“文化需求与文化产业：青年视角”课后评述

刘锦坤 2022013352

在本次小班讨论课程中，我们主要对当代青年在文化产业中的心态和行为进行了讨论，也对于文化产业中的诸多问题，例如思想性和趣味性的平衡，文化消费主义的冲击，文艺作品的边界等进行了讨论。在课程的最后，针对老师提出的“什么样的产品是优秀的文化产品？怎么样才能产生更多优秀的文化产品？”这一问题，大家并没有给出充分的讨论，在本次课后评述中，我想就这一问题着重阐述。

在课上，我们并没有能够具体的给出文化产品的“优秀”的定义，但是同学们给出了关于各自心目中“优秀”的文化作品的一些剖面描述：“好的作品是可以反映时代特征的”，“好的作品需要含蓄一些，包含内容但是一部分埋藏”，“引起人的共鸣很重要”，“不严肃的语言，但是传达思想”。可以看到，在多元化发展得到肯定的今天，在中国经济高速增长时代长大的我们作为“丰裕一代”[[1]](#footnote-1)各自有着各自对于文化的审美偏好，这也就意味着我们不能再向从前一样，以单一的价值体系对文化产业做出约束，符合价值则为“优秀”。但是文化作为国家的基石，尤其是在中国逐步融入世界，外来文化和本土文化不断冲击交融的情形下，我们有必要建立一套新时代文化发展传播的价值。[[2]](#footnote-2)因此，我们可以从更加宏观的角度考虑，即容许文化产品内容的多样性，从文化产品的精神内涵上分析，予以文化产业一定的价值导向。

首先需要明确的是，并非在传播媒介中大行其道的，在公共视野中频繁出现的就是“优秀”的文化产品。例如短视频平台上一些毫无营养却流量甚高的“热门作品”，被不断炒作以博得眼球吸引消费的“网红文化”。这些频繁暴露在公众视野中的，更像是信息时代浪潮的浮沫，虚有其表而毫无实在，甚至往往将文化中的精粹所遮掩，即是说，在当今时代，流行的文化产品并不就是优秀的文化产品，“优秀”文化不应受于“流行”的限制。

然后我们可以进一步对“优秀”的文化产品作一些剖析。首先要提出的就是“优秀”的文化产品应当具有现实性。春晚的部分“包饺子”氛围的小品，虽然也经过的精心的编排，仔细的设计，但是很难被我们认为是优秀的文化作品，原因就在于其对现实的脱离：家庭矛盾和社会矛盾都不会因为一顿饺子而简单的得到解决，因此这些小品带给观众的更多是强烈的现实割裂感和对官方价值说教的厌恶。这就表明，“优秀”的文化产品，一定是要贴合社会现实的。或能使人对于现实生活产生共鸣，或能予人对于现实生活的抚慰，脱离现实的臆想型文化制造，造不出好的文化产品。

再者，“优秀”的文化产品需要具有思想性，予人以启发或收获，而非聚焦于给人带来短暂的多巴胺分泌。《百年孤独》我们认为是一部好的作品，但是所谓网络爽文（龙王赘婿之流），就不能得到大众的认可。这是因为《百年孤独》中反应着时代的发展中人类的悲悯和人性的变化和不变性，在读后给人现实意义的启发和思考，而网络爽文，即使在阅读时常常给人巨大的快感，但读过之后，只能给人留下多巴胺褪去后的空虚。

总之上文，我们已经提炼出了“优秀”的文化产品在宏观性质上应有的两大性质，“现实性”和“思想性”，同时也指出了“优秀”不等于“流行”这一性质。从这些优秀文化产品的宏观性质出发，再分析产生优秀文化产品的鼓励手段，就有了实在的切入点了。

文化领域创作现有的困境，并非是一个简单的困境，而是多个群体耦合在一起产生的困境。在现实生活中我们看到这样的事实，文化受众在苦于没有好的文化产品，文化创造者苦于优秀的文化产品无人欣赏，传播媒介又只能以流量作为传播导向，最后是优秀的文化作品输出面越来越小，受众被粗制滥造的浮沫淹没，形成文化生产上游端和下游端的双输局面。

要破除这种耦合困境，强化优秀文化产品的生产，首先我们需要对于传播媒介进行更有力的约束，更多的注意力资源应当给到优质的文化产品，而非粗暴的“流量为王”行业规则。然后需要公共的宣传提高大众的文化审美，不能让时代的浮沫盖过时代的真声，不能让劣币驱逐良币的旧例发生在我们的文化领域，在传媒机制得到改善，文化接收端文化审美水平提高后，文化创作者自然坚持优质的文化创作，从而形成文化创造和文化接受的良性循环，自然会有一个风清气正，欣欣向荣的文化领域。

1. 付宇，桂勇，《当丰裕一代遭遇资产社会——解读当代青年的社会心态》 [↑](#footnote-ref-1)
2. 胡惠林，《关于我国文化产业发展战略的思考》 [↑](#footnote-ref-2)