

<<瞬变>>

图书基本信息

书名：<<瞬变>>

13位ISBN编号：9787508624228

10位ISBN编号：750862422X

出版时间：2010-11-1

出版时间：中信出版社

作者：[美] 奇普·希思,[美] 丹·希思

页数：299

译者：焦建

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>

<<瞬变>>

内容概要

无论在生活中，还是在工作中，我们都会遇到各种改变。股市会发生恐慌，企业会有兼并，即便聚焦到个人，我们也无时无刻不面对着各种改变：大多数人都告别单身最终步入婚姻的围城之中，拥有他们的家庭和孩子。

所有这些，都是改变。

然而，对生活或者工作中的一些改变，我们却常抱以抗拒的态度。

老师们常感叹顽皮的学生“冥顽不化”，企业管理者们常慨叹改革收效甚微，思想家们常感慨世界因为一成不变而腐朽。

在世界一流的组织行为学家、畅销书《粘住》的作者希思兄弟看来，阻碍我们进行改变的重要原因，是我们希望变革的理智思考与已经存在惰性的情感需求不合拍，两者互相牵制使得我们难以做出改变。

人类的情感与理智，就如大象和骑象人：骑象人希望走向自己的目的地，但存在惰性的大象却不听使唤仍在原地踟躅不前。

那么，我们又该怎样才能让自己内心的那头大象听话呢？

希思兄弟从人类的行为出发，通过翔实有趣的案例，告诉我们进行改变的关键要素：为改变找到一个一目了然的目标；为改变找到一个闪光点；为你的改变找到一个情感化的理由。

<<瞬变>>

作者简介

作者：（美国）奇普·希思（Chip Heath）（美国）丹·希思（Dan Heath）译者：焦建奇普·希思（Chip Heath），斯坦福大学商学院组织行为学教授。

现居于加州洛斯加托斯。

丹·希思（Dan Heath），奇普·希思的弟弟，杜克企业教育学院咨询师，前哈佛商学院研究员，Thinkwell新媒体教育公司创办人之一。

现居于北加利福尼亚罗利市。

<<瞬变>>

书籍目录

第一章 骑象人与大象：如何让你的世界变好一些
第二章 帮助骑象人：为你的改变找到闪光点
第三章 帮助骑象人：让骑者找出关键的改变
第四章 帮助骑象人：让骑者找到改变的方向
第五章 管好你的大象：让它找到感觉
第六章 管好你的大象：降低改变的门槛
第七章 管好你的大象：增加你的人气
第八章 让大象找到新的道路：改变外部环境
第九章 让大象找到新的道路：形成新的习惯
第十章 让大象找到新的道路：来自同伴的压力
第十一章 改变其实很容易让你的世界发生改变的12个指南

<<瞬变>>

章节摘录

这两种型号的爆米花桶的容积都不小，不可能有人能真把自己的那份吃光了。所以这个研究的真实意图就更加有针对性了：跟那些拿着容量小一点（但是也吃不完）的爆米花桶的人比起来，那些拿着大号爆米花桶的人是不是会吃得更多？

“聪明”的研究者在电影开始前和电影结束后分别对每份爆米花都进行了称重，所以他们能够精确知道每个人到底吃掉了多少爆米花。

结果令人惊奇：跟那些拿着小号爆米花桶的人比起来，那些拿着大号桶的人多吃掉了53%的爆米花。这相当于这些人多摄入了173卡路里，即大约从桶子里多用手掏了21下。

这项研究的负责人是布莱恩·沃辛克，他是康奈尔大学“食物与品牌实验室”的主管。

在他的那本《无意识进食》中，他是这样描述自己的研究结果的：“我们还进行了其他有关爆米花的研究，虽然在一些细节上我们进行了调整，但结果都是大同小异。

不管参加实验的观影者是来自宾夕法尼亚州、伊利诺伊州还是艾奥瓦州，也不管放映的是什么类型的电影，所有关于爆米花的研究都指向同样的结论——当给人们更大的爆米花桶时，他们就会吃掉更多的爆米花。

”没有其他的理论能够去解释影迷们的这种行为，这些人也根本不是为了获得乐趣而吃掉爆米花的。（这些实验用的爆米花如此不新鲜，吃的时候都吱吱响了！

）他们也不会受“要把自己的那份吃完”这种心思的驱使（两种爆米花桶里装的爆米花数量都已经多到根本吃不完了）。

不管他们是饥饿还是已经吃饱了，对于结果都没有影响。

等式的成立是确凿无疑的：更大的爆米花桶=吃掉的爆米花更多。

设想一下这种情形：有人向你展示了这次实验所获得的数据，但却没提到爆米花桶的型号不同。

根据你所了解的大概情况，你很快就能注意到两种不同的结果，而且知道不同的人吃掉了不同数量的爆米花——有些人吃掉的爆米花不怎么多，有些人则吃掉了一大堆，还有一些人看上去则像是在测试人类的胃所能容纳的爆米花数量的物理极限。

以这样的数据假设为前提条件，你会发现，想立马得出不同的结论简直不费吹灰之力。

在这个世界上，有些人能够理性进食，而有些人则是巨型的大胃王。

假设跟你一起研究这些数据的还有一位公共健康领域的专家的话，对于那些“大胃王”，这位专家会变得忧心忡忡：我们需要激励这些人去采取一系列更加健康的进食习惯！

我们要找到不同的方式去向他们展示，吃掉这么多东西对于健康所造成的危害！

但是，请稍等一下。

假如健康专家想要让人们少吃点爆米花的话，解决方案其实无比简单：你根本就不必关心他们到底能不能理解或者他们的态度究竟如何，只要给他们小一号的爆米花桶就是了。

这是一本能帮助你去进行改变的书。

我们将会谈到各个层面上的改变——个人层面的、组织层面的以及社会层面的。

或者你希望能够帮助自己的兄弟戒掉赌瘾；或者你需要自己的团队采取更加节省的方式工作，以便应对不同的市场环境；或者你希望更多的邻居们能够骑自行车去上班等诸如此类。

在以前通常的情况之下，这些问题是被区别对待的——针对主管们，有“变动管理”的建议；针对每个人，有“自助式心灵鸡汤”的书籍；针对活动家们，有“如何改变世界”的提案。

这种种做法令人扼腕，因为所有事关改变的努力，或多或少，都是有些共同点的：想要改变任何事情的话，就必须让人们开始以与之前不同的方式来行事。

你的兄弟必须远离赌场，你的雇员们必须开始以廉价的交通工具出行。

最终，所有事关变革的努力都聚焦于同样的目标：你能够让人们以一种崭新的方式去行事吗？

我们知道读者们正在想什么——人们会阻碍改变的出现。

但是，我们并不能如此轻易就得出结论。

对于那些有了孩子的家长们来说，他们眼巴巴地盼望着自己的孩子每天都能向好的方面发生改变。

<<瞬变>>

<<瞬变>>

媒体关注与评论

无论你是管理者、还是为人父母，让人们接受某种改变都是颇费心机的事。

在瞬变，一书中，畅销、书。

粘住的作者希思兄弟帮我们找到了塑造人们行为习惯的因素。

虽然要改变人化的习惯并非易事，但依旧值得我们去尝试。

——时代杂志 一本机智并且发人深省的书。

希思兄弟让我们深信，只有了解人类行为科学，我们才能找到让生活发生改变的途径——这是比任何所谓的提升“意志力”、“领导力”以及其他说起来容易做起来难的建议更有效的途径。

——华尔街日报 任何一个希望自己的组织发生一定变化的领导者都不该错过这本书中不仅有丰富的案例，而且能帮你找到正确的路径。

更何况，它读起来是如此的美妙。

——商业周刊书 如果你关注自己对他人的影响——无论是买东西、投票、学习、开会、做慈善还是发动一次变革——都应该读读这本书。

——华顿邮报

<<瞬变>>

编辑推荐

《瞬变:如何让你的世界变好一些》编辑推荐:《纽约时报》第一名畅销书,《华尔街日报》亚马逊书店畅销书《粘住》Made to Stick作者最新力作。

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>