

The Cultural Transmission and Example of the Hero Archetype from the Perspective of Media

Ji Yuanjie^{1*} Fan Hongxia¹ Zhang Yaya²

1. Department of Psychology, School of Educational Science, Shanxi University, Taiyuan;

2. School of Humanities and Social Sciences, Shanxi Medical University, Taiyuan

Abstract: With the rapid development of China's economy and society, the change of media channels has accelerated the communication and dissemination of social culture. As a new media, new mainstream films directly participate in the narrative system of discourse and model value shaping of China's rise and become an important cultural communication phenomenon. In Chinese contemporary new mainstream the basis of the archetype of the hero of the movie story, from the perspective of media depth psychology analysis was carried out on the hero archetype, explore the collective unconscious hero culture propagation path and characteristics of the archetype, the mainstream values can be integrated with the hero role model of depth psychology research and thinking, has important social value and practical significance and guiding significance to the development.

Key words: Media perspective; Hero archetype; Cultural transmission; Example for thinking

Received: 2020-06-18; Accepted: 2020-06-28; Published: 2020-07-06

传媒视角下英雄原型的文化传播与榜样思考

籍元婕^{1*} 范红霞¹ 张亚亚²

1. 山西大学教育科学学院心理学系, 太原;

2. 山西医科大学人文社会科学学院, 太原

邮箱: 362566904@qq.com

摘 要: 伴随着我国经济与社会的快速发展, 传播媒介途径的改变加速了社会文化的交流与传播, 传媒时代对我们日常生活的影响日趋频繁, 新主流电影作为一种新的传播媒介, 直接参与了中国崛起的话语及榜样价值塑造的叙事体系, 成为一种重要的文化传播现象。以中国当代新主流电影故事中的英雄原型为基础, 从传媒视角对英雄原型进行深度心理学分析, 探索集体无意识中英雄原型的文化传播路径与特征, 对主流价值观与英雄榜样的融合进行深度心理学的研究与思考, 具有重要的社会价值、现实意义与发展指导意义。

关键词: 传媒视角; 英雄原型; 文化传播; 榜样思考

收稿日期: 2020-06-18; 录用日期: 2020-06-28; 发表日期: 2020-07-06

Copyright © 2020 by author(s) and SciScan Publishing Limited

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



在互联网高速发展的今天,传播媒介的改变使文化交流日趋频繁,科技的进步缩短了世界的距离,传媒时代的到来伴随着传播媒介的迅速发展,主旋律电影、商业电影和艺术电影的三分格局越来越影响我们的生活[1]。中国新主流电影作为一种艺术的表达方式,探索了社会主义核心价值观与市场的融合,以正能量题材、精良制作、低起点人物、个体视角、民族情怀、英雄原型与榜样认同为核心特征,成为当下重要的文化传播现象。世界分析心理学创始人荣格,其心理学的思想渗透在各种媒体的文化传播、文学、艺术和教育等领域中,正如他所说的:艺术的实践是一种心理活动,艺术作品不是个体的情感表达,而是某种超个人的无意识象征总和,是遗传或衍生因素的创造性重组和象征[2]。一部艺术作品就像一棵从富含营养的种子长出来的参天大树一样,艺术意象的背后通常存在着深刻的原始心理意象,其象征的思想和情感具有永恒的、魔力般的吸引力——因为它触动了集体心灵底部的“琴弦”。中国当代新主流电影中有相当一部分是以战争军事片和动作灾难片为主的英雄电影类型,其中充满着英雄原型及其精神象征的感人故事,以《红海行动》《战狼2》《湄公河行动》《流浪地球》《攀登者》及《中国机长》等影片为基础,影片的主人公作为一种英雄象征的原始意象,通过其具体表现及其英雄精神的象征,在带给我们真正艺术享受的同时,正与当下国家形象建构的榜样意识形态和爱国主义情怀的文化认同相结合。主人公英雄形象的塑造是一个人真实感受和独特潜能的隐喻,英雄原型故事的冲击唤起了人们内心一种无法抗拒的力量,再现了集体无意识中英雄原型的存在和意义,英雄榜样在此刻也不再是个人的象征,而是整个民族集体表象的力量,撼动着每个人的心灵。以新主流电影中的英雄意象为基础,从传媒视角对英雄原型和英雄榜样进行深度心理学分析,探索集体无意识中英雄原型的文化传播路径与特征,研究主流价值观与榜样思考所融合的心理深意,具有重要的社会价值、现实意义与发展指导意义。

1 英雄原型的内涵

英雄原型是几种原型中的一种,荣格提出的“原型”(Archetype)概念与“集体无意识”关系十分密切,原型是一种先天的、遗传的心灵倾向性,是一种本

能的自性模型。与一切精神内容类似,表示那些尚未经过意识加工,相对自主的心理体验直接感受到的心理内容,它们像命运一样伴随着我们每一个人,相当于一种“集体表象”无时不在,原型的影响可以在生活中被每一个人感觉到[3]。在荣格看来,集体无意识可以通过某种形式的继承或进化而来,由原型这种先存的象征形式构成并赋予心理内容独特的模式,原型构成的集体无意识具有一种普遍的表现方式,并且会在意识和无意识的层面上影响着每个人的心理与行为[4]。每一种原型中都包含着一些人类的心理状态,都具有我们历史文化传播过程中无数次重复着的欢乐和悲伤的痕迹,而且通常具有几乎相同的过程。在人类心理发展的历史长河中,原型以一种纯粹的形式反复地积淀于现代人的心理世界内部。历史中所有重要的观念不论是宗教的、科学的、哲学的或伦理的,都能够回溯到一种或几种原型,这些观念在现代的表现形式不过是原型观念的不同表现,是人们把原型观念有意识或无意识地应用到生活现实的结果[5]。

原型意象是原型和意识联结的中介,荣格用原型意象(Archetypal Images)来描述原型将自身呈现给意识的形式。原型本身是无意识的,意识并不能直接接触到它,但可以通过原型意象理解原型的存在及其象征的意义。原型意象是原型的象征性表现,通过其表现以及表现的象征,我们就可以在意识层面了解原型,一种心理原型可由多种原型意象来体现,它可以通过神话传说、梦境及艺术作品的意象象征向我们展示和体现,它是我们与生俱来的心理模式;是集体无意识的关键内容和元素;是来自远古祖先所传递的记忆的印痕;是心灵象征的源泉。

英雄原型象征着一个人的无意识自我,同时也表现为许多同类原型的总和,英雄神话是一个只有透过投射才能看到的无意识表达,如同柏拉图的寓言故事一样[6]。荣格认为“英雄”是与无意识自我相对应的神话主题,象征着塑造和抱持英勇精神的思想、形式和力量,英雄神话是世界上最普遍而又为人所熟悉的神话[7]。英雄意象体现了人类最强大的抱负,揭示了他们理想的实现方式[8]。默瑞·斯坦认为,当一个人认同了内在的英雄意象,意识自我就会从退行中抽离,为直面现实世界提供能量。从内在心灵的角度来看,“英雄”是一个过渡性的存在,他代表着一种意愿和能力,为追求生命的意义、完整而接

受或找寻反复的变化 [9]。因此,有时英雄代表意识自我,有时却代表无意识自我,他是意识自我和无意识自我这根轴线的人格化,英雄的整体性不仅意味着能够承受来自对立面的巨大张力,而且还要有意识地去把握它。在荣格思想的影响下,坎伯在《千面英雄》一书中提出“英雄”的历程这一概念,将英雄历险和转化的故事归纳为四个阶段,包括召唤、启程、历险和回归。在他看来,英雄是一个象征,英雄的成长历程实际上是一个自我发掘和转化的自我成长旅程,是个体探索自身价值实现的过程,是一个人面对底层的艰险丑恶从自我畏惧和怀疑中逐渐建立独立人格,建立自信,展现生命的无限力量,从而达到自我实现的生命探索过程 [10]。汉德森也曾提出,集体无意识和个人无意识之间存在着一种“文化无意识”,它是集体文化模式的一部分,它是文化心理结构中的基础内容和源泉,通过现代语境的文化传播,在意识能够肯定其正确性之前就已经传递给自我,具有特定的文化意象表征和民族差异性 [11]。文化无意识的传播在传媒视角下,最具影响力的意象是相当明显的一种原型的变体,正如中国当代新主流电影中塑造的英雄意象与传递的正向价值观一般,通过纷繁复杂的形象指认或投射,其背后存在着相同的、本质的及典型的心理原型和榜样思考的融合,是一种重要的文化传播现象,值得整个社会关注和深度思考。

2 传媒视角下中国英雄原型的特征及类型

中国层出不穷的英雄形象,影响了一代又一代年轻人的发展,推动着整个社会不断向前。其中,传媒起着重要的作用。历史上任何一个民族的文化与文明来源都离不开神话传说,西方文明的源头是北欧和希腊神话,华夏文明更是丰富多彩,其题材的应用更为广泛。许多神话经后世多种改编和演绎,已成为各类影视艺术作品的母题与原型。新主流电影作为一种艺术表达方式,属于一种特殊的社会文化结构意识形态,从传媒的视角呈现了文化态势、格局和诉求,其中英雄原型的特征、类型及精神内核在中国新主流电影的文化传播上突显得淋漓尽致。影视艺术始终致力于教育时代的精神和正确价值观的传递,其文化创作与传播过程包含在对英雄原型及文化无意识的激活中,包含在殚精竭虑地塑造英雄意象并使之成为一部完整作品的过程中。

中华民族的历史可谓一部英雄史,“英勇与奉献”几乎渗透在中华民族文化中关于英雄的一切神话故事中。中国传统文化中的英雄原型自古就有国重于家、家重于人的集体无意识特征,英雄意象的命运往往与国家的命运相关联,中国的英雄原型从神话传说上有其自身的特征及类型,承载着中国古老文明和传统文化的精神内核,即“英勇”与“奉献”,如夸父追日、女娲补天、大禹治水及愚公移山等,这与西方的诺亚方舟、凯尔特神话、出埃及记等传说中以“逃离”为主题有着根本的区别和不同。西方的英雄原型源于古代的个人英雄主义与冒险精神,以及西方近代的民主革命、现代资本主义和工业化,它强调的是对自由和力量的追求[12]。而在东方人尤其是中国人的心目中,英雄原型的价值主要体现在为了国家或民族利益,而不惜牺牲自己的个人利益,因此中国传统文化中的英雄原型意象往往都象征着强烈的家国情怀与奉献精神,这与西方英雄原型意象的象征形成了鲜明的对比。以《战狼2》为例,影片中由于帮助战友而脱下军装的英雄冷锋,在低沉和落难中仍旧坚持着自己作为一名军人的信念,时刻等待国家使命的召唤。为了让英雄形象的塑造能获得更多的心理认同,影片欲扬先抑,向观众展示了英雄也会害怕,也有缺点,在与敌方展开争夺的过程中冷锋孤身一人接受任务,也曾犹豫和担心过,但是为了完成祖国使命,为了拯救中国同胞和非洲人民,他艰难地战胜了自己并得到退伍老兵、非洲人民及美国医生的支持,开始与邪恶的雇佣军展开交锋,危难关头,祖国作为坚强后盾发射导弹摧毁了敌人,冷锋也不顾自己的生命安全救回了同胞,最终完成国家赋予的使命。在新主流电影中,像冷锋一样的英雄形象一般都具有中国传统文化中英雄原型的基本特征:智慧、倔强、坚韧、正义和个性,即使落魄也不改初衷,这是时代文化形象的传播和隐喻,也是文化无意识对我们的内心深层影响。影视艺术在英雄意象的塑造过程中激活了原型无意识的意象象征,用电影创作将它翻译成现在的形象语言,并因此使我们找回了内心最本源的心理认同感。

新主流电影对英雄榜样的塑造过程,是观众主体对英雄榜样的解读与认同过程。自我在英雄榜样的外在影响下,经过吸收和学习,对自我个体的人格进行了二次塑造,围绕人格核心进行自我的完善与发展。观众对英雄榜样的心理

认同与行为上的模仿,是整合自我人格的发展过程,是人格中的自我与外在群体或被模仿的英雄人物在情感上和心理上趋同的过程。荣格用“自性化”形容一个人终将成为他自己但又不同于他人的发展过程,观众对英雄榜样的心理认同过程也是一种围绕以自性为核心的人格整合过程。弗洛伊德精神分析将人格分为意识、前意识和潜意识三个层次,从而进一步提出人格是由本我、自我及超我三个部分组成的,在英雄原型的无意识影响下,自我在英勇奉献与发展完善过程中也存在着与本我的冲突与矛盾,在发展过程中更容易在本我的驱力下出现对英雄榜样精神和行为的盲目崇拜,这就要求传媒主体在文化传播中对英雄形象的塑造和价值观的传播方面加强引导,使大众对英雄原型具有正确的认同和解读,从而在传统民族文化中找到自我精神的象征与依托。以《中国机长》为例,影片在文化传播策略上通过细腻的人文关怀塑造了机长的英雄形象,在选择英雄原型人物中注入情感,机长作为一名普通人,在具备英雄智慧的同时也不失敬畏之心,在危难关头临危不乱、果断应对、正确处置,显出英雄本色,在故事中传递英雄榜样的社会价值,这样的英雄意象塑造与文化传播路径使观众更容易从心理上产生一种对英雄榜样的认同和对社会的期许。

从传媒的视角出发,个体的自我文化建构方式影响着不同的价值取向,不同的个体对其心目中英雄原型的认同也是不同的。新主流电影对中国英雄原型意象的塑造,回溯到了文化无意识中的原始意象,这一原始意象极好地补偿了当代英雄榜样的匮乏与片面,这一类影片可以捕捉到这一原始意象所象征的精神,把它从文化无意识领域的最深处提取出来加以传播,将英雄榜样带入与意识价值的联系之中,并进行文化传播路径的转换,直到同时代的人可以凭借自己的力量认同和接受它。在中国新主流电影的文化传播及影响的调查研究中,分别从忠诚正直、思维能力和坚强意志这三个维度阐释了英雄原型的基本特征,包括奉献、勇敢、智慧、坚强、亲和力、不怕牺牲、领导力、爱国、善良等;英雄原型类型可分为坚强、坚持、责任心、有思想、善良、正直、正义、勇敢、自信、爱国、有理想、冷静、忠诚、有远见、敏锐、才能、谋略、乐观。这些特征与我们在神话传说、历史故事及现代事迹等途径中所认知到的英雄原型的特征和特点也是一致的[12]。与西方的英雄原型听从神的安排不同,中国传

统神话的英雄故事所表现出来的文化核心是勇敢和奉献，在抗争过程中，英雄不仅需要英勇奉献的精神，还需要不可或缺的智慧。愚公面对家门前的大山，没有想着搬家而是选择移山；夸父在追逐太阳的过程中，并没有觉得自不量力而是选择挑战困难；女娲用五彩石补天，最后情愿牺牲自己去成就一个完整的世界；陶渊明在《读山海经》中也曾赞道，精卫衔微木，将以填沧海。刑天舞干戚，猛志固常在。同物既无虑，化去不复悔。徒设在昔心，良辰讵可待！在这样的文化无意识传播过程中，中国英雄原型所具有的榜样精神已经成为一种遗传基因，代表了民族和时代生命中的自动调节过程。

中国当代新主流电影中英雄故事的创作主题根植于传统文化的土壤之中，经历了由扁平向立体、从个人主义向群体英雄主义、从超级英雄到英雄的生活化和平民化的转变。电影通过塑造一群个性鲜明，却在执行任务时相互鼓励配合并分工明确的英雄群体，去表达英雄榜样的奉献精神与勇敢智慧。观众经由个人或群体英雄的价值认同，可以逐渐完成对国家层面的核心价值的认同。新主流电影在市场和文化传播上的成功，很大程度在于观众对艺术作品中主人公们英雄身份的认同，每个人在他们身上都能够或多或少地找到自己的影子。因此，在中国人的心理认知上，作为英雄最基本的榜样价值便是为了国家和民族的利益而奉献自己，英雄原型的特征和类型，象征着传统文化中所流传下来的集体主义英雄意象，中国英雄原型中所具有的勇敢、智慧和奉献精神，直接并深刻地影响着文化无意识中英雄榜样的传播和塑造。

3 英雄原型的文化传播与榜样思考

中国故事的文化核心是爱国主义与民族精神，影视如何讲好中国故事是新时代语境下中国电影的核心命题之一，为了维护英雄榜样的确立受到人民的支持和爱戴，对英雄原型的文化传播进行研究与深度思考具有重要的理论与现实意义。传媒时代的发展与进步，使中国新主流电影可以通过视听符号和剪辑叙事，通过运用类型片元素和电影技术发展带来的视觉奇观，给大众传播各种各样的英雄原型和中国故事，在这些人物形象中，尤以榜样人物的影响和思考最为重要。英雄榜样的研究历史源远流长，中西方对英雄榜样的含义和价值的界定有所不

同, 社会大众对英雄榜样的认识也有所不同。在大众传媒视角的语言环境下, 英雄榜样的定义是指那些具有优良品质、敢于奉献、为人民利益而英勇奋斗的模范, 具有树立民族自信和文化教育传播的功能 [13]。

英雄原型作为价值体系的象征, 在传播途径和细节上虽千变万化, 但其意象象征和结构却非常稳定。诺伊曼在 1985 年就把英雄意象作为意识自我的隐喻, 人类最早能够识别的自我意识象征就是英雄, 意识自我的发展遵循英雄原型发展的各个阶段, 英雄的超越性能力和崇高品性代表了人的愿望, 是自我价值追求的体现 [14]。与一般的榜样相比较, 英雄榜样通常具有深刻性、一致性、亲近性和普及性的特点, 英雄榜样与崇拜是相辅相成的, 有英雄意象而无英雄身份及价值认同, 无法构成英雄原型的文化传播渠道和路径。英雄通常有着不同寻常的经历却又出身卑微, 在早期就拥有超凡的能力, 他们也曾犯错, 要么遭到信任之人的背叛, 要么因自己的过失而失去重要他人, 但是尽管被人误解却仍然具有抗争和牺牲精神, 最后他们将以一种英雄式的奉献来拯救危机, 甚至付出自己的生命而成为真正的英雄。

中国新主流电影是民族精神忧患意识与英雄榜样仁爱之心的意义载体, 作为意识形态的传播媒介, 新主流电影塑造了符合当下时代发展要求的英雄榜样, 民族性是国民身份认同的重要来源, 通过对英雄榜样的学习可以增加民族的忧患意识和民族自强精神 [15]。英雄榜样以爱国主义精神为基础, 其文化传播的内核是精神上的民族性, 例如《红海行动》中运用大量手持镜头, 极大提高场景的真实性, 缩短了英雄形象与观众的距离。在一些激烈斗争的镜头中对英雄人物面部表情进行特写, 加强了观众的紧张情绪和心理认同感。影片进一步突出军人面对战争残酷时也会恐惧和犹豫, 把专业技术过硬的特种部队描述的贴切真实。影片中“蛟龙”突击队营救计划是庄严且带有仪式感的, 通过细节拍摄将这些在战场上奋力杀敌的英雄塑造成普通人的形象, 引发观众的身份认同和情感共鸣, 从而达到英雄榜样在观众心目中的精神内化。伴随着中国新主流电影的崛起, 人们对英雄原型的榜样认同与追求在多元化社会中快速传播, 并逐渐实现了英雄榜样的社会价值。黑格尔曾经说过, 英雄是伟大的时代召唤和产生出来的伟大产物, 是历史必然和偶然的产物, 他是特定时代精神的代表

[16]。榜样作为一种文化无意识形态,其传播途径是指教育者或主导者通过榜样载体的人物形象及榜样价值的塑造与宣传,引导和激励学习者将其榜样精神进行内化,形成自我的正确行为、价值观及道德人格的方式,从而真正实现自性化的心理发展过程。英雄原型在集体无意识影响下,每个人的灵魂深处都折射着英雄榜样般的顽强不屈的生命力,英雄原型文化传播的意义便在于鼓励人们努力克服局限,挖掘潜力,面对极限困境时奋力拼搏,英雄榜样是人们深层倾向的反映,符合并呼应了当下的主流核心价值观。

中国英雄原型具有的英勇、奉献而又不失智慧的精神特点,英雄榜样具有明确的导向功能。随着新媒体语境的传播与发展,当下中国电影观众与网络参与者都普遍趋于年轻化,可以说年轻观众在很大程度上就是主流观众。在几部新主流电影市场票房飙升,爱国主义、民族主义激情高涨的背后,给青少年带来思想上的混乱和心理健康教育上的困惑也显得尤为突出,在树立普遍的社会英雄榜样意义上,也更容易出现一些质疑英雄或盲目崇拜英雄榜样的现象。榜样的教育作为现代化培养人才的重要方式和思想保证,也是最为普遍有效的道德教育方式,直接或间接地影响着人们的价值观取向;亦能够激发人们的奋斗精神、提升人们的道德品质并引导人们的思维及行为方式。影视传媒主体在文化无意识的传播过程中,让青少年意识到电影呈现的英雄榜样的智慧性和正确性,具有重要的教育和启示作用,这就要求我们需要对英雄榜样的塑造和英雄原型的文化传播进行冷静、客观的分析与思考。

在新媒体语境快速发展的今天,人们应该从文化传播的内容和途径上了解,无论是从社会出发还是从国家建设出发,都需要我们理解英雄榜样的智慧性,避免盲目崇拜或过度奉献。对英雄原型的文化传播与英雄榜样的思考,有利于青少年正确价值观的形成,在培育公民的优良品德和提升公民的思想品质方面有积极的作用;有利于确立社会主义核心价值观的主体地位,推进精神文明建设。新主流电影参与了中国崛起的英雄榜样故事及价值塑造的叙事体系,在传媒时代进行具有英雄原型神话气息的中国故事及文化传播。作为一种英雄原型的文化传播途径,在社会理想人格的塑造和对社会的基本价值取向引导方面具有重要的榜样示范意义。新主流电影作为一种文化无意识的传播渠道,应该在

文化导向和类型化建构上,让普通群众对英雄榜样的客观性和社会性有所了解,从内心深处产生一种对英雄榜样的崇敬和向往之情,从而引起社会大众心理上的认同和情感上的接受,建立真正的英雄榜样行为和英雄精神,这才是在传媒时代树立英雄榜样的根本所在。

基金项目

山西省高等哲学社会科学项目“从心里到心理:影视创作在心理分析视阈下如何讲好中国故事”(2019W017);港澳台国际合作研究项目“核心心理学的国际化传播与艺术化展现”(01060218120091)。

参考文献

- [1] 陈旭光. 中国新主流电影大片:阐释与建构[J]. 艺术百家, 2017, 33(5): 13-14.
- [2] 荣格. 人、艺术与文学中的精神[M]. 姜国权, 译. 北京: 国际文化出版公司, 2011: 99.
- [3] 范红霞. 申荷永. 荣格分析心理学中的结构、功能及意义[J]. 心理治疗与咨询, 2008, 22(4): 310-311.
- [4] Jung C G. Archetypes and the Collective Unconscious [M]. Princeton: Princeton University Press, 1977: 30.
- [5] Jung C G. The student of the psyche [J]. In the Collected Words of C. G. Jung, 1977(8): 342.
- [6] Adler G, Hull R F C. The Collected Works of C. G. Jung (CW) [M]. Bollingen: Princeton University Press, 1983: 612.
- [7] 荣格. 荣格谈心灵之路[M]. 梁凤雁, 译. 北京: 中国工人出版社, 2009: 111.
- [8] Sharp D. Jung Lexicon [M]. Toronto: Inner City Books, 1991: 56.
- [9] Stein M. 荣格心灵地图[M]. 朱侃如, 译, 台湾: 立绪文化事业有限公司, 1989: 106.

-
- [10] 约瑟夫·坎贝尔. 千面英雄 [M] . 张承谟, 译, 杭州: 浙江人民出版社, 2016: 216.
- [11] Shen H Y. Psychology of the Heart [R] . Oriental Perspective of Modernitie of East and West. Eranos Years Book, 2010.
- [12] 哈丽君. 英雄原型: 价值取向与自我建构的影响 [D] . 中国地质大学, 2018.
- [13] 赵洪武. 网络质疑英雄榜样现象的伦理审视 [D] . 湖北大学, 2016.
- [14] Samuels A. Jung and the Post-Jungians [R] . New York: Taylor and Francis Group, 1985.
- [15] 肖珺. 跨文化虚拟共同体: 连接、信任、认同 [M] . 北京: 社会科学文献出版社, 2016: 25.
- [16] 黑格尔. 法哲学原理 [M] . 北京: 商务印书馆, 1991: 165.