

全媒体时代文艺创作的主体性建构与文化自信

梁东霞

内蒙古广播电视台, 内蒙古自治区 呼和浩特 010030

摘要: 在全媒体时代, 文艺创作与文化自信的关系变得愈发紧密。本文以全媒体传播环境为背景, 探讨了文艺创作的特点、主体性建构原则及其与文化自信的互动关系, 阐述了个性化表达、社会责任感、技术掌控力在创作中的重要性, 并深入探讨了文艺创作如何为文化自信提供内容支撑, 推动创新和审美追求。同时, 还提出了应持续提升文化自信为宗旨的全媒体时代强化文化输出、扩大中华文化全球传播的策略。

关键词: 全媒体时代; 文艺创作; 主体性建构; 文化自信

The Construction of Subjectivity and Cultural Confidence in Literary Creation in the All-Media Era

Liang, Dongxia

Inner Mongolia Radio and Television Station, Hohhot, Inner Mongolia Autonomous Region, 010030, China

Abstract: In the era of all-media, the relationship between literary creation and cultural self-confidence has become increasingly close. Against the background of the all-media communication environment, this paper discusses the characteristics of literary creation, the principle of constructing subjectivity and its interactive relationship with cultural self-confidence, elaborates on the importance of individualized expression, social responsibility, and technological mastery in creative work, and discusses in depth how literary and artistic creation can provide support for cultural self-confidence in terms of content, and promote innovation and the pursuit of aesthetics. At the same time, it also puts forward the strategy of strengthening cultural output and expanding the global dissemination of Chinese culture in the all-media era with the purpose of continuously enhancing cultural confidence.

Keywords: All-media era; Literary creation; Subjectivity construction; Cultural confidence

DOI: 10.62639/sspsstr27.20240106

在全媒体时代, 文艺创作与文化自信的互动成为了社会关注的焦点。随着互联网和数字技术的迅速发展, 媒体传播形式不断丰富, 多元媒介的融合使得文艺创作能够更广泛地覆盖全球受众。据相关数据显示, 截至 2023 年底, 中国互联网用户达到 10.67 亿, 覆盖率达 75.6%, 这为文化传播提供了前所未有的机遇。中华文化是中华民族独特的精神标识, 文艺创作应发挥其独特的文化传递功能, 增强人民对自身文化的认同与自豪感^[1]。因此, 在全媒体背景下, 文艺创作不仅要承载艺术表现的主体性, 还应主动承担提升文化自信的使命, 为实现中华民族伟大复兴提供精神动力。

一、全媒体时代文艺创作的主体性建构原则

(一) 个性化表达: 注重创作主体的独特性
在全媒体时代, 个性化表达成为文艺创作的核心竞争力。面对信息爆炸和大量同质化内容, 只有具备鲜明个性的作品才能脱颖而出。创作者不再只是单纯地跟随潮流, 而是依托独特的视角和个性化的表达, 展示出与众不同的艺术风格。在这种背景下, 创作主体的独特性不仅仅体现在内容层面, 还体现在表达方式、叙事手法和媒介

选择上。换句话说, 创作者不仅要有“千人千面”的独特表达, 还要在自我风格的基础上不断创新, 使作品带有强烈的个人烙印^[2]。这种个性化不仅是创作主体对艺术的自我认知, 也是对多元文化背景下受众差异化需求的回应。

(二) 社会责任感: 创作需回应时代主题与社会关切

全媒体时代的文艺创作, 既要有个人表达的个性化, 也不能忽视社会责任感。文艺作品从来不是“独善其身”的存在, 它肩负着反映社会现实、引领时代精神的重要使命。创作者需要敏锐地把握时代的脉搏, 回应社会热点问题和大众关切, 创作出具有时代感和现实意义的作品。比如, 当全球气候变化、社会公平等问题成为舆论焦点时, 文艺创作也应在这过程中发声, 提供新的思考视角和解决方案。社会责任感不仅让文艺作品更具厚重感, 还能使其在引导公众情绪、传递正能量方面发挥积极作用。因此, 创作主体必须在坚守艺术价值的同时, 也要对时代和社会有清晰的责任意识, 这样才能做到既“自成一派”, 又“立足时代”。

(三) 技术掌控力: 熟练运用数字化工具增强创作表现力

技术掌控力是全媒体时代文艺创作中不可或缺的一项能力。随着数字技术的不断进步, 文艺

(稿件编号: SSTP-24-6-1001)

作者简介: 梁东霞 (1978-01), 女, 汉, 内蒙古丰镇市人, 内蒙古广播电视台主任编辑。

创作不再局限于传统的纸笔或摄像设备, 数字化工具为创作带来了全新的表达方式和手段。对于创作者来说, 掌握这些技术不仅是锦上添花, 更是决定作品能否吸引受众的重要因素。熟练运用数字化工具, 意味着创作主体能够充分利用虚拟现实、人工智能、增强现实等新技术, 拓展艺术表现力, 创造出更加沉浸式和多感官的体验。例如, VR 电影、AI 辅助创作等新形式, 不仅扩大了文艺创作的边界, 也极大增强了作品的互动性和参与感^[3]。只有那些能够灵活运用技术的创作者, 才能在全媒体时代游刃有余, 使文艺作品更具感染力和市场竞争力。

二、文艺创作与文化自信的关系

(一) 文艺创作作为文化自信提供内容支撑

文艺创作是文化自信的重要内容来源, 它以民族历史、文化传统、社会现实的表达为载体, 为文化自信提供坚实的基础。没有深厚的文化内涵, 文化自信就如无根之木, 难以真正扎根于大众心中。文艺作品不仅展示民族精神与价值观, 还传递出一种深层次的文化认同感。比如, 近年来中国影视作品中对于历史题材的重新演绎, 赋予了传统文化新的生命力, 使得观众在欣赏文艺作品的同时, 也重新认识并接纳自己的文化。文艺创作因此成为塑造文化自信的直接表现形式, 用艺术语言讲述文化故事, 深化了民众对自我文化的认同与自豪。

(二) 文化自信促进文艺创作的创新

文化自信反过来激励着文艺创作的创新发展。正如创作需要内在动力, 文化自信也为创作者提供了勇于突破的底气和动力。当一个民族对自身文化充满自信时, 创作者便会敢于在传统的基础上进行大胆的创新与探索。没有了对外来文化的盲从和依赖, 文艺创作者能够更从容地汲取传统文化的精髓, 并将其与现代社会需求相结合, 创作出具有独特风格的作品^[3]。近年来, 像《长安十二时辰》这样以中国传统文化为背景的影视作品成功走红, 便是文化自信催生创新的一个缩影。这种自信促使创作者敢于打破既有框架, 探索更多元、更丰富的表现形式。

(三) 文艺创作作为文化自信的传播途径

文艺创作不仅仅是文化自信的体现者, 也是其传播的有力途径, 文化自信可以利用文艺作品, 潜移默化地影响大众认知。优秀的文艺作品既能传播本土文化, 也能提升国际社会对该文化的认知与认同。全媒体时代, 文艺作品以电影、音乐、网络平台等形式迅速传播, 跨越国界和语言的障碍, 将中国的文化自信传递给世界各地的观众。例如, 中国动画电影《哪吒之魔童降世》不仅在国内大受欢迎, 还获得了海外观众的好评, 进一步展示了中华文化的魅力和自信。

(四) 文化自信反哺文艺创作的审美追求

文化自信不仅支持文艺创作, 还反哺了创作者的审美追求。文化自信的增强使得创作者在艺术审美上更具主动性和自觉性, 他们不再仅仅追

求迎合市场或外界的标准, 而是更加注重体现本民族的文化精髓和美学标准。这种自信反映在作品中, 便是对民族美学的更高追求与坚持。例如, 在绘画、建筑、电影等艺术领域, 越来越多的创作者开始回归中国传统美学, 重视中国古典艺术中的审美哲学和形式语言。文化自信使得文艺创作在审美层面上更具有民族特色和独立性, 也促使创作者在表达自我风格的同时, 注重传递深刻的文化内涵^[4]。

三、全媒体时代文艺创作主体性与文化自信的互动策略

(一) 弘扬优秀传统文化, 增强文化认同感

在全媒体时代, 弘扬优秀传统文化是增强文化认同感的重要途径, 但要做到这一点, 关键在于如何将传统文化的精髓与现代传播方式有机结合, 既传递文化的深厚底蕴, 又能贴合当下受众的审美需求和认知习惯。首先, 传统文化需要从“书斋式”的象牙塔中走出来, 打破单纯依靠文字和经典文本的传播方式。借助现代影视、短视频、直播等多种媒介形式, 可以将传统文化中的故事、精神和美学用更加生动和接地气的方式呈现给大众。例如, 利用短视频平台讲述传统节日的由来、非物质文化遗产的制作过程, 既符合当下快节奏的生活方式, 也能让观众在潜移默化中增强文化认同感。此外, 创作者还应在内容创作上注重细节的考究和真实性, 避免“贩卖文化符号”的表面化创作。例如, 在影视作品中再现历史人物或事件时, 应以严谨的考证和真实的历史细节, 打破浮于表面的“复古风”塑造, 形成真正有厚重感的文化传播。其次, 传统文化的弘扬不仅仅是形式上的展示, 更应与当下的社会价值观和时代精神相结合, 找到传统文化与现代生活的契合点。比如, 在推进环保、社区文化等议题时, 可以融入古代对自然和谐的哲学思想, 让传统文化的智慧成为解决现代问题的灵感源泉, 这样不仅能够增强传统文化的现实意义, 还能提升公众的文化认同感^[5]。再者, 各级政府和机构也应加大政策支持力度, 依托定期举办传统文化主题的展览、讲座、文创比赛等活动, 推动文化的深入普及, 特别是在青少年教育中, 传统文化课程的设置应与现代教育体系有机结合, 培养新一代的文化认同和传承意识。

(二) 创新媒介使用方式, 扩大文化传播影响力

在全媒体时代, 创新媒介使用方式是扩大文化传播影响力的关键所在, 但这一过程不仅仅是简单的技术应用, 更需要对不同媒介特性的深度理解与合理运用。首先, 文艺创作要打破传统媒介的局限, 充分利用虚拟现实(VR)、增强现实(AR)、人工智能(AI)等新兴技术, 将文化内容与沉浸式体验相结合。在这些技术的帮助下, 观众可以“亲身”体验到历史事件的场景或传统艺术的制作过程, 例如, 故宫的虚拟导览和AR体验就是一个成功的案例, 借助科技手段让

观众从被动的观赏者转变为积极的参与者,极大增强了文化的吸引力,使其更具感染力。其次,短视频平台的爆发式增长也为文化传播提供了新的途径,创作者应抓住这一机会,将复杂的文化内容进行精简和二次创作,形成碎片化但不失深度的文化产品。比如,近年来,许多博物馆在抖音、快手等平台中发布一分钟文物故事,或展示背后的历史文化知识,迅速吸引了年轻受众,也成功带动了实体展览的参观热潮。这类短视频内容的关键在于既要保证趣味性,又要保证信息的准确性和文化的厚重感。此外,创作者还应充分利用社交媒体的互动特性,鼓励用户参与到文化传播的过程中来,形成“创作者—受众”的双向互动机制。例如,可以发起文化主题的创意活动、挑战赛等,激发用户的创造力和参与感,形成自发的传播效应。与此同时,文化传播还需注重国际化,特别是在全球化背景下,如何让中华文化“走出去”成为一个重要议题。创作者可以加强与海外平台的合作,制作符合当地文化习惯的多语言版本内容,使文化传播跨越语言与文化的障碍,扩大文化影响力。

(三) 结合时代精神,创作具有国际影响力的作品

结合时代精神创作具有国际影响力的作品,既是对当代文艺创作者的考验,也是推动中华文化走向世界的必然要求。首先,要深刻理解时代精神,文艺创作必须紧扣可持续发展、气候变化、全球健康等当下全球性议题,抓住现代社会的关注焦点,引起国际共鸣。创作者需要在作品中融入这些普世价值,同时体现出中国独特的文化视角与哲学智慧。例如,近年来,中国电影《流浪地球》以人类共同命运这一主题,成功吸引了全球观众,展现了中国对未来的独特理解和技术想象力。因此,建议在未来的文艺创作中,积极寻找传统文化与现代主题的契合点,以全球关切为导向,用现代语言讲述中国故事,这样的作品更易获得国际社会的共鸣与认可。其次,创作具有国际影响力的作品还需要在叙事方式和艺术表达上适应国际受众的审美偏好。具体而言,创作者可以借鉴国际上通用的叙事结构和表达方式,注重人物塑造和情节推进的张力,同时利用文化符号的“软着陆”实现文化的自然输出,而不是过度强调文化的“硬植入”。在这一点上,可以参考日本、韩国等国家的成功经验,他们的影视作品既传递了本国文化特色,又符合国际审美需求,打破了文化壁垒。因此,建议中国的文艺创作者在吸收国际经验的基础上,结合自身文化底蕴,创造出具有全球吸引力的叙事与形象。再者,国际合作也是提升作品影响力的有效途径,与海外创作团队、制作公司、发行平台展开合作,充分利用他们的技术和市场资源,并依托不同文化间的交流来增强作品的国际话语权。

(四) 强化文化输出,推动中华文化的全球传播

强化文化输出,推动中华文化的全球传播,

必须从内容、形式、渠道和策略的多维度入手,打通从本土文化到国际认知的每一个环节。首先,在内容上,要深挖中华文化的精髓,将其转化为能够被全球受众接受的文化产品。传统文化中的哲学思想、历史故事、工艺美术等具有极强的文化辨识度,关键是如何让这些内容在全球语境下展现其普适性和独特价值。例如,儒家思想中的“和而不同”理念可以用来回应当今多元文化共存的挑战,而《孙子兵法》中的策略智慧也可以在商业管理中获得广泛认同。因此,建议创作者深入提炼这些文化内涵,将其与现代生活相结合,形成有吸引力的国际文化符号。其次,在传播形式上,要突破传统的单一化模式,探索多样化、多媒介的文化输出方式。借助电影、动画、音乐、游戏等流行文化形式,将中华文化元素融入其中,利用文化产业的全球化运作,让中国文化产品更自然地融入全球市场。近年来,像中国的传统文化与现代科技结合的文创产品、以中国历史为题材的电子游戏等都取得了较好的国际反响。第三,文化输出还需以精准的渠道为载体实现。全媒体时代,为文化传播提供了更多触及全球受众的途径,创作者和传播者应充分利用流媒体服务、社交媒体、国际展会等国际化平台,将文化内容以多语言、多版本的形式进行全球推广。特别是在社交媒体领域,利用KOL(关键意见领袖)效应和社群文化,能够极大增强文化传播的深度和广度。与此同时,建议国家层面加强文化外交,从政府间合作、文化交流活动、孔子学院等维度推进中华文化的国际影响力建设。

四、结束语

总而言之,在全媒体时代,文艺创作与文化自信的双向互动既是当代文化发展的重要课题,也是推动中华文化全球传播的关键驱动力。创作者不断创新媒介手段,紧扣时代精神,在文化传承与时代需求之间找到平衡点,创造出具有国际影响力的作品。然而,在享受技术进步带来便利的同时,也需要我们反思如何避免内容流于表面,如何在全球化背景下保持文化独特性和深度。未来的文艺创作,不仅要在国内增强文化认同,还要深度融合传统与现代,讲好中国故事,真正实现中华文化的全球化传播与价值认同。

参考文献:

- [1] 段建军. 文艺创作是对话交往的吁请[J]. 甘肃社会科学, 2023, (06): 37-47.
- [2] 范玉刚. 强化批评精神, 增强使命感——关于建构中国形态文艺评论的一点思考[J]. 文艺理论研究, 2023, 43(03): 1-14.
- [3] 陈然兴. 结合、领导权与社会主义文艺创作共同体的建构[J]. 甘肃社会科学, 2022, (06): 33-41.
- [4] 欧阳一菲, 王晖. 新时代中国非虚构文艺共同体美学的建构与传播[J]. 文艺评论, 2022, (04): 45-54.
- [5] 刘帅强, 王爽. 新时代文艺建构国家文化形象的路径探析[J]. 中共济南市委党校学报, 2020, (05): 15-19.