

消费社会与技术创新主体建设

邓线平

(广东省社会科学院,广东 广州 510610)

摘 要: 随着消费社会的来临,技术创新主体的构成、主体间相互关系、与客体的关系及知识内涵都要相应地发生变化。新的技术创新主体要求构成的民间化,主体关系紧密化,与客体的一体化以及知识的人性化。

关键词: 消费社会;技术创新主体;民间化

中图分类号: N031

文献标识码: A

文章编号: 1003 - 5680(2004)06 - 0067 - 04

当前,消费社会正逐步兴起。伴随着社会整体结构的转型,技术创新的建制、心理都将发生改变,相应地,技术创新主体的构成、主体间相互关系、与客体的关系及知识内涵也将随之改变。传统社会,市场统一化、规范化,产品标准化、专业化,企业大型化、规模化,使得技术创新主体更多在技术创新过程的前端运作,其构成、相互间关系、与客体的关系及知识内涵单纯受企业利润高效益增长需要决定,漠视市场终端——消费者的现实需要。消费社会具有不同于传统社会的市场结构、产品性质及企业形式,其技术创新主体建设与传统社会不同。

一 消费社会的特征

消费社会有两种,一种是波德里亚式的,一种是马克思主义式的。

波德里亚认为,随着工具理性的进一步发展,社会越来越物质化,主体的人越来越受客体决定。这标志着消费社会的来临。如果说在以前的社会,主体还具有决定消费的能力,那么,到消费社会,主体能力则被外界物质彻底消解。在追求财富增长的过程中,人文情怀消失了,感性体验消失了,而被外界统一的物质所框定。波德里亚认为,在新的社会里,人类所享受的物质确实增长了,但人的理性减弱了。人与人的关系冷漠了,人们之间的交往不再是情感的交流,越来越变成一种物质工具的交换和需求的相互满足。文化被商品化了,不再给人带来宁静和反思。相反,媚俗成为新的审美时尚,人类社会充斥了对物质和欲望满足的媚俗。人的灵魂被肉体的需要所占据。^[1]波德里亚的消费社会是对启蒙以来的社会的“现代化”的否定。在波德里亚看来,新的社

会,主体的地位被客体代替,人的理性能力被外在的物质欲望代替。新的社会也有技术创新,但已不是主体的创新,而是客体的互换。显然,本文的消费社会不是指波德里亚的消费社会。

马克思以经济学为依据阐述了消费在社会生活及经济运行中的作用。马克思认为,消费对社会生产起着促进作用。首先,只有被消费后,蕴含在商品中的价值才能体现出来。任何社会生产出的商品都具有价值和使用价值,只有经过社会交换之后,它的价值才体现出来。从而促进下一步的生产。其次,消费能促进社会生产主体——生产者的生产能力的提高,变相提高社会生产力。生产者需要消费,既消费文化产品。也消费吃、穿、住、行方面的产品。在消费文化产品的过程中,提高了智力;在消费物质产品时,提高了体力。智力和体力是生产者提高生产能力的两个必备要素。第三,消费也是个人自我发展,争取更多自由时间的手段。个人自由时间,包括个人受教育的时间、履行社会职能的时间、进行社会交往的时间、自由运用体力和智力的时间。自由时间是分享人类文化成果、发展自由个性的保证,也是衡量未来社会财富的重要尺度。^[2]

马克思的消费社会不是主体被取消的社会,而是主体由生产者转为消费者的社会。新的消费社会具有不同于传统社会的特征。

1. 消费社会以消费促进生产。

传统社会,以生产促进消费,生产对消费具有决定作用。消费者在传统社会只是被动的接受者,企业生产什么,他消费什么。市场单纯地受企业生产决定,企业生产规模大小决定了市场规模的大小,企业生产产品的种类多少决定了市场

【收稿日期】 2004 - 06 - 18

【作者简介】 邓线平(1971 -),男,江西南昌人,科技哲学专业硕士,广东省社会科学院助理研究员。

产品种类的多少。消费社会,消费者的需求逐渐在社会生产——消费链条中占得主要地位。消费需求什么,企业生产什么。消费者需求多少,企业生产多少。社会以生产为主导变为以消费占主导,带来一系列社会结构的转变以及政治、经济、文化的转变,也带来技术创新思维与制度的转变。

2. 传统社会的企业生产产品满足人们的理性需求,消费社会的产品满足消费者个性化情感需求。

情感满足与工具理性的满足是相对的。传统社会里,人们的情感需求被现代化的生产所压制。企业生产决定消费者的需求。消费者的需求顺应企业生产的产品才是合乎理性的,否则是非理性的。消费社会,消费者成为市场的主导,他的需求决定企业的生产。当消费者成为自主的个体,他的个性化的情感需求得以宣泄和释放,被市场所接受。“人们有情感消费的需求,于是,市场就提供了对应的‘情感’消费品以满足这种需求。在这里,‘情感消费品’既包括硬性产品,也包括软性服务。可以说,在当代社会,尤其是西方社会,情感已经在很大程度上商品化了,成为可以消费的产品和服务。”^[3]

3. 传统社会的企业生产是福特式的,消费社会的企业生产是后福特式的。

所谓福特式生产,是指生产规模化、标准化、专业化、单一化。这是适合于以生产为主导的传统社会的。以生产为主导,意味着以企业为主导。企业为了追求利润的增长,从自身出发,必然走向规模化、大型化、标准化、专业化和单一化。福特式是典型的资本主义大工业生产的组织方式,也是工业化时代资本积累的主要形式。但随着传统社会逐渐向消费社会的转变,福特式大规模生产体系很难适应迅速变化的市场需要,它的规模化与日益小型化的市场发生矛盾,标准化的产品与日益多样化的消费者需求发生矛盾。为了克服这些矛盾,一种被称为“灵活积累”的新的控制模式应运而生,它具有如下特点:第一,它从生产针对大众市场的标准化产品转向生产针对“目标消费群体”的小规模、小批量的产品,因而能够灵活地满足市场的需要;第二,它缩短了生产的周期。它采用新的信息技术来联接生产与销售,以适应消费者迅速变化的时尚与趣味,其结果是大大缩短了生产和销售的周期,加速了资本流通;第三,在劳动过程方面,更加重视工人在劳动中的个性和创造性,劳动时间也更为灵活。这种“灵活积累”模式又被称作“后福特主义”。

4. 传统社会的市场规模化、统一化,消费社会的市场小型化、多样化。

市场是联系经营者与消费者的纽带,既是经营者实现效益的地方,也是消费者寻求消费满足的场所。以生产为主导的社会,企业生产什么,消费者消费什么。市场受企业的生产模式影响。而企业的生产模式最终受人的思维方式的影响。传统社会,工具理性的思维方式占主导地位,人、社会及自然的一切都以工具理性为标准。企业生产的理性化既表现为要生产合乎规律的产品,又表现为生产的规模化、统一化。企业生产的规模化、统一化,必然导致市场的规模化和统一化。消费社会里,消费者的需求决定企业的生产,从而

决定市场的模式。消费者的需求,打破了企业生产的规模化和统一化。每个消费者都有不同的需求,导致市场朝小型化、多样化方向发展。

二 社会对技术创新主体的要求

技术创新是指技术创新主体在创新环境条件下通过一定的中介而使创新客体转换形态,实现市场价值的一种实践活动。技术创新既是一个复杂的系统,也是一个有时间跨度的过程。随着社会的形态的改变,它要在经济上取得一定的效益,就必须在管理上、技术实践上和市场协调上都有突破。其中,技术创新主体在整个技术创新中起着协调过程、运用中介、驾驭客体、实现效益的主导作用。

市场经济条件下,技术创新主体必须为技术创新效益实现负责。技术创新与科学发现和技术发明不同。科学发现是科学家从事的科研活动,主要是一种智力活动,是以获得新知识为主要的和直接的目的,通常并不考虑其特别的或具体的应用。相反,如果把科学家从事科学活动的任务归结为通过中介达到实际的目的,那就不可避免地把科学引入死胡同,扼杀科学发展的前景。而技术创新的目的是要生产出满足市场需求的产品,必须考虑生产的效益。技术发明是发明家所从事的发明活动,也是一种创造性思维活动,是以满足一定欲望为目的的已有知识的结合,其活动结果通常表现为新产品、新工艺或其他科技知识应用的设想。发明家的创造性并不一定要求技术和经济的可行性,因而许多新发明的实施都需要相当长的一段时期,或者根本就没有被实施过。这也正是我国在技术发明方面较强却在经济实力方面较弱的的一个深层次原因。创新主体的创造性集中表现在把技术发明提供的导致创新的最初构想,在特定的创新环境中付诸实现,从而把技术发明的潜在的经济价值变成直接现实的经济价值。所以,技术创新主体与科学活动主体、技术发明主体都不同,根本的区别在于前者要为技术产品的效益实现负责。技术创新主体为技术产品的效益负责,还有其它的社会原因,例如技术创新主体的创新动力来源于市场,创新条件好坏依赖创新效益的大小。

技术创新主体必须具备一定的创造能力,而创造能力是由两部分组成的,一是认知能力,一是实践能力。技术创新主体必须具备一定的认知能力,也就是说,要有一定的知识储备。对技术创新中的管理主体来说,必须具备管理知识,否则不能有效地管理创新团队,不能使团队高效地运作。对具体的技术人员来说,必须具备一定的科学认知能力,储备必要的科学知识。科学知识能有效指导技术创新进行。对于技术创新最后一个环节的效益实现主体来说,必须具备市场分析能力,积累一定的市场知识。只有对市场及消费者的消费需求的全面了解和掌握,才能准确把握市场,及时根据市场的变动而作出相应的技术创新调整,以获取更多的效益。在技术创新某个特定的阶段,单一的技术创新主体必须具备一定的专业知识,但从提高技术创新整体效益的角度看,每个单一的技术创新主体又必须具备一定的综合知识,例如,技术创新中的管理主体也必须具备一定的科学知识,

如果他对具体的技术创新过程一点都不了解,也就不能很有针对性地进行团队管理。同时,他还必须掌握市场动态,根据最新市场变动,相应地在组织管理上进行变动。技术创新主体的认知能力不仅包括管理的、科学的及社会协调的,还应该有心理、教育、哲学、艺术等方面的,他的各方面的认知能力越强,就越能更好地进行技术创新。

技术创新是要通过管理、技术发明、市场运作等方面的变革来达到获取经济效益的目的,它不但要求主体有抽象化的知识,同样要求主体有具体化的实践能力。实践概念是马克思哲学中的重要概念,它指主体的对象化的活动。实践能力指主体面对客体的活动能力。从技术创新层面讲,实践能力包括技术创新主体面对管理客体、技术客体及市场客体时的活动能力,即利用已有的知识,通过活动达到既定的目的,并在具体的活动中总结出经验,为下一次活动提供知识保证。例如,技术创新的管理主体,面对的客体是团队,要达到的目的是使团队更好、更协调地工作。所以,他必须具备了解团队运作规律、团队成员的心理变化迹象及通过行动使整个团队更协调、更具活力的实践能力。技术创新的产品需要面向市场,所以技术创新主体还必须具备了解市场、把握市场和引导市场的实践能力。技术创新主体的实践对象主要有两类:一类是人,一类是物质客体。在面对人时,技术创新主体必须具备社会认可的规范行为和面对特殊个体的实践变动能力。社会认可的规范行为指建立在有道德基础上的行为规则,例如礼貌待人、话语规则等。面对特殊个体的实践变动能力是指主体在面对特殊个体时,应具备为达到目的作出相应行为调整的能力。人不是千篇一律的,在思想上和行为上表现出差异,这要求技术创新主体面对不同的客体要作出行为上的调整;在面對物质客体时,技术创新主体必须具备动作的技巧,例如在具体的技术创新过程中,技术人员除需要一定的科学知识之外,还必须具备行为技巧,因为技术能力最终还是实践能力,技术产品最终要被运用到实践中去。^[4]

三 消费社会的技术创新主体建设

随着社会形态的变迁,技术创新主体的组成、知识结构,主体间关系、主体与客体的关系等一系列规定都将发生改变。主体是社会孕育的产物,主体的发展变化必须适应社会的发展变化。古代社会孕育不出现代的技术创新主体,现代的技术创新主体也不适应古代社会的环境。如果把技术创新主体看作一个小系统,则它处于社会大系统之中。社会大系统构成技术创新主体的生存、发展环境。技术创新主体的每一个构成因子都将与社会发生各种各样的联系。一方面,它的每一个因子必须适应社会大系统的需要,另一方面,因子与因子之间的关系必须适应社会大系统的需要。同时,技术创新主体作为一个整体,它还必须作用于环境,即作用于社会大系统。随着社会的每一个微小的波动,技术创新主体的构成因子都将发生变化,因子与因子之间的关系,主体与客体的关系以及主体的知识内涵都将发生变化。随着时代的变迁,技术创新主体建设内容要相应地发生变化。

1. 消费社会的来临,相应要求技术创新主体的民间化,即技术创新主体构成的泛化。

技术创新主体的民间化,是指技术创新主体由特定的、简单的人员构成向不特定的、复杂的人员构成转变,由固定化向泛化转变。传统社会的技术创新人员是由特定的、专业化的人员构成的,例如技术创新的管理主体指企业的经理以及科研机构的管理者。消费社会的来临,将技术创新产品的决定权交给消费者,使得技术创新主体向消费者靠近。特定的、简单的技术创新主体的一个重要特征就是具有区别于普遍大众的专业知识,即具有区别于普遍消费者的特殊的地位。消费社会,技术创新主体要创造出符合消费者需求的产品,就必须接近消费者,了解消费者的现实需求,而不是处于高端以引导消费的姿态出现。而最了解消费者需求的是消费者自己,所以,从系统的构成来看,技术创新主体必须民间化和泛化。只有将一般的消费者纳入到技术创新主体范畴,技术创新的产品才能最彻底地符合市场的需求。当然,要使一般的消费者成为技术创新的主体,需要对一般的消费者进行相应的改造,最起码要使一般的消费者具有技术创新的能力。如果要把这个责任归咎于政府,则政府需要提高每个公民的素质,包括技术创新的素质。现阶段,我国的技术创新主体还主要由企业、科研机构及高校组成。随着消费社会的来临,我国的技术创新主体构成相应地要发生变化。政府需要及时地对技术创新的相关机制作出调整,引导技术创新主体向民间化方面发展,鼓励一般的消费者进行技术创新,为普通民众的技术创新产品提供出路,扩展他们个人的创新空间。

2. 消费社会,技术创新主体的独立运作空间相对较小,不同阶段的技术创新主体越来越走向一体化。

技术创新是一个复杂的过程,相应地,技术创新主体的构成也多样而复杂。不同的技术创新阶段,有不同的技术创新主体。针对单一的技术创新阶段,技术创新主体具有相对的独立性,可以按照技术创新的阶段性运作特点进行主体活动。针对技术创新的整体而言,不同阶段技术创新主体的关系对最终的技术创新成效起着关键性作用。在传统社会,不同阶段的技术创新主体具有较大的独立运作空间。这种独立运作空间是由于传统社会的技术创新侧重于具体的技术发明而衍生出来的。传统社会,技术产品相对不以具体消费者的需求为发展指南,而是以具体的技术运作规律为发展向导。对技术创新主体来说,具体的技术运作规律是客观的、非人性的,不侵犯、涉及主体的私人生活空间。而消费社会,技术创新从侧重于具体的技术发明转变为侧重于满足消费者的个人需要。消费者的个人需要是主观的、人性化的,能够侵入到技术创新主体的私人生活空间,使得不同阶段的技术创新主体的私人生活空间狭小。技术创新主体的一体化,是指不同阶段的技术创新主体要能相互了解,在具体的技术创新运作过程中能相互协调,从而提高技术创新的总体效益。对企业而言,要使技术创新主体走向一体化,必须减少企业层级能耗,增强部门与部门间的协调能力。对中国当前技术创新的现状而言,技术创新主体的一体化要求企业、科

研部门及高校等技术创新主体能打破部门壁垒,相互协调、及时沟通信息,从而在技术创新中达到共赢的局面。

3. 消费社会,技术创新主体必须与客体——消费者建立更紧密关系,才能创造出符合消费者需求的产品。

传统社会,技术创新的客体主要是指具体的技术产品,主体与客体的关系是认识与被认识、操作与被操作、改造与被改造的关系。随着消费社会的到来,作为具有主体能动需求的消费者逐渐成为技术创新的客体,技术创新过程中的主、客体关系也要发生相应的改变。技术创新主体必须时刻了解客体的现实需求,才能创造出满足市场需求的产品。消费者作为具有能动性的人,他的需求随着时空的转变而转变,每个消费者的现实需求都或多或少的不同。这就要求技术创新主体深入到消费者的生活境遇当中,了解消费者多样化的需求,从而生产出多样化的产品。技术创新主体与消费者客体更紧密关系的建立,既可通过技术创新主体民间化来实现,也可通过主体客体化来实现。技术创新主体民间化是将消费者逐渐发展成具有创新能力的主体。主体客体化是通过一定的机制将技术创新主体消融于消费者之中,譬如增加、拓宽主体与客体的联系通道,使主体更具有客体方面的知识等。

4. 作为具有能动需求的技术创新客体——消费者,他的需求是多样化的,发自我内心的需求是符合人性需要的,因此,消费社会的技术创新主体创造出来的产品必须符合人性化需求。

人性化需求是指从人的内心出发,根据人的现实状况的需求。非人性化需求是外部强加于人的需求。非人性化需求有两种,一种是显性的,一种是隐性的。显性的非人性化需求是指人能意识到需求的被强加性。在外力压迫下,面对

被强加的需求,人会感到不舒适,例如因为外部压力,我们需要装备先进技术,而在先进的技术面前,人被异化了。隐性的非人性化需求,是指人意识不到需求的被强加性。马尔库塞认为,工业化下的大众文化为人们提供了一种虚假需求。虚假需求是外部强加的,但人们不能意识到它的强加性。虚假需求是非人性化的,导致整个社会的非人性化发展。^[5]显然,在马尔库塞看来,工业社会人的需求是虚假需求,工业社会生产的产品是非人性化的,工业社会的技术创新主体没有按照人性化需求来创造新的技术。消费社会,消费者从被压迫的状态下解脱出来,他的需求日益变得多样而真实,是人性化的。要满足消费者人性化的需求,技术创新主体必须了解消费者真实需求,必须学习人性化的知识,掌握人性化的规律。要创造出人性化的技术产品,技术创新主体还必须从传统的创新逻辑中解放出来,传统的创新逻辑创造出的产品是非人性化的。

【参 考 文 献】

- [1][法]让·波德里亚. 消费社会[M]. 刘成富,全志纲译. 南京:南京大学出版社,2001. 141.
- [2]于光远,马惠娣. 关于消费在社会生产、经济运行中的地位和作用的对话[J]. 自然辩证法研究,2002(9).
- [3]王宁. 情感消费与情感产业——消费社会学研究系列之一[J]. 中山大学学报,2000(6).
- [4] Maidique, M. A. "Entrepreneurs, Champions, and Technological Innovation" [J]. Sloan Management Review, Winter 1980.
- [5][美]赫伯特·马尔库塞. 审美之维[M]. 李小兵译. 桂林:广西师范大学出版社,2001. 7~10.

(责任编辑 殷杰)

· 书 讯 ·

马雷博士的著作《进步、合理性与真理》,由人民出版社 2003 年 12 月出版。

该书由引言和四章组成。引言:逻辑与历史——合理性理论的内在发展。第一章,劳丹的解题模式:1. 劳丹的研究路线和基本策略,2. 科学通过解决问题而进步,3. 理论是科学进步的评价工具,4. 解题模式与科学认识的诸问题,5. 描述——规范难题及其解答,6. 解题模式与知识社会学。第二章,劳丹的网状模型:1. 传统价值观的缺陷,2. 三合一的辩护网络,3. 对实在论的网状批判。第三章,合理性理论的危机:1. “经验问题”的问题,2. “概念问题”的问题,3. 解题能代替真理吗,4. 工具合理性的失败,5. 直觉主义元方法的困境,6. 网状模型:进步抑或退却,7. 强纲领是科学的吗。第四章,合理性究竟是什么:1. 凡协调的就是合理的,2. 协调合理性模式:案例研究,3. 关于进步诸问题,4. 真理观刍议,5. 结论。该书较系统全面论述分析了西方著名科学哲学家劳丹的科学哲学思想。