



从“文艺大众化”走向“大众文艺化”

刘旭光



刘旭光在发言中 本报记者 奉吟之 摄

■新大众文艺的流行，我想可能本质上是源自对文化“两创”(创造性转化、创新性发展)的期待。民间向来是创新的沃土，将各种各样的创意、技术大胆地融合使用，或许能为当下文化的创新与开拓开辟出新的路径

新大众文艺用了一个“新”字，我想是因为在90多年前的20世纪30年代中国发生过一场文艺大众化运动。那场文艺大众化运动希望用民族民间文艺，来反对西方文化殖民，反对封建文化残余，致力于构建人民大众可参与、可共享的本土文化体系，从而建设出反帝反封建的民族文艺，这个民族文艺的核心是文化层面的革命、启蒙与现代化。

那么，90多年后的今天兴起的新大众文艺浪潮，我们怎么来定义它？我想大概有这样两个核心特征：其一，新时代以来人民群众喜闻乐见的文化形式，这是其根本属性，凡贴合当下大众的精神文化需求，并且被大众广泛接受的艺术作品，都可以算作新大众文艺；其二，这种大众文艺大多借助现代科技与媒介，让民众全面参与到它的创作、传播、评价的全链条中，打破了传统文艺创作的门槛与边界。凡具备这两项特征的艺术形态，大概都可归入新大众文艺的范畴，所以，我认为关于新大众文艺的一个最简明的定义就是：当下人民大众喜闻乐见的，并借助现代科技与媒介参与到其中的艺术活动。

20世纪30年代的文艺大众化运动，其核心是由鲁迅、左联成员、延安文艺工作者等文化精英主导的自上而下的文化革新，而今天的新大众文艺是民间自发的文艺活动。

新大众文艺之所以可以深入大众生活，正是因其喜闻乐见的特

质与现代媒介的赋能。例如，上百万、上千万的点击量，使其渗透到大众生活的各个方面，这是超乎传统学院派文艺想象的。新大众文艺兴起于民间，这种自发性的的发展路径或许契合了胡适百年前提出的文化演进模式：最初，各种各样的文艺形式起源于民间，手艺人、工匠把这些文艺形式精致化，再由专业艺术工作者介入将其雅化，而后通过国家与社会体制的赋能使其走向高雅化与经典化，最终在僵化后回归民间，完成循环迭代。如果我们追问新大众文艺何去何从，我想大概不会超过胡适给出的这个演进模式。

至于新大众文艺能否真正地“破圈”——打破分野、消除雅俗，触及这个时代核心的精神特质，对此我们认为目前还有待观察。我们看到，有些新大众文艺作品虽然流量大、受众广，但美学成就尚显不足。例如，一些热门动画片依赖的是视觉奇观加网络热梗的路径，一些网络微短剧热衷于“白日梦”式的叙事和代偿式的前期快感，这样的文艺形式要实现时代精神的新表达，尚需文化精英的深度介入，推动其从娱乐化走向真正的艺术化、高雅化。

今天，新大众文艺的流行，我想可能本质上是源自对文化“两创”(创造性转化、创新性发展)的期待。民间向来是创新的沃土，将各种各样的创意、技术大胆地融合使用，或许能为当下文化的创新与开拓开辟出新的路径。与此同时，学院派文艺(包括文学、美术、音乐、戏曲等)纷纷想搭新大众文艺的“便车”，借助其流量扩大经典文化的传播范围。例如，神话故事、关于古代诗人的传记可能读的人并不太多，《哪吒之魔童降世》《长安三万

里》等动画作品，以新大众文艺的形式让经典得以抵达更广泛的受众，从这个意义上来说，新大众文艺也可以成为传播经典文化的一个“通道”，但尚待进一步完善。

这就涉及新大众文艺如何经典化的问题。因为，假如作品仅仅停留在娱乐层面，纯粹的娱乐性难以跨越时间考验；假如仅为一时风潮，就无法满足大众对文化创新的深层期待。尽管新大众文艺为素人打开了“人人都是艺术家”的一个通道，但我们需要进一步思考：是将大众的审美与创作能力提升至艺术高度，还是让艺术降格为单纯的生活度？答案显然是前者。必须看到，新大众文艺固然贴近了大众的文化需求，但更要肩负起提升大众审美的使命。

所以，在我看来，讨论新大众文艺的破壁、融合与抵达时，我们更需要思

考的是，在新大众文艺浪潮下，学院派、体制化艺术平台(如美术馆、博物馆)该何去何从？面对这一挑战，大致有三种姿态可选：一是抵抗，无论它再怎么热闹，我还是我，以传承民族文脉为使命，不为流量所动，专注经典的延续与守护；二是借鉴，借鉴新大众文艺的传播手段与流量逻辑，目的是扩大高雅文化、经典文化的受众范围，实现有效传播；三是深度投身，放下学院派的姿态直接参与到新大众文艺的创作当中去。

在流量为王的当下，第三种状态无疑充满了诱惑，比如说，上海大学文学院的创意写作课，聘请了一些网络作家来授课。这些网络作家只有二十来岁，作品点击量上千万，年收入上千万元，这对于今天的学院体制来说真的是一个莫大诱惑。在这个诱惑下，是不是应当聘请这些网络作家成为学院本科生、研究生的导师，让他们带着学生投身到网文的创作中去，还是继续把学生“押”在图书馆里，让他们细读屈原、庄子，熟背李杜诗歌？让他们像巴尔扎克、托尔斯泰或曹雪芹、鲁迅一样进行严肃地思考与写作，还是按网文的套路进行生产？今天，我们之所以讨论新大众文艺，是因为在巨大的流量面前，在巨大的点击量面前，大家都想对新大众文艺进行某种程度的利用，但“利用”一定带来“反向利用”，新大众文艺因为其喜闻乐见及流量背后的巨大利益，必然会对高雅文艺产生冲击。

为此，文学院、美术学院等学院应当起到“文化堡垒”作用：深入观察新大众文艺的发展，用其传播优势推广经典文化，为新大众文艺的精致化、高雅化提供一种学术支撑与技术指导，

形成一个新大众文艺和学院精英体制之间的对话关系。

我想最终的理想路径是，从“文艺大众化”走向“大众文艺化”。文艺大众化是让文艺为大众的娱乐服务，为大众的交往服务，满足大众对于文化的精神需要。通过普及而让文艺为大众服务，这正是延安文艺路线的一部分，但延安文艺路线的另一部分是——提高。文艺应当教育人民、引导人民、创新新文化，新大众文艺除了文艺大众化，还应当让大众文艺化，也就是通过艺术、审美与文化作品等对民众进行美育赋能，实现全民审美素养的提升、精神风貌的提升。用人民喜闻乐见的艺术形式对人民进行美育。同时，人民本身是在社会的发展进程中不断提升的，人民能够区分大众文艺与高雅文艺，也能够欣赏高雅艺术。在这方面，上海在城市文化新空间建设中的不少实践颇具启发。举个例子，浦东美术馆举办的“缔造现代”展是一个现代艺术展，这个展览是对现代派艺术的起源、发展、高峰、终结做了一个简明扼要的历史梳理，学术性还是挺强的，我去过两次，每次都要排长队。这说明大众对这类为美术馆体制保留的精英文化是能接受的，大众对文化存在多元需求，大众有提升自己的趣味、鉴赏力、认知能力的需求。

因此，我认为一方面我们要不断地提升新大众文艺，使其脱俗入雅，使其精致化、艺术化、审美化、精神化，推动产生新大众文艺的精品杰作；另一方面我们要更有效地传播传统的经典文化，而最终的目的是让大众文艺化，通过美育形式让大众得到提升。

(作者系上海大学文学院院长)

坚守与创新，属于评弹的“新文艺大众化”

高博文



高博文在发言中 本报记者 奉吟之 摄

要比在其他地方的高；上海的电台、报纸多，一早在上海唱红了，很快就能传遍整个长三角，成为家喻户晓的名家。所以当时的上海评弹界形成了名家荟萃、流派纷呈的局面。

此外，评弹在上海的演出形式也发生了很大变化，一是打破了传统茶楼“一天两档”的局限，二是上海的传播媒介为评弹插上了翅膀。评弹的声音通过电波传到千家万户。此外，上海的唱片产业发达，评弹名家的经典唱段被录制成唱片，在市面上广泛流传，进一步提升了评弹的知名度。

进入新时代、网络时代以来，评弹和许多传统戏曲一样遭遇了前所未有的挑战。很多人觉得戏曲就是老年人的艺术，年轻人不喜欢，也看不懂。一开始，我们也抱怨过，觉得时代变了，科技发展了，很多年轻人都去看手机、看电脑了，没人愿意静下心来听评弹了。但后来慢慢想通了，时代的车轮滚滚向前，你只能去顺应时代，而不是让时代迁就你。幸运的是，在这个不断摸索改变的过程中，上海评弹团得到了政府多方面的大力扶持，评弹作为非物质文化遗产也日益受到重视。

在文艺多元化的今天，再也不会有过去那种万人空巷看一出戏的盛况了，每个人都有自己的文化喜好，但评弹作为江南文化的代表性艺术，必须在这个多元的市场里守住自己的一席之地，必须把这门艺术传承下去。

基于这样的想法，我们这些年一直没有停下脚步，围绕“坚守”与“创新”不断进行尝试。一方面，我们守住公共文化服务这块内容，服务好老年观众这个群体。对于很多老年观众来说，评弹是他们刻在骨子里的记忆，他们就喜欢传统的书目、正宗的唱腔，我们不能丢了这个根本。在这一块我们始终坚持传统、坚守正宗，演的都是观众喜闻乐见的经典

书目，比如《珍珠塔》《玉蜻蜓》《三笑》，一字一句、一腔一调都不打折扣。现在，我们每年在长三角地区的演出达到了4500场。

另一方面，作为非物质文化遗产的评弹艺术如何在新时代得到青年人的青睐，得到活态传承？这就需要创新。陈云同志早在20世纪80年代就提出评弹要“就青年”，这里的“就”是迁就的“就”。以前我们总觉得评弹是中国传统文化的瑰宝，年轻人听不懂是他们的问题。我们去大学演出，大学生们很直接地问他们：“你们说评弹高雅，高雅在哪里？我们听不懂，也不了解，为什么要我们花时间去听？”这让我们意识到传统文化不能孤芳自赏，应该主动放下身段，去适应年轻人的审美、走进他们的世界。

很多人觉得评弹就是两个人坐在那里，穿着长衫、旗袍，动也不动地唱。这是对评弹的不了解。评弹艺术是灵动的，一人饰多角，在不同角色中跳进跳出，收放自如；叙事方式也丰富，既能讲故事，又能发表评论，还能穿插一些噱头、笑料。以前很多老一辈的人没读过多少书，他们为人处世的道理有些就是

从评弹里学来的。评弹的书目中有弘扬中华传统美德的内容，有关于人生智慧的启迪，有关待人接物的礼仪，这些都是宝贵的精神财富，我们应该用年轻人能接受的方式让其“活起来”。

这些年，我们一直在做全国巡演。有人会问：你们唱苏州话，外地观众听得懂吗？我总是笑着回答：“听英语音乐剧、法语歌剧的观众，难道每个人都能听懂英语、法语吗？还不是靠字幕、靠演员的表演、靠艺术本身的感染力打动了观众？评弹也一样。”我们出去演出，都会配上字幕，把苏州话的唱词，说白翻译成普通话，观众通过字幕就能理解剧情；但真正打动他们的，是评弹独特的江南韵味。很多外地观众说，听评弹的时候，脑子里浮现的就是江南的园林、小桥流水、乌篷船，还有江南的美食，这种文化意境是共通的。去年我们去北京演出，台下有很多北大学生，他们说：“苏州话确实听不懂，要看字幕，但我们喜欢评弹的范儿，那种江南文化的范儿、海派文化的范儿。”显然，语言可以有障碍，但文化的魅力没有边界。我们还走出了国门，前年和去年去美国巡演，在纽约、洛杉矶的剧场里既有当地

的华人华侨观众，也有不少外国观众，他们通过评弹来感受中国文化。

在演出形式上，我们也做了大胆的突破，打破了“一桌二椅”或“一桌三椅”的固化模式。以前演中篇评弹，有时候是三个人一台戏，两个主要演员负责唱和说，中间还坐着一位演员，哪怕主要演员在台上说唱很长一段时间，中间的演员也只能一动不动地坐着，表情不能太投入，不然就抢戏了；不能东张西望，不然就显得不专业。我想：为什么不能改一改呢？为什么不能让演员在舞台上有更多的调度，让舞台更生动些？当然，不能变成演戏，演戏不是评弹的专长。

我们从《林徽因》《繁花》《战·无硝烟》《千里江山图》这些新剧目开始进行尝试，让演员在舞台上根据剧情适当动起来。虽然还是“一桌二椅”的基础配置，但舞台的层次感和观赏性提升了。我们还打破了传统中篇评弹的“回幕”做法，以前演中篇，每一回书40分钟，结束时总要留个悬念“究竟如何，请听下回分解”，下一回开场用5分钟回顾上一回的内容。现在，我们就完全按照剧情推进安排结构，把悬念贯穿始终，一环扣一环。有苏州的年轻观众看完演出后说：“你们这个评弹太奇怪了，我看其他传统评弹的时候，中间还能走个神，反正下一回会回顾。你们这个连厕所都不敢上，就怕错过了关键剧情。”其实我们完全没有背离评弹的表述方式，还是一人多角，还是说书，还是自弹自唱，只是在这些方面做了改变。这种创新可以说是成功的，保留了评弹的核心特质，也满足了当代观众的审美需求。中国评弹艺术节每三年在苏州举办一次，我们上海评弹团演出的新创新一出来，其他院团就说“只有上海做得出来”。

我们还抓住了IP转化的先机。评弹的优势就是轻便快捷、投入小、见效快。不像戏剧那样要搭班子、做舞美、排练好几个月，评弹拿到一个好的IP，几个演员坐在一起商量、改编剧本，配上唱腔，很快就能搬上舞台。所以，这些年，

我们一直盯着优秀的文学IP抢先进行改编。比如《繁花》小说火了之后，我们马上进行了合作，组织演员改编成评弹，还没等电视剧、电影上映，评弹《繁花》就已经在书场里演出了。另外，根据不同的演出场景，我们还会灵活调整节目长度和形式，比如《千里江山图》，我们既做了适合剧场演出的完整版，也做了适合党课宣讲的浓缩版。

身处网络时代，我们需要积极地拥抱变化。去年，我推出了AI融合评弹的作品《漫歌行——AI叙事音乐会》，与“机械臂歌手”艾莉合作，将评弹与上海40年流行歌曲串联，通过一人与AI的互动演绎故事。今年，还将推出2.0版。评弹演出也通过各个平台直播，我们曾在国家大剧院推出《长生殿》《西厢记》等经典选段合集《人生若只如初见》，吸引了大量年轻购票，网上点击量达2550万。一些青年评弹演员的网络直播流量很高，网络世界不认什么一级演员的头衔，只看内容是否被人喜欢。所以，我们既要守住剧种的根本，也要研究互

联网传播的规律。总之，评弹艺术源自民间，其说唱艺术形式和贴近生活的叙事特质，都符合今天新大众文艺的要素。而新大众文艺的多元需求也在推动评弹在文本、舞台和传播上的不断创新。

只要语言存在，评弹这种艺术方式就有其价值。在新大众文艺化的过程中，我们虽在“破壁、融合”的道路上取得了一些成果，但“抵达”的目标仍在途中。我们希望继续依托上海的文化优势，一方面守住评弹根基，另一方面在IP转化、科技融合、新媒介传播上持续进行探索，让评弹走向更多的大众。

(作者系上海评弹团团长)

特约刊登
上海文艺评论
专项基金

