

欢迎按以下格式引用:杨琼艳. 意义空间的互动表达:论神话资源的景观转化[J]. 长江大学学报(社会科学版), 2021, 44(3): 25-31.

意义空间的互动表达:论神话资源的景观转化

杨琼艳

(华中师范大学 国家文化产业研究中心,湖北 武汉 430079)

摘要:神话资源的景观转化已成为神话资源当代转化中的一种重要实践。从神话婚姻母题视角出发,以大禹治水神话为例,梳理婚姻母题中的女性形象,探究其所蕴含的深层次文化内涵,有助于把握神话资源景观转化过程中的民众精神需求。以美和情感为旨趣,以艺术性、认同性、互动性为原则的景观化路径,是神话资源赋能、彰显时代价值的新动能。

关键词:文化产业;神话资源;意义空间;景观转化

分类号:B932 **文献标识码:**A **文章编号:**1673-1395 (2021)03-0025-07

大禹治水、九尾狐说亲是中华民族共享的神话故事。位于武汉市汉阳江滩的大禹神话园是神话资源现代转化中的一种重要范式,大禹神话园通过雕塑的重塑,以具象化的方式向世人展现了大禹卓越的一生。在园区众多的雕塑中,最受游客青睐的是“禹见九尾狐·娶涂山氏女”这一关于英雄情感的雕塑,而非“搏杀相柳、检阅九鼎、擒锁水怪”等展现英雄伟业的铜雕,这一特殊现象为神话资源的现代转化提供了一条思索路径。

一、婚姻母题:神话何以塑造女性形象

母题(motif)作为民间文学作品中最小、最基本的叙事单元,将其运用于民间文学的研究已经相当普遍。故事学家刘守华指出:“从母题和类型入手,已是国际学人研究民间故事的基本方法。它对我们处理数量巨大的故事素材,对民间故事作综合性、概括性的评述以展现故事史的风貌,具有重要作用。”^{[1](P14)}各民族色彩斑斓、不计其数的神话,既有自己的民族特色,也有共通的叙事技艺,成为人类交流的重要文化因子。母题作为神话叙事中最自然的基本元素,具有相应的基本类型和民族性、时序性、典型性、流动性等明显的特征,表现了人类共同体

(氏族、民族、国家乃至全人类)的集体意识,并常常成为一个社会群体的文化标识。^[2]神话母题为神话资源的景观化内涵式转化提供了源泉和动力。

婚姻母题是神话尤其是英雄神话的重要组成部分。在《中国神话母题索引》中,杨利慧将其归为“150 神祇的婚姻”。^{[3](P45)}各民族男性英雄神话中,对于英雄伟绩的叙述大多包含了对英雄婚恋的讲述,英雄的成功常常离不开女性(特指英雄之妻)的帮助,英雄伟业的完成过程也是婚姻的缔结过程,斗争和婚姻构成英雄神话的主体。“天地氤氲,万物化醇;男女构精,万物化生。”^{[4](P362)}在人类的意识中,男性和女性之间既独立又彼此相连,两者共同构成人类社会发展的主体,如同洪水神话中,洪水泛滥之后,总是只剩下一男一女而非两男或两女。缘于生理结构之差异,男性和女性在社会生活中承担不同的角色,人们为了某些特定目标对不同性别加以规约,故而塑造出不同的性别形象。英雄神话的婚姻母题中,女性大多美丽聪慧、刚柔并济,有的还具有独特身份,这些形象被赋予特殊的文化内涵。

(一)秀外慧中:美貌与智慧置于一体

对于女性之美的描述与追求,是亘古不衰的话题,在希腊神话、北欧神话、埃及神话、印度神话等神

收稿日期:2021-03-31

基金项目:国家社会科学基金青年项目“苗族史诗《亚鲁王》文化叙事研究”(19CMZ039)

作者简介:杨琼艳(1990-),女,贵州金沙人,博士研究生,主要从事民间文学研究。

话体系中,不乏对女性美貌与智慧的称赞,阿佛罗狄特、雅典娜、弗丽嘉、芙蕾雅、伊西斯等,都是世人倾慕的女神。这些女性多为秀外慧中或是有着特殊身份之人,男性英雄都被她们的美貌所吸引,或基于某一原因,她们被天帝等许配给英雄。

在中国广为流传的英雄人物中,帝俊(帝誉)、后羿、大禹等的妻子都是秀外慧中,有着特殊身份的女性。帝誉的妻子中,上妃姜嫄为郤氏之女,次妃简狄为娥氏之女,次妃庆都为陈锋氏之女,下妃常仪为娥訾氏之女。^{[5](P6)}四个妻子都是有着特殊身份且娇美之人。在家喻户晓的后羿射日神话中,后羿的妻子嫦娥在多数异文中都是温柔漂亮的形象,长久以来被人们视为天仙,成为诗人赞颂与讴歌的主要对象,如诗人白居易笔下的“娉婷十五胜天仙,白日姮娥早地莲”。《淮南子·览冥训》中,高诱注:姮娥,羿妻。^{[6](P98)}相传,为避汉文帝刘恒名讳,姮娥改名为嫦娥,后一般写作嫦娥。流传于成都的《嫦娥盗药》、石家庄的《嫦娥与后羿两分离》、豫中一带的《嫦娥与后羿》等神话中,都记录了嫦娥的美丽与善良。《嫦娥与后羿》中,嫦娥因长得美丽出众,河神想娶她为妾,嫦娥不从,触怒河神;后羿搭救了嫦娥,两人由此成亲;为了拯救百姓,嫦娥不得已吞下药丸,致使夫妻永远分离。^{[7](P873~875)}

在一些神话中,羿还有一位妻子名为宓妃。相传,宓妃是洛水的女神。宓妃以美丽闻名,她本是河伯的妻子,但河伯对她并不专一;羿也因为嫦娥的离去而失落,两个婚姻不幸之人相遇,加之双方的英俊与美貌,彼此相爱了。^{[8](P151~152)}宓妃之美,在诗人、作家笔下也得以呈现,“吾令丰隆乘云兮,求宓妃之所在。解佩纕以结言兮,吾令蹇修以为理”^{[9](P61~63)}。宓妃的美深深吸引了屈原,以至于他折琼枝,解佩带,向宓妃表达爱慕之情。曹植在《洛神赋》中,从容貌、姿态、举止等方面赞颂了宓妃之美。

在彝族、布依族、水族、赫哲族、壮族、瑶族、羌族、畲族等民族英雄神话中,亦记录了不少关于英雄与美丽女子的爱情。彝族《支呷阿鲁》中,尔尼阿各和尔尼阿妞的美貌让英雄支呷阿鲁如痴如醉,“金色的耳坠,鹅黄的膀圈,桃红的脸蛋,微笑的嘴唇,均淡淡网在二人那撒至脚边的长发之中”^{[10](P93)}。羌族《斗安珠与木姐珠》中,对木姐珠的美貌、智慧由外及里地进行了详细的讲述。“她那双眼睛像清澈的秋水,动人的歌喉常常使百鸟停翅,忘记归窝;她放羊时,群鸟随她飞翔,鲜花为她铺路。”^{[11](P462)}斗安珠被

她的美貌和歌声迷住了。此外,赫哲族《安徒莫日根》、畲族《天眼重开》、朝鲜族《天王郎和柳花》、布朗族《布朗族的来历》、景颇族《宁贯娃改天整地》、黎族《勇敢的帕拖》等英雄神话中,英雄的爱慕对象都是美貌与智慧置于一体的。

(二)刚柔并济:魅力与力量融入一身

秀外慧中的女子与英雄成婚以后,多数都是贤良淑德、刚柔并济的形象。平日里她们体贴丈夫,对丈夫关怀备至,展现女性的贤淑与温柔;当丈夫遇到困难时,或为丈夫出谋划策,或身体力行,帮助丈夫解决困难,展现出女性的刚毅与智慧。

后羿射日神话中,关于嫦娥奔月的说法各地区呈现出较大差异,有的地区嫦娥是为了一己私利吞下仙药,有的地区嫦娥是在无奈之下才吞下仙药飞向天上的。流传于成都市的《嫦娥盗药》中,讲述的是后羿射掉太阳以后,经常带兵攻打外族部落,抓到美貌的女子就供自己玩乐。为了天下不再遭受后羿的欺凌,嫦娥盗出了后羿手中的长生不老之药并吞下。^{[12](P89~90)}另外一篇异文《嫦娥奔月》记载,为避免人类被猛兽侵害,嫦娥让后羿教人们射箭,但有一个学徒逢蒙却害死了后羿,逼嫦娥交出仙药并做他的妻子,嫦娥不从,趁逢蒙不注意时吞下了仙药。^{[13](P52~53)}在这些神话中,嫦娥让后羿教人们射箭,为了丈夫或人类不得已而吞下仙药,均表现出她的智慧、勇敢和善良。

女性的这种贤淑、善良在少数民族英雄神话中亦十分丰富。瑶族《射月亮》中,织得一手好锦的尼娥看到庄稼和人被月亮晒得枯黄,就让丈夫雅拉射掉月亮,当丈夫遇到困难时,她用自己的长发织成一张大网捕捉野兽,用自己正在织的锦遮住月亮。^{[14](P195~198)}尼娥不忍看到地上的庄稼和人被毒热的月亮晒黄,便让自己的丈夫射掉月亮,展现出她的慈祥、善良;而丈夫遇到困难一筹莫展时,她为丈夫出谋划策并取得成功,彰显出她的聪颖、智谋。在另一些神话中,女性身上不仅展现了贤良淑德的优秀品质,更表现出与英雄丈夫一样的坚毅果敢、无畏不惧。流传于河南辉县的《共姜》、布依族《当万与蓉莲》、畲族《天眼重开》便是代表。年轻貌美的共姜为了替早逝的丈夫完成“为民兴邦,开凿百泉”的任务,带领共城百姓夜以继日察山势,测水情,开山凿石,修渠引水,开掘百泉;带领百姓兴废建新,务事农桑,让百姓过上了好日子。^{[15](P82~83)}为了让人类获得光明,蓉莲不畏牺牲,和丈夫当万一同剜下眼珠,割开手腕,最后吞下元宝献出了自己的性命。这些女性

在人类面临困难或灾难时,彰显出巾帼不让须眉的英雄气概。

梳理男性英雄神话婚姻母题中的女性形象,目的在于探析其所蕴含的文化内涵。首先,秀外慧中的女子形象是人们择偶标准的一种体现,人类生活中流传有“自古英雄爱美人”之说;而女性拥有特殊的身份或聪明才智是为协助英雄完成伟业而设置的,同时也进一步说明,人类社会的构建中女性的贡献是不可或缺的。其次,贤良淑德、刚柔并济,将魅力与力量融为一体的妻子形象是对已婚女性思想行为的伦理规约与构想,是人们对于家庭妇女的理想期待,这与中国家庭文化的建构有着密切联系。在中国家庭文化建构中,自古妻子都是重要角色,她们的思想行为影响着夫妻、婆媳、父子、母子关系的和谐。因此,神话中对其美好形象的塑造,是人们对女性优秀品质的期待,也是对女性思想行为的引导。如《鲁颂·閟宫》中,有对后稷之母姜嫄美好品德的赞扬,《大雅·思齐》中,有对周室三母雍容端庄、贤淑美好的优良品质的赞美,后稷之母、周室三母都是为人之妻、为人之母的典范。再次,对女性形象的美好塑造,是民众对英雄美人或才子佳人式婚恋的期待,蕴含着他们对英雄的崇拜心理和惩恶扬善的思想观念。英雄历经千辛万苦,具有为民众获得美好安定的生活而牺牲自我的崇高品质,只有秀外慧中、贤淑善良的女性才适合做他们的伴侣,如同故事结局都是勤劳、善良的男性最终获得仙女或美丽姑娘的爱情一样,是民众惩恶扬善的一种表达。当然,这些只是对女性形象塑造所折射的共同文化内涵的探讨,至于特定的文化内涵,还必须回到具体的神话作品本身。

二、情感书写:女娇形象及其文化内涵

女娇,又称涂山氏、涂山氏之女、女媧,是华夏之祖大禹的妻子,夏之先妣。《帝王世纪》载:“禹始纳涂山氏曰女媧,合婚于台桑。有白狐九尾之瑞至,是为攸女。”^{[16](P18)}《吴越春秋·越王无余外传》:“禹因娶涂山,谓之女娇,取辛壬癸甲。”^{[17](P76)}作为部落首领的大禹因其为民治水而被人们代代相传,不断被神化;女娇作为大禹之妻,是大禹治水重要的支持者和参与者,其形象也被不断神化。

(一)女娇形象的民间审美表达

大禹治水神话中,禹娶涂山氏是重要的故事情节。关于女娇的记载,据资料显示,最早见于《天问》和《尚书》。《楚辞·天问》:“禹之力献功,降省下土

四方,焉得彼姁山女,而通之于台桑?”^{[18](P118)}《尚书·益稷》:“娶于涂山,辛壬癸甲。启呱呱而泣,予弗子,惟荒度土功。”^{[19](P31)}《世本·帝系》《吴越春秋·越王无余外传》等,均记载了女娇是涂山氏之女,涂山氏就是涂山部族的古称,或称为涂山国^[20]。女娇的特殊身份,为大禹治水与建立夏朝提供了巨大帮助。《史记·外戚世家》载:“自古受命帝王及继体守文之君,非独内德茂也,盖亦有外戚之助焉。夏之兴也以涂山。”^{[21](P101)}禹时代,涂山氏是中原各方国中势力最强的^{[22](P209)},因此女娇能帮助大禹完成伟业。此外,女娇是涂山氏之女,她与大禹的结合,还是原始社会氏族外婚的遗存。氏族外婚是把氏族内的全体成员视为具有血亲关系的共同体,这种血亲关系的维持往往是以氏族图腾为基础的,也即具有同一图腾信仰的成员不能通婚。据古典典籍和神话记载,大禹出于其父鲧之腹,随后鲧化为黄龙、黄熊、玄鱼,大禹自己在治水过程中则变成熊。“鲧死三岁不腐,剖之以吴刀,化为黄龙”,“鲧之羽山,化为黄熊,入于羽渊”。^{[23](P537~538)}无论是其父亲还是大禹自己,他们所变成的动物图腾,均与涂山氏族没有关系,且大禹是在治水经过涂山氏部落时才与女娇相遇,这可以说明大禹与女娇并非同一部族,他们成婚是原始社会氏族外婚的体现。

女娇除拥有特殊的身份外,还是蕙质兰心、柳絮才高的女子。《吕氏春秋·音初》载:“禹行功见涂山之女,禹未之遇而巡省南土。涂山氏之女乃令其妾候禹于涂山之阳。女乃作歌,歌曰:‘候人兮猗。’实始作为南音。”^{[24](P119)}女娇因思念大禹而作的诗篇,开启了南方诗篇的先声,以“兮”作为感叹词,直接影响了后代文人的创作,可见女娇的非凡才华。在许多神话中,还流传着女娇的娇容美貌。成都市东西城区《大禹治水》中记述,涂山氏的女儿女娇,是一个聪明又漂亮的姑娘,见大禹一心一意要制服洪水,便与他结成夫妇,并告诉大禹治水要先把最凶的无支祁铲除。^{[25](P318)}汶川县的《大禹王的传说》中,大禹前往涂山观水路,听见一个女子在树林边吹羌笛,“她眼睛像星星,脸色像桃花,身穿长衫,头顶花帕”^{[26](P1132)}。姣好的面容、动听的笛音,牵动了大禹的心,两人情投意合,结成了夫妇。《禹化熊开山》则讲述了涂山酋长的女儿女娇态度文雅、仪容秀美,大禹对她一见钟情;女娇也对这位英雄产生了爱慕之情,于是派使女到涂山脚下等候大禹,女娇还作了一首歌——等候人啊,多么的长久哟!^{[8](P172~173)}

在古典典籍里,对男性英雄神话婚姻母题中女

性形象的记载,大多只有身份,没有对外貌、性格特征的详细叙述,如对嫦娥、女娇等多数只记载她们是羿之妻、大禹之妻,但在民间流传的神话、传说中,则对其外貌、性格特征进行了详细的记载。一方面,古文典籍行文简约精炼,因而对于人物形象的记载较少,但其中的记载为故事情节的发展提供了基本框架,正如弗莱所说:“神话诗人笔下的人物和情节反映着社会对它们的接受度,它们有着权威性,没有一个作家仅仅通过拥有今人所说的‘创造力’就可以获得这种权威性。这种传统的传递对神话作家和他的听众来说是明显的、有意识的。”^{[27](P10~11)}古文典籍中的记载虽然简洁,却成为一种权威而被广泛流传。另一方面,远古时代,由于人类口头语言尚不发达,加之人们对美的追求还处于初级阶段,因而对于形象的赞美较少,随着时代的变化,人类的语言表达和审美能力渐次提高,在民间口头流传过程中,人们对形象不断加以刻画、丰富。大禹治水神话中对女娇形象的丰富、美化过程,既是人们对大禹英雄的侧面烘托,也是人类在历史发展进程中对于美的追求和渴望。

(二)女娇形象的情感需求书写

女娇与大禹新婚燕尔之时,大禹便离开她而踏上治水的征程,《楚辞·天问》中,洪兴祖注引《吕氏春秋》曰:“禹娶涂山氏女,不以私害公,自辛至甲四日,复往治水。”^{[18](P120)}《华阳国志·巴志》:“禹娶于涂山,辛壬癸甲而去,生子启,呱呱啼,不及视,三过其门而不入室,务在救时。”^{[28](P2)}女娇没有得到丈夫很多的关爱,但她并没有责怪丈夫,仍一心支持他治理洪水、为民解难,展现了女娇温柔体贴的形象。

神话中关于女娇温柔体贴的形象表现更为丰富、具体,很多异文中都记录女娇有孕在身,但大禹仍然忙着治水,并与女娇约定,只要听到鼓声响,就给他送饭到山上。已有身孕的女娇本应由丈夫照顾,但为了帮助丈夫治水,她不仅要照顾自己,还要为丈夫做饭,并跋山涉水为丈夫送饭,可见女娇的善良体贴。大禹三过家门而不入的情节在中国也是妇孺皆知的。渭河流域流传,大禹新婚四天便离开妻子,到处奔波治水,三次经过家门都没有进家看望,第一次经过时妻子生病,第二次经过时妻子怀孕,第三次经过时妻子生下儿子启,婴儿正哇哇大哭。^{[29](P25~26)}大禹每一次经过家门,都是妻子急需关心的时候,但大禹却因忙于治水没有踏入家门,女娇也从未责怪丈夫。神话中除描绘女娇在生活方面对大禹的关心照顾外,有的还描绘了她身体力行与大

禹一同治水,彰显了女娇的智慧与勇敢。《大禹王的传说》中记录,女娇看到大禹整天东奔西忙,九年中三次过家门而不入,于是她每天夜晚变成一只猪拱山开路,帮助大禹成功地开山导水。^{[26](P1133)}

对女娇与大禹婚姻生活的描绘,不仅展现了女娇的温柔体贴,同时还展现了母系氏族社会向父系氏族社会过渡的社会现实。关于禹与涂山女的传说,正是我国历史在进入文明社会以前由母系氏族社会向父系氏族社会过渡的真实写照。^[30]一些古籍和神话中记载,大禹治水经过涂山时,与女娇结为夫妇,刚结婚的前四天,大禹是居住在涂山氏族,这是母系氏族社会从妻居的遗存。而结婚四天后,大禹因忙于治水而离开女娇,此后女娇生活的地点在不同异文中各有差异。一些神话中,大禹走后便派人将女娇送往自己的封地安邑,独在异乡的女娇要求和大禹一起去治水,才有了大禹化熊、女娇化石的情节。在另外一些神话中,婚后女娇仍然居住在涂山氏部族,后才产生大禹三过家门而不入的情节。三过家门而不入,在时代的变迁中成为人们颂扬大禹公而忘私精神品质的载体,但实际上反映了母系氏族社会与父系氏族社会之间的抗争。前文中提到禹生于鲧之腹,且大禹继承父亲未完成的治水任务,说明大禹的部落已经是父系氏族社会;而大禹依靠强大的涂山部落帮助治理洪水,与女娇成婚于涂山并在那里居住了四天,说明涂山部落还处于母系氏族社会。得到帮助后的大禹为了巩固父权制,不得不对母权制进行抵抗,三过家门而不入就是以大禹为代表的父系氏族社会对以女娇为代表的母系氏族社会发出挑战的一种映射。当一种制度想要取代另一种制度时,不可能只是新制度对旧制度的压制,旧制度势必会进行反抗。具体到大禹神话中,就是女娇因思念丈夫便跟随他一起到治水的地方生活,其实是对父系氏族社会的妥协;女娇送饭时看见大禹变成熊,她又气又急地选择离开,这说明生长于母系氏族社会的女娇对大禹生活的父系氏族社会不了解,当她看到丈夫的真实面目(代表父系氏族社会)后,她选择离开然后变成石头,这是母系氏族社会对父系氏族社会的一种抗争。在母系氏族社会,孩子是跟随母亲一起居住,但是女娇变成石头后,大禹向她叫道,“还我的儿子”,石头便裂开生了启,女娇将孩子还给了大禹,反映了母系氏族社会最终还是被父系氏族社会取代的历史现实。

对于女娇善良体贴、贤惠温柔的描绘,最早应该是为父系氏族社会的建立而服务的。因为在母系氏

族社会,女性主要从事采集业,相对于从事渔猎业的男性来说,女性获取到的食物更为稳定,更能满足家庭成员的生活需求;加之在只知其母不知其父的以母系血缘为纽带的社会形态中,女性的社会地位比男性相对要高,而父系氏族社会的建立是以男性血缘为中心的世系,男性在社会中的主导地位要得以提升,必须是女性服从于男性,因而把女性塑造成为温柔体贴、顺从男性的形象就成为一种有效途径。此外,大禹为人民解除灾难,成为人们最崇敬的英雄,于民众而言,他们希望救他们于水深火热中的英雄能有更好的归属,这种归属通常就是有一个伴侣,建立起一个幸福和美的家庭,这是缘于人类生存发展中情感生活的需求。伟大的治水英雄,必须是美貌与品行兼备的女性才能与之相配,因此对女娇善良贤惠的形象塑造就成为必然。此外,缘于性别的差异,女性在家庭中的角色更重要,因而男性都希望自己能有一个善良贤惠、温柔体贴的妻子,她们能处理好家庭琐事,更重要的是能维系好婚姻关系,以便于男性潜心投入事业。情感的需求便是在几千年的历史演进中女娇的美好形象一直被民众口耳相传的根本动力。

三、意义空间:神话资源的景观转化

“回顾神话资源的现代转化实践,大体呈现为文学范式、景观范式、影像范式三种。景观范式不仅实实在在地呈现了现实空间的结构,而且形象化地将民间传统进行艺术创作,实用性与精神性兼具,族群性认同与社区性整合并重,成为神话资源转化的经典范式之一。神话人物的景观塑像与神话母题的景观群落,构成两种型式。”^[31]大禹神话园中,最受游客青睐的“禹见九尾狐·娶涂山氏女”雕塑即是两种型式的结合,即神话人物大禹、女娇和婚姻母题的结合,它以美和情感为核心,为游客提供了符号化的空间想象和意义表达,也由此为神话资源景观转化提供了考量。

第一,艺术性是神话资源景观化的重要支撑。在物质财富极大丰富的当下,人们对艺术的审美追求不断提高,艺术性成为神话资源景观化过程中最重要的支撑。刘锡诚指出:“在我国,现代转化的一般方式是把神话资源化为一种景观,把神话展现出来,而且主要是以雕塑的方式展现。就我所知,神话资源转化的中国实践,从设计、投资、兴建到一般公众认可,都存在较多的难题,其中最主要的难题是投资方在转化神话资源时很难获得公众认可,而公众

在一般情况下也很难对这些转化来的景观产生真正的兴趣。”^[32]神话资源在转化过程中无法得到观众的认可或难以让公众产生兴趣,归结起来,缘于转化出的景观艺术性不强。

人们将抽象不可见的神话资源转化成形象可见的景观过程,实际上是神话资源的艺术化过程。而这一过程,是神话文本(民众)、设计者、雕塑家三者的合力体现。首先,神话文本是对流传于民众口中的神话的记录,文本中所呈现的形象是民众的艺术化想象,蕴含了民众的价值观、审美观等,民众的创作为设计者、雕塑者的艺术呈现提供了基础素材。其次,设计者在把握民众所创造的形象基础上,再结合客观需求以及自身想要赋予的情感或态度,进行二次创作。最后,设计者将自己二次创作的抽象形象转达给雕塑者,雕塑者按照设计者的指示,将其转化为具体可感、可观的艺术品。这样,呈现在游客眼前的景观,是三个不同群体艺术化想象、加工的结果。只有三者通力合作,才能更好地完成神话资源的艺术化过程,为人们提供具有艺术美的景观。

黑格尔曾说过:“美的形象是丰富多彩的,而美也是到处出现的……人类本性中就有普遍的爱美的要求。”^{[33](P7)}在大禹治水神话中,女娇的形象之美是人们众所周知的;大禹神话园中,经过民众、设计者、雕塑家的合力,女娇长发飘逸,纤细的手指似挡非挡着脸,给游客营造出“犹抱琵琶半遮面”的娇羞感,展现了神话资源转化中的艺术之美,这种美备受青睐。

第二,认同性是神话资源景观化的内生动力。神话是民众创作出的精神文化产品,将其转化为物质文化产品,其接受对象仍是民众。作为景观欣赏主体的民众实质上对神话已经有了基本的认识,因而要想让他们接受被转化的景观,必须激活其认同感,否则所转化的景观将成为被遗忘的废弃物,无法进入公众的眼球。唯有认同,古老的神话资源才会得到充分尊重和开掘,丰富的神话资源才可能源源不断地被阐释和传播,富于创造力的神话资源才会被视作创意开发的基石而得到珍惜。^[31]

当公众对某一神话资源所承载的历史内涵、民族精神等产生认同后,其所转化出的景观也相应地被接受,彰显出其时代价值。当然,前提是所转化出的景观与公众原来所认同的文化是一致的,在转化中没有被歪解、扭曲。但我国上古神话主要由人们口耳相传,伴随文字、印刷术的产生,一些神话通过史料记载得以流传,由于地域、文化等差异和时代的发展变化,同一神话在不同地区有不同的情节,且同

一神话在同一地区的不同时代亦有差异。所以,这种文化认同常常带有地域性、族群性、时代性,这是设计者和雕塑者在转化过程中必须重视的。神话因不同地域、不同文化背景产生的差异,一方面给艺术化过程带来了一个巨大的挑战,另一方面,同一主题不同的景观呈现,不仅为艺术家们提供了更多的神话资源转化路径,也彰显了我国神话资源宝库的丰富性。

文化的基点是生动与活力,价值的核心是深刻与共鸣。^[34]男性英雄神话中,神话的核心内容是表现英雄伟大的事迹,但很多神话中都无可避免地提及了英雄的爱情故事,而且这些爱情故事大多是才子佳人式的浪漫而美好的,这说明美和情感是人类最关注的话题,而且也是最能引起公众共鸣、激活公众认同的话题,大禹神话园中的雕塑“禹见九尾狐·娶涂山氏女”印证了这一观点。

第三,互动性是神话资源景观化的催化剂。认同性更多是从思想层面来讨论公众对于神话景观的接受,互动性则强调的是从实践层面讨论神话景观与公众之间的零距离接触。互动性也是激活认同的一种有效途径,它强调由体验而获得的认同感。当前,伴随旅游业的繁荣发展,人类物质基础的提升,游客对于景观的欣赏不仅停留于观赏,将自己与景观区分开来,更多的游客更愿意将自己置身于景观中,与景观互为主体,乐在其间,以获得真实的情感体验和意义建构的空间,而且这一方式极有可能是未来神话资源转化行之有效的一种新型途径。

互动性是公众与景观之间的互动,因而在景观设计中,就必须给公众留有互动的空间。“禹见九尾狐·娶涂山氏女”的雕塑以九尾狐为中介,女娇与大禹一前一后手牵着手,且两人背对背,大禹回头看着半遮面的女娇,构成一个自由的、动态的空间。九尾狐在女娇和大禹中间,与它在神话中说亲的情节一样,成为两人结合的桥梁。九尾狐的背,成为游客坐在上面与其拍照留影的空间;它的嘴,成为游客通过手与其互动交流的渠道;大禹的另一只手,成为游客与英雄零距离接触的重要载体,游客与大禹的互动性通过握手得以呈现。孙正国指出,“九尾狐媒神雕塑中的大禹右手指色泽发白,与雕塑整体的黄铜色形成巨大的色差,英雄之手具有明显的接触式摩擦形成的亮白痕迹。这个神奇的穿越之白,正是作为接受者群体的当代游客因关注个人情感而牵手英雄的经典例证。”^[35]女娇与大禹相牵的左手色泽发白,也是游客与她互动的证明。“禹见九尾狐·娶涂山

氏女”的雕塑不仅成为青年男女与其互动,表达他们对于美和忠贞爱情的理想追求之所在,年龄稍高的女性游客,也会效仿女娇与大禹的姿态牵手拍照合影。大禹与女娇所展现出的爱情、亲情已经被游客延伸至友情,这也是互动性给公众提供的意义空间之表达。

艺术性、认同性、互动性是神话资源景观转化的重要关注点,但具体如何实现,是一个复杂的探索过程,需要学界乃至设计者、雕塑家的共同努力。

四、结语

神话资源转化中,应遵循市场规律,选取神话传统的核心符号,激活文化认同,尊重地方文化,才能提升神话资源转化的效度。^[36]一方面,我国神话资源丰富且各具特色,可以通过生产、扩散、销售神话创意符号和视觉财产,让旅游者获得差异性的习得体验^[37],当前仍有众多神话资源及其所蕴含的文化价值未得到充分关注,亟须学者、民族文化爱好者等深入发掘和研究,为神话资源的景观转化提供更多、更充实的素材。另一方面,神话景观是多次艺术创作的结晶,需要设计者、雕塑家对神话资源及其文化内涵了若指掌;需要设计者、雕塑家深入民众生活,了解民众信仰,把握民众精神需求;需要学者、设计者、雕塑家的通力协作;更需要通过产业跨界渗透、交叉和重组,实现神话资源全产业链的前端技术融合、中端功能融合和末端市场融合^[38],使神话资源转化为可观、可赏、可究、可引的具有艺术性、认同性、互动性的景观。

参考文献:

- [1]刘守华.中国民间故事史[M].北京:商务印书馆,2017.
- [2]黄永林,邹蓓,袁渊.我国民间文学对外理论的借鉴与创新(1979—2000)[J].文化遗产,2020(6).
- [3]杨利慧,张成福.中国神话母题索引[M].西安:陕西师范大学出版社,2018.
- [4]宋祚胤.周易[M].长沙:岳麓书社,2000.
- [5]宋衷,世本[M].长春:时代文艺出版社,2008.
- [6]高诱.淮南子注[M].上海:上海书店出版社,1986.
- [7]张振犁.中原神话通鉴(第3卷)[M].开封:河南大学出版社,2017.
- [8]袁珂.中国神话故事[M].成都:四川少年儿童出版社,1984.
- [9]文怀沙.屈原离骚今译[M].天津:百花文艺出版社,2005.
- [10]额尔格培,新克,支呷阿鲁.大小凉山彝族神话故事[M].成都:四川民族出版社,1982.
- [11]马昌仪.中国神话故事[M].北京:中国广播电视出版社,1996.
- [12]中国民间文学集成全国编辑委员会,中国民间文学集成四川卷编辑委员会.中国民间故事集成·四川卷(上)[M].北京:中国

ISBN 中心,1998.

[13]刘敬余. 中国古代神话[M]. 北京:北京教育出版社,2018.

[14]姚宝瑄. 中国各民族神话:土家族、毛南族、侗族、瑶族[M]. 太原:书海出版社,2014.

[15]陈子展. 国风选译[M]. 上海:春明出版社,1956.

[16]皇甫谧. 帝王世纪[M]. 沈阳:辽宁教育出版社,1997.

[17]赵晔. 吴越春秋[M]. 长春:时代文艺出版社,2008.

[18]刘向,等. 楚辞[M]. 上海:上海古籍出版社,2015.

[19]冀昀. 尚书[M]. 北京:线装书局,2007.

[20]董其祥. 涂山新考[J]. 重庆师范学院学报(哲学社会科学版), 1982(1).

[21]司马迁. 史记[M]. 北京:北京时代华文书局,2014.

[22]曹天生. 淮河文化导论[M]. 合肥:合肥工业大学出版社,2011.

[23]袁珂. 山海经校注[M]. 成都:巴蜀书社,1993.

[24]高诱,等. 吕氏春秋[M]. 上海:上海古籍出版社,2014.

[25]侯光,何祥录. 四川神话选[M]. 成都:四川民族出版社,1992.

[26]中国民间文学集成全国编辑委员会,中国民间文学集成四川卷编辑委员会. 中国民间故事集成·四川卷(下)[M]. 北京:中国 ISBN 中心,1998.

[27](加拿大)诺思洛普·弗莱. 世俗的经典:传奇故事结构研究[M]. 孟祥春,译. 上海:上海人民出版社,2010.

[28]常璩. 华阳国志[M]. 济南:齐鲁书社,2010.

[29]本书编委会. 渭河神话传说和民间故事[M]. 郑州:黄河水利出版社,2017.

[30]刘洁. 禹娶“涂山氏”考论[J]. 许昌学院学报,2010(6).

[31]孙正国. 激活认同:神话资源现代转化的关键路径[J]. 长江大学学报(社会科学版),2019(1).

[32]刘锡诚. 在中西文化比较视野下看神话资源转化的中国实践[J]. 长江大学学报(社会科学版),2006(3).

[33](德)黑格尔. 美学(第 1 卷)[M]. 朱光潜,译. 重庆:重庆出版社,2018.

[34]刘洋,肖远平. 文化价值与整合策略:苗族史诗《亚鲁王》的文化调适[J]. 文化遗产,2020(4).

[35]孙正国. 武汉大禹神话园群雕叙事伦理研究[J]. 长江大学学报(社会科学版),2020(6).

[36]霍志刚. 凋敝的神园:神话资源转化中多重力量的博弈[J]. 长江大学学报(社会科学版),2020(3).

[37]刘洋,肖远平. 文旅融合的逻辑与转型——基于天龙屯堡(1998—2018)实践轨辙的考察[J]. 企业经济,2020(4).

[38]刘洋,杨兰. 技术融合·功能融合·市场融合:文化旅游产业链优化策略——基于“多彩贵州”的典型经验[J]. 企业经济,2019(8).

特约编辑 孙正国

责任编辑 强 琛 E-mail:qiangchen42@163.com

Interactive Expression of Meaning Space:
On Landscape Transformation of Mythological Resources

Yang Qiongyan

(National Research Center of Cultural Industries ,
Central China Normal University,Wuhan 430079,Hubei)

Abstract : The landscape transformation of mythological resources has become an important practice in the contemporary transformation of mythological resources. Starting from the perspective of the mythological marriage motif,the myth of Dayu Controlling the Flood was taken as an example in this paper to clarify the female images in the marriage motif and explore the deep cultural connotation contained in it,which is helpful to grasp the spiritual needs of the people in the process of the landscape transformation of mythological resources. The landscaping path,with beauty and emotion as the gist and with artistry,identity and interactivity as the principles,is a new driving force empowered by mythological resources and demonstrating the values of the times.

Key words : cultural industry;mythological resources;meaning space;landscape transformation