

# “转译”与“再生”：四大名著短视频二次创作的文学传播机制与审美嬗变研究

梁佳悦 陶佳蕴

广西师范大学 广西 桂林 541004

**【摘要】**：媒介迭代背景下，以四大名著为代表的经典文学文本面临“被遗忘”与“被重构”的双重危机。短视频作为当下核心的“元媒介”，催生了海量的二次创作，形成独特的文化景观。本文提出“转译”与“再生”作为分析框架：“转译”指经典文本从线性叙事向碎片化视听符号的媒介转换逻辑；“再生”指经典在算法逻辑下重构的当代文化意涵与审美价值。研究方法以文本细读与媒介分析为主，辅以抖音平台《红楼梦》相关短视频的数据爬取，为理论分析提供实证参照。研究发现，短视频通过时空压缩、符号重塑与算法适配，实现了经典文本的媒介化转译；在这一过程中，经典人物形象被赋予当代意义，受众通过弹幕与评论参与意义共创，形成“第二文本”。本文进而探讨了短视频二次创作在“娱乐化”与“深度化”之间的张力，认为短视频并非文学的“敌人”，而是推动经典从“文本中心”向“用户参与式传播”转型的重要力量。

**【关键词】**：四大名著；短视频；二次创作；文学传播；媒介化；红楼梦

DOI:10.12417/2982-3846.26.01.017

## 1 短视频二次创作的叙事“转译”机制

短视频对四大名著的二次创作，首先面临的是叙事形式的根本性转换：从百万字级的线性叙事，向数十秒至数分钟的碎片化视听符号的转译。这一过程涉及时空结构、视觉修辞与算法适配三个层面。

### 1.1 时空压缩与碎片化重构

四大名著均采用章回体结构，每部作品包含数十至上百回，叙事线索复杂交错。短视频无法也不可能复现这种宏大结构，于是发展出独特的“切片”策略。

首先是“章回体”到“卡点/切片”的转换。创作者将原著中的“大结构”提炼为若干“高光时刻”。以《红楼梦》为例，最常被剪辑的片段包括“黛玉葬花”“宝钗扑蝶”“晴雯撕扇”“宝玉挨打”等。这些片段在原著中本就具有戏剧张力与象征意义，经过短视频的提炼与放大，成为独立于全书的“名场面”。用户即使未读全书，也能通过这些切片感知作品的风格与意蕴。

其次是非线性叙事的运用。传统影视改编通常遵循原著的时序推进，短视频却常常打破这一惯例。常见的做法是“第一集/最后一集”的倒置剪辑：先展示人物的悲剧结局，再回溯其巅峰时刻，以此制造悬念或反差。例如关于诸葛亮的二创视频，

常以五丈原的临终场景开场，再切回隆中对的风华正茂，形成强烈的命运感。这种非线性手法在传统文学中并非没有先例（如《红楼梦》的“草蛇灰线，伏脉千里”），但短视频将其极端化、密集化，以适应极短的注意力时长。

### 1.2 视觉修辞与符号重塑

短视频的视觉逻辑决定了它必须追求直观性与冲击力。面对四大名著复杂的人物群像，创作者发展出“标签化”策略：将多维度的文学形象简化为易于辨识的符号。

林黛玉被简化为“林怼怼”——一个口齿伶俐、敏感多思的“怼人高手”。这一标签抓住了原著中黛玉“嘴不饶人”的一面，却遮蔽了她的悲剧命运与诗性气质。诸葛亮被简化为“空城计专业户”或“神机妙算代言人”，其“出师未捷身先死”的悲壮感在大多数二创中付诸阙如。王熙凤被简化为“职场女强人”，其“机关算尽太聪明，反误了卿卿性命”的宿命被置换为现代职场中的“能力者”形象。

与标签化相伴的是“梗”文化的介入。创作者大量使用网络流行语对原著台词进行“翻译”，实现语境的降维。例如将贾宝玉的“女儿是水做的骨肉”译为“女孩子YYDS”，将诸葛亮的“鞠躬尽瘁，死而后已”译为“打工人的自我修养”。这种“翻译”固然损失了原著的典雅韵味，却极大地降低了接受门槛，使古典文本得以进入当代青年的日常话语。

第一作者：梁佳悦（2003.11）女，汉族，江西南昌人，本科在读，从事网络与新媒体传播机制、新闻与传播的研究工作。

通讯作者：陶佳蕴（2005.05）女，汉族，甘肃陇南人，本科在读，从事民间文学、近现代文学史的研究工作。

### 1.3 平台算法驱动下的创作逻辑

短视频平台的算法机制深刻影响着二创内容的生产。创作者们总结出“黄金3秒”原则：视频开头必须在3秒内抓住观众，否则将被算法判定为“低质内容”，丧失推荐机会。因此，创作者必须选取最具戏剧冲突的原著片段作为引流钩子——一个眼神、一句台词、一个动作，都可能是决定视频成败的关键。

不同的主题类型在算法面前待遇各异。经验表明，关于四大名著的二创视频中，以下几类主题更易获得算法推荐：职场厚黑学类（将三国权谋解读为职场生存指南）、情感纠葛类（将红楼情爱解读为现代恋爱关系）、考据吐槽类（以幽默方式揭露原著中的“槽点”）。这些主题的共同特点是：将古典文本与当代生活经验建立直接关联，降低认知负荷，激发情感共鸣。

## 2 经典形象的“再生”与受众接受

如果说“转译”聚焦媒介形式的转换，那么“再生”则指向文学意涵的深层重构。在短视频媒介环境中，四大名著的人物形象与叙事主题发生了深刻嬗变，这既是媒介逻辑作用的结果，也折射出当代受众的审美期待与价值取向。这种嬗变绝非对经典的背离与颠覆，而是在数字传播语境中对经典精神内核的重新发掘与当代演绎，让沉淀数百年的文学经典突破纸质文本的固有边界，与当下的社会现实和个体生活产生更鲜活、更紧密的联结。

### 2.1 人物形象的当代重构与祛魅

短视频二创对经典人物的塑造，呈现出鲜明的“从神性到人性”的世俗化转向。《三国演义》中义薄云天的武圣关羽，在短视频中被重构为被老板“PUA”的“忠诚打工人”；《水浒传》里替天行道的宋江，被解读为在体制内挣扎的中年男人，其招安选择被赋予职场困境的当代注解。这种解构虽一定程度削弱了人物的悲剧崇高感，却让经典人物走出符号化的神坛，获得了与当代生活对话的可能。正如巴赫金所言，狂欢化的“降格”并非纯粹的贬低，而是让崇高事物回归现实生活，最终实现意义的更新。女性主义的重新凝视，是人物重构的另一重要维度。大量《红楼梦》二创作品放大了原著中潜藏的女性意识，将林黛玉的孤傲不合群诠释为“反内卷先锋”，把王熙凤的精明强干背后的困境，解读为父权社会对女性能力的双重束缚。这种解读并非脱离原著的凭空创作，而是对文本内涵的当代凸显，搭建起经典与当代女性经验对话的桥梁。

### 2.2 叙事主题的“跨时空”置换

架空与穿越设定在短视频二创中的广泛运用，是经典叙事最具创造性的转化。“如果诸葛亮有手机”“假如林黛玉考公上岸”“如果孙悟空开直播”等内容，将原著人物置于当代语

境，用古典文本的“骨架”填充当代社会的“血肉”。诸葛亮的鞠躬尽瘁与当代职场人的“996”困境形成呼应，林黛玉的寄人篱下与当代青年的漂泊感产生共鸣，让古典文本成为表达当代情绪与社会议题的修辞资源，经典也因此获得了跨越时空的持续生命力。这一过程也伴随着审美嬗变，即从“含蓄蕴藉”的传统美学向“直给爽感”的数字美学转变。但二者并非截然对立，传统文学的余韵与短视频的即时满足并非不可兼容，优秀的高阶转译完全能够在“爽感”中埋藏“余味”，在娱乐性中保留经典的审美厚度。

### 2.3 互动与共创：弹幕与评论区的“第二文本”

互动性是短视频区别于传统媒介的核心特征，弹幕与评论区不仅是内容反馈的空间，更是意义共创的场域，构成了罗兰·巴特所言的“可写文本”。弹幕作为一种“集体书评”，将个体的情感反应汇聚为集体的情感共振，而“原著第XX回”的弹幕提示，更起到了引流原著的作用，让短视频成为通向经典的入口而非替代。评论区则是更深度的解读空间，用户在此展开对人物、情节、文本版本的深入讨论，形成“视频—评论—再评论”的螺旋式意义生产。这种参与式解读，让文学接受从被动的阅读转变为主动的创作，也让经典文本获得了源源不断的阐释活力。

## 3 《红楼梦》短视频的数据采集与实证分析

以抖音平台《红楼梦》相关短视频为研究对象，通过爬取“红楼梦”为关键词的视频、量化统计随机采取视频的标题、点赞量、评论量、收藏量和转发量并进行分析，系统呈现经典文学文本在短视频生态中的二次创作传播特征，为经典文本与新媒体融合的理论研究提供实证支撑。本部分研究共爬取相关短视频110条，进行数据清洗后获得有效研究样本95条。

### 3.1 样本数据统计特征分析

#### 3.1.1 总体热度特征：幂律分布显著，头部传播效应突出

样本视频的各项互动指标均呈现幂律分布特征，少数头部视频占据绝大多数传播流量，中尾部视频的传播效果则差异较小且整体偏低。经统计，样本总互动量累计达88065次，其中点赞量前5%的4条头部视频，单条平均互动量达8416次，累计占据样本总互动量的38.6%；而占比95%的中尾部视频，单条平均互动量仅为823次，仅占总互动量的61.4%。这反映了经典文本短视频二次创作的传播效果存在显著马太效应，内容的创作质量、形式创新度与算法适配性成为影响传播热度的核心因素。

#### 3.1.2 内容主题分布：原著导向为主，创作类型多元分层

依据创作核心与内容形式，视频划分为四类，各类别数量

占比与核心特征如表 5-1 所示。整体来看，样本内容以原著导向型创作为主，原著解读类与知识科普类合计占比 66.3%，反映了二次创作仍以文本本身为核心依托；影视混剪类与创意解构类作为衍生创作类型，合计占比 33.7%，体现出经典文本在短视频生态中的创作形式多元化特征。

| 内容主题类型 | 样本数量(条) | 占比(%) | 核心创作特征   |
|--------|---------|-------|--|
| 原著解读类  | 40      | 42.1  | 聚焦《红楼梦》原著情节、人物性格、文本隐喻与深层内涵的解读分析，以“解说”为核心创作形式   |
| 影视混剪类  | 20      | 21.1  | 以 87 版《红楼梦》经典影视片段、演员现状、幕后故事为核心，兼具混剪、盘点、怀旧等创作形式 |
| 创意解构类  | 12      | 12.6  | 以跨界创新为核心，包含舞剧改编、流行文化联动、情感化解构、场景再造等创新创作形式       |
| 知识科普类  | 23      | 24.2  | 聚焦《红楼梦》相关红学常识、四大家族背景、文本版本、文化典故等知识内容的科普与讲解      |

### 3.2 实证分析

#### 3.2.1 创意解构类视频的高互动性，印证趣味性转译的算法适配性

创意解构类视频虽在样本数量中占比仅 12.6%，但其单条平均互动量达 1987 次，显著高于原著解读类 692 次、影视混剪类 1264 次与知识科普类（1034 次），成为四类主题中传播效果最优的创作类型。这印证了经典文本的趣味性转译更易触发算法推荐，创意解构类视频以跨界创新、情感化表达、年轻化形式打破经典文本的传播壁垒，更契合短视频平台的算法推荐逻辑与用户碎片化、娱乐化的信息接收习惯，实现了经典文本与新媒体传播规律的深度适配。

#### 参考文献：

- [1] 杜玉洁,范娉婷.叙事权力重构:二次创作的跨媒介叙事法[J].文艺评论,2025,(04):103-111.
- [2] 夏颖,李静萱.“二创”短视频边界探讨——以腾讯批量起诉“二创”博主为例[J].传媒论坛,2025,(15):38-41.
- [3] 许艳.场景理论视域下短视频平台经典阅读推广策略建构[J].数字化传播,2025,(09):66-68.
- [4] 褚萌.基于经典文化视觉当代转换的《四大名著破壁记》视频号设计[D].北京工业大学,2022.
- [5] 朱冰莹.论《红楼梦》的当代经典化与传播形式创新[J].新楚文化,2025,(22):73-76.
- [6] 周敏.文学作品在跨媒介转化中的得失——以《红楼梦》的电视剧改编为例[J].人生与伴侣,2025,(26):10-12.

#### 3.2.2 知识科普类视频的高收藏率，印证短视频的双重传播路径

收藏与点赞比反映用户对内容的长期价值认可与保存意愿，对四类主题视频进行计算，结果显示知识科普类视频的比利达 39.4%，显著高于其他类别。反映了即便在短视频这一以浅层娱乐为主要特征的平台，用户仍存在对经典文本相关深度知识内容的学习需求与保存意愿，证明了经典文学文本在短视频生态中，能够突破浅层娱乐的传播局限，实现娱乐性与知识性的双重传播，为经典文本的深度传播提供了新的可能。

### 4 结语——走向“数字人文”的经典传播

本研究通过对四大名著短视频二次创作的媒介分析与文本细读得出核心结论，短视频并非文学的“敌人”，而是经典传播的“过滤器”与“催化剂”，其通过媒介化转译让四大名著从博物馆化的静态“遗产”转变为动态流动的文化“资源”，文学核心价值并未因载体改变而消失，经典要素反而在用户参与式解读中获得了全新阐释空间；四大名著的经典生命力核心在于其跨时空的可塑性，短视频二次创作是其在媒介变迁中不断更新形态的传承延续，而非对经典发展脉络的中断；经典在短视频中的“转译”与“再生”，是媒介与文学的双向深度互动，短视频的碎片化逻辑虽改变了经典的呈现方式，但经典的内在张力也反向制约着媒介表达，任何成功的二创都需以尊重经典基本框架为前提。

基于上述结论，本研究从三个维度提出展望与建议，传播机制层面呼吁建立数字人文导向的经典传播框架，在拥抱媒介多样性的同时坚守文学价值底线，实现技术与人文的对话共生；创作实践层面提倡“高阶转译”理念，让二创作品在兼顾趣味性的同时保留文学的复杂性与审美厚度，既是流量引流的入口，也是深度阅读的入口；学术研究层面倡导打破学科壁垒，推动新媒体研究与文学研究的深度融合，以跨学科视野和建设性对话，更好地助力数字时代经典文学的存续发展与中华优秀传统文化的当代活化。