

# 论名人神话的意识形态性

闫文君

(洛阳师范学院 新闻与传播学院, 河南 洛阳 4710007)

摘要:在古今神话中,名人都是一个不可或缺的元素,在传统神话中常表现为能力非凡的超人,而在现代神话中则表现为万众瞩目的政客、明星或富商巨贾。神话中的名人不仅仅是名人,还是人化的符号,从这些符号身上能够解读出历史意义、时代意义以及人类情感。通过古今神话中的名人符号演变,管窥人类认识自我的心路历程及社会价值观的构建过程,是本文的旨归。

关键词:传统神话;现代神话;名人符号;意识形态

中图分类号:I276.5 文献标志码:A 文章编号:1000-5315(2016)04-0126-05

DOI:10.13734/j.cnki.1000-5315.2016.04.018

## 一 传统神话与现代神话

“神话”,其英文形式为“myth”,源出希腊语“mythos”,意为“关于神祇和英雄的故事和传说”。“神话”一词在中国古代文化中未见,但诚如《茅盾说神话》一书所言:“‘神话’这名词,中国向来是没有的。但神话的材料——虽然只是些片段的材料——却散见于古籍甚多。”<sup>[1]3</sup>茅盾对神话的认识也同西方无异:“神话所叙述者是神或半神的超人所行之事。”<sup>[1]151</sup>各民族神话的内容之所以如此相似,实是根源于人类共同的心理需求与远古时期人类对自然界认识水平的一致性。鲁迅说:“昔者初民,见天地万物,变异不常,其诸现象,又出于人力所能以上,则自造众说以解释之:凡所解释,今谓之神话。”<sup>[2]6</sup>

作为人类的拓荒者,远古人类对自然规律掌握得不多,对于许多自然现象也就无法作出合理的解释;另外,由于生产工具的落后,远古人类的生存条件也极为恶劣。在这样的情况下,提高自身与自然力抗争的能力就成了远古人类最大的渴望。于是,他们便虚构出神仙或寄希望于能力超人的英雄,在想象中完成理想自我的实

现。所以,神话实为人类最早的文学样式与各民族文化的源头。将“神话”一词介绍入中国的近代留日学者蒋观云,在《神话历史养成之人物》一文中说:“一国之神话与一国之历史,皆于人心上有莫大之影响。”<sup>[3]18-19</sup>不过,发展到今日的现代神话,则与其传统意义大相径庭。“如果说传统神话是自然产物的话,那么,现代神话就是人工造就的。社会现象也好,文化符码也好,在其背面,在表面现象的深层,都具有某种阶级集团利益和社会意识形态观念。”<sup>[4]78</sup>

“现代神话”的概念是罗兰·巴特的首创。他在1957年出版了专著《神话学》(Mythologies),以人称“一种科学的幽默”的跳脱的文笔,分析当时流行于法国的“现代神话”。摔跤、演员、牛排与炸土豆、广告等日常生活中司空见惯的事物,在巴特的眼中无不是由社会意识形态操控的大有深意的现代神话。传统神话,蕴涵了远古时代的人们认识自然与征服自然的渴望,反映出探索人生意义的热情与憧憬美好生活的浪漫。而现代神话,表面上与传统神话有着相同的旨归——传达了一个社会的集体梦想,但事实上却充斥着谎言与欺骗。现

收稿日期:2015-11-18

基金项目:国家社科基金重大项目“当今中国文化现状与发展的符号学研究”(13&ZD123);河南省教育厅项目“中原文化符号的影响力提升策略研究”(2015-QN-369)。

作者简介:闫文君(1979—),女,河南商丘人,新闻学博士,洛阳师范学院新闻与传播学院讲师,研究方向为符号与传媒。

代神话,与传统神话一样出于虚构。

无论传统神话还是现代神话,名人都是其中一个不可或缺的元素,在传统神话中这一元素常表现为能力超群的半神,而在现代神话中则表现为万众瞩目的政客、明星或富商巨贾。在这些神话中,名人不仅仅是名人,还是人化的符号,从这些符号身上能够解读出历史意义、时代意义以及人类情感。

## 二 传统神话中的名人符号

美国当代神话学家戴维·利明和埃德温·贝尔德在《神话学》中如是解释英雄神话的起源:“英雄崇拜几乎和人类文明一样悠久。甚至原始人就已认识到,他之所以能够在异己的和经常是敌对的世界中生存下来,全靠其杰出首领的英勇和足智多谋。于是就有了各个部落所尊敬的一系列文化英雄。”<sup>[5]37</sup> 由此可以看出,神话中的英雄,毫无疑问是人——最早的名人。

### (一)英雄进化史

神话通常分为三类:创世神话、神祇神话、英雄神话。创世神话讲的是世界、人类及文化的起源,神祇神话和英雄神话讲述的是神祇和英雄的事迹。英雄神话出现得最晚,数量也最多。意大利文艺复兴时期著名的哲学巨匠马尔西利奥·菲奇诺(Marsilio Ficino)认为英雄通常是指介于神与人之间的一种特殊的属类。许多学者认同这一观点,在他们关于英雄神话的研究中,“半神半人”成了英雄的一个必备特征。所谓半神半人,其实就是被神化的名人。

在创世神话中,世界及人类的创造者都是崇高的天神,如中国神话中的女娲、盘古,西方神话中的普罗米修斯、耶稣。女娲抟土造人,炼石补天,既创造了人类,又拯救了人类;盘古开天辟地打破混沌的世界,又以一己之力支撑天地,终至牺牲;普罗米修斯创造了人类,又因为人类盗取火种被缚悬崖受难;耶稣为替人类赎罪情愿被钉死在十字架。这些天神之中,只有耶稣能被称为英雄,因为其他三位天神在神话中都是天生的神明,而耶稣却是由人进化成神。

耶稣在历史上实有其人。耶稣及其生身父母的平生经历中有许多皆有史可考。现行的公历即是以耶稣的诞辰为参照。所以,耶稣是曾来世上走过一遭的活生生的人。只不过,由于其广传福音、救死扶伤,因而先是被人们视为英雄,继而成为天神的存在。

从耶稣由人成神的历史可以看出,英雄本是某一社会中能力超凡的被世人尊敬的名人,在其英雄事迹被众口传唱的过程中渐次被神化为半人半神之躯。按照戴维·利明和埃德温·贝尔德在《神话学》中的说法,当英

雄文化“发展得比较成熟,其历史演变较为复杂时,那些熟记本部落大量口头传说的长者,就开始巩固和充实他们的历史,从而使某些前辈完全具有神话的性质。久而久之这种进程就把英勇的斗士变成战无不胜的半人半神”<sup>[5]37</sup>。

在中国的神话史中,还有另一种英雄的神化过程:本来是非神的人杰,受人香火即为神。像关羽,本是东汉末年名将,因其武艺高强且义薄云天,在去世后逐渐被神化,民间尊其为“关公”,历代朝廷褒封为“武王”、“关帝”、“武圣”。关羽因其忠勇信义被民间与官方共同推崇,在世界各地被华人建庙供奉而终至成神,民间与道教奉其为“武财神”,藏传佛教尊关公为护法。至此,英雄关羽完成了他“侯而王,王而帝,帝而圣,圣而天”的由人成神之路。

英雄由人成神的过程,其实是名声的升华过程。由于超群的能力与胆识在某一社会群体中享有崇高声望,以英雄的产生过程对照名人的定义——无论是狭义上的杰出显要,还是广义上的一定范围内为众人熟知,我们会发现英雄都是符合的。而接下来的世代传扬及建庙供奉无不是出于极端崇敬的结果。英国19世纪著名史学家卡莱尔(Thomas Carlyle)曾说过:“英雄崇拜,即以无比的炽热之情,衷心敬仰与膜拜一位神一般的最崇高的人物,这不就是基督教的萌芽吗?”<sup>[6]13</sup>

### (二)英雄的意义

各民族最初的神话英雄形象,往往都是人类自身的创造者。创世者的形象是人们通过想象创造的,因而显得千姿百态。比如中华民族所敬仰的始祖伏羲和女娲,都是人首蛇身;开天辟地的英雄盘古一睡18000年,身长90000里。这表现出古人对自然的敬畏。他们的知识水平不足以解释自然力,因而只有将之想象成与自身相似但又高于自身的存在。恩格斯在《路德维希·费尔巴哈和德国古典哲学的终结》中解释过这一现象:“由于自然力被人格化,最初的神产生了。”<sup>[7]220</sup>

但随着生产力的提高,人们对自然界的规律掌握得越来越多,神灵的形象显得不再那么令人生畏、不可捉摸。原始时期的神往往有着动物的特征,比如女娲人首蛇身、西王母豹尾虎齿。在原始人的心目中,那些或神秘或凶猛的动物显然有着令人敬畏的力量。但随着人的力量日渐强大,人自诩为万物之灵长,于是神的形象也越来越与人无异,如《封神演义》所言由人修仙的阐教成为主流正道,而不拒“披毛戴角、湿生卵化之辈”的截教却成了旁门左道。演化到最后,神话的主角都变成了现实存在的活生生的人。至此,神话传说基本演变为名

人传说了。因为在三类神话中,英雄神话出现得最晚,却是数量最多的。

神话主角由神到英雄的蜕变,表现了人类生产力的进步、自信心的提高,以及自我的觉醒。比如《山海经·海内经》中有这样的描述:

洪水滔天,鲧窃帝之息壤以堙洪水,不待帝命。

帝令祝融杀鲧于羽郊。鲧复生禹,帝乃命禹卒布土以定九州。<sup>[8]251</sup>

这是中国最著名的上古治洪水传说。事情发生在三皇五帝时期,黄河泛滥,鲧、禹父子二人先后受命于舜帝,负责治水。鲧和禹都是历史上实际存在过的人物,而且黄河泛滥也确有其事,由此可以看到神话已经越来越贴近现实生活。不过,这里“帝”的身份模糊,有“天帝”和“舜帝”二说。笔者认为,此“帝”似应指天帝,因其阻止鲧治水,且拥有具备神秘力量的珍宝。这与舜帝的贤明和凡人之身不相符。本来令人尊崇无比的天神在这里成了恶势力的代表,这表明时人对自然力不再如以前敬畏,而演变成了一种誓与之争斗的胆量与决心。希腊神话对天神的态度也有类似的变化。同样在戴维·利明和埃德温·贝尔德所著的《神话学》中,有这样有趣的言论:“希腊人对神的态度类似于乡民对待富绅:他们当神的面,赞美和奉承神;但在神的背后,却编造不计其数的故事把神描绘成掠夺成性、好争吵、吝啬、嫉妒,对其奴仆——人类的福乐极少关心等等。”<sup>[5]66-67</sup>恩格斯对神话的发展一向有独特的见地,他在《反杜林论》中说:“除自然力量外,不久社会力量也起了作用,这种力量 and 自然力量本身一样,对人来说是异己的,最初也是不能解释的,它以同样的表面上的自然必然性支配着人。”<sup>[9]355</sup>

而且,鲧禹治水的神话传说中,最为人津津乐道的还有禹之三过家门而不入。鲧为治水不顾自身安危盗取息壤,禹为治水忍别娇妻幼子三过家门而不入,人们对这对父子行为的颂扬都透露出对这种大公无私情怀的钦佩。这说明到了上古末期,英雄神话中已经透露出一定程度的社会道德意义。这与诸多学者论述过的名人符号传达社会主流意识形态是一个道理。以中国神话为例:“愚公移山”与“精卫填海”是英雄神话中的励志篇,表现了人们对锲而不舍精神的歌颂;“共工怒触不周山”与“刑天舞干戚”是英雄神话中的抗争篇,“头可断而志不灭”,表现了人们对命运的不屈服与对权威的反抗。以西方神话为例:赫拉克勒斯的一生是惩恶扬善、勇于斗争的一生;耶稣的一生是胸怀大爱、无私为人的一生。随着历史的脚步越来越近,英雄神话中的名人所代表的

道德价值观念已是越来越清晰,也越来越完备。

英雄神话之所以长盛不衰,还在于英雄代表着对陈旧的社会价值标准的反叛与革新。当生产力的进步吹响思想解放的号角,每个人的心中都被唤起了对过时的价值体系的怀疑,但毕竟对一向奉之为圭臬的东西还心存敬畏,不敢冒犯亵渎。于是,敢为天下先的英雄就成为大众代言人。

### 三 现代神话中的名人符号

法国人类学家列维-斯特劳斯认为:“神话本身是变化的。这些变化——同一个神话从一种变体到另一种变体,从一个神话到另一个神话,相同的或不同的神话从一个社会到另一个社会——有时影响构架,有时影响代码,有时则与神话的寓意有关,但它本身并未消亡。”<sup>[10]259</sup>现代也有神话,与传统神话的不同在于其文本符号与呈现形式。传统神话以故事的形式流传,现代神话则呈现出不同的面貌与装扮;传统神话中的人与事往往超出人们的日常生活体验,显示出明明白白的夸张,现代神话虽然同样借助于想象与虚构,但它所采用的夸张手法却巧妙而隐晦,使人产生自然而然的错觉。

无论传统神话还是现代神话,英雄符号都是其中一以贯之的主要元素,只不过改换了相貌、装扮、性格等外显因素,由横枪跃马、文治武功的传统英雄转变为长袖善舞的当代英雄——政、商、娱乐等各界名人。美国当代神话学家戴维·利明和埃德温·贝尔德在《神话学》中这样阐释现代神话:

当代神话并不只是在童年和上教堂做礼拜时才有,在成年人的世俗世界中也是不乏证据的。比较明显的例证之一是电视广告,因为广告家只有使用众所周知的神话语言,才能做好广告。当某一演员扮成友善的家庭医师出现在屏幕上时,他在人们面前就是一个当代的神话人物了……只要我们相信他,他的药就可以不问其成份如何而有显著的疗效。<sup>[5]146</sup>

“相信”二字一语道破天机。面对明知是虚伪的东西,我们却选择相信,这就协同打造了一出现代神话。正如《圣经》所言,若不回转成赤子,断不能进天国。当然,这“相信”也不是毫无条件的,名人符号在其中起着导向性的作用。

#### (一)名人符号的意义与人类情感

研究文献或历史问题时,有一个重要的词叫“考据”,因为人们往往追求正确、避免错误,喜欢真实、摒弃谎言。但这一规律对神话却不适用,尽管神话也是历史的。人们对神话是如此宽容,允许它自由地远离所有的

考证,甚至其创作者与读者都常“通过局部细节量的渲染与饱和”使异世界“显得更‘真实’”<sup>[11]</sup>。传统神话津津乐道于英雄的相貌、武器、坐骑乃至妆扮,现代神话则通过多媒体协同创造出与主题相吻合的情境。当代宗教学家温迪·多尼格(Wendy Doniger)说:“神话之所以能在宗教史中出现,是因为神话首先是被信以为真的故事,尽管有大量证据表明它是谎言,人们依然相信它。”<sup>[12]</sup>

譬如,藏传佛教六世达赖喇嘛仓央嘉措虽早已仙逝,近年却围绕着他演绎出一幕幕现代神话。有几首“仓央嘉措情歌”被广为传诵,包括《那一天》(那一天,闭目在经殿香雾中,蓦然听见,你诵经中的真言)、《见与不见》(你见,或者不见我/我就在那里/不悲不喜)等诗。但后经证实,这几首诗都非仓央嘉措手笔,作者另有其人。在杂志道歉、法院认定等一系列的喧闹过后,诗歌作者终于归属分明。但遗憾的是,读者并不买账,这几首诗依然被大家当作“仓央嘉措情歌”流传。究其原因,平淡的人生需要传奇的点缀,哪怕仅仅是观看与流布别人的传奇。世间最美的情郎吟唱着世间最美的情歌,这是大众乐于看到的神话,就算明知不是真相,却依然愿意陷入那美丽的幻象。

现代神话的成功,不是由于名人诱使我们“相信”,而是由于我们愿意相信明知是伪装的名人。这是人类对自身情感的顺从。布留尔曾指出,神话是原始先民“对集体情感的回答”<sup>[13]</sup><sup>17</sup>。古典神话英雄的超凡力量能够使人们勇于对抗自然力的神秘严酷,现代神话的美好浪漫则能够使人们暂时逃离现实生活的黯淡庸常。所以说,看似夸张虚幻的神话其实是人们心底的向往,是人们必不可缺的精神食粮。

在最典型的现代神话——电视广告中,由各路名人所扮演的广告角色,男性是成功的,女性是美丽的,正是大众理想中的模样。消费特定的物品,我们也会变得与这则商品广告中的模特一样:比如穿了利朗商务男装,就会像陈道明一样大气稳重;用了香奈儿5号香水,就会像妮可·基德曼一样美艳性感。这是广告所要告诉大众的神话,也是大众试图通过消费商品所追寻的价值目标。不同的名人符号象征着不同的意义,消费特定的名人符号其实就是将庸俗的日常行为冠以看似高雅的追寻意义的名号。尽管知道这只是不可能变现的镜花水月,但大众却自欺欺人地乐此不疲。

“有谁追问神的真实性?人们都心知肚明,在那个次元空间中,神和神话是价值,无关真假。”<sup>[14]</sup><sup>283</sup>对于大众来说,相信名人符号所构造的现代神话,便是在日常

生活的琐碎平庸与迷茫焦虑中追寻生存的价值、希望的灯塔。

## (二)名人符号与神话的自然面纱

“我试图对法国日常生活的若干神话按时作出思索。……这一思索的缘起,就是面对‘自然’经常产生难以忍受之感,报刊、艺术、常识不断地拿‘自然’来装扮现实,使之呈现‘自然’之貌。”<sup>[15]</sup>初版序言 这里的自然,指“天然、非人为”之意。巴特的意思是说,当代的社会环境努力向人们呈现出未经人工操控的自然形成的面貌,但事实上,我们生活于其中的现实是“历史的现实”,意识形态的幻象就藏匿于看似得体的“不言而喻”的叙述中<sup>[15]</sup>初版序言。

巴尔特认为,神话是赋予事物文化内涵,并使由此所建构的这一新的符号系统自然化的一种方式。名人符号就是这样一种现代传媒神话。名人之“名”,在本质上是社会对其的一种意义赋予。反过来说,这一意义需要通过名人符号的解读才能呈现。按照巴尔特的神话学理论,是社会意识形态为追求一种自然面貌而披上了名人符号的面纱。

先来看名人符号在现代英雄神话中的作用。英雄崇拜既然是一种变相的自我实现,那么它在人类文明史上就永远也不会消亡。只不过,随着文明的发展,衡量英雄的主要标准已不再是单纯的战斗力。用知识为人类谋福祉的科学家如比尔·盖茨、袁隆平,以商业头脑成就自己也改变大众生活方式的马云、马化腾,以及为大众的休闲时光提供去处的各类娱乐明星及体育明星等,正是诸如此类的现代名人续写着英雄神话。

其一,这些名人是大众津津乐道的传奇,在信息扩散的过程中,真相只会越来越远,夸张与添枝加叶在所难免。正如关羽的青龙偃月刀从北宋穿越回三国时期,现代名人身上也常被涂抹上许多神话色彩。一旦成名,传媒与大众总是千方百计地探寻名人的出身与经历,如果是名门之后再加上曾经有过大起大落的过往,就直接戳中了社会的兴奋点,这个名人的身世会被越传越奇。这与古典神话中的英雄描述其实是一脉相承的。

其二,这些现代英雄之所以成为社会崇拜的对象,正是因为在他们身上体现出了为大众推崇的时代价值观。在以比尔·盖茨为主角的现代神话中,透露出的是对胆识与科技力量的崇拜;在属于马云的英雄神话中,透露出的是对商业眼光的赞赏;而在明星神话中,透露出的则是对娱乐与幻象的痴迷。对英雄的崇拜出自人的天性,所以依附于名人符号的社会意识形态向大众的传播显得如此自然。

再看现代神话最突出的运用领域——广告神话。

譬如广告中著名演员一洗铅华,穿着日常化的朴素针织衫、棉布裙,扮作深受社会欢迎的慈母贤妻角色,夸赞某种洗涤剂的清洁力或某种儿童保健品的助长功效。明星在红毯上的形象光彩照人却显得刻意,而每个家庭主妇相夫教子的模样则带着自然光环。这一广告里面隐含着贤妻良母这一社会道德观,但这则现代神话更直接的目的是推销商品,只不过推销的真相藏在关爱家人的面纱背后。当然,广告中呈现的形象与这一名人符号的象征意义必须是相吻合的。让蒋雯丽、陈小艺之类传统温婉型的明星去扮演家庭妇女的角色很有说服力,会使观众不自觉地二者联系起来,从而“自然而然”地接受广告所要传达的符号价值。但如果让范冰冰、陈好等以时尚美艳著称的明星去做这类广告,反而会给人一种极不自然的感觉,让她们去代言化妆品和饰品却很容易进入观众在心目中早就为她们设定好的时尚角色。

#### 四 结语

参考文献:

- [1]茅盾.茅盾说神话[M].上海:上海古籍出版社,1999.
- [2]鲁迅.中国小说史略[M].上海:上海古籍出版社,1998.
- [3]蒋观云.神话历史养成之人物[C]//马昌仪.中国神话学文论选萃(上).北京:中国广播电视出版社,1994.
- [4]项晓敏.零度写作与人的自由[M].上海:复旦大学出版社,2003.
- [5]戴维·利明,埃德温·贝尔德.神话学[M].李培荣等译.上海:上海人民出版社,1990.
- [6]卡莱尔.论英雄、英雄崇拜和历史上的英雄业绩[M].北京:商务印书馆,2005.
- [7]马克思恩格斯选集:第4卷[M].北京:人民出版社,1972.
- [8]山海经[M].周明初校注.杭州:浙江古籍出版社,2000.
- [9]马克思恩格斯选集:第3卷[M].北京:人民出版社,1972.
- [10]列维-斯特劳斯.结构人类学:巫术·宗教·艺术·神话[M].陆晓禾等译.北京:文化艺术出版社,1989.
- [11]方芳.中国现代幻想文学叙述研究之构想[C]//四川大学符号学—传媒学研究所.符号与传媒:总第8辑.成都:四川大学出版社,2014.
- [12]DONIGER W. *The Implied Spider: Politics and Theology in Myth* [M]. New York: Columbia University Press, 1998.
- [13]列维-布留尔.原始思维[M].丁由译.北京:商务印书馆,1985.
- [14]何炜.神话宇宙图式:新媒介的“扩增现实”与赛博人格[C]//四川大学符号学—传媒学研究中心.符号与传媒:总第2辑.成都:巴蜀书社,2011.
- [15]罗兰·巴特.神话修辞术:批评与真实[M].屠友祥,温晋仪译.上海:上海人民出版社,2009.

[责任编辑:唐 普]