



# 新大众文艺助推网络文学国际传播提质升级

□张富丽

在数字文化快速发展的时代背景下，网络文学已经成为兼具大众性、时代性与国际性的文化样态，也是我国文化出海最具活力的载体之一。今年的政府工作报告明确提出“繁荣互联网条件下新大众文艺”，不仅强调了互联网文艺的重要地位，也为网络文学的价值提升、内容创新与国际传播提出了更高要求。近年来，一批兼具思想深度、现实关怀与艺术品质的网络文学作品成功出海，推动行业从追求爽感叙事的传统模式，转向注重时代情绪、社会关切与人文内涵的“新网文”阶段，这一转型也深刻影响着网络文学国际传播的整体格局。当前，网络文学国际传播已进入规模化、体系化、品牌化发展阶段，传播逻辑、内容结构与受众生态均发生结构性变化，必须从跨文化共情、国家叙事与文明交流的高度重新理解其时代使命。从早期以玄幻、仙侠为主的类型输出，到如今现实题材、文化题材与主流价值题材协同出海，中国网络文学正在构建更加立体、更具说服力的国际叙事体系。以《网文中国》纪录片为代表的精品传播项目，更是将网络文学从文本阅读延伸至影像叙事、文化阐释与国际对话，标志着网络文学国际传播进入高质量发展新阶段。

## 传播格局重塑：从作品出海到生态化传播

网络文学国际传播格局的变迁，是理解“新网文”特征的重要起点。传统网文出海以翻译搬运、平台连载为主要方式，内容高度集中于玄幻、仙侠、奇幻等类型，传播渠道相对单一，受众圈层较为固定，整体呈现出“类型输出+流量驱动”的特征。随着中国作协网络文学国际传播工程的深入推进，网络文学国际传播逐步形成生态化、体系化、本土化的新格局。

网络文学国际传播已从单一作品出海，转向平台生态、作者生态、受众生态共同出海的新阶段，本土化运营、多语种覆盖、跨媒介联动成为重要趋势。一方面，国内网络文学平台加快海外布局，通过建立本土化站点、培养本土作者、优化翻译体系等方式，提升在地化传播能力，使网络文学更快融入当地阅读市场。另一方面，传播主体更加多元，除平台与作者外，媒体机构、海外读者社群、二创作者共同构成传播矩阵，推动网络文学从小众流行走向大众认知。

在生态化传播格局中，品牌化传播成为重要突破点。由中国作协网络文学中心推出的《网文中国》外语纪录片，以海外读者视角走进中国网文创作现场，通过纪实影像展现作家的创作理念、时代思考与文化立场，在海外社交平台广泛



《网文中国》剧照



传播。此类纪实类文化产品能够有效消解跨文化传播中的刻板印象，以真实、温和、人文的方式构建国家形象，提升网络文学的文化美誉度。与早期单纯依靠故事吸引力不同，新阶段的国际传播更加注重整体品牌塑造，实现了从“讲故事”到“立形象”的跨越。

## 叙事范式转型：从爽感模式到现实关切表达

新网文最突出的变化，体现在内容叙事的深度转型。传统网文以爽感逻辑、升级模式、强冲突设定为核心，虽易于快速吸引读者，但在思想深度、现实关怀与文化厚度上存在明显局限，也难以在国际传播中形成持久的价值共鸣。新网文则更加关注现实议题、时代情绪与

个体成长，使网络文学具备更强的跨文化沟通能力。

网络文学国际传播竞争力的核心，在于内容能否实现从“文化猎奇”向“价值共情”的转变。过去，海外读者多因东方玄幻、仙侠世界的新鲜感而关注中国网文，具有较强的符号消费特征。而近年来，现实题材、职场成长、时代变迁、家国情怀等内容在国际传播中表现突出，作品对普通人奋斗历程的书写、对社会发展的观察、对人性温暖的呈现，更容易引发不同文化背景读者的情感共鸣。这种以现实为根基的叙事，使网络文学超越了通俗娱乐范畴，成为展现当代中国精神风貌的重要载体。

在文化表达上，新网文也实现了从符号堆砌到内涵传递的升级。网络文学在国际传播中应避免简单化、表层化的文化展示，而要将中华优秀

传统文化中的价值理念、哲学思想与审美精神自然融入叙事，实现润物无声的传播。无论是历史题材对传统人文精神的挖掘，还是现实题材对当代价值追求的呈现，都在以更含蓄、更艺术的方式传递中国文化内核。

《网文中国》纪录片集中呈现了这一转型成果。影片通过海外读者与知名作家的对话，展现网络文学如何在类型创作中坚守人文立场，在通俗表达中承载时代思考，让海外观众理解中国网文不只是情节刺激的大众读物，更是观察中国社会、理解中国人精神世界的重要窗口。这种内容升级，与新大众文艺面向大众、扎根时代、服务人民的内在要求高度契合，也为国际传播奠定了坚实的内容基础。

## 传播路径创新：技术赋能与全媒体融合发展

在新大众文艺的发展语境下，技术赋能成为网络文学国际传播提质增效的重要支撑。移动互联网、人工智能、大数据与全球化社交平台共同推动传播形态革新，使网络文学突破单一文本载体，形成全媒体、多形态、高渗透的传播体系。

人工智能翻译、大数据精准运营、跨媒介改编传播等数字化手段，从多个维度提升了网络文学国际传播的效率与覆盖面。一方面，智能化翻译工具大幅降低了多语种传播成本，缩短了更新周期，实现了多语种同步传播，有效破解了长期制约网文出海的语言障碍。另一方面，对海外读者阅读偏好、题材倾向与互动行为的数据化分析，能够让内容供给更具针对性，提升传播精准度与用户黏性。此外，动漫、影视、有声剧、短剧等多元改编形态，将文字叙事转化为更易传播的视听内容，在海外主流社交平台形成裂变式传播，显著拓展受众范围。

技术赋能也推动了传播形态的创新。《网文中国》本身就是技术与媒介融合的典型成果，它以轻量化、可视化、国际化的表达方式，降低跨文化理解门槛，使不阅读网文的群体也能接触并理解中国网络文学的文化价值。未来网络文学国际传播应进一步强化全媒体思维，推动文本、视听、社交多元融合，构建更加立体高效的传播矩阵。在新大众文艺繁荣发展的背景下，这种技术驱动型传播模式，也让网络文学更具时代感与国际竞争力。

## 价值功能提升：文明互鉴与国家形象建构

网络文学国际传播早已超越单纯文化产

品贸易的范畴，成为推动文明交流、开展思想对话、塑造国家形象的重要途径。随着新网文的全面崛起，网络文学在国际文化格局中的地位持续提升，承担起更加重要的文化使命与时代责任。

网络文学国际传播的深层价值，在于以大众文艺为桥梁，推动不同文明之间的理解与互鉴，构建柔性、温和、具有亲和力的国家叙事。与传统宏大叙事不同，网络文学以个体命运、日常情感、成长故事为切入点，更容易跨越文化差异与意识形态隔阂，实现真正的情感共鸣。海外读者在阅读故事的过程中，逐步理解中国的社会结构、价值观念与文化传统，形成对中国更客观、更立体、更全面的认知。

同时，网络文学国际传播也体现了新时代的文化自信。从被动迎合海外偏好，到主动构建具有中国特色的叙事体系；从类型化输出，到文化性、思想性、艺术性协同提升，网络文学正在走出一条具有中国风格的大众文艺国际化道路。网络文学要进一步强化文化自信，在创作中坚守中国立场、时代精神与人文关怀，在传播中坚持平等对话、开放包容，才能真正提升中华文明的传播力与影响力。

《网文中国》在海外平台的广泛热播，正是网络文学文化价值升维的生动体现。它以纪实化、故事化的方式展现中国网络文学的创作生态与文化追求，向世界传递出开放包容、真诚鲜活的当代中国文艺形象，也为网络文学国际传播的可视化、品牌化表达树立了标杆样本。

在“繁荣互联网条件下新大众文艺”的指引下，中国网络文学完成了从传统网文到新网文的重要转型，其国际传播也实现了从作品出海、类型出海到文化出海、品牌出海的历史性跨越。以现实关切为底色，以文化内涵为支撑，以技术赋能为动力，以跨文化共情为目标，新网文正在构建更加成熟、更具国际竞争力的传播体系。网络文学国际传播不仅是市场行为，更是文化战略与国家叙事的重要组成部分，必须坚持内容提质、文化铸魂、技术赋能、生态优化协同推进。只有坚守时代精神、深耕人文内涵、尊重跨文化传播规律，才能让中国网络文学真正走向世界。面向未来，网络文学应持续立足新大众文艺发展要求，强化现实题材创作与文化表达，创新跨媒介传播形态，完善本土化运营体系，在平等包容的国际对话中持续提升传播效能，为讲好中国故事、推动中华文化走向世界、促进人类文明交流互鉴贡献更加坚实的艺术力量。

（作者系中国作协网络文学中心传播处处长）

## ■关注

# 微短剧：从“爽感”到“情感”

□汪雨萌

如果说工业化、集成化运作是通过大规模的数据收集与量化分析调整微短剧产品的未来走势，那么个人创作者就是在更私域的范围内容补公共情绪满足下的细分情感叙事空白，二者虽然途径与形式不同，但都是以内容为核心，以情感链接为基础，以满足需求为目标

尽管素人写作、网络文学、短视频、微短剧等新媒介形式目前都被收入新大众文艺的旗下，但根据我个人的观察，新大众文艺的各个形式内部承载“人民自我创作”与“为人民创作”意涵的方式其实有着较大的区别。

微短剧、漫剧以及短视频这类文化产品和我们过去的纯文学创作以及归于文化产业的网络文学、影视剧的创作相比，“短平快”作为其首要的文类特征，使其无法容纳过多的故事内容，因此很多故事、人物与主题的细节都会在制作过程中被舍弃，甚至一度有“解说漫”这样完全梗概化的作品出现，通过无限压缩内容的细节来换取高强度的叙事性，在短时间内给观众不断反转、升级的情节来锁定观众的注意力。

但我们也同样会发现，当前有些微短剧走的是另一条“去情节化”的路径。在这些微短剧中，一些细节被无限放大，通过慢动作、微表情、背景音乐和抒情台词共同构建的有质感的“氛围”来留住观众。归根结底，这种以一两分钟的容量为载体的文类想要展示给观众的其实是一种冲击力，这种冲击力无论是通过强叙事还是强抒情，内在都是一种超高浓度的“情感表达”。

简单说来，这是从“爽感”到“情感”的升级。其实爽感是情感的分支，或者说浅层的感

受方式，是从“情绪价值”到“情感共鸣”的深化，微短剧在短时间的成长中，已经发展、迭代出了一系列叙事模式和叙事思维，形成了有别于文学和影视剧的另一套创作范式与文本形式。早期微短剧所热衷的“爽感”模式本质上是将观众代入虚拟的成功想象，补偿现实生活中的挫折体验，而如今微短剧的“共情”模式则是一种“人同此心”的认同性叙事，在这个层面上，编剧开始着力于人物的真实成长与社会价值的嵌入式展现，引导观众进行深层的自我投射与意义追寻。

随着内容的精品化，微短剧的品牌化、集成化创作模式逐渐成为行业主流，品牌建设内容与内容生产同步推进，厂牌不再仅仅为内容生产服务，也逐步向品牌运营者发展。听花岛、马威、格物致知等厂牌通过系列化IP开发、社交媒体运营、粉丝社群建设，形成了具有辨识度的品牌形象。这种品牌化的运营方式，使微短剧开始建立起与受众的长期情感连接，观众像挑选自己喜爱的作家与网文作者那样，开始产生对短剧厂牌的偏好并形成深度绑定，这种绑定不仅包括对题材、内容与风格的认同，还包括对其旗下编剧、导演的信任、需求、期待。这种新型的关系社群构成了一些学者认为的新大众文艺所特有的“伴随式创作”，并且通过社群建立了情

感与价值的关联。

这种关联首先以评价的形式体现在各种垂类微短剧App及其他类型的社交媒体当中，点击量、弹幕、集评、剧评、推荐、收藏、预约等形式，构成了算法量化宣发与投流的重要依据，在一定程度上影响了投资方与生产者的投资及制作策略。而短视频分发、剧组主创人员直播互动等形式则搭建了创作者与受众之间的实时对话通道，各种密集、简短、重点突出的互动话语罗织成了观众对生产者的期待视野，在后续拍摄尤其是“续集”的制作决策上起到了决定性的作用，如“冒名顶替”系列等的反复延展，男女主的选角策略，都是社群间的关联不断向剧集内容与品牌产生情感与价值链接的结果。

其次，微短剧给观众带来“爽感”效应的机制与短视频并不完全相同，短视频情节内容更倾向于“高概念”，凭借对日常生活的戏仿与解构获得流量，故事的题材、主题类型与基本的人物关系架构成为“高概念”的有机组成部分，没有专业团队的包装，创作者与受众之间建立起一种“面对面”的亲密度。随着越来越多的短视频作者转型为微短剧创作者，微短剧的创作更加个人化、灵活度更高，可在剧集拍摄中随时调整支线甚至主线叙事，受众对作品的创作参与

度大大增强。个人创作者虽然分散于社会的各个阶层，算法所带来的“信息茧房”也在一定程度上限制了个人创作者的创作视野与偏好来源，但从另一个角度来说，更为垂直的、强黏性的“创作—接受”互动也使得个人创作者能够更精确地把握目标受众的期待视野。如果说工业化、集成化运作是通过大规模的数据收集与量化分析调整微短剧产品的未来走势，那么个人创作者就是在更私域的范围内容补公共情绪满足下的细分情感叙事空白，二者虽然途径与形式不同，但都是以内容为核心，以情感链接为基础，以满足需求为目标。

微短剧每集1—3分钟的时长，使观众可以在任何碎片化场景中完成观看，而高密度、强冲突的叙事策略，或是高互动、强氛围的描写策略，使每一集都会产生观众与之共情的体验，随着剧集的堆叠和整体叙事曲线的上升，观众在同一部剧集中可以体验多个、多样的共情模块，而弹幕、评论区等互动机制，使个体观看行为社群化，升华为一种集体的情感仪式。

微短剧在简短的叙事中不仅为人们提供了日常情感体验的替代性方案，还构建了云端吐露、存放情感话语的虚拟社群空间。观众在弹幕中吐槽、在评论区共鸣、在直播间与主创互动，不仅是伴随式创作的主要形式，本质上也是

一种对“共同情感经验”的寻求与确认。在社会生活逐渐原子化的当下，微短剧所构建的共创模式与虚拟社群空间为这种流动的社会关系与社会身份提供了短暂的情感锚点。观众在几分钟的观看中也将自身多重的社会属性进行切片和分离，再挑选合适的“分身”获得相应的情感共鸣与身份确认。这种轻量级的情感表达方式虽以其灵活性与可及性，填补了现代性语境下的某些情感真空，但也存在一些问题，比如，它会将日常生活的情感表达简单化和“人设化”，抽空日常生活复杂性所造成的实感，甚至会进一步影响日常生活情感表达的方式和对待真实关系群体的方式。

从充斥着茧房、碎片与倍速的文娱市场反馈来看，这些类型的作品反响与用户黏性都有不俗的成绩，也许对于微短剧而言，短暂但温柔的共享空间与打开具身体验的日常故事模式，会是未来微短剧的重要方向之一。当然，我们期望微短剧能够实现更多作品在情感表达中的“媒介迁移”而非“媒介损耗”；希望IP改编、原创剧本在微短剧化的过程中不再必然伴随着情感文学性表达的流失；同时，也要警惕社群化所造成的对内部情感扁平化的全盘接受和反身实践。

（作者系上海大学文学院副教授）