

□张新英

## 生活现场

毛泽东《在延安文艺座谈会上的讲话》，基于“为群众”和“如何为群众”两个问题，回应了“文艺为什么人”的根本问题。实际上，新大众文艺正是对延安文艺座谈会所确立的传统大众文艺观的丰富与延伸。

以电视剧《山花烂漫时》为例，该剧以“七一勋章”获得者张桂梅的真实事迹为蓝本，再现了张桂梅老师到救助失学的贫困女孩到创办全国第一所全免费女子高中的艰辛历程。电视剧《生万物》改编自第三届人民文学奖的获奖作品《缱绻与决绝》，该剧以鲁南地区为叙事背景，融入山东方言、民间习俗等地域文化，通过讲述天牛庙村宁家、费家、封家的兴衰故事，展现齐鲁文化记忆中的乡土本性及农民与土地之间的深厚关系。

值得关注的是，电视剧《生万物》在播出期间频登热搜，从文学原著到影像呈现，从角色设定到演员表演皆备受热议，引发了全年龄层受众的喜爱和追捧。而年轻受众对以《生万物》为代表的年代剧的喜爱，恰恰说明了著名社会学家莫里斯·哈布瓦赫所说的“‘现实感’是所有记忆活动的起点”。

如《山花烂漫时》《生万物》这种重返生活现场，立足大众生产生活等普遍性经验展开叙事的作品，往往更能以通俗易懂的方式讲好中国故事，继而完成主流价值观、大众情感及怀旧情愫的传递，构建文化与情感的共同体。

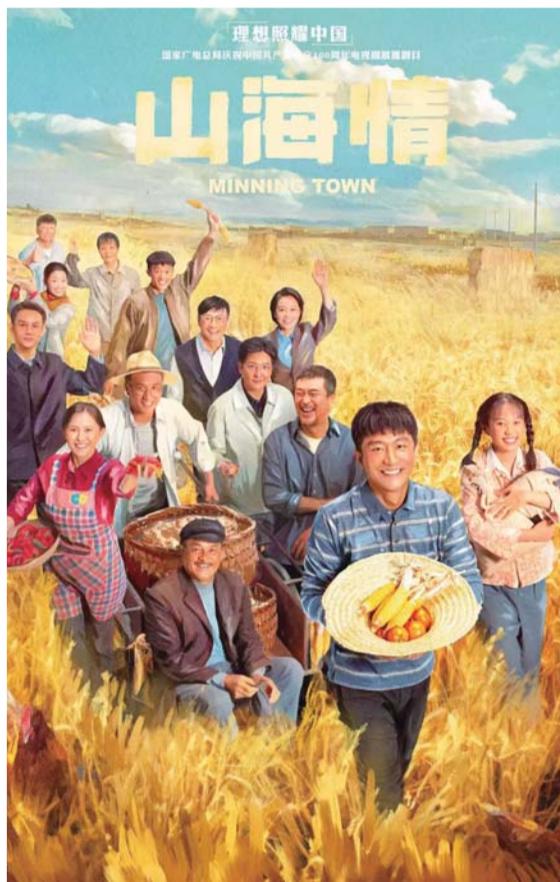
## 审美革新

人民是历史的创造者，亦是文化的传承者。人民大众的日常生活、节庆习俗和文化活动皆与传统文化息息相关。因此，传承中华优秀传统文化，创作具有本土特色、文化意义且大众得以共情与共鸣的视听作品，愈发成为当下文艺工作者的使命。这一创作目标体现了“文化两创”战略下的审美革新，即新时代对传统文化的活化不再局限于历史回溯，而是注重将其与现代生活及大众情感有效对接。

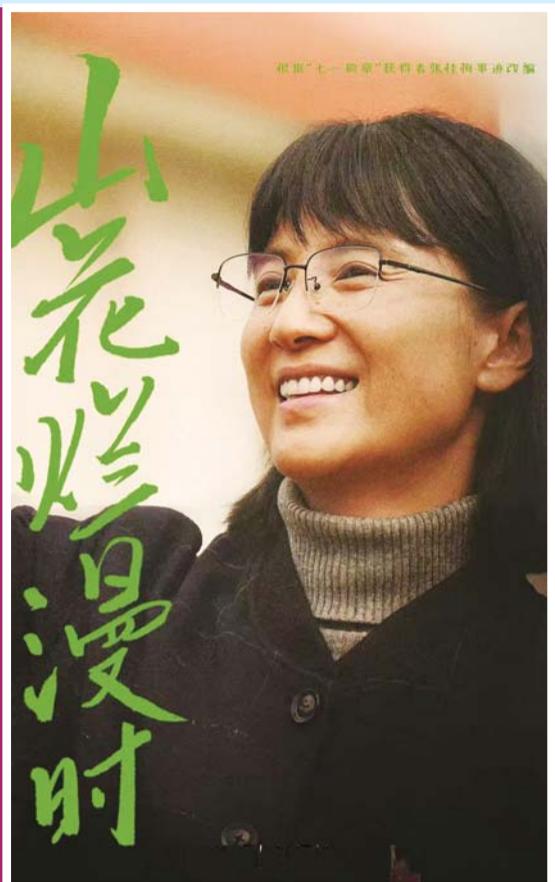
近年来，“国漫崛起”“国潮热”的文化现象持续引发热议，《哪吒之魔童降世》《白蛇：缘起》《新神榜：杨戬》《长安三万里》《哪吒之魔童闹海》《浪浪山小妖怪》等动画电影频频出圈，成为点亮新大众文艺版图的亮眼坐标。彩条屋、追光动画、上海美术电影制片厂等动画公司，积极探索民族文艺风格之路。

首先是兼顾民族性与现代化的美学探索。国产动画立足全球化时代语境，以中国古典神话、民间传说等传统文化为资源，以现代化制作策略重述民族故事。这种兼顾民族性与现代化的美学探索深受广大年轻受众的喜爱，使得中国动画电影成为中国艺术精神与时代精神的极佳转译媒介。

其次是兼顾经济效益与社会效益的商业探索。一方面，国产动画电影市场集中度较高，过亿作品为动画电影市场贡献票房约



近年来，作为新大众文艺重要组成部分的视听艺术佳作频出，如《流浪地球2》《哪吒之魔童闹海》等院线电影，《山海情》《山花烂漫时》等电视剧，《开端》《庆余年第二季》等网络剧，《中国奇谭》等网络动漫，《逃出大英博物馆》《家里家外》等网络微短剧。这些新大众视听艺术作品以数字媒介为依托，全过程深化了新大众文艺在文化自信、文化自主、文化包容、文化创新等维度的审美实践。



## 新大众视听艺术「新」在哪

80%，尤其是2023年的14部过亿作品，为动画电影市场贡献票房约92%。与海外引入上映的动画作品相比，2025年的国产动画电影票房情况同样突破历史新高，全年海外动画电影约占动画电影总票房的6%，而国产动画电影约占动画电影总票房的94%。另一方面，以《哪吒之魔童闹海》为代表的国产动画电影，以兄友弟悌、家国同构等人伦情感和价值理念为链接，广泛引发了大众的情感共鸣。该片斩获创纪录的票房佳绩，足以印证其受众基数之大，大众喜闻乐见程度之高，更彰显出中国动画电影的强劲活力。

## 新媒介

据《中国网络视听发展研究报告(2025)》显示，“截至2024年12月，我国网络视听用户规模达10.91亿人，网民使用率达98.4%。”网络所建构的虚拟环境正在以大规模、全覆盖之势，深度参与大众的娱乐和生活，网络技术也正在重塑中国的文艺形态及大众的审美体验。网络剧、微短剧、网络综艺、短视频等网络视听艺术，致力于对“网感力”的审美创造，从内容到形式展现出磅礴的想象力。譬如，《开端》《不眠日》植入“循环”概念，《永夜星河》《赴山海》融入游戏体验，增强了网络剧的互动性和沉浸感。《长相思第二季》《折腰》架空历史时代，打造虚构性叙事环境，《庆余年第二季》《书卷一梦》延续“穿越”元素，促进了传统与现代的深度融合。《去有风的地方》《我的阿勒泰》深化“影旅融合”路线，以田园生活与诗意影像建构地域文化想象，引领了文旅消费风尚。《中国奇谭》对民间神话、志怪小说进行了跨媒介新编，在水墨、剪纸等传统美术形式中构筑起民族文化想象。《逃出大英博物馆》以“拟人化”手法完成了跨时空叙事，强化了受众的历史记忆与民族情感。这些作品逐渐打破虚拟与现实的

边界，使受众主体沉浸其中并生成审美体验。

微短剧作为新大众文艺的鲜活力量，在延续网络文学爽感叙事的基础上，不断深化精品思维。2025年1月，国家广电总局推出“微短剧+”行动计划，引导微短剧迈向高质量发展阶段。《家里家外》《盛夏芬德拉》等优质微短剧接连涌现，热度不断攀升。以《盛夏芬德拉》为例，该剧以演员细节化的演绎，细腻的镜头美学、适中的叙事节奏及经典的华语音乐表达情感议题，夯实了微短剧的审美品格。早在2024年，我国微短剧市场规模便已超过了电影票房规模，达到了505亿元。其原因在于微短剧融合了新媒介平台加速叙事的特色，满足了受众对于网络文艺“短”“平”“快”的追求。未来，随着精品思维的持续深化，相信微短剧既可以满足人民大众日益增长的精神文化需求，亦能成为我国文化产业与文化出海的关键部分。

## 共情共创

新大众文艺的核心之“新”，落脚于创作主体的革新。新媒介的蓬勃发展不断激活受众的创作欲望与创作潜能，让全民共创的壮阔图景和日常生活审美化的美好理想触手可及。

首先，跨领域创作者成为新大众文艺主体的中坚力量。近年来，随着《哪吒之魔童闹海》等现象级影片的出现，非职业导演群体引人注目。回顾中国电影票房前十的作品，非职业创作者占据半壁江山，如《哪吒之魔童闹海》和《哪吒之魔童降世》的导演饺子大学学的是药学专业，自学了导演、编剧及动画制作技术，通过两部作品收获200多亿元票房；《流浪地球》的导演郭帆，同样未接受过专业性与系统性的电影专业学习，却创作出诸多优秀影片；《战狼2》的导演吴京和《你好，李焕

英》的导演贾玲皆为跨界导演，分别从武打演员与小品演员转向导演创作。这些跨领域创作者接续创作出具有广泛影响力的作品，为中国电影票房贡献了坚实力量。

其次，文化素人成为新大众文艺主体的新力量。立足传播分众化和群像时代，数字媒介的功能性得到了全面释放，艺术创作者素人创作的文艺作品通过新媒体平台的介入得以进入公共文化空间，其文化表达的主体性也随之得以提升。截至2024年12月，短视频连续6年保持网络视听应用细分领域第一的成绩。与此同时，农民、工人、快递员、服务员等文化素人踊跃投身短视频创作热潮。传统文化创作者“李子柒”、田间诗人“沂蒙二姐”、民间书法家“延大海”、保洁画家“王柳云”等文化素人，通过将个人特长或生活特色融入视频创作而成功出圈。以“沂蒙二姐”吕玉霞为例，她本是山东省临沂市蒙阴县的一位普通农民，因将自己的原创诗歌发布到网络而在短时间内涨粉20余万。她以家乡土地为纸，以农耕劳作作为笔，以生活感悟为墨，写下田间芬芳与农人浪漫，成为新大众文艺的生动注脚。“沂蒙二姐”不仅用热爱助力家乡农产品的传播和销售，亦向大众传递了诗意的文化和生活理念，展现了齐鲁农人的精神风貌。

因此，在“以人民为中心”的价值导向与技术赋能文艺生态的语境下，新大众文艺对人民大众日常生活的全景式观照，可谓实现了真正意义上的共情、共生与共创。

(作者为山东省第二、第三批签约艺术评论家，山东师范大学新闻与传媒学院教授、博士生导师)

观文周刊主办：  
山东省文艺评论家协会  
齐鲁晚报·齐鲁壹点