

涩人类读本
科学技术文献出版社

零经验同盟

李军奇 编著

- 放弃完美 ○可以走后门 ○你到底有多烦 ○不要往井里跳
- 非黑不一定是白 ○做自己的预言家 ○不想夹着尾巴做人
- 一张白纸的N种画法 ○别当时间的救火队员 ○别太钟爱自己的构想
- 零经验不等于没观念



零经 验盟



涩人类读本

李军奇 编著
张彬 赵巍 漫画

图书在版编目(CIP)数据

零经验同盟/李军奇编著.-北京:科学技术文献出版社,2005.1
(涩人类丛书)

ISBN 7-5023-4862-X

I. 零… II. 李… III. 职业选择-通俗读物 IV. C913.2-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 112962 号

出 版 者 科学技术文献出版社
地 址 北京市复兴路 15 号(中央电视台西侧)/100038
图书编辑部电话 (010)68514027,(010)68537104(传真)
图书发行部电话 (010)68514035(传真),(010)68514009
邮 购 部 电 话 (010)68515381,(010)58882952
网 址 <http://www.stdph.com>
E-mail: stdph@istic.ac.cn
策 划 编 辑 周 玲
责 任 编 辑 周 玲
责 任 校 对 唐 炜
责 任 出 版 王芳妮
发 行 者 科学技术文献出版社发行 全国各地新华书店经销
印 刷 者 富华印刷包装有限公司
版 (印) 次 2005 年 1 月第 1 版第 1 次印刷
开 本 635×965 16 开
字 数 203 千
印 张 14.25
印 数 1~6000 册
定 价 24.00 元(总定价 96 元)

© 版权所有 违法必究

购买本社图书,凡字迹不清、缺页、倒页、脱页者,本社发行部负责调换。

生在创意年代

在一些企业看来,招聘有工作经验的人员,好处是显而易见的:不需要进行培训就能为企业服务。谁也不愿为新人的成长承担培训成本,于是经验和阅历成了许多企业的招聘条件。

在工业化社会,技艺熟练的员工无疑能创造更多的企业财富,如今在网络软件、广告、策划、咨询、证券、投资等知识密集型企业,经验变得不那么重要了,企业更看重的是创新精神,是创意。“没有工作经验者优先”,这类新锐的招聘口号与传统做法大相径庭,它宣称了一个新的创意时代的到来。

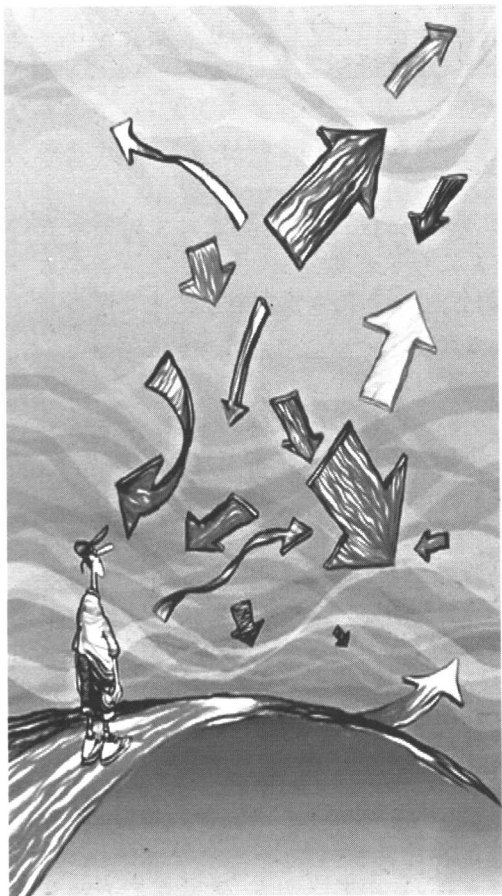
与其说企业需要有经验的人,不如说企业只希望招到最适合岗位的人,经验并不是最重要的。重要的是那个人喜欢自己的岗位,并能努力地做好本职工作。也就是说,企业需要的是对自己的企业文化有高度认同的员工,这类求职者对企业的忠诚度较高,而且可塑性更强,能很快地融入企业。

《财富》杂志针对富豪越来越年轻的现象评论说:“现在谁都知道,发财致富的规则与过去大不一样了,现在,再也没有必要花多年时间在公司崎岖不平的阶梯上一级一级向上爬了。没有实际办事经验?不要紧,那些已经没有必要。重要的是创新精神。”如今在一些写字楼里,有一种“29岁现象”,即:青春的有效期至29岁为止,一到30岁,就会被打上“timeout”(过期)的印记。正因为应届毕业生是刚刚走上社会的一群人,没有年龄危机,而且充满活力,他们成了一些大型企业补充新鲜血液的最佳人选。

在业界被津津乐道的是微软公司的用人政策。不久前,人才济济的微软公司聘请两位少男少女做顾问,并让他们参与公司里最核心的“下一代知识工人”项目研究。这两位少男少女尽管年轻,却极富创新精神。无独有偶,日本本田公司专门招收个性不同但却极富创意的“怪才”。本田的员工一般是两种人:一种是本田迷,即对本田车喜欢到了入迷的程度,他们不计较工资待遇,而是想亲手研制发明新型本田车;另一种是一些富有创新精神的“怪才”,他们或爱奇思异想,或爱提不同意见,或热衷于发明创造。在美国获汽车设计大奖的本田车型,都是那些“怪才”们的杰作。

在创意时代,经验多了,在熟悉的领域就很难做出新鲜的东西,因为你的知识已被梳理过,就像孩子长成了大人,可塑性很小了。在这种“理论”的

安逸和墨守成规
是年轻的天敌,我们是
职场新手,需要找一块
磨刀石,打磨一下自己
有点儿老朽的心灵和
有点锈蚀的青春。



导引下,一个全新的时代开始来临——“零经验时代”。经验不再重要,兴趣才是第一;经历不在长短,创意才被看好。

经验多了,就容易丧失工作兴趣。思想家罗素说,一个快乐的人,他最显著的标准就是兴趣。因为对兴趣的关注能够使人忘记烦恼,所以尽可能多地发现兴趣,便成了人生快乐的秘诀。然而提到兴趣,人们普遍认为兴趣是天生的,其实生活中很多时候需要我们先去发现兴趣,才能挖掘出自己的潜能。要具备发现兴趣的敏感,你首先要有接受变化的灵活性。最新科学研究表明,人在自己的一生中,对头脑的运用甚至连 1%都不到,其余的 99%都被浪费掉了。主要因为人有着害怕变化、安于现状的惰性,所以墨守成规和固步自封就成了阻碍兴趣发展的敌人。对此心理学家一再告诫我们,面对一个快速变化的消费社会,时刻准备着,接受变化,发现兴趣,不墨守成规,不固步自封,我们才能够跟上时代的步伐,在每一种新的兴趣里创造一个全新的自我,并从中享受到创造的快乐。

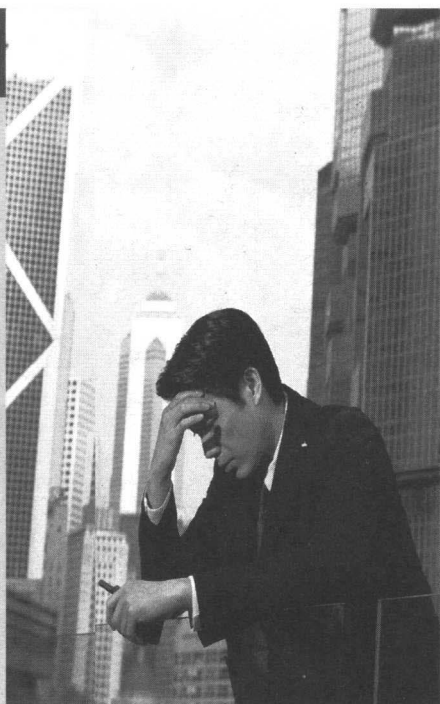
在我们的生活中,开始出现了这样一类人:他们希望有开创性的工作,有开放性与包容性的工作平台,厌弃繁文缛节。新兴行业的兴起,为零经验者提供了发挥个性与才华的机遇,一个没有机遇的时代,是一个没有创意的时代。零经验者让生活生猛异常,充满让人惊叹的开放性与可能性。

人生最幸福的不正是创造吗?离开创造,日子只是机械地重复,又有什么趣味可言呢?

安逸和墨守成规是年轻的天敌,我们是职场新手,需要找一块磨刀石,打磨一下自己有点儿老朽的心灵和有点锈蚀的青春。

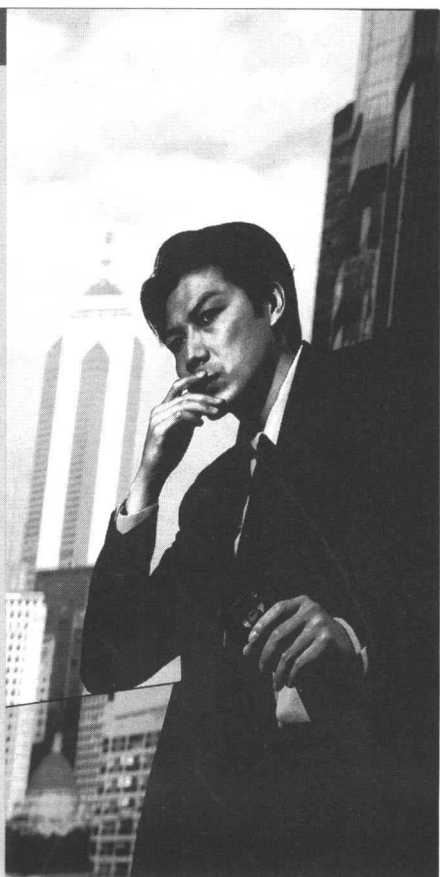
第1章 要经验干嘛

按部就班	2
阿谀奉承	4
拉帮结派	6
口是心非	8
察言观色	9
论资排辈	12
倚老卖老	13
墨守成规	14
左右逢源	16
一分钱一分货	17



第2章 别跟猪打架

非黑不一定是白	20
把别人比下去	22
不想被杀掉	24
善解人意是什么东西	25
你还有隐私吗	27
身体是革命的本钱	28
谁都有低潮的时候	30
不要往井里跳	31
学会感恩	32
不想伺候领导	34
一定弱肉强食吗	36
不想夹着尾巴做人	37
你到底有多烦	39
有必要给别人背黑锅么	40
在公司里的左中右	41



第3章 浴火涅槃

找准你的坐标	46
进一步,也能海阔天空	48
别当时间的救火队员	50
别太钟爱自己的构想	52
承担责任不应是一句空话	53
宁愿抢破碗,别捧金饭碗	54
有什么不能说的	56
优点最大缺点也最大	57
独白常常在死亡之前	59
怀疑乃改善之母	60
你还需要几只羊	61
学会拒绝到手的机会	64
永远保持弹性	65
永远在路上	67

第4章 栽培自己

栽培自己	70
给自己定位	72
寻找核心竞争力	74
调整“眼高”和“手低”的距离	75
把握升迁机会	78
做自己的预言家	79
寻找伯乐	80
释放压力	81
让自己靓起来	82
公司的事就是我的事	85
有期待才会有未来	86
做得多不等于做得好	87
上司不如自己	89
可以走后门	91
老板批评了自己	93
老板批错了自己	94
你有不快乐的权利	95
你有重新快乐的义务	97

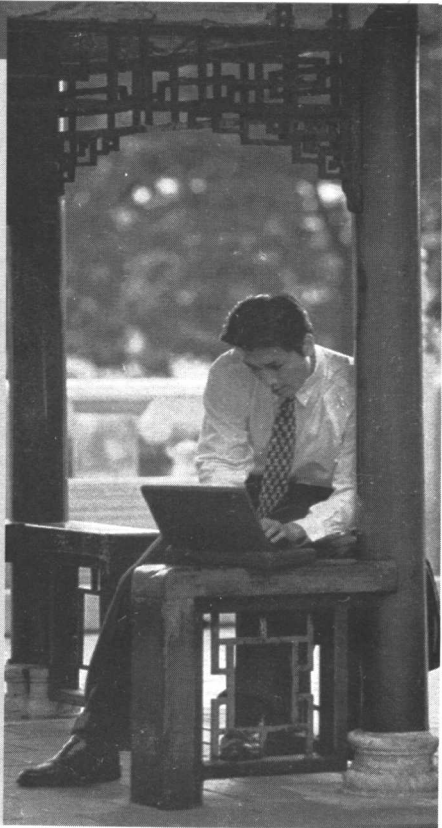
第5章 一丝不挂上阵

零经验不等于没观念	100
一张白纸的N种画法	101
创新至上	104
让挖苦和讽刺来得更猛烈些吧	106
拜托,请你有点专业精神	107
接受资讯不是一桩简单的事	109
坚持就是胜利	110
将杀戮的战场变成快乐的磁场	113
你有你的优势,我有我的选择	114
突破临界点	116
放弃完美	119
要平等观念,不要怜悯之心	120
贪多,永远心累	122
容许“讨价”,不可“还价”	123
请你记住我	125



第6章 同盟者的10个典型工种

广告人:对过去有一种天生的抗拒心理	128
自由撰稿人:听命于经济规则的文字长跑	131
健身教练:青春行业中的阳光形象	132
短信写手:就这样折磨汉字	135
摄影师:好色之徒的逍遥生活	137
形象设计师:在造美运动中体会被尊重的感觉	138
服装设计师:霓裳大玩家	140
平面设计师:玩的就是图形	142
职业游戏玩家:有激情的年轻人	144
自由白领:网络时代新人类	146



第7章 向10种动物致敬

鸿雁:目标明确	150
鲑鱼:勇往直前	152
牧羊犬:敬业负责	153
老鹰:灵活高效	155
公鸡:守信准时	157
大象:踏踏实实	158
山羊:懂得感恩	161
狮子:敢想敢做	162
猴子:机敏灵活	165
海豚:善解人意	167

第8章 10个同盟者的幸福生活

一个摄影师的纸上风暴	170
一个版式设计师的光辉岁月	172
一个自由撰稿人的自由生活	174
一个平面设计师的顽童心理	177
一个诗人的广告梦想	180
深度报道,要的就是痛快淋漓	182
非常女孩,非常Flash	185
汽车宝贝,消费青春是自然规律	186
一个室内设计师的自在一天	188
工作是小菜一碟	190

第9章 零经验攻略

零经验者生理内涵解剖图	194
零经验者的20个生活细节	199
零经验者的突围方法	203
零经验者参考:十二星座工作的中国城市	207
零经验者VS面试官之8大秘诀	208
警惕职场小人	210
零经验者防卫不完全手册	213
你是职场中热衷权势的人吗	217
零经验者与老板相处的10大妙招	218
施展全身解数,避免同事排挤你	220

第1章

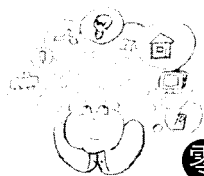
要经验干嘛

在工业化社会，经验意味着成本的降低；在创意年代，经验就是墨守成规、千篇一律和拒绝改变。经验多了，在熟悉的领域就很难创造出新鲜的东西，因为你的知识已被梳理过，就像孩子长成了大人，可塑性很小了。在创意年代，经验不再重要，经验多了，反而容易丧失工作兴趣，兴趣才是第一，经历不在长短，创意才被看好。阿谀奉承、按部就班、察言观色、左右逢源，这些都是职场“老鸟”擅长的伎俩。

我们总结出职场上的十大恶习，几乎都是所谓的经验惹的祸。

在这些恶习的蔓延滋生下，职场就生成了游戏规则，好听的叫“办公室政治”。

我们不想被经验这一恶习束缚，我们想自由，让这些镣铐见鬼去吧！



按部就班

同事小赵刚到单位,按理说他应该清楚自己的工作范围,他是做行政,管考核的。一次他突然来问业务科的科长:“你们科某某的工作量怎么统计?”科长被问住了:“这不都是你们行政科管的吗?过去我就没插手。”“但现在统计出现问题了,原来他的工作量统计不出来了。”“统计不出来也不是我们的问题,你得去问技术科的人呀,我又不懂电脑。”科长有点不耐烦。



朝九晚五的工作在许多眼里
是正常生活,按部就班从事自己范围
内的工作



这时他们的争论被主管听到了,主管就将小赵找去,自然是谈话:“这个问题,是你工作范围的事,你必须想到解决的办法,具体怎么操作你可以找技术科来实现,而不是将问题推给业务科,业务科那么多事情,难道还要帮你统计工作量吗?”

小赵看样子不是很服气,至少工作中经常表现出不主动:业务科的周值班给他说过“以后就这么固定了,有变动就给你打招呼”,可小赵还是每次向他要,还说上次给他的排班表自己丢了等等。

后来一打听,原来小赵曾经在一家国企做过,他跟别人说过,自己过去从没像现在这么累,动不动就加班。他按照自己原来的节奏和做事方式在新单位工作,自然处处不合节拍,有问题从不主动解决,工作稍超工作范围就熟视无睹。

小赵不聪明的地方就是:他在一个讲效率的单位还是用过去的经验生活,按部就班首先损害的是部门的利益,其次就是自己的利益。小赵被单位排上了即将淘汰的人员名单。

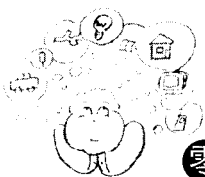
朝九晚五的工作在许多人眼里是正常生活,他们按部就班地从事自己范围内的工作,不愿意接受变化。其实,在这样循规蹈矩的生活中,不少人不知道自己每天工作的意义,不知所措地忙着,不知所措地干着。

你很烦,但看着周围的朋友也就那么过着,下了班就打麻将,熬完通宵照样正常上班。你突然发现,小时候曾经无数次憧憬的工作,其实那么无趣、生硬。

也许有一天你将自己的牢骚和苦闷告诉那些年长的同事,他们会语重心长地告诉你:“时间长了,你就会习惯的。”

凭什么要习惯,凭什么要这样委屈自己?难道工作时间久了,就意味着见怪不怪,就意味着对生活麻木不仁吗?生活难道在这些所谓有工作经验的人眼里,就本来如此——一年是一天的365次重复吗?





阿谀奉承

如果你以为拍马屁就是说点甜言蜜语那么简单，那就低估了拍马屁的学问了。拍马屁者深谙心理学，他们往往从上司的一个眼神里就能尽悉其喜好，每句话、每件事都能投其所好。比如，知道上司的家人所崇拜的某歌星要开演唱会，就不惜掏高价购得甲等票两张送上，还装做随意的样子说是朋友送的。

过去，拍马屁多半被看成膜拜权利的表现。因为，在办公室里，一旦出现了上尊下卑的等级，喜欢拍上司马屁的人便会摇身而出，事事仰承上意。有的甚至不惜在大庭广众之下，上演一出出肉麻不堪的大戏。

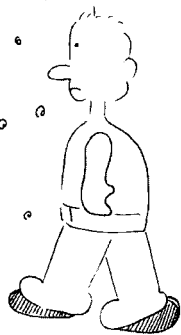
这群人的字典里绝对没有“忠心”二字，他们不会誓死效忠于任何人。这群训练有素的吹捧高手，总是不断地找寻符合膜拜标准的对象，一旦眼前的主子失势，他们便马上来个漂亮的后空翻，投奔他方，这使得他们在风雨飘摇的局面中始终能屹立不倒。

哪里都会有喜欢拍马屁的人。如果你所处的机构，上司正好是一位刚直不阿的忠贤之士，那么他也许更看重下属的业绩；若是你偏偏遇上一位喜欢“哈巴狗”的上司，那么很不幸，你只能祈求他能及早看清马屁精的伎俩，并且慧眼识忠良。

或许，你明天就会与上司在电梯里相遇，而他恰好会兴奋地拿出一份实在不怎么样的方案与你分享并询问你的意见，你会怎么做？直言不讳，那么以后的日子有你好受了；见风驶舵、毫无原则地歌功颂德，又太对不住自己。“拍”，还是不“拍”，怎么“拍”才能不“拍”到马蹄子上，实在是个难题。

那些老员工就知道拍马屁能给自己带来意想不到的实惠，而职场新人根本不懂得揣摩上司的心理，也不会说那些口是心非的赞美话。

也许你会说跟上司或老板相处，有时和男女之间的情形有些相似，都需要适度地掌握“哄”的艺术。无非就是嘴巴甜一点：上司刚刚买了本很精美的画册，希望得到大家的认同，就不妨附和赞许几句，无伤大雅的恭维，不亢不卑的态度，适度地讲讲好话。天底下，谁不爱听甜言蜜语呢？谁又希望和一个整天数落自己，让自己泄气的人同处一室呢？但谁知道“哄”的时候，错解了





上司的意思，上司会将你看成一个没有专业精神的人——不对事负责，只对
人感兴趣。

如果对上司保持一定程度的尊重，干好份内的事，就是不拍马屁，一个优
秀的管理人员应该更加乐意看到下属的良好表现和业绩。

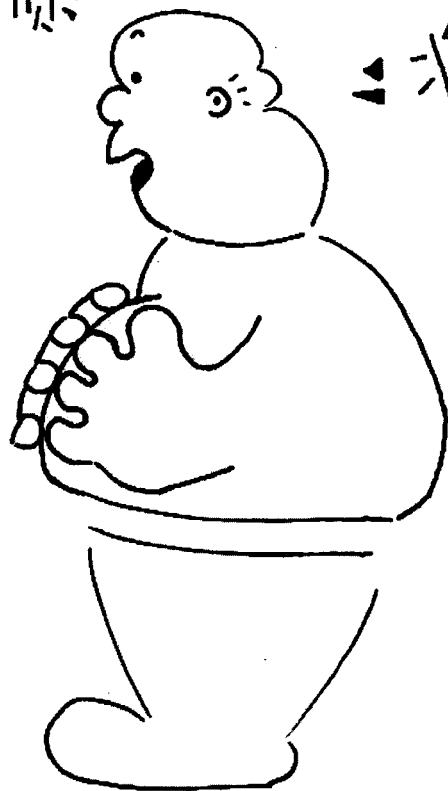
心宽体胖

聪明绝顶

将军风度

气度不凡

身体强壮



谁不爱听甜言蜜语呢？



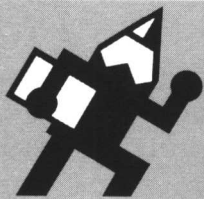
拉帮结派

身边的朋友常常感叹人在职场身不由己：老总和副总不和，自己身处夹缝，不知如何是好；办公室里的同事爱打听别人的隐私，老是说三道四；自己了苦干一场，好不容易有了点业绩，却被主管抢了功劳……

那天回家，在轻轨车站看见一条广告语：“公司里哪一派最红？”突然就想起了最近看过的一本新书里的一个故事：一只乌鸦因为羡慕白鸽棚里食物丰富，就把自己涂成白色混了进去。可是有一次，乌鸦吃得过于高兴，竟然哇哇唱起来，露出了本来面目，被鸽子们赶走了，它只好回到自己的群体。可它的同伴见它浑身白色，于是又不认它，也把它赶走了……

对于你的老板来说，他们看重的是你的才能与创意以及给公司带来的活力和效益，用人的目的很明确，所以他们晋升和提薪的标准是你的业绩，采用的是透明的竞争机制，而任人唯亲或拉帮结派则是大忌。周围的同事也讨厌那些喜欢搬弄是非、玩弄阴招的人，他们更愿意与那些有才气且志趣相投的同事相处。所以你不要抱着同事是“冤家”、“敌人”的成见，否则你难以立足，更难发展。你与新同事的共处原则是彼此尊重、配合，然后施展你的才华，在透明竞争中求发展。

拉帮结派、拉拢同级的目的，是为了壮大自己的力量，彼此之间可以遥相呼应，互相关照。他们想的是自己盘踞企业久了，就该培植自己的势力，至少不让别人欺负自己，或者让别人认为不论这人怎么样至少还蛮有人缘。



● 为了防止同级三心二意，有利就捞，没利就溜，共同“投资”，共同承担风险，共同分享利益，从而将同级牢牢捆绑在自己的战车上，迫使其成为自己的盟友。

● 趁同级遇到困难，急需别人援助之际，主动向他提供强有力的援助，帮助他摆脱困境，这就如同向他预支一笔“重金”，支持他度过难关一样。等他日子好过以后，再向他索取回报。双方心领神会，达成默契。长此下

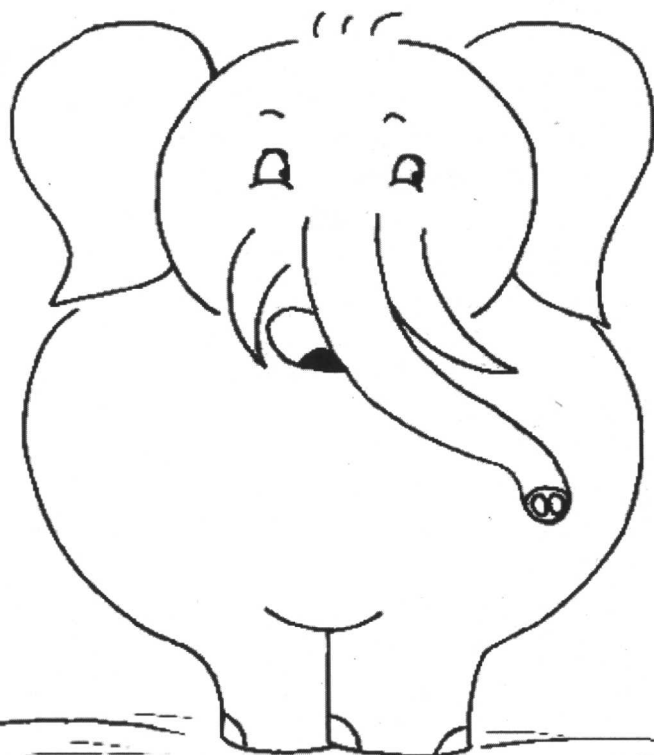


去,便成为休戚与共的盟友。

●有意重用某同级的亲信,故意排斥他不感兴趣的人,以此来换取他的回报。

●向同级提供有价值的信息和情报,尤其是上司的用人意图、有关人事机密等,使他提前做好准备,以防不测。事后,他势必对自己有所表示。

●在特殊情况下,联合盟友,共同向平庸的上司或对自己构成威胁的上司发动攻击,迫使其下台。随后,和同级重新分配权力。



拉帮结派拉拢同级的目的
是为了壮大自己的力量 7



口是心非

要别人怎么对待你，首先你就要怎么对待别人。这就好像是“要怎么收获，先怎么栽”这句座右铭的翻版，它讲求的是一心换一心。但许多刚进职场的人总感叹做人难，好心总换驴肝肺。

张三是你到新单位刚认识的同事，他主动和你联络感情，讲解单位的来龙去脉和人事关系，并时常给你提醒一些工作要点，你引为知音，开始和他无话不谈。一次你因工作上的小小失误被主管训斥了一顿，你想不通就在背地里向张三发了一顿牢骚。张三说：“这家伙就是自以为是，前段时间他被经理收拾了一次，这次是故意在我们身上发泄。”你愈说愈来气，他应和道：“如果他再找事，你不要轻饶他，我早看他不顺眼了。”

事不凑巧，你因某问题，被主管当着众多同事的面痛斥，你一气之下，顶了几句。“你是怎么工作的？工作一点也不主动，这么长时间了还是这样一问三不知！”“这工作以前不是我做的，也没有人给我讲新变动的情况。”你伤心地对张三讲了自己的屈辱。张三说：“这单位是干不下去了，我准备两个月后辞职。”你本来是一个对工作负责的人，付出了那么多，居然招致这么多的批评，于是你向领导提出辞职。

两个月后，你知道一些公司的内情，张三当上了项目主管，这个位置本来是经理给你留的，因为经理当初太赏识你了，就招致了主管的嫉妒，于是四处找茬。你过分信任张三，张三将你的牢骚“转”给了经理……

张三的口是心非成全了自己的升迁，而你却因小失大。在某种程度上，公司面对的是市场的竞争对手，而同事就是你职场的火拼对手。那些信手拈来的“友谊”，只不过是职场高手拉帮结派或搞垮对手的撒手铜。他们也许以前就被那些有经验的同事“收拾”过，擦干眼泪，自认倒霉后，就开始学习口是心非，寻找补偿自己损失的倒霉蛋。

