

倪延年

知识传播功能论^{*}

摘要 知识传播,也就是知识的扩展,或者称之为知识的分配、知识的流通。它具有实现人类知识成果社会经济价值桥梁的功能,提高社会成员知识拥有水平的功能,为知识经济社会创造良好社会环境的功能,等等。参考文献4。

关键词 知识经济 知识传播 知识成果 知识价值

分类号 G350

ABSTRACT Knowledge distribution is also called knowledge expansion, knowledge allocation or knowledge circulation. It has the functions of realizing social and economic values of human intellectual achievements, improving the ownership of knowledge by social members, creating good social environments for a society of knowledge economy, etc. 4 refs.

KEY WORDS Knowledge economy. Knowledge distribution. Knowledge achievements. Knowledge values.

CLASS NUMBER G350

“知识经济”是指建立在知识的生产(创新)、分配(传播)和使用(消费)基础上的经济。人类经济发展将比任何时候都更加依赖知识的生产、扩散和应用^[1]。知识的生产和应用问题,已经有不少同志作过论述。而关于知识的扩散,即知识的传播,似乎还未引起人们的充分重视。尤其是对知识传播在知识经济形成过程中所能发挥的难以替代的作用的论述,更是少见。而实际上,在人类社会由工业经济向知识经济发展演进的过程中,知识传播活动及以知识和知识传播活动为中心形成的知识传播事业起了极其重要的作用。

1 知识传播的内涵与外延及知识传播事业的内部结构

知识传播,也就是知识的扩展,或者称之为知识的分配、知识的流通等。是特指一部分社会成员在特定的社会环境中,借助特定的知识传播媒体,向另一部分社会成员传播特定的知识信息内容,并期待取得预期的传播效果的社会活动过程^[2]。

1.1 对“知识传播”基本内涵的认识

作为特定社会活动的知识传播的基本内涵,主要包括:知识传播活动的主动者,即知识传播者;知识传播活动的受动者,即所传播的知识信息的接受者,简称为知识传播受传者;知识传播的内容,即被

知识传播者在知识传播过程中所借助的荷载有特定知识信息内容的物质和手段;知识传播行为,即知识传播活动在社会生活中的具体表现形式;知识传播环境,即知识传播者和知识传播受传者在其传播、受传活动过程发生时的社会生活背景;知识传播目的,即知识传播者实施知识传播行为所企求实现的或企图影响人们的价值判断,或增加受传者的知识积累,或实现知识成果向生产力转化等目的;知识传播效果,即知识传播者实施知识传播活动后在知识受传者方面发生的变化等。在这些构成知识传播活动的基本要素之间,有一条虽然看不见却实实在在起作用的内在联系纽带,把它们联系成为一个首尾相连、循环往复的社会活动过程,这就是被传播的知识信息内容的运动曲线。知识信息被人类社会成员通过社会实践探索或创造性思维创造出来以后,被那些具有知识传播意识或履行社会知识传播职责的社会成员选择性获取,经过他们的释码和编码(即组织)过程,成为可供传播的知识产品(成品),通过特定的知识传播媒介传播给另一部分社会成员,从而取得某种可能是知识传播者预期的,也可能是知识传播者预料之外的,甚至可能是与知识传播者所预期的结果完全相反的知识传播效果。

1.2 对“知识传播”外延的基本认识

^{*} 本文系江苏省哲学社会科学“十五”规划研究基金资助项目“知识传播与知识经济互动关系之研究”(项目号为:苏哲社规M3-019)的系列研究成果的一部分。

知识传播的外延,大致是指知识传播这一社会活动所包含的社会生活范围,即知识传播活动体系的所有组成部分。假如按照“知识传播者——知识传播活动(包括所选用的知识传播媒介、荷载于知识传播媒介的知识信息内容及具体的知识传播活动形式)——知识传播受传者”的社会运动模式,来认识当今社会中人们的所有社会活动,我们不难发现,目前有相当一部分社会成员所从事的社会活动已经属于知识传播活动的范畴。主要的如:学校教师所从事的教学活动;出版发行单位所从事的以知识信息的选择和组织、知识传播媒介体的设计和生产以及知识传播媒介体的销售和推广为主要目的的文献出版发行活动;各社会性文献收藏流通单位(如图书馆、信息研究所、群众文化馆或文化站)所从事的文献收集、管理及服务活动。社会成员之间所进行的以增加子女、或徒弟、或学生、或新同事的有关知识或特定技能为主要目的的知识传播交流活动;以及新闻传播活动过程中蕴涵的知识传播活动和网络环境中的知识信息传播交流活动等等。

1.3 关于“知识传播事业”内在结构的基本认识

进入 21 世纪,知识传播事业已发展成为覆盖了人类社会生活多个方面的社会事业。知识传播事业实际上包含了传统意义上的学校教育事业、文化出版事业、图书报刊发行事业、图书馆事业、信息收集和服务事业、新闻传播事业等多个组成部分。这些社会事业的运作形式尽管不尽相同,但都具有共同的特点,即一部分社会成员从人类社会成员创造出可供传播的知识成果中,选择特定的知识信息作为向另一部分社会成员进行传播的内容;然后把拟传播的知识信息内容荷载到特定的传播媒介,通过适当的形式向特定的社会群体进行传播,以取得预想的传播效果。如学校的教师通过教学活动向学生传播知识信息;图书馆的工作人员根据办馆宗旨、目的、读者需求及办馆条件所进行的文献收集、整理、管理和服活动,向社会成员传播知识信息,等等。知识—知识传播者—知识传播媒介—知识传播活动—知识传播的受传者—知识传播活动的效果,就是上述社会活动的共同活动规律和特点。上述几方面的社会事业组成了一个完整的社会知识传播事业。

2 知识传播在知识经济发展中的主要功能

人类社会成员创造的知识成果中,都或多或少

地蕴涵有那些可以“作为交流对象的有用知识”的信息因子(即通常人们所称的“情报”)^[3];而这些蕴涵在人类社会成员创造的知识成果中的有效信息因子,只有通过知识传播这一特定的社会活动过程,才有可能到达需要这些知识成果指导其社会实践、提高其社会生产实践效益和效率的社会成员,也才能使那些知识成果蕴涵的“第一生产力”的社会、经济价值,得到充分发挥和体现,进而推动社会经济发展生产力的发展和进步。有人指出,只有当知识成果的应用在社会经济发展中的贡献份额超过 50% 以上时,社会经济才可以说开始进入知识经济形态。国外有研究成果表明,在比较成熟的知识经济社会形态中,知识信息资源所产生的财富(包括知识的创新、知识成果的转化、知识产品的制作、知识产品的销售推广以及知识产品的应用等产生的社会财富等),在社会经济发展过程的贡献份额将达到 80% 以上^[4]。而所有这些,又无一不是建立在正常的知识信息传播的基础之上的。由此可见,在知识经济萌芽、形成到发展、成熟的历史进程中,知识传播活动具有直接、积极而重要的作用,具有不可替代的功能。

2.1 知识传播具有实现人类知识成果社会经济价值桥梁或纽带功能

在人类社会成员的社会实践过程中,人类社会成员中的那一部分先知者或研究、思考者,在对社会生活中某一方面(领域)的社会现象进行理性的分析思考,或对自然现象进行科学的实验、比较以后,获得了在某一方面(领域)领先于其他社会成员整体水平的认识或结论,这些认识或结论就是人类社会成员最早创造、发现或发明的知识(智慧)成果。这些知识成果经过后人的不断深化,达到了当今社会环境下的先进水平。从物化形态上看,这些知识成果虽然仅仅是一篇论文,或一个结论,或一个公式,或一条定理,或一种方法或一种模式,但一旦被应用到人们的社会实践中去,就可以产生出巨大的社会或经济效益;或可以避免一场人为的灾害,或可以大范围地提高社会生产力,或可以大幅度地改善社会成员的生活质量,或可以大面积地提高人们的社会生产活动的效率和效益。例如,农业科技研究人员在农村开展的农业科技成果推广工作,就是把由农业科技研究人员创造的知识成果,传播到需要这些成果指导的农民那里,农民把这些成果应用到农业生产中,就立即产生明显的效益。

然而,知识成果在被创造出来以后,还只是具备了潜在的社会或经济价值。它们必须被应用到需要应用这些成果,并且可以发挥这些知识成果所蕴涵的社会生产实践中,才能表现或实现这些价值。如某一项技术革新必须推广到需要该项技术革新成果指导的工人的生产实践中去,才能产生出经济效益;一种新技术、新产品问世以后,也必须在得到宣传、推广、普及以后,才能表现出其独有的巨大的价值。实践已经证明,知识成果所表现出来的社会经济价值的大小,都与其被宣传、推广的范围直接相关。被推广的范围越大,采用者越多,知识成果的经济社会价值实现得就越充分。人们创造出来的知识成果,必须通过特定的知识传播的社会活动形式与另一部分社会成员的生产实践(或科学研究实践)相结合,才能表现出所蕴涵的社会或经济价值。倘若不经过知识成果传播这一环节,它们只能停留在知识成果创造者手里。尽管这个成果能创造很大的价值,但不进入推广(即知识传播)过程,它就不可能成为现实的价值,创造者本身的创造也就失去了价值。

2.2 知识传播具有提高社会成员知识拥有水平的功能

知识传播者把知识成果传播给知识受传者。一般情况下,受传者接受了知识成果的传播以后,至少可以收到两个方面的效果:一是这些知识成果指导他们解决了当时遇到的知识疑难,使所从事的工作、学习、研究得到了进展;二是在他们利用这些知识成果解决工作、学习和研究工作中的疑难的同时,也就提高了自己的知识拥有和利用水平。实际上,这两个效果的取得往往是社会成员综合利用多种知识传播媒介后的综合效应。

例如:一个原本对电脑理论和技术知之不多的大学毕业生,经过课堂教学和实验室训练,对电子计算机的基本原理有了了解,激发了他对电子计算机理论和技术的极大兴趣。为了增加这方面的知识,使自己能够独立进行电脑应用软件的开发,一方面,他继续通过课堂教学和实验室实验从教师那里接受新的知识成果,另一方面,他还可能采取以下途径来拓宽和加快自己的知识积累:到那些以出版计算机专著闻名的出版社去购买关于计算机程序编制方面的专业图书进行学习,到新华书店去选购另外一些出版社出版的关于计算机软件方面的专著进行学习,到邮局订购或在报刊销售部门购买专业刊物进行研读,到图书馆去借阅自己感兴趣的计算机软件编制方面的图书报刊,来拓宽自己的知识面;假如有必

要,他还可能向专业性的信息服务公司咨询,了解计算机软件编制的最新动态和趋向。他当然十分关心与计算机软件编制成果和进展的各种相关的新闻——这又是知识传播的另一种媒介,所获得的有关信息正是其传播的知识成果。

社会成员正是通过综合利用多种知识传播媒介所传播的知识成果,才能迅速和有效地提高自己的知识拥有和利用水平。知识传播者通过实施知识传播活动,向知识传播受传者传播知识生产者创造出来的知识成果,进而提高社会成员个体和群体的知识素质。

2.3 知识传播具有培养和造就更多“知识人”的功能

所谓“知识人”,是特指那些具有鲜明而有效的知识经济社会意识和理念,掌握适应知识经济社会需要的知识和技能,可以在知识经济的社会环境中如鱼得水地从事知识的创造,或从事知识的传播,或从事知识成果向现实生产力的转化,或从事知识产品的生产等以智力劳动为主要特征的社会活动,并拥有相对富裕的财富和享受比较充裕的物质文化生活的社会成员。知识经济的核心和灵魂是“知识人”,没有“知识人”的活动和推动,知识成果无以创造,知识成果无以传播,知识成果无人使用,知识成果所蕴涵的潜在生产力就不可能成为现实的生产力,因而也就不可能出现“知识经济社会”。

知识传播者通过知识传播活动,使原本没有知识的“自然人”成为有知识的“知识人”;使原来拥有少量知识的低层次“知识人”成为拥有大量的、高层次甚至是尖端水平知识的高层次的“知识人”;使原来不具备知识成果创造才能的“自然人”成为可以进行知识成果创造活动的“知识人”;使原来不具备知识经济意识和理念的“自然人”,成为具备知识经济意识和理念的可以适应知识经济社会环境变化需要的“知识人”;使原来不具备转化知识成果技能的“自然人”,成为拥有转化知识成果特定技能的“知识人”。知识传播者通过各种不同形式的知识传播活动,把知识先知者创造的知识成果传播给需要这些知识成果的社会成员,使他们在不断地获得知识成果的同时,逐步完成从“自然人”到“知识人”的演变。

“知识人”的出现和迅速增加,反过来又推动了知识成果的创造、知识成果的传播和使用,使之创造出更加巨大的社会财富,推动社会经济由工业经济向知识经济演进。知识经济社会的核心和灵魂是

“知识人”,而“知识人”的出现和增加是必须建立在知识传播的基础之上的。可以这样说,没有知识传播,就没有“知识人”。知识传播活动可以造就和培养更多的知识生产(创造)者、知识传播(分配)者和知识成果利用(消费)者,统称为“知识人”。这些“知识人”为社会财富的迅速增加提供了基本的动力:知识成果、知识成果的传播和由知识成果转化而来的新的巨大的生产力,为知识经济社会的发展提供了必不可少的前提。

2.4 知识传播具有为知识经济社会创造良好社会环境的功能

知识经济社会的形成是政治、经济、文化、思想、意识等多种因素综合作用的结果,决非单一依靠知识和技术的发展就可以形成成熟的知识经济。

良好的知识经济社会环境,主要应当包括如下几个方面:首先是必须形成“尊重知识”和“尊重人才”的社会政治环境氛围。知识和知识分子在社会发展中的巨大贡献能否被社会所公认,其中一个重要因素,就是知识成果的使用者从自己的亲身实践和切身体会中,感受到知识成果与社会实践结合以后产生巨大价值时,他们就会对创造这些知识成果的知识分子刮目相看,心悦诚服,尊为上宾。一些地区的农业科技人员受到农民的尊敬和欢迎,其根本原因就是农民们切身感受到了知识成果的威力。在这种情况下,尊重知识和尊重人才也就自然而然地成为风气。其次是在实质上提高知识和知识分子在社会生活中的地位。提高知识和知识分子社会地位的最有效的途径,就是让社会成员充分认识他们所创造的知识成果及本人所具有的独特价值,这也要通过知识传播活动才能实现,即通过知识传播活动使知识成果的社会经济价值得到其他社会成员的承认。再则是形成有利于知识经济发展的社会观念氛围。社会环境中最重要的因素是观念的因素。而观念的东西是根深蒂固的,不是一朝一夕可以改变的。一个人的观念影响和制约一个人的思维和行为,一群人的观念影响和制约着一群人的思维和行为;社会上大多数人的观念不但影响和制约着大多数人的思维和行为,而且还影响和制约了另一部分人的思维和行为。愚昧必定导致落后,迷信必定扼杀创新。知识传播者通过知识传播活动,可以使原先因缺少知识而愚昧、因视野闭塞而

迷信的社会成员逐步抛弃原有的愚昧、迷信、落后和封闭的生活状态,逐步形成科学的世界观、方法论,从而形成更加适合科学发展、文化进步的社会环境。

知识传播可以帮助人们开阔眼界,转变观念,当大部分社会成员的观念都达到比较科学文明的水平时,整个社会的环境氛围就会发生有利于知识经济发展的根本性的变化,从而成为推动知识经济社会到来的巨大力量。

3 结语

知识传播是知识经济产生的前提。当然,知识成果的创造又是知识传播活动的首要前提。知识传播事业是知识、知识传播活动及与之相关联的物质、精神、思想、意识等方面因素发展到一定阶段的产物。知识传播事业发展得越快,知识传播活动开展得越好,知识的价值就实现得越好,社会的经济、文化就越发展,就可以为知识成果的更大量生产、知识传播活动的更快发展、知识传播事业的更快发展创造更加有利的社会条件。它们之间互为动力,既是缺一不可,也不能不协调发展。倘若社会生产出了大量的知识成果,而知识传播活动及知识传播事业的发展严重滞后,那么,这些已经产生的知识成果就不可能得到顺畅的传播,也就无法实现其应有的社会和经济价值。从一些报道中所透露的,我国申请的专利实际转化率只有 20%左右的情况分析,这主要就是知识传播渠道太少且不畅通造成的。从有利于我国知识经济的发展的大局出发,亟需加大对我国知识传播事业建设的投入力度,这就是我们的结论。

参考文献

- 1 彭坤明. 知识经济与教育. 南京:南京师范大学出版社, 1998
- 2 倪延年. 知识传播学. 南京:南京师范大学出版社, 1999
- 3 严怡民. 情报学基础. 武汉:武汉大学出版社, 1987
- 4 吴季松. 21 世纪社会的新趋势——知识经济. 北京:北京科学技术出版社, 1998

倪延年 研究馆员. 南京师范大学新闻与传播学院传播学专业硕士研究生导师, 南京师范大学出版与传播研究所特约研究员. 通讯地址:南京市. 邮编 210097.

(来稿时间:2002-03-25)