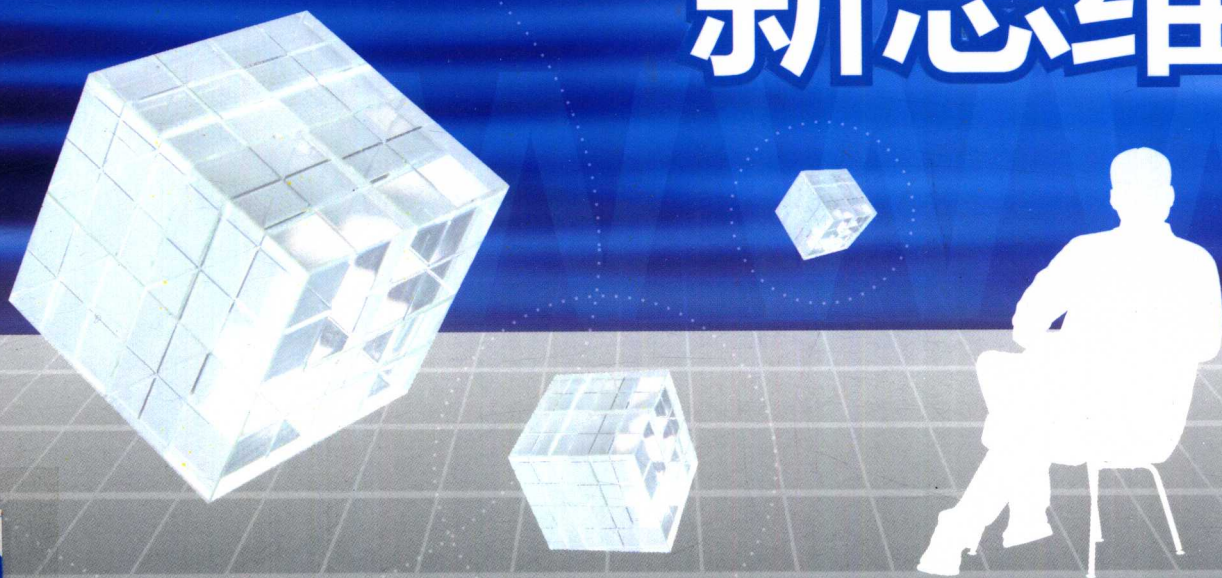


王付刚 / 编著

移动互联网 新思维



清华大学出版社





移动互联网 新思维

王付刚 / 编著

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书是一本移动互联网的实用指导书,既有关于网络新闻、移动互联网的理解,又有商业社会中财富和德性的平衡;追溯了商业的起源和文明,是移动互联网商业研究的启蒙之作。全书形式新颖,内容贴近商业本质,对移动互联网时代的新商业社会进行了完美的阐述和总结。本书立足于为移动互联网在中国的发展提供理论支撑并对读者有所指导。

本书适合于对互联网尤其是移动互联网感兴趣的个人、企业家等。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

移动互联网新思维/王付刚编著. --北京:清华大学出版社,2016 (2017.7重印)

ISBN 978-7-302-43625-6

I. ①移… II. ①王… III. ①移动通信—互联网络—研究 IV. ①TN929.5

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第083492号

责任编辑:白立军 薛 阳

封面设计:傅瑞学

责任校对:焦丽丽

责任印制:李红英

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座 邮 编:100084

社总机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课 件 下 载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62795954

印 装 者:北京密云胶印厂

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×230mm

印 张:22.75

字 数:469千字

版 次:2016年6月第1版

印 次:2017年7月第2次印刷

印 数:3001~3800

定 价:45.00元

产品编号:069476-01

序 言

欣闻付刚《移动互联网新思维》一书圆满付梓，我甚感欣慰。受付刚之托，为此大作写序，我思考良久，实难下笔。一来是由于我心中充满了对《道德经》的恭敬和崇尚，二来也是出于要表达出对移动互联网的最好祝愿和期盼。

《道德经》短短五千言，以其精炼的语言和深邃的智慧，探究了天之道、地之道、人之道；深刻揭示了宇宙生命发展和人类社会发展变化的真谛。作为中华民族知识宝库的价值回归，《道德经》的理论基础和指导意义重大。

我曾经和付刚说过四个字“顺道而为”，可以看出，他将这个“道”分解为了两条道：一条是回归中华传统文化的大道；一条是迎接未来移动互联网的大道。而《移动互联网新思维》一书就是将两者的完美结合，“道生一，一生二，二生三，三生万物”，传统和未来相互交融和碰撞，必将能够“移”生万物，大放异彩。

在回归传统的大道上，要响应国家号召，弘扬民族精神、凝聚中国力量，虽任重而道远也要尽一份力，奉行和传播中华优秀传统文化。多读《道德经》并用来指导自己的工作和生活，做到清静无为，不妄为。

在迎接未来的大道上，因移动互联网代表时代发展方向，逐渐成为人们生活中不可缺少的部分，理当顺应时代发展潮流，顺势而为。并且，要多学习国外的先进经验，多总结、多提高自己，对商业模式和行为进行更多的探讨和探索，将成果回报给社会。

在此，也呼吁更多的人、更多的中国企业家，静下心来读一读《道德经》。诚如五十八章所言，要用“方而不割，廉而不刿，直而不肆，光而不耀”的精神要求自己，秉承先圣智慧，在财富和德性面前做好平衡，展现和发挥出商业社会中应有的美德。

最后，祝愿付刚的新书《移动互联网新思维》顺利出版。希望戒骄戒躁，加强道性和德性的修炼；多总结不足、多听取不同意见、不同见解，以此来提高自己。对于书中的观点和不同意见，也希望多交流，共同探讨传统文化的传播。

泰山碧霞祠住持 张诚达

2016年2月

前言

今天的主流媒介是什么？不是传统的报纸、广播、电视，而是人们接触频率最高、时间最长的移动端媒介手机。今天，手机已成为人们和世界连接的最主要通路之一。移动化让手机迅速成为填充消费者碎片时间的工具。在改变中国网民网络使用习惯的同时，移动互联使媒体对人们的生活实现了全面包围。用户并没有抗拒消费、抗拒商业信息，他们只是选择了更便捷、更适合他们的途径，实时在线生活已经成为一种生活方式。

有人说在移动互联网时代，三个月就是一年。不会给你更多的时间去修改和沉淀，这样的背景也催生了企业的野蛮生长。相对来说，循规蹈矩的企业是没有出路的，这是因为在移动：时代变了，更多的是打法变了。这其实反映的是新商业社会的关系变了。技术的发展使得跨行业成为可能，过去专一、专业的企业已经很难立足，不多面走路把自己变成巨无霸，在这个新商业社会里是没有话语权的。互联网思维浪潮中的意义就是挑战传统以及为一种梦想和事业，或者说为社会创造财富而绝不放弃。

大众创业的互联网化能够最全面地普及商业思维，让更多的人学到商业社会的做事方式和方法。这和创业成不成功并没有多大的关系。说起创业与创新，并不是一个很新的概念，因为任何时期都有人在创业与创新。2014年的真正革新意义在于大众的创业与创新，也就是说，每一个人，每一个微小的个体，都将面临平等的创业机遇，这是以往任何一个资本为王的时代都不可能实现的。

在此过程中，每一个人的影响力已经彻底不再局限于他的亲戚、朋友和同事以及个人平台，其影响力正通过移动互联网无限扩大。通过很多平台或者载体，再小的个体也能发声。

2016年2月25日，正好是搜狐集团18周岁的生日，我们曾在搜狐媒体的基因下成长，从新闻生产、传播、信息安全多个环节中，耳濡目染了媒体的基因和情怀，也许时间已经过去成为历史，但那毕竟有我们的岁月、我们的青春。还记得2008年汶川地震的文章标题，《让这一块在国家记忆中永存》、“7·23”动车事故纪念《永远无法到站的人们》都体现的是对生命的尊重和关怀。在新闻报道中，始终没有放弃

人文主义立场,总是站在人的角度阐释人性的伟大和光辉。这是再现的真实,是对生活浸淫了人文关怀的批判和参与。

时间可复制的是回忆,不可复制的是成长。在互联网尤其是中国互联网的历史中,以搜狐为代表的门户启迪了民智,普及了人文关怀和平等。犹如国庆临领导在微信中说的,搜狐的伟大不在于市值,它是开启中国互联网大门的旗帜!搜狐的伟大在于它的包容,它是真正的互联网军校!搜狐的伟大在于它始终正直善良,从不会作恶,从不会使用下三烂的手法与同业竞争!搜狐的伟大在于它的坚持与坚守,从没有为了追逐利益而放弃初衷。

18岁的搜狐风华正茂,能见证搜狐成人礼是我们的荣耀。祝福搜狐,不忘初心。在这里,不得不说说新闻理想和价值观,新闻理想本身就是个抽象的概念,有的扎根灵魂,历久弥新,有的则渐行渐远,甚至压根儿就不曾有过。我认为在移动互联网时代,新闻理想的情怀,即使少到可怜,我们也要坚持,这是一份对自己的交代和坚守,也是对新闻业的致敬。

对于价值观,我们要相信人格是本,财富是末,不能本末倒置。同时也要相信渐进性的变化,而非革命性的变革。作为个人来说,十年一剑,只为媒体,在面对这样的媒体环境变化中,媒体传播必须改变原来的模式探索改而媒体产业化。不能改来改去还是没有脱离传媒原来的本质。

从传媒的角度来看,在门户时代,新闻传播更多的是满足了人们对信息的饥渴,消除了信息的不对称,使得新闻聚合影响力爆发。在移动互联网时代,人们对新闻资讯的需求更分散,更多元化。就商业需求来讲,媒体对产品的监督功能和咨询功能一直没有开发得很好。

从产品角度来讲,信息更透明化,品质和质量将更有保障,老百姓的需求被更加细化,进而使得社会诚信体系的建立成为可能。另外,由于媒体行业的流动性带来了更多的见识和经验,以眼为界是很多其他行业的人无法达到的。

从受众的方面来说,用户在消费信息的时候,需要支付一定的代价,这种代价就是用户的时间和注意力。说得通俗一点就是注意力资源。而作为媒体提供和给予的恰恰就是注意力资源。商业中的广告主们直接付款买到的也就是用户和观看者的时间和精力。

所以,在移动互联网时代,成本和信息差被缩小,更多的人选择方便的最小省力原则来处理人与信息的关系。但对媒体的需要却是刚需,媒体的价值将会越来越大,这是因为只有媒体才是打通、穿透所有阶层的力量,媒体的力量将更聚合。在这样的前提下,不再分体制内、体制外的媒体,融合的应该是全媒体联盟产业的覆盖和无死角的共振。大家都有一个称呼那就是媒体人,在这样的转型期,希望听到我们的呐喊:聚焦新媒体力量,将新闻进行到底!

另外,还有一部分的思考就是,最近一直在研究商业社会的逻辑,以及商业社会和移动互联网的关系,得出的核心结论就是:我们离商业太远。在商业社会,理性和自然是幸

福生活的最好指南。我们需要一场启蒙,聚合、彰显、推动散落于各阶层的智力资源。而只有在商业上探索,探索出符合这个时代的商业逻辑与文明才有价值。这得力于18世纪苏格兰启蒙运动的学习和思考。紧扣中国梦、双创和移动互联网两条大道,聚合在新媒体领域的话语权,做到思想与商业引领者。

不可否认的是,互联网尤其是移动互联网已经成为人们生活中不可缺少的一部分,媒体人与新闻学者教授在移动互联网时代中的话语权与责任担当方面是推动剂与催化剂。历史责任我辈担当既是责任也是压力,需顺道而为之力推中国商业文明探讨、移动互联网商业模式探讨;让文化的归文化,商业的归商业。

在移动互联网时代,作为个人也好,作为企业家也好,最需要摆脱和提醒自己的一个词,就是依赖感。不可否认,我们身上都有或多或少的依赖感,有的是精神上的,有的是物质上的。依赖感来自对权力的崇拜和对过去自己成功模式、经验、信心的依赖,它扼杀了创新。

一个人要想获得独立性,就必须与他人相分离,特别是心理上的亲近和依赖。从精神分析的角度来看,分离就被认为是自主性的一个必要条件。人格是稳定的,行为却会发生变化。总而言之,只有时时不忘敬畏,摆脱依赖感,才能体味成功者的那种孤独,最终达到同情共感。这也是新商业社会里必备的素养。

最后,本书的写作吸取了传统的精华,尤其是《道德经》中的思想和观点,书中的很多观点、经验都是在总结前人实践和研究的基础上,不断进步创新的。期待每位读者能从书中得到帮助,哪怕仅仅是一句话,哪怕仅影响一个人,笔者也十分欣慰。期待各位读者为本书提出宝贵的意见和建议,以便更好地修正完善本书,也有利于个人更好地成长。让我们共同努力,为移动互联网时代的商业文明和诚信体系尽一份力量。

编者

2016年2月

目 录

第 1 章 启蒙	/1
1.1 新闻报道现在 商业预测未来	1
1.2 讲习教授是理性和专业能力启蒙者	2
1.3 景观社会 要有勇气使用理性	5
1.4 不改等死,乱改找死 变化才是企业之道	8
1.5 移动互联网催生万物 道法自然	11
1.6 个人创业 前几秒基本都是混沌状态	13
1.7 从无到有是最难的过程 绝非一蹴而就	15
第 2 章 语言	/19
2.1 交流过程本身就会引起人们的改变	19
2.2 文字是了解传统的手段 白纸黑字意义重大	22
2.3 文字是人活着或者活过的一个记号	24
2.4 比放纵更糟糕的是礼仪的退化	26
2.5 语言流畅性决定权力关系 并影响喜欢程度	28
2.6 移动互联网时代 命名权是核心	30
第 3 章 人口	/34
3.1 人是有理想的存在 必须重新审视文化自觉	34
3.2 人的本质需求是有品质和尊严的生活	36
3.3 声誉是心灵的关切 会爆发自豪感	39
3.4 利己心是巨大无比的 它压倒所有一切	42
3.5 以用户为中心 最能嗅到钱的味道	44
3.6 围绕资本的所有经济行为是人性的贪婪	45
3.7 人口红利决定商业发展与经济进步	48
3.8 获得定居权之后 社会生态才会形成	50

3.9	女德比女汉子更有内涵 更符合对女性审美	53
3.10	从熟人社会走向陌生人社会的价值中立	55
3.11	心灵一旦受到威胁就容易走向迷信 失去判断力	58

第4章 城市 /61

4.1	城市是现代文明商业的所有载体和容器	61
4.2	媒体催生城市语系 媒体是城市的产物	64
4.3	城市是财富大量流通的地方 也是乡愁之地	66
4.4	商业核心是交换 货币流通激发整体勤奋	69
4.5	最早的商业泡沫是密西西比泡沫	71
4.6	流动的商业连接 促进了贸易交换的范围	74
4.7	中国商业起源早码头周村 活着的千年古商城	78
4.8	中国商人阶层缺乏的政治权力和社会地位	81
4.9	通过科学手段可以预知和控制未来及生活	93
4.10	商业文明古典精神 都在理性审判台前考察	99

第5章 阶级 /104

5.1	高富帅 屌丝反映的本质是阶级属性与归属	104
5.2	消费变得更像炫富 身份群体植根于消费领域	106
5.3	假如身份荣誉平等 财产本身就等于一道加法	109
5.4	财富第一次在制度意义上被公平分配	113
5.5	工作有极大道德吸引力 创业也只是一份工作	116
5.6	商业自由是谋利的 一个公民不惧怕另一个公民是底线	119
5.7	奢侈以占有欲败坏富人 以贪婪心败坏穷人	122
5.8	荣誉感使人们一直处于成为潮流与偏见的囚徒	125
5.9	欲望自身是 他捶他的胸 责备他的那颗心	128
5.10	社会转型 给现代人带来了很大的忧郁和焦虑感	132
5.11	成员身份刺激了社群扩张和自身经济价值	135
5.12	移动互联网商业生态的核心是社交与支付	138
5.13	只有媒体才具有打通、穿透所有阶级的力量	142
5.14	在移动互联网时代 新闻提供的产品是判断力	149

第6章 时间 /153

6.1	处理好时间 剩下的就是努力和等待	153
-----	------------------	-----

6.2	连续性容纳各种人甚至是愚蠢的人以使世界完满	157
6.3	生存论首要意义就是将来 找到个我才能安顿灵魂	159
6.4	乌托邦的身体总在别处 沿着时间移动	161
6.5	媒体是造势话语权的核心 要顺势而为	167
6.6	喜怒哀乐的情感表达是人们性情的流露和满足	170
6.7	碎片化意味着注意力缩短 带来了争分夺秒的焦虑感	175
6.8	技术颠覆 催生社会变迁和商业机会	177

第7章 习惯 /183

7.1	习惯是没有任何强制的机器 阻碍创新	183
7.2	习惯一旦形成 偏见一旦扎根则无法加以革除	186
7.3	移动互联网时代 科技变革受欢迎 文化变革遭抵制	190
7.4	网络时代人总是高估自己 媒体机构要有性格	193
7.5	上善若水 水的流动性 利万物而不争	196
7.6	人是环境下的产物 气候影响行为及商业谋利	198

第8章 秩序 /203

8.1	移动互联网商业本源是对秩序的再造	203
8.2	边界的核心是最小省力原则 边际成本趋近于零	206
8.3	跨界是商业社会的重构 让馅饼的陷阱有多远就有多近	210
8.4	产品是安身立命之根本 知识就是权力的延伸	212
8.5	技术发明对人类产生更大动力和影响 带来商业连接	215
8.6	商业文明中 犁是人类首次作为动力的外力	217
8.7	马的流动性弥补了实际的交通工具之不足	219
8.8	船舶航行刺激了制图事业从而推广了数学思维	221
8.9	蒸汽机控制和利用了热能 为机械利用提供动力手段	225
8.10	电的发明是工业时代的基础 人类自此掌握了稳定动力	227
8.11	铁路系统催生了第一次工业革命 运转了全国性的经济	229
8.12	机器给人类财富带来益处 是新商业社会未来之关键	231
8.13	产品之美旨在增进道德和压抑暴力	234
8.14	联动互联网争夺的是场景 代表了未来的消费精神	238

第9章 财富 /243

9.1	移动互联网新商业社会终极法则：买下未来	243
-----	---------------------------	-----

9.2	新商业社会是最公平的 本质是自愿交换	245
9.3	商品在人与人之间的流通更倾向于推进商业进步	249
9.4	在新商业社会里 生命的每一时刻都应平衡与审慎	256
9.5	占有财富将导致懈怠 享受财富会造成游手好闲	258
9.6	个人有义务使自己的资本增值而不是用金钱享乐	261
9.7	经济是有关信任的游戏 不平等的货币制度可能消失	265
9.8	野蛮成长主要原则是利润或死亡	269
9.9	商业规则理性到残酷 金钱是成功的唯一衡量标准	271
9.10	资本因异常节俭而增长 因挥霍以及渎职而减少	276
9.11	一个产品的价值最主要来源于它的稀缺性	279
9.12	越来越多的人想成为企业家 亲手创造巨大财富	280
9.13	竞争是经济推动力 在于追求富有吸引力的目标	283
9.14	企业家精神有预见未来的能力 把未来带到现在	287
9.15	工匠精神核心是深耕细作 追求产品极致	291

第 10 章 德性 /296

10.1	科学和哲学是纠正行为的良药	296
10.2	敬畏心是一种自觉 对市场要有敬畏感	300
10.3	德性本质在于以全部良知来认真生活	302
10.4	在移动互联网时代 企业家最需要摆脱的就是依赖感	305
10.5	真正国际主义是资本 猛烈的投资回报是非常不平等的	308
10.6	妒忌夺不走德行的胜利 自我保存的重任是根本	313
10.7	践行许诺的最原始约束力就是利益	317
10.8	浮士德式的渴望导致新的知识方面的发现	320
10.9	同情共感是新商业社会最基本的禀赋	322
10.10	不经历一番内心的战栗 永远不会想到永恒	325
10.11	生命是一个有来无回的抵达的过程	327
10.12	一切因果只在悟性中 只对悟性存在	329
10.13	社会契约是派生的权利 自由平等是基础	333
10.14	凡属于凯撒的就是属于神的	335
10.15	人类最基本的能力是思考创造 思维能力远超生存需要	336

附录 《道德经》 /340

第 1 章

启 蒙

1.1 新闻报道现在 商业预测未来

互联网尤其是移动互联网,正在切切实实地改变着人们的生活习惯,推进着社会进步,改变着中国的历史进程。互联网从技术发展到民间广泛应用中的诸多大事,都一步步向国内公众启蒙着有关互联网、网络社会、网民生活、公民、网络伦理道德等一系列新观念。

基于此,我们需要一场启蒙,聚合、彰显、推动散落于各阶层的智力资源。而只有在商业上探索,探索出符合这个时代的商业逻辑与文明才有价值,其他都毫无意义。这得力于18世纪苏格兰启蒙运动的学习和思考。媒体人与新闻学者教授在话语权与责任担当方面是推动剂与催化剂。历史责任我辈担当既是责任也是压力,顺势而为、顺势而为力推崇师重道,让文化的归文化,商业的归商业。

即文明总结过去,新闻报道现在,商业预测未来。

在移动互联网时代,个人努力是需要一个方向的,但热切地寻找方向却往往容易让人沮丧。因为努力也需要得到切实的回报,而且回报越快,激励越大,人类追求实用的本性不变。这在丁金山先生《天道演化哲学》中说得很清楚,他把经济演化发展分为采猎经济、农牧经济、工商经济、知识经济(休闲经济)4个发展阶段。

从提供产品角度来看,媒介信息属性的产业化成为必然,作者结合媒体背景最近一直在研究商业社会的逻辑以及商业社会和移动互联网的关系,得出的核心结论就是:我们离商业太远!

媒体的改革和融合也一样,改来改去还是没有脱离传媒原来的本质。新媒体与传统媒体的根本不同在于:社群商业,内容是媒体属性,用来作流量的入口;社群是关系属性,用来沉淀流量;商业是交易属性,用来变现流量价值。媒介传播必须改变原来的模式探索改而实现媒体产业化,而这没有对商业社会的理解认识和研究是根本做不到的。

回归和梳理一下思路可以发现一些规律和趋势。起初,互联网提供了个人之间联系的一种新可能,人们通过计算机彼此联网,Web 2.0 由此打开了互动的大门,社交网络成

为常态,最终互联网用到了移动终端,成百上千种 APP 的载入几乎实现了所有人们想得到的功能,从而使人不再局限于计算机旁。

现在新的一步是,移动互联物联网大时代来临,物联网成为最新热点,VR 大热。在很多情况下,甚至是数十年以来基本保持不变的商业模式也无法保持现状。复杂的、智能的、网络化的技术体系强迫人们找到新的商业模式。这一挑战涉及整个制造业及其产品的整个生命周期。

移动互联网现有功能的重要性越来越大,硬件成为功能所必需的平台或者外壳。通过工业软件,实现了虚拟与现实的交互,数字世界与物理世界无缝融合。每一个可以插入墙上插座的传播媒介,都带来了让人们自娱自乐的手段,乐在其中却无须理解其中所以然,盲目而不知。独立思考和逻辑让位娱乐,娱乐已经成为一种过度的消费。

正是在这样的大背景下,移动互联网热潮如日中天,通过最火的互联网思潮可以看到商业社会的本质在变,暂且将其定义为新商业社会。先来看看商业社会的背景,18 世纪的西欧,既是启蒙的时代,也是商业社会渐渐兴起的时代。亚当·斯密正是在这种社会状况中,围绕“商业社会”这一概念开始其思想之旅,探究人类幸福的关键性原则。

亚当·斯密的“商业社会”是一个人的自利倾向充分得到释放的社会,也是一个公益通过自利的释放得到充分实现的社会。亚当·斯密通过分析人的“同情”与“合宜”天性,纠正过去人们对传统美德观的理解,从而把普通大众从传统道德观念的束缚中解放出来,并进一步说明“审慎”与“正义”是商业社会最根本的美德。

商业社会是一个以交换为纽带的社会。交换的砝码包括时间、劳动、货币、商品、爱等。每个人都处在交换环节当中的一环,商业社会是一个大分工、大合作的社会。社会的主体是人需要与他人建立关系。平等的交换即善,不平等的交换即恶,富人与穷人也就是在这样的背景下产生的。

1.2 讲习教授是理性和专业能力启蒙者

18—19 世纪的西方可谓人才荟萃,群星灿烂,他们共同继承了西方人文精神的传统,热切地关注着人的现实,关注着人的命运与未来,他们只是极少数,然而他们却在为所有的人活着。正是极少数的他们,影响着人类文明的脉络走向。他们有一个共同的名字——思想者。

梳理一下这些思想者,首先看看 18 世纪的苏格兰。

18 世纪,苏格兰人关注的问题涵盖了自由及其内涵、变革的来源、对权力的限制、气候与风俗如何创造和影响制度,以及这些因素如何交互作用等问题。这些讨论以及由此引发的一系列活动反映出苏格兰人既对自己国家伟大的过去引以为豪,又对其糟糕的现状深感羞愧的复杂心态。这种对苏格兰落后于人的羞耻感,以及要在苏格兰实现全面振

兴的爱国决心,激发了苏格兰的知识分子、企业家和部分政治家致力于改善本国状况的努力。希望能重塑人的本性一劳永逸地解决问题。

虽然18世纪的启蒙运动降下它巨大的帷幕至今已近两个世纪,但随处可见的现象依然是,人类精神处于基本蒙昧状态,迷信、偏见、原始观念团团包围着人们的心灵;浮躁已经成为常态,高度热情的理想是不可能在整个社会中持续很长时间的。经济学日益剔除历史文化因素,远离真实世界,无视人类基本价值关怀,逐渐蜕变为应用数学分支。变化的只是数字财富,可怜的是数字的心理安慰。

从生存只需或者甚至于从享受这个角度考虑,财产问题几乎都不会使人类走向堕落,也不会使竞争和嫉妒的精神重新抬头。但是,如果从显赫地位、荣耀这个角度考虑财产问题,那么在以财富划分等级的地方,它们将激起人们最狂烈的情绪,耗尽人类所有的情感。它们使得野心和虚荣心与贪婪和卑鄙并行不悖,并引导人们通过唯利是图的肮脏手段来获得想象中的升迁和官职。^①

从启蒙的本质来看,启蒙是人类在思想认识领域中进行的一场自我革命,按照康德的著名定义:启蒙就是人类脱离自己所加之于自己的不成熟状态。而不成熟状态就是不经别人引导,就对运用自己的理智无能为力。启蒙之所以必要,是因为人类在大多数情况下都会陷入若不经别人的引导就缺乏勇气与决心去运用自己理智的蒙昧状态。它推动了对自我的认识,确立了人的中心地位和应该有的自信、高度自觉和尊严。使得做一个令人尊敬的人成为可能。

在启蒙时代,它有两个基本特点:一个是进步概念,一个是理性力量。由于启蒙运动,人们开始普遍认为,人类的状况会稳步地改善,通过利用人类的理性力量是可以实现的。这些哲人受牛顿证实的万有引力定律的影响很大,相信存在着不仅控制物质世界,而且控制人类社会的自然法则。按照这一设想,他们开始将理性应用于所有领域,以便发现种种有效的自然规则。

在经济领域中的主要口号是自由放任。亚达·斯密论证说,就个人的经济活动而论,自我利益是个人活动的动机;国家的福祉只不过是 在一个国家中起作用的个人利益的总和;每个人都比任何政治家更清楚地知道其自身的利益。

另一个是“社会契约”,关于统治的契约论并不是一种新理论:英国约翰·洛克在1690年发表的《政府论》中已系统地提出了这一理论。他将统治看做统治者与被统治者之间的一种政治契约。法国哲学家让·雅克·卢梭把它改变成一种社会契约而非政治契约。

在他看来,契约就是人民之间的一个协议。卢梭在其主要政治著作《社会契约论》中,把统治权看做只是一种“代办权”,从而证明把人民的合法权利归还给拥有最高权

^① 《文明社会史论》第180页第二段

力的人民这种革命是正当的。把自己看做人类的成员,从全球化思维角度来思考和行动。

在启蒙运动中,当时的讲习教授发挥了很重要的作用。讲习教授致力于改进和改良,肩负了催生者的角色,思维更加扩张,认为大学必须联合起来,新一代的教授们着手改变,正是他们打开大学之门,使之接受更广阔的社会影响的雄心,以一种学术上的兴奋感感染了他们的学生。一个表现是主动使他们的学生投入到当前知识和文学的辩论之中,大学从经济上,最终从自身声誉利益的角度,在更广泛的社会事务中担起了更积极和负责任的角色。当时教育的现状是反复灌输屈从迁就,而不是独立思考。

有据可查,1704年,一本匿名的小册子在爱丁堡发表,题为《学校与大学改革建言》。作者离析出一个主要原因,即获得大学教育如此廉价和容易,以致“技工和类似较穷的人受到鼓励,将儿子送回到学校和大学,发现只要很少的钱和时间就足以培养我们所说的学者”。而贵族和绅士年轻的儿子则在家里无所事事,或被送往国外,而后便进入自己的职业生涯,无心致力于有用的学问。

简言之,当前这套办法的自然倾向是,使得学者不胜任绅士,使得绅士耻于成为学者。直到我们将绅士与学者调和一致,学术才有始终保持繁荣的可能。此处对前景的展望有强烈的反教权主义和精英主义色彩,并重新提起哲学家和贵族青年这一教育主题。

当哲学是一种交易,而科学被用来换取一片面包则是时代的悲哀。讲习教授将自由思考、大胆讨论、丰富情感、精确推理、正确鉴赏和关注创作传布到整个苏格兰,这正是导入自由与德性的能量渠道,即讲习教授发挥的是一个苏格兰政治制度中,有学识有德性的智力催生者的作用。

再来看看中国的科举考试制度,该制度从秦始皇起一直持续到20世纪的一个主要因素是文职人员选拔视功绩而定的考试制度,保障了自下而上的通道畅通。不过,科举考试制度还有另外一面。由于它是以只承认一家学说为基础,这就产生一种巩固的正统观念,并引起一部分知识分子的傲慢,而这些东西正是若干世纪后当西方商人和炮船出现时中国陷入困境的一个原因。

它是一个由学者组成的统治集团即文人学士集团。一方面,这一制度为中国提供了一种赢得欧洲人敬佩的有效稳定的行政管理。另一方面,也正是这一制度,扼杀了创造力,培育了顺从性。只要中国仍相对地孤立东亚,它就会继续提供稳定性和连续性。但是随着生气勃勃的西方的入侵,它转而起了阻止中国人做出有效的调整和反应的作用。1905年,它最终被彻底废除。

官员的身份惯例就带有了早已给中国人的生活打上了突出烙印的科班贵族的种种特征;这些惯例都是特殊的官僚制惯例,有着功利主义取向,是由古典教育塑造出来的,仪态的尊贵和保持面子被认为是最高的美德。

由于教育成绩并不是授予专业资格,实际上是对个人教养水平的一种测验,以此确定



他是不是君子,而不是确定他有没有专业素养,因而阻碍了职业教育和专业能力的发展。

以此来看,讲习教授意义重大。教育尤其是启蒙教育非常重要,理性和专业能力是必备的素养。需要一批有奉献的、有职场经验的人将经验反馈给学校,探讨理论的可行性并做出总结。

1.3 景观社会 要有勇气使用理性

从社会学的研究上来看,人类社会就是一部社会变迁的进步史。社会变迁是一个缓慢的过程,而转型就是社会变迁当中的“惊险一跳”,就是从原有的发展轨道进入到新的发展轨道。一个社会就像一条大的航船,在转弯过程当中,维护这条船的定力,就是公信力和社会动员力量。

首当其冲的是企业,企业作为经济活动的主体,正在成为推动社会各个层面进步的重要力量。此外也为重大政治、法律、社会事件的解读提供安全的视角。任何一个产业的存在价值和发展空间,都取决于社会对它的需要程度和依赖程度。

以此类推,网络已经成为生活必需品。网络不是对历史传统的割裂,也不是扬弃的简单传承,而是全方位的覆盖,尤其移动互联网已经深入到了人们生活的方方面面。对于企业来讲,也只有拥抱移动互联网,结合企业特点做好创新和转型才能基业长青,才能让创新商业化,带动社会的进步。

另外一方面就是人的思想,在社会转型期存在着很大的问题:混、随便、无所谓、怎么都行、跟着感觉走这几个词和词组基本概况了景观社会很多人的现状,彼此成为彼此的风景。

《双城记》中的一段话,对理解今日之中国仍有一定的意义:“这是最好的时期,也是最坏的时期;这是智慧的时代,也是愚蠢的时代;这是信任的年代,也是怀疑的年代;这是光明的季节,也是黑暗的季节;这是希望的春天,也是失望的冬天;我们的前途无量,同时又感到希望渺茫;我们一齐奔向天堂,我们全都走向另一个方向……”

在这个转型时期,个人与时代都要有勇气去使用自己的理性!启迪民智需要刺激视觉、听觉、触觉、味觉、嗅觉的启蒙环境,不容否认的就是各种羁绊和束缚,人要奋斗出来将会更艰辛、更高度危险,而人也可能更懒惰。各种规范限制着人迈出的任何一步,而在人的思维方式上,“长此以往”、“我以为”、“我认为”等个人思维习惯形成的固定思维,限制着人的认识、限制着人自己使用自己的理性所能达到的程度。

这样,人的理性就牢牢地限制了人的挣脱。人已经不习惯于做这类属于人本能的自由运动。人的理智也长期被束缚着,做一些基本的理智思考都显得很习惯、很不适应。已经对思考的主动权放弃了,激发了不理性的极度痴迷行为。这导致人们对于本性思考的不习惯。人的真正本性继而被淹没,这正是人的悲剧境地。

运用启蒙,学习启蒙就是人类走出来的状态,远离自己的现状,改变自己修炼自己。追根溯源,“启蒙运动”一词源自以下事实:这一运动的领袖们认为他们生活在一个启蒙时代。他们将过去基本上看做是一个迷信和无知的时代,认为只是到了他们的时代,人类才终于从黑暗进入阳光。因而,启蒙时代的一个基本特点是有了“进步”这种一直持续到20世纪的观念。由于启蒙运动,人们开始普遍认为,人类的状况会稳步地改善,因此,每一代的境况都将比前一代好些。

人类因改善而进步、因不断地改善而完善。启蒙式进步突出的是过程、状态,强调的是批判。人类的当下选择、历史困境和状态就是启蒙式进步,不断地通过启蒙突破局限,慢慢地接近完善。康德以前的人,只是“意识”到启蒙运动,只是设身处地地将自己所处的时代,称为启蒙时代,自己所进行的运动,称为“启蒙运动”。

在类似的运动中,我们大脑的自然倾向总是先接受最显而易见的解释,然后据此进行推演。为了克服大脑的这种自然倾向,我们有必要做得十分刻意和人为。类推通常会使用具体的形象,而具体形象比抽象的概念更能激发出人们对其他事物的联想,创新过程就会变得更加容易,接受起来也会水到渠成。

不可否认,接受与维护既有事物,是与具有无限潜力的无序状态刚好背道而驰的。当最明显的路径上出现了障碍时,我们很容易会想到绕道而行,但当并没有出现明显的障碍时,我们就很难想到要选择相反的方向。

伟大总是来自迈出的第一步,最早对“启蒙”进行哲学追问和思考的是康德。康德给出了他对于“启蒙”的定义:“启蒙是人类的从他自己招致于自己的未成年状态中走出来”,“未成年状态”所要描述的状态就是人离开他人的指导就不能使用自己的理性的状态。赋予它以“走出来”的意义。

“走出来”是一种状态。启蒙就是指出人类的走出来的状态。目标主要直接针对自己招致于自己的未成年状态的走出来,以及而后走向成年。摆脱对人的依赖和缺乏理性的冲动,不再那么想当然。启蒙或者出来后的落脚点,就是成年,自然的成年。这是人走向成熟的必然,经历过的事情越多越需要总结自己,走出自己不成熟的状态。

当然,人不是天生就拥有可以使用的理性的,人也不是天生就可以使用自己的理性的。也因此,人是需要他人的指导的。未成年状态就是离开他人的指导就不能使用自己的理性。启蒙因而也就是联结未成年状态和成年状态的“从彼到此”的状态。是否能独立地使用自己的理性也就成了判别启蒙与否,以及人类处于何种状态的标准。人类要独立地使用自己的理性,只在于人类要有决心和勇气去使用自己的理性。

可现状却是,很多人没有这样的决心和勇气,从人性的本身来看,人本来可以由于自然方式而不缺乏理性的。当他已经不缺乏理性时,已经可以不经别人引导就使用自己的理性时,仍然缺乏勇气与决心去加以使用。这只能怪自己了。

自己一点使用自己的理性的勇气和决心都没有,心甘情愿地要别人“保护”和引导,这