

莆田学院妈祖文化研究院  
一妈祖学研究丛书一

教育部社会科学基金青年项目资助出版项目（编号13YJCZH058）  
福建省社科规划社科研究基地重大项目资助



# 闽台妈祖文化 传播研究

吉 峰◎著



厦门大学出版社 国家一级出版社  
XIAMEN UNIVERSITY PRESS 全国百佳图书出版单位

策划编撰单位：

莆田学院妈祖文化研究院

福建省妈祖文化传承与发展协同创新中心

福建省社会科学研究基地莆田学院妈祖文化研究中心

福建省高校人文社科优秀研究基地（莆田学院妈祖文化研究中心）

福建省妈祖文化研究会

# 闽台妈祖文化传播研究

吉 峰 著



厦门大学出版社  
XIAMEN UNIVERSITY PRESS

国家一级出版社  
全国百佳图书出版单位

## 图书在版编目(CIP)数据

闽台妈祖文化传播研究/吉峰著. —厦门:厦门大学出版社, 2017. 4

ISBN 978-7-5615-6440-0

I. ①闽… II. ①吉… III. ①神—文化传播—研究—福建②神—文化传播—研究—台湾 IV. ①B933

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 049244 号

---

**出版人** 蒋东明  
**责任编辑** 薛鹏志  
**特约编辑** 章木良  
**封面设计** 蒋卓群  
**责任印制** 朱 楷

---

**出版发行** 厦门大学出版社  
**社 址** 厦门市软件园二期望海路 39 号  
**邮政编码** 361008  
**总 编 办** 0592-2182177 0592-2181406(传真)  
**营销中心** 0592-2184458 0592-2181365  
**网 址** <http://www.xmupress.com>  
**邮 箱** [xmup@xmupress.com](mailto:xmup@xmupress.com)  
**印 刷** 厦门市金凯龙印刷有限公司

---

**开本** 720mm×1000mm 1/16  
**印张** 20.75  
**字数** 255 千字  
**插页** 2  
**印数** 1~1 000 册  
**版次** 2017 年 4 月第 1 版  
**印次** 2017 年 4 月第 1 次印刷  
**定价** 59.00 元

---

本书如有印装质量问题请直接寄承印厂调换



厦门大学出版社  
微信二维码



厦门大学出版社  
微博二维码



## 序 言

从传播学的角度,以传播学原理为理论基础研究妈祖文化的传播,这是妈祖文化传播研究的新领域、新方向、新渠道之一,对于妈祖文化的传承与发展具有十分重要的现实意义和深远的历史意义。传播学是20世纪20—40年代兴起于西方,主要是美国的新兴学科,20世纪40年代末在美国正式形成,并伴随着信息科学的形成与发展,迅速风靡全球,成为显学。传播学所研究的是人类信息传播的本质及其规律,信息传播广泛存在于人类社会的方方面面,使得对传播的研究也深入人类社会的方方面面,传播学的研究与人类社会的各个领域相联系,形成了不同的交叉研究和跨学科研究。妈祖文化传播研究既属于传播学与妈祖文化的交叉研究或跨学科研究。妈祖文化历史悠久,传承绵长,在我国东南沿海,尤其是闽台地区,其历史传承更是盛况空前,传承的方式亦是多种多样,历年来的研究成果自然丰富多彩。然而,完全从传播学的角度,以传播学原理为理论基础对妈祖文化传播现象开展研究的成果却不多见。这大概与传播学作为一门学科传入我国较晚及开展这方面的跨学科研究难度较大有关。

吉峰的《闽台妈祖文化传播研究》一书可以说是从传播学的角度,以传播学原理为理论基础研究妈祖文化传播的重要成果之一。该书获得教育部社会科学基金青年资助项目和福建省社科规划社科研究基地重大项目资助,代表了他多年研究妈祖文化传播的主要成果。纵观全书,可以发现该书有以下特点:

一是视域开阔。虽然作者完全从传播学的角度切入,并以传



播学为基础理论,但同时也吸收了其他学科的相关理论研究成果,如心理学、社会学、宗教学、市场营销学、文化人类学,将其与传播学有机结合,形成了以传播学为主导,多学科综合的研究视阈。以这样的视域研究妈祖文化传播可以更加深入地探寻妈祖文化源远流长的诸多因素及未来发展的多元走向,并可促进妈祖文化传播研究向高层次演进。

二是研究深入。一方面,作者在研究过程中做了大量的基础研究工作,编制了有效的调查问卷,并进行了具体的调查研究,获取了大量的第一手研究资料。同时,作者进行了广泛的材料搜集工作,掌握了大量的历史资料和现实资料,为项目的研究打下了良好的基础。在研究中作者运用理论与实践相结合的方法,不仅有丰富而恰切的理论阐述,同时又运用实践材料加以论证。另一方面,关于妈祖文化传播的主体与受众、传播内容、传播媒介、传播效果都显示了研究的整体性和深入性,其中可见作者诸多独特的理论思考和创新观点,读来令人耳目一新。

三是重点突出。从传播学的角度,以传播学原理为理论基础研究妈祖文化传播,作者并没有面面俱到,而是紧紧抓住重点,突出与妈祖文化传播关系紧密之处。比如“传播内容探讨”重点在于符号化与妈祖文化传播的关系;“传播介质剖析”重点在于技术化与妈祖文化传播的关系;“传播效果阐释”重点在于娱乐化与妈祖文化传播的关系。紧紧抓住妈祖文化传播中的突出特点,并与传播学的相关研究领域结合起来,形成了很好的表达效应。

以上只是阅后的一些感受,书中的璧玉待读者自行获取。我相信读者阅后定会有诸多收获。

张恩普

2017年2月19日

(序者为东北师范大学文学院资深教授、博导)



# 目 录

绪 论 .....	001
-----------	-----

## 第一部分 搭建舞台:现状与未来

第一章 妈祖文化传播的现状阐述 .....	011
第一节 妈祖文化的两个信仰世界 .....	011
第二节 妈祖文化的传播主体及受众 .....	031
第二章 妈祖文化传播的未来展望 .....	055
第一节 “软传播”思维下妈祖文化形象的多元建构 .....	055
第二节 提升妈祖文化传播力的问题及转型策略 .....	064

## 第二部分 知识再构:从理论到实践

第三章 市场化与妈祖文化传播:宏观经济环境 .....	087
第一节 消费文化与妈祖文化传播 .....	088
第二节 妈祖文化产业的业态体系 .....	104
第三节 妈祖文化产业的提升路径 .....	120
第四章 符号化与妈祖文化传播:传播内容探讨 .....	132
第一节 妈祖文化传播内容的符号学解读 .....	133



第二节	实物符号与妈祖文化传播 .....	149
第三节	仪式符号与妈祖文化传播 .....	168
第五章	技术化与妈祖文化传播:传播介质剖析 .....	184
第一节	技术化时代的妈祖文化传播图景 .....	184
第二节	大众传媒与妈祖文化传播 .....	205
第三节	新兴媒介与妈祖文化传播 .....	220
第六章	娱乐化与妈祖文化传播:传播效果阐释 .....	232
第一节	娱乐时代下的妈祖文化传播 .....	233
第二节	妈祖文化娱乐式传播的形态要素 .....	250
第三节	营造媒介奇观中的妈祖文化传播 .....	266
附录一	大学生妈祖文化信仰调查问卷 .....	279
附录二	传播学视阈下妈祖文化形象建构 .....	282
附录三	传播与妈祖文化的关系 .....	289
附录四	妈祖精神文化传播渠道略论 .....	299
参考文献	.....	306
后 记	.....	324



# 绪 论

## 一、研究基础

有学者称从明清开始就有了关于妈祖的研究。譬如明代学者周瑛、谢肇淅、方以智等，清代学者屈大均、赵翼等。不过，他们都是从民俗或宗教信仰的层面入手，并且还没有上升到“妈祖文化”这个理论高度。莆田学院黄瑞国教授在2016年提出不同看法，他认为对于妈祖的研究甚至可以追溯至宋代，从宋代诗人黄公度的诗作<sup>①</sup>中可以看出当时文人对妈祖的认知，说明妈祖研究肇始于宋代。

1918年，日本人类学家伊能嘉矩在《东京人类学会杂志》第33卷第6期和第8期上，发表题为“台湾汉人信仰之海神”的调查报告，从人类学角度审视台湾妈祖信仰现象，开创了现代意义上对妈祖的研究。中国学者对妈祖的研究，则以顾颉刚和容肇祖在1929年《民俗》杂志第41、42期合刊上各发表一篇同题“天后”的文章为标志。此后，周振鹤、谢云声、魏应麒等人第61、62期合刊上分别发表《天后》《异代同居的天后与吴真人》《关于天后》三文，以为策应。这一年，魏应麒还汇录了当时学者对妈祖、临水夫人的研究，编著成《福建三神考》。这一年，《民俗》杂志还发表了一系列关于

<sup>①</sup> 黄公度在《题顺济庙诗》中(1151年)提到了对于妈祖文化的认知。





妈祖的文章。此后,研究妈祖的文章渐少,20世纪60年代,台湾地区《台湾风物》杂志系统发表了李献璋的《妈祖传说的原始形态》等研究成果,妈祖研究又渐起新潮。其代表作《妈祖信仰之研究》被认为是妈祖研究中划时代的作品。

20世纪80年代起,祖国大陆对妈祖的研究逐渐增多,如厦门大学教授朱天顺先生发表代表作《妈祖研究论文集》。“妈祖文化”的提法就肇始于1986年,在莆田举行的第一次全国性妈祖文化学术研讨会上,上海师大的林文金教授提交了《要重视妈祖文化研究》一文。有学者认为,妈祖研究是民间信仰研究中投入人员最多、召开学术会议最多、累积成果也最多的一个学科研究方向。20世纪晚期,关于妈祖文化的各级各类学术研讨会也在逐渐增多。自1986年莆田举办首次学术研讨会以来,已先后在莆田、深圳、泉州、厦门、天津、上海、台湾、澳门等地举办过30多次的学术研讨会,专家们围绕妈祖文化的方方面面展开了越来越深入的探讨。专门从传播学角度谈妈祖文化的著作是2014年6月由厦门大学出版社出版的《妈祖文化传播导论》,该书是由莆田学院文化与传播学院组织的部分青年学者共同参与编写完成的,本书作者吉峰博士参与了其中第二章“妈祖文化传播的要素”的编写工作。

通过检索中国期刊网可以发现,零零星星围绕闽台妈祖文化大众传播方面的论文陆续有一些在发表,还有一部分是以传播学的各个理论分支为切入点,从不同的传播理论视角去看待妈祖文化传播。如:林建鸿《商贸发展与妈祖香火网络扩展的关系——以福建省莆仙地区为例》(2007),纵向考察了新中国成立前莆仙地区妈祖信仰的香火网络扩展过程。<sup>①</sup>林庆扬和林伟清《莆田妈祖文化网站的调查与思考》(2010),介绍了莆田妈祖文化网络传播的现状,对相关网站进行了分类,分析了存在的问题,并从传播学角度

<sup>①</sup> 林建鸿、傅建清、庄林丽:《商贸发展与妈祖香火网络扩展的关系——以福建省莆仙地区为例》,《莆田学院学报》2007年第12期。



提出了建议。<sup>①</sup>此外,陈淑媛《大众传媒视角下的妈祖文化传播》(2010);刘志《建构两岸文化交流的网络平台——以妈祖网站为个案》(2011);吉峰、徐维玮《传播学视阈下妈祖文化形象建构》《妈祖文化传播主体流变述评》(2012);孔苏颜《新媒体环境下福建形象的建构与传播策略》(2012);庄美连《从中新网报道看妈祖的媒介形象》(2012);李琳《天妃信仰与湘妃信仰生成及传播比较研究》(2012);杨杨《海峡两岸妈祖文化网络传播的差异研究——基于网络文本的内容分析》(2013),认为大陆网站更加突出海峡两岸在妈祖文化交流方面的联系,台湾网站更加突出时代感强的妈祖文化传播方式。<sup>②</sup>覃章英《信息技术弘扬妈祖文化——以天下妈祖网为例》(2013);姚丽君《媒介图景下的妈祖文化奇观》;许元振、帅志强《妈祖文化在新媒体传播中的内容形态转型策略》(2013);吉峰《传播与妈祖文化的关系——以妈祖文学作品为例》;《妈祖文化多元化传播的策略与效应》(2014);林升梁、乔丽君《海峡两岸妈祖文化传播比较研究》(2014);许元振《新媒体时代妈祖文化传播要素的嬗变》;吉峰《妈祖文化网络传播的探索与实践》(2015);《妈祖文化在新媒体环境下的传播策略》(2015);许振和、曾伟《妈祖文化资源数字化保护技术探究》(2015);林升梁《妈祖传播研究现状与趋势》(2015);王子成《试论妈祖信仰在中国古代小说中的传播及其文化史意义》(2016);张宁宁《跨文化传播视野下的海外华侨妈祖信仰研究》(2016);何璇《传统文化符号在海峡两岸的“同构”——以“妈祖文化”为例》(2016);林潘舒《从纪录片〈天下妈祖〉看地域文化的国际传播》(2016);刘婷玉《妈祖文化的外向型特征及其在美国的播迁》(2016)等,这些是从传播学各个视角去探讨妈祖文化的。总

<sup>①</sup> 林庆扬、林伟清:《莆田妈祖文化网站的调查与思考》,《莆田学院学报》2010年第8期。

<sup>②</sup> 杨杨:《海峡两岸妈祖文化网络传播的差异研究——基于网络文本的内容分析》,《中国海洋大学学报》2013年第5期。



体上讲,学术界从传播学层面探讨妈祖文化传播的研究还并不充分,也不全面,尚有空间等待学界继续开发研究,这正是本课题研究角度独特之处和价值所在。

## 二、研究意义

妈祖文化历来牵系着海峡两岸同胞和海外侨胞的心,尤其成为大陆与台湾文化交流的重要桥梁和纽带,在中国社会变迁中产生一定的积极影响,具有重要的政治意义。1987年,妈祖开启了海峡两岸隔绝数十年的“破冰之旅”。之后,闽台之间的妈祖交流更加频繁,规模和层次也在不断提升,不但促进了两岸经济文化的交流,而且在消除两岸之间的误解和纠正某些企图割断两岸之间文化源流关系的错误认识方面发挥了重要作用。妈祖信仰深深扎根在台湾民众精神生活当中,要运用这些丰富资源,在促进两岸交流中更好地发挥作用。妈祖文化在福建宗教文化和闽台文化关系研究中占有十分重要的地位。此外,从经济发展的维度而言,正如李克强所指出的:“福建经济中民营经济占2/3,福建人更是‘足迹遍天下’,许多当地民众信奉的妈祖文化就包含着海洋精神。希望福建连通珠三角、长三角,‘左右逢源’,形成一个大的开放格局。同时凝聚各种力量,打造对外开放的‘联合舰队’,抱团出海,做大做强。”<sup>①</sup>

改革开放以来,妈祖文化的研究取得了丰硕成果,既推动了学术研究的发展,也促进了两岸关系的改善,在联系海外侨胞方面更是起着不可替代的作用。随着海内外和两岸妈祖文化研究热潮的兴起,妈祖文化研究的跨地域合作与交流也开始出现。福建高校与马来西亚天后宫建立资料交流关系,与台湾公立高雄餐旅学院、台湾地区“中央研究院”人类学研究所、台湾中华妈祖文化研究基

<sup>①</sup> 中国政府网:《妈祖文化包含着海洋精神》,http://www.gov.cn/xinwen/2016-03/07/content\_5050577.htm,访问日期:2016年3月7日。



金会等高校和学术机构也建立了合作研究的关系,这为妈祖文化深入的研究,提供了保证。

妈祖文化资源极为丰富,内容涵盖甚广。而且,妈祖信仰有着广泛的信众基础,在漫长的历史发展过程中,妈祖文化已为世人所熟悉,妈祖文化已是一个具有相当知名度的品牌,利用现代传播手段和技巧传播妈祖文化亦已成为必然。而妈祖文化思想的传播未来也必将拥有较大的发展潜力。由此,本课题的研究也具有重要的现实意义,有助于梳理妈祖文化信仰现状,并对未来的发展进行展望。

### 三、研究思路和方法

在传播学、宗教学、市场营销学、心理学、社会学等学科的理论指导下,本研究对闽台妈祖文化思想传播的现状、传播动因、传受双方、传播环境、传播内容、传播介质、传播技巧、传播效果以及未来的传播发展态势进行相关性分析。完成妈祖文化思想传播的系统研究,为充分发挥妈祖信仰在两岸关系中的作用提供科学依据。

本项目将综合运用各种研究方法,譬如在前期的研究过程中可以借观察法、文献调查法、历史研究法等来获取相关的数据,进而保持所选课题的学术价值、社会价值和经济价值等。调研文献阶段可以借助文献调查法,从各种期刊、图书、档案等传统文献和现代的光盘、网络等新型资源当中,查找相关的学术信息,研究成果。在提出假说和构建理论阶段,将自己的想法和观念通过符号化而成为显性信息。在推出研究成果阶段,在分析法的基础上,先把客观对象的整体分解为一定部分、单元、环节、要素并加以认识;而后,将对客观事物一定部分、单元、环节、要素的认识有机地联系起来,形成对客观事物统一整体认识的思维方法,从抽象的规定上升到思维的具体。此外,本研究还大量使用了归纳法和演绎法,其



中较多地运用了归纳法。在具体的研究过程中,从诸多现象和事件中,得出一定的结论,即由特殊推导至一般。而在文中具体表述时,则往往是先下结论,而后再举证,通过大量案例和事实来证明结论,也就是从一般到特殊的过程。

#### 四、本书的一些特点和创新之处

第一,理论范畴运用的丰富性。本书基于传播学的理论,并将传播学、文化人类学、宗教学、市场营销学、心理学、社会学等多学科知识有机结合。对闽台妈祖文化思想的传播进行具体而细微的田野考察和文本分析,有利于充实妈祖文化的研究范式,有助于分析妈祖文化在闽台两地传播过程中的现状及未来发展态势,特别是对于两岸关系有着积极的意义。

第二,理论与实践阐释角度的独特性。值得说明的是,对于文化传播的研究,已经溢出学科的疆界,大量来自不同学科的理论观点都彼此交叉,互相催化。很多概念固然有着其产生的背景,但是新的时代下,应该对理论进行重新的理解和阐释。如“媒介奇观”的概念,最早是从批判的角度提出的,那么是否可以对它从批判性的研究视角转向诠释性的研究视角呢?换一种思路,也许是个不错的尝试。基于此,本书的研究难点在于:首先,对妈祖文化传播主体和受众范围界定进行拓展。同时,要对“媒介奇观”、“消费社会”、“大传统、小传统”、“娱乐至死”、“软传播”、“传播力”、“文化产业”等多学科的理论观点进行积极的发挥、阐释,并围绕妈祖文化传播进行理论层面的延伸思考。

第三,具有鲜明的时代性。对妈祖文化思想传播在近些年的发展给予整体的把握和归纳,借鉴国内外的优秀文化传播模式,描绘出立足于海西建设的良好氛围下,新型的妈祖文化思想传播模式。采用媒介资源对比分析的方式,从现实层面获取有关妈祖文



化传播方面的第一手资料和信息。对妈祖文化传播的差异性进行深入的探索和研究,特别是有助于充实新媒体背景下妈祖文化传播的研究范式。

## 五、研究内容

与以往研究不同,本研究出发点在于,在对闽台妈祖文化思想传播发展态势做一番整体性梳理和小结的基础上,对于妈祖文化思想传播的现状进行客观思考,从不同的角度透视未来该领域的发展空间与机遇,使之在海西建设的宏观视野下,成为区域经济高速稳定发展的起爆器。全书共分为两个部分,第一部分“搭建舞台:现状与未来”是对妈祖文化进行现状阐述和未来展望;第二部分“知识再构:从理论到实践”的基本框架是按照香农(Claud Shannon)的线性传播模式展开论述,即控制研究、内容分析、媒介分析、效果分析。

第一部分包含两个章节:

第一章“妈祖文化传播的现状阐述”,重点探讨妈祖文化的两个信仰世界以及对妈祖文化的传播主体及受众的范畴界定。

第二章“妈祖文化传播的未来展望”重点分析“软传播”思维下妈祖文化形象的多元建构,以及提升妈祖文化传播力的问题及转型策略。

第二部分共有四个章节:

第三章“市场化与妈祖文化传播:宏观经济环境”,以社会的整体经济制度为着眼点,从宏观环境角度讨论了三个问题:消费文化与妈祖文化传播、妈祖文化产业的业态体系、妈祖文化产业的提升路径。

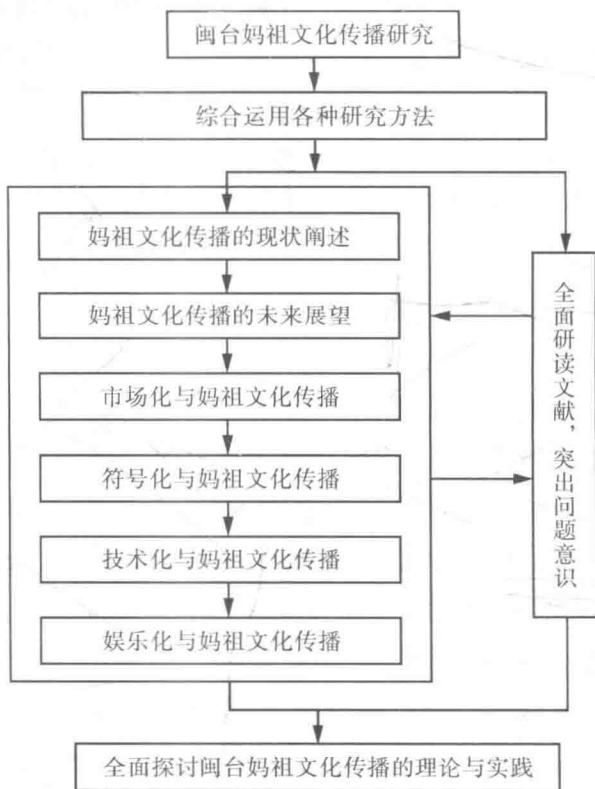
第四章“符号化与妈祖文化传播:传播内容探讨”,从传播内容和文本的角度,分析了实物符号与妈祖文化传播、仪式符号与妈祖



文化传播。

第五章“技术化与妈祖文化传播：传播介质剖析”，从传播介质角度，主要研究了技术化时代的妈祖文化传播图景、大众传媒与妈祖文化传播、新兴媒体与妈祖文化传播。

第六章“娱乐化与妈祖文化传播：传播效果阐释”从传播效果的分析角度，侧重分析娱乐时代下的妈祖文化传播、妈祖文化娱乐式传播的形态要素以及营造媒介奇观中的妈祖文化传播。具体的研究内容及研究的脉络框架如下所示：



搭建舞台：  
现状与未来

第一部分





