

台灣民間信仰的文化形式作為創意產業可能性研究

黃貴卿、陳朝興

E-mail: 382071@mail.dyu.edu.tw

摘要

世界各民族的傳統宗教，無不以神祇信仰為宗教信仰的核心，而宗教符號與象徵，是人們心目中神祇形象的具體顯現。而宗教文化商品是一個「文化符號」的具體呈現，因其含有宗教內涵，頗受消費者喜愛。本研究在消費文化浪潮下，以「宗教文化商品」為研究對象，探討宗教文化商品上宗教圖像符號應用設計之現況。研究目的（1）收集各大通路以宗教為主題的宗教文化商品。（2）分析各宗教文化商品中商品主題與圖像符號。（3）分析宗教文化商品的宗教圖像符號表現形式與風格。（4）整理並建立各宗教文化圖像符號資料給從事相關設計的設計師、廠商為設計文化商品或學術研究之參考。本研究結論如下（1）台灣民間信仰的文化形式可作為創意產業。（2）宗教圖像符號是宗教文化商品必備要素，具有展現宗教文化美感與價值性。（3）台灣宗教文化商品是需要設計的，商品種類與宗教圖像表現形式應可多樣性。（4）宗教文化商品必須建立品牌，有助於台灣宗教文化創意產業的行銷。

關鍵詞：宗教、宗教圖像、文化商品、文化創意產業

目錄

封面內頁	簽名頁	中文摘要	iii	英文摘要	
	iv	誌謝		v	目錄
	vi	表目錄		ix	圖目錄
	xii	第一章 緒論 第一節 研究動機		1	第二節 研究目的
	2	第三節 研究範圍與限制		3	第四節 研究流程與實施
	3	第二章 文獻探討 第一節 符號圖像學		3	第五節 研
究方法與架構	10	第三節 相關論文研究與回顧		5	第二節 台灣文
化創意產業	17	第二節 宗教類型		13	第三章 宗教文化商品 第一節 宗
教概論	22	第四節 宗教文化商品生產者		19	第三節 宗教文化商品
	36	第五節 宗教文化商品消費者		48	第四
章 宗教文化商品調查與分析 第一節 基督教文化商品現況與分析	51	第二節 伊斯蘭教文化商品現況與分析		51	第二節 伊斯蘭教文化商品現況與分析
	68	第三節 印度教文化商品現況與分析		76	第四節 佛教文化商品現況與分析
節 日本宗教文化商品現況與分析	106	第六節 台灣宗教文化商品現況與分析		114	第七節 小結
	124	第五章 台灣宗教文化商品可能性分析 第一節 宗教文化商品社會性功能分析		126	第二節 宗教文化
商品市場性功能分析	129	第三節 宗教文化商品喜好度分析		131	第四節 小結
	133	第六章 結論與建議 第一節 結論		134	第二節 建議
	136	參考文獻		137	附錄一
	141	表目錄 表1 藤田富雄的神聖結構歸納表		10	表2 公仔玩偶類商品
	27	表3 遊戲娛樂類商品		27	表4 個人配件類商品
	28	表5 文具用品類商品		30	表6 居家用品類商品
	33	表7 「我愛拜拜」系列宗教文化商品		36	表8 基隆中元祭文化
商品	38	表9 白沙屯拱天宮媽祖文化創意商品		39	表10 三采國際開發有
限公司宗教文創商品	40	表11 南天宮金媽祖商品表		43	表12 西螺福興宮媽祖商品
	44	表13 鹿港天后宮商品		44	表14 新港奉天宮商品
	44	表15 白沙屯拱天宮商品		45	表16 北港朝天宮商品
	45	表17 永和廣慈宮商品		45	表18 新營太子宮商品
	45	表19 台北市文昌宮商品		46	表20 內門順賢宮商品
	46	表21 台中早溪樂成宮商品		46	表22 台中文財廟商品
	46	表23 嘉義南恩禪寺商品		46	表24 金山財神廟商品
	47	表25 北港武德宮商品		47	表26 樹林鎮南宮商品
	47	表27 竹南龍鳳宮商品		47	表28 鹿耳門天后宮商品
	48	表29 彰化縣媽祖遶境祈福周邊紀念品		48	表30 基督教珠寶
	52	表31 基督教商品現況		54	表32 基督教圖像符號

67 表33 伊斯蘭教文化商品	69 表34 伊斯蘭教圖像符號	
75 表35 印度教文化商品	77 表36 印度教圖像符號	88
表37 印度神名稱與特徵意涵	88 表38 佛教文化商品現況	89
表39 佛教圖像符號	105 表40 日本宗教文化商品現況	106 表41
日本宗教圖像符號	113 表42 台灣宗教圖像符號	123 表43 受訪
者基本資料分佈表	125表44 消費者擁有宗教文化商品問卷結果統計表	127 表45 前往宗
教場所的動機問卷結果統計表	127 表46 宗教文化商品擺放位置問卷結果統計表	128 表47 購買宗教
文化商品考慮因素問卷結果統計表	128 表48 宗教圖像符號表現形式與靈驗力問卷結果統計表	129 表49 消費
者願意花費多少金額來購買宗教文化商品問卷結果 統計表	130 表50 宗教文化商品的購買通路問卷結果統	131 表52 消費者對文化商品的喜好程
計表	130 表51 消費者喜歡的宗教文化商品種類問卷結果統計表	132
度問卷結果統計表	132 表53 最喜歡宗教文化商品的圖像符號表現形式問卷結果 統計表	

參考文獻

- 一、中文部分 1.Bathers, R. (1989), 《符號學要義》(洪顯勝譯), 台北市:南方叢書。 2.Baudrillard, J. (1997), 《物體系 Le systeme des objets》(林志明譯), 台北:時報出版。 3.Cassirer, E. (1990), 《符號、神話、文化》(羅興漢譯)。台北:結構群。 4.J. Bowker (2000), 《認識世界宗教》(蔡彥仁等譯)。台北:遠流。 5.Miranda Bruce-Mitford & Philip Wilkinson (2009)。《符號與象徵:圖解世界的秘密》(李時芬、林淑媚譯), 台北:時報出版。 6.Philip Wilkinson、Douglas Charing (2006), 《宗教百科全書》(吳妍蓉譯), 台北市:貓頭鷹出版。 7.Rudolf Arnheim (1982), 《藝術與視覺心理學》(李長俊譯), 臺北:雄獅圖書公司。 8.文建會(2004), 《文化白皮書》, 台北, 行政院文化建設委員會。 9.王亭雅(2009), 《文化商品之價值要素分析初探-以地方農特產品為例》, 國立雲林科技大學企業管理研究所碩士論文, 雲林。 10.行政院文化建設委員會(2004), 《文化創意產業》, 臺北:行政院文化建設委員會。 11.吳思華(2004), 《文化創意的產業化思維》, 《今藝術》93年1月。 12.林輝堂(1990), 《臺灣宗教文物分類圖錄》, 臺中市:臺中市政府。 13.林崇宏(1999), 《造形、設計、藝術》, 台北市:田園文化出版有限公司。 14.季子弘(2006), 《對符號圖騰的101個問題》, 台中:好讀出版。 15.周鴻祥(2008), 《設計文化符碼理論與分析運用(上)》, 《藝術欣賞》2008年第2期。 16.易善馨(2011), 《台灣神明公仔視覺符號意象之研究》, 國立高雄師範大學視覺設計系碩士論文, 高雄。 17.唐明邦(1988), 《道家道教與中國傳統文化》, 《宗教學研究》1988年第4期。 18.夏學理(2008), 《文化創意產業概論》, 臺北:五南圖書。 19.陳俊宏、楊東民(2004), 《視覺傳達設計概論》, 台北市:全華科技圖書股份有限公司。 20.郭俊佑(2008), 《廟宇彩繪之吉祥圖案應用於觀光禮品設計之研究》, 南華大學應用藝術與設計學系碩士論文, 嘉義。 21.莊東明(2008), 《台灣廟宇圖案在產品造形的應用》, 大同大學工業設計研究所碩士論文, 台北。 22.康敏嵐(2009), 《臺灣媽祖文化商品圖像設計研究》, 國立臺中教育大學美術學系碩士論文, 台中。 23.黃國煜(2009), 《圖解世界宗教》, 台中市:好讀出版。 24.黃玉婷(2009), 《宗教文化消費的當代形式:以法國社會的基督教信仰為例》, 淡江大學法國語文學系碩士班碩士論文。 25.黃麗琴(2010), 《宗教產業化經營演進模式分析 以大甲鎮瀾宮為例》, 成功大學工業設計學系碩士論文。 26.張秉鈞(2010), 《大甲鎮瀾宮媽祖造型之研究探討》, 大同大學工業設計研究所碩士論文, 台北。 27.詹石窗(1995), 《符號學在宗教研究中的應用初探》, 《宗教學研究》1995年第3期。 28.楊裕富(1998), 《設計的文化基礎》, 台北:亞太圖書出版。 29.鄭秋霜, 手機博杯神算。(經濟日報, C1版, 2007/08/18)。 30.廖宛郁(2009), 《不確定性意象之設計應用—以台灣傳統民俗信仰為例》, 大同大學工業設計研究所碩士論文, 台北。 31.鄭瑤婷(2004), 《文化產業周邊商品的開發與行銷》, 《2004社教機構與文化創意產業資源整合創新經營研討會手冊》。 32.蔡泰山(2007), 《文化創意與產業發展》, 臺北:蘭臺。 33.蔡泰山(2009), 《探討媽祖文化資源與創意產業發展》, 台北。 34.謝宗榮(2003), 《台灣傳統宗教藝術》, 台中, 晨星。 二、英文部分 1. J. Baudrillard (1972), Pour une critique de l' economie politique du signe. 2. M. Malherbe (2004), Les religions, Paris: Nanthan. 三、網路部分 1.三采國際開發有限公司(無日期), 民101年2月8日, 取自 <http://ec.any.com.tw/santsai> 2.西螺福興宮(無日期), 民101年2月8日, 取自 <http://www.taipingmatzu.org.tw> 3.鈺光國際行銷有限公司(無日期), 民101年2月8日, 取自 <http://www.xinkong.com.tw> 4.新港奉天宮網站(無日期), 民101年2月9日, 取自 <http://www.hsinkangmatzu.org.tw> 5.頑石創意官方網站(無日期), 民101年4月21日, 取自 <http://www.brightideas.com.tw/> 6.鄭瑤婷.文化產品研發與製作實例說明與討論。線上論壇, 2005。 2005年10月20日, 取自 http://www.artmall.com.tw/shop.php?html=action6_2&Fid=13010&actionmode=6&Aid=1249 7. <http://www.cafepress.com> (無日期), 民101年12月9日, 取自 <http://www.cafepress.com> 8. <http://www.zazzle.com> (無日期), 民101年12月29日, 取自 <http://www.zazzle.com> 9.維基百科(無日期), 民102年3月9日, 取自 <https://zh.wikipedia.org.tw>