

# 中國古典小說名著的文化原料性、不定式文本再製

## 與價值兌現

臺灣淡江大學中文系教授

顏崑陽

### 一、引論

文學作品，凡稱「名著」者，必然具備了「大眾性」(popularity)。不過，所謂「大眾性」，此一概念的實質義涵卻頗為複雜，必須加以分析、界說，並且將它置入所使用的語境中，才可能確定其意義。

在文化生產的場域與過程中，任何事物的「大眾性」，都非自然現呈，而是由人為建構所形成。故而，當我們在提問某一文化產品的「大眾性」時，其實是在提問其構成因素及條件是什麼？對於這樣的問題，我們可以嘗試回答：

一種文化產品之「大眾性」的構成，表層性的條件就是「量」，意指「多量」的群眾對某一文化產品的受用，在以影音、文字為媒介的文化產品而言，所謂「受用」即是「閱聽」，以下所討論即以這類文化產品為對象，「文學作品」固在其中。上述「大眾性」的指認，涉及到傳播市場效果的評估。在當代對於文化產品行銷數量有效的計算機制掌控中，這種評估並不困難。因此，某種文化產品並時性的「流行」狀況，可以獲致接近實證的描述；而其「大眾性」也隨之可以得到「量化」的肯定判斷。然而，「大眾性」在「量」的構成條件上，除了並時性的「流行」之外，還得考量歷時性的「傳衍」條件。我們在此以「傳衍」指涉一文化產品在長遠的時間跨距中，持續不斷被「多量」群眾所閱聽。但其歷經的時間跨距究有多長？閱聽群眾數量究有多少？這實在很難建立共識而明確的「數據」判斷。不過，從理論來說，對古典文化產品之「大眾性」的判斷，歷時性「傳衍」的「量」，是必須被考慮的條件。而且，其時間跨距恐非百年以上，不足以定論。

文化產品的「大眾性」，其「量」的條件之所以構成，大體能夠找到若干內外相關「質」的條件或因素，以做為詮釋。從外在而言，商業的生產與行銷策略、形式、管道、動作等，都是經常被觀察所及的條件。至於從內在而言，則必須深層的詮釋閱聽群眾所處的社會文化情境以及所存的社會文化心理；而更重要的，當然必須深層的詮釋產品本身的文化性質與形式。這種種內在深層之「質」的因素，大抵是「詮釋性」問題，不可能做出絕對客觀有效的「實證」。

在大眾文化的論述中，關於「大眾性」的指認，當「量」的條件與「質」的因素被結合觀之，則「大眾性」與「通俗性」二個概念就往往被混同，甚至「大眾性」與「庶民性」二個概念也經常可以置換。並且，在使用這幾個詞彙時，經常自覺或非自覺地隱涵著「社會階層」或「審美品味」的主觀評價立場。換句話

說，它們都是「評價性」的詞彙，不僅做為「描述」之用。「大眾」即「庶民」的社會階層，它相對的就是比較少數的「貴族」或「菁英」社會階層；而「大眾性」即「通俗性」的審美品味，它相對的就是比較小眾的「高雅性」審美品味。這種對「大眾性」、「通俗性」、「庶民性」充滿貶意的觀點，顯然是反映了貴族、菁英階層主觀操用其強勢發言權的話語。這種狀況就如同英文之中，mass culture 與 popular culture 二個詞，都被譯為「大眾文化」，而二者的概念也被混淆不清。其實，在西方歷史語境，流行於一九三〇到一九五〇年代的文化批判思潮中，mass culture 是一個滿含貶意的詞彙，在「質」的概念上，與「通俗性」、「庶民性」混同，被認為是資本主義社會，受政治、傳播媒體、商業機構所操控、型塑而成，代表著庸俗文化的審美品味。早期法蘭克福學派，就是抱持這種菁英階層的文化意識形態對「大眾文化」進行批判。這種情況，到了六〇年代，才開始改觀，尤其英國伯明罕大學「當代文化研究中心」，以霍加特（Richard Hoggart）為首所推動的文化新思潮興起，popular culture 的概念乃取代了 mass culture，而除去它的貶意，意指著屬於廣大群眾所樂意享有的文化，甚至成為與經濟產業結合而為政府所提倡的主流文化。

其實，文化產品的「大眾性」，其「量」的條件與「質」的因素並不必然存在「反差」的關係；也就是「量多」不必然「質低」；而「量少」也不必然「質高」。這尤其對歷經長期時間跨距之「傳衍」的「經典」而言，更是如此。其「量」之數多，乃經百代閱聽群眾的「積累」，並且早已突破社會階層的區隔，所謂「雅俗共賞」即是此意。這在東西文化發展歷程中，其例甚多，《聖經》、《十日談》、《源氏物語》、《論語》、《老子》、《茶根譚》、《千家詩》、《唐詩三百首》……應該沒有人會認為這類文化產品的大眾性，雖「量多」卻「質低」。而本文所關注的中國古典小說名著，以《水滸傳》、《三國演義》、《西遊記》、《紅樓夢》為範例，其「大眾性」的構成，在「質」的因素上，更不能站在菁英階層的文學評價立場，僅從隱含貶意的「通俗性」、「庶民性」的立場去做批判性的論述。這些古典小說名著，其「大眾性」的「量」實非取決於一時之「流行」，它更值得去注目的是歷經數百年時間跨距的「傳衍」，不論作者或讀者，早已突破社會階層的區隔及雅俗審美品味的對立。然則，其「大眾性」構成的條件與原因何在？這絕非從菁英階層「純文學」本位或「政教功能」本位的視域，可以獲致適切的詮釋。

「小說」在古代的文體、文類論述中，直到明代吳訥的《文章辨體》、徐師曾的《文體明辨》都未列為一個特定的文章體類，它始終處在邊緣性的位置。五四新文學運動以降，乃被追求現代化的新知識分子，例如胡適、魯迅、鄭振鐸等人，將「小說」這一傳統的邊緣性體類推向文學世界的中心位置，而與散文、詩、戲劇並列。幾乎三〇年代以來，「中國文學史」一類著作，都以這個文體分類的框架去書寫中國文學歷史；甚至在「分體文學史」中，「小說史」的著作也比其他三種文體史為多。眾所週知，這的確是受到西方文學觀念影響的結果，主要取諸敘事理論與形構美學。正因為如此，他們對「小說」的文類知識與美學觀念大多接受自西方。於是，雖然很多學者都明白，中國古代不但有「小說」之名，也

有豐富的小說之實；但是，從小說文類的定義，到藝術價值的評判，卻幾乎還是自覺或非自覺地採取西方觀點。因此，「純文學」本位成爲他們共同的視域，而小說作品自身的母題要素、主題意義、敘述結構、場景與人物描寫的修辭技法，以及由此所產生的審美效果，這些所謂「藝術性」的成分，乃是觀看、評判小說的主要基準。於是，中國古代雖有數百種以上的長短篇小說，但在諸多文學史或小說學者的眼光中，仍屬貧乏，比起西方來，大約除了《水滸傳》、《紅樓夢》、《西遊記》勉強可稱得上偉大之外，連《三國演義》都算不了第一流的文學作品，何況其餘！

另外，還有三種主要的研究取向，第一種是文獻學的研究，以整理、考校古典小說的史料真偽、版本良窳爲目的；第二種是承自中國傳統「文學實用」的觀點，從知識階層的立場去詮釋或評判小說在政治道德諷諭或教化上的功能效用；第三種是不採取文學研究立場，離開小說自身文本性的位置，而從庶民社會史或文化史的觀點，將小說當作「史料」，去詮釋它所承載的庶民社會或文化的歷史經驗內容。

研究中國古典小說，除了上述西方式的純文學觀點之外；能不能從中國古代的小說文化經驗現象，去建構自己的「詮釋典範」，以應用在對於諸多古典小說文本意義的詮釋與價值評判。這種「詮釋典範」的建構，「純文學本位」固非最理想的視域，因爲敘事與形構的美學觀點，將小說從它在古代社會文化場域及生產的動態性過程抽離出來，成爲靜態化的語言形構體，則所能看見的意義相當有限；文獻整理與考校是所有各別研究取向的共同基礎，但它不是研究的終極目的；「文學實用」的視域則不免窄化，而且知識階層的立場其實不相應於小說從發生性而來的庶民社會文化特質，因此經常不自覺地表露制高性的價值批判，而缺乏歷史語境的同情理解；至於庶民社會史或文化史的觀點，則已離開小說文本性的位置，研究對象不再是小說而是歷史，小說降位成爲「史料」而已。

或許，我們可以轉換另一種詮釋視域：此一視域的基本立場，不離開小說自身的文本性位置，亦即研究對象還是小說，而不將它降位爲庶民社會或文化的史料。但是，我們的觀點，一則不預設「純文學」本位而將小說靜態化地詮釋、評判其形構上的藝術性；二則也不僅從知識階層的制高地位，將小說當作政教的實用工具，去詮釋其意義、評判其價值。我們的問題與詮釋視域是：中國古典小說究竟在什麼樣的社會文化場域與過程中被生產出來，並傳衍下去？以及在那種社會文化場域與過程中，眾多小說生產、傳衍者究竟以什麼立場、觀點去看待小說，去參與種種和小說相關的社會文化活動？並且意圖兌現哪些價值？這樣的問題與詮釋視域可能讓我們揭明中國古典小說，尤其那些名著，在上述幾種研究取向與觀點之外，所蘊涵的意義。這些意義關乎小說特殊的內涵本質、形式特徵及其多元相對的價值意識。

我們了解到，文化產品的意義與價值，從來都非現成物，而是取決於問題視域及詮釋視域的選擇。當然，每一種問題視域與詮釋視域所擇定的研究取向與方法，都有其效用，相對也有其限制；換言之，都有其能解決的問題，也有其不能

解決的問題。這種方法論上的限定，當然也適用於我們這個論題。因此，我們不是否定前行研究的取向與方法，而是在反思學術史之後，所做另一個可能的選擇。

對於上述的問題，我們嘗試提出的詮釋觀點是：中國古典小說名著，諸如《水滸傳》、《三國演義》、《西遊記》、《紅樓夢》等，其「大眾性」的構成條件及因素，不僅是自身的藝術性，更重要的是在古代的社會文化場域中，這些小說都隱涵著「文化原料性」，不是一個「封閉性結構」的固定文本，因此在不同的時空條件中，允許多數人參與「不定式文本」的「再製」，並在政教、經濟、文學、庶民生活，各種社會文化行爲中，兌現多元相對的價值。其「經典性」產品，更是一個民族不分社會階層、不分作者、讀者，而在感覺趣味與存在意義上的「集作性隱喻系統」。從方法論而言，在我們的這一論述中，詮釋對象是小說，「社會文化」只是詮釋所選擇的途徑。

## 二、中國古典小說名著所隱涵的「文化原料性」

中國古典小說與現代小說，從生產過程、方式與內涵價值意識而言，其差別就在於前者大都是多數人「歷時傳衍」的群體意識產品，而後者則是一人一時個體意識的產品。

在本文中，我們比較寬鬆地使用「群體」一詞，不將它視為在特定界限內，以正式或非正式成員資格，而依整合性的社會互動結合在一起的團體。不過，我們所謂「群體」，除了指多數人之「量」的概念外，雖不必嚴格要求成員資格與約定性的整合形式；但是，既謂之「群體」，則還是必須具有某種社會互動基礎。

在中國古典小說生產過程、方式與內涵價值意識的這個「語境」中，所謂「社會互動」指的是：非出於特別約定而在長期社會文化生活方式的習得、傳遞過程中，逐漸形成一種關於「故事」之說話、表演、書寫、行銷、聽賞、閱讀、評論的群體性社會互動行爲。這類社會互動行爲，不但並時性甚且歷時性的有多數人在反覆操作，因此可以視為是一種「文化行爲模式」。而個人在參與這類互動時，不管是以什麼「角色」(roles)出現，說話者也好、表演者也好、書寫者也好、行銷者也好、閱聽者也好、評論者也好；每個角色都只意識到自己是這類群體性社會互動行爲的共同參與分子而已，不特別針對行動的「標的物」，提出繫屬於個人之生產價值的主張。行動的「標的物」，指的就是故事文本（或云小說）。我們就將這種社會文化心理，稱為「小說群體生產意識」；在這意識的制約下，文本生產所衍生的「著作人格權」與「著作財產權」幾近乎缺位。這也就是為何很多古典小說名著的生產，往往歷經長期的時間跨距，並且匯集原始文獻的記載者、說話人、小說文本的初寫者、改寫者，續寫者，甚至因為出版所需而改編者，才逐漸構就「暫成性」產品。故版本紛雜，而「作者」也往往不名。

這種現象實非偶然，不但有異於現代資本主義社會對於個體著作人格權與財產權的強烈價值意識，甚且與中國古代詩歌與散文的生產過程、方式及價值意識也有所不同。一般文人創作的詩歌與散文固然絕大多數都是「作者」明確，其「著

作人格權」既不輕易放棄，也不能隨意被剝奪。即使樂府歌謠，雖多作者不名，然其文本生產過程與方式，卻也很少像小說這樣出於群體長期不斷更變文本的再製。這種現象所提供給研究者最重要的「問題視域」，應該不在於「真正作者是誰」的考證。而有關「真正作者是誰」的考證工作，卻是以往古典小說學者最大的研究興趣之一，也做出很多成果；然而，有些問題解決了，另有些問題卻永遠沒有答案。即使考證出某一本小說的真正作者是誰，對於文本意義的詮釋，或上述那種小說群體生產意識之社會文化現象的詮釋，又能有多大的助益呢？這是對近現代小說學術史應有的反思。

中國古代，在這種「小說群體生產意識」主導之下，很多小說幾乎都沒有一種繫屬於「定身作者」或繫屬於「定式結構」的「定指主題」之意義。其文本始終處在多數參與者不斷再製其形式、再增減其內容與再兌現其價值的生產過程中，因此其意義的詮釋也就相應的處在群體文化意識不斷對話與整合的傳衍過程中。換言之，中國古典小說從形式結構、題材內容到主題意義，基本上都處在「開放性」的狀態中，因此任何文本形式、內容與意義的唯一「定解」，非僅不可能，也不應該是詮釋的終極任務。

依循這樣的理解脈絡，我們可以說，一種小說不管任何時期所出現的任何版本，都只能說是「暫成性」產品，也就是它仍然處在繼續被「再製」的變動狀態中。以《水滸傳》為例，它原始的故事素材來源非常多，有些記載於正史者，例如《宋史》之〈徽宗本紀〉、〈侯蒙傳〉、〈張叔夜傳〉，以及宋代王偁《東都事略》、清代徐松輯《宋會要》等，也有記載於非正史者，例如《大宋宣和遺事》、宋代方勺《泊宅編》、宋代周密《癸辛雜識續集》等。並且，從宋徽宗宣和年間流傳眾口的故事，歷經說話、雜劇的形式，然後才被某文人依據話本、雜劇寫成小說。這某文人，即最早的初寫者，可能是元末的施耐庵，而第一次改寫者可能是明初的羅貫中——清代錢曾編《也是園書目》記載這個版本二十卷、無回數，已佚。等到明嘉靖年間，又有人再次改寫為百回本，據稱為「郭勳家傳藏本」，但是改寫者究竟是誰？並不確知。而其原刻也已甚為殘缺，只剩五回。這還不是「傳衍」的終點，郭本出現後，繼續有人改寫更編，單是一百回就有好幾個版本，何況還有一百十回、一百十五回、一百二十回、一百二十四回，甚至被腰斬僅剩七十回等各種版本。其間，歷經四百多年，無數人參與生產，而形成紛雜的「暫成性」產品。各種產品的版本不但卷數、回數互有出入，內容也不盡相同。有文字敘述比較詳細的「繁本」，例如上述「郭勳家傳本」；也有加上插圖而減少文字敘述的「簡本」，例如明代萬曆年間余氏雙峰堂《新刊京本全像插增田虎王慶忠義水滸傳》。而最顯眼的是，清代金聖嘆評點《水滸傳》，可以因為認定這本小說的精采全在前七十一回，他又不喜歡「招安」的結局，而斷然腰斬後半「征四寇」的故事，變成七十回本。一本小說的版本如此複雜，以致研究者考證紛紛，然而何者為不可更變的「定本」，真能有結論嗎？其實，這個問題，我們可以換個觀點提出：何者為「定本」，必然非有確切的結論不可嗎？

這種文本開放生產，可由群體參與、更變的現象，不僅發生在諸如《水滸傳》

這類長期多方傳衍的小說，甚且也可以發生在諸如《紅樓夢》這種原本成於一人之手的產品。曹雪芹書寫這本小說，「披閱十載，增刪五次」（見《紅樓夢》第一回）；而這過程中，與曹雪芹熟識的脂硯齋前後閱評四次，如今還保存了再評的甲戌本、四評的己卯本及庚戌本，其中已多有殘缺。做為與小說作者直接往來的閱評者，他的意見是否影響曹雪芹的增刪改寫呢？這也不無可能。閱評者可以參與小說生產，這在古代乃是常態性現象。曹雪芹寫到八十回，「壬午除夕，書未成，芹為淚盡而逝」（甲戌本脂硯齋批語）。另一個似不相干的人高鶚卻可以接續撰寫後四十回。而曹雪芹死後，這本小說先以抄寫的方式流傳。過程中，傳抄者往往基於某些動機而依己意修改。其中，乾隆四十九年甲辰夢覺主人序的抄本最為重要，而修改之處卻不少。甚至，刊印本也同樣會有修改。程偉元在乾隆五十七年，第二次刊印高鶚續作的一百二十回本時，便大加增刪，而與曹氏原作頗有出入。既然高鶚可以續作，那麼對後四十回不滿意的人，當然也可以主張將它刪掉，就像金聖嘆腰斬《水滸傳》一樣。甚至，假如有人再去做改寫，又何嘗不可？「小說」無所謂「原作定本」，它可以因應各種需要而「再製」；這似乎是中國古代人們對小說所持的共同觀念。

一本小說，長時期經過許多人參與生產，卻始終處在不斷被「再製」的過程，而各階段都只存在「暫成性」產品。這種現象非但不會發生在現代小說，也極少發生在古代的詩歌與散文。因此，我們認為這種現象隱涵最重要的問題，不是作者、版本真偽良窳的考辨；而是這種現象，有什麼深層性的文化意義可資詮釋：在它被生產、傳衍的社會文化場域與過程中，不分社會階層、不分角色、不分審美品味，人們究竟以什麼立場、觀點去看待小說，去參與種種和小說相關的社會文化活動？

這個問題，我們可以如此的理解：在中國古代，一本小說儘管某一個時期會被製作出「暫成性」產品；但是，它卻始終保持著「文化原料性」，而可以為群體所「共享」，並在不同時代的社會文化條件下，或某個參與生產者的理念下，被「再製」為同中有異的另一個「暫成性」產品。

「文化」是一個民族群體共享的生活經驗、方式與價值觀念。所謂「原料性」的第一序概念指的是可以被加工而製作為成品的原生性素材。而第二序的概念指的是當某些成品可以被更變其原有形式而回歸為材料性質，又被「再製」為另一種形式的新成品；則我們便認定原成品涵具著「原料性」。「再製」其實就是接受原成品的「原料性」並更變其形式，而以另一新形式「再現」出來。準此，凡可被更變再製的成品，都是「暫成性」產品。再現之後的新產品與原產品之間，乃存在著共具普遍性又各具個殊性的趣味及意義。因此，「再製」是一類事物之普遍性與個殊性辯證的傳衍。然則，在我們的論述中所規定的「原料性」界義，不僅指涉生產過程發生於原始時間的素材，並且指涉一「暫成性」產品可被變更其形式而「再製」為另一「暫成性」產品，其中所涵具的原料性質。而一事物成品之所以可以被更變再製，必然是它在既成的個殊形式中隱涵著此類事物的普遍本質。準此，在我們的論述中，「原料性」之義涵乃由這二個概念辯證而成；而一

文化產品之能涵具「原料性」也因為它兼備了這二種性質。依循此一「文化」與「原料性」的基本概念，並且在古典小說生產的語境中，所謂「文化原料性」，我們將它理解為：小說被任何形式所敘述的故事本身，具有被群體所共享的文化原生素材性質以及典型事物性質。「原生性素材」是從經驗材料的原始發生而言；「典型性事物」是從故事本身之典型性人格、典型性倫理關係、典型性人生存在經驗而言。所謂「典型」指的是一事物以其形式完滿的實現了同類事物普遍的本質或特徵；因此，在我們的論述語境中，「典型性事物」多具有可被不同形式再製的「原料性」。中國古典小說名著之能構成「大眾性」，成功地塑造「典型性人格」、「典型性倫理關係」、「典型性人生存在經驗」，是很主要的原因。「典型性人物」，例如《西遊記》中的孫悟空、豬八戒；《水滸傳》中的武松、魯智深、李逵。「典型性倫理關係」，例如《三國演義》中，劉、關、張的桃園三結義。「典型性人生存在經驗」，例如《紅樓夢》中所描寫夢幻與真實辯證的人生。「典型性」事物的意義就在於隱喻著一個民族不分階層而群體共構的認知及價值意識。因此，在現實世界中存在並活動著的個別事物，都可以從中反射出被主體所同感共識的意象；因而諸「典型性事物」往往被視為涵具「文化原料性」，其符號形式所隱涵的普遍性意義，可以被移用到不同的存在情境中，賦予不同形式而「再製」為另一「暫成性」產品。中國古典小說就基於這種「文化原料性」的本質，人們一般都認為它並非「私有性」的文化產品，不受任何個體主張的著作人格權與財產權所限制，而向所有參與生產者開放，得以共用其原生性素材與典型性事物做出傳衍性的「再製」，以兌現所意圖的價值。古代，在小說被生產、傳衍的社會文化場域與過程中，不分社會階層、不分角色、不分審美品味，人們就是以這種立場、觀點去看待小說，去參與種種和小說相關的社會文化活動。

這種現象，我們可以從「小說」的歷史文化源起，獲致更深切的理解：班固在《漢書·藝文志·諸子略論》中指出：「小說家」本出於「稗官」，乃「街談巷語，道聽塗說之所造」。他將「小說」置於十家之列，卻不讓它入於九流之中。這雖帶有菁英階層觀點的輕視之意；但是，正因為如此，故小說家者言，一方面不像儒、道、墨、法等九流之作，總得將所著述繫屬於特定的作者，因而便產生了「私有性」的「著作人格權」，無法開放為眾人所共享；另一方面，其說既出於里巷之間，當然是群體文化經驗的產品，其真實性雖無可考證，卻多出於庶民的生活經驗或價值信仰，具有「史」的性質，故「稗官」所載往往被視為「野史」。這也就是為什麼中國古典小說的書寫，儘管怪奇虛誕之說，總還是不離「史」的意識，而於題材的採擇必與某些「史事」牽連，或云得之於某時某地某人之語，以示其真實可信。「歷史」與「文化」，本就是人們所共同參與之社會行為與精神創造的符號化，非一人專有之物。因此，中國主流的古典小說從未曾走入純屬個人主觀想像虛構的「獨創」之域，也未有作者將它視為「純文學」之作，刻意經營純為滿足「審美經驗」的所謂「藝術性」。群體生活性、社會現實性、歷史文化性，才是他們看待小說、生產小說、共同參與種種和小說相關的社會文化活動的心理基礎。

準此，我們可以說，中國古典小說最獨特的本質，頗異於西方，不是個人純文學創作觀點的「藝術性」，而是群體社會生活觀點的「文化原料性」。

### 三、中國古典小說名著「不定式文本再製」

依循上文的論述，中國古典小說基於群體社會生活觀點的「文化原料性」本質，它在生產過程與方式上所顯現最大的特徵，就是「不定式文本再製」。這與個人創作的詩歌及散文差別甚大，一人之作的詩文，必有出於「定身作者」的「定式結構」，不能被他人做出任意切割、更變的「再製」。而小說，尤其長篇的章回體，則往往可以在不同時期的社會文化條件下，或某個參與生產者不同理念下，被以「不同形式」去「再製」。但是，這個新的形式也非從此就固定不變。因此，我們將這種現象稱為「不定式文本再製」。

上文所謂「形式」，可以理解為屬於外在社會文化條件的「載具形式」與內在故事本身的「敘述形式」。中國古典小說自唐宋以來，逐漸發展出來的「載具形式」主要有：(一)、以語音為媒介的「說話形式」；(二)、語音媒介除了說話之外，更配上韻文歌唱，再加簡單樂器伴奏，這是「講唱形式」，變文、諸宮調、鼓詞、彈詞等即是此類；(三)、以劇場、身段、歌唱為媒介的「戲曲形式」，雜劇、傳奇等即是此類；(四)、以文字為媒介的「書寫形式」，筆記、章回等即是此類；而「話本」則是「說話」由「語音」轉成「文字」，也可以視為「書寫形式」；(五)、以繪畫為媒介的「圖像形式」，這種形式在古代尚無獨立性，往往只做為第四種「書寫形式」的輔助性載具，一些「繡像插圖本」的小說即是此類。從「載具形式」的差異來看，這五種文本體製當然有別；而狹義的「小說」概念，指的僅是第四種「書寫形式」的產品，有時會輔以插圖。但是，假如從故事本身的「文化原料性」來看，其他幾種也可以廣義地視為「小說家者言」；只是同一原料而以不同形式所做的「再製」。

中國古典小說名著，尤其是章回體，幾乎都歷經這種種不同「載具形式」的「再製」。以《水滸傳》為例，其故事起始以語音為載具，藉「說話形式」流傳，有如《大宋宣和遺事》之所載；接著而有「戲曲形式」的「再製」，元代雜劇中很多水滸故事的劇目，例如元代鍾嗣成《錄鬼簿》載紅字李二撰〈折擔兒武松打虎〉（已佚）、清代錢曾《也是園書目》載無名氏撰〈宋公明劫法場〉（已佚）、明代臧晉叔編《元曲選》載康進之撰〈梁山泊李逵負荊〉等；其後，才有以「書寫形式」多次「再製」而形成各種回目版本的《水滸傳》。明代出版業發達，在「書寫形式」的版面上更加入「圖像形式」而出現繡像插圖本。而明清時代在北方盛行的鼓詞，也以「講唱形式」大規模的再製《忠義水滸傳》，篇幅多達幾十冊。

不同的載具形式有不同的表現功能，因此對於故事本身的「敘述形式」會有很大程度的決定作用。例如，「說話形式」以口語現場講述故事，表現功能重在用緊湊的動態性情節吸引多數沒有文字能力的「聽眾」，則其敘述形式就不可能



在場景、人物形象及心理上做太多靜態性的精美描繪。因此，以說明性修辭策略粗線條的勾勒場景、人物，就遠超過用描繪性修辭策略精美的具現場景，並讓人物去表演。「話本」及不脫說話餘習的章回體，例如《三國演義》，都表現了這樣的「敘述形式」。而真正的「書寫形式」，乃非現場講述而以文字描寫，其表現功能重在交織場景、人物、情節而全幅呈現意象，以吸引具有文字能力的「讀者」，例如《紅樓夢》。因此，其敘述形式就會特別重在精美的文字描繪。又例如「雜劇」的載具，受到一齣四折的劇場表演限制，只能取材單元性故事，幾近章回體的一個回目，甚至僅摘取其中片段而已。而且它屬於結合視覺與聽覺效果的「戲曲形式」，除了故事之外，還必須配以科、白、唱曲，其敘述形式當然就完全不同於結構龐大的章回小說。

不同載具形式結合不同敘述形式的再製，一方面讓共享的原生性素材與典型性事物，不斷「再生」其「趣味」及「意義」，而得以長期的傳衍，積累其異代歷時的「大眾性」；另一方面則產生不同的傳播效力，而分別適應不同社會階層的閱聽需求。對於沒有文字能力的庶民階層，說話、講唱、戲曲幾種形式，正適合他們的聽賞與觀賞，而獲致故事趣味的娛樂效果及故事意義的教化效果。至於具有文字能力的文人階層，除了可以共享上述幾種形式之外；「書寫形式」更提供他們另一種「閱讀」所能享受的趣味與意義，而小說也因此得以突破階層區隔的「大眾性」，以達到「雅俗共賞」的傳播效力。

準此，中國古典小說名著，乃以其「文化原料性」的特質為本，而依藉載具形式與敘述形式不固定的「再製」，讓故事趣味及意義不斷「再生」，並且突破社會階層的區隔，而構成並時性「流行」與歷時性「傳衍」的「大眾性」。這種混合社會文化結構與過程的動態性小說生產現象，很難從西方「純文學」的靜態性觀點獲致切當的詮釋。

五四新文化運動之後，古代的社會文化情境似乎不再了，這種小說現象還會繼續存在甚至另有發展嗎？答案應屬正面。其因在於：一方面新文學運動以來，古典小說是最受重視的文學遺產；二方面古典小說仍然保存它「文化原料性」的本質；三方面現代化的載具形式，包括平面媒體的漫畫，電子媒體的卡通（活動漫畫）、電影、電視劇、電玩遊戲、網路等，其傳播效力更遠邁往古，正可因依古典小說的「文化原料性」進行大量的「不定式文本再製」；四方面近年來大眾文化與知識經濟思潮正盛，文化創意產業成為主流性的政策。古典小說被認定是發展文化創意產業最具經濟效益的再製性材料。

依據我們粗約的統計，上述《水滸傳》等四部古典小說名著在華語世界被以現代載具形式「再製」的數量如下：

電影：《三國演義》7部、《水滸傳》39部、《西遊記》43部、《紅樓夢》10部。

電視劇：《三國演義》20部、《水滸傳》6部、《西遊記》8部、《紅樓夢》7部。

電玩遊戲：《三國演義》282部、《水滸傳》44部、《西遊記》23部、《紅樓

夢》13部。

卡通：《三國演義》63部、《水滸傳》23部、《西遊記》59部、《紅樓夢》14部。

舞台劇：《三國演義》1部、《水滸傳》2部、《西遊記》2部、《紅樓夢》3部。

網路資訊：《三國演義》657萬條、《水滸傳》377萬條、《西遊記》1050萬條、《紅樓夢》1410萬條。

從以上現代載具形式所「再製」的暫成性產品看來，古典小說名著的「大眾性」仍然可由「數量」獲得實證。尤其近些年炙熱的電玩遊戲與卡通，《三國演義》顯然獲得很多群眾的興趣，《水滸傳》與《西遊記》也緊跟其後。文化創意產業大約從這些祖先遺產「兌現」了頗大的經濟效益。

然而，我們要問的是：這些再製產品的「質」呢？假如古典小說名著在不同歷史時期被進行「不定式文本再製」，讓故事趣味及意義不斷「再生」，因而能構成並時性「流行」與歷時性「傳衍」的「大眾性」。那麼，現代載具形式所做的「再製」產品，究竟讓這些古典小說名著「再生」了什麼品質的趣味與意義，這應該是亟待學者們有規劃地研究的問題。

#### 四、中國古典小說名著的「價值兌現」

依循上文的論述，中國古典小說名著的「大眾性」乃是建立在它「文化原料性」的本質以及歷時性群體參與的「不定式文本再製」，使得它的趣味與意義不斷「再生」。因此，它始終處在開放性的生產過程，在不同歷史時期的社會文化條件下，允許人們以不同的載具形式與敘述形式去「再製」，而多元相對地兌現所意向的價值。在本文中，我們將「價值兌現」界定為：以一種符號性的物品去兌取所意向的價值。而所謂「價值」指的是人類在社會文化生活中，為了滿足物質與精神需求而所意向的目標。當人們主觀地覺知到自己的價值意向以及所意向的目標，即是「價值意識」。而所意向的目標如果是以符號形式實現的文化產品，例如小說，則所謂「價值」就是這符號體所能符合其意向的「趣味」與「意義」。「趣味」聯繫於「感覺」，而「意義」則聯繫於對生命存在的「理解」。

群體的社會文化生活，其價值當然多元而相對；小說又是群體意識的文化產品，幾乎都沒有一種繫屬於「定身作者」或繫屬於「定式結構」的「定指主題」之意義。因此，如《水滸傳》這一類的章回體小說，基本上是一種「集作性」的符號體，亦即「集合」了不同時期、不同參與者，不自覺或自覺之價值意識而構作形成的「隱喻系統」。所謂「參與者」，包括了說話者、表演者、書寫者、行銷者、閱聽者、評論者。從歷史而言，他們分屬不同時代。從社會而言，他們分屬不同階層；卻不約而同地集合在一起，以某一小說文本的符號體，構作了龐大的「隱喻系統」，以表徵他們各有所向的價值意識。我們在這裡將比較廣義的使用「隱喻」一詞，凡以某種符號形式去表徵人們於存在情境中，其心靈所體驗的趣

味與所理解的意義，即是「隱喻」。因此，廣義而言，一切文化產品，尤其文學藝術，都是「隱喻」。上述的參與者，都是在社會文化場域中，扮演各種角色，以「小說」為共用的符號體，進行社會互動，而藉著文本的「再製」，隱喻性地兌現所意向多元而相對的價值。因此，假如我們僅從「純文學」本位的所謂「藝術性」，或從「政治道德」本位的所謂「教化功能」，去評判小說的價值，那都是對古典小說的生產缺乏歷史情境及其過程之同情理解所形成價值的簡化。

古代小說生產的參與者，如何集作一個龐大的隱喻系統，而依藉文本不定式的再製，分別去兌現他們所意向的價值。這個問題可以從生產過程的「漸序性」做出分序的理解。不過我們得先說明，「序位」的區分，雖大致以生產過程中，經驗發生的「時序」為主；但其間某些角色的出現，卻難以完全依照經驗發生的時序切分。從經驗發生的時序來看，這些角色可能同時出現在二個以上不同的序位中；但是，在理論上，我們卻必須依照小說生產的角色功能來為他選定一個適當的序位，例如下述第四序位的評論者，他最晚在第三序位就以「閱讀者」的角色出現。我們將他擇定在第四序位，乃是考量他在小說生產過程中的角色功能，不僅只是一般性的「閱讀者」；更重要的是他們以專業性的評論能力，運用「評點」的敘述形式，「再製」了另一種「意義」的產品，故而將他定位在第四序：

一本隱喻系統龐大的章回體古典小說，其生產過程的第一序位，通常都是在現實的社會文化世界中，以日常行動或言說，經由社會實踐的過程去生產經驗原料。「行動」指的是真實發生的社會行為，例如《水滸傳》中宋江等人記載於文獻中的行跡、又《三國演義》中記載於文獻有關曹操、劉備、諸葛亮、周瑜等人的事實。「言說」指「巷議街談，道聽塗說」，即口頭流傳的故事。有時，這二者混在一起；有時則沒有前者，只有後者。但是，前者固然為「史」；而後者所謂「街談巷語，道聽塗說」，此與現代小說作者一人自覺的想像虛構不同，它是庶民階層群體意識的產物，雖不能就其「發生」與否做出客觀實證，卻是人們所「信以為真」的事物，因而它能廣為流傳；這與現代傳播媒體所謂「八卦新聞」、「小道消息」性質相近。這些訊息其實反映了群體的社會文化心理。這一序位中的「街談巷語，道聽塗說」，言說者與聽受者的角色乃輾轉混合。當訊息被不斷輾轉言說與聽受時，已隱涵著傳播範圍內之群眾正反面的價值意向。因此，從強調庶民性的文化人類學、社會學的立場觀點來看，不管出於行動事實，或出於街談巷語，這些訊息都是彼時彼地，人們社會文化生活經驗及價值意識的產物，比諸強調菁英性、貴族性的官修「二十五史」，它是另一類「史」的意義。從經驗材料的原始發生而言，這就是中國古典小說皆為「野史」而特具「文化原料性」的因素之一。

第一序位的生產，在廣為流傳的過程中，已由他們「言說」的符號隱喻了群體性的某些喜怒哀樂的感覺趣味，以及某些善惡是非的存在意義。但既謂之「正反面的價值意向」，則有以為然者，就有以為不然者。換言之，他們依藉此一產品兌現了群體意向中或正或反的價值。只是，這一序位的符號仍然在眾聲喧嘩的狀態中，還沒有被匯集、選擇、統整為若干相對穩定的敘述形式；這就得等待第

二序位的生產。

第二序位的生產，指的是說話、講唱或戲曲表演等生產行為；相對就是受眾之聽賞或觀賞等消費行為。這一序位的生產，已經將前一序位眾聲喧嘩所生產出來的原料，加以匯集、選擇、統整，而以某種載具形式結合敘述形式，「再製」為「暫成性」產品，並在特定場所演出。這就開始有娛樂性的商業行爲了。在這商業行爲中，從說話人、講唱或戲曲表演人的立場來看，「經濟效益」應該是他們自覺的顯性價值意識。他們必須參與「小說」生產，依藉說話、表演的載具形式與操作技術，提出優質或受歡迎的文化產品，才能兌現他們所意向的「經濟效益」價值；因此他們從事的是商業行爲，同時也是文化生產行爲。

如何是「優質或受歡迎的產品」，對他們而言，可能是生產過程中，已熟習載具形式的操作，而成爲一種不自覺的隱性價值意識，自然而然地實現了優質或受歡迎的產品。但是，這也可能是他們自覺的顯性價值意識，明白地認知到什麼是優質的產品，就「再製」什麼樣的產品；或者認知到受眾歡迎什麼樣的產品，就「再製」什麼樣的產品。這二者可能背反，也可能相符。但是，不管如何，他們所「再製」的產品，已在符號上構作了若干相對穩定的敘述形式，隱喻著群體性的某些喜怒哀樂的感覺趣味，以及某些善惡是非的存在意義。這些趣味與意義當然築基於「文化原料性」，才能相應於群體意識。故而他們的「再製」產品，不但承自第一序位的「原生性素材」，同時「典型性事物」的塑造必然也已具雛型。這也就是中國古典小說特具「文化原料性」的原因之一。綜而言之，他們依藉此一產品的這種隱喻符號兌現了群體意向中的某些價值。這些價值包括了經濟效益與產品本身的趣味及意義。

相對而言，比起前一序位，說話者、表演者與聽賞者、觀賞者的角色已有區隔。表面看來，觀聽之受眾對產品似乎只是消費，依藉金錢而從被生產出來的符號形式，隱喻性地兌現了群體所意向的感覺趣味及存在意義。然而，在生產與消費的動態結構中，消費者的趣味與意義取向，必然會回饋到生產者，而影響到產品的製作。從這種觀點而言，在說話、講唱或戲曲表演的場域與過程中，觀聽之受眾其實也相對參與了小說的生產。說話與表演的語音形式、肢體形式之產品無法留存；但是根據史料，我們必須承認他們的生產事實。而這生產事實，就只能以「話本」、「彈詞」、「鼓詞」及「劇本」的文字符號形式，去推釋他們如何隱喻並兌現群體所意向的價值了。

前二序位的生產，大致是以庶民階層爲主，依藉「小說」產品滿足沒有文字能力的人在社會文化生活中，對物質或精神的需求，尤其精神需求最爲主要。第三序位的生產，則以文人階層爲主，指的是小說的書寫，包括初寫、改寫、續寫等生產行爲；相對就是受眾之閱讀的消費行爲，以及行銷者的編印出版行爲。這一序位的生產，書寫者更進一步選擇、匯集、統整前二序位紛雜的「暫成性」產品，以文字爲媒介進行書寫形式結合敘述形式，「再製」爲另一種「暫成性」產品，以供具有文字能力的人去閱讀。

這一序位的產品，一則由於已離開前一序位現場動態性的說話、講唱與表

演，而更變為非現場的靜態性閱讀。因此其敘述形式便趨向於精美描繪的修辭策略，以滿足文人階層讀者的感覺趣味與存在意義。二則作者本是才學兼優的文人，以精美的敘述形式及修辭策略，創造優質的趣味與意義，乃是一種常態的「自我實現」心理。因此，包含著優質的趣味與意義的小說「藝術性」，應該是這一序位書寫者自覺或非自覺的價值意向；而其「再製」的產品，也就是以他所創造的符號形式隱喻並兌現了意向中的價值。

那麼，第三序位的生產是否就此轉變為純屬個人的「純文學」創作呢？非也。其因：一則由於第三序位的生產乃是統整前二序位「暫成性」產品的創造性再製，因此它仍然承接前二序位所本具的「文化原料性」，這尤其對三國、水滸、西遊這一類故事更是如此，不但承接前二序位的「原生性素材」，同時也必然承接其「典型性事物」的雛型而創造性地再製得更加精美。二則由於第三序位產品的作者幾乎都是無法擠身政教權力階層的落拓文人，不但日常生活混跡於庶民社會，同時恐怕也認同了庶民階層的意識形態，而大致接受了前二序位產品中所蘊涵的群體性價值意識。因此，這類第三序位寫成於文人之手的小說，其「典型性事物」經常蘊涵著對於「政教權力」的「抵抗意識」，《西遊記》、《水滸傳》表現得特別明顯。因此，我們可以說，儘管到了第三序位的生產，其產品已經大約可以找出個體性的所謂「作者」；然而，假如我們連接到前二序位，從整個生產過程來看，此一「作者」在現實世界中的確定身分及其種種所謂真實的經歷，這些傳記資料對於詮釋小說文本的趣味與意義並沒有決定性的效用。因為他的「個體性」在連續「再製」的生產過程中，已與「群體性」辯證消融為一了。這種生產過程的規則，即使在「原出」一人之手的《紅樓夢》也有相當程度的適用性。這在上一節對《紅樓夢》之「不定式文本再製」以至版本紛歧的討論中，就可窺知其消息。因此，這一序位的生產，其「再製」的隱喻符號系統，兌現的並非僅是作者個人所意向的小說藝術性價值，更多的仍然是包括作者在內的群體所意向的價值，亦即某些可以共享之「典型性事物」的趣味與意義。

在這一序位的生產中，相對於「作者」，也存在著若干隱性或顯性的「讀者」。說他是「隱性」，乃是指無法確認「個體」而為籠統印象的「他群」；但是，這他群雖然籠統，卻必須承認其存在。這類讀者就如同前一序位的讀者，其角色功能就只能被理解為對生產者之回饋而影響到產品的製作。這類「隱性讀者」，我們在此不予詳論，而特別要去注意的是某些「顯性讀者」。這類「讀者」其實難與「作者」做出明確的角色區分。因為，他們就是小說文本的改寫者或改編者，例如《水滸傳》，一般小說史的著作，多以為初寫者是施耐庵，而第一次改寫者是羅貫中，第二次改寫者是郭勳家傳本某個不名的作者，以後改寫或改編的情況繼續出現，及至金聖嘆腰斬百回本的後半部，更是強烈的改編。每次改寫或改編都是一次「再製」，也都隱涵著某種價值意向。除了版本傳衍過程中非有意造成的誤差，這些改寫或改編者顯然是先以「讀者」的角色，在閱讀時基於某種價值意向，可能是對文本的敘述形式及其閱讀效果有不同的考量，可能是基於某種意識形態的詮釋取向，可能是基於行銷市場的追求，總之他們也是文人，有其能力從

「讀者」角色一轉就變成「作者」的角色，對文本進行另一次的再製。雖然其中有些改寫或改編者不見名字，但這僅是真實身分的認定問題，他們與那類隱性的一般讀者卻畢竟不同；因為從改寫、改編的行為事實而言，他們不管名或不名，都在產品的實體上刻鏤了「更變」的「痕跡」，而構成另一種再製品。以這個觀點來看，他們是「顯性讀者」，同時參與了小說文本的生產，兌現了如上所述的價值。

我們另外得注意，明代的出版行業已非常發達，從事這一行業的出版商都非目不識丁的庶民，很多也是功名未遂的文人。因此，他們從事這行業，除了是商人，也是具有文字專業能力的讀者，因此有時角色一轉，很容易變成小說文本的改編者，甚至改寫者。他們這種「再製」的行為，大多出於「經濟效益」的價值意向；當然某些有能力、有理想的出版商，也可能基於文學性的價值意向，而做出改寫、改編的行為。不管就何種動機而言，明清時代的出版商也是不能完全被忽略的小說文本「再製」生產者，尤其「圖像」的引入，由於改變產品的載具形式而影響文字的敘述形式，以獲致閱讀趣味的再生及傳播效力的擴大，對於小說「大眾性」的強化，有其不可磨滅的貢獻。那麼，他們再製的隱喻符號系統，所兌現的價值就不僅止於出版商個人意向的「經濟效益」而已。

第四序位的生產，我們特別要突顯某一類的「顯性讀者」，那就是以「評點」的方式詮釋小說的專業性評論者。這類評論者，可以李贄、金聖嘆之評點《水滸傳》為例。從小說故事本身的敘述形式來看，他們對於小說文本的生產，大約表現在版本的選定、更編或對局部文字的校改，李贄評點《水滸傳》選定的就是一百回本，而金聖嘆則更編一百回本，保留它所認為原本精采的前七十一回。這種選定、改編當然隱涵某種價值意向，對小說文本自身的再製生產，有其效用；我們已將這種讀者角色歸入第三序位去理解。在第四序位所要理解的是，他們做為專業評論者，就其「評點」外現的文字形式來看，似乎與小說文本的敘述形式生產無關；然而，就敘述形式所隱涵的趣味與意義的「再生」，卻可以理解到其與小說文本的關係甚為密切。「評點」之做為一種閱讀意見的敘述形式，從來都是依附在被評點的文本敘述脈絡，不能離開文本的敘述脈絡而獨立存在，因此它終究成為文本意義結構的一部分。這還不只是一種文字外現形式的依附關係。文本的趣味與意義存在於一套符號形式的隱喻系統中，並非現成物。因此趣味與意義才是小說的內在實體，而趣味與意義卻必須通過「詮釋」始能被生產出來。那麼，從小說的生產過程以及各種形式的再製所意圖兌現的價值而言，「評點」必須被納入整體的隱喻系統來看待。它仍然以小說文本為基地，將「評點」的敘述依附其上，以進行隱喻符號蘊涵之趣味與意義，此一內在實體的創造性再製，而兌現某些包括評論者在內之群體性的價值意向。李贄、金聖嘆之評點《水滸傳》，就是這種產品。尤其「忠義」與「盜賊」的二元對立辯證，此一「典型性倫理關係」，當然是以「權力」及「道德」為價值中心之階層性或民族性的意識形態主導下，所進行的「詮釋性」意義生產。這樣的詮釋取向，固然有其文化傳統，卻也辯證地融入他們對當代社會文化「時命」的存在感受。李贄對「政教權力」的「抵抗

意識」，恐怕不僅是個人的「異端」心理，而是被主流所支配的邊緣性階層共同的「時命」感受吧！至於金聖嘆所面對的「時命」，國家亡於異族之手，這種感受也同樣是群體性的存在經驗與價值意識。因此，對小說文本趣味與意義的再製生產，明顯的是「傳統」與「當代」之社會文化生活經驗與價值意識的辯證融合。從小說生產的社會文化場域及過程來看，它絕對是小說內在無形的產品，無法與其外現形式的再製產品切割。

以上從古典小說生產「漸序性」的過程，可以分析出四個序位的生產狀況以及它們所意圖兌現的多元價值。但是，現代學者對於小說的研究，其所關注的焦點卻大致靜態地集中在第三序位的產品。這會不會窄化了古典小說研究的視域？

## 五、結語

在反思近現代對於古典小說之研究取向後，我們轉換了另一種問題視域與詮釋視域，因而觀察到中國古典小說的生產，的確有其不同於西方的社會文化情境及過程；回歸到此一情境及過程，這個視域讓我們見到：中國古典小說實以「文化原料性」為其特殊本質，而在歷時傳衍中，始終保持著「不定式文本再製」的形式特徵，因而形成開放性的生產；生產者往往突破社會階層的區隔，群體共同參與了延續再製文本的生產行為，構成一個龐大的「集作性隱喻系統」，讓不同時序、不同身分的生產者，去兌現多元而相對的價值。這也就是它構成「大眾性」主要的因素及條件。

古典小說乃是中國最具「大眾性」的文學遺產。我們認為，對古典小說的當代關懷，應該有二個層次：一個是暫離社會文化生活實踐現場的純學術研究，目的在生產理論性的知識，學院內大多數學者都是從事這種研究。另一個則是不離社會文化生活實踐現場的應用，其目的在操作現代化的載具形式，對小說文本進行流行及傳衍的大眾文化生產。這才是中國古典小說主流的文化傳統；不離當代大眾社會文化生活的「實踐」，乃古典小說名著得以傳衍不絕的主要因素。由於，現代的社會文化情境，在「五四」之後，已迥異於古代；而現代化的科學性載具也古所未有。因此，我們可以說，對古典小說的再製生產，恐怕算是「第五序位」了；有其與「傳統」承接的困難度。應該如何去「實踐」？這是一個古典小說學者與載具技術人員必須共同去思考，甚而合作的議題。

中國古典小說上述幾種名著傳衍到當代，其「大眾性」仍然可由「數量」獲得證實。然而，其「再製」產品的「質」呢？載具有其形式性的表現功能，然而他能載入什麼「品質」的內容？就不盡然依賴載具形式的「技術」操作，就可達致。我們所要提醒的是，「文化創意產業」的政策性口號高唱入雲，然而「經濟效益」的產業，應該只能是「文化創意」的延伸，其優先性絕不能本末倒置。而從上述四個序位對小說名著的再製所隱涵的價值兌現來看，「文化創意」的根源，永遠都是傳統與現代、個體與群體之存在經驗與價值意識的辯證融合！其本在於既掌握它的「文化原料性」，又能體驗當代的存在情境而對小說文本趣味與意義

進行創造性的再生產。這不僅是「技術性」的問題，絕非熟練傳播載具的技術人員所能完全負責。這時候，我們就要追問：既有古典小說專業知識，又有當代社會文化存在經驗感受與價值意識，能通古今之變而創新的學者在哪裡？換個意象性的問法：面對當代，李贄式或金聖嘆式的小說學者在哪裡？他們能不能對小說的趣味與意義做出貼切當代社會文化生活的創造性詮釋，讓現代化的載具形式能承載優質的內容？

然則，上述對古典小說二個層次的關懷應該適當的整合。封閉在學院內的古典小說研究者，恐怕必須省思到，古典小說做為最具「大眾性」的文學遺產，從理論知識到社會文化實踐，中間不能被學院的高牆隔斷。這才是文化發展的正途。