潜在水下的多节棕色鼻子的鳄鱼与多节棕色突出的木头之间模糊又不完整的图案，便能更好地探测到危险，从而享有明显优势而获得生存机会。有些人看不出木头和鳄鱼之间的差异，陷入缺失的视觉间隙中，暗示着这些潜在危险会使他们成为鳄鱼的午餐。

如前所述，人类不是唯一能辨认图案或对随之发生的事情做出快速反应的动物。能辨认图案是因为伪装普遍存在于自然界中，动物已经适应与周边环境融为一体。其他的动物则采取相反的战略，模仿那些没有吸引力或有可能吃掉它们的具有威胁的动物的外表。但是，尽管许多动物都擅长这样的比较，证据表明只有人类才能使用深层次的类比思维，鉴别或发现超越表面概念的相似性。

研究者探索类比在人类思维中的作用时发现，类比可能是所有决策的核心。《表现和本质》的作者、心理学家道格拉斯·霍夫斯塔特和埃马纽埃尔·桑德是研究类比的专家。他们认为，不管我们是在一家新餐馆点菜、过马路前看两边，还是认为一条靠近的黄金猎犬没有以前看到的罗特韦尔犬有威胁性，我们都是在与过去已经分类且易于参考的经历进行一系列的类比。

这样的类比太普遍，以致我们意识不到自己在进行类比，甚至当输入的

数据要求我们做出较高层次的决策或在执行刚要传递到的有意识的评估前，无意识状态会做许多筛选和组织。为了更好地了解这种情况，想象一下美国白宫是如何加工、评价、过滤那些想引起总统注意而不断抗议的人群拨打的成千上万的电话、信件和电子邮件的。只有小部分信息可以被传递到美国总统办公室，得到总统的查看、考虑并采取可能的执行行动。那些特别涉及关键立法或国家安全的紧急事务会在议事日程中优先处理。

其他的信息，比如来自苦苦挣扎的市民的信件，可能不太紧迫却很重要。虽然总统读到的所有信件的内容都是独特的，但是这些信件是数百上千封同类信件中的典型代表。实际上，其他相似的信件在每个细节上是不同的，但是它们具有同样的要点，正是在这种环境中，总统阅读时会凭借直觉与类比，从中揭示出更大的社会、经济或政治诉求，以及深层次的真相。

事实上，这就是大脑运作的过程。每天，我们所有人都在不断评估大量来自视觉、听觉、触觉、嗅觉的数据，找到广泛存在的因果事件之间的相关性和实用性，从而指导我们的决策。

“如果一个人从不相信类比，他怎么能理解世界上的事情呢？当他面对新情况，除了过去的经历，还能依靠什么做出基本的决策呢？”霍夫斯塔特和桑德在书中写道，“当然，实际上，所有的情况，从最大、最抽象的情况到最小、最具体的，都是新的。”

类比就是模型

本质上，类比是一种模型，可以以无限的形式呈现，往往超越言语的境界。例如，人们使用数学中的抽象概念协助塑造未来。这些抽象概念（比如数字和推导过程）能帮助人们预测一个特殊市场的供需情况，探讨不同的退休计划，或者推算气候变化导致海平面上升的速度。

简单地说，想象一个儿童火车模型。不管多么理想化，脑海中形成的影像实际上都是现实中的铁路激发的类比，成为激发想象中的旅行和冒险的催化剂。同样地，浴室里空气清新剂的香味类比针叶林的香味；一些工业生产的早餐糖浆源于玉米，尝起来很像枫树的糖浆。因此，不管是直接的还是微妙的，这些类比的目的在于引发一系列积极的灵感、思想或情感。

在完全不同的环境中，我们将安塞尔·亚当拍摄的美国约塞米蒂国家公园的标志性照片类比为公园的风景，录制的马丁·路德·金的话语作为后期人权运动领袖的真实的声音。如果人类缺乏这种类比的本能，我们遇到的一切将不能激发观点、记忆和情感组成的丰富网络，正是这一切使我们的经历具有语境意义和潜在效用。

跳出固有思维模式

“类比”这个词的语言学根源可以追溯到希腊词语 *analogia*，是一个数学术语，意思是比例或比率相等。而后的几百年里，这个词被赋予更广泛、更丰富的含义。1843 年，约翰·穆勒写道：“没有其他单词比‘类比’这个词用起来更松散、意义更广泛。”《牛津英语词典》表明他的想法可能是对的：“类比”引用的意义包括符合、对等或关系的相同性、形式或功能相似性、事情之间的一致性、相似性，以及在同等条件下假定事物具有相同性可以推理出其他特性也有相似性。

有人认为，对“类比”的这种定义似乎弹性太大。诚然，每个定义都像一个橡胶带、拉得太长，最终会断裂。举一个标准化测试题为例，“赛车相对于印第安纳波利斯 500 英里^①大赛，就如——相对于肯塔基赛马”，这当然是一个类比，但只是其中一种类比。囿于狭隘的定义，许多人不能在思维、语言和决策方面鉴别出类比的真正作用。

普通的讲话甚至也会充满细微的类比。看看这则新闻：“今天的股市如火箭般上涨，因为操盘手欣然看到美国国会打破几个月的僵局，热烈拥抱两党制订预算计划。”从表面上看，这是一个直截了当的句子，但是再看一遍，很显然至少有四个类比。股市（*stock market*）最初指交易家禽的聚集地。火箭（*skyrocket*）最初指发射到天空的火箭。僵局（*gridlock*）最初是 20 世纪 70

① 1 英里≈1.609 千米。——编者注