

Exploration on the Current Situation of the Industrialization Development of Aerospace Culture and Creativity

Rui Li

China Aerospace Science and Technology International Exchange Center, Beijing, 100048, China

Abstract

In recent years, all countries have been vigorously advocating and developing cultural and creative industries. This industry has become an important force leading the industrial innovation and upgrading of all countries with high influence, high added value, high degree of integration and high growth rate. Therefore, it is of great significance to bring the dissemination of space culture into the cultural and creative industry, consider the realistic proposition of the inheritance and promotion of space spirit in the new era, clarify the practical path of space culture communication, and activate the promotion carrier by means of cultural creativity. This paper makes a preliminary analysis of the industrialization development situation of aerospace cultural creativity under the idea of industrialization.

Keywords

cultural and creative industry; aerospace culture; cultural industry

航天文化创意的产业化发展现状初探

李睿

中国航天科技国际交流中心, 中国·北京 100048

摘要

近年来各国都在大力提倡和发展文化创意产业, 该产业以高影响力、高附加值、高融合度、高增速等特征成为引领各国产业创新和升级的重要力量。因此, 将航天文化传播工作纳入到文化创意产业中考量, 思考新时代航天精神传承与弘扬这一现实命题, 明确航天文化传播的实践路径, 通过文化创意的手段激活推广载体具有重要意义。论文在产业化的思路下对航天文化创意的产业化发展现状进行了初步分析。

关键词

文化创意产业; 航天文化; 文化产业

1 引言

文化创意产业产生西方于经济全球化背景下, 是强调创造力价值为核心的新兴产业, 通过将特定文化主题进行创意、技术和产业化的方式开发而发展起来。同时它具有很强的跨行业属性, 将传统产业中具有创意属性的生产环节加以重点发展、提升附加值。论文将航天主题的文化创意工作纳入到文化创意产业中进行思考, 分析当下在文化产业已纳入市场经济政策的布局下, 以公众的航天知识需求和航天文化融合为导向, 以实现社会和经济双效益为目标, 依靠专业的内容服务, 探索形成系列化和品牌化的航天文化创意产业的发展模式^[1]。

2 航天主题在文化传播和产业发展中的意义

中国的文化产业发展, 与西方不同, 是通过对世界文化产业发展规律性的掌握, 前瞻性地提出适合国情现状与未来的文化产业发展战略, 然后进行全面推动^①。这种发展模式是在国家战略发展的宏观指导下, 在总体产业调整的框架下逐步实施的。这种自上而下的方式在推动力、执行力和影响力方面都很有优势, 因此主题上自然对关系到人类命运层面的未来命题更加重视, 对能带凸显和带动中国人精神层面共同追求的主题更加珍视。

而航天主题正好契合上述特点, 中国航天人自力更生、艰苦奋斗、勇于探索、集智攻关, 用智慧和汗水创造了一个又一个举世瞩目的辉煌成就, 孕育了航天传统精神、“两弹一星”精神、载人航天精神, 以及新时代北斗精神和探月精神。这些精神不但是中国航天事业的文化标志和软实力, 更是勤劳勇敢、不懈求索的中国精神的集中体现。航天主题在文化传播和文化产业发展中都具有突出的文化引领和符号

【作者简介】李睿(1980-), 女, 中国河北霸州人, 硕士, 工程师, 从事文化创意产业研究。

带动作用^[2]。

与此同时,在国民科学素养普遍提高的当下,信息传播虽广但知识碎片化加剧,大众对航天知识、航天文化的了解需要和个性化需求在不断上升。新形势和新挑战赋予航天精神新的时代新内涵的同时,创造了更加丰富的航天文化资源外延,给航天文化资源的开发与利用、航天文化创意产业的塑造和产业发展提供了深厚的文化基础、价值导向和市场空间。

将航天文化资源进行开发和利用,推动航天文化创意产业的发展,有助于打造航天文化传播的新载体、新形式和新平台,有助于拓展航天服务领域的创新业态、有助于完善航天产业的经济结构,促进中国航天事业硬实力和软实力协调发展,对国家经济社会的高质量、高效率完成任务、高效益发展具有重要作用和战略意义^[3]。

3 航天主题文化创意产业的融合应用现状

目前文化创意产业主要涉及新闻出版、广播影视、音像动漫、艺术设计、会展文旅等多个领域。而航天文化传播的主要参与和内容输出机构主要有航天工业主管部门、大众传播机构、航天科技研发单位以及社会化的文化公司及文创企业。基于此,论文主要分析的主要相关领域航天文化资源的开发和利用的现状。

由于航天报道的专业性强,内容难免枯燥,与公众的认知和日常生活距离较远,造成了航天领域的专业报道在媒体上呈现“曲高和寡”的边缘的地位。有学者曾对人民日报等六家具有代表性的报刊进行抽样调查,含航空航天报道在内的全部科技报道数量,平均不到总报道量的5%,并呈现逐年下降的趋势^[4]。近年来,中国航天事业进入了快速发展期,重大任务相继取得突破性成果,激发了公众对航天事业的兴趣与自豪,对相关报道的关注度也显著提升。例如,对神舟十三号任务期间的举办的太空授课,央视频进行全程6个小时大直播,超过5亿观众和网友观看了此次直播。

以“太空授课”为代表的青少年航天科普活动广泛开展。以中国航天工业的主要力量中国航天科技集团为例,其下属的中国航天科技国际交流中心协同中国宇航学会,先后组织开展了中学生科普卫星工程、青少年科学实验搭载方案征集、中国空间站青少年科学实验计划等具有代表性和影响力的系列活动。围绕每年航天事业发展重点和社会热点,开展多种形式的STEAM教育等,为青少年提供参与国家航天科研的机会^[4]。

随着“航天热”的不断升温,航天科普图书出版业也在不断繁荣起来。以中国宇航出版社为例,在保证专业性的基础上,将在图书的语言文字进行科普化的改造;在形式上开始大量使用摄影图片、绘制插图、创新图表等,更加通俗易懂。对于低龄读者还尝试使用绘本、立体书等形式,出品的装帧设计更加具有创意性,对读者的吸引也越来越强。

2016年刺绣作品《星云之梦》搭载神舟十一号飞船,首次在太空中展示了中国非遗刺绣作品。要传播好航天文化,走近年轻一代,开发航天主题鲜明,具有趣味性、实用性、互动性的文化产品,特别是将中国传统文化和科技主题相结合是近年的一大趋势。以航天专业背景的“太空创想”文创品牌为例,近年来陆续开发了全系列航天器精准模型、“发射场四季”版画和插画系列文创、长征火箭全型谱手绘卷轴、载人航天拼插教具、大国重器系列徽章和文具等150多种文创产品,并开设了天猫、京东旗舰店和近十处合作实体店铺,产品受到公众的好评和追捧。

航天与太空对人们总是有着强大的吸引力,对于公众来说虽然不能遨游太空,但近距离接触航天工业、观看航天发射、参与航天主题会展,也是能“亲历”星辰大海的征途的重要见证机会。根据2022年6月穷游网的调查数据,83.4%的旅行者关注人类太空探索的最新进展,94.4%的受访旅行者对航天旅游感兴趣^[5]。以每年4月24日的中国航天日活动为例,主场活动举办城市接待的核心的专业会议参加人数约在3000人左右,现场举办的配套航天科普展览参观人数一般超过5万人;同期航天主题带来的省内参会参展和旅游人数都有大幅上升,产业带动作用可见一斑。

4 航天文化创意产业化发展路径分析

探讨产业化需要明确产业形成和发展的过程,从航天文化传播和植入的过程来看,航天文化创意已经经历了产业化导入阶段,前文所述的重点领域已经进入产业化发展阶段,逐步在向产业化稳定阶段过渡。从这个角度来讲,航天主题利用了文化产业本身具有的跨界的特点和属性,正在成为产业引擎,带动了其他产业的创新^[6]。

在新闻出版领域,已经突破了传统报道新闻事件的方式,产业化发展阶段以新技术的应用为突出特点。随着新媒体的发展,媒介形态的视觉化倾向越来越明显,且同样体现在航天报道的发展当中。在空间站核心舱发射期间,央视综合频道、新闻频道共同策划借助虚拟现实技术,将核心舱的主体“重现”在演播厅,主持人利用AR虚拟现实技术,从航天员、太空和地区的不同视角进行讲解,让观众有身临其境的感觉^[6]。

在科普教育领域,已经从知识传播和活动组织,过渡到教育体系建设,为产业化发展构建体系化和系统化组织模式。截至2021年,共在全国27个省区发展了85所全国航天特色学校。全国航天特色学校认定工作由中国宇航学会负责,通过为学校培训科技教师,组织航天专家深入学校开展科普讲座,推动学校广泛组织开展航天科普剧、航天科技节、航天科技竞赛等活动,帮助学校建设航天创客实验室,开设航天STEM课程。拓展了航天科普教育在全国的覆盖面,为中国航天事业发展后备人才奠定了很好的基础^[6]。

在文创产品领域,产品形式趋于多样化,产业化发展

模式与产业带动倾向日益显著。文创产品突破文化纪念品的范畴,出现了很多跨界合作形式,以航天主题IP的形式与大众生活类消费品和科技产品进行跨界开发,拓展了更为广泛的传播领域。例如通过合法的授权链条,消费品,如服装、饮料、日化等品牌,与航天内容输出单位进行合作,对IP内容精准地进行二次开发,利用航天技术的转化推出了特种产品,同时在产品包装和营销链条上植入了航天知识与文化的内容。

在会展文旅领域,品牌会展和文旅基地的建设加强了政府引导的因素,逐步摆脱小乱散的局面。2022年3月文昌市人民政府与西昌卫星发射中心签署合作协议,把航天文旅纳入文昌国际航天城的城市规划、产业布局、乡村振兴、文化教育、应急管理等工作进行一体谋划、一体布局、一体推动、一体实施,打造文昌航天“大旅游”品牌^⑤,把文昌发射场打造成为全国乃至世界游客都向往憧憬的航天文旅圣地。

5 航天文化创意亟需疏通的问题及改进方向

新媒体时代的到来,给航天专业报道在一定程度带来了突破的契机,内容与形式上的新变化也增强了公众的可读性和关注度,由于报道大多集中于航天重大任务,时效性强,临时性的门户网站专题造成内容离散、碎片化。亟须完善传播平台和网络,构建航天精神和文化传播的话语体系,铺设宣传新时代航天精神的“载体终端”。同时,实现以经济效益为依托、以文化传播为手段,以市场机制推动航天文化产业的发展,切实提升航天文化的辐射力和影响^[7]。

中国的青少年航天科普虽然整体起步晚于欧美等国,但通过近年来社会的共同努力,青少年航天科普正处于蓬勃发展阶段。2022年,教育部批准举办全国青少年航天创新大赛,将通过组织青少年参与航天科学技术创意设计、太空探索和工程实践等赛事项目,促进航天科学技术的普及和推广,提高青少年科技创新素质,培养航天后备人才,服务中国航天事业发展和创新型国家建设。

文创产品领域从根本上说其核心价值来源于版权交易,文化创意产品推向市场的过程,实际上也就是版权转让、许可使用、衍生生产的过程^[8]。创意产品也只有版权的保护下,才有可能实现交换的价值。因此,在航天文化创意产业的发展过程中,对创意产品的版权保护和价值交易体系建设

的工作仍然有所缺失。在保护版权的同时,需要通过各种形式开发和利用使版权的产业链条得到延伸,同时具有版权的设计产品才可能在社会传播中正确传达中国航天文化的核心价值和理念。

中国航天事业经过了六十多年的发展在公众心目中是国家科技实力的代表,每一次航天发射任务的成功都极大地唤起公众的民族自豪感。发展航天文化创意产业既是国家软实力建设的一个重要方面,也是航天大国意志的体现和航天企业的社会责任。在文化创意产业呈现出通过不同介质平台的关联组合来打造新产品的今天,航天文化传播的内容、形式和产生需要从产业化的思维出发,与时俱进,才能贴近人们的需求、走进人们的内心。

注:

①金元浦:《文化创意产业发展的五个问题》,中国社会科学网,2013-02-08。

②蒋玉黛:《如何提升航天新闻的传播效果——以新华社相关报道为例》,《青年记者》,2016。

③ <https://www.qyer.com/>

④中国宇航学会官网:<http://www.csaspace.org.cn/n2489277/n2505426/index.html>

⑤《人民日报》,2022年06月01日,16版。

参考文献

- [1] 金元浦.我国文化创意产业发展的三个阶梯与三种模式[J].中国地质大学学报(社会科学版),2010(1):43-47.
- [2] 郭荣.航天文化的特色及产业化发展思路浅析[J].中国航天,2010(5):4.
- [3] 马建森.选择性与契合性:航天文化传播两个基本向度的典型相关分析[J].桂林航天工业学院学报,2019,24(2):6.
- [4] 杨林康.初探面向青少年航天科普活动的四个层次[J].中国航天,2015(3):1.
- [5] 李研.浅谈航天文化创意产业的趋势性发展[J].航天工业管理,2010(2):31-33.
- [6] 沈淮.航天文化传播:如何从“围观”到“参与”[J].卫星与网络,2019(7):3.
- [7] 陈迪.新媒体航天报道的内容与形式创新——以微博对神舟十一号的报道为例[J].今传媒(学术版),2018,26(4):135-137.
- [8] 王晓萌.中国青少年航天科普活动[J].中国科技教育,2020(6):4.