

<<中国人 美国人 日本人>>

图书基本信息

书名：<<中国人 美国人 日本人>>

13位ISBN编号：9787543671362

10位ISBN编号：7543671360

出版时间：2012-1

出版时间：青岛出版社

作者：山本凯梅尔

页数：146

译者：王超伟

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>

<<中国人 美国人 日本人>>

内容概要

日本正夹在“前门(美国)”和“后门(中国)”之间，受到来自两个国家出乎意料的深刻影响。

而到世界各地去的日本人，既不会像美国人那样带去自己任意制定的标准，也不会像中国人那样带去个人的各种关系，他们会让自己置身其中，一切都先从直接感受当地的“场”开始。

## 作者简介

山本凯梅尔，原名山本成一，1956年出生于日本岛根县，生长于东京。东京大学法学系毕业以后进入外务省工作，1990年后从事人才、组织方面的咨询工作。先后在硅谷和上海工作过一段时间，之后常驻东京，为美国和中国企业提供咨询服务，同时，也为在中国与亚洲发展的日本企业提供国际化人材管理方面的咨询。出版有《赚钱的人、便宜的人、多余的人》、《赚钱团队的秘诀》和《国际化人材管理》等著作多部。

王超伟，1971年生于河南洛阳，2001年于中国社会科学院研究生院取得博士学位，从事日本文化、思想史研究和翻译工作。出版专著《20世纪初日本外交思想分析--军事扩张路线的批判者吉野作造》，译著《与成功有约：经营大脑》、《激活休克鱼》、《东京塔》、《嫉妒之番》、《日本沉没》等。承担上海译文出版社《日汉大辞典》约16万字的翻译任务。

## <<中国人 美国人 日本人>>

### 书籍目录

#### 前言

#### 序章 美国人、中国人和日本人的行为语法

##### 1. 美国人的行为语法

随意制定标准并让人遵守——以主宰万物的神自居?

把美国的标准推向全世界

美国人是向世界兜售标准的天才

“太初有标准”的国家及其国民

不知不觉被美国标准包围

##### 2. 中国人的行为语法

结交私人朋友(圈子)——人情味竟然这么浓?

古代中国的崇拜者接触现代中国

圈子——个人及其朋友的重要性

中国自上而下都是“关系”重于规定

私人圈子构筑的信赖关系

通过圈子团结起来自我保护

##### 3. 日本人的行为语法

重视工作的“场”——社会生存真的这么难?

高于一切的“场”的原则

“和”——纯日本式“场”成立的前提

“场”的优势及个人能力的差距

#### 第一章 金钱观体现的三个国家的国民性

#### 第二章 履历观体现的差异

#### 第三章 体现在组织上的差异

#### 第四章 日本人和日本企业怎么办?

#### 后记

章节摘录

我们在思考日本社会行为语法的时候，最关键的要点就是迎合自己所属的“场”这一点。所谓“场”，指的是你所属的企业或者企业里的某个部门。

如果是学生，那“场”就是学校。

如果你是在某个兴趣小组或俱乐部，那么它们就是“场”。

这些“场”都有着各自的惯例。

虽然这种惯例没有明确写在纸上，但是日本人只要进入一个“场”不久，就大概能觉察出那是个什么样的“场”，知道在那里该做什么、不该做什么。

也就是说，日本人从小就在不知不觉间学会了发现一个个“场”的成规这种本事。

这里的成规是至高无上的，所属于“场”的个人有特点的意见并不重要。

非但如此，由于过于特立独行的想法和行为会破坏和谐，所以会立刻遭到人们的白眼。

因此，个人几乎是反射性地学习团体的成规并且深深地刻入脑海，然后用来约束自己的行为。

也即是说，个人完全服从于“场”（团体）。

日本人在初次见面的时候，大多都会询问对方“在哪个企业工作”或者“就职于哪个部门”。

我在自己处于日本人模式的时候也是这样。

如果不问一问的话，总觉得心里没底。

这是因为如果不问清楚对方所属的“场”，不问清对方在哪个企业工作，就无法给对方一个合适的定位。

所以，当知道对方所属单位是松下电器，或者是丰田、索尼，或者是财政部等等特定“场”的时候，人们才会放下心来。

.....

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>