

DOI: 10.12046/j.issn.1000-5285.2024.03.009

· 想象力消费研究 ·

“中国传统的创造性转化”命题 与电影的“想象力消费”理论

陈旭光

(北京大学艺术学院, 北京 100871)

摘要: 林毓生先生在20世纪80年代提出的“中国传统的创造性转化”命题,深刻影响了几代中国学人对传统文化创造性转化和创新性发展的理念与愿景。电影学人也受到启发而思考中国传统文化、中国艺术精神如何在电影艺术中完成“创造性转化”,满足当代广大观众的“想象力消费”,建设中国电影学派等命题。传统的创造性转化需要艺术创造的想象力,切合今日受众日益增长的“想象力消费”文化需求。当下电影,繁复奇丽的民间传奇美学与魔幻迷人的神怪美学是传统转化的重要内容。这一类电影成为“想象力消费”理论的有力支撑。“中国传统的创造性转化”命题与电影“想象力消费”理论“遇合”。“想象力消费”类电影对于“传统的现代转化”大有可为。

关键词: 林毓生; 中国传统; 现代转化; 创造性转化; 创新性发展; 电影; 想象力; 想象力消费
中图分类号: G122; J905 **文献标识码:** A **文章编号:** 1000-5285(2024)03-0088-09

2022年11月23日,林毓生先生逝世。林毓生先生传承其老师殷海光先生以学术为志业、以知性追寻为生命意义的人格,其诚挚的学术品格贯穿了求学、治学之路。他从专治西方思想史转向中国文化研究,敦品励学,重知笃行,始终关注中国文化传统的传承及中国知识分子的命运。林毓生先生在20世纪80年代提出的“中国传统的创造性转化”命题^①,曾经深刻地影响了几代中国学人对传统文化“创造性转化”和创新性发展的理念与愿景。

“创造性转化”针对五四时代中国自由主义激进文化思潮的反思,是林毓生先生最核心的思想。他先后在《殷海光先生一生奋斗的永恒意义》《五四式反传统与中国意识的危机》等文中进行阐释,希望自由主义的文化立场有所调整转变,改造文化传统中的符号与价值,在变迁中保持文化认同。

在影视艺术研究界,这一思想也启发了电影学人思考中国传统文化、中国艺术精神如何在电影艺术中完成“现代转化”的命题,与当下风起云涌的中国电影学派建设亦形成彼此呼应之势。可以说,自19世纪末20世纪初国门打开以来,关于中国文化传统和艺术精神现代转化,从毛泽东提倡“中国学派”,到电影理论界呼吁“中国电影学派”,到今天在国家文化建设的高度上对

收稿日期: 2024-03-19

基金项目: 国家社会科学基金艺术学重大项目“新时代中国电影工业体系发展研究”(20ZD19)。

作者简介: 陈旭光,男,北京大学艺术学院教授,北京大学影视戏剧研究中心主任,教育部“长江学者”特聘教授。主要研究方向: 艺术理论、影视艺术与文化。

^① 参见林毓生《中国传统的创造性转化》,北京:生活·读书·新知三联书店,1988年。

中国学术体系、话语体系、学科体系三大体系建设的践行等，都表明这是一个事关国运的中国文化建设和发展的重要命题。笔者曾经写道“以反思‘五四’时期激进反传统主义著称的林毓生先生则提倡‘中国传统’。他反对对中国传统的激进如‘五四’的‘全盘否定’，但也强调‘中国传统的现代化’。在《中国传统的创造性转化》中，他认为自己‘本书所提出的是一些有关中国思想现代化的意见’，‘我们必须重新界定中国人文传统的优美素质的现代意义’。”^①

一、中国传统“现代转化”命题的文化价值与现实意义

在林毓生先生“传统的现代转化”思想的影响下，笔者也曾经撰写《一种现代写意电影——论王家卫电影的写意性兼及中国电影的民族化/现代化问题》^②、《悖论与选择——全球化语境中华语电影的民族化/现代化问题之省思》^③、《论中国电影对传统文化资源的“现代转化”》^④、《试论中国艺术精神的现代影像转化》^⑤、《狄仁杰与中国电影的魔幻大片时代》^⑥、《中国魔幻电影的想象力消费》^⑦、《“重述历史”、“想象神话”与传统文化的“现代影像转化”》^⑧等文章，相继、持续表达对这一问题的思考。

这也进而启发了笔者在进行电影“想象力消费”命题的思考时，特别关注并论述了传统文化、文化原型，特别是民间亚文化作为当下玄幻魔幻类电影“想象力消费”之文化资源的珍贵宝藏和极大潜力。

当下，在风起云涌的中国电影学派建设潮流中，林毓生先生的逝世，促使笔者再次思考中国艺术精神的现代影像转化问题。

尤其是近几年，科幻、玄幻、魔幻、影游融合类电影的崛起和发展成为中国现实主义电影、新主流电影等之外的重要现象。科幻类如《流浪地球》系列、《疯狂外星人》、《独行月球》、《熊出没》系列，神话、历史或玄幻魔幻类如《哪吒之魔童降世》《封神第一部 朝歌风云》《长安三万里》等，影游融合类如《刺杀小说家》《唐人街探案》等，一时都成为现象级的、“头部”性电影。不难概括这类电影作品的一个共性特点——偏重超越性的想象力美学追求：或想象历史、神话，或想象未来，超越现实。当然都是立足当下的想象，是现实与历史、神话、未来的对话。此类电影形成了自己独特的非现实、超现实的想象力美学风格表现。

总而言之，想象力美学与“想象力消费”理论在当下艺术创新中的崛起代表了新的时代文化表征，且都涉及与传统文化的关系问题，都有一个传统的现代转化的问题。

毋庸讳言，中国传统文化内涵博大精深，艺术种类丰富，既有亲和入世的儒家伦理美学，也有飘逸空灵的道家写意美学、道家文化，更有风俗醇厚的民间文化、大众美学，也不乏“怪力乱神”的鬼神妖仙文化——当然，各种传统文化形态与艺术精神在中华文化史上地位各有不同：有的占主导性地位，有的只处于次要地位。毫无疑问，相较于居主导文化地位的儒家道家文化，

① 陈旭光 《试论中国艺术精神的现代影像转化》，《北京电影学院学报》2018年第6期，第11-18页。

② 陈旭光 《一种现代写意电影——论王家卫电影的写意性兼及中国电影的民族化/现代化问题》，《当代电影》2001年第3期，第36-41页。

③ 陈旭光 《悖论与选择——全球化语境中华语电影的民族化/现代化问题之省思》，《电影艺术》2002年第1期，第53-57页。

④ 陈旭光 《论中国电影对传统文化资源的“现代转化”》，《艺术评论》2015年第11期，第7-15页。

⑤ 陈旭光 《试论中国艺术精神的现代影像转化》，《北京电影学院学报》2018年第6期，第11-18页。

⑥ 陈旭光 《狄仁杰与中国电影的魔幻大片时代》，《当代电影》2013年第11期，第41-44页。

⑦ 陈旭光、张明浩 《论中国魔幻类电影的“想象力消费”》，《电影新作》2021年第1期，第84-92页。

⑧ 陈旭光、杨宇 《“重述历史”、“想象神话”与传统文化的“现代影像转化”》，《宁夏社会科学》2024年第1期，第185-193页。

那种繁复奇丽、错彩镂金的民间大众美学精神与怪奇绚丽的鬼神妖仙传奇或美学,是居于支流、边缘位置的“非主流”文化。

另外,中华美学精神或中国艺术精神是广义的,也是丰富多彩,多种多样的,其中也有一些美学精神或艺术精神并不像儒道释文化那样占据主导和主流地位。以艺术美来说,不仅有“清水出芙蓉,天然去雕饰”的清新清奇之美,也有错彩镂金、繁复奇丽的华美绚美;既有文人画式的抒情写意、“宋韵”之美,也有传统年画式的大红大紫、浓墨重彩的充实之美。在当下影像文化或视觉文化时代,电影作为现代影像艺术也要传达中国艺术精神的丰富性和多样性,才能满足广大人民群众不断增长的艺术欣赏和审美消费的文化需要。

不妨说,一切艺术的创作都是对“道”暨文化艺术精神的艺术化再现和表现。真正优秀的、能引发观众共鸣共振的艺术,都要求艺术家“搜尽奇峰打草稿”,去提炼、升华、抽象,它来自现实又高于现实,它不是自然界的某一具体的“奇峰”,却可以说是自然的任何一个“奇峰”,因为它是自然界所有“奇峰”的某种集中和代表,它已经“自己成为一个绝对独立、绝对自由、比现世更纯粹、更不朽的宇宙”^①。或者说,正因为艺术有精神内核,有文化传统,才能打动人心,才有艺术生命力和美学感染力。

美籍华人学者刘若愚曾经概括中国古典文艺理论体系中一种独特的对艺术与世界关系的理论,即视艺术为“道”的表象,他命之为“形而上”的文学理论观。“道”的含义虽然神秘含混,但作为一种精神性的东西,可以理解成艺术表现背后之深层的、核心性的东西,一种内在的理路、精神、秩序。

作为中国哲学的一个重要范畴,对“道”的理解还可以上升到哲学、本体论的层面。“道”分为“天道”“地道”“人道”三个层次。“天道”和“地道”指宇宙、天地自然之道,“人道”则指社会和人事。总之是一种内在于表象的深层结构、秩序、规律。

现代美学家宗白华总结的中国美学思想的“艺道观”也是如此。宗白华通过庄子著名的“庖丁解牛”寓言(《养生主》)来阐发“道”与“技”或“艺”的关系:庄子“在他是‘道’,这形而上原理,和‘艺’,能够体合无间。‘道’的生命进乎‘技’,‘技’的表现启示着‘道’。……‘道’的生命和‘艺’的生命,游刃于虚,莫不中音,合于桑林之舞,乃中经首之会。音乐的节奏是它们的本体。所以儒家哲学也说:‘大乐与天地同和,大礼与天地同节。’”“中国哲学是就‘生命本身’体悟‘道’的节奏。‘道’具象于生活、礼乐制度。‘道’尤表象于‘艺’。灿烂的‘艺’赋予‘道’以形象和生命。‘道’给予‘艺’以深度和灵魂”。^②宗白华对中国古典文论“艺道观”的精妙阐述,可以说揭示了艺术的本源。

从比较艺术学的角度看,我们发现,对艺术作品与宇宙对象关系的看法,在某些西方艺术理论中,也有涉及,虽然并不完全一样,不可同日而语。著名瑞士心理学家卡尔·荣格(Carl Gustav Jung)对民族集体无意识或潜意识的阐释,在比较艺术学的意义上,可以与中国的“艺道观”进行对照解读。

作为西格蒙德·弗洛伊德(Sigmund Freud)具有叛逆精神的学生,荣格在弗洛伊德关于人的个体无意识、潜意识的理论之基础上,提出一套关涉人类集体心理和深层结构的“集体无意识”理论。荣格认为有一种原型性的精神性的东西,普遍存在于神学、宗教、哲学领域,并不断发生着历史演变,而诸如文艺作品中反复出现的“母题”、“意象”、“理念”、思维等正是原

① 梁宗岱:《诗与真 诗与真二集》,北京:人民文学出版社,1984年,第69页。

② 宗白华:《中国艺术境界之诞生》,见宗白华:《艺境》,北京:北京大学出版社,1987年,第157页。

型、神话在文学艺术领域的不同呈现方式：“原始意象即原型——无论是神怪，是人，还是一个过程——这类意象赋予我们祖先的无数典型经验以形式。它们是许许多多同类经验在心理上留下的痕迹”。“原始意象或原型是一种形象，它在历史进程中不断发生并且显现于创造性幻想得到自由表现的任何地方，因此它本质上是一种神话形象。”^①荣格把“原型”运用到心理学研究领域，原型就是一切心理反应的普遍形式，是集体无意识的内容和载体。

按照荣格的集体无意识或原型心理理论，我们可以理解为什么有一些艺术作品引起接受者广泛深刻强烈的共鸣，这是因为潜藏在作品深层的、凝聚了人类始祖的原初记忆和典型经验的神话原型、集体无意识，唤醒了我们的最原始的记忆。也就是说，伟大的艺术创作要表现一个民族或整个人类之精神深处的神话、原始意象，或者说“集体无意识”、集体潜意识。对这些文化原型、精神内核的艺术表现越好，越自由，艺术也越伟大，引发的共鸣也越强烈。

在比较文化学、比较艺术学的视野下，西方文艺所言的原始意象、原型或深层无意识、潜意识与中国美学意义上的所言的“道”虽绝非相同，但应该具有“平行比较”的价值。

当然，“道”在艺术中的表现不是僵化机械的。丰富多彩、斑斓驳杂的艺术精神，在艺术中的转换和呈现各有不同。例如舞蹈诗《只此青绿》把900多年前的山水画《千里江山图》里蕴含的中国艺术精神和艺术意境转化为舞蹈意象，观众可以穿越时代，沉浸到一种物我两忘的艺术境界，感受南方山水自然之道，“宋韵美学”之美，体悟天人合一的中国艺术精神。在传统文化转化和艺术精神传承上，《只此青绿》与中国古典舞异曲同工，但不同于古典舞对汉唐文化精神或敦煌艺术的复苏传承，《只此青绿》传承再创的是中国古典美学精神中偏于意境表达的宋韵美学，传达的是中国南方山水之美。

笔者在本文主要分析另外两种中国传统文化或艺术精神形态，即繁复奇丽、错彩镂金、浓墨重彩的民间大众美学精神与怪奇绚丽、魔幻迷人的妖仙鬼神之“炫奇美学”在今天作为大众文化样式的电影中的“现代影像转化”，以及这种“现代转化”与当下“想象力消费”问题的切合。

二、繁复奇丽之美的现代转化与中国古装电影大片

在艺术精神表现上，一般认为是道家美学与禅宗美学占主导地位。徐复观的代表著作《中国艺术精神》^②主要探讨老庄美学和禅宗美学。彭吉象的《中国艺术学》概括的六种中国艺术精神即“道”“气”“心”“舞”“悟”“和”也主要偏重于道家美学（“道”“气”“舞”）、佛教美学（“心”“悟”）和儒家美学（“和”）^③。但是中国艺术也有其他精神或风格样态，除了温柔敦厚的儒家美学，“以绚为美”也是重要的一支。

中国春秋时期，随着社会生产力的发展，市民工商阶层逐渐崛起，一种“以绚为美”的审美思潮也出现了。这种审美风潮始于富有的贵族阶层，但因“民间工艺的水平也在这股时风的推进下不断提升，使‘以绚为美’的社会艺术思潮愈演愈烈”^④。《韩非子》中记载了一个成为成语的“买椟还珠”寓言。我们不妨把它看作一个具有象征性的社会文化寓言。楚人不要珍珠，而是买了“薰以桂椒，缀以珠玉，饰以玫瑰，辑以翡翠”的装珍珠的“椟”即装饰盒。这说明，

^① [瑞士]卡尔·荣格：《论分析心理学与诗的关系》，转引自张隆溪：《二十世纪西方文论述评》，北京：读书·生活·新知三联书店，1986年，第60页。

^② 徐复观：《中国艺术精神》，沈阳：春风文艺出版社，1987年。

^③ 彭吉象：《中国艺术学（第2版）》，北京：北京大学出版社，2014年。

^④ 刘道广：《中国艺术思想史纲》，南京：江苏美术出版社，2009年，第35页。

“榫”已经成为一种具有独立审美意义的工艺品,以它绚丽的外观而受到买家的青睐。这或许“寓言”了“以绚为美”审美思潮的形成。

当然,“绚美”思潮与崇尚节俭的墨家、提倡“质素”的儒家、推崇空灵的道家相比,很难成为正统和主流,但不难发现它实际上在大众世俗审美、民间工艺美学中却成为一支重要的、源源不绝的支流或“暗流”。实际上,流行于战国时期中国南方的以屈原的“骚体”长诗《离骚》和宋玉等人的骚体赋,以及稍后大兴于汉代的著名的代表性文体——“汉赋”(在文学史上几乎与唐诗、宋词、元曲、明清小说齐名),从某种角度说也是这一文化传统、美学风格的拓展与延续。

这种“绚美”具有民间工艺美学特质与大众化、世俗化精神,在中国文化中属于经验入世型,而不是超验出世型,是世俗化、平民性,具“烟火气”的,重物质性和实用价值的文化,在民间社会有更大的发展空间。在艺术表现上,我认为像《金瓶梅》、《拍案惊奇》系列、《清明上河图》等都体现了这种美学思潮。此外,美术中工笔画、年画、瓷器,甚至大部分戏曲艺术,都是浓墨重彩、繁复奇丽、不无“艳俗”,洋溢着热腾腾的世俗生活气息。这些深受普通市民、乡村农民欢迎的民间艺术,折射了中国艺术中与正统儒家、老庄美学不同的另一种重要艺术精神和美学风格或文化形态。

电影如《十面埋伏》《满城尽带黄金甲》《金陵十三钗》《妖猫传》《长城》,包括电视剧《繁花》等影视剧中就都以营造此种繁复奇丽、错彩镂金、浓墨重彩之美而为其主动追求的特色或魅力(当然有过犹不及、并不成功的败笔)。作为《英雄》《十面埋伏》的美术设计,霍廷霄阐述过《英雄》与《十面埋伏》在设计美学上的不同追求,《英雄》“为了表现出自如、随意、飞扬的气韵,在服装材质上也做了深入的研究,以达到所需要的写意的意境”。而《十面埋伏》则“比较写实华丽些,参考的中国人物画则是以工笔人物画为主,更注重细节的刻画设计”。^①的确,《十面埋伏》中的牡丹坊,色彩设计极为艳丽绚烂,整齐华丽的服饰,统一的乐队,非常夸张的舞蹈和舞蹈化写意化的武打,可谓“意象化”“风格化”地呈现了一种影像的“盛唐气象”。

笔者亦曾论述世纪初古装大片风潮中的这种美学表现“《十面埋伏》《满城尽带黄金甲》等影片中还营造了一种繁复奇丽、错彩镂金、浓墨重彩、装饰性效果很强的美。从大众文化、消费文化的角度看,这种在中国古典美学形态中并不占有主导地位的繁复奇丽、错彩镂金的美,既是民间工艺美学之美的‘现代转化’,更成为了一种当下大众文化背景下兼具艳俗和奢华的双重性的‘新美学’”^②。另一部陈凯歌导演的《妖猫传》也是表现“盛唐气象”。作为一部东方奇幻大片,其视觉造型借鉴中国文人画、敦煌壁画的造型风格,极力营造富丽堂皇、繁复奇丽的中国式影像美。从这个角度看,即使《繁花》这样的表现现代上海都市生活的电视剧,也堪称这一支艺术风格的现代转换。“灯红酒绿、色彩缤纷、斑驳陆离的光影艺术表现——代表了一种扑面而来的浓烈繁复(如年画)的世俗生活气息,色彩绚丽浓烈,气氛热闹非凡,另外则还时不时流露一种‘繁花落尽’、‘流水落花春去也’的轻轻喟叹的怀旧气质和忧郁气息。”^③

就文化消费维度而言,这种错彩镂金之美虽在古代美学中不占主流地位,但在21世纪的古装武侠大片中,却是一种具有“现代性”意味的大众文化形态。它不是出世的,是入世的,不是超验的,而是经验的、感性的。如此,中国美学中这支错彩镂金、繁复奇丽风格的美学支流与

① 霍廷霄、黄非《中国传统文化与电影美术造型》,《民族艺术研究》2018年第5期,第46-53页。

② 陈旭光《论中国电影对传统文化资源的“现代转化”》,《艺术评论》2015年第11期,第7-15页。

③ 陈旭光《〈繁花〉:商业伦理理想、世俗感性张扬与对上海的想象力消费》,《上海艺术评论》2024年第1期,第26-28页。

大众社会消费文化语境下广大平民大众的审美趣味达成了某种共鸣或“合谋”，并在影视艺术中进行“现代影像转化”。无疑，大多数老百姓、市民平民和“常人”，可能更喜欢这种繁复奇丽、浓墨重彩的世俗化、感官化、通俗、大众的美。

三、民间亚文化的现代转化：文化认同与想象力消费

神奇迷人的中国民间文化中，有一支口耳相传、民间流传的关于妖仙狐媚鬼神的亚文化或民俗文化。它源于神话思维、神话原型，随中国社会、历史、文化的发展而不断发展流变，在中国社会发展中有一定的影响力和生命力。实际上，中国的神话传说、鬼神妖仙文化在历史上曾经颇为发达，但因为儒家文化“不语怪力乱神”的世俗化、经验型等特点逐渐使其弱化和边缘化。一直以来，中国文化中妖鬼仙魔的传说是难登“大雅之堂”的。很大程度上可谓奠定中华文化的文化心理原型结构的孔子就从来“不语怪力乱神”，自称“不知生，焉知死”，解释“夔一足”为：“夔”（传说中黄帝的乐官），一个就够了（原本可能是关于“夔”只有一只脚的神话）。汉代“罢黜百家，独尊儒术”，自然把包括杂家、阴阳家等在内的“百家”“杂家”给边缘化了。然而，在中国民间文化的流转传承中，一支绵延不息的暗流仍然没有断流，如有大量的“怪力乱神”内容的奇书《山海经》，还有中国小说之源《世说新语》，以及鬼怪神魔小说《搜神记》《西游记》《封神演义》《聊斋志异》，更不用说大量在民间口耳流传，伴随着一代代人成长的鬼神妖仙狐魅传奇故事。

毋庸讳言，鬼神志怪虽然可能被披上恐怖的外衣、“迷信”的标签，但这些作为人类镜像自我的“他者”想象，其表现的内核实际上往往都是人性、人情、人际关系。在这些民间传说中，鬼神妖仙往往都是向往人的生活，羡慕人间世的世俗生活和市井气息的人的“镜像”和“他者”。《聊斋志异》中的女鬼，白蛇传说中的青蛇白蛇，都是善良美丽的女性，她们羡慕读书人，追求与凡人的爱情，愿意为爱的人牺牲。这些表现或想象洋溢着中国式生活内容和生活理想，也渗透着中华传统文化的善恶观和伦理美。

究其底，在中国的历史文化长河中，鬼神文化颇为发达；鬼神文化在文化传承中虽不占主流但却居于不可或缺的位置，实为中国人文化心理结构的有机部分。

当然，因为文化的原因，这种亚文化和次文化在新中国电影中很少表现。文艺创作上现实题材、现实主义手法的占据绝对主流，有形无形地压制了此类题材的文学艺术表现。1961年，北方昆曲剧院首演昆曲《李慧娘》，虽然这部昆曲讲的是李慧娘蒙冤死后，化为厉鬼报仇雪恨的故事，颇具反封建精神。但上演后，却引发争议和批评，在“文革”中更是受到了大批判。而这里面原因之一无疑与昆曲讲“鬼故事”有关。然而，“鬼故事”在香港的一些电影里却颇为风行。随着改革开放之初，20世纪80年代香港电影文化进入内地，1997香港回归中国后，大量港台电影人进入内地合作拍片，使得中国的妖魔鬼怪题材或玄幻魔幻类电影大为兴盛，也越来越受欢迎。如《白蛇传奇》《画壁》《倩女幽魂》，打破票房纪录的《画皮系列》《捉妖记》《大圣归来》《美人鱼》《白蛇：缘起》《哪吒之魔童降世》《姜子牙》，以及《狄仁杰系列》《九层妖塔》《寻龙诀》等，大量以“西游记”为IP的影视剧改编等。再以2020年为例来看，这一年科幻电影虽然不发达，不能名正言顺地续上作为“科幻电影元年”的2019年，但总体而言，“想象力消费”类电影却继续发力，尤其是魔幻玄幻类型在新冠疫情发生后更有“崛起”之势，甚至成为网络电影的“头部”，发挥了某种“头部效应”。于是，“想象力消费”在网络电影中的崛起成为重要现象。如以2020年票房营收前列的网络电影来看，《奇门遁甲》（5641.07万元）、

《倩女幽魂：人间情》(4225.53万元)、《鬼吹灯之龙岭迷窟》(3017.32万元)、《鬼吹灯之龙岭神宫》(2056.91万元)都属于“想象力消费”类魔幻电影。院线电影方面《赤狐书生》《晴雅集》《姜子牙》等亦属此类。

也就是说，在一个笔者一直呼唤、期许的“想象力消费”时代，通过对民间传说、神话传奇故事等的改编和再创造的玄幻、魔幻类电影，在文化消费中占有越来越大的市场份额。很多此类作品，成为电影“春节档”娱乐消费的标配，成为无论票房还是口碑都占据领先地位的年度“头部电影”。应该说，这与国人无意识深处的鬼神情结以及文化无意识有很大的关系。

毫无疑问，妖鬼仙魔题材的玄幻魔幻类电影可以通过高科技手段的赋能，在视觉奇观营造上可以充分发挥想象力，强化幻想色彩，打造一种有别于好莱坞魔幻、科幻大片的东方式奇幻大片，以天马行空的想象力和震撼性的视听奇观，把人性主题，爱情表达，人与动物、妖、大自然等的原始关系置于幻想的“异世界”，“询唤”大众对超验想象世界的想象、“想象力消费”和文化认同。

《捉妖记》中，妖怪形象颠覆了中国传统妖怪的恐怖、冷艳和狰狞的面目，他们有着胖墩墩、人畜无害的可爱外形在妖怪村安居乐业，倒是某些贪得无厌的“人”，一个劲地追杀他们，要品尝他们的肉。说到底，中国人的“妖鬼情怀”是对正统儒家文化禁忌的一次心灵“放假”和想象的“还乡”，是对自由、浪漫、返璞归真的人生境界的向往。《捉妖记》表达的万物平等、人妖和谐的美好理念超越了单一文化，表达了普适性的自然观。

《大圣归来》中，长着一张大马脸的孙悟空，也是一个由于丧失神力而躺平的前世之“魔”，经由前世唐僧的感召、献祭和内心的呼唤而归来成“圣”的成长叙事，影片通过对《西游记》经典情节的想象性改编而获得想象力的飞升和当下观众想象力消费的满足，进而完成对大圣之“英雄成长”“英雄归来”的心理认同。

《哪吒之魔童降世》隐喻了亚文化向社会回归和文化认同的想象。与原型故事相比，《哪吒之魔童降世》的人物性格和人物关系(如父子、母子、师生、同性朋友)有了很大的改编。符合当代青年文化特点和价值观取向。影片通过对“英雄成长”“浪子回头”等母题的表达，完成青年文化的社会文化认同，也完成了边缘性亚文化的现代转化。哪吒之“长大成人”，传达的是作为青年文化之象征的哪吒融入成人化的世俗社会的理想。

《封神第一部 朝歌风云》则把神魔传说“历史化”，让神魔成为人的“镜像”和“他者”。影片的神话人物和历史人物进行人性化、人本化的再创作，贯穿人本主义和“回到人本身”的情怀。例如姬昌这个形象，通过对其父子情、兄弟情的渲染，以及贯穿着的浪子“归家”与英雄成长的主题表达，都很好地达到了形象立体感人的效果。再如影片并未对妲己形象作妖魔化处理，而是“回到人本身”，充分体察其人性被异化的一面。对纣王形象表现也有发展，纣王并非生来就恶。他一开始以英雄形象示人，慢慢地被权力、野心异化。这些方面都转化得非常好。对于一部在中国小说史上艺术成就并非很高的《封神演义》而言，这些转化称得上是“化腐朽为神奇”。就此而言，《封神第一部 朝歌风云》的意义，在于把我们文化的源头从正统的儒家、道家，往前推进到更为远古的昆仑山文明、殷商文化。这是一次重要的突破和创新。

总之，中华传统文化是源远流长而博大精深且丰富多元、多种多样的。在民间文化中代代流传，通过《山海经》《西游记》《封神传》等亚文化典籍里流传传承的边缘文化，今天借助影视艺术这样的大众文化样式而重新发扬，实践并完成林毓生先生所期许的“传统的现代转化”，从而丰富中国传统文化的内涵，这是具有非常重要的文化传承和文化创新意义的文化实践。

四、“想象力消费”理论与幻想类电影的发展空间

“想象力消费”理论，最早是在2016年讨论陆川《九层妖塔》时提出的。笔者写道：“中国奇幻、玄幻类电影的出现本身是一种新的文化症候，它顺应的是互联网哺育的一代青年人的消费需求，是在玄幻类、奇幻类电影缺失，以及在儒家传统文化以及现实主义创作制约下的背景中产生的。数字技术与互联网催生了一代人想象与消费，就是完全无中生有的，跟现实没有任何关联的，要转很多弯的这种影像，这种想象空前强大的消费力，与以前我们说的艺术上的满足，情感上的消费，是不一样的，完全可以说超越了。这是一种想象力的消费。”^①这是最初的并没有经过深思熟虑的表述。

笔者后来在持续关注玄幻、魔幻科幻以及影游融合类电影的基础上，进一步提出关于电影“想象力消费”的概念：“指受众（包括读者、观众、用户、玩家）对于充满想象力的艺术作品的艺术欣赏和文化消费的巨大需求——数字技术与互联网催生了一代人的想象与消费，可以无中生有，可以跟现实没有关联——这是一种想象力的消费——互联网时代这种‘狭义的想象力消费’主要指青少年受众对于超现实、后假定美学类、玄幻、科幻魔幻类作品、影游融合、虚拟现实类作品的消费能力和消费需求。”^②笔者还把“想象力消费”类电影区分为：假定性寓言化电影、玄幻魔幻电影、科幻电影、影游融合、虚拟现实或增强现实类新媒介艺术等。无疑，无论哪一种模式，都是基于受众奇观化审美消费需求与想象力消费刚需，对传统文化、青年文化、科学文化、游戏新媒介文化等的再想象、再创作与再书写。

从想象力消费的理论视域而言，《封神第一部 朝歌风云》以令人目眩、令人称奇的想象力，重构传统文化。其意义在于把传统文化的源头推到昆仑山文明、殷商文化。它的视觉系统是当代文化，与殷商文化，与宋元明文化，特别是宋代山水画、元代道教水陆画、明朝市民文化的多元融合与再创造，是当代、宋元明和殷商的三重文化对话。这种文化创新给我们的启示是——当代文化创新是以艺术的创新创造出第三种文化。这种创新性的艺术是一种新的先进生产力。这样的生产力才能够激活原来一直“在那里”的传统文化，让传统在我们新文化建设中重新发挥它的巨大影响力和传播力，还可以走出去，与世界文明、西方文明对话。从中我们得到的启示是，我们今天对传统文化的再造是一种想象力的再造。究其底，殷商文化到底如何，实际上我们无法复原。明朝人写书的时候对它有想象，我们今天创作电影时对之又进行了一次想象的再造。

在当下互联网新媒介时代的背景下，随着科技的发展、电影工业化制作的逐渐完善以及受众“奇观梦幻”“视听震撼”乃至沉浸具身、交互互动等艺术审美消费需求的逐渐增大，“想象力消费”类电影表现出巨大的文化消费潜力与票房经济实力，我们当然要呼吁并推动这样一个电影“想象力消费”时代的登临，就像笔者在《流浪地球》热映后的2019年，激动地呼吁——“中国科幻电影与‘想象力消费’时代登临”^③，“中国电影呼唤‘想象力消费’时代”^④。作为“想象力消费”重要样式的玄幻、魔幻电影（其他还有科幻、影游融合、虚拟现实等）无疑是我们当下应该大力呼吁、大量创作的。此类作品可以实现受众“想象力消费”需求，它们依靠奇观化的外在形式以及“超现实”的、“无中生有”的、富有超验性想象力特质的故事情节、形象设

① 陈旭光、陆川、张頔武、尹鸿：《想象力的挑战与中国奇幻类电影的探索》，《创作与评论》2016年第4期，第123-128页。

② 陈旭光：《论互联网时代电影的“想象力消费”》，《当代电影》2020年第1期，第126-132页。

③ 陈旭光：《中国科幻电影与“想象力消费”时代登临》，《北京青年报》，2019年4月19日第C04版。

④ 陈旭光：《中国电影呼唤“想象力消费”时代》，《南方日报》，2019年5月5日第4版。

置和造型吸引受众,满足当下网生代、游生代等一代青年受众的审美消费需求。而且,一切艺术都具有意识形态性,除了奇观化的想象力消费,此类影像仍然可以依靠其承载、传播、表达、寓意的独特的人文价值与社会意义,诉诸受众内心,促使受众产生文化认同,传承中国传统文化。而以其与生俱来的青年文化性,则在呼应青少年亚文化的同时进一步生产二次元文化、游戏文化、虚拟文化等青年文化形态,进而完成“想象力消费”的“重新部落化”与意识形态再生产的功能。

五、结语

一个多世纪以来,中华传统文化、美学精神的传承与现代创造性转化,一直既是一种文化理想也是一种文化实践。无疑,广大人民群众审美鉴赏与文化消费的需求是多种多样的。我们应该大力发展具有中国传统文化渊源、品格、精神或原型的玄幻、魔幻、科幻、影游融合即虚拟现实类电影,以高新科技赋能边缘性存在的民间民俗文化、神话传说文化,开发具有生命活力的文化想象力、文化生产力和美学生产力。这种文化的现代进化折射了一种文化的高度融合与大同的格局。我们应该秉有博大的文化胸襟和坚定的文化自信——各种类型各种风格,或主导或非主导,或主流或支流,或中心或边缘的文化,只要是观众需要的,喜欢的,都毫无疑问应该成为文化生产的源泉,成为当下青年人“想象力消费”文化需求的有机组成。

文化传统、美学精神的“当代承传”或“传统的现代转化”,既是文化命题、文化理想更是文化实践。当下全球化互联网时代,媒介的剧变带来了这一文化命题的特殊性、严峻性和复杂性。面临这种前所未有的特殊性、严峻性和复杂性,我们既要有对传统的敬畏,又要在艺术生产中勇于创新。

毫无疑问,传统不是静止不变的。当下的艺术实践就在文化传统的连续河流中。放飞想象力,打造互联网新媒体影像全新想象力的“幻想类电影”(包括科幻、玄幻魔幻、影游融合等),这是衡量一个民族想象力、创意力、创造力的尺度,其完成度依赖电影产业的工业化水准,是电影工业化程度和工业美学的重要印证和有力支撑。这类电影因其故事的假定性、虚构性、想象力而充分契合当下年轻观众对拟像环境的熟悉,可以强力拉动电影工业的规模、工业化程度与想象力消费。

在文化建设的意义上,此类电影探索互联网新媒体语境下的文化融合与文化创新,实践中国传统文化、中国艺术精神的现代转化、创新性发展。而这尤其需要艺术的想象力和创造力。当下时代,想象力将成为艺术创造、文化发展、产业推进的重要动力和创意力。“想象力消费”将成为一种重要的艺术表达、文化消费和国民经济消费。“想象力消费”类电影对于“传统的现代转化”更是前景无限,大有可为。

总之,现代生活呼唤着与之相适应的艺术表现风格和形态,人民群众日益增长的文化、审美消费需要“想象力消费”,呼唤文化的创新。我们将在中国电影的传统传承、文明互鉴与文化创新之路上继续探索前行。

(责任编辑:林日杖)

should be made to promote the construction of platform-based media , facilitating mutual iterative upgrading between mainstream media and digital platforms. Platform-based mainstream media should be categorized and developed to activate the innovative dynamics of institutional mechanisms. Emphasis should be placed on building mechanisms for sharing dividends between media and platforms , optimizing the revenue structure of mainstream media , and enhancing the social responsibility of platform-based media based on value rationality. The new coordinates for the integrated development of mainstream media and digital platforms in the new era entail developing new quality productive forces in media , exploring new growth poles in media economics , and promoting the modernization of the national governance system and capabilities.

The Proposition of “Creative Transformation of Chinese Tradition” and the Movie Theory of “Imagination Consumption”

CHEN Xuguang

Abstract “Creative transformation of Chinese tradition” , a proposition proposed by Yusheng Lin in the 1980s , has profoundly influenced generations of Chinese scholars in their ideas and prospects for the innovative transformation and development of traditional Chinese culture. It has also inspired Chinese cinematic scholarship to explore how traditional Chinese cultural and artistic spirits can be “creatively transformed” within the cinematic context to fulfill the contemporary audience’s demand for “imagination consumption” , thus contributing to the establishment of Chinese Film Schools , among other initiatives. The creative transformation of tradition requires the imagination inherent in artistic creation , aligning with the growing cultural demands of today’s audiences for “imagination consumption”. Currently , the intricate and enchanting aesthetics of Chinese folklore , along with mystical and fascinating mythology , plays a significant role in this transformation , underpinning the argument for “imagination consumption”. This article connects the “creative transformation of Chinese tradition” with the “imagination consumption” theory in cinema , demonstrating how films of “imagination consumption” can significantly contribute to the “modern transformation of tradition”.

Viewing Aesthetic Freedom from Social Development: Cinematic Imagination Consumption as a Capability

YUAN Yimin

Abstract: Chen Xuguang , a scholar from Peking University , proposed the theory of film imagination consumption to interpret the imaginative and industrial aesthetics of fantasy films. Although this theory has sparked intense discussions among scholars , crucial issues such as social aesthetic fluidity and consumption drive are often overlooked. To address these issues , it is essential to explore the relationship between social development theory and film imagination theory , examining the audience’s film imagination as a capability. By analyzing the internal logic of film imagination aesthetics and consumption , and adopting a social development perspective on individual capabilities , we can reassess the consumption motives and aesthetic freedom of individual imagination in Chinese films. Therefore , film imagination should evolve around the changing social development concepts , specifically following the trend of “eco-