

原著

## 宗教文化創意產業發展芻議

謝登旺

元智大學社會暨政策科學系

桃園，台灣

世界人口應近四分之三人皆有宗教信仰，儘管宗教也是呈現多元化的現象，但每一宗教的本身都有其豐碩的文化意象與內涵，或多或少會以各種的具像形式呈現在信眾的眼前。而這些具像物適為信徒或非信徒的消費品，因其本身即具有創意及文化意涵，故常顯現一定的特色或魅力。倘若時下各教團也能不免俗地加以開發，除了可挹注教團經費來源外，亦可因其流通而增進民眾之部份生活品質。職是，推廣宗教文化創意產業，應為各方共識所在殆無疑義，但當中亦有若干課題亟需精進觀念、提振作為，共創宗教文化發展乃本文旨趣所在，全文旨在揭示當中某些觀念期盼各方能有突破。

關鍵詞：文化創意產業、宗教文化創意產業、宗教

### 壹、前言

宗教是人類歷史上最古老、最普遍的文化現象，它隨著人類社會生存、演變、發展至今。（戴康生、彭耀主編，2006：21）而從古至今宗教也許是人們最共通、最熱門的話題之一，許多人關注它、談論它、信仰它、研究它，宗教的存在可能無所不在，不管在先進或落後的地區、國度都有不同的宗教存在，故有謂地球村有四分之三的人是教徒，而有其各自的不同宗教信仰。

由於社會是宗教的載體，不同的社會變遷，宗教也許隨之有不同的變化發展，而社會的某些現象例如從宗教的熱與冷，

亦能找到可以詮釋的基礎，例如當一國主張無神論，則宗教受到百般禁制；但在自由世界裡宗教卻又蓬勃發展，百教齊放，人們得自由選擇一己信仰，誰也不能箝制信仰的自由，就像台灣就是一個宗教的自由度極高的社會，而這麼多元的宗教裡頭，孕育了許多不同的宗教文化，也就是除了各宗教的教義、理論、思想等基礎內涵外，附屬於各宗教之上的各種週邊產物，含其軟、硬體等，因人們的膜拜崇敬而有了它的自然而然存在的市場，姑且就稱它為宗教文化產業的市場，由於流通後各宗教得以「創意」之型式呈現，故也可稱之為

投稿日期：2008年11月10日；接受日期：2008年12月05日

聯絡人：謝登旺，桃園縣中壢市元智大學社會暨政策科學系

E-mail: gedwhsie@saturn.yzu.edu.tw

宗教文化創意產業，鑑於當今社會的宗教熱，相信它有一定的潛力所在，而本文旨在探討宗教文化創意產業既作為時尚流行之趨勢所在，它的意涵、內容為何？如何能將其發揚光大，其發展策略為何？並針對未來若干宗教文化創意產業發展重要課題提出一二建議，藉以拋磚引玉。

## 貳、文化創意產業的意涵

台灣的文化創意產業政策係於 2002 年 5 月政府提出「挑戰二〇〇八 ---- 國家發展重點計畫（2002-2007）中提出「文化創意產業」，乃以文化產業的價值，開拓創意領域，結合人文與經濟以發展兼顧文化積累和經濟效益的產業。（蘭德、邱上嘉，2005：143）政府遂成立的跨部會「文化創意產業推動小組」對「文化創意產業」下了定義為：「源自創意或文化積累，透過智慧財產的形式與運用，具有創造財富與就業機會潛力，並促進整體生活環境提升的行業」（朱信泰、李傳房，2005：149）此後不同的學者專家、團體對文化創意產業各有一己的界定，楊敏芝（2004：12）謂：文化創意產業係經由文化導入創意設計之產業，它係經由上游的文化導入及創意設計研發，中游之製造生產，及下游的行銷展售的完整流程，始可達成其文化經濟效益。

俞龍通（2008：52）指：文化創意產業是一種「以文化價值創造經濟價值，以經濟價值傳播文化價值」之兼具多重目的的複合式產業。故除了經濟的產業觀點外，更有社會與文化發展的目的。它的社會政治性觀點可以帶動社區再造和文化保存與發揚，甚且帶動觀光產業的發展。

漢寶德（2003）指出：文化創意產業是自該國人民的生活中發生的。它的生產是

先為滿足國民的精神需要，然後才成為有經濟價值的產業。因此文化創意產業必然產生在文化先進的國家。（轉引蘭德、邱上嘉，2005：144）他又說：「創意文化產業是一種產業，受市場供需條件的支配，它是文化的，有助於提升精神生活品質，它富於創意，要不斷推陳出新，提高大家的生活水準」（漢寶德，2006：86）

聯合國教科文組織（UNESCO）對文化產業（Cultural Industries）的定義為：

結合創作、生產與商業的內容，同時這內容的本質，具有文化資產與文化概念的特性，並獲得智慧財產權的保護，而以產品或服務的形式呈現；從內容上來看，文化產業可以被視為是創意產業，包含書報雜誌、音樂、影片、多媒體、觀光，及其他靠創意生產的產業。

（中國時報，95 年 10 月 1 日 A11 版）

根據聯合國教育、科學及文化組織（United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, UNESCO）係將文化創意產業分成文化產品、文化服務與智慧財產三項。文化產品指涉的是書本、雜誌、多媒體產品、軟體、唱片、電影、錄影帶、聲光娛樂、工藝與時尚設計。文化服務包括表演服務、出版、出版者、新聞報紙、傳播及建築服務等。（周雅菁、曾啓雄，2005：136）

事實上觀照世界各國對文化創意產業的分類大抵超過 10 餘類，包括：廣告、建築、藝術及古董市場、工藝、設計、時尚設計、電影與錄影帶、互動休閒軟體、音樂、表演藝術、出版、軟體與電腦服務業、電視與廣播、漫畫……等等。（同上注）若未經處理分類恐難掌握全貌，故而國內的學者則將它分為文化核心、文化延伸、文化應用與文化行銷四個層次，各自有其內容，茲列如下表所述（表 1）：

表 1. 國內文化創意產業目標類型分類表

文化核心	文化延伸	文化應用	文化行銷
視覺藝術產業	音樂及 藝術表演產業	電影產業	文化展演及 設施產業
設計產業		廣播電視產業	工藝產業
建築設計產業		出版產業	創意生活產業
		廣告產業	數位休閒 娛樂產業

資料來源：徐木蘭、洪光宗，2007：163

鑑於「文化創意產業」不僅是一項極具開發力的經濟及文化資源，且為地方發展無可取代的觀光遊憩資源，亦為人民生活共同記憶、歷史文化傳承的場所。具有延續地方傳統文化與凝聚社群共識、領域感、認同感等功能。（楊敏芝，2004：7）故筆者認為文化創意產業綜合以上各項，其重要意涵如次：

1. 將創意與文化結合或能創造財富，當然它自然形成之智慧財產要受到保護。
2. 既稱之為產業它自然有研發——生產——銷售的不同階段，缺乏其中任一環皆不完整。
3. 文化創意產業適可帶動社區發展、社會進步、文化提升、觀光促進…等多層次功能
4. 文創產業可滿足人們精神生活需求，對生活水準全面提昇有甚大助益。
5. 文創產業包括產品或服務軟硬體都需兼顧。

綜上所述，如從永續經營與發展觀點來看文化創意產業，未來的設計主要符合人們需要的精神生活層次的滿足，它是常變的價值，由兩個支柱組成的，一是不斷的創新，二是生活的美感。這兩者合起來，就是創新文化的定義。（漢寶德，2006：87）

## 參、宗教文化創意產業的概念

宗教目前已是社會顯學，民衆在信仰教義、理論之餘，其實也會鍾情於諸多的宗教文物產品或宗教文化服務，故開展宗教文化創意產業已為時下熱門議題，茲再析其重要性與內涵如次：

### 一、重要性

宗教作為一種文化型態，在長期的發展過程中，並不侷限於它們理論建構和思想信仰，而是落實於通過諸如建築、雕塑、繪畫、器物等實務形態生動地再現出來。因此各種宗教留下了大量的文物，是文化史上極其光輝珍貴的財富。（戴康生、彭耀主編，2006：325）以道教為例，如壁畫、建築群體及其上的題辭、詩文、聯額、碑刻等，都有文化史上的意義；佛教的建築、繪畫、雕塑、法器都代表其教義與思想信仰，同時也是重要的藝術形式和審美對象，吾人如對寺院演變加以考察，可看出祖先的智慧、審美情趣、建築藝術與風格發展，著名寺院，像國清寺、少林寺、栖霞寺，還有三大石窟、四大名山、八大祖庭都閃爍著中國文化耀眼的光彩。（仝上，頁325-326）

宗教文化創意產業乃將文化創意產業的範圍縮影到宗教文化的層面，從創作、生產、企業化經營到智財產權保護，均為一新的體驗，期其有別於傳統寺廟的經營理想，有助益於教團的良性發展，是以有識之士，莫不熱衷於倡導或研發該產業的發展，從實質的效益來看，宗教文化創意產業為一融合傳統文化精神、創意概念、產業經營模式的著作權產業，其發展之目標，在於開拓宗教文化創意領域，結合社會政經以發展屬宗教文化產業，進而挹注教團經濟來源。（<http://cacsip.myweb.hinet.net/cacsip-rcacisp.htm>）是以從行業觀點有

對宗教文化創意產業的定義為：「以宗教文化內容為本質，是一可經過創作、生產、經紀展演、文化貿易、永續經營，並受到智慧財產權保護的文化產業」（同上）

若依以上說法，筆者試再將宗教文化創意產業的意涵分述如下：

1. 它具有傳統文化的精神，不過重要者還在於它迎合現代的型式，否則祇流於保存文物而已。
2. 它要有創意的概念，有創意才有生命力，才會引起注意力，甚且在創意、創新、創作、創造、創業幾者之間得有不同的開展。筆者以為創意可有不同的新點子；創新得將其賦予變化；創作可為原姿原味的呈現靈感；創造得為無中生有；創業乃為最終努力的目標，得為「事業」也可為「志業」。
3. 它須以宗教文化為內容，若脫離此內容，則服務或產品無特色可言，而落入一般商品的趕時髦或庸俗化。
4. 它得依生產過程從事；包括投入——運轉——產出；投入項包括概念、點子、創意的開發、各資源的募集而後進入生產過程並隨之而有之行銷、銷售及永續的經營管理問題包括如何進入市場打動消費者，均不排除有商業方式的思考。
5. 它應受智慧財產權保護，若非如此則易流於任意受拷貝、抄襲，對文化創意打擊甚大。
6. 它勢將結合各方資源，包括政經力量以夥伴、協力方式共促事業發展。
7. 它最終目的得對教團經濟有挹注功能，故宗教文化創意產業亦可視為「三生」有幸之產業：「生活」即不離宗教生活之場域；「生產」即將有宗教文化為內容的服務或產品的生

產投入與產出；「生計」乃視為教團永續生存之重要關財開源管道。

## 二、內容大要

宗教文化創意產業的內容包括：宗教建築、宗教文化園區、宗教文化數位軟體、宗教性之電視廣播節目、宗教博覽會、宮觀廟誌、廟會慶典活動、藝文活動、民俗活動、相關的民俗療法、術數、宗教儀式、宗教文物、宗教藝術、宗教信仰諮詢服務、寺廟週邊之商圈、宗教性之教育研究單位等。（<http://casisp.myweb.hinet.net/cacisp-rcacisp.htm>）如依玄奘大學宗教學系所揭示的「宗教文化創意產業」的內容乃分食、衣、住、育、樂、生命禮儀六部份，茲將其錄列如下表（表2）：

表2 宗教文化創意產業的內容

區分	內 容
食	素食材料、素菜烹調、素食餐飲業、生機飲食、祭祀食品、清真館等
衣	僧服（僧袋、僧鞋）、居士服、宗教圖騰、衣飾、手提袋等
住	宗教建築導覽解說、辟邪物、陽宅風水、宗教文化園區、宗教飾品（如小沙彌、香包、平安符、文昌筆）神明公仔、宗教團體網站、茶道、花道、創意商品（抹草手工香皂、琉璃珠、特定宗教用蠟燭）
育	宗教弘法或佈道工作、宗教文學創作、宗教電影劇本創作、宗教性之電視廣播節目、宗教藝術創作（雕塑、繪畫、音樂、舞蹈）、寺廟宮觀志書撰寫、宗教書籍雜誌、宗教教育、宗教研究、宗教信仰諮詢服務、宗教文化數位軟體
樂	廟會慶典活動、民俗活動、宗教儀式、寺廟巡禮、寺廟週邊之商圈經營
生命禮儀	出生、結婚、喪葬等相關產品

資料來源：玄奘大學宗教系所  
<http://ird.hcu.edu.tw/front/bin/ptdetail.phtml?part=ans5&Rcg=7>

准如上所述，宗教文化創意產業可以說是包羅萬象，在認知上祇要符宗教+文化+創意三者而以產品或服務的形態，呈現於人們眼前者皆可算是此產業之一。而它的分類亦可比照前節表 1 之分類標<sup>9</sup>，再依文化核心、文化延伸、文化應用、文化行銷四者，分別崁入宗教文化的意涵重行命名即可。或許有謂分類已不是重點，重要旨為如何能將宗教文化創意產業經過系統性思考的完整規劃，讓它具有競爭力、生命力及市場力，能讓民衆「感動」從而「心動」並付之消費的「行動」，期能因宗教文化創意產品或服務滿足心靈上的需求並提昇生活品質，乃為推展此產業宗旨所在。

#### 肆、宗教文化創意產業發展的若干課題

宗教文化創意產業未必是一定能自動發展起來，故發展之道首先是要讓人們去感受、認知它的魅力所在，常去想它、用它、推介它，必要時如能在各種公共空間都能看得到它的蹤跡，並且進一步考慮如何與觀光結合以開拓其產業的市場銷路。不過整體作為上，勢需賴各宗教團體能以寺廟為基地而有所在地行動，以寺廟本身的基礎條件自發或內發性的發展，並隨時伴隨社會經濟的發展，不斷研發產品的推陳出新，創造產品本身的特色或魅力。職是，未來在生產的模式、組織及型態上都要能兼顧傳統與創意、個性和魅力以茲取勝，從而成為新的產業生產或生活方式的形式，故為使宗教文化創意產業永續順利發展計，擬提以下想法，期能共同激盪俾利宗教文化產業開創新猷。

##### 一、宗教文化觀光的結合

當下旅遊休閒已為民衆時尚所在，故得與觀光行政單位結合，將宗教文化視為

文化旅遊重要觀光內涵所在，畢竟其有大量宗教文化訊息釋出，並充滿諸多心靈上的體驗，如再經精心打造推廣；定能有一定吸引力；舉如近年來台灣旅遊行程中，無論中外人士如至中台灣，大抵會將中台禪寺列入必經謁訪之點，旨在冀盼此行能有所心靈上感動，而宗教文化的價值亦隨著觀光客的到訪而遠播各地。

##### 二、宗教文化商品化的迎合

寺廟文化商品化是宗教受經濟生活變化影響的又一表現。過去，大多數寺廟基本是一方淨土，經濟靠政府補貼或施主捐贈，自己不從事商業活動，甚至不收門票。但隨著商品經濟意識的增強，許多寺觀開始收門票、設香火及旅遊商品、紀念品出售處，作為多名勝古蹟的寺觀幾乎成了小商品市場（戴康生、彭耀主編，2006：381）筆者因此認為未來如有許多宗教精神人物出現公仔的商品應不足大驚小怪。

##### 三、宗教文化創意園區之投產

宗教文化創意產業園區也許同其他文化創意園區的發展一樣，必須奠基在資本、環境、市場、創意、產業及地區等所形成的複合互動作用的基礎上，其關鍵有以下幾者：（古宜靈，2004：68）1.核心產業的確立與潛力；2.創意鳴（creative buzz）的形成；3.學校的人力和參與；4.高科技資源和技術支援、整合；5.文化市場和腹地（joint market）；6.地區社會資本和資源的結合；7.全球網絡的經營重視。

眾所皆知，宗教文化產品之開發亦有其投入與產出之必然關係，此端賴宗教團體，是否能以創意開發為起始，而後投入生產因素進行生產，所產出之成品、產品或服務，能有文化的包裝加上創意行銷、展售、展示、展演於消費市場或旅遊市場，並且不斷回饋修正創意或投入資源，如

此方能活絡宗教文化產品的生命力。茲再將以上概念繪如下圖（圖1）

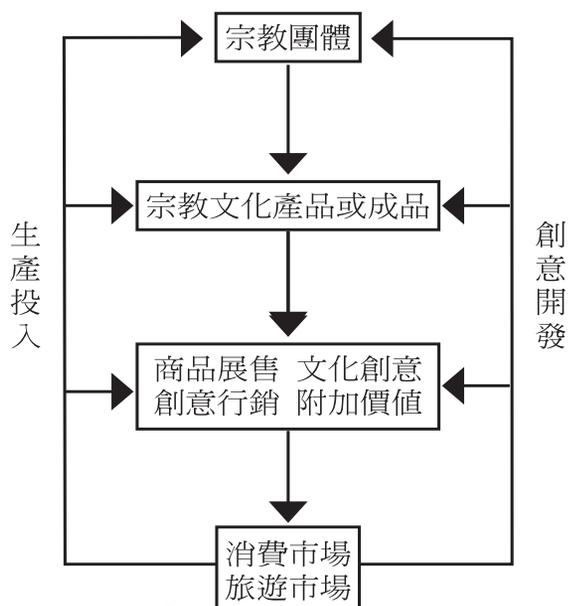


圖1：宗教文化產品開發之投入與產出  
資料來源：自繪

#### 四、宗教文物展示及傳習中心興立

各宗教團體、寺院單位得積極勻出空間、募集經費、成立一己文物展示與傳習功能兼具的內部單位，除了平時展示所典藏之宗教文物外，亦另得對外公開辦理各種研習、講習，包括動手做的工作坊。必要時亦得藉助科技的力量，採用數位典藏的方法將諸多珍貴的宗教文物，拍攝保存並建立完整檔案，成為虛擬宗教博物館，其影像除可播放予參訪者外，亦得作為教學或買賣收藏之需。

#### 五、宗教文化創意人才培育

宗教文化產品在朝向產業化或商業化的方向發展同時，不能年年淪為產品的複製，故得在文物的創新與創作中，思考如何進一步備足顧客的需求，因此亟需培育創意或創造之人才；此外在行銷方面，如何強化包裝以刺激購買慾亦需加以專門人才訓練；再者工藝技術、技法的實做技術

人才及銷售、推廣、展示活動興辦等各類人才，均得有一單位作聯合招募訓練。

#### 六、宗教文化創意產業發展之夥伴協力

宗教文化產業發展絕非僅是宗教團體之個別責任，由於宗教是社會的產物，故社會上所有相關部門皆有責任與義務，共促宗教文化之正常發展，俾滿足廣大民衆之精神生活需求，而發展之道不外乎共同協力以臻佳境，茲將概念繪如下圖（圖2）

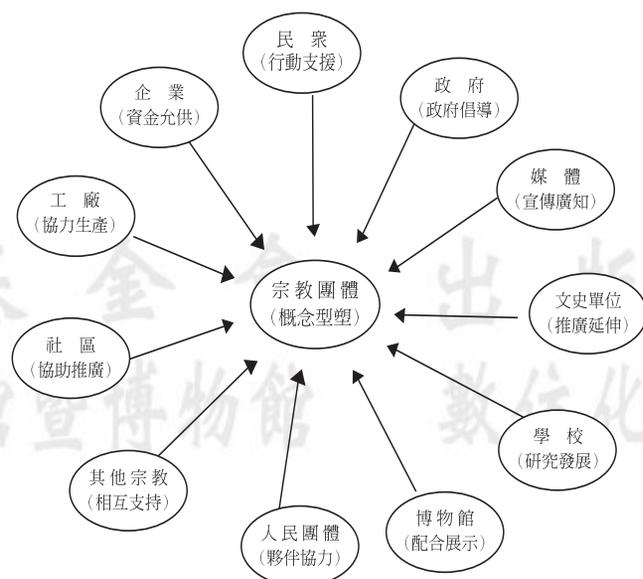


圖2：宗教文化產業發展之夥伴協力  
資料來源：自繪

上圖中政府單位包括：所在地地方政府、民意代表、村里長…等，而人民社團部份則包含諸多團體，如觀光發展協會、社區發展協會、職業團體、政治團體、基金會、媽媽社團…等；文史單位指藝文工作室、書畫會、地方文史工作室、創意工作坊…等；學校泛指地方大學、中小學…等；企業方面包括地方性的建設公司、餐飲、旅行社、飯店、旅館…等，以上不再一一列舉，但都是推動宗教文化創意產業發展工作，必須在地方行動與緊密結合形成夥伴協力關係蔚為力量所在。

## 七、宗教文化產業創業資金之允供

宗教團體之財源基本上來自社會，故必須藉其各種佈施又回到社會，故任一宗教團體如有心發展宗教文化產品偶遇資金困難，此際若政府能有政策規劃委由相關銀行進行低利率生產貸款，適可解決資金難題，俟其營運得法後再分期墊還。職是，宗教團體因此可以積極打造其宗教文化產品的品牌，慢慢建立商業型的企業，打造宗教文化商品的市場，並且過程中提供充分的宗教文化諮詢服務。

以上七者祇不過在宗教文化創意產業發展上的綽綽大者，要之，該產業之發展方向不外從以下各方面再予強化：1. 創作人才；2. 產品魅力；3. 行銷策略；4. 市場開拓；5. 資金募得；6. 資源整合；7. 研究發展；8. 觀光結合；9. 活動推廣；10. 電子商務。上述十者概念淺顯易懂，但執行則需有毅力、魄力與決心，始能開創出產業之契機與活路。

## 伍、結語

宗教文化的傳遞、延續得藉諸宗教文化創意產品扮演相關知識或訊息遞移的橋樑。由文化創意產業的推廣或產品的推廣，讓關心宗教文化發展的人們因關懷而凝聚共識，因關心而形成潛力，並且藉由產業或產品身上找到創意、創新、創作、創業之念力與活力，俟各項發展條件因緣俱足，加上成功式的策略性思考，相信以宗教文化外加創意的產業，定能開創生機，再造社會的新生命力，是以在產業的發展上，得念茲再茲：1. 以宗教為本，以文化為核心，以創意為基點；2. 結合各方資源，敬謹從事；3. 非一定營利但在謀萬世眾民之利益；4. 為謀社會和諧及人類福祉之永續發展而為之產業，吾人因此可以斷言，宗教文化創意產業應是未來許多人們共

同努力的志業所在。

## 參考文獻

1. 中國時報 95 年 10 月 1 日〈文化創意產業、台灣空轉、大陸火紅〉第 A11 版。
2. 文化資產創意產業資訊網〈宗教文化產業〉網址：[http://cacisp.myweb.hinet.net/cacisp\\_rcacisp.htm](http://cacisp.myweb.hinet.net/cacisp_rcacisp.htm) 上網日期 2008/6/18
3. 玄奘大學宗教學系暨研究所網址：<http://ird.hcu.edu.tw/front/bin/ptdetail.phtml?part=ans5&rcg=7> 上網日期 2008 年 6 月 18 日
4. 古宜靈，2004〈全球化趨勢與文化產業的發展〉收入：《文建會文化創意產業地方巡迴論壇》2004 年 1 月行政院文化建設委員會，頁 54-70
5. 朱信泰、李傳房，2005〈探討文化創意產業的文化物品形態特質現況發展與未來趨勢〉《設計研究》，第 5 期，頁 148-157
6. 周雅菁、曾啓雄，2005〈台灣文化創意產業政策之研究〉《設計研究》第 5 期，頁 132-139
7. 俞龍通，2008《文化創意、客家魅力：客家文化創意產業觀點、策略與案例》，台北：師大書苑
8. 徐木蘭、洪光宗，2007〈台灣文化創意產業之發展生態分析〉收入：陳忱主編《影響中國文化產業發展的重要報告》北京：語言出版社 2007 年 1 月出版，頁 157-167
9. 陳忱，2007《影響中國文化產業發展的重要報告》北京：語言出版社
10. 楊敏芝，2003〈文化產業理論思潮與發展趨勢研析〉收入：《2002 年文建會文化論壇系列實錄：文化創意產業及地方文化館》。台北：行政院文建會。
11. 楊敏芝，2004〈文化創意產業與社群

- 動力〉收入：行政院文建會《文建會文化創意產業地方巡迴論壇論文輯》2004年1月，頁7-14。
12. 漢寶德，2006《漢寶德談文化》台北：典藏藝術家
13. 戴康生、彭耀主編，2006《宗教社會學》台北縣：宗博館出版社
14. 藺德、邱上嘉，2005〈台灣文化創意產業的回顧與展望〉《設計研究》第5期，頁141-147

圓覺文教基金會 出版  
臺大佛學數位圖書館暨博物館 數位化

## **Discussion on Development of Religious & Cultural Creative Industry**

Deng-Wang Hsieh  
Department of Social and Policy Sciences  
Yuan Ze University  
Taoyuan, Taiwan

Nowadays there are approximately three-fourths of the world population with religion belief. Although today's religion has developed into a diversified phenomenon, each religion itself is blooming accompanied with the rich cultural significance and connotation and more or less has taken on different forms of concrete before disciples. These concrete objects with the creativity and cultural significance show their individual characteristics and glamour and have therefore become very popular consumer goods between disciples or non-disciples. In case that today's religion organization can try to develop such kind of business, it is not only the source of funds increase of the religion organization but also will be the promoter of enriching people's life. In view of this, it is undoubtedly that to reach a consensus and make efforts on developing and expanding the creative industries of religious culture will be our currently top urgent task. However there are still some of concepts and actions needed for further improvement and effective performance in order to create the elaborately and sophisticatedly religious culture in consequence that will be the purpose of this study. In additions, this study is also intended to point out some of concepts that may need for further improvement or breakthrough through all our efforts.

**Keywords:** cultural and creative industries, creative industries of religious culture, religion