

珍视“博物馆热”背后的文化寻根需求

“文博热”固然可喜,但博物馆建设与发展也应警惕被“流量”带着跑

章成

暑期高温难挡观众热情,近期各地博物馆迎来参观热潮。一票难求、门庭若市成为博物馆的日常,各类衍生文创产品亦备受热捧。近年来,文博游已然成为潮流时尚,饱览文物真迹、享受文化盛宴,博物馆正在被越来越多的人列入出游计划中的必选项。

博物馆“打卡热”的兴起,离不开大众对博物馆历史文化价值的发现和认同。《国家宝藏》《只此青绿》等以文博元素为特色的文化产品脱颖而出,创造契机让人们重新审视历史与文物的价值。另一方面,当今考古发现与学术研究也在“反哺”社会,让历史与现实产生互动。比如,海昏侯国遗址发掘、三星堆遗址发掘、《夏商周断代工程报告》发布等考古成果,不仅追溯了中华文明的起源,更为大众解答了尘封数千年的历史疑团,极大调动了人们对于文化溯源的兴趣。在大众眼中,文物不再是古董,而是历史的浓

缩、文化的结晶。这种大众认知的转变与推进,促使博物馆游览持续升温。

除此之外,博物馆自身也在积极探索转型,以满足人们不断增长的文化需求、迎合文化消费升级新趋势。近年来,以南海一号沉船博物馆、秦始皇帝陵博物院、安阳殷墟博物馆、海昏侯国遗址博物馆等为代表的考古遗址博物馆,在旅游网站推荐榜单中排名渐次上升。这一新动态折射了文化消费的深化与转型。人们已不再单纯满足于简单的、传统的博物馆参观,而是产生了深入历史场景、触及历史语境的“沉浸式”体验需求。需求的增长与移动互联网、大数据、VR(虚拟现实)等现代信息技术的进步,共同为博物馆提高展览质量、创新呈现方式、转变运营思路提供了契机与动力,推动各地博物馆在教育、公益、演艺、展览等多个领域统筹整合,以全新的方式更好满足人们的文化好奇心。

从社会学层面来看,大众热衷博物馆游,或可解读为

一种群体意识下自发的文化“寻根”实践。社会学家费孝通在关于文化自觉理论的相关阐述中指出,文化自觉建立在对“根”的找寻与继承上。寻根问祖,是中华民族传统文化的组成部分,同时也是当今社会群体意识的重要基础。博物馆所藏文物文献,记录了中华民族在各个历史时期的政治、经济、文化面貌,将中华文化的历史长河直观地展示在观众面前。面对这条历史长河,参观者既可探源溯源,又可展望未来。通过游览博物馆的社会活动,大众的文化归属心理得以满足,春露秋霜的情怀得以安放,民族文化自信得以增强。博物馆文创产品,则是对大众文化自觉“寻根”探索延伸需求的回应与满足。博物馆以其自身具有的普遍性、直观性、趣味性,正当其时地成为人们文化“寻根”的圆梦之所。

作为公共文化服务体系的重要组成部分,在持续的社会高度关注下,博物馆应进一步挖掘其文化载体功能。“文博热”固然可喜,但博物馆建设与发展也应警惕被“流量”带着跑。由此,通俗而不媚俗,维护好自身的严肃性与科学性,守住学术专业性这条生命线更为重要和必要。

文明旅游应是更美风景

抓好文明旅游工作,强化人们的公共意识、规则意识、文明意识,是扎实推进新时代文明实践的生动体现,也是推动旅游业高质量发展的必然要求

王珂

最近一段时间,旅游市场持续恢复。行业回暖向好令人欣慰,同时也有一些现象值得关注。在一些景区,乱扔垃圾、破坏生态、无视安全底线等不文明旅游现象时有发生,不仅扰乱了景区的正常秩序,也影响了其他游客的参观体验,甚至可能威胁人身安全、造成财产损失。文明出游,再次成为人们关注和讨论的热点。

伴随经济社会发展和人民生活水平改善,我国旅游市场快速发展,需求持续扩大。为了更好地倡导文明旅游,相关部门实施了一系列举措。从开展好导游、好游客评选到成立旅游志愿者队伍,从加强旅游市场秩序整治到推进文明旅游培训,我国不断加强旅游行业精神文明建设,推动游客文明素养提升,取得了一定成效。总体来看,我国文明出游群体不断壮大,不破坏花草树木、不在公众场合大声喧哗、不在公众场合吸烟等出游规范,正逐渐成为很多游客的自觉行为。从一些不文明旅游行为来看,有的是游客文明素质不高造成的,有的则是受客观因素影响,比如游客容易因航班延误、景区拥挤、排队时间过长等产生负面情绪和不当行为。治理不文明旅游问题,需要多措并举、综合施策,积极倡导文明旅游新理念、新风尚,让文明意识深入人心。

抓好文明旅游工作,强化人们的公共意识、规则意识、文明意识,是扎实推进新时代文明实践的生动体现,也是推动旅游业高质量发展的必然要求。旅游消费持续升级,对文明旅游提出了更高要求,需要建立现代旅游治理体系,不断推进文明旅游实践。《“十四五”旅游发展规划》就“推进文明旅游”作出部署,并明确提出“整治旅游中的顽疾陋习,树立文明、健康、绿色旅游新风尚”“通过网络平台、讲解员、志愿者等多渠道进行文明提示,重点加强对散客、自驾游客等的安全文明引导”“推进《文明旅游示范单位要求与评价》等标准实施”等一系列举措。抓好落实落细落地工作,必能以精神文明的长足进步,助力旅游业的高质量发展。

更好推进文明旅游,既要靠教育引导,也要靠惩戒约束。有时导游的一句提醒,可以有效减少旅途中的很多不文明现象。有的不文明旅游行为,是由于游客对目的地文化、对景区管理规则缺少了解,可以通过积极发布旅游相关提示消息、做好行前文明宣导来强化正面引导。同时应加强监督,相关部门要用好游客不文明行为记录“黑名单”,惩治不文明行为,引导游客文明出游。个人道德自觉和制度刚性约束结合起来,才能刹住不文明之风。

当前,文化和旅游加速融合发展,旅游中的文化味更浓,文化在旅游中的分量更重。人们不仅想要看到最美的自然风景,也想感受最美的文化体验。实现这一愿景,需要每一个游客从小处着眼、从小事做起,以更高的标准践行文明旅游要求。只有形成人人支持、人人参与文明旅游的社会风尚,才能把旅游业建成精神文明窗口,让文明旅游成为旅途中的一道靓丽风景。

推动老字号焕发新机重在厘清权属

将现代化知识产权制度适用于历史积淀的老字号保护,最为突出的问题,就是这一历史资源到底归属于谁

马一德

历经岁月洗礼,不少老字号资源被沉淀保留下来。然而,在激烈的现代市场竞争中,一些老字号却面临着严峻的发展挑战。

究其原因,主要在于老字号的巨大品牌价值并未得到充分保护和妥善运用。在法律层面,老字号品牌作为一种无形资产,主要可通过知识产权制度保护、运用和管理。可是,当前老字号知识产权保护却面临着归属不清、被广泛抢注、仿冒和攀附的困境。

针对老字号抢注、仿冒和攀附行为,立法层面并不存在障碍,可通过加强知识产权执法保护力度加以解决。而将现代化知识产权制度适用于历史积淀的老字号保护,最为突出的问题,就是这一历史资源到底归属于谁。在司法实践中,这也是主要纠纷类型之一。耳熟能详的老字号品牌,如“稻香村”“同仁堂”“泥人张”“张小泉”“蔡林记”等都面临着该问题,其中涉及老字号传人与传人之间的纠纷,传人与字号、商标所有人之间的纠纷、使用相同字号或商标企业之间的纠纷等不同类型。

老字号知识产权归属不清,有历史方面的因素,也有法律方面的因素:老字号品牌大部分都建立于1956年以前,新中国成立前许多属于个体经营,公私合营后成为国有或者集体所有企业,有的又经历了公司合并、分立、设立分店、成立分公司、国有企业改革等复杂变革。到20世纪80年代,我国知识产权制度才开始逐步建立和完善,老字号品牌可分别通过企业、商标、商品名称、包装、装潢等知识产权加以保护。然而,由于商业标识立法体系化程度不高,尤其是商标、企业字号的权利取得和保护缺乏有效协调,加之老字号企业知识产权意识不强,在历史经营中权利获得、流转不

规范,导致同一老字号商业标记分属不同主体。伴随着老字号价值逐渐凸显,不同主体开始产生利益纠葛。

传承好老字号品牌,首要在于妥善解决历史遗留问题,明确老字号发展经营的权利人和历史传承的责任人,具体应从两方面解决该问题:

短期来看,要充分考虑历史因素解决现实冲突。虽然商标法原则上一项商标权对应一个权利人,但也有商标共有、集体商标、证明商标的例外情形。故而并不必然将老字号这一历史资源归属于某一私人主体,而应充分考虑历史因素和使用现状,从鼓励老字号发展传承、保护消费者权益的角度出发界定其归属。如果老字号商业标记的冲突是历史原因造成的,各方当事人均在老字号的历史传承中发挥了重要作用,并通过广泛的使用行为形成了稳定的商誉,则应当允许双方本着诚实信用原则实现老字号商标的善意共存,在各自市场领域将老字号发扬光大。当然,从尊重在先权利的原则出发,在后的商标品牌应当通过增加区别标识等方式对在先的商标品牌给予避让。此外,如果相关主体与老字号并无关系,或者仅有历史渊源却未实施传承行为产生稳定商誉,则不应由其凭借老字号品牌不劳而获。

长远来看,须进一步建立和完善商业标识法体系。老字号知识产权权属不清的重要原因在于商标、企业字号等商业标识保护体系缺乏有效协调。为从根本上避免此类问题的出现,有必要探索建立相对统一、协调的商业标识保护体系。可考虑借鉴国外商标和其他标志保护法模式,将商业标识如商标、商号、地理标识、域名等的保护集中在一部商业标识法中,对其赋予和商标平等的权利,建立商标和其他商业标识相协调的注册、使用、转让制度,在保护中合理平衡相关商业标识权利人利益,避免不同权利产生冲突。



记入信用记录

记者8月26日从全国人大常委会法制工作委员会发言人记者会获悉,即将提请全国人大常委会会议审议的反电信网络诈骗法草案三次审议稿拟规定,对从事电信网络诈骗犯罪及关联犯罪的人员,可以按照国家有关规定记入信用记录,并采取相应的惩戒措施。

新华社 王鹏 作