

山寨文化纵横谈

编者按:2008年后半年以来,特别是岁末之际,社会上突然掀起一股“山寨”风潮,如山寨手机、山寨明星、山寨百家讲坛、山寨鸟巢、山寨版春晚、山寨版新闻联播……以致多家媒体惊呼:“2008年是山寨年!”对于已经影响到我国社会诸多方面的山寨文化现象,我们认为有必要从社会科学角度予以解读、分析与评估。为此,我们特邀文学、语言学、哲学、新闻学、史学、经济学、法学、社会学、民俗学、宗教学等学科的多位专家学者,于2008年12月19日在中国社会科学院第一会议室召开了“首届山寨文化研讨会”,就山寨文化的语源、特点、影响、发展趋势等问题进行了深入探讨。

本文系根据研讨会现场速记整理并请论者审阅后而成,个别因故未到会者提供了笔谈。因篇幅所限,本刊做了一定的删节。不妥之处,由本刊负责。

山寨文化之利弊

白 焯(中国社会科学院文学研究所研究员)

谈三点粗浅的看法。

一是作为一种新异的文学现象,山寨文化还有待于在发展中观察,现在还不是研讨的最好时机。山寨文化是从科技产品中开始显现出来的,之后演化到文化领域。我觉得它总体上还处在发展、过渡和蓄势过程中。从目前材料来看,作为科技产品的山寨文化还比较实在;而作为文化产业的山寨文化,则比较空虚。比如山寨版春晚现在还看不

到,山寨版贺岁片也还没有面世。这些都还需要事实的填充和耐心的等待。

目前山寨文化成为热点,应该是两方面因素促成的。一方面是“做”出来的因素,另一方面也有“炒”出来的因素,甚至从目前来看,“炒”的因素还相当多、相当大。现在来自山寨圈内人和行业内人的说法,包括他们的看法、宣言好像并不太多。更多的是言论与议论,是媒体的采访、报道,以及文化圈内的人包括文化学者、高校教授的评说,这些在有关舆论中占了很大比重。我感觉我们文化圈里的好多人,似乎比山寨圈的

人更喜欢和更期待这个现象。给我的印象更为突出的是：媒体人用报道来渲染，文化人用评说来呼唤。

另外，对于山寨文化本身，还要做一些具体分析。除了“炒”和“做”的区分之外，还有“实”与“虚”“真”与“假”的问题。有些人未必是真有什么山寨意识，但觉得山寨的概念已经炒出来了，我可以顺便利用和借用一下。从某种程度上讲，这个概念“炒”出来以后，也就变成一个标签、一个旗号和一种品牌了。因此，可能会有人借以包装，借以成名，“拉‘山’旗做虎皮”。所以，我们还得认真观察和仔细辨析，才能对它做出更为客观的判断和比较深切的评说。

二是对于山寨文化本身，需要做一个区分，即看到作为科技产品和作为文化现象的山寨文化的不同。作为科技产品的山寨文化，从目前来看，可能是利弊各半。山寨手机等科技产品，以其多功能、高品质和低价的优势，在市场上不胫而走，适应了某种需要，同时也打破了几个品牌垄断市场的定势，有它一定的合理性。但是它仿造的成分比较大，从长远看可能是个短视行为，或短期行为。长此以往，不太利于科技创新的发展，以及知识产权的维护等。作为科技产品，这是一个层面。

还有一个层面，是作为文化现象来看。从我们已经知道的和将要看到的情况来看，山寨文化可能包含一定的创意，也适应着一定的民意。一些山寨文化现象，以娱乐性、游戏性、宣泄性的姿态出现，但是它在自我表现中有自我实现的追求在里面。而且，要起到“叫板”与引人的作用，自然也需要一定创意和相当的内功。这对于更多人介入文化建设、参与文化创意，可能会有积极意义。

三是山寨文化的背后，可能是话语权的问题。山寨文化，从现在情形看，并非是谁把谁“逼上梁山”，或是谁沦落到山寨，而好像是“自立山头”，或是“占山为王”。这背后是文化权力的再争夺、文化资源的再分配。从某种意义上讲，这预示了文化领域的多元竞争，甚至改朝换代的开始。

这些年来，在文学文化领域其实有一种民间力量在生长、蓄势。可以说这是山寨文化背后更深刻的原因与背景。经济领域里的民间力量发展、发达了以后，必然会以种种方式在文化上表现出来。

从山寨文化的从业者来说，利用或者借用山寨文化这样相对另类又相对郑重的概念，既可起到跟主流文化分庭抗礼的作用，又能取得获名求利的实惠，可以说商业考虑、文化姿态兼而有

学术对话

之。而这样的想法或想望,在过去几乎没有可能实现。现在不同了,网络科技与文化的超越性,为他们实现这种追求提供了现实和切实的可能。

从社会文化生活的演进来看,民间力量的生长与发展,已成为一种不可阻挡的潮流。从自由写作者的增多,到网络写作中的“博客”流行,从影视制作中的“合伙人”,到出版领域里的“二渠道”,都是这种力量与现象积累、蓄势的表现。民间文化力量的形成与发展,是整个社会文化生活能否协调而健康发展的一个重要方面或重要标志。从这个意义上讲,山寨文化应该是利大于弊的。这也说明我们的社会经过三十年的改革与变革,文化空间空前增大,包容性也明显增强,多元文化格局已成为不可逆转的基本趋势。有了这个山寨文化,既可增进我们对于文化现状的认识,也可在相互“走近”和彼此“对话”中,让主流、体制等增加一些弹性,从而形成社会文化的不同板块与不同成分良性互动、协调发展的新的局面。

为什么是山寨 为什么是今年

杨 早(中国社会科学院文学研究所博士)

我想先就山寨的起源和语源提两

个问题。数码产品的山寨现象,早在1994、1995年就已存在,那时候广东有一大批仿冒名牌产品,比如ANWA收录机,比如ADER音箱,这些跟山寨手机一样,都是仿造品牌的。为什么到今年(2008年)才出现山寨的命名,请大家思考。

还有山寨这个词,山寨并不是广东话里独有的词,但山寨这个命名出自广东很有道理。因为广东文化一直带有非中心的、无序的、多元的文化特质——大家或许还记得改革开放之初“遇到黄灯赶快走,遇到红灯绕着走”的广东民谚吧,假如这个现象出现在上海或者北京,那么它的命名一定不是山寨。后来从山寨这个命名中诞生出了我们总结的颠覆、消解、价值重组等等的概念,实际上跟这个起源地有很大关系。

为什么仿冒产品会在今年这样的环境下,会正好遭遇山寨这么一个词,并衍变成了我们今天讨论的山寨文化?这应当是我们思考的出发点。一个词语的出现与流传,一定不是一种简单的变换或重复,它必然内在地承担其意指功能,或标识新的功能元素,或反映新的社会敏感点。

的确,山寨文化在今年出现,属于偶然现象。但即使是偶然,这个偶然因素是什么,我觉得也有必要厘清。为什

么今年山寨造成这么大的影响力?我认为主要原因在于整个中国社会对品牌的信心大幅下降。

我们最早可以追溯到年初,由于苹果与中国移动的谈判失败,导致 iPhone 的热爱者只能购买解码后的水货;毒奶粉事件,对消费者的品牌信心打击非常大;金融海啸,雷曼兄弟银行的倒闭,包括美国三大汽车厂商纷纷减产或者关闭生产,还包括百度竞价排名事件等等,导致大家对“品牌”的信心全面丧失。本来品牌的产生,就是为了减少交易成本,让大家能有一个消费指南,通过多次博弈建立消费者信心与忠诚度。现在既然品牌全不可信,那我只能根据切身经验或者口碑,来选择我使用的产品。整个社会对品牌信心大幅度降低的背景之下,山寨产品才能够借势大行其道。

我对这个问题的关注,主要集中在社会心理层面上。讨论山寨文化,不应该只从山寨产品着眼,它更多衍生自网络文化。网络文化的特点是什么?它有颠覆性、民间性、叛逆性,但是它同时也无序、不确定,非常脆弱。它的功能偏重于“挤泡沫”,冲击那些技术门槛不高却市场份额巨大的物质或精神产品。但它不可能真正撼动主流价值。

进一步说,其实很多的山寨现象是

由媒体命名的,包括山寨春晚,最早只是几个老乡,在北京过年,打算搞一个晚会,但它被媒体关注并贴了山寨标签后,就演变成“叫板央视”的反主流现象。由于媒体猎奇、追风的喜好,它会把很多现象吸附到山寨这个概念上来。在山寨文化的形成过程中,媒体的作用非常之大,我们讨论时一定要注意媒体的功能和它的遮蔽性。

我认为山寨文化发展会有三个方向。一个是娱乐性的层面,像山寨周杰伦那种,只要环境宽松,这种通过戏仿来消解或消费名人名事的现象会存在并繁荣。另一个层面,应该说是属于地下文化,带有很强的挑战游戏规则意味,现在监管还不到位,冒犯还不明显,它们还能在媒体上昙花一现,但会逐渐地被匿名化、边缘化,变成一种小众分享的亚文化。还有一部分山寨文化会“正名”,那些不至于侵犯到统治者政治利益,又带有一定的“体制外创新”色彩的,会借由部分消费群体的力挺,不断地自我复制与推广,慢慢被大家所接受,最后变成主流文化的一部分。这是因为整个社会有着巨大的转化能力,能够吸纳一些边缘的、反动的成分为我所用。因此山寨文化发展是多重路向的。

今天在座诸位基本有一个共识:山

学术对话

寨文化至少是对文化单一局面的一种反抗,是对多元文化选择权的一种呼唤。在山寨文化的背后,整个中国社会在等待着一些领域的突破,比如我们常说的三座大山,教育、医疗、房地产,这三个领域都是严格准入的,门槛非常高。你想一旦可以允许私人办教育,允许私立医疗机构,允许合作建房,甚至允许外资媒体甚至民办媒体出现,那就不一样了。

解读山寨文化 弘扬山寨精神

杜翔(中国社会科学院语言研究所博士)

说起山寨,人们会联系起占山为王、另立山头这些词语,以模仿正统起家,但不被正统约束,有着与正统“分庭抗礼”的意味。山寨产品通过小作坊起步,快速模仿成名品牌,由此衍生的词汇有山寨机、山寨明星、山寨版春晚等。山寨从手机等数码产品扩展到各类商业产品,从原来的商业产品范畴逐渐扩展到诸多方面,无论是略带巧合的雷同,还是刻意模仿的恶搞,都会冠以山寨的名称,使用中不乏调侃搞笑的意味。

检索《北京青年报》的“北青网”,从2001年至2008年12月18日11时,出现山寨的文章有1033篇,直到2008

年2月23日才出现流行义的山寨,题为“仿造风靡 iPhone 风靡山寨市场”。在这之前七年间出现山寨的文章只有245篇,而此后半年多时间却出现788篇(在最近三四个月内用例尤其集中),绝大多数为流行义。其实仿冒产品古已有之,前几年有克隆一词,出现山寨这个词以后,实际上就是给了这类仿冒产品一个新的命名。一时间,各种山寨并起,蔚为文化。

山寨文化从一开始就深深地打上了草根创新的烙印,它靠模仿起家,加以改造,以极低的成本模仿主流品牌产品的外观或功能,凭借低成本低价格去占领市场,打破传统的行业秩序,在外观、功能、价格等方面全面超越主流品牌产品,最终崭露头角,竖起了自己的品牌。概括其发展轨迹,往往是:先以非常规手法游走于正统势力的边缘,逐渐发展,最终向正统势力叫板,分庭抗礼,甚至取而代之。

这里有必要区分山寨产品和山寨文化。山寨产品这个名词的命名,我觉得就是刚才杨早说的,原来是模仿正统来起家的,但是它不被正统所约束。毋庸讳言,很多山寨产品的开发初期,难免有抄袭、盗版之嫌,那些所谓的创新仅仅是局部的、表面的。生产山寨产品

的厂家靠的是低成本经营,当中也不乏有些偷税漏税、假冒伪劣的,由于这些现象的存在,山寨产品备受诟病。山寨产品需要正视抄袭和借鉴这对矛盾,这对矛盾转化的关键是创新。对于百分之九十九的山寨厂家来说,他们的前途只有一个,就是被淘汰。但是只要有百分之一的山寨厂家做大做强,就已经了不得了,它们代表的是新兴力量,推动着事物不断向前发展。正因为有了创新的内涵,山寨从产品的层次上升为文化的层次。我们不能以山寨产品的种种“劣迹”来否定山寨文化。试想我们的民族企业,在跨国公司的夹缝中求生存,从当初跨国公司的眼光来看,我们的民族企业其实就是山寨厂家。山寨文化所蕴含的借鉴、消化、创新、颠覆的山寨精神,正反映了事物发展的普遍规律,代表着事物前进的方向。我们可以批评那些游走在法律边缘的山寨产品,但我们应该肯定反映了事物发展普遍规律的山寨文化及山寨精神。

这里也有必要区分山寨文化和草根文化。山寨文化与当前的大众文化相契合,主要特点表现为仿造性、平民化和对既有秩序的颠覆性。草根文化也是一种平民文化,强调的是像野草那样平凡而具有顽强生命力,跟那种固步自

封、唯我独尊的居于正统的主流文化静态地相对举;而山寨文化则在平民文化里面渗进了颠覆既有秩序的山寨精神,更强调其斗争性创造性的一面。

新中国成立以来,我国的语文工具书主要是以语言研究所词典编辑室编写的《新华字典》和《现代汉语词典》为代表,历经数十年。词典编辑室是国内唯一的语文工具书常设编写单位,处于权威、正统的地位。最近一二十年,各家出版社、各个辞书工作室纷纷推出各种类型、功能的工具书。2004年李行健先生召集退休教师等非体制内人员编写的《现代汉语规范词典》出版,辞书界引发了“规范”之争。也许从起源来看,把《现代汉语规范词典》看做一部山寨版的《现代汉语词典》未尝不可。我们需要思考辞书之间的继承、借鉴、创新。我们在这里研讨山寨文化,其实应该让处于正统者时刻警醒,居安思危;让居于山寨者勇于挑战,在夹缝中走出一条属于自己的路来。

游移在寄生与反抗之间

萨支山(中国社会科学院文学研究所副研究员)

刚才白烨老师讲,目前就山寨文化现象的内涵进行界定可能为时过早。这个有很强的说服力,因为很多所谓山寨

学术对话

文化的行为还没完全呈现,现在就去界定它,是太早了一点。

但是从另一方面来讲,从经济层面上这个山寨的现象已经存在多时了。我稍微回应一下杨早讲的,为什么恰恰会在今年山寨成为一个热门的话题?其实我觉得像山寨手机这种现象,还不属于文化的范畴,而一旦它被人们谈论,特别是在网络媒体上被谈论和放大的时候,它就具有了某种文化意义。这时候我们谈论的山寨就不是山寨手机了,而是山寨文化。事实上我们会发现山寨文化其实也不是现在才有的。我看了许多人对山寨文化进行定义或者内涵界定的时候,会发现它要与许多文化现象,比如像草根、恶搞等等进行某些区隔。

一方面这说明山寨文化和恶搞等现象有不同的地方,另一方面,反过来也可以认为山寨是一个具有很强吸附力的文化概念。它可以把前几年网络上的恶搞比如像胡戈的“馒头”等等许多网络上的“模仿”行为,完全吸附到山寨这个命名之下。虽然说山寨文化,刚才杜翔博士讲了,从它语词的使用上,好像才两三个月,或者三四个月,但是它的内涵,其实已经在这几年来的网络文化的诸多现象中体现出来了。这次只不过是借用山寨这个词,把之前散乱的网

络文化现象进行一个重新的聚合。

所以说,从这个角度,我觉得也可以对山寨这种文化现象进行界定。与其说从山寨手机讲到山寨文化,不如从网络文化这方面来界定山寨文化。这是我想讲的第一点。

第二点,我觉得有意思的是当我们讲到山寨文化时,很多人会说到恶搞,会说到一些后现代的美学特征。我们会发现山寨文化中有一个非常确定的东西,这就是它总是有一个原本和摹本,无论是山寨版的春晚,还是山寨版的周杰伦,都有原本和摹本。但是这种原本和摹本又不完全是精英或草根、权贵或贫民这样二元对立的关系。这种关系是很复杂的,一方面是一种寄生的关系,作为山寨它一定要寄生在它的原本上;但是另一方面,它又不是完全的复制,在复制过程中,它又有一种反叛。我觉得不能简单地用颠覆性或反叛性来概括山寨文化的意识形态功能。要看到在颠覆和反叛的时候,它所依据的,比如山寨版春晚所依赖的又是正儿八经的春晚;又比如山寨版百家讲坛,一开始并不是要和正版的百家讲坛对着干的,先是向百家讲坛毛遂自荐,遭到否定以后,才搞这种山寨版的,属于还没当强盗就想着招安。所以,其中并不完

全是反叛的关系。它的摹本和原本之间,我称之为是一种寄生的关系。

刚才大家都很愿意从压制和反抗的这样一个角度来谈论,乃至说到政治层面的改革、良性互动等等。但是一个很有意思的现象,比如说山寨手机,它完全是一个在市场化的背景之下产生的,也就是说像品牌、技术的垄断,这完全是市场制度下面才有的东西。

我不否认山寨背后有对公平、自由这样要求的呼应。刚才诸位所讲的反对体制等等,在山寨中也都可以找到。但是,具体来说,比如山寨春晚,我们所看到的它的反抗性,或者说它的反抗诉求其实是很少的,更多的可能是一种后工业时代的现象,像有人说的是后现代的狂欢、娱乐。所以你在山寨文化中会看到那些恶搞等等的东西,而这些对应的是整个资本、市场这样的东西。因此,不能简单地说山寨是对于体制、对话语权垄断等等的反抗。情况可能会更复杂一些。

山寨产品市场形态与政策导向

周民良(中国社会科学院工业经济研究所研究员)

我同意将山寨产品分为原本与仿本的观点。应该看到,市场对山寨产品具有强烈的需求。但是因其产品属性的不同,

可以区分为两种类型:一种状况是,你搞得好,我来模仿你,模仿你的设计、商标、图案,分割你的市场;另一种状况是,你搞得不好,我跟你对着干,我PK你。

这里,我们先谈第一种类型的模仿。典型例证是,一些山寨手机原来是为大的品牌手机生产零部件,它们有生产上下游之间的联系。山寨手机生产商对零部件非常的了解,后来发展到品牌手机向山寨手机厂家下订单,由它生产。所以山寨手机跟品牌手机的技术水平是接近的,品牌机认可山寨机的技术,消费者也认可山寨机的技术,有所谓“假冒但不伪劣”的说法。山寨机的出现,既有管制不到位的原因,也有技术方面成熟的原因。首先,是技术比较成熟,模仿不难。在技术的传播速度越来越快、技术模仿的成本越来越低、核心技术的专有性越来越不强的状况下,山寨机能够模仿手机、游戏机,但是模仿不了英特尔、微软的产品,因为英特尔、微软核心技术的专有性很强,山寨机的设计者模仿不了。其次,相对较低的价格。山寨机以较高的性价比满足了消费者的市场需求。有一种国外品牌的手机在市场上卖到2000多块钱,但是山寨机卖不到1000块钱。说明什么问题?说明国外品牌的手机有很大的暴利成分

学术对话

在里面。山寨机的出现,反映出市场竞争的不充分。国际经济学有一个产品的生命周期理论。它的含义是说,假使发达国家最早进行创新,创新的源头在发达国家,产品向世界销售。但是过了一段时间,次发达国家或者欠发达国家掌握技术了,可以进行模仿创新。模仿创新到一定程度的话,也可以形成竞争关系。这时,如果先行者再不进行创新的话,你有可能被它超过。从经济发展阶段来看,模仿是欠发达国家追赶发达国家中间出现的一个阶段性的现象。这个在经济学是言之成理的,但是要尊重知识产权。山寨机虽以低价取胜,但是在名称、外形、商标等方面存在侵权,应该加以限制。既然技术成熟了,政府应该为企业提供合法的生产证照,而企业也应该向创立品牌的正规化生产转变;对于跨国公司来说,需要更加注重技术创新。

第二种类型的模仿,在文化上表现得比较突出,比如春晚。在这方面,山寨春晚为消费者提供了多样化的选择。你可以选择看电视台的春晚,也可以看网络的春晚。一顶春节晚会的帽子大家戴,是不构成侵权的。这些年大家对春晚不满意,年年看春晚,年年提出意见一大堆,但是没有很大的改进。问题在哪里?竞争不充分。社会有多样化的文

化需求,而中国又不缺搞文化、搞艺术、搞书法、开讲坛的人,他们需要新的出口。给各类文化提供多样化的平台,有助于百家争鸣、合理竞争。如果网络春晚与电视春晚形成竞争关系,老百姓会非常欢迎。

山寨现象的法律思考

陈欣新(中国社会科学院法学研究所研究员)

山寨现象涉及两个主要问题,一个是山寨现象出现的背景,第二个就是山寨现象涉及的法律问题。就山寨现象出现的背景而言,山寨现象首先在哪一年、在哪一个具体的时间出现,可能是偶然的,但是,在差不多的时间段出现则是必然的。这个必然性是在我国改革开放三十年间里逐渐积累起来的,一方面,随着市场经济的发展和科学技术的进步,普通人的影响力在增长;另一方面,在所有领域当中,占正统、主流地位的权威力量的信用和品质在逐渐下降。这个变化可能是从管制最弱的领域首先开始,最后发生在法律和政治两个领域。因此,山寨现象可能最后才在法律和政治领域出现,也可能是最后在这两个领域实现转换。

就现在的情况而言,山寨力量实际

上都有最初的原本或摹本，作为对立面。一开始，原本或摹本占有很大的优势的时候，山寨通过讽刺、揭露原本或摹本的弱点、缺陷，降低它的信用，同时还利用与原本或摹本的近似和对立，提升自己作为对立面的信用。等到山寨发展到一定程度的时候，它就可能考虑自立门户，利用自己适应社会需求的优势，与原本或摹本进行公开竞争、分庭抗礼，直至条件成熟时实现主流与非主流或主导和被主导的地位变更。

在技术领域当中，由于居于主导地位的力量，从本质上来说是靠两个东西，一个是技术优势，一个是资本优势。这两个优势可能不是山寨所具备的。山寨力量可能只顾及到从占主导、正统的势力的利益中分一杯羹。但是，在其他的领域就不一定了。因为在有些领域当中，居于主导、正统地位的力量，可能由于种种原因，没有办法自省和自新，或者自新到一定程度就进行不下去了。而山寨的力量会逐渐提升，到条件成熟的时候，它们的主次地位就可以平衡了。再发展到一定程度，在法律领域，相关规则就可能修正，在政治领域，主导地位就可能改变。在某些领域居于山寨地位的力量，发展到一定程度以后，它会产生自我完善的意识，为它从非主流的

地位更换到主导地位做准备。从制度文明发展的角度考虑，我们应该考虑这个问题。要设计一种制度，能够引导山寨向正面发展，鼓励它争取实现从非主流的地位更换到主导地位。在科技产业领域中，可能这个问题不明显，因为科技产业领域中，山寨力量确实可能没有这个本事，它可能永远是影子的地位。但是，也不排除引导它或者说促使它被动地卷入新的技术革命，实现质的飞跃。现在之所以山寨这个词能出现，并且被大家所关注，是因为我们这个社会发展到这个水平了。现在已经有很大的一股力量，希望能够在几乎所有的领域当中实现山寨从偏门到正统的这种转变。当然，就制度变革的问题而言，强者都不愿意让自己的优势地位被别人取代，也不容易修正对自己有利的相关规则。要从文化角度来讲，我们国家历史上不是没有多元政治文化思想。但是，到现在为止，政治制度、法律制度都是这样，山寨要想进入体制内，参与正式的游戏，就必须先把山寨的实质的东西去掉，而那些本质上真正能使山寨生存的特质，如果要是去掉了，山寨力量也就没有存在意义了。等到山寨被招安后，主流势力收拾他们的时候，就没有人同情山寨了。

就山寨现象涉及的法律问题而言，

学术对话

答案很清楚,山寨手机等使用模仿性设计或近似商标的行为肯定构成侵权。但是,我们现在说的这个构成侵权的答案,是从作为法律部门层面的知识产权法角度审视山寨问题所得出的结论,如果从法理角度分析,还要考虑法律是否应当将山寨行为规定为构成侵权,如果认为应当规定为构成侵权,还要考虑法律是不是给社会弱者的合理需求预留了别的制度空间?谈到这里,就需要其他学科共同参与讨论和解决问题,而不能仅在法学的话语体系里面分析这一社会现象。

模仿不等于创造

张旅平(中国社会科学院社会学研究所研究员)

山寨文化是一种相对主义思潮下流行的大众文化。山寨文化是时代与思想环境的产物。我们目前生活在一个相对主义与文化多元主义思潮影响的时代。韦伯很早便认识到,在现代“除魅”的世界中已不再有任何“世界观”能够合法地命令集体一致同意,对现代人而言供奉哪一位神,除了个人的选择外已不存在任何终极的正当理由。权威主义的衰落与信仰自由的结果必然导致相对主义的兴起。当然,20世纪科学范式

的转变——经典科学范式向现代科学范式转变(科学被认为也会犯错误,它是一个需要不断证伪的过程)——也助长了这种观念的兴起。随着相对主义的蔓延,人类思想获得了更大的宽松度与自由度,但也深陷虚无之中。本来这种思潮只在西方流行,目前随着我国社会急剧变迁已在我国社会生根发芽。人们对文化采取的相对主义与多元主义的心态,最终影响道德的内在建构。山寨文化就是在这样一种时代与思想大背景下产生和兴起的,再加浮躁、情绪化、压抑、急功近利、投机的心态的促动,山寨文化迅速流行。

山寨文化属现代大众社会的常态现象。山寨文化是一种流行文化,它是现代大众社会常见社会现象。其本质是追求产品或文化的新奇性和轰动效应。由于大众变幻无常,动摇不定,哪里有强刺激,便朝向哪里,因而其行为过程往往是短暂的、易逝的,压抑的能量一旦释放,很快就会消失。结果,大众社会不断地制造一个又一个的流行文化或一时轰动现象。在此,只有一个接一个新的新奇、流行和轰动,除了轰动还是轰动(背后隐藏名利双收),因此它是缺乏真正创造性的。模仿和复制是大众行为的本质特征,山寨文化、山寨现象就

是这种特征的真实写照。

消费主义对山寨文化的兴起有推波助澜的作用。在消费社会,随着市场、商品化的深入和拓展,消费已经超越经济领域,拓展到社会、文化、甚至政治、宗教等各个方面,形成所谓的消费主义。消费的人为建构,让人们感兴趣的是目不暇接、眼花缭乱的商品,在商品和媒介的作用下,大众早已失去真正对社会-文化的判断力和批判性。他们甚至在不知不觉中失去了个性,成为享乐主义者和顺应主义者——“对表面上的消遣和满足产生了幼儿般的依赖”,这表明大众一般已经为商业化体系所征服。消费主义推动了山寨文化某种类型的兴起。

山寨文化是大众抗争的情绪性表现。山寨文化的兴起还有另外一种情况,即它是一种对垄断的反抗形式,是“沉默的大多数”要争取表达的自由与空间,获得平等对话的平台和自身话语权的抗争形式,是在渠道多被垄断的情况下做出的无奈之举。在网络发达以前,大众直接表达自己的意愿是困难的,他们总是被别人代表和表达,然而被代表与自我表达往往是有区别的。现在借助互联网等形式,他们终于有了自己表达话语与意愿的平台,结果出现有

可能形成市民社会——大众网络市民社会(虚拟市民社会)——的倾向,而真正的市民社会是现代中国始终缺乏的。既然在实体世界难以形成市民社会,它便在虚拟世界表现出来,这是它在我国的主要表现形式。然而,既然是在虚拟世界表现,它一般难以形成社会运动,而只是明显散乱的大众行为,是大众情绪化的抗争表现。

综上,对山寨文化现象讲三点看法。首先,对山寨现象应当仔细区分和鉴别,扬善抑恶。关键是社会-文化精英、专家、媒体要反思自身的行为,要使正义成为百姓的利益,而不是“强者的利益”。其次,山寨文化不都是草根文化,里面有许多正式制度之外的精英文化。第三,山寨文化大体上是模仿而不是创造。至于是否到了某些人所说的趋向于创造的“临界点”,还有待观察。创造(原创)是一个十分艰苦的需要时间和精力磨炼的过程,它永远不属于急功近利之徒、短视者和投机者。我国近三十年来取得的成就非凡,但也有让人深深担忧之处,这就是社会总体创造力不强。模仿可以是创造的准备,但绝非创造。近一个世纪以前,韦伯就说过,中国传统文化不仅能适应现代性,而且是能够理性地适应现代性,甚至在这方面比

学术对话

日本做得更好。但是很遗憾,不光是中国,整个东亚至今更多地还是习于适应,并没有打破韦伯的理论预设,没有超越“适应”这个圈。如果总是适应和模仿,这对于任何一个民族而言都是悲哀的,对于社会—文化的发展是危险的。

山寨文化的本质

王学泰(中国社会科学院文学研究所研究员)

我了解山寨这个词儿不超过十天,先是在网上看到的,有的帖子后面加个括弧,注明是山寨版的。不懂得山寨是什么意思?前几天参加一个会,坐在关注当代文化演变的刘苏里先生旁边,我便向他请教。他在纸上很详细地给我写了它的含义,如演绎、引申、模仿、盗版等等。后来按照他的解释又看了些网上标明山寨记号的文字、视频等,如山寨版的央视春节晚会、新闻联播、焦点访谈等等,有的很搞笑,有明显的恶搞倾向。

如果用一句话概括这个山寨文化现象,可以这样说:一些人不择手段地主张权利。他们大都是生活在社会底层的,应该说是属于弱势群体。这些人有想法、有创意、有不满、有郁积,却没有话语权、缺少文化权,无从发泄,于是,便借助电脑网络不受规范地尽情表现。

表达者也懂得这是对主流权利的一种挑战,并进一步以反叛自居,因此,他们用山寨这个自古以来与主流相对抗的词汇来为这种争取权利的文化命名。

自古我们就没有权利意识,因而也就没有权利的概念。传统的法律与现代法律是两回事。有些人老说法律文化要多汲取本土性资源,其实在法律方面可供汲取的不多。比如古代法律说白了就是惩罚:法者,罚也。或说是义务本位的,从来不讲法律面对的主体应该享受什么权利。法律就是教老百姓应该怎么做,不该怎么做的,违反了就加以处罚。现代法律讲的是义务与权利相对应原则,这种观念是从西方传来的,前后不过一百余年。现在有人一说到西方就特反感,是不是人民权利意识的觉醒对他们的利益有什么损害呢?不知道。

当然,我讲传统法律文化是义务本位的,并不是说我们的传统文化中毫不考虑个人的权益,人的权益尤其物质权益是人生存的基础,没有这个基础人就不存在了。这个权益没有写在法律里,却约定俗成在伦理习俗之中。儒家伦理中规定的“父慈子孝”,慈爱是父亲的责任或说义务,儿子的权益就在父亲的慈爱之中。儿子向父亲主张权利的时候,父亲就说你要什么权利呀?我什么都替

你想了。吃饭穿衣,上学读书,盖房子娶媳妇等等,你的那点事我都替你考虑到了,比你自已想得都全面!这种否定在下位者权利的说法既有理又温情。君臣比父子,其道理与父子大同小异。县官称作“父母官”,知府称作“老公祖”,都是用血缘亲情关系偷换统治与被统治的关系,看似温柔,实际上是软刀子。这是用温情的手段剥夺人们的权利。当在下位者主张个人权利时,轻者被视为不懂得“父母劬劳”,重则被当作叛子逆臣。

这个长达三四千年的传统,影响深远,直至现在仍有一些地方官以当地民众的“父母官”自居,把当官“为民作主”作为正确观念到处宣扬。因此,宪法与许多法律中所规定的公民权利在实践中或难以兑现,或有许多障碍。另外,还有一些技术性的问题也在妨碍着民众应有权利的实现。可是改革开放与社会的进步,特别是网络技术的发达,这些都在促成人们权利意识的苏醒。十七大胡锦涛讲话中对“表达权”“知情权”“监督权”“参与权”的强调,也增强了民众实现权利的信心。上述这些都可以看作山寨文化兴起的背景,不懂得这个背景,对山寨文化不可能有深入的了解。

为什么会不择手段呢?原因很多,

这里说最重要的两点。第一,主张权利者,多是以个体自然人的方式,而非以群体的社会人方式。改革开放前中国的社会控制方式基本上是单位与行政组织的双管齐下,而改革开放以来,单位大多解体,逐级的行政组织的管理也因与此相配套的票证制度(这些票证大多与人的生存密切相关)废除而日显松懈,于是单个的人就从原有的群体中渐渐析出。这是社会转型时期的常态。从原有共同体中析出的个体应该渐渐形成市民社会、民间社会,并逐渐走上公民社会,这才能与法治相匹配。而目前大多数人还是以个体方式存在,他们面对强大的有权者,认为只有不讲规则才能争取权利。第二,人们过去长期生活在封闭的、被保护同时也被控制的共同体中,个性萎缩,不成熟。改革开放后本应强调公民教育,使人们懂得如何做个社会人、自己如何面对社会等等,当这些不同程度地被忽视时,人们就很难懂得社会生活中的程序的合理性的重要。或者说人们公民化程度不高,这样人们在主张或反对某个事情时往往表现出或幼稚、或极端的一面。

作为“代偿方式”的山寨行为

王毅(中国社会科学院哲学研究

所研究员)

所谓山寨文化是法律问题,同时也是伦理问题,我称之为制度伦理学。美国《独立宣言》开头就讲人生来平等是上帝赋予每个人的天赋权利,每个人追求自由和幸福的权利不能出让。但为什么中国关于国民权利的法权传统从来欠缺?就是刚才王学泰先生讲的,下位“子民”的所有权利只能包含在上位者的责任里面,所以统治者理所当然代表亿万被统治者。柳宗元代表长安百姓给皇帝的颂表中说:“身体发肤尽归于圣育;衣服饮食悉自于皇恩”——每个百姓从身内到身外,一切都来自皇帝的赐福。到了后来,这两条之外再加一条:小民们心里应该想什么,这个我也要代表你,你不能在我规定范围之外有任何异想,否则就是“非圣无法”。

宪政制度的基点、宪政社会的伦理形态与此大不一样。它认为,人的基本权利是上帝种在每个人的心里的,任何统治者不能剥夺。其制度逻辑也由此而来:政府的基本职责,就是要维系和保证上帝赋予人类社会的公平正义有一个尽量不受压抑的发展。所以我总结宪政制度,它是一个三足鼎立结构:第一性的内在基点是人性尊严和自由的与生俱来、不可剥夺;第二个鼎足是上述

基点的外化存在方式,即所有公民在财产、人身、公开表达良心等权利上的平等,所以有罗马法以来的私法体系建立;第三个就是从“私法”体系延伸到“公法”体系的建构,也就是国家公权合法性的唯一理由来自人民授权,来自公权力只能为维护公民权利而运行。

比较之下可以看出我们的最大问题:一方面每个人对公平、自由、幸福的追求是永远不能泯灭的人性力量,但另一方面这个权利又始终不能被确立为整个制度的基础,始终要受“权力决定一切、代表一切”的绝对威压,就像刚才王学泰说的,中国人从来没有一套正面的制度架构和法律体制来保证“下民”权利的实现。那怎么办?于是小民的基本诉求就只能以非常不正常的路径求得发展,我称之为“代偿方式”。比如用颠覆规则、抗衡消解社会秩序、“水泊梁山”等方式来实现下层群体的利益。这个方式与“宪政结构的三位一体”正好相互逆向而且也是三足鼎立:在伦理上,它以对人性和文明的杀伐毁灭为快事(李逵式的“排头砍去”);在法权形态上,彻底践踏他人的财产权和生命价值,即杀人劫财、大秤分金银;在制度建构上它与“法治”的方向完全悖逆。鲁迅说“中国社会里水浒气特别重”,原因就

在于,基本的制度设置决定了下层国民的权利诉求,只能以这种与宪政方向相悖逆的方式来实现,只能靠挖“官家说了算”的墙角来实现,靠到处钻权力结构的缝隙漏洞来实现。于是梁山泊文化、李逵文化再到现在的山寨文化就大行其道,其理念就是你的东西我随便抢随便占,李逵是在这个制度方向上来理解社会正义的,他认为颠覆所有权才是正义的,接下来草菅人命也是正义的。

所以大家刚才的讲山寨产品、各种仿冒,这不是近年才有,一百多年前薛福成《出使英法义比四国日记》说得很清楚:“中国商务不能振兴”的原因在于:一是制度环境缺乏权利保护导致了恶性竞争;二是掺杂诈伪!那么造假到什么程度?严复举过例子:甲午战争时中国经营军火的官商为了多盈利,在水雷里不装炸药而装沙子铁屑,战争失败后西方人因此评论说中国人输给日本是必然的。你从这个机理来看,“毒奶粉”之类事件出现是早晚的事。

不顾规则地追求降低成本,不择手段地扩展自己的生存空间,这在世界很多地方都能看到。弗里德曼讲,民主环境下如果制度运行有偏差、剥夺公民的正义权利,那就会有逃税和造假。所以,人的劣根性不只我们中国才有。但我们

的问题是:人性中投机取巧、践踏诚信等等劣根性是通过制度性机制和路径而被极大地扩张起来了。我在《中国皇权制度研究》(北京大学出版社2007年版)中专门写有一章,题目是“国家权力流氓化强大势能驱动之下的社会普遍流氓化”,详细讲的就是这种制度性的扩张机制。这种东西有非常深的根基,所以如果我们只是讨论是不是应该使用山寨手机之类问题,我觉得这离根子还很远,这种争论管不了什么用。

古今中外话山寨

刘军(中国社会科学院世界历史研究所研究员)

近来,山寨现象因山寨手机和山寨春晚引起热议,人们似乎又发现了一个可以炒作或智力发泄的领域。但从史学角度看,这算不上一个全新的事物,也不仅是中国特色的东西。

山寨现象由IT行业、数码产品衍生出来,因山寨春晚产生轰动效应纯属偶然。本来它也可以由超女、明星模仿秀、流行歌曲、手抄本或网络诗歌小说、百家讲坛的学术超男超女们等现象引发出来。山寨现象绝不限于数码行业或文艺舞台,在社会生活的各个领域和学术领域都能发现类似的现象。

相对于芭蕾舞,迪斯科就是一种山寨舞蹈;相对于美声和民歌唱法,通俗唱法就是一种山寨唱法;相对于 NBA 和 CBA,街头篮球就是一种山寨篮球;相对于国内几大传统菜系,各地的特色小吃也可以被视为山寨饮食。限于时间关系,我不能做更多的举例,仅谈点中外历史中的山寨现象。

中国古代的皇位继承是要根据血统的,可陈胜就是发出了“王侯将相宁有种乎”的呐喊。实际上,一些出身低微的人就是凭借武力完成了改朝换代,由山寨草莽变成了真龙天子。史书也只是按照“胜者王,败者寇”做出记载。可见,正统和非正统之间、官方与非官方之间,甚至法与非法之间,并没有截然的界限,在一定条件下都是可以转化的。

相对于官方史学、正统史学或学院史学,民间还流行着很多野史、民间史学、通俗史学、大众史学,出现很多历史演义、讲堂历史、戏说历史,甚至 2007 年被称作通俗历史年。在职业史学家看来,历史研究是一项极其认真严肃的工作,因为历史是以一种集体记忆的方式传承着一个民族或国家的文化传统和生产经验,其中政治史尤其承载着一个国家或民族的基本价值观念,有着培养公民意识的重要作用。历史怎么可以用

来娱乐消遣呢?然而,历史有时并不以历史学家的意志为转移,人们对史学的多样性需求,为各种山寨史学留下了大量的生存和发展的空间。这一点不需多讲,只需对比一下各种山寨版史学巨大的市场份额和职业史学作品可怜的发行数量。

西方主流经济学讲求以最小的投入获得最大的产出,维护私人财产权。但 18 世纪英国在饥荒时期却流行一种道德经济学,即认为牟利不应损害公众利益。在这种观念指导下,英国城市的饥民冲进粮商的仓库和面包房,以他们认为的合理价格出售粮食和面包,然后将收上来的钱交给吓得目瞪口呆的商人。一些地方官员对这种严重危害社会秩序的粮食骚动也持默契或暧昧态度,既不当场制止,也不事后制裁。显然,他们认为,这种山寨行动有某种合理性。这种现象经英国史学家 E.P.汤普森研究后,道德经济成为一种普遍的研究对象被用于不同国家历史的研究中。刚才,王学泰先生讲,中国南方近代饥荒时也有这种“吃大户”现象。可见,这种山寨经济观念是有相当普遍性的。

尽管西方历史中充满了这种山寨现象,却没有山寨一词,可以与之对应的一个词或许是草根(grassroots)。这个

词的意思有：群众的、基层的、地方的、乡村的、自发的、非主流的、下层的，它还有一种自然的、生命力旺盛的意义，针对的是正统的、官方的、精英的、上层的，它代表着某些民众或弱势群体的利益诉求。这些诉求有的是合理的、进步的，有的则是非理性的、落后的。但既然它是一种普遍的社会现象，就应引起有关各方的关注，具体问题具体分析。有的山寨活动可以也应该纳入正规渠道，有的并不需要。

值得一提的是，无论人们怎样看待和对待山寨现象，它都会存在，因为它是来自不同社会群体的不同利益决定的社会诉求，是一种人类社会过程中必然的或正常的现象。今天，我们关注和研究当代的山寨现象是必要的，但对此不必大惊小怪，更没有炒作的必要。

山寨文化现象的经济学思考

汤铎铎(中国社会科学院经济研究所博士)

刚才听了几位老师的发言，很受启发。因为我是学经济学的，我就从自己专业的角度谈一些粗浅的看法。

跟邢东田老师联系以后，说是要讨论山寨文化现象。以前听过这个词，但是确实没有做过深入思考。这几天我就

一直在想怎么用经济学的理论和方法、用经济学的逻辑来探讨这个问题。我有这样一个感觉，就是目前山寨文化这个东西太大、太宽泛了。山寨文化是个筐，什么都能往里装。经济学研究一定要先把研究对象界定清楚，然后再进行分析。所以我先就山寨文化给出了一个定义。当然，这个定义更多是从经济学的角度来考虑问题，在座的老师可能会有不同看法。

我的定义是：山寨一词最初、最本质的含义，是指导致某种产品此前垄断局面的关键壁垒被打破，出现了对该产品大规模、低成本的复制和模仿，从而形成了所谓山寨文化现象。之所以说是最初的含义，是因为山寨这一标签最早是贴在手机上的。山寨手机的出现源于两个关键壁垒被打破，一是技术壁垒，一是政策壁垒。这个事实很清楚，我不再赘述。另外，这里所说的产品是广义上的，不但包括有形的物质产品，还包括文化、娱乐等方面的产出。

定义中的关键词是垄断，一切分析都要落脚在垄断上。经济学对垄断有很标准的分析，最重要的有两条。首先，垄断产品的定价高于其边际成本，垄断厂商获得垄断利润，消费者以致整个社会的福利都遭受损失；其次，对源于技术壁

学术对话

垒的垄断而言,厂商的垄断地位来自此前的巨额研发投入,利用法律手段维护这些厂商的垄断,有利于促进整个社会的创新活动,而创新是经济增长的基本动力。因此,从这两方面来看,山寨文化的大规模、低成本在短期显然会提高消费者以致整个社会的福利水平,然而,它的模仿和复制在长期有可能会削弱或抑制经济的创新机制,从而损害经济增长。

山寨文化在短期会提高消费者的福利水平是毋庸置疑的,然而,它的长期效应却很复杂,需要进行更细致、更深入的研究和分析。我目前能想到的有两点。第一,形成垄断局面的原因很复杂,有些是因为厂商进行了技术研发和创新活动,有些是因为相关行业具有自然垄断特征,还有一些可能是源于寻租和腐败,这需要进行细致的区分。第二,对山寨文化现象而言,有些是技术创新的后果,比如说联发科的集成手机芯片打破了手机的技术壁垒,有些本身就可以看作是一种创新,比如山寨春晚。所以,山寨文化和创新的关系很复杂,不能一概而论。

前面是我个人的一些看法。最后,结合前面各位老师的发言,我谈一个体会。那就是研究山寨文化现象必须具有更加宏大和宽广的视角,不能局限于此时此地,也不能局限于某个学科。这中

间其实有许多基本问题需要回答,比如说,山寨文化是我国特有的现象吗?其他国家是否也出现过类似现象?山寨文化只是现阶段才出现的吗?它是否和我国改革开放以来的经济和社会发展有某种内在的关联?甚至,我们是否可以通过对更长历史跨度的考察来进行思索和探讨?我觉得今天这种多学科交融的环境为讨论这些问题提供了一个很好的平台,有利于大家拓展视野、开阔思路,做出更为全面和准确的分析。

山寨文化与创新的哲学反思

孔明安(中国社会科学院哲学研究所副研究员)

山寨文化涉及到诸多的方面。作为21世纪高科技时代出现的社会文化现象,我们必须抱着严谨和科学的态度来对待它,并对之加以分析研究。现在,我想重点从哲学的视野,并结合创新概念来谈一下山寨文化现象。

首先,我认为必须从功能和特性上对山寨这一文化现象加以区分,即必须对山寨经济和山寨文化进行区分。山寨经济主要指的是诸如山寨手机的模仿制造,山寨文化现象指的是诸如电影剧本或电视剧本的模仿编排,甚至包括山寨春节联欢晚会等现象。

对山寨文化现象的出现,我认为应该给予积极的评价。第一,对某种文化的模仿本身既是一个学习的过程,也是一个再创造的过程。对明星电视剧本或电影剧本的模仿,只要在不违反知识产权的前提下,大胆的模仿将有利于活跃大众的文化生活,同时也有助于激发普通大众和人民群众的文化创造力。第二,山寨文化现象的出现是对文化垄断和文化官僚现象的突破与反抗。改革开放三十年来,我们在文化领域取得了巨大的成功,但同时还存在着这样或那样的问题。其中最典型的就是文化垄断现象和文化官僚现象。某些文化创造千篇一律,凭借着行政管制和准入制,在不断地进行低水平的重复,缺乏文化创新,浪费了大量的社会资源。山寨文化的出现从体制上打破了这一文化垄断现象,有利于文化竞争的格局出现和发展,并有可能催生更多、更好的文化作品。所以,从这一点讲,山寨文化的积极意义是值得肯定的。

其次,从经济和技术创新的角度看,我认为应该持一种谨慎的态度,不能不加区别地对山寨现象一味地迎合和欢呼,而应该遵守知识产权法和专利法。第一,中西方的近代历史表明,技术创新永远是一个国家或民族的“根本”

或“脊梁”。一个缺乏创新而依赖单纯地模仿的民族或国家是没有发展前途的。因此,针对某些山寨经济现象,如山寨手机、山寨电视机、山寨电脑或山寨电话的出现,首先要分清楚其是否冒牌、违法,是否进行了工商登记,等等。否则,任由这些违反了基本的经济规范的模仿品的出现,将会对中国的市场经济的准则造成极大的伤害,打破中国刚刚建立起来的市场经济秩序。在经济领域,中国从来不乏模仿、仿造甚至假冒伪劣的现象,如果山寨文化要继续发展,必须使自己与假冒伪劣等经济和文化现象区分开来,划清界限,否则,它注定是短命的,必将是昙花一现。第二,任何技术创新和研发都是建立在前期巨大人力物力投入的基础上,正因为此,全世界才强烈要求对专利和知识产权实施保护,并给予特定的保护期。可以说,这一法定的保护期就是某种特殊的垄断,但这一垄断是为了鼓励高端的技术创新和文化创新,打击技术抄袭和文化抄袭等社会现象。从这点讲,必须对山寨经济现象进行细致的划分,看一下它在哪些方面是违规的,又在哪些方面是应该鼓励发展的。这一区分和分类不仅不是多余,反而在目前“人人皆山寨”的社会现象下,显得尤为迫切和必要。

学术对话

第三,从消费文化的角度看,当今中国已经进入了消费社会的时代。消费社会是与品牌和名牌联系在一起的。由此,山寨经济现象也不可能超越消费社会的规律。也就是说,它也有个山寨品牌问题,这是它不得不面对的一个问题。如果说山寨手机因其价格低廉和综合技术而能迅速走红,那么,在短时间内,国内消费市场很快就会出现同样类型的山寨手机,只要它没有获得知识产品或技术专利的保护,它也会很快地被模仿或被山寨化,并被淹没在一大堆类同的山寨产品的汪洋大海中,从而失去了自己的品牌优势和价格优势。可以说,在消费社会,一个产品如果没有自己的品牌,它就没有自己的发展优势和生命力,从而也就没有发展前途。如此,任由山寨现象的漫无目的的泛滥,就会使它走向自己的反面,没有自己的生命力和可持续性,最终走向消亡。这就是山寨文化现象的出现及其发展中的辩证法。

山寨概念的价值转换

施爱东(中国社会科学院文学研究所副研究员)

刚才白烨老师已经说到,所谓的山寨文化至今还在发展变动之中,我们要对山寨文化下一个定义还为时过早。我

现在要做的,只是追溯一下它已有的源流和变迁。

早期的山寨概念,附带了一些负面价值。据说山寨一词最早源自广东(我1985年至2005年间基本生活在广州,倒是从来没听说过山寨这个词),特指专门仿造各种名牌IT产品的非正规生产厂家。用传统的概念来说,山寨行为就是盗版、克隆、仿制。那些不是正规厂家生产的,旨在逃避政府管理的产品,统称为山寨产品。所以说,山寨这个概念本身,包含了非法的成分。可是,山寨产品大多价格低廉,而各种功能却与正版产品相差无几,因而大受消费者的欢迎和追捧。

网络是一个戴着假面的世界,一个无序的空间。其实,只要是民间社会,总体上都呈现为一个无序的空间。每一个个体在涉及自己切身利益的时候,往往只顾及自身的短期利益,很少顾及到长远利益和整体利益。因此,合情比合理、合法更容易受到网民的青睐。人们花了不多的钱,买到了称心的产品,当然会不吝对这些产品奉上自己的赞美。于是,许多网民乐于使用草根、颠覆、创新、反抗、民间等概念来形容那些山寨产品。而我们知道,自从五四运动以后,这些革命性的概念都已经取得了褒义、

正义的价值。

也就是说,网民们不仅没有嫌弃山寨产品的盗版性质,反而用一些具有正面价值的时尚概念对山寨产品进行了重新定位,这种定位使得山寨产品摆脱了非法的负面形象,开始以正面形象被广泛传播。于是,一个原本具有负面价值(贬义)的概念,在网络中被大量的网民逐渐操作成了具有正面价值(褒义)的概念。

语言的发生发展是我们无法掌控的现象,山寨产品的时兴很快在网络上拓展到了其他领域,网民们开始把山寨这个标签贴到各种非主流、非正规、平民化的事物上,形成一种山寨文化的网络风潮。

于是,各种原先处于地下的、潜隐的、非正规的事物都披上山寨的外衣浮出水面。一个庸俗的女生可以被称作山寨圣女,一种粗俗的着装可以叫做山寨装,一个恶俗的广告可以叫做山寨广告,一种拙劣的模仿行为可以叫做山寨秀。从山寨概念在2008年的变迁史上,我们可以清晰地看到这一概念在网民们工具理性的推动下,其价值取向如何从负面逐渐转向正面,成为一种时尚标签。

山寨这个新概念并没有生产出新

思想或新文化,甚至没有生产出什么具有创新品质的新产品。刚才萨支山也讲到了,无论追溯山寨文化的哪个面向,我们都会发现,这些现象早就存在了,只是这些现象各自使用了一些带有价值判断的旧概念,而山寨一词,只是重新整合了一些旧概念原有的地盘,各种非法的、非主流的、假冒的、自制的、地下的、粗糙的、庸俗的、恶搞的,现在统统都可以用一个词来表示——山寨的,种种旧概念一旦被贴上了山寨的新标签,就洗去了原有的负面形象,代之以一种正面的形象出现在网络语言中。

刚才杜翔说到,山寨作为一种文化标签,崛起于2008年9月之后,时间并不长。山寨文化的流行,是时代发展的必然。以民间对抗庙堂、以平民对抗精英、以草根对抗权威,本身就是后现代社会的一种表征,但是,这一表征将以什么概念以什么方式表达出来,却是偶然的。山寨文化不是山寨产品派生的文化现象,而是后现代社会偶然地选择了山寨一词作为登台表演的面具。

过去我们谈论后现代的时候,更多的是在概念上进行运作,在现实生活中表现得并不明显,直到山寨文化蔚然成风的时候,后现代思维才在当代中国成为一种社会现象。

学术对话

山寨吊诡：与虎谋皮型利益共谋

黄 奎(中国社会科学院世界宗教研究所副研究员)

当下走红的山寨手机,属于科技层面、经济层面的山寨现象,主要涉及仿制、克隆或盗版范畴,一般需要足够的科技实力的支撑,笼统称为盗亦有道似乎也不为过。宏观上看,当某一领域的核心技术无法垄断或关键技术已非常成熟之后,就必然会出现专利技术或名牌产品的山寨化现象,必然会出现利益均沾、暴利衰减或微利化现象。这对于反垄断、阻遏垄断资本攫取超额垄断利润,应当是有积极意义的。总之,与虎谋皮存在正当性、必然性和可能性。但君子爱财、取之有道,利益驱动,白猫黑猫,对于投入产出比的理性考量并不能成为山寨产品肆无忌惮的天然理由。在尊重专利或知识产权与打破技术垄断之间,或许能够而且应当找到一个合适的“度”,即山寨产品的生存空间或合法区间。

山寨明星、山寨春晚、超女、个人博客发布新闻等,属于文化层面、政治层面的山寨现象,主要涉及非主流、另类、异端、叛逆范畴。例如,非主流对主流,另类对主导,异端对正统,他者对我们,边缘对中心,江湖对庙堂,草根对精英,山寨对官府,等等。中国晚近若干年的

社会变迁造就高度分化的社会阶层,不同阶层的利益诉求大相径庭,其中穷人(最新称谓“待富者”)对富人、既损利益群体对既得利益集团、草根阶层对精英阶层的不满,体制外人群对现存秩序、既有垄断体制和游戏规则的不满,日甚一日。在这样的社会背景下,出现山寨明星、山寨春晚等凝聚草根智慧的山寨文化现象,完全可以视为多元化社会中“造反有理”“敢于反潮流”的后现代景观或“我的地盘我做主”的行为艺术。一个日趋健全的社会为非主流山寨人群提供尽可能多的表现空间、利益表达空间,似乎也符合“圣人常善救人,故无弃人;圣人常善救物,故无弃物”的古训。

从国际范围来看,与山寨针锋相对的另一极无疑是帝国。2001年发生的“9·11事件”,无论是定义为恐怖主义袭击案例,还是定义为弱者反抗强者的超限战经典,其山寨色彩都意味深长。再如,中国在1960年代、印度和巴基斯坦在1990年代先后拥有核武器,朝鲜、伊朗等国家在核问题上近些年一直在与美国博弈,已经打破或正试图打破核垄断,或许都可以理解为国际核政治中的山寨现象。

深入思考不难发现,山寨与官府(或帝国)、江湖与庙堂、草根与精英、边

缘与中心、他者与我们,既矛盾对立,又共存共荣,常常处于一种既利益龃龉、又利益共谋的杂糅关系之中。例如,在正统的基督教神学之外,又衍生出解放神学、黑人神学、女性神学,甚至倡导“上帝是恨”的韩国民众神学,这些非正统神学“带着镣铐跳舞”,其存在价值自不待言,但其对于正统神学的依附性也不言而喻,甚至可以说更具欺骗性,堪称为虎作伥的山寨神学。

山寨现象的吊诡之处在于,非主流、反主流的行为艺术常常使既定利益格局更具弹性,使现存主流秩序更趋稳固。草根的抱怨、愤青的呐喊、江湖的侠义、山寨的造反,常常以杂音、噪音的形式成为主旋律的伴奏曲或背景音乐,以小骂大帮忙的方式成为既得利益集团表现雍容雅量的“托儿”或“帮凶”。对于山寨现象的默认、宽容,事实上正在成为精致的统治策略或柔性牧民术的一部分,因为“让人说话天塌不下来”,“道路以目”反而会有日积月累“火山爆发”的危险。

2008年末,在“扔炸弹”“政治上正确”的帝国版霸权语境中,伊拉克记者“扔皮鞋”的山寨版反抗创举或另类行为艺术,被美国总统布什“脑筋急转弯”地解读成伊拉克民主自由的表现,似乎是在暗示一种讽刺式的黑色幽默——

“山寨被招安”。这在成王败寇、强权即公理的国际主流语境中,很有可能是无法避免的宿命。

山寨现象与低成本现代化

林治波(人民日报社评论部副主任、高级编辑)

山寨现象是近来大家热议的一个话题,究竟如何看待这个现象,人们众说纷纭,莫衷一是。总的看,否定的意见占多数,认为山寨现象属于抄袭、模仿、侵权、低俗行为,应当反对并加以查处。

我以为,这种意见并非完全没有道理,但失之偏颇。山寨现象作为一种普遍的社会现象,其形成和发展有其必然性、合理性和正面意义。

在我们的社会上,穷人和富人一样,都想享用名牌优质产品,问题是穷人没有足够的钱,于是就想以低成本享用名牌产品。应当说,这是穷人的天赋人权,是对高端产品垄断性、反人民性的一种突破。民间仿制名牌产品的山寨现象,正是适应了这种普遍性的社会需求而出现的,因而具有必然性和广泛的社会基础。

那么,能否说这种仿制现象完全没有创造性呢?我以为,山寨形象作为一种模仿行为,依然具有一定的创造性:

学术对话

其一,模仿是创新的起点,在当今世界尤其如此;其二,山寨模仿者有能力把产品的成本降到最低,以适应低端消费者的需要,这本身就是一种了不起的能力。

由山寨现象联想到我们国家的基本国情和中华民族的前途命运,我以为其中有着非同寻常的内在联系,那就是:中国有必要也有可能从山寨现象中吸取智慧和经验,走低成本的现代化之路。

自从鸦片战争以来,中华民族在抗击西方帝国主义侵略的战争中屡战屡败,包括上层精英在内的许多人丧失了民族自信,转而盲目崇拜西方,民族虚无主义和崇洋媚外思潮一直绵延不绝,全盘西化论在所谓的“精英”中甚嚣尘上。在一些人眼里,中国什么都不行,月亮也是外国的圆;在一些人眼里,现代化就是西化,西化就是美国化。问题是,如果按照美国的模式搞中国的现代化,即便两个地球也不够我们一家用的;再者,如果不打仗、不掠夺、不折腾,就连美国人自己都很难适应自己的模式了,遑论我们中国。这一次,从美国发端并波及世界的金融危机,已将美国和西方国家的漏洞与弊端暴露无遗,这足以引起我们的反省和深思。

结合中国的国情,并考虑到西方现代化的弊端,我认为,中国要想实现现

代化,非走低成本现代化的路子不可。比如,现在各地企业纷纷引进的污水处理方式,成本过高,根本不能适应我们的条件,必须探索低成本的方式。对于山寨现象,我们大略也可以做如是观。

谈及山寨现象,就不可避免地要谈到知识产权问题。对山寨现象的最大非议正是来源于这一点。我以为,知识产权是一柄双刃剑,既可以起到保护科学发明的作用,又可以起到阻挠科技进步的负作用。关键是我们采取何种对策,以便趋利避害。在国内,应当采取保护知识产权的政策,以保护发明人的利益,鼓励更多的人参与科学发明;但在处理国际知识产权纠纷的问题上,我们大可不必太较真。纵观世界历史,后进国家对先进国家,在一定意义上无不是通过模仿和抄袭先进国家的产品而实现赶超的,从荷兰抄袭西班牙到英国抄袭荷兰,从美国抄袭英国到日本抄袭美国,几乎都是这样走过来的。再者,中国古代的四大发明,以及丝绸、瓷器、豆腐等等制造技术也都被西方国家无代价地学走了,至于西方国家发动侵华战争对中国造成的生命和财产损失,更是无以计数。现在我们仿制一点他们的产品,无可厚非。我们要知道,美欧日联合起来对中国挥舞“知识产权大棒”,其目

的主要不在知识产权本身,而是对中国实行严厉技术封锁,阻挠中国的技术进步,企图把中国压在国际产业分工的最底层,永远为他们打工。要突破西方的技术封锁,我们一方面要大力实行自主创新,一方面要宽容山寨现象的存在。

山寨现象的根本出路在于创新和升级。第一阶段是模仿,然后在模仿的基础上创新,形成一些原产品所没有的附加功能,逐步实现产品升级,或逐步拥有自主知识产权。政府对于山寨现象,不妨进行适当的引导和扶持。现在大学生就业很难,如果对山寨现象加以引导扶持,帮助大学生创业,自谋职业,也不失为一个路子。

山寨文化的生成机理与媒介表达

刘瑞生(中国社会科学院新闻研究所助理研究员)

在网络媒体的推波助澜下,山寨已经成为2008年最流行的热词,并且从最初的山寨手机等低成本、仿制性的电子产品演绎为一种社会文化现象。

尽管山寨文化是一种非主流文化,但也没有必要对其大惊小怪。改革开放三十年以来,随着中国社会的转型,社会结构的迅速分化必然会带来文化的多元化,各个阶层、利益群体必然有着

不同的文化诉求,特别是在主流文化无法满足所有阶层和群体的需求时,就必然出现形形色色的非主流文化。一般而言,出于社会上层的身份需要,“白骨精”群体(白领、骨干、精英)很少会消费山寨手机,他们的高收入也让他们受到大品牌手机的青睐。然而,在精英之外,还存在人数众多的工人、农民、农民工等社会阶层,本来他们应该属于中国社会的主流群体,但由于其收入相对较低,他们对于手机、对于信息、对于人际交流的需要基本被主流的大品牌手机(也是主流文化)排除在外。而山寨机的强大功能和低廉的价格既照顾了他们的收入同时又极大满足了这些群体的文化需要。此外,像每年中央电视台春节晚会的几十个节目,如何同时满足全国十三亿人的需要?所以山寨版春晚虽非正牌,但也是正版春晚的必要补充。

大众传媒和大众文化、流行文化有着极为密切的关系。山寨文化的风行中,互联网可以说居功至伟。中国1994年接入国际互联网,之后随着互联网的迅速发展,网络媒体对于中国社会的影响甚至已经远远超过了传统的主流媒体。从文化的生成来看,互联网已经成为能够传播、影响甚至制造大众文化的主流媒体。从文化表达层面,言论表达

学术对话

更为自由的互联网则为大众提供了畅通的文化表达渠道,这往往是主流媒体所无法比拟的。特别是,在习惯了主流媒体的文化(包括语言、文本乃至声像等)表达模式之外,网民更热衷于制造和使用一些非主流的文化表达方式。从这方面说,很多人尤其是网民则把很多事物、现象都套进山寨文化,并通过互联网把山寨文化广泛传播,山寨一词的走红、山寨文化的泛化实属必然。当然,作为一种流行文化,山寨文化可能也会具有一定的易逝性,一旦网民再度热衷于其他新奇的非主流语言时,即使社会中的山寨现象并不曾消逝,山寨在网络传播上仍会式微,或者可能改头换面为另一种文化来表现。

从山寨文化的特点和内容来看,作为一种多元文化的复杂表达,山寨文化的成分很复杂,有复制,有模仿,有创新,有恶搞,有娱乐。当前,在互联网上传播的山寨文化可能更多的是娱乐,山寨文化也是满足了很多人的娱乐化需求,这同网民的互联网使用有关。前些年,网络对互联网使用中,看新闻、信息搜索、交流、电子邮件、网络交流等居于前列,但今年初公布的互联网数据调查中显示,网络娱乐已经成为网民最重要的互联网使用。只要有点娱乐性的东

西,网络就能让其火起来,甚至有很多低俗化、恶俗化的东西,当然,传统媒体这方面的问题也非常严重。

对于山寨文化的风行,需要认识其背后的社会结构、社会制度、意识形态乃至权力分配等深层面的问题。在这个意义上说,我们的主流文化是否满足大众的需要,我们的主流思想、主流价值观是否能够真正代表大众,这是在山寨文化背后应该思考的问题。在一个文化必然多元的时代,对于当前出现的任何一种社会文化,都没有必要把其视为洪水猛兽,非主流文化不一定就是反主流文化,甚至更多的可能是对主流文化的补充,或者是对主流文化的一种提醒。从和谐社会的角度讲,需要正视山寨文化等非主流文化,肯定其合理成分,引导其积极发展,才能真正有益于社会主义和谐文化的构建。

草根史学与山寨文化

李小树(中国人民大学历史系教授)

近期兴起的山寨之风,原本与手机之类的工业产品相联系。但其发展并衍化为山寨文化之后,与工业产品的关联度已非常微弱,其所指向的,事实上是一种民间自发的文化行为。由于山寨文化的内容过于宽泛,其间良莠相杂,因

而,对山寨文化的评价也众说纷纭。在我看来,作为一种流行甚广的文化,可根据其对社会产生的基本影响是正面的还是负面的,是正效应还是负效应,分为“山寨正文化”与“山寨负文化”。早已流行的草根史学作为较有影响和相对成熟的带有纯文化性质的“民间自发的文化行为”,当属一种山寨正文化,在一定程度上反映一些传统文化在山寨化之后的特征。草根史学有以下几点值得关注:

其一,没有特殊的游戏规则。草根史学的参与者虽然多为非专业的史学活动者,没有接受过特殊的专业训练,但是,中国传统史学数千年来形成的求真特质,给整个社会留下的印象极为深固。因而,任何个体,无论其属于精英还是平民,一旦进入著史或讲史的角色,便自觉或不自觉遵循这一长久流传的史学原则,将追求真实作为一种不可突破的行为底线。正因为如此,在绝大多数草根史学的活动中,都没有因草根之故而允许、纵容虚构与编造历史,不存在可以随意歪曲历史的所谓潜规则,在其中很难看到“伪历史”的身影。

其二,大多不具对抗色彩。草根史学的活动者,其所以介入史学,大体出于个人的爱好与兴趣,当网络技术日益发达而具备了相对便捷的交流方式时,

这种爱好与兴趣常常转化为一种表达的欲望和冲动且日趋强烈,具体表现为借助互联网的传播优势,以自认的最佳方式来描述历史、评价人物,希望得到他人的了解与认可。由于最终的表达不会受到阻止与压制。一般而言,草根史学的活动者并不刻意地去对抗主流或霸权,可行的表达途径往往是他们的理性选择,类似叫板央视之类的现象以及基于愤慨情绪的文化抗争,在草根史学中是十分罕见的。

其三,绝少仿冒行为。草根史学与精英史学及官方史学相较,就其作品而言,主要的区别在于文字与语言表述的大众化程度,而其撰述或讲说的基本依据,则是传世的文献资料,与精英史学及官方史学是完全相同的,因而没有侵权之忧。同时,草根史学并不屑于照搬或重复他人的史学成果,他们有充分的自信,有自己的叙事方式,有自己对文献的解读,有自己对历史的评价,没有必要仿冒他人。事实上,在草根史学流行的过程中,也绝少出现与仿冒相关的公案。

作为一种山寨正文化,草根史学在中国古代便不止一次地出现过十分活跃的时期,其整体效应是有利于社会的文明与进步的。当前山寨文化的流行,是伴随时代演进而出现的文化生态的

学术对话

变化。而就文化生态而言,丰富化和多元化是其发展的必然趋势。在当今时代,包括草根史学在内的山寨正文化的活动是在法律允许的范围之内,也绝少突破道德的底线,因而有自己的文化生存权。这种文化虽然也山寨,也有起有落,有风行,有沉寂,但却永远不会消失,这是谁也无法改变的文化规律。

本土文化复兴与替天行道

田 垣(中国社会科学院办公厅编审)

不少文章称山寨是草根,认为山寨文化是“草根创新、群众智慧”“草根的代名词”,山寨文化的兴起是“草民与精英对垒”。这些说法不无道理,却不太到位。与草根比较,山寨至少具有三个特征。

一是本土化。比起外来概念草根,山寨一词是本土化的。草根概念是精英们从外国文化中引进的。中国草根不屑做草根,尤其是带“洋”字的草根,他们不认为草根能代表自己。这种情况下,带有浓厚中国文化底蕴和历史积淀的山寨就入选了。当代山寨现象虽起源于IT业,但其文化的根基在传统。我认为,在现代化西化的大潮中,山寨一词的火爆是本土文化复兴的象征。这个现象值得探讨。但从另一种角度考虑,如果本土文化的复兴,不是以正版而是以山寨版的方式

展开,那很可能是我们的悲哀。

二是自豪感。草根与精英相对,草根是精英们居高临下地对民众文化的称谓,其中不乏贬义。山寨当然也有贬义,但在中国文化中还有这样一层意思,其间充满“我是山寨我怕谁”的自豪感!传统文化中,山寨是强人聚集的地方,使用该词汇最多最典型的,当推代表社会下层造反文化以及将造反文化赋予积极意义的《水浒传》。而在中国历史上,不乏由山寨版演变而来的王朝——安知彼不可取而代之!当盗版被改称为山寨版,山寨成为下层不安于现状者的自诩时,事物的性质就发生了根本性的改变。

三是反叛性。草根是民间社会,强调非政府和民间性,但非政府和民间性未必反叛,往往是安于弱势的意思。但山寨天然就是反叛的,是对现行体制与秩序的一种挑战,对现有规则的破坏。不承认庙堂制定的规则,而要自定规则,甚至另立权威。因为按你的规则游戏,我总是输,总是吃亏,于是我不得不抛弃你的规则,另搞一套跟你玩。比如,如果按庙堂规则,林冲遭陷害只能不断地上访,最后就是告御状,而不是砸县衙,更不是上梁山。砸县衙上梁山就是另立规则,因为按庙堂规定是不许造反的。

总之,山寨文化就是体制外弱势群体另定规则的意思,是造反有理的意思。强者制定的规则(无论明规则潜规则)没有给弱者留有必要的生存空间,弱者不愿或无法再按照强者的规则玩下去,有压迫就有反抗,起而争夺规则权和话语权,于是山寨就诞生了。但这种另立规则不是随意的,而是按照一定原则制定的。在古代,是按照天理制定,所谓替天行道;在当代,是按照公理制定,所谓人人平等。这就是山寨文化。

反叛性和替天行道体现了山寨文化的本质。造反有理(当然有不同的解释)由于在“文革”大行其道,而备受诟病,但它的确是体现了山寨文化的精神。其核心含义是:我虽然反叛,但不是胡闹,而是有原则的,是为了公理,是弱势群体按照人类公理的原则反抗强势集团,造反造的有理(公理),是替天行道,是按天道(公理)行事。山寨机就特别能体现这一原则。当技术壁垒被突破后,山寨企业毫不犹豫地打破强势集团的行政垄断,按照山寨的市场规则横行江湖。

有学者认为,不能简单地用反叛性来概括山寨文化,有些山寨还没当强盗就想着招安,与正版是一种寄生关系。其实,这正是替天行道反叛性的一个特征。替天行道不是永远处于反叛地位,

而是按照另类规则,争取“应有”的地位,宋江就是“还没当强盗就想着招安”一类。宋代有谚语说:“若要官,杀人放火受招安。”特别传神。

最后说一点未必是题外的话。一段时间以来,我常和一些朋友讲,要读点《水浒》,尤其是观人风者,更要下功夫读。在社会剧烈动荡以致两极严重分化、相互隔膜仇视的时候,读点《水浒》,或许能够多些清醒,少些纸醉金迷,少干点放浪形骸、找不着北的勾当。山寨文化的骤兴,似乎证实了我的“先见”。

与资本文化捆绑而复活的山寨文化

工 时(中国社会科学院研究生院讲师)

近期,人们面对蓬勃发展或兴风作浪的山寨文化行为现象褒之贬之,却无法回避。

山寨文化是与中国历史传统的史官文化相对应的。后者是代表上天行道的皇恩浩荡价值观,前者是代表替天行道的民意不可欺价值观。从汉代直至宋代,相对于官民之间具有独立的知识分子阶层,从罢黜百家独尊儒术,到存天理灭人欲之后,知识分子逐步在史官文化占主导的历史发展过程中,自我意识逐渐消失,不断强化为皇权服务正

学术对话

统价值观，与民间社会距离越来越远。以民间自我强化发展起来的山寨文化现象，成为社会的一个重要支撑点。

1949年后新中国建立，上层建筑是以理想主义为主导，经济基础是以计划手段为主导，在政治和社会组织运行强调党政军民学一元化的领导机制，强调一大二公，铲除私有化，将在中国仅存一百多年的舶来品——资本文化，连同山寨文化在内，看作文化的糟粕，在短时间内以疾风暴雨式洗礼，使山寨文化和资本文化一并荡然无存。到了1975年在批水浒运动和可以阅读四部所谓中国经典古典小说时，人们又能公开合法看到山寨文化的踪迹，但山寨文化和资本文化已相当长时间没有生成的土壤和精神世界了。

随着改革开放的时代到来，市场经济时代逐渐成为中国经济的发展的主流。从海外学习的归国人员，在国内学习西方经济学的学人成为经济学界的主流；对西方自由主义经济学为主要代表的资本文化，将其与现代科学观念混淆在一起，奉为神学。港澳台等海外儒化的资本主义经济运行模式，又使得资本文化对大陆相当多的人加上了中国传统文化的元素影响，对资本文化更视为神明。大陆在“文革”后的文化解禁，

原江湖文化——山寨文化的作品流行，使社会多元化，无论在理念和行为事实，人们不再视其为洪水猛兽。山寨文化也成为相当一部分人头脑中的营养汲取物。这一切为现今山寨文化的复活打下了基础。

从计划经济模式逐渐向市场经济过度发展，被神化了资本文化日益彰显其野蛮的霸权的本质，优胜劣汰的残酷远远超过正统史官文化给社会和个人带来束缚的痛苦。资本文化不仅在经济处于强势，而且随着其力量的日益壮大，面对强大的史官文化，看到其存在大而僵化的弊端，对其进行逐步消解，为自身发展拓展了空间和时间；另一方面，资本文化以制度设计为陷阱，将所有一切纳入自定的规则，使得民众社会等在其他方面的发展，日益被资本垄断和控制。空间的缩小，前途的渺茫，被边缘的失落，虽遭到强大的史官文化和资本文化的排挤却绝不满足现状，向往自身理想境界发展的群体，总要寻求出路。历史遗留的山寨文化，自然成为宝贵的精神源泉和发展的支撑点。

追求剩余价值是上帝赐予每个辛勤劳动者的恩惠，是天经地义的。这是马克思·韦伯对资本文化价值核心的阐述。每一个人都有追求幸福和财富增长

的动力和权利。在当今,资本的精英们和广大民众都以财富增长为人生追求的终生目标,但当精英们在追求剩余价值最大化的同时,在资本精英群体之外的人,通过辛勤劳作而获得回报不对称的情况下,他们要想达到理想追求的目标,就要摆脱资本制度陷阱中的强权束缚,山寨文化的历史资源为他们提供了智慧和行为准则。

山寨文化引发的山寨经济行为,在现代市场经济中一改以往那种处于劣势、落后、欠发达的形象。在资本文化强调效益优先、优胜劣汰的框架下,山寨文化在经济行为不受资本文化的规制束缚,通过弱势的资本原始积累和高科技人才的加入,在市场经济大潮中可翻江倒海,争取到利润的份额。当代社会出现的山寨文化,是与资本文化一起捆绑在市场经济发展过程再次复活的传统文化。传统并非是时过境迁,山寨文化是传承、统合的当代版。

山寨何以风行

施芸卿(中国社会科学院社会学研究所硕士研究生)

山寨二字,以山寨产品发轫,借山寨文化流行,两者虽一实一虚,却不乏共通之处,相形之下更见山寨风行之内

在机制。

以低准入门槛引爆流行。以台湾联科发推出多功能低成本的 MTK 芯片为标志事件,手机制造从此变得像拼装玩具一样简单,高端机被迅速平民化,中端机被迅速创意化,低成本、短周期、全功能、超个性,山寨机以无可比拟的优势迅速占据半壁山头。而网络技术就是山寨文化的 MTK 芯片。随着 90 年代以来信息科技的飞速发展,互联网的迅速普及,音频视频制作软件愈加简单,宽带传输流量日益增大,传统传媒壁垒被消解,人人都可以是主持、歌星、导演、制片,网络构造了普通人自我展示和实现的舞台,使文化制造者和接受者间的互动成为可能并成为常态。正如网上说,一棵草可能微不足道,但一棵棵草,便可以织成一块茂密的大草原。低门槛激发了俗文化的内生活力,成为滋长山寨文化的沃土。由低门槛唤起的巨大消费市场和民间智慧,正是山寨得以短时间内大肆流行的基本动因。

以娱乐之名显个性之实。福娃、验钞机、八大喇叭、汽车外壳……服饰界的搞怪混搭风被创造性地运用于 IT 界,千奇百怪的山寨机让人弹眼落睛。至于山寨版春晚,山寨版新白娘子传奇,新闻乱播,山寨版刘翔,山寨版搜索

学术对话

引擎白虎沟,更是闻所未闻。山寨产品质量低劣大家心知肚明,不断有报道炮轰山寨机辐射大,无质保,存在安全隐患,而大多数山寨文化作品也明显画面粗糙音质含混,但即使这样,为什么还被大众喜闻乐道?作为山寨,可以不精致,可以不瓷实,但就是不可以不好玩,不可以没有创意,不可以在芸芸众生中被淹没,以娱乐至上的精神内核,达到个性化的精神标榜,正是山寨之所长,庙堂之所短,也正是山寨风愈演愈烈的内在动力。

以个体聚合之力重构价值序列。山寨风一刮便刮上 2008 年度最流行榜单,引起社会各界的重视。传统媒体试图冠以冒牌文化、盗版文化,网络力量则力挺其草根化、平民化。舆论分为两级,却也很好理解,传统媒体为正其权威地位,网络媒体则努力捍卫其发声平台。但若一定要说山寨中蕴含消解权威的政治意涵,我总觉得这并不是山寨生产者的本意,而是聚合的无意。作为个体,山寨机的生产商为了逐利,山寨文化的创造者为了好玩,本与权威无涉,只是一旦积沙成塔形成山寨之风,便隐隐产生出映对庙堂之势。然则,精英与大众,权威与草根,一定需要对立吗?

看似对立的一个原因不能不归为

在传媒浸润下文化生产者所希望达到的眼球效应。譬如对山寨春晚的报导,本以平民化、好玩为卖点的山寨春晚被冠以“向央视春晚叫板”的标题,山寨之气跃然网上,眼球是吸引住了,但也就容易让人将两者视为不可两立。但若再进一步,这种两分感受,是否也是转型中社会现实的投射呢?正如孙立平教授所指出的,90 年代以后,改革初期释放出的平等化效应衰减,资源重新分配积聚,精英寡头化,底层民粹化,使社会呈现出断裂的两极。原子化的底层横向无法联系,纵向无法流动,所能掌控的资源越来越少,生活上不得不接受各垄断行业的高价,文化上不得不接受传统媒体的灌输。然而,互联网却引来了一个新的时代,赋予了底层新的表达空间,以草根解构主流,以平民诠释非主流,以自娱自乐为本意,以彰显个性为标志,以发出声音为底线,数以万计的此类个体汇集在一起,丰富了文化和商品市场,也无意中制衡了垄断行业。这正是底层社会力量的萌现,也是山寨风行的一个积极侧面,对于构建一个健康运转的和谐社会,未必不是好事。

当然,山寨产品涉及到更为复杂的法律及市场秩序层面,难以在短文中以好坏蔽之。但就山寨文化而言,山寨庙

堂之争让我想到上世纪30年代文化上“京派”“海派”之争,京派高雅,海派通俗;京派正统,海派活泼;京派任重道远,海派有容乃大;京派忧国忧民,海派娱己娱人。这本来就是文化相生相长的两个侧面,兼容并蓄又有何妨?

附:解读山寨宣言与山寨协会

为准备这次研讨会,我们搜集了一些文献资料。其中有两处值得特别关注。

一条是“山寨文化宣言”。说宣言是我们命名的,因为网上的出处并没有这么讲(或许还有其他人也这样命名,我们目前还没有看见)。这条资料摘自网络文章《山寨版山寨文化与山寨现象》中的一节,该节小标题为“山寨文化的中国式崛起”。我们改为“中国山寨文化宣言”(另有称山寨宣言的,名不副实)。该节文字如下:

山寨文化在中国IT业的崛起,如同任何一部中国传统武侠小说所演绎的故事那样:先是以非常规手法游走于主流圈子的边缘,然后逐渐坐大,最终向正统势力发起挑战,甚至取而代之。

山寨文化是以极低的成本模仿主流品牌产品的外观或功能,并加以创新,最终在外观、功能、价格等方面全面

超越这个产品的一种现象。它的衍生物,将打破手机的束缚,而扩展到数码相机、鼠标、键盘等等方面,它的副产品同样可以在相关行业引发结构性震荡。这是师夷长技以制夷的炮火,这是学比赶超的来福枪,山寨文化在抄袭与超越的羊肠小道上一路狂奔,尤其是挣脱了牌照的束缚,握紧了低成本高回报的福祉之后,它摧枯拉朽的震撼力与病毒营销的感染力,彻底颠覆了传统的行业潜规则,建立了以山寨文化为基础的价值序列。而且,山寨文化深深地打上了草根创新、群众智慧的烙印,是当之无愧的中国式山寨。

该宣言强调:“草根创新、群众智慧。”“彻底颠覆了传统的行业潜规则,建立了以山寨文化为基础的价值序列。”“向正统势力发起挑战,甚至取而代之。”这几句应当引起我们特别的关注。

另一条是“沈阳飞龙药业倡议成立中国山寨协会”。这是我们正在筹办“山寨文化研讨会”期间出现的,2008年12月9日发布在医药新闻网上。

倡议中有这样的文字:

不可否认,在山寨发展过程中,一部分山寨产品确实存在假冒伪劣现象,

学术对话

但泼脏水不能把孩子一块倒出去,不能因为有假冒伪劣现象而全盘否定山寨产品,否定山寨企业的草根创新精神,毕竟山寨风行中国的事实证明,更多的山寨产品是质优、物美、价廉的。

为此,沈阳飞龙药业有限公司特向全国优秀的山寨企业发出倡议:起来,全中国反对假冒伪劣的山寨企业联合起来,在继续发扬传统的山寨精神、推进山寨产品进步同时,一起共同发起成立中国山寨协会,反映山寨企业呼声,维护山寨企业权益,规范山寨企业行为,为山寨产品正名,重塑山寨企业形象,让山寨成为中国精品的代名词。

倡议认为,“更多的山寨产品是质优、物美、价廉的”,强调“全中国反对假冒伪劣的山寨企业联合起来”“规范山寨企业行为,为山寨产品正名,重塑山寨企业形象,让山寨成为中国精品的代名词”。这几句同样应当引起我们特别的关注。

前一条是纲领,后一条是行动。表明山寨文化已经成势。

我们认为,沈阳飞龙药业倡议成立中国山寨协会,是一个标志性的事件。就好比宋江在梁山竖起了“替天行道”(该词在代表山寨文化的《水浒全传》中出现一百四十余次,而在代表庙堂文化的《三国演义》中仅出现一次)的杏黄旗。从内容看,有两点,一是试图掌握山寨话语权。山寨中有李逵也有李鬼,更多的是李鬼。宋江把梁山视为山寨中的老大,要求李逵们统统上梁山发展,其他假冒伪劣的李鬼,统统剿灭。二是想招安。宋江竖杏黄旗是给自己找合法(替天行道的天理)依据,为招安做铺垫,飞龙药业“让山寨成为中国精品的代名词”,也是给自己找合法(公理)依据,为招安做铺垫。最后的目标就是由江湖入庙堂,由山寨入朝廷。

(本文由中国社会科学院汪权、邢东田整理) ■