

符指理论视角下的当代藏传佛教文化传播媒介研究

张 莉

(四川大学 文学与新闻学院 符号学—传媒学研究所, 四川 成都 610064)

摘要:语言学家罗曼·雅各布森在其经典作品《结束语:语言学与诗学》中,区分了日常语言和文学语言,区分了符指过程中的六大因素,进一步论述了日常语言的六种因素及其六种相应功能,即说话者、受话者、语境、信息、接触和代码等六种因素,对应的表达功能、意动功能、指涉功能、诗的功能、交流功能和元语言功能等六种功能。赵毅衡先生将这个语言交际模式与符号学作了融合,完善了雅各布森的六符指理论,并将该理论推演到广告、品牌等符号学研究中,拓展了对语言交际模式的运用。本文在考察梳理藏传佛教文化传播媒介的基础上,从六符指视角对这些媒介进行分类,并分析这些媒介的使用情况及其变化,试图揭示藏传佛教文化发展的一些规律。

关键词:雅各布森;六符指;藏传佛教;文化;传播媒介;日常性媒介;仪式性媒介

中图分类号: H0

文献标识码: A

文章编号: 1008-6382(2014)03-0021-05

一、六符指理论与藏传佛教文化传播媒介的关联

1. 藏传佛教文化传播媒介的界定与概括

提到传播媒介,很容易联想到如今的报纸、广播、电视、网络 and 手机等大众文化传播媒介。这些媒介在大众文化传播中发挥着日益见长的作用。值得注意的是,在大众文化传播媒介之外,少数民族文化还有其独特的传播媒介。在《民族文化传播理论描述》一书中,我们见到了一个以介质为主要内容和研究基础的架构。这里的介质不是一般意义上的传播媒介,而是泛化为一种广义的信息载体,包括器物、图像、文字、言语、通道以及人等等^[1]。这个说法在藏传佛教文化传播过程中,也普遍适用。藏传佛教文化具有独特的宗教文化内核,需要相应的宗教文化传播媒介。根据有关理论,笔者结合自己在藏区对藏民族宗教文化传播媒介的调查,将

藏传佛教文化传播媒介界定为:“与大众传播媒介相区别的用于表达藏传佛教文化意义的传播载体。”笔者认为,藏传佛教文化传播媒介包含日常性媒介与仪式性媒介两大类。日常性媒介包括以转经筒、佛珠和哈达为代表的渠道性宗教文化传播媒介;以磕长头为代表的肢体宗教文化传播媒介;以口诵经文为代表的言语宗教文化传播媒介;以玛瑙、珍珠、绿松石、红珊瑚、唐卡和酥油花为代表的消费宗教文化传播媒介,以及互联网、手机等新兴的宗教文化传播媒介。仪式性媒介则将藏传佛教法会等仪式过程,视为一个完全的媒介文本。仪式性媒介的特殊性在于,仪式不仅需要龙达等仪式专属媒介,更需要仪式过程中人的参与,因为有人作为媒介文本的一部分,仪式性媒介才显得完整。学者郝朴宁、李丽芳在有关论述中,也将人列为宗教文化传播的

收稿日期:2014-05-09

作者简介:张莉,四川大学符号学—传媒学研究所研究人员,主要从事藏传佛教与藏文化的符号学研究。

终极媒介^[2]。

2. 从雅各布森的语言交际模式到赵毅衡的六符指

雅各布森是俄国 20 世纪著名的语言学家与符号学家。在皮尔斯的研究基础上,雅各布森于 1958 年发表了著名文章《结束语:语言学与诗学》。该文区分了日常语言和文学语言,区分了符指过程中的六大因素,进一步论述了日常语言的六种因素及其六种相应功能,即说话者、受话者、语境、信息、接触和代码等六种因素,对应的表达功能、意动功能、指涉功能、诗的功能、交流功能和元语言功能等六种功能。

赵毅衡先生将这个语言交际模式与符号学作了融合,完善了六符指理论,并将该理论推演到广告、品牌等符号学研究中,拓展了对语言交际模式的运用。例如,赵毅衡先生提出:“语境就是符号学中的所指,信息就是能指,接触就是中介。”“符号表意过程六因素之中,某种因素成为主导,能使媒介文本获得某种品质。”^[3]

3. 六符指理论与藏传佛教文化传播媒介的关联可能性

赵毅衡先生指出,符号是携带意义的感知^[3]。延伸来说,一切意义都必须用符号表达,任何交际活动也必须凭借符号进行。藏传佛教文化传播也离不开媒介符号,藏传佛教文化的媒介传播过程是一个符号传递过程。符号传递过程就是符号的表意过程,也就是本文所要研究的符指过程。藏传佛教文化的整个体系中,传播媒介种类复杂,数量众多,笔者虽然曾通过访问调查和统计抓取其媒介特征进行过分类梳理,但之前的研究尚欠深入。为此,笔者试图以符指理论为视角,对藏传佛教文化传播媒介进行二次分类和梳理,揭示这些媒介在当今藏传佛教文化发展中的作用和变化。

二、藏传佛教文化传播媒介的符指倾向

在六符指理论中,文化传播过程可以被看作是一个符指过程。这涉及到赵毅衡先生所指出的符号学领域的六个因素——发送者、能指、所指、中介、符码和接受者。在符号传递的过程中,符指过程中的六个因素的地位不是平等的,会出现某种倾向。为此,笔者将藏传

佛教文化传播媒介划分为六种类型,并对其进行符号学视角的阐释。

1. 侧重于发送者——藏密法器

譬如大鹏金翅鸟,是佛教八部众之一,也称为迦楼罗,列位于胎藏界外金刚部之南方,是印度教当中三大主神之一毗湿奴的乘物。大鹏鸟是从忿怒主尊自性神变及大悲妙力中自然幻化,外观虽然威严,但这形象正是为了调化凶猛毒龙等众生的需要。在藏传佛教中,大多数外观威严的藏密法器,都是为了降伏一切发邪愿的鬼魅妖魔,供养修持此类法器,可消一切违缘,恶疾不染,诸障净除。在这里,表意侧重于发送者,表达发送者的情绪。

2. 侧重于接受者——言语和肢体媒介符号

这个要素具有明显的意动功能,指向性和目的性都很强。基于这个原因,有人批评雅各布森的交际模式是线性、单向的,忽略了受众对信息消化与接受过程的参与性。其实,这是对雅各布森的误读。既然他将接受者列为交际过程必须具备的要素,实际上已将接受者的参与性接受纳入考察视野。传播并非发话者的单向行为,而是与接受者的互动^[4]。在藏传佛教文化传播媒介中,一方面,侧重于接受者要素的意动功能具有隐蔽性。媒介符号不是直接传递祈使信息,实现传播效果,而是通过隐性祈使,传输“只有受者参与,才能形成这个媒介符号”的理念,使接受者“听从安排”。另一方面,因接受者参与而形成的言语和肢体媒介符号,带有很强的双向互动性(这也可纠正学界个别研究对雅各布森的误读)。总之,在藏民族日常使用的宗教符号中,言语宗教符号(念经)与肢体符号(磕长头),侧重于接受者,具有很强的意动性,需要符号表意接受者的自身参与才能实现其意动功能。

3. 侧重于媒介——渠道性媒介符号

转经筒、佛珠和哈达作为最常见的宗教渠道性符号,也是接受者与藏传佛教文化保持接触的最有效方式,这种物化符号是一种便携、简单和独特的表意渠道。或许有的人对使用转经筒和佛珠背后深层次的文

本涵义并不一定理解,但是藏族同胞手持转经筒和佛珠已经成为一种习惯,凭借这种表意渠道并反复接触,对于表达宗教信仰十分重要。也因为这个特性,渠道性媒介并不仅限于藏民族使用,藏汉民族之间就常用转经筒、佛珠和哈达进行礼仪性沟通。例如,由于语言上存在差异,人们在九寨沟、拉萨等藏区观光旅游时,转上转经筒,手持佛珠,敬献哈达,就成为藏汉同胞之间跨越语言的有效沟通方式。

4. 侧重于对象——新兴宗教符号

从宗教的视角看,当大众传播媒介承载藏传佛教文化时(传统文化与现代媒体结合),它就可被看作是新兴的宗教符号。新兴宗教符号因带有面向大众的特点,尤为侧重于表意对象,更重视符号表意直指对象的实用性。正如索达吉堪布在复旦大学演讲时所说:当前社会,人们的分别念极其繁乱,思绪非常复杂,此时的佛教犹如甘露般,无疑是消除内心烦躁的一剂清凉。

在如今的互联网时代,网上就有一些类似“藏传佛教文化网”的网站,网站上的“寺院”24小时开放。QQ聊天、QQ群交流、网络在线念佛、在线抄经以及手机信息发送等,显现出新兴宗教文化传播媒介简单、便捷和实用的特性。例如,在“念佛堂”网站中,各种祈福经文被分门别类,使用者选择适合自己的诵经时间点击进入其中,可以看到模拟现实诵经的界面。使用者此刻不管身处何处,都仿佛沉浸在宗教的世界中,可以潜心诵经祈福。新兴宗教文化传播媒介直指传播对象,具备很强的实用性。

5. 侧重于文本本身

在雅各布森看来,信息传播过程中,如果强调表达本身,即强调文本本身和语言特征,那么传播的诗性功能就可以被表现出来^[4]。雅各布森给出的诗性功能的定义为:诗性功能将对等原则从选择轴用到组合轴^[5],也就是对等的语言要素的序列组合。藏民族是个宗教气息浓厚的族别,因此,相对于宗教符号,艺术符号显得不那么“主流”,而是由于其艺术材质的凸显,被更多地赋予了诗性。侧重于表意的文本本身,多出现在藏民族

艺术符号中。

(1)唐卡。它以色彩绚丽著称,所有原料为传统的有色矿石,用彩缎织物装裱成卷轴画,画成托裱后,再用彩缎拼接边框作装饰。它是西藏特有的佛教美术艺术之一。

(2)酥油花。它以酥油为原料,是一种以人物、花卉、飞禽、走兽和树木等为表现主题的高超的手工油塑艺术。

(3)玛瑙。它是七个佛教珍品之一,自古以来就包含了原始、简单、实用的宗教内涵,被视为驱除邪恶的护身符以及爱和希望的象征。同时,它还有助于消除压力、疲劳、污水及其他负性能量^[6]。

(4)绿松石。它因形状和色泽与绿色松树相似而得名。中国西藏的绿松石被认为是神的化身,是权力和地位的象征,是最流行的神圣装饰物。近代历史上的第一个藏王的王冠就是以它为主要材料制成。同时,绿松石作为有经济价值和符号价值的配饰,在藏区也很有市场。绿松石以其特有的工艺品质,成为藏民族渴求的符号含义的一种标签。

(5)红珊瑚。红珊瑚是较早被藏民族使用的宝石。红珊瑚作为中国和印度的传统宗教文化的重要组成部分,有着悠久的历史。尤其是中国藏区的游牧民族,对红珊瑚更是喜爱有加,甚至将红珊瑚作为一种祈祷的载体——“彼岸神圣佛祖”祝福寄托的物件。同时,红珊瑚的应用也是宗教信仰中“尚红”观念的体现^[6]。

上述媒介都有个共同的特点——随着时代的发展,文本携带的宗教信息及文化意义逐步削减,藏民族对它们的关注点转到这些文本符号本身的材质上。文本符号的意义大小渐渐不在于携带的宗教文化信息量多少,而是在于文本自身的材质特征。材质特征因其特殊的视觉美感而被分类、被划分价值意义,且逐渐在彼此之间形成“互文性”。也就是说,其意义大小参照没有体现在选择轴——宗教意义挖掘上,而是在组合轴——文本符号本身的大小、色泽、人工耗用量、亮度及透明度上。同时,个体文本符号(每幅唐卡、每只酥油花、每个玛瑙、每颗绿松石和红珊瑚)在相互参考、相互

对比、相互映衬之间,获得自身的价值大小。

6. 侧重于符号——仪式性符号

以上讨论的符号,均可在日常性与仪式性中出现。而有些仅属于仪式的特有符号如龙达,则侧重于表意符号。例如,藏民族的法会,僧人的辩经,藏族出生、婚嫁、死亡等仪式,都依托于背后的符号,以及符号集合成的源语言,才得以表意。

以僧人的辩经为例。僧人的辩经系统与受者共享着一套完整的表意系统,这个系统有规范的代码编码与解码系统,且约定俗成。因此,在平常看来严厉的表情,夸张的动作,高亢嘶吼的音量,在辩经过程中,都被赋予完全不同的内涵表达,需要运用与该仪式匹配的一套约定俗成的特定符号来进行编码与解码。

仪式性媒介符号因其与日常性媒介符号的天然区别,经过长年累月的约定俗成,形成了一套特别的全新的符号系统。

三、藏传佛教文化传播媒介的当代变化

当今全球化、网络化给宗教文化传播带来前所未有的方便条件。便捷的交通与资讯极大地拓展了传教空间,经济一体化打破了阻碍宗教传播的壁垒,民主政体保证了信仰自由。一台收音机可以把闹市中的布道声远播到密林深处,一台计算机可以把乡村寺院里的晨钟暮鼓传送到繁华的都市,一台摄影仪甚至可以把布达拉宫的辩经过程完整再现于纽约唐人街的餐厅中^[7]。藏传佛教文化传播媒介在当代所呈现出的变化,正是基于藏文化在当代“地球村式”传播的需要而发生的,有其必然性和合理性。

1. 分级门槛化

从雅各布森的符指六要素看当代藏传佛教文化传播媒介,处处体现着分级门槛化。侧重于发送者与侧重于符号的媒介符号,对信息受者的要求较高,需要具备较高佛教知识、藏文、藏语等藏传佛教文化媒介素养,因而门槛最高。侧重于受者、对象、符号的媒介符号,对受者的要求次之,或者需要受者参与,或者需要具备实用媒介工具使用技能,或者需要具备一定的符

码解读能力。侧重于媒介和文本的媒介符号则门槛最低,只需要占据渠道或者具备情感审美能力,就可以使用和体验。这种分级的门槛化,将博大的藏传佛教文化分门别类,让不同层次的受者都有机会参与体验并实现二次传播,符合当代社会信息高速裂变的需要。同时,这也是藏传佛教适应现实社会发展,与现世社会契合,吸引世俗社会的原因所在。

2. 抽象符号化

随着时代的发展,传统农牧生产方式由粗放型向集约型过渡,许多藏族同胞通过外出打工、到国家机关工作或从商等,摆脱了传统农耕、游牧生活方式。宗教文化传播的传统地缘性被打破之后,依附于地缘开展的一整套宗教文化传播活动,以及龙达等仪式性专属媒介符号,便渐渐淡出人们的视野,而转经筒、佛珠、酥油灯、诵经机以及手机、网络等新兴宗教媒介,因其具有便携性、简单性、实用性、高度的抽象性与符号性,在当今藏族生活中大放异彩。将悠久的藏传佛教文化浓缩、抽象,并进行符号化呈现、加工,是藏传佛教文化传播媒介的发展趋势之一。

3. 实用快捷化

当代人的生活节奏加快,侧重于媒介和对象的媒介符号受到越来越多的人欢迎。渠道性媒介符号因其轻巧便携,已进入当代千家万户藏族同胞的生活中。脱离传统农耕、游牧生活方式,藏族同胞进入到各行各业的世俗生活中,日常生活也随之被世俗生计填满,宗教活动也常常要利用闲暇的碎片时间开展。转经筒、佛珠、哈达等渠道媒介符号,正好满足了这种需要。利用手机、网络等现代化新兴媒介,实现诵经、祈福的电子信息化,既符合时代发展趋势,又满足了当今藏民族高效、实用的生活方式需要。

4. 情感审美化

藏传佛教文化除了具备宗教功能外,还具备艺术功能,对人们有激发审美情感的作用。侧重于文本的宗教媒介符号,就是以情感审美为立足点,在呈现原本的宗教意义的基础上,建立起一套全新的价值评估体系。

符号文本之间彼此对比、参照,形成互文。如今,仪式性宗教媒介发展为或以表演形式出现,供游者来到藏区观看;或被现代化通讯媒体记载,跨区域出现在任何地方。如学者戴继诚所说:“一台摄像机甚至可以把布达拉宫的辩经过程,完整再现于纽约唐人街的餐厅中,越来越频繁地进入了受众视野。”^[7]侧重于文本和侧重于符码的媒介符号,一方面在约定俗成的重构体系中提高门槛,将宗教内涵表达继续深化,挖掘特适群体才能明白的宗教意义;另一方面,又降低门槛,从情感体验路径将审美内涵泛化,向普罗大众呈现共有的审美体验,以此契合时代发展,获得更广泛人群的接近与接受。

综上所述,笔者在符指理论视野下,对藏传佛教文化传播媒介进行的二次梳理分类,一方面使各种媒介符号的特征更加明了,更加清晰地呈现出来;另一方面,也阐释了这些媒介符号在当今社会发展中的特点及规律,这些特点和规律与当下社会发展状况紧密相

关,因而也就颇具现实意义。

参考文献:

- [1]郝朴宁,李丽芳,杨南鸥,郝乐.民族文化传播理论描述[M].昆明:云南大学出版社,2007.
- [2]郝朴宁,李丽芳.民族文化传播学的学科建构与思考[J].云南师范大学学报,2008(3).
- [3]赵毅衡.符号学[M].南京:南京大学出版社,2012.
- [4]江久文.雅各布森传播思想探微[J].新闻传播研究,2009(6).
- [5]董建霞.雅各布森诗性功能论[J].安徽文学,2009(2).
- [6]李立新.藏族服饰之配饰艺术研究[J].国际纺织导报,2008(6).
- [7]戴继诚.宗教传播刍议[J].大连海事大学学报,2009(3).

(责任编辑 冉红)