

“学术老好人”可以休矣

□ 谢小军

老好人显然是一类很吃得开的人,老好人不得罪人,你好我好大家好,一团和气,自然容易被人接纳,但老好人可不比老实人,老好人看似“与人为善”,实则世故圆滑,缺乏原则性,行事以不得罪人为前提,即使批评别人时也大而化之,不讲真话、实话。孔老夫子就曾严厉批判过这类人,说他们抹杀了是非,混淆了善恶,不主持正义,不抵制坏人坏事,是“德之贼”也。

人们往往对目前官场颇为严重的老好人现象非常关注,在一些地方和单位,那些坚持原则敢于碰硬的干部得不到客观公正评价,而一些老好人因为“群众基础”能使领导反反而得到提拔,但老好人没有是非标准的做人原则,一旦身居要职,其危害显而易见,如官员不作为、不负责任等无不与老好人思想密切相关。

老好人现象绝非只是官场独有,如今在外界看来颇为神圣的学术界,老好人也日趋增多。同官场一样,不得罪人、搞好关系

是某些学术中人的处世要务,这种老好人思想带来的直接后果是对学术“和稀泥”,例如在项目验收、学位答辩等学术评审中,一些好好评审人最关心的不是学术水平,而是怎么落个好人缘——毕竟在同一个圈子里,低头不见抬头见,太过较真于己都不利,于是能过则过,给个面子,留下人情,皆大欢喜。不过评审由此沦为形式,学术成为私欲的送礼。

学术老好人现象值得高度关注,老好人吃香为学术界树立了一个极其恶劣的示范,它明白无误地告诉学术中人,即使在知识创造领域,关系也与利益相绑,情商远比智商重要。趋利避害是人之本性,当老好人大行其道、大享其利时,还有多少人会去认真钻研学问,更多的恐怕是学做老好人。

老好人增多必然助长学术风气的恶化,使学术界对学术腐败产生更多的容忍。当前学术不端频频发生的原因,不仅在于学术管理机构监督的不到位,还在于学术人自身的集体失

声,当面对学术丑恶现象,如果多数人都主动或被动地保持沉默,学术正气何以能张扬?这使学术共同体内部的舆论威慑和群众监督无从谈起。

老好人现象对学术最大的伤害,是导致平庸泛滥。批判和疑问永远是学术进步的第一推动,老好人思想与这种精神背道而驰,它使大量平庸成果以合法的形式出现在学术领域,使大量的学术资源用以生产学术泡沫甚至毫无用处的学术垃圾。学术平庸远没有学术造假、剽窃等那样引世人关注,但平庸对中国学术却更具杀伤力,它磨蚀着中国学术创造的锐气和创新的冲劲,若不遏制,它终将裹挟着学术陷入死水的泥潭而不能自拔。这恐怕是中国学术必须正视的危机。

学术老好人现象是中国传统文化中的处世哲学与当代现实中学术行政化等痼疾相互作用下的病态产物,它是厚黑化的中庸之道,腐蚀着我们的学术精神,消解着担当、责任这

些高贵的品质。学术老好人现象的清除涉及学术制度、学术文化和教育等诸多方面的反思和重构,不过从宏大的中国社会历史角度看,要清除学术老好人现象,必先清除官场老好人现象——“上为之,下效之”。官德毁则民德降,历来如此,有什么样的官风,便有什么样的民风、学风。

学术是对真理的追求、探索和坚守,学人应有高于世俗的良知和操守。国学大师陈寅恪说:“士之读书治学,盖将以心志于俗谛之桎梏,真理因而得以发扬。思想而不自由,毋宁死耳。”德国哲学家康德说:“科学博士的荣誉带来了永远忠诚于真理的义务,无论是经济的还是政治的胁迫下,都绝不屈服于压制或歪曲真理的诱惑。”先贤之言道出了学术的风骨,老好人精神、心智、人格的先天缺陷无以肩负起如此崇高的责任,中国学术的未来寄托在那些不闻风气不问得失、只钻研不钻营的老实学问人身上,他们才是中国学术的脊梁。



地铁涨价:敢光明磊落点吗?

□ 杨雪

北京地铁要涨价。他们认真研究了四种方案,正在进行调研。他们请了各种专家,为涨价做出学理解释。他们明明是绝对的强势,却要把自己扮演得卑微。

说涨价可以“赶走”那些有事没事坐地铁玩的人,纯粹的扯。北京地铁里空气混浊人员混杂,一年四季里什么味儿都有,坐一次地铁就落满鼻孔里全是黑炭,换乘一次能走上一刻钟,更不要提那个站里挪步车里不用扶的境界。谁没事干,愿意在地铁里被挤成“相片”玩儿啊?就连我这有事的人,都时常要在公交和地铁之间做个艰难的抉择,才硬着头皮向地铁站走去。要真想赶走谁,倒不如琢磨一下怎么赶走“地铁要涨价”比较有建设性。

说涨价缓解地铁拥挤,也许可以。不过是把地铁里拥挤转移到地面上的拥挤,把人与人之间的拥挤转化为车与车之间的拥挤。拥挤肯定不会变,可以变的是公交车票。到时候可能北京公交也要贴心地研究出几种涨价方案,供乘客自由选择。

说到自由选择,北京地铁要涨价,完全有正当理由,何必扯闲?痛快点,坦荡点,敞亮点,把最直接的理由告诉大家。如果实在不想说,也别再找没边没沿的借口,一句话——我就想涨价,你爱坐不坐。宁做真小人,莫做伪君子。

由选择一种你喜欢的搭乘方式。其实说白了,涨价而已,何必这么虚伪。什么都在涨价,地铁涨价也合情合理,为什么要装成一副苦口婆心拯救苍生的模样,你敢光明磊落点吗?

六年前,北京地铁实行全网2元的票价,六年来,北京地铁又建成了4号线、6号线、9号线、10号线以及我部搞不清的许多线。不难想象,巨大的投入和运营成本与这2元任意坐的票价之间,存在一个怎样的天渊。

不跟国外比,经济水平和收入水平不在一个维度上,高的低的都没有可比性。把香港除外,就跟大陆比,大凡有地铁的城市,都羡慕着北京的“2元”神话”。实话实说,北京公共交通的4毛和2元,确实能体现出生活在首都的小小优越性,不过也仅此而已吧。

如今,北京地铁要涨价,完全有正当理由,何必扯闲?痛快点,坦荡点,敞亮点,把最直接的理由告诉大家。如果实在不想说,也别再找没边没沿的借口,一句话——我就想涨价,你爱坐不坐。宁做真小人,莫做伪君子。

试错、信息和不确定性

□ 临风

日的“大象”成了“被颠覆者”。只是这一次,技术不再重要,成本不再重要,而商业模式、大众消费心理等“软因素”的作用却至关重要。

市场竞争瞬息万变,现在判定谁是“赢家”,可能为时尚早,新的产业变革刚刚开启帷幕。以安卓和iOS为代表的两种“创新生态系统”之间的较量正酣,鹿死谁手还未曾得知。

日企的“撤退”再次证明一点,“创新活动”的本质是“不确定性”。技术、市场、社会心理等诸多要素都对“创新”产生影响,无论是企业、政府还是专家,没有谁能准确地预言一项技术是否会取得商业成功,只能任由市场实践来检验。如弗兰克·奈特所言,“不确定性”才是利润的来源。

需要注意的是,在“不确定性”面前,政府和市场都“束手无策”,都无法从根本上解决“不确定性”问题。市场所能做的,就是让企业

不断“试错”;而政府所能做的,就是降低“试错”的风险和成本。在“创新活动”中,政府“有形之手”和市场“无形之手”相互交织,关系有些“暧昧”,边界并不清晰,历史上众多创新实践的例子充分说明了这一点。

问题在于,现实中政府的“有限理性”可能会伺机“膨胀”,试图替代市场对未来技术发展的方向和路线做出判断。对于一个“追赶型”的经济体来讲,这样做可能还适用,但是面对新兴技术和产业发展,就比较危险,因为政府选择的“信号”如果“失真”,成本就要由全社会来承担。反过来,任凭市场发挥作用,政府袖手旁观,也是不行的。全球化时代新的产业变革已经不仅仅是经济、科技意义上的事件,也掺杂了政治、文化、社会甚至意识形态等因素,政府关键时刻必须出手。

更重要的是,处理器、存储器 and 带宽技术的发展已经并将继续创造出极大的充裕和可免费提供的数字产品(尤其是网络存储空间和各种应用软件)。网购平台可借此以极低的边际成本提供货架空间,搜索服务和其他软件管理服务,极大地降低市场交易成本,进而促成更多的交易。可以看出,在相关技术群组的

支持下,卖家和买家同时聚集在网络平台上,卖家囤的货比云来,买家囤的货比三家,通通可以轻易地实现。作为被亚当·斯密认定的天生倾向交易的动物,人们需要交易,希望更方便、更低成本地达成交易。技术的进步催生了网购平台,为大量人口在短时间里完成聚集、互动提供了可能,市场聚集效应得到极大增强。得此条件,交易在短时间里被集中引爆也就没有什么可大惊小怪的了。

任何一个节日的产生都需要一定的社会、经济和技术条件,如果要逃脱昙花一现的命运,更需要有人们认可的文化和价值观念的持续支撑,成为人们生活方式和文化习惯中的一部分。从这个意义上说,“双十一”能否如人们所期待的那样,成为一个感消费者的固定节日还有待观察。但热闹火爆的“双十一”确实为人们提供了一个思考契机。人们需要更加仔细地思考新技术的发展和如何使用如何改变人们的互动机制和互动成本,进而改变人们的生产生活方式?

网购节的制造

□ 卢阳旭

什么如此形态,如此规模的购物节非得等到最近这几年才能出现?

从这个意义上说,真正要回答的问题不是人们为什么会参与,而是什么力量能在短时间内让那么多人卷入其中? 鄙人之见,技术能放大市场聚集效应的技术的快速发展,是短时间内制造大规模网购节的一个关键条件。

市场聚集效应的核心在于,以人口的聚集带动交易的聚集。也就是说,聚集起来的买者和卖者可以进行更多的互动,获取更多的产品和买卖信息,并最终达成更多的交易。事实上,阿里巴巴之所以入股新浪微博,拥有几亿注册用户的微信之所以被当个宝,原因就在于它们占有“入口”资源,有很强的导流作用,能带来网络人口的聚集。

与此同时,技术的发展使得网购平台能卖给卖家提供几乎无限的虚拟货架的同时,也能为买家提供便捷的搜索服务和信息服务(包括产品信息、销售信息、评价信息等)。凭此二者,网购平台上的商品可以丰富而不杂乱、充裕而不压抑。虽然目前这种体验远非完美,但很难想象,在实体店内部能够有序地摆放同等量级的商品且能达到如此效果。

更重要的是,处理器、存储器 and 带宽技术的发展已经并将继续创造出极大的充裕和可免费提供的数字产品(尤其是网络存储空间和各种应用软件)。网购平台可借此以极低的边际成本提供货架空间,搜索服务和其他软件管理服务,极大地降低市场交易成本,进而促成更多的交易。可以看出,在相关技术群组的

支持下,卖家和买家同时聚集在网络平台上,卖家囤的货比云来,买家囤的货比三家,通通可以轻易地实现。

任何一个节日的产生都需要一定的社会、经济和技术条件,如果要逃脱昙花一现的命运,更需要有人们认可的文化和价值观念的持续支撑,成为人们生活方式和文化习惯中的一部分。从这个意义上说,“双十一”能否如人们所期待的那样,成为一个感消费者的固定节日还有待观察。但热闹火爆的“双十一”确实为人们提供了一个思考契机。人们需要更加仔细地思考新技术的发展和如何使用如何改变人们的互动机制和互动成本,进而改变人们的生产生活方式?

创新战略目标需要长远未来的视角

□ 金周英

——加强制度创新以改变科研环境。全面探索有利于激励/培养/保护那些发明、创造、创新的体制和机制,包括评价制度、奖励制度、知识产权制度、人才制度以及科研立法以洁净科学殿堂等,解决创新的源动力不足。——必须让企业成为创新主体,包括社会企业。

——需要反省教育体制和改革方向。——开放民企准入,引进民营资本。重视民企的创新力量,给予民企不仅在市场经营中,还要在国家创新体系中以平等的机会和地位,让民间资本自由地流动和发展,才能激发全民的创新活力。

——放宽创业、就业环境,发展小企业。必须从观念、体制和政策上鼓励小企业的生存和发展。只有打造全社会崇尚发明、创造和创新,自主创业、自主就业以创造和积累财富的局面,才是实现创新型国家的正道。

必须重视未来研究

20世纪90年代以来,未来研究热再一次兴起,不仅是各个学科领域,而且在经济、社会、环境、资源领域都在加紧未来研究。特别是金融危机之后,未来研究扩展到世界格局和世界秩序等宏观层次。

同时,随着中国的崛起,各国都在研究中国,研究中国的未来。相形之下,我们在未来研究方面差距惊人,形势也逼人。尽管科学决策讲了数十年,可我们仍有一些重大决策不能站在坚实的长远未来研究基础上,因而经常出现失误。

而目前的倾向是,少研究未来,不研究失

败学,热衷于研究古代,研究国外的,或者热心研究未来学的方法论(没有风险)。一个不关心未来的民族,怎么能够建立创新型国家? 中国要全面复兴必须重视未来研究。

创新的文化氛围需进一步营造

我国在科学技术方面的落后,除了观念、战略、体制、机制方面的原因外,文化氛围也是一个重要因素。创新需要的是多元化、开放、自由、求新、崇尚变革、包容、合作、整合的文化氛围。

目前的问题是:缺乏标新立异、共享、合作创新的文化;从社会风气上看,拜金主义盛行,道德底线下滑,知识得不到尊重;最应该清醒的学界,学风浮躁、腐败,急功近利的浮躁心态、崇尚风气侵蚀着学界,很多学者有成果就瞄准仕途,争当明星学者;很多成功的企业家,忙于养生,享受奢侈生活,竟创造了境外消费奢侈品世界第一的纪录,甚至忙于家属亲戚移民国外;青少年学生和家长们共同为考高分而忙碌……我们稍微有点钱不过20多年,竟“营造”了这种社会氛围,怎能支撑创新型国家?

我们需要冷静反思,扬弃传统文化;增加紧迫感、责任感。让精英们充满独立思考、胸怀全局、百折不挠的精神;让整个社会充满崇尚创新、鼓励探索的氛围,积极弘扬敢于冒险、追求成功、宽容失败的创新文化;大力提倡未来教育、创新教育,让自强不息成为中国的精神。

帮助企业走出创新之困境

目前我国企业普遍缺乏创新能力。

60多年来,我们即使在最困难的时候也对科学技术投入了与国力不相称的巨大资源,但是我们的成就与投入的资金、所拥有的人才资源不相称。我们的科学家少有以获得诺贝尔奖的突破性创造,科研成果还没有使我国摆脱绝大部分产业的核心技术依赖于跨国公司的现状,多数中国制造企业没有品牌、没有核心技术、缺乏国际竞争力。

笔者认为,我们的创新软环境(观念、文化、体制、机制)和创新战略出了问题。支持自主创新,只靠高技术或者增加R&D投入是不够的。我国要想从模仿创新走向自主创新,建设创新型国家,需要系统的解决方案,从根本上解决问题。

破解软环境的几大挑战

从模仿创新向自主创新转型,首先需要转变战略观念。创新战略目标需要长远未来的视角,不能以急功近利的心态制定战略;其次,全面调整战略框架结构,创建软硬平衡的发展战略系统。同时,需要建立长远战略管理的长效机制,包括制度和政策评估。

破解软环境的几大挑战——体制机制方面的全面创新,体现在以下几个方面:

——改变政府主导创新的局面。把创新纳入到从上到下政府控制的创新体系中,包括国家资源的分配、投资导向,导致很多科研机构、科研人员和企业,将精力集中在搞好与政府甚至与相关官员的关系上,以“理解”政府的战略意图,进而在政策、项目、资金、土地、人才等方面获得更多关照,而不是全力寻找创意,专注于发明、创造和创新。

“落月”之后路还长

□ 王晓松

“玉兔”软着陆在“广寒宫”,掌声响起,同时也伴随着一声质疑:“登月有什么用?”。确实,作为一个发展中的大国,我们面临着太多的经济与社会发展问题,尤其是面临跨越“中等收入陷阱”阶段的现实,更是使得这些问题凸显。但是,一味地将这些发展中的问题和发展高科技对立起来也存在逻辑上的矛盾。

首先,高科技发展本身对于解决经济社会发展现实问题有着很大的益处。比如,美国在上世纪60年代提出并推行了阿波罗计划,这个计划每年的投资约相当于当时国家经济总量的2%至2.5%,但是它所带来的经济社会效益也是巨大的,投入产出比达到了1:15,我们今天已经屡见不鲜的互联网、核磁共振、激光通讯、液晶电视和移动电话等,都是这个工程所带来的副产品。美国国家航空航天局(NASA)2012年的《衍生技术转让》也显示,在21世纪头11年,NASA航天技术衍生出来的民用产品,已经挽救了444000个生命,创造了14000个就业机会,直接经济收入50亿美元,节省的成本高达62亿美元。

其次,高科技发展特别是一些科技重大工程的成功会带动对全体国民精神的提振,激发起全体国民为解决现实问题而团结努力的信心。科技重大工程的成功往往是国家实力的一种彰显,这种成果所带来的效果,不单单是使其他国家对一个国家实力给予认可,而且更主要的还是在于能增加本国国民的荣誉感。美国在上世纪60年代比前苏联提前实现登月,无异于给当时的美国人打了一针强心剂,而挫败的前苏联国民也据此在心底里留下了深深的阴影。两个大国的命运恰恰是从那个时候开始,走向了两个迥然不同的方向。中国这次成功地月在月面实现探测器软着陆,成为继美苏之后第三个成功实现这一目标的国家,

同时,必须清醒地看到,中国高端科技成果和美国等发达国家比起来,在向现实产业转化中还存在诸多障碍,高科技对产业的引领作用还不能充分地发挥出来。单就航天产业本身来看,中国的技术成果大多还是集成的结果,而把这些技术向其他产业进行扩散,进而带动相关产业现实的发展还有很长的一段路要走。

另外,中国航天科技产业体制机制虽然和自身相比已经有了很大的进步,但是和发达国家尤其是和现在的市场化要求相比,其差距还是十分明显的。我们可以用举国体制的模式来进军月球,但是能否运用到我们的地球上来,还是一个待破解的难题。

我们可以把落月的成功看作是中国人跻身太空的一次跨越,但是要让中国科技发展真正跨出有影响的一大步,还必须重新回到我们的地球上来,让高高在上的科技接起“地气”。

走向自主创新之路需要系统的解决方案

创新无疑是一个复杂的巨系统。我们可以从多种视角识别创造附加价值的过程和手段,比如创新途径和对象、竞争力来源、创新活动的主体、创新的时空、国家软硬实力的形成、创新管理等,而每种过程和手段都可以形成各具特色的创新系统。

然而,建立创新驱动发展的模式,最关键的系统是本文所强调的以观念的转变、以长远未来研究作为基础,以及正确的战略导向、软保障系统、有利于创新的文化氛围,帮助企业特别是国有企业走出自主创新困境的各种措施等所形成的创新体系。实施系统解决方案的难题是各领域、各部门的协调和跨学科合作,实质是突破各利益集团的有意抵制。

(作者系中国社会科学院技术创新与战略管理研究中心主任)