

人工智能时代文化产业发展研究

何冰洋

(北京师范大学 香港浸会大学联合国际学院 广东 珠海 519000)

【摘要】随着我国社会文明建设的不断推进,文化产业进入了黄金发展阶段。然而,随着新媒体平台的进入,文化、影视等产业市场的发展,其他传统文化产业也受到一定影响。人工智能是文化产业转型进步的内在动力,通过改变文化产业体系的结构和功能,促进文化产业多元融合,文化产业现代化。探讨基于人工智能时代文化产业管理改革的必要性和趋势,人工智能时代文化产业转型融合发展战略分析。

【关键词】文化产业;人工智能;融合;挑战;机遇

人工智能时代是一个创新的时代,是一个资源整合的时代,随着人们日常生活水平和物质水平的提高,人们对文化产品设计提出了多样化的要求。一方面,文化产品要符合大众审美,另一方面大众与文化产品的互动性显著增加。人工智能和现代数字媒体可以为文化产品的生产、营销和消费模式赋予现代文化产业新的活力,同时也为文化经济模式赋予新的活力,推动文化产业转型升级。因此,人工智能技术的创新,不仅可以促进文化生产要素的优化配置,还要促进文化产品的高效流通,激发文化产业的创造活力,还可以通过人工智能提供高效体验,改变消费方式,丰富民俗文化的文化表达。

1 文化产业与人工智能的融合发展已成为必然趋势

根据联合国教科文组织的定义,文化产业是一系列按照行业标准生产、复制、储存和分配文化产品和服务的活动,其内容通常是受版权保护的,可以是商品或服务。文化产业的强大与科技革命改革密不可分,产业融合将顺应时代潮流,新型产业不断涌现,改变人们的生活方式。从概念上讲,产业融合源于技术创新和制度变革,打破产业间壁垒,实现相互重叠、相互渗透、逐步融合成新的产业形态,是一个产业最终形成的过程。研究开发新技术和应用系统以模拟、扩展作为计算机科学分支的人类智能科学的新技术。

传统文化产业作为现代技术一部分,人工智能产业的强大可以追溯到1930年代的图灵机思想。图灵研究人员认为,任何东西都可以是函数,任何东西都可以计算。从数值计算到社会计算,它将突破工程和人文学科的界限。以图灵机形式人工智能和智能工具为基础,技术与文化的融合主导着两种文化,即文化产业与人工智能产业的融合发展开始。虽然人工智能开始渗透文化产业已经很久了,但人工智能在文化产业中普遍存在一些问题。2017年,是人工智能介入文化产业的新高点:国务院发布《新一代人工智能发展规划》,同时为基于大数据的新技术带来新的挑战,人工智能成为一种新的文化形态,也成为一把文化产业的双刃剑,比如文化产业结构的变化、文化产业投资者和从业者面对的问题、文化产业生产的内容应该被保护,这是新的发展同时也带来了新的挑战^[1]。

“文化产业的商业模式涉及内容创意、产品开发、品牌定位等,必须与时俱进。”文化产业包罗万象,非常现代且不稳定,特别是文化产业正在追求人工智能的时代,中国的文化商业模式尤为重要。首先,人工智能带来的信息高速传输,极大地提高了文化消费者获取信息、例如:下载高清电影的速度,现有文化企业可以借此拓展业务领域、开展各项活动、参与在文化消费品方面进行了重构。其次,智能技术将打破手机平台的界限,使文化产品服务云端化,存储数字化,提升文化消费者的沉浸式体验,增加用户忠诚度,促进

文化品牌化和内容创意。最后,与时俱进的文化新产业需要高度匹配的商业模式,

2 人工智能时代文化经济生产管理改革探讨

人工智能时代,文化产业的生产经营理念和方式面临着巨大的变化。一是人工智能时代,现代数字媒体丰富了信息的传播和表达方式。例如,数字技术以更简单直观的方式表达更抽象、写实模型的概念和原理,从而创造出直观的、立体的、更融合的文化产品。吸引了观众的注意力。同时,在人工智能时代,人与文化商品之间的互动越来越多,一些文化企业开发了多种互动游戏来捕捉大众的眼球,提升大众的消费倾向,增强人为的形象感。对于人物动作、语言和场景的变化,智能技术不仅可以模拟真实场景,还可以根据设计者的想象,展现生活中不存在的想象图像,并进行自我修正,自我调整,降低文化产品的生产成本。这说明,在人工智能时代,文化企业必须不断开发创新的产品形态,才能获得竞争力,稳固自己在市场中的地位。通过开发智能文化产品和个性化服务市场,继而扩大经营利润。

3 人工智能时代文化产业发展的新机遇

3.1 文化产业形态发生变化

文化产业与人工智能的主动融合促进新业态的发展,离不开国家的政策支持,2016年以来,政府将人工智能领域提升到国家战略高度。2017年,国务院宣布“人工智能是新一轮产业转型的核心动力,是企业通过新的科技革命改造传统产业、创造新产业的强大引擎,架起经济活动之间的所有联系,如生产、销售、交流、消费。新技术、新产品、新产业、新业态、新模式正在带动经济,从宏观到微观各行业智能化新需求。它导致了社会生产力的全面飞跃。”党的十九大报告也明确提出“推动互联网、大数据、人工智能与实体经济紧密融合”。为推动人工智能与其他行业的融合,腾讯、阿里巴巴、百度等互联网企业也逐渐进军人工智能领域,力求在这个新的产业开发出一片土地^[2]。

3.2 新的文化消费模式增加了文化消费的需求

随着市场上文化产品数量和种类的增加以及消费者观念的改变,产品质量不再是消费者选择自己想要的产品的唯一标准,伴随着人工智能的出现,人们的需求得到了满足。科技与传统产业融合成为一种新的消费模式,激发人们的消费欲望。人工智能经历了一个新的发展阶段,可以长期吸引人们的注意力。随着人工智能的进步和与文化产业的紧密融合,更多形式的消费体验正在引起人们的关注。人工智能进入文化产业后,体验式消费成为一种流行的消费模式,例如:为了赋予各个年龄段的合法性,特别是AR/VR虚拟现实技术,特设古埃及文物展览体验项目“邂逅古埃及,开启神秘之旅”。通过AR增强现实技术和VR虚拟现实技术再现古埃及神庙,力求更贴近实际,让您体验古埃及的艺术、历史、建筑、神



话。旅游业也通过开发新的旅游体验方式，例如：卡塔尔多哈水电乐园3D球幕骑乘项目、上海中心118层惊声尖叫地面互动项目、杭州万象城引进TeamLab未来游乐园等等，这些体验旅游项目也掀起了新的文化旅游热潮。

3.3 为文化产品和内容的生产提供新材料

人工智能不仅是一种推动文化产业发展的技术，也是一种文化本身，可以作为文化产业内容和服务的制作材料。更受关注的是一些具有前瞻性的文化产业投资者和从业者已经获得了巨大的商业价值，许多与人工智能相关的产品，即文化产品 and 文化服务，已经投放市场。不再是遥不可及的高科技，在人们的日常生活中无处不在。例如，百度创始人兼CEO李彦宏的《智能革命》一书不仅利用了百度大脑的自然语言处理能力，还让百度AI直接写了一首有趣的现代诗作为序言，还利用了AR技术影视方面，2016年推出的《西部世界》系列电影，《人工智能：灭绝危机》、《2036年来历不明》等电影相继上映。2018年全部使用AI主题进行内容创作。

4 人工智能时代文化产业面临的新挑战

4.1 文化产业结构不断变化，对多才多艺的人才需求不断增加

与人类相比，人工智能在处理动画、游戏绘图、广告和媒体制作等许多复杂任务时更加高效和准确，这导致人工智能取代了文化产业中的许多辅助岗位，例如绘制漫画、人物，一个可以在短时间内创造出卡通人物的人工智能程序出现了，只是这个方法不需要工作人员额外的开发，在确定了要创造的卡通人物的基本属性后，卡通的所有任务字符可以完成。因此即便是资深人才，也会受到人工智能的威胁，也只是沉浸在内容的制作中，现有的人工智能技术基本可以达到创造简单内容的目标，比如从2017年开始，爱奇艺视频网站近两年多次将“爆款”影视内容推向市场，从《奇葩说》到《中国有嘻哈》，从《老九门》到《绝地求生》等。从剧本剪辑、电影导演、预测“流行风格”到广告，人工智能在目前的影视制作环节中，并不能成功地了解企业的劳动力需求。人类可以具有创造性的思维和情感，因此，同时了解技术和文化感性的多才多艺的人已经成为炙手可热的人才^[3]。

4.2 大规模生产降低了产品本身的文化和市场价值

人工智能的效率和准确度是人类无法取代的，人工智能替代人工后，企业也会减少很大一部分工资、社保成本和个人所得税成本。积极引进人工智能和技术，人工智能技术为文化产业带来经济效益的同时，也存在着文化产业的内容和服务失去价值的风险。例如，在艺术界，人工智能渗透艺术领域是普遍趋势，但2015年夏天，谷歌的“深梦”项目让机器展示对艺术的诠释成为可能。2016年，谷歌首次推出“Magenta”项目，让机器学习如何创作艺术和音乐。2016年4月，微软和ING的机器学习系统成功复制了伦勃朗的画作。阿里人工智能“鲁班”拿下了它，实现了每秒制作8000张海报和其他活动的目标。在2018年，人工智能就已经学会了利用以前的作品进行大规模的艺术创作和复制，但是这样的大规模生产违背了文物市场的稀缺规律，这对艺术品市场来说并不是一件值得庆幸的。

5 人工智能对传统文化产业的影响

人工智能对传统文化产业类型进行改造、整合和强化，带来文化产业生态转型，提供更多数字文化产业新模式、新业态。人工智能创造的场景框架，也将带来文化产品的市场监管、数字知识产权的保护、个人信息的保护、文化企业和文化消费者的安全。因此，在保持紧迫的社会责任的同时考虑到智能化给文化产业带来的机遇和挑战，要剔除文化产业经营管理的优劣势和文化产业发展不稳定的因素。实现了文化产业在安全等方面的升级。

人工智能时代，传统文化产品生产将全面智能化，成为文化产业生产发展的主流。传统文化产业将不断推动文化生产流通模式更新升级，加强文化公司各环节之间的产业链智能化，以文化产业为核心，加之新的人工智能文化产业，进而提高多领域、多层次的竞争力。实现传统文化产业和人工智能文化产业合二为一优势的同时再全面发展，人工智能技术的运用极大地提高了文化产品的生产效率，增加了文化产品的吸引力，扩大了文化服务范围。

文化产业规模的增长带来了文化产业结构和组织的巨大变化，随着新型文化产业的逐步发展和普及，文化产业和科技文化产品最为突出。网络上，VR和AR技术的广泛应用大大提升了游戏的体验和娱乐性，网络游戏的虚拟世界将逐渐接近现实世界。此外，文化产业下的二、三产业将获得巨大发展空间，科技文化企业的出现逐渐成为文化产业发展的动力，但内容型文化企业的核心地位依然不可动摇。我们的国家正在逐渐成为一个已经以京津冀文化产业联合会、长江经济带文化产业联合会、粤港澳文化产业联合会等一批成立的产业组织，集中地方文化产业，提升文化产业竞争力。

人工智能文化产业融合的主要推动力是技术创新，随着人工智能技术的出现，文化产业融合发展的趋势已经明确，文化产业融合已经初露端倪。文旅融合推动文化旅游的发展，文化与农业的融合催生了休闲农业，文化产业的融合已成为超前发展的途径之一。因此，人工智能技术的出现拓宽了文化产业融合的深度和广度，在人工智能技术的支持下实现了各种文化产业的融合，文化产业融合的趋势越来越明显更加清晰^[4]。

6 结语

目前，文化产业和人工智能在某些领域有一定程度的融合，但由于它们只是处于融合的初期阶段，外界是否会出现新的东西总是值得怀疑的。文化产业正在推动伟大的技术创新。因此，作为文化产业的从业者，我们必须以正确的态度对待这种“融合发展”。因为只有这样才能促进文化产业的良性健康发展。

参考文献：

- [1] 张悦，王俊秋. 人工智能时代下文化产业的发展与展望 [J]. 云南社会科学, 2021, (05): 105-107
- [2] 刘锦，刘潔蘋. 人工智能时代下文化产业发展的研究综述 [J]. 四川省干部函授学院学报, 2019, (02): 69
- [3] 吴跃尧. 人工智能时代——文化艺术产业的机遇 [J]. 成功营销, 2018, (12): 98-101
- [4] 詹绍文，梁洋. 人工智能与文化产业融合发展研究 [J]. 大众文艺, 2020, (04): 54