

本书包括妈祖文化传播的简史、妈祖文化传播的要素、妈祖文化传播的符号和意义，考察了实物传播、仪式传播、人际传播、组织传播、大众传播、新媒体传播视野下的妈祖文化，分析了妈祖文化的传播渠道和传播特点，包含了两份珍贵的港里村妈祖文化传播、湄洲岛妈祖文化传播的第一手田野调查资料。

传播学视野下的妈祖文化研究



孟建煌 帅志强 编著



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

传播学视野下的妈祖文化研究

孟建煌 帅志强 编著



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

传播学视野下的妈祖文化研究/孟建煌,帅志强编著.—2版.—厦门:厦门大学出版社,2016.12

ISBN 978-7-5615-6398-4

I. ①传… II. ①孟…②帅… III. ①神-文化传播-研究-中国 IV. ①B933

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 323744 号

出版人 蒋东明

责任编辑 高健

封面设计 李夏凌

责任印制 许克华

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

印刷 厦门市万美兴印刷设计有限公司

开本 720mm×1000mm 1/16

印张 14

插页 1

字数 238 千字

版次 2016 年 12 月第 2 版

印次 2016 年 12 月第 1 次印刷

定价 45.00 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

前 言

妈祖文化作为中华民族的传统文化,绵延千年而历久弥新。同时,妈祖文化也是海峡两岸同胞和海外侨胞的一条重要文化纽带。2009年,妈祖信俗作为妈祖文化的重要组成部分,被联合国教科文组织列入“人类非物质文化遗产代表作名录”,成为全人类共同的精神财富,妈祖文化是中华民族文化的瑰宝。

妈祖文化的内容极其丰富,涉及政治、经济、社会、宗教、民俗、建筑、文献、文学艺术、体育、医学、军事、外交、航海、移民等众多领域。目前,妈祖文化研究已经在多领域多学科多视角展开,尤其从宗教学、历史学、人类学、民俗学等学科研究妈祖文化传播现象取得了较丰硕的成果。妈祖文化传播影响极为深远、传播范围尤其广泛、传播方式极为丰富、传播效果非常突出。因此,从传播角度研究妈祖文化,运用传播理论和人类传播规律解读妈祖文化传播现象,将开辟妈祖文化研究的新视野和新天地。

本书从传播角度针对妈祖文化传播进行系统化研究,分析妈祖文化传播的要素,梳理妈祖文化传播的类型,总结妈祖文化传播的规律。全书分为九章,第一章绪论,着重论述妈祖文化传播相关概念、妈祖文化传播的研究现状、妈祖文化传播的研究内容和研究方法、妈祖文化传播的研究意义。第二章运用传播学的要素,围绕妈祖文化传播的主体、内容、渠道、受众等要素进行了全面的分析。第三章结合符号学理论,分析了妈祖文化传播中的符号因素及意义,重点围绕妈祖文化传播中的视觉符号加以分析。第四章至第九章,分别以实物传播视野、仪式观视野、人际传播视野、组织传播视野、大众传播视野、新媒体传播视野分析妈祖文化传播,重点探讨妈祖文化传播过程中所涉及的这些传播类型及其特点,以及研究妈祖文化如何通过运用这些传播活动增强传播效果。

目 录

第一章 绪论	1
第一节 妈祖文化传播的研究概述	2
第二节 妈祖文化传播的研究内容	6
第三节 妈祖文化传播的研究方法	10
第四节 妈祖文化传播的研究意义	12
第二章 妈祖文化传播的要素	15
第一节 妈祖文化传播的主体	15
第二节 妈祖文化传播的内容	20
第三节 妈祖文化传播的渠道	30
第四节 妈祖文化传播的受众	35
第三章 妈祖文化传播的符号和意义	37
第一节 符号与信息传播	37
第二节 妈祖文化传播中的符号载体及意义	47
第三节 视觉符号与妈祖文化传播	51
第四章 实物传播视野下的妈祖文化传播	58
第一节 城市流通卡、证与妈祖文化传播	59
第二节 旅游类实物与妈祖文化传播	63
第三节 邮政类实物与妈祖文化传播	78
第五章 仪式观视野下的妈祖文化传播	102
第一节 仪式传播与妈祖文化传播	102
第二节 两种传播观的概述及其比较	106

第三节	仪式观视域中的港里村妈祖信俗传播·····	109
第六章	人际传播视野下的妈祖文化传播·····	126
第一节	人际传播和妈祖文化传播·····	126
第二节	妈祖文化传播中的人际渠道类型·····	129
第三节	妈祖文化通过人际渠道传播的特点·····	137
第四节	运用人际传播促进妈祖文化传承·····	142
第七章	组织传播视野下的妈祖文化传播·····	148
第一节	组织传播与妈祖文化传播·····	148
第二节	妈祖文化传播中的组织渠道类型·····	149
第三节	妈祖文化通过组织渠道传播的特点·····	159
第八章	大众传播视野下的妈祖文化传播·····	166
第一节	大众传播与妈祖文化传播·····	166
第二节	妈祖文化传播中的大众媒介类型·····	169
第三节	妈祖文化通过大众媒介渠道传播的特点·····	180
第九章	新媒体视野下的妈祖文化传播·····	190
第一节	新媒体与妈祖文化传播·····	190
第二节	妈祖文化传播中的新媒体类型·····	199
第三节	妈祖文化通过新媒体传播的特点·····	201
后记	·····	216

第一章 绪论

传播学创立者施拉姆曾说,我们研究传播时,我们也研究人与人的关系以及与他们所属的集团、组织和社会的关系。美国社会学家库利认为,传播指的是人与人的关系赖以成立和发展的机制。美国学者皮尔士认为传播即观念或意义(精神内容)的传递过程。^①因此,传播作为人类社会的一个过程,作为一种社会现象,在人类社会无时无刻不存在,正是因为传播,人类的文化和思想才得以延续和传承。

《简明不列颠百科全书》指出文化传播是“文化从一个群体到另一个群体散布的过程”。妈祖文化是中华民族文化的瑰宝,妈祖信俗作为妈祖文化的重要组成部分,于2009年被联合国教科文组织列入“人类非物质文化遗产代表作名录”,成为全人类共同的精神财富。妈祖文化的传播现象已经成为众多文化传播现象关注的重点。从时间维度看,妈祖文化传播历经古代、近代、现代,绵延千年而历久弥新。从地域维度看,妈祖文化传播正是由南方群体向北方群体,由国内民众向海外大众传播扩散的过程。妈祖文化已经传播到30多个国家,妈祖信众达2亿多,世界各地妈祖宫庙近万座。妈祖文化传播影响极为深远、传播范围尤其广泛、传播方式极为丰富、传播效果特别突出。因此,从传播角度,对于妈祖文化传播现象进行全面化系统化的研究具有重要的理论和现实意义。

^① 郭庆光:《传播学教程》,中国人民大学出版社1999年版,第3页。

第一节 妈祖文化传播的研究概述

一、妈祖文化传播

“文化”是一个非常广泛而又复杂的概念,至今尚未有统一的说法。据统计,有关“文化”的各种不同的定义至少有 200 种。普遍认为文化是指人类在社会历史实践过程中所创造的物质财富和精神财富的总和。文化遗产包括物质文化遗产和非物质文化遗产。物质文化遗产指不可移动文物,具有历史、艺术和科学价值。非物质文化遗产则是以非物质形态存在的,例如,传统表演艺术、民俗活动、礼仪等。

妈祖,原名林默,又称林默娘,莆田人,传说出生于宋建隆元年(960年),卒于雍熙四年(987年),在世 28 个春秋。历史上妈祖确有其人,多家古籍均有记载。妈祖在中国众神祇中创下诸多之最,如历代官方对其尊称最多,竟达 16 个,民间对其尊称最多,多达 100 多个,历代皇帝赐封最多,达 36 次之多,字数最多,达 64 个字。

根据文化的内涵和外延特征,妈祖文化是以妈祖传说(神话)、宫庙、祭祀等为主要载体,由妈祖信仰为主旨而发生、衍生的各种文化元素交融发展而形成的中国文化中的特色文化。其内容博大精深,涉及社会、政治、宗教、经济、民俗、建筑、文献、文学、艺术、体育、医学、军事、外交、航海史、移民史等众多领域。例如,那些和妈祖相关的壁画、建筑、碑刻、绘画、艺术、祭具等载体均属于妈祖文化的物质文化遗产。此外,妈祖信仰活动、祭奠仪式、朝会、巡游等属于妈祖文化的非物质文化遗产。

文化传播是“人们社会交往活动过程产生于社区、群体及所有人人与人之间共存关系之内的一种文化互动现象。如果作为人的社会活动过程的一个方面而言,文化传播就是社会传播,是人对文化的分配和共享,沟通人与人的共存关系”。^① 文化传播作为一种社会传播现象,它突破种族、地域、时空等限制,

^① 周鸿铎:《文化传播学通论》,中国纺织出版社 2005 年版,第 18 页。

将文化作为一种传播内容,在人与人之间实现传承和扩散。借鉴文化传播的定义,妈祖文化传播主要是以妈祖信仰为主的文化互动现象,是以信众为主要群体的传播过程。妈祖文化传播源远流长,历经 1000 多年,其传播足迹遍及世界 30 多个国家,2 亿多人。据台湾地区相关数据显示,自大陆分香来台后妈祖分灵之多,已超过 2000 宫。可见,妈祖文化传播在台湾范围极其广泛,台湾妈祖文化信众数量尤其之多。

妈祖文化传播追本溯源,先起于妈祖其人其事广为人知,妈祖生前为人为事在百姓心目中塑造了良好的形象。雍熙四年(987年)农历九月初九,妈祖 28 岁时因在海上救人而献出年轻的生命。岛上渔民为了纪念这位美丽、善良、乐于助人的好姑娘,特地在岛上建庙并奉她为海神,希望世代学习妈祖精神多做好事,也希冀妈祖继续保佑百姓航海平安。1123 年,因为保护路允迪出使高丽,朝廷首次将“顺济”庙额赐给妈祖庙。官方组织推动了妈祖精神颂扬。宋元以后,随着闽南海上贸易和渔牧事业的发展,以行船谋生的船工渔夫亦逐渐增多。他们面对反复无常的大海,唯有从祈求神明庇护中得到一些精神安慰,妈祖信仰随之传开,历代皇帝对妈祖的褒封也逐步升级。

从地域来看,妈祖信仰从福建莆田向南到达泉州、漳州及广东的潮汕地区,至北向环渤海地区传播。而妈祖庙通过人口迁移及分灵的方式在妈祖信众区逐渐兴建起来,这些妈祖宫庙的建成年代和具体时间也侧面反映了妈祖信仰向南、至北的传播路径。在这些妈祖宫庙中,影响较大的有湄洲妈祖祖庙、泉州天后宫、长岛庙岛显应宫、天津天后宫,以及蓬莱阁天后宫、烟台天后宫、烟台天后行宫、锦州天后宫、营口天后宫等。^①据明人笔记《琅琊代醉编》记载,洪武初年,“海运风作,漂泊粮米数千石于落祭,万人号泣待死,大叫‘天妃’,则风回舟转,遂济直沽”。这是一则天妃救海难使漕运平安到达直沽的传说,据说天津的名称由此而来。实际上,从中国南端的北部湾到辽东半岛北端的丹东都有历史悠久的妈祖信仰。

妈祖信仰在台湾、香港、澳门的传播都是从中国东南沿海一带传去的。妈祖娘娘一直被台、港、澳渔民和航海者奉为海上保护神,尤其在台湾同胞心目中占据非常重要的地位,影响也最为深刻。1000 多年来,特别是自宋徽宗以

^① 王苾萱:《妈祖文化在环渤海地区的历史传播与地理分布》,中国海洋大学硕士学位论文,2008 年。

后历代帝王对妈祖的信奉,加上宋朝的护国庇民、元朝的漕运保泰、明代郑和与王景弘下西洋及清代施琅平定台湾等,使妈祖信仰在台、港、澳的传播更加广泛。在此三地的传播过程中,妈祖文化在台湾传播影响最广泛。据2012年4月“内政部”各宗教教务概况最新公布的统计数据显示,2011年底,台湾登记的寺庙11968座,道教宫庙9361座,占78.22%。还有3342座教会、教堂和未登记寺庙、神坛。妈祖庙宇名称不一,有天妃宫、天后宫、妈祖庙、天后寺、天后祠、圣母坛、文元堂、朝天宫、镇澜宫、安澜厅、双慈亭、中兴宫厝等。台湾早期分灵妈祖之所以被称为“开台妈祖”,是因为其起源多与闽籍移民开发宝岛紧密关联。自古以来,移居台湾的民众东渡前总要到妈祖庙进香,据台湾相关数据显示,自大陆分香来台后妈祖分灵之多,已超过2000宫。

福建海内外移民区大大小小的寺庙作为中华文化载体,传播着中华文化,维系着闽人移民与故土的联系。^①妈祖文化在海外的传播主要与闽粤迁移、经商、出海等活动有密切关系。众所周知,中国在海外的华侨主要来自闽粤二省,但从发展历程来说,福建人去海外更早,早期海外的华侨,以闽人占绝对优势。在明清两代,福建官府与民间几乎完全控制航海领域。福建人掌握驾船技术,占据了南方航海领域内不可动摇的地位。福建人的妈祖信仰也是航海技术的一部分,当周边水手向福建人学习驾舟之术时,自然地将妈祖文化吸收融入了本乡土文化之中,久而久之,水手们成为妈祖文化的最佳传播者。特别是出国华侨感受之程度尤烈,他们经历着风涛之险、羁旅之苦、境遇之难、前途之忧、思乡之切、怀念之痛、希望之深等,这在客观上激发了华侨的团结奋斗精神和民族自强意识,自觉不自觉地把自己的命运和故国的命运更加紧密地维系在一起。这是妈祖信仰在海外得到广泛传播的深层动因。在这里,妈祖是保护神、万能神,也是祖先和故土的象征,是寄托情思的所在和维系血脉的纽带,更是一种生存和生活的精神支柱。郑和七次下西洋(1405—1433年)前后经历了28年,《明史》记载郑和航海访问国家与地区达37个。但不同古籍记载数目差异较大。现经近人考证为55个国家和地区。郑和下西洋有力地促进了妈祖文化在海外的传播。

由于闽人迁移东南亚诸国与郑和下西洋,妈祖信仰在民间传播进一步扩

^① 胡佳林:《台湾妈祖信仰文化传播的社会整合功能》,http://www.chinamazu.cn/mzdg/wxsj/xslw20130412/9111.html,访问日期:2013年5月15日。

大,再加上这些流寓定居国外的华侨,他们唯一的出洋道路就是渡尽风涛之险,传统之习俗,加上切身体会,必定使他们更加虔诚地信仰妈祖,因而进一步扩大了妈祖信仰在华侨中的影响。

二、妈祖文化传播的研究

妈祖信仰从产生到发展已经历了 1000 多年,最早对妈祖信仰展开研究的是日本学者。早在民国初,日本学者伊能嘉矩就在东京帝国大学《人类学杂志》第 303 卷上发表了题为《台湾汉人信仰之海神》的文章,其中有大半篇幅介绍了妈祖信仰,从而开创了现代意义上的妈祖研究。中国学者从 20 世纪 20 年代末开始注意到妈祖研究的价值。1929 年,顾颉刚和容肇祖同时在中山大学《民俗》第 41、42 期合刊上发表了题为《天后》的文章。同年,《民俗》还先后发表了周振鹤的《天后》和容肇祖的《跋天后》。后来,许多学者大多围绕天妃、天后进行考证研究。20 世纪 50—80 年代,因种种社会因素,大陆学者撰写的妈祖学术论文很少,倒是台湾于此期间有关妈祖的研究论文不断问世。

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。20 世纪 80 年代,开始出现围绕妈祖信仰传播角度的文章,厦门大学教授朱天顺先生的代表作《妈祖研究论文集》,收集的很多文章都体现了这个方面。通过中国知网,以“妈祖信仰传播”作为关键词查询,总计有 17 篇相关的文献,大多围绕妈祖信仰传播的历程、条件、范围、影响等方面进行研究,如《妈祖信仰的起源及其在宋代的传播》《清代以后妈祖信仰传播的主要历史条件》和《元明时期促进妈祖信仰传播的主要社会因素》等。部分文献围绕妈祖文化传播的影响进行研究,特别是妈祖文化对于福建沿海、台湾海峡民众、海外侨胞以及其他东南亚人们的人生观和价值观产生的深远影响。总体来看,这些妈祖文化研究著作大多集中在文献资料、史料考证、宗教仪式及两岸关系方面的研究和探讨,学者们分别从宗教学、历史学、旅游学、人类学、民俗学等视角对这一全球华人共同的信仰文化做出各自学科的解读。

近年来,部分学者开始从妈祖文化传播的角度来研究妈祖文化,大多围绕传播涉及的要素与妈祖文化和媒介之间的关系进行研究。其中,《大众传媒视角下的妈祖文化传播》一文提到,要根据大众媒体的多种传播方式的新特点对

妈祖文化加以宣传,探讨提高妈祖文化影响力的传播途径和焦点,推动妈祖精神发扬光大,同时带动妈祖发祥地莆田的经济发展。《打造世界妈祖文化品牌的传播策略》一文提到,为了让妈祖文化品牌走向世界,进一步增强妈祖文化品牌传播的效果,应该统一标识系统、积极开展公关活动、注重营造品牌关系、采取整合营销传播策略。硕士论文《媒介图景中的妈祖文化》选取妈祖文化作为民间文化在现代媒介图景中传播的典型范例,详细分析妈祖民俗文化符号在文化认同中形成的意义,并指出在现代媒介图景中,媒介对于文化的传播是一柄双刃剑。通过对妈祖文化的传播学分析,以期媒介更理性地发挥其文化传承、文化认同功能,以及其他民间文化在媒介图景中的健康传播提供一些参照。还有《妈祖文化传播主体流变述评》《妈祖文化在新媒体传播中的内容形态转型策略》等文章结合传媒主体、媒介与妈祖文化传播的关系进行研究。

总体来说,从传播学对妈祖文化进行研究,目前还是起步阶段,比较缺少前人研究成果。从传播角度研究妈祖文化,必须立足运用传播理论知识和人类传播规律总结阐述妈祖文化传播现象。

第二节 妈祖文化传播的研究内容

传播学是研究社会信息系统及其运行规律的科学。传播学的学科性质属于社会科学和应用科学。作为社会科学,传播学始终研究人以及人在社会信息系统中的主体活动。作为应用科学,传播学研究应该为发现和解决社会传播实践中的问题提供较为合理的方法。^①传播学研究的目的是促进社会信息系统良性运行。因此,传播学研究的焦点内容分别是传播主体、传播内容、传播媒介、传播受众、传播制度。妈祖文化传播的研究内容可以从传播学学科研究取向寻找路径。传播学奠基人之一拉斯韦尔采用“5W”模式概括了传播的基本过程,任何信息的传播都符合这个过程。妈祖文化传播同样遵循这个传播法则,关于妈祖文化传播研究的内容可以依据这个过程由表及里展开,主要涉及如下几个方面。

^① 郭庆光:《传播学教程》,中国人民大学出版社1999年版,第11~12页。

一、妈祖文化传播者研究

传播者指主动发出信息的人和机构。在传播要素分析中,传播者又称信源,可以是个人,也可以是群体或组织。根据施拉姆—奥斯古德传播模式,传播者又称为编码者,受传者又称为译码者,传播者和受传者角色是互换的。对于传播者的研究,就是将传播者看作是位于传播起点的个人、组织、社会的混合物,而后依据由小到大的分析层次加以观照、思考。

妈祖文化传播者的研究主要围绕作为传播主体是哪些类型的人和哪些机构。妈祖文化传播可以分为有意识传播阶段和无意识传播阶段,每个阶段所承担的传播主体有异。在无意识传播阶段,海员、移民等是重要的传播者,普通民众以讲故事的形式,将妈祖形象传承给了下一代,普通民众是主要的传播者。在妈祖文化推广阶段,传播主体发生了新的变化,相关机构传播妈祖文化也具有类似特点。对于妈祖文化传播者的研究,着重从传播主体的特征、动机、观念等出发,研究他们的人口统计学属性,重点把握妈祖文化能够在海峡两岸世代相传,必然存在传播学中所提及的共同语义空间,通俗地说就是共同基础,因此有必要研究妈祖信仰者的地域特征、心理、价值观念等方面存在的共同因素。

二、妈祖文化传播的媒介研究

传播媒介主要指人类传播活动中运载和传递讯息的物体,是连接传受双方的中介物。包括传播信息过程中的载体、渠道、中介物、工具和技术手段。传媒媒介还可以指从事信息的采集、选择、加工、制作和传输的组织或机构,如媒介组织、媒介机构。传播媒介作为传播过程的重要因素,它连接着传播者和受传者,影响了传播的范围和速度,是信息传播必不可少的。传媒媒介研究主要分析这些媒介的传播属性,涉及传播范围、传播速度、传播影响的感觉器官、传播保存性及其他附加功能。此外,传媒媒介对于社会和人们的影响也是传媒媒介研究的重要内容。

妈祖文化作为一种信仰扩散行为,其世代相传离不开传播媒介。妈祖文化传播过程中,实物媒介作为妈祖文化传播的“烙印物”,能够在时空变迁过程中再现这些精神。妈祖文化传播借助宫庙、赐匾、题匾、雕像等实物,为妈祖文

文化传播打下了烙印,成为妈祖文化传播的记录者。人自身作为媒介在妈祖文化传播中起了关键作用,它扮演了接力手的角色,将妈祖精神、妈祖故事、妈祖仪式代代相传。在妈祖文化的传播中,有着多种不同角色的人群,从一代帝王将相到平民百姓,从艺人、文人到商人,此外,不论是移居海外的移民还是漂泊不定的海员,都在妈祖文化的传播中扮演着重要的角色。在妈祖文化的传播中,各类不同的人群以其特有的方式传播妈祖文化。在大众传播阶段,印刷媒介、电子媒介、网络媒介对于妈祖文化的传播起到了巨大的推动作用,这些媒介凭借复制性、渗透性、权威性等优势必将引起妈祖文化传播的扩散性和全球性。随着传播技术的变迁,新媒体将以数字化、互动式、参与式等方式传播妈祖文化,能够加剧妈祖文化传播的速度和范围,进一步增强妈祖文化传播效果。

研究妈祖文化传媒介的媒介,主要分清妈祖文化传播的几大类型媒介,结合这些媒介的特点,分析这些媒介在传播妈祖文化过程中所起的作用。运用麦克卢汉的媒介即讯息、媒介即人体的延伸、冷热媒介等重要理论,分析这些媒介对于妈祖文化传播产生的影响,对于妈祖文化传播群体的感官和心理产生的影响。

三、妈祖文化传播的符号研究

从符号角度看传播,传播离不开符号,符号是意义的表达形式,符号和意义合二为一。文化传播是由无数的符号构成的,符号成为文化展示自身的载体,文化的创造和传承都是以符号为媒介的。符号学创始人皮尔士对符号所做定义——符号是能够被用来在某方面代表其他的任何事物——中对符号涉及的范围给予了界定,就是说,凡是人类社会中存在的一切有意义的事物都可以是符号;人与人之间传播或者是文化传播的目的是进行意义的交流,意义内容是无形的,传播的过程只有借助于具体可感的物质形式,借助于符号,它们所传达的意义才可能为受众所理解,因此,人与人之间的传播活动首先表现为符号化和符号解读过程。^① 语言学家索绪尔对于符号的结构进行专门研究,指出符号由能指和所指两部分组成,能指是指符号的形式本身,能被人感知的

^① 郭庆光:《传播学教程》,中国人民大学出版社1999年版,第46页。

部分。所指是指符号所代表的意义。在传播学中,符号分为语言符号和非语言符号,研究妈祖文化传播的符号着重关注非语言符号系统,如仪式、习惯、服装、饮食和消费方式等构成文化体系的各种表征。传播符号的研究主要运用符号学分析方法和理论,探讨符号象征性互动意义,研究符号对于传播的作用和影响。

根据符号学能指和所指内容,深入围绕妈祖文化传播的非语言符号,研究其能指的表现方式和类型,通过这些形式探析其深层的含义,利用符号学的知识分析妈祖文化传播将推动人们进入研究的新视角,特别是运用符号学理论,要把握分析妈祖文化传播中的象征符号含义。妈祖文化传播符号研究可以从妈祖文化传播涉及的仪式、文字、书画、雕像、服饰等传播符号入手,并且阐述这些符号在妈祖文化传播过程中所传递的深层含义。尤其这些符号对于当今妈祖文化精神的阐述起了怎样的作用。

四、妈祖文化传播的效果研究

根据拉斯韦尔概括的传播三大功能,文化传承是传播的基本功能。文化依赖传播活动延续和发展,文化传播反作用于社会和民众。主要可以从妈祖文化对于信众生活观和社会价值观念的影响进行研究,这类研究涉及传播效果的三个层面,包括认知、态度、行为层面。同时,效果也可以按时间概念,分为短期效果和远期效果。因此,妈祖文化传播的效果研究可以应用心理学、传播学、社会学为主要学科背景,围绕信众在认知世界、理解世界、解读世界等方面受到妈祖文化的影响,尤其在行为层面上妈祖文化如何影响受众改造世界等方面进行。

随着社会的变迁和妈祖信仰文化多元化的传播,其社会功能也在不断地演进,新时期的妈祖信仰文化突显出新的社会整合功能。本书从妈祖文化作为维系海外华人华侨的桥梁和纽带、妈祖文化传播过程中对华人群体圈的构建所起的作用,研究妈祖文化传播与当地政治、经济、文化等方面的影响,特别是妈祖文化对于海峡两岸关系的重要作用,并进一步考察妈祖文化传播的效果以及受到哪些因素影响。

五、妈祖文化传播的类型研究

根据信息传播的范围,通常将人类传播的类型分为人内传播、人际传播、群体传播、组织传播、大众传播等。针对妈祖文化传播的特点,可以划分人际传播视角下的妈祖文化传播、组织传播视角下的妈祖文化传播、大众传播视角下的妈祖文化传播、实物传播视角下的妈祖文化传播、新媒体环境下的妈祖文化传播等,本领域的研究着重总结各类型传播的特点、在实际传播过程中的表现、有哪些具体的类别、传播发展的趋势等。

第三节 妈祖文化传播的研究方法

研究方法作为人类认识世界的手段,是对人类思维方式的一种系统化的完善过程。这个过程不仅仅是对研究者的一种训练,更重要的是人类认识自身的一种方式。研究方法是解释理论世界和经验世界的途径和路数。借助研究方法进行研究,可以对抽象事物和现象进行观察、总结,获得相应的结论。

传播研究是对传播现象和传播事实做出解释和阐述的理论性的科学探索,以帮助人们对传播规律和传播学知识加以了解和认识,是一个客观的、系统的、经验的、具有累积性的过程。^① 依据研究的深度和对传播现象的提示程度,研究可以是描述性研究也可以是分析性研究。描述性研究试图勾勒出某个传播现象的现状或对调查对象的态度。分析性研究主要是分析原因为主的一种方法。

一、民族志传播学研究妈祖文化

根据民族学理论,民族志即民族学家对被研究的民族、部落、区域的人之生活(或文化)的描述与解释,英文对应词是“ethnography”,词源出自希腊文

^① 黄晓钟、杨效宏、冯钢主编:《传播学关键术语释读》,四川大学出版社2005年版,第205页。

ethnos(民族)和 graphein(记述)。早在 20 世纪 60 年代,“民族志传播学”的概念就已经被提出,著名学者德尔·海默思(Dell Hymes)被认为是民族志传播学的奠基人。民族志传播学成为传播学的一个新分支,并为传播研究的理论和方法都做出了重大贡献。“简言之,民族志传播包含了两大特征,首先,它让我们注意到需要新鲜的第一手资料,需要直接考察语言在情境背景中的使用,以揭示适合于语言活动的模式,这些模式在单独的对语法、对人格、对宗教、对亲属关系及其他类似物的研究中是无法被揭示的;其次,它必须把一个社区(community)作为语境(context),把传播习惯作为一个整体来进行考察,这样,任何特定的传播渠道及符码(code)的使用都是作为社区成员所依赖的共享资源的一部分而发挥作用的。”^①

运用民族志传播学研究妈祖文化要求研究者深入妈祖宫庙和妈祖信众的生活,并且忘记自己作为研究者身份,真正融入研究对象。例如深入湄洲岛、港里村及其他各地广泛地了解信众生活状态和妈祖仪式活动,通过实地观察、深度访谈、聊天等方式记录所观察的内容。运用民族志传播学研究妈祖文化主要是通过一系列与主题相关的问题来回应妈祖文化传播的机制和规律等问题。

二、定量方法研究妈祖文化传播

传播学意义上的研究方法,总体而言可以分为定量研究和定性研究。定量研究是指确定事物某方面量的规定性的科学研究,就是将问题与现象用数量来表示进而去分析、考验、解释从而获得意义的研究方法和过程。定量研究是一种对事物可以量化的部分进行测量和分析,以检验研究自己关于该事物的某些理论假设的研究方法。量化研究代表性的方法有问卷调查、内容分析、实验法等。从操作程序层面来看,定量研究有一套完备的操作技术,包括抽样方法(如随机抽样、分层抽样、系统抽样、整群抽样),资料收集方法(如问卷方法、实验法),数字统计方法(如描述性统计、推断性统计)等。由于妈祖文化传播主要是以信仰传播现象,运用传播学研究方法对此类文化现象分析,应该选

^① 蔡骥、常燕荣:《文化与传播——论民族志传播学的理论与方法》,《新闻与传播研究》2002年第2期。