

<<社交商>>

图书基本信息

书名：<<社交商>>

13位ISBN编号：9787508607818

10位ISBN编号：7508607813

出版时间：2007-01-01

出版时间：中信出版社

作者：(美)丹尼尔·戈尔曼(Daniel Goleman)

译者：魏平

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>

<<社交商>>

前言

一项新发现在美军发动第二次伊拉克战争后不久，曾经有一队美军士兵去当地的清真寺拜访一位穆斯林长老，希望他能够协助分发救援物资。

没想到的是，当地人误以为这些美军士兵是去逮捕他们的精神领袖——那位穆斯林长老，或者是去破坏他们的圣地清真寺的，因此数百名愤怒的当地人聚集在了清真寺外。

这些人包围了全副武装的士兵，他们挥舞着手臂，愤怒地叫喊着，并且不断缩小着包围圈。

情况越来越危急，指挥官克里斯托弗·休斯上校急中生智，迅速想出了对策。

他先拿起一个喇叭，命令士兵单膝跪下。

然后又命令他们把枪口朝下放好。

最后他命令道：“微笑。”

见此情形，虽然还有一些当地人仍然不依不饶地大声叫喊，但是大部分当地人都报以了友善的微笑。

在上校命令士兵们边微笑边慢慢撤退的时候，甚至还有些人亲热地拍了拍士兵们的后背。

这一机智的举动正是快速权衡后的结果。

休斯上校必须要充分意识到那些当地人是多么地敌视他们，并且找到安抚他们的方法。

他必须保证士兵们信任他，绝对服从他的命令。

他还必须保证他们的姿势能够冲破语言和文化的障碍，和当地人好好沟通。

只有具备上述所有条件，他才能在瞬间做出“微笑”的命令。

这种使人无条件服从的权威和察言观色的能力正是一位杰出的执法者所必须具备的素质(当然平息平民骚乱的军官们也必须具备这种能力)。

不管你是否赞成美军在伊拉克的军事行动，你都不得不承认这样一个事实：这一事件表明在混乱、紧急的情况下人类的大脑具备多么高明的社交商。

我们也具有和休斯上校一样的神经系统，它不仅可以帮助休斯上校渡过难关，也可以在我们遇到潜在危险时，帮助我们决定到底是逃跑还是周旋下去。

这一神经系统不仅在人类历史上使不计其数的人得以保命，直到今天它对于我们来说仍是性命攸关。

在不是特别紧急的情况下，这一神经系统同样可以帮助我们应对每一次与别人的交往，不管是在战场、卧室还是超级市场。

当恋人们含情脉脉地四目相视、初次接吻时，这一神经系统就在起作用。

它还能解释为什么我们能够和朋友聊得热火朝天。

在节奏和语调非常关键的交流中，这一神经系统都起着至关重要的作用。

比如说，它可以帮助律师了解陪审团成员的确切态度，可以让谈判者意识到自己已经争取到了最大利益，可以使病人信任即将为她做手术的医生。

它还能解释为什么在会议中百无聊赖的人们会突然安静下来聚精会神地聆听。

现在一门新的科学已经能够详细解释在上述情况下神经系统的工作原理了。

……行为得体 早在1920年，在人们刚开始热衷于智商测试后不久，心理学家爱德华·桑代克就首次提出了社交商的概念。

他曾经给社交商下过这样的定义：“理解人类行为和处理彼此关系的能力。”

这正是我们在生活中必不可少的技巧。

但是这个定义本身仅仅把自控力作为衡量人际交往能力的唯一标准。

即使在现在，一些对社交商的描述也没能区分骗子的伎俩和可以大大改善人际关系的真诚行为之间的区别。

在我看来，社交商仅仅关心自控能力是不够的，因为这只是关心一个人的行为而不关心与他人间的相互影响。

相反，我们应该从更广的角度来理解社交商：我们不仅要明智地处理好人际关系，而且还要了解在人际交往过程中神经系统的彼此影响。

这样，社交商的研究就从个人角度转向了人际角度，从研究个人能力转向了研究交际中的相互作用。

<<社交商>>

而且，研究范围的扩大使我们超越了个人的范畴，来了解人们在人际交往中的生理活动，因此也就超越了利己主义而转向关心双方利益。

这种新视角把一些有助于改善人际关系的情绪，比如说移情和关心，也作为了社交商的研究对象。因此，本书采用的是桑代克关于社交商另外一个含义更广的原则——“在人际交往中做到行为得体”

。大脑对社交活动的响应会促使我们行为得体。

在这一过程中，不仅我们的情绪会受到交际对象的影响，而且我们的生理系统也会受到他的影响。

同时，我们的情绪和生理系统的状态也在影响着交际对象的情绪。

事实上，我们可以用彼此的影响力来衡量人际关系的亲疏。

既然人与人之间的生理影响如此巨大，那么在人际交往中我们就应该抱有利他的心态，这样才能利人又利己。

人际关系本身的定义也在不断变化，因此我们也应该从全新的角度来理解它。

这样做不仅具有深远的理论意义，还会迫使我们不得不重新审视自己的生活方式。

在探讨这些深远影响之前，让我们再回到本书的开头：人们的大脑互相影响，轻松的情绪就这样不可思议地传播开来。

<<社交商>>

内容概要

丹尼尔·戈尔曼提出的情商概念，颠覆了智力天生的理念，给人类社会带来了极大的冲击，《情商》一书也高居纽约时报排行榜达一年之久，在全球共销售500多万册，在《社交商》一书中，戈尔曼阐述了他的最新发现，一项同样具有划时代意义的发现——我们与他人的关系也影响着我们的智力，并对我们生活的方方面面施加着影响。

我们绝对没有意识到，我们在日常中所遭遇的人——父母、配偶、朋友、老板，甚至是萍水相逢的陌生人，都可能改变我们的大脑的运作方式，使我们的行为方式发生迥异的变化。

戈尔曼发现我们的大脑需要与他人交流，我们大脑的实质就是社交性的大脑。

我们如何对待他人，他人如何看待我们以及如何回应？

人际互动对人类的影响超出了我们的想象，在这个过程中我们会分泌各类激素，调节着我们体内从心脏到免疫系统的活动，以至于我们会像感染感冒一样感染他人的情绪，而与世隔绝和无情的社会压力也会导致我们的寿命缩短。

我们怎样才能使我们的孩子快乐成长？

婚姻关系如何美满幸福？

企业高管如何调动下属的斗志？

办公室政治让我们疲于应付？

为何我们总是对某些人拥有莫名的好感？

别人无意间的一句话却让我们方寸大乱？

在书中这些让我们颇费思量的问题戈尔曼都做了详细解释，并进一步指出社交商已成为衡量我们生存能力的一项基本指标，将决定我们的心智表现，并决定我们将来的走向与可能取得的成就。

如果说在职场中有“智商决定是否录用，情商决定是否升迁”的说法，那么社交商则决定着你在职场内外的生活质量。

以下是章节简介：

第一部分 社交商的影响力

第一章 情感的力量

为什么会有那么多女人对维利奥托如此痴迷呢？

从对他的审判中，人们看出了一些端倪。

加德纳承认，这个爱情骗子吸引她的一点就是所谓的“诚实的表现”。

比如说，即使他在撒谎的时候，也会微笑着直视她的眼睛。

第二章 和谐人际关系的良方

和谐的关系存在于人们之间。

在交流中，如果我们感到愉快，全神贯注，那么我们就觉得交流是和谐的。

但是和谐的作用不仅仅体现在这些短暂的瞬间。

当人际关系和谐的时候，人们会更有创造性，而且能更快地做出决策。

第三章 模仿的天性

微笑比其他任何表情都有优势，因为人类的大脑偏爱笑脸。

在所有表情中，大脑识别笑脸最快，也最容易，我们把这种现象称为“笑脸优势”。

一些神经学家认为，大脑中产生乐观情绪的神经系统随时都准备启动，使人们乐观的时候要比消极的

<<社交商>>

时候多，因此会产生乐观的生活态度。

第四章 利他本能

大都市的人在街上不怎么会关注、问候或者帮助别人，这一点全世界都一样。

人们把这种现象称为“都市恍惚症”。

社会学家认为在熙熙攘攘的大街上，人们往往会陷入这种完全自我的状态，有时仅仅是因为要应对周围嘈杂的环境里过多的信息。

这不可避免地会带来这样的后果：在我们忽略周围无关信息的同时，也会忽视周围需要帮助的人。

第五章 一吻定江山

凭直觉判断我们是否喜欢某个初次见面的人也就是在推测我们是否能与他建立和谐关系，或者至少顺利相处下去。

但是在潜在朋友、商业伙伴或者配偶中，我们是根据什么来决定究竟是亲近还是疏远他们呢？

第六章 何为社交商

令人惊奇的是，许多杰出的销售员和客户经理在谈话中计划性都不是很强。

对这些领域的佼佼者进行研究后发现，他们接待顾客或者客户的时候并没有打定主意一定要把东西卖出去，而是把自己定位为咨询师。

所以他们的任务首先就是倾听，了解客户的需要，然后再根据客户的需要向客户推荐合适的产品。

第二部分 深受其害的社交商

第七章 心有戚戚焉

就像弗洛伊德很久以前说的那样，人们之间的任何重要共同之处都会引起“同伴感觉”，比如说成功地和自己心仪的对象搭上话，打电话给陌生人向他推销，或者在漫长的飞行旅途中和旁边旅客聊天打发时间的时候，都是如此。

但是在这种表面联系之外，弗洛伊德还发现它可以带来强烈的同感，一种觉得别人和自己极为相似的感觉。

第八章 自恋型领导者

在冷酷的现代商业社会中，这种雄心勃勃并且自信的领导肯定能够得心应手。

他们中最杰出的人会成为富有创造力的天才战略家，他们可以掌控大局，从容应对危机四伏的挑战。

他们不仅自信，而且还愿意接受批评，至少他们会听从知心好友的意见。

第九章 男女大不同

极端的男性大脑对于心智直观比较迟钝，它们负责移情的神经系统不太发达。

尽管存在这种缺陷，但是另一方面这种人往往拥有超群的智力，比如说有些专家在解决计算问题等方面甚至可以与计算机媲美，这真是匪夷所思。

尽管这种极端的男性大脑洞察力较弱，但是却具备理解复杂系统的天赋，比如洞悉股票市场、软件原理和量子物理学等。

第三部分 社交商的培养

第十章 基因 命运

孩子生活中重要的人，比如父母、兄弟姐妹、祖父母、老师和朋友等营造出来的社交和情感环境会影响他们大脑神经系统的发展。

孩子的大脑就像一株植物一样，而周围的环境，特别是生命中最重要的人们所形成的情感环境，就像土壤一样，可能肥沃，也可能贫瘠。

<<社交商>>

第十一章 安全的港湾

从宝宝出生的第一天起，他们与妈妈的一致性就产生了。

一致性越强烈，他们之间的交流就会越温馨幸福。

但是，如果无法达到一致的话，宝宝就会感到生气、沮丧或者厌烦。

如果宝宝长期缺少一致，因而承受孤独的痛苦的话，他就会寻求一切可能的方式来安慰自己。

有些宝宝似乎会放弃寻求外部帮助，尝试自我安慰。

第十二章 快乐的起点

玩耍也是对孩子自我控制力的一种很好的治疗和纠正。

玩耍中出现的所有情况都是对现实的一种模拟，而许多又是在现实中无法实现的。

比如，玩耍可以帮助孩子学会控制他们对于与父母分离或者被父母抛弃的恐惧，为他们提供自主和自我发现的机会。

同样，在现实生活中因为危险而无法实现的愿望和冲动，在游戏过程中也可以毫无阻力地实现。

第四部分 社交商与爱

第十三章 小孩子脾气

当然，恋爱中也会出现狂风暴雨，就像小孩子会发脾气一样。

婴儿总是以自我为中心的，恋人们有时候也是这样。

由于刺激或者其他不安全因素而在一起的情侣，比如战争时期的恋人、违背道德的风流韵事，或者爱上“危险男人”的女士都是如此。

这也许就是为什么有人认为爱情更像吸毒，而不是儿时的挑逗的原因。

第十四章 欲望：他的和她的

不管原因是什么，这就是人类大脑精妙的生理机制：男人被女人的容貌与身材所吸引，女人则会爱上男人的气味。

第十五章 夫妻相

为什么夫妻可能会越长越像，而且还发现他们脸部的相似程度与婚姻的美满程度成正比？

第十六章 灼伤心灵的打击

和人际交往范围广的人相比，那些极少与人进行亲密交流的人患感冒的概率要高4.2倍，因此孤独比抽烟更可怕。

第十七章 缺失的另一半

为什么人们在配偶去世之后患病或者死亡的危险会大大提升？

第十八章 勇敢的员工

那些认为老板能够使自己产生安全感的员工一般都更加勇于探索，勇于冒险，创新意识强，并且愿意接受新挑战。

这种安全感同样会带来一定的商业效益，因为如果赢得了员工们的信任，那么即使老板严肃批评他们，他们也能心平气和地接受，并且还会认真反思自己。

第十九章 偏见的消失

“我们和它们”这个短语“把整个世界分成了两类：阳光普照的孩子和黑暗世界中的孩子，绵羊和山羊，上帝的选民和被诅咒的人”。

<<社交商>>

作者简介

作者：(美)丹尼尔·戈尔曼 译者：魏平 张岩 王乾 丹尼尔·戈尔曼，哈佛大学心理学博士，现为美国科学促进协会（AAAS）研究员，曾四度荣获美国心理协会（APA）最高荣誉奖项，20世纪80年代即获得心理学终生成就奖，并曾两次获得普利策奖提名。

此外还曾任职《纽约时报》12年，负责大脑与行为科学方面的报道；他的文章散见全球各主流媒体。畅销著作有：《情商》、《工作情商》等。

<<社交商>>

书籍目录

序言 一项新发现第一部分 社交商的影响力第一章 情感的力量第二章 和谐人际关系的良方第三章 模仿的天性第四章 利他本能第五章 一吻定江山第六章 何为社交商第二部分 深受其害的社交商第七章 心有戚戚焉第八章 自恋型领导者第九章 男女大不同第三部分 社交商的培养第十章 基因 命运第十一章 安全的港湾第十二章 快乐的起点第四部分 社交商与爱第十三章 小孩子脾气第十四章 欲望：他的和她的第十五章 夫妻相第五部分 社交商与人际关系第十六章 灼伤心灵的打击第十七章 缺失的另一半第六部分 如何提高社交商第十八章 勇敢的员工第十九章 偏见的消失后记 最重要的事情 附录 反思社交商致谢 找到“幸福感的源泉”

后记

这不是一本读来让人觉得轻松愉悦的书——它不是以通俗且煽情的文字取悦人的常识，而是以平实的语言和论据表达一种对常识具有颠覆性的见解。

对于细心的读者来说，这是一本足以改变其世界观和个人心态的书。

当然，作者的真正意图并非做理论性的翻案文章。

要想理解本书的要旨，读者不妨先读一读本书的后记和附录。

后记的标题“最重要的事”道出了作者写作本书的意图。

什么是“最重要的事”？对这个问题的回答，决定了一个人基本的价值取向和行为方式，也最终决定其生活质量和人一生最终的“投入产出”。

2002年诺贝尔经济学奖得主卡尼曼“快乐水车”的隐喻或许能让我们意识到什么是“最重要的事”。

卡尼曼的经济理论的独特性首先在于其理论的“终极关怀”大异于传统的“经济人”的假设。

为了理论推导的方便，传统经济学把人的需求和行为方式大大简化，人被简化为一个“单向度的人”：总是以理性、算计的方式谋求自身利益最大化的人。

这种假设最初只是被当作一种理论建构的“方便法门”，但久而久之被当成了一种不言而喻的真理，进而成为一种普遍的“常识”和“世界观”。

大经济学家与小市民都不约而同地相信：人的所有行为的动机全都是为了自身利益最大化。

最大化的个人利益通常被称为“财富”，“财富”又通常被认为等同于“幸福”（英语Fomme一词兼具“财富”和“幸福”之义，著名的《财富》杂志在中国曾一度被译为《幸福》）。

当幸福与财富被等同为一的时候，无论是评判个人的价值还是评判社会的价值的标准，都被归入大一统的经济价值标准之中，成为“三位一体”的价值标准。

这个标准相当明确和硬性，那就是GDP。

亚当·斯密在写《国富论》的时候已经隐约看到了财富逻辑令人担忧的一面：财富增长的特性，意味着人们对没用物质的需求会无限滋生。

创造更多的财富意味着必须生产越来越多的用完即扔的东西，因为财富的增长就是以交易量（最终汇入到关于GDP的统计数字中去）的增长来衡量的，而生产经久耐用的东西和对不断推陈出新的各种用完即扔的产品的需求的缺乏，会抑制社会总交易量即社会财富的增长。

社会和个人的成就感和幸福感被精确地量化，存量变得无关紧要，关键是增量。

已有的东西的价值被迅速地清零，无法刺激起人的成就感和幸福感。

人不是从已获得的东西中细致地感受其价值，而是从财富数量的增加和“破纪录”中感受到价值。

这就是卡尼曼所说的“快乐水车”。

创造财富的过程就像是水车的旋转，在旋转的过程中，水车上的一个个小桶不断地把水舀起然后倒出去。

亿万富翁与平民的差别，如同是一个创造了巨大的财富流水量的水车与一只小桶的差别。

“富人们可能比穷人享受过的东西要多，但是他们只有拥有更多的享受才能体会到和穷人一样多的幸福感觉。

”水本身刺激不起“水车”的幸福感和成就感，能唤起其成就感的，是纪录不断被打破的水的数量。

这样，追求幸福被置换为创造财富，而创造财富又被置换为近乎“俄罗斯方块”的数字游戏。

数字的增长成为幸福和快乐的唯一源泉，成为“最重要的事”。

这种源泉是相当不可靠的。

这不仅因为增长一旦停止或变成负增长，这种基于数字的快乐就会迅速被无聊和痛苦所取代，而且这种盲目追求财富数字增长的发展模式和生活方式本身就是社会和个人生活劣质化的原因。

GDP(国内生产总值)持续增加的结果并非“国民幸福总值”的增加，反而可能是自然、社会和个人生活的生态破坏，国民幸福指数下降。

对社会和谐和个人生活幸福来说，财富数字的增加反而可能成为“最不重要的事”。

那么到底什么才是“最重要的事”呢？尼采曾经说过，你问最愚蠢的男人三加二等于几，他会说三加二等于6，你问最聪明的女人三加二等于几，她会说三加二等于5根蜡烛。

<<社交商>>

对女性存在明显偏见的尼采无意中说出一个事实：男性和女性表面上生活在同一个世界里，但感受到的却是两个不同的世界。

哲学人类学的创始人马克斯·舍勒认为，资本主义和前资本主义的财富游戏规则的区别源于男性和女性感受世界的方式的差别。

男性是视觉的动物，其快乐感受常常是与身体分离的，男人与其说是在追求快乐，不如说是在寻找经验性确认、足以证明其成就感的“证据”，所以男性的幸福感常常与数量、规模相关。

相反，女性是听觉的动物，其快乐感受是与直接的身体感受相关，女性的幸福感受是无需理性证明的，而是一种直接的感受，再大的规模和数量都比不上一个真实而微妙的感受让女性产生幸福感。

同样，男性和女性的失落和不快也表现出数量化与非数量化的差别。

当一个农户家里丢了一只羊，男主人的反应是“有只羊丢了”，而女主人的反应是“那只羊丢了”。

“有只羊”和“那只羊”之别，实际上折射出两种大相径庭的把握世界的方式。

在舍勒看来，资本主义的游戏规则是男性中心主义的延伸。

在一个围绕数量上的破记录而进行财富竞赛的世界上，越来越要求人以理性和计算的方式把握世界，智力常常被等于“理性和计算的能力”，而“三加二等于五根蜡烛”被认为是智力低下的表现。

人们按近代工厂的流水线作业方式建立起的教育设施——学校，其使命就是培养标准类型(这种标准也是按可量化来设计)的智力，换言之，就是提高可以量化的智力(这种智力的功能就是对世界进行量化性把握)，即智商。

所谓智力，就是把握世界(环境和人)的多方面的信息并作出恰当反应，以获得幸福和快乐的能力。

以理性和量化的方式来把握世界的能力，只是人的智力的一个方面，它的有效性有赖于特定的情景。

但财富竞争的逻辑下日益单维化的世界要求人的智力也单维化，作为衡量理性化和数量化把握世界效率的智商，成为评判人智力高下的唯一标准。

人的智力的其他维度(如情感、社交)被大大忽视了。

而忽视情感性智力和社交性智力的结果，是人脑越来越趋向电脑化，人越来越机器人化——拥有高超的智商、在情感和社会交往中的弱智儿。

丹尼尔·戈尔曼深切地感受到这一点。

他综合现代心理学、社会学和哲学的成果，对“智商的暴政”提出了强有力的挑战。

20世纪90年代，他出版了《情商》一书，先是在美国，然后在全世界引起了强烈反响。

情商对于智商的优越性一时成为时尚话题(我们从秉承这种观念的电影《阿甘正传》的巨大成功可以感受到这一点)。

十年后，经过进一步的研究，戈尔曼写出了《社交商》一书。

揭示单维智力(智商)的有限性以及这种单维智力的滥用造成的恶果，展现智力的多维性和完整性，是与《情商》一书一脉相承的主题。

但与《情商》相比，《社交商》一书的视野更为开阔，为人类智力提供了一幅整体的、全息性的图景。

当代心理学、社会神经学的研究成果表明，人对世界的把握能力和反应能力本质上是一种交往能力和对话能力，智商所衡量的那种智力只是这种交往和对话能力相当有限的一部分。

如果以这种智力来作为生存的基本技能甚至唯一技能，就如同只以一官而不是五官来感受和把握世界，陷入心理上的残障而不自知。

人与世界、与他人的对话决非仅仅是理性的、可编码的对话，比这种对话更能把握来自环境和他人的真实而隐秘的信息，决定人能否与环境和他和谐相处的，是一种可称为“原对话”的对话。

在“大路神经系统”之外，是一套更加精微(当然也更容易被人忽视)的神经系统——“小路神经系统”。

“大路神经系统”只能把握显性信息，让人对世界和他人进行粗放的反应，而“小路神经系统”却能捕捉到大量隐性的信息，就像我们在读一首诗时并非只是识字。

弗洛斯特说，诗就是在翻译中失去的那种东西，我们在与他人交往的过程中，最真实的信息和沟通就是被“大路神经系统”漏掉的那种东西。

如果不借助于“小路神经系统”，我们无法与人进行深切的沟通和交往，无法进行对话之外的“原对

<<社交商>>

话”。

而所谓社交商，就是衡量我们与人进行深切交往和“原对话”，实质性影响他人并被他人所影响、提升的能力。

正如戈尔曼所说的：“经济学家们开始意识到，他们超级理性的经济理论忽视了人们的‘小路神经系统’，也就是忽略了人们的情感因素，因此无法精确预测人们的选择，更不要说了解他们的幸福感源泉了。

生活的意义主要是依赖我们的幸福感和成就感。

而高质量的人际关系是幸福感和成就感的主要源泉之一。

情绪传染意味着我们的相当一部分情绪是通过与他人的交流而产生的。

从某种意义上来说，和谐的人际关系就像情感维生素一样，可以帮助我们渡过难关并且在日常生活中滋养我们。

”找到“幸福感的源泉”才是“最重要的事”。

幸福感本质上是一种人的内在机能与外在对象的高度的契合感、物我两忘的交融感。

其反面是深切的孤独感。

正如我在《孤独的狂欢——数字时代的交往》一书中所说的，数字化技术为人们提供越来越先进的沟通和交往工具(手机、互联网)，但这些沟通和交往工具再发达，都只是一种虚拟的、诉诸“大路神经系统”的沟通和交往，它让人类进入前所未有的狂欢状态，但这终究是一种“孤独的狂欢”。

正如迅速升级的电脑并不能提高人的智商，日新月异的网络和通信技术也不能提高人的“社交商”，它让人们更加方便地对话，但不能实现真正的“原对话”。

“原对话”早已发生，就在我们出生之初——母亲与婴儿目光的交流，就是这种对话的“原型”，它与智商无关，与技术无关。

在“原对话”发生的那一刻，你会确信，“对整个世界来说，你只是一个人；但对某个人来说，你却是整个世界”。

如何获得真正的“领导力”，是商业世界的永恒的话题。

正如《高效能人士的七个习惯》的作者史蒂芬·柯维在中指出的，一个真正的领导者是一个无需武力的君王，犹如孩子眼中的母亲和父亲，领导力不是靠任命得来的，真正的领导力也不是靠威逼或利诱下属得来的，而是靠深度的沟通中形成的深度信赖得来的，它引发的是一种情不自禁的追随和义无反顾的顺从。

这就是说，真正的领导力来自高超的“社交商”。

(吴伯凡《21世纪商业评论》主编)

<<社交商>>

媒体关注与评论

简评 一个革命性、案例确凿的理念，绝不只是一个时髦的概念，而将持续地改变一切。

——《哈佛商业评论》 令人着迷的经典，绝对的赢家。

——《纽约时报》 一部睿智、新奇的著作；戈尔曼在这本书中给科学以及人们的常识都带来了极度震撼。

——《费城询问者报》 具有高度可读性，详尽地介绍了心理学者和教育学家的最新发现。

——《旧金山纪事报》 这是本极有分量的著作。

它涉及大量认知心理学乃至脑科学的背景知识，读起来并不怎么容易。

“情商”固然是个泛滥成灾的词汇，但这不能抹煞我们1997年翻译进来戈尔曼《情感智商》的重要价值（我认为这个译名本身不恰当）。

在我的知识结构里，两位心理学家新罕布什尔大学的Jack Mayer和耶鲁的Peter Salovey正式规定了情商的概念。

更早就有哈佛大学的Howard Gardner提出“多元智能”，成为当代教育心理学的基础。

我记得前两年加德纳访问过华东师大，正是罗蒂访华的前夕，与罗蒂的热热闹闹形成鲜明的对比。

而在这几年炒作如此热的“教育-教化”大讨论中，教育心理学也奇怪地缺席了。

现在《社交商》的出现，恐怕很难像“智商”一样轰动一时，但可以促进我们反思个人的心智和社会结构、社会关系之间的关系。

人与人之间如何组成社会？

心理学必须有它应有的地位。

——梁捷社交商：最重要的事 / 吴伯凡 什么是“最重要的事”？

对这个问题的回答，决定了一个人的基本的价值取向和行为方式，也最终决定其生活质量和人一生最终的“投入产出”。《社交商》不是一本读来让人觉得轻松愉悦的书——它不是以通俗且煽情的文字取悦人的常识，而是以平实的语言和论据表达一种对常识具有颠覆性见解。

对于细心的读者来说，这是一本足以改变其世界观和个人心态的书。

当然，作者的真正意图并非做理论性的翻案文章。

要想理解本书的要旨，读者不妨先读一读本书的后记和附录。

后记的标题“最重要的事”道出了作者写作本书的意图。

什么是“最重要的事”？

对这个问题的回答，决定了一个人的基本的价值取向和行为方式，也最终决定其生活质量和人一生最终的“投入产出”。

2002年诺贝尔经济学奖得主卡尼曼“快乐水车”的隐喻或许能让我们意识到什么是“最重要的事”。

卡尼曼的经济理论的独特性首先在于其理论的“终极关怀”大异于传统的“经济人”的假设。

为了理论推导的方便，传统经济学把人的需求和行为方式大大简化，人被简化为一个“单向度的人”：总是以理性、算计的方式谋求自身利益最大化的人。

这种假设最初只是被当作一种理论建构的“方便法门”，但久而久之被当成了一种不言而喻的真理，进而成为一种普遍的“常识”和“世界观”。

大经济学家与小市民都不约而同地相信：人的所有行为的动机全都是为了自身利益最大化。

最大化的个人利益通常被称为“财富”，“财富”又通常被认为等同于“幸福”（英语Fortune一词兼具“财富”和“幸福”之义，著名的《财富》杂志在中国曾一度被译为《幸福》）。

当幸福与财富被等同为一的时候，无论是评判个人的价值还是评判社会的价值的标准，都被归入大一统的经济价值标准之中，成为“三位一体”的价值标准。

这个标准相当明确和硬性，那就是GDP。

所谓智力，就是把握世界（环境和人）的多方面的信息并作出恰当反应，以获得幸福和快乐的能力。

以理性和量化的方式来把握世界的的能力，只是人的智力的一个方面，它的有效性有赖于特定的情景。

但财富竞争的逻辑下日益单维化的世界要求人的智力也单维化，作为衡量理性化和数量化把握世界效

<<社交商>>

率的智商，成为评判人智力高下的惟一标准。

人的智力的其他维度（如情感、社交）被大大忽视了。

而忽视情感性智力和社交性智力的结果，是人脑越来越趋向电脑化，人越来越机器人化----拥有高超的智商、在情感和社会交往中的弱智儿。

丹尼尔·戈尔曼深切地感受到这一点。

他综合现代心理学、社会学和哲学的成果，对“智商的暴政”提出了强有力的挑战。

上个世界90年代，他出版了《情商》（《情感性智力》）一书，先是在美国，然后在全世界引起了强烈反响。

情商对于智商的优越性一时成为时尚话题（我们从秉承这种观念的电影《阿甘正传》的巨大成功可以感受到这一点）。

十年后，经过进一步的研究，戈尔曼写出了《社交商》一书。

揭示单维智力（智商）的有限性以及这种单维智力的滥用造成的恶果，展现智力的多维性和完整性，是与《情商》一书一脉相承的主题。

但与《情商》相比，《社交商》一书的视野更为开阔，为人类智力提供了一幅整体的、全息性的图景。

当代心理学、社会神经学的研究成果表明，人对世界的把握能力和反应能力本质上是一种交往能力和对话能力，智商所衡量的那种智力只是这种交往和对话能力相当有限的一部分。

如果以这种智力来作为生存的基本技能甚至惟一技能，就如同只以一官而不是五官来感受和把握世界，陷入心里上的残障而不自知。

人与世界、与他人的对话决非仅仅是理性的、可编码的对话，比这种对话更能把握来自环境和他人的真实而隐秘信息，决定人能否与环境和他人和谐相处的，是一种可称为“原对话”的对话。

在“大路神经系统”之外，是一套更加精微（当然也更容易被人忽视）的神经系统----“小路神经系统”。

大路神经系统只能把握显性信息，让人对世界和他人进行粗放的反应，而“小路神经系统”却能捕捉到大量隐性的信息，就像我们在读一首诗时并非只是识字。

弗洛斯特说，诗就是在翻译中失去的那种东西，我们在与他人交往的过程中，最真实的信息和沟通就是被“大路神经系统”漏掉的那种东西。

如果不借助于“小路神经系统”，我们无法与人进行深切的沟通和交往，无法进行对话之外的“原对话”。

而所谓“社交商”，就是衡量我们与人进行深切交往和“原对话”，实质性影响他人并被他人所影响、提升的能力。

正如戈尔曼所说的：“经济学家们开始意识到，他们超级理性的经济理论忽视了人们的小路神经系统，也就是忽略了人们的情感因素，因此无法精确预测人们的选择，更不要说了解他们的幸福感源泉了。”

“生活的意义主要是依赖我们的幸福感和成就感。

而高质量的人际关系是幸福感和成就感的主要源泉之一。

情绪传染意味着我们的相当一部分情绪是通过与他人的交流而产生的。

从某种意义上来说，和谐的人际关系就像情感维生素一样，可以帮助我们度过难关并且在日常生活中滋养我们。

“找到“幸福感的源泉”才是“最重要的事”。

幸福感本质上是一种人的内在机能与外在对象的高度的契合感、物我两忘的交融感。

其反面是深切的孤独感。

正如我在《孤独的狂欢---数字时代的交往》一书中所说的，数字化技术为人们提供越来越先进的沟通和交往工具（手机、互联网），但这些沟通和交往工具再发达，都只是一种虚拟的、诉诸“大路神经系统”的沟通和交往，它让人类进入前所未有的狂欢状态，但这终究是一种“孤独的狂欢”。

正如迅速升级的电脑并不能提高人的智商，日新月异的网络和通信技术也不能提高人的“社交商”，它让人们更加方便地对话，但不能实现真正的“原对话”。

<<社交商>>

“原对话”早已发生，就在我们出生之初——母亲与婴儿目光的对流，就是这种对话的“原型”，它与智商无关，与技术无关。

在“原对话”发生的那一刻，你会确信，“对整个世界来说，你只是一个人；但对某个人来说，你却是整个世界”。

如何获得真正的“领导力”，是商业世界的永恒的话题。

正如《高绩效人士的七个习惯》的作者斯蒂芬·柯维在中指出的，一个真正的领导者是一个无需武力的君王，犹如孩子眼中的母亲和父亲，领导力不是靠任命得来的，真正的领导力也不是靠威助或利诱下属得来的，而是靠深度的沟通中形成的深度的信赖得来的，它引发的是一种情不自禁的追随和义无反顾的顺从。

这就是说，真正的领导力来自高超的“社交商”。

社交商有助重新定义幸福 / 邓玲玲，《新京报》 “你知不知道有一种鸟是没有脚的？”

它的一生只能在天上飞来飞去。

”这只没有脚的鸟，便是王家卫影片《阿飞正传》中的主人公。

在阅读《社交商》的过程中，我脑海里始终浮现出阿飞的形象。

阿飞便是一个有社交商缺陷的典型心理疾病患者。

童年被遗弃的阿飞成年后始终在寻找亲生母亲，并为之付出生命，我觉得他应该寻找的人是心理医生。

在爆炸性的《情商》之后，丹尼尔·

戈尔曼推出了姊妹篇——《社交商》。

上世纪90年代，情商（EQ）一词颠覆性地推翻了人们对智商（IQ）的见解。

成功不仅取决于个人的才智学识，在很大程度上，还取决于控制自我情绪和调节人际关系的能力。

如果说智商和情商更多地关注个体认知能力和心理素质的完善，社交商则扩展到交流双方及整个社会的相互作用和幸福感。

社交商将修正传统经济学的永远追求利益最大化的理性“经济人”的假设，一切以此为前提的数学模型都将是不可靠的，这也可以解释为何以计算为基础的西方经济学始终无法准确推演经济数字。

社交商从社会神经学的角度解释科技发达的信息社会为何变得冷漠——因为人际交往的机会变得越来越少，缺乏面对面时的“移情”过程。

你能说现代人不重视人际交往吗？

我们似乎比任何时候都重视社交与人际关系，数不清的社交礼仪和技巧培训便是明证。

但社交技巧跟这里的社交商的概念并不一样，社交商强调的是由小路神经系统控制的所谓“直觉”而产生的“移情”过程。

戈尔曼指出，“移情”有三层意思：注意别人的感受，感受别人的感受，针对别人的痛苦采取行动。

“社交商”概念最早是由心理学家爱德华·

桑代克在1920年提出的，但他给社交商下的定义是“理解人类行为和处理彼此关系的能力”。

这个定义强调个人的自控力和技巧，相当于现在大量流行的“公关”培训课程的内容。

20世纪50年代，著名心理学家戴维·

维克斯勒设计出了智商表，至今仍广泛使用，但仅仅把社交商看做“用于社交场合的普通智力”。

丹尼尔·

戈尔曼在研究了大量的心理学和神经学案例后，重新提出了“社交商”的概念。

从神经学出发的“社交商”包括两方面，首先是社交意识——我们对他人的感知能力。

不过，虽然丹尼尔·

戈尔曼一再强调社交商独立于情商的意义，但社交商毕竟是从情商理论的第三和第四方面——移情和社交技巧中发展出来的，可以说是一脉相承，所以这个新概念肯定难以像上世纪90年代的情商那样，具有颠覆性的轰动效应。

社交商对于个体来说，修正了对智商和社交技巧的片面强调；对于人类社会，则有助于重新定义幸福的内容，改变科技和经济能解决人类未来的片面认识。

<<社交商>>

编辑推荐

《情商》全球共销售500多万册，高居《纽约时报》畅销书排行榜达一年之久，彻底颠覆了智力天生的理念。

丹尼尔·戈尔曼继《情商》之后的又一革命性著作，社交商是一种基本生存的能力，将决定你的心智表现，决定你一生的走向与成就。

令人着迷的经典，绝对的赢家。

——《纽约时报》 一部睿智、新奇的著作；戈尔曼在这本书中给科学以及人们的常识都带来了极度震撼。

——《费城询问者报》 一个革命性、案例确凿的理念，绝不只是一个时髦的概念，而将持续地改变一切。

——《哈佛商业评论》 具有高度可读性，详尽地介绍了心理学者和教育学家的最新发现。

——《旧金山纪事报》 丹尼尔·戈尔曼提出的情商概念，颠覆了智力天生的理念，给人类社会带来了极大的冲击，《情商》一书也高居纽约时报排行榜达一年之久，在全球共销售500多万册，在《社交商》一书中，戈尔曼阐述了他的最新发现，一项同样具有划时代意义的发现——我们与他人的关系也影响着我们的智力，并对我们生活的方方面面施加着影响。

我们绝对没有意识到，我们在日常中所遭遇的人——父母、配偶、朋友、老板，甚至是萍水相逢的陌生人，都可能改变我们的大脑的运作方式，使我们的行为方式发生迥异的变化。

戈尔曼发现我们的大脑需要与他人交流，我们大脑的实质就是社交性的大脑。

我们如何对待他人，他人如何看待我们以及如何回应？

人际互动对人类的影响超出了我们的想象，在这个过程中我们会分泌各类激素，调节着我们体内从心脏到免疫系统的活动，以至于我们会像感染感冒一样感染他人的情绪，而与世隔绝和无情的社会压力也会导致我们的寿命缩短。

我们怎样才能使我们的孩子快乐成长？

婚姻关系如何美满幸福？

企业高管如何调动下属的斗志？

办公室政治让我们疲于应付？

为何我们总是对某些人拥有莫名的好感？

别人无意间的一句话却让我们方寸大乱？

在书中这些让我们颇费思量的问题戈尔曼都做了详细解释，并进一步指出社交商已成为衡量我们生存能力的一项基本指标，将决定我们的心智表现，并决定我们将来的走向与可能取得的成就。

如果说在职场中有“智商决定是否录用，情商决定是否升迁”的说法，那么社交商则决定着你在职场内外的生活质量。

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>