责编 郑洁
2016年11月5日 星期六
E-mail:fannyzheng@sina.com
电话:010-64293642 64298113
中国文化报 文化财富周刊

专家视角

非遗传承,制度保障不太“给力”

□□ 何丽

自2000年5月《云南省民族民间传统文化保护条例》公布实施开始,到2011年2月《非物质文化遗产法》(以下简称《非遗法》)颁布实施,非遗立法在我国经历了10余年的实践,可谓硕果累累。目前在全国人大常委会备案并在中国人大网刊载的、居于地方非遗保护基本法地位的省级立法21件,地级市(自治州)的立法8件,少数民族自治县单行条例10件。同时还有大量与非遗代表性项目和代表性传承人的评审配套的地方法规,以及针对地方某一非遗项目的保护而特别制定的法规,如安徽省《花鼓灯艺术保护条例》、云南省《云南省丽江纳西族自治县东巴文化保护条例》等。

这些地方性法规和单行条例的制定,无疑在一定程度上对各地贯彻国家非遗立法精神,指导和规范保护、传承、利用传统文化起到极大的推动作用。但是,目前我国非遗保护的效果仍不乐观,造成这种现状的主要原因之一,就是地方立法未给非遗传承发展提供良好的制度环境。

非物质文化遗产的最大特点是区域性,但针对它的地方立法大多未能做到因地制宜,还存在语言不规范、逻辑不严谨等技术问题,影响了地方立法的实际效率。提高非遗地方立法的质量已刻不容缓。

地方特色应被强化

从《立法法》第四章对地方性法规规定的立法事项可知,地方性法规的使命有三:一是执行性立法。根据本地政治、经济、文化、社会发展实际需要,对法律、行政法规进一步深化、细化、补充,以提高在本地的实效性、操作性;二是自主性立法。针对地方事务,在不与上位法相抵触的前提下,结合本地具体情况和实际需要,自主进行立法;三是先行性立法。除《立法法》第8条规定的事项外,其他事项国家尚未制定法律或者行政法规的,地方立法机关可以根据实际需要先行立法。

由此可见,不管哪一类型的地方立法,必须符合两个基本要求:不与上位法相抵触和有必要。前者不用解释,而后者则包含了地方立法的紧迫性和特殊性。紧迫性是指能不制定地方法规就不要制定,防止因草率、无经验导致不良后果,覆水难收。特殊性就是要有特色,能够充分反映本地区的风俗、民情和实际情况,解决国家法律因顾及各地差异而不便详细规定、留有空白、需要漏洞补充的问题。地方立法的存在价值就是体现地方特色。

然而,国内非遗的地方立法存在抄袭问题。《非遗法》颁布以前,《云南省民族民间传承文化保护条例》成为一些地方法规“山寨”的模板,尤其是位阶更低的地市级、县级自治地方的法规,更是存在大篇幅的抄袭,如云南省景谷傣族彝族自治县、澜沧拉祜族自治县、新平彝族傣族自治县都制定了民族民间传统文化保护条例,大部分内容却来自《云南省民族民间传统文化条例》。而当时出台稍晚于云南条例的宁夏、新疆、浙江等省级条例,多少都借鉴甚至抄袭了在先的地方条例或者国务院的行政法规。

当然也有值得称道的做法。青海省并没有制定大而全的非遗基本法,而是根据省内医药资源丰富,传统医药诊疗、炮制技艺历史悠久、价格低廉、适于推广等特点,制定了《青海省发展中药藏药蒙药条例》,执行效果颇佳。

立法与现实有所脱节

有些地方立法内容长期不变,现实需要解决的问题没有依据。“乌苏里船歌案”、北京“泥人张”诉讼案、白秀娥剪纸案、黔中蜡染第一案、“十八管笙”专利权纠纷案等都是业内和学界熟知的案件,这些案件发生原因就在于立法不明确:如从全国立法到地方立法从未明确过什么人是非物质文化遗产的传承人,什么人有权利不允许他人冒充自己所掌握的传统技艺,这样的人法律地位如何等。除了个别的诸如“北京聚元号弓箭铺”第十代传人、天津泥人张的第五代传人还能对上号,绝大多数非遗项目不能确定权利人,因为现行法律和地方性法规就没有提供这方面的依据。

提高非遗地方立法质量迫在眉睫

最早的云南条例制定之时受《传统工艺美术保护条例》的影响。该条例从不提及私权问题,不规定工艺美术大师的权利,只规定国家给称号,有贡献的大师给奖励,大师要带徒授艺。所以云南条例也就只规定了代表性传承人可以获得政府资助,对于自己的创新可以得到知识产权保护、他掌握的那门技艺该如何归属没有涉及。因此,当代表性传承人和圣文将东巴纸制造方法申请专利失败后,东巴纸被各种现代假冒的生产方式大量生产充斥市场,代表性传承人被迫放弃传统工艺、弃艺种田的时候,人们忽然感觉到这个条例的作用有限,现行的知识产权法对非遗保护也不灵。实际上,东巴纸的制造技艺申请不了专利,可以作为技术秘密保护,可以申请证明商标注册保护。凡是未经许可使用窃取传统造纸技术,以侵害商业秘密论;凡是不使用传统材料和技术生产的假东巴纸,不允许使用东巴纸证明商标,问题可以解决。但是,谁有权利将其作为技术秘密,或申请证明商标注册呢?法律没有规定。

云南条例是许多后来地方立法的楷模。那时候确立的工作方针就是条例第四条“民族民间传统文化保护工作,实行‘保护为主、抢救第一,政府主导、社会参与’的方针”。非遗必须活着才能传承下去,怎么能只抢救不发展呢?要发展就不得不借助市场机制,不能绕开私法的介入。

实际上,鼓励社会开发利用是《非遗法》的立法原则之一,但是各省级地方法规却未将这些原则比较详细地贯彻到地方立法中。个别出台较晚的地方性法规如《海南省少数民族文化保护与开发条例》旗帜鲜明地将传统文化的保护与开发利用并列一起、同等看待,这是一种进步。

技术细节和越位问题

立法语言准确、表达清晰,才能做到法律表达明确,这是对立法者最基本的要求。一些非遗地方立法存在语言表达不规范问题。首先,地方法规的名称不够规范。有称“保护条例”的,也有直接称“条例”的,以保护条例涵盖全部内容的做法必须改正。其次,词义不明确。如新疆条例称“非物质文化遗产代表作名录”和“非物质文化遗产代表性传承人”,代表作和代表性项目能同义理解吗?京剧是国家级非遗代表性项目,可以存在多个代表作如《贵妃醉酒》《辕门斩子》等,不能以代表作代替代表性项目。

非物质文化遗产保护和利用的理论和实践依赖于一个重要的概念——非物质文化遗产,为此《非遗法》将其作为一个术语进行解释,从概念的内涵到外延都做了严格界定。该法公布实施后,除上海外的20个省级条例都做了解释,其中15个地方条例一字不差地重复这一术语解释,然而新疆、宁夏、辽宁、浙江和云南的条例,在解释非遗的概念时从内涵到外延都不同。作为法律文件的三个基本要素:概念、原则和规范,下位法绝不可以改变,否则就可能存在与上位法的冲突。

特别要提出因几个内涵不明确的概念而带来的立法上的逻辑错误。非遗代表性项目申报人、非遗项目传承人、非遗代表性传承人、非遗代表性项目保护单位等概念存在逻辑上的矛盾。重庆条例赋予代表性项目保护单位和代表性传承人相同的权利,规定这两个主体都有权依法向他人提供其掌握的知识、技艺以及有关的原始资料文献、实物、场所等,并获得相应报酬。但按照《国家级非物质文化遗产保护与管理暂行办法》第25条规定,国家级非物质文化遗产项目保护单位不得“侵占国家级非物质文化遗产珍贵实物资料”,非遗项目都可以被保护单位用来营利,怎么还存在侵占实物资料问题?保护单位究竟是不是非遗的权利主体?

各地对非遗代表性项目名录的规定泛滥而实际上没有立法依据。《非遗法》只规定了国家级和省级非遗代表性项目的名录制度和代表性传承人制度。实际上,几乎所有省级条例都规定了县以上都有名录制度和代表人制度,有些表述明显越权。云南条例在第八条规定“非物质文化遗产项目保护名录分为国家级、省级、州(市)级和县(市、区)级四个等级”,国家只规定了“国家级代表性项目名录”,即使有也不应该由地方法规定。

基层万象

互联网+文化 新环境下的新问题

□□ 本报实习记者 唐弋

近年来,“互联网+”“文化+”等成为人们热衷讨论的名词,加上政策支持和资本投入,文创企业异军突起,互联网与文创产业的联手也成为必然趋势。

在近日举办的“互联网+背景下文创产业的创新与发展研讨会”上,来自商界和文化界等10余位嘉宾,围绕如何利用“互联网+”的背景实现文创产业创新发展这一议题展开讨论。

文创产业需与互联网强强联合

中国互联网协会秘书长卢卫介绍,在联合国教科文卫最新发布的文化创意产业全球地图显示,全球的文化创意产业平均每年创造的产值是2.25万亿美元,占全球GDP的3%,超过了全球电信业产值的1.5万亿美元。同时,地图还显示,全球参与文化创意产业的员工有3000万人,占全球工作人口的1%,其提供的工作岗位数量超过了欧洲、美国、日本三地汽车工作岗位的总和。

“据我国国家统计局数据显示,2015年,文化产业增加值是25829亿元,相比2003年增长了21%,年均增长率已超过10%。“这比目前国家GDP的增长率高。”中国文化产业协会秘书长金鹏说。

在文化产业迅速发展的现状下,促进文化产业与互联网相结合不仅可以推动文创产业转型升级,既改变文创产业的生产、创作、体验和消费的模式,还可以促进文化与金融、传统制造业等领域的融合发展,极大地扩大了文创产业的应用领域和应用深度。同时还提供了非常便捷的国际市场消费渠道,帮助我们国家的文化进行前所未有的输出和变现。

“随着我国新兴工业化和信息化的较快发展,跨界融合已经成为文化产业最明显的特征,网络、数字的高新技术迅猛发展和广泛应用,深刻地改变了我们获取知识、传递信息和消费文化的渠道和方式,给我们的新兴文化业态和新的创作方式提供了广博的空间。”金鹏说。

“互联网+”背景下的产业问题

我国看似蓬勃发展的文化产业也面临着诸多问题。“轻、薄、小、弱”,产业规模不够大,产业布局较为分散,产业竞争力不强,原创能力尚弱等都是目前文化产业亟需解决的问题。据伦敦经济院研究结果表明,全球文化产业和创意产业内容中,来自中国的原创内容仅占2.5%左右,而西方发达国家原创内容占总体比率的80%以上。

人民政协报社副社长、人民政协网执行董事王相伟说:“我国文化产业还存在着文化产品和文化市场不够发达,文化人才市场发展滞后的问题。现如今,有影响力和辐射力的龙头企业与知名品牌较少。同时,不少创意产业主体和企业并未深入理解互联网生态和模式,也并未形成符合自身产业定位的商业模式和价值链等。”

全国政协常委、国务院参事、国家知识产权原副局长李玉光认为,“互联网+文创产业”涉及的知识产权包括版权、商标、专利、商业秘密等,其中联系最密切版权除了线下的文创传统版权,还包括网络数字版权。暴露的版权问题包括:首先,直接侵权问题严重。在“互联网+”环境下,人们要从网上复制或使用他人的创意变得非常容易。其次,“互联网+”环境下存在抢注行为。再次,许多企业版权保护意识较弱,也不明白其中蕴含的利润。互联网技术使运行模式和平台不断增多更新,导致很多企业不会保护自己。最后,网上版权交易法律法规还不健全,不能满足交易本身的发展需求。

“互联网+文创产业”成果与未来

全国政协委员、财政部财政科学研究所原所长贾康认为:“‘互联网+’是前沿的状态,有了全球互联网和移动互联,便同时拥有机遇和挑战,文化创意产业也需要插上互联网的翅膀。”

“‘互联网+’有足够广阔的市场支撑。2015年,全国居民文化消费比2013年增长了30%,超过社会消费支出的平均水平。可以看出,近几年在‘互联网+’迅猛发展驱使下,文创产业也得到了极大地发展与提升。”金鹏说。

面对“互联网+”背景下文创产业取得的不俗成果,有专家指出,未来5年,我国文化产业将成为国家战略性支柱产业,其增长比例至少每年要达到15%以上。

王相伟认为,我国文化产业结构正在发生巨变,传统文化的转型已迫在眉睫,互联网企业正在主导文创产业并购和资源整合。在“互联网+”的网络新思维指引下,围绕文化与科技深度融合的发展现状,互联网思维正为中国文化产业提供前所未有的巨大机遇。

资 讯

肃宁皮草主打文化升级

本报讯 时尚走秀多姿,阵阵锣鼓助兴,千人广场舞热烈欢快……10月28日,第十六届中国·肃宁国际皮草文化博览会在河北省肃宁县举行。对于这个有着300多年皮毛加工产业的北方县城来说,裘皮服装产业俨然也已成为当地主导产业,其服装设计、销售、物流、电子商务等产业链条发展完善,已成为京津冀地区最具影响力的裘皮服装贸易中心及国内重要的裘皮服装服饰加工基地。

据介绍,该县打造了原皮拍卖交易中心、绿色环保硝染中心、保税物流中心、服装设计研发加工中心、裘皮服装贸易中心、全国毛皮质检信息中心六大中心。如为了有效解决毛皮硝染环保问题,肃宁县引入具有专业资质的环保公司进行专业托管,创新了园区治污专业化管理模式,将原有21家硝染企业成功整合成4家,规划建设了新的硝染园区,建设绿色环保硝染中心,实现了可持续发展。随着“一带一路”、京津冀协同发展重大战略的深入实施,肃宁县全力推进华斯产业园、裘皮服装加工园、保税物流园、毛皮循环科技示范园和俄罗斯风情小镇建设,打造集旅游度假、休闲娱乐、餐饮购物、裘皮博览、行业发布等为一体的文化产业园区,精准对接北京雅宝路、大红门等市场,推动资本、人才、技术、市场等要素向肃宁汇聚,目前,已与200余家雅宝路服装加工企业达成入驻协议。

据悉,来自加拿大、芬兰、俄罗斯等国和北京、天津、上海、浙江等地的国内外客商参加了本届皮草文化博览会。本届博览会交易额达3.2亿元,吸引投资25.08亿元。 (绍娥)

▶上接第01版

此次,他们不但参加了开幕式,组委会还带他们每天参观十几家英国设计企业、个人工作室、博物馆。他们带去的“红楼梦”系列文化产品,展览完毕后即在新成立的南京设计廊伦敦店销售。

回南京后,很多设计师陆续找到他们交流洽谈,一些投资人也开始到公司参观,同时他们也与一些博物馆、旅游景点签署了整套衍生品的销售合同。“一些博物馆甚至邀请我们帮助他们馆开发衍生品。这样梯级的推广效果是以往想象不到的,也是一个企业的自身力量难以做到的。”洪燕感慨。

打开文化的“海天之门”

由平台整合“出海”与企业单打独斗相比,不但替企业聚合了众多可供对接的资源,还节省了中间的繁琐手续,把企业上升到南京文化形象输出,更是大大提升了企业的自信心。

近年来,南京和英国的经济贸易和文化交流十分密切,去年其政府部门率团出访英国,促成一大批项目签约落地,今年3月其政府再次率团出访英国,进一步深化双方项目合作。

在有着“世界设计领域风向标”之称的2016伦敦设计节上,南京创意设计界首次整体亮相世界年度盛事。南京展馆位于伦敦百分百设计展中心位置,参展企业23家、合作设计师44位、展出创意产品58件,4天展期共接待专业观众2.7万人,明确合作需求企业95家。展览结束后,主办方也邀请南京参加下届伦敦设计节。南京原创设计产品收获订单150笔。

9月19日,“南京周”代表团拜访英国广播公司BBC,推介南京创意文化产业发展和重点文化旅游项目。同时,伦敦—南京文化旅游推广中心正式揭牌,中外双方还将展开共建古籍修复数字实验室,合作修缮邱园宝塔,成立中英创意中心等一系列重大文化项目资源对接。

9月23日下午举办的南京—伦敦创意产业推介会上,南京文化产业协会与英国KTN创意产业联盟签订战略合作协议,为在华英企和在英南京企业的创意项目提供信息咨询、市场调研、商业机会、支援项目等服务支持。南京创意设计中心、南京文交所、金陵金箔、南京设计廊等10家南京文创企业也与11家英国企业签署合作协议。

继米兰之后,南京又在伦敦设立第二家南京海外创意设计中心。9月24日,南京设计廊伦敦店也正式开业。设计廊汇集20余家南京设计企业品牌、500余名专业设计师、500余种文创产品。作为南京创意设计的海外公共服务平台,南京设计廊伦敦店将提供两座城市之间设计资源的对接渠道。

宝庆银楼自去年米兰世博会以来就是“南京周”的战略合作伙伴,今年更为伦敦设计节南京馆提供了赞助。

再过2年就达百年历史的宝庆银楼是南京乃至江苏的珠宝领军企业,也是纯正的国企,代表着南京的文化形象,更多次出现在南京的对外文化活动中。“伦敦设计节身上贴着现代、时尚、专业的标签,与世博会这种泛文化平台还是不一样的。”其艺术总监方韦说。本次,他们参加了创意交流论坛、文化客厅展示、南京馆展示等几个重要的平台活动,带去了以南京历史文化为主题的系列设计品,其中包括一套名为“金陵之恋”的宝石设计品。方韦说,去年一组航拍照片刷爆了微信朋友圈,沿南京中山陵环山路栽种的法国梧桐宛若项圈,而“美龄宫”恰如一颗镶嵌在项链吊坠中的蓝宝石。美龄宫身为国民政府主席官邸,加之蒋介石与宋美龄之间的爱情故事,让这组照片红遍海内外。“我们集团也正在转型,得到国际舞台的认可,对我们向时尚化、现代化、年轻化方向发展很有帮助。”方韦表示,在展示之后,就有美国时尚买手、迪拜珠宝商等5个明确的意向来找他们定制产品。

“政府组织‘南京周’是为了整体宣传南京的形象,但没有运用死板的、格式化的手段,以产品和项目代替刻板宣传,用外国人听得懂的语言、看得到的美去交流,并对外展开资源对接、合资合作,这是更容易被国外接受的方式。”方韦说。