

【DOI】10.12315/j.issn.1673-8160.2021.04.093

# 试论新时期开拓文化产业创意发展之路

林建军

(中央广播电视总台,北京 100040)

**摘要:**在新媒体时代背景下,传统的广电媒体发展需要进行转型以及升级,尤其是注重推出文化创意产业发展之路,寻找新的经济增长形势。本文正是在此背景下探究了,新时代新技术与开拓文化产业创意结合之路以及广电媒体在实际发展中的具体策略。

**关键词:**传统媒体;广电;文化产业创意

在信息技术发展的背景下,人们的生活质量不断地提升,在日常生活中不仅局限于物质层面的享受,开始追求更高层次的精神需求。文化创意产业的发展可以满足人们的这一心理诉求。尤其是新媒体技术的迅速发展为我国文化创意产业创新发展之路提供了新的思路,但是这对于当前的传统媒体也提出了更高的要求。在此背景下,传统媒体如何突破其固有的发展形式,打造多文化创意产业链,成为发展中的重要问题。本文在此背景下探究了新技术与开拓文化创意产业的思路,以及传统广电媒体进行创新性发展的具体思路。

## 一、新技术与开拓文化产业的结合研究

### (一)基于大数据平台的产业创意

大数据技术已经在我国多个行业得到了广泛的应用,大数据是创意灵感的海洋,我国作为传统文化的资源大国,具有无数的文化宝藏,而信息技术的应用则可以借助于模型以及算法来针对不同类型的文化资源进行梳理以及整合,让各类资源的价值浮出水面,这也是大数据技术在文化创意产业应用当中的重要思路。

当前我国文化创意产业已经逐步开始利用互联网技术来获取人们的行为特征,并针对海量数据进行分析,以后可以从用户的角度获取创意。因此文化创意产业已经将用户数据作为重要的核心资源,而借助于大数据技术来分析消费者的心理需求,可以进行高效率的文创发展。因此,这是我国传统广播电视产业发展的重要助力,各类网站也开始针对用户的行为数据来推出相关的娱乐节目,并针对当前的网站布局进行有效的改善。大数据技术为新时期传统媒体的发展带来了全新的思路,但需要注意的是过度依赖大数据也会导致文化产品创新性一味地迎合消费者的喜好,忽略了创意文化产品对于新时代文化消费的引领作用,导致众多文化创意缺乏内涵以及价值,缺乏可持续发展的竞争力。因此数据挖掘的模型也需要逐步进行验证以及改进。<sup>[1]</sup>

### (二)基于社交网络的产业创意

社交网络是当前文化互动的重要场所,众多文化创意依赖于群体交流当中的分享。互联网本身具有多层次的社交网络,容纳了众多思维活跃的年轻人,这是人与人交流形成创意文化的重要场所。因此巨大数量的评论以及转发,传达着人们的欲望,这也是增进思想交流的重要场所。

互联网为新时代的文化创新提供了十分便捷的平台。尤

其是在当前新兴的众多短视频平台成为年轻群体交流的重要渠道,其中分布着众多独特的作品,而这些作品则可以作为文化创意的重要来源,整体的成本低、覆盖范围广,成为文化创意产业链的前端有效平台。

此外,社交网络平台还能够与文化实体进行有效的整合,通过对于艺术、文化、科学的追求以及相关主体标签来方便众多爱好者的互动以及交流,从而使得文化创意向着更加开放便捷的方向进行发展,实现文化创意产业的有效布局。互联网平台的应用可以为文化创意产业的产生以及发展提供有效的场所,并实现原创设计产品的生产,催生众多创意的项目,并不断地增加消费者的满足感以及文化认同感。

## 三、新媒体时代文化创意发展策略

结合当前新技术与开拓文化产业的重要思路,以及传统媒体发展所存在的问题,可以从新媒体入手,挖掘更多有价值的文创题材,实现传统媒体的转型升级是非常必要的。

### (一)判断具有文创价值的题材

在新媒体时代,为了保证文化创意产业的高效发展,需要从众多信息流当中判断出具有高价值的文创题材,并进行第一时间的报道以及交流,而这些题材需要具有前瞻性、独特性、专业性以及故事性。尤其是在节目制作中可以从多方面来进行入手,通过短消息以及新闻专题来打造出可以跨界延伸的题材,借助于广播、文艺节目、科普节目等多种不同的方式来进行全方位的报道,播出得到良好的传播效果,并在此基础上探索创意多元的文化形式。

### (二)确定长短期发展目标

做好规划,树立有效的目标规划是打造具有文化创意战略的重要策略。在形成相应思路之后,则需要根据具体的题材价值来树立相应的短期以及长期目标,并根据这些目标来制定针对性的方案。例如,针对不同的题材设定不同的近期目标以及远期目标,从而能够采取针对性的策略,打造出一系列相应的文创产品,使得文化创意产业的落实更加高效科学。

### (三)打造专业团队

在形成整体战略规划布局以后,需要具有专业的执行团队来进行完成,使得众多创意想法变成现实,推出文创精品。相应团队的人员架构,则需要根据文创产品所需要的类型来进行针对性搭建,涉及文创人员、制作人员、财务人员、推广人员等多个方面。其中文创人员需要具有创意性的想法以及良

好的艺术鉴赏能力,在其具有较强文字功底的基础上可以持续地输出相应的内容,包括不同介质的文字脚本,并涉及新闻、专题、戏剧、动画片等多项内容。影视制作人员需要具有影视拍摄以及后期制作能力,保证整个项目的宣传推广,具有较强的创新力,并借助于其自身的专业知识与其他的外包公司进行对接,在保障具有专业主导力以及判断能力的基础上,可以保证相应文化创意项目的顺利完成。传播推广人员也是十分必要的,尤其是在相应文化创意项目进行推广的过程中,需要进行大力宣传,针对不同类型的文创产品进行宣传推广时,可以借助于不同的渠道并涉及传统媒体以及新媒体。尤其是在当前新媒体发展的背景下,需要具有擅长新媒体宣传推广的人员。在传统媒体现有的体制编制内组建类型多样的团队是十分困难的,但是在传统媒体内部沉淀了大量的复合型人才,可以在此基础上来寻找具有文化创意以及较强创作热情和能力的人员来打造媒体深度跨界融合的创作团队。<sup>[2]</sup>

#### (四)挖掘文化产品的创新点

只有深度挖掘好文化创意产品点以及盈利点,才能够形成良好的生态循环,创造出更多的新内容。针对一些文化创意产品进行立项时,需要保证其创新点,包括题材新、技术新以及呈现方式多元等方面的特征。

一是题材新。在融媒体时代,利用传统媒体来开拓文化产业创意发展之路时,需要注意相应项目的题材新,注重以新的内容在不同领域进行产品的开发,并实现新闻内容与故事性进行联系的特点,实现科技与文化形式的创意表达,并通过跨界融合等方式来进行全新的表达,从而保证传播的深度、广度以及温度。

二是注重项目传播科技手段的应用。众多文创项目在传播中需要以多元跨界文化为载体,借助于趣味性、故事性的表现手法,来保证相应知识能够融入趣味故事当中,寻找一些动人故事,尤其是结合自我价值挖掘的方式来传递更多具有文化创意的内容。例如,将科技知识进行传播时,可以借助于一些趣味故事来进行全新的讲解、传播,还可以结合当下最尖端最高水平的科技能源知识来让普通大众理解其中的科学原理,使得一些文化创意节目具有较强的趣味性,可以引导普通大众走近科学、了解科学。例如,在中央电视台大型纪录片《大国重器》中,将我国装备制造业当中的众多科技产品,以故事化的形式来进行展现,不仅体现了我国大国重器的影响力,以及在其中所渗透的人物故事、智慧生活以及梦想之间的联系,通过独特的视角以及震撼的镜头,展现了我国装备制造业创新发展的历史,并鲜活地体现了中国智慧以及中国力量,这一节目的呈现,具有较大的影响力,并开创了文化创意产业节目的发展之路,体现了新媒体与传统媒体之间的有效融合,整体的内容较为独特,呈现方式十分多元。<sup>[3]</sup>

三是注重呈现方式的多元化,在新时代文化创意产业发展中,需要注意传统媒体可以融合影视出版、戏剧衍生品等多方面的领域,保证呈现方式的高效性、多元性。在实际项目创设当中,可以打造多元文化创意产品,并结合出版界来推出相应的图书、绘本等,同时结合动漫、影视、手游等多个产业,推出系列化的产品以及跨界产品实现整体的深度融合,这可以

有效地提升项目的盈利点并开拓新的增长点。除此之外,基于新媒体平台可以实现众多文创产品的整合宣传营销,借助互联网环境、智能手机、数字化电视的渗透应用,来提升整体的影响力。新媒体可以成为现代人生活的重要组成部分,基于新媒体平台的网络营销是信息化社会的重要产物,可以实现以营销为目的的文化创意产品发展。例如在众多文化类节目当中,借助于移动端设备推出不同的社交平台,建立相应的文化创意节目营销体系,并打通微信、微博公众号以及网站等实现深度融合,以独特的节目风格以及强大的营销能力来吸引众多受众的注意力,并逐步形成节目设计、制作、传播、营销等整体化的文化创意产业链,同时相应的节目可以与实体产品进行深度融合。以《上新了!故宫》这一节目为例,不仅注重对于故宫内众多具有历史文化传统的作品内涵进行深度挖掘,还注重相应文创产品的打造。例如,故宫博物院推出了一系列的文创产品,并借助于线上以及线下销售等多种方式打造网络超级爆款,形成了口碑众多文化创意产品,与相应文化类节目的深度融合,可以营造出新媒体平台的涟漪效应,使得众多文创产品获得了大量的关注,并促使这些流量迅速转化为相应节目的用户,二者之间相互融合、相互支撑,实现了节目、文创产品的有效联动,获得了良好的宣传效果。<sup>[4]</sup>

此外,在传统文化节目制作当中也可以融入一些现代流行的文化元素,从而打造独特的文化创意产业发展之路。我国的文化源远流长,而传统文化与流行文化之间的有效结合是文化创意产业的发展之路也是当前众多媒体节目达到当中的重要思路,一些独特的文化创意节目,传承了文化经典脉络,并注重现代化的趋势,呈现历史气质与文创产品,现代文艺气质的有效融合,体现了历史艺术以及文化价值。例如,在中央电视台推出的《国家宝藏》节目当中,以音乐以及歌舞节目为主,但是融入了中国古代的众多优秀的传统文化,可以让国宝文化走入现代生活当中,实现保障文化与中国现代文化的有效融合,使得越来越多的年轻人接受这一节目,并达到良好的传统文化宣传的效果。

#### 四、结语

在新媒体迅速发展的背景下,文化创意产业的发展。可以获得新的发展平台以及发展机遇,但是也需要注重与传统文化的有效融合,因此新媒体时代,文化创意产业的发展需要借助于具有文创价值的题材,做好全方面的规划布局,借助于专业的团队来挖掘文化产品的创新点。

#### 参考文献

- [1]张铮,陈雪薇.让文创人在创意土壤上“长”出来[N].中国文化报,2021-06-08(003).
- [2]王廷荣.民族文化创意产业发展路径研究——以黔东南民族职业技术学院为例[J].轻纺工业与技术,2021,50(05):61-63.
- [3]杜泽辰,梁秋实.创新驱动背景下吉林省文化创意产业发展研究[J].现代营销(学苑版),2021(05):114-116.
- [4]范大伟.地域性文化创意产品的设计策略——评《文化创意产业理论与实践》[J].热带作物学报,2021,42(05):1566.