

欢迎按以下格式引用:王宁,杨利慧.主位视角下的中国神话资源转化:《少年的奇幻世界》中的神话重述[J].长江大学学报(社会科学版),2026,49(1):1-7.

# 主位视角下的中国神话资源转化: 《少年的奇幻世界》中的神话重述

王宁 杨利慧

(1. 中央广播电视总台 综艺频道,北京 100020;2. 北京师范大学 文学院,北京 100875)

**摘要:**央视总台制作的国内首档少儿类 XR 节目《少年的奇幻世界》,通过电视媒介对多个中国经典神话进行了频道化讲述。总导演王宁从影视制作者的主位视角出发,围绕该神话节目的创作、神话素材的挪用与创新、神话的当代意义与资源转化等问题,阐述了该片的创作经验和实践方法,生动展现了一位当代神话讲述人/生产者的神话观及其个性化的讲述方式,为理解神话资源的当代转化及其跨媒介传播的过程与特质,提供了宝贵的内部视角和富有启发性的案例。

**关键词:**神话;少年的奇幻世界;主位视角;资源转化

**分类号:**B932 **文献标识码:**A **文章编号:**1673-1395(2026)01-0001-07

《少年的奇幻世界》是 2022 年在中央广播电视总台少儿频道播出的首档聚焦中国传统文化故事的创演型少儿节目电视片。该片运用 XR 扩展现实技术,将虚拟场景和现实演绎结合,以创新方式讲述了女娲补天、大禹治水、盘古开天等一系列经典中国神话故事,为神话资源的当代转化提供了一个生动案例。2022 年 5 月 11 日,《少年的奇幻世界》节目总导演王宁受杨利慧教授之邀在线来到北京师范大学的神话学课堂,为学生主讲了题为《我与〈少年的奇幻世界〉——主位视角下的中国神话资源转化》的专场讲座。王宁围绕杨利慧提出的诸多问题,一一进行了坦诚而详细的回答。该片导演于泽华促成并参加了此次讲座。访谈稿由北京师范大学文学院 2020 级硕士生袁依萌、2024 级博士生赖伟鸿转录并整理,发表前经过了王宁的审订和补充。特此并致谢忱。

受访人王宁(以下简称“王”):中央广播电视总台综艺节目制作人、策划、导演,2005 年毕业于中国

传媒大学影视艺术学院文艺系广播电视编导(文艺编导方向)专业,《少年的奇幻世界》节目总导演。

访谈人杨利慧(以下简称“杨”):北京师范大学文学院民间文学研究所教授,国家社科基金重大项目“中国神话资源的创造性转化与当代神话学的体系建构”首席专家。

## 一、《少年的奇幻世界》与节目特色的确立

杨:今天是我们神话学课堂的第十讲,讲授主题是“当代社会当中的神话讲述者及其神话观”。我在课堂上和同学们分享过:一个社会里人们对神话知识的把握是不均等的,老年人、宗教职业者、民间精英、地方知识分子和香会会首等,往往对神话传统了解得更多,讲述的神话也往往更加丰富,也更愿意主动去讲述,这样一类人我们称之为“神话传统的积极承载者”。今天我们特别有幸,请到两位对中国神话传统的传承发挥了重要作用的积极承载者——央视少儿节目《少年的奇幻世界》电视片总导演王宁、导

收稿日期:2025-03-22

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:王宁(1981-),男,辽宁鞍山人,主要从事文化传播学、影像民俗学研究。

演于泽华,感谢两位来到我们的课堂。下面请王导从制作者的主位视角,讲讲自己和团队是怎么生产《少年的奇幻世界》的。首先,能先介绍一下这个片子吗?

王:谢谢杨老师的介绍,非常荣幸能够以这样的方式跟同学们交流。《少年的奇幻世界》是一个非常特殊的项目,它设立在中央广播电视总台的少儿频道。我相信大家可能一是很久不看电视了,二是更不会去关注少儿频道,但即便这样,它仍然对全国青少年有非常大的传播影响力。在少儿频道最开始立项的时候,《少年的奇幻世界》还是一档综艺节目,我们团队内部经过几次推敲研讨,最终决定把这个节目打造成一个有剧的质感,甚至有一点动画片质感的少儿视频内容。我不知道同学们有没有看过中央一套的两档知名节目,一个叫《典籍里的中国》,一个叫《故事里的中国》,它们把中国传统文化的一些经典故事进行舞台化的改编,请知名影视演员在节目中重新把故事演绎一遍,这成为过去两三年内中国电视综艺圈一个流行的形式,就是把舞台的戏剧表演直接挪到综艺节目中呈现。这里再稍微说远一点,就是所谓的“电视综艺”。我在中国传媒大学读的本科,我们当时学的专业叫“广播电视艺术”,其实在我看来,广播电视的艺术性当然有,但是它毕竟不如传统的艺术形式那么高深,而更多像是一个产品。特别是当我们面对大众的时候,需要以一个巨大的量去生产内容,然后供大家去消费、去观看,所以把电视综艺当作一个产品的生产会更好。像《典籍里的中国》和《故事里的中国》这样的节目,它们会把一些其他的艺术要素直接拿到综艺节目里来呈现,但是大家看的时候呢,可能已经不再有看综艺的感觉了,会觉得我是在看一个古装剧。从这个角度来说,电视综艺节目也在不断地演进和变化,从早期的晚会到现在的各种真人秀,包括户外真人秀、室内挑战综艺、慢综艺、长视频和短视频,等等。伴随着传播环境的变化,我们综艺的形式也在不断变化。

由此我们就在想,为什么在少儿频道做一个节目不能是剧的呈现?大家可能不会把它当作一档综艺节目,而是当作一个很典型的儿童剧情片来看,一个12集、每集40分钟的儿童系列剧。

杨:明白了。您能谈谈《少年的奇幻世界》的故事背景和创作过程吗?

王:《少年的奇幻世界》的故事背景讲的是:四个

小朋友被召集到大学夏令营当中,通过超级虚拟现实实验室的高科技设备,将互联网上的图文数据进行运算并生成虚拟现实环境,使小朋友在虚拟仓中进入神话故事的沉浸式体验情境。这个研究机构希望通过这种视听还原的方式,让小朋友们更加深入地走进神话,从中获得比课本上的文字故事更多的启示。因为小朋友们拥有充沛的精力和敏锐的感受力,也许他们能感受到更多大人无法体验到的中国神话的魅力。这就是我们构想节目的初心,先确定其传播形式,再尝试以剧情片的方式打破以往的综艺形态。在最开始立项的时候,这个项目是希望做成一个少儿版的《故事里的中国》或《典籍里的中国》,但是我在参与策划之后就将这条方向进行了调整。原因有两点。第一个是要让节目富有童趣,这是落地少儿频道的一个要素。第二个是考虑到支持节目的资源。请什么人来?搭多大的舞台?录制周期有多长?后期制作周期有多长?整体上是不是有足够的资源把节目内容打造得很完美?我们尝试找到一种更高效的利用资源并且传播内容的综艺模式。《少年的奇幻世界》就在这样的背景下应运而生。紧接着,我们的工作就是怎么把中国神话的大量素材有效地转化为小朋友们爱看的、央视上能播的、制作经费又够用的节目内容。在这个过程当中,整个导演组海搜资料,联系各路专家,杨利慧老师就是在这个阶段进入我们的团队一起共创,给我们讲授了中国神话的知识以及它的魅力。

## 二、神话素材的挪用与改编

杨:在节目策划的过程中,您和团队是如何在中国那么多的神话素材中做出选择的?

王:在这么多的神话素材当中选择哪些进行传播,这里面有两层考虑。在选题上我们主要有两个维度。

第一个维度就是选题安全,这涉及神话形式的特殊性,因为神话中有很多有关神神鬼鬼的故事,在民间流传的不同版本中,大家对不同人物会有自己独特的理解,这些可能导致在央视这种公共平台播出的时候要考虑到更多情况。我们觉得什么样的选题是比较安全的呢?那就是符合社会主义核心价值观的,富有时代意义和值得提倡的精神内核的。因此,我们提取出了非常正向的神话故事。我觉得安全这个事情还得多聊两句。因为我一直都在央视工作,从进入这个平台工作开始,就把播出安全提到一个非常重要的位置,这个安全不仅指的是按时、保

质、保量,更重要的是我们传递的价值观。我们自己经常会说,不管做什么样的节目都叫“戴着镣铐跳舞”,既要好看,又要符合各方面的传播政策。所以安全这件事情是重中之重,我们也会因为安全的思考回避掉一些选题。比如说我们有一个选题跟黄帝有关,讲的是涿鹿之战,这个选题在研讨的初期我们就非常纠结要不要做,以什么样的方式去做。其实从节目内容的角度来讲,我们都喜欢看一些战争片、史诗片,如果有机会还原的话,一定很振奋人心;而且对于一个少儿节目来说,我们也希望其中有一集的气质是独特的,能够激发大家的想象力,而且能够把我们血液中比较阳刚和坚强的部分展现出来。所以对这个选题其实特别的不舍,不想把它放下,但确实又存在一些传播语境上的风险。比如当时是冬奥会的筹备阶段,那么在奥运会的历史上有一个约定,就是在100天之内所有的战争必须停止,因为奥运会是一个崇尚和平的世界盛会。所以战争选题在这个背景下显得有些格格不入。可见,即便我们认为一般给小朋友看的电视节目可能都已经足够健康、绿色和安全了,但是在大众传播的层面仍然要有更多的考虑。

第二个维度是选题的可看性和趣味性。我曾经翻看过一本书叫《故事》<sup>[1]</sup>,是一个很经典的编剧“圣经”,这里面有个理念就是——人都是喜欢听故事的,而且可能从古至今故事的类型和模板就是那些。从每年世界市场生产的电影也能看出来为什么会有类型片。电影当中的故事和表现方式是可以分成类型的,也就是我们观众喜闻乐见的故事和整体故事形式大差不差。所以从这个角度讲,一个好看的节目一定要有鲜活的人物和丰富的戏剧表现和故事张力。举个具体的例子,《少年的奇幻世界》有一集讲的是大禹治水,大禹治水其实是一个众所周知的故事,但是我们打开这个选题的时候,发现它有不同版本,然后也有很多空缺等着我们去填充。这个选题本身既符合安全的原则,同时也有很大的空间让我们进行故事创作和人物塑造。于是,我们的编剧团队在想如何打开这个故事的时候找到了一条情感线,也就是父子情。我们的切入点是一次夏令营课后,所有的小孩儿都被家长接走了,只留下了一个小朋友,他因为爸爸加班的缘故而留在实验室。在他非常气恼的时候发现了大禹的故事,心想“大禹啊,原来你也是只顾工作不顾家,我倒要进到这个神话故事里看你到底是一个什么样的人”。所以,故事的起点是一个小孩内心对于父亲的埋怨,所以这个小

孩带着怨气进入了神话世界,逐渐地他发现大禹和他想象中的并不一样。这个时候呢,大禹也打开了他的情感阀门。大禹作为一个父亲,他的内心是多么的亏欠,但是没办法,他必须舍小家爱大家。大禹治水的选题找到了一个有效的打开方式,让它的可看性得到了提升,而这个表达方式又是在传统的神话故事中缺少笔墨描绘的,那就是情感线。

总之,安全性加上可看性,最终让《少年的奇幻世界》在12集节目当中锁定了十一个选题,我们会把这三四个小朋友角色现实生活中的故事和神话故事的内核进行关联,他们在探索神话的同时,自己的个性也得到展现和成长。所以,《少年的奇幻世界》对于我们来说是一个巨大的尝试,它用纯剧情的方式丰富了电视综艺的表现形式,同时又把现实生活中几个小朋友的故事和神话故事的内核进行关联,以达到让少儿频道的受众喜闻乐见,又符合传播语境的效果。

杨:在对神话素材进行挪用与改编的过程中,您与制作团队遇到了哪些难题和挑战?

王:如果没在影视行业里待过,可能想象不到我们在制作的时候会有很多有趣的和苦恼的情况发生。比如说在第一集节目中,我们的初衷是怎么能够让《少年的奇幻世界》先声夺人。在众多的神话故事当中,我们最终选择了女娲补天。女娲作为中国神话世界的创世女神有着非凡的意义,她不仅创造了人,拯救了人,而且她的母性和许多优秀的品质都在这个故事当中得以体现。然而,我们在编剧的时候发现了一个问题:要不要给女娲写台词?她需不需要用语言去表达?那些捏土造人出来的子民跟女娲之间应该用什么样的方式去沟通?他们应该用什么样的方式表达对女神的尊敬?下跪呢,还是鞠躬呢?还是说用其他什么方式?这时候便发现,神话的魅力之一就在于它留了很多空白任凭我们去想象,但当我们进行艺术创作的时候,又不得不填补上这些空白。那问题便接踵而至。比如说,神话中的女娲是一个人身蛇尾、半人半蛇的形象,那我们的服装造型要如何拿捏?对于我们做电视节目的人来说会有一个边界,就是有关像蛇、蝎子等一些观感上给人不愉悦的动物,在节目制作当中是要尽量回避的,因为怕到时候节目播出了,哪个家长写信说我家小孩儿看这个节目吓哭了,蒙上了很沉重的阴影,那后续的播出都会受到影响。所以有关女娲本身的造型,我们也结合服装团队能够实现的程度进行了很深的探讨。因为她是创世的女神,一旦把她具象化

了之后,这个女演员的形象是否符合大家对女娲形象的想象?总之,一旦到影像和故事创作一线,它会有很多的难题摆在面前,需要找到合理的呈现方式,还要确保节目能够顺利播出。

因此,女娲补天在节目当中采用的是歌舞剧的方式,借用一种不太具象的艺术表达展示女娲创世造人的过程。一个比较巧妙的方法是,让扮演女娲的演员吊着威亚从天空降到地面上,伴随着她的一些舞蹈动作和表情——意思是发现这里太安静了,希望能够把大自然变得充实一点,于是她产生了一个念头,就是用泥土来捏小人。前一个镜头是她拿着小人在手里捏,随后手在空中一挥,几个舞蹈演员就出现在树的后面,然后在舞台上进行一段舞蹈,以此写意地展现女娲造人的过程。当一个神话故事里边有很多空间未被填充的时候,其实我们有很多改造它的机会,然后把一个熟悉的故事打开,成为一个相对陌生的样子,带来一种新鲜感。总之,难题就在对与错、是与非之间,你填充的东西如果经不起推敲就会成为一个难题。所以《少年的奇幻世界》第二季计划做寓言故事,寓言故事很多都非常短,但是它有特别具体的历史背景,涉及很具体的历史人物,我们就可以参考那个年代的一些史料记载,参考它的穿着、语言表达和具体的形象。但是在神话世界里这些都变得很模糊、很不可考,或者说考证出来很多不同版本,具体的选择就会比较艰难。这个是在女娲补天的故事中我们遇到的一些困境。

此外还有一个例子,整个12集的节目当中,我们把神话故事里的人物台词处理成一种半文半白的表达方式,它夹杂着一些影视剧惯用的中国古代汉语的遣词造句,还有很多白话。这个事情当然也可以用普通话的方式把台词和对话组织起来,但这样会缺少一种韵味,所以我们借用古装剧的语言风格来丰富传统故事的表现韵味,我觉得这个是合理的。所以最后就变成了没有明确的朝代,没有明确的发音标准,所有神话人物都用一种半文半白的口吻跟人进行交流的情况。有的人接受,有的人不接受,但是我们就这么定了。所以,其实在锁定神话的选题之后,还有大量的工作要面对,要逐一找到有效的解决办法。这是我们在节目推进过程中经常会遇到的难题。

杨:我觉得特别有意思的是,怎么把我们看到的或听到的比较简短的故事变成一个20分钟或者是30分钟的短片。比如我自己研究女娲神话,并没有考虑到在影视创作的时候如何对待女娲人首蛇身的

形象,而作为导演从内部视角考虑问题的时候,这样的挑战可能就会出现。具体而言,在对神话进行改编的过程中,你们还有哪些思想上、展现方式上和艺术上的追求?

王:录制这档节目的时候,我们在考虑的一个事情就是,中国神话宇宙到底成立还是不成立。我觉得在学术研究领域这肯定是成立的,但是在节目当中能不能有效地利用12集的篇幅呈现中国神话宇宙?举一个例子,我们有一期节目叫作“天气之神”,它讲的是这个实验室在调用互联网大数据模拟神话情境之后,神话情境里的天气总是不受控制,时而打雷,时而又下雨,如果天气自然环境不好的话,这些小研究员就没办法进行探索。因为超级虚拟现实过于真实,以至于其中的天气、气温等都会根据我们的数据进行设定。为什么神话世界里的天气不可控呢?因为神话世界里的天气是由一些司掌天气的神控制的,而我们现在又缺少足够的的数据,不了解司掌天气之神的脾气秉性,就没有办法预测甚至控制虚拟出来的神话情境中的天气。因此,这集故事的任务就是寻访神话故事中掌管天气的各路神明,跟他们聊天并了解他们的性格,最后靠这些数据支持来校准神话虚拟情境中的天气预测和控制。于是,我们把不同版本的中国传统神话中的天气之神聚集在一起,虚拟了一个昆仑山的背景,让大数据在昆仑山上运算出不同的天气之神,并把他们都生成出来。紧接着,系统召唤出了两个雷神,一个是大雷神,一个是小雷神。在中国的神话世界里,他们原是没有交集的。但是在我们的剧情创作中,我们虚拟出一个神话宇宙来推动剧情的发展,把两位雷神想象到一块并产生矛盾,而他们之间的矛盾和我们故事的小主人公之间的矛盾也是重叠在一起的,这样就形成了一集有可看性的节目。从这个角度来说,我们也在努力尝试对中国神话的要素进行提取和重组,以便生成一个适合当下传播语境的内容。其中的好处是,中国神话的开放性加上剧情的世界观允许我们把不同的要素进行重新结合,进而产生新的戏剧效果。

当然,有一些灵活度比较低的故事如愚公移山,它可能没有办法让我们更大幅度地去解构和重塑,而更多只能是去还原,因为大家对它太熟悉了。所以在我们的脑海里,这个故事其实是完整的而且是稳定的。另外一点,我们不能大幅度改动它的原因就是,我们会用“愚公精神”“当代愚公”这样的称号去形容各行各业的优秀模范或先进典型,所以我们

没有办法让愚公这个人物展现出过于丰富的人性化的东西,传播语境已经把愚公的人格扁平化甚至是脸谱化了,我们就不方便再去挖掘他身上更多的故事了。其实很多故事,特别是大家熟悉的故事,如果能把它变成一种熟悉的陌生感是最好的,就是,这故事有一部分情节跟我们脑海里是一样的,但是今天讲的跟之前我听的不太一样,却又在情理之中。比较好的一个例子就是安吉丽娜·朱莉演的《沉睡魔咒》,她像是一个女巫,以前我们听到的童话故事里她就是彻头彻尾的坏人,但是在电影里边,她被塑造为一个内心非常善良和柔软,只是外表看起来让人感觉到恐惧的角色。

为什么我们这么熟悉这个故事,却还要再重新看一遍?因为电影创作者对这个故事进行了全新呈现,它打开了其中某个人物的某个维度,一下子就改变了很多东西。可能是一样的故事,但是我们以前听的时候这故事的主角是个好人,后来再听的时候发现这个故事的主角变成了坏人,而他所做的事情都是一样的,只不过我们从来没从这个角度去打开过他的内心想法,这就让一个新的艺术作品呈现了巨大的新意。我们在尝试着用这种方式去打开中国的神话故事,但是发现这是有边界的,比如刚才说的天气之神就可以,但愚公移山就不太行。而大禹治水呢,因为我们找到了一个新的表达视角——情感视角,从父子关系、小家和大家的平衡上重新描述它,所以找到了一个比较安全的新的表达方式,但是我们始终没有想到愚公移山用什么创新的方式去表现。

### 三、神话的当代意义与资源转化

杨:作为影视制作人和神话节目导演,您如何理解神话对当代人的意义?

王:我觉得神话是一个非常有生命力的载体,它能够从那么久远的过去传承到现在,经过不同版本的变化和演进,成为小朋友们必须去看去学的内容,甚至成为中华民族精神内核的支撑和象征,这里面一定有很多文化基因层面的东西是我们这个民族所需要的,所以能够一直保存到现在。但是,每个时代有每个时代的语境,神话还必须符合这个时代的语境。

杨:神话对您和制作团队带来了怎样的启发?

王:神话故事给我们整个导演组的启发还是蛮大的,因为我们真的又重新回忆起童年时候耳熟能详的这些神话故事,同时为了节目创制又深入地挖

掘了一下,发现神话故事有它的演进历程,而且有它的不同版本。比如说像牛郎织女故事,我跟导演组开玩笑说,牛郎织女放在小学的课本里,一方面体现了在小朋友接触的世界神话故事中,中国的传统神话、民间故事应有一席之地;第二个它也在给小朋友做一个爱情启蒙,这也是孩子成长路上必须经历的教育过程,那我们索性把一个好的范本拿出来,而且这又有久远的历史。但是,这个故事有一个很长的演进过程,最早牛郎织女就只是天上的星星,在不同的历史时期,它和不同的神话故事、不同的神话人物进行结合,产生了不同的版本,那这个故事再打开的时候就不太好选择,最后还是还是没有选择这个选题。

借由我们对神话故事的重新打开,我们发现其实中国神话有很强的传播价值和传播意义。美国的好莱坞电影有自己的超级英雄体系,而中国目前为止还没有一套很完善的文化产品塑造我们自己的英雄,而且中国跟国外的英雄界定又有很多不一样的地方,所以,我们心中缺少这种来自历史深处、来自文化基因深层的英雄代表形象,而神话故事在这个时候就能够有效地起作用。但是难题是在我们现在的传播语境中,我们这些传媒工作者和将来将来要进入到社会工作的在座的同学们,怎么去把这个事情做好。刚才杨老师也说,现在很多游戏,甚至地方文旅都跟中国神话结合,神话研究的专家们也许会提出一些质疑,说这样搞不准确,这当然这也是应该的。即便是这样,神话可以被重新打开和解构的空间还是非常大。但是怎么样能够有传播效果,还需要我们对受众的心理有充分的了解和认知,对我们制作内容的平台有一个深度的融合,既满足平台的需求,也要为受众尽可能呈现出喜闻乐见的节目内容。我觉得这对于我们来说是一个巨大的挑战,但同时也充满了乐趣,《少年的奇幻世界》就是这么产生的。

杨:您觉得《少年的奇幻世界》对中国神话传统有什么样的贡献?

王:我们以一种充满童趣的方式打开了中国神话的选题,落地在央视的少儿频道,也希望这个节目模式能够延续,而且未来延展到不同的载体和平台,比如说在线下做一些小型剧场演出、组织学生夏令营、拍成电影、做成剧本杀或有情节的互动体验,等等。我们节目最大的成绩是设立了一个世界观,这个世界观跟现在流行的科技前沿都有关系,现在都讲元宇宙、大数据、人工智能,未来这几项技术一定会落地且产生大量的交集。我们在《少年的奇幻世

界》里借由科学发展的方向编出了这么一套世界观,通过互联网的大数据、人工智能运算出一个真实、有沉浸感的情境,像4D电影院一样可以进去体验。这个世界观在第一季播出之后就基本成立了,成立之后就成为下一步创作的工具,我们可以往里套其他不同的故事,那这个节目就富有生命力了。

我觉得我们整个导演团队在《少年的奇幻世界》做了一个努力,就是我们常常试着结合各种各样的要素,创作一个受众能够接受和感兴趣的故事平台,那这个故事平台可以把历史、神话、寓言,甚至是一些经典的故事——比如说牛顿的苹果怎么砸到他的头的——借由刚才说的世界观把它复现出来,然后找到一种有趣的表达方式和表演方式让观众喜欢。未来可能真的有一天,我们只要戴上VR眼镜,就可以在一个实时生成的神话世界里进行探索。而我们只不过是把这种可能性变成了现在的神话剧,以一个科幻题材呈现在荧幕上,然后让小朋友们去喜欢,一方面对前瞻科技产生想象,一方面对中国的神话故事又多一层了解。所以,我们这些传媒工作者和生产内容的人希望能够持续地为大家创作出更好的东西,能够让中国神话这个非常有营养的选题在更多的平台上,有更多的机会和更广大的受众进行沟通互动。

杨:谢谢王宁老师。您讲的都是我们特别想了解的,涉及非常丰富的内容,又紧紧扣住神话转化的核心主题。具体到当代神话对人们的意义到底是什么,这个问题非常有探讨的必要。就像您刚才所说的,神话之所以世代相传,它里面一定有中国人需要的东西。所以在当代怎么讲好中国的神话故事?我觉得《少年的奇幻世界》做了一个很好的探索,它结合了当代的高科技和特定观众的现实需求,也给我们研究者提供了一个很好的研究范例。那么,作为神话节目的实际制作者,要实现当代神话的创造性转化和创新性发展,从你们的专业来讲有哪些主要方法或原则需要遵循?

王:电视导演的工作是批量地生产创意,在“双创”这件事情上,电视综艺的数量是最多的,但是它的质量往往不是最高的。质量高且传播效果较好的仍然是影视剧作品,特别是电视剧,它的集数多,播出周期长,带来的社会反响仍然非常大。因此,“双创”能不能做好,在我们传播领域只能期待有一个优秀的作品横空出世,天时、地利、人和都不可或缺。其实中国神话的土壤非常丰富,许多小朋友很小的时候就在了解神话,神话传播的广度和覆盖度肯定

是足够的,但是高光的作品特别少。最有可能出现与神话相关的出圈传播事件要么是系列电影,要么是电视剧。哪怕一部作品成功地达到了现象级,像《哪吒之魔童降世》《姜子牙》等国漫取得了大量的关注,它们在对神话故事的重新表达上有现象级的趋势,但后续有没有可持续性,有没有后劲,这才是最重要的。您刚才说得非常对,《少年的奇幻世界》算是一个典型的尝试,我觉得要持续做下去,等积累到一定量变之后才可能迎来质变。

杨:谢谢您的解答。这里还有一个相关的问题。您谈到神话的篇幅一般比较短,不像史诗如“格萨尔”“江格尔”这种可以唱个几天几夜,尤其中国古代的文献记录可能几行字就记录了一则神话,同时就像您说的,中国神话的一个优势是拥有比较大的创新空间。但我们如何评估创新的底线?创新是可以随意编造呢,还是应该遵循某种底线?

王:我觉得底线肯定是有的。现在有好多影视作品在改造人物的时候,会被诟病为什么把人物塑造成那个样子。比如这个李白跟我想象的为什么不一样?它还要考虑到受众的喜欢。但是,我们做综艺节目考虑的首先是你得爱看,你才能够听进去,并接受我们要表达的东西。在这个事情上,我发现在不同的领域、不同的作品中总会遇到这种交锋。所以这个底线是个灵活的底线。在现在的传播语境里,我们首先要考虑传播目标是什么。我们的目标是给小朋友们看,我们的底线就是为小朋友设立的。如果我们目标是给象牙塔里的学院派看的,那我们必须以正确为底线。比如说少儿频道,少儿频道的受众主要是谁?如果这是在生活与财经频道做的神话节目,那我们主要讲的是什么?所以,底线来自平台,平台之下面对的是分层的受众,我觉得这个是要讲清楚的。

杨:确实这是一个复杂的事儿,中间有方方面面的因素要考量。谢谢王导,很难得王导来到课堂上跟大家分享他宝贵的创作经历和深层想法。在当代社会,其实还有许多人在用自己的方式讲述神话,讲述自己对神话的理解和对神话的坚持。王导给我们提供了一个非常好的学习机会,也给我们带来非常生动和宝贵的从内部视角看神话转化过程的案例。对于我们今天想要了解的“当代神话的讲述者及其神话观”的主题而言,王宁的讲座提供了非常丰富的信息和启示。神话通常被认为是很古老的东西,那么它们在当代社会中到底在哪些场域被讲述?被谁来讲述?用怎样的方式来讲述?怎样通过高科技手

段以与当代人更有共鸣的方式被讲述? 王导的分享对我们深化和拓展对这些问题的认识非常有帮助。神话从人类诞生之初就一直伴随着我们,但它们并没有随着人类的发展而成为明日黄花,而是一直有强大而坚韧的生命力,王导的讲座就生动地展示了神话在当代的传承及其活泼生机。谢谢王导!

写在最后(王宁导演的补充,写于 2026 年 1 月 11 日):

时光飞逝,《少年的奇幻世界》已经是四年前的电视节目了。回看当时节目故事的世界观设定——收集互联网数据并利用人工智能生成沉浸式虚拟环境,不禁感慨,现在的我们已经生活在了过去的科幻中。如今,人工智能飞速发展,每三个中国人中就有

一个使用过 AI, AIGC(人工智能生成的试听内容)被广泛应用于各个领域,现实和虚拟的边界进一步模糊。如何利用最先进的技术和理念完成中国深化资源的转化,一定是常说常新的话题,是机遇更是挑战。人类因为善用工具成为了这个星球上顶级的智能生物,而 AI 作为横空出世的超级工具,会帮助我们创作出怎样惊艳的未来呢?

#### 参考文献:

[1](美)罗伯特·麦基. 故事:材质、结构、风格和银幕剧作的原理[M]. 周铁东,译. 天津:天津人民出版社,2014.

特约编辑 孙正国

责任编辑 强琛 E-mail:qiangchen42@163.com

## The Transformation of Chinese Mythological Resources from an Emic Perspective: The Retelling of Myths in Teenagers' Fantasy World

Wang Ning Yang Lihui

(1. CCTV Variety Channel, China Media Group, Beijing 100020;

2. School of Chinese Language and Literature, Beijing Normal University, Beijing 100875)

**Abstract:** Teenagers' Fantasy World, China's first children's XR program produced by China Media Group, presents a channel-based narration of several classic Chinese myths through the medium of television. From the emic perspective of a film and television producer, the chief director Wang Ning elaborates on the program's creative process and practical methodologies, addressing issues such as the production of this mythological program, the appropriation and innovation of mythological source materials, and the contemporary significance of myths as well as their resource transformation. His account vividly reveals the mythological worldview and individualized narrative approach of a contemporary myth-teller/producer, offering an invaluable internal perspective and an illuminating case study for understanding the contemporary transformation of mythological resources and the processes and characteristics of their cross-media dissemination.

**Keywords:** Myth; Teenagers' Fantasy World; Emic Perspective; Resource Transformation