

寡？

(4)如果那是本包着书衣的新书,不妨读一下出版者的介绍。许多人对广告文案的印象无非是些吹牛夸张的文字。但这往往失之偏颇,尤其是一些论说性的作品更是如此,大致来说,许多书的宣传文案都是作者在出版公司企宣部门的协助下亲自写就的。这些作者尽力将书中的主旨正确地摘要出来,已经不是稀奇的事了。这些努力不应该被忽视。当然,如果宣传文案什么重点也没写到,只是在瞎吹牛,你也可以很容易看穿。不过,这也有助于你对这本书多一点了解,或许这本书根本没什么重要的东西可谈——而这也正是他们宣传文案一无可取的原因。

完成这四个步骤,你对一本书已经有足够的资讯,让你判断是想要更仔细地读这本书,还是根本不想读下去了。不管是哪一种情况,现在你都可能会先将这本书放在一边一阵子。如果不是的话,现在你就准备好要真正地略读一本书了。

(5)从你对一本书的目录很概略,甚至有点模糊的印象当中,开始挑几个看来跟主题息息相关的篇章来看。如果这些篇章在开头或结尾有摘要说明(很多会有),就要仔细地阅读这些说明。

(6)最后一步,把书打开来,东翻翻西翻翻,念个一两段,有时候连续读几页,但不要太多。就用这样的方法把全书翻过一遍,随时寻找主要论点的讯号,留意主题的基本脉动。最重要的是,不要忽略最后的两三页。就算最后有后记,一本书最后结尾的两三页也还是不可忽视的。很少有作者能拒绝这样的诱惑,而不在结尾几页将自己认为既新又重要的观点重新整理一遍的。虽然有时候作者自己的看法不一定正确,但你不应该错过这个部分。

现在你已经很有系统地略读过一本书了。你已经完成了第一种形态的检视阅读。现在,在花了几分钟,最多不过一小时的时间里,你对这本书已经了解很多了。尤其,你应该了解这本书是否包含你还想继续挖掘下去的内容,是否值得你再继续投下时间与注意?你也应该比

基本问题,自己来回答一下试试,基本结构,回到目录。