

■ 学人素描

曼昆——在现代与传统之间漫步自如



○ 倪小林

时代的骄子

把通俗和繁琐、普通和艰深、现代与传统结合得如此完美,当属美国哈佛大学经济学教授格里高利·曼昆。他无愧于自己生长的时代,浸润于商业运作以及大众通俗文化泛滥的今天,如果只是坚守在陈旧的故纸堆里,也能够成材但是肯定不是现在的曼昆。

有资料记载,曼昆曾创下两个骄人的纪录:一是一本教材还没有脱手,出版商就出价140万美元买下版权,经济学著作卖价创下了吉尼斯世界纪录;二是这本教科书一出版便很快风行美国,出版仅3个月就被300多所大学采用作为教材,其英文版发行量在1998年出版当年就高达20万册,成为世界上首版最成功的经济学教材,其畅销速度与畅销数量又创下了吉尼斯世界纪录。当时,美国一家出版商精心策划,一定要寻找一本能够普及畅销的经济学教材,曼昆撰写的《经济学原理》一书一举中标。如今,该书的第四版在中国也已经问世。

畅销书文化对于美国社会的冲击显而易见,上世纪70至80年代畅销书流行欧美文化市场。何谓畅销书,按照畅销书研究者定义:写作首先是一种商业性写作,经济效益是畅销书写作的本质诉求。我们可以断定,当出版商将教材运作完全商业化之后,发作者有之接包者也必然有之,从曼昆中标经济学理论教材事件本身,可透视商业文化在很大程度上已经渗透到了美国的各个角落,并且也蔓延至被治学之士“垄断”的象牙塔。

教材成为畅销书在美国并非只有曼昆独创,《全球通史》作者斯塔夫里阿诺斯其实采取的方法也是一样,将历史教科书送进了畅销书行列,走

科学的本质是科学方法——冷静地建立并检验有关世界如何运行的各种理论,这种方法适用于研究一国经济,就像适用于研究地心引力或生物进化一样。

——曼昆

出校园进入社会各个层面。在全球贸易一体化的背景下,美国利用畅销书渠道来传播严肃书刊,更是美式文化传播的一种独特方式。

曼昆因此而名声大振,在29岁时就成为哈佛大学最年轻的终身教授。这一点,关于“流行”是短暂的定语,似乎就值得现代人去深思了。用传统文化嫁接上现代文化,有时候产生怪胎,但是曼昆的魔力就在于使二者相得益彰。

但是,我们也必须注意到,以萨缪尔森的《经济学》为例,自1948年问世以来,该书先后被翻译成40多种文字,曾风靡全世界。萨缪尔森不仅创立了自己的经济理论,而且还会不断创新和不断修正自己的观点,如每三年会根据经济学理论发展情况将新的观点和内容增加到教科书中。这一点在曼昆不断刷新自己的著作再版纪录时也表现得尤为突出,每一次新版都会有新的时代感。美国开放的学术环境为这些经济学巨子挥洒创造力提供了机会和舞台。

用平凡人的视觉看世界

说到曼昆,不少学界人士都耳闻过一个传说。说曼昆在编写《经济学原理》的时候,很反感采用传统的编写教材的套路,他写完一部分总要念给自己母亲听,只要母亲能听懂他才罢手。求其经济学著作通俗化大众化,可见曼昆的用心何其良苦。曼昆曾经说过:“我尽力地把自己放在经济学初学者的位置上,我的目标就是强调学生应该而且也会发现学习经济学的兴趣所在。”用中国文化来解释曼昆的著书现象,也就是我们常说的用讲故事来说道理,当然仅仅是说道理也罢,还需要用讲故事的办法讲经济学原理,这不能不说是曼昆的独特之处了。

从曼昆所总结的十大经济学原理中,就可以看出他著书通俗化的特点。曼昆认为,人们面临权衡取舍;某种东西的成本是为了得到它而放弃的东西;理性人考虑边际量;人们会对激励作出反应;贸易能使每个人状况更好;市场通常是组织经济活动的一种好方法;政府有时可以改善市场结果;当政府发行过多货币时物价上涨;一国的生活水平取决于它生产物

品与劳务的能力;社会面临通货膨胀与失业之间的短期权衡取舍。这十大原理的表述直截了当,评价曼昆的学者认为,他的著作读来令人耳目一新,就是因为在他的著书中常常是采用大白话的表述方法。不过,直截了当并不意味着浅薄,在曼昆的研究中,贯穿了当代多学科的思维方法,他总结的十大原理就明显采用了行为学的思维方式。曼昆的博学多才被人称为“神童”,用他的话来说,他从小开始,就对各种学科的知识兴趣盎然,所以,在后面的研究中,他才能自如地运用哲学、生物学、人类学及物理学等学科知识来描述经济现状。

由此可以看出,他在著书之时早已跨出了经济学教材的思考范畴,这一点用他的自述最恰当。作为21世纪的学生为什么要从事经济学的学习?他自问自答道:“原因一是有助你了解所生活在其中的世界,原因二是使你更精明地参与经济,使你更好地理解经济政策的潜力与局限性。”这也是当代经济学如此普及的根本原因。

学者步入政坛命运更多波澜

9月11日的《华尔街日报》上有这样一篇文章——《时尚有版权吗?》。在这篇文章中,曼昆对于“美国最卓越的设计师们正推动联邦政府立法,为服装、鞋子乃至腰带和眼镜框架的设计提供三年的版权保护期”的问题阐述了自己不尽相同的看法。这就是曼昆的风格,对于经济生活中的时髦事件决不放弃评论的机会,这也是他成为高产撰稿人的原因。他长期为时代周刊、华尔街日报、纽约时报撰稿,以保持自己持续研究经济现象的敏锐感觉。曼昆的经济学理论被经济学界称为后凯恩斯主义,他创造了菜单成本理论。

曾经留学哈佛的李稻葵先生评价曼昆对凯恩斯主义传统做出了重大贡献。在麻省理工学院时的博士论文里,曼昆提出了一个“菜单成本”理论。这一理论认为,当经济情况出现小的波动,单个厂商往往不会马上变动价格,因为重新定价是有成本的(例如重印菜单的费用)。问题在于,如果每个厂商都不变更价格,那么整体价格水平就会大大偏离合理价格水

平,导致总体供需失衡。这就为凯恩斯主义提供了一个理性的微观基础。

少年得志的曼昆很自信,也很率真。不过,在他走进白宫以后,这一性格常常成为引发他人攻击的导火索。从2003年至2005年,曼昆离开了大学讲台,走进了白宫,成为美国总统经济顾问委员会主席,开始了他为期两年的政坛生活。

有资料记载,曼昆在充当白宫经济顾问主席的日子里,学者的风格没有收敛。因此,尽管时间不长,却受到了各方关注。社会舆论对于学者的敏感和政坛人物的敏感完全不同,总统身边人的言行往往被戴上政策预期的帽子,不管你是否在预测今后的政策变化。

曼昆似乎没有因此变得格外谨慎,一次他作为布什经济班子的成员对外界公开说,鼓励美国公司将业务外包给海外。他认为,作为贸易全球化的这一举动能够降低生产成本,提高公司利润,但同时也会导致国内失业率的攀升。当时有数字统计,在布什执政期间,近280万人失去了工作。逐渐临近的大选里,失业问题无疑是人们关注的焦点之一。

果然,曼昆的言论立即成了民主

党人攻击布什的口实。他们认为,这足以证明布什没有给失业人口足够的关心。只是总统和高参们还算领情,白宫发言人麦克莱伦和格林斯潘都站出来为他辩护,说曼昆是一位一流的经济学家,他将一直带领白宫的经济顾问委员会帮助总统振兴经济。

尽管如此,曼昆总结自己在白宫生活时还是表示:当经济学家试图为解释去解释世界时,他们都是科学家;当经济学家试图去帮助改变世界时,他是一个政策顾问。以至他得出结论经济学家在政策制定过程中起着重要作用,但他们的建议仅仅是一个复杂过程中的一种要素。

我国学者梁小民也曾经撰文:以经济学家不能治国为题,对于曼昆步入政坛给予了客观的评价。“经济理论研究是学术层面的事,不会一言一语或一言丧邦,说什么都无所谓。但制定经济政策绝非儿戏,一项失败的政策也许会给经济带来灾难性影响。”可见,美国白宫经济学家不断更替,也是有其道理的,治学与治国毕竟是两股道,两种力。

不过,对于曼昆来说,从白宫出来,再进象牙塔,他看问题的视角毕竟更加开阔了,当然也更老练了。

■ 本期人物话语



中国不急于开放所有资本项目

周小川(中国人民银行行长)10月18日在十七大新闻中心接受媒体采访时说,中国主张未来实现人民币自由兑换,将来还是要推动资本项目可兑换,但是没有制定时间表。虽然没有时间表,但是方向是明确的。中国不急于把所有的项目都开放,如果对国民经济有好处,有条件,就开放一部分,现在没有考虑要把所有项目都开放。

■ 多声道

中国反对以产品质量为由实行贸易保护

李长江(中国质检总局局长)10月17日在接受中外媒体采访时表示,中国坚决反对有些国家以质量问题为借口实行贸易保护主义,这样不仅会对中国有影响,对这些国家本身也是不利的。目前,没有一个国家出口到中国的产品质量百分之百合格,中国也时时遇到不合格产品问题。遇到这种情况,中国总是通过贸易的手段来解决,或向有关国家通报,严重情况则实行退回或销毁措施。中国出口的个别产品以及一些非法出口的产品的确存在质量问题。正是这些产品对中国的企业信誉造成了一定的影响,对此中国政府的态度十分明确,对生产不合格产品的企业加大监管力度,对非法出口产品的企业严厉打击。

住房市场进一步收缩可能严重拖累美国经济

伯南克(美联储主席)10月15日在纽约经济俱乐部发表讲话时发出警告,住房市场进一步收缩可能严重拖累今年第四季度和明年年初的美国经济增长。同时,自8月中旬发生剧烈动荡以来,金融市场状况已有改善,但完全恢复正常运转可能还需要时间,其间甚至可能出现反复。目前断定住房市场疲软和信贷紧缩对个人消费和企业投资的影响程度还为时过早。美联储将密切跟踪消费和投资指标,以更新其对近期经济前景的看法。

电信重组方案正在进行过程中

姜德敏(信息产业部副部长)10月18日参加十七大会议被记者问及近期是否会出台重组方案时透露,电信重组方案正在进行过程中。现在各种方案都在汇总,各有各的意见。赞成重组电信公司,但对于如何重组,需要提出详细方案。确实,中国信息产业得益于改革开放。而目前我国的电信行业具有一定垄断性,需要通过竞争进行发展。但是,重组的关键是“如何保持高速发展,又给百姓带来好处,需要进行研究”。另外,与重组相关的另一个关键词是“3G发牌”。目前,3种3G技术标准都是成熟的,但目前尚未有很好的运营模式,在管理层面上也存在很多不适应的地方,对3G业务并没有明确发放牌照的时间。

中国污染减排形势依然严峻

张力军(国家环保总局副局长)近日在出席全国节能环保发电调度试点工作领导小组会议时指出,今年上半年,污染减排虽然取得了新的进展,但形势依然严峻。目前,在以燃煤电厂脱硫为主的工程减排措施进展良好,以关闭小火电机组为主的结构性减排稳步推进的情况下,应加快实施节能环保发电调度制度,继续淘汰落后产能,向管理要减排效益,促进电力行业可持续发展。同时,要加快实施节能环保发电调度制度,推动电力工业结构调整与技术升级,促进减排目标的实现。

■ 经济学术思潮追踪

行为经济学另辟新路 会否引来经济学革命

○ 梁怡

在现代经济学各流派中,全面、系统在心理学基础上研究经济学问题的先锋,非行为经济学莫属。

行为经济学又可称为“心理学的经济学”或“心理学和经济学”,简言之,就是在心理学的基础上研究经济行为和现象的经济学分支学科。但是,在西方主流经济学中,行为经济学并不是新学,只不过它自上世纪50年代至90年代沉寂了几十年,直到2000年至2005年期间,由于至少有三位被视为行为经济学家的学者因出色的研究获诺贝尔经济学奖,才被经济学界广泛关注。

中国人民大学周业安教授曾如此总结当代行为经济学的核心观点:不能完全以抽象的行为作为假设基础,而应在现实的心理特征基础上研究经济行为;当事人的心理特征是有合理性的,他依靠心智账户、启发式代表性程序来决策,而且更关心相对损益;当事人在决策时的偏好不是外生给定的,而是内生于当事人的决策过程中,不仅可能出现偏好逆转,而且会出现时间不一致等。

追根溯源,行为经济学的思想源头最早可追溯到二百多年前的《道德情操论》。在这本久被冷落直到上世纪中期才重新发现其重大理论价值的《道德情操论》中,亚当·斯密展现了与现代心理学家、神经科学家以及现代意义上的行为经济学家极为相似的心理观察角度。斯密提出,人的行为是“各种激情”和“公正旁观者”之间的相互斗争决定的。即,他认为人类行为既直接受制于各种激情,人们也能够从“旁观者”的视角审视自己的行为,进而修正由激情驱动的行为。斯密在这里所讲的激情即为饥饿和性欲等基本需求、恐惧和愤怒等基本情感、以及痛苦等各种有目的的情感之类的心理特征。

亚当·斯密以降,经济学一直是研究经济行为的科学,但从19世纪末20世纪初开始,在杰文斯、帕雷托等经济学家的努力下,经济学分析中的心理因素逐渐从行为分析中分离出来,特别是波普尔的证伪主义和弗里德曼提出的实证主义方法论被经济学广泛接受后,行为研究所依赖的心理基础已经完全消失。20世纪初形成的新古典主流经济学被科斯称之为“黑板经济学”,行为经济学家就是在反思和革新“黑板经济学”的过程中开辟了一条新路。

20世纪40年代,针对新古典经济学理论的不现实之处:假定目前状况与未来变化具有必然的一致性;假定全部可供选择的“备选方案”和“策略”的可能结果都是已知,赫伯特·西蒙提出了“有限理性”的假设和满意准则,从而纠正了传统的理性选择理论的偏颇,拉近了理性选择的预设条件与现实生活的距离。西蒙的观点被认为是行为经济学的渊源之一。

随后,许多经济学家开始和心理学家联手研究经济行为的发生机制,并试图建立经济行为的心理基础。

20世纪70年代至80年代,普林斯顿大学教授、心理学家卡尼曼(Kahneman)和特维斯基(Tversky),通过吸收实验心理学和认知心理学等领域的最新进展,以效用函数的构造为核心,把心理学和经济学有机结合起来,从而标志着真正意义上的“行为经济学”流派形成。自从卡尼曼获得2002年度诺贝尔经济学奖之后,行为经济学开始进入大众视野。

在一系列论文中,卡尼曼和特维斯基两人系统阐述了人类在不确定条件下的决策,表明人的行为会系统性地偏离经济学的基本假设,这彻底改变了西方主流经济学(特别是新古典经济学)中的个体选择模型,并激发了其他行为经济学家把相关研究领域拓展到经济学的各主要分支。

从20世纪90年代开始,新一代行为经济学家突破了卡尼曼和特维斯基时代行为经济学仅对西方主流经济学进行批判式研究的局限,开始了两方面的探索性研究:一方面,以加州大学伯克利分校经济学教授、2000年诺贝尔奖得主马修·拉宾(Matthew Rabin)等人为代表,寻求行为经济学与主流经济学的融合,力求简化行为经济学的分析模型,使之更符合主流经济学的传播方式;另一方面,以哈佛大学经济系教授、1999年诺贝尔奖获得者安德瑞·史莱佛为代表,从主流经济学的角度同化行为经济学。

行为经济学批评新古典经济学脱离实际、忽视当事人现实的决策模式,虽然还没有发展成对古典经济学的替代范式,但由于否定了新古典经济学的个人行为假定,也就动摇了其理论逻辑,从而也动摇了西方主流经济学的根基。这或许暗示,经济学的再一次革命在不久的将来会到来。

■ 慕尼黑随笔

赴德取经:建筑设计模仿欧风为哪般

○ 水木

一个国内的房地产代表团以客户的身份,来欧洲考察。行程的安排,照例是蜻蜓点水式的漫游,如此,在慕尼黑的逗留时间便很短。为了让客人不虚此行,德国公司采用了一个新老结合的方案:先参观一个古老的宫殿,再看一些现代化的建筑。由于在很短的时间内,客人还需要辟出一个专门的购物时间段,德国公司只得安排在市内就近观光。陪同客人的,除了项目的德国总建筑师与一个在德国定居的中国建筑师之外,还拉上了其他几个同事。上班时间与客人一起游玩吃喝,且阵容不小,显而易见,这是自以为了解中国国情的主人在用中国的方式讨好客人。然而,尽管主人处处刻意营造中国特色,还是有一些不同的地方。

这位总建筑师循循善诱地启发客人:一座城市的建筑灵魂,一般是老建筑;老建筑通过合理的改造,在新时代可以散发新的魅力;德国人尊重历史文化,德国的老房子很多。

也许,远道而来的中国客人会以洋老头是为了应酬而没话找话说,也许,会感觉他傻:一个做建筑设计的,当然是希望多兜揽生意,哪有反过来劝客人少造新房子,多多保护旧

房子的?

走马观光的观光一日游,被老人变成了一场用心良苦的启蒙教育。

思维一旦养成不同的定势,沟通的效率就会大打折扣,有些对话,如同对牛弹琴。

老人以专业人士的身份,婉转地提示客户,在干旱的地区,过多地采用水景设计,会导致后期的运转与维护费用过高,并白白地耗费宝贵的水资源。

对此善意,中方的开发商并不领情,他们众口一词地声称,这个不用你操心,费用反正是我们出,你只管设计,水景要多一点。

然而,不管是停留在老房子前介绍其悠久的历史,还是在新建筑前传达环保安全和节能的理念,客人们总是忙着相互拍照,而财大气粗的老板,则动辄拍拍他的肩膀,“你就照这个样子,给我弄一个一模一样的”。

虽然不以为然,但为了不得罪客户,老建筑师只得唯唯诺诺。七嘴八舌的观光游,无法改造手握重金与大权的客人们的思想。像这样的启蒙教育的失败,对老人来说,也不是第一次了。

好在项目早就签约,德国人乐得退守回拿钱财神人做事的角色。从某种角度来说,建筑师是艺术家,但与画家和雕塑家等纯粹的艺术

家不同的是,建筑师不但要考虑视觉方面的审美与创新,还要兼顾造价、功能、产品和技术条件、景观、市政配套等,此外,还要越来越多地顺应安全环保和节能等法规和需求。

遗憾的是,与德国客户相比,中国客人过多地追求简单的视觉冲击,看来看去,上帝们还没有学会把深层次的人文关怀与可持续发展的理念作为卖点。

须知,建筑既然是固体的艺术,就必然包含文化成分,并体现一种时代精神。一拨又一拨的中国代表团来了,又走了,拍摄了无数的照片之后,国内的很多城市出现了高楼大厦、广场喷泉和进口草皮。

诸如此类的简单抄袭,让一些人发了财,让另一些人感到了虚荣。然而,有多少人能发自内心地赞美:这样的生活让人更加放松舒适安全稳定和方便?

肤浅的抄袭,既会遭到反感和嘲笑,也会碰到知识产权的纠纷,何不深入一点,把某些优秀的文化与精神,也采用拿来主义?

拿来主义,拿来的,应该是精神,既然为我所用,就不是照搬照抄,而要本地化。比如,以人为本,真正在实践起来,当然是以国人为本,考虑当地独特的社会特点和风俗习惯。