

第六届世界儒学大会开幕, 儒学研究更贴近现实 专家学者聚焦“儒学与现实”



儒学大会会场 本报记者 张晓科 摄

儒风筑梦

2013中国(曲阜)国际孔子文化节系列报道

本报济宁9月27日讯(记者 马辉 汪洸 见习记者 胡祥东) 27日,第六届世界儒学大会开幕。120多位专家学者围绕着“儒家思想与当代社会建设”的主题及议题进行深入研讨与广泛对话。他们把目光聚焦到“儒学与现实”的主题上。

“儒学之所以经久不衰,而且不断地被继承光大和生发扩展,很重要的就在于历代儒学先贤们始终关注现实。”27日上午,在第六届世界儒学大会开幕式上,济宁市委书记马昌岳说。

“当今时代,诸多人士仍在价值多元与纠结中不停地思考。究其原因,除了‘全球化’浪潮的推动,更重要的应该是现实世界和道德上失去了‘均衡’。”孔子研究院院长、世界儒学大会执行

秘书长杨朝明研究员在主旨演讲中提到,孔子提出的方法蕴涵着许多的智慧。人们只要按照“忠恕”之道行事,修己以安人,“己所不欲,勿施于人”,无论社会礼仪的塑造,还是道德文明的构建,以至生态环境的改善,都将成效可期。

山东省副省长季季琦认为,当今世界,新事物、新情况、新问题更迭出现,新思想、新观点、新知识纷纷涌现,全球经济文化融合加速发展,区域交流合作方兴未艾。面对这个时代潮流,儒学如何进一步探索创新,如何更好地与当下社会融合,是摆在我们新时期儒学工作者面前的一个重大命题。

中国艺术研究院常务副院长王能宪则认为,孔子创立的儒

家学派,是中国传统文化的主干,体现了中华民族的理想与道德、价值与信念,是中华民族延续发展的精神动力。世界儒学大会把外国著名专家“请进来”和国内学者共同研讨中国传统学术文化,创新了中外文化交流的新形式,不仅成为中国文化“走出去”的重要载体,也促进了多元文明包容互鉴、和谐共生,为世界人民的相知互赏和国际社会的友好往来作出了重要贡献。

当日,14个国家和地区、60多个儒学研究机构与学术团体的120多位专家学者,还围绕“儒家思想与生态文明”、“儒家伦理与道德教育”、“礼乐传统与社会礼仪”、“儒家思想与文化传播”四个议题进行了深入研讨与广泛对话。

与会学者说

儒学在历史上不是一家一派的学说,而是集三代文化之大成、为中华民族确立人本主义精神方向、为全民族提供基础性道德规范的社会德教,它面向社会所有的人,为政治、经济、文化、军事、外交提供伦理原则,而以五常八德为基石。儒家未来的演变,不宜政治化、宗教化、工具化,应在社会德教位置上发挥作用。

——中央民族大学哲学与宗教学学院牟钟鉴

儒家礼乐传统的化育本质是儒家礼乐文明的内化外现过程,体现出鲜明的过程性、秩序性与向善性等特征,强调缓慢渐进、氤氲化生。化育的“礼化”功能与“乐化”功能潜移默化地改变着人与社会的生成与发展状态,对个体道德化与社会秩序化具有重要价值和深远影响。要实现儒家礼乐传统的化育功能,需在思维路径、资源整合、实践方式等方面下功夫。

——吉林师范大学教授祖国华

随着中国和亚洲和平经济的崛起,以抽象、理性、信仰为基础的西方文明的弊端逐渐暴露出来。为寻求全球经济的和平发展,人类与自然的和谐发展,需要从以流动、直觉、整体和务实为特点的东方文明,尤其是中国古典传统中寻找智慧,在东方文明与西方文明的对话互补中促进世界和谐。

——澳大利亚邦德大学教授李瑞智

儒学大会现场首次唱响会歌

名为《文明足迹》礼、乐兼具凸显儒学内蕴

本报济宁9月27日讯(记者 马辉 汪洸 见习记者 胡祥东) “走近你深邃的心,净化彼此的灵魂,分享你传播的爱,咱们生命真谛……”27日,在世界儒学大会开幕式现场,反复播放着一段优雅动听的歌曲,这就是首次亮相的世界儒学大会会歌暨孔子研究院院歌《文明足迹》。

“一部论语,千古传诵,一条大路,四海兄弟,听了这首歌,感觉内心顿生崇拜和庄重之感。”一位参会代表说出了自

己的感受。这首歌曲的歌词由中国音乐文学协会副主席、济宁学院党委副书记谢安庆创作,著名歌唱家杨洪基演唱。寥寥上百字,兼顾了孔子六艺中的“礼”和“乐”。

谈到这首会歌的创作,谢安庆说,这个命题可以说十分厚重,之所以起名为《文明足迹》,是因为孔子儒家文化传承2500多年,影响和贯穿了中国传统文化的延续和创新。“歌词中提到了论语、四海兄弟、世界大同、仁义等关键词,这些都

含着孔子儒家的智慧灵光。”

谢安庆介绍,在创作的过程中,他力求把孔子的“之乎者也”,转变为老百姓更容易懂的话。同时把整首歌创作的更具动感,“像走近你深邃的心,风向你传播的爱,这些词都有很强的动态,就是让人感受到我们在沿着孔子的文明足迹不断前行,不断探索。”谢安庆表示,孔子研究院作为济宁学院的实践基地,那么这首歌曲也能体现大学的社会责任,在以科技形式为地方服务的同时,文化

也是一个非常重要的体现形式。

杨朝明认为,这首《文明足迹》作为世界儒学大会的会歌,实际上也是通过歌曲这种载体,彰显了孔子六艺中“乐”的含量。礼、乐兼具,更凸显了大会的儒学内蕴。

“所谓礼乐,本质上是一种礼乐文化、礼仪文化,儒家文化要想在新的时期得以发扬光大,需要通过一些具体和形象的方式进行延续。”清华大学教授李学勤认为。

中国家电网购报告出炉 海尔冰箱成“最受欢迎”单品

近日,由中国电子信息产业发展研究院主办、中国电子报社承办的“中国家电网购高峰论坛”在京召开,并发布了《2013上半年中国家电网购分析报告》。报告显示,截至6月份,冰箱的线上销量突破160万台,销售额达到28亿元,与去年同期相比,增幅均超过250%。在冰箱单品方面,海尔BCD-186KB冰箱成为消费者的购买首选,获得上半年家电网购“最受欢迎产品奖”。

数据显示,今年上半年,在各冰箱品类中,双开门冰箱市场份额

达66.6%高居榜首,三门冰箱、单门冰箱、对开门及多门冰箱以26.7%、14.8%、9.0%的市场份额排在其后。在网购用户中,家电网购用户以70后、80后为主,其中25-40岁占比最大,超过了60%。

另外,在网购家电支付方式的选择上,货到付款是家电网购的主要方式。这说明在家电等大件物品的选购上,消费者倾向于选择先收货再付款的相对保险的方式,大牌品牌也成为重点选购对象。

从企业层面看,由于网购的开放性和家电本身的属性,家电企业更注重品牌建设和售后服务。在互联网

上,消费者可以查看网友对产品的评价和体验,可以主动去判断评价产品,因此买回家的产品自己也比较满意。这也意味着,产品满足用户需求的速度决定了产品的受欢迎程度。

本届论坛上,荣获最受欢迎产品奖的产品正体现了这一现象。以冰箱为例,海尔冰箱在节能、静音等方面表现优异,成为最受喜爱的冰箱单品。对此,有专家认为,家电网购是对产品功能和用户购买体验的综合体现,这就要求企业同时具备领先的产品创新能力和保证用户全流程完美购物体验的实力,



在这方面,海尔可以说是树立了行业典范。

另外,报告还显示,在销售加速从线下向线上迁移的背后,冰箱的线上市场呈现出大单品产品升级、高端化普及提速等特点,这对企业差异化满足用户需求的能力提出了挑战。

业内人士认为,就电子商务来

讲,在线上销售好的产品一定是消费者喜欢的产品。随着网购人群的成长和壮大,企业要想在互联网时代的竞争中胜出,必须关注用户体验,通过向消费者提供更便捷、更快速、更加有针对性的个性化产品,以及更高的品质和更加完善的服务才能获得用户认可,从而引领行业消费趋势。