

我们为什么缺乏体验幸福的能力

演讲 周海宏 整理 本报记者 徐蓓

不久前，中央音乐学院副院长周海宏在一项在线课程中，做了题为《走进音乐的世界》的演讲。

很多家长和孩子都问过周海宏同样一个问题：为什么要学艺术？在演讲中，周海宏这样回答——让孩子学艺术，是为了培养孩子体验幸福的能力。

赢在起跑线，却输在终点线

艺术有什么用？这个问题与问别人“为什么要喝茶”的性质是一样的。茶、咖啡、酒都不是生存必需品，完全可以没有。但是我们能够想象生活中没有茶、没有咖啡、没有酒吗？

为什么在中国要特别谈这个问题？因为这么多年来，艺术在中国都是可有可无的东西。

在中国的中小学里，如果要停课的话先停什么课？一定是音乐、体育、美术这三门。

现在很多家长要求孩子每天除了学习，什么都不做。凡是和考试、加分无关的事，一律被看作是“浪费时间”。有的家长在网上秀自己的育儿经：把孩子的每一分钟都安排得满满的，而这其中，没有艺术、没有游戏、没有交友，一切和升学无关的东西都没有。

在我看来，中国的教育出现了很大的问题。

第一个问题，我把它叫作“结构失衡”——影响人一生幸福的很重要的东西，我们没有让孩子们学，却让他们学了大量不那么重要的东西。

教育的第二个问题，是“程序失当”。人的素质发展有关键期，在这一时间段内受到的教育会影响终身；而错过这个时期，亡羊补牢为时已晚。

很多家长让孩子的童年过早地被理性的、知识性的东西填满。当他们在进行所谓的“早教”、怕孩子输在起跑线上的时候，其实他们是让孩子“赢在起跑线，输在终点线”——他们剥夺了孩子艺术素质的养成和发展机会。

体验幸福需要感性素质

人有两大心智能力，一种是理性的，一种是感性的。理性的代表是科学，感性的代表是艺术。科学与艺术，犹如鸟之两翼，缺一不可。学习科学，可以了解世界；学习艺术，可以美化世界。

如果从小不重视孩子艺术素质发展的话，会使孩子的一生缺少幸福感。为什么？因为一个人想要获得幸福，不只是一定要完成某一件工作或是拥有一定的物质条件，还要拥有体验幸福的能力。我称其为感性素质。

比如，为什么有的人生活得脏、乱、差，单调而乏味？因为这个人的感性素质低，往往就忽略和放弃了对环境对生活的要求。

再比如，一对夫妻吵架，导火索是他们想买一台洗衣机，妻子想买好看的，丈夫认为不需要为此多花200块钱。表面上看，这是夫妻之间有分歧，实际原因就在于双方对生活品质的要求不同，双方的感性素质有高低。感性素质高的人，往往更愿意为美、为享受付出成本。这也就是为什么很多夫妻在装修新居的时候特别容易吵架的原因。

我有一次坐游轮去桂林旅游。在游轮上看见有两位乘客，从头到尾整整3个小时一直在睡觉。有些人旅游就是这样：上车睡觉，下车拍照。大家出去旅游的时候，千万不要和这些感性素质低的人结伴——他们对什么都无兴趣，不是睡觉就是打牌。

一个人想要获得幸福，首先要拥有感受幸福的能力。一个细腻、敏感、丰富的人，比一个枯

燥、乏味、麻木的人，生命质量要高得多。感觉麻木，使很多人失去了本来能够体验到的幸福生活。

未来将是“雅者为王”的时代

谈幸福可能比较玄乎，那么我们来谈一谈感性素质尤其是艺术素质在当下的重要性。

过去曾有一段时期，我们国家的产品相比发达国家的产品，存在比较明显的差距：外观平平，工艺粗糙，使用不人性化。究其原因，正是因为这些产品的设计者感性素质低。

其实，产品的品质由两方面组成：一是功能，要实用。一个杯子只要能把水喝进嘴里，功能就算满足了。二是审美。实用与审美相加，才构成一个产品的品质。

从能喝水的普通杯子，到有一点设计的杯子，再到设计感很强的杯子，在这个过程中，提升的不是功能，而是审美，是感性的质量。由此，产品价格随之增加，产品的附加值也随之增加。

但遗憾的是，我们国内的一些企业家，可能由于自身的感性素质不高，一到产品升级换代的时候，就到了瓶颈，始终突破不了。他们搞了很多新功能，却忽略了审美的提升，不舍得在外观上增加成本。最后产品换了代，但是并没有升级。

高端产品和低端产品的区别并不在于功能的不同，而是体验不一样。苹果靠什么征服了世界？苹果的核心竞争力，就是把技术变成了艺术，让产品成为作品。它的核心竞争力，正是感性的智慧。

我甚至觉得，未来是人的感性需求全面升级的时代，未来将是“雅者为王”的时代。

对企业来说，提高员工的感性素质，生死攸关。为什么说是生死攸关？大家还记得一款叫做波导的手机吗？当年，波导手机曾经投入几个亿的巨额广告资金，但是由于外观难看、使用不人性化，惨遭淘汰。

过去几年，我几乎每年都去华为公司。一次我给华为研发团队做讲座，华为的一位管理人员回忆说：华为当年出一款手机，小样打出来时才发现，手机的长度比设计长4毫米，厚度也比设计厚2毫米。为什么会这样？因为当时企业员工都没有把外观审美当作硬性要求。华为的员工中97%都是理工科出身，而中国的理工科教育严重缺乏审美和艺术教育。所以后来，华为决定把他们的产品设计中心放在法国，把质检中心放在日本。

前两年，我发现华为的一款新手机上没有品牌的标识，立刻打电话去问。华为的一位高管解释说，这种金属拉丝表面印图案特别不好看，就没有印。能够为了美观而不印商标，可见他们把审美放在了怎样的高度。

让爱美成为一种社会风气

要提升国民的感性素质，出路在哪里？

毫无疑问，要通过艺术教育来实现，我们要让“爱美”成为一种社会风气。

中华民族从来不是一个感性素质低下的民族。中国古代文人的四技是什么？琴棋书画，都与审美有关。

我一直认为，中国当下普遍缺乏审美意识的原因，和我们长期以来压制人们对美的追求、不重视艺术教育有关。

其实，对艺术的审美是人类的天然本能。我们的每种感觉器官，都有对美的感官愉悦、感官享受的需要。国民的感性素质是环境优美、社会和谐、文化创新的基本保证，是社会均衡发展的重要支柱。

艺术能够培养我们的感性素质，提升感性智慧，美化我们的生活。而缺少艺术审美的人生是枯燥乏味的人生，缺少审美追求的社会是野蛮生长的社会。

在这里尤其值得一提的是，人的感性素质形成的关键期在童年，人的审美趣味、审美标准、审美偏好的关键形成期是在童年。

我经常回忆起我们小时候看的动画片，比如《大闹天宫》《哪吒闹海》《三个和尚》，《米老鼠和唐老鸭》《花仙子》《蓝精灵》等等。而现在的孩子们看的又是些什么呢？当孩子们在看制作拙

劣、桥段恶俗，甚至包含大量错误价值观的动画片时，你能指望他们长大以后拥有良好的审美品位？

改革开放初期，有一句口号——“学好数理化，走遍天下都不怕”，通俗易懂，迅速传播。它让我们重视了科学，重视了理性。今天，我也斗胆提出一句话——“要想幸福，热爱艺术”。我呼吁全社会都来重视艺术，重视艺术教育，让艺术和科学一样，成为振兴中华的基石。