

浙江师范大学中国语言文学论丛

中国古代文学研究论集



浙江师范大学人文学院 编

梅新林 主编

上海古籍出版社

浙江师范大学中国语言文学论丛

中国古代文学研究论集

浙江师范大学人文学院 编

梅新林 主编

上海古籍出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国古代文学研究论集/浙江师范大学人文学院编;
梅新林主编. —上海:上海古籍出版社,2011.6
(浙江师范大学中国语言文学论丛)
ISBN 978-7-5325-5888-9

I. ①中… II. ①浙…②梅… III. ①中国文
学—古典文学研究 IV. ①I206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 075963 号

浙江师范大学中国语言文学论丛

中国古代文学研究论集

浙江师范大学人文学院 编

梅新林 主编

上海世纪出版股份有限公司 出版

上海古籍出版社

(上海瑞金二路272号 邮政编码200020)

(1) 网址:www.guji.com.cn

(2) E-mail:guji@guji.com.cn

(3) 易文网网址:www.ewen.cc

上海世纪出版股份有限公司发行中心发行经销 上海展强印刷有限公司印刷

开本 787×1092 1/16 印张 27.5 插页 4 字数 583,000

2011年6月第1版 2011年6月第1次印刷

印数:1—1,000

ISBN 978-7-5325-5888-9

I·2325 定价:96.00元

如发生质量问题,读者可向工厂调换

总 序

浙江师范大学中国语言文学学科始建于1956年,为学校传统优势学科。自1979年开始招收硕士研究生,此后从未间断。2006年中国语言文学学科被国家批准为硕士学位一级学科授权点。2009年,被浙江省确立为一级学科博士点立项建设单位。该一级学科现拥有三个省级重点学科:中国现当代文学、中国古代文学、汉语言文字学;两个省级重点研究基地:浙江省社会科学重点研究基地——江南文化研究中心、浙江省高校人文社科重点研究基地——中国现代文学与传统文化研究基地。良好的学术平台、优越的研究条件和浓郁的科研氛围吸引了各地人才,形成了一支高职称、高学位、年龄结构合理、学科分布均衡、具有较强创新能力的科研队伍。

本学科师资力量雄厚,专任教师高级职称占80%以上,博士比例近80%。在任教师中,有教育部“长江学者”2人,享受国务院特殊津贴2人,国家“新世纪百千万人才工程”入选者2人,教育部“新世纪优秀人才支持计划”入选者2人,全国优秀教师3人,国家与省有突出贡献中青年专家各1人,省特级专家1人,省功勋教师1人,省“新世纪151人才工程”重点资助入选者1人,第一、二层次入选者5人,省高校中青年学科带头人7人,曾宪梓奖获得者3人。

本学科以教学为本,取得了丰硕的成果。2009年,汉语言文学专业成功申报为“国家级特色专业”,使本学科专业建设迈上一个全新的台阶。同年,荣获第六届国家级教学成果二等奖2项。2010年,“中国现当代文学”教学团队入选“国家级教学团队”。“语言学概论”入选“国家级精品课程”。这些国字号教学成果的取得,表明本学科的教学综合实力已位居全国先进行列。

本学科又以科研为重。历经几代学者的艰苦创业,已有丰厚的学术积淀,形成了中国现当代文学、中国古代文学、汉语言文字学、文艺学、比较文学与世界文学等多个稳定发展的优势学科,并注重学科间的交融与贯通,逐步整合、凝练成多个在全国独树一帜的研究方向。

本学科以3个省级A类重点学科、2个省级重点研究基地为依托,追求“上层次、出精品”,学术研究成果丰硕。近5年,主持国家社科基金重大招标项目、重点项目各1项,一般项目 and 青年项目17项、国际合作研究项目3项、各部委项目及省社科规划项目68项;在《中国社会科学》、《文学评论》、《新华文摘》、《中国语文》、《文艺研究》等权威期刊上就发表论文59篇,在《文学遗产》、《中国现代文学研究丛刊》、《方言》、《文艺理论研究》、《外国文学研究》等国家一级学术刊物发表论文162篇,出版专著54部,获中国出版政府奖3项,教育部人文社会科学优秀成果二等奖2项,省级科研成果奖27项,还有2部学术著作入选国家第一、二届原创出版工程。高层次、高水平学术论著的发表与

获奖,有力地提升了本学科在国内学术界的地位。

浙江师范大学位于金华,这是一片具有丰厚文化底蕴与历史积淀的热土。历史上名家辈出,南宋著名思想家吕祖谦即生于金华(婺州),乃为婺学创导者、浙东学术文化之先驱,其学与朱熹闽学、张栻湘学鼎足为三,成就卓著,影响深远。南宋另一著名思想家、文学家陈亮则为金华永康人,其所创立的“永康学派”,力倡事功之学,志在通经达用,对近代经世实学有重要影响。宋元时期著名的理学学派“北山学派”亦出于金华,生于金华的何基、王柏、金履祥和许谦被时人称为“北山四先生”,北山学派历史悠久,人数众多,是当时十分重要的朱子学派别。

金华历史上的这些前贤往哲为我们留下丰富的文化遗产,也成为我们奋然前行的学术动力。重温昔日的学术情怀,以实证求其绵密,以思辨求其精粹,沐浴和感悟先贤遗风,足以温暖人心。

本论文集主要收入学科成员近年来较具代表性的成果,这是对浙江师范大学中国语言文学学科学术成果的一次总检阅,意在见证成长、感奋人心、强化信念。金华北山巍巍,浙中文脉绵延。站在浩瀚的历史天宇下,面对全新的时代起点,将浙江学术文脉传承延展,发扬光大,正是吾辈的历史责任!

是为序。

主编

2011年3月

目 录

文学古今演变研究

经典“代读”的文化缺失与公共知识空间的重建	梅新林	葛永海	3
“红楼遗产”与 21 世纪的中国小说	梅新林		21
论古诗今译中汉语诗体传统的继承与发展	陈玉兰		24
论“境界”说及其对新诗批评理论建设的意义	陈玉兰		39
“林译小说”对中国文学语言演变的贡献	韩洪举		53

古代诗词研究

论中国古典诗歌研究的文学生态学途径	陈玉兰	63
论古代六言诗	俞樟华	79
论绝句的结构艺术	陈玉兰	86
《毛诗故训传》名义考释		
——兼论《毛诗故训传》独传的原因	于淑娟	101
离骚：生与死交响曲	黄灵庚	110
历史追忆与现世沉迷：唐诗中的金陵与广陵		
——以江南城市文化圈为研究视阈	葛永海	131
论李清照南渡词核心意象之转换及其象征意义	陈玉兰	141

古代小说研究

明清白话小说中的俗赋及其文学史意义	葛永海	151	
八股文“技法”与明清小说、戏曲艺术	邱江宁	162	
《三国演义》研究的百年回顾及前瞻	梅新林	171	
对鲁迅所谓《三国演义》“缺点”的不同看法	刘永良	184	
《西游记》：秩序与自由的悖论	崔小敬	192	
《金瓶梅》研究百年论衡	梅新林	葛永海	199
“游戏谰言”与“孤愤之书”			
——袁枚与蒲松龄小说观比较	高玉海	211	
清代中晚期小说的“粤民走海”叙述及其文化意义	葛永海	218	

文学与宗教考论

“紫姑”信仰考	崔小敬	235
“黑头虫”考辨		
——佛藏、道藏及相关文献综理	陈开勇	243
和合神考论	崔小敬	254
寒山：重构中的传说影像	崔小敬	267
《太平广记》神仙小说中“青竹”的宗教文化意蕴探析	曾礼军	276
道化剧《黄粱梦》“杀子”情节的佛教渊源	陈开勇	284

古代文学杂论

文学地理空间的拓展与文学史范式的重构	梅新林	295
文学世家的历史还原	梅新林	317
论悲剧的美育作用	俞樟华	335
游记文体之辨	梅新林 崔小敬	344
奎章阁文人与元代文坛	邱江宁	353
消费文化与文学文体研究	邱江宁	369
类书体例与明代类书体文言小说集	刘天振	384
汪琬的古文理论及其价值刍议	李圣华	393
误读与重释：作为古文家的林纾	慈 波	403
附录 古代文学学科成员近年主要论文辑录		418

文学古今演变研究

经典“代读”的文化缺失与公共知识空间的重建

梅新林* 葛永海*

2004年9月,开播8年、几度改版的央视《读书时间》栏目黯然谢幕。而在同一年,与央视科技频道同时诞生于2001年7月的《百家讲坛》却走出低谷,人气飙升,高潮迭起。据统计,该栏目的最高收视率达0.57%,意味着当时竟有570多万普通观众在同时收看这一栏目。此后,《百家讲坛》一直保持着令人惊叹的高收视率,一批学者经过媒体精心包装,以文化经典解读者的身份,在电视荧屏上频频亮相,引起了社会各界的广泛关注和强烈反响。他们的著作也一路畅销,接连创下了版权拍卖的惊人纪录。其中,易中天和于丹堪称这些快速成名“学术明星”中的“双子星座”。所有这一切,都意味着在大众传媒高度发达的当今时代,人们对文化经典、学者群体、传播媒体的固有观念发生了重大乃至根本性的改变。或许,这正预示着——一个崭新经典解读时代的到来。这一独特的文化现象日益引起传媒界及学术界的关注和论争,但尚缺少宏观的文化审视和深刻的理性思考。本文提出“经典代读”这一核心概念,然后从大众的文化渴求与角色缺位、媒介的文化策略与角色越位、学者的文化使命与角色错位三个层面展开系统论述,最后归结于从“代读”到“自读”——公共知识空间的重建。

一、何谓“经典代读”:缘起与走向

经典是民族文化智慧的结晶,是民族文化遗产的精神源泉。而经典阅读则是传承与激活民族文化精神的关键环节,只有通过阅读经典,才能理解经典,进而重释并重建经典。在

* 梅新林(1958—),男,浙江温岭人,文学博士,教授,博士生导师。中国《红楼梦》学会副会长,中国《西游记》文化研究会副会长。主要研究方向为文学地理学、明清小说、中国学术史。在《中国社会科学》、《新华文摘》、《文学评论》等刊物发表论文百余篇,出版文学类学术著作5部,先后主持国家社科基金重大招标项目1项、国家社科基金一般项目2项,省部级项目4项。曾获“全国优秀教师”荣誉称号、教育部高等学校科学研究优秀成果奖(人文社会科学)二等奖1项、国家新闻出版署第二届“三个一百”原创出版工程图书奖1项,浙江省人民政府社科成果奖一等奖1项、二等奖2项。

* 葛永海(1975—),男,浙江嵊州人,文学博士,教授,硕士生导师。中国《红楼梦》学会理事、浙江省文学学会理事。主要研究方向为古代小说与传统文化、文学地理学。曾获浙江省“青少年英才奖”、浙江省高校“教坛新秀”、浙江省高校“优秀共产党员”等多种荣誉。入选浙江省“新世纪151人才工程”第二层次。已参与或主持完成国家级、省部级社科项目4项,现正主持国家社科基金项目1项。在《中国社会科学》、《文艺研究》等刊物上发表学术论文60余篇,其中10余篇被《新华文摘》、《中国社会科学文摘》、人大报刊复印资料等转载。曾获浙江省哲社优秀成果二等奖、浙江省高校科研成果二等奖等多种奖项。

相当长的历史阶段内,经典阅读主要限于少数学者,并通过相对固定的教育场所以薪火传递。然而到了当今大众传媒时代,则可以借助大众媒体的多元途径与巨大影响,将经典阅读由学者个体阅读推向大众广泛参与的公共阅读。在此过程中,本有两种选择:一是由学者个体阅读引导大众阅读;二是由学者个体阅读取代大众阅读。从当前选择结果来看,显然以后者更受欢迎。当一些学者走出书斋、走向荧屏,向电视机前的大众群体广泛传播其经典阅读心得与体会,受众群体则藉此获得对经典的认知和理解。于是,这些学者即以学术权威的身份,担当起了经典“代读”者的角色。这标志着传统经典阅读与传授方式的重大变化:一是在对象上,由知识阶层转向大众群体;二是在空间上,由教育场所转向媒体空间;三是在方式上,由讲—读互动转向单向传授。学者、媒体与大众群体三向合力及其所引发的巨大社会效应,即意味着一个新的经典传播时代——经典“代读”时代的到来。

经典“代读”热的兴起,是大众传媒发展到一定历史阶段的必然结果,是大众传媒与学者群体携手合作、一同满足大众群体精神文化需求的时代产物。在人类文化传播从口授时代、印刷时代迈入电子时代之时,经典“代读”既是其中不可或缺的一个重要环节与阶段,同时又综合了三个传播时代的各自优势。经典“代读”主要利用电视媒体的强势效应得以广泛、迅速传播于大众群体,这是电子传播时代的最大优势所在。但学者在电视荧屏上的经典讲读,显然与口授时代的传播方式一脉相承,是口授时代传播方式的现代“改版”;然后再将经典讲读内容付梓出版,并借助电视媒体的广泛传播行销天下,再次激活印刷时代的传播能量。以上三者之所以在经典“代读”中融为一体,相互促进,主要基于以下三大原因:一是大众媒体的泛生活化。在当今大众传媒时代,媒体无时无刻不在,已广泛渗透到人们日常生活的方方面面,内化为人们生活的有机组成部分;二是知识精英的抗边缘化。面对市场经济的严峻挑战与商业逻辑的残酷选择,日益趋于边缘状态的知识精英渴望走出书斋,走向荧屏,重返文化中心舞台,重温昔时“文化英雄”的光荣与梦想;三是经典崇尚的中介化。随着大众群体文化精神追求的高涨,回归传统、崇尚经典,成为新的时代风气,然而由于意识、能力与时间等因素的限制,大众群体普遍无法自主阅读经典,而不得不求助于大众传媒中的学者“代读”,以获得对经典意义的了解和体会。正是以上三者的综合作用,一同促成了经典“代读”时代的到来,央视《读书时间》与《百家讲坛》的兴替交接,自然地成为其典范性的标志。

从渊源上说,经典“代读”直接导源于二十世纪九十年代以央视《读书时间》为代表的一批读书栏目。《读书时间》创办于1996年5月,主要以访谈形式介绍名人名著。论其文化背景,主要得益于1993—1995年肇始于上海、勃兴于全国的“人文精神大讨论”^①的激发与影响。此后,从央视到地方台相继推出了10余个读书栏目,如中国教育电视台《书苑

① “人文精神大讨论”的发生,大致从1993至1995年间,持续两年。1993年夏《上海文学》率先发起,自1994年春始,北京三联书店的《读书》上陆续登载以上海学者为主的6篇对话。此后,讨论形成热潮,许多报刊如《光明日报》、《文汇报》都辟有专栏,作者群体也逐渐超出了人文学者的范围。1996年,上海和北京两地同时出版《人文精神讨论文选》,则表明大讨论接近尾声。其主要话题为:中国社会的文化危机主要表现为哪些现象?是什么导致了文化人格的萎缩、批判精神的消失,艺术乃至生活趣味的粗劣?如何倡导人文精神,来推动社会对精神价值的追求?

漫步》、北京电视台《东方书苑》、上海电视台《阅读长廊》、香港凤凰卫视中文台《开卷有益》、青岛电视台《一味书屋》，等等，一时蔚为风气。然而，出乎意料的是，在这些栏目开办之后，一直无法摆脱收视率低迷的困扰，难以为继。自1998年上海电视台《阅读长廊》最先停播之后，其他各台的读书栏目也相继叫停，出现了值得关注的“集体谢幕”现象。其央视《读书时间》尽管一再改版、几番挣扎，最终也不得不于2004年9月黯然落幕。内容曲高和寡，形式封闭呆板，是节目难以吸引观众的根本原因。

严格地说，《百家讲坛》在2001年7月创办之初，无论是其理念、内容、形式，乃至生存困境都与《读书时间》并无二致，甚至可视为《读书时间》的另一种“翻版”。然而，《百家讲坛》之以“讲坛”为名，在于充分吸取大学讲授方式的优点，实际上是大学课堂在媒体虚拟空间的延伸与革新，遂为经典解读与传播提供了一个崭新的文化场域。此为《百家讲坛》不同并超越于《读书时间》的卓异之处。

在此，简要解剖一下《百家讲坛》的兴盛历程，的确颇有启示意义。《百家讲坛》在其初创阶段，基本延续了《读书时间》的单调形式与困窘状态，直至2004年3月，由于推出阎崇年“清史揭秘”系列讲座引起轰动，人气迅速飙升，此实为《百家讲坛》走出低迷困境、由衰而盛的转折点。然后，经过反复的调整、磨合，栏目内容由历史向文、哲双向拓展，重心落在以文、史、哲为核心内容的传统文化经典上，《百家讲坛》终于找到了自己的文化定位，并由此精心打造了一批“学术明星”^①。2005年易中天的《品三国》，2006年于丹《论语》、《庄子》心得系列讲座，终于将《百家讲坛》推向峰巅。易中天与于丹也因此成为“学术明星”中的“双子星座”。这是媒体、学者、受众相互选择与融合的结果。

在共同促成经典“代读”空前盛况的媒体、学者、受众三大要素中，彼此具有不同的文化指向与角色定位。就静态而言，“代读”者与接受者是通过媒体中介贯而通之的；就动态而言，则三者构成了一个先导—主导Ⅰ（导控）—主导Ⅱ（导读）—受导四大环节的循环过程。在此，媒体上升为导控者的角色，学者成为受制于媒体的导读者，而大众群体同时兼有先导者与受导者的双重身份，终端回到始点，构成一个不断循环往复的传播历程。但严格地说，在三大要素、四大环节的循环历程中，各自都存在着明显的缺陷，远未臻于和谐状态，需要不断加以完善。

从大众传媒时代本身的发展历程与规律来看，经典“代读”之火爆或缺陷，都具有某种历史必然性。早在20世纪70年代，欧美发达国家率先经历了类似的历史阶段。其中法国电视二台创办于1975年1月的《毕沃读书》最具典范意义。《毕沃读书》由主持人贝纳尔·毕沃(Bernard pivot)命名，定于每周五晚九点半播出，在约90分钟节目里，

① 根据对2005年12月21日央视网站所登节目单的综合分析，2003年9月15日至2004年9月27日，《百家讲坛》节目的九类话题所占比重无显著差异，其中“文学经典”占23.3%，“自然科学”占24.8%，两者几乎平分秋色。而2004年10月则是个重要的转折点，在2004年9月28日至2005年12月24日期间，“历史探秘”由7.1%增至39.3%，“文学经典”由23.3%增至33%，“哲学伦理”由2.9%增至8.5%，文、史、哲三类占了整个节目比重的80.8%，而“自然科学”则从24.8%骤降至2.2%，完全处于附属地位。这种以文、史、哲为主的格局一直持续至今。参见任中峰、彭薇《〈百家讲坛〉的“雅俗”变革》，《传媒》2006年第3期。

不插播画面与音乐,全由主持人、作者和读者一起自由论谈。在毕沃主持《读书》的10多年间,这个高雅节目赢得了难以想象的20%左右的收视率,长时间在法国全国收视率排行榜上处于前列,成为法国电视史上最著名、最长寿的文化节目,被称为法国的“文学弥撒”^①。法国作家、学者都将在《毕沃读书》中亮相视为无上荣耀。其声誉与影响已超越了国界。类似《毕沃读书》栏目者,在美国有“奥普拉读书俱乐部”;在英国有“理查德和朱迪读书俱乐部”等等。此外,还需要提及的专题系列节目有英国广播公司制作的电视系列节目《思想家——当代哲学的创造者们》(Men of Ideas);英国广播公司第三台制作的《人文科学中大理论的复归》(The Return of Grand Theory in Human Science)^②以及“美国之音”制作的《美国划时代作品评论集》(Landmarks of American Writing)^③。其中《思想家——当代哲学的创造者们》录制于20世纪70年代中期,由英国广播公司先后邀请十几位当代著名哲学家、主要思想学派的代表人物,如柏林、马尔库塞、奎因等,进行哲学对话和辩论,然后制作成15集电视系列节目。以上同时兼顾普及性与学术性的读书栏目或专题系列节目,无疑具有多重指向性意义,包括强化文化导向、标示思想高度、激活传播方式等意义。由此表明,在西方发达国家已形成优良的电视读书氛围与传统,这是由其文明发展阶段与整体国民素养所决定的。与西方相比,当前我国所处的经典“代读”时代在文化导向上与此无疑是一致的,但在思想高度与传播方式方面却存在着明显的差距或差异。在此,需要我们深刻反思的问题有三:一是我们为何不能在《百家讲坛》兴盛之际,依然坚守《读书时间》?二是我们为何不能选择多方互动的自由论辩,只能接受由学者单向灌输的“代读”?三是我们为何总是局限于故事性、趣味性、娱乐性的欣赏口味,而缺乏应有的思想锐度与精神高度?以上三个问题更加印证了经典“代读”的历史必然性与局限性,同时也昭示了经典“代读”走向更高层次、实现自我超越的紧迫性与可能性。

二、经典“代读”:大众的文化渴求与角色缺位

经典“代读”热的兴起,首先是基于受众群体对文化经典的精神渴求,这一受众群体

-
- ① 该节目一直延续到1990年。次年,毕沃另行创办了《文化汤》专栏节目,基本秉承《读书》的风格与传统,依然好评如潮。至2001年6月,毕沃在“整个法国文化界的一片反对和哀求声”中主动结束这一栏目。
- ② 这是20世纪80年代英国广播公司第三台组织的一组谈话。这组节目旨在讨论人文科学当时的理论趋势,在“大理论的复归”(The Return of Grand Theory)总标题下,分别有对汉斯—格奥尔格·伽达默尔、米歇尔·福柯、托马斯·库恩、约翰·罗尔斯、约根·哈贝马斯、路易·阿尔杜塞、年鉴派史学家等在当代产生重大影响思想家的评介。后来,剑桥大学政治学者昆廷·斯金纳在把这些谈话编辑成书时,增加了书目和阅读指南,还增加了“德里达”和“列维—斯特劳斯”两章,书名就叫《人文科学中大理论的复归》(The Return of Grand Theory in Human Science),并由王绍光、张京媛等学者译成中文,于1991年12月由社会理论出版社(Social Thought Press)出版。
- ③ 此节目集合众多专家学者,讨论32部代表美国历史及精神价值的重要作品。后由美国学者柯恩(Cohen, H.)编为《美国划时代作品评论集》一书,朱立民等译,北京生活·读书·新知三联书店收入《美国文化丛书》于1988年5月出版。

的从“小众”到“大众”，以及“大众”群体的逐步扩大，即构成了一个日益扩张的巨大精神需求市场。

根据《百家讲坛》的调查分析，其受众主要有三大重点人群：1. 老年知识分子；2. 中年女性；3. 初高中以上文化程度的人群^①。显然，这三大人群存在着交叉关系。而就这三大群体的扩展进程而言，大致可以概括为两度扩展：一是从知识群体向非知识群体的扩展；二是在知识群体中从专业知识群体向非专业知识群体的扩展。《百家讲坛》在把握这一受众群体的扩展趋势中，也曾经历了一个自我定位与调适的过程。在创办初期，《百家讲坛》的栏目受众定位与《读书时间》大体趋同，重点定位于“具有系统的、较专门的学问”的受众，即相当于上文所说的专业知识群体。这样定位不仅不可能拥有更广泛的受众群体，而且容易引来专业知识群体的质疑与批评。经过一段时间的思考与探索之后，该栏目重新定位，决定将受众群体分别作以上的两度扩展。伴随着受众群体的从知识群体向非知识群体的重心下移，以及知识群体中从专业向非专业的重心外移，《百家讲坛》栏目逐步赢得了规模空前的受众群体，成为央视的主打品牌栏目。

从社会动因分析，以上两度扩展归根到底是由城乡一体化与高教大众化双重动力共同促成的。就第一重动力而言，改革开放以来，轰轰烈烈的城市化运动极大地改变了我国原有城乡二元对立结构以及城乡人口比例。在改革开放之初的1978年，我国城市与农村的人口总量分别为17245万和79014万，人口比大约为1:4.6，城市人口数占总人口数的17.9%。至2006年，城市人口达到57706万人，城市人口数占总人口数的43.9%^②，实际上，在农业人口中，还有大量人员流入城市，相当一部分长期居于城市之中，成为准城市居民。这一庞大人群多为初高中文化程度，他们对于城市居民身份与生活方式的向往，又强有力地推进城市化运动的向前发展。而在文化消费行为上，他们普遍具有仿拟城市居民的渴求与冲动。这正是构成从知识向非知识受众群体重心下移的原初动力。

就第二重动力而言，高教大众化以1999年高校大规模扩招为转折点，中国高等教育迅速完成了从精英教育向大众化教育的历史性转变。1977年恢复高考时，全国招生总数仅为27万人。至1999年扩招后，招生人数增为108万，然后从2001年到2003年，高校招生总数分别为250、320、335万。再到2007年，招生总数达到540万人，在校生突破2000万人^③。高教大众化的直接成果是知识群体的超常扩展。这一庞大群体的文化消费又构成了另一个巨大的精神需求市场。当高校忙于应对扩招带来的各种问题与困境而无法满足他们的精神需求时，大学生群体的知识探求触角也就自然从高校

① 参见赵芳《做电视科教节目的王牌——访中央电视台〈百家讲坛〉制片人万卫》，《传媒观察》2006年第11期；陈明等《〈百家讲坛〉成功背后的隐忧》，《视听界》2006年第2期。

② 参见许成安、王昊、杨青《我国城市化理论与实践发展中的若干问题——兼评“广义小城镇”为主的城市化理论》，《江淮论坛》2001年第3期；《中国城市发展报告（2006）》，中国市长协会编，中国城市出版社2007年版。

③ 李骏、罗忆源《转型中国的高等教育、社会分层与社会公平》，《上海交通大学学报》（哲学社会科学版）2005年第1期。

课堂延向媒体公共讲台,这正是促使由专业向非专业知识群体外移的原初动力。

在受众群体急剧扩展过程中,他们对经典文化渴求的高涨正反衬了他们的精神缺失。这种精神缺失主要表现为对传统文化的隔膜和对经典名著的疏离。就其本质而言,这是长期以来人文教育缺失的必然结果。然而,另一方面,随着经济的发展和国力的提升,传统文化开始复兴,知识群体对于经典名著的回归与崇尚也由隐而显、由微而宏,并因此引发了一股新的文化经典热,这可说是对1980年代第一次文化“寻根热”的承传、发展与升华,其巨大影响也深度波及广大非知识群体,强烈激发了他们对传统文化与经典名著的浓厚兴趣,进而改变了并继续改变着他们的精神生活空间与方式。

尽管经过两度扩展的庞大受众群体具有回归、崇尚传统文化与经典名著的精神渴求,但是限于意识、能力与时间等因素,除了其中专业知识群体之外,绝大部分都未曾直接接触名著,更不可能认真阅读。所以,他们迫切需要寻找一个由专业学者担当的“代读”者,在此背景下,一批明星学者闪亮登场,成为当今时代新的“文化英雄”。

在经典“代读”的过程中,学者与受众分别扮演着主导者与受导者的角色,一方面,学者以学术权威的身份居于强势地位,由他决定对经典的取舍,决定经典解读的内容与方式;另一方面,受众以经典解读的接受者身份,居于弱势地位,被动地接受着学者对经典的解读。在此不对等、不平衡的文化传播过程中,学者的“代读”行为既是不可避免的,也是很有意义的,但是这不能成为惟一的永久性的知识传播模式。否则,受众群体只能成为被动的受导者,而不能成长为自主的阅读者。

俗语说得好:“师傅领进门,修行在个人。”本来,学者的经典阅读主要是起到导读与示范作用,然而,学者始终高居于受众之上,一味地将个人的阅读体会与心得,单向灌输于受众群体,人为地阻碍了受众群体从被动的受导者向自主的阅读者角色转换的可能性,使受众群体止于对经典“代读”者的崇拜,而于经典名著本身渐行渐远。那些扮演代读角色的“学术明星”自撰著作的火爆与经典原著的相对冷落形成鲜明对比,也恰好证明了这一点。就受众群体本身而论,其作为自主阅读者角色缺位的原因也是多方面的。在非知识群体中,主要是自主阅读能力的限制;而在知识群体中,则主要是由于时间或意识的问题,而未能进入自主阅读之境。当然,也有少数专业知识分子对此现象提出质疑与批评,但是他们过于微弱的声音完全淹没于大众群体狂热的追捧之中,无法弥补受众群体角色缺失的局限。

在此,我们想提出一个比喻性概念——“精神代乳”,再略加申说之。经典原著犹如“精神母乳”,是哺育一个民族文化的精神源泉。而经典“代读”就如用人工合成的代乳品,替代原汁原味的母乳^①,向大众灌输。由此导致的结果:一是人为切断了受众群体与精神母体的联系,阻隔了受众群体充分吸取“精神母乳”的渠道;二是使受众群体对人

① 2006年12月5日,《中国青年报》发表署名“老愚”的文章《〈百家讲坛〉拉开了文化奶妈时代》,认为《百家讲坛》这种对于经典的宣讲如同“文化哺育”,而宣讲者则属于“文化奶妈”。其实,由于其所提供的并非纯正的“文化乳汁”,这种观点是可以商榷的。

工合成的“精神代乳”品产生了强烈的依赖性,长此以往,必然会养成一种文化惰性,形成片面乃至偏执的文化口味;三是使受众群体对“精神代乳”品失去鉴别力与鉴赏力,进而会产生一种文化幻觉:“精神代乳”品就是“精神母乳”本身,最终导致对经典本义的误读与历史本相的误解。以上行为无异于“买椟还珠”,受众群体以走向经典始,而以背离经典终,这一文化传播中的悖论现象的确值得我们深思。

三、经典“代读”:媒体的文化策略与角色越位

作为演播经典“代读”的中心舞台,媒体在沟通、调适学者与受众群体的关系时,同样不能不受到社会效益与商业利益双重诉求的制约,彼此之间的交合、冲突,常常使媒体的文化策略选择与文化角色的定位陷入两难境地,也因此引发了诸多的质疑与批评。

媒体是集合电视、广播、报纸、网络等诸多传播类型的综合性指称,它不仅仅是一种物质形态的显性存在,更重要的是在其背后有着多重隐性力量的作用,所以媒体具有“一体二性”的本质特征。从第一个层次划分,媒体是由显性的媒介质与隐性的媒体人共同构成的主客体的复合。前者是后者意图的显性表现,后者是前者取向的隐性主导。再就媒体人而言,也同样存在着显性与隐性的不同层面。其中节目制片人是媒体人中显性力量的代表,而节目制作组其他成员的作用则似乎被淡化或弱化。然后依次还有三级、四级等更多层次的划分。比如,从三级层次来看,相对于整个电视机构而言,具体节目制作者在前台的作用被突出、放大,同样可视为显性力量的代表,电视机构则置身幕后,更多发挥隐性作用。如果再从整个社会的更大范围来看,则电视机构成为显性力量的代表,而来自政府、社会各界的要求则无时无刻不起到隐性制约作用。如此层层推绎下去,很显然的,所谓显性与隐性只是一个相对的概念,人们通常将媒体视为一种传播空间、渠道、方式,实际上仅仅看到其显性的物质形态,而忽视了其背后的诸多要素的角力与多重利益的博弈。媒体本身的多元性、复杂性、矛盾性正是导致其文化策略选择与角色定位常常陷入困境的内在原因所在。即使是如经典“代读”之类的高雅栏目,也同样无法从根本上摆脱其强势制约,而这正是我们进一步探讨后续相关问题的逻辑起点。

在经典“代读”过程中,学者的“代读”与受众的“听读”交汇于电视屏幕上,但在学者的学术理想与受众群体的欣赏口味之间,始终存在着巨大鸿沟。诚然,学者有权利坚守他的学术理想,可以决定“讲什么”及“如何讲”;但在电视机前的受众群体却可以用遥控器作出“听”或“不听”的自由选择,这反过来对学者的“讲什么”与“如何讲”起到关键性的制约作用。媒体首先面临的严峻挑战就是如何弥合彼此的鸿沟,从而寻找到一个最佳的平衡点。央视《读书时间》与《百家讲坛》的不同命运,恰好为我们提供了如何应对这一严峻挑战的失败与成功两个典型案例。然而,《百家讲坛》的成功,是以更多迎合、迁就受众群体为代价,而与最佳平衡点距离甚远。创办之初,栏目制作人就将其定位为“开放的大学”,《百家讲坛》取名即仿自大学论坛,其功能即等同于大学课堂,是大学论

坛与课堂向公共空间的扩展与延伸。所以,在价值取向上,也更多地吸取大学精神,坚守学术理想,然而曲高和寡,无法为更多的受众群体所接受。鉴此,《百家讲坛》从内容到形式不断进行调整。在内容上,舍弃了自然科学、社会科学而偏重于人文科学,在人文科学中又偏重于历史文化层面的经典名著;在形式上,由开始模仿大学论坛的常规形式逐步走向表演化,甚至带有书场说书的特征,这是媒体为迎合大众口味而不断进行自我调适的结果,是媒体在收视率指挥棒下,急于获得社会认可而不得不做出的巨大让步。

基于以上的价值取向,必然会进一步导致媒体在沟通、调适与学者关系方面的变形。本来,媒体同时兼有引导学者走近大众群体与提升大众欣赏品位的双重任务,然而在事实上,媒体关注的重心是如何充分利用自身的强势地位,把学者纳入既定的传播模式之中,使之尽可能接近大众口味。充分尊重学者的文化理想与学术个性往往成为一种奢望,至少会受到某种伤害。凤凰卫视中文台副台长刘春的阐述颇具代表性,“我们不愿给学术披上盛装,因此极力避免与那些总是乐于用曲高和寡来诠释学术水平的人相遇,《世纪大讲堂》的原则就是要让学术能够被人听懂”^①。而于丹说得更直接、更明白:“不是我们用文化教育民众,而是民众用遥控器选择我们。”在媒体的强势之前,学者群体不得不作出妥协,不得不改变自己。陈平原认为:“到了20世纪90年代,最擅长利用大众传媒的中国文人、作家当推王朔,学者则非余秋雨莫属。”然后着意提醒那些指责余先生表述夸张、有哗众取宠之嫌的批评家:不要忘了,进入大众传媒且如鱼得水的余先生,已经不再是原先的戏剧史专家了^②。这是媒体对学者群体选择与改造的必然结果。

媒体之于学者与受众群体之间的艰难调和,其深层原因在于社会效应与商业利益双重诉求的内在矛盾。实际上,这也是全球传媒界所面临的一个共同难题,西方一些国家比如法国的应对之策是确立“公共服务”的“共和国原则”,力图以法律形式加以确认和保障^③。2002年6月,法国女作家卡特琳娜·克莱芒受文化部长委托,以“国营电视与文化”为主题,对法国电视中的文化节目现状、问题及改善方向进行调查,并于同年12月10日递交报告。在这份以《夜晚与夏天》为题、长达100多页的报告中,描述和分

① 程曦《学术电视大有可为——从〈世纪大讲堂〉看电视栏目的创新》,《新闻知识》2002年第7期。

② 陈平原《大众传媒与现代学术》,《社会科学论坛》2002年第5期。

③ 二十世纪六十年代初,由国家垄断经营的惟一广播电视机构——法国广播电视台(ORTF)成立的时候,便以法律形式确立了它的“资讯、教育、娱乐”三大公共服务使命,明确规定资讯、教育的公共服务应超越于娱乐之上。法国国营电视台的文化节目形式多样,或是介绍书籍和科普知识的专题栏目,或利用历史和文学遗产资源制作电视故事片,或在每天新闻中插播文化新闻,介绍新书新出版物。它极力倡导一种“适合大众的精英主义”文化,对于这类文化节目,国营电视台从不确定“收视率”指标,其收视率也远不如私营电视台,却在法国普通观众中享有很高声誉,连年的电视台形象排名都名列榜首。但是二十世纪八十年代以来,随着法国电视台私营化的大力推行,电视的商业竞争和收视率专制愈演愈烈,文化节目虽然没有在荧屏上消失,其生存空间却因一再受到挤压而日显狭仄和困窘。资料来源:让·居易(Jean Guy)《夜晚与夏天:法国电视中的文化节目空间》(La culture et la télévision en France),《南方周末》2003年6月26日。