

现代管理科学中的直觉主义*

黄菊^{1,2}

(1. 重庆工商大学机械与包装工程学院, 重庆 400067; 2. 四川大学工商管理学院, 成都 610021)

[摘要] 随着信息技术发展迅猛, 管理科学移植了许多自然科学的基础理论和研究方法, 取得极大进步。然而, 在管理实践工作中却经常受到自然科学理论和方法的局限。探索这种局限性的根源, 指出直觉以及直觉主义在管理中的哲学意义; 提出在管理科学中把握直觉的本质, 将直觉主义引入管理科学, 从而有效地选择战略和决策。

[关键词] 直觉; 直觉主义; 管理科学

[中图分类号] C93 [文献标识码] A [文章编号] 1672-0598(2007)03-0095-04

一、引言

21世纪经济价值和财富的创造依附于金融资本、信息、智能, 经济社会呈现出知识化、虚拟化、模块化、网络化等特征。随着信息技术迅速发展, 管理科学移植了数学、信息论、系统论、控制论、统计学和其他自然科学的理论和方法, 促进了管理科学主流研究领域的发展, 例如: 管理系统工程、运筹与管理、预测理论与技术、评价理论与技术、对策理论与技术、知识管理。^[1] 这些理论和方法从各个方面为管理科学提供了理论研究和实践工作的思路 and 工具, 形成目前管理科学的研究热点和发展趋势。

然而, 我们在管理实践工作中却经常察觉到, 通过推理、逻辑、数学, 依靠精确计算, 周密计划来解决实际问题, 并不如我们期望的那样得心应手。亨利·明茨伯格指出, 规划工作不能产生什么效益。他说明了若干理由, 以“重大谬论”总结: 不论花多少工夫, 都无法使制式程序(formal procedures)有效预测不连续性, 使那些和实际作业疏离的经理人变得信息灵通, 创造出新颖战略。最终证实, 战略规划一词只不过是一种矛盾修辞法, 绝大多数企业决策其实来自于“本能直觉”^[2]。大多数公司试图以分析、制度, 或某种井然有序的决策流程来取代本能直觉, 但都无济于事, 直觉仍然是最

主要的支配力。^[3] 也就是说, 纯粹的推理和逻辑关系不是解决实际问题的唯一工具, 甚至不一定是最优途径。

20世纪初期, 一些学者认为科学对直觉的依赖, 超过对逻辑的依赖, 其中有著名物理学家和数学家亨利·庞加莱, 哲学家亨利·伯格森等等。他们认为, 直觉不同于理性思维, 是人们无法解释的东西。在此之后的科学研究中, 一些学派的学者们将直觉视为一种推理, 而不是和推理矛盾对立的非理性力量。这些研究成果为管理科学提供了可借鉴思路。

二、直觉主义的概念

柏格森将直觉作为一种认识方法, 既通过把握丰富的经验材料来直接把握事物本质的创造性思维。柏格森认为“直觉”的根本意义在于, 认识动态的实在只有依靠“直觉”。“直觉”能使人们自身置于对象内部, 以便与其中无法表述的、独特的真实性相互融合。

直觉主义强调直觉认识的可靠性, 坚持直觉优于理性的观点。叔本华、伯格森, 新黑格尔主义代表布拉德雷、克朗纳、克罗齐, 现象学大师胡塞尔等都是直觉主义的主要代表。叔本华认为, 人的直觉

* [收稿日期] 2007-02-27

[作者简介] 黄菊(1975-), 女, 重庆市人, 讲师, 博士研究生, 从事企业管理研究。

能够克服理性的弱点;通过自我反省,致力于对对象直观并消融其中,全部摆脱个性局限,作为纯粹无意识的主体沉浸于冥想,直接领悟神秘意志。在新黑格尔主义中,克罗齐给了直觉以独特的地位,从“精神哲学”理论体系出发,把知识划分为直觉知识和逻辑知识两类,直觉认识是逻辑认识的基础,而逻辑认识高于直觉认识。胡塞尔也强调直觉在认识中的地位,提出现象学的“本质直观”与理性的逻辑思维相对立;要求取事物绝对的本质就必须依赖“本质的直观”。它是一种自我意识活动,是对现象作本质的洞察。直觉主义理论批判了传统理性主义的片面性,看到了人类认识活动中主体的非理性因素的作用,强调了对事物作整体的研究,把握事物内在本质的的重要性,开拓了一个新的领域,丰富了认识的内容,在认识史上具有重要作用。

直觉主义在学界产生着广泛影响。数学基础研究中,直觉主义者在发展直觉主义数学的过程中建立起“直觉主义逻辑”。该理论认为:“直觉主义逻辑”与传统逻辑很不相同,认为数的认识不依赖于逻辑和经验,它的唯一来源是数学思维中所固有的一种带构造性的直觉,因而否认排中律的普遍有效性,否认非构造的存在性证明。三十年代,从歌德尔讨论了数学的一致性开始,数学界开始了对确定性的全面质疑。荷兰数学家布劳威尔把数学看做是心智的自由创造。它是以自明的原始概念,既“原初直觉”来构造数学对象。数学概念嵌入人们的头脑先于语言、逻辑和经验。决定概念正确性和可接受性的是直觉,而不是经验和逻辑;形式逻辑这样构建起来的体系,仅仅可以作为描述规律性的手段而存在,根本不能作为数学的基础。他在维也纳的演讲中说:纯数学没有确定性的语言。^[4]随后,维特根斯坦重新研究了这些论述,并用若干数学的或其他的例子加以证明,以建立自己有关“不确定性”的观点。对维特根斯坦来说,结构上的普遍性、推理和法则,不能决定任何行动。在能够为人类的行动提供内在辩护的意义上,人类不能先验地知道我的意志。^[5]事实上,维特根斯坦试图建立了自己关于布劳威尔关于意志转达不确定性的观点。这些研究为说明数学等科学的研究方法的局限性奠定了基础。

对数学存在性问题的研究不仅影响到数学本身,还波及最为生机蓬勃的自然科学。因为,最先进的自然科学理论全都是数学化的;而随着数学直觉主义的确立,被认为是精密科学方法的公式化:

演绎法,也有缺陷。科技发展史也表明,人类的许多重大成果的取得,离不开直觉和灵感思维。对于这一点爱因斯坦多次指出:“我相信直觉和灵感。”“物理学家的最高使命是要得到那些普遍的规律……要通向这些规律,并没有逻辑的通路只有通过那种对经验共鸣的理解为依据的直觉,才能得到这些定律。”^[6]在谈及数学工具的时候,爱因斯坦认为:只要数学的命题是涉及实在的,他们就是不可靠的;只要它们可靠,他们就不涉及实在。

管理科学是研究管理过程中的带有普遍性的客观规律的科学。^[7]从某种角度上看,管理科学是一门比数学接近实在的科学。因此,我们可以看到,大量的管理学家关注直觉在管理科学中的体现和对直觉的把握。20世纪初期奥地利著名经济和管理学家熊彼特指出,“个人的直觉与力量”——即瞬间洞察与解析,是企业成功的钥匙。^[8]日本管理学家大前研一和清水龙莹将瞬间洞察和解析认为是“第六感”,是日本企业在第二次世界大战后的数十年时间取得显著成功的重要因素。清水龙莹提到他再1974年进行的一项研究结果,那些在战略决策过程中着重总裁第六感的企业,多半比那些着重可观信息的企业表现得更好……他们通过经验发展出高度灵敏得直觉辨识能力。^[9]詹姆斯·柯林斯和杰瑞·波拉斯说明了美国企业如何在直觉的引领下改变战略,走向成功。^[10]艾尔弗雷德·钱德勒研究了四家成功企业,说明管理学家的直觉在改变组织结构中所起到的巨大作用^[11]。因此,在管理科学中,我们应该给予直觉研究以高度的重视。

三、直觉主义的表现形式和特性

1、直觉主义在管理领域的表现形式

著名的管理学家阿玛尔·毕海德曾经对成功企业的成功经验做了详细研究。他对连续5年快速增长的100家企业的战略进行调研表明,大多数(70%)企业家是在先前工作中看到某个构想,也有不少企业家(20%)是“以外侥幸地发现他们的构想”,只有非常少的企业家(4%)“依循某个有系统的方法来识别与评估机会”。同时,41%的企业家完全没有事业计划,26%的有初步计划,5%的向投资者提供财务规划。^[12]毕海德认为,缺乏计划,加上高度的不确定性,使得管理者“顺应意料之外的问题与机会而调整适应”,这种调整适应过程在相当程度上依赖管理者的直觉。在此,毕海德确认了管理领域的高度不确定性,并看到了企业家们处理

问题采用的有效手段是“顺应意外,调整适应”,而不是周密的计划。

毕海德认为,麦当劳和苹果电脑的成功传神地说明了在企业战略中成功运用了直觉。这些成功的管理者不是单纯复制前人的成果,而是“增量式”推进了这些成果,进行创新。詹姆斯·柯林斯和杰瑞·波拉斯就曾经赞赏万豪集团创建人马里奥特,“跳过研究与规划阶段,采用增量转变公司战略的模式,迅速、强力的行动抓住突然降临的好运。”^[10]这些都是直觉主义应用于管理领域的体现——依靠直觉思维,进行战略决策。

在管理学研究过程中,我们看到许多实践的例子说明直觉在管理过程中常常起到决定性的作用。而越来越多,越来越复杂的功能模型、决策模型和预测模型却没能为我们提供有效解决实际问题的科学工具。直觉仍然是最主要的驱动力,程序和模型无法还原管理环境和管理对象的复杂性,也不能代替决策者的复杂性思维活动和战略决策选择。

首先,管理领域面对的是一个复杂系统,系统的复杂性主要来源于以下三个方面:信息不对称,不确定性和不稳定性。第一,信息不对称,既“不完全信息”。2001年诺贝尔经济学奖得主约瑟夫·斯蒂格利茨、乔治·阿克罗夫和麦克·斯宾塞认为,在经济学领域,较过去的重要突破,大概是在信息经济学中的“不完全信息”,此突破也为未来的经济学研究工作开启了广阔的领域。^[13]现在大家都认识到信息的不对称性、获取信息可能花费可观的成本,而且信息不对称性的程度取决于厂商与个人的行动。第二,不确定性。直觉与顿悟也是冯·诺伊曼所提出的控制理论中的一条基本原理。高精准性与高复杂性是不能兼容的表现形式。在现代管理科学领域,引入了大量的自然科学分析和解决问题的方法,如数学、信息论、系统论、控制论、统计学等。复杂系统的研究已经成为专家研究的热点。面对管理科学领域中高精准性与高复杂性同时存在的情况,专家学者们逐渐确认二者不可兼容。冯·诺伊曼致力于不确定性的研究,并提出博弈论,为管理科学作出杰出的贡献。^[14]第三,不稳定性。德里达看到这样一个事实:所处理的结构不断地产生这个结构的新元素。这些元素的产生,将有可能改变原有结构各元素的意义,因此不能保证具有期望的稳定性、不变性和一贯性。这三个因素使科学逻辑方法难以进行成功的分析和预测,大量的噪声和干涉导致这些抽象的理想模型极大失真,模拟结

果失效。

其次,管理者的复杂性思维也是无法模拟的。图灵曾经认为,人类的任务是把人类的智能在人的身上发生的时候发现它的本质,并试图在机器上把它拷贝下来。^[15]这几乎就是目前大量模型出现的原始思想理论。而哥德尔批评图灵:“他完全不考虑这样一个事实:心灵,就它的使用来说,不是静止的,而是不断的发展。”^[16]事实上,哥德尔否定了图灵人工智能取代人类智力的理论。在以后的研究中,尽管人工智能得到长足发展和广泛的应用,但我们至今没有看到能够取代人类思考的人工智能。

2、直觉在管理领域的特性

管理学的研究环境和研究对象的复杂性,以及人类思维的复杂性,决定了科学逻辑的方法无法给我们提供放之四海而皆准的规律和法则,指导人类进行科学的管理活动。当然,面对这样的境况,我们不能束手无策,幻想直觉经验从天而降,而需要正确看待直觉,并试图尽可能把握它,使之产生良性的结果。

管理活动与人类的直觉息息相关,并受到决定性的影响。在管理领域,直觉相对于逻辑思维具有若干独特的性质。以下是我认为具有研究价值的特性:第一,经验性。马里奥·邦格提出,科学的直觉并非来自未知的、陌生的启发,而是来自“过去的经验”与“储存的信息”。管理者的战略和决策的选择往往借鉴前人的经验,从中受到启示;科学的直觉来自经验的累积,科学的管理决策往往来源于对过去管理经验的感知和启发。第二,综合性。来自经验的启发,融会综合了现实环境信息,以及多方信息,促成直觉的产生。因此,直觉是多种信息的混合、交融。第三,创造性。无论是经验借鉴,还是信息综合,都不是信息之间简单的移植和叠加,而是修改性,增量式产生了新的内容。直觉产生的过程是多种信息以崭新的方式进行的重构和再造的过程。第四,非理性。直觉的内容未必符合传统的理性思考,某些情况下,排中性和非构造的存在性证明是失效的;其思维过程也不受逻辑推理的局限。我们不能用传统理性思维方法来衡量直觉的有效性。第五,模糊性。直觉的产生往往是突发的,具有瞬时性。直觉产生的时候未必清晰和明确,需要在实践中进一步加以确认,并整理。理清直觉在管理领域的表现形式和特性,将有助于我们在理论研究和实践工作中发展直觉主义,准确把握事物本质,恰当地安排管理战略,抓住直觉,科学决策。

四、结论

在管理科学飞速发展的今天,研究者将大量的注意力集中在开发数学模型、系统模型、统计模型上,寄希望于数学、逻辑的手段解决管理实际问题。然而,我们应该更多的认识到,自然科学领域与人类社会领域的差别,意识到信息不对称、系统不稳定性 and 不确定性的普遍存在,以及人类思维复杂性的不可替代,明确认识到直觉在管理领域的决定性作用。

一方面,为了寻求有效的管理工具,我们需要借鉴其他一切自然科学领域的有效成果,但是,我们不应该舍本逐末地在其中钻牛角尖,使公式越来越复杂,参数越来越多,模型越来越深奥,把管理领域的所有问题处理成数学模型,用逻辑推理演绎的方法来解决它们。另一方面,我们要重视直觉在管理领域的重要作用。在管理科学研究和实践中,摸索直觉的特性,加以合理利用,使其成为一种强健的科学力量。

直觉主义是自然科学与社会科学的交叉学科,直觉主义的思维方式将带给管理学者崭新的认识视角和研究模式,提供了解决管理实际问题的新的可能性,避免了研究者在众多的科学方法混战中陷入迷宫和死胡同。目前,许多管理学界的学者已经开始用崭新的思维模式观察和研究该领域中的各种问题。比如哈佛大学教授杰拉尔·扎特曼在专著《顾客是如何思考的》(How Customers Think)一书中,通过“心—脑—身体—社会”的互动关系来研究消费者的潜意识和消费心理之间的关系,开发了扎特曼隐喻诱导法,采用印象和隐喻来调查消费者潜意识,并取得多项成功。^[17]那么,如何才能管理

领域更加有效地发展直觉主义管理模式,使新的思维方式为管理科学注入发展的动力呢?我们寄希望于管理者和研究者们未来更加艰辛的科研工作。

[参考文献]

- [1]李群霞,张群.国内外管理科学与工程研究热点及发展趋势比较分析[M].中国科技论坛,2006.1(6).
- [2]Henry Mintzberg. The strategy process(4th Edition). Prentice Hall, 2002. 8.
- [3]William Duggan. The Art of What Works[M]. 中国财政经济出版社, 47.
- [4]Brown. Mathematics, Science and Language, 48.
- [5]弗拉第米尔·塔希奇.后现代思想的数学根源.复旦大学出版社,199-200.
- [6]成思危.中国管理科学的学科结构与发展重点选择[J].管理科学学报,2000.3(1):1-6.
- [7]熊彼特.经济史中的创造性反应[J].经济史杂志,1947(11).
- [8]清水龙莹.日本的企业成长[M].文经社出版,1985.
- [9]詹姆斯·柯林斯,杰瑞·波拉斯.基业常青[M].中信出版社,2002.5.
- [10]艾尔弗雷德·钱德勒.战略与结构[M].云南人民出版社,2002.10.
- [11]阿玛尔·毕海德.新企业的起源与演进[M].中国人民大学出版社,2004.5.
- [12]约瑟夫·E·斯蒂格利茨.经济学[J].中国人民大学出版社,2005.
- [13]摩根斯坦,冯·诺伊曼.对策论与经济行为[J].1999.
- [14]Alan Turing, "Intelligent Machinery". Machine Intelligence, 1948(5), 3-23, 21.
- [15]Hao Wang. From Mathematics to Philosophy. Humanities, 1974, 325.
- [16]Gerald Zaltman. How Customers Think. Harvard Business School Press, 2005. 1.

(责任编辑:杨 睿)

Intuitionism in modern management science

HUANG Ju^{1,2}

- (1. School of Mechanical and Packaging Engineering, Chongqing Technology and Business University, Chongqing 400067, China;
2. College of Business Administration, Sichuan University, Chengdu 610021, China)

Abstract: With the rapid development of the information technology, some concepts and methods of the management science are transplanted from many academic studies and research techniques of natural science and have made remarkable progress, however, management science is usually restricted by the theories and methods of natural sciences. The strategy and decision can be effectively chosen if intuitionism is brought into management science and if the restriction source is explored and if philosophic significance of intuition and intuitionism in management science is pointed out and if the essence of intuition is mastered in management science.

Keywords: intuition; intuitionism; management science