

新大众文艺笔谈：

人民文艺的“繁花时代”

**编者按：**谁在绘制当代文艺的新版图？答案正从专业创作者，转向无数普通人。如今，新大众文艺打破了传统边界，让每个人既是受众，也是创作者、参与者、分享者，亿万人的创作能量前所未有地奔涌，种种表达竞相绽放，堪称人民文艺的“繁花时代”。

本期《文艺评论》版，特邀不同领域的专家，从创作、传播、审美、价值、技术、产业及出海等多角度，进行一次新大众文艺笔谈。诚邀读者关注、参与这场对话，并持续关注《文艺评论》版。

新大众文艺：广阔的可能性

■ 李敬泽

新大众文艺之“新”在于，它固然延续了现代以来“雅”与“俗”、“普及”与“提高”等基本文化主题，但同时，随着经济社会的巨大发展，随着信息技术和人工智能的广泛应用，文艺与大众的关系、文艺的生态和形态都在发生革命性变革。

这是一种正在生成的现象，是在中华优秀传统文化、革命文化和社会主义文化的“中国特色”基础上向着现在和未来不断演化的创造过程，所以，我们与其

是在对它做出定义，不如说是在思考属于这个时代的新文化的广阔可能性。

新大众文艺让我们思考“大众”在新的时代条件下如何凝聚和显现，“大众”如何获得审美的、情感的、社会历史的自我意识和表达，抵御“原子化”倾向，有效建立起普遍的认同和连接。

新大众文艺让我们超越五四以来所确立的文艺的门类秩序，将视野向着“万类霜天竞自由”的当下敞开，去辨认、命名众多的新现象、新探索，使“文学性”“艺术性”不仅是一种经典观念，更是历史的、不断被更新被赋形的精神。

新大众文艺让我们抛弃浪漫主义以来根深蒂固的“艺术家神话”，以新的目光观察和分析这个时代的文艺生活和文艺实践。艺术的创造和体验正在各种新媒介的支持下冲破原有的精英与大众的划分，封闭的、个人的“主体”正在转化为“主体间”的交互和流动。

新大众文艺是中国现代以来文艺的“人民性”道路在新时代的赓续和发展，从毛泽东同志《在延安文艺座谈会上的讲话》，到习近平总书记《在文艺工作座谈会上的讲话》，中国文艺以人民

为中心的信念，在世界文化中开辟了最具现代价值、最具革命性的方向，扎根于最广大人民群众的生活和创造、尊重人民群众的首创精神、实现全体人民在精神上的共同富裕、促进人的全面发展，这是我们的理想，更是我们正在推进的文化实践。

在这样的历史视野中看待新大众文艺，我们满怀期待。的确，一些旧的形态正在衰微甚至终会消亡，但新的事物正在生机勃勃地生长，文艺必将在新时代开辟新天地、迎来新高峰。

（作者系中国作协副主席）

新大众文艺出海，让世界看到“酷中国”

■ 张颐武

近年来兴起的新大众文艺不仅在国内发展迅速，新的增长点和影响力不断扩大，出海并在全球产生巨大的影响更是其重要的成果。这种出海已经成为一种常态化的，进入到海外的普通公众生活之中的形态，它既是中国文化海外传播的一个重要方面，又是中国社会发展的全球能见度的一个重要方面。新大众文艺出海在当下产生的影响力，可以说是历史上从未见过的。

这种出海的范围现在很广，在诸多文化的类型中都有展现，也出现了众多在海外受到广泛欢迎的作品。无论是网络文学当下在海外的忠实拥趸，还是《黑神话：悟空》等新游戏的流行；无论是微短剧的全球流行，或是诸如泡泡玛特这样的“潮玩”品牌成为时尚；无论是《哪吒之魔童闹海》这样的已经居于全球电影票房前列的超级电影，或是一些中国代表性网络文化平台具有的影响力……这些其实都是当下新大众文艺的出海成果。海外许多媒体讨论的“酷中国”形象的基础，正是当下中国新大众文艺全球传播积极效应的体现。

这些成果，一是让“大众”扩展到了全球更多的公众，突破了以往传统的文化出海的受众限制，真正触达了海外的普通公众，这种影响力的扩展是实实在在的，这种出海不仅仅是在全球南方得到了广泛的受众，西方的主流受众也受到了吸引；二是真正出现了各种文化类型和文化创造的出海，其形态多样，许多模式和样态本身

就是在中国发展起来的，是中国的原创，它们也真正体现了文化出海的深度。新大众文艺的创造往往是在国内经过了本土受众的考验，是在中国受到欢迎、为公众喜闻乐见的作品，也受到了国际受众的欢迎。这既潜移默化传播了中国文化，让世界更了解中国，又具有普遍意义，有效克服文化上的障碍和观念上的差异，让世界各国的公众从中体验到了文化创造所具有的真实的普遍性的吸引力。

新大众文艺出海呈现了和以往文化出海不同的诸多新特点：首先是各种文艺类型和作品在不同的文艺领域中“走出去”取得了效果，体现出在一个领域中的“集聚”效应和多领域的“弥散”特色。其次是平台的出海为作品的出海提供了以往不具备的强有力支撑。传播平台的出海其实保障了创作的出海。如微短剧的出海，就是以一系列微短剧APP在海外网络中受到欢迎为基础的。平台所具有的吸引力让它具有更强的韧性。第三，产业和科技的支撑起到了重要作用。中国的互联网和人工智能等科技的新发展为新大众文艺的新形态走向世界提供了文化傳播的重要支撑，而中国的巨大生产能力和产业链供应链完整的优势，也为新大众文艺的出海提供了条件。

中国新大众文艺出海浪潮方兴未艾，发挥着重要作用，也是未来值得持续关注的重要现象。新大众文艺出海是中国全球影响力的重要方面，这样的出海持续地展开，具有重要的意义。

（作者系北京大学中文系教授）

让无声者发声，让小声者发大声

■ 谢有顺

目前活跃的新大众文艺创作者，几乎都是第一线的劳动者，他们的社会身份可能是保洁员、保安、石匠、瓦匠、木工、电工、烧烤摊主、服装店老板，但这些平凡的写作者，在作品中所写的细节和经验都是他们自己用手摸过、用身子扛过、用脚丈量过，甚至用鼻子闻过、用舌头尝过，这种通过亲历和体验得来的经验，成了他们独特的写作知识，也成了他们最重要的创作来源。

技术越发达，人类对物质世界的感知越钝化，可这些来自生活现场的创作者，把劳动经验转化成了身体记忆，让这些一度被忽视的“肉身经验”，在文字中重建起了一种存在的重量。这些未被理论过滤的“肉身知识”，构成了新大众文艺创作中最鲜活的肌理。

不可忽视这类写作对日益固化的文学现状的冲击。

这个世界不缺故事，缺的是“我”的故事。有多少个“我”，就有多少种真相，多少种可能。当生活贫乏、想象苍白、心灵造假正在成为当代文学普遍存在的病症，当作家经验的边界越来越窄，那些大同小异的情爱故事被反复设计和讲述，文学已变得乏味。而在世界的另一端，还有广阔的人群和生活并未发出自己的声音，它们一直是沉默的。新大众文艺的出现，让文学呈现出更多的生活类型，迸发出更多的个体声音，以让无声者发声，让小声者发出大声。

新大众文艺应时而生。它团结那些无名的写作者，理解那些沉默的生活，并对一种强力生长但还未经雕琢的写作方式报以足够的宽容。猛将发于卒伍，作家也可能藏于民间，隐身在各色人群之中。在人人受教育、到处可发声的新传媒时代，“作家”不再是一种单纯的职业，而更像是对写作者的统称；写作也不只限于正式的发表、出版，也可以在各种自媒体上发声，它同样有自己的读者和同道，同样能形成一个文学交流的共同体。

假若要改变我们的生活，改造我们的世界，就必须人人参与，因为这是“我们的”世界，无论你是谁，无论你身处何地、做何工作，你都不能袖手旁观。这

意味着，要激发更多潜在的写作者，表现更多容易消失的生活，让更多人的眼泪与欢笑、失望与希望被听见和看见。当文学足够宽广、足够体恤，我们观察世界的视野才是健全的，我们理解人性的眼光才是公正的。

就文艺创作而言，“怎么写”固然重要，但“写什么”“谁在写”也同样重要。自20世纪80年代中期以来，文学写作越来越钝化为一个“怎么写”的艺术问题，作家们热衷于各种语言变革、形式实验、叙事探索，写作上花样翻新，那时的口号是：重要的不是写什么，而是怎么写。不可否认，对“怎么写”的重视，确实为中国文学补上了关于艺术本体的一课，但过度偏重技巧和修辞的后果，也容易使文学流于纸上的游戏，而缺一些来自生活和生命本身的那种直接、粗砺、苍茫的力量。

新大众文艺的出现，可以解读为是一种由经验出发的、自下而上的写作变革，是一次从“怎么写”到“写什么”，以及“谁在写”的变革。这些新的写作者，并非是为了写作而去体验生活的，他们本身就是这种生活中的一部分。在这种周而复始的生活中摸爬滚打了多年，一个动作、一种场景、一次内心活动、一种时间规划，重复了无数遍之后，他们不仅了解其中的细部和微妙，也因为这种经验的饱和而得以洞察生活背后的更多秘密。只有重复无数遍的体验，并对这种体验留下了刻骨铭心的记忆，它才能成为本雅明所说的那种能够被记住、被传递、被书写的工作经验。

经验的力量有时就是存在的力量。新大众文艺的创作者，更多就是依赖这种经验的力量来打动读者的。在这个被形容为一切都转瞬即逝的现代社会，人们认识世界的方式越来越借助理性、仰赖科学；那些未经审视、验证的经验，不再受重视，感觉、思绪、情愫、梦想，等等，似乎也成了可有可无的事物。文学所要重中的就是理性和科学并非无所不能，人类心灵的慰藉永远不能少了爱与美、艺术和感动。当越来越多新大众文艺创作者愿意写出自己的故事，说出自己的感受，这种磅礴的文艺力量就可能被昭示出来。

（作者系中山大学中文系教授、广东省作协主席）

当“人人都是艺术家”照进现实

■ 郝向宏

诗文随世运，无日不趋新。由来新文明的诞生，必有新文艺为之先声。五四新文化运动催生了先进思想的传播，延安文艺掀起了民族的、科学的、大众的文艺新浪潮，新中国成立后以建设祖国、改革发展为主题的大众文艺激发了磅礴的精神力量。新时代新征程是当代中国文艺的历史方位，目光投向世界、投向人类是当代中国文艺的历史主动，建设文化强国、建设中华民族现代文明是当代中国文艺的新使命。

网络文艺和新大众文艺是新时代新征程催生的文艺形态，也是新时代

民族精神的火炬，是新征程团结奋进的号角。网络文艺的浪潮随着1994年中国全面接入互联网而诞生并迅速壮大，网络文艺的概念在2014年正式确立，并在2024年以单独文艺类别成为第十七届精神文明建设“五个一工程”正式奖项。新大众文艺随着互联网技术架构和功能的升级迭代而与时俱进，由1.0的“小荷才露尖尖角”到2.0的“堂堂溪水出前村”再到3.0的“乘风破浪去，长空万里，直下看山河”，各行各业的人们依托网络创作的散文、诗歌、小说，亿万网民创作的短视频、微短剧、才艺作品，成为了马克思所设想的新社会形态中“人人都是艺术家”的壮丽景观，

也印证了博伊斯对大众皆可创造艺术的主张。新大众文艺的概念，确立于2024年，是互联网视频化、社交化、智能化支撑驱动的文艺现象。网络文艺和新大众文艺是信息化迅猛发展条件下，人民大众文化自信和文化主体能动性的文艺表现形态。网络文艺是新大众文艺的前导和典型形式，新大众文艺是网络文艺的主体性创作实践，二者统一于新时代新征程构筑中华文化新辉煌的史诗性进程。

推动网络文艺和新大众文艺的繁荣兴盛，迫切需要最大限度地激发人民群众投身文艺创造的积极性、主动性和创造性，网络文艺和新大众文艺让人民

抒写、人民抒怀、人民抒情成为中华民族创造人类文明新形态的新时代力量。同时，推动网络文艺和新大众文艺的高质量发展，同样需要最大限度地激发专业文艺工作者以直抵人心的精品力作，发挥示范引领和普及提高的作用。正如福楼拜所说，越往前走，艺术越要科学化，同时科学也要艺术化。艺术与科学总是在山脚下分手，最后又在山顶上相遇。网络文艺和新大众文艺必将担负起建设中华民族现代文明的新使命，以新气象构筑起中华文化的新高峰。

（作者系中国文联网络文艺传播中心主任）

网络文学与“文艺为什么人”问题

■ 欧阳友权

从现当代文学史看，网络文学的意义在于，以新大众文艺形态，为解决“文艺为什么人”的问题开辟一条新路径。文艺为人民大众服务、文艺家为人民写作、文艺作品满足大众需求，一直是我国文艺创作的服务目标和文艺发展的基本宗旨。现在看来，能全面贯彻“以人民为中心”的宗旨、真正解决“文艺为什么人”问题的是新兴的网络文学。

网络文学是在新的文化语境、媒介

场域、技术态势和审美实践中涌现的新型文学形态，是最为典型的新大众文艺。比如，网络文学打破传统文学创作的专业壁垒，从精英群体转向全民参与，以创作权的下移完成文学话语权的再分配，实现了创作主体的全民化；它主动拥抱新媒介和新技术，利用互联网资源、数据库技术、算法规则和多媒体平台等优势，使文学创作成为书写大众生活、与广大读者互动、满足市场需求的“大众参与秀”；它利用IP分发市场实现多媒体转换，让文学内容生产衍生

出影视、游戏、动漫、有声、短视频、舞台演艺、文旅周边等泛娱乐形态，形成了“文—艺—娱—产”的产业链和产业集群，打造了史无前例的新型文创产业。试想，在中国文学史上，抑或在世界文学史上，有哪一种文学能像我们的网络文学这样全心全意地亲民、为民？不仅传统的精英文学未能做到，即使是传统的民间文学，如诗经国风、六朝志怪、唐传奇、宋说书、明清小说、现代的鸳鸯蝴蝶派和港台武侠、言情文学，就它们的传播度、受众面和大众影响力而

言，均无法与网络文学相比肩。

时下，中国网络文学以3000余万人的创作者阵容、4000余万部的作品数量、5亿多人的用户规模，以及跨越山海、传播世界的磅礴声威，让新大众文艺化身为大众文学实践，真正从创作、传播、消费、影响等多维度、全链条上，创造性解决了“文艺为什么人”的问题。因此，它为新大众文艺概念和文化形态提供了重要的支撑与启迪。

（作者系中南大学网络文学研究院院长、教授）

新·大众·文艺

领域的众声喧哗、遍地开花局面。像网络文学、短视频与短剧、直播、素人写作等，几乎都是依托于新媒介技术与平台，由大众广泛参与创作（生产）、传播（营销）、消费（接受、评价）的。需要注意的是，新大众文艺时代的媒介环境，也并不能简单等同于互动网络媒介时代的分众与小众传播媒介，而是上述所有媒介融合在一起所形成的综合性环境。

媒体融合、参与文化和集体智慧之间彼此渗透与作用。当代文化生产在主流已从专业机构主导转向用户参与式创作，体现了大众从被动消费者向主动生产者的转变，它的覆盖面与传播速度也是前所未有的。从受众来说，也体现出创作与接受的边界消融特征。

“新大众文艺”中的“大众”需要与“大

众文化”中的“大众”有所区别。“大众文化”同“大众传媒”之间关系密切，以往更多指向文化工业中消费化、均质化、被动性质占主导性的消费者与受众，它们缺乏明确的主体性。“新大众”自然也包含了“大众文化”“消费文化”中“大众”的内容，但不同之处在于同时囊括了“分众”与“小众”的内容。中国文艺经过从20世纪20年代即已开始，并在三四十年代形成高潮的“大众化”运动的洗礼，从而形成了“人民文艺”的观念。“人民文艺”在新时代互联网媒介的互动性语境中，在文化精英的光谱上，增添了几分来自民间、基层和边缘群体的创作与二次创作，加上人工智能技术的非人类主体，使得“大众”的内涵发生了增变：它不仅是政治化的人民主体，也不光是商业化的消费大众，而是主体与客体、理性与感性、

政治与经济、生命与精神、主动与被动、生产与消费、创造与接受、人文与科技、文本与语境、人与机器等诸多曾经看上去二元对立项的联合。

新大众文艺中的“文艺”，不同于歌舞舞浑然未分的自然文艺时代的朴素融合状态，也不同于“文艺自觉”，尤其是现代性分化之后以审美自律为主导、获得自身特定领域的“纯文艺”，而是结合了娱乐消遣、美学发明、教育宣传和产业升级的诸多方面的“泛文艺”。这种“泛文艺”辐射到政治、经济、社会、文化生活的各个层面，是在技术赋能基础上创作主体、传播主体和消费主体的全面重构，不仅改变了文艺的样貌形态，更是从根本上重塑了人类的感觉结构、认知模式和精神风貌。

（作者系中国社会科学院研究员）

AI时代，电影会死掉吗

■ 范志忠

新大众文艺想象的边界其实可以更大，依然能够推陈出新、占领受众的文艺就是“新”的。今年的戛纳电影节，华策影视出品的《狂野时代》搅动了世界影坛的一池春水。影片神秘、梦幻乃至拒绝阐释，以至于《好莱坞报道》的驻巴黎特约影评人Jordan Mintzer认为，“这部电影是一部值得一看的作品，它让我们看到了电影还能做到的另一种可能性，即便毕赣似乎在很大程度上是在哀悼电影的消亡。”

确实，在AI时代，“电影已死”正成为一个越来越甚嚣尘上的话题。一方面，AI的文生视频、图生视频，把电影那

种在摄影机镜头面前的演员表演，改变为计算机在人的指令下自主性的影像生成，从而彻底解构了传统电影的生产制作逻辑。虽然AI的影像制作技术目前尚不成熟，我们无法预料AI将在多大程度上取代电影的制作，但可以预期的是，传统电影那种手工作坊的制作方式已经肯定没有市场竞争力了。另一方面，在流媒体、短视频、AR等新影像的冲击下，电影的观众人群开始老去。根据淘票云平台统计，20至24岁年轻观众的占比从2016年的33.8%降到了2024年的16.9%，在一线城市，如上海，平均观影年龄更是在达到34.3岁。2025年“五一”档期内，20岁以下用户占比首次不足10%，而40岁以上用户占比连续四年上涨至22.2%。

其实，在新旧媒体转型之际，传统媒体在竞争中是否还能够赢得人们的喜爱，往往取决于其是否还能够保持创新的活力。十九世纪电影刚问世时，文学大师列夫·托尔斯泰就曾预言：“这个带摇把的喀嗒响的小玩意儿将给我们的生活——作家的生活——带来一场革命。”130年过去了，文学虽然遭到了电影的挑战，却始终没有退出人们生活的舞台。恰恰相反，文学不仅固守着传统的期刊出版阵地，而且还在网络上潜滋暗长，以适互联网时代大众的写作与阅读。文学甚至成为电影作品的母体，孕育了无数令人感动不已的优秀电影作品。

在这个意义上，虽然奥感不如微短剧，互动性不如游戏，沉浸感不如AR，业已130周岁的电影业已显得步履蹒

跚，电影如何凤凰涅槃，成为每一个电影人需要直面的重大问题。2025年，《哪吒之魔童闹海》以工业化的匠心制作创造了中国影史首部百亿元票房影片，登顶全球动画电影票房榜的业绩，打破了迪士尼、环球影业对全球动画电影榜的垄断；毕赣的《狂野时代》则以作者电影那种谜一样的审美风格，征服了戛纳的评委。两部不同性质的电影的成功，印证了在AI时代电影仍然具有激动人心的力量。毕竟，电影曾孕育着人类的光荣与梦想，浸渍着生命的悲欢离合，它作为人类命运的某种象征，依然有其永恒的魅力。

（作者系浙江大学国际影视发展研究院院长、教授，浙江省文艺评论家协会主席）