

本文章已註冊DOI數位物件識別碼

► 創意產業中的偷偷摸摸vs.圍剿

Stealth versus Siege in Creative Industry

doi:10.6752/JCS.201109_(12).0016

文化研究, (12), 2011

Router: A Journal of Cultural Studies, (12), 2011

作者/Author： 蔡明發(Beng-Huat Chua);蕭旭智(Hsu-Chih Hsiao) 翻譯

頁數/Page： 280-283

出版日期/Publication Date：2011/03

引用本篇文獻時，請提供DOI資訊，並透過DOI永久網址取得最正確的書目資訊。

To cite this Article, please include the DOI name in your reference data.

請使用本篇文獻DOI永久網址進行連結:

To link to this Article:

[http://dx.doi.org/10.6752/JCS.201109_\(12\).0016](http://dx.doi.org/10.6752/JCS.201109_(12).0016)



DOI Enhanced

DOI是數位物件識別碼（Digital Object Identifier, DOI）的簡稱，是這篇文章在網路上的唯一識別碼，用於永久連結及引用該篇文章。

若想得知更多DOI使用資訊，

請參考 <http://doi.airiti.com>

For more information,

Please see: <http://doi.airiti.com>

請往下捲動至下一頁，開始閱讀本篇文獻

PLEASE SCROLL DOWN FOR ARTICLE



論壇

《文化研究》第十二期（2011年春季）：280-283

創意產業中的偷偷摸摸 vs. 圍剿

Stealth versus Siege in Creative Industry

蔡明發

CHUA Beng Huat

蕭旭智 翻譯

Hsu-Chih Hsiao

「盜版」看來是文化研究學會2011年年會開幕場次發表的三篇論文中共同的關注。雖然每篇各自從不同的角度和觀點陳述，並且冒著論述跳躍得太快的危險。但是他們共享著同樣的情緒——雖然盜版在既有的資本主義商事法的法制裡是「非法性」(illegality)的，但盜版還是正面的。

對於盜版的「非法性」的理解是基於：對「創造性」(creativity)的特殊定義，以及這種創造性在被轉換為「財產」(property)時，其「創造者／所有者」(creator/owner)可以向使用者收取特定的租金。

所以「智慧財產權」的概念，屬於已經把概念付諸實際物件生產的概念擁有人。這些物件不僅止於物質實體的東西，如當代普遍的行動通訊裝置，還包括較不具形體的物件，如大眾娛樂媒介，像是電影和動畫，電視節目和程式，電腦遊戲和漫畫。

概念（或知識）的生產與資本主義經濟的產品／商品這兩種狀況，使所有權更加複雜。首先，一個實際的物品，無論多麼平凡，經常是大量的元件與部件的複雜構成，在在體現了單一或者叢集的概念。其次，成本支出也包含每個元件的開發，隨著一個概念轉譯為實際利用的每一步，意味著只有大型跨國公司才能夠同時資助概念和物件的生產。因此，在高度全球資本主義的當代，一般的趨勢是，從概

念到最終成品的智慧財產權，全部落入跨國公司的掌握，伴隨一群技術和法律專家，監控對公司權益可能的侵犯。事實上，有很多例子說明，第一個進行概念實驗的個人對抗許多公司的結果是，最終仍在法庭上輸掉「合法」擁有概念者的官司。監督盜版將其視為「盜竊智慧財產」的背後，正是這些跨國公司，企圖藉此彌補想像的潛在獲益的損失。

結果，「創意產業」的概念逐漸取得優勢，轉換並取代傳統特質的英雄式「創意」個人，如「藝術家」始終因高貴的美學熱望而受苦受難。例如，在新加坡，年輕的軟體設計師若是成功地出售他們的網路公司或生意給大型跨國公司，通常會被在地的大眾媒體大肆報導為他們那一代的「模範」。在此脈絡下，彭麗君的文章注意到，教育機構教導「創意」的積極動力，一定總是被最終工業生產的資本主義金錢利益所摧毀。

相反地，直到進入商品生產以前，概念以知識的方式流通，而且只是對「創作者」簡單的認可，他人有責任確認、改造、附加以及找出新用途。科學致力於知識「積累」，終極目標是運用知識來改善人類，這一直都是習以為常的理解。因此「創造力」的工業化和商品化，壓抑了創造力與新概念的社群面向。這正是彭文企圖透過社群面向，來重新對抗智慧財產權的概念中的金錢利益：「我們必須堅持創意的公共／社會性面向」（頁273）、「『受到對話和合作引發的創意，或內在於大眾傳統的創意』（Negus and Pickering 2004: 24）重新創造創意的共同體向度……。」（頁273）

所謂的「產業盜版作為流行實踐」，當代中國的山寨製造正是個實際例子。何春蕤的文章提出山寨發展是當代工業化彈性生產過程造成的。因為工廠不再生產整個物件；不同部件於不同地區生產，於發展中經濟體廉價勞動力的組裝廠組裝成整個產品，或甚至是為了符合消費者需要的先進市場策略——個體消費者DIY（自己動手做）自行組裝。根據何文，工業盜版，一開始就已經超越「仿冒」（mimicry）和「假冒」（fakery），達到包含創意的新境界，額外的功能被融入原始產

品。按理說，正是山寨概念所附加的創意面向，攫獲了中國的大眾想像，使得生產活動的諸多領域都流行山寨。當代中國，因為這些作為太廣布，以致於人們可以說它變成了馬克思主義意義下的「山寨生產模式」，生產的技術關係與生產的社會關係，緊密相連。

創意面向以新功能的方式，具體地附加到山寨產品上，例如行動電話加上點煙器，以便吸引新消費者，並發展其市場，有別於已被跨國公司所掌握的傳統行動電話用戶。概念上，這是有限資本的小企業蠶食大企業利潤的商業策略的一部分，只從後者處取走一小部分利潤。嚴格地說，山寨製造商雖小，仍是個資本主義企業；所以，仍然需要提出對勞工的剝削程度和條件的質疑。這正是在這幾篇文章中未說明，可能還需要等待更進一步研究的。

為了瞭解「山寨作為一種生產方式」此一概念在概念上的細膩度，必須簡明地考察其語源學。字面上，山寨乃在山區紮營。歷朝歷代的皇權，因著各種不同理由的亡命之徒創建了這樣的營地，從對抗封建制度下的腐敗和不公不義的正人君子，到攔路搶劫的盜匪惡棍這般的尋常罪犯都有。作為民俗，將民間英雄對抗封建暴君作為正義而被紀念，是不足奇的。因此，何文分析山寨發展時所表示出的讚揚之意，凸顯了「非法小人物」勝過「霸凌」、「霸權」、「大的」跨國企業。

為了完成寓言概念的圖像，需要注意山寨總是遭受官方的圍攻，遭受監禁與毀滅的威脅。這是山寨製造商的真實運作狀況的一部分。跨國公司掌握智慧財產權，總是圍攻非法／盜版，逼使政府行使其壟斷權力，協助公司去管轄、犯罪化與懲罰「盜版」。如山田獎治的評論所言，2000年初起日本政府展開一連串各種許多法案的行使。「山寨」這個字眼，概念地、精緻地掌握這個盜版產業的偷偷摸摸，以及跨國企業圍攻之間的動態關係。

很明顯地，山寨的概念在大眾媒體娛樂事業面前出現得太晚，而被以電腦為主的傳播技術所取代。大眾文化的消費者，不再需要仰賴光碟或磁帶的物質存在。在跨國企業利益與國家審查的雙重監控雷達

之下，他們透過乙太網路抓檔。於此，鬥爭的界線已然轉移到個人消費者的偷偷摸摸與跨國企業的笨拙之間了。