



圆桌对话

新大众文艺是桥梁,它让传统可感,让创新可达

嘉宾

陈众议(全国人大代表、中国社会科学院学部委员)

张颐武(全国政协委员、北京大学教授)

韩敬群(全国政协委员、北京十月文艺出版社总编辑)

主持人:宋 晗(《文艺报》记者)

外卖骑手在送餐间隙写下诗句,田间地头农民用手机拍摄短视频,千万网文作者日更不辍织就想象世界,游戏开发者用代码构建东方幻境……互联网条件下,新大众文艺实现了从“为大众、写大众”到“大众写、大众享”的转变。繁荣互联网条件下新大众文艺首次被写入政府工作报告。今年两会上,许多代表委员高度关注“繁荣互联网条件下新大众文艺”这一命题。本期圆桌对话邀请陈众议、张颐武、韩敬群三位代表、委员,共同探讨新大众文艺的角色定位、发展路径与未来可能。

1

主持人:在“十五五”规划开局之年的时间节点上,新大众文艺在文化强国的整体布局中,应当扮演怎样的角色?它与中国传统文化传承、文艺高质量发展之间是一种怎样的关系?

张颐武:在文化发展中,互联网条件下新大众文艺有重要意义。它以最广泛的参与度,激活全民族文化创造力,满足人民多样化、高品质、即时性的精神需求,是文化的新的前沿和新的生长点;它以最灵活的形态,让传统文化能够实现创造性转化、创新性发展,让经典资源活在当下,走向青年;它以最有活力的生态,为精英文艺提供新创意、新美学、新受众;它以最轻便灵活的载体,成为中国文化走向世界的“轻骑兵”和“先锋队”。

新大众文艺、传统文化传承、传统文艺创作,应当形成互补互哺、共生共荣的关系。传统文化是根脉与资源,提供精神底蕴与审美基因;新大众文艺是桥梁与广场,让传统可感、

新大众文艺的文化强国使命

让精英可亲,让创新可达。二者不是此消彼长,而是金字塔结构:基座越宽厚,塔尖越挺拔;传统越深沉,创新越有力;精品越鲜明,大众越有方向。互联网恰恰为其提供了最大公约数,让高雅不孤高、通俗不低俗、传统不守旧。

陈众议:“十五五”规划强调文化原创力,这显然是新时代新大众文艺发展的不二法门。所谓新大众文艺,首先是指互联网、AI时代万众皆可成为文艺和文化创造的主体,其次才是文艺和文化创造如何源自大众、为了大众,同时凝聚人心、提升大众审美水平的问题。习近平总书记强调,要坚持不忘本来、吸收外来、面向未来,这无疑是上述关系的重要指针。首先,民族文化根基是我国文化原创力之本,否则我们的文化产品便会成为无本之木、无源之水。同时,守护民族根基并不意味着闭目塞听、将世界优秀文化拒之门外。如今,未来已来,随着人工智能的迭代发展,表面上人人皆可成为创作者,但如果不能从中国传

统文化以及世界优秀文化中汲取养分,很容易陷入一种自说自话的形态。

韩敬群:建设文化强国,必须激发全民族创新创造的活力。这样澎湃汹涌的活力应该形成百川归海、八面来风的态势。新大众文艺毫无疑问应该成为其中不可或缺的重要组成部分。它不是可有可无的点缀,也不是拾遗补阙,而是舞台中心的歌者,应该发出自己独特的声音。从中国的文化传统看,“风骚”之“风”便是民间歌谣,“饥者歌其食,劳者歌其事”。汉乐府、六朝民歌、敦煌曲子词、宋元话本、明清小说,都可以说是“新大众文艺”的先风。它与传统文艺创作的关系譬如车之两轮,互相倚重,不可偏废。我听陈彦老师多次讲到俄罗斯民族文学的兴起与普希金、果戈理等大家向俄罗斯民间文化虚心学习、汲取营养有很大关系。在中国现代文学史上,鲁迅、刘半农等大家在为新中国文学导航开路的过程中,也特别注意向中国民间文化的传统学习。

2

在包容中提升,在开放中引领

主持人:新大众文艺展现出蓬勃的文化创造力。在充分尊重互联网创作活力的前提下,可以通过哪些方式,引导新大众文艺向更高的文学性、艺术性靠近,使其不断提升艺术质量和文化内涵?

陈众议:互联网和AI时代的文艺创作如缺乏正当引导,极易造成众声喧哗,甚至低俗泛滥。因此,主流媒体的引导至关重要。而有效的引导必须建立在健康公允的批评褒贬上。一切捧杀或棒杀都是不可取的。这就牵涉到标准和原理的重构。如何既符合中华民族核心利益和中华民族共同体意识,又开放包容;既不墨守成规,又有礼有节。40多年的改革开放使我们有在在历共性和共时性双向维度上全方位了解文艺的发展规律及其背后的世道人心,让我们可以更加客观公允地思考新的文艺现象。新大众文艺的发展趋势,恰好给了我们一个标准和原理重构的机会。相信依靠“两个结合”和“三大资源”,我们可以为文艺建立新坐标、开拓新局面。

张颐武:新大众文艺拥有广泛读者与巨大流量,是互联网时代文化发展的重要成果,我们应充分肯定、尊重并保护其创作活力。但当下确实存在泥沙俱下、良莠不齐的问题,这需要在发展中加以引导和提升。

引导新大众文艺进一步提升文学性与艺术性,关键要在包容中提升,在开放中引领。首先,要引导创作者扎根时代、扎根生活、扎根中华文化,赋予作品人性深度、情感温度与时代质感,拒绝低俗化、同质化。其次,要优化评价体系,不能唯流量、唯数据,将思想性、文学性、艺术性纳入权重,让优质内容获得更多激励与曝光。同时,发挥专业文艺评论的正向引领作用,以理性、建设性的批评提升审美,校准创作方向。我们不能搞简单否定与一刀切,而要在尊重活力的基础上,推动新大众文艺真正实现从流量到质量、从流行到经典的提升,使其真正成为有内涵、有品格、有长久生命力的中国文艺新形态。

当前新大众文艺处在由高速增长向高质量发展转型的关键期,活力充沛、形态丰富、出海亮眼,但也面临内容同质化、思想深度不足、精品供给不充分等问题。向精品化迈进,最需突破三大瓶颈:一是价值引领与审美提升,避免流量至上、过度娱乐化;二是原创能力与叙事功力从模式化套路走向独特表达;三是体系化支撑,包括平台建构、版权保护、评论引导、人才培养、评价标准的同步完善。

韩敬群:新大众文艺需要提升艺术质量和文化内涵,向更高水准的文学性、艺术性靠近。需要注意的是,新大众文艺有自己独特的书写领域和书写方式,面对的是更广泛的读者对象,所以提升其品质的工作要建立在这个基础上。当然,新大众文艺也是文艺形式之一,与传统文学创作一样,要遵循文学创作共性的规律,比如作者都必须深入生活、扎根人民,比如大家都要处理好“写什么”“怎么写”“写得怎么样”的共同问题。但提升新大众文艺不是鼓励它向传统纯文学写作看齐,而是要在保持自身特色的基础上提升。现在相关部门开始注意到要对新大众文艺创作者进行有针对性的培训,不少出版社在“文本面前,人人平等”的理念下加大了对新大众文艺作品出版的扶持,这些都是行之有效的做法。

3

传统审美体系如何拥抱新的创作逻辑

主持人:相较于上世纪90年代的网络文学或传统的大众文艺,当下新大众文艺的“新”究竟体现在哪些方面?

张颐武:以AI生成、虚拟制作、实时交互为代表的新技术,正在生产方式、美学形态、传播逻辑三个维度彻底改变文艺面貌。创作从“人来完成”走向“人机协同”,制作从“实景实拍”走向“虚拟预演、数字孪生”,传播从“线性播出”走向“算法分发、社交裂变、全球同步”。作品形态更轻量化、碎片化、互动化,微短剧、互动叙事、AI绘画、虚拟偶像等新样式不断涌现,文艺的边界被彻底打开,人人可创作、时时可传播、处处可欣赏。这种变革不仅重塑了文艺的生产链条,更深刻影响着内容的呈现方式与价值内核。从美学形态来看,新技术催生了全新的视觉语言和审美范式。在传播方面,算法分发机制使得内容能够更精准地触达目标受众,实现“千人千面”的个性化推荐,改变了以往文艺作品依赖传统媒体渠道进行“一对多”传播的格局。社交裂变则借助社交媒体平台,让优质内容能够快速扩散,极大地提升了文艺作品的传播范围和影响力。全球同步传播则打破了地域和时间的限制,一部优秀的文艺作品可以在短时间内被全球观众所知悉和讨论,促进了不同文化之间的交流与碰撞。然而,新技术在带来便利的同时,也带来了诸如内容同质化、版权纠纷、算法偏见等问题,需要我们在拥抱变革的同时,保持理性思考,积极应对挑战。

相较于上世纪90年代网络文学与传统大众文艺,当下新大众文艺之“新”,集中体现在三点:第一,创作和接受新:创作者和接受者都有变化。创作者既有专业群体,也有普通网民、青年学生、基层创作者、素人博主等等。接受者也更广泛,全民共共享的新形态形成。第二,平台和技术新:互联网与AI不仅是载体,更是创作底座,生产、分发、消费、变现全链路数字化。第三,格局和形态新:从国内走向全球,从单一文本走向IP全产业链开发,从文艺作品走向文化生活方式,形成了具有中国特色、世界影响的新文艺生态。

主持人:传统文艺人才培养体系积累了一套关于“什么是好作品”、“如何扶持好作者”的经验,互联网催生的新一代创作者,往往带着全新的审美趣味和生产逻辑。在您看来,这两套系统之间,是否存在对话的可能?

陈众议:我国几千年来建立的审美经验和标准并不会在互联网、AI时代完全缺席。恰恰相反,以近年为例,随着“四个自信”和同心圆式人类命运共同体理念逐渐深入人心,“二为”方向正日益成为我国文化界和广大群众的重要体认。一批立足于“三大资源”,致力于提升我国文化原创力水平的作品正如雨后天春笋般涌现,其中《黑神话:悟空》《哪吒》等备受瞩目。当然,从另一个角度看,传统范式和新文艺之间似乎存在某些

4

任何时代,好书都会受读者欢迎

主持人:陈老师,从您跨越中西的视野来看,当前新大众文艺中出现的“素人写作”热潮,是否可以在世界文学的谱系中找到呼应?

陈众议:从AI创作和TikTok被亿万境外受众所接受和使用的程度可以看出,“人人皆可创作”正在成为世界趋势。事实上,在世界文艺和文化谱系中,“素人写作”早已存在。首先,文艺来自生活,远古歌谣即是人类劳动实践的产物。鲁迅称之为“杭喻派”,即劳动号子。当远古神话传说与民间谣曲化合成为史诗时,专业行吟诗人便应运而生。在世界文学史上,随着文艺复兴的勃兴,民间喜剧、素人文艺如雨后天春笋般涌现,而巴洛克艺术则是对素人文艺的反弹。到了现代主义时期,大量的口号式写作和不同流派的此起彼伏又让文艺呈现出众声喧哗的态势。我国的文艺作品要走向世界,大抵首先需要做好自己。唯有做好自己、做强自己,才是一切之本。换句话说,实力才是硬道理。

作为文化工作者,在助力我国追赶和超越西方,勠力提升经济、国防、科技和总体生产力水平的同时,必须铸牢、守好精神文化主权。《易经》云:“观乎天文,以察时变;观乎人文,以化成天下。”中华文明作为人类唯一没有中断的古老文明,几千年延绵不息,精神文化功不可没。从十三经到“两个结合”和中国式现代化的目标,均是一脉相承。故此,我们要重视人文社科教育,而且应视其为确保主流意识形态和基本社会性质的精

神支柱。唯有物质和精神两手皆硬,中华文化走向世界才能真正实现。

主持人:路遥的《平凡的世界》问世近40年,至今仍影响着读者。请问韩老师,孕育《平凡的世界》的土壤与今天新大众文艺赖以生长的土壤,相同与不同之处分别是什么?

韩敬群:路遥的《平凡的世界》1991年获得第三届茅盾文学奖,到今天发行已经远超千万册。路遥创作这部巨著的时候,中国文坛“西风”盛行,而他还是执着地坚持现实主义创作道路。产生过《平凡的世界》《白鹿原》这样的杰作的创作环境、出版环境、读者期待,与今天相比已经有了很大的变化。从创作的角度,路遥、陈忠实等作家当年写作的过程都堪称“搏命”,是心无旁骛、一心要写出传世之作的创作态度。路遥在作品获奖后的第二年就去世了,他付出了生命的代价。陈忠实说他要写一本“垫棺作枕”的书,他也做到了。从出版环境看,今天的出版人面临着传统出版式微、双效考核的压力等等,很多从业者渐渐失去了与好作品共生的耐心。从读者层面看,加速的生活节奏、多元的文化消费方式、碎片化的时间分配等,都在转移、损耗人们阅读纯文学纸质书的精力。当然,这里问题的关键还是在于好书太少。我想,对今天的创作者来说,这一切应该意味着更大的挑战:出版不再成为难事,难的是出好书。任何时代,好书都会受到读者欢迎。

5

中国文艺正在从“走出去”到“走进来”

主持人:以中国网络文学、网络游戏、网络影视剧为代表的文化“新三样”规模化的出海,正彰显中国文化软实力的影响力越来越强。张老师,您近年来提出“酷中国”这一概念来描述新大众文艺出海的新形象。在您看来,“酷中国”之“酷”,或者说吸引海外受众的,究竟是什么?

张颐武:“酷中国”概念,正是对文化出海从“产品走出去”到“价值走进来”的回应。过去我们讲文化出海,多是展品、作品、商品;现在新大众文艺出海,是生活方式、审美趣味、情感共鸣的整体抵达,是让世界年轻人觉得“中国很酷”。

“酷中国”之“酷”,在于其新的吸引力真正触达世界各国普通公众:一是年轻态的创造力,网文、游戏、微短剧、潮玩,贴合Z世代审美与生活节奏;二是传统与现代的奇妙融合,用数字技术激活东方美学,既有中国根,又有国际范;三是传递跨越语言与文化隔阂的生动文化要素,传递中国文化的一些基因。“酷”是自然形成的新关注、自发传播的喜悦、发自内心受到吸引。这正是新的“走进来”的关键——不是灌输,而是吸引;不是展示,而是共鸣。

主持人:韩老师,在您看来,一部作品要在海外真正收获关注,最重要的品质是什么?

韩敬群:中国文学“出海”,要点不在“走出去”,而是“走进来”,不仅仅是让这些作品陈列在书展的展台上,也不仅仅是进入图书馆馆藏,而是摆放到各大书店的货架上,进入到外国读者的书房中,能够真正成为他们的读物。翻译当然很重要,它是文学交流的桥梁。中国新文学的生

长得益于袁可嘉、李文俊、郭宏安等翻译大家的传薪送火,在中国文学“出海”的过程中,葛浩文、刘宇昆等翻译家也作出了重要贡献。从现在的情况看,国内翻译人才队伍存在青黄不接的情况,国外也有类似情形,必须高度重视。文学表达的是人类命运共同体的经验,也可以说传达的是人类情感共同体的温度,移情或者说共情,尤为重要。文学“出海”不是一厢情愿的灌输,而是将心比心、设身处地的呼应。

主持人:网文、短剧、游戏这些新形态的文化产品,能够跨越语言和文化的障碍,打动那么多海外年轻人的原因是什么?

韩敬群:我想大概可以归纳为几个关键词:中国故事,人类情感;中国想象,世界共鸣。在新大众文艺方面,希望我们做长期主义者,持续发力,久久为功。不要出现“骤雨过新荷”而后“叶上初阳宿雨”的情况。在文学“出海”方面,我们应该摒除数量至上、形式主义,让真正体现中国人精神与审美气质的好作品走进外国读者心中。

张颐武:网文、短剧、游戏等文化“新三样”能跨越障碍、打动全球青年,核心在于共通情感、东方想象、数字原生三者合一。它们用最现代的媒介,讲最朴素的人性故事;用最流行的形态,承载最独特的中国美学;用最平等的语态,和全球青年同频共振。这不是简单的文化输出,而是文明的相遇与对话。

展望2026年,我对新大众文艺与文化出海的建议是:以技术赋能创作,以精品引领大众,以共情走向世界,让“酷中国”成为新时代中国最鲜明的文化标识。