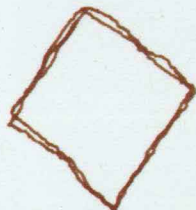
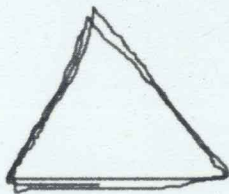
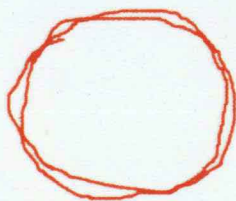




爱德华·德博诺 作品

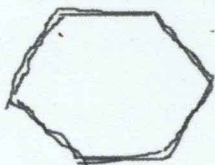
debono®
德博诺(中国)



SIX FRAMES

For Thinking about Information

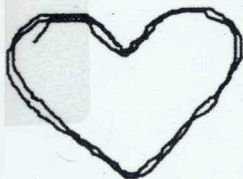
思考的质量决定未来的质量——爱德华·德博诺




六个思考框

[英] 爱德华·德博诺 (Edward de Bono) 著
庄榕霞 祖道海 译

深入解读《六顶思考帽》中的白帽，**高效处理信息**的必备书
德博诺思维教育顾问**吴亚滨**全程解读



北方联合出版传媒(集团)股份有限公司

 万卷出版公司



SIX FRAMES

For Thinking about Information

六个思考框

【英】爱德华·德博诺 (Edward de Bono) 著
庄树文 祖道海 译

著作权合同登记号：06—2011年第240号

图书在版编目（CIP）数据

六个思考框 /（英）德博诺著；庄榕霞，祖道海译．

—沈阳：万卷出版公司，2011.9

ISBN 978-7-5470-1699-2

I. ①六… II. ①德… ②庄… ③祖… III. ①思维方法—研究
IV. ①B80

中国版本图书馆CIP数据核字（2011）第178851号

出版发行：北方联合出版传媒（集团）股份有限公司

万卷出版公司

（地址：沈阳市和平区十一纬路29号 邮编：110003）

印刷者：北京京北印刷有限责任公司

经销者：全国新华书店

幅面尺寸：145mm×210mm

字数：83千字

印张：6

出版时间：2011年9月第1版

印刷时间：2011年9月第1次印刷

责任编辑：张旭

特约编辑：黄珏苹

装帧设计：PORNAR 墨墨文化

内版设计：向丽蓉

ISBN 978-7-5470-1699-2

定价：32.00元

联系电话：024-23284090

传真：024-23284521

E-mail: vpc_tougao@163.com

网址：www.chinavpc.com

常年法律顾问：李福 版权专有 侵权必究 举报电话：024-23284090

如有质量问题，请与印务部联系。联系电话：010-89779339

他怎么想，我们怎么读

很多人是他的铁杆粉丝，其中不乏诺贝尔奖获得者、世界 500 强企业的高管、各国政府官员。有的人会收集他所有的作品，有的人会追随他到世界各地去听他的演讲，有的人将他列为对自己影响最大的人，他究竟是谁？

他就是国际最知名的思想家，对人类最有贡献的 250 人之一，“创新思维之父”——爱德华·德博诺。德博诺的思维培训在各国广受追捧，在国内也几乎是大型企业的必修课，但引进出版的他的著作却影响了。究其原因可能是因为他的书不好理解。德博诺绝顶聪明，他的文字和他的思维一样，跳跃、灵动，点到为止。不少读者的评价是，很好的书，但很难理解得很透彻；或是干脆说看不懂。

为了让读者能走进德博诺的思维世界，我们专程与吴亚滨老师约谈。吴老师是德博诺思维教育顾问，也是最早将德博诺思维方法引入中国的专家之一。我

们从《六顶思考帽》聊到德博诺在中国的培训，从德博诺的超级崇拜者聊到德博诺的代言人。通过多次交流，德博诺其人其思想变得越来越清晰。

为了让读者从德博诺的书中获益更多，为了让没有机会参加德博诺思维培训的读者能领略大师的精深，我们特别邀请吴老师为《六个思考框》《这才是思维》做解读。在解读中，吴老师巧妙地将人脑的机制比喻为雨打沙滩，并穿插了许多新鲜有趣的案例。通过这些解读，读者可以更深入地理解德博诺的思维精髓，并可以在自己的生活和工作中实践它们。

就像德博诺说的，思维的质量决定着我们的未来的质量，现在开始改善我们的思维还不算晚。

从信息中获得最大价值

注意力是思维的一个重要组成部分，但人们很少注意到它。人们认为它只是恰好发生的事情。

一些不寻常的东西可以吸引人们的注意力。比如，如果你看到有人躺在路上，你就会注意到他。如果你看到一只欢快的粉红色小狗，你也会注意到它，并发出赞叹。

上述正是注意力的缺陷，即注意力会被不寻常的东西所吸引。那么你会在多大程度上注意到普通的东西呢？

感知是思维的一个主要部分。哈佛大学戴维·帕金斯（David Perkins）的研究表明，90%的思维错误是感知错误。再多的优秀逻辑也无法弥补感知错误。哥德尔（Goedel）的定理证明，从任何系统内部，你永远无法用逻辑证明系统的起点，因为这个过程是带有

随意性的感知的。

注意力是感知的一个关键因素。如果失去了引导注意力的能力，我们就只能看到一些熟悉的东西了。

引导注意力

在注意力方面，我们能做些什么？我们不是要坐等着我们的注意力被拖向某个不寻常的事物，我们可以建立一个有意识“引导”注意力的框架。

正如我们可以决定向北看或向东南方向看，我们也可以建立一个引导我们注意力的框架。这就是本书中六个框架的主要内容。每一个框架就是一个观察的方向。我们向某个方向看，注意到一些东西，并把我們看到的東西记录下来。

我们可以用这个方法寻找需求得以满足的情况，寻找价值、兴趣和准确性等。我们可以用“六个框架”中的每一个来引导我们的注意力。

海量信息

我们置身于信息的海洋中。我们可以利用互联网等轻而易举地获取各种信息。但光有信息本身还不够，更重要的是我们如何分析这些信息。我们怎样才能从信息中获得最大的价值？这是一个需要运用注意力的领域。

“六框架”为我们提供了一种从信息中提取最大价值的方法。这种方法和信息本身一样重要。

“六框架”方法使用起来很简单。但为了取得更好的效果，就必须把这种方法的使用作为我们有意识有计划的行为，并且要接受相应的操作训练。在做某件事的时候，仅仅意识到自己在做这件事还不够，再以一种慎重的态度有计划地去做会达到更好的效果。

留下丰富，去除混乱

混乱是良好思维的大敌。

不幸的是，思维越活跃，混乱的风险就越大。我们知道，清晰明了是所有良好思维的目的。但如果清晰明了是以牺牲综合性为代价的话，那就不可取了。如果只是把具体情况的一个细微之处弄清楚的话，也是不行的，甚至是危险的。我们需要同时满足清晰和综合性的要求。

产生混乱的主要原因是我们想一次同时做所有的事情。当我们的的大脑试图同时做所有事情时，大脑只能彻底地完成一件事，而其他事情却无法顾及。这也就是“六顶思考帽”能够奏效的原因，即它让我们一次只做一件事情。在讨论过程中，如果我们想面面俱到的话，我们会以一种消极和批评的模式结束，因为这是一种最简单的模式，也是我们最常用的一种模式。六顶思考帽方法现在得到了广泛应用，甚至高层经济会议也在用它。六顶思考帽方法能够确保我们

对主题展开深入探索，并能确保我们的讨论是建构性的。

我们生活在一个信息时代。我们受到了信息的轰炸，我们可以很方便地获取尽可能多的信息，但事实上这些信息量已经远远超出了我们的需要。我们要如何应对这些信息呢？

如果你有一个非常明确的信息需求，需要回答一个非常明确的问题，那么你就到正确的地方去找答案吧。例如，如果你需要买一张伦敦至巴黎的机票，希望晚上六点之后尽快起飞，那么你可以查询航班时刻表，也可以咨询旅行社。除了起飞时间外，你还得考虑选择什么机场和航空公司，因为在那个时间段前往希思罗机场的地面交通会非常拥堵。

如果我们只要处理我们真正需要的信息的话，我们的生活将会变得简单但非常有限、非常乏味。我们还需要应对一些从电视、广播、报纸、杂志以及与他人交谈中得来的信息。对于这些信息，我们该怎么办呢？

信息有很多重要特性，如准确性、偏见、兴趣、关联性和价值等。我们可以力求同时对这些不同方面进行评估。我们也可以把它们彼此分开以免产生混淆，

并确保我们在分析信息时用到了所有不同的方式。

这就是本书的目的。我们在分析信息时一次只用一个框架。这个信息的准确性如何？信息中含有什么样的偏见？本书列出了这六个框架。

你要养成使用这些分析框架的习惯。你可以有意识地把你的注意力引导到其中的某个框架上去，也可以让其他人运用某个具体框架，如“试试正方形框架，你看到了什么？”这些框架也可以用于讨论，但要求在同一时刻大家用的是同一个框架。

如果你让某人去花园观察所有的颜色，那人可能会注意到一些主要颜色，如玫瑰花的红、水仙花的黄，等等，但其他不太显眼的颜色就会被他忽略了。如果你让同一个人去花园依次观察蓝色、红色和黄色，那么他注意力扫过的东西将更为丰富多彩。

建立起分析信息的六个框架，意味着每个框架都能帮助我们的大脑做好准备，并敏感地注意到不同的事物。我们可以把注意力放在信息的准确性上，可以关注信息所表达的观点，可以关注信息的兴趣点。每一个框架都能帮助我们的大脑从一个特定维度来分析信息。我们将看到我们准备看到的東西。

本书的“六个框架”为我们感受和分析信息提供

了简单工具。

我们使用“六顶思考帽”时总会碰到意想不到的结果。“六顶思考帽”框架看起来会使讨论变得复杂，会拖延讨论的时间。但事实上，使用“六顶思考帽”能将会议时间压缩至原来的四分之一甚至十分之一。同样，“六个框架”也能极大地简化分析信息的工作，而不是使它变得复杂。一次做一件事情要比一次试图做多件事以及担心漏掉某件事简单得多。

在你通读本书的时候，一定要清楚地记住代表各个框架的图形。这些图形将成为我们分析信息所需的六个维度的触发符号。以前，有时我们也会选择着重从其中的某个维度来分析信息，而不是进行面面俱到的分析。现在，这种全面分析成为了人们的一种有意识的选择。

通过区分分析信息的不同维度，并用不同形状的框架作为不同维度的象征，我们可以对我们大脑的思维方式加以控制。我们现在可以有意识地引导我们的注意力，而不是让它迷惘地四处漂流。

我们知道感知是思维中最重要的部分，而感知信息的方式就成为重中之重了。

目录 Contents

① 目的：三角形 /1

清楚自己为什么需要信息，需要什么样的信息，用信息的目的引导注意力。

【解读】为什么员工流失率高达10%，生产还不会受影响？

② 准确性：圆形 /35

我们根据信息来确定行动、信仰或意见，信息的准确性以及如何确定信息的准确性是至关重要的。

【解读】大脑左右半球真的有明确的分工吗？

③ 观点：正方形 /63

关注信息中的偏见或中立程度，关注信息是客观的还是主观的，因为这会影响我们使用信息的方式。

【解读】你看到是美丽的少女，还是瘪嘴的老妇？

④ 兴趣：心形 /93

兴趣是无用的，但是它是信息最有吸引力的一面。对兴趣的敏感性可以帮我们储备大量的背景信息。

【解读】一半制冷，另一半制热的“冰箱”有什么用？

⑤ 价值：钻石形 /119

这个信息的价值是什么？用钻石形框架发掘信息中不同类型和层次的价值。

【解读】粘不牢的粘合剂注定是废品吗？

⑥ 结果：板形 /147

我们应该把结论或结果清晰地展现出来，这就需要我们仔细考虑，到底什么是重要的。

【解读】采访一万次杰克·韦尔奇会得到什么结果？

结语 /161

特别提醒：真理膏 /162

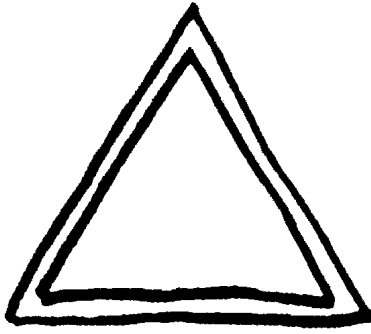
译者后记 /165

全书解读 /167

解读人介绍 /172

1

目的：三角形



清楚自己为什么需要信息，
需要什么样的信息，用信息的目
的引导注意力。

