

南 華 大 學

宗 教 學 研 究 所

碩 士 論 文

Thesis for the Degree of Master

Graduate Institute of Religious Studies

Nanhua University

宗 教 市 場 與 宗 教 行 銷 —

佛 衛 電 視 慈 悲 台 與 生 命 電 視 台 之 比 較 研 究

Religious Market and Religious Marketing :

A Comparative Study on “Buddha Compassion TV Station” and “Live TV”

研 究 生：釋 泉 峰 (廖 晏 霆)

Graduate Student : Yen-ting Liao (Quen-Feng Shi)

指 導 教 授：齊 偉 先 博 士

Advisor : Dr . Wei-hsian Chi

中 華 民 國 九 十 八 年 六 月 二 十 四 日

南 華 大 學

宗 教 學 研 究 所

碩 士 學 位 論 文

宗 教 市 場 與 宗 教 行 銷 —
佛 衛 電 視 慈 悲 台 與 生 命 電 視 台 之 比 較 研 究

研 究 生：廖 晏 霆 (釋 泉 峰)

經 考 試 合 格 特 此 證 明

口 試 委 員：林 本 煜
陳 美 華
謝 濤 先

指 導 教 授：謝 濤 先

系 主 任 (所 長)：呂 凱 文

口 試 日 期：中 華 民 國 98 年 6 月 24 日

誌謝辭

有機會在離開大學校園十年後，重返校園生活，那是件多麼令人難忘的人生閱歷，這對於身為佛教法師的我而言，顯得格外意義重大。因為這樣的因緣是尤其來得不容易，這當中是經歷了多少波折跟多少善心人的施與恩惠，才使我夢想得以成真，三寶、父母、師長、眾生，無數人的菩薩發心，才成就了我學習的因緣。

進研究所以後，更不知是多少人的恩德，才成就我的論文順利完成，回顧從進研究所學習開始，在學校修習了 19 門課，旁聽 17 門課，參加 20 場研討會及 8 場以上的演講，這些給與我知識及意見的教授、學者們，數量就不下百人。加上論文寫作期間，動用許多人際資源，到處請人填發問卷。林口齋僧大會、彰化齋僧大會、妙青念佛會、妙雲蘭若、阿底峽佛學會、空生精舍、佛陀教育中心、竹林寺、安慧學苑這些佛教單位及親朋好友們。他們所提供的熱心受訪者，人數就多達上千位。有時想，自己為了個人的事情而勞師動眾，麻煩這麼多人，內心實在過意不去，著實深怕自己的努力太少而辜負了大家的好意，在此除了感謝之意外，還要表達內心深深的愧歉之意。

除了感謝這些大部份是陌生的好心人之外，最想感謝的，就是我的指導教授齊偉先，老師循序漸進地細心教導我如何完成論文寫作，又指導我撰寫研討會論文及期刊論文，不厭其煩循循善誘的博我以文，著實是位開我學術之路的啟蒙良師。還要感謝曾經提供我論文寶貴意見的東海大學宗教所趙星光所長，他的寶貴意見，豐富了我的創作靈感。再要感謝我論文的口試委員林本炫所長及陳美華老師，有他們的精闢評讀建議，讓我對拙著的脈絡思路能更加明瞭清晰。也感謝本論文的個案研究單位，感謝心田長老及海濤法師與其旗下的相關法師居士，沒有他們的協助提供資料，就沒有今天論文的精采內容。另外要額外感謝的，是我的問卷小組功臣們：琦禎法師、見哇法師、見棟法師、廖苑秀，沒有她們從發放問卷到整理問卷的鼎力相助，一千多份的問卷，實難在短期間內完成。

最後最想感謝的，就是我的父母，父母親不捨得我出家，卻願意支持栽培我繼續攻讀研究所，這給了當初以為孤軍奮戰，後方無援的我，最最大的精神支持。末了，感謝的人太多，感謝的辭太含蓄，感謝的心又太不可思議，因此，只能把我的謝意，化為短短的誠摯祝福：

願三寶福澤所有人 健康 平安 幸福 喜樂

2009/07/21 于嘉義大林

論文摘要

宗教自由的發展潮流，帶動了台灣宗教發展朝市場化的方向進行。其中宗教的市場化所代表的意涵是宗教團體的活動是以信徒導向的基調為原則來進行規劃。宗教供給者為了迎合宗教需求及社會的期許，必須盡其可能的發揮宗教行銷，創造更多可能吸引潛在信徒的宗教產品及傳播管道。

以宗教電視台為核心運作的宗教團體，就屬於明顯有朝宗教行銷努力經營的代表。但在宗教團體採行這些行銷的想法與方式時，也同時會迫使宗教供給者反過來向世俗社會的知識體系與經驗學習。其中可採行的運作方式，大致可分為兩種模式：一者是延攬相關專業知識的在家人才來協助管理，而宗教人士僅站在監督的立場，這是團體領導者與經營者二分的運作模式；一者則是由專業宗教人士自行學習相關領域知識，主導宗教行銷工作的進行，這則是團體領導者與經營者二者合一的整合型運作模式。

佛教電視台—佛衛電視慈悲台與生命電視台其分別代表了這兩種經營運作模式的個案，本論文將針對這兩個宗教團體進行調查研究，透過瞭解其成立背景、經營理念、管理者的學思背景以及電視台的使命及方向，依所建構的宗教行銷理論進行兩家電視台的經營運作，比較兩家相同屬性不同經營理念的電視台團體，在行銷上的優勢及限制，企求提供相關宗教團體往後經營上的建議。

關鍵詞：宗教市場、宗教供給、宗教需求、宗教行銷、佛衛電視慈悲台、生命電視台

Abstract

Unlimited development of religions leads religions in Taiwan going forward to be market-oriented, which means that the activities hold by the religion groups are planned for those believers. In order to meet the religious needs and the expectations of society, these "religion suppliers" must do everything they could to marketing their religion, to create more products and medias and to attract more potential followers. The fact that those religion groups are active on television channels clearly symbolizes their hard working on religion marketing. Nevertheless, when such groups adopt these marketing ideas and methods, they are also pushed to learn the knowledge and experiences from secular people.

There are mainly two models of management: one is recruiting experts to assist on managing, and the religious people only stay to be supervisors; and the other is that religious people learn the related knowledge by themselves and develop the marketing strategy. The former represents the mode that religious group leader and executor are independent, and the latter is the mode that group leader and executor are the same. Two Buddhist TV channels, Buddha Compassion TV and Life TV, represent the two models respectively.

Two religious groups would be reviewed with respect to establishing background and managing methods, in order to understand and discuss the operators' background and the mission and prospect of the TV channels. By comparing the advantages/disadvantages related to the religion marketing of these two groups, the thesis aims to provide reflections on the management of religious TV channels.

Keywords : Religious Market , Religious Supply , Religious Demand , Religious Marketing , Buddha Compassion TV Station , Live TV

目次

第一章 緒論.....	1
第一節 研究背景.....	1
第二節 研究動機與目的.....	5
第三節 文獻探討.....	7
第四節 研究方法.....	15
第二章 宗教市場與宗教行銷理論.....	21
第一節 宗教的供給與需求.....	21
第二節 行銷理論.....	29
第三節 宗教行銷.....	37
第三章 台灣近年來佛教供給與需求特徵.....	43
第一節 人間佛教的發展.....	43
第二節 傳播媒體對近年來佛教發展的意義.....	55
第三節 台灣佛教信徒需求調查.....	59
第四章 兩家佛教電視台及其相關志業體.....	69
第一節 電視台成立背景.....	69
第二節 創辦人學思背景介紹.....	76
第三節 兩佛教電視台之經營理念.....	82
第四節 兩志業體發展歷史及代表性志業.....	90
第五章 兩家電視台經營模式比較.....	101
第一節 宗教傳播的閱聽眾需求調查.....	101
第二節 兩家電視台節目規劃.....	106
第三節 兩家佛教電視台宗教行銷規劃分析.....	120
第六章 結論.....	145
參考書目.....	157

附 錄.....	175
附錄一、台灣地區宗教信仰需求問卷調查.....	175
附錄二、1964-2002 無線電視資料庫宗教類節目.....	191
附錄三、佛衛電視慈悲台節目規劃.....	195
附錄四、生命電視台節目規劃.....	197
附錄五、佛衛電視慈悲台 十月份 節目表.....	201
附錄六、生命電視台 10/20-10/26 節目表.....	205
附錄七、1953-2008 台灣佛教三壇大戒人數整理表.....	207
附錄八、心田法師志業體各項活動整理.....	209
附錄九、海濤法師志業體各項活動整理.....	212

第一章 緒論

第一節 研究背景

「宗教」作為客觀存在的事實，無論就時間的縱向或空間的橫向觀察，都是人類現象首要特徵，宗教向來是人類社會生活中極為重要的一環，即使近代社會已逐漸世俗化，但宗教的重要性仍然有其相當影響。宗教在社會中發展，而社會也一直受著宗教的影響，宗教發展又會受到社會制度的影響，尤其是政府的宗教政策，¹在這種宗教與社會的交互影響下，宗教在每個時代的風格各異。以台灣觀之，早期，台灣宗教的發展大多是在政治力的影響下，限制了宗教的發展，而只允許少數幾種傳統宗教存在。直到解嚴之後，政府對於宗教的政策，才逐漸鬆綁，幾乎可說是達到相當自由開放的地步，而在自由開放的宗教政策下，宗教的發展往往就有可能會朝向多元化、現代化、市場化的腳步進行。

從日據時代的台灣佛教到國民政府播遷來台戒嚴時期的管制佛教，再到解嚴後的政府宗教政策，每個發展階段都可看出政治力對於宗教發展的重要影響。如陳玲蓉認為日治時期的宗教政策可分為三個時期，分別是：偽裝信仰自由期（1895—1911）、籠絡期（1912—1925）以及消滅期（1926—1945）。這期間，宗教的發展，其實都是在政治的干預下運作的，縱使在最初的偽裝信仰自由期，宗教的發展也都是在日本政府管理監督下所產生。²之後國民政府1949年播遷來台以後的宗教發展，剛開始也並沒有辦法達到完全自由開放的地步，因為時局動盪，政治不確定，政府對全台地區頒佈實施「動員戡亂時期臨時條款」。人民的各項活動，到處都受到限制，宗教信仰的選擇也並不例外，「佛教」在當時所呈現的是一個由政府政治力介入影響的「中國佛教會」統一指導下所運作發展的模式，中國佛教會下轄各個地區分會，而各個分會又統領各個佛教團體的管理運作，

¹ 參見林本炫，1994，《台灣的政教衝突》，台北：稻鄉，頁1。

² 參見陳玲蓉，1992，《日據時期神道統治下的台灣宗教政策》，台北：自立晚報社，頁84。

在這樣的政治條件限制氛圍下，人民是沒有全然自由選擇宗教的權利的，人們只能在少數幾種政府管控許可的宗教中做選擇。直到1987年台灣政府解除戒嚴法，各項政策開始鬆綁，經濟追求全球化，教育普及化，文化多元化，而宗教也屬於文化的重要一環，自然也跟著走向開放、多元、自由發展的趨勢。在這種自由開放的政治條件下，各宗教如雨後春筍般紛紛地出現，宗教所提供的服務向度愈來愈廣，而提供讓人選擇的宗教樣式也愈來愈多樣化。

在上述的發展情況下，宗教邁向多元化，各個宗教各憑本事取得人們心目中的正當性及合理性地位，各自努力爭取信徒的支持。在這種競爭態勢下，哪些宗教能夠發展下去？哪些宗教會發展得好？哪些宗教會面臨衰退的危機？這似乎都與宗教本身與人們之間的互動關係有著密切的關連。由於，過去以往大部份的宗教傳統，宗教士本身似乎都必須斷除各種營利性的經濟行爲，由在家信眾的主動布施、捐獻來提供教團的各項經濟所需，在此情況下，過去以往的某些外部環境條件，宗教的生存是由宗教團體以外的「政治」及「社會」等力量所主導決定的。但在政治、社會、文化比較開放的外在環境中，宗教團體的存留與否，就不單單只是靠外部環境的影響來決定，其還必須仰賴宗教團體內部的主動經營。加諸，各個宗教團體能否繼續發展下去，大部份似乎是與各個宗教的經濟來源息息相關，有了經濟，宗教團體才能建寺蓋廟、辦活動、發展志業。這點與工商企業的生存模式相當類似，但宗教團體的經濟來源，通常是要依靠社會大眾的布施護持，也因此宗教的順利發展，都是要與民眾或者選擇宗教的群體有密切的關連才能維繫。如此的宗教自由發展環境下，各個宗教團體紛紛想盡辦法吸收信徒取得資源。有的以發展教育爲主要訴求的宗教組織，有的以發展靈修爲標榜的團契團體，有的則以傳播媒體爲主要經營的團體，也有以慈善事業爲發展重點的非營利宗教團體，甚至是以術數、法術、靈驗性、文化、藝術、健康飲食、醫療、愛護動物等概念爲主要供給的宗教團體。宗教的供給樣式愈來愈多元化，宗教團體招徠信徒的行銷方法也隨著時代的腳步而愈來愈新穎，如此發展的宗教趨勢，是否有一套解釋理論可以用來觀察如此自由、開放、多元的宗教發展現象？這似乎是

許多關心宗教發展人士，如像政府單位、學術單位及部份宗教內部人士單位，所共同關心的議題。

有關台灣如此多種宗教的發展研究裏，最受大家矚目的焦點，佛教的地位可謂舉足輕重。依內政部統計資料顯示，若排除「民間信仰」這個華人地區佔最大宗的「擴散型宗教」之外，「佛教」可謂是台灣信仰人口中佔最多數的「制度型宗教」，因此，研究台灣佛教的發展可說是台灣宗教研究中的一個具代表性主題。

佛教在台灣發展的現有成果，並非憑空而來，因其既非是一個本土宗教，也不是一個政府大力支持發展的宗教，其所得力於政府部門的，只是政府提供宗教一個自由發展的「空間」，是以前其成果，應屬佛教團體各憑本事努力而得來的。台灣佛教從戰後以來的發展，所憑藉的主要是一些佛教菁英的努力，由他們帶領一群人進行佛教宣講工作，才使得佛教得以在台灣這個地區成長快速。這些積極進行俗眾宣教及宣講之佛教菁英，並不一定只是太虛、慈航、印順法師這一支派的人物，如白聖及南亭法師的積極作為，也可說是另一進行俗眾宣講的案例。所以戰後臺灣俗眾宣講的發展，是多元並進的，其中佛教學院的相繼成立，也是造成這股風氣繼續發揚的一項重要因素，儘管佛教學院的設置基本上是以出家眾為首要對象，但所訓練出來的佛教精英卻為台灣佛教宣教及宣講工作培養出許多優秀人才。沒有這些訓練菁英的學院，宣教及宣講的力道恐怕只能呈點狀的散佈，而無法達到後來像股風潮般的發展。但是單憑講經弘法人才口耳相傳的傳播方式向俗眾傳法，速度是稍嫌緩慢，有效運用傳播媒體，也是帶動佛教發展的另一重要因素。

1979 年以前，弘法人員可藉由文字或聲音，運用報刊書籍或廣播電台這些傳播媒介，大量向俗眾進行宣教工作。但隨著科技資訊的進步，這些媒體優勢的地位似乎已漸漸被電視的出現給撼動了，電視所能傳達聲光影像的魅力，受歡迎的程度自然不在話下，但由於電視成本的問題，佛教團體運用電視傳教的工作在

無線三台時代還一直不能普及，在這種情況下，平面與廣播媒體的優勢地位雖然漸受動搖，但仍還未被完全取代。一直要到 1996 年以後，這樣的局面才有所改觀，佛教開始出現第一家有線電視台—佛教衛星電視台，顯然這是在電視技術上及成本上都有顯著突破使然，稍晚的五家電視台，也可以證明這點。截至 2004 年為止，不到八年的時間，台灣地區就出現了 6 家佛教有線電視台，這樣的發展速度，可謂相當驚人。而這樣的結果代表的是什麼意涵？是愈來愈多人想看佛教電視節目？亦或是佛教界愈來愈重視加速宣教的工作？或者是其它什麼原因？在這樣的背景下，本論文試圖對擁有電視台的佛教團體進行研究瞭解，探討其成立電視台的成因背景，及其發展的方向目標。

第二節 研究動機與目的

宗教學或宗教研究，可以從很多面向切入探討，包括神學、人文和社會科學等三大進路，如神學的宗教學是從宗教內部進行之邏輯推演和論證做討論；人文的宗教學是從哲學、文學、思想史等的角度對宗教進行反思和闡釋；而社會科學的宗教學則使用實證的方法，收集實證的數據和資料，進行客觀分析與歸納，從而得出科學的理論來解釋宗教現象以及宗教與社會其它方面的互動關係。³本論文所要切入的研究角度，側重的面向就是從社會科學的進路來研究台灣宗教的發展現況，筆者試圖探求台灣宗教發展的合理性解釋理論，並進一步把範圍聚焦在佛教的發展上。可說本論文所試圖進行探討的問題是：是否有一套適合現代社會，且可合理分析宗教發展的理論架構？其中包括整個宗教社會的總體宗教發展及宗教個體發展的部份。總體的部份，所探討的範圍主要是整個社會中宗教場域的運作情形。而個體的部份，則是探討個別宗教行為者，包括宗教需求者及宗教供應者，他們各自的宗教決策選擇，這部份由於整個宗教的發展，主要還是以宗教供應者的發展為主導關鍵，就像商業環境中，瞭解企業的發展，大致上可瞭解整個經濟發展的概況一樣，因此，個體宗教發展的部份，本研究將以宗教供給面的討論為主，討論其相關的行銷經營。

接續台灣地區的宗教發展理論討論之後，筆者關心的是，發生在台灣這個社會底下的此地、此時的宗教發展問題，因此本論文將進行台灣近年來宗教供給與需求的回顧與調查之總體宗教討論及個體宗教經營者的行銷個案討論。總體宗教的部份，較沒問題的，所討論的對象很單一，就是台灣的宗教市場中的佛教部份。但個體的宗教發展部份，由於研究對象的選擇上，較富多樣性，比較難做選擇，也比較有多種差異性內容可供討論，而這些內容正是觀察台灣宗教發展重要且具體的焦點，但礙於研究規模的侷限，所以本研究在此只能選取某個案做討論，本

³ 參見 Rodney Stark & Roger Finke 著，楊鳳崗譯，2004，《信仰的法則——解釋宗教之人的方面》（*Acts of Faith : Explaining the Human Side of Religion*），北京：中國人民大學出版社，頁IV。

論文在此所做的是兩個個案的比較研究，所選取的個案是兩家同樣擁有電視媒體的佛教團體，包括新營妙法禪寺心田法師所創辦的佛衛電視慈悲台，及海濤法師所創辦的生命電視台。由於這兩個團體，是比較屬於中型規模的佛教團體，比起大型的團體較容易被觀察，加上這兩個團體同時擁有現代化進步的傳播媒體—電視台這項行銷利器，再說電視台通常都擁有比較多觀察社會發展的工具特色，包括資訊取得容易、接觸到不同的社會層面及掌握社會脈動容易等等特性，因此，以他們為觀察對象，可有利於觀察台灣佛教發展的趨勢走向。

綜合以上，本論文試圖達成的研究目的大致可分為以下幾點：

- 一、以電視台為中心的佛教組織，他們的成立背景為何？其成立的主要目的及經營理念為何？而其管理者的學思背景又是怎樣的來影響電視台的經營。
- 二、試圖以行銷理論檢討其在宗教面向的理論建構，宗教行銷的立論基礎與一般商業行銷的思考方向是否相同，宗教行銷的立論是否具有殊別於一般行銷的差異特色。
- 三、試圖依所建構的宗教行銷理論進行兩家電視台的經營運作，並比較兩家相同屬性不同經營類型的電視台團體，其在行銷上的優勢及限制，從中瞭解台灣佛教發展的樣貌，並做為相關宗教團體往後經營上的可能參考資料。

第三節 文獻探討

「宗教市場」(religious market) 與「宗教行銷」(religious marketing) 這兩個理論概念，提供了我們探討宗教發展的兩個方向，這樣的思考就好比「市場供需理論」與「行銷理論」之於自由社會經濟發展的兩套經濟學說一樣，經濟學主張：「在實際生活中，供給與需求這兩個市場力量無遠弗屆，在經濟理論上，這個稱為『供需均衡』的分析法，也無所不在。」⁴從這點可以瞭解，供／需這兩個要素是如何重要的影響著經濟發展。另外，行銷學之父柯特 (Philip Kotler) 在《行銷學要義》裏提到：「企業或非營利機關從事行銷活動時，可採用以下五種經營哲學概念，即生產、產品、銷售、行銷與社會行銷。這些概念反映出美國經濟史上不同的階段，以及過去五十年來美國社會、經濟與政治的主要變化。」⁵行銷觀念的發展帶動了不斷的需求增加，影響了經濟、政治，還有社會，也讓企業及非營利機關 (包括宗教團體) 得以生存發展。是以本研究將試著從「宗教市場」與「宗教行銷」這兩大方向進行相關台灣宗教發展探討的文獻整理，從中確立本研究以這兩大主軸來討論台灣宗教發展的進路可行性。

另外，在台灣的宗教市場中，近十幾年來，有一項相當受人矚目、逐漸發展成型的新興產業—佛教電視台，這項產業是一項相當值得關注的發展。由於剛發展不久，討論的人還不多，是以引發筆者研究的動機。此外，電視媒體，對行銷工作者而言，也是討論行銷的一項有利推廣工具。本論文所選取的研究個案也正是兩家電視台佛教團體，所以探討「佛教電視台」的相關文獻將有助於本研究進行相關議題討論研究時參考。總結以上，筆者在此，所想要進行的相關文獻探討就是以「宗教市場」、「宗教行銷」、「佛教電視台」這三個面向分別來進行，期望藉此對台灣宗教發展的動向能更加掌握瞭解。

⁴ 張清溪、許嘉棟、劉鶯釧、吳聰敏合著，1991，《經濟學理論與實際》，台北：雙葉書廊經銷，頁 28。

⁵ Philip Kotler 著，梁基岩譯，1986，《行銷學要義》，台北：曉園，頁 15。

一、 宗教市場

經濟學之父亞當·史密斯（Adam Smith，1723～1790）認為：宗教也是個經濟人組織。這個說法在中世紀的天主教，似乎相當符合，天主教在中世紀時從組織學的角度看，已經非常嚴密成熟。它有完善的天主教教義，並且有一大批人進行市場開發型的教義創新，設立了宗教裁判所，來保持教義深度開發的主導權在自己手裡，打擊當時在西班牙徘徊的伊斯蘭教異教徒，並控制世俗政權，使教皇成為歐洲君主們共同的「教父」。⁶彼得·柏格（Peter L. Berger）也曾經從宗教歷史和比較宗教學的脈絡來探討宗教社會的市場化，他認為當基督教從原本主導的地位慢慢被瓦解的時候，宗教因而從公領域限縮到私領域，教會必須自行去贏得信徒們心悅誠服的皈依。而這個私人化的宗教，使得宗教成為個人的「選擇」或「偏好」。⁷從此，獨占的宗教不能再把信徒的服從視為理所當然，服從是出於自願，因此，過去以權威使人服從的宗教傳統，現在必須「市場化」，「賣」給不一定要「買」的信徒。多元的環境是個市場的模式，其中，宗教組織成為交易場所，而宗教的型式變成消費商品，宗教活動的交易逐漸由「市場經濟」的邏輯來主導。⁸這時候的宗教團體，從獨占性的組織轉型為競爭的行銷代理商。昔日宗教團體是依據對臣民行使絕對控制的機關去組成的，而現在宗教團體的組織則必須和相同宗旨的團體競爭，設法招徠消費群。⁹

近來有幾位美國的宗教社會學學者發展出一套「宗教經濟」理論，代表人物有羅德尼·斯達克（Rodney Stark）、羅杰爾·芬克（Roger Finke）及勞倫斯·艾納孔（Larence R. Iannaccone），他們是在二十世紀後期才構思出來這套解釋美國宗教發展理論的，這套理論的研究範圍大多是針對天主教、基督新教及美國地區

⁶ 參見唐學鵬，2005，〈新教改革與價格歧視〉《二十一世紀經濟報導》，參考網址：<http://finance.sina.com.cn/review/20051022/11412055464.shtml>。

⁷ 參見 Peter L. Berger 著，蕭羨一譯，2003，《神聖的帷幕》（*The Sacred Canopy, 1967*），台北市：商周，頁 156-159。

⁸ 參見同上註，頁 164。

⁹ 同上註。

的新興宗教做討論。在歐美地區經過幾年的發展以後，「宗教經濟」這個概念，似乎已成爲一套能夠引起大家共鳴，且對宗教發展趨勢較有解釋力的宗教發展理論。其中艾納孔（Iannaccone）依Gary Becker的理性選擇理論當中的基本假設而認爲宗教市場是從人們做理性選擇中而存在的，其理性選擇的基本假設爲：一、個人的行動是理性的，對於可能的行動是以衡量成本與效益來做個人最大化總效益的選擇行動；二、個體所評估的成本／效益分析得到的最終偏好（或「需要」）是不會因人、因時而有差異的（也就是指偏好固定）；三、社會的結果是由現有的個人行動之加總或互動而達到的平衡所構成的。¹⁰艾納孔（Iannaccone）認爲理性選擇理論假設人們會以同樣的方法來決定所有的行動，會以估計成本／效益來做最大總效益的行動衡量。因此人們選擇宗教，決定他們是否接受或要參與到什麼程度，也是依這個原則而進行的。¹¹另外的兩位學者羅德尼·斯達克（Rodney Stark）及羅杰爾·芬克（Roger Finke），在他們的2000年近著《信仰的法則：解釋宗教之人的方面》（*Acts of Faith : Explaining the Human Side of Religion*）中提到，把經濟學的基本原則應用在團體或社會層面的宗教面向上，以做爲宗教研究之新模型似乎是可行的。斯達克他們認爲：宗教行爲一般是建立在成本／效益計算的基礎上，因此是理性的行爲，在一些主要元素上，任何社會的宗教子系統跟世俗經濟子系統完全類似，兩者都包括有價值產品的供需互動。「宗教經濟是由一個社會中的所有宗教活動構成，包括一個現在的和潛在的信徒（需求）『市場』，一個或多個吸引或維持信徒的組織（供應者）以及這些組織所提供的宗教文化（產品）。」¹²這樣的解釋把經濟學的基本原則應用在團體或社會層面的宗教現象，取得極大的解釋力，斯達克的宗教經濟想法有學者把它整理爲：

¹⁰ 參見 Becker, Gary S. ,1976, "The Economic Approach to Human Behavior." Chicago:University of Chicago Press.

¹¹ 參見 Iannaccone, Laurence R. , 1997, "Rational Choice : Framework for the Scientific Study of Religion. "pp25-44 , In : Edited by Lawrence A. Young, *Rational Choice Theory and Religion* , New York : 26-27.

¹² 參見 Rodney Stark & Roger Finke 著，楊鳳崗譯，2004，《信仰的法則——解釋宗教之人的方面》（*Acts of Faith : Explaining the Human Side of Religion*），北京：中國人民大學出版社，頁 237。

「當代宗教變化的主要根源取決於宗教產品的供給者。其基本理論環節是：一、如果宗教市場完全受市場驅動，沒有外在管制，必將導致宗教的多元和競爭。二、在宗教自由競爭的前提下，為了贏得信眾，教會必定竭力奉獻符合社會需要的宗教產品，最後形成宗教超市。三、競爭或許會造成個體教會的興衰，但在總體上必定提高社會的宗教消費水準，促進宗教的繁榮。四、相反，如果宗教市場由國家壟斷，必定產生懶惰的宗教供應商和無效的宗教產品，引發該宗教的衰弱。」¹³

另外，有關宗教市場的「理論」研究部份，在國內，到目前為止還算不多，可看到的文獻，有一篇齊偉先的〈儀式、宗教場域與宗教市場〉，¹⁴這篇文章的大部份論述是以西方基督宗教為基礎並以社會學的脈絡來進行宗教市場理論的演繹。文中作者從基督宗教的兩大元素「信」與「約」談到「信」與「約」在神聖與世俗之間的運作機制，進而談到「信與約」從宗教的層面挪到社會世俗的機制裏來運作的情況，以及從中引發出的儀式理論。其中對儀式的探討，作者從世俗的「社會儀式」談到神聖的「宗教儀式」，最後又回到儀式的世俗化解釋，這裏能看到一股解構神聖的力量，又可看到「宗教世俗化」的踪跡。作者認為宗教並不因解構神聖及世俗化而消失，它會限縮到一個特定角落中。也就是被限縮到特定的「場域」及被商品化到「市場」之中，文中作者把宗教市場的作用原理及作用機制、發展歷程做了一個約略的重點討論，並且對台灣地區的宗教市場進行反省，作者認為台灣的宗教市場運作模式跟西方宗教市場比起來，台灣的宗教市場多了政治及社會認同的考慮因素在裏面。這篇論文中所討論的宗教市場，已經開始關注到台灣的宗教發展，這也是筆者所要參考的有關「宗教市場理論」方面國內主要的相關文獻。

除了這篇討論宗教市場理論的理論探討文獻外，做這方面研究的學者大多是應用性的相關研究，從宗教市場理論進一步去探討某些個案的發展，如趙星光的

¹³ 魏德東，2005，〈從經濟學角度看宗教〉《世界宗教文化》，第01期。

¹⁴ 周平、齊偉先編，2007，《宗教與社會的世界圖像》，嘉義大林：南華大學教社所，頁121-138。

〈宗教市場與宗教變遷：台灣人移民社區的個案研究〉¹⁵，其所研究的宗教市場理論主要是依尋著羅德尼·斯達克及羅杰爾·芬克兩位學者的腳步，作者提到：

宗教市場理論是以經濟學「自由競爭市場」(free market)與社會心理學「理性選擇原則」(the principle of rational choice)為基礎所發展出來的理論。宗教市場理論被用來分析宗教團體發展，包括成長、衰微與變遷，其前提假設是在一個對宗教發展沒有任何外力干擾的自由社會中，宗教可以被視為一種商品，宗教團體是製造此一商品的工廠，而宗教團體的參與者則是消費者。

此篇論文中，作者用這套理論分析了美國洛杉磯地區，一個台灣移民所建立的基督教教會—「洛杉磯台福教會」的發展運作，探討其如何從創設時講台語的情形，發展成為使用多種語言社群的多元族群教會，並解釋促成此發展的推手素，以及相關的環境與組織因素是怎樣的影響這個教會之發展。

此外，從宗教市場理論探討個案發展的文獻，還有陳宜樺的碩士論文《現代化宗教與青年：佛教團體青年組織發展之比較》¹⁶，及許怡真的《宗教市場中的新興宗教—以山達基教會為例》碩士論文，¹⁷其中陳宜樺在文中以世俗化理論與宗教市場理論為基礎理論，檢視佛教團體青年組織的發展情況，所研究的個案是慈濟大專青年聯誼會及法鼓山青年會，藉由理論與現象之相互論證，探究佛教團體青年組織之「整體組織」、「社團」、「營隊」之運作發展情形以及因應世俗化的情況。而許怡真則透過田野調查，進行山達基教會在台灣及紐約兩地的發展情形，並運用宗教市場的理性選擇論對其個案進行觀察討論。

¹⁵ 趙星光，2002，〈宗教市場與宗教變遷：台灣人移民社區的個案研究〉，「宗教與社區研討會」論文集，台中：東海大學。

¹⁶ 陳宜樺，2007，《現代化宗教與青年：佛教團體青年組織發展之比較》，台北：政治大學宗教研究所碩士論文。

¹⁷ 許怡真，2006，《宗教市場中的新興宗教—以山達基教會為例》，台北：政治大學宗教研究所碩士論文。

二、 宗教行銷之相關文獻

有關宗教行銷的研究，現有的文獻討論的並不是很多，在宗教社會學的領域中，彼得·伯格（Peter L. Berger）曾經在《神聖的帷幕》一書中有稍微提到宗教行銷這個名詞，但並沒有進一步做宗教行銷的討論。而國內研究宗教行銷的專書及碩博士論文，到目前為止也尚未出現。至於有關國外方面的研究，到目前為止也很少見，目前筆者所能搜尋到的文獻，只有一本 Robert E. Stevens 等合著的《*Concise Encyclopedia of Church and Religious Organization Marketing*》（教會與宗教組織行銷的簡明百科全書），這本專書裏的主要討論脈絡是從教會組織所開發出來的一套提供教會增長研究的宗教組織行銷學，其中可看到許多宗教行銷的概念及名詞解釋。

宗教行銷除了這本國外參考專書外，其它相關的直接參考文獻還有許榮達《理念行銷策略之研究：台北區基督教會實例》¹⁸，文中作者針對台北地區三十家教會，進行理念行銷的個案討論，所得的結論是非常值得本研究進行有關宗教行銷討論時做參考，另外的一篇關於宗教行銷的文獻是王祿旺的〈佛光山宗教行銷之策略研究〉¹⁹，這是一篇概略性的把幾個「行銷組合」要素應用在宗教團體（佛光山）分析行銷討論的短篇論文，其中，在有關宗教行銷的討論上尚有許多仍待開發的空間。以上這三筆文獻是與「宗教行銷」直接相關的參考文獻，其它有關宗教行銷的討論，在台灣，大多是集中在非營利組織的領域，如黃敬涵的碩士論文《非營利組織行銷策略之研究—以法鼓山推廣心靈環保理念為例》²⁰、黃嘉斌的《非營利事業行銷：以高雄市天主教為例初探》²¹、許良福《非營利組織

¹⁸ 許榮達，1988，《理念行銷策略之研究：台北區基督教會實例》，中壢：中原大學企業管理研究所碩士論文。

¹⁹ 鄭志明主編，2000，《宗教與非營利事業》，嘉義：南華大學宗教中心，頁 49-63。

²⁰ 黃敬涵，2006，《非營利組織行銷策略之研究—以法鼓山推廣心靈環保理念為例》，台北：東吳大學企業管理學系碩士論文。

²¹ 黃嘉斌，1992，《非營利事業行銷：以高雄市天主教為例初探》，高雄：中山大學企業管理研究所碩士論文。

策略性行銷之研究：以慈濟功德會為例》²²、邵正宏《非營利電視台之行銷策略研究—以慈濟大愛與好消息頻道為例》²³、梁斐文的〈宗教型非營利組織行銷策略研究—以慈濟功德會為例〉²⁴等。他們所探討的主要主題大都是以慈善、社會福利為主的宗教型非營利組織功能討論。但本文所比較側重的，則是以教義傳播方面有關的宣教志業的討論，並非是以醫藥志業、教育志業、慈善志業等社會福利志業為主的討論。這方面的討論，在台灣方面還是很缺乏，所以本論文試圖以這個主軸對宗教團體進行宗教行銷方面的討論。

三、 佛教電視台相關研究文獻

台灣的宗教基本上從人口的遷移與歷史的傳承來看，還是延續自中國大陸的傳統，很多台灣宗教的討論，其根源都必須追溯至其宗教在中國時的發展。從近六十年來台灣宗教的發展歷史看，在光復之初，宗教的發展腳步是緩慢的，而台灣宗教在經過了近四十年的緩慢變化以後，慢慢進入到一個快速變遷進步的社會環境背景裏，因而也帶動了宗教的變遷腳步加速，尤其在過去的一、二十年裏，台灣社會的政治、經濟、社會各方面都遭逢重大的震撼，這些震撼不僅改變了人們太多的生活習慣和觀念，也迫使他們企圖理出一套因應下一世紀可能帶來的更激烈的改變，包括人際互動關係、社會結構調整、產業結構的新配置以及全球化體系的連結等等。若仔細推敲台灣過去一、二十年來的改變，可以發現遽變的原因是出在這個社會中同時出現科技革命、傳播革命及社會革命，這些衝擊是全面的、整體的，而且是前所未有的，尤其傳播革命更是此一震撼衝擊的主要角色。社會快速變遷的開始之初是來自科技革命，包括電腦及傳播科技的問世，後來則是傳播媒體的大量化、多樣化、廉價化、多功能化，傳播革命所帶來的社會變遷

²² 許良福，1999，《非營利組織策略性行銷之研究：以慈濟功德會為例》，台北：東吳大學企業管理學系碩士論文。

²³ 邵正宏，2001，《非營利電視台之行銷策略研究—以慈濟大愛與好消息頻道為例》，台北：台灣師範大學大眾傳播研究所碩士論文。

²⁴ 梁斐文，2005，〈宗教型非營利組織行銷策略研究—以慈濟功德會為例〉《社區發展季刊》，112期，頁 206-216。

衝擊，迅速影響到知識的生產、科技的革新、生活行爲、觀念及價值的改變，所以可以看出傳播革命所帶來的加速科技革命和社會革命的衝擊。²⁵同樣的，宗教的發展也在這樣的一個社會趨勢底下，變得自由、成長及多樣，因此，可想而知傳播革命對宗教發展的重要性。

有關佛教電視台相關研究的參考文獻，能見到的並不多，可搜尋到的有畢盈的《台灣地區佛教信眾電視宗教頻道收視行爲調查》碩士論文，這是傳播領域做佛教研究的少數論文之一，文中主要以「使用與滿足理論」對佛教電視台的閱聽人做研究，所研究的對象有佛光、慈濟及法界三家佛教電視台，但未包含佛衛電視慈悲台及生命台的討論，而本論文所研究的個案正好是這兩家電視台。另外有關佛教電視台的研究還有一本高玉美（釋理群）《當代宗教傳播之個案研究—以佛衛慈悲台爲例》²⁶的碩士論文，這本論文中，也是以宗教社會學的研究進路對「佛衛慈悲台」的分析研究，其中也有討論到佛衛慈悲台的經營管理，是一本可提供本論文做參考的重要文獻。

²⁵ 相關討論可參見陳瑞貴，1990，〈傳播革命對臺灣宗教行爲的影響及其可能的發展〉，雲南中國文化海峽兩岸學術研討會論文。

²⁶ 高玉美（釋理群），2005，《當代宗教傳播之個案研究—以佛衛慈悲台爲例》，新竹：玄奘大學宗教學系碩士論文。

第四節 研究方法

一、 研究對象選取

在討論台灣宗教發展的個體宗教發展時，選擇一個較具有特色及意義的觀察對象是相當重要的，畢竟整個台灣宗教市場有幾千個單位的供給者，要一一進行研究調查是不可能，本論文在此所選取的研究對象，是以具有宗教行銷理論觀察特色的個案為考量。其中本論文所選取的對象是佛教團體中，使用媒體傳播頗具代表性的兩個佛教組織—佛衛電視慈悲台及生命電視台，其中佛衛電視慈悲台是一家從 1996 年 10 月 1 號開辦的台灣第一家佛教衛星電視台，其所規劃的節目內容，主要在針對佛教內部人士所設計的法師講經弘法節目為主。而生命電視台，則是最近在 2004 年 1 月 1 號才開播的一家佛教電視台，其為現有佛教電視台中最晚設立的一家。其所目標的傳播對象是以普羅社會大眾做考量，標榜以淺顯易懂的文字，把簡易的佛法介紹給佛教局內人 (insider) 及局外人 (outsider) 認識。

筆者之所以選擇兩個團體做研究，而不單單只針對某一團體做研究，主要是為了達到研究的對比效果。在對象的選取上，筆者所考慮的是同場域中的兩個差異性團體比較研究，其中同場域，意指他們同樣擁有電視傳播平台，再者，其同樣是由佛教法師所經營創辦的電視台，第三，他們同樣皆擁有非專屬私家團體所用的電視台，亦即，他們的電視台是提供給整個佛教界所使用，只要是佛教法師或團體，都可以使用這個平台做講經弘法宣教的活動，而不是專為個自團體內部法師弘法或組織宣傳所使用而規劃的電視台。基於以上三點，筆者把它們歸屬為同場域的。而兩者的差異性則是：一、他們所目標的傳播對象不同，一者是針對佛教內部人士或宗教追尋者，另者則是普羅社會大眾；二、他們是現階段不同時期的代表，一家是最早的佛教電視台，一家則是最晚設立的佛教電視台；三、不同的開放風格，一者是白聖法師系統的保守做風，一個則是印順法師系統的開放做風；四、不同的組織運作模式跟行銷管理經營模式。

二、 深度訪談

「訪談是一項由他人身上蒐集資訊所常用的方法。在現實生活中，透過與他人不同形式的互動蒐集資訊。任何在兩者或兩者以上人與人之間的互動，而互動的人們心中皆有一特定的目的，此即稱之為訪談。」²⁷其中訪談又可分為兩種，一種是訪談內容非常彈性，訪問者可以自由規劃有關所欲調查議題的各項相關問題，此稱為非結構性訪談(unstructured interview)，又稱為深度訪談(indepth interview)；另一種則是較無彈性，訪問員可完全依照事先準備好的設計問題發問，此叫做結構性訪談(structured interview)。本研究在有關個案的研究方法上主要就是藉由這兩個團體的組織創辦人及其組織內部管理者(如電視台負責人及節目規劃主導者、精舍或中心的負責人)的深度訪談，甚至有時還包括法會或活動參與者的隨機抽樣訪談，以期從中取得未公開發表的相關個案經驗資料，如創辦人及組織管理者的宣教理念、創辦因緣、個人想法、節目或活動的規劃考量、行銷策略、遭遇瓶頸、經歷的組織變革及其所曾經面臨的各項組織發展的因應之道等內容。關於隨機抽樣的活動參與者訪談，則主要是把訪談的焦點鎖定在其參與活動的動機為何？參與活動的預期心理為何？及其參與的結果與預期的心理是否一致。藉由這樣的參與者訪談，可以了解活動規劃者的動機與參與者的動機是否一致，以及這樣的一個過程是否達到預期的傳播效果，其間是否有什麼傳播雜訊影響傳播的正確性。

三、 文獻分析

對兩個團體所發行的刊物、相關史料進行資料收集分析，試圖瞭解該兩團體的歷史沿革、組織運作、節目規劃等內容。其中「歷史沿革」可以讓我們大致瞭解該組織是什麼時代背景下出現發展的。而「組織運作」則是為了做為瞭解該兩個組織的運作模式及行銷管理規劃的參考資料，另外「節目規劃」資料，則是要

²⁷ Ranjit Kumar 著，潘中道、黃瑋瑩、胡龍騰合譯，2000，《研究方法：步驟化學習指南》，台北：學富文化，頁 130。

做探討其組織從事產品規劃的原則方向之用。以上幾個部份都是個案研究的文獻討論。另外本論文還會針對一些相關理論文獻，特別是宗教社會學、行銷管理學及台灣宗教的專書、期刊、論文，進行文獻的比較分析討論，期能更加了解台灣宗教的發展趨勢及宗教市場與宗教行銷理論在台灣宗教場域的討論適用性及可供本研究參考討論的可能性議題。

四、 問卷調查

對於台灣佛教的發展，從群眾需求的瞭解，將有助於瞭解整個宗教市場的發展趨勢，這樣的資料也是提供市場供給者在進行行銷工作時的一個有利參考資料。面對規模比較大的市場而言，想要進行市場需求的瞭解，最有利也是較客觀的方式，就是進行問卷調查。本研究在此將試圖透過問卷調查的方式，對宗教市場的現況進行一項規模不算小的問卷調查，這樣的調查資料，在國內進行相關工作的研究並不太多。但也並非沒有，其中最具代表性的資料可推中央研究院社會學研究所從 1984 年起每隔一段時間所進行一次調查的「台灣社會變遷基本調查」²⁸研究，其中有一部份問卷會做有關國內一般社會大眾的宗教基本調查，所收樣本範圍擴及全台，有效樣本大約在 1800-2000 份之間，主要是針對台灣社會大眾目前對現有幾個主要宗教的看法、認知、需求及選擇，所問的宗教派別包括民間信仰、佛教、道教、一貫道、軒轅教、天主教、回教、基督教、其它宗教等。

這項調查，在某種程度上，也可提供本論文做一般群眾對於宗教需求的瞭解參考之用，但在某些議題的研究上，這份資料並無法提供本論文做特定主題的討論，如以本研究所想要進一步關心的佛教團體在進行宗教行銷時所必須關心的佛

²⁸ 「台灣社會變遷基本調查」到目前為止已經進行到第五次的調查，其調查的時間分別是第一期（1984—1985）；第二期（1990—1994）；第三期（1995—1999）；第四期（2000—2004）；第五期（2005—2009）。

教社群宗教需求而言，²⁹這項調查就無法提供充份的參考資料，因此本論文針對這個問題，必須另外闢出不同的樣本母體進行採樣調查。是以本研究遂於 2007 年 9 月 15 日至 2008 年 7 月 1 日期間以公共場合採樣³⁰、集合實施³¹、電子郵件問卷³²等方式進行問卷收集，其中總共收集了 685 份有效問卷，355 份無效問卷，有效問卷比例 66%。而其中佛教社群的有效問卷有 556 份，無效問卷 296 份；一般社群的有效問卷 129 份，無效問卷 59 份。³³這樣分類的特點主要是將受訪者加以區分為佛教社群跟非佛教社群，比起「台灣社會變遷基本調查」所做的不分特定群體全面機率抽樣調查的設計，是比較有針對某一特定對象調查的特色，畢竟全面調查的對象裏面包含了佛教社群的群體及非佛教社群的群體，所以與本論文所進行的調查是有很大的差異。

由於本研究的性質比較屬於質性的分析研究，調查結果只用來做描述性用途，因此不需做機率統計的抽樣調查，而且所問的議題也比較沒有地區性差異的顧慮，研究對象較無所謂代表性的問題，因此本問卷僅以「非機率抽樣」的方式進行調查。其中問卷的設計內容包括了七大項：基本資料、宗教態度、個人的宗教行為、

²⁹ 「佛教社群」主要是針對某些佛教團體所進行的問卷發放，其中或許有些也不一定是佛教徒。而「一般社群」則是針對一些偶遇樣本所進行的便利抽樣，大部份屬於筆者週遭認識的人及其所延伸出去的人，其中不代表就全為無宗教信仰者，這點在此提出做個聲明。

³⁰ 林口體育館「2007 國際供佛齋僧暨孝親報恩仁王護國息災祈福大法會」現場及彰化縣立體育館「96 年度中區全國供佛齋僧大會」

³¹ 針對十三處特定佛教團體發放實施的問卷。

³² 以電子郵件發放方式收集的問卷。

³³ 第 1 份—妙青唸佛會有效 71/無效 6；第 2 份—林口供僧大會遊覽車 1 有效 75/無效 38；第 3 份—安慧學苑有效 31/無效 26；第 4 份—妙雲蘭若有效 55/無效 4；第 5 份—阿底峽佛學會有效 27/無效 5；第 6 份—96 彰化齋僧大會現場有效 15/無效 23；第 8 份—96 林口齋僧大會遊覽車 2 有效 88/無效 71；第 10 份—96 林口齋僧大會遊覽車 3 有效 34/無效 44；第 11 份—96 林口齋僧大會遊覽車 4 有效 45/無效 24；第 13 份—96 彰化齋僧大會遊覽車 1 有效 41/無效 7；第 14 份—六龜空生精舍有效 10/無效 6；第 15 份—嘉義生命講堂有效 18/無效 8；第 16 份—高雄竹林寺有效 17/無效 15；第 21 份—高雄某家精舍有效 27/無效 19，（以上屬佛教社群受訪者）。第 7 份—戴先生有效 17/無效 10；第 9 份—葉小姐有效 3/無效 24；第 17 份—網路填寫有效 33/無效 2；第 18 份—蔡小姐有效 19/無效 2；第 19 份—曾小姐有效 8/無效 8；第 20 份—許先生有效 15/無效 9；第 22 份—親友有效 14/無效 4，（後面屬一般社群受訪者）。

宗教傳播、術數與法術、慈善行爲、對佛教的觀感等七大部份，對這七大部份問題提出就教於問卷受訪者，詳細問卷統計結果可參見附錄一。

五、 論文架構

本論文的研究架構主要是由六部份所構成，第一章緒論的部份是由研究背景、研究動機與目的、文獻探討及本研究所採取的研究方法等內容所構成。而第二章則會開始進入到宗教主題的研究討論，筆者主要是從宗教社會學的角度切入，探討有關宗教市場及宗教行銷問題，其中會先從宗教定義的問題開始討論起，因為這是對宗教進行研究的最重要也是最基礎的工作，從定義的討論中筆者嘗試從中耙梳出一個操作型定義，用以介紹之後宗教市場的供給與需求，而這樣的供給／需求討論，也正是宗教市場概念的架構。對於宗教市場的瞭解，一個很重要的觀察點，就是有關供給者如何對市場進行瞭解，供給者提供市場什麼產品？如何給？而這些討論也正是行銷理論所要研究的問題。隨後本論文更關心的是，宗教對行銷理論的援用可能性？這是在第二章第三節所要討論的宗教行銷議題。到此為止的第二章討論，還是停留在理論部份，接下來的討論，則是以現實環境及個案的討論為主軸，如第三章的台灣近年來佛教供給與需求特徵，主要是在描述台灣地區的宗教市場，佛教是如何的發展現況，「人生佛教與人間佛教」、「傳播媒體對佛教近年來發展的意義」、「台灣佛教信徒需求調查」等議題，都是說明台灣佛教供給與需求的幾個重要議題。接著第四章所要討論的，則是進入到台灣宗教場域中來對個案進行分析，筆者試圖把關心的焦點聚焦在屬於台灣宗教市場的兩個佛教電視台個案，對於這一部份的探討，本論文一開始會在第四章對其進行電視台及其相關志業體介紹，之後第五章則進一步分析比較兩家電視台的經營模式。最後會從中得出一些電視台經營及宗教行銷的優勢差異結果，這部份也就是本論文最後一章—第六章所要呈現的結論。以上就是本論文大致的論文架構。

第二章 宗教市場與宗教行銷理論

第一節 宗教的供給與需求

一、 宗教的各種定義

二十世紀以前，西方的學術界對「宗教」(religion)的定義基本上可以簡略地總括為「人對神的信仰」。之後的宗教定義，則產生了許多不同可能性的發展，誠如呂大吉對西方學者的宗教定義歸納分類，可把宗教定義劃分為三種類型：一、以神為中心的描述；二、以信仰者的體驗或經驗作為宗教的基礎和本質的描述；三、以宗教的社會功能來描述宗教的本質。³⁴其中第一類，它是一個有關主客體關係的極為概括型定義，主要是描述基督宗教、伊斯蘭教等一神論的宗教觀點，他們認為宗教是「人對上帝之從屬關係」，³⁵其中「人」是主體，即宗教只是人類社會所獨有的現象，客體是「神」，這是只有人類社會才能想像出來的超自然存在者，聯結主體「人」和客體「神」的人類思維之一種獨特方式，就是信仰。像這種的宗教定義，就會引伸出許多「宗教哲學」的討論問題，如「神到底存不存在」的辯證問題，如果神不存在，那依定義根本就沒有宗教存在的可能性。而神若存在，那會是怎樣的一種存在？但是在人類的經驗世界裏面，卻又總是無法見到神的相貌，那這樣能確認說神存在嗎？有人也許會說，神不會輕易讓人見到，如果這樣，神的存在不能以視覺經驗為依據，那麼神的存在到底是怎樣的一個形式？它是以象徵意義存在的嗎？亦或是功能性意義，或是心理慰藉的意義，許多宗教定義所延伸出來的討論問題就從而產生。像康德就站在神的不可知論立場來看宗教定義 (Immanuel Kant, 1724—1804)，他認為：「宗教是在於承認人的一切

³⁴ 參考呂大吉主編，1993，《宗教學通論》，台北：博遠，頁 69-77。

³⁵ 參見項退結，1984，〈對宗教哲學的緒言〉，《哲學與文化》，11 (3)，頁 163。

義務好似神的命令」。³⁶這其中的「好似神」就代表了康德不認為神的真實存在，而認為神是人的想像，想像有個「好似神」的存有，這樣的說法，很明顯是站在一個很客觀的局外人立場來看宗教，把神的存在當做是一種象徵意義。另外，「以神為中心」的定義還有其它像宗教學之父馬克斯·繆勒(Max Müller, 1823—1900)的「人對無限存在物的信仰」。³⁷愛德華·泰勒(Edward Burnett Tylor, 1832—1917)認為的宗教起源於萬物有靈的觀念，因此，其本質乃是「對於精靈實體(spiritual beings)的信仰」。³⁸在他之後的詹姆斯·弗雷澤(James George Frazer, 1854—1941)進一步指出，宗教是「人對能夠指導和控制自然與人生進程之超人力量的迎合、討好和信奉」。³⁹宗教人類學家威廉·施米特(Wilhelm Schmidt, 1868—1954)則認為：「宗教的定義有主觀與客觀之別。從主觀來說，宗教是人對係屬於一個或多個超世而具有人格之力的知或覺；根據這種知識或感覺。人與此力有一種相互的交際。從客觀來說，宗教即是表現這主觀宗教之一切動作的綜合，如祈禱、祭獻、聖事、禮儀、修行、倫理的規條等。」⁴⁰後面三者是比較偏向人類學的角度去研究原始部落宗教所得到的結果。這類以神、精靈實體或人格性主宰者為核心的描述，若放到某些其它宗教的脈絡看，顯然是不適用，如中國信仰天命的儒教及強調宇宙運行之道的道教，還有強調涅槃境界的上座部佛教，這些宗教傳統並沒有以精靈實體或創世的人格神作為其宗教思想的本體，以神為中心的宗教描述概括不了這類宗教現象。借用波亨斯基(Joseph M. Bochenski)的一句話，這樣的定義失之過窄。亦即以自己的地區概括全世界，以自己的片面觀點概括全體，⁴¹這種定義是有其局限性。所以就會存在其它不同類型的宗教定義，加諸二十世紀以後的近現代，大環境的改變，世界經歷了許多變革，包括政治、經濟、軍事、科

³⁶ 楊紹南，1996，《宗教哲學概論》，台北：台灣商務，頁14。

³⁷ 參見呂大吉主編，1993，《宗教學通論》，台北：博遠，頁70。

³⁸ 同上註。

³⁹ 同上註。

⁴⁰ 參見同上註，頁70-71。

⁴¹ 參見項退結，1984，〈對宗教哲學的緒言〉，《哲學與文化》，11(3)，頁164。

技等方面。最著名的事件有兩次世界大戰、蘇美對峙及冷戰結束、電腦網路科技，文明衝突論和國際恐怖主義，這些事件促使學者們不斷以新的社會歷史脈絡重新思考宗教的定義，也使人們逐漸認識到現在的人類所接觸到的宗教現象其形式要比過去複雜得多，宗教的定義也因此多到難以計數。

因此，除了上述的「以神為中心的描述」外，還有「以信仰者的體驗或經驗作為宗教本質的描述」的第二類宗教定義。其代表性人物有美國實用主義哲學家 and 宗教心理學家威廉·詹姆士(William James, 1842—1910)及德國神學家和哲學家魯道夫·奧托(Rudolf Otto, 1869—1937)，還有英國神學家約翰·麥奎利(John Macquarrie, 1919—2007)。其中威廉·詹姆士認為，宗教是「各個人在他孤單時候由於覺得他與任何他所認為神聖的物件保持關係所發生的感情、行為和經驗。」⁴²在他看來，人在不受其他外界因素影響的心理狀態下，對神聖物件所產生的純淨的情感和體驗，就是宗教。魯道夫·奧托更進一步分析了人對神聖物件體驗時的心裡狀態，他認為宗教的本質即是「對神既敬畏又嚮往的感情交織(the numinous)。」⁴³約翰·麥奎利也肯定人與神的交際與感通是宗教中最根本的東西。因此，他給宗教下的定義是：「宗教是存在本身(神或上帝)對人觸及，以及人對這種觸及的反應。」⁴⁴這裡所言的觸及和反應，就是信仰主體與被信仰的客體之間的主觀感受或宗教經驗。另外像弗洛伊德(S. Freud)、費爾巴哈(L. Feuerbach, 1804—1872)也都屬於分析人的信仰體驗心理為主的宗教定義。這種以宗教體驗的描述為宗教所下的定義，對於某些宗教在某些方面的表現或某種狀態下的宗教現象，是比較客觀的。但在更多情況下，宗教所表現的是一種群體的文化現象和帶有個體差異性的主觀感受，很難用個體主觀的經驗或神秘體驗來概括人類普遍的宗教現象。實際上只有個別狀態下的宗教體驗或少數的神秘主義

⁴² 參見呂大吉主編，1993，《宗教學通論》，台北：博遠，頁 73。

⁴³ 同上註。

⁴⁴ 參見同上註，頁 73-74。

宗教派別適用這種個體宗教體驗的描述範疇。

因此以信仰者的體驗或經驗作為宗教定義，也並不是問題的全貌。最後呂大吉所劃分的第三種宗教定義分類是「以宗教的社會功能來描述宗教的本質」。這類型的研究學者主要有法國社會學家愛密爾·涂爾幹(Emile Durkheim, 1858—1917)、美國宗教學家密爾頓·英格(Milton Yinger, 1916—)及日本宗教學家岸本英夫(Kishimoto Hideo, 1903—1964)等。其中涂爾幹將社會區分成「神聖的」與「世俗的」兩個領域，神聖的領域即宗教，他認為：「宗教的基礎是社會的需要，神聖無非是社會本身。宗教中的一切，都是由社會需要所決定的。」⁴⁵而英格則認為：「宗教是人們藉以和生活中的根本問題進行鬥爭的信仰和行動的體系：將人生的不幸、痛苦轉化為最高幸福。」⁴⁶岸本英夫的看法是：「宗教是一種使人們生活的最終目的明瞭化，相信人的問題能得到最終解決，並以這種運動為中心的文化現象。」⁴⁷

在此筆者只想先依循呂大吉的分類，對宗教定義做概略性的瞭解，還有許多宗教的定義及宗教定義的分類，無法一一列舉討論。從上面的討論中，我們也可以得知有些宗教定義定得很明確，但只適用於某類宗教，而有些定義所包含的宗教種類很廣，但定義的明確度卻不高，還有一些定義，則是站在某個角度來看宗教，並未全盤涵概宗教的全部面向，各個定義似乎都是為了某一目的而下的。我們也可清楚的知道，對於宗教定義要下一個涵概所有宗教，涵概所有教義，涵概所有現象及行為的定義似乎不太可能，大部份的定義，看起來似乎都無心朝整合性的宗教定義這個方向努力。項退結的宗教定義，就有朝這個方向嘗試的意圖，他認為，宗教是「對超軼事物、力量或位格的信念及由之而來的行動，此項信念

⁴⁵ 參見輔大宗教學系編著，2007，《宗教學概論》，台北：五南，頁 11。

⁴⁶ 同上註。

⁴⁷ 參見呂大吉主編，1993，《宗教學通論》，台北：博遠，頁 75。（原出處岸本英夫，1961，《宗教學》，東京都：大明堂，頁 17。）

與行動往往導致心理、生理、社會及其他功能。」⁴⁸這樣的說法儘管已經有整合性的意味在，但這樣的定義，沒有宗教教義的內涵跟味道，沒有辦法看出對宗教的評價標準。因此，筆者在此，試圖構思一個能夠涵概各種宗教，涵概各種宗教供給與需求的定義，筆者所對宗教下的定義是：「**宗教，是現實界的人類，對於超越人類現有能力及真善美超越界存有及其人間代表者或人間追尋者的主體 (substance)、性相 (characteristics) 及功用 (function) 的種種認知、想像、崇拜、信仰、關懷、模仿、追求以及護持。**」其中所代表的意義是現實世俗界的人們，基於某些因素，對於超越界的神聖或神聖在人間的代表者(如菩薩化身)，有時訊息的傳遞者也可稱做是這裏所謂的代表者(如先知)，或者是像聖徒、宗教人士等這類宗教追尋者，對他們所做的一種崇拜、信仰模仿、護持等行為，或者是對於神聖界的種種認知、想像、關懷，其中所關心的範疇不外乎就是超越者的主體、性相、功用。這樣的定義，所下的動機大致可分為下列四點說明：一、這是以佛教的角度做基礎觀察進而推及其它宗教。二、宗教是以世俗界的社會需要為想像而發展出以神聖界為核心的宗教價值，這點可看做是宗教的社會功能。三、以體相用的觀念來涵概所有超越界及世俗界的所有描述。四、把宗教的種種行為、現象及心理功能歸納為認知、想像、崇拜、信仰、關懷、模仿、追求以及護持等表現。從這樣的定義，本論文試圖從中進一步探討宗教的供需為何？

二、 宗教的供需面

人們在社會生活的面向上，離不開物質性跟心靈性的兩個生活面向，在社會學科的研究裏，針對物質性的描述，多半是以經濟學的角度來討論，其基本架構常常是以供給／需求理論為基礎，而對於精神性的面向，在最近的研究裏，也顯示有朝這架構進行的傾向，研究中把精神性面向的社會生活也以供給／需求的方式來理解分析。本論文所試圖著手進行的研究進路，也是試著以這樣的一套供給

⁴⁸ 項退結，1984，〈對宗教哲學的緒言〉，《哲學與文化》，11（3），頁168。

／需求模型，來分析理解台灣宗教這個比較屬於精神面向的社會生活及社會實踐研究。

人本心理學之父馬斯洛⁴⁹ (Abraham H.Maslow, 1908—1970) 曾把人的需要 (need) 從低至高分成五個階段，於 1954 年提出「需要層級理論」⁵⁰ (need-hierarchy theory)。其分別是 (1) 生理需要 (physiological needs) 一包括食物、水、空氣、免除饑餓、居住、生存或其它肉體上的需要；(2) 安全需要 (safety needs) 一像身體和情感上的受保護感、安全感、人身安全、生活穩定以及免遭痛苦、威脅或疾病等的需要；(3) 愛與被愛的社交需要 (social needs) 一包括愛人、助人、被愛與被幫助、愛情、友情、歸屬感、接納感等的需要；(4) 自尊需要 (esteem needs) 一包括內在自我的尊重、成就感、自治感等；(5) 自我實現的需要 (self-actualization needs) 一像發揮自我潛能、自我成長、自我實現等等。之後馬斯洛又於 1969 年提出了第六個需要層次，也就是「超越性」或「靈性」的需要，此一需要的提出，象徵性的完整了馬斯洛的需要理論。

筆者認為宗教主要還是以提供「超越性」及「靈性」需求為核心，至於宗教供給者該如何提供這些人類需求？又宗教的生產模式為何？這可把它理解為，宗

⁴⁹ 亞伯拉罕·馬斯洛 (Abraham Maslow, 1908~1970)，美國人本主義心理學家。1951 年他擔任布蘭戴斯(Brandeis)大學心理學系主任直至 1969 年。在其主要著作《動機與人格》(1954)和《存在心理學的建立》(1962)中，他提出每個人都有一個必須被滿足的需要層次，其範圍從基本的生理要求到愛、尊重、乃至自我實現。當一個需要滿足時，情緒層次中下一個較高水準的需要便支配了意識功能；缺乏食物、住所及感到自己所處環境不安全的人不能表現出對高一層次的需要。真正健康的人滿足了甚至是最高的心理需要，他們是達到自我實現的人，他們的人格各個組成部分或自己得到了充分整合。(參考大英百科全書線上繁體版)

⁵⁰ 「need-hierarchy theory」一般中文是翻譯為「需求層級理論」，但仔細區需求 (demand) 跟需要 (need)，可以發現其實兩者之間是有一點不一樣。「需要」是心理學上指當個體感受缺乏時所產生的內在心理狀態，而「需求」則是心理學上指引個體行為的內在動力。在經濟學上，會把它用來指涉人們因其資源有限，所以他們會選擇在其經濟能力許可範圍內，最能滿足自己欲望的商品。(參考《國語辭典》，1994，參考網站 <http://140.111.34.46/dict/index.html>；Philip Kotler 著，梁基岩譯，1986，《行銷學要義》，台北：曉園，頁 4。)

教的生產，是經由原料到設計製造再到最後產品呈現的一個過程，其中原料的部份，是由超越界的神聖存有所提供，如聖靈、聖顯、聖言、神蹟等，再經由超越界存有所感召的世俗界代言人或追隨者，所謂宗教人士或宗教團體，把宗教原料經過設計製作，變成供給的宗教產品，如律儀、儀式、經典、信仰、實踐與社會救助等，進而提供給有需求的信眾。其中雖然不乏有直接從來源供應處直接取得原料的「宗教經驗」，如神靈附體、講方言、聖靈充滿等，但畢竟並非每個人都能取得，通常大部份的需求仍是要透過宗教人士或宗教團體的窗口才能取得。當宗教產品出現以後，接下來就必需考慮到產品要如何讓人們接受，該以什麼樣的交換方式來推廣？有什麼樣的傳播工具可以把宗教產品介紹出去？以及該以什麼樣的方法來讓人們取得宗教產品等後續的行銷問題，這種情形，如同經濟市場中市場供需的模型。⁵¹宗教顧客們，有時所需的不單只是超越性及靈性的需求，他們在生活中，也許也有生理、安全、社交、尊敬、自我實現等需求，在市場機制的運作下，宗教供應商往往要提供相應人們這些需求的各項產品。有了供需，就會產生宗教市場，這時可能會有幾種不同的市場運作模式。⁵²這些運作模式中，世界性的「完全獨占市場」⁵³存在的機率並不太高，也就是，世界上存在的宗教，並沒有一個獨一無二的世界性宗教。但或許在某些地區，仍有可能會形成區域性的完全獨占市場，仍有可能會有全國性的共同宗教存在，但畢竟在現代的國際環境當中，這種趨勢可能愈來愈少，其模式大多會轉變成「不完全競爭市場」模式

⁵¹ 經濟學中所稱的一個市場（market），指的是生產某類東西之供給者與需求者的集合。參見張清溪等著，2002，《經濟學》，台北：張清溪出版，頁196。

⁵² 在市場的運作型態當中，又有幾種可能的市場運作模式，包括有廠家林立的「完全競爭市場」（perfect competition market）模式及一家獨大的「獨占市場」（monopoly market）模式，還有介於這兩者之間的「不完全競爭市場」（imperfect competition market）模式。參考張清溪等著，1987，《經濟學理論與實際》（上冊），台北：雙葉書廊，頁166-169。

⁵³ 「獨占」指的是某個產品的生產者只有一家廠商，而且其所生產的產品沒有性質相近的替代品存在。參見張清溪等著，2002，《經濟學》，台北：張清溪出版，頁197。

中的「寡占」⁵⁴或是「獨占性競爭」⁵⁵市場模式，至於是哪一種可能，則必須依每個地區的政治、社會、文化等條件來決定。

對於不同模式的市場，又會有哪一些不同的供給模式？大致上可將其分成兩種模式，一種是「生產者導向」供給模式，其中指的是以供應者為主要考量所提供的各種宗教產品，在這個時候的需求者是處在被動的角色來做自我需求選擇。另一種模式則是「消費者導向」模式的供給方式，其乃是供給者以消費者為中心，其自身站在被動的角色去因應配合消費者需要，從宗教原料中做產品轉化而變更設計，製造產品。以往過去的「宗教供給」，大多是採取生產者導向的供給方式，來提供單調的宗教教義、宗教實踐或服務，以反世俗之超凡脫俗的道德情操來指導人們趨向神聖。但到了近現代，那些反世俗教義愈來愈不受政治、社會及自我中心為主的群眾所歡迎，社會愈來愈世俗化，宗教的供應者，為了存續，不得不改變方式，投以迎合顧客需要的各種宗教產品做為刺激消費的考量，以不斷創新改革教義的手段來提供宗教服務、宗教教義及宗教儀式。再加上輔以各種現代化的傳播媒體，積極把宗教資訊主動傳達給不認識其教義的社會大眾，甚至在各個方便群眾接觸的地區設置據點，以讓群眾增加取得宗教產品的意願及便利性，這種轉化的供給方式，也就慢慢成為一種與現代商業行銷方式很接近的「顧客至上」行銷模式，我們可以將之視為「宗教行銷」管理模式。

⁵⁴ 「寡占」(Oligopoly) 是一種市場競爭的型態，也叫寡頭壟斷市場，意思是只有少數幾家生產者壟斷著這個市場，廠商數目少到各廠間決策行為會「彼此牽制」。參考張清溪等著《經濟學》，2002，台北：張清溪出版，頁 196-197。

⁵⁵ 「獨占性競爭」(monopolistic competition) 是由生產同類商品但品質互異的眾多廠商所組成的，一般而言，寡占市場廠商數目較少，而獨占性競爭市場的廠商數目則較多。參考張清溪等著，2002，《經濟學》，台北：張清溪出版，頁 196-197。

第二節 行銷理論

一、行銷概念的演進

「行銷」的目的為何？在 1960 年美國行銷協會（American Marketing Association,AMA）就曾指出，行銷是「將生產者的物品與服務帶給消費者或使用者的商業活動」⁵⁶。從中可以看出，行銷在早期所要給人的觀念，是用在商業活動所發生的場合，也就是一般所認為的「交易」⁵⁷行為，即買賣雙方間所做的一種價值交換活動。行銷所討論的範圍早期是「給方」以供給的方式做提供，而「受方」則是在有條件有付出的情況下做某種程度的接受的一種雙方交流活動。然而「行銷」這個方法，隨著它在商場上的應用及推廣，「行銷」已經不再只是適用於公司或企業等商業單位了，美國行銷協會在 1985 年更新了它的定義，把行銷定義為：「行銷是規劃和執行有關概念、物品、與服務的形成（conception）、訂價（pricing）、推廣（promotion）和分配（distribution）的程序，以便創造能夠滿足個人和組織目標的交換」，⁵⁸在這裏所定義的「行銷」，它已進一步的把行銷從商業活動，延伸到各種「交換」的活動，這樣的行銷定義它所涵概的範圍就更廣泛了。從 Kotler 對「交換」的定義指出，交換是指「從別人身上取得自己需要的東西，並以自己某樣東西與之交換的行為」，⁵⁹並且交換必須滿足五個條件：「1. 至少有兩方；2. 雙方皆擁有某些對方覺得有價值的物品；3. 雙方能夠溝通並運送彼此所需要的物品；4. 雙方都有權利接受或拒絕對方所提供之物品；5. 雙方都認為與對方交易是正確或令人滿意的。」⁶⁰有學者進一步指出，交換的條件還包括：

⁵⁶ 參見曾光華，2006，《行銷管理：理論解析與實務應用》，台北：前程文化，頁 28。

⁵⁷ 「交易」乃指雙方間價值的交換。交易包括了好幾個要素：1. 至少要有兩種具價值意義的物品；2. 彼此皆同意的條件；3. 協議的時間；4. 協議之地點。（參考 Philip Kotler 著，梁基岩譯，1986，《行銷學要義》，台北：曉園，譯序頁 9。）

⁵⁸ 參見曾光華，2006，《行銷管理：理論解析與實務應用》，台北：前程文化，頁 28。

⁵⁹ Philip Kotler 著，梁基岩譯，1986，《行銷學要義》，台北：曉園，譯序頁 8。

⁶⁰ 同上註，頁 8。

交換雙方具有某些需求或目標，例如消費者追求生理、安全、愛與被愛、自尊、自我實現等需求，企業追求利潤、理念的實現、員工的福利等。由於雙方的資源與專長有限，因而必須靠交換來達到滿足需求或達成目標。⁶¹這樣的活動所涵概的範圍已經不再只是局限在「以物易物」或者是「以錢易物」的交易場合，它所涵概的還包括像贈送、補助、慈善等的「轉移」行為，它是一種給方將某物給與受方，而並沒有取得任何回饋報償。⁶²當然這裏的「物」可分為「有形的財貨」或是「無形的勞動、服務」等。而轉移之所以也是一種交換方式，Kotler 認為：「轉移者將禮物贈送給別人時，也許會期望別人給他某些利益。」⁶³諸如：博取他人好感、解除罪惡感，或者是使受惠者有回報的壓力等這些心理層面的利益。而這些心理層面的因素有時是會透過某些管道轉化為實際行動利益，像民意代表熱心的為民服務而不收取任何費用，為的是獲得選民在下次選舉時，能夠以手中的「選票」做為回應，一方贈送服務，一方回以選票，這就是一種從「受惠者有回報壓力」的心理層面轉化為實際行動的回應；再如佛教寺院免費開設禪修課程、經典研讀、兒童夏令營、插花班、書法班等等，為的是得到群眾「加入、參與、時間投入」等的行動回應；社會行動團體，如環保團體免費贈送購物袋，為的是要得到「觀念接受」的回應，從而落實環境保護的行動。綜上所述，各種轉移的行動也是被歸為「交換」活動，而交換活動則是這裏行銷定義的核心，又交換活動基本上是包含了交易與轉移，所以整個行銷的定義可以看做是：「給方」進行**規劃和執行有關概念、物品、與服務的形成 (conception)、訂價 (pricing)、推廣 (promotion) 和配銷 (distribution)** 的程序，以便創造能夠滿足雙方（給方與受方，可能是個人或組織）的需求及目標的交易和轉移活動。⁶⁴這樣的定義賦予了行銷者更明確的操作程序，但這樣的定義似乎還有其未臻盡善的地方，所以

⁶¹ 參考曾光華，2006，《行銷管理：理論解析與實務應用》，台北：前程文化，頁 27。

⁶² 參考 Philip Kotler 著，梁基岩譯，1986，《行銷學要義》譯序，台北：曉園，頁 10。

⁶³ 同上註。

⁶⁴ 此定義是參考美國行銷學會 1985 年的行銷定義加以修飾而成。

美國行銷協會又於 2004 年，把行銷的定義更改為：「行銷是創造（creating）、溝通（communicating）與傳送（delivering）價值給顧客，及經營顧客關係以便讓組織與其利益關係人（stakeholders）受益的一種組織功能與程序」。⁶⁵這個定義中所強調的不單單只是關心所傳遞的概念、物品、服務等產品面向而已，它所關心的面向還進一步觸及到接受者的心理感受，也就是一種「價值」的感受。這裏的價值感受，必須是一種以接受者所認定的價值為主的感受，因為只有這樣才能建立起良好的「顧客關係」，而這也就是一種顧客導向的行銷概念。顧客價值不能以供應者說的為準，而是要由接受者真正理解並感覺到的價值才能發揮影響力，才有可能對市場產生感動的力量。好比說對於某些喜愛購買有機蔬菜的癌症患者來說，吃到安心又不含農藥的健康蔬菜，是他們所認為的價值，是他們所想要購買的產品。但是大部份農民卻沒有考慮到這類消費者的需求，而以提供又大又漂亮又多的有農藥蔬菜，這樣的結果，當然無法籠絡這群偏愛有機蔬菜消費者的心，因為這群消費者所認為的價值是寶貴的生命，而提供農藥的農夫，所想要的價值，可能只是想要增加生產，滿足購買者在量方面的需求，並促進經濟發展。

二、 基本行銷知識

行銷概念的應用範圍是很廣泛的，這個範圍也應該可以包含「宗教」在內，Kotler & Levy 認為：「行銷是一種廣泛的社會活動，其範圍不應被限定在一般商品」。⁶⁶宗教經營者如何進行宗教活動及宗教服務的規劃，其如何把「宗教產品」包裝推廣出去，這樣的工作也可以考慮以行銷的模式來思維進行，然而行銷所討論的內容有哪些呢？依據美國行銷學會 2004 年的行銷定義認為：「行銷是創造、傳播與傳送價值給顧客，及經營顧客關係以便讓組織與其利益關係人受益的一種

⁶⁵ 參見曾光華，2006，《行銷管理：理論解析與實務應用》，台北：前程文化，頁 28。

⁶⁶ 參見 Kotler, Philip & S.J. Levy, 1969. " Broadening the Concept of Marketing " , *Journal of Marketing*(33) : 10-15.

組織功能與程序」。⁶⁷其實際的操作程序可視為：一、環境分析；二、設定行銷目標；三、擬定市場區隔(segmentation)、目標市場(target market)、定位(positioning) (此三者合稱為 STP)；四、設計行銷組合(產品、訂價、通路、推廣)，這四個要素通常被稱做「4P」，其最早是由 McCarthy 在 1981 年提出，其中行銷組合是在整個行銷活動中佔有相當重要的地位，因其主要目的是在達成行銷目標，透過行銷組合加以控制目標市場的各项變數，以滿足消費者為中心的目標市場需求，創造與傳送價值給顧客，並得到供方或組織及其利益關係人最大的利益。行銷組合也可說是行銷活動中的各項重要工具，因此只要是對銷售成績有幫助的要素變項，都可以納入行銷組合中來討論。

行銷組合可說是整個行銷管理的重要核心，其意義為「公司可控制的行銷變數之組合，公司可混合運用之，以便在目標市場中引發所期望的反應」。⁶⁸一般最常用到的行銷組合就是所謂的「4P」—產品(product)、價格(pricing)、通路(placing)、推廣(promotion)。⁶⁹也就是要給什麼、要給什麼樣的品質？多少的代價才願意給？要透過什麼管道提供給顧客？要用什麼辦法增加顧客的購買量？如何有效運用這四個行銷要項，將是一門決定行銷成功與否的重要關鍵。雖然到了行銷發展的後期，有人把「4P」的行銷組合延伸為另外加上包裝(packaging)的「5P」，或是多了一項公眾形象(publicity)的「6P」，亦或是額外增加社會公益(public benefit)的「7P」，及增加民眾(people)的「8P」。⁷⁰但基本上，「4P」的行銷組合是最常被提到也是最基本的。且其實像「包裝」，嚴格地說，應該可歸屬到「產品」這一行銷組合中來，而公眾形象、社會公益及民眾這三項，則嚴格說可歸列為「推廣」這一行銷組合。下面我們將分別對「4P」所代表的意義做進一步的討論：

⁶⁷ 曾光華，2006，《行銷管理：理論解析與實務應用》，台北：前程，頁 28。

⁶⁸ Philip Kotler 著，梁基岩譯，1986，《行銷學要義》，台北：曉園，頁 45。

⁶⁹ 參考同上註。

⁷⁰ 參考傅篤誠著，2003，《非營利事業行銷管理》，嘉義：中華非營利組織管理學會，頁 5。

（一） 產品 (product)

「產品」可視為供應者在考慮接受者能夠接受的範圍內為前提，為此而去開發、設計、生產出來的物品或服務，其可以廣泛的視為包括（1）製成品（2）地方（3）事件（4）個人與組織（5）服務（6）理念（7）知識等內涵。這些各種物質或精神面向的供給，其主要的功用是在提供市場滿足人類的需要，包括種種生理的需要、安全的需要、愛與被愛的社交需要、自尊需要、自我實現的需要及「超越性」或「靈性」的需要。在某些情況下，這些需要依各種文化和個人性格加以塑造而變成了「想要」，如果「想要」能得到個人能力或購買力的支持時，就會產生「需求」，為滿足這些需要、想要或需求，某些人就會試圖成為其中的供應者，供應滿足這些需求的東西。⁷¹供應者通常必須依據需要、想要或需求來設計產品，以現有可取得的資源、人力、物力、創意、設備，或是在合理的預算及效益範圍內添購新設備、增聘新進人員，去做出可以滿足接受者需要的產品。

（二） 價格 (pricing)

供應者生產出滿足接受者的產品之後，以什麼樣的方式交給那些需要者、想要者或是需求者？是無條件的轉移給他，還是有條件的與他做交易？這兩種情況在人類的社會裏都存在著，但通常人們還是習慣以有條件的交易方式來做為彼此互動的模式。如果以這種模式來考量，那就會產生一個耐人尋味的問題，也就是供應者要多少才願意給？需求者要多少才願意接受？這當中的「多少」，是個很藝術的問題，它或許可以是一種金錢，或是一種勞動，或是一種物品，也或許是時間。也就是說，它可能是一種「貨幣付出」，或者是一種「非貨幣付出」。⁷²在商業活動的場域底下，金錢是最常被用來衡量這個「多少」的媒介，產品價格該如何訂定？一直給供應者帶來很大的困擾，這也是一門很大的行銷學問，在此我

⁷¹ 相關討論請見黃俊英，2004，《行銷學原理》，台北：華泰，頁 5。

⁷² 參考曾光華，2006，《行銷管理：理論解析與實務應用》，台北：前程文化，頁 389。

們無法很詳盡的做討論，但或許有幾個原則可做為供應者在訂價策略應用上的參考依據：1、成本導向—即依成本之高低與成本結構做為訂價的指導原則，以不虧本為基本考量。成本導向的訂價可以看做是一種以公司內部為主導的訂價法。2、競爭導向—這比較屬於以公司外部的市場來主導訂價的意味，以市場中彼此同業競爭者的價格來做為自己訂價的考量基礎。3、價值導向—這種方式與前面兩者不同的是，價值導向它所考慮的是以接受者的接受與否為主要考量，可說是一以消費者為主的考量訂價方式，⁷³此中價值的認定是因人而異，見人見智，或許一個幾萬元的名牌包包，有人認為它很有價值，但有人卻認為它是一個極盡奢華的產品。

（三） 通路（placing）

當「產品」有了定案，要給什麼東西的問題解決了，接受者必須付出多少的「代價」能獲得產品的標準也有所依據以後，接下來所要討論的行銷問題，就是要考慮透過什麼樣的「管道」才能將產品或服務送到顧客的手上？是要由生產者直接拿著產品到街上兜售，還是顧客直接到各個生產工廠去取得產品，亦或是有什麼管道可以負責做提供產品的中介者？這個問題也就是所謂的「行銷通路」（marketing channel）問題，行銷通路的定義，Kotler 認為是：「特定產品或服務從生產者移轉至消費者的過程中，所有取得產品所有權或協助所有權移轉的機構和個人。」⁷⁴而在現今的經濟社會裏，很少有生產者是將產品直接賣給使用者，介於生產者與最終使用者中間通常會有是一些行銷中介機構。其型式多樣，就連不會說話的自動販賣機，或者是醫院、學校等這些都是通路的型式，若要對這些通路加以分類，可將其分成兩大類：一大類是製成品的通路，另一大類則是服務類產品的通路。製成品的部份通常可將其分為兩類的通路商，即零售業者與批發商，有關服務的行銷通路，它通常關心的通路問題是，如何讓目標顧客獲得服務

⁷³ 參考耿筠，2005，《行銷管理—理論與架構》，台北：華泰，頁 299-303。

⁷⁴ Philip Kotler、Gary Armstrong 著，方世榮譯，2004，《行銷學原理》，台北：東華，頁 455。

及如何接近目標顧客的問題，這當中就比較沒有像產品行銷通路的批發商那類問題，這部份因為牽涉到服務的特質大多是要人與人接觸，所以所需考慮的問題比較偏重在服務據點的設置，以及透過什麼媒體來傳送服務等問題的思考。

(四) 推廣 (promotion)

推廣 (promotion) 是將組織與產品訊息傳播給目標市場的活動。透過推廣，企業試圖讓消費者知曉、瞭解、喜愛或購買產品，進而影響產品的知名度、形象、銷售量，乃至企業的成長與生存。有了推廣，消費者才可得知產品提供何種利益、價格多少、可以到甚麼地方購買及如何購買？為了有效傳達組織與產品資訊，企業必須將廣告、促銷、人員銷售、直效行銷與公共關係等推廣工具串連起來，而形成推廣組合 (promotion mix)：

1. 廣告—廣告是由特定的贊助者 (如廠商、社會團體) 提出需求，藉由電視、收音機、報章雜誌以及戶外宣傳看板等傳播方式，向潛在顧客進行產品訊息傳遞的溝通管道。其是一種非人員的溝通，由於聽眾或觀眾不覺得有義務去注意或回應廣告，廣告無法帶來雙向的對話，而只是單向的訊息告知，雖然如此，廣告卻藉由聲光效果與色彩靈活運用，成為最活潑生動、最引人注目的推廣工具。
2. 促銷—這是一種在短期內激勵消費者或中間商購買的活動，如折扣、抽獎、贈品、折價券、廣告津貼等。在各類推廣工具中，促銷帶給消費者的資訊最直截了當，且充滿誘因，主要目的是為了加強消費者的購買念頭。
3. 人員銷售—商店內的銷售人員，主動登門造訪或在街上攔截路人兜售產品的業務員，都是屬於人員銷售。人員銷售具有面對面溝通與即時回應的特性，溝通雙方可以在第一時間觀察到對方的需求及反應，並可快速自我調整。
4. 直效行銷—利用非人員的接觸工具，如電子郵件、電話手機、傳真、信件等，和目標顧客及潛在消費者溝通，以刺激購買，直效行銷可以針對某群特定消費者，因應不同背景或需求而特別設計的一種推廣式，其好處為可迅速且低

成本的更新訊息。

5. 公共關係—主要是爲了建立組織的良好形象，其方式可採用如：贊助社區活動、開放工廠供民眾參觀、支持公益活動及爭取新聞報導等。公共關係往往具有不錯的可信度，並可用來打動那些對廣告及人員銷售有所防備的消費者。

推廣工具並不限定於以上五種，廣義而言，任何與消費者有直接接觸的企業相關物品都算是推廣工具，如名片、貨車、產品包裝、年度報告、員工制服、來賓紀念品、服務現場的桌椅、電話音樂與留言等，這些看似微不足道的推廣工具，都可能在平日點點滴滴的爲企業打出知名度或塑造產品形象。⁷⁵

⁷⁵ 參考曾光華，2006，《行銷管理：理論解析與實務應用》，台北：前程文化，頁 479-481。

第三節 宗教行銷

有關行銷討論的研究資料非常繁多，但對於宗教行銷做研究的文獻資料，到目前為止尚屬不多，筆者僅有的資料中，唯一一本可看到的專著，就屬前面已提到的《*Concise Encyclopedia of Church and Religious Organization Marketing*》，其為一本研究教會與宗教組織的參考書，從其對教會與宗教組織的行銷定義中我們可以看到一些宗教行銷所具有的特質，下面就讓我們來看看其書中如何說：

教會／宗教行銷是用於教會或宗教組織與信徒之間的一種自願性交換過程的分析、規劃與管理，目的是為了使雙方都能滿足需要。但整個教會／宗教行銷關注的焦點是在於信徒需要的分析，開發滿足這些需要的方案，提供這些方案正確的時間與地點，有效的與信徒溝通，並且吸引組織活動所需資源的捐助。⁷⁶

其中其所談到的重點有：1、教會／宗教行銷是一種自願性交換活動；2、其研究對象是針對宗教組織與信徒；3、關心信徒需要的分析；4、開發滿足信徒需要的方案；5、提供這些方案正確的時間與地點（通路）；6、與信徒要有良好的溝通（推廣）；7、從宗教行銷中去吸收所需資源的捐助（類似價格訂定的功能）。

然而這些特質跟一般商業行銷是一樣的，其中似乎少了一些宗教行銷與商業行銷或是與宗教行銷相似的非營利行銷之間的差異性，針對這點，筆者認為宗教行銷跟一般商業行銷或非營利行銷是不全然一樣的，雖說目前許多研究都習慣把

⁷⁶ 原文為 Church / religious marketing is the analysis , planning , and management of voluntary exchanges between a church or religious organization and its constituents for the purpose of satisfying the needs of both parties . It concentrates on the analysis of constituents'needs , developing programs to meet these needs , providing these programs at the right time and place , communicating effectively with constituents , and attracting the resources needed to underwrite the activities of the organization . (原文引自 Stevens, Robert E.et al. , 2006, *Concise Encyclopedia of Church and Religious Organization Marketing* , New York : Haworth Press, p77 .)

宗教團體的行銷視為非營利來討論，但這樣的化約到底適不適合？或許還有許多研議空間。雖說非營利組織的討論範圍裏面有包含「宗教」這個特定子領域，但筆者總質疑是否所有的宗教團體或宗教供應者他們所從事的活動範圍，都能歸屬於非營利組織的範圍？在中國的傳統習俗裏面，有一種稱超脫塵俗的僧道之人為方外⁷⁷之士，那麼，把宗教歸於世俗界的非營利組織是否有其定位恰當性的問題？這點是值得再做進一步討論的。

筆者認為宗教行銷的特色，可以從前面第二章第一節中有關宗教的定義中來釐清，其中一點最關鍵的宗教行銷特色，筆者認為應該算是「超越界的想像」。這點差異將會產生很多行銷方法及策略應用上與一般行銷或非營利事業行銷之間很大的差別。縱使是非商業目的的非營利事業行銷，也與宗教的行銷「超越界想像」有差別，因為非營利事業雖然有很多的特點是異於以最大利潤為目的的營利事業（這點與宗教行銷的特性雷同），但終究它還是屬於「世俗界想像」的出發心，其事業體的經營還是以世俗界的公共利益或社會福利的訴求為主要目標。儘管有時宗教團體的活動規劃總是會涉及到公益或社會福利，但仔細探討其前因後果，其背後都會擁有一種超越界的關聯，或許是為榮耀上帝、或許是為成爲上帝的選民、也或許是為下輩子或來世可以有更好的生活、為來世可以往生極樂世界、或是為依教奉行斷惡修善以達到離苦得樂的境界、或是為聞法思法修法而入三摩地、或是學佛菩薩慈悲濟世普度眾生等背後因素，這些宗教團體從事公益、慈善事業背後的主要目的都會有一個超越界想像的理由，這點差異是與非營利所討論的應該有所區隔。不過雖說其背後思維的基礎有相當的差異，但行銷的方法步驟則沒有太大差別。

接下來，本論文就試著從一般行銷的步驟來進行宗教行銷討論，試圖探討行銷理論在宗教領域的援用性。行銷管理規劃的幾個常被討論的步驟是：市場供給

⁷⁷ 重編國語辭典修訂版：方外：世外。今指僧道等。淮南子·俶真：「馳於方外，休乎宇內。」唐·韓翃·同題仙游觀詩：「何用別尋方外去，人間亦自有丹丘。」

者透過情況分析，設定行銷目標，擬定 STP⁷⁸到設計行銷組合（產品、訂價、通路、推廣）這一連串的規劃過程。其中最重要的，也是行銷最常提出討論的部份應該算是行銷組合的設計，因此本研究將針對這幾點行銷組合的宗教意義做宗教行銷的基礎理論討論。

一、 產品

宗教行銷裏面的宗教產品談的不一定是有形的物質性產品，反而往往是一種精神性意義的無形產品，它通常會是像一種活動、法會、教法或教義這類詮釋過後的東西，透過超越界存有提供的宗教原料，宗教人士將其從原料設計製作成產品，然後提供給需求者。常見的像法師講經的內容，其本身就可算是一項產品，它是屬於知識性產品的一種，另外，像有一些表面上看起來屬於物質產品的，如宗教用具類，像燈、香、牌位、法器、布幔等。縱使表面上看起來屬物質性產品，不過其背後真正所代表的價值仍是在其與超越界關聯的精神性意涵，而並非在物質本身，因此，事實上大部份的宗教產品，其背後所真正要突顯的，應屬在其超越性價值上。

二、 訂價

宗教行銷跟一般行銷很不一樣的特色在於它往往不是透過一個標準訂價，世俗界的思考背後動機其可能是以營利為考量，目標在獲取利潤，因而訂價成為行銷獲利的一種技巧。但在宗教行銷中，反而往往必須以一種「不訂價」的方式來進行。「不訂價」、「隨喜價」，甚至是免費，往往是宗教市場中行銷訂價的一般合理性策略，這當中有其教義的限制性及宗教文化的普遍被認知性。然而，「不訂價」並不一定代表就沒有資源取得，有時候「不訂價」反而才是擴大「宗教參與」甚至是「宗教捐獻」的有效方法，誠如理性選擇理論所言，在每位捐獻者的心中，

⁷⁸ 市場區隔 (Segmentation)、目標市場 (Target market)、定位 (Positioning) (此三者合稱為 STP)。

自有一把衡量的尺，算計著代價／收益的合理價格。但是這樣的方式，有時必須考慮到時代發展的演變，消費文化的潮流，有時候有些宗教團體也採行了「有價」訂價策略，其主要目的是為了得到基本成本的開銷支出，非以營利為目的，這點與「非營利事業」的做法有點像。但宗教行銷的訂價策略，終究是多了一些超越界的想像，好比，有些宗教供給者會認為，只要自己做的事是對的，或是合於自身教義與倫理道德，那麼超越界存有就會助其獲得所需的資源，度過難關，這是有別於一般行銷所沒有的價格策略特性。

三、 通路

宗教行銷在通路的特色上，因為宗教產品是屬於一種超越性的精神性產品，所以在產品的分配過程中，要透過誰可以把產品交出去，誰能夠幫忙傳送這些訊息？這當中有一個非常關鍵的特色，就是必須非常重視「形象」，而形象所代表的，就是一種信任，彼此之間通路的信任度遠比一般商業性的契約信賴度還要高，也就是說，不是只要簽契約而不管通路商的道德、宗教情操為何？而是還必須考量通路商的素質好壞與否，會不會損及該團體本身的聲望或是其社會形象，所以整個通路的設計上，會要顧慮很多，因而也不會考慮一些太商業性的通路來推廣其產品。亦即在宗教產品的通路設置上非常注重正當性、道德性、宗教性素質較高的中介者，如果是一個形象不良或是道德操守不佳的通路，宗教團體通常比較不會讓他們成為通路，即使其推銷能力很好，也會有所顧慮。因而宗教團體往往就會考慮透過開發更多自己的分支道場或志業單位，來做為其宗教產品的行銷通路，這裏有一點別具特色的地方，就是這些分支道場或志業單位通常會與其中心組織（總部）之間形成一種「互為通路」的通路型態，也就是分支道場或志業體會是其總部的通路，而總部也同樣會是分支道場或志業體的通路。

四、 推廣

宗教行銷的推廣內容主要是在推廣超越界的主體、性相及功用，這點是

與一般社會世俗的運作邏輯大相逕庭的，因此也就可能會造成宗教與社會間的張力，但這種可能並非一定存在，其間還需端看兩者間的關係維持與溝通協調。而宗教行銷在推廣工作上，如通路的考量般，通常也必須考慮正當性、道德性與宗教性等問題，一般會從事宗教推廣工作者，主要是以宗教人士為主，其次才是該宗教的信徒會眾，較不會有與該宗教非相關的人士介入其中，意思也就是說：通常只有宗教局內人才會從事宗教推廣工作。另外有關推廣的工具使用上，宗教團體或個人所慣用的推廣方式並不多，常見的可歸納出月刊雜誌、宣講活動、人際網絡的推廣、法會、活動及廣播、電話、電腦網路、電視等大眾媒體的使用這些推廣方式。此外，還有一點推廣在宗教上跟一般商業環境比較會不同的差異點，就是宗教行銷在意的不是顧客的一次性消費或參與，宗教推廣比較會希望顧客的持續性參與，其不希望流動性很高的參與者，他希望這些顧客是能夠持續不斷地維持宗教消費，能夠對該宗教產生一種認同、皈向，也就是希望能夠讓每位信徒可將其宗教融入生命中，不斷推出的產品，往往是在爲了維繫信徒的求知慾望滿足，這點就類似學校教育的規劃模式，從低到高年級，由淺而深的提供一套完整的宗教教育。

第三章 台灣近年來佛教供給與需求特徵

第一節 人間佛教的發展

在前一章中，討論了有關宗教市場的普遍性架構理論，接著這一章，所要探討的焦點將特別針對台灣宗教市場這個台灣地區個案，進行有關供給與需求的市場分析、調查，期能從中進一步瞭解台灣總體宗教發展的脈絡趨勢。這樣的瞭解，也是對後續所要討論的行銷個案，做一個行銷環境的分析，而這樣的分析也正是行銷規劃中所必須考量的首要步驟，是內外部環境分析的其中一部份。

綜觀台灣宗教的發展，大致是從 1987 年解嚴以後才開始慢慢有多元的宗教自由競爭市場出現，因為政府政策的開放，新興宗教的紛紛合法設立，異於傳統宗教的新興宗教現象也不斷增加，宗教供應家數也顯著的增長。在這樣的發展情況下，台灣的宗教場域，逐漸形成一個以信徒取向為主的供給模式，以需求者的需求考量來規劃服務項目。「人間佛教」就是在這樣的一個信徒取向訴求下，所發展流行的代表性供給模式。江燦騰曾指出：「當代台灣的宗教思想中，有兩個極重要的觀念，分別是來自佛教界的『人間佛教』思想及來自基督教長老教會的『向前神學』」。這兩者之間有著異曲同工之妙，「人間佛教」是以人間為改善的重點所在，重視當下的解脫主體—人類及其生活環境的改善，至於死後的往生和臨終關懷，則較為其次。而「向前神學」則是改革基督教的「向上神學」思想，以「向上神學」所考慮的進天國為最優先，轉而以「向前神學」的人間社會和群眾為主要關心的思考。⁷⁹在這個發展過程底下，致使宗教團體開始想要主動積極的去向非教徒傳教，而在向非教徒傳教的過程中，人間佛教是屬於一群比較有組織有制度的現代化佛教團體，其習慣用現代化的傳播方式去進行大規模的群眾傳教運動，大眾傳播媒體的使用，可說是這個時期的重點特色。

⁷⁹ 參見江燦騰，2000，《台灣當代佛教》，台北：南天，頁 133。

一、 人間佛教在台灣開展

然而爲什麼「人間佛教」會在當代的台灣社會環境背景下成熟呢？王順民的說法認爲，有三個界面來分析這個原因：一、台灣經濟發展界面，人間佛教的發展跟台灣經濟力是呈對應關係的；二、政治的界面，政治解嚴所直接帶動社會力的釋放；三、宗教信仰的界面，人們在激烈變遷的社會壓力底下，對於焦慮、不確定性與感恩布施的一種需求反應。⁸⁰在這些原因下，筆者個人認爲這樣的背景分析，還必須多考慮一個「歷史的界面」進來，由於佛教在明清時期，一直處在停滯甚至衰退的階段，佛教活動受到官方嚴格的管制和限制，形成了與社會隔離的山林佛教，⁸¹而有志之士，爲了復興佛教，很容易就會形成一股適應社會時代的改革聲音，加上佛教團體想要存續，因此就必須想盡辦法迎合大眾需求，這就是人間佛教思想之所以會流行起來的「歷史界面」。

人間佛教基本的思考模式，依闕正宗的整理，大概可分爲兩個面向：一個是印順法師帶有「回歸印度佛教」傾向的人間佛教；一個是太虛法師的以中國佛教爲價值核心的人生佛教。⁸²然而由於一般人對於人間佛教的瞭解，通常不會太深入其佛學教理及思想背景的探索，而只是會在字面意義的理解下認知人間佛教。在這樣的情形下，太過強調大眾化的人間佛教，不免會造成世俗化與庸俗化的流俗傾向，印順法師他本人就曾對於現在台灣所流行的人間佛教太過庸俗化提出批評，他說：「現在的台灣，『人生佛教』、『人間佛教』、『人乘佛教』，似乎漸漸興起，但適應時代方便多，契合佛法如實的少，本質上還是『天佛一如』。...如對佛法沒有見地，以搞活動為目的，那是庸俗化而已。」⁸³因此，這種傾向也並非

⁸⁰ 參見王順民，2001，〈宗教與社會福利的會通—有關佛教人間化的社會性實踐試析〉《當代臺灣地區宗教類非營利組織的轉型與發展》，台北：洪葉文化，頁 185。

⁸¹ 相關討論可參見江燦騰，2000，《台灣當代佛教》，台北：南天，頁 2。

⁸² 參見闕正宗，2004，《重讀台灣佛教·戰後臺灣佛教·正編》，台北：大千，頁 15-16。

⁸³ 參見印順導師，1995，〈契理契機的人間佛教〉《華雨選集》，台北：正聞，頁 117。

人間佛教的原倡者所樂見的情形。許多關心佛教外部發展的學者也有同樣的觀察，李世偉就認為：台灣的「人間佛教」經過佛教緇素共同的努力，固然取得重大的成就，掃除了清代以來社會對佛教的陳腐、避世形象，但「人間佛教」過度突顯的結果，造成許多佛教團體太過重視外在的社會活動，僧尼大量投身社會工作，「了生死、斷煩惱」的宗教修行本懷因而沖淡了。⁸⁴這種過於強調世俗志業的傾向，似乎也為其它佛教團體創造了另一種發展的契機，例如近十餘年來，南傳佛教、藏傳佛教、現代禪修團體、新時代運動等團體的興起，皆可看出「人間佛教」以外的其它可能性台灣佛教發展。但無論如何，台灣近幾十年來的佛教發展，就是在這樣的一個氛圍底下，許多團體運用人間佛教的中心理念，紛紛大展身手，配合現代科技的傳播工具，把佛教的宣揚，從一種小眾的宣教模式發展成為對普羅大眾的宣教文化，創造出台灣佛教奇蹟。然而為什麼人間佛教有那麼大的魅力？人間佛教所代表的意義是什麼？它為什麼能吸引大眾的目光，讓許多人皈投佛教？而它又是如何的使佛教行銷成功？這些問題是筆者下一步想進行探討的問題。

二、 宗教世俗化下的人間佛教

上面幾個問題的答案，似乎可歸結為現代化、理性化所帶來影響發展出來的宗教世俗化趨勢所造成的結果，宗教世俗化使佛教更貼近社會、世俗、人間，所以也使社會、世俗、人間更容易與佛教產生交集。民國以來，佛教界有所謂「人間佛教」的呼聲。民國二十三年，《海潮音》雜誌出版過「人間佛教」專刊，後來慈航法師在星州，辦了一個佛教刊物，名為《人間佛教》，抗戰期間，浙江縉雲縣也出了小型的《人間佛教月刊》⁸⁵。「人間佛教」在現在的華人佛教地區耳熟能詳，許多人以為這是華人佛教的特色，但追本溯源，其實不然，「人間佛教」早已流傳於二千多年前的印度—釋迦牟尼佛時代。釋迦牟尼佛本身即是人間佛陀、

⁸⁴ 參見闕正宗，2004，《重讀台灣佛教·戰後臺灣佛教·正編》，台北：大千，序頁19。

⁸⁵ 印順法師，1992，《佛在人間》，台北：正聞，頁18。

人間導師，他把人間予以佛教化，把世俗神聖化，以厭離、脫俗、反求諸己、無惱的心使人間淨化、神聖化，它的神聖就在於苦的止息—涅槃。這樣的「人間佛教」是把人間佛教化，讓社會充滿釋迦牟尼佛的教化思想。

不過，曾幾何時，事過境遷，在兩千多年後的今天，「人間佛教」似乎卻變成了為順應時代、文化、背景的變化，而重現於世間的一個同詞異義佛教代名詞。它所隱含的意思是「佛教人間化」⁸⁶，也就是把佛教的教義經過選擇性教理詮釋以後使其成為符合現代社會人們需求的教義。目的是要使佛教配合人間，而非人間符合佛教，在這種意義系統下的「人間佛教」，它儼然似乎已經成為西方宗教社會學中「宗教世俗化」的代表詞。這裏所謂的「宗教世俗化」，相信是許多宗教社會學者不陌生的詞彙。對它的解釋，學者的說法有許多種，但其主要的特性可略分為二：一是指宗教組織的勢力、影響與作用，逐漸讓位於世俗社會的勢力、影響與作用所取代，甚至使宗教最終也從屬與受制於世俗社會勢力、影響與作用。二、宗教自身愈來愈按照世俗的觀念、方式與風格，來解釋教義，安排出具體的組織結構與生存方式，以及確立宗教活動的方向、任務與目標，從而使自身的面貌愈來愈具有世俗的特徵。⁸⁷宗教世俗化使得宗教組織會隨著現代經濟、政治、文化的發展朝向世俗化的方向變化，其認為社會運行的基本功能被理性化了，不再受制於宗教組織，宗教組織在社會體系的運作中成為一種邊陲弱勢，在社會的分化、理性化、自治化、一般化、個體化、多元化等特性下，促進了宗教組織的世俗化。⁸⁸這樣的解釋看來，我們可以很清楚的了解到，「人間佛教」的意義跟宗教世俗化的意義是相當吻合的。這點我們可以從對人間佛教的發展歷史及人間佛教提倡者的說法來加以討論瞭解。

⁸⁶ 相關討論可參考王順民，2001，〈宗教與社會福利的會通—有關佛教人間化的社會性實踐試析〉《當代臺灣地區宗教類非營利組織的轉型與發展》，台北：洪葉文化，頁 180-217。

⁸⁷ 參見陳麟書、袁業愚主編，1992，《宗教社會學通論》，成都：四川大學，頁 321。

⁸⁸ 參見鄭志明，2006，〈宗教組織的現代化與對治現代化〉，《文明探索》第四十四卷，頁 49。（原文引自陳麟書主編，1996，《宗教觀的歷史、理論、現實》，成都：四川大學，頁 476。）

有關這些問題的討論，我們有必要把討論的時間點，回溯到明清時期人間佛教產生的社會時空背景談起，明清時期，是中國歷史上政府對於宗教活動干預、管制最甚的時期。明太祖時代，為加強對於佛道的控制，中央實施了隔離寺院僧尼與民眾接觸的政策，由於明太祖朱元璋以宗教力量發動反元起義。此一政策到了清朝時，仍舊繼續採行，根據一些中國佛教史文獻的記載：清朝這個異民族為了統治漢地，藉著儒教的權威，匡正社會風氣，教化庶民。於康熙九年（1670），頒布了「聖諭」十六條，其中第七條—「黜異端以崇正學」中，對於佛教的指責形容如下：「如吐妄說而謂一子出家九族昇天；說地獄、輪迴、報應等之虛談以惑人；設龍華會、蘭盆會、救孤會，男女混淆，不分晝夜，講經說法以計利；甚而至於立黨結盟，逆於大義名分，惑世誣民」。⁸⁹這樣的聖諭還被於 1724—1908 年間，每月初一、十五，在各地方召開的例行聖諭廣訓講讀會中宣達，這樣的政令造成影響佛教的後果不小。從聖諭第七條可以看出政治力介入使社會遠離迷信趨於理性化的「宗教世俗化因子」確實存在。再者，滿清政府更阻止了僧尼等的社會教化活動，將寺院僧侶與社會隔離，接著又以法令，禁止婦人女子參拜寺廟，若違犯者，寺廟以迄住僧皆會受罰。政府故意輕視漢人的佛教，且如上述那樣的施政方針，促成了輕視佛教的風氣，再加上僧尼自身的素質不高，所以社會漸漸失去對佛教的尊敬。在當時民間所流傳的諺語中，有：「無法子做和尚」（指沒有謀生之能的人，便去做和尚）；「和尚見錢經也賣」；「十個姑子九個娼，餘下一個是瘋狂」（意思是，在十個女尼中，連一個清淨的也沒有）；「地獄門前僧道多」，這些諸多輕視佛教的民間流傳，⁹⁰再再都在排擠著佛教。相信這些不一定是事實，但從這些諺語產生的背後，可以想像，到這個地步，佛教僧侶被視為方外之士的過去景象，已不復存在。僧尼已被一律置於世俗法的支配底下，取而代之的是在家居士為首的居士佛教興起。這點也是宗教世俗化重要觀點的其中一點「宗教組

⁸⁹ 野上俊靜等著，釋聖嚴譯，1993，《中國佛教史概說》，台北：台灣商務，頁 189-190。

⁹⁰ 參見同上註，頁 191。

織的勢力、影響與作用，逐漸讓位於世俗社會的勢力、影響與作用，甚至使宗教最終也從屬與受制於世俗社會勢力、影響與作用」的有力例證。

清代佛教的厄運，還不僅於此，清末民初的排佛運動，把佛教的生命力幾乎重挫得命如游絲。洪秀全太平天國之亂（1850—1864）破壞了許多寺廟，因洪秀全信奉上帝教，對於寺廟偶像、中國南方的許多寺廟，做了根除式的破壞，軍隊所過之處，寺院悉遭燒毀，佛教經卷，亦被破棄殆盡。⁹¹之後又有張之洞的「廟產興學」廢佛政策，由於西方在 1750 年代起推動工業革命，發明了許多機器及船堅礮利，在 1840 年，以「現代化」工業革命下的產物（槍砲）擊敗了傳統刀槍棍棒下的中國強國，打開了中國自康熙以來的閉關鎖國政策，這也就是所謂的鴉片戰爭。所以因而有湖廣總督張之洞（1837—1909）於 1898 年，提出以中學為體，西學為用，利用寺院及道觀建築和土地，建設各種學校的「廟產興學」政策。⁹²這個效應一直延燒到民國以後，民國初期，以打倒所有舊文化，促進中國現代化的五四運動，於 1919 年從北京開始發起，其在文化方面，反對包括佛教在內的儒釋道三教，及民間信仰等宗教。五四運動的主要目的之一，就是對於宗教採取打倒迷信及反宗教立場。到後來又有蔣中正於 1928 年，向社會各階層，推行新的啓蒙運動，公佈法令，禁止人民以卜筮、占星、巫覡等的迷信為職業。民國政府更於 1930 年，頒行「監督寺廟條例」，規定各寺廟，應依其所有財產之多寡，興辦初等教育、圖書館、救濟院（孤兒院、養老院、保育所）、貧民工廠、合作社等。此時的廟產興學，已漸漸成為正當性的政府宗教政策，中央大學教授，邵爽秋等，更提出沒收寺產以充作教育基金的議案，也在全國教育大會中，獲得通過。⁹³從這裏，我們或許可以揣摩台灣現在佛教會注重辦教育、救濟院、慈善等各項社會活動的遠因。

⁹¹ 參見野上俊靜等著，釋聖嚴譯，1993，《中國佛教史概說》，台北：台灣商務，頁 196。

⁹² 同上註，頁 199。

⁹³ 同上註。

就是這樣的一個歷史時代演變，再再的使宗教世俗化，理性化的驅動下，把神靈，迷信趕出歷史舞台，而隨著工業化、城市化和理性化的躍進，宗教必然會減少，⁹⁴社會的理性機制本身就會排除對超自然思維的沉迷。太虛法師的人生佛教，就是在這樣一個歷史背景下，肩負起了復興佛教的重責使命。太虛法師被視為是近現代中國佛教現代化的第一人，他針對民初佛教的弊病，提出教理、教制與教產的改革。他的思想因有受到康有為《大同書》、梁啟超《新民說》、章炳麟《告佛弟子書》、嚴復譯的《天演論》、譚嗣同《仁學》、中等學校教科書等的影響。而有以佛學入世救世的宏願熱心，遂有改趨迴真向俗的想法。⁹⁵

太虛法師在 1928 年發表〈對於中國佛教革命僧訓詞〉⁹⁶時，揭示了他一生從事佛教改革運動的立場。他認為，在中國現代的環境中，有必要建設「原本釋迦佛遺教，且適合現時中國環境的新生命」佛教，他提出四點具體的建設方針：一、以大乘十信位的菩薩行，而建設由人而菩薩而佛的人生佛教；二、以大乘的人生佛教精神，整理原來的僧寺，而建設適應現時中國環境的佛教僧伽制；三、宣傳大乘的人生佛教以吸收新的信佛民眾，及開化舊的信佛民眾，團結組織起來，而建設適應現時中國環境的佛教信眾制；四、昌明大乘的人生佛教於中國的全民眾，使農工商學軍政教藝各界群眾皆融洽於佛教的十善風化，養成中華民族為十善文化的國俗，擴充至全人世成為十善文化的人世。⁹⁷

接著同年在一場演講中，太虛法師提出了人生佛學的大旨，⁹⁸學者陳美華將其整理為：

⁹⁴ 參見 Rodney Stark & Roger Finke 著，楊鳳崗譯，2004，《信仰的法則——解釋宗教之人的方面》（Acts of Faith: Explaining the Human Side of Religion），北京：中國人民大學出版社，頁 72。

⁹⁵ 太虛大師編纂委員會編，1980，《太虛大師全書》，29 冊，台北：善導寺佛經流通處，頁 191；太虛大師著，1996，《太虛大師自傳》，台北：福智之聲，頁 21。

⁹⁶ 太虛大師編纂委員會編，1980，《太虛大師全書》，17 冊，台北：善導寺佛經流通處，頁 596。

⁹⁷ 參見同上註，頁 597-598。

⁹⁸ 太虛大師編纂委員會編，1980，《太虛大師全書》，3 冊，台北：善導寺佛經流通處，頁 208-209。

人生佛教的根本意義，就在於以人為出發點，以現代的「人生化」、「群眾化」、「科學化」為基礎，進而建立適合時代需要的大乘佛學，並以「人生」來達成生命圓滿的完成，做為發展超人生、超超人生的起步，而不是在於以「天」、「鬼」為中心的「天教」、「鬼教」等接近「迷信」的信仰上，並且應該極力「洗除」這樣的色彩。而其兩大原則，也就是「契真理」和「協時機」。⁹⁹

至於太虛法師為什麼要改善佛教呢？他的研究動機何在？他在 1940 年對漢藏教理院暑期訓練班講說時談到「我的佛教運動改進略史」時這樣說：

在光緒三十四年以前，我那時專門在佛學及古書上用功夫：或作禪宗的參究，或於天台教義及大藏經論的研討。後來受了中西新思想的熏習，把從前得於禪宗般若的領悟，和天台宗等教義的理解，適應這個時代思潮，而建立了我改進佛教的思想。¹⁰⁰

他說當時佛教環境趨勢，不得不發生這種想法。國家的變法維新，一切都要改革，尤其以辦學校為急務，教育當局往往有佔廟宇作校址，提僧產充經費，逐僧人出社會的舉動，故當時曾有章太炎先生提倡《告佛子書》之文，一方面叫僧眾們認清時代，快些起來自己辦學；一方面勸告士大夫們，不應該有這種不當的妄舉，應該對佛教加以發揚。¹⁰¹

這就是太虛法師人生佛教的改革動機，而他的目的及預期效果為何？在他的 1932 年於漢口佛教正信會的《佛說十善業道經》開示中講到：

依佛法發心預期說，即為目的；就修行成功說，即為效果。此其效果，

⁹⁹ 陳美華，2002，〈個人、歷史與宗教：太虛大師、「人生佛教」與其思想源流〉《思與言》，40（2）：215-260。

¹⁰⁰ 太虛大師編纂委員會編，1980，《太虛大師全書》，29 冊，台北：善導寺佛經流通處，頁 69。

¹⁰¹ 同上註，頁 69-70。

可略分為四：一、人生改善：一般佛經皆說到此義，即人民五戒之行，輪王十善之化。改善人間，即是目的；人生改善成功，即是效果。二、後世增勝：依業果流轉而修行者，每希望後世增勝，即希望將來比現在之人作得好。...三、生死解脫：此因看到後世增勝仍不免於三界輪迴，若不修到生死澈底之解脫，終必流轉；...四、法界圓明：此為大乘特有者，二乘聖者雖了生死，...縱略知法空，亦不究竟，故於一切法不能圓滿通達而仍有障礙。¹⁰²

以上這些是佛教一般修行的幾個目的層次，而太虛法師人生佛教的主要研究目的就在於第一種的人生改善及第四種的法界圓明，太虛法師說：

今之人生佛教，側重於人生之改善，特出者即能依之發菩提心而趣於大乘之佛果。...積極的則依人生之改善而發菩提心，行菩薩道。此中自亦含攝後世勝進與生死解脫，故第二第三，亦即融攝其中。」（弘悲記）
（見海刊二十六卷第一期）

太虛法師的人生佛教，並沒有很順遂，當初也受到了一些反對的聲音，包括信仰者及僧界的攻擊，¹⁰³但隨著學說的宣揚，影響愈來愈大，由一些居士擴大到工商界和中產階級，並進一步擴大到佛教界，成為影響社會的一種重要思潮。¹⁰⁴其中印順法師就是其中的一位主要支持人生佛教的出色法師，¹⁰⁵他大體上支持太虛法師的佛教改革理念，不過對於人生佛教，他也有小部份不同的建議，他在《佛

¹⁰² 太虛大師編纂委員會編，1980，《太虛大師全書》，3冊，台北：善導寺佛經流通處，頁220-223。

¹⁰³ 如當時上海《佛學叢報》主編濮一乘就撰文反駁說：「佛教革命之名詞，度亦妄人之邪說也。若大庭廣眾之間，明目張膽，放言高論，則未免肆無忌憚矣。」（《內明》第180期），濮一乘並不是當時最保守的佛教信仰者，其言論具有相當程度的代表性。）

¹⁰⁴ 方立夫主編，2001，《中國佛教簡史》，北京：宗教文化出版社，頁372。

¹⁰⁵ 印順法師有關人間佛教思想方面的著作相當多，包括，《佛在人間》、《人間佛教緒言》、《從依機設教來說明人間佛教》、《人間佛教要略》、《成佛之道》、《契理契機之人間佛教》等，可謂是他個人思想中的重要部份。

在人間》一書中就有提到：

人生佛教是極好了，為什麼有些人要提倡人間佛教呢？約顯正方面說，大致相近；而在對治方面，覺得更有極重要的理由。人在五趣中的位置，恰好是在中間。在人的上面有天堂；下面有地獄；餓鬼與畜生，...佛教是宗教，有五趣說，如不能重視人間，那麼如重視鬼、畜一邊，會變為著重於鬼與死亡的，近於鬼教。如著重羨慕那天神，即使修行學佛，也會成為著重於神與永生（長壽、長生）的，近於神教。...真正的佛教，是人間的，唯有人間的佛教，才能表現出佛法的真義。所以，我們應繼承「人生佛教」的真義，來發揚人間的佛教。¹⁰⁶

印順法師認為應該改革過去中國的鬼神信仰，而特提「人間」二字來對治他，其中不但對治了中國傳統中偏於死亡與鬼的佛、道教想法，同時也對治了基督、伊斯蘭教中偏於神與永生的一神思想信仰，這點就是人間思想的提出動機。

另外，印順法師站在人生佛教的基礎上，進一步探索佛教「根源性」問題，其人間佛教的根源在於「釋尊是人間的聖者」、「佛法是人間覺者的教化」、「諸佛世尊，皆出人間，非由天而得也」。「成佛」是佛教的終極目標，如何由人成佛自然是印順法師重要的人間佛教關心所在，他的「人間佛教」除了重視人天乘外，重點是在於菩薩道¹⁰⁷。非單單只是布施修福升天上，而也應該注重解脫的菩薩道修行。

從前面的討論中，我們可以結論出：不管是人生佛教或者人間佛教方面，我們都看到了他們有一個很重要的發展關鍵點，就是要「對治」。其中可分為對內的對治跟對外的對治兩方面來看。對內方面，是有關佛教本身內部的對治，如對治「死的佛教」、「鬼的佛教」以及對治「天的佛教」；而對外的對治，則是對於

¹⁰⁶ 印順法師，1988，《佛在人間》，台北，正聞，頁 21-22。

¹⁰⁷ 邱敏捷，2000，《印順導師的佛教思想》，台北，法界，頁 108。

社會環境、政治、文化、科技、經濟、西方文明等的因應對治。這再再顯示出人生佛教與人間佛教的世俗化特質，也由於這些特質，人間佛教確實給佛教團體帶來許多彈性發展的空間，只要把握住其理念精神，也就是要契機，契信眾們的根機及大時代環境因緣的時機，就能成爲一位人間佛教行者，在這樣的原則下，人間佛教確實帶給很多傳教法師諸多方便，很多社會工作從而可以大量展開，只要是信眾、社會需要的，法師就要想辦法滿足，這也就是爲什麼人間佛教那麼受歡迎的關鍵原因所在，而在信眾及社會人士眼中的人間佛教，那更是具有不可抗拒的吸引力，因爲他們的需求能得到滿足。台灣的佛教發展就很明顯的有人間佛教的特質。

三、 人間佛教的實踐者

人生佛教跟人間佛教，在 1951 年以前，中國佛教界接受的程度是微小的，台灣佛教現在，接受的程度高些。¹⁰⁸像台灣的一些新興佛教團體，都是以人間佛教爲中心思想，包括佛光山、慈濟功德會及聖嚴法師的法鼓山等，他們的佛教事業遍及全台，甚至延伸到國際。星雲自己也有提出「人間佛教」¹⁰⁹的說法，他自陳其「人間佛教」乃承自釋迦牟尼佛、惠能大師及太虛法師的人間佛教。而證嚴法師於民國五十二年依止印順法師，她自言一生的志向謹記印順法師所說：「時時刻刻爲佛教、爲眾生」¹¹⁰，宋光宇認爲慈濟事業是印順思想的具體實現。¹¹¹而聖嚴則是領導法鼓山於 1989 年開始提倡「人間淨土」的理念。聖嚴法師在〈印順導師的人間淨土〉中說：

我們法鼓山推行『提昇人的品質，建設人間淨土』的理念，已有五年，
慈濟功德會於幾年前，曾推出『預約人間淨土』的運動，佛光山也在闡

¹⁰⁸ 參見印順法師，1995，〈契理契機的人間佛教〉《華雨選集》，台北：正聞，頁 102。

¹⁰⁹ 星雲大師編著，1995，《佛教叢書之十一人間佛教》，高雄：佛光山，頁 1。

¹¹⁰ 慈濟文化志業中心編，1996，《萬朵心蓮開滿人間》，台北：慈濟文化，頁 45。

¹¹¹ 宋光宇，1995，《宗教與社會》，台北：東大，頁 209。

揚人間佛教，以及其他僧俗大德的佛教人間化，這些均與受到印順導師的思想啓發有關。¹¹²

可見這幾個團體都有自認爲以人間佛教爲依歸的志向，另外還有許多在家團體也是人間佛教的推動者，可見其影響在台灣的可見一般。

在這整個台灣佛教的發展過程當中，一直到人間佛教的發展後，整個佛教界開始出現了一種大規模的個人或團體的對在家眾宣教熱潮，也就是宗教供給者開始產生大量的宣教需求，這個需求不管是量上或是質上的改變都有大幅度的長足進展，快速又大量的把更多樣的佛教教義或是佛教團體內部的理念宣揚出去，是當前人間佛教的共同認知，因而尋求快速又方便又能把大量的教義傳播給大量的閱聽眾的傳播媒體，就成爲推動人間佛教最重要的工作之一。下面，就針對佛教使用傳播媒體的歷史發展做進一步瞭解討論。

¹¹² 釋聖嚴，1995，〈印順導師的人間淨土〉《人生》，第 141 期。

第二節 傳播媒體對近年來佛教發展的意義

在整個佛教宣教發展的潮流轉變中，佛教傳播媒體的使用擔負了一個極其重要的角色，從傳播媒體的應用，就可看出每個時代佛教宣教的深度及廣度，因此，透過對佛教團體使用傳播媒體的掌握，也可瞭解佛教在每個時期發展的不同風貌，並可知道不同時期宗教行銷中的「推廣」工作大概是怎樣的發展情形，這部份也可供我們在做宗教行銷討論時，拿來當背景參考資料。本論文在此就擬對每個傳播媒體的發展及台灣佛教界在整個宣教的歷史過程中使用傳播媒體的轉變與發展。

一、 佛教刊物的發行

佛教最初的傳播是用人際網路的傳播方式，以口耳相傳，由釋迦牟尼佛傳給祂的弟子們，而弟子必須把所聽到的內容記憶背誦起來，再傳給他人。直到紀元之初佛經才開始有文字的記載，這是一個佛教傳播的重要歷史轉捩點。七世紀左右，中國發明了印刷術，這時又把佛教經典的傳佈帶到一個更方便的地步，當初印刷術是以佛教經典的刻印為主。而印刷術演進到民國以來，在佛教傳播的應用上又出現了另一個高峰，就是佛教刊物的發行，如 1920 年的《海潮音》、1947 年的《台灣佛教》、1949《人生》、1949 年 12 月的《覺群》、1950 的《覺生》等早期的刊物，到近年的 2001《圓智天地》、2001《雲揚天地》、2002《風城法音》、2002《法印》等。¹¹³佛教刊物的發行是台灣佛教弘法運動中最普遍、最頻繁、密集度最高的一項傳播工具，縱使是現代電視、網路傳播媒體已相當發達，但佛教刊物存在的價值仍是無可取代。

¹¹³ 參見闕正宗，，2004《重讀台灣佛教·戰後臺灣佛教.正編》，台北：大千，頁 301-335。另外有關佛教圖書出版品的研究，也可以參考徐嘉政的碩士論文《台灣區佛教團體圖書行銷通路與效益研究》，其研究範圍包括台灣各種佛教團體出版品之現況及其行銷通路為何。

二、 廣播弘法

台灣廣播媒體的出現是始於 1925 年，而台灣佛教界利用廣播弘法的時間點，大約是和台灣佛教刊物創辦的時間同時，其開創的先驅者，為慈航法師，慈航法師大約是在 1950 年於台北民本電台開始講說《菩薩本行經》，但由於當時慈航法師的弘法工作太過忙碌，結果就由南亭法師接手他的廣播弘法工作，而於 1951 年，發起「佛學廣播」運動，開始在台北民本電台成立「佛教之聲」節目，從此台灣佛教的傳播，正式揭開空中弘法之大業。之後於 1953 年，在當時擁有領導台灣佛教發展地位的中央級教會—中國佛教會，為了拓展其佛教版圖，正式成立了中國佛教弘法廣播組，於台北民本電台、彰化國聲電台及高雄鳳鳴電台分別開辦傳教弘法節目。後來鳳山佛教蓮社也於隔年，在高雄鳳鳴電台開講佛學講座。1955 年，中國佛教會廣播組又擴大到台南勝利電台、新竹台聲電台及豐原農民電台增加廣播點。在這以後，陸陸續續出現幾位法師，如聖印、淨心、心田等，分別在北中南各地，投入廣播電台弘法工作。¹¹⁴

三、 無線電視

佛教界利用電視弘法，相對於廣播的時間大約晚三十年，而且也相較於早在 1962 年就出現在台灣的第一家電視台—台視，晚了將近有十幾年。回想當初，在戒嚴體制下，首位在電視台想要開闢佛教節目者，就屬佛光山的星雲法師，法師先是在台視買下每週星期一的時段一小時，準備播出，但在政治壓力干預下，被迫取消，之後經過協調，才權由佛光山規劃節目，請在家人主持節目，於 1979 年 9 月 18 日在華視正式推出電視弘法節目—「甘露」，隔年佛光山又於中視推出「信心門」。¹¹⁵電視弘法的管道雖然從而誕生，但可見其過程艱辛一般，為了弘揚佛法，許多法師不畏艱難與現實環境挑戰，排除萬難為佛教發展貢獻心力，像

¹¹⁴ 參考闕正宗，2004，《重讀台灣佛教·戰後臺灣佛教.正編》，台北：大千，頁 336-344。

¹¹⁵ 相關無線電視台的宗教節目播出歷史資料可參見附錄二。

中國佛教會就於 1980 年在華視播出「光明世界」，播出時間一直持續到 2002 年，佛光山又於 1983 年到 1986 年間於台視播出「星雲大師佛學講座」，接著慈濟也於 1985 到 1986 年間在華視播出「慈濟世界」，萬佛山則於 1986 年到 1991 年間於中視推出「大法輪」節目及在 1988 年華視開闢「菜根譚」，另外，文殊佛教中心也於 1989 年製作「心靈之旅」在台視開播。這些都是佛教團體在高成本、高門檻的條件下，以台灣僅有的三家電視台媒體所努力開發的佛教電視傳播節目，¹¹⁶在這時期，佛教電視台的成立幾乎是件不可能的事。

四、 有線電視

當佛教在無線電視台無法盡情發揮傳教的窘境下，只能另尋他途，1993 年 12 月 20 日，新聞局公佈「有線廣播電視法施行細則」以後，¹¹⁷佛教的電視弘法才又重新嶄露一線生機，這也是服務廣大教徒的一項自救措施，因而有宗教團體紛紛設立電視台。第一家佛教衛星電視是由台南新營妙法禪寺的心田法師於 1996 年 10 月成立的「佛教衛星電視台」¹¹⁸，之後 1997 年，謝清益從弓禾影視獨立出來設立「法界衛星電視台」，1997 年台中豐原妙廣法師設立「佛聲衛星電視台」，1997 年 12 月佛光山星雲法師成立佛光衛星電視台(今之人間衛視)，1998 年元月，慈濟功德會證嚴法師創設「慈濟大愛電視台」，2003 年居士陳彩樺女士發起成立的淨空法師專屬電視台—「華藏衛星電視台」，最後有及 2004 年元月正式開播的海濤法師「生命電視台」。¹¹⁹其中只有一家「佛聲衛星電視台」，由於創辦人妙廣法師的辭世，電視台也於 1998 年之後結束營運，其餘的六家佛教電視台都繼續為著弘揚佛法或傳播自己的佛教理念而繼續努力的呈現差異化的節目

¹¹⁶ 參見闕正宗，2004，《重讀台灣佛教·戰後臺灣佛教.正編》，台北：大千，頁 344-348。

¹¹⁷ 畢盈，2002，《台灣地區佛教信眾電視宗教頻道收視行為調查》，嘉義：南華大學傳播管理研究所碩士論文。

¹¹⁸ 心田法師所創的電視台，創辦之初名為「佛教衛星電視台」，之後曾經由歷任的台長海濤法師將其改名為「佛衛慈悲台」，及陳德榮總經理二度更名為「佛衛電視慈悲台」。

¹¹⁹ 參考闕正宗，2004，《重讀台灣佛教·戰後臺灣佛教.正編》，台北：大千，頁 348-349。

風格，以吸引不同需求的信徒及閱聽眾。

五、 報紙

佛教弘法的傳播媒介使用中，後來還深入到報紙這個區塊中來，如台中市的「民聲日報」於 1982 年所開闢的「今日佛教」版面，這時台灣還沒有一份正式專屬於佛教組織所興辦的報紙，直到 1989 年以後，佛教界才有一份真正專屬的報紙出現，那是由洪啓嵩所創辦的「福報」，之後又有 1989 年 7 月淨耀法師發行的「佛教新聞週報」及 1996 年由高雄民眾日報佛教版主編陳齊鑒所創辦的「佛音時報」，還有 2000 年由佛光山體系所主導開辦，依空法師發行的「人間福報」與 2003 年由佛教居士樂鈺勝所發行的「法宗時報」。¹²⁰佛教在報紙媒體的應用上，似乎比較沒那麼熱絡。

在這麼多種的宗教傳播媒體中，筆者認為有線電視是現在台灣相當活躍的領域，電視弘法是自 1996 年來台灣佛教發展的一個重要特色。所以對於佛教的衛星電視台發展現況，及其在有線電視出現在台灣以後，有沒有對宣教模式產生重大影響？或者電視台它是怎樣的一個生存運作模式？它的生存條件有哪些？為什麼會有不同類型的佛教衛星電視台等相關議題做研究，是有其時代性重要意義在。

¹²⁰ 參考闕正宗，2004，《重讀台灣佛教·戰後臺灣佛教.正編》，台北：大千，頁 349-350。

第三節 台灣佛教信徒需求調查

這一節所要討論的，是有關台灣民眾對於宗教需求的偏好，有關這方面的討論，本論文將從本研究所做的問卷調查—「台灣地區宗教信仰需求問卷調查」得到的結果討論起。因為這份問卷一開始設計的初衷就是為這個討論議題設計的。以下就是本問卷的部份調查結果分析報告，結果大致可分五個部份來加以說明，包括：基本資料、宗教態度、個人的宗教行為、慈善行為與對佛教的觀感等五部份。因為從基本資料的調查，可以瞭解到問卷受訪者的背景資料，而這樣的資料也可以知道哪些人會是佛教社群的參與者。接著問到受訪者的宗教態度觀感，這些提問為的是要反應現代人對於宗教的看法如何？之後的宗教行為、慈善行為等問題，這是本問卷的主要核心所在，這些都可直接反應出受訪者的宗教需求為何？最後的「對佛教的觀感」問題，則是在瞭解受訪者，其對於目前宗教團體所提供的宗教供給滿意度如何？評價正面與否？若是所得的結果呈現非常正面，那麼就能代表需求很高，反之，則是負需求。

在進入問卷資料討論之前，在此必須先聲明的一點是，在這一節所討論的問卷資料中，並未涵概所有問卷，主要是因為有關「宗教傳播」的討論，筆者將在稍後的第五章中另闢一節專門討論，筆者希望這樣的安排，能對第五章的主題—兩家電視台經營，能有比較完整的討論。而另外有關「術數與法術」的問卷部份，則因為大部份的受訪者都沒有參與術數的經驗，因此這裏本論文就暫不在此做討論。以下，是問卷結果分析，分析中主要是以佛教社群為討論對象，而在部份相關議題上，本論文才會酌引一般社群的資料做為比較參考。

一、 基本資料

從本調查所回收的有效樣本得知，有關佛教社群的結果顯示，佛教社群的群眾性別是女性多於男性，本問卷調查資料顯示，男性與女性的比例大約是在 34%

比 66%，¹²¹兩者相差比例懸殊。而年齡層的分佈上，最高落點的受訪者是在 41—50 歲之間，整體來說佛教社群年齡大多是在 31 歲到 60 歲之間。¹²²而有關其受教育程度方面，60.6%的人是有高職、專科、大學的學歷，三者的比例差不多，¹²³不過這個數據比較不具有佛教社群的代表性，原因是本問卷的填寫對象，基本上就必須具有相當程度的識字能力，所以這樣的調查自然也會篩選掉一些不具這個條件的群眾。另外有關佛教社群的職業別，大多數是服務業及家庭主婦居多，其次才是商人及軍公教人員。¹²⁴他們大多是受僱員工，以及相當比例的「學生、家庭主婦、無工作」者。¹²⁵而當問到受訪者的收入方面，佛教社群受訪者 78.5%都是年收入低於 100 萬元者，¹²⁶100 萬以上的則只有 4.5%，這點可看出，佛教社群的參與者大多數是中低收入者。以上是有關佛教社群受訪者的基本資料，這個資料在相當程度上也可做為整個台灣佛教的參考狀況。

二、 宗教態度

在佛教社群中，大部份的受訪者都「很相信」或「很贊成」確實有天堂地獄的存在（Q8）、人死後有靈魂存在（Q9）、因果輪迴之說（Q10）、緣份是幾世前所決定的（Q11）以及一個人為善為惡會影響到後代子孫的幸福（Q15）等說法，很相信者在這些宗教態度上都有高達五成五以上，至於很相信「娶錯妻、嫁錯郎都是前世欠的」（Q12）、「為子女做牛做馬都是上輩子欠的債」（Q13）、「只要自己肯努力不一定要靠神」（Q14）等這些說法的受訪者比例則都只有在四成左右，雖說回答很相信的比例不是很高，但也都是各類選項中的最高者。至於針對這些宗教態度的提問，有關非佛教社群的一般社群受訪者，他們的回答又是如

¹²¹ 參考附錄一「台灣地區宗教信仰需求問卷調查」，問題 1(Q1)。

¹²² 參考同上註，問題 2。

¹²³ 參考同上註，問題 4。

¹²⁴ 參考同上註，問題 5。

¹²⁵ 參考同上註，問題 6。

¹²⁶ 參考同上註，問題 7。

何？因為這個問題將有助於宗教供給者在選擇所宣揚的教義及超越性宗教觀點時做為參考資料，所以筆者在此也想對一般社群進行分析討論。有關上半部份的問題回答（即 Q8、Q9、Q10、Q11、Q15），一般社群也都是以很相信及很贊成的比例最高，但所佔比例，明顯都比佛教社群還低。至於下半部份的問題（Q12、Q13、Q14），則跟佛教社群有很大的差異，其受訪者主要是回答有點信及有點贊成的比例最高，其相信程度上，顯然是比佛教社群低很多。

三、 個人的宗教行爲

接下來所要討論的議題，是有關「信徒需求」的核心調查問卷一個人的宗教信仰行爲，其調查結果顯示，佛教社群的受訪者中，大部份（79%）都是佛教徒，其中若再仔細追問，佛教徒中佔比例最高的信仰類型為「信佛拜佛」者，其次是淨土宗，再來是顯密兼修，之後為禪宗。另外除了佛教徒外，佛教社群中也有一些不屬於佛教徒的受訪者，不過他們大多還屬於那些與佛教有相當關聯性的宗教信仰者，如「佛道雙修」、「三教合一」、「道教」、「一貫道」、「民間信仰」的信仰者。¹²⁷由於本問卷所訪談的對象是偏重在佛教社群，所以結果會呈現出「佛教徒」的比例是全部宗教中之最高者，這樣的結果並不具有觀察台灣宗教信仰人口的代表性，若要更進一步瞭解整個台灣地區宗教信仰人口的比例分佈，則可參考中研院所做的「台灣社會變遷基本調查」，其調查資料顯示，在 1994 年的調查中，台灣地區信仰人口比例前三高的分別是佛教 38.5%，民間信仰 31%，道教 9.1%，另外沒有宗教信仰者的人口則為 13%。到了 1999 年的調查，信仰人口高低比例則出現明顯的變化，其中第一高的變成是民間信仰 33.6%，第二高是佛教 26.3%，第三則一樣是道教，其比例有稍微提升到 12.7%，沒有宗教信仰的人口則維持差不多比例，其數據是 13.6%。若再繼續追蹤最近一次的調查結果，2004 年第四期的調查報告顯示，宗教人口佔前三高的是民間信仰 30.6%，佛教 23.9%，道教 15.3%，

¹²⁷ 參考附錄一「台灣地區宗教信仰需求問卷調查」，問題 18。

沒有宗教信仰的人口為 20.7%，這樣的排行順序與前一次的調查結果所得的答案是相同的，而這也可以大致說明目前台灣各大宗教信仰人口的分佈情形，也就是說，台灣地區的民眾大部份是以民間信仰為大宗，其次是佛教，無宗教信仰第三，第四為道教。

有了這樣大致瞭解台灣民眾信仰傾向的分佈之後，接下來所要討論的，是針對有宗教信仰的受訪者，探討其入教（皈依）的原因，問卷結果顯示，佛教社群主要是以了解生命意義（8.7%）、尋求智慧（8.6%）、修身養性（8.2%）三個原因為主，接著才是個人喜好（7.3%）、親友熱心介紹（7.1%）、解脫煩惱（7.1%）、行善積德（6.9%）、尋求真理（6.6%），其餘的原因則都只佔 6% 以下，包括「跟父母信」的比例也都只有 4.7%。¹²⁸從這邊的討論，我們可以瞭解一般信徒入教的原因及傾向，宗教供給者可藉此結果去做為發展宗教行銷的方針策略。

接下來的幾個問題，也都跟信徒的宗教偏好有關，像問卷 27 的喜歡什麼樣的宗教性活動？佛教社群的回答是：唸佛的比例最高（13.1%），接著才是當義工 9.8%，其次才是法會 8.2%，聽弘法佈道 6.7%，放生 6.1%，持咒跟讀經研討則同為 5.9%，助念 5.6%，助印經書 5.2%，其它的比例則都在 5% 以下。這樣的結果在一般社群的宗教信仰者方面的調查則顯得稍許不同，一般社群的信眾們，他們所最喜歡的宗教活動是燒香拜拜，比例高達 11.3%，其次則為寺廟參訪觀光，比例 9.3%，這兩項在佛教社群中僅佔了相當低的比重。

問卷接著問到佛教社群的信教受訪者通常會因哪些需要或問題而去追求宗教時，受訪者通常會回答：為了身體健康、平安，其比重佔 13%，其次才是為了瞭解解生命的意義 9.6%，想修行 8.7%，想解脫煩惱則為 8.5%，行善積德 8.2%，消災解厄 7.1%。¹²⁹在此筆者想附帶一提的是，在同樣提問中，一般社群信眾之

¹²⁸ 參考附錄一「台灣地區宗教信仰需求問卷調查」，問題 21。

¹²⁹ 參考同上註，問題 28。

所以會追求宗教的理由是，第一，與佛教社群一樣，都是爲了身體健康、平安，第二多的則是爲了事業順利（8.6%），這點在佛教社群是較不被重視的，但一般社群卻特別重視，這也或許就是佛教社群跟一般社群很重要的差異所在吧。

最後本研究在「個人宗教行爲」這部份所想要討論的是，宗教參與會不會受到經濟條件的影響，本問卷所提出的問題有幾個，首先是：「您在個人經濟條件不好時會不會靠參加宗教團體的活動來改善」¹³⁰，回答會跟回答不會的佛教社群信眾比例上差不多，所以或許可以看做是有一部份的佛教社群信眾會因爲個人經濟條件不好而去參加宗教活動（34.4%），而另一部份的人則不會因經濟條件變差去參加宗教活動來改善（33.8%）。這在一般社群受訪者的看法則多是回答「不會」，這也是兩社群差異的地方。接著本研究問卷繼續問到：「您會不會因爲經濟條件變差而減少去寺院、宗教社團、教會？」¹³¹，兩個社群的受訪者都回答「不會」居多，大約都在六成左右。從以上這兩個問題可以結論出：如果信眾不會因爲經濟條件變差而增加或減少去參加宗教活動，那麼就可以說明「經濟條件」其實並不是影響信眾參與與否的重要因素，也就是，經濟不景氣並不會影響信眾對宗教活動的參與熱忱。而這樣的結果，剛好可以用來說明一般社群的信教者。佛教社群的信眾則較一般社群比較會受個人經濟條件好壞而從事宗教活動。

四、 慈善行爲

從上面對個人經濟條件的討論，我們所得到的是一個：經濟條件並不是影響個人宗教參與的重要因素，但這是不是就代表宗教的發展不會受經濟條件好壞的左右呢？結果顯然不是。從筆者所做的問卷調查裏面，可以看到個人經濟條件確實會影響到其對於寺廟或教堂的捐款。有高達 48.8% 的佛教社群受訪者認爲個人經濟條件好時，會增加對寺廟或教堂的捐款，而當個人經濟條件變差時則減少捐

¹³⁰ 參考附錄一「台灣地區宗教信仰需求問卷調查」，問題 31。

¹³¹ 參考同上註，問題 32。

款，這樣的結果也同樣可以在一般社群裏發現。¹³²

至於問到其為什麼會捐款給寺廟或教堂的理由時，佛教社群的受訪者最多的答案是回答爲了佈施修福（30%），其次爲消災做功德（21.1%），接著才是感恩奉獻（18.7%），建寺修廟（12.8%），回饋社會（11.5%）。¹³³這樣的結果與中研院 2004 年所做的結果前幾名的排名順序不太一樣，但其受訪者所偏好的理由都是以這五項爲主，其調查的結果是消災祈福做功德（24.0%），感恩奉獻（18.3%），回饋社會（13.5%），建廟、修廟（10.3%），佈施修行（8.9%）。

另外有關「慈善行爲」的問卷裏，筆者關心的另一重點是有關義工投入的喜好及看法，在受訪者中，大部份人都沒有從事義工行爲，佛教社群有 59.5% 的受訪者目前沒有擔任志工或義工，而一般社群更有高達 84.5% 沒有從事義工投入，¹³⁴另外在中研究 2004 年的調查結果也顯示，90.1% 的台灣群眾沒有投入義工的工作，因此可見台灣民眾，對義工投入的程度其實並不高。

若對於有從事義工投入的受訪者進行進一步調查，則可以發現，其大部份所從事的，在佛教社群中最多的的是以環保、教育類爲主，其中環保志工 11.9%，教育志工 11%；有關一般社群的調查結果則顯示，教育志工有 19.1%，兒童及青少年關懷有 12.8%，環保志工則也有相當高的比例，10.6%。¹³⁵這樣的結果，是否就能表示民眾對義工工作的偏好是以環保、教育、兒童及青少年關懷這三類爲主？答案似乎是不一定，因爲所喜愛的不一定就能接觸到，這是在目前的義工就業市場還普遍存在的問題。從本研究的調查顯示，受訪者所喜愛的慈善活動，佛教社群中主要是以環保跟濟貧爲主，其比例兩者皆爲 11.8%，接著是弱勢關懷 10.9%，

¹³² 參考附錄一「台灣地區宗教信仰需求問卷調查」，問題 56。

¹³³ 參考同上註，問題 54。

¹³⁴ 參考同上註，問題 57。

¹³⁵ 參考同上註，問題 59。

賑災 9.5%。¹³⁶而頗受大部份義工從事的教育類志工，其受喜愛程度才只有 9.3%，排行第五名，這也可以說明有需求不一定就會有供給，而所供給的也不一定就是需求者的需求。另外，在這一問題中，也可看出一點比較特別的是：一般社群似乎比佛教社群重視一兒童及青少年關懷，在一般社群裏，這類的義工是頗受歡迎，其受歡迎程度高居第二，而在佛教社群，所受歡迎的程度則只排在第七名。

五、 對佛教的觀感

接下來所要討論的問題，是筆者特別為提供給佛教供給者，所設計的一系列信眾滿意度的提問，漢傳佛教傳到台灣以後，其發展不斷試著突破傳統，走向社會、迎向群眾，這些努力，到底有沒有收到正面的回應，那是很值得關心的議題，因此，筆者在此就試圖針對這些比較為大家所熟悉的佛教事業及社會慈善公益活動，提出相關問題就教於問卷受訪者。在問卷中，筆者設計了五種程度的答案，包括非常正面、正面、沒意見、負面及非常負面等五種選項，其正面程度可視為由上而下漸漸遞減，假若我們把非常正面視為 100 分，那麼正面的答案就類推為 75 分，沒意見 50 分，負面 25 分，而非常負面則為 0 分，依這個原則我們來看問卷結果：

其中 100 分的只有一項：環保資源回收，¹³⁷其餘的大部份都是 75 分，從佛教團體辦學校教育(Q61)、從事慈善事業(Q62)、辦醫院(Q63)、辦養老院(Q64)、推廣倫理道德等移風易俗的努力(Q67)、成立戒毒中心(Q69)、消災祈福法會(Q70)、推廣健康飲食(Q72)、更生人關懷(Q73)等這九項佛教所辦的志業，不管是佛教社群或是一般社群的受訪者，都只給了 75 分的回應。其中原因或許是因為覺得佛教做得不夠好，但也有可能是覺得佛教沒有很必要做這些事情，所以沒有給非常正面的回答，這是個很耐人尋味的問題，但有關這方面的討論可能

¹³⁶ 參考附錄一「台灣地區宗教信仰需求問卷調查」，問題 60。

¹³⁷ 參考同上註，問題 68。

要做進一步的研究調查才能得知。

除了資源回收這項是佛教社群跟一般社群共同給 100 分，以及上述九項兩社群都給 75 分的評價外，還有一項，在這兩社群所給的看法是一樣的，那就是佛教蓋納骨塔的問題，大多數受訪者都表示「沒意見」，也就是只給了 50 分的評價。¹³⁸這點代表了佛教團體蓋納骨塔的風氣雖說行之已久，但卻還沒有得到社會大眾的採納，這倒是還蠻值得相關佛教團體思考一下的地方。關於上述的 11 個問題，佛教社群跟一般社群都給了相同的評價，下面的幾個問題，則出現兩社群間有不同看法的情況發生，如本問卷問到對佛教團體從事「經營生意自給自足」的看法時，佛教社群給的答案是「正面」與「沒意見」的人數一樣，而一般社群則大多是給 50 分—沒有意見的居多，¹³⁹這個結果反應了大多數人還是不太喜歡佛教團體經營生意。而問到時下飽受爭議的放生問題時，民眾的看法又是如何？結果顯示佛教社群大多是給 75 分，而一般社群則只給 50 分，顯然一般民眾受到公眾輿論的影響比較深，對放生還是抱持不很認同的看法。而佛教社群，大部份還算肯定放生的意義，這點結論對於本論文所研究之個案—生命電視台來說顯得格外重要，因為生命電視台可說是國內目前推廣放生活動最努力的佛教團體。

到目前為止的討論，兩社群的受訪者多數的評價，都還不致於對佛教給出負面的評分，但接下來的問題，則是有別於這些通則，成爲一項特別的例外，那就是關於「法師參選民意代表」的看法，有 37.4% 的佛教社群表示對此議題沒意見，但是有 20.9% 的受訪者提出負面的看法，而高達 17.8% 的受訪者更有非常負面的評價，這個結果，可說是所有佛教活動中最受負評的一項，法師參與民意代表選舉的政治活動，這不光是在佛教社群得不到肯定，連一般社群所給的評價，也是不予認同。

¹³⁸ 參考附錄一「台灣地區宗教信仰需求問卷調查」，問題 66。

¹³⁹ 參考同上註，問題 65。

最後，有關問卷內容，本論文在此所想提出討論的是：民眾對法師修行模式的看法為何？到底民眾所想像的法師應該是要入世度眾，亦或是出世清修？或者是先出世清修之後再入世度眾？這個問題，兩社群的受訪者大多數的認定是：希望法師先出世清修後再入世度眾。¹⁴⁰或許這也是一種比較理想的佛教修行模式，但實際情況卻非如此，有些法師基於現實條件或個人因素，並無法做到這麼的理想，因而只能選擇單從其中一種模式去實踐，也就是可能會單單從事入世度眾亦或是出世清修的修行生活。而若就這兩種模式進行比較，多數的受訪者似乎都偏好於「入世度眾」，而較少認同法師只要單純「出世清修」即可。所以從這裏可以看出，當前台灣社會，對法師的要求大多是站在社會利益的角度去思考，這也不免趨使大多數法師都無法安於個人追求出世超越界的理想，而必須入世度眾，因為連站在維護佛教立場的佛教社群都不支持法師出世修行了，那麼就更別想說有很多人會樂於護持法師出世修行了。

¹⁴⁰ 參考附錄一「台灣地區宗教信仰需求問卷調查」，問題 75。

第四章 兩家佛教電視台及其相關志業體

第一節 電視台成立背景

一、 兩家電視台的成立因緣及社會背景

到目前為止，本研究所進行的討論都尚未真正進入到個案分析的討論，接下來的第四章、第五章，將正式進入到本研究的個案討論，介紹兩家電視台成立的歷史背景及其經營模式。首先，讓我們先從兩家電視台的成立因緣背景討論起。

「佛衛電視慈悲台」是國內首家成立的佛教衛星電視台，也是世界首創的佛教衛星電視台，創辦人心田法師的這項創舉，可謂別有洞見，但這點創思，卻也讓心田法師走得倍感吃力，回想當初，創辦電視台的志業，一路走來辛苦萬分，沒有專業基礎的心田法師，從點點滴滴的摸索中學習改進，逆境中漸漸成長，最後才得以使電視弘法大業落地生根，初具規模。

大約在四十多年前，許多法師們爲了弘揚佛法，傳播佛教，普遍在廣播電台講經，推廣佛法，種下無數學佛種子，心田法師也在 1965 年加入了電台佈教行列。但在這之前，心田法師個人早就對傳教弘法工作不遺餘力，他個人曾經爲了弘法佈教，嘗試過多種方式的努力，在 1960 年代初期，大約從 1964 年開始，法師剛從中國佛教研究院畢業後一年，他就嘗試以類似街頭賣藝的宣傳方式，把技藝改成說佛教故事、角色扮演、放幻燈片、有獎徵答等手法，在台南鄉下各地展開巡迴弘法宣教的工作。法師回憶當時的社會環境，經濟條件普遍很差，政治又值戒嚴時期，弘法條件相當不理想，想要集會演講，還要申請相關單位的報備許可。弘法佈教相當不易，除非能有政治人士力挺或與相關單位套套關係，公開佈教工作才得以順利進行，幸好當時心田法師有機會認識到一位警察局局長的母親，是位虔誠的佛教徒，透過這個關係，才有機會到各地去做街頭佈教、宣揚佛法。

¹⁴¹在這時期，弘法工具的使用上，尚不多元，大眾傳播媒體並不普遍，有的只是圖書、報章、雜誌等平面媒體的使用，廣播電台的普及也尚待開發，而電視公司當時只有一家剛於 1962 年成立的台灣電視公司。就在這樣的條件因緣下，想要傳播佛教，只能透過傳統的方式及保守的作風去推動。

像心田法師當時就以街頭賣藝的方式，帶著擴音機、電唱機，在每個星期六、日，騎著腳踏車或摩托車到大小村落的宮廟廣場，播放佛教歌曲，吸引民眾，許多民眾因為好奇，聽到歌唱的聲音，就以為有人在賣膏藥或是有熱鬧活動可看，因而常常會跑來詢問：你們是在賣藥嗎？法師通常會開玩笑的告訴他們說：是，我是在賣藥，而且我這藥不用錢。民眾就會覺得很有趣，慢慢的就吸引許多好奇民眾前來圍觀。¹⁴²等人來得差不多時，法師就開始說佛教故事給大家聽，放一些自製圖片做成的幻燈片，租借放映機播放佛教電影，或是演出佛學問答的角色扮演話劇，其習慣通常會以一位法師跟居士做對話，居士發問而法師回答，內容大多談論一些佛教話題。¹⁴³心田法師回想當時的情景時說：

我二十八歲時，蔣中正當總統的時代，不能太公開的弘法，我當時就借放映機，租電影，那個時候沒電視，就像打拳賣膏藥的方式，到各村莊小鎮，用電唱機放佛教歌曲，大家聽了就問說，你們是在賣藥嗎？我回答：對，而且我賣的藥不用錢，民眾就說：那有那麼好？然後就吸引一些人圍觀。我開始放一些佛教幻燈片，有關佛教故事，再說一些佛法，以前的人以為佛教就跟拜觀音，媽祖，王爺一樣，所以弘法很重要，這樣人家才知道佛教跟其它宗教有什麼不一樣。

像心田法師以這樣的傳播宣傳佛教方式，雖說沒有什麼經濟上的效益，但畢竟是身為一位法師個人的心願，希望能為自己的宗教盡一份心力，把佛教介紹給

¹⁴¹ 心田法師訪談記錄（2007.08.25）。

¹⁴² 參考同上註。

¹⁴³ 參考圓教法師訪談記錄（2008.03.29）。

更多人認識，事且不論成效如何，但至少能體現「弘法為家務」的出家人本懷。在這種別出心裁的傳教生涯裏，也伴隨著法師默默度過了將近 1000 多個日子，直到 1967 年，法師才停止這項工作。這段歲月，沒有掌聲、沒有喝采，有的只是多了幾個人來學佛，多出十幾位弟子跟隨他出家。¹⁴⁴

隨著科技時代的趨勢，電台廣播的傳教使用，已經被佛教幾位別有洞見的法師發現採用，幾位法師分別在全省各地電台開設講經弘法時段，如中國佛教會於 1953 年到 1959 年間在北、中、南各地開設的七處廣播節目、聖印法師於 1961 年陸續成立的「慈明之聲」及淨心法師在 1964 年開始發聲的「淨覺之聲」等等。¹⁴⁵心田法師，也在這股潮流趨勢下，於 1965 年投入了電台弘法佈教的行列，分別在新營建國、屏東民立、草屯中興等廣播電台成立「佛教之音」空中佈教節目，把在妙法禪寺錄製好的節目送到各個電台播放。這段空中佈教的時間持續了將近有三十多年之久。¹⁴⁶法師回想當年，剛開始在廣播電台講經時，聽眾寄來的信件非常多，因為大家對佛法不了解，常有聽眾寫信來請教，問了各式各樣的問題。不信佛教的人想求了解，有些甚至是要來問難的，信的人則是要來追求更深入的了解佛理。很多一開始不信的人，寫信問到後來都成了佛教徒，因為都被法師的辯才及佛教的教理給信服了，也有一些成為護持法師弘法志業的忠堅份子。¹⁴⁷

之後，由於電視慢慢普及，廣播電台講經弘法效果已相當有限，電視弘法的契機似乎有一點嶄露頭角，有居士信徒建議法師可以嘗試利用電視媒體做弘法傳教的工具，但是當時只有三家無線電視台，若要買時段弘法，費用昂貴，許多法師無法負擔。心田法師想，電視弘法確實是未來趨勢，若在三家無線電視台講經，則會有將佛法穿插在商業電視台中，頗不恰當，況且時段費又令人咋舌，應該要

¹⁴⁴ 圓教法師訪談記錄（2008.03.29）。

¹⁴⁵ 參見闕正宗，2004，《重讀台灣佛教·戰後臺灣佛教·正編》，台北：大千，頁 338-343。

¹⁴⁶ 闕正宗，1997，《台灣佛寺導遊(九)台南地區》，台南：菩提長青出版社，頁 171。

¹⁴⁷ 心田法師訪談記錄（2007.08.25）。

有一個佛教專屬的電視台頻道，讓法師們有機會在電視上講經，使佛法宣揚的腳步得以更快速更廣。於是心田法師就萌生了創辦電視台的念頭，開始時是先尋求教界長老法師的支持，包括後來創辦人間衛視的佛光山在內，心田法師也都曾在當時拜會過，提出想要合辦佛教電視台的構想，但後來卻得不到任何正面的回應。在無奈之餘，法師只好打消聯合佛教勢力共同創辦電視台的念頭。

可是佛法若能透過電視傳播來做媒介，將利益更多的大眾，這是一件多麼重要的有益事，於是成立佛教電視台，是刻不容緩之事。於是心田法師就憑著這股弘法利生的堅定意志，胼手胝足的於 1995 年開始規劃成立電視台，直到 1996 年 10 月 1 日電視台正式開播，取名為「佛教衛星電視台」，但這一切的結果，可能只有用四個字來形容，就是「慘澹經營」。心田法師沒有經營電視台的經驗，也沒有學習模仿的對象，有的只是一份熱忱與傳佈佛教法音的願力。就這樣一步一步，跌跌撞撞，走到今天這個具有相當穩定且受到各界肯定的佛教電視台，這樣的經營努力，是很值得對它深入瞭解一番。

相較於「佛衛電視慈悲台」的「生命電視台」，因為成立之時已有五家佛教電視台成立，所以有比較多的他山之石可供學習參考，就這個面向而言，生命電視台是比較有優勢的。創辦人海濤法師，本身得利於曾經在 1997 年至 1998 年擔任過法界衛星電視台台長，及 2001 年到 2003 年間擔任過佛衛電視慈悲台的台長及總經理。所以對於佛教電視台的環境並不陌生，只是後來因為一些個人理念與抱負的不同，因而於 2004 年 1 月另外創辦了一家佛教電視台—生命電視台。

海濤法師認為，接觸到電視講經也是一種人生際遇，原本是要去電視台幫忙的海濤法師，後來因為一次因緣，有法師臨時生病，不能來，海濤法師臨危受託，上台去幫那位生病的法師唸了稿子，這是海濤法師第一次運用現代科技傳播媒體，在電視上講經說法。無獨有偶的，第二次、第三次上台的機會，也都是因為有法師突然有事不能上節目，才請託海濤法師幫忙代講。而這位頗具天賦的海濤法師，在電視上講起經來生動活潑、台風穩健、口齒清晰、口才流利，加上本身外表出

眾，因而頗受到電視台負責人的擢拔青睞，大力開放海濤法師講經時段。因此，海濤法師慢慢成了電視台的重要駐台法師，其在電視上開設的第一個節目是「佛陀的 100 個故事」¹⁴⁸，這是爲了要講給他最心愛的小孩子聽的。之後，海濤法師受到的肯定不僅於此，他又在法界衛星開播半年後，被禮聘爲法界電視台台長，而法界衛星也因爲有了海濤法師的幫忙，經營上慢慢有所起色，收支也開始平衡。直到 1998 年 4 月，海濤法師因爲某些堅持佛法不買賣的理念與公司處得不好，卸去了法界電視台的工作。

離開法界的海濤法師，仍然持續致力於監獄、校園、及鄉下各地區的弘法工作，並且成立了電視弘法工作室，製作海濤法師到各地弘法的錄影帶，然後以買時段的方式，到各家電視台，如佛衛電視慈悲台、人間衛視、法界衛星、台灣音樂台、中天等電視台播出。在這同時，海濤法師爲了讓聽眾、信徒有個可以聚會共修的場所，讓佛法可以更落實於生活中，於是就在 1999 年，在高雄承租了一間位於的大樓地下室空間，成立第一家佛教道場—「佛陀教育中心」，之後各地方也陸陸續續以同樣的方式，或租或借的於全省各地成立佛陀教育中心，在這個時候，信徒人數日劇增多，海濤法師的知名度也已慢慢在佛教界傳揚開來，當時，心田法師的「佛教衛星電視台」爲求經營上的突破，開始廣徵人才，而海濤法師就在 2001 年 6 月被心田法師禮聘爲電視台台長，法師在接任台長之後，慈悲台的護持者漸漸增多，短時間內民眾的捐款從每個月 30 幾萬的匯款增加到 100 多萬，可謂爲佛衛帶來了許多成長空間。而海濤法師的弘法腳步並沒有因這些成就而停頓，法師反而更積極的加速擴張弘法志業的觸角，之後又於 2001 年成立「中華印經協會」，結合有志之士，大量倡印各類佛教經典、佛教漫畫書，並致力翻譯各種經典，廣泛使佛教流傳於海內外。2002 年，法師又創立了「中華護生協會」，並於各地成立放生團及護生園區，藉由不同的方式，在不同地點，定期或不定期的舉辦各類護生、救生活動。這些也都爲海濤法師的信眾魅力帶來幾許加

¹⁴⁸ 參閱海濤法師，「我的出家因緣」DVD。

成效果，而這些效果之後也都會反饋到佛衛慈悲台的護持款項上，慈悲台的營運蒸蒸日上，慢慢步上軌道。但就在這一片欣欣向榮的同時，電視台負責人跟海濤法師之間，卻產生了某些理念不合的聲音，在雙方各執己見的堅持下，海濤法師只好離開佛衛，當時的時間是在 2003 年 4 月，法師帶著幾位志同道合的員工一同離開佛衛慈悲台。雖然離開了慈悲台，但法師熱衷於電視弘法的熱情仍然不減，於是法師就在短短的幾個月間張羅策劃，很快的就成立了一家電視台，這也就是後來於 2003 年 12 月試播，2004 年 1 月正式開播的「生命電視台（Life TV）」。

二、 兩家電視台成立宗旨

佛衛電視慈悲台是創辦人心田法師經過多年修學、弘法經驗累積之後的最終成果，法師體認到「慈悲」是佛教的根本，慈是與樂，悲是拔苦，以「無緣大慈，同體大悲」的精神服務觀眾，強調深入社會，關懷社區，這便是慈悲台的核心方向。而以「慈悲為本，方便為門，實現弘法、教育、服務」這個主軸來做為辦台的宗旨。¹⁴⁹法師把電視台定位成一個專屬佛教的頻道，不講門派、沒有山頭，希望把電視台建設成一個電視大道場。秉持佛陀慈悲利他的精神，以公益性質型態投入衛星電視，期能以電視媒體無遠弗屆的傳播力量，宏揚佛法利益眾生，為世界注入一股清淨芬芳的氣息。另一家電視台，生命電視台的創台宗旨，則是本著「保護一切眾生、傳播生命大愛」的精神，最終目的是為了將佛法教育結合現代、面向世界、貼近社會。每一個策劃的節目背後所要傳達的都是「愛」，以及一份對「生命」的關懷，希望能利用現代科技，聯繫一切有情眾生，建設清淨人間大道場，宣導佛陀慈悲本懷，教育社會大眾尊重生命以及珍惜一切生命。¹⁵⁰期能透過聲光影音無遠弗屆的傳播效應，來教育世間人學會尊重生命，創造出一個完全清淨慈悲的公益電視台。海濤法師個人認為：

¹⁴⁹ 參考網站 <http://www.bts.com.tw/>，（慈悲源史/總裁心田長老）。

¹⁵⁰ 生命電視台編輯小組編著，2008，《海濤法師的弘法悲願》，宜蘭：生命電視台，頁 19。

我覺得大乘佛教還是以慈悲做特色，只要是能夠慈悲，像醫院，老人院，屠宰場，做什麼都行，因為慈悲很久了，那你就會找到需要用什麼方法來度眾生，你就會很認真的學習幫助眾生，離苦得樂的方法...，包括地獄、人道、餓鬼道各類眾生，有些眾生在生前我們沒有辦法度，但死後我們可想辦法度他們。¹⁵¹

這點可以說是海濤法師一貫秉持的行事風格，不管是在道場的運作或是電視台的節目規劃，他個人可以說都是以這樣的宗旨來做事。

從這兩家電視台的宗旨，我們大概可以看到其中的幾處異同。同的是：一、兩家電視台宗旨都是以「慈悲」為出發點。二、他們都相當關心教育。三、兩家電視台都有意識到利用電視的媒介建設一個無形的大道場。而兩電視台差異的地方則是：一、前者以關懷「社會」為核心，而後者則是以關懷「生命」為核心。前者所關懷的「社會」，其範圍僅僅是以「人道」為唯一關懷，而後者所關懷的對象—「生命」，其範圍則涵概人，以及人以外的所有物命。二、前者比較側重的是「佛法教育」的弘揚，而後者則是偏重於「生命教育」部份在做宣導，如戒殺、放生、吃素、助念等。

¹⁵¹ 海濤法師訪談記錄（2007.08.30）。

第二節 創辦人學思背景介紹

一、心田法師

佛衛電視慈悲台的創辦人心田法師是台灣省台南縣學甲人，俗名陳崑林，1935年出生於台南縣白河鎮，是家中唯一的男丁，在當時台灣的社會背景下，沒有機會受太多的學校教育，雖然法師的家庭背景還算不錯，但法師七歲接受日本教育時，卻於兩年後遭逢二次大戰的盟軍空襲，學校教育因而中斷。法師的童年，由於家學背景與佛教淵源頗深，多代以來一直都是虔誠的信佛家庭，祖父與外祖父都長年茹素拜佛，而祖母還是一位在學甲「萬成堂」¹⁵²出家的齋教齋姑，所以就經常跟隨祖父赴名寺禮僧拜佛，從小耳濡目染佛教的氣息。九歲那年，母親逝世，從此之後大部份時間都住在外婆家，有時候會到田裏幫忙農作，記得有一次，外婆帶著童年的陳崑林到台南法源禪寺去找祖母，當時，祖母問他，小孩子這麼喜歡來佛寺，要不要出家？陳崑林很興奮的就答覆祖母說：好啊。可是祖母說：在這裏沒人教你佛法，你去嘉義清華山德源禪寺找開通(惟覺)法師¹⁵³出家好了，他是日本京都禪門高等學院留學回來的優秀法師，在那裏比較有辦法學到佛法。於是法師便於1951年16歲於嘉義德源禪寺禮開通法師出家修行。¹⁵⁴

心田法師所禮的開通法師，乃屬禪宗臨濟派下的門人，出家後的心田法師，

¹⁵² 「萬成堂」原為一齋教佛堂，創建於1880年，1946年開通法師為第四任住持時，始將其更改為佛教寺院，名為「清涼山法源禪寺」。

¹⁵³ 惟覺禪師，字獨峰，俗姓黃，名開通，臺灣省嘉義縣人，生於1922年。15歲隨嘉義縣清華山德源禪寺永錫法師出家，18歲東渡日本參學十年，先後在日本京都禪門高等學院求學，畢業後即投入岐阜正眼禪堂及東京平林禪堂參遊將近六年，28歲返台。返台後曾駐錫台南法源禪寺三年，清華山德源禪寺住持，於1956至屏東東山寺受具足戒。1974年創辦清華山德源禪學院，培植禪宗人材，領眾農耕禪居，樹立宗門百丈古風。曾任嘉義佛教支會理事長，著有臨濟禪師語錄講話、廓庵禪師十牛圖講話。（擇錄自妙法月刊雜誌社，1993，《新營妙法禪寺三壇大戒會同戒錄》，台南：妙法禪寺，頁13。）

¹⁵⁴ 以上內容主要來自心田法師訪談記錄（2007.08.25）及心田法師訪談記錄（2008.11.21）。

年甫16歲，未達受戒資格的年齡—20歲，因此一直隨侍在剃度師父身邊，直到1956年1月3日才至嘉義縣白河鎮的關仔嶺碧雲寺受出家具足戒，1957年3月進入白聖法師所創辦，位於台北十普寺的「中國佛教三藏學院」，三藏佛學院主要是以培養「講、學、道、德」為主的僧眾佛學院，白聖法師希望從這裏畢業的法師，都能具有講話的口才、基本的學識、修持的道心以及待人處世的德性。¹⁵⁵心田法師就是在這樣的學習環境下畢業於1960年2月，與法師同期畢業的同學一共有三十位男女眾法師。三藏學院畢業之後，法師旋即於同年5月進入位於台北臨濟寺的「中國佛教研究院」就讀，這所研究院的學僧，大部份是來自三藏學院畢業的法師，也是一所由白聖法師所主辦的僧才教育機構，此屆是該院的第一屆學僧，共有學僧二十五位，但直至1962年3月畢業時，僅剩畢業生十五位，男眾九位，女眾六位，¹⁵⁶而心田法師正是其中的一位優秀僧才。面臨畢業後何去何從的心田法師，在即將畢業那年，收到來了至中國佛教會台灣省分會的通知書，邀他一同參加中國佛教會環島弘法訪問團，這次的弘法行程，主要是從南投到屏東這一地帶的幾個地區，心田法師在裏面所擔任的職務是外省籍法師，如白聖、賢頓、道安等法師的台語翻譯。¹⁵⁷在當時，翻譯的工作確實是件弘法中的重大任務，許多外省籍法師的鄉音，造成了與地方居民間溝通的一道鴻溝。而這次的翻譯弘法經驗，正是開啓心田法師畢業後弘法志業的序幕，也給畢業後不知何去何從的他，奠定了方向性弘法大業的基礎。

二、海濤法師

相較於心田法師較晚出家的生命電視台創辦人—海濤法師，係屬於擁有比較

¹⁵⁵ 白聖講述，釋明濬記，1956，〈佛法的行解相應〉《中國佛教》，1（4），頁8。

¹⁵⁶ 釋印彬，2008，〈功在僧制與僧學—白聖法師辦學與結夏初探〉，「台灣佛教發展人間行者學術研討會」論文集，高雄：台灣淨覺僧伽大學，頁56-59。

¹⁵⁷ 心田法師的第一次弘法經驗的相關記錄可參見心田法師，1962，〈弘法日記（1）〉《中國佛教》，7（7）：22-23；心田法師，1963，〈弘法日記（2）〉《中國佛教》，7（11）：22-23；心田法師，1963，〈弘法日記（3）〉《中國佛教》，7（12）：22-24。

多社會世俗閱歷的半路出家型法師。俗名黃榮享，出生於1958年高雄市，從他自述的出家傳記¹⁵⁸裏面，可看到了許多他出家弘法度眾生的前因背景。海濤法師從小生長在不錯的家庭，上小學以後，因父親從商的關係，舉家搬遷到台北，此後就一直待在台北受教育。他是個蠻會讀書的小孩，成績一向不錯，高中時考上第一志願—建國中學，讀的是自然組。但因為父親是商人，希望他能考取商學相關的學校就讀，為此，黃榮享就向學校申請轉讀社會組，但對於歷史、地理不太熟稔的他，讀起這些科目來是倍感吃力，結果大學聯考放榜，果真如預期的想像，不甚理想，只好東山再起，準備重考。第二年重考的時候，原本在補習班成績一向優異的他，是師長眼中看好的學生，卻因為聯考時的粗心大意，作答時忘了把答案填入答案卷，慘遭滑鐵盧之憾，大失所望。幸好幸運之神的特別眷顧，最後還是讓他以最低錄取分數錄取了文化大學觀光系。讀大學之後的他，開始吃喝玩樂打工賺錢，可說是一位放蕩不羈且很懂得賺錢的大學生，每月收入曾高達十萬元。但在這些輕浮放蕩的外表之下，他內心其實是擁有一顆虔敬平和的心，他除了吃喝玩樂之外，他還會去接觸宗教，他說：當時因為覺得基督教會的團契有很多活動，所接觸的牧師和外國人，都讓人感覺非常親切，所以開始接觸基督教，後來文化大學校長張其昀先生創立了「全神教」，認為萬事萬物都有神，看到校長每天埋首在圖書館書堆裏找資料，寫一些文章印給學生看，他感到非常的敬佩與嚮往，那種找資料寫文章分享給大家看的生活是他後來學習的模範，後來他也改信了全神教，信了全神教以後的他，對其它不同的宗教，就會以一顆平等心去看待，但這個信仰也並沒有跟著他一輩子。

到了1982年，文化大學觀光系畢業以後，他離開學校去當了兵，二年兵役結束後，就開始面臨人生決擇的大問題—事業、婚姻這兩大問題，為了這些問題，黃榮享開始到處求籤拜拜，或許這樣的方式才能讓他找到問題的答案，所以他並沒有繼續他的全神教信仰，而改投民間信仰。不久，他在1985年結婚，結婚以後

¹⁵⁸ 海濤法師，「我的出家因緣」DVD。

開始創業，運氣不錯的他，事業上都蠻順利的，當時他所經營的是旅行社事業，由於經常帶團的關係，結識許多形形色色的人，也認識到一些通靈、扶乩的靈能法師，由這些靈能法師身上，認識到人真的有前世、來世的存在，爲了幫助更多人，他往往花上一兩百萬，禮聘這些靈能法師來爲大家排除疑難雜症，甚至還自己開起道壇來，只是開一段時間後，覺得雖然這種民間信仰確實是可以給人帶來疑難解答，但終究不是究竟的，而且人的欲望是無窮，常常索求無度。因此黃榮享就慢慢與民間宗教漸行漸遠，加諸後來因爲投資越來越大，旅行社分公司及國外分公司不斷擴張，另外他還投資砂石場。¹⁵⁹弄到後來一度曾經需要向銀行借貸，那時壓力開始變得很沈重，心情也開朗不起來，對民間信仰的信心也開始產生動搖。有一天，因爲心情不好，一個人閒逛到公司附近的佛寺—慧日講堂，獨自思考著自己事業的未來。那時巧遇寺裏的法師，就跟他聊了自己的情況來，經過與法師的一番交談後，心情開朗多了，後來一有空就常會到慧日講堂走走，那裏的法師也常會拿一些書籍給他看，其中有一本印順法師的《我的宗教觀》，這本書讓他對佛教開始有進一步的認識，也對人生的意義產生不同的認識。從那之後，內心總是羨慕出家人過著悠閒自在的生活。慢慢黃榮享開始喜歡上了佛教，也開始想進一步去接觸佛教，之後終於在1991年，皈依了慧日講堂的住持—法振老和尚，從此開始學習佛法，親近佛教道場。有一次，他太太的堂哥邀他們一同去參加一間佛寺—靈巖山寺的朝山活動，他帶著四歲大的兒子跟妻子一同去，奇怪的是，他的兒子在當時居然跟他說：「爸爸，我許願趕快出家做小沙彌」。¹⁶⁰他覺得好奇，小孩子懂什麼叫出家？回家以後，不以爲意，過些日子，他的兒子又突然跑來跟他說：「爸爸，你要跟我出家我才要出家」，那時被小孩鬧得只好答應他說：「好」，這樣小孩才肯放過他，自那時起，黃榮享開始常常會想著出家的問題。

¹⁵⁹ 參見海濤法師編，2009，《智愛慈悲柔：海濤法師演講集》，宜蘭：生命電視中華護生協會，頁 82-83。

¹⁶⁰ 海濤法師，「我的出家因緣」DVD。

直到有一天，母親生病了，是膽癌，這時的他一方面要照顧母親，一方面又有自己的生意要忙，壓力實在很大，而不如人意之事還不僅於此，他的丈母娘也生病了，小孩又得了中耳炎必須動手術，一切遭遇變得那麼的不順遂。孝順的他，爲了讓母親的病好起來，想盡各種醫療方式，就在一切面臨絕處之下，他想到用傳統醫學以外的另類療法來嘗試看看。由於他接觸到佛教，想說試試宗教醫療的方式，吃素誦經發願迴向給母親，結果經過一段時間的努力，奇蹟果真出現了，母親的病情果然好轉，他心想，真的是菩薩顯靈。母親心裏也感到奇怪的問了他：「阿享，你如果有發什麼願，就一定要去實現哦！我知道你很孝順，一定有發願，所以我才會覺得很輕鬆」。¹⁶¹母親這時怎麼也沒想到，他心中的乖孩子，爲了她的病能夠好起來，的確私底下與菩薩立了一個很重的誓願—出家，不管黃母對這件事有多麼的不願意，但這不也就是黃母跟黃榮享諄諄教誨耳提面命必須去實現的諾言嗎？

黃榮享這時心意已定，決定要出家去，不管要面臨多少的愛別離苦，多少難割難捨的親情、愛情，他都要去履行這個諾言，最後他終於在妻子反對，父親、岳母不贊成的情形下，離開了所有人準備去出家。但這時，卻沒有法師願意爲他剃度，因爲他所認識的法師，都礙於與他妻子范文瑛的交情，不敢收他爲徒。最後自己只好與另一位法師兩個人互相剃頭，法名海濤是沒出家時所親近的慧日講堂如虛法師給的，剃了之後進到印順法師所創辦的福嚴佛學院讀書，當時福嚴佛學院院長一真華法師也剛好要爲六位新戒子舉行剃度儀式，因此，海濤法師趁著這個機會就請真華法師也幫他正式剃度。這天是1993年6月19日，當時真華院長對他的教誨是：不要在一個地方待太久，什麼都要學，要到處去參學，只有佛陀的思想才已達到圓滿，師父的思想還不能圓滿，所以要多跟不同的師父學習，師父要多。¹⁶²後來，這個理念確實也給海濤法師帶來很大的影響。出家以後的海濤

¹⁶¹ 海濤法師，「我的出家因緣」DVD。

¹⁶² 海濤法師訪談記錄（2007.08.30）。

法師，在福嚴佛學院親近了印順法師及真華法師大約兩個月，成績不錯，後來卻因為要處理與之前妻子的離婚協議書，因而放棄了佛學院的就讀，經過幾番的波折之後，妻子終於同意簽下離婚協議書，這才使海濤法師得以參加1994年5月的六龜妙通寺三壇大戒。受完戒之後，因為年屆36，已不年輕，為了讓出家弘法利生的願望早日實現，顧不及接受完完整的出家教育後再弘法度眾的理想，因而就開始踏上了他的弘法度眾的菩提道路。

第三節 兩佛教電視台之經營理念

一、佛衛電視慈悲台

(一) 創立電視台的理念

電視台創辦人心田法師從出家以後，堅持弘法的大願始終如一，他一直以來都有一個堅定的信念，他認為：「出家人弘法為家務，利生為事業，三寶培養我們，我們要貢獻三寶」。¹⁶³深知弘揚佛法的任務性，雖然弘法的工作任重而道遠，艱辛而不易，但身為一位佛教的出家法師，唯有將此身心奉塵刹，方可報答三寶恩德。而法師又洞悉電視弘法的趨勢是那麼的指日可待，可以嘉惠許多佛教徒，法師認為：

「以前的佛教徒，若要聽大法師講經，可能要大老遠開車或坐車跑很遠的路程才能聽得到那麼一場演講，現在大家如果想聽大法師講經，只要在家裏面打開電視機，就能夠聽得到，這可以說是讓有心學佛的人，帶來許多便利。」¹⁶⁴

又加上

「高僧大德法師的影響力很大，但怎麼大，也只不過是幾千幾萬人，而這個新科技弘法則可以讓幾百萬人來收看收聽，不但可以讓信的人得以深入，沒什麼信的人增加瞭解，反對的人也有機會相信。」¹⁶⁵

因此，辦佛教電視台弘揚佛法，是一件深具意義的偉大志業，再怎麼辛苦，也要辦電視台，也要把電視台辦下去。

¹⁶³ 心田法師訪談記錄（2007.08.25）。

¹⁶⁴ 同上註。

¹⁶⁵ 同上註。

（二）佛衛電視慈悲台經營理念

從創辦電視台當初的動機理念—弘法利生，到真正落實到電視台的成立，這當中，是經過多少的波折跟奮鬥，從最初有人建議創辦電視台開始，心田法師就爲了能夠創辦一個隸屬於佛教界的共同電視台，到各地去拜訪大道場法師，希望大家能夠認同他的理念，一起合辦一家佛教電視台，但卻得不到各界熱烈的迴響，到最後只好轉而尋求更多的護持信眾，獨自辦起了台灣第一家佛教衛星電視台，這一切又是多麼的困難重重。

但成立了電視台，並非事情就此結束，這反而是另一階段工作的開始，接下來所要做的工作是如何經營好電視台，如何讓弘法利生的理念落實到電視台經營？而電視台的經營又要依怎樣的理念運作，才得以永續經營？這些都考驗著一個不懂經營事業的出家法師。

後來心田法師只能依著自己的學習背景，來思考電視台的經營理念，於是心田法師回想起以前在三藏佛學院所學到的慈航法師三個佛教救命圈「教育、慈善、文化」的靈感，以這三個靈感來思考其「弘法、教育、服務」的三大電視台理念，其中第一個弘法理念，是以弘揚正信佛法，廣邀所有正信法師、在家居士及十方大德一起來共襄盛舉，不論是年長或年輕的法師一起上電視弘揚佛法，只要是具有正知正見的內容，都非常歡迎。能夠符合幾項規定：不談政治、不能批評、不講是非、不化緣、不打廣告，不具商業色彩，只要沒有違犯這些規定，¹⁶⁶佛衛電視台都會平等接受各界法師上台講經。設定這些限制的用意，離不開是爲了避免許多偏離以弘法爲主軸的雜音，以致使外界對佛教的觀感變差。現任總經理陳德榮談到有關電視台的弘法理念時也提到：

「當初心田長老憑著悲心與願力創辦了佛衛電視台，一個專屬佛教的頻道，

¹⁶⁶ 參考心田法師訪談記錄（2007.08.25）。

不講門派、沒有山頭，秉持佛陀慈悲利他之精神，以公益性質型態投入衛星電視，期盼以電視媒體的無遠弗屆的傳播力量，宏揚佛法，利益眾生，那種完全無私地大願與悲行和那股決心、毅力，值得人欽佩，更可以看出師父偉大之處。」¹⁶⁷

佛衛電視台把自己定位成一個可以讓大家一起來為佛教教義弘傳而努力的公用平台，這點就是佛衛電視台「弘法」理念的精神所在。

佛衛電視台的第二個經營理念是一教育，電視台在這方面特別開設了一個專門的教育頻道—曉光空中佛學院，心田法師認為：

「有很多人不懂得佛法，就像有寶物放在自家櫥櫃裡卻沒有人知道。佛教裡也有一句話說『人能弘道非道能弘人』，好的佛法，需要靠人去弘揚傳播，而弘法人才，需要就讀佛學院。」¹⁶⁸

經營電視台的第二個理念是為辦教育，而辦教育的理念又是什麼？為的是方便一些無法就讀佛學院的出家眾或在家眾，能繼續學習佛法。雖然電視台的講經弘法，也是屬於佛教教育的一部份，但在「教育」這一理念上，所不同的是它特別偏重在學院式的深入研究部份。為了成就某些有志之士，沒有辦法在個人現有環境條件下，前往佛學院就讀，接受佛學院正規訓練的法師或信眾，因而創辦了電視佛學院。

佛衛電視台第三個經營理念為一服務，慈悲台所倚靠的是大家的護持，秉著念茲在茲的信念，慈悲台特別關注到為大眾服務的區塊，各寺廟團體、出家眾或在家居士都可以在電視台活動動態表裡預告自己的活動時間、內容，只要傳真或電話通知，電視台就會免費提供廣告服務，另外，電視台除了可以預告活動日程外，電視台有時還會選擇性的主動挑選某些活動，進行免費義務性地拍攝報導。

¹⁶⁷ 佛衛電視慈悲台網站 <http://www.bts.com.tw/>，〔慈悲源史/陳德榮總經理〕。

¹⁶⁸ 佛衛電視慈悲台網站 <http://www.bts.com.tw/>，〔慈悲源史/總裁心田長老〕。

但是也並非所有的廣告佛衛都會做，那就是拒接商業廣告，拒絕把時段賣給廠商企業，因為這不符合佛教電視台以純公益經營為目的的台性，而因為這點堅持卻也造成了電視台的經營上經常遇到財務困難。因為電視台一向秉持的財源管道是，廣結善緣，建立形象，不做交易，隨力護持，這樣下來，有時電視台的經營是相當困難的，一個月開銷七百多萬，常常入不敷出，需要借款，如果有廣告收入的來源，這些問題都將很輕易的獲得解決。但創辦人及經營管理者，懷著一顆為佛教為社會的理念，堅持電視台所做的廣告，是為了讓佛教團體中有很多相當有益的活動可以藉由電視台媒體推廣出去，介紹給更多人認識。

弘法，教育，服務，三大理念，是心田法師的三大願行，現任總經理陳德榮更以「提升節目的品質，建設人間淨土」之理念，從穩定中成長，透過電視節目推動落實弘法，教育，服務三大理念，陳總經理認為，電視台要以開放透明、協調溝通，從技術的提升，品質的控管，節目的多元化，團隊的凝聚，積極務實的努力方向，擴大與佛教界的交流活動，將理念傳播出去，進而成為佛教界的一個連絡中心。

二、 生命電視台

(一) 創立生命電視台的理念

對生命電視台的討論，應該把範圍擴大到包含所有海濤法師創辦的電視台及其它相關志業體在內的整個生命體系，因為生命電視台的創辦人海濤法師不僅僅只是一位出資創辦電視台的幕後大老闆，而且也是整個電視台經營的幕前運作者，加上由他所經營的其它志業體系，與電視台之間的關聯性又是互依互存的關係，所以在這裏筆者所要討論的對象，是一個由電視台及海濤法師志業體所組合而成的「生命」志業總體，而不單單只是生命電視台，只不過「生命電視台」它可說是整個生命志業體的核心總部、指揮中心，因此以生命電視台做為整個生命志業體的識別代表單位，是有其討論正當性。

談到創立生命電視台的理念，這裏所必須強調的是海濤法師個人的學經歷背景，曾經協助經營過兩家佛教電視台的海濤法師，擁有相當多的經營電視台及講經說法經驗，加上他在還沒出家前，累積了許多的社會經驗與人生經驗，所以他熟知一般人的需要是什麼。而由於經營旅行社當帶團導遊的關係，也使他相當熟稔海內外各地區的民情風俗、民眾需求。海濤法師個人認為，因為自己出家的時間比較晚，一切度眾的工作若等到接受完出家僧眾完整的學院教育以後才開始，這一切似乎都為時已晚，唯有做中學，學中做才適合他的情況，所以半工半讀式的僧涯規劃就成為他個人獨特的行事風格，凡事不要只講理論不實踐，要很快的把佛法推銷出去，只要有眾生，就要想辦法去宏揚佛法，這個眾生，不單單只是侷限於「人」，同時也包含了其它動物及天道、鬼道的眾生，想辦法以又快又能被接受的方式把佛法傳到每一個角落讓眾生離苦得樂，這可說是生命電視台創辦人海濤法師的一貫理念。

所以法師以世界為道場，深入學校、監獄，以寬廣的胸懷，將佛陀的慈悲心念溫暖每一個角落。法師始終認為，出家並不是獨善其身，而是抱著出世的精神，擁抱眾生，承擔世間苦難，使眾生離苦得樂。為了更廣泛、更深入地實踐菩薩道，海濤法師成立了生命電視台，利用科技聯繫大眾，建設清淨人間大道場，將佛法教育結合現代，面向世界，貼近社會，宣導佛陀慈悲教義，教育社會大眾尊重生命及珍惜一切物命的觀念，傳遞「慈悲、戒殺、念佛、放生、吃素、濟貧、佛學、教育、讀經、助念、佛曲、梵唄」等全方位的理念。¹⁶⁹

（二）生命電視台的經營理念

把電視台定位為海濤法師志業體的訊息整合大平台，是電視台主要的經營規劃。電視台所規劃的節目方向，主要是以關懷生命為核心主軸，希望透過電視台，教育社會大眾瞭解佛教對生命的關懷，推廣漢傳佛教戒殺放生、念佛吃素的特色，

¹⁶⁹ 參考生命電視台創台宣傳文宣。

電視台中除了大部份以海濤法師爲主的節目以外，並延攬佛教各界不同派別或道場的法師，一同爲生命關懷理念的推廣盡一份心力。這部份法師的條件並非要求必須是生命體系的法師爲主，生命體系的法師反而上電視台的機率並不高。其中所延攬的法師，包括有南傳、藏傳及其它漢傳的法師，其地區範圍也包括大陸法師在內，這點也算是一種服務其它道場的經營規劃。生命電視台除了邀請與電視台生命關懷理念相近的法師上台弘法之外，也允許其它符合電視台某些限制規定的法師上台弘法，其所限制的條件原則是，不談政治、不批評佛教其它派系、不買賣、不廣告，只要能符合條件的法師，經過海濤法師同意，也同樣有機會到生命電視台上講經弘法，但畢竟這類法師仍屬少數，這點是與佛衛慈悲台有很大的差別。

三、 兩家電視台經營特色比較

從上面的討論，我們大概可以知道，心田法師在電視宣教的領域上，它是屬於相當先驅的角色，不管是在廣播電台或是電視台的使用上，在台灣都屬於相當先驅者的地位，所以其在經營的過程中往往比較會處於摸索的階段，從中再慢慢成長茁壯。而另一家生命電視台，相對來講，它是在一個已經既有的電視台領域，參考他人的經營模式後才成立的，它是目前台灣地區最晚成立的一家佛教電視台，它的成立有比較多的前人經驗跟基礎可做參考。加上海濤法師曾在法界電視台及佛衛慈悲台擔任過台長，所以確實是會有機會從中學習到某些經營管理方式，但因爲畢竟還是有一些理念差異，才使海濤法師會從之前待的佛衛電視台又獨立出來自行成立另一家電視台，至於兩家電視台在經營理念上的差異有多大？可能需要做進一步討論，以下就是筆者從二個部份來對它進行比較的分析：

（一）兩電視台理念特色

心田法師成立電視台的因緣是在 1993 年政府開放有線電視台以後，有信徒提供成立佛教電視台的建議因緣下成立的。當時心田法師覺得這個建議極具意義，

因而開始拜訪各道場法師，共邀成立電視台，但結果卻得不到知音，因而心田法師改而以獨資方式，於 1996 年開辦電視台。這時在國內，還沒有其它家宗教電視台成立，佛衛電視台是屬於第一家，因而沒有其它學習模仿的對象。

生命電視台的海濤法師，是到了 2004 年後才開始成立電視台，在這之前台灣已經有佛衛、法界、大愛、佛光、華藏等五家佛教電視台成立，生命是屬於後起之秀，因而有比較多的經營規劃學習對象，其可以針對當時電視台經營模式的不足之處，加以修正改良，亦或是可以針對那些未被開發的利基市場進行開發，以獲得更多可能的潛在觀眾，這方面生命電視台是佔有比較多優勢的。也因為這個條件，使生命電視台開發出一種既像佛衛、法界那種能提供外面道場法師講經弘法的平台，又像人間（佛光山體系）、大愛（慈濟體系）、華藏（淨空法師）那種本位主義的自己體系所用的電視台。但又不完全像佛衛，也不完全像人間、大愛。

更深入一點觀察，我們將發現，佛衛電視台是屬於一個附屬於心田法師志業體的獨立機構，電視台的經營是交由他人之手來進行，並非心田法師本人親自經手。而生命電視台，則是海濤法師志業體系的核心機構、營運中心，並且與其它志業體之間形成一種上下連帶的運作關係，由海濤法師自己統籌管理規劃。

（二）影響經營理念之領導人背景

這兩個團體都屬於魅力型領導的運作模式，領導人的理念相當程度決定了團體的經營跟運作，其中心田法師因為係屬於年輕出家，所受的佛教傳統教育比較紮實，又有後來的三藏佛學院及中國佛教研究院的正規訓練，所以在作風上相較於半路出家，未接受完整佛學院訓練的海濤法師，來得較保守，側重也比較偏重在傳統中國佛教的佛學教育跟僧才教育訓練，雖說心田法師曾經也辦過慈善事業，但其實這些都多少受限於影響他最深的人白聖法師所曾經做過的部份，所以說作風還是很保守。而另外一家電視台的海濤法師，做起事來就顯得比較前衛跟開放，

視野也比較寬廣，或許這是因為他的學習對象是來自於真華法師，真華法師的理念認為，要跟多一點的老師學習，不要只停在他身邊，不要在一個地方待太久，要到處去參學，什麼都要學。因此，這就造就了海濤法師這種到處學習到處度眾生的做事風格，也因為這樣，海濤法師才会有那麼多的創意跟新知識供他不斷的到處演講。

第四節 兩志業體發展歷史及代表性志業

一、 兩志業體發展歷史

(一) 心田法師志業體

中國佛教研究院畢業以後，法師便展開各項弘法教育工作，他的第一站，是1963年南下屏東，協助圓融尼師籌辦東山佛學院，負責80餘學生的訓導工作。之後法師於1964年5月晉任一間位於台南新營，原為齋教道場—「保安堂」改制而成的「妙法禪寺」住持，並接任一間位於屏東四重溪的青龍寺住持，在接任住持以後，弘法工作的推動，除了寺院裏固定的法會外，法師還會常常以宣傳車街頭賣藝的宣教手法，到台南各鄉鎮去進行弘法佈教，這段時間持續了有兩、三年之久，一直到1967年法師才不再使用這種方式弘法。¹⁷⁰這時法師年已32歲，離出家受戒也有11年，正值青年才俊，年輕有為，此時法師被各界賦予了一項重責大任，就是被大家推舉為台南縣佛教支會理事長，這個職務一直持續有二十一年之久，接任理事長以後的心田法師，經常為各寺院的院務推廣提供各種服務，還協助各寺院處理疑難雜症，此外，還積極的進行各項弘法工作，例如到全省各縣市主持佛學講座、舉辦「弘法人員講習班」，以及最重要的還有一項工作，就是利用廣播電台，先後在新營建國、屏東民立、南投中興廣播電台開辦「佛教之音」節目，進行空中佈教工作，這項工作維持了十餘年之久，法師並於是年被推舉為中國佛教會台灣省分會常務理事。

自從心田法師接任台南縣佛教支會理事長之後，從1969年開始，法師就經常有機會接手管理待處理的佛教寺院，如嘉義中埔白雲寺、嘉義昭慶寺、台南興法寺、台南華嚴禪寺、屏東玉泉寺、屏東青龍寺等，這些寺院都是仰慕法師的才優德備，而將寺院的管理權主動交付予心田法師，可見法師當時的威望是相當受各

¹⁷⁰ 圓教法師訪談記錄（2008.03.29）。

界肯定的。此外，自1969年起，法師還在妙法禪寺辦設「貧民施醫施藥所」，聘請新營就近醫生來為低收入戶病患做免費義診，這時間也長達大約有七、八年之久。1972年，法師在妙法禪寺內附設了「慈愛幼稚園」，辦得頗具規模，學童最多時還多達四、五百人，後來卻因為學生人數愈來愈少，每戶家庭小孩的數量逐漸減少，因而就停辦了。1976年法師受居士之邀前往美國西雅圖靜修，隨緣弘法，並在因緣際會下，遇到當地信徒的請求，恭請法師建寺度眾，於是法師就在現在的奧瑞崗州（Oregon）波特蘭市（Portland）成立了「普輪寺」及華盛頓州（Washington）西雅圖市（Seattle）成立「法興寺」，成就了法師個人「法傳西方」的海外弘法志願。在完成這項心願以後，法師有感於台灣信眾的日漸增多，寺院空間不敷使用，於是便於1985年籌備擴建新營妙法禪寺，歷時兩年多，於1988年完工啓用，現已成為台南地區家喻戶曉的佛教名剎。

之後，由於有段在美國建寺弘法的經驗，對於佛教在國際間的傳佈稍嫌不足，加上外語能力造成國際弘法的一大障礙，佛法無法順利傳播出去，法師說：「在美國講一百句，不如我在台灣講一句」¹⁷¹，因此法師體認到，應該要陪養一些具有國際溝通能力的外語弘法人才，於是便於1991年8月，邀請35位熱心人士共同發起籌組成立「中國佛教傳佈協會」，於1992年1月獲內政部准許通過，心田法師當選為第一屆會長，該會宗旨期望能在當前這個國際化的現實環境底下，讓佛教也能趕上國際化，除了積極培養國內優秀弘法人才以外，也要努力為佛教國際化盡一分心力。因此，心田法師便開始積極從事弘法、教育、服務的工作，於1993年起開始策劃大型的出家僧眾三壇大戒的僧眾教育工作，1996年更開創了佛教傳播史上劃時代的一項創舉，成立電視台，這項創舉為佛教的傳佈工作，帶來了難以估量的價值，但也由於經營電視台，使後來的心田法師，再也沒有多餘的心力去開創更多宏大新穎的利生志業。到了這個階段，心田法師似乎已把創業的衝勁停留在電視台上，電視台也已成爲心田法師志業體的核心，心田法師把大

¹⁷¹ 心田法師訪談記錄（2007.08.25）。

部份的心思都集中在電視台的經營運作上，因為電視台的開銷實在太大了，直到2006年後，心田法師才得以讓電視台的營運步上正軌，10年下來的辛苦付出，終於讓心田法師可以鬆一口氣，也讓心田法師一生的奮鬥，到此終於可以劃下退休的休止符。

（二）海濤法師志業體

海濤法師從1994年受完出家比丘戒以後，在一次因緣際會下，海濤法師開始接觸到監獄弘法，當時海濤法師經常駐息的寺院主要在兩個地方，一個是屏東的五公寺，一個則是在台北的慧日講堂。因為海濤法師常常住在屏東，當時有位中華佛教青年會負責屏東看守所輔導的法師，就請託海濤法師代為接替負責輔導看守所受刑人的工作，海濤法師答應了，就這樣，海濤法師打開了出家之後的講經弘法之路。熟悉佛教環境的人也許會知道，對於監獄弘法的工作，佛教有一個組織專門負責推動這項工作，那就是「中華佛教青年會」，該會的主要會務，從1990年起，就開始推動監獄弘法工作，1995年，開始投入於校園弘法，該會的做法是以禮請法師或專業人員，深入監獄、看守所等教化單位，推行「德化教育」講座，所到地區遍及台灣本島及金門、馬祖、綠島等獄所，並義務性提供師資前往全省及離島各級學校，推行「生活德化教育」講座。¹⁷²海濤法師正是該會的成員之一，而且還曾經擔任該會秘書長一職三年，加上海濤法師的弘法魅力及口才儀表各方面都相當不錯，獲得各界的肯定，因而有愈來愈多的監獄、看守所都請他去當負責輔導的法師，足跡遍及台北、桃園、台中、高雄等地方。之後，因為「中華佛教青年會」的因緣，海濤法師也開始從事校園弘法的工作，海濤法師進一步擴張他的弘法觸角到每個校園，各級機關學校，包括國小、國中、高中，還有大專院校，只要是學校同意的，他就去演講。

1996年，佛教界發生了一則重大新聞，佛教第一家衛星電視台正式成立，腦

¹⁷² 參考佛教青年會網站 <http://www.cyba1989.org.tw/intro.asp>

筋一向動很快的海濤法師，似乎已經動察到利用電視台來講經弘法的未來趨勢，因而有意朝電視講經的路線發展。所以，辭去了中華佛教青年會秘書長的工作，開始往電視弘法之路邁進，他所接觸的第一家電視台是一家從1995年開始策劃，前身為弓禾影視公司的「法界弘法衛星電視台」，這家電視台是台灣第一家佛教電視台，於1997年1月開播，海濤法師從法界還未正式開播時就到電視台幫忙，到後來當了台長，但台長只當了幾個月就沒當了。後來海濤法師開始發展他個人的佛教志業，1999年成立第一家佛陀教育中心，2001年成立「中華印經協會」，開始大量印製經書與大眾結緣，2001年6月被心田法師禮聘為佛教衛星電視台台長，負責電視台管理運作業務，2002年成立「中華護生協會」推廣放生護生，並在各地開始成立不宜野放類動物的收容中心—護生園區，海濤法師對放生的重視後來也成為全台灣最有名的放生團體。2003年4月，海濤法師離開了佛衛電視慈悲台，開始策劃隸屬於個人的佛教電視台，2004年1月，生命電視台終於成立，至此，海濤法師的生命志業體，可謂已經發展到一個頗具規模的地步，能見度也幾乎遍及整個佛教界。海濤法師從出家到成立電視台，一路走來花了將近十年左右的時間，終於建立起他的生命志業體，這樣的成績可謂相當超群絕倫，在佛教界新生代法師中，也可說少有耳聞。但海濤法師並不因此而感到弘法度眾的腳步可以就此停止，為了讓佛教的被接受度能無限擴展，海濤法師更積極運用各種傳播媒介及通路，把生命志業體所開展出來的各項產品，如節目、書籍、DVD/VCD，運用網路、電視牆、流通中心、推廣車及免費書坊等通路，將它傳送到世界各地，這些各種志業體經營行銷的創思，可說都是得利於海濤法師個人之前的社會經歷背景，才使得海濤法師對於如何將佛教推廣出去的方式能如此熟悉掌握。

海濤法師的創意還不僅如此，法師更陸續地開發推出各項法會活動，如八關齋戒、海外弘法朝聖、夏令營、短期出家體驗營、佛曲教唱等，吸引不同階層的人士參與佛教，而從2005年起，海濤法師更結合了藏傳佛教的儀規進來，為法會的內涵增添幾分不一樣的感受。另外，對於動物保護及漢傳佛教所特有的飲食文

化一素食的推廣，海濤法師更是不遺餘力，不管是在電視講經，或是助印的書籍、影音光碟中及2004年成立的護生園區、2007年成立的台灣救狗協會，再再都可顯示出海濤法師對於維護生命、尊重生命、愛護生命努力的足跡。最後，海濤法師關懷生命的觸角，更是再進一步擴及到對於「人」的關懷，推廣不墮胎、認養清寒學童、提供清寒子弟助學專款、護持印度僧伽醫護經費、協辦國內大型供僧活動及代為國外僧眾尋找護持者等等，¹⁷³這些都是生命志業體對於生命尊重所展現的行動。¹⁷⁴海濤法師，更預計在未來規劃成立出版社、編譯英文書籍、拍攝佛教人物傳記、推動舞台劇、成立佛學院等教育志業，還有設立佛教醫院、提供生命專線心靈諮詢、關懷孤兒院院童、關懷老人院老人、殘障人士及醫院病人等慈善公益活動。

海濤法師，是位剛步入中年的少壯法師，他的生命爲了點燃更多生命的希望而光彩絢爛、發光發熱，他爲了佛教的發揚光大，馬不停蹄的使自己的足跡遍及世界各個角落，講經、佈施、放生、救生、護生、施食，串連出一張美好生命志業體的行銷網，未來，他也將繼續帶領著生命志業體的撒網者，網住每個亟待救援的生命及彷徨無助面臨困惑的心靈。

有關兩位電視台創辦法師所帶領的旗下志業體介紹，本論文將表列整理於附錄八、附錄九，附錄中，筆者以兩家電視台自過去到現在至未來所規劃的各類活動，分門別類的劃分成教育類、慈善公益類及因果概念類等三大類，如此的整理，可以較清楚地看出兩志業體發展歷史的整個經過。

二、 代表性志業的特徵描述

參考了兩位出家法師所領導的佛教團體所有曾經辦過、正在執行及未來的規劃活動後，我們可以發現，兩個宗教供給者所要供給的宗教產品是有些差異，也

¹⁷³ 生命電視台編輯小組編著，2008，《海濤法師的弘法悲願》，宜蘭：生命電視台，頁75。

¹⁷⁴ 參見同上註，頁90-93。

有些雷同。以現階段正在進行的活動來看心田法師的主要志業體重心，大致上可瞭解其有幾項活動是相較於另一位電視台創辦人海濤法師所擁有的志業體別具特色，像曉光空中佛學院及舉辦三壇大戒會。而海濤法師也同樣具有一些特色活動是心田法師所沒有的，如校園及監獄弘法及放生並成立護生園區。這些可以說是這兩個個案的志業特色，下面就針對其特色活動部份進行概要探索：

（一）心田法師志業體

1. 曉光空中佛學院

從佛學院科班出身的心田法師，對於教育的重視，自然其來有自，一度曾經想成為教育家的他，曾於 1969 年向教育部提出申請籌設現在位於台北縣新店地區的能仁家商，這間學校當初是以僑仁高中的名字向教育部申請的，但後來直到 1977 年教育部才審核許可下來，且名字被改為「僑仁工商」，只可惜學校還來不及步上軌道，就因為招生不理想及財務危機，銀行跳票 1200 多萬，¹⁷⁵就迫使心田法師的興學夢想只維持一學期就提早結束，後來只好轉手交由他人經辦。在那當時，心田法師除了興辦一般學校教育之外，也同時注重佛學教育的人才培育，所以他同時在妙法禪寺興辦曉光佛學院，但這兩家學校卻遭受相同的命運。當時的曉光佛學院只辦了一屆，就因為僑仁工商出現財務危機，迫使心田法師沒有資源再繼續承辦第二屆佛學院，但第一屆的佛學院學生，心田法師後來還是想辦法讓他們完成學業，當初第一屆曉光佛學院總共有 40 幾位畢業生。從那時以後，心田法師的志業重心，就一直偏重在對一般普羅大眾的講經弘法，及佛教寺院的管理經營上。直到成立電視台以後，才又有機會利用電視台的管道，繼續完成他年輕時未完成的心願—興辦佛學院，也就是現在的曉光空中佛學院。

透過電視媒體的應用，心田法師希望能方便一般有興趣就讀佛學院卻苦於沒

¹⁷⁵ 心田法師訪談記錄（2008.11.21）。

時間進佛學院就讀的法師及信眾，讓他們可以藉由這個管道，一樣也能學習到深入的佛法，確立佛法的正見正行。因此，遂於電視台經營運作之後，1997 開辦了曉光空中佛學院，邀請重量級法師及居士大德，開設教理、教史、經典及儀制等課程，培養學員對佛法的全面認識，建立解行並進，實學實修之學佛態度。當中，所有的課程完全免費，並提供上課講義，一期三年，每年考試，通過考試者頒發畢業證書，目前學生將近 800 多人，¹⁷⁶可謂是規模相當大的佛學院。

2. 傳授三壇大戒

心田法師從中國佛教學院畢業以後，就曾經於 1963 年的臨濟寺三壇大戒會上擔任引禮師，¹⁷⁷法師從中發覺到，台灣的出家法師受戒，生活條件上還是相當不方便，加上當時的台灣，興辦三壇大戒的道場，除了中國佛教會的系統之外，就沒有其它選擇，因而有許多青年法師就只好前往大陸佛寺受戒。而這些大陸受戒回來的法師，往往就會提供許多戒會改進的參考意見，心田法師個人也頗感同意，因此，遂於 1993 年起，心田法師依於中國佛教傳佈協會底下開辦傳授起三壇大戒，為的是要改革過去傳戒活動中的美中不足，弘揚傳統戒法，令佛教正法住世。

其戒會的特色有：(1) 遵佛律制，比丘尼以二部僧中受戒；(2) 戒期延長至將近 2 個月；(3) 戒期中僅限於每星期日設齋上堂；(4) 戒子及戒師一律持午；(5) 一律不接受戒子設齋等五大特色。¹⁷⁸為了能辦好第一次戒會，心田法師早在事前一年多以前就開始全力投入策劃工作，並新建大樓，更新設備，提供戒子良好的住宿環境，並邀請海內外高僧大德擔任傳戒和尚，用心所在，可見一般，這點維護傳統佛教精神的用心，在時下人間佛教引領風潮的台灣佛教，可謂別具

¹⁷⁶ 佛衛電視台陳總經理訪談記錄（2008.04.21）。

¹⁷⁷ 心田法師，1963，〈戒壇隨筆〉《中國佛教》，7（10）：21-22。

¹⁷⁸ 參見「中國佛教傳佈協會會務概況簡介」。

一格。幾年下來，截至 2009 年中為止，妙法禪寺總共傳授了 5 次戒會，成就 914 位出家戒子殊勝受戒因緣。¹⁷⁹

（二）海濤法師志業體

1. 校園及監獄弘法

海濤法師透過中華佛教青年會的管道開始進入監獄弘法，法師常說：「監獄、學校、醫院...隨處都是大道場，只要有眾生，便是弘揚佛法的好機會」。因此，海濤法師從受戒完以後，就開始積極的奔走於各獄所、輔育院、感化院，海濤法師自述說：「全台灣的監獄我都跑遍了，以前是固定的，像台北看守所每個禮拜去一趟，桃園監獄每個禮拜去一趟，軍隊很多看守所，像八德、桃園、台中、高雄左營的都有去過，只要是去到那裏就都會去。」¹⁸⁰只是後來時間上，迫使海濤法師變成只能找有空的時候才能去獄所，但十幾年下來，海濤法師不曾間斷對監獄弘法的工作，法師還擔任了多所監獄及看守所的教誨師，並將一系列監獄弘法過程拍攝成紀錄光碟或編輯成書，發送至各獄所，期使受刑者逞凶、鬥狠、黑暗的心靈能在佛法的薰陶中，掃除殆盡，見到自性的光明。此外，對於服刑期滿的出獄更生人，法師更是予以關懷，輔導就業，希望他們能回歸平凡的生活，融入社會，這是台南大覺同心會成立的緣起，也是海濤法師的慈心悲願。

海濤法師的另一項重要志業，就是到校園弘法，將佛法教育落實於學校，是海濤法師個人非常積極投入的努力之一，法師認為，教育為百年大計，佛法教育必須從小做起，因此，他經常奔走於各中小學及大專院校演講，只要有學校同意的地方，他就會去，法師習慣以淺顯易懂的方式介紹佛法，深入淺出的理論傳遞真理，海濤法師談到校園弘法時提到：「學校弘法要有很高的技巧，要很會講笑

¹⁷⁹ 妙法禪寺歷年傳戒人數為：1993 年 225 人；1997 年 254 人；2001 年 243 人；2004 年 161 人；2007 年 131 人。相關資料可參見本論文附錄七。

¹⁸⁰ 海濤法師訪談記錄（2007.08.30）。

話，很現代化，要抓住學生的心理」，¹⁸¹要把握這些原則，並不是每位受過高深教育的法師都能辦得到的。法師並常常鼓勵大家要常懷慈悲、尊重生命、尊重萬物、說好話、做好事、做好人、常吃素、多放生，這樣的生命才會更圓滿美麗。法師也常將中華印經協會所助印發行的各類淺顯易懂漫畫書、書籍及錄音帶、錄影帶、光碟，分送至各校園及學校圖書館，希望這些小朋友能多薰修一些慈悲的佛教教育。

2. 放生及成立放生園區

海濤法師從 2002 年 7 月成立「中華護生協會」起開始推廣放生，但其實在這以前海濤法師曾經也是批評別人放生的反對者，他認為有錢放生，幹嘛不拿來蓋寺廟，此外，他還曾是批評人家吃素的葷食者。沒想到，事過境遷，有一次，因為一位師兄弟生了病，請他幫忙放生，他卻不得不為了師兄弟的情誼，免為其難的親自去參加一次放生活動，那時的他才發現，原來讓生命獲得自由，是件多麼快樂的事，以前的反對似乎太不客觀了，而且看到那些參與放生活動的人，個個都那麼真心熱忱，著實令人感佩。從此才使他對放生的看法有所改觀，後來，他為了這件事就去翻閱搜尋了相關佛教經典，看到原來佛陀在過去世也曾經捨身餵虎，為的是那念的慈悲心。這時他才恍然大悟，原來戒殺放生，佛陀都曾經說過，而且是修慈悲心的方法，因此他堅定意志，決定要開始放生。¹⁸²海濤法師的推廣放生，從許智偉對海濤法師的放生研究中指出，¹⁸³海濤法師從 2002 年 7 月成立中華護生協會起就開始推廣放生，一開始，這項舉動並沒有受到多大的迴響，但經過幾過月的發展，2003 年初，卻因時值台灣正流行一種致命的傳染病 SARS，許多人一時之間，彷徨無助，為了消災免難，蜂擁的參加起海濤法師的放生活動，

¹⁸¹ 海濤法師訪談記錄（2007.08.30）。

¹⁸² 參考海濤法師，〈談放生〉，<http://www.cpla.org.tw/news.htm>，2009.06.10 搜尋結果。

¹⁸³ 許智偉，2007，《放生與宗教團體的發展—以中華護生協會為例》，嘉義：南華大學社會學研究所碩士論文，頁 45-48。

這也帶動了海濤法師中華護生協會的快速成展。但中華護生協會的發展也並不是那麼一帆風順，2003年7月以後，海濤法師的大量放生，引起了社會上多方人士的反對，動物保護團體、環境保育團體紛紛對放生提出反對的看法，認為不當的放生會造成動物因環境適應不良而死亡，且會造成生態不平衡，而且大量的放生也可能會造成生意人過度的捕捉動物，這對放生的美意反而會大打折扣，為此，政府還特意於2004年修法通過「野生動物保育法修正法案」，規定禁止隨意放生動物。所以海濤法師在這個時期，只好謹言慎行，並將大量的放生活動，轉而為護生活動，積極成立護生園區，收容遇難動物，至2008年，中護生協會已於台灣全省成立了20處護生園區，這個腳步也擴及到海外，至2008年中，也有5處海外護生園區相繼設立。但護生園區的設立終究有限，所照顧的動物數量也無法無限制增加，因此，經由野放的方式進行放生，終歸還是免不了的途徑，因此海濤法師的放生活動，只好反求諸己的要求盡量做好放生前的準備工作，不要破壞生態，不要讓放生成為放死。截至2008年中為止，海濤法師的生命志業體總共舉辦了大型放生法會500多場，小型放生法會3000多場，¹⁸⁴所放生物，水族類總共87種數億萬隻，其它動物18種，700萬隻左右，¹⁸⁵而護生園區放養的動物也多達55種，數量大約30萬隻。¹⁸⁶

或許，這就是海濤法師一直以來認為的「對的事情」，只要是對的事，不管面對多少批評，遭遇多少困難，終究還是要繼續做下去。出現不同的聲音，保持尊重，若真的在目前的現實環境因緣中不被允許，那也還可以考慮到其它國家地區去放生，這點也早就是海濤法師之前考慮到的補救方案了。

¹⁸⁴ 資料來源：生命電視台編輯小組編著，2008，《海濤法師的弘法悲願》，宜蘭：生命電視台，頁80。

¹⁸⁵ 同上註，頁53。

¹⁸⁶ 同上註，頁51。

第五章 兩家電視台經營模式比較

第一節 宗教傳播的閱聽眾需求調查

隨著科技的發展及電子媒體的興起，宗教宣教活動也將電子媒體引入其宣教規劃中。事實上，台灣佛教引進新媒介來進行宣教活動的速度是相當快的，在廣播電台的利用上，早在民國四十多年就已經開始。而電視台的使用上，從三家無線電視台開播以後，¹⁸⁷佛教團體就已經注意到利用電視節目進行佛教宣傳的可能性（如 1979 年「甘露」）。但在一些政治條件下，這方面的發展高度受限，甚至隨著 1987 年政治上的解嚴，這當中佛教利用電視宣教的頻率也還不算高，直到 1996 年，台灣第一家佛教電視台—佛教衛星電視台才正式成立，之後，佛教電視台在短短的六、七年內，相繼成立。可以說，在跨越了政治上的限制後，佛教團體在過去累積的財力及社會資本也達到一定的程度，使得佛教電視台的經營有了可能的基礎。另外在一些廣播電台經營的成果基礎上，讓佛教電視台的成立成爲一種可能的佛教「盛事」。

宗教電視台有別於傳統印刷品宣教模式，廣播電台及電子網路模式都有其相當重要的特殊性，就以目前宣教的實際情形來說，佛教電視台在許多方面，有其宣教及維繫佛教信徒的重要性，以本研究對佛教社群所進行的問卷調查顯示，有多項指標可供說明。首先，在問卷中（Q34）問及佛教社群中的受訪者是透過什麼管道接觸目前這個宗教時，得到下面的結果：

傳統印刷品				電子媒體			父母親友	現場宗教互動	
報紙	雜誌	書籍	傳單	電台	電視	網路		演講	宗教士傳教
2.3	2.7	7.7	4.6	2.1	14.8	2.4	42.2	3.0	6.5
17.3				19.3				9.5	

表 5.1 問卷受訪者接觸宗教的管道

¹⁸⁷ 台視是在 1962 年開播；中視，1969 年；華視則是 1971 年開播。

其中，父母親友介紹仍是最主要的管道，但電子媒體訊息告知的影響力已凌駕傳統印刷品的宣傳模式之上，而電子媒體的 19.3% 中，有 14.8% 是由電視台得知，相較於廣播電台(2.1%)及網路(2.4%)，電視台的影響力可說在電子媒體中是一枝獨秀。這說明了，除了一般親友介紹的模式外，電視台在對非信徒的訊息告知已成為一項最重要的媒介。

若我們進一步看電子媒體對佛教社群持續接觸的程度時，¹⁸⁸可以發現有近八成（77.3%）的受訪者聲稱他們有收看電視或收聽電台，而對一般社群的受訪者而言，則只有 53.5%（中研院 2004 年「台灣社會變遷基本調查」顯示只有 43%，而閱讀佛教刊物的更少，只有 33%），可見電子媒體是佛教社群持續接觸佛教訊息的一個相當重要管道。此外，佛教社群的受訪者中，穩定一星期看數次佛教電視台節目者也過半，達 50.3%。¹⁸⁹這些訊息顯示，對佛教社群而言，佛教電視台的節目對其延續接觸佛教是有相當關鍵的重要性。但就持續接觸的程度來比較，傳統印刷品的模式似乎還是一個相當重要的維繫方式，因為佛教社群有 90.7% 的人表示「有」或「偶有」看佛教刊物，而一般社群也有 77.5% 的人表示有或偶爾看佛教刊物。¹⁹⁰

但在另一方面，就捐款管道及義工訊息的告知而言，佛教社群的調查資料分別有以下數據：

傳統印刷品				電子媒體			親友介紹	宗教士介紹
報紙	雜誌	書籍	傳單	電台	電視	網路		
6.0	5.5	2.5	3.5	2.7	18.1	2.4	27.7	19.8
17.5				23.2				

表 5.2 佛教社群受訪者透過哪種管道接觸到捐款消息¹⁹¹

¹⁸⁸ 參考附錄一「台灣地區宗教信仰需求問卷調查」，問題 35。

¹⁸⁹ 參考同上註，問題 38。

¹⁹⁰ 參考同上註，問題 47。

¹⁹¹ 參考同上註，問題 55。

傳統印刷品				電子媒體			親友介紹	宗教士介紹
報紙	雜誌	書籍	傳單	電台	電視	網路		
1.7	1.2	0.8	1.7	1.7	7.9	0	32	29.9
5.4				9.6				

表 5.3 佛教社群受訪者透過哪種管道接觸到義工訊息¹⁹²

由以上訊息可知，除了親友及宗教士這個信任度較高的引介關係外，電子媒體的效應都是大於傳統印刷品，並且在電子媒體中，電視台的影響力仍是一枝獨秀，成為最有影響力的媒體。

但對一般社群而言，有參與捐款及義工活動的人，其訊息主要來源主要是從如下幾個地方：

傳統印刷品				電子媒體			親友介紹	宗教士介紹
報紙	雜誌	書籍	傳單	電台	電視	網路		
4.4	8.8	3.5	3.5	0.9	5.3	9.6	25.4	19.3
20.2				15.8				

表 5.4 一般社群受訪者透過哪種管道接觸到捐款消息¹⁹³

傳統印刷品				電子媒體			親友介紹	宗教士介紹
報紙	雜誌	書籍	傳單	電台	電視	網路		
0	4.2	0	0	4.2	4.2	8.3	33.3	29.2
4.2				16.7				

表 5.5 一般社群受訪者透過哪種管道接觸到義工訊息¹⁹⁴

綜合以上，一般社群和佛教社群有兩點差異：一、在捐款訊息的獲知管道上，電子媒體仍不如傳統印刷媒介，但差距也不太大；二、不論是在捐款或義工訊息的獲知上，網路的影響都大於電視台。這個有趣的現象表示，電視台對佛教社群的

¹⁹² 參考附錄一「台灣地區宗教信仰需求問卷調查」，問題 58。

¹⁹³ 參考同上註，問題 55。

¹⁹⁴ 參考同上註，問題 58。

影響力在吸引民眾參與相關慈善活動的訊息告知效果上是大於一般社群的。另外，在此必須說明的一點是，一般人對於網路的使用都是由個人意願去做選擇，選擇想要深入的主題瀏覽，而電視台則不行，觀眾所能做的，只是被動地接受由電視台所提供的節目內容去做要或不要的觀賞選擇。網路和電視台的差異在於主動／被動的差異，這也可說明，何以一般社群在捐款及義工訊息的獲知管道，網路是大於電視台的，因為他們對於佛教生態不瞭解，本身沒有可供諮詢的人際網絡能提供資訊，因此，當他們想要捐款或從事義工時，只能求助於可提供搜尋功能且具隱私特色的網際網路管道來取得。

綜合上面的結果，可以整理出幾項結論：一、在訊息的告知上，包括宗教團體的認識、捐款及義工訊息的告知，電子媒體的宣傳效果已大於傳統印刷品，而且這種現象在佛教社群更是明顯；二、在維持連繫的機制效果上，則似乎傳統印刷品的功能仍無法被電子媒體所取代；三、在所有電子媒體中，對佛教社群而言，電視台的影響力是相當鮮明高於其他的；四、對主動參與慈善活動的訊息獲知管道（捐款、義工）上，於一般社群而言，網路的影響是大於電視台的。

至於在節目的喜好度上，¹⁹⁵佛教社群的受訪者表示喜好的節目中（複選），22 個選項，有兩類型的節目最為突出，分別是「講經弘法」（15.9%）及「基礎佛法介紹」（8.2%），其他有多項受喜好程度在 5% 上下，包括戲劇 5.7%、佛教動態報導 5.6%、公益類 5.6%、法會 5.4%、早晚課 5.3%、醫療保健 5.1%。這表示，對佛教社群而言，收看佛教電視的最核心主軸還是以「理解佛法」為首要收視理由，至於其它播出節目對他們而言，並沒有太大的偏好差異性。這個結果對照一般社群而言，就會有很大的差異，一般社群受訪者，最受歡迎的佛教節目前三名分別為「戲劇」（14.7%）、「講經弘法」（11.4%）、「醫療節目」（9.7%）。由這些數據可以清楚看到佛教社群和一般社群在觀看佛教節目的喜好差異。除了「講經

¹⁹⁵ 參考附錄一「台灣地區宗教信仰需求問卷調查」，問題 39。

弘法」是共同的喜好外，一般社群的觀眾較青睞的還是通俗可接受的「戲劇」節目及與個人直接相關的「醫療」議題。這點也和另一個問題的結果一致，當受訪者被問及喜歡看哪一個佛教電視台時，佛教社群中有 29.9% 選擇慈濟大愛，¹⁹⁶而有 47.7% 的一般社群受訪者也表示是大愛台。在目前現有的佛教電視台中，大愛確實是「戲劇」比例最高的一台。這也說明了，大愛台對一般社群的吸引力比佛教社群高很多。同樣的，當被問及哪方面的佛教節目需要改善時，¹⁹⁷佛教社群強調的前兩類同樣是「講經弘法」（10.1%）及「基礎佛法介紹」（10.2%）；而一般社群認為的前幾項卻是「公益類」（7.8%）、「基礎佛法介紹」（7.3%）、「藝文類節目」（6.7%）、「醫療節目」（6.7%）。這些數據說明了佛教社群和一般社群對節目類型的重視差異在於，佛教社群關懷點著重在佛法的接觸，而一般社群則有更多對通俗議題如公益、慈善等類節目的興趣。這也說明了這兩類受訪者在主動性上的差異，佛教社群對佛法訊息的主動性較高，而一般社群對生活、公益、慈善訊息的主動性較高，這些是他們關心的重點所在，也可反應出他們需求的偏好。

¹⁹⁶ 參考附錄一「台灣地區宗教信仰需求問卷調查」，問題 37。

¹⁹⁷ 參考同上註，問題 47。

第二節 兩家電視台節目規劃

有關心田法師所創辦的佛衛電視慈悲台與海濤法師所創辦的生命電視台，其間對於電視台的經營做法是有許多程度上的差異。佛衛電視慈悲台可說是心田法師所領導的寺院團體—妙法禪寺其中的一個附屬機構，其電視台的經營管理，是交由專業經理人去執行規劃。這樣的角色關係可視為是心田法師把他的核心機構定位於妙法禪寺，而與電視台的關係，則是心田法師以股東監督經營的幕後角色來影響電視台，其本身對於電視台的經營、管理及使用，插手干預的程度並不深。但由於電視台的創辦關係，本身是出資的大股東，所以對電視台的關心自然不在話下。

另一家生命電視台，則是海濤法師所帶領的組織團體中的一項主要志業機構，也是海濤法師所帶領團體中的核心總部，所有志業組織的規劃及各項活動規劃，都必須經由電視台總部做統籌指導。其所不同於佛衛電視慈悲台的，是海濤法師本身身兼電視台的大股東、經營管理者及使用者，而且還必須負責電視台的財務重擔、構思電視台的經營規劃、執行控制，以及節目設計規劃等，最重要的一點是，海濤法師還是電視台的最主要主講法師，每天大約有 1/3 以上的時段都是由海濤法師親自主持。這點與心田法師只在佛衛電視慈悲台每天半小時到一小時的講經時段，差異實在懸殊。

以下，我們將從幾點來觀察這兩家電視台的經營規劃差異所在，首先是從這兩家電視台的節目安排及內容規劃，來瞭解這兩家電視台的經營模式、傳達理念及所弘教義。有關這個資料的分析討論，本研究將從兩筆來源來描述說明，其中一筆是電視台內部所公告的節目規劃方向，一個則是抽取一段時間的節目表做為樣本加以討論。

依電視台的參考網站及規劃目錄上所列舉的詳細節目介紹，筆者將其所有的節目型態劃分為五大類，分別為：（一）佛教教育類（二）佛教文化類（三）宗

教實踐類（四）佛教新聞類（五）休閒育樂類等五類。詳細節目介紹礙於篇幅關係，僅將其隨附於文末附錄三及附錄四中，依附錄三的所有資訊，可將其整理出佛衛電視慈悲台所規劃的有關這五大類節目分別有：

（一）弘法教育類—

清涼法語、講經說法、學佛解惑、曉光空中佛學院等 4 項。

（二）佛教文化類—

佛教影片欣賞、聖地之旅。

（三）宗教實踐類—

未列舉。

（四）佛教新聞類—

佛教慈航新聞。

（五）生活育樂類—

佛法照人間、素食之美、中國結藝、佛教卡通、生活智慧講座、繽紛花世界、素食新天地、其他（包括，佛教英語、漫畫、佛教音樂、藝術、禮儀、養生運動）等共 8 項。

生命電視台部份的規劃節目，則可參見附錄四，可將其節目分類整理為：

（一）弘法教育類—

佛經精華錄、重要名相法句、善知識法語、生命學院、法器教學、監獄道場、天天放生日、咒語教學、西藏法語、授戒講戒、放生法師開示、念佛淨語、禪修教學等共 13 項。

（二）佛教文化類—

電視讀書會、電視雜誌、佛教儀軌、介紹道場、介紹佛學院、介紹佛像、寺院巡禮、國外朝聖、佛學社團、佛陀語錄、佛陀傳、菩薩的故事、兒童故事、高僧傳、因果世界、免費書局、學佛行儀、在家居士時間、世界道場、出家人用具介紹、修行人生活用具等共 21 項。

（三）宗教實踐類—

讀誦大小乘經典、電視法會、每日早晚課、梵音讚佛、電視共修會、念佛時間、拜佛時間、菩薩戒學會、初一十五全日節目、電視互動法會等共 10 項。

（四）佛教新聞類—

慈悲助念、佛教動態、國外佛教報導、慈善公益、福田箱、關心國土等共 6 項。

（五）生活育樂類—

世界名句、名人故事語錄、笑話一則故事一則、佛曲節目、心靈專線、一問一答、生活教育、佛教漫畫、可愛的生命、佛教醫學、夫妻寶典、快樂家庭、如何發財、電視素食館、佛學英文、英文佛教故事、校園淨土、晨間運動等共 18 項。

以上節目規劃清單可以得知，佛衛慈悲台的節目規劃項目有 15 項之多，若加上幾項被規劃為「其他」的項目，包括有佛教英語、漫畫、佛教音樂、藝術、禮儀、養生運動等六項，則佛衛慈悲台總共規劃了 21 項的節目類型。數量上來看，並不算多，比起另一家生命電視台的 68 項，兩家電視台原初設計的節目規劃多樣性就有明顯的差異。但是這些節目，只是當初電視台的設計規劃，其中有一部份的節目是常設性的，有些是變動性的節目，有些可能是未來預計要做的節目，有些節目則是做了以後，經過評估考量，效果未達預期或觀眾反應不熱絡，因而停止不做的。所以這一部份的資料很難反應出電視台目前的實際節目播放情形，若要以這部份的資料來做兩家電視台的節目分析，似乎有其不符實際的問題產生，因而不太恰當以這部份的資料來做為電視台節目分析。比較可行的方式是，擷取兩家電視台的每日播出節目表，針對其節目的型態、時間比重、播出內容，來進行比較分析。不過這其中，又牽涉到電視台長年累月累積下來的節目表資料太龐雜，不易整理分析，因此本研究基於時效性及階段代表性意義考量，決定以

最近的節目表做爲分析資料，以呈顯本研究現階段兩家電視台節目的差異屬性，或許這樣的作法無法完整地呈顯整個電視台的節目安排規劃，但若考慮要完整的將每日節目表鉅細靡遺的加以分析，那將會是件若大的工程，因此本論文對此就予以取捨，希望這樣的分析，能幫助瞭解該兩家宗教電視台做宗教行銷時的節目這項產品規劃。以下就是本研究對於該兩家電視台的節目所進行的分析比較，當中是擷取了從 2008 年 10 月 20 到 10 月 26 日這一星期的播出節目表進行資料研判、分類、統計、比較、分析。¹⁹⁸

從節目的類型來看，我們同樣以弘法教育、佛教文化、宗教實踐、佛教新聞、生活育樂五大類的分類方式做整理，佛衛慈悲台的資料顯示，在一星期節目中，各大類的節目及其播出時數分別是：

(一) 弘法教育類—

清涼法語 5 小時、法師講經說法 121 小時 4 分鐘、空中佛學院 10 小時、弟子規系列 5 小時等共 4 項 141 小時又 4 分鐘。

(二) 佛教文化類—

雲遊寺方 56 分鐘、西藏／印度之旅 1 小時、佛教電影欣賞 3.5 小時等共 3 項 5 小時又 26 分鐘。

(三) 宗教實踐類—

早課 7 小時、圓光二時臨齋儀 12 分鐘、晚課 7 小時等，共 3 項 14 小時又 12 分。

(四) 佛教新聞類—

佛教動態（穿插在節目中，節目表未列）。

(五) 生活育樂類—

新十方拳 0.5 小時、達摩十八式 0.5 小時、佛教卡通 1 小時 18 分鐘、佛曲

¹⁹⁸ 詳細節目表，佛衛電視台請參見附錄五、生命電視台請見附錄六。

MTV 欣賞 0.5 小時、中國結藝 1.5 小時、美齋素食 0.5 小時、世界搜奇欣賞 0.5 小時、佛法照人間 2 小時等共 8 項 7 小時 18 分鐘。

而生命電視台在同一星期所播出的節目，筆者整理的資料顯示：

(一) 弘法教育類—

海濤法師般若講座 14 小時、慈悲法語 2 小時、菩提系列 8 小時、海濤法師弘法行 14 小時、大法座 9 小時、海濤法師弘法講座 14 小時、新時代心倫理 2 小時、淨土法門 2 小時、海濤法師救護眾生講座 14 小時、經典選輯系列 1 小時、心如蓮花系列 2 小時、大乘講座 14 小時、海濤法師心靈講座 14 小時、智慧法語 1.5 小時、智慧講座系列 4 小時、善知識法語 1 小時、泰國法身之音 2.5 小時、生命講座 5 小時等，共 18 項 124 小時。

(二) 佛教文化類—

尋佛足跡 1 小時、佛教電視連續劇 4 小時、佛陀本生故事 1 小時、中國首部手繪紀錄片 2 小時、朝聖聞法行 3 小時等，共 5 項 11 小時。

(三) 宗教實踐類—

經典讀誦 3.5 小時、早課 7 小時、晚課 7 小時等，共 3 項 17 小時 30 分鐘。

(四) 佛教新聞類—

北京 2008 漢傳佛教講經交流 1 小時、活動報導（穿插在節目中，節目表未列）、生命報導（穿插在節目中，節目表未列）等，共 2 項 1 小時。

(五) 生活育樂類—

佛教動畫系列 5 小時、2008 夏季佛心花海 1 小時、佛教卡通故事 0.5 小時、兒童天地 2.5 小時、與菩薩有約 0.5 小時、生命真體驗 0.5 小時、佛心花海 1 小時、經典佛曲欣賞 3.5 小時等，共 8 項 14 小時 30 分鐘。

從以上的節目名稱及其播出時數的統計資料，我們可以進一步整理統計出，佛衛電視慈悲台在（一）弘法教育類這一項的一週總時數有 141 小時又 4 分鐘，佔一星期 168 小時全部時數的 84.0%；而（二）佛教文化類有 5 小時又 26 分鐘，佔

全部節目的比例 3.2%；(三) 宗教實踐類，14 小時又 12 分鐘，佔全部節目的比例 8.5%；(四) 佛教新聞類則只有穿插在節目中的活動報導，其在播出節目表中並無顯示時數長短，在此，本研究不將其列入考慮；最後一項(五) 生活育樂類，其一週時數是 7 小時又 18 分鐘，佔全部節目的比例為 4.3%。在這五類的節目類型中，佛衛電視慈悲台節目播出比例最高的第一名是(一) 弘法教育類，其比例佔 84.0%；第二名是(三) 宗教實踐類的 8.5%；第三名為(五) 生活育樂類 4.3%；第四名則是(二) 佛教文化類 3.2%；第五名則為(四) 佛教新聞類，所佔比例非常小，與其它四類節目比起來，幾乎不成比例。

以上是佛衛電視慈悲台的節目分配比重，而生命電視台的部份，其統計結果顯示：(一) 弘法教育類，124 小時，佔一星期 168 小時全部節目時數的 73.8%；(二) 佛教文化類，11 小時，佔全部節目的 6.6%；(三) 宗教實踐類，17.5 小時，佔全部節目的比例 10.4%；(四) 佛教新聞類，1 小時，佔全部節目的比例 0.6%；(五) 生活育樂類一週總共時數 14.5 小時，佔全部節目比例的 8.6%。同樣的，我們若對生命電視台的節目表做各類節目分配比重多寡的高低排名，我們依然可以得出，其中佔比例最高的節目類型同樣是：(一) 弘法教育類 73.8% 最高；其次是(三) 宗教實踐類 10.4%；再其次為(五) 生活育樂類 8.6%；接著是(二) 佛教文化類 6.6%；最後則是(四) 佛教新聞類 0.6%。

若把這兩家電視台的節目比例做個整理比較(表 4.3.1)，我們可以發現一點特別的地方，就是這兩家佛教電視台，在這一週的節目規劃裏，不約而同的，同樣是以弘法教育類所佔比例最高，其次是宗教實踐類，接下來是生活育樂類，再其次為佛教文化類，最後才是佛教新聞類。這樣的結果，也許是巧合，或許在其它星期的節目中這個結果可能並不會一樣，因為其中第二、三、四名的相差比例是不大的，但我們從這個結果，有一點可以比較肯定的是：「弘法教育類」的時

數遠遠高於其它類型的節目。¹⁹⁹這點也許就是我們所認為這兩家電視台是屬於同類型電視台的主要因素。

排名	類別	佛衛電視慈悲台		生命電視台	
		時數	比重	時數	比重
一	(一) 弘法教育類	141 小時 04 分	84.0%	124.0 小時	73.8%
二	(三) 宗教實踐類	14 小時 12 分	8.5%	17.5 小時	10.4%
三	(五) 生活育樂類	7 小時 18 分	4.3%	14.5 小時	8.6%
四	(二) 佛教文化類	5 小時 26 分	3.2%	11.0 小時	6.6%
五	(四) 佛教新聞類	0 小時	0%	1.0 小時	0.6%

表 4.3.1 兩電視台節目類別比例高低排行

以上是節目類型的分析比較，接著本研究將再從幾個面向來觀察這兩家電視台的節目規劃差異，其中包括節目主持人的類型及數量多寡，以及依照電視台主要的節目類型—「弘法教育類」中的各項節目內容屬性做的分類，包括以「佛教教育類」及「世學道德教育類」來做分類，另外還有依「宗派別」所做的分類進行分析比較。

在節目主持人的類型及數量多寡的整理資料裏面，佛衛慈悲台及生命電視台樣本週的節目統計資料顯示，其節目主持人或者是講經弘法法師的身份及性別、數量上，統計的結果可以進一步整理為表 4.3.2 及表 4.3.3。

佛衛電視慈悲台			
節目主持人身份	節目主持人性別	節目主持人名字	人數
法師	男	釋普獻、釋法雲、釋菩妙、釋超定、釋圓本、釋法藏、釋惠空、釋聖嚴、釋能學、釋心田、釋海雲、釋惠謙、釋鑑因、釋大願、釋塵空、釋淨空、釋寂慎、釋圓本、釋聖境、釋體證、釋信願、釋志心、釋慧聰、釋淨耀、釋法宣、釋常律、釋悟道、釋慧律、釋淨心、釋聖法、釋妙境	31

¹⁹⁹ 海濤法師訪談記錄（2007.08.30）：慈濟跟佛光是公益電視台，只有 30%可以播佛教的內容；70%則都是社會公益內容。我們不管他，我們不是公益台，我們還是以講經說法為主。

法師	女	釋寬謙、釋理群、釋慧璿、釋禪悅、釋宏仁、 釋淨珠、釋證嚴	7
在家居士	男	蔡禮旭	1
在家居士	女	無	0

表 4.3.2 佛衛電視慈悲台十月份節目主持人整理

生命電視台			
節目主持人身份	節目主持人性別	節目主持人名字	人數
法師	男	釋海濤、釋明證、釋如虛、釋能學、釋賢心、 釋達照、釋學誠、釋仁持、釋聖嚴、釋智諭、 釋會宗、釋夢參、釋淨心、法勝法師、釋從 慈、釋湛因	16
法師	女	釋仁朗、釋賢度、釋宗普、釋修懿、釋道證	5
在家居士	男	無	0
在家居士	女	楊梓茗	1

表 4.3.3 生命電視台 2008/10/20—10/26 節目主持人整理

從這個統計結果，我們可以得到一些訊息：兩家電視台在節目主持人的身份上，或許因為他們都是以講經弘法的內容為主，所以主要的節目主持人身份還是以法師居多，像佛衛電視慈悲台的部份，就其節目主持人是法師身份的有 39 位之多，而在家居士則只有 1 位。另外，生命電視台的資料也顯示節目主持人的身份，法師有 21 位，在家居士也跟慈悲台一樣只有 1 位。

進一步從表 4.3.2 及 4.3.3 觀察其節目主持人的性別差異，我們可以發現，法師的部份，兩家電視台的節目主持人都是以男性居多，而且比例上也相差懸殊，佛衛慈悲台在男眾法師的人數方面有 31 位之多，而女眾法師則只有 7 位，男眾人數將近是女眾人數的 4.4 倍。而生命電視台在這方面的資料也顯示男眾比例比女眾高，男眾人數是女眾的 3.2 倍之多，男眾法師有 16 位，女眾法師 5 位。這樣的結果，讓筆者感到很意外，台灣出家法師的性別比例上，男眾遠遠少於女眾法師，這可從本研究所整理的附錄七：「1953—2008 台灣佛教三壇大戒人數整理

表」得知，台灣出家受戒法師人數，到 2008 年底為止比丘人數有 6,885 人，比丘尼 18,425 人，依這個數字推論，在電視台講經的法師，應該也會有女眾多過於男眾的情況產生，但實際的結果卻發現，在電視台講經這個領域裏，男眾法師顯然有比較多的投入偏好。這也讓人聯想到，台灣佛教整個在講經弘法的開展上，似乎還是以男眾法師為主，而女眾法師所投入的，可能是在其它領域上的貢獻，如經營道場、舉辦活動、服務信眾等面向上的志業投入。

總結以上的討論，可以得知：(1) 兩家電視台的節目主持人方面，佛衛電視台的主持人多元性是比較高的，其人數共有 40 位之多，而生命電視台只有 22 位，相差將近一倍；(2) 不管在男性或女性的比例上，都是佛衛電視台比較高的。

初步的瞭解節目主持人類型及數量多寡的節目分析之後，筆者想要進一步瞭解這些主持人或者是講經弘法者他們所傳遞的訊息內容有哪些？是佛教的經典開示呢？亦或是世學道德教育的開示？這些節目內容是屬於佛教的哪個宗派？從這些討論裏面，筆者試圖窺探目前台灣佛教所被廣為宣傳的教義、經典及顯要佛學為何？畢竟，佛教的經典及派別，有太過龐大的系統及內容。每個地區及每個時代所流傳的佛教都不一樣，而台灣的佛教，到底是呈現什麼樣貌。下面，就是本論文對於弘法教育類節目內容，所進行的分析比較結果。在此，如果將「弘法教育類」，再細分為「佛教教育」及「世學道德教育」兩類，當中佛教教育又可細分成「經典開示」、「佛教知識」及「佛教通俗開示」三小類來看，那麼我們將可得到下面的結果，佛衛電視慈悲台在各類的比重分配是：²⁰⁰

1. 經典開示—

華嚴經導讀 (2hr)、淨心戒觀法 (2hr)、解淨密經 (2hr)、法華經 (3.5hr)、八識規矩頌暨唯識三十頌 (9hr)、大乘起信論 (2hr)、華嚴教海 (10hr)、楞嚴經 (2.5hr)、無量壽經 (5hr)、大智度論 (2hr)、地藏經 (2.5hr)、體證

²⁰⁰ 參見附錄五，「佛衛電視慈悲台十月份節目表」。

法師藥師經（3hr）、佛說阿彌陀經（4hr）、金剛經（1hr）、佛說八大人覺經（2hr）、淨心法師藥師經（0.5hr）、佛學講座（5hr）等 17 個節目共 58 小時。

2. 佛教知識—

清涼法語（2hr）、精進佛七開示錄金剛經（1hr）、永嘉集（2hr）、佛教各宗綱要（2hr）、地清法師往生的莊嚴（2.5hr）、佛學開示（2hr）、大願法師正信佛教（4.5hr20min）、大慈大悲菩薩行（26min）、禪與人生（26min）、中峰國師三時繫念（1.5hr22min）、心靈法雨（7hr）、信願法師念佛易生西（5hr）、三時繫念（1hr）、勸修淨土詩（2hr）、正視阿含正見與助念的重要性（3hr）、布施的真實義（4hr）、海外弘法系列（14hr）、聖光法音（2hr）等 18 個節目共 57 小時又 4 分。

3. 佛教通俗開示—

清涼法語（3hr）、菩提心要（3hr）、大法鼓（3hr）、能學淺說（2hr）、生活中的智慧（5hr）等 4 個節目共 16 小時。

4. 世學道德教育—

弟子規系列（5hr）、了凡四訓（5hr）等 2 個節目共 10 小時。

其中前三項是我們之前所提到的「佛教教育」類，其所佔比例總共有 131 小時又 4 分鐘，而第 4 項「世學道德教育」則只有 10 小時。這點可以看出，佛衛電視慈悲台主要的定位還是偏重在佛教教育類節目的製播，而佛教以外的中國世學道德教育類，比重上是明顯的比較少，但規劃上還是會做某種程度上的安排。至於生命電視台在「弘法教育類」的分配比重上又是如何？其結果為：²⁰¹

1. 經典開示—

華嚴經淨行品（0.5hr）、佛說菩薩修行四法經（2hr）、大佛頂首楞嚴經卷六（2hr）、心經講記（1hr）、九品往生（1hr）、佛說四十二章經（2hr）、八十華嚴經講述（10hr）等共 7 個節目 18.5 小時。

²⁰¹ 參考附錄六，「生命電視台 10/20-10/26 節目表」。

2. 佛教知識—

止觀入門 (1hr)、生命自在中陰救度 (2hr)、印光法師淨土法門 (2hr)、八關齋戒開示 (2hr)、如何實修念佛法門 (4hr)、念佛淨語 (2hr)、施食的利益 (2hr)、天台教觀略講 (4hr)、淨覺法語 (0.5hr)、佛學開示 (2hr) 等共 10 項 21.5 小時。

3. 佛教通俗開示—

海濤法師般若講座 (14hr)、慈悲法語 (2hr)、法海心聲 (1hr)、新能學淺說 (1hr)、海濤法師弘法行 (14hr)、好心態是人生幸福的前提 (2hr)、苦樂人生 (1hr)、快樂的秘方 (2hr)、海濤法師弘法講座 (14hr)、新時代心倫理 (2hr)、海濤法師救護眾生講座 (12hr)、海濤法師心靈講座 (10hr)、融攝身心能量 (0.5hr)、生命之愛 (1hr)、放生放生放大光明生極樂 (1hr)、泰國法身之音 (2.5hr)、領納喜悅的生命力 (2hr) 等共 17 項 82 小時。

4. 世學道德教育—

勸戒錄 (1hr)、人倫道德觀 (1hr) 等共 2 項 2 小時。

其中前三項「佛教教育」類的時數總共為 122 小時，而第 4 項「世學道德教育」類節目則僅只有 2 小時。

生命電視台在這兩類節目的安排上更是比例懸殊，它更是傾向於以佛教為主要訴求的電視台。因此這兩家電視台可以說同樣都是以「佛教教育」類節目為主要設計規劃，這點特色可能在佛光山人間衛視及慈濟大愛台的規劃上就不是這麼明顯了。但是我們是否因此就判定，這兩家電視台的經營模式上是沒有差別的，這點恐怕還無法那麼快下定論。因為，如果我們再深入比較「佛教教育」類裏的「經典開示」、「佛教知識」、「佛教通俗開示」三小類的時數分配，就會發現一些他們兩者之間重要的差異，如表 4.3.4 所示：

類別名稱	佛衛電視台播出時數	生命電視台播出時數
經典開示	58 小時	18.5 小時
佛教知識	57 小時 4 分鐘	21.5 小時
佛教通俗開示	16 小時	82 小時

表 4.3.4 兩電視台「佛教教育」類規劃時數比較

佛衛電視台在「佛教教育」類的比例中，以「經典開示」及「佛教知識」類的節目為主，而且兩者在分配比例上，幾乎是一樣的，一個是 58 小時，另一個是 57 小時又 4 分鐘，至於「佛教通俗開示」類的節目，在佛衛的規劃則屬於偏低的比重，只有 16 小時。這樣的結果相較於另一家生命電視台而言，是有很大的相異性，生命電視台不同於佛衛電視台，反倒是以「佛教通俗開示」為其主要節目類型，而「經典開示」與「佛教知識」類則相對是屬較低的比重，這點就是兩家電視台節目屬性最大的差異所在，所代表的是不同佛教講法內容的呈現。

有關講法內容的分析比較，可討論的面向有很多種，其中也可從其所屬派別傾向的面向做討論，本研究接下來所要討論的節目內容分析，就是依這個脈絡來對兩家電視台節目內容做分析比較，最後得到的結果如下表：

佛教傳統	宗派	節目名稱及時數	累計時數
漢傳	淨土宗	無量壽經 (5hr)、地藏經 (2.5hr)、佛說阿彌陀經 (4hr)、精進佛七開示錄金剛經 (1hr)、地清法師往生的莊嚴 (2.5hr)、中峰國師三時繫念 (1.5hr22min)、信願法師念佛易生西 (5hr)、三時繫念 (1hr)、勸修淨土詩 (2hr)	23 小時 52 分
漢傳	唯識宗	解淨密經 (2hr)、八識規矩頌暨唯識三十頌 (9hr)、佛學講座 (5hr)	16 小時
漢傳	華嚴宗	華嚴經導讀 (2hr)、華嚴教海 (10hr)	12 小時
南傳		大願法師正信佛教 (4.5hr20min)、正視阿含正見與助念的重要性 (3hr)	7 小時 50 分
漢傳	禪宗	楞嚴經 (2.5hr)、金剛經 (1hr)、永嘉集 (2hr)、禪與人生 (26min)	6 小時 56 分
漢傳	天台宗	法華經 (3.5hr)、大智度論 (2hr)	5.5 小時
漢傳	律宗	淨心誠觀法 (2hr)	2 小時

漢傳	俱舍宗	無	0
漢傳	成實宗	無	0
漢傳	三論宗	無	0
藏傳	密宗	無	0

表 4.3.5 佛衛電視慈悲台各佛教宗派時數統計

傳統	宗派	節目名稱及時數	累計時數
漢傳	華嚴宗	華嚴經淨行品 (0.5hr)、八十華嚴經講述 (10hr)	10.5 小時
漢傳	淨土宗	九品往生 (1hr)、印光法師淨土法門 (2hr)、如何實修念佛法門 (4hr)、念佛淨語 (2hr)	9 小時
漢傳	天台宗	止觀入門 (1hr)、天台教觀略講 (4hr)	5 小時
漢傳	禪宗	大佛頂首楞嚴經卷六 (2hr)、心經講記 (1hr)	3 小時
南傳		泰國法身之音 (2.5hr)	2.5 小時
漢傳	律宗	八關齋戒開示 (2hr)	2 小時
藏傳	密宗	生命自在中陰救度 (2hr)	2 小時
漢傳	俱舍宗	無	0
漢傳	成實宗	無	0
漢傳	三論宗	無	0
漢傳	唯識宗	無	0

表 4.3.6 生命電視台各佛教宗派時數統計

其中佛衛電視慈悲台如表 4.3.5 所示，各佛教宗派的節目比重主要是以一般台灣佛教所盛行的淨土宗所佔比例最多，接著是唯識宗，再來是華嚴宗，依序才為南傳佛教，禪宗，天台宗，律宗，至於俱舍宗、成實宗、三論宗、藏傳密宗則未規劃任何節目。這樣的結果，與另一家生命電視台的規劃是否有相似性或完全不同？依生命電視台的一週節目整理顯示（如上表 4.3.6）：其節目播出內容竟是以華嚴宗比例最高，接著是淨土宗，之後才是天台宗，禪宗，南傳佛教，最後則是律宗與密宗，這兩者比重一樣，至於俱舍宗、成實宗、三論宗的內容，同樣與佛衛慈悲台的部份一樣，都沒有任何節目規劃，另外，唯識宗也是沒有被考慮規劃到的，這點是佛衛電視台有很大的差異性，佛衛在唯識宗的節目規劃上，用了相當高的比重，是其各宗派比重中的第二高。

綜觀以上兩家電視台在佛教宗派的傾向偏好差異上，其相同之處為：同樣重視淨土宗、華嚴宗、禪宗、天台宗等佛教教義的傳揚，而兩者都對俱舍宗、成實宗、三論宗不太重視。至於相異之處則為對唯識宗及藏傳佛教的看法，佛衛部份，唯識宗是受到相當重視的，但生命卻完全沒有這類型的節目。而藏傳佛教則是生命電視台方面比較重視，佛衛都沒有這類節目規劃。這兩點可說是兩家電視台的節目規劃差異所在。

第三節 兩家佛教電視台宗教行銷規劃分析

在第二章的討論裏，本論文已對行銷理論及宗教行銷理論做了初步的討論，而這些理論，終歸是爲了要用來對現實社會所發生的事件案例做觀察分析討論，也就是所謂的行銷個案分析。在這一章節裏，我們將應用宗教行銷理論，探討佛衛電視慈悲台及生命電視台，這兩家佛教電視台及其相關志業體的運作管理模式。

關於行銷個案的分析討論重點，大致可把它整理爲：一、進行內外部環境分析；二、設定行銷目標；三、擬定市場區隔(segmentation)、目標市場(target market)、定位(positioning) (此三者合稱爲 STP)；四、設計行銷組合(產品、訂價、通路、推廣)。明白的說，就是一個宗教團體想要成功的行銷，所必須考慮到的問題相當多，首先它必須考量當前外部環境的情況變化，對它進行觀察分析，以及自己單位內部的宗旨、優勢、資源、經濟條件等內部環境的當握。依著這個對於內外部環境分析瞭解的敏銳度，再去思考單位或個人的使命願景，進而考量行銷的目標，決定要針對哪些人去做行銷？打算要給這些人什麼樣的形象來認識我們團體。到目前爲止，也只是行銷活動的前置作業，還沒有進入到真正行銷活動的主要核心。而哪些是行銷活動的主要工作呢？也就是宗教供給者想要提供信徒或是潛在信徒(代表顧客)什麼樣的產品？要給什麼樣的品質？打算要將這些產品以什麼樣的代價標準與其做交換？在定下了產品及交換代價以後，接下來就必須考慮到用什麼方式或管道，提供產品給顧客們，最後還要考慮採用什麼方式或管道來增加他們對產品的接受度。做到這些問題的思考及規劃後，可算是真正完成行銷規劃工作了。接下來，本論文會針對兩家佛教電視台的個案進行有關宗教行銷的討論，其中，討論的重點，將會以行銷的核心步驟—四個行銷組合(4P) 做爲討論的焦點。

一、 產品

「產品」在行銷策略中可說是最重要的一環，主要原因在於它牽涉到最能直接滿足顧客的需求。同樣的，在宗教行銷當中，「產品」是影響信徒參與的實質因素，它不僅反應了信徒的實質需求，也展現了宗教團體的理念及精神。每個宗教供給者對於產品的規劃設計，可算是最能具體反應組織理念的一環。以兩家佛教電視台個案為例，「產品」首先指涉的是（一）電視台所提供的節目，接著就是（二）電視台所屬之團體其他活動規劃。以下討論將分別由這兩大類「產品」來進行分析討論。

（一）節目部份

1. 節目內容

電視台的節目規劃可以說是這兩個宗教團體的主要「產品」，其節目成爲體現其傳教的主力。從第四章的兩家電視台節目規劃，我們可以看出其節目主要都是以「弘法教育類」爲主，包括經典開示、佛教知識、佛教通俗開示、世學道德教育等。這些規劃，主要是源自於電視台創辦人的想法，以佛衛電視台爲例，其創辦人心田法師表示：

我以前在廣播電台講經，所以我知道需要弘法，弘法要空中弘法比較有效。一般的講經，就算你再會講，幾千人幾萬人聽就很不得了。但是空中是幾百萬人可以聽到的。²⁰²

電視弘法節目成爲心田法師弘法志願中最有正當性的「產品」，但如同前節的分析，佛衛電視台有別於生命電視台相對來說較注重「經典開示」的節目產品，而生命電視台提供的節目則是以「佛教通俗開示」的比例較高。這兩個佛教團體在

²⁰² 心田法師訪談記錄（2008.11.21）。

這項產品的差異，體現了不同的傳教理念，佛衛特重「服務」理念及佛教「教育」，陳總經理表示：「慈悲台靠大家護持，是為大家服務的。各寺廟團體、出家眾或在家居士都可以在活動動態一覽表裡預告活動時間、內容。」²⁰³佛衛在節目產品的規劃中特重佛教教義的宣揚，將自己發展為一種平台，提供各界法師弘法，也提供不同的佛教信徒獲得佛法教義的機會。在這種，將自己發展成為「服務」平台的核心理念中，提供「佛教教育」機會的服務也成為一種特殊的節目產品類型。最具有代表性的就是曉光空中佛學院的設置。對「佛教教育」的重視，突顯出佛衛對「經典」的重視，認為對經典佛法的認識是具有其重要性的。相對於此，生命電視台的節目產品則是以宗教性的「生命」關懷為「產品」核心規劃概念。由其對通俗開示的重視可看出，海濤法師相較於佛衛較強調佛法和弘揚要配合信徒的「可接受度」，因此其通俗性是不可不面對的課題。此外，在所有講經說法的節目中，海濤法師的開示比例相當高，這表示海濤法師有其一套積極想推廣的「說法」及「理念」。他認為：「你們的法是讀書，我們的法是生命」²⁰⁴。而

佛教的經驗是生命的經驗，去接觸生命，從這個生命裏面去了解怎樣幫助這個生命離苦，那個叫法，為了這樣去研究佛法，然後去幫助生命，不能一輩子讀醫學的書而不去面對病人，沒有臨床實驗。²⁰⁵

這番話似乎清楚地標示出，海濤法師在「讀書（形式）/生命（內涵）」上有所區隔，而認為必須扣緊後者才是真正的抓住佛法的核心。

2. 節目的型態及閱聽眾的需求感知

這兩家電視台，型態雖屬佛教屬性，但在節目規劃過程中，對閱聽眾的需求感知卻是敏感的。以佛衛電視台為例，陳總經理認為節目的多元化相當重要，目

²⁰³ 佛衛電視台陳總經理訪談記錄（2008.04.21）。

²⁰⁴ 海濤法師訪談記錄（2007.08.30）。

²⁰⁵ 同上註。

的不在於內容的革新，而在於呈現型態的改變。陳總經理認為，過去的許多佛教法師講經節目，製播的方式總是以一個人坐在鏡頭前面單調的講說經文，這樣的方式與無線廣播電台比起來，其實是不會有太大差別的，或許它只是多了一個類似相片功能一樣的不太有什麼變化的影像，所呈現的重點只是在聲音與經典文本的內容本身，這樣似乎沒有發揮電視太大的功用。陳總經理接著又說：

佛教的電視台給人的感覺就是，一個人在上面講講講，那這樣跟電台有什麼差別！影像的東西它是有意涵的，就像你一個人在講話，他的肢體語言，像新聞播報主播，他為什麼讓人那麼喜愛？這裏面就包含了許多元素，比如說：他的梳粧、穿著、儀容、儀表，還有肢體語言、個人魅力等，個人魅力指的是主播個人的播報風格。不能一味的就是說：佛法就只是用人講出來，不用管這麼多的形式。我們可以用人講，把它精簡，不要那麼的制式化，但是我還可以搭配其它的畫面，電腦動畫現在這麼方便...。所以我說節目要多元，要能夠符合潮流，在節目上的製作是不斷的要求改變，像以前蔣中正、蔣經國時代的那種老舊樣板，新一代的人他會看嗎？他不會看的。²⁰⁶

陳總經理除了對於節目呈現型態的改變有特別的敏感度外，由於陳總經理本身是電視節目製播出身的專業人才，所以對節目多元的判斷及何種節目型態較具吸引力的「觸感」是特別敏銳，所以他會有許多異於一般非專業電視台經理人的判斷，這是來自於陳總經理多年製播、導演的經驗累積。以「佛教新聞」節目為例，有些佛教相關電視台會規劃這類節目，但陳總經理依其經歷判斷，佛教新聞節目並沒有太多市場效應，所以它並沒有成為佛衛在節目規劃中的選項。

製作新聞節目，我覺得那是浪費資源，我絕對不成立新聞部，為什麼？

原因是佛教有那麼多的新聞可以拍嗎？新聞要有它的新聞價值。不能說

²⁰⁶ 佛衛電視台陳總經理訪談記錄（2008.04.21）。

像最近這一陣子在佛誕浴佛，通通都在報浴佛，你報了這家不報那家，行嗎？²⁰⁷

但並不表示陳總經理對節目型態的判斷完全是朝「市場導向」的方向來進行。例如陳總經理對戲劇型態的節目就持比較保守的態度。除了也許基於經費理由外，陳總經理還認為戲劇中所展現的「人情事故」，若沒有賦予宗教意義的詮釋，往往會流於「人情」的故事，意義不大。陳總經理就對他心目中想製作的戲劇跟慈濟大愛電視台所製播的一些現實社會真人真事的戲劇，做了一種區隔比較，他認為：

大愛台，那是在做一種慈悲救濟，善人善事，那屬於我們儒家思想的一種。佛教裏面，我要播的節目是，像弘一大師怎麼樣為佛教去弘法奮鬥，這種的精神面，這種事蹟，典範型的教化、弘化，這種節目我會播，我也會製作，我們最近就打算要拍，單元劇每集 90 分鐘的「金山活佛」。重點在於他的弘法度眾，慈悲。我們跟慈濟拍的，是不同的，慈濟拍的是哪個大善人做了什麼？²⁰⁸

這說明了，在市場考量之外，宗教理由往往也是一種「制衡」的因素。這也體現了佛衛在這方面對宗教意義上的堅持，這方面生命電視台的海濤法師也有相同的認知。

佛光山播的電影，像亂世佳人或是慈濟的戲劇都是以世俗男女為主，裏面雖是個善法，但不見得是佛法。如果要演善法，那你應該隨時插入佛法，像婚姻的真相是什麼？男女感情的真相是什麼？²⁰⁹

²⁰⁷ 佛衛電視台陳總經理訪談記錄（2008.04.21）。

²⁰⁸ 同上註。

²⁰⁹ 海濤法師訪談記錄（2007.08.30）。

3. 節目產品的品質管控

雖然節目的觀看本身並不是像一般產品購買一樣需要付費，但節目產品的品質對這兩個電視台來說，也有其以下重要意義：（1）增進捐款的意義（2）塑造組織形象的意義。所以節目品質的管控成為行銷管理中的一項重要因素。以佛衛電視慈悲台為例，為顧及節目品質，佛衛並不允許穿插廣告在其節目中，電視台的創辦人心田法師考量的是，到宗教電視台來的廣告，有大量是藥品廣告，在我們無力確認藥品品質之前，為防爭議，乾脆就不允許廣告的出現，以防有損電視台形象的機會產生，心田法師說：

我不做廣告，若要做廣告一個月可以賺好幾千萬。我的那些法會刊登都是替別人義務服務的。曾經有藥廠要來電視台打廣告，但因為我怕有些藥廠做的廣告是不實廣告，所以就干脆不開放。²¹⁰

此外，在品質控管上，也展現在對法師的篩選上。佛衛一般都會有一個非正式的篩選機制，由陳總經理及心田法師進行初步的過濾。然後在實際法師的講經說法中，若有一些「違規」事件，如勸募捐款、宣傳藥品、講法內容有重大爭議等狀況，則電視台會對法師提出警告，若不節制則會取消他們節目播出的權利，在這過程中，佛衛確保其節目的內容不致於破壞電視台形象。陳總經理深信，控制品質是提供良好服務的重要工作，好的品質就是好的服務，也就是收視率的保證，捐款也因而可以較為熟絡。

相較於佛衛電視台，生命電視台的節目在品質控管部份，也是非常嚴格把關，在講經法師的挑選上，為保持其電視台的形象及特色，對於每位來電視台講經說法的法師都會有幾點要求，其中像：講法時不能批評佛教內部的教派，海濤法師曾經提到：「像佛衛台有位某某法師，批評大乘佛教。穿大乘衣服，結果在批評

²¹⁰ 心田法師訪談記錄（2007.08.25）。

大乘佛教，他一直講四念處、阿含經。」²¹¹法師就對這種情形難以忍受，除了這點之外，就是法師在講法時不能談政治，「出家人是方外人士，不要參與政治，這會被人講話。」²¹²除了要求講經說法的內容的某些禁止規定外，生命電視台還要求某些主張是其所要塑造的電視台形象，其中最主要的就是有關不殺生及素食的推廣，海濤法師說：「每位法師要來電視台演講，我們要先問清楚，觀念正不正確，如果仁波切，要問他有沒有吃素？觀念上有沒有批評別的道場。」²¹³ 又如在影片的播放上，也同樣會有這樣的要求：「有人拿些影片，說你們保護動物，我拿一些給影片給你們播，結果確發現裏面有小鳥吃蟲的內容，我們就不能播！殺生的不行。」²¹⁴這些也都可以看出生命電視台對於節目品質控管上的努力，有時或許因為尋找符合電視台要求的外部法師及外製節目公司不易尋得，因此，就容易造成電視台習慣上凡事自己來的運作情形，講經說法海濤法師自己來，節目構思海濤法師自己來，外景拍攝內部法師自己來及電視台的經營權掌握在海濤法師身上等情形的發生。

(二) 電視台所屬之團體其它產品

由上述在節目規劃的狀況來看，佛衛較強調佛法教育及服務理念的落實，對佛法內容並無特定的立場。這點我們可以從心田法師的訪談自述中瞭解其對各項產品的規劃方向：

以前佛教沒什麼發展，我們這一批三藏佛學院的年輕人出來，就想說佛教不是這個樣子啊！要弘法。所以第一要務，就是怎樣把佛教弘揚出去。第二個是慈善服務，這個講起來是被天主教、基督教影響很大，他們做很多了，我們都沒有做。第三個則是教育，教育方面，我們要辦空中佛

²¹¹ 海濤法師訪談記錄（2007.08.30）。

²¹² 同上註。

²¹³ 同上註。

²¹⁴ 同上註。

學院。²¹⁵

在弘法方面，心田法師一直以來就陸續在各地方、寺院、電台及電視台講經弘法，以至於後來成立的佛教電視台，也是非常重視弘法，甚至是提供給各個不同道場的法師一起來弘法，並不會侷限於心田法師個人的佛教思想。心田法師認為：「電視台的主要功能是弘法，弘法的話要普遍，不能偏那一宗那一派，而弘法時要請許多人來講，不要自己一個二個人講。」²¹⁶

另外有關服務方面，關於慈善類的服務，心田法師也曾經熱衷過，如辦施醫施藥所、冬令救濟。其它的服務方面，則有在 1967 年開始當了二十一年的台南縣佛教會理事長時候的為各道場或法師、信眾服務，再到現在的佛教電視台，為各道場、法師、信眾的活動訊息傳播等相關服務，其服務的對象由小到大漸漸的擴展區域。最後有關辦教育方面，心田法師曾經辦過僑仁工商、曉光佛學院、曉光空中佛學院以及不定期舉辦佛教出家法師的三壇大戒會，這些再再都可看出心田法師一本初衷的對於個人理念之貫徹。

生命電視台的其它產品規劃則較重視「生命」議題的宗教詮釋，對佛法詮釋有較確定的輪廓及一定的基本立場。海濤法師這種強調「生命」的面向，我們可以從《海濤法師的弘法悲願》中獲得其依據：

生命電視台以關懷生命為主軸，每一個精心策劃的節目背後所要傳達的都是「愛」以及一份對「生命」的關懷，希望能利用現代科技聯繫一切有情眾生，建設清淨人間大道場，宣導佛陀慈悲本懷，教育社會大眾尊重生命及珍惜一切物命。...生命電視台除了播放高僧大德和善知識們講經說法節目之外，我們還有更多親近信眾生活的節目...，期待能將佛法

²¹⁵ 心田法師訪談記錄（2008.11.21）。

²¹⁶ 心田法師訪談記錄（2007.08.25）。

善良風氣藉由電視媒體傳播的影響力深入每一個家庭。²¹⁷

海濤法師注重「生命」議題的詮釋也見於其他「產品」規劃，如放生活動、監獄弘法、幫助弱勢、成立動物收容園區等等，還有經營免費索取的書店、發放各類免費結緣品。其所傳遞的理念都圍繞著生命關懷及生命改造，因此就其活動（作為產品）規劃的多樣化發展，雖然是琳琅滿目，但似乎都還是圍繞著其中心思想在進行，也就是說，這些產品並不是毫無關聯地被創造出來。

相較於生命，佛衛所規劃的活動（作為產品）似乎其「內容」上的精神一致性就較不明顯。這從早期心田法師經營的幼稚園、妙法義診施藥所、放生會、施經會（助印經書）等志業來看，似乎都是隨緣而行，依著產品生命週期而規劃。以幼稚園為例：

幼稚園當時最多有 500 多人，...後來中間就是有我們的老師都自己出去辦，因為她們剛開始來沒資格，在這裏教一教就有資格了，當初是只要教幾年過後就有資格，不用考試。後來因為我們妙法寺改建下去，庭園因而縮小。人就愈來愈少，最後也就停辦了。²¹⁸

若總結區分兩志業體在產品規劃上的差異，生命電視台的產品其中多少依賴海濤法師個人在「信徒市場」中所傳遞的吸引力。但在佛衛，其產品和法師個人的魅力是不相關的，反而是依靠專業經理人對相關市場的專業判斷，製成「有市場」的產品（儘管其市場性在時程上並不長），來吸引不同信徒或佛教親近者的「參與」。所產生的實際差異是，生命的產品內涵一致性高；而後者產品的機動性高，除了主產品（電視節目）外，其餘的週邊產品變動性都很大。

心田法師行動的核心思維是，「別人不做的，我來做」，基於這種成功不必在我的理念，當好的想法有其他人來做時，他也就接受緣生緣滅而停止繼續運作。

²¹⁷ 生命電視台編輯小組編著，2008，《海濤法師的弘法悲願》，宜蘭：生命電視台，頁 13-14。

²¹⁸ 心田法師訪談記錄（2008.11.21）。

但由以往所規劃的活動來看，心田法師所一貫從事的弘法活動就是「提供及創造宣揚佛法的舞台」，由開始的賣藥宣講、廣播電台講法到電視台的成立，這個基調是不變的。其他的規劃活動倒似是「週邊產品」為設計，過去這些「週邊產品」是隨緣起緣滅而產生的結果，但自從電視台成立以後，「法師／經理人」專業分工的模式確立，「週邊產品」的生產開始產生出兩類的規劃模式：一類是權變式的活動規劃，出於解決電視台財務吃緊的困境，另一類則是基於「服務」理念所進行的規劃活動，一方面可以體現佛教服務的核心想法，另一方面則也可以和電視台這個主要的產業配合，達到相輔相成、相互推廣的效果。前者如園遊會，陳總經理說到：

我來的時候第一年 10 月份，辦了一場園遊會，就是我們佛衛第七週年，在勞工公園。在那之後我又在 93、94、95 都有辦園遊會，從這個當中，我可以告訴你一個數據，你們就可以去感受到，佛衛在這幾年當中的成長，還有它的一個快速發展，第一年我在園遊會，人家護持我們大概不到 20~30 萬，第 2 年到了大概 100 萬，第 3 年到 150 萬，第 4 年到 300 萬。²¹⁹

但園遊會並沒有因可以得到護持的資源就持續辦下去，陳總經理解釋這個原因為：

這些夠用就好，不要把它當成是一個賺錢的工具，不要認為這個好用，就往這方面發展，這個就錯了。且因為信眾也疲於奔命，很勞累，我們要懂得珍惜，這樣才可以走很遠的路，要讓人家可以喘息。所以我現在五年辦一次。²²⁰

這就是一種對於財源不夠時的權變做法，並不想因此而累積財源增加利潤，也不

²¹⁹ 佛衛電視台陳總經理訪談記錄（2008.04.21）。

²²⁰ 同上註。

想因此而增加資源擴張組織。

另一類的基於服務理念所進行的規劃活動，則有如已在進行中的朝聖旅遊，陳總經理提到：

旅遊參訪不是賺錢，這點一定要注意。我們是廣結善緣，讓人家認識佛衛，這叫服務信眾的一環，服務你服務得好，人家對你多了解多認知，自然人家就會付出。²²¹

以及正在籌備構思中的佛教醫院的設置：

蓋診所的理念是這樣，因為這也許是一個我在天主教的傳播裏面看到的，早期的天主教在台灣的發展，各個地區的教會，他們有一些傳教士可以幫人治病，西醫。慢慢蓋好多醫院，這個它的資源可以有穩定收入。第二個，它可以照顧人群，讓人家會有一種感恩的心，而且在那裏面死亡的人他的需求宗教信仰，他一定接近你。這是一個很好去弘法度眾的機緣。不要等待機緣，很多時候都要去創造。²²²

還有另外也是在構思階段的宗教銀行，這也是屬於服務性的方向規劃，陳總經理認為：

我甚至還想到佛教銀行，佛教有那麼多的資源，它可以做一個銀行，它銀行不收利息，我可以貸款給你，它的錢來自於十方，用之於十方，成就十方志業，十方志業再回饋。²²³

目前電視台所現有的週邊產品多是圍繞著電視台的經營，但其內涵並不一定和佛法教育有直接關聯。這也是佛衛「法師／經理人」專業分工的方便之處，這

²²¹ 佛衛電視台陳總經理訪談記錄（2008.04.21）。

²²² 同上註。

²²³ 同上註。

點也使得產品與其宗教性之間的關聯未必一定非常密切。以佛衛經營的文物店來說，在海濤法師的思維中就不能接受，因為海濤法師認為佛法不能用來買賣，「我認為宗教絕對不能買賣，塔位不能買賣，三寶的文物不能買賣」，²²⁴所以在生命幾乎沒有類似一般交易的規劃產品。但這並不代表佛衛的經營沒有正當性，如同陳總經理所說，文物的用途是義賣，而且也只是機動性的規劃，並不會制度化為制式模式運作，這種經營模式由非出家眾的陳總經理經手，確實是有其方便及正當性之處。

二、訂價

供給者要多少才願意賣？需求者要多少才願意買？商業的場域上，金錢是最常被用來衡量這個「多少」的媒介，也就是一項產品在交易或交換的過程中應該訂價為多少的問題。訂價在一般商業行銷的作法中，其目的是在讓商品的銷售量能擴張，以達最大利潤的收入，如果價格提高，儘管單價利潤可提昇，但銷售量卻必定會降低，所以整體利潤不一定能提高。反之亦然。因此可以說，價格的訂定本身就影響整體利潤的升降，適當的訂價才能真正達到最大利潤，達成行銷的目的。但是在一般商業環境中，獲利主要來自消費者的購買交易行為，因此，訂價不可能為零，不過就宗教團體的經營，其發展的主要資源是來自於信徒的人力參與及財力捐獻，因此反而不是一個關鍵的指標，或者說價格並不是影響信徒參與的主要關鍵，是以訂價這個做法，並不是宗教團體在擴展其資源基底時的一個相當重要策略。再加上宗教通常都具有超越界想像的特質，對佛教而言，戒律中常常標榜以不持金錢為一件清淨脫俗的義行，雖說這點也許不一定適合當前的世俗社會，但它所給人的刻板印象是根深柢固的。再者，有關宗教團體續存與否的問題，許多宗教團體往往都會把它交由一種超越界存有的力量去決定。如佛衛電視台的陳總經理認為：「三寶祂不會讓你太好，但只要你用心，也不會讓你經營

²²⁴ 海濤法師訪談記錄（2007.08.30）。

不下去。」²²⁵而生命電視台的海濤法師則認為：

我們做電視台會有很大的負擔，電視台一個月要 1000 萬；放生一個月 700~800 萬；印經一個月要 500 萬，那要怎麼來？後來我在想，按照因果吧。我就跟全部的人講，我們一律按照因果，做該做的事情，如果能夠達到這個結果，那代表我們只要好好的修慈悲就有好的果報，我們一輩子深信，不要用盡心機，後來我們得到了證明，這幾年來，都沒有缺過錢，剛好。從今以後大家都沒有這個問題了，不要去辦法會為了募款，你只要很慈悲的去做該做的事情，天龍八部，三寶都會幫你安排好，所以我們在這一點做得很有信心。²²⁶

然而，縱使價格並不是宗教團體在擴展其資源基底的關鍵因素，但訂價本身也是展現一個宗教團體經營「態度」的一種指標。也就是說，許多「不訂價」的作法體現的就是一種宗教態度，這個態度的展現對信徒而言是有說服力的，就這個意義而言，「不訂價」這個訂價決策仍是有行銷的效果的。以下讓我們來比較這兩個宗教組織幾項「不訂價」的訂價理由：

以佛衛而言，佛衛往往將「不訂價」的訂價理由以「服務」的理念來說明。例如佛衛在經營電視台的過程中，對其他宗教團體往往是不訂價的，陳總經理表示：「佛衛幫人家拍東西，從來沒有跟人家要過錢，不會說我今天去幫你錄影，要跟你要錢。」其主要的理念就是「任何事情都是來自十方，護持十方，然後成就十方」。²²⁷

對生命而言，海濤法師的基本立場是，佛法不能用來交易，不能以佛法發財，「結緣」是其基本模式，海濤法師說：

²²⁵ 佛衛電視台陳總經理訪談記錄（2008.04.21）。

²²⁶ 海濤法師訪談記錄（2007.08.30）。

²²⁷ 佛衛電視台陳總經理訪談記錄（2008.04.21）。

我認為宗教絕對不能買賣，塔位不能買賣，三寶的文物不能買賣，買賣佛像，佛經都是要下地獄的，經典寫得很清楚，買賣父母，買賣佛法僧三寶是不行的。²²⁸

可是有些情況，在社會機器的運作之下，已經成為約定成俗的文化，在一般人的觀念裏面，也許認為在某些場合，佛教還是習慣用以價易物的行為模式來做考量，那該怎麼辦？好比說佛寺的納骨塔。海濤法師本人就遇到了這種情形，有位香港的覺光法師就把他位於台灣苗栗的寺院—弘法院交由海濤法師管理住持，裏面就有早期寺院已經建設好的納骨塔。遇到這種情況，海濤法師會怎麼處理？海濤法師認為：

現在納骨塔我只能用結緣的，經濟差一點就免費，經濟好一點就隨緣，不要標價，訂價，因為出家人跟世間人爭利！包括法會寫牌位，可以，那必須要寫，不能訂價，不能買賣，我們佛教基本上要慈悲，沒人沒關係，沒錢沒關係...，應該說牌位如果要寫的話你可以寫，而假如說你要護持的話，那又是另外一回事，這跟買賣不能劃上等號。²²⁹

但是以上這些情形也並不是說這兩個團體所有的活動都是不收費的，也有幾項是收費的活動，例如兩者皆有朝聖旅遊，佛衛慈悲台的一些結緣品等，但這類「收費」特質的經營活動，其收費的理由不脫為兩類：一類是「工本費」；一類則是暫時「權變」的護持行為。不能買賣交易是基本的立場考量，但如果對方是出於善意，願意提供贊助的資金，那麼這點對於兩家電視台而言，又屬於可以接受的範圍，如同朝聖旅遊及結緣品等。如陳總經理就談到有關朝聖旅遊的行銷意涵：

旅遊參訪不是賺錢，這點一定要注意，我們是廣結善緣，讓人家認識佛

²²⁸ 海濤法師訪談記錄（2007.08.30）。

²²⁹ 同上註。

衛，這叫服務信眾的一環，服務得好，人家對你多了解、多認知，自然就會付出。你看他們出國換了美金，最後剩下來的，就常會護持佛衛。有的時候我師父帶團，有時會開示，都很如法，早晚課都上，那麼人家也改變了，變得都會護持我們。這也是一種結緣，一團出去就是結了 40~50 個人的緣。²³⁰

陳總經理認為那是一項服務業務，目的只是在做結緣與佛教推廣而已。他們只是把電視台定位為一個居中服務的資訊提供者角色，他們想提供的是一個促緣及機會，讓大眾有接觸到其它產品的可能性。但其中還是免不了會有一些收費的行為出現，只是這時的收費計價，也都是以一種成本考量的訂價方式或者是以價值考量訂價的思維模式，讓大眾以贊助電視台經營的想法，或者是護持佛教的想法來付出價錢。這種做法對電視台而言通常只是一種資金籌措上的權變措施。如陳總經理提到有價結緣品時就說：

哪邊缺什麼不夠錢，應該要你做什麼？你就要去想，用一種善巧方式，但是也要不違背善心，如比說我把一種佛教故事，拍成 DVD，但是你不要做多，不要把它當成是一種市場在賣，你偶爾做一、兩片，讓人家結緣贊助，我是做弘法專用的基金。²³¹

生命電視台的海濤法師則認為：

佛教經典不能買賣，但印要錢，你可以註明，工本費多少錢？佛像不能買賣，我假設請了一尊佛像很漂亮，1000 元，別人很喜歡，就轉讓給他 1000 元，不能營利，如果許可，我可以送給你，但實在太貴了，我只好算轉讓給你 1000 元，有時候對方會說你坐飛機我幫你出 200 元，

²³⁰ 佛衛電視台陳總經理訪談記錄（2008.04.21）。

²³¹ 同上註。

這是出於他的好意，但我們不能加錢。²³²

生命的做法往往是想做的事情就去做，想給信眾什麼就不要去顧慮資金問題，只要覺得是對的，就儘管做，而信眾想付出多少，由他們自己去做判斷。如果覺得拿了生命出版的結緣書，付出點錢來，助印幾本經書，做一點自己認為有意義的事情，那他自己就會拿出錢來。如果覺得這本結緣書沒有意義，或是這個助印的舉動沒有價值，或是本身經濟能力有限，那麼不給也無妨。在這裏生命所依循的訂價策略是一種差別取價的訂價模式，生命只會把結緣品的成本價告知大眾，實際價格則是彈性的，因人而異。

因此，雖然收費，兩電視台仍是將自己定位為一個付出服務的角色，只酌收工本費，並不從中營利。在這個原則下，生命試圖以開發各種可能性的管道，設計推出多種的產品，以增加多面向的附加價值，如助印經書、認供佛塔、認養清寒學童、資助清寒子弟助學專款、提供印度僧伽醫護經費、代國外僧眾協尋護持者等的，透過這些服務，組織可能從中得到更多對生命團體的認同者，或是護持者，這也可以說是生命及許多宗教團體的訂價哲學。

此外，佛衛電視台還會規劃一些以「募款」為基本目的之活動，如園遊會或甚至佛衛陳總經理初期以個人人脈在外接外拍案，將收入所得捐於佛衛等的作法。這些「權變」的作法都被視為非制度化的護持作為，這些「權變」有其理念基礎，陳總認為：

有的時候我們錢不夠的時候還辦一些活動，請人家來給我們贊助。但是我們都不會講要你贊助多少錢。因為我的理念是這樣，你要讓人家感受到我們給他的這些法恩法惠法喜，就透過我們節目出去。你才會得到人家對你的一個讚嘆。那資助多少？由他決定，這叫隨喜功德，因為他沒有這個能力，你要他拿多少，你等於是給他壓力，那你就是在造業。為

²³² 海濤法師訪談記錄（2007.08.30）。

什麼？因為你設下一個陷阱讓他去跳。如果說他能夠拿得出的話，不用你講，他直接就給你了，還甚至多給你。²³³

以辦園遊會來說：

當初我辦園遊會只是要廣結善緣，讓大家了解到佛衛電視台做的事，因為我們都要去請各個道場的法師來共襄盛舉。我們把我們的理念宣達一下，把我們達成的目標還是即將要做的事情來宣告一下。園遊會各個攤位都是道場來支援的，然後幾個志工團體。還有就是他們這些賣的費用通通護持電視台，我們也沒有要他們這樣子做，有的說要扣掉成本，有的是隨喜，我們沒有規定這些。²³⁴

另外陳總經理以個人名義在外接案子的時候，其想法是：

我去外面去幫人家外拍，因為我現在有人的資源和器材的資源，那只是一個技術的問題，技術的問題我們比較好克服，就是接案子，做了資金就進來。中間有的商人他很奇怪，他跟我接觸之後，陳導你現在跑到佛教電視台，比如說這個案子 10 萬塊，我說隨便啦，他搞不好他就給你 12 萬。很奇怪，因為沒有什麼計較，他認為他多給你，好像他豪爽，他等於做了好事，做有意義的事。²³⁵

這種作法在佛衛的出現當然也和兩個結構性條件有關：一個是佛衛在電台經營的財力上較為不足，因此在不同階段發展時需要一些特殊的募款活動，另一個條件也是陳總經理本身並非出家眾，加諸佛衛電視台當初是以股份有限公司申請成立的，係屬一可營業的商業機構，非財團法人，因此在進行這方面的活動上有其結構上的方便性。

²³³ 佛衛電視台陳總經理訪談記錄（2008.04.21）。

²³⁴ 同上註。

²³⁵ 同上註。

綜合以上，兩家電視台在訂價策略的相同點有：兩者皆認知自己為一種「媒介」，傳遞佛法，因此資源來自十方也用之於十方。因為這種認知，所以訂價是免費，以免費訂價來展示其認知，可以說是兩者共同的訂價行銷模式。而其相異點則是：佛衛有許多權變的作為以週轉資金。生命則是以擴展各方面的結緣活動，如放生、助印經書、舉辦法會、認供佛塔、認養清寒學童、資助清寒子弟等，藉以產製附加價值的模式。

三、 通路

當供給者做出所要供給的產品決定後，後續的行銷工作就比較可以有具體的依循目標，除了要依產品去做出與顧客交換所需的代價考量外，還要依產品的性質去考慮如何把產品交到顧客的手上。通常對於營利事業與非營利事業而言，產品的範圍不外乎有製成品、地方、事件、個人與組織、服務、理念、知識等七個類別，而對於一個台灣目前的宗教供給者而言，產品的多樣性也多到已經能夠涵概這七類產品。該用什麼方式或管道去對這幾類產品做交付？或者說哪些是把這些產品交到顧客手裏的管道，這個問題，也就是「通路」(placing)所要討論的意義。英文字「place」在這裏的意思有地點、地方、位置、場所的意思，所以在這個脈絡底下的行銷通路，可視為供應者要把產品放在哪個地方以便讓顧客去取得。在這個意義底下，我們把產品的通路，區分為「實體通路」(physical channel)、「虛擬通路」(virtual channel)及「人員直銷通路」(staff direct selling)三大類。「實體通路」就是一般有提供產品陳列，可直接接觸、直接參觀選購並取得實體產品的場所，舉凡百貨公司、大賣場、販賣機、市場攤販、流動攤販等這些都是。而「虛擬通路」則是透過各種傳播媒體管道，以聲音、圖片、影像等型式來讓顧客選購產品，再以郵寄、貨運或文件檔案傳送的方式讓顧客取得產品。其中傳播媒體可以是像電話、手機、報紙、雜誌、廣播、電視、網路等工具，透過這些管道，顧客可以在上面直接訂貨。最後一種「人員直銷通路」，則是透過人員直接銷售的方式，把產品或服務直接提供給顧客，有業務員的地方就可取得產品，

只是這個地方並不是以供應者所設置的據點為地方，而是以顧客所在的地方為地方，如銷售員沿門或沿街拜訪銷售，或是人員直接拜訪公司客戶的這類方式。

以兩家佛教電視台的個案來看，基本上這兩者本身同時就是產品的生產者也是銷售者，中間並沒有轉他人之手來做中間媒介點，因此他們的通路本身並不複雜，大致不脫都是透過電視、網路或者是電話的方式來進行他們產品取得的管道，也就是大都是以虛擬通路為通路策略，譬如說佛衛電視台會透過電視或網路讓顧客可以去選擇其所想看的佛教知識節目產品，另外透過網站，顧客還可以從中去選擇朝聖旅遊服務，或是免費結緣 DVD /VCD、書籍及聖園地佛教精品屋的各項有價結緣品，如佛像、念珠、食品、精品、祭壇用品、生活百貨、影音產品、線上點燈等。而生命電視台也同樣有透過電視及網路讓顧客可以選擇其所需的佛教知識節目產品，另外也同樣透過網站的通路，讓顧客可以從中去獲得朝聖旅遊的服務，或是 DVD /VCD、卡帶、書籍、文物等免費結緣品。

所不同的是佛衛慈悲台多了一個附屬的聖園地佛教精品屋的網路購物通路，而生命電視台的海濤法師則堅持不做任何結緣品的訂價結緣，所以沒有這方面類似的通路規劃。除此之外，生命電視台跟佛衛慈悲台的虛擬通路還有幾點差異，那就是生命電視台多了手機簡訊的通路，對於想要幫助其他病苦者或是往生者祝福、助念的人，生命電視台會透過手機簡訊提供名單，或是想收到海濤法師開示法語及活動訊息的人也可以透過手機簡訊收到生命電視台的服務。另外就是生命電視台透過網路提供一些電子書及月刊的線上閱讀或下載，以及一些影音檔案的下載，這些也都是生命電視台虛擬通路的規劃特點。

上面所討論的是兩家電視台主要的通路—「虛擬通路」的規劃，除了虛擬通路之外，這兩家電視台還有其它個別的通路特色，他們除了擁有共同的通路外，還是有一些差異性的通路規劃。以「人員直銷通路」而言，佛衛慈悲台的陳總經理他個人會主動地去與不同寺院的法師接觸，詢問其是否有需要拍攝錄影服務，如「雲遊寺方」的寺院介紹或是寺院法會活動報導等。「哪裏有法會，我就親臨

道場，我都自己去，因為我有攝影的專長，我有剪接的專長，我親自拍。」²³⁶這也就等於是「人員直接銷售」的通路將電視台的服務產品主動推銷給不同寺院顧客。透過這樣的方式，讓電視台在很多的寺院可以接受到相關的服務產品，這不僅可以讓不同寺院法師知道有這個節目可以看，而且也可以間接讓這些寺院向其信徒推銷這個電視台，使信徒也有機會接觸到佛衛電視台的節目產品。

另外一家生命電視台在「人員直銷通路」的規劃上，也蠻具規劃特色的推出一種不同於佛衛慈悲台甚至是其它大部份佛教電視台的特色，就是海濤法師或是其志業體內部的法師，會主動的到海內外一些不固定的學校、機關、團體或是監獄、寺院去做佛法演說，結緣品發放，素食推廣，或是到各地去舉辦放生活動、施食法會等。海濤法師自述說：

我們一行人十幾個人三部車，今天在這裏明天在那裏，每個月都要出國，像大陸、馬來西亞、新加坡等，推廣放生，講佛教故事，施食餓鬼道，我們都是出家人自己做，我們弄的角度跟在家人不一樣，這樣為的是奉獻利他。²³⁷

看完兩家電視台在「人員直接銷售」通路上的差別後，最後，還有一點很重要，值得提出來討論的行銷通路就是，「實體通路」的配置，這點也是兩家電視台很大的差異所在，在生命電視台方面，他們設立了許多的佛陀教育中心或講堂，到 2009 年 4 月為止，其海內外分佈據點共有台灣 82 個中心、6 間講堂、3 處道場，38 個海外中心，²³⁸其功能就如同一般的佛教寺院一般，信眾或非信眾可前往這些點，索取結緣品、當義工或參加法會、活動。另外還有 16 個國內及 3 個海外波羅蜜書坊，提供書籍借閱及現場閱覽空間，以及五部佛法推廣車到各地夜市、廟宇或法會現場當流動據點。這些據點都不例外會架設電視，播放生命電視

²³⁶ 佛衛電視台陳總經理訪談記錄（2008.04.21）。

²³⁷ 海濤法師訪談記錄（2007.08.30）。

²³⁸ 參見海濤法師編，2009，《慈悲的音聲—海濤法師演講集（3）》，宜蘭：生命電視台，頁 115。

台頻道，以及擺放免費結緣品、DVD/VCD 供大眾取閱。在這方面的運用，佛衛慈悲台，似乎沒有太多實體店面的通路規劃，但若仔細觀察，把觀察電視台的角度，從單單只有從陳總經理所經營的電視台擴及到包括由心田法師所主導的任何佛教志業體，我們一樣可以發現，其通路的使用，從過去到現在，也並非沒有實體通路的設置，如在海內外設立道場據點，也有像在 60 年代以類似行動道場的方式到台南縣各鄉鎮去提供佛法知識產品的實體通路。這些也可看出心田法師所創辦的電視台，其在行銷通路的使用選擇上，所涵蓋的面向也是相當的廣。

雖說兩家電視台在通路的使用上，其範圍都是相當的廣，但是有一個很大的通路規劃上的差別，那就是在電視台與志業體的整合性上，生命電視台的整合性似乎比佛衛慈悲台強。基本上佛衛電視台的經營，幾乎是獨立於心田法師的其他志業體之外，佛衛電視台的經營是由專業經理人在主導，心田法師幾乎不太插手其中，不過電視台畢竟還是由心田法師他個人所集資創辦的，所以在資金短缺的時候，許多資金來源往往也都要靠心田法師的其它志業體的支援，所以雖說它們二者之間沒有很強的整合性，但其間也還是會有連帶關聯性。依目前的佛衛電視台經營狀況而言，電視台的財務似乎已經可以獨立運作，不需仰賴心田法師各志業體的支援。所以從這點來看，佛衛電視台與心田法師其它志業體之間並沒有像生命電視台那樣，有一個「互為通路」的關係。反觀生命電視台，由於志業體甚多，規劃上，海濤法師將其他志業體規劃成生命電視台的「產品通路」，志業體許多訊息會在電視台節目中傳遞，「生命電視台，是海濤法師志業體訊息整合的大平台」，²³⁹生命電視台也會透過其它志業體提供電視台節目產品，是其擴展生命電視台的一個主要穩定性來源，而生命電視台也會在一些插播佛教新聞的時段，播報志業體的活動訊息或報導。這樣的一種關係，使生命電視台與海濤法師各志業體之間，形成一種因整合性強而產生的互為通路的加成效果產生，這點可以說是通路水平整合的一個很好例證。

²³⁹ 生命電視台編輯小組編著，2008，《海濤法師的弘法悲願》，宜蘭：生命電視台，頁 15。

四、 推廣

如何號召顧客或潛在顧客來接觸自己的產品，供應廠家，是要坐在店裏等生意上門，還是想些辦法做推廣工作讓生意上門？這點對行銷工作而言，也是所考慮的重點之一。推廣一般而言是一種將組織與產品訊息傳播給目標市場的工作，透過推廣，企業試圖讓消費者知曉、瞭解、喜愛或購買產品，進而影響產品的銷售量、知名度、形象，乃至企業的成長與生存。而顧客或潛在顧客也因為有了推廣，才更容易得知該產品所能提供的是何種利益、價格多少、如何付款、如何取得產品？以便做出其選擇與否的判斷。

通常推廣的工作，其範圍可視為是包含廣告、促銷、人員直接銷售、直效行銷與公共關係等串連起來的推廣組合（*promotion mix*），每個供應者依這幾項組合去進行推廣工作的展開。廣義而言，任何與消費者接觸的企業相關物品都算是推廣工具，如名片、產品包裝、年度報告、制服、紀念品、服務現場的桌椅、電話音樂與留言等，這些看似微不足道的推廣工具有時也無形中為個人或團體打開了知名度或塑造出形象來。

下面，有一個觀念必須先稍加討論，才容易更清楚推廣的精神所在。有關推廣與通路之間的差異，有時候兩者很容易被混淆，尤其是在提供非物質性的產品時，如網路、電視、報紙這些傳播媒體是屬於推廣亦或是通路？通常推廣所關心的焦點是訊息的傳送，而通路並不是在強調訊息的傳送，而是在於可以取得產品的地方在哪裏？比如說要讓顧客知道產品訊息，供應者可以透過網路、電視、報紙來傳達給消費者知悉，但這時消費者並不一定能從網路、電視、報紙上去取得這些產品，所以這時的網路、電視、報紙並不是產品的通路。譬如：有一種新的產品叫做「好神公仔」，當產品出現之前我們可能不知道有這項產品，但產品出現以後，我必須透過網路、電視、報紙廣告來得知產品訊息，否則我就不知道什麼叫「好神公仔」。這時的網路、電視、報紙的功能只有在做推廣，還不是通路。

但如果哪天，可以透過網路購物或是電視購物來取得好神公仔，那麼這時的網路、電視就可轉變為通路了。可是，商品是所謂有明確物質性的東西，但如果電視弘法頻道這類的知識類產品，佛法本身就是電視台傳遞的訊息，而電視台所要供應的就是「佛法」這項產品，佛法的角色同時是訊息也是產品，這種情形就變成推廣跟通路混在一起了。這時的推廣跟通路並無法做明顯的區隔，這個問題尤其在我們所要討論的兩家佛教電視台是個明顯特色，因為他們所提供的產品跟訊息往往都同樣是在指佛法。一個講經弘法的節目可以看做是觀眾取得產品的通路，也可能只是在傳遞訊息的推廣，這當中端看觀眾們是否把所看的弘法知識內容做採納吸收來做定奪。

兩家電視台在行銷推廣工具的使用上，除了上述所討論的透過傳播媒體做為推廣工具是相同之處外，兩家電視台通常還會有幾項共同的推廣方式：包括（1）廣告（2）人員直接銷售（3）直效行銷（4）公共關係，以及任何形式的（5）結緣品發放等。其中（1）「廣告」的部份，兩電視台除了在網路及電視台做廣告外，他們都共同擁有自己所發行的刊物，透過這些管道，電視台可以傳達一些電視台相關產品的訊息給信眾或閱聽眾。（2）「人員直接銷售」，這個推廣管道是最常被用來宗教團體發展時使用的，其可視為是一般所討論的人際關係網絡，每位電視台工作人員或信徒，藉由個人的人際網絡，幫電視台做推廣，以增加信眾及觀眾人數。（3）「直效行銷」，透過定期發行的刊物發給特定的護持觀眾或信眾，以維持與特定護持者間長久的良好關係。接下來所要討論的，對宗教團體而言可以說是相當重要，就是（4）「公共關係」，某種程度上的廣結善緣就屬這類的推廣方式，相信這點是大多數宗教團體在推廣應用上，都有相當的共識，舉凡各種公益活動、慈善活動及服務工作，都可以有增加社會認同的加分效果。以佛衛電視台而言，「服務」就是電視台經營的三大理念之一，可以確認其對公共關係這個推廣工具的重視一般。而生命電視台則是會透過到各地監獄、學校、機關團體去建立公共關係，甚至是辦慈善，認養清寒學童、籌募清寒子弟助學專款、提供印度

僧伽醫護經費及幫助國外僧眾尋找護持功德主等方式來建立其公共形象，其觸角不單僅是限於國內地區，甚至進而擴展到國外地區。最後還有一項推廣工具是(5)「結緣品發放」，就像生命電視台的各項結緣品及兩電視台都有的 DVD/VCD、助印書籍等的與大眾結緣。

除了在推廣工具的運用上，兩家電視台是有許多相似之處外，另外在推廣的策略上，兩家電視台是有許多差異性的。如同在上一個行銷組合—通路的討論中所提及的，生命電視台，其在單位間的整合性比較高，致使他們所辦的志業體之間有相當程度的互相指涉，互相推廣之互惠效果。而佛衛的每一個志業則屬於比較獨立運作的模式，其互相彼此的指涉性並沒有太強烈。但是陳總經理也並不是沒有想要拓展其它週邊志業來與電視台做互惠推廣，只是這些想法都還只是在構思階段，如同前述筆者曾經對佛衛電視台陳總經理進行訪談時，陳總經理所提到的，未來如果行有餘力，有可能會經營佛教診所或是佛教銀行。

那麼為什麼生命志業體的單位間互相整合能夠達到一種相互推廣的效果呢？這個過程是透過怎樣的一個運作機制來進行？理由是在於他們之間彼此有一種共同的符碼來成為互相指涉的標的，而這個標的就是把「生命」變成是一種「商標」，把海濤法師視為是一個比較核心的共同焦點，使得大家一看到生命志業體就想到生命電視台，看到生命電視台就想到海濤法師，這樣生命電視台就發展出他的獨特推廣模式。相較之下，到目前為止佛衛電視台的心田法師在整個電視台經營方面，是屬於幕後監督者的角色，行事風格相當低調，所以一般信眾不會把其志業體與電視台做聯想，因此在推廣上，佛衛慈悲台與生命電視台比起來，似乎是比較缺少一點推廣效果。

不僅如此，我們可以很容易發現生命電視台在推廣的手法及推廣的複雜度上也似乎都比佛衛慈悲台來得多元，這個原因或許我們可以從佛衛電視台是以守成的經營定位，而生命電視台則是以積極向外擴展的經營理念來做他們之所以會如此的合理想像。也就是說，佛衛慈悲台並不想把業務範圍擴大，所以並沒有太積

極地去做推廣，營運上只要過得去就好，而生命電視台的海濤法師則認為，「因為我比較晚接觸到佛教，所以我會想，如何讓佛法很快的推銷出去，讓人家知道。」²⁴⁰這使得海濤法師會想要結合各種其在未出家前的商場經驗及社會歷練，不斷開創各種新型式的傳教推廣手法，以盡量接近各階層的潛在信眾。

綜合以上所論，這兩家電視台在推廣上的相同與相異之處，大致可整理為下面幾點，相同點有：(1) 兩家電視台在行銷推廣工具的使用上，廣度都相當的廣，都涵蓋了一般商業行銷的使用工具，但對於每項工具的使用，生命電視台的複雜度是比佛衛高；(2) 生命有把電視台與創辦人塑造成一種商標來推廣的模式，電視節目的規劃有大量的海濤法師講經說法時段，並在電視及月刊上報導生命各志業體動態。佛衛則沒有，佛衛定位自己是一個佛教平台，透過與佛教場域內人士接觸，來產生推廣網絡；(3) 生命電視台透過各種週邊志業來做彼此互相推廣的網絡，佛衛在這方面則屬構思階段，尚未進行；(4) 佛衛電視台透過節目的差異性，標榜高品質的講經說法節目來做為其產品特色並運行推廣，而生命電視台則以「生命關懷」做為其推廣特色。

²⁴⁰ 海濤法師訪談記錄（2007.08.30）。

第六章 結論

幾年前，電視上相繼出現佛教電視頻道的播出，一家接一家的電視台相繼成立，一個個新面孔法師的講經弘法，一時之間，想要好好靜下心來聆聽法師開示的我，不知從何選擇，這麼多佛教電視台，要選擇哪一台？這麼多法師，我要選擇哪一位？這不禁讓筆者好奇的想瞭解，佛教電視台，是怎麼的一個掘起因緣，為什麼會有那麼多佛教電視台在台灣出現？而這麼多電視台，他們又是如何來吸引我的目光？在這個前提下，我開始研究宗教市場與宗教行銷。經過研究之後才發現，宗教團體的努力宗教行銷才是自由開放的宗教市場中，帶動市場發展的關鍵因素，台灣的宗教發展，恰好是在這個脈絡下發展成形的。

對於宗教行銷概念，本研究所得到的幾點結論是：一、宗教行銷主要是在做理念的行銷及知識的行銷，為的是個人靈性上的提升，是要讓每個人能有更多的機會參與接觸宗教，以提昇個人的宗教修行。二、宗教行銷的核心思維是其背後的宗教特質，也就是超越界想像，其有別於所有世俗界想像的商業行銷及非營利行銷範疇。宗教行銷為的不是利潤的增加，而是信徒宗教投入程度的增加。

對於宗教行銷個案的討論，本研究礙於研究的結構性限制，無法提供大量研究個案進行分析討論，在此只能選擇性的選取兩家佛教電視台個案，進行個案研究分析討論，研究成果，可從兩家電視台的「經營理念」及「行銷組合規劃」的結果比較得知，其中「經營理念」的討論，所涵蓋的是行銷規劃中的內部環境分析、行銷目標訂定、目標市場及產品定位的討論。關於兩電視台團體在「經營理念」方面的差異是：

一、心田法師的佛衛電視台是以佛法教義宣揚為主要導向的經營理念，是一種專業化的經營模式，以佛法專業來從事電視台經營，經費的籌募是為了維持電視台的運作，並不會有太多的活動設計以增加營餘擴大相關週邊志業。而海濤法師則是以多角化的經營模式來規劃其志業，以通俗化的開示接近各地區

信眾，並且透過創造許多活動的因緣，讓更多人來接觸佛教，哪邊有可度之人就往哪邊走。試著往沒人去過的地方走，或許那邊就可能有傳播佛教的因緣，活動多就可能造成信眾多，信眾多，也容易造成捐獻多，捐獻多就又可以擴大志業體，這樣不斷的擴大發展，也是促進佛教發展一種可行的途徑，這點與佛衛的作法是有很大的差異。

二、因為佛衛電視台的經營者是屬於在家人身份，資金的籌募不若佛教出家法師可以接受護持供養，而電視台又堅持不經營廣告，資金取得不易，所以電視台方面是可以透過在家信徒成立有價結緣品販售來籌募資金的正當性及合理性。而生命電視台，則是由出家法師在經營主導，所以不方便做買賣，不方便有有價結緣品的設置。

三、生命電視台比較是以宣揚海濤法師個人所認為的正當性佛法，並且大部份的講經說法時段主要是以海濤法師為中心，而佛衛電視台基本上，是把自己定位在一個中介平台上，讓每位有志弘法的法師都有機會上電視講經，心田法師並沒有特意的去把它經營為個人的弘法平台。而生命電視台則有試圖讓電視閱聽眾成為佛教信徒的努力，其在各地區成立講堂、中心，那是屬於一種類似分別院形式的佛教道場，並在各中心放置海濤法師志業體—「中華印經協會」所發行助印的各種優良免費結緣品，讓閱聽眾或是一般民眾有機會接觸到中心，並在各講堂舉辦各種活動及法會，以使來的人有可能成為生命道場的信徒，實踐海濤法師所推行的佛教實踐方法，如放生、煙供、施食、點燈等等的法會。

以上是有關進入行銷工作（4P）前的前置分析，而真正要進入到行銷工作的核心內容討論部份，則是要到下一部份。接下來，就是筆者將這兩家電視台在行銷工作—4P 行銷組合進行時所產生的一些異同點，分析整理如下表 6.1：

行銷組合	相同點	相異點	
		佛衛電視台	生命電視台
產品	1. 弘法教育為主要節目規劃。	1. 服務各佛教道場為主要產品設計。	1. 以生命關懷為主要產品設計理念。
	2. 講經節目的主持法師都以來自非體系內部之各界法師為主。	2. 偏重經典開示的節目。	2. 偏重通俗開示。
	3. 兩家電視台同樣堅持以佛法意義為主要傳遞訊息，不播放像世俗戲劇類的節目。	3. 沒有以任何法師為電視台主要節目主持人。	3. 以海濤法師為主要節目主持人。
	4. 不提供廠商做商業廣告服務。	4. 不會因為想擴張組織而不斷開發週邊產品。	4. 會不斷開發週邊產品，以不斷擴大組織及擴張服務群眾。
	5. 注重佛教形象的產品包裝，任何破壞佛教形象的節目都嚴格把關，不與播出。	5. 週邊產品多屬機動性及變化性比較高的屬性。	5. 週邊產品設計的內涵一致性比較高，都是與海濤法師的「生命關懷」理念相呼應。
訂價	1. 兩者皆認知自己為一種傳遞佛法的服務廠家，將資源視為是取之十方用之十方的媒介。 2. 兩家電視台都認為，不需靠訂價策略才能獲得資源加以維繫生存，而相信只要努力做事，就會有一種超越界存有的宗教力量來使其度過錢關。	1. 佛衛有許多權變的有價結緣訂價策略，其訂價是以維持電視台的經營成本為訂價考量。	1. 堅持不買賣，以擴展各方面的結緣活動，來產製附加價值的資源。

通路	都是以電視、網路為主的虛擬通路規劃，而其本身在某種意義下也屬於通路廠家。	1. 有佛教精品的網路購物通路	1. 從網路平台提供免費影音及書籍下載。
		2. 人員直接銷售通路是以提供專業拍攝的服務為主。	2. 人員直接銷售的通路特色是以通俗佛法傳遞為主要產品。
		3. 電視台方面的實體通路不多。	3. 設立許多海內外據點為實體通路。
		4. 電視台與心田法師志業體之間彼此獨立。	4. 電視台與志業體的整個性高，彼此間形成「互為通路」的通路型態。
推廣	1. 透過傳播媒體、廣告、人員直接銷售、直效行銷、公共關係以及任何形式的結緣品發放做為推廣工具。 2. 由於產品的取得很多時候是免付費的，所以有時會有推廣工具同時也是通路的情形發生。	1. 把自己定位成一個開放平台，透過與佛教場域內各界人士接觸，來產生推廣網絡。	1. 透過把電視台與創辦人結合變成一種商標做為推廣策略。
		2. 佛衛想透過週邊志業來做推廣網絡的規劃尚屬構思階段。	2. 生命電視台透過各種週邊志業來做彼此互相推廣的網絡。
		3. 佛衛透過節目的差異性，標榜高品質的講經說法節目來做為其產品特色並做推廣。	3. 生命則以「生命關懷」做為其推廣特色。

表 6.1 兩電視台志業體行銷組合同異點

從這當中可瞭解到兩家電視台宗教行銷的幾點異同點，其中相同點的特徵，可視為是佛教電視台場域的共通特性，而相異點的部份，則是當做進一步瞭解這兩家電視台在行銷運用上的優劣勢分析討論，以下就是本論文對其做的分析討論結果：

一、產品

(一) 佛衛服務各道場的做法，不分山頭、教派，確實是為整個佛教的發展做出很大貢獻，這樣不僅可以增加各道場的曝光率，使許多法師得以有機會透過電視台的大眾傳媒對有緣的信眾宣教，而且也能藉由講經說法的機會培育佛教僧眾的說法能力，其做法實仍嘉惠佛教整體的一個良好表現。而生命電視台，以標榜單位本身的「生命關懷」理念特色，定位明確，目標市場鮮明，為發展宗教團體組織行銷的一個很好例子，而這點也是其產品差異化的特色所在，鎖定某類產品、鎖定某類顧客群，把有限的資源集中於特定宗教產品的行銷上，這對於發展組織內部的幅源是屬較理想型的模式。

(二) 佛衛注重佛教經典的開示，側重信徒經典理解程度的提昇，以及佛教經典的傳播，這樣一來可保有原來佛教經典較原始風味的呈現，也可提昇整體佛教的質素，較不易使佛教流於形式，只偏重在外在儀式或活動的參與而不投入佛教教義或內在佛法精神的提昇。生命電視台則較側重通俗佛法的開示，擅長接納一般普羅大眾信徒，以簡單、通俗、一般化的語言，把佛教的精神轉化為較現代化的型式、語言，讓更多一般大眾容易吸收，這點也確實比較有行銷學中以消費者為導向的意涵。

(三) 佛衛在講經法師的延攬上，其做法是以一個開放式的接受自我推薦方式，接受各種不同的可能，任何法師可依個人才學及意願上電視台講經，但同時電視台方面也會主動延攬各界才學兼備的法師上台說法，其中並沒有標榜以任何駐台法師為主要節目主持人的做法，這種做法可廣納各界聲音，讓信徒有機會聽到來自各界不同的說法，也可讓不同偏好的信徒可在電視上找到他們喜好的佛法，這種做法可以說是以產品的廣度為主要號召。而生命電視台則是以深度為其產品規劃特色，生命電視台是以海濤法師的說法為主，以佛教生命關懷的理念為訴求，這樣的做法，可做到對於某類產品的精深，也能夠對於個人的魅力行銷，盡其可能的發揮到完善地步。

(四) 佛衛電視台的經營業務是以電視台為主，較少開發其它週邊產品或是跨足其它領域的多角化垂直與水平整合，這可看出其對於電視台經營的「成長」並沒有太在意，目標僅以維持電視台的基本運作為主要目標。如此的做法，長期下來，其閱聽眾可能容易流失，節目較無新型態的供應，也沒有新產品可供取得，對於既有觀眾的維持容易出現潛在危機。而另一家生命電視台則不同，其電視台的運作範圍是相對的比較廣，不僅僅提供電視台的節目產品，而且還提供了以電視台為主導所結合的週邊志業體，可以說是一種較具有媒體結合產業（宗教）發展的典型模式。其優點是使宗教團體的發展迅速透過科技媒體的運用行銷到各地，甚至是全世界，從電視台宣揚理念，再由各處據點凝聚信眾，進而從各據點提供宗教活動或產品。這樣的整合，可說是一種組織擴張成長及增加資源的有利模式，否則電視台可能只是一個傳播訊息或知識的通路罷了。雖說宗教團體並不以營利為目的，增加資源可能沒有其必要性，不過藉著資源的增加來從事更多佛教推廣事業及招攬信眾的工作，這也是一個很好的傳教模式。

二、訂價

佛衛電視台考慮以一些權變的方式，機動性頗高的產品，不管是有形貨物或無形服務，訂定一個結緣價格，來做為其維持電視台經營成本開銷的資金來源。這種方式是許多宗教團體在面臨運作危機時所可能考慮的普遍方式，尤其在所面對的是一個龐大開銷的電視台機構，進出市場的門檻非常高，要放棄經營很可惜，但要繼續經營又所耗甚鉅。在沒有廣告收入與財團支持及廣大信眾資源的情況下，資金的來源很容易出現問題，因此把電視台交由一位以在家身份為主場的經理人來主導經營，推出一些有價結緣品的產品供應，這也不失是一個很好的佛教組織管理對策。但若站在一個佛教不買賣嚴格立場的角度來看，這樣的方式或許是稍稍招人詬病，海濤法師就是一位對這方面非常苛求的電視台經營管理者，他堅持不買賣，要求的是每位護持者發自內心的認同及捐獻，所以他的資金來源方式是努力去爭求信徒的認同及肯定，肯定他的電視台，肯定電視台所辦的所有活動，

因而對電視台奉獻出一己的心力。這可說是一種幾近完美的理想概念，也是一種值得稱許的堅持，這在早期的傳統非資本主義社會底下，或許是很容易行得通的理想，但在現今這個資本主義潮流的台灣社會環境底下，甚至是在許多非佛教國家的地區，想要以這種靠認同捐獻的模式來維持組織發展，其可行性是叫人堪慮的。

三、通路

宗教產品其中有一種很重要且特別的項目，就是以宗教教義的內容為所提供的產品，它屬於知識性產品的一種，這兩家電視台在這類宗教教義產品的選擇通路上，所規劃的差異並不大，主要都是以電視台、網路等虛擬通路為主要通路。但除了這項教義產品以外，若要將其它產品一并考慮進來，則兩家電視台的行銷通路就有一些差異了，其中有一點是兩家電視台通路最大的差異所在，就是生命電視台比佛衛電視台除了同樣擁有電視台等虛擬通路外，還多了許多實體通路的規劃，其範圍含蓋到海內外許多地區的一百多個據點。這樣的通路規劃，優點是為了解宗教信徒對電視台所提供宗教教義知識的「知」，可以落實到實際實踐的「行」，生命電視台的生命講堂及佛陀教育中心就是為此目的而營造設計出來的一種空間氛圍。如此才可藉由從電視台所吸收來的閱聽眾進而轉化為佛教信眾，或者是讓生命電視台所訴求的理念，如放生、救狗、護生、火供等活動，可以讓人有付諸實踐的可能。

四、推廣

推廣主要的目的是要將產品訊息傳遞給可能的消費者，或是藉由某些方式、途徑來刺激消費。在這方面的規劃，佛衛是以透過與佛教界各方人士的接觸，以編織其關係網絡並同時達到推廣效果，另外其更以提供優良講經節目內容做為其維持良好品牌形象的訴求，而這也是其推廣手法的特色所在。這樣的推廣優點是，這種推廣方式可以與各界人士結下善緣，並且比較不容易得罪顧客群，最起碼較

不會讓人產生不良印象，但其實這樣的推廣方式算是比較消極的做法。這相較於生命電視台透過成立各種週邊志業體：生命基金會、佛陀教育中心、中華印經協會、中華護生協會、台灣救狗協會、懷海教育基金會等等的推廣策略，是屬於相對消極的。生命在這方面的努力可見其廣度及積極程度都屬比較具有活力的一方，其所推廣的效果就是讓生命志業體很快的成長到頗具知名度的台灣佛教大團體，並在海內外不到十年的時間就成立了一百多家通路據點。但這樣的成果是要付出相當代價的，不管是在人力、財力、物力、心力的投入上都要比一般還人要多更多。

以上是兩家電視台在宗教行銷工作上的一些比較優勢差異所在，若就整個台灣佛教場域上的行銷觀察，筆者認為台灣佛教團體在行銷上的執行比較缺乏分工跟整合的努力，這點不若商業市場來得強，由於行銷的專業上，宗教人士的能力往往比不上社會專業人士，所以想要做好行銷，對宗教人士而言是有其侷限性。商業領域中有所謂的行銷顧問公司，是一種專業分工的理想模式，專業會產生知識經驗的累積，對行銷的執行會有很大的加分效果。而像當前的佛教環境，沒有一個統一領導的教會來做宣教統籌規劃跟執行，也沒有一個像行銷顧問公司這樣的專業宗教行銷機構來供宗教團體行銷諮詢，各團體各自閉門造車，各做各的，如此對佛教的發展是比較有損失，這會造成佛教資源及行銷資源的浪費。如佛教有些大團體，在國內外各地設立分院，但也許因為沒有經過事前的審慎行銷評估，毅然在各地設立通路據點，等運作以後，才發現經營不易，屆時再做撤櫃拆遷，這樣的結果，容易造成佛教資源的浪費並且會招來捐款信眾的非議，影響佛教形象。

但也許依目前的情況，想要求有一個權威的中央領導型佛教會或是宗教行銷顧問公司，是無濟於事的，現階段所能做的，或許可以朝策略聯盟或者試圖與商業行銷顧問公司合作的方式進行，以佛教電視台為例，目前國內有六家電視台，播出時段相當多，重播節目或是相同法師在不同電視台出現的機率也並非沒有，

每家電視台有 24 小時的播出時段，每家電視台每個月又要支付給衛星或有線業者使用及鉅額上架費，如此一來，一個六家共享佛教電視資源的美景，到後來可能都要變成鷸蚌相爭，漁人得利了！再說六家佛教電視台的傳教效果，也不一定比一家電視台的傳教效果來得好，如果只有一家電視台，每位閱聽人都只會看同一家電視台，每家電視台想播的節目都有可能被觀眾看到，每個節目都是從各家電視台精選挑出的菁華，不重播，不隨便播，這樣的佛教電視台品質，就有很大的提昇空間。在電視台經營管理上，也可將每家電視台的優秀人才齊聚一堂，共商行銷策略，對於支付衛星及有線電視的上架費，又可因電視台是獨一無二且品質優良的佛教頻道，可以與衛星及有線電視業者議價，降低費用，這些都是策略聯盟的優勢所在。這不也就是宗教人士所希望看到的和諧、成長、省事又有效率的電視台場域氛圍嗎。

綜合以上，本論文所得出的宗教行銷結論，與一般商業行銷所存在的最大差異點，應可歸結為「超越界想像」的特質。誠如 Philip Kotler 對行銷活動所做的經營哲學區分—生產導向、產品導向、銷售導向、行銷導向、社會行銷導向，或是另外加上傅篤誠所提出的文化導向²⁴¹行銷哲學，筆者在此想要進一步另外提出一種「宗教行銷」的行銷哲學—「超越界導向」，宗教行銷不應只是隸屬於上面六種行銷哲學中的一種，其應該是有獨立於上述哲學的其它特質，也就是超越性特質，而這個特質，若依「聖與俗」的世界區分法來看，它還甚至是與上述六種哲學間有很大的差異性。這樣的概念是把行銷的活動帶進超越性的精神意涵來，最終目的是希望把所有人都帶進到超越界的境界層次中，讓整個社會昇華為真善美的神聖社會。

依本研究的行銷個案看，不管是佛衛電視台或者是生命電視台這兩個佛教團體，其在產品行銷組合的規劃上，都強調以弘法教育為主、不播放世俗戲劇類的

²⁴¹ 參考傅篤誠，2003，《非營利事業行銷管理》，嘉義：中華非營利組織管理學會，頁 20-21。

節目、不提供做商業廣告服務及嚴格把關任何可能破壞佛教形象的節目，這些都顯示它們有上述超越界導向的特質在其中。而有關訂價方面的行銷觀念，兩團體都盡量避免為獲利而訂價，講求福報、隨緣的三世因果觀，認為該來的會來，不該來的求不來，只要努力做對的事，一切都會有佛菩薩的安排，這也是一種超越界想像的特質。最後有關通路及推廣，兩家電視台在這方面工作的人員甄選上，都必須考慮到其宗教認同性，這也都是超越性思考的考量。以上的討論都再再說明了，宗教行銷是有不同於一般商業行銷或世俗社會行銷的超越性特質，每個宗教團體都必定離不開這個超越性特質的原則，而這點也就是為什麼本論文在討論到宗教團體的行銷活動時，有必要另闢一「宗教行銷」新領域專為討論的關鍵性原因所在。

參考書目

中文專書

太虛大師著

1996 《太虛大師自傳》，台北：福智之聲。

太虛大師編纂委員會編

1980 《太虛大師全書》，17 冊，台北：善導寺佛經流通處。

1980 《太虛大師全書》，29 冊，台北：善導寺佛經流通處。

1980 《太虛大師全書》，3 冊，台北：善導寺佛經流通處。

方立夫主編

2001 《中國佛教簡史》，北京：宗教文化出版社。

王曉朝

2004 《宗教學基礎十五講》，北京：北京大學出版社。

生命電視台編輯小組編著

2008 《海濤法師的弘法悲願》，宜蘭：生命電視台。

印順

1992 《佛在人間》，台北：正聞。

江燦騰

1992 《臺灣佛教與現代社會》，台北：東大。

1996 《台灣佛教百年史之研究》，台北：南天。

2000 《台灣當代佛教》，台北：南天。

江燦騰、龔鵬程主編

1994 《台灣佛教的歷史與文化》，台北：靈鷲山般若文教基金會。

佛陀教育中心編輯組編

2001 《修行筆記》，台北：佛陀教育中心。

吳汝鈞

1995 《中國佛學的現代詮釋》（初版），台北：文津。

妙法月刊雜誌社編

1993a 《新營妙法禪寺傳授護國三壇大戒會同戒錄》，台南：妙法禪寺。

1997b 《新營妙法禪寺傳授第二屆護國三壇大戒會同戒錄》，台南：妙法禪寺。

2001c 《新營妙法禪寺傳授第三屆護國三壇大戒會同戒錄》，台南：妙法禪寺。

2004d 《新營妙法禪寺傳授第四屆護國三壇大戒會同戒錄》，台南：妙法禪寺。

2007e 《新營妙法禪寺傳授第五屆護國三壇大戒會同戒錄》，台南：妙法禪寺。

宋光宇

1995 《宗教與社會》，台北：東大。

宏印法師

1996 《佛教人間關懷的向度》，台北：佛教青年文教基金會。

李政隆

2001 《台灣基督教史》，台北：天恩。

汪琪、鐘蔚文

1988 《第二代媒介—傳播革命之後》，台北：東華。

邢福泉

1981 《台灣的佛教與佛寺》，台北：台灣商務。

林本炫

1994 《台灣的政教衝突》，台北：稻鄉。

林治平編撰

1996 《全人關懷：二十一世紀宣教的再思》，台北：財團法人基督教宇宙光傳播中心。

邱敏捷

2000 《印順導師的佛教思想》，台北：法界。

金澤

2001 《宗教人類學導論》，北京：宗教文化出版社。

星雲大師編

1995 《佛教叢書之十一人間佛教》，高雄：佛光山。

洪平峰

1999 《電視事業經營管理概論》，台北：亞太。

洪金蓮

1999 《太虛大師佛教現代化之研究》，台北：法鼓文化。

海濤法師編

2009a 《慈悲的音聲—海濤法師演講集(3)》，宜蘭：生命電視中華護生協會。

海濤法師編

2009b 《智愛慈悲柔—海濤法師演講集》，宜蘭：生命電視中華護生協會。

耿筠

2005 《行銷管理—理論與架構》，台北：華泰。

高賢治編

1995 《臺灣宗教》，台北：眾文圖書公司。

張珣、江燦騰編

2004 《當代台灣宗教研究導論》，北京：宗教文化出版社。

張曼濤編

1979 《中國佛教史論集》，台北：大乘文化。

張清溪等著

1987a 《經濟學理論與實際》（上冊），台北：雙葉書廊。

1991b 《經濟學理論與實際》（上冊），台北：雙葉書廊。

2002c 《經濟學》，台北：張清溪出版。

梁湘潤、黃宏介

1995 《台灣佛教史》，台北：行卯出版社。

莊耀嘉編譯

2004 《馬斯洛》，台北，桂冠。

野上俊靜等著，釋聖嚴譯

1993 《中國佛教史概說》，台北：台灣商務。

陳昭郎

1992 《傳播社會學》，台北，黎明文化。

陳玲蓉

1992 《日據時期神道統治下的台灣宗教政策》，台北：自立晚報社。

陳義彥等著

2001 《民意調查》，台北：五南。

陳德光等著

2000 《宗教交談》，台北：五南。

陳麟書、袁業愚主編

1992 《宗教社會學通論》，成都：四川大學。

陳麟書主編

1996 《宗教觀的歷史、理論、現實》，成都：四川大學。

章英華、傅仰止主編

2005 《台灣社會變遷基本調查計畫第四期第五次調查計畫執行報告》，台北：
中央研究院社會學研究所

章英華編

2000 《臺灣地區社會變遷基本調查計畫第三期第五次調查計畫執行報告》，
台北：中央研究院社會學研究所

傅篤誠

2003 《非營利事業行銷管理》，嘉義：中華非營利組織管理學會。

曾光華

2006 《行銷管理：理論解析與實務應用》，台北：前程。

游進忠

1994 《日本都會型有線電視經營現況—以東京、大阪為例》，台北：行政院
所屬各機關因公出國人員出國報告書。

程予誠

2003 《網際傳播：對網路、人、組織未來的影響》，台北：五南。

傳道法師

2001 《印順導師與人間佛教》，台南：佛教文獻基金會。

慈濟文化志業中心編

1996 《萬朵心蓮開滿人間》，台北：慈濟文化。

楊東川

1981 《宣教學原理》，香港：天道書樓。

楊東震編著

2005 《非營利事業行銷》，臺北：新文京開發。

楊曾文

1994 《佛教的起源》，高雄：佛光出版社。

楊碧川

1988 《臺灣歷史年表》，台北：自立報系文化出版部。

劉幼琍、陳清河著

1998 《有線電視》，台北：國立空中大學。

鄭志明主編

2000 《宗教與非營利事業》，嘉義：南華大學宗教中心。

瞿海源

1994 《臺灣地區社會變遷基本調查計畫第二期第五次調查計畫執行報告》，
中央研究院社會學研究所。

瞿海源、王振寰主編

2003 《社會學與台灣社會》，台北：巨流。

關紹箕著

2006 《宗教傳播學》，台北：輔仁大學文學院新聞傳播學系。

釋聖嚴

1997 《人間淨土》，台北：法鼓文化。

闕正宗

2004 《重讀台灣佛教·戰後臺灣佛教·正編》，台北：大千。

學位論文

邵正宏

- 2001 《非營利電視台之行銷策略研究—以慈濟大愛與好消息頻道為例》，台北：台灣師範大學大眾傳播研究所碩士論文。

徐政嘉

- 2002 《台灣區佛教團體圖書行銷通路與效益研究》，嘉義：南華大學出版學研究所碩士論文。

畢盈

- 2002 《台灣地區佛教信眾電視宗教頻道收視行為調查》，嘉義：南華大學傳播管理研究所碩論。

許良福

- 1999 《非營利組織策略性行銷之研究：以慈濟功德會為例》，台北：東吳大學企業管理學系碩士論文。

許怡真

- 2006 《宗教市場中的新興宗教—以山達基教會為例》，政治大學宗教研究所碩士論文。

許智偉

- 2007 《放生與宗教團體的發展—以中華護生協會為例》，嘉義：南華大學社會學研究所碩士論文。

許榮達

1988 《理念行銷策略之研究：台北區基督教會實例》，中壢：中原大學企業管理研究所碩士論文。

陳宜樺

2007 《現代化宗教與青年：佛教團體青年組織發展之比較》，政治大學宗教研究所碩士論文。

黃敬涵

2006 《非營利組織行銷策略之研究—以法鼓山推廣心靈環保理念為例》，台北：東吳大學企業管理學系碩士論文。

黃嘉斌

1992 《非營利事業行銷：以高雄市天主教為例初探》，高雄：中山大學企業管理研究所碩士論文。

劉孝煦

1996 《臺灣地區衛星電視頻道業者事業策略與行銷作為之研究》，台北：中國文化大學新聞研究所碩論。

中文期刊、單篇文章

心田法師

1962a 〈弘法日記（1）〉《中國佛教》，7（7）：22-23。

1963b 〈弘法日記（2）〉《中國佛教》，7（11）：22-23。

1963c 〈弘法日記（3）〉《中國佛教》，7（12）：22-24。

1963d 〈戒壇隨筆〉《中國佛教》，7（10）：21-22。

王順民

- 2001 〈宗教與社會福利的會通—有關佛教人間化的社會性實踐試析〉《當代臺灣地區宗教類非營利組織的轉型與發展》，台北：洪葉文化。

白聖講述，釋明濬記

- 1956 〈佛法的行解相應〉《中國佛教》，1（4）。

印順

- 1995 〈契理契機的人間佛教〉《華雨選集》，台北：正聞。

牟宗三

- 1973 〈佛家體用義之衡定〉《心體與性體》第一冊附錄，台北：正宗。

林本炫

- 1999 〈社會網絡在個人宗教信仰變遷中的作用〉《思與言》，37（2）。

邱敏捷

- 2005 〈當代人間佛教的爭辯——記數年前的一場大風暴始末〉《當代》215期。

梁斐文

- 2005 〈宗教型非營利組織行銷策略研究—以慈濟功德會為例〉《社區發展季刊》，112期：206-216。

陳美華

2002a 個人、歷史與宗教：太虛大師、「人生佛教」與其思想源流〉《思與言》，40（2）：215-260。

2002b 〈個人、歷史與宗教：印順法師、「人間佛教」與其思想源流〉《中華佛學學報》，15 期：427-456。

陳淑娟

2007 〈靈性非宗教、轉化非救贖：對台灣新時代運動靈性觀的社會學考察〉《臺灣宗教研究》，6（1）：57-112。

陳瑞貴

1990 〈傳播革命對臺灣宗教行為的影響及其可能的發展〉，「雲南中國文化海峽兩岸學術研討會」論文集。

項退結

1984 〈對宗教哲學的緒言〉《哲學與文化》，11（3）。

趙星光

2002 〈宗教市場與宗教變遷：台灣人移民社區的個案研究〉，「宗教與社區研討會」論文集，台中：東海大學。

齊偉先

2007 〈儀式、宗教場域與宗教市場〉，收錄於周平、齊偉先編《宗教與社會的世界圖像》，嘉義：南華大學教社所，頁 121-138。

樓宇烈

1996 〈太虛大師小傳〉，收錄於劉夢溪主編，樓宇烈、周學農編校《中國現代學術經典：太虛卷》，河北：教育出版社。

鄭志明

2006 〈宗教組織的現代化與對治現代化〉《文明探索》，44 卷。

魏道儒

2004 〈關於印順長老「人間佛教」理論的幾點思考〉，收錄於李志夫發行，
《「印順長老與人間佛教」海峽兩岸學術研討會論文集》，高雄：佛
光山文基金會等。

魏德東

2005 〈從經濟學角度看宗教〉《世界宗教文化》，01 期。

釋印彬

2008 〈功在僧制與僧學—白聖法師辦學與結夏初探〉，「台灣佛教發展人間
行者學術研討會」論文集，高雄：台灣淨覺僧伽大學。

釋聖嚴

1995a 〈印順導師的人間淨土〉《人生》，141 期。

1999b 〈人間佛教的人間淨土〉《中華佛學研究》，3 期。

中譯外文專書

Amartya Sen 著，劉楚俊譯

2000 《倫理與經濟》，台北：聯經。

André Lefebvre 著，若水譯

1992 《超個人心理學：心理學的新典範》，台北：桂冠。

Brian Morris 著，張慧端譯

1996 《宗教人類學導讀》(*Anthropological Studies of Religion An Introduction Text*)，台北：國立編譯館出版。

Frances Cairncross 著，黃喻麟譯

1999 《地球零距離》(*The Death of Distance: How the Communications Revolution Will Change Our Lives, 1997*)，台北：新新聞文化。

John Hick 著，王志成譯

2003 《宗教之解釋：人類對超越者的回應》，成都：四川人民出版社。

J. Herbert Kane (賈禮榮) 原著，黃彼得編譯

1999a 《宣教學概論：宣教聖工之基本認識，》(上册)，台北：台灣中國信徒佈道會。

2002b 《宣教學概論：宣教聖工之基本認識，》(下册)，台北：台灣中國信徒佈道會。

J. Herbert Kane (賈禮榮) 原著，黃彼得譯

1982a 《今日與明日的宣教事業：宣教策略的探討》，印尼：東南亞聖道神學院 (*SOUTH EAST ASIA BIBLE SEMINARY*)。

1979b 《基督教宣教史略：從五旬節到今代宣教概覽》，印尼：東南亞聖道神學院。

2002c 《宣教學概論(下)－宣教與文化》(*Understanding Christian Mission*)，台北：台灣中國信徒佈道會。

Max Webber 著，于曉、陳維綱等譯

2006 《新教倫理與資本主義精神》(*Die protestantische Ethic und der Geist des Kapitalismus*)，西安：陝西師範大學。

Paul Knitter 著，王志成譯

2003 《宗教對話模式》(*Introducing Theologies of Religions*)，北京：中國人民大學。

Peter L. Berger 著，蕭羨一譯

2003 《神聖的帷幕》(*The Sacred Canopy, 1967*)，台北市：商周。

Peter L. Berger 編著，李駿康譯

2005 《世界的非世俗化：復興的宗教及全球政治》(*The Desecularization of the World : Resurgent Religion and World Politics*)，上海：上海古籍。

Philip Kotler and Alan R. Anderasen 著，張在山譯

1991 《非營利事業的策略性行銷》 (*Strategic marketing for nonprofit organizations*)，台北：授學。

Philip Kotler 著，梁基岩譯

1986 《行銷學要義》，台北：曉園。

Philip Wilkinson and Douglas Charing 著，吳妍蓉譯

2006 《宗教百科全書》(*Encyclopedia of Religion*)，台北：貓頭鷹出版社。

Ranjit Kumar 著，潘中道等合譯

2000 《研究方法：步驟化學習指南》(*Research Methodology : a step by step guide for beginners*)，台北：學富文化。

Roberto Cipriani 著，Laura Ferrarotti 英譯，高師寧譯

2005 《宗教社會學史》(*Sociology of Religion : An Historical Introduction*) ,
北京：中國人民大學。

Rodney Stark & Roger Finke 著，楊鳳崗譯

2004 《信仰的法則—解釋宗教之人的方面》(*Acts of Faith : Eexplaining the
Human Side of Religion*) , 北京：中國人民大學。

西文文獻

Baldwin , T.E and McVoy,D.S.

1988 *Cable communication* ,NJ : Prentice Hall.

Becker , Gary S.

1976 *The Economic Approach to Human Behavior*. Chicago : University of
Chicago Press.

Bitner , Mary J. et al.

1994 *Critical Service Emcouater : The Employee's Viewpoint*. *Journal of the
Academy of Marketing Science*(58): 95-106.

Crawley , A.E.

1905 *The Tree of Life : A Study of Religion* , London : Hutchinson.

Durkheim , Emile

1965 *The Elementary Forms of Religious Life*. Translated by Joseph Ward
Swain. New York: Free Press.

Eliade , Mircea , translated from the French by Willard R. Trask

1987 *The sacred and the profane : the nature of religion*, San Diego ,Calif. :
Harcourt Brace Jovanovich.

Finke , Roger and Rodney Stark

1992 *The Churching of America*. New Brunswick, NJ:Rutgers University Press.

Iannaccone , Laurence R.

1991a The Consequences of Religious Market Structure:Adam Smith and the
Economics of Religion. *Rationality and Society* (2) : 156 -177.

1992b Religious Markets and the Economics of Religion.*Social Compass* 39(1) :
123-131.

1997c Rational Choice : Framework for the Scientific Study of Religion. In :
Edited by Lawrence A. Young, *Rational Choice Theory and Religion* ,
New York ,pp25-44.

Jones , Charles Brewer

1996a *Buddhism in Taiwan : An Historical Survey* , Thesis (Ph.D.) , University of
Virginia.

1999b *Buddhism in Taiwan : religion and the state, 1660-1990*. Honolulu :
University of Hawaii Press.

Kotler , Philip & Sidney J. Levy

1969 Broadening the Concept of Marketing . *Journal of Marketing* (33):10-15.

Lynn , Shostack G.

1987 Service Positioning through Structural change . *Journal of Marketing* , pp.34-43.

Müller , F. Max

1880 *Lectures on the Origin and Growth of Religion as Illustrated by the Religions of India . Deliverd in the Chapter House, Westminster Abbey , in April , May ,and June ,1878 .* London : Longmans Green.

Stark , Rodney

1997 Bringing Theory Back . In : Edited by Lawrence A. Young , *Rational Choice Theory and Religion* , New York ,pp3-24.

Stark , Rodney and Laurence R. Iannaccone and Roger Finke

1996 Religion, Science and Rationality. *American Economic Association Papers and Proceedings* , pp433-437.

Stevens , Robert E. et al.

2006 *Concise Encyclopedia of Church and Religious Organization Marketing* , New York : Haworth Press.

參考工具、參考網站

2005 《太虛大師全集》光牒版，新竹：印順文教基金會。

2006 《印順法師佛學著作集》光牒版，新竹：印順文教基金會。

中華印經協會 <http://www.sutra.org.tw/sutra/index.htm>

中華護生協會 <http://www.cpla.org.tw/>

生命電視台 <http://www.lifetv.org.tw/>

佛衛電視慈悲台 <http://www.bts.com.tw/>

附 錄

附錄一、台灣地區宗教信仰需求問卷調查

題號	問題	佛教社群人數	百分比	一般社群人數	百分比	總人數	百分比
基本資料							
1	受訪者性別：						
	1.男	188	33.8%	63	48.8%	251	36.6%
	2.女	366	65.8%	66	51.2%	432	63.1%
	未作答	2	0.4%	0	0.0%	2	0.3%
	小計	556	100.0%	129	100.0%	685	100.0%
2	受訪者的年齡：						
	1.20 歲以下	27	4.9%	8	6.2%	35	5.1%
	2.21-30 歲	48	8.6%	12	9.3%	60	8.8%
	3.31-40 歲	125	22.5%	41	31.8%	166	24.2%
	4.41-50 歲	185	33.3%	47	36.4%	232	33.9%
	5.51-60 歲	115	20.7%	16	12.4%	131	19.1%
	6.61-70 歲	39	7.0%	4	3.1%	43	6.3%
	7.71 歲以上	11	2.0%	1	0.8%	12	1.8%
	未作答	6	1.1%	0	0.0%	6	0.9%
小計	556	100.0%	129	100.0%	685	100.0%	
3	受訪者的居住地是：						
	1.台北	165	29.7%	9	7.0%	174	25.4%
	2.桃園	25	4.5%	4	3.1%	29	4.2%
	3.新竹	7	1.3%	0	0.0%	7	1.0%
	4.苗栗	2	0.4%	0	0.0%	2	0.3%
	5.台中	53	9.5%	5	3.9%	58	8.5%
	6.彰化	13	2.3%	3	2.3%	16	2.3%
	7.雲林	3	0.5%	3	2.3%	6	0.9%
	8.嘉義	82	14.7%	3	2.3%	85	12.4%
	9.台南	71	12.8%	3	2.3%	74	10.8%
	10.高雄	52	9.4%	79	61.2%	131	19.1%
	11.屏東	1	0.2%	2	1.6%	3	0.4%
	12.台東	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	13.其它	1	0.2%	0	0.0%	1	0.1%
	未作答	81	14.6%	18	14.0%	99	14.5%
小計	556	100.0%	129	100.0%	685	100.0%	
4	您的教育程度是：						
	1.無	7	1.3%	1	0.8%	8	1.2%
	2.小學	30	5.4%	5	3.9%	35	5.1%
	3.國(初)中	57	10.3%	5	3.9%	62	9.1%
	4.高中	62	11.2%	10	7.8%	72	10.5%
	5.高職	113	20.4%	12	9.3%	125	18.2%
	6.專科	117	21.1%	21	16.3%	138	20.1%
	7.二技、四技	29	5.2%	8	6.2%	37	5.4%
	8.大學	106	19.1%	37	28.7%	143	20.9%
	9.碩士	29	5.2%	25	19.4%	54	7.9%
	10.博士	1	0.2%	5	3.9%	6	0.9%
11.其他	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	

	未作答	4	0.7%	0	0.0%	5	0.7%	
	小計	555	100.0%	129	100.0%	685	100.0%	
5	您的職業別是：							
	1.農	1	0.2%	0	0.0%	1	0.1%	
	2.林	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	
	3.漁	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	
	4.牧	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	
	5.工	48	8.6%	20	15.5%	68	9.9%	
	6.商	74	13.3%	7	5.4%	81	11.8%	
	7.電子	18	3.2%	1	0.8%	19	2.8%	
	8.軍公教	68	12.3%	17	13.2%	85	12.4%	
	11.自由業	35	6.3%	8	6.2%	43	6.3%	
	12.服務業	105	18.9%	43	33.3%	148	21.6%	
	13.學生	39	7.0%	12	9.3%	51	7.4%	
	14.家庭主婦	105	18.9%	10	7.8%	115	16.8%	
	15.無	28	5.0%	3	2.3%	31	4.5%	
	16.其他	30	5.4%	4	3.1%	34	5.0%	
		未作答	4	0.7%	4	3.1%	9	1.3%
		小計	555	100.0%	129	100.0%	685	100.0%
6	您的職業性質是：							
	1.自己當老闆	41	7.4%	7	5.4%	48	7.0%	
	2.受僱員工	257	46.2%	90	69.8%	347	50.7%	
	3.在家幫忙事業	26	4.7%	2	1.6%	28	4.1%	
	4.自營	38	6.8%	2	1.6%	40	5.8%	
	5.學生、家庭主婦、無工作	166	29.9%	27	20.9%	193	28.2%	
		未作答	28	5.0%	1	0.8%	29	4.2%
		小計	556	100.0%	129	100.0%	685	100.0%
7	您的年收入大約多少？							
	1.25 萬以下	139	25.0%	33	25.6%	172	25.1%	
	2.25-50 萬	146	26.3%	27	20.9%	173	25.3%	
	3.50-100 萬	151	27.2%	52	40.3%	203	29.6%	
	4.100-200 萬	19	3.4%	12	9.3%	31	4.5%	
	5.200 萬以上	6	1.1%	0	0.0%	6	0.9%	
		未作答	95	17.1%	5	3.9%	100	14.6%
	小計	556	100.0%	129	100.0%	685	100.0%	
宗教態度								
8	您相信確實有天堂和地獄的存在嗎？							
	1.很相信	365	65.6%	60	46.5%	425	62.0%	
	2.有點信	158	28.4%	45	34.9%	203	29.6%	
	3.不太信	26	4.7%	16	12.4%	42	6.1%	
	4.很不相信	2	0.4%	7	5.4%	9	1.3%	
		未作答	5	0.9%	1	0.8%	6	0.9%
		小計	556	100.0%	129	100.0%	685	100.0%
9	您相信人死後靈魂仍然存在嗎？							
	1.很相信	338	60.8%	65	50.4%	403	58.8%	
	2.有點信	168	30.2%	44	34.1%	212	30.9%	
	3.不太信	23	4.1%	14	10.9%	37	5.4%	
	4.很不相信	3	0.5%	6	4.7%	9	1.3%	
		未作答	24	4.3%	0	0.0%	24	3.5%
	小計	556	100.0%	129	100.0%	685	100.0%	

10	您相信因果輪迴的說法嗎？						
	1.很相信	416	74.8%	75	58.1%	491	71.7%
	2.有點信	120	21.6%	39	30.2%	159	23.2%
	3.不太信	17	3.1%	11	8.5%	28	4.1%
	4.很不相信	2	0.4%	4	3.1%	6	0.9%
	未作答	1	0.2%	0	0.0%	1	0.1%
	小計	556	100.0%	129	100.0%	685	100.0%
11	您相信緣份是幾世前所決定的嗎？						
	1.很相信	308	55.4%	53	41.1%	361	52.7%
	2.有點信	204	36.7%	50	38.8%	254	37.1%
	3.不太信	33	5.9%	19	14.7%	52	7.6%
	4.很不相信	2	0.4%	6	4.7%	8	1.2%
	未作答	9	1.6%	1	0.8%	10	1.5%
	小計	556	100.0%	129	100.0%	685	100.0%
12	您相信娶錯妻、嫁錯郎都是前世欠的？						
	1.很相信	241	43.3%	36	27.9%	277	40.4%
	2.有點信	213	38.3%	48	37.2%	261	38.1%
	3.不太信	73	13.1%	28	21.7%	101	14.7%
	4.很不相信	16	2.9%	17	13.2%	33	4.8%
	未作答	13	2.3%	0	0.0%	13	1.9%
	小計	556	100.0%	129	100.0%	685	100.0%
13	您相信為子女做牛做馬都是上輩子欠的債嗎？						
	1.很相信	221	39.7%	33	25.6%	254	37.1%
	2.有點信	207	37.2%	41	31.8%	248	36.2%
	3.不太信	94	16.9%	40	31.0%	134	19.6%
	4.很不相信	18	3.2%	15	11.6%	33	4.8%
	未作答	16	2.9%	0	0.0%	16	2.3%
	小計	556	100.0%	129	100.0%	685	100.0%
14	您贊成只要自己肯努力，不一定要靠神的說法嗎？						
	1.很贊成	224	40.3%	39	30.2%	263	38.4%
	2.有點贊成	195	35.1%	56	43.4%	251	36.6%
	3.不太贊成	101	18.2%	28	21.7%	129	18.8%
	4.很不贊成	21	3.8%	5	3.9%	26	3.8%
	未作答	15	2.7%	1	0.8%	16	2.3%
	小計	556	100.0%	129	100.0%	685	100.0%
15	您贊成一個人為善、為惡會影響後代子孫的幸福嗎？						
	1.很贊成	376	67.6%	79	61.2%	455	66.4%
	2.有點贊成	141	25.4%	41	31.8%	182	26.6%
	3.不太贊成	27	4.9%	6	4.7%	33	4.8%
	4.很不贊成	3	0.5%	3	2.3%	6	0.9%
	未作答	9	1.6%	0	0.0%	9	1.3%
	小計	556	100.0%	129	100.0%	685	100.0%
個人的宗教行爲							
16	請問您有沒有在拜神、拜祖先？						
	1.有	505	90.8%	119	92.2%	624	91.1%
	2.沒有	43	7.7%	9	7.0%	52	7.6%
	未作答	8	1.4%	1	0.8%	9	1.3%
	小計	556	100.0%	129	100.0%	685	100.0%
17	您的親戚裡面有沒有宗教人士？(法師、道士、牧師、神父…等)。						
	1.有	142	25.5%	41	31.8%	183	26.7%
	2.沒有	384	69.1%	88	68.2%	472	68.9%
	未作答	30	5.4%	0	0.0%	30	4.4%
	小計	556	100.0%	129	100.0%	685	100.0%

18	請問您目前的宗教信仰是什麼？						
	1.無宗教信仰(跳至第35題)	28	5.0%	21	15.2%	49	7.0%
	2.佛教	444	79.0%	61	44.2%	505	72.1%
	2.1 淨土宗	93	21%	9	14.8%	102	20.2%
	2.2 禪宗	31	7%	4	6.6%	35	6.9%
	2.3 密宗	7	1.6%	2	3.3%	9	1.8%
	2.4 禪淨雙修	24	5.4%	5	8.2%	29	5.7%
	2.5 顯密兼修	37	8.3%	1	1.6%	38	7.5%
	2.6 信佛拜佛	130	29.3%	20	32.8%	150	29.7%
	2.7 其他	25	5.6%	0	0	25	5.0%
	2.8 未答宗派	97	21.8%	20	32.8%	117	23.2%
	3.道教	12	2.1%	13	9.4%	25	3.6%
	4.佛道雙修	35	6.2%	11	8.0%	46	6.6%
	5.民間信仰	8	1.4%	10	7.2%	18	2.6%
	6.齋教	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	7.鸞堂	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	8.慈惠堂	2	0.4%	0	0.0%	2	0.3%
	9.一貫道	9	1.6%	10	7.2%	19	2.7%
	10.三教合一	15	2.7%	3	2.2%	18	2.6%
	11.軒轅教	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	12.天主教	1	0.2%	2	1.4%	3	0.4%
	13.基督教	2	0.4%	3	2.2%	5	0.7%
	14.回教	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	15.不知道	0	0.0%	3	2.2%	3	0.4%
	16.其他	3	0.5%	0	0.0%	3	0.4%
	未作答	3	0.5%	1	0.7%	4	0.6%
	小計	562	100.0%	138	100.0%	700	100.0%
19	在以前呢，您信的是什麼宗教？						
	1.沒有信仰	62	11.4%	14	13.0%	76	11.7%
	2.和現在相同	88	16.2%	35	32.4%	123	18.9%
	3.佛教	106	19.6%	9	8.3%	115	17.7%
	4.道教	86	15.9%	10	9.3%	96	14.8%
	5.民間信仰	151	27.9%	28	25.9%	179	27.5%
	6.一貫道	15	2.8%	4	3.7%	19	2.9%
	7.軒轅教	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	8.天主教	5	0.9%	2	1.9%	7	1.1%
	9.回教	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	10.基督教	11	2.0%	2	1.9%	13	2.0%
	11.其他	2	0.4%	1	0.9%	3	0.5%
	未作答	16	3.0%	3	2.8%	19	2.9%
	小計	542	100.0%	108	100.0%	650	100.0%
20	您加入目前的這個宗教有沒有經過入教儀式？						
	1.沒有(至 22 題)	95	17.8%	47	43.1%	142	22.1%
	2.皈依(佛教)	399	74.7%	43	39.4%	442	68.7%
	3.傳三寶(一貫道)	21	3.9%	14	12.8%	35	5.4%
	4.印心	1	0.2%	0	0.0%	1	0.2%
	5.歸宗	1	0.2%	0	0.0%	1	0.2%
	6.受洗	4	0.7%	3	2.8%	7	1.1%
	7.拜師	4	0.7%	0	0.0%	4	0.6%
	8.其他	1	0.2%	0	0.0%	1	0.2%
	未作答	8	1.5%	2	1.8%	10	1.6%
	小計	534	100.0%	109	100.0%	643	100.0%
21	請問您入教皈依的原因是什麼？ (可複選)						

	1.跟父母信的	65	4.7%	16	10.1%	81	5.2%
	2.宗教人士介紹	43	3.1%	4	2.5%	47	3.0%
	3.親友熱心介紹	99	7.1%	10	6.3%	109	7.0%
	4.個人喜好	102	7.3%	17	10.8%	119	7.7%
	5.遇到挫折	39	2.8%	3	1.9%	42	2.7%
	6.家人亡故	33	2.4%	2	1.3%	35	2.3%
	7.感情婚姻問題	14	1.0%	2	1.3%	16	1.0%
	8.失業	1	0.1%	0	0.0%	1	0.1%
	9.出錢出力護持道場	31	2.2%	2	1.3%	33	2.1%
	10.尋求心理慰藉	33	2.4%	3	1.9%	36	2.3%
	11.尋求真理	92	6.6%	11	7.0%	103	6.7%
	12.尋求智慧	120	8.6%	12	7.6%	132	8.5%
	13.追求神通感應	4	0.3%	1	0.6%	5	0.3%
	14.了解生命意義	121	8.7%	15	9.5%	136	8.8%
	15.了解宗教	72	5.2%	9	5.7%	81	5.2%
	16.解脫煩惱	98	7.1%	12	7.6%	110	7.1%
	17.解決特殊困難	12	0.9%	1	0.6%	13	0.8%
	18.趨吉避凶	19	1.4%	1	0.6%	20	1.3%
	19.結識朋友	12	0.9%	0	0.0%	12	0.8%
	20.神佛感召	9	0.6%	0	0.0%	9	0.6%
	21.宗教領袖吸引	21	1.5%	1	0.6%	22	1.4%
	22.爲了來生安樂	41	3.0%	2	1.3%	43	2.8%
	23.修身養性	114	8.2%	7	4.4%	121	7.8%
	24.行善積德	96	6.9%	10	6.3%	106	6.9%
	25.嚮往過清閑的生活	27	1.9%	3	1.9%	30	1.9%
	26.尋求救贖或懺悔	43	3.1%	3	1.9%	46	3.0%
	27.看熱鬧	1	0.1%	1	0.6%	2	0.1%
	28.學才藝	1	0.1%	0	0.0%	1	0.1%
	29.其他	9	0.6%	4	2.5%	13	0.8%
	未作答	17	1.2%	6	3.8%	23	1.5%
	小計	1389	100.0%	158	100.0%	1547	100.0%
22	您認爲自己是不是一個虔誠的宗教信徒？						
	1.是	181	34.2%	32	29.6%	213	33.4%
	2.還算是	255	48.2%	36	33.3%	291	45.7%
	3.不是	42	7.9%	29	26.9%	71	11.1%
	4.不知道	12	2.3%	6	5.6%	18	2.8%
	未作答	39	7.4%	5	4.6%	44	6.9%
	小計	529	100.0%	108	100.0%	637	100.0%
23	您目前有沒有從事下列的個人靈修活動？(可複選)						
	1.打坐、靜坐	110	11.7%	16	9.5%	126	11.3%
	2.念佛、念法號	345	36.5%	36	21.3%	381	34.2%
	3.持咒	110	11.7%	17	10.1%	127	11.4%
	4.練氣	12	1.3%	5	3.0%	17	1.5%
	5.讀經	188	19.9%	32	18.9%	220	19.8%
	6.每日感恩、懺悔或禱告	69	7.3%	13	7.7%	82	7.4%
	7.其他個人靈修活動(請說明)	22	2.3%	1	0.6%	23	2.1%
	8.沒有	70	7.4%	46	27.2%	116	10.4%
	未作答	18	1.9%	3	1.8%	21	1.9%
	小計	944	100.0%	169	100.0%	1113	100.0%

24	您過去一年常不常拜拜、祈禱、禪坐、持咒、念佛、或進行其他宗教儀式？						
	1.經常	272	51.4%	42	38.9%	314	49.3%
	2.有時候	194	36.7%	44	40.7%	238	37.4%
	3.很少	50	9.5%	19	17.6%	69	10.8%
	4.從來沒有	2	0.4%	2	1.9%	4	0.6%
	未作答	11	2.1%	1	0.9%	12	1.9%
	小計	529	100.0%	108	100.0%	637	100.0%
25	您過去一年常不常讀經、念經、閱讀其他宗教經書、解說經書的出版品、或是聽人講經？						
	1.經常	267	50.5%	31	28.7%	298	46.8%
	2.有時候	167	31.6%	25	23.1%	192	30.1%
	3.很少	69	13.0%	32	29.6%	101	15.9%
	4.從來沒有	10	1.9%	14	13.0%	24	3.8%
	未作答	16	3.0%	6	5.6%	22	3.5%
	小計	529	100.0%	108	100.0%	637	100.0%
26	您大概多久參加一次宗教活動？						
	1.每天	22	4.2%	3	2.8%	25	4.0%
	2.每星期好幾次	69	13.3%	11	10.2%	80	12.7%
	3.每星期一次	94	18.1%	9	8.3%	103	16.4%
	4.每個月二、三次	68	13.1%	10	9.3%	78	12.4%
	5.每個月一次	52	10.0%	3	2.8%	55	8.8%
	6.一年好幾次	121	23.3%	30	27.8%	151	24.0%
	7.一年一次	36	6.9%	13	12.0%	49	7.8%
	8.幾乎沒有(比一年一次還要少)	37	7.1%	28	25.9%	65	10.4%
	未作答	21	4.0%	1	0.9%	22	3.5%
小計	520	100.0%	108	100.0%	628	100.0%	
27	您喜歡什麼樣的宗教性活動？(可複選)						
	1.法會	160	8.2%	22	7.3%	182	8.0%
	2.助念	110	5.6%	9	3.0%	119	5.3%
	3.唱誦	88	4.5%	13	4.3%	101	4.5%
	4.禪坐	94	4.8%	16	5.3%	110	4.9%
	5.唸佛	257	13.1%	20	6.6%	277	12.2%
	3.持咒	116	5.9%	9	3.0%	125	5.5%
	6.齋戒	95	4.8%	6	2.0%	101	4.5%
	7.朝山	94	4.8%	4	1.3%	98	4.3%
	8.寺廟參訪、觀光	81	4.1%	28	9.3%	109	4.8%
	9.放生	119	6.1%	7	2.3%	126	5.6%
	10.讀經研討	116	5.9%	15	5.0%	131	5.8%
	11.聽弘法佈道	132	6.7%	14	4.6%	146	6.4%
	12.助印經書	102	5.2%	6	2.0%	108	4.8%
	13.當義工	192	9.8%	25	8.3%	217	9.6%
	14.燒香拜拜	59	3.0%	34	11.3%	93	4.1%
	15.進香活動	12	0.6%	11	3.6%	23	1.0%
	16.求神問卜	18	0.9%	18	6.0%	36	1.6%
	17.廟會	25	1.3%	18	6.0%	43	1.9%
	18.祈禱	20	1.0%	6	2.0%	26	1.1%
	19.禮拜	25	1.3%	6	2.0%	31	1.4%
	20.學術研討會	26	1.3%	6	2.0%	32	1.4%
	21.其他(請說明)	7	0.4%	3	1.0%	10	0.4%
未作答	15	0.8%	6	2.0%	21	0.9%	
小計	1963	100.0%	302	100.0%	2265	100.0%	

28	您個人會爲了下列哪些需要或問題而去追求宗教？(可複選)						
	1.身體健康、平安	288	13.0%	68	14.9%	356	13.3%
	2.事業順利	142	6.4%	39	8.6%	181	6.8%
	3.想賺錢	48	2.2%	8	1.8%	56	2.1%
	4.讀書、考試順利	81	3.6%	27	5.9%	108	4.0%
	5.子女管教問題	62	2.8%	14	3.1%	76	2.8%
	6.感情婚姻問題	48	2.2%	17	3.7%	65	2.4%
	7.家庭問題	61	2.7%	22	4.8%	83	3.1%
	8.消災解厄	157	7.1%	34	7.5%	191	7.1%
	9.社會安定、國泰民安	126	5.7%	16	3.5%	142	5.3%
	10.改風水	9	0.4%	2	0.4%	11	0.4%
	11.想行善積德	183	8.2%	24	5.3%	207	7.7%
	12.想修行	194	8.7%	33	7.3%	227	8.5%
	13.尋求心理慰藉	73	3.3%	27	5.9%	100	3.7%
	14.尋求真理	121	5.4%	23	5.1%	144	5.4%
	15.追求神通感應	5	0.2%	0	0.0%	5	0.2%
	16.了解生命意義	213	9.6%	36	7.9%	249	9.3%
	17.解脫煩惱	188	8.5%	32	7.0%	220	8.2%
	18.爲了來生的安樂	82	3.7%	5	1.1%	87	3.3%
	19.嚮往過苦行的生活	10	0.5%	1	0.2%	11	0.4%
	20.尋求救贖或懺悔	59	2.7%	8	1.8%	67	2.5%
	21.收驚	15	0.7%	13	2.9%	28	1.0%
	22.工作跟宗教團體有關	10	0.5%	0	0.0%	10	0.4%
	23.結識朋友	15	0.7%	2	0.4%	17	0.6%
	24.學才藝	6	0.3%	2	0.4%	8	0.3%
	25.其他	10	0.5%	1	0.2%	11	0.4%
未作答	15	0.7%	1	0.2%	16	0.6%	
小計	2221	100.0%	455	100.0%	2676	100.0%	
29	您同意宗教能幫人找尋困難的解決辦法嗎？						
	1.很同意	286	54.1%	44	40.7%	330	51.8%
	2.有點同意	167	31.6%	48	44.4%	215	33.8%
	3.不太同意	17	3.2%	4	3.7%	21	3.3%
	4.很不同意	2	0.4%	0	0.0%	2	0.3%
	未作答	57	10.8%	12	11.1%	69	10.8%
	小計	529	100.0%	108	100.0%	637	100.0%
30	您有沒有參加宗教團體或宗教支持的團體(如精舍、道場、教會、佛堂、寺廟或宗教學會等)？						
	1.沒有	69	13.0%	38	38.8%	107	17.1%
	2.有	434	82.0%	59	60.2%	493	78.6%
	未作答	26	5.0%	1	1.0%	27	4.3%
	小計	529	100.0%	98	100.0%	627	100.0%
31	您在個人經濟條件不好時會去參加宗教團體的活動(如：法會..等)來改善嗎？						
	1.會	182	34.4%	17	15.7%	199	31.2%
	2.不會	179	33.8%	53	49.1%	232	36.4%
	3.不一定	132	25.0%	38	35.2%	170	26.7%
	未作答	36	6.8%	0	0.0%	36	5.7%
	小計	529	100.0%	108	100.0%	637	100.0%
32	您會不會因爲經濟條件變差因而減少去寺院、宗教社團、教會嗎？						
	1.會	72	13.6%	12	11.1%	84	13.2%
	2.不會	319	60.3%	64	59.3%	383	60.1%
	3.不一定	106	20.0%	28	25.9%	134	21.0%
	未作答	32	6.0%	4	3.7%	36	5.7%
	小計	529	100.0%	108	100.0%	637	100.0%
宗教傳播							

33	您是自願性的接觸目前宗教呢？還是透過他人影響而接觸的？						
	1.自願性	331	62.6%	59	54.6%	390	61.2%
	2.家人、親人影響	131	24.8%	44	40.7%	175	27.5%
	3.朋友的影響	55	10.4%	4	3.7%	59	9.3%
	未作答	12	2.3%	1	0.9%	13	2.0%
	小計	529	100.0%	108	100.0%	637	100.0%
34	請問您是透過什麼管道接觸目前這個宗教？(可複選)						
	1.報紙	16	2.3%	6	4.0%	22	2.6%
	2.雜誌	19	2.7%	7	4.6%	26	3.0%
	3.書籍	55	7.7%	17	11.3%	72	8.4%
	4.宣傳單、海報	33	4.6%	6	4.0%	39	4.5%
	5.電台廣播	15	2.1%	3	2.0%	18	2.1%
	6.電視台	105	14.8%	15	9.9%	120	13.9%
	7.電腦網路	17	2.4%	4	2.6%	21	2.4%
	8.父母親友介紹	300	42.2%	61	40.4%	361	41.9%
	9.演講、佈道	21	3.0%	9	6.0%	30	3.5%
	10.手機簡訊	1	0.1%	0	0.0%	1	0.1%
	11.宗教士的傳教	46	6.5%	6	4.0%	52	6.0%
	12.才藝班	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	13.教會學英文	0	0.0%	1	0.7%	1	0.1%
	14.讀宗教辦學校	6	0.8%	0	0.0%	6	0.7%
	15.學校社團	14	2.0%	3	2.0%	17	2.0%
	16.公司社團	2	0.3%	0	0.0%	2	0.2%
	17.其他(請說明)	30	4.2%	9	6.0%	39	4.5%
		未作答	31	4.4%	4	2.6%	35
	小計	711	100.0%	151	100.0%	862	100.0%
35	您有沒有收看电视或收聽電台的宗教節目？						
	1.沒有	119	21.4%	59	45.7%	178	26.0%
	2.有	430	77.3%	69	53.5%	499	72.8%
	2.1 每天	69		5		74	
	2.2 每星期一次以上	66		8		74	
	2.3 每個月一次以上	23		7		30	
	2.4 偶爾，非有意的	151		40		191	
		未作答	7	1.3%	1	0.8%	8
	小計	556	100.0%	129	100.0%	685	100.0%
36	您有看過宗教性的電視台嗎？						
	1.有	469	84.4%	96	74.4%	565	82.5%
	2.沒有(至 42 題)	72	12.9%	33	25.6%	105	15.3%
		未作答	15	2.7%	0	0.0%	15
	小計	556	100.0%	129	100.0%	685	100.0%
37	您較喜歡看哪一個宗教性電視台？						
	1.佛衛慈悲台	148	15.0%	16	10.5%	164	14.4%
	2.法界電視台	97	9.8%	10	6.6%	107	9.4%
	3.生命電視台	160	16.2%	8	5.3%	168	14.8%
	4.華藏電視台	145	14.7%	11	7.2%	156	13.7%
	5.佛光衛視	106	10.8%	21	13.8%	127	11.2%
	6.慈濟大愛	295	29.9%	72	47.4%	367	32.2%
	7.好消息電視台	5	0.5%	4	2.6%	9	0.8%
	8.無上師電視台	2	0.2%	0	0.0%	2	0.2%
	9.其他	15	1.5%	6	3.9%	21	1.8%
		未作答	13	1.3%	4	2.6%	17
	小計	986	100.0%	152	100.0%	1138	100.0%
38	您多久會看一次宗教性電視台？						

	1.每天	117	24.2%	6	6.3%	123	21.2%
	2.每星期好幾次	126	26.1%	18	18.8%	144	24.9%
	3.每星期一次	38	7.9%	6	6.3%	44	7.6%
	4.每月二、三次	60	12.4%	15	15.6%	75	13.0%
	5.一個月一次	15	3.1%	2	2.1%	17	2.9%
	6.一年好幾次	78	16.1%	30	31.3%	108	18.7%
	7.幾乎沒有	31	6.4%	16	16.7%	47	8.1%
	8.從未看過	2	0.4%	0	0.0%	2	0.3%
	未作答	16	3.3%	3	3.1%	19	3.3%
	小計	483	100.0%	96	100.0%	579	100.0%
39	您個人會看上列哪些類的佛教節目？(可複選)						
	1 講經弘法	281	15.9%	39	11.4%	320	15.2%
	2 法會	96	5.4%	7	2.1%	103	4.9%
	3 早晚課	93	5.3%	9	2.6%	102	4.9%
	4 基礎佛法介紹	144	8.2%	14	4.1%	158	7.5%
	5 佛教動態報導	99	5.6%	7	2.1%	106	5.0%
	6 校園弘法	36	2.0%	4	1.2%	40	1.9%
	7 監獄弘法	37	2.1%	4	1.2%	41	1.9%
	8 空中佛學院	72	4.1%	10	2.9%	82	3.9%
	9 寺院介紹	68	3.9%	13	3.8%	81	3.9%
	10 才藝教學	70	4.0%	10	2.9%	80	3.8%
	11 藝文類節目	45	2.6%	17	5.0%	62	2.9%
	12 戲劇	101	5.7%	40	11.7%	141	6.7%
	13 電影	50	2.8%	15	4.4%	65	3.1%
	14 慈善類節目	81	4.6%	13	3.8%	94	4.5%
	15 公益類	99	5.6%	26	7.6%	125	5.9%
	16 醫療節目	89	5.1%	33	9.7%	122	5.8%
	17 兒童青少年	20	1.1%	5	1.5%	25	1.2%
	18 朝聖、旅遊	81	4.6%	15	4.4%	96	4.6%
	19 社會新聞	59	3.3%	18	5.3%	77	3.7%
	20 生活資訊	60	3.4%	26	7.6%	86	4.1%
	21 人物介紹	41	2.3%	12	3.5%	53	2.5%
	22 其他	6	0.3%	2	0.6%	8	0.4%
	未作答	34	1.9%	3	0.9%	37	1.8%
	小計	1762	100.0%	341	100.0%	2103	100.0%
40	您認為上列哪一類的佛教電視台節目做得不錯？(可複選)						
	1 講經弘法	247	18.9%	28	16.2%	275	18.6%
	2 法會	74	5.7%	3	1.7%	77	5.2%
	3 早晚課	68	5.2%	6	3.5%	74	5.0%
	4 基礎佛法介紹	99	7.6%	10	5.8%	109	7.4%
	5 佛教動態報導	64	4.9%	5	2.9%	69	4.7%
	6 校園弘法	29	2.2%	0	0.0%	29	2.0%
	7 監獄弘法	26	2.0%	1	0.6%	27	1.8%
	8 空中佛學院	55	4.2%	6	3.5%	61	4.1%
	9 寺院介紹	36	2.8%	5	2.9%	41	2.8%
	10 才藝教學	53	4.1%	3	1.7%	56	3.8%
	11 藝文類節目	27	2.1%	5	2.9%	32	2.2%
	12 戲劇	75	5.7%	27	15.6%	102	6.9%
	13 電影	29	2.2%	2	1.2%	31	2.1%
	14 慈善類節目	64	4.9%	11	6.4%	75	5.1%
	15 公益類	78	6.0%	16	9.2%	94	6.3%
	16 醫療節目	68	5.2%	14	8.1%	82	5.5%
	17 兒童青少年	16	1.2%	1	0.6%	17	1.1%

	18 朝聖、旅遊	48	3.7%	3	1.7%	51	3.4%
	19 社會新聞	36	2.8%	6	3.5%	42	2.8%
	20 生活資訊	31	2.4%	5	2.9%	36	2.4%
	21 人物介紹	18	1.4%	9	5.2%	27	1.8%
	22 其他	5	0.4%	1	0.6%	6	0.4%
	未作答	62	4.7%	6	3.5%	68	4.6%
	小計	1308	100.0%	173	100.0%	1481	100.0%
41	您認為佛教電視台還要再加強上列哪些節目類型？(可複選)						
	1 講經弘法	87	10.1%	9	5.0%	96	9.2%
	2 法會	20	2.3%	2	1.1%	22	2.1%
	3 早晚課	14	1.6%	2	1.1%	16	1.5%
	4 基礎佛法介紹	88	10.2%	13	7.3%	101	9.7%
	5 佛教動態報導	31	3.6%	7	3.9%	38	3.7%
	6 校園弘法	23	2.7%	2	1.1%	25	2.4%
	7 監獄弘法	20	2.3%	3	1.7%	23	2.2%
	8 空中佛學院	26	3.0%	6	3.4%	32	3.1%
	9 寺院介紹	29	3.4%	7	3.9%	36	3.5%
	10 才藝教學	29	3.4%	3	1.7%	32	3.1%
	11 藝文類節目	28	3.3%	12	6.7%	40	3.9%
	12 戲劇	23	2.7%	4	2.2%	27	2.6%
	13 電影	20	2.3%	9	5.0%	29	2.8%
	14 慈善類節目	33	3.8%	9	5.0%	42	4.0%
	15 公益類	44	5.1%	14	7.8%	58	5.6%
	16 醫療節目	43	5.0%	12	6.7%	55	5.3%
	17 兒童青少年	48	5.6%	11	6.1%	59	5.7%
	18 朝聖、旅遊	24	2.8%	5	2.8%	29	2.8%
	19 社會新聞	16	1.9%	6	3.4%	22	2.1%
	20 生活資訊	34	4.0%	10	5.6%	44	4.2%
	21 人物介紹	19	2.2%	5	2.8%	24	2.3%
	22 其他	7	0.8%	4	2.2%	11	1.1%
	未作答	153	17.8%	24	13.4%	177	17.1%
	小計	859	100.0%	179	100.0%	1038	100.0%
42	請問您有沒有在收看「靈異」節目(如：不可思議的世界、大膽旅行團...等等)？						
	1.每天	7	1.3%	1	0.8%	8	1.2%
	2.每星期一次以上	39	7.0%	5	3.9%	44	6.4%
	3.每個月一次以上	12	2.2%	3	2.3%	15	2.2%
	4.偶爾,不是有意的	242	43.5%	60	46.5%	302	44.1%
	5.沒有	240	43.2%	56	43.4%	296	43.2%
	未作答	16	2.9%	4	3.1%	20	2.9%
	小計	556	100.0%	129	100.0%	685	100.0%
43	請問您有沒有在收看「算命」節目？						
	1.每天	6	1.1%	2	1.6%	8	1.2%
	2.每星期一次以上	25	4.5%	9	7.0%	34	5.0%
	3.每個月一次以上	16	2.9%	4	3.1%	20	2.9%
	4.偶爾,不是有意的	206	37.1%	45	34.9%	251	36.6%
	5.沒有	281	50.5%	66	51.2%	347	50.7%
	未作答	22	4.0%	3	2.3%	25	3.6%
	小計	556	100.0%	129	100.0%	685	100.0%

44	您曾不曾有意的利用電腦網路找尋過宗教網站？						
	1.有	183	32.9%	40	31.0%	223	32.6%
	2.沒有	313	56.3%	81	62.8%	394	57.5%
	未作答	60	10.8%	8	6.2%	68	9.9%
	小計	556	100.0%	129	100.0%	685	100.0%
45	您個人認為電腦網路上虛擬的宗教活動(如：網路抽籤、卜卦、收驚..等)會靈驗嗎？有意義嗎？						
	1.非常準	2	0.4%	1	0.8%	3	0.4%
	2.有點準	32	5.8%	6	4.6%	38	5.5%
	3.非常不準	7	1.3%	2	1.5%	9	1.3%
	4.只供參考	243	43.7%	64	49.2%	307	44.8%
	5.沒意義	243	43.7%	55	42.3%	298	43.4%
	未作答	29	5.2%	2	1.5%	31	4.5%
	小計	556	100.0%	130	100.0%	686	100.0%
46	您個人有沒有參與過電腦網路上的虛擬宗教活動？						
	1.沒有	347	57.8%	91	67.4%	438	59.6%
	2.網路點燈	12	2.0%	2	1.5%	14	1.9%
	3.網路寫牌位	5	0.8%	3	2.2%	8	1.1%
	4.網路抽籤	22	3.7%	9	6.7%	31	4.2%
	5.網路擲筊	12	2.0%	3	2.2%	15	2.0%
	6.網路卜卦	18	3.0%	4	3.0%	22	3.0%
	7.網路收驚	1	0.2%	0	0.0%	1	0.1%
	8.網路掃墓	3	0.5%	0	0.0%	3	0.4%
	9.網路安太歲	2	0.3%	1	0.7%	3	0.4%
	10.網路拜拜	7	1.2%	0	0.0%	7	1.0%
	11.網路運氣查尋	17	2.8%	5	3.7%	22	3.0%
	12.網路消災	3	0.5%	0	0.0%	3	0.4%
	13.其它	48	8.0%	12	8.9%	60	8.2%
	未作答	103	17.2%	5	3.7%	108	14.7%
小計	600	100.0%	135	100.0%	735	100.0%	
47	您有沒有閱讀宗教刊物？						
	1.有	310	55.8%	47	36.4%	357	52.1%
	2.偶爾看到	194	34.9%	53	41.1%	247	36.1%
	3.沒有	42	7.6%	29	22.5%	71	10.4%
	未作答	10	1.8%	0	0.0%	10	1.5%
小計	556	100.0%	129	100.0%	685	100.0%	
術數與法術							
48	您或您的家人最近五年有沒有看過風水？						
	1.有	121	21.8%	36	27.9%	157	22.9%
	2.沒有	400	71.9%	90	69.8%	490	71.5%
	未作答	35	6.3%	3	2.3%	38	5.5%
小計	556	100.0%	129	100.0%	685	100.0%	
49	您最近一年內有沒有就下列方式主動找人算命？(可複選)						
	1.沒有(跳至 51)	404	67.1%	97	68.8%	501	67.4%
	2.八字	39	6.5%	13	9.2%	52	7.0%
	3.紫微斗數	42	7.0%	5	3.5%	47	6.3%
	4.手、面相	16	2.7%	3	2.1%	19	2.6%
	5.摸骨	1	0.2%	0	0.0%	1	0.1%
	6.問靈媒	12	2.0%	8	5.7%	20	2.7%
	7.卜卦	21	3.5%	7	5.0%	28	3.8%
	8.占星、星座	21	3.5%	5	3.5%	26	3.5%
	9.其他	22	3.7%	2	1.4%	24	3.2%
未作答	24	4.0%	1	0.7%	25	3.4%	

	小計	602	100.0%	141	100.0%	743	100.0%
50	您算命是爲了什麼原因？(可複選)						
	1.子女管教問題	17	6.3%	3	4.1%	20	5.8%
	2.考運	15	5.6%	5	6.8%	20	5.8%
	3.財運	28	10.4%	7	9.6%	35	10.2%
	4.事業問題	49	18.1%	10	13.7%	59	17.2%
	5.感情問題	19	7.0%	10	13.7%	29	8.5%
	6.健康問題	29	10.7%	9	12.3%	38	11.1%
	7.住的問題	9	3.3%	1	1.4%	10	2.9%
	8.預測流年運氣	22	8.1%	9	12.3%	31	9.0%
	9.了解命運	28	10.4%	8	11.0%	36	10.5%
	10.純粹好奇	23	8.5%	7	9.6%	30	8.7%
	11.其他(請說明)	11	4.1%	3	4.1%	14	4.1%
	未作答	20	7.4%	1	1.4%	21	6.1%
	小計	270	100.0%	73	100.0%	343	100.0%
51	最近一年內，您有沒有做過下列與消災祈福有關的活動？						
	1.沒有	150	18.2%	56	33.3%	206	20.8%
	2.找靈媒	9	1.1%	4	2.4%	13	1.3%
	3.改運	24	2.9%	5	3.0%	29	2.9%
	4.安太歲	164	20.0%	33	19.6%	197	19.9%
	5.安斗(拜斗)	23	2.8%	3	1.8%	26	2.6%
	6.收驚	41	5.0%	10	6.0%	51	5.2%
	7.點光明燈	271	33.0%	31	18.5%	302	30.5%
	8.佩戴平安符	74	9.0%	16	9.5%	90	9.1%
	9.其他(請說明)	22	2.7%	6	3.6%	28	2.8%
	未作答	44	5.4%	4	2.4%	48	4.8%
	小計	822	100.0%	168	100.0%	990	100.0%
慈善行爲							
52	您在去年一年中有沒有捐款給寺廟、教會等宗教團體？若有，請問您捐款給哪些宗教？(可複選)						
	1.沒有(跳至 57)	54	9.7%	36	28.1%	90	13.2%
	2.有	492	88.8%	91	71.1%	583	85.5%
	2.1 民間信仰	36		18		54	
	2.2 一貫道	5		8		13	
	2.3 佛教	429		70		499	
	2.4 道教	48		17		65	
	2.5 基督教	16		8		24	
	2.6 天主教	14		7		21	
	2.7 回教	0		1		1	
	2.8 軒轅教	0		0		0	
	2.9 天理教	0		0		0	
	2.10 理教	0		0		0	
	2.11 其他	28		2		30	
	未作答	8	1.4%	1	0.8%	9	1.3%
	小計	554	100.0%	128	100.0%	682	100.0%
53	您有沒有固定捐款？						
	1.有定期捐款	222	44.3%	39	41.9%	261	43.9%
	2.不定期捐款	227	45.3%	43	46.2%	270	45.5%
	3.其他	13	2.6%	4	4.3%	17	2.9%
	未作答	39	7.8%	7	7.5%	46	7.7%
	小計	501	100.0%	93	100.0%	594	100.0%

54	您為什麼捐款給寺廟或教堂？(可複選)						
	1.消災做功德	230	21.1%	41	20.0%	271	20.9%
	2.還願謝神	25	2.3%	8	3.9%	33	2.5%
	3.感恩奉獻	204	18.7%	51	24.9%	255	19.7%
	4.受人情請託	3	0.3%	3	1.5%	6	0.5%
	5.回饋社會	126	11.5%	32	15.6%	158	12.2%
	6.佈施修福	327	30.0%	39	19.0%	366	28.2%
	7.建廟、修廟	140	12.8%	23	11.2%	163	12.6%
	8.用了東西不好意思沒給錢	16	1.5%	3	1.5%	19	1.5%
	9.其他	8	0.7%	3	1.5%	11	0.8%
	未作答	12	1.1%	2	1.0%	14	1.1%
	小計	1091	100.0%	205	100.0%	1296	100.0%
55	請問您是經由什麼樣的管道來知道這項捐款消息？						
	1.報紙	43	6.0%	5	4.4%	48	5.8%
	2.雜誌	39	5.5%	10	8.8%	49	5.9%
	3.書籍	18	2.5%	4	3.5%	22	2.7%
	4.宣傳單	25	3.5%	4	3.5%	29	3.5%
	5.電台廣播	19	2.7%	1	0.9%	20	2.4%
	6.電視台	129	18.1%	6	5.3%	135	16.3%
	7.電腦網路	17	2.4%	11	9.6%	28	3.4%
	8.親友介紹	197	27.7%	29	25.4%	226	27.4%
	9.宗教士的介紹	141	19.8%	22	19.3%	163	19.7%
	10.學校社團	2	0.3%	0	0.0%	2	0.2%
	11.公司社團	4	0.6%	1	0.9%	5	0.6%
	12.其他(請說明)	55	7.7%	16	14.0%	71	8.6%
	未作答	23	3.2%	5	4.4%	28	3.4%
	小計	712	100.0%	114	100.0%	826	100.0%
56	會不會因為個人經濟情況變好而增加捐款給寺廟或教堂，因個人經濟情況變差而減少？						
	1.會	237	48.7%	40	43.0%	277	47.8%
	2.不會	105	21.6%	30	32.3%	135	23.3%
	3.不一定	129	26.5%	19	20.4%	148	25.5%
	未作答	16	3.3%	4	4.3%	20	3.4%
小計	487	100.0%	93	100.0%	580	100.0%	
57	請問您現在有沒有擔任志工(義工)？						
	1.沒有(跳至 60 題)	331	59.5%	109	84.5%	440	64.2%
	2.有	217	39.0%	19	14.7%	236	34.5%
	未作答	8	1.4%	1	0.8%	9	1.3%
小計	556	100.0%	129	100.0%	685	100.0%	
58	請問您是透過什麼管道知道這個義工訊息？						
	1.報紙	4	1.7%	0	0.0%	4	1.5%
	2.雜誌	3	1.2%	1	4.2%	4	1.5%
	3.書籍	2	0.8%	0	0.0%	2	0.8%
	4.宣傳單	4	1.7%	0	0.0%	4	1.5%
	5.電台廣播	4	1.7%	1	4.2%	5	1.9%
	6.電視台	19	7.9%	1	4.2%	20	7.5%
	7.電腦網路	0	0.0%	2	8.3%	2	0.8%
	8.親友介紹	77	32.0%	8	33.3%	85	32.1%
	9.宗教士的介紹	72	29.9%	7	29.2%	79	29.8%
	10.學校社團	7	2.9%	0	0.0%	7	2.6%
	11.公司社團	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	12.其他(請說明)	31	12.9%	3	12.5%	34	12.8%
	未作答	18	7.5%	1	4.2%	19	7.2%
小計	241	100.0%	24	100.0%	265	100.0%	

59	您擔任哪一類的志工（義工）？						
	1.動物保護	12	3.7%	1	2.1%	13	3.5%
	2.環保	39	11.9%	5	10.6%	44	11.7%
	3.濟貧	14	4.3%	3	6.4%	17	4.5%
	4.賑災	13	4.0%	2	4.3%	15	4.0%
	5.教育類	36	11.0%	9	19.1%	45	12.0%
	6.弱勢關懷	25	7.6%	1	2.1%	26	6.9%
	7.長者關懷	15	4.6%	3	6.4%	18	4.8%
	8.婦女關懷	8	2.4%	3	6.4%	11	2.9%
	9.兒童及青少年關懷	15	4.6%	6	12.8%	21	5.6%
	10.人權	2	0.6%	1	2.1%	3	0.8%
	11.醫療	24	7.3%	2	4.3%	26	6.9%
	12.社區關懷	22	6.7%	4	8.5%	26	6.9%
	13.藝術及文化	8	2.4%	3	6.4%	11	2.9%
	14.其他	68	20.7%	4	8.5%	72	19.2%
	未作答	27	8.2%	0	0.0%	27	7.2%
小計	328	100.0%	47	100.0%	375	100.0%	
60	您最喜歡哪一類的慈善活動？						
	1.動物保護	71	6.5%	12	5.1%	83	6.2%
	2.環保	130	11.8%	25	10.6%	155	11.6%
	3.濟貧	130	11.8%	24	10.2%	154	11.5%
	4.賑災	104	9.5%	21	8.9%	125	9.4%
	5.教育類	102	9.3%	20	8.5%	122	9.1%
	6.弱勢關懷	120	10.9%	33	14.0%	153	11.5%
	7.長者關懷	53	4.8%	18	7.6%	71	5.3%
	8.婦女關懷	39	3.5%	12	5.1%	51	3.8%
	9.兒童及青少年關懷	74	6.7%	24	10.2%	98	7.3%
	10.人權	16	1.5%	6	2.5%	22	1.6%
	11.醫療	77	7.0%	14	5.9%	91	6.8%
	12.社區關懷	55	5.0%	12	5.1%	67	5.0%
	13.藝術及文化	46	4.2%	9	3.8%	55	4.1%
	14.其他	33	3.0%	4	1.7%	37	2.8%
	未作答	50	4.5%	2	0.8%	52	3.9%
小計	1100	100.0%	236	100.0%	1336	100.0%	
對於佛教的觀感							
61	您對於佛教團體現階段辦「學校教育(如：國小..等)」的評價如何？						
	1.非常正面	168	30.2%	33	25.6%	201	29.3%
	2.正面	260	46.8%	50	38.8%	310	45.3%
	3.沒意見	118	21.2%	43	33.3%	161	23.5%
	4.負面	4	0.7%	3	2.3%	7	1.0%
	5.非常負面	1	0.2%	0	0.0%	1	0.1%
	未作答	5	0.9%	0	0.0%	5	0.7%
	小計	556	100.0%	129	100.0%	685	100.0%
62	您對於佛教團體現階段辦「慈善事業」的評價如何？						
	1.非常正面	186	33.5%	42	32.6%	228	33.3%
	2.正面	280	50.4%	63	48.8%	343	50.1%
	3.沒意見	77	13.8%	24	18.6%	101	14.7%
	4.負面	4	0.7%	0	0.0%	4	0.6%
	5.非常負面	1	0.2%	0	0.0%	1	0.1%
	未作答	8	1.4%	0	0.0%	8	1.2%
	小計	556	100.0%	129	100.0%	685	100.0%

63	您對於佛教團體現階段辦「醫院」的評價如何？						
	1.非常正面	200	36.0%	47	36.4%	247	36.1%
	2.正面	266	47.8%	61	47.3%	327	47.7%
	3.沒意見	78	14.0%	21	16.3%	99	14.5%
	4.負面	5	0.9%	0	0.0%	5	0.7%
	5.非常負面	1	0.2%	0	0.0%	1	0.1%
	未作答	6	1.1%	0	0.0%	6	0.9%
	小計	556	100.0%	129	100.0%	685	100.0%
64	您對於佛教團體現階段辦「養老院」的評價如何？						
	1.非常正面	170	30.6%	31	24.0%	201	29.3%
	2.正面	263	47.3%	64	49.6%	327	47.7%
	3.沒意見	114	20.5%	34	26.4%	148	21.6%
	4.負面	4	0.7%	0	0.0%	4	0.6%
	5.非常負面	2	0.4%	0	0.0%	2	0.3%
	未作答	3	0.5%	0	0.0%	3	0.4%
	小計	556	100.0%	129	100.0%	685	100.0%
65	您對於佛教團體現階段「經營生意自給自足」的評價如何？						
	1.非常正面	110	19.8%	22	17.1%	132	19.3%
	2.正面	207	37.2%	47	36.4%	254	37.1%
	3.沒意見	207	37.2%	54	41.9%	261	38.1%
	4.負面	19	3.4%	5	3.9%	24	3.5%
	5.非常負面	8	1.4%	1	0.8%	9	1.3%
	未作答	5	0.9%	0	0.0%	5	0.7%
	小計	556	100.0%	129	100.0%	685	100.0%
66	您對於佛教團體現階段「蓋納骨塔」的評價如何？						
	1.非常正面	63	11.3%	12	9.3%	75	10.9%
	2.正面	173	31.1%	37	28.7%	210	30.7%
	3.沒意見	263	47.3%	66	51.2%	329	48.0%
	4.負面	29	5.2%	6	4.7%	35	5.1%
	5.非常負面	8	1.4%	2	1.6%	10	1.5%
	未作答	20	3.6%	6	4.7%	26	3.8%
	小計	556	100.0%	129	100.0%	685	100.0%
您對於佛教辦下列公益事業的評價如何？							
67	移風易俗(推廣道德、倫理..等)						
	1.非常正面	195	35.1%	45	34.9%	240	35.0%
	2.正面	197	35.4%	63	48.8%	260	38.0%
	3.沒意見	110	19.8%	19	14.7%	129	18.8%
	4.負面	7	1.3%	0	0.0%	7	1.0%
	5.非常負面	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	未作答	47	8.5%	2	1.6%	49	7.2%
	小計	556	100.0%	129	100.0%	685	100.0%
68	環保資源回收						
	1.非常正面	276	49.6%	60	46.5%	336	49.1%
	2.正面	230	41.4%	52	40.3%	282	41.2%
	3.沒意見	39	7.0%	17	13.2%	56	8.2%
	4.負面	3	0.5%	0	0.0%	3	0.4%
	5.非常負面	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	未作答	8	1.4%	0	0.0%	8	1.2%
	小計	556	100.0%	129	100.0%	685	100.0%
69	戒毒中心						

	1.非常正面	223	40.1%	50	38.8%	273	39.9%
	2.正面	233	41.9%	51	39.5%	284	41.5%
	3.沒意見	82	14.7%	27	20.9%	109	15.9%
	4.負面	2	0.4%	0	0.0%	2	0.3%
	5.非常負面	1	0.2%	0	0.0%	1	0.1%
	未作答	15	2.7%	1	0.8%	16	2.3%
	小計	556	100.0%	129	100.0%	685	100.0%
70	消災祈福法會						
	1.非常正面	206	37.1%	35	27.1%	241	35.2%
	2.正面	243	43.7%	54	41.9%	297	43.4%
	3.沒意見	88	15.8%	36	27.9%	124	18.1%
	4.負面	3	0.5%	2	1.6%	5	0.7%
	5.非常負面	1	0.2%	2	1.6%	3	0.4%
	未作答	15	2.7%	0	0.0%	15	2.2%
	小計	556	100.0%	129	100.0%	685	100.0%
71	放生活動						
	1.非常正面	162	29.1%	27	20.9%	189	27.6%
	2.正面	168	30.2%	33	25.6%	201	29.3%
	3.沒意見	131	23.6%	35	27.1%	166	24.2%
	4.負面	59	10.6%	23	17.8%	82	12.0%
	5.非常負面	16	2.9%	11	8.5%	27	3.9%
	未作答	20	3.6%	0	0.0%	20	2.9%
	小計	556	100.0%	129	100.0%	685	100.0%
72	健康飲食推廣						
	1.非常正面	215	38.7%	42	32.6%	257	37.5%
	2.正面	252	45.3%	59	45.7%	311	45.4%
	3.沒意見	69	12.4%	27	20.9%	96	14.0%
	4.負面	4	0.7%	1	0.8%	5	0.7%
	5.非常負面	2	0.4%	0	0.0%	2	0.3%
	未作答	14	2.5%	0	0.0%	14	2.0%
	小計	556	100.0%	129	100.0%	685	100.0%
73	更生人（有犯罪前科的人）之關懷						
	1.非常正面	190	34.2%	39	30.2%	229	33.4%
	2.正面	232	41.7%	51	39.5%	283	41.3%
	3.沒意見	94	16.9%	32	24.8%	126	18.4%
	4.負面	20	3.6%	2	1.6%	22	3.2%
	5.非常負面	9	1.6%	5	3.9%	14	2.0%
	未作答	11	2.0%	0	0.0%	11	1.6%
	小計	556	100.0%	129	100.0%	685	100.0%
74	您對於法師參與民意代表選舉的評價如何？						
	1.非常正面	23	4.1%	11	8.5%	34	5.0%
	2.正面	56	10.1%	14	10.9%	70	10.2%
	3.沒意見	208	37.4%	29	22.5%	237	34.6%
	4.負面	116	20.9%	36	27.9%	152	22.2%
	5.非常負面	99	17.8%	28	21.7%	127	18.5%
	未作答	54	9.7%	11	8.5%	65	9.5%
	小計	556	100.0%	129	100.0%	685	100.0%
75	您希望法師們的生活方式是那一種？						
	1.入世度眾	180	32.4%	30	23.3%	210	30.7%
	2.出世清修	73	13.1%	15	11.6%	88	12.8%
	3.先出世後入世	250	45.0%	74	57.4%	324	47.3%
	未作答	53	9.5%	10	7.8%	63	9.2%
	小計	556	100.0%	129	100.0%	685	100.0%

附錄二、1964-2002 無線電視資料庫宗教類節目

(資料來源：整理自台灣電視資料庫 <http://tv.nccu.edu.tw/radioProgram.htm>)

名稱	頻道	首播日期	結束日期	播出次數
重新大孝世界	華視	2002-11-25	2002-11-25	1
星雲大師唱頌	台視	2002-11-02	2002-11-04	3
佛法人生	台視	2002-09-05	2002-11-30	39
明志法語	台視	2002-06-06	2002-08-31	39
淨覺法語	中視	2002-05-12	2002-11-24	29
新大孝世界	中視	2002-04-13	2002-09-29	49
恭迎佛指舍利	台視	2002-02-23	2002-02-23	1
世界宗教和諧	中視	2001-11-11	2002-11-16	2
撥雲見日淨空	台視	2001-10-08	2002-11-29	300
朝聖浴佛供佛	華視	2001-06-02	2001-06-02	1
證嚴法師人間	台視	2001-03-01	2002-08-31	80
因果禪	台視	2001-02-19	2001-03-30	30
救主降生的真	華視	2000-12-23	2000-12-23	1
觀音扶道	華視	2000-10-02	2001-06-28	102
慶祝佛誕音樂	中視	2000-05-15	2000-05-15	1
喜樂泉	台視	2000-05-06	2002-11-24	128
重法鼓山 2000	華視	2000-04-05	2000-04-05	1
法鼓山 2000 名	華視	2000-04-04	2000-04-07	2
宗教劇園	中視	2000-02-01	2000-12-27	207
因果起信論	台視	2000-01-03	2000-07-31	30
宗教劇團	中視	1999-12-21	2000-01-29	29
傳授大乘八關	中視	1999-10-31	1999-10-31	1
重大法鼓	華視	1999-08-20	2002-08-28	383
自在步紅塵	華視	1999-05-07	2000-11-17	78
恭迎佛牙舍利	台視	1999-02-20	1999-02-20	1
恭迎佛牙舍利	中視	1999-02-19	1999-02-19	1
恭迎佛牙舍利	華視	1999-02-13	1999-02-13	1
全民祈福大法	華視	1998-10-05	1998-10-05	1
重光明世界	華視	1998-07-17	2002-11-29	243
達賴與聖嚴	華視	1998-06-06	1998-06-06	1
華恭迎佛牙會	華視	1998-04-11	1998-04-11	1
台恭迎佛牙會	台視	1998-04-11	1998-04-11	1
華迎佛牙抵台	華視	1998-04-09	1998-04-09	1
台迎佛牙抵台	台視	1998-04-09	1998-04-09	1
台泰國迎佛牙	台視	1998-04-08	1998-04-08	1
華泰國迎佛牙	華視	1998-04-08	1998-04-08	1
素齋風情話團	台視	1998-01-26	1998-01-26	1
普願慈悲心	中視	1997-12-24	1998-09-23	39
勤耕福田	台視	1997-07-26	1997-07-26	1
大孝明燈	華視	1997-05-18	1997-05-25	2
達賴灌頂弘法	華視	1997-03-26	1997-03-26	1
達賴祈禱大會	華視	1997-03-25	1997-03-25	1
達賴高雄弘法	華視	1997-03-23	1997-03-23	1
達賴訪台特報	華視	1997-03-22	1997-03-25	3
唐崇榮佈道會	台視	1997-03-18	1997-10-15	11
法海心聲	台視	1997-02-20	2000-03-24	452

佛光山 30 年特	台視	1997-02-05	1997-02-05	1
湄洲媽祖迎駕	台視	1997-01-24	1997-01-24	1
常照法音	台視	1997-01-06	1997-12-30	86
常照法音	中視	1997-01-03	1997-07-31	49
重建方舟	中視	1996-12-15	1996-12-15	1
星雲說喻	華視	1996-12-14	1996-12-14	1
台宗教座談會	台視	1996-11-08	1996-11-08	1
法鼓山奠基典	華視	1996-10-20	1996-10-20	1
全球齋僧大會	華視	1996-09-15	1996-09-22	2
慈濟世界	台視	1996-09-05	1998-02-21	58
慈音甘露	中視	1996-08-10	2002-11-24	286
光明妙法輪	中視	1996-07-07	1998-07-19	99
清涼禪話	台視	1996-05-09	1997-01-25	108
入法界方便門	台視	1996-05-08	1997-04-02	143
浴佛淨心	台視	1996-04-07	1996-04-07	1
願你平安	台視	1996-04-06	1997-03-29	2
心海羅盤	台視	1996-03-05	1996-04-09	17
人間愛宗教情	華視	1996-03-04	1996-03-04	1
慈濟青年心	中視	1996-02-21	1996-02-21	1
佛緣結天下	中視	1996-01-07	1996-03-31	13
清晨佳音	台視	1995-11-05	2000-03-05	212
敲響大法鼓	華視	1995-10-15	1995-10-15	1
供佛齋僧大會	華視	1995-09-09	1995-09-09	1
大愛	華視	1995-06-10	1995-06-10	1
一頁經	華視	1995-05-08	1999-07-02	198
佛家氣功	台視	1994-10-21	1995-01-13	13
700 俱樂部	中視	1994-10-04	1997-08-26	126
大法鼓	華視	1994-09-05	2002-11-27	1310
星雲說喻	台視	1994-07-04	2002-03-08	1872
智慧與佛緣	中視	1994-07-03	1995-12-31	79
星雲說喻	中視	1994-02-14	1998-09-01	1078
淨化人心	華視	1994-02-12	1994-02-12	1
大孝世界	台視	1994-01-05	2001-12-31	934
彌陀世界	台視	1993-11-01	1993-11-01	1
空中佛學	台視	1993-05-18	1995-02-28	88
好消息	台視	1993-04-10	2002-02-20	407
阿彌陀佛	中視	1993-01-04	1993-03-15	48
心靈的耶誕	中視	1992-12-25	1992-12-25	1
孫大程佈道會	台視	1992-09-30	1995-09-08	12
慈濟清流少年	中視	1992-09-11	1992-09-11	1
萬國敬拜節	華視	1992-08-31	1992-08-31	1
道德法語	華視	1992-08-03	1993-02-23	26
清涼地	台視	1992-07-06	1996-05-07	931
弘一大師	台視	1992-06-02	1992-06-09	2
星雲法語	台視	1992-04-27	1992-04-27	1
合天鐘聲	中視	1992-03-01	1994-06-12	117
法語均霑	華視	1992-02-07	1992-11-02	2
孫大程佈道	中視	1991-12-25	1991-12-27	2
一道皓光	中視	1991-12-24	1991-12-24	1
觀心論	中視	1991-10-06	1998-12-27	26
孝道法門	台視	1991-10-04	1993-12-31	203
佛教故事	台視	1991-08-19	1992-03-02	27
媽祖遶境之旅	台視	1991-05-01	1991-05-01	1

慈光導引	華視	1991-04-05	1991-04-05	1
重修法語	中視	1991-03-03	1992-03-09	52
星雲法語	華視	1991-03-01	1997-05-07	1259
孫大程佈道會	中視	1990-10-21	1995-12-25	8
慈濟世界	中視	1990-09-28	1997-02-09	14
信仰與人生	華視	1990-08-04	1995-01-23	220
法雨均霑	華視	1990-07-02	2002-11-29	2769
宗教與人生	中視	1990-06-23	2000-06-25	310
慈濟淨化人心	中視	1990-06-20	1990-06-20	1
佛光普照	中視	1990-05-28	1997-02-09	2
法窗夜語	台視	1990-01-01	1992-06-22	127
白聖長老圓寂傳供大典	華視	1989-05-29	1989-05-29	1
星雲大師談大陸行	中視	1989-05-26	1989-06-08	2
白聖長老圓寂傳供大典實況	華視	1989-05-25	1989-05-25	1
心靈之旅	台視	1989-01-25	2000-07-28	312
天人之間	中視	1988-07-03	2002-03-31	701
菜根譚	華視	1988-01-05	1989-07-12	423
迎新	華視	1987-11-05	1989-08-31	84
心靈晚課	中視	1987-06-22	1987-06-26	5
星雲禪話	台視	1987-04-27	1990-02-08	654
生命活泉	華視	1986-03-02	1988-02-14	110
大法輪	中視	1986-01-17	1991-02-24	260
信仰時間	中視	1986-01-05	1987-02-15	59
慈濟世界	華視	1985-11-14	1986-03-11	16
今日神龍	中視	1985-08-04	1985-09-29	9
教宗特別節目	中視	1985-06-06	1985-06-20	3
星雲大師佛學講座	華視	1985-04-05	1985-04-05	1
教宗彌撒	中視	1985-02-06	1985-02-06	1
星雲法師佛學講座	台視	1985-01-09	1985-01-16	2
700 俱樂部	台視	1983-11-26	2002-11-29	379
星雲大師講座	台視	1983-09-24	1985-01-01	5
經典	華視	1983-08-20	1983-11-19	3
星雲大師佛學講座	台視	1983-03-29	1986-08-25	85
光明世界	華視	1980-11-16	2002-11-24	1368
聖樂演唱會「聖潔的光輝」	台視	1980-10-31	1980-10-31	1
信心門	中視	1980-08-26	1982-10-02	109
聖樂演唱	台視	1980-04-04	1980-04-04	1
社教節目：119	中視	1980-01-05	1980-01-05	1
社教節目：甘露	華視	1980-01-01	1980-01-08	2
甘露	華視	1979-09-18	1980-11-09	34
119	中視	1979-02-17	1980-07-13	11
一一九	中視	1979-01-20	1979-12-08	17
宗教節目：今日的神能	中視	1978-12-02	1978-12-02	1
社教節目：一一九	中視	1978-11-18	1978-12-30	3
「119」社教節目	中視	1978-08-19	1978-10-21	3
「今日的神能」宗教節目	中視	1978-03-04	1978-10-07	10
「時兆之聲」社教節目	中視	1978-02-12	1978-12-31	45
宋能爾佈道大會	中視	1978-01-07	1978-01-07	1
傳道會節目	台視	1977-09-04	1977-09-04	1
「錦繡山河」社教節目	台視	1977-07-09	1977-09-24	12
700 俱樂部	中視	1977-06-11	1998-11-24	463
錦繡山河社教節目	台視	1977-01-22	1977-07-02	23
宋能爾佈道大會時況轉播	中視	1976-06-28	1976-06-30	3

今日的神能	中視	1976-02-07	1979-09-01	30
錦繡山河	台視	1976-02-07	1976-12-18	45
今日神能	中視	1976-01-10	1992-07-21	549
時兆之聲	中視	1973-09-02	1979-05-27	251
媽祖的話	中視	1972-04-01	1972-04-01	1
天韻歌聲	中視	1970-04-26	1972-05-28	108
「時兆之聲」影集	中視	1970-04-11	1973-08-26	177
天韻歌聲	台視	1964-01-03	1969-10-02	279

附錄三、佛衛電視慈悲台節目規劃

(資料來源：本研究整理自佛衛網站 <http://www.bts.com.tw/>)

1.	清涼法語	<p>當科技文明遇見智者語彙，流浪的心，不再尋覓無依，請駐足，讓法語甘露填滿您的心跨一步，讓快樂佔據您的生活。</p> <p>為利益廣大觀眾，慈悲電視台製作『清涼法語』節目，敬邀諸山長老、青年法師上座說法，針對不同探討主題，以佛法的圓融智慧，指引觀眾一條圓滿成就的路。</p> <p>『清涼法語』節目自播出以來好評不斷，慈悲電視台為嘉惠更多收看不到節目的佛陀子弟，讓更多人能夠聽聞佛法，計畫推出『清涼法語』VCD 與大眾結緣，然法音欲宣流，利益一切有情，須大家共同參與，敬邀十方大眾共同圓滿『清涼法語』VCD 出版計畫！</p>
2.	講經說法	<p>法師介紹：淨空法師、心田法師、法藏法師、聖嚴法師、淨心長老、鑑因法師、淨耀法師、悟道法師、能學法師、圓本法師、地清法師、證嚴法師、志心法師、菩妙長老、慧律法師、海雲法師、妙境長老、法雲法師、寬謙法師、聖法長老、體証法師、塵空法師、聖境法師、信願法師、大願法師、普獻法師。</p>
3.	素食之美	<p>時節味濃，親友團聚，吃吃喝喝，慰勞自己，賓主盡歡！讓您歡喜心吃出藝術，讓您迎新年喝出品味。</p> <p>素食美味簡單容易，佛衛慈悲台慶祝新年，特邀人道素食及慈香庭主廚，為您精心設計拿手料理，在新春圍爐時輕鬆上菜。</p>
4.	學佛解惑	<p>釋迦牟尼佛在《法華經》說，佛為了一大事因緣出現在這個世間，就是開示悟入佛的知見，佛大慈大悲愍眾生，為了要來引導眾生入佛的知見，來娑婆世界；《梵網經》說，八千往返，也就是來又去八千遍，都是為了開示悟入佛的知見。所以我們在學佛的過程中，知見非常的重要，若大家有什麼疑問，可提出來探討。敬請按時收看。</p>
5.	佛法照人間	<p>「佛法照人間」是透過佛法來觀照一切事物，用佛法與世間法的角度去探討，讓觀眾對看待事物的角度能更深更廣。播出的題目如「喚醒善良的心」，邀請美和技術學院助理教授會涵法師、高雄市前消防局長蕭季慧，針對張菽珍師姊拾金不昧真實案例，探討時下已經漸漸被遺忘的善良傳統美德，提醒大眾，將這些善良傳統一一找回來，打造一個良善社會，敬請按時收看。</p>

6.	中國結藝	<p>為發揚中國結藝文化及藝術之美，並有鑑於中國結之美，令許多人嚮往，雖想學習卻不容易，本台特製播「中國結藝」節目，讓手編的藝術有另一種生命型態的展現，賦予『結』一種新生命，將中國結平面的吊飾演變至立體造型，將精緻與巧妙的結藝完整呈現觀眾面前。節目中由千光講堂心光法師清楚講解與分解示範，次第教學，透過賞心悅目之畫面，藉此引起觀眾學習興趣，以圖解方式搭配大形結藝當場示範解說，一目瞭然，讓觀眾能同時跟著動手做，而達到學習的效果。</p> <p>由淺入深讓您很快地一線在手，美麗結藝乍現，一線在手，歡樂無窮！中國結藝教學將分初級、中級、高級課程，初級課程中，心光法師將陸續教大家如何做：銀柳花、小貴賓狗、美麗吊飾、立體玫瑰花、貓頭鷹、蝦子、蝴蝶結、麥穗結、玉米、毛毛蟲等等，每個作品都能彈性創作，無論您是要做成小型手機吊飾或大型吊飾，或編成項鍊等，皆可輕鬆上手，隨心所欲的變化，並體會到學習的樂趣與成就。觀眾朋友您千萬不能錯過，隨時鎖定佛衛慈悲台，注意播出時間。</p>
7.	曉光空中佛學院	<p>為方便一般大眾長養菩提善根，並培育僧伽人才，空佛院優良師資陣容加上八宗課程，以循序漸進方式，教育四眾，期能深入經藏，智慧如海。</p>
8.	佛教影片欣賞	<p>製播精緻戲劇：弘一大師一生傳奇故事、地藏王菩薩前身：金喬覺成就九華山聖地，節目感人肺腑，精彩絕倫。</p>
9.	佛教慈航新聞	<p>佛寺法會共修、祈福、慈善活動、佛教藝術展、時事專題、佛教動態等，新聞內容豐富，是您掌握佛教訊息的最佳選擇。</p>
10.	聖地之旅	<p>佛教聖地是佛弟子們願虔心朝禮之地，聖地之旅至印度、尼泊爾、緬甸、大陸等各聖地及台灣名刹古寺，深入拍攝報導，畫面莊嚴唯美，引領大家入佛教殿堂，感懷佛恩，攝受法益。</p>
11.	佛教卡通	<p>佛陀生平故事，以卡通方式呈現，人物造型俏皮活潑，內容生動有趣，讓小朋友在輕鬆的卡通世界中，體會佛法的意義。</p>
12.	生活智慧講座	<p>知名法師將生活寶庫傾囊相授，滔滔不絕的智慧言語，讓觀眾依循正確人生方向，進而得到自在與快樂。</p>
13.	繽紛花世界	<p>捻花惹草樂趣多，生活當中，您是否嘗試過走入花的世界，和花草談戀愛呢？</p>
14.	素食新天地	<p>突破以往傳統素食料理，飲料甜點、家常小菜、健康藥膳等，教您做出各式色香味俱全的素食。</p>
15.	其他	<p>佛教英語、漫畫、佛教音樂、藝術、禮儀、養生運動等各類節目正陸續製播中，敬請期待。</p>

附錄四、生命電視台節目規劃

(資料來源：本研究整理自生命電視台宣傳文宣)

1.	佛經精華錄	由三藏十二部經典，節錄出經典法語配音製播節目，以法為導向，製作有聲書。
2.	重要名相法句	整理名相、法句，以各種語言配音製作成節目。製作成 VCD 影音光碟提供大眾隨時播放。
3.	善知識法語	整理法師、大德、善知識語錄，配上華語、台語，並加上法師、大德畫面照片，製播成超越法門、超越道場的法語精要節目。
4.	世界名句	整理各國世界名句、心靈小語，將每一句話整理配音錄製成節目，透過電視 VCD 影音，將佛法傳播到各地。
5.	名人故事語錄	整理名人故事編輯、製作戲劇、動畫、卡通或圖卡節目。
6.	讀誦大小乘經典	錄製華語、台語版的法華經、普門品、阿彌陀經、佛遺教三經等等經典，並配合經文字幕於電視上播放。
7.	電視讀書會	介紹佛教新書、勵志、淨化人心等書籍，並導引觀眾閱讀，增加讀書風氣。
8.	電視法會	例如：六齋日、佛菩薩聖誕時，配合節日於電視節目傳齋戒，製播法會特別節目，讓電視成為道場。讓大眾了解如何受戒，傳遞給觀眾正信的佛教觀念。
9.	電視雜誌	整理海內外佛教月刊集錦播出。
10.	笑話一則故事一則	幽默就是智慧，在節目窗口穿插笑話、故事，帶給觀眾歡樂和開懷大笑的時光。
11.	佛教儀軌	將禮佛、念佛、入殿等佛門禮儀，製作成教學節目。
12.	每日早晚課	製播不同的早晚課內容，變化創新，將在不同時地做早晚課的方法告訴觀眾，陪伴觀眾在家中做早晚課。
13.	介紹道場	製作介紹各道場、單位、法師、善知識的節目。
14.	介紹佛學院	<ul style="list-style-type: none"> ● 介紹各地佛學院的特色、教育及理念。 ● 課程錄影教學，由圓光佛學院指導。
15.	生命學院	<ul style="list-style-type: none"> ● 創辦生命學院。培育生命電視台弘法法師、居士大德及生命教育師。 ● 創辦空中生命學院，教育一般社會大眾，以廣大觀眾為對象，傳遞佛陀真理，讓大家了解生命的本質與意義。
16.	介紹佛像	<ul style="list-style-type: none"> ● 介紹佛像的由來、意義。 ● 各寺院佛像欣賞與感應介紹。
17.	佛曲節目	製作佛曲比賽、佛曲欣賞等節目。
18.	慈悲助念	建立各地臨終助念連線、並製作如何助念節目。

19.	心靈專線	開關心靈專線，開放觀眾來電詢問，並解答觀眾的各種問題。
20.	一問一答	一一整理編輯關於佛學、護生、生命等問題，製作成節目播出。
21.	法器教學	製播法器介紹與梵唄教學節目。
22.	佛教動態	重要活動報導、弘法報導。
23.	寺院巡禮	帶領觀眾到台灣與外島參拜各寺院。
24.	國外朝聖	介紹國外聖地與寺院。
25.	國外佛教報導	計劃成立印尼、菲律賓等地電視台，以東南亞為第一站，將生命電視台推動到全世界，成為一個華人電視台，結合各國精英，報導介紹各國的佛教。
26.	監獄道場	介紹全台 56 間，獄所人、事、物關於弘法、教化報導。
27.	佛學社團	介紹各地學佛組織團體。
28.	慈善公益	關於扶弱、濟貧、醫院等等慈善公益報導。
29.	天天放生日	製作關於如何救生、護生、放生等節目，透過鏡頭，表達對生命的尊重，將每一種生命的一舉一動傳遞給電視機前的觀眾，讓大家了解護生、救生要怎麼做。
30.	生活教育	製作關於環保、素食、插花等生活化的佛法節目。
31.	佛陀語錄	紀錄佛陀的話，加上親切、關懷的配音，如同佛陀般對大眾殷殷教誨。
32.	佛陀傳	以說故事的方式，製播多國語言版的釋迦牟尼佛傳記。
33.	菩薩的故事	介紹各觀世音菩薩、大勢至菩薩等等菩薩的由來、故事、傳記、靈感事蹟。
34.	兒童故事	錄製佛教兒童故事節目，讓孩子們下課放學後有一個快樂的佛教兒童天地。
35.	高僧傳	將各地高僧故事配合動畫畫面製播節目。
36.	佛教漫畫	電視播出初期，將已畫好的佛教漫畫配音播出，運用圖像吸引觀眾聽聞佛法。
37.	可愛的生命	介紹自然界中的許多可愛的生命，無論是小動物或是小昆蟲，讓大家知道每一個生命都是寶貴的。
38.	因果世界	要把深信因果的道理，用語言、用圖畫、用動畫，表達給電視機前的觀眾。
39.	佛教醫學	將佛法與現代醫學結合，教導現代人如何用佛法安定身心，解決現代人的文明病。
40.	夫妻寶典	對於夫妻如何相處，佛陀怎麼說？善知識怎麼建議？讓我們透過電視，談夫妻相處之道。
41.	快樂家庭	認識佛化家庭，讓大家了解全家學佛要如何做和全家人一學佛的好處。

42.	如何發財	告訴世間人如何求財，從佛法與世間法來探討這個世間人都想知道的問題。
43.	免費書局	免費推廣結緣書籍，內容以佛法為主，淨化人心為輔。
44.	咒語教學	從咒語念法的教學，到如何持咒修行，透過電視完整的報導呈現。
45.	電視素食館	吃素真好，吃素也可以輕鬆自在，介紹各地素食餐廳拍出美味的素食料理。告訴觀眾吃素食的好處。
46.	佛學英文	以具法相與現代感的年輕人用英文播報佛學，促使佛學在世界各地生根。
47.	英文佛教故事	透過英文佛學故事，用國際語言吸引世界各地的大眾了解佛法。
48.	學佛行儀	說明修行人的行、住、坐、臥等等的種種規矩。
49.	在家居士時間	在家居士的學佛、修行過程的種種因緣與經過。將愉悅的學佛經驗與大眾分享。
50.	梵音讚佛	錄製彌陀讚、爐香讚等等嘹亮宏偉梵唄，搭配精心製作電視畫面，呈現給大眾。
51.	福田箱	生命道場的經營過程中，所需要、所缺乏的一切物資，我們都將透過「福田箱」單元告訴大家。
52.	世界道場	將世界各地佛教訊息以播放方式傳遞給全球觀眾。
53.	西藏法語	將西藏如：蓮花生大士、寂天菩薩、達賴喇嘛…等大善知識的開示，編輯翻譯成華語播出。
54.	電視共修會	轉播法會現場節目，讓各地觀眾都能透過電視參與法會。
55.	念佛時間	介紹各種念佛法門，並宣導念佛的因果觀念及功德利益，並邀請長老大德領眾念佛。
56.	拜佛時間	安排懺悔、拜願的節目，讓每一個人能有固定的時間懺悔業障、發願以及讓自己靜下來反省的機會。
57.	菩薩戒學會	結合許多受了菩薩戒的大德，與電視台結合，加強持戒、誦戒的功能，也讓大家了解菩薩的言行。
58.	初一十五全日節目	在每月的初一、十五兩天，會播放全天相關禮佛行儀、慈悲護生、布施行善及吃素念佛等活動。
59.	授戒講戒	介紹五戒、菩薩戒、十善戒等等，讓大家了解戒律的內容與重要性。
60.	電視互動法會	佛前大供、拜祖先、施食等互動法會。
61.	放生法師開示	邀請推動放生、護生法師開示，教育觀眾保護生命。
62.	念佛淨語	集合佛七、佛三的法師開示，告訴觀眾念佛的方式與重要觀念。
63.	禪修教學	教導觀眾如何打坐與過程，由淺入深告訴觀眾禪修的利益。

64.	校園淨土	學校的生命教育非常重要，了解同學、老師、社團，如何在校園推動生命教育。
65.	出家人用具介紹	出家人的僧服、鞋子、襪子…等用具。如何供養？哪裡買？我們一一告訴您。
66.	修行人生活用具	修行的生活用具哪裡買？食、衣、住、行怎麼辦？純素的，沒有香精的清潔用品在哪裡？讓我們告訴你？
67.	晨間運動	錄製太極拳、圓光佛學院、晨間運動、福嚴佛學院早上體操，讓觀眾一起參與了解，進而和電視一起來強健身體。
68.	關心國土	我們關心國家、土地和地球上的一草一木。因此我們要由關心國家開始，淨化社會人心。

附錄五、佛衛電視慈悲台 十月份 節目表

(資料來源：佛衛網站 <http://www.bts.com.tw/>)

時間	星期一	星期二	星期三	星期四	星期五	星期六	星期日	時間	
04:00 ~ 05:00	早課 日月禪寺	早課 淨律寺							04:00 ~ 05:00
05:00 ~ 05:30	清涼法語 智海長老 道海長老 真華長老 印海長老 普獻法師 法藏法師 惠空法師 福定法師 超定法師 淨珠法師 理群法師					精進佛七開 示錄金剛經 菩妙長老	精進佛七開 示錄金剛經 菩妙長老	05:00 ~ 05:30	
05:30 ~ 06:00	曉光空佛 華嚴經導 讀 普獻法師	曉光空佛 淨心戒觀 法 法藏法師	曉光空佛 解深密經 淨珠法師	曉光空佛 永嘉集 惠空法師	曉光空佛 佛教各宗 綱要 理群法師	新十方拳 真華長老	達摩十八式 普獻法師	05:30 ~ 06:00	
06:00 ~ 07:00						菩提心要 證嚴法師	大法鼓—不 一樣聲音 聖嚴法師	06:00 ~ 07:00	
07:00 ~ 07:30						茶根譚 能學淺說 能學法師		07:00 ~ 07:30	
07:30 ~ 08:00	法華經 心田長老							07:30 ~ 08:00	
08:00 ~ 09:00	百法明門論→10/11 八識規矩頌暨唯識三十頌→10/31 藥師琉璃光如來本願功德經論 寬謙法師							08:00 ~ 09:00	
09:00 ~ 09:30	往生的莊嚴→極樂世界的莊嚴 (10/22 播出) 地清法師					佛法講座 宏印法師·惠謙法師		09:00 ~ 09:30	
09:30 ~ 10:00	華嚴教海 海雲法師							09:30 ~ 10:00	
10:00 ~ 10:30						佛學開示 鑑因法師		10:00 ~ 10:30	
10:30 ~ 11:00	正信佛教→人生究竟安穩之道 (10/23 播出) 大願法師							10:30 ~ 11:00	
11:00 ~ 11:28						雲遊寺方		11:00 ~ 11:28	
11:28 ~ 11:34	佛曲 MTV 欣賞					圓光佛學院 二時臨齋儀		11:28 ~ 11:34	
11:34 ~ 12:00	大慈大悲佛菩薩行/ 仁朗法師 禪與人生/理群法師		卡通—佛教故事·中華德育故事 10/3 插播曉雲法師追思錄			中峰國師三時繫念 塵空法師 (首播)		11:34 ~ 12:00	
12:00 ~ 12:30	中國結藝 心光老師	師父的話； 西藏、印度 之旅	中國結藝 心光老師	師父的話； 西藏、印度 之旅	中國結藝 心光老師	菩提心要 證嚴法師	大法鼓 不一樣的聲音 聖嚴法師	12:00 ~ 13:00	
12:30 ~ 13:00	楞嚴經 心田法師								
13:00 ~ 14:00	無量壽經 淨空法師 (林老師台語翻譯)					大智度論 寂慎法師		13:00 ~ 14:00	

14:00 ~ 14:30	心靈法雨 圓本法師			14:00 ~ 14:30	
14:30 ~ 15:00	地藏經 聖境法師		美齋素食· 世界搜奇欣賞	14:30 ~ 15:00	
15:00 ~ 16:00	藥師經 體証法師	佛說阿彌陀經 法雲法師		15:00 ~ 16:00	
16:00 ~ 17:00	晚課 淨律寺	晚課 日月禪寺	晚課 淨律寺	16:00 ~ 17:00	
17:00 ~ 18:00	念佛易生西→念佛信因果·往生多·須三力·最尊貴→念佛離八苦· 甚易生·念佛的好處 信願法師		佛法照人間	17:00 ~ 18:00	
18:00 ~ 19:00	金剛經 志心老和尚	三時繫念 慧聰法師	生活中的智慧 淨耀法師	般若講座 普獻法師·法宣法師	18:00 ~ 19:00
19:00 ~ 20:00	弟子規系列（承先啓後繼往開來） 蔡禮旭居士		中峰國師三時繫念 塵空法師（重播）	19:00 ~ 19:30	
			菜根談-能學淺說 能學法師（重播）	19:30 ~ 20:00	
20:00 ~ 21:00	正視阿含正見與助念的重要性 大願法師	法界眾生的力量→布施的真實義（10/11） 常律法師	生活中的智慧 淨耀法師	20:00 ~ 21:00	
21:00 ~ 22:00	行策大師淨土行語精華→認識佛教（10/3）→了凡四訓（10/17） 悟道法師		法界眾生的力量→布施的真實義（10/11） 常律法師	21:00 ~ 22:00	
22:00 ~ 23:00	海外弘法系列 慧律法師			22:00 ~ 23:00	
23:00 ~ 23:30	佛說八大人覺經→藥師經（10/24 播出） 淨心長老		慈光法音 聖法長老	23:00 ~ 23:30	
23:30 ~ 00:00	清涼法語 智海長老 道海長老 真華長老 印海長老 普獻法師 法藏法師 惠空法師 福定法師 超定法師 淨珠法師 理群法師			23:30 ~ 00:00	
00:00 ~ 01:00	佛學講座 妙境長老		百法明門論→10/11 八識規矩 頌暨唯識三十頌→10/31 藥師 琉璃光如來本願功德經論 寬謙法師	00:00 ~ 01:00	
01:00 ~ 01:30	佛教電影欣賞 弘一大師傳			01:00 ~ 01:30	
01:30 ~ 02:00	心靈法雨 圓本法師（重播）			01:30 ~ 02:00	
02:00 ~ 03:00	海外弘法系列 慧律法師（重播）			02:00 ~ 03:00	
03:00 ~ 04:00	大法鼓-不一樣的聲音 聖嚴法師	華嚴教海 海雲法師（重播）		菩提心要 證嚴法師	03:00 ~ 04:00

清涼法語節目內容：(週一~週五)

時間	星期一		星期二		星期三		星期四		星期五	
					10/1		10/2		10/3	
早上 05:00-05:30					性文 法師	談謙虛	道一 法師	慈心觀的修 習	夢參 長老	夢參長老開示
晚上 23:30-00:00					菩妙 長老	念佛的好處 3	慧聰 法師	結緣與攀緣	慧雄 法師	梵語
	10/6		10/7		10/8		10/9		10/10	
早上 05:00-05:30	樟基 法師	出離身心 即煩惱 2	信願 法師	心靈的加 持	本因 法師	觀音憶母念 佛 2	善心 法師	發菩提心	天崧 法師	學佛心得和分 享(上)
晚上 23:30-00:00	道偉 法師	現代社會 與宗教	依定 法師	生命的尊 嚴-病苦	海天 法師	忍辱行	宏印 法師	和平與戰爭	聖雄 法師	六波羅密
	10/13		10/14		10/15		10/16		10/17	
早上 05:00-05:30	德昭 法師	人、菩薩 行	如本 法師	斷見與常 見	志心 法師	如何造就理 想的社會	如源 法師	有情身心與 人本的佛性	聰慧 法師	心靈 DIY 尊重 生命自己來
晚上 23:30-00:00	慈心 法師	五無間罪 3	淨傳 法師	至誠感通 2	空海 法師	如何不成爲 境界的奴隸	修懿 法師	感恩的心 2	圓覺 法師	不妄語與信
	10/20		10/21		10/22		10/23		10/24	
早上 05:00-05:30	普獻 法師	因緣所生 法	寬謙 法師	學佛的根 本意趣 1	菩妙 長老	念佛的好處 3	超定 法師	自利與利他	禪悅 法師	佛法是人生的 明燈
晚上 23:30-00:00	法雲 法師	次第三觀 3	理群 法師	健康之智	慧璿 法師	原始佛教風 貌	圓本 法師	日常生活修 行課題	宏仁 法師	所求者何
	10/27		10/28		10/29		10/30		10/31	
早上 05:00-05:30	天機 法師	修行的目 的 2	界雲 法師	一根繩子 2	鑑因 法師	信願行 2	智海 長老	以佛法救世 人	心廣 法師	佛法甘露
晚上 23:30-00:00	淨耀 法師	正確的修 行觀	福定 法師	信仰性靈 不滅下	妙境 長老	學佛釋疑	賢度 法師	善財童子五 十三參	惠謙 法師	修行的要點

■ 佛法講座節目內容：(週六、週日早上 9:00~ 10:00)

日期	內容	集數	法師
10/4 (六)	大智度論 (新)	37	普獻法師
10/5 (日)	大乘起信論 (新)	1	惠謙法師
10/11 (六)	大乘起信論 (新)	2	惠謙法師
10/12 (日)	大乘起信論 (新)	3	惠謙法師
10/18 (六)	大乘起信論 (新)	4	惠謙法師
10/19 (日)	大乘起信論 (新)	5	惠謙法師
10/25 (六)	大乘起信論 (新)	6	惠謙法師
10/26 (日)	大乘起信論 (新)	7	惠謙法師

■ 般若講座節目內容：(週六、週日 晚上 6:00~ 7:00)

日期	內容	集數	法師
10/4 (六)	大方廣佛華嚴經-離世間品 (新)	37	普獻法師
10/5 (日)	大方廣佛華嚴經-離世間品 (新)	38	普獻法師
10/11 (六)	大方廣佛華嚴經-離世間品 (新)	39	普獻法師
10/12 (日)	大方廣佛華嚴經-離世間品 (新)	40	普獻法師
10/18 (六)	大方廣佛華嚴經-離世間品 (新)	41	普獻法師
10/19 (日)	勸修淨土詩 (新)	1	法宣法師
10/25 (六)	勸修淨土詩 (新)	2	法宣法師
10/26 (日)	勸修淨土詩 (新)	3	法宣法師

■ 雲遊寺方節目內容：(週六、週日 早上 11:00~ 11:28)

日期	內容	集數	地點
10/4 (六)	法華寺 (重播)	8	台南市
10/5 (日)	慈光禪學院 (重播)	1	台中太平
10/11 (六)	法雲禪寺 (重播)	2	苗栗大湖
10/12 (日)	慈光寺 (重播)	3	雲林古坑
10/18 (六)	清湖山慈慧寺 (重播)	5	台南後壁
10/19 (日)	靈泉禪寺 (重播)	7	基隆月眉
10/25 (六)	大仙寺 (重播)	4	台南白河
10/26 (日)	法華寺 (重播)	8	台南市

附錄六、生命電視台 10/20-10/26 節目表

日期／時間	星期一 10/20	星期二 10/21	星期三 10/22	星期四 10/23	星期五 10/24	星期六 10/25	星期日 10/26
04:30-05:00	經典讀誦(輪播)						
05:00-06:00	早課 (靈泉禪寺)	早課 (圓光佛學院)	早課 (靈泉禪寺)	早課 (圓光佛學院)	早課 (靈泉禪寺)	早課 (圓光佛學院)	早課 (靈泉禪寺)
06:00-07:00	海濤法師般若講座						
	慈悲與智慧(2)	忍辱大功德、利他主義、真愛無限(1)	忍辱大功德、利他主義、真愛無限(2)	忍辱與慈悲	慈悲與智慧	信心與悲心(1)	信心與悲心(2)
07:00-07:30	慈悲法語		菩提系列				
	慈悲菩提(36)	慈悲菩提(37)	止觀入門(14) 仁朗法師	止觀入門(15) 仁朗法師	華嚴經-淨行品 (16)賢度法師	佛說菩薩修行四法經(15)明證法師	佛說菩薩修行四法經(16)明證法師
07:30-08:00	菩提系列			佛教動畫系列			
	勸戒錄(47) 楊梓茗老師	勸戒錄(48) 楊梓茗老師	法海心聲(12) 如虛長老	法海心聲(13) 如虛長老	新能學淺說 113 能學長老	勤修智慧波羅蜜~瑪欽索賢人的故事(81)	勤修智慧波羅蜜~瑪欽索賢人的故事(82)
08:00-09:00	海濤法師弘法行國台						
	苗栗弘法院	新竹靖廬-淨化心靈講座	樂活生命	佛道資糧-經幡五色旗	屏東監獄-生命講座	大陸山西大同龍真寺	大陸山西大同龍真寺
09:00-10:00	大法座			大法座			
	好心態是人生幸福的前提(1) 賢心法師	好心態是人生幸福的前提(2) 賢心法師	【大佛頂首楞嚴經卷六】-四大決定清淨明誨(10) 達照法師	【大佛頂首楞嚴經卷六】-四大決定清淨明誨(11) 達照法師	苦樂人生 學誠法師	生命自在-中陰救度(2) 宗普法師	快樂的祕方 仁持法師
10:00-11:00	海濤法師弘法講座(國台)						
	雲林斗六南聖宮	嘉義朴子國小-生命品德教育講座	員林崇實高工-生命教育講座	嘉義講堂--修忍辱法具足智慧	新竹港南慈悲放生法會	嘉義崇文國小-生命品德教育講座	公誠國小校園弘法-生命教育故事
11:00-11:30	2008 夏季佛心花海		尋佛足跡	淨土法門		慈悲法語	
	閒靜之間 李麗淑老師	一片幽香 李麗淑老師	靈山新雨後(上)	印光法師 淨土法門(1) 仁朗法師	印光法師 淨土法門(2) 仁朗法師	慈悲菩提(45)	慈悲菩提(46)
11:30-12:00	佛敎卡通故事	新時代·心倫理				新時代·心倫理	
	海濤法師說故事	自然倫理(7) 聖嚴法師	自然倫理(8) 聖嚴法師	生命倫理(40) 聖嚴法師			
12:00-13:00	海濤法師救護眾生講座						
	福建漳州蓬萊寺-慈悲心靈講座	生命關懷講座(1)	生命關懷講座(2)	八關齋戒開示	生命教育講座	慈悲菩提(1)	慈悲菩提(2)
13:00-14:00	北京 2008 漢傳佛敎講經交流	佛敎電視連續劇		菩提系列		心如蓮花系列	
	閉幕總結 傳印法師 一誠法師 學誠法師	俞淨意公遇灶神記(1)	俞淨意公遇灶神記(2)	心經講記(1) 智諭老和尚	心經講記(2) 智諭老和尚	佛說四十二章經(3) 仁朗法師	佛說四十二章經(4) 仁朗法師
				經典選輯系列			
				九品往生(3) 會宗長老	九品往生(4) 會宗長老		
14:00-15:00	大乘講座						
	八十華嚴經講述十迴向品(46) 下 夢參老和尚	八十華嚴經講述十迴向品(47) 上 夢參老和尚	八十華嚴經講述十迴向品(47) 下 夢參老和尚	八十華嚴經講述十迴向品(48) 上 夢參老和尚	八十華嚴經講述十迴向品(48) 下 夢參老和尚	如何實修念佛法門(1) 明證法師	如何實修念佛法門(2) 明證法師
15:00-16:00	海濤法師心靈講座						
	念佛淨語	心靈的修行(1)	施食的利益	佛法與人生	發心學佛	生命的原理(1)	生命的原理(2)

16:00-17:00	晚課						
	晚課(齋僧新版)	禮拜八十八佛 (靈泉禪寺版)	晚課(齋僧新版)	禮拜八十八佛 (靈泉禪寺版)	晚課(齋僧新版)	禮拜八十八佛 (靈泉禪寺版)	晚課(齋僧新版)
17:00-17:30	智慧法語		佛陀本生故事		智慧講座系列		
	融攝身心能量站 (112) 修懿法師	生命之愛(32) 楊梓茗居士	生命之愛(33) 楊梓茗居士	佛陀本生的故事 (9)	佛陀本生的故事~ (10)	天台教觀略講 (4) 達照法師	天台教觀略講 (5) 達照法師
17:30-18:00	兒童天地						
	茶鄉坪林自然之旅 (201)	恆春半島之旅~ 落山風故事篇 (202)	恆春半島之旅- 珊瑚礁公園、佳 樂水奇石篇 (203)	恆春半島之旅- 龍坑崩篇、恆春 古城篇 (204)	玻璃風情-新竹玻 璃工藝博物館 (205)		
18:00-19:00	海濤法師般若講座(國台)						
	慈悲之道(2)	生命心靈講座	心靈講座(1)	心靈講座(2)	願成無盡藏	慈悲救護眾生 (1)	慈悲救護眾生 (2)
19:00-19:30	善知識法語		佛教動畫系列			與菩薩有約	尋佛足跡
	放生放生 放大光明生極樂 (1) 道証法師	放生放生 放大光明生極樂 (2) 道証法師	勤修戒波羅蜜者 —善利塔龍王的 故事(9)	勤修戒波羅蜜者 —善利塔龍王的 故事(10)	勤修戒波羅蜜者 —善利塔龍王的 故事(11)	愛惠、雅閑	日本佛寺巡禮~
19:30-20:00	菩提系列		生命真體驗	菩提系列	佛心花海		
	大乘四法經(12) 明證法師	大乘四法經(13) 明證法師	淨覺法語(310) 淨心長老	慧緣-念佛感應 與現代因果	新能學淺說 112 能學長老	蘭桂騰芳 李麗淑老師	松風蘭若 李麗淑老師
20:00-21:00	海濤法師弘法行 國台						
	苗栗弘法院	新竹靖廬-淨化心 靈講座	生命的成積單(1)	生命的成積單(2)	屏東監獄- 生命講座	大陸山西大同 龍真寺	大陸山西大同龍 真寺
21:00-21:30	泰國法身之音				中國首部手繪紀錄片		
	天賦或福報 法勝法師	咬舌奇緣小姊妹 法勝法師	地下的九粒黃金 法勝法師	道德心比文憑重 要 法勝法師	肚子裡的腫瘤含 有頭髮和骨頭 法勝法師	大唐西遊記(1)	大唐西遊記(2)
21:30-22:00	佛教卡通系列						
	勤修智慧波羅蜜 ~瑪欽索賢人的 故事(88)	勤修智慧波羅蜜 ~瑪欽索賢人的 故事(89)	勤修智慧波羅蜜 ~瑪欽索賢人的 故事(90)	勤修智慧波羅蜜 ~瑪欽索賢人的 故事(91)	勤修智慧波羅蜜~ 瑪欽索賢人的 故事(92)		
22:00-23:00	海濤法師弘法講座(國台)						
	雲林斗六南聖宮	嘉義朴子國小-生 命品德教育講座	員林崇實高工-生 命教育講座	嘉義講堂- 忍辱 辱法具足智慧	新竹港南 慈悲放生法會	嘉義崇文國小- 生命品德教育 講座	公誠國小校園弘 法-生命教育故 事
23:00-00:00	佛教電視連續劇		朝聖聞法行			大乘講座	
	大唐高僧傳~ 鑒真東渡(15)	大唐高僧傳~ 鑒真東渡(16)	2005 印度朝聖聞 法行(1)	2005 印度朝聖聞 法行(2)	2005 印度朝聖聞 法行(3)	如何實修念佛 法門(1) 明證法師	如何實修念佛 法門(2) 明證法師
00:00-01:00	海濤法師救護眾生講座						
	福建漳州蓬萊寺- 慈悲心靈講座	生命關懷講座(1)	生命關懷講座(2)	八關齋戒開示	生命教育講座	慈悲菩提(1)	慈悲菩提(2)
01:00-02:00	生命講座			大法座			
	鎮納喜悅的生命 力(1) 修懿法師	鎮納喜悅的生命 力(2) 修懿法師	人倫道德觀 從慈法師	佛學開示(1) 湛因法師	佛學開示(2) 湛因法師	生命自在-中陰 救度(2) 宗普法師	快樂的祕方 仁持法師
02:00-03:00	大乘講座					智慧講座系列	
	八十華嚴經講述 十迴向品(44) 上 夢參老和尚	八十華嚴經講述 十迴向品(44) 下 夢參老和尚	八十華嚴經講述 十迴向品(45) 上 夢參老和尚	八十華嚴經講述 十迴向品(45) 下 夢參老和尚	八十華嚴經講述 十迴向品(46) 上 夢參老和尚	天台教觀略講 (4) 達照法師	天台教觀略講 (5) 達照法師
03:00-04:00	海濤法師心靈講座						
	念佛淨語	心靈的修行(1)	施食的利益	佛法與人生	發心學佛	生命的原理(1)	生命的原理(2)
04:00-04:30	經典佛曲欣賞(輪播)						

附錄七、1953-2008 台灣佛教三壇大戒人數整理表

(資料來源：本研究整理)

年度	傳授寺院	受戒人數			起訖日期
		比丘	比丘尼	合計	
42	台南大仙寺	39	132	171	42.01.15-42.01.02
43	新竹元光寺	32	119	151	43.09.11-43.10.11
44	台北十普寺	20	57	77	44.03.24-44.04.02
44	基隆靈泉寺	17	73	90	44.04.22-44.05.22
44	台中寶覺寺	36	64	100	44.11.28-44.12.28
45	台南碧雲寺	31	66	97	45.01.03-45.02.01
45	台北凌雲寺	14	73	87	45.04.11-45.05.11
45	屏東東山寺	24	114	138	45.12.08-46.01.08
48	台北十普寺	59	187	246	48.04.28-48.05.01
48	台中寶覺寺	31	88	119	48.04.19-48.05.10
50	基隆海會寺	76	66	142	50.09.12-50.10.17
51	高雄舊超峰寺	95	199	294	51.10.28-51.11.28
52	台北臨濟禪寺	99	457	556	52.03.17-52.05.01
53	基隆十方大覺	79	118	197	53.04.03-53.05.05
54	苗栗法雲寺	59	138	197	54.11.05-54.12.01
55	台北臨濟寺	71	323	394	55.11.12-55.12.13
56	台中慈明寺	75	340	415	56.11.02-56.12.03
57	基隆十方大覺	45	84	129	57.10.07-57.11.08
58	基隆海會寺	59	118	177	58.10.31-58.12.01
59	台北臨濟寺	42	178	220	59.10.10-59.12.06
60	台中慈善寺	64	164	228	60.11.18-60.12.20
61	屏東東山寺	69	226	295	61.11.08-61.12.09
62	法雲寺(台中佛教會館)	57	233	290	62.10.26-62.11.26
63	台中萬佛寺	59	144	203	63.11.24-63.12.14
64	台北吉祥寺	38	177	215	64.11.08-64.12.10
65	高雄龍湖庵	55	160	215	65.11.27-66.01.02
66	高雄佛光山寺	97	263	360	66.12.01-66.12.31
67	台北松山寺	55	232	287	67.10.29-67.11.29
68	新竹翠壁岩寺	72	158	230	68.11.26-68.12.27
69	高雄龍泉寺	86	185	271	69.11.08-69.12.09
70	台北臨濟寺(中佛會)	65	233	298	70.10.28-70.12.02
71	台北海明寺	76	190	266	71.11.16-71.12.17
72	台北臨濟寺	104	348	452	72.10.25-72.12.16
73	台中慈善寺	87	294	381	73.10.24-73.11.25
74	高雄妙通寺	132	341	473	74.11.13-74.12.04
75	高雄元亨寺	121	417	538	75.11.03-75.12.04
76	台北臨濟寺(中佛會)	157	347	504	76.11.22-76.12.30
77	基隆海會寺	127	359	486	77.11.22-77.12.30
78	嘉義天龍寺	146	447	593	77.10.30-77.11.31
79	台中萬佛寺	165	544	709	79.10.20-79.11.20
80	高雄佛光山寺	150	350	500	80.03.18-80.06.15
80	高雄日月禪寺	205	492	697	80.11.08-80.12.09

81	高雄慈雲寺	162	531	693	81.10.16-81.11.16
82	新營妙法禪寺	67	158	225	82.02.21-82.04.21
82	高雄光德寺	125	465	590	82.09.16-83.01.13
83	台中萬佛寺	126	455	581	83.10.26-83.11.26
83	高雄妙通寺(第一期)	110	237	347	83.05.23-83.06.19
83	高雄妙通寺(第二期)	62	247	309	83.06.23-83.07.20
84	台中護國清涼寺	89	185	274	84.11.13-84.12.30
84	慈恩精舍(玄奘大學)	184	399	583	84.11.22-84.12.23
85	高雄龍泉寺	59	193	252	85.04.07-85.05.09
85	南投靈巖山寺	86	223	309	85.04.18-85.05.19
85	宜蘭福巖禪寺	81	167	248	85.11.11-85.12.01
85	台中南普陀寺	54	3	57	85.03.12-85.08.29
86	新營妙法禪寺	86	168	254	86.03.08-86.05.07
86	高雄日月禪寺	177	411	588	86.11.01-86.12.02
87	南投靈巖山寺	73	173	246	87.03.28-87.04.28
87	十方大覺寺	116	326	442	87.10.21-87.11.22
87	高雄光德寺	86	209	295	87.11.20-88.01.18
88	楠梓慈雲寺	129	330	459	88.10.30-88.11.30
88	屏東寶蓮禪寺	30	127	157	88.04.20-88.05.21
88	台中清涼寺	45	66	111	88.03.20-88.04.20
89	苗栗法雲寺	153	265	418	89.04.02-89.05.04
89	基隆靈泉禪寺	37	139	176	89.09.20-89.10.31
89	高雄光德寺	31	94	125	89.10.28-89.12.26
90	新營妙法禪寺	56	87	143	90.03.12-90.04.20
90	高雄妙通寺	18	132	150	90.07.08-90.08.08
90	埋里中台禪寺	97	271	368	90.09.10-90.10.13
90	宜蘭福巖禪寺	57	106	163	90.10.16-90.11.16
90	高雄圓照寺	0	173	173	90.11.23-90.12.24
91	鹿谷淨律寺	102	19	121	91.09.01-91.10.03
91	高雄日月禪寺	142	382	524	91.11.06-91.12.11
92	台北善導寺	153	283	436	92.10.18-92.11.18
93	新營妙法禪寺	51	110	161	93.02.20-93.04.27
93	桃園妙法寺	76	169	245	93.10.05-93.11.05
93	嘉義義德寺	0	135	135	93.12.16-94.01.23
94	高雄光德寺	104	172	276	94.11.03-95.01.01
94	埔里中台禪寺	88	290	378	94.04.09-94.05.08
95	新店竹林寺	70	130	200	95.02.28-95.03.30
95	義德寺	0	35	35	95.10.24-95.11.22
95	慈雲寺	121	301	422	95.11.23-95.12.24
96	新營妙法禪寺	37	94	131	96.03.19-96.05.18
96	靈泉禪寺	59	121	180	96.10.14-96.10.31
96	日月禪寺	101	179	280	96.11.25-96.12.15
97	靈巖山寺	38	0	38	97.03.04-97.03.12
97	中台禪寺	77	237	314	97.09.27-97.10.28
97	光德寺	80	130	210	97.10.30-97.12.28
	合計人數	6885	18425	25310	
	百分比	27%	73%	100%	

附錄八、心田法師志業體各項活動整理

(資料來源：本研究整理²⁴²)

壹、 過去的活動規劃
一、教育
1. 電台弘法佈教
心田法師曾經在新營建國、屏東民立、南投中興等電台及中廣第三廣播網播出「佛教之音」廣播節目，獲得不少好評，也度化了許多信徒皈依佛門。
2. 開設佛學研習班
研習班分初級、中級、高級及佛經研讀等四種，採夜間授課，不收任何費用。
3. 辦慈愛幼稚園
1972 年在妙法禪寺內辦設「慈愛幼稚園」，當時曾經，是當地重要的幼稚園，學童最多時還曾經到達四、五百人，後來卻因為學生人數愈來愈少，每戶家庭小孩的數量漸漸減少，加諸其它幼稚園也愈來愈普遍，因而就停止招生了。
4. 全省佛法講座
心田法師不定期的受邀至各地方舉行佛學講座。另外佛衛電視慈悲台也曾經安排邀請電視台弘法法師至各地巡迴演講。
5. 創辦妙法月刊雜誌
每月發行 6000 份妙法月刊，提供佛教訊息刊登及報導妙法禪寺寺務運作概況，並且不定期刊登佛教投稿文章。
6. 設立「妙法施經會」
每年助印數十種的佛教經典及錄音帶，分送至各地與大眾結緣取閱。
二、慈善公益
1. 成立貧民施醫施藥所
禮請在公家機關上班的醫師，定期至妙法禪寺舉辦義診，由寺方提供場地及藥費，為鄉村居民做看病服務。
2. 成立「妙法慈善會」
提供低收入戶及貧病弱勢每年達 200 餘萬元的慈善捐款。
三、因果概念

²⁴² 資料來源：「中國佛教傳佈協會會務概況簡介」；心田法師訪談記錄（2007.08.25）及心田法師訪談記錄（2008.11.21）；佛衛電視慈悲台網站：<http://www.bts.com.tw/>。

1. 成立妙法放生會
每月農曆初一、十五法會期間舉辦放生，以養成保護動物之慈悲心。
貳、 現在的活動規劃
一、教育
1. 興辦佛教寺院
心田法師於擔任台南縣佛教會理事長期間，對於各處需要法師管理經營的寺院，缺法師人選，心田法師會親自或派員接手管理，並將接手寺院納入妙法禪寺分院體系，其中的寺院就包括了有嘉義白雲寺、嘉義昭慶禪寺、台南慈慧寺、台南祥光禪寺、台南萬佛寺、台南興法寺、台南珠光寺、屏東青龍寺、屏東蓮海寺、屏東東海寺、屏東玉泉寺等佛寺。另外心田法師自己還在美國創建了西雅圖法興禪寺及波特蘭普輪寺。 ²⁴³
2. 成立中國佛教傳佈協會
由於在美國建寺弘法的經驗，法師有感於佛教教義於國際之傳佈工作尚待努力之處甚多，極缺乏具國際流通功能之外語、外文人才，於是於 1991 年，邀請 35 位熱心人士共同發起籌組「中國佛教傳佈協會」，於 1992 年正式成立，由心田法師擔任第一屆會長。
3. 成立電視台
鑑於多年弘法心得，法師認為電視弘法是最直接深入每個家庭，於是於 1996 年 9 月正式獲准設立，並歸屬在佛教傳佈協會的組織下運作，是台灣最早成立的佛教衛星有線頻道。
4. 定期於妙法禪寺舉辦大、小型法會 ²⁴⁴
千佛懺法會：正月初一至初三（農曆） 齋天法會：正月初九（農曆） 觀音聖誕法會：二月十七日（農曆） 佛陀聖誕浴佛法會：四月初八（農曆） 觀音成道法會：六月十七日（農曆） 孟蘭盆法會：七月十一至十三日（農曆） 藥師聖誕梁皇法會：九月二十四至二十九日（農曆） 彌陀聖誕佛七法會：十一月十日至十七日（農曆） 念佛共修會：每星期六晚上 7：30（農曆） 大悲懺共修會：每月初一及十五晚上 7：30（農曆） 禮佛共修會：每星期二晚上 7：30（農曆） 光明燈消災法會：每月初一、十五（農曆）

²⁴³ 資料來源由妙法禪寺副住持圓西法師提供。

²⁴⁴ 2009 妙法禪寺全年法會活動表。

5. 舉辦三壇大戒戒會
傳授出家戒在佛教中乃極為隆重莊嚴重要之事，妙法禪寺為承擔起延續佛教命脈之大業，遂於 1993 年起分別於 1993、1997、2001、2004、2007 年各舉辦一次三壇大戒傳戒活動，總共接受了 914 位出家比丘、比丘尼求受戒法。
6. 經、書、錄影帶、CD 結緣品提供
7. 朝聖參訪
為了服務信眾，廣結善緣，使信眾更認識佛衛電視台，接近電視台，以輕鬆學習的方式，接觸佛法，感受佛教文化的氣息。因此電視台方面負責發起招募信眾，禮請法師，規劃朝聖道場、名聖古蹟的工作。而委託旅行社辦理各種出國手續，安排行程、食宿、交通等業務。
8. 設立曉光空中佛學院
為方便一般大眾長養菩提善根，並培育僧伽人才，特於佛衛電視慈悲台開闢曉光空中佛學院，以優良師資陣容，循序漸進方式，教育佛教弟子。
二、慈善公益
1. 醫院臨終關懷活動
凡是助念團會員或諸善信病危住院，寺方即會派住眾法師及信徒居士前往探病關懷，為病患做佛法開示。
三、因果概念
1. 組織「妙法助念團」
凡是助念團會員或諸善信臨終時來電告知，即派助念團團員前往義務助念。
參、 未來的活動規劃
一、教育
1. 拍攝佛教傳記類戲劇
2. 設立廣播電台
3. 培育心靈導師，設立心靈專線
二、慈善公益
1. 海外鄉村蓋診所，甚至都市建醫院
三、因果概念
無

附錄九、海濤法師志業體各項活動整理

(資料來源：本研究整理，大部份資料來自《海濤法師的弘法悲願》)

壹、過去的活動規劃
一、教育
1. 成立佛曲傳播協會
爲了讓梵音、佛法充滿人間，因而成立慈悲佛曲傳播協會。協會錄製這些梵唄音樂作品之目的，是希望藉由莊嚴清淨的法音，帶給眾生無限的法喜安樂。
二、慈善公益
無
三、因果概念
無
貳、現在的活動規劃
一、教育
1. 成立電視台
電視台於 2004 年元月開播，秉持對三寶的虔誠恭敬心，對眾生的慈悲護生心，海濤法師希望將佛法教育結合時代，貼近社會，透過無遠弗屆的電視媒體，將佛陀的教法、生命的價值，廣泛地傳播出去。生命電視台並於宜蘭、台北、高雄三處分別成立電視台運作中心，分別負責各區節目製作業務，而由宜蘭總部負責統籌播出。 宗旨：宣導救護一切眾生，體認生命平等教育。 會務：生命電視台做的是社會文化紮根的工作，以生命教育爲出發點，傳遞「慈悲、戒殺、念佛、放生、吃素、佛學、教育、濟貧、助念、佛曲、梵唄」等全方位的理念，創造出一個清淨的公益電視台。
2. 成立生命基金會
2005 年籌劃生命傳播文化志業基金會（簡稱：生命基金會），2006 年初正式成立。 宗旨：廣傳佛陀三乘法，護持三寶利有情。 目的：讓原本與護生協會共同帳戶的資金得以獨立運作，專款專用，期能以更穩定、更具公信的方，式繼續廣集大眾護持的力量，讓生命電視台純公益、不營利的發展走向能持續落實。會務：以完成生命電視台之佛行事業運行為主，除了電視節目的製播之外，也包括了購置影片、電視弘法、擴充電視台設施之相關事務。
3. 成立佛陀教育中心

<p>1999 年起創建第一所佛陀教育中心，至 2009 年共於世界各地成立了 120 多處的中心。</p> <p>宗旨：宣揚佛陀慈悲智慧、提倡佛法普及教育、倡導救護一切眾生、推廣電視影音弘法。</p> <p>目的：海濤法師有感於「生命教育」的重要，因而創立了佛陀教育中心，致力於免費流通各類佛教結緣品，並從事各項教育、推廣活動。</p> <p>會務：協助推展各協會會務外，各教育中心也提供結緣品流通，定期舉辦佛學講座、共修、籌辦各類法會（如：放生、念佛、八關齋戒、慈悲施食、拜懺、誦經...等）、助念、夏令營、青少年生命體驗營、短期出家體驗營、才藝教學、讀書會...等。</p>
<p>4. 成立中華印經協會</p>
<p>2001 年成立，以宣揚佛陀智慧，推廣佛教教育文化，培養人文胸懷，認識生命本質為宗旨。</p> <p>會務：為了宣揚佛陀慈悲智慧，使佛法廣為流通，協會製作闡發正道的多媒體節目，讓佛法的呈現更多元化，更活潑生動。除此之外，並致力翻譯各類經書及出版多樣化結緣品，大量倡印，廣為流通海內外。</p> <p>目的：期使大眾能多讀好書，認識生命的本質及意義，培養關鍵人文的胸懷，建立書香社會，以達到淨化社會，促進社會祥和的目的。</p>
<p>7. 成立沙彌學院</p>
<p>海濤法師在苗栗弘法院成立沙彌學院，提供沙彌良好教育環境，讓每個小沙彌都有愛的能力，並能成為未來貢獻佛教的優秀僧才。²⁴⁵</p>
<p>8. 成立免費書坊</p>
<p>會務：推廣佛法，流通中華印經協會所出版的佛書、佛教故事書、漫畫、錄音帶、VCD、DVD 等出版品與大眾結緣。</p> <p>目的：提倡社會讀書風氣，使大眾在親近佛法之餘，也養成閱讀的好習慣。</p>
<p>9. 錄製佛教音樂</p>
<p>希望每首佛教曲子都能讓大家琅琅上口，易學易唱，使現代人被塵世雜染的心靈得到淨化，浮躁的情緒得到安寧，進而得到家庭和諧，社會安定的效果。</p>
<p>10. 海外弘法朝聖</p>
<p>配合海濤法師的海外弘法行程，讓信眾有機會隨行參與，並參禮佛教名勝古蹟寺院道場，是種輕鬆學佛的良好機會。帶領大眾旅遊世界各地，並隨處融入佛法開示，更是法師弘法的一大特色！法師說：「平日要到佛寺住一宿是不可能的事，透過旅遊掛單一夜，看一看出家人的生活，學習法師行、住的威儀，長養諸善根。」²⁴⁶</p>

²⁴⁵ 參考生命電視台 2004.12 發行宣傳刊物。

²⁴⁶ 佛陀教育中心編輯組編，2001，《修行筆記》，台北：佛陀教育中心，頁 3。

11. 夏令營
不定期在全省北、中、南舉辦兒童生命成長營，以多元化寓教於樂的生命體驗團康活動，讓每位參加的兒童在快樂的學習中成為有慈悲心、有智慧的快樂兒童。 ²⁴⁷
12. 短期出家體驗營
為了讓佛法深入行者的身心靈，培養未來出家的善根，透過團體和合的生活，去除個人慾望與執著，學習縮小自我，不自私、不斷為別人服務的精神，進而幫助不圓滿的世間趨向圓滿。 ²⁴⁸
13. 經書、錄音帶、CD、結緣品提供結緣
大量倡印各類佛教經典、佛教漫畫書，並致力於翻譯各類經典，倡印譯著，其內容包括南傳、藏傳、顯密各派的著作。錄製錄音帶、音樂 CD、影音 VCD、DVD 等聲光媒介，與各界免費結緣，贈與國內外許多機關團體機構，期許大眾能藉由透過書本的閱讀及多媒體傳播媒介的聆聽觀賞，能夠培養更豐富的書香氣質、淨化每個人的身心、認識生命、關懷世界。 ²⁴⁹
14. 監獄弘法
為了讓監獄成為修行道場，海濤法師擔任多所監獄及看守所教誨師，並結合僧才，全力推廣監獄弘法，並將一系列的佛陀教育書籍贈予監獄，期使受刑者逞兇、鬥狠、黑暗的心靈在佛法的薰習中，掃除塵埃，見到自性的光明。
15. 校園弘法
為了將佛法教育落實於學校，海濤法師全年奔走於全省各中小學及大專院校演講，將佛法以深入淺出的故事，簡明易懂的理論傳達出去。
16. 生命簡訊通
為了加強與蓮友間的聯繫，特分區成立「Life 簡訊通」，讓各地蓮友能收到最新的放生、八關齋戒...等法會活動訊息。此外，每天可收到一句清涼法語及自利利他的咒語，以時時刻刻惕勵自己提起正念，將慈悲的精神落實在日常生活之中。
二、慈善公益
1. 成立護生協會
2004 年成立的中華護生協會，為倡導救護一切眾生，定期舉辦各類護生、救生活動，以教育化導世人尊重生命、愛護生命。積極喚起世人「萬物一體、慈悲大愛」的廓然心胸。 中華護生協會遠程計畫將把關懷生命觸角延伸至社會，如醫院、孤兒院、老人院，以便能在未來的日子裏更有效地幫助更多的生命。

²⁴⁷ 參考生命電視台 2005.7—2005.8 發行宣傳刊物。

²⁴⁸ 參考生命基金會編輯，2006.8，《生命會訊》，2 期：4-5。

²⁴⁹ 參考生命電視台內部刊物。

2. 提供清寒子弟助學專款
3. 提供印度僧伽醫護經費
4. 國內外供僧活動
<p>協辦及推動國內全國性供佛僧齋法會，除了供養台灣的僧眾，海濤法師還在不熟悉的許多地方，如：中國五台山、印度、緬甸、尼泊爾、斯里蘭卡、泰國、錫金等地，由生命基金會規劃籌辦一些全球性的供僧活動，護持那些外國地區精進修行，卻無人護持的僧眾。²⁵⁰</p>
5. 接辦懷海教育基金會
<p>該基金會成立於 2006 年 8 月，為吳榮展居士創辦，2008 年 3 月由海濤法師承接。懷海教育基金會是以回饋社會之心，幫助社會中其他需要幫助的人。如協助單親家庭、輔導外籍新娘、幫助中輟生返回校園、輔導未婚媽媽、幫助憂鬱症患者等，期盼能發揮佛陀無緣大慈，同體大悲的慈悲精神，讓這些弱勢者，需要幫助者，也都能感覺到人間處處充滿慈愛，充滿關懷。²⁵¹</p> <p>基金會截至 2009 年 4 月為止，共扶助 69 所學校 611 位受益學生；80 場老弱病殘關懷活動，共 1196 人受益；及監獄教化 9 場，受益收容人 1386 人；物資發放活動 7 次，受益人 907 人。²⁵²</p>
三、因果概念
1. 海內外成立護生園區
<p>古代佛寺由於佔地廣闊，寺廟中大都設有放生園來保護眾生，現今的佛寺由於場地有限，因而已不復在寺院中放養眾生。為了讓不易隨處野放的生命或是民眾自行送來的動物有個安全放養的環境，2004 年起中華護生協會已陸續在台灣全省 20 個地方成立護生園區，國外也有 5 個地方，專門收容即將遭到宰殺命運的動物。</p>
2. 成立救狗協會
<p>在現在社會，我們常常可以看到許多被棄養、流浪街頭的狗兒。他們大多流落街頭巷尾，過著飢寒痛苦、毫無安全和衛生條件的生活，下場不是被人類補殺，就是繁衍出下一代，繼續著流浪狗悲慘的命運。</p> <p>為了集結大家的力量，一同來拯救照護更多的流浪狗，台灣就狗協會於 2006 年 11 月 5 日在海濤法師的指示下正式成立，希望能透過護養、認養、宣導關懷流浪狗等相關活動，呼籲大眾重視生命、愛惜生命，使人與萬物之間皆能互愛共存，進而消弭暴戾之氣，促進社會祥和，不只是帶給狗幸福，更希望這股「善」的力量能普及到人間，成為全人類的共同善緣。</p>

²⁵⁰ 生命電視台發行宣傳刊物 2004.7；2004.9；2005.6~7；2005.7~8；生命基金會編輯，2007.8，《生命會訊》，6 期：64。

²⁵¹ 生命基金會編輯，2008.4，《生命會訊》，8 期：64。

²⁵² 生命基金會編輯，2009.5，《生命會訊》，11 期：58。

3. 放生
海濤法師以前曾經批評別人，認為有錢放生，幹嘛不拿來蓋寺廟？還批評人家吃素，沒想到，後來師兄弟生病請他幫忙放生，他親自跑一趟發現，哎呀！原來讓生命游走是多麼的快樂，以及參與放生的人的熱心也感動了他。他翻遍經典發現佛陀曾經捨身餵虎，一念的慈悲心這樣地去做，戒殺放生。既然佛陀這麼說，而且是修慈悲心，決定應該要去做。 ²⁵³
參、未來的活動規劃
一、教育
1. 成立出版社
2. 編譯英文佛學書籍
3. 拍攝佛教傳記
4. 推動佛教舞台劇
5. 設置各協會網站，開放軟體資源分享
6. 成立佛學院
7. 成立假日佛學院
8. 成立空中佛學院
二、慈善公益
1. 設立佛教醫院
2. 提供心靈諮詢的生命專線
3. 關懷孤兒院院童、老人院老人、殘障人士及醫院病人
三、因果概念
無

²⁵³ 參考海濤法師，〈談放生〉，參考網頁 <http://www.cpla.org.tw/news.htm>，2009.06.08 搜尋結果。