

此生为何而来

开启人生至高能量的秘密

[美] 迈克尔·雷

Michael Ray — 著

贺璇 — 译

The Highest Goal

Secret That Sustains
in Every Moment

每个人生命中都有一个至高诉求，

当你与之连结时，

万物将只为你存在，

现在，只要翻开书，

你就能拥有这个开启人生能量的秘密……

中国出版集团公司

现代出版社

此生为何而来

开启人生至高能量的秘密

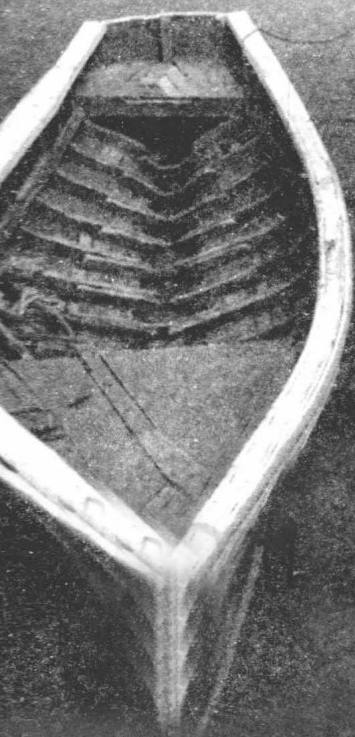
[美] 迈克尔·雷

Michael Ray 著

贺旋 译

The Secret That Sustains
You in Every Moment

The Highest Goal



中国出版集团公司
现代出版社

图字:01-2011-4190

图书在版编目(CIP)数据

此生为何而来 / (美) 雷著; 贺璇译. —北京:

现代出版社, 2011. 10

ISBN 978-7-5143-0347-6

I. ①此… II. ①雷… ②贺… III. ①成功心理—通俗读物 IV. ①B848. 4-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 216642 号

THE HIGHEST GOAL: THE SECRET THAT SUSTAINS YOU IN EVERY
MOMENT by MICHAEL RAY

Copyright: © 2004 BY MICHAEL RAY

This edition arranged with BERRETT-KOEHLER PUBLISHERS, INC.
through BIG APPLE AGENCY, INC., LABUAN, MALAYSIA.

Simplified Chinese edition copyright:

2011 EVERIGHT BOOK

All rights reserved.

此生为何而来

著 者 : (美) 迈克尔·雷

译 者 : 贺 璇

责任编辑 : 张 晶

出版发行 : 现代出版社有限公司

地 址 : 北京市安定门外安华里 504 号

邮政编码 : 100011

电 话 : 010-64267325 64245264(传真)

电子邮箱 : xiandai@cnpitc.com.cn

印 刷 : 东莞市信誉印刷有限公司

开 本 : 880×1230mm 1/32

印 张 : 7

版 次 : 2012 年 1 月第 1 版 2012 年 1 月第 1 次印刷

书 号 : ISBN 978-7-5143-0347-6

定 价 : 29.80 元

版权所有,翻印必究;未经许可,不得转载

献给我的学生和老师：
(To my Students and teachers:)

但愿给予与获得的循环永无止境。
(May the flow of giving and receiving continue without end.)

生命的真正乐趣在于为了自我认同的伟大目标而活……同时也要遵从自然的力量，而不是因为一点小病和委屈，就狂热自私地抱怨这个世界不曾致力于让你活得开心。

——乔治·萧伯纳(G.B. Shaw)

节选自《人与超人》(Man and Superman)

书中的《呈献的书信》(Dedicatory Letter)

倘若不是我们，那是谁？

倘若不是这里，那是哪里？

倘若不是现在，那是什么时候？

倘若不是为了这个王国，那是为了什么？

勇于做梦。

——无名氏，由犹太民族领袖拉比·希列(Rabbi Hillel)改写

知足常乐。

——中国谚语

作者序

走出自己的生命之路

柯林斯

一九八二年九月，一个温暖的下午，这是我就读斯坦福大学企管硕士班的第二年，我正在确认选的课程。在生产策略与公司财务等相关课程中，有一门课叫做“个人商业创意”（*Personal Creativity in Business*）。“这是矛盾修饰法。”我心想。考虑了一会儿，我决定加选这门课，企图平衡我枯燥的分析性课程。

三点二十分，我从容进入教室，找了位子坐下，和同学闲聊暑假的工作经验与这学期的课程，等待着迈克尔·雷（*Michael Ray*）与罗谢尔·迈尔斯（*Rochelle Myers*）教授。

教授没来，我们继续聊。

教授还是没来。

最后，我们发现迈克尔与迈尔斯早就坐在教室前面等

着。一群群聚集聊天的同学终于发现教授正耐心等待着我们转移注意力，于是逐渐安静下来。而身高不到五英尺，穿着夏威夷长衫，前面挂着一面巨大银饰奖章的迈尔斯教授，以我们几乎听不见的声音喃喃说着：“你们即将开始十星期的旅程，在这趟旅程中，你会发现内心深处的本质。”

我立刻翻阅课程目录，想知道这到底是什么科目。我正全神贯注翻阅着，又被迈克尔教授打断，他开始要我们冥想：“深呼吸，慢慢地，感觉你右脚脚趾的能量。感觉这能量开始在你脚上移动，集中意志在右脚上，其他什么事都不要做……”

我觉得自己似乎选错课了。

那天晚上，我告诉妻子乔安妮，我选的课程大致上不错，只有一门我想退掉。我说了迈尔斯与他的长衫，以及迈克尔带领我们练习冥想。我觉得迈克尔像是穿着皱巴巴服装的瑜伽熊，后来我才知道，迈克尔真的是瑜伽信徒，也是精神方面的导师。至于我，我在大学主修应用数学，在麦肯锡（McKinsey）公司工作，非常喜爱以资料为主的分析与研究，跟迈尔斯与迈克尔实在很不同。

乔安妮听了却说：“我觉得这门课可能对你很有帮助，你为什么不继续选修，看看到底会怎么样？”

结果呢？如果没有修这门课，我不会有今天的成就，也没有这么美好的生活。不只是我有这种经验，一年不到，我

的同学都跟我有相同的感觉，非常庆幸在人生的初期能够选修这门课；即使当时还不知道，这个经验，即是我们以勇气与坚持去追求最高目标的第一步。

不过，对于我这个喜欢分析数据的怪胎，这个经验还是令我局促不安。“什么时候我们可以学些创意的技巧，或是生产创意产品的管理方法？”我上了几个星期的课就提出要求。我要工具、技巧、方法，我要实际有用的东西。

迈克尔则以商人拜访禅师希望得到启发的故事来回答。

创意就在我们心中

商人与禅师坐下来之后，商人开始喋喋不休地说着生活中遇到的种种问题，他寻求成就、方向、意义与目的……禅师没说什么，只是一直倒茶。茶杯满了，禅师还不停止，茶水流到盘子上、桌子上，最后流到商人的腿上。

商人跳起来大叫：“喂！你在干吗？”

禅师说：“你的杯子太满了，你在生命中一直加一直加一直加……除非你的杯子是空的，否则我没有办法再给你启发。”

迈克尔与迈尔斯解释，这门课的目的不是要增加技巧与知识，而是要移除创造潜力的障碍。他们的前提是，人人都

有创意，只是创意通常被掩盖。每个人都有一个创意宝盒，放在心灵的角落，而我们要做的，就是定期去打扫，清除盖住宝盒的垃圾，这样才能打开它，看看里面有什么。每个人都处理这个基本的挑战，让生活本身成为创意艺术的作品。

此后几年，我体认到两种生活态度。第一种是大多数人的态度，生命只是“按照数字上颜色”。别人怎么说，你就怎么做，照着大家的路走，安分守己，不敢超越界线，最后完成一张漂亮但是没有想象力的图画。

第二种是少数人的态度，从一张空白的画布开始，企图画出一张杰作。这条路径风险较大，也较难走，充满了不确定与创意的选择。但是，这是使生活成为创意艺术作品的唯一方法。要画出杰作，需要有个概念、有个开始、有个主导的脉络，就是不要有别人预先设定好的数字与线条。这个作为参考的指引架构，就是最高目标。而本书的内容，就是利用迈克尔的发现，协助你达成生命中的最高目标。

一九八二年，我选修这门创意课程时，迈克尔教授并没有清楚提出最高目标的概念。不过，这个观念一直都有，是一个大架构，是整个创意经验的隐藏结构。现在，二十多年后的今天，迈克尔将这个概念以文字具体呈现，写成本书。

这门课程以及这本书的核心方法，就是利用“生活箴言”（*live-with*）的启发式构想。你可以执行这些生活箴言

一段时间（通常是一个星期以上），然后反省这段经验。我们在斯坦福创意课程的功课，就是执行这些生活箴言，像是：

“如果一开始没有成功，那就投降。”

“注意！”

“问些愚蠢的问题。”

“摧毁判断，创造好奇。”

“别想了。”

“要平凡。”

最难的是：“只做轻松简单又有趣的事情。”

最后这句生活箴言是在期中考前提出来的，这牵涉到一个问题。如果只做轻松简单又有趣的事情，我就不会去考期中考，那么，我要如何完成创意课程的作业，却又不会当掉其他科目？

征服生命的裸棱

我决定将期中考视为科罗拉多州黄金峡谷（*Eldorado Canyon*）的裸棱（*Naked Edge*）的第四段攀岩路径。

裸棱有北美洲最漂亮也最壮丽的岩场，是完美的攀岩场所，除了第四段之外。每次我攀登裸棱，最怕的就是第四

段。攀岩者必须攀上一块向外突出的岩石，头上脚下将身体强行挤入狭缝中，就像是攀爬大钟的内部；你的脚在岩壁旁滑动，肩膀紧紧卡在向上的岩缝中。你会感觉到幽闭恐惧症与不安全感，更糟的是，没有人确保工具不会在这时候出问题（如果一失足，很可能所有的确保点都会扯开，让攀岩者摔得粉身碎骨）。

尽管有这第四段，我还是攀爬裸棱不下三十次。如果只是攀爬第四段，就是压力沉重、单调沉闷的工作。但如果是在一个风和日丽的好天气，跟一个攀岩伙伴来到这风光明媚的地方，从事我喜欢的运动，那么第四段就成为美好一天的一部分。于是，我重新调整对期中考的心态，把它视为裸棱中的第四段。

迈克尔这个最高目标的观念，则是更深的层次：到底什么是你生活中的裸棱？他也为这个问题提供了解答。当你忍受压力沉重、单调沉闷的工作时，有没有更高的抱负与目标，让工作变得具有价值与意义，让你能够从中得到力量？

迈克尔是一位伟大的老师，个性谦和，多年来教过几千名学生，一向视学生为他的老师，《此生为何而来》正是他累积多年来教学相长的智慧结晶。我认为这本书最有价值的，是对于个人的指引，说明如何在生活中发现与追求最高目标。这是极具破坏性的工作，如果你遵照他的教导，得出逻辑的结论，生活的方向一定会有显著的改变。

就我而言，迈克尔与迈尔斯在我二十几岁时，就引导我放弃狭窄的传统路径，走出一条自己的生命之路。在他们的刺激引导下，我找到一条幸福又有成就的路，我的热情（我喜欢做的事情）、人生意义（我为什么活在这世上）与经济收入（我可以靠此维生）能够得到交集。换句话说，我发现了追求最高目标的路径。也许透过这本书，你也可以发现你的最高目标。

柯林斯

于科罗拉多州博德（*Boulder*）

二〇〇四年一月一日

（柯林斯是《基业长青》（*Build to Last*）与《A到A+》（*Good to Great*）两本畅销书的作者。他曾任教于斯坦福大学企管研究所多年，一九九五年在美国科罗拉多州的博德（*Boulder*）设立了自己的企管研究实验室，并担任数百家企业与许多非营利组织的顾问，在企管研究领域中颇富盛名。）

作者序

分享最高目标的秘密

我一直很想跟更多读者分享最高目标的秘密。几十年来，我持续进行这样的探索，并试图从二十五年来在斯坦福商学院开设的“个人商业创意”课程的观察中，提炼出精华。

任何旅程总是曲折迂回的。自从我开设这门课程以来，世界已经发生巨变，变得更复杂、更混乱，而且更危险。有时候，我试图寻求一些方法，希望让社会朝向更人道也更有创造力的方向发展；我寻找方式协助组织转变成新典范，鼓励人们做出对世界最好的抉择，激发领导开发的新方法，并且创造网络和支持系统以因应改变。

最后我发现，我最需要做的事情，其实我已经在做了。

似乎没有任何人提供一条路径，让我们将最高目标与工作、组织、生活、世界都连结在一起，而这是我希望做的。

所以，大约在十年前，我推掉其他事务，专心做创意工作。我跟同事继续在斯坦福与其他学校教授创意课程，也成立一家公司发展相关软件，提供学校以外的组织与个人使用。而创意对于企业与个人的影响之大，让我们深感讶异。顾客表示，创意课程的投资报酬率至少是一百倍，有时候甚至是两百倍。也就是说，花一千元就可以得到十万元到二十万元的回收。

但是，创意课程带来的好处还不只是短期的财务成果，它让本来沉默不语或是没有太多工作贡献的人，开始绽放光芒；本来想离职的人，决定留下来以新的方法贡献心力；杰出人才加入组织，愿意奉献心力。组织成为一个社区，欢迎所有人加入，展现多样化，做君子之争，必要时成为领导人，并以同情、接纳、感激与尊敬互相对待。

秘密

这是怎么回事？为什么这个课程有这样的效果？我能够掌握精髓，造福更多人吗？为了回答这些问题，我参考自己和同事在斯坦福与其他学校几十年来的教学经验，以及在企业界与其他组织所获得的成果。

我发现这个课程的影响，不在于其架构、程序与练习，

而是因为它能触动人心深处。学生发现自我，因而改变了行动与生活。即使我们从来没有在课堂上提起最高目标，但他们总是会发现它——这是支持他们的秘密，无论这最高目标是什么。有位学生上过这个课程多年之后，表示：“这种改变确实有效，而且会一直持续。”

我认为其他生活在创意中的人，都有同样的能量。他们都有个作为生活中心的秘密，使他们活得更完整充实。

创意课程曾经邀请过几百位来宾分享他们的故事，而他们之中，有许多已经找到自己的最高目标。这些人包括建筑师、艺术家、行动主义者、战争英雄、学者、歌手、作曲家、舞者、创业家、工程师、科学家、金融家、心理学家、政治家与僧侣。以许多标准来看，他们都是相当成功的人，通常累积许多财富。其中有许多人开创出新的产业，改变了美国与世界文化的面貌；有些人改变我们工作的方式，也改变我们跟其他人的关系。

他们畅谈自己为何能达到现在的成就，描述他们的创意过程与内心生活，分享个人的核心本质以及为何存在的目的。

我听过这些人的演讲，也与数千名学生一起学习，深深体会到最高目标的力量。面对生活中最严苛的考验，这个秘密让你能够支撑下去。如果世界似乎变得疯狂，这些拥有最高目标的人能够开启内在潜能，以创意的方式服务他人，尽

力改善世界。

他们从危机或是爱的经验中学习——大多是在年轻时，但也有许多人是年纪稍长之后才经历到。如果他们为了某种社会关系而活，就会让这种关系更加紧密。他们坦然接受生活，认为生活就是一场冒险。他们不会因为新闻报导或是家人亲友的劝说，而动摇心志。

他们会从较高的观点来观察每个状况，以及自己身在其中的潜在角色，不疾不徐，专注于目的。他们似乎很幸运，新的可能性总是在眼前开启，而他们也能利用资源以创意采取行动。

这本书主要就是在谈这个秘密：你的最高目标。这个目标永远在那里，而且超越一般的成功定义。

最初，我跟同事在发展斯坦福的创意课程时，我们认为它的功能是用来辅助商学院其他课程。理由是，如果学生能够多开发创意，将可善用其他分析工具。

不过，我们后来发现，其他课程实际上是透过某种基本假设在提倡一种生活方式。这个假设认为，经济上的成功，再加上伴随成功而来的荣耀，是生活最终的目标。但是，创意课程的前提很不一样：我们要学生体验自己内在的智慧与影响力，以及他们与其他人的关系，这就是另一种成功。

当时我们还不了解，我们不只是提供经营事业的新方法，也让学生知道如何生活。