

数智时代的感知危机与人工智能文本生产

朱媛媛

新疆师范大学中国语言文学学院, 新疆 乌鲁木齐

收稿日期: 2026年9月12日; 录用日期: 2026年10月3日; 发布日期: 2026年10月15日

摘要

随着数字媒介与生成式人工智能技术的迅速发展, 信息生产与传播的速度不断加快, 文学文本的生产方式也发生了深刻变化。信息数量的持续增长是否意味着人的思想、审美经验与精神生活同步丰富, 以及人工智能生成文本的不断扩张是否意味着文学创造能力的提升, 成为数字时代文学研究需要重新面对的问题。文章以韩炳哲《在群中》关于“信息增加并不等于思想增加”以及数字媒介改变人的感知方式的相关论述为理论切入点, 结合本雅明关于现代技术媒介与人的感性认识方式变化的思考, 以及朱光潜关于审美感知、审美距离与艺术创造的相关论述, 考察数字媒介环境下人的审美感知变化及其与AI文学生成之间的内在关联。首先, 分析数字媒介的信息增殖、算法推荐与碎片化传播如何改变人的注意力结构和审美接受方式, 使审美活动逐渐趋向即时化、快速化与类型化, 并指出信息的丰富并不必然带来审美经验的丰富。其次, 以《天命使徒》和《机忆之地》为案例, 分析生成式人工智能从信息调用、语言重组到规模化文本生产的基本路径, 区分AI生成文本在形式层面的新颖性与经验、思想层面的创新, 指出文本数量的增长和文本形式的变化并不必然意味着新的文学经验与思想的产生。最后, 从“生产文本”与“创造经验”的区分出发, 重新思考人工智能时代文学创造的意义, 认为文学的价值并不主要体现为知识和文本数量的增加, 而在于通过新的审美经验改变人的感知方式, 使读者突破既有的信息与意义结构, 并由此实现对自我与世界的重新认识。由此, AI时代文学研究的关键问题不应仅仅是人工智能“能否写出文学”, 而应进一步追问其生成的文本能否创造新的经验以及文学何以在无限文本生产的时代保持其不可替代性。

关键词

数字媒介, 审美感知, 人工智能文学

Perceptual Crisis and AI Text Production in the Era of Digital Intelligence

Yuanyuan Zhu

School of Chinese Language and Literature, Xinjiang Normal University, Urumqi Xinjiang

Received: September 12, 2026; accepted: October 3, 2026; published: October 15, 2026

文章引用: 朱媛媛. 数智时代的感知危机与人工智能文本生产[J]. 新闻传播科学, 2026, 14(10): 103-110.
DOI: 10.12677/jc.2026.1410266

Abstract

With the rapid development of digital media and generative artificial intelligence technology, the speed of information production and dissemination is accelerating, and the production mode of literary texts has also undergone profound changes. Whether the continuous increase in the quantity of information means that people's thoughts, aesthetic experience, and spiritual life are synchronously enriched, and whether the continuous expansion of text generated by artificial intelligence means that the improvement of literary creativity has become a problem that literary research needs to face again in the digital age. This paper uses Byung-Chul Han's discussions in "In the Swarm" of the claim "increase of information is not equal to increase of thoughts" and how digital media change people's perception mode as a theoretical starting point, combined with Benjamin's thinking on the changes of modern technology media and people's perceptual knowledge mode, and Zhu Guangqian's related discussion on aesthetic perception, aesthetic distance and artistic creation, to investigate the changes of people's aesthetic perception in the digital media environment and its internal relationship with the generation of AI literature. Firstly, this paper analyzes how the information proliferation, algorithmic recommendation, and fragmented communication of digital media change people's attention structure and aesthetic acceptance mode, so that aesthetic activities gradually tend to be instant, rapid, and type-based, and points out that rich information does not necessarily bring rich aesthetic experience. Secondly, taking Apostle of Destiny and Land of Machine Memory as cases, this paper analyzes the basic path of generative artificial intelligence from information retrieval and language reorganization to large-scale text production, distinguishes the formal novelty of AI-generated texts from the innovation of experience and thought, and points out that the increase of text quantity and the change of text form do not necessarily mean the generation of new literary experience and thought. Finally, starting from the distinction between "producing text" and "creating experience", this paper reconsiders the significance of literary creation in the era of artificial intelligence, and holds that the value of literature is not mainly reflected in the increase of knowledge and text, but in changing people's perception mode through new aesthetic experience, so that readers can break through the existing information and meaning structure, and thus realize a new understanding of themselves and the world. Therefore, the key issue of literature research in the AI era should not only be whether artificial intelligence can write literature, but also whether the text generated by it can create new experiences and why literature can maintain its irreplaceability in the era of infinite text production.

Keywords

Digital Media, Aesthetic Perception, Artificial Intelligence Literature

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

随着数字媒介与生成式人工智能技术的迅速发展,信息生产、传播与接受的方式发生了深刻变化。短视频、算法推荐以及生成式人工智能在不断扩大信息供给的同时,也逐渐改变着人们的注意力结构和感知方式。

正如本雅明所指出的,人的感性认识方式会随着整个生活方式的改变而发生变化;韩炳哲则进一步指出,数字媒介所造成的信息增殖并不必然带来思想的增长,信息的快速流动反而可能使人的感知趋向

即时化、碎片化和表层化。在这一背景下，文学作为一种依赖持续注意、情感投入和审美感知的艺术形式，正面临新的问题：当人们越来越习惯于通过算法快速获取和消费信息，人与文学作品之间建立深层审美经验的可能性是否正在减弱？与此同时，生成式人工智能已经能够通过既有语言、知识与文学经验的调用和重组，快速生成具有完整结构和文学形式的文本。《天命使徒》《机忆之地》等作品的出现更使“机器能否进行文学创作”从理论问题逐渐成为现实问题。

然而，文本数量的增长与文本形式的创新是否必然意味着新的思想和文学经验的产生，仍值得深入思考。基于此，本文以韩炳哲关于“信息增加并不等于思想增加”以及数字媒介改变人的感知方式的相关论述为理论切入点，结合本雅明关于感性认识、朱光潜关于审美经验与艺术创造的相关论述，首先考察数字媒介的信息增殖对人的审美感知产生的影响，继而以《天命使徒》和《机忆之地》为案例分析 AI 文本生成的信息重组与经验重复问题，并在此基础上区分“文本生产”与“经验创造”，重新思考人工智能时代文学创造的意义。本文认为，文学的价值并不主要在于提供更多信息或生产更多文本，而在于创造新的审美经验，更新人的感知方式，使人突破既有的信息和意义结构，并由此实现对自我与世界的重新认识。

2. 数字媒介如何改变人们观看作品的方式

本雅明在《机械复制时代的艺术作品》中提到“人类的感性认识方式是随着人类群体的整个生活方式的改变而改变的[1]。”在当今数智发达的时代，人们已经于潜移默化中习惯了碎片化、快速切换的接收方式。阅读喜好已不再是秘密，AI 可以根据人们的点击量与搜索量为其推送大量所喜爱的视频、文章、小说等等，以往那种沉浸式、连贯性的审美体验日趋稀薄，完整感知一件作品的时间与心理成本显著增加。

2.1. 数字媒介中的审美经验变迁

米歇尔·布托尔曾在一次采访中提到：我们正在经历一场精神危机，我们出版物的数量大量增加，可是我们在精神层面上却保持停滞的状态，究其原因，是交流的危机。接受主义者认为读者与作品之间存在动态的交流，作品意义在于两者之间。数智的高度发展，正在逐渐改变人们的感性认知方式，使得读者与作品的交流变得日趋困难。

数字媒介的发展不仅改变了信息传播的方式，也正在改变人的感性认识和审美经验。在短视频、算法推荐和网络平台高度普及的今天，人们越来越习惯于快速、碎片化的信息接受方式，作品往往需要在极短时间内吸引注意力，“刷到－观看－判断－划走”逐渐成为常见的文化接受模式。这种方式虽然提高了信息获取的效率，却可能削弱人持续注意、深入阅读和完整感知作品的能力。

算法依据用户既有的兴趣不断推送相似内容，具有“同质化”现象，使人看似拥有更加丰富的选择，实际上却容易被固定在熟悉的类型和审美模式之中。网络文学中题材、人物和情节的高度分类化，使读者容易在相似作品之间循环阅读。信息不断增加，审美经验却可能趋于重复和同质化。这种变化与文学审美所要求的感知方式存在一定张力。朱光潜认为，审美需要主体暂时摆脱现实生活中的实用态度，与对象保持适当距离，并通过注意、想象和情感投射进入美感世界。文学阅读因此并不是单纯的信息获取，而是一个需要时间、注意力和情感参与的经验过程。

因此，数字媒介真正值得关注的问题并非信息过多，而是信息接受与经验生成之间可能出现的断裂。信息增加不等于思想增加，作品数量增加也不等于审美经验增加。这一问题也为下文讨论 AI 文本生成提供了前提：当人工智能能够进一步将海量信息转化为可以无限生产的文学文本时，我们需要追问的便不仅是“AI 能否写作”，更是文本的无限增加是否能够真正带来文学经验的增加。

2.2. 数字媒介中的“审美距离”困境

德国哲学家韩炳哲指出，数字媒介正在改变人的社会存在方式。他认为，数字媒介改变了人与他者的距离、群体的形成方式、公共空间的结构，最终甚至改变了政治行动和权力运作的方式。同时，数字媒介消除了人与人之间的“距离感”，从而导致人们的语言和文化变得浅薄而粗俗。互联网的发展并没有实现理想中的人与人的靠近，恰恰相反的是，空间距离的削弱带来的是精神距离的消融[2]。数字时代的一个基本信念是：信息越充分，人就越理性。只要人们拥有足够多的信息，就可以作出更好的判断。对此，韩炳哲提出驳斥，他认为“信息越多未必就会做出越好的决定[2]。”消费主义下消息的快速流动只会让人们感知能力变得麻木。

现在，人们自认为可以了解整个世界的全貌，具备自由的选择权，但其实无时无刻不被消费主义的算法所包围，永远无法了解这个世界的全部。所有的信息推送，都是为人们精心计算好的。例如，当下众多的网络小说平台，几乎都对小说类别进行了详细划分，除了宽泛的男频、女频，甚至对于主题、情节、主角属性等都进行了划分，帮助读者快速找到心仪小说。当人们有了一定的阅读量后，平台主页会优先推荐同种类小说，因此大部分读者都只是在小范围内反复阅读同类型小说。重复的文章在无形中成为一种信息倦怠。

同时，短视频与 AI 小说、AI 短剧带给人们快感的冲击大幅度降低了人们对一个艺术作品欣赏的耐心，相较于几秒钟的短视频与快节奏的短剧，读一本书、看一部完整的电影需要花费的时间是几倍甚至十几倍的。同时，短视频与 AI 产物存在大量雷同情节，看似人们接收了很多信息，但其实一直都在重复相似的审美经验。美感的世界纯粹是意象世界，超乎利害关系而独立，在创造或是欣赏艺术时，人都是从利害关系的实用世界搬家到绝无利害关系的理想世界里去[3]。当人们在观看霸总甜宠小说时，不免会幻想自己处于那种生活情景，作品所提供的情感满足往往容易与现实欲望直接连接。将现实生活的种种不满足企图在小说中得以实现，在一种虚假的实现中，读者并非通过作品获得对某种复杂人生经验的重新理解，而更多是在既定的情感模板中寻找自我代入和欲望补偿。

因此，单纯依靠更多的信息和交流并不能使人获得真正的自由，因为审美不是信息接受。精神距离的削弱反而使更多的人分析能力不断下降，无法集中注意力并且普遍焦虑。因此，数字媒介虽然推动了社会经济的快速发展，但它使人们无时无刻不在接收信息，造成人们的感知能力变弱。如今，很多人很难真正沉下心来静静地读一本书、欣赏一件艺术品。

2.3. 信息接受何以不同于审美体验

当人们的文化生活被算法所操控、阅读逐渐碎片化，其审美判断降格为“刷到-划走”的快速打标签行为。这一过程看似提升了主体的选择效率，实则深层消解了主体与对象建立深度情感联结的可能[4]。

感知能力是人们感受作品美的生理基础，知觉是反应动作的预备[5]。当人们感知事物时，还需摆脱实用的态度，将注意力全然集中于事物本身，以适当的距离去观照；一旦进入美感的世界，便会不自觉地投射情感，最终达到物我两忘的境界。因此，人对事物的感知能力是感受美的基础；人若缺乏感知能力，便很难真正获得美，人类也就无法实现真正的进步。正如 18 世纪人文主义者塞缪尔·约翰逊在《弥尔顿生平》(1779)中写道：事实上，有关自然界的知识以及这类知识所需要的或所包括的科学并不是人们头脑中频繁思考的事物……我们永远是道德主义者，而成为几何学家仅仅是出于偶然[6]。朱光潜也认为，情感比理智更重要，要洗刷人心，并非几句道德家言了事。人之所以异于其他动物就是于饮食男女之外，还有更高尚的企求，美就是其中之一[3]。信息倦怠正在使人变得更加麻木。要增强人的感知能力，也就

是提升人的感性力量，所需要的并非无穷重复的信息，而是那些真正不同于“习以为常”之物的东西；就文学而言，我们所需要的正是那些未曾接触过的人生经验。

为什么文学作品不同于百科全书？因为文学的意义并不等同于它所包含的知识。例如《红楼梦》，其中当然包含大量关于封建社会、家族制度、婚姻制度的信息，但如果我们将《红楼梦》仅仅理解成“关于封建社会的知识”，那么它就可以被一篇优秀的历史论文替代。事实上，任何一篇关于社会知识的总结都无法达到文学作品的魅力。原因在于，我们每读一部作品，就进入它的美感世界，让人以一种新的方式经历某种人生。在文学的世界里，我们不仅知道什么是爱恨情仇，更能身临其境地去感受它们究竟是什么样子。因此，知识增加，并不意味着经验增加；信息增加，也不意味着感知增加。

3. 从信息重组到经验重复：AI 文本生成的创新困境

生成式人工智能依托海量语料和大语言模型，能够快速调用既有知识、语言和文学经验，并通过重新组合生成新的文本。文本生产效率的提升，使“AI 能否写作”逐渐从技术问题变成文学问题，即文本形式的新颖，是否意味着思想与经验的创新？信息的重新组合，是否能够真正产生新的文学经验？本部分以《天命使徒》和《机忆之地》为主要案例，考察 AI 文本生成的具体方式，在承认其文本生产能力的基础上，进一步分析文本创新与经验创新之间的差异，并由此追问：当 AI 可以不断生成新的文本时，是否也真正创造了新的文学经验。

3.1. AI 文本生产能力的形成

随着 AI 技术的进步，不少研究者认为 AI 技术可以使“人人皆可创作”的愿景达成，并以此为目的不断进行实践。朱光潜在《谈美》中写道：“要想学一门艺术，就要先学会它特殊的筋的技巧，起初都要先模仿，诗文都要有情感和思想，情感都见于筋肉的活动，思想离不开语言，语言离不开喉舌的动作[3]。”可见，模仿是有学习的规律和路径的。但模仿只是学习的起点，而艺术最终要进入创造。AI 和人类作家在学习写作时，都是以模仿开始，不同点在于真正的作家最终在既有经验基础上形成新的感知、新的组织方式和新的精神经验，而 AI 始终无法突破这一步。

2024 年，由华东师范大学王峰教授团队创作并发布的一部人工智能长篇小说《天命使徒》，采用“国内大语言模型 + 提示词工程 + 人工后期润色”的方式完成，团队用时一个半月便用 AI 生成这部字数超过 110 万字的长篇小说，而这种篇幅的小说传统作家则需要一年的时间。2023 年 10 月，清华大学新闻与传播学院沈阳教授团队采用生成式人工智能创作的小说《机忆之地》匿名参加了江苏省青年科普科幻作品大赛，获得了二等奖。从众多科研团队的实践来看，AI 确实已经能够完成过去被认为属于作家的文本生产工作，能够根据已有的大量语言、知识和文学文本建立复杂的语言生成能力，可以快速生成结构完整、语言流畅甚至具有文学风格的作品。那这是否代表 AI 可以进行文学创作了呢？

3.2. AI 文学的创新困境

很显然，AI 可以生成新的文本形式，但文本的新颖性并不必然等于经验和思想的新颖性。AI 生成文本的底层逻辑仍然是旧经验的综合，它可以生成不同的语言表达，但背后的意义结构可能高度重复。以《天命使徒》为例，在情节上仍接近传统玄幻小说，大致为传统少年成长、秘境探险、身世揭密、力量觉醒、面对终极使命、超越宿命。读者阅读作品，并不是简单地阅读重复的故事情节，而且通过文学去经历不同作者笔下的经验，在主客体的交流中去获得精神上的升华。

韩炳哲认为，“将写作本身透明化的要求无异于在要求消灭写作。写作是一种排他性的行为，而集体的、透明化的写作只能是堆叠。它无力生成卓尔不群、独一无二的内容。透明的写作只能是像做加法

一样，将信息集合在一起[2]。”以《机忆之地》的创作过程为例，团队与 AI 进行了 66 轮的深度对话。在起初的内容框架中，团队的生成提示词为“写一篇短篇科幻小说，涉及元宇宙、人形机器人、AI，能给出你现有语料中从未出现的极具创新性，让人看到前三句就惊讶”并按照逻辑续写剩下内容，然后在细节的调整中，团队不断自主调整剧情走向，并要求 AI 让文段更加具有个性和冲击力。从第 34 次开始，生成提示词加入了“卡夫卡”风格，文段开始出现与卡夫卡相关的描述如“沉默和忧郁”、“时间的荒原”、“寻找”等。最终，这部 AI 小说又成为了卡夫卡的影子。

3.3. AI 文本生产的同质化问题

纵然，随着技术的成熟，AI 可以辅助人们成为文学史上任何一位作家，在技术成果上，人们或许可以认为技术帮助其更加高效地生成满意的文本，但在精神层面上，却让人们愈发远离文学本身。

通过《天使命徒》与《天使命徒》的生成路径，我们可以发现其从套路上讲还是大量模仿网络小说的创作路径。《天使命徒》的男主人公还是没有脱离男频爽文的成长方式，《天使命徒》的语言风格还是套用卡夫卡风格。AI 生成的文本在本质上还是信息的积累，它是浅显的、明确的，而文学的世界却是含蓄的，人们往往不能像发现信息一样去发现文学世界的内涵。同样，在数智时代，人们被大量的信息所包围，AI 用它计算出的数据来生成文本，具有严重的同质化问题。韩炳哲认为，信息的增加本身并不意味着思想的增加。“同质化”问题非但不会推动文学进步，反而会削弱文学改变人的精神结构的能力。

4. 重新理解文学的创造：从“生产文本”到“创造经验”

当人工智能已经能够生成语言流畅、结构完整的文学文本时，单纯以“能否生产文本”判断文学创造性的标准便显得不足。AI 可以重组既有的信息、语言和文学模式，却仍需要进一步追问：文本的生成是否等同于文学的创造？文学真正需要创造的究竟是什么？

本部分将在前文分析的基础上，以《天使命徒》和《机忆之地》为参照，进一步区分“生产文本”与“创造经验”，结合朱光潜关于“创造的想象”的论述，重新思考文学创造的内涵。文章认为，文学的价值并不在于生产更多文本或提供更多信息，而在于创造新的审美经验，更新人的感知方式，使读者以新的方式理解自我与世界。

4.1. AI 时代文学创造标准的转变

数智技术虽然消解了作者与大众之间的界限，却没有带来差异性与多样化的审美体验，取而代之的是一种由算法、数据与商业逻辑共同构成的更为隐蔽的权力结构，并且对个体的审美判断进行着系统性的规训[7]。

生成式人工智能在语言大模型技术的不断推动之下，已经能够生成语序顺畅的句子，灵活使用文学语言只是技术成熟的问题，而难点在于能否创作出新的审美经验。真正能够产生精神成长的文学，并不是让读者知道更多，而是使读者遭遇陌生经验，改变原有的感知方式，并进一步改变其理解自己与世界的方式。

文学语言固然是一部作品的条件，但一段通顺的文段并不代表就是一部文学作品，根本上在于有没有创造出新的经验、有没有传达出新的思想。从《天使命徒》的创作路径来看，人工智能创作仍是一问一答的形式，无法实现持续输出，需要持续提供提示词。每提供一个关键词，就会生成一段文字，生成百万篇幅，则需要提供 2000 个提示词。这实际上就昭示了，文学文本可以像工业产品一样被快速、规模化地生产出来。王峰教授曾在采访中提及，小说整体线索能够保持一致，语言具备了一定的文学性。他举了开头的一段，内容是：“他紧张地握紧了手中的武器，指尖在冰冷的金属中寻找一丝安慰。他的心

跳如同在狂风中的鼓点，敲击着他的胸膛。仪式即将开始，他需要做的，就是走向山谷中心的火光处[8]。”

《天命使徒》主要讲述了，修仙者周青不断发现自我，在黑暗和光明两极间摇摆，最后牺牲自我，不再做孤独的守护者，而要做一个与所爱之人共享平凡日常的普通人的故事。在故事情节上，AI 已经可以生成一个逻辑相对合理的情节。这部百万字数作品的诞生，本质上体现了一种高度的信息化生产方式：先将既有文学经验转化为可识别、可描述、可调用的结构，再让 AI 依据这些结构大规模生成新的文本。而《机忆之地》的生成则向我们进一步证明，AI 能够完成故事构思的部分环节、人物塑造、环境描写、情节推进乃至语言润色，AI 不仅能写，还能根据提示词进行一定的想象。《机忆之地》创作团队成员余梦琄在采访中提到，在《机忆之地》的创作中，AI 为我们贡献了不少巧思，比如将记忆可视化为了“光翼”触角、将心理创伤比喻为内心的“荒原”[9]。这使得能否写出一篇像“文学”的作品，已经不足以成为判断文学创造性的标准。

在文本层面的创新上，AI 完全可以生成新的故事组合、新的人物设定、新的语言和新的情节。正如《机忆之地》的整个故事纳入了元宇宙、人形机器人、人工智能等时下热门科幻元素，也融合了人类对记忆和自我认知的探索[9]。在经验层面的创新上，如《机忆之地》中属于失忆的人如何重新认识自己的主题，AI 可以围绕这个主题生成很多故事，关键在于，作品是否让我们对“记忆与自我”的关系产生了一种此前没有意识到的感知？如果只是将已有的科幻元素、失忆叙事、自我寻找、人工智能等元素重新组合，那就只能做到文本层面的创新，毕竟信息增加，也不意味着思想增加。文本生产能力的提升，并不意味着文学创造能力的提升。

4.2. 文学何以突破既有模式

朱光潜认为创造与想象、灵感、天才、人力等因素相关。但在 AI 中，灵感、天才、人力都已失效，因此想象成为决定因素。这里的想象不是“再现的想象”，因为“再现的想象”只是在记忆中复演旧经验，绝不能产生艺术。艺术必须有“创造的想象”，所以朱光潜给“创造”下了一个定义：根据已有的意象做材料，把它们加以剪裁综合，形成一种新形式[5]。这里的新形式并不是文学表层的创新，而是在经验层面上的创新。

结合《天命使徒》和《机忆之地》两部作品来看，AI 尽管能够综合天文地理各个学科的知识，吸取已有作家的创作经验，却无法创作出新的想象，无论故事内容如何变化，底层的创作路径一直在被重复，而真正的文学作品，正是不断突破已有的创作路径，开辟出新的还未被人们充分感知到的经验。

因此，假如人们一直阅读的是 AI 作品，就犹如被大量重复的信息所笼罩，永远无法摆脱同质化的内容，长久下去，人们的感知力就会不断下降，也就无法沉下心来去品读文学世界中那些与众不同的情感体验与认识，自然也就无法使人在精神上获得解放。文学作品的真正价值就在于文学恰恰重新恢复人的感知能力。突破这一既有模式的方法唯有使文学回归于人本身，以人自身的经验与情感体验去书写文学。

4.3. AI 文学“大众化”的意义

本雅明指出，艺术复制能力的增强，使作品突破原有的时空限制，进入更广泛的社会生活，并由此改变大众与艺术之间的关系。因此，“大众化”具有更深的政治意义，艺术生产技术的变革成为重新分配艺术参与权的一种社会力量。AI 技术作为工业技术的新延伸，使文学更加贴近普通人。传统文学创作对作者自身的写作技能、知识储备与情感力量都有一定要求，且创作本身还需付出大量时间成本；而人工智能自身的能力大大降低了文学写作的门槛，使普通人也能将自己的一点写作想法交给 AI，让其成为自己的“第二大脑”与“双手”，让普通人也能成为作家。文学创作的参与主体从相对有限的专业创作者扩展至更广泛的社会群体，文学由此获得了新的大众化基础。大众不再仅仅作为文学作品的接受者，也

开始通过提示、修改、续写与协同生成等方式介入文本的形成过程。普通人也有了通过文学这一途径表达自己想法的机会。

然而，技术所提供的参与机会并不必然转化为实质性的文化主体性。正如本雅明对机械复制技术的分析所揭示的，技术进步所带来的大众化潜能始终与具体的社会关系及其政治运用相联系。

同样，人工智能虽然降低了文学创作的操作门槛，却不能据此直接推导出文学创作权力的平等化。当文本生成越来越依赖模型预设、平台规则与算法机制时，创作者的表达仍可能受到技术系统的制约。文学是由语言所构成的，在人工智能中语言的运用是人所无法掌控的，一句话可能就包含大量评价性的语言。因此，人工智能文学大众化的政治意义，不能仅以文本数量的增长或创作主体的扩张加以衡量，还应考察普通人能否在技术参与中保有自主表达、审美判断与意义建构的能力。

参考文献

- [1] 本雅明. 机械复制时代的艺术作品[M]. 北京: 中国城市出版社, 2001: 12.
- [2] 韩炳哲. 在群中: 数字媒体时代的大众心理学[M]. 北京: 中信出版社, 2019: 5, 32, 13.
- [3] 朱光潜. 谈美[M]. 北京: 生活·读书·新知三联书店, 2012: 6, 71.
- [4] 陈曦阳, 冉晓倩. AI时代重塑审美主体[J]. 文化产业, 2026(21): 137-140.
- [5] 朱光潜. 文艺心理学[M]. 上海: 华东师范大学出版社, 2015: 7, 194.
- [6] 艾布拉姆斯, 杰弗里·高尔特·哈珀姆. 文学学术词典[M]. 北京: 北京大学出版社, 2014: 162.
- [7] 胡友峰. 数智时代的审美危机与感性重建[J]. 中国文艺论, 2026(6): 32-41+123.
- [8] 傅小平. 百万字 AI 长篇小说《天命使徒》沪上发布, 探索写作的可能性, 迎接数字文学时代[EB/OL]. <https://image.chinawriter.com.cn/n1/2024/0616/c403994-40257504.html>, 2024-06-16.
- [9] 余梦珑. AI 将提升科幻文学的创造力——《机忆之地》创作的启示[EB/OL]. https://epaper.gmw.cn/gmrb/html/2024-07/06/nw.D110000gmrb_20240706_2-09.htm, 2024-07-06.