

论创造力的文化基础和“天人和合,以人为本”

On the Cultural Base of Creativity, Harmonious Development between Nature and Human Being, and Human Oriented Developing and Relying on Human

王其藩¹ 杨文斌²

(复旦大学管理学院, 教授¹; 博士生² 上海 200433)

一、创造力是推动经济发展的根本动力

1. 创造对当今经济发展的推动作用

推动经济发展的主要因素是什么? 亚当·斯密在其划时代的巨著《国富论》中就已揭示了财富增长的途径——分工。现代经济学家也充分肯定了这一点, 指出“社会分工”的深化是实现国民财富增长的有效手段^[1]。“社会分工”的深化或者说出现新的分工实际上就是一种创造。创造就是作出前所未有的事情^[2], 所以新的分工可以是某一新的工种的独立, 可以是某一新的职能的独立, 而更重要的是某一种前所未有的新的产品或服务项目的产生并独立, 也就是说提供了一种新的产品或服务。所以“国民财富”的增长, 不仅仅表现为原有产品的量的增多或者是生产原有产品效率的提高, 更表现为产品或服务项目种类的增多, 使得人们有更大的选择自由, 能享受到更多的从未体验过的福利。特别是现在经济的发展已进入了一个新的阶段, 随着产品的增多, 顾客对各种产品的需求也逾甚独特, 市场

农民科技文化素质的高低直接或间接地影响着他们对新技术、新成果的接受能力, 进而影响着农业和农村经济的发展和繁荣。因此加强对我国农民特别是农村妇女的基础教育和成人职业教育已是当务之急。在今后应充分利用农业中学、农业广播电视学校、农民夜校和各种技术培训班, 帮助农民尤其是妇女掌握科技知识和实用技术。本次调查结果表明, 广播、电视等现代化大众传媒是农村广大妇女喜爱的接受教育和培训的方式。所以, 农业广播电视学校、广播电台、电视台应面向广大的农民朋友和妇女姐妹们, 深入实际, 办一些通俗易懂的节目, 在推广普及科技知识方面作一些卓有成效的工作。

3. 增加女推广人员的比例, 发挥女推广人员在推广活动中的优势

变化越发迅速, 产品或服务的提供更强调个性化。其生产也不能再以大规模、标准化为基础, 而是强调多品种、个性化, 即所谓的大规模定制 (mass customization)。所以, 如果说在工业经济时代, 经济的发展主要是来自企业内部各职能分工的不断深化, 使得大规模生产的效率得到持续提高的话, 那么在走向知识经济的今天, 经济的发展将更依赖于产品品种的不断增多, 即更有赖于能提供新的产品或服务项目的社会分工的深化, 即创造, 而不再仅仅是促进原有产品量的增长或品质改进的职能分工效率的提高。所以创造是推动现代经济发展的主要因素。

2 创造与创新对经济发展推动作用的区别

创造性的分工, 即提供新产品或新服务项目的社会分工的深化是促进当今经济有效增长的一个根本途径。这对现今知识经济即将到来, 而又处在工业现代化进程压力下的中国更为重要和具有现实意义。我国现已提出要创立“国家创新体系”, 促进知识的创新和传播, “创新”这一概念在我国从未有得到像今天这样的重视。“创新”从其本意和一般

缺乏女推广人员严重限制了女农民对信息和农业技术的接受, 而以男性为主的推广队伍迄今为止又未能注意在推广服务中充分考虑妇女的需求和特点。所以, 应多吸收女推广人员, 促进农村妇女参与农村发展活动, 充分发挥农村妇女以及女推广人员的潜力和优势。

4. 提供适合妇女特点和需要的推广培训服务

调查发现, 农村妇女普遍 1 天工作 (包括家务劳动) 15~ 16 小时。她们没有更多的时间和精力充分参加农村社区发展活动和计划。加之, 男女农民的培训要求和信息需求又不完全相同, 所以, 对农村妇女进行推广和培训时, 应充分考虑妇女的自身特点和需要, 在推广和培训方法的选择、内容和时间的安排上要更能适合妇女的特点。

(责任编辑 蔡德诚)

的概念意义来看,意指对已有的东西加以改进,使之具有不同的特性;而“创造”则不同,是指发明出前所未有的新的东西,是一种根本性的革命。从广义的角度来讲,“创新”可以包括创造。从历史上来看,创造对经济发展的推动作用要远远大于创新。从对创造与创新事例的对比中可以发现,创新仅仅是对某一现存事物的某一特性加以改进,而创造的结果则是出现了一种全新的事物。从系统的观点来看,创造是建立了一个全新的系统,而创新仅是将原有系统的各个组件功能加以改进或在原有的基础上增减一些组件,而不是在根本上改变系统的整体结构和整体功能。在当今顾客的需求越趋向个性化、市场变化越趋向高速化的情况下,创新仅是满足顾客需求变化的最基本方法,也是创造的基础。但仅仅有创新是不够的,因为它只能将原来已有的市场再进一步细化,而不能再创造出另外一个全新的市场。创新对经济发展的促进作用远没有创造来得巨大。如果说创新对经济发展的推进作用是渐进连续的,那么重大的创造对经济发展的推进则是跳跃式的。所以,要高速推进经济发展、促进国民财富的增长,更需要的是创造。

所以,只有广义上的创新才是经济发展的根本推动力,而一般改进意义上的创新与创造相比,其对经济发展促进作用的大小是不可同日而语的。尤其是在现代市场特点下,创造对满足顾客需求、促进国民福利增长和经济发展更具有巨大的推动作用。为了区别一般意义上理解的创新,我们有必要强调创造对经济发展是更具有重要意义的。

3. 创造力是推动经济发展的根本动力

创造只能来自富有创造力的人。所谓创造力,是指对已积累的知识和经验进行科学的加工和总结,产生新概念、新知识、新思想的能力^[2]。可见,创造力是一个国家、一个民族能够提供新产品或新思想的能力,这种能力的大小和发挥的程度决定了一个国家能够提供的新的社会分工的多少。所以一个国家、一个民族的丰富创造力是一国财富的根本来源,也是其经济发展的根本推动力。可见经济管理最后的落脚点,还是在于人、在于依靠人的创造力。要达到经济管理的现实目的——促进经济发展,其根本措施就是充分发挥、培养人的创造力。提高民族创造力是一个国家宏观管理的根本战略。

二、影响创造力的文化因素

1. 文化对人的行为的影响作用

既然,民族创造力是一个国家经济发展的根本推动力,那么创造力的形成和发展是受哪些因素影响的呢?有研究表明,一个民族的文化是影响创造力形成和发挥的最重要因素之一。从某种角度,文化可以说是一种共识,是人们共同遵守的价值观和

行为准则,是由拥有该文化的群体长期磨合和传承的一种传统。用现代博弈论的观点来看,就是所有博弈参与人所共同拥有的共同知识中的一种。共同知识在博弈中对博弈参与人的行为和最后博弈均衡的实现有着关键的作用,文化或共同知识在博弈中正是通过影响参与人的行为而影响最后博弈结果的。博弈参与人行为的不同也即是其积极性发挥形式的不同,而人的积极性的发挥即是一个人创造力的充分发挥,继而在发挥中进一步提高其创造的能力。文化对人的创造力的培养和发挥有着至关重要的作用。

2. 中华优秀传统文化的基本特征及其对民族创造力的影响

我国古代曾有过灿烂文明和对世界作出巨大贡献的四大发明,但为何到了近、现代中国人民的创造力却似乎是衰退了呢?笔者认为这与我国的文化特征有着不可分割的关系。中国封建社会中央集权政府建立之早、延续时间之长(直至20世纪初叶),在世界历史上是无出其右的,其稳固的统治与中国的固有文化传统是相互依存的。中国传统文化的一个重要特点就是家族制结构的无限扩大,从一个家庭到一个宗族、再到一个县乃至一个国家都是一个不同层次的“大家庭”。所谓国家就是以国为家,“普天之下,莫非王臣;率土之滨,莫非王土”。在这样一个“大家庭”里,最高统治者——封建帝王自然就是最大的“家长”,以下全是其“子民”;再往下就是这种“家庭”结构的无限“复制”、自我嵌套。最明显的特征就是从封建帝王开始一直到平民百姓的严密等级制度,而平民百姓家庭中还有长幼之分、尊卑之别。在这样的等级制度中,每一个人的行为言语都必须符合其所在等级层次中的“身份”。凡是言行符合其“身份”的,就是有“礼”;而若有异想天开、举止不当,不符合其“身份”的,则被认为是行为乖张、荒唐,必遭压制打击和惩罚。这就是统治中国几千年的传统文化的基本特征之一。这样一个严密的等级控制体系有利于调集全国的所有力量去推动某项事情的实现。当上级需要某人去发挥作用时,而与其本身意愿又是一致的时候,其积极性和创造力也能得到发挥。所以在生产力较为低下的条件下,世界上没有一个民族具有像中国这样能强有力地集中全国力量的能力、有如此有效的管理控制,这也就是为什么中国古代有着傲视世界文明的原因之一。然而,这样的等级文化要求又必然使人们的行为取向主要是来自上级的旨意,来自其本身的“身份”要求。其目标取向必然是迎合其上级,而非自身和其服务对象的需要。事实上,若有其服务对象的话,那就是其上级。另一方面,一个人的成功,主要不是依靠他本身的努力,而是依靠上级对他的行为的认同。其言行主要是要符合其身份的约

束,以取悦上级为目的,而不能自由发挥;其得益也主要是来自于上级,而不是主要依靠自身的努力,这就必然地束缚了其创造力的发挥。不能自由发挥、不思依靠自己,因而缺乏自主性、能动性,这足以束缚住一个人创造力的绝大部分。所以尽管中华民族有着巨大的创造力,但在封建文化的桎梏下,大部分被束缚住了。依靠此文化,封建王朝尽管能发挥十分有效的管理控制,能有效地调集大量的人力,但其调集的只有每个人创造力的很小一部分。当世界上其他国家没有如此强有力的控制制度时,封建王朝调集起来的力量和整体创造力之巨大还是十分可观的;而当其它国家有了建立在人人平等和能充分发挥每个人创造力基础上的社会契约式体制后,这种身份等级制度的统治就显得落后了。可见,一个民族的文化对其民族创造力的发挥有着十分重要的作用。在一个“以身份为本”的等级文化的影响下,民族创造力是远远发挥不出来的。中华民族的传统文 化有其优秀的成分,如强调整体、和谐等等,但其过度的等级特征却束缚了民族创造力的发挥。新中国虽然已经成立 50 余年,但统治了中国几千年的封建文化的落后因素还深深地隐藏在中国人的脑海中,存在于社会架构和群体中,束缚着别人,也束缚着自己创造力的发挥。这必然会严重地阻碍中国经济的进一步发展。故继承中华文化中的优秀成分,改造其落后因素,创造一种新文化,以教育民众,培养一个民智盛开、富有创造力的民族已成为当前中国经济、社会管理和文化教育中的当务之急。

3. 文化与创造力的互动反馈

从上述分析中可以发现,一个民族的文化与创造力之间有着明显的互动反馈关系。从系统动力学^{[7][8]}的角度来看,文化与创造力的形成和发挥之间有一种正反馈的关系存在。适宜的民族文 化对民族创造力的发挥有正向推动作用,而民族创造力的充分发挥对这种民族文化的发展也有强有力的正向推动,从而形成一种良性循环;反之,一种不适合创造力发挥的文化对民族创造力的形成则有严重的阻碍作用,而贫乏的创造力对这种不良的文化则毫无冲击力,根本不可能自发地形成一种富有创造力的文化,反而更可能加强这种不良的文化,从而形成一种恶性循环。所以,要提高一个民族的创造力,必须打破这种不良文化与贫乏创造力之间的恶性循环,从提倡适合民族创造力发挥的新文化入手,将这种新文化引进文化与创造力的形成和发挥之间的正反馈环,直到文化与创造力的形成和发挥之间建立良性循环,从而使新文化的推广与创造力的发挥形成互动反馈的增强机制。

三、建立“天人和合,以人为本”的新文化

研究表明,在一个组织中,作为组织传统和历史的有机整体的一部分,传统的组织结构及其相应的文化对组织创造力的发挥有以下几个方面的障碍^[5]:资源短缺与缺少管理支持;官僚主义与官样文章;害怕批评,使有非常规思想的人受到挫折和丧失信心;抑制变化;害怕冒险与失败;趋同倾向;过分强调管理控制;对创意常常作过度的怀疑;死板的科层制度等等。

组织缺乏试验新思想的必要资源和来自管理上的支持,反映出组织内缺乏创新的宽松的环境,缺乏创造力的有机组成部分——灵活性,并使有创造欲望者产生一种无力感。在一个十分讲究等级身份文化的组织中,对具有不符合其身份的想法的成员甚至会采取惩罚,使人产生恐惧感。一个人的成事与成功不是依赖于他自身的努力与创造性、积极性的充分发挥,而仅仅依赖于其等级身份,显然是难有大成就的。过分讲究控制、过度挑剔,对于一件新事物的创造成功必然会造成大的障碍!另外,创造当然是与变化联系在一起的,缺乏变化是难以创造出一个新思想、一个新产品的。

那么,具有怎样特征的组织文化或共同的行事规则才能清除上述障碍,从而对创造力的发挥有促进作用呢?

首先,它是要以顾客或服务对象为取向的。一个人一切行为的取向应以满足顾客的需求,而不是以满足一个抽象的上级需求或身份要求为目标。一个以人的需求为最终导向的文化当然会导致满足人的需求的产品产生;而为了满足身份要求的文化,只能产生符合该身份要求的行动并使其日益精细化。

其次,对人的奖惩的依据只能是他自己的积极性和创造力发挥的程度,看他是否创造出了新的产品或服务,而不是依靠其身份及与之相联系的各种关系。即一个人的得益只能是来自他自身的努力,评判标准是为满足他人的需求创造了什么。他人需求的满足程度的提高也即是提高了自身的效用。这可以归结为一切为了人(他人)、一切依靠人(自身);而不是一切为了“身份”、一切依靠“身份”。这就是我们所提倡的“以人为本”。“以人为本”通过创造出更多的能满足人们需求的产品,使人们的选择度得到提高,从而进一步摆脱物质对人性的束缚,使人们的创造力得到充分的发挥。在由于依靠自身创造力的发挥,使得他人的需要得到满足,从而自己也得到外界和自身的肯定过程中,人便会产生一种能够掌握自身和溶入世界的有力感,使人性得到充分发挥,从而在创造性地为他人服务的过程中,也使自己得到解放。

“以人为本”的文化或价值观、行为准则能促使人们充分地发挥创造力和积极性,但也不能片面强

调发挥人的积极性,片面地夸大“精神对物质的反作用”。必须尊重自然界的客观规律,自觉地接受客观条件、客观规律的约束。如果企图摆脱这种约束,片面强调“人类中心主义”,那就会造成资源耗竭、环境污染、团体内矛盾冲突增加、后继乏力等等严重后果。这些已在现实生活中屡见不鲜,也是西方工业社会片面“改造自然”、“发挥人的创造力”所带来的严重后果。我们应汲取这些深刻的教训。

要真正做到以人为本,长远持久地满足人的需要,就必须正确发挥人的创造力,必须以“天人和合”的文化作指导。

这里“天”首先指的是自然环境。人的一切活动首先要与自然环境相结合。“和合”是中华民族传统文化中独特的、不断延续的哲学概念、文化理念和社会理想。整体、和谐是中国传统文化的特征。将其与“以人为本”相结合,即是要求人的创造力的发挥不能以破坏自然生态环境为代价。

其次,“天”又指社会、人际环境。人的活动要与其所处的社会、人际环境相结合。马克思曾指出:人的本质是各种社会关系的总和。任何人都不能脱离其所处的社会人际环境而存在;而任何一个社会都有其传统的文化和价值观,任何一个人际群体也都有其传统的独特的亚文化。我们当然要摒弃那些束缚人们创造力发挥和束缚人性的文化中的糟粕部分,但应尊重那些文化中的优秀部分,如中国传统文化中的礼仪待人、修身齐家、与人为善等等。否则会造成人际关系紧张、人际矛盾频出。这不仅影响人的创造力的发挥,也有悖于“以人为本”的目的。

因此,我们提倡建立一种以“天人和合,以人为本”为特征的新文化来教育民众和培养民众的创造力,以保护我们的地球,实现可持续发展的神圣任务。

四、以“天人和合,以人为本” 为特征的文化教育民众 是当今宏观管理的首要任务

“天人和合,以人为本”的新文化是人们充分且正确地发挥创造力、创造出更多的产品、形成新的社会分工、促进国民财富增长和经济发展的基础。宏观经济管理的根本目的就是促进社会经济的发展。若没有一种促进创造力发挥的文化支撑,这个

目的显然是达不到的,而我国的传统文化良莠并存,已严重束缚我国经济的发展。事实上,我国传统文化中的落后部分已成为束缚创造力的发挥、阻碍我国经济发展的严重障碍。以这种新文化来教育民众,充分正确地发挥民族创造力已成为当今宏观管理的首要任务。

从另一角度来看,创造一种群体文化也是在当今迅速变化的市场环境中进行管理的有效手段。这对我们这样一个地域辽阔、人口众多的大国来说尤为重要,这在当今市场竞争日趋激烈、公司日趋庞大的今天尤为需要。试想若没有一种正确的文化价值观来指导一线人员的行动,而是按照传统的等级制度层层向上汇报,那么往往没等信息传递到决策者那里,市场情况就早已变化。这也许是传统大公司反应迟钝的原因。故应以人为本,始终以顾客需求为导向来指导一线人员的行动,让公司每个职工都能主动地思考和解决问题,即人人有主人翁的精神和能力。这在当今公司管理中已十分必要。一个公司尚且如此,在一个更大的区域和更多人口的国家管理中就更应如此。

总之,无论是为了充分地、正确地发挥民族创造力,还是为了适应我国和当今世界的经济发展特征而进行有效管理,以“天人和合,以人为本”为特征的新文化来教育民众和融于管理实践之中,应当成为我国当前宏观管理和文化教育的战略性举措。

参 考 文 献

- [1] 杨小凯. 经济学原理. 中国社会科学出版社, 1998
- [2] 《辞海》上册. 上海辞书出版社, 1999年普及版
- [3] [美] 迈克尔·哈默, 詹姆斯·钱皮. 改革公司. 上海译文出版社, 1998
- [4] [美] 约瑟夫·熊彼特. 经济发展理论. 商务印书馆, 1990
- [5] T·普罗甘特. 管理创新. 中信出版社, 1999
- [6] Peter Senge, The Fifth Discipline: The Art and Practice of Learning Organization, Doubleday, 1990
- [7] 王其藩. 系统动力学. 清华大学出版社, 1994
- [8] 王其藩. 高级系统动力学. 清华大学出版社, 1995
- [9] 王其藩. 关于建立新管理理论的思考. 世界经济文汇, 1998(3)
- [10] 王其藩. 论经济长波和中国经济. 世界经济文汇, 1999(5) (责任编辑 肖庆山)

科技动态

日本研制出一次可播放 8 小时的激光唱盘

据英《新科学家》2000年10月21日报道:现在的一张DVD光盘,顶多只能播放两小时的节目,而日本的索尼公司和Pioneer公司最近展示了第一个1次可播放8小时电视的可擦光盘。这种光盘使用的是密集聚焦的蓝色激光,

短的光波波长可使更多的信息储存在光盘中,信息量高达22吉比特,而现有DVD只能储存4.7吉比特。现在这两家公司正在和Phillips公司合作研制一种新的DVD光盘—蓝光记录器,预计两年内投放市场。(刘先曙)