

新媒体技术与文化创意产业 互动关系的多维度分析^{*}

■ 文 | 沈阳

【关键词】 文化创意产业，文化经济，新媒体技术，多维度，互动关系

近年来，文化创意产业在我国取得了迅猛的发展，产业门类、规模和产业增加值都有了显著的提升，在部分地区已经逐渐成为国民经济中的支柱产业，以新媒体技术为代表的高科技成为文化创意产业发展的巨大动力。

科技、文化、经济的互动分析

首先，科技是文化经济时代的根本动力。科学技术是第一生产力。当科学技术从经济发展的实践中被提炼出来、并运用到文化产品生产时，就成为文化创意产业发展的重要推动力量。文化产品从原始的手工操作、口头上的讲述与流传，演变到今天的影视、动画、数字音乐等采用先进技术的产品，这一过程实际上印证了科技与文化相互关系的变化轨迹(如图1)。科学技术的进步，使得人们收入水平提高、闲暇时间增多，因而人们用于文化产品方面的消费相对增加；在基本物质层次满足的基础上，人们会更多地关注文化上、精神上和心理上的需要。例如，随着生活质量的提高，电影、文化旅游、信息与网络服务等在消费结构中占的比例将逐步提升，而文化消费又助推文化创意产业的迅速发展。

其次，文化创意产业是文化与经济的结

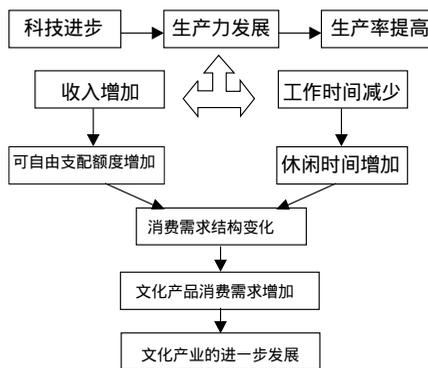


图1 科技与文化相互关系的变化轨迹图

晶。随着经济发展与社会进步，经济与文化的一体化趋势日益明显。市场经济、文化的双向合力作用，促使文化、经济一体化，并形成了一体化结晶——文化创意产业。文化创意产业作为一种以文化资源为生产要素，以市场需求为导向，以满足人们的文化和精神需要为基本特征，从事物质和精神文化产品的生产、流通和提供文化服务的经营性行业的集合，集中反映了世界范围内文化经济一体化的发展趋势。

新媒体技术与文化经济 互动关系的多维度分析

美国学者大卫·赫斯蒙德夫对于新媒体的界定是这样的：如果把各种相互冲突的关

于新媒体的定义摆在一块，寻找相同点的话，核心的一条便是“数字化”。按照美国学者帕夫利克的归纳整理，新媒体技术主要包含采集和生产技术、处理技术、传输技术、存储技术和播放显示技术，涵盖了围绕着互联网和移动通信的输入、处理、输出全过程的各项技术。这也是本文研究对新媒体技术的定位。

文化创意产业以信息和网络技术为载体，而媒体技术的不断创新是文化创意产业发展的基础。不断运用新媒体技术提升文化创意产业的内在张力和外在传播力，实现科技与文化在各个环节中的高度交融，需要我们从不同维度发掘新媒体技术与文化创意产业的交互。

首先，从产业资源来看，新媒体是实现文化创意产业格局中分工角色的关联。应文化创意产业发展的现实需要，构建一个产业格局各方角色对话的资源共享与交互平台是非常必要的。在文化创意产业格局中，新媒体(及相关技术)作为分工角色的重要关联节点，成为信息交流互动、创意成果展示、产品推介的载体、构架了社会、经济、政治、生态系统相关要素的互通网络，从而充分发挥创意产业对于其他经济产业的驱动、联动和辐射效应。

如图2所示，政府作为提供相关文化资

^{*} 本文受陕西省软科学项目支持：陕西省文化产业发展战略研究。编号：2009KP101。

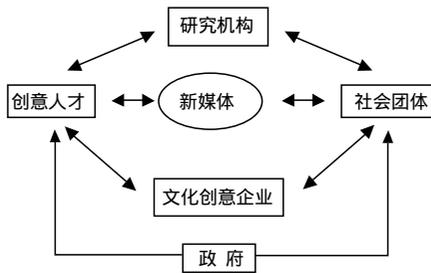


图2 文化创意产业网络格局中的新媒体

源的基础；企业作为产品的生产、推介、展示主体；研究机构作为资源更新的智库；社会团体作为文化创意产业的服务者；创意人群作为文化产业的开发者；各个环节均离不开新媒体这一载体的联结。

其次，从产业结构来看，新媒体技术是推进文化创意产业结构调整的核心力量。

新媒体促使了文化创意产业的产业结构升级。日本将我国所谓的“文化创意产业”称为“内容产业”，英国将其称为“创意产业”，美国将其定位为“版权产业”，这都无比体现文化创意产业的特质。新媒体技术促使文化创意产业实现产业结构升级和调整，内容的创意与生产逐渐突出愈加重要的作用。新媒体促使文化创意产业将重心向内容的创意与生产转化，从而调整并优化了原有的产业结构。总体来讲，新媒体成为促使文化创意产业整合、重构和产业结构升级的催化剂，它为文化创意产业带来的变化是深刻的结构性变化，也是整个文化创意产业生态系统的演进和更新。

第三，从产业关联基准来看，新媒体技术延伸产业链条、加强产业关联度。从图3中可以看出B产业为文化产业提供中间产品，文化产业又向C产业提供中间产品，新媒体技术的发展，诱发文化产业向B产业扩张，从而产生后向关联效应；对于C产业，则产生前向关联效应。

衡量文化产业关联效应的重要指标——文化产业影响力系数，亦离不开新媒体技术的重大贡献。影视业就是最好的例证。海尔投资文化产业的卡通片《海尔兄弟》为推广海尔品牌价值起到了很大的积极作用，从而联动了其他产业领域的发展。由此可见，科

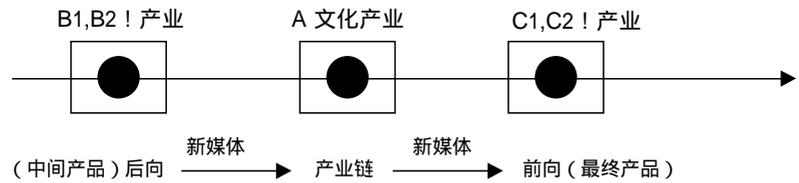


图3 新媒体与文化产业的产业链条延伸示意图

技赋予文化产业的特质——高关联度、高联动性产业，与国民经济各个产业部门发生普遍的渗透和融合，形成以文化内容为纽带的、关联度日益密切的庞大产业链和产业集群。

依托新媒体技术发展 文化创意产业的战略思考

首先要依托新媒体技术驱动产业集群。随着信息时代的到来，在新媒体技术的驱动下，企业不仅仅追求个体利益最大化，更重要的是在合作中追求整体利益与合作共赢。这就形成了产业集群。以新媒体技术为依托，实现文化创意产业的柔性集聚，往往具有更强的创新能力和竞争力。软件方面，为创意工作者提供舒适的创作环境，激发创作灵感，培育园区内浓烈的艺术气氛，在此基础上形成产业链条形态的企业集聚，提高园区的文化软实力和核心竞争力。硬件方面，推进新媒体技术的引入，通信网络设施、多媒体展示平台环境、数字媒体、激光扫描技术平台等建设完善，提高产业发展的承载能力。

其次，依托新媒体技术加速产业融合。所谓产业融合，是指由于技术进步、规制放松、管理创新及需求拉动等原因，带来不同产业之间相互渗透、彼此交叉，进而演化为产业之间产品、业务与市场的融合，从而导致产业边界的模糊化，甚至重新划定的动态发展过程。

根据莫多克对于文化创意产业的“融合”定义，包括文化形态的融合、公司产权的融合以及媒体技术的融合。依托新媒体技术，实现文化创意产业发展繁荣，最重要的体现就是加速“融合”。首先，新媒体技术为多元文化的展示和推广提供了基础的载体，而多元文化的逐步融合又对新媒体技术提出了更

高的要求。其次，主要针对知识产权的融合。采用数字化技术建立知识产权信息平台，提供包括专利、著作权在内的各类信息检索，避免侵权和重复创作，为创造一个低成本、高效率的文化产业格局提供重要保障。最后，不同产业之间的交融、文化产业“跨界”发展，均依赖新媒体技术层面的融合。

第三，依托技术创新引领全方位创新。首先，加强内容创新。对于“内容为王”的文化创意产业，内容创新是首屈一指的。以动漫、传媒、影视、演艺等为代表的文化产业，必须依托高新技术对传统文化资源实现现代表达，增强产品吸引力，提升产品价值。其次，加速体制机制创新。激发全社会的文化创造活力，大力推动政府职能转变，深化公益性文化事业单位内部劳动、人事、分配制度改革，强化激励约束机制，推动形成公共文化服务运行机制。第三，增强投融资创新能力。配合新媒体技术激烈竞争，政策扶持重点支持中小文化创意企业，目的在于促进中小文化企业向“专、精、特、新”方向发展，形成富有活力的优势文化创意产业集群区。

作为文化、科技和经济融合发展的产物，文化创意产业凭借其创新性、高科技、高增值，以及深厚的文化内涵，已经成为衡量一个国家或地区综合竞争力的重要标志。文化产业属于技术密集型产业，其涉及的新媒体技术主要应用有文化展示技术、文化产品制造技术和文化传播技术；实现文化创意产业繁荣发展，必须加强新媒体技术与文化的高度交互，两极融通，迸发合力。

(作者沈阳为 西北工业大学人文与经法学院，博士生在读)