

时评

文化“新三样”，出海靠“内功”

□王志高

据《人民日报海外版》报道，在近日举行的2025年世界互联网大会乌镇峰会上，文化“新三样”——网文、网剧、网游成为焦点，它们不仅创造了可观的经济效益，更成为中国文化走向世界的新增载体。笔者认为，这股文化出海新浪潮，不仅是数字经济的风口，更是文明对话的桥梁，其背后折射出中国文化创新发展的深层逻辑。

数据显示，2024年中国网络文学海外营收达48.15亿元；微短剧应用海外累计下载量近5500万次；自主研发游戏海外销售收入超185亿美元。据预测，到2027年，这三项出口规模将继续大幅增长。

文化“新三样”的崛起，首先得益于中华优秀传统文化的深厚滋养。从《黑神话：悟空》对神话世界的重构，到《永劫无间》对武术精神的数字化呈现，这些游戏作品的成功证明：传统文化不是尘封的遗产，而是创新的源泉。中国创作者的优势，恰恰在于能够站在五千年文明的肩膀

上，用当代语言重新诠释文化基因。这种诠释不是简单的符号堆砌，而是将哲学思想、美学观念、价值追求融入作品肌理，让全球受众在沉浸式体验中感受中华文明的独特魅力。

值得注意的是，文化“新三样”的海外传播已超越传统文化题材，展现出对现实生活的新深刻观照。由现实题材网络小说《老娘有喜》改编的电视剧《时光正好》在塞尔维亚的热播表明，普通中国人的日

常生活同样具有跨文化的感染力。这揭示了一个重要规律：亲情伦理、奋斗追梦、社会变迁这些主题，能够跨越地理边界，引发全人类共鸣。

技术革新为文化传播插上了翅膀。AIGC技术的应用大幅提升了内容创作效率，数字版权保护为创新保驾护航，智能译制打破了语言壁垒。然而需要清醒认识到，技术只是手段，而非目的。如果过度追求技术炫技而忽视内容深度，作品就会

沦为空洞的视觉奇观。真正的文化精品，应当实现技术与艺术的平衡，让创新技术服务于情感表达和思想传递。

当前，文化“新三样”的发展也面临转型升级的挑战。部分作品还存在同质化、浅表化的问题，盲目跟风模仿的现象尚未完全消除。推动产业高质量发展，必须坚持精品战略。所谓精品，既要有吸引人的“骨骼”，更要有文化的“魂”。

这个“魂”就是作品的精神内核和文化品格。它既体现在对优秀传统文化的创造性转化，也体现在对当代生活的敏锐洞察，更体现在积极向上的价值导向。

健康产业生态的构建同样关键。从政策扶持到人才培养，从创作引导到市场规范，需要形成良性循环。要鼓励创作者沉下心来打磨作品，避免急功近利的短视行为；要完善版权保护，让创新得到应有回报；要搭建国际合作平台，促进文明互鉴。只有这样，文化“新三样”才能保持持续创新的活力。

观察

拒绝AI魔改， 护住孩子的“文化起点”

□张君成

据《法治日报》近日报道，“外国山海经”“AI山海经”等以AI魔改方式重塑经典内容的作品，在中小学生中非常流行，引发社会关注。当经典被改得面目全非，被拼贴成猎奇化、奇观化甚至失真失序的娱乐内容时，我们不禁要问一句：背后的原因是什么？

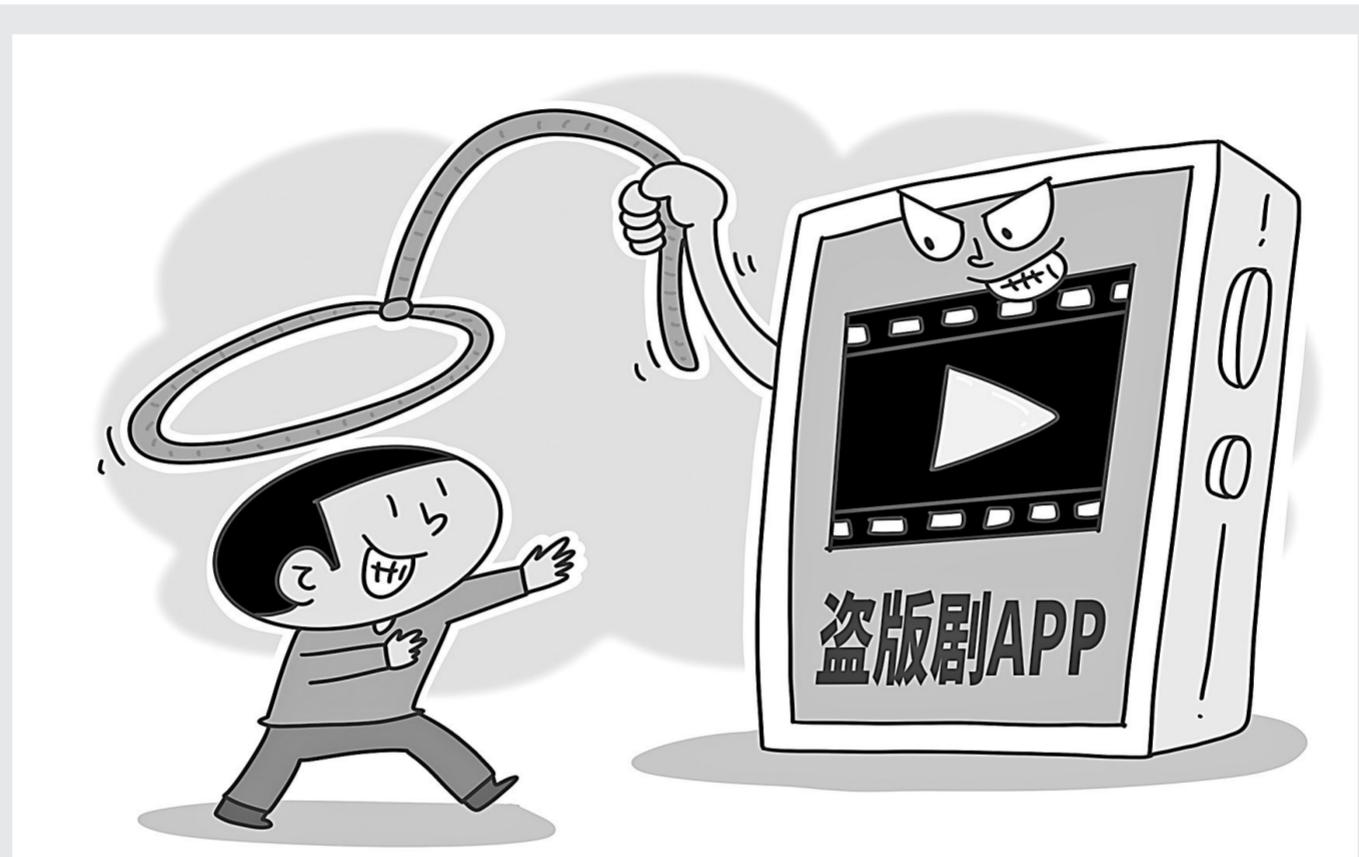
对儿童来说，古代经典是孩子们接触传统文化的重要方式。当AI魔改用所谓“新奇”与“好玩”的方式任意篡改原意，孩子收获的不再是对传统文化的理解，而是对低成本奇观的依赖，长此以往，不仅会损害经典的文化性，更会损害少年儿童的健康成长。

技术无罪，但技术应用必须有伦理底线。对于未成年人而言，这条底线尤须牢牢守住。相关企业与平台必须清醒认识到自身在内容供给侧的责任，守住内容安全的门槛，也是技术向善的第一步。

当然，仅靠禁止不能解决所有问题。越是孩子热衷的内容领域，越不能“只堵不疏”。与其让孩子沉溺在“魔改山海经”中，不如主动为他们提供真正适龄、高质量的文化内容。许多孩子喜欢“神话”“怪兽”“奇幻想象”，这并不是坏事，相反，这是他们构建世界认知的重要窗口。问题在于，孩子的兴趣是否能被引导到健康的方向。

在新时代语境下，传统文化完全能够以更符合现代儿童审美的方式焕发新的生命力。这对相关内容生产传播机构提出了更高要求：能否以更现代化的方式呈现传统文化，能否创作出既遵循原典精神又符合儿童认知特点的新产品，如用动漫化、游戏化、交互化的方式讲述《山海经》中的中华审美与奇观，以激发孩子探索世界的兴趣，避免由AI魔改带来的劣币驱逐良币。

面对AI魔改内容的泛滥，在加强治理的同时，更应看到背后的启示：让技术向善，让企业与平台守门，用形式新颖、内容丰富的文化内容守护未成年人的身心健康，是整个社会的共同责任。



不能任由盗版剧APP“自由演出”

近日有媒体曝光了一批盗版剧APP，这些APP不仅盗用大量剧集资源，更会窃取用户个人隐私信息，有的甚至还植入恶意程序，侵害消费者安全权。11月21日，中国消费者协会提醒广大消费者：盗版剧APP藏风险隐患，切勿因贪“小便宜”而造成“大损失”。

媒体评论认为，盗版剧APP早已不是简单的版权问题，而是融合了数据窃取、网络诈骗、非法控制设备等多种违法行为的复合型黑产。盗版剧APP的泛滥，不仅侵蚀产业根基，更威胁公众权益。唯有构建起“监管有力、平台有责、用户有意识”的立体防护网，才能有力遏制盗版APP的“自由演出”，还网络视听一片清朗的空间。

王聰/视觉中国

作家成网红让文学更亲民

□赵强

这几年来，莫言、余华、刘震云、麦家等知名作家时常在短视频、直播间中亮相，成为深受网民热捧和“追更”的网红，让经典文学、文坛话题不断刷新网友的认知。

据媒体近日报道，莫言穿着“鲁迅同款”毛背心，出现在其发的小红书第一条视频里。短短一天，粉丝就突破50万。他幽默地说了一句“鲁迅穿得比我时髦”，瞬间就引发了48万点赞。

当短视频走进普通百姓的日常生活时，文学创作也不再深居“象牙塔”。数据显示，余华在社交平台的影响力使得《活着》的销量突破了2000万册；莫言入驻小红书后，《蛙》和《丰乳肥臀》的搜索量激增。当然，作家“触网”不只是为了流量和销量，还有对文学边界的开拓。他们创新传播方式，不断贡献新的热梗和

话题，既让经典文学走向了更大的畅销场域，也让文学有了更加鲜活的生命力。

成功拥抱新媒体的作家们也应保持清醒，能够受到年轻网民的热烈欢迎，不是靠频繁出镜带来的网络流量，真正靠的还是作品的质量。同时，对于作家当网红也不能一概而论。有的作家为了沉淀自己、再创作，闭门谢客、远离喧嚣，这不仅是一种个人的选择，也是精品力作诞生的必要条件。

明星出书：流量加持不如实力说话

□周慧虹

演员郭晓东出版散文集《那个地方》，歌手龚琳娜推出成长随笔集《做自己 不忘忘》，歌手邓紫棋推出长篇科幻小说《启示路》，脱口秀演员小佳出版散文集《蜉蝣直上》，明星经纪人杨天真也相继出版《通透》《去遇见》等作品……近年来，多位文艺明星陆续推出新作，在图书出版领域掀起一股热潮。

明星出书，的确更容易热销。许多情况下，粉丝的购买行为未必完全出于对阅读的渴望，而是蕴含着对明星本人的支持与情感联结。以邓紫棋的《启示路》来说，该书上市首日销量即破20万册，销售额突破4000万元。《启示路》恒藏版附有预购期专属的限量收藏编号卡，配置了丰富周边产品，尽管售价不菲，拥趸依然不少。

明星写的书，有些确实写得好。比如演员陈冲所著的自传体散文集《猫鱼》，

高品质的书需要扶持，徒有其名的明星书就该及早将之拒于出版门槛之外。为此，需要出版机构与广大读者一道，共同构建起健康有序的阅读筛选机制。

最近就获得了第四届北京大学王默人一周安仪世界华文文学奖，评委评价其“有力地证明，作为电影艺术家的陈冲，其才华不仅表现在电影空间，也在华文文学创作领域有着醒目的呈现”。陈冲在《猫鱼》中透露，该书能有今天，与《繁花》作者、《上海文学》执行主编金宇澄不无关系。金宇澄不仅欣赏陈冲的文字，向其抛出在《上海文学》写专栏的“橄榄枝”，而且鼓励陈冲，并给她传授可靠、实用的写作技巧，以致陈冲感叹

“这一年多来，老金总是这样……我竟然被他‘逼’出了20多万字，这是开始时万万没想到的”。

不过，如今有些明星出书，完全是另外一回事儿。种种内外部因素裹挟下，他们出书往往仅凭自己的“亮度”，常常深陷于“自嗨式创作”，出版社较少进行内容干涉，这就难保所出版的图书“注水”等情形严重。这种情况下，即便粉丝再怎么热捧，仍不过是在浪费文化资源，也无益于高质量出版与阅读生态的构建。

明星出书，流量加持固然锦上添花，然而说到底，它拼的还应该是实力。毕竟，书是用来读的，要读自然还是应该读那些值得一读的好书。既然如此，高品质的书需要扶持，徒有其名的明星书就该及早将之拒于出版门槛之外。为此，需要出版机构与广大读者一道，共同构建起健康有序的阅读筛选机制。出版机构在明星出书上不能“捡到篮里就是菜”，而是要有所甄别，认真把关。至于广大读者，选书、读书要注重实际内容，仅仅因出书作者是明星就毫不犹豫地为之埋单，未免不够理性，得不偿失。

明星出书，还是需要够强的实力。今后，当越来越多的书并非因作者名气的大小，而是凭文本自身的重量彰显其内在价值，那么，出版业的高质量发展，全民阅读水平的进一步提升，将增添更多的希望。

江边论道

数字媒介下乡之后

□江作苏

相较于家电下乡、农机下乡、汽车下乡等措施，数字媒介下乡对于乡村振兴的作用，有着无可取代的价值，也是整个社会转型能否同步，能否获得传受关系总体提升的关键一环。

走进乡村就会发现，社交媒体、电子商务、直播短视频、多种涉农智能化服务平台，已经将媒介的数字化具身到乡村生活之体，成为激发乡村产生内生动力的有力杠杆。

数字时代的制度供给，使得传统的信息鸿沟弥合有了依托，乡村获得了在同一场景下知晓权利义务及公平观念障碍的条件。人的精神解放带来活力迸射，信息不对称造成的隔绝渐次消除，这种广义的文化赋权，是过去我们运用纸质出版物难以达到的，因此对乡村振兴具有战略意义，凡我同僚皆应尽力推进之。

城乡融合给信息传播业带来的机遇，可以说随着数字媒介的下乡成为巨大现实。认知盈余的城市知识圈，在扩散的实践中往往受到交通、成本、习惯的阻隔，而通过数字媒介，能找到解决知识悬浮的落脚基点，而且是精准化的甚至是一对一的传递途径。我们欣喜地看到，越来越多的数字媒介桥梁，连接起科研院所与农家小院；实验室与大棚、大地的信息密接产生出巨大效益，已不是什么稀奇的事情。

数字媒介下乡的功能，并不是用一个空载的平台就能解决的。充实的内容、便捷的服务、适配的圈层设计，这些都要对应乡村存在的情感、信息与财富的互联需求，以解决发展缓慢及治理环节薄弱问题。要使普惠的数字化红利充分发放，数字媒介服务的重点是“连接”。

鉴于我国社会的城乡二元结构，离土村民成为一个漂泊于城市的特殊群体，他们与乡村的联系，有赖于数字媒介提供的跨越城乡的公共空间，既要延续原有乡村身份认同，又要建立城市新居民的身份建构。分散在不同空间的离土村民，对于故乡与打工地的双重知情权、参与权，只有通过合适的虚拟空间才可能实时保持。这就好像把分散的原生化的村民群体，聚集成为网络公共空间，实现了乡土公共性的重建。

在这个方兴未艾的过程中，数字媒介的主体是跨界生存的，当然有传统媒体走融合之路创造出的地位。就内容创造而言，要改变传统的“我读你看”模式，向着“平等互哺”的方向发展。一些乡村特有的娱乐化、亲身化、主体化叙事，承载着丰富的转型时代文化符号，蕴藏着深刻的伦理迭代因素，想从中发现新闻报道线索，或是出版选题，抑或是碎片式的微视频、微电影、元宇宙题材，乡村都是前沿的、鲜活的采集领地。

乡村是中华传统文化的地理源头，其社会文化价值的重要性，将作为国家民族延续的基因库长期存在。随着数字媒介的下乡，现代潮流元素与乡村文化的融合有了适配的平台，可以产生大量的衍生内容，用以生动地讲好中国故事，一些头部媒介已实现了年产10亿“三农”视频，获赞530亿次。这些硬核的数字说明了什么，不言自明。

来论

短剧演员 亮相金鸡奖红毯的启示

□涓鸣

近日，多位短剧演员集体亮相第38届中国电影金鸡奖红毯，引发了广泛关注。据悉，本届金鸡奖组委会特设“星辰大海”短剧班，以“官方扶持计划”吸纳短剧演员。当短剧演员从小屏幕走向大舞台，他们带来的不仅是闪光灯下的瞩目，更是影视行业对新生态的温暖拥抱。

短剧曾被视为影视圈的“边缘存在”，如今其演员已从容步入主流视野。这一变化的背后，是短剧行业以惊人的速度成长。数据显示，2025年中国微短剧市场规模已突破634亿元，用户规模达6.96亿，覆盖近七成网民。这些数字背后，是短剧不容忽视的文化影响力。金鸡奖此次的开放姿态，既是对新兴市场的及时回应，也是对创作多样性的充分尊重。

值得思考的是，短剧与传统影视之间并非简单的竞争关系，更应是一场双向奔赴。短剧从传统影视中汲取专业养分，传统影视则从短剧的创新中寻找灵感。这种良性互动，可以让整个影视生态更加丰富多彩。当短剧演员走上金鸡奖红毯，也促使影视从业者重新思考：从载体形式到题材内容，当观众的观看习惯和审美趣味已发生深刻变化，影视行业的评价体系又该如何回应？

在这个内容为王的时代，应该讨论的不是哪些演员能够走上红毯，而是谁能为观众带来打动人心的作品。当更多短剧创作者沉下心来打磨作品，当主流影视圈以更开放的姿态接纳新生力量，中国影视业必将在多元融合中绽放鲜活的生命力。