

## 一哄而上的“热闹”

当济南市民排队享受着刚“落户”家门口的方特东方神画主题公园的同时，黄河北又要启动“美猴王”主题公园项目。目前，在济南都市圈内还有多个主题公园处于不同的建设阶段。据不完全统计，总数已达16个。

这只是一个缩影。从1989年第一家主题公园“锦绣中华”落户深圳，主题公园的“龙卷风”就没有停过。济南大学泉城学院文化管理学院院长杨吉华说，目前全国主题公园达2500多家。“同质化相当严重，以西游记文化主题为例，目前国内有大大小小的西游记馆50多处，已建或在建的大型西游记文化主题公园6家。这其中有多少是无效投资，有多少能够持续发展，值得观察。”

“一哄而上”，有媒体这样形容跟风而起的主题公园项目。但主题公园不是个例。

喷薄的古镇旅游，蜂拥的“国学讲堂”，集中开拍的足球类电视剧，甚至娱乐化的“中国好××”、穿越剧、神话剧……像是一个复印机，争抢着无限制地复制出来。

早在2003年，深圳华强北的科技市场大批量模仿制造畅销正规手机，只在产品上标注“sz”(深圳)，后来被坊间称为“山寨”，成为国内外调侃中国“模仿”的专

用词汇。而中国也不客气，外观类似于iphone的尼采，中国乔丹，55度杯，甚至模仿eBay的淘宝、模仿ICQ的腾讯。英国BBC的Topgear栏目专门有一期讽刺中国的汽车抄袭，埃及甚至要起诉中国河北原样复制“狮身人面像”的行为，美国时代周报惊叹中国的山寨到了一个新时代。

山东大学旅游与管理学院教授王晨光说，中国的“模仿复制”起于改革开放之后，因为发达国家在各个方面的成熟样式和模板，于是“模仿复制”很快能满足不断增长的需要”。以主题公园为例，它恰好适应目前人们对于旅游的体验性而不单是观赏性，拿迪斯尼的创意在本地应用，是最快捷的方法。

“千城一面。”山东建筑大学建筑城规学院首席岗教授邓庆坦这样形容城市建筑与景观的同质化。

而同质化的后果是惨痛的。杨吉华说，同质化将直接导致游客分流，同业恶性竞争，企业忙于打广告战、促销战、价格战，形成低利润的恶性循环，无暇进行创新和内涵发展。如此，“复制文化”愈加顽固，并构成复制性的生活。



奥地利小镇哈施塔特风景如画(左图)，广东惠州则仿造了一个几乎一样的小镇(右图)。(资料片)

## 赵宗来讲《论语》

有人说，一万个人心中，有一万个孔子、一万部《论语》。5月16日起，济南大学文学院副教授、济南传统文化研究会常务理事赵宗来将把自己的亲身体会化作解读，每周六上午9:30在国学讲堂举办公益讲座“《论语》公开课”。你会赞同他的观点吗？不妨过去听听。

时间：5月16日起，每周六上午9:30-11:00

地点：山东省图书馆大明湖分馆遐园国学讲堂

## 故宫专家来探宝

常言说高手在民间，还有一些稀世珍宝也在民间。5月18日是国际博物馆日，故宫博物院的五位鉴宝高手将来到济南，为济南的藏友做公益文物鉴定。

此次来济的五位专家中，故宫博物院副院长陈丽华，在漆器、珐琅器的研究领域独树一帜；故宫博物院研究馆员、著名书画鉴定专家余辉，故宫博物院研究馆员、中国古陶瓷学会常务理事吕成龙，故宫博物院研究馆员、著名玉器鉴定专家徐琳也将应邀来济南。

时间：5月18日上午8:50-11:00

地点：山东省博物馆

## 抗战实物征集

虽然抗战已经过去70周年，但今天人们正在迎来一场新的抗战——如何把这段历史保留下来，告诫后人。

5月18日，青岛市博物馆将举办“纪念抗日战争胜利70周年实物展”。同时，还面向市民开展“抗日战争实物”征集活动，市民收藏或保存了任何与抗战或青岛时期有关、有故事、有纪念意义的实物，均可拨打0532-88896305向博物馆提供线索。

时间：5月18日

地点：青岛市博物馆

如果您知道有什么有意思的文化活动，也可以通过邮件或微信告知，我们将分享给更多人。

本报记者 张榕博  
实习生 于民星 冯岩岩  
整理

“复制文化”  
病毒式蔓延

济南周围已经建了几家大型主题公园？让我数一数，1、2、3、4、5、6……

其实，何止是济南，中国大地上，何处不在复制？城市、景点、文化、商业模式，只要有一个站起来，就会有无数仿制者跟上去。于是，不同的城市千篇一律，不同的文化模糊不清。

说到底，是与知识无关的美德观念、安身立命的思想以及应试的教育体制，让“复制文化”不断地蔓延着。

本报记者 陈玮

## 与知识无关的“美德”

“中国文化并不缺少创造力。”邓庆坦说，就中国传统建筑文化而言，既有体现大一统思想的官式建筑文化，如宫殿衙署、坛庙官观；也有丰富多彩的地域建筑文化，如北京四合院、胶东海草房、江南民居、徽派民居、福建土楼，乃至新疆、西藏的地域性建筑，都是独具特色的中国原创性建筑文化。

即便在为人所诟病的科技研发方面，华罗庚的《高等数学引论》、苏步青的《微积分几何》、黄昆、谢希德合著的《半导体物理学》，都堪比世界著名大学教科书。而水墨动画、皮影木偶戏等，都是中国独创的新技术。

对于这个问题，北京电影学院动画学院副院长曹小卉曾说，现在很少有人去利用自己的技术，而在模仿美国的同时，忘记创造新的文化符号。跟风模仿的背后，就是丢失自己的文化与特色。

但是模仿，并不是复制性生活的根本所在。美国科学基金会曾经调查过1953年至1973年全世界出现的500项技术创新，结果发现其中近90%都从模仿开始。二战后，日本快速崛起为经济大国，靠的正是模仿。日本“自主技术”仅占国民经济的30%，在上世纪70年代买进外国已受肯定的创造和发明，加以改良后赚钱。诸如现在日本引以为傲的汽车、电视机、照相机等，都是以欧美的原理为基础，配合政商一体的推销技巧，在世界市场上称霸的。

## 做复印机还是加工器

从主题公园的无限制模仿说开去，王晨光指出，中国从模仿到创新的过渡，恰好赶上了全球化以及信息大爆炸的互联网时代。一位资深媒体人说，这个时代重要的特征就是信息共享，同质化是世界难题，这为复制提供了甜蜜的温床。

邓庆坦指出，就建筑而言，建筑技术同质化，相同的钢筋混凝土结构；建筑功能同质化，住宅、写字楼、办公楼功能越来越相同，再加上文化的全球化，即建筑文化世界范围内的传播借鉴、渗透交融，必然造成世界范围内城市建筑形式的高度复制性。

其他方面，大抵如此。

“除了急于满足游客的需求，也应和着政府与土地、财政的需要，以及房地产业的发展。”杨吉华说。再

把模仿作为创新的基础和途径，本身并没有过错。而我们却陷入复制性生活的泥潭中无法自拔。

对于这个问题，华中科技大学哲学系教授邓晓芒认为，我们缺少的不单单是技术，而是一种科学精神。

这是由中国哲学决定的，邓晓芒认为，在中国古代，孔子的道德是“仁者，人也”，所以仁者，可以失之于愚。“邦有道则知，邦无道则愚。”无道的时候装作什么都不知道，成为中国知识分子的最高智慧。同时，安身立命的思想传达了一个观念，就是安全。这就好比写作文，一个老的例子或观点虽然不会加分，但至少不会出错。复制便成了大多数人的“安全岛”。

邓晓芒认为，中国传统文化不同于古希腊思想，苏格拉底提出“美德即知识”，从而影响了西方的观念，孕育着科学精神的土壤。

从近处来说，教育的不同，也使得复制文化越来越兴盛。著名建筑学家薄曦一直在反思为什么中国的建筑师缺乏原创。他认为，中国孩子成长，以考试为基本路径，建筑师的成长途径也类似，看同样的书，用同样的方式思考。

著名学者石毓智在解答钱学森之问时表示，官本位文化造成了大众奴性意识，这种奴性导致了“跟风”——跟着潮流或者权威，从而扼杀了大众创造力。

加上中国体量大，“拿来”能快速满足不断增长的需求，已经没有多少时间留给创新。

抛开单纯“复制”外壳的纯山寨文化，比如“周住”、“康帅博”、“日猫”等涉及知识产权的复制，中国的“拿来”，也在悄悄地改良，尽管慢了一些。马化腾模仿ICQ建立了腾讯QQ，如今“青出于蓝而胜于蓝”；吉利汽车建厂至今，数十款汽车产品都有名牌汽车的影子，而最近推出的一款汽车已然有了创新的苗头；而类似于豆瓣、华为的出现，也让大家看到了拔出“复制文化”泥潭的努力。

显然，做复印机还是加工器，是可以选择的。有外媒称，中国正逐渐从“世界加工厂”走向创新，尽管这脚步走得不轻快。