



# 一部体系化与浸润式的美育力作

翟传鹏

《美令人远》，王新、魏传金著，广西师范大学出版社2026年1月出版。

美育问题是社会各界普遍关心的问题。如若说德、智、体、劳关系到教育的“长度”的话，美育则关系到教育的“深度”。前者关乎学生“行稳”，后者关乎学生“致远”。就此而言，我们不难窥测云南大学王新教授新著《美令人远》写作的出发点。

《美令人远》有着鲜明的问题意识。围绕着“美如何才能令人‘远’”“什么样的美能令人‘远’”这一主题，作者精心设计了“艺术功能”“艺术源流”“艺术文化”“艺术家”“艺术创造”“艺术作品”“艺术鉴赏”“艺术阐释”等8个板块45个问题，囊括了艾布拉姆斯所言的作品、艺术家、世界、欣赏者等诸要素，覆盖了艺术生产、传播、消费、批评各环节，体大而博约。这些体系化的问题设计，精心而独到，是艺术理论与艺术史研究中的“真问题”。作者带着问题去研究，辅以生动的例证、独到的分析，通过一问一答的形式，将高深的理论转化成妙趣横生的知识，从而贴合了艺术通识教育的底色，适合普通读者阅读与鉴赏。

《美令人远》有鲜明的时代特色，所研究的问题有明确的“当下性”和“及物性”。理论研究易满足于画地为牢和小圈子里的“话语运动”，易流于空泛、抽象，而缺乏现实的观照，这用吴义勤的话讲，是“不及物”的。而王新的研究，有明确的现实导向。在移动互联网和人工智能技术飞速发展的当下，科学与技术的关系问题、媒介赋能与艺术泛化的问题、艺术何去何从的问题，皆是学界普遍焦虑的问题。对此，王新有独到的思考。其研究，或以专节的形式出现，或以专题的形式呈现，或

散落在具体的行文中，皆呈现出敏锐的洞察力、不凡的见识和强烈的批判立场。如王新论及“算法逻辑”和“感觉的钝化”之关系，认为虚拟技术会使人的感觉、知觉平均化、钝化，从而背离传统艺术的“幽微平淡”之美。又如他对“技术审美专制主义”的警觉和对“视觉污染”的批判，切合当下研究的新经验和新问题，有很强现实意义。类似的论述要言不烦又纵笔千里，简洁道出了当下艺术生产所面临的重重危机，作者对此的忧思也饱蕴其中。

《美令人远》是基于跨学科的研究，是研究的“跨界”与“出圈”。从王新的学术履历来，他初从“文”，后习“艺”，再入“史”，佐之以深厚的家学渊源，多学科的背景拓宽了他的视野，丰富了他的感知。在王新那里，言各有旨是学术小道，转益多师方是学术“王天下”的王道。他力求以现代理论和学术叠加古典趣味与话语，将各类知识在觥筹交错、大快朵颐中完成新的接续与锻造，呈现为优美丰厚的文字与文本。《美令人远》立足于艺术本体，艺术批评与艺术史，又旁逸斜出，在文化史、文学史、哲学史的诸多领地封疆居胥，以“一锅法合成”，在互文关系中寻找艺术的汇通，既有广度又具深度。如他分析张爱玲小说中的色彩，研究王曾祺“沾着水味、青草味的淡淡清新和欢悦”，剖析沈从文“带着些许血性的忧愁与蛮荒”，信手拈来又见地不俗。他分析“艺术的五种内部批判”，认为电影是“一种媒介对另一种媒介的批判”，以新颖的视角切入论题。他化用冯友兰自然境界、功利境界、道德境界、天地境界的“四境界说”，分析艺术家人格修炼层、艺术创作升华层、艺术作品境界开启层，予人豁然之感。

《美令人远》以灵动优美的文字，践行着作者“如坐春风式”的美育理念。与现代艺术的“重口味”相比，王新更推崇传统艺术的“清淡”。他深谙中国传统美学之精髓，接续了传统文艺感悟式批评传统，以古典的理论资源剖析现代问题，剖情析采皆成文字，

嬉笑怒骂皆成文章。他倡导的“如坐春风式”美育，是一种沉浸式的美育，是春风风人、夏雨雨人般的，是浴乎沂、咏而归的。《美令人远》的写作，是其美育理念的具象化，贯穿着一种直面作品、随境生发、重体验、开新见、养品位的写作宗旨，既体现为精到的文本分析、独到的案例描绘、提气的点睛论述，也体现为构思细致、深曲却又脱口吟成、浑然无迹的文字。这些文字，或狂放豪纵，或温婉细腻，或自然流畅，或凝练精约，极具生命力、表现力和艺术魅力，适合细细阅读与品鉴。

(作者为西安邮电大学数字艺术学院副教授)



《琴道新论——琴学与中国哲学的会通》，李虎群著，北京大学出版社2025年8月出版。

看到《琴道新论——琴学与中国哲学的会通》这部二十多万字的著作，我深知是虎群过去二十多年的治学结晶，很为他高兴，也甚感欣慰。我一直希望有人能够写一部中国艺术和中国哲学关系的书，虎群是这方面的不二人选。

中国传统文化是礼乐和合的文化，是道艺一体的文化。中国传统文化以求道、明道、行道为根本，各类艺术也都以“载道”为内涵，以达到“道”为究竟。道是抽象的，但不宜空谈，抽象的道理难以让人信服，更难让人有深刻体会；艺是具体的，但不要走向炫技和功利，要通过艺来涵养心性，提升德行。这些年，我一直在倡导“以道统艺，由艺臻道”，就是希望大家能够体会和认识到中国传统文化是一种整体综合性的文化，是天、地、人综合在一起的文化。现代教育越来越走向分科、走向专业化，这就造成了“道”和“艺”的分离，造成了“下学”和“上达”的割裂。专门研究“上达”、研究“道”、研究哲学，走上极端，就容易变成无源之水、无根之木，空空洞洞；而专门用心“下学”、只是学习“艺”，就只学会了专业技能、专业知识，对生命没有滋养。我们要知道：离开下学、离开艺，道便会空；脱离上达、脱离了道，艺就没有灵魂。

我们要以道统艺，就不会玩物丧志；要由艺臻道，就能够从艺术里面学会做人、做事的道理。我希望大家过一个“艺术的人生”，再从艺术的人生中，去体会、提炼和学会“人生的艺术”。

古琴，是中国礼乐教化中最具有标志性和代表性的一种乐器，可以说是“道艺一体”的典范。中国古代音乐是非常发达的，最早跟天文、地理、五行、天象和气候的变化联系在一起，古琴最能够反映这些内容。我们历史上常讲“士无故不撤琴瑟”，读书人往往“左琴右书”，这是为什么呢？因为琴的艺术里面有很深的文化内涵，是人生自我修养、人与人之间情感交流、寻觅知音的载体。汉代的《白虎通》说“琴者，禁也”，就是让人不走邪路，成为一个正直的人。“琴”跟“禁”是同音字，音同义近。琴还音通恭敬的“敬”，安静的“静”，净化的“净”，可以从敬、静、净这三个方面来锻炼我们的琴艺，磨炼我们的心性，铸就我们的人格。古琴的记谱法是“减字谱”，这是世界上最古老的记谱法之一。它包含了三大信息——该弹哪根弦、放哪个徽位、用哪个手指，但它不限定节拍节奏，体现出一种“以不准为准则”的特性，这就给琴人以很大的自由和发挥余地，非常有利于古琴艺术的多元化发展。这是现代人们标准化、科学化的脑袋所难理解的，但恰恰是古琴艺术的魅力和价值所在。

虎群1996年考入北大哲学系读硕士，2004年博士毕业，北大八年，他上了几乎所有的课，是和我非常亲近的学生。虎群嗜好古琴，先后拜了不少古琴名家为师，并在2001年成立了“北大琴社”，请我任顾问；他还是我昆曲课上的老学生。虎群跟我认识有三十年了，他人品正、悟性高、有才华，对琴学和中国哲学都下了苦功，把琴艺和琴道贯通得很好，这一方面使他的古琴技艺很是高超，另一方面使他的哲学见地日益精纯。

虎群学琴教琴，学习和教授中国哲学，都已经二十多年了。这本《琴道新论》，是他多年心血的结晶，下笔皆有来历，句句发自肺腑。中国传统文化就是要向天地自然学习，然后通过天人合德、天人合一，最后达到自我修身、化人成俗的境界。《琴道新论》这本书，用“本体—工夫—境界”这个中国哲学的逻辑框架把这一点阐述得很贴切、很系统，我想，无论是对于专业的研究者，还是对于业余的爱好者，都会很有启发、大有裨益的。

记得2004年虎群博士毕业的时候，北大琴社的同学说要送他一份礼物，请我写一幅字，我想了一下，写了一副对联：“承启后启借道义，吟曲弹琴自逍遥。”二十多年过去了，借着虎群这部书的出版，就把把这副对联也赠予有缘的读者吧。古琴终究是大众的，但我希望古琴的精神能够成为大众的。

(作者为北京大学哲学系教授、博士生导师，北京大学哲学系东方哲学教研室主任，北京大学宗教研究院名誉院长，北京大学学术委员会委员，国际儒学联合会第六届理事会荣誉顾问，兼任教育部社会科学委员会委员)

## 琴与道

楼宇烈

## 以对“物”的辨识重构生活世界

刘华杰

词并没有被专门委员会审核通过，但并不妨碍它迅速扩散开来，受到其他诸多学科的欢迎。

本书涉及东西方交流、全球化、西方科技兴起等大背景，并不专门讨论哲学、环境史学、教育学关注的玄虚问题。但是，关联是真实存在的，查尔斯·C·曼恩(Charles C. Mann)甚至认为，全球化根本上就是一种“生物现象”。全球化现象近半个世纪才引起广泛关注，其实其发生可以向前追溯很久，只是规模不同，也不冠以相关的名头。全球化包括思想和文化的交流，更包括人和物的往来。两方面有内在联系，理应对等对待。“见物不见人”与“见人不见物”都不合道理。

进入新世纪(也可以提前至20世纪80年代)后，环境史研究成为学术热点，特别是在博物学文化复兴的大潮下，学术界对人与物的关系、对“物”的交换以及与此相关的思想文化，展开了全方位的研究，多个学科不分彼此、交叉前行，令人耳目一新。表面上看，对具象化的、“层次较低”之“物”的倾心，是学术推进到一定阶段的自然现象，但离开了人与自然矛盾之激化、现代性人性的扭曲这般更大的背景，相关学术繁荣是不能得到解释的。地理学、环境史、生活史、地方性知识、博物学文化等都不约而同地重新发现“物”。看见“地方”，自然就包含着看见附着于地方之“物”与“物之网络”。而看见“地方”是有条件的，只凭明亮的眼睛是不够的，思想必须先行，有看的欲望，有看的心态，有看的能力。

多学科融合是大趋势，电子支付、同位素考古、云计算、分子人类学、DNA(脱氧核糖核酸)与AI物种分类等都是再明显不过的学科交叉，展现了难以想象的优势。

### 对历史作品中“物”的辨识

博物学文化在中国的复兴首先是哲学界(而非科学界或者科普界)少数人推动的，不是凭空发动的，也不是独自在奋斗。这股学术潮流迅速与科技史、自然文学、环境史、艺术史、文化

史、自然美学等融合而一道前行。

本书由人文学者而非动物学家来专门讨论《坤舆全图》中的海怪陆兽20余种，本身就有重要意义，细致的分析更是引人入胜。程方毅和赖毓芝两位学者的研究十分重要，却不是孤立的。“无穷小亮”(张辰亮)《海错图笔记》系列、王钊对《塞外花卉图卷》(清代蒋廷锡绘，存故宫博物院)的研究、张国刚对《落花游鱼图》(北宋刘宗绘，存美国圣路易艺术博物馆)的研究，所涉及生物也是“本土种”。曼恩的《1493:物种大交换开创的世界史》(1493: Uncovering the New World Columbus Created, 英文版2011年, 中译本2016年)、邹振环的《再见异兽:明清动物文化与中外交流》(2021年)、王钊的博士论文《观乎动植:康乾时代的清宫博物绘画研究》(2018年)、官栋祈的博士论文《清宫〈兽谱〉中图像与知识的再生产》(2023年)、陈水华的《形理两全:宋画中的鸟类》(2024年)则涉及异域物种，与本书接近。这些二阶研究，对人们的视觉和观念都有相当的冲击。《海错图笔记》通俗易懂，实则包含作者细致的考证工作，有二阶内容也有一阶内容，非一般人所能完成。所有这些新型研究，都给艺术史、文化史、科技史、图像史学等带来了新鲜气息，同时吸引了一批专业领域以外的读者。

有人可能会讲，说到底，不就是若干名字吗？不就是一些东西的迁移吗？没错，但是它们是基础、是根本，离开它们做学问、讨论问题就可能不靠谱。在互联网和数据库越来越发达的今天，用恰当名字作为关键词、检索词的意义大家都是清楚的。更为重要的是，名字以及“名实对应”是重构“生活世界”的钥匙。

本书大部分篇幅是严肃的实证研究，一物一物地考证，阅读起来也不必然要求读者考虑形而上和思想史层面的问题。比较起来，我的以上论述权当外行的一些随想，请本书作者和读者批判。希望读者阅读此书后能得到启发，将方法移植到对其他相关事物之研究。

(作者为北京大学哲学系教授、博物学家)

## 从管理到营销到创业绕不开的2个字:人性

沈凤息

津巴多的斯坦福监狱实验把这些讨论推到了一个有点沉重的位置——永远别试探人性。这正好从一方面印证了哈耶克的观点:权力只要由人掌握,就很难不出问题。

所以经济与心理篇的核心线索很清楚:无论对顾客还是对员工,你都不能把人想得太理性、太可靠。

### 二、管理与领导力篇:好领导和好组织到底长什么样?

从经济与心理篇的不信任出发,管理与领导力篇试图回答:在人性靠不住的前提下,企业和组织还能不能做好? 德鲁克给出了一个很经典的答案。他说企业的目的不是利润最大化,那是结果,真正的目的是“创造顾客”。市场是企业家创造的,顾客也被企业的行动所塑造。所以“我们的事业是什么”这个问题,不是生产者说了算,而是顾客说了算。搞清了这一点,才能接着回答“将是什么”和“应该是什么”。这三个问题听起来简单,但能上一家企业老老实实在看清自己的位置。

然而,理想和现实之间的差距很大。本尼斯的《成为领导者》对领导者提了一大堆要求,说实话,在真实职场里能全部满足的概率几乎为零。科特的《领导变革》讲的是组织变革容易踩的坑,其中“企业愿景”这个事,在国内很多公司里就变了味。不知道是水土不服还是怕领导画大饼,愿景往往成了从上往下单向传达的东西,员工和中层觉得是个负担,而不是方向。

那不是就没办法了? 卡内基的《人性的弱点》虽然被归在管理与领导力篇,但讲的其实是最接地气的人情世故。夸别人、站对方角度、聊对方感兴趣的话题、记住名字、让人觉得自己重要——这些都是把对方放在更重要的位置上。只有当对方在你这里感到被重视,他才会同样对你。管理这件事,说到底不是什么高深理论,而是每天跟人打交道的功夫。无论对下属、上级还是顾客,懂得并尊重人性,才是成事的基本功。

### 三、战略与营销篇:怎么让顾客心甘情愿掏钱?

有了经济与心理篇对人性的理解,再来看战略与营销,就会发现它们不是冷冰冰的公式。因为商科背景和咨询、营销的经验,波特的《竞争战略》、科特勒的《营销管理》、特劳特的《定位》和

西奥迪尼的《影响力》这四本书,是我反复读过的教材。我的体会是,这些东西不是你学完就能直接上手的工具包,更像是你做复盘的时候用来照一照自己的镜子——看看自己现在在什么位置,之前做过的决定哪里可以反思。

作者把经济与心理篇放在战略与营销篇前面,不是偶然的。因为战略营销里面全是人性心理在起作用。比如锚定效应,商家先标一个高价再打折,你就觉得占了便宜;光环效应,包装好看、代言人形象好,你就觉得质量也好。这些效应在定价和说服顾客的时候,比任何计算都管用。西奥迪尼的《影响力》更是直接总结了让人顺从的六个原则,每一个都是对人性的精准拿捏。所以你会发现,定位、竞争分析、品牌建设,说到底都在琢磨一件事:顾客心里到底在想什么? 他们怎么比较价格? 怎么被第一印象带跑? 怎么被周围人的选择影响? 这些东西不是靠算数能算出来的,而是靠对人长期的观察和体谅。

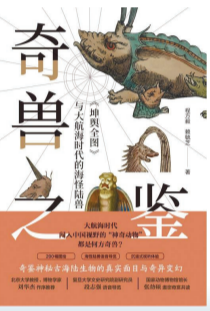
### 四、创新与创业篇:自己当老板就够了吗?

最后这个部分看起来是给创业者写的,但仔细想想,它跟前面的逻辑也连得上。创业越来越火的当下,也许创业者才是真正该学管理。重读商业经典的人——因为自己就是自己的老板,没有人给你兜底、给你培训。霍罗维茨的《创业维艰》和克里斯坦森的《创新者的窘境》,讲的就是创业企业为什么会死,以及怎么面对那些几乎过不去的坎。

创新与创业篇看似讲的是创业者的事,本质上还是在讲:无论你在哪个位置,懂人、懂人性,都能让你走得更顺一些。

### 五、经典是框架,不是公式

在一本书里讲清二十本商业经典是不可能的。但用摘抄重点的方式大概了解主要内容,然后有针对性地去读原书,能提高不少效率。看完这本书,最深的感受是:无论是公司对消费者,还是个人在职场里跟人沟通,都离不开对人性的把握。所以对我来说意义最大的,可能还是开篇的心理部分。当然,理论归理论,最管用的东西永远来自真实世界里跟人打交道的经验。商业经典不是一套公式,不能随便套在任何场景上,它只是一个框架,用来提醒你留意那些本来没注意到的事情。

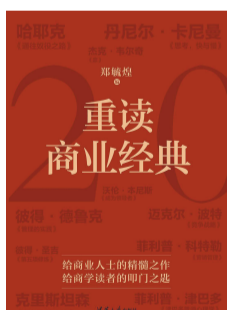


《奇兽之鉴:〈坤舆全图〉与大航海时代的海怪陆兽》，程方毅、赖毓芝著，上海人民出版社2025年8月出版。

此书围绕《坤舆全图》中“在当时属于‘新’与‘奇’的博物知识展开，通过对海洋和陆地上的诸多物种进行图像与文字考释，试图呈现欧洲博物学传统与中国的‘博物’知识体系的这一次相遇和交流”。在我看来，此书是对二阶博物学的一场精彩操演。

### 人类世下博物学文化复兴的背景

现代社会并不缺少“物”，甚至可以说“物”已泛滥，但“博物”精神却已式微，许多场景下人们用物而不睬物。科技已经取代博物学的地位，如今多数人不知何为博物、博物学，博物者已死[参见诺贝尔文学奖得主谢默斯·希尼(Seamus Heaney)的作品《博物者之死》(Death of a Naturalist)]。博物学的概念，古今中外都有，而且很早就有。亚里士多德、老普林尼(Gaius Plinius Secundus, 23—79)那里面有博物、博物者；元人袁尚曾说：“自古乾坤合神化，空将筒牍费冥搜。张华博物身终死，邹衍谈天舌竟休。”“博物智能”(natural history intelligence, NHI)，似有赠人工智能(artificial intelligence, AI)热度的嫌疑，其实并非如此。博物学比科学的历史悠久，有人称地方就有博物学(甚至动物也有其博物学)，naturalist(博物学家)也比scientist(科学家)出现得早得多。达尔文亦自称naturalist而非scientist。博物智能强调与“物质”“原子”的关联，而人工智能则强调与“信息”“比特”的关联。博物学或者博物智能重新被关注，与地球上人这个物种的不恰当发展有关，与地质学概念“人类世”有关。在地质学领域，这个新



《重读商业经典》，郑毓煌著，清华大学出版社2026年3月出版。

经典是需要温习的，有时效性的是那些解决“术”的知识，而真正可贵的、改变思考方式的是那些解决“道”的知识。商业行为本身离不开回答关于人的问题。《重读商业经典》这本书则通过研究哈耶克、卡尼曼、德鲁克、津巴多等业界大咖的方式，去观察他们对人性的解读。

### 一、经济与心理篇:人真的靠得住吗?

哈耶克在《通往奴役之路》里给了一个很根本的警告:只要生产资料掌握在人手里,不管这个人代表社会还是独裁者,我们都会失去自由。他为什么这么悲观? 因为他觉得人靠不住——只要是人在做计划,就难免被私欲带偏,做不到真正的平等。

接下来的几本书,其实都在从不同角度回答“人到底靠不靠得住”这个问题。卡尼曼的《思考,快与慢》告诉我们,人脑天生偏爱偷懒,大多数时候用的都是感性的“快思考”,而不是费力的理性“慢思考”。这种快思考很容易被光环效应、锚定效应这些东西带偏,我们以为自己很理性,其实第一印象早就偷偷做了主。那怎么办? 卡尼曼建议多听外部意见,做决策前先想想如果这事黄了,最可能的原因是什么。有意思的是,这些不理性也可以反过来用,比如你知道光环效应存在,那在商务场合注意穿着打扮利用一下外貌优势,就是很实际的策略。

赛勒的《错误的行为》把不理性这件事从个人推到了市场层面。虽然上市公司信息公开,但没几个人真的知道怎么解读。如果公司真正的价值没几个人能算清楚,那有效市场假说就不成立。他提出的心理账户更贴近生活:同样一百块钱,工资和奖金花起来感觉不一样,买菜和买礼物感觉也不一样。企业看准这一点,就可以想办法把顾客的钱从一个心理账户挪到另一个来引导消费行为。