

<<六个思考框>>

图书基本信息

<<六个思考框>>

前言

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 Perldins)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取最大的价值？

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。

<<六个思考框>>

内容概要

混乱是思考最大的敌人，面对日益纷杂的信息困扰，想让自己保持头脑清醒可不是一件容易的事情。《六个思考框》是专门为解决《六顶思考帽》中白帽子难题而设计的思考工具，它顺应大脑的图优原则和单线程原则。针对这些思考模式，德博诺博士一如既往地给他们设计了形象，这一次，他使用的是六个不同的几何图形。

<<六个思考框>>

作者简介

爱德华·德博诺

他拥有最显赫的称号——创新思维之父，全球最具远见卓识的20人之一，有史以来对人类最有贡献的250人之一。

他拥有最牛的学历——牛津大学心理学、生理学及医学博士，剑桥大学哲学博士，马耳他大学医学博士。

他拥有最牛的任教经历——曾在哈佛大学、牛津大学、剑桥大学、伦敦大学任教。

他的演讲拥有最牛的听众——诺贝尔奖获得者、世界500强企业、联合国、国际奥林匹克委员会、世界经济论坛、美国五角大楼、北京市政府等。

他的书拥有最多的拥趸——3 000万级的图书销量。

<<六个思考框>>

书籍目录

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。

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

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

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

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

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，随时都能撕下来的粘合剂注定是废品吗？

6 结果：板形

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？

<<六个思考框>>

章节摘录

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。

三角形有三个点。

如果把三角形的一条边水平放置时，我们就能看到一个指向某个方向的箭头。

那个方向就是我们的目的所在。

我们可以利用三角形框架来思考我们分析信息的目的。

我们每时每刻都被信息包围着。

很多时候我们并没有什么“信息目的”，但有时还是有目的的。

把这个目的弄清楚对我们来说会有很大帮助。

注意你正走在去超市的路上，你要买一些早餐麦片。

这就是你的很明确的目的。

你注意到有一张海报贴倒了，它吸引了你的眼球。

你想知道它是粗心所致还是故意要这么贴来吸引人们的注意，但是它已经吸引了你的注意。

你注意到有一个商店橱窗里的陈列完全由紫色衣服组成，非常艳丽。

这也吸引了你的注意力，这正是它的设计目的。

某物吸引了你的注意力，你看它，这时你就注意它了。

我们可以等着我们的注意力被吸引到某个事物上，也可以主动地把注意力引导到某个事物上。

这两种方式并不互相排斥。

我们可以选择主动引导注意力，同时也允许注意力被吸引到某个地方。

引导注意力是一种意志活动。

你可以像引导探照灯的光束那样引导你的注意力。

在你去超市的路上，你可以选择注意路边各个小店外墙的颜色。

它们是否具有一致性？

所有的烟草店用的是不是同一种颜色？

所用的颜色出自颜色编码还是店主的艺术创作？

哪种颜色看起来最吸引人？

也许有些颜色更容易保持鲜艳，也更易于清洁？

你可以选择把你的注意力引导到过路人的鞋子上。

这些鞋子会被穿一整天吗？

鞋子能体现主人的大概收入情况吗？

你可以选择去注意鞋子是否干净。

它能反映主人其他方面的整体外观吗？

每当你把注意力引向某个特定方向时，总有许多问题和推测在那等着你。

你可以设法进行概括和归纳，你还会发现一些无法归纳的情况。

你要自己决定把注意力引导到哪儿，以及注意哪些事物。

但如果你正在这么说的话，你应该能清楚说出你打算注意的东西。

通过选择注意某些事情，你就可以摆脱那些本不是为你准备却出现在你面前的信息。

打发时间和消遣大部分时间里，我们把浏览信息当做打发时间和消遣的方式。

我们会在早饭时看报纸，因为我们正好独自吃早饭，或者我们不想和任何人说话。

我们在牙医候诊室里坐着的时候会看报纸，因为我们无事可做。

我们会在乘坐飞机时看杂志，因为我们无事可做。

当我们不想做事的时候，我们会用看电视来简单地打发时间。

认识：即使你把浏览信息当做消遣或打发时间的方式，你仍可以说这是一种“认识”周围世界的行为。

你通过看电视新闻或者读报可以了解正在发生的事情，进而你就可以参与这个主题的谈话或者发起这样的谈话。

<<六个思考框>>

如果你准备去旅行，这个“认识”可能会提示你，在你出发的时候将会遇上机场罢工。我就遇到过这样的事情。

这个“认识”还可能提示你，你要去的那个国家正发生政治动乱。

对周围世界所发生的事情有个大概了解，是我们生活的一部分。

你需要这些信息。

但不幸的是，你可能必须花费相当多的时间去浏览信息，以期找到一些和你有关的偶发事情。

因此，我们每周都会花很长时间来浏览大量信息，以防漏掉那些我们确实需要知道的有价值的东西。

兴趣：你能从阅读的材料中找到感兴趣的東西。

你可能会有兴趣阅读关于一个男人的故事，这个男人非常胖，人们只有拆除他房子的部分墙壁才能让他从卧室里出来。

你可能会有兴趣了解一位女士因为她丈夫在年龄问题上说谎而要离婚。

他说他已经95岁了，但实际上他只有65岁。

你如果对一个故事的开始感兴趣，你就会想知道它的结局。

这是一种内在兴趣，是“故事情节兴趣”。

一般兴趣：有一些事情属于一般兴趣，和你自己的事情没有直接关系。

例如，你可能会有兴趣听到一个报道：世界上四分之一的妇女被丈夫殴打。

你会错过这个信息吗？

你可能会有兴趣听到在俄罗斯一年有85000名妇女被她丈夫或者伴侣杀死。

你可以对此表示怀疑。

你可能会有兴趣听到在澳大利亚有一种青蛙会吞掉自己的受精卵，让下一代在它的肚子里发育，小青蛙在发育好后会从它的嘴里跳出来。

特殊兴趣：如果你从事金融工作，你会对股市报道感兴趣。

你会对权威人士和官方就经济现状和将来发展所发表的声明感兴趣。

如果你很在意自己的健康状况，你可能会有兴趣留意一些信息片段。

如芬兰人会说喝过多的咖啡会增加患关节炎的概率。

另外一个报道则显示喝茶可以降低45%患老年痴呆症的概率。

在没有全部了解信息背景前，你可能会选择不相信这些报道。

如果你对汽车有兴趣，你会注意到有关塔塔汽车的新闻，它的定价是2000美元。

你可能会对使用氢能源的新混合动力车感兴趣。

浏览和扫描：上面提到的许多对信息的利用可以归到“浏览和扫描”的标题下面。

其中有多少是你确实做的，以及有多少是你需要做的，都取决于你的个人喜好。

关键是即使你真的仅仅是在打发时间或消遣，但还是有其他活动发生了。

需求和搜索：你需要一些特定的信息，你就会着手去搜寻那些信息。

你需要回答一个具体问题，你就会去寻找答案。

每当我们分析信息的应用和价值时，这都是最重要的一项。

有个人在路上拦住你，向你打听去火车站的路，他有一个具体的信息需求。

有人想查字典了解如何拼写“insouciance”一词，他也有具体的信息需求。

有人去图书馆阅读所有关于斯里兰卡佛教的资料，他也有具体的信息需求。

有人通过阅读报纸上的房产专栏以了解自己房子的现值，他也有具体的信息需求。

像谷歌和雅虎这样的搜索引擎是了不起的工具，它们在人类历史上第一次允许人们直接并详细地得到他们所需要的信息。

我曾在一个重要的大学会议上说过，今天的大学过时了。

建立大学的目的是向现在的学生传递过去的智慧和知识。

但在数字化时代，学生可以直接获得所有需要的信息。

或许大学应该教授一些技能：信息技能、思维技能、人际交往技能、管理技能，等等。

什么和哪里：你的信息需求是什么？

你在找什么？

<<六个思考框>>

你对问题界定得越精确，你找到答案的可能性就越大，而且困难也越小。

需求可以被精确界定。

比如，我想知道，雌性的家蜘蛛是不是真的会把它的配偶包裹在一个茧里，当它饿的时候就会吃掉配偶的一部分。

这是真的吗？

可能还有很多一般性的需求。

我买了一幢带花园的房子，我想种一些玫瑰。

我可以从哪儿找到有关种植玫瑰的信息？

种植玫瑰困难吗？

费用高吗？

我需要成为一名有经验的园丁吗？

我有时会收到电子邮件，要求我告诉发件人所有我知道的关于创造性的知识。

虽然我已经写了好几本关于创造性的书，但那依然是一个相当大的需求。

“我想知道我在哪儿能找到以下问题的相关信息。

”“我在查找这个领域的一般信息。

”“我在找这个特定问题的具体答案。

”确认：确认就是要明确你在什么问题有一个具体观点。

你不需要对它进行查证，因为这不是是否属实的问题。

你真正要找的是对那个观点的支持。

这不容易找到，因为信息是用来支持各种不同观点的。

你应该在一个主题范围内进行广泛搜索，然后选择支持你观点的信息。

我们总可以提出一些笼统的问题。

例如：“我听说……是真的吗？

”“有人告诉我……是这样吗？

”“我不太记得读过那个……是那样吗？

”“我认为……对吗？

”“据说红头发的人比其他颜色头发的人有更高的痛阈，是这样吗？

”“我可以从哪儿找到信息去验证这个观点？

”所有的问题都一样，问题越具体，就越有可能找到答案。

“土库曼斯坦的总体政治情况如何？

”“影响老年男性的最常见的残疾是什么？

”如果对一个具体问题只是进行大概的描述，那么就需要我们做更多的工作。

如果提问者想知道老年男性的一种特殊残疾，他就应该有意识地去专门询问那种残疾，而不是寄希望于通过对残疾的总体描述来获得。

非常具体的问题：我需要知道从伦敦出发早上到达迪拜的航班时间。

这个问题可以更加笼统，我需要知道从伦敦到迪拜所有航班的起飞时间，那时我可以通过选择来满足我的确切需要。

医生需要对病人提出具体问题，以帮助诊断病情。

医生一般先提出一些笼统的开放性问题，然后再提出一些具体问题：“饭后多长时间开始疼的？

”具体问题要求有一个具体答案：“大约饭后半小时开始疼。

”具体问题也可能要求给出是或否的答案：“你有没有咳血？

”“射击问题”就是一个有明确答案的问题。

当你射击的时候，你知道你在瞄准什么。

“钓鱼问题”就不同了。

当你把装有诱饵的鱼钩放入水里，你不知道什么鱼或者哪一种鱼会咬钩。

这和对准某样东西射击很不一样。

就如“你不接受哪一类食物？

<<六个思考框>>

“不同于”你接受辣的食物吗？

“在一个射击问题中，你对要找的信息有一个具体描述。

而在一个钓鱼问题中，你对可能获得的信息只有一个大概的想法。

哪里：你可以问别人。

你可以问特定的人，如一位旅行代理人、一位航空公司职员、一名医生或一位汽车销售员。

你可以让别人给你提供信息，或让别人告诉你去哪儿找你需要的信息。

你可以在互联网上进行搜索。

你可以使用像谷歌和雅虎这样的专门搜索引擎，或者你可以直接进入和你所需相关的信息领域。

你可以利用图书馆，并从管理员那里获得建议。

你可以到书店买一本关于那个主题的书。

你也可以订购一本所需领域的杂志，如果有的话。

你可以找到一本有关玫瑰种植的杂志，但找不到关于蜘蛛的。

我在这里并不打算给出一个可能信息源的全部列表。

三角形框架：三角形框架的目的是要清晰地列出查看信息的目的，让你自己或其他人都能明了。

“运用三角形框架分析一下，我们的目的是什么？”

“如果你想为三角形的每一个顶点加上一个意义（这不是必需的），这三个点可以是：顶点1：什么？”

我们搜索或扫描信息的目的是什么？

顶点2：为什么？

为什么我们需要这个信息？

为什么这个信息有价值？

为什么这个信息将会影响我们？

顶点3：哪里？

哪里可以找到这个信息？

我们是在正确的地方找吗？

“我想在这里使用三角形框架，我们需要单亲家庭数量方面的具体信息。

“请”使用三角形框架，我们是否知道这个镇上无人居住的住宅的数量吗？”

“提供信息：这是信息运用的另一方面目的。

你拥有一些信息，并希望能展示给别人。

你可以使用三角形框架来显示你这样做的意图。

“此刻我想运用三角形框架，向你展示最近一个有关16岁以下人群吸烟习惯的调查结果。

“目的：三角形”我不知道这个信息有效性如何，但我想运用三角形框架把不同颜色汽车车祸的相关数据展示给你。

“总结：三角形框架的目的是强调并清楚列出你的信息需求。

大多数人只是对此有一个含糊和笼统的想法。

仔细思考这个问题，并把它展现给你和其他人，这将能让我们更有效地使用信息。

我们不缺信息，我们需要弄清楚想从这些信息中得到什么。

解读：目标是一个非常重要的概念，目标管理也是一个耳熟能详的专业名词，但是对信息进行思考的目标却往往被人们忽略。

“昨天夜里，在位于布瑞克斯顿路尽头的劳瑞斯顿花园街3号发生了一起凶杀案。

今晨两点左右，巡逻警看到该处有灯光，因这里平常无人居住，故而怀疑出了什么事情。

后来该巡警发现房门大开，前室空无一物，屋中有男尸一具。

尸体衣衫整齐，口袋里装有名片“这是《福尔摩斯探案全集》中的一个片段。

假如你是福尔摩斯，现在赶往现场探案，你会怎么做呢？

当然是搜索蛛丝马迹，寻找破案的线索。

毫无疑问，这是最合理的做法。

但是接着想下去，怎么搜索所谓的蛛丝马迹呢？

<<六个思考框>>

搜索什么样的蛛丝马迹呢？

一般来说，警察破案是一个典型的问题解决过程，而所有的问题解决都要从信息处理入手。

关键在于，我们知道要去搜索信息，却不知道搜索什么信息以及如何搜索信息。

在问题得到解决之前，我们并不知道某个信息究竟是有用的还是无用的。

注意力是个有意思的话题，人们通常认为信息会自己主动闯入我们的视线并进入我们的脑海，这就是所谓的“看到什么，你就会思考什么”。

然而事实往往并不都是这样。

在《达·芬奇密码》中，提彬爵士在向兰登博士和索菲·纳芙解释《最后的晚餐》中隐藏的秘密时，曾经说过这样一句话：“眼睛只看到大脑选择的东西……”所以我们很多时候对于明摆着的信息会视而不见，而又有些时候我们会放任我们的注意力随随便便被吸引和转移。

《达·芬奇密码》这个故事与福尔摩斯探案非常相似，尽管情节曲折惊悚，但本质上都属于探秘型的问题解决。

在问题分析阶段，如何搜寻和处理信息都显得尤为重要。

本书把用于目的研究的三角形框架摆在第一位是有它的道理的。

面对信息，我们总会有各种各样的目的。

对我们而言，无论是什么样的目的都没关系，重要的是，我们自己是不是清楚地知道自己对信息思考的目标是什么？

处理信息的目的有很多种，比如说用于消磨时光的观摩、浏览、阅读甚至于道听途说些八卦新闻；或者如果你需要破案和解决问题，那就会关心从哪里找到信息，通过什么途径得到信息以及寻找什么样的信息；再比如你对某些信息持怀疑态度，为了求证、确认而搜寻新的信息；或者当你面对陌生事物时需要探知与它相关的所有信息。

凡此种种，都是信息处理的目的。

那么，现在回想一下，你是否真的知道自己每时每刻处理信息的目的是什么？

比如现在的你，正在阅读这本书，你的目的是什么？

是了解一些你以前不知道的内容？

或者你正被信息处理的难题所困扰而寻求解决的方法？

或者你希望挑战本书的作者，寻找本书的谬误所在？

或者你因崇拜大师而希望通过阅读他的著作来见证他的不凡之处？

假如你总是很清楚自己对信息的目的何在，那么你总会比别人更有收获。

举一个例子，有一次我在给一家企业做咨询的时候遇到这样一个问题，企业的人力资源经理问我是否可以帮助他们降低员工的流失率。

这是一家IT制造企业，隶属于某个知名通信品牌。

当你面对这样一个问题的时候你会怎么想？

当然是需要更多的信息支持，例如现在员工流失率是多少；企业期望的目标是多少；为降低流失率所采取的手段有哪些；员工为什么会流失等。

但我清楚地知道，所谓员工流失率的问题并不是仅仅困扰这家企业的问题，我刚刚经历过另外几家企业对我提出了非常相似的问题。

于是我问了一个令对方感到意外的问题：“您为什么要降低员工流失率呢？”

对方显然奇怪我为何提出如此显而易见而且略嫌幼稚的问题，但恰好因为这个问题足够幼稚，所以他一下子答不上来了。

有时候就是这样，你问一个人如何解一元二次方程，你会很容易得到答案，但如果你问一加一为什么等于二，对方恐怕反而因这个问题如此“幼稚”而不知如何作答了。

“显而易见”这四个字在很多时候阻断了我们的思考。

当时我提问的目的有两个：第一，明确对方提出问题的动机是什么？

我要为此而搜寻一些信息。

第二，了解对方提出问题的成因是什么？

<<六个思考框>>

我也要为此而搜寻一些信息。

我的第一个目的是要知道对方的问题是如何困扰对方的，第二个目的才是了解围绕对方问题的相关信息。

企业的人力资源经理沉默半晌才回答说：“我需要降低员工流失率，那是因为如果员工不稳定，会对生产质量造成困扰，太多的新员工进入生产线会不利于质量稳定。

”我把我的第二个问题抛向了工程师：“你们能否通过技术手段来降低人员因素的干扰？”

”很幸运的是，工程师回答说可以，于是我继续问人力资源经理，如果质量的稳定不受人员变动的干扰，那么是否还要解决“员工流失”的问题？

对方瞠目结舌道：“您说的是一个技术问题，我说的是降低员工流失的问题，您并没有帮助我降低员工的流失率。

”我说：“这其实是一回事，当生产问题得到解决时，员工流失还是问题吗？”

”我们可以干预一个问题的两端，一端是问题的成因，一端是问题的影响，如果你消除了问题的成因，那么问题现象就会消失。

而如果你能消除问题造成的影响，那么问题的现象可能依然存在，但那现象已经不能称之为“问题”了。

换言之，如果员工流失率为3%对生产的影响可以被接受，而当员工流失率到了10%对生产的影响不可接受，于是我们称3%的员工流失率为“没问题”，称10%的流失率为“有问题”。

但如果员工流失率10%的时候对生产的影响与3%时相同，那10%的流失率是有问题还是没有问题呢？假如一个现象所带来的结果不会造成你的某种困扰，那这个现象当然不能叫做问题了。

当然，解决员工流失的问题绝非如此简单，我不过是以整个过程中的一个小片段为例，事实上高员工流失率所带来的影响并不仅限于生产质量，但这是一个思考的路线，也是索取信息的目标指引。

我必须清楚地知道，我是要消除问题的成因还是要降低问题的影响，这会导致完全不同的信息索取方向。

换句话说，在问题解决时，我必须清楚地知道自己对信息的目的，信息与问题解决和方案紧密相联。

也有些时候，提供信息本身也是一种目的，正如前文中提到的那样，可能你手中掌握了一大堆杂乱无章的信息，你并不确定这些信息意味着什么，有何价值，你只是希望把所有相关信息平行地排列在那里，等待进一步的处理。

这也可以成为一种目的。

有关信息思考的另一个事例发生在校园里，我在观摩一个硕士生向他的导师汇报论文阅读收获的时候，见到这个学生不断被他的导师质疑。

这个学生是这样汇报他的收获的：“我在上周阅读了这样一篇论文，题目是……论文的结构是……论文的内容是……论文的结论是……”前后不到十分钟，他的导师问他，你觉得这篇论文有什么价值吗？

学生回答说没看出有什么价值。

这个回答令他的导师颇为恼火。

我和他的导师一致认为，不是论文没价值，而是这个学生的阅读没有价值。

显然，这个学生完全不知道自己阅读的目标，例行公事般地应付差事。

导师认为这个学生根本没有进入一个研究生应有的状态，而我则认为这个学生首先是缺乏求知的动机，其次，则是完全没有学习方法。

教育系统关注给学生提供信息，却并不关心学生是否能够建立对信息思考的目标，因为我们从来都会帮助学生设定好各种目标，信息处理的目标也是如此。

如果我们不给学生提供：阅读目标，学生自己是不会主动设定目标的。

应用三角形框架，那个研究生完全可以给自己设立一个目的列表：论文的作者是什么背景？

论文发表的背景是什么？

论文的影响力如何？

论文提出的假设是什么？

<<六个思考框>>

论文的研究方法是什么？

实验过程是怎样的？

论文的结论与其他同类论文的结论有何不同？

论文的价值表现在何处？

论文的缺陷或不足有什么？

等等。

显然，对于一个学生而言，掌握三角形框架会有效促进其自主学习能力的提升。

其实学习本身也是一个信息处理的目标，而这个目标之下，还有更多涉及细节的子目标。

无论是应用于工作、学习或者生活，三角形框架都是一个能够帮助大家提高效率的重要工具。

或许你可以尝试思考以下几个问题。

1.在招聘过程中，运用三角形框架可以建立什么样的信息思考目标？

2.在投资规划中，运用三角形框架可以为信息思考建立什么目标？

3.将三角形框架运用于毕业生求职中会有怎样的结果？

可能一些读者会希望见到参考答案，但我却并不希望你从书上直接找到什么线索，那无益于锻炼思考能力。

如果你愿意，不妨独自应用三角形框架思考，或者与你的朋友们讨论。

<<六个思考框>>

后记

注意力是思维的重要组成部分，我们身处浩瀚的信息海洋之中，为了避免迷航，为了有效且高效地获得所需信息，并进行相应分析，我们需要用一些工具来引导自己的注意力，来指导自己的信息分析工作。

而本书中的六个框架就是为此而备的。

爱德华·德博诺先生在本书中从信息的多重特性，如准确性、偏见、兴趣、关联性和价值等出发，建构了分析信息的六个框架，并为了便于记忆、理解和应用，为每个框架选择了相应的图形象征符号。

这六个框架分别是：目的——三角形框架、准确性——圆形框架、观点——正方形框架、兴趣——心形框架、价值——钻石形框架、结果——板形框架。

这六个框架分别代表了分析信息的不同方式，且具有较好的操作性。

阅读本书，我们会对六个图形符号记忆深刻，并产生跃跃欲试之感。

这也正是本书的工具性价值所在。

本书由庄榕霞和祖道海共同翻译，并由庄榕霞对全部译文进行校对和修改，以尽可能保持译文风格的前后统一。

在翻译时，我们还就书中的一些专门术语等查阅了爱德华·德博诺先生的其他著作，并进行探讨和斟酌，收益颇多。

由于译者学识水平有限，译文若有错漏之处，还请各方指正。

此外，在翻译过程中，赵国庆博士和徐宁仪还就某些专门术语的准确理解和翻译提供了帮助，李季编辑也为翻译工作提出了许多建议。

我们对此深表感谢！

<<六个思考框>>

媒体关注与评论

我是德博诺的崇拜者，在信息经济时代，我们必须依靠自己的创意才能生存。

——约翰·斯卡利，苹果公司前CEO没有比参加德博诺研讨会更好的事情了。

——汤姆·彼得斯，著名管理大师，畅销书《追求卓越》作者德博诺博士的创新思考方法已被学生及专业人士广泛使用，它的确能帮助人们更具创造力与创新性。

——谢尔登·格拉肖，1979年诺贝尔物理学奖获得者各个领域的领袖，从技术工人到核物理，从制作到销售，都有一个共同点：清晰的思考能力。

我很清楚在我的公司里，德博诺的概念是如何激发各层次员工的灵感、激情和自信的。

——保罗·麦克瑞，沃曼航空公司的创始人

<<六个思考框>>

编辑推荐

《六个思考框》是一个信息越来越纷杂的时代，各种信息让我们迷乱。创新思维之父深知混乱是思维的大敌，因此特别推出这本书，帮助现代人理解信息搜集与处理中的思路。

这本书也是对《六顶思考帽》中的白帽的深入解读。

通过德博诺思维课程资深培训师吴亚滨老师的解读，信息处理的各个面向变得越发清晰，越发可操作。

<<六个思考框>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>