

基于 CiteSpace 的数字文化创意产业研究的可视化分析

何振阁^a, 王巍^a, 晏诗阳^a, 杨璐铭^{a,b*}

(四川大学 a.轻工科学与工程学院 b.皮革化学与工程教育部重点实验室, 成都 610000)

摘要: **目的** 数字文化创意产业是信息革命、技术革新, 以及多个产业不断交叉、发展并促成的新业态, 与文化、经济、国家战略紧密关联。通过对数字文化创意产业的研究, 以明确该领域当前研究热点与未来发展趋势, 从而提升该产业在新一轮科技革命、产业变革, 以及未来竞争中的竞争力。**方法** CiteSpace 是当前理论界最流行的可视化科学文献分析工具, 可用来构建学科知识图谱, 分析研究热点, 揭示前沿趋势。运用 CiteSpace 归纳整理中国知网 (CNKI) 2002—2022 年的文献, 并进行可视化分析。**结果** 数字文化创意产业是一个新兴的多学科交叉的研究领域。近四年数字文化创意产业发展迅速, 其与国家战略和国家政策紧密相关。数字文化创意产业研究主题丰富, 研究热点主要为数字媒体、文化产业、创意产业、文化创意、数字经济等。**结论** 研究主要存在研究承接性不足、合作意识薄弱、理论与实际较难结合、产业建设滞后等问题。未来该领域具有较大的研究空间, 需要进一步推进, 建立跨单位、跨区域、跨学科的合作平台, 加强数字文化创意产业的定量研究, 为数字文化创意产业新格局的构建提供指引。

关键词: 数字化; 数字创意产业; 文化产业; CiteSpace

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2023)18-0328-09

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2023.18.038

Visual Analysis of Digital Cultural and Creative Industry Research Based on CiteSpace

HE Zhen-ge^a, WANG Wei^a, YAN Shi-yang^a, YANG Lu-ming^{a,b*}

(a. College of Biomass Science and Engineering, b. Key Laboratory of Leather Chemistry and Engineering of the Ministry of Education, Sichuan University, Chengdu 610000, China)

ABSTRACT: Digital cultural and creative industry is a new form of business facilitated by information revolution and technological innovation, as well as the continuous crossing and development of multiple industries, which is closely related to culture, economy and national strategy. Through the study of digital cultural and creative industry, the current research hotspots and future development trends in this field are obtained, to promote the competitiveness of the industry in the new round of scientific and technological revolution, industrial transformation and future competition. CiteSpaces is the most popular visual scientific literature analysis tool in the current academic field. It can be used to construct the subject knowledge map, analyze the research hotspots, and reveal the frontier trends. Therefore, CiteSpace was used to summarize the literature of CNKI from 2002 to 2022 and make visual analysis. Digital cultural and creative industry is a new interdisciplinary research field. In the past four years, the digital cultural and creative industry has developed rapidly, which is closely related to national strategies and policies. The research topics of digital cultural and creative industries are rich, and the research hotspots are digital media, cultural industries, creative industries, cultural and creative industries, and digital economy. There are some problems in the research, such as insufficient research commitment, weak sense of cooperation, difficult combination of theory and practice, and backward industrial construction. In the future, there is a large research space in this field, which needs to be further promoted. The cross-institutional, cross-regional and interdisciplinary cooperation platform needs to be established to strengthen the quantitative research of digital cultural and creative industries and provide guidance for the construction of a new pattern of digital cultural and creative industries.

KEY WORDS: digitization; digital creative industries; cultural industries; CiteSpace

数字文化创意产业是数字创意产业的重要领域^[1]。该领域的范畴包括数字文化创意技术装备、数字文化创意软件、数字文化创意内容制作、新型媒体服务、数字文化创意内容应用服务等五个细分领域。该领域在学界暂无明确的定义,其主要特征是以数字创意产业为载体,输入前沿科技、艺术文化,输出经济价值与文化影响力^[2]。数字文化创意产业集中体现了数字经济在文化领域中的价值与影响,在国家战略部署中具有重要意义^[3]。“十四五”时期对文化发展、数字化建设提出了新的要求,把通过文化建设带动社会经济高质量发展放在更加重要的位置。这一时期,对文化产业的发展在全球工作中更具突出作用。

为面对全球发展新态势,优化国内经济结构,满足人民群众日益增长的精神需求,提高国家软实力,数字文化创意产业的发展需要更积极主动地挣脱要素约束,突破创新困境,冲破市场制约,加强体制保障。近年来,随着数字文化创意产业相关领域战略政策的颁布与更新,该领域的相关研究呈井喷之势,其研究主题丰富,研究范围涉猎多学科交叉,研究内容新颖引人思考。目前,该领域在政策环境、技术环境、经济环境的影响下越来越被学界重视,但该领域研究分散没有承接性,使用知识图谱分析数字文化创意产业领域的研究成果较少,仅有部分围绕国内外数字经济领域的相关研究成果^[4]。基于数字化与产业升级的大背景,为解决数字文化创意产业要素限制、创新困难、市场制约、体制不完善、经济效益欠佳等现实问题,从宏观角度对我国数字文化创意产业的研究热点与发展趋势进行归纳整理,为数字文化创意产业发展与实践提供科学的、合理的理论支持。CiteSpace是当前理论界最流行的科学文献计量分析软件,能够对知网(CNKI)数据库中的关键词、作者、合作网络、发表时间等要素进行可视化分析,构建科学知识图谱,帮助分析学科热点,揭示学科前沿发展趋势^[5]。基于此,本文运用CiteSpace对数字文化创意产业的作者合作关系、突现关键词、共现关键词进行整理分析,旨在理清发展脉络,分析研究趋势,发掘出该领域具有发展潜力的研究视角。

1 文献来源及研究分布状况

1.1 文献来源

关于数字文化创意产业,目前国际上尚未形成统一的定义,相似概念有文化创意产业、数字出版产业、数字文化产业、创意艺术产业等。根据国内外研究成果可知,发达国家对数字文化创意产业的研究有别于我国该领域的研究方向与发展重点^[6],我国数字文化创意产业强调数字技术、数字经济与文化创意的有机融合。本文的文献数据源自CNKI^[7],通过网站的高级检索功能进行文献检索,对国内数字文化创意产业

的研究现状进行梳理。检索条件设置为:主题=数字文化创意产业;关键词=文创+文化产业+文创产品+文化创意+数字文化+文创产业+数字经济+数字文化创意+数字媒体+创意产业+数字媒体艺术+创意艺术;检索时间为2022年7月21日。得到文献数量共计581篇,删除报纸和各期刊的“简介”“演讲”“访谈”“新闻”“评述”“荐读”,以及与数字文化创意产业无关的文献,获得有效文献共计251篇。

1.2 研究方法

综合应用CiteSpace(5.8R3)可视化分析技术、计量学分析法对2002—2022年相关文献进行研究。以作者、合作网络、关键词、时间、引文,以及被引为研究要素,对文献进行可视化处理并绘制科学知识图谱^[8]。本研究以数字文化创意产业为主题,通过发文量统计探讨该领域的发展进程。通过作者合作图谱,分析该领域我国的研究力量与其合作关系。通过关键词共现图谱与关键词突现揭示不同时间段的热点问题和数字文化创意产业的前沿研究趋势。

1.3 研究分布状况

1.3.1 发文量分析

年度发文量可以直观反映该研究领域的发展趋势,有效衡量、反馈发展状况和脉络^[9]。结合年发文量,将2002—2022年按四年为一阶段进行划分,共计五个发展期,并对这五个发展期的发文量进行分析。2002—2022年CNKI期刊数字文化创意产业研究发文量走势,见图1。

1) 2002—2005年为我国接触和学习数字文化创意产业的原始发展时期。这一时期的发展与21世纪初文化和旅游部发布的《文化事业发展第十个五年计划纲要》紧密联系,在规划中明确提出要深化文化体制改革,加快文化领域的数字化和网络化建设。此阶段,在该领域我国公开发表的中文文献数量仅有1篇。

2) 2006—2009年为初步发展时期,公开发表中文文献数量20篇。数字文化创意产业这一时期的研究发展与文化和旅游部发布的《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》中明确指出的发展文化创意产业的要求密切相关^[10-11]。随着2009年3G网络的普及,新浪微博、人人网、开心网等社交平台的快速发展让该领域有了更好的输出载体与发展平台。此阶段数字文化创意产业的研究迈入正轨,该领域引起学界的高度关注^[12],发文量较前一阶段显著提升,随后该领域研究迈入稳定增长期。

3) 2010—2013年为持续发展期,发文量总体有明显增长,共计35篇。自2012年党的十八大以来,党中央高度重视文化建设,强调文化强国战略,新理论、新部署的提出推动着文化稳步发展。在这一阶段国务院出台《关于推进文化创意和设计服务与相关产

业融合发展的若干意见》，也为该领域指明了发展路径^[13]。数字文化创意产业在此阶段带来的经济效益也不容小觑。在满足人民群众对美好生活需求的同时，数字文化创意产业对社会、文化、经济发展的贡献日益显著。制度的保障与市场的优化，为该领域研究迈向成熟稳健的发展阶段做了进一步铺垫。在此之后，数字文化创意产业研究呈井喷之势，文献量大幅增长。

4) 2014—2022年横跨“十三五”规划与“十四五”规划两个重要阶段，发文量较前两个阶段显著增加。2014—2017年共公开发表文献73篇，是数字文化创意产业高度发展期前期，具有承前启后的关键性作用。我国与数字文化创意产业相关的文献数量在这一阶段稳定增长，表明学界响应了国家战略、方针、政策，推动了数字文化创意产业的快速发展。2014—2017年的稳健上升发展态势得益于学界对研究内容的不断拓展和知识体系的日益完善，以及我国《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》《关于推动数字文化创意产业创新发展的指导意见》等相关政策的不断扶持^[14]。“十三五”时期，数字文化创意产业的发展上升至国家战略层面^[15]，数字文化创意产业成为五大新支柱产业之一^[16]，被正式纳入国家战略性新兴产业。这表明学界已高度关注数字文化创意产业，后续发展力量强劲，发展目标明确。

5) 2018—2022年共计发表文献122篇，是该领域的高度发展期，持续发展前一阶段研究。2020年是“十三五”时期末，全面完成了“形成文化引领、技术先进、链条完整的数字创意产业发展格局”的任务目标。2021年《“十四五”规划》中再次强调要“加快数字化发展，建设数字中国”“发展社会主义先进文化，提升国家软实力”。为适应新时期数字技术快速更迭、数字化生产、个性化消费的特点^[17]，我国数字文化创意产业研究不断开拓创新，拓展具有独立专业品格的新领域，后续研究视角更加明确，研究力量更加集中^[18]。

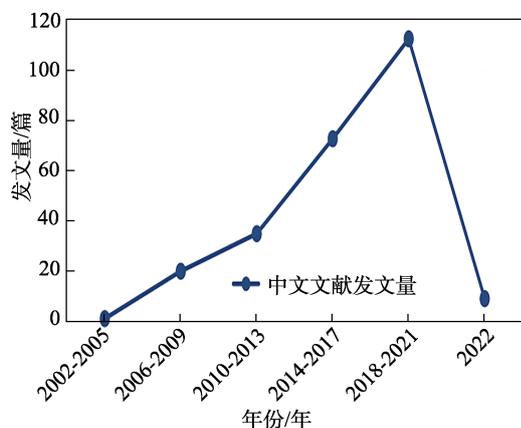


图1 2002—2022年数字文化创意产业研究发文量走势
Fig.1 Trends in the publications of digital cultural and creative industry research from 2002 to 2022

1.3.2 研究群体构成及特征

通过研究核心作者、核心作者间的合作关系，以及作者发表的文献，可有效地把握研究的主流内容。作者合作图谱可以展现该领域核心作者及作者的合作关系。作者合作图谱中的节点数表示作者数量，合作连线表示作者与作者之间存在的合作，节点越大则作者发文量越多，合作连线越粗则合作关系越紧密^[19]。将时间（Time Slicing）设置为2002—2022年，时间切片（Years Per Slice）设置成四年，对已选的251篇文献进行分析^[20]。图2为该研究领域的作者合作图谱，其节点数280个，合作连线数为153条，出现频次前十的作者分别为周世明（10次）、李凤亮（7次）、叶继元（4次）、曲晓燕（4次）、周睿（3次）、陈铭（3次）、潘道远（3次）、孙守迁（2次）、熊澄宇（2次）、郭立永（2次）。

在作者合作图谱中，主要形成了周世明、李凤亮、田金良、金元浦、熊澄宇为核心的研究群体。其中，周世明等^[21]出现频次最高，共计公开发表9篇文献，在合作网络中与张强合作紧密，主要探究数字媒体艺术产业的发展趋势与数字媒体技术人才培养的模式。出现频次第二高的核心作者是李凤亮^[22]，共计公开发表7篇文献，在合作网络中李凤亮与潘道远、赵雪彤、单羽、陈能军等多位作者合作紧密，在该领域以李凤亮为核心的研究群体相对成熟，该研究群体主要探究通过文化与科技的融合，结合文化产业中的数字创意产业，以挖掘提升文化软实力的战略路径。陈铭等^[23]发现叶继元是出现频次第三高的作者，共计公开发表4篇文献，该作者的研究方向为数字创意视角下，图书馆文化创新与图书馆转型发展的思路。

整体上，核心作者与核心作者之间的联系不紧密，研究以个人为主，以独立研究的方式展开该领域的学术活动。以团队形式出现的研究群体主要以小范围的内部合作为主要方式，通常为课题组导师带学生的模式。研究群体间相互独立，缺乏持续性、系统性、承接性的合作研究。结合核心作者发表的文献可知，各团队研究的主题分散，研究涉猎的范围广，但深入探索不足。

根据各个阶段的发文量可知，数字文化创意产业的发文量呈快速增长的态势。政策环境是该领域研究热点演进的主导因素。政策环境的更新让数字文化创意产业有了更明确的研究方向。其他影响因素还包括技术环境和商业环境。通过对作者合作图谱的分析可知，该领域尚未出现起支撑与领导作用的核心作者或核心机构。结合作者合作网络可见，数字文化创意产业缺乏不同学术领域的交流合作，学术边界延伸受阻，不利于搭建该领域成熟完善的研究体系。因此，促进数字文化创意产业跨区域、跨学科合作，构建科学研究合作集群，搭建系统性的研究平台十分重要。

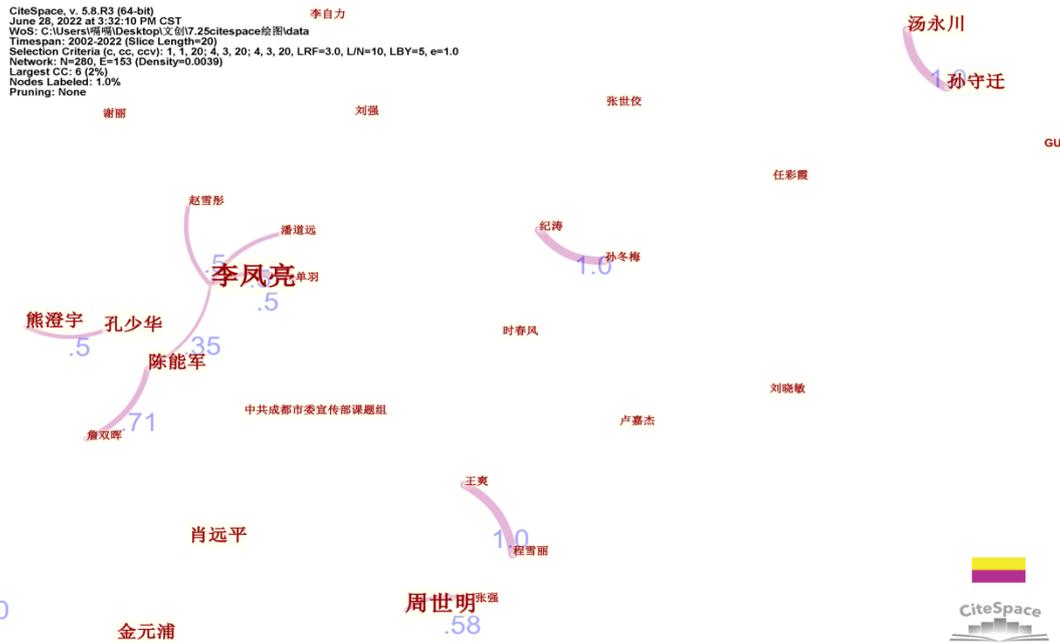


图 2 数字文化创意产业研究学者合作图谱
 Fig.2 Scholar cooperation map of digital cultural and creative industry research

2 研究热点与演进分析

关键词是对研究内容的提炼,能够反映某一领域的研究热点。通过对关键词进行共现分析、突现分析,可追踪、识别研究的主流方向与前沿趋势,帮助进一步掌握研究主题、研究方法的动态变化演进过程,从而更加深入有效地预测该研究领域的未来发展趋势。通过关键词共现分析,可以确定研究中所代表的学科各主题之间的关系^[24]。一般认为,文献中关键词共同出现的频次越高,则关键词所代表的两个研究主题之间的关系越为紧密。关键词的突现分析旨在对某一时期内发生较大改变的关键词进行统计,从而协助探测某一时间段关键词的共现频次的突现度。此突现度中增加的节点可以有效预测该领域内的研究方向^[25],有利于该领域研究者掌握前沿内容。

2.1 研究热点分析

研究热点是指某一领域在某一时期内大部分学者共同关注的,联系亲密且数量较多的探索专题。关键词作为文献研究内容的归纳与提炼,可以集中展示学科领域中的热点问题。本文利用 CiteSpace 对 521 篇文献中的关键词共现、突现群反馈进行知识图谱绘制,分析热点问题,探索研究热点的演进过程。

2.2.1 关键词共现分析

利用 CiteSpace 对一组文献的关键词两两在同一篇文献中出现的频率进行统计,即可获得这些关键词的共现图谱。在关键词共现图谱中,几个不同关键词在同一文献中出现次数越多,则不同研究主题的关联性越强,而连线则代表不同关键词在同一文献内出现

过^[26]。节点数表示关键词个数,边数表示关键词之间的连线数。圆圈代表关键词频次,频次越大则圆圈越大。在 CiteSpace 中将网络节点设置为关键词 (Keyword),得出的关键词共现图谱,见图 3。文献共计 170 个节点,268 条连线。出现频次最高的关键词为“数字媒体”,共计出现 46 次,中心性为 0.23。关键词“文化产业”出现频次为 44 次,中心性为 0.27。其余高频关键词与其出现频次分别为:“文化产业”(31 次,中心性为 0.12)、“文化创意”(23 次,中心性为 0.23)、“数字经济”(19 次,中心性为 0.06)、“数字技术”(13 次,中心性为 0.10)、“艺术设计”(10 次,中心性为 0.02)、“数字艺术”(8 次,中心性为 0.04)、“图书馆”(8 次,中心性为 0.00)、“城市文化”(7 次,中心性为 0.00)、“数字化”(7 次,中心性为 0.05)、“人才培养”(7 次,中心性为 0.05)。

在同一文献中,相较其他关键词,关键词“数字媒体”出现的次数最多(46 次),与不同的关键词连接最多,与其他关键词联系紧密。关键词“文化产业”中心性最强(0.27),共现频次仅次于关键词“数字媒体”,与不同的关键词连接多,与其他关键词联系紧密。可见,国内数字文化创意产业的热点领域是数字媒体和文化产业。这两个领域对应的关键词节点的圆圈显然比其他关键词节点大,说明以数字媒体、文化产业为中心的研究最多。

在出现频次前十二的关键词中,“文化创意”“创意产业”“文化创意”“数字经济”“数字技术”“艺术设计”等六个高频关键词都与“数字媒体”“文化产业”连线紧密,且这些高频关键词之间互相连线,可见高频关键词代表的研究主题互有关联。从中心性来

看,关键词“数字媒体”“文化产业”“文化创意”中心性较大(>0.2),可见这三个研究视角在该领域的研究中十分重要。关键词“数字经济”“艺术设计”

“数字艺术”“图书馆”“城市文化”“数字化”“人才培养”等七个关键词的中心性 <0.1 ,说明这七个研究视角在国内的研究内容欠缺,尚有较大的提升空间。

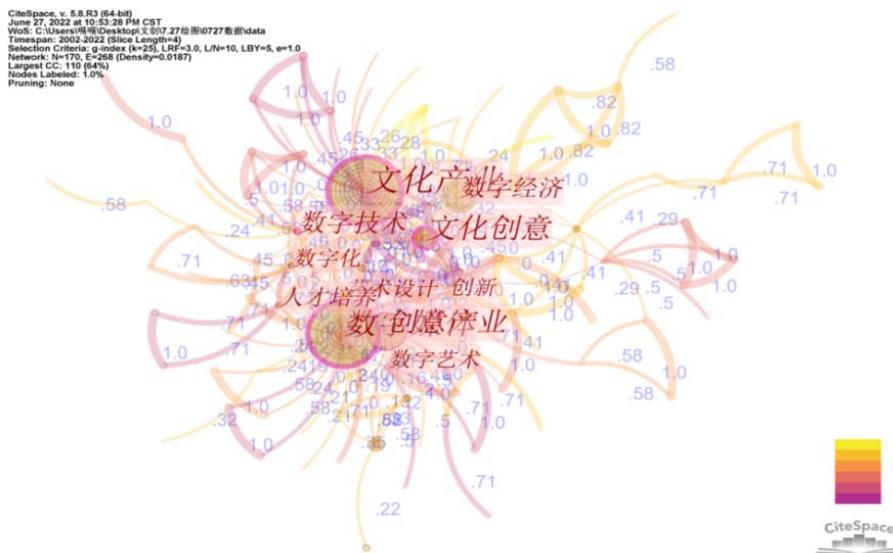


图3 数字文化创意产业关键词共现图谱

Fig.3 Key word co-occurrence map of digital cultural and creative industries

2.2.2 研究趋势分析

结合突现关键词,从时间维度上探析研究热点的演进,帮助分析热点演进趋势。利用 CiteSpace 软件中 Burst Detection 算法进行突现关键词分析,筛选得到图 4 中突现频次最高的 20 个关键词。由这 20 个关键词可知,该领域研究范围广泛、涉猎学科多样,同一时期存在不同突现频次关键词。根据突现关键词出现时间的不同,数字文化创意产业领域研究可以分为四个阶段。

1) 2002—2009 年为研究的积累期,共出现 1 个突现关键词,为“图书馆”。该关键词的平均时间跨度较大(8a),平均突现强度为 1.18。从此阶段的关键词数量、突现强度、突现频次来看,数字文化创意产业自 2002 年起已成为部分学者的研究主题,这一阶段的研究重点主要为图书馆创新发展探究,图书馆数字化发展与网络化建设,研究范围窄、研究深度欠缺,缺乏多角度的、系统性的研究。从该阶段关键词反映的内容和时间跨度来看,“图书馆”与后续研究存在一定的关联性、相似性,但缺乏承接性。总体看来,在研究积累期的主要研究重点为发掘图书馆结合数字艺术创意的发展方向与转型方式,探索数字文化创意产业的发展路径。李于昆^[27]探讨了发展数字艺术创意产业与文化、科技的关系,提出发展数字艺术创意产业对解放和发展文化艺术生产力、调整优化三次产业结构、促进经济增长等方面均具有重要意义。张秋月^[28]从数字媒体产业角度出发,认为数字媒体是创意产业发展中产生信息与传播信息的重要方式,数字

媒体与文化资源的紧密结合能够巩固创意产业在文化产业中的核心地位,推动文化产业的发展,认为数字媒体在文化创意产业发展中具有重要地位与作用。这一关键词对这一研究主题的后续研究具有重要意义,直至今日仍然是重要的研究热点。

2) 从 2010 年开始,突现关键词“数字出版”的平均突现强度激增至 2.29,其他突现关键词强度也保持在较高水平,表明该领域在这一时期的研究逐渐进入平稳发展阶段。该阶段的突现关键词数量共计 6 个,平均时间跨度为 5a,平均突现强度为 1.45。其中代表性关键词分别为“数字出版”“创意产业”“文化产业”。由此可见,此阶段对数字文化创意产业的研究有了新的拓展。王泉根^[29]结合文化创意产业的高知识性、高附加值性、强融合性等特征,在数字出版技术、品牌资源、艺术形象资源三个方面,以创意设计、产业开发等方法,提出通过数字出版,推动少儿文化创意产业的发展。关键词“发展战略”的首次出现表明该领域研究热点的演变与国内政策环境的调整密不可分。此阶段,该领域的发展与“十一五”时期要达成“促进文化创意企业发展”的目标紧密联系,同时与 2009 年提出的《文化产业振兴规划》也密切相关^[30]。

3) 进入 2014 年,突现关键词“数字媒体”的平均突现强度激增,达到 4.2。此阶段的突现关键词数量为 8 个,突现关键词数量增加明显,平均时间跨度为 6a,平均突现强度为 2.23。这一阶段的代表性关键词包括“数字媒体”“发展”“作用”“数字化”“地



图 4 数字文化创意产业突现关键词

Fig.4 Key words emerged in the digital cultural and creative industries

位”“数字科技”“文化遗产”“文化创新”等,表明此阶段的研究较前两个阶段更为深入,研究范围也更为广泛,既涵盖新兴的数字技术领域,又包括文化领域中对传统文化、文化遗产的再次发掘,并且着重探索这一阶段数字技术对文化领域的保护作用,以及对传统文化的创新发掘与发扬传承的方式。这一时期关键词的突现与国家发展战略的调整与文化相关政策的颁布密不可分。2016年“一带一路”上升为国家战略。同年,“数字文化创意产业”被纳入我国《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》,成为五大10万亿级战略性新兴产业之一。2017年,文化和旅游部发布《关于推动数字文化创意产业创新发展的指导意见》,明确提出“数字文化创意产业”的概念^[30]。国家战略与政策导向已经充分关注文化创意产业对文化产业发展、文化软实力提升的重要影响,各行业、各区域重视发展规划,深挖文化资源,创新发展路径,强势推动“数字文化创意产业”迈向新的发展高度。以中共武侯区委党校课题组的调研结果为例,该区域贯彻落实成都十三次党代会精神,依照“十三五”规划路线图,调研武侯区文化产业发展现状与问题,深挖该区域的文化底蕴,提出发展路径的思考^[31]。

4) 2018年后,突现关键词数量较前一阶段下降

至5个,平均突现时间为3.8a,平均突现强度为2.16。此阶段突现关键词数量的减少与平均突现强度的降低反映出在这一阶段,该领域的研究更趋成熟、稳定。值得关注的是,在这一阶段“数字经济”这一关键词的平均突现强度却远高于其他突现关键词,其突现时间延续至今,极具代表性。“数字经济”是现阶段最为热门的研究内容。陈刚等^[32]结合数字文化创意产业相关政策的发展历程,从文化产业的延伸和转型、数字与创意的联系、文化与经济的联系、产业动态与拓展四个方面界定数字创意产业,结合数字经济的特点与战略意义,提出产品技术变革、创意内容模式创新、数字创意设计制造升级等三方面的发展建议。

由关键词共现图谱(如图3所示)和突现关键词图谱(如图4所示)可知,数字文化创意产业的研究迅猛发展,研究视角分散在人文社科、经济管理、新闻传播、计算机科学等多个学科领域。而部分研究领域仍未被学界重视,在未来的发展中,仍需完善相关理论,加强不同学科领域间的交流合作。同时,扎根传统文化内涵,立足国家文化发展战略,把握数字经济发展先机,结合现代创意设计方法、先进的数字技术、管理运营新模式,以市场为指导进行数字文化创意研究,构建数字文化创意理论,从而促进数字文化创意产业的良好发展。

3 研究不足

在不同视角下对该领域进行研究,都取得了一定的学术成果。但目前学术界对于数字文化创意产业并没有给予足够的重视,仍有很大的开拓空间。结合研究现状,可将数字文化创意产业领域研究的不足可归纳为以下三方面。

1) 数字文化创意产业研究未形成合作集群。当前中国数字文化创意研究参与的学者与研究团队日渐增多,但是学者与学者之间、研究团队与研究团队之间几乎没有交流合作,没有形成数字文化创意产业的集聚效应、集群体系。首先,在空间分布上,数字文化创意产业领域的作者呈现散点分布,作者与作者之间缺乏联系,也尚未形成协同合作的趋势。其次,在研究平台方面,数字文化创意产业研究涉及设计学、艺术学、经济学、管理学、计算机科学等多个学科,学科之间互相联系、互有交叉,但暂无平台能有效地将不同学科联系在一起。

2) 缺乏对数字文化创意产业的系统性研究。在发文质量方面,数字文化创意产业领域的发文数量呈现增长态势,但整体文献质量不高,核心期刊上的文献数量较少,研究规模有待扩大,研究层次有待加深。在发文类型方面,在已有研究中尚无关于数字文化创意产业成熟的学术专著,而是针对当前数字文化创意产业发展趋势作出评议的论文居多,整体看来数字文化创意产业研究的连续性与系统性较弱。目前,周世明等^[21]、李凤亮等^[33]、叶继元等^[23]是进行专题研究的主要团队。但仅靠少部分人在小范围内的努力还远远不够,只有提高对数字文化创意产业系统的、连续的研究,产出高质量的论文与著作,才能全面深入地分析数字文化创意产业领域,促进学界对数字文化创意产业形成全面的认识。

3) 数字文化创意产业基础理论研究薄弱,集中体现为基础理论的缺失。目前数字文化创意产业概念界定模糊。数字文化创意产业于21世纪出现,具有现代性、独特性,而这一课题长期含混在数字媒体技术、文化创意设计、数字经济、数字出版、文化产业等分类下。无法客观表明该领域运用数字化高新技术和信息技术手段,整合运用创意、文化、产品、服务,创造社会、文化、经济价值,提升文化软实力的产业特征。就现状来看,急需对数字文化创意产业进行更深入、透彻的研究,建立一套完备的数字文化创意产业研究体系。同时,由于没有形成完善的数字文化创意产业的相关理论,该领域研究与理论的落地实践同样缺乏针对性。

4 结语与展望

本研究借助 CiteSpace 软件合作网络分析、关键词共现分析、关键词突现分析等功能,对检索得到的

数字文化创意产业领域相关文献、论文发表数量、研究力量、研究热点、主题演化,以及发展趋势进行研究分析,研究结果展现出近年来学界对数字文化创意产业领域的关注度高,并得出如下结论。

1) 在2002—2022年,数字文化创意产业发文量逐年增加,研究力量增长,研究团队增多,但研究力量分散且不平衡,团队间缺乏合作,未形成具有规模的研究团队。随着研究热点不断细化,由初期的图书馆数字化建设转变为数字经济发展,转变为注重与经济效益、社会发展实践、国家战略落地相结合。整体上,数字文化创意产业研究的基础理论薄弱,存在产业建设落后于理论发展的问题,在未来仍有很大的发展空间。

2) 数字文化创意产业不同于文化创意产业、数字媒体产业,也不完全等同于文化产业,必然需要建立一套属于数字文化创意产业的专业理论。在理论研究中仍需形成新学科理念,在实践发展中仍需构建新模式。未来,在5G网络、大数据、人工智能等高精尖技术,以及更为宽容的市场环境的影响下,数字文化创意产业的研究可以进一步结合智能算法、大数据、人工智能、网络信息、数字技术等进行创意革新、服务升级、产品创新。未来的研究重点会围绕数字人才培养、数字文化产业发展力、数字化管理运营模式,以及基于文化创意的数字技术等方面展开。

总之,数字文化创意产业构建理论体系与发展模式是一个不断探索创新的过程。我国应该把握数字文化创意产业发展的新机遇,开拓数字文化创意产业研究领域,加大我国文化的影响力,推动新时代社会主义文化、经济、社会的发展,从而全面提升国家综合实力。

参考文献:

- [1] 张香美. 浙江数字文化创意企业国际化路径探析[J]. 创新创业理论与实践, 2020, 3(20): 179-180.
ZHANG Xiang-mei. Analysis on the Internationalization Path of Zhejiang Digital Culture and Creative Enterprises[J]. The Theory and Practice of Innovation and Entrepreneurship, 2020, 3(20): 179-180.
- [2] 孙守迁, 闵歆, 汤永川. 数字创意产业发展现状与前景[J]. 包装工程, 2019, 40(12): 65-74.
SUN Shou-qian, MIN Xin, TANG Yong-chuan. Current Situation and Prospect of Digital Creative Industry[J]. Packaging Engineering, 2019, 40(12): 65-74.
- [3] 毛文思. 数字文化创意视野下出版业转型融合路径思考[J]. 出版发行研究, 2020(5): 38-45.
MAO Wen-si. Thinking on the Transformation and Integration Path of the Publishing Industry from the Perspective of Digital Culture Creativity[J]. Publishing Research, 2020(5): 38-45.
- [4] 刘怡君, 王群山. 基于 CiteSpace 的国内智能纺织服

- 装领域知识图谱[J]. 服装设计师, 2022(6): 112-117.
LIU Yi-jun, WANG Qun-shan. Knowledge Map of Smart Textiles and Clothing Field in China Based on CiteSpace[J]. Fashion China, 2022(6): 112-117.
- [5] 孔维伟, 李家艺. 智能财务研究热点与发展趋势--基于CiteSpace的可视化分析[J]. 财会通讯, 2022(10): 36-42.
KONG Wei-wei, LI Jia-yi. Smart Finance Research Hotspots and Trends-visual Analysis Based on CiteSpace[J]. Communication of Finance and Accounting, 2022(10): 36-42.
- [6] 黄江杰, 汤永川, 孙守迁. 我国数字创意产业发展现状及创新方向[J]. 中国工程科学, 2020, 22(2): 55-62.
HUANG Jiang-jie, TANG Yong-chuan, SUN Shou-qian. Development Status and Innovation Direction of China's Digital Creative Industry[J]. Strategic Study of CAE, 2020, 22(2): 55-62.
- [7] 李瑞奇, 蒯放, 王相荣. 运动生物力学相关研究的研究热点与趋势——基于CiteSpace可视化分析[J]. 体育科技文献通报, 2021, 29(11): 204-205.
LI Rui-qi, KUAI Fang, WANG Xiang-rong. Hotspots and Trends in Sports Biomechanics Relate Research——Based on Citespace Visualiazation [J]. Bulletin of Sport Science & Technology, 2021, 29(11): 204-205.
- [8] 岳上铎, 程芸. 近十年元明清戏曲研究的动态与方向——基于CNKI核心期刊的可视化分析[J]. 中国戏曲学院学报, 2021, 42(4): 93-100.
YUE Shang-hua, CHENG Yun. The Dynamics and Direction of the Study of Yuan, Ming, and Qing Opera in the Past Ten Years: A Visual Analysis Based on CNKI's Core Journals[J]. Chinese Theatre Arts, 2021, 42(4): 93-100.
- [9] 巫宇军. 我国音乐类非遗保护研究20年回顾与反思——基于CNKI期刊论文的可视化计量分析[J]. 中国音乐, 2022(1): 201-208.
WU Yu-jun. 20 Years of Research on the Protection of Music Intangible Cultural Heritage in China: A Visual Econometric Analysis Based on CNKI Journal Papers[J]. Chinese Music, 2022(1): 201-208.
- [10] 孙岚. 博物馆纪念品设计开发研究与创新——以山东博物馆为例[D]. 曲阜: 曲阜师范大学, 2019.
SUN Lan. Research and Innovation on the Design and Development of Museum Souvenirs: Take the Shandong Museum as an Example[D]. Qufu: Qufu Normal University, 2019.
- [11] 刘一峰. 文化创意产业背景下视觉传达设计专业人才培养研究[J]. 戏剧之家, 2017(13): 272.
LIU Yi-feng. Research on the Cultivation of Visual Communication Design Professionals under the Background of Cultural and Creative Industries[J]. Home Drama, 2017(13): 272.
- [12] 张宇, 王晶莹, 张林. 国际科学教育研究进展与趋势——基于五大科学教育期刊的可视化分析[J]. 外国中小学教育, 2016(3): 16-27.
ZHANG Yu, WANG Jing-ying, ZHAG Lin. Advances and Trends in International Science Education Research: A Visual Analysis Based on Five Major Science Education Journals[J]. Primary & Secondary Schooling Abroad, 2016(3): 16-27.
- [13] 堵佳艺. 文化艺术与经济实体融合互动的多种可能[D]. 北京: 中国社会科学院研究生院, 2017.
DU Jia-yi. The Many Possibilities for the Integration and Interaction of Culture and Art with Economic Entities[D]. Beijing: University of Chinese Academy of Social Sciences, 2017.
- [14] 欧燕. “新4C法则”下图书馆网络直播营销策略研究[J]. 图书馆工作与研究, 2021(10): 89-99.
OU Yan. Research on Library Online Live Broadcast Marketing Strategy under the "New 4C Law"[J]. Library Work and Study, 2021(10): 89-99.
- [15] 张策. 应用型高校中计算机游戏设计课程的教学探析[J]. 信息与电脑, 2018(4): 229-231.
ZHANG Ce. Teaching Analysis of Computer Game Design Course in Applied College[J]. China Computer & Communication, 2018(4): 229-231.
- [16] 张凯, 汤洁文, 张佳琪. 数字创意产业创新价值链驱动机制研究[J]. 科技创业月刊, 2021, 34(2): 31-35.
ZHANG Kai, TANG Jie-wen, ZHANG Jia-qi. Research on the Driving Mechanism of Innovation Value Chain in Digital Creative Industries[J]. Pioneering with Science & Technology Monthly, 2021, 34(2): 31-35.
- [17] 高宏存, 纪芬叶. 区域突围、集群聚合与制度创新——“十四五”时期文化产业高质量发展的大视野[J]. 行政管理改革, 2021(2): 16-27.
GAO Hong-cun, JI Fen-ye. Regional Breakthrough, Cluster Aggregation and Institutional Innovation: A Broad Vision of High-quality Development of Cultural Industry in the 14th Five-year Plan Period[J]. Administration Reform, 2021(2): 16-27.
- [18] 韩晓东. 中国文化产业发展的新态势[J]. 社科纵横, 2018, 33(7): 114-117.
HAN Xiao-dong. A New Trend in the Development of China's Cultural Industry[J]. Social Sciences Review, 2018, 33(7): 114-117.
- [19] 冯正斌, 郭钺. 基于Citespace的中国国家形象研究[J]. 技术与创新管理, 2020, 41(5): 516-526.
FENG Zheng-bin, GUO Yue. A Review of the Research on National Image of China Based on CiteSpace[J]. Technology and Innovation Management, 2020, 41(5): 516-526.
- [20] 叶楠, 张潇. 基于Citespace的国内可持续消费研究知识图谱分析[J]. 南京工业大学学报(社会科学版), 2018, 17(5): 87-96.
YE Nan, ZHANG Xiao. Knowledge Graph Analysis of Domestic Sustainable Consumption Research Based on CiteSpace[J]. Journal of Nanjing Tech University(Social Science Edition), 2018, 17(5): 87-96.
- [21] 周世明, 蔡天祎. 基于文创环境下数字媒体艺术设计产业与区域经济发展趋势及策略研究[J]. 现代营销

- (信息版), 2020(3): 44.
ZHOU Shi-ming, CAI Tian-yi. Research on the Development Trend and Strategy of Digital Media Art Design Industry and Regional Economy Based on Cultural and Creative Environment[J]. Modern Marketing (Wealth Creation Information Edition), 2020(3): 44.
- [22] 李凤亮. 文化产业提升文化软实力的战略路径[J]. 南京社会科学, 2011, 12: 1-6.
LI Feng-liang. Strategic Path for Cultural Industry to Enhance Cultural Soft Power[J]. Nanjing Journal of Social Sciences, 2011, 12: 1-6.
- [23] 陈铭, 叶继元. 数字创意产业视角下图书馆文化创新服务模式研究[J]. 图书馆建设, 2022(3): 132-137.
CHEN Ming, YE Ji-yuan. Research on Library Cultural Innovation Service Model from the Perspective of Digital Creative Industry[J]. Library Development, 2022(3): 132-137.
- [24] 房宏君. 基于 CSSCI 的人力资源研究可视化分析[J]. 科技进步与对策, 2012, 29(10): 132-137.
FANG Hong-jun. Visual Analysis of Human Resource Research Based on CSSCI[J]. Science & Technology Progress and Policy, 2012, 29(10): 132-137.
- [25] 廖友国, 龚琛琛, 许世梅, 吴真真. 基于 CiteSpace 的国内心理健康研究文献可视化分析[J]. 成都师范学院学报, 2018, 34(10): 74-81.
LIAO You-guo, GONG Chen-chen, XU Shi-mei, WU zhen-zhen. Visual Analysis of Domestic Mental Health Research Literature Based on CiteSpace[J]. Journal of Chengdu Normal University, 2018, 34(10): 74-81.
- [26] 刘建准, 唐需雯, 石密, 等. 突发事件应急管理中情报介入的研究进展与启示——基于知识图谱的可视化分析[J]. 文献与数据学报, 2019, 1(2): 109-120.
LIU Jian-zhun, TANG Pei-wen, SHI Mi, et al. Research Progress and Enlightenment of Intelligence Intervention in Emergency Management of Emergencies: A Visual Analysis Based on Knowledge Graph[J]. Journal of Library and Data, 2019, 1(2): 109-120.
- [27] 李于昆. 数字艺术创意产业的发展与思考[J]. 艺术百家, 2006(2): 28-31.
LI Yu-kun. Development and Thinking of Digital Art Creative Industry[J]. Hundred Schools in Arts, 2006(2): 28-31.
- [28] 张秋月. 浅谈数字媒体在文化创意产业发展中的地位及作用[J]. 科技传播, 2009(3): 37-38.
ZHANG Qiu-yue. Discussion on the Status and Role of Digital Media in the Development of Cultural and Creative Industries[J]. Public Communication of Science & Technology, 2009(3): 37-38.
- [29] 王泉根. 少儿文化创意产业借力数字出版的思考[J]. 现代出版, 2011(5): 52-54.
WANG Quan-gen. Reflections on the Use of Digital Publishing by Children's Cultural and Creative Industries[J]. Modern Publishing, 2011(5): 52-54.
- [30] 金雪涛, 刘怡君. 数字经济背景下中外文化创意产业研究进程——基于 CiteSpace 知识图谱的分析[J]. 重庆社会科学, 2020(8): 108-122.
JIN Xue-tao, LIU Yi-jun. Research Process of Chinese and Foreign Cultural and Creative Industries under the Background of Digital Economy: An Analysis Based on CiteSpace Knowledge Graph[J]. Chongqing Social Sciences, 2020(8): 108-122.
- [31] 中共武侯区委党校课题组. 加快推进西部文创中心示范区(试验区)的建设——基于成都市武侯区的调研[J]. 中共成都市委党校学报, 2017(5): 93-96.
Research Group of Party School of Wuhou District Committee of the Communist Party of China. Accelerating the Construction of the Demonstration Area (Experimental Zone) of the Western Cultural and Creative Center——Based on the Survey of Wuhou District, Chengdu[J]. Journal of the Party School of CPC Chengdu Municipal Committee, 2017(5): 93-96.
- [32] 陈刚, 宋玉玉. 数字创意产业发展研究[J]. 贵州社会科学, 2019(2): 82-88.
CHEN Gang, SONG Yu-yu. Research on the Development of Digital Creative Industry[J]. Guizhou Social Sciences, 2019(2): 82-88.
- [33] 李凤亮, 赵雪彤. 数字创意产业与国家文化软实力提升路径研究[J]. 广西民族大学学报(哲学社会科学版), 2017, 39(6): 2-7.
LI Feng-liang, ZHAO Xue-tong. Research on Digital Creative Industry and the Path of National Cultural Soft Power Improvement[J]. Journal of Guangxi University for Nationalities(Philosophy and Social Science Edition), 2017, 39(6): 2-7.

责任编辑: 蓝英侨