新大众文艺视域下青少年审美教育的话语传播样态与引导路向

廖赢睿，廖勇 *
广西民族师范学院艺术学院，广西 崇左 532200
DOI:10.61369/HASS.2026060057

摘　　要： 新大众文艺的兴起正在改变当代青少年的审美经验的积累途径，但其作为审美教育话语实践维度的功能尚未得到充分关注。本文以审美话语分析为研究视角，聚焦青少年群体在新大众文艺环境中的审美教育问题。系统考察新大众文艺中审美场景的沉浸式重构、审美参与的大众化转向与审美筛选的隐形规则，探究其中审美话语传播的动态机制与现实困境。研究发现，新大众文艺中的审美教育呈现出感官过载导致审美判断力弱化、流量导向引发审美标准相对话、表达商品化导致自我认同异化的三重困境。对此，可采取从单向保护走向双向对话、将新大众文艺案例系统融入美育课程、以创作实践驱动反思性参与、家校社协同构建良性审美环境等引导路径。

关 键 词： 新大众文艺；青少年审美教育；话语传播；审美主体性

The Discourse Dissemination and Guiding Direction of Aesthetic Education for Young People from the Perspective of New Popular Literature and Art

Liao Yingrui, Liao Yong *
College of Arts, Guangxi Minzu Normal University, Chongzuo, Guangxi 532200

Abstract: The rise of new popular literature and art is changing the way contemporary teenagers accumulate aesthetic experience, but its function as a practical dimension of aesthetic education discourse has not received sufficient attention. This article takes aesthetic discourse analysis as the research perspective, focusing on the aesthetic education issues of young people in the new popular literary and artistic environment. Systematically examine the immersive reconstruction of aesthetic scenes, the popularization of aesthetic participation, and the implicit rules of aesthetic screening in new popular literature and art, exploring the dynamic mechanisms and practical dilemmas of aesthetic discourse dissemination. Research has found that aesthetic education in new popular literature presents a triple dilemma of sensory overload leading to weakened aesthetic judgment, flow orientation causing aesthetic standard relativism, and expression commodification leading to self-identity alienation. In this regard, guidance paths can be taken, such as moving from one-way protection to two-way dialogue, integrating new mass art case systems into aesthetic education courses, driving reflective participation through creative practice, and building a positive aesthetic environment through collaboration between families, schools, and communities.

Keywords: new popular literature and art; youth aesthetic education; discourse dissemination; aesthetic subjectivity

引言

“新大众文艺”在2025年首次被写入政府工作报告，标志着这一文艺形态进入国家文化战略视野。新大众文艺依托数字技术与网络平台，以用户生产、专业生产、人工智能生产为主要方式，涵盖短视频、网络文学、互动叙事等多种形式。与传统大众文艺的“精英创作、大众接受”单项模式有所不同。新大众文艺实现了人人都是创作者的什么互换，形成艺术生产与消费双向互动的文化新生态[1]。

这一转型对青少年群体具有特殊意义。我国网民规模约达11.23亿人，青少年占新增网民的49.0%，20至29岁人群对网络视频的使

项目基金：2024年校级科研项目：习近平文化思想视域下边疆民族舞蹈文化认同机制及铸牢中华民族共同体意识构建路径研究。（项目编号：2024ZGBJX082）阶段性成果。
作者简介：廖赢睿（2003.09-），女，江西宜春人，汉族，本科，广西民族师范学院艺术学院，研究方向：舞蹈教育与理论研究。
通讯作者：廖勇（1992.05-），男，广西南宁人，壮族，博士，广西民族师范学院艺术学院，讲师，研究方向：大学生心理健康与舞蹈疗愈，边疆民族舞蹈教育。

 Copyright © This Work is Licensed under A Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

用率高达86%左右[1]。新大众文艺成为青少年审美经验生成的原始场景，使青少年同时成为审美话语的消费者与生产者。然而，当前学校美育仍以经典艺术为核心，对青少年日常接触的数字文化保持一定的距离，导致审美的断层。由此可见，新大众文艺不仅改变了文艺的生产方式，更对青少年审美教育的理念与路径提出了重新审视的必要。

一、新大众文艺中青少年审美教育的话语传播样态

（一）审美场景的沉浸式重构

新大众文艺的首要特质在于其重构了审美所发生的场景。在传统的审美教育中，审美体验往往发生在特定的某个艺术时刻，比如参观美术馆、翻看经典文本以及聆听音乐会等，这些场景划定了审美与日常的边界。然而，新大众文艺通过移动终端实现了审美体验的“日常化嵌入”。例如一名初中生在放学回家的地铁上疏导一条敦煌飞天题材的短视频，短短15秒内的画面、音乐和特效共同营造出沉浸式的视觉体验。这并非传统意义上的艺术欣赏，而是在其审美经验中留下了具体印记。这种转变使审美从仪式变成日常，从有意识的学习变成无意识的浸润。以抖音短视频为例，青少年在浏览过程中并非以审美者自居，但其视觉偏好与情感反应在持续滑动中被悄然塑造[2]。

（二）审美参与的大众化转向

新大众文艺的第二个核心特征是审美参与的民主化。在传统文艺生产中，创作是专业人士的特权，大众的角色是欣赏者或者接受者。而新大众文艺打破了这一界限，使“人人皆可为作者”从理想变为现实。以B站为例，一名15岁的初中生可以将课堂上学到的古诗词改编成说唱视频上传，获得十万播放量。这种创作行为在传统文艺体系中几乎不可想象。对于青少年而言，他们不仅是新大众文艺的消费者，更是积极的参与者与生产者。在B站UP主和抖音创作者中青少年占据了相当比重[3]。这种参与式文化培育了新型的审美主体。青少年在创作过程中获得的不是专业技能，而是对审美话语的使用权和修改权。

（三）审美筛选的隐形规则

新大众文艺的第三个特制关乎审美话语的权力结构。在传统文艺中，审美价值由专业批评家和艺术机构说了算。而在新大众文艺中，这一权力发生了两方面的转移，一方面向大众转移，另一方面向算法转移[2]。比如两名青少年同时打开同一个短视频平台，由于过往观看记录的不同，一人被推送的是非遗手艺类内容，而另一人收到的则是低俗搞笑视频。这种差异并非源于他们的主动选择，而是算法根据历史行为进行的预判推送。当前主流平台的推荐算法以“让人刷得停不下来”为核心目标，倾向于推送那些能引发强烈情绪反应的内容，导致部分创作出现同质化、低质化甚至低俗化倾向。

二、审美教育面临的当下困境

（一）感官过载导致审美判断力弱化

新大众文艺的第一个显著困境是“感官过载”。当代青少年每天刷到上百条短视频，每条虽然只有十几秒，但是信息的推送却不会枯竭。例如一个中学生放学后刷20分钟的抖音，可能浏览近百条内容，每个画面还没来得及回味就已经被覆盖。大脑无法处理这么高密度的审美刺激，就会启动“节能模式”，而放弃需要更加深度加工的复杂审美判断。这解释了为什么简单直白、富有冲击力的内容流量更多，更容易被推送，而需要耐心品味的作品却被边缘化。研究者把这种趋势叫做“浅层化循环”，即碎片化传播导致文艺生态趋于浅层化，不利于审美文化素质的提高[4]。

（二）流量导向引发审美标准相对化

新大众文艺的第二重困境是审美标准的相对化。在传统文艺中，好坏都有一定相对共识的参考框架，但新大众文艺把大众的选择当作合法性来源，标准则是从“好不好”变成了“火不火”。这种转变具有一定的两面性，一方面打破了精英对好艺术的垄断，让民间趣味有了被看见的机会，但另一方面，当流量成为唯一标准时，艺术就被爆款的逻辑所绑架，导致泛娱乐化以及价值观混乱。比如饭圈文化中出现的所谓“白幼瘦”的单一审美、偏执盲目的偶像崇拜等等。对于青少年来说，最大的困惑是难以区分“流行”和“好”。当一个低俗的视频获得百万点赞时，老师如果说这个不好，孩子可以反驳说“几百万人都在看，凭什么你说不好？”，传统美育的权威在流量数据面前显得无力。这就引发了一个矛盾，即既要尊重青少年的审美自主性，又要帮他们建立超越“流行”的标准。

（三）表达商品化导致自我认同异化

新大众文艺的第三重困境则更为根本，即当审美表达与流量变现绑定时，自我还是真实的吗？这在青少年“网红”现象中特别突出。很多青少年在平台上发自拍、vlog而获得关注甚至是经济收益，表达自我与经营人社的界限越来越模糊。平台为用户的自我叙述提供了特定的语境，即什么形象会获得关注，这些隐性规则反过来塑造了用户的表达方式。一个喜欢小众音乐的青少年，发现小众没流量后，可能转而发布更加大众化的内容。他获得的点赞是对他这个人的认可还是对他成功扮演某个角色的认可呢？学者把这一现象叫做“表达商品化”，即当审美表达可以被量化、可以变现时，分享就被纳入了商品生产的逻辑[2]。

三、引导路向的建构策略

（一）从单向保护走向双向对话

引导的策略首先是从单向保护走向双向对话。教育者不是站在审美高地向下启蒙，而是走进学生的审美经验世界，理解他们为什么喜欢某类内容。具体而言，可以采取“审美日志”的形式，要求学生记录一周内接触的新大众文艺内容，并反思“我为

Copyright © This Work is Licensed under A Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

什么点击它”、“它给我带来了什么感受”等等[6]。教师奖学生的真实经验作为课堂讨论素材，引导学生自己发现内容之间的质量差异。这种做法的价值在于帮助学生可以看见自己正在使用的审美判断框架，进而反思其合理性。这种“元审美”能力是审美主体性的核心构成要素。

（二）新大众文艺案例的系统融入

当前学校美育的一个结构性问题是当课堂教授唐诗宋词或古典音乐，而学生课后接触短视频或网络文学，这两个话语体系几乎不交叉。破解这一困局的关键是将新大众文艺案例合法化地纳入美育课程，不是作为反面教材进行批判，而是作为分析对象进行深入了解[7]。例如在讨论叙事结构时，可以分析一部热门网络小说如何在每个章节的结尾处设置“钩子”以保持读着继续读下去的欲望，或是在讨论视觉语言时，可以接解构一条爆款短视频如何在15秒内完成情绪的起承转合。这种做法承认了学生的日常审美经验值得的认真对待，是对青少年审美主体性的尊重。同时通过将分析工具应用于学生熟悉的对象，美育不再是遥远的知识，而成为了可用的方法。

（三）以创作实践驱动反思性参与

新大众文艺的本质特征是参与，青少年既是消费者也是创作者。因此，审美教育的有效路径不是教学生如何欣赏，而是让学生在创作中学习[7]。当学生亲自拍摄以及剪辑一条视频时才会真正理解每个审美决策背后的考量。具体而言，可以设计一些进阶式的任务，从模仿到改编再到创新。这种逐渐递进的方式可以将学生从被动消费者转化为主动生产者，使其意识到审美不是自然的而是建构的。更进一步，创作实践可以与算法素养相结合，比如将作品发布到真实平台，追踪数据并反思什么样的内容更容易获得流量和关注以及获得关注的内容是否一定更好，使学生从被动的算法接收者转变为算法使用者。

（四）家校社构建良性的审美环境

青少年审美经验的生成在学校、家庭以及社交平台等多重空间中完成，需要构建家校社协同的生态系统。在家庭层面，家长应该避免命令式的姿态，而应该进行陪伴式的参与。主动了解孩子喜欢的内容，一起观看讨论，从而建立可交流的话语空间。在学校层面，应该营造审美友好的校园文化生态。可以经常举办一些校园短视频大赛、网络文学创造营等活动，使新大众文艺创作成为校园文化的有机组成部分。在社会层面，需要在政府监管的同时平台保持自律，并且社会也要多多监督。可以制定相关规定，并且强化互联网平台的主体责任，推动新大众文艺的健康发展。同时，文艺评论界应该提供有说服力的分析框架，帮助公众在众声喧哗中建立自己的判断。只有当家庭、学校、社会形成合力，审美教育才能真正从课堂延伸到青少年的日常生活中。

四、新大众文艺审美教育的当代价值

（一）拓展审美教育的话语分析维度

当代青少年的审美经验在很大程度上是由算法推荐和流量逻辑中所生成的，但他们很少会意识到这一过程的存在。他们以为自己是在主动选择内容，实际上的徐泽范围已经被平台规则和推荐系统领先限定了。审美教育可以在此时发挥一定的作用，就是帮助学生们看清这种塑造机制。比如为什么某些类型的内容更容易被推送到主页？点赞量和艺术价值之间的关系是什么？平台的设计目标如何间接影响了他们看到什么、看不到什么？这种认知不是要否定新大众文艺，而是让学生在理解规则的前提下做出一定的判断，从被动的接收者转变为有反思能力的参与者。

（二）培育新时代青少年审美主体性

新大众文艺为青少年提供了前所未有的表达空间，但也带来一定的风险。当点赞数量和粉丝量成为衡量表达价值的核心指标时，青少年容易在追逐外部认可的过程中疏离自身的真实感受。审美教育在这一问题上的价值，不仅仅是提供一套固定的审美标准，而是帮助学生建立反思自身偏好的能力。当学生有能力可以区分是否是自己真正喜欢的还是因为流行而觉得应该喜欢的，以及能够意识到外部因素如何作用于自己的判断的饿时候，他就具备了在数字环境中保持自我认同定力的基本条件、这是在新大众文艺时代下审美教育区别于传统教育的核心贡献[8]。

五、结语

新大众文艺逐渐嵌入青少年的日常生活中，且成为其审美经验生成的主要场域。然而，学校审美教育对此回应相对缓慢，仍以经典艺术为核心话语，导致美育与学生的真实经验之间出现了断裂。本文揭示了这一断裂所带来的困境，并针对这些问题提出了四个方面的引导策略。这些策略的共同指向是帮助青少年在参与新大众文艺的过程中建立反思能力，而不是将他们隔离于这一文化形态之外。只有当青少年能够看清算法的推算逻辑、识破流量的商业动机以及区分自己内心的想法，他们才能在众声喧哗中保持独立的审美判断力。

参考文献

[1]赵思童 . 以新大众文艺助力新时代高校美育实践 [N]. 光明网 -学术频道 , 2026-02-05.

[2]中国互联网络信息中心 . 第55次中国互联网络发展状况统计报告 [R]. 北京 : CNNIC, 2025.

[3]田月川 , 夏晋 . 从“审美鉴赏”到“创意表达” : 数字时代大学美育的范式转型与路径建构 [J]. 教育科学探索 , 2026, 44(02):96-103.

[4]李媛媛 . 大众文化语境中的审美教育 [J]. 攀登 , 2007, (06):163-166.

[5]马艾斯 . 迷失与回归：消费主义语境下青少年主体性价值的审视 [J]. 新生代 , 2024, (03):54-58+79.

[6]罗兰 . 青年网络审美“异化”的文化表征、成因与对策 [J]. 深圳社会科学 , 2025, 8(01):116-123.DOI:10.20183/j.cnki.szshkx.20241217.001.

[7]刘旭光 . 人间有味是清欢——中国人的审美观念 [R]. 华东师范大学第二附属中学讲座 , 2026-04-22.

[8]童建军 , 余兰 . 数智时代青年为承认而“出片”的审美观异化及其引导 [J]. 宁夏社会科学 , 2025, (03):137-145.

 Copyright © This Work is Licensed under A Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.