

2021年是新红学诞生100周年,以历史为坐标,回顾与总结新红学的百年历程和学术成就,评价与展望未来红学研究的可能路径和潜在机遇,有利于坚定民族文化自信,弘扬中华民族优秀传统文化,为新时代的红学研究打开新的局面。本期特邀中国红楼梦学会理事胡联浩、刘继保、夏晓宁三位学者,围绕红学研究的学术边界、新媒体时代红楼IP的影视开发及文化传播等问题展开讨论。

——编者

## 论红学的学术性与非学术误区

胡联浩

“红学”的概念与范畴向来有争议,甚至有学者质疑其学术性。红学是研究《红楼梦》的学问,这其中有三个关键词:一是《红楼梦》,这点毫无疑问,是由这部书而形成的一门学科;二是研究,不是一般的阅读感想;三是学问,有一定的系统性和理论性的知识。由此可见,并非与《红楼梦》有关的文字、作品都属于红学。比如说《红楼梦》的续书,只是续写的文学作品,不属于红学。当然,《红楼梦》续书的研究也属于红学。

之所以讨论红学的概念,就在于与学术性紧密相关。“红学”这个概念有大、中、小三种定义。大的“红学”概念指的是凡是研究与《红楼梦》有关的问题的都属于红学,持这个观点的是赵齐平先生。小的“红学”概念是周汝昌先生所持的观点,认为红学只包括曹学、版本学、探佚学和脂学等“四学”,并不包括一般的《红楼梦》本身的小说学研究。在大与小的“红学”概念之间,张志先生取中间概念,认为红学除周氏四学外,还应该包括文本、文化研究等其他相关的内容,也提出了另一个“凡是”:凡是符合学术规范的对《红楼梦》及相关问题进行研究的学问都应该是“红学”。

我们不妨看一看三种定义与学术之间的关系。在张志的定义中,符合学术规范的才是红学,红学的学术性无可怀疑,周氏的四学自然包含在其中,周汝昌的“红学”当然也具备学术性。周汝昌原本就主张:“既称‘红学’,它首先应当是一门自成体系的学术。”应必诚、赵齐平的“红学”概念显然范围更广。

红学的范围应该包括哪些才更合理呢?笔者非常赞同杜景华先生的见解:“任何一门学科的范畴与含义都是在历史发展中约定俗成的,而不是由哪个人命定的或强硬规定的。对于‘红学’我们也只能按事实的客观情况来确定它的范畴。”“红学”的范畴要从红学的特殊性说起,这里所说的红学特殊性并非周汝昌先生所说“红学研究应该有它自己的特定的意义”,也不是《红楼梦》的独特性,而是“红学”一词自诞生以来它的特殊内涵。早期的红学类似于经学,多“六经注我,我注六经”的唯心和附会,不仅在早期的红学中如此,还延绵至今不绝,这包括传统红学中的题咏、评点、索隐等等。任何概念都要有一定的延续性,红学的特殊性就在于此。一直以来它们都在红学概念之中,比如索隐,有“索隐红学”的说法,排除出红学之外显然不太合适。

10年前,在王文元和孔凡武对红学是不是学术的讨论中,王文元认为,红学不是学术,因为红学中有附会现象。孔凡武认为,红学当然是学术,列举了红学中许多学术的例子。在我看来,他们都有所偏颇。红学中既有学术研究,也有非学术研究,他们分别只看到红学中的学术和非学术部分,显然是不全面的。

要讨论红学的学术性问题,首先要厘清何为“学术”?“学术”是指系统专门的学问,却缺乏严格的定义。不同学科的学术性有所不同,那么,红学中的学术是否有容易辨识的衡量标准呢?一种观点认为,学术应具有科学性,可用科学性来衡量。科学性的标志是答案唯一、真实、可验证,已有许多研究者指出,这是自然科学中的学术标准,在红学中是事实还原领域的划分标准。笔者曾提出,红学可划分为理科研究和感性研究,前者具有答案唯一性等科学性特征,而后者没有唯一性,只有观点的优劣高下之别,无法以科学性来衡量。如果以感性研究来作为辨识学术性的标准,将会如何呢?笔者认为,衡量的标准是逻辑性。在人文研究中,逻辑严密、推论合理、判断有据的论述才是学术,而违背形式逻辑基本法则的表述则是非学术的。

倘若以逻辑性衡量红学中各支各派的学术性,曹学、版本学和脂学是满足学术性要求的,而不论是传统的索隐还是当今的新索隐,尽管分析方式上有所不同,但或多或少有牵强附会之嫌,缺乏逻辑性。另一个红学分支探佚学也经常表现出缺乏逻辑的非学术倾向,但它与前者的不同之处在于,索隐在研究方法的本质上是非逻辑的,而探佚在学术上仍然可以遵循逻辑论证,只是不少研究者在具体的探佚实践中常犯逻辑错误。例如,有人主张可以从曹雪芹的生平经历作为参照系探讨《红楼梦》八十回后的故事结局,这就是违背逻辑的。《红楼梦》不是曹雪芹的生活实录,曹雪芹不等于贾宝玉,也就不能以曹雪芹的生活经历为参照推测书中人物的结局。

学术还有另两个特征是理论性和系统性。学术应有一定的理论基础,讲求“以理服人”。一般的读书心得、读后感之类,当然不算学术,这就是理论性。学术还应在某个领域或某个角度对问题进行系统分析,而不是简单地罗列,这就是系统性。如果用它作为标准来衡量红学中的题咏和评点,显然就缺乏理论性和系统性,属于非学术范畴。是否具有逻辑性是很容易判断的,而系统性和理论性却很难具体衡量,且它们也是建立在逻辑性之上。所以,逻辑性才是学术最根本的要求。《红楼梦》的理性研究和感性研究都必须遵循逻辑性原则,当然前者还应该遵循科学性。

诚如前述,红学理应包括对《红楼梦》本身的研究,笔者不赞成周汝昌以红学的特殊性为由,将对《红楼梦》本身的研究排斥在红学之外。那么,是不是凡是研究与《红楼梦》有关的问题都属于红学呢?答案却是肯定的。任何学科都需遵从其自身的本体特征,而红学也不例外,本体性要求其研究的目的和内容紧紧围绕《红楼梦》,当然也包括其作者、时代及文化背景,否则就不应该属于红学的范围。红学的本体性包括三个方面:目的本体性,时代本体性和文本本体性。目的本体性指的是红学研究的目的是以探讨《红楼梦》的思想和艺术为宗旨;时代本体性说的是红学研究应以作者所处时代的生活、文化、风俗等背景为出发点;文本本体性是指红学应立足于《红楼梦》自身的文本叙述,而不是读者自己的猜测、推断或想象,如红楼植物论著着眼于介绍植物知识,《红楼梦》只是起着例句串联的作用,又如说凤姐是罌粟花、巧姐是牵牛花等,这种文章脱离《红楼梦》文本、依托于个人联想,是不符合本体性要求的,应视为“非红学”。

厘清红学的概念、范畴与组成,深入辨析非红学和非学术特征,不仅有利于红学的学科发展,还可以避免红学研究走入“拉大旗作虎皮”“虚张声势”“玉石杂糅”等非学术误区。

(作者单位:广东省海洋地质调查院)



《红楼梦》(编本,设色,旅顺博物馆藏) (清)孙温 绘

## 红楼IP影视开发为何越来越冷

刘继保

原著粉的流失使“代入感”成为虚无。2016年,时任腾讯游戏副总的吕鹏曾说过,四大名著题材游戏中红楼游戏最少,究其原因不是作品本身影响力不够,而是商业化空间有限,上面所说的两个方面也就是商业化空间有限的重要因素。

曾几何时,红楼IP的开发与传播出现了影视改编、电视讲坛、图画动漫、网络空间、消费物品等多样化传播形式。现在我们不得不思考经典IP《红楼梦》如何转化为当下“现象级”IP,这就需要红楼IP影视开发者转变观念,注重年轻化、时尚化、商业化。40多年的改革开放进程,我们经历了消解严肃、快餐文化、读图时代等一系列时代现象,《红楼梦》的传播方式和审美批评理念不再适用于当下新兴的大众需要。尽管学院派红学依然沉浸在文字文本里,但精英红学与大众红学的区别在于,精英红学体验的是经典的厚重与高贵,而大众红学需要的是普适与通俗。传统文化经典在世俗化和大众化的过程中,传统研究的学科视野受到强大冲击,过去以文本和专家为中心正转向以文本和大众阐释为中心。解构主义大师德里达曾说:“文本没有确定性……一切都始于再生产,一切都已经存在。本文储藏着一个永不露面的意义,对它的确定总是被延搁下来,被后来补充上来的替代物所重构。”《红楼梦》的文本同样没有确定性,完全可以进行IP二次再创作,用符合时代消费观念的IP影视开发对原文本进行重构。

另外,要允许后现代解构和戏说式的改编。对经典进行解构和戏说式演绎以周星驰《大话西游》系列为代表,他用独特表达方式反射出20世纪八九十年代社会解构、戏谑、质疑的价值颠覆,被公认为一部“后现代”无厘头风格的经典影片,《西游新传》(2010年)的改编同样也遵循着这样的思路。那么,“大话红楼”能否被大众接受?在保持故事内核的基础上随意发挥,在情节设计和人物塑造上进行大胆想象并不拘泥于原著,这些都可以进行尝试,使其成为一部不断再生的“超级IP”。《西游记》IP系列产品的火爆说明,传统文学经典作品的IP影视开发要体现消费时代的审美风尚和历史语境,这个过程既是现代创作者的精神气质和思想表达,也符



《红楼梦图咏》(李光禄辑,光绪五年刊本) (清)改琦 绘

## 新媒体时代《红楼梦》的文化元素传播

夏晓宁

中国古典小说为网络小说的创作提供了丰富的文学资源,网络小说也为我们提供了重新解读古典名著的契机,如今何在的《悟空传》等。因为这种转化需要打破与解构,对于《西游记》这样的神魔小说来说,相对比较容易操作且接受性较好。那么,《红楼梦》这样的古典文学作品在网络文学环境中的现状如何呢?来自北大的网络文学研究者叶柳乔对此做过大量研究:“据不完全统计,仅晋江文学城的红楼同人就已经超过3000本,另一大女性向文学网站潇湘书院中,红楼同人的数目也至少在300本以上。”但是许多作者“通过精心的情节设计拆散木石前盟,为林黛玉开辟理想的生活图景:不再‘捐扬州城’的父亲,强大的兄弟姐妹,尤其是既能能够施加保护,又能够提供甜蜜爱情、实现‘一生一死一双人’诉求的配偶”。《红楼梦》的故事、人物、内涵在网络文学中产生巨大颠覆。最强跨次元“伏黛CP”将《哈利·波特》中偏执极端的大反派伏地魔与娇弱灵性的林妹妹组成CP,显现的是,这已经与经典流传的《红楼梦》相去甚远了,但充分证明了年轻人群体中《红楼梦》的读者群仍在可观地延续,也为其他方式的传播提供了多种可能性。许多短视频就是年轻人通过《红楼梦》同人小说、影视作品跨次元编辑制作的小作品,若将其看作《红楼梦》的文学衍生作品,单从元素化传播来讲未尝不可。

影视剧改编的接受范围较大,更容易形成国际性传播力度。上个世纪20年代以来,《红楼梦》就被改编成电影、电视剧、戏曲电影以及舞台戏曲,其中以87版电视剧的影响最大,至今仍是必播热播和收视经典。

对于影视而言,编剧是《红楼梦》的最大掣肘,改编起来费力不讨好,所以应对剧本改编采取开放包容的态度。随着电视剧的拍摄制作能力提升、国产剧集的海外影响力增大,为《红楼梦》创造新时代经典国风电视剧提供了可能。电影形式虽不容易展现完整,但更适合经典故事元素的传播。现在电影剧作的改编模式很多,多节选经典情节拓展影片,若将《红楼梦》改编成电影版《木石前盟》,以“神话+历险+爱情+家族”的模式串联故事情节,也不失传奇性。另外,全球首部手绘动画油画传记电影《至爱梵高·星空之谜》的上映,对于新媒体时代《红楼梦》文化元素的传播来说,也是一个极大的启发。《红楼梦》自刊刻之初便有绣像插图,其后改琦、孙温,至刘旦宅、戴敦邦及更年轻的谭凤嫒等都有精彩红楼人物画作。绘画资源丰富,水墨动画片数字科

合这一时期受众的作品期待、审美解读和理想寄托。正因如此,“大话西游”系列文化产品获得市场的热烈反响,既实现了经典作品时尚化,又实现了文化传承与文化创新。受“大话西游”IP开发系列产品的启示,红楼IP开发应以影视作品改编为基础,向上游文学艺术作品以及下游主题娱乐业、周边衍生消费品产业延伸,同时在开发的过程中,应避免产品的粗制滥造对这个老经典IP的消耗,打造真正的中国文化大IP。充分认识大IP属性,在网络改写中要转变叙事模式,重塑传奇人物,利用流行文化符号进行创作,才是传统文学经典成为大IP的必由之路,让红楼IP多领域共生,成为一个能够不断衍生、创造更多文化价值的文化符号。从历史经典到现代时尚,是文化产业对历史文化资源的开发和利用,是当代大众文化对传统民族文化的基因表达;从文化经典到娱乐时尚,是文化产业对传统文化经典生命周期的延长和对文化价值链的拓展,是对传统优秀文化的重组与更新。

我国互联网经济中,以中华传统文化为内容的IP占绝大多数。在红楼IP的打造和生产上,要注重内容的质量,重视“共情”的力量和“故事性”的重要性。怎样讲好一个红楼故事,红楼IP如何定位受众并获取商业价值?这是一个传统文化重生的问题,也是红楼IP如何以新面目、新形态重新打造的问题。将红楼IP以新的语境和新的表达方式,与当下的用户进行沟通,代表着《红楼梦》这样的传统文化经典可以用IP的形态重生。红楼IP开发商业价值的高回报和文化价值的经典性不是相互排斥的,红楼IP的优质性可持续开发就是要不断提高IP文化产品水准,拓展红楼IP产品价值链,将其转化成新经典IP的文化资产。红楼IP的“二度创作”与“再创造”,不能仅仅是故事内容上的取舍,它还需要价值引领的提升。它需要尊重“故事为王、情怀至上、角色担当”的IP影视开发规律,也要接地气、符合年轻一代的消费口味,才能引领审美消费新时尚,实现红楼IP影视开发的商业价值和文化价值。

《红楼梦》以其超常的想象力,给人们留下了丰富的阐释空间,成为文化产品开发创新不可多得的一座富矿。《红楼梦》中的人物、故事的吸引力和可再创空间的无限性,作为中国最优秀、开发价值最大的IP文化资源,无论是学术研究、文化艺术创造还是资源利用,无论是红楼故事的可重構性是红楼文化传播的广泛性,都具有巨大潜力。借助文化IP开发的方式发展出一个具有中国特色的红楼梦文化创意产业,不仅是中国文化产业运营者的课题,更是提升中国文化软实力、构建国家形象的最好实践。

(作者单位:三亚学院人文与传播学院)

一部经典首先被阅读,然后才会产生审美价值、社会价值、哲学价值等。《红楼梦》作为中国古典小说的巅峰之作,从当年的“开谈不说红楼梦,读尽诗书也枉然”,到新中国成立运动时期首推的长篇小说,200多年来它一直影响着中国人的情感认知与审美判断。

然而,随着科技迅猛发展,阅读环境改变,纸质阅读越来越少,一批批经典文学著作在与电子技术、网络世界博弈中败下阵来。《红楼梦》将如何继续传递价值,人们如何有兴趣再回到文本阅读,这部文学经典中的文化资产如何得以传承并继续成为植根于国人灵魂和生活中的审美情志等问题,确实值得我们关注。

笔者认为在碎片化、娱乐化、图像化、去经典化的时代,借助于新媒体平台,以《红楼梦》中的若干文化、情节元素的传播点为经典巨著宣传,无疑是一个吸引关注甚至回归文本的极佳途径,而经典文化元素的传播最具符号性、接受性和长久的影响力。

《红楼梦》书中存在着大量的审美文化元素。近百万字、四大家族、五代人,一部《红楼梦》说尽了历史、时间与生命的模样,记录了青春、梦想与失败的忧伤,作者不慌不忙地讲着人生的希望与放弃、美好与毁灭、宿命与抗争。合上书本无论多久,我们都会记得那些美好的情感和生活印记:题诗帕、酒令签、玉簪雪、葬花词;吃螃蟹时温热的酒、结社中风雅的菜、芦雪庵的鹿脯肉、醉眠时的芍药裯;鬼脸青中陈年的梅花雪、桂花树下幽咽的清笛音,晨昏定省的礼仪,笔墨纸砚的考究;还有红楼夜宴、元春省亲、黛玉葬花、共读西厢、海棠结社、晴雯补裘等经典场面。不同时代的社会结构变化瓦解很多故事,然而这些美好的情感和文化却可以跨越时间的限制,长久地被读者所需要和传承。这些审美元素一直是中国文化的重要组成部分,《红楼梦》里不厌其烦地描述着茶盏、菜肴、服饰和礼仪,凝聚着中国传统文学中令人向往的审美情趣,展现着这种美历经千年仍在中国人的物质文化与精神生活中得以延续。

多年以来,《红楼梦》的传播主要是依托文本阅读、影视戏曲与学刊杂志,现在又多了自媒体、公众号等新媒体平台。那么,在新媒体时代《红楼梦》如何形成更具影响力的大众传播?无可置疑,使用新兴媒介、挖掘传统媒介的全新传播形式最为直接有效,网络文学、影视剧、电视栏目、讲座直播及短视频等都具有现实操作性。

网络文学或可作为经典的衍生作品,但难以把握。

技成熟,“名著+名画”的水墨动画版《红楼梦》也许是最易被国际市场接受、最易形成国际传播的形式。

电视栏目可操作性强,在一般受众中影响广泛。2017年,传统文化节目集群开始在电视上出现。2018年,央视《国家宝藏》《朗读者》在内的九大综艺集体亮相法国戛纳国际电视节,中国综艺开启了“全球供应商”模式。中国文化元素成为中国电视国际传播的核心竞争力,成为中国文化走向国际的另一个方式。

笔者以为《朗读者》《经典咏流传》《上新了·故宫》《声临其境》等电视栏目模式,也非常适合《红楼梦》文化元素的传播。《朗读者》的节目模式适合深度解读作品的文字魅力、文化魅力、情感魅力,以细节带动书籍,形成完美的古典文学与当代文化的对话,《红楼梦》文本与现代读者的对话。

同时《红楼梦》中有大量的诗词戏曲可以创作改编。87版电视剧的歌词影响力广泛且具有经典性。书中还有大量传统戏曲,包括对情节起转折、点睛意义的词牌曲目,比如《红楼梦》第二十三回“西厢记妙词戏语,牡丹亭艳曲警芳心”,兼具中国传统戏曲之美与红楼情节情感之美。还记得,2017年87版《红楼梦》30周年的纪念音乐会,曾勾起多少人的红楼记忆,这是我们对一部巨著的记忆,也是对传统文化的记忆。

讲座直播简单明了、收视广泛、直接有效。对于艰难晦涩的传统文化和典籍文化,一部分普通读者似乎没有耐心深入其中。那么,学术讲座的形式是否能够改善这个问题呢?事实证明,也是“圈粉”最强大的武器。中国政法大学教师罗翔在2020年3月9日受邀进入驻B站后,很快就成为了粉丝破百万的up主。2020年6月2日,中国红学会副会长孙伟科先生在国博大讲堂直播《家族悲剧:贾府的兴亡之变》讲座,平台提供数据显示直播期间观看人数达556万,这或许为我们传播讲解古典文学作品内部复杂深刻的文化底蕴,提供了一种新的形式。

笔者希望寻找经典文本与当下受众的衔接渠道,试图以“文化元素—传播—关注—回归原著”的方式,尝试以经典文化元素传播调动年轻人回到文本阅读的兴趣,使《红楼梦》在全新时代仍然以活的方式存在,并以此重新建构《红楼梦》的影响力,将这部经典名著的文化元素传递给新一代,成为我们生生不息的民族情感和审美态度。

(作者单位:沈阳市红学会)