

# 2020年将带来一场新的复兴：人性重于技术

文/Gerd Leonhard



图片来源：视觉中国

每年我都会去到世界各地，与各行各业的人一起探索、讨论和分享关于未来的问题，这是我工作的一部分。我的发现是：未来可能比我们想象的更好——但我们需要更加明智地设计和管理它！

21世纪的前20年已经给我们带来了巨大的经济崩溃、地缘政治困境和令人担忧的民粹主义倾向。这可能不是预示新复兴的最佳环境——但话说回来，最初的文艺复兴也不是在田园诗般的环境中诞生的。相反，它是人类文化的真正重生。

我相信今天同样的过程正在再次发生，但不是出于同样的原因。让我解释一下。

## 技术是新的宗教信仰

技术已经取代了曾经强大的教堂，目前主导着我们的个人生活和职业生

活。一些全球巨头——“数据主义教会”——现在控制着我们如何沟通、联系、搜索、买卖、娱乐和学习。曾经用来连接我们的东西(所谓的社交媒体)现在正在分裂和操纵我们，把我们推向一个算法社会。

但我们也见证了人性的重生，就像曾经在意大利的苏醒一样，我们可能已经在2019年达到了“科技崇拜的顶峰”，硅谷的CEO们被拉到美国国会和欧盟委员会面前接受质询，而数字伦理现在是一个全球主题(我在2017年的《技术与人性》一书中提到过这个主题)。关于“数字污染”、数据主权、滥用数据挖掘、社交媒体对民主进程的操纵以及算法偏见的争论日益激烈。

## “一切照旧”会害死我们的

除了技术主导的问题之外，气候变化现在终于被承认为一个真正的紧急情况，只有最粗鲁的反对者会继续否认，这进一步迫使我们面对“一切照旧的终结”。我们利用环境的方式不能继续下去，我们把技术(及其经济回报)置于人类之上的方式也不能继续下去。这是我们现在必须面对的两个呈指数式进步的外部性——因为它们是真实存在的。

在2020年即将到来的新复兴中，人文主义和人文学科将在技术呈指数式进步的基础上重生。在经济方面，人类的目标将补充“人、地球和繁荣”，形成新的目标，我称之为“人、地球、目标和繁荣”，这仿照了联合国的可持续发展目标（SDGs）。也许最近的商业圆桌会议关于从股东至上转向利益相关者价值的宣言可以在这样的背景下进行理解？我个人认为，在未来的5-7年里，我们将看到一个新的股票市场出现，这个市场专注于那些坚持4P（People Planet Purpose and Prosperity）的公司——类似于一种可持续资本主义的纳斯达克。

## 未来20年，我们的世界将发生比过去300年更大的变化

可能是天堂，也可能是地狱。在这个飞速变化的世界里，我们将如何重申我们的人性并维护我们的人类价值？列奥纳多·达·芬奇（Leonardo Da Vinci）的《维特鲁威人》描绘了人体的理想比例——也许现在我们需要一个新的方式来描绘人类和技术的未来关系？

第一次文艺复兴用人类的好奇心和创造力取代了宗教教条。第二次复兴将用人类相关性、目的性、参与性、关系和自我实现来取代连接、效率、速

度、优化和生产率等技术教条。

超人类主义者可能一直渴望“超越人类的局限”，而埃隆·马斯克(Elon Musk)告诉我们，我们必须成为“半机器人”，才能跟上人工智能的步伐——但不要搞错了：我们眼前的文艺复兴是非常人性化的。毕竟，只有那些像机器人一样思考、行动和学习的人才会失业，变成“无用的人”。

如今，技术已被奉为神圣，甚至被神化，数据的确是新的石油。然而，大多数技术将很快成为一种丰富的商品，而人性会变得稀缺，也就更受欢迎。这是人类独有的特性和特征，我称之为“人法”（Androrithm）——与算法（Algorithm）相反，“人法”是那些实际上使我们成为人类的非数据、非二进制、不可计算的属性：直觉、想象力、同理心、同情心和情商。“人法”是我们文明的结缔组织，它们永远无法在硅中复制。

## 我们的未来将更人性化

真正的未来既不是天堂，也不是地狱。苹果公司首席执行官蒂姆·库克在2017年麻省理工学院的毕业典礼演讲中明确了这一点：“科技可以做伟大的事情，但它不想做伟大的事情——它什么都不想要。”欲望必须来自我们自己——无论我们每天是行动还是不行动，未来都是由我们创造出来的。

为了让这一新的复兴能够站稳脚跟，教育迫切需要抛开工业时代对效率和生产力的痴迷，把重点放在提高和增强人类独有的技能上——因为归根结底，“机器人”是来处理这些枯燥工作、家务活和任务的，如果你聪明，你会让他们做这些事情的！

也许在工业时代，甚至在所谓的信息社会，我们一直假装自己没有太多“人性”，是“更好的机器”——现在是时候改变这种行为了：我们的终极任务是成为人类。

随着21世纪第三个十年的开始，让我们超越对“数字转型”和“指数技术”的热爱，重新发现人类的意义吧。

Gerd Leonhard为福布斯撰稿人，表达观点仅代表个人。译 Leo 校 李永强

本文为福布斯中文网版权所有，未经允许不得转载。如需转载请联系 wechat@forbeschina.com

