



“天外”求索文库

【比较文学研究学术丛书】  
丛书主编 张晓希

# 经典的传播

## —— 关羽形象传播研究



Transmission of the Classics  
Studies on Guan Yu's Image Transmission

荆学义◎著



中央编译出版社  
Central Compilation & Translation Press



【比较文学研究学术丛书】

丛书主编 张晓希



# 经典的传播

——  
关羽形象传播研究

Transmission of the Classics  
Studies on Guan Yu's Image Transmission

荆学义 © 著



中央编译出版社  
Central Compilation & Translation Press

## 图书在版编目(CIP)数据

经典的传播: 关羽形象传播研究 / 荆学义著.

—北京: 中央编译出版社, 2014. 4

(比较文学研究学术丛书. 第1辑)

ISBN 978-7-5117-2107-5

I. ①经…

II. ①荆…

III. ①民间故事-人物形象-文学研究-中国

IV. ①I207.73

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第064571号

## 经典的传播: 关羽形象传播研究

---

出版人: 刘明清

责任编辑: 邓 彤

责任印制: 尹 珺

出版发行: 中央编译出版社

地 址: 北京西城区车公庄大街乙5号鸿儒大厦B座(100044)

电 话: (010)52612345(总编室) (010)52612339(编辑室)

(010)52612316(发行部) (010)52612315(网络销售)

(010)52612346(馆配部) (010)66509618(读者服务部)

传 真: (010)66515838

经 销: 全国新华书店

印 刷: 北京京华虎彩印刷有限公司

开 本: 787毫米×1092毫米 1/16

字 数: 411千字

印 张: 26.75

版 次: 2014年4月第1版第1次印刷

定 价: 85.00元



---

网 址: [www.cctphome.com](http://www.cctphome.com)

邮 箱: [cctp@cctphome.com](mailto:cctp@cctphome.com)

新浪微博: @中央编译出版社

微 信: 中央编译出版社(ID: cctphome)

---

本社常年法律顾问: 北京市吴栾赵阎律师事务所律师 闫军 梁勤

凡有印装质量问题, 本社负责调换, 电话: (010)66509618



“求索”文库·天外50周年校庆系列

## 天外“求索”文库编委会

主任：修刚

副主任：王铭玉

编委：余江 刘宏伟

# 序

陈 洪

近些年来，中国小说史的研究者逐渐把视野延伸到作品的传播过程，从传播接受、意义播撒的角度更全面地认识研究的对象，既丰富了小说史的内容，也对更广义的文化研究提供了新的材料与新的思路。学义的研究也是循此路数展开的，而又具有自己的特色。本书在对《三国演义》之传播，暨关羽形象之传播的研究过程中，特别着重于把不同受众的接受角度、接受程度加以区别，揭示其各自不同的阅读期待。而这恰是《三国演义》这部作品的特色——士人文化与俗众文化的结合物——所致。

学义的研究方向本偏向于近代文学，后从我游，学术兴趣遂向上延伸而至明清，于《三国演义》用力尤勤。其时，他教学任务、行政工作均有较重负担，而治学又绝不肯草草，因而从选题到搜集材料便多费时日。而当撰写近半时，又发现了学界有些研究与己撞车，便毅然放弃一部分已作的工作，把重点放到改为关羽形象的传播方面。重新构思，抉剔文献，付出了加倍的劳动，终于有了这来之不易的成果。

现代意义上的关羽研究，肇始于二十世纪初期，至今百年有余，成果累累。尤其是80年代中后期以来，关羽研究的视野议题逐渐拓展，政治角度、民俗角度、宗教角度、艺术角度、伦理角度，等等，几乎涉及到了人文、社会研究的各个领域。但专题性的系统的传播角度研究相对而言尚有不足。

本书上篇以小说、戏剧、传说、史传中的有关材料为对象，来考察关羽形象的传播与接受，在传播者的阶层结构、地域分布、话语特点及解读语境等方面皆有独到的研究。下篇则偏重于理论的阐发与讨论，在

总结关羽形象传播与接受特点的基础上，提出了若干古代文化传播的模式。这样就突破了关羽形象流传过程及关羽庙宇沿革梳理的浅层描述性研究套路，给关羽形象传播研究以更多更深的意义。

中国文化传统的研究，可以有多种角度、多个层面。大略而言，较为纯粹的思想观念研究，与相对偏于物质方面的研究，界域清晰，容易形成学科意义的研究方向，如庄子研究、论语研究、实学研究之类，如白酒文化、少林武术之类。而交叉性的、专题性的研究，往往因其学科界域的模糊，增加了研究的难度，以及被学界关注、认可的程度。如关羽文化现象研究、龙文化研究之类。但此类研究却因其综合性而更能表现出民族文化的实在样貌，甚至往往关乎到民族文化深层的“基因图谱”，所以应该得到更多的关注与支持。

关羽形象的传播研究，可以说尚属于起步阶段。日前与学义就此切磋讨论，以为至少在以下方面还有明显的开掘空间：如关羽“武圣”的地位是取吕望而代之的，这期间的政治、社会背景变化，以及庙堂与民间的互动，还有这一过程在文学领域的折光，都有一些有趣的话题可以继续探讨；又如中晚明的士人别集中颇多关羽题材的作品，在偏激如李卓吾、多面如钱谦益、耿介如、赵南星等人的“颂关”之作中，何处为同，何处为异，异同之间的原因何在，也都是可深入考察的空间。相信学义这本书只是在这个领域迈出的第一步——当然是矫健的一步，我们有理由相信他的第二步、第三步是更坚实的，是加速度的。

于秋雨绵绵的南开园

# 目 录

导 论 .....	1
一、传播学关键概念阐释 .....	2
二、传播语境与楷模选择 .....	6
三、古代文化与传播系统 .....	8
四、关羽形象传播的轨迹 .....	15
第一章 关羽形象与历史传播系统 .....	18
第一节 关羽形象的传播历程 .....	18
一、关羽叙述的传播频率 .....	19
二、历史文本的内涵特征 .....	21
三、历史选择与伦理楷模 .....	25
第二节 叙述群体的选择态度 .....	34
一、关羽形象与初始口传群体 .....	36
二、历史文本与初始传播主体 .....	46
三、历代正史传记与传播主体 .....	49
第三节 受众群体的解读倾向 .....	52
一、接受渠道与受众结构 .....	52
二、魏晋唐宋的接受倾向 .....	58
三、元明清的接受倾向 .....	66
第二章 关羽形象与文学传播系统 .....	74
第一节 关羽形象的传播历程 .....	74

一、戏剧形态关羽形象传播 .....	75
二、讲唱形态关羽形象传播 .....	81
三、小说形态关羽形象传播 .....	87
第二节 传播群体与把关理念 .....	93
一、文学传播群体的特征 .....	93
二、关羽形象传播群体概说 .....	96
三、传播群体的把关倾向 .....	102
第三节 接受群体与传播效果 .....	114
一、接受群体的期待 .....	115
二、接受群体的效果 .....	119
<b>第三章 关羽形象与民间传说系统 .....</b>	<b>126</b>
第一节 关羽传说的传播历程 .....	127
一、风物形态关羽传播 .....	128
二、鬼神形态关羽形象 .....	130
三、道德佑神关羽形象 .....	134
四、全能帝神关羽形象 .....	142
第二节 传播群体与选择倾向 .....	149
一、文人群体选择倾向 .....	150
二、宗教群体选择倾向 .....	155
三、僧侣道士选择倾向 .....	163
第三节 接受群体与解读倾向 .....	171
一、接受群体的地域特征 .....	172
二、接受群体的阶层结构 .....	180
三、接受群体的解读倾向 .....	184
<b>第四章 关羽形象与跨文化传播系统 .....</b>	<b>193</b>
第一节 关羽形象的跨文化传播历程 .....	193
一、文学形态的关羽形象传播 .....	195
二、信仰形态的关羽形象传播 .....	200
第二节 海外传播群体选择倾向 .....	205



一、华裔传播群体的解读 .....	205
二、海外传播群体的分类 .....	208
三、跨文化传播的语境 .....	211
<b>第三节 接受群体与解读倾向</b> .....	213
一、追述失落的民族神话 .....	214
二、探寻东方的符号密码 .....	218
<b>第五章 关羽形象与传统文化传承</b> .....	221
<b>第一节 关羽与《左氏春秋》的传承</b> .....	221
一、小说文本的表现特征 .....	222
二、关羽与《左氏春秋》的民间渊源 .....	230
三、关羽与《左氏春秋》的历史渊源 .....	237
四、解释团体的解读倾向 .....	245
<b>第二节 关羽形象与义士文化传承</b> .....	252
一、关羽形象的义士特征 .....	255
二、关羽义士形象的渊源 .....	260
三、义士特征与三国语境 .....	262
四、春秋战国义士的传统 .....	267
<b>第六章 关羽形象与江湖文化选择</b> .....	272
<b>第一节 关羽形象与游侠文化</b> .....	274
一、刺客游侠概念的阐释 .....	275
二、关羽形象的游侠色彩 .....	279
三、游侠特征的渊源考察 .....	283
四、关羽与三国游侠语境 .....	289
<b>第二节 关羽形象与帮会文化</b> .....	293
一、超越血缘的桃园结义 .....	294
二、关羽形象与江湖帮会 .....	297
三、绿林帮会受众的接受 .....	302

<b>第七章 关羽形象与传播回避理念</b> .....	311
<b>第一节 关羽斩貂蝉与回避理念</b> .....	311
一、《三国志演义》中的关羽与貂蝉 .....	312
二、文人民间两种文本倾向的比较 .....	319
三、文人士子解读关羽斩貂蝉的态度 .....	340
<b>第二节 历史渊源与文人解读</b> .....	345
一、史传文本的真伪考察 .....	345
二、接受群体的至善解读 .....	356
<b>第八章 关羽性格缺陷与传播修复理念</b> .....	363
<b>第一节 关羽形象缺陷的表现与修复</b> .....	365
一、关羽性格缺陷的历史渊源 .....	366
二、关羽形象的性格缺陷特点 .....	369
三、文人士子的接受与修复 .....	379
<b>第二节 关羽“未尽孝”与伦理文化的宽容</b> .....	385
一、传统文化语境中的孝道 .....	386
二、关羽未尽孝的初始形态 .....	388
三、文人士子的解读与修复 .....	396
<b>参考文献</b> .....	408
<b>后 记</b> .....	417

## 导 论

在中国历史上，贤相林立，战将如云，神、圣不计其数，唯蜀国武将关羽享食千年，独步天下，且远播海外，令人困惑而不得其解。

如从传播视野考察，关羽形象之所以独具魅力，与无数传者、受众以及各类媒介的传播千丝万缕。可以说，是传播群体选择和重塑了关羽形象，是接受群体重新诠释和解读了关羽人格，是层出不穷媒介的传播，才使关羽形象获得难以企及的光环和显赫的地位。

确如清关庙楹联赞叹的“儒称圣，释称佛，道称天尊，三教尽皈依，式詹庙貌长新，无人不肃然起敬；汉封侯，宋封王，明封大帝，历朝加尊号，矧是神功卓著，真所谓荡乎难名”<sup>①</sup>。关羽形象在中国文化、中国文学传播、中国信仰传播历程中是难以替代的，也是解释传统文化传播，古代文学传播，信仰传播不可多得的经典案例，甚至可以说是传播才把关羽推向神圣。

就传播群体而言，上自宰相翰林、中间文人士子、下至贩夫走卒、乃至江湖绿林，甚至包括皇帝贵妃都是关羽形象的传播者。社会各个阶层无不厕身于关羽形象和故事的传播之中，如此广泛而强势的传播群体，亘古未有。

就传播区域而言，涵盖九州之域，都市城镇、穷乡僻壤、边陲山寨、佛寺道观、勾栏瓦舍，甚或皇宫殿堂，无不在其范围，古代文学形象无出其右。

就接受群体而言，囊括全体社会成员，百官名臣、文人骚客、士农

---

<sup>①</sup> 胡小伟：《三教圆融与关羽崇拜》，见卢晓衡《关羽、关公和关圣——中国历史文化中的关羽学术研讨会论文集》，北京：社会科学文献出版社，2002年1月版，第385页。

工商、佛僧道士、妇孺稚童，无不在其受众之列。接受群体无不依据自己的价值取向和审美兴趣解读关羽形象，融入自己阶层的理解，进而达到崇拜和愉悦。

同时，受众的解读使关羽形象内涵不断增值，尤其是“解释团体”<sup>①</sup>的解读，往往成为关羽形象重塑的导向。关羽之所以成为社会各个阶层的楷模和顶礼膜拜的偶像，与此密切相关。

就传播媒介和渠道而言，关羽传播所涉及的媒介和渠道也是历代战将不可比拟：口语传播、书籍传播、书画传播、陶瓷传播、戏曲说唱传播、讲经传说传播、稗官小说等多种传播媒介，而《三国志演义》则是最为经典的传播载体。

就传播系统而言，涉及官方传播系统、文人传播系统、民间传播系统以及边缘化的绿林传播系统等，涵盖系统之多，在古代文化传播系统中也是凤毛麟角。尤为值得关注的是多系统形成统一的立体传播，并构成合力推动关羽形象的传播。

就其传播功能而言，关羽形象和故事的传播起到了移情娱乐、伦理教化、协调人际以及传承数千年文化的作用，成为稳定传统社会和凝聚海外游子的文化符号。当我们看到千百年来举国上下，全民狂热崇拜的景象，看到一个有数千年文明的民族被理想的化身激荡着的时候，我们确信这是事实，这实在是世界传播史上一大奇迹，也是传播的经典。

## 一、传播学关键概念阐释

关羽形象传播与接受的研究，涉及若干关键概念，简述如下：

传播，从传者将内容经媒介传到受者并产生效果，构成了完整的信息传播系统。其中最基本的传播要素，即文本创作者、文本、媒介、受

---

<sup>①</sup> 解释团体：一般情况下是指有系统知识和鉴赏能力的阅读群体，他们的解读不仅具有一般散众不具备的解读修养，而且也具备一般阅读群体所没有的权威公信度和约束力。也可以认为：在一个时期，有一批具有影响力的人物，对于现象或文本的说明和解读，甚至具有独创性的阐释，他们的观点在社会中往往产生广泛的影响，从而左右接受群体，且形成主流意见或舆论。在古代中国士大夫文人往往充当这种角色。这与传播学二级传播理论中的意见领袖相似，即人群中具有影响力且消息灵通的人士，他们的话语对周围群体有一定的影响力。

众与效果以及反馈。

在传播史上最早描述这一传播系统的是美国传播学者拉斯韦尔。他在《社会传播的结构与功能》中首次提出了影响深远的5W模式，并详细分析了传播系统结构各要素的特点。他认为：“对传播过程的研究，一般集中于其中的一个问题。研究‘谁’的学者，探讨的是激发和引导传播行为的诸因素，我们称这一研究分支为‘控制分析’；集中研究‘说什么’的专家则进行‘内容分析’；主要研究广播、报刊、电影及其他传播渠道，是从事‘媒介分析’；如果主要研究的是大众媒介传播的对象，我们称之为‘受众分析’；如果研究的是对受众的影响，那么就是‘效果分析，’”这是欧美最早的传播系统的理论或模式。

拉斯韦尔的5W模式将复杂的传播系统简约为传者、内容、媒介、受者、效果诸要素，是长期以来传播学“各种知识线索的整合者，”<sup>①</sup>它对于研究传播系统和传播过程提供了最早的理论权威框架。

拉斯韦尔模式虽为传播系统结构研究奠定了框架基础，但该模式由于存在直线性和孤立性的缺陷，忽略了信息的反馈。未能准确地反映传播过程的实际状况，使传播研究呈现出静态和一维的特点，这对于探索具有历史传承性的关羽形象而言，其缺陷尤为显著。所以为了准确反映传播系统各要素之间的关系，在5W模式基础上，又参考了以德福勒模式和奥斯古德-施拉姆模式为代表的双向反馈等数种模式。<sup>②</sup>欧美传播理论模式有上百种之多，但完全适合中国的并不多，而完全适合古代中国又少之又少。

关羽形象在漫长传播历程中，每次获得新的内涵都是循环螺旋上升的表现，不断循环往复，不断螺旋上升，不断设置为历朝历代社会传播的重大议程，这是关羽形象传播的显著特点。

关羽形象传播并不在一个封闭的系统内部进行，也不仅仅依赖传者、内容、渠道、受者、效果诸结构要素所决定。而是受到社会环境和文化语境的影响和制约。既受到绵延不绝的文化传统的制约，又受到时代环

---

① [美] 罗杰斯著，殷晓荣译：《传播学史——一种传记式的方法》，上海译文出版社，2002年版，第242页。

② [英] 丹尼斯·麦奎尔、[瑞典] 斯文·温德尔著，祝建华、武伟译：《大众传播模式论》，上海译文出版社，1987年版，第16—50页。

境的影响。每个朝代在传播和接受关羽形象过程中，都有大量的解释团体注入时代的内涵，产生新的解读。

除上述大环境之外，关羽形象传播也受到区域文化语境的影响，如关羽长期镇守湖北荆州，而荆州之地祀淫，故有延关羽为伽蓝神之滥觞；关羽出生于山西河东解州，故有解州池盐关羽大战蚩尤之举，从而成就了关羽的“崇宁真君”封号，关羽形象的传播是从上述核心地域向周边辐射而遍及全国的。地缘文化对关羽数千年传播历程影响深远，所以仅有传播的循环理论难以解读关羽形象传播的历史形态。因此在本文框架设计中参考了多种社会系统模式。<sup>①</sup> 这样可使原来处于封闭的传播系统获得了社会宏观语境的支撑，同时关羽传播也就运行在一个循环不已，又融入全社会体系之中，这样就更能确切地阐释关羽形象的传播状况。

受众与效果理论是传播学和接受美学的核心。接受群体不仅关系着作品意义的产生和意义的历史位置，而且关系着文化传统的走向。接受美学中读者决定作品意义的理论，与传播学中受众与效果分析学说如出一辙。所以接受美学中作品和读者关系，同样也是传播理论长期关注的问题。显然，传播目的就在于接受，所以效果研究长期以来一直是传播学研究的重心。

荷兰著名的传播学家麦奎尔·丹尼斯在谈到作品意义与受众时强调：“受众按照自己的理解对媒体文本进行‘解读’，并从中建构意义获取愉悦”。<sup>②</sup> 但受众的解读并不是随意的理解，而是受到诸多因素的影响和制约，其中“解释团体”就是不可忽视的因素。

解释团体一般情况下是指有系统知识和鉴赏能力的阅读群体，他们的解读不仅具有一般散众不具备的解读修养，而且也具备一般阅读群体所没有的权威公信度和约束力。而“不同媒介内容的受众通常由不同的‘解释团体’构成，‘解释团体’中的成员大体分享相同的话语形式和理

---

<sup>①</sup> 参阅邵培仁：《传播学导论》，浙江大学出版社，1997年。[英]丹尼斯·麦奎尔、[瑞典]斯文·温德尔著，祝建华、武伟译：《大众传播模式论》，上海译文出版社，1987年版，第16—50页。

<sup>②</sup> [荷兰]麦奎尔·丹尼斯著，刘燕南等译：《受众分析》，中国人民大学出版社，2006年版，第28页。

解媒介意义的框架”。<sup>①</sup>这种制约导致了对于事物解读的一致性和稳定性以及漫长的延续性。

这种稳定性逐渐聚焦为传播的核心观点，随着时代的积累又形成传承的链条，一代代延续下去，形成一道文化风景。德国美学家耀斯解释道：“其中明显的历史蕴涵是：第一个读者的理解将在一代又一代地接受之链上被充实和丰富，一部作品的历史意义就是在这过程中得以确定。”<sup>②</sup>关羽形象传播从三国到清末因为解释团体的解读，具有了稳定的倾向，且构成完整的关羽形象的链条。关羽形象中的忠义勇倾向，从魏晋开始一直延续到罗贯中重塑的关羽形象，并延续到今天，无疑在昭示着这样的链条是多么的稳定和绵延不绝。

依据传播理论，社会各阶层都有自己的解释团体，如关羽的忠臣是由士大夫文人解释团体解读倾向所给予，而桃园结义多由江湖绿林帮会解释团体的解读倾向所致。但是各个解释团体之间又有共同的解释，即协商互动，赋予文本以全社会共同认可的意义，这样就形成了文本和形象的“谈判版”形态。<sup>③</sup>

可以说罗贯中创作《三国志演义》就是民间解释团体和文人解释团体经过互动协商后，导致的一种谈判版本，同样，关羽形象也是具有谈判版的性质。所以“由这一解读过程赋予文本的意义，就是文本同社会化所建构的读者互相‘协商’的结果”。<sup>④</sup>这种协商过程往往产生出一个新的版本，就是传播学中的“谈判版”。不仅关羽，实际上古代大量的获得全社会认可或崇拜的人物形象，都是经过谈判协商的结果。

---

① [美] 约翰·费斯克等编，李彬译：《关键概念——传播与文化研究辞典（第二版）》，新华出版社，2004年版，第182页。

② [德] H.R·耀斯：《走向接受美学》，见德国H.R·耀斯、美国R.C·霍拉勃著，周宁、金元浦译：《接受美学与接受理论》，辽宁人民出版社，1987年版，第25页。

③ 指不同解释团体之间，虽然有只属于自己的意见，但同时必须经过谈判，相互融合而成的共同的解释，即协商互动，赋予文本以全社会共同认可的意义，这样就形成了文本和形象的“谈判版”。

④ [美] 约翰·费斯克等编，李彬译：《关键概念——传播与文化研究辞典（第二版）》，新华出版社，2004年版，第182页。

## 二、传播语境与楷模选择

关羽形象之所以独具魅力，与传播语境息息相关。这种语境是随着汉代以降“独尊儒家”开始其历程的。董仲舒的《对策》是奠定古代文化传播语境的重要文献，其中《第三策》曰：

《春秋》大一统者，天地之常经，古今之通谊也。今师异道，人异论，百家殊方，指意不同。是以，上亡以持一统，法制数变，下不知所守。臣愚以为：诸不在六艺之科，孔子之术者，皆绝其道，勿使并进。邪辟之说灭息，然后统纪可一，而法度可明，民知所从矣。

从此“诸不在六艺之科，孔子之术者，皆绝其道，勿使并进”成为国家意识形态。其后，武帝在选贤良、设五经博士以及“立太学以教于国，设庠序以化于邑。渐民以仁，摩民以谊，节民以礼”<sup>①</sup>的过程中，不断强化，日渐成为上层社会的主控理念，至两宋理学达到巅峰。而儒家文化也成熟，为严格意义上的主流传播系统的把关理念，且取得话语霸权地位，以此构成文化传播的宏观语境。

由于主流社会语境的强势特点，对民间甚至江湖社会也影响至深，康熙在《朱子大全序》中透露出强势的态度：“启愚蒙而定亿万世一定之规。”<sup>②</sup>康熙尽管是从统治者期待的视角强调儒学的教化与普及意义，但也反映了民间受到的影响和制约状况。

当一种理念成为主流传播系统的把关理念，成为一种强势话语的时候，为达到最大的舆论功效，势必伴随着舆论形象化的过程。值此之际，偶像的选择也就成为最佳的传播期待。因此，从汉到宋近千年儒学日渐定型的时期，也是主流传播系统，民间传播系统选择各自伦理楷模的历史时期。

<sup>①</sup> 班固：《前汉书》卷五十六，《董仲舒传》，见《二十五史》，上海古籍出版社上海书店，1986年。

<sup>②</sup> 转见赵吉惠等主编：《中国儒学史》，郑州：中州古籍出版社，1991年版，第608页。



纵观中国文化传播历程，多数传播群体在选择形象楷模时，一般都在传播初期到高峰期之间，这是选择形象化楷模的最佳时期，也是文学形象引人关注的时期。因此，伦理楷模只能从主控理念产生到顶峰出现之前这一段历史进程中选择，这是传播的基本规律。关羽形象成为全社会崇拜的对象就与此密切相关。

显然，汉前历史人物不论文武，均染有诸子色彩，与汉之后儒家思想主控的文化色彩迥然有别。因此在后世选择楷模时，难以成为儒家的理想形象，也难以成为全社会的伦理楷模。这样汉前的历史人物很难设置为后世主流传播系统的议程对象，选择为中国伦理文化的形象楷模。关羽最终取代姜尚成为国家战神，显然就是这种传播把关理念的体现。

关羽取代姜尚成为国家战神，与姜尚染有浓重的道家色彩而不为儒家文化语境所容密切相关。宋之后，历史人物由于传播系统的把关理念已经完全成熟和规范，因而也就失去了形象楷模的最佳选择机遇。所以宋以后的历史人物同样难以设置为儒家伦理文化的形象楷模，其中岳飞是最后的选择，所以历史传播系统中多次将关羽和岳飞相提并论，而元、明、清历史人物难再成为偶像，均与此息息相关。

从汉到宋是主流传播系统依据儒家把关理念在不断的选择偶像，又不断淘汰偶像，最后逐渐定型偶像的时期，其中唐宋两代是遴选的关键时段。不仅主流社会，实际上，各色宗教派别和民间江湖都在各自的传播系统中传播着自己的文化，形成自己的传播把关理念，构筑自己的理想，选择自己的形象楷模，寄托自己的信仰。

应该说佛、道二教传播理念的成熟和规范，稍晚于儒家文化的进程，因此，佛、道二教在选择偶像的过程中，同样受到儒化主导的制约。佛教邀关羽为伽蓝，道教奉关羽为真君，即源于此。江湖拜关羽为祖师更晚，这与民间江湖社会尤其是帮会组织成熟于明清，因而选择也集中于明、清时期密切相关。

同时各个传播系统之间相互制约和影响，因此在关羽身上融合了儒、道、释诸家理念，实际上也融合了民间江湖的理念。形象楷模一旦设置成为主流传播系统的文化符号，就会在其身上累加倾向、理想和信仰，进入不断神化的传播积累进程。

这是传播议程中大众化的基本规律，也是关羽成为全民崇拜的主要