

创客运动与创客群体的文化认同

□ 欧阳友权 吴 钊

摘 要:创客运动需要文化基因的根脉传承。培育创客文化、构建创客群体文化认同,应该成为中国创客运动的文化基础和深层驱动力。从身份认同、情感认同、行为认同、目标认同四个维度着手构建创客的文化品格,培育创客群体的文化心理,并从中提炼出“开放包容、实干创新、开源协作、自我实现”的文化精髓,以树立中国创客群体的文化价值观,是实现创客运动可持续发展的关键。

关键词:创客运动;创客群体;文化认同

中图分类号:G122

文献标识码:A

文章编号:1671-8402(2016)10-0118-05

美国《连线》杂志主编克里斯·安德森这样总结二十年创新史:“过去的十年,人们在找寻通过互联网创造、发明以及合作的新方式;未来的十年,人们将把这些经验应用于现实世界中。”^[1]“创客运动”就在这个时代应运而生,并迅速引起了世界各国的密切关注。尤其是在美国,创客运动已成为推动制造业新一轮发展的重要引擎。近年来,创客运动走进中国,并得到迅速发展,从国内首家创客空间——上海新车间的成立,到深圳、北京、杭州、成都等城市创客空间的生根发芽,创客运动已从小荷初露开始走向蔚为大观。不过,国内学者对创客的研究起步较晚,研究的问题主要集中在“创客空间”和“创客教育”两大方面。从长远来看,研究和解决文化认同问题是创客可持续发展的关键。

1968年,美国作家斯图尔特·布兰德(Stewart Brand)在《全球概览》创刊号第一页上写道:“一个关乎私密的个人力量的领域正在蓬勃发展——这样的力量可以让个人实现自己的教育,找到自己的灵感,塑造自己的环境,与任何感兴趣的人分享自己的经历。”^[2]从这段话中我们看到了“创客”的影子,因为创客的灵感正是来源于我们自身的学习和生活经历,创客的动力来源于对创新和实干精神的追求,而创客的意义则在于自给自足和开源共享。

一个国家要真正强大起来,离不开坚实的制造业基础。然而,全球制造业市场的持续疲软已经让多个国家经济遭受打击。恰如加拿大学人科

作者简介:欧阳友权,文学博士,中南大学文学院教授,博士生导师,主要从事文化产业、网络文学和新媒体文化研究;吴钊,中南大学文学院博士生。

利·多克托罗(Cory Doctorow)(2009)所说:“通用电气、通用磨坊、通用汽车等大公司的时代已经终结。桌面上的钱就像无数个小小的磷虾;无数的创业机会等待着有创意的聪明人去发现、去探索。”^[3]因此,再谈制造业的发展,一定不能重走大型工厂的老路子,而是要建立一种与互联网密切相关、自下而上、广泛覆盖的全新发展模式,这种模式便是“创客模式”。事实上,美国等西方国家早就已经意识到,仅凭几个工业巨头要衍生出几千个对利基市场各个击破的小公司是不可能的,只有大力推动创客运动才能帮助他们捕捉到小如磷虾却多如牛毛的市场机会,重拾已经丧失的制造业实力。因此,在过去的四年里,奥巴马政府在1000所美国学校中引入了“创客空间”,并为其配备了3D打印机和激光切割机等数字制造工具,其目的不再是培训技能型蓝领工人,而是培养新一代的系统设计师和生产创新者。2014年6月18日,奥巴马举办了第一届白宫创客嘉年华活动,并宣布了一系列支持初创企业和创客空间的发展,更是将这一天定为“国家创客日”。有人将今天的创客运动比作1985年的个人电脑革命,是因为创客运动的发展速度完全可以与个人电脑诞生之初的发展速度相媲美。或许,我们从创客运动中可以看到21世纪全球制造业经济的轮廓与未来。

以中国第一个创客空间上海“新车间”为标志,创客运动真正传入我国的时间应该是在2010年。在这短短几年时间里,国内已具规模的创客空间已达20多家,以北京、上海、深圳三地居多,广州、杭州、南京、武汉、成都等地也已开始覆盖,其中“北京创客空间”“上海新车间”“深圳柴火空间”“杭州洋葱胶囊”等最具影响力。此外,清华大学、北京大学、哈尔滨工业大学、深圳大学等国内知名高校都逐步建立起了校园创客空间。有数据显示,在全球1000多个可以共享生产设备的创客空间中,国内仅上海一个城市就有100多个,^[4]可见创客运动在国内的发展速度已十分惊人。不难理解,国内创客运动的迅猛发展与我国强大的制造业生态体系、丰富的人力资源、雄厚的资本实力和艺术积淀密切相关。^[5]除此之外,还有一股巨大推力则来自于数字技术、信息技术、网络技术的进步。事实上,创客运动兴起之时,制造业本身

就正处在数字化转型过程之中:过去实体物品的设计工作是在工厂里、图纸上完成,现在取而代之的是工作室和电脑屏幕,并且这些设计成果可以以文件形式在线共享。创客运动的魅力也就在于人们可以走出工厂、走出企业,自由营造自己的工作空间,将自己的创意和想法变成屏幕上的种种设计,并且利用一些功能强大的数字桌面制造工具将这些设计转变为触手可及的实体物品。因此,人们既可以感受互联网带来的设计灵感和通联快感,又可以体验到旧时作坊中“叮当捶打”的匠人精神。正如克里斯·安德森所预言的,未来十年,虚拟世界和实体世界将充分联结在一起。

二

人类对这个世界的认识和感知源于形形色色的“交往行为”,“创客运动”就是其中一种。那么,如何实现“创客运动”这种“交往行为”的合理化呢?哈贝马斯交往理论认为,交往行为合理化首先是主体交往行为在道德实践上的理性化,而不是工具或策略行为上的理性化。或者说,交往行为合理化不能依赖技术手段、策略方法等功能理性方式而实现,而要依赖交往主体意向表达的真诚性,以及主体之间行之有效的并能以一定仪式巩固下来的社会规范来实现。^[6]因而,交往主体意向表达的真诚度以及对社会规范的遵从度,在一定程度上取决于主体之间是否存在共同的文化价值观,是否对其所属群体产生文化认同。当今社会,文化认同已经成为个人或群体界定自我、区分他者,加强彼此之间同一感、真诚感,从而凝结成具有共同文化价值观的群体的标志。^[7]因此,要促进创客运动的合理化发展,首先要在“交往”活动中形成特定的“创客文化”,其次是要使“创客”这个群体对其“创客文化”产生植根性的认同感。

创客运动兴起于美国的原因就在于其深刻的创客文化历史基因,譬如车库文化。车库原本是存放私家车的专属空间,闲置之时却成为了美国人兴趣制作和个性创新的小天堂,正因为如此,美国人的车库里诞生了迪斯尼、苹果、亚马逊、惠普、谷歌等一系列全球知名品牌。此外,美国创客文化基因还包括硅谷文化、DIY^②文化、黑客文化等。据此,丁大琴(2015)将欧美创客文化

的内核总结为“实践、创新、创业、风投、创意、动手、开源、分享”十六字,正是这“十六字”精髓受到了欧美创客们的广泛认同和追求。^[8]在他们看来,创客是一种信仰,是一种主义,更是一种时代精神。

其实,“创客精神”中国古已有之,比如从《天工开物》《考工记》《齐民要术》《梦溪笔谈》等一些百科全书式著作中就可以看出中国“创客”的发展端倪。现代创客运动虽然起源于欧美,但由于国家管理体制、文化背景等诸多方面的不同,欧美创客文化并不完全适用于中国创客。那么,中国创客文化的精髓是什么?显然这个问题并没有现成的答案。当前,中国创客所推崇的依然是那些从欧美创客文化中“拿来”的创新、创意、开源、共享等普适性创客文化观,而中国独有的创客文化精髓在他们的意识和观念中是缺失的。从个人意志养成来看,造成这种缺失的原因无外乎三个方面:其一,西方创客文化先入为主,导致国内创客盲目崇拜西方文化。不难发现,大多数国内创客空间的创办者都有国外工作的经历,回国后会不自觉地将国外创客文化带到自己的工作中,甚至有少数创客盲目崇拜西方精神、轻视本国文化,因此造成本国文化认同缺失。其二,中国创客文化含蓄内敛,致使国内创客难以产生共鸣而遭到忽略。再者,小部分国内创客随波逐流,不重视创客文化的重要性,对创客中的文化根脉传承重视不够,故而不能融入到中国创客群体之中。费孝通先生(1998)曾提到,生活在一定文化中的人要对其文化有自知之明。有“自知之明”不是要“复归”,也不是主张“全盘西化”或“全盘他化”,而是为了取得适应新环境、新时代的文化选择的自主地位。^[9]所以,今天我们必须面对的一个现实问题就是如何构建创客群体文化认同。

三

文化是特定社会或社会集体里所有与众不同的精神和物质、知识和情感的集合,除了艺术和文学,它还包括生活方式、人权、价值体系、传统以及信仰等,^[10]这种“与众不同”不是为了标新立异,而是一种界定自我、区分他者的共识。所以我们应该清醒地认识到,在这个由“原子”和“比特”构成的世界里,只有“文化”才是身份的永恒

象征。尤其是对于创客这个年轻又特殊的群体,在管理体制和运作模式都不尽完善的发展初期,发挥文化所独有的凝聚、约束、激励、导向作用显得尤为重要,因此“构建文化认同”更应该被摆在一个重要的位置。笔者以为,要构建创客群体文化认同,首先必须要明确以下四个核心问题。

(一)身份认同:“我们是何许人”

与一般的创业者不同,无须大量投资建造工厂或雇佣大量劳动力,也无须丰富的企业管理经验或强大的资本运作能力,创客即可将创意转化为现实。因此,首先要明确一点:无论你过去是企业家还是打工仔,也无无论你是专业人士还是草根出身,只要你足够有想法、有创意,并且敢于付诸行动,你就可能成为一个伟大的创客。在创客模式里,制造新产品不再是少数人的专业,而是多数人的机会。其次,投身创客运动之中,不是要创办大企业,恰恰是要把自己从大企业的体制中解放出来;也不是要做市场风向标,而是要做一个自由的、纯粹的拓荒者。再者,创客运动不能只是纸上谈兵,数字时代的“原住民”不让创意仅仅停留在设计层面,还要让这些设计从屏幕里走向屏幕外,最终转变成为看得见摸得着的实体物品,所以创客还应该是“发明家”和“实践家”的合体。

(二)情感认同:“我们的初心是什么”

情感认同的前提是有情感投入。北京创客空间创始人王盛林曾这样介绍自己的创客空间:“我们建造一个可以制造任何东西的梦想实验室,并让全世界以创造为乐的人可以以此为生。”^[11]创客因为梦想、兴趣和爱好而集结,因此,创客创造的产品应该是有温度的,而不是像物联网一样仅仅是一个冰冷的装置而已;创客创造的文化也应该是有温度的文化,是能够在创客群体中产生情感共鸣的文化。乔布斯曾经极力推崇《华严经》中的一句话叫“不忘初心,方得始终”,意思就是做事要有信仰、有信念,这句话后来也被运用到许多广告文案之中。在本文看来,“创客”一词本身就蕴含着一种来自信仰和信念的品质和力量。

(三)行为认同:“我们要怎么实现”

创客运动最本质的特点,一个是“开源”,另一个是“创新”。“开源”最初是软件概念,譬如安卓手机以及大部分网站都在使用的Linux网络服务器就是一种开源软件。在比特世界里,所有软

件、设计文件以及其他可以用数字来表示的形式都可以实现在线免费共享,甚至未来在硬件领域都可能实现开放共享。^[12]从某种程度上,中国的“山寨现象”也与创客运动的开源理念有相似之处。“创新”可以有两种理解,一种是“对市场变化的反应能力”,一种是“对市场空白的挖掘能力”,创客运动中的“创新”属于后者。因此,这种“创新”不再由大公司、大企业自上而下推进,而是由业余爱好者、创业者、专业人士等无数个人自下而上地开拓。光有“开源创新”还不够,还需要不断地与外界进行交流与协作。如创始人潘昊所说,深圳柴火创客空间就是要“为大家提供一个跨界交流与协作的据点,一个带着想法过来就能组队实现的地方。”当今制造业发展模式与十年前截然不同:传统一体化企业可以完成一项实体产品中多个甚至所有零部件的生产与组装,而现代企业的运作一般都是建立在开放、复杂的供应链之上的。2009年,哈佛大学商学院教授大卫·皮萨诺(David Pisano)和史兆威(Willy Shih)在《恢复美国竞争力》一文中就声明,亚马逊已无法在美国制造出Kindle2了。原因在于Kindle2的大多数零部件都已转移至国外生产,比如柔性电路连接器、精良注射成型外壳、控制板、锂聚合物电池等部件在中国内地制造,电泳显示屏在中国台湾制造,无线卡则在韩国制造。^[13]由此可见,寻求跨界合作、跨域合作将是未来制造业中不可避免的话题,而合作,就是一种行为认同。

(四)目标认同:“我们的价值何来”

国内有学者将“创客”定义为“不以盈利为目标,努力把创意转变为现实的一类人”,^[14]显然这一定义有些片面。从盈利目标来看,创客应当分为三种类型:第一类创客是不以盈利为目标的,我们把他们称为“公益型创客”。这类创客创造的产品纯粹是为了公益事业,其社会效益远大于经济效益。2015年末,卡耐基梅隆大学公民与环境工程专业博士后特丽萨·丹科维斯基发明的一本“神奇之书”被《时代》周刊评选为“2015年度世界最棒的25个设计”之一,并将它称为“可以喝的书”。这本书实际上是一种饮用水过滤系统,过滤器就是书的包装盒,书中的每一页纸就是一个过滤装置,它利用纳米银离子的抗菌性能,可以除去水中99%的细菌,饮用标准超过美国的直饮水。

每张纸大概可以过滤大约100公升的水,也就是说,一本书就可以满足一个人4年的饮用水需求。然而,这本书又不仅仅是一个简单的水过滤系统,因为书上每一页都用食用级墨水印刷着最全面的安全卫生饮水知识,以达到传播知识的目的。更让人惊讶的是,经估算,只要产量达到一定规模,书中每页纸的成本可降低到5至6角人民币。有外媒断言,这项设计一旦成功推广,它将改变全球6.63亿无法喝到干净饮用水的人的命运。于这项发明而言,特丽萨·丹科维斯基虽然不能算是一个纯粹的“创客”,但她所投身的事业应该成为真正“创客”的努力方向。第二类是“自给型创客”,克里斯·安德森认为,未来的创客运动可能更贴近于自给自足精神,即为自己制造产品,而不是创立企业。^[15]因此,这类创客表面上不以盈利为目的,实际上还是一种间接盈利行为。第三类是“盈利型创客”,这类创客虽然也是出于兴趣和爱好才投身于这场运动中,但它们创造新产品的最终目的还是为了经济价值。与一般市场不同,创客市场的盈利点在于“市场利基型产品而非大众化产品”和“市场补充型产品而非替代性产品”,所以,从产品结构优化之需来看,“盈利型创客”仍然是使命般地存在;并且,从长远看,盈利必将成为创客的最终驱动力。

四

如前所述,我国学者丁大琴曾将欧美创客文化归纳为“实践、创新、创业、风投、创意、动手、开源、分享”,笔者以为,这概念仅仅表现的是西方实用理性和工具理性层面的意义,对“文化”在创客中的作用重视不够,而如果缺少可供认同的文化心理和文化价值观,是很难实现创客运动的可持续发展的。从前文的论述中发现,经过近年来的快速发展,草根、专业、自由、纯粹、发明、实践、梦想、兴趣、温度、信仰、信念、品质、开源、创新、免费、共享、交流、协作、公益、盈利、自给自足等观念已成为中国创客和中国创客运动的全部写照,因此,根据中国文化精神和创客实践,笔者认为,中国创客文化的精髓似可概括为:“开放包容、实干创新、开源协作、自我实现”。

(一)中国创客要有开放包容的心态

如果说开放是一种“外向式”心态,那么包容

则是一种“内向式”心理,对于中国创客来说,二者缺一不可。开放是一种与时俱进的时代精神,在中国现代化进程中,它的意义是极其深远的。英国哲学家卡尔·波普尔曾说过:“只有在开放的思想与社会中,我们才能进行真正地、自由地思考。”^[15]作为一个新兴的社会群体,中国创客更要以开放的思想、开阔的视野去应对来自创客市场的机遇和挑战。包容是社会适应能力的一种体现。创客运动不是精英群体的专利,而是社会性的大众行为,它既没有身份的歧视,也没有学历的偏见。因此,在这场运动中,创客必须学会接受来自不同人的思想、习惯、见解甚至价值观,避免以自我为中心,才能建立中国创客群体共同的行为规范和生活准则。

(二)中国创客要有实干创新的品格

创客运动是中国制造业发展史上的一场新的革命,它需要开拓创新的精神,更不能缺少脚踏实地的干劲。创客的创新不能只是燃起一个想法、设计一个模型,还要将它们付诸生产实践,并且经得住市场的检验,因此创新不是口号,不是空谈,而是在实干中解决问题的一种方法。中国自古就有“空谈误国,实干兴邦”的历史遗训,因此要坚信,只有以实干为基础、以创新为翅膀,中国创客运动才能在这个时代的“风口”上放飞起来。

(三)中国创客要有开源协作的精神

荀子的经济思想中曾有“开源节流”之说,其中的“开源”指的是“发展生产,开辟新的来源”,创客运动中的“开源”精神与之不同,它指的是“开放资源,免费分享”,这一规则需要创客们来共同遵守、共同维护。同时,在“开源”之下,中国创客还要团结协作,正如深圳柴火创客空间的名字取意,“众人拾柴火焰高”就是在倡导这样的精神。

(四)中国创客要秉持自我实现的使命

在马斯洛需求层次理论中,自我实现被认为是人类需求的最高层次。创客因为梦想、兴趣、爱好而投身于这场“运动”,就是要以实现个人理想、抱负为使命,将自身潜力发掘到最大程度,完成与自身能力相称的事,从而在自我实现中得到真正的精神享受和物质满足。

概而言之,这个十六字创客文化,蕴含了创客的文化心理,概括了创客者的文化品格,表征了创客运动的文化精神,体现了创客们的文化使命,也应该成为创客群体认同的文化价值观。

注释:

①以“创客”为篇名检索CSSCI数据库显示,其中有关“创客空间”的文章56篇,有关“创客教育”的文章35篇,有关“创客文化”的文章3篇,有关“创客模式”的文章2篇,其他4篇,共计100篇。最早发表创客主题文章的时间为2013年,2013—2016年发表文章的数量依次为3篇、10篇、70篇、17篇。检索日期为2016年3月28日。

②DIY是“Do It Yourself”的英文缩写,简单来说,DIY就是自己动手,没有性别、年龄的区别,每个人都可以做,每个人都能从自己的DIY物品中感受到自在与舒适。

参考文献:

[1][4][12][美]克里斯·安德森:《创客:新工业革命》,萧潇译,中信出版社2015年版,第25页,27页,143页,296页。

[2][美]沃尔特·艾萨克森:《史蒂夫·乔布斯传》(第2版),中信出版社2014年版,第152页。

[3]Cory Doctorow: *Makers* [M]. New York: Tor Books, 1988: 139.

[5]杨跃承、于磊:《创客:从中国制造到中国创造》,《科技日报》2014年3月3日。

[6]傅永军:《哈贝马斯交往行为合理化理论述评》,《山东大学学报(哲学社会科学版)》2003年第3期。

[7]张旭鹏:《文化认同理论与欧洲一体化》,《欧洲研究》2004年第4期。

[8]丁大琴:《创客及其文化历史基因探源》,《北京社会科学》2015年第8期。

[9]苏国勋:《社会学与文化自觉——学习费孝通“文化自觉”概念的一些体会》,《社会学研究》2006年第2期。

[10]Schafer, D. P. *Culture: Beacon of the Future*. Twickenham: Adamantine Press, 1998: 28.

[11]牛禄青:《创客:中国创新新势力》,《新经济导刊》2014年第12期。

[13]Pisano G P, Shih W C. *Restoring American Competitiveness*. Harvard business review, 2009, 87(7/8): 114-125.

[14]沈萍:《高校图书馆“创客空间”构建》,《现代情报》2014年第34期。

[15][奥地利]卡尔·波普尔:《开放社会及其敌人》,陆衡等译,中国社会科学出版社1999年版,第189页。

(作者单位:中南大学文学院,湖南 长沙 410083)

(责任编辑:林秀琴)