

从解构到重构：当代媒介对“考神”形象的影响研究

胡永兴

滇西科技师范学院

DOI:10.32629/pe.v4i2.19992

[摘要] “考神”形象的变化在某种程度上可以说是我国人才选拔制度、媒介技术和民俗文化三者之间的互动与互构。在媒介技术的冲击下,传统“科举神祇”的神圣性、权威性与功利性被解构,呈现出碎片化、娱乐化与工具化的新特征。然而,在消解传统“考神”神圣性与权威性的同时,当代媒介也通过技术赋能、符号创新与情感联结,推动“考神”形象在虚拟社区完成意义重构,形成了“传统-现代”“神圣-世俗”“地方-全国”交织的新形态

[关键词] 当代媒介; “考神”形象; 解构; 重构

中图分类号: J043 文献标识码: A

From Deconstruction to Reconstruction: A Study on the Impact of Contemporary Media on the Image of "Examination Deity"

Yongxing Hu

West Yunnan University

[Abstract] The changes in the image of "examination deity" can be regarded as an interaction and mutual construction among China's talent selection system, media technology, and folk culture. Under the impact of media technology, the sacredness, authority, and utilitarianism of the traditional "examination deity" have been deconstructed, presenting new characteristics such as fragmentation, entertainment, and instrumentalization. However, while undermining the sacredness and authority of the traditional "examination deity", contemporary media also promote the reconstruction of the "examination deity" image in virtual communities through technological empowerment, symbol innovation, and emotional connection, forming a new form that interweaves "tradition-modernity", "sacred-sensuous", and "local-national".

[Key words] Contemporary Media; "Examination Deity" Image; Deconstruction; Reconstruction

近年来,数字媒体技术与民俗文化深度融合,在突破传统活化范式的同时也为民俗新生与再造提供了实践路径。^[1]在当代媒介为民俗文化所提供的传播领域中,“考神”形象经历了解构—建构—重构发展过程。人才选拔形式属于国家治理的重要组成部分,我国自隋朝即建立科举制,与之相对应,文昌帝君、魁星为代表的“科举神祇”形象出现。如今,我国教育制度、人才选拔和考核制度进一步改革,“逢进必考”“逢升必考”已成为共识,传统“科举神祇”也在当代媒介的影响下逐渐演变为“考试必过神”(即“考神”),其内容构成、许愿形式均有较大变化。詹姆斯·W·凯瑞强调,传播的本质在于其社会性和文化性,其在传递信息的基础上更是一种“现实得以生产、维系、修正和转变的符号过程。”毫无疑问,“考神”形象变化的背后也蕴含着现实生产、维系、修正和转变的符号过程。本文以“传播仪式观”理论为基础,结合当代媒介特征,探究“考神”形象变化的动态过程,揭示媒介技术对民俗民间传统文化形态的重塑作用

及其社会心理和文化逻辑。

1 解构：当代媒介对传统“考神”形象的分解

1.1 神圣性的消解：从实体仪式到虚拟狂欢

传统“科举神祇”的神圣性离不开其神圣空间场所和仪式的作用。清朝中期,官方曾将文昌神纳入国家正式祀典,在全国掀起文昌信仰的高潮,各地兴建文昌宫、文昌阁、文昌祠、文昌塔。逢农历二月初三,文人学士皆前往文昌帝君庙宇奉祀。诺伯舒兹指出,空间不仅是物理空间,更是承载记忆、情感与文化意义的整体,这些建筑正是“考神”神圣性的重要依托。而在数字时代,媒介成为具有交互性的民俗文化传播领域,其虚拟空间大大挤压了“考神”的实体空间,民间信仰的仪式活动被简化为数字符号的交互。在抖音、微博等网络平台,用户仅需转发文昌帝君、魁星画像或在评论区留言“保佑上岸”之类的祈祷语便完成了一次“祝愿”,该行为无需更多时间、空间或物质成本的投入。如在高考期间,某博主发布的“考神”壁纸获赞上万,评论

区充斥着“转发此图,985录取”“一键三连,科科90+”等留言。这种“一键式祈愿”将传统信仰的神圣庄严消解为娱乐化的表达,神圣性被稀释为“赛博玄学”。

1.2 权威符号的弱化：从神性威严到大众戏仿

传统“科举神祇”形象的权威性通常建立在相应宗教属性与文化象征上。如《泉翁大全集》记载,“榜前数日,发与王言同寝,王言见一蓝面獠牙立发枕畔,……是所谓魁星者非耶?”^[2]马书田在《中国民间诸神》中指出魁星乃主管文运、功名之神,源于“奎宿”崇拜,东汉时已有“奎主文章”之信仰。^[3]在这些记载中,魁星形象“赤发蓝面,翘足,捧墨斗,执朱笔,立于鳌头之上”,其狰狞面目不仅展现了魁星的威严和智慧,也寄托了人们对文运和晋升的渴望。而文昌神造型通常是雍容华贵的帝君模样,身着华丽服饰,手持如意或毛笔,面容和蔼且庄重,传递出智慧、公正与恩泽的寓意。这些形象基本源自道家神话与科举制度文化,在相应的历史背景下为相应的“考神”带来了极强的代表性和权威性。然而,利用数字技术,用户可以在各类平台上进行符号再创作,神祇形象逐渐脱离原语境,成为可供网民自由创作的文化资源。如微信关于文昌神的表情包专辑就有“文昌帝君保佑”“文昌状元郎”“文昌小熊猫”“文昌考试财禄篇”等十余种,这些表情包以Q版萌化手法重塑文昌帝君形象:头戴博士帽、手持“满分试卷”,配文“逢考必过,拒绝内卷”。

1.3 功利性的转向：从“读书入仕”到“分数至上”

自隋唐开创科举取士后,“朝为田舍郎,暮登天子堂”——科举成为古人实现阶层跃升的重要路径。以文昌神和魁星神为代表的“科举神祇”本质上是科举制度下阶层跃升的功利诉求与道德教化的结合。《文昌帝君阴骘文》强调“广行阴骘,上格苍穹,人能如我存心,天必赐汝以福”,正如李刚所说,“这类道教劝善书以宣扬礼教内容为主,但又起着正统礼教起不到的作用”,统治者将“宗教神学和封建伦理结合,借助神的力量来加强名教统治。”^[4]现代媒介下的“考神”的崇拜则将功利性简化为对考试结果的直接诉求,剥离了传统道德教化的内容。在各类社交媒体中,“考神”成为考生缓解焦虑的工具符号。如小红书平台“考前急救”攻略帖子将“转发考神”作为备考标配;还有抖音博主“乾雨文化”于2023年6月发布的文昌帝君图片,吸引了超过300条评论、1000余条转发,评论区多是保佑高考、考研、专升本、补考、公务员考试等顺利通过的留言。此类行为折射出马克思·韦伯所指的工具体性与价值理性的冲突。^[5]然而,更深层的变化则是信仰主体的转移。此外,在科举制度主导的传统社会,统治者利用通过文昌神祭祀身份限定进一步强化“科举神祇”与“读书入仕”之间的关联:“文昌神在宋元时期曾列入祀典,为科举之神。明初因之,祀于各地儒学校”。^[6]而网络时代的“考神”形象更多由普通考生自发建构,在面临“唯分数论”“一考定终身”等考试压力时,其诉求简化为“分数-录取”的逻辑。

2 建构：当代媒介与“考神”形象的交互

2.1 技术赋能：从个体祈愿到云端集体

新兴传播媒介以数智技术运用为代表,为当前的“考神”构建提供了技术支持。^[6]互联网、云计算、大数据、虚拟现实技术的发展大大改变了“科举神祇”存在的生态:在媒介技术助力下,传统祈愿仪式与平台算法逻辑结合。依托媒介技术,“考神”脱离了物理空间,以多种方式实现“云端”交互。以文昌神、魁星神为代表的传统“科举神祇”,其仪式受限于特定的物理场所与时间,通常是个体或有组织地进行。现在,用户可以通过观看直播、虚拟行为仿真、线上互动等方式虚拟化、分散化地参与。正如马克·波斯特所说,“在电子媒介的阶段,持续的不稳定性使自我去中心化、分散化和多元化。”^[7]当代媒介天然地具有“去中心化”的传播结构,为新的“考神”崇拜提供了无边界的虚拟场域。无需到场、没有身份限制、没有财力要求,网络用户们依托相应平台齐聚“云端”,分散化、自发性地对“考神”进行着祈愿。

2.2 符号创新：从传统神像到“赛博”灵物

当代媒介技术为传统文化符号的跨媒体叙事提供了便利,传统“科举神祇”形象被解构为可编辑、再创作的文化元素,进而衍生出多元化的符号体系。依托当代媒介,“考神”形象实现了视觉符号、语言符号和消费符号的再生产,传统“科举神祇”的内容大大拓宽。首先,在视觉符号生产中,用户将严肃的“科举神祇”形象进行“萌”化二创、将祈福场景进行景观化生产、对相关文化元素进行商品化包装等方式,使得“考神”形象可爱化,也使得相关场景、元素完成符号迁移,在更大范围内产生影响。从文化传播学视角来看,这种符号再生产现象印证了亨利·詹金斯“参与文化”的理论预见:当传统文化符号进入数字场域,其意义不再由单一权威界定,而是在人机协同的网络创作中持续流动,传统的神像符号也在互联网的影响下成为“赛博”(cyber,即网络)灵物。^[8]

2.3 情感联结：从孤独焦虑到集体疗愈

在竞争激烈乃至内卷的教育体制下,青年群体通过互联网媒介搭建起情感宣泄渠道、实现互助,将个体的焦虑转化为集体的同频共振。在当前的人才选拔机制下,高考、考研、公务员考试等高利害性选拔制度在人才分流、赋予个体上升通道的同时也带来了大量焦虑,个体难免受优绩主义逻辑裹挟。这种焦虑源于病理化的竞争文化——当教育陷入“内卷化”的竞赛,当努力与回报之间的线性关系在现代性风险中变得愈发不确定,青年群体便面临吉登斯所言的“存在性焦虑”。此背景下,“考神”在网络平台的火爆并不是迷信回潮,而是一种结构性的情感代偿机制。

3 重构：当代媒介与“考神”崇拜的融合

在解构与建构的双重作用下,以文昌神、魁星神为代表的传统“科举神祇”并未走向消亡,而是借助媒介技术的传播,通过便捷的交互融合与碰撞,形成了“传统-现代”“神圣-世俗”“地方-全国”交织的新形态。

3.1 线上线下载式互嵌,“考神”崇拜的虚实共生

大多数民俗文化,尤其是传统民间信仰都会依托于特定时间、在神圣性的物理空间场域,通过供品、香火等具身化行为完成信仰表达。当代媒介在保留传统“科举神祇”形象的同时突破其时空界限,利用自身优势结合虚实,实现线上和线下仪式互嵌。当代媒介则突破了“考神”实体与虚拟之间的界限,通过文字祝愿、转发图片或表情包等推动了线上与线下仪式的互嵌。这种互嵌融合并非简单的技术叠加,而是通过符号转译与意义再生产,创造出“虚实共生”的新型场域。以上海浦东新区文昌宫为例,线下参拜者可通过神像旁的二维码扫码捐功德,之后可到旁边抽屉解签。同样的例子在其他宗教庙宇也不胜枚举,如杭州灵隐寺功德箱上方的二维码捐款,下方小字标注“微信/支付宝扫码可生成电子功德证书”,数字化改造让传统布施变成了可设计的“功德经济”。北京雍和宫的香火区、河南嵩山少林寺、福建泉州的千年古刹开元寺等都加入了扫码支付香火钱的互联网经济。这种嵌套既保留传统仪式的庄重性,又融入数字时代的便捷性。除了前文所说的将文昌帝君和魁星二创外,还有的网民创作的“逢考必过神”则完全是漫画形象,这种杂糅既延续了对“考神”的集体认同,又通过娱乐化叙事吸引年轻群体的参与,呈现出“严肃祈福”与“轻松互动”并存的现象景观。

3.2 商业与信仰的共谋,精神寄托与消费符号相结合

在数字经济时代,民俗文化为商业发展提供了具有情感粘性的符号资源。随着各类“考神”形象在网络平台火爆,“考神”蕴含的精神寄托被转化为多个消费符号,不仅传统“考神”被卷入商品化,商家更是将当前火爆的好运代表与考试顺利相联系并作为卖点。如商家通过IP开发、设计为符合当下审美的产品,将抽象的“考神”物化为可购买的产品。如某电商商铺售卖的“文昌文具礼品”,包括文昌笔、文昌笔架、文昌塔,宣传语为“金榜题名”“逢考必过”,还有文昌塔贴纸,宣传语为“送学子,启文昌”……评论区的内容多为祈福语,也有矛盾心理如“知道是智商税,但拿到手里就有种安心感。”通过电商平台的二次加工,需亲身践履的“考神”信仰被转化为纯粹的可视化符号,复杂的情感需求也被还原为直观可得的情感刺激,平台商家也成了其中意义的积极生产者。这一发展揭示了商业与信仰共谋的本质,商家利用产品制造“赛博灵验”的幻觉,消费者通过购买行为完成对焦虑的象征性消解,“考神”形象也在这种消费行为中获得了新的传播。

3.3 文化影响力的重塑:从地方神祇到全国文化

传统“科举神祇”的传播受限于地域性文化空间。文昌信仰虽在明清被纳入国家祀典,但其仪式实践仍以地方宫庙为中心(如四川梓潼文昌祖庭),呈现“中心-边缘”的格局。当代媒

介通过“空间脱域”与“符号祛地方化”机制,消解了信仰的地域壁垒。一方面,虚拟社区将分散的地方实践整合为全国仪式网络:抖音“文昌帝君”话题播放量超5.6亿次,参与者覆盖各省考生,形成跨地域的集体行动场域;另一方面,媒介技术推动神祇符号的标准化再生产。如“Q版文昌”表情包通过微信、小红书等平台的算法推荐,成为全国青年共享的视觉符号,其萌化形象剥离了地方庙宇中神像的在地艺术特征(如闽南文昌的漆金工艺或川陕文昌的木雕风格),转而构建普适性的“考试吉祥物”意象。这种重构本质是民俗文化资本在媒介逻辑下的转化。布迪厄指出,文化资本可通过“制度化形式”实现跨场域流通。当文昌、魁星从地方神祇转变为“考神”IP时,其文化资本被重新编码为适配全国教育焦虑语境的可消费符号。

4 结语

当代媒介对“考神”形象的影响,体现了技术逻辑与文化逻辑的博弈与融合,从对神圣仪式的解构到虚拟社群的重建,再到多元文化的杂糅,揭示了传统文化在数字时代的生存策略,即通过弹性适应技术的革新,以创新维系文化认同。

[基金项目]

滇西科技师范学院科研项目“传播仪式观视野下的民间‘考神’信仰的嬗变研究”(DXXY202220)。

[参考文献]

- [1]曹志伟.朝向当下:数字民俗传播生态建构的理论意义与活化路径[J].学习与实践,2025,(01):108-120.
- [2]湛若水.泉翁大全集[M].洪垣等编.台北:图书馆藏嘉靖十九年刊万历二十一年补修本,卷51,文集,七言律诗.转引自张晓雪.科举时代的造神:魁星崇拜研究[D].黑龙江大学,2012.
- [3]马书田.中国民间诸神[M].北京:团结出版社,1997.01.163.
- [4]李刚.《文昌帝君阴骘文》试析[J].宗教学研究,1987,(00):12-16.
- [5]马克思·韦伯.林荣远译.经济与社会(上卷)[M].北京:商务印书馆,1997:56.
- [6]王蓓,陈好迪.数智传播重塑价值观教育新形态:挑战与应对[J].中国编辑,2024,(10):13-19.
- [7](美)马克·波斯特.范静译.信息方式:后结构主义与社会语境[M].北京:商务印书馆,2000:13.
- [8](美)亨利·詹金斯.融合文化:新媒体和旧媒体的冲突地带[M].北京:商务印书馆,2012:2-3,279,61,63-65,357.

作者简介:

胡永兴(1994--),男,汉族,云南昭通人,硕士,讲师,研究方向:民俗学、民间文学。