

# BEING LOGICAL

最畅销的逻辑学科普入门书  
被香港中文大学奉为40本英文经典之一  
被哈佛大学校内书店视为皇冠书籍



## 简单的逻辑学

[美] D.Q. 麦克伦尼◎著 赵明燕◎译

D . Q . M c I n e r n y



浙江人民出版社  
ZHEJIANG PEOPLE'S PUBLISHING HOUSE

BEING  
LOGICAL A Guide to Good Thinking

# 简单的逻辑学

[美] D.Q. 麦克伦尼 (D.Q. McInerny) 著  
赵明燕 译

## 图书在版编目 ( CIP ) 数据

简单的逻辑学 / (美) 麦克伦尼著; 赵明燕译. —杭州: 浙江人民出版社, 2013.6

ISBN 978-7-213-05538-6

I. ①简… II. ①麦… ②赵… III. ①逻辑学-基本知识 IV. ①B81

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 116112 号

## 上架指导: 逻辑学 / 哲学

版权所有, 侵权必究

本书法律顾问 北京诚英律师事务所 吴京菁律师  
北京市证信律师事务所 李云翔律师

浙江省版权局  
著作权合同登记章  
图字:11-2013-75号

## 简单的逻辑学

---

作者: [美] D. Q. 麦克伦尼 著

译者: 赵明燕 译

出版发行: 浙江人民出版社 (杭州体育场路347号 邮编 310006)

市场部电话: (0571) 85061682 85176516

集团网址: 浙江出版联合集团 <http://www.zjcb.com>

责任编辑: 金 纪

责任校对: 张志疆

印 刷: 藁城市京瑞印刷有限公司

开 本: 880 mm × 1230 mm 1/32 印 张: 5.625

字 数: 8.4 万 插 页: 1

版 次: 2013 年 6 月第 1 版 印 次: 2013 年 6 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-213-05538-6

定 价: 29.90 元

---

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与市场部联系调换。

## 学点逻辑

孙路弘

著名行为学家、系列畅销书《用脑拿订单》作者

“70后”成为社会工作场所的主流时，还没有太多的逻辑问题。然而，随着“80后”逐渐成为工作大军的主力，该问题就明显地表现出来，几乎所有的失误都与逻辑有关。尤其是在电视、网络普及以后，大众的逻辑能力更是直线下降。

让我们先看一篇评论文章：

我们虽然舍得泼洒金钱，穿上了一身外国名牌的衣服，涂抹上一脸外国名牌的化妆品，开上了外国名牌的汽车，也住上了貌似外国风格与风情的房子，但我们的消费心理实在还远

不够成熟。

文章开篇已经明确地得出了一个结论。按照逻辑要求，文章接下来应提供相关的事实依据。且看文章后面的内容：

哈根达斯是美国的一种冰激凌，它前些年登陆中国，在北京等一些大城市成为一种高档食品，口味与品位都颇具小资情调，成为都市时尚潮流的一种象征。记得前几年在北京曾经有这样的顺口溜流行：登长城、逛燕莎、吃哈根达斯冰激凌。在北京有哈根达斯专卖店，在一些大的外国牌号的超市里，都为哈根达斯设立了专售冰柜，一个最小盒哈根达斯冰激凌也要30多元，相比国产几元一盒的冰激凌，价格实在不菲。

我去过一次美国，在那里的超市里，看到也有卖哈根达斯的，但没有这样的显贵，也没有我们这里的特殊待遇。美国人告诉我，哈根达斯在美国只是一种普通的冰激凌，比它有名气、口味好、价钱贵的有很多。在超市里，它们和其他的冰激凌放在一起，价格比有的冰激

凌还要便宜，如果赶上促销，5美元可以买两大盒，而在我们这里，这样一大盒起码要卖百元上下。即使数学功课再不好，也可以算得出其差价的比最少要在五六倍之多。

其实，认真分析便会发现，仅仅依据以上两段文字，在逻辑上根本无法得出作者在开篇中所下的结论。按照基本的逻辑知识，要论证“我们的消费心理实在还远不够成熟”，需要：A. 先明确消费心理是什么；B. 表现的行为现象是什么；C. 成熟的表现是什么样子；D. 不成熟的表现是什么样子；E. 成熟与不成熟之间的量化区别。有了这5点及其具体的说明，才可以得出合乎逻辑的结论。否则，如果都是作者个人观点的论述，没有统一的、有说服力的衡量标准，则是完全不合逻辑的幼稚表达。

当我们发现一个人表达有问题，连自己要什么都不清楚，即便清楚也讲不明白时，我们常说“注意素质”；面对街头到处的打闹、喇叭声、插队以及种种违反社会规则的现象，我们不能不高呼“注意素质”。

那么，素质又是什么？

素质是一种基本教养，是一种社会公认的行为表现；

素质是懂得基本的礼貌，别人讲话时，要保持倾听，然后再发言；素质是尊重基本的社会常识，以及人类文明公认的核心逻辑基础。所有与素质有关的恶劣、低俗和浅薄，其本质原因都与逻辑有关，是缺乏逻辑的基本知识，缺乏运用逻辑的基本能力，缺乏逻辑的思维方式的表現。

缺乏逻辑已成为社会的一种流行病症：逻辑紊乱症候群。该症状已蔓延至社会的各个角落，包括企业、学校，这些原本应是特别强调逻辑的地方。在此思维紊乱之际，《简单的逻辑学》就如一场及时雨，一本治愈社会疾病的宝典，的确是应该人手一册。

具体联系到我们的企业，其存在的逻辑问题也不容忽视。

中国企业家不是一直心有隐忧，无法与世界 500 强企业竞争吗？其实，这也与逻辑有关。中国企业在用人、融资、管理、研发、营销、战略、战术等方面都严重缺乏逻辑。比如，通过自己用钱运作的机构来给自己颁发一个世界品牌大奖，然后便沾沾自喜且发自内心地相信自己真的就可以与世界品牌比肩了。再比如，一两次的市场成功，便自认为下一次原样重来仍可获得成功。这难道不是严重的逻辑问题吗？

中国的各个组织不是一直在感慨软性管理实力不如西方组织吗？其实，那只不过又是逻辑问题的基本体现。管理讲究按照规律来进行组织、排序、命令、测量、监督、评估和改进，一切都按逻辑次序进行，而不是靠头脑发热、感性冲动和热血沸腾，也不是靠励志、理想和信念就可以实现的。**管理的基石是逻辑。**

逻辑是人类文明在进化过程中产生的，对于中国来说，从农业文明向工业文明过渡最需要的就是逻辑知识。中医正因揭示其逻辑因果关系比较复杂和抽象而难以得到世界的认可。如果从事中医的人士熟练运用逻辑，应该可以为人类医学作出更大的贡献。比如刘力红的《思考中医》一书中就因将逻辑性基础知识应用于中医药方面而销售至十多万册。再比如《影响力》(经典版)，作者西奥迪尼将社会现象通过基础逻辑串联起来，就解释了人们互相影响的基本规律。逻辑知识可以让我们更加高效地发展到工业文明。

全民注意素质，消除社会现象中的逻辑紊乱症候群，就从这本《简单的逻辑学》开始吧！



逻辑学的主题是清晰高效地思考。它既是一门科学，也是一门艺术。这本书的目的是向读者介绍逻辑学的基本原理和技巧。

我们知道有些人非常聪明伶俐，但逻辑性却不是很突出。他们有逻辑思考的潜能，也就是说，具备清晰高效思考的能力，但是这种能力显然还没有成为其日常生活的习惯。造成这种状况的原因可能是因为他们进行逻辑思考的能力从来没有被系统地培训过，这是他们所受教育中的缺陷。实际上，逻辑学是良好教育的真正支柱。虽然在目前的教育体系中，逻辑学很少被提及，但不可否认的是，它的确是一门有益于学习其他各门学科的基础学科，例如：语言学、科学、历史、数学等。

一些读者，尤其是那些第一次遇到严肃的逻辑学问题的读者，可能会对大量的专业术语和频繁使用的象征性符

号反感。但是，人们没必要被这种第一印象吓倒。我尽了最大努力将所要处理的技术问题通过尽可能简单易懂的方式表达出来（虽然不可能尽善尽美）。同时，我也尽量避免落入简单化的陷阱。低能的逻辑将不再是逻辑。另外，一些读者可能会误因书中过多强调了显而易见的事实而将它弃之一边。在这本书中，我确实用了很大的篇幅强调一些简单的事实，而且是有意为之。在逻辑学中，显而易见的事实是被强调得最多的，因为我们经常对之视而不见。我通常选择明确的而非隐含的事实，并且对之花许多笔墨进行分析，这是因为我遵从历史悠久的教学原则——做尽量少的假设。

逻辑学作为一个整体，是个宽广、深奥、精彩纷呈的领域，如果本书的读者因为这本小书而对这个领域有更多了解，我将非常欣慰。总之，我的目的很简单。这本书既没有刻板的理论教条，也不是正规的教科书——如果它能对教学有所裨益，我也会非常高兴。我的首要目标是写一本现实应用指南，向那些初次接触逻辑学的人介绍逻辑学的基本原理。《简单的逻辑学》期待造就实践者，而不是理论家。理论要联系实际。

为了更好地服务于日常实践，在叙述中，有些地方我采取了不是那么委婉的方式。很多时候，我更像一个教练

或是班主任，用教导的口吻告诉我的读者应该怎么做。在本书中，我将逻辑学分为5个部分，就是书中的5个章节，每一章都以前一章的知识为基础。

第1章是准备，介绍了要成为一个逻辑思考者需要搭建的思想框架。接下来两章是逻辑学的核心，探讨如何建立正确的逻辑思维。第2章阐述了贯穿逻辑思维的基本原理，而第3章的重点是论证逻辑思维的具体表现形式。第4章探讨非逻辑思维的根源。最后一章第5章，围绕谬误——非逻辑思维的主要形式展开论述。

最后，我要将我的敬意和感谢献给一本发人深省的小书：《风格的要素》(*The Elements of Style*)，作者是威廉·斯塔克和怀特。这本书是我写《简单的逻辑学》的灵感来源。我不奢望可以达到如斯塔克和怀特那般卓越的成就，只希望这本书可以在某些方面帮助读者建立正确的思维模式，就像《风格的要素》在写作方面所做的那样。我衷心地希望通过这本书，可以使读者意识到逻辑学的重要性，使他们在合乎逻辑的思考中体会到快乐和满足。

- ★ 您知道自己为阅读付出的最大成本是什么吗？
- ★ 您是否常常在读过一本书后，才发现不是自己要读的那一本？
- ★ 您是否常常发现很多书都是一时冲动买下，至今一字未读？
- ★ 您是否常常感慨书的价格太贵，两百多页，值四十多元钱吗？

### ★ 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=选择花费的时间+阅读花费的时间+误读浪费的时间

### ★ 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出版公司，多从其他语种翻译成中文出版，反映国际发展现状，但与中国的实际结合较弱，其中包括三小类：

**a) 教科书**：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**：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**：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，其中包括两小类，可通过封面的作者署名来辨别：

**a) “著”作**：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，多加留意并了解。

**b) “编著”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。

### ★ 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**，油然而生无限的**满足感**。

✎ 我们出版的所有图书，封底和前勒口都有“湛庐文化”的标志

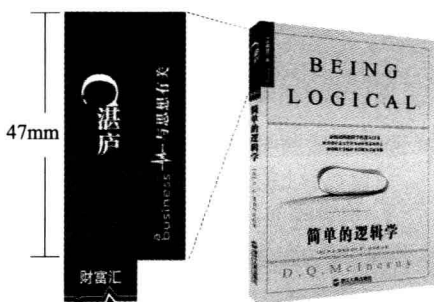


并归于两个品牌



### ✎ 找“小红帽”

为了便于读者在浩如烟海的书架陈列中清楚地找到湛庐，我们在每本图书的封面左上角，以及书脊上部47mm处，以红色作为标记——称之为“小红帽”。同时，封面左上角标记“湛庐文化 Slogan”，书脊上标记“湛庐文化 Logo”，且下方标注图书所属品牌。



湛庐文化主力打造两个品牌：**财富汇**，致力于为商界人士提供国内外优秀的经济管理类图书；**心视界**，旨在通过心理学大师、心灵导师的专业指导为读者提供改善生活和心境的通路。

### ✎ 用轻型纸

您现在正在阅读的这本书所使用的是轻型纸，有白度低、质感好、韧性好、油墨吸收度高等特点。

### ✎ 关注阅读体验

我们目前所使用的字体、字号和行距，是在经过大量调查研究的基础上确定的，符合读者阅读感受。每页设计的字数可以在阅读疲劳周期的低谷到来之前，使读者稍作停顿，减轻读者的阅读疲劳，舒适的阅读感觉油然而生。

所有的一切都是为了给您更好的阅读体验，代表着我们“十年磨一剑”的专注精神。我们希望湛庐能够成为您事业与生活中的伙伴，帮助您成就事业，拥有更为美好的生活。

## 老《正能量》

《新智囊》2012年经管类十大图书，京东2012好书榜年度新书。

35年职业经理人养成心得，写给有追求的职场人。

聆听总裁的职场故事，发掘自己与生俱来的正能量。

## 老《牛奶可乐经济学》

国家图书馆“第四届文津奖”十本获奖图书之一，唯一获奖的商业类图书。

搜狐、《第一财经日报》2008年十本最佳商业图书。

用经济学的眼光看待生活和工作，体验作为“经济学家”的美妙之处。

## 老《清单革命》

《中国图书商报》商业类十大好书。

全球思想家正在读的20本书之一。

一场应对复杂世界的观念变革，一部捍卫安全与正确的实践宣言。

## 老《大而不倒》

《金融时报》·高盛2010年度最佳商业图书入选作品。

美国《外交政策》杂志评选的全球思想家正在阅读的20本书之一。

蓝狮子·新浪2010年度十大最佳商业图书，《智囊悦读》2010年度十大最具价值经管图书。

一部金融界的《2012》，一部丹·布朗式的鸿篇巨制。

## 老《金融之王》

《金融时报》·高盛2010年度最佳商业图书。

蓝狮子2011年度十大最佳商业图书，《第一财经日报》2011年度十大金融投资书籍。

一部优美的人物传记，一部独特视角的经济金融史。

## 老《快乐竞争力》

蓝狮子2012年度十大最佳商业图书。

赢得优势的7个积极心理学法则，全美10大幸福企业“幸福感”培训专用书。

## 老《大客户销售》

蓝狮子·新营销2012最佳营销商业图书。

著名营销及销售行为专家孙路弘最新作品，一本提升大客户销售能力的实战秘笈。

## 老《自营销》

百道网2013年度潜力新书。

全球最具创意广告公司CP+B掌门人的洞见之作，让好产品和好营销同唱一首歌。

## 老《认知盈余》

2011年度和讯华文财经图书大奖。

看“互联网革命最伟大的思考者”克莱·舍基如何开启无组织的时间力量。

看自由时间如何成就“有闲”世界，如何引领“有闲”经济与“有闲”商业的未来。

## 老《爆发》

百道网2013年度潜力新书。

大数据时代预见未来的新思维，颠覆《黑天鹅》的惊世之作，揭开人类行为背后隐藏的模式。

## 老《微力无边》

2011年度和讯华文财经图书大奖“最佳装帧设计奖”。

中国最早的社会化媒体营销研究者杜子建首部作品，一部微博前传，半部营销后传。

## 老《神话的力量》

《心理月刊》2011年度最佳图书奖。

在诸神与英雄的世界中发现自我，当代神话学大师约瑟夫·坎贝尔毕生精髓之作。

## 老《真实的幸福》

《职场》2010年度最具阅读价值的10本职场书籍。

积极心理学之父马丁·塞利格曼扛鼎之作。

哈佛最吸引人、最受欢迎的幸福课。



## 延伸阅读

### 《简单的心理学》

- ◎ 一本小书，彻底认识你的精神世界。
- ◎ 日本最受欢迎的自我心理保健书。
- ◎ 涵盖人际关系、智力开发等诸多方面，易懂实用的通俗心理学书籍。

### 《简单的投资学》

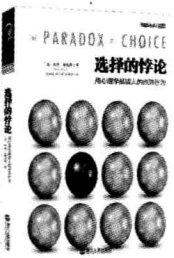
- ◎ 不掌握正确的投资知识，就永远不可能积累财富和拓展财富！
- ◎ 30年按揭买房值不值？
- ◎ 教育投资能不能得到最终回报？
- ◎ 为什么投资老手也会遭遇“滑铁卢”？

### 《简单的博弈论》

- ◎ 日本博弈论第一人，亲自讲述创造最佳决策的艺术。
- ◎ 颠覆传统博弈论的数理倾向，轻松学习博弈论的最佳入门书。
- ◎ 搞懂博弈论，体验胸有成竹、胜券在握的快意战略决策！

### 《选择的悖论》

- ◎ 跨界大师用经济学布心理学的道，打破错误的经济学假设。
- ◎ 50个心理学实验、4大权威测试、11条实用建议教你轻松作出明智选择。
- ◎ 清华大学心理学系主任彭凯平、清华大学经济管理学系副教授郑晓明、中山大学心理系教授周欣悦、美国心理协会前任主席菲利普·津巴多、积极心理学之父马丁·塞利格曼等国内外知名学者感动推荐。



**BEING LOGICAL: A Guide to Good Thinking by D. Q. McNerny.**

**Copyright © 2004 by D. Q. McNerny**

**Simplified Chinese Translation Copyright © 2013 by Cheers Publishing Company.**

**Published by arrangement with Curtis Brown Ltd. through Bardon-Chinese Media Agency.**

**All rights reserved.**

本书中文简体字版由 Curtis Brown Ltd. 授权在中华人民共和国境内独家出版发行。未经出版者书面许可，不得以任何方式抄袭、复制或节录本书中的任何部分。

**版权所有，侵权必究。**



## 第1章

### 学习逻辑学的思想准备 / 001

- |            |                 |
|------------|-----------------|
| 01 全神贯注    | 06 将观念付诸语言      |
| 02 确认事实    | 07 有效沟通         |
| 03 观念与其对象  | 08 避免使用模糊和多义的语言 |
| 04 留意观念的本源 | 09 避免闪避式语言      |
| 05 观念联系事实  | 10 真相           |

## 第2章

### 逻辑学的基本原理 / 027

- |                    |                    |
|--------------------|--------------------|
| 01 基本原理            | 04 对原因的探寻不要半途而废    |
| 02 灰色地带及人为<br>灰色地带 | 05 区分原因<br>06 定义术语 |
| 03 万物终有其根源         | 07 直言命题<br>08 普遍命题 |