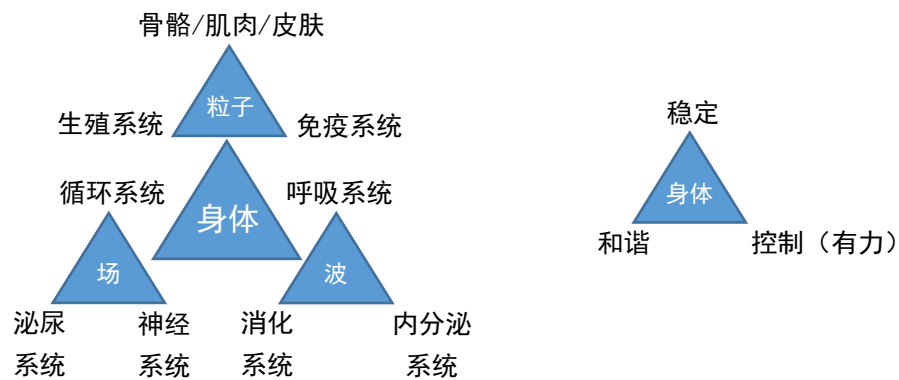


Yet along with identificational constrictive features and variants with physical components, there is a third requirement for the existence of emic units. They must be appropriate to some place in a system; they must be appropriately distributed. Random occurrence does not make a system. And man without pattern is not man.

Sentence 句子 Sen 感觉

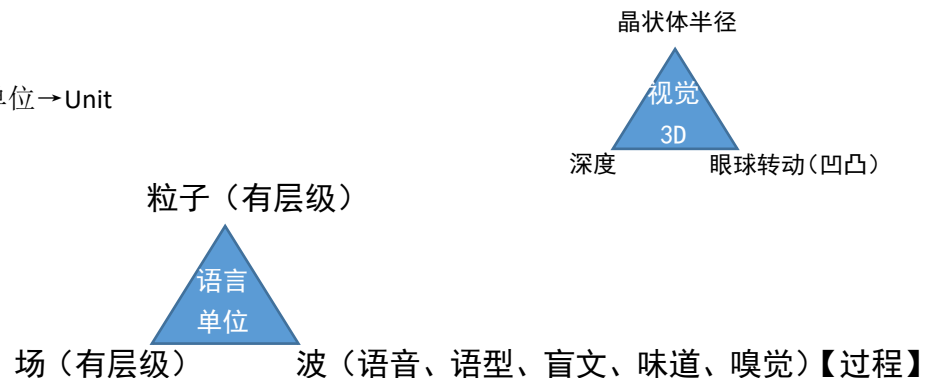


吃了不长肉，内分泌系统有问题。
 循环系统：血液循环（全身流通）
 急性病：场出现问题（循环、神经、泌尿）
 粒子要稳定，波要有力（控制），场要和谐
 神经、内分泌、免疫是紧密相连的。
 生理九大系统可以类比应用到家庭、企业、国家。

词根：词义的对比
 前缀：词义的变化
 后缀：词义的分布

一个句子肯定要有中心（可以不止一个）。快速抓住骨头。
 分析句子的对比、变化、分布。

语言的九宫格
 语言单位→行为单位→Unit



粒子的层级：唠叨→家常→……

波的层级：……

场的层级：……

视觉

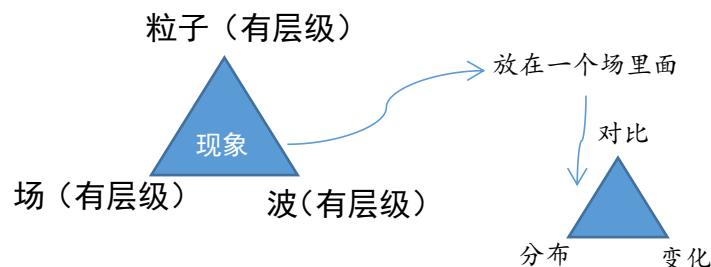
脱了深度眼睛，看东西就很模糊，是因为晶状体半径有问题。

看一个三维体，眼球会高速移动，计算出凹凸面。

要有远近，才有深度。

任何一个视角，都包含了其他两个。

听觉、味觉都有三视角。



从现象归纳时，不能离开它的场。

例如：一个西瓜，有人吃了甜，有人吃了不甜。可能有人吃了苦瓜，有人吃了蜂蜜。

对特征的判断，离不开场。

事物没有永恒不变的本质。

所获的知识是有一个预设的场。

夫妻吵架，双方预设的场可能不一样。

同一个现象为什么会得到两个不同的判断？

考虑的场不一样，分布视角不一样，关系、影响、价值都不一样。

《事实与价值的二分是错的》

价值：分布视角

事实：变化视角

任何事实都会经过价值的解释。事物的判断离不开分布视角。

当我说这是一块石头，就预设了石头的功用。

“桌子上有两本书。”里面有什么价值？

小孩子可能认为这是两堆草稿纸。

“用事实说话”是错的。

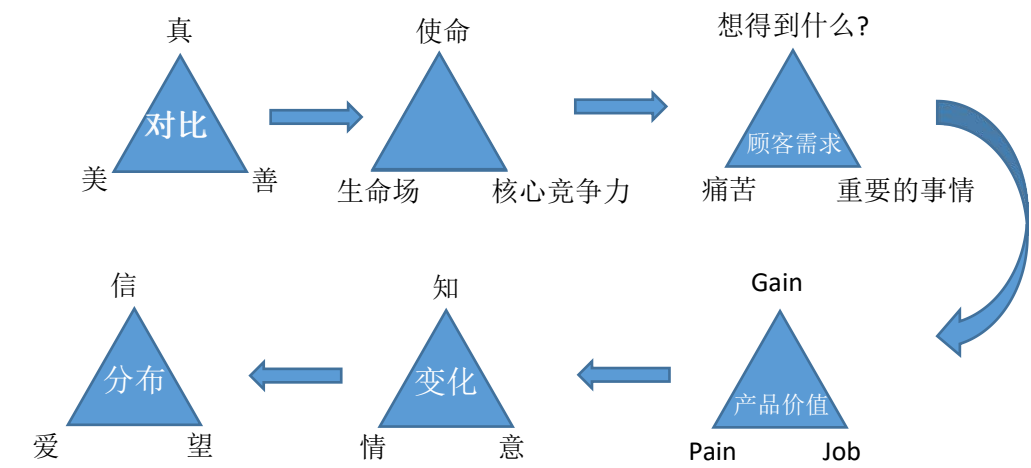
为什么会有强烈的客观事实的感觉？

因为人有达到预设的共识，分布视角趋向一致。

描写一场车祸，肯定会有主观预设在里面。

马克思：人不存在一个绝对存在的本质。人的本质在关系中变化的。

人对一个事物是怎样从怀疑走向相信的？
比如怎么让一个人相信三视角？
从场出发，发现对方缺少什么？
比如推销营养产品，但是对方关注的是企业的场，就不能成功。
透过知意情慢慢建立对方的信望爱。



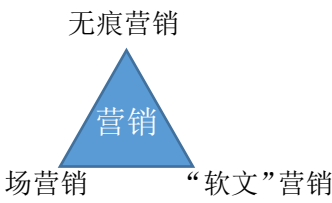
营销管理九宫格：

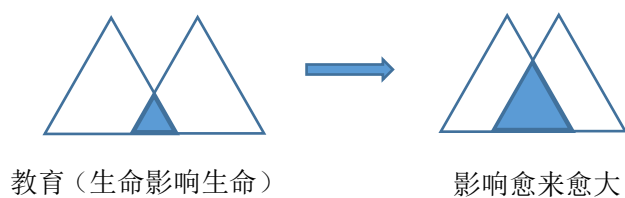
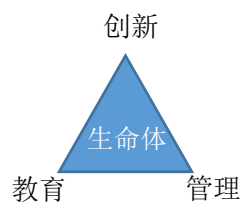
	知	意	情
信	√	√	√
望	√	√	√
爱	√	√	√

九个格子可以有不同路径。

菲利普营销管理：Aware-Appeal-Ask-Action-Advocate

无痕营销：用一颗心去影响另一颗心，每一步的前进都是由自己作出决定。
软文营销：不一定是写文章。重在“软”，不是轰炸机，从知情意引导顾客进行抉择。
把营销变成课程的内容，也是软文营销。





全人教育：人的 27 宫格互相影响。

16-20 世纪，很多格子都没有影响。

使命：要去服务什么人？这是不能教的，是教育后的影响。