



关于“山寨文化”的反思

刘瑞生

去冬今春,中国刮起了一股“山寨风”。“山寨”成为最流行的网络新词,谷歌关于“山寨”的检索结果数量超过了 3000 万条。红火的“山寨”现象吸引着众多海内外媒体的眼球。1 月 25 日,新加坡《联合早报》刊文介绍了中国迈入牛年不可不知的五大流行语,“山寨”高居榜首。

山寨文化现象已影响到中国社会诸多方面,自然也引起了国内多方关注。热议中既有共识,也有分歧。共识比较确定,山寨文化是一种非主流文化,基本内涵是“低成本模仿”;分歧也很鲜明,在于如何定性“非主流”、“低成本模仿”。如何看山寨,它是个好东西还是个坏东西, 需要不同领域、多个层面的角度,也需要一种辩证的态度和一个发展的视野。

近些年,我国文化的生存土壤发生了很大变化。随着经济基础的转型,社会结构的分化,大众文化需求和文化自觉性也增大,文化的生长空间空前扩大,文化的多样存在成为必然。在发展中,主流文化不断弘扬,亦出现了一些非主流文化,以满足部分阶层、群体的需要,社会文化向多方面、多层次、多样性发展。从构建和谐社会的意义上讲,非主流文化是对主流文化的必要补充, 和谐文化就是二者之间的相互包容和相互促进。

“山寨”最早从手机开始。几年前手机市场单一,价格高昂的几个品牌基本为精英阶层独享, 普通大众只能望而却步。这些年虽然品牌增多,精英们依旧买主流品牌机,价格越高越能显身份;农民工兄弟姐妹则喜刷刷地冲向山寨机,圆了手机“梦”。据说山寨手机的总销售量超过 1 亿, 与主流品牌手机形成了激烈的竞争之势。

从内涵上分析, 无山寨之名却行山寨之实的现象很多,可谓“山寨”很早就有,无处不在。关键是,这些山寨颠覆了主流文化吗?以央视正牌春晚为例,资源优势 and 号召力是任何草根无法比拟的, 所以根本就不存在与其抗衡的力量。但是, 正牌春晚办得再好,也不可能同时满足 13 亿多人,给他们都带来快乐。人们虽没看到那台被炒得很热闹的“山寨版春晚”, 却读到了浙江庆元县月山村一台演了 29 年的“山寨春晚”。据说从 1981 年以来,每年大年三十,村民们都自导自演一部“春晚”,农民版“十二乐坊”、时装版“时装秀”等节目让“演员”和观众一同体验并快乐着。

世上没有一种文化是百分百健康,没有一点问题的。我们不能因为非主流文化存在一些问题就说其是反主流和对抗主流的,对其积极、消极与正面、反面的成分都要辩证分析、区别对待。例如网络文化中有不少负面的东西,像低俗化、侵犯隐私等问题亟需治理, 但能因此否定网络的进步意义而关掉互联网吗?有了非主流文化,也促使主流文化更为积极主动地贴近大众, 在发展中不断吸取非主流文化中的积极与合理的成分,不断进行自我更新。所以,山寨文化的存在对于主流文化还是一种提醒,主流文化,你千万别离大众太远!

由于模仿、借鉴、创新之间本身就有着微妙的联系,看“低成本的模仿”就得更辩证。模仿是人类的一

种天性。就个人而言,从出生到成年,人的成长过程本身就是一个不断模仿同类的过程, 在模仿与学习的基础上发展创造。就国家而言,尤其是在现代化的历程中,不少国家都是在模仿其他国家先进器物、制度乃至观念的基础上借鉴、创新并发展,有些国家甚至在模仿上不择手段。模仿的形态是多样的,模仿得好就是借鉴,并会发展为创新与超越;模仿得糟了只能是复制、剽窃和侵权。模仿的成本还有高低之分,一般而言,稍微明智些的人都愿意选择低成本“模仿”。处于初级阶段的中国“山寨文化”之模仿比较五花八门, 可谓多种形态并存, 虽缺少独创与超越,但也并没有太多的剽窃和抄袭。

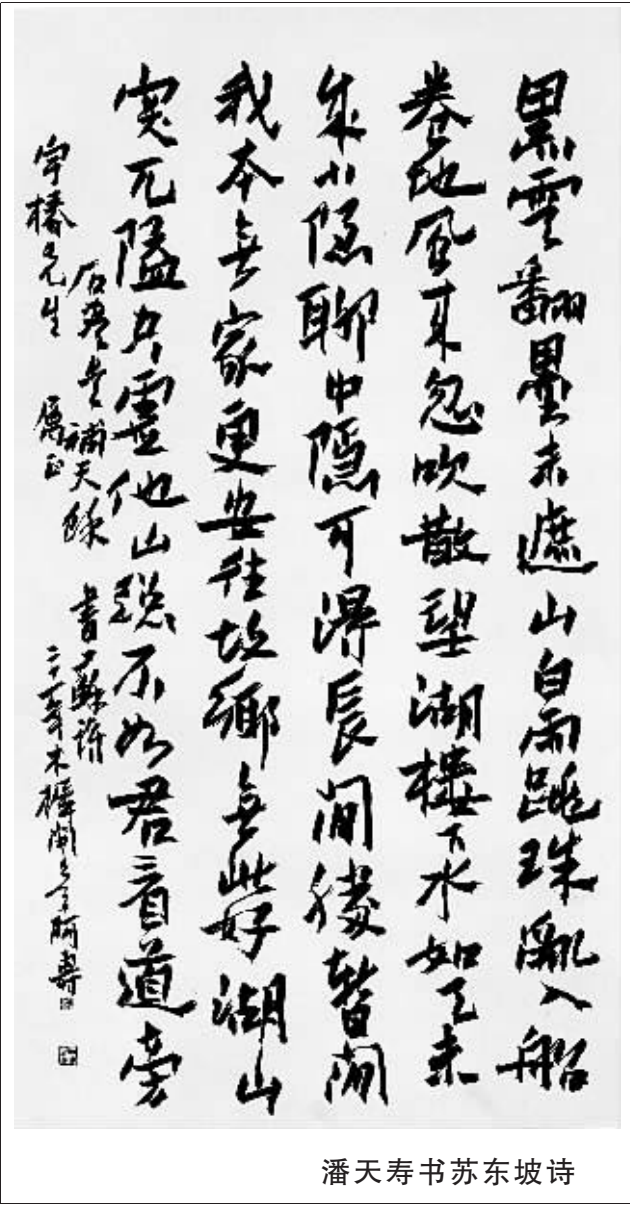
“山寨”中有没有创新,创新的成分到底有多少?《联合早报》的文章认为“山寨”是“以低成本模仿主流品牌并在功能上加以创新的新的现象”。香港记者匡匡露薇说的很辩证:“看看山寨手机,有些就是仿冒,如果真的侵权,可以走法律途径……至于有些,则颇有创意,甚至是技术创新。”她不仅看到了我们“山寨”中模仿的两种不同形态,还提出了对侵权行为为解决路径, 而我想补充的是对技术创新是要努力保护的, 只要有创新,即使还处在萌芽甚至种子状态,也需要呵护,这年头,有点创新多难呀!

值得注意的是, 通过媒介呈现在大众视线中的“山寨文化”还有相当的泛化和泡沫化成分。在大众媒介尤其是互联网的推波助澜下,用“山寨”去命名和“山寨”词语使用这两种现象,在一定程度上做大了“山寨文化”的声势。日益大众化的传媒和大众文化、流行文化有着极为密切的关系,互联网已成长为能够传播、影响甚至制造、放大文化的重要媒介。不过,从网络语言、媒介文化的角度看,作为一种流行语,“山寨”一词也具有一定的易逝性,一旦网民再度青睐于其他新奇语言时,“山寨”就不再流行,即使真正的山寨现象并不曾消逝。因此,仅从表象来看,“山寨”从一种科技产品迅速蔓延至诸多社会领域成为大众视野中的新文化,发展态势咄咄逼人,然而究其本身,在“山寨文化”之“实”的背面却是“虚”的成分,在实际影响方面可能还是“虚”过于“实”。

无论“虚”还是“实”,“山寨文化”尚未定型,还处于发展、过渡乃至形塑的发展过程中。特别是在诸多“新”文化的你我我往中, 大众的文化选择与文化甄别是不可忽略的标尺。技术革命驱动下的大众追新求异的社会心理, 往往决定着新文化的飙升乃至式微。此外, 处于政治、经济、法律、道德、媒介等多重张力之中,“山寨文化” 在发展中仍具有相当的可塑性。

纵观改革开放以来的 30 年,人们对于“新”这个字眼再熟悉不过了。社会的大发展、大变革催生了诸多新观念、新思想、新制度、新方法、新器物,接踵而至的新异事物不仅令人眼花缭乱,在的不断冲击着固有的文化格局,构筑着新时期的中国社会文化景观。当然,并不是一切蒙上“新”面纱出现的东西就是好的,就是合理的,更不能认同“我新我有理,我新我怕谁”的后现代文化逻辑。审视“山寨文化”等新文化现象一定层面的肤浅与浮躁, 需努力反思其所根植的文化土壤,检讨某些地域的问题。然而,毕竟大的文化生态使然,“新”是一种常态,“我新故我来”,所以对于“山寨文化”的出现,实在是不足为奇。

“山寨”能够走多远,走成什么样,走向何方,对“山寨文化”不妨放眼光!



改革开放 30 年给我们提供了一次全面总结历史经验的宝贵机会,因此在这一年出版了不少有关改革开放 30 年的图书。这些图书摆放在书店,争相斗艳,琳琅满目。这不仅是出版界的收获,也是思想文化界的收获,因为这些图书同时也检验了我们面对历史和现实的智慧和眼光。在这些图书中,我特别要提到一本书,这就是由广东新世纪出版社出版的陈小奇、陈志红的《中国流行音乐与公民文化》,这本书并不厚,视角也很专业,是从流行音乐与改革开放 30 年的关系来探讨社会变迁和观念更新的。然而它带给我们的启发却是很厚很厚的。

流行音乐首先就得感谢改革开放,否则,这种曾被视为洪水猛兽的“靡靡之音”是不可能神州大地上敞亮地传唱的;另一方面, 改革开放的进程也应该感谢流行音乐,因为流行音乐与时代有着密切的关系,抒发了广大民众在改革开放大潮中的心声,在民众心声与社会变革之间开启了一条畅通的渠道。正如该书的两位作者陈小奇和陈志红所强调的:“流行音乐从根本上来讲也是一种平民音乐, 体现了一种平民文化,草根文化”。其实,两千多年前,流行音乐就受到朝廷的重视。当年的朝廷有采诗的制度, 要派官员到民间搜集民谣民歌,民谣民歌也就是当年的流行音乐。朝廷采诗的目的是什么呢?“天子命史采诗谣,以观民风”,就是说,朝廷通过这些在民间流行的歌谣来了解人民的生活和情感。《诗经》就是在历朝采诗的基础上加以整理而留存下来的,同样的道理,回顾 30 年来流行音乐的兴起和发展,的确也是见证了改革开放时代的文化精神。

但严格说起来,以上观点并没有成为学界的共识。更何况,流行音乐真要达到《诗经》的历史高度,必须经历长期的经典化的过程,而人们并没有做好对流行音乐进行经典化的思想准备。显然,对于流行音乐,尽管改革开放 30 年为其提供了充分发展的沃土, 也取得了丰硕的成果,但我们基本上是将流行音乐作为大众文化的一种样式来认识的。我们不能否认流行音乐的大众文化特性, 而且流行音乐在 30 年来的迅速发展,就在于改革开放所造就的大众文化的时代语境。而这书却在此基础上提出了一个值得思考的问题,即流行音乐除了大众文化的特性之外,还包含有主流音乐的特性, 代表了时代精神。不止这个问题, 该书从实践经验出发,提出了一系列充满理论思辨的、富有启发性的见解。如作者认为,“流行音乐最核心的价值,在于对个体生命的尊重”,作者还特别阐述了流行音乐与公民社会的关系,认为一个现代意义上的公民社会所秉持的自由、民主、开放、兼容、多元的价值观在本质上是与流行音乐同质同向的,因此流行音乐对于公民文化的建设具有特殊的价值, 有益于公民意识和人的个性化的培养,等等。这本书的两位作者在阐述中采用的是一种对话和讨论的方式,他们在一些观点上有差异,有论辩,并不急于下结论,甚至我发现,有些精彩的见解恰恰是他们在对话和论辩中碰撞出来的火花。这种方法本身就体现了公民文化的精神特征。因此这本书本身就是一个开放体,它提供了多种可能性,需要我们进一步探讨下去。

以 1977 年广东成立第一支“轻音乐队”为标志,中国当代的流行音乐就从广东扬帆启航了。如今又是广东的两位批评家和音乐家自觉地从改革开放的大背景下来总结流行音乐的发展,体现出他们的历史眼光和历史使命感。当前的流行音乐发展似乎处在一个瓶颈的困顿之中,这个瓶颈主要在于我们对流行音乐的认识和定位还不是非常清晰。《中国流行音乐与公民文化》这本书实际上是针对这个发展的瓶颈有感而发的。流行音乐能否真正担当起主流音乐的称谓,能否真正代表时代精神,这不仅需要音乐人的努力,也需要主流文化领导部门的努力,更需要全社会的努力。

中华民族引以骄傲的是我们不仅拥有悠久灿烂的文化, 而且还是世界上唯一从未断裂过的文化。从黄帝的史官仓颉造字迄今,虽说历史已经走过了五千年的风雨沧桑, 但强韧的中华民族所呈现给世人的却始终是一副充满活力与自信的进取姿态和青春风采,原因就在于它比任何国家和民族都更能获得传统文化的浸润与滋养。其间,汉字的功德殊莫大焉。因为如果没有汉字的承载和赓传,灿烂的中华文化和悠久的中华文明就会随着时间的流变而归于销铄与湮灭。经时益彰、历久弥新的汉字, 既是中华文化得以传承与发展的介体和载体、又是中华文化实现繁荣兴盛的根基与依托。

随着中华民族的新跨越和新崛起, 随着我国综合国力和国际地位的不断抬升与加强, 汉语已经越来越成为一门风靡全球和影响世界的国际“显学”,成为中华民族在世界舞台和国际交往中的形象标识与强大工具。正是在这种背景下, 国家汉办(孔子学院总部)组织强势创作团队,精心制作了 8 集大型人文专题纪录片《汉字五千年》,用以向国人传播汉字知识,向世界推广汉语教学,为展示和提升中国国家形象而提供了一个既张扬时代性又极具历史感的文化范本。作品在中央电视台首播后, 反响强烈,好评如潮。

《汉字五千年》以汉字的起源、发展、嬗变与创新为主要线索,并在广泛旁及中国历史文化和与民生息的多维演进和剧烈变革中所形成的大量史实与事实的基础上, 科学而形象地勾勒了汉字发生发展的内在动因、外部条件与历史必然性。片中“人类奇葩”、“高天长河”、“霞光万道”、“内在超越”、“翰墨情怀”、“天下至宝”、“浴火重生”、“芳华永驻”等,题目所要诉之于世的,都是一些与汉字发生发展紧密相关的时代脉络与历史事实。与此类题材通常纯客观述事与说理的表现方式截然不同,本片锐意创新,不仅采取了动漫的方式、摹史的方式、言情的方式, 而且还别出心裁地采取了溯史轶与讲故事相结合的方式, 从而为干瘪的历史躯壳注入了鲜活的艺术灵魂, 使枯萎的时代年轮萌生出浓厚的美学意蕴, 这便极大地唤醒了人们的欣赏自觉与强烈的审美欲望, 让人们在高度自觉和无限欣悦中循着由汉字所开辟的历史通道而一步步地走进了中国文化的间奥, 并在对中国文化的高度认知与认同中进行深刻的文化反思,获得高雅的审美享受。

《汉字五千年》是讲汉字起源与发展的历史的,但却绝不仅仅止于对汉字肇始与变迁的历史诉说, 而是在这个过程更多地赋予了汉字历史以社会内涵与人文情怀。作品绝

不仅仅止于对题旨要义的平直阐释与线性叙述, 而是在这个过程中更大地调动了极具开拓精神和创新勇气的艺术匠心与美学创意。正因为如此, 这部专题片得以在逻辑化的叙事和哲理化的思辨中始终充盈着盎然的诗意和审美的情愫, 甚至还时有一些动人的场景和腾挪的故事在不可抗拒地撩起人们的意蕴和拨动人们的心弦, 让人们在理性地接受文化认知的同时, 也欣然地享受了情韵的感化与美学的熏陶。

《汉字五千年》除了编创者的匠心独运和刻意求臻之外, 更得济于汉字自身文化内涵的无限丰富与深邃。在五千年的变阵和发展中,无论在意蕴上,抑或在形态上,汉字都达到了登峰造极的地步。首先,汉字表意的丰富性是世界上任何一种文字都无法比拟的,像“仁”、“理”、“法”、“和”、“德”、“智”、“信”、“道”这些字,其实早就不是一个单纯的字义了,它们所代表和涵盖的往往都是一个很大的概念、很广的意蕴和很深的思想。特别是同一个汉字在不同的时空和不同的语境中,也常常会产生不同的含义。更有一些汉字,即使是在同一时空和同一语境中, 也会兼具多种含义。这就使汉字远远超出了仅为记事符号和交流工具的范围,而明显地赋有了文化的内蕴和学术的意义。

其次, 汉字的形态多样和维度广阔,就更是世界上其他任何文字所不能比拟的。不仅对篆、隶、楷、行、草的书写早已演化成了一门艺术,而且不论人们用哪种笔纸书写汉字都会充分利用和享受三维空间所提供的极大自由度。由横、竖、点、撇、捺所构成的汉字,就是这样在极尽指事、象形、形声、会意、转注和假借之功能的同时, 也使书写者最有条件和机会发掘自己的艺术潜质与发挥自己的创造才能, 于是便有了甲骨文之神秘美、钟鼎及篆体之古朴美、隶书和楷书之端庄隽秀美、行书和草书之飘逸悠逸美。王羲之、褚遂良、颜真卿、柳公权、张旭、怀素、苏轼、黄庭坚、米芾等人都是用同样的笔纸写同样的汉字的, 但却能写出不同的形体、不同的神韵、不同的况味和不同的形, 由此足见汉字所潜在的广阔艺术天地与巨大美学宏度。

《汉字五千年》在循着汉字发生与发展的轨迹,用镜头和画面向人们解读历史的同时, 也更为细腻地刻画、饱满的热情和生动的画面, 让我们从汉字中源源不断地获得文化的自尊、自强和自信,并充分运用汉字的独特优势和巨大功能,积极而有效地实现时代和事业的新跨越,创造国家和民族的新辉煌。



大众文化的理性解读

刘 峰

大众文化是以工业社会的发展为背景, 经技术革命特别是传播技术革命而出现的一种文化。它不同于高雅文化,没有特别明显的阶层性; 它也不同于乡土文化和群众文化, 没有特别明显的自发性。伴随着大众文化的不断发展,人们在对大众文化所具有的商品性、通俗性、流行性、娱乐性和依赖性认识逐步深入的同时, 对于大众文化在现实生活中的文化价值,却缺乏必要的研究与诠释。吴世彩的《大众文化的和谐价值》(中央编译出版社出版)为我们诠释大众文化提供了有益的理论参考。

作者在充分肯定“大众文化”价值的前提下,特别强调“人们正是透过社会政治、经济的现实发展,自觉地体认出文化的力量。”论著在从大众文化思潮到大众文化价值进行全方位解读的同时,对于“百家讲坛”、“超女”、博客与草根文化、好莱坞与卡拉 OK、拇指文化等现象,给予了充分客观的分析。作者通过“先进文化与先进生产力的关系”、“先进性与广泛性的关系”、“主旋律与多样性的关系”、“民族与世界的关系”、“生产与消费的关系”等对这一时代课题进行了

全面论述, 提出了在坚持马克思主义指导和贯彻以德治国方略的前提下, “以文化事业和文化产业为载体”, “努力建设社会主义核心价值体系”的目标,以重建人类的终极关怀。

文化原本是人类生命过程中提供的解释系统,但随着物质生活的不断丰富,文化越来越成为人类的“生活方式”。正因为如此, 大众文化因其客观上不可割舍的工商业情愫, 也不可避免地呈现出悖于普遍性价值意义的负面效应。这正是许多人一谈及大众文化就摇头甚至捶胸顿足的原因。大众文化作为某种不可抗拒的文化趋向, 如何真正成为一种积极向上的文化? 《大众文化的和谐价值》以一种开放的、宽容的姿态与情怀, 对其进行了理性的透视, 从而构建出大众文化的和谐之路。作者认定: “大众文化的平民意义启发人们, 只要对它进行高层次的提升, 就可以成为褒有人文底蕴、具备现代人生存价值的新文化形态, 这种新文化形态无疑将会把人类引入到诗化世界中去。这为大众文化的诗性追求提供可能的意义。”《大众文化的和谐价值》的价值,也正在于此。