

欢迎按以下格式引用:张多,周泓杨.网络漫画:中国神话数字化重构的图像形式——以《非人哉》为个案[J].长江大学学报(社会科学版),2021,44(4):7-12.

网络漫画:中国神话数字化重构的图像形式

——以《非人哉》为个案

张多 周泓杨

(云南大学 文学院,云南 昆明 650091)

摘要:互联网为中国神话的数字化重构提供了巨大发展空间。其中,网络漫画以其独特的文艺模式,为神话主义背景下神话资源的转化开辟了新途径。网络漫画作品《非人哉》作为一个成功案例,通过对神话图像叙事和文本叙事的改造,反映了当代读者希望在神话重构中追寻自我、呼唤自由的美好愿景。同时,《非人哉》也展现了互联网背景下神话资源视觉化转化的蓬勃生命力。在批评互联网神话转化碎片化和娱乐化的同时,亦不可忽视神话重构带来的经济与文化效益。

关键词:网络漫画;非人哉;神话图像;神话主义

分类号:B932 **文献标识码:**A **文章编号:**1673-1395(2021)04-0007-06

中国神话叙事资源在当代数字媒介中的诸般转化与发展,在近来的神话学研究中业已得到初步呈现。诸如短视频、网络游戏、网络段子、影视、直播等媒介中的形形色色的神话新编进入到神话研究者的视野中。^[1]长久以来,那些有着“原始”样貌的中国神话被受众不断释读、解析,不同时代的读者都会赋予古典神话以新内涵,为人类文明发展提供新的活力和养分。杨利慧用“神话主义”概念来概括这种现象,也即“二十世纪后半叶以来,由于现代文化产业和电子媒介技术的广泛影响而产生的对神话的挪用和重新建构——神话被从其原本生存的社区日常生活的语境移入新的语境中,为不同的观众而展现,并被赋予了新的功能和意义”^[2]。

这其中,20世纪以来兴起的现代漫画图像叙事文化对神话的挪用和重述很有代表性。中国的漫画艺术从先驱人物丰子恺(1898—1975)开始,逐渐成为一种中国现代艺术形式。20世纪80年代出现了一批连环画形式的神话创作,如胡永凯的《女娲补天》、马如瑾的《夸父追日》等。时至今日,神话题材

的绘本、纸质动漫、动漫影视更是层出不穷,但是,当传统的漫画与互联网嫁接在一起,神话的漫画创作就产生了一种新的表现形式——网络漫画。

一、网络漫画对神话转化的数字化特征

神话主义聚焦当下社会中的神话资源转化问题,将神话作为一种国家的、民族的、文化的、产业的符号进行公共文化层面的整合。如今,“二次元文化”“萌文化”在年轻人中迅猛流行,以漫画、轻小说、短视频为代表的网络文化载体蓬勃发展,看似古老回音的神话却能在这片信息爆发的网络丛林中找到一席之地,这为神话主义“朝向当下”研究提供了鲜明的例证。

漫画原本是一种集美术、文学、影视于一体的艺术,但网络漫画赋予了其数字化、信息化的表达逻辑和叙事样态。20世纪90年代以来,由于受到诸如美国漫威系列、日本手冢治虫漫画等外国动漫形式的影响,当代中国年轻人中兴起了“漫画热”和“二次元热”。随着中国发展水平迅速提高,年轻受众越来越

收稿日期:2021-06-02

基金项目:国家社会科学基金重大项目“中国神话资源的创造性转化与当代神话学的体系建构”(18ZDA268)

第一作者简介:张多(1989—),男,云南昆明人,副教授,博士,主要从事民间文学、神话学、民俗学研究。

越平视西方,对具有中国本土文化风格的作品的需求越来越高,因此国产漫画行业愈来愈成熟,诞生了不少优秀作品,而神话漫画作品系列《非人哉》可视为互联网文化、数字媒介、国产动漫、二次元文化相融合的典型产物。

《非人哉》是由网络漫画作者一汪空气创作的四格漫画,讲述了九尾狐九月和朋友玉兔小玉、哮天犬、刑天、西海龙王三太子敖烈在观世音菩萨开办的公司中打工生活的日常。漫画中,刑天、哪吒、嫦娥、龙女、昴日星君等神仙精怪角色悉数登场,风格幽默而温馨,大受年轻网民欢迎。《非人哉》自2015年开始连载,就在中国互联网上拥有超高人气。如今其在微博、腾讯动漫、快看漫画、哔哩哔哩动画等自媒体和网络社区都有连载,截至2021年2月,已连载至661话,其微博(ID为“非人哉漫画”)拥有693万粉丝,快看漫画账号拥有492万粉丝,评论超过100万,并获得第14届中国动漫金龙奖最佳剧情漫画银奖,足见其影响力。

《非人哉》是一个将古典神话和民间传说元素嵌入漫画创作并且取得巨大商业成功的案例,是将古典神话、传说在互联网的语境中,结合漫画形式进行转化的成功尝试。通过对中国古典神话、传说的数字化图像重构,《非人哉》不仅为年轻网民提供了了解中国神话遗产的途径,也为神话主义背景下的神话资源转化、重铸提供了一种新途径。

网络漫画不仅仅是将传统漫画搬到互联网,更重要的是,其开辟了一种新的文艺模式:漫画以网页形式在多种网络媒体上连载,包括网络社区、自媒体、门户网站、视频网站等,紧接着静态漫画被制作成动态漫画,从而视频化。网络漫画已经形成了一种围绕IP的融媒体发展模式。

互联网时代,视觉叙事是吸引网民浏览内容的重要手段,网络文艺作品,特别是漫画,一旦与自带IP的中国古典神话资源相结合,就会从形式、媒介、内容等多方面重构神话,从而具有如黄悦所言的“消费社会用平面化、符号化的游戏思维”^[3]重构神话的特征。

二、神话形象的凡人化:从图像到文本的叙事改造

漫画作为介于图像叙事和语言叙事之间的第三媒介,具有图文叠加的多重功能。《非人哉》所采用的四格漫画,其单页画面结构相对简单,主要通过人

物角色设计和对话来推动情节发展。这种形式简约、内容丰富的形式,恰好在铺天盖地的互联网效果制作产品中独具辨识度;但真正使《非人哉》获得声誉的,是其作者对传统神话叙事有相当的认识,并恰如其分地消解、创编和反刍,而《非人哉》反刍神话的最典型例子,就是神话形象的凡人化。

对一个连载漫画作品而言,角色设计是吸引读者,与读者发生共鸣的第一渠道,这也是《非人哉》叙事构建的重点。《非人哉》作为一部讲述“古代神话故事中的神仙在现代日常生活”中情形的漫画作品,如同“新瓶装旧酒”,其不仅有丰富的古典神话资源做支撑,更懂得平衡古与今之间的界限。在画面美术和角色设计上引人注目,但又不失神仙精怪的原本特色,是《非人哉》的一大看点。

这些角色一方面忠实于传统神话叙事中的角色设定,另一方面又大胆突破,将人物形象凡人化、现代化,让神话中的诸神、神兽进入到当代人的生活语境中,赋予他们当代人的价值和情感。这是《非人哉》获得网民读者认可的重要原因。

《非人哉》中涉及到的神话角色、传说人物颇多,因其主线较为简单松散,大多数配角是以单元形式出现在漫画中,比如地藏王菩萨和日本旅行篇中出现的稻荷神。在其形象设计上,作者采用了既贴合神话传说又融合现代元素的手法,同时着重结合经典神话母题,突出每个角色的形象特点。本文将表格形式展现作者如何平衡神话角色的传统叙事因素和现代叙事因素之间的关系,见表1,并以观音大士为例,具体分析《非人哉》如何从人物形象进行图像叙事重构。

中国民间信仰和宗教神话中的观世音菩萨多以头戴化佛宝冠,面容慈祥柔和,手持玉净瓶,脚踩莲花的女性形象示人。而作为《非人哉》中的主角之一的观音大士,在漫画中则是一位身着西装的上班族男士形象,喜好饲养麋鹿等奇珍异兽,经常因为座下的两位童子——龙女和善财以及借住在家的哪吒的学习问题被请家长。古代的观世音菩萨图像叙事多以灵验功能为主,其出现地点也多为具有灵验和宗教意义的场所,图像主要表达文化认同与灵验叙事。而在《非人哉》中,作者对观音图像进行了解构和重铸,在角色设定上保留其文化意义,同时赋予漫画中的观音形象以当代凡人维度,使其在与传统神话形象内涵不冲突的情况下,又添加了新的意义。

表 1 《非人哉》神话角色人设元素统计

名称	人设中的传统元素	人设中的创新元素
玉兔 (小玉)	人兔形态交叉,会捣药,曾和嫦娥生活在广寒宫。	喜欢穿洛丽塔服饰,讨厌月饼和蟾蜍,脾气暴躁,在广寒宫中担任年糕生产老板的工作,手下是伯邑考。
观音 大士	男女性别自由转换,手持玉净瓶,乘莲花宝座。	是一众主角的老板。玉净瓶外形为咖啡杯,喜欢收集奇珍异兽。是哪吒的临时家长,喜欢旋转木马。
刑天	只剩躯干,以双乳为眼、脐为嘴,有时手持战斧。	因生活不便想要一个头,但跟自己的头颅组合会失去方向感。精致重保养。
哪吒	三头六臂,携乾坤圈、混天绫、风火轮,可变成藕形态,使用三昧真火。跟李靖关系不好。	一直面无表情,就读小学,业余做网络主播。风火轮为滑板,头上荷花可表示心情。
精卫	看到水就会往里面丢石头,和鸟类关系密切。	随身携带自己的丈夫海燕,母性本能强烈,任何东西都能顶在头上。
年兽	传说中的恶兽,青面獠牙,害怕红色和巨响。	因为人类发明了鞭炮而过得凄惨,在观音大士家借住,做好事就会变小。
杨戬	三眼大叔形象,拥有七十三变。法力来自第三只眼。	第三只眼可当投影仪和手电筒,喜欢毛茸茸动物,开了家小动物咖啡厅,常跟观音大士争论动物和神兽哪个更可爱。
白泽	上古神兽,精通万物,能让各路精怪显出原型,曾为黄帝绘《白泽图》。	宅男形象,被观音大士收留,经常吃泡面,出了很多不同专业的书,可以读心,能打破第四堵墙和读者交流。
昂日 星君	拥有公鸡外形特征,可化出巨型公鸡原型,作为西方白虎七宿之一,是白虎的手下,负责啼晓。	被上司白虎欺负,悲伤的时候会拿自己炖鸡汤,因为是公鸡原型,所以声音十分难听。
白虎	四象之一,掌管西方七宿,有白色虎耳。	为了方便捕猎而维持少年形象,性格傲娇,爱吃肉。
朱雀	四象之一,掌管南方七宿,外形有红色鸟类特征,能变出火焰。	生性活泼,在学校当体育老师,受学生喜爱,非常介意凤凰。
青龙	四象之一,掌管东方七宿,外形为半龙半人,可与植物交流。	性格迟缓,在学校当校长,爱好园艺,对晚辈很热情。
玄武	四象之一,掌管北方七宿,外形为黑肤男性,身缠一条黑蛇。	双胞胎兄弟,因为是冷血动物,所以怕冷,冬眠,经常被认成鼯鼠。
狸力 (徐哼唧)	长得像猪,有鸡脚,叫声像狗,擅长挖土和建造。	因擅长建筑,成了建筑公司老板。
凤凰 (凤皇)	外表夺目,走路要踩在梧桐叶上,身旁有鸟类环绕。	职业歌手,和朱雀是朋友。
祝融	火神,头发为黑红相间,常乘两龙,饲养祸斗当宠物。	与共工是朋友,平时两条龙会化成衣服上的花纹。
共工	水神,头发为红色。	皮肤是水做的,和祝融同处一室会蒸发,喜欢喝不同的饮料。
文昌 帝君	主管功名和文运之神,是众星君中唯一的人形神。	如今依靠电脑工作,喜欢被夸赞,但本人并不是很会做题。

观世音菩萨起源于印度佛教,其灵验叙事在西汉时期已流布于中国民间。观音形象最初即为男相,即便是女性成佛也必先化为男身。《华严经》记载:“岩谷林中金刚石上,有勇猛丈夫观自在,与诸大菩萨围绕说法。”密宗中的观音形象更是威猛可怖。而在魏晋以后,出现了妙善公主化身传说,同时为了吸引并巩固女性信众,观音形象的女性特征逐渐增加,直至形成今日观音信仰中常见的女性观音形象。这一历程在杜德桥《妙善传说——观音菩萨缘起考》^[4]中有清晰的阐释。唐代以后又有“三十三观

音”,即观音的三十三种显像,其可现身为不同性别、不同年龄、不同职业来教化众生,所以观音信仰的图像叙事也呈现多种样貌,但后来观音形象逐渐以女相居多。

在《非人哉》中,观音大士以男性形象出现,显然是借用了最初的男性观音设定,在后面的漫画情节中,观音大士又因哪吒思念母亲而化为女性形象,可见漫画中观音大士其实为可男可女的设定,这与传统观音多样化的“宝相庄严”特征相吻合。除此以外,作者也保留了传统观音图像叙事的特征,如玉净

瓶和莲花。传统观音图像中,观音多一手持白瓷瓶状的净瓶,一手持杨柳枝作洒水状,玉净瓶也有了增福添寿之意;漫画中玉净瓶为咖啡杯模样,杨柳枝也替换为吸管,但依旧可使草木茂盛、万物复苏,也能将化为人形的精怪打回原形。

以观音形象为代表,作者在塑造神仙精怪时常常保留了图像叙事原型中的角色特点,再在此基础上做现代化的、二次元化的延伸,不但更符合设定要求和现代审美,也将传统神话图像叙事进行了一次凡人化的重构。

《非人哉》中对神话的文本叙事分为两种,一种是对原文本的直接借用,另一种是运用现代性思维对神话文本进行新编。《非人哉》非常善于运用经典神话母题作为叙事节点,既以母题为神话形象基点,又以母题作为延伸叙事、开展改编和挪用的支点。例如角色“小玉”是嫦娥的第一只玉兔,总领月宫八千多万只兔子,绰号“玉总”。玉兔的身份基本符合传统神话的设定,但明显有二次元化的改编。

在新角色出场和新导入叙事场景时,《非人哉》通常会选择对传统神话的直接借用。比如,第180话“初遇”中讲述黄帝遇白泽的故事,作者直接引用《云笈七签》中的记载,“帝巡狩,东至海,登桓山,于海滨得白泽神兽”,引出黄帝和白泽的往事,也交代了白泽这一角色的故事背景,同时引入作者自己的设定:世上白泽不止一只,漫画中的白泽正是为黄帝作《白泽图》的那只。采用原文本的叙述方式,既贴合神话母题,又能在上古神话的碎片化叙事基础上方便作者进行补充,引出对传统神话的改造。

对传统神话的新编叙事贯穿了整个漫画,这也是作者为了使神话母题适应现代社会的价值呼唤而做出的新解读。比如哪吒形象,哪吒在古代原本就经历了从古印度的那罗鸠婆护法神到中国的神话英雄之复杂转变。在传统的哪吒神话传说中,“剔骨还父”母题是重要叙事节点,至此哪吒完成对父权的反叛,也完成了由人到神的转变,同时这种凛然和反叛也树立了哪吒在中国神话传说中的独特形象,使其成为少年的偶像。

在近些年神话改编中,由于时代变化,“剔骨还父”母题被大幅度改编,李靖的形象更加慈爱,哪吒的反抗对象也逐渐从父权过渡到当下社会关注的青年命运。在动漫电影《哪吒之魔童降世》中,哪吒的自杀被改编为“我命由我不由天”,传统神话中对父权的反抗变为对个人命运的抗衡。而《非人哉》的作者非常巧妙地对“剔骨还父”母题进行了重构。

漫画中的哪吒是一个普通的小男孩形象,喜欢和同学玩,讨厌英语作业,来到观音大士家的原因是与父亲李靖失和。但作者并未止步于此,漫画中的哪吒并未选择与父亲和解,而是对父亲进行了小学生式的报复,包括偷走宝塔喂给哮天犬,把生发液换成百草枯,等等。这样一来,哪吒对父权的叛逆精神以一种温和的方式得到了保留,故事母题也得以顺利地现代故事背景下被漫画式构建,既不脱离原有思想,又注入新的趣味。

除了形象设计和母题延伸,《非人哉》重构神话叙事的另一种方式是其独特的宇宙观设定。这里所谓“宇宙观”(或世界观),是指由设计者所设计和建构的对虚拟世界设定及规则的系统化描述和故事发展的依据。^[5]《非人哉》的故事背景设定是现代社会的,但这个现代社会并不意味着众神时代结束,在这里,神仙与人类和平相处共同存在,神依旧保留自己的神力,但人类与神仙并不再是崇拜和被崇拜的关系。这种独特的世界观设定让故事徐徐展开,《非人哉》中的现代社会其实是神话时空的延续,是一个神话化了的现代社会。神话时代,人类以为神仙是自身世界的上层,《非人哉》则让神仙生活在人类社会,从而实现了神话形象的凡人化。

可以说,通过图像和文本叙事的重构,《非人哉》不但延续了以往神话漫画的图像特征,也借用了互联网叙事思维来重铸神话叙事的基本结构。这种作者能动性创造的“现代社会神话”的设定,能使读者迅速融入其中,从而借助传统神话承载的价值功能延续为二次元的本土话语特征,同时又为读者提供了不一样的艺术体验和生命体验,为我们展示了神话在现代社会中的无数种可能性。

三、《非人哉》重述神话的“时空桥梁”意义

在现代社会中,神话的意义早已不限于提供世界观和信仰对象,而成为一座勾连古今想象力的桥梁。《非人哉》呈现出来的文艺气质,既带有明显的古典神话宇宙氛围,又带有20世纪末那一代少年人的漫画青春记忆,还有典型的互联网二次元文学气质,因此产生了一种奇妙的“时空桥梁”即视感。《非人哉》所取得的成功,确证了中国神话的不竭活力,昭示着互联网时代神话的复归。

当下中国年轻一代已经意识到了文化自信的根源在于与传统文化进行深入交谈,青年网民早已不愿局限于课堂和课本来与传统对话,而更愿意在互

联网“次元”亚文化的无限空间里,探寻中国神话构建的瑰丽世界,并借助网络漫画这样的时空桥梁,进行更深层次的遨游。叶永胜指出:“现代作者重述神话世界,目的不是要回到古典神话世界中去,而是在互文性活动中确立主体地位,解构元话语,启发现代人摆脱现代性‘荒原’的呆板与焦虑,重新获得某种意义上的心灵自由。”^[6]除了回应这种心灵需求以外,神话在互联网背景下如何成功转化,发挥经济和文化双重效益,也是神话学研究必须要思考的问题。

现代社会中,人的物质需求得到了极大满足,此时人类开始更加关注情感需求,自我的发现和探索成为了现代人更希望看到的文艺作品内容。中国古典神话一直强调人类自身力量的确认,如精卫填海、夸父追日等,宏大的叙事手法和强健的英雄气魄无一不彰显了中华民族奋发图强、百折不挠的人文精神。而在现代社会中,人的生存空间被挤压,人类需要神话精神的复归,来重新寻找自我的主体地位。

在《非人哉》中,女主角九月是一只九尾狐,读者、观众也通过她的视角来观察众多神仙精怪的现代生活。九月的设定是“普普通通的打工狐”,她既不是古典神话中的英雄(如漫画中出现的刑天),也不存在于任何神仙谱系之中。九月没有开天辟地的远大志向,也没有翻江倒海的非凡神力,但她在和众多神仙同事的相处中得到了友谊和亲情,也靠着自己的努力和优良品质过上了更美好的生活。

作者安排这样一个平平无奇主角的原因,正是对应了读者、观众想要在作品中寻找的代入感。读者、观众将自己代入九月的视角,和她一起为了每天的工作辛劳打拼,看自己的神仙同事朋友施展法术,和他们一起享受当下生活的美好。通过这些人际关系和生活方式的隐喻,读者、观众在这个过程中获得了心灵的解放,也能获得自我的认同感,这种通过自己的努力获得幸福的个人生活史也更容易引起当代读者、观众的共鸣。

除此以外,作者对其他角色的塑造也十分立体,不但考虑到对古典神话中原角色的贴近,也将现代社会中人们在构建身份认同时考虑到的热点问题放置其中。比如西海龙王三太子敖烈,身为“龙二代”,却也在公司过着勤勤恳恳的打工生活,这是对当下年轻人想要摆脱父辈光环,打拼出一片天地的回应;漫画中的女性角色都是职场女性精英的形象,比如玉兔和铁扇公主,她们不再是附庸和配角,而是展现

出作为新时代女性的自强一面。

祝鹏程的论文《祛魅型传承:从神话主义看新媒体时代的神话讲述》^[7]中,把神话段子当成新式神话传承人对神话的“祛魅型传承”,《非人哉》亦是如此。作者对神仙精怪进行解构型重塑,把他们放置在现代背景下,让他们成为和普通人一样的上班族、宅女、学生党,此时的读者在角色身上寻找的不是崇高感和信仰对象,而是通过角色寻找自己的影子,投射自己对生活的美好愿景;与此同时,又不忘突出他们异于常人的神力和生活经历,保留了神话传说的瑰丽想象,使角色产生一定的距离感,给读者寻找艺术自由的空间。

四、网络漫画作为重述神话的新媒介

以《非人哉》为代表,互联网背景下选择以重构神话作为创作手法的漫画作品不在少数,而这些也只是更广阔的互联网神话主义作品中的沧海一粟。截至2020年12月,我国互联网用户达到了惊人的9.89亿^①,成为全球最大的“数字社会”。互联网的发达改变了人们的生活,也改变了神话的传播和生存方式。

互联网的普及带来了交流的便捷,神话这种过去依存于口头传承和书面记载的民间文学形式在网络田野中逐渐纳入新鲜血液,依托新载体进行传播。杨利慧早期研究中国电子媒介中的神话主义时,主要关注了动画片、真人影视剧和电子游戏(主要指网络游戏)三种,而如今随着互联网亚文化的发展,电子媒介中的神话主义渠道也越来越多样,如新兴的短视频平台抖音、快手,题材新颖、种类丰富的手机游戏,真人直播与音频分发平台,等等,神话资源获取的便捷塑造了新一代互联网的神话受众,他们是神话进入数字媒介时代仍葆有生命力的根本动力。

网络漫画《非人哉》作为一部典型的神话主义作品,还有更多值得思考的延伸现象。当一部神话题材的网络漫画发布到网络之后,除了引起观众评论、阅读并产生文化产业效应之外,有时还会反过来促进严肃科普。比如《非人哉》的作者以漫画中的角色神兽白泽的身份,另开了一个微博账号(ID为“一汪黑池”),专门对漫画中出现的各类神仙进行人文知识的严肃科普,让人们在观赏网络漫画的同时也能从文史脉络进入神话世界。

与此同时,网络漫画爆火也带来同人创作的现

① 数据来自“第47次中国互联网络发展状况统计报告”。

象。同人创作既可以针对重构后的神话主义作品,也可以针对原文本。在这个过程中,神话主义作品被传播和推动,同时观众反响也在赛博式的同人交流中得到彰显,网络世界中的神话表演一旦被激发,就会产生无穷的裂变效应。神话也在这个过程中传承、变异,最终融入到当代文明中,成为一个时代的神话主义烙印。

当然,互联网中神话主义创作带来的神话权威性和神圣性消解,也是近年来学者们担忧的主要问题。碎片化、娱乐化、商品化的神话重构形式是否会对传统神话的文化积淀和精神富矿造成损害?中国神话传统所代表的价值内涵是否在这个过程中被消磨?笔者认为,任何精神文明的诞生都依赖于时代的变化与发展,神话重构的过程中免不了有某些低级趣味或简单幼稚的作品,但也不乏《非人哉》这类优秀作品,使得神话连通古今,成为文化自信的输送纽带。优质的神话主义创作,应当让读者在接受过程中既能体会到神话重铸带来的当代身份认同,也能经由神话新编重返神话的精神原乡。

同时,我们也不宜在谈论神话传承时天然地将商业因素视为对立面。让·波德里亚曾在《消费社会》中提出,步入消费社会之后,消费者更加强调商品符号使用价值的交换与其蕴涵的古典文化意义。^[8]而互联网时代人们理解世界的方式愈来愈追求日常生活的美学化,尤其是当下互联网文化呈现出的视觉转向,似乎有脱离以语言为中心的逻各斯主义的趋势,而转向更直观、更感性的视觉享受。这就要求在快销的网络文化氛围中,神话重述不但要有观感和内容表达上的直观,更要有丰富的文化内涵和价值内涵做支撑。

叶舒宪指出,当代神话资源将作为“经济转型的文化资本、创意经济的符号引擎”,“要想从‘中国制造’的现代性经济跨越到‘中国创造’的后现代符号经济,民族国家的神话资源将成为最大的文化资源”^[9]。网络漫画正是这种符号经济发展到一定阶段的产物,神话的独特审美和符号化表现使之成为备受青睐的对象,神话也在这个过程中实现了经济和文化双重效益。《非人哉》等网络漫画作品的成功,正是由于回应了当代网民的需求,提供了链接本土文化根谱的契机。

参考文献:

- [1]杨利慧,张多.神话资源创造性转化的探索之路[J].长江大学学报(社会科学版),2019(1).
- [2]杨利慧.民俗生命的循环:神话与神话主义的互动[J].民俗研究,2017(6).
- [3]黄悦.中国神话的网络裂变与传播规律初探[J].文化遗产,2021(2).
- [4](英)杜德桥.妙善传说——观音菩萨缘起考[M].李文彬,等,译.台北:巨流图书公司,1990.
- [5]包媛媛.中国神话在电子游戏中的运用与表现——以国产单机游戏《古剑奇谭:琴心剑魄今何在》为例[J].云南师范大学学报(哲学社会科学版),2014(4).
- [6]叶永胜.神话重述意义与策略[J].天府新论,2012(5).
- [7]祝鹏程.祛魅型传承:从神话主义看新媒体时代的神话讲述[J].民俗研究,2017(6).
- [8](法)让·波德里亚.消费社会[M].刘成富,全志钢,译.南京:南京大学出版社,2000.
- [9]叶舒宪.新神话主义与文化寻根[N].人民政协报,2010-07-12(C03).

特约编辑 孙正国

责任编辑 强琛 E-mail:qiangchen42@163.com

Network Comics: The Image Form of the Digital Reconstruction of Chinese Mythology ——Taking *Feirenzai* as an Example

Zhang Duo Zhou Hongyang

(School of Chinese Language and Literature, Yunnan University, Kunming 650091, Yunnan)

Abstract: The Internet has provided great development space for the digital reconstruction of Chinese mythology, and the network comics have opened up a new way for the transformation of mythological resources under the background of mythicism with its unique literary mode. As a successful case, the network comic *Feirenzai*, reflects the beautiful vision of the contemporary readers to seek for themselves and call for freedom in the reconstruction of mythology through the transformation of the mythological image narrative and text narrative. At the same time, *Feirenzai* also shows the vigorous vitality of the visual transformation of mythological resources under the background of the Internet. While criticizing the fragmentation and entertainment of the transformation of Internet myths, the economic and cultural benefits brought by the reconstruction of myths still cannot be ignored.

Key words: network comics; *Feirenzai*; mythological image; mythicism