

宗教文化創意產業初探

李勝利、蔡佑鑫

(高雄市道學研究協會理事長、國立屏東教育大學視覺藝術學系)

摘要

近年來世界各國都在積極推動文化產業、創意產業，而宗教文化在新經濟型態的發展模式中，亦是一項頗為重要且特殊的文化產業。「宗教文化創意產業」之旨趣在於期許教團以高品質的宗教信仰服務和宗教文化服務獲得創意產業的附加價值，進而增進教團的經濟活動力；面對數位化時代，如何運用現代科技來呈現和保存宗教文化，亦為本文探討的主題。

「宗教文化園區」其特性為注重「著作權及智財權」產業與可「回收再營運」，是一「永續經營」的宗教文化產業。宗教文化園區之規劃設計除了以宗教信仰為架構之外，更著重於「宗教文化商業環境」之設計理念，其附加價值來自於「宗教文化服務」或「宗教文化貿易」，以及宗教文化園區內外之週邊產業等。

全文以「生活、宗教、文化、科技、藝術、育樂」所蘊含的「文化產業、創意產業、文化服務、文化貿易、附加價值」為架構，同時兼顧理論的演繹和實務的運作。

關鍵字：文化創意產業、宗教文化園區、閩苑、

一、前言

文化服務 (Cultural service) 與文化產業 (Cultural industry) 基本上是有所區別的：「文化作為一種公共服務與非商品的領域」，而「文化產業則是指那些具有文化作為內容的產業，其足以在市場與商品運作的領域邏輯中持續運作下去」(參考資料：文建會；推動文化創意產業之系統服務規劃)，基於這樣的論述，要將「宗教文化」發展為「宗教文化產業」看起來似乎與宗教信仰的「基本文化權」有所抵觸？(台灣百姓宗教信仰的「靈驗～兌現」、「功利主義」通常凌駕於「宗教文化內涵」與「宗教信仰自我昇華」的肯定)然而從經濟活動的「供給與需求」來檢視它，我們又不得不接受教團與社會政經相互依存的事實！

根據統計，目前全世界總人口中，約有百分之八十五都有宗教信仰，其中基督教徒（包括天主教、基督教、東正教）約有二十億人，回教徒約有十二億人，印度教徒約有八多億人，佛教徒近四億人，而世界新興宗教徒人數也已達到二億多人。宗教信仰是世界非常普遍的社會和人文現象，以美國為例，過去五十年中，具有宗教信仰的人口從未低於百分之九十，從經濟行為的角度看，幾乎九成的民眾，都是宗教產業的消費者！

二、宗教文化產業探討

（一）文化創意產業概述

「文化產業」(cultural industries):「以無形、文化為本質的內容，經過創造、生產與商品化結合的產業」。

「創意產業 CI (Creative Industry)」:「源自個人創意、技巧、才能，並通過知識財產權的生成與利用，而具有創造財富和就業機會的產業」。

「創意產業」起源於英國的「創意工業」概念，是一創新理念的發現或發想。創意產業、創意經濟或譯成「創造性產業」，是一種在全球化的消費社會背景中發展起來的產業概念，創意產業推崇創新、個人創造力、強調文化藝術對經濟的支持與推動。

文化創意產業:「源自創意與文化積累，透過智慧財產的形成與運用，具有創造財富與就業機會潛力，並促進整體生活環境提昇的行業」或「那些以無形、文化為本質的內容，經過創造、生產與商品化結合的產業」。

台灣「文化創意產業」的範疇，包括：視覺藝術、音樂及表演藝術、工藝、文化展演設施、設計產業、出版、電視與廣播、電影、廣告、數位休閒娛樂、設計品牌時尚產業、建築設計產業和創意生活產業等 13 個類別。

中國「文化創意產業」的範疇～依層次分類：

- 文化產業核心層：新聞、書報刊、音像製品、電子出版物、廣播、電視、電影、文藝表演、文化演出場館、文物及文化保護、博物館、圖書館、檔案館、群眾文化服務、文化研究、文化社團、其他文化等。

- 文化產業外圍層：互聯網、旅行社服務、遊覽景區文化服務、室內娛樂、遊樂園、休閒健身娛樂、網吧、文化中心代理、文化產品租賃和拍賣、廣告、會展服務等。

- 文化產業相關層：文具、照相器材、樂器、玩具、遊藝器材、紙張、膠

片膠捲、磁帶、光盤、印刷設備、廣播電視設備、電影設備、家用視聽設備、工藝品的生產和銷售等。(參考資料：中國年度《文化藍皮書》)



「宗教文化創意產業」抽象意念圖

(二) 宗教文化創意產業說明

2.1 絢爛的宗教文化

如將「宗教文化創意產業」的抽象意念以圖像來表示，或許可清楚些，在圖案中包含有：晨曦、龍、黃帝、人造衛星、錢幣、鬼王，其意義為：龍象徵自然科學；黃帝象徵人文社會；帝江象徵航太科技；錢幣象徵數學邏輯、經濟活動；鬼王象徵宗教文化、心靈淨化；晨曦象徵視覺藝術、休閒育樂，其說明如下：

龍的圖騰伴隨著華夏民族，飛躍在五千多年歷史文化的每一頁。《爾雅翼·釋龍》云：「角似鹿，頭似駝，眼似鬼，項似蛇，腹似蜃，鱗似魚，爪似鷹，掌似虎，耳似牛」。《說文》「龍，鱗蟲之長。能幽能明，能細能巨，能短能長。春分而登天，秋分而潛淵。」；就宇宙科學而言，龍是雲霧水氣、風雨雷電、日月星辰的大自然現象。

黃帝古天神也，始造人之始，化生陰陽（淮南子·說林）。《山海經·海外西經》：「軒轅之國在此窮山之際…人面蛇身，尾交首上」；《淮南子·天文訓》：「中央土也，其帝黃帝…其獸黃龍」；《史記·天官書》：「軒轅黃龍體」；《史記·五帝本紀》：「軒轅之時，神農氏世衰，諸侯相侵伐，暴虐百姓，而神農氏弗能征，於是軒轅乃習用干戈，以征不享」，又云「時播百穀草木，淳化鳥獸蟲蛾，旁羅日月星辰水波，土石金玉，勞勤心力耳目，節用水火材物，有土德之瑞，故號黃帝」。

在《史記》中，黃帝被太史公「記為」中國成文史中的第一位人間帝王。他既是中國洪荒時期的天神，也是中國流傳五千多年第一位皇（黃）帝。

人造衛星是「人」造出來的，遠古時期稱之為「神」；《山海經·西次三經》：「又西三百五十里，曰天山…有神焉，其狀如黃囊，赤如丹火，六足四翼，渾敦無面目。是識歌舞，實惟帝江也」。人造衛星發射時，常可看到一團通紅的火球，赤如丹火，而它在太空軌道中運行時，亦可看到放下的六根天線和展開的四片太陽能電池，航太學者認為：其實「帝江」就是現代太空科技的人造衛星。

錢幣自外太空穿過雲層到達地面，猶如「帝江是識歌舞」的「電磁波」。相同的兩個錢幣丟擲一次，得到「許杯」的機率 $P=2/4=1/2$ ；丟擲三次，連續得到許杯的機率 $P=(1/2)^3=1/8$ ，這純為數學問題，與「是否得到神的許諾」無關。鄭觀應在《盛世危言》中倡議：「人盡其才…地盡其利…物暢其流」，其主張即如現今經濟貿易之「人流、物流、金流」，當人們在交易完成後，如賣方能獲得一定的附加價值，便可以不斷的累積財富。《周易·說卦》：（巽）「為近利，市三倍」。古人之經商貿易，除了希望「暴利」三倍，祈求「天上金玉主，人間福祿神」外，還妙想藉由「聚寶盆」、「搖錢樹」獲取更快速的財富；此一思維模式，也被「擴張信用」到冥界，於是有了「紙錢冥票」，而成為人們與地府之間借貸的「信用狀」。

鬼王泛指因時、地、物之異而司統御或赦免眾鬼者，道教認為救苦天尊下臨地獄救拔受苦亡魂，化身為鬼王形象。「鬼」者，「歸」也；《說文解字》：「人所歸為鬼」。《禮記·祭儀》：「眾生必死，死必歸土，此之謂鬼」；《論衡·論鬼》：「凡天地之間有鬼，非人死精神為之也，皆人思念存想之所致也」。《禮記·中庸》：「鬼神之為德，其盛矣乎！視之而弗見，聽之而弗聞，體物而不可遺。使天下之人齋明盛服，以承祭祀。洋洋乎如在其上，如在其左右」；《墨子·明鬼》：「古者聖王，必以鬼神為其務」。佛教於東漢末年傳入中國後，六道輪迴、幽冥地獄、因果報應等宗教信仰思想，便逐漸流行於世；李商隱為漢文帝和賈誼夜談而為詩慨然嘆曰：「宣室求賢訪逐臣，賈生才調更無倫。可憐夜半虛前席，不問蒼生問鬼神」。中國道教神仙信仰對文學藝術亦有極深遠的影響，宋朝呂蒙正在困頓潦倒時，嘆其空有滿腹經綸而作祭灶詩云：「一碗清湯詩一篇，灶君今日上青天；玉皇若問人間事，亂世文章不值錢」。

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宗教

文化產業，進而挹注教團經濟來源。中國崇道文化源遠流長，就像晨曦般地璀璨美麗，它在精神與物質層面所蘊藏的附加價值，將可透過產、官、學、研、藝各界之運籌帷幄，而邁向文化創意產業的另一新舞臺。

2.2 宗教文化創意產業之內容

宗教文化創意產業的意義為：「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」，其產業具有：宗教文化內涵、創作加值功能、信仰或非信仰目的之活動、宗教文化服務、社會價值觀之捐贈意願、經濟活動效益等特性。

面對文化產業、創意產業的發展趨勢，教團應積極思索如何從傳統文化中尋求契機，並藉由文化創作與商業機制，將不同宗教文化的特色呈現給民眾，以增強民眾對於傳統文化的認同和產業的附加價值。

宗教文化創意產業的內容可包含：「與文化創意核心產業或週邊產業有所關連的文化產業」以及「屬於宗教文化領域的宗教文化產品或服務」，如：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。

2.3 宗教文化創意產業著作權產業

由於傳統宗教文化具有歷史傳承的重要意義（新興宗教或許數百年後，經過約定俗成，亦可成為傳統文化），因此想要藉由「創作」來獲得智慧財產權的保護是很困難的，不過，高雄縣鳳山有一家銷售「糊紙厝」（依民間習俗，人去世後，總要燒一棟漂亮的「樓房」給往生者居住）材料的專賣店，其中有一項看起來不起眼的「紙器產品」，就獲得專利權！另據報導，高雄一「土地銀行」（冥鈔專賣店）所「發行」的「陰間貨幣」～「九轉往生蓮花」被偽造，因而提出了侵權告訴！

2.4 宗教文化創意產業與智慧財產

政府在推動文化創意產業的同時，已注意到智慧財產權之保護；過去不少研究單位或文史工作者，每當民俗節慶（尤其是道教儀式）舉行時，經常是各類攝影器材、錄音配備齊集出籠，為了保存中國傳統民俗以及授權記錄片合法使用的商業活動，台灣相關單位已透過智慧財產權的法制化，做了相關法律之規範，對於宗教文化資產的保存，堪值欣慰。

如前所述，宗教文化創意產業為一著作權產業，在創作的過程中，除了以附加價值為取向外，如能多重視宗教文化的體驗、學習、保存、傳續，和人類賴以維持人際關係的社會價值觀，則其所獲得的附加價值便會顯得格外有意義。

2.5 宗教文化創意產業的附加價值

宗教文化產業為文化創意產業之一環，就附加價值的擴張幅度而言，前者往往大過於後者；在開拓新經濟的生產和服務型態方面，宗教文化創意產業為一可透過個人創作或集思廣益之產銷模式，開發「宗教文化產業市場」，增加個人或團體附加價值的文化產業，例如：某些宗教文化的創意產品（如永康保安的火車票），或賦有祈禳保佑作用的聖品（如粗鹽紅包袋、加持過的礦泉水、可讓另一半回心轉意的府城醋研、以五行五種顏色分類的女性內衣褲、印有宗教圖騰的化妝品包裝盒）常可收到意想不到的高附加價值；宗教文化創意產業除了用以開拓物質層面的附加價值外，在精神層面上，同時亦可提升宗教信仰品質、增進宗教文化內涵。

（一） 宗教文化產業產銷的新思維

許多寺廟的興建往往來自於人們對神靈的感動、感恩或允諾，初期的經營大都為家族式或小群體式，少有企業化經營理念，經濟來源也與「聖靈感動」有直接關係，然而經過幾場教團競賽的洗禮過後，許多「經營不善」的寺廟或教團，終究要被人們所遺忘！台灣平均不到一千戶人家要負擔一間寺廟的經常性支出（至2004年初，全台登記的寺廟已超過一萬座），整體教團或寺廟之間的激烈競爭不言而喻。

根據內政部2003年《台灣宗教概況簡介》指出，在台灣三萬六千平方公里土地上，即有將近一萬七千多個供信徒或教徒膜拜、聚會的場所，平均每2.1平方公里，就有一座寺廟或教堂（尚不包括興建中之寺廟），宗教建築密度之高，在世界上亦屬罕見。從宗教信仰之「供需」面觀之，信徒必須「重疊消費」（如佛道兼信），才能使大多數的教團存活下來。

年來，時有耳聞，一些小型教團被大型教團所併購，辛苦經營（並非辛苦經營就能得體）的寺廟，頓時之間成為其他教團的指揮總部，不勝唏噓！如同企業一樣（台灣中小企業的平均壽命約十年），大者恆大，無法達到「經營規模」的小型教團，只好無奈的走入歷史。

知名的教團在達到相當程度的「經營規模」之後，伴隨而來的吸金效應更是

驚人，經統計分析，台灣幾個大型的佛教團體，一年的總吸金量可達 70 億元之多，因而排擠到小型教團和其他社會團體的捐贈來源，此吸金效應不但引起爭議，還產生弱勢團體為爭生存權而帶來的負面影響。

翻開歷史，宗教與政治無不息息相關，君權時代，宗教如果得到皇帝的賞賜，神權便可以無限擴張，到了民主時代，宗教與政治仍然形影不離，小到一間廟宇，誰得到的政治光環越大，誰的信仰版圖擴張的就越快，且所獲得的經濟支援也越多（當然宗教團體也必須提出對等的政治期約。每逢選舉，各地寺廟都成了政治人物必需造訪的票倉據點）。近年來，某些特定（特殊）的宗教文化或民俗慶典，因得到產、官、學、研、藝界的奧援，而躍升為國際媒體爭相報導的民俗節慶。

3.1 宗教信仰文化的傳銷模式

如將一種新的概念（如：新興宗教的教義、社團新主張、信仰的神格化過程）視為一項無體物的創意產品，則其銷售方法與銷售過程是很值得探究的。由於宗教信仰的動機和過程，往往被賦予許多「神蹟」、「見證」、「聖訓」、「報應」，因此當某些信仰運動的新概念被傳散開後，常以驚人的穿透速度、強大的幅射能量，擴散到社會各處，並成為人們生活中寄託希望的依賴。

近代台灣本土的無生老母信仰，起源於台灣東部花蓮田埔地方，老母原本降乩於蘇列東身上，且不斷顯現神蹟，在有求必應下轟動起來，1950 年其信徒分成兩派，在老母顯靈之地的兩旁分別建立「慈惠堂」與「勝安宮」（產品創作），然慈惠堂以其特有的「信仰傳播」模式（產品銷售），終於席捲台灣全省，1979 年至 1989 年之間的高峰期，其分堂已有近千座之多。（參考資料：《道教神仙信仰研究》中華道統出版社）

3.2 教團經營與宗教事業產銷的新思維

在高雄市的街頭，常可看到一位尼姑推著車子，向來往的人群叫賣「竹筍包」，以獲取「修行經費」；為了籌措「建寺基金」，在傳統的菜市場裏頭，也有一位來自旗山地區的尼姑，親切的兜售草菇和茄子，這是典型的新經濟模式（因為出家人身穿袈裟，口念阿彌陀佛，所以其銷售產品的能力會有加分效果），過去接受供養的傳統思維，為了因應時代的快速變遷，終於蛻變為頗具創意的產銷方式，以累積更多的附加價值。

3.3 宗教服務的 ISO 認證

本文之初衷，在於期盼教團能以高品質的宗教服務獲得文化服務的附加價值，而所謂高品質的服務莫過於 ISO 國際服務品質之認證；台南市東區關帝殿（廳）歷

史悠久，向來香火鼎盛，該廟管理委員會秉持取之於社會用之於社會的理念，積極推動公益活動，結合宗教信仰與社會服務，展現寺廟社會服務之功能，不但獲得社會大眾的讚許，更通過 ISO 9001 國際服務品質認證，期盼此教團的 ISO 認證能對於傳統寺廟之經營有所啟示。

此外，「殯葬業，不僅是一種服務業，一種文化事業，更是一種人道事業。」（鄭志明教授），近年來，殯葬業者更致力於服務形象的塑造；如萬芳醫院太平間全部以原木佈置，除了有隱藏式的冰櫃外，還有佛堂、祈禱室、以及明亮乾淨的往生者拜飯區；而臺北市殯葬管理處亦致力於殯葬業務的制度化，縮短作業流程，建立內部稽核，杜絕殯儀館紅包文化，全面提昇軟體服務之品質。前兩宗教儀式服務單位因而分別獲得了 ISO 9001 與 ISO 9002 國際服務品質之認證。

3.4 小結

傳統民俗文化被認為是代表枯燥與呆板，而年輕世代對此傳統民俗文化更不感興趣，為了讓傳統文化得以傳承，2005 年 4 月，行政院體育委員會便在台中舉辦了一場民俗文化體育創意競賽，各個參賽團體都以現代方式展現傳統民俗表演，因而吸引不少年輕族群駐足觀賞，拉近了傳統與現代的距離，讓傳統民俗文化能貼近青少年，進而成為年輕世代生活中的一部分。

宗教文化的「產品」，除了有體物外，尚包含具有宗教色彩的「特殊智慧財產權作品」，而其「銷售」效率和附加價值，往往數倍甚至數十倍於有體物；相較於文化創意產業之文化產品和文化服務，宗教文化創意產業為一可透過：宗教文化產業識別、形象塑造、整體運籌帷幄體系、研究創作、企劃行銷、客戶或信眾服務、資源共用、社會教育、智財累積等營運方式，用以增進人類福祉的文化產業；其特殊的創意「產品」，將隨著不同的宗教信仰或某些神靈信仰運動而有不同的「銷售」方式和附加價值。

宗教文化創意產業為將文化創意產業之範圍縮影到宗教文化的層面，從創作、生產、企業化經營到智慧財產權保護，均為一新的體驗，我們期盼這種有別於傳統寺廟的經營理想，能有助益於教團的良性發展。

三、宗教文化園區

（一）創意文化園區與創意產業園區概述

1.1 台灣創意文化園區

文建會為整備文化創意產業發展環境，並透過產業遺址活化再利用之運作過

程，激發文化創意產業的活力，進而以空間活化再利用之成果挹注文化創意產業之發展，因而著手規劃設置「創意文化園區」。

成立宗旨將閒置空間再利用，成為發展文化創意產業的專屬基地。從經營管理的輔導、提升創意產品的研發能力、協助開拓國內外市場等等，讓創意工作者、藝術家交流匯集，建立研發、生產、行銷推廣的產業結構，以協助輔導創意廠商發展文化產業，並為民眾／消費者和創意者之間搭建一個互動的平臺。(文建會：創意文化園區總結報告)

1.2 中國創意產業園區

「創意產業園區」是以原創設計為中心的產業集聚載體，其範疇包含：文化設計創意、研發設計創意、軟體設計創意、建築設計創意、傳媒設計創意、諮詢策劃創意、時尚消費創意等。創意產業園區的主要表現形式為文化園區、工業園區、商業地產、街道、樓宇等。同時，它是一種介於政府、市場與企業之間的新型社會經濟組織和企業發展平臺，並能提供一系列新創企業發展所需的管理支援和資源網路。在這樣的概念下，中國亦常稱文化創意產業「園區」為文化創意產業「聚集區」或「集聚區」或「基地」。

(二) 宗教文化園區

宗教文化園區為利用園林空綠地或寺廟周圍空綠地、室內外場所等可資運用之空間，配合景觀設計和商業空間設計，在虛擬與實體、傳統與現代相容並蓄的架構下，將宗教歷史文物、神仙人物、神話故事、宗教文化、冥想世界、具有神秘色彩之宗教儀式等，透過重新規劃設計、產官學研藝和教團之創作、企劃行銷、遊客或信眾服務、民俗慶典活動、多媒體科技等企業化經營方式，使其擴展為具有宗教信仰、休閒育樂、社會教育、身心健康、產業增值功能的「現代人間生活道場」；其「產品」的特性為：著作權產業、可「回收再營運」，是一「永續經營」的宗教文化產業。宗教文化園區之規劃設計除了以宗教信仰為架構之外，更著重於「宗教文化商業環境」之設計理念，其附加價值來自於「宗教文化服務」或「宗教文化貿易」，以及宗教文化園區內外之週邊產業等。

四十歲以上的壯老年人，如果他們有自己的宗教信仰，大都為寺廟固定的「消費族群」，新經濟型態的宗教文化園區，則更加著重於中青代的「消費喜好」和「消費能力」，尤其是年輕人的「速食文化」與「感官刺激」之消費需求。

整體而言，宗教文化園區，並非再構築「不可能改建」的實體道場或寺廟建築物，而是以寓教於樂的方式，將奧妙的信仰文化，配合園林造景、多媒體科技，

設計成為具有信仰目的、育樂功能的現代休閒道場，同時每隔一段時間，推出不同的主題，更換展示地點，以達到「循環使用、永續經營」的高附加價值效益。

（三）宗教文化創意「閻苑」

「閻苑」據雲為神仙居住的地方，或稱「仙都」、「仙家」、「神鄉」等；《海內十洲記》：「滄海島在北海中…島中有紫石宮室，九老仙都所治」。唐杜甫：「春日鶯啼修竹裡，仙家犬吠白雲間」。黃帝西遊，登崑崙山，達於玄圃，瞻望良久，顧伯常曰：「此神仙所聚之處也」，伯常問曰：「果如斯？則仙人何所樂也？」，帝曰：「人間之所謂樂，均屬幻境。指地可起百層之樓。仙樂麗伎，意之所至，則隨想隨至，均是幻景耳」。

閻苑既是「意之所至，隨想隨至之幻景」，則地球上有多少人，就應有多少種不同的幻景，閻苑可以是戶外型態的「人間的育樂道場」，也可以以「文物展示館」的型態來呈現。現代人的休閒育樂講求多元化，如果室內型閻苑只是沉寂的文物陳列，恐無法滿足多數人的消費需求。閻苑是一個抽象的名詞，是人類與宗教信仰有關的冥想情境，其題材之豐富包括：既存的天堂地獄說，以及在人類不斷的「封神計劃」、「造神運動」下所「製造」出來的神仙人物、魑魍鬼魅。創意閻苑則是依據冥想情境，透過虛擬科技和實體造景，配合宗教儀式，使其成為具有附加價值的人間道場或育樂園區。

台灣有好幾座地獄？進入地獄得先購買「冥遊券」，才能「通行無阻」，在社會教化、廟宇收入上，它著實發揮了不少功能，然而這龐然大物如何維護或改建？它能滿足人類感官的生命期有多長？如能將「實體地獄」改建成現代多媒體的「虛擬地獄」，應更能符合人類「冥想世界」裏的幽靈幻境！

（四）宗教文化傳播

最近幾近年來，台灣有關宗教文化的電視連續劇，如《媽祖傳》、《濟公傳》、《三國演義》等，不但深入民心，也獲得相當不錯的收視率。大陸為了響應「三個代表」（註：「三個代表」指中國共產黨要始終成為「中國先進社會生產力發展要求的代表」、「中國先進文化前進方向的代表」，以及「中國最廣大人民的根本利益的忠實代表」三個有關鞏固中國統治的指導性思想。）之熱潮，以及讓全國百姓更加瞭解老子思想對中國傳統文化的影響，已由中國道教協會籌拍一部定名為《道祖老子》的電視影片，內容包含：老子的哲學思想、孔子問禮於老聃的始末、道祖聖跡、道家與道教的關係，以反映中國古代的思想家、哲學家老子生平及與道教文化之淵源，並預計在海內外發行。就台灣的「太上老君」信仰而言，

其宗教意識遠遠超過於哲學思想，我們期待本電視影片之發行，能有助於世人對於老子文化更深層的體認。其他尚有反映鹿邑（老子故里）歷史文化的電視連續劇《睡仙陳搏》、《李氏春秋》等，在大陸地區也都獲得民眾熱烈的回響。

道教儀式為一中國傳統的宗教文化，它所蘊涵的內秘世界，除了少數研究人員、文史工作者、神職人員之外，一般民眾很難進入堂奧；每當傳統宗教儀式舉行時，隨香跪拜的信眾，都要跟著神職人員的「旨意」，在極度嚴肅的等待中才能完成心願，就倡導社會淨化的新方式以及傳播宗教文化之視、聽、覺藝術而言，應可於道場之適當位置，配合運用多媒體科技，融入同步影像或旁白註說，讓神職人員和信眾能隨著宗教音樂、冥想畫面之變化，進入心靈淨化、存思存變的境界，以彰顯宗教信仰的社教內涵。

4.1 化做春泥更護花

鄧麗君一曲「何日君再來」風靡了海峽兩岸，然而她長眠的「筠園」，卻是一處充滿安詳的地方，並沒有傳統墓園的陰森與驚恐；「揮揮衣袖，不帶走一片雲彩」，這不也是採用海葬、火化者一生最瀟灑的休止符嗎？如能「化做春泥更護花」，讓草木更為青蔥，自能與日月同光，也符合宗教「生生化化」的人生觀。

4.2 千江有水千江月

在濟幽儀式時，往生者應都可聽到(世人假設他們可以聽到)一句「千江有水千江月，萬里無雲萬里天。」的偈語，就這樣，逝者一切豁然開朗，況乎生人！如果天堂可以被「建造」，那又何來懼畏？新竹市殯葬管理所對於殯葬業務的目標是朝著「生命紀念園區」的構想設計，未來園區內還將有博物館、樹葬區、槌球場、烤肉區。然而據知名的殯葬業者指出，即使台灣不再建造納骨塔，且所有往生者全部火化進塔，40年後仍有剩餘塔位，因而納骨塔不應再只是單純存放「紀念物」的地方，宜朝向園林景觀、空間藝術化、生命教育、具有環保概念之樹葬或花葬的「休閒園區」規劃設計，以增進殯葬業務的經濟效益。

(五) 兩岸道教文化資產

5.1 臺北大龍峒～保安宮

宗教文化資產是人類對於心靈世界形之於外的具體成就，近年來，臺北大龍峒保安宮為保存宗教文化資產可謂不遺餘力，該宮初創於清乾隆七年(1742年)，主祀保生大帝，為內政部指定的國家二級古蹟，從民國84年(1995年)起開始修復，此次修復工程在於使傳統寺廟能展現出人性化、現代化、藝術性和精緻性的嶄新面貌，2003年獲得聯合國教科文組織(UNESCO)亞太文化資產獎，這對於

台灣參與世界文化資產之保存與維護，深具意義。



《大龍峒保安宮古蹟保存經驗》



大道真人 保生大帝

5.2 四川大邑鶴鳴山～道源聖城

「道源聖城」為成都旅遊「十一五」規劃重點專案之一，據建設方恩威集團總裁薛永新表示，「道源聖城」道教文化公園在首批投資高達12億，總面積達22.65平方公里的大邑鶴鳴山道教文化旅遊區內，該區域位於旅遊區三山兩江的交匯中心——鶴頭，集秀英雄奇的風景與一身，蘊含道教文化中的「貴生度人」思想，並將從中延伸出文化、養生、康療等多種內容。「道源聖城」將在三年內逐步推出豐富精彩的內容：太極廣場建築群，太極養生賓館，大型戶外老君像，道教養生谷，道教文化村，私人林場，體育山地旅遊區等。



「道源聖城」願景圖



十帝閻君-(清)道正宗師圖



穿越時光長廊·展現千年文脈

5.3 四川成都～原生態實景表演《太極神韻》

《太極神韻》採集了道家文化經典、精髓，通過文化、音樂、舞美、武道、服裝、多媒體等文化藝術，以體現「天人合一、包容大氣、和諧發展」的精神氣質為設計理念，進而演繹出現代人對中華優秀歷史文明的傳承與發展。

《太極神韻》演藝共分七個篇章：「序幕～祈福迎祥」、「愛民治國」、「天長地久」、「上善若水」、「天地甘露」、「道法自然」、「尾聲～眾妙之門」（均取自《道德經》）。



《太極神韻》演藝



原生態·實景·體驗 ~ 道德經



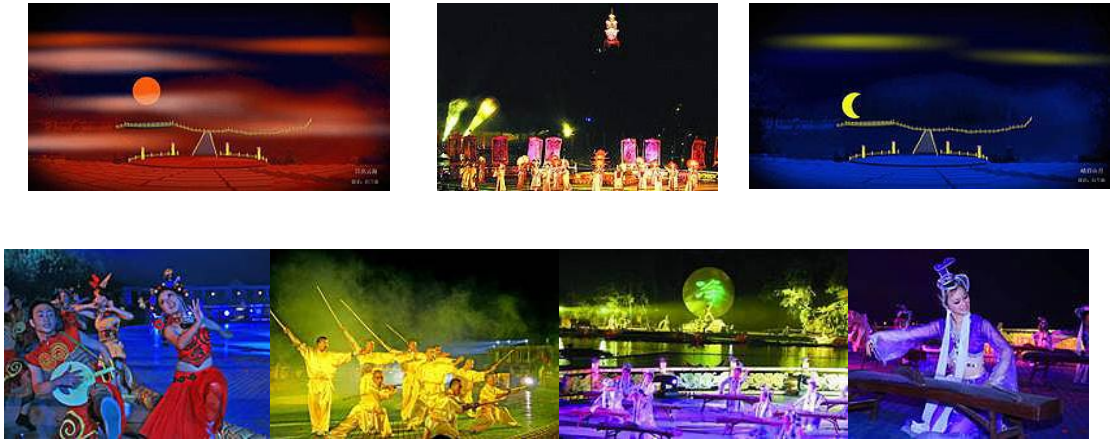
5.4 四川峨眉山~3D 山水實景幻象劇《天下峨眉》

《天下峨眉》為一部以青山為背景、湖水為舞臺，再現「日出、雲海、佛光、聖燈」峨眉四絕的 3D 山水實景幻象旅遊劇，亦是中國第一台以道教文化和武術意境為主題的大型山水實景劇。

《天下峨眉》演藝共分五個篇章：「序幕~佛法西來」、「色即是空」、「隨風頓悟」、「禪意仙境」、「尾聲~萬佛歸宗」。



《天下峨眉》大型 3D 實景幻象



雲上金頂·天下峨眉

5.5 玄帝文化景區---讓武當走向世界、讓玄武文化滲入人心！

武當山有著深厚的文化沉澱，可多年來，武當山給人的感覺卻是「白天看廟，晚上睡覺」。如何真正讓遊客讀到、讀懂武當山的大山、大水、大人文，讓遊客多在武當山停留，是武當山特區政府近幾年盡全力解決的首要問題。

根據武當山各景點的特點，在「金頂」重點開發包裝金殿朝拜、信物開光、抽吉祥籤、祈福轉運產品；「瓊台」推出中觀講經布壇、誦經堂、道教過堂齋飯、道裝門市產品；「榔梅祠」推出武當武術展覽；「朝天宮」包裝民歌表演；「烏鴉嶺」開設武當影院，不間斷播放武當山題材的影視片；「南岩宮」包裝龍頭大香、甘露茶道、周易預測、古建築圖片展、圍棋；「太常觀」推出《道德經》講習，設立《道德經》評注書籍館；「紫霄宮」推出道教法事、道醫問診、周易預測；「太子坡」推出太子讀書、武當武術、養生茶道、中醫問診、養生素膳、武當風光攝影展；「磨針井」推出鐵杵磨針，並設立「武當書院」，展示武當文化系列書籍；八仙觀推出武當山珍特色餐飲、武當茶文化展廳和採茶、制茶、品茶一條龍活動產品；逍遙谷包裝逍遙生態遊、欣賞武當武術；武當演藝廳推出武當功夫表演。同時，各宮觀內和景區內都持續播放道教音樂，宗教開放場所殿內有誦經聲，營造了濃厚的道教文化氛圍。



武當日出-通訊員 汪楓 攝

在建構「現代玄帝文化景區」之前，我們應先對傳統玄天上帝文化內容有一瞭解，其分類分式可分為：思想類、教門和人物類、經籍類、教義及基礎知識類、齋醮科儀及戒律類、符籙法術及占驗類、醫藥學類、養生功法及武術類、內丹學類、養生類、外丹學類、神仙及民俗信仰學類、文化藝術學類、各地玄天上帝重點宮觀類、武當山古建築群聯合國教科文組織世界遺產等。

湖北武當山古建築群之所以能登錄聯合國教科文組織世界遺產名錄，那是當時明朝永樂年間成祖運用朝廷資源，麾動二十萬軍民夫將，才得完成（1412年9月～1418年11月），武當山是明代的「朝廷家廟」，現今民間一座「區區小殿」，怎能與之相提並論，想闖出盛名大號，恐怕只有靠「造神運動」了，因而於此提出現代玄天上帝文化景區闢建之構思，以為參考：

- 1、真武太空幽浮館～來自外太空的資訊場
- 2、北斗星象館～星象與氣象教育
- 3、真武止戰和平廣場～國際武術競技場
- 4、武當太和廣場～和諧共生、合力共榮
- 5、天造玄武科學館～地球科學教育
- 6、真武神團大閱兵～美麗的傳說故事

- 7、鐵杵磨針功夫館～勵志演藝廳
- 8、尋夢園～孝道倫理社會教育

四、結語

「宗教文化園區」的願景是涵融不同的宗教文化、傳統與現代相容並蓄，使他成為具有高附加價值的現代人間育樂道場，而在宗教文化的大熔爐裏，「宗教文化創意產業」將超越不同宗教信仰的執著，期望人人都可以來到「文化宗教」的闢苑裏，共用「宗教文化」的盛宴！

五、參考資料

1. 文化資產創意產業資訊網，<http://cacisp.myweb.hinet.net/>
2. 文建會-文化創意產業發展計畫，<http://cci.cca.gov.tw/>
3. 文建會-創意文化園區總結報告，
http://web.cca.gov.tw/creative/page/main_06_01.htm
4. 中國文化創意產業網，<http://www.chinawhcy.com/>
5. 大龍峒保安宮官方網站，<http://www.baoan.org.tw/asp/Home/default.asp>
6. 中國傳統文化網，<http://www.enweiculture.com/culture/index.asp>