

## 知识经济：知识人文化的趋势

近两年来，“知识经济”和“国家创新体系”的字样在报刊上频繁出现，人们对其含义也耳濡目染，对于知识经济具有的高科技特征，尤其是信息技术（电脑和网络）在其中的意义有了深刻的印象。比尔·盖茨至今带有神童神色的表情及其所代表的巨大财富，几乎成了信息产业和知识经济时代的神话和旗帜；GDP数值及其结构分析更让具有科学精神和计算能力的人踏实放心。但这样的印象并非事实的全部。在我们看来，知识经济不仅意味着继农业经济、工业经济而后发生的一种新的技术文明，而且势必意味着知识概念自身含义的改变。

“知识就是力量。”弗朗西斯·培根400年前的一句名言至今让中国人感到振奋。但是，今天的国际知识界已对这个观念表示质疑，认为这个说法太容易让人仅仅从物质实力的角度去理解知识，或者仅仅注重与增强物质生产力相关的关于自然界的知识。知识经济展示的现实是，知识成为最重要的经济因素，而人文知识日益成为推动知识进步，并进而推动整个现代经济的主导性因素。人类的知识越来越向认识人类自身发展，就像古希腊哲人所说的，成为“认识你自己”的人文性质的知识。我们在知识经济时代的经济现实中看到的正是这个知识“还乡”的趋势。

知识经济的确为高科技所激发所推动，也的确能够以一系列“硬性的”经济学指标加以表示，但当我们完整地观察和理解这一经济甚至社会发展态势时，就会发现，知识经济决不仅仅是以自然科学知识为基础的技术进步，而且也是以人文知识为基础的社会交往“技术”的进步；不仅仅是自然科学的知识转化为信息化技术而成为经济性资源，更重要的是人文科学的知识通过信息技术而成为可交易的产品，在这种产品中，自然科学技术可能只是一种“载体”。我们所面临的是知识、经济和社会的全面的人文化。让我们粗略地看看其中较能说明问题的几个方面。

一般地说，在买方市场为主导的现代社会里，商品中知识含量的增加尤其要体现为产品舒适度、美观性和文化意蕴的增加，随着产品的升级换代，单位产品中增加的知识含量更多是所谓人文知识，这一点我们在不断面对计算机视窗界面，不断点击鼠标或敲击键盘的时候就会感受到；而一次性市场销售行为也正在创新过程中更多地变成更具人情味的售后服务、在线管理。即使是说生产线上运用的管理技术与工业设计也在创新中更加突出人性化特征，“以物为本”的监控技术正在变为“以人为本”的交往技术；与此相应，企业作为人力资本向教育部门所要求的不仅是高素质的“技术人”，而且也是更具创造性和合作精神的“文化人”。尤其在环境和能源危机日重的今天，生产经营活动中使用的自然资源不得不逐渐减少，而人文资源的运用和开发正方兴未艾；以“物”及其“量”为主的生产力正在向以“人”及其“质”为主的“生”力过渡。这就是我们说“知识经济”是高技术与高文化联姻的经济，是人化着的经济的基本含义。

我们再来看看，在知识经济时代构成GDP主要部分的所谓“知识密集型产业”是怎么个情况。首先，所谓知识密集型产业不仅包括信息产业、生物工程一类主要由高学历高素质的员工从事开发生产的所谓“高新技术产业”，而且还包括了以传媒娱乐、旅游、教育、咨询、律师和服装设计为代表的“高文化产业”。

即使是在中国这样“知识经济”初见端倪的发展中国家，其“朝阳工业”之一的旅游开发也日渐需要更多的人文知识投入。多年前的泰安市曾置其丰厚的旅游资源于不顾，盲目追随潮流，在泰山脚下兴建“《西游记》宫”，其门可罗雀的结局不难逆料，还对“有眼不识泰山”做了一次现身说法。其实在旅游开发尤其是传统旅游景区的开发过程中，规划建设环节之前还必须有一个以传统资源评估、现代意义解释、项目主题创意和市场初步分析为内容的策划环节，有了策划环节的成功，才会有日后长期的收益业绩。而策划工作仰仗的是专家们在文化哲学、历史学、经济学和美学方面的综合学识。

至于在“高新技术产业”内部，人文知识含量高的部门正受到日益多的重视。据1999年5月31日《科学新闻周刊》报道，美国北美行业分类系统已经修改了“信息产业”的分类标准：计算机和通讯设备制造业竟然被“逐出”信息产业领域，归入传统制造业范畴。据说比尔·盖茨也不无忧虑地预测说，过上十年，默多克的新闻出版业会比他本人所在的计算机软件业前景辉煌。这说明，信息产业正日益变为负载着高文化的高技术产业。

再进一步也不难看到，文化市场的发展日益成为知识经济的一个重要组成部分，而文化产业对世界格局的形成具有真正的战略意义。发达国家高技术手段负载着的高文化产品连同其价值观，正迅速渗透到世界各地。如据报载，美国音像业在国民经济中的位置从1985年的第11位跃居到1994年的第6位，成为仅次于飞机出口的第二大出口商品，其国际市场占有率达40%。《环球时报》称，美国控制了全球75%的电视节目生产制作，许多第三世界国家的电视节目中，60-80%来自美国。美国影片生产量占全球电影总产量的6—7%，却占据了放映时间总量的50%。

相形之下，我国的文化产业却表现出硬件发展迅速，产品制作严重短缺的局面。也以音像业为例：我国现有收录机1亿多台、家用录像机3000多万台、CD机1000多万台、LD影碟机500多万台、VCD机1千多万台、多媒体电脑1500多万台。面对这个庞大的硬件市场，音像制品发行销售管理却十分混乱。据统计，1996年我国正式出版的音像制品销售额仅20亿元，而盗版制品销量约为正式出

版物的10倍，销售额达200多亿元，甚至有专家估算，其实际销售额可达600亿元。严格地说，我们的文化部门还没有被当成一个产业部门去发展，我国的文化产业几乎还没有形成。这种局面如不改观，我们的高技术搭台，别人的高文化唱戏的结局将是无可避免的。而在知识经济时代，人文资源本应成为创造更高价值、更具战略性的可开发资源。

尤其值得注意的是，在两三个世纪的科学技术发展史上，人类在获得财富的同时严重地破坏了自身生存的环境和继续生存的资源储备，造成了对人类生命、健康甚至伦理的损害，因此知识经济时代中响起了对科学技术后果进行事先评估、对企业的生产过程和废弃物排放实行更严密的监督的强烈呼声。而市场将对绿色产品表现出更多的热情；高等教育机构中经济伦理学将成为经济学科的一门主要课程。所有这一切，也势必推动着知识经济的趋势继续向人文的方向运动。

知识经济中这种人文文化的趋势本不难看到，我们对知识经济理解的偏差在很大程度上是思维上的懒惰和利益动机驱使下的浮躁和私心造成的，而这对于我们这个正从事现代化建设的国家实在不是一件好事。

二十多年来，由于党把工作重心转移到经济建设上来，坚定地实行了科教兴国、深化经济体制改革、在科技教育资金和管理方面展开全方位国际合作等基本国策，我们的综合国力迅速提高，人民得到了相当多的实惠，社会活力增加，国际交往活跃。如果今天在“知识经济”中仅仅看到高科技的日新月异，看到经济指标的增长，那么就还没有多少新意。

二十多年来取得成就的同时也发生了一些新的问题，如法制建设和观念更新严重滞后，社会分配不公加剧，市场秩序相对混乱，公民道德意识淡漠，贪污腐化成风，迷信活动抬头，恶性犯罪增加；这一切导致了社会不安定因素长期存在，物质文明建设和精神文明建设“一手硬，一手软”的失衡局面长期不能扭转。实际上这后一方面的问题，已经严重制约了经济的健康有序发展。而“知识经济”和“国家创新体系”的应对方案的出现正好让我们意识到，侧重在科技方面赶超发达国家作为一种短时期的国家战略是可行的，而作为长期社会发展战略是不够的；在强调经济增长的同时还要设法以某种制度化的方式，更多考虑社会和谐、人民幸福和消费偏好指导的问题。发展“知识经济”，创建我们的“国家创新体系”，就正好是一个借以纠偏的历史机遇。我们不应丧失这个良机。

党的十四大以来，宣传思想战线努力适应社会主义市场经济发展的新形势，坚持走改革开放之路，特别是近几年，认真贯彻十五大精神，结合实际，突出重点，取得了进展。同时，也要看到，随着市场经济的发展，随着社会资本、国外资本的不断进入，随着新的经营形式的出现，对深化改革提出了新的要求。特别是我国加入WTO日益临近，同国外资本、文化产品竞争的压力就在眼前，深化改革更为迫切。面对加入WTO的挑战，我们既不能看得过重。不知所措，也不能等闲视之，不以为然。一定要高度重视，未雨绸缪，组织力量，认真研究。只有加快改革开放步伐，才能增强活力，才能提高自己的国际竞争力，才能解决好事业发展中的困难和问题。