

南 華 大 學

美學與藝術管理研究所碩士論文

美學、權力與消費 以大甲媽祖遶境進香活動為例之研究

Aesthetics, Power and Consumption

Research on Warship Activities during Annual Festival of Dajia Matsu

研究生：林金龍

指導教授：明立國

中華民國九十四年六月

南 華 大 學

美學與藝術管理研究所

碩 士 學 位 論 文

美學、權力與消費—以大甲媽祖遶境進香活動為例之研究

研究生：林全龍

經考試合格特此證明

口試委員：

王崑山

陳國華

林金國

指導教授：林金國

系主任(所長)：陳國華

口試日期：中華民國 94 年 6 月 10 日

誌謝

在研一時（1999），個人選修了論文指導教授明立國的「文化研究與田野調查」課程，開始對於文化人類學、語言學、結構主義、符號學等知識脈絡與研究方法有了基礎而廣泛的接觸。在個人學習的認知建構中，對於「語言」做為一個表達思想的符號系統與任意性（arbitrary）關係，以及社會事實（social fact）文化現象等背後的約定俗成規則，和由區別所構成的意義系統、語法邏輯等相關的知識理論應用，漸能以共時性研究的方法來運用，以深入探尋社會結構與文化深層脈絡當中的符號關係和意義系統。這對於我從2001年開始連續三年參加大甲媽祖遶境進香活動的研究探討幫助很大。

口試委員王嵩山教授對於論文當中綜括了美學、權力與消費等面向，而此三者間之論述關聯性與研究企圖等應再加強；而鎮瀾宮主事者之在地勢力與彰化地頭搶香之間所不為人知的交換關係，以及布爾迪厄文化資本理論的提點運用，是我論文後續應當再補強的。而陳國寧教授對於論文寫作格式及標題名稱等的建議，皆讓我受益良多。

整個論文的完成，得感謝許多師長與朋友的幫忙。包括了台中縣副縣長張壯熙，長期關心民俗廟會與戲曲表演活動並提供資料的靜宜大學林茂賢教授，致力於推展武術文化在地深耕的台灣武藝文化研究協會秘書長郭應哲教授，言無不盡的前大甲鎮瀾宮常務董事董振雄「董爸」，對於在地政治、文化、社區等事務觀察入微的大甲圖書館雷養德館長，長期關心在地文化、生態，批判與行動力兼於一身的蔡紹斌，教師進香團成員中互動最密切的幾位伙伴 黃淑珍老師、黃敦厚老師、郭智勇老師、台南大學台灣文化研究所的洪瑩發，以及接受我訪談的朝天宮、奉天宮核心幹部和媒體朋友等，都是我完成此篇論文的助力，謹在此致上十二萬分的謝意。

最後，感謝我的父母，以及內人靖純、小兒子崑，因為你們的支持與陪伴，讓我能順利的完成學業。謝謝你們！

摘要

「神要興，也要人去緬」，這個「緬」的歷史脈絡與操作過程，形塑了今日台灣媽祖信仰宮廟產業的變化。

大甲鎮瀾宮挾著 1987 年率先赴大陸取得湄洲祖廟香火的象徵資本，加上自身所擁有徒步進香歷史特色和龐大陣仗的儀駕團隊之文化資本，逐步帶動了兩岸政教交流的「媽祖熱」現象。其特出的運用媒體直播進香活動的儀式再現，加上台中縣政府地方文化政策的傾斜靠攏，順勢以媽祖文化節結合文化觀光產業，刮起了以「大甲媽」之名的「進香文化產業鏈」的數十億商機。而政治人物插香扶轎的造勢拉抬，亦使得以鎮瀾宮為首的台灣媽祖信仰宮廟產業龍頭地位，逐步發展出一套「宗教進香，政治操作、媒體行銷、異業結盟」的「鎮瀾宮模式」。從香火政治的操弄謀略，到宮廟政治的合縱連橫，不但解構了從清末以來一直由朝天宮所主導的「香火權威政治論述」，更重新建構出一個新的「宮廟產業權威論述」。

在台灣發揚光大的媽祖信仰，廟宇數目七百六十餘座，信眾人數號稱全台人口的三分之二，由於宗教信仰漸趨世俗化（secularization）與市場化的消費走向，其所產生的符號經濟產值自然不容小覷；而大陸當局對於宗教統戰的政治操弄，所引發信眾對於台灣媽祖信仰背後的台灣主體意識認同之意識形態對抗亦是值得關注；加上兩岸數個地方政府同時藉由媽祖信仰活動以推動旅遊觀光文化產業的拼經濟做法，皆使得以媽祖之名的符號意義體系，在「鎮瀾宮模式」的效應帶動下，不斷的擴大媽祖信仰與政治、經濟、媒體、產業、文化、社會等的交互影響關係。本文即試圖從香火政治與宮廟競合之權力結構脈絡切入，進行主體與鎮瀾宮在政治實踐與符號消費當中有關權力流動、文化消費和文化再生產的辯證論述。

關鍵字：媽祖、民間信仰、大甲鎮瀾宮、進香、宮廟產業、文化消費、文化研究

Abstract

“The popularity of a god takes the management of human beings.”

The historical threads and the manipulating process of the “management” shape the transformations of the temple industry of Matsu in Taiwan. On the Double Ninth Festival of 1987—a time after the release of the Martial Law, Jenlan Gong of Dajia sneaked to Mei Chou of Fukien for Matsu pilgrimage, which opened up a new page for the communications of folk beliefs, politics and religion among people between the Strait. In the following year, Jenlan Gong terminated its Beigang pilgrimage to Chao Tien Gong, which had been held for decades. Instead, it turned to Feng Tian Gong of Shin Gong for its “Holy pilgrimage.” This, however, resulted in one more controversy in the authority of temples for Taiwanese folks beliefs.

With the political capital of taking the lead in landing the Mainland, the cultural capital of the pilgrimage on foot with historical features and the grand array of the parade, Jenlan Gong of Dajia gradually heated up the “fever of Matsu” for communications between the Strait. The outstanding manipulation of media to live broadcast the pilgrimage, plus the favored cultural policy of the Taichung County government combining Matsu International Festival with cultural tourism industry, all these make all trades and professions plunge themselves into the billion-dollar business opportunities in the name of “Dajia Matsu.” Jenlan Gong, with the promotion of politicians, has made itself the head of all temples in Taiwan’s temple industry of Matsu, and gradually developed a strategy of “religious pilgrimage and political manipulation” for subject construction. After rewriting the “political discourse of worship authority” directed by Chao Tien Gong since the Ching Dynasty, Jenlan Gong has successfully constructed a new “discourse of temple industry authority” with the aids of competition and cooperation in the temple industry.

The belief in Matsu has been greatly enhanced and glorified, with more than 760 temples of all scales and disciples more than two-thirds of the population in Taiwan. Because the religion is becoming more and more secular, market-oriented and consumable, it is hard to ignore the output values of the religious economics. The financial support to the folk beliefs on the Mainland form groups of temples of Matsu in Taiwan, the religious united front form the Mainland authorities to the Taiwanese disciples, and the temple fairs to promote tourism industry for both people between the Strait, all make the symbolic system in the name of Matsu enlarge and enhance in fields of politics, economics, the media, industries, culture and social interactions. The

thesis tries to provide a synchronic approach to these threads, hoping to construct a cultural study in the dialectic of the symbolic system of Matsu that would integrate aspects of political, cultural and religious consumptions

Key Words: Matsu, folk belief, Jenlan Gong of Dajia, pilgrimage, temple industry, cultural consumption, cultural studies

目錄

緣起	1
第一章 緒論	2
第一節 研究動機與目的	2
第二節 研究方法	8
第三節 研究內容架構與向度	13
第四節 理論背景	22
第五節 文獻回顧	33
第二章 大甲媽祖遶境進香活動之美學論述	38
第一節 媽祖信仰的香火與儀式	38
一、香火的意義體系	38
二、進香儀式的意義體系	40
三、信仰的在地化	48
第二節 建構宮廟產業主體性的政治性儀式	51
一、宮廟產業權威論述的確立	51
二、進香儀式語法的寬容度	55
三、儀式的權力與政治論述	56
第三節 靈力論述 能動性與創製性的神話學	61
一、救苦救難的神蹟 宮廟產業的靈力論述	61
二、社會運動的神蹟 公民社會的神話政治論述	65
三、混亂的過渡	68
四、有拜有保庇 補償與交換的心理轉化機制	74
五、建構與消費 意義重新定位的神話美學	75
第四節 媽祖信仰的實踐 終極關懷的生命實踐美學	77
一、汗水與步履 進香儀隊組織的苦行奉獻	77

二、行腳的儀式	常民熱力與合境之旅的鄉土美學	81
三、過渡的交感	心靈儀式的生命實踐美學	85
四、媽祖信仰的異化與世俗化		90
第五節	穿透與再現 虛擬儀式傳播與兩岸進香交流	96
一、兩岸宗教交流	宗教奇航或政治迷航	96
二、媒體轉播的異化	虛擬實境的儀式	109
第三章	大甲媽祖遶境進香活動之權力與政治實踐	119
第一節	香火權威 法統論述到去中心化的轉變	119
一、分靈關係與香火權威的政治論述		119
二、媽祖宮廟產業權力圖譜的變化		122
三、宮廟產業利益優先的主體性建構		127
第二節	兩岸宗教交流 宮廟結盟與政治競合的白熱化	137
一、謀略與技術 香火政治的競合		137
二、香火網絡的結盟與擴張 從謁祖到分靈		140
三、分身的角力 湄洲媽祖來台的冷與熱		145
第三節	宗教政治學 政教兩棲與權力競合的必贏策略	150
一、政教兩棲的宮廟政治學		150
二、媽祖進香與總統大選		153
三、民間信仰的政治語言學 台灣政治人物最愛的女神		157
第四節	誰在操弄媽祖 宗教的政治意識形態論述	164
一、大甲媽祖進香 信眾與選民的政治論述		164
二、湄洲媽祖來台 交流與統戰的陰謀論述		169
三、千禧年湄洲進香 宗教直航與政治攻防		186
第四章	大甲媽祖遶境進香活動之符號消費與文化經濟論述	195
第一節	大陸當局「統戰為體，經濟為用」的政治消費	195

一、媽祖文化旅遊節與湄洲特區開發的結合	196
二、大陸歷屆媽祖文化旅遊節的辦理簡介	199
三、中華媽祖文化交流協會的成立	206
四、小結	208
第二節 宮廟產業 資本主義的市場邏輯	211
一、宮廟是個好產業 鎮瀾宮的產值	213
二、文化是個好生意 以大甲媽之名	225
三、宗教信仰的符號經濟 資本主義的市場邏輯	234
第三節 文化經濟學 文化產業與文化政策的商品化	237
一、文化經濟學 「文化產業化，產業文化化」	237
二、文化政策「搭便車」的磨合與異音	250
三、消費與認同 文化政策的商品化	256
第五章 結論	267
參考文獻	275
附錄	283

圖表

表一：研究動機與目的	7
表二：研究內容架構與向度	21
表三：鎮瀾宮模式	271
表四：媽祖信仰符號意義體系的認同與消費	274

緣起

2001年4月，個人參與了台中縣文化局所辦理之「大甲媽祖文化節」當中的「教師進香研習團」活動，這是我第一次有機會全程體驗大甲媽祖遶境進香活動。主辦單位在進香前夕安排了幾堂介紹課程，當然最重要的就是全程參與進香活動的田野調查這部分了。

起駕當天，為恭送媽祖聖駕啓程而賣力演出的各式陣頭團隊，以及看熱鬧的信眾們，擠滿了整個廟埕。平常根本不敢有人去踩的那對石獅子，每年到了這個時候都會有被站上好幾個人。傍晚時分，鎮瀾宮四周旁的幾條馬路，看熱鬧的人潮一波波的湧入；而愈接近起駕的子時時分，城開不夜的常民熱力景象，更讓所有在場屏息以待媽祖起駕的信眾們，同時薰染了一份信仰的認同。對於這樣悠久歷史的民間信仰活動，能夠動員如此龐大的人員車輛與儀駕團隊，每年有慣例有創新的規劃儀式活動以及行進動線管控安排等，且將跨越四個縣市、十八個鄉鎮，長達三百多公里的八天七夜路程，讓第一次參與的我深深體會到「三月瘋媽祖」的民俗力量。這一年，由於鎮瀾宮董事長顏清標還被羈押在看守所內，所以見不到他和宋楚瑜一起扶轎出埕，這是媒體關注的焦點之一。起駕的時刻一到，三聲禮砲也同時被出席的大人物們輪流點爆；緩步而出的媽祖鑾轎，被簇擁的信眾推擠得無法前進，不時也可見到陣頭用成堆的鞭炮炸開一條可以往前行進的空間；而距離水尾橋僅短短的一公里路程，往往需要二個小時左右才能出得了城。

漆黑夜色中，徒步行走的香客，心頭堅定虔誠的走著。袋子內插著香旗、背（拖）著行李，平常的社會作息已然脫離，當下的身分只是「香燈腳」；這番景象，讓第一次參與進香的我，頓時感動得心暖了起來，進香儀式的文化底蘊，就在這些香客們的步履中顯現出了真義，這是一種堅實執著的信仰；長達八天七夜的行腳苦旅是一種與自我心靈對話的生命實踐，也是一種生命能量的轉化過程。夜色中，我深深的被感動著。

由於對於宗教行爲與儀式美學的興趣，於 2001 年教師進香研習團活動結束後，繳交了一篇〈大甲媽祖遶境進香之儀式美學與宗教行爲初探〉的報告，之後由承辦的大安鄉永安國小彙整研習團成員所繳交之文章合刊於《大甲媽祖遶境進香》(2001) 一書。承蒙台中縣文化局願意繼續舉辦教師進香研習團的活動，個人也可以再度利用公假的機會，繼續參與 2002、2003 年的進香活動，並也開始從其它的面向來觀察此項民間信仰活動的變遷與發展。

第一章 緒論

第一節 研究動機與目的

媽祖成道昇天於大陸福建，但奉祀之廟宇數目以台灣居冠(張珣，1992：264)，且將其信仰充分在地化、發揚光大並分靈至世界各地廣建子廟的亦是台灣信眾。據內政部民政司於 2001 年編印的《全國寺廟名冊》一書中統計，全省媽祖廟宇數目有七百六十餘座¹(黃敦厚，2004：7)，而估計民間信仰的信眾人口佔全台人口的三分之二(瞿海源，1997：4、140)。其中，若以奉祀的神明來區分，王爺廟宇最多，媽祖居次；但若以單一主神來比較，則媽祖堪稱是信眾人數排名第一的神明。

民間流傳媽祖的誕辰是農曆三月廿三日，更有「三月瘋媽祖」之俗諺，每年全台近八百座的媽祖廟宇均選擇在農曆三月、回到分靈祖廟謁祖割火，

¹ 有說一千餘間者；見王見川，2000，〈歷史、權利與香火：北港朝天宮宗教地位形成之分析〉，《台灣的民間宗教與信仰》，博揚文化出版，頁 241。

有說一千三百餘間者，內政部統計室 1997 年《台灣地區宗教團體普查報告》，見姚文琦，2003，《台灣媽祖信仰的進香態度及其變遷-從信眾的觀點進行觀察》，世新大學社會發展研究所碩士論文，頁 61。

或前往信仰中心的大媽祖廟進行參香添火等儀式，以為媽祖祝壽慶生，其中又以台中縣大甲鎮瀾南下新港奉天宮八天七夜的遶境進香²，與苗栗縣通宵拱天宮白沙屯媽祖南下北港朝天宮九天八夜的割火進香活動最為知名³。俗話說：「人重裝，佛重扛」、「神要興，也要人去緝」⁴，每年大甲媽祖南下遶境進香的活動盛況，全台各地前來大甲鎮瀾宮祭拜媽祖，到新港奉天宮參加祝壽大典的信眾動輒數萬人，而全程參與八天七夜進香活動的香客（香腳）亦有數千人之眾。宮廟產業的發展與商機，可以從進香活動的儀駕陣仗規模與信眾參與的盛況一窺端倪。

1987年，為慶祝媽祖成道昇天一千週年紀念，島內各媽祖廟除了以各種不同方式慶祝外，象徵宮廟權威的香火爭議也因此而又被挑起。當年10月25日，大甲鎮瀾宮董監事一行十七人搭機取道日本回大陸湄洲組廟進行謁祖進香。此大膽突破兩岸中斷三十八年往來的破冰取火之舉，選擇在台灣政府解嚴（當年7月15日）但開放大陸探親（當年11月2日）尚未公佈之際，無異於挑戰了國家安全的政治紅線，但在社會逐步改革開放之氛圍與大甲籍的中央民代的強力疏通之下，本案遂成了大甲鎮瀾宮此後改寫台灣宮廟權威圖譜的政治論述資本，並且引發後續全台大小媽祖廟宇競相仿效登陸謁祖割火，以及從大陸祖廟迎回新刻分身神像之熱潮。

1988年南下進香，鎮瀾宮為困擾已久的「大甲媽祖回娘家」和「分靈自北港朝天宮」等的民間傳說，要求朝天宮對外澄清，在朝天宮不願正面回應此事的做法下，鎮瀾宮選擇了前往新港奉天宮遶境進香，並且不再舉行謁祖割火儀式，且取消了「香擔」的設置，改行祝壽大典迄今。不甘示弱的朝天宮，在與鎮瀾宮斷絕正面往來後，另出機杼的在1988年10月2日，率先與

² 1987年以前為南下北港朝天宮謁祖割火進香，但1988年以後改往新港奉天宮。

³ 兩宮進香活動最大的特色差別在於，鎮瀾宮所經過的四個縣市鄉鎮駐點廟宇皆為事先安排規劃；而拱天宮白沙屯媽祖除了以朝天宮為目的地外，媽祖欲往哪個方向、哪條路徑、哪座廟宇、民宅等地駐點休息，皆為未知，宣稱完全交予媽祖指示；而其轎為竹製軟轎。

⁴ 參引自黃敦厚，2004，《台灣媽祖文化語彙全紀錄》，中興大學中文研究所碩士論文，頁186
意思為神明即使有意要香火興旺，也要人努力去經營。

湄洲祖廟締結為「至親廟」關係。此後，爲了維持政治香火的領先局面，鎮瀾宮每年均信眾人數不一的組團前往大陸湄洲祖廟謁祖進香。

1989年4月，大甲鎮瀾宮復帶領了其他廟宇結伴組團回到湄洲祖廟參與媽祖聖誕慶典儀式，同時捐獻35萬人民幣並且亦締結為「至親廟」；在這一波波互別苗頭的競爭態勢下，又以同年5月宜蘭縣蘇澳鎮南天宮運用漁船直航大陸，直接挑戰台灣的司法與國家政策的舉措最令人矚目；同年7月，北港朝天宮與湄洲祖廟簽下協議書，互贈一尊高十四公尺的媽祖神像，每尊造像人民幣60萬元，所有經費由朝天宮支付。

1997年1月24日，湄洲媽祖獲台南大天后宮之邀來台「遶境百日事件」，遂引起台教會、建國黨等以「宗教統戰、共匪媽祖、斂財媽祖、木馬屠城」之撻伐；而雖然有挾大陸祖廟之尊巡歷台灣子廟之企圖，然由於媽祖信仰是在台灣發揚光大且早已充分在地化，且此行牽涉到主導活動安排、香油錢利益分配之糾葛及台灣各大宮廟本身的政治角力等，故湄洲媽祖在渡過台灣海峽後，迎拒之間的冷熱不同以致於未能形成相同的「媽祖熱」。

1998年，備受爭議背景複雜的台中縣議會議長顏清標入主鎮瀾宮擔任董事長一職。由於顏清標與時任台灣省省長的宋楚瑜關係良好，更讓鎮瀾宮除了擁有兩岸宗教交流的政治能見度之外，又增加了國內媒體每到大型選舉期間便追問廣大媽祖信眾之政黨支持傾向的議題報導。而宋楚瑜連續九年均出席大甲媽祖南下進香起駕當天的扶轎出埕動作，更讓每年的進香活動增添了濃厚的政治味。

1999年開始，在各縣市文化局紛紛成立後，台中縣政府開始在媽祖境進香活動期間，規劃辦理「媽祖文化節」活動。2003年開始更擴大活動規模，更名為國際觀光文化節。

2000年總統大選，為台灣政治史上的重要一役。五組候選人中，有四組候選人均選擇參與媽祖進香的行前活動。大甲鎮瀾宮不但將這四大天王齊數請來，更特別絞盡心思地錯開四位總統候選人的露臉時機，連戰進行恭請入

轎安座儀式，宋楚瑜點燃起駕炮，陳水扁參加媽祖文化之夜，許信良則參與散香參拜。

2000年6月4日，顏清標在向媽祖請示擲筊之下，決定於7月16日再度前往湄洲參加千禧年祭典活動，並由縣籍立委協助以連署方式提出「宗教直航」的要求。此案立刻引得中央立法行政機關等的沸沸揚揚；在立法院，爲了能不能直航湄洲的問題，贊成、反對聲浪並起，陸委會主委蔡英文曾表示，除了向媽祖擲筊之外，看不出來宗教直航的急迫性。部份親民黨、新黨立委提出，新政府以「國家安全」的抽象概念，阻絕民間善意交流；也有民進黨立委認爲，宗教直航是假借神意威脅政府的行爲，不僅強姦神意也強姦民意，並指顏清標以神逼官。

最後鎮瀾宮只能以過境香港的方式前往大陸福建。而此行與往年最大的不同便在於人數與陣仗—鎮瀾宮與友廟一行共三千多人，更將島內遶境進香的全副儀駕陣仗等，搬赴大陸做一次特殊的展演交流；並且邀請國內九家電視新聞媒體和數家報社同行，在與大陸官方積極斡旋後，促使了以管控媒體嚴格的中共當局，願意在宗教統戰與產業利益的考量下核准這樣的衛星直播。

2001年，大甲鎮瀾宮董事長顏清標遭到台中地檢署依貪汙、槍砲、殺人未遂、頂替和加重強盜等罪嫌聲請羈押獲准。適值第五屆立法委員選舉之際，頗受媒體關切的司法事件被炒作成總統大選期間支持對象等的話題。被羈押中的顏清標除了發表給宋楚瑜的一封信—〈情義二字真沉重〉、刊登廣告批評陳水扁總統干預司法、泣書〈對媽祖懺悔文〉外，還由其子顏寬恆代父參選立法委員。在其高票順利當選第五屆、第六屆立委後，顏清標所象徵的政教勢力黃袍加身爭議身分屢屢成爲媒體炒作追逐的焦點，同時增添了台灣媽祖信仰益趨世俗化、政治化的色彩。

2005年元宵節，鎮瀾宮將信眾平日捐獻之金牌金條鎔鑄打造出7360兩全台最重的黃金媽祖供信眾參拜，打破了1995年蘇澳南天宮203.8公斤以及2004年鹿港天后宮3138兩的金媽祖。

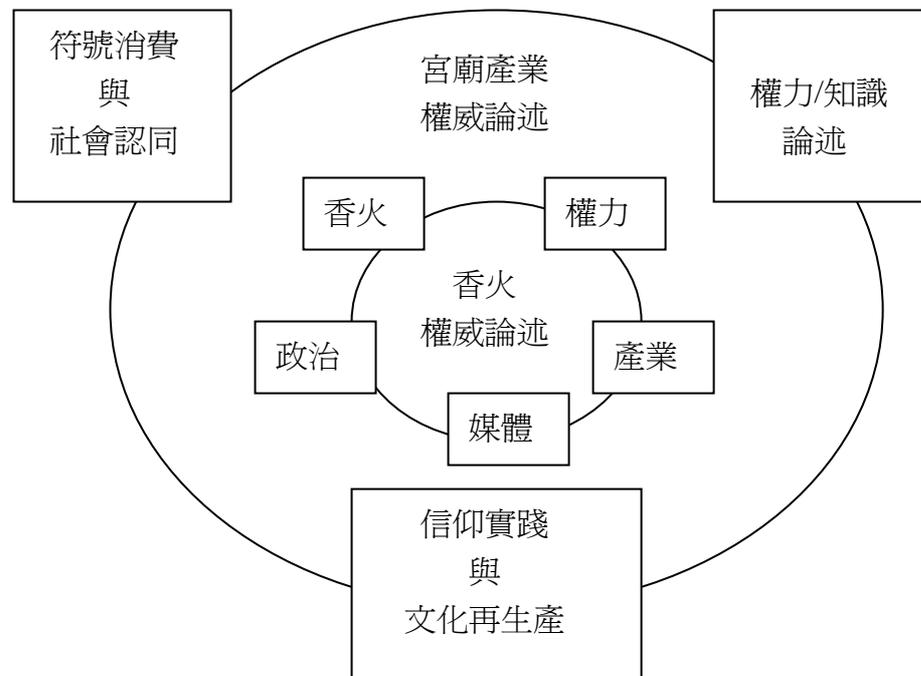
由於曾經運用國內數家媒體連續三、四年的 SNG 車瘋狂競播，亦讓台中縣政府感受這股廟會活動的人氣商機可用之勢，便藉此辦理媽祖文化節並促銷拉抬文化觀光產業等，在全省六、七個縣市皆曾辦理媽祖文化節的搭便車策略當中，台中縣政府是唯一得到最大投資報酬率的。由於中二高的通車，前往大甲鎮更為便利，因鎮瀾宮而帶動的大甲糕餅產業，更是所有特色產業收入的翹楚；而位於附近年收入六億元以上位居全台之冠的清水休息站，正位於南北交通的中心，隨著國內休閒旅遊風氣漸開而無形中帶動了大甲鎮的文化產業。而這些營收的數字，也正是台中縣政府引以為豪的文化節成績。

綜上所述，兩岸各方政治勢力以各種名目操弄媽祖的政教論述從未停歇，台灣島內宮廟政治競爭的白熱化亦未退燒，宮廟產業權力圖譜的變化也已趨定局。大陸當局馬列主義的無神論意識形態⁵，由於大甲鎮瀾宮所開啓的兩岸宗教交流的「媽祖熱」，也恰恰提供了他們做為宗教政策相適論修正路線的參考，而改採宗教統戰與觀光經濟同時並進的策略，也因此擴大了福建及天津等地媽祖廟宇亟欲修建復振並增闢為文化觀光園區的吸納企圖。台灣宮廟團體及信眾等對於大陸祖廟修建的捐資奉獻更是熱烈響應，更重要的是與湄洲祖廟締結至親廟並漸次拓展分靈網絡的宮廟政教關係等的動作，又增闢了以鎮瀾宮和朝天宮為首的島內香火威權與宮廟政治之爭的另一現場。

學界研究大甲媽祖之學術論著相當豐碩，其中又以人類學、歷史學之研究為最多。主要從歷史變遷、香火爭議、神話論述、儀式象徵、信眾主體、聖俗交融等層面之信仰實踐與文化再生產的意義體系之詮釋與論述為主。而宗教社會學領域之研究，則自然著重在大甲鎮瀾宮與大陸進行宗教交流所形成的政教糾葛、統戰論述，以及信仰的世俗化、市場化等為研究主題。而近二年來亦開始有以民俗節慶、產業觀光為題之研究，主要以鎮瀾宮開啓兩岸進香交流的媒合行銷策略、台中縣政府辦理文化節之文化產業政策、以及大甲地區人文產業特色之 SWOT 分析等做為觀光發展潛力之研究。

⁵在 1978 年改革開放以後，對於消滅宗教的政治立場可見於 1982 年的「第十九號文件」。

本文研究之動機與目的，主要是以台灣各媽祖廟宇間所亟欲掌控主導的「香火權威論述」為文本分析之核心概念，探討香火、進香、儀式、神話等意義體系的美學論述；並從兩岸媽祖信仰文化交流之間，宮廟產業利益及台灣主體意識對抗大陸民族主義統戰的意識形態操弄；進香活動結合媒體傳播的行銷策略與儀式再現；公部門文化政策與民俗廟會活動結合的文化經濟論述；活動商機帶動地方產業發展，並擴大宮廟產業的利基的市場邏輯等，從這些交織著權力流動、政治實踐、符號消費/認同、文化再生產等的脈絡關係的耙梳過程中，試圖探究大甲鎮瀾宮在透過香火政治、宮廟政治、政黨政治、國家政策、兩岸宗教交流之權力/知識論述過程中，所建構出的「宮廟產業主體性」以及「宮廟產業權威論述」；更就未來有關美學、儀式、宗教、政治及產業之間的相關性研究，提出一個可能的展向。



圖一：研究動機與目的

第二節 研究方法

一、質性研究

質性研究 (qualitative research) 偏重「意義世界」，對資料的詮釋重視「批判與解構」。在日常生活世界中，無論是客觀的描述或主觀的詮釋，都牽涉到語言的問題，因此日常語言分析及語意詮釋乃提供瞭解客觀世界或主觀價值體系的媒介。結構主義的研究方法主要是探究人們的符號、解釋和意義的建構，故必須進入到社會結構的脈絡情境之中，探尋行動主體與社會互動間的文化實踐之語法關係。而這種意義體系的建構與詮釋的研究方法，而這也就是質性研究的方法論；而其研究典範的知識論包括了現象學、詮釋學、結構主義、符號互動論、批判理論等。

在質化研究中，通常是由三個部分所組成：資料、分析或解釋程序以及口頭作成的報告或寫成的文章。資料可藉由各種來源來獲得，最常見的是經由訪問與觀察所取得，另外也可經由既有的文獻、紀錄或是圖像的收集，因此資料的形式不限，它包含了下列三種資料的收集：一、深度 (in-depth)、開放式訪談 (open-ended interviews)，二、直接觀察 (direct observation)，三、書面文件等 (Michael Quinn Patton, 1995)。藉由分析或解釋程序，研究者方能從所收集的資料中發展理論或整理出發現來。就質化研究的方法來說最常用的為紮根理論，紮根理論的譯碼程序，是將資料轉化成概念的一種技術與過程，助於研究者將大量、繁雜的資料分析、歸納成有系統的結果或理論。

紮根理論 (grounded theory) 是質化研究中，最被廣泛使用的一種研究法。並被認為是質化的方法中，最為科學的一種方法，因為它藉由科學的原則 (例如歸納與演繹並用的推理過程)、比較的原則、假設驗證與理論的建立 (胡幼慧主編，1996)。

紮根理論最初出現於葛拉瑟 (B. G. Glaser) 和史特勞思 (A. L. Strauss)

於 1967 年所出版的《紮根理論的發現》(The Discovery of Grounded Theory) 一書中，主張透過資料的收集與檢驗的連續過程，以突顯研究現象的特質，此特質經過比較，若發現有相同的特質，則可歸納到抽象層次的概念；若發現有不同特質，則可探究造成差異的情境或結構因素。而概念 (concepts)、範疇 (categories) 和命題 (propositions) 乃是基礎理論的三大基本要素。

紮根理論可藉由譯碼程序進行資料的分析與理論的建立。其目的不僅在由資料中擷取議題，或由幾個組織鬆散的概念中發展出一個描述性的理論架構。譯碼是一種把資料分解、概念化，然後再以一個嶄新方式把概念重新組合的操作過程。紮根理論的研究法的分析部分，是由三種主要的譯碼過程所組成：開放性譯碼、主軸譯碼及選擇性譯碼，使得原始資料逐漸概念化、範疇化，再對原始資料的交叉檢驗與驗證，使得理論可以確實的建立。

深度訪談法(in-depth interview)

在各種非量化的研究方法中，「深度訪談」無疑屬應用最為廣泛者。「訪談」，簡單說是「面對面的言辭溝通，其目的在其中的一方企圖了解他方的想法與感觸等」，因此是「有一定目的，且集中於某特定主題上的」對話(Mishler, 1986: 9)，當然「受」、「訪」雙方的互動，並不限於言辭往來，同時也包括非語言的交流(non-verbal communications)。因此，「訪談」雖以一般對話的形式進行，但起碼在以下兩方面，有別於「一般/日常對話」(conversation)。首先，「訪談」具有明確的目的，因此它的內容與歷程，均應經過有意識的安排與控制，而此類安排、控制的目標便在「訊息的汲取」。其次，在進行「訪談」的過程中，「訪問者」與「受訪者」的關係是不對等的，主要是前者向後者汲取訊息，而且雙方的角色關係，是雙方均默認接受的(Kadushin, 1990: 3-8)。換言之，「訪談」屬於「研究行爲」(research acts)，而「對話」則否。(耿曙，2002：1-2)

Malhotra (1993) 認為深度訪談法是由面談者使用非結構性、直接的方式與受訪者接觸，是一種單獨的、個人的互動方式，用來發覺受訪者基本的動機、信念、態度等。在深度訪談的過程中，訪談者應儘可能使用最少的提示和引導問題，鼓勵受訪者在一個沒有限制的環境裡，針對訪談主題儘可能談論自己的意見。(黃秀雅，1999)

作為「質的研究」的「深度訪談」，往往將訪談過程視為「交談事件」(speech events)，而強調「訪問者」與「受訪者」雙方，共同進行意義建構(joint construction of meaning)的過程(Mishler, 1986: 52-65)。換言之，「深度訪談」並非「訪問者」去挖掘「受訪者」已經存在於其個人腦海中的想法與情緒，而是透過雙方互動的過程，共同去「經歷」、「選取」、與「感染」，經由如是過程所重新建構的意見與情緒。因此，深度訪談的所得，是「受」、「訪」雙方經由持續的互動(即「深度訪談」的歷程)所共同營造出來的。(耿曙，2002: 2)

參與觀察法 (Participant Observation)

「參與觀察法」源自於人類學研究的「田野調查」。文化人類學的田野調查方法之應用，應該是從號稱美國人類學之父的鮑亞斯 (Franz Boas，1858-1942) 開始，此研究方法論幾乎適用於所有關於人類存在的研究。田野調查是一種對研究客體最直接的調查研究方式，透過研究者進入田野現場的文化接觸、社會互動、資料蒐集、參與觀察等等，進行一種較客觀、科學的體驗觀察。

經由參與觀察法，我們可以對發生的事件，參與事件的人或物、事件發生的時間地點、事件發生的歷程、以及事件在特殊情境下發生的原因—至少是從參與者的角度所瞭解的原因，進行描述。對於有關過程、人群及事件的關係、人群及事件的組織、長時間的連續現象、模式、以及人類存在空間的短期性社會文化環境的研究而言，參與觀察的方法論都是最佳的選擇。(Danny

L. Jorgensen，王昭正、朱瑞淵譯，1999，18)

參與觀察的方法論是由研究的原則、策略、步驟、方法及技術構成。在此，可用下列七項基本特徵定義參與觀察法：

- (一) 以特定情境和環境的圈內人角色，對人文意義和互動關係所表現的特殊關心；
- (二) 以日常生活的情境和環境，作為研究本身和研究方法的基礎；
- (三) 強調解釋和理解人類存在的理論及理論推衍形式；
- (四) 開放式、彈性、機會主義，同時，需要持續根據人類存在現實環境中的事實，除新定義問題的研究邏輯和方法；
- (五) 深入、屬性、案例式的研究方法及設計；
- (六) 參與者角色的表現，包括在田野研究中，建立並維繫與當地民眾的關係；以及
- (七) 直接觀察法以及其他資訊蒐集方法的使用。

最後，參與觀察法的目標，是對紮根於日常存在現實中的人類生命，找出實用及理論性的

事實。(同前引，頁 19-21)

參與者角色的具體概念可以從完全的圈內人 (complete outsider) 到完全的圈內人 (complete insider) 不等。相對於這個觀點，亦有人定義出四種參與者角色 (Junker 1960 ;Gold, 1958,1969)：完全參與者、扮演觀察者的參與者、扮演參與者的觀察者，或完全參與者。因此，參與和觀察便被視為相互競爭，甚至是相互衝突的目標。(同前引，頁 81)

二、文本分析(text analysis)

文本的確立是作為一種方法，開拓了解釋的空間；它強調立場的重要性，這一點則與質化研究的認識有所不同。(Patton,1990:39、41；劉駿州，1992:99)

二十世紀知識風潮的第一次重大轉變，可以說是「語言學的轉向」(linguistic turn)，這伴隨著結構主義思潮與符號學觀點暨方法的發展。而在文學與文化研究當中，對文本與文本批評概念的其中一個影響，即是源自於1960與1970年代結構主義的散播。

從社會的面向來談文本的意涵，我們將以文化研究作為我們廣泛指涉的範疇。亦即是任何能夠表達出探詢社會文化深層企圖的「客體」(object)，都可以是文本。在此意義下，任何一種現象，不管是個人和社會的，都可視為是文本，而用文本的概念去思考文化，則活絡了對文化的想像，在這樣的傳統下，文化的定義也不斷被擴張著，它不是靜態而穩定的呈現，而是一種動態的、複數的表現。

而對於意義的解析方法，通常援用索緒爾(Saussure)語言學的術語，將符號區分為符徵(signifier)與符旨(signified)，分別表示符號的外顯型態與意義內涵(概念)。於是，文化的各種產物，作為一種充滿意義的文本，便可以利用符號元素的切割、符徵與符旨的辨明，以及找尋符號之間聯繫與解讀的規則——即符碼(context)——而展開分析。(王志弘，1999：49)

當文本作為一種客體概念的指涉，它簡化也擴大研究者在思索社會事物時所用的語言意涵：就簡化而言，它使得研究者易於想像及思考；就擴大而言，它也使得可以掌握的範圍變大；然而最獨特之處在於它啟發了關於「社會的」(social-)意涵思考。訊息是由受社會文化系統影響的個人所生產的，其意義存在於符號中，也存在於文本之中。這樣對文本的認識，主、客體是在一個辯證的(dialectic)過程中被揭示，文本作為一種客觀的存在，已非如作品或研究對象一般的靜態。

結構主義者認為語言、事物及其所組成的意義之後，還有「超越」的東西存在，而文本(text)所指涉的也的確是在文字組成的文章之後，或者是社會事物背後；只不過文本似乎從結構主義那裡有了源頭之後，在發展過程中漸漸有了獨立的意涵，因為結構主義似乎意指著結構深層的同—；而文本概念

的發展，從早期認為其外有「某一」的存在（此意涵較接近於結構主義所指出某一深層結構的穩定性），到後結構主義(post-structuralism)所發展出的互文性(intertextuality)概念，是一個重要的新發展；互文性指出了文本意義的解讀，必須與其他文本互相參照，因而突破了單一文本的僵固界線，甚至質疑了文本的概念：因為互文性指出了意義的生產與消費，乃是在各種文本之間流轉。在此「超越」處保持著一種開放性(openness)——指出意義的多元，是無所參照的；亦即是「解構」(de-structure)的概念與用法。

而「文本—論述」模式所形成的文本分析傳統，目的是在經過新意義的建立，來凸顯現有論述不平等的權力宰制現象，繼而建立起多樣的可能以促成人類的真正自由，然而新意義的建立則是要靠詮釋及論述的不斷開展。從這裡來看，文本分析涵蓋了詮釋學和批判，也可以說是以批判的目的性豐富了詮釋學的內涵，這一部份也與現代社會的複雜多樣相當吻合。（夏春祥，1997）

第三節 研究內容架構及向度

本論文以共時性的脈絡觀察，以五個面向來探討自 1987 年以後台灣媽祖宮廟香火權威論述及兩岸媽祖信仰交流等的變化與發展。

一、香火與進香儀式的意義體系：

媽祖信仰之「香火」意義體系與「進香」儀式意義體系之文化詮釋、象徵語法。

二、宮廟產業權威論述：

將島內原本以朝天宮為首之香火權威論述轉而被鎮瀾宮取代之宮廟

產業權威論述的「鎮瀾宮模式」。包括主體性的建構、香火市場的拓展、媒體行銷的運用、政治人物的拉抬、進香產業鏈的異業結盟、官辦文化活動的靠攏等等。

三、信仰的權力與政治：

媽祖信仰之宮廟產業與國家政治，政黨政治、地方政治、宮廟政治、香火政治等等權力/知識之生產關係。

四、兩岸媽祖信仰宗教交流的變貌：

兩岸宗教交流所引發大陸對台之宗教統戰論述、宗教政策變化，以及台灣方面主體意識的論辯批判。

五、媽祖信仰符號意義體系的消費與認同：

媽祖信仰符號意義體系之生產/消費與文化再生產的論述。包括政治消費、宗教世俗化與宗教消費，文化政策商品化、文化產業經濟邏輯與文化消費等。

而將上述這五個研究面向，透過文獻資料的蒐集與選取，實地參與進香活動的田野調查，以及相關人士的深度訪談等，將這些資料予以整理及組織，形成論述的基礎概念，並分別置於美學論述、權利與政治實踐、符號消費等三個範疇，來進行文本分析、質性研究與辯證論述。(如圖二)

一、美學論述

本章「大甲媽祖遶境進香活動之美學論述」，是以「價值的辯證(dialectic)與揚昇⁶(sublation)」做為「美學」(aesthetics)的哲學論述核心概念，進行媽祖信仰意義體系之文化詮釋與異化批判。

⁶ 參引自 John Storey, 張君玖譯, 2002, 《文化消費與日常生活》, 巨流出版社, 頁 4
德國哲學家黑格爾的 Aufhebung, 英譯 sublation, 取其 lift / overcome 的雙重意義。
張君玖在〈翻譯名詞說明〉裡說道：基本上，在黑格爾的辯證哲學體系中，Aufhebung 同時意味著三種意涵：提昇、取消與保存。……這是一種辯證的運動，一種透過否定的積極轉化。對黑格爾來說，這是意識、理性與精神的基本動態原則。……透過否定的力量，進行積極的轉化與提昇。

在「媽祖的香火與儀式」部分，從建構香火意義體系、進香儀式意義體系當中的象徵語法來切入，探討行動主體如何在約定俗成的信仰意義體系進行儀式的三階段過程，並賦予信眾自身其心靈轉化的自我實踐和文化再生產。在「建構宮廟產業主體性的政治性儀式」部分，探討大甲鎮瀾宮從 1978 年取得湄洲祖廟香火後，結合時代變化的媒體、商業、行銷、文化產業等資本主義市場邏輯下，取代了從清朝建廟以來在全台媽祖信仰重鎮與長期主導香火權威論述的北港朝天宮，並確立其媽祖信仰宮廟產業龍頭地位的政治實踐過程。而 1988 年開始中斷往朝天宮的謁祖割火儀式，改往新港奉天宮舉行祝壽大典，觀察香火權威爭議與宮廟產業利益之間的主體性建構歷程，在「一個媽祖，各自表述」、「一種進香，各自表述」以及信眾主體的實踐參與下，遶境進香儀式之語法的寬容度，也在行動者的能動性、創製性以及文化再生產等的約定俗成過程中，重新賦予了意義。

在民間信仰最強調之「靈力論述」部分，筆者認為這是一種能動性與創製性的神話學，隨著時代信仰功能的變化，媽祖的靈力神話意義體系也從最普遍的救苦救難論述，而被賦予民主社會之抗爭運動形式的政治實踐與文化再生產。而民間信仰當中「有拜有保庇」的集體意識，補償、交換的心理轉化機制，以及神話的建構與消費等，都是每個信仰主體不斷透過約定俗成的信仰認同與意義重新賦予而益發增強信仰的時代功能。

在「媽祖信仰的實踐—終極關懷的生命實踐美學」部分，則進行進香儀隊組織的苦行奉獻、常民熱力與合境之旅的鄉土美學、心靈儀式的生命實踐美學以及媽祖信仰的異化與世俗化批判。

在「穿透與再現—虛擬儀式傳播與兩岸進香交流」部分，則從引發媽祖信仰香火權威與產業圖譜變化的 1987 年事件談起，探討大甲鎮瀾宮所率先取得的祖廟香火，以及迄今不斷進行兩岸媽祖交流的香火市場金援宇開拓，帶動兩岸的「媽祖熱」現象，究竟是破冰取火的宗教奇航？還是被統戰利用的政治迷航？而在電子化媒體穿越領空的瘋狂競播強力放送下，其所創造出迴

異於行走於文化地理之間進香實境，在被虛擬的電子空間裡，其社會事件似的報導，已將人與信仰的關係徹底異化了；而閱聽人所接收到的儀式面貌，不但是零碎的、片斷的、去脈絡化的，更是意識型態的。

二、權力與政治實踐

在「大甲媽祖遶境進香活動之權力與政治實踐」這一章中，首先探討「香火權威—法統論述到去中心化的轉變」，以往由北港朝天宮所建構出媽祖信仰宮廟產業龍頭角色的「香火權威論述」，先是在 1987 年被大甲鎮瀾宮前往大陸湄洲祖廟進行謁祖割火所倚恃取得之象徵資本的動作給解構了；之後各廟宇仿效此舉，形成島內各廟宇建構自身產業主體性為先、而香火位階從屬關係置之於後的再解構，「去中心化權威論述」反映出這近二十年來的宮廟政治變化。分霽了祖廟的香火，並不能改變自身宮廟產業的結構條件；香火位階與靈力神蹟的論述，都是宮廟產業發展不可或缺的基本要件而已；自身宮廟產業的發展，還是必須依靠開拓宗教市場的經濟邏輯為策略。而之後在以「鎮瀾宮模式」和鎮瀾宮發起的「台灣媽祖聯誼會」組織成立後，宮廟的新合縱連橫關係正悄然成形，一個新的領導中心業已形成，一個重新被建構出的「宮廟產業權威論述」復已確立。

第二節「兩岸宗教交流—宮廟結盟與政治競合的白熱化」，「謀略與技術—香火政治的競合」主要是探討以鎮瀾宮和朝天宮為首的島內宮廟產業，是如何各出奇招、各顯神通的與湄洲祖廟取得政教上的排序關係。「香火網絡的結盟與擴張—從謁祖到分靈」是探討兩岸宗教交流的競爭場域延伸，雖無法聞到競逐的煙硝味，但在與大陸數座媽祖廟的金援復振和分靈結盟關係的拉攏建立上，卻是早已進入到白熱化的階段。而在「分身的角力—湄洲媽祖來台的冷與熱」部分，台灣幾大媽祖廟雖然年年前往湄洲祖廟謁祖進香，但對於湄洲媽祖金身來台乙事，卻因為利益問題而拒不相迎，此番「神」情冷暖，

更覺媽祖信仰被徹底的政治操弄。

第三節「宗教政治學—政教兩棲與權力競合的必贏策略」，探討的是台灣宮廟組織主事者政教兩棲的現象，而媽祖進香與總統大選的互相拉抬，使得政治人物的插香扶轎等政治動作，成為政黨高層與鎮瀾宮產業之間的魚水策略；而台灣選舉文化對於媽祖信仰的政治操弄，更發展出一套民間信仰的政治語言學；而媽祖可以說也是政治人物最愛的「女神」。

第四節「誰在操弄媽祖——宗教的政治意識形態論述」，筆者以三篇文章做為政治意識形態分析的文本。媽祖在不同政黨敵對陣營的政治書寫下，呈現出以政黨利益優先的，論者雖然以台灣主體意識、「建立一個新國家」、「正信」之名，然而最終的論述意旨卻是一種政治意識形態的操弄策略。這使得「媽祖的顏色」被冠以中共統戰的紅色、泛藍陣營黑金政客把持的藍色等。在「宗教統戰？木馬屠城？」部分，中國大陸當局於 1982 年制定了「關於我國社會主義時期宗教問題的基本觀點和基本政策」，即所謂的「第十九號文件」，系統的總結了中共政權成立之後在宗教問題上的歷史經驗，並闡明其對宗教問題的基本觀點和基本政策，作為日後宗教政策的具體指導方針。而隨著兩岸開啓交流的可乘之機，其在九〇年代又提出了配合宗教統戰之用的「相適論」主張。儘管兩岸進行宗教交流活動有層層的困難和限制，兩岸的宗教交流活動仍在擴大展開。依交流模式之不同，學者熊自健將之區分為「媽祖模式」、「星雲模式」、「會空模式」、「證嚴模式」、「學術研究模式」、「第三地模式」等。而因為主事者身份、交流方式等之不同，所引起之政治效應、社會關注等也不同；其中又以 1997 年 1 月 24 日湄洲媽祖受邀來台「遶境百日」之巡安事件，所引起之爭議最大。台教會、建國黨等反應尤其激烈，紛紛撰文於報刊上強烈批判此次交流不啻為「宗教統戰」、「木馬屠城」、「宗教斂財」、「台灣媽祖已經獨立，共產媽祖不是本尊」、「台灣媽祖是全境神，湄洲媽祖是地方神」等的陰謀論述的警語紛紛出籠。伴隨著各大宮廟迎拒之間的暗地政治角力等，均使得此次的宗教交流事件，成為受到社會高度關注的政教議

題。而在「湄洲香火與宗教統戰—走在兩岸政治鋼索上的宗教直航」部分，鎮瀾宮於 2000 年借媽祖神喻所引發的「宗教直航」朝野論辯攻防，在野政黨將媽祖視為「兩岸和平女神」的政治意義賦予，究竟是僅為政黨利益的政治操弄，還是國家安全的政策考量？究竟是有利於兩岸僵局的對話開展，抑或是落入中共統戰的陰謀之中？這都使得政黨團體、宮廟組織等進行高度操弄媽祖符號意義體系的政治企圖不言自明。

三、符號消費

本章有三個論述方向，第一節「大陸當局統戰為體，經濟為用的政治消費」，主要是對於 1987 年以後，台灣媽祖信仰之民間宮廟團體與大陸以官方成員為主之祖廟管理組織等一連串宗教交流下，大陸方面所「統戰為體，經濟為用」的政治論述為文本來作分析探討。在宗教統戰部分，其不斷以「閩台同源」、「民族情感」、「文化紐帶」、「從人民中走出來的神聖化人物」、「炎黃子孫共同弘揚媽祖文化的一個里程碑」；「兩岸媽祖文化的交流是對文化台獨的有力駁斥，弘揚媽祖文化，推動兩岸交流，必將進一步密切兩岸同胞血濃於水的鄉情鄉誼」；「同謁媽祖，共用平安」；「中華民族的偉大復興是我們的共同願望，媽祖文化作為聯結海內外華夏兒女的橋梁和紐帶，承載著歷史賦予的光榮使命，必將在這一進程中發揮重要而積極的作用」等的民族主義政治論述，是媽祖符號意義體系的政治消費與操弄。

而大陸在利用與台灣進行媽祖文化交流之同時，對於台灣近三分之二媽祖信眾的龐大市場，所積極開發而欲帶動觀光旅遊之經濟發展措施與行銷策略上，更勝於台灣數個縣市政府所辦理媽祖文化節的投資規模與經濟策略。譬如「內增素質，外樹形象」之「一樹形象，提高管理水平」「二抓宣傳，擴大媽祖影響」的管理新舉措，「弘揚中華媽祖文化，密切海峽兩岸親情，促進旅遊經濟發展」的辦節指導思想，以及「民俗文化搭台，經貿旅遊唱戲，加

快區域經濟發展」的文化經濟策略等。

第二節「宮廟產業—資本主義的市場邏輯」部分，主要是從資本主義市場邏輯來探討「以媽祖之名」的宗教經濟論述，其中，從大甲鎮瀾宮近年來的產業活躍發展，分析其「宮廟是個好產業」宗教市場開發策略，對照社會型態的轉變所造成宗教現象的變異，而台灣民間信仰在香火權威與宮廟政治的競合下，不免也朝向資本主義市場邏輯的紛紛走向市場化、商品化、消費化、功利化、世俗化。面對資訊社會的信仰追求方式，歷史文化形式所具有的文化商品符號經濟，文化產業與產業文化的政策論述等，這些也都或隱或顯的成了影響民間信仰宗教性變異的因子。

另一方面，從進香活動與文化節所帶動數十億龐大商機的媽祖文化經濟產值來探討「文化是個好生意」的文化產業符號經濟邏輯。宗教經濟不僅開發出了屬於宮廟產業的生產/消費系統，因宗教所象徵的信仰認同作用，甚且帶出了以媽祖之名的文化產業生產/消費系統。購買商品時同時進行了宗教消費，從商品生產、文化包裝、促銷手法、符號認同以及文化再生產的媽祖符號意義體系的生產-消費-再生產的過程中，媽祖與信眾皆被編入了文化經濟的市場邏輯之中，透過象徵價值的消費認同與意識型態的再建構，讓商品超越了商品的經濟價值，變成了自我信仰認同的一部分。

第三節「文化經濟學—文化產業與文化政策的商品化」部分，從台灣近二十年來的文化政策主體論述變化，以及台中縣政府辦理媽祖國際觀光文化節所欲結合宗教、文化、產業、觀光的政治論述，探究文化政策與文化產業結合後的商品化現象，以及「搭便車」策略的傾斜靠攏與文化失語。

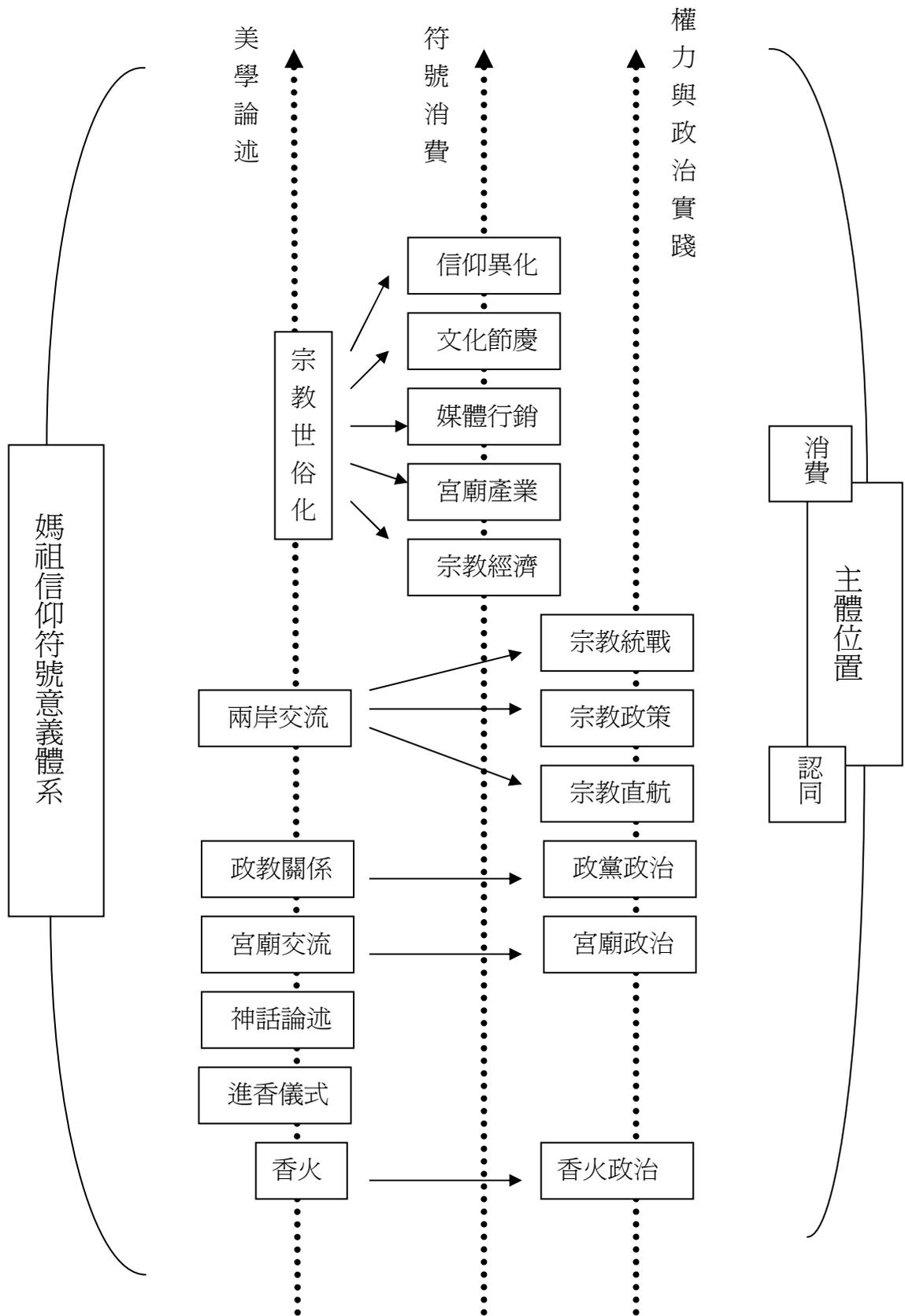
歷經時代的推進與文化政策的變異，文化單位從以往執行國家機器權力意志的文化意識型態者本身，轉變成為文化消費管理者的同時，其所辦理的文化活動可以說也就是在製造文化商品，以供給文化消費者的消費需求；而其政策與活動之間的邏輯已是文化工業和文化商品的邏輯。

而台中縣政府藉此容易操作的活動形式與產業商機，做為執政團隊的政

續包裝，而其所呈現出來的文化政策，不啻是利用文化節而遂行販賣「文化政策」商品之意圖，徹底再現了「商品化」的文化政策實踐，同時也透露了商品化文化政策的隱憂。另一方面，因為公部門經費的挹注，擴大了鎮瀾宮原有的宮廟產業基模，幫助並加速了整個台灣宮廟產業宗教消費市場的拓展與併吞，以及宗教信仰與文化消費行爲的交疊與變異而已。



圖二：研究內容架構與向度



第四節 理論背景

一、宗教人類學

宗教人類學形成於十九世紀和二十世紀初，代表人物是英國的泰勒(E. B. Tylor, 1832-1917)、弗雷澤(James G. Frazer, 1854-1941)等。泰勒認為，原始人的萬物有靈觀念是產生宗教的根源，這在當時的宗教研究領域產生了極其深遠的影響。弗雷澤認為人類智力經歷了三個發展階段：巫術、宗教、科學。人類起初相信自己通過巫術力量可以呼風喚雨、遠距離傷害敵人；後來把超自然的能力歸於精靈和神；最後認為世界的主宰既不是巫力，也不是神力，而是自然規律。在二十世紀的中葉，英國的馬林諾斯基(Bronislaw K. Malinowski, 1884-1942)、芮克里夫·布朗(A. R. Radcliffe-Brown, 1881-1955)等，開始運用田野調查和參與觀察的方法進行大量的第一手資料之蒐集。他們完成了一個方法轉換—即不管宗教的起源是什麼，但更值得重視的是宗教的功能，也就是宗教對於個人與社會群體起了什麼作用？馬林諾斯基認為巫術儀式的功能在於消除原始人的焦慮、鼓舞信心；而芮克里夫·布朗認為它的功能在於維持社會秩序。

結構人類學者李維史陀(C. Levi-Strauss, 1908-)認為結構是一種潛在的配置，可見的模式均為潛在配置的外在顯露。按結構的方法，將神話、宗教和其他現象作一調查和比較，對它們可能的組合作轉換或作分析，然後發現其中的基本結構。伊凡·普里查(Evans Pritchard)在其《原始宗教諸理論》(1965)一書中指出，單從社會學或心理學的角度來說明宗教，都不大適宜。他認為應該重視宗教信仰、象徵、儀式的研究。

有關儀式在人類行為的意義，根納普(A. Van Gannep, 1873-1957)注重儀式甚於宗教信仰，他建立了一個儀式的普遍結構，即有名的「通過儀式」(Rites of passage)三階段：分離(隔離, separation)、中介(過渡, margin)、再

結合（回歸團體，aggregation）。凡儀式必均具有此三階段的結構。有的儀式或重其一，或重其二，或重其三，或三者兼重。神聖對 Van Gannep 來說，並不是一個具體固定的存在，而是相對的一個移動的中介狀態（liminality）。（張珣，2003：18-19）

專門研究儀式過程的社會人類學家特納（Victor Turner，1920-1983）指出，參加宗教儀式會帶來個人的超脫感、安慰、安全感、集體親密感甚至狂喜。（Turner，1967，王銘銘，2000：407）Turner 認為 Van Gannep 儀式三階段中的過渡階段是儀式的核心。實際上圍繞的是過渡期中的闕限期（Liminal phase）闕限階段在儀式過程中處於「結構」的交界處，是一種在兩個穩定「狀態」之間的轉換過程，與基本社會模式的「位置結構」相區別。闕限過程具有三個相互交叉且相互區分的要素：（1）神聖性的交流活動；（2）組合遊戲，即將文化分解成因素，然後再以各種可能的方式將之任意組合，使之成為有悖常理的事件，使對現實的扭曲可以賦予儀式以神祕感；（3）共同的情感表達。圍繞著闕限期而展開的儀式，是一個結構—反結構—結構的過渡期，它通過儀式過程中不平等的暫時消除，來重新構造和強化社會地位差異結構。在特納看來，儀式的本質正在於他反結構特性，它允許人類在某些時空場合中對日常的結構加以反思。（同前引，頁 412-414）在儀式中的經常不只是權利義務的關係，也不是一種平等式的反結構的「人文情懷」，而是一種更廣的一個價值系統—即是特納自己說的「對人在宇宙中的位置整體的看法」。（B. Morris，張慧端譯，1996：299）

葛茲（Clifford Gertz，1923-）認為「宗教是一套象徵系統，得以加諸於人的種種強力、持久，遍及各處的心情和動機。此乃基於其所形成關於存在的蓋括性概念。這些概念被賦予真實的氛圍，因而產生的心情與動機明顯得特別真實」。（同前引，頁 360）而儀式是「宗教概念是真實的」、「宗教指引是有道理的」這類信仰被生產出來的過程，因為直正是在儀式中，宗教象徵符號所引發的情緒與動機，與象徵符號為人們系統表述的有關存在秩序的一

般觀念相遇而相互強化。在儀式中，生存世界和想像世界藉助單獨一組象徵符號形式得以融合，變成同一個世界，從而使人們的現實感產生了獨特的轉變。也只有在儀式的過程中，宗教概念的意義框架得以界定。(王銘銘，2000：417)

伊里亞德 (Mircea Eliade, 1907-1986) 在他的著作《聖與俗—宗教的本質》一書裡，一開始就區分了兩種經驗形式，也就是「聖與俗」，當我們在描繪神聖空間或是人類習慣的儀式建構時，就會發現這二者的存在是顯見的。這些不同的宗教形態的神聖性，都蘊含在一般的世俗活動之中，因此，伊里亞德認為，解釋宗教的任務就是在於揭示隱藏在不同模式中的宗教價值。

二、宗教社會學

涂爾幹 (Emile Durkheim, 1858-1917) 在《宗教生活的基本形式》(1912) 一書中指出，沒有任何實體、物體或事件本身是神聖的，神聖乃是由社會團體所投射與強化之各種集體性的道德與象徵表現所構成。他認為宗教是一種集體性的事物，宗教的主要內涵是建構社會的集體道德與規範，而道德與規範又以神聖的事務來表徵，因此宗教與社會是密不可分的，簡單的說宗教是社會整體的反射，也是促成社會整合與穩定的主要機制。並指出宗教隨著社會發展的複雜化與分工化，從反射社會整體的集體性事物，逐漸喪失其對社會的主導性，最後將蛻變成另一種有別於傳統的新型態宗教。

馬克思 (Karl H. Max, 1915-1983) 承續費爾巴哈「宗教，就是人對自身的關係」之看法，將宗教置於政經批判的領域，認為宗教是一種意識型態，與其他的社會上層建築(教育、藝術及文化等)一樣，僅是下層建築生產關係的反射。宗教僅是反映統治階級的利益，並被用來作為麻醉被統治階級的安慰劑，若統治階級改變宗教將隨之改變；宗教乃是社會發展階段的產物，其存在與發展端賴於社會的發展型態而定，宗教在人類社會的歷史發展過程並

不具主體性。

韋伯 (Max Weber, 1864-1920) 對宗教與社會互動關係的觀點與上述兩位的論點有明顯的差距，其《新教倫理與資本主義精神》一書中的論點，提供了觀察宗教與社會互動關係的另一個方向，亦即宗教教義可以經由影響個人的世界觀或意義系統，而影響個人的世俗的價值與行為，進一步影響到社會的發展。但韋伯在新教倫理與資本主義精神一書的末尾，他也特別提到資本主義社會一旦成形，將會對孕育她的宗教反過來產生「牢籠」作用，限制並影響宗教的發展。

盧曼 (Niklas Luhmann, 1927-1998) 認為在傳統社會中，宗教往往代表著整體，對其他生活領域有干預的正當性，但宗教最重要的功能乃是「將生活中不可信賴的轉為可信賴的」，也就是化約了在面對超自然、命運和神秘力量的不確定性和複雜性，譬如西方宗教中的「上帝」和東方宗教中的「業報」，都發揮過控制不確定性的效果。現代社會中，各系統與宗教的分化日益徹底，宗教本身也在分化；而宗教最大的挑戰來自於宗教與道德分化開後，人們可以沒有宗教信仰一樣過生活。但在這種社會學式的探照下，盧曼並未否定宗教的發展空間，但他認為宗教必須回歸到宗教自身的獨特性，以新的語意形式為現代人找出可被接受的生命意義，方能得到肯定。

柏格 (Peter L. Berger) 在《神聖的帷幕》一書中，把知識社會學的理论觀點應用到宗教現象，他認為宗教意味著人類自我外化最深遠的境界，也是人類以其自我的意義融入實體最深遠的境界，亦即宗教是人類賴以建立神聖宇宙的事業。宗教意義是客觀化了的投射，而異化始終是宗教意識在追求具人性意義的宇宙時所付出的代價。而由於世俗的世界觀之科學興起，不免產生所謂的宗教世俗化過程，以及市場化、商品化的現象；他所認為宗教的世俗化是社會與文化的活動領域脫離宗教制度和象徵之支配的過程，亦即宗教內容的式微。(Peter L. Berger, 蕭羨一譯, 2003: 130)

三、傅科之權力/知識的系譜學 (genealogy) — 權力主體與知識客體的解構 論述

權力/知識 (power /knowledge) 乃是傅科 (Michael Foucault, 1926-1984) 系譜學研究的核心概念。他寫道：「我們應當這樣承認，權力生產知識（不僅僅是由於它服務於權力而鼓勵之，它有用而運用之），權力和知識直接的彼此意指，沒有知識領域的交互構成就不存在權力關係；任何知識都不可能不與此同時預設和構成權力關係。」(楊大春，1997：124) 權力並不是知識的障礙，反之，權力永遠都是界定真理的先決條件。知識形式 (savoir) 是指「在一個特定時期裡這種或那種客體型態之置入認知活動 (connaissance) 以及這個或那個表述之被形述出來所必須的條件。」因此，知識是某一時代或歷史時期可見的 (the visible) 和可說的 (the articulable) 事物之配置、分布，其分布狀態會因不同的時代而變異。因此，知識或真理是歷史化的。(毛榮富，2000：165-166) 亦即，知識和真理並非是永恆的，而是在特定歷史條件下的人為創造，知識永遠是某種角度的知識。

根據傅科之見，論述主導了什麼是知識以及什麼是真理。(楊大春，1997：110)「論述」(discourse) 這個詞沒有單一的意義，即使是採取技術性的意義。傅科認為必須把論述視為是社會權力的重要現象，而不僅僅是描述世界的一種方式。依照傅科的觀點，各種社會實踐與制度（例如教育與政治、宗教與法律），即是由論述形式（亦即談論社會經驗之世界的方式）所建構，亦置身於論述形式之中。據此觀點，論述乃是在社會脈絡裡生產與組織意義的手段。(王志弘，1999：490) 傅科以「論述」的概念，進一步說明知識在社會中形成的過程，通常包括三種形式：即「排除」(exclusion)、「論述的內在規則」以及「使用論述的情境或應用範疇」等。透過上述三種形式，設定了真理的範疇、內在結構與使用脈絡。例如：現代科學與宗教告解的知識，在設定「知」的範疇時，也完成權力分配。因此論述的運作，便成為權力的統治，自成其

領域，成爲「論域」。權力不但以多種面貌構成社會，也與知識本身的建構相互爲用。(張錦華，1994：165-166)。

傅科志在勾勒出一個具有生產性的而不僅是壓迫性的權力概念。(奈杰·達德，Nigel Dodd，張君玖譯，2003：123)所謂「真理」正是人類運用知識、從事分類、「施加壓力，及限制的權力」(張錦華，1994：164)。對傅柯而言，當代社會的權力形式與傳統社會是大不相同的。以往社會的權力形式是以「統治權力」爲主；傅科則以「衍生權力」(bio-power)，亦即一種具「生產力」的權力爲研究重點。這種權力的特質是「產製力量，促進成長，並加以秩序化」(同前引，1994：167)他以權力/知識的運作特點，說明了當代社會權力現象的幾項性質。

- (1) 權力是具生產力的：賦予權力 (empowerment) 的觀點。「一般而言，我要說禁止、拒絕和禁忌，都不是權力的本質形式，它們只是其限度，是其令人沮喪的和極度的形式。權力關係首先是生產性的。」
- (2) 權力是多樣的：微觀物理學 (microphysics) 的觀點。帶代社會的權力滲透在社會各個層面，其複雜性一如社會本身。權力在各個角落運作，在各種不平衡的動態點上交錯而生。
- (3) 權力是非主體的 (non-subjective)。傅科強調：「爲權力所用或拒斥的知識產製，並非知識主體的行爲，而是『權力—知識』，即其過程和抗爭，決定知識的形式和可能的領域。」
- (4) 權力：日常生活的政治 vs. 統治。傅科分析日常生活隨處可見的權力網絡，因此將權力的改概念擴延爲「日常生活的政治」(politics of everyday life)。(張錦華，1994：172-176)

傅柯處理權力與知識的關係時，不若傳統上把權力與知識看成對立的兩端，他不認爲知識是純淨、自主，不涉及利益的真理追求，而一旦受到權力

的影響，就變成了意識型態，進而喪失真理的地位（蘇峰山，1996：102）。「真理」對傅柯來說，並非人們可以發現並接受的客體存在。而應以「真理政權」（regime of truth）的概念，來認識「真」與「假」的規則體系與權力的運作是互為表裡的。權力決定了判斷標準，透過此標準產生的真理又回過頭來取得權力。藉著真理特有的地位，使權力更為有效地發揮，控制體系更為強化（張錦華，1994：165）。

權力並不被看成是一個統治階級、國家或當權者才有的特質，而是被看成一種策略；隨權力而來的的宰制效果並不是因為主體受到剝削，而是因為「操練、策略、技術、各種功能」；一種權力關係並不構成加諸「無權力者」之上的義務或禁制，而是對他們的投資，藉由他們並透過他們來傳達。總之，傅柯對權力的概念，既不是把它當作一種制度，也不是把它當作一種結構，而是把它當作一種「複雜的策略性情境」，一種「力量關係的多樣性」，同時是「意向的」又是「非主觀性」。（蔡采秀譯，1990：144）此外，這樣一種提昇後的權力分析也可以揭露出權力被某些更普遍或整體性的宰制形式所利用、轉化、植入及延伸的機制。要瞭解權力就要注意到它的機制、技術和程序；以字面上來說，即權力是如何在運作的。只有這樣才可以看到，權力的特殊機制是如何在一個適當的時刻，在經濟上取得利益，在政治上發揮作用。（同前引，頁 145）

四、布爾迪厄的資本理論與象徵系統論述

布爾迪厄之文化再製理論的建構，主要是以習癖(habitus)、場域(champs)理論、資本理論、階級理論、實踐理論、象徵暴力(violence symbolique)等為論述架構。

資本是布爾迪厄(Pierre Bourdieu 1930-2002)建構其場域的動力邏輯，是勢力的來源，也是鬥爭的標的。布爾迪厄(1983c)在「資本的形式」(The Forms

of capital) 一文中，就開宗明義的指出：社會世界是累積的歷史。累積一詞即已導入資本轉換的與輸送的概念，更是社會再製的機制所在，指明一代與一代之間結構延續的真正原理。他認為不能從不連續的觀點，以瞬間在行動主體之間所造成的機械平衡狀態來分析社會世界，而必須注重歷史性的不均衡資本分配結構所造成的影響。在布爾迪厄的觀點看來，社會空間是由許多不同的場域組合而成，這些場域如同市場一樣，所有涉入其中的行動主體，皆持續的為佔有特定的資本而鬥爭；且先前鬥爭所攫獲的資本往往決定下一次鬥爭的成敗。(邱天助，1998：129)

布爾迪厄對資本類型進行了劃分，他認為，根據資本在不同場所所起的作用，可以將其分為四種基本形態：經濟資本、文化資本、社會資本和象徵資本。所有資本雖然皆以經濟資本為根基，但相互之間的關係卻非相互分割或獨立的，而是彼此聯繫和轉換的。經濟資本可以立即的直接的轉換成金錢，而且可以財產權的形式予以制度化。經濟資本和文化資本是兩種最主要的資本類型。文化資本儘管有相對自主性，但是它來源于經濟資本，因此也在總的原則上受制于經濟資本。文化資本又可稱為「訊息資本」；而社會資本是由社會關係所組成，是實際上或潛在性資源的聚合，在某種條件下，此二項資本皆可轉換為經濟資本，並藉由各種形式予以制度化。

而象徵資本是對社會的理解、認知，甚至指稱、界定的能力。此項資本也是布爾迪厄資本理論中最複雜曖昧的部份，往往因其使用的脈絡而有不同的詮釋。(邱天助，1998：131)

布爾迪厄認為社會世界可視為多面向的空間，行動主體在社會空間的位置決定於：(一)所擁有的資本總量；(二)資本的構成比例。亦即所有不同形式資本的相對份量，特別是經濟資本和文化資本。(三)資本的數量與組成在時間上的演變，也就是在社會空間的軌道(Bourdieu, 1987a; 1979b: 114) (邱天助，1998：143)

布爾迪厄不是從本質主義的觀點來看權力，而是從關係主義的觀點來看待權力。象徵系統的權力和宰制係意味對事實建構的勢力。象徵系統是知識和宰制的工具，古典馬克思主義傳統係強調象徵系統的政治功能，旨在解釋這些系統與宰制階級的利益關係，以及受宰制階級的「虛假意識」的問題。從布爾迪厄的觀點看來，這種取向係將權力關係化約為溝通關係，它認為象徵系統真正的政治功能，是企圖經由社會世界所謂正確和合法性的強制定義，而將宰制予以合法化。（同前引，1998：160）

其象徵暴力理論乃以象徵權力的假設為基礎，布爾迪厄認為：

（一）象徵系統（藝術、宗教、語言）是進行結構的結構；

（二）象徵系統是順應結構分析的已結構的結構；

象徵系統是知識的工具，在本身被結構的範圍內運用進行結構的權力。象徵權力是建構事實的權力，偏向建立認識論的秩序。因此象徵是社會統合的最佳工具。有助於社會秩序的再製。

（三）象徵系統是宰制的工具；

布爾迪厄將權力關係化約為溝通關係。宰制階級運用自己的權力增強權力關係，得以宰制被宰制階級，並如韋伯所說的有助於被宰制階級的「馴服」（domestication）。宰制團體的權力以政治資本和經濟資本為基礎，經由自己的象徵生產（論辯、著作等），或保護意識形態的媒介，強制其宰制的合法性。

（四）象徵系統成為結構的宰制工具。（邱天助，1998：160）

布爾迪厄所強調的是象徵暴力的運作係基於社會行動主體的共謀，而行動主體之所以會涉入共謀的結構，是因為其心理的建構係依照世界結構所產生的認知結構，亦即因其在社會空間的位置而形成的生存心態，因而將現存的社會視為理所當然；而這種共謀係透過「承認」（reconnaissance）與「誤認」（meconnaissance）的交錯過程而產生，也就是主觀的「無知」（blindness）與客觀的「合法化」（legitimation）的結合。（邱天助，1998：165-166）

五、文化產業、文化消費與符號的系統化操弄

文化工業 (culture industry) 一詞，是在 1947 年由法蘭克福學派的阿多諾 (Theodor Adorno, 1903-1969) 與霍克海默 (Max Horkheimer, 1895-1973) 率先使用，指的是大眾文化的產品與過程。他們宣稱文化工業產品有兩大特色：一是文化同質性 (culture homogeneity)，二是可預測性 (predictability)。他們並擔憂大眾文化可能造成一種政治冷感的社會盲從，成為穩固社會權威的魔掌。亦即是一種自上而下作為社會控制與規訓工具的支配/管理/施給的文化 (administered culture)。(朱元鴻，2000：13) 而馬庫思 (Herbert Marcuse, 1898-1979) 則提出這是資本主義透過一種「消費主義的意識形態」(an ideology of consumerism)，造成假需要 (false needs)，成為一種社會控制的機制的論點。(John Storey, 張君玖譯，2002：26-27) 對於這種造成意識形態宰制與人性的異化之批判，在文化消費社會的形成以及「文化研究」學術領域的興起後，文化產業 (文化工業) 與文化消費開始有了不一樣的政治/經濟的論述意涵。此處的「文化消費」，要強調的是「文化消費生產的文化」，文化既不是文化工業的產物，也不只是消費著的挪用。(同前引，頁 15)

隨著全球化的資本快速流動，以及經濟霸權之跨越國界的治理技術侵襲，具在地化特色、文化主體性的文化產業發展成了可能對抗的策略之一。文化產業的定義非常多貌⁷，但基本上是將一個具有觀光、消費、體驗等的文

⁷ 參引自葉傑生，2005，〈文化產業化的實踐—公私協力的文化節慶行銷探討〉，《媽祖國際學術研討會》，2005.04.31-05.01，台中縣政府，靜宜大學，頁 3-3-2

David Throsby 在《經濟與文化》一書中對於文化產業的定義是：「文化產業具有三大特色：一、其產業活動會在其生產過程中運用到某種形式的創意；二、其產業活動被視為與象徵意義的產生與溝通有關；三、其製成的產品是一至少有可能是一種形式的智慧財產權。」

曼徹斯特研究個案的定義：「文化產業指的是特定貨品與服務的生產及流通，而這些貨品與服務的主要價值來自於它們是意義的承載者 (carriers of meanings) — 其形式可以是影像、符號、象徵、文字、聲音等。」

北萊茵西伐利亞邦研究個案的定義：「文化產業指的是涵蓋所有的經濟企業組織與個人工作單位，工作可以是籌措、創造、維護與保存藝術生產、文化傳播等，或者是生產或販賣相關的產品。」

化展演活動、文化資產等等，透過行銷策略，將其意義、創意、價值等，形塑成可供進行文化消費的一種文化商品，基本上是一種文化經濟學的市場邏輯。

文化產業可被視為是一種動態經濟（economic dynamism）與社會轉變的推動力。（David Throsby，張維倫譯，2003：183）思索經濟與文化如何交會時，必須強調價值的重要性。文化政策的範疇也不例外。文化活動與文化行為中的經濟層面是文化政策訴求的重點。它意味著文化的經濟價值政策上要考量的重要課題。同時，文化政策背負一項任務—滿足社會對文化的渴求，這再各種文化形式中都表露無遺，其中包括共享的價值與信仰、族群傳統、主體性、文化產物的生產與消耗等。不論文化政策是廣義的運作，意圖加強文化認同感、文化多元性與創造力或社區內文化生活的其他面向，還是只涵蓋明確的措施，針對特定的領域如藝術、區域發展、文化遺產、觀光等，無論是兩者中哪一種，在政策的形成與執行當中，平衡經濟與文化價值是不可或缺的重要考量。（同前引，頁 187）

在二十世紀末期，文化創意產業已成為都市的「象徵經濟」（Symbolic Economy）（Zukin, 1995），成為許多先進國家都市再生的主要策略，亦成為第三世界國家對抗資本主義工業剝削的生存性策略，它不但可復甦地區經濟，亦可活化文化生活價值。文化創意產業近年來成為世界各國主要的觀光資源，它成為都市再發展的基礎設施，亦可提升市中心對商業、住宅及辦公室土地開發的需求。它可被視為一種出口產業（export industry），在美國，觀光業已成為地方經濟發展的重要策略，藉由「市民振興主義」（civic boosterism）及「成長聯盟」（growth coalition）成為都市發展的主要動力。不僅止於其經濟意義，更有其他更大的意義。（楊敏芝，2003）

當代社會裡，消費不再只是生產的對立面，消費已經了文化的實踐方式。而消費的對象，也不僅僅是商品而已，符號及意義體系間的關係，才是消費的目的。John Storey 從文化消費與日常生活這一面向來看消費，提到文化消

費是一項社會活動，也是一種日常實踐。透過文化消費的實踐，人創造了文化。在文化消費中，一方面展現了製造文化的創造自由，一方面也體現了對文化工業的依賴；文化工業提供我們文化創造力的工具和條件。透過文化消費，人們實現不同的社會與個人目的。（John Storey，張君玫譯，2002：13）

本論文關於大甲媽祖符號意義體系的政治消費、符號消費、宗教消費之文化/權力、權力/知識等的論述，其「消費論述」的意涵，是以解構主義學者布希亞（Jean Baudrillard）從符號學來說明現代消費而推衍出「消費一對記號的系統化性操弄活動」（Jean Baudrillard 著、林志明譯，1997：249）為論述核心。對布希亞而言，物品成為符碼的符號化過程是最為重要的，因為符號所代表的意義是約定俗成的。布希亞所批判的是物在社會中符號化的過程，而人在其中被物品符號形式所形成的意義體系所制約，人在社會中消費的其實是符號；而行動主體與所消費之符號的「關係」，才是意義指涉之所在。整個對於「物體系」的討論，也是由對於物的功能性討論轉移到其符號對消費社會的意義。

第五節 文獻回顧

關於大甲鎮瀾宮 1987 年前往大陸謁祖進香後，隨著此事件所引發大甲媽祖進香活動改往新港奉天宮之效應、兩岸媽祖信仰交流所形成的媽祖熱現象、1997 年大陸湄洲媽祖來台遶境事件、媽祖國際觀光文化節的舉辦等，有關進香變遷發展、香火爭議、宮廟政治、兩岸宗教交流、信眾心理行為、廟會節慶等不同主題之研究，除了兩岸媒體報導、官方出版品，以及學術機構、公部門、宮廟團體等辦理之研討會論文集外，以下對於相關學術論文之不同

研究面向做一區分概述。

一、台灣媽祖信仰之歷史變遷、香火爭議與進香活動之研究

1987年10月底兩岸首次民間信仰宗教交流由鎮瀾宮搶得先機後，首次整理大甲進香活動之歷史變遷的著作是郭金潤編著之《大甲媽祖遶境進香》（1988）。蔡相輝《台灣的王爺與媽祖》（1989）一書脫胎自其博士論文《明清政權更迭與台灣民間信仰之研究》，對於鎮瀾宮前往北港進香以及建廟歷史沿革作了部分的探討。王見川與李世偉聯合發表之〈關於日據時期台灣的媽祖信仰〉（1997）。黃敦厚〈大甲媽祖進香起源初探〉（1996）提出了前往北港進香可能有牛販之經濟活動因素的論點，〈大甲迎媽祖新史料金萬和郊帳冊的發現〉（2003）則引用1899年日據時期大甲鎮瀾宮前往湄洲迎媽祖的帳目記錄，推斷此歷史文件應為清末日治初年大甲媽祖回湄州進香回來後的活動記錄；並推考大甲媽祖在大安港完全廢港之前，確有湄州進香之舉。而碩士論文《台灣媽祖文化研究語彙全紀錄》（2004）主要進行台灣媽祖信仰文化的神蹟靈力論述與民俗語彙的蒐集調查，並兼論以大甲鎮瀾宮為主的台灣媽祖信仰變遷與發展。

二、香火意義體系及進香活動之研究

王嵩山〈從進香活動看民間信仰與儀式〉（1983）⁸，透過媽祖信仰與進香團的儀式活動，探討香火的意義體系、儀式的象徵與句法、信仰與傳說的再生產、香火與親屬關係的運作邏輯等。黃美英累積相當深入的田野調查與媒體報導寫作發表，後將碩士論文《權力與情感的交融：台灣媽祖香火儀式

⁸之後並收錄在王嵩山著，1999，〈香火、廟宇與進香〉，《集體知識、信仰與工藝》，稻鄉出版社，頁85-132

分析》(1992)出版為《台灣媽祖的香火與儀式》(1994)一書；該書文旨主要利用 Victor Turner 的 liminoid 概念來分析香火在台灣的媽祖進香活動當中，所表現的多義性。亦探討台灣媽祖廟宇歷史、香火、靈力與儀式的意義體系建構與爭議，大甲媽祖進香儀式過程與進香團體的特徵，以及儀式、象徵與生活經驗的關連等。

張珣是國內長期研究大甲媽祖進香儀式之人類學者，對於此領域之學術論著亦豐。其對於媽祖研究的第一階段(1985-1993)成果是其博士論文，焦點集中在大甲社區的社會結構與大甲媽祖進香的組織與功能。第二階段(1995-2001)將歷年來所發表之〈大甲媽祖進香儀式空間的階層性〉(1995a)、〈香客的時間經驗與超越：以大甲媽祖進香為例〉(1999)、〈儀式與社會：大甲媽祖轄區之擴展與變遷〉(2000a)、〈大甲社區的研究：以媽祖進香活動為例〉(2000b)、〈從媽祖的救難敘述看媽祖信仰的變遷〉(2001)等集結出版為《文化媽祖—台灣媽祖信仰研究論文集》⁹一書(2004)。該書重點在於進香儀式與儀式背後的文化觀念研究。

三、以信眾主體與儀式實踐之心理研究

姚文琦之碩士論文《台灣媽祖信仰的進香態度及其變遷-從信眾的觀點進行觀察》(2003)，選擇以信眾的觀點出發，實際了解他們在當前的社會條件下，對於整個台灣媽祖信仰中最廣為人知的重要儀式活動—進香，衡諸傳統進香抱持的「謁祖」、「增強靈力」考量，嘗試著發掘其感受及意義結構。

四、媽祖信仰與國家政治、宗教政策、宮廟政治之研究

⁹ 該書之內容為學者張珣自 1995 年 12 月至 2001 年 5 月間所發表之五篇發表之論文為主幹，為其研究大甲媽祖信仰第二階段之成果。第一階段之研究為自 1985 年起至 1993 年止，焦點集中在大甲社區的社會結構以及大甲媽祖進香的組織功能，成果為 1993 年之博士論文。

楊惠南〈台灣民間宗教的中國意識〉(1999)，認為台灣民間宗教返回大陸組廟謁祖割火的儀式行爲，是宰制台灣主體意識的「中國意識」作祟，此意識形態根源於儒家的「大一統」思想，表現在媽祖民間神祇上的進香、刈火，或是道德復振教派的「道統」說，都是儒家「大一統」思想的「異形」。許谷鳴之碩士論文《神性、溝通、與詮釋--媽祖信仰叢結的社會交往》(2000)，分別以廟寺之間、國家與民間、宗教之間、個人與女神、以及個人之間的社會關係作為分析範疇，依序探討媽祖信仰的社會交往過程，並據以建構母神信仰的過程。張家璘〈政教關係與兩岸宗教交流——以兩岸媽祖廟團體為焦點〉(2002)研究兩岸宗教交流活動愈趨頻繁下的政治冷熱氛圍與政教權力流動。從兩岸的政治情勢、宗教政策以及宗教團體與政治權力的抗衡論辯關係，深入的分析兩岸的政教關係影響兩岸媽祖廟團體的交流。台灣媽祖廟團體因為政治人物的操弄，在未來為維護其利益的前提下，也將持續發生對台灣當局施壓力的角色，儼然形成一新興宗教壓力團體。三尾裕子〈從兩岸媽祖廟的交流談台灣的民族主義〉(2003)研究在兩岸政治對立的情況下，大陸官方主導的媽祖廟宇活動在與台灣民間宮廟組織之間的交流，有著隱微的祖廟香火、民族情感等的政治操弄意圖，並進行宗教交流與國家政治、宮廟政治等的權力論述。楊美惠〈橫跨台灣海峽的媽祖—國界、進香與衛星電視〉(2003)以媒體傳播、後現代及全球化理論等分析鎮瀾宮於2000年7月一行三千多人的儀駕陣頭與龐大記者團的規模前往湄洲祖廟進行三獻禮的慶典衛星直播活動，所傳達出實境虛擬的電子儀式、政教權力穿越政治領空，並形成的一種去領域化(deterritorialization)的論述研究。林政璋碩士論文《台灣與福建湄洲媽祖進香交流研究》(2003)，從閩台之間擁有深厚的歷史淵源，藉由比較閩台媽祖進香交流中的各種問題作一關聯性探討，並深入了解湄洲祖廟當地的信仰文化及媽祖信仰歷史關係；探討其如何建構對台灣媽祖信眾的香火權威？及進香交流帶來的衝擊與省思。

五、民俗節慶活動的行銷與產業研究

汪玉蘋《民俗節慶活動運用整合行銷傳播之研究：以大甲媽祖文化節為例》(2004) 探討鎮瀾宮從七十年代起就以企業化與結合媒體的方式來經營，以至迄今的宗教產業地位變化；並探討台中縣政府所舉辦之「大甲媽祖文化節」的動機訴求及觀光成效的行銷分析。黃俊嘉《節慶活動之地方文化產業涵構與商品鏈形構—以大甲媽祖遶境活動為例》(2005)，該論文探討進香的八天活動期間，所發生民眾、組織或廠商的種種商品供售行為，探討背後所組構之地方產業的生產、分配與消費節點與社會空間互動關係，形塑「關聯產業鏈」的商品鏈形式。並探討該節慶活對地方經濟產生之實質及非實質效益分析。

六、其它研究

林茂賢長期致力於台灣傳統表演藝術與廟會遊藝陣頭等之研究工作，並屢次受邀參與大甲媽祖遶境進香活動規劃、傳習、講授、媒體報導人等工作，並發表過〈臺灣媽祖傳說及其本土化現象〉(2002)、〈大甲媽祖進香團陣頭之研究〉(2004) 等文章。前大甲鎮瀾宮常務董事董振雄於 2004 年出版了《心靈原鄉》一書，內分為冊北港進香、新港進香、湄洲進香等三大冊，主要內容是以歷年進香活動紀錄之照片為主。

第二章 大甲媽祖遶境進香活動之美學論述

第一節 媽祖信仰的香火與儀式

一、香火的意義體系

台灣媽祖廟的活動，多有「謁廟割火」的名目和儀式，從《安平縣雜記》所述，可知媽祖祭典大致有進香和乞火、過火等類。李獻璋的說法，進香即是「割香」，是指個人對神明香火的乞求，另一種儀式是「割火」¹⁰，這是偏重在神對神之間的香火乞求，進香割火與寺廟權威及香火淵源密切相關。

李亦園以中國進香與其他宗教的朝聖行為有不同處之一在中國宗教注重「香火」淵源及香的使用。在中國宗教中天公與鬼是沒有分香儀式的，只有神明和祖先才有。「分香」的意思是從一個原始的神廟分出「香灰」到別處供奉，而分出的廟在一段時期內要回來重新增強香火淵源關係」（李亦園，1983：18）。¹¹

施振民在提到彰化平原的祭祀圈時也說：「主神的來源是分火，早期來自中國大陸，後期則出自本島各大寺廟。分火建立一種鬆弛的主從關係。因此需要過一段時間重新加強這個關係，同常由聚落單位組織進香團到「祖廟」進香（施振民，1975：200）。¹²

林明峪說明台灣所有媽祖廟與神像來源，不外分身、分香與漂流三種。閩粵移民從故鄉登船下海之前，往往先到本地所屬的媽祖廟進香膜拜。進一步請一尊媽祖神像的分身上船。若無分身則奉請香火袋或神符，此即分香的

¹⁰ 筆者於訪談北港朝天宮祖幹事吳祥先生時，吳總幹事皆強調大甲鎮瀾宮是前往朝天宮「乞火」，而不是「割火」，其認為這是民間所使用的不好辭彙，「火」豈能用「割」的？「乞火」之義為位階較低之廟宇向位階較高之廟宇分霽香火之儀式。

¹¹ 參引自張珣，1992，〈媽祖信仰在兩岸宗教交流中表現的特色〉，《兩岸宗教現況與展望》，學生書局，頁 275

¹² 同前引，頁 275

分靈方式（林明峪，1980：207）。¹³

林美容研究指出，諸多文獻所稱的「刈火」、「掬火」，強調的是香火的分割、分靈與再生之意義面向（林美容，1990）。

張珣認為中國神明間刈香掬火可能是中國家族祭祖儀式的延伸。人類學家通常認為祖先崇拜是中國社會的特質。祖先崇拜與中國家族有密切關係。又通常以為中國宗教是中國俗世社會與俗世生活的反應。中國的神明多是聖賢人物死後被後人尊奉為神的，因此人神關係有時與祖先的關係有些重疊。拜神儀式因此也與祭祖儀式重疊的（張珣，1986）。¹⁴

呂理政將「香火」視為維繫社會關係網絡的象徵，分家時有「分香」的儀式，移動香爐稱「出火」，安置祖先神主及香爐稱「安香」，祖先的「香火不絕」是家族中心觀念。…在香火觀念下又產生「分香」、「割香」、「進香」等網絡關係。共同祭祀群體是想有共同神明香火的團體，形成地域性香火廟。（呂理政，1990：221）¹⁵

黃美英認為「香火」和「神明」正是一體的兩面，「香火」視為一種象徵的資源與力量（包含了神的靈明與信眾分享的香灰、香煙和靈氣），因此，進一步從進香、割火、割香等儀式分析，可了解「香火」具有「分配」的特性和象徵意涵。「香火」視為一種主要象徵，以及有關的儀式活動，有其相當複雜的多義性（multivocality）；各媽祖廟重視其香火來源，以此建立其正當性和合法性，各媽祖廟的香火權威、歷史論述與儀式的名稱，牽涉各廟之間的位階關係，並可象徵神靈的顯赫與神威，因此「香火」成為一種可轉化的象徵資本（黃美英，1994：193）。

黃美英所謂的「香火」和「神明」是一體的兩面之論述，筆者則是持不同的看法。「香」代表著一種與超自然力量產生聯繫的中介物，「火」則是的靈力與權力之象徵，在民間信仰的意義體系中，「香火」是由「人」此一行動

¹³ 同前引，頁 276

¹⁴ 同前引，頁 276

¹⁵ 參引自黃美英，1994，《台灣媽祖的香火與儀式》，自立晚報出版，頁 201

主體在與「神明」的語法系統之間的互動關係而賦予其意義的，其兩者之間的關係並非是互為主體。在這個意義體系之中，神明先於香火的存在，香火只是神明的意義象徵之一，它是神明意義體系之中的子系統。香火可以在儀式的語法系統當中被分割、分霑，裝置、傳遞、重製、融合等，依此而產生一套靈力再生與權力論述的意義詮釋，透過「人」所創製的一套約定俗成的儀式語法而完成意義的賦予。香火並不是神明的分身，它是一套靈力的神話論述，是宮廟的象徵資本。在人與神、神與神、神與廟、廟與廟之間的關係網絡中，香火是一個靈力象徵、位階差異、權力編配，以及意義再生產等的被論述客體。因為「關係」之不同，「香火」被賦予的意義也不相同，因此形成了一套「權力/知識」論述的香火政治。

「香火」可以透過儀式過程來取得，譬如「合」爐、「交」香、「參」香、「合」香、「進」香、「乞」火、「割」火、「掬」火、「刈」火、「合」火等。人在不同儀式的語法系統中，進行不同意義關係的「分類」，此意義的文本便得以再現其靈力象徵與再生產「權力/知識」的論述。在人所賦予意義的相對關係中，「神明」本身才是論述的主體，而香火僅代表著被延伸論述的客體。香火和神明的關係並不是一體的兩面，而是論述的主客體關係，沒有在神明的意義系統中，香火是不具備意義的；香火的意義系統，是神明此一論述主體所賦予的。當然，最終的主體還是建構民間信仰意義系統的「人」，「神明」和「香火」僅是被人所創造的信仰系統所創製出來的符碼而已。

二、進香儀式的意義體系

「時間即社會」這句話，用在描述個人生命信仰、農曆歲時祭儀與傳統社會的運作生產等的密切依存關係，實在相當貼切；因為在我們的生活世界中，從出生到死亡的立命安身與文化作息，從風俗習慣到民間信仰等的社會集體知識，從個人宗教體驗到集體信仰儀式的社會實踐，均顯示著「文化時

間」與「社會結構」的相互嵌合關係。在常民生活當中的「時間/社會」關係，是主體與社會在依據民間信仰的「宇宙觀」(cosmology)以及「文化時間觀」所形成的「意義座標」的互動過程當中，所進行文化生產與社會實踐的一個約定俗成的語法系統，並據以進行意義的賦予與分類。

民間信仰中的儀式行為，本身具有維繫社會群體，調整並支持社會關係的功能。宗教信仰體系與儀式行為正與該民族的宇宙觀與社會組織密切關聯；亦即宗教信仰體系與儀式行為，本身就是一套該民族用來理解與處理現實生活種種問題的設計，我們可藉由隱藏在物質現象之後的思考原則，來深入瞭解蘊含在宗教中的概念，並掌握民眾行為背後的原則。(王嵩山，1999：87)

早期人類學家如涂爾幹 (E. Durkheim) (1921)、芮克理夫·布朗 (Radcliffe-Brown) (1922)，將儀禮視為一個具有增強作用的集體情緒和社會整合的現象。宗教性的儀式，同時也是社會性的事件，不但一再強化某種關係 (例如：個人與社會之間的關係等)，也強調社會的整體性。因此人們在宗教活動中，所得到的不僅僅只是強化社會凝聚力；對個人而言，亦帶來更大的安全感。儀式與祭典配合信仰的一致性，對於整個社會的參與、社會的整合有莫大的貢獻。(王嵩山，1999：86) 潘英海認為：透過體會性的了解，儀式的意義體系與結構不僅是一個被動的解釋體系，而是一個具有選擇性的詮釋體系；不是一個控制機制，而是一個多種價值可能性的選擇機制；不是一個參考架構，而是一個個實踐的過程。要之，「人」，而非「象徵物」，才是儀式的主體。儀式不僅只是一個文化設置，更重要的是一種文化體現的過程——一種由意圖與了解所建構的實踐過程。(潘英海，1994：23)

對進香作深入定義的為李獻璋，以為刈香或掬火 (或掬大火)，文語 (國語) 合稱進香，但台語則分而別之。國語的進香只是往寺廟拈香禮拜神佛。台語的刈香掬火則有乞求香火之意。按儀式來分，個人的叫刈香，神與神之間就叫掬火或掬大火。掬火又可分二種，一種對於他所分靈來自的元廟，每

年或若干年前往謁祖一次。另一種對於它先建立，或特別有權威的廟，每隔若干年前往訪候一次。廟神不去掬火的地方，住民也多不來刈香，刈香（個人）是依附神去外地刈香的（李獻璋，1966：292-293）。¹⁶

林美容研究指出，民間廣泛使用「進香」一詞，可能包含刈香（或刈火）、遊境、會香¹⁷等幾個不同的活動，進香儀式性的作用是增加進香神祇的靈力，藉著往母廟刈火，參訪道友，或姊妹香會來增加靈力，是一種相當漢式的權力信仰¹⁸。廣義的「刈香」包含刈山香、刈水香、刈海香、刈廟香，狹義的「刈香」僅指刈山香、刈水香與刈海香而言。而「刈廟香」其實就是「過爐」的同義詞（林美容，1990）。

張珣並藉著宗教史學家伊里亞德(Macrea Eliade)的觀念，分析「進香」、「割火」及「朝聖」三者的宗教意義，認為進香割火和西方朝聖相同之處，是具有「回到世界的中心點」（神聖的空間及時間）的象徵意涵，但其中不同的是朝聖「回到神創人的中心點」，而進香割火則是「回到人創人的中心點」。此外，她並且認為進香割火基本上是中國家族祭祀之擴散，香火原是指祖先之香火，擴散到宗教方面神明香火之乞求（張珣，1986）。¹⁹

陳維新嘗試重新界定「進香」的意義，他認為「神向神舀取香灰的割火儀式，是代表香、火之間的象徵轉換」，他並且運用 Arnold van Gennep 的觀

¹⁶ 參引自張珣，1992，〈媽祖信仰在兩岸宗教交流中表現的特色〉，《兩岸宗教現況與展望》，學生書局，頁 276

¹⁷ 林美容

會親：或稱「會香」。媽祖和其他神明一樣，也會離開其轄境四處去參訪道友，一般以平等地位的互相參訪，通稱為「參香」或「會香」。而各地的媽祖廟為表示其相互間的友誼關係，常稱其媽祖出境參訪是去「會姊妹」，兩地的媽祖好像姊妹相會一樣，故稱「會親」。

¹⁸ 林美容

一般意義的「進香」，即神明離開其轄境，到遠處的有名的香火旺盛的廟宇去朝拜。在高雄縣這種儀式活動通稱為「過爐」，而不稱為刈香。「過爐」一詞，表示神明的香爐從進香對象的神明香爐之上，由信徒用手傳送出廟門，強調經過對方神明香火之薰陶的儀式意義。雖然「過爐」沒有如「謁祖」一般，強調雙方之儀式位階的上下統屬關係，但是仍表現相當程度的對對方神明之香火的崇高敬意。

在高雄縣，「過爐」一詞差不多就是「刈廟香」的同義詞。而台灣中部地區以「過爐」一詞，來指涉神明的香火輪流傳遞到值年爐主手上，由信仰祭祀中心日常供奉的所在把神明香爐過到爐主家，同時接受角頭內信徒之奉拜的儀式過程（林美容 1990a:47）。此與高雄縣的用法顯然有所不同。

¹⁹ 參引自黃美英，1994，《台灣媽祖的香火與儀式》，自立晚報出版，頁 36

點，將神明視同個人，而「割火」即是神明的通過儀式，至於香火之間所隱喻的靈，必須不斷的透過割火儀式，保持不斷。(陳維新，1987)²⁰

民間信仰活動是常民生活當中一個重要的社會實踐，它是透過農曆的文化時間以及儀式的語法系統，所形成一套約定俗成的集體知識與文化設置。而一個族群的文化系統或信仰的之意義體系當中的宇宙觀，是「人」如何看待自然、建構宇宙、賦予意義的一套「權力/知識」論述與意識形態。宗教系統、神明體系、儀式語法、宗教行為等，此四個符號系統存在著的不同階序的邏輯脈絡關係，但是卻都是由「人」所約定俗成建構出來的。人雖然創造了宗教，但同樣也受到此一信仰符號系統的影響與集體知識的社會制約而生活在其中。而儀式的主體為「人」，只有「人」才能通過儀式，陳維新將「割火」當成是神明的通過儀式，筆者認為這種說法值得商榷。

儀式和語言類似，也是一種符號體系；儀式的操作有著一套約定俗成的「語法」，它將各種儀式當中符號組成表意的慶典「句子」。在儀式中，符號與意義之間，象徵物與行動者之間的關係不是固定的，內在的，而是隨意義體系之不同而被賦予不同意義，其關係是約定俗成的。儀式當中的符號，就像語言當中的一個詞一樣，需要按一定的儀式規則與其他符號組合在一起，才能形成有意義的符碼。

因為分靈關係而產生不同位階關係的神明，的確可以視為具有擬親屬的關係，但是其神格終究還是神明「本身」而已，神明還是只有一個；神不是人，神不可能在儀式的隔離、過渡和回歸三階段過程中進行割火儀式並且建構自身的主體性。因為神明本身所具有的「香火」與「靈力」的論述，都是被客體化的論述，其意義的賦予與詮釋，均是由儀式的主體一人所賦予的。

在儀式中，神明與香火所代表的神聖性、禁忌性、多義性等象徵，以及與元廟之間的擬親屬關係等等約定俗成的關係，都是由「人」所賦予其意義的。當神明在約定俗成的語法系統當中與人產生儀式關係時，神的意義便充

²⁰ 同前引，頁 36

分的被彰顯、被再現，被再生產，其意義體系也才是完整的。

也就是說，若「人」沒有出現在儀式當中來建構神與香火的關係時，這便不是儀式。客體化的神與神、神與香火之間的關係，若缺少了以人為主體的儀式意義建構，也絕不是儀式。「割火」、「分靈」並不是神明的「通過儀式」，「割火」、「分靈」的意義是由儀式的主體一人所賦予的，沒有人在「割火」、「分靈」的儀式當中建構其意義系統，神與神之間、神與香火之間便不可能產生意義。

因為，神與香火的意義，是其與儀式當中之「人」的關係來決定的，是系統在決定其意義，而不是形式在決定的。儀式的意義是系統所賦予的，而賦予系統意義的，是建構這個意義世界的主體—「人」所賦予的。

綜上所述，民間信仰「香火」意義體系的建構方式是藉由「割火」（或乞火、掬火、刈火、添火）、「進香」（或割香、刈香）或「交香」（參香、會香、合香）等儀式來實踐的。「割火」是進行相同神格但不同神尊之間的香火轉換儀式，「進香」則是以祭祀圈地區之信眾為主體，透過動員該宮廟產業組織或次級神明會組織的民間力量集結，對外進行信仰圈的信仰交流，擴大信仰地域間的文化連結，而前往異地廟宇進行人與神之間的「香火」分霑（林美容，1990：345-364）²¹儀式的實踐過程。「交香」則是不同神明之間的靈力融合儀式。

²¹ 林美容：「祭祀圈」定義為地方社區居民義務性的共同祭祀組織，「信仰圈」為一神及其分身之信仰為中心的區域性信徒之志願組織。林美容〈台灣區域性宗教組織的社會文化基礎〉《東方宗教研究》第2期(1990.10出版)，中央研究院民族學研究所，頁345-364
http://ccbs.ntu.edu.tw/FULLTEXT/JR-NX027/new2_10.htm

張珣，2001，〈「家屋」與「廟」—媽祖分身的人類學詮釋〉，
<http://gwrx.itaiwan.net/matsu-first.html>

「祭祀圈」的概念，是一種宗教性的地域組織，例如以村廟為中心，藉慶祝主神聖誕而把全村人口組織起來，宗教是手段，目的是以村為單位，組織全村人口，成員的選擇是具有排他性的、義務性的，凡住該村的人都必須參加，凡不住本村不可以參加。在概念上，祭祀圈是一個宗教性的地域組織，與地域性的宗教組織「信仰圈」是不同的，後者是志願性的宗教組織。曾做過媽祖「祭祀圈」的學者包括了岡田謙、劉枝萬、許嘉明、施振民、文崇一、許木柱、胡台麗、余光弘和林美容等。林美容最先是土地公廟的祭祀圈到彰化市南瑤宮的信仰圈，試圖將區域性的宗教組織做分類並探討在其背後的社會文化基礎。（張珣1995:p98-p99）

以上三種人、神、廟宇的互動過程，在民間信仰意義體系中皆有不同的神聖象徵及意義賦予之儀式，但其運作邏輯與實踐過程都是以「香火」為靈力象徵的載體。其操作的語法，是藉由人與神、神與神、神與廟之間的「香火」分割、分霑、裝置、傳遞、重製、融合等不同的靈力再生和權力論述；透過儀式的實踐過程，增強個人神聖交感的心靈轉化以及神明的靈力，確立各廟宇間神明的位階差異以及宮廟產業的權力論述等，是一種民間信仰意義體系裡的一種轉換機制、儀式設置與語法系統。透過這樣的儀式，儀式的行動主體—「人」便可以達到信仰的實踐以及意義的再生產。

有關儀式在人類行為的意義，范·根納普 (A. Van Gannep, 1873-1957) 注重儀式甚於宗教信仰，他建立了一個儀式的普遍結構，即有名的「通過儀式」(Rites of passage) 三階段：分離 (隔離, separation)、中介 (過渡, margin)、再結合 (回歸團體, aggregation)。而維克·特納 (Victor Tunner) 的結構 (Structure)/反結構 (anti-structure) 或團契 (Communitas) 的對比也是經常被引用的理論。Van Gannep 認為，凡儀式必均具有此三階段的結構。有的儀式或重其一，或重其二，或重其三，或三者兼重。神聖對 Van Gannep 來說，並不是一個具體固定的存在，而是相對的一個移動的中介狀態 (liminality)。處於中介狀態之人、事、物均帶有神聖之意義，均異於其日常世俗之狀態。如此一來改變了以往的觀念，儀式被賦予了一個革命性的新意義，及儀式可以界定何為神聖。當然 Van Gannep 仍注意到儀式的社會功能。他認為儀式把個人的各個生命階段，或群體的各個階層分開出來，再用儀式幫助個人或群體，跨越這些階段與階層。(張珣，2003：18-19)

民間信仰的進香活動是屬於通過儀式的一種，第一階段象徵媽祖信眾基於不同的參與動機，透過進香儀式的禁忌遵守，走出原有的社會結構或文化情境。在進入儀式的第二階段過渡 (Liminoid ritual) 狀態時，每一位手執香旗的香客 (香燈腳)，處在一種異於日常社會範型的模糊狀態，在儀式的神聖空間觀與時間觀中，進行著進香規範的遵守與運作。而在進香結束後，回歸到社

會團體的正常作息，融入社會規範當中重新生活，儀式的主體—「人」也才能重新實踐個人祈願酬願的意義賦予及心靈轉化；透過意義體系的約定俗成，建構自身信仰意識的完整以及聯結社會生活並進行文化的再生產。

第一個階段的分離，代表著由俗世系統進入到儀式系統之中，意味著個人或群體自社會結構中原先某個特定的位置、某種文化狀態，或這兩種情況分離；就好像在大甲媽祖進香過程中的行前淨身、吃齋、禁慾、起馬、辭拜家中神明等禮節與禁忌之行爲，這就是一種「分離」。而在八天的進香期間，大甲媽祖起駕及駐駕時分，隨香客們準備出發或休息之時，皆必須遵守這「起馬」、「下馬」的禮儀規定，如是八天；且下行往新港必須茹素，回程才能吃葷食，這些的進香禮節與禁忌規定，也都是在表現出一種「過渡」當中的「跳入」、「跳出」之儀式性行爲。在進香的「過渡」期間，香客的社會身分位階並不是重要的，這是儀式互動的神聖場域，不需俗世生活的身分辨認；參與者的身分都是香客，香客的行爲意義賦予都來自於信仰的意義體系與儀式的語法操作。這是一個跨越信仰門檻和心靈機制轉化的儀式，對於默默行走的隨香客而言，「時間中的一刻，同時也是超越時間之外的一刻」(Victor Turner, 吳潛誠編校；1997：179)。直到媽祖鑾駕返回大甲鎮瀾宮，香客們行「下馬」動作，過渡儀式便告完結。

潘英海在〈儀式：文化的書寫與體現過程〉一文中，提出了三組儀式對子：「象徵物/行動者」、「儀軌/演法」及「意理/情感」。在信仰的意義體系中，「人」與「象徵物」是一體的，兩者間的關係是不可分割的，但又是主體與客體的對立關係。在儀式的過程中，「人」與其所使用的「物」（象徵物）、與其所表演的「動作」（演法）、與其所依據的「概念」（意理）之間的對立關係，建構了儀式基本的動力，一種辨證性的動力，使儀式成為一個千變萬化的動態過程，而非照本宣科的靜態過程。那麼，儀式的辨證的動力基礎是什麼？我們以為是儀式同時具有表達與記憶的特性。換言之，人的了解在儀式的表達與記憶之間扮演了積極的中介角色，人的了解和儀式的表達與記憶，產生

了另一層新的辨證關係，一種人與儀式之間的辨證關係。於是，了解、表達、記憶在儀式書寫與體現的過程中；產生了新的關係與新的意義。這種新的關係與新的意義已不僅是一種辨證的關係，而是一種詮釋的關係。為何是一種詮釋性的關係，其關鍵在於「了解」。(潘英海，1994：17-25)

一個儀式的實際程序，並不止涉及或運用一件象徵物，而是依序地涉及一連串的象征。一連串涉及這些物件的行為，都有一套自成一格的「句法」，就像樂譜或語串一樣；而每串行動的可能意義，都受其組合或安排方式的限制和塑模而產生影響行為的訊息。(王嵩山，1999：86) 八天七夜的遶境進香儀式，由人、神、廟宇、社區等互相建構而成的信仰網絡與認同過程，藉由儀式的主體「人」與儀式客體「神明」之香火、靈力、位階間的互動，重新建構出「香火」的傳遞、分霑、分配等的權力差異論述，並強化個人、信仰、社會間的文化情感流動、社會群體認同等文化再生產。

Steven Sangren 是西方學者中對媽祖信仰有較多研究的一位，其在〈Power and Transcendence in the Matsu Pilgrimages of Taiwan〉提出異於 Victor Turner 認為朝聖是個人為了尋求進入未結構化的 *Communitas*，而更進一步指出朝聖應是香客個人或社區二者尋求超越原本舊有的權力象徵限制，藉由走出平日生活的空間，疏離原有社會來製造社會的續存。香客與媽祖二者互相證成，互相再製，朝聖進香不應只強調其平等融合的一面，不平等、具差異的上下階層其實是可與平等的團契互相增強，否則也不用去一個比自己更高階的廟進香了。(張珣，2001)

從客觀的、物體的「香」與「火」，到主觀的、主體了解的「香火」，所隱含的就是一套人與神、神與神、人與人溝通的歷程。換言之，就是一套了解的體系(潘英海，1994：24)²²。對於全程參與大甲媽祖遶境進香八天七夜活動的信眾——「行動者」來說，每年藉由「三月瘋媽祖」進香活動之重複性、

²² 潘英海，1993，〈儀式：文化書寫與體現的過程〉，收錄於黃美英：《台灣媽祖的香火與儀式》頁 24

集體性、宗教性、神聖性與世俗性交融的宗教行爲與信仰認知結構本身，其所產生的儀式行爲、文化體驗、認同歸屬、心靈轉化、權力論述等的意義賦予，皆必須透過大甲媽祖信仰意義體系與進香儀式的語法系統來理解剖析，才能得出其深層脈絡背後的意義所在。

而大甲媽祖進香儀式意義體系當中約定俗成的種種禁忌與規定，譬如：神聖物的擺設、祭祀供品所代表的象徵意涵；報馬仔隨身所攜帶的各項配備和裝扮；鑾轎當中的敬茶、敬鹽（海底丹）、敬酒的功用；個人隨身攜帶的香旗，所代表的區別象徵等。而各式陣頭儀隊也因為與進香儀式的神聖性融合，而產生一些具有神聖性的象徵物品，譬如莊儀團之千里眼與順風耳二位神將所掛在耳上「高錢」，握在手中的「手錢」，神童團三太子含在口中的「奶嘴」等。這些進香物品之所以具有意義，完全是因為進香儀式意義體系當中的約定俗成關係；而做為儀式主體的「行動者」，便是透過「象徵物」這一客體來進行儀式的實踐與文化再生產。

三、信仰的在地化

蔡相輝研究指出，媽祖信仰之開展，可分為三個階段。第一階段為僅屬莆田地區人民的私自信仰時期，起自媽祖逝世，迄於徽宗宣和四年。第二階段為可以公開傳播之信仰期，起自宣和五年朝廷賜廟額順濟，迄於高宗紹興二十八年。第三階段為普及期，自紹興二十九年陳俊卿現地建白湖順濟廟以後。（蔡相輝，1988：128）從此建成為全國性之信仰。由於靈驗與神蹟不斷，在廣被信眾建廟奉祀及歷代統治者的晉封後，因政治上的符號象徵地位崇隆，遂讓其在於民間信仰之神格地位與普及性更形確立。

媽祖之神蹟以保護航海著稱。明、清時期，閩南、粵東先民於驚險渡過黑水溝以來台墾拓，由祖籍地攜來的媽祖香火與信仰意識便成為落地生根時心靈與生活當中的最大支柱，其與祖廟分香的連結關係更是文化血緣薪火相

傳的象徵。

臺灣早期社會除原住民及少數漢人之外，曾經受荷蘭人局部控制。但自鄭成功率軍來臺，驅走荷蘭人之後，漢人移民即日盛一日。迨清廷收回臺灣，更是逐步由漢人移民社會向定居社會過渡，由尚未中國化社會向中國社會轉型。此一過程，可稱為「內地化」。「內地化」的動因，或臺灣從移墾社會轉變為中國傳統社會的原因，一方面是自然因素，即移墾者向母體社會看齊，以母體社會為標準進行重建；二則由於經濟繁榮以及由此所造成的人口流動、市鎮興起、民性融合，使得地域性的械鬥逐漸絕跡，以血緣關係為主的宗族制度緩慢建立，移墾社會的特徵逐漸消失；另一方面是人為因素，其中以傳統文教制度的建立影響最大。在整體臺灣社會內地化的同時，臺灣人民也逐漸「土著化」(naturalization)²³了。也就是說，來臺漢人由移民成為土著，建立在本土地緣和血緣關係上的新宗教和宗族團體，取代了過去的祖籍地緣和血緣團體，以致逐漸建立了對臺灣新社會的認同。祖籍人群械鬥由極盛而趨於減少，同時本地寺廟神的信仰則形成跨祖籍人群的祭祀圈，宗族的活動則由前期以返回唐山祭祖之方式，漸變為在台立祠獨立奉祀²⁴。

關於媽祖信仰，其經由分香而傳播各地，歷經長期發展，從其分身神或分香廟的地位，逐漸在移居地建立其權威與自主性的地位，各分香廟「本土化」現象，也表徵了從一「移民社會」(immigrant society) 成為「土著社會」(native society) 的過程(陳其南，1987：125)。²⁵而在各地祭祀圈形成的媽祖信仰，隨著移民的增加、經濟的交流、文化的傳播、社群的交流互動等，逐

²³ 中央研究院民族學研究網站，<http://www.sinica.edu.tw/ioe/chinese/org/past.htm>

所謂「土著化」，是指台灣漢人在 1860 年左右開始，以台灣「本地地緣」取代了「祖籍地緣」而成為當地社會構成的基礎。如此一來，使得那些以奉祀開台祖來取代原先唐山祖的宗族，和超越村落、而具有區域性組織的祭祀圈得以發展；更使得漢人社會得以由移民社會轉變為落地生根的土著化社會。該「由下而上」的研究成果彌補了陳紹馨先生「由上而下」所提出的，有關台灣社會是從部落社會進展到俗民社會、而再到公民社會的社會發展理論之缺陷，堪稱是本所至今在「台灣漢人社會」研究方面，最具有獨特貢獻的地方。

²⁴ 行政院新聞局網站，《台灣的故事》，〈台灣社會的文化基底〉

<http://www.gio.gov.tw/info/taiwan-story/culture/down/3-1.htm>

²⁵ 黃美英，1994，《台灣媽祖的香火與儀式》，自立晚報出版社，頁 194

漸的形成了台灣幾個較大的香火中心。如從清朝時期的北港朝天宮、彰化南瑤宮、北投關渡宮等三座。而到了日治時期，據日人福田增太郎所著《台灣的宗教》所統計，則有五十座較知名的媽祖廟；而北港朝天宮則一直維持著台灣本島媽祖信仰的「大本山」地位（蔡相輝，1989：189）。而溫振華認為北港媽祖信仰中心的形成，是媽祖信仰地域化的重要表徵。（溫振華，1984：19）

細究台灣媽祖信仰的源頭，則有湄洲分香的「湄州媽」、同安分香的「銀同媽」、泉州分香的「溫陵媽」、長汀分香的「汀洲媽」、興化分香的「興化媽」、廣東汕頭的客家媽祖「汕頭媽」等之多；而從台灣各大媽祖廟分靈出去的各地廟宇，更是不計其數，據內政部民政司於2001年編印之《全國寺廟名冊》調查統計，共列出760餘座媽祖廟。由此可見，媽祖信仰此一民間宗教文化在台灣各地日益深化，雖說媽祖只由一個，但由於各宮廟名稱之不同，遂因祭祀圈之不同而逐漸產生了更為親切與在地的稱呼或別名，形成了「本地化」特徵（黃美英，1994）或「在地化」（Localization）現象（林茂賢，2002）等。如「北港媽」、「大甲媽」、「反核媽」、「干豆媽」、「鹿港媽」、「番仔媽」、「竹筒媽」、「新港媽」、「旱溪媽」、「南屯媽」、「笨港媽」、「內媽祖」、「外媽祖」、「三庄媽」、「四庄媽」、「九庄媽」、「六房媽」、「十八庄媽」等非常多的特殊稱謂。

而在各個宮廟之中，因各個媽祖分身所職司之排行、任務分工之不同，而會有不同的稱謂。媽祖祇有一位，但在一般媽祖廟中總會有許多尊媽祖神像，且有「大媽」、「二媽」、「三媽」之排行。此乃媽祖深受民眾信仰，信徒每有入厝、治病、娶新娘、除妖、祭煞甚至選舉，都會迎請媽祖神像前往坐鎮；因此，廟方祇得雕塑分身以供信徒迎請，新雕媽祖的分身就賦與名稱、編號，以利辨識，其中稱「大媽」、「二媽」、「三媽」、「四媽」乃是依雕塑先後的編號。

所謂「祖媽」、「開基媽」、「老大媽」通常是該廟最早的媽祖，而「鎮殿

媽」則是在廟裡坐鎮不外出遶境巡視，也不接受信徒迎請出勤。「會媽」、「正爐媽」、「副爐媽」之稱謂，則是表示爐主制度，許多信徒自組媽祖會，雕塑媽祖金身，以輪值或擲筊方式決定當年爐主人選，爐主、頭家通常以一年為度，每年定期擲筊或輪值迎請媽祖回家供奉。更換爐主則稱為「過爐」，舉行過爐儀式時，通常會演戲宴客以表隆重。「黑面大媽」、「金面二媽」、「紅面大媽」、「黑面三媽」之類的稱謂是按照媽祖膚色、編號加以區分。(林茂賢，2002)

而「會媽」通常會依分身及順序而形成特殊的稱呼，以彰化南瑤宮的十個媽會為例，則產生了「老大媽會」、「新大媽會」、「老二媽會」、「興二媽會」、「聖三媽會」、「新三媽會」、「老四媽會」、「聖四媽會」、「老五媽會」、「老六媽會」等的名稱。而其他奉祀媽祖的神明會組織當中，又有因進香團體操持之任務、陣頭、團體、職業屬性等不同，而出現了如「水電媽」、「義工媽」、「機車媽」、「神童媽」、「茶郊媽」、「轎班媽」…等親切的稱謂。

第二節 建構宮廟產業主體性的政治性儀式

一、宮廟產業權威論述的確立

媽祖是台灣最受崇拜的神明之一，其信仰的實踐反映在相關神明會與寺廟的建立。據內政部 2001 年統計資料，目前台灣約有媽祖廟宇七百六十餘座。其中較著名者有蘇澳南天宮、基隆慶安宮、北投關渡宮、新竹長和宮、大甲鎮瀾宮、彰化南瑤宮、鹿港天后宮(舊祖宮)、北港朝天宮、新港奉天宮、台南大天后宮、鹿耳門聖母廟、朴子配天宮等。其中，北港朝天宮更是從清末以來，即漸次發展成為全台媽祖信仰的重鎮以及宮廟產業的龍頭地位，其有著分靈最廣最多的分香網絡，並且主導著島內香火政治權威論述之權力圖譜。

笨港地區始有媽祖廟是在康熙三十九年（1700），當時由居民合建而成，最初的廟名叫「天妃宮」。嘉慶年間，笨港地區遭大水（烏水）侵襲，天后宮也受到嚴重波及，洪水不但沖垮廟宇，也迫使廟中僧侶分散兩地，之後分別由元廟後輩先後完成新廟之興建，一為北港朝天宮，一為新港（麻園寮）奉天宮。（王見川，2000：138）此後，朝天宮逐漸發展成本省媽祖信仰的大本山。（蔡相輝，1988：189）²⁶由於民間流傳的各種顯靈傳說，顯示北港媽祖神格和靈力的多元化，此是「南北居民赴廟進香的重要原因」，也促成北港媽祖的香火興盛，確立其進香中心的地位，北港朝天宮因此也襲取了台南大天后宮的領袖地位。（溫振華，1984：19）²⁷

王見川研究指出，北港朝天宮宗教地位之形成，與寺廟歷史和政治權力更替均無必然關係；而與湄洲祖廟亦沒甚關係。朝天宮不僅在日據時期未曾到過湄洲進香，可能清代時期，亦沒到過大陸。甚至在日據中期，湄洲媽祖蒞台時亦無迎奉表示。而其靈驗事蹟，僅對其地位起了鞏固作用，而非形成之因。王見川同意溫振華所謂與彰化南瑤宮的笨港進香團關係密切，是促使朝天宮聲威遠播之見解，可能即是形成全台媽祖信仰中心的重要因素。而朝天宮媽祖南下府城巡歷亦有莫大關係。（王見川，2000：248-253）而文獻顯示日據時期即有的大甲鎮瀾宮進香團南下朝天宮進香的活動，亦佐證了朝天宮能成為台灣媽祖信仰重鎮之原因，除了靈力多元論述以外，其自身宮廟產業經營有方且與南北各大進香團絡繹往來之影響是互為因果的；進香活動的宗教交流與交通往來，促進了兩地的文化經濟流動和信眾情感連結，更重要的帶動了香火市場的開拓。

從建廟開始，朝天宮逐漸由中南部的信仰重鎮，發展成為島內宮廟產業的龍頭地位；不但是全台最著名的媽祖廟，更維持著台灣媽祖香火權威的領

²⁶ 根據蔡相輝 1988 年出版之《台灣的王爺與媽祖》一書中指出，據當時統計，全省各地廟宇曾前往交香者達 1103 所，從北港朝天宮分靈建廟者有九十餘所，每年由全省各地前往朝拜之人數更在六百萬人以上。

²⁷ 參引自黃美英，1994，《台灣媽祖的香火與儀式》，自立晚報出版社，頁 76

導地位不輟。但在 1987 年以後，這樣的領導地位，被大甲鎮瀾宮取而代之。

1987 年為媽祖成道昇天一千週年紀念。7 月 15 日，台灣政府宣布解嚴。各地媽祖廟宇除選擇以各種方式慶祝外，大甲鎮瀾宮卻選擇在政府大陸探親禁令未除之前，逕以「偷跑」的方式，於 10 月 25 日出發取道經日本前往大陸湄洲祖廟參加謁祖進香（10 月 31 日），並於 11 月 7 日返台。之後透過大甲鎮籍的立法委員劉松藩及國大代表陳川等的疏通護航，成功的完成兩岸中斷三十八年後的「破冰取火」之旅。

自從鎮瀾宮由湄洲祖廟朝天閣帶回了一座湄洲媽祖神像、一個香爐、一個石印、香灰和一條刺繡的祭壇掛巾後（郭金潤，1993：95），利用這些宗教聖物的取得，重新聯繫上與大陸祖廟的香火關係後，過往數十年歷史前往北港朝天宮進行「謁祖進香」、「割火儀式」的香火權威差異關係，以及從 1974 年開始被媒體渲染成「大甲媽祖回娘家」的不對等位階關係等所造成的困擾，鎮瀾宮選擇了與朝天宮「中斷」這層往來關係。依據其所擁有大陸湄洲祖廟之香火位階，「合理化」、「正當化」自 1988 年開始改往嘉義新港奉天宮「遶境進香」的活動。並藉此甚具悠久歷史與文化特色的徒步進香活動，加上人類學界、文化界等的研究參與熱潮，結合了政治解嚴後「本土化論述」的揚昇，順勢而為的主導並建構其進香活動的宮廟主體性。

此一動作，讓鎮瀾宮從此不再依附於過去前往北港朝天宮「謁祖割火」的客體位置和香火權力差異關係；從此鎮瀾宮挾著兩岸宗教交流的契機、社會文化的多元發展、媒體頻道的開放、本土化活動的備受重視、政治人物的政教兩棲、觀光活動的產業結合等多向契機與優勢，將徒步進香活動特有的庶民性、草根性、文化性、歷史性等，發展成具有新聞性、政治性、產業性和商業性的宮廟產業活動；從此由進香活動主體的拉抬經營，超越了原先被朝天宮據以掌控的「香火權威論述」之宮廟生態，並奠定了其在台灣媽祖信仰所主導的「宮廟產業權威論述」與權力圖譜的龍頭地位。

1987 年之後，台灣媽祖信仰的宮廟局勢變化加劇，各宮廟追求主體性建

構與宮廟產業經營的自身需求下，紛紛仿效起大甲鎮瀾宮成功結合政治、媒體、產業的經營方式。而除了前往大陸祖廟進行香火祖源的謁祖割火儀式外，另外一點就是藉由往返大陸祖廟的政治進香動作，確立自身宮廟轄區祭祀圈內的主體性，而擴大宮廟信仰圈和宗教市場的營運行銷便是首要的策略。這是目前台灣幾大媽祖宮廟產業的經營態勢。

究其實，不論獲得大陸祖廟贈與何種年代久遠的聖物，或是一定會帶回的祖廟新刻媽祖分身神像，與分靈祖廟的擬親屬關係固然應當維持不輟，年年重複回到「所從出」祖廟的割火進香，也已不是全然的單純信仰儀式而已；更重要的是，每座宮廟透過不斷的渡海進香，建構出一層超脫自「島內香火權威」之外的「政教交流權威」的新儀式關係，並運用這層兩岸交流的政治「關係」與產業經營，創造出新世紀宗教市場中「香火鼎盛」的新要件。

黃美英研究指出，「香火鼎盛」包含聖與俗兩向度(dimension)的交互運作，「聖」的範疇偏重神靈和信仰方面，此是信徒朝拜的基礎，「俗」的方面牽涉神明神威的傳播、地位的提昇、政經利益和權力關係。換言之，「香火鼎盛」所指涉的內容，涵蓋了廟宇組織/香火/神靈/信徒/資源運作等複雜關係。(黃美英，1994：102)

自 1987 年以來，鎮瀾宮便在率先持有湄洲祖廟香火的政治論述資本下，突破以往島內進香的老二格局，建構起宮廟產業的主體性。並且在巧妙運用兩岸宗教交流所引發台灣政府直航政策的敏感神經、政治人物的拉抬造勢、媒體的行銷、宗教商品的開發、以媽祖之名的異業結盟、「台灣媽祖聯誼會」的宮廟政治合縱連橫、對岸宗教市場的香火網絡開拓、公部門文化政策的傾斜靠攏等多面向的利多交鋒下，創造出一種「宗教進香、政治操作、媒體行銷、異業結盟」的「鎮瀾宮模式」之香火鼎盛狀態，在主體性建構之外，更建構了以鎮瀾宮為首的「宮廟產業權威論述」。

二、進香儀式語法的寬容度

林本炫認為，從十幾年前開始，大甲鎮瀾宮因為善於經營，名氣越來越大，廟方因此不願意再用「進香」的稱呼，想改稱為「遶境」。但「遶境」指的是神明的轄區，一般是在這尊神明的「祭祀圈」範圍內才會叫做遶境，譬如鎮瀾宮的祭祀圈只有大甲鎮以及附近幾個鄉鎮，北港朝天宮自然不依。於是鎮瀾宮改到一水之隔的新港奉天宮，並將進香活動改稱「遶境進香」，對奉天宮來說是「進香」，對鎮瀾宮則是「遶境」，形成「一種進香，各自表述」的局面。（林本炫，2004）

潘英海則認為，儀式的象徵體系不僅只是提供一個參考性的解釋架構，更重要的是一個提供各種可能性的「選擇性價值架構」。它讓參與儀式中的每一個人都有一個參與的「理由」，或說是「道理」，即使是觀光客也好。這種「理由」有非常多的可能性，譬如說大甲媽祖進香的香客透過許願的機制，可以隨媽祖遶境進香、或演一齣戲、或出個陣頭、或搶個香頭等等；而廟方的管理委員會也因為「理由」的改變，將大甲媽祖前往北港朝天宮「謁祖進香」的傳統改為往新港奉天宮「遶境進香」，取消百年的「割火儀式」，改為「回駕典禮」。這些具有高度詮釋性、選擇性的「理由」，是地方文化傳統在特定的歷史與社會發展過程中，人與人以及人與神之間，在各種利益權力交織、意識形態糾結之下，所形成的意義體系與結構。他不僅提供行動者參與的意義，並使這些意義依著各種解釋體系的推理過程而行，我們稱這樣的「理由」為「意理」。從這個觀點而言，「意理」在儀式中的位置有如「經典」之於宗教，人與社會是透過儀式的過程不斷地重新書寫、重新詮釋一個地方的文化傳統、一個地方「人」存在的意義價值。（潘英海 1994：21-22）

自 1987 年以來開始的兩岸媽祖信仰交流活動，所衍生出台灣本島各媽祖宮廟的權力論述變異，不只產生了「一種進香，各自表述」的局面，在各大宮廟山頭競爭的態勢形成後，以往所維持的香火權威論述局面已被打破，形成了權力「散置化」的新局面，於是形成了「一個媽祖，各自表述」的主體

性建構熱潮。

本省各座的媽祖廟宇，原本均須依靠每年不斷重複前往分靈祖廟進行進香割火儀式來取得香火與靈力的象徵關係。但從 1987 年開始，鎮瀾宮渡海之舉，已使得本省許多宮廟紛紛仿效前往大陸祖廟謁祖割火，將單純的神明位階香火關係，漸次的發展成爲兩岸宮廟團體的交流合作關係；而各個宮廟也開始發展屬於在地信仰圈範圍的宮廟產業版圖，也就是香火權威關係仍舊是存在著，但卻已經不是建構宮廟主體性中最重要的一個信仰因子。「神要興，也要人去縲」，產業的發展仍必須循著資本主義的市場邏輯來進行操作經營；宮廟產業必須面對的，不只是宗教信仰的神聖性本質問題而已，必須朝向宗教消費的需求面來著手。這也使得宗教的儀式行爲開始朝向多義性的論述，和多樣化的發展。

而不論是「一種進香，各自表述」，抑或是「一個媽祖，各自表述」，這些都是媽祖信仰儀式不斷被重新詮釋的政治論述，也正說明了媽祖信仰儀式句法的寬容度。我們可以預見這樣的發展：「一個媽祖，各自表述」不僅是主體性建構的「政治論述」，更是宮廟產業爲自身利益謀求發展的資本主義經濟邏輯的「市場論述」。各個宮廟在體認到「發展」唯有不斷的與地方政治結合，不斷的創造議題、不斷的媒合行銷、不斷的開拓宗教消費市場，才能將產業繼續永續下去。因爲媽祖只有一個，但是媽祖的分身有無數個，所以香火的主從差異關係，並無法永遠主導以轄區祭祀圈爲建廟需求而完全在地化的各個宮廟的利益需求。

三、儀式的權力與政治論述

M. Bloch 指出，儀式是結合各種陳述與行動屬性的事件；作爲一個社會事實儀式的表現是多面向的，儀式化 (ritualization) 的行爲往往處理不同的存在，涉及各種獨特的社會關係的運作。動態的儀式實踐持續的創造信仰

的真實，而此過程不但處理人與各種存在之關係的超自然知識或宇宙觀的權力（empowerment）。超自然知識、儀式化的本質與權力的關係雖然是由社會與文化來加以界定的（socially and culturally defined），儀式實踐更是在一種特殊的歷史背景中完成，歷史因素因此參與宗教知識與權力的建構。（王嵩山，2003：30）

社會生活對於個人或團體而言，是一種辯證過程，涉及一連串尊卑高下、社群與結構、同質與差異、平等與不平等的經驗；當然宗教活動亦是。以上所學的對立狀態，彼此相互共存，在每一時刻，我們處在固定的位置，也同時處於許多過渡時期的位置，也就是說，我們不時觸及社會結構與社群並參與各種分與過渡變遷的階段。（Victor Turner，吳潛誠編校；1997：179）

黃美英在《台灣媽祖的進香與儀式》一書中，探討了〈台灣媽祖進香儀式的特點〉，有關權力差異與政治論述的部分，筆者整理如下：

一、從各廟對其「歷史」與儀式意義的差異詮釋和爭議，以及儀式的運作與演變、進香團的組成和競爭，皆顯示台灣媽祖進香和割火儀式過程，是世俗社會結構和文化價值的反應和延伸，進香活動不但和社群組織、寺廟香火淵源密切相關，而且許多媽祖廟的割火現象，並不僅限於直接分火淵源的祖廟，台灣歷史上幾個大媽祖廟的權威和地位建立，以及媽祖進香中心的演變，主要是奠基在政治、文教的主導權，以及經濟的發展上。換言之，社會既有的政治、經濟及宗教領導者或其他強勢力量皆足以塑模儀式的象徵儀式，以及儀式運作場域所生產的政經效應，這些現象顯示台灣媽祖進香和儀式運作過程所存在的權力關係。

二、台灣媽祖進香活動不斷的發展出許多不同層級的團體，這些團體的組成，包括地緣性的團體、親友關係網絡，以及「媽祖會」、「搶香」團體的組織等等，而且各團體之間彼此競爭，並不是一種平等和諧的狀況（近似於小規模的宮廟產業之競合）。各團體藉著進香儀式逐漸擴大其組織和力量，儀式一方面是各種不同群體的凝聚（solidarity）和意識的再生產過程，但也

是各種團體競相各顯身手「表演」的場域，因此一事同時加強了各種不同群體的「內聚力」與「排他性」。

三、台灣媽祖的進香中心，和官方的權力具有共生的關係，因此環繞著媽祖進香中心，形成複雜的媽祖儀式網絡，在台灣的歷史過程中，各大媽祖廟互爭權威地位，形成媽祖香火中心與權力關係的轉變，這些可由各媽祖廟的「歷史」與儀式名稱的爭議，以及進香路線和目的地的變化看出。(黃美英，1994：216)

綜言之，媽祖進香不但和世俗的經濟利益、權力關係，以及社群組織運作密切相關，同時也體現出地方歷史文化的生活價值，是結合信仰理念和生活體驗的一種儀式化的設置。(黃美英，1994：215-223)

民間信仰的儀式管理原本就不完備，以往媽祖祭祀的典章制度也未見文字建立，且多半是宮廟住持、主事者、爐主、常年參與廟務之耆老等的簡單傳授和約定俗成。近年來，依康熙二十三年所晉封的「天后」之尊，在一片仿古禮的考據下，儀式的規格與隆重自不在話下；在宮廟產業與宗教市場的操作策略下，展演性與政治性的成分逐漸增多，成為媒體焦點的行銷效果愈形擴大。從祈福儀式開始到回鑾安座典禮，逐漸確立了目前大甲媽祖遶境進香特有的「八大儀式」。

1987年以前，大甲鎮瀾宮前往北港朝天宮進行「謁祖割火」的進香歷史過程中，「割火」是進香過程相當重要的儀式；「香擔」的嚴謹設置，非常強調禁忌性與神秘性；在朝天宮內參與「割火」儀式的人員受到嚴格的限制，廟門也是關起的，中間的擔送過程更是小心翼翼，而回到鎮瀾宮後，「香火」的合爐與分配動作等，除了核心成員才具有權力外，整個儀式過程是充滿著神秘性、神聖性和禁忌性的。

而1988年開始改往新港奉天宮的遶境進香，除了取消割火儀式所需之「香擔」設置外，並將謁祖儀式改為祝壽大典。而在意義賦與的約定俗成、儀式管理以及文化行銷的必要性上，透過媒體的宣傳，鎮瀾宮逐漸確立出所

謂的「八大儀式」²⁸；然此八大儀式幾乎都可以安排並錯開不同的政治人物來參與出席陪祭；每每媽祖神像在進行入轎或安座並由核心成員傳接的迎請過程當中，手腳靈活點的信眾都會選擇這個機會奮力擁搶的企圖觸摸媽祖神像，這般「難得一觸」的混亂場面，在世俗性漸增的儀式過程中倒似成了大甲媽祖進香活動的特色；不論是信仰的趨於消費或功利，鎮瀾宮廟方可說是充分掌握了政教結合的宗教市場拉抬效果。

而原先的祝壽大典是在奉天宮廟內舉行，由兩宮之主事人員以及神明會組織等權力核心人士才能參加。為顧及廣大參與的信眾，以及商業性的媒體行銷效果，祝壽大典便改在廟埕外面進行。這對於活動的行銷效果無疑是加分的，因為以往在狹小的廟庭空間舉行，只有少部分的有力人士才有這份榮譽和權力；但是數萬信眾卻無法同時身受體會到這場儀式的隆重莊嚴、集體認同和臨場震懾感；更重要的是出錢出力的神明會團體所付出的，卻無法得到實質的差異回饋象徵。

典禮的改變，除了祭品牲禮的豐厚外，開場的部分也加入了近年來大陸媽祖旅遊文化節裡慣有的飛天仙女舞蹈表演。不同於以往在廟內進行的神秘性和禁忌性，戶外進行的祝壽大典在展演性，商業性、政治性的增強下，再現了儀式的社會變化與其文化展演的世俗性；在神聖性的降低下，典禮過程所再現的權力差異關係並未稍減，反而藉由公開的典禮、敞視的空間以及媒體的轉播等，讓典禮所再現的權力差異論述更被強烈突顯。

而在廟外廣場上所鋪設的蒲團，是給二座宮廟董事會高層，台中縣、嘉義縣二地之政要，以及頭香、二香、三香、贊香等神明會團體的出席人員等所跪拜用的，而一般的信眾則是跪擠在任何一個可以跪膝著地的地方。所以擠滿人的街道、廣場、巷弄，看不見祭典場地的香客大樓、奉天宮廟庭、後

²⁸ 大甲媽祖遶境進香從未起駕前到回鑾後安座，其中有所謂的八大典禮，是整個過程的重要儀式，分別是：祈安典禮、上轎典禮、起駕典禮、駐駕典禮、祈福典禮、祝壽典禮、回駕典禮、安座典禮。

殿、一般店家室內等等，祝壽典禮當下所形塑成的神聖時間和神聖空間，不但是儀式過渡的場域，也是充滿權力論述的空間。

連祝壽大典「祝文」所頌唸出來出席人士名單，也是一紙不折不扣的權力論述象徵，大到高層政要，小至台中縣政府活動承辦人員，都在祝文之中。而其它的數萬信眾，則是必須在這耗時近二小時的虔誠跪拜當中，聆聽與觀看這場權力/知識的論述以及政教的加冕。

由「謁祖割火」改成了「祝壽大典」，鎮瀾宮高層將整個進香儀式的核心意義體系整個的轉變了，讓「祝壽大典」成了大甲鎮瀾宮宮廟產業權威論述的最佳保證與品牌行銷，不論是相關單位所誇口的「世界三大宗教活動」是否屬實，但從數萬信眾齊身跪拜媽祖長達近二小時的儀式過程，透過電視媒體即時的播放，且不探討媽祖信仰的虔誠力量，單就其政治上的吸引力、號召力來看，就連總統、副總統之尊的政治人物也是不願錯過這樣的親民愛民、政治宣示、祈求呼籲的絕佳機會的。

儀式的呈現與文化展演不但涉及傳統與現代的關係，也涉及社會生活中的權力與象徵的辯證關係之政治範疇（王嵩山，2003：88）。我們可以說這是大甲媽祖遶境進香儀式的時代轉型，而其在傳統與現代之間、在信仰與產業之間、在香火與權力之間、在文化與政治之間的意義賦予的邏輯，則是儀式語法系統約定俗成的寬容度詮釋。透過儀式主體—「人」所進行的價值辯證和意義詮釋過程，實踐信仰文化與集體知識的文化再生產（culture reproduction）。

在大甲媽祖遶境進香的活動當中，「大甲媽」的香火是其進香儀式意義體系中最重要的象徵物，透過每年重複的遶境進香以完成「進香媽」的八大儀式，並完整的重新賦予其「香火」的意義再生產。其中，在新港奉天宮舉行的祝壽大典，除了數萬信眾齊向大甲媽祝壽的典禮外，典禮的舉行更是為了建構一年一度進香儀式當中香火靈力的「權力 / 知識」論述與實踐；唯有透過這個過程，「進香媽」的「香火」意義才能被賦予；也唯有透過這個過程，

接續的香火分配儀式才能進行。

在每年的元宵節當天，四個香會團體透過協商、交換而取得頭香、貳香、叁香、贊香之權力順位。這些團體參與此活動的最大動機與誘因，是在於進香活動回程當中，該香會擁有對於「進香媽」設壇參拜並藉以取得「香火」靈力論述的優先權。透過這個順位，一年一度祝壽大典「香火」的權力分配論述才算完成。

對於這四個香會團體來說，數萬人參與祝壽大典後的「進香媽」之靈力是最高的，此「香火」透過儀式建置所約定俗成的權力/知識論述，讓香會組織在回程中可以進行靈力的分配與意義的再生產。這不同於信眾透過舀取香灰、祭拜神明、過爐、過香煙或神像分靈等動作而所得到的「香火」靈力象徵。信眾的確可以透過祭拜與進香儀式的過程，取得約定俗成的香火象徵物，再生產其個人的香火意義詮釋與賦予。但是，真正足以象徵進香儀式當中最具靈力的「香火」之意義賦予之實踐脈絡，卻是必須經由香會團體與鎮瀾宮之間綿密繁複的協商交換與權力運作，以及透過後續數百萬之資的募集，進香過程所需器物、陣頭、藝閣的準備，會眾的參與動員，回程途中祭拜典禮現場的佈置，插香者的權力角色安排等的人、事、物的建置與分配，才能完成權力香火的分霑以及意義的再生產。

第三節 靈力論述—能動性與創置性的神話學

一、救苦救難的神蹟—宮廟產業的靈力論述

媽祖生於北宋太祖建隆元年（960），太宗雍熙四年（987）仙逝，享壽二十八歲。媽祖廟能合法存在，始自宣和五年的朝廷賜額，這是對媽祖廟的保

障，而媽祖成為朝廷承認的神明，則是從紹興廿五年（1155）受封為「崇福夫人」起。紹熙元年（1190），媽祖由「夫人」晉封為「靈惠妃」，媽祖逐漸從區域性地方神轉變為全國性神明。統觀南宋朝廷封賜媽祖之因，不全然是因其護航有功，還因其能解旱、補盜、禦災而受封，顯示此時媽祖是全方位多功能的神明。到了元代，媽祖由妃被晉封為護國天妃，媽祖一躍成為國家的保護神，另一方面媽祖因被突顯航海守護功能而單純化，成為最著名的海上守護神。（王見川，2000：18）

神明之香火與靈力間的驗證，人言人殊，總被視為吸引信眾多寡之參考依據，以及論證神明靈驗與否的一體兩面；而從信眾「酬願與祈願」之宗教行為的有效性、實踐性來看，亦可推回「香火」與「靈力」之辯證關係。而當下之台灣社會，民間信仰對於「酬願與祈願」的宗教交換功能，具有相當易被接受的普遍性。而若透過「有拜有保庇」的簡易信仰邏輯來看民間信仰，則個人的靈力感應除了是自由心證之外，透過各信徒間靈力應驗的神蹟流佈傳播，將可使得身媽祖的神話論述更形擴大，並且形成信仰圈裡的文化集體意識。

王嵩山之研究指出，在整個媽祖傳說的發展與擴大過程中，可歸納成下述有關現象。亦即：一、是海上的主宰；二、生前便有神力能夠預見一切災難並消災致福；三、有治療疾病的能力；四、能降雨救旱。……就傳說的內容來分析，其中隱含著儒家思想的神明概念和精氣的觀點。其中，有一套建基於普遍之明德與靈性之完整的精神，並以精神來流轉傳佈於眾人眾事物之間。（王嵩山，1999：102）

林美容研究指出，媽祖由海神而成雨水之神，並衍生出水利神與農業神的性格，認為這是「媽祖的台灣化」。台灣的媽祖神像有一些特色，黑面是其一，雍容富貴是其二，與大陸消瘦的粉面媽對照強烈。媽祖原是海神，緣起於莆田湄洲嶼小島上的漁村之女，生前死後都有護佑海上安全、救助海難的靈驗事蹟。台灣先民攜之渡海來台，保佑平安，在台拓墾以來，迭獲庇佑，

媽祖已然台灣化，由海神而成雨水之神，「大道公風，媽祖婆雨」的傳說更助長迎媽祖常帶來雨水的事蹟傳播。台中縣大肚與龍井地區，有一個「西保二十庄迎媽祖」的組織，當地有一則諺語最能傳神的表達媽祖帶來雨水以及三月時節氣候陰晴不定的景況：「墩仔頭烏，營埔雨，林仔爛糊糊，滷婿浪雨滂，王田燒死人，山仔頂著青驚，社腳去探聽，講無影，大肚戲相拼」。

雨水太多造成水災時，卻又有「掃溪路」的靈力，也就是說，巡境或迎媽祖時，神轎特別繞過插香之處，該年若遇氾濫之水，必然順此而流，不侵庄社。總之，無論是止風歇浪、海上救難，或是呼風喚雨，說停就停，叫流就流，均彰顯媽祖具有控制水的靈力。台灣湍多水急，遇雨多災的自然環境自然衍生出媽祖之水利神性格，以適應農業時期台灣社會的需要。而農耕最怕稻蟲害，媽祖也有驅蟲的靈力。這使得媽祖更具有農業神的性格。此外，最誇張的媽祖靈驗事蹟是二次大戰時，美軍轟炸台灣，媽祖顯靈在半空中掀裙接住炸彈，這個故事台灣南北皆有傳說，可以想見戰時人們的恐懼，求之神明，如望救星。（林美容，2001）

黃敦厚認為媽祖是萬能神，是航海之神、商業之神、移民拓墾之神、祈雨止雨之神、醫護之神、區蟲害之神、養育之神、助戰之神、捨身護民之神等九項。（黃敦厚，2004：13-23）

而林茂賢研究指出，神蹟就是神明的業績，神明必須創造神蹟才會得到信徒景仰，神明藉由神蹟拓展信眾群，而信徒也經由神蹟使信仰更為堅定。在〈臺灣媽祖傳說及其本土化現象〉中，仔細蒐集全省各大媽祖廟的流傳神蹟，整理如下：

一、媽祖共同的業績²⁹：

²⁹林茂賢，2002

臺灣媽祖的神蹟非常多，其中較廣為人知的神蹟，在明鄭時期有媽祖協助鄭軍登陸鹿耳門的神蹟；施琅將軍攻臺時又有湧泉濟師、助戰破敵、預告捷期、海島湧淡水等神蹟，之後也有助官兵平亂、剿海盜等神蹟。對一般信徒而言，媽祖是否協助官兵其實並不重要，媽祖在危急之際救苦救難才是民眾所津津樂道的，而媽祖在臺灣流傳最廣的神蹟，是二次世界大戰末期，媽祖接炸彈的故事。

媽祖接炸彈、媽祖分開溪水讓香客穿越、兒童死而復活的神蹟、媽祖援救中部大地震

二、各地媽祖的神蹟

- (一) 北港朝天宮：孝子釘的故事、媽祖選搭舊船避過颱風。
- (二) 鹿耳門媽祖：引潮水助鄭軍登陸、顯靈預告水災。
- (三) 安平媽祖：三媽搏筊示意駐留安平、安平媽祖巡視海岸、臺灣割讓，媽祖落淚。
- (四) 彰化南瑤宮媽祖：陶製茶盤搏筊、顯靈提前啟駕渡越濁水溪、西螺湧泉供進香團飲用、洗滌。
- (五) 鹿港媽祖：媽祖顯靈助福康安登陸、剿匪、媽祖顯聖逼退戴潮春、瓶中水不竭。
- (六) 大甲媽祖：南洋救軍伏、雨水媽、過水媽、踐踏農作物反而豐收。
- (七) 新港媽祖：千里眼、順風耳站崗、虎爺收雞精、虎爺預警口湖大海嘯。
- (八) 關渡媽祖：石洞流白米、落成之日魚群來朝、預警日軍佔領關渡。

根據林美容指出，媽祖靈異傳說與故事的傳播，藉由集體力量，尤其是吃會和進香活動的機會，使其一再繁衍累積，更加廣為流傳，這也促成臺灣各地媽祖信仰圈的屹立不搖。(林美容，1992：86) 而瞿海源亦指出，民間信仰的特徵之一是強調靈驗性，此一特性並能影響廟宇香火的鼎盛與否。(瞿海源，1997：143) 神蹟越多的廟宇，越能使民眾的信仰更為堅定。(林茂賢，2002)³⁰

³⁰林茂賢，2002

由以上論述與舉例可知，媽祖生前的神通表現，與其昇化之後的種種傳說和神蹟，有著密不可分的關係，神蹟可視為生前神通表現的延伸；而盛傳的神蹟越多，越能凸顯、強調祂的靈

一座媽祖廟宇之規模、靈驗、信眾、香油錢之多寡等，皆可能與其神明本身之「靈力」有關，而「靈力」又是不斷創造出的神蹟「文本」中最重要之論述主體。也就是說，媽祖的神蹟越多、神通越大，信眾自然增多，宮廟產業規模自然擴增容易，信仰圈內的主導勢力自然不容小覷。而若失去了信眾們對於不斷被宣傳的神蹟驗證，所顯示的也就是「靈力文本」的能動性和創置性，可能處於衰微狀態中。

媽祖信仰從宋朝以來，不斷的受到政治當局的賜封。統治當局政治動作所賦予的信仰合法性，以及宗教上神蹟宣揚的信仰認同，皆是媽祖信仰廣被崇祀的重要原因。其慈悲為懷救苦救難的母親形象，更具安定民心的力量；而政治當局亦可藉此民間信仰活動以管理百姓。

信仰與傳說的再生產密切相關。傳說本身除衍生自歷史的情境外，在信仰體系中傳說還扮演了一種增強作用的角色與解釋的功能。整個信仰體系中的概念，往往透過傳說而得以明確的擴展；而不斷繁衍的傳說亦加強與支持整個信仰的真實性。如果傳說之繁衍又得到政治運作上的支持，則更能穩固其發展的可能性。在此層次上，傳說與真實已是混淆而不能區分了。

二、社會運動的神蹟—公民社會的神話政治論述

受到時代變遷的影響，整個媽祖傳說的流佈自然的也已被擴展得更在地化與土著化³¹。學者張珣在〈儀式與敘述〉一文中指出，除了幾座大廟的媽祖救難顯神威幫助朝廷之記載，全省各地媽祖廟也都有救助當地民眾的傳說流傳。在人禍方面有「番害」、「兵亂」、「匪徒」等項；在天災方面有「蟲害」、

驗性，神蹟雖未必可考，但無形中卻助長了臺灣媽祖文化的興盛。

³¹媽祖的香火，經由「分香」而傳播各地，歷經長期發展，從其分身或分香廟的地位，逐漸在移居地建立其權威與自主性的地位，各分香廟「本土化」現象，也表徵了從一「移民社會」(immigrant society) 成為「土著社會」(native society) 的過程(陳其南 1987: 125, 參見黃美英 1988: 121-125)。

「旱災」、「山洪」、「瘟疫」、「地震」等項。但是大抵上是幫助國家軍隊登陸台灣、或幫助朝廷官員治理地方民政、蟲災、旱災造福民生，或擊退番害、兵亂、匪害恢復地方秩序，亦即媽祖、國家與民眾三者禍害與共，福禍相關。

而台灣進入 1980 年代以後的媽祖救難敘述，則有相當的不同，民眾推舉媽祖為民喉舌，媽祖與民眾站在同一邊，二者與國家產生了相對立甚至抗爭的立場。例如鹿港天后宮「反杜邦案」，貢寮仁和宮「反核媽事件」等。

張珣認為，民間的災難亦隨著社會政治科技而變遷，並形成幾項特點：

（一）從早期信徒需要類似巫術的具象敘述逐漸發展到後期信徒注重宗教抽象層面的啟發。

（二）從早期注重人類個人生命到近期重視社區生態整體生命概念的出現。

（三）從早期媽祖被動聆聽信徒的祈求到後期媽祖寺廟主動發揮媽祖救難精神。

（四）從早期關心地方社區到近期傾向關心愛護普遍平等的人類世界。

（五）在與國家政治的關係上，從維護朝廷官僚體制到制衡政府，或反抗政府的發展。（張珣，2003：185-186）

從張珣所提出的五點「救難敘述的變遷」，可以看出媽祖信仰靈力神蹟的意義賦予邏輯，從早期鄉民社會到現今民主社會的論述發展過程中，其神蹟意義體系的語法操作，已由宮廟產業本身神話論述的行銷策略，擴展成為社會運動之抗爭團體的一個政治策略；運用媽祖救苦救難的「參與」，被形塑成與官僚體制或資本家財團進行衝撞對抗之政治實踐。這樣的「主動」救苦救難，甚至制衡反抗政府官僚體系的不當政策，這是挾神意以擴大社會運動之群眾參與基礎，挾神意以行關心社區生態土地之永續，藉神權以挑戰或制衡政權，藉媽祖遂行個人政治目的等的政治操作形式。此種消費媽祖符號意義體系的邏輯，與 1989 年蘇澳南天宮漁船直航大陸進香，2000 年大甲鎮瀾

宮前往湄洲進香時欲以「宗教直航」方式挑戰政府之兩岸政策，皆是所謂的「藉神意無所不往、無所不能」的自我除罪化與宗教操弄。若我們說這是媽祖神蹟的新時代論述亦無不可；站在每座媽祖信仰宮廟產業的立場，藉由可能無限擴充媽祖靈力的論述與實踐策略，擴大媽祖神蹟的社會參與型態，擴大宮廟產業在社會公益與急難救助的範圍，改變科技社會當中信眾與民間信仰的新型態依存與消費關係等，是宮廟產業在進入以行銷服務為主的消費文化社會當中的必要策略。理性社會與宗教間的辯證關係，究竟是要「除魅」還是「附魅」？將是一個值得再繼續探討的問題。

通常，信眾自身經歷過的靈力應驗或神蹟實踐事件，即個人神蹟之「文本」，往後在其不斷的被流佈傳播，而後被賦予、被強化、被操作成具有靈力論述的神話知識系統。然張珣教授的歸納，強調一個地區信眾在進行公共議題的抗爭過程中，所採取主動請出媽祖臨陣助威，並期待抗爭訴求能獲得官僚機構等的政策改變之圓滿解決的神蹟出現。藉此靈力神蹟的傳播，或可讓媽祖在見證民主社會之公民應當具備社會參與之公民意識的前提下，所發揮出無所不能、無所不往的現代社會靈驗傳奇，更易推廣媽祖的民間信仰接受範圍。

文化並不是一系列客體的文本，而是一個創製與化成的動態過程。從張珣所歸納出的新神蹟靈力論述，可以看出隨著現代性的發展和資訊時代的來臨，媽祖神話傳說與靈力神蹟論述文本的變遷，早已由個人福禍的神蹟論述，被擴大、被增強、被操作成社會議題的政治論述了。而此神蹟論述之所以能不斷的被重新賦予意義，主要是神蹟文本在經由信眾主體「個人性」之能動性與創製性的傳播，以及宮廟團體透過權力/知識論述所形塑之「集體性」的意識形態之行銷效果，所不斷建構出的意義再生產過程。也就是說，我們若細究明察將媽祖置身於社會事件之中以求得神蹟展現的宮廟主事者所欲遂行之社會目的、政治目的為何的脈絡條件下來分析，便能貼近此社會事件最真實的意義脈絡。譬如：宮廟組織每年定期或不定期的急難救助、施米、捐地、

建醫院、蓋育幼院等「善行義舉」，究竟是該宮廟團體長期以來實踐其所堅持對社會弱勢的關心，而有計畫的執行各種急難救助等社會服務的施為，抑或僅是依據政府訂定關於宮廟監督管理及宗教財團法人等所必須遵守之公益捐款的比例而遂行其偽善的面目。

三、混亂的過渡

「進香隊伍像蝗蟲大軍一般，流動攤販也如影隨形，沿途留下的是無數的垃圾、免洗碗筷隨風吹散，不知道製造多少環保問題……」（蔡文婷，2003）；這是大甲媽祖遶境進香活動期間，一般民眾在無法親身參與體驗的狀況下，因不瞭解而對數千名香客在遶境進香期間所造成的混亂景象的評語。

參與八天七夜的媽祖進香活動的香客，在體力以及食宿的問題上的確是一大負荷與考驗。在住宿部分，每晚駐駕的廟宇內部、香客大樓、四周店家的騎樓、公共設施的活動中心或機關大廳等，都可見到為數上百人的香客們，散宿在能夠休息在可以棲身的角落，或躺或臥的補充體力著；因為媽祖鑾駕通常在子夜時分即會立刻起駕，停駕和起駕的時間有時是相隔不到幾個小時的。而神聖性的廟殿空間竟然能被胡亂佔用的躺著睡覺，能夠遮風避雨的騎樓等公共空間也被鋪滿了報紙睡袋紙版塑膠布等，這種平時見不到的脫序混亂景象，對於一般沒有親自進香體驗的民眾來說，是會以為時空倒退般的不可思議和心生反感的。

進香儀式，是一個宗教信仰的文化設置；而文化系統，是一套已經符碼化的溝通語法。進香活動所看到的混亂場面，必須透過儀式三階段的「過渡」階段來理解；進香期間所造成飲食、休息、交通問題的「亂」，其實是為了要回到下一個「序」的社會的必然過程，唯有經過此混亂的「非常」之態，在八天七夜的過渡儀式中，將「信仰」建構成為一個知識的對象，進行心靈的轉化，才能在回歸到「常」態下的團體生活當中以後，發揮儀式的心理功能，

透過文化的創製（making）與化成（becoming）的動態過程，再生產其信仰的文化實踐。

區分參與大甲媽祖進香的數萬香客（香腳）和各地信眾，從其與進香團隊之間的互動及進香行爲的表現來看，約略可分成四類。一是服務媽祖的隨駕團隊人員；二是默默行走的香客，他們在進香途中，通常獨自或結伴的默默走完八天七夜行程，真正在進行著心靈儀式的進香。而第三類則佔絕大多數，或許時間無法配合或身體狀況不堪長期行走，他們是以車代步居多，逢廟必拜且有的是專程到新港奉天宮參加祝壽大典的。而第四種，他們不能稱作是香客，而應該算是大甲媽祖於遶境進香過程當中，在某廟駐駕時所出現的當地祭祀圈或信仰圈的「信眾」，這些信眾總是在媽祖神轎要停駕或駐駕時出現，逮得機先無所不用其極的奮力擠向神側，不論是摸神轎、摸轎衣、轎桿、轎身等，或者是搶轎金、搶豬羊份、拔智慧毛、搶摸媽祖神像、搶著倭轎腳等等行爲，幾近是以激烈的、競爭的「擁搶」動作，企圖完成其個人「辛苦努力」得來的神聖「象徵物」報酬般的理直氣壯。

在民間信仰的語法系統中，取得具有神明靈力象徵的物品是信眾追求神聖交感的一種祈求，而能接近媽祖神側更有著能直接獲取靈力的符號認知。媽祖進香過程中，舉凡平常廟宇可見的香灰、符籙等，而香客身分之重要表徵的香旗，在經過「過香烟」的動作後，則更充滿神明護持的靈力；而信眾前往換取媽祖轎內的「敬酒」、「敬茶」、「海底丹」（食鹽）等，此類神聖象徵物則又具備了不同的使用功能；甚至在媒體的推波助瀾下，連報馬仔身上綁器物的紅絲線，也已被渲染成爲具有促進姻緣的象徵物了。而這些象徵物的意義賦予，均必須視其與媽祖進香過程中的位置關係，才能被有效的詮釋。

倭轎腳

民間俗諺：「神要興，大轎就要纏」，進香割火等儀式是獲取靈力與集體

認同的宮廟政治之實踐方式之一。而儀式當中，所接觸與取得的神聖「象徵物」，則是信眾獲取靈力的宗教體驗方式。其中，信眾夾道排隊等著「倭轎腳」而看似「混亂」的場面，其實自有一套進香儀式意義體系當中的語法邏輯與符號規則在運作著，它是過渡儀式的一個部分，是一種透過身體的體驗，以實踐其個人在回歸到社會正常生活軌道後的立命安身之心理轉化機制。

排隊綿延數公里等著「倭轎腳」的畫面，也已成了是大甲媽祖遶境進香活動的一大特色；除了香客以外，鑾轎所到之處的老幼婦孺、學生老師、法官警察等各行各業人士，對於這樣的體驗均抱持高度的興趣。而這樣的儀式動作，雖造成了進香過程中，如行進的速度、秩序之管理等、推擠或危險、混亂與叫囂等的爭先恐後，甚至還得動用人員維持跪拜的隊伍，以利「倭轎腳」的順利進行。筆者也發現有些信眾甚至不只「倭轎腳」一次即罷，甚至立刻又是再去排隊的進行第二次第三次；而對於遠從外地而來香客，這或許是一項她（他）每年必須去完成的個人宗教體驗與神聖任務。

對於「倭轎腳」這樣的行為，曾有部分人士認為應當禁止這種迷信的行為。其實，「倭轎腳」是一種「信眾虔誠的以其身體所能表現出最卑微、最恭敬、最敬天畏神的信仰認知，來實踐其所為最接近神駕之虔敬伏體行為」，類似的行為，我們可以在其他像是「三跪九叩」、「伏地」或印度之「滾拜」等虔誠的行禮動作中可觀察得知。其實，「倭轎腳」這樣的儀式動作是屬於約定俗成的符號意義指涉，在信徒當中是一種具有意義的思考與行動。若無法這樣虔誠的操作一次，則對於媽祖進香之儀式完整性的要求，極有可能是完整的。雖說「倭轎腳」這樣的心理動機，含有相當程度的「功利性」意識形態，認為讓媽祖鑾轎的自個兒身體上行進過去，是信眾者最接近媽祖以搏得靈氣、求得平安福報等的功利性思維。但「倭轎腳」的行為在媽祖信仰文化系統中，卻是一種穩定信眾心理、深具象徵意義的行為機制；在信眾們的邏輯思維中，這是屬於一種非常個人化的意義詮釋系統的運作。

彰化市的搶轎與護轎

詩人李敏勇在〈信仰〉一文中指出，媽祖的陣頭遶境，原是社區共同體凝聚認同的象徵儀式。但利己主義、功用主義的短視，演變成搶奪神明的打鬥，你爭我奪，難道搶到媽祖媽祖才庇佑你？專注個人，對於公共性，國家共同體視為他物，迷信取代了真正的信仰，信念也是空洞的。（李敏勇，2005）

在民間信仰的意義體系之中，約定俗成而充滿靈力的神聖「象徵物」，在「有拜有保庇」的「交換」心態上，只要是於已有利的，再唐突再功利再不尊重的動作也做得出來，甚至在時間的日積月累、靈力的神蹟傳播下，漸次的形成當地特有的進香「風俗」，變成了「三月瘋媽祖」裡的進香「次文化」之一。從媒體報導的「摸到神轎，好運一整年」³²的助長歪風，不見鎮瀾宮或台中縣政府對此種論調進行呼籲或要求，更加造成信眾們的瘋狂欺身的接觸神轎。而這種現象原本也僅是單純的媽祖信仰符號消費的過熱與變異而已，但近十多年來，進香第二天到了彰化市，竟然演變成了「兄弟搶轎，員警護轎」的特殊場面，以及進香回程第七夜彰化市綿延數公里所費數百萬之資的轟狂炮炸，以此「緩轎之計」來「歡送」媽祖回大甲的場面，早已形成了進香過程當中的特殊文化，而這樣的進香怪象，在「歷史」的形成演變中，早已脫離了大甲鎮瀾宮主導進香活動的權力掌握，而被彰化在地人重新的賦予了特殊的意義。

整個行經四縣市的進香活動原本所欲傳達的「合境平安」，在經過彰化市時，界域分明的兩派庄頭兄弟這般奮不顧身的「搶轎」文化，變成了一場與鎮瀾宮進行主客對抗、利益交換、搶轎展演、搶取「靈力」的符號消費與意義重新賦予，成為大甲媽祖信仰意義體系當中的一個特殊的權力/知識論述實踐的意義再生產過程。

³² 吳敏菁、陳世宗報導，2005.04.10，〈大甲媽起駕，鎮瀾宮 high 到高點〉，《中國時報》

正因如此的進香亂象，彰化市的「兄弟搶轎」與「員警護轎」景況，卻也成了媒體必定報導、民眾爭相觀看、信眾搖頭嘆息的「進香異象」了；而相較於陣頭間的鬥毆，「搶轎」現象其所增添的新聞議題性似乎是不惶多讓。

而各大媒體的報導如下：蘋果日報報導：「大甲媽出巡爆搶轎衝突，兩派信眾拳腳相向，神聖宗教活動變調」（2005.04.11）；自由時報：「大甲媽祖遶境，搶轎黑白打，疑幫派撐腰；鑾轎到彰化，黑衣白衣兩派人馬爆流血衝突，警方發現一方可能是北部調來的兄弟。」（2005.04.12）；聯合報：「搶轎鬥毆少年，疑竹聯新堂口」（2005.04.12）；中國時報：「搶神轎風波，大甲媽遶境，充斥政治角力」（2005.04.12）。

究竟如何形成這樣的搶轎風波，其緣起各方說法不同，比較可信的說法是地方角頭為爭取當地居民認同，而強行奪取神轎繞行庄頭，可滿足居民「大甲媽祖鑾轎停留愈久，帶給當地福氣愈多」的心情。

彰化縣鄉土文化學會理事長賴錦生表示，搶大甲鑾轎的習俗，是最近十幾年來角頭創造出來的文化。地方角頭基於爭取居民支持、好面子等因素，或向居民募款而要給居民一個交代，而糾集眾人強行奪轎繞行所屬地頭，一來可讓居民對當地角頭產生「有夠力」的信賴感，二來更可滿足居民「大甲媽祖鑾轎停留愈久，帶給當地福氣愈多」的心理。

賴錦生說，彰化市搶大甲媽祖鑾轎比較激烈之地，包括後火車站一帶的「西勢仔」，民生國小附近的「車路口」，以及金馬路與中山高速公路之間的「茄苳腳」等地。³³

而經過媒體這樣大肆的報導，或許將來彰化市民生地下道出口，會成了民眾觀賞兩派道上兄弟搶轎場面大車拚的好地點。

據彰化在地媒體記者報導，大甲鎮瀾宮媽祖過境彰化最風光時期是在民國七十年代初期，民國73年，媽祖回鑾時，則曾遭到彰化市民強行停留二天一夜，鎮瀾宮因此延誤入廟時間，遂透過管道要求彰化警方協助解決。於是

³³ 自由時報，2005.04.12，記者湯世名、蔡文正、張瑞楨彰化報導。

彰化警方從民國 74 年開始介入。民國 80 年左右，再出現大甲媽祖南下時，許多以神壇為主的團體，肆無忌憚的攔轎、搶轎，造成媽祖南下路程出現嚴重耽誤，尤其是每年預定祝儀南瑤宮的時辰，都被拖延了三、四小時以上，面對此情況，彰化警方再應要求，從 84 年左右開始介入南下護轎工作。

彰化警方刑事組人員負責扛轎已成特色，且事後傳出，負責扛過鑾轎的人員不但績效卓著，還有人因此仕途一帆風順，尤其，曾擔任過全程指揮的指揮官，在仕途上更是毫無阻力。這種訊息傳出後，許多員警年年自告奮勇參與扛轎工作，希望獲得大甲媽祖的庇護。³⁴

從進入彰化市到離開彰化市，彰化市警方動用警車、消防車、救護車等維持在地角頭兄弟瘋狂的「搶轎歡迎」與「炮炸歡送」的激情行爲，彰化員警的護轎「使命」，相對的也讓「公權力」護持神通廣大的「大甲媽」的人神關係，變成了進香過程中的奇景。

在進香的稍早年代，「大甲媽」起駕當天出廟埕時，所有的信眾均會雙手合十虔誠跪拜的禮敬媽祖，但如今已不復見這般虔誠禮敬的場面。隨著社會結構與功能的分殊化與多元化，藉由政治的拉抬造勢、文化節慶的包裝、信眾遊客人潮的數據、媒體的合作行銷等，均成爲了創造神蹟聖顯流佈與鼓勵宗教消費的市場邏輯的操作法則；並利用「摸到神轎，好運一整年」的行銷策略來製造進香高潮。在日漸減少參加八天七夜徒步進香的現代社會條件限制下，以擁搶神轎神像做爲快速獲取靈方式的信仰行爲之符號消費，讓整個進香文化當中的「人神關係」，被徹底的異化與改變；平常唯有大甲鎮瀾宮廟宇主事人員才具備的奉請神像、碰觸神聖物的權力，在進香過程中，其鑾轎與神像所象徵的靈力與權力/知識論述系統，此間的關係與距離被擁搶的信眾給解構與打破了；在這原本應當充滿神聖性、禁忌性與莊嚴性的儀式空間裡，因爲過渡期間的混亂，出現的是日漸熾烈的功利與暴力行爲的進香次文化，這種進香文化的變異，不單只是儀式的過渡而已，更顯現出民間信仰隨著社

³⁴自由時報，2005.04.12，記者蔡文正彰化報導。

會多元變動的市場機制與世俗性變化。

四、有拜有保庇—補償與交換的心理轉化機制

傳統民間信仰雖然沒有明確的科層組織與教義經典，但是在常民生活中卻是扮演著社會集體意識裡的世界認知圖像功能，亦即傳統宗教靠宇宙論來提供社會的統一秩序基礎；而除了是個人心靈的信仰寄託外，還具備著聯絡鄉里情感、教化的意識形態，以及相當程度的庄頭草根政治等社會實踐的功能。

當代美國宗教社會學家彼得·柏格(Peter Berger)認為：「在人類大部分的歷史中，各種宗教機構一直作為社會中的壟斷者存在。它們壟斷著為個人和集體生活所做的終極論證。宗教制度實際上就是這種制度本身，是調節思想與行動的力量。被宗教制度解說的世界曾經就是世界本身，它不只靠世俗力量及其社會控制工具來維持，更為基本得多的，是靠那個社會成員們的『共同常識』來維持。走出宗教所解說的世界，就是踏入渾沌的黑暗之中，就是步入混亂無序，也許就是陷入瘋狂。」(Peter Berger, 高師寧譯, 1992: 26)

在民間信仰的宗教實踐當中，對於「信眾」的界定是有著相當大的寬容度和自由度的。毋須所謂的皈依、入門等儀式的身分認證，只要是在神明所被奉祀的神聖空間中，透過神聖空間之中介性的過渡，進行與超自然的祈求對話；不論次祈願還是酬願，不論是簡單的祭拜動作或是金錢奉獻等，無須他者的認定；可以說在民間信仰當中，信眾所祈求的「神聖交感」與「宗教對話」等的體驗交流，是一種相當便捷與快速，具備補償與交換的功能，是一種宗教性、神聖性的心理轉化機制。而「有拜有保庇」此一心理轉化機制的最佳注解。

而當救贖與交換之取得變成了信徒間宗教行為的集體意識，便出現了某種體系範行或工具理性的操作，儀式性自省的個人行為似乎不再重要，而著

重的是大家一齊進行的集體行爲和操作之常態模式了。人們喜歡看得到應驗的神性契約交換，約定俗成的集體認知解讀，便自然的產生了集體的共同行爲，所以便有如大肚鄉鄉長把全鄉鄉民的資料列印成冊後而去放在媽祖鑾轎轎底的「官方文書倭轎腳」的政治動作出現，而一路上綿延數里排列的「倭轎腳」民眾更是宗教經驗集體實踐的信仰認同表徵。

五、建構與消費—意義重新定位的神話美學

人類學大師克羅孔（Clyde Kluckhohn）喜歡把神話和儀式放在一起看，他認為神話和儀式都是利用象徵的方式來表達人類心理或社會的需要。儀式是行動象徵，藉戲劇化的行動來表達某種需要；而神話是語言象徵，藉語言或文字的表達來支持、肯定，或合理化了儀式中所要表達的同一種需要。換言之，儀式與神話經常是互爲表裡，而用不同的象徵手法來表達同樣的意願。（李亦園，1978：164）

「任何傳統的有效性都依賴於它得到體驗，或者說融入一種有效的、支配性的文化；而這種支配性也依賴於變化的融合過程。」（王逢振，2000：36）在信仰意義體系當中的神話傳說，是一套約定俗成的集體知識與意識型態；神話的超驗性，它影響了我們的信仰意識，並制約著我們的文化經驗與宗教行爲。我們從涂爾幹「社會是神性(godhead)的原料」或「神要人去拜，才會興起來」的論點來看，的確，一個宗教信仰的被接受、被流傳，皆必須有一套符合當下社會集體期待的語意形式和心靈救贖功能，才有可能成就其宗教市場。

神話是信仰的意義血肉，也像是一道架接在超自然與現實之間的橋樑，它與時俱移的將信仰意義體系不斷的賦予新的時代語意形式。它同時也具備有期望性和信賴性的價值取向，能夠在信眾的宗教體驗過程中，透過信眾宗教體驗的感應與認同，而被賦予不同的意義。個人的靈驗事蹟是強化其信仰

內容的意義素，而集體的靈驗事蹟則成爲了宮廟香火的象徵資本。一座廟宇的主祀神明之神蹟多寡，是其宗教市場規模大小的形成條件之一。

民間信仰基本的特徵之一是強調靈驗性。(瞿海源，1998：143)而靈驗與否，則取決於信眾對於超自然力量的祈願心理及冥冥互動，透過個體在於日常生活當中所產生之「被神明庇祐」、「平安」等的宗教體驗，賦予其「靈驗」的意義詮釋。而這也是民間信仰的重要功能之一，它有一種穩定常民社會個人心靈之安身立命的功能。而若是發生了重大的社會危難，則更易被賦予成集體經驗的神話論述。幾乎所有踏進廟宇來拜拜的信眾，都會有一套自我解釋個人宗教感應，並賦予其神蹟意義的邏輯。

神話的真假並不重要，重要的是它能夠解決人類思考的極限。隨著社會功能的分殊化，信眾對於宗教信仰的功能期待與需求目的也不同，自然也會產生不同的神話論述。在數萬信眾參與的大甲媽祖進香活動當中，透過向「大甲媽」的祈願，每位信眾身上皆有自我賦予意義的宗教感應與神蹟論述；在此，神蹟的真假並不重要，感應如何被賦予成爲神蹟的意義才是重要的。在進香活動當中，以徒步的方式來進香，所展現出一種虔誠的、積極的信仰意志，將信念的堅持轉化爲行動的趨力，且強化了信仰的功能。譬如：有的信眾是爲了父母長輩的身體健康、無名的病痛、求職考試等，而祈願以全程徒步行走的方式來參加進香活動，通常是以三年爲度。這樣的祈願/感應而成爲神蹟的例子相當的多，以長輩的身體狀況來說，究竟是醫學的發達，抑或是媽祖的神蹟，對於信眾來說早已不重要，因爲這樣一個八天七夜的徒步進香過程和長輩的身體平安之間，已被她（他）賦予了相當重要的生命意義了。

不論是媽祖千年前得道的神話故事，或是跨海開台之後的神蹟，這些流傳的神話更在經年累月的文化傳遞中，透過「表現、加強和整理信仰，護衛和勵行道德，保證儀式效力，容納指示行爲和實際規則」等，發揮了道德教化、安定人心、社會控制、文化發展等的功能。因此，可以說，宗教中的神話乃是文明的重要成分，神話與儀式維持著信仰的神聖性，且對於人與人，

人與社區，人與社會間的互動、鏈結，扮演著穩定社會的功能機制，更是一項有力的文化觸媒。

民間信仰當中，「有拜，就有保庇」的補償的、交換的、利己的認知邏輯，也同時反映出了「有保庇，就有感應；有感應，就有神蹟」的論述邏輯。神話是一個符號系統，它是我們解析宗教與儀式意義體系的路徑之一，但我們同時必須瞭解到，祈願/感應是信眾自我詮釋、自我消費的神蹟論述；而神話則是被詮釋、被建構，且被集體消費的一套權力/知識論述。

第四節 媽祖信仰的實踐——終極關懷的生命實踐美學

一、汗水與步履——進香儀隊組織的苦行奉獻

進香活動是以信眾為行動主體的信仰圈活動。因為每年農曆三月廿三日的「媽祖生」，在這段期間為進香的大月，全台灣數百座分靈廟宇均會回到分靈祖廟進行謁祖割火的儀式。而全台較大媽祖宮廟的轄區巡視遶境，不論是在海上或陸地舉行，已漸漸被發展成文化節慶活動的行銷包裝。

即是因為將廟會活動和文化嘉年華會等結合在一起，所以參與的人未必是進香的信眾，也有著為數相當可觀的民眾是以看熱鬧的文化消費者身分前來參與的。所以，我們可以看到大甲媽祖遶境進香活動這十幾年來的變化，官方或媒體所發布的台灣有「近一千四百萬」的媽祖信眾？「百萬人」參與整個進香期間的活動？「近三十五萬人」在進香出發當天來到大甲？「十萬信眾」參與遶境進香？創造「十億」以上的商機？姑且不論這樣的數字是如

何被推算出來的，但我們少可以發現，大甲鎮瀾宮媽祖遶境進香活動早已成爲全國性的民俗活動了。因爲政府與廟方透過各種管道不斷的行銷，中外媒體的報導，民眾參與的熱烈等，使得願意加入成爲大甲媽祖進香儀隊陣頭組織的成員的人數越來越多，而參與的資格限制並沒有要求必須是大甲地區五十三庄的信眾才可參加，往往只需要在媽祖駕前擲出「聖筊」三次，以獲得媽祖允準即可，其後，在元宵節時前往廟方服務台登記則便可成行；這當中，尤其是較毋需負重與操演技巧的「三十六執士」、「繡旗隊」等，成員人數更是不斷的擴增，來自全省各地的信眾都有；我們可以說，「大甲媽」的信仰圈早已成了跨地域性的信仰。

雖然傳統農業社會行之多年的遶境進香活動，「祭祀圈」內的信眾通常都會主動參與，並視爲庄頭內的盛事；但在目前工商業社會的時代裡，已不復見過往主動參與的熱鬧盛況了，取而代之的反而是靠著行銷和結盟策略的經營，讓宮廟產業的廟會活動成爲了全國民眾願意到訪一遊的文化節慶。由於大甲鎮瀾宮媽祖遶境進香活動仍保留著數十年歷史的徒步進香方式，並以行經台中、彰化、雲林、嘉義四個縣市鄉鎮的傳統路線爲主，無形中讓這個民俗活動歷久彌新；而因爲其傳統性元素的保留，以及政治性操作的不斷抬升，更讓這個宗教活動被操作成產業活動時的「產值」與「利益」，是不斷的擴增的。

雖然大甲鎮瀾宮媽祖遶境進香活動有號稱十萬信眾的參與，但其實連續八天七夜依傳統路線，經過七十餘間廟宇參拜的信眾，粗估是只有數千人之眾，這些能夠撥出八天時間來參與的，大多是頭香、二香、三香、贊香的媽會團體³⁵，或連續多年參加的散香民眾，一起搭乘交通工具來參加的；而真正

³⁵記者蘇詩鋒／綜合報導，〈大甲媽／搶媽祖香？「插香禮」動輒百萬〉 2003/04/12
<http://www.ettoday.com/2003/04/12/123-1439043.htm>

大甲媽祖到新港奉天宮遶境活動，在每年農曆正月十五日元宵節晚上展開序幕，從「擲杯」儀式（由寺廟董事長主持）到「允杯」，來決定進香出發的日期和時辰，隨後進行「搶香」，即決定「頭香」、「二香」、「三香」順序，來自全省各地的廟宇、團體或個人，爭相擠入鎮瀾宮大殿，等待搶香，俗話：「人爭一口氣、神爭一炷香」，在搶香活動表現得最爲淋漓；（目前「搶香」則採取協調方式），在一般的估計，頭香參與媽祖的花費大約在 800 萬元，二

參與徒步進香走完全程的，則約在五百人上下。

從行前的準備工作，媽祖出大甲鎮之前的陣頭、儀隊的行禮送駕活動，這當中的民俗遊藝及雜戲部份相當的多，是民間文化傳統的一支，而看看他們，可以說是用心之處皆文章，不論是在廟埕向媽祖參拜表演的鼓陣、旗陣、獅陣、龍陣、蹺陣、偶陣等，或是全程隨行的莊儀團、太子團、神童團、福德團、彌樂團、福德彌樂團等隨行的陣頭，這當中除了還能看到些許往昔社會聯絡情感與鄉勇團練的民壯性質外，比較多令人覺得新奇的，是這些具有「神將」身分與特殊象徵意涵的陣頭，在表演以及行禮的動作中，所展現、所傳達出的陌生性、特殊性、和歡樂性。

大甲媽祖遶境進香的團隊組織，是整個進香活動的真正主力成員，也是襯托出媽祖威儀之美的最佳團隊。包括了「陣前前導」、「鑼鼓陣頭」、「護駕團隊」、「曲藝團體」、「神偶團體」、「服務團體」。(黃美英，1994：167)其性質不外是護駕、助陣、服務等，各團隊成員完全是義務參加，且團隊組織並不屬於鎮瀾宮，完全是地方人士自行發展創設，也有的已組成了「媽會」的分支團體。

在這些隨駕團隊儀列當中，依其順序分別是報馬仔、頭旗、頭燈、三仙旗、開路鼓、大鼓陣、頭香、貳香、參香、贊香、繡旗隊、爆竹團、福德彌勒團、彌勒團、太子團、神童團、哨角隊、莊儀團、三十六執事隊、轎前吹、涼傘、馬頭鑼、令旗、神轎班、天上聖母神轎。而其它非儀列當中的還有宣傳車、交通隊、醫護組、誦經組、總服務人員、財服務人員、受付服務員、令符服務員、祭典服務員、隨駕戲、自行車隊、機車團，及其他餐飲組、各種支援義務之車輛人員、助陣陣頭之類的小團隊等。

這樣龐大人數的儀列團隊，都有它特殊的組織架構與形成的歷史，譬如自行車團也已有二十多年的歷史了；其中隨駕儀列團隊的表演方式、參拜神明之儀式動作也各有不同，也是進香當中非常別的景象；雖然有的表演偶團

香約 500 萬元、三香 300 萬元。

只有幾尊神偶，但因表演操持神偶的辛苦，其團員也往往有數十人之多；而像繡旗隊、執士隊、神轎班等真正一路全程隨駕行走的團隊，則會分成甲乙兩班來互相替換，有的隊員甚至遠從全省各地前來登記參加這項為媽祖服務的神聖工作，年齡從二十歲以上皆有，最多的是中壯年，甚至身為祖父祖母六七十歲以上的隊員皆有。當筆者透過深入的訪談，才體會出這些數十年來奉祀「大甲媽」並跟隨進香儀隊服務的長者們，其虔誠的心，是多麼的令人感佩；也唯有親自融入徒步進香的苦行方式，才能體會信眾們對「大甲媽」的一份「心」。一位繡旗隊執前導旗者紀文典先生，年已八十餘歲，聽他說二次大戰至海南島擔任軍伕二年，進香時間已有五十多年之久，為媽祖服務的心從來沒變；另外一位受付組的榮譽受付，今年已九十多歲，進香時間五十七年之久，至今以坐車方式仍參與受付工作。

這些駕前儀列團隊人員，秉持著為媽祖服務的心，年年擲筊經媽祖應允方能成行，雖說有二分之一的機會，但在信徒們心中卻是認為，若是無法參與駕前團隊，一定是一年來的所作所為有所偏失，媽祖才會沒有答應，所以這樣的一種舉頭三尺應報的神明警世裁罰與嘉許，便成了媽祖遶境進香隨隊之儀式人員心中一種警惕向善和心靈鞭策的宗教力量，而若能年年參與，也就變成了是一種心靈的肯定與寄託了。

這些進香的隨駕團隊，也依組織文化之不同而有不一樣的情感交流，他們除了平時和行前密集的訓練外，更有著一份民間團體所沒有的神職服務色彩之特殊機制。他們並不隸屬於大甲鎮瀾宮，甚至於進香當中所需的神轎、轎衣、涼傘、繡旗、號褂、神偶等服裝刺繡等等，都是這些團體個別集資購買的，有時甚至為了儀隊之美，是每年都著新的。而這樣新穎特殊的媽祖鑾駕神器刺繡等，也是遶境進香活動中一項和其他廟宇不同而獨樹一格的壯麗華彩和神聖威儀，也難怪大甲媽祖的進香活動會是全省最熱鬧瘋狂、最引人注目的，為這項特殊進香宗教文化增添了更多特色。

進香的儀駕團隊中，神轎班可以說是最辛苦的了，除了要一路抬著神轎

八天七夜，當中過廟的踏大小禮、信徒們的隨駕行進、觸摸神轎、倭轎腳、鞭炮的轟炸、香客的簇擁等等，除了短暫的停駕駐駕時間外幾乎一直是扛在肩上的，辛苦毋庸贅言，其經年累月的團隊情感也是不同，因為他們是遶境進香期間扛起「大甲媽」的近衛隊，也是保護「大甲媽」鑾轎不被侵犯的勇者。

當然其他團隊也是辛苦的進香一員，像繡旗隊的婦女長輩們，是儀列中唯一的女性團體，成員二百多人，而且每年都在增加；這些和藹樸實的成員，真正發揮了「媽祖婆」慈悲的精神，一路默默行走，不論日曬風吹雨淋，甚至腳起水泡依然前行，團員遠從各地而來，她們的表現也是值得敬佩的。

另外的神偶團隊，因為是表演性質，八天七夜的路途當中，除了一些路段、廟埕前必須遶境、行禮、表演之外，剩餘的時間他們是以車代步；部分成員或利用這樣的休閒空檔玩起金錢賭博，在媽祖遶境進香的宗教時空下，實是不該！而服務當中的轎班或執士人員，有時吃著東西、嚼檳榔、抽煙等行爲，也是不佳。而已經連續幾年發生部分陣頭鬥毆流血事件，透過媒體不斷的報導，是整個遶境進香活動的「合境平安」期求最大的諷刺。³⁶

二、行腳的儀式—常民熱力與合境之旅的鄉土美學

進香路線所形成的宗教地理之強大社會鏈結，自然因共同宗教信仰之「中介」而形成人與人、人與區域等的一種互動，人們因宗教而產生熟絡、互助、奉食、謝天等宗教社會行爲，這樣的鏈結，更產出特殊的宗教地理學、宗教政治學的論述研究來。

媽祖要遶境經過或駐駕於廟宇前的接駕儀式，各地各廟各有不同。當地陣頭、武轎、將團的接駕行禮，乩童的刑身，廟宇組織神職等人員的接駕應

³⁶ 近年來，財團法人大甲鎮瀾宮董監事會通過了納入部份陣頭代表成爲具有投票資格的「信徒代表」機制的章程修訂，也頗令大甲地方人士憂心。

對等方式，都是我們可從中深入去了解其區域神廟信仰民俗結構系統差異之一部分，甚至廟宇本身奉祀神明與建築的特色等也會影響到其儀式的部分；而當地民眾熱情招待隨香客辛苦行來的奉食、交談關切、辦桌招待等；神與神在行禮、交香、駐駕、安座、祈福等關於神格之間的儀式部分，在在呈現了神、人之間看似簡單實卻繁複的宗教文化結構與機制。

學者林美容研究指出，媽祖的祭典形成聯庄組織並具有整合人群的作用，也因此媽祖的祭典會形成十三庄、十八庄、二十四庄、三十六庄、五十三庄、或七十二庄這樣的聯庄組織。為了媽祖祭典的需要，各庄就要準備各式各樣的熱鬧陣頭，以便在迎神賽會時得以代表村庄參與別庄的熱鬧活動。媽祖的祭典因此帶動各項民俗曲藝與武藝的發展，眾多的曲館與武館之所以在台灣中部特別盛行，也是因為台灣中部有很多媽祖的大型區域性祭典組織，允為媽祖聖地之故。可以這麼說，如果只是為了一庄一社的祭典所需，民眾大概不會有什麼興頭去花錢花力組織曲館與武館，並傳承民俗藝術。感謝台灣媽祖，興我台灣文化。(林美容，2002)³⁷

宗教活動在常民文化當中是一項重要的活動，其中所產生的常民熱力、集體動員、宗教興奮狂熱等更是一特殊生理與心理的現象結合。的這當中的籌備工作，從各廟宇的聯絡協調，工作人員的擲筊登記，頭香、貳香、三香、贊香等的協商，進香團體交通膳宿的安排，路線的排定與先探、香條的張貼，起馬宴等等工作，所牽涉的人、事、地區至多且廣，能夠動員如此多的隨香客參與和陣頭遊藝等來加入，堪稱是一項不小的任務。

在常民熱力的部分，除了所經過鄉鎮村落廟宇帶來的集體動員力量和熱

³⁷林美容〈台灣媽祖的歷史淵源〉20010402 <http://www.twhistory.org.tw/20010402.htm>

媽祖姓林，林姓視之為祖姑婆，崇奉尤濃。台灣陳林半天下，媽祖香火不興也難。況且媽祖除了是一庄一社、一鄉一街、一鎮一堡所祀之外，她亦具有整合人群的作用，例如，苗栗中港慈裕宮（五十三庄）、台南後壁下茄苳泰安宮（三十六庄）整合泉州籍與客家的人群；台中萬和宮南屯媽整合二十五字姓，彰化南瑤宮南門媽整合漳州籍與福佬客三百五十個左右的村庄，彰化社頭枋橋頭天門宮（七十二庄）、斗南順安宮（五十三庄）亦整合漳州籍與福佬客人群，北斗奠安宮（五十三庄）整合泉州籍與漳州籍的住民等等。

鬧景況外，當中的「奉食」是我們必須要談的一項重點。這八天七夜來，數萬人的食宿問題，是一項必須動員到眾多人力物力的力量整合，幾乎我們見到每到一間廟宇，一定會出現供應葷素餐點的奉食場面，或大或小；有些是當地人集體或個別出資出力準備了許久時日而做出來的，也有行之多年遠從外地來炊煮給隨香客用的，有的是辦桌筵席、當令水果、飲料糕點，從供應的食物也充分表現了當地的特殊產業和飲食習慣，這往往也給進香客留下深刻的印象；這樣「奉食」的精神，著實令人感佩縈懷。

筆者從與這些純樸的婦女們交談後得知，她們這樣的「奉食」已好多年，將為媽祖的服務「遶境奉食」這件事視為每年大事，認真拿出製作糕點粿仔的傳統好手藝，都希望香客們能有機會嚐到她們對媽祖的奉獻的好食物。有的地區是供應主人不肯賣出的水果作物，有當天採摘的芭樂、玉米、番茄等，雙手將這些食物親自奉上，以能讓隨香客吃到自己的食物而認為是樂事與榮耀，讓人不好拒絕其誠心的付出，在平和的媽祖時空下打破了平常防人陌生的疏離不安與危險，熱情招待我們；有的信眾更在奉食結束後，才跟著媽祖儀列再繼續走完那最後的遶境路線，直到送媽祖鑾駕回鎮瀾宮後才回到遠在其他鄉鎮的老家去。

而上述進香期間南下北上的路上所出現的「奉食」施為，類似有的廟會活動出現的「吃飯擔」，這種提供飲食的做法大概也只有傳統民俗廟會活動當中才有。憑藉著持著香旗的「香客」身分，便能得到過往庄頭信眾的信任，一起沐浴在大甲媽祖遶境進香儀式的特殊時空下，藉由人與人、人與社區、人與神、人與廟宇等的互動交流和過渡儀式，來體現「媽祖文化」與「進香儀式」意義系統中已經符碼化了的文化形式，也唯有透過進香語法的意義詮釋，才能體會流動在儀式當中的心靈轉化、文化心理、以及集體意識等。

大甲媽祖遶境進香的合境平安宗教之旅，是一個突破縣市轄區疆界的信仰活動，是一張由進香儀式活動所繪製而成的文化地圖；儀式的地域性，不同於行政劃分下的縣市界域，且超越了行政單位的政治劃分，形成了常民文

化當中無法分割的文化認同與空間涵構。

如何擁有他們自己的內在的生產機制，和他們自己對於何謂有意義疆界和空間活動範圍的界定，那是可以參照到，但是不能歸結到外在於儀式政體的社會形式、經濟條件和政治秩序。我們不能假設一個介於政治社會形式和儀式秩序之間的同態性，因為後者創造性地重組和重新建構了令人振奮的社會生活空間結構。

Steven Sangren 在分析台灣的媽祖進香中說，進香是一種從「台灣社會的空間階層結構，儀式地被建構在地方信仰的階層」(1993:570)，來尋求超越的表現。隨後的 Victor Turner 指出，進香展現了跨越範疇上和地理上界線的儀式力量，而創造了「交融」，這夷平了介於地方社區和個人主體之間的所有差異和階級次序。對 Sangren 來說，進香表現了從地方性追求力量的終極基礎之超越訴求。³⁸

遶境進香活動，也是一項走訪宗教信仰、體會各地鄉間特色的人文之旅。從大甲、清水、沙鹿、大肚、彰化市、員林、永靖、北斗、溪州、西螺、吳厝、二崙、墾地、土庫、元長、新港、埤頭、花壇等等地方，這許多平常我們不曾走訪的農業鄉鎮，其產業特色、歷史人文發展背景、廟宇建築祭祀特色等，都會因我們的用心探詢而對她們有了多一份了解。這樣的宗教文化運動，若文化、旅遊、教育單位用心規劃，以媽祖進香活動之契機，而鼓勵人們進行一項徒步行走的宗教暨人文之旅，不是坐在車上的過廟拜拜，蓋滿平安護照廟章，吃了這些較窮鄉鎮當地信徒們辛勤付出財力物力的奉食後留下垃圾匆匆走過，然後緊跟媽祖儀駕燒香拜拜的來回八天七夜，年復一年的如此操作，那我們的文化活動又有何時提昇的一天？我想其中意義深度之不同是可輕易分曉的。

遶境所到之處的當地男女老少，秉著為媽祖奉獻服務之名，同時伴隨著

³⁸ 參引自楊美惠，2003，〈橫跨台灣海岸的女神媽祖—國界、進香與衛星電視〉，林美容、張珣、蔡相輝主編，《媽祖信仰的發展與變遷》，台灣宗教學會、財團法人北港朝天宮

聯絡感情與互助合作的精神展現，對於這種統社會才會發生的純樸熱情、親切招待的人際交流與社區動員，在工商業發達的今天，我們生活的水泥空間幾乎是許久未曾出現的人性感動了。這樣的互動，其實才是人與人之間最真切最有價值的生活交流，這是生活教育的一環，但冷漠異化的社會當中要實踐卻是困難的，而因為這一項的宗教遶境活動，我們得以感受到地域鏈結與人心互動的奉獻時刻，其深義不言可喻，是這宗教活動特別令我印象深刻和值得反思社會現象的。

三、過渡的交感—心靈儀式的生命實踐美學

每年必定引發高層政治人物競逐插香扶轎，媒體瘋狂競播關注的民間信仰活動—大甲鎮瀾宮媽祖遶境進香，在起駕當天，但見來自各地久候的香客，擠爆了大甲鎮瀾宮，看陣頭團體表演的香客爲了取得看戲的好位置，甚至腳踩在廟埕前年代久遠的的石獅子上；前導陣頭已出發了，但行進速度相當緩慢，因爲數萬人擠在鎮瀾宮前的順天路上，所有的進香信眾也都在等著，一等就是好幾個小時，等待三門起馬炮劃破天際的聲響。緊接著，鐘、鼓、哨角齊鳴，一團團鞭炮炸出的巨大火球，暫時驅散開擠在廟埕前的民眾，「大甲媽」的神轎要出來了。

數萬人參與大甲媽祖進香活動的動機和驅力是什麼？「媽祖文化」究竟帶給信眾的宗教本質與信仰真義又是什麼？每年進香期間，關心台灣文化的民眾，都會在報章媒體上提出深沉的批判：

大夥的情緒沸騰到最高點，在信徒擁簇下，沿途鑼鼓喧天，鞭炮聲不絕於耳，更有許多信徒爭先恐後的觸摸神轎，據說如此就能保平安與一帆風順，可見宗教的力量在台灣已達「無與倫比」的地步。看到信徒的狂熱，筆者頗爲困惑，為何恭奉媽祖遶境非要如此大張旗鼓，勞師動眾不可？媽祖喜愛肅靜、虔誠、樸實、節儉，以有限的資源普渡眾生，大甲媽出巡陣容之浩大，

究竟標榜的是文明的台灣？抑或是虛幻、愚蠢的台灣？……信仰是一種慰藉，一種力量殊無異議；但是，當信仰超越人類的智慧，過分狂熱，或「離經叛道」時，信仰便不再是信仰，而是一種無知且危險的訊號，當宗教信仰狂熱到超越人們的正常生活時，到底人類的知識是「與時俱進」抑或是停滯不前，令人困惑！（謝赫民，2004）

宗教和巫術有很大的一部分是起源於情緒緊張的種種情境，並在其中發生作用，例如生命危機、事業挫折、死亡、部落神秘啓蒙、情場失意等等，宗教和巫術都為這些情境、這些阻塞提供發洩的機會，但是沒有實際的出口，只能經由儀式和信仰，通往超自然的領域。（馬凌諾斯基，1978，朱岑樓譯：65）

不論科技再怎麼樣的發達，每個人總有遇到無法用金錢或其他物質來解決困難的時候，尤其是當心靈承受極大的壓力時。這時候，基於世俗面向神聖面的渴望，諸如與自己內心的對話，祈求超自然力量的回應與幫助，期望能與神聖面溝通、對話等，而這些對話往往需透過儀式來進行。儀式往往是群體的，宗教體驗卻是個獨的，這種個獨的體驗，可以說就是「宗教的經驗」

宗教信仰是在建立、穩固和加強所有重要的心理狀態，如尊重傳統、調和環境，勇於克服困難和面對死亡；這樣的信仰，透過崇拜和儀式具體來表現之、維繫之、產生無邊無際的生理價值。（同前引，頁 67）

原為航海救難之神的媽祖信仰，確為渡海來台的先民提供了立命安身的心靈慰藉。不只如母親般的佑我后土人民，且也是良知的審判；宗教的力量在文化系統中對人民行為的約束力絕對不輸於法律的明文規定，因為祂是信仰系統當中超自然力的溝通慰藉與終極審判，現世的人們在宗教神聖場域當中或許並不在乎行為偏差之受懲罰，但人們期望的是與超自然力的溝通這一方面，從中得到寬容、指引、交換等神人交流。

在大甲媽祖的宗教信仰當中，信仰區域最初是大安、大甲、后里、外埔四鄉鎮，其中尤以大安、大甲的五十三庄為主力，歷年來經遶境進香路線之

演變，途經台中、彰化、雲林等以農業發展為主的鄉鎮，遂形成該區域居民的主要信仰與歲時宗教大事。而其中居多數的婦女信眾，在社會當中除扮演父權體制附屬配角與家庭之辛勤母親的傳統女性角色，她們是民間信仰的樸實虔誠的信眾，雖無法在父權下的宗教政治組織當中扮演要角，神明信仰之於其心靈的安定、家庭生活的支柱，也都是社會安定的穩固力量之一。

老一輩長者認為，想要參與「大甲媽」進香而心有所求者，最好在行前到「大甲媽」駕前擲筊請示，若媽祖「同意」則才可以跟隨進香，這是比較虔誠的做法。

當媽祖轎還被擠在大甲鎮水尾橋上動彈不得時，通常圍繞在這兒的是看熱鬧居多的「遊客」，真正要參與八天七夜進香活動的信眾，早以往清水鎮方向邁步前進了。出了大甲鎮，筆者看到了為數不多的幾十位插著進香旗、背著行李，伴著夜色默默行走的隨香客，頓時我感動得心暖了起來，「大甲媽祖」進香活動裡所謂的「虔誠信仰」、「心靈實踐」的真意，應該就是這種苦行的體驗才能真正被實踐的。

忘卻平常作息的時間，進入屬於進香儀式的空間系統中，以媽祖進香行進的路線與駐駕的廟宇做為「神聖與世俗交融的場域」；這八天七夜裡的身分是「進香客」，遵守去程茹素，回程開葷，「起馬」「下馬」等禁忌的儀式過渡。

黑暗的郊區中，大仙尪消失了，藝閣也熄了燈。信徒們手中的香把，宛如幾千萬顆細小星星，在夜幕中抖動著。大家慢慢地靠攏，窸窣窸窣的腳步聲，伴隨著令旗上叮鈴細碎的鈴鐺聲，在靜夜中緩緩前行……。

所有的喧鬧，在媽祖出了大甲鎮後，漸漸沈靜了下來。接下來的長途跋涉，有許多是電視鏡頭看不到的畫面，那些安靜不喧嘩的過程，才是這場進香儀式的精神所在。

「我可以感覺到，我的心像是一杯混濁的水，剛開始由於劇烈的攪動，亂成一團。但是靜靜地擺在桌上之後，慢慢地，慢慢地，有細細小小的東西，開始往下沈，往下沈……，」第七屆小太陽兒童文學特別獎得主鄭宗弦在得

獎作品《大甲媽祖回娘家》一書中，寫下自己隨香的心情。(蔡文婷，2003)

一路上，總有因徒步行走的機緣而作伴同行的信眾，這一群大約一、二百位的隨香客，她們每到了下一站的廟宇就提早休息，他們不是坐車而來的香客，拜完了就繼續往下一站出發；她們並沒有跟隨在神轎旁，只想虔誠的到達新港參加祝壽大典，然後再和媽祖回到大甲，虔誠的跟隨「大甲媽」，以苦行的體力付出，來和生命對話。他們不會去搶著摸媽祖神像、轎裳、轎身、轎桿、轎底等每一部分，也不會去搶俊轎腳、拔智慧毛、搶轎腳金等；那些急利交換的動作沒有在她們身上出現過。

這樣發願徒步八天七夜參與的香客，通常是以婦女居多。經過訪談，得知這些信眾，通常是到媽祖駕前祈願擲筊，或帶著酬願的心境前來參與進香的。有的隨香客是爲了長輩身體的健康而來，向「大甲媽」祈願跟隨進香三年或六年；也有曾向媽祖祈求而得子嗣的婦人，每年「大甲媽」進香都會帶著小孩前來酬願，至今已歷十二年；而某位婦人本身曾被人倒了上百萬互助會會款，因媽祖指示會有貴人相助，而於債務平安處理後，決定每年都來跟隨「大甲媽」進香；當然也有未曾許願而來參加進香的，只爲了想「體驗」這樣的進香活動，究竟這樣的活動可以激起什麼樣的動力和信念，可以讓這麼多人持續這麼多年的跟隨著「大甲媽」？凡此案例相當的多，每位虔誠的香客，都會有屬於自己虔誠奉祀「大甲媽」後而得到的靈驗神蹟。

筆者就這樣觀察了八天，這樣參與了三年，感動莫名的打心底想著，這似乎才是主辦單位等應該去推廣的媽祖文化活動的新價值與正面行爲吧，這就像是屏東縣所辦的登大武山的成年禮一般，如果我們想要在這樣號稱十萬人參與的進香活動當中提昇些什麼活動的形而上意義的話，我想這種依著媽祖遶境路線進行獨自心靈粹鍊的行腳苦旅，在八天七夜當中以身體的磨練來誠摯敬謝媽祖的力行修己，就是可以讓文化單位等以「心靈運動」來著手和思考的重點了；而毋須再用人數、金錢、鞭炮、物力等「瘋媽祖」狂熱興奮來堆砌一個令人陷入迷失且無法認同的文化活動了。這就是真正的過渡儀

式，也是宗教真應該發揮的心靈轉化與辯證的力量。

真正能夠被鎮瀾宮廟方、台中縣政府等主辦單位計算以及媒體競相報導的，應該是有哪些政治人物來上了香？與鎮瀾宮主事者等的往來可以掙來在媒體上的曝光？在政黨合作上的利益交換？起馬宴有沒有衝破五百桌？糕餅業營收金額成長了多少？垃圾掃了多少上百噸？香油錢和金牌數是幾千萬元？多少人排隊的長龍在搶俊轎腳、拔智慧毛、搶轎腳金等？不被多數人看見的，不被媒體在意的，無法被真正計算出的，是虔誠跟隨八天七夜的信眾。

這樣既混亂又孤寂的進香時空，不知是狂熱還是虔誠的動力？有時喧囂不已，有時卻又靜謐到聽不見自己的聲音，香煙就這般的繚繞流動著，行走的信念就這般的凝視著遠方。

在人的理性、意志、感性與靈性內，人感受到生命本身的有限與無常，人將自己對於無限的渴望，託付在人自己以及超越人力量之外的對象身上，藉由建構這些強有力的信仰象徵系統，來護守人們面對有限而無常的命運時，生存的確定感，以及繼續生生不息的生命動力。

宗教信仰並不是一套先驗、普世的存有學結構，相反地，宗教信仰的本質並不在於與普遍的理性相一致，特殊性才是信仰的根源。信仰的特殊性，不就是在不同族群文化的生活世界最前線的碰撞中，開出超越自身人性幽暗面的花果，超越「我」對「他者」的否定與同化，超越自身有限性，而朝向對「神」無限性的再現。(王鏡玲，2002)

而從隨香客的角度來詮釋媽祖香火與儀式意義，會察覺媽祖文化意義和價值的型塑，並不僅是依靠寺廟組織和儀式活動的運作，也不只是透過廟方「歷史」和儀式意義的再詮釋，而是以更隱微、非組織性的各種「潛移默化」的情境，穿透到人們的日常生活理念中，形成一種根深柢固的「常識」(common sense)，從一套意識形態 (ideology)，擴散成為人們生活中的常識和慣性 (practice)，是「媽祖文化」源遠流長的形塑與建構過程。(黃美英，1994：199)

對於信仰大甲媽祖的信徒而言，參加進香活動，可以說是對自己的媽祖信仰重新做一個編碼，在一個「非常/常」(李豐楙，1996)型態之間做轉換。「儀式」的轉化意義和過渡階段的過程對於整個文化的象徵體系非常重要，所有參與八天七夜進香活動的是在進行一項儀式，但這樣的過渡能不能對他們產生一個心靈的轉換和教化人心的生命實踐則不一定，在這一個時空裡，心中各有不同的目的與身心救贖淨化的動機與操作，藉由身體疲累的苦行，每年皆同前往進香的目的地，做一場心靈的自我淨化和昇華。虔誠的信徒進行著一場自發性的儀式，從實踐的過程中感受到儀式性的啓示。凡有宗教經驗的人，皆能深深的理解，最強烈的宗教契機(religious moments)是出現在獨居之時(馬凌諾斯基，朱岑樓譯，1978：36)。個人的生命成長、所欲所求為何還是得靠個人去定義的。

欲瞭解一個地區的民間文化與組織架構，其宗教信仰系統是不可忽視的。對於媽祖的虔敬信仰，來自於每一信徒心中的都是一種活的力量，經由每個信眾的集體參與實踐，自然就形成了「進香文化」裡的社會認同。而在這當中，若我們用心去觀察，實際的融入參與交談並深入了解，當會瞭解更多、感動更多；瞭解是什麼樣的常民文化力量可以形成這樣的媽祖遶境進香活動，這當中的力量，正是傳承與創新「媽祖文化」的心理機制。雖然處在時代的變異中，但歷久不變的是這進香活動當中，所據以形成社會認同與地域鏈結的神與神、神與人、人與人的交會、互動、對應等的關係，這些深層的文化脈絡底蘊，亦就是常民文化中宗教信仰與民間文化相結合的智性根源。

四、媽祖信仰的異化與世俗化

宗教的變遷，尤其是宗教的衰微，常常被視為是世俗化的過程。但是宗教的變遷現象是很複雜的，而「世俗化」這個概念本身的定義並不單純。社會學家涂爾幹曾指出，就歷史而言，宗教對人們社會生活所涉及的範圍愈來

愈小。原先，宗教影響人們的每一件事，所有與社會有關的都具有宗教性。社會與宗教幾乎是同義語。但是，逐漸的，政治、經濟、科學脫離了宗教的束縛。上帝或神的力量在生活中漸漸隱退，人們有較多的自由可以去支配。帕森思則進一步主張這是社會分殊化的結果。現代化的社會裡，每一部門或每一制度都是以理性化為特徵。…由於理性化的過程幾乎涉及到人類生活的每一個範疇，因而使得宗教能干預非宗教事務的可能性愈來愈少，而機會也愈來愈小了。總之，在現代社會裡，人們不再需要拿宗教來使事物合法化 (legitimation) (瞿海源，1988：352-355)。

社會學者盧曼 (Niklas Luhmann) 指出，宗教的分化是現代社會演化的基本要素。現代社會的一個基本事實就是分殊化 (ausdifferenzierung)，意即社會中不再有統一性，只有複雜性；既不存在一個能統一社會的精英式上層，也不存在一個能以社會法權的方式顯示整體統一的中心。社會學家盧曼既關心宗教對現代社會演化的影響，亦關心現代社會演化對宗教組織、宗教語義的影響。因而，社會分化與宗教分化的關係，是宗教社會學的要點。盧曼把這一理論推向精細的審視。大致說來，宗教的分化有三個層面：宗教與社會的分化、宗教系統自身的分化和宗教價值語義的分化 (Niklas Luhmann，1972，劉鋒、李秋零譯，1998：17)。

而宗教的世俗化與多元化環境更說明了宗教走向市場運作的必然性。彼得·伯格指出多元化環境的影響不只限於宗教的社會和結構方面。他們也擴及宗教內容，也就是宗教行銷機構的產品。多元化環境引進了全新形式的世俗影響力，這更能夠改變宗教的內容，這個影響力就是消費者的偏好。多元化環境的社會學及社會心理學的關鍵特質是，宗教不再是能夠強加 (be imposed) 的，而是必須被行銷的。……這意味著有一個不利於傳統主義的動態元素已經被引入，也就是一種 (信仰) 改變的可能性原則 (a principle of changeability)。換句話說，在這種情境下已經越來越難以維繫宗教傳統為不變的真理。而是，消費者偏好的動力已經進入宗教領域，宗教的內容成為

「時尚」的主題。(Peter L. Berger, 蕭羨一譯, 2003:170-171), 儘管社會中的不同階層的世俗化程度與偏好不同, 但是宗教的行銷終究受到世俗化力量的影響, 而且必須迎合世俗的意識, 也就是在某種情況下, 「超自然的」因素不被強調或被擱在後台, 而體制是在符合世俗化意識的價值商標下「售出」的。…。由於宗教在社會的重要「相關性」主要在私領域, 消費者的偏好正好反應這個領域的「需求」。…。因此…宗教體制必須根據個人私生活對於道德和治療的「需求」去調整自己。(同前引, 頁 172-173)

而民間信仰與傳統社會歲時祭儀的息息相依特性, 其初始奉神建廟與祭祀圈的形成等, 皆反映出一個特定庄頭聚落之社群情感的鏈結、社區意識的認同、儀式活動的參與、地方宗教組織之政治性建構等。而其之所以能廣為深入民間底層的信奉, 其沒有特定教義經典、嚴謹受洗皈依儀式與科層分明的管理組織, 形成了信眾藉由燒香拜拜即形成與超自然力量對話感應的一種暫時性、便利性的神聖時空建構, 而民間信仰強調「有求必應」、「心誠則靈」、「有拜有保庇」等補償與交換的心理機制, 以及宮廟產業隨著社會快速變異分化的商品化與市場化, 致漸漸形成功利性、世俗化 (secularization) 的信仰異化 (alienation) 現象。

Steven Sangren 在他的〈Dialectics of Alienation: Individuals and Collectivities in Chinese Religion〉中, 在涂爾幹 (E. Durkheim) 的宗教理論上, 加上馬克思 (K. Marx) 的異化與疏離化等概念, 其主要的論點是神祇是社區集體意識, 及個人主體意識的自我再生力量疏離後的表徵, 神祇產生的同時, 文化主題與社會集體意識也伴隨而生, 本來是人創造儀式及神祇, 但是疏離 (或稱神祕化) 後, 神祇或儀式倒轉來創造人的主體意識。(張珣, 2001)

美國學者席納爾 (Larry Shiner) 在〈經驗研究中的的世俗化概念〉一文中, 闡述了世俗化的六種含義。一、表示宗教的衰退, 即指宗教思想、宗教行為、宗教組織失去其社會重要性; 二、表示宗教團體的價值取向從彼世向此世的變化節宗教從內容到形式都變得適合現代社會的市場經濟; 三、表示

宗教與社會的分離，宗教失去其公共性與社會職能，變成純私人的事務；四、信仰和行為的轉變，即在現代化過程中，各種主義發揮了過去由宗教團體承擔的職能，扮演了宗教代理人的角色；五、表示世界漸漸擺脫其神聖特徵，即超自然成分減少，神秘性衰退；六、表示「神聖」社會向「世俗」社會的變化。（高師寧，2001：108-109）³⁹

宋文里指出，世俗化這個概念是指宗教本質的一種衰落。宗教中最根本的超自然觀念和活動、制度在此一衰落過程中逐漸讓位給講求功利與實效的現世體制。宗教中的神聖性和神秘性同時式微——宗教對人生的指導性不再彰顯，而淪落到只剩下工具性；人們不再以驚異和敬畏之心接受宗教的訊息，而換用實事求是和講究前因後果的思考方式來理解現世的生活，必要時不惜動用諂媚、賄賂和恐嚇手段來迫使神明了遂個人的願望。宗教儀式——特別是魔術的部分——不再能達成人神溝通之效，反而變成一種表演，或招攬觀光客的娛興節目。宗教的象徵不再是神的化身，或神明降臨的信號，反而變成掛在牆上或身上的裝飾品。

宗教信仰的世俗化雖然是個普世性的趨勢，但在各個社會中，由於不同因素的因緣和合，因此，世俗化的實際現象和實際意義也頗有差異。換句話說，對我們而言，重要的問題不在於有沒有世俗化，而在於是什麼樣的世俗化。所謂宗教的世俗化，在台灣的情形，從許多作者的語意來看，都不能說是「衰落」，而比較接近於「非神聖化」(descralization) 和普遍化

(popularization)。非神聖化的意思是指：宗教的事務變得太像日常生活，而致失去心理上的距離，人們對它不再「敬而遠之」，反而經常褻近狎玩。尤有甚者，宗教可不但不用來指導日常生活，反而會調適成日常生活的一部分。至於普遍化則一方面意謂參與者變得更多，另一方面則是說，很多日常事務原本和宗教無關的，現在都採用宗教的方式來處理。所以，以上兩個特綜合而

³⁹ 參見 Michael Hill，*Sociology of Religion*，《宗教社會學》，New York，1977，頁 228-251
高師寧，2001，《新興宗教初探》，漢語基督教文化研究所，香港：道風書社

言則是：許多人談起本地宗教的世俗化時，他們是說：宗教活動變得很容易取得，但宗教信仰重要性卻降低了。(宋文里，1990：252-253)

將現代社會的演化重點勘定在分殊化上，宗教問題與現代社會的關係之含糊性才得以明朗：分化既是現代化的前提，也是現代化的後果。而從共時性的脈落下來觀察民間信仰的變化，即是要深入瞭解現代社會民間信仰的語法系統是如何被賦予意義的？

社會的分殊化，導致宗教價值與形式的世俗化與多元化，而這也正是宗教市場化、消費化、工具化的源頭。在此社會的變異脈落下，傳統民間信仰勢必不斷的調節自身以適應社會的變化，號稱有 1400 萬信眾的台灣媽祖信仰文化的龐大宗教市場，正因為其信仰方式的生活化、常民化與世俗化，才會吸引政治高層人物、民意代表等競逐，地方政府將其視為地方最大的文化資產，各大企業搶食商機大餅等。而這些力量的侵入和影響，也是媽祖信仰最爲人所詬病、批判的信仰異化和世俗化現象。

現代化和世俗化是社會發展的兩大進程，由於現代化崇尚的是理性，現代社會是韋伯所謂的「除魅」(disenchantment)的時代，因而現代化過程必然與世俗化過程攜手並進。由於其世俗化，相對的導致了多元化的局面，而多元化則必須使宗教進入「市場」。「多元主義環境首先是一種市場環境。在這種環境中，宗教機構變成了交易所，宗教傳統成了消費品。總之，在這種環境中的大量宗教活動，逐漸被市場經濟的邏輯所支配。」(Peter L. Berger, 蕭羨一譯，2003：164)

瞿海源研究指出：民間信仰是世俗化最深的一種宗教，它本身並無明顯的教義，信仰的基礎在於神對人的生活保障。民眾有求於神，也因而有所報於神，是相當功利的。同時它與民眾的生活混成一體，除了儀式與宗教活動具有神聖性外，對個體的行為及價值卻少有神聖性的要求(瞿海源，1988：360)。

王嵩山研究指出：一般認為，目前台灣的宗教活動明顯的具有鄉民社會

宗教的性質。人類學的研究指出：透過鄉民宗教信仰，更能增強鄉民社會之存在；在宗教體系中，鄉民宗教儀式重點是在於「宗教行為」上而非在「宗教信仰」上，而儀式本身具有維繫的功能。與所屬的大社會相比較，鄉民的宗教是功利的、道德的，以每個人自我的角色為準則的，這些面向上與所屬的大社會的信仰並不一致。(王嵩山，1999：87)

民間信仰的宗教意義系統與常民生活作息之社會集體意識關係密切且互相融合的特性是其世俗化較高的原因之一。不論是庄頭聚落的宗教觀、遶境平安的祈福、文化地理的認同、社區情感的連結、地域組織的動員、傳統文化的傳承、民藝陣頭的表演、社教娛樂的功能等方面，皆充分顯示民間信仰的宗教系統意義化過程，皆與常民生活社會結構當中的政治、經濟、文化等系統，有著相當大的契合度和依存度。但隨著社會的分殊化演變，除了民間信仰的語義系統本身改變以外，宮廟產業自身也做了調整；雖然信仰的傳統功能不如以往農業社會的強烈，但隨著世俗化的程度不同，卻又產生新的影響；而這些新的影響，又讓民間信仰被重新賦予了新的意義。

媽祖信仰與政治的關係，從宋朝以降，不外以封賜及官祭為尚，晚近的送匾彰表神威懿德、建官廟及位列祀典等，均是統治以信仰之意識形態遂行社會教化、拉攏民心等的政治目的。台灣媽祖與政治的關係，從鄭成功的驅荷復台、施琅的降鄭歸清到民變時期的顯靈助攻等神蹟的政治論述外，日據時代的信仰衝擊與合縱拉攏、乃至台灣光復以後立法制約等，皆表現出各個政治時期的不同政教操弄。而在與經濟的關係上，宮廟產業本身即是龐大的利益結構體，而媽祖信仰的重鎮更可藉由進香活動等帶動產業發展。日據時期製糖會社以打折方式吸引信徒乘坐火車前往北港進香，藉由商品化的行銷方式將朝天宮打進全台人民心中，也造成各地迎媽祖的高潮，此種魚幫水、水幫魚的關係（王見川，2000：142），和現今幾個縣市政府和媽祖廟與之間的媽祖文化節行銷產業的目的並無二致。

隨著科技社會的理性揚升以及民主社會的多元開放，宗教的傳統功能並

未能完全滿足現代人的需求。於是，在媽祖信仰與宮廟產業市場邏輯的結合變異下，各種宗教商品隨著時代的變化而愈趨功能化、商品化和市場化，宗教的世俗性愈見增強，並且反映出神聖性與宗教性的漸弱。媽祖信仰的消費無所不在，其符號經濟發展出宮廟產業、文化節慶、文化產業和周邊龐大商機的異業結盟等，隨著媽祖信仰在政治、商業、經濟、文化等脈絡中的再現與詮釋，其語義系統亦隨之不斷的被賦予新義。

但是，世俗化並不意味著宗教的消失，甚至我們所言及的宗教衰退，也只是就傳統宗教的功能而言；我們看到民間信仰宮廟產業的蓬勃發展即可略窺一斑。不論社會如何變化，追求與超自然的對話感應即是宗教性(religiosity)的體現；世俗化的確引起傳統宗教在功能上的衰退，造成了信仰型態上的變化，但卻不是對信仰本身的拋棄。或許正如彼得·柏格所言，世俗化使宗教成了一塊支離破碎的帷幕，即使他是神聖的，也不再能夠為整個社會進行神聖的論證，為整個社會提供共同的價值觀。

第五節 穿透與再現—兩岸進香交流與媒體虛擬儀式

一、兩岸宗教交流—宗教奇航！政治迷航？

(一) 1987年—「破冰取火」之旅

1987年的重陽節，適逢媽祖成道升天一千週年紀念，福建湄洲嶼天后宮向各地廣發邀請卡，歡迎各地媽祖廟和信徒回祖廟參加慶典活動。而在台灣，一場暗潮洶湧、風雲詭譎的香火政治之爭，正巧巧的蔓延開來。

此時間點的特殊性，首先引起了全省各大媽祖廟爭論誰是全省最早建廟的媽祖廟「開台之爭」及媽祖輩分「位階之爭」，致台灣各個地方的媽祖廟紛紛採取各種不同方式的慶祝活動來祈安。這當中以當時的台灣省政府所輔導北港朝天宮主辦舉行環島弘法遶境祈安的活動範圍最廣，此一活動對外一宣佈，各地歡迎者有之，微辭亦復不少，雖然北港朝天宮在當時是台灣島上香火最鼎盛的媽祖廟，但是彰化縣鹿港鎮天后宮（舊祖宮）則對台灣省府輔導協助北港領銜的全島遶境活動深表不滿，因而對省政府抗議⁴⁰，就這樣鹿港天后宮（舊祖宮）邀請分靈媽返鹿港，舉辦法會祈安。另外嘉義縣朴子市配天宮，當年適逢下鄉巡庄之年，由於遶境路線上，鄰近各庄的爭相邀請，也擴大了下鄉遶境的範圍。

而位於台中縣的大甲鎮瀾宮，則選擇以突破兩岸政治對立不相往來的「政治封鎖線」之驚人之舉，取道日本「偷跑」回大陸湄洲進香，以此破冰之旅的優勢，率先取得足以「加持」本身宮廟產業在島內媽祖香火權威論述的「政治資本」。

1987年，中華民國蔣經國政府於7月15日宣布解除戒嚴，同年11月2日始放寬開放台灣民眾赴大陸探親的禁令。然就在禁令未解除之前，大甲鎮瀾宮董監事一行17人卻率先選擇以「偷跑」的方式，於10月25日組團取道日本搭機前往大陸湄洲參加「媽祖成道千年紀念」的活動，進行海峽兩岸分治後首次的「謁祖進香」的「破冰取火」之旅，並請回一尊新的湄洲分身媽祖和香火爐、石印等信物，以此搶得兩岸中斷祖廟香火的「宮廟政治頭香」。此後每年，爲了維持與大陸祖廟的政治香火關係，鎮瀾宮都有進香團搭機繞道經由其他第三地前往大陸進香不輟。這十八年來，鎮瀾宮每年前往湄洲進香之代表均約有二百多人參加，其中1990年爲慶祝媽祖塑像暨基典禮、鎮瀾

⁴⁰ 聯合報，1987.09.08-09

〈媽祖成道兩「港」爭先！要環島弘法當「宮」不讓？千年紀念盛事，一朝糾紛激烈，分靈出祖順序，扯出輩分倫常〉、〈二宮爭先賀媽祖，清官不斷家務事，省府立場輔導協助，無分輩份大與小，鹿港另辦紀念活動 號召各廟回娘家〉

宮捐建牌坊落成剪彩典禮，當年有二千多人參加。

1988年，由郭金潤所編撰的《大甲媽祖進香》一書，是首次詳細記載前往湄洲進香始末的文獻。其中，有關鎮瀾宮湄洲之行的背景因素是這麼說明的：一是為了澄清大甲媽祖前往北港朝天宮進香是為大甲媽祖為北港媽祖之分靈所出的錯誤觀念；其次，欲借湄洲進香使該宮香火更盛，並提高該宮在全省媽祖廟中的地位。

鎮瀾宮董監事此次湄洲之行，曾問湄洲祖廟人員，在鎮瀾宮組團前往湄洲進香之前，台灣有否其他廟宇正式組團來過祖廟迎回媽祖？祖廟人員表示，除鎮瀾宮外別無其他廟宇來過。但他們發現湄洲祖廟在文化大革命已遭到破壞⁴¹，現已重建新廟，供奉的媽祖神像也是新雕的，了無古意，且沒什香火。部分進香團員表示，湄洲新廟設備簡陋，台灣鄉村一般廟宇都比該廟強，由於媽祖神像是新雕的，故論歷史台灣任何大媽祖廟都比湄洲祖廟「資深」。至於昇天古蹟也和原來面貌不太相同。進香團員同時發現，大陸人民生活情形確實很差，至少比台灣落後三十年，台灣人民生活富足，經濟繁榮，和大陸相比真是天壤之別。鎮瀾宮媽祖湄洲進香，是為使該宮媽祖與祖廟神像互通靈感，使該宮香火更盛，並祈求國泰民安，國運昌隆，三民主義早日統一中國。」（郭金潤，1988：98）

一般研究指出，台灣宮廟產業的權力圖譜關係，從清朝以來，北港朝天宮便漸次發展成為全台的信仰重鎮。而自兩岸政治對立以致中斷與湄洲祖廟的謁祖進香往來，島內各媽祖宮廟產業的龍頭與「香火權威」還是屬於北港朝天宮；幾乎沒有什麼樣的動作可以讓宮廟產業的香火權力圖譜形成重新洗

⁴¹ 楊美惠，2003，〈橫跨台灣海峽的女神媽祖—國界、進香與衛星電視〉，《媽祖信仰的發展與變遷》，台灣宗教學會，財團法人北港朝天宮，頁

當地的革命委員會於1968年拆除了整個清朝時期的寺廟建物。於1979年時，第一個台灣漁民溜進湄州島，開始在一個小媽祖廟祭拜，地方性就已被秘密的建立了。他們帶來香爐、燭台和其他可隨身攜帶的祭儀器具，陳列於廟的祭壇，並繼續對媽祖朝拜。在1980年代，由當地人出錢建造了兩座廟堂，而在此山丘上的大型建築體中的後續建築物和雕像，主要都是由台灣媽祖廟中有錢的信眾出資。

牌的可能？而雖然在解嚴令公佈之後但卻尚未開放能前往大陸探親的敏感時刻，大甲鎮瀾宮甘冒政治風險的前往湄洲祖廟取得「香火」，這宗「破冰取火」的歷史公案，其象徵意義遠大於實質的意義，這個事件的「論述資本」，讓鎮瀾宮從此遊走於兩岸媽祖信仰宗教交流間的政治、香火、產業等方面的發展，均遠超過北港朝天宮，改寫了台灣媽祖宮廟產業的權力圖譜，且穩坐其龍頭地位。

面對文化大革命後被摧殘殆盡的宗教廟宇與信仰文物，湄洲祖廟所剩無幾的「沒什麼」，被鎮瀾宮帶回台灣的，其實是一個燒起台灣島內宮廟產業政治競爭的「火種」，藉此火種，燒開了台灣宮廟產業進入一個全新的宮廟政治競爭局面，且也引發大陸對台宗教交流政策的修正路線改變，並促進了大陸近年來在福建、天津、澳門、上海、山東所興起的媽祖文化旅遊節的舉辦、媽祖文化特區的闢建等一連串的宗教統戰與經濟開發。

此番兩岸「媽祖熱」的現象，大陸方面所圖的，除了提供了台灣媽祖宮廟競爭舞台的戰線延長，更以兩手策略的得到建廟經費挹注與旅遊觀光的大餅商機；而兩岸媽祖進香交流往來的頻繁，大陸當局除了進行「返祖意識」、文化紐帶等民族主義之統戰操弄，台灣媽祖宮廟主事者同樣的亦藉由宗教交流的熾熱與宗教統戰的兩岸政治議題位階，而升高媒體關注的宮廟政治論述資本。從宮廟之間的香火政治、宮廟政治，一路延燒到政黨之間、海峽兩岸之間的政黨政治、兩岸政治、宗教直航政策、台灣主體認同等等的議題能量，都證明了鎮瀾宮 1987 年「破冰取火」的權力/知識論述，成了鎮瀾宮重要的政治論述之「象徵資本」，也是台灣媽祖信仰的發展與變遷過程中，最爲重要的一個「歷史事件」之一。

（二）2000 年—宗教直航議題的政治操弄

媽祖信仰的兩岸交流，正式處在政治敏感、民間熾烈的情況下，不斷的

產生政治議題上的新聞能量，以致於大陸官方、台灣民間宮廟會如此趨之若鶩的各取所需。

2000年6月4日，大甲鎮瀾宮董事長顏清標向媽祖請示，擲筊後決定於7月16日（農曆六月十五日）為前往湄洲參加2000年「千禧祭典」活動的出發日期。然而，鎮瀾宮雖然不是第一次到大陸湄洲進香，但直接以擲筊決定前往日期倒是第一次。雖然「大甲媽」不可能開口指示前往湄洲進香是要採取「直航」或是「彎靠第三地」？但是顏清標卻是已經向政府當局拋出希望採取直航方式前往的「請求」。

大甲鎮瀾宮媽祖進香團要求採取「宗教直航」方式前去大陸福建湄州進香，也再次觸碰了兩岸政治對立下無法「通航」的敏感紅線。原本進香團希望包租外籍客輪，彎靠第三地，前往大陸湄州進香。不過，由於兩岸關係不明朗，北京當局從中央到地方，口徑一致要求陳水扁新政府先要對「一個中國」表態，於是過去被視為兩岸小三通先行者角色的「宗教直航」被迫取消。陳水扁總統更影射部份主張「宗教直航」的人士，說兩岸間的宗教交流不需要假借神意。行政院長唐飛也說，交流的前提是要對等與尊重，兩岸的文化交流對實質談判其實沒有任何幫助。

與此同時，大陸方面也提出所謂「四個要件」：宗教交流必須在一個中國前提，不彎靠第三地，不使用外國船隻，必須雙向直航的四個條件下才可以實施。因此，這個進香團就只好改變主意，以包機的方式前往香港再轉機到湄州。不少香客都顯得相當失望。因為一旦宗教直航果真成行，不單只帶來政治意義，對於信眾來說，也是一個相當大的鼓舞，並且實質加深了媽祖信仰在台灣政壇的影響力。

原本也表示要採宗教直航方式出發的朝天宮董事長曾蔡美佐表示，因為大陸明確表示宗教直航的四大原則沒有改變，就無法經由水路前往湄州，朝

天宮於是就放棄行程。⁴²

2000年7月16日，鎮瀾宮只好以搭機轉往第三地的方式湄洲謁祖，鎮瀾宮主要的進香團約2000人，友廟的進香團約1200人，合計約3200人，一同展開六天五夜的大陸之旅，重頭戲將是18日在湄州島登場的盛大宗教祭典活動。

努力藉著媽祖進香團來爭取宗教直航未果的鎮瀾宮董事長顏清標說，雖然信徒抱怨，但也不能違背台灣政府的政策。行政院方面先前一直以三通、直航要考慮安全問題而擱置。即使如此，行政院副院長游錫堃還是出席主持出發當天在中正機場航站大廳臨時設置的媽祖「行宮」的凌晨上轎儀式。陪同前往大陸的還有數名在野黨立法委員。

2000年的湄洲進香，鎮瀾宮雖未能如願以「宗教直航」的方式前往湄洲進香，但與以往最大的不同處，是鎮瀾宮突破了時空的限制和運輸的難度，將每年農曆三月前往新港奉天宮遶境進香的儀隊陣頭等大隊人馬器物，通通透過空運方式，搬演上了大陸福建莆田市的街頭與慶祝大會上；而且除了數千名的信眾參加外，還邀請國內九家電視新聞媒體和數家報社同行⁴³，在與大陸官方積極斡旋後而以衛星直播方式傳回台灣，除了讓大陸當局見識到大甲鎮瀾宮「大甲媽遶境進香」的「原汁原味」陣仗外，其宮廟產業所輻射建構出的政治、宗教、經濟、文化、產業、旅遊等方面的龐大利益與議題能量，促使了以管控媒體嚴格的中共當局，願意在宗教統戰與產業利益的考量下核准這樣的直播儀式。

鎮瀾宮透過花費鉅資的用心良苦，以「台灣媽祖」來疏通與對岸政治當局的接待規格，並且逐步的將宮廟產業影響力延伸到大陸福建以外尚未完全

⁴² 2000年07月16日〈台灣媽祖信徒開始福建之旅〉，BBC駐台灣特約記者吳小瑾報導 http://news.bbc.co.uk/hi/chinese/news/newsid_835000/8357532.stm

⁴³ 參引自楊美惠，2003，〈橫跨台灣海峽的女神媽祖—國界、進香與衛星電視〉，《媽祖信仰的發展與變遷》，台灣宗教學會，財團法人北港朝天宮，頁216
鎮瀾宮總計支付了八十位以上的媒體工作者的旅行花費

「開發」的香火市場，以累積其在台所據有的媽祖宮廟產業龍頭地位的象徵資本。並將已經完全「土著化」、「在地化」的台灣媽祖遶境進香儀式文化，搬演到完全與台灣媽祖信仰之文化生產與社會實踐迥異的大陸莆田市，透過全副陣仗的的遶境進香儀駕團隊與神偶陣頭的「文化展演」，讓大陸見識到了台灣媽祖信仰文化的常民特色與文化活力；同時也是演了一場兩岸宗教交流的權力戲碼給台灣的媽祖宮廟看，藉以鞏固其在兩岸宗教交流上的宮廟政治位階。在「典範的轉移」與「未濟的慈航」之間，其所強烈傳達出來的是一場場宮廟政治的競合戲碼，正不斷的在上演，不只在台灣，也在對岸。

而這場受到兩岸政治高層相當關注的千禧年「政治進香」，也不可避免的引起在野黨的利益攻防。親身參與活動的三位在野黨立委陳傑儒、曾振農、秦慧珠強調，台灣政府不應放棄藉由宗教交流的好機會以再度開起兩岸政治對話的僵局；此次交流，適值兩岸關係緊張、不穩定之際，透過宗教的軟性交流，媽祖婆是最佳的「兩岸和平女神」，他們將積極推動「宗教直航」早日實現。

陳傑儒表示，大甲媽這次尋根之旅，代表中國文化血源的關係是沒有辦法否定的，因為如此，兩岸之間應該保持良好善意的互動。透過這次宗教交流活動，他認為可以促進彼此的了解、增進友誼、打開心結，他誠摯希望未來兩岸能夠進一步走上和解之路，成為「真正和平之旅」。針對兩岸「小三通」問題，行政院將在六個月內規劃完成。據他了解，大陸最近釋放出一些善意，將來何時才能實施小三通，得看當時兩岸情勢而定，他將幫忙推動及早促成。

全程參與湄洲祖廟謁祖祭典的陪祭曾振農說，受到政策及法令的關係，使得大甲媽祖這次沒有辦法以直航方式「回娘家」，希望下次宗教直航會很快的實現。

曾振農強調，兩岸關係面臨不穩定、緊張之際，如能透過宗教軟性的交流活動，他相信媽祖婆將可以成為最好的「兩岸和平女神」。

同時也擔任謁祖祭典的秦慧珠認為，大甲媽謁祖活動，大陸十分重視，

從上到下充分配合，成為自五二〇以來海峽兩岸互動的樣板。秦慧珠說，為了這次祭典，大陸當地斥資約有數千萬元新台幣的費用、動員上千人力，以後還有誰會獲得大陸這麼大的行動支持實難預料。而「宗教直航」原本只需幾個小時到達的旅程，卻在政治因素下使得這次活動需要分四梯次、前後花了22個小時才到廈門，例如她早上五點多出門，晚上12點多才進駐旅館，實在折騰。⁴⁴她認為，大陸從中央到地方、從口頭到行動，不斷釋放出善意的時候，台灣應該把握契機；她也非常肯定鎮瀾宮這次的文化尋根交流活動，有助於兩岸的了解與和解。⁴⁵

事實上，由大陸官方主導的媽祖廟宇，在與以鎮瀾宮為首的進香交流過程當中，觀察得知台灣媽祖宮廟之間的香火政治、宮廟政治態勢，清楚的掌握了台灣媽祖廟宇組織來到大陸的「實際需求」；一方面，除了開始積極的投入媽祖信仰區域的大規模硬體的「經濟開發」外；另一方面，則是屢以「邀請」之名義，給足了台灣幾座宮廟主事者等跨海交流的面子。筆者在訪談鎮瀾宮往大陸進香的董監事成員口中得知，1987年初次見面時，對岸民眾對於民間信仰的儀式記憶，幾乎可以說是處於「連拿香都不會拿」、「連拜拜都不會拜」的狀態。八〇年代台灣漁民偷偷將部份祭祀用品等帶上岸祭祀，以及1987年鎮瀾宮首次到湄洲祖廟謁祖割火以後，兩岸的媽祖信仰交流才開始熱

⁴⁴ 楊索／十六日莆田電，2000.07.17，〈大甲媽謁祖，進香團兵荒馬亂〉，《中國時報》
這項進香活動是從十六日凌晨零時在鎮瀾宮起駕，上午五時在中正機場舉行送駕儀式。經過整夜未眠，顏清標和眾多信眾已悶出火氣。

進香團的神轎團、舞獅隊等各式陣頭，戴著橘紅運動帽、身穿陣頭服飾，沿途成為各國旅客矚目的焦點，台灣人嗓門又大，不管是在機場、飯店都聲勢浩大，聽聲音會以為來了幾萬人。有幸與進香團同機的其他旅客，下機時表情卻顯得有點透不過氣來。

顏清標出國不改鄉土形象，在新穎的赤角機場，他和一群團眾嚼著檳榔、吐痰、吐檳榔汁力道又猛又準。他談到政府不准直航，則「幹」聲連連，在候機室大聲開罵七字經，即使不認識他的外籍旅客，也為他的豪壯大哥本色而側目。

由於人數龐大，鎮瀾宮是採取分四日、分班機輸送信眾及媒體採訪團。但是沿路出現有民代、記者要辦落地簽證或是器材被扣留等各種突發狀況。承辦業務的兩岸旅行社聯絡不佳，因此近兩千人的食宿交通問題一片混亂。

⁴⁵ 【中央社】2000/7/20 福建莆田市電，〈陳傑儒、曾振農、秦慧珠說：媽祖是兩岸和平女神〉
<http://www.future-china.org/fcn-tw/200007/2000072103.htm>

大甲媽 2000 湄洲媽祖祖廟謁祖進香活動於 16 日起駕，18 日抵達湄洲港時，中國國民黨籍的陳傑儒、曾振農(不分區)、親民黨籍的秦慧珠(台北市)三人與鎮瀾宮董事長顏清標、台中縣議員劉松梧、林素真等多人一起扛抬著媽祖神轎走出渡輪到碼頭，場面莊嚴肅穆。

絡起來。誇張一點說，對岸的媽祖信仰還是台灣人「教出來的」，甚至可以說是鎮瀾宮「教出來的」。

而這場在國內政壇掀起了不小的波瀾的宗教交流事件，執政黨以「國家安全」為優先考量，拒絕在野黨及鎮瀾宮想推動的「和平之旅」。但在官方無法阻擋民間宗教交流的衝撞力量下，這場受到兩岸高度關注的媒體儀式，似乎也見證並穿透了海峽兩邊的政治領空，在全球化的數位連結當中，呈現出一種後現代氛圍裡被解構的地域性；而鎮瀾宮當然也因為這個活動，又再度的坐穩國內媽祖信仰宮廟產業的龍頭地位。

（三）香火市場的金援與開拓

大甲鎮瀾宮自 1987 年以後，年年前往大陸祖廟謁祖進香，不但將宗教交流擴及大陸其他縣市，更有著將大甲媽祖進香陣頭儀隊全副運往大陸祖廟進行「遶境」，以藉機宣揚展示台灣本島真正「原汁原味」的遶境進香文化。

台灣方面從 1987 年開始的香火與宮廟產業威權之爭，「領導品牌」的龍頭雖然已由鎮瀾宮所拿將下來，但在俗民社會裡所強烈存在的民粹式「輸人不輸陣」的社會意識和草根性格作祟下，鎮瀾宮與朝天宮除了仍需維持本島宗教市場的產業競爭外，大陸方面也絕對是一個必須延伸的宮廟政治角力與分靈產業規模等競爭的另一宗教市場。至於宗教統戰的爭議，在這些宮廟看來，更是能增加媒體報導的曝光效果，不論是以媽祖「神諭」或是以信徒強烈要求為藉口，都是一種行銷的策略。於是乎，從每年必須前往的福建莆田市媽祖文化旅遊節，到晚近興起的天津媽祖文化旅遊節，澳門媽祖文化旅遊節等；而大陸方面主動向台灣這二座宮廟分靈的，更有天津天后宮、泉州天后宮、上海松江天妃宮、山東長島顯應宮等；可以看出，在宮廟政治之間，

只要有可拓展、可競爭、可分靈⁴⁶的「香火市場」，台灣幾座大型媽祖信仰宮廟是絕對是會「應邀出席」和「出錢出力」的。

總計從 1987 年以後，台灣媽祖宮廟團體與各行各業的善心大德們，所捐獻給大陸各大廟宇修復整建的費用何止億元以上，而以「台灣○○○敬獻」而鐫刻留名於廟宇建材之上的，更是數不清。以重建大陸福建省莆田縣賢良港湄洲嶼朝天閣祖廟來說，《新新聞週刊》的一篇專論上是這麼描述著：

純粹從金錢的觀點來看，媽祖石雕似乎真的沒有不望向台灣的理由，因為在這個已經被中國大陸當局劃為國家旅遊特定區的湄洲島上，以媽祖祖廟為中心點的各個建築物當中，除了石雕像以外，「儀門」，造價 38 萬餘人民幣，由大甲鎮瀾宮捐建；「梳粧樓」，造價 39 萬餘人民幣，由新港奉天宮捐建；「朝天閣」，造價 76 萬餘人民幣，由鹿港天后宮捐建；「昇天樓」，造價 43 萬餘人民幣，由台中縣人曾仁貴捐建；其餘還有不少仍在興建的工程，也正在用台灣錢堆砌。⁴⁷

事實上，從 1987 年的媽祖千年祭，湄洲媽祖廟正殿重建落成以後，現今的湄洲媽祖祖廟總體景觀及建築面積，就已經比原來的古建築要擴充了一倍以上，而其中，幾乎絕大多數來自「親愛的台灣同胞們」。新台幣和著金紙、香灰在當地飛揚，範圍甚至擴大到傳說中媽祖在湄洲的出生地——賢良港，賢良港的「香客大樓」，也是新港奉天宮花了台幣約一百多萬所捐建。

由台灣前往湄洲媽祖祖廟的進香客，當然是對這些建設最具「功德」的人，同時，這一群數量龐大、進香外加觀光的「善男信女」，也成了商機。（陳

⁴⁶2004.09.19【中央社 記者趙宏進台中縣十九日電】

天津天后宮計畫在今年 9 月 25 日後殿修建完成之日，盛大舉辦媽祖文化旅遊節，特別向大甲鎮瀾宮恭迎一尊大甲媽祖分靈駐鎮神殿，顯示了大甲媽祖在大陸的份量。

天津市人民政府副秘書長劉紅昇、天津南開區人民政府余清文和天后宮主任委員蘇長奎等十一人，曾於七月中旬抵達鎮瀾宮拜訪，感謝大甲媽祖分靈進駐天后宮，同時邀請鎮瀾宮的神明儀陣等五陣頭渡海共襄盛舉。

鎮瀾宮號召北港鎮朝天宮、西螺鎮福興宮、台北慈佑宮、蘇澳鎮南天宮等共組進香團應邀前往天津市天后宮，其中鎮瀾宮有 825 人報名，另外四宮有二百多人參加。

媽祖進香團將於 21 日出發，26 日返台，第一天行程兵分二路，除了大隊人馬前往天津外，另外派遣 25 人護送大甲媽祖分靈送往上海松江區天妃宮。

⁴⁷ 包括 1992 年捐贈的賢良港天后祖祠符井軒，1993 年啓用的鐘鼓樓。

建勳，1997)

而為吸引台灣媽祖信眾與遊客的前往，大陸數座媽祖宮廟之地方當局除紛紛重修媽祖廟並辦起媽祖文化節以產生和台灣媽祖宮廟團體的「政教交流」管道外，更不斷的籌畫興建大型的媽祖文化觀光園區⁴⁸，以發展未來前景可期、商機可觀的台灣信眾「進香觀光之旅」。

正是這樣有利可圖的環境下，自 1987 年以來，大陸方面只要曾有媽祖廟信仰的地方，紛紛興起一股「媽祖熱」，由官方主導的推廣活動每年都持續的辦理著。其中，當然以湄洲祖廟所在地的福建莆田市所辦理的媽祖文化旅遊節為最熱絡的旅遊招商大會了，截至 2004 年以來已辦理了六屆，會中的活動項目和台灣各縣市政府所舉辦的「媽祖文化節」內容大致相同，舉凡學術研討、產業商品開發、藝文展演等均有。⁴⁹

2004 年更舉辦了首屆的世界莆商大會，總計自莆田建市以來，海內外鄉親共為家鄉建設累計捐資近 10 億元。截至 2004 年為止的 16 年間，到湄洲島朝拜媽祖的臺胞累計達 130 多萬人次，使湄洲島成了臺灣同胞到祖國大陸旅遊、觀光、朝聖最集中的一個景點。1988 年 6 月湄洲島被福建省人民政府批准為對外開放旅遊經濟區，1992 年 4 月被國台辦批准為臺胞落地簽證點，

⁴⁸ 星洲日報·2005/04/02 福建莆田將建媽祖城 2005-3-23

【大公網訊】福建省規劃設計專家近日對莆田市媽祖城總體規劃暨城市設計方案進行評審。評審通過後，媽祖城將於今年 5 月 1 日動工興建。

據新華社福州 3 月 23 日電，媽祖城位於莆田湄洲島與秀嶼港之間，與湄洲島隔海相望，規劃面積 1.6 平方公里。媽祖城將分為綜合服務區、濱海度假區、文化古跡風貌區、漁港遊艇碼頭區、生態休閒區及紫霄洞風景區等 6 個功能區。媽祖城近期規劃期限為 2005 年至 2010 年，遠期為 2010 年至 2020 年，建設將採用市場化運作方式，廣泛吸納海內外民間資金參與建設。

據莆田市有關負責人介紹，媽祖城的規劃建設是莆田市構建湄洲灣港口城市的切入點，將使莆田主動融入海峽西岸經濟區的發展大局。莆田市委書記袁錦貴認為，興建媽祖城可以使港口與媽祖文化兩大主要優勢找到良好的結合點。建設具有亞熱帶濱海城市特色的媽祖城，與媽祖祖廟遙相呼應，弘揚媽祖文化，發展旅遊經濟。

湄洲媽祖祖廟是「海上女神」媽祖信仰的發祥地，海內外近 2 億信眾心目中的朝聖地，近年來，隨著「媽祖文化熱」的興起和島內外基礎設施的完善，前來朝拜和旅遊的人越來越多，每年達百萬人次規模。

⁴⁹ 東南網，2004.10.28〈歷屆媽祖文化旅遊節簡況〉 www.fj.xinhuanet.com

同年 10 月被國務院批准為國家旅遊度假區。⁵⁰總括大陸方面辦理媽祖文化相關活動，主要是打著「弘揚媽祖文化、擴大兩岸交流、提升旅遊品牌」等三個目標。⁵¹

2005 年 3 月 30 日，彰化市南瑤宮信眾 1079 人前往湄洲祖廟進香。目前擔任彰化市長，並身兼彰化市南瑤宮主任委員的溫國銘認為，台灣的媽祖信眾來祖廟朝聖，有助於加強兩岸宗教文化的交流，培養兩岸人民的和平意識，使大家能夠安居樂業。在盛大的進香儀式後，南瑤宮當場申請加入中華媽祖文化交流協會。

根據「中華媽祖文化交流協會」秘書長林金榜說明，世界上有二十多個國家和地區的華人信仰媽祖，信徒二億多人。中華媽祖文化交流協會去年 10 月 31 日成立以來，已有 216 座媽祖宮廟入會，僅台灣就有 58 座。林金榜認為，南瑤宮加入中華媽祖文化交流協會，將有助於促進媽祖宮廟之間、信眾之間的交流與聯誼，加強兩岸的媽祖文化交流。

而至 2005 年三月中旬以來，已有 59 個台灣進香團的 3000 多名信徒到福建湄洲島朝拜媽祖和觀光旅遊，人數比去年同期增加了三倍多。⁵²

自 1987 年以來，兩岸冷熱不一的媽祖信仰交流，以鎮瀾宮為首的台灣媽祖宮廟團體，在帶動各宮廟團體前往對岸大陸「競相」交流下的成果，甚至有的大陸人連看到電視轉播的影像，還逕以為媽祖就是「大甲媽」？大甲鎮瀾宮的「大甲媽」紅透半邊天，這番轉折，呈現歷史發展弔詭的趣味，先是從大陸恭迎湄州媽祖分身回台灣廟宇奉祀，之後卻有大陸廟宇向鎮瀾宮迎請「大甲媽」分身進駐。近月來，泰國、日本等地的華僑，也紛紛向鎮瀾宮

⁵⁰ 新華網福建頻道，2004.10.28 〈湄洲島 16 年來已接待臺胞 130 多萬人次〉
www.fj.xinhuanet.com

⁵¹ 新華網福建頻道，
2004.10.28 http://www.fj.xinhuanet.com/news/2004-11/01/content_3132417.htm

⁵² http://www.wenweipo.com/news.phtml?news_id=IN0503300152&cat=000IN
[2005-03-30] 台灣大型進香團朝拜湄洲媽祖祖廟 【文匯專訊】

接洽迎請大甲媽分靈，同樣的媽祖，「大甲媽」卻特別有名。⁵³

對於此一現象，黃敦厚認為，十七、八世紀以來，由大陸移民自原鄉分靈媽祖香火來台灣，改變為從台灣分靈媽祖回大陸的「回流現象」，背後隱藏著大陸文革之後，宗教雖然得到解禁，宗教活動得以復甦，但是或因本身儀式殘缺、或缺乏辦理活動的經驗，故在「禮失求諸野」的情況下向外尋求「奧援」，除了為大陸廟宇本身帶來新的經營契機，也是一種鞏固交誼的方式。（黃敦厚，洪銘吉，2005）

但筆者以為，不斷利用海峽兩岸媽祖信仰的「文化紐帶」與「返祖意識」等意識形態關係來進行統戰工具的大陸當局，對於大陸媽祖「法統」位階的堅持，若不是藉分靈以強化與台灣二大媽祖信仰宮廟的關係鏈結，使以鎮瀾宮、朝天宮為首的台灣媽祖廟宇從此因具有「分靈祖廟」的身分，而相對的增加了一層不同的「香火」關係，建立了彼此後續交流的「政治性」與「必須性」；不管是對於大陸分靈廟宇的硬體建設「金援」，還是文化旅遊節活動舉辦的「邀請」，對大陸方面是統戰與交流的一石二鳥，對台灣方面則是互蒙其利的面子裡子均有。

前大甲鎮瀾宮常務董事董振雄先生於宮內服務三十餘年，2003年退出董事會後，將鎮瀾宮數十年來往來北港朝天宮、新港奉天宮以及湄洲祖廟等的進香歷史演變，用照片做了歷史的紀錄。其中，從三冊著作之一的《大甲媽湄洲行—1987-2003》一書中可看出，長期在共產主義無神論意識形態下生活的大陸人民，處在宗教信仰自由被箝制的冷酷異境中，廟宇建築的景況可用「凋敝」二字形容，對照大陸當局近二十年來為因應台灣進香團而開始積極辦理的各項「紀念媽祖成道昇天○○○○年」活動，其一手箝制信仰自由，一手經濟開發的政治操弄與宗教消費，在意識形態的拒斥與宗教統戰的還迎之間，不免的將產生信仰的異化與無所適從的認同。

⁵³吳敏菁/大甲報導，2005.04.14，中國時報，〈刈火改祝壽，大甲媽闖出一片天〉

從 1980 年代開始陸續有著台灣漁民的上岸祭拜，大陸方面對於台灣的統戰用心可謂積極，在中華民國政府於 1987 年 7 月 15 日一宣佈解嚴後，大陸方面隨之舉辦「紀念媽祖成道昇天一千週年」的活動邀請。從 1987 年鎮瀾宮的首次進行的宗教交流開始，大陸方面爲了歡迎大甲鎮瀾宮回到祖廟的謁祖進香，無不展現驚人的「動員」及「表演」能力，只見粉墨登場出現的大人小孩、老弱婦孺、民俗陣頭等的列隊表演，「仿古」的著宋朝服裝的儀列人員、著唐裝的樂隊人員等，出現在幾乎全新的媽祖廟廣場前；之後，擴大爲旅遊文化節的舉辦後，表演的內容陣仗與專業水準，亦不輸給台灣的「大甲媽祖國際觀光文化節」的規模；其打出「宏揚媽祖文化，促進兩岸交流、發展旅遊產業」的目標，對照台中縣政府強調的「國際化、環保化、年輕化、產業化、精緻化」的目標，兩岸行政當局藉由媽祖信仰以發展觀光旅遊產業的用心並無二致，兩岸政治人物染指民間信仰的政治操弄手法亦如出一轍，而媽祖宮廟與地方政治間的複雜關係亦充分顯現民間信仰相當世俗化、政治化、商業化的時代變化。

在這近二十年來的兩岸媽祖信仰交流發展過程中，兩岸媽祖信仰文化最大的不同，是媽祖信仰被發揚光大的歷史過程與文化積累是在已經充分在地化的台灣這一邊。台灣信眾對於媽祖信仰的虔誠與熱切，反映在全島七百六十餘座廟宇的高密度分佈，以及全島三分之二的民間信仰人數。台灣媽祖信仰獨特的進香儀式、庄頭動員的機制、文化地理的情感、信仰的集體意識與宗教的道德關懷等，充分的與整個文化台灣的社實踐與文化生產密切相關。

二、媒體轉播的異化—虛擬實境的儀式

（一）瘋狂競播的儀式異化

透過媒體的鏡頭轉播，媽祖進香儀式的畫面無遠弗屆的同步傳達到每個閱聽人的眼前。在科學發達、理性揚昇的現代社會裡，從媒體的轉播上，畫

面所呈現的經過揀選的、片段的、零碎的、去脈絡化的「虛擬實境」當中。此植基於「虛擬存在」(fictions of presence)上的新視覺構造，讓電視上所呈現的和觀眾生活的世界被結合在一起，成爲一種統合的存在。(楊美惠，2003：223)

而閱聽人從媒體儀式中，又是看到一個什麼樣貌的「大甲媽祖遶境進香活動」再現？事實上，大甲媽起駕的陣頭表演，煙硝砲火、熱鬧鼎沸的畫面，如今透過多家電視台現場轉播，已鉅細靡遺地進入了每一個觀眾的眼中，讓人有如身歷其境。透過鏡頭的放大效應，大甲媽祖信仰也彷彿只剩下充滿刺激的喧鬧場面，尤其今年還發生兩起陣頭成員持法器大打出手的流血事件，更成了媒體的焦點，也引來各界的批評。⁵⁴

「望著電視所播放色彩豔麗、熱鬧喧嘩的媽祖進香，我越覺失落，彷彿周邊是幻境，此時此地舉辦台灣媽祖文化節到底有何意義？」、「進香隊伍像蝗蟲大軍一般，流動攤販也如影隨形，沿途留下的是無數的垃圾、免洗碗筷隨風吹散，不知道製造多少環保問題……。」在電視台連續幾年對於起駕儀式全程轉播之後，許多民眾不禁質疑，除了熱鬧，媽祖進香還有什麼樣的宗教意涵呢？(蔡文婷，2003)

由於傳播科技的發展和國際的自由化趨勢，傳播市場生態有重大的轉變。從報禁解除、廣播電視頻道開放、有線電視頻道開放申請、衛星電視的開放和網路媒體的發展等，使傳播媒體市場更加活絡，市場的競爭加劇等，

⁵⁴行政院新聞局 新聞稿，2003.05.21，〈2003.05.09 電視節目評鑑結果〉

行政院新聞局日前召開「廣播電視節目暨廣告諮詢會議」，對於目前電視新聞報導的畫面處理及新聞廣告化等情形進行討論。多位諮詢委員認爲目前電視新聞以 SNG 連線爲由，未能善盡媒體守門人的責任，致新聞報導讓觀眾產生不安，顯示媒體新聞專業水準仍待加強。

新聞局指出，本次會議中，諮詢委員認爲在強調新聞自由的前提下，新聞報導的畫面仍應遵守節目分級的規範並避免新聞廣告化。會中作成如下的決議：

(二) SETN「2100 整點新聞」、東森新聞台「東森整點新聞」、中天新聞台「中天整點新聞」等電視台報導大甲媽祖回鑾，陣頭發生肢體衝突的新聞，以近距離拍攝陣頭間的攻擊行爲，已足以令人覺得驚恐不安；以上均爲 SNG 現場連線，媒體經營者應以更負責的態度，對 SNG 現場轉播的新聞制定嚴謹的處理程序，善盡守門人的責任。以上電視台均應去函要求改進。

都使得任何訊息傳播與產業行銷等均必須高度仰賴各種媒體網路。鎮瀾宮運用外力的協助與媒體的報導，早在八〇年代即開始，首開國內宮廟產業藉由媒體與學界來行銷的獨到策略。1981年鎮瀾宮一位活躍的董事捨棄過往由大甲本地的文史工作者，或地方學校教師人才，在地方性報紙做報導，代之以積極地爭取台北學界的支援，在全台性的報章雜誌上大肆介紹討論大甲進香，引起全台媒體及民眾的注意。由當時任職於民生報的黃美英開始做全程之報導。台大人類學系也鼓勵系內學生參與進香，做田野實習觀察。逐漸帶動其他學校及其他學科的參與與研究，如東海大學歷史系，文化大學戲劇系。（張珣，2003：123）1988年鎮瀾宮舉行五朝的慶成祈安建醮時，已經可以請到台灣大學、政治大學的中文系學者，前往慶賀並撰文紀念。此後年年的進香活動，鎮瀾宮均能把握到爭取學界及媒體的參與報導的重要性，將其名聲推高到其他媽祖廟進香活動之上。（同前引，頁124）擴大原有民俗廟會活動的文化論述與文化再生產。

而在電子媒體的部分，在以前老三台管制播出時段的時代，只能在進香前透過買廣告來報導進香資訊；而進香回來之後，則是買下高價位時段來播出，甚至有進香錄影帶的販售。而後進入九〇年代，開始有了邀請流行節目藝人來主持進香節目的噱頭，但卻曾發生主持之藝人搞不清楚正確名稱是「大甲鎮瀾宮」而唸成「大甲鎮鎮瀾宮」的糗事發生；而聘請知名記者前來主持進香節目的噱頭，可以說是更有效的行銷策略，例如邀請中國電視台的記者沈春華；而有線電視頻道開放以後，便漸漸開啓了「全程轉播大戰」，最早參與投入媽祖文化節轉播的，就是播報本土節目當紅的TVBS電視台主播蘇逸洪以及東森電視台了；幾經媒體經營理念的不同，最後變成了以製作本土化節目為主力的三立電視台居首⁵⁵；2001-2003年之間可以說是媒體報導最瘋狂

⁵⁵三立電子新聞，2005.04.06，〈SETN 推出「媽祖宗教文化之旅系列報導」〉 記者／蔡志遠

大甲媽祖遶境於314日正式開始，SETN在當天會派出主播敖國珠及呂惠敏採雙現場方式在鎮瀾宮及水尾橋Live轉播廟會活動，並預計出動二台SNG車、一輛OB車、四套微

的期間，當時，在幾座大型廟宇，都可見到至少四家以上的有線電視新聞台的攝影師等工作人員，各佔一方的架起機器進行全程轉播，而其它無線電視媒體、縣市地方有線電視公司也都有記者在場；至於必須行經的數十間較小廟宇，仍可見到全程轉播的電視台 SNG 車在場等候鑾轎到臨。

但從 2004 年開始，媒體轉播的熱潮不再，原因當然有很多。筆者以為，社會大眾的閱聽習慣往往對於政治新聞和社會新聞的高度關切，絕對是勝過於文化新聞和廟會活動的報導的；所以從具備敏感政治身分的顏清標入主鎮瀾宮董事長後開始，接著 2000 年總統大選的「挺宋」動作，接著被羈押、隨後當選立法委員…，這一連串的政治議題，也讓鎮瀾宮無形中被披上了濃重的政治色彩，使得 2000-2003 年的媽祖進香活動，受到媒體的高度關注和瘋狂報導，幾乎隨時打開電視，都可看到整點新聞的進香 SNG 報導。

2005 年，在其擔任台中縣文化局長任內曾辦理過四屆媽祖文化節的現任文建會副主委洪慶峰，在高升之後，對於在地的大型文化活動自然可以廣為爭取中央層級的金援、指導與協助。2001 年時，鎮瀾宮反對交通部觀光局所主導的聯合島內四座大型媽祖廟所欲一起辦理的「台灣媽祖文化節」，因為這樣的「點子」，根本上就不可能獲得長期以「高姿態」和「龍頭地位」來主導進香活動辦理的鎮瀾宮。但 2005 年，由行政院新聞局、文化建設委員會與交通部觀光局指導的「2005 台中縣大甲媽祖國際觀光文化節」系列活動，可算是歷年來舉辦媽祖文化節所得中央單位的最多行政「資源」與配合造勢。記者會於 3 月 30 日在西門紅樓舉行，為吸引年輕世代的加入，台中縣政府將活動宣傳主題定為「媽祖無所不在」，並且製作了全台最大的 Q 版媽祖造型

波及三支吊臂式攝影機以捕捉最精彩的畫面。

此外，三立電視也準備了一千五百組於媽祖廟「過香爐」的平安符組(香火包、平安令旗、T 恤)將送給觀眾保平安。

從 3 月 14 日起至 23 日，首先推出『媽祖宗教文化之旅系列報導』專題，為遶境活動熱身，今年專題的製作方向，以淨化人心、宗教文化、社會和平為主軸，推出「放下屠刀」、「感謝佛祖」、「向毒說不」、「生活苦行僧」、「耶穌原諒我」、「與佛祖結緣」等專題。

氣球，希望提升年輕族群對於媽祖的接受度。⁵⁶而這個媽祖造型氣球，還將巡迴於台北、台中、高雄愛河三地升空造勢。

三立電視台中部新聞採訪中心主任張芳賓先生，在接受訪談時表示，四家以上有線媒體同時出動 SNG 車採訪轉播的熱潮已經過去了。閱聽人對於年年幾乎播報相同畫面的進香活動，興趣已大幅降低，媒體業者投入的人力物力也逐漸退潮。這可從 2004 年媽祖起駕時，扶轎出埕的信眾瘋狂簇擁畫面已明顯的減少，而以往從廟口走到水尾橋通常需要將近二小時的時間，也縮短的許多。

另外一個值得關注的現象是，2004 年進香活動結束後，鎮瀾宮首度罕見的向媒體公佈了進香期間所獲得信徒捐獻的金牌數目和香油錢數目⁵⁷，並宣稱高過往年。這個動作背後的意義究竟如何呢？根據筆者訪談相關人士得知，2004 年進香期間的金牌數目相較於 2003 年是少了些。而鎮瀾宮對外宣佈的動機，很明顯的一個企圖其實是新聞議題炒作罷了，就好像每年農曆新年期間，所對外宣佈的香客及香油錢數目竟然大同小異的炒作策略一樣。筆者認為，鎮瀾宮操作的策略一貫是以「政治議題」為優先，以維持其媽祖信仰產業的龍頭地位和藉以提高進香熱潮，所以「沒有議題，就得創造議題」是鎮瀾宮的基本策略。即使金牌是從保險箱裡拿出來的，即使香油錢數目是虛報的，但又有誰能夠去查證？財團法人鎮瀾宮放在銀行保險箱裡的金條金塊誰又能清楚知道有多少？「廟是四方財」，香油錢是靠信眾奉獻的，相信沒有信眾會去在意錢是如何被用掉的？或是成立設置財團法人所必須依法令規定的應當有多少百分比捐作慈善公益救濟用途上？

而所謂的進香「八大儀式」，各家媒體著墨之處並不深入。反而將政治人

⁵⁶ 三立電子新聞，2005.04.06〈新聞局等推動大甲媽祖文化促進國際觀光〉記者／周欣儀、李毓潔、薛郁潔、簡淨芬

⁵⁷ 2004/4/26，記者：井建智、廖文漢、許立帆報導
〈媽祖遶境一獲贈 733 金牌，1362 萬香油錢〉

大甲媽祖 8 天 7 夜遶境之旅，圓滿落幕，沿途許多信徒還願，送金牌和香油錢給媽祖，鎮瀾宮下午展開清點，一共有 733 面金牌以及香油錢 1362 萬元，總值估計超過 2 千萬元以上。

物的出席、插香、扶轎等動作塑造成新聞重點；將政黨之間的角力攻防、合縱連橫的戰線延伸到了鎮瀾宮的媽祖駕前；將兼具立法委員、無黨聯盟召集人等政治身分的鎮瀾宮董事長顏清標，和其它友黨高層之間的私人情誼、合作對象、政治利益等牽扯成了「大甲媽祖」與「數萬信眾」的支持傾向；每每應媒體要求在媽祖駕前發言的政治人物，也都處理成近似政治人物的造勢活動，政壇權力的微妙變化等的過渡炒作報導，而嚴重忽略了進香活動的儀式本質。

進香「八大儀式」彷彿不是重點，在媒體眼中，重點反倒成了大甲媽祖在選舉時是否指示支持哪個政治人物？進香期間出席的政治人物為誰？插香扶轎者為誰⁵⁸？陣頭衝突侵犯媽祖的年年上演，進香活動巨額花費的可觀數目，起馬筵席五百桌次的龐大陣仗⁵⁹，湄洲進香宗教交流的直航與否？與朝天宮有無復合可能？這些議題，似乎才是媒體新聞年年必定重複報導的「八大議題」。

「虛擬的存在」對宗教儀式的媒體化提供了巨大的潛力。尤其是一個現場直播的儀式，帶來了眾多背地裡上或政治上的距離所區格的參與者，是無法全部在同一時間裡，共同分享並吸收著宗教儀式中共同的語言和非語言的訊息。(楊美惠，2003：223)

而媒體方面將進香活動當成社會事件的過度強化報導，勢必淡化並異化了具有長時間、連續性的宗教儀式活動。而媒體在業務配合上，選擇了合作夥伴的宮廟與週邊產業的行銷報導，其所忽略進香活動「主體」——也就是「信眾」的部導，而去脈絡化的將宮廟主事者與政治人物的插香扶轎請神安座、信眾簇擁、遊客如織等的畫面加以拼湊、濃縮、剪輯、放大等，必將使閱聽人在媒體轉播畫面上所進行的儀式認識論建構上，接收到媒體文化霸權的意

⁵⁸ 黃詩琪、彭光煦報導，2005.04.10，〈大甲媽起駕，宋楚瑜第9年扶轎〉
<http://news.yam.com/tvbs/life/200504/20050410765008.html>

⁵⁹ 「大甲媽起馬宴，席開425桌歷年最多。」
<http://news.yam.com/tvbs/life/200504/20050410765008.html> 黃志偉報導 2005-04-06

識形態宰制，以及為迎合市場邏輯競爭下的新聞鏡頭揀選的扭曲異化報導。

而透過媒體所製播剪輯輸出後再現的影像，由於僅是進行社會事件般的資訊密集報導，並無法進行深入的分析與探討活動背後的文化意涵，完全選擇以高度消費性的政教議題與衝突事件來陳述，並將高度政治性以及渲染力的鏡頭，透過近距離的畫面不斷放大，不斷播映，呈現了後現代社會當中一種媒體意義過剩的虛擬儀式現象。而這種政治論述式的意識型態宰制策略，也使得多數閱聽人在無法清楚認識民間信仰進香文化的同時，產生更多對於這方面的誤解。

現代宗教信仰的傳播，必須仰賴電視媒體這一資本主義的盟友。我們從宗教團體經營電視台、出版報刊、買時段節目宣揚教義並進行宗教商品的販售等情況均可看出。台灣民間信仰的宗教經濟實力與宮廟產業規模雖不如制度化宗教的嚴謹與科層管理，但仍必須仰賴媒體的行銷，才能擴大產業的基模與市場。但過度操弄媒體，也可能反受其害；一位受訪者表示：「成也媒體，敗也媒體」，年年一層不變的進香活動，要如何賦予媒體報導的新意，恐怕是必須深思的；以信眾和儀式為詮釋意義主體的進香文化活動與時代價值的宣揚，若持著「有新聞性就有賣點」的心態來無選擇的被動行銷，讓整個儀式過程被粗糙的以政治新聞或社會事件的畫面所突顯的權力、政治、衝突、商業等給取代，恐怕對於媽祖信仰文化的發揚與深化，會造成很大的斷傷與影響。

（二）穿透政治領空的越界

台灣媽祖廟宇前往大陸湄洲祖廟謁祖進香所採取的交通方式，一直也成為宮廟政治間的權力/知識論述的重要象徵資本。由於媽祖最初是航海之神，雖然鎮瀾宮於 1987 年 10 月率先取得湄洲祖廟香火，但是卻是以坐飛機且繞經第三地的方式回到台灣。而 1989 年 5 月蘇澳南天宮甘冒違反國安法令，大

膽以十九艘漁船直航方式前往湄洲，其將香火由傳統海路攜回台灣的做法，在當時是一項足以傲視群廟的創舉；而此舉所建構的媽祖靈力與權力/知識論述，與坐飛機來台的湄洲媽祖，意義自然不同。

2000年7月16日，大甲鎮瀾宮一行三千多人，連同媽祖鑾轎、涼傘令旗、陣頭神偶等遶境進香所需的全副裝備一齊搭上飛機，前往大陸湄洲祖廟參加「千禧年祭典」活動。

鎮瀾宮邀起了九家電視新聞台和數家報社，同行採訪報導他們至福建的進香活動，並支付記者、攝影師和技術人員的機票和食宿費用。鎮瀾宮組總計支付了超過八十位以上的媒體工作者的旅行花費。對進香活動和其他電視報導兩者而言，最重要的部分就是現場「直播」在湄州島重建的祖廟之主天井上所舉行的「大祭典」。鎮瀾宮和湄洲祖廟費力重造一個巨大的祭壇，來供奉祭品給媽祖。他們結合了鎮瀾宮自己的民粹儀式傳統，並參考國家祭祀神明的儒家祭典手冊，和明朝皇室於政府支助的南京媽祖廟所舉行的儀式紀錄，而融入新的精英成分。這個盛大的媒體事件，動員了數百位台灣和福建的參與者，身穿宋朝服裝，聚集在一起向媽祖致上最敬禮。（同前引，頁216）

台灣的三家有線新聞台，即東森、三立和中天，以及一家無線電視台，即民視。透過衛星的畫面傳送，台灣民眾可以同步的收看到鎮瀾宮參加湄洲祖廟的祭拜畫面；而TVBS和三家政府的新聞台，則必須延遲報導有關新聞。（同前引，頁217）

越過台灣海峽的宗教進香活動和衛星電視傳送，可以看作是踰越國家邊境的兩個類似的活動，正腐蝕著長久以來被政府的意識形態機器、國家的大眾傳播媒體和軍事的邊界巡邏，所分隔出來的國家社會領域。（同前引，頁219）

鎮瀾宮年年前往大陸的謁祖進香，從1987年偷跑事件所代表的挑戰司法空間；到2000年，運用衛星傳送的科技媒體，成功的製造了一個新的電子儀式空間，並直接傳送回台灣的媽祖信眾面前。除了大甲鎮瀾宮的全副陣頭在

莆田市街道上遶境遊行外，甚至對於已經禁止燃放鞭炮的莆田市，鎮瀾宮都能說服當地政府破例乙次。

對照台灣媽祖遶境進香場面的熱情與混亂，大陸方面則是顯得一片理性與冷靜。一位中天新聞台的記者表示：「在台灣，我們新聞人員和攝影師根本沒地方可以站，因為瘋狂的群眾會一直向前擠。……但在 2000 年所謂的千禧祭典活動當中，除了大型歌舞展演的場面外，攝影師的拍攝卻是非常容易，因為大陸公安可以以公權力真的將群眾隔離在警察的人陣之後。」（同前引，2002）

而從對岸媒體受政治箝制的程度來看，可以看出大陸方面對於此次活動所表現出的「冷」，不只在福建祭典的街道現場，還在新聞事件的報導上。台灣媒體採訪了六天的新聞，依「業務配合」的商業往來關係，塞滿了台灣的新聞節目；而大陸方面的媒體卻是付之闕如。經詢問當地媒體人員而得到的答案是：這只不過是個「民間活動」，而不是政府的活動。

鎮瀾宮方面花費大筆經費支付台灣媒體轉播所有人事技術等費用的用心，無非是想將藉其用心交涉爭取而來的大陸展演場域，透過衛星媒體的同步轉播，全方位的行銷其台灣宮廟產業龍頭地位的進香儀式與產業勢力，且藉由電子媒體的穿透力量，擴展其宮廟政治影響力到每一個能觸及與張弛的空間中。

海峽兩岸在政治情勢對立下，至今無法完全直航，但民間交流與經濟關係卻又密切熱絡。楊美惠從性別與民族國家的角度來分析鎮瀾宮此次的湄州進香活動。她認為，媽祖廟和神明關係的女性中心語言，也對另一種男性社會，即民族國家引發不同的意義。媽祖的女性親屬關係，也被用來對比海峽兩岸的現代民族主義論述。在台灣到福建的進香團開始了新的以及擴大的進香之旅後，婚姻和母系關係中的媽祖女神聖像性（iconicity），使其隱含了新的意義，即成為介於兩個由男性界定的「政治實體」（political entities）之間的中介者和跨越疆界者。（楊美惠，2003：214）

由於兩岸的對立分治，從台灣民間宗教團體與官方執政在野兩黨對於宗教直航議題的「激情攻防」，以及大陸高層呼籲台灣方面應以「一個中國的原則」直接進行宗教直航的「統戰宣示」；再對照鎮瀾宮回返大陸祖廟的謁祖進香儀式透過大筆經費運作行銷的「熱」，以及大陸方面民眾及媒體報導回應的「冷」，此一宗教交流議題所織構出的宮廟政治、媒體再現、權力流動及兩岸政治等的論述，透過媽祖信仰所具體而微呈現的政治/文化關係，在衛星的直播下，被一個虛擬實境的電子儀式給穿透了政治的領空，並重塑了鎮瀾宮所欲強化的文化權力關係。

第三章 大甲媽祖遶境進香活動之權力與政治實踐

第一節 香火權威—法統論述到去中心化的轉變

一、分靈關係與香火權威的政治論述

在台灣各大廟宇所奉祀的神明中，媽祖可以說是民間信仰中最獲台灣基層社會大眾所普遍信仰的女神，究其因，當然是祖籍福建的媽祖為海上女神身分的領域象徵，正符合著台灣先民多數為離鄉背井、渡海來台的閩、粵移民，當在台灣落地生根後，將大陸原鄉的神明請至台灣，以重新在落戶的庄頭傳承萬年香火，正是中國人族群意識與文化血液中立命安身的認同方式之一。而傳統奉祀方式，不外以公廟、神明會、神壇、家神、香火袋等不同方式在奉祀，而其中的廟宇奉祀，更有著團結社區（庄頭）認同、的意義。

由於明、清移民不斷的在台灣各地開墾落戶結社、渡海分靈請神、建立新廟奉祀，隨著政治的改朝換代和權力重組，媽祖的政治賜封和信仰屬性也不斷的被重新被賦予和定位。而各宮廟媽祖本身，又因其分靈位階高低之不同所產生的與它廟間的割火（刈火、掬火、乞火）、合火、進香（刈香）、交香（參香）等儀式活動等的交流方式，遂牽扯出各宮廟香火權威的政治論述和管理組織的利益競合等。

宗教信仰的競爭態勢，各種教派與各種神祇的競爭都有。而分析台灣媽祖信仰各宮廟間的香火權威競爭態勢，其爭有二：一是爭「和湄洲祖廟建立直接的香火淵源」，也就是在爭奪大陸湄洲祖廟香火的台灣法統的「法統代理權」。二是強調該廟在台灣「歷史」上的特殊地位，將當地的媽祖廟和「歷史大事」做密切關聯的詮釋和再現。（黃美英，1994：59）像是以明鄭系統驅荷復台所奉祀的「安平開台媽祖」（船仔媽）以及由施琅奏請清廷賜封的台南市

「祀典大天后宮」(祀典媽)之爭，是屬於信眾形塑當時統治者之民族情感與政治意識形態所賦予的「神明政治位階」，這是屬於「開台」、「開基」的「政治代理權」之爭。而台南市土城「聖母廟」和顯宮里「天后宮」的「正統鹿耳門媽祖廟」之爭；北港鎮「朝天宮」和新港鎮「奉天宮」的「古笨港天后宮(天妃廟)媽祖」之爭都是。這當中，各個學者依照本身所擁有的文獻證據，為不同的廟宇之間彼此爭論其年代的早晚先後或是否靈驗之討論。張珣認為會有這種爭戰出現，這是因為不同的媽祖廟為了爭奪信徒，所採取的手段。如北港朝天宮與新港奉天宮雙方都表示本身是笨港康熙年間所建天妃廟的後身，蔡相輝的《北港朝天宮志》和林德政的《新港奉天宮誌》正是為了彼此的立場進行表述、論戰。(張珣，2001)

民間信仰的擬親屬的關係中，神明分靈(分火、分香)的香火關係和漢人宗族社會分家後各立祖先的香火關係確有相似。王嵩山研究指出，立「分身」與「分靈」，就信眾的理念而言，基本上只在於一種非具體但卻有其力量產生之可能「形象」而已。這個形象，根據一個「本源」的基本概念來說，必須體認其「所從出」，並得時時回去其「所從出」之廟，通過過爐、掬火的行動不斷確認並保存其靈氣；在這一個層次上，又一次顯示出中國人基本的親屬關係之運作。在這種親屬關係之深一層的接觸中，我們可以發掘出「所出與所從出」二者之道德上的關聯性，及其力量的傳承性。媽祖神只有一個，而其分身與分靈乃至上百上千；就信眾而言，祂只存在於一處，祂亦存在於任何一處。存在與否以面對的當時為判準。(王嵩山，1999：107)

黃美英認為，「香火」是為一主要象徵，以及有關的儀式活動，有其相當複雜的多義性(Multivocality)；各媽祖廟重視其香火來源，以此建立其正當性與合法性，各媽祖廟的香火權威、歷史論述與儀式的名稱，牽涉各廟之間的位階關係，並可象徵神靈的顯赫與聲威，因此「香火」成為一種可轉化的象徵資本。(黃美英，1994：193)從人類學的探討角度，有關「開台媽祖」的建構，以及「正統」之爭，這些現象都具有特殊的社會文化意義，從中可

探討地方群體如何「合理化」該廟「歷史」的「真實性」，以及如何透過儀式所提供的場域，「再生產」其社會制度、文化認同與權力重組。(同前引，頁59)

林本炫在〈湄洲媽祖帶來的信仰熱潮與爭議〉一文中指出：台灣的媽祖從來不是依靠聖顯神話而建立其香火，而是依靠和湄洲「祖廟」之間的香火與靈力傳承關係。台灣媽祖信仰的「關鍵零組件」，就是靈力。……台灣媽祖信仰的一個最大特色，是它香火的正當性來自於歷史的傳承與香火的分割，而不是以顯靈事跡為廟宇香火興盛的關鍵。往往是香火盛了，靈驗事跡自然跟著多起來，而香火的興盛又和移民的開發與人口移動有密切關係。因此，各地媽祖廟往往就要強調自己的歷史地位，或是和湄洲信仰中心的傳承關係。誰能夠和湄洲直接搭上關係，就可以取得台灣區媽祖信仰的「總代理權」，而總代理權背後所代表的，自然是龐大的香火所帶來的政治經濟利益。(林本炫，1997)

廟宇神明間的分靈與香火關係，其實正是一種權力差異的政治論述。台灣媽祖信仰在經過1987年大甲鎮瀾宮首先破冰前往湄洲祖廟謁祖參拜後，形成了爾後各個宮廟團體紛紛仿效前往大陸祖廟尋求「香火祖源」之靈力加持的政治動作，「香火」的多義性，「香火」的象徵資本，「香火」的再生產，「香火論述」的「文本」，早已隨著兩岸的充分政教交流，而不在被幾大宮廟產業所單獨掌握與主導詮釋，隨著大陸高層賦予媽祖高度統戰論述的大開發、大躍進，以及台灣朝野政黨的見獵互噬與角力攻防，「香火論述」從被大甲鎮瀾宮居於關鍵角色的解構後，重構者的角色卻早已是交給資本主義的市場邏輯了。

鎮瀾宮在1987年前往大陸湄洲率先取得後祖廟香火的「政治頭香」後，不但增強了其香火權威的論述空間和能量，更因為在兩岸尚未開放探親之際的偷跑突圍動作，牽動了對岸政治高層對於「湄洲祖廟」的統戰論述，以致於影響了台灣這二十年來的兩岸交流政策；使得原本看似單純的島內媽祖信

仰之香火政治，搖身一變而成爲迫使處於被動的台灣當局必須在宗教交流直航問題與國家安全等做出回應與表態，鎮瀾宮無形中拉抬了自身的宗教交流置高點，也加深加強了鎮瀾宮在台灣宮廟產業政治間的政治權力。而這些變化，均使得原本民間信仰以分靈關係和香火權威論述爲主的權力圖譜，不得不改弦易轍的大力操作兩岸交流的「媽祖政治經濟學」了。

二、媽祖宮廟產業權力圖譜的變化

媽祖是台灣最受崇拜的神明之一，其信仰的實踐反映在相關神明會與寺廟的建立。據內政部統計資料，目前台灣約有媽祖廟與七百六十餘座。其中較著名者有蘇澳南天宮、基隆慶安宮、北投關渡宮、新竹長和宮、大甲鎮瀾宮、彰化南瑤宮、鹿港天后宮（舊祖宮）、北港朝天宮、新港奉天宮、台南大天后宮、鹿耳門聖母廟、朴子配天宮等。

其中，淵源於清朝康熙三十三年（1694）由樹壁法師悉來湄洲媽祖香火的北港朝天宮，從清朝道光年間以來，就已發展成爲本島南部地區媽祖信仰的中心（李獻璋：1979）⁶⁰。王見川研究指出，北港朝天宮於至遲在咸豐初年已名滿台灣府城（今台南市），成爲當地人崇奉的神明。至同治中期，聲威更擴及到台灣中北部，朝天宮逐漸成爲全台最著名的媽祖廟。光緒二十一年（1895），馬關條約成立，台灣割讓予日本統治，面對這波政權轉移，台灣的媽祖信仰受到頗大的衝擊，這表現在二方面：一是各地媽祖廟遭受到破壞；二是原先的進香、謁祖、遶境活動停頓。（王見川，2000：244）⁶¹

⁶⁰ 參引自王見川，2000.06，〈歷史、權力與香火—北港朝天宮宗教地位形成之分析〉《台灣的民間宗教與信仰》，博揚文化出版，頁 242-248

⁶¹ 同前引

根據台灣總督府檔案，日本領台初期，全台共有近三十間媽祖廟，被日本政府或軍隊佔用，或作兵站、醫院或當機關所在，如澎湖媽祖宮、鹿港新祖宮充作國語傳習所教場，大甲鎮瀾宮成爲台中衛戍病院大甲分院，而北港朝天宮則用作北港辦務署第一、二區街長公務所。

然而，由於 1908 年縱貫鐵路的開拓完備、1912 年朝天宮的重建、1914 年奉迎北港媽祖塑像等活動，使得北港朝天宮在日據時期仍不斷的強化、擴展其影響力；當時的《台灣日日新報》、《台南新報》均有相當的報導，另外，日據時期的學者岡松參太郎《台灣私法》(1910)、山本曾太郎《朝天宮媽祖雜感》(《台灣月報》12:8, 1918)、山根勇藏《台灣民族性百談》(1930)、宮本延人在皇民化時期的報告中的「(百姓)最信仰的廟」部分，列有唯一的媽祖廟北港朝天宮(1943)等，從其對內大肆整修廟宇，對外積極出巡開拓，再加上外在社會環境的配合與交通設施的完善等，朝天宮確已形成其宮廟產業與信仰中心的地位。(王見川，2000:246-247)

張珣曾在〈湄洲媽祖與達賴喇嘛來台〉一文中說：我們知道台灣的媽祖信仰有一個現象，即全台各大媽祖廟均稱自己的媽祖是由湄洲祖廟分靈而來，而且由與湄洲媽祖之間關係遠近來決定媽祖權威(靈力)之大小。亦即在媽祖廟之間存在有一張無形的系譜，以湄洲媽祖為開基組，往下有一代一代的不同地區分香的媽祖，其輩分或上或下全由分香關係來決定。(張珣，2001:1)⁶²王見川認為，張珣此說是對解嚴後台灣媽祖信仰現象的一個重要觀察，不過，光復前的台灣媽祖信徒，未必有這樣的認知。據其搜尋現存清代方志、日據時期報紙和著作所得，光復前僅有鹿港天后宮、新竹長和宮去過湄洲進香⁶³，而北港朝天宮不僅在日據時期未曾到過湄洲進香，可能清代時期亦沒到過大陸，甚至在日據中期，湄洲媽祖蒞台時亦無迎奉表示。王見川從歷史、權利與湄洲香火之間的關係，分析朝天宮之地位形成因素，認為朝天宮成為全台媽祖信仰中心之因素與湄洲媽祖沒甚關係。(王見川，2000:249)

⁶² 張珣，1997，〈湄洲媽祖與達賴喇嘛來台〉，未刊稿

參引自王見川，2000.06，〈歷史、權力與香火—北港朝天宮宗教地位形成之分析〉《台灣的民間宗教與信仰》，博揚文化出版，頁 249

⁶³ 王見川，1997，〈關於日據時期台灣媽祖信仰〉，《台灣的民間宗教與信仰》，博揚文化出版
而根據《台灣日日新報》記載，則有嘉義溪北六興宮、台中市萬春宮、彰化鹿港媽祖廟、新竹天后宮(內媽祖)、雲林西螺麥寮拱範宮、嘉義樸子腳配天宮、新竹北門外(金)長和宮、基隆慶安宮、新竹內天后宮(內媽祖)有前往湄洲祖廟進香的情迎。

而發生於嘉慶八年大水沖毀笨港天后宮之事件，以及民間信仰意識當中將媽祖從海神神格轉變成為因應農業社會捍災、禦患、水旱、疾疫、求禱立應之神格多元化，在靈驗之吸力與外來進香團體之推力間之相互激盪，使北港朝天宮更具吸引力。(溫振華，1984)⁶⁴而咸豐初年前成為台灣首府地區台南人民崇奉的媽祖，亦與其地位有關。朝天宮本身南下府城巡歷的越過曾文溪，吸引了府城官員的注意，並將此紀錄於文集中。而南瑤宮進香團的往來，將朝天宮之信仰圈擴大到了濁水溪以北，都讓朝天宮位居全台媽祖信仰中心之地位愈形穩固。

「神要興，大轎就要緬」，同樣因為外來進香團體的文化傳播效應與模式，大甲鎮瀾宮進香團⁶⁵數十年來八天七夜的南下謁祖進香，以及苗栗通宵鎮拱天宮白沙屯媽祖進香團九天八夜的南下割火進香這二項大型的活動，均讓朝天宮的宮廟產業與權威聲勢一直維持不輟，直到 1988 年大甲鎮瀾宮中斷與北港朝天宮的往來後，而使得台灣媽祖信仰宮廟產業之權力圖譜局勢大變。

大甲鎮瀾宮位於台灣中部海濱，下轄大甲、大安、外埔、后里共 53 庄為祭祀圈範圍，創建於清乾隆卅五年（1770）間⁶⁶。日治時期，日本人增田福太郎所著的《台灣的宗教》一書中的〈台灣靈驗媽祖五十廟〉，並未將大甲鎮瀾宮列入。

大甲鎮瀾宮至北港朝天宮進香乙事，據說此一活動自清末即已開始，至今已持續達百年。日據時期之《台灣日日新報》曾記載，大正十四年四月、

⁶⁴ 溫振華，1997，〈北港媽祖信仰大中心形成初探〉，頁 16-17

參引自王見川，2000.06，〈歷史、權力與香火—北港朝天宮宗教地位形成之分析〉《台灣的民間宗教與信仰》，博揚文化出版，頁 250

南瑤宮為當時中部香火最鼎盛的媽祖廟，其信仰圈形成至今的十個媽會，會眾更高達四萬人以上。

⁶⁵ 黃敦厚，2004，大甲鎮瀾宮在清朝時期沒有前往北港進香的紀錄，《漢聲》雜誌在民國 63 年前來大甲採訪時，廟中的老人明白的告訴他們，日治時期以前大甲每 12 年前往湄洲進香，前往北港進香是日治時期以後的事情。

⁶⁶ 鎮瀾宮志（1974：19）：清雍正年間福建湄洲嶼人氏林永興，攜眷渡海來台，隨身有湄洲朝天閣天上聖母神像一尊，定居於大甲供奉於廳堂；後因「靈妙異常」，參拜者日盛，才擇地建廟。

昭和六年五月、昭和八年四月皆有記載，而昭和十一年四月是目前所見大甲媽祖進香至北港的最後記載（王見川，1997）。

而黃敦厚認為，大甲鎮瀾宮前往北港進香之歷史並無百年，而是起源於日據時代之中期，也就是在民國初年。形成的原因在於大甲鎮瀾宮在停辦了湄洲進香後，由於牛販的經濟活動引起了宗教上祈神還願的行為，加上鎮瀾宮本身重修，藉辦進香的題緣金募款以充實廟宇財力，而北港朝天宮的聖父母殿更可以合理化進香的理由和意義，遂有了首次的「大甲鎮瀾宮天上聖母往北港進香」之行（此一名稱香條所書）。日據時代鎮瀾宮的正確進香年代並不可考，直到1948年才又恢復舉辦（黃敦厚，1996）。

王見川依日據時代之報載指出，大甲鎮瀾宮前往北港進香，歸來並舉行遶境，參與陣頭眾多，熱鬧非常，當時進香人數，頗為龐大，並非如黃敦厚所言之十數人或數十人而以，這是大甲當地的大事，故其回駕遶境，遠近觀眾約萬人。（王見川，1997）

1987年7月15日，中華民國蔣經國政府宣布解除戒嚴。但對於開放台灣民眾赴大陸探親的禁令，則是到了11月2日始開始。同年的農曆九月九日，媽祖成道千年紀念日，台灣各大媽祖廟皆籌畫慶典活動，其中北港朝天宮計畫舉行「紀念媽祖成道一千年環島遶境祈安弘法」等系列慶祝活動，並由省府輔導，以致引起全省各大媽祖廟的輩分之爭，也採取其他方式慶祝媽祖成道千年的活動。鹿港天后宮則舉行「恭迎全省各地聖母蒞臨」活動，邀請全省分靈媽祖回祖廟「團聚」，並邀其他各地媽祖廟來廟「會香」，並配合電動花燈、歷史照片展覽、南北管演奏及手工藝展示等民俗活動。其他屬於地域性的活動，則如嘉義朴子配天宮的出巡遶境，該次配天宮媽祖出巡遶境原定五十三個村莊，但因各地爭相請求媽祖蒞臨，因此擴及103個村莊。（黃美英，1994：91-92）

是年十月底，大陸福建方面為慶祝媽祖成道千年紀念日，福建「湄洲祖廟董事會」特稱媽祖為「海峽和平女神」（在湄洲嶼的山頂岩壁上刻有此六個

隸書大字) (黃美英, 1994: 92)。湄洲嶼天后宮並向各地廣發邀請函, 歡迎各地媽祖廟和信徒回祖廟參加慶典活動。然就在探親禁令未解除之前, 大甲鎮瀾宮董監是一行十七人卻率先選擇以「偷跑」的方式, 於 10 月 25 日組團取道日本搭機前往大陸湄洲參加「媽祖成道千年紀念」的活動, 進行海峽兩岸分治後首次的「謁祖進香」, 並請回一尊湄洲媽祖神像、一個古香爐及一顆玉印等信物, 該宮現視為「三寶」妥為供奉珍藏 (郭金潤, 1988: 93)。鎮瀾宮以此搶得兩岸中斷祖廟香火的「宮廟政治頭香」後, 兩岸宗教交流便在宮廟政治競合與香火市場的開拓下, 形成了多頭交鋒的「媽祖熱」現象。

鎮瀾宮大膽突破禁令的破冰取火事件, 原本是秘密進行, 但因在大陸被《人間雜誌》的記者發現, 整個事件才曝光。(黃敦厚, 2004: 1-1-6) 鎮瀾宮便因取得了兩岸中斷三十八年的宮廟政治頭香, 因勢得利的聲名大噪; 而鎮瀾宮與朝天宮長期以來因歷史文獻之疑義, 以及媒體報導「大甲媽祖回娘家」而致外界訛傳若有似無的分靈位階關係, 在取得湄洲祖廟香火後, 兩宮之爭終致檯面化。1988 年, 大甲鎮瀾宮決定與朝天宮「攤牌」(郭金潤, 1988: 108), 就此中斷與北港朝天宮數十年歷史之「謁祖進香」與「割火儀式」, 從此改往新港奉天宮「遶境進香」, 並於奉天宮進行「祝壽大典」。

張珣研究指出: 在政治上, 在 1945 年台灣光復恢復地方首長民選後, 大甲屬於台中縣地方政治生態的一環。1987 年 10 月, 鎮瀾宮搶在政府開放兩岸三通之前, 偷跑到福建湄洲進香。回台灣後在海關請立法委員劉松藩及國民大會代表陳川去護駕, 才順利出關, 沒被拘留扣押。這使得廟方與中央高層民代之間的關係曝光, 並加速加深了往後鎮瀾宮進香活動與政黨高層人物間的利益拉抬。

1988 年取消北港進香, 改往新港進香, 又使嘉義縣 (新港) 與雲林 (北港) 兩地之地方行政首長, 紛紛牽涉入廟方的人際脈絡圈中。之後, 鎮瀾宮歷屆董事長與台灣省長之間關係密切, 使得鎮瀾宮進香活動屢次充滿省及政治人物前往哄抬作秀。尤其在 2000 年第三屆民選總統之後, 鎮瀾宮因為兩岸

宗教直航議題與中央更是處於拉扯抗衡關係。這樣的政治關係使鎮鎮瀾宮廟方與其信徒的政治空間脫離一般之地方社區觀念，而進入一個以全台灣為想像空間的社會觀念。」(張珣，2002：277)

鎮瀾宮「破冰取火」之舉，不但大膽以「神權」挑戰了執政當局的「司法公權力」，更觸碰了台灣政府長期以來與對岸緊繃對立的國家安全政治神經；不但打破了台灣媽祖宮廟產業長期由北港朝天宮居首的香火權力圖譜及香火權威論述的主導地位(張珣，1995)⁶⁷，更開啓了台灣媽祖宮廟紛紛開始前往大陸進行謁祖進香的宗教交流政治走向。讓原本隱隱發展於民間社會並與地方政治勢力密切結合的宮廟產業和媽祖進香活動，一夕之間成了端上政治圓桌的國家安全與文化交流的政策議題。

三、宮廟產業利益優先的主體性建構

北港朝天宮與大甲鎮瀾宮之間，是否具有分靈之香火位階關係，兩造雙方各執一辭，也是造成自 1988 年開始兩宮中斷往來的主因之一。

文獻上關於大甲鎮瀾宮之建廟年代與最初之廟宇名稱等有數種說法。

(一) 同治十年的《淡水廳志》和光緒十九年的《苗栗縣志》記載，大甲街的天后宮為林對丹等於乾隆卅五年捐獻；

(二) 光緒廿四年的《新竹縣志》初稿卻記載林對丹等於乾隆卅五年捐建的廟宇名為鎮瀾宮；

(三)《台灣省通志》則記載鎮瀾宮創建於乾隆五十二年；

⁶⁷ 張珣，1995.01.27，〈大甲五十三庄的媽祖進香活動〉，《中央研究院週報》第 515 期，<http://www.sinica.edu.tw/as/weekly/84/515/>

自從民國 79 年政府開放台海兩岸觀光以後，北港不再成為台灣媽祖信徒的最高進香廟宇，大家紛紛組團渡海去更原初的媽祖信仰發源地—福建省莆田縣湄州島—進香。一時媽祖成為兩岸神界紅人，並被美名為「和平女神」。

《華視新聞雜誌》<http://www.cts.com.tw/nm/sm/sm09631.htm> 〈鎮瀾宮傳奇〉2000/08/16 民國六十七年蔣經國拜訪朝天宮，萬頭鑽動的景象，回想當年北港朝天宮是全台首廟，香火鼎盛，信徒每天供奉的香油錢，必須動員十幾位工作人員，從下午三點鐘清點到晚上七、八點。如今政治人物最常拜訪的寺廟，已經不是朝天宮，而是大甲鎮瀾宮。

(四) 民國廿二年的《大甲鄉土概觀》記載，媽祖廟乾隆卅五年創建，但又另記載鎮瀾宮（一名媽祖廟）是大甲人於乾隆五十二年募款興建。

(五) 至於鎮瀾宮出版資料：1956 年的《鎮瀾宮簡介》記載，鎮瀾宮創建於乾隆五十二年；1974 年的《大甲鎮瀾宮志》記載，清雍正八年，建湄洲嶼人氏林永興來台，在大甲定居，帶來湄洲朝天閣媽祖安奉廳堂膜拜，雍正十年於現址改建小廟，乾隆五十二年，台灣府淡水廳大甲分司城夫宗氏等人發起將原小廟過建改稱為「鎮瀾宮」。⁶⁸

1988 年 5 月 18 日，鎮瀾宮拆除北邊金亭重建時，挖出一快長約三台尺寬

約八寸的「天后宮界」石碑，這塊石碑的出土對於鎮瀾宮建廟沿格是一大發現。(郭金潤，1988：6-7) 這塊石碑的出土被認定為「天后宮」這間小廟極有可能就是鎮瀾宮的前身，但鎮瀾宮本身對於這塊出土石碑的證物考據與廟史書寫，卻顯示出了宮廟本身對於廟史政治論述立場上的矛盾與搖擺。1986 年，鎮瀾宮第二、三屆董監事交接典禮特刊在宮志加了小廟於乾隆卅五年改建為「天后宮」；但 1987 年的《大甲鎮瀾宮簡介》再將特刊所載乾隆卅五年改建為「天后宮」等語略去。(郭金潤，1988：6)

蔡相輝在〈清廷與台灣媽祖信仰的開展〉一文中，援引 1933 年大甲公學校所修之「鄉土概觀—宗教—鎮瀾宮」條云：「(一名媽祖廟) 大甲媽祖因係從北港分香而來，故每年一度至北港進香。進香日期於每年正月十五日於媽祖神前拈鬮決定」。又「寺廟條」云：「媽祖廟，媽祖祭日在每年舊曆三月二十三日，於北港割火返回以後，盛大舉行祭禮」(蔡相輝，1988：171)。而蔡

⁶⁸ 郭金潤編，1988，《大甲鎮瀾宮媽祖進香》，台中縣文化中心出版，頁 7

從鎮瀾宮出版刊物來看，鎮瀾宮本身對於建廟歷史也有先後不同之矛盾，尤其提到「台灣府淡水廳大甲分司城夫宗氏」似與史實不符。按，大甲巡檢有宗觀庭，無城夫宗其人，且宗觀庭於道光五年任官，非乾隆五十二年。

相輝於 1995 年所編撰之《朝天宮志》〈清代台灣民建媽祖廟表〉中，載入「大甲鎮瀾宮，原大甲街天后宮，清乾隆卅五年（1770）建，創建者為林對丹。媽祖由北港分香，每年回北港割火」。(同前引，頁 66)其資料出處係依據《淡水廳志》卷六一典禮志一大甲土概觀之記載。

王見川認為，照《大甲鄉土概觀》的說法，大甲媽祖是從北港分香，所以每年要至北港進香。而在大甲鎮瀾宮昭和 11 年紀念重修落成的全台徵詩中，亦出現下列詩句：「鎮撫三台，北港支分大甲」、「瀾安大甲，香傳北港護三台」⁶⁹。由此可見，大甲鎮瀾宮分香自北港，「當時的」鎮瀾宮人士是承認的。退一步來說，北港朝天宮自清朝以來，以是全台最靈驗的媽祖廟。每年三月到北港進香是大多數人士和寺廟的重要活動，大甲鎮瀾宮人士「也有可能」⁷⁰是基於吸取北港媽祖靈氣的考量，才去進香。(王見川，2000：101)

黃敦厚在〈大甲媽祖進香變遷史〉(2004)一文中指出，日治昭和八年(1933)之《大甲鄉土概觀》記載：「媽祖廟在街的中央，祭祀媽祖的廟宇，乾隆卅五年創建，本山是福建省莆田縣湄洲嶼，各地的媽祖就是祂的分神，也可以稱呼為湄洲媽祖」⁷¹。而 1961 年之《鐵砧山遊記》記載：「清康熙卅二年，福建省興化府有一對老夫婦，為存生計，由湄洲朝天閣奉請媽祖神像來台，道經此地，建立小廟宇，…」⁷²；《鐵砧山遊記》將建廟年代上溯至康熙年間，顯然與其它史料記載出入甚大。1974 年《漢聲雜誌》又有「湄洲是福建省的一個小村莊，據說是媽祖的出生地也是大甲媽神像的產地」⁷³之採訪

⁶⁹李城編《大甲鎮瀾宮徵詩聯集》(昭文堂印刷所 1937 年)頁 64、43

參引王見川、李世偉合著，2000，《台灣媽祖廟閱覽》，台灣閱覽室出版，頁 101

⁷⁰「當時的」、「也有可能」之引號為筆者自行加註

⁷¹大甲公學校，1933，《大甲鄉土概觀》，頁 260

參引黃敦厚，2004，〈大甲媽祖進香變遷史〉，《大甲媽祖國際學術研討會會議資料冊》，台中縣文化，靜宜大學，2004.04.27-28，頁 1-1-2

⁷²白萬進，1961，《鐵砧山遊記》，頁 61

參引黃敦厚，2004，〈大甲媽祖進香變遷史〉，《大甲媽祖國際學術研討會會議資料冊》，台中縣文化，靜宜大學，2004.04.27-28，頁 1-1-2

⁷³Linda Wu，1974，〈Home, Grand Auntie, Let's Go Home!〉，《ECHO》3：2，頁 38

參引黃敦厚，2004，〈大甲媽祖進香變遷史〉，《大甲媽祖國際學術研討會會議資料冊》，台中縣文化，靜宜大學，2004.04.27-28，頁 1-1-2

紀錄；而黃敦厚與張慶宗於 1977-1981 年期間對於大甲地區耆老等之口述訪談紀錄，受訪者多採「聽說…」之說法。綜上所述，黃敦厚所引用之田野調查、漢聲雜誌之採訪⁷⁴、耆老口述等而推斷出清末日據初年確曾有前往湄洲之事，但因「十二年前往一次、人數過少、規模不大，且是兩岸貿易行為的附帶活動，以致引不起注意而缺乏紀錄」（黃敦厚，2004）之說法等，證諸於二百年前的建廟分靈歷史以及數十年前的湄洲進香歷史，此時此地調查而得之口述資料的信度究竟有多高？對照前一節王見川關於日據時期台灣媽祖廟宇前往湄洲進香之史料研究，恐難不被質疑。而雜誌媒體對於該宮歷史之書寫所引用廟中老人的「據說…」說法，皆顯示此部分所引用之文獻資料並未能更確切補述鎮瀾宮之建廟歷史，相信需要更多的史料調查才能有更完整脈絡下的論斷。

歷史是被建構與論述出來的，而不是被發掘出來的。台灣媽祖廟宇《宮志》歷史論述之爭，有蔡相輝《北港朝天宮志》與林德政《新港奉天宮志》之前例。蔡相輝為北港籍之學者，對於民間信仰之研究頗豐；而黃敦厚為大甲籍之國中教師，數代奉祀大甲媽祖虔誠至極，對於鎮瀾宮之進香歷史變遷論述亦發表多篇文章。二人對於鎮瀾宮建廟歷史沿革之研究，各持不同文獻史料以進行推斷，亦各有不同的論述結果。學界尚且如此，至於鎮瀾宮、朝天宮兩宮主其事者及地區信眾等對於分靈與否之爭議，顯然是源自於二人不同研究結果之論證而各自堅持其宮廟政治立場與意識形態。

1970 年代之後，大甲進香活動的盛況逐漸引起台北文化傳播媒體及學術界的注重，前往該廟訪問調查者愈多，該廟人士與外界互動頻繁，屢被詢問有關北港進香的原因，以及為何會有「大甲媽祖回娘家」的流傳？委員們便

⁷⁴ 同前引

《漢聲雜誌》記載：「在廟（鎮瀾宮）中的老人說：日本佔據以前，大甲媽每十二年到湄洲朝聖，湄洲是福建省的一個小村莊，據說是媽祖的出生地也是大甲媽神像的產生地。當 1895 年台灣割讓給日本，日本不鼓勵台灣和大陸之間所有的往來，湄洲朝聖就停止了，那時候大甲廟就到北港的朝天宮，朝天宮在那時候是島內最靈驗的媽祖廟，就女神神像而言。」

更加重視該廟的歷史論術與聲望地位，逐漸對以往「回娘家」的說法有所不滿，並且質疑近百年來往北港謁祖進香、拜祖大典、割火等儀式名稱的適切性。(黃美英，1994：95)

1987年重陽節，大甲鎮瀾宮前往大陸湄洲進行「破冰取火」之旅後，1988年2月28日董監事會議決議將舊稱「大甲鎮瀾宮天上聖母北港進香」改為「大甲鎮瀾宮天上聖母遶境進香」，以此彈性的做法作為逐漸邁向「正名」的因應策略。此舉立即引起北港當地的強烈反應與批評，北港朝天宮則建議鎮瀾宮將「遶境進香」再改為「遶境北港進香」，但未被鎮瀾宮接受。1988年3月4日，鎮瀾宮函文朝天宮，說明為避免信眾誤將大甲媽當成是朝天宮分靈而來，戊辰年進香名稱將剔除「北港」二字；而對於朝天宮向媒體散佈諸如「分靈」、「數典忘祖」、「大甲媽祖回娘家」等歪曲事實有損朝天宮形象之作為表達全省信眾的公憤不滿；並要求朝天宮三日內應向報界澄清不實之報導，否則將取消北港之行程。北港朝天宮方面，則於3月6日以「分靈應就歷史依據由學者考據定論，本宮迄未公開提起此事，不宜再由本宮有所聲明或澄清」作為答覆。對於分靈等的說法則避重就輕的歸為民眾與輿情之反應。3月8日，鎮瀾宮對外宣布取消北港進香行程，但並未通知朝天宮。朝天宮復於3月18日就配合籌畫接待事宜主動函文鎮瀾宮，令鎮瀾宮滿頭霧水的不知朝天宮所云為何？4月13日，鎮瀾宮答覆朝天宮說明「本宮戊辰年遶境進香行程，業經董監事會決議改往新港奉天宮。」(郭金潤，1988：105、109、114)為兩宮數十年的謁祖割火進香歷史關係劃下句點。

這段歷史公案，真相難分難解；從早期媒體報導的「回娘家」渲染，到1987年鎮瀾宮前往湄洲祖廟率先取得香火的效應，影響了鎮瀾宮亟欲「正名」與建構宮廟主體性的企圖與用心。事實上，現有的文獻資料與研究論述等雖未能清楚論證兩宮的進香歷史緣由與關係，但鎮瀾宮卻也因1988年的「攤牌」(郭金潤，1988：128)，以此解構了台灣島內從清末以來由北港朝天宮所主導的香火權威論述和宮廟產業龍頭地位，並重新建構了鎮瀾宮自身的宮廟主

體性。

大甲鎮瀾宮與北港朝天宮之間的香火分靈論戰，除了各自引據不同的歷史文獻以建構宮廟歷史外；另一個被學界、媒體等不斷質疑的就是鎮瀾宮於前往北港朝天宮進香歷史當中，儀駕團隊所拿著「謁祖進香」四個大字的旗子的照片；然此照片對於兩宮之間的關係，在筆者的訪談過程中，朝天宮皆以有圖為證的「謁祖進香」歷史照片，認為是繼歷史文獻之後的有力證據，以此強調兩宮之間的分靈事實。但在鎮瀾宮方面，鎮瀾宮執事人員說，該宮坦承過去的進香旗幟及儀式名稱使用錯誤，近年來已修改「謁祖」儀式名稱為「祝壽」。因為信徒、香客對使用不正確的名稱根深蒂固，一時不容易改變過來，故才決定慢慢修正信徒觀念。鎮瀾宮媽祖北港之行被說成「回娘家」、「謁祖」，鎮瀾宮本身也有責任。（郭金潤，1988：119）由此觀之，鎮瀾宮與朝天宮之間對於分靈與否的「歷史文獻」的對應方式，不僅有著各自不同的選擇與論述，即使面對「歷史照片」，也存在著不同解讀的歧異。

1974年編撰的《鎮瀾宮志》當中說明，鎮瀾宮的開基媽祖和朝天宮並無香火淵源。編者「自稱」遍訪不少老前輩，得知往北港進香以有百年以上歷史，當時因時局動亂無法前往湄洲祖廟進香，而且北港朝天宮後面建有聖父母殿，故到朝天宮謁祖進香「合火」，此亦同於接引了湄洲祖廟的「火」一樣。（黃美英，1994：87）且一般人咸信大甲媽祖有「雨媽」之稱，彰雲一帶居民期待大甲媽祖到來，此亦為大甲媽祖前往北港地區進香的原因之一。

然1987年的重新編纂的《鎮瀾宮志》，對於前往北港進香的歷史，開始做了書寫的改變，改稱「日據末期戰爭時期，及大陸淪陷，無法回湄洲，乃權宜往北港設有聖父母殿之朝天宮進香。」並刪除1974年廟志所寫的「往北港進香已有百年以上的歷史」，此外，亦不再稱「合火」，而改稱「交香」儀式。

鎮瀾宮所持的「未分靈」之論據，認為原本即無分靈之實，《鎮瀾宮志》所出現之謬誤屬於編者未深究歷史考據之誤採誤植；至於《朝天宮志》中所

納入之鎮瀾宮「謁祖進香」進香旗幟照片，「謁祖」之實，並非是分靈之實，而是祭拜聖父母殿之意；且宣稱當年前往北港進香歷史的許多儀禮制度，皆為北港方面所指導之俗常。誰也沒料到「湄洲進香事件」的「香火政治」宣示動作，會造成朝天宮援引「謁祖」與「割火」的過往歷史而過度解釋。

張珣認為，分靈廟一定可以行掬火儀式，但非分靈廟也可要求掬火儀式，此時雙方不是「真的分靈關係」，而是「雙方同意藉掬火儀式成立擬分靈關係」。所以全省的廟都可以到朝天宮，乃至後來到湄洲要求行掬火儀式，即使當初不是分靈關係但可藉掬火儀式成立準分靈關係（張珣，1992：278）。

黃敦厚認為，部分廟宇錯認香火源頭時有所見，譬如大雅永興宮、清水壽天宮等。大甲鎮瀾宮前往湄洲進香一事，對台灣的媽祖信仰產生了相當大的影響，許多媽祖廟開始省思自己所屬媽祖廟的香火來源，對誤行多年的進香、小廟向大廟乞香火的進香活動開始檢討，他們先找到自己的母廟，不論母廟的香火是否興旺，重新回到自己的母廟進行刈火。（黃敦厚，2004：115）

對此，張珣認為，台灣的媽祖廟之間常有排行與正統的紛爭，表面上是維護彼此媽祖之榮譽而爭，其實也是一種區域效忠或說地區認同的表現。新港與北港不只信徒層次競爭誰是媽祖的正統，兩地的知識份子也紛紛撰文爭論對罵。大甲鎮瀾宮想擺脫北港朝天宮分香廟宇之名稱，背後也是大甲當地人的地區效忠觀主導，不願臣屬於北港人。（張珣，2003：175）在台灣民間信仰中，人、地、神、廟宇四者有連帶關係，尤其顯見於媽祖信仰上。爭取大甲媽祖的排行地位等於爭取大甲人在台灣的排行地位。

張珣從「儀式為何有力量改變現實衝突」的命題，希望尋求一合適的理論來解釋「大甲進香活動的終點由北港改為新港的儀式合理性為何」？其所發現之脈絡，筆者整理如下：

- 一、首先，鎮瀾宮的原信仰圈轄區範圍五十三庄「已經崩潰」；
- 二、廟方行政團體轉形成功—由區域性的管理委員會，轉型為企業經營式的財團法人組織；

三、將傳統進香活動重新定位為全島開放性的宗教活動企圖——將進香活動轉型為全島信徒皆可參加的開放性活動，提升其為全島性的文化活動而非鄉鎮層級的廟會活動，而使大甲進香成為全島甚至全球有名的宗教活動。

四、全省各地的媽會聯誼組織集結財力、物力、人力等均起了推展、擴散、輻射之作用，帶動了全台媽祖信徒之注意與參與。

五、最主要的政治一擊——前往大陸湄洲之謁祖進香，取得系譜上的平等位置，便可以不去北港進香，藉以正當化、合理化其領導地位。

若以原轄區五十三庄之信仰範圍取得與朝天宮平起平坐的香火位階，必「冒犯」台灣其他老大媽祖廟的排行資格問題；於是乎，大甲鎮瀾宮利用各種模糊的、衝突的政治論述等，詭譎的解決「系譜位置的移動」，並藉著文化節的舉辦，躍上國際舞台，此搓挪調整下，儀式成為一個重新界定世俗領域與轄區的機制。(張珣，2003：10-11)

黃美英認為，此種現象，牽涉有關集體經驗情感與歷史意識的建構，以及當中的轉化機制；換言之，此機制主要是將既有的文化資源加以運用，賦予其正當性 (legitimacy)，將「過去」(past) 視為一種主體 (subject)，並重新解釋 (re-interpretation)，藉此產生「傳統」的權威性和支配地位。(黃美英，1994：195)

黃敦厚指出，戒嚴令解除後的民主時代，台灣各地的媽祖廟有鑒於大甲鎮瀾宮的湄洲進香行為，重新檢視香火來源，權威式的香火已經不完全能夠得到認同，倒是敦親睦鄰與友好的宮廟進行進香交流，成為今日的寺廟文化的趨勢。不僅進香期間對前來的信徒熱絡招待，平常各媽祖廟的董事委員之間，私交聯誼均不可或缺，「台灣媽祖聯誼會」即是此一觀念所落實的產物。(黃敦厚，2004：185)

從前二小節歸納分析，台灣的媽祖宮廟產業權威圖譜早已改變。朝天宮在島內長期領先的宮廟產業龍頭地位與「香火權威論述」，在1987年後早已

被鎮瀾宮先以攜回湄洲祖廟香火而解構在先；其後，在鎮瀾宮與時俱進的跟隨時代潮流變化，運用現代媒體強力行銷，衝撞兩岸直航議題，藉選舉以拉抬自身宮廟政治實力，並匯集了公部門地方文化政策所辦理的媽祖國際觀光文化節，各行各業因進香商機而開發出的各式商品，以及自身宮廟產業開發出的宗教商品等，這些皆使得鎮瀾宮能夠在中斷與朝天宮的往來後，快速的建構了「宮廟主體性」，並且在主客觀的優勢下，據以主導了「宮廟產業權威」的權力/知識論述。

鎮瀾宮於 1987 年 11 月 7 日率先取得兩岸中斷三十八年後的湄洲祖廟香火，這個「破冰取火」的大動作，其所引起台灣島內香火權威之爭的文本能量，是一個開展後續宮廟產業政治操作的「象徵資本」（黃美英 1994，林本炫 2001）。而其所主導的龐大陣仗、歷史悠久的八天七夜徒步進香活動，則是其特色獨具的「文化資本」，也可以說是最能吸引人氣商機的「宗教商品」。其年年舉辦、歷久不衰且益加熾盛的原因，是其充分的掌握結合了政治、經濟、信仰、文化、民俗、媒體、產業、觀光等的操作策略，更讓進香活動成為各方皆喜的「金雞母」。而其主事者與政黨高層的政治夥伴關係，無一不牽動著台灣社會最為狂熱的幾項選舉活動，鎮瀾宮的政教實力所搭設出集結媒體與信眾的造勢舞台，讓鎮瀾宮到了每年農曆三月的進香期間，便掌握了足以傲視群廟的「政治資本」。而上述的幾項「資本」，更連帶發展出了帶動數萬信眾、數十萬遊客、數十億商機的「經濟資本」。這數項資本所匯集織構而成的宮廟產業能量，不斷的擴充增強，也正是大甲鎮瀾宮能夠創造兩岸媽祖信仰宮廟霸業的主因。

此種以神明位階、以香火為主體的權威論述，其實亦是一種宮廟位階的政治論述；大甲鎮瀾宮亟欲擺脫自身香火權威的被支配位置，展現了其所匯集的活動能量，藉每年一次次的前往大陸進香交流活動，觸動兩岸交流政策的政治敏感神經，以致於隨時創造受矚目的「神意」議題。其所帶動的兩岸進香謁祖風潮，讓台灣各個廟宇紛紛重新省思宮廟產業發展的形式，宮廟政

治上的結盟、互訪、參香等，自身宮廟產業的媒體行銷、市場化、商品化等，除了建構宮廟主體性以外，資本主義的市場邏輯更完全的改變了宮廟產業的經營。

各座廟宇，在日據時期以前，未必到過湄洲祖廟謁祖割火，即使如朝天宮這樣的大廟也不是依靠祖廟香火而形成信仰重鎮的；但在 1987 年以後，島內所有的媽祖廟宇，幾乎都已回到過湄洲祖廟迎回神像分身，且不時前往大陸謁祖割火一番。但元廟子廟之間的香火位階關係，卻以不如以往的備受重視；相反的，對於自身宮廟產業發展的利益條件，才是廟宇之間的互動關鍵與優先選項。1997 年 1 月 24 日湄洲媽祖來台遶境百日事件，即使如締結「至親廟」關係的島內幾座大廟，也不願前去迎請奉祀；這顯示了島內媽祖宮廟團體紛紛前往湄洲祖廟所取得的香火與神像分身，只是島內宮廟產業所欲彰顯其主體性的一個「象徵物件」而已。分霽了祖廟的香火，並不能改變自身宮廟產業的結構條件；香火位階與靈力神蹟的論述，都是宮廟產業發展不可或缺的基本要件而已；自身宮廟產業的發展，還是必須依靠開拓宗教市場的經濟邏輯為策略。而元廟子廟之間的從屬關係，當然也被悄悄的解構了，這呈現出後現代社會當中的「去中心化」現象。

以往由北港朝天宮所建構出媽祖信仰宮廟產業龍頭角色的「香火權威論述」，先是在 1987 年被大甲鎮瀾宮前往大陸祖廟謁祖割火的動作給解構了，之後各廟宇仿效此舉，形成島內各廟宇建構自身產業主體性為先、而香火位階從屬關係置之於後的再解構，「去中心化權威論述」反映出這近二十年來的宮廟政治變化。但在以「鎮瀾宮模式」和鎮瀾宮發起的「台灣媽祖聯誼會」組織成立後，宮廟的新合縱連橫關係正悄然成形，一個新的領導中心業已形成，一個重新被建構出的「宮廟產業權威論述」復已確立。

第二節 兩岸宗教交流—宮廟結盟與政治競合的白熱化

一、謀略與技術—香火政治的競合

大甲鎮瀾宮於 1987 年 10 月底的政治解嚴但未開放交流之際，選擇以偷跑方式前往大陸湄洲謁祖進香，並率先取得了祖廟香火的政治論述優勢，對於台灣本島媽祖信仰宮廟產業的香火權威之爭，無異是再添紛爭再啟新局。

1988 年 10 月 2 日，北港朝天宮隨後率團前往湄洲祖廟謁祖，並率先與祖廟結為「至親廟」。1989 年 4 月，大甲鎮瀾宮更帶領了其他廟宇結伴組團回到湄洲祖廟參與媽祖聖誕慶典儀式，同時捐獻 35 萬人民幣並結為「至親廟」。在這一波波互別苗頭的競爭態勢下，又以同年 5 月宜蘭縣蘇澳鎮南天宮運用漁船直航大陸，直接挑戰台灣的司法與國家政策的舉措最令人矚目⁷⁵，並受到檢警調等司法單位的關切。後以違反《國安法》、《動員戡亂時期船舶管制辦法》判處南天宮廟委會主任委員林於源吉徒刑四月，緩刑三年，二十名船長二至四月徒刑，緩刑三年。同年 7 月，北港朝天宮與湄洲祖廟簽下協議書，互贈一尊高十四公尺的媽祖神像⁷⁶，每尊造像人民幣 60 萬元，所有經費由朝

⁷⁵1989 年 5 月，在農曆四月初一林凌晨二點，由空路搭飛機轉赴湄州一百二十位信徒先後出發。同日上午七時從海路直奔湄州的十九艘漁船也整莊待發，主任委員林源吉在神前祭告後，即將諸神恭請上船。九點整，爆竹同響，鐘鼓齊鳴聲中，主船二二六號漁船先駛出港，同行與護駕船隻共一百零四艘齊駛於海上，創下南方澳同一時間百艘漁船同時出港的歷史記錄。

謁祖船隊於海上延三海哩，約兩小時護駕船隊到龜山島後先返回港。航程中風浪雖大，然

亦不能改變信徒朝聖之心，在歷經海上二十五小時的行程後，終於在四月初二上午十時到達莆田縣湄州灣的文甲港，在海外拋錨下碇後，上岸幾經交涉，以船員證換發台胞證後方式通過檢查，踏上進香行程。

⁷⁶協議書內容如下：

湄洲媽祖廟與北港朝天宮已結為至親。現為弘揚媽祖濟世庇民精神與神聖懿德，並永誌兩宮至親歷史，特共襄雕塑壹拾肆尺巨型媽祖兩立像，分豎湄洲祖廟後因山嶺和台灣北港朝天宮，遙遙相對，以象徵煙脈相承，綿延永恆。經商定，媽祖兩立像由湄洲媽祖廟董事會監造，工期限於 1990 年農曆 5 月底竣工，一尊係湄洲祖廟贈送北港朝天宮，另一尊係北港朝天宮贈送湄洲祖廟。為鄭重其事，立此協議為據。此協議書一式兩份，由雙方分存。

天宮支付。此後，每年皆有台灣媽祖廟前往湄洲祖廟謁祖進香活動之辦理，並紛紛迎回湄洲媽祖分身，而這也成爲了兩岸宗教交流最密切和最固定的活動模式。

對此，黃文博指出，1986 年以後，台灣寺廟「正統」之爭進入白熱化階段，大廟林立，再加上年輕一輩執掌廟務，誰也不願意再是誰的分靈廟，鎮瀾宮多少也感染了這種思潮。1987 年 11 月間，鎮瀾宮迎回一尊「大陸媽祖」，自視爲「正統」的分靈媽祖，所以具有從屬關係的「北港進香」之名，當然必須改變。其實，大甲迎回的這尊「大陸媽祖」，也只不過是 1987、1988 年由湄洲分靈回台的 1500 尊之一而已。（黃文博，1997：246）

瞿海源研究指出，南天宮直航大陸進香事件顯現出民間宗教團體力量與官方的微妙互動關係，如果南天宮直航大陸沒受任何政府懲罰，將引起台灣其他媽祖廟團體競相學習。至於南天宮爲何想打破政治禁忌前往大陸進香，主要原因爲「宗教團體領袖的政治實力」⁷⁷以及「運用神意」⁷⁸這二項。（張家璘，2002）

晏山農指出：我們必須留意，朝天宮與鎮瀾宮互別苗頭之日，正是解嚴未久、政治威權強人日薄崦嵫之時。媽祖信仰的分化與多元固然是民間力量崛起的必然現象，更關鍵的因素恐怕還是地方山頭想趁勢攘取權力資源的心

⁷⁷張家璘，2002

南天宮主任委員林源吉爲蘇澳漁會會長，本身即擁有基層民意基礎，他運用政治號召力說服媽祖廟信徒跟隨前往大陸祖廟，隨行的兩位宜蘭縣縣議員及幾位鎮民代表。1989 年 5 月 5 日有 19 艘漁船組成媽祖回娘家團隊，有百餘艘漁船護航送行。除此之外尚有幾位“立法委員”、“國大代表”及省議員公開發表談話支持漁船直航大陸進香，甚至向行政部門提出質詢，來伸援進香活動；相反的並沒有民意代表公開反對或批評此事。當 5 月 10 日進香回來時，成千信眾擁在港邊，其中包含宜蘭縣議會議長羅國雄和省議員遊錫堃，擔任神轎的抬轎人，而當地的民意代表也都全部到場。由此可見，宗教團體負責人在地方的政治人脈豐沛。

⁷⁸ 南天宮主任委員林源吉兩次宣稱夢見媽祖，在 1988 年 7 月有一艘宜蘭縣頭城的漁船“進豐 3 號”企圖走私五尊福建湄州媽祖，結果被蘇澳警察分局扣押，林源吉宣稱媽祖托夢給他，要他到蘇澳警察分局救回媽祖，查證確有此事，因此他取得這五尊湄州媽祖神像權利，乃將其迎回南天宮供奉。

第二次林源吉又宣稱這五尊媽祖托夢給他，說他們想回湄州娘家省親，於是林源吉在南天宮管理委員會上發起往湄州進香的活動，在 1989 年 4 月 30 日召開信徒大會，決定在 5 月 5 日出航，而在 5 月 3 日先派“協大號”漁船到福建湄州安排食宿及爲進香信徒辦理臺胞證等事宜。

理使然。所以，兩大勢力集團在島內就進行地方串連中央的霸權爭奪，但由於九〇年代以後無線電視台的介入，每逢大甲媽祖遶境進香活動展開，無不以 SNG 連線實況播出，於是數百年來向來以龍頭大哥自居的朝天宮竟露黯然神色。(晏山農，2001)

張家璘研究指出，台灣媽祖廟團體之所以競相至大陸媽祖祖廟，有下列四項理由：競逐香火正統、提升廟宇地位、增加神明靈力、預期香火鼎盛等。(同前引)

黃敦厚則認為造成了幾項變化：一、台灣媽祖廟跨海進香與湄洲祖廟的擴建，二、台灣媽祖系譜的消失，三、島內各媽祖廟重新省思香火之源與香火的再建立，四、運用媒體推展媽祖信仰。(黃敦厚，2001)

大甲鎮瀾宮在 1988 年中斷與北港朝天宮的進香往來後，朝天宮往年與大甲鎮瀾宮進香團前來「謁祖割香」所建立的香火權威和產業經濟關係，頓時失去了以往的優勢。不只跌損了從清朝建廟以來長期佔有的宮廟龍頭地位的品牌形象，更造成了地方產業的損失、宮廟香油錢的損失、媒體關注焦點的損失等等。在沒有中央級政黨高層拉抬幫襯下，雖然在本島及世界各地還是擁有最多分靈子廟的香火勢力，但在開拓大陸香火市場的交流網絡上，依然得與鎮瀾宮不時較勁，試圖在香火權威、宮廟政治、兩岸交流之間，尋找宮廟產業權威突破的可能性。

從各種宗教交流議題的創新和競合，不論是前往數千公里外的南非分靈子廟巡安，還是與大陸湄洲祖廟互贈了十四公尺高的媽祖雕像；民間信仰已然必須面對宗教的市場化問題。朝天宮並且還得處理每年媒體必定不斷追問——與鎮瀾宮中斷「謁祖進香」的歷史爭議，究竟該如何走出兩廟交流的下一步？而修補與大甲鎮瀾宮的關係，也成為歷年來北港朝天宮主事者所欲突破的困局。⁷⁹

⁷⁹ 〈鎮瀾宮 VS.朝天宮解鈴還須繫鈴人〉許人元特稿，
<http://www.cdn.com.tw/daily/2002/04/15/text/910415d5.htm>

由於兩宮媽祖分靈之爭，造成遶境進香冰封十五年，朝天宮歷經郭慶文、曾蔡美佐、蔡

事實上，台灣媽祖廟團體前往大陸媽祖祖廟謁祖或進香，除了在大陸政策開放的條件下進行以外，台灣媽祖廟團體領袖扮演積極角色。從上述前往大陸媽祖廟交流的台灣媽祖廟團體來看，以大甲鎮瀾宮及北港朝天宮最為投入，主要原因在於其領袖的政治活動力。這兩個團體不只在島內相互競爭，也透過前往大陸宗教交流的境外之爭，厚植自身在島內宮廟產業權力圖譜競合的政治資本。

二、香火網絡的結盟與擴張—從謁祖到分靈

張家璘於 2002 年之研究指出，來臺訪問的大陸媽祖廟以湄州媽祖廟次數最多，六年內總共來臺訪問 5 次，賢良港天后宮、泉州天后宮及天津天后宮，各來台灣訪問一次，而接待大陸媽祖廟來臺訪問的單位以北港朝天宮及大甲鎮瀾宮較為積極，各有二次提出對大陸媽祖廟邀請，台南大天后宮、彰化竹塘鄉及金門媽祖廟各接待大陸媽祖廟團體一次。……這 14 年來，共有 9 個台灣媽祖廟團體至大陸媽祖廟訪問，被媒體披露報導共計十四次之多。其中以大甲鎮瀾宮四次、北港朝天宮三次，最為積極。澎湖天后宮、蘇澳南天宮、彰化南瑤宮、鹿港天后宮、媽祖天后宮、朴子配天宮、金門媽祖廟各 1 次前往大陸進行宗教交流。……在十四次當中到湄州媽祖祖廟進香有九次，顯現出台灣媽祖廟團體，最熱衷前往媽祖祖廟。其他如前往大陸泉州天后宮也為台灣媽祖廟團體的次佳選擇。而在最近大甲鎮瀾宮與北港朝天宮前往大陸天津天后宮進行宗教交流，擴展台灣媽祖廟與大陸媽祖廟交流的廣度，由傳統

永常等三任董事長，鎮瀾宮董事長則由王金爐交棒給顏清標。

在這十五年來有些大甲媽祖進香五、六十年的信徒，仍會趁到奉天宮進香時候，私下繞道北港朝天宮參拜並順道造訪老友，他們說，終究信奉的媽祖都是同一人，「只有百年香火、無百歲香客」。

蔡永常甫就任不久，今年為展現互動的誠意，在大甲媽祖出城前，即親自造訪鎮瀾宮兩次，並捐贈六百箱的礦泉水，前天晚上，是十五年來首次率領董監事前來恭送大甲媽祖出城，由顏清標等人親自接待。

這是兩宮交惡後，蔡永常希望透過雙方的良性互動，盡釋前嫌，能夠恢復十五年前已建立百餘年的友誼，展開分靈之爭的「破冰之旅」，是否重返北港遶境機會，有待觀察。

到南方福建湄洲或泉州媽祖祖廟，發展到北方天津天后宮。(張家璘，2002)

而鎮瀾宮本身所主導的往新港奉天宮的「八天七夜遶境進香」活動，也擁有了較為可觀的完整的進香儀式內容和龐大的儀隊陣仗等優勢，自然在媒體的注目焦點上是一直佔盡優勢的。這也是近幾年來許多大型媽祖廟與紛紛仿效鎮瀾宮的傳統進香儀隊服飾與儀式，也辦起了出巡繞境進香等的交流活動，無發是希望擴大廟宇自身的信仰圈和產業收益。而最讓鎮瀾宮取得媒體和政治制高點的跨海交流活動，當屬 1987 年和 2000 年「千禧祈福·世紀盛典」這二次的湄洲進香。

對於千禧年的湄洲進香，黃敦厚是這樣描述的：「西元 2000 年時，全世界幾乎都沉醉在千年的迷思裡，大甲鎮瀾宮對自己多年來，前往湄洲進香的方式，希望有所改變，因此將每年南下遶境進香的全副鑿駕與陣頭，以接駁的方式，經由香港、廈門、莆田、港里，抵達湄洲，並在湄洲祖廟太子殿前的廣場上，舉行世紀盛典謁祖三獻大典，回程增加在泉州天后宮過夜，並順利的『刈火』回到鎮瀾宮。這兩岸數地的遊行踩街活動，湄洲謁祖典禮，在大陸媒體爭相報導，促使了大陸各地，文革時期以後漸漸恢復的媽祖廟香火，開放的速度更加的快；其次大甲鎮瀾宮活動的辦理，成為各方媽祖廟借鏡的對象，擴大兩岸媽祖廟的交流。」(黃敦厚，2004)

而 2000 年大甲媽祖湄洲行的影響，其認為有二：

一、大陸媽祖廟與活動的恢復

由於 2000 年大甲鎮瀾宮媽祖以全副鑿駕往湄洲進香時，大陸官方與媒體非常的注重，進香的訊息經由中央第四台，福州、莆田、廈門電視台對全中國播報，七月十八日在湄洲太子殿前廣場舉行的謁祖進香祈福三獻禮大典，以現場直播全中國並向世界轉播，在莆田、港里、湄洲、泉州踩街的活動亦向全中國播放，這樣的做法，讓大陸許多媽祖廟原有的活動得到了鼓舞，得到重新恢復舉辦的機會，許多已經成為博物館的媽祖廟，也放棄了收門票，卸下博物館的招牌，採行開放的方式，完全恢復了香火。

二、擴大兩岸媽祖廟的交流

2001 年的澳門媽祖文化旅遊節鎮瀾宮除派出進香的基本陣頭，也將五團神偶團帶往參加，並且將台灣媽祖聯誼會的友宮董監事也帶往祝賀，參加活動，兩岸媽祖廟的交流的到了擴大。

由於大甲、澳門一線牽，加上大甲鎮瀾宮董監事的活力充沛，大甲鎮瀾宮的觸角不再只限於湄洲祖廟、港里天后祖祠、莆田文峰宮、泉州天后宮，諸如上海、無錫、松江、青島、洛陽，許多的媽祖廟，鎮瀾宮的董監事均前往拜訪，進行交流，2004 年 9 月 21 日大甲鎮瀾宮媽祖在天津天后宮的邀請下，經由松江天妃宮，再前往天津天后宮會香，參加天津皇會的遊境，也帶著大甲鎮瀾宮媽祖的全副鑾駕與五團神偶團前往參加。除了上述之外，大陸的媽祖廟也經常派員前來台灣各大媽祖廟拜訪，兩岸媽祖廟的交流的範圍越來越廣。(黃敦厚)⁸⁰

而成立於 2001 年 6 月 20 日的「台灣媽祖聯誼會」組織⁸¹，可說是讓台灣各個媽祖宮廟產業權力圖譜之合縱連橫，再進入競合變化的一個轉捩點。在鎮瀾宮的官方網站中，有這樣的說明：「係集合全省理念相符之各地媽祖廟所組成，並推本宮副董事長鄭銘坤為創會首任會長領導會務，除平時進行各公之間定期聯誼外，並以之『台灣媽祖聯誼會』名義捐資復建福建省莆田縣賢良港天后宮媽祖故居。」對於這樣的組織，島內幾座較大型的宮廟，且沒有在大甲媽祖遶境進香路線之中的，當然是沒有參加的。譬如：北港朝天宮、彰化南瑤宮、台南市大天后宮等。

2001 年 10 月 23 日適逢九九重陽節媽祖飛昇成道 1013 年，澳門中華民俗村天后宮舉辦了「澳門媽祖文化旅遊節」活動，為此分別考察福建與台灣的

⁸⁰ 黃敦厚，〈大甲鎮瀾宮往湄洲媽祖祖廟進香的影響〉

⁸¹ 鎮瀾宮網站，<http://www.dajiamazu.org.tw/html/page001.htm>
會員包括會員基隆市聖安宮、台北市松山慈祐宮、竹南鎮慈裕宮、大甲鎮瀾宮、鹿港鎮天后宮、台中市朝聖宮、員林鎮福寧宮、埤頭鄉合興宮、溪州鄉后天宮、西螺鎮福興宮、西螺鎮朝興宮、新港鄉奉天宮、高雄市寶瀾宮、內埔鄉慈聖宮、台東市天后宮、花蓮市港天宮、蘇澳鎮南天宮等。

迎媽祖活動，澳門天后宮向台灣的大甲鎮瀾宮分靈一尊媽祖前往供奉。此後，台灣兩大媽祖廟—鎮瀾宮與朝天宮，在與大陸宗教交流多年後，在香火市場與兩岸政教舞台的雙重影響下，分別與大陸幾座媽祖廟宇進行分靈的「合作計畫」。其中，朝天宮是分靈予山東煙台市長島縣廟島顯應宮（2002.10.11），而鎮瀾宮則分靈予泉州天后宮（2003），以及上海松江天后宮（2004）等。（黃敦厚，2005）

爲了媽祖香火市場的開發以及宮廟產業龍頭地位的競爭，鎮瀾宮、朝天宮兩廟的產業觸角與角力過招從未停些過。鎮瀾宮協辦過 2004 年第二屆澳門媽祖文化旅遊節活動；而分靈了一尊朝天宮媽祖的山東煙台長島顯應宮則分別於 2002 年 11 月 25 日、2003 年 11 月 7 日來到朝天宮參與謁祖祈福大典。

而對岸的大陸，則在 2004 年 10 月 31 日成立了「中華媽祖文化交流協會」，並由全國政協副主席、臺盟中央主席張克輝任會長。目前已有海內外 175 家媽祖文化機構申請入會，其中 57 家來自台灣地區。⁸²

而以鎮瀾宮爲首的「台灣媽祖聯誼會」組織，扮演著一個超越傳統民間信仰宮廟對外交流的單打獨鬥方式，而改以聯合對外的結盟擴充方式；其所能掌握的媒體關注、產業結盟和政教實力，實已不容小覷。像是 2004 年 12 月，大陸湄洲莆田文峰宮「夫人媽」到台南市祀典大天后宮和眾媽祖「姊妹會」的交流活動⁸³，當台南大天后宮詢及鎮瀾宮「大甲媽」以後的遶境進香活

⁸² <http://big5.chinataiwan.org/web/webportal/W2001561/A48584.html>，臺盟網（2004 年 10 月 31 日）

據湄洲島管理委員會委員林建華先生介紹，早在 1998 年初，舉行紀念媽祖金身巡遊台灣一週年活動期間，來自世界各地的媽祖信眾代表就提出爲發揚媽祖文化，應成立“世界媽祖信眾聯誼會”。2002 年 9 月，以湄洲媽祖祖廟董事會牽頭的籌備組將“世界媽祖信眾聯誼會”改爲“中華媽祖文化交流協會”，並赴京向有關部門諮詢申請事宜。今年 6 月 18 日，中國民政部批復協會籌備組同意成立中華媽祖文化交流協會。至此，媽祖文化地位得到國家正式確認。

林先生說，成立後中華媽祖文化交流協會將進一步弘揚媽祖文化，充分發揮媽祖文化的橋梁和紐帶作用。特別要爲海內外媽祖文化機構和人員開展學術研究、進行聯誼交流、增進理解共識提供良好服務。

此外，十一月一日至二日還將在湄洲島舉行中華媽祖文化學術研討會，屆時將有來自海內外近百名專家、學者參加。

⁸³ 2004 年 12 月，大陸湄洲莆田文峰宮「夫人媽」到台南市祀典大天后宮和眾媽祖「姊妹會」

動可不可能來到台南？擔任「台灣媽祖聯誼會」會長的鄭銘坤語待保留的說：「以後可在聯誼會進一步討論。」⁸⁴，此番對話，透露出了「台灣媽祖聯誼會」所展現的宮廟政治實力和未來可預見的影響。

兩岸宗教交流的競爭場域延伸，雖無法聞到硝火的味道，然而卻是已經進入到一個境外相爭的白熱化的階段。大甲鎮瀾宮從 1987 年的破冰取火後的宮廟產業發展變化，解構了以往由朝天宮維持的「香火權威領導中心」地位，這是宮廟產業香火權力「散置化」⁸⁵、「去中心化」的開始；經營宮廟產業以建構自身的主體性，比任何香火位階更顯重要。而在「鎮瀾宮模式」的宮廟產業經營策略影響下，運用「政治、商業、媒體」三位一體的聯合行銷操作手法，已引起了各地宮廟的仿效。2001 年以鎮瀾宮為首的「台灣媽祖聯誼會」成立後，鎮瀾宮更重新建構了一個新的「產業領導權威中心」。這也使得島內各個媽祖宮廟管理組織等，在香火的認同之外，還需思考是否要加入「台灣媽祖聯誼會」這個新領導中心，以組織之力拉抬自身的政教曝光位置；或者結合地方政府之力，運用媽祖文化節以聯合行銷「三月瘋媽祖」的宮廟產業與文化觀光；抑或者如同北港朝天宮一樣，在輝煌的歷史積累之上，運用本身全台與國外最多的分靈子廟網絡，繼續拓展其必須走出與鎮瀾宮不同的產業特色之路。

的交流活動，台灣各界的反應已不似 1997 年湄洲媽祖來台遶境百日所引發莫大的爭議，亦未聽聞「宗教統戰」或「共匪媽祖」之批判。而大甲鎮瀾宮廟方亦展現了「此一時也，彼一時也」的不同態度，且適時的創造並拋出了極受高度重視的議題——「大甲媽祖繞境進香活動有無可能來到台南大天后宮會香之可能？」

鎮瀾宮此行是為恭迎湄洲「夫人媽」到大甲做客，副董事長鄭銘坤說，這是兩家廟宇交流好的開始，希望這次結下的善緣，以後每年都能會香。

⁸⁴ 〈大甲媽，首度抵府城會香〉【2004/12/09 聯合報】，【記者林建農／台南報導】
<http://www.peikang.idv.tw/modules/news/print.php?storyid=121>

同時也促成了大甲鎮瀾宮「大甲媽」首度到府城會香，並吸引了許多民眾爭睹。而為慶祝三家廟宇媽祖共聚，台南大天后宮特地舉行「官祭」，由市府民政局長蔡寬裕代表市長擔任正獻官，大天后宮、鎮瀾宮眾執事及開基武廟、小南城隍廟、祀典武廟管理委員會與祭外，市議員邱莉莉和立委候選人施治明、高思博，也虔誠參與釋奠三獻禮。

⁸⁵ 參引自葉永文，2000，《宗教政治論》，頁 12，台北：揚智出版社，

三、分身的角力—湄洲祖廟來台的冷與熱

日據時期大正十四年，日人中治稔郎氏融合天照大神與天上聖母創立「天母教」，且曾至湄洲迎請湄洲媽祖來台奉祀，希望藉其吸引信徒。資料記載，當時亦請福州都城隍來台，而這二尊神像皆金身新裝，且據云在舉行安座式時，曾以「本島式之行列」遊行，參與之「鼓樂、陣頭不計其數」，由於湄洲媽祖之號召，每日約有百餘人前來參拜，香火頗盛。根據當時記者採訪，中治稔郎氏創立「天母教」會，是「欲融合內台人民之意志而設」，也就是說，其想藉媽祖、城隍等島內人民最崇奉之神明來消除日本人與台灣人間的隔閡。這是在台日人依據台人慣習信仰所進行「同化」思考與實踐，頗具特色。

而除了日人中治稔郎氏曾迎請過湄洲媽祖來台外，島內廟宇基隆慶安宮、鹿港天后宮、台中萬春宮、大稻埕天母教會等亦曾分別於大正元年（迎回黑面媽祖）、五年（迎回湄洲正二媽）、十三年五月（迎回湄洲六媽）、十四年三月（迎回聖母金身），數次迎請湄洲媽祖及其分身來台。而前往湄洲祖廟進香之台灣廟宇，根據《台灣日日新報》記載，則有嘉義溪北六興宮、台中市萬春宮、彰化鹿港媽祖廟、新竹天后宮（內媽祖）、雲林西螺麥寮拱範宮、嘉義樸子腳配天宮、新竹北門外（金）長和宮、基隆慶安宮、新竹內天后宮（內媽祖）等九座之多。這些媽祖廟到湄洲進香的原因很多，循慣例純粹謁組的如新竹長和宮。其中最主要的動機，恐怕是「求靈力」或「想昇格」，以此來求香火。（王見川，2000：275-278）

從清朝先民渡海來台迎請原鄉媽祖來台開墾落戶並集資鳩工建廟，後轉而融入土著化社會並形成在地化的信仰後，島內分靈媽祖與湄洲祖廟間的交流次數並不算熱絡；從日據時期的局部交流，到 1987 年鎮瀾宮開啓兩岸謁祖進香的熱潮，再到 1997 年湄洲媽祖來台所引起的宗教統戰喧然大波，湄洲媽祖與台灣媽祖廟與互動之間，除了宗教上的靈力變化、香火位階的權力圖譜更動外，不時也受著政治氛圍的影響。在彼岸極為受到尊崇的湄洲媽祖，渡海之後，卻不見得受到同樣的對待。

1997年1月24日，大陸福建湄洲媽祖獲台南大天后宮之邀「搭乘」長榮航空來台進行「遶境百日」的交流活動⁸⁶，但其所引起台教會、建國黨、學術界等以「宗教統戰、共匪媽祖、斂財媽祖、木馬屠城」的撻伐，以及各大宮廟迎拒之間的暗地政治角力等，使此次事件成爲國內政治、社會、信仰備受關注的爭議事件。

有關此次「遶境百日」活動所引起的許多爭議，除了宗教統戰的爭議外，關於來台媽祖神像是否爲「元始金身」、「元朝石雕」，以及「寶璽」的真偽問題等，不但鬧得沸沸揚揚；而台灣與湄洲祖廟締結爲「至親廟」關係的八座媽祖廟宇，卻也傳出抵制這次活動的拒斥態度。

包括北港朝天宮、新港奉天宮、大甲鎮瀾宮、鹿港天后宮、松山慈祐宮等八家湄洲祖廟的「至親廟」，在這一次湄洲媽祖的遶境行程當中，竟然全部沒有被排進去，而排到行程當中的則是以台南大天后宮、朴子配天宮等爲主的另八家廟宇。八家「至親廟」方面都表示，主辦單位在事前沒有和他們進行任何的協調，因此雖然他們與湄洲媽祖祖廟方面的人士過去都來往密切，但是，這次的活動他們卻完全插不上手。

林本炫分析指出，以「總代理權」的爭奪這個觀念來看，像台南大天后宮在沈寂近百年之後，又在這一次再度投入，其他幾座大廟則反應冷淡，其中的道理就相當明顯。另外，他也認爲在這次活動中，會創造出一些新的媽祖大廟，譬如朴子配天宮，這是一種典型的宗教「象徵資本」的創造，日後可能就轉換成豐沛的政治經濟資本。（陳建勳，1997）

晏山農在〈宗教當然不祇是宗教而已〉一文中談到，中國的民間信仰從自然崇拜伊始到具體的人格化，都鋪上了濃烈的現世主義色彩，再加上歷來統治者的巧妙應用，所以包括媽祖、關公等最受民間崇信的神祇都已失去原貌。除了神化的過程有人爲的斧鑿痕跡外，不同廟宇間的競逐正統、規模，

⁸⁶策劃此次「宗教交流」活動的民間單位爲陳適庸（曾任嘉義縣長）、台南市大天后宮主任委員呂松根以及春池文教基金會秘書長黃靜等。而中國方面則由具官方身份的國台辦代表及湄洲媽祖廟董事長林文豪等近二十人左右抵台。

也可以看出其中的政治角力。……然而，基督教或回教的內部鬥爭，總還有教義詮釋的真摯性，使得塵世與宗教還保持一種張力關係，而台灣的民間信仰祇不過是複製政治鬥爭的把戲罷了！還有，台灣的媽祖也不是系出同門，除了湄洲媽以外，還包括銀同媽、溫陵媽等，硬把湄洲媽拉拔到最高位階，反映的正是捨異求同的一元思維。所以，宗教統戰、宗教斂財之外，以上問題似更值得人們來反思。（晏山農，1997）

而位居台灣媽祖信仰宮廟龍頭地位的大甲鎮瀾宮，早在 1989 年即和湄洲祖廟締結「至親廟」的關係，卻在此次飽受統戰之譏的「湄洲媽祖遊台」活動上，選擇了迴避的態度。但鎮瀾宮並非是具有先見之明，而是東道主的「面子」和香油錢的「裡子」問題談不攏。學者三尾裕子分析指出：「湄洲媽祖來台遶境」乙案，原本是由大甲鎮瀾宮來規劃辦理，鎮瀾宮曾預定撥款四千餘萬元的預算邀請湄洲媽祖到台灣，計畫實施八十七天的繞境，並透過「台閩經貿協會」及中山大學教授提出邀請。可是，沒想到湄洲媽祖淨回應要求九千萬以上的巡境費用，鎮瀾宮因而放棄了招聘的計畫。而事隔一年多之後，此次舉辦湄洲媽祖「遊台」則另鎮瀾宮起疑，認為湄洲祖廟為了獲利而選擇別的廟宇委以邀請之任。（三尾裕子，2003：198）一向以「主導」之姿來辦理各項活動的大甲鎮瀾宮，不願意接受湄洲祖廟的「開價」與「要脅」，是可想而知的事。

此後，此番遶境全無規劃章法可言，甚至有人譏諷祖廟人員是在倉卒來台後，才臨時接受邀請即決定駐駕的廟宇地點，且除了台南大天后宮較有名氣外，台灣十七座「至親」媽祖廟均作壁上觀，小型媽祖廟則比較願意歡迎湄洲媽祖前往駐駕。（黃敦厚，2004：117）異哉！同樣是湄洲媽祖，但因為時空背景與擺放位置的不同，卻有著不同的接待規格；從 1987 年開始，台灣幾大媽祖廟宇甘冒司法風險的奔相前往大陸湄洲祖廟謁組割火，前後迎回數千尊媽祖神像的一頭「熱」景象，對照 1997 年 1 月 24 日湄洲媽祖來台的「遶境百日」，卻是受到小廟歡迎但大廟拒斥對待的「冷」來看，此番「前恭後倨」

的景象，更說明了元廟子廟間所存在之香火位階的政治實踐，在台灣宮廟政治與宮廟產業利益的競合操弄之下，恐怕僅是《宮志》當中歷史沿革書寫的一個篇章罷了。

晏山農指出，其實早年各地媽祖廟關於進香、分靈的歷史極其模糊，所以執著於孰大孰小，並無啥意義；再者，台灣媽祖也不全然來自於湄州，同安的「銀同媽」、泉州的「溫陵媽」所在多有，視湄州為唯一「祖廟」，根本是封建思維在作怪。三年前鑽研宗教社會學的翁仕杰就撰文指出由於台灣媽祖信仰的興旺多元，才有能力回饋湄州老家，此為台灣媽祖「土著化」而非「內地化」的結果，所以我們該破除回湄洲進香的迷思。

如斯論確實切中核心，不過，一來廣大信眾的情感未必能以理性、科學輕解，再者，文化交流再度熱絡之後，「內地化」和「土著化」的爭議還會以辯證形式持續下去，且時有消長。不過近幾年來，由於台灣媽祖信仰已名聞遐邇，於是中央、地方政府與民間團體紛安排媽祖文化節、國際學術研討會、拍紀錄片參賽，成果頗為豐碩。所以儘管很難擺脫政治力的介入，但民力為主導已然確立。我們若以自信的脚步走下去，不難揚棄以血緣為基礎的狹隘宗族主義，如此台灣的媽祖信仰就得以提昇到普世層次，動態、多元、包容的「土著化」樣式自會呈現。(晏山農，2003.04.21，中國時報)

黃敦厚指出，台灣各大媽祖廟仍維持日至時期以來的一貫態度，也就是藉湄洲祖廟以自重，藉湄洲祖廟以提高自己的聲譽，自己的轄區仍由自己主導，不必接受湄洲祖廟的指揮。只有曾經分靈的關係，沒有主從的關係；湄洲祖廟的媽祖也願意到各地未必是其直接所分靈的大小媽祖廟駐駕，並不所謂分靈子輩、孫輩、曾孫輩的差別，可以說從此以後的台灣媽祖廟已經進入了百家爭鳴、百花齊放的時代。(黃敦厚，2004：117-118)

解嚴後的兩岸宗教交流熱潮，除了民間信仰的交流外，1989年3月27日，佛光山星雲法師帶領三百餘人的「國際佛教促進會弘法探親團訪問中國大陸」。1998年台灣政府公佈《兩岸人民關係法條例暨相關許可辦法》之後，

總算給予了兩岸人民宗教交流更充分的法源依據。而 2001 年 1 月開放的「金馬小三通」條例，更讓熱切進行宗教交流活動的台灣信眾有了縮短路途、節省開銷之利。2002 年 7 月 24 日，台灣澎湖縣一級古蹟天后宮與澎湖縣政府聯合辦理天后宮與中國大陸泉州天后宮會香交流活動，利用客輪直航前往大陸泉州迎接泉州媽祖返航，此次活動，是兩岸分治 52 年後首次由官方專案核准的民間宗教信仰「宗教直航」活動。進入 21 世紀，兩岸民間宗教交流活動愈趨熱烈與頻繁，亦顯檯面化、政治化，由政治人物直接領軍前往大陸進香的案例更已離島居多。2000 年的 278 件、2001 年 427 件、2002 年的 433 件，都呈成長趨勢；其中，2002 年，金門縣長李炆烽、立委吳成典、澎湖縣長賴烽偉、馬祖的訪問團等（蔡泰山，2004：12），均是以直航方式直前駛往大陸進行宗教交流，雖然交流的規格與層級均是行政首長或立法委員等率團出發，但因都是發生於離島的政教交流事件，所以並未能引起台灣政界、學界及媒體的高度關切。僅有發生於 2002 年 2 月 23 日至 3 月 5 日的「大陸西安法門寺迎佛指舍利護送團」事件，才再度引起島內政教論辯與媒體報導的沸沸揚揚。

2004 年 12 月，大陸福建莆田文峰宮「夫人媽」到台南市祀典大天后宮和眾媽祖「姊妹會」的交流活動，台灣各界的反應已不似 1997 年湄洲媽祖來台遶境百日所引發莫大的爭議，亦未聽聞「宗教統戰」或「共匪媽祖」之批判。觀察兩岸民間宗教信仰交流的政治變化，近年來各界的反應已不復 1997 年之激烈批判和統戰擔憂。對於兩岸頻繁之宗教交流事件，漸以平常心看待了。

從以往的香火之爭、正統之爭、開台媽祖之爭等，演變成近十幾年紛紛前往大陸進香加持充電，每座宮廟幾乎都號召信徒的競相前往大陸進行尋親迎祖；在以靈驗為號召的民間信仰神權建構中，漸次的不再以神明位階來論述香火權威，轉而以建構各宮廟信仰圈的主體性及宮廟產業的行銷為主。從社區發展的本位主義觀之，這不失為是一正面的現象。

第三節 宗教政治學—政教兩棲與權力競合的必贏策略

楊慶堃把中國的宗教分為兩類：一類是教義和教會組織完備的宗教，稱為「制度型宗教」(institutional religion)；一類是沒有統一教義和宗教組織的民間信仰，它擴散到世俗生活當中與世俗生活結合在一起，稱為「擴散型宗教」或「普化宗教」(diffused religion)。這種擴散性的宗教是以儒家思想為基礎的、體現著傳統宗法等級秩序的體系。莫裏斯·弗裏德曼(Maurice Freedman)把楊慶堃的觀點進一步推展，認為中國的民間信仰受國家所推崇的、文人所倡導的、以儒家思想為基礎的宗教的主導，它們都維護著以繼嗣制為核心的等級制。B. 華德(Babara Ward)從政治的角度來考察民間信仰，她認為漢族的民間信仰和政治權威有密切的關係；E. M. Ahern比較了民間信仰儀式的特點，認為它們與政府衙門的運作有許多相似之處，因而提出民間儀式是一種政治遊戲的預演；王斯福(Stephan Feuchtwang)的觀點與上述學者有點不同，他是從民間儀式的地域性角度來研究民間信仰的，他認為民間儀式是一種地域性的政治，它在本質上與中央政治權力相對而存在，但同時也難以避免為中央政治結構所利用。(黎熙元，2002)

一、政教兩棲的宮廟政治學

黃敦厚指出，迄今媽祖廟多為民意代表所主持，民間流傳政治人物營造政治實力必須從經營寺廟開始，故台灣由北而南的大小廟宇，政治人物並不少見。部分政治人物為了營造政治實力，或從拉抬廟宇的聲譽著手。(黃敦厚，2004：3)

台灣媽祖廟團體散佈全臺各地，較有名氣的團體為北港朝天宮、大甲鎮瀾宮、新港奉天宮、彰化南瑤宮、台南大天后宮、台南土城鹿耳門聖母廟、

鹿港天后宮、安平天后宮、淡水福佑宮、關渡關渡宮、澎湖天后宮、蘇澳南天宮等。

上述這些媽祖廟團體依其政治領袖可以分為兩類團體，一類為政治領袖兼任媽祖廟團體負責人，例如大甲鎮瀾宮董事長顏清標、北港朝天宮董事長曾蔡美佐兩人皆有立法委員身分；而彰化市南瑤宮主任委員則由彰化市長溫國銘擔任，台南市安平天后宮由高雄市議員張省吾擔任，蘇澳南天宮由蘇澳漁會會長林源吉擔任。另一類為非政治領袖擔任負責人，像新港奉天宮負責人為鄭新民，鹿港天后宮為趙輝煌、台南大天后宮為呂松根，台南土城鹿耳門聖母廟為方文科，淡水福佑宮為謝安棋，關渡關渡宮為陳林富，澎湖天后宮為楊國夫，他們皆為專職的媽祖廟負責人，沒有任何政治職務。(張家璘，2002)

位居台灣媽祖信仰宮廟產業龍頭地位的大甲鎮瀾宮，可說是政教兩棲與宮廟產業經營有方的翹楚。在 1987 年 10 月 31 日前往大陸湄洲祖廟取得中斷三十八年的香火後，其在台灣所引起的行銷經營策略的仿效，宮廟組織合縱連橫的領導之勢，以及因臺海兩岸「媽祖熱」而致大陸當局圖謀遂行宗教統戰與旅遊開發的別有用心等，皆使得大甲鎮瀾宮在島內宮廟競合以及與對岸宗教交流的直航議題上，引發了島內宮廟產業權力圖譜、交流政策朝野攻防角力、大陸當局熱切邀請等不容小覷的政教位階。

而大甲鎮瀾宮董事長顏清標目前且擔任立法委員的發跡傳奇，除了突顯台灣民主政治與選舉文化的結構亂象，以及象徵台灣宮廟產業主事高層結構朝向高度政治化的走向外，更具體反映出台灣民間信仰的社會文化意義受到相當大的政治衝擊與操弄。1990 年，顏清標踏入政壇，從縣議員到省議員，凍省後再選縣議員，並當選台中縣議會議長，1998 年更入主鎮瀾宮⁸⁷。2000

⁸⁷ 〈華視新聞雜誌〉，2000.08.16，<http://www.cts.com.tw/nm/sm/sm09631.htm>

1998 年鎮瀾宮董監事選舉，由於事先傳聞有黑道和地方派系介入，因此引起檢警單位的注意，不但出動幾百名警力維護秩序，還全程錄影監控，結果還是出現這種火爆的場面。

年總統大選時，顏清標具國民黨員身份，與宋楚瑜素有交誼，兩面為難，只得跟大家說「我要請示媽祖」。選前，顏清標突然宣布要支持宋楚瑜，國民黨部遂開除其黨籍。

顏清標以台中縣議會議長的公職身份入主鎮瀾宮之際，由於其本身亦為地方派系領袖，在進入到龐大資產與萬千信眾的宮廟體系後，島內各個宮廟產業及地方勢力原本即與鎮瀾宮所存有的聯誼網絡關係，瞬時也成了顏清標擴展其政治實力的交誼圈；而每每藉由進香活動以邀攏政黨高層前來，此藉由宮廟產業以開拓政治之路的做法不啻是如虎添翼。

而其「黑金」身分更是備受爭議。因為其擔任議長時涉及數起司法案件，2001年2月27日，遭到台中地檢署依貪汙、槍砲、殺人未遂、頂替和加重強盜等罪嫌聲請羈押獲准。在被羈押期間，顏清標發表「給宋楚瑜的一封信」〈情義二字真沉重〉（2001.10.30）⁸⁸、刊登廣告批評陳水扁總統干預司法（2001.11.08）⁸⁹以及〈對媽祖懺悔文〉（2001.11.20）⁹⁰等的大動作。顏清標在祈懺文中提及—「他在1998年為解決宮內董事紛爭，被推舉為董事長，2000年大批檢調人員至宮內搜索等，都因此讓媽祖受辱、受褻瀆。2001年10月6日陳水扁總統說：「中部有一個人，請媽祖出來嘛無效！」；顏清標請求媽祖、

⁸⁸ 2001年，顏清標於獄中未能參與進香活動，他在獄中發表了對宋楚瑜的一封信，2001年10月30日，「宋楚瑜直說感受深切，由於信中顏清標還點出大選支持宋楚瑜，以及他力主宗教直航衝倒了高層，才會有今年的下場，宋楚瑜更是為顏清標不平，痛批新政府選擇性羈押，為顏清標扣上汪洋大盜的帽子，宋楚瑜並揚言將為顏清標討回公道。」

⁸⁹ 2001.11.08，東森新聞台電子報，<http://www.ettoday.com/2001/11/20/1084-1225055.htm>
顏清標被羈押期間，7日再度在晚報半版廣告上，「質疑陳總統10月份在台中的造勢大會上，暗指有人請出媽祖也沒用，是在干預司法。」一段陳總統在台中造勢大會上的告白，引發顏清標強烈不滿，其實陳總統沒有指明究竟是誰，「請出媽祖也沒用」，不過台中縣大甲鎮瀾宮的媽祖聞名全台灣，身為鎮瀾宮的董事長，顏清標自然而然，成為媽祖的最佳代言人。
不過，顏清標陣營卻刊登聲明認為，陳總統的說法意圖影響司法，暗中指示法官該如何判刑，還諷刺媽祖的無能，陳總統未審先判，已經失去法律人的素養。這份聲明同時指出，當年美國總統尼克森干預水門事件而下台，陳總統如今利用豁免權，在選舉期間謾罵抹黑，未審先判，是最壞的道德示範。

⁹⁰ 2001.11.20〈選戰倒數10天／顏清標辭鎮瀾宮職務，子讀懺悔文〉，東森新聞台電子報，<http://www.ettoday.com/2001/11/20/1084-1225055.htm>
台中縣立委候選人顏清標競選總部20日晚間將在大甲鎮瀾宮前，舉辦一場名為「顏清標祈懺晚會」的造勢活動，顏清標家人將代宣讀顏在看守所內親筆書寫「對媽祖懺悔文」，顏清標為文表示他讓媽祖受到褻瀆，若能得到媽祖及信徒諒解，他願辭去鎮瀾宮董事長職務。

信徒的原諒，只要求得諒解，他願意辭去鎮瀾宮董事長的職位。」⁹¹

而雖然顏清標人被羈押中，但仍由其子顏寬恆代父參選第五屆（2001 -）立法委員，且順利當選。2004 年，顏清標再度參選連任，又順利的當選第六屆立法委員。⁹²

整齣不斷上演的鎮瀾宮「宮廟政治學」大戲的最高潮，當然就是顏清標的當選立委乙事。從顏清標入主鎮瀾宮董事長一職開始，媒體追逐鎮瀾宮的新聞焦點，便常常是政治新聞、社會新聞、宗教事件新聞、文化活動新聞等的糾纏不清。因為被訪問的廟方主事者，在不想正面回答問題時，往往就是虛應的將問題推給「大甲媽」而帶過⁹³。

二、媽祖進香與總統大選

1999 年台中縣文化局成立，台中縣縣長廖永來與文化局局長洪慶峰等積極籌辦深具在地文化產業特色的常民文化節活動，「大甲媽祖文化節」更是其中壽命最久的文化節。而因為鎮瀾宮運用媒體行銷頗有心得，國內數家有線媒體亦漸以本土廟會活動之製播為深具政治正確的市場導向。正逢台灣民主政治史上最具有爆炸性、議題性、衝擊性的重要一役——「2000 年總統大選」（1999 年進行選舉），全島幾乎為之沸騰；擅長議題炒作的鎮瀾宮更廣發邀請函，邀請五組候選人前來為媽祖進香和選舉造勢，在實況轉播以及數萬信眾面前藉

⁹¹ 同前引

⁹² 2004 年立委選舉，顏清標在大甲鎮的得票數高於 2001 年的選舉。

資料取自中選會網站，<http://www.cec.gov.tw/>

2001 年第五屆立法委員選舉，顏清標之總得票數為 34,003 張，其中在大甲鎮之得票數為 1,484 張；而 2004 年第六屆立法委員選舉，顏清標之總得票數為 46,111 張，在大甲鎮之得票數為 3,853 張。

憂心者表示，這是因為大甲鎮瀾宮信徒代表的規劃上增加了不少的陣頭代表，這些集體利

益的操弄，儼然將宮廟產業變成少數特定團體的金雞母一般，而宮廟主事者則變成了利益代言

人了，所以顏清標的得票數增加了。

⁹³ 張家璘，顏清標的例子說明了政治人物如何巧妙運用媽祖廟團體提升自己的知名度，他才是最大獲利者。⁹³

「神」造勢的好時機，各組候選人無不卯足全力。1999年3月5日的鎮瀾宮文化大樓落成典禮，總統候選人連戰、宋楚瑜以及與李敖搭配的副總統候選人馮滬祥都參與盛典。

1999年大甲媽祖遶境進香活動起駕當天，鎮瀾宮不但將四大天王齊數請來，更特別絞盡心思地錯開四位總統候選人的露臉時機，連戰進行恭請入轎安座儀式，宋楚瑜點燃起駕炮，陳水扁參加媽祖文化之夜，許信良則參與散香參拜。

首先到訪的是副總統連戰，於昨日下午四時十分在前立法院長劉松藩、鎮瀾宮董事長顏清標等人的陪同下，向媽祖上香參拜，並依禮俗將正副爐媽、湄州媽、千里眼、順風耳、令旗、印信一一恭敬地放入媽祖進香乘坐的神轎內，儀式莊嚴隆重。連戰稱許大甲媽祖最大宗教盛會是維持社會安定的重要力量，國人多多學習媽祖慈悲幫助別人的精神，他說這是最具有規模的活動，進香歷史有百餘年，有數十萬信徒的鎮瀾宮，大家共同來團結及關懷力量，是安定社會最大意義。

將全程參與八天七夜遶境的前民主進步黨主席許信良，於晚上七時二十分抵達，在參拜念祝文時，特地祈求希望所有信徒要謙卑學習發揮媽祖博愛精神、同胞愛，共同祈求媽祖保佑國泰民安、風調雨順、兩岸和平、民主得彰。許信良說，媽祖是臺灣先民的守護神，他參與進香之旅，是以宗教苦行方式與虔誠的媽祖信徒走在一起，反省過去，思考新的未來。

前臺北市長陳水扁於晚上近九時抵達，並向鎮瀾宮人員表示，到大甲下車自停車場走了二十多分鐘才到宮內，可見人潮的擁擠。陳水扁在臺中市長張溫鷹、民進黨籍大里市長簡肇棟及立法委員邱太三等多人作陪下，先到鎮瀾宮二樓貴賓室歇息，原本以為會與許信良會晤的重頭戲，但因許信良在三樓休息，錯過會晤場面。陳水扁在貴賓室不接受媒體任何訪問，當下樓準備前往大殿參拜時，短短十餘公尺的距離，擁扁熱情民眾以及媒體的爭相包圍，並發生推擠，使得他寸步難行場面亂烘烘，十餘分鐘才順利到大殿向媽祖拜

拜。

最後一位「天王」宋楚瑜，是在晚上十一時許在大批宋楚瑜之友會的簇擁下抵達。臺灣省政府主席趙守博則於十時五十分到達。

看到總統大選時的宮廟與政治間的微妙互動，正如林濁水所言：「可以想像台灣，或者說中國自古以來政教的依附與糾葛關係再度具體而微的再現。這不但成爲一場宗教嘉年華會，也是一場政治嘉年華會」。

在這場選舉中，不被看好的候選人前民進黨主席許信良，選擇以徒步方式全程參與八天七夜進香，當記者問到他參加大甲媽祖遶境苦行之旅的心得時，許信良表示：「感觸很多，決定參加這次遶境之旅是抱著朝聖的心情，這是一個具有歷史意義的活動，和回教人一生至少要到麥加朝聖一回一樣，具有國家民族色彩的民間宗教活動。媽祖是閩浙海域的海神，台灣是個移民社會，船頭媽就是台灣移民崇拜信仰最重要的開始。大甲媽遶境到北港是最原始、最古老的舉行儀式，我是客家人，從我祖父開始就參加過這種宗教活動。我這次參加大甲媽遶境，是因為時間剛好，想參加這個具宗教歷史意義的朝聖活動。」

2004年總統大選，陳水扁、呂秀蓮、連戰、宋楚瑜再度同台競選，只是屬於藍營的連、宋二人這一次爲搭檔競選，不同於2000年總統大選的同室操戈。而於2000年表態支持宋楚瑜的鎮瀾宮董事長顏清標，早在省府時期便和宋楚瑜是政壇至交，其所領導的大甲鎮瀾宮所展現的地方政治影響力早已不容小覷。這可由每次全國選舉時，媒體必關切追問朝天宮、鎮瀾宮兩大媽祖董事會高層的選舉意向看出。

宗教介入政治，政治人物參與宗教團體或位居榮譽高位者，在台灣並不少見。但選擇於選舉時表態支持某某對象者，卻並不多見。2004年總統大選時，位於南投縣埔里鎮的中台禪寺明確表態力挺連宋。而在全台灣擁有上百萬信徒的媽祖信仰，其各地「媽祖廟」的支持意向，也成了選戰熱門話題。……

體恤顏清標話不能明講的副董事長鄭銘坤⁹⁴說，由鎮瀾宮主導的台灣媽祖聯誼會，支持誰早有答案。鎮瀾宮副董事長鄭銘坤：「台灣媽祖聯誼會會支持的對象啊，大家都知道，誰跟鎮瀾宮最親近，我們就會支持他。」

而和大甲鎮瀾宮遙遙相對的北港朝天宮，沒有加入媽祖聯誼會。立委曾蔡美佐是朝天宮的董事，這次選舉支持誰，她在媽祖面前拿起香，祈求媽祖影響中間選民。立委曾蔡美佐：「希望天上聖母讓這個中間的選票，支持連宋。」這番表態是媽祖的指示嗎？曾蔡美佐強調，她跟惟覺老和尚一樣，都是個人決定。……不過曾蔡美佐政壇上的宿敵，立委蘇治芬火力全開，一方面消毒，一方面批評朝天宮董監事，假傳媽祖聖旨。立委蘇治芬：「我們不要利用媽祖婆，如果利用媽祖婆，我想你會遭受神明的譴責。」……政治人物向宗教靠攏，有沒有票？看看他們逢廟必拜，就可以知道；但是媽祖不語，神明的意旨總是凡人，透過被設定的議題，擲筊杯做解讀，媽祖信徒有藍有綠，大家各憑本事。⁹⁵

這是一個談到市場，談到行銷，便必須依賴媒體行銷的訊息消費時代。鎮瀾宮從八〇年代開始，便開始嘗試與平面媒體合作以報導進香活動，隨著1987年湄洲進香事件之後所漸次主導的宮廟產業權力圖譜變化，更先後採行了購買電視時段、邀請電視名人主持進香特別活動，到近年來邀請數家電子新聞媒體參與，透過電視新聞的全程瘋狂競播，真正創造出了「三月瘋媽祖」的數位行銷時期。

在鎮瀾宮早已是台灣最具宮廟產業實力的同時，又歷經2000、2004年兩屆總統大選候選人齊聚鎮瀾宮的造勢拉抬，瞬時使其在進香期間，成為台灣政治人物必定到訪、而媒體亦會追逐採訪報導的宗教機構。這一方面是鎮瀾宮有充分的財力足以邀請數家電視台來報導，另一方面是鎮瀾宮主事者與地方政治勢力，以及與其它政黨之間的政治網絡關係，左右著不容小覷的選票

⁹⁵ TVBS 網站新聞，http://www.tvbs.com.tw/news/news_list.asp?no=eveno20040316074629

市場與政教實力之故。鎮瀾宮的財力背後，當然牽涉到宮廟產業的經營與行銷策略；而高層政治人物受邀到訪的拉抬效果，自然也是宮廟產業的行銷策略之一。政治人物、宮廟產業、電視媒體三者之間所代表的選票與焦點、資金與市場、行銷與效益的問題，此三者的關係環環相扣，究其實，鎮瀾宮之所以願意年年投入大把經費來進行媒體行銷，圖的是藉由政治的拉抬以擴大宮廟產業的政教實力；而總統候選人與各政黨高層之所以願意出席進香儀式活動，圖的當然是選票與媒體曝光的機會了。

三、民間信仰的政治語言學—台灣政治人物最愛的女神

媽祖從南宋紹興廿五年（1155）受封為「崇福夫人」起，歷經政權更替，至康熙廿三年被晉封為「天后」止，總計受朝廷褒封卅四次之多。相較於官方封賜媽祖為「天后」，湄洲祖廟人員在此基礎上，於乾嘉時期增封媽祖為天后聖母，並載入《天后敕封志》中由於信者的鼓吹，這一稱號，頗得人心，大為流傳，道光年間時人多私謚媽祖為「天后聖母」。現今民間熟知的媽祖封號「天上聖母」，即由此訛傳而來。（王見川，2000：20）

觀察媽祖屢受統治當局晉封之現象，說明了封建威權社會時期，統治者深知民間信仰與常民生活之密切關係，運用政治的晉封手法，進行民間社會信仰文化之政治掌控。林本炫指出，海峽兩岸對媽祖信仰採取不同的政治策略只是其一，政權更迭同樣在過去影響著媽祖的信仰，例如施琅在收復台灣之後，就改變了明鄭王室時崇奉玄天上帝之習俗，大力提倡媽祖信仰。（陳體勳，1997）而民主政治時代，政治人物尋求多數選民支持為執政之基礎，故亦不能免俗的藉由出席大型廟會活動來表現其貼近民間生活、關心民間文化、掌握民意所趨之政治動作；甚至利用各項資源，以經費補助廟會活動或主動規劃媽祖文化節的辦理；在宮廟產業開拓宗教市場的同時，政治人物亦藉此開拓選民支持的政治市場。

媽祖有分身，政治人物也有分身。擅以民粹政治語言來激起選民的情緒的總統陳水扁，在 2001 年花蓮縣長選舉為花蓮縣長候選人游盈隆背書時強調：游盈隆是總統、行政院長的分身、代理人，是可以代表阿扁的縣長，他呼籲花蓮人一定要讓花蓮「改變」。陳水扁更強調，讓游盈隆及立委參選人盧博基當選，是上帝、媽祖、眾神明的意思，他希望大家支持總統的分身。⁹⁶

2002 年，副總統呂秀蓮、立法院長王金平、台中縣長黃仲生、副縣長陳茂淵、親民黨黨主席宋楚瑜、中縣立委馮定國、副議長陳芳隆等地方民代，在鎮瀾宮董事長、立委顏清標的陪同下，十二日傍晚也到場恭送媽祖，並恭請進香媽入神轎，場面隆重。

副總統呂秀蓮將三尊即將啟程的媽祖神像請到轎子裡，並讚揚「海上女神」媽祖以女兒身，為中國發揮慈悲、智慧與大愛，那裡有困難就化身捨身解救，贏得世世代代台灣人的尊敬，不分老幼、不分黨派，大家都敬仰媽祖，做人是永遠的，她希望大家做良心人、說良心話、做良心事，呂秀蓮讚揚媽祖是舊時代的新女性、現代的「太陽女神」，也成就台灣精神特色。

而立法院長王金平則祈禱「雨水媽」能夠為台灣帶來充沛雨水，解除台灣部分縣市的乾旱現象，賜給台灣國泰民安，風調雨順。⁹⁷

而由於行政院游錫堃院長推行「檢約運動」，要求行政單位不收送花籃，但卻引起花農的強烈反彈。正值大甲鎮瀾宮媽祖即將出巡，無黨籍立委顏清標、親民黨立委謝章捷為增加國內花卉銷路，決定這次媽祖出巡的百輛花車都以彰化縣田尾鄉生產的花卉作為主要佈置素材，十二日上午特地將一輛鮮花妝扮鎮瀾宮造型的花車開到立法院中興大樓門前展示，引人注目。

謝章捷與顏清標除為飽受滯銷之苦的彰化花農請命，並宣佈由大甲鎮瀾宮

⁹⁶中華民國 90 年 10 月 22 日星期一，自由時報，〔記者邱燕玲／花蓮報導〕

⁹⁷ 20020413，記者李怡靜、魯品農／台中報導

帶頭，以彰化田尾花卉裝飾一百輛即將隨同媽祖出巡的花車，期能藉此帶動社會各界關心，協助彰化花農度過難關。

2003 年的媽祖進香活動，選民與媒體們所關切的又是「2004 年總統大選」前夕，各組政黨候選人又將於大甲媽祖駕前做出各種的政治語言宣示。因為藍軍於 2000 年總統大選時，形成了連戰、宋楚瑜自家人的鬪牆之爭，最後卻讓民進黨的陳水扁漁翁得利的當選了總統；在政治利益考量下，2004 年的總統大選，宋楚瑜決定與連戰化解仇怨一同搭擋參選。年年參與大甲媽祖進香活動起駕當晚最重要的扶轎出埕的宋楚瑜，在國、親兩黨即將合作的氣氛下，特別在進香活動時指出：「望民眾在祈求媽祖保佑之餘，更要自求多福，找出一個能夠真正為台灣打拼的好團隊、為大家服務」。親民黨主席宋楚瑜也希望在明年此時，「國親合」已經勝出。⁹⁸

而國民黨主席連戰在鎮瀾宮致詞時，除了也向媽祖祈求風調雨順、國泰民安，並且表示：繞境進香活動，是信徒向媽祖學習慈悲和助人精神的展現，別具意義。連戰並參加了 2003 年北港朝天宮慶祝媽祖誕辰的典禮，並主持開鑼儀式，他也特別許下三個願望，希望「經濟復甦、兩岸和平、杜絕黑金」。

4 月 24 日，陳水扁總統與呂秀連副總統連袂出席了在新港奉天宮廟埕前的祝壽大典，除了向媽祖參拜，祈求風調雨順、國泰民安外，同時也希望 SARS 能夠盡快遠離台灣。出席過程當中，陳水扁和鎮瀾宮董事長顏清標握手致意的畫面，成為媒體焦點，也引發外界許多政治聯想，由於顏清標在 2000 年總統大選時，是公開挺宋的，支持宋楚瑜的顏清標和陳水扁總統之間的互動，自然令人相當矚目。顏清標表示：基於鎮瀾宮董事長的職責所在，歡迎總統參加是應該的，因為祝壽大典當時下著大雨，顏清標指出：這對於紓解旱象很有幫助，所以算是好事一樁。

⁹⁸ 20030424，中廣新聞網，中廣記者李佩昕、馮國秀中部綜合報導

而 2004 年的總統大選，藍率陣營對抗之勢全島沸騰，選戰最後一天，催票拉票固票抹黑澄清控告等的選舉動作通通出籠。由於賄選傳聞不斷，陳呂屏東縣競選總部的主任委員蘇嘉全，上午特地邀約對手到媽祖廟發誓，強調要辦一場沒有金錢介入的選舉，否則將接受上天嚴厲懲罰。雖然藍營方面以早已宣誓過拒絕參加，但綠營在誓詞裡，特別請求神明也要監督藍軍。蘇表示：「來這向天上聖母秉報，希望咱 2004 年總統選舉，是一個乾淨、沒買票、沒賄選，包括平時動員，沒利用金錢雇人出來的選舉。」選情緊繃，買票傳聞滿天飛，綠營屏東總部的幹部，選在這間蘇貞昌選縣長遭抹黑時宣誓的媽祖廟，當著神明的面，發誓絕對沒買票，雖然邀請的藍軍人士缺席了，誓詞可沒將他們遺忘。蘇表示：「在這也祈求最靈驗天上聖母，雖然他們沒來，我們也比照，如果他們有類似行為，可以接受上天最大的懲罰。」⁹⁹

3 月 19 日下午一時四十五分，發生了震驚國際社會的「319 槍擊案」，總統候選人陳水扁與呂秀蓮在台南市金華路三段同車造勢時，遭到射傷。原本藍軍看好的選情在這「二顆子彈」的發酵下，藍軍取消了當晚的所有大型造勢活動，而綠營則化悲憤為力量的將造勢活動擴大改為祈福晚會。3 月 20 日開票結果，陳水扁再度獲勝。藍軍擁護者群情激憤的在凱達格蘭大道前選擇靜坐抗議，並且提起了「選舉無效」和「當選無效」的行政訴訟。

而針對泛藍陣營即將舉行的「327 大遊行」，嘉義縣長陳長明文特別選在新港奉天宮，舉辦一場「天祐台灣」祈福法會，點起平安燈，合唱經文，他率領綠營的地方公職人員上香，祈求媽祖保佑選後紛爭能夠儘快平和落幕。他說：「327 大遊行大家都很怕會發生亂象，大家祈求上天神明能夠保佑台灣。」「民主的總統大選已經激情過後，大家應該要紛爭平息，大家能夠共同回歸正常生活。」¹⁰⁰

⁹⁹ 2004/3/19, TVBS 網站新聞，記者：葉奉達，屏東報導〈反賄選，綠營邀藍軍，神明前發誓〉

¹⁰⁰ 20040326, TVBS 網站新聞，記者：辜士陞，嘉義報導〈紛爭快落幕！綠營祈福法會求媽祖〉敲響平安鐘，嘉義縣長陳明文帶頭聚集在新港奉天宮頌經祈福，他們說媽祖

2004年進香活動當天，連任總統的陳水扁也選在媽祖出發遶境進香的下午四點多，在交通部長和台中縣長等人的陪同下，來到鎮瀾宮上香還願，使原本已人潮擁擠的現場，更加地擠得水洩不通。廟方為了總統的安全考量，在總統蒞臨的前後，嚴格禁止香客或陣頭燃放鞭炮，以免引發不必要的事故。總統上香之後，在眾人的簇擁下，向擠在廟前期待一睹風采的民眾發表談話。安全人員為了安全維護，在總統的講台前豎起防彈玻璃盾牌做為防護。陳總統向在場的民眾表示，他出生以後第一個認識的神明就是媽祖，他和大家一樣也是媽祖的信徒，在媽祖要起駕遶境進香的這個日子，他代表政府和所有的人民，向大甲媽祖祈求台灣國泰民安風調雨順，大家都能平平安安，安定賺大錢。陳總統接著提到媽祖的慈悲和智慧，他希望大家都能學習媽祖的慈悲與智慧，用慈悲來對人，用智慧來做事，他相信有慈悲就沒有敵人，有智慧就沒有煩惱，未來他將以「團結台灣、穩定兩岸、安定社會、繁榮經濟」四大方向，做為他的施政目標，大家應該對台灣有信心，對自己有信心，台灣的經濟一定會比過去更好。

陳總統離去之後，各項儀式和慶祝表演活動接續展開。立法院長王金平主持媽祖神像的上轎典禮後，前來跟隨媽祖遶境進香的各地廟宇和團體，依照頭香、二香、三香、讚香的順序，分別向媽祖祭拜。

2004年的立委選舉，選情更是激烈，綠營看好總統大選勝選的氣勢拉抬，進行配票與割喉戰略，目標上看101席次。而在嘉義縣，國民黨籍立委候選人何慶紋於12月8日當天，帶著媽祖神像以及四百多位民眾，要衝入民進黨立委蔡啟芳的服務處，因為他們指控上星期六晚間，蔡啟芳在新港奉天宮媽

很靈驗，來這裡祈求選後的亂象，能夠盡快落幕。

這場祈福法會，原本邀請地方的藍綠陣營都能共襄盛舉，但是國民黨籍的議長沒有出席，只有泛綠民代參加，大夥兒拿起香誠心祭拜，在神明前每個人口中唸唸有詞，他們說，大選結束了，期盼大家都能冷靜下來。

祖廟前跳芭蕾舞，還做不雅動作，是對媽祖不敬，抗議群眾還和警方發生推擠。何慶紋抱著媽祖，要衝進立委蔡啟芳的服務處裡，後頭跟著四、五百人，其中還包括一個自稱可以代言的乩童，他們抗議的原因，就如標語上寫的，「蔡啟芳侮辱媽祖」。民進黨立委候選人蔡啟芳如此解釋：「我有請示媽祖，問祂開不開心，媽祖說很快樂。」蔡啟芳說，政治人物存在的目的就是給大家快樂，既然當天民眾笑呵呵，應該也沒有對媽祖不敬的問題，他反倒質疑起對方候選人，不懂得他跳的是種藝術表演。¹⁰¹

2005年4月9日（星期六）下午五點鐘一到，立法院長王金平、民進黨主席蘇貞昌、鎮瀾宮董事長顏清標、台中縣長黃仲生、前陸委會副主委邱太三等人，共同主持莊嚴的安轎儀式，依序請出副爐媽、湄洲媽與正爐媽，恭請媽祖上鑾轎。……安轎典禮時，顏清標見各黨派均有代表出席，順勢邀大家握手，在大甲媽面前尋求朝野和諧，不要再吵來吵去。連續四年擔任安轎職務的王金平表示，只要有決心，朝野和諧是可以期待的。蘇貞昌則說：「在媽祖婆眼中不管貧富貴賤，只要善良、有誠意，都會得到保佑，希望媽祖婆能保佑台灣安全；只要朝野能夠和諧，社會必定會更平安，遶境活動就會更盛大。」蘇貞昌期望朝野能夠放下心結，心繫台灣，為台灣用心打拼，他更希望媽祖保佑台灣安全、團結，風調雨順，家家戶戶圓滿、大家大賺錢。¹⁰²

世新大學行政管理學系副教授、也是政治學博士陳敦源從行銷和政治學的觀點分析表示：參選人到人多的地方爭取票源，是非常合乎成本效益的。而專門研究媽祖信仰的靜宜大學教授林茂賢亦指出：政治結合宗教的例子比比皆是，清朝康熙年間，施琅將軍就聲稱他是靠著媽祖的幫助，才打敗明朝的鄭成功。¹⁰³

從與宋楚瑜關係良好的顏清標入主鎮瀾宮董座後開始，歷經台灣最激烈的2000年、2004年總統大選，讓大甲媽祖駕前的政教舞台愈搭愈大，也讓鎮

¹⁰¹ 2004/12/8，〈媽祖廟前跳芭蕾舞，不禮貌？！候選人衝突〉，記者：辜士陞嘉義報導

¹⁰² 2005/04/09 中央社

¹⁰³ 同前引

瀾宮的宮廟產業愈辦愈大。上從總統之尊與各政黨高層，下至地方政要派系角頭等，只要身分特殊致能成爲媒體的焦點，鎮瀾宮廟會現場永遠會是政治人物的造勢舞台。在這舞台之上，政治人物不論是要祈求國泰民安，或勉勵國人學習媽祖慈悲救苦救難精神，或呼籲政黨走向和解以致社會祥和，或拉抬個人政治行情，或剖白表態爲虔誠媽祖信徒，或要發表懺悔信，或形塑信仰認同以掌握票源、拉抬選情等等。政治人物虔誠膜拜並不是媒體的焦點，而是其在媽祖駕前與信眾面前疾聲呼籲的政治語言，這語言所代表的政治角力攻防與政黨利益優先等的信仰符號體系的政治操弄。在透過媒體不斷的轉播後，這個政治語言更被不斷的放大和突顯，再現了政治意識形態與宗教儀式權力的揉合異化與文化再生產。

政治語言所連結至民間信仰的政治化、世俗化、市場化現象，無疑的是在鎮瀾宮自身早已熟稔運用政治操弄拉抬宮廟產業的聲勢後，再與政治人物攜手一起消費媽祖、消費信眾的政教合謀的手段。政治人物在神明面前的呼籲，不是宗教的救贖與反省，而是政治目的的語言操弄。宮廟產業所辦理廟會活動的儀式舞台，在政教高層人物手中，是政客醜陋身段的化妝品，是政教黑暗勢力的漂白劑，是權力競逐的場域。近十年來舉凡國內重大選舉的造勢活動，「媽祖」絕對可以說是政治人物的最愛。

第四節 誰在操弄媽祖——宗教的政治意識形態論述

林茂賢研究指出，台灣的媽祖約有膚色、黑色、紅色、金色和白色等五種顏色。其中膚色是按人體皮膚顏色塑造。黑色則有二種說法，一說原本不是黑色，因為長期奉祀在廟中接受香煙薰染，久而久之就被薰黑；另一說則是黑面媽祖較凶悍，因此執行除煞、捉妖等鎮暴任務通常要請黑面媽祖出馬。紅色代表喜氣、祥瑞。金色則是神祇的象徵色彩。而白色媽祖一般都是近年來迎自中國大陸，早期臺灣鮮有「臉色蒼白」的媽祖。(林茂賢，2002)

然而，在台灣高度朝野對立的政黨政治生態下，本島大型宮廟的媽祖，每因大型選舉時宮廟主事者的選邊站台造勢，而常常被歸為泛藍陣營的「藍色」，而大陸祖廟的媽祖，則因被譏為對台統戰的工具，所以被歸為共產黨屬性的「紅色」。

一、大甲媽祖進香：信眾與選民的政治論述

(一) 李敏勇〈媽祖喲〉

詩人李敏勇¹⁰⁴於2003年大甲媽祖國際觀光文化節期間，於4月9日的於《台灣日報》刊出了〈媽祖喲〉這一篇文章。

一九七〇年代，戰後台灣的鄉土意識甦生之際，小說家黃春明拍攝〈大甲媽祖回娘家〉的紀錄片，在台視的〈芬芳寶島〉播出。在國民黨中國意識

¹⁰⁴ <http://www.taiwanesevoice.net/cyber/01/01.htm>

台灣省屏東縣人，1947年11月20日生，為「四七社」成員。國立中興大學歷史系畢業，曾任高中教師，廣告公司撰文、企劃、業務經理及建設公司經理、副總經理。1968年開始在《笠》詩刊發表作品，參與《笠》詩刊編務，歷任《笠》詩刊主編、社長，《台灣文藝》社長，台灣筆會成立後，曾擔任該會理事、會長等職。現任圓神出版集團總監、鄭南榕紀念基金會董事長、台灣和平基金會董事長。

李敏勇寫作文類以詩和評論為主，早期作品以寫情見長，1969年出版詩、散文合集《雲的語言》後，告別婉約、浪漫風格，逐漸落實現實，對戰爭的殘酷和社會不合理制度尤多批判；隨著台灣社會的變遷，他更將筆觸伸向政治現實。並曾與作曲家蕭泰然教授合作完成《啊！福爾摩莎》鎮魂曲。

打壓下噤聲的台灣，藉一扇電視窗口，像喘了口氣，被聽見聲息。

從鄉土意識而台灣意識，台灣的聲音從噤聲到喘氣，到大聲呼喊，大約經歷四分之一世紀。不同於大陸中國的台灣媽祖，是隱忍於黨國高壓統治下人們的庇護女神，特別在沿海一帶的台灣鄉城，媽祖就像出海漁船的燈塔。素樸的台灣人，在這樣的祭拜裡找到依靠和安慰。

這樣的單純性和素樸性，被破壞了。

掛著文化祭的名號，大甲媽祖的繞境慶典愈來愈政治。現在，在電視裡金光閃閃、熱鬧滾滾，在文化名號背後的政商氣息，反映在活動儀式裡政客們的臉上。

媽祖似乎已不是出海漁船的守護女神，而成了政客們的火把，要命的是，從前打壓台灣文化的黨國高壓統治打手，在權力競逐必須經由選舉方式進行的現在，搖身一變，付託在打壓對象裡，像吸血鬼一樣，現在吸取善男信女的靈魂。

要命的表演政治，政客們的油腔滑調，玩弄著信徒單純的心。但看一個個匍匐在地，等待神轎騎身而過，彷彿文明在倒退，單純的信仰成為取巧的膜拜。敬天敬地泣鬼泣神，現實成為非現實，非份的訴求裡太多的慾望，理性蕩然無存。

政客們帶動著扛抬神轎的信徒，不斷揮舞令旗，污染了信仰，污染了簡單的信仰。被污染的信仰，沾污了黨國統治時代的思想病毒，不斷地破壞文明視野，墮落在蒙昧時代。而政客，不懷好意的政客們，等待著撿取掉落下來的人心的果實。

媽祖喲！如果妳有神靈，請懲罰那些曾經藉著黨國統治的高壓力量，破壞台灣文化的政客，不要讓妳的信徒被蒙昧在他們的欺罔裡。媽祖喲，如果妳有神靈，請真正庇佑這個新興民主國家，讓跨越黑水溝來到台灣的人們，能好好建構一個美麗國家；讓人民良善，而不迷惑、屈從於投機政客的奸巧。

媽祖喲！

詩人李敏勇在這篇文章中按歷史時間先後來敘事，首先將時間軸切入到國民黨撤退到台灣後利用黨政機器戕害本土文化的諸多罪狀和威權的殖民論述；但認為媽祖在國民黨統治時期是相當照顧沿海信徒的，是高壓政治下的精神寄託。在這裡，我們可以看出作者近乎將媽祖所展現的宗教力量比喻成政治沉默對抗的堡壘，具有像是草根的、基層的、本土的、圖騰的、庶民的、弱勢的、被壓迫者等的精神與符號象徵。

且繼續從宗教、文化、社會等面向當中來論述媽祖所被政客綁架了、利用了之後所產生的多重社會危機，批判宗教信仰的變質。文中反映了目前蔚為文化顯學的本土文化節慶已淪為政治的操弄場域，強烈的批評政治操弄民粹，破壞了民間信仰活動該有的文化價值。並將民間信仰的宗教行為，歸咎於政客們的權力支配。但筆者以為，這樣的批判是對民間信仰的宗教行為認識不清、瞭解不深所致。媽祖進香活動是一個民間力量高度動員的社會實踐，而今天台灣民間宗教活動的諸多亂象，其實和歷史的發展、文化的累積、移民精神、民族性、以及台灣政治、經濟環境等等多方面皆有深遠的關係。

李敏勇痛陳媽祖已成為藍營「政客的火把」，轉而將媽祖比喻成應是綠營「民主的盟友」，對自己的政治立場做辯護，認為媽祖不會屬於藍營的那邊，因為藍營早期戕害本土文化，進而又是腐敗的黑金政治文化的代表；神聖有靈的媽祖理應站在綠營的這一邊。很顯然的，詩人也將媽祖符號政治化了。就好像一些早已成為綠營標誌的本土化的台灣精神象徵，例如「台灣牛」、「玉山精神」、「台灣野百合」、不怕落土爛的「蕃薯」等的政治圖騰形塑，甚至像是每次選戰打贏了一定會大家合唱一首的「快樂的出帆」這首台語歌。

文末且希望媽祖能成為對抗操弄宗教的政客。李敏勇柔性低迴的陳述，表面上看似在向媽祖祈求，祈求媽祖顯靈，使信徒們良善，喚醒信徒們的政治智慧，做出對台灣最有利的國家前途選擇，其所指稱的「新興民主國家」、「建構一個美麗國家」，是極為高度謹慎的用詞，其實正是獨派人士所期待的

「建立一個叫做台灣的新國家」的說法。在李敏勇的潛意識當中，極可能認為由於島內數座大型媽祖宮廟的主事者均為藍營的政要或友好人士，所以媽祖的信眾應當也是泛藍支持者為多，故其不正面說出所欲指陳的台灣主體意識建構與台灣人民當家作主的終極實踐策略——那就是建立一個叫做「台灣」的新國家。

與其說作者是在向媽祖做國家前途的吶喊，倒不如說作者的立意用心是在對萬千的媽祖信眾，做一種政黨政治立場與台灣主體意識等意識形態的政治論述；其所呼喊的媽祖，其實是在對萬千信眾、萬千台灣同胞的呼喊；希望藉由超脫政治立場的媽祖，賜給信眾與選民真正的政治智慧。

（二）廖永來：〈媽祖的眼淚〉（2003）（節錄）

媽祖信徒者眾，選票自有可觀之處，選票可觀，政治人物亦趨之若鶩。大體而言，能主控媽祖廟，就可在任何選舉中得到可觀回報，南北皆然，很少例外。……但是，媽祖的信眾應該更努力，維繫媽祖正信的形象與實質。……媽祖應和我有相同的想法，給信眾多點力量吧！給我們的子民，一個正確的信仰！

其一，宗教的目的，主要是教化人心。媽祖信仰雖屬道教，如納入幾個原則檢視，亦可了然於心。所謂「正信」應符合三要件：一為永久性。二為普通性。三為必然性。換言之，過去如此，現在如此，未來亦如此。凡宗教信仰者，若通不過這三層關卡考驗，就非正信，而是迷信。

其二，參酌聖嚴法師講述拜佛的意義，開宗明義說：「一般人拜佛，多為追求財勢、名位及健康甚至利益，但有所求的拜佛，不能算是修行，故對人格成長亦無助益，甚至還鼓勵人去投機取巧，走偏鋒的負面作用……只知磕頭而不知懺悔，只知拜佛而不知慚愧，不過如雞吃米，如人搗蒜。」當可知信仰是否為正信。

其三，可是當我回想鎮瀾宮爆發的香油錢事件，以及管理單位爭奪領導權的鬥爭，當我看到陣頭的圍毆，看到出巡時不能信守環保原則，紙錢漫天飛舞，鑼鼓鞭炮震耳欲聾，把宗教搞得一點也不莊嚴，甚至搞壞、搞亂宗教的形象，我內心就很痛苦。……. ………. 媽祖應和我有相同的想法，給信眾多點力量吧！給我們的子民，一個正確的信仰！

廖永來於擔任台中縣長任內辦了二次媽祖文化節。與目前台中縣縣長黃仲生任內的活動規劃相比，兩人所辦的文化節活動形式大同小異；砸大錢狂辦超級文化節作秀做過頭的本事，廖永來並不輸黃仲生，因為廖永來任內的2001年一年時間裡，台中縣文化局就在二十三個鄉鎮市各辦了一場常民文化節，此紀錄堪稱全國之冠，在各縣市財政赤字均逐年增高以致財庫拮据之時，台中縣當時瘋狂辦理文化節的這種做法，即是文化政策商品化的範本。

有「詩人縣長」之稱的廖永來，認為民間信仰搞成如此，其內心相當痛苦，祈求媽祖來給信眾正確的信仰和端正風俗的力量，並希望大家對於宗教要「正信」，不要「迷信」。廖永來這番用心良善的道德勸戒書寫，從其擔任過台中縣縣長一職，且辦過二屆媽祖文化節看來，格外的令人覺得其個人曾經掌握的公權力、文化政策、行政資源等的過去，仍然是一場消費選民的騙局。其在擔任台中縣縣長任內，尚且無法運用公部門之力來與稱霸一方的大甲鎮瀾宮高層提出雙方合作、移風易俗、端正信仰的文化節來；如今在卸任之後才偉哉斯言的論述一番；若不是以不同政黨身分來批判政治上的對手，其這番心得看在台中縣縣民眼中，真不知該作如何想？因為廖永來所謂的「媽祖應和我有相同的想法」之說，若其在縣長任內對於媽祖文化活動的所作所為都無法實踐其今日〈媽祖的眼淚〉的呼籲和理想，難不成其在擔任縣長任內之時，根本沒有〈媽祖的眼淚〉一文中的批判認知，當時只是一個隨著鎮瀾宮宮廟產業插香祭拜一番的政客而已？

而廖永來若真的認清宗教的本質與自身的角色，又豈會有「給我們的子

民，一個正確的信仰」的論述角度？殊不知宗教乃是社會的產物，信仰文化的政治化、市場化或世俗化，又豈是神明所能掌控；政治人物若將所有社會亂象均期待神明來扭轉、來移風易俗，豈不是在欺騙選民、操弄信眾與消費神明？廖永來的這番論述，其實是具體再現了台灣政治人物的慣行——那就是操弄民粹。渠等知曉民間信仰的信眾龐大數目與選舉票源開拓的相關性，凡事求助於神明，看似貼近社會底層常民生活的信仰認同、文化認同，其實是在向選民博取政治的認同；就好像乾旱缺水時，行政院長帶著百官捻香禱告；而碰到神明壽旦廟會節慶時，則必定祈求國泰民安；這樣的政治動作其實老少皆知的絕非是正本清源解決社會問題、教育問題等的根本之道，但是卻是政治人物出門不能少的政治動作宣示與告慰選民憤怒的最佳策略。而這番政治的操弄，更是助長宗教政治化與拉抬政教勢力的推手。

二、湄洲媽祖來台：交流與統戰的陰謀論述

（一） 楊惠南：〈台灣民間宗教的中國意識〉（1999）¹⁰⁵（節錄）

儘管台灣的民間宗教，有這麼多不同的類型，但在政治態度上，幾乎都是某種意義的統派，至少是認同「中國意識」的教派；這是值得我們注意和憂心的。

台灣民間宗教的「中國意識」，根源於儒家的「大一統」思想；不管是媽祖等傳統民間神祇的「進香」、「刈火」，或是道德復振教派的「道統」說，都是儒家「大一統」思想的「異形」。

另外，一些歷史悠久、純粹本土的民間宗教廟宇的活動，由於國民黨地

¹⁰⁵ 楊惠南，1999.11.12，〈台灣民間宗教的中國意識〉《海內外台灣人國是會議》，台灣教授協會、台灣基督長老教會，
<http://www.taiwanesevoice.net/TAUP/story/announce/9911/991110-a.htm>

方勢力的介入¹⁰⁶，也同樣染有「中國意識」；其中，尤以天后宮最為顯著。

天后宮向來就有「刈香」（進香）的活動，每年農曆三、四月間，天后宮的媽祖，就會到她原來「分香」的主廟「刈香」。兩蔣時期，國共敵對，兩岸隔絕，台灣媽祖無法回到原來的主廟「刈香」，僅在台灣各地天后宮互相「刈香」。兩岸和解後，各地天后宮的媽祖，紛紛回到原來的主廟「刈香」。而在回到中國主廟「刈香」的背後，隱然含藏著濃厚的「中國意識」。

由於媽祖信仰的廣大流行，因此也往往成為政客的利用工具。台灣第一任民選省長選舉期間，候選人宋楚瑜的競選陣營，即以媽祖如果會說話，也會說：「我嘛是外省人。」為例，刻意構作「台灣人民拜的是外省神，因此台灣人民也是中國人，不必分什麼省籍」的論證。

陳水扁也是一位受邀參加年初鎮瀾宮媽祖「遶境」盛會的第二屆總統候選人，他在鎮瀾宮信眾面前，斬釘截鐵地說：「媽祖是台灣的守護神！」另外，全程參與「苦行」遶境的許信良，也為文直陳：「媽祖…已經成為台灣島國的守護神。」筆者卻指出：「問題是，史實並非如此。而大甲鎮瀾宮裏那批執意直航湄洲「割香」（刈香）的董監事，骨子裏充斥的也是大中國情結。」

早在1997年春，當中國湄洲媽祖來到台南大天后宮「作客」，因而引起許多議論時，筆者即曾為文指出：歷史上的媽祖信仰，已經不是原初單純的臺灣先民守護神；而是一再淪為攻打臺灣，「統戰」臺灣的政治工具。而今，據說是湄洲媽祖「本尊」的神像，在中共國務院官員的護送下，來臺「顯靈」了。歷史殷鑑，昭昭在目，不可不慎！否則，雖無「屠城」之「木馬」，卻

¹⁰⁶ 同前引，

黃美英曾具體指出，大甲鎮瀾宮「刈香」儀式主導權的改變，乃是受到「政治力和政策」的「運作」，並遭到「有關單位」介入的結果。該宮1968年改組的「管理委員會」，乃由大甲、大安、外埔、后里四鄉鎮的鄉鎮長、鄉鎮民代表和村里長為「信徒代表」而組成。（詳見：黃美英，《臺灣媽祖的香火與儀式》，頁160，頁153。）另外，林美容也指出，大甲鎮瀾宮目前的「信徒（大會）代表」，也由相關的鄉鎮長鄉鎮民代表村里長組成，並進而成立「董事會」。（詳見：林美容，〈台灣區域性宗教組織的社會文化基礎〉；刊於：《東方宗教研究》，台北：東方宗教研討會，1991年10月，頁347。）這些研究成果，都證明地方政治勢力介入鎮瀾宮務的事實。

可能招來散渙民心的媽祖。

最令筆者大惑不解的是，環繞在大甲鎮瀾宮的「宗教直航」訴求，竟然是在民進黨籍的台中縣長廖永來、副縣長劉世芳(以及顏清標)的主導下進行。廖縣長如此欠缺宗教警覺性，著實令人驚訝!

大部分學者，都從宗教的社會功能面向，憂心地指出：台灣民間宗教具有強烈的「功利主義」色彩。也有少數學者，從宗教的政治功能面向，強烈批判：台灣民間宗教的「順民意識」，「阻滯政治民主化和社會公義」。

而林美容，一位具有強烈台灣意識的媽祖信仰研究者，則是站在愛護台灣民間宗教的立場，把回歸中國湄洲「刈香」的活動，說成「為了當地廟宇香火的旺盛，也就是為了地方的利益而舉辦」「二、三百年來黑水溝的阻隔，異族的阻隔，與鐵幕的阻隔…要激發參與進香信徒對原鄉移民路線的歷史潛意識，也是不可能了」。……她認為，媽祖的回歸中國「刈香」，只是「與神偕遊」的旅遊活動而已。在面對善於利用各種方式(包括宗教)統戰的中國共產黨，林美容的樂觀想法，著實令人捏一把冷汗!媽祖等民間信仰的真正意涵，固然建立在凝聚同庄、同姓、水利、自治等結合民眾的歷史真實，但是，媽祖回歸中國「刈香」的更深層內涵—儒家的「大一統」思想，卻也不應漠視。

大量的國民黨籍政客和地方上的黑道角頭，因此得以假藉「信徒代表」之名，滲入並進而佔據寺廟「管理委員會」或「財團法人」，瓜分寺廟財產、主導寺廟活動。¹⁰⁷這是各地寺廟神職人員和「信徒(代表)」之間，內鬥不息、紛爭不斷的原因；¹⁰⁸也是宗教活動染上政治色彩，時以寺廟「管理委員會」

¹⁰⁷ 同前引

例如，大甲鎮瀾宮現任董事長改選時，鄭銘富即向反對者開了兩槍，案發後偷渡出境。(參見：林坤旭，〈點響起駕炮•前途三級跳〉；刊於：《台灣日報》，1999年4月18日，5版。)另外的實例，則見：林本炫，〈宗教立法應審慎為之〉；收錄於：林本炫，《台灣的政教衝突》，板橋：稻鄉出版社，1990，頁155-162。

¹⁰⁸ 同前引

委員或「財團法人」董事長名義，發表「宗教直航」等令人痛心的言論，並主導媽祖等神明，回歸中國「尋根」、「刈香」的原因。(楊惠南，1999)

楊惠南在〈台灣民間宗教的中國意識〉一文中，認為媽祖是「政教神祇」，並試圖從台灣民間宗教的儒家所強調「大一統」入手，強調「道統」理論和「香火」崇拜所造成的宗教「異形」，說明它和「中國意識」之間密不可分的關係。並提醒台灣民眾，台灣民間宗教若果要擺脫「中國意識」的陰影，除了必須澈底破除「一個中國」的教育政策之外，還應從宗教制度和宗教法規的改革入手。而更重要的則是，台灣民間宗教的信眾們，應該體認台灣是你們唯一的祖國。不管你是屬於外省教派，或是屬於本土教派，虛幻的「中國意識」以及對於「道統」的盲目信仰，終究只是自欺欺人的迷思！

林濁水在〈政教依附關係愛恨糾葛〉一文中認為，西方現代社會的政教關係，在世俗化、去神聖化、除魅化下，宗教的世界觀逐漸為理性的世界觀所取代，對於社會的重要性幾乎局限在私密領域，而不再與公共領域有密切的關係。……但在台灣的社會，政治與宗教之間的關係還呈現交織糾葛的一面。宗教層面上，政治力量透過董事會及股份制度掌握了民間信仰的組織運作，而民間信仰則希冀得到政治層面，從發聲、現身、參與到皈依等舉措表達對其認可。政治層面上，政治人物不追求民主社會的理性支配特質，日益崇尚宗教性的卡理斯瑪支配特質，將政治塑造成為擁有特殊宗教啟示，被賦予神聖使命個人或群體。……因此，邁入以民主與理性為共識基礎的現代台灣社會，我們需要政治與宗教同時的「除魅化」，以避免阻滯民主與理性的發展。(林濁水，1999)

媽祖成爲民間信仰裡的合法神祇，原本即和歷代統治當局的晉封有密切

民進黨籍的立法委員林濁水，曾意識到宗教團體的「財團法人」化，已經成爲政治勢力和民間宗教之間，互利、共生的組織結構。他在一篇評論大甲媽祖遶境的文章裏說：『宗教層面上，政治力量透過董事會及股份制度掌握了民間信仰的組織運作，而民間信仰則希冀得到政治層面，從發聲現身參與到皈依等舉措表達對其認可。』(引見：林濁水，〈政教依附關係·愛恨糾葛〉；刊於：《中國時報》，1999年4月23日，15版。)筆者希望有更多中央民意代表，注意這個問題的嚴重性，以作爲進一步修訂或制訂法令的依據。

關係，自然也和政治脫離不了關係。楊惠南認為中國儒家「道統」理論和「香火」崇拜所造成了媽祖信仰的「異形」，造成了台灣媽祖信仰宮廟組織競相前往湄洲祖廟謁祖進香即是一種信仰的「異形」，是中國意識的返祖現象造成台灣主體意識無法建立的主因之一。對於研究媽祖文化的幾位人類學者就台灣媽祖廟宇前往湄洲謁祖視為是獲取靈力及宮廟產業利益的動機與目的，楊惠南直斥是過於樂觀。楊惠南擔憂媽祖回歸中國「刈香」的儀式背後是一種深層的儒家「大一統」思想的意識形態作祟，這會成為中共進行統戰的推手。

但是，台灣媽祖宮廟年年前往的謁祖進香的目的，骨子裡真的是「大一統」的情結嗎？楊惠南的推斷顯然是過於簡化了「香火政治」與「宮廟政治」的問題。台灣媽祖信仰的在地化現象，是台灣媽祖信仰如此發達的原因之一，全台有七百六十餘座宮廟，密度之高冠於全國；信仰的「在地化」現象所表現出的最大特徵即是以庄頭廟為主的祭祀圈之確立，這個確立便形成了庄頭聚落的信仰認同，以及社區情感的連結。台灣媽祖信仰每年都會舉辦回到祖廟的進香活動，香火位階早已確定，而各廟宇媽祖神尊的靈力能否因為每年重複的割火儀式而增強靈力，恐怕也不是最大的關鍵；因為神蹟要能夠被賦予靈力論述並不是依靠割火儀式的充電就能建構出的，而是必須依靠宮廟產業對於靈力的權力/知識論述，並透過信眾的信仰實踐、宗教消費、集體認同、交流傳播等才能形成的；此間因為宮廟團體的交流、信仰圈便會無形的擴大，突破行政地理的官僚建置，而形成一種文化地理的鏈結，並形塑島內媽祖信仰所帶出的宗教經濟規模，這才是台灣媽祖信仰之所以會發揚光大的主因。簡單的說，靈力論述和宮廟產業的經營有關，北港朝天宮在日據時期便也透過進香活動的島內行銷來擴大宮廟產業的規模，而現今的鎮瀾宮亦是。

島內每座媽祖廟與皆前往湄洲進香割火，圖的是一種「香火政治」的基本認同，因為祖廟香火是一種象徵資本，是一種政治論述，也是宮廟產業的競爭條件之一。而前往大陸祖廟謁祖割火並非即是表現了返祖的大一統意識，我們可以從 1997 年 1 月湄洲媽祖來台遶境百日事件可看出，這趟百日遶

境活動，自 1987 年以來競相前往湄洲祖廟既捐錢又修廟，既締結至親關係又年年前去謁祖割火的島內數座大型宮廟，竟然沒有願意前去迎請奉安者；元廟子廟的分靈關係，看來只是宮廟歷史沿革的書寫紀錄而已，在此幾乎沒有所謂的祖廟香火權威之存在；全省七百六十餘座的宮廟參與這項活動的僅有少數的三十幾座而已。由此看出，這只是「宮廟政治」的問題，並沒有「大一統」情結的問題。

（二）宗教統戰？木馬屠城？

1978 年年底，中國當局召開十一屆三中全會，確定經濟改革開放的政策，在宗教政策方面，則有限度的容許宗教的存在。¹⁰⁹

1982 年，中共於「憲法」中明定「公民有宗教信仰自由」，同年三月遵照鄧小平提出的解放思想，制定了「關於我國社會主義時期宗教問題的基本觀點和基本政策」，即所謂的「第十九號文件」，系統的總結了中共政權成立之後在宗教問題上的歷史經驗，並闡明其對宗教問題的基本觀點和基本政策，作為日後宗教政策的具體指導方針。文件中指出：「在人類歷史上，宗教中就是要消亡的，但是只有經過社會主義、共產主義的長期發展，在一切客觀條件具備的時候，才會自然消亡。對於社會主義條件下宗教問題的長期性，全黨同志務必要有足夠的清醒的認識。那種認為隨著社會主義制度的建立和經濟文化的一定程度的發展，宗教就會很快消亡的想法，是不現實的。那種認為依靠行政命令或其他強制手段，可以一舉消滅宗教的想法和做法，更是背離馬克思主義關於較問題的基本觀點的，是完全錯誤和非常有害的。」

「解放以後，經過社會經濟制度的深刻改造和宗教制度的重大改革，我國宗教的狀況已經起了根本的變化，宗教問題上的矛盾已經主要是屬於人民

¹⁰⁹文化大革命結束後，中國內部的「三信危機」日益嚴重和表面化。所謂的「三信危機」即對馬列主義、共產主義和共產黨的信仰所產生的危機。

內部的矛盾；但是宗教問題仍將在一定範圍內長期存在，有一定的群眾性，在許多地方同民族問題交織在一起，還受到某些階級鬥爭和國際複雜因素的影響。因此，我們在宗教問題上能否處理得當，對於國家安定和民族團結，對於發展國際交往和抵制國外敵對勢力的滲透，對於社會主義物質文明和精神文明的建設，仍然具有不可忽視的重要意義。」

最後，該文件指出，宗教自由政策的最終目標是要實現宗教消滅：「在社會主義條件下，解決宗教問題的唯一正確的根本途徑，只能是在保障宗教信仰自由的前提下，通過社會主義的經濟、文化和科學技術事業的逐步發展，逐步的消除宗教得以存在的社會根源和認識根源。…到那時候，我們國家的絕大多數公民，都能夠自覺的以科學的態度對待世界，對待人生，而在野不需要向虛幻的神的世界去尋求精神的寄託。這就是馬克思、恩格斯所說的全部社會生活都處於人的意識有計畫的控制之下，擺脫一切異己力量支配的時代，也就是毛澤東同志所說的人們自覺改造自己和改造世界的時代。只有進入這樣的時代，現世世界的各種宗教反應才會最後消失。」（李振英，1992：19-20）

歸納「第十九號文件」所揭示的宗教政策如下：一、發揮愛國宗教組織的統戰作用；二、限制宗教信仰自由；三、限定宗教活動場所；四、禁止外國宗教組織干涉大陸宗教事務。（陸委會，2002：12-14）¹¹⁰

1991年公佈「關於進一步做好宗教工作若干問題的通知」，即所謂的「六號文件」，強調「依法對宗教事務進行管理」與「積極引導宗教與社會主義社會相適應」，這即是所謂的宗教對台政策的「相適論」。

2001年12月20日，江澤民於國務院的「全國宗教工作會議」中指出：

¹¹⁰參考自《大陸宗教概況 1996-2001》，2002.07，頁13

「馬克思主義政黨的成員，毫無疑問地應當是無神論者，...共產黨員不得信仰宗教，不得參加宗教活動」「絕不允許強迫任何人特別是18歲以下兒童入教、出家到寺廟學經。」大陸官方還將合法的宗教派別限定在佛教、道教、伊斯蘭教、基督教、天主教等五種。

「黨對宗教工作的領導，政府對宗教事務的管理，只能加強，不能削弱。」

「宗教問題從來就不是孤立的，他總是同政治、經濟、文化、民族等方面歷史和現時的矛盾相交錯，具有特殊複雜性。從歷史與現實的角度來看，觀察世界的宗教問題，必須把握住三個主要特點。第一個特點是：宗教的存在有著深刻的歷史根源，將會長期存在並發生作用；第二個特點是：宗教與一定社會的經濟、政治、文化問題交織在一起，對社會的發展和穩定產生重大影響；第三個特點是：宗教常常與現實的國際鬥爭和衝突有關聯，這是國際關係和世界政治中的一個重要因素。」（蔡泰山，2004：79）¹¹¹其談話的要旨，即是九〇年代提出了所謂宗教對台政策的「相適論」觀點的修正路線。

而在台灣方面，1991年11月23日中華民國統一委員會第六次全體委員會議討論通過行政院落實國家統一綱領近程階段工作計畫三十八項，其中有「推動兩岸宗教交流」。李登輝總統在此會議中特別強調文教類活動可以優先實施，暗示兩岸的宗教交流活動將有更近一步的發展。儘管兩岸進行宗教交流活動有層層的困難和限制，兩岸的宗教交流活動仍在擴大展開。熊自健認為，累積近年來兩岸交流的經驗，大致可分為「媽祖模式」、「星雲模式」、「會空模式」、「證嚴模式」、「學術研究模式」、「第三地模式」等。（熊自健，1992：57）而因為主事者身份、交流方式等之不同，所引起之政治效應、社會關注等也不同；其中又以1997年1月24日湄洲媽祖受邀來台「遶境百日」之巡安事件，所引起之爭議最大。

由於兩岸的「媽祖熱」更甚於其他宗教的交流，台灣方面各大媽祖廟在宮廟政治的香火權威與香火市場的開拓上不斷的競爭，對於大陸媽祖廟宇崇建修復等的金援奉獻更讓大陸當局視為統戰拉攏的對象，以致於湄洲媽祖受邀來台「遶境百日」¹¹²交流活動乙事的政治烽火，快速蔓延到了政壇及學

¹¹¹ 郭崇武所著《中國大陸大事記—2004年共黨問題研究》，台北，2002.05，頁154
參引自蔡泰山，頁79

¹¹² 策劃此次「宗教交流」活動的民間單位為陳適庸（曾任嘉義縣長）、台南市大天后宮主任委員呂松根以及春池文教基金會秘書長黃靜等。而中國方面則由具官方身份的國台辦代表

界，各種「宗教統戰」、「宗教斂財」、「政治媽祖」之陰謀論的警語等紛紛出籠；而持反對立場的學者們亦提出「台灣媽祖已經獨立，共產媽祖不是本尊」、「台灣媽祖是全境神，湄洲媽祖是地方神」¹¹³等強烈台灣主體意識與媽祖信仰在地化的主張。伴隨著各大宮廟迎拒之間的暗地政治角力等，均使得此次的宗教交流事件，成為受到社會高度關注的政教議題。

而台教會、建國黨等本土色彩鮮明的團體，則紛紛發表聲明、撰文登報痛斥中方在搞宗教統戰並藉機斂財。以下是台灣教授協會所發表的聲明全文：

〈針對 24 日湄洲媽祖遊台活動即將展開，台灣教授協會發表聲明，譴責中國利用媽祖的宗教統戰行為〉

針對共產中國利用媽祖對台遊行統戰的聲明：

- 一、中國共產黨是建立在馬克思列寧主義與教條下的獨裁政權，一貫堅決主張無神論，視其憲法所載“公民有宗教信仰自由”的規定，如同虛文。事實上，自從其建政以來，中國政府對各大宗教採取嚴格的管制，而對一般民間信仰則假借破除封建迷信之理由，而加以打壓。
- 二、媽祖信仰起源於南宋中國的福建沿海，自古素被福建、廣東沿海居民（尤其是捕魚維生的漁民）視為海上保護女神，然而，媽祖信仰在中國一直只侷限為地方性的人民信仰，其香火流傳以及廟宇建築並不特別發達，1949 年以後，尤其是在文化大革命期間，中國境內的一切宗教信仰皆受到史無前例的大規模迫害，而福建湄洲嶼的媽祖廟則慘遭大肆破壞，文物嚴重流失，幾已蕩然無存。
- 三、台灣人民的媽祖信仰乃為台灣史上先民渡海的自然產物，台灣媽祖香火的鼎盛，以及廟宇建築藝術的輝煌，早已勝過先民決心離棄的大陸舊土，事實上如就信仰的人口比例以及信仰的日常生活化而言，台灣應當是當

及湄洲媽祖廟董事長林文豪等近二十人左右抵台。

¹¹³ 自立晚報，1997.01.22

今媽祖信仰世界中心與聖地，超越中國福建發源地及東南亞各分散地。

四、此次湄洲媽祖（元始金身）經由中國福州等地，空運來台（出遊）百日的活動，乃是中國共黨當局企圖利用宗教文化交流的名義，執行對台灣人民進行統戰的一貫策略，其大批的隨駕人員幾乎都屬於國務院台灣事務辦公室相關的官員，而實際主其事湄洲天妃廟董事長林文豪更是出身中共政協。

五、在此，我們本著長期熱愛台灣本土的堅定信念，熱切呼籲社會各界，我們應當尊重並且發揚媽祖信仰純真樸實的精神，相信媽祖信仰早已在台灣土地生根茁壯，融入大多數台灣人信仰習俗以內，因此我們無須向外在世界祈求媽祖信仰的輸入或啟示。基於我們體認到媽祖信仰的神威廣大，普愛眾生的信仰，我們應當是貴在良心善行的發揚，不受時空的任何限制，為了台灣的安全應當拒絕共產無神論者利用媽祖所進行的統戰，因為他們的目的是要毀滅台灣這片人間媽祖信仰的聖地。

本會相關研究專家：

林東陽（東海大學歷史系）

楊惠南（台灣大學哲學系）

林美容（中研院民族所）

台灣教授協會

1997年1月22日

台教會、建國黨等團體並且認為，台灣的媽祖已是本土化的神祇，和湄洲媽祖已經沒有臍帶關聯，實在沒有必要矮化自己，建國黨還動員人馬前往中正機場抗議。（晏山農，1997）

台灣教授協會並於1997年6月號第13期《論壇通訊》中，以「宗教與

統戰」之主題，收錄了協會成員董芳苑的〈宗教交流？宗教統戰？—正視中國「共產媽祖」登台巡境的問題〉¹¹⁴、林碧堯的〈台灣，不需要「政治媽祖」〉¹¹⁵、李永熾的〈從中國媽祖來台看台灣人的心態〉¹¹⁶、莊淇銘的〈「利用」宗教，就是對宗教的「大不敬」〉¹¹⁷、陳茂雄的〈錯把惡魔當天使〉¹¹⁸、張正修的〈湄洲媽祖來台的啓示〉¹¹⁹ 等文章，筆者節錄如下：

董芳苑指出，中國福建湄洲媽祖是「共產媽祖」，不同於台灣的「天上聖母」。雖然主辦單位一再強調此次活動為「宗教交流」之目的，但國內多數媒體均持「統戰」、「斂財」等批判的聲音。……而陸委會副主委許惠祐則呼籲國人對於湄洲媽祖的登台應平實看待，也要摒除政治意識形態之考量，以期兩岸的善男信女藉此宗教交流活動來增加彼此了解。至於外傳之「統戰陰謀論」，民眾心中自有定見，故不必擔憂。事實上，中國湄洲媽祖登台巡境百日這件事，並非如同許惠祐所說的可加以單純化，只著重「宗教交流」，而不去考量「宗教統戰」的問題之嚴重性。因為對岸中國於湄洲媽祖出發之前擺明其政治目的是在：「宏揚媽祖精神，促進中國統一」。(董芳苑，1997)

林碧堯指出：中國媽祖是政治產物。中國媽祖的出現，應在1987年台灣媽祖廟為爭「正統」而求助於「湄洲媽」開始的。根據造訪當地的「台胞」所述，福建人並不拜媽祖，因為他們用不著橫越黑水溝；根據報載，「台灣民眾每年到湄洲參拜的費用高達九到十五億元」，於是「湄洲媽」的分身應運而生，此即「紅面媽」（尚未沾到油煙和香煙）的來源。……顯然地，「中國媽祖」係應台灣信眾所產生，中國政府更於1992年10月4日發行了一枚媽祖特種郵票，這是標準的「政治媽祖」，其造形讓台灣人誤以為是觀音像。北港媽祖大樓的「分身」塑像，雖被稱為「白面媽祖」，但頗顯突兀，與當

¹¹⁴ 1997年2月14日于台灣神學院師廬

¹¹⁵ 原載於1997年1月23日民眾日報

¹¹⁶ 原載於1997年1月25日民眾日報

¹¹⁷ 原載於1997年1月29日民眾日報

¹¹⁸ 原載於1997年1月31日民眾日報

¹¹⁹ 原載於1997年2月16日民眾日報

地社區文化亦格格不入！「白色媽祖」並未為朝天宮帶來彰顯「正統」的地位，反而落人「附庸」的格局，喪失社區自主的尊嚴，令人扼腕。……九七年的台灣時局已夠「變化多端」了，「外交全面封鎖，文化全面挺進」已成北京政府對付台灣的策略。外交危機國人還感受得到；裹著「文化交流」外衣的侵台活動，國人多以「祖國」認同，甚至以迎「王師」之心態配合；此次「中國媽祖」以「會香」（也不像本地文化）方式「巡台」，幾乎就是「透過」媽祖的神轎，以「中央」的心態巡會「地方」，這完全違背「慈航普渡」的媽祖文化，這樣的「政治媽祖」何異於西方「木馬屠城記」的改版呢？台灣，請珍惜自己的台灣媽祖文化，實在不需要北京主導的「政治媽祖」！（林碧堯，1997）

李永熾指出：所謂大宗、小宗是中國宗法制度的基本，後來也成為家族構成的意識型態觀點。這種封建宗法制度是中國沒法現代化的最基本原因之一。台灣先民遺棄中國這種血緣的宗法關係，形成移墾的地緣流動關係，在理論上已克服停滯的中國宗法觀念，但是五十年來，國民黨復興中華文化的宗法封建觀點，在一再強調中國中心—台灣邊陲的大宗小宗觀，湄洲媽祖來台正象徵此一觀念的深層意義。迎接媽祖的主事者已說出交流是統一契機的話語，正表徵中國封建思想依然停留在許多台灣人的內心深處。……台灣的目標是追求一個新型的現代國家，而非封建宗法式的前近代國家。我們認為媽祖信仰是一種自由，任何人都無法加以否認；媽祖信仰可以超越地球，但不能有大宗、小宗之別，有此區別即意指媽祖信仰的非超越性，從恭迎湄洲媽祖一事觀之，台灣人的封建宗法思想還非常深厚，委實令人遺憾。（李永熾，1997）

莊淇銘指出：此事件若真無政治目的豈怕泛政治化批評？先從政治力介入來看，既然純為宗教行為，那主辦單位當然該以宗教人士為之，應該讓宗教的歸宗教。然而，中國主辦此次活動的人士清一色是政治人物，有福建國

台辦主任陳紫東，副主任梁茂淦，隨團到我國的張蘇杰則為中國國務院國台辦交流處長之職，要提醒的是，共產黨是唯物主義無神論的，文革十年將許多廟寺毀於一旦即為明証，由一群無神無宗教論者，而不是宗教人士，來主導此次的宗教活動，說這是純粹的宗教活動，莫非將台灣人民當傻瓜？尤其，梁茂淦在媽祖起駕時所說的「將產生強大的民族凝聚力」，「媽祖信仰乃是兩岸同胞的精神紐帶」，這是赤裸裸的政治統戰，與宗教精神相去甚遠。（莊淇銘，1997）

陳茂雄指出：陳適庸說這次是宗教交流，未涉及政治，在中國方面，有哪一件事情不被政治左右？這次湄洲媽祖來台，陪著而來的官方人物難道是來觀光的？在台灣方面，某些宗教本來就是政客的工具，政客利用宗教活動獲取選票，爭奪政權，宗教人物也利用政客的支持，獲取政治利益或地位，他們算是一種互惠。……中國的媽祖神像，可能只有幾十年歷史，文革時代，破壞廟宇力燒毀神像，哪來千年金身？再說，台灣媽祖庇佑台灣經濟繁榮，各地媽祖廟也香火鼎盛，中國的媽祖不但不能庇佑中國的繁榮，連自身都難保，無力對抗紅衛兵的侵犯，哪一邊比較靈驗，已十分清楚，捨台灣媽祖而就中國媽祖，已非正常人心態。」「近年中國為了統戰，稱媽祖為「兩岸和平女神」，在工廠中大量製造，以滿足台灣人對媽祖的狂熱，並建立和平的假象。若誤認為中國會與台灣和平共存，因而與其從事宗教、文化、經濟等交流，鬆懈心防，必將亡國。（陳茂雄，1997）

張正修指出：我們要使媽祖台灣化，最重要的就是要使民間所崇拜的眾神恢復其好人原來的面目，讓所有的政治干涉離開他們的身上。……「民間的神很容易被政治化」——台灣越民主化、統派空間越小，結果他們反而利用他們以前所看扁的台灣民俗宗教做起統戰工作，強調台灣人所拜的神是中國人，所以台灣是中國的一部分。正因此，台灣宗教須世界化、現代化，更應推動本土宗教教育，打破中國意識強烈的宗教界掌控台灣宗教的現象。……

「台灣宗教須世界化現代化」—認為應深入民間推動宗教改革運動。並指出，其實媽祖的行為本來就渡救眾生的菩薩行為，中國王朝封媽祖為妃為后，根本是侮辱媽祖、侮辱菩薩的行為，這種說法在民主化的台灣是絕對可被接受的。對一個多神教的社會來說，使用以個人主義為基礎的公共理論並配合宗教理論，對傳統的宗教信仰實施理論改革，是台灣「脫華」最要緊的課題。……

「應深入民間推動宗教改革運動」—「歐洲的宗教改革造就了近代國民國家，也推動了資本主義的發展，台灣的獨立建國者，難道還不知道應深入民間推動宗教改革運動，才是建國運動最重要的關鍵嗎？」（張正修，1997）

王崇堯指出：報載中國福建漳州媽祖預計九月九日起至明年元月十五日止，足足四個月要來台灣環島巡迴各地媽祖廟做會香祈福活動，其中一站彰化縣伸港鄉的福安宮已明確拒絕協辦此項活動。……因為單就招待中國這些「食客」就要花費上百萬不說，還得乖乖讓「中國媽祖」來統戰「台灣媽祖」，形成中央、地方假象，這不僅陷入中國「宗教統戰」陰謀，也損害了「台灣媽祖」的獨立自主形象。…彰化伸港鄉福安宮管理委員會指出：當陳水扁總統最近提出「一邊一國論」時，遭到中國強力打壓，此時此刻突有中國媽祖團來訪，如同「老大」心態，指名環島巡迴各地媽祖廟，顯然假借「宗教」之名，行「統戰」之實。另外，委員會也表明福安宮供奉的媽祖本尊來自中國湄洲，與中國漳州淵源不深，花費大筆信徒捐獻的香火錢接待，恐遭信徒指責。其實，福安宮委員會大可說出台灣拜的媽祖已是「過海」媽祖，非中國的「渡海」媽祖所能比擬；「過海」媽祖已在台灣定居，與台灣人民生死與共。（王崇堯，2002）

林本炫對於湄洲媽祖來台乙事，持不同的觀點，其在〈湄洲媽祖帶來的信仰熱潮與爭議〉一文中指出：有人認為這是大陸方面利用宗教信仰進行統戰的伎倆，儘管有這種可能，重點不必然在此。大陸方面要進行統戰，台灣方面如果沒有實質的誘因，誰願意淌這個混水？所以真正的關鍵在於，台灣

的媽祖信仰界，長久以來就在島內爭奪香火的正統性（應該說是香火的「領導權」才對，因為嚴格來說香火並沒有「正統」與否的問題），而這種爭奪戰的戰火在兩岸開放交流前後，延燒到大陸對岸。……如果我們把這次的湄洲媽祖來台活動，放在台灣媽祖信仰「正統性」的爭奪這個脈絡裡來看，它的意義其實就很清楚。台南大天后宮百年前曾是台灣媽祖信仰中心，在沈寂了將近百年之後，似乎也不甘寂寞，以迎接湄洲媽祖的活動，再次投入這場台灣總代理權的爭奪戰，目前的跡象顯示這個舉動已經獲得一定程度的效果。（林本炫，1997）

江燦騰則指出，這次湄洲媽祖出遊，是由「台閩貿易促進會」經過三年多的協商而敲定的。據江燦騰的瞭解，這個活動是中共高層在背後所推動的。他表示，兩岸在千島湖事件、李登輝訪美及飛彈危機後，關係陷入低潮，於是中共高層有意藉由宗教，找尋出突破僵局的切入點。這事本來無可厚非，但因為背後牽扯到認定媽祖金身的學術爭論，他才忍不住出來說話。……江燦騰表示，這次來台的「媽祖御璽」是偽印，且是仿造北港朝天宮的御璽所刻成的。而來台的「軟身媽祖」顯然是文革後所刻。他同時懷疑此次來台的「石頭媽」，可能是偽品。江燦騰指出，一般神像在接受朝廷冊封之後，背部必須安放金印、銅鏡等「七寶」，但是這次來台的石頭媽卻沒有這些特徵，因此他相當懷疑這次千年湄洲媽祖的歷史性。

另外，中共擇定台南天后宮具名招待，看在江燦騰眼裡也是饒富意涵。他指出，台南天后宮是施琅攻台後，在康熙年間所建。中共這個動作意味著什麼，明眼人一看便知。他同時表示，雖然湄洲媽祖來台不是賺錢的，但在雙方的《備忘錄》中曾明載，要提供一千五百萬元作為成立「媽祖文教基金會」之用，而且伴隨而來的大筆香火錢流向，都是值得去關心的重點。（杜聖聰，1997）

觀察大陸當局對於與台灣宗教團體前往大陸交流的熱切與主動態勢，大

陸方面則在九〇年代提出了「相適論」的實用主義，只要是對其有利的，則藉著鼓勵宗教交流遂行宗教統戰的陰謀。祖運輝分析指出，大陸的改革開放以後，中國宗教信仰復活的因素可歸納成以下五點：

第一、政府在推行國家近代化路線之際，認為宗教信仰可以有效的達到動員大眾的目的因此對宗教採取寬容的態度；第二、中國政府認為，對國內文化資產再行評價、指定並修復文化財、向國內外發揚中國文化的優越性具有其價值；第三、企圖將保存和維護與觀光事業的振興做結合，以獲得外匯為手段，促進國內經濟活性化；第四、復興以地方長老為首的地域交流然後由政府統籌，一邊控制廟宇活動，讓一般大眾在透過這些交流的過程中，達到政府在政治、經濟政策上的動員；最後，中國也意圖透過接納華僑、華人熱忱的宗教信仰，以增加他們的投資機會，並誘導他們參加在故鄉的慈善活動（捐款活動）。三尾裕子則認為：與其說是中國容許了宗教信仰，不如說是中國期待經由宗教信仰所能得到的附屬效應，而利用了宗教。（三尾裕子，2003：194-195）

而因為台灣媽祖信仰權力圖譜的更動、島內各宮廟亟欲藉尋根謁祖以行權威擴張的需求；大陸官方明顯感受到源於大陸湄洲之媽祖信仰，竟於對岸的台灣發揚光大，且觀察到台灣媽祖信仰文化及宮廟團體之發展，不但有雄厚的宗教資產以及廣大的信眾，更重要的是不論在政治、經濟、社會、文化、歷史等各方面，均存著複雜的政教連結關係。且由於台灣各大型媽祖宮廟產業之間，存在著爭奪香火正朔、開台先後及領導權威的種種矛盾和角力，對於前往大陸湄洲祖廟進行謁祖割火的動作有著宮廟政治與香火形式上的必要；而這對於大陸當局的統戰工作與福建媽祖文化之觀光發展，是非常有幫助的。

我們可以觀察到，宗教已經受到某種特定方式的束縛，並且十分直接的串接為一個特殊的權力結構的文化和意識型態基底。從歷史上來看，情況確實如此…。因此，一旦我們試圖進入社會後，就想輕易的將宗教與歷史沉澱

分離，單純的放置在一個所在，這種想法簡直無異癡人說夢。

在特定的社會形構中，宗教已經成為昇華的意識型態場域，所有不同的文化元素都被迫進入的場域。……任何社會運動都必須對宗教加以轉化、收編、轉型、發展與澄清，最終必須和宗教相互契合。(Stuart Hall，陳光興合著，唐維敏編譯，1998：127)

從上述中共中央政權對於宗教政策的打壓策略與政治論述，確切的呈現出建黨、文革等時期以馬、列主義之唯物論為基礎視「宗教為人民精神的鴉片」，乃至漸次開放以來，對台宗教與統戰的必然兩手策略；且利用台灣媽祖信仰宮廟團體等對於謁祖進香交流的熱切頻繁，以及促進湄洲媽祖發源地之文化觀光市場的前景可期等經濟的因素等，而不斷的對其當局做出有利於統戰台灣之策略。

對於台灣教授協會所發表的這份嚴厲聲明，聲明中所指陳痛批的具為事實，然而筆者以為，兩岸長期政治對立以來，中共長期的文攻武嚇，以及處處打壓台灣國際生存空間，及不放棄對台動武之可能的霸權言論，早令身處自由台灣追求和平發展兩岸關係的台灣民眾深惡痛絕。究於此，台灣民眾又豈會因對於「湄洲媽祖」對於台灣各個媽祖廟，有分靈後需前往「謁祖割火」溯本追源之宮廟政治之所求，而將早已在地化之媽祖信仰擴及到對大陸祖廟之情感依附，甚至轉化成對大陸當局之政治依附之可能？且產生民族情感及大中國意識之文化、政治等意識型態連結之可能？而最終形成有利於對台統戰之虞的陰謀。

但事實上，我們可以從這次「遼境百日事件」所引起的媽祖信眾及社會輿論反應來觀察，藉由湄洲媽祖的法統地位以巡歷遼境之名，漠視台灣媽祖信仰在地化的社會事實，企圖遂行矮化台灣政治實體之主體性的機心巧算並未成功，從台灣數大媽祖廟的抗拒動作以及社會反應即可看出。

三、千禧年湄洲進香—宗教直航的政治攻防

雖然海峽兩岸以開放民間交流與經貿往來，但由於政治上仍處於軍事敵對狀態與互不信任，在民間交流常在被貼上意識形態的標籤下，台商企業的「錢進大陸」、湄洲媽祖的「宗教統戰」，都成了有違台灣文化主體性、國家經濟安全、全民國防等的高度侵略性的政治論述。因此，以台灣主體意識為基底所發出的「根留台灣」呼籲、「政治媽祖」警訊等，讓企業的全球化佈局、宗教團體的直航進香交流等都變得不再只是單純的議題。台商企業、航運業者、民間宗教團體等期待台灣政府當局儘快開放直航政策的需求，當然也成了朝野政黨在政治利益計算上的角力攻防。

2000年6月4日，在顏清標向媽祖請示擲筊之下，大甲鎮瀾宮決定於7月16日（農曆六月十五日）為前往湄洲參加「2000年千禧年祭典活動」的出發日期。然而，鎮瀾宮雖然不是第一次到大陸湄洲進香，但直接以擲筊決定前往日期倒是第一次。雖然「大甲媽」不可能開口指示前往湄洲進香是要採取「直航」或是「彎靠第三地」？但是顏清標卻是已經向政府當局拋出希望採取直航方式前往的「請求」。

稍早之前，中共新華社於4月16日主動發布新聞表示，「台灣民眾45人搭乘漁船赴福建進香，受到熱烈歡迎。」據了解，這次新華社發佈的消息，是指持有船員證的南方澳南興里居民等45人，搭乘六艘漁船，前往大陸福建省媽祖湄州祖廟進香，這與大甲鎮瀾宮宣稱已經過台灣陸委會同意的宗教直航，前往湄洲的進香團活動不同。

而對於新華社主動發布新聞的動作，陸委會也立即做出回應，陸委會副主委兼發言人林中斌強調，有關單位正在進行蒐證工作，將依法辦理；林中斌同時提出呼籲，在政府間接航運政策未修正前，兩岸直航仍屬非法，民眾切勿以僥倖心態，以身試法。林中斌並警告，非法直航大陸，將依「兩岸人民關係條例」等相關規定移送法辦，違法者可處三年以下有期徒刑或新台幣

100 萬以上，1500 萬以下罰金。¹²⁰

在立法院，爲了能不能直航湄洲的問題，贊成、反對聲浪並起，陸委會主委蔡英文曾表示，除了向媽祖擲筊之外，看不出來宗教直航的急迫性。部份親民黨、新黨立委提出，新政府以「國家安全」的抽象概念，阻絕民間善意交流；也有民進黨立委認爲，宗教直航是假借神意威脅政府的行爲，不僅強姦神意也強姦民意，並指顏清標以神逼官。（吳孟芳，2000）

鎮瀾宮決意拋出「宗教直航」這樣的敏感動作，也因顏清標與親民黨主席宋楚瑜交好的身分，自然引來在野黨「政策護航」的大力支持。首先，6 月 7 日由親民黨立委秦慧珠所召開的「媽祖直航，7.16 啓航可行嗎？」公聽會，鎮瀾宮董事長顏清標便指出：「陸委會主委蔡英文日前就曾表示，爲避免長途跋涉和舟車勞頓，因此宗教直航有必要專案辦理，在信徒登記爆滿的壓力下，他才在前天和媽祖擲筊，請示出航的時間，並不是拿神明來要脅，如今陸委會態度轉趨保守，讓他一個頭、兩個大。」

顏清標認爲陸委會的態度轉趨保守，讓他和媽祖信徒有被騙的感覺，但由於他已向媽祖請示，因此 7 月 16 日到湄州進香是勢在必行，但不會違法硬闖只能透過第三地前往大陸。……顏清標並強調，如果必須經第三地到湄州，去年 12 月 8 日就已經獲准，但因爲 921 地震的緣故，一直沒有成行，根本不需要申請；如今「離島建設條例」也增加試辦小三通的第 18 條，陳水扁總統在選前到鎮瀾宮也表達支持宗教直航的態度，而政策白皮書說年底要三通，他希望政府官員能高抬貴手，落實陳水扁的政見。¹²¹

6 月 9 日，立法院在野三黨一派立委昨在內政委員會中提案，要求政府於一個月內以專案特許方式同意臺中縣大甲鎮瀾宮「媽祖」尋根接火活動，該案在沒有立委反對的情況下獲得通過，三黨一派立委隨即召開記者會，攜

¹²⁰ 【中央社】2000/4/17 北京特稿，〈兩岸關係難以宗教直航解凍〉
<http://www.future-china.org/fcn-tw/200004/2000041802.htm>

¹²¹ 〈教直航不樂觀，顏清標：不硬闖〉【2000-06-07/聯合晚報】記者王正寧、陳彥伯／台北報導

手高呼慶祝「媽祖直航」！¹²²

在執政的民進黨方面，民進黨主席林義雄表示，兩岸小三通或宗教直航，應該是在經過雙方正式對談達成共識後才能執行，但在沒有共識前，政府還要評估。至於宗教直航是否有「以民逼官」的問題，林義雄指出，目前還不至於有這個問題。¹²³

而高雄市議會議員張省吾亦對此質詢有關「宗教直航」問題，高雄市長謝長廷市長強調，兩岸直航基本上是牽涉全國利益、整體政策的問題，應由行政院就國家整體安全考量，及對中國整體戰略來做決定，當然，滿足人民的需求是政府的義務。¹²⁴

民進黨立法院黨團副總召集人李文忠等人昨日則召開記者會，痛批大甲鎮瀾宮管委會董事長顏清標「提籃假燒金」，假借宗教累積政治實力，並規避涉及偵辦中的正、副議長賄選案。李文忠認為，法務部長陳定南要肅貪掃黑，不妨以顏清標為指標，大刀辦案，查辦涉案累累的黑道民代，立法單位也應配合修法，讓涉案黑道民代沒有政治保護傘。¹²⁵

2000年6月份的《海峽兩岸關係紀要》¹²⁶中刊載了有關大甲鎮瀾宮欲以媽祖神諭於7月16日直航前往大陸進香乙事，政府有關當局的回應：

陸委會主委蔡英文於七日拜會民進黨立法院黨團時表示，依據政府現行政策的規劃，「宗教直航」不可能在「小三通」之前先行，兩岸一定是先展開

¹²² 謝聖斌·臺北訊，〈在野黨促專案特許進香

<http://www.cdn.com.tw/daily/2000/06/09/text/890609a7.htm>

中國國民黨立法院黨團書記長林建榮指出，這些決議是三黨一派立委的共同看法，希望政府重視人民信仰權益，並以專案特許方式讓媽祖直航。

內政委員會召集委員營志宏坦承，這項決議沒有絕對的影響力，但如果行政院大陸委員會不遵照決議辦理，就是不尊重國會，會造成行政院與立法院的決裂。他認為這種行徑不只是不尊重立院，更是不尊重民意。

¹²³ 同前引，鄭任汶·臺北訊

¹²⁴ 同前引，陳萬強·高市訊

¹²⁵ (溫世銘·臺北訊) <http://www.cdn.com.tw/daily/2000/06/09/text/890609a7.htm>

李文忠指出，顏清標有案在身，包括涉及臺中縣第十三屆正、副議長賄選案、尚德案等，臺中縣議會日前剛結束本會期，顏清標行蹤不定，一方面汲汲於安排召開縣議會臨時會，另一方面又宣稱七月十六日媽祖湄洲行勢在必行，說穿了，就是想要尋找議會會期結束後的政治保護傘，另一方面，則係藉宗教力量累積個人政治實力。

¹²⁶ <http://www.mac.gov.tw/big5/mlpolicy/cschrono/8906.htm>

「小三通」，再進行「大三通」，「宗教直航」是位於「大三通」政策架構之下，在沒有相關法源基礎下，大甲鎮瀾宮管委會董事長顏清標不可能率信徒在七月十六日「宗教直航」到大陸。

陸委會發言人林中斌 9 日表示，「宗教直航」必須在「離島建設條例」第 18 條完成整體「小三通」及金馬地區通航大陸規劃後，再以專案特許方式處理。

陸委會副主委陳明通 16 日在例行記者會中表示，政府對推動宗教通航的政策沒有改變，仍須符合「外籍輪、彎靠第三地及專案許可」等原則。21 日補充表示，宗教通航有兩個管道，第一是符合「專案審查、彎靠第三地、外籍輪、不定期航班」等條件，第二是陸委會將在六個月內，針對宗教通航與「小三進行評估，如果評估結果有利於金馬離島地區繁榮發展，宗教航運也將朝此方向努力。

交通部政務次長賀陳旦 12 日表示，「宗教通航」不是「直航」，必須以離島「小三通」為基礎，船舶必須彎靠離島地區。

陳水扁總統 21 日接見臺中縣議長顏清標時，對顏建議立即開放「宗教直航」表示，事情有輕重緩急，不能說通就通，兩岸關係如不能改善，如何討論其他的細節？」

而相關民調出爐顯示，聯合報 6 日至 8 日晚間進行電訪，受訪民眾有四成六認為宗教直航不會影響國家安全，四成九贊成用專案審查方式開放宗教直航，若否，則七成希望宗教團體改用其他方式「登陸」進香，五成認為政府應擬定一個開放宗教直航的時間表。

臺灣地區公共事務學會委託全國意向調查研究中心於 11 日進行的民調結果顯示，五成三受訪民眾認為，鎮瀾宮董事長、臺中縣議會議長顏清標是藉由擲筊方式迫使政府特許「宗教直航」，八成七表示在會危及國家安全的情況下，不贊成「宗教直航」。

大甲鎮瀾宮方面，董事長、臺中縣議會議長顏清標 14 日率鎮瀾宮董監事

訪問團抵達北京，15日，拜會中共交通部，洽談7月16日赴湄洲進香事宜，並與臺籍「全國政協」副主席張克輝見面。同日轉述中共「國臺辦」副主任李炳才在餐敘時稱，中共很早以前就歡迎臺灣信眾到大陸進香，臺灣方面不應將宗教事務泛政治化。

而香港文匯報十六日引述中共中央有關部門官員談話稱，大陸方面已經做好迎接媽祖香客直航的準備，但在海上香客運輸問題上，有以下四項原則：（一）在「一個中國」前提下雙向直航，互惠互惠，不搞彎靠；（二）兩岸間的航線是「國內特殊航線」；（三）船舶進入港口時，可以掛標誌旗、公司旗，或不掛旗；（四）進香客若想去第三地旅遊，應提前辦妥臺胞證。

在大陸方面，福建省「2000年湄洲媽祖文化旅遊節」的負責人表示：中華民族五千年燦爛文化是維繫兩岸同胞精神的紐帶。海峽兩岸，同宗同文。閩台兩地，地理相近、血緣相親、習俗相同。台灣有媽祖廟近千座，信眾逾千萬。湄洲島媽祖祖廟已接待台灣近百萬信眾，許多台灣信眾把到湄洲島朝拜作為畢生的最大願望。近些年來，每年都有十多萬台胞前來媽祖祖廟朝拜進香，尋根問祖。海峽兩岸尚未直接通航，信眾只能輾轉繞道而來，既費時、費力、費錢，又不安全。盡早實現海上直航，已成為台灣同胞的強烈願望。

為促進兩岸經濟的發展和兩岸同胞的各項交流，祖國大陸始終主張海峽兩岸間盡早實現「三通」，並為此作出了不懈努力。海峽兩岸都是中國人，都是骨肉同胞。為尊重台灣媽祖信眾的信仰，減少他們輾轉勞頓之苦，台灣當局應當允許香客直航，不要再設置障礙。¹²⁷

而媒體的專論分析指出：觀察這整個事件的始末過程，表面上，大甲鎮瀾宮媽祖能否宗教直航湄洲進香，政府和顏清標雙方，各別是以「國家安全」和「政教分離」的理由相抗衡。但事實上，政治舞台的簾幕之後，卻恰似有

¹²⁷ 黃世宏，《人民日報·華東新聞》，2000年06月22日第一版
<http://www.people.com.cn/BIG5/paper40/850/113056.html>

陰影晃動；那陰影正是民進黨政府與親民黨的政黨對峙。¹²⁸

顏清標是親民黨的親密黨友，選前在各方拉攏中，公開挺宋。而今，先有親民黨立委黨團和大老劉松藩支持宗教直航，揚言不排除登船隨行，後有親民黨立委辦公聽會助勢；親民黨要求政府淡化宗教直航的政治色彩，然而自身介入，「挾持」這項議題，反倒賦予大甲媽直航政治色彩。

對民進黨政府來說，對直航案態度轉趨保守，理由諸如形同奉送中共談判籌碼等等，說得都很冠冕堂皇。但有那麼嚴重嗎？宗教直航可以專案處理，可以例外處理，可以不必和小三通或三通畫上等號，何況，陳水扁不是承諾年底前就要三通了嗎？

雙方都可以不必如此，卻都往兩端拉扯，與其說是官民相逼，不如說是政黨過招。從前，國民黨許諾給顏清標可以專案處理宗教直航，為的就是政黨利益。現在，直航案已深染在野黨色彩，執政黨當然不會大方送好牌！¹²⁹

學者張家璘在〈政教關係與兩岸宗教交流——以兩岸媽祖廟團體為焦點〉一文中研究指出，對於「宗教直航」議題，顏清標所領導的大甲鎮瀾宮媽祖廟團體在其政治動作之下，形同一新興壓力團體，對當局產生強大影響力。然而台灣當局在其「國家安全」的最高利益考量之下，不認為「宗教直航」是宗教問題，而是政治問題，故對大甲鎮瀾宮的要求加以拒絕。

換言之，在觀察宗教團體與當局機構為「宗教直航」議題所出現的衝突及妥協現象，可以發現以下幾點含意：

一、當局承認媽祖廟團體領袖的政治影響力

當局透過黨政系統響應及圍剿大甲鎮瀾宮的要求，顯示顏清標具有政治影響力。因為他擁有公職與媽祖廟董事長的雙重身份，並運用媽祖廟廣大

¹²⁸ 《分析》「宗教直航，政黨過招」，【2000-06-08/聯合晚報】

對顏清標這方面而言，媽祖對去湄洲的「聖裁」只定了啓駕的時間，媽祖並不堅持去的方式，所以循舊例、依法令，彎靠第三地赴湄洲，除了像往年一樣，多花點行程時間和金錢外，一點困難都沒有。既然一定去得了，為什麼非得直航才得了？搞得局面那麼不得了，其中難免有政治聯想。

¹²⁹ 《分析》宗教直航 政黨過招，【2000-06-08/聯合晚報】

信徒的選票力量和聯合政治人物，對當局提出的「宗教直航」的壓力，使得政府不敢小覷。

二、台灣官方機構對媽祖廟團體的兩手策略

台灣官方只好在不得罪媽祖信徒及強大政治壓力的前提下，必須謹慎提出響應。當局對顏清標的宗教直航要求採取「先硬後軟」的兩手策略，先拒絕顏清標的要求，再安扶媽祖廟廣大信徒。原則上由陸委會發表反對的談話，再由陳水扁、呂秀蓮出面，以「台灣安全」理由拒絕這兩個媽祖廟團體「宗教直航」的要求。在得到大甲鎮瀾宮的諒解與支持後，馬上派陸委會副主委陳明通到媽祖廟上香致意，並在媽祖進香團配合當局政策經由第三地轉赴湄州進香時，再派行政院副院長遊錫堃親自到中正機場送機。(張家璘，2002)

學者張顯超在〈兩岸宗教直航中共順水推舟〉一文中則指出，依照大陸官方的認知，打破兩岸人員的隔絕往來藩籬是中共促進「祖國統一」的重點工作。因此兩岸具有群眾性質的交流活動，特別是台灣的漁民與民間的虔誠宗教信仰，都成為大陸官方認為必須研究與推動的有利因素。

大陸官方對於推動兩岸民間的交流思維，基本上是必須為兩岸統一服務或至少是為統一創造有利的條件。大陸官方與涉台學者認為，「台灣人民是島內促進兩岸關係發展的動力」，如何利用兩岸的民間交流突破政府大陸政策的底限，也一直是中共涉台部門戰略上的重點。因此，在此一政治思惟下，大陸早在1979年陸續在沿海地區建立了台灣漁船停泊點與漁民接待站，為台灣漁民探親和漁船避風、補給、修船提供免費的服務，並進而鼓勵台灣漁民從事台灣政府所禁止的海上走私行為(大陸方面認為是小額貿易)，試圖由點至面逐一突破台灣政府對於兩岸通航的禁令。

然而，大陸官方在接觸台灣漁民等基層民眾時也發現，台灣近年來有關台灣主體意識的蓬勃發展與可能衍生的文化分離，是其必須警惕於心的大事。其已明白認知台灣的中南部地方基層是台灣主體意識最難動搖的根本。

因此不得不利用「媽祖是中國人」的地方宗教文化訴求，鼓勵經由民間宗教信仰而「認祖歸宗」，更可以滲透與影響支持台灣獨立最力的台灣基層群眾。台灣漁民與鄉間信奉媽祖為神，卻是不幸讓媽祖成為中共文化統戰的重要支點。¹³⁰

此次民間要求政府開放兩岸宗教直航的龐大壓力，可以說是中共自 1979 年以來對台灣漁民與民間信仰的工作累積成果，並非是一朝一夕或是偶發的事件。鎮瀾宮執事與媽祖信眾可能真的不了解宗教直航問題的嚴重性與複雜性。以這次媽祖信眾要求經由金門直航大陸的政治動作而言，一旦政府基於輿情壓力被迫單向開放直航，則「金馬小三通」與兩岸直航的政治談判佈局將被打亂。¹³¹（張顯超，2000）

雖然在 2000 年開放金馬小三通之後，金門、馬祖、澎湖等離島的行政首長均曾利用「宗教直航」方式前往大陸祖廟謁祖進香；但在台灣大甲鎮瀾宮做出同樣要求的同時，此番關係到台灣執政當局決策的主體性、國家安全的意識形態防線，以及兩岸直航政策不應輕易的由宗教團體「以神逼官」的一再挑釁與操弄，故民進黨政府做出這樣的決定，相信是符合國家當前利益的。

事實上，我們觀察在素無民間宗教信仰的大陸，中共領導人所信奉的是唯物論的共產主義，從文革時期被大肆破壞的慘況，以及 1982 年頒布制定的「第十九號文件」的意旨來看，大陸當局是不可能鼓勵無制度、無教義經典

¹³⁰張顯超(中山大學大陸研究所助理教授)，2000.06.19，〈兩岸宗教直航中共順水推舟〉，【中國時報】，<http://www.future-china.org/fcn-tw/200006/2000061909.htm>

事實上，湄洲媽祖並非是單一性質的兩岸宗教個案。中共於 1995 年 8 月即於福州召開閩臺民間信仰學術研討會，對於閩臺民間信仰的各種對象，如天公、關帝、媽祖、廣澤尊王、臨水夫人，以及蛇神、瘟神、城隍等的起源、性質、特徵等進行分析，並對臺灣少數民族進行有系統的研究。大陸官方的目的絕非是止於學術研究，而是利用民間信仰的移情作用，有利於其對台統戰的作為。

¹³¹同前引

因為兩岸直航議題若因為「宗教直航」被打破(政府無法有效區隔信徒與觀光客，因此等同於直航開放)，將不再是未來台灣政府與中共談判的籌碼。非但金馬地區「非軍事化」與「小三通」談判的佈局盡失，中共更可以認為兩岸直航的政治目的已經階段性達成，我方航運界所企盼政府經由通航談判，要求大陸方面同意開放「廣、大、上、青、天」五大港口的航權也會先機盡失。屆時遭遇損失的將不只是政府，金馬民眾與台灣航商的利益將是更為重大的損失。

的民間信仰興起的。而且大陸對於宗教信仰自由的鉗制，還可從受到全世界觀注的逮捕鎮壓法輪功成員的事件中，看出大陸當局對待宗教信仰的政治意識形態，在此同時，對於發揚光大於台灣的媽祖信仰的鼓勵與熱中，豈不受國人質疑宗教統戰的目的？那台灣宮廟團體與在野政黨又為何願意隨之唱和共舞這「和平之旅」呢？

從對岸大陸媽祖信仰的快速「政治復振」與媽祖廟宇的加速「開發興建」，以及其端出「宏揚媽祖文化，發展旅遊產業」的政治標語來看，我們更可以說，大陸的媽祖信仰是在中共宗教統戰與旅遊開發的雙重戰略上所「製造」出來的。大陸媽祖廟與不只歡迎台灣媽祖廟與前往謁祖交流，也有部分廟宇的媽祖是直接分靈自台灣兩大媽祖廟宇鎮瀾宮、朝天宮的，此舉的動機為何？相信不難得知。大陸方面究竟是在「復振」失落已久的民間信仰？還是看好台灣媽祖宮廟產業的競爭與媽祖信眾的龐大數目，會產生後續不斷的「金援」、觀光旅遊的獲益，以及無限的商機？「台灣媽祖」到大陸的祖廟謁祖進香，究竟是扮演「和平女神」？還是讓大陸當局的「湄洲媽祖」，一步步的實現「宗教統戰」陰謀？相信這些都已不是台灣媽祖宮廟組織所指稱單純的宗教交流問題而已。

第四章 大甲媽祖遶境進香活動之符號消費與文化經濟論述

第一節 大陸當局「統戰爲體，經濟爲用」的政治消費

兩岸掀起媽祖熱，中國大陸方面近年來積極在福建莆田市、天津、澳門等地擴大籌辦「媽祖文化旅遊節」，希望透過台灣這個媽祖最大的信仰圈，在一片前往湄洲「尋根謁祖」的熱潮下，所帶動的媽祖產業之經濟效應，帶動觀光旅遊等事業發展。

自 1987 年以來，在鎮瀾宮率先前往大陸湄洲謁祖進香的帶動下，以台灣目前八百七十多座媽祖廟宇、一千多萬媽祖信眾的廣大「消費」市場，的確足以讓大陸當局願意不斷的對台灣各大媽祖廟釋放出善意，並也樂於見到台灣島內因爲對於媽祖「政治香火」的領導威權之爭與宮廟的合縱連橫，所延伸至大陸近年正興起的「媽祖信仰復振」之修建廟宇的金援贊助，而製造出更多更大的商機。

而由台灣媽祖宮廟主動前往湄洲祖廟謁祖進香的島內爭議事件，卻是被大陸官方不斷藉機宣傳的「和平之旅」交流活動，且不斷的以媽祖文化是「兩岸文化紐帶」的論述來進行宣傳。舉其大者，有下列幾項：

- (一) 1987 年 10 月 31 日，大甲鎮瀾宮在位向台灣當局報備核准便私自取道日本前往參加「媽祖千年祭」活動，開啓湄台民間交流的大門。
- (二) 1989 年 5 月 6 日，臺灣省宜蘭縣蘇澳鎮南天宮媽祖信眾組織 24 條漁船 224 人直航湄洲島朝拜，首開大陸建國以來兩岸海上直航的先河。此後，每年都有幾十航次的臺灣漁船直航湄

洲島，形成了兩岸「官不通民通，明不通暗通」的現實。

- (三) 1991年3月，臺灣嘉義聖恩宮組織信眾乘客輪繞道日本直航湄洲島朝聖，創下兩岸首次通客輪的紀錄。
- (四) 1997年1月，大陸官方成功組織媽祖金身巡遊臺灣活動，歷時102天，環遊全島，朝拜信眾達1000多萬人次，被臺灣媒體稱之為「千年走一回」的世紀之行，成為當年臺灣十大新聞之首，在海內外引起巨大的轟動效應。
- (五) 2000年7月16日，臺灣台中大甲鎮瀾宮組織2000余名媽祖信眾赴湄洲島朝拜媽祖，這是歷年來規模最大的臺胞赴大陸進行民間信仰交流活動，再次在海內外引起轟動。
- (六) 2002年5月8日，應金門方面之邀，我們組織媽祖金身巡安金門活動，開創了媽祖金身海上直航巡遊臺灣的先例。
- (七) 2002年7月，泉州天后宮媽祖直航澎湖進行民間民俗文化交流，拉開了泉州與澎湖海上直航的序幕。

一、媽祖文化旅遊節與湄洲特區開發的結合

湄洲島位於福建「黃金海岸」中部、莆田市區40公里的東南海面上。全島陸域面積14.35平方公里，人口3.8萬。1988年6月被闢為對外開放旅遊經濟區；1992年4月被國台辦批准為臺胞落地簽證點；同年10月被闢為國家旅遊度假區；1995年12月，湄洲島3000噸級對台客運碼頭獲得對外籍船舶開放，成為國家一類口岸。¹³²

湄洲媽祖祖廟正是屬於福建省莆田市的轄區，莆田市因此受到台灣媽祖

¹³²湄洲島國家旅遊度假區概況

http://www.fj.xinhuanet.com/news/2004-10/29/content_3125563.htm

www.fj.xinhuanet.com 2004-10-29 16:52:06 來源：新華網福建頻道

宮廟造訪的次數與密度最高。至今已辦理了六屆的「媽祖旅遊文化節」，並於2004年擴大舉辦了首屆的「莆田商會」。

而湄洲祖廟董事會先後與大甲鎮瀾宮、台南大天后宮、北港朝天宮等臺灣十大宮廟「締結至親」，並與近1000家臺灣大小宮廟開展過聯誼交流活動。隨著香港、澳門回歸和「兩門」、「兩馬」客運直航試點的實施及湄洲島3000噸級對台客運碼頭的運作啓用，湄洲島對台民間文化交流和旅遊合作前景廣闊。

由於媽祖文化在兩岸交流交往中發揮著不可替代的特殊作用，倍受各級領導重視，李鵬、賈慶林、錢其琛、吳儀、宋平、李鐵映、吳學謙、王兆國等十多位黨和國家領導人先後親臨湄洲島視察，對開發媽祖文化資源，做好對台交流交往工作都作了重要指示。

十多年來，福建當局緊緊圍繞建設國家旅遊度假區目標，發揮媽祖文化優勢、對台優勢、資源優勢、政策優勢，抓緊規劃設計、基礎建設、招商引資、宣傳促銷等各項工作。對外對內簽訂合同、協定50多項，總投資26億多元人民幣，其中利用外資近1億多美元；1992年以來，累計完成固定資產投資8億多元人民幣。目前，島上基礎設施日臻完善，旅遊服務設施逐步配套，景區（點）開發不斷加快，接待能力大為提高。

除修復了祖廟西軸線建築群外，並從1998年開始，實施祖廟南軸線精品工程（媽祖文化遺產保護及配套工程），建設了世界上最大的祖廟新殿，完成了媽祖文化陳列館、媽祖文化園、天後廣場等一批專案，形成了規模龐大、雄偉壯觀、樓亭交錯、殿閣縱橫的祖廟建築群，營造了濃厚的媽祖文化氛圍，初步樹立媽祖文化朝聖中心的威儀與風範。此外，我們還開發了與祭黃祭孔並列為中華三大祭典的「媽祖祭祀大典」，並組建「編鐘樂隊」，包裝「湄洲女」形象，進一步豐富媽祖民俗活動產品。

十多年來，特別是1994年以來，當局堅持「文化搭台，旅遊唱戲」的方針，每年都利用媽祖誕辰日和升天日，舉辦系列旅遊節慶活動。先後成功舉

辦了福建湄洲攝影藝術節、首屆媽祖文化旅遊節、1995 媽祖民俗風情旅遊節、福建第二屆媽祖文化旅遊節暨首屆旅遊經貿洽談會、2000 福建湄洲媽祖文化旅遊節、2002 福建莆田湄洲媽祖文化旅遊節和第五屆福建莆田湄洲媽祖文化旅遊節等重大節慶活動，其中 1997 年的媽祖文化旅遊節被列入全國三十五個王牌旅遊專案之一，2000 年的媽祖文化旅遊節則是「2000 年神州世紀遊」的系列站點之一，2002 年的媽祖文化旅遊節則成為兩岸近年來最為盛大的民俗文化交流活動之一。

爲了豐富節慶活動內容，我們還在節慶活動期間，拍攝了《湄嶼潮音》和《媽祖傳奇》等電視專題片、電視連續劇；發行了《媽祖》紀念郵票、紀念章、紀念幣和《媽祖頌》錄音帶、《媽祖樂》VCD 片，在省電視臺播放彭麗媛演唱的《媽祖》MTV。通過舉辦節慶活動，進一步擴大媽祖文化的影響，提高了湄洲島知名度，促進兩岸交流交往，推動湄洲島的開發建設和旅遊業發展。目前，湄洲島年接待遊客達 100 萬人次以上，其中臺胞 10 萬多人次，湄洲島已成為國內知名的旅遊熱點。

根據總體規劃要求，「十五」期間，計劃完成投資 10~15 億元人民幣，逐步配套完善全島基礎設施和旅遊設施，把湄洲島建設成為名符其實的國家旅遊度假區。在此基礎上，計劃再用 10—20 年時間，完成固定資產投資 50 億元人民幣，力爭在島上形成「三個中心」：即在北部形成集朝聖、旅遊、購物、娛樂、美食於一體的媽祖文化朝聖旅遊中心；在南部形成以黃金沙灘海濱中心、度假酒店爲重點的濱海遊樂度假中心；在中部形成以家庭旅遊、海鮮美食、商貿科技、加工業等綜合性的行政商業中心，把湄洲島建成世界媽祖文化研究中心、媽祖信衆朝拜中心、海峽兩岸科技文化交流和經貿合作的重要基地，獨具特色的多功能、綜合性的國家旅遊度假區。¹³³

¹³³ 同前引

二、大陸歷屆媽祖文化旅遊節的辦理簡介¹³⁴

(一) 福建省莆田市媽祖文化旅遊節

1987 年「媽祖千年祭」開啓湄台民間交流的大門，吹響湄洲島開發開放的號角之後，媽祖文化一直在湄洲島的開發建設中扮演著重要角色。

1992 年 10 月 4 日，是媽祖羽化升天 1005 周年紀念日，莆田市隆重舉行“媽祖”特種郵票首髮式，郵票圖案為屹立在祖廟山顛的媽祖石雕像。同日，中國湄洲媽祖文化基金會在湄洲島成立，林文豪任會長。

1993 年 4 月 14 日，湄洲媽祖祖廟隆重舉行媽祖誕辰 1033 周年紀念日。此後，每年的媽祖誕辰日和升天日，湄洲島上都舉行系列紀念朝拜活動，其中尤以四屆媽祖文化旅遊節最以爲引人注目。

1994 年 1 月，國家旅遊局推出「中國文物古迹遊」，湄洲媽祖廟被列爲十條旅遊專線之首。

1995 年 3 月，中國福建民俗風情遊推出八條民俗風情線路，媽祖故鄉風情線榜上有名。

1996 年 5 月，莆田市人民政府和中國華僑國際文化交流促進會、中國人物傳記藝術委員會合力打造媽祖文化工程，全面開發媽祖文化產品，並在湄洲島舉行了媽祖文化工程揭碑儀式。

1997 年 1 月，媽祖金身首度成功出遊台灣，在台百日，駐蹕台灣十八個縣市的三十多個宮廟，大陸方面宣稱，此行湄洲媽祖接受了上千萬人的朝拜，是「炎黃子孫共同弘揚媽祖文化的一個里程碑」。

同年 5 月 6 日至 8 日，第二屆媽祖文化旅遊節暨首屆旅遊經貿洽談會在湄洲島舉行。旅遊經貿洽談會成爲第二屆媽祖文化旅遊節的一個亮點，共簽訂各類旅遊專案七十一個，總投資 47812 萬美元，利用外資 32818 萬美元。

¹³⁴歷屆媽祖文化旅遊節簡況

http://www.fj.xinhuanet.com/news/2004-10/28/content_3115909.htm

www.fj.xinhuanet.com 2004-10-28 13:15:10 來源：東南網

其中，莆田市簽約二十二個專案，總投資 1.28 億美元；湄洲島簽訂合同、協定五項，總投資 7902 萬美元。

1998 年，湄洲媽祖祖廟景區管理處、媽祖祖廟董事會推出「內增素質，外樹形象」的管理新舉措，切實從景區內部人員素質、宣傳聯誼工作、財務管理、景區安全等方面下功夫，鞏固提高媽祖祖廟世界朝聖中心地位。主要項目有：

「一樹形象, 提高管理水平」。通過定期組織員工學習媽祖文化有關知識及送出去培訓等形式，切實提高員工特別是導遊人員的文化素質，實行統一著裝，掛牌上班制度；建立一支規範化的朝拜隊伍。規範朝拜儀式，進一步完善規章制度，推行評選廟區優秀服務員和先進工作者制度。

「二抓宣傳, 擴大媽祖影響」。多渠道搜集媽祖有關資料，充實「媽祖聖跡展覽」；密切配合媽祖文化研究中心，協助編寫《媽祖廟志》，做好媽祖學術研討會準備工作，開闢媽祖文化宣傳欄，組織人員赴台，邀請海外媽祖信眾來島聯誼，籌劃建立世界媽祖分靈廟聯誼會。¹³⁵

1999 年底，國家旅遊局決定將 2000 年的旅遊主題定為「神州世紀遊」，並將媽祖文化旅遊節列入「神州世紀遊」的系列站點，極力向海外推介媽祖文化旅遊節等旅遊活動。此舉使媽祖文化旅遊節得到省委、省政府的高度重視。在市委、市政府和省旅遊局的指導下，湄洲島於 1999 年 11 月初即開始全面籌備第三屆媽祖文化旅遊節。籌備期間的主要工作，一是確立了「弘揚中華媽祖文化，密切海峽兩岸親情，促進旅遊經濟發展」的辦節指導思想，擬定了科學的節慶方案；二是邀請澳門、天津、泉州的旅遊機構參與聯辦媽

¹³⁵唐國清，《開放與傳播》電子版（季刊），1998 年第 2 期，福建省人民政府新聞辦公室主辦，〈為內增素質外樹形象，湄洲島推出管理新舉措〉，http://www.66163.com/fujian_w/news/kfcb/kfcb9802/KFb-1b.htm

在加強祖廟景區建設上,重點是認真組織實施媽祖文化旅遊城精品工程。近年內,主要實施南軸線規劃。其中,媽祖正殿正在「三通一平」,爭取農曆三月二十三日主體工程動工,農曆九月初九主體完工;東軸線媽祖光明殿已完成設計,爭取上半年動工,1999 年主體工程完工。還有綜合樓、祖廟食堂等工程項目,也正在建設中。廟區環境美化、綠化工作也擺上了議事日程,已由園林處統一規劃,正在組織實施。

祖文化旅遊節，以及臺灣數十家媽祖宮廟、國內十幾家媽祖宮廟組團參加節慶活動；三是加強了新聞報道和廣告宣傳。精心籌備，為媽祖文化旅遊節的成功舉辦奠定了基礎。

2000年4月9日，經過近半年的籌備，「第三屆福建湄洲媽祖文化旅遊節」在湄洲島隆重開幕。開幕式進行了精彩紛呈的民俗表演，薈萃了天津踩高蹺、莆田南少林武術、涵江威風鑼鼓、泉州拍胸舞、仙遊大鼓吹、湄洲島千年祈福大典等媽祖文化和廟會精華。文化節期間，還進行了媽祖民俗遊燈、泉州折子戲、《海頌》等民俗表演活動，邀請南京軍區前線歌舞團演出大型舞蹈詩劇《媽祖》，節慶活動一直持續到5月6日。

此外，節慶還安排了經貿簽約活動，共簽約專案十二個，總投額達11543萬美元，利用外資6231萬美元。其中湄洲島組織簽約專案二個，總投資額253萬美元。

鑒於媽祖文化旅遊節特色突出、影響廣泛，且具有良好的經濟、社會效益，省委、省政府要求定期舉辦媽祖文化旅遊節，以充分利用媽祖文化資源，從更廣領域、更深層次構建福建旅遊和對外開放通道；運用媽祖文化做好臺灣人民的工作，增進兩岸交流交往。在這種情況下，莆田市人民政府和省旅遊局決定每二年舉辦一次媽祖文化旅遊節。

2002年10月20日，「第三屆福建莆田湄洲媽祖文化旅遊節」在湄洲島舉行了三天，共進行中華媽祖文化交流協會籌備會會議、民俗燈會、開幕式、天后新殿落成慶典、媽祖祭祀大典、980名演員演出的《媽祖頌》等廣場文藝表演、鵝尾山生態景區落成慶典、媽祖文化園開園儀式、第七屆國家旅遊度假區聯誼會、清代媽祖檔案史料彙編《首髮式》、莆田文學節、莆田投資發展洽談會等活動。（新華網：王凡凡、宋樹濤）

本次活動較於以往，明顯是向「具有全國水平的節慶活動」邁進，體現了專家型策劃、主導型宣傳、人文化創意、市場化籌資、開放式場景、組團式邀賓，成為兩岸近年來最為盛大的交流活動，取得了豐碩的成果。主要成

果是有三：一是進一步打響了媽祖文化品牌。新建成世界上最大的「天后新殿」，開發了場面壯觀的「媽祖頌」表演，發起成立了媽祖文化交流協會籌委會。二是促進了兩岸民間交流。有一萬多名臺胞參加了節慶前後的活動，在海峽兩岸引起巨大的反響。三是帶動了旅遊業發展。湄洲島旅遊品牌日趨成熟，從單純的朝拜旅遊加快向朝拜、觀光、休閒度假三位一體轉變。

福建省旅遊局局長明敏並感嘆媽祖文化在閩臺交往中的重要地位。她說，「在今後兩岸實現「三通」和統一的歷史進程中，媽祖文化仍將繼續發揮它的龍頭作用。」且說：「兩岸媽祖文化的交流是對『文化台獨』的有力駁斥。弘揚媽祖文化，推動兩岸交流，必將進一步密切兩岸同胞血濃於水的鄉情鄉誼。」¹³⁶

明敏表示：「媽祖朝聖遊」現在已是該省吸引台灣遊客的一大「品牌」。目前，到過湄洲媽祖祖廟的台灣遊客已超過 100 萬人次，尤其是近幾年，每年都在 10 萬人次以上。媽祖文化已成為兩岸同胞最熱門、最關心的共同話題之一。

而對於近年來海峽兩岸興起的這股「媽祖熱」，湄洲媽祖祖廟董事會名譽董事長、媽祖文化研究中心主任林文豪先生說：這正是中華民族凝聚力的一種特殊體現。¹³⁷

2004 年「第六屆福建莆田湄洲媽祖文化旅遊節」以「同謁媽祖，共用平安」為主題辦理三天的活動。與往屆相比，本屆媽祖文化旅遊節具有以下三個鮮明特點：一是聚焦弘揚媽祖文化、擴大兩岸交流、提升旅遊品牌等三個目標；二是突出媽祖金身巡安澳門、成立中華媽祖文化交流協會、舉辦媽祖文化學術研討會等三大亮點；三是展示閩澳互動、規制提升、人文濃郁等三大特點。

10 月 31 日，首屆世界莆商大會在莆田市東方國際大酒店召開，現場簽

¹³⁶ 中新社 2002 年 10 月 18 日〈媽祖文化—兩岸交流的和平紐帶〉
<http://big5.china.com.cn/chinese/TCC/haixia/219522.htm>

¹³⁷ 華夏經緯網，2003.11.21，〈媽祖文化的形成〉 <http://big5.huaxia.com/wh/zsc/00148086.html>

約安特電子、鴻閩倉儲、旺宏科技等投資項目 20 個，投資總額 20076 萬美元，利用外資 8975 萬美元。¹³⁸

綜上所述，可以清楚看出湄洲媽祖祖廟與台灣分靈廟宇間之香火重新燃引後，這十八年來，對岸當局為達到對台統戰、旅遊觀光等的目的，大陸方面積極的開發湄洲島的各項觀光建設與便捷簽證措施；近年來，已先後投入六億多元人民幣，翻修媽祖宮廟，並新建 36 座殿堂樓閣，當然不乏台灣媽祖宮廟與台商的「奉獻」。並計劃在 2010 年前，以超過 50 億元人民幣的總體投資金額，將湄洲興建為媽祖文化研究與朝拜中心，以利台灣信眾來此進香。¹³⁹

（二）澳門媽祖文化旅遊節

1999 年澳門回歸祖國時，經濟蕭條，百業待興，特區政府制定了「以旅遊博彩業為龍頭、服務業為主體、其他行業協調發展」的產業政策。作為澳門最具魅力的文化品牌之一，而其中，「弘揚媽祖文化」被列為帶動旅遊業發展的重要一環，澳門為此先後修建了世界最高的漢白玉媽祖像和媽祖文化村。

自 2000 年澳門首次參與主辦福建湄洲媽祖文化旅遊節以來，閩澳已多次成功舉辦這一大型節慶活動，擴大了媽祖文化在海內外的影響力。今年五月，由閩澳共同組成的旅遊促銷團還到葡萄牙、西班牙等歐洲國家推廣澳門—福建精品旅遊線路。

福建省旅遊局局長黃曉炎日前在接受記者採訪時作上述表示。澳門與福建及媽祖文化的關係源遠流長。在澳門，約四分之一的居民來自福建，媽祖信仰最早也正是這些人傳入澳門的。至今該地區仍有百年以上媽祖廟近二十座，其中最著名的媽祖閣建於明朝，距今已有 500 多年，是澳門三大禪院中

¹³⁸ 新華網，2004-11-01，〈第六屆湄洲媽祖文化旅遊節今天上午開幕〉

www.fj.xinhuanet.com

¹³⁹ 〈中共趁湄洲媽祖熱潮擬建造媽祖文化研究中心〉，中央社，2000.07.19 台北電
<http://www.future-china.org/fcn-tw/200007/2000072003.htm>

最古老的一座。

湄洲媽祖文化研究中心副秘書長周金琰說，近年來，福建積極參與澳門舉辦的弘揚媽祖文化系列活動。如 1998 年澳門的巨型媽祖雕像，即目前世界最高的漢白玉媽祖雕像舉行開光祭典時，來自湄洲祖廟的道士團應邀為雕像舉行開光儀式；2004 第二屆澳門媽祖文化旅遊節，湄洲祖廟的媽祖金身還首次駕臨澳門巡遊，在澳門引發了萬人空巷的盛況。

目前，閩澳合作帶來的雙贏效應正在逐漸凸顯：主打「媽祖文化」品牌不僅使澳門塑造了「文化城市」的新形象，而且還吸引了更多來自世界各地的遊客。

140

2004 年 10 月 21 日，湄洲媽祖金身從莆田市湄洲島媽祖祖廟起駕，在 54 位護駕團的陪同下，從長樂國際機場乘飛機飛往澳門，於當天下午三點到達澳門，參加第二屆澳門媽祖文化旅遊節。這次湄洲媽祖金身巡遊澳門是媽祖金身繼 1997 年、2002 年分別巡遊台灣、金門後，第三次出島巡遊，也是首次巡安澳門。10 月 21 日澳門將舉辦隆重的接駕儀式，22 日將舉行湄洲媽祖金身祈福祈安慶典，借此拉開第二屆澳門媽祖文化旅遊節的序幕。同時，莆田市《湄女風情》、《祈福樂舞》、《少林雄風》等三個節目，將作為重頭戲參加第二屆澳門媽祖文化旅遊節開幕式的廣場表演，三百多名演出人員 19 日已赴澳門綵排。23 日媽祖金身將從澳門佑漢出發巡遊主要街道三個小時，24 日離澳。¹⁴¹

¹⁴⁰王凡凡，新華網，2004.12.14，〈閩澳攜手弘揚媽祖文化〉
<http://big5.china.com.cn/chinese/zhuanti/amhg5/729006.htm>

¹⁴¹徐向陽，新華網，2004.10.22，〈2004 媽祖金身巡安澳門〉
http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/www.fj.xinhuanet.com/news/2004-10/22/content_3115805.htm

（三）天津市媽祖文化旅遊節

天津市天后宮建於元朝（1326年），是中國北方媽祖文化最具代表性的歷史遺跡，歷經文革破壞，近年展開修復工程。其與台灣間的媽祖文化交流始於1996年，天津天后宮曾受邀前往台灣北港朝天宮等廟宇進迎訪問。

部分大陸媒體指出：天津天后宮是與福建湄洲媽祖廟、台灣北港朝天宮齊名的三大媽祖廟之一，也是中國北方媽祖文化的信仰和研究中心，每年有一萬餘人次台灣同胞來天津觀光旅遊。¹⁴²

有鑒於「媽祖熱」帶動湄洲的旅遊事業發展，大陸天津也有意以天津天后宮為中心加強宣傳建設，使其成為「民俗文化旅游基地的中心」。2001年四月，天津市以「民俗文化搭台，經貿旅遊唱戲，加快區域經濟發展」為主題舉辦了第一屆的「媽祖文化旅遊節」，吸引了包括台灣、日本、新加坡等地的信眾參與。主辦單位聲稱活動期間同時舉行的招商活動已完成十多項投資意向，協議金額達十二億人民幣，頗有與湄洲媽祖廟互別苗頭的態勢¹⁴³。

2004年，天津天后宮特別選在後殿修建完成之日，盛大舉辦第二屆「媽祖文化旅遊節」，並特別向大甲鎮瀾宮恭迎一尊大甲媽祖分靈駐鎮神殿，同時邀請鎮瀾宮的神明儀陣等五陣頭渡海共襄盛舉。此舉無異突顯了大甲媽祖在大陸的份量與分靈後可能的永續政治合作與金援關係。

台灣媒體報導指出：大甲鎮瀾宮「號召」¹⁴⁴北港鎮朝天宮、西螺鎮福興宮、台北慈佑宮、蘇澳鎮南天宮等共組進香團應邀前往天津市天后宮，其中鎮瀾宮有825人報名，另外四宮有二百多人參加。¹⁴⁵

¹⁴² 筆者曾就此事訪談北港朝天宮，詢問此種媒體的宣傳是否是朝天宮的主動行銷之作爲，亦是北港朝天宮與大甲鎮瀾宮二大宮廟產業從島內的宮廟政治競合一部分，受訪者微笑回答，的確容易令人作如此聯想，但並非朝天宮刻意爲之。

¹⁴³ 參考自《大陸宗教概況1996-2001》，2002.07，頁108

2000.03.14，〈天津將以媽祖廟爲中心建設民俗文化旅游基地〉，新華社社訊，wise news 網站

2001.04.17，〈津門洞開迎客八方〉，《今晚報》，wise news 網站

2001.04.23，〈媽祖文化旅游活動落幕〉，《天津日報》，wise news 網站

¹⁴⁴ 台灣宮廟產業二大龍頭的角力，可以從於這二座宮廟進行業務配合的媒體報導內容嗅出，所呈現的內容報導明顯有所偏頗。

¹⁴⁵ 記者趙宏進台中縣報導，93.09.19，《中央社》

2004年9月25日下午，第二屆「中國·天津媽祖文化旅游節」隆重開幕¹⁴⁶。全國政協副主席、臺盟中央主席張克輝出席開幕式並宣布開幕。

而台灣方面則有北港朝天宮名譽董事長曾蔡美佐、臺灣大甲鎮瀾宮副董事長鄭銘坤等出席。

開幕活動當中，隨著悠揚鐘鼓聲，數千羽信鴿和無數氣球飛上藍天，「千帆競渡匯津門」為海內外各地媽祖聖像安座大典儀式的莊重舉行，有來自臺灣北港朝天宮、大甲鎮瀾宮、金門媽祖廟、福建湄洲媽祖廟等12個宮廟的代表為聖像安座，並將各自帶來的水、土匯入「四海安瀾瓶」和「坤澤四方鼎」，象征著中華民族同祖同宗、同根同源。

北港朝天宮榮譽董事曾蔡美佐：「我們台灣信媽祖，那麼這邊也是很崇敬媽祖，我希望媽祖能夠成為海峽兩岸和平的女神。」

2004年的天津媽祖文化旅游節與湄洲媽祖文化旅游節的舉辦方式並無不同，為期三天，活動內容還是以文化、旅遊、研討及大型招商洽談會等經貿活動為主。

台灣的TVBS新聞報導指出，這場大型秀花了天津市280萬人民幣；但與台灣相比，天津媽祖節缺少的是，台灣蘊含多年的宗教文化。¹⁴⁷

三、中華媽祖文化交流協會的成立

¹⁴⁶ 北方網，2004.09.26，〈第二屆「中國·天津媽祖文化旅游節」開幕〉，
<http://economy.big5.enorth.com.cn/system/2004/09/27/000871834.shtml>
<http://www.enorth.com.cn>

第二屆「中國天津媽祖文化旅游」是今年天津市改善城鄉人民生活20項工作子項之一，旨在宣傳天津、擴大對外影響，保護和挖掘天津建城600年文化遺存，突出城市文化品位和影響力，增強同海外華人，特別是港澳臺同胞的情感交流和文化經貿交流。

作為媽祖文化旅游節開幕式現場的海河文化廣場，是海河綜合開發改造的標志性工程，經過一年多的開發建設，率先竣工亮相，展現了海河綜合開發的成果。

¹⁴⁷ 記者：黃康棋、柯勝雄天津報導，2004.09.26，〈天津媽祖節，兩岸媽祖陣頭大比拼〉，TVBS網站新聞

在 2003 年 10 月 31 日成立的「中華媽祖文化交流協會」組織，可算是大陸中央「介入」媽祖信仰文化與兩岸宗教交流的一個政教制高點。創會會長由大陸政協副主席、台盟中央主席張克輝擔任，台灣方面的鎮瀾宮董事長顏清標、朝天宮董事長蔡永常亦被「禮聘」為副會長；目前已有海內外 175 家媽祖文化機構申請入會，其中 57 家來自台灣地區。¹⁴⁸

成立大會上，全國政協主席賈慶林在賀信中向長期致力於研究和發展媽祖文化的各界人士和海內外朋友致以親切的問候！他說，媽祖文化是中華優秀傳統文化的重要組成部分；是團結海內外中華兒女、促進海峽兩岸交流合作的重要橋梁與紐帶。中華媽祖文化交流協會的成立，為海內外媽祖文化機構及人員開展學術研究、進行聯誼交流、實現資源整合、促進文化認同，提供了重要平台。

省委常委、宣傳部長荊福生表示：協會作為一個跨地域的民間社團組織，為海內外媽祖文化機構及人員進行交流合作、開展學術研究、增進理解共識提供一個重要的平台和場所，反映了祖國和平崛起、民族日漸復興背景下廣大炎黃子孫增進了解、建立共識、實現共同發展的時代要求。

新當選的中華媽祖文化交流協會會長張克輝在會上作了重要講話。他說，當前，和平與發展仍是世界發展主流，實現中華民族的偉大復興是我們的共同願望，媽祖文化作為聯結海內外華夏兒女的橋梁和紐帶，承載著歷史

¹⁴⁸ 〈中華媽祖文化交流協會在湄洲島成立，張克輝任會長〉

中新社莆田十月三十一日電(記者黃

翔)<http://tw.people.com.cn/BIG5/14810/14860/2956373.html>

中華媽祖文化交流協會三十一日在福建莆田湄洲媽祖祖廟成立。全國政協副主席張克輝任會長。

據湄洲島管理委員會委員林建華先生介紹，早在 1998 年初，舉行紀念媽祖金身巡游台灣一周年活動期間，來自世界各地的媽祖信眾代表就提出為發揚媽祖文化，應成立「世界媽祖信眾聯誼會」。2002 年 9 月，以湄洲媽祖祖廟董事會牽頭的籌備組將「世界媽祖信眾聯誼會」改為「中華媽祖文化交流協會」，並赴北京向有關部門諮詢申請事宜。今年 6 月 18 日，中國民政部批復協會籌備組同意成立中華媽祖文化交流協會。至此，媽祖文化地位得到國家正式確認。

林先生說，成立後中華媽祖文化交流協會將進一步弘揚媽祖文化，充分發揮媽祖文化的橋梁和紐帶作用。特別要為海內外媽祖文化機構和人員開展學術研究、進行聯誼交流、增進理解共識提供良好服務。

此外，11 月 1 日至 2 日還將在湄洲島舉行中華媽祖文化學術研討會，屆時將有來自海內外近百名專家、學者參加。

賦予的光榮使命，必將在這一進程中發揮重要而積極的作用。

中華媽祖文化交流協會未來的發展目標很明確，那就是：本著協會宗旨和章程規定，構建交流平台，拓寬溝通渠道，弘揚媽祖文化，促進交流合作，把協會真正建成具有強大凝聚力、影響力的民間文化社團，在密切媽祖文化機構、人員之間的聯系，團結海內外華夏兒女，傳承和發揚中華優秀傳統文化，振興中華民族等方面，充分發揮其凝聚和促進作用。¹⁴⁹

四、小結

筆者認為，由於鎮瀾宮於 1987 年 10 月的「破冰取火」政教事件的發酵影響，兩岸同樣陷入「媽祖熱」之中，但是卻是各自盤算，各取所需。

細究這十八年來「兩岸瘋媽祖」的現象，可以看出大陸當局對於利用媽祖進行「統戰為體，經濟為用」的政治策略。然其所辦理至今已六屆的「媽祖文化旅遊節」以及「巡安出訪」等活動的操作，呈現了以下幾項的「活動樣板」與「政治消費」。

（一）利用台灣宮廟前往大陸謁祖的兩岸「往返」，操弄為文化紐帶不容分割的「回歸」祖國

大陸方面在一開始，並不是有計畫式的推動辦理媽祖文化旅遊活動，而是以宗教統戰的觀望姿態，一面鼓舞台灣媽祖宮廟前往祖廟進行教交流，一面觀察台灣方面媽祖宮廟產業權力圖譜的變化，並也修正其宗教政策向經濟傾斜的相適論路線；而其對於媽祖文化的論述核心，其實是將媽祖作為一種族群認同的象徵符碼，不斷的藉由兩岸交流以拋出並操弄「媽祖文化」所象

¹⁴⁹ 湄洲日報，http://www.66163.com/fujian_w/news/mzrb1/041101big5/1_1.html

該協會會址設在湄洲媽祖祖廟。協會獲准籌建后，海內外數百個媽祖文化機構予以大力擁護和支持，截至目前，申請加入協會的團體會員有 204 個，個人會員 11 個。

參加會議的還有來自祖國大陸和台灣、香港、澳門地區，以及馬來西亞、新加坡等地的團體會員代表和個人會員共 198 人。

徵的「閩台同源」、「民族情感」、「文化紐帶」、「從人民中走出來的神聖化人物」的政教論述及挑起「宗教直航」所牽動的兩岸對立敏感神經；將台灣宮廟與大陸祖廟間的歷史文化連結關係，以及前往大陸謁祖的「返回」動作，操作成台灣民眾「承認」兩岸不可分割的文化情感與香火位階關係、亟思「回歸祖國」等「內地化信仰」的政治謬論；以此，撞擊台灣島內的宮廟政治的信仰民粹現象，藍綠陣營利用「通航」議題的攻防火花，因全球化現象反映出台灣島內對大陸強大經濟體的依賴所形成的「大膽西進」與「戒急用忍」之政治矛盾等，遂行台灣島內「國家安全」及「宗教統戰」之政教論辯攻防的煽風點火角色。

（二）一場「去脈絡化」的超大型藝文展演與政治加冕的宗教盛宴

在文革時期被摧殘殆盡的大陸民間信仰，在「無神論」的意識形態下，從 1987 年以來接待台灣媽祖宮廟的迎賓陣仗，顯示出了這些原有媽祖廟宇的縣市鄉鎮，其社會結構當中，關於民間社會裡的媽祖信仰系統語法與儀式行爲，可說是早已佚失；「放鞭炮」是被禁止的，「香」也不會拿了，廟內少有香客，多的是外地來的遊客，這些種種，沒了持續發展的民間信仰所形成的信仰氛圍與集體意識，又豈可能有「萬年香火」呢？一個沒有與時共進不斷創造「神蹟」的媽祖，一個被「文革」的媽祖，民眾對其的信仰態度恐怕早已是陌生而疏離的。

與台灣媽祖信仰和文化節活動相較，大陸方面由於沒有香火薪傳的信仰儀式，沒有傳統節慶的集體動員和常民熱力等信眾基礎，沒有信仰圈的文化鏈結與地域情感認同的建構等，當然也沒有依著信仰脈絡而漸次發展出的儀駕團隊及進香陣頭。此種信仰「生態」，讓我們見到大陸方面在接待大甲鎮瀾宮及各大廟宇前往湄洲祖廟的幾次謁祖進香交流時，其所擺出的人海陣仗及活動形式，明顯的如同一場「去脈絡化」的超大型藝文展演與政治加冕的宗

教盛宴。沒有儀式的過渡，只是典禮的演出。¹⁵⁰

（三）亟思將於台灣島內已發揚光大的媽祖信仰文化的「典範」，做一擬仿的轉移。

大陸福建當局在各項官方報導上，不斷的強調湄洲媽祖「巡安出訪」的政治業績。以此展現一種類似於信仰圈境內的「遶境進香」民間活動。湄洲媽祖金身曾於 1997 年前往台灣、2002 年前往金門、2004 年前往澳門進行巡安出訪活動，對於一個曾經失去整個媽祖信仰儀式語法的福建湄洲地區來說，這很明顯的是在進行一種類似台灣媽祖遶境進香式的「政治宣示」，宣示湄洲媽祖的「政教轄區」，其動機與操作的語法是絕對政治化的，而這也正是其賦予意義的邏輯。

（四）大陸中央高層傾力「主導」的政治收編與經濟開發

台灣方面，宮廟產業主事者又擔任各級民意代表的政教關係，近年尤烈，但至少是由地方政治派系所操弄而起；然大陸方面的宮廟組織，卻是直接由官方接手的「官廟」型態。

在台灣，各級政府與媽祖文化節活動辦理的關係，雖然曾有 2000 年交通部觀光局主導邀集四座宮廟的「台灣媽祖文化節」，然最後在鎮瀾宮強力反對及退出後，並未能引起觀光產業的多大拉抬效應。

而各縣市地方政府所辦理的媽祖文化節活動，如台北市（台北市政府參與松山慈佑宮金面二媽遶境進香）、苗栗市（苗栗縣政府參與通宵鎮拱天宮白

¹⁵⁰ 華夏經緯網，2003.11.19，〈福建媽祖祖廟舉行祭祀大典為世人祈福〉
<http://big5.huaxia.com/wh/whxx/00147192.html>

湄洲祖廟董事會在 1994 年邀請專家，參照歷史資料和民俗祭儀，制定了《湄洲祖廟祭典》，之後又幾次修改，使其達到了宗教祭祀與藝術觀賞的完美結合。由於需要動用大量人力物力，祭典一般僅在較大的節慶日舉行。《迎神》曲中，八位仙女飄然而至，把鮮花和來自天上的祝福灑向信眾。迎神之後緊接著便是初獻禮、亞獻禮和終獻禮，在《海平之樂》、《和平之樂》和《鹹平之樂》的伴奏下，64 名舞生在天后廣場中跳起了八佾舞，300 名身著古裝的演員也懷一顆虔誠的心投入在祭典中。

沙屯媽祖遶境進香)、台中縣(台中縣政府參與大甲媽祖遶境進香)、嘉義縣(嘉義縣政府參與新港奉天宮、朴子配天宮的媽祖祭典活動)、台南市(台南市政府參與府城媽祖文化節)等幾個知名媽祖廟宇的文化節,活動的主體性部分仍是以傳承數十年以上的遶境進香及宮廟為主,各縣市政府只是以「助燃」的角色來推動民間廟會活動及文化觀光產業;而大陸方面卻是在官方「主導」下,「製造」一種「媽祖政治經濟學」的產業。

兩岸的媽祖熱,大陸中央高層傾全力的利用湄洲祖廟的香火論述、湄洲旅遊特區的投資開發、大陸全國政協高層的直接政策指導、對台灣宮廟主事者之政治接待的高規格禮遇、成立「中華媽祖文化交流協會」的文化收編等,直接進行政策的指導。

綜上所述,可以說大陸當局對於媽祖信仰所賦予的意義,是「統戰為體,經濟為用」的政治策略,而其被扭曲與操弄的意義形式,則成了由政治高層所主導的一種「被動信仰」,被高度政治操弄的「集體膜拜」,集結海內外資金開發的「吸金神祇」;而這些也都直接的影響了「媽祖文化旅遊節」活動的樣貌與操作方式。

第二節 資本主義市場邏輯的宗教消費

彼得·柏格在〈世俗化過程的社會起源〉一文中指出,從「現代性」是世俗或神聖秩序的觀點來談宗教的地位,宗教多元化的情形,最重要的就是形成市場。在這個市場裡,宗教體制成為銷售代辦,宗教傳統成為消費商品,而且,許多宗教活動受制於市場的經濟邏輯。而宗教市場所要販賣的產品,

其實是宗教本身。(Peter Berger, 楊麗中譯, 1999: 310)

這種受到世俗高度影響的結果, 甚至已是具體的修正了宗教信仰本身, 亦即消費者的偏好相當有彈性。而宗教在多元化後, 在社會學或社會心理學方面的主要特徵是, 宗教不能再強迫接受, 而必須透過市場銷售。這也在某種程度上反映出, 消費者才是市場產品的主導。(同前引, 頁數 313-314)

民間信仰的宮廟產業, 可視為是「宗教經濟」的一個類型。宗教經濟是整個社會經濟的一個次經濟系統, 也是整個社會經濟的一環, 具有經濟學理所講的一切特性。不過相對而言, 「宗教經濟」應具有自己的特點: 即以宗教為對象的一切經濟行為, 一般而言包括了傳教經濟、寺廟經濟到經營宗教三個階段。

在第一階段的「傳教經濟」時期, 是屬於一般商品經濟的廣告時期, 即是建立基本的市場品牌與宗教商品區隔。而進入第二階段的「寺廟經濟」時期, 基本上就形成一種以宗教場所為中心的經濟時期; 此一時期開始形成一定經濟規模, 此時的宗教與信徒之間, 形成複雜的、多元的經濟關係, 宗教一方面提供了信徒精神和心理的需求, 同時也提供物質的需求。反之, 信徒也必須付出「信教成本」和「信仰成本」, 也就是各種宗教行為所產生的消費經濟。也因為「寺廟經濟」有了信教和信仰成本的供給, 因此, 也就促成了具有規模性的「宗教經濟」; 到了「經營宗教」時期, 其經濟活動的範圍也大大地擴增, 它不僅僅可以涵蓋上述的「寺廟經濟」, 而有能力發展新的「傳教經濟」, 在此一時期的活動就包括成立基金會、經營學校、醫院、電台、報社、媒體、公司等全面性的經濟活動。¹⁵¹

國內各大宗教門派, 舉凡成立基金會、興建學校、籌辦醫院、成立電視台等, 都可視為是推廣宗教、入世服務、利他淑世、宗教消費市場化的一部

¹⁵¹ 參考自 <http://www.mac.gov.tw/big5/proj/e11.htm>
「西部大開發之藏區現代化研究—以西藏自治區為例」研究報告摘要
中國大陸研究學會

分。而民間信仰裡當中的宮廟產業，雖然不如本土佛教團體之企業化的建置廣佈，但是對於社會救濟服務及其產業規模的實力，亦不容小覷。譬如：北港朝天宮原為「媽祖醫院」¹⁵²的籌建者，台北行天宮亦興建了台北縣三峽鎮「恩主公醫院」¹⁵³，鎮瀾宮於 2004 年也宣布要籌建「育幼院」等，這些都證明了宮廟產業的「產值」是相當驚人的，甚至其所帶動的地方產業觀光發展的「符號經濟」能量，堪稱為活絡地方經濟的「金雞母」亦不為過，這可從兩岸近二十年來有關媽祖信仰交流所帶動的文化經濟與招商熱潮看出。

一、宮廟是個好產業——鎮瀾宮的產值

位於大甲鎮瀾宮的斜對角，一家在當地頗為知名的傳統金飾店，裡頭擺放了幾尊於 1990 年由朝天宮出資贈予福建湄洲安座，原型十四公尺高的「和平女神媽祖石雕」之縮小版純金媽祖。這尊媽祖石雕，最特別之處是其為「站立式」的，頗似觀世音菩薩像；而這尊相當具有宗教政治意義的「和平女神媽祖石雕」，也已分別由福建湄洲方面再贈予安坐於北港朝天宮（1994.05）¹⁵⁴

¹⁵² <http://www2.cmu.edu.tw/~cmcpkh/history.htm>

中國醫藥大學北港附設醫院(地方名：媽祖醫院)原係北港朝天宮籌資所興建，後因故停工。七十二年春季，雲林縣許縣長文志攜有關資料，與中國醫藥大學郭前院長榮趙喬洽接辦媽祖醫院及在北港設校之可能性，本院前董事長陳立夫先生，因感於此乃 蔣故總統經國先生鼓勵民間所創辦之慈善醫療事業，決定接辦此一未完工之醫院。隨於民國七十二年九月十日，完成捐贈簽約手續，著手積極進行復建工作。於七十四年十一月二十八日全部竣工，七十五年六月十五日始正式開幕，成為中國醫藥大學第二附設醫院。

¹⁵³ <http://www.eck.org.tw/hspIntroduce/introduce.html>

濟世助人一直是行天宮的宗旨，而濟世助人最直接的方式就是「行醫」，因此在民國七十年，行天宮的信徒大會中，眾多信徒即提出興建醫院之建議。

經過多方的審慎考量，行天宮董事會於民國七十九年決議興建「恩主公醫院」；歷經七年的努力，以及七十多萬信徒的護持下，恩主公醫院終於在民國八十六年九月竣工，十月開始門診，十一月全面開放，並於八十七年三月三日，舉行隆重的開幕典禮。

黃董事長一直努力於用科技與人文的觀念，推動行天宮的五大志業，而醫療志業更是實踐科技與人文理念融合的最佳工程。

¹⁵⁴ <http://www.tweu.net/diary.asp?who=4&type=0>

北港朝天宮於民國 77 年，與湄洲祖廟締結聯盟，1997 年在湄洲贈建媽祖石雕，以發展湄洲觀光事業；湄洲祖廟也回敬朝天宮同尺寸媽祖石雕為紀念，1993 年開工，在大陸雕塑後分成 360 塊的花崗石一塊接一塊的安裝，經二年三個月的施工，疊成一尊莊嚴慈祥的媽祖石雕。

及金門縣料羅的媽祖公園內（2005.05）¹⁵⁵了。

歷史人物變成供人祭拜的神明且被塑成雕像來販售的，一般以「關公」、「彌勒佛」、「達摩」最爲市場所喜。這尊「大陸版的金媽祖」在台灣究竟賣得好不好？我們不得而知，但很顯然的，它反映了業者的創意、市場的需求以及兩岸的交流事實。2005年元宵節，鎮瀾宮將信眾平日捐獻之金牌金條鎔鑄打造出7360兩全台最重的黃金媽祖，並設置在廟埕下方的文化商品地下街供信眾參拜，打破了1995年蘇澳南天宮203.8公斤以及2004年鹿港天后宮3138兩的金媽祖紀錄。當然，漸漸熟稔創造議題以操作宮廟產業之宗教商品行銷的大甲鎮瀾宮，也開始賣起了各式大小的「台灣版金媽祖」。

在台灣，各種不同宗教信仰的教派組織相當的多，其廟宇、寺院、精舍、佛堂等的密度也相當的高；其中幾個較大的宗教團體或宮廟組織，在企業化、組織化、市場化的運作管理下，財力亦相當雄厚。以鎮瀾宮來說，除了其別有目的的在元宵節或進香活動時所公佈的香油錢「進帳」數目外，一般人根本無法清楚得知其廟產究竟有多少？即使是媒體記者也很少能採訪得到。2000年，鎮瀾宮董事長顏清標、副董事長鄭銘坤等人因涉及數件官司，被檢察官提起公訴，並遭到查緝黑金行動中心中部特別偵查組檢察官李慶義大舉搜索鎮瀾宮；鎮瀾宮爲了自清，於是首度對媒體公布財產目錄表，總計至1999年6月底的財產近十億元，財產項目包括活期存款、定期存款、媽祖獎助學金基金、鎮瀾宮土地及建築設備、黃金、文化大樓建物和設備、停車場土地

¹⁵⁵ 【大紀元4月1日報導】（中央社記者倪國炎金門一日電）

<http://www.epochtimes.com.tw/bt/5/4/1/n874635.htm>

這尊媽祖石雕像，材質爲優質白色花崗岩，形狀與湄洲祖廟山上的巨型媽祖石雕像一樣，高爲九點九公尺，取媽祖九月九日羽化昇天之意，基座高度三點二三公尺，則取媽祖農曆三月二十三降生之意，總重量達一百五十噸，是由福建莆田市金中藝雕廠廠長朱伯英雕刻，造價人民幣七十萬元。

金門縣政府說，媽祖祖廟所捐贈給金門的媽祖石雕像，是繼贈送台灣北港朝天宮媽祖石雕像後，所贈送的第二尊媽祖石雕像，負責雕刻的朱伯英，爲福建省青年民間工藝大師，也曾參加過湄洲媽祖祖廟贈送台灣北港朝天宮媽祖石雕像的雕制與安裝。

http://www.66163.com/fujian_w/news/sebc/big5/20050328/fjbd100734.html

據悉，金門方面預定斥資2500萬元新台幣，規劃在料羅灣海濱闢設面積四點二公頃的「媽祖公園」，並在園中豎立這尊媽祖石雕像，這將成爲料羅灣的新標誌，帶動金門東半島的觀光旅遊，同時庇佑與指引料羅港船只的航行。（陳建平）〔來源：中新社〕

等。¹⁵⁶

然而，台中縣自 1999 年開始在廖永來縣長任內辦理的「大甲媽祖文化節」活動，而從 2003 年開始，台中縣政府在黃仲生縣長任內更將其擴大為「大甲媽祖國際觀光文化節」的規模。此中，又經歷了 2000 年與 2004 年兩次的總統大選，又有 2000 年鎮瀾宮欲參加湄洲祖廟進香而由在地十四位立法委員所提案連署的「宗教直航」與「國家安全」的政教風波，2000 年 7 月 16 日的湄洲千禧祭典，鎮瀾宮更首次將完整的進香團隊移往大陸莆田市，並透過衛星直播傳回台灣；以上這些政教花絮，都是讓鎮瀾宮坐穩台灣媽祖信仰宮廟龍頭地位的幾大原因。而國道三號的通車暨清水休息站居全台最高營業所得的交通便利，以及大甲糕餅產業的研發創新和快速發展等因素，都使得以「大甲媽祖遶境進香」及「大甲媽祖國際觀光文化節」這二項活動，所串聯形成的宮廟產業結合文化觀光產業的「雙颱效應」，成就了大甲鎮瀾宮和大甲糕餅產業無限的商機，而且是愈滾愈大。

我們可以從以下的幾項數據，來看出鎮瀾宮廟產的概況：

1997 年，鎮瀾宮一年就捐出 2 億 3900 萬元來看。¹⁵⁷鎮瀾宮因此還當選為全國績優寺廟的第一名，排名超越台北行天宮和北港朝天宮。

2000 年 8 月 16 日，中華電視台《華視新聞雜誌》節目做了一個〈鎮瀾宮傳奇〉的專題節目。就香油錢的問題，當時受訪的鎮瀾宮常務監事黃德治

¹⁵⁶ 記者郭金潤／大甲報導〈鎮瀾宮廟產十億，清點金條未短少〉

外傳台中縣大甲鎮瀾宮副董事長鄭銘坤，在查緝黑金行動中心中部特別偵查組檢察官李慶義大舉搜索鎮瀾宮前，深夜從鎮瀾宮帶走金條，鎮瀾宮董監事昨天到彰化銀行大甲分行打開保管箱，公開清點金條，並再回該宮盤點保險櫃的金牌，共重 3800 餘兩，和帳冊相符，沒有短少。鎮瀾宮也公布目前廟產近十億元，以昭公信。

鎮瀾宮常務董事董振雄等人依銀行規定手續，在銀行的單據上蓋鎮瀾宮關防及董事長顏清標的職章、私章後，取出保管箱鑰匙，配合銀行的鑰匙共同打開保管箱鐵門，由常務監事黃德治等人進入搬出三個鐵皮箱放在地上，再從箱內將金條、金牌等排列逐一盤點，結果金條共 161 條、金牌 1659 面、金皇冠三頂，共重 3616.357 兩，常務監事黃德治核對金條等數量，和帳目符合。

鎮瀾宮歷年的金條等存放在彰銀大甲分行，但信徒去年七月至目前捐獻的金牌，則暫鎖在鎮瀾宮二樓辦公室保險櫃內，尚未熔成金條。常務監事黃德治等一行從銀行清點金條無誤後，再回辦公室二樓，公開打開保險櫃逐一清點金牌，共 2133 面，重 213.825 兩，也和帳目符合。

¹⁵⁷ 然依《財團法人辦法》，鎮瀾宮所捐的這些錢的用途是用在興建停車場、文化大樓和設立媽祖獎學金。

表示：「我們一年收入的錢，差不多一億多元。」然依 1997 年所捐出的二億多元來看，大甲媽祖一年為鎮瀾宮賺進的錢應該不只一億多元而已

2000 年的湄洲進香，鎮瀾宮廟方表示，約花了二千萬元，其中各陣頭、頭香、貳香、三香、贊香、工作人員等六、七百人，由鎮瀾宮公費招待，每人團費一律 24000 元，公費負擔約 1500 萬元。¹⁵⁸

2002 年的大甲媽祖遶境進香，於新港奉天宮廟埕所用的神桌，鎮瀾宮特地訂做了一個造價上百萬的神桌，準備做祝壽典禮的祭典禮台。¹⁵⁹

2002 年 9 月 25 日，大甲鎮瀾宮特別舉辦熔金典禮，把善男信女捐贈給媽祖娘娘的金牌熔成金條，方便收藏，累積四年來，估計信徒送給媽祖娘娘的黃金超過 20 萬兩，價值好幾億元。¹⁶⁰

2004 年的大甲媽祖遶境進香活動，鎮瀾宮對外公佈，共收到信眾捐贈的金牌數為 733 面和香油錢 1,362 萬元，比起去年多出十萬元，總價值 2000 多萬元。¹⁶¹

2005 年，善於創造議題的鎮瀾宮，不讓蘇澳南天宮和鹿港天后宮的純金媽祖專美於前¹⁶²，特別打造了造價上億的金媽祖，在元宵節正式亮相。這尊號稱全台最貴、最重的金媽祖，使用了 7360 兩黃金鑄鑄，純度雖然只有 99.97%，但廟方強調貨真價實，不會變質，為了保護這尊金媽祖，鎮瀾宮投

¹⁵⁸記者郭金潤／大甲報導〈鎮瀾宮廟產十億，清點金條未短少〉

¹⁵⁹記者謝美玲、王英章／台中報導，2002.04.13，〈大甲媽祖文化節／祝壽神桌，造價百萬〉
這座以紅色噴漆，貼上二十五萬張台灣純金箔紙，再加上大陸進口的上等紅木由二十幾位雕刻師傅，利用八個月時間所製作完成。

¹⁶⁰記者趙建霖報導，2002/09/25，〈鎮瀾宮媽祖娘娘的金飾，熔成金條，哇！20 萬兩〉
<http://www.ettv.com.tw/2002/09/25/91-1355539.htm>

熔一塊金條需要 10 分鐘的時間，這麼多黃澄澄的金牌合計有 7500 多片，最大的有 6 兩重，信徒預估全部溶解完成，可能要兩天左右，每一片金牌都代表信徒對媽祖娘娘的虔誠信仰。

除了金牌之外，有的信徒也會送給媽祖娘娘，漂亮的金戒指，金項鍊，累計四年，信徒捐贈的金飾已經超過 20 萬兩，這些金飾都將存放銀行保險箱保存。

¹⁶¹馮國秀報導，20040427，〈破紀錄！大甲媽祖的信徒捐出金牌 733 面〉中廣新聞網

¹⁶²蘇澳南天宮的金媽祖是打造於 1995 年，為全國首座，重 203.8 公斤黃金，耗資 8000 萬打造；而鹿港天后宮的金媽祖是打造於 2003 年，重 3138 兩黃金，並鑲有八顆一克拉鑽石，以及翡翠珍珠和寶石，市價超過 5000 萬；而大甲鎮瀾宮的金媽祖，重 7360 兩黃金，價值 1 億 2 千萬。

保 1 億 5000 萬元保險，加裝了三十幾支監視器二十四小時防護。¹⁶³

《自由時報》在 2005 年進香期間，曾對全省四大媽祖廟往年的香油錢及香客人數所做的統計顯示：鎮瀾宮到訪香客約 1000 萬人，香油錢一億以上；朝天宮到訪香客約 500 萬人，香油錢約一億；鹿港天后宮到訪香客約 300 萬人，香油錢約六千萬元；新港奉天宮到訪香客約 500 萬人，香油錢約七千萬元。¹⁶⁴以上所統計的僅僅是香油錢，然一般廟產的收入，香油錢只是其中的一部分；然對於這樣的數據，在台灣民間信仰熾熱消費的今天，相信絕大多數的人不會相信僅是如此的數據而已，但是，這至少顯示出了一個明顯的比較結果，那就是鎮瀾宮絕對是台灣媽祖信仰宮廟產業的龍頭之首。

「廟是四方財」，所有的宮廟產業收入，其中一部分是來自於信眾的「奉獻」，包括香油錢、信眾捐贈的金牌等；另外一部分這是每座宮廟行銷宗教商品、自闢財源的所得，包括了點光明燈、安太歲、拜斗、誼子女（契子）、超渡誦經法會，以及晚近興起的各項宗教商品等。

位在鎮瀾宮南殿的南北斗星君殿裡，有南七座、北五座，總共十二座光明燈塔，每座塔有 3,456 個光明燈牌，十二座總共可以為四萬多位信眾點光明燈，根據位置的不同，點燈的價位也不同，如果以最便宜的 500 元計算，這個殿一年就可以有 2000 萬元的收入。

在主殿左側的觀音佛祖殿裡，也有兩座類似的觀音燈塔，可以提供將近 7000 個觀音祈福燈牌，同樣以 500 元計算，一年也有 350 萬元的收入。

而主殿右側供奉神農大帝和文昌君的側殿裡，也有兩座燈塔，在這裡點文昌燈要 800 元，因此一年也有五百多萬元的收入。

除了點光明燈，農曆年初也有很多信眾到廟裡安太歲，估計每年在鎮瀾

¹⁶³ 東森新聞報，〈大甲鎮瀾宮金媽祖亮相 7000 多兩打造全台最貴重〉2005/02/23
<http://www.ettoday.com/2005/02/23/123-1756796.htm>

〈億萬金身媽祖，吸引上萬民眾朝拜〉記者陳麗如、楊裕勳／台中報導
鎮瀾宮副董事長鄭銘坤表示，這尊全台最貴、最重的金媽祖所鑄造的 7000 多兩黃金，全是信徒捐贈金牌打造而成，保證貨真價實。

¹⁶⁴自由時報 2005.04.10

宮安太歲的信眾至少上萬人，每人 500 元，就有 500 萬元以上的收入。

而到了農曆八月，鎮瀾宮還有一項固定的收入，就是為媽祖收「契子」¹⁶⁵。「契子」的年費為 1000 元，來登記的給大甲媽做「契子」的，全省都有，連國外的也有。根據廟方的統計：契子每年超過一萬人，收入也超過一千萬。

點平安燈、安太歲再加上收契子，鎮瀾宮每年固定收入就高達四千萬，而這些收入和每天進帳的香油錢比較起來，只是小帳而已。

每一位來到廟裡的香客都會取用一份香紙，一份香紙本錢不到 20 元，但是香客丟入賽錢箱裡的香油錢，卻很少低於 50、100 元。如果以每個人最低 50 元來計算，看看每天有多少香客，就可以知道香油錢有多少了。

義工表示，平常休息日，譬如週六週日，或是農曆的初一、十五，這些日子人數都很多，裡面都有三、四萬人進出。平常日子也大概都有四、五千人以上。

學者江燦騰指出：一年裡面大概有三個高峰，一個高峰當然就是農曆過年到元宵，第二個就是清明節，超渡祖先，做法會。然後七月，現在，中元普渡，中元普渡只有一天，廟裡面整個七月都搶搶叫，這個是大月。這一箱箱的金紙，轉眼就會化成一張張的新台幣，由此可見寺廟點紙成金的本事實在驚人。十五年前北港朝天宮每天香油錢，已經高達五十萬元以上，如今鎮瀾宮的香火更勝於昔日的朝天宮，賽錢箱裡的十元鈔也變成了百元鈔，您推測這裡每天的香油錢有多少呢？

義工表示，每年農曆 7 月 13、14、15 三天，鎮瀾宮都會舉辦普渡法會，超渡九玄七祖，冤親債主，陣亡將士，水陸孤魂和夭折嬰靈，登記每人是 800 元，諸如此類的節日法會，對寺廟而言，又是一筆可觀的收入。¹⁶⁶

¹⁶⁵就是給媽祖婆做義子女

¹⁶⁶ 學者江燦騰指出：清明節跟這個所謂中元節，最大的賣點是什麼？是死人錢嘛！對不對？是死人錢，你一貫道也罷，佛教也罷，在這一段時間是暴發戶，因為超渡祖先，一天到晚在超渡祖先，也可以超渡民族英雄，一貫道也可以超渡歷史上所有的，岳飛不曉得被超渡一千萬次了，因此每次都在收錢。可是從基督教來講，我們不拜祖先，中國神都跟我們無關，一毛錢也賺不到。

宗教社會學者彼得·柏格亦認為，一個實質的影響來自宗教在當代社會的「位置」。由於宗教的社會「關係」(relevance) 主要在私密領域，消費的偏好反映了這個領域的「需要」。意思是說，如果能證明宗教與個人私生活相關，而不是把他吹捧為需要特別依賴大型公共體制，那麼宗教就比較具有市場。這對於宗教的道德以及治療功能格外重要。因為如此一來，宗教團體可以照顧個人私生活中道德及治療的需求。(Peter Berger, 楊麗中譯, 1999: 315) 而這正是宮廟產業所要開拓宗教消費市場的不二商品法門。

終年香火鼎盛日進斗金的鎮瀾宮，除了擁有近千坪的廟基之外，在寺廟附近的黃金地帶還有兩座停車場，一座四層樓的香客大樓，而於 1999 年 3 月才落成的文化大樓，更是價值連城；這一棟座落在數千坪基地上的大樓，不論是入口的門樓，或是宮廷式的主體建築都氣派非凡，造價將近十億元新台幣；總計整個鎮瀾宮的資產至少超過五十億元以上，而這還不包括鎮瀾宮無形的價值呢？

能夠創造這麼驚人的財富，除了媽祖顯靈，能夠廣納四方信眾，廣吸八方貢財之外，寺廟裡一群默默付出無怨無悔的義工，也使得鎮瀾宮能夠以最低的成本，創造出最大的利潤。¹⁶⁷

每年農曆過年及元宵期間，台灣各座宮廟幾乎都會安排賞花燈活動，而花燈的取得，近年來則多半向大陸訂購。

2003 年，大甲鎮瀾宮耗資二百餘萬元向大陸佛山購買傳統手工電動花燈，置於廟廣場於農曆新春展示，加上台中縣政府亦以鎮瀾宮為中心，大力推動國際性媽祖文化節，及返鄉參拜大甲媽祖的遊客，和進香信眾的湧入，依廟方估計，從農曆年初一到初六，來訪遊客已突破百萬人次，預計元宵節前各地湧入的遊客可逾二百萬人以上。¹⁶⁸

2005 年，和上一則新聞同樣的內容再度從副董事長鄭銘坤的口中說出並

¹⁶⁷ 華視新聞雜誌

¹⁶⁸ 東森新聞報，記者蘇詩鋒、陳榮昌報導〈百萬花燈展魅力，元宵節鎮瀾宮遊客可望達 200 萬人〉 2003/02/06

出現在報紙上。鎮瀾宮同樣也耗資 200 餘萬元向大陸佛山購買古傳手藝花燈及開放一億餘元打造的黃金媽祖神像提供參觀，同樣又吸引了蜂擁而至的香客來到大甲鎮。2005 年農曆新春，從大年初一到初六，僅僅六天的時間，據鎮瀾宮副董事長鄭銘坤表示，估計來到鎮瀾宮的人數已打破一百多萬人，預料到上元節日，可破 200 萬人之高數，鎮瀾宮今年可說香火鼎盛。¹⁶⁹

這兩則不同年度的新聞，內容卻是幾乎相同，鎮瀾宮行銷自身產業的宣傳口內容一致，態度一貫；而媒體則是每年皆報導較具「新聞性」賣點的相同主題。

中國時報報導：每年備受矚目的大甲媽祖遶境進香活動，鎮瀾宮方面保守估計需耗費 4000 萬元以上的經費，而台中縣政府通常也編列至少 1200 萬元以上；而八天七夜活動結束後，沿途香客還願的金牌粗估也超過了千面，寄附的香油錢，大約達兩千萬元，相當可觀。¹⁷⁰

蘋果日報報導：過去幾年，大甲媽祖遶境進香活動的開支數據，伙食費部分，因為隊伍在一萬人左右，每天每人以 100 元計，八天共要八百萬元，加上回程大甲鎮全鎮的流水席，所以至少需 2000 萬元；鞭炮錢至少也要花費了 500 萬元；而香油錢則大約有 4000 萬元以上的收入，其中信眾捐贈給鎮瀾宮本身約 2000 多萬元，進香沿路鎮瀾宮也還會給七十多座廟宇的香油錢的贊助。¹⁷¹

台灣日報報導：「大甲媽回鑾當天歡喜擺宴，一晚估計要吃掉上億元」。¹⁷²事實上，鎮瀾宮的進香活動花用，外人根本無從得知？這些相關數據，在各方利益團體眼中，參考性、象徵性及政治性，絕對大於實質性。

¹⁶⁹中縣／大甲鎮瀾宮人潮 元宵節前可望破 200 萬〉2005/02/16，

<http://www.ettoday.com/2005/02/16/123-1753543.htm>，記者陳明／大甲報導

往年都從大陸引進手工花燈安置於廟廣場，春節期間展出，吸引大批民眾前往參觀，今年增加媽祖博物館，有黃金鑄造，價值一億萬元的媽祖、白玉媽祖等，並且有媽祖得道壁雕，件件都十分傳神，珍貴萬分，新春 6 天之中吸引了人山人海觀賞，比往年多出相當多的人潮。

¹⁷⁰吳敏菁，2005.04.18，《中國時報》，〈大甲媽進香「發燒」〉

¹⁷¹蘋果日報，2005.04.10，A5 版

¹⁷²台灣日報，2005.04.18

雖然許多隨駕陣頭從頭到腳的帽子、毛巾、汗衫、褲子等幾乎都有各大行業的贊助；但最主力的花用，卻是吃、住和鞭炮的部份。雖然各個庄頭都會有個「慣例性」的提供食物，或善心人士遠從台灣南北各地前來設鍋具做飯菜，準備各種點心、飲料、水果、糕點等，提供數千香客酌量取用，但是每年受到媒體關注的進香「元宵宴請」，以及「起馬宴」高達四、五百桌的花用¹⁷³，再加上藝人的表演等，究竟是鎮瀾宮買單，還是友廟分攤，外人無從得知？但「廟是四方財」，相信終究是信眾的「香油錢」來支付的。而住的部份，大批工作人員、數家媒體記者，以及受邀參加進香的嘉賓等，都是住飯店旅社，跟一般香客隨地休息、隨地而睡是完全兩樣的進香「體驗」；而陣頭的鞭炮費用更是驚人，也都是在數百萬元以上之譜。

這些相關費用，除了當然是以信眾的「香油錢」為主要的經費來源外，鎮瀾宮還會向許多在地營利團體或機關等募款，只因事涉敏感的「睦鄰」贊助或「回饋」金援，所以一般外人更是無從得知；而以往究竟有無向政府機關「要求」補助，在媒體記者與文史團體的關切下，台中縣政府不令人感到意外的對外宣稱「沒有」的答案，「真相」也恐怕只有核心人士知道。只因鎮瀾宮為台灣媽祖宮廟產業之龍頭地位，與政治當局的互動關係，向來是不會被動的處於低姿態的，也許因為文化節活動的主體是以「八天七夜遶境進香」為主，其餘週邊人士的善心建議或活動花絮，在時常「以神逼官」的鎮瀾宮主事者們看來，也僅是「聽聽而已」，這才是鎮瀾宮廟方給外界的一貫行事作風¹⁷⁴。而媒體記者即使稍知內情，也僅揀選題材輕描淡寫的描述；而從廟方執事人員口中所詢得的答案，也通常是避重就輕的保守估計而已。¹⁷⁵

¹⁷³ 三立電子新聞，黃志偉 2005-04-06〈大甲媽起馬宴，席開 425 桌歷年最多〉，

¹⁷⁴ 2003 年進香活動籌備會議，參與的學者靜宜大學林茂賢教授建議廟埕前的陣頭表演以三分鐘時間為度，以免同樣的動作表演在媒體前恣意的拖長時間，耽誤了整個活動的「國際性」、效率性。

2004 年，鎮瀾宮雖然在縣府籌畫媽祖國際觀光文化節的活動上，希望得到政府的補助，但另一方面又不願意讓文化局所規劃的活動專美於廟埕之前，所以常常會有拚場的演出，2004 年甚至邀請了上百團的布袋戲沿著順天路同台競技。

¹⁷⁵ 蘋果日報，2005.04.10，A5 版

2005 年的進香活動，熱鬧局勢更勝以往。在台中縣文化局長任內曾辦理過四屆媽祖文化節的現任文建會副主委洪慶峰，在高升之後，對於在地的大型文化活動自然可以廣為爭取中央層級的對來指導協助。2001 年時，鎮瀾宮反對交通部觀光局所主導的聯合島內四座大型媽祖廟所欲一起辦理的「台灣媽祖文化節」，因為這樣的「點子」，根本上就不可能獲得長期以「高姿態」和「龍頭地位」來主導進香活動辦理的鎮瀾宮。但 2005 年，由行政院新聞局、文化建設委員會與交通部觀光局指導的「2005 台中縣大甲媽祖國際觀光文化節」系列活動，可算是歷年來舉辦媽祖文化節所得到中央單位的最多行政「資源」與配合造勢。也就是在中央層級的「協助」行銷下，到鎮瀾宮採訪的國外媒體，還包括美國、英國、澳門、日本及法新社、美聯社、路透社等，將台灣最大的廟會活動，帶向國際舞台。¹⁷⁶

雖然根本「不缺錢」來辦進香活動，但連任兩屆立法委員並擔任財大勢大的鎮瀾宮董事長顏清標，還是向中央「喊話」，希望爭取補助。他說道：「新聞局長前幾天開記者會，有提到先到東南亞宣傳，因為我們大甲鎮瀾宮不簡單，可以列入世界三大宗教活動之一，他說可以提早三個月做，我覺得如果經費有補助，我們就可以來好好規劃。」¹⁷⁷

從以上的數據與敘述，我們約略可看出大甲鎮瀾宮的宮廟「產值」。這樣的產值，當然並非一夕而成；但宗教產業倚賴信眾具體「奉獻」與宗教消費的做法，當前社會的宗教世俗化現象日益熾烈，看似一個精神商品的超級市場（spiritual supermarket）。而治病消災的靈驗度、創造財富的福佑度和超度祖先的法力度，就像是擊中宗教消費者心理需求的三大行銷賣點¹⁷⁸。

李亦園在〈宗教問題的再剖析〉一文中指出，民間信仰一直是支持基本

對於進香活動與年度香油錢等的實際數字，鎮瀾宮總務劉玉麟先生在回答蘋果日報記者時，以「無可奉告」作答。

¹⁷⁶ 陳世宗、吳敏菁/中縣報導，2005.04.10 中國時報，〈大甲媽文化節 國際「武」台焦點〉

¹⁷⁷ TVBS 新聞電子報，<http://news.yam.com/tvbs/life/200504/20050406736293.html>

¹⁷⁸ 參引自李孟浩，〈佛法與心理治療的親密對話〉，《麻園頭溪·蜉蝣論壇》

生存需求的支柱，而功利性也是民間信仰的基本特徵之一。其一方面具有強烈的功利性，另一方面又缺乏高層次的倫理精神，使得台灣地區社會文化的發展受到一定程度的影響。(瞿海源，1988：195)

但在民間信仰與經濟的關係上，李亦園亦提出了不妨從經濟學的角度來評估所謂的「功利主義」。從西方學者韋伯在認為宗教與經濟的發展有密切的關係，以及社會學家 Peter Berger 亦曾在紐約召開討論東方宗教與亞洲經濟發展模式的會議。李亦園覺得宗教與經濟有很微妙的關聯，因為他們都對有限的資源問題提出解決的方案，經濟學教導如何在這有限資源的情況下進行「開源節流」，佛學家注意的重點更在源頭之上，他們相信開源節流仍然不夠，所以他們主張節慾，只有把利用資源的慾望關掉了，資源就無所謂的夠不夠了。我國民間信仰吸收了不少佛家的東西，但在基本態度上與佛家相去甚遠，他甚至比經濟學更徹底，不但希望在手段上追求高效益，而且在慾望上也是鼓勵對利潤效益的不斷追求，假如把民間信仰看成是近年經濟發展的一項原動力，我們對於浪費與否的問題就有不同層次的看法了。(李亦園，1985：5)

民間信仰由於與日常生活的密切相依，信眾們依賴宮廟每年重複性消災解厄、祈福保安的宗教商品，早已形成常民生活的年度固定消費，這種求個平安的心理機制，效用就如同「買保險」般的容易打動一般宗教消費者。從初一、十五，初二、十六的拜拜習俗，到神明誕辰、祈福法會、祈安做醮、遶境進香、朝山拜佛等的大型儀式與慶祝活動等，不論規模大小，因民間信仰而帶出的相關經濟活動維持著可觀的民間消費力；而在節慶商品化的操作下，文化觀光、休閒旅遊等更讓宗教活動更據經濟規模與產值。

「文化如何影響經濟」其實是個老議題，其中最為史學界熟知的討論，大概是社會學韋伯(Max Weber)有關新教倫理與現代資本主義興起的命題。新教倫理是種思想與文化現象，其與現代資本主義興起之間的「弔詭」關係，正是 Weber《基督新教倫理與資本主義精神》最引人側目之處；Weber 另外在

〈世界宗教的社會心理〉一文，即曾特別針對文化中的「思想」與「世界觀」部份，提綱挈領式地描述了其與包含經濟行為在內的「人的行動」之間的密切關係：是利益（物質的和思想的），而不是思想，直接宰制了人的行動。可是，由「思想」所創生的「世界觀」，卻往往又像管鐵路的轉轍手，決定了受利益推動的行為方向。（轉引孫中興，1987：206）在 Weber 看來，那些由「利益」所「直接宰制了人的行動」層面，當然是構成人羣與個人經濟活動的主體；可是，這種「經濟活動」的發展型態與演變方向，卻又是由「思想所創生的世界觀」所主導。（邱澎生，1999）

魏萼在《中國國富論》一書提及，臺灣經濟的發展，與「媽祖宗教文化」有密不可分的關係，因為全臺灣有 1300 萬人是媽祖的信徒，占臺灣所有人口的三分之二，而媽祖是海神，臺灣許多傳統企業家在拜媽祖後，因為相信會有媽祖保佑，所以敢向變幻莫測的海洋前進，冒險尋求更大的商機，因此，媽祖成爲推動華人市場經濟的重要力量。……而全臺灣八百多座媽祖廟周邊，也多成爲當地鄉鎮經濟商業的重心。例如臺北龍山寺，就是臺北早期建城的重要商業根據地，這又是一個宗教自由讓市場經濟繁榮的例子。¹⁷⁹

民間信仰由於與常民生活密切相依，從信眾個人最基本的宗教祈福商品的需求、消費到奉獻，到庄頭聚落集體性的祭拜、進香、宴客等活動，均帶動了規模不一的宗教經濟、文化經濟和產業經濟的結合關係。而在社會功能的日益分殊化下，社會大眾對於民間信仰的依賴已不同於以往傳統農業社會的緊密，也因此，爲了積極開拓傳統民間信仰的宗教市場，宗教商品的開發自然需要更符合消費社會的需求。而台灣民間信仰之宮廟產業在香火權威與宮廟政治的競合下，不免也紛紛走向了市場化、商品化、和世俗化的資本主義市場邏輯。而在此市場邏輯之中，民間信仰與宮廟產業所反映出的宗教經濟，並不只是單純的生產/消費問題而已，它在所處的消費社會與政教權力織

¹⁷⁹ 中央社記者彭思舟臺北特稿，〈宗教信仰自由問題成中美合作互信的障礙〉
<http://www.epochtimes.com>，【大紀元 2 月 21 日訊】

構的脈絡下，所形塑而成的社會實踐與文化再生產等，皆有著密不可分之複雜關係。

二、文化是個好生意¹⁸⁰——以大甲媽之名

「後工業社會」的出現，其特色一方面是服務業的主導性，另一方面，也可以說是金融資本主義的形態。製造業既然不再是社會中主要的生產與消費對象，社會中所生產與流通的，乃是各種勞務以及具有「高附加價值」的象徵符號。

因此，個人一方面汲汲於尋找能夠在這種不安全、高風險社會中的心靈依靠，另一方面，他們所需要的，卻未必是絕對主義式的道德教條，而可能是透過對「象徵符號」的消費，求得心靈的平安。¹⁸¹

隨著台中縣政府「大甲媽祖國際觀光文化節」的舉辦，舉凡武術、傳統戲劇、舞龍舞獅等陣頭表演、花卉、農特產、套裝旅遊行程等，均漸次延長拉大了原本整個大甲媽祖遶境進香活動的八天時間。這使得從元宵節開始來到大甲鎮的數百萬遊客，匯集出無數的商機，也成了「以大甲媽之名」開發各項產品的廠商眼中的廣大消費群，並且讓贊助大甲媽祖文化節的單位廠商年年增加¹⁸²。而人潮的湧現、無限的商機、加上不斷被進行文化消費的媽祖信仰符號體系，造就出了一個數十億商機的「文化產業」利益結構群；尋求心靈平安的香客，在商人的促銷下，多少購買了廠商藉「大甲媽」的符號象徵而生產的商品；在「保平安」的心理機制下，從宗教消費的動機與需求，

¹⁸⁰ 參引自馮久玲，2002，《文化是個好生意》，臉譜叢書，台北：城邦出版社

¹⁸¹ 〈從台灣目前宗教現況看台灣社會宗教亂象的成因〉，《曠野雜誌》網站，<http://life.fhl.net/Desert/980325/r006.htm>

¹⁸² 2005年台中縣政府辦理的「金雞報喜迎媽祖」文化節活動贊助單位有：台電公司台中電廠、臺中商業銀行、捷安特股份有限公司、味丹文教基金會、國際洪門台中縣會、裕珍馨食品股份有限公司、先麥食品股份有限公司、小林煎餅股份有限公司、寶成活水健康生活館、佑全保健藥粧、鐵砧養芋餐廳(大甲芋料理)、金華山珠寶銀樓、全統運動用品、想像力藝術造型團隊、麗的國際髮型美容、台灣三星家電、雪苧廣告公司、中華電信股份有限公司、7-ELEVEN等。

落入了資本主義市場邏輯的經濟消費；然此一符號商品的文化消費動作，雖只是產業商機的業績數字計算，在信眾的心理上卻是轉換成了宗教消費，並再生產「媽祖文化」的時代變異。

以下就「以大甲媽之名」或以「大甲媽祖遶境進香」為行銷策略運用，趕搭媽祖列車、搶食進香大餅所開發出相關產品的公司企業做一分類整理。

（一）大甲鎮瀾宮

媽祖文化節的商品熱賣，大甲鎮瀾宮當然也不願放過這個商機。廟方推出的商品，每樣都很搶手，包括帽子（100元）、T恤（200元）、媽祖紀念金牌（200元）、幸福平安御守（690元）以及2004年首度推出的「平安水」等，這些都是具有銷售人氣的商品，尤其是媽祖紀念金牌，更受到汽車駕駛人的信眾所喜愛。TVBS記者蔡桂華表示：「從郵票到喝的水（平安水）以及我身上的T恤和平安吊飾，凡是和媽祖有關的週邊商品都很受信徒歡迎。」¹⁸³

位於鎮瀾宮廟埕地下室的「媽祖文化館」，除了配合活動展出一尊約130公分高、7260兩重的媽祖神像，是台灣目前最貴重的「黃金媽祖」外；文化館藝器店同時也有販售縮小版「黃金媽」，純金製售價，大尊2萬元，小尊3800元；銅製的，大尊3000元，小尊1200元，特大1萬元。¹⁸⁴

而由台中縣政府、大甲鎮瀾宮與手機增值業者—友揚科技公司，獨家推出媽祖「加持」過的媽祖手機平安符、媽祖聖歌祈福鈴聲等手機增值服務。¹⁸⁵

爲了鼓勵信眾參與完全程的八天七夜進香，2001年開始，鎮瀾宮推出了「平安護照」，只見信眾們幾乎人手一本以上的到沿路的七十幾座宮廟蓋廟

¹⁸³ 2004/4/17，〈媽祖遶境商品開賣，今年首推平安水〉TVBS記者：蔡桂華、李岳爲台中報導

¹⁸⁴ 2005/04/09 聯合晚報

¹⁸⁵ <http://www.epochtimes.com.tw/bt/5/4/5/n878987.htm>

【大紀元4月5日報導】〈中央社記者趙宏進台中縣五日電〉鎮瀾宮總務劉玉麟表示，來宮參拜的年齡層不僅有年長者，更是有許多上班族、學生、年輕人，因應時代趨勢、透過這項創新的科技服務，希望把大甲媽祖的文化精神傳遞至更多人的手中。

印，甚至有的香客是一個人拿著二、三十本的，以便回去後可以轉送給他們，為的是將這本被各廟加持過的「平安護照」能夠為親戚朋友們保平安。

而為了鼓勵香客參與進香，2005 年更推出了「健康步行」的抽獎活動¹⁸⁶，凡是信眾花一百元購買摸彩券，追隨大甲媽神轎沿途集滿六戳章，就有機會抽中四部進口轎車、一百台捷安特自行車、兩台三星牌電視機，還有一千張清境農場御花園的一千元折價券和各廠牌手機一百支等獎品。而這也成了今年進香的新鮮話題。¹⁸⁷

（二）糕餅業者

大甲鎮瀾宮、大甲帽蓆與奶油酥餅被譽為「大甲三寶」¹⁸⁸，而位居大甲糕餅產業之翹楚者，即是以販售奶油酥餅起家的「裕珍馨公司」。該公司原創立於 1966 年，2002 年旗艦店開幕，2003 年並於旗艦店內設置「大甲三寶文化館」，每年文化節期間均特別安排以媽祖文化主題之展覽，2005 年即安排了「媽祖行腳說故事—媽祖進香文物特展」。而該公司不但積極開發各式中西式糕餅，在屢屢獲獎之餘，銷售業績亦是蒸蒸日上。

其在文教活動方面的努力亦是不遺餘力，是同業之中贊助大甲媽祖文化節最力者。從 1999 年第一屆媽祖文化節開始即贊助活動經費；2002 年文化節期間，大甲糕餅業者僅有裕珍馨獨家贊助縣府文化節活動，而被同業攻訐及媒體批評縣府的假日活動安排流於商業化的產業行銷，疑似圖利特定廠商之譏；2003 年更推出了以「生活、文化、藝術」為報導主軸《馨世代》季刊；

¹⁸⁶鎮瀾宮副董事長鄭銘坤表示，為避免只為了集戳章、抽獎，蓋印的六個站地點保密。真正虔心走完全程的人，才有機會得到媽祖的「禮物」。

¹⁸⁷吳敏菁/大甲報導，2005.04.10，《中國時報》〈追隨媽祖進香，可抽大獎〉

¹⁸⁸起源於雍正五年（1725 年），日據時代更暢銷全省及日本、東南亞及歐美等地，不僅發揮傳統精湛的技藝，率先帶動台灣編織工業產業化及國際化，也讓台灣享有「草編王國」美譽。

奶油酥餅原為大甲地區的訂婚喜餅之一，1983 年底裕珍馨公司以天然奶油取代豬油，並將之精緻化、規格化，推出了皮酥、餡 Q 軟、天然奶油香的「奶油酥餅」。1988 年大甲鎮瀾宮建醮，「奶油酥餅」之口碑隨香客流傳全省。

2005 年文化節期間同時辦理了「大甲裕珍馨音樂祭」等「街頭音樂會」的活動演出。

創立於 1950 年的「小林煎餅公司」，其多種創意產品的開發，亦在大甲糕餅市場上獨樹一格，獨特的「瓦煎燒」，是取自日本江戶時代傳統瓦煎燒的形式，在瓦片上繪製進香圖案並採傳統技藝手工燒烤而成，風味獨特，深受喜愛。

2003 年大甲媽祖遶境進香期間，小林煎餅開始加入進香儀隊的贊助行列，但做法卻是將公司派出的四台廣播車，於進香期間全程不間斷進行產品的廣告播音，如此行銷手法頗令信眾非議。

而先麥公司的產品雖然開發不多，然運用聞名全省的「大甲芋」所生產的「芋頭酥」¹⁸⁹、「台灣愛餅」等，亦在市場上頗具銷路；另外，「三叔公餅店」推出的麻糬、奶油酥餅等，亦是大甲知名的餅店。

觀察以上四家較為知名的在地糕餅產業，其主要特色均有出份的運用大甲媽祖與鎮瀾宮的進香文化意象為包裝素材，而由於奶油酥餅深受各地香客與消費者的喜愛，故幾乎大甲鎮所有大小餅舖均有生產。觀察近幾年的變化，從大甲糕餅業者的創意與用心，可以看出業者們真正發揮了「文化創意產業」裡的「故事、價值、創意」等元素，充分的進行符號消費的文化實踐。

（三）電信業者

幾乎每家業者均會推出「媽祖開運祈福鈴聲圖片」及「手機開運算命占卜」的商品活動，而每則平安符的下載，就需要 50 元。¹⁹⁰

¹⁸⁹ 記者:蔡桂華、林隆士報導， 2003.04.01，〈大甲芋頭酥，媽祖遶境銷售增 5 倍〉，TVBS 電子報

4 年前一天營業額不到 500 元，現在業績暴增 1 千倍。他們是如何做到的？來看這則故事。

小小一顆芋頭酥重量 50 公克，大大地掀起紫色旋風。4 年前一天賣不到 20 顆，如今銷售量暴增 1 千倍。芋頭酥業者吳生泉說：「我們賣的不只是芋頭酥，我們賣的是一種感覺在地文化。」

¹⁹⁰ <http://matsu.086.com.tw/02.htm>，<http://prays.086.com.tw/>

1.中華電信：該公司從 1999 年媽祖文化節舉辦開始，每年均在進香八天七夜期間推出在駐駕廟宇的手機免費充電服務，另外還有買手機的優惠。

2005 年更推出大甲媽祖「手機平安符」，強調下載可保一整年的好運氣，民眾可以手機簡訊打入產品代碼，就可以將行動媽祖平安符、行動媽祖經文，行動電話加值內容下載到手機，昨天媽祖出城配合模特兒載歌載舞推銷媽祖紀念手機，買再送媽祖傳奇公仔組等紀念品。¹⁹¹

中華電信 EMOME、亞太行動、大眾電信等業者在主辦單位裕珍馨文化基金會的邀請下，由勤創科技提供技術支援，協力推出「媽祖遶境手機祈福專線」，用戶只要透過手機，即可參加媽祖線上遶境活動，希望藉由新世代的手機媒體，讓更多國人可以由此更了解本土文化，也能更貼近傳承的鄉土風俗。

¹⁹²

2.Nokia 公司在 2003 年限量推出「大甲鎮瀾宮媽祖繞境平安紀念手機」，並贊助「大甲鎮瀾宮有聲有色祈福演唱會」¹⁹³

¹⁹¹陳世宗/中縣報導，2005.04.10，《中國時報》〈保一整年好運氣，手機平安符 搭媽祖列車〉

¹⁹²記者／胡皓勳，20050331，http://eprice.com.tw/news/?news_id=2716，〈媽祖也走科技風 手機遶境全台開跑〉

裕珍馨表示，在日本當地有許多著名的神社均有「御守」的吊飾、手機圖片等服務，台灣也有很多一窩風的類似熱潮，但卻忽略了本土的在地文化，尤其近年在媽祖遶境期間，不難發現有許多外國觀光客前來參觀，更顯示出本活動的國際化程度。參加本活動不但能展現使用者的虔誠，也間接透過科技讓更多人瞭解媽祖遶境的緣由與精神，替許多無法親臨參加遶境的朋友服務，也藉以接觸年輕的手機族群。

¹⁹³2003.04.04，〈「Nokia 3350 行動平安符」限量發行〉

為響應「台中縣大甲媽祖國際文化節」，Nokia 推出媽繞境平安紀念機，在 Nokia 3350 的背後，鑲上刻有「上天保佑、心誠則靈」字樣的金箔片，更隨機附贈平安符紀念手機套及吊飾，隨身攜帶的手機也可以搖身一變成爲隨身的平安符。

台灣諾基亞行動電話事業部總經理黃思齊表示，「一年一度的媽祖繞境活動在民間由來以久，不但是本地最具代表性的宗教盛事之一，更早已成爲深具傳承意義的文化資產。對於能參與本活動，與台中縣政府、中華電信、神腦國際一起爲推動與保存本土文化努力，諾基亞深感榮幸。而有鑑於現代人隨時隨地將手機隨身帶著走的習慣，行動電話不再只是通訊的工具，更早已成爲生活中，不可或缺的好夥伴，諾基亞更針對媽祖繞境活動特別推出 Nokia 3350 平安紀念機，賦予手機在溝通、玩樂、上網、記事等功能之外，再添另一項「行動平安符」的新角色，時時刻刻將平安與幸福帶給大家。」

3.英業達公司，也推出「OKWAP」紀念機種。¹⁹⁴

4.東信電信：推出「愛 ka 有保庇」，「有 mobee 有保庇」及的手機折價、福袋贈送等。一向在中部耕耘用戶的東信電訊，今年加入台灣大哥大、泛亞電信，除了針對媽祖遶境活動推出各種優惠的申辦方案，也將於遶境全程提供扇子、茶水、手機充電等貼心服務。

所有申購手機者均可獲贈具保佑意義的媽祖福袋。至於無法親自參與媽祖遶境的朋友也不用擔心，媽祖文化節活動準備有 20 款媽祖平安符待機圖案供選擇，以及鎮瀾宮主題曲之媽祖聖歌等數十首 Feeling 非鈴音 500 祈福等候鈴，用戶無論下載自用或當作禮物送給友人，都是分享宗教文化氣息的好工具。¹⁹⁵

(四) 金融業者

1.台中商銀自 2004 年便推出相關「媽祖平安卡」，而這個信用卡最大的噱頭，就是標榜進行「過大甲媽香火」的祈福儀式，而且每筆消費都會提撥千分之 3.5 捐給鎮瀾宮當社福基金。¹⁹⁶

媽祖平安卡發表會已於 4 月 7 日早上十點假大甲鎮瀾宮熱烈展開，除介紹媽祖平安卡之優惠及特性外，同時舉行簽約及卡片過火儀

¹⁹⁴ <http://www.oc-connect.com/article/0404/readgoodarticle.asp?id=79>

〈OKWAP S762，大甲媽祖紀念機〉 整理/王家彬 2004/04/09

OKWAP 身為國產手機廠商，有感於「大甲媽祖遶境」在台灣擁有近千萬的信眾，帶來的廣大影響力無遠弗屆，面對目前政局紛亂、民心不安的現象，特別企劃推出 OKWAP S762 大甲媽祖紀念機，希望藉由媽祖的力量，安定社會人心。即日起各大通訊行均有販售，建議售價為 15,000 元左右。

¹⁹⁵ 2005.0330，新聞來源：東訊電信

〈媽祖遶境 東信、台灣大、泛亞不缺席〉

此外，為讓喜愛宗教活動的民眾，有機會得保庇中大獎，東信也特別企劃「聖杯王」遊戲，不管哪家行動電信用戶，只要在 4 月 1 日至 5 月 31 日期間，手機直撥 0923-940888，參加手機擲筊搏機車活動，聖杯累積次數最多者，就有機會獲贈 125C.C.機車一台。另東信用戶編輯簡訊「m」傳至 2225，依簡訊指示回覆媽祖故事問題，參加媽祖故事雙向簡訊問答活動，也有機會獲得媽祖福袋、mobee 隨行杯、mobee 球帽等贈品。

¹⁹⁶ TVBS 網站新聞，2004/6/12，〈媽祖信用卡，過火保佑商機可期〉，記者：井建智、林隆士 台中報導

式，由本行蔡裕芳董事長與大甲鎮瀾宮鄭銘坤副董事長簽署共同發行媽祖平安卡之契約書，再與台中縣黃仲生縣長簽署備忘錄，將媽祖平安卡定位為台中縣之VIP卡，「九天民俗技藝團」受邀演出，鑼鼓喧天，祈求大家「持卡祈福平安，刷卡行善積德」。¹⁹⁷

另外，台中商業銀行還配合大甲鎮瀾宮舉行了「金媽祖揭幕」暨「捐助育幼院興建」儀式。

2. 華南銀行也於 2005 年加入商品戰局，推出轉運 color 晶片現金卡活動，打著「天天抽金牌，媽祖保佑妳」，「天天抽，媽祖金牌 2005 祈福紀念版；核卡送，香火加持的媽祖好運吊飾」

(五) 百貨業者

幾乎所有鎮瀾宮附近的商家或攤販，都會販售進香所需的穿戴物品。

1. La New 鞋業公司：推出「迎媽祖，腳保庇」的相關商品的優惠¹⁹⁸。
2. 奧黛麗內衣公司：與大甲鎮瀾宮毗鄰的 EASY SHOP 大甲光明店推出和進香有關實用的進香用品之外，聘請美麗模特兒 model 穿著清涼內衣褲做另類擲茭活動。

EASY SHOP 店家表示；大甲媽祖的遶境，信眾數十人，不少是虔

¹⁹⁷ 台中商銀網站，http://www.tcbank.com.tw/news/mazu_news.html，<http://www.tcbank.com.tw>

鑒於大甲鎮瀾宮積極辦理貧民救濟、社會福利、急難慰助、獎助學金、文化建設等各項社會公益慈善工作，宏揚媽祖懿德，謹於 2005 年 2 月 23 日元宵節當天，配合大甲鎮瀾宮舉辦光明燈點燈暨「金媽祖揭幕」儀式，特捐款新台幣一百萬元整，贊助財團法人大甲媽祖社會福利基金會興建「育幼院」，以發揚媽祖扶危濟困的慈悲心及善盡回饋社會之企業責任。

出席的了大甲鎮瀾宮董事長顏清標、副董事長鄭銘坤外，還有立法院長王金平、立法院無黨聯盟主席張博雅及台中縣長黃仲生等人。

¹⁹⁸ 「迎媽祖，腳保庇」〈La New 慶祝媽祖平安遶境特別優惠，買就送健康、平安、福氣開運好禮〉

- ◎ 買 4 in 1 計步氣墊健走鞋，送遶境良伴健走背包乙個。
- ◎ 買 La New 鞋款或服飾加價 199 或 399 元，送指定鞋款遶境
- ◎ 消費滿 5,000 元開運福袋禮等著您來拿

誠的跟隨媽祖步行八天七夜，店方為讓信眾平安進香，舉凡穿的、戴的、用的，一應俱全，除了有平安帽、遮陽扇、隨身壺、隨行袋，還有已過過香火的開運御守（平安符），以及一款由台中縣政府文化局獨家授權的媽祖圖像 polo 衫，要推薦給辛苦參與遠境的信眾們。由於每逢大甲媽祖遠境，參與的虔誠信眾，都知道一定要穿新衣以示尊敬，對於那些即將參與遠境活動的信徒，EASY SHOP 在媽祖起駕的前一天，特別請來 model 為大家展示數款適合的內衣褲，要讓大家除了穿出虔誠外，還要能穿得舒適。¹⁹⁹

3.台鹽公司

台鹽公司為讓大甲媽祖遠境眾多的信徒有能力參與步行 340 餘公里的路程，6 日致贈大甲鎮瀾宮 2 萬瓶的鹼性離子水，敬贈儀式中並過香煙，場面十分隆重。台鹽總經理邱文安表示，喝鹼性離子水可中和酸性，流汗過多的身子，可解疲勞，祈信徒喝後能受媽祖庇佑。²⁰⁰

4.中華郵政公司則是推出了「媽祖個人化郵票」及「紀念金幣」的販售。

郵局的媽祖紀念幣，由新加坡鑄幣廠推出了七枚雕功細緻的媽祖紀念幣，由中華郵政公司自 0411 日起，在全台郵局販售。其中五盎司的媽祖純金紀念幣，全球限量 99 枚，該必使用「風調雨順」字的四重隱藏影像鑄幣技術，台灣為全球首賣；除了金幣外，還另外推出了銀幣以及鍍幣，價格由最低的 980 元，至最高的 16 萬元不等。²⁰¹

5.卡通數位動畫公司則製作了寓教於樂的卡通數位動畫，期待讓年輕一代新人類喜愛媽祖，開創產業新契機。

6.金飾業者：金飾業者今年設計一座高 40 公分、市價將近百萬元的金身媽祖。金飾業者董嘉琦：「我把媽祖設計成海上女神保佑海上作業漁民

¹⁹⁹ 中縣／大甲媽將遠境 model 穿內衣褲另類擲茭 2005/04/08 21:07

<http://www.ettoday.com/2005/04/08/329-1775300.htm> 記者陳明／大甲報導

²⁰⁰ 20050407，〈驚見台鹽贈品，信徒：真希望是綠迷雅〉，記者陳明／大甲報導

²⁰¹ 自由時報，20040412

的安全，我把媽祖設計成站在海上的守護女神。」

7.其他週邊商品，像是一組賣 399 元的平安吊飾，由於設計精巧，商品上有媽祖的圖案，也是賣得相當好。

（六）汽車業者

汽車業的競爭更是激烈；裕隆汽車和福特汽車不約而同的推出「商用貨車」的支援進香任務。這些車輛，皆已被人訂購，在詢問買主願不願意讓這部貨車由公司提供駕駛隨同進香儀隊前往服務香客時，皆獲欣然應允；因為這些商用貨車的購買用途即是為了做生意之用，無關所謂新車還未交予買主的手，不願被別人使用的顧慮。而這樣的行銷手法，對於虔誠信奉媽祖的顧客來說，無異是對於自己所購買車子的最大「加持」，且相信一定會行車平安、財源滾滾。

1.裕隆汽車

裕隆汽車已連續參與了幾年，2005 年推出了「裕隆汽車，戴好運」²⁰²的方案。為了貼心照顧虔誠的信徒，特別改裝 NISSAN 勁勇三噸半貨卡車，於遶境期間首創提供洗衣、烘衣、看電影的免費功德服務，虔誠隨護共同遶境祈福，同時更推出 50 萬 30 期 0 利率優惠購車專案，並贈送運匠們深具收藏意義的媽祖平安金牌。²⁰³

2.福特汽車

福特汽車「載卡多」商用貨車，於 2003 年進香期間，一共支援了數部車隨同進香，搭載進香團隊的使用。

²⁰² 20050411,〈大甲媽祖遶境,裕隆日產 NISSAN 勁勇貼心照料信徒〉AUTONET 記者:Edison

²⁰³ 記者高佳菁／台北報導,〈大甲媽祖進香遶境黑貓宅急便全程服務免費收送換洗衣物〉
<http://www.cdnnews.com.tw/20050409/news/gstz/733280002005040819223017.htm>
值得一提的是，參與並領有大甲媽祖加持守護的勁勇『功德車』在繞境活動結束後，更將負責運送十六台洗衣機、烘衣機至位於新竹縣尖石鄉海拔一千五百公尺的司馬庫斯，贈與當地泰雅部落使用。

（七）物流業者

為體諒進香信眾接連八天七夜遶境活動會有換洗衣物攜帶不便的困擾，「統一速達公司」特地於媽祖遶境期間設置一輛「黑貓宅急便」專車於現場全程陪同遶境隊伍前進，提供免費的換洗衣物宅配服務，現場民眾只要將衣物拿到隊伍中的黑貓宅急便專車寄送即可。

統一速達表示，每年大甲媽祖進香遶境的活動約可吸引百萬信眾參與，而遶境隊伍高達二萬人，在長達八天的遶境活動中，會發現到信眾們常因為攜帶換洗衣物、藥物與購買名特產而大包小包，造成了遶境的不方便與體力的負擔。

（八）網路業者

國內瀏覽器入口網站業者「蕃薯藤新聞網」，首開新聞入口網站先例，將全程派員跟隨遶境，記錄所有精彩過程。

除了精心策劃「媽祖出宮嚕！遶境遶到新聞網」專輯外，新聞網還推出「看新聞！找媽祖！送 iPod shuffle」的活動。²⁰⁴

三、宗教信仰的符號經濟—資本主義的市場邏輯

（一）宮廟產業的商品化

宗教組織的企業化管理，是因應市場邏輯與時代變局的經營策略。而開

²⁰⁴蕃薯藤 <http://news.yam.com/yam/life/200504/20050407743577.html>

大甲媽祖遶境蕃薯藤新聞網，蕃薯藤新聞網 2005-04-07 18:27

蕃薯藤官方網站表示：以現場照片全記錄這樣的操作方式，蕃薯藤新聞網曾經在 326 大遊行的時候小試身手，結果顯示，page view 較平常時候，成長六倍之多，顯示新聞入口網站，不只是資訊的使用者，更可以經過消化編輯後，呈現給網友更體貼的訊息，並且受到網友歡迎。

從四月九號開始，網友可以在閱讀新聞的同時，找找「Q 版媽祖娃娃」，只要找到登錄成功，就有機會得到年輕族群最熱門的 iPod shuffle 一台。當然，這些用心，都是為了盡蕃薯藤在社會上的一份心力，盡媒體在社會上的一份責任，也希望網友能夠經由這樣的活動與專輯，對新聞網有多一層的了解，對台灣文化多一份的認同。

發個人心靈福報需求的宗教商品，則是直接促進宗教消費的市場邏輯。筆者在訪談幾座宮廟產業的管理高層人士時，其皆表示宮廟必須朝向「企業化」的經營，然筆者以為，這些宮廟宮層或許皆以為，將宮廟產業進行充分的媒體合作、市場行銷與商品開發，就是所謂的「企業化」了。

學者林本炫在〈對宗教團體內部經濟活動的規範〉一文中指出：宗教的「商品化」必須和宗教的「企業化」做概念上的釐清。「企業化」指的是宗教團體以企業經營的精神或是態度運作，其具體內涵可以包含以下數端：（一）追求利潤（財務收入的極大化），（二）以專業的經營管理人力以及組織方式從事運作，（三）重視宗教產品（理念、教義、儀式、宗教服務等）的「市場反應」，迎合市場（信徒）需求，（四）以行銷及廣告促銷等方式，促進宗教理念的傳散乃至於道場的擴張，（五）經營相關事業，增進宗教團體本身的財務收入，以滿足日常的經營支出以及道場擴張的需求。而「商品化」則是指：（一）宗教法物被當成商品般販售，（二）宗教上的「聖品」（各種宗教上的榮耀或是頭銜）是可以用金錢換取或是作為信徒金錢奉獻的回報，（三）宗教服務（譬如法會、婚喪儀禮、靈骨塔）訂有價格，成為交易的對象。

由以上的內涵來看，宗教的企業化並不等於商品化，企業化也未必就一定屬於負面的行為。我們在討論宗教團體的經濟行為時，主要是指其屬於「商業化」的部分以及信徒奉獻的收入，但也可能涉及到「企業化」部分的第（五）項。從一般的觀察而言，我們可以認為這些經濟行為未必只發生在新興宗教，而是普遍存在於各宗教團體。²⁰⁵

筆者以為，當前台灣的民間信仰宮廟產業，雖有朝向企業化經營的想像，但其宮廟管理組織的「人治」現象，以及主要以「迎合市場需求」、「價格取向」和「行銷取向」的手法所進行的宗教服務（譬如光明燈、安太歲、誼子女等），使得其產業所呈現的仍僅是一種商品化而非企業化的經營管理方式。

²⁰⁵ 林本炫，〈對宗教團體內部經濟活動的規範〉，
http://www.inpr.org.tw/inprc/pub/journals/150-9/m152_1.htm

（二）符號經濟的市場邏輯

「宗教經濟」就是一種「符號經濟」。從經濟模式看文化創意，存在著以市場美學為核心的廣告形象與價值的認同消費。而從大甲媽祖遶境進香的龐大商機利益，看到各行各業絞盡腦汁無所不用其極的利用媽祖信仰符號，以贊助、奉獻、服務之方式，在進香的儀隊陣頭中，進行「置入性」的行銷，並販賣各式各樣的文化商品。

宗教經濟不僅開發出了屬於宮廟產業的生產/消費系統，因宗教所象徵的信仰認同作用，甚且帶出了以媽祖之名的文化產業生產/消費系統。購買商品時同時進行了宗教消費，從商品生產、文化包裝、促銷手法、符號認同以及文化再生產的媽祖符號意義體系的生產-消費-再生產的過程中，媽祖與信眾皆被編入了文化經濟的市場邏輯之中，透過象徵價值的消費認同與意識型態的再建構，讓商品超越了商品的經濟價值，變成了自我信仰認同的一部分。

藉由信仰符號以促進開發各式商品的宗教消費，意謂了消費文化的勝利；此種「以媽祖之名」的宮廟產業和文化產業，同時藉由美學的、社會的、經濟的和符號象徵，以創造出商品的多元價值。讓消費者從這個「符號經濟」中，零距離的消費信仰當中的形象、氛圍、參與、活動、體會與認同形成的消費價值鏈，其中對於媽祖信仰的集體意識與文化資本，就成了商人再推出相關商品時的市場邏輯。在此生產與消費的過程中，文化就成了經濟的基礎，文化創意就同時成爲生產價值的核心了。

第三節 文化經濟學—文化產業與文化政策的商品化

一、文化經濟學—「文化產業化，產業文化化」

「文化產業」的意義和阿多諾提出「文化工業」的意涵是有所差異的。文化工業(Cultural Industry)一詞是用來說明商業有目的的對「文化財富」進行系統而有程序的開發。依這意涵可以理解的正是藝術不斷的被編入資本主義文化工業領域的現狀，進入了「生產/消費」的環境。而文化工業是取代大眾文化的一個明喻用法，然而也指出了商品崇拜以社會心理事實。文化工業對阿多諾而言，是具備了一種技巧，一開始就是分配與機械複製的技巧，這指向了文化與生產力結合的可能性。文化變成非真實（被複製）和專為消費者打算的文化工業的貨物。

從批判的角度討論「文化產業」，它被巧妙的與文化新形象、文化創意和文化經濟效用結合，也就是文化成了發展的重要基礎，在符號的運用、活動的設立、觀念和生活方式之間有無限可能的組合與開發，面對全球文化的巨浪，地方特性是所有的想像基礎。(李謁政，2005)

相對的，文化政策的制定與發展在相當程度上取決於對文化現象的認知、對市場經濟的靠攏以及對政治利多的操作等。「文化產業」的實踐邏輯，不但是文化經濟學的資本主義市場邏輯，甚且是政治經濟學的權力/知識與生產/消費的論述邏輯。

學者林信華在《文化政策新論》一書中，就全球文化現象的發展與變異，將之從二次大戰以來做了四種分期。第一是「大眾文明」時期；第二是「通俗文化」時期；而到了第三「消費文化與文化壯觀化」時期，他認為在文化政策制度上，文化的意識型態者已轉型為文化消費管理者。其次，文化政策除了是經濟發展的參數之外，它也逐漸變成一種國外或國際的策略。而到了第四「多重文化」時期，是人民的文化參與將是文化在生產與意義結構重建

的承載者。從這樣的分析，我們可以相當清楚的對照台灣的文化現象發展，文化政策的論述實踐應當是要朝著第四時期來邁進。(林信華，2003：12-13)

我們可以發現，各地縣市政府在辦理文化節活動時的互相模仿抄襲的情形，相當普遍。從許多縣市紛紛興起的「休閒自行車道」²⁰⁶規劃設計，以及2005年客家文化委員會指導六個縣市政府合辦的「客家桐花節」²⁰⁷等都是。藉由公部門的主導力量，以文化節慶的方式，帶動文化休閒產業，並賦予特定的文化意涵與政治論述等，這樣的操作方式可以說是讓各縣市政府趨之若鶩。

由於台灣奉祀媽祖的廟宇有七百六十多座，在台中縣政府辦理大甲媽祖國際觀光文化節的影響下，幾乎整個農曆三月就是全省各縣市地方首長密集到各廟宇插香請神扶轎安座的高潮，所以以媽祖為名的縣市文化節更是從南到北，從台灣到離島等皆有。譬如：台北市政府舉辦的「台北媽祖文化節」²⁰⁸，桃園縣大溪鎮公所舉辦的「大溪大三層媽祖文化節」²⁰⁹，新竹縣政府協辦的

²⁰⁶ 早從台東縣的關山鎮打出名號開始，台北市的河濱公園自行車道，台中縣的「東豐綠色走廊」、「潭雅神自行車道」，嘉義縣大林鎮等，到目前的台中市、高雄市也紛紛投入自行車道的規劃等。

²⁰⁷ www.hakka.gov.tw

2005年客家桐花祭於4月16日到5月15日展開，行政院客家委員會表示，今年桐花預計從4月中旬陸續綻放，4月下旬到5月上旬是最佳的觀賞時機，整個北中台灣都將陷入五月雪的純白世界裡。該會也規劃出28個賞桐地區及路線，並製作桐花祭導覽手冊與賞桐地圖，北部地區民眾還可搭乘桐花專車前往觀賞桐花。

2005年客家桐花祭總計結合了台北、桃園、新竹、苗栗、台中、南投等6縣市，串聯了108個客家文史團體與超過50個鄉鎮，各縣市各景點各路線都有不同的活動配合推出，除了結合桐花、陶土、旅遊與文化外，更把客家的生活文化、文學、詩歌、音樂、舞蹈、工藝等隨著桐花散到各地。

《遠見雜誌》2004年7月號：

桐花季成功帶動新客家文化風潮，也讓前客家委員會主委葉菊蘭高升行政院副院長。

<http://www.books.com.tw/magazine/item/globalview0709.htm>

²⁰⁸ 劉郁菁報導，20050424，民生報

由台北市文化局與松山慈祐宮、三芝福成宮舉辦的「台北媽祖文化節」，一早出動浩大陣頭，歡迎有117年歷史的金面媽祖由三芝返回台北，市長馬英九還專程起個大早迎接媽祖鑾轎。

歡迎台北古城金面二媽返回老家，隊伍由松山慈祐宮出發，沿八德路遊行至二二八和平公園內安座，全長總計八公里，堪稱台北近年來罕見的大型迎媽祖活動。

²⁰⁹ 記者陳威佑／大溪報導，2005/04/28 21:57，〈桃縣／大溪媽祖文化節，30日熱鬧開鑼〉，<http://www.ettoday.com/2005/04/28/122-1783590.htm>

桃園縣少數幾個專祀媽祖，且較具規模的大溪鎮福安宮媽祖廟，決定今年的媽祖誕辰時，將於30日擴大進行慶祝儀式，除將結合桐花祭活動外，並將慶祝活動，由一天延為兩天，

「客家媽祖文化祭」²¹⁰，苗栗縣政府協辦的「白沙屯文化藝術季」²¹¹，台中縣政府舉辦的「大甲媽祖國際觀光文化節」，嘉義縣政府協辦的「濱海媽祖觀光季」²¹²，台南縣的「台江迎神祭—開基鹿耳門媽祖出巡」活動，新營市舉辦「橋頭媽文化節」活動，台南市政府協辦的「府城媽祖文化節迎壽華會」以及台南市文化資產保護協會推動已五年的「府城媽祖行腳」活動，高雄縣政府協辦的「黑銅聖觀音文化節」²¹³，高雄市也由副市長出席參與了「大港

希望大溪福安宮也能成為縣內聞名的民俗文化活動。

為配合福安宮的媽祖誕辰，大溪鎮公所今年特別以主辦者身分介入參與，並訂名為大溪大三層媽祖文化節，媽祖農曆3月23日(國曆5月1日)誕辰當天，除了依慣例由輪值的游、曾姓善信宰殺神豬供奉外，也特別列入具有民俗活動傳統的繞境活動，由地方社團新勝社、樂園社和福安社等負責媽祖的繞境祈福，而繞境活動也將從媽祖誕辰前一天即開始，預計繞境和慶典活動之時間為兩天，主要繞境地點為福安和美華兩地。

另外，也將有精彩的歌唱比賽、打陀螺、布馬陣、舞獅和舞龍表演等，同時在5月1日當天下午，則在進行神豬競技比賽後，分贈以豆干所製作完成神豬給民眾食用平安，希望打響媽祖文化節的名號，讓大溪媽祖文化節也能成為桃園縣的特色。

²¹⁰記者李青霖／芎林報導，20050413，聯合報

新竹縣文化局與鹿寮坑社區發展協會合辦這項祭典，昨天開鑼，活動將持續到5月1日媽祖婆誕辰當天，再與桐花祭接軌。

七公尺高的卡通式媽祖造型氣球，昨天上午10點，在新竹縣芎林鄉鹿寮坑五和宮前升起，成為今年首次舉辦的「客家媽祖婆文化季」地標。

客家媽祖婆文化季28日請新竹市長和宮媽祖陣頭到芎林，參與祭典。今年活動還有村民的裝置藝術、文藝DIY、4月23日和5月1日有爬大樹「登高望遠」體驗，4月30日晚上萬人放水燈、天燈、地燈晚會，由生態作家徐仁修主持。

²¹¹許惠就/通霄報導，2005.04.02，中國時報，〈進香立旅媽祖列車啓動〉

為期十四天的白沙屯文化藝術季活動，昨天上午十一時卅分由立委杜文卿、鐵路局長徐達文、拱天宮主委黃木桂、苗栗縣副縣長陳秀龍、副議長邱紹俊、工務旅遊局長韓鴻恩及通霄鎮代會主席蘇永琳等一起主持「媽祖列車」啓用儀式，同時邀請全國民眾來參加「白沙屯媽」進香活動。

今年的媽祖進香宗教之旅最特別的是主辦單位和台鐵合作，規畫濱海路段新竹至彰化的「媽祖列車」鐵道之旅，由掛四節車廂的電聯車負起載客任務，每節車廂外都有醒目的媽祖彩繪，這也是全省首創的「媽祖列車」。

²¹²記者唐秀麗／布袋報導，20050501，〈媽祖觀光季，眾神海上會香〉，聯合報

一年一度布袋鎮太聖宮海上會香活動，昨天在媽祖誕辰前夕盛大登場，有布袋嘉應廟、朴子配天宮、義竹武聖殿、東石先天宮等，以及來自高屏地區等10幾個單位，近百艘漁筏、數千名信眾參加，上午8時由縣長陳明文和交通部長林陵三迎請鎮殿王爺、媽祖起駕，揭開序幕。

隨後由陳明文、林陵三、濱海國家風景區管理處長洪東濤等人，與信眾一起護送媽祖鑾駕，徒步至2公里外的漁港後，接著乘坐插滿旗幟、裝飾鮮艷的漁筏，向布袋港外海上的會香平台出發，搭載數千信眾和神轎、陣頭的近百艘漁船綿延前行，航向位於布袋港外會香平台會合，氣氛熱絡。

陳明文說，太聖宮舉辦眾神海上會香活動，縣政府規劃融入觀光休閒主題後，已蔚為南台灣另一年度宗教盛事，交通部與縣府都會全力支持，塑造區域宗教文化特色，帶動嘉義沿海觀光產業的發展。

²¹³蔡森田/橋頭報導，2005.05.01，〈文化節登場，橋頭糖廠鬧熱〉，中國時報

高雄縣「黑銅聖觀音文化節」卅日在橋頭糖廠登場，開放廠區及聖觀音像系列活動，吸

埔鼓壽宮媽祖入郡會香」活動，展開連續第三年、為期四天三夜前往台南市大天后宮會香的活動；至於澎湖縣、連江縣、金門縣等地方政府也都辦理了媽祖文化節的活動。

同樣以「媽祖」為活動主題來辦理文化節，究竟呈現出什麼樣的台灣官僚體系的文化政策與文化創意呢？學者李謁政對於這樣的現象，他認為這樣的答案顯示大家的想像力太薄弱了！沒有創意主體的生命力。但這些共通現象確有另一個較為具分析性的答案是：台灣有一股休閒風在促動台灣轉型。更為深層的理解是：台灣內部由工業生產的社會發展已轉化成由文化、新生活方式的社會消費。因此工業與文化的關係，由分離的社會發展，轉變成日趨緊密的結合在一起，形成發展的永續化。

不僅僅台灣社會尋求文化創意作為內部發展（Development）的可能性，全球脈絡中以資本主義作為發展體制的國家，都面臨產業外移、升級和轉型的巨大變遷。是文化創意或文化有了新的形象都有待更深入的、長期的探討這發展體制的變化。

「發展」的意義，在工業化、現代化的大旗下形成一種意識形態，一種認為經濟增長是社會進步的先決條件的信念。以經濟的增長作為發展的主要目標，社會的普遍的認知以賺錢和它帶來的生活條件作為社會發展的運作前提，以高科技作為進步的動力、以工業化為手段、國家政策合理化的直接干預，市場機制也以累積資本為目的。（李謁正，2005）

引民眾到糖廠一遊，也在聖觀音像前舉行五一勞動界祈福許願法會，為台灣產業及勞工祈福。

這項系列活動，從即日起至五月七日止，還有畫觀音寫生大賽、扮觀音變妝創意大賽、共生吉祥佛光山觀音大展、橋頭產業文化博覽會、優人神鼓表演等活動，歡迎民眾踴躍前往橋頭糖廠參與。

縣府昨天在活動現場準備了一百座小黑銅聖觀音像，讓民眾摸彩帶回家供奉，抽得觀音的大、小朋友都高興不已。

五一勞動節前夕的祈福法會，由佛光山住持心培和尚主持，高雄縣長楊秋興、台糖董事長余政憲、高雄縣產業總工會林進源、高雄縣職業總工會蘇炎城理事長、日本交流協會高雄事務所所長蒔田恭雄等人，在信眾虔誠吟誦佛經聲中，共同為台灣產業及勞工祈福。

楊秋興致詞表示，黑銅聖觀音被視為是產業守護神，因此舉辦祈福法會，也期許民眾學習觀音的慈悲與愛心，讓社會更祥和。

台糖董事長余政憲到場感謝高雄縣政府能在橋頭糖廠舉辦聖觀音文化節活動，並允諾明年五月一日勞動節，台糖公司六十周年慶時，糖業博物館可以落成啟用。

其中，苗栗縣通霄鎮拱天宮白沙屯媽祖往前北港刈火進香的活動，雖亦採徒步方式，活動期間長達九天八夜，距離更甚大甲媽祖繞境進香，而號稱「一切都聽媽祖的」的沒有固定路線的進香方式，其所流傳的神蹟與歷史特色，與大甲媽祖繞境進香相較亦毫不遜色。2005年開始，雖然也開始運用行銷手法，除與台鐵合作推出「媽祖列車」外，還邀請藝術家製作了一個高達四公尺的「媽祖燈塔」²¹⁴。但在較少商業贊助、政治插香、媒體競播、宮廟行銷與龐大進香儀駕團隊陪同下，雖有其較為樸實的、神秘的、苦行的、歷史的進香特色，仍無法形成像大甲媽祖繞境進香活動所能帶動的進香熱潮與人氣商機等。

而即使像是曾為台灣中南部媽祖信仰中心的北港朝天宮其所具有悠久歷史特色的「藝閣遶境大遊行」，或是1987年10月的「紀念媽祖成道一千週年北港朝天宮天上聖母全台繞境」活動（3-28日），1988年4月前往澎湖各島繞境（22-26日），1994年6月的「北港朝天宮慶祝建廟三百年·北港媽祖暨藝閣全省繞境」活動（5-29日），也同樣的無法造就出像大甲媽祖繞境進香活動所創造出的產業能量、爭議話題和龐大商機。

綜觀上述幾個縣市政府所投注大小不等經費的媽祖文化節活動，除了見到政治人物出席的插香請神扶轎安座等政治動作的噱頭以外，多半還是藝文展演等的週邊活動。這當中真正能夠讓地方政府斥資協辦，且除了原有的「香客」之外還能帶動數十萬「遊客」來參與消費，並產生數十億商機與數目可觀稅收的文化節活動，而成為地方政府自信滿滿的「政績金雞母」的，就屬台中縣政府舉辦的「大甲媽祖國際觀光文化節」有這樣的成績而已。最主要的原因，當然是因為大甲鎮瀾宮位居台灣媽祖宮廟產業之首，台中縣政府自

²¹⁴許惠就/通霄報導，2005.04.06，〈白沙屯文化藝術季，媽祖燈塔亮相〉，中國時報

在拱天宮前廣場舉行的點燈儀式，由銓敘部長朱武獻、立委杜文卿、苗栗縣政府工務旅遊局長韓鴻恩、通霄鎮代會主席蘇永琳、拱天宮主委黃木桂等人共同主持，在數百民眾一起倒數下，媽祖燈塔正式啟動，繽紛的燈光流瀉而出，散發媽祖聖靈光芒，現場歡聲雷動。

由雕塑家楊奉琛打造的媽祖雕像，屹立在宮前廣場戲台上，高四公尺、彩繪座台約一公尺，採用不銹鋼鍛造骨架和平貼不銹鋼技術，再精繪吉祥圖案於座台，充滿慈悲的不銹鋼法體，是最圓滿的宗教藝術精華，更成為白沙屯的宗教景點地標。

然辦起媽祖文化節活動的成功機率就大增。筆者認為，「大甲媽祖國際觀光文化節」的辦理，是一個時代的必然；而其成功的主要原因，卻是因為由鎮瀾宮所主導的「大甲媽祖遶境進香」活動的文化產業競爭優勢所致。

李謁政認為，大甲媽祖的進香繞境，從信仰的活動轉化成全方位美學化的活動，有觀光、有參與信仰、有地方節慶喜年華、有文化志工的組成、有媒體紀錄與傳播，形成一組非日常極度狂歡的文化景觀。

從信仰的基礎開始，祭禮儀式的空間化與身體化，都是大甲媽祖的核心價值，創造性地轉化成節慶，以地方參與的方式推動觀光化，地方特色產業便有機地獲得動力源。它以相關「商品」、「活動安排」、「食宿服務」、「地方遊程」和「文化體驗」、「空間遊歷」到「文化形象」以媒體傳播，生產了巨大的文化認同，也促銷了體驗消費。(李謁政，2005)

台灣各縣市地方文化中心在1999年、2000年紛紛先後升格為文化局後，在以推動在地文化特色、常民文化節慶及帶動觀光產業等成為地方文化政策顯學的前提下，各縣市鄉鎮紛紛辦起了文化節的活動，其中亦不乏冠以「國際」之名的活動推出，但在活動密集且種類繁多的消費市場競爭下，許多文化節活動常淪為縣市鄉鎮「為推廣產業、觀光，而利用既有的廟會節慶文化活動本身，名實不符的進行文化節辦理而行銷政績」，這一種「搭廟會活動之政治便車」的現象相當普遍，常有被批判為浪費公帑及本末倒置之譏，甚至常出現多數文化節活動是在辦過一屆後隨即夭折不再續辦的狀況。

台中縣政府於1999年在前任縣長廖永來手裡開始規劃辦理的「大甲媽祖文化節」活動，當時擔任文化局局長洪慶峰指出：「祭典的部分由廟方依照傳統辦理，而文化局則在考量文化深度、國際化、環保及帶動觀光產業的目標下，精心設計許多活動」²¹⁵。因此，主要的操作策略是在鎮瀾宮「大甲媽祖

²¹⁵蔡文婷〈最平安的一條路—大甲媽祖遶境進香〉

http://www.sinorama.com.tw/main/ch/show_issue.php?id=200359205084C.TXT&page=1

仔細觀察，便會發現，今年的大甲媽祖進香，還出現不少洋面孔；一些進香團體則背著備有碗筷的環保背包配合進香活動，今年地方還推出不少套裝旅遊，而表演的陣頭也都具有高水準，均是得過薪傳獎的優良團隊，可以知道台中縣政府為了這縣內的「旗艦」活動，

遶境進香」活動的主體之外，尋找容易相關切合主題的「藝文、展演、產業、觀光、研討」等活動來搭配。洪慶峰局長甚至在 2001 年時，想出了創作《媽祖聖歌》的構想並進行填詞，第一次推出是在 2002 年，然由於進香單位車輛之使用率播放率不高，故未能造成多大注意；然 2003 年時改為聘請名歌手蔡振南重新譜曲，果然得到較高的迴響。

2003 年，台中縣政府將之投資加碼的擴大為「大甲媽祖國際觀光文化節」來辦理，並納入「縣政十二大旗艦計畫」之一，為縣府上半年度的重點「文化活動」²¹⁶，至今 2005 年已歷第七屆，由於原本進香活動的龐大信眾人氣，使得「大甲媽祖國際觀光文化節」的辦理呈現後勢看漲，愈辦愈大的政績利多。

台中縣政府在 1999 年開始辦理「大甲媽祖文化節」活動時，雖然在遶境進香主體活動之外，規劃了一些較為花俏的藝文展演，然皆未能形成很大的產業利益與觀光特色。

2001 年，台中縣政府推出了「常民文化認同、校園紮根、觀光旅遊資源、跨縣市結盟」四大目標。

2002 年推出「常民文化認同、校園紮根、文化觀光化、加強媽祖遶境活動的文化深度、文化節邁向國際嘉年華」等五大目標。

2003 年開始定名為「大甲媽祖國際觀光文化節」，計畫目標有七，分別是「加強文化深度部分、進香環保化、觀光客倍增部份、產業振興部份、進香隊伍年輕化」，並推出「山海邀客逍遙行—臺中縣旅遊手札暨平安福旅遊卡」，舉辦三天二夜等套裝旅遊，並首次舉辦「亞洲媽祖面面觀—學術交流座談會」。

2004 年「台中縣大甲媽祖國際觀光文化節」推出「好（猴）戲連台迎媽祖」，活動七大主軸分別是「媽祖進香遶境、武林藝表演、戲曲表演、媽祖學

真是卯足了全力。

²¹⁶ 下半年度則主推「兩馬觀光季」（后里馬場與鐵馬自行車活動）

術研討會、主題花卉特展、媽祖文物特展，以及觀光旅遊套裝行程」等。

2005年「台中縣大甲媽祖國際觀光文化節」推出「金雞報喜迎媽祖」，活動自3月13日起持續到5月1日止。縣府打出國際化、精緻化、產業化、年輕化及觀光化的多元策略文化活動為行銷特色；七大主軸為媽祖遶境、武藝文化、國內外傑出演藝團隊展演、花卉特展暨農工商博覽會、觀光旅遊、媽祖文物展、國際學術研討會等。

政治局勢的多變，也反映在文化節行銷熱度與能量上。自1999年開始一手催生媽祖文化節的前任台中縣文化局長洪慶峰也已經高升為文建會副主委一職；而於2001-2002年期間因案被羈押的前台中縣議會議長顏清標也已連續當選了這二屆的立法委員；由於台灣社會對於媽祖信仰的熾烈，歷經2000年、2004年總統大選的拉抬效應，鎮瀾宮早已成了不容小覷的宮廟。也因此，讓2005年的文化節活動，格外受到國內外媒體及中央文建會、新聞局、觀光局等的高規格指導與宣傳。台中縣長黃仲生更直言，大甲媽祖繞境進香活動為世界三大宗教活動之一，黃仲生表示：「大甲媽祖繞境起駕，每年吸引數十萬民眾前來，縣府將積極規劃大甲媽祖為國際觀光文化節活動，結合宗教、文化、產業、觀光、國際等特色，希望民眾們記取媽祖的孝親助人等事蹟，喚醒自身對端正社會風氣的堅持，藉此教育下一代修身齊家為治世之本的觀念。」²¹⁷

而為吸引年輕世代的參與大甲媽祖國際觀光文化節，縣府表示特別跳脫傳統宗教活動的形式，將活動宣傳主題定為「媽祖無所不在」，並設計全新造型的Q版媽祖造型氣球，希望提升新新人類對媽祖文化的接受度，也讓媽祖能更貼近民眾的生活，大家一同來認識台灣人的媽祖文化。而這個媽祖造型

²¹⁷ 2005/03/14 聯合報

筆者以為，這種論調就像是之前有人推動阿里山火車之旅一樣的，將阿里山森林火車宣傳為世界三大森林火車之一一樣的誇大。

相信極少有縣府官員真正有參與過八天七夜的大甲媽祖繞境進香，每每從政治人物口中脫口而出的「十萬人」參與。

氣球，還將巡迴於台北、台中、高雄愛河三地升空造勢。

且亦設置了「藝術趴趴走—文化專車」²¹⁸，車內有文圖並茂的台中縣文化產業簡介、實體展示，包括漆藝、編織作品，還有美味糕餅試吃等。

「文化是個好生意」，對於台中縣政府來說，更是個宣傳政績的好管道。大甲媽祖文化節的開辦，無異開闢了一條宗教觀光的路線，為縣內經濟注入了活水。

2003 年的檢討會議，台中縣政府各局處提出資料指出，依警方、稅捐處估算今年參加民眾達 37 萬餘人，推估創造經濟效益達 2 億 8 千餘萬元，稅捐處並引用靜宜大學觀光系副教授游瑛妙去年的分析資料，去年 20 萬名訪客中，每人所花用餐費 212 元、購買禮品 579 元，平均每人花費 891 元，去年創造經濟效益約 1 億 8 千萬元，推估今年為 2 億 8 千餘萬元。²¹⁹

而根據縣府縣府委託台中縣稅捐稽徵處進行媽祖文化節的商機評估，以 2003 年稅額的變動進行研究分析，作為節慶前後徵績變動成長比較。發現在國際媽祖活動的三、四月期間，35.72% 的顯著性成長，以港區藝術中心所在地的清水成長比達 38.18%，超越大甲鎮 24.68% 和沙鹿轄區 34.29%。台中稅捐稽徵處分析，這是一連串文化盛會參與者所創造的經濟效益。

而靜宜大學觀光事業學系副教授游瑛妙進行經濟影響分析的研究指出，透過訪客花費行為調查，花費於攤販用途及購買禮品平均值各為 312 元、579 元，合計 891 元，並保守估計參與文化活動或遶境進香人次約 20 萬人，約計帶給大甲、清水鎮和周圍地理區域 17,820 萬元的商業毛利。

²¹⁸ 【記者林上玉／中縣報導】2005.04.09，〈文化專車，陪媽姐遶境〉《民生報》

「藝術趴趴走—文化專車」配合 2005 台中縣大甲媽祖國際觀光文化節，今天從台中縣立文化中心出發，明天首站到彰化市南瑤宮展出，4 月 11 日在福興宮，12、13 日移師嘉義縣新港鄉奉天宮，14、15 日在彰化縣北斗鎮奠安宮，16 日到天后宮，展出時間自上午 9 時至下午 5 時。

台中縣文局長陳局長志聲表示，文化專車以 40 呎彩繪貨櫃裝載台中縣文化藝術產業，隨大甲媽祖遶境巡迴中南部各縣市，內容有編織工藝、豐原漆器作品，以及休閒旅遊、糕餅文化、文化古蹟和相關體驗產品。

²¹⁹ 主持會議的副縣長張壯熙認為用推估的不夠科學，而且警方是依派遣勤務人數來推估遊客人數，是否正確，有無膨風，值得推敲，希望明年用更科學的數據來精算遊客人數與經濟效益。

根據靜宜大學觀光事業學系副教授游瑛妙分析指出，媽祖祭典帶動了地方曲藝與武藝的發展，又隨著時代變遷，沒落了，但是大甲媽祖文化節，營造宗教與文化藝術的嘉年華會般慶典，卻又一點一滴凝聚了地方的驕傲，積極向文化的根裡尋，促成傳統產業與技藝復興。²²⁰

2005年，經過地方與中央等的合力拉抬，官方預先「估計」的消費數據的確又超越往年許多。文化局局長陳志聲表示，台中縣政府與大甲鎮瀾宮配合舉辦「媽祖觀光文化節」活動，至今已有五年之久，雙方默契越來越好，今年他們把表演節目推展到各鄉鎮市，鼓勵全民參與，果然挑起民眾興趣，昨天（四月十日）到大甲的遊客約近30萬人，創下歷年紀錄。²²¹

2004年《遠見雜誌》七月號進行了「二十五縣市特色競爭大調查」，調查結果顯示，以國際童玩節打響名號的宜蘭縣是最會做形象促銷的縣市；台北市是台灣最有魅力，以及建築風格最獨特的城市；花蓮縣是最佳旅遊縣市以及最適合養老的縣市。老牌的宜蘭國際童玩節仍是目前台灣最成功的文化觀光季；從南到北，到處開挖的溫泉則成為台灣最當紅的地方特色產業。

以童玩節打響名號的宜蘭縣，以35.4%獲選全國最會做形象促銷的縣市，第二名是屏東縣。這和本次調查全國辦得最成功的文化觀光季，前三名分別是宜蘭國際童玩節（42.3%）、屏東黑鮪魚季²²²（27.7%）以及宜蘭綠色

²²⁰ 2004.04.16, <http://www.ctitv.com.tw/new/news/news02.html?id=16&cno=5&sno=48515>
中天電視網，〈媽祖文化，活絡經濟〉

²²¹ 記者楊昌林／大甲報導 2005.04.11, 〈大甲媽出城，垃圾清出100噸〉，《聯合報》
同時製造的垃圾量也十分驚人，較去年增加4倍以上。慈濟基金會在十日凌晨在媽祖轎出城後，發動台中縣大甲鎮、外埔鄉、大安鄉及苗栗縣通霄鎮、苑裡鎮等地志工，近800人配合大甲鎮公所清潔隊，共同清掃各條道路垃圾，直到清晨六時許結束，共清理約100噸垃圾。

²²² 〈一年22億的新「黑金」屏東黑鮪魚季熱炒商機〉
http://mychannel.pchome.com.tw/channel/class/class_paper_open.htm?d=2004-11-25&e=planningmap&t=.htm&j=55&f=main&v=1
「黑鮪魚觀光文化季」大概是台灣官辦活動中最賺錢的一個。宜蘭國際童玩節一年門票及周邊商機則約為新台幣10億元，2001年首屆鮪魚季開辦前，黑鮪漁業的年產值約為新台幣3億左右，文化局當年只用1,000萬元預算，就為屏東縣創造10億元的商機，今年整體產值更可望突破22億元。

有些地方觀光產業曇花一現，但黑鮪魚季卻愈燒愈旺，秘訣就在於它不僅只是一趟美食之旅。以今年季末均價每公斤570元計算，鮪釣業本身產值僅達7億，但經過行銷包裝和產

博覽會(26.6%)不謀而合。顯示成功的「活動產業」對提升地方形象有很大助益。

而辦得最成功的十個觀光季，分別是「宜蘭國際童玩節」(42.3%)、「屏東黑鮪魚季」(27.7%)、「宜蘭綠色博覽會」²²³(26.6%)、「竹縣桐花季」(12.8%)、「台南鹽水蜂炮」(12.4%)、「花東豐年祭」(10.2%)、「彰化花卉博覽會」(6.9%)、「台中縣媽祖文化節」(6.6%)、「北縣平溪天燈」(6.6%)、「北市北投溫泉季」(5.1%)、「屏東風鈴季」(5.1%)。²²⁴

《遠見雜誌》同時指出，「客家桐花節」在葉菊蘭擔任客委會主委任內時自2002年開始舉辦，因成功打響客家文化的特別意象，也讓其升為行政院副院長。類似的例子，我們還可以看到屏東縣與宜蘭縣，以「黑鮪魚觀光季」與「墾丁風鈴季」兩項活動成功營造出經濟產值，為提振地方產業開闢另一條出路的前屏東縣長蘇嘉全，同樣於2004年總統大選後內閣改組時升任內政部長。更成功的是所謂的「宜蘭經驗」，從前任縣長陳定南、游錫堃，到現任的劉守成，宜蘭縣在地方文化特色與生態環境維護的用心上，運用最佳的創意塑造出宜蘭在地特色的文化觀光產業來，一年四季從春天的「綠色博覽會」、夏季的「國際童玩藝術節」、緊接著的「世界名校划船邀請賽」、冬季的「歡樂宜蘭年」等，而「地方博物館家族」的成功經驗更引領文建會自2002年開始推動「地方文化館計畫」的政策來。

上述調查，顯現的是地方政府在文化觀光政策方面的活動執行後成績，但之所以形成這樣的排序，除了執政縣市首長的文化政策本身外，當然還包

業文化的加值，整體商機立即增加2倍多，這就是企劃以小搏大的神奇力量。

洪萬隆正是成功行銷鮪魚季的靈魂人物。他秉持著「鮮、壯、奇、特、醇」的原則，對黑鮪魚進行整體包裝規劃，以文化力量幫助產業創造經濟利益，同時把空間和時間的戰線拉長，讓活動可以永續發展，而且年年都有新花樣。

²²³ 2005 宜蘭綠色博覽會將邁入第六屆，在累積前五屆的經驗後，已奠定紮實深厚的基礎，根據2004 遠見雜誌對台閩地區觀光市場所作的調查，宜蘭綠色博覽會位居「全國最成功文化觀光季」的第3名，而為期44天的2004 宜蘭綠色博覽會，更為當地帶來高達近五億元的實質經濟效益。

²²⁴ <http://www.books.com.tw/magazine/item/globalview0709.htm>

括了行政首長的執政遠見、活動載體本身的軟硬體建設投資、縣市政府的既有財源多寡、執政中央的資源協助、區域產業的文化經濟條件，以及觀光旅遊的媒合行銷等參數未被詳細分析。譬如：彰化花卉博覽會是行政院農委會大力經費援助的活動，新竹縣桐花季也是行政院客委會投入補助與協助規劃的活動；許多綠色執政的縣市，得到的中央經費補助與政黨高層的加持是自然而然的。

而台中縣政府在不獲得中央的行政支援下，僅僅花費一、二千萬的活動經費，卻創造了數十億的產業商機，自然令其他縣市刮目相看，也紛紛辦起了民間信仰的節慶活動來。但細究這創造龐大商機的源頭，其實並非是台中縣政府辦理媽祖文化節所規劃的文化展演活動而來；最主要的原因，當然是因為有大甲媽祖遶境進香活動與鎮瀾宮本身宮廟產業的特色而創造出來的文化經濟規模，也就是「大甲媽」這個「地方產業金雞母」才是吸引無數信眾與觀光客到訪的主因。

而大甲鎮瀾宮之所以能在時代的宮廟產業競爭中，以其大甲媽祖遶境進香活動之辦理，在歷史條件、區位環境、產業優勢、行銷策略的匯集下，創造出結合政治、媒體、商業、宗教、產業、觀光、文化等宮廟產業權威的「進香活動產業鏈」來，筆者分析其特色如下：

- (一) 持有湄洲祖廟香火的政治資本，掌握宮廟產業的主體性建構；
- (二) 解構香火權威論述，主導並更改南下進香地點；
- (三) 八〇年代開始，主動邀請報章媒體的紀錄報導，後續更帶動人類學界的田野調查研究，以及台北學界的參與建醮撰文紀念，擴大原有民俗廟會活動的文化論述與文化再生產；
- (四) 率先運用電子媒體買時段的行銷策略，後續更發展成新聞台全程進香轉播的強勢競播；
- (五) 活動規模全省最大，進香團隊發展最多（黃美英，1994：30），以及廟會活動的常民熱力、徒步進香的虔誠苦旅、儀駕團隊陣頭的

多樣精采，深具歷史文化特色與文化產業魅力等，都讓台中縣政府能夠輕易的包裝成大甲媽祖國際觀光文化節。

- (六) 加上公部門的政策資源挹注，至今已邁入第七屆，擴大原有的進香儀式活動，邀請國內外表演團體、武術競賽表演等較具特色的活動，發揮傳統廟埕空間的文化特色，活動期間拉長為近三個月；
- (七) 由於主事者的政治人物爭議身分，從最初地方政治網絡的政教關係開始，拉結各大政黨高層的主動參與；之後在兩岸宗教交流當中，牽動台灣國家政策、大陸宗教統戰、台灣主體意識等的意識形態之政治論述，無形中掌握了其宮廟產業特有的政教權力制高點；
- (八) 消費社會與文化觀光時代的來臨，讓坐擁交通便利的國道三號旁，擁有聞名全省的奶油酥餅、芋頭、藺草帽蓆之「大甲三寶」，以及擁有二處三級古蹟—林氏貞孝坊、文昌祠和鎮瀾宮本身；形成極具在地化特色的文化產業，創造了龐大的糕餅產業商機。
- (九) 「台灣媽祖聯誼會」的合縱連橫，穩固掌握台灣宮廟產業權威的氣勢。
- (十) 包括金融、通訊、糕餅、金飾、汽車、物流、網路、成衣、飾品等等業者，一齊加入而形成「進香文化產業鏈」，以媽祖之名而創造數十億的商機。

正因為上述能量大小不一的特色、爭議與優勢等的交互影響、交互增強、相輔相成、互蒙其利，構連出一個鉅大論述的宮廟產業「文本」，才漸次形成大甲鎮瀾宮今日的產業氣勢與規模的；而也正因為鎮瀾宮與有這樣的條件，才使得台中縣政府能夠以「搭便車」的方式，將民間廟會活動重新穿戴包裝一番後的端出文化節慶的菜色，而輕鬆順勢的在執政成績上添上一筆佳績。

二、文化政策「搭便車」的磨合與異音

對於進香歷史數十年、徒步進香的特殊性、文化地理橫跨四縣市，且兩岸宗教交流取得前所未有地位的大甲鎮瀾宮而言，宮廟產業所能獲得的香油錢與宗教商品等收入，早已超過數十億元以上；而宮廟政治上的地位更是權傾一時。也由於整個宮廟產業的經營版圖擴張操作早已呈現世俗化、商業化、政治化的樣貌，在這樣的產業氣勢下，對於台中縣政府來搭便車的文化節活動，鎮樓宮方面的態度常常是令台中縣政府裡外不是滋味的。

早在 2001 年，鎮瀾宮便拒絕加入交通部觀光局所邀起中南部各大媽祖廟所舉辦的媽祖文化節²²⁵活動，各級政府為「振興」觀光產業而選擇具有常民熱力的廟會活動來「介入」本無可厚非，但與民間宮廟產業的接觸和磨合狀況，卻常常必須考量到宮廟政治的現實。

近幾年來，在與台中縣政府的互動方面，幾位受訪者表示，狀況好時，元宵節後的宣傳期間，廟方主事者均願與縣府官員同台演出、互相拉抬；但若互動狀況不佳時，往往看到的是縣府官員自個在廟埕前扮裝秀的宣傳文化節活動。但其實這兩者之間的互動，常常也隱微呈現了地方政治勢力與地方政府間的摩擦。一方面，有錢有勢的鎮瀾宮，仍希望在文化節活動上得到台中縣政府的補助；(蔡紹斌，2002a)²²⁶但另一方面，又不願在整個活動的主導地位上受到台中縣政府於籌備會議上的「諸多規劃建議」所干涉。以致於

²²⁵ <http://www.cdn.com.tw/daily/2001/03/19/text/900319f1.htm>

交通部觀光局結合中南部供奉媽祖的知名廟宇，舉辦臺灣媽祖文化節活動，定於今天在臺北召開中外記者會，觀光局昨天拜會大甲鎮瀾宮邀請參與，鎮瀾宮副董事長鄭銘坤表示，拒絕參加，也不會出席記者會。(中央社)

交通部觀光局結合臺中、彰化、雲林、嘉義、臺南等知名的媽祖廟，在四月份將舉辦國際級的「臺灣媽祖文化節」活動。

²²⁶ 蔡紹斌，2002.04.15，〈也談大甲媽祖國際文化節〉，南方電子報

在針對縣府與鎮瀾宮合辦活動出資的部分，根據縣府較早的說法是：「因為財政困難，今年辦理媽祖文化節的活動經費，已從去年的七、八百萬減少至五百五十萬，而大甲鎮瀾宮也秉持著取之於社會、用之於社會的精神，願意共體時艱，負擔一半的活動經費…」但後來廟方副董事長不但表示不願出資辦理，更進一步的表示廟方有信心獨立辦好遶境進香的活動。

曾經發生幾次籌備會上的溝通不良，卻演變成鎮瀾宮會後對外表達不滿的噲聲動作，除了顯現出鎮瀾宮主導的進香活動和縣政府規劃的文化節間的配合不佳外，鎮瀾宮主事者所展現的「教閥」姿態，也讓已經辦理七屆媽祖文化節的台中縣政府，嚐到了文化活動「搭便車」的為難之處。

每當台中縣政府加碼辦理大甲媽祖國際觀光文化節時，地方文化人士或有提出批判，批判台中縣政府不需要也不值得花納稅人的血汗錢去補助給一個財大勢大的宮廟；台中縣政府也往往會避重就輕的宣稱毫無任何直接補助給廟方。針對台中縣政府主動介入辦理大甲媽祖國際觀光文化節乙事，地方文史工作者蔡紹斌質疑：到底是鎮瀾宮缺錢？還是「大甲媽」缺人了？需要文化局如此主動且積極的想盡辦法介入這樣一個民俗節慶活動？幾經觀察省思，或許創新一個有特色且能匯集人潮的活動是一個近乎不可能的任務，所以新成立的文化局才會想到這樣一個結合現成文化活動的構想，只是沒料到才不過三年，就已經有點尾大不掉了。（蔡紹斌，2002b）

觀察台中縣政府從 1999 年開始辦理的文化節活動，在前任縣長廖永來與文化局局長洪慶峰任內的經辦模式，採取的是一種全面性的辦理方式，二十三個鄉鎮快速的在年度當中均辦上一場常民文化節，與各縣市辦理文化節的內容相較，至今尚無縣市政府出其右者。到了黃仲生縣長任內，由於財政依然拮据，在觀光產業的考量下，轉而重點式的辦理上半年度的「大甲媽祖文化節」和下半年度的「兩馬觀光季」旗艦計畫。近三年來的活動成果，在人潮商機等數據所直接影響的施政績效、政治形象與媒體曝光等的目的方面，均讓台中縣政府有漸入佳境之感。但是，除了可觀的「數據」之外，整個文化節活動的辦理仍有一些缺失，媒體轉播的焦點其實並不常在於台中縣政府所辦理的活動，而是進香活動期間有著高議題性、衝突性而被媒體關注並當成政治新聞或社會新聞來處理的幾個事件。

在台中縣政府與鎮瀾宮之間的合作關係上，得不到鎮瀾宮的支持將使得活動無法於最佳演出地點的廟埕上呈現；且更重要的是，幾項政治人物插香

扶轎請神等媒體必播的儀式畫面，或許將沒有台中縣縣長的出席曝光機會；但是透過台中縣政府規劃安排的國內外戲劇、武術等表演活動，卻也讓文化節期間到訪大甲的遊客，擴大了鎮瀾宮的產業利基。鎮瀾宮最想要的是持續的、有力的、高層的政治拉抬與媒體曝光，在接待慣了總統大選等政黨高層人物的陣仗後，對於台中縣政府的政治位階，自然是不放在眼裡，以致於雙方就文化節的籌畫辦理上，鎮瀾宮常常是得了便宜又賣乖；但對於這樣一個具有相當施政指標性的「大甲媽祖國際觀光文化節」活動來看，台中縣政府又不得不身段放軟的主動與鎮瀾宮來合作。觀察辦理了七年的活動以來，從幾次檢討會議上的學者專家意見與結論內容，正也可以瞭解得知雙方在合作上的磨合與異音之問題所在。

2003年的檢討會議，最受關切的是進香活動尾聲所發生的八家將於廟前砍殺鬥毆的暴力事件，此事件不但留下不好記錄，更引起社會的廣泛討論，以及學校、家長的關心；縣府「宣稱」正由民政局等相關單位積極研擬管理辦法，希望在有效的管理後能減少類似的衝突事件發生。

靜宜大學教授林茂賢認為，信眾搶摸媽祖神轎，這是非常不敬的行為，民眾的再教育是提升整個活動品質的重要關鍵，他建議縣府在明年的活動前就加強教育的宣導。……而是否需要年年邀請外國表演團體，林茂賢則建議縣府應再考量，因為扶植地方藝文團體應該比邀請外國團體更有實值意義，平時可補助地方武館，輔導民間藝文團體，做好傳承計畫，在媽祖文化節時，就是驗收成果的時機。……另外，環保局在今年設計的環保平安袋用意良好，但要有更周延的配套措施，讓民眾更樂意使用。

副縣長張壯熙表示，如果這些研討會能在主活動開始前就進行，不但能提升工作人員的專業素養，也可藉此教育民眾，讓一般大眾在宗教信仰之餘，能更深入了解宗教的內涵，而不只是盲目的崇拜。而環保局可計畫宣傳明年的媽祖文化節如果能繼續使用今年的環保平安袋，將給予特別獎勵，真正做到資源再利用，為地球環保盡一份心。張壯熙認為，縣府既然計畫永續辦理

大甲媽祖節的活動，希望文化局未來能更明確抓住活動的主題，各配合單位能更詳細的規劃活動內容，透過政府的介入，提升文化產業，提高文化活動品質，成為國際注目的焦點。²²⁷

2004年的檢討會議，縣府檢討今年朝向國際化的優點很多，舉辦大甲媽祖國際學術研討會，把地方性慶典做文化深度推展，學者專家提出論文十餘篇，民俗文化與地方產業、觀光相結合，並邀請日本、印度、西藏表演團體，呈現不同的宗教儀式，及邀請國際友人拜訪大甲媽祖。……缺點是國際學術研討會未提早規劃²²⁸，議程安排緊湊，提問及交流時間太少，外國團體非假日在大甲順天路的舞台場所，參與民眾不如預期踴躍，以後可規劃成立接待國際友人住宿的友誼家庭。

本國藝團演出是以「好戲連台」為主軸，但在順天路舉辦有攤販進入，甚至連架設在舞台前路口的充氣拱門也遺失，進香團陣頭與鞭炮聲，及不同戲台演出的音量太大，造成互相干擾，還有民眾為觀賞陣頭而爬上架設燈光的鷹架，十分危險，現場管制需加強。

文宣部分因各活動場次、內容決定太慢，導覽手冊四月八日才出刊，時效性不夠，以後應提早整合各活動時間，以強化宣傳效果；及歷代媽祖神像展在豐原市縣立文化中心舉行，與大甲鎮有距離，導致參觀人數不如預期；套裝旅遊行程，應找績優旅行社合作辦理，以提升品質。

交通疏導方面大甲鎮中山路因道路狹窄，車流疏導不易，及觀禮台搭在中山路、經國路南端路口，陣頭與進香團經過時形成隊伍回堵，明年在規劃上將改進。²²⁹

²²⁷ 2003大甲媽祖文化節結束 中縣府召開檢討會
<http://news.pchome.com.tw/life/cna/20030425/index-20030425184937010402.html>
中央社記者趙宏進台中縣二十五日電

²²⁸ 北港朝天宮分別於1997年和2002年委託學術單位辦理過大型的媽祖國際研討會。但台中縣政府由於是官方單位，活動委外必須經過招標程序，又由於每年皆舉辦研討會，在籌備過程、邀請學者、徵選論文等方面都略嫌倉促、不具規模和代表性。

²²⁹ 記者雷鳴／豐原報導，〈媽祖文化節，37萬人創造2.8億經濟效益〉【2004-05-14/聯合報/B2版/台中縣新聞】，〈縣府檢討會 指今年邁向國際化 把民俗文化與地方產業、觀光相結合 優

從 2003 年、2004 年的檢討會議結果顯示，邀請國外團隊是縣府「國際化」的指標，學者建議的扶植地方團隊，卻是流於形式。較為成功的是台中縣政府將武術文化加大成爲表演、競賽與研討會三項活動，獲得了較大的迴響與好評。

然而，對於台中縣政府與鎮瀾宮合作辦理文化節活動後引以爲傲的「政績」，鎮瀾宮與媒體方面卻是有不同的看法。

2002 年，新科縣長黃仲生首次承辦這項媽祖文化，由於縣府負債嚴重，在缺乏經費，計畫有欠週詳，且沒有主角鎮瀾宮的參與之下，被媒體批評爲活動大演獨角戲，了無新意。

2003 年，台中縣政府再度投入龐大人力推動國際化大甲媽祖文化節，並且決定好好規劃週邊「商圈」，但在鎮瀾宮舉辦的「攤販場地及維持座談會」²³⁰當中，由於縣府的立場爲「零經費」協助，且未有相關文書資料供應，場地將設在那裡？如何管理？也都沒有相關配套；讓出席與會的商家與地方人士有如鴨子聽雷，滿頭霧水且怨言四起。²³¹

2004 年，台中縣政府指定文化中心承辦「大甲媽祖國際觀光文化節」，

點多)

²³⁰記者蘇詩鋒、陳榮昌／中縣報導，2003.02.19，〈大甲媽祖文化節，縣府與攤販協商如鴨子聽雷？〉東森新聞報

今年的媽祖文化節，縣府決定以「零經費」承辦國際性，縣府各科室一級主管天天開會規畫，19 日上午縣府參議呂英俊率同建設局賴英錫、大甲警分局長洪文露等與十餘位蔣公路店家座談，研究流動及地方產業特色等攤販設攤地點、建議設在蔣公路、鎮瀾鎮或民權路等，由於沒有任何文書資料，致商家聽得霧煞煞不知如適從。

而警方對於維持環境、秩序，任何規畫出來都有信心配合執行，建設局長賴英錫則表明這次活動是採取零經費承辦，今日祇是聽聽大家意見，公家祇是協助場地攤販規畫、店家自行與攤販協調租用事宜。鎮長劉家賓即時表明這次承辦雖然沒有經費，屆後的商圈再造所補助的經費，才是真正嘉惠地方，希望店家利用這次組成促進委員會，以便以後協助爭取商圈補助。

大甲里長廖嘉佐知道大家聽不懂座談內容，建議商家讓縣府試辦一年，以做爲往後改善參考經驗。廖里長並於會後同意做縣府與商家的溝通橋樑，會很快的組成「商圈管理促進委員會」。

²³¹記者蘇詩鋒、陳榮昌／中縣報導，2003.02.19，〈大甲媽祖文化節，縣府與攤販協商如鴨子聽雷？〉東森新聞報

由於鎮瀾宮不願配合之聲甚為囂塵，文化中心主任陳嘉瑞²³²特別拜會副董事長鄭銘坤；鄭銘坤除抱怨 2003 年縣府官樣辦理的活動是「有菜無料」，「浪費公帑至極」²³³，「不像話又難以接受」，建議應多辦理有建設性活動，希望讓百年來最龐大進香陣容媽祖八天七夜遶境活動能邁向國際化。

鄭銘坤說，最主要是元宵花燈夜，將有全國平面及電視媒體介紹鎮瀾宮花燈展示，以及擲杯定八天七夜遶境日期及元宵晚會。按列鎮瀾宮花燈展示、並且製造二萬個花燈送遊客，縣府則開支元宵晚會經費，幾年來都是這樣，如果縣府「未能配合」元宵節目，何必再談下去。²³⁴

鎮瀾宮的進香活動提供了台中縣政府一個文化觀光政策的「搭便車」機會，而台中縣政府則是擴大了鎮瀾宮宮廟產業的利基。在這當中，台中縣政府所規劃的活動，多是屬於「遊客」的部分；而鎮瀾宮的進香儀式，其實才是整個活動的主體。雖然有數萬信眾的參與，但其實媒體關注的那儀式畫面，卻不屬於「香客」，而是屬於熱衷於插香扶轎的「政治人物」。正因為齊聚迎神的政教高層人士所在意的是權力的交換、扶轎的位置，以及政治網絡的建立，所以台中縣政府斥資辦理的「週邊活動」，若是侵犯到鎮瀾宮的活動主導權和拼場的面子問題，必定招到鎮瀾宮的「嗆聲」對待。在整個活動當中，政治的、媒體的、宗教的、產業的行銷舞台是人人會搭，但是台中縣長想要

²³² 陳嘉瑞表示；這次的活動命名為「媽祖一世情」希望讓國內人人知道大甲媽祖八天七夜怎麼走完這 340 餘公里的路程。而不知欲如何與瀾宮配合才能完成這項任務。

鄭銘坤指出，每一種活動的推出，主要還是與地方溝通才能達到預期效果。至於媽祖一世情活動，可印製平安護照小冊讓參與的民眾到中縣、彰縣、雲縣及嘉縣計 74 座沿線廟宇蓋廟章，縣府再送送小紀念品，激起民眾參與興趣。

²³³ 鄭銘坤表示；去年縣政府所舉辦的活動中「有菜無料」，隨便叫些腳踏車騎，拿些環保袋不知送給誰，這都叫「活動」，可謂「浪費公帑至極」。話題一轉，鄭銘坤指出，鎮瀾宮媽祖具有雄厚的文物，甚至學校還以大甲媽當教材，縣府何不訓練導覽員解說，讓遊客了解。尤其縣府除在當地舉行活動之外，亦可在彰化縣舉辦踩街，以止媽祖進出城之亂象，主要送一些會反光的衣飾讓行走遶境的信徒走起來有安全感。

²³⁴ 【記者黃武男／大甲報導】，2004.01.14，〈鄭銘坤籲回歸遶境主題勿官樣〉
<http://www.tssdnews.com.tw/daily/2004/01/14/text/930114ha.htm>

媒體表示，台中縣政府 2003 年所承辦大甲媽祖國際觀光文化節，活動內容皆與主要承辦遶境進香的鎮瀾宮脫節，導致最後形成亂源。致使今年鎮瀾宮對縣府擬定以一千萬元的預算辦理活動沒興趣，承辦的文化中心主任陳嘉瑞十分擔憂，於十三日上午首次拜會鎮瀾宮，與副董事長鄭銘坤面對面談論過去及未來的遶境、活動等主題。

站的那個舞台，卻是鎮瀾宮主事者經年累月所佈建的政教網絡關係所搭建出來的，因為能夠在全國民眾、台中縣民、數萬信眾之前，和國家正副元首、政黨高層同台造勢，且透過全國媒體轉播的曝光好機會，筆者相信這始終是政治人物的政治所圖目的之一。

在縣府財政拮据之下，花費納稅人的錢以辦理台中縣最重要的一個常民文化節活動，除了糕餅產業所帶動的商機數字下，既然名為「媽祖文化節」，但究竟在文化節活動當中，彰顯出何種形式樣貌和文化底蘊的「媽祖文化」呢？進香活動的高潮與鎂光燈的聚焦處，是八天七夜進香期間的幾個重大儀式場合；在民間既有的活動歸規模與產業利益的市場機制下，「瘋媽祖」的熱鬧景象自有常民熱力的文化生成。台中縣政府或許應該在在「媽祖文化/產業經濟」的政策平台上，仔細的拿捏與規劃。

台中縣政府辦理「大甲媽祖文化節」至今已歷第七屆，這是一個無須過度宣傳亦能吸引數萬信眾與遊客前來的活動。對於嫻熟操作文化節活動的台中縣政府來說，重點或許已不再是要推出什麼樣的主題來吸引遊客，反而是去思考如何將媽祖信仰文化的精神底蘊和民俗技藝，進行深化的、完整的、長期的推廣和傳承，並且好好處理與鎮瀾宮所進行規劃協調的籌備工作。

三、消費與認同—文化政策的商品化

文化發展對於城市潛在的經濟影響非常巨大，城市的文化形象成了一股可能的經濟力量；在全球化的資本流動、文化傳播與符號消費之間，當今政策發展的趨勢也試圖在經濟、文化、環境和其他都市發展中各個客觀因素之間求得一種平衡，同時又在全球化的世界經濟中強調文化的本土性和差異性。這一模型由「永續發展的城市」觀念衍生而來，透過各種行政管理的加強、利用開放空間、通過文化復興計畫等，讓人們更強烈地認識到身分認同感、歸屬感、創造性和參與感的文化價值，而這就是一種「文化資本」(culture

capital) 的概念基礎。通過在地文化的發展增強社會凝聚力和身分認同感的動作，會在一個無形的文化網路和互動上運作，維繫支撐起城市共同體，並且也為都市社區賦予了意義。(David Throsby, 張維倫等譯, 2003: 159-160)

做為一個非常難以定義的「文化」, 雷蒙·威廉斯將其視為複數的「特定的各種生活方式」(particular ways of life); 從而將文化視為支配與被支配、鬥爭與協商之關係的各種文化 (cultures)。(John Storey, 張君玫譯, 2001: 48) 而此意義網絡的形成, 顯示了文化還是一種「過程」(process)。當我們接受文化為一種過程時, 有一些問題會產生, 一是關於有影響力的群體與被影響者之間的權力關係; 二是關於定義「大眾文化」的問題; 三是「文化是過程」的觀念強調了一個事實, 那就是文化既不同質也不穩定, 而是一個會演化、轉換、多變且多面的現象。(David Throsby, 張維倫等譯, 2003: 10)

林信華研究指出, 「文化」作為一個政策的議題是在二次大戰之後的事, 而專司文化政策的行政機構也是在六〇年代以後才在世界各國陸續地成立, 對於學術機構設立文化行政訓練中心或相關組織則是在八〇與九〇年代間設立。文化從最抽象的生活方式到一種事業與行政之轉變過程, 事實上與全球化 (globalization) 和其同時發生的地方化 (localization) 表現為同一個過程。在這種過程中, 作為社會基本生活秩序的共同體 (community) 擁有不同的表現方式。而對於這些表現方式, 文化與經濟之間的關係演變則扮演著重要的樞紐。另外一方面, 文化與經濟之間的張力最主要也表現在對共同體的認同以及文化商品之間的互動。因此不同的共同體表現方式具有不同的文化經濟關係, 而這也體現認同 (identity) 在地方化或全球化方向上的變化, 並且擁有不同的文化政策思考方向。(林信華, 2003: 23)

而台灣從 1977 年的「國家十二項建設」中, 各縣市的「文化中心」因其中的文化建設項目而開始陸續成立, 但基本上是教育系統下的措施與制度, 文化建設在此尚無主體性。1981 年, 在行政院之下雖設立了「文化建設委員會」, 但並無基本的文化法規與統一的政策; 在以國家機器之「為政治而文化」

的意識形態主導下，不但缺少了來自民間社會的共識與力量，更反映出台灣文化被漠視的時代氛圍。

1987年7月15日解嚴後，台灣的文化土壤開始進入一個思想解放與能量迸發的年代。以往被箝制的媒體報業、集會結社、本土化論述與在地草根文史社團等紛紛釋放出不等的民主躍升力量，各個領域的台灣研究與本土運動不斷激盪出這塊土地的養分與能量，而在教育改革、環境保護、社區意識、本土化論述等方面，更突顯了台灣社會永續發展所需面對的重大課題。其中，在文化議題方面，1994年，「社區總體營造」政策以發掘社區「人、文、地、景、產」為社區意識、公民參與的實踐路徑，並推出「文化產業化，產業文化化」的文化經濟學邏輯。1998年，各縣市政府陸續成立文化局，以在地性為主體論述的地方文化政策論述逐漸具體化。2002年，行政院文建會提出「文化創意產業」的創意經濟政策論述。不論是在文化官僚體系的部分，還是由下而上的社區意識抬頭，看似地方化的體現，卻不免透露出在地方意識抬頭的自主運動過程中，國家機器卻適時的進行文化政策的主導與資源經費補助的收編現象。不論是最初將民間文史社團力量、理念與路線的政策收編，還是晚近援引民間奮力有成的文化創意成果，隨著全球化文化流動的知識經濟的競爭邏輯，透過論述、彙整、編輯、包裝、行銷等官僚技術之再生產，將其整理成時令的文化政策，再現了文化政策做為「商品」的政治經濟學邏輯。

「文化」與「經濟」長久以來分治的局面；或是國家社會發展上，先經濟後文化的一種價值觀，到目前為止，似乎開始鬆動、調整，並且進一步產生對話、互動而又互補性的作用。(明立國，)

文化產業(culture industry)可被視為是一種動態經濟(economic dynamism)與社會轉變的推動力。(David Throsby, 張維倫等譯, 2003: 183) 思索經濟與文化如何交會時，必須強調價值的重要性。文化政策的範疇也不例外。文化活動與文化行為中的經濟層面是文化政策訴求的重點。它意味著文化的經濟價值政策上要考量的重要課題。同時，文化政策背負一項任務—

滿足社會對文化的渴求，這再各種文化形式中都表露無遺，其中包括共享的價值與信仰、族群傳統、主體性、文化產物的生產與消耗等。不論文化政策是廣義的運作，意圖加強文化認同感、文化多元性與創造力或社區內文化生活的其他面向，還是只涵蓋明確的措施，針對特定的領域如藝術、區域發展、文化遺產、觀光等，無論是兩者中哪一種，在政策的形成與執行當中，平衡經濟與文化價值是不可或缺的重要考量。(同前引，187)

從媽祖文化節的主軸論述與活動規劃來看，對於全省各縣市政府辦理文化節已呈現「無所不辦」的狂熱密集狀態來看，對於曾經在 2000 年之內可以在二十三個鄉鎮市各辦理一場「常民文化節」的台中縣政府來說，重複操作的活動內容，採取發包委外的經辦，食衣住行育樂全包的「感官消費」，集合了文化活動當中必然出現的藝文展演、踩街走秀、促銷農特產品、遊藝陣頭等等的「罐裝」活動安排等，都不是難事。從 1999 年開始，媽祖文化節已連續辦理了七屆，2005 年尤其盛大，包括了「在地化」武術文化的表演研討，「國際化」媒體行銷與外國表演團隊的邀請，「觀光化」的幾日遊套裝行程的安排，「產業化」行銷糕餅、花卉、芋頭等產品的龐大商機；「年輕化」的「Q 版媽祖氣球」²³⁵噓頭等。這些活動安排的最大目的，除了是進行「嘉年華會」的藝文展演與休閒娛樂功能外，不外乎是以帶動台中縣的幾項產業與觀光旅遊等的「消費數字」成長為終極目的。

但在 2005 年進香活動一開始，一系列活動七大主軸之一的「農工商產業

²³⁵ 【台中縣政府新聞參考資料】，2005.03.30〈Q 版媽祖氣球公開亮相，預告大甲媽祖國際觀光文化節〉 [藝文類] <http://www.taichung.gov.tw/>

這座全台最大、高 8 米全新造型的 Q 版媽祖，昨日首次在西門町紅樓廣場公開亮相，帶給全國民眾耳目一新的感受。Q 版媽祖也會在之後一系列的宣傳活動中出現，四月二日在高雄愛河旁首度升空，四月八日媽祖起駕繞境前一天，將在大甲再次升空。黃縣長說，北中南的媽祖氣球造型現身，象徵著「媽祖無所不在」、在全台灣的每一個角落，庇祐著台灣人民平安幸福。

昨日立法院長王金平也親自出席，與縣長黃仲生、立法委員顏清標及行政院新聞局長姚文智等人一同進行祈福儀式，為全台灣的人民向媽祖祈求，希望全台灣人民生活安定、國家繁榮。

黃縣長說，媽祖的慈悲與靈驗讓祂的信徒遍及全球，台灣要與世界接軌就要靠宗教文化，縣府希望將大甲的媽祖文化推廣到國際，吸引更多遊客與民眾前往參與盛會，讓世界知道台灣的大甲媽祖的精神。

博覽會」，便由於規劃不周詳、配套不完整，以致於活動期間冷冷清清且飽受各界批評。媒體指出，2005年文化節，台中縣政府在大甲鎮體育場舉辦為期二天半的農工商產業博覽會，參與的有一百多個單位，包括農會產銷班、優質酒庄、工商展售和文化創意產業區等，縣府從開展，就安排滿檔活動，單車競技、原住民歌舞表演、趣味親子互動、兒童彩繪比賽、國外團體表演、知名藝人表演晚會，大甲媽起轎同時，更盛大登場「上達天聽—萬眾祈福之夜」提供一百盞天燈，供民眾施放，還有流行樂團接力放送，民眾卡拉OK等。該活動號稱陪你玩通宵，安排不少活動熱場，但無法帶動人氣，終於冷清閉幕。²³⁶

從各縣市文化局成立以來，「文化立縣，觀光立縣」成了各縣市地方文化政策與區域經濟發展等的政策論述。不論它是「搭便車」的政績行銷也好，「消費化」、「商品化」的文化政策也罷，相對於其他縣市的幾個招牌文化節，台中縣政府在運用經費最少、卻能藉媽祖信眾之力而帶來可觀商機成果與政績行銷效果，的確讓政治人物撿到了一個保證絕不冷場的永續政策。

而在整個活動的行銷與再現部分，以邀請國內外演藝團隊的活動演出來彰顯廟會活動的民俗特色和國際參與；以武術文化原鄉及武藝競演來呈現昔日的鄉勇精神和常民文化；以糕餅產業、套裝旅遊等來行銷大甲產業與中縣觀光的文化產業和文化消費。整個活動的文化願景與政治企圖，是在將大甲媽祖塑造成一個「文化產業—符號消費體系」的政治經濟利基（niche），透過

²³⁶吳敏菁/大甲報導，2005.04.11，〈農工商博覽會，冷清〉，中國時報
<http://news.chinatimes.com/Chinatimes/newslist/newslist-content/0,3546,11050603+112005041100116,00.html>

活動人算不如神算，無法吸引人潮，對比鎮瀾宮周邊，熱鬧喧天，實在有天壤之別。參加單位表示，縣府的立意很好，但沒有考慮到一年一度的媽祖進香，所有的民眾當然都往鎮瀾宮湧進，感受庶民底層的宗教民俗熱力，況且哪裡不可以看表演？鎮瀾宮周邊，攤位一攤接一攤，在這當頭，在一、兩公里外的體育場開辦「農工商博覽會」，推出晚會表演，簡直是自討沒趣。

農工商博覽會邀請縣內的知名陶藝家展售示範陶藝創作，幾乎一件作品都沒賣出去，酒庄展售也很慘，他們說兩天半來冷冷清清，安排知名藝人晚會，吸引的也是在學的年輕族群，一來不可以買酒，其餘展售商品對他們而言，也是吸引力有限。

參與單位表示，宣傳不足、距離廟會太遠，性質不搭，放任攤販在周邊又搭棚搶生意，都是失敗的原因。

「大甲媽」符號的信仰認同，創造一個無限商機的消費認同。除了搬出進香悠久歷史、十萬信眾參與、媽祖神蹟靈驗、環保碗筷使用、政治人物扮裝亮相來鼓勵進香消費外，在「媽祖文化」的時代價值與信仰論述的部分，除了所有政治人物口徑一致的「要學習媽祖慈悲為懷的精神」外，台中縣政府呈現的一種文化失語的狀態。

台中縣政府在與鎮瀾宮的合作過程中，主要的核心活動仍是整個為期八天七夜的遶境進香活動，而其中最具媒體青睞的進香八大儀式，通常也是政治人物出席造勢的舞台，在權勢位階的對比下，台中縣政府雖然身為文化節的主辦單位，但是區區縣長之尊在這個時候也只是受邀來插香祭拜請神扶轎之政治人物之一而已；這其中，受邀出席的次數愈多，媒體報導與曝光機率便愈大，投資一、二千萬的活動經費，當然免不了將信眾當成選票、將宮廟當成政治伙伴的政治動機；而數萬信眾、數億商機的媽祖遶境進香活動的受到矚目，當然就是再攀政治高峰的最好強心針與威而剛了。

在政黨政治的民主社會中，政治人物粉墨登場積極推銷的政策或活動，其本身就是一種「政治商品」的邏輯。民意（public opinion）成爲是商品，而運動(sports)則成爲從眾者慶賀其從眾行爲的儀式。(Horkeimer and Adorno, 1969: 120-167)²³⁷其藉由政策論述下的種種政治施爲與政績行銷，提供能夠讓選民消費的活動商品。文化政策與文化機構本身乃是在這文化系統所表現的程序與關係之中而運作，也就是它們本身即是這主流社會行動的產物，並且本身事實上也在製造消費性、媒體性的文化工業產品。(林信華, 2003: 17)歷經時代的推進與文化政策的變異，文化單位從以往執行國家機器權力意志的文化意識型態者本身，轉變成爲文化消費管理者的同時，其所辦理的文化活動可以說也就是在製造文化商品，以供給文化消費者的消費需求；而其政策與活動之間的邏輯已是文化工業和文化商品的邏輯。

²³⁷ 參引自朱元鴻，2000.12，〈文化工業：因繁榮而即將作廢的類概念〉，《文化產業：文化生產的結構分析》，遠流出版社

官方便宜行事的將原本即相當熱鬧的常民活動巧粧成國際媽祖觀光文化節，藉著台灣媽祖信仰的廣大信眾基礎，包裝成「文化產業的大甲」、「觀光文化的大甲」和「文化經濟的媽祖」。而「媽祖無所不在」的行銷，或許正是一種與資本主義同謀的昭告，昭告所有的信眾與消費者，以媽祖為名的「文化產業—符號消費體系」已全面進入了一個「消費無所不在」的經濟邏輯了。經濟的驅動力(impulse)是個人主義的，而文化的驅動力是集體的(collective) (David Throsby, 張維倫等譯, 2003: 18)。運用信仰的符號認同，舉凡手機、信用卡、網路、內衣服飾、礦泉水等，都可以消費到平安與功德，操弄信仰的認同，以行銷符號消費的認同。在消費文化的脈絡下，消費成了一種信仰，而信仰也變成了一種商品消費，任何新樣式、象徵性物品與經驗形式的生產都已成為文化工業。在符號政治經濟學批判與文化資本理論之後，我們很難再以傳統熟悉的產業範疇來定格文化工業，而必須在生產與播散消費的流動中見證複雜交疊的變形。(朱元鴻, 2000: 30) 藉此容易操作的活動形式與產業商機，做為執政團隊的政績包裝。而其所呈現出來的文化政策，不啻是利用文化節而遂行販賣「文化政策」商品之意圖，徹底再現了「商品化」的文化政策實踐，同時也透露了商品化文化政策的隱憂。另一方面，因為公部門經費的挹注，擴大了鎮瀾宮原有的宮廟產業基模，幫助並加速了整個台灣宮廟產業宗教消費市場的拓展與併吞，以及宗教信仰與文化消費行為的交疊與變異而已。

劉大和指出：整體活動給人的印象而言，主辦單位成功的結合了許多當地的產業來一起參與節慶活動，不過，就宗教文化面的角度來看，除原本的傳統儀式及活動以外，新增的各項活動在宗教文化面向上似乎太弱，反而是增加了許多看起來不甚相干的活動，雖然我們瞭解一個單一主題的活動也可以適時的加入其他方面的活動，以創造多元的吸引力，但是太多的「客」(其他活動)，會產生「反客為主」的印象，至少是「稀釋」了宗教意涵，因而弱化了一個宗教節慶的吸引力。(劉大和, 2005)

地方文史工作者蔡紹斌質疑台中縣府「撿現成」的心理，搭上陣容龐大的大甲媽祖繞境進香活動的便車，做為縣府推動觀光、產業、文化，甚至是社區總體營造等施政做資源的利多，其加分效果究竟能有多少？其甚且擔心產生地方文化經費的排擠效應。而這樣的文化旗艦計畫，能否提出具體的文化活動操作行銷策略，落實類似如文化總會所提出的「身為台灣人，一生要登一次玉山」的口號，或參加朝聖等關乎生命重大意義的心靈儀式活動，來實踐「身為媽祖信徒，一生要跟著大甲媽走一趟八天七夜的進香朝聖之旅」？（蔡紹斌，2002）

經濟模式主導國家和國際事務，是造成文化在當代公共政策上缺席的主要原因之一。在許多民主國家，經濟學的思維模式在政策形成的過程中佔有支配性地位，這也意味著長久以來公共政策和經濟政策幾乎是被畫上等號，兩者可以說是同義的。也因此，經濟學在公共領域中的優越性對文化政策的走向是有很深的影響的。（David Throsby，張維倫等譯，2003：173）由於經濟發展的景氣，反映了人民基本生活需求的財富意識；而貼近產業經濟發展邏輯的文化政策，自然而然的成為拉抬政績的不二捷徑。當整個文化活動的辦理已完全朝向與經濟發展同謀時，文化產業除了成為文化經濟學的研究論述與實踐對象，為了成為可以被計算的營利數字，更選擇了依著資本主義的市場邏輯來運作。政治人物以迎合於廣大民意市場的政治論述，為其所挑選的活動作精心設計的文化產業政策包裝，透過節慶活動的儀式效果，將活躍的民間力量、既存的經濟規模、自主的草根政治一起揉合成文化經濟的可其願景。

作為一個溝通的模式，「消費的基本功能在於能夠創造意義」；從而「製造與維繫了社會關係」。要充分領會消費的這種溝通模式，必須將其視為一種語言：「試著去想商品的意義，將其視為傳達人類創造力的非語言媒介」。消費的實踐是一種「聯合生產」（joint production），與其他消費者共同創造一個價值體系。在一個將人與事件加以分類的流動過程中，消費運用物品來

鞏固與彰顯一套價值判斷」。如此看來，文化是一種「儀式活動」，人們透過消費與其他消費者溝通，而這些文化消費的行為累積起來，就構成了文化的創製。這個系統根本的基礎與意義來源，以及消費文化真正要傳達的，乃是一個潛藏的認知秩序（an underlying cognitive order）。（John Storey，張君玫譯，2001：58-59）

布希亞將消費視為一種語言系統，強調消費的抽象符碼（code），符碼把物體視為一個記號，布希亞宣稱的符號消費時代，是一種以符號取代商品實質，並且以消費符號代替商品實質的消費形態，在其中，符號跨越使用價值和交換價值的古典商品交換邏輯，搖身成爲一種新的商品交換形式，在此，符號不但界定商品，也自我建構商品意義（潘榮欽，2001：162）。從宗教世俗化的變異與調整開始，民間信仰原本即有相當強烈的在地化特色與民俗性風格，在歷史的發展過程中，廟會遊藝的信仰活動演變成文化嘉年華的形式亦頗爲自然，直到地方文化政策的主動靠攏，文化產業政策與觀光休閒趨勢的順勢包裝，挾著媒體瘋狂競播與政治拉抬操弄，媽祖信仰變成「文化產業—符號消費體系」其實是一個經濟邏輯的必然；而布希亞所謂的「消費—對記號的系統化操弄活動」（Jean Baudrillard 著、林志明譯，1997：249），便成了各方競相操弄媽祖消費意義體系的意義指涉了，因爲「被消費的東西，永遠不是物品，而是關係本身」。（同前引，頁 212）當進行媽祖符號商品的消費動作時，行動者與商品（包含文化政策）所產生的「關係」，才是被消費的對象，而其意義的賦予，是約定俗成的。對於媽祖信仰此一符號消費體系，不論是大陸當局的政治統戰與經濟發展目的，或宮廟產業的各式宗教商品，還是台中縣政府辦理媽祖文化節的文化產業與政績拉抬目的等，都再現了差異與區分、信仰與認同、文化與政治、政策與商品、權利與支配等的意義體系操弄，且維繫、建構了系統本身。

根據史都華·霍爾（Stuart Hall）的看法，「認同是在化成（becoming）而非存有（being）的過程中，如何使用歷史、語言與文化資源的問題」（John

Storey，張君玖譯，2001：184)。對於媽祖文化的信仰集體意識認同、台灣意識對抗宗教統戰的本土論述認同、香火分靈爭議的宮廟主體認同、台灣媽祖廟宇合縱連橫的宮廟政治認同、宗教世俗化與市場化的宗教消費認同、政策商品化的政治消費認同、文化產業化的文化消費認同等等，是一個主體在符號意義體系的辯證過程中，自我形成對於路徑的取捨、意義的賦予、文化的再生產的的建構過程。

不論是大甲鎮瀾宮的宮廟產業，還是媽祖文化節的文化產業；不論圖的是宗教經濟的發展，還是文化經濟的發展；這個實踐場域絕對「不可能存在一個單向純粹的經濟流域，而是繁複交雜的生產、消費、知覺、經濟、特性和權力關係的場域」。(李謁政，2005)從信眾主體性建構的角度出發，面對消費文化的全面來襲，主體完全被市場邏輯制約、意識形態宰制的悲觀情境並不可能會產生。消費並不是被動的接收生產，而是一種建立關係的主動模式，而且是一種系統化的模式，也是一種全面性的回應，在它之上，建立了我們文化體系的整體。而被消費的，永遠不是物品，而是關係本身。(Jean Baudrillard，1997：211-212)也就是消費是一種積極的文化實踐過程；透過符號消費體系間的脈絡關係之意義賦予，形塑文化消費與其政治認同的文化再生產，因為在消費與再生產的過程中，「消費」其實是具有積極的複雜性與情境化的主動性。當消費文化成為「認同」與「政治」的必要條件時，「資本主義收編」就相對顯得是迂闊的批評。(朱元鴻，2000：34)

我們必須充分審慎思考的是：文化的產業化只是一個過程，而非目的或結果。我們應當藉此而來重新思考文化的定義問題，重新思考文化與產業之間的關係，甚至是文化與社會、政治、經濟、教育等等的關係，透過文化與社會諸系統之間的溝通辯證，而形成更多元的社會再生產、文化再生產等政治實踐的論述與力量。而官方單位應當儘量「不管事」，以提供經費，全力支持文化界的前瞻性作為及作法，官方只要以提供美好的文化發展環境為職志即可。讓諸如第三部門等的民間力量，充分扮演文化催化劑的角色。因為他

們本身就是一種文化環境。(林信華，2003：28-29)

而以產業化、觀光化、國際化、年輕化等為訴求的活動主軸與設計，明顯的是針對不同層級與社群的分眾行銷策略。但以台灣目前的觀光旅遊環境與社會結構條件等，想要藉由國外表演團隊的邀請、國外部份媒體的採訪而其望達到國外觀光客的倍增效果，無異是緣木求魚。而將文化節包裝文化市集的湯湯水水、吃吃喝喝、唱唱跳跳的感官刺激消費，無異是年年重複進行的文化週年慶，這與海峽對岸媽祖旅遊文化節打著「宏揚媽祖文化，發展旅遊產業」的目標策略並無二致。

雖然政治不應干預宗教信仰自由，但是宮廟產業與地方政治勢力的結合早是台灣司空見慣的現象，而政治人物不能免俗的參與地方廟會活動亦屬常態。幾組流動的可能關係如下：在宮廟產業與政治權力之間，在信仰活動與觀光節慶之間，在文化現象與文化論述之間，在儀式實踐與文化書寫之間，在常民草根動員與官僚技術結構之間，在文化行銷與商品行銷之間，在經費補助與活動主導之間；這些關係建構了媽祖信仰符號消費體系，賦予了消費的政治意涵，主體雖然消費了文化政策商品，同時也成了政治的消費對象；這些關係也建構了現代媽祖信仰的意識形態，物化、異化且愈趨世俗化；這些關係也具現了商業、政治與信仰三位一體的複雜組構。而做為一個文化政策的技術結構，台中縣政府仍是有相當大的活動操作空間，可以在媽祖信仰在多元社會價值轉型與宗教文化論述的部分做很大的發揮的。而非完全以政績思考的政策商品化來搭配鎮瀾宮的演出。

第五章 結論

本文旨在探究大甲鎮瀾宮如何將朝天宮原本主導的「香火權威論述」，透過湄洲祖廟香火的權力象徵，建構其宮廟產業的主體性；並藉由進香活動及其權力的政治實踐，在香火政治、宮廟政治、政黨政治、國家政策、兩岸宗教交流之政治操弄等的權力關係運作過程中，確立其媽祖宮廟產業的龍頭地位，並建構了一個鎮瀾宮模式的「宮廟產業權威論述」。而本論文的研究，歸結幾項結論如下：

一、 政教權力的技術與謀略—「解構/再建構」的宮廟產業權威論述

大甲鎮瀾宮從原本的在地信仰中心，在 1987 年突破兩岸宗教交流的新局後，以香火分靈爭議之名，將往來北港朝天宮數十年歷史的「謁祖割火」儀式，改為前往新港奉天宮的「遶境進香」暨舉行「祝壽大典」，並取消「香擔」的設置；此舉引發二十世紀八〇年代台灣媽祖信仰最為爭議的宮廟政治角力，鎮瀾宮藉此完成了宮廟主體性的建構，並解構了朝天宮主導的「香火權威論述」，從此改寫了宮廟產業的權力圖譜。

1998 年，時任台中縣議會議長的顏清標入主鎮瀾宮董座後，復將原本地方派系草根勢力的格局，增大為縣市層級的政治權力，而其與省、黨、中央等的政治網絡關係，更讓鎮瀾宮的政教能量開始流竄與增強。1999 年 4 月媽祖文化節的首屆辦理，是公部門開始以行政資源挹注及地方文化政策傾斜靠攏的開始；同年開始的「2000 年總統大選」選舉活動，由於顏清標與台灣省長宋楚瑜的政治情誼，在鎮瀾宮早已熟稔「宗教進香，政治操作，媒體行銷，異業結盟」模式的同時，五組候選人紛紛前往參加鎮瀾宮的進香儀式等活動（除了李敖以外），由於扣連到國家元首的選舉造勢活動，在政黨間的權力鬥爭與選票考量下，且將鎮瀾宮視為造勢必爭之地，無形中又更確立鎮瀾宮宮

廟產業的龍頭地位。

2000 年的「宗教直航」議題，顏清標運用了立法院泛藍黨團的幫助，以宗教交流議題挑起了直航政策與國家安全的朝野攻防，顏清標飛抵中共中央商討交流細節並受到高規格接待的氣勢，7 月 16 日行政院長游錫堃更在「媽祖搭飛機」前在中正機場大廳祭拜恭送媽祖，此行全副進香儀駕陣頭團隊三千多人、數名立委陪同、九家電視新聞台、八十餘位媒體記者隨行的龐大陣仗，在與中共當局交涉衛星直播獲准後，突破了島內進香儀式的領域性，直接將三獻禮大典實況直播回台，更讓鎮瀾宮的氣勢如日中天。

2001 年，以鎮瀾宮為首的「台灣媽祖聯誼會」成立，更宣告了宮廟產業進入合縱連橫時代的開始。而隨著 2001、2004 兩屆立法委員選舉，顏清標在爭議聲中仍順利當選，顏清標從身繫囹圄到成為國會議員，鎮瀾宮宮廟產業與其個人政治網絡之間織構出的政教權力，透過其政教位階的支配技術，在香火政治、宮廟政治、地方政治、政黨政治、國家政策、兩岸宗教交流之間，行使其散置密佈在各個場域的權力，權力在這些關係之中流動著，而鎮瀾宮的宮廟產業則是隨之益形擴大，主事者充分的掌握宮廟政治經濟學的操作邏輯；而散置關係的配置與連結更強化了其權力/知識論述的主導權威和政治實踐，在香火/權力/產業三者間的交互運作，徹底建構了「宮廟產業權威論述」。

二、鎮瀾宮模式—以「宗教進香，政治操作，媒體行銷，異業結盟」來擴大宮廟產業的利基

根據王見川就史料記載之研究，朝天宮可能在日據時期以後從未到過湄洲祖廟；而日據時期台灣幾座媽祖廟宇前往湄洲祖廟進香以及湄洲媽祖曾被迎請來台的四次紀錄中，亦沒有朝天宮與鎮瀾宮參與的相關記載。鎮瀾宮在清代及日據時期究竟有無前往湄洲祖廟謁祖進香，是否如六〇年代漢聲雜誌所訪談及黃敦厚所調查研究的每十二年前往一次，但因人數過少、規模不大，

且是兩岸貿易行爲的附帶活動，以致引不起注意而缺乏紀錄之說法，相信需要更多的史料調查才能有更完整脈絡下的論斷。綜上所述，可以觀察出湄洲祖廟「香火」的意義除了能證明其「所從出」之外，對於近二十年來台灣媽祖宮廟產業發展的競合態勢，其實並不那麼的重要。

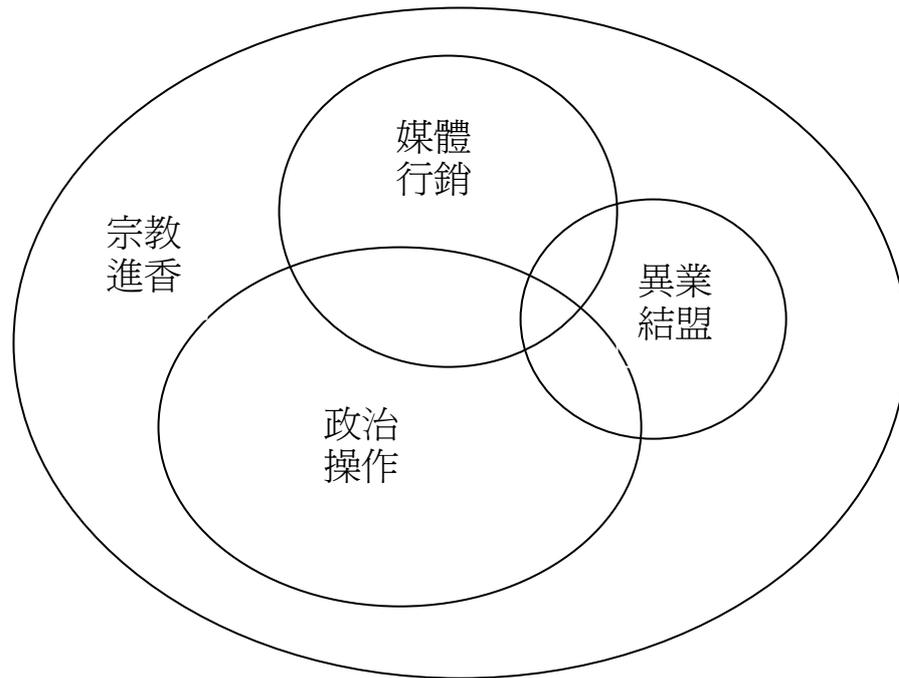
1987年11月7日下午由鎮瀾宮董監事們所帶回的祖廟香火，是大甲鎮瀾宮開始建構其宮廟產業主體性的策略之一。祖廟香火對於台灣媽祖信仰的香火政治、宮廟政治而言，是一個可以巧妙操弄的象徵資本，也是一個進行權力/知識論述的重要文本。然而，我們由1997年1月24日湄洲媽祖金身來台遶境百日事件，可以觀察出台灣各大「至親廟」與「湄洲媽祖」間的拒斥態度，瞭解到「祖廟香火」與島內媽祖間的分靈關係，在宮廟政治的利益競合下，根本已不重要。雖有元廟子廟香火分靈之實，但迎拒之間並非僅是建立在單純的香火關係之上，島內各座宮廟在亟思發展自身宮廟產業的利益優先考量下，爲人作嫁的「抬轎」動作，是做不出來的。因爲，當台灣每座奉祀媽祖的廟宇、神明會或信眾等，都能夠輕易的前往大陸以「香擔」取得祖廟香火和湄洲媽祖的分身神像之後，所奉祀的媽祖位階的高低似乎不再那麼重要；重要的應該是宮廟產業如何擴大利基，也就是產業規模和宗教市場的問題了。

而鎮瀾宮爲何能成就今日的產業規模，其實就是多方尋求各種能夠行銷及拉抬其宮廟產業的力量介入，也就是一種打開市場，將餅做大的策略；究其實，還是資本主義的市場邏輯。其能夠成爲台灣媽祖信仰宮廟產業的龍頭地位之歷史條件、區位環境、產業優勢、行銷策略等如下分析：

- (一) 持有湄洲祖廟香火的象徵資本，掌握宮廟產業的主體性建構；
- (二) 解構香火權威論述，主導並更改南下進香地點；
- (三) 八〇年代開始，主動邀請報章媒體的紀錄報導，後續更帶動人類學界的田野調查研究，以及台北學界的參與建醮撰文紀念，擴大原有民俗廟會活動的文化論述與文化再生產；

- (四) 率先運用電子媒體買時段的行銷策略，後續更發展成新聞台全程進香轉播的強勢競播；
- (五) 進香活動全省規模最大，以及廟會活動的常民熱力、徒步進香的虔誠苦旅、儀駕團隊陣頭的多樣精采，深具歷史文化特色與文化產業魅力等，都讓台中縣政府能夠輕易的包裝成大甲媽祖國際觀光文化節。
- (六) 加上公部門的政策資源挹注，至今已邁入第七屆，擴大原有的進香儀式活動，邀請國內外表演團體、武術競賽表演等較具特色的活動，發揮傳統廟埕空間的文化特色，活動期間拉長為近三個月；
- (七) 由於主事者的政治人物爭議身分，從最初地方政治網絡的政教關係開始，拉結各大政黨高層的主動參與；之後在兩岸宗教交流當中，牽動台灣國家政策、大陸宗教統戰、台灣主體意識等的意識形態之政治論述，無形中掌握了其宮廟產業特有的政教權力制高點；
- (八) 消費社會與文化觀光時代的來臨，讓坐擁交通便利的國道三號旁，擁有聞名全省的奶油酥餅、芋頭、藺草帽蓆之「大甲三寶」，以及擁有二處三級古蹟—林氏貞孝坊、文昌祠和鎮瀾宮本身；形成極具在地化特色的文化產業，創造了龐大的糕餅產業商機；
- (九) 「台灣媽祖聯誼會」的合縱連橫，穩固掌握台灣宮廟產業權威的氣勢；
- (十) 包括金融、通訊、糕餅、金飾、汽車、物流、網路、成衣、飾品等等業者，一齊加入而形成「進香文化產業鏈」，以媽祖之名而創造數十億的商機。

圖三：鎮瀾宮模式



三、主體的位置—在兩岸交流的信仰認同與符號經濟的文化消費之間

媽祖民間信仰在台灣之所以盛行的原因，和台灣從明、清時期閩南、粵東先民渡海來台所形成之移民社會（immigrant society），以及屯墾初期鄉民社會所據以形成之原鄉聚合、庄頭結社之強烈社會意識等，便形成了庄頭廟宇的祭祀圈之在地化信仰的文化特徵。隨著移民台灣後的開墾拓荒，以及與其他不同族群住民的文化衝突與政治融合，在這立命安身的生存大環境中所必須重新建立的社會秩序，以及文化意識的凝聚等結構歷程，漸次的轉化成土著社會（native society）之土地認同、社會認同的集體意識。而這也是台灣民間信仰能夠快速在地化的原因之一。

隨著跨越文化地理的小規模遶境進香活動之舉行，媽祖信仰從海神神格擴大成爲多元化神格，各地的分靈子廟先後建立，庄頭聚落的祭祀圈與跨地域的信仰圈的交互融合與文化交流，漸次的形成了幾個較大的信仰中心。一

個漸漸形成擁有全省廣大信眾的媽祖信仰文化，在靈力神蹟的流佈、交通工具的進步、神明會組織與進香團體的確立，漸漸的發展成「三月瘋媽祖」的信仰文化。

既然有元廟子廟之不同位階，有區域信仰中心或全台知名大廟的形成，香火權威便成了媽祖信仰文化裡的宮廟產業之象徵資本，而且是可以轉化為政治經濟資本的象徵。(林本炫，1997)而在區域經濟與宮廟產業發展的前提下，香火權威之論述，再現了宮廟政治之權力差異與政治實踐。而大甲鎮瀾宮遶境進香活動的歷史特殊性，其徒步進香的行腳苦旅，是一種迥異於資訊社會的工具理性之異化宰制，而隔離世俗進行心靈儀式的信仰實踐，在這八天七夜聖俗交融(communitas)的特殊時空裡完成心靈的轉化。鎮瀾宮透過靈力神蹟的傳播，台灣媽祖聯誼會成員與神明會的組織動員等，發展成了全台數萬信眾齊聚參與的文化廟會活動，信眾不僅來自台灣各處，透過宮廟產業的行銷更讓整個台灣幾乎都在一個大甲媽的信仰圈之中。除了形塑一個更大信仰圈的集體認同，隨著宗教商品與文化節慶在以資本主義經濟邏輯的行銷下，更透過文化消費來進行消費認同與文化再生產。

隨著 1987 年開始的兩岸媽祖信仰文化交流，1997 年湄洲祖廟媽祖的來訪遶境等，這十八年來，台灣的媽祖廟宇組織幾乎是年年率領信眾前往祖廟謁祖進香。由於兩岸之政治關係是處於對立的情況，大陸對於台灣國際地位生存空間的打壓從未手軟；也因此，大陸當局對於利用宗教交流活動遂行宗教統戰的政治目的也從未停歇，媽祖信仰便成了政治操弄的工具。但在媽祖信仰文化真正活絡與虔誠的台灣社會方面，透過在地化信仰的認同、社會的認同、土地的認同、島嶼的認同，以及台灣主體意識的認同等，自然也形成了一股對抗大陸宗教統戰的意識形態宰制之主體論述。信眾對於台灣媽祖崇祀的意義背後，象徵著一種對於「台灣」(Taiwanness)主體意識的社會與政治

認同²³⁸。亦即，文化（媽祖信仰）與社會（台灣社會的認同）是互製的。（張珣，2003：174）但是，這樣的認同結構當中，仍然可見到宮廟政治與政黨政治的利益對抗和政治角力，不論是統獨立場的不同，還是宮廟產業的競合。

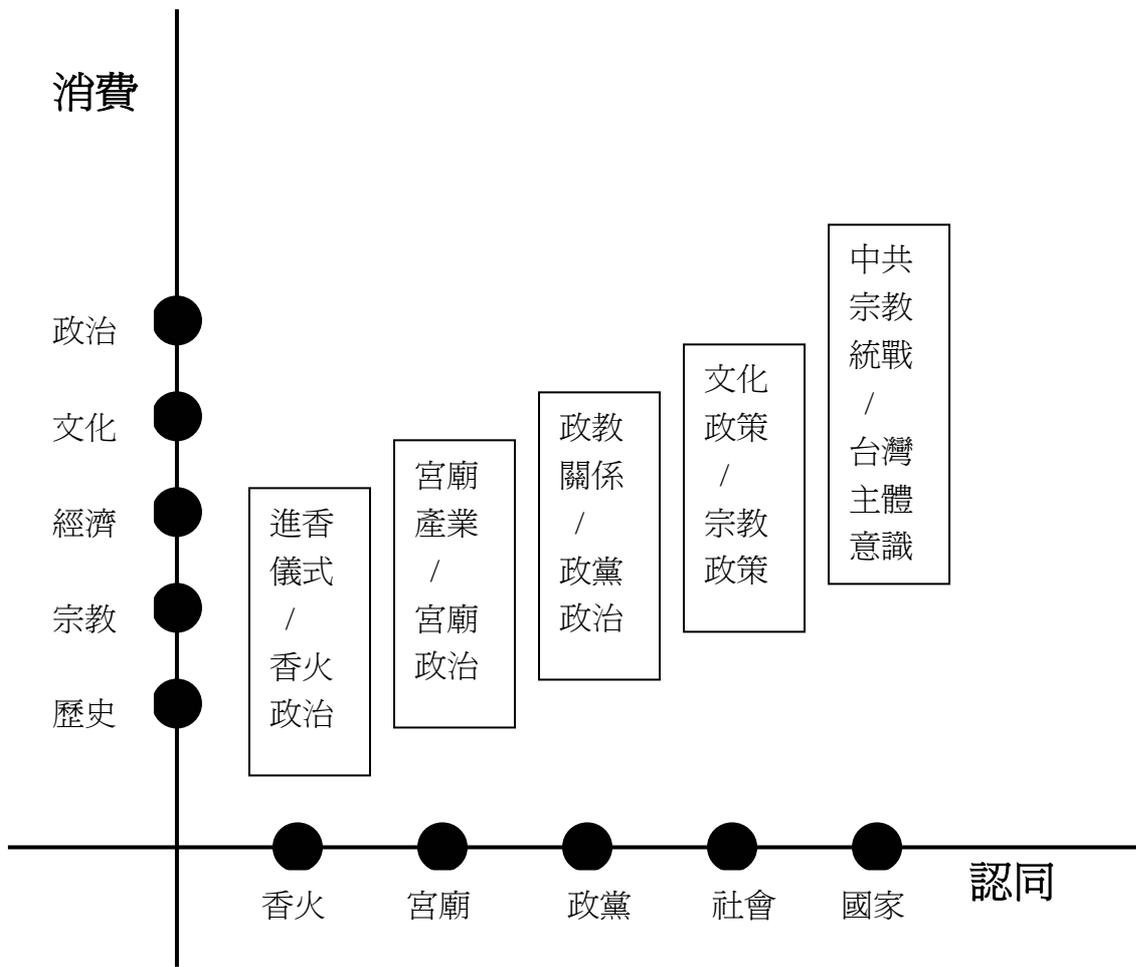
在分殊化的社會中，宗教勢力所能干預的公共事務已漸漸減少，甚至自公共領域撤離。但民間信仰宮廟組織卻由於有著紛亂的地方勢力介入主事階層，因而產生不同程度的政教操弄。在媽祖信仰意義體系與符號消費體系的交互關係脈絡中，不同的論述文本有著不同的信仰認同與消費認同，而呈現出多樣態的權力/知識之意識形態。譬如：屬於祭祀圈層級的香火政治與宮廟政治，信眾的立場往往隨著所屬祭祀圈之不同，而產生與不同祭祀圈間微妙的衝突和互動關係。而在政黨政治的層級上，信眾的立場可能同時摻雜著所支持的政黨立場而不同，以致於媽祖信仰有著政治人物操弄選舉的權力競逐。而在國家政策層級上，宗教直航與宗教統戰之間的國家安全、國家利益與台灣主體意識的衝突上，信眾的位置正如同前面所述的，已然透過對於台灣政治實體的社會認同、政治認同，而產生了拒斥中共利用文化血緣的宗教統戰與操弄媽祖信仰。而主體在這些變異紛呈的互動關係之意義賦予過程中，正進行著在政治與宗教無法切割分離下，媽祖信仰文化的權力/知識論述與政治實踐的文化再生產。

兩岸的宗教交流雖然不斷，然兩岸對於媽祖文化的關注焦點之一，卻是如何運用媽祖文化來創造出更大的宗教經濟商機。但由近年來大陸「媽祖文化旅遊節」和台灣的「國際觀光文化節」所呈現的活動樣貌來看，「媽祖信仰—符號消費體系」正在文化與經濟的新關係中，被進行著其「經濟資本」的擴大生產；很顯然的，一種擴大經濟內需的文化產業包裝與文化政策商品論述，正昭告著消費大眾—「媽祖無所不在，消費無所不在」²³⁹的時代來臨。

²³⁸ 參引自張珣，2003，〈儀式與社區〉，《文化媽祖》，中央研究院民族學研究所，頁 173-174
Sangren 將 Durkheim 的社會學發揮，運用到複雜社會如台灣的實證研究上。他認為，不同社區前往北港進香，在崇拜媽祖之時，信徒崇拜的背後其實是同屬於一個「台灣」的社會認同（Sangren，1987：204）

²³⁹ 「媽祖無所不在」一語，為台中縣政府 2005 年大甲媽祖國際觀光文化節的宣傳主題。

圖四：媽祖信仰符號意義體系的認同與消費



參考書目

※以出版年代為序

李亦園

1978 《信仰與文化》，台北：巨流。

呂理政

1982 《傳統信仰與現代社會》，台北：稻鄉出版社。

馬凌諾夫斯基（Bronislaw Malinowski）著，朱岑樓譯

1984 《巫術、科學與宗教》，台北：協志工業。

李亦園

1985 〈民間宗教儀式之探討—討論的架構與重點〉，《民間宗教儀式之探討》研討會論文集，頁數 1-7，台北：中國民族學會。

張 珣

1986 〈進香、刈火與朝聖：宗教意涵之分析〉《人類與文化》22，頁 46-54，台北：台灣大學考古人類學會。

1992 〈媽祖信仰在兩岸交流中表現的特色〉，《兩岸宗教現況與展望》，頁 263-296，台北：學生書局。

1995 〈大甲媽祖進香儀式之空間的階層性〉，《空間、力與社會》中央研究院民族所。

1995 〈台灣媽祖的信仰——研究與回顧〉《新史學》6:4，頁 89-125

1995 〈大甲媽祖進香儀式空間的階層性〉《空間、力與社會》，頁 351-390，台北：中央研究院民族學研究所。

2001 《台灣本土宗教研究導論》，與江燦騰合編，台北：南天出版社

2002 〈大甲社區的研究：以媽祖進香活動為例〉《「社群」研究的省思》陳文德、黃應貴主編，中央研究院民族學研究所。

2003 《文化媽祖：台灣媽祖信仰研究論文集》，台北：中央研究院民族學研究所。

郭金潤

1988 《大甲媽祖進香》，台中縣立文化中心。

瞿海源

1988 〈世俗化與宗教變遷〉《犯濫與匱乏》，台北：允晨圖書公司。

1988 〈中國人的宗教信仰〉《中國人：觀念與行爲》，文崇一，蕭新煌主編，台北：巨流出版社。

1997 《台灣宗教變遷的社會政治分析》，台北：桂冠圖書公司。

蔡相輝

1989 《台灣的王爺與媽祖》，台北：台原出版社

1989 《北港朝天宮志》，雲林縣：財團法人北港朝天宮董事會

- 宋文里
1989 〈民間信仰、世俗化與迷信：一個心理學的觀察和討論〉《解嚴前後，台灣新興社會運動》，徐正光、宋文里合編，台北：巨流
- 林美容
1991 〈由祭祀圈到信仰圈——臺灣民間社會的地域構成與發展〉《人類學與台灣》，台北：稻香出版社
- 林本炫編譯
1991 《宗教與社會變遷》，瞿海源校閱，台北：巨流
- 林本炫
1997 〈湄洲媽祖帶來的信仰熱潮與爭議〉《國策期刊》157 期，1997.02.04
http://www.inpr.org.tw:9998/inprc/pub/journals/150-9/m157_5.htm
1997 〈宗教熱潮或信仰重組？對台灣當代信仰變遷的另一種解讀〉「宗教、靈異、科學與社會研討會」論文集，中央研究院社會研究所籌備處，台北：南港
<http://www.ios.sinica.edu.tw/pages/seminar/religion/林本炫.htm>
2000 〈宗教直航，誰說了算？〉《聯合晚報》06.07
- 涂爾幹 (E.Durkheim) 著，芮傳明等譯，
1992 《宗教生活的基本形式》，台北：桂冠圖書出版
- 毛榮富
1992 〈勾勒權力/知識之系譜的雕手——傅柯〉，《當代社會思想巨擘》，頁 158-187，台北：正中書局
- 李振英
1992 〈一個基督提的反省——兩岸宗教交流的意義、重要與態度〉，《兩岸宗教現況與展望》，頁 17-44，台北：學生書局
- 伯格 (Berger, Peter L.) 著，高師寧譯
1992 《神聖的帷幕》，上海：上海人民出版社
- 熊自健
1992 〈海峽兩岸宗教政策與宗教交流的前景〉，《兩岸宗教現況與展望》，頁 45-60，台北：學生書局
- 潘英海
1993 〈儀式：文化書寫與體現的過程〉，收錄於黃美英：《台灣媽祖的香火與儀式》，自立晚報出版社，頁 21-22
- 黃美英
1994 《台灣媽祖的香火與儀式》，台北：自立報社。
- 張錦華
1994 《傳播批判理論》，台北：黎明圖書公司。
- 莫里斯 (Morris, B) 著，張慧端譯
1996 《宗教人類學導讀》，台北：國立編譯館。

- 胡幼慧
1996 《質性研究：理論、方法及本土女性研究實例》，台北：巨流。
- 蘇峰山
1996 〈傅柯對權力之分析〉，收錄于黃瑞祺（編），《歐洲社會理論》，台北：中央研究院歐美研究所。
- 布寇克（Bocock, Robert）著，張君玫、黃鵬仁譯
1997 《消費》，台北：巨流出版社。
- 林碧堯
1997 〈台灣不需要「政治媽祖」－正視北京「木馬屠城」詭計〉《民眾日報》，01.23。
- 李永熾
1997 〈從中國媽祖來台看台灣人的心態〉《民眾日報》，01.25。
- 莊淇銘
1997 〈利用宗教就是對宗教的大不敬〉《民眾日報》，01.29。
- 陳茂雄
1997 〈錯把惡魔當天使〉《民眾日報》，01.31。
- 董芳苑
1997 〈宗教交流？宗教統戰？－正視中國「共產媽祖」登台巡境的問題〉，《民眾日報》，02.14。
- 張正修
1997 〈湄洲媽祖來台的啓示〉《民眾日報》，02.16。
- 布希亞（Baudrillard, Jean）著，林志明譯
1997 《物體系》，台北：中時出版社。
- 伯格（Berger, Peter）著，楊麗中譯
1997 〈世俗化過程的社會起源〉《文化與社會》，吳潛誠(總編校)，頁304-316，臺北市：立緒出版社。
- 杜聖聰
1997 〈學者質疑湄洲媽祖的真偽，陳適庸籲回歸純宗教〉《新新聞》516期，<http://www.new7.com.tw/weekly/old/516/article055.html>
- 陳建勳
1997 〈透視湄洲媽祖來台所引起的爭議－媽祖牌的商品世界爆發總代理權爭奪戰〉《新新聞週刊》517期
<http://www.new7.com.tw/weekly/old/517/article064.html>
- 陳其南
1997 《台灣的傳統中國社會》：台北：允晨圖書公司
- 黃文博
1997 《台灣民間信仰與儀式》台北：常民文化出版社

- 李孟浩
1997 〈佛法與心理治療的親密對話〉，《麻園頭溪·蜉蝣論壇》
<http://www.psychoastrology.com.tw/ephemere-forum/8608.htm>。
- 夏春祥
1997 〈文本分析與傳播研究〉《新聞學研究》54，國立政治大學新聞研究所，<http://show.nccu.edu.tw/mcr/mcr054/mcr5407.htm>。
- 晏山農
1997 〈宗教當然不祇是宗教而已〉，《中國時報》01.28
- 楊大春
1997 《傅柯》，台北：生智
- 魏 萼
1997 〈臺灣的媽祖文化與市場經濟〉，國立中山大學社會科學季刊 1:1
霍爾（Hall, Stuart）、陳光興合著，唐維敏編譯，
1998 《文化研究：霍爾訪談錄》，台北：元尊文化出版社。
- 盧曼（Luhmann, Niklas）著劉鋒、李秋零譯，劉小楓選編
1998 《宗教教義與社會演化》，香港：漢語基督教文化研究所出版。
- 邱天助
1998 《布爾迪厄文化再製理論》，台北：桂冠圖書。
- 蔡采秀譯
1998 《傅柯》，台北：巨流出版社。
- 王嵩山
1999 《集體知識、信仰與工藝》，台北：稻鄉出版社。
2003 《過去就是現在》，台北：稻鄉出版社。
- 林濁水
1999 〈政教依附關係愛恨糾葛〉《中國時報》，05.23。
- 王順民
1999 〈大甲媽祖與四大天王〉《聯合報》，08.24。
- 王志弘
1999 《文化研究講義》台北：作者自行編印。
- 朱元鴻
1999 〈消費---政治經濟學之外〉《當代》67，頁 12-23。
2000 〈文化工業：因繁榮而即將作廢的類概念〉《文化產業：文化生產的結構分析》，張荳雲主編，台北：遠流。
- 邱澎生
1999 〈文化如何影響經濟？由「商人精神」到「消費心態」〉《新史學》10：3，<http://www.sinica.edu.tw/~pengshan/adshead.htm>
- 喬傑生（Jorgensen, Danny L.）著，王昭正、朱瑞淵譯
1999 《參與觀察法》，弘智出版社。

- 楊惠南
1999 〈台灣民間宗教的中國意識〉《海內外台灣人國是會議》，
1999.11.12，<http://taup.yam.org.tw/announce/9911/docs/11.html>。
- 許谷鳴
2000 《神性、溝通與詮釋—媽祖信仰叢結的社會交往》，嘉義：南華
大學亞洲太平洋研究所碩士論文。
- 韋伯（Weber, Max）著，康樂、簡惠美 譯
2000 《宗教社會學》，台北：遠流出版，2000。
- 王見川，李世偉合著
2000 《台灣媽祖廟閱覽》 台北：台灣閱覽室。
2000 《台灣的民間宗教與信仰》 台北：博揚。
- 吳孟芳
2000 〈顏清標：都是對著我來〉《新台灣新聞週刊》，2000.06.18
<http://iwebs.url.com.tw/main/html/newtaiwan/13.shtml>。
- 張顯超
2000 〈兩岸宗教直航中共順水推舟〉《中國時報》，06.19。
- 葉永文
2000 《宗教政治論》，台北：揚智。
- 伊里亞德（Eliade, Mircea）著，楊素娥譯
2001 《聖與俗：宗教的本質》，台北：桂冠圖書。
- 高師寧
2001 《新興宗教初探》，漢語基督教文化研究所，香港：道風書社
- 潘榮飲
2001 〈現代消費理論的轉折與超越--從阿多諾、馬庫色到布西亞〉《思
與言》39(1)，頁數 145-172。
- 王鏡玲
2002 〈台灣基督長老教會的「一神」信仰現象初探〉《台灣教會公報》
第 2639 期、2640 期，<http://www.pct.org.tw/1.doc>。
- 王崇堯
2002 〈中國媽祖統戰台灣媽祖〉，09.08
http://home.kimo.com.tw/snews1965/polit/polit_00/polit_01/polit00447.htm。
- 林信華
2002 《文化政策新論：建構台灣新社會》台北：揚智。
- 林茂賢
2002 〈臺灣媽祖傳說及其本土化現象〉，《靜宜人文學報》，台中：靜
宜大學。

- 陸委會
2002 《大陸宗教概況 1996-2001》，台北：行政院大陸委員會。
- 張家璘
2002 〈政教關係與兩岸宗教交流——以兩岸媽祖廟團體為焦點〉，《新世紀宗教研究》1：1，<http://www.ihere.org.tw/edb/dfile/ca1/c1-1-2.pdf>。
- 蔡紹斌
2002a 〈政府每年補助大甲鎮瀾宮進香活動有感——對政府補助「大甲媽祖文化節」的反思〉，南方電子報
<http://iwebs.url.com.tw/main/html/south/681.shtml>。
- 2002b 〈也談大甲媽祖國際文化節〉，南方電子報，
<http://iwebs.url.com.tw/main/html/south/449.shtml>
- 姚文琦
2002 《台灣媽祖信仰的進香態度及其變遷——從信眾的觀點進行觀察》，台北：世新大學社會發展研究所碩士論文。
- 耿 曙
2002 〈深度訪談：意義、實踐、問題〉《政大「研究生研究方法研習營」深度訪談法專題》，2002.11.20。
- 蔡泰山
2002 《媽祖文化與兩岸關係發展》，台北，立得出版社。
- 黎熙元
2002 〈神的體系和鄉村人的社會視覺〉《二十一世紀》3
<http://www.cuhk.hk/ics/21c/supplem/essay/010344.htm>。
- 索羅斯比 (Throsby, David) 著，張維倫譯
2003 《文化經濟學》，台北：文建會、典藏出版社。
- 黃敦厚
2003 〈大甲鎮瀾宮進香歷史之探討〉《台中縣大甲媽祖國際觀光文化節會議手冊——亞洲媽祖面面觀》，台中縣政府。
〈大甲媽祖進香變遷史〉《大甲媽祖國際學術研討會》會議資料冊，台中縣政府，靜宜大學。
- 2004 《台灣媽祖文化語彙全紀錄》，台中：中興大學中文研究所碩士論文。
- 2005 〈台灣媽祖分靈回流現象之探討〉《媽祖國際學術研討會》會議資料冊，台中縣政府，靜宜大學。
- 蔡文婷
2003 〈最平安的一條路——大甲媽祖遶境進香〉
http://www.sinorama.com.tw/main/ch/show_issue.php3?id=200359205084C.TXT&page=1。

- 楊敏芝
2003 〈文化創意產業與社群動力〉《文化創意產業：全球思考·台灣行動國際研討會》台北：行政院文化建設委員會，2003.07.31。
<http://www.cca.gov.tw/creative/doc/forum/200307/200307-3.doc>。
- 三尾裕子
2003 〈從兩岸媽祖廟的交流來談台灣的民族主義〉。《媽祖信仰的發展與變遷》研討會論文集，頁 193-204，台灣宗教學會，北港朝天宮出版，雲林：北港。
- 楊美惠
2003 〈橫跨台灣海峽的女神媽祖—國界、進香與衛星電視〉《媽祖信仰的發展與變遷》研討會論文集，頁 205-234，台灣宗教學會，北港朝天宮，雲林：北港。
(Slater, Don) 著，林祐聖·葉欣怡譯
2003 《消費文化與現代性》 弘智出版社。
- 史都瑞 (Storey, John) 著，張君玫、黃鵬仁譯
2003 《文化消費與日常生活》，台北：巨流出版社。
- 內政部
2003 《宗教論述專輯 (五)》，內政部。
- 李敏勇
2003 〈媽祖啣〉《台灣日報》，04.09。
2005 〈信仰〉《台灣日報》，04.03。
- 廖永來
2003 〈媽祖的眼淚〉《新台灣新聞周刊》，04.30。
<http://iwebs.url.com.tw/main/html/newtaiwan/1909.shtml>
- 伯格 (Berger, Peter L.) 著，蕭羨一譯
2004 《神聖的帷幕—宗教社會學理論的要素》，台北：商周出版社。
- 盧曼 (Niklas Luhmann) 著，周怡君等譯
2004 《社會的宗教》，台北：商周出版社。
- 汪玉蘋
2004 《民俗節慶活動運用整合行銷傳播之研究：以大甲媽祖文化節為例》，台北：世新大學傳播研究所碩士論文。
- 謝赫民
2004 〈宗教信仰與文明的墮落〉《台灣日報》，04.21。
- 李謁政
2005 〈剖析文化創意產業的地方沃土〉
http://www.ncafrog.org.tw/news/index_news.asp?ser_no=361。

劉大和

2005

〈大甲媽祖觀光文化節與地方發展—新的發展取向與課題〉
2005.04.30-05.01《2005 年大甲媽祖國際觀光文化節—媽祖學術
研討會》，台中縣政府，靜宜大學。

葉傑生

2005

〈文化產業化的實踐—公私協力的文化節慶行銷探討〉《媽祖國際
學術研討會》會議資料冊，台中縣政府，靜宜大學。

附錄

訪談人士

訪談時間	訪談地點	訪談人	單位・職稱
2004.12.14 (星期二) 下午 13-15 時	清水鎮公所	蔡紹斌	台中縣清水鎮公所農業課技士 牛罵頭文化協會總幹事、鰲峰書院負責人
2004.12.14 (星期二) 下午 15-17 時	董宅	董振雄	前財團法人大甲鎮瀾宮董事會常務董事 中華媽祖文化交流協會副會長
2004.12.14 (星期二) 晚上 20-21 時	研究室	林茂賢	靜宜大學中文系講師
2004.12.15 (星期三) 晚上 20-22 時	武藝文化 研究協會	郭應哲	台灣武藝文化研究協會秘書長 東海大學政治系教授
2004.12.17 (星期五) 上午 10:00-11:30	大甲圖書館	雷仰德	大甲圖書館館長
2004.12.17 (星期五) 中午 11:30-12:30	大甲圖書館	吳敏菁	中國時報記者
2004.12.22 (星期三) 上午 10:00-11 時	中部中心	張芳賓	三立電視台新聞部採訪中心・中部中心主任
2004.12.22 (星期三) 中午 11:30-12:40	餐廳	李雅萍	中視記者 前三立電視台記者
2004.12.22 (星期三) 下午 13:30-14 時	副縣長室	張壯熙	台中縣政府副縣長
2004.12.22 (星期三) 下午 17-18 時	黃宅	黃敦厚	大甲國中教師
2004.12.24 (星期五) 上午 10-12	董宅	董振雄	前財團法人大甲鎮瀾宮董事會常務董事 中華媽祖文化交流協會副會長
2004.12.24 (星期五) 上午 12-13 時	餐廳	林群浩	蘋果日報記者 前自由時報記者
2004.12.28 (星期二) 下午 13-15 時	朝天宮 辦公室	紀仁智	財團法人北港朝天宮董事會文化組組長
2004.12.28 (星期二) 下午 15-16 時	朝天宮 辦公室	吳 祥	財團法人北港朝天宮董事會總幹事
2004.12.29 (星期三) 下午 13-14 時	謝宅	謝東哲	古笨港陶華園交趾陶工作室負責人 新港文教基金會義工
2004.12.29 (星期三) 下午 14-15 時	奉天宮 辦公室	鄭友信	財團法人嘉義縣新港奉天宮董事會總幹事
2005.01.08 (星期六) 下午 14-16 時	奉天宮 辦公室	林汝靜	財團法人嘉義縣新港奉天宮董事會總務組，新港奉天宮義工媽祖會成員