

当下,这些碎片正在重组成一幅全民共享、大众共创的文化星图

# 从精英叙事到全民共享

——关于新时代美术大众化的几点思考

在全球化、多元化与数字化的浪潮激荡中,中国美术也正经历着一场悄然的深刻变革:从高悬于美术馆的精英艺术,转向融入街头巷尾的全民艺术实践。这种转变不仅体现在题材选择与创作手法上,更映射于艺术传播路径与公众参与方式的革新中。

新时代美术的大众化,既是对“艺术为人民”及“人民性”艺术创作传统的继承,也是对文化消费时代需求的回应,更是一场关于身份认同与审美权力的重构。广东美术正是这一浪潮身体力行的积极践行者。

## 从宏大叙事到“小切口、大主题”

主流美术界在新时代的创作中,呈现出从宏大叙事到“小切口、大主题”的创作转向。以美协、画院为代表的机构,将创作导向聚焦于“时代精神与个体命运的交织”。

广东画院冯少协的“时代人物系列”,通过《钟南山》《医者仁心》《黄旭华》等油画作品,摒弃传统英雄肖像的符号化表达,转而从“眼泪”“眼神”等微观视角切入进行创作。在《黄旭华——想起母亲的牵挂》中,画家刻意隐去核潜艇等外在的符号,用母子相拥时滚烫的泪珠,将“以身许国”的壮烈与“忠孝难全”的隐痛浓缩于一瞬。这种“以小见大”的叙事策略,既规避了主题性创作常见

的说教感,又以人性化表达消解了英雄与大众的疏离感。

在第十四届全国美术作品展获得中国画金奖的作品——来自广东的罗玉鑫的《休戚与共》,描绘了北极场景:北极熊一家在冰雪之上休憩,冰城之下有独角鲸、虎鲸,北极的鲑鱼、鲱鱼在自由穿梭,和谐共生。一个极地的“小场景”的刻画引发对人类前途与未来“大主题”的思考。

从宏大向微观转向的背后,是艺术评价体系的深层变革。也让曾主导美术界的“重大历史题材创作工程”,逐步转向更具传播效力的“情感共鸣机制”。

□卜绍基



图片由AI制作

## 打破空间壁垒的传播创新

当西班牙萨拉曼卡市民为《银蛇飞舞》雕塑惊叹时,阳春农民指着“肥女”大笑:“这不就是我们赶集的样子嘛!”这种“在地化转译”策略,实现了艺术传播从单向输出到双向对话的跨越。

在出海战略中,许鸿飞提出“五步走”路径:走出去(主动参展)、走进去(融入当地)、请出去(受邀展览)、请回去(持续合作)、留下来(IP扎根)。2025年

携龙门农民画登陆西班牙时,他刻意将岭南舞龙画面与萨拉曼卡古城并置,用色彩碰撞替代文化说教。这种“文化混搭”不仅让农民画登上《国家地理》封面,更催生了西班牙艺术家与龙门画家的联合创作项目,形成可持续的交流生态。

线下传播的“下沉”与线上传播的“升维”同样关键。抖音“全民艺术计划”联合中国美协

发起#我画我家#话题,3个月内收获42亿次播放量。河北农民画家@老张画炕头通过直播绘制《疫情下的村口值班室》,将宣纸上的速写与弹幕互动结合,让艺术创作成为一场全民参与的社交事件。这种“创作即传播”的模式,重构了艺术家与受众之间的权力关系——观众不仅仅是观赏者,也可以是共同创作者。

## 美术大众化趋势不可逆转

模式,拒绝传统画室长期课程的束缚和规训。

城市公共空间则成为艺术民主化的试验场。深圳福田区的“声音竹林”装置,通过传感器将行人脚步声转化为竹叶摩挲声效;成都太古里的《像素熊猫》用3万块乐高积木搭建,市民可随时替换模块改变造型。这类作品模糊了创作者与使用者的界限,正如当代艺术中常提到的理念:“观众即艺术,空间即观

众”。在广州塱头村,许鸿飞将废弃祠堂改造为“肥女雕塑馆”,村民从“看不懂”到自发担任讲解员,这种转变证明:当艺术真正“长”在土地上时,大众化便不再是自上而下的教化,而是自内而外的文化觉醒。

当下,新时代的美术大众化的趋势已然不可逆转。艺术也不再是精英与大众的二元对立,而是在数字技术、市场机制与文化政策的合力下,形成的多元共

生生态。当农民画登上著名美术馆、退休阿姨的山水画收获百万点赞、地铁站台成为流动美术馆,我们看到的不仅是一场审美革命,更是一个个文明体通过艺术重构自我认知的时代进程。正如德国学者瓦尔特·本雅明所言:“机械复制时代摧毁了艺术的光晕,却让更多人得以触摸美的碎片。”当下,这些碎片正在重组为一幅全民共享、大众共创的文化星图。

真正要写好文章,还得让他尝到阅读的“甜味”

## 和孩子一起领悟阅读与写作

如何让孩子“学写作”,一直是一个难题。当我读到闫晗新书《跟着名家学写作》中的“跟着名家学写作”一章时,感觉找到了对症良药。文中通过对朱自清、三毛等作家对父母亲的描写,总结出:即便是写最熟悉的人,也要“在日常生活中观察到那些闪光的细节,在头脑中加以编辑,真诚平实地表达出来,普通人写出的东西,也会有一种动人的力量”。

“解渴”只能救得一时着急,真正要写好文章,还得让他尝到阅读的“甜味”。在书中,作者灵活运用了大量名著、电影、电视剧及自己作品中的实例来支撑每一个论点。材料选择得既恰到好处,又举重若轻,如同老友在秋天的午后邀你品茶聊天,细腻温婉,让人欲罢不能。此等“神功”,唯有靠经年累月的阅读积累才能练成。

拿到《跟着名家学写作》这本书后,将它推荐给了儿子。没过几天,儿子拿着书问我:“天龙

八部”里的“莽牯朱蛤”是啥?又让我给他讲一讲温酒斩华雄的故事。我于是找出《天龙八部》和《三国演义》里的相应篇章,爷俩边读边聊。后来,这居然成为我俩晚饭后的固定环节。看他认真听讲的样子,仿佛看到了三十年前语文课上的自己。

尽管现在人工智能方兴未艾,能生成诸多不同风格的“作品”,给工作和生活带来诸多便利,其文字却往往飘散出一股“勾兑”的味道。要真正写好文

章,还是要像书中所说,“像北冥神功一样吸收能量”“像福尔摩斯一样观察”“像演员一样体验生活”等等,这样写出的文章才能源自天然,醇香醉人,写作才能不是枯燥的脑力劳动,而是畅快的心灵交流。

## 彩票开奖公告栏

### 排列3排列5 第25141期

排列3	4	7	5
排列5	4	7	5
中奖情况			
全国销量(元)	本省销量(元)	全国总奖注数(元)	本省总奖注数(元)
21490	1099	1040	
排 直选	组选3	44029278	2220054
3 组选6		65504	3165
排5	21110480	121	100000

19120156.00元奖金滚入下期排列3奖池。  
137798738.00元奖金滚入下期排列5奖池。  
本期兑奖截止日为2025年7月30日,逾期作弃奖处理。

### 3D 第2025141期

中奖号码	2	0	2
奖等	中奖注数	单注奖金(元)	
单选	684	1040	
组选3	763	346	
组选6	0	173	
1D	223	10	
2D	22	104	
通选1	1	470	
通选2	7	21	
包选三全中	0	693	
包选三组中	2	173	
包选六全中	0	606	
包选六组中	0	86	
和数4	107	69	

本期销售额:4184434元;本期中奖总额:98822元;  
奖金总额:12679047元。  
兑奖期限:自开奖之日起60个自然日内,逾期未兑奖视为  
弃奖,弃奖奖金纳入彩票公益金。

开奖时间:2025年5月31日

### 快乐8 第2025141期

本期全国投注总额:120968606元 广东省投注额:11656942元(未计深圳市)

137798738.00元奖金滚入下期快乐8奖池。  
本期兑奖截止日为2025年7月30日,逾期作弃奖处理。

### 超级大乐透 第25060期

前区号码						后区号码			
34 12 19 33 14						01 07			
本期中奖情况						单注奖金(元)			
67	16	13	40	12	28	59	21	09	43
48	29	15	68	45	20	34	14	39	11
奖等	每注金额(元)		奖等	每注金额(元)					
选十中十	0		选七中七	10000					
选十中九	8000		选七中六	288					
选十中八	800		选七中五	28					
选十中七	80		选七中四	4					
选十中六	5		选七金不中	2					
选十中五	3		选六中六	3000					
选十全不中	2		选六中五	30					
选九中九	300000		选六中四	10					
选九中八	2000		选六中三	3					
选九中七	200		选五中五	1000					
选九中六	20		选五中四	21					
选九中五	5		选五中三	3					
选九中四	3		选四中四	100					
选九全不中	2		选四中三	5					
选八中八	50000		选三四中二	3					
选八中七	800		选三中三	53					
选八中六	88		选三中二	3					
选八中五	10		选二中二	19					
选八中四	3		选一中一	4.6					
合计									111688149

本期销售额:13610596元,非兑售额:107258010元;  
奖金总额:1279047元。  
下期兑奖池累计金额:35865646.2元,下期共用兑池累计金额:0元。  
本期兑奖截止日为2025年7月30日,逾期作弃奖处理。

上门广告服务代理:锦洪广告 电话:020-8756 6523,136 2224 4208

广东省体育彩票中心 广东省福利彩票发行中心 授权发布

## 洞见

□刘诗宇

## 作家去哪里了?

### 1.“消失的作家”

近来网上流传一个提问:“为什么郭帆、冯骥、饺子都不是科班出身,但他们却能创作出最受欢迎的作品?”当《流浪地球》《黑神话:悟空》《哪吒之魔童闹海》成为21世纪20年代的文艺“三叉戟”,成为人们讨论文艺的“口头禅”时,我想的是另一个问题——假如这三部作品背后那些擅长经营故事的人们都再早生20年,工作于没有特效电影、没有3A游戏的年代,他们会去做什么?

导演、游戏制作人大概是做不成了,漫画家的路也不好走,因为国漫直至21世纪10年代才算形成产业链。喜欢用故事和形象的方式让想象力肆意驰骋,再为其套上一种大家都理解的媒介外壳,给别人带来愉悦,给自己带来名声、金钱,而最重要的可能还是享受到一种“创造”的快乐——想来想去,大概没有比作家更合适的行业了。可惜他们都选择到其他行业施展才华,用图像、声音、虚拟引擎讲故事了,这就是“消失的作家”的意思。

对于观众或玩家来说,故事通过何种媒介呈现也许不重要,但对我而言,这种文学现场的观察者、参与者来说,难免自作多情、扼腕叹息:倘若这些人才都在文学界,该是多么让人热血沸腾的事。从这个角度看,近三十年人们