

从“神化”到“人化”：哪吒动画的形象变迁、叙事演进与文化表达^{*}

王莉, 沈晨曦

(湖州师范学院 文学院, 浙江 湖州 313000)

摘要:1961至2025年间中国动画中的哪吒形象,历经四个阶段的演变,呈现出从“神化”到“人化”的转型轨迹。在形象层面,哪吒从民族风格下的叙事“工具”逐步发展为具有情感深度与文化价值的现代符号;在叙事层面,其主题从简单的二元对抗演变为对命运、身份等现代议题的复杂探讨,视角也从全知型上帝视角转向更具代入感的有限与内心视角;在文化表达层面,哪吒形象折射出不同时期的社会价值观变迁,并在全球化语境中实现从文化自觉到文化自信的转型。研究表明,通过审美适应、情感深化与媒介技术适配等创新路径,哪吒实现了从“神化”英雄向具有普世意义的“人化”角色的转化,其成功转型不仅为传统神话资源的现代转译提供了典型范例,也为中国动画的全球传播与文化自信的构建提供了可资借鉴的实践路径。

关键词:哪吒;动画形象;叙事演进;文化表达

中图分类号:J954

文献标志码:A

文章编号:1009-1734(2025)09-0097-07

在数字媒介深刻变革文化叙事方式的当下,动画角色已超越单纯的娱乐符号范畴,其承载民族记忆、传播社会价值观的深层价值日益彰显,动画作品也因此构建起将本土文化资源转化为国家软实力的全新媒介景观^{[1]32-36}。当动画媒介与传统文化相互碰撞时,哪吒这一古老的神话符号正经历着跨媒介叙事的创造性蜕变。回顾哪吒形象的媒介呈现历程,晋译《佛所行赞》中关于哪吒的记载仅四十余字;唐宋时期,哪吒逐渐成为民间香火供奉的神祇;至明清时期,他被纳入《封神演义》《西游记》等经典小说叙事体系之中。现代技术的可供性又将文字符号中的哪吒具象化为视觉形象,使其走进大众视野。如今,哪吒已从古典文学中的字符跃升为全球闻名的民族符号,历经千年历史长河,依然契合《佛所行赞》中“一切诸人民,欢喜亦如是”的初意。作为中国传统文化中极具生命力的标志性符号,哪吒形象的演变历程犹如一面镜子,清晰映射出不同时代的社会文化特质与精神诉求。本研究聚焦于哪吒的动画形象,以1961年《大闹天宫》中哪吒动画形象的首次出现为起点,深入剖析其在形象塑造、叙事演进以及文化表达层面的变迁特质,并探究该类影像叙事从“神化”形象向“人化”形象转变过程中的创新表达维度,旨在为传统神话符号在数字现代化语境中的艺术创新提供思考路径。

一、形象变迁:从神话“工具”转向价值载体

(一)民族风格下的叙事工具人(改革开放前)

中华人民共和国成立后,我们党提出的文艺方针要求动画创作需兼具民族文化特质与意识形态表达。1956年8月,毛泽东在《同音乐工作者的谈话》一文中指出:“艺术的基本原理有其共同性,但表现形

^{*} 收稿日期:2024-10-15

作者简介:王莉,副教授,博士,从事新闻传播学研究;沈晨曦,在读硕士,从事新闻传播学研究。

式要多样化,要有民族形式和民族风格。”^{[2]76}在此背景下,上海美术电影制片厂(简称“上美影”)成为民族动画发展核心阵地,老一辈艺术家们开始在厂长特伟“探民族风格之路,敲喜剧样式之门”理念引领下,展开了民族风格动画的创作。《大闹天宫》(1961)作为这一时期的代表作品,以“中国动画学派”为标志,凝练出民族美学下的符号表达。^{[3]44}该动画取材于明代小说《西游记》,万氏兄弟从中国传统年画、京剧以及道教神仙图谱中汲取灵感,赋予角色形象鲜明的民族特色。^{[4]41-46}哪吒身穿红肚兜、手持火尖枪、脚踏风火轮,肢体动作借鉴京剧中的“卧鱼”姿态,延续了戏曲“以形写意”的美学传统。在《大闹天宫》的故事中,哪吒作为天庭镇压孙悟空的先锋,最终被孙悟空打败而落荒而逃。作为配角,哪吒完成了反衬主角英雄性的“工具人”使命,也因此缺乏自身独立人格,显露出威权牵制下“执行命令”的机械功能。这种对角色的工具化处理,一方面受限于动画篇幅和主题聚焦,另一方面也是民族风格与社会文化相互交织的成果。脸谱化的设计与功能化的定位是20世纪60年代中华民族审美的鲜明代表,反映出当时文艺创作过程中“集体高于个体”的意识形态倾向。虽说暴露了那个特定时代人物创作的局限性,但也为我们提供了一个审视20世纪中期社会意识形态与艺术创作之间关系的独特视角。

(二)产业转型期的个体价值表达(改革开放至21世纪最初10年)

进入20世纪80年代,中国社会走向改革开放,计划经济走向市场经济,文化市场风格逐步多元化。这一时期,哪吒形象也开启了“主角化”成长历程,在形象主体性构建层面呈现双重维度的突破:一是从边缘配角转变为叙事核心;二是在符号意涵上实现动态增值,成为与时代共同成长的价值载体。

1979年的《哪吒闹海》以《封神演义》中的哪吒故事为基础,围绕闹海情节展开。此片将《大闹天宫》中作为配角的脸谱化战神重塑为反封建、反压迫的悲情英雄,首次确立了哪吒的独立主角地位。影片中的哪吒形象“线条流畅、飘逸,身材修长,四肢均匀,五官张扬,眉清目秀,一双凤眼尤其吸引人”^{[5]25-27},既保留了传统年画中“胖娃娃”的视觉符号,又通过“剔骨还父”的悲壮情节,强化了个人对抗强权的抗争精神,成为改革开放初期集体主义与个体意识觉醒矛盾的隐喻。进入20世纪末,随着电视动画的普及与市场导向的深化转型,哪吒叙事从小众化的电影艺术转向大众化传播。例如《封神榜传奇》(1999)改变了过往长片或电影的表现形式,成为首个运用数字化电脑技术打造的百集电视动画片,以日常化的播出方式融入大众生活。《哪吒传奇》(2003)则进一步推动了哪吒故事的大众化与商业化进程。该作品延续了“少年英雄”的核心设定,红肚兜、双发髻等传统符号得以保留,但其功能已从文化象征转向娱乐消费导向。为契合儿童观众的审美需求,该动画通过圆润的造型设计、活泼的肢体语言以及生活化对白,将哪吒塑造为更具亲和力的“小朋友”形象,成为现今“90后”群体的集体记忆。

总之,这一时期的哪吒形象塑造开始呈现出从“神性”到“人性”的审美转向,这一转变与艺术创作中融入的情感灌注密不可分。正如苏珊·朗格所指出,“艺术即人类情感符号形式的创造”^{[6]24},不论是《哪吒闹海》里悲剧英雄所承载的崇高感,还是《哪吒传奇》里萌态儿童所传递的亲和力,均是通过对视听符号的差异化编码,来映射特定时代的情感结构。这种情感层面的注入,不仅使角色人物更贴合时代的情感诉求,也赋予其跨时代的价值传达与情感深度。

(三)多元解构下的个性化风格实验(2010—2020)

21世纪初,中国动画顺应全球文化趋势,突破传统美术片、卡通片的局限,迈向“动漫和国漫时代”^{[7]1}。作为传统神话符号与现代媒介实验的交叉点,哪吒形象的个性化风格重构,不仅彰显出动画创作从“复刻”走向“再生产”的转变,也成为观察国内外流行文化对中国动画产业影响的典型案例。迪克·赫伯迪格的“拼贴”理论认为,各种元素在即兴拼凑的组合中能够衍生出新的意义^{[8]128}。随着日本二次元文化、欧美超级英雄叙事渗透到中国本土动画创造之中,创作者们开始使用“拼贴”策略颠覆哪吒的固化意义,开展多元风格的创造性实验。如《十万个冷笑话》(2012)把三头六臂的哪吒重构为浑身肌肉的“金刚芭比”;《非人哉》(2016)把哪吒形塑成穿校服的初中生,混天绫变成红领巾,风火轮改成运动鞋,赋予神话超现实人性;《新神榜:哪吒重生》(2021)影片融合未来科技感与东方古典元素,打造“东方赛博格”美学。这些看似戏谑的改编,实则为传统文化符号注入了跨时代的生命力。当神话角色被置于现代文化语境之

中,其身份的重塑恰恰成为连接过去与未来的重要纽带。

与时代共生是动画角色得以持续成长的密码。对哪吒个性化风格的探索,实际上是一个适应不同时代大众审美倾向、社会价值观和媒体表现形式的过程。动画创作者凭借敏锐的感知力,准确捕捉到了当今多元化、全球化的文化氛围,通过解构经典、重塑形象、创新叙事,成功地让哪吒这一古代神话人物与现代观众,尤其是年轻观众产生了文化共鸣。

(四)颠覆性成长的人性化“英雄”符号(2020年以后)

截至2025年3月20日,《哪吒之魔童闹海》电影票房已超151亿,跻身全球票房榜前五。哪吒从封神谱系的众多英雄中脱颖而出,已然成为目前国内最热IP,成为华语电影和中国神话的代表角色。饺子导演的《哪吒之魔童降世》(2019)与《哪吒之魔童闹海》(2025)对传统形象既有继承,又有突破^{[9]49-51}。影片在保留经典的丸子头、儿童身基础上,融入黑眼圈、鲨鱼齿、赤脚丫等“丑萌”造型,并通过夸张的肢体动作设计和丰富的面部表情动画,将哪吒定位成一个因“魔丸”身份备受偏见的叛逆少年。相较于在悲情故事和集体主义中成长的“神化”角色,“人化”角色通常具有复杂多样的情感层次与性格张力。“魔童”哪吒会因外貌自卑不敢与哥哥们相见,会在与母亲分别时默默流泪,也会因自身的偏见而羞愧自责。正是这样多变的情感和丰富的内心活动,把原本高高在上、不通五感的“神化”角色拉回人间,转化为具有普遍感染力的人性化英雄符号。这种解构与重置,突破了固化审美范式,祛魅完美英雄主义,从而成为文化自信与现代化创新的双重象征。

两部影片的革新之处,不仅仅在于重塑了主角形象,更在于构建起一个立体化的群体叙事网络。申公豹无畏守护亲情、敖丙“不做神仙做自己”、石姬乐观面对残缺,如今这些支线人物已然不同于哪吒做配角时的境遇,他们各自有自己的成长故事,独立且鲜活,共同表达“打破成见,扭转命运”的主题。

哪吒形象的颠覆与重构皆是社会价值变更的缩影。在文化多元、价值分众的当下,传统的忠孝仁义观念逐渐让位于自我认同、个性表达等新价值取向,哪吒叛逆、反抗宿命与追求自由的特质,正是人性化“英雄”的符号标识。从民间传说到文学、动画影视,哪吒形象不断丰富,几代哪吒见证民族现代化进程中的价值变迁。可以预见,未来哪吒形象将持续迭代,成为更丰富的文化与民族符号。

二、叙事演进:从“神化”叙事到“人化”叙事

“神化”叙事根植于传统神话文本,核心在于确立和维护哪吒作为“神”的崇高地位与超凡属性。而“人化”叙事则转移了叙事核心,将哪吒从神坛拉回人间,深入挖掘其作为“人”的复杂情感、行为动机与成长路径。1961—2025年的动画发展历程见证了哪吒从“被神化”到“被人化”的变化。这种变化,不单单是视觉造型上的更新换代,更体现在叙事主题与叙事视角的创新之中。动画的叙事策略从简单走向立体,逐渐构建起复杂的叙事网络,融入更具情感共鸣与人性温度的现代叙事风格,实现了对以往“神化”叙事模式的创造性演进与升维。

(一)抗争主题的流动叙事

回望哪吒形象的演变历程可以发现,无论是最初登场的与孙悟空对战的反派哪吒,还是90后集体记忆中的少年英雄小哪吒,抑或打破百亿票房纪录的“魔童”哪吒,始终都围绕着“抗争”这一叙事内核展开。不过,在持续演变的进程中,其抗争对象与抗争内涵已然发生流动转变,传统的建置、对抗、解决三幕式结构,也创新性融入了命运、选择、救赎等现代母题。

早期动画中哪吒与孙悟空的对抗,主要聚焦神话角色间的力量较量,通过打斗情节直接呈现抗争主题。随着社会价值观的分化与深化,哪吒动画对“抗争”这一主题的叙事方式也趋于复杂与深刻,抗争对象也从具象力量转向抽象命运,并融入更多现代化情感矛盾与社会议题。这一转变使神话权威落入青年亚文化话语体系,实现了抗争主题与“液态社会”(液态社会是英国社会学家鲍曼提出的理论,用于描述现代社会从固态、稳定的结构向流动、不确定状态的转型。)中不断变动的价值观念的融合,使哪吒成为获得

时代认同的神话符号。这种抗争内涵的深化也推动着视听语言的革新,如《哪吒之魔童降世》运用高速流畅的动作设计、极具冲击力的特效、贴合角色心境的配乐,以及红蓝黑等色彩的情绪化表达,结合拉镜头与升格镜头的极致运用与内心情感映射,将哪吒对命运的抗争外化为极具感官刺激和情感张力的银幕奇观。作品精准把握了当代青年对自由、平等、独立的精神追求,契合青年亚文化心理图景,并在文化共鸣的推动下向跨媒介话语网络延伸。当下,哪吒的现象级爆火带动了“封神宇宙”IP矩阵的成形,实现了从动画电影到短视频、剧本杀、数字藏品与盲盒玩偶的全产业链开发。这种跨媒介叙事网络使抗争主题突破银幕限制,演变为立体化的意义生产实践。数字时代的参与式叙事,既延续了集体记忆根基,又为传统IP提供了跨时代、跨文化的生存路径,为中国神话的现代化传播开创了新的范式。

(二)叙事视角的立体化转向

叙事视角是影响观众角色理解与情感投入的关键要素,不同的视角决定了观众获取信息的广度和深度,进而形塑出差异化的角色认知。全景式上帝视角能将整个故事与情感全面展现,观众可洞悉角色的所有情况。而在有限视角下,观众只能随着特定角色慢慢解开悬念。早期哪吒动画作品多采用全景全知的叙事视角,创作者站在宏观角度展开叙事,观众能清晰把握哪吒的成长轨迹、情绪变化与矛盾冲突。这类视角虽能让观众快速了解故事全貌,但也使其处于相对被动接收信息的状态,故而对角色的情感共鸣有限。随着动画技术与创作理念的发展,电影叙事结构逐渐从简单的时间线性叙事转向拼贴、循环等非线性叙事,复调叙事也日益常见,叙事视角从全景转向全息。创作者开始聚焦于哪吒细腻的内心世界,借助第一人称视角镜头、主观音效、内心独白以及蒙太奇剪辑等电影语言,使观众能切身感受到哪吒所遭受的世俗偏见、内心的矛盾挣扎以及不屈不挠的抗争精神。至此,观众不再是被动接收者,而是转变为情感的主动探索者,深入参与角色的情感历程,感受更为立体鲜活的人物形象,从而获得更强烈的情感共鸣。

(三)角色共情的广泛传播

近年来,动画角色创作突破了单一娱乐功能,通过色彩、镜头、声音等元素的符号化表达,将抽象主题转化为可感知的情感体验。通过形象设计的全民化重构与叙事逻辑的多元化升级,角色内涵价值得以深度拓展,共情效应也实现普世传播,动画形象逐渐成为跨越文化边界的情感纽带。

21世纪以前的中国动画角色设计主要面向低龄受众,常借助鲜明的色彩对比、服饰特征与外形差异等直观符号来传递简单的人格观念。这种创作方式虽契合儿童观众认知需求,但也造成符号化、脸谱化的创作定式。随着受众结构向全龄化拓展,角色设计也开始融入多元文化元素与深层次视觉隐喻,以适应不同年龄层审美需求,打破外形与人格的刻板对应关系。角色性格与精神内核不再依赖外在符号的直白呈现,而是通过叙事进程逐步展开,借助双主角镜像、家庭情感线、喜剧节奏调控等手法,使古老故事焕发当代神采,引发广泛共鸣。与此同时,这一创作转向也推动了动画叙事逻辑的革新。在过去,动画叙事往往以力量对抗、完成任务等简单情节为主线,侧重对儿童的教育功能与娱乐功能。随着动画产业发展,观众对动画作品的质量和深度提出更高要求,动画作品逐渐摆脱非黑即白的简单对立模式,构建更为复杂的矛盾冲突,使观众能在虚拟叙事中观照现实困境,在角色命运里寻找情感投射,进而建立起作品与现实世界的深层对话。

正因如此,哪吒动画电影才得以在全球范围内引发共鸣。不同文化背景的观众虽对故事的具体理解存在差异,却都能在主人公反抗命运、追求自我的成长历程中,感受到勇气、坚韧、关爱等人类共通的情感价值,这种情感共鸣超越了地域与文化的界限,彰显了中国故事的全球传播潜力。

三、文化表达:主体时代精神的镜像投射

人类在社会实践中创造了哪吒这一文化符号并赋予其象征性意义与价值,但其意涵却并非一成不变,而是随着社会发展和时代变迁不断更新。如今的哪吒形象深深扎根于当下时代语境,吸纳现代文明气息,已成为反映时代精神与文化价值的一面镜像。

(一) 善恶二元到多元共生的主体价值重构

在传统哪吒故事创作中,基于简单的价值传递需求,哪吒往往被塑造成理想化的“神化”英雄,成为正义与善的符号象征,而反派角色则被简化为纯粹的邪恶代表。“正义必定战胜邪恶”这种二元对立的叙事模式,虽契合特定历史时期文化的传播需求,却也因过度简化而限制了价值表达的深度和广度。2020年以后的哪吒作品大胆创新,深度重构角色关系与叙事框架。在“魔童”系列作品中,哪吒不再是完美无瑕的英雄典范,而是被塑造成深陷误解与叛逆的“魔童”,其行为动机与情感困境更具人性化色彩。这种转变也反映在角色造型和视觉呈现中:申公豹、夜叉等反派角色不再被赋予程式化的丑陋外貌,而是拥有更符合人性逻辑的外形和细腻的表情呈现;光影、镜头与特效的运用也不再简单地标识正邪,而是服务于烘托角色的复杂心境。影片由此打破了传统非黑即白的简单叙事逻辑,使正义与邪恶的界限趋于模糊。角色的行为动机源于其自身独特经历与社会环境,而非固化的善恶标签。这种叙事转向既提升了故事的文化价值,也为观众提供了更为丰富的解读空间。

(二) 神话自信与全球传播的价值建立

在全球化语境下,中国神话符号正经历着从文化自觉到文化自信的现代转型。饺子导演执导的哪吒系列影片展现出非凡的影响力:在国内市场,它取得了突破性的成绩;在国际舞台上,它成功构建起中国神话的当代话语体系。影片通过对哪吒这一经典神话符号的创造性转化,实现了传统文化基因与现代审美表达的有机融合,从而让中国神话在全球文化领域里彰显出独特的叙事魅力。

这一文化实践的成功,首先体现在对民族精神内核的深度开掘。哪吒“我命由我不由天”的反抗精神,已经升华为当代青年无畏挑战、追求自我价值的时代宣言,它既留存了“神化”叙事中的强大精神张力,又开辟出可观照现实的隐喻空间。这种创新性诠释使中国神话超越了地域与时代的限制,转化为具有世界意义的精神符号。在技术层面,影片将中国美学元素与现代动画技术相结合,创造出独具东方韵味的视觉体验。中式服饰、传统建筑、水墨画风、方言配音与民乐渲染等中国风元素的运用,不仅展现了中国动画工业的技术实力,更彰显了中华美学的当代生命力。

哪吒IP的成功启示我们,神话符号的现代传播不应是对传统的简单复刻,而应是通过创造性转化实现价值重构。中国神话既是我们民族文化的特殊结晶,也是构建文化自信的重要资源。通过持续的内容创新与传播升级,全球化语境中的神话符号更能成为文化交流的桥梁,促进不同文化之间的对话与理解,进而成为彰显国家文化软实力的有效路径。

四、从“神化”到“人化”的创新表达

神话是人类早期对未知自然的原始幻想,正如马克思所言:“任何神话都是用想象和借助想象以征服自然力,支配自然力,把自然力加以形象化。”^{[10]29}这种对自然力的人格化欲望催生了神与神话传说。^{[11]109-114}随着文明的演进,神话逐渐演变为“神化”,即对神话中的人物或事件进行神圣化与理想化处理,使其成为具有更高道德和精神价值的象征。而“人化”则是指将神话中的神灵或超自然存在赋予人类以情感与行为逻辑,使其更加贴近人类的生活与情感世界。在现代动画创作中,为了满足受众的情感需求和审美期待,并适应市场化传播规则,作品往往通过审美适应、情感深化与媒介适配等创新表达,将“神化”人物形象转化为具有普世意义的“人化”英雄。哪吒形象的演变正是从“神话”到“神化”,再到“人化”的典型例证。

(一) 形象美学的当代转译

动画特性与神话特征的契合,能够将超脱现实的神话文学想象具象化^{[12]59}。早期的动画创作秉持神话范式下的“神化”理念,着重强调哪吒的“神化”属性,致力于塑造“神化”英雄超凡脱俗与神圣威严的形象。飘动的混天绫、金黄的乾坤圈以及三头六臂的身体形态,成为哪吒最直观的“神化”特征,这些被“神化”的法器与形态作为神法与力量的象征,满足了观众对神话世界的奇幻审美需求。在审美流变的推动

下,“神化”元素逐渐朝向人性化、现实化的方向演变。创作者开始挖掘角色的内心情感世界,摒弃过度夸张的神异特征,赋予其更为自然流畅的动作姿态与细腻真实的情感表情,有效弥合了神话角色与观众之间的心理距离。在这一过程中,表情塑造成为“人化”表达的关键途径。为满足观众的情感期待,脸谱化表情逐渐被抛弃,先进的CG(计算机图形学)面部捕捉和动画技术使得更加丰富多变的细微表情成为形象创作的关注点。“魔童”哪吒的成功创新足以证明,当神话英雄能通过一个皱眉、微笑、瞪眼等方式传递出细腻情感时,其“神化”权威也随之消解,融入平民化、亲近化的“人化”叙事网络之中。这种形象再造的深层逻辑,在于构建跨代际的情感共同体。通过具身化的形象塑造,弥合了神性与人性之间的叙事裂隙,使神话符号突破文化滤镜的遮蔽,在代际更迭中实现持续的意义再生产。

(二)关系网络的情感链接

英雄的神性往往源于大众对强大力量与无畏勇气的尊崇。最初,被“神化”的哪吒在人们心中是强大力量的象征和抗争精神的化身;然而随着受众需求日益多元、分众化趋势凸显,单一情感模式已难以引发广泛的群体共鸣。意识到这一问题后,现代动画创作通过关系网络的建构与延伸来扩大角色可传递的情感空间。哪吒形象的“人化”,正是通过多层关系网络的情感赋能得以实现。《哪吒之魔童闹海》作为成功“人化”哪吒的动画电影,在家庭维度细腻呈现父母之爱,赋予角色人性底色;在友情维度中,建构其与敖丙等伙伴的情感联结;在师徒关系中展现太乙真人的谆谆教诲,建立精神传承;在叙事高潮部分注入家国情怀,完成角色的人格升华。每一段关系都是一个情感符号,而每一个情感符号都成为“人化”的催化剂与外在表征。由此,哪吒从单一“神化”角色演变为“人化”的情感聚合体,观众得以在不同的关系维度中寻找共鸣的情感元素。这种基于关系网络的情感勾连,使哪吒不再被视为有着超强法力与神圣权威的神话符号,而成为一个有着喜怒哀乐、七情六欲的“人”。

(三)媒介沉浸的感知革命

20世纪60年代的哪吒动画深植于民族风格与传统艺术土壤,早期的动画作品中经常复刻戏曲脸谱、水墨画、皮影戏、剪纸等传统艺术。^{[13]181-182}这种纯粹的民族风格虽具艺术魅力,但生硬、单调的表现形式在具象化角色人性特征方面的效果有限。随着技术的发展,动画创作经历了从二维手绘到三维建模,从平面展示到VR、AR、CG动画等交互技术应用的巨大变革。媒介的发展历程见证了动画从简单的视觉呈现,逐步转向到全方位的沉浸式感官体验。

在“魔童”系列电影中,动画技术的革新为虚拟世界注入了强烈的物理真实感。工业化级别的毛发与流体特效,使角色发丝随风飘动、水流波澜起伏皆栩栩如生;动态模糊与运动捕捉技术的真人化适配,赋予动画角色流畅自然的动作表现;杜比全景声的精准声场定位与超真实的光影渲染技术,共同构建出沉浸式的视听环境。这些技术的融合应用,彻底突破了传统二维动画的认知边界,为观众带来全新的感官体验。这种将技术细节转化为感官隐喻的创作路径,使观众不再仅是故事的“旁观者”,而是通过视觉、听觉乃至触觉的模拟,“相信”自己正身处哪吒的神话世界。这一媒介感知革命所带来的沉浸体验,正是哪吒形象得以进一步“人化”的关键所在,观众情绪的共鸣也由产生并延展。同时,媒介技术的进步也创造出更为具象化的意义载体,间接强化了文化价值的传播效力。当原本抽象的文化符号被转化为直观的视觉形象,观众便能更直接地感知与理解“哪吒”文化宇宙背后的深刻内涵,文化传播的感染力与公众认可度也因此提升。总之,媒介的感知革命打破了传统动画创作的局限,在消解“神化”属性所带来的刻板印象的同时,为“人化”叙事提供了强大赋能,从而推动了传统神话符号在新时代焕发出新活力。

从1961年至2025年,哪吒动画形象的演变历程可划分为四个阶段。在微观叙事层面,其叙事主题与视角呈现流动演变的特征,角色的共情力日趋普适化;在宏观价值层面,哪吒这一文化符号持续投射出不同时代的价值导向与精神需求,为中华文化自信的建构与对外文化输出作出了重要贡献。现代动画借助审美适应、情感深化与媒介技术适配等创新表达方式,将“神化”英雄转化为具有普遍意义的“人化”英雄。在动画产业日益壮大、媒介技术持续迭代的语境下,各类文化符号不断被挖掘、创造与革新。未来的研究

可选取更多样的研究对象,以多维度、跨学科的视角,全面揭示神话符号在数字时代的演变逻辑,从而为中国动画的全球传播与文化自信的建立,提供更具实践意义的理论支撑。

参考文献:

- [1] 张铮,王怡欢.民族性与全球性的对话:国产动漫的文化书写与“出海”实践:以《镖人》为例[J].对外传播,2024(8).
- [2] 毛泽东.毛泽东文集:第7卷[M].北京:人民出版社,1999.
- [3] 李硕.“中国动画学派”研究综述[J].科技与创新,2016(11).
- [4] 邓进.1961—2019 哪吒动画形象演变及其文化传播价值研究[J].电影文学,2021(7).
- [5] 刘佳.从《大闹天宫》到《哪吒闹海》:哪吒动画形象设计研究[J].艺术研究,2019(5).
- [6] 苏珊·朗格.艺术问题[M].滕守尧,译.南京:南京出版社,2006.
- [7] 盘剑.轨迹:中国动漫产业发展与动画艺术演进[M].北京:科学出版社,2023.
- [8] 迪克·赫伯迪格.亚文化风格的意义[M].修丁,译.桂林:广西师范大学出版社,2023.
- [9] 秦旭剑,曹歌.中国动画电影中的顽童形象演变研究[J].电影文学,2021(17).
- [10] 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局.马克思恩格斯选集:第2卷[M].北京:人民出版社,1995.
- [11] 罗中起.马克思的神话理论:兼评神话学研究中的几种观念[J].辽宁大学学报(哲学社会科学版),2004(3).
- [12] 刘倩.从神性到人性:国产动画电影中孙悟空的形象建构及其价值观呈现研究[D].重庆:西南政法大学,2023.
- [13] 薛敬亚.中国动画电影的叙事策略与角色形象塑造:评《中国动画电影创作现状与传播方式研究》[J].当代电影,2023(11).

From “Deification” to “Humanization”: Image Transformation, Narrative Evolution, and Cultural Expression of Nezha in Animation

WANG Li, SHEN Chenxi

(School of Humanities, Huzhou University, Huzhou 313000, China)

Abstract: The image of Ne zha in Chinese animation from 1961 to 2025 has undergone a four-stage evolution, demonstrating a clear trajectory from “deification” to “humanization”. Ne zha has transitioned from a narrative “tool” under a national style to a modern symbol endowed with emotional depth and cultural value. In terms of narrative construction, the thematic focus has shifted from simple binary conflicts to complex exploration of contemporary issues such as fate and identity, while the narrative perspective has moved from an omniscient god’s-eye view to a more limited, immersive, and internal viewpoint. On a cultural level, the image of Ne zha reflects the shifting social values across different periods and embodies a transition from cultural consciousness to cultural confidence in the global context. The research indicates that through innovative approaches such as aesthetic adaptation, emotional deepening, and media-technology alignment, Ne zha has been transformed from a “deified” hero into a “humanized” character with universal significance. This successful transformation not only provides a paradigm for modern reinterpretation of traditional mythological resources but also offers a model for the global dissemination and cultural confidence of Chinese animation.

Key words: Ne zha; animated images; narrative evolution; cultural expression

[责任编辑 陈义报]