

数字文化产业:一种乡村经济振兴的 产业模式与路径

李翔¹,宗祖盼²

(1.深圳大学师范学院,广东 深圳 518060;2.深圳大学文化产业研究院,广东 深圳 518060)

摘要:数字化是乡村经济发展的新阶段与新方向,可以加快乡村经济信息化转型,助力乡村精准化脱贫攻坚,开启城乡经济融合新局面,催生新兴的乡村产业形态。数字乡村的建设可以快速弥补乡村文化产业发展的技术短板,并与乡村经济产生积极的融合趋势;在技术方面,数字媒介为乡村文化振兴提供了新支撑;在人才方面,新型职业队伍的数字文化知识和素养不断提高;在资本方面,社会资本加速向农业农村流动;在需求方面,乡村数字文化消费呈现爆发趋势。数字文化产业既可以直接纳入现代乡村经济体系,成为一种可拓展的新产业类型;也可以视为城乡融合和产业融合的转换器,带动乡村其他经济领域发展。基于乡村生态的“数字内容+传播”模式以数字内容作为传播媒介,可以拓宽乡村经济增长渠道;基于乡村文化的“数字创意+产品”模式以数字创意激活文化元素,可以丰富乡村文化产品供给;基于乡村资源的“数字平台+文旅”模式以数字平台驱动业态创新,可以开拓乡村线上文旅;基于乡村主体的“数字工具+创客”模式以数字工具拓宽创新思路,可以激发创客群体在乡村经济中的活力。

关键词:乡村振兴;数字文化产业;数字经济;数字乡村;产业模式

中图分类号:G 124

文献标识码:A

文章编号:1000-260X(2020)02-0074-08

实施乡村振兴战略是习近平总书记在十九大报告中提出的新发展理念,背景是我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段,正处在转变发展方式、优化经济结构、转换增长动力的攻关期,建设现代化经济体系是跨越关口的迫切要求和我国发展的战略目标^[1]。乡村是中国现代化经济体系建设的薄弱环节,因此乡村振兴的关键在于振兴乡村经济,加快农村农业的现代化转型,促进农业全面升级、农村全面进步、农民全面发展。当前,数字经济正在加快渗透到广大乡村地区,数字乡村建设给乡村经济发展带来了新的机遇。本文主要探讨乡村如

何抓住这一发展契机,开辟新的思路,利用数字文化产业突破传统乡村经济发展和文化供给模式,实现经济与文化上的双赢,为乡村振兴提供更大的持续的造血能力。

一、数字化:乡村经济发展的 新阶段与新方向

中国有着历史悠久的传统乡土文化,正如费孝通先生所说,从基层来看,中国社会是乡土性的^[2]。围绕着乡村经济这一关系国计民生的根本性问题,

收稿日期:2020-01-05

基金项目:国家社科基金艺术学重大项目“习近平总书记关于文化建设重要论述研究”(18ZD01);广东省教育厅项目“广东近现代文艺市场变迁与发生机制研究(1840-2018)”(2018WQNXCX152)

作者简介:李翔,深圳大学师范学院讲师,主要从事文化产业、数字媒体研究;宗祖盼,文学博士,深圳大学文化产业研究院助理教授,主要从事文艺理论、文化产业研究。

一直是党和国家在不同时期不同阶段工作的重中之重。中华人民共和国成立后,国家开展农业合作化运动,对农村经济进行社会主义公有制改造,打破了沿袭千年的传统乡村社会关系。改革开放以来,为解决“三农”问题,党和国家不断推动农村经济体制改革,大大调动了农民的积极性。2005年,在我国总体上进入以工促农、以城带乡的发展新阶段后,党的十六届五中全会提出要按照“生产发展、生活宽裕、乡风文明、村容整洁、管理民主”的要求扎实推进社会主义新农村建设。十八大以来,以习近平同志为核心的党中央坚持把解决好“三农”问题作为全党工作重中之重,持续加大强农惠农富农政策力度,推进农村承包地“三权”分置,实施脱贫攻坚和精准扶贫,贫困人口大幅减少。2017年,十九大报告从经济社会发展全局的高度创造性地提出了乡村振兴战略,并将其作为建设社会主义现代化强国的国家战略,这开启了乡村发展的新阶段,赋予了农业农村农民新的使命。

与此同时,数字经济正成为国民经济最有活力的部分,互联网与云计算、大数据、人工智能、物联网、5G等新一代信息技术释放出巨大的创造力和驱动力,催生出新产品、新模式、新业态,推动经济格局和产业形态深度变革。联合国贸发会发布的《2019年数字经济报告》指出,数字革命和数字经济的扩张创造了许多新的经济机会和巨大财富,且高度集中在美国和中国,这两个国家占全球70个最大数字平台市值的90%^[3]。根据中国信息通信研究院发布的《2019年全球数字经济新图景》显示,截至2018年底,中国数字经济规模达到31万亿元,占GDP的1/3。预计2035年中国数字经济规模将达到150万亿元,占GDP比重将突破55%,达到发达国家平均水平^[4]。数字经济为经济增长提供强大动力的同时,也为中国乡村振兴战略的实施注入新动能。《中共中央国务院关于实施乡村振兴战略的意见》和《乡村振兴战略规划(2018-2022年)》均指出,要实施数字乡村战略,大力发展数字农业。2019年5月,中共中央、国务院印发了《数字乡村发展战略纲要》,明确将数字乡村作为乡村振兴的战略方向,提出加快信息化发展,整体带动和提升农业农村现代化发展。2020年1月,农业农村部、

中央网信办印发《数字农业农村发展规划(2019—2025年)》,要求到2025年,农村基本建成农业农村天空地一体化观测网络、农业农村基础数据资源体系、农业农村云平台,农业数字经济占农业增加值比重达到15%,农业农村互联网普及率达70%。数字乡村建设迎来重大政策利好,这表明网络化、信息化和数字化在乡村经济的应用时机更加成熟。

数字乡村建设赋予了乡村经济振兴的新机遇和新思路,也是建设网络强国、数字中国、智慧社会的“最后一公里”,关乎全局,意义重大。在数字化背景下,乡村经济发展表现为以下几个重要趋势。

一是加快乡村经济信息化转型。现代化的乡村经济体系是中国现代化经济体系构建的内在要求和基础单元。其中一个重要表现就是要以科技驱动代替要素驱动,形成以创新为引领发展第一动力的信息化经济模式。当前社会正从机械生产、规模化生产转向以数据、智能为代表的第四次工业革命。随着“宽带中国”“互联网+”的实施,乡村信息基础设施不断增多,传统的城乡“数字鸿沟”不断缩小。信息化、智能化改变了传统农业的生产模式,加快了农村农业现代化的进程。数字化技术的应用将不断完善包括乡村经营主体、乡村集体资产、乡村自然资源、乡村生物资源、乡村文化资源等基础资源数据体系的构建,形成可供开发的数据资源,实现乡村数据互联互通、资源共享共建、业务协作协同,一场由大数据驱动的产业升级之路将在乡村地区大规模展开。

二是助力乡村精准化脱贫攻坚。乡村经济是中国经济的细胞。2020年2月,中央一号文件《中共中央国务院关于抓好“三农”领域重点工作确保如期实现全面小康的意见》的颁布,意味着脱贫攻坚工作到了一个关键转折点,这关系着第一个百年奋斗目标能否获得全面胜利。摆脱贫困是社会主义的本质要求,也是乡村经济振兴的重要使命。历史性地看,乡村精准扶贫经过了“物资捐助”、“企业下乡”等方式方法后,一种新的“数字扶贫”模式正在兴起。它利用乡村经济大数据呈现出“大量(Volume)、高速(Velocity)、多样(Variety)和真实性(Veracity)”^[5]的特征,既可以帮助脱贫攻坚精准施策,避免“数字脱贫”和虚假脱贫,还可以拓宽扶贫

的维度。借助数字化扶贫,乡村振兴与脱贫攻坚能够更加有机地结合起来并相互促进。

三是开启城乡经济融合新局面。在中国工业化和城市化的进程当中,乡村和农业一直扮演着哺育城市和工业的角色,形成了比较突出的“城乡二元经济”结构,城乡差距进一步拉大,乡村一度空心化和边缘化。《乡村振兴战略规划(2018—2022年)》对“乡村”的定义是“具有自然、社会、经济特征的地域综合体,兼具生产、生活、生态、文化等多重功能,与城镇互促互进、共生共存,共同构成人类活动的主要空间”,赋予了“乡村”新的内涵。从“以工补农”“以城带乡”到“城乡统筹”“城乡一体化发展”,再到“互促互进”“共生共存”,城乡不再是“矛盾体”,而是“共同体”。城市发展需要乡村的补给,乡村振兴也需要城市提供动力。尤其是进入到数字化时代,城市不断向“智慧城市”发展升级中,乡村的生产、生活、生态空间也朝着数字化、网络化、智能化方向发展,城乡之间应该形成共建共享、互联互通、各具特色、交相辉映的数字经济融合发展格局。

四是催生新兴的乡村产业形态。产业兴旺是乡村振兴的重点,构建乡村一二三产业融合发展体系是优化乡村生产要素配置、促进乡村产业结构升级、拓宽乡村经济增收的重要渠道。数字经济的本质是融合的经济,它依托乡村不断升级的网络基础设施和信息工具,可以加速资本、人才、技术、信息等要素在不同行业、不同区域特别是城乡之间的流动。数字化不仅推动了乡村生产、分配、交换、消费在内的生产关系发生变化,使得传统的农村农业产生了新的商业模式和发展形态,实现农村内部产业升级,而且也加速了农业与工业和服务业之间的融合,延长了农业产业链,催生出一大批数字新产业、新模式、新业态。本文要重点探讨的数字文化产业,就是未来乡村数字经济可拓展的新产业类型之一。

二、数字文化产业:一种正在兴起的乡村经济类型

数字文化产业是数字经济背景下传统文化产业转型升级、提质增效的必然趋势,是我国重要的战略性新兴产业。它以文化创意内容为核心,依托

数字技术进行创作、生产、传播和服务,范围主要涵盖数字游戏、数字音乐、互动娱乐、影视动漫、内容软件等,并日益渗透到教育、文学、出版、典藏、表演等传统领域,具备虚拟性、交互性、跨界性、融合性等特点。据国家统计局统计,2018年文化核心领域创造的增加值为27522亿元,占文化及相关产业增加值的比重为66.8%,其中,占比超过10%的行业有3个,分别是新闻信息服务、内容创作生产和创意设计服务^[6]。这些产业的高增长都与数字化技术驱动息息相关。可以说,数字经济成为了文化产业发展的新动能、文化消费新的增长点和推动文化领域供给侧结构性改革的重要抓手^[7]。中国工程科技发展战略研究院发布的《2019中国战略性新兴产业发展报告》显示,移动互联网与数字技术的快速发展驱动我国数字创意产业爆发式增长。以数字音乐、网络文学、动漫、影视、游戏、直播等为代表的一大批新兴数字文化行业快速崛起,出现了一批极具爆发力的产业发展热点,这些典型行业在2012年至2017年年均增速超过了20%^[8]。

长期以来,乡村的发展与振兴通常从物质层面考量,文化艺术所发挥的作用常常被忽略,文化产业一直是乡村经济发展的“洼地”。一方面,乡村文化建设主要以公共文化服务为主,文化供给主要通过修建文化广场、文化馆、文化站、广播站、群艺馆、农家书屋等基础设施或通过“文化下乡”工程输送,而城市文化的输入进一步冲击和淡化了乡土文化。有学者指出,当前乡村文化建设仍然存在文化建设理念与乡村社会变迁不适应、公共文化服务体系活力不足、农民的文化主体性不足等问题^[9]。另一方面,文化产业作为一种特殊的经济类型,其发展需要依托强大的技术支撑和广泛的消费市场,是城市将人口、资本、技术等要素高度集中下的产物。不同于传统产业主要依赖资源、生产技术的发展路径,文化产业的发展是建立在良好的经济基础、宽松自由的社会氛围以及拥有大量高素质人口的基础之上^[10]。相反,乡村地区由于交通、通讯等基础设施薄弱,加上人口流失,文化资源没有得到充分的开发,城乡文化产业不平衡不充分发展问题日益凸显。可以说,广大乡村地区并没有享受到文化产业发展的红利。但是,数字乡村的建设可以快速弥补文化产业

发展的技术短板,并与乡村经济产生积极的融合趋势。

与传统文化产业相比,数字文化产业可以克服乡村文化经济发展过程中存在的市场规模小、开发同质化、资源破坏、创意不足等问题,更新乡村文化的生产、传播和消费方式,促进农村从土地、资源、劳动力等要素供给向数字生态、数字传承和数字消费载体转变,为文化产业发展较弱的地区提供追赶能力。从长远来看,数字乡村的建设可以弥补技术、人才、资本和市场上的不足,从而使数字文化产业在振兴乡村经济上成为可能。

(一)技术条件:数字媒介为乡村文化振兴提供了新支撑

数字媒介与传统媒介相比,在传播方式上具有快速、便捷、智能、互动、多样等特征,可以避免传统媒介时代文化生产和消费主要集中在城市的弊端。“数字乡村”战略可以使广受基础设施和硬件影响的乡村地区获得文化生产的新动力,改变乡村文化与城市文化脱节的现象,有利于重塑乡村文化自信。具体而言,一是数字媒介可以将城市文化资源引导到农村,也可以将乡村文化资源推广到城市,从而加速城乡文化资源要素流动,突破乡村文化资源局限,形成城乡融合的文化发展局面。二是数字媒介可以拓展乡村文化发展的领域与范围,将互联网、虚拟现实、全息成像、裸眼3D等技术应用到文化生产上,摆脱文化建设集中在乡村演出、乡村旅游、节庆文化等传统模式,推动数字内容、数字出版、数字表演、数字教育等新兴文化业态在乡村落地生根,改变文化供给单一的现状。三是数字媒介可以加速传统乡村经济与文化经济之间的融合发展。传统乡村文化振兴的模式较少涉及经济层面,或是简单的“文化搭台,经济唱戏”,乡村经济与文化产业之间的融合是浅层的。数字媒介则可以连接万物,使整个乡村经济文化化成为可能。

(二)人才条件:新型职业队伍的数字文化知识和素养不断提高

乡村振兴要靠人才,而留住人才要靠产业。在中国快速推进城市化进程中,乡村人力资源单向度

流向城市,大量村庄消失,给乡村文化和经济发展带来了前所未有的挑战。据统计,1978~2017年,我国农业增加值占国内生产总值的比重从28.2%下降至7.9%,农村人口占总人口的比重从82.1%下降至41.5%。随着数字乡村的建设,乡村将极大地吸引各类人才尤其是数字化技术人才回流。随着三权分置改革进一步释放农村劳动力,新型职业农民队伍、各类新型组织也将不断壮大,以农民工、高校毕业生、退役军人、科技人员等为代表的返乡下乡人员在应用新技术、推广新品种、开拓新市场等方面扮演着重要角色,正成为引领现代农村农业发展的主力军。与传统农民队伍相比,新型职业队伍的教育、数字文化知识和素养较高,他们对传统乡土文化更加自信,有更强的归属感和认同感。这为数字文化产业在农村的发展提供了人才队伍。

(三)资本条件:社会资本加速向乡村文化资源流动

长期以来,乡村资金主要靠财政投入保障,金融资源的配置主要集中在乡村经济社会发展的重点领域和薄弱环节,无法满足乡村振兴多层次、多样化的金融需求。文化产业的前期开发需要大量资金的投入,而收益的不确定性从一定程度上阻碍了资本向乡村地区流动。在乡村振兴战略的引导下,数字乡村建设逐渐打破了这一资金困局。一方面,城乡产业融合发展,加速了城市资本向乡村流动,越来越多的农村电商、创意农业、乡村民宿、乡村养老等新兴业态受到资本的青睐。另一方面,数字化的介入使得覆盖乡村的数字金融服务体系逐渐建立起来,数字普惠金融的多元效能也正在乡村渗透,有效解决了金融服务“最后一公里”和“最后一公里”的问题。乡村地区文化开发存在收效甚微、资金回笼速度慢等困境,互联网众筹等模式打开了乡村文化产业融资的新渠道,供需可以更加精准地得到匹配。

(四)需求条件:乡村数字文化消费呈现爆发趋势

中国特色社会主义进入新时代,人民群众的生活由物质需求转向精神需求。据统计,2018年农村

居民人均消费支出 12 124 元,扣除物价因素,消费支出比 1949 年实际增长 32.7 倍,年均实际增长 5.2%。农村居民恩格尔系数为 30.1%,比 1954 年下降了 38.5 个百分点^[1]。农村居民收入较快增长,数字经济对乡村日益渗透,使得农民群体的价值理念和行为习惯发生了变化。阿里巴巴集团发布的《2018 年中国数字经济发展报告》显示,农村的数字消费增速全面超越了一线、新一线和二线城市,表明数字化成为普惠性发展的重要推动力。在数字文化消费能力方面,城乡本质上已经没有明显的差异。例如 2020 年春节受新冠肺炎疫情影响,无论在城市还是乡村,以手游、直播、短视频、在线教育、知识付费、网络电影等为代表的数字文化消费都出现了增长,这表明数字文化产品跨越了传统文化产品的地域界限,成为城乡居民共同消费的领域。而随着互联网和数字消费终端在乡村的普及,以及数字内容生产的智能化、便携化、工具化,这些都有力地刺激了乡村在数字内容上的生产和传播以满足自身的文化消费需求。

三、数字文化产业振兴乡村经济的模式与路径

从产业的角度来讲,数字乡村建设对于乡村经济振兴意义重大。当“赛博空间”扩大覆盖到乡村地区,乡村将蕴涵着大量过去不曾有的消费升级、社会改造和新经济、新产业的空间,但是单纯地依赖传统发展模式,乡村经济难以释放出新的生产力和生产关系。目前,有关乡村文化产业的相关研究主要集中在乡村旅游、古村落开发、乡村文创、节庆演出、观光农业、文化小镇等传统领域,从数字化角度切入的不多。杨吉华指出,数字文化能够极大拓展乡村文化的内涵和外延,突破乡村文化资源的局限,促进乡村文化与经济的全面融合^[2]。唐琳认为,数字化将成为引领民族文化高质量发展的新引擎,成为推动民族文化传统业态升级换代的加速器^[3]。宋志鹏关注到短视频作为当下流行的内容媒介方式,在乡村群体的自我表达、文化倾诉方面起着至关重要的作用,是乡土文化呈现的有效途径^[4]。由此可以看出,在促进乡村经济朝着多元化方向发展

的诸多尝试中,数字文化产业已经成为助力乡村经济振兴的一种新趋势。数字文化产业既可以直接纳入现代乡村经济体系,成为一种可拓展的新产业类型;也可以视为城乡融合和产业融合的转换器,带动乡村其他经济领域发展。基于此,本文提炼出以下四种模式和路径,旨在为乡村文化和经济振兴提供一种借鉴和参考。

(一)基于乡村生态的“数字内容+传播”模式和路径

乡村生态是乡村文明最基本的特征,也是乡村经济发展最重要的载体。所谓“皮之不存,毛将焉附”,离开乡村生态的乡村经济不仅是畸形的,而且会将乡村引向歧途。正如习近平总书记所强调的“绿水青山就是金山银山”。只有充分依托乡村生态的经济道路,才是高质量的可持续发展道路。乡村生态既可以作狭义理解,指看得见、摸得着的山、水、林、湖、田等自然生态环境,也可以作更广泛意义上的理解,即乡村呈现出的乡土本色,包括乡俗、乡物、乡居、乡园、乡食、乡音、乡情等人文生态,这些共同构成了乡村独特的生态景观。目前,基于乡村生态的传统开发模式存在要素投入不足、对资源过分依赖的弊端,给生态环境造成较大的压力。如何从资源依赖向创新驱动转变是当前乡村经济面临的一个难题。

基于乡村生态的“数字内容+传播”模式是借助最新的数字化技术,将美丽、朴实、原生态的乡村进行充分挖掘和展示,将静态的生态风光、农业生产、乡邻关系等场景转化成动态的信息流和超文本,通过微博、微信、短视频、直播、影视等进行跨媒介、立体化传播。这既是平衡乡村地区文化输入和文化输出的重要手段,也是增强乡村文化自信的重要途径。在新媒介赋权的背景下,个体的自我意识和能力被激发、被释放,社会结构和社会关系被颠覆、被重构,多元主体在动态博弈平衡中共同参与到乡村振兴中来^[5]。2019 年爆红的“李子柒现象”便是通过优质的短视频,将中国乡村田园生活进行场景化传播,唤起了大众对乡村的消费热情,同时将中国乡村文化基因传递到世界。借助移动互联网和短视频兴起的风口,数字内容与农业生产的结合催生了另

外一种拉动乡村经济增长的模式。相比传统的电子商务,基于数字内容的网络经营更能够获得年轻人的关注,也能更加直观地展示乡村生态和农产品。如2019年淘宝推出的“村播计划”,借助直播产业,不仅帮助了农民摆脱贫困,而且培育了乡村直播市场,使传统的农民成为了乡村产品的代言人。一些自媒体平台如快手、哔哩哔哩等也将目光投向广大乡村地区,鼓励“三农”领域的创作者表达自我,做乡村经济的代言人。

(二)基于乡村文化的“数字创意+产品”模式和路径

乡村是中华优秀传统文化的发源地,乡村文化是乡村居民在长期从事农业生产和生活的过程中创造的物质成果和精神成果的总和,蕴藏着根植于农耕文明土壤的中华文明基因。文化振兴是乡村振兴的题中之义和发展之基。近年来,乡村文化与文化产业的融合发展成为中国乡村振兴的一个着力点,其主要做法是将文化、艺术、设计、时尚等元素融入乡村这一空间,赋予其丰富的内涵和意象,从而提升乡村特色农产品、传统民间工艺品的品牌附加值,使得传统农业向创意农业转型,如“文化+农业”的休闲农业模式或“田园综合体”概念。但是,这类产品的开发还主要依托传统农业资源和非物质文化遗产,有着市场份额小、数字化程度不高、盲目跟风、创意不足等问题,亟需开拓新的思维。

基于乡村文化的“数字创意+产品”模式是将乡村特色文化元素和精神风貌与数字文化产品结合起来,依托游戏、影视、动漫、虚拟现实等新兴载体,构建一套具有当地民俗特色、地域文化特点的文化赋能产业。中国地大物博,乡村文化中有许多特色文化、历史人物、文化遗产、民间工艺、民歌戏曲等。过去这些文化内容通常以静态的陈列展示为主,多存于祠堂、文化馆、文化站、群艺馆等空间中,虽然有的借助电子化设备使内容的展示更为生动,但多流于形式,照本宣科,故事本身并没有得到很好的挖掘和阐释,无法获取年轻人的关注,导致许多非物质文化遗产面临着传承的难题。数字文化产业以数字创意为核心资源和竞争力,不仅仅将内容以数字化的形式呈现,而是要通过创意和演绎,对乡村

文化进行创造性转化和创新性发展。例如,由深圳华侨城文化集团投资建设的甘坑客家小镇通过挖掘非物质文化遗产客家凉帽,打造了富有本土特色的原创IP“小凉帽”,其不仅设计了许多经典形象,还开发了动画、电影等衍生数字创意产品,通过现代的、科技的表达方式对客家文化进行了推广和传播。

(三)基于乡村资源的“数字平台+文旅”模式和路径

文化和旅游的融合发展给乡村振兴战略提供了重要的实践形式。“乡村游”成为近年来中国旅游产业的热门领域。它反映了中国进入中等收入并向高等收入阶段迈进过程中,人们对山水、田园、乡土的向往,一定程度上满足了城市居民拥抱田园生活、远离城市喧嚣的心理诉求。但是,受限于财力、人力、区位、市场等因素,很多乡村旅游产业模式较为单一,缺乏产业支撑,且基础设施和配套服务不完善,导致供需信息对接不畅,旅游体验不佳。一些过度商业化的开发,使得乡村旅游要么流于形式,要么对原有的乡村资源产生了“稀释”甚至破坏,不利于乡村旅游的可持续发展。这意味着传统的乡村旅游要寻求新的思路转变。

基于乡村资源的“数字平台+文旅”模式是借助大量使用数据驱动商业模式的数字平台,为乡村文旅融合发展提供新动能,从而驱动乡村文化和旅游业态创新,重构产业格局。数字文旅是乡村旅游与数字经济融合发展的产物,不仅可以整合乡村文旅资源,大大降低生产和传播乡村资源的门槛,而且可以开拓“线上+线下”的文旅发展模式,结合动画、游戏、直播、文创、电商等方式延长旅游产业链。例如,由云南省政府和腾讯主导发起的“一部手机游云南”项目,利用互联网、云计算、大数据及人工智能技术,构建云南智慧文旅新生态。其不仅可以为游客提供便利化的服务,还可以拓宽文旅半径,让更多被忽视的乡村文化资源得到展示与传播的空间。此外,对于一些具有地方民族特色的乡村文旅资源,我们可以通过数字平台搭建数据库,借助5G网络高速率、低时延、大连接的特性,以及人工智能、高清视频、虚拟现实、全息呈现等技术,让更多

人足不出户就可以感受乡村文化的魅力和当地民风民俗,体验乡村特殊节庆活动。这不仅可以带来全新的智能化、个性化的乡村文化旅游体验,还可以缓解乡村文化旅游资源承载能力有限等问题,对乡村文化资源形成数字化保护和活化,激活了文化的可分享性。

(四)基于乡村主体的“数字工具+创客”模式和路径

乡村经济振兴需要农民也需要人才,只有多元主体参与才能充分激发乡村经济活力。所谓乡村主体,是指参与到乡村经济建设过程中,具有独立权利、承担独立责任并行使相应权力的组织或个体,尤其是集体经济组织,仍然是当下中国乡村经济结构中的主导性主体。一般而言,农民特别是组织起来的农民是乡村振兴的当然主体,但从长期来看,乡村主体处在不断变化之中。在流动开放的社会中,城市人才、精英人才会越来越多地向广大乡村转移。原农业部印发的《“十三五”全国新型职业农民培育发展规划》明确提出,到2020年,我国新型职业农民数量要发展到2000万人,职业化会成为乡村主体的一个重要趋势。

基于乡村主体的“数字工具+创客”模式是让更多以创客为代表的新型乡村主体不断提升数字工具使用能力,从而赋予乡村文化创新、创意、创业的新动能。乡村“数字化贫困”的本质是农民数字化知识、素养和技能不足导致其对数字社会经济的参与不足^[6]。因此,要让乡村经济享受“数字红利”,前提是有一批数字化人才队伍。近年来,随着“大众创业、万众创新”从城市向乡村地区渗透,越来越多有志于乡村振兴的青年投身乡村或返乡创业,他们当中就有许多从事数字文化产业。例如,在数字化背景下,创客群体中涌现出一种新型的主体,有学者将其称为“数客”^[7],他们构成了数字文化产业中的一个重要职业。“数客”是没有绝对边界的,只要有数字设备接入,就可以完成相应的数据挖掘、分析工作,而越来越多的创新平台为数字内容创业者提供了应用程序和软件环境。正如托马斯·弗里德所说,数字化的世界是“平坦的”,人们的工作地点和职业可以发生位移。乡村创客可以不在乡村生

活,城市创客可以服务乡村,通过数字工具,创客在城乡之间进行了有效的融合。数字文化产业不仅需要创意,更需要各类“新乡贤”“文化创客”“数据分析师”等参与进来,将符合乡村实际和市场需求的新技术、新思维带到乡村,引领乡村发展潮流。

综上所述,借助数字化手段,以文化为支点撬动乡村经济发展,不仅可行,而且在传播乡村风貌、传承乡村文脉、留住乡村记忆中有自身的优势。正如习近平总书记所强调的,乡村振兴既要塑形,也要铸魂。尤其是当前乡村普遍缺乏文化自觉和文化自信,这些问题都将随着城乡“数字鸿沟”大幅缩小而得到缓解。可以预见,在乡村信息网络不断完善、农民数字化素养显著提升的崭新图景下,数字文化产业在乡村将会迎来爆发式增长。然而,乡村振兴是一个长期复杂的系统工程。我们必须意识到,当前我国数字乡村战略还处在第一个阶段,区域间不平衡问题显著,且大部分省市处于发展长期或者起步期^[8]。“数字化贫困”在短期内仍然是阻碍乡村数字文化经济发展的一个主要障碍。因此,无论是在数字乡村还是数字文化产业的发展上,我们都要有前瞻性的视野和超前布局的意识,在政策上制定科学规划,出台相关优惠政策,尤其是要培育一批具有较强市场生存和拓展能力的乡村数字文化企业,同时要提升乡村对数字文化的消费水平,培养更多数字文化产业发展所需的数字化人才。假以时日,数字文化产业在乡村燃起的“星星之火”,必将发展成“燎原之势”,为乡村经济振兴和文化发展注入可持续发展的动力。

参考文献:

- [1] 习近平.决胜全面建成小康社会 夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利——在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告[M].北京:人民出版社,2017.19.
- [2] 费孝通.乡土中国[M].北京:人民出版社,2015.1.
- [3] United Nations. Digital Economy Report 2019—Value Creation and Capture Implications for Developing Countries [R].Geneva:United Nations Conference on Trade and Development,2019.15-16.
- [4] 中国信息通信研究院.2019年全球数字经济新图景[R].石家庄:2019中国国际数字经济博览会,2019.
- [5] 维克托·迈尔-舍恩伯格,肯尼斯·库克耶.大数据时代

- [M].盛杨燕,周涛译.杭州:浙江人民出版社,2013.37-49.
- [6] 国家统计局.2018年全国文化及相关产业增加值占GDP比重为4.48%[EB/OL].http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/202001/t20200121_1724242.html,2020-01-21.
- [7] 范周.数字经济变革中的文化产业创新与发展[J].深圳大学学报(人文社会科学版),2020,(1):1-7.
- [8] 中国工程科技发展战略研究院.2019中国战略性新兴产业发展报告[M].北京:科学出版社,2018.3-20.
- [9] 陈叙.新中国70年来乡村文化建设的历程与走向研究[J].中华文化论坛,2019,(6):142-144.
- [10] 吴承忠.5G智能时代的文化产业创新[J].深圳大学学报(人文社会科学版),2019,36(4):51-60.
- [11] 国家统计局.农村经济持续发展 乡村振兴迈大步——新中国成立70周年经济社会发展成就系列报告之十三[EB/OL].http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/201908/t20190807_1689636.html,2019-08-07.
- [12] 杨吉华.数字乡村:如何开启乡村文化振兴新篇章[J].安徽农业大学学报(社会科学版),2019,28(6):14-19.
- [13] 唐琳.乡村振兴中少数民族文化数字化保护和传承研究——5G时代广西文化产业转型研究系列论文之一[J].南宁师范大学学报(哲学社会科学版),2019,40(5):85-91.
- [14] 宋志鹏.回归乡土:自媒体短视频中的乡村文化呈现[J].视听,2019,(12):161-162.
- [15] 师曾志,李堃,仁增卓玛.“重新部落化”——新媒介赋权下的数字乡村建设[J].新闻与写作,2019,(9):5-11.
- [16] 吴玲,张福磊.精准扶贫背景下农村数字化贫困及其治理[J].当代世界社会主义问题,2018,(2):28-35.
- [17] 金元浦.数客:大数据时代文化创意经济的先行官[J].福建论坛(人文社会科学版),2016,(2):52-57.
- [18] 张鸿,杜凯文,靳兵艳.乡村振兴战略下数字乡村发展就绪度评价研究[J].西安财经学院学报,2020,(1):51-60.

【责任编辑:周琍】

Digital Culture Industry: An Industrial Mode and Path for Rural Economic Revitalization

LI Xiang¹, ZONG Zu-pan²

(1.Normal College, Shenzhen University, Shenzhen, Guangdong, 518060; 2.Institute of Cultural Industry, Shenzhen University, Shenzhen, Guangdong, 518060)

Abstract: Digitalization is a new stage and new direction for the development of rural economy. It can accelerate the information-based transformation of rural economy, help rural areas make better use of their poverty alleviation resources and take targeted measures to ensure that assistance reaches poverty-stricken villages and households, turn a new page of urban-rural economic integration, and promote emerging rural industries. The construction of digital villages can quickly make up for the technological deficiency in the development of rural cultural industry, and bring about positive integration with rural economy. In terms of technology, digital media provides new support for rural cultural revitalization. In terms of talents, the cultural quality and digital literacy of new professional teams has been continuously improved. In terms of capital, social capital moves more quickly to agriculture and rural areas. In terms of demand, rural digital cultural consumption shows an explosive growth. Digital culture industry can be directly incorporated into the modern rural economic system and become a new type of industry with huge potential of development. It can also be regarded as a converter of urban-rural integration and industrial integration to advance the development of other rural economic areas. The “digital content+communication” mode based on rural ecology uses digital content as a communication medium to expand rural economic growth channels. The “digital creativity+product” mode based on rural culture activates cultural elements with digital creativity, which can enrich the supply of rural cultural products. The “digital platform+cultural tourism” mode based on rural resources uses the digital platform to drive business innovation, which can open up online cultural tourism. The “digital tool+maker” mode based on rural subjects brings more innovation ideas with digital tools, which can stimulate makers to engage more actively in rural economy.

Key words: rural revitalization; digital cultural industry; digital economy; digital villages; industrial model