

<<当缪斯伸出金手指>>

图书基本信息

书名：<<当缪斯伸出金手指>>

13位ISBN编号：9787806465035

10位ISBN编号：7806465030

出版时间：2003-06

出版时间：上海文化出版社

作者：沈善增

页数：189

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>

<<当缪斯伸出金手指>>

前言

善增是以小说家成名的，十多年前，他所著的长篇小说《正常人》一改伤痕文学的套路，通过普通人的平凡经历和日常生活来反映“文化大革命”，至今看来，依然有相当的深度。

《正常人》之后，沈善增鲜有小说问世，他的兴趣转到了中国古代哲学，研究起先秦诸子来。他先是想通过研究，写一本注释性的、关于庄子的文化散文；随着研究的深入，发现古今中外，多少大学问家对于庄子有着相当多的误解和歪曲。

他要正本清源，还世人一个真实的庄子。

这样的发现和决定，学界中人听说，是要吓一大跳的，是万万不敢如此“胆大妄为”的。

但是沈善增敢，因为他究竟是小说家，他没有那么多学界的条条框框。

当然，纵然是小说家，想象高手，可以任意虚构大千世界林林百态的传奇故事，也是没有那么大的胆子去随便推翻学术大家对于古代经典的权威定评的。

学术研究毕竟不是写小说，绝对不能随便虚构。

沈善增自然也毫无虚构之意，他用了好几年的时间一头钻进故纸堆，靠聪明，更靠刻苦和严谨。

他的优势是他有小说家的独特思路，又在学术界的圈子之外，创造性和想象力都可以不受局限地奔驰翱翔。

于是便有了他的第一部学术专著《还吾庄子》，据说读者甚众，一版再版；报纸上对这本书也时有好评。

学术界中是否有不同意见，不得而知，至少，他总是言之有理，自成一说的。

我知道他接下去有一个宏大的研究和写作的计划，先撰写《还吾老子》和《还吾列子》，再继续完成《还吾庄子》的后几部分。

我想，他大概不会再写小说了。

所以，当读到他的《当缪斯伸出金手指》，实在不能相信这是他写的小说。

果然，读完发现，其实这确实不是小说，只是借用了小说的形式，披着小说的外衣，用小说把一味药裹成了糖丸子。

当然不是毒药。

这是一篇经济学论文，或者说是一部科普性质的趣味经济学论著。

我想不到善增怎么一夜之间又变成经济学家了。

不过在我心目中，他本质上依然是小说家，他是用小说家的思维方式在思考经济问题。

正因为他的思维方式和一般的经济学家不一样，所以他笔下的经济学和普通的经济学也大相径庭，不仅通俗易懂，读来有趣，而且在某种意义上与评庄子有异曲同工之妙，那就是孙悟空打破一切条条框框的创造精神。

科学发展的第一推动力是好奇心和想象力。

严守规则的研究者，基本上只能做阐释的工作，开创性的事业，往往被认为异想天开而不被传统社会所接纳。

.....

<<当缪斯伸出金手指>>

内容概要

正如作家赵长天所说，这本书只是“借用了小说的形式，披了小说的外衣”，所写的“一篇经济学论文”。

这部小说与一般意义上的小说一样又不一样。

一样在于它也有人物，有叙事，有情节，而不同点在于，小说的主要篇幅是写一次历时十小时的演讲。

演讲者即小说的主要人物“传真”大师，听讲者则主要是五里亭镇上的几位企业家。

演讲的主题是针对当前市场日用消费品已基本饱和的情况，主张企业应树立“观念消费”的理念，向文化要财富，向艺术审美要财富，尽力提高产品或服务文化审美方面的高附加值。

当传统文化和艺术女神向经济伸出金手指时，“文化经济学”诞生了。

《金手指》的独特之处在于，作品以小说的思维方式“小”而“说”之，以更生动、更通俗、更富趣味的语言，着重探讨了中国的企业如何发掘本民族的文化潜质，使企业的发展更上一层楼。

作品中的“传真”形式上是在给五里亭镇的几个企业家上课，实质上是给中国的企业家上了一课。

以小说的形式和思维阐释理论，这一尝试不仅具有形式上的创新意义，而且有助于作者将他的理论观点阐释得更深入，更透彻，更具启迪性。

小说中的“传真”大师在演讲中，常常语出惊人，企业家们也时不时地诘难、质询“大师”，而他们提出的问题，可能就是读者的疑虑。

“传真”大师则以坦荡的胸怀，扎实的学问功底，独特的见解，一次次化解了企业家们的诘难和质询，甚至是刻意设下的圈套。

随着演讲的渐入佳境，小说中的各式人物也一个个生动鲜活起来，给读者以难忘的印象。

<<当缪斯伸出金手指>>

书籍目录

楔子：真实基于真诚 一 一个电话打乱了阿五头的如意算盘 二 大师到了——三 居士与关于“资本家”的试验 四 讲课价格：每小时三千元等等 五 为什么要知道文化经济学 六 划时代的经济学观念：观念消费 七 昂立一号、方便面与小笼包子 八 牙膏是怎么挤出来的 九 名牌服装与唯心主义 十 前苏联解体诊断 十一 现代版“草船借箭” 十二 电脑、麦当劳的后面 十三 美国人，上海人，大胆的恋人 十四 大师印上名片前后 十五 审美经济宣言 十六 三支蜡烛等于一台电视机 十七 老子怎么做蛋糕 十八 每一只菜盘都是聚宝盆 十九 日神精神和酒神精神 二十 小包装榨菜的道路 二十一 唐装真的热了吗？ 二十二 听范仲淹谈消费道德问题 二十三 过一天十七世纪中国农民的生活 二十四 中医中药与话语权

<<当缪斯伸出金手指>>

章节摘录

我想有所表示，表示我并不认为性质有那么严重，但他先抬手把我未出口的话挡住了：“但我也不是不得已而为之。

我曾经去找过一个在大学里教经济学的朋友，把我写的关于‘文化经济学’的几万字的论文给他看。他看了以后，给予很高的评价。

甚至认为，这是几十年来，真正具有中国特色、独创意义的经济学论文。

他说，现在国内的经济学研究，大多是把外国某某人的一套理论搬来。

做得地道些的是放几个中国的例子上去，一般是纯粹的舶来品，只要说这是获诺贝尔经济学奖或其他什么经济学大奖的某某大师的理论，就足够服人了。

但是，你的论文却发表不出来。

一般大学的学报、经济学的专门刊物，发表论文都像刊登广告一样，按版面收钱的。

也不光是经济学，其他学科也差不多，除非你是权威，或者由权威推荐的稿子。

权威推荐的稿子。

一般也收钱。

不过打个折扣。

像你这样一篇文章，少说几万元钱。

而且，文章发表出来，除了可以作为大学与研究单位评职称的依据，没有别的用处。

你不在大学也不在研究所，这几万元算是白丢了。

几万元买炮仗可以把一条街炸得几小时里鸡飞狗跳，炸得路面上像天上下红雪似的铺一层厚厚的纸屑。

而几万元在某大学学报上发表一篇惊世骇俗的论文，在绝大多数情况下，比一块小石子丢进万丈深渊里的反响还要小。

即使你身在大学或研究所，为了评职称花几万元钱登一篇论文，那么，你这文章也要彻底修改。

你文章里写的全是你个人的观点、个人的发现，前无古人，这怎么行呢？我们中国的学术是讲师承、讲传统的。

你没有师承，就是离经叛道。

离经叛道要有资格，要媳妇熬成婆，至少熬成教授、博导，自己做了‘老板’，也就是手里有了科研经费，有了一班助手、学生，才有资格稍许发出离经叛道的声音。

就是熬到当了‘老板’，也不能随心所欲的离经叛道，有身价的人说话自然要更加当心，更要照顾到左邻右舍，更要留意游戏规则，如果一不小心出了格，被人抓住一点攻击起来，就不好玩了。

像你这样全面地离经叛道，要独创一门新学科，学术圈里的人是杀了头也不肯这么做的。

<<当繆斯伸出金手指>>

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>