

新大众文艺的春节图卷

■ 胡一峰

近年来,以“新大众”为创作主体、以“新媒介”为主要特征的新大众文艺蓬勃兴起,为当代文艺增添了新光彩,成为展现新时代精神气象的新载体。传统佳节历来是文艺创作的重要契机,从广为传颂的传统节日诗词佳作,到电影春节档等现代文化产业重要现象,文艺与节假日总是在双向奔赴中互相赋能。马年春节来临之际,新大众文艺也表现出值得关注的现象,重构了我们的年味,勾勒出独具特色的春节图卷。

微短剧成“过节硬菜”

作为发展迅猛的文艺新形态,微短剧是新大众文艺大潮中亮眼的浪花。或许我们都还记得,2024年春节期间《我在八零年代当后妈》一举破圈,单日充值超2000万元,不但成为当年现象级作品,也成为中国微短剧发展史的标志性事件。2025年春节期间,多家视频平台都提出了微短剧“春节档”概念。接下来的一年,微短剧继续保持快速增长势头,市场规模突破千亿元,且涌现出《家里家外》等诸多精品佳作。

时间进入2026年,微短剧“春节档”的档期运作更加成熟。红果短剧明确将2月9日至3月3日设为“春节档”,主打“千部新作集结”。纳入片单的作品不仅题材多样,且努力踩准春节文化的节奏,大年初一和初二推送合家欢微短剧,初五上线的《暴走财神》则契合初五迎财神的年俗。还有平台则抓住“农历马年”做文章。AI贺岁动画短片集《马上有戏》,以“奔赴”为主题,以跨越古今的故事表达“家与团圆”的主题。春节主题微短剧《马年限定之新春有约》以“租男友回家过年”为故事切入点,借“外国男友”的视角,展现中国传统年俗文化。历史悬

疑微短剧《孤马传》以“孤马”为核心意象,以年轻画师周工叙护送受难忠良起鼎拜谒浙江常山的故事,展现历史风云中的人性光辉。

这个春节,不少在微短剧中表现出色的演员登上多家卫视2026年春晚的舞台。刘念等在浙江卫视春晚倾情演绎情歌对唱;爆款微短剧《盛夏芬德拉》男主刘箫旭在安徽卫视献唱《玫瑰窃贼》。长期以来,春晚是主流文艺的典型形态,微短剧演员从手机小屏走向电视大屏,担当春晚的流量密码,不仅说明微短剧的认可度得到提升,而且有助于扭转微短剧“有作品无明星”的行业困境,促使这一行业涌现更多实力派演员,推动创作提质增效。

应该说,微短剧在春节这一最重要的传统节日正式“上桌”,从受人揶揄的“电子榨菜”变为广受喜爱的“过节硬菜”,表明微短剧生产创作节奏和观众文化消费节奏更加合拍。瞩目将来,微短剧或许还将在“春节档”的基础上出现“暑期档”等多样化档期,这不仅有助于推动微短剧深化精品化之路,更将促使其以自己的方式融入主流文化,传递主流价值,满足大众文化需求。

看见“素人写作”新形态

素人写作是最先受到关注的新大众文艺形态之一。随着外卖诗人王计兵等素人写作代表人物日渐为读者熟悉,来自各行各业的写作者用质朴的文字、真情的笔调记录烟火生活,抒写人间冷暖。在这些接地气的作品中,我们读到千行百业的奋斗场景,也被千姿百态的人生故事深深感动,获得了与专业作家作品截然不同却又同样直抵人心的文学体验。

2026年春节,中国作家协会与抖音共同发起2026春节长图文征集大赛。“长图文”是抖音于2025年7月上

线的新功能,支持8000字创作、30张配图及背景音乐搭配。大赛以“好好过年养好老己”为主题,邀请大众用文字记录自己的马年春节。从大赛主题设定来看,“好好过年”划定了人人都能参与的主题,“养好老己”则通过回应网络热搜传递出文学抚慰人心的普适意义。而从组织方式来看,中国作协的组织加持以及遴选优秀作品刊载《人民文学》《文艺报》等,为大赛提供了背书,抖音作为综合数字阅读和视听平台提供了媒介和技术支撑,普通人创作和专业创作之间壁垒进一步消融。

更值得期待的是,作为“写作”的新形式,“长图文”自觉顺应互联网时代文学创作的跨媒介趋势,以图片、音乐等视听载体拓宽了“写作”的内涵。此前关于“素人写作”的讨论中,多有学者指出,互联网条件下写作和发表平台的便捷不等于写作者文学才华的增长。确实,相比于专业作家,普通人驾驭文字的技巧和水平始终是制约其作品质量的关键瓶颈。当传统的“爬格子”变成时髦的“长图文”,或许为这个难题提供了新的答案。不论是镜头记录的火热生活,还是正合我心的“嘴替”背景音乐,都能弥补文字表达之不足,使长图文写作者以更自如的方式完成一次“创作”。而从读者的角度看,阅读一份图文音融合的“小作文”,较之纯文字应该有一种新的沉浸感,与作者形成更强烈的共情共鸣。这无疑将推动“素人写作”更进一步。

借假日时光激发美的创造

除了上述现象之外,春节期间大众的分享热情更加高涨,以网络平台为依托的泛文艺创作愈发兴盛。比如,小红书上“新年布置”“年味就位”“我是春节主理人”等引发广泛讨论。从网友晒出的笔记中可以看到,福字、春联等点缀在冰箱、咖啡角等“专属角落”,传统的年味有了网络互动时代的

新表达。再如,豆瓣以“春节人间观察”话题,邀请网友用镜头或笔触记录未被注意的细节,讲述独一无二的春节故事。还有大量的春节生活短视频,在人工智能剪辑工具的帮助下,不乏主题温馨、角度独到、剪辑精良之作,被网友称为“春节自制大片”。凡此种种,无不让人看到新大众文艺在春节期间表现出的充沛活力,也带来新的启发。

新大众文艺是大众共创共享的文艺,规模庞大的大众是其受众亦是其主体。大众在现实生活中的所见所闻、所思所感以及蕴含其中的情绪,既构成创作题材,也构成接受基础。节假日期间,人们或与家人团聚,或外出旅游度假,生活半径进一步打开,情感纽带进一步拉紧,创作、欣赏和评论的闲娱都进一步增多,节日文化氛围则为情绪互相感染和情感集中抒发提供了有利条件。

推动互联网条件下新大众文艺繁荣发展,应当用好节假日这一文化空间,既保护大众创新分享热情,丰富新大众文艺的多样性,更要设定正能量主题,以符合创作规律的方式引导新大众文艺创作者坚守正确的历史观、民族观、国家观、文化观,从生活百态中进行艺术积累和美的创造,发掘和表现山河之美、生活之美、道德之美。

同时,鼓励创作者穿透情绪迷雾,洞悉蕴藏于中国式现代化进程中的观念更迭和文化嬗变,在个性化人生经历和文艺表达中,提高作品的思想内涵和品质。特别是要优化以算法推荐为逻辑的网络评价机制,探索专业评价嵌入算法机制的有效渠道,以艺术和审美之力推动算法向善,减少社会热点、大众情绪的同质化表达,避免粗俗庸俗之作反成为吸睛之作,使新大众文艺呈现出更加欣欣向荣的发展态势。

(作者系中国文联理论研究室副主任)

《好好的时光》:

好好讲述“家”与“爱”

■ 林玮

《好好的时光》正在 CCTV-1 黄金档、芒果 TV 同步播出。这是一部主打合家欢的年代大戏。尽管故事从1978年说起,但其蕴含的情感与思考却触动今天的观众,展示了视听艺术叩问历史、观照现实的价值。这种意义不只是轻喜剧所营造的温情氛围,更是一份当代中国社会转型的历史经验。

它提示我们,无论处在什么样的社会历史环境中,都要珍惜这世上的烟火,让“好好的时光”里的人生“更加舒畅、丝滑、充满意义感和存在感”。

家庭温情是自我的底色

“家庭”几乎是每一个人的生命依托与来源。可是,在互联网舆论的影响下,它正在遭遇着前所未有的解构。年轻人不想生、不敢生、不愿生的难题背后,是对“家”的重新认识。近年来,以“原生家庭论”“家会伤人”等为代表的不同声音让传统家庭观念受冲击,好好讲述一个家庭的温情故事更显珍贵。而年代剧恰是这种好人生的重要载体。从《人世间》到《小城大事》,家永远是隐线。

《好好的时光》把这层隐线给彰显了出来。故事从41岁的男主角在丧偶6年后决定续弦说起,把一个七级大工匠要凑够“好好”“学习”“天天”“向上”至少四个孩子的家庭梦想摆在了台面上。这样的故事,如果放在当下的社会现实中,未必能激起如此多的共鸣。可是,在四十余年的社会历史进程中,它显得那么合情合理、充满温馨。两个家庭的重组,衍生出5个子女各自不同的丰富人生,不仅见证着中国的转型,也诠释着人与人之间血浓于水的情感真谛。

这样的故事使诸多“家会伤人”的所谓心理或治愈叙事得到了翻转,让更多年轻人把向内投射于自我的目光移到更宏阔的社会进程中,看到更多平凡人在家庭内外的坚实存在感。特别是机械厂工人庄先进(田雨饰)与歌舞团演员苏小曼(梅婷饰)的重组家庭叙事,真心告白、投其所好,看似迥异于甜宠剧的撒糖,本质上又无异于传统的追爱,让两性关系在“爱”与“家”之中得到良性书写。

自我肯定是社会的底色

“奋斗”几乎是每一个人的意义依托与来源。可是,在当代社会或多或少存在的“躺平”思潮中,它同样遭遇着前所未有的解构。“前有堵路的老登,后有便宜的实习生”“低欲望带来低消费”……

历史感如何破壁而出

——话剧《吴越长歌》观后

■ 杨之

2026年岁首,话剧《吴越长歌》以舞台艺术独有的生命质感与情感浓度,将一段区域性的王朝兴衰史,升华为关于治国智慧、民本思想与统一情怀的普遍性思索,堪称“一部有血有肉的历史剧,一曲写给江南的家国长歌”。

《吴越长歌》的叙事技巧,首先体现于对“个人”与“家国”两条线索的精巧编织。编剧并未将钱穆塑造成先知式的英雄,而是以四幕体量,细腻铺陈其从“铁扁担横扫浙西”的乡野豪杰,到“保境安民”的一方君主的艰难蜕变。尤为精彩的是“衣锦还乡”的断裂时刻:在封赏乡邻的欢庆高潮中,钱穆骤然念及阵亡兄弟第二狗、三喜、小伍,仰天长啸。这一笔,将个人功勋与战争代价瞬间并置,使后续贯休献策“休兵重农、保境安民”不再是抽象的政治抉择,而是源自血肉之躯的痛感与伦理觉醒。

作为国家级精品剧目,《吴越长歌》受到欢迎,不仅依托扎实剧本与精湛表演,也得益于富有创意的整体制

微评

春联也“爆改”?

近年来,不少人以“梗”入联,春联有了更个性化的表达。这种“爆改”虽彰显了代际活力,但部分内容如“无功受禄一步登天,不劳而获坐享其成”等,却折射出消极的摆烂心态,甚至出现了一些不文明用语,触碰了低俗红线。我们乐见创新,但更需守住雅俗共赏底线,让春联传递积极向上的声音,而非颓废的负能量。

——广东省广州市读者 范力武

相关言论弥散于网络,带来的恰是对传统奋斗叙事的消解。可是,无论从哪个维度看,四十多年的改革开放史都说明,个体的奋斗,尤其是作为奋斗前提的“自我肯定”,是社会发展的底色。电视剧《好好的时光》不仅用“咱们工人有力量”的故事,更用年轻一代五花八门、精彩纷呈的不同人生,把这一因果链条梳理得极为清晰。

在故事开篇,庄先进一出手,就解决了机械厂的技术难题。二车间主任说“这糖让他给拿的”(摆架子),正体现出个体不是徒有架子,因其“手艺”而体现的存在价值。苏小曼在公交车上,一眼就看出人贩子的破绽。叶爱花(李雪琴饰)说“溜光水滑的,一点都不通情达理”,正体现出其不是徒有外貌,因其“智慧”而体现的存在价值……剧中原本平凡的个体,都在自己的“好好人生”中奋斗出一条与大时代同向同行的自我之路,享受着“好好的时光”。

社会发展是故事的底色

与传统年代正剧如《人世间》《山海情》等不同,《好好的时光》以轻喜剧的姿态,把厚重的历史进程表现得充满了生活的情趣。吐槽、打趣是这部电视剧的突出特色。这一特色不在于要深刻地揭示历史进程的规律性与必然性,而在于要通过柴米油盐显现出年代感背后的“当代性”,或称叙事的“永恒感”。

一是无论哪个年代,平凡生活都是珍贵的,而社会的发展正是平凡生活的累积。一对夫妻构成一个家庭,一个家庭支撑着多个子女的成长,他们又裂变成多个家庭,持续为社会的发展赋能。这一朴素的真理,在当下更值得重新被讲述。

二是无论哪个年代,人与人之间温情都是珍贵的,而社会的发展正是这些温情的传递与融合。一部电视剧用笑中带暖的共情,传达出点滴日常里的欢声笑语、成年人之间的温馨守望,更传达出两代人在数十年中的和解与包容。特别是故事里邻里之间的情谊,包括街道主任、工厂厂长等久远的“共同体”认知,为当下的我们所缺失的部分认知提供了想象性的弥补与召唤。

一部正在热播的年代剧,在击中了当下社会的痛点,显现出年代感之后的当代性,是十分难得的。尽管“温情与坚守可抵岁月漫长,奋斗与追梦能赴美好未来”是一句老生常谈,但在这部剧的点滴叙事中,仍能看到笑与眼泪带来的真实故事。

(作者系浙江大学休闲学与艺术哲学研究院常务副院长,教授)

2026年电影春节档观察:

口味均衡的家常年夜饭

■ 陆嘉宁

2026年春节档总票房以57.52亿元收官。韩寒执导的赛车运动电影《飞驰人生3》片如其名,一骑绝尘,直奔30亿票房,远超对手;张艺谋导演的国家安全题材影片《惊蛰无声》沉稳蓄力,位列榜眼;影坛久远的纯正武侠大作《镖人:风起大漠》与小朋友们喜爱的《熊出没·年年有熊》分列第三、四位;脑洞大开的科幻电影《星河入梦》、欢乐温馨的动作喜剧《熊猫计划之部落奇遇记》也各自收获了目标观众的肯定。

相较2025年春节档出现的爆款电影《哪吒之魔童闹海》,本年度春节档并没有诞生同体量的巨作。多部类型各异的新片胜在稳定发挥,贴近百姓家常娱乐需求,为大家提供了新春佳节所需的积极情绪价值;在话题性上也与时俱进,通过生动的故事,对过去一年里中国人最关心的几大议题做出回应,体现了开年电影应当具备的创意和时代话题性。

在AI时代直面人类的焦虑与希冀

盘点2025年度热词,AI一定占据词云中心。春节档影片《飞驰人生3》《星河入梦》不约而同以AI技术突飞猛进背景下的“人机矛盾”作为主题,两部类型迥异的作品追问着同一个问题:未来到底是机定人、机淘汰人?还是人类向机器证明,人的大脑和心灵不可替代?两部影片给出了同样的答案——大数据貌似能够计算一切,却无法估量人性与爱的强大能动性。

同样关注“科技与人”议题,上述两部影片的收入差异却颇为悬殊,《飞驰人生3》凭借近30亿票房,档期内收入超过了2024年春节冠军《热辣滚烫》和2023年的《满江红》。影片拥有几大优势:首先腾势出马,笑点密集;其二,赛车元素辐射面广,汽车文化已然在中国民众中扎根,此题材老少咸宜;其三,导演韩寒本人身为赛车手,保证了赛车场面的专业性和令人肾上腺素飙升的身临其境感;其四,故事里中国独立车手与亚洲多个邻国车手同赛道竞技,狭路相逢,各凭本事,主人公坚守体育精神,为国争光,比赛虽为虚构,提供的民族自豪感却是货真价实,能够带给观众



春节期间,多部影片登上大银幕,观众走进影院,在光影魅力中欢度佳节。 新华社发

燃感和爽感。

几家欢乐几家愁,创意不俗、特效精美却票房落后的《星河入梦》,堪称春节档遗珠。影片设想在近未来星际旅行中,进入冷冻休眠状态的人类为了保持脑电波活跃,将大脑与AI梦境虚拟系统相连,定制专属梦境,不想竟遭遇“梦境窃贼”和邪恶AI的攻击,全船人类面临生命危险……梦境系统程序员为完成任务在不同船员的梦境中穿梭,是典型的“无限流”模式,比较适合对科幻有一定了解的青年观众和学生群体。

国风国潮继续火热,侠义情义仍在

张艺谋导演的《惊蛰无声》出现在春节档影片阵列中,令人稍感意外。该片风格冷峻低沉,讲述人性的复杂幽微、背叛与忠诚之间的抉择,似乎与整个档期的气质并不完全贴合。这已经是张艺谋第四次进军春节档,前些年是《第二十条》《满江红》都在社会、历史正剧之中融入了一定喜剧色彩,而这一次的《惊蛰无声》却选择将凛冽进行到底。此前业界多少替老导演捏把汗:大过年看抓特务,观众会买账吗?

2025年观影趋势显示,能够激起爱国激情和民族情怀的优秀电影,更吸引全社会瞩目,成为各大档期的热

门。《惊蛰无声》作为聚焦当代国安战线隐秘斗争的电影作品,集结了全明星阵容,该片以克制的笔触描绘紧张的悬疑剧情,貌似“不响”,实则暗潮澎湃。2025年,纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年大会震撼世界,先进的武器装备让中国人倍感自豪。影片顺势讲述高新武器泄密案件,描绘国安英雄们负重前行的身影,在2026年春节档上映恰逢其时,对票房有助推作用。不过名导大阵仗也是双刃剑,观众对张艺谋导演的期待让影片面临口碑压力,该片剧情反转虽多,整体叙事策略却较为保守,细密度和意外感不足,恐难突破预期。

2026年春节档的另一大特点是国风国潮继续火热,还带动了各地文旅产业,武侠动作电影《镖人:风起大漠》是典型代表。在人们普遍叹息传统武侠式微的年代,该片用纯正的中式武侠美学交出了亮眼答卷,力证侠情仍在。影片改编自国漫佳作《镖人》,从漫画二次元到真人三次元的转换一向是漫改电影难题,该片凭借“抠书”式选角成功克服,拳拳到肉的武打奇观提供了有别于动漫的真实美;大漠孤烟,长河落日,拍摄地克拉玛依魔鬼城以鬼斧神工的雅丹地貌著称,借影片收获了一波天然流量。

《熊出没·年年有熊》与《熊猫计划之部落奇遇记》,一动画,一真人,都走

“众人拾柴”是可持续之道

2026年春节档影片为观众提供了或喜庆或崇高或温馨的情绪体验,档期整体品质过关,但同时也要看到,票房竞争梯队差异显著,凸显当前电影市场竞争的激烈与残酷。

当下娱乐品类日益丰富,游戏、短视频、直播……各种新兴赛道让人们的注意力多向分流,年轻观众占比下降,“观影人群老龄化”现象不容忽视,多因素导致电影行业“掐尖”明显,“除了班级第一名,其他小朋友都没糖吃”的局面有待调整。

如果将2026年春节档比作年夜饭,虽然比去年朴素了些,没有超豪华珍馐,好在每一道菜都是人们熟悉且喜爱的家常口味,老老小小都能照顾到,各有可圈点之处。中国电影进步不能依靠单一爆款,创新者需要做的是进一步发扬经典,创出“菜色”,留住“食客”。恰恰眼下这种题材类型多样化、影片口碑普遍上乘、观众相对均衡分布的局面才有利于电影产业的可持续发展。过度依靠爆款作品支撑热门档期可能导致马太效应加剧、产业失衡,想要筑牢根基、实现长远发展还需“众人拾柴”。

国家电影局不久前发布信息,据不完全统计,2025年中国电影全产业链产值达到8172.59亿元、票房拉动系数约为1:15.77,均位居全球前列。票房收入在全产业链中占比并非最大,却起着上游龙头作用。马年开始,中国电影已然开了个稳健的好头。

(作者系中国传媒大学戏剧影视学院副教授)

新春展览,走心了吗

马年新春,各个博物馆接连推出马文化主题展览,本是应景之举,但其中不少展览,看后只是泛善可陈,似乎是为凑数而策划。借力热点无可厚非,可若只是将馆藏与马相关的文物简单堆叠,拿不出新意与巧思,便失了策展的意义。与其生硬地“贴标签”,不如集思广益,寻求馆际合作、联合办展。

——江苏省南京市读者 塞下客