

<<老子>>

图书基本信息

书名：<<老子>>

13位ISBN编号：9787561348482

10位ISBN编号：7561348487

出版时间：2011-9

出版时间：陕西师范大学出版社

作者：老聃

页数：384

译者：李泽伟 注释

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>

<<老子>>

前言

纵观《老子》全文，只五千言，但精练、生动，其微言大义让古今中外无数研究者魂牵梦绕。迄今为止，解释、研究《老子》的著作数以万计，各家引经据典，似乎都有一番道理，但真正能够服众的观点并不多。

这种莫衷一是的局面，正体现了《老子》的无穷魅力。

《老子》，又称《道德经》。

经，本来指织物的纵线，与“纬”相对；也指南北向的道路。

经，又可引申为常道，常行的义理、准则、法制。

后来，“经”成为对典范著作及宗教典籍的尊称。

如此来看，《老子》一书就是在讲“道德”，此“道德”并非今天意义上的道德，而是包含“道”和“德”两大概念。

《道德经》一书分为《道经》和《德经》两大部分。

“道”和“德”，不言而喻，就是老子哲学思想的两个核心概念。

如果说老子哲学思想是一个有生命的人、一辆有战斗力的战车。

那么“道”和“德”就是两条腿、两个车轱辘，可以让人立起来，让车跑起来。

到底什么是“道”，什么是“德”呢？

本书中，我们整理了具有代表性的各家学说，进行了适当的取舍，以及谨慎的阐释，力求让读者在对“五千言”逐字逐句的解读中，自然而然地体悟“道”和“德”的含义。

我们认为，对于这两个内涵丰富、深邃的词汇，任何过于武断和排他的解释，都是不负责任的。

也许，真的只有通过“陪”的方式，我们才能理解道家的真谛。

<<老子>>

内容概要

纵观《老子》全文，只五千言，但精练、生动，其微言大义让古今中外无数研究者魂牵梦绕。迄今为止，解释、研究《老子》的著作数以万计，各家引经据典，似乎都有一番道理，但真正能够服众的观点并不多。

这种莫衷一是的局面，正体现了《老子》的无穷魅力。

《老子》，又称《道德经》。

经，本来指织物的纵线，与“纬”相对；也指南北向的道路。

经，又可引申为常道，常行的义理、准则、法制。

后来，“经”成为对典范著作及宗教典籍的尊称。

如此来看，《老子》一书就是在讲“道德”，此“道德”并非今天意义上的道德，而是包含“道”和“德”两大概念。

《道德经》一书分为《道经》和《德经》两大部分。

“道”和“德”，不言而喻，就是老子哲学思想的两个核心概念。

如果说老子哲学思想是一个有生命的人、一辆有战斗力的战车。

那么“道”和“德”就是两条腿、两个车轱辘，可以让人立起来，让车跑起来。

到底什么是“道”，什么是“德”呢？本书中，我们整理了具有代表性的各家学说，进行了适当的取舍，以及谨慎的阐释，力求让读者在对“五千言”逐字逐句的解读中，自然而然地体悟“道”和“德”的含义。

我们认为，对于这两个内涵丰富、深邃的词汇，任何过于武断和排他的解释，都是不负责任的。

也许，真的只有通过“陪”的方式，我们才能理解道家的真谛。

<<老子>>

作者简介

老聃(约前571—前471)，姓李名耳，字伯阳，春秋时期楚国苦县人。中国古代最伟大的哲学家和思想家之一，道家学说创始人，被道教尊为道祖，后人又尊称其为“老子”。

存睦有《老子》(又称《道德经》)一书，其作品的精华是朴素的辩证法，主张无为而治，其学澄对中国哲学的发展恩有深刻影响。

章节摘录

本章是《道经》的第一章，主要围绕“道”展开论述。

《老子》从第一章第一句第一个字开始讲“道”——“道可道，非常道”。

都说万事开头难，撰述哲学篇章或联属诗词曲赋也是如此。

难就难在，它往往为读者指示出一个思考问题的大方向，所以说全书的开篇一般都很重要。

《老子》的第一章自然是很重要的，但理解起来又是很困难的。

读完这一类似于绕口令的篇章，好像确立不起什么方向感。

老子教诲我们看问题要看得全面些，不仅要看正面，还要看反面和侧面。

尽力做到面面俱到，反复堪比，对问题的认识才会更有谱，更有把握。

事物都有“有”的一面，也有“无”的一面。

大部分人看重的都是有形的、具体的、外在的东西，而老子却要引导我们注意到“无”的因素。

超越了“有”，关注到“无”，这表明一种境界正在酝酿生成——“无”处有诸多妙处。

有，虽然存在了，但同时就意味着限定，人在其中不得自由挥洒，少了腾挪转移的空间。

芒果就是一种水果，无论说得怎么天花乱坠它都是芒果，你改变不了什么，“有”就是具体的存在

。但你要知道芒果承载着一个巨大的“无”。

青涩的推销员会说，快买我的芒果吧，来自海南，质量好，价格便宜。

老练的绝不会这样有一说一，他也许会说，成色这么好的芒果，带它回家，放到果盘里，你和家人就会一起看到三亚阳光的影子，闻到海南阳光的味道，享用到无污染又新鲜营养的水果。

诉诸虚无的感觉，把人引入一个若有若无、或有或无的气场之内，消费者的心理防线自然而然就消融殆尽了，接受起具体的产品会更容易些。

所以，世界著名的推销员吉拉德就说：我不是在推销产品，而是在推销一种感觉。

比如，一个优秀的推销员推销的就不仅是产品——看得见、摸得着的实物，更多的是在推销或者传递一种感觉——若有若无的感受。

传递出这种虚无的感觉，其实也是产品的一部分，它的作用甚至可以超越有形的产品自身。

一家声名在外的牛排店，它真正赢得顾客的并不是什么牛排，而是在烤牛排时发出的“滋滋”的声响，以及旺盛人气带来的小气场——连嘈杂声都变得有滋有味。

顾客吃味道鲜美的牛排，听让人垂涎欲滴的声音，感受周围人的心跳、兴奋和喜悦，合起来才是就餐的幸福感。

在政治层面上，老子强调领导者应该具有从“无”中能观察领悟“道”的奥妙，从“有”中能观察体会到“道”的端倪及其认识事物的水平和能力。

总结一下来看，首先道是不可言说的，不能用概念的方式去把握；其次，道是天地万物开始的地方，是起点，是根源。

老子所说的“道”好像是很玄的，其实在此章中的“玄之又玄”要表达的是道体之深远不可分别，并非玄不可解之意。

正如苏辙所言，“凡远而无所至极者，其色逼玄”，老子常常以“玄”字寄寓极致之意。

老子说“道”不可名状，不可用概念来表达，但他已经给了我们一个概念——“道”。

这不是自己把自己给绕进去了吗？

其实不然，老子在后面的章节有进一步的解释，道体是一个浑然莫可名状的存在，无以名之，勉强用一个“道”字来称呼它。

老子此举乃是因地制宜便宜行事。

道，是大道，是小径，是坦途，是津梁……一说出来，一具体就好像不是原来的那个“道”了。

于是，老子就反方向切入，举出许多经验世界的实例来描述大道，然后一一打破击碎，告诉你这个理解方向不对。

经过一系列的否定性表述后，道体就在一个虚无空寂的状态中呈现出来。

这需要用心灵的本能去感知。

<<老子>>

P2-3

<<老子>>

媒体关注与评论

《老子》一书，原著不过五千言。
可以说，几乎是一字就涵盖一个观念的好文章，一句就涵盖有三玄三要的妙义。
它告诉了我们许多法则。

——南怀瑾

<<老子>>

编辑推荐

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>