

SUCCESS
LOSS

成也思维 败也思维

宋铁航 著

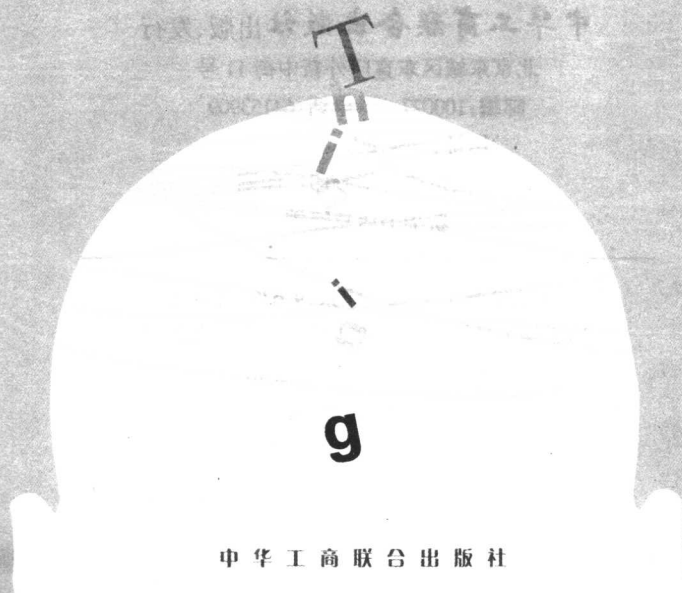


中华工商联合出版社

SUCCESS
LOSS

成也思维 败也思维

宋铁航 著



中华工商联合出版社

责任编辑:孟 斌 于建廷

封面设计:山水美源

图书在版编目(CIP)数据

成也思维败也思维/宋铁航著. - 北京:中华工商联合出版社,2005.1

ISBN 7-80193-220-X

I. 成… II. 宋… III. 思维方法 IV. B804

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 134988 号

中华工商联合出版社 出版、发行

北京东城区东直门外新中街 11 号

邮编:100027 电话:64153909

网址:www.gslebs.com.cn

中国伊协月华胶印厂印刷

新华书店总经销

880×1230 毫米 1/32 印张:9.625 250 千字

2005 年 1 月第 1 版 2005 年 1 月第 1 次印刷

ISBN 7-80193-220-X/Z·67

定 价:23.80 元

序 言

吴伟平

铁航兄跑到新大陆去闯天下，这些年来天马行空，始终以自己独特的方法，用身心全方位体验人生。旅美期间，我就羡慕他能在滚滚红尘中务虚且自得其乐，不像其他人一样因名利障目而随波逐流。几年过去，欣闻他已脱尘而出，不但静下心来思考教育、文化、智慧这些不能当饭吃的命题，而且决定把所得写下来，与普罗大众共享，由虚而渐实，可见是个有智慧的人。

或许是身在此山中，我对教育和文化往往无话可说。对于智慧这样令人肃然起敬的大命题，既知自己尚未入门，反而因无知而无畏，故尽兴在这开发智慧的大作前胡诌几句没什么智慧的话。

我认为智慧与学历没有直接关系。可以在名字后面加上博士或眼下因“物以滥为贱”而变得不大时髦的“博导”二字的学者们，不一定都有智慧。

智慧与财富也没什么关系。当今社会上靠种种可告人或不可告人的手段发起来的那些X量级的富翁们，把智慧与财富称一称，般配的有多少，还真不好说。

智慧跟官职，就离得更远了，说乌纱帽越大的人越有智慧，你信吗？

一个人是否有智慧，不看他是否有学位、有钱或者有个什么一官半职，而是看他对自己、对别人、对社会、对人生所持的态度。

人能善待自己，就有了起码的智慧。中国人讲修身指的就是做人的智慧，这里说的固然是做人的精神层面，不过总得有个物质人才能有精神人，所以说善待自己是修身的第一步。一说善待，大部分人都会想到吃喝玩乐，殊不知多吃伤胃、多喝伤肾、玩伤身、乐伤神，惟有洗澡这种对身体有百利而无一弊的事情，却偏偏没人

提及，足见愚者众。

能善待别人，包括家人和一切与自己有关的人，就有了进一步的智慧。己所不欲勿施于人不能算是善待，充其量只能说没有害人。己所欲者勿强施于人，这才是智慧的体现。中国父母把自己认定是好的东西强加在孩子身上，夫妻、恋人、亲朋好友只会以自己的方式，而不是以对方的方式去爱去关心，都与善待别人相去甚远，实在没什么智慧可言。

以大小分，修身齐家是小智慧，治国平天下是大智慧。我们日常生活中待己待人的大量愚见愚举，足以证明芸芸众生，十有八九连小智慧都没有。治国平天下的大智慧，关系到人生和社会，纵横交叉复杂无比。人类几千年来一直寻寻觅觅，至今却仍然打打闹闹，显然尚未找到不同人种、各式人等和平共处的良方。以史为鉴，从过去看未来，这世界上是否真有天下长治久安的大智慧，实在很难说。

不管大小，智慧是个好东西。高贵的主义、甜蜜的爱情、伟大的事业，甚至连万能的金钱，都有人说自己不在乎，惟有智慧，我至今尚未听到有人公开表示自己不屑一顾，其魅力之大由此可见。

说老实话，我一直都没搞清楚这智慧到底是什么东西，所以说了半天老是在外围打转，什么谁有谁没有、跟这个或那个有什么关系……真想知道？接着往下看吧。作者不但告诉你什么是智慧，连智慧如何变成硬通货的窍门都无私赠送。不过倘若你认为买几本讲智慧的书往书架上一摆就表示自己有了智慧，作者知道了肯定跟你急。

我看作者开的这菜单上，智慧是“开胃菜”，修炼才是“主菜”。

2004年夏于香港中文大学浮云阁

(作者系美国乔治城大学语言学博士，
香港中文大学新雅语文研习所所长)

目 录

序 言 ----- 吴伟平博士

前 言：买书的学问 -----1

- 一、选书的标准
- 二、书生卖书
- 三、李小妹不买我的书
- 四、人皆有智，各有所盲
- 五、谁是目标读者
- 六、与同类书的比较
- 七、怎样读这本书
- 八、两种开放：修订稿与英雄帖

第1章：聪明与理性的用途 -----11

- 一、聪明的证明
 - 1.“光聪明”与“聪明光”
 - 2. 太阳底下的好日子
 - 3. 谁“许”诸葛亮
- 二、理性与聪明的意义
 - 1.聪明的用途与理性的价值
 - 2.逻辑之用
 - 3.民主与法治需要思考
 - 4.理性之于百姓
- 三、思维训练的意义
 - 1.思维训练的任务
 - 2.理性能否变成硬通货
 - 3.要否界定
 - 4.不要吞咽大力丸

第2章：面对真理的斜视症——对话知人心 -----29

- 一、谁比谁傻：商场斗智大比拼
- 二、孰真孰假费思量
- 三、商海扬帆，好梦原如是
- 四、人海茫茫，知心何易
- 五、何凭何据何样理
- 六、信仰真奇妙
- 七、所谓价值
- 八、思维拐弯：秦桧打人

第3章：歧途鬼影：认知偏误十大反派 -----47

- 一、情天恨海西施派
- 二、一厢情愿浪漫派
- 三、出卖自我追星派
- 四、统购统销凡是派
- 五、萝卜白菜公婆派
- 六、强权真理大兵派
- 七、信马由缰牛马派
- 八、滥施大板巴掌派
- 九、以攻为守撒娇派
- 十、拒绝长大天使派
- 十一、理论篇：认知反派认识论
- 十二、娱乐篇：昏头昏脑十字歌
- 十三、闲话篇：误入歧途——问路指路非关方向

第4章：人的心理，人的局限 -----69

- 一、筛过的事实与选本文化

二、立场、成见、偏见

三、成见与错误认知的社会因素

- 1.信仰它因为相信它
- 2.传统的承袭
- 3.利益的羁绊
- 4.情感的湍流
- 5.知识的局限
- 6.模糊与歧义

四、认知偏误的生理与心理因素

- 1.认知图式的必然省略
- 2.先入为主
- 3.心理学家惨败，无人可全相信
- 4.添油加醋是人性
- 5.梦幻思维，似假还真
- 6.定势势大，凡人皆被“定”
- 7.从不从众由不得你
- 8.常识缺乏症，莫名其糊涂

第5章：心理问题、沟通问题与认知调整 -----89

一、有理为何说不清

- 1.何谓原意，怎生误解
- 2.诡辩：智慧的第三者
- 3.一根筋沟通术
- 4.辩诬之地不可留
- 5.不该说的道理

二、智慧沟通术

- 1.有种与有脑
- 2.越说越气之撤火策略

- 3.转换视角与对方的角度
- 4.最好的沟通技巧是爱心
5. 回应与回答

三、人生最痛心理病

- 1.谁人不忧郁
- 2.偏执的思维倾向

四、心理治疗与认知调整

- 1.超车较劲，心情拐弯
- 2.心理治疗与认知调整
- 3.心理调整技巧
- 4.用好量词，管好心情
- 5.反对无效焦虑
- 6.半杯水的取向与吃樱桃的价值追求

第6章：学校教育智力开发 -----115

一、教会学与学会想

- 1.为何不教，为何不学
- 2.教改与思维能力训练

二、学生学习的问题

- 1.学生要学“对的理论”
- 2.北京中小学生调查
- 3.高钢对美国教育的思考

三、儿童哲学

四、思考这样教

- 1.思维的跨度
- 2.抢救煤气中毒者的思想实验
- 3.坐车与走路：快与好的比较引出爱情
- 4.反戴帽子，思想发散

5.“公平”的圆

五、共同烧旺教改的火

1.对教法研究的呼吁

2.寻找更多的“前卫”老师

第7章：活力家教，智慧烛光-----133

一、活力家教有活力

二、家教误区

1.家长之急与专家之误

2.早期教育的神话与鬼话

3.两代隔心

4.玩滑板的母女争战

三、活力家教新主张

1.放学回家，自由思考家天下

2.巧玩游戏机，家教大升级

3.多生计、少生气——生子生智论

四、教孩子思考

1.红绿灯下，小丽娜明白了大道理

2.洗手搓肥皂，思想荡秋千

3.剩饭菜是留还是丢

五、家教短言说榜样

第8章：聪明人怎样思考-----155

一、理性是最大的聪明

1.严谨的品格与公正的基础

2.务实不是容易事

3.思维边界中度的把握

4.底线思维守住理

二、善于抓关键

- 1.抓关键、找规律
- 2.思维的创造性

三、周全的思考

- 1.系统的思考
- 2.发展的眼光、风险意识与底线思维
- 3.钢琴调音师的市场分析

四、思路清晰灵活

- 1.有逻辑性
- 2.有策略意识
- 3.反应敏捷，善于举一反三

五、以什么为标准

- 1.标准是导向
- 2.标准的务实与操作
- 3.标准不能简单化

六、以什么作根据

七、从什么角度切入

- 1.万事开头难之开头策略
- 2.转换视角
- 3.指标化、数量化、具体化
- 4.吃相评价：镜头推拉中的美丑变化

八、思维的自我监控

- 1.思维体检，自己操刀
- 2.不在话下，低估问题
- 3.慎重初战，延迟判断

第9章：智慧修养与修炼 -----199

一、智慧修养篇

1.思考的原则

2.智慧箴言

3.迷途知返寻“八戒”

二、怎样进行思维技能训练

三、思维动力学的八大功法

1.思维边界论与荡秋千法

2.游标卡位启问法(游标法)

3.爬杆法(喻生法)

4.惯性消解法(消元法)

5.反向思维法(反向法)

6.剪辑法(扮生法)

7.类比法(装熟法)

8.顺势外推法

9.“谈几点看法”的装套技巧

四、思维训练的常规方法

1.归因练习

2.推测结果

3.定义练习

4.措辞练习

5.题名活动

6.词语结构运动

7.造复句，说套话

8.正误判断

9.听相声，想逻辑

10.角色扮演

11.命题辩护

12.转述话语

13.生活课题天天练

14.设计活动

五、常思策略，常念谦虚

1. 学会反思与思维监控
2. 童心童趣童子功
3. 谦虚理性心态演练
4. 顺看与倒读：磨砺批判性思维的捷径

第10章：掌握思维查对表，理性智慧一把抓 -----225

- 一、拷问问题：问题的问题
- 二、拷问事实：这是真实的吗
- 三、拷问逻辑：这是周延的吗
- 四、拷问前提：这是合理的假设吗
- 五、拷问态度：这是客观的吗
- 六、拷问利益：这是多方兼顾的吗
- 七、拷问心情：这是值得的吗
- 八、拷问风险：这是我能承受的吗
- 九、拷问方案：这是最优的吗
- 十、拷问原因：这是合理的推测吗
- 十一、拷问方法：这是适当的吗
- 十二、拷问目标：这是可行的吗
- 十三、拷问成功：这是必然的吗
- 十四、拷问失败：这是偶然的吗
- 十五、拷问时机：这是适时的吗
- 十六、拷问对方：这是你的理据吗
- 十七、拷问自己：我是正确的吗
- 十八、拷问创意：这是可能的吗
- 十九、拷问资源：这是关联的吗
- 二十、智慧“八问”论(思维查对表精要版)

第 11 章：评说案例在争议中发言 -----239

- 一、街亭失后思得失
- 二、杯弓蛇影案之重建现场
- 三、最后一跳的“失足”
- 四、复发率高是否定的理由吗
- 五、北京车多与否的噢、噢、噫、哈
- 六、铁定的百分比，不查也罢
- 七、广发安全套是“鼓励”吗
- 八、为何捍卫乞讨的权利
- 九、给宋老师打分
- 十、如何评价人——名人过堂
- 十一、体坛高手智商大跃进

附录：智慧的多角度透视——学者之见 -----257

- 一、智慧光谱，别有洞见 ----- 访孔宪铎博士
- 二、政治·理性·智慧 ----- 访张文蔚博士
- 三、人脑“黑箱”探秘 ----- 访刘嫒博士
- 四、全质量管理与“语言处理” ----- 李杰信博士
- 五、投资中的理性与非理性思维 ----- 崔培良硕士
- 六、现代企业经营的三个认知误区 —— 谢世清博士

后 记 -----291

前言：买书的学问

买书要慎重，买这本书也不例外。

你爱过书、追过星、跟过风、上过当。只要还有一点求知欲或消闲欲，就免不了再当“冤大头”。你更警觉更挑剔了，这是应有的成长。先手捧本书暗思量：到底要不要将自己的钱跟书店老板的书进行一次价值交换呢？

一、选书的标准

大概是书名中的“智慧”之语触动了你，在成千上万种花花绿绿的印刷品中，见智慧而眼亮，你是爱智慧的人。一般的书为造势多会夸作者英明，这本书怎么上来夸读者呢？

心下存疑，荷包捂紧。

反应正确。先抬后坑的事多矣！书名好主题好又怎样？水货“水”了去了。怎样判断书的质量，很多人在书店都会踌躇。缺乏相关学科的背景知识，时间又不允许慢慢思考怎么办？简单当然也是表面化的方法是：如果是学术型著作，看看书中书后的征引：全无征引或笼统列出（无确切页码）的颇为可疑。对作者不必过看“来头”，但要看他是否“埋头”，是否做了扎实的资料工作——做了多长时间、多大范围的信息检索工作。

多数的普通读者则要考量以实用为主。判断实用的简易方法是：在目录中找到你有兴趣的一个小标题，翻到该页码读几百字，看合不合胃口。读两-three页，感觉就来了。

二、书生卖书

真是书生气。不急着推销自己的著作，反说起选书的技术问题。这你要是笑，后面更要笑掉大牙了。你若想都不想掏钱就买，作者宋

老师跟你急！后面你会看到，书中宋老师苦口婆心、万语千言、倾心而授的就是冷静再冷静、思考再思考，买他的书也要冷静地思考一下再说嘛。

我们鼓励读者凡事存疑，您受了激励捧着本书在那里考证，作者窃喜有读者神交，书店老板迟迟不见银子进账却愁矣。眉头一皱，店老板或店小二计上心来，笑说：买吧，没错您呐！大家都买这本书，挺有名的。您刚要答话，作者从书中跳出来拉您的手：且慢，莫盲目从众。“大家”是谁？“名”为何意？老板娘或打工的妹妹则另有行销之道：哎哟，先生。您一拿这本书我就知道您学问大，这本书就是专给您这样有思想的人出的……你晕，笔者也有点迷惑，英雄难过美人关嘛。书中有讲切勿感情用事，不过……

在特定的时空背景下，只能根据有限的信息做出一个“基本判断”，这样的成功只能是概率。如果你买了书读了泄气，骂作者于事无补，去找卖书的妹妹交涉，发了火却擦出了火花也未可知（卖书的女孩不会“坏”？）。凡事多用正向思维看，果真妙不可言。这样一想，这点书钱算什么？

“小妹，这本书我买了！”

三、李小妹不买我的书

张大哥买了书，李小妹恼了火。张大哥思的是“正向”，李小妹却想歪了。

张大哥心中那点小九九，是作者代言。男性作者自然（？）站在男性的角度，还自以为风趣呢。李小妹对“臭男人”向来没好感，说出话来硬梆梆：“买书还是买人？”若弄出个“买人”的名声，把妇女界得罪了，如何是好？MM呀，我们真没有得罪你（们）的意思呀，天地良心！

沟通怎么这么难？沟通就是这么难！

任何一个例子都有反证，任何一种比拟都有局限，顺了姑情难免逆了嫂意。怎么办？

“我不管别人怎么想”，这是新新人类；“就这么着吧，听蝻叫还不种庄稼了？”听起来是硬汉。不经周全思考，无论表现得怎样硬气、怎样新潮，其实都是二百五。

四、人皆有智，各有所盲

一语不慎，得罪半边天。

一言不合，会与人反目；一计不得，或致功败垂成；一念之差，可致福祸翻转。

人人都有智慧的成分，只不过经常摆的不是地方，也无人能一以贯之。

从地上爬起来，拍拍手，先贤叹口气：“人非圣贤，孰能无过？”话音未落，从一个面容模糊之人的口中响起一声好：“是的，凡事总交学费，我们从事的是前人没有做过的事业，总会走些弯路嘛。虽然代价大了些、学费贵了些，可总要分清一个指头与九个指头的关系。是不是啊，小同学？”被摸了头的同学很文气地回答：“完全拥护您的讲话精神。是人就会犯错，不犯错就不是人！”

嗯——？

人皆有智，亦各有所盲。**我们的任务就是帮人警惕自己的盲区，矫正认知方式上的偏失，用理性的方式把握事物，进行周全与快捷的思考。**

听说我们要开思维策略工作室搞咨询，友人很为我们的客源担忧，问：有几个有名的发了财的会听你们这套？我笑：不光大成功的不来，凡是觉着自己怪不错的都不会来。谦虚是智慧之门。本书作者的名片上印有八个字：兼听则明，聊中生智。有欲明之惑、有借助外脑之愿、愿意“兼听”的才是我们的客户与读者。

五、谁是目标读者

本书在家庭教育与人际沟通上着墨较多，关心子女教育的家长与教师是希望中的读者；在人际沟通与心理调节上想得到助益的人，会