

# 宗教出版品傳播效果研究初探-以臺灣佛教雜誌為例

陳建安

## 摘要

宗教是人類最原始的社會現象，在人類的發展歷程中起著重要的作用。從傳播學角度來看，大眾傳播媒介在宗教世俗化的過程中起了很重要的作用。大眾傳媒的不斷發展，為宗教世俗化提供了武器和平台。台灣宗教之於社會來說，具有相當教化意義，其中大部分的宗教，均習慣透過媒體，進行教義傳佈與教化人心。而佛教似乎成為台灣社會穩定與文化傳承的主導力量。

佛教出版品對於信徒的影響，在弘揚佛法過程中，扮演著關鍵性的角色。而台灣光復初期，佛教雜誌更是扮演承先啟後的角色。但隨著傳播科技進步與時代的演變，文化弘法多元化，電視、電影、網路與社群媒體等，都影響著佛教雜誌過去的角色。本研究希望透過網路調查，輔以文獻分析，再度勾勒佛教雜誌的重要性為何？是否有如過去效果般，對一般民眾產生影響？

研究發現，不管有無宗教信仰？超過 68% 受訪者，均曾經閱讀過佛教出版品，其中有 56% 的人喜歡佛教出版品。這結果顯示出，透過出版品推廣佛教教成效頗大。另，佛教雜誌是否仍有傳播效果？發現「佛教雜誌」從過去早期的一枝獨秀，後因為大環境解嚴緣故，使「佛教雜誌」文教弘法功能漸漸萎縮；不過，對信徒來說，「佛教雜誌」仍有其存在價值。

## Abstract

Religion is the most primitive social phenomenon of mankind. And the mass media play a very important role in the process of secularization of religion. The mass media provided weapons and platforms for the secularization of religion. Taiwanese religion is of educational significance to Taiwanese society. Most of the religions in Taiwan are spread and educated through the media. Buddhism is the leading force in Taiwan's social stability and cultural heritage.

Buddhism publications are important in carrying forward the Dharma. Among them, Buddhist magazines were more important in Taiwan early. With the spread of scientific

and technological progress, television, film, Internet and community media, have affected the role of Buddhist magazines. This study hopes to find out whether Buddhist magazines have an effect on the general public through network survey and literature analysis.

The study found that, with or without religious beliefs, more than 68% of respondents had read Buddhist publications, 56% of whom liked Buddhist publications. The results show that the promotion of Buddhism through publications is quite effective. Also, does the Buddhist magazine still have a communication effect? Found that the "Buddhist magazine" cultural and educational function is gradually reduced, but still its existence value.

關鍵字：佛教雜誌、文化傳播、宗教出版品

Keywords: Buddhist magazines, cultural communication, religious publications

## 壹、緒論

### 一、研究背景

宗教是人類最原始的社會現象，在人類的發展歷程中起著重要的作用。社會學的三位大師馬克思、塗爾幹和韋伯都就曾從不同角度研究過宗教。馬克思關注宗教所包含的強烈的意識形態要素，認為宗教對社會中存在的財富和權力的不平等提供了正當理由。塗爾幹認為宗教的重要性是它存在凝聚的功能，尤其是能保證人們定期集結在一起鞏固共同的信念和價值觀。韋伯則探討了宗教在社會變遷中發揮的重要作用，尤其是對西方資本主義發展的作用。宗教在人類發展史上曾經有著極為崇高、神聖的地位。然而隨著科學技術的不斷進步和現代政治與社會管理的不斷發展，迫使宗教從原有的神聖地位逐漸走下了神壇，正呈現著不斷世俗化的與被世俗化的趨勢，或言走向現代化的過程中，宗教似乎正在轉變<sup>1</sup>。

在今日社會現代性、理性突顯的技術官僚時代，伴隨著宗教傳統意義的消解，道德與倫理的基礎慢慢弱化；科學理性精神固然不可缺少，但涉及理想、精神等問題，科學又無法給予我們欲知的答案，現代科學技術在滿足人性需求方面顯得蒼白無力，它無法為人類生存提供意義，也無法滿足個人價值、自由等超越性的要

---

<sup>1</sup> 戴康生、彭耀(2000)，《宗教社會學》，大陸：社會科學文獻出版社。

求，世俗化的負面效應隨之呈現。人類社會陷入世俗化的悖論之中。所以，現代社會離不開宗教，宗教必須在現代社會的運行中發揮其積極作用。於是，當代宗教如何正當的實現其積極的社會功能又成為一個新的課題，而通過大眾傳媒使當代宗教的正面功能得以彰顯似乎是一條捷徑。

從傳播學重視媒介作用的角度來看，大眾傳播媒介在宗教世俗化的過程中起了很重要的作用。大眾傳媒的不斷發展，為宗教世俗化提供了武器和平臺。隨著文化工業的不斷前進，大眾媒介的傳播形式塑造了我們的思想、文化和關係，不過，與此同時大眾傳媒本身的不斷“世俗性”的舉動，又深深的傷害著當代社會內部賴以生存的理性精神和對“終極關懷”的渴望。而宗教活動，卻因為使用媒介這個過程中，慢慢弭補了社會化所依賴的穩定來源。所以，研究宗教與傳播媒介過程中，必須注重宗教存在的社會功能與意義，而這種從原本政教合一，到世俗化，最後轉變利用現代化媒介的過程中，讓宗教再度站上社會穩定的重要來源，正是為什麼臺灣會有這麼多宗教出版品與雜誌、電視臺與媒介的緣故。

臺灣宗教多元，宗教出版品眾多，是不爭事實。根據美國研究機構皮尤研究中心（Pew Research Center）提出的「宗教與公眾生活計畫報告」（Religion and Public Life Project），在全球宗教多樣性指數（Religion Diversity Index）最高的國家中，臺灣名列第二。<sup>2</sup>位居第二的臺灣，最大的宗教族群是民間信仰，比例高達 45%，而佛教則以超過 20% 的比例緊接在後，獨立宗教和其他宗教的比例在 13%-15% 之間，基督教則大約占 7%。

深究臺灣宗教與宗教文化對臺灣社會的影響，除台灣信仰人口眾多、信仰多元化之外，臺灣宗教之於臺灣社會來說，具有相當教化意義，而其中不難發現，大部分的宗教，均習慣透過媒體力量，例如：電視、雜誌、出版品或者弘法活動，進行教義傳佈與教化人心。沈孟湄<sup>3</sup>指出，如何善用媒體以實踐信仰傳播，一直是各宗教致力的傳播目標。以臺灣地區而言，1996 年解嚴，臺灣宗教管制政策與傳播法規鬆綁之後<sup>4</sup>，宗教和媒體的互動關係甚至逐漸由「購買媒體」的買賣關係，轉

---

<sup>2</sup> 請參考 <https://www.thenewslens.com/article/3235>

<sup>3</sup> 沈孟湄(2013)，《從宗教與媒體互動檢視臺灣宗教傳播之發展》，臺北：《新聞學研究》第 117 期。

<sup>4</sup> 臺灣宗教傳播的發展背景，根據沈孟湄，《從宗教與媒體互動檢視臺灣宗教傳播之發展》，2013 年發表在新聞學研究第一一七期提到，臺灣宗教傳播主要是分為三期，分別是「明鄭、清領、日據時期」（宗教伴隨殖民地勢力而生）、「戒嚴時期」（宗教傳播進入廣播電視媒體）與「解嚴後」（宗教投入媒體經營）等三個時期。

變由「經營媒體」的代理關係。傳播者從以前的宗教內部神職人員、信徒，漸漸擴大到不具宗教承諾的媒體專業人士，例如：慈濟慈善事業基金會(以下簡稱慈濟功德會)所經營的「大愛電視臺」，除部分屬於神職人員與信徒外，大部分都屬於電視臺營運所需的專業人士。

不過，仍有神學家與學者對於宗教與媒體緊密結合提出質疑。質疑有效而媒體曝光顯著的傳播，是真的宗教傳播，抑或是根本與宗教無關的商品傳播活動與消費文化呢？為突破現有爭辯框架，部分學者力陳宗教傳播並非僅是分送資訊的行動，宗教和大眾媒體或動後衍生媒體仲介的宗教(mediated religion)，促使宗教與媒體間的範疇漸趨模糊。這種經過媒體仲介的宗教，不再限於宗教的範疇，而是進入一個製造文化論述象徵的場域，涉及更為廣泛的社會文化整合發展(Hoover & Lundby,1997,pp.298-309)。簡言之，宗教傳播不能侷限在宗教實踐的狹隘角度，改由社會實踐多元性，把宗教傳播延伸到「社會的意義」，而這就是種「文化傳播」。

所謂「社會的意義」，就是主張以社會服務或者社會改革為主的，在從事宗教傳播時，少提及信仰問題，主要強調人道關懷與社會參與。而這類觀點在基督教與天主教相關的宗教傳播出版品中，主要是關注教育、醫療、社會改革與政治參與。而佛教在「入世佛教」興起後，傳播內容更強調社會參與，超越明清佛教遁世而起生死得解脫的自利行為。而這部分的佛教出版品，傳播物件早已由信徒取向，擴大到大眾取向，例如：慈濟功德會下面的的人文志業出版，也部分透過與遠流、皇冠等出版社合作出版「看不出慈濟色彩的書」，這正式慈濟功德會提到：「運用當代發達的科技，就能真正在二十億佛國，現廣長舌相」。

媒體結合宗教究竟有無效果？媒體是社會皮膚(social skin)是無庸置疑的，而大眾透過媒體瞭解世界，更是媒體最大功能；換言之，「媒介真實」往往被大眾視為瞭解這世界的真正真實。所以，閱聽大眾或言受眾、讀者在面對媒體時，往往會從全盤接受到慢慢考慮那些內容是真的？那些內容適合他或她的需求？這正是媒介大效果到有限效果，最後用轉變成使用滿足、效果萬能論等。

若單就佛教與社會大中之間關係而論，張強<sup>5</sup>指出，如何透過宗教力量疏導大眾，以及成為每個人的心理慰藉而言，佛教主張通過心靈的解脫消解現實的苦難，尤

---

<sup>5</sup> 張強(2012)，《世俗世界的神聖帷幕--從社會控制角度看人間佛教的社會承擔》，大陸：南京大學哲學系博士生。

其注重對信眾心裡的舒緩和引導，進而進行社會控制或言社會教化；就社會控制而言，佛教具體表現為人本精神、內化理念與包容意識。人本精神，是佛教社會控制的基本立場；而內化理念，是佛教社會控制的實現方式，強調通過心實現轉變，看重對信眾精神世界的改造與重建。佛教本身是開放的、發展的，總是隨著變動的處境不斷成全著自身，順應時代、適應社會，以便更好的發揮社會控制功能。這種例子，明顯就佛教善用媒體，以針對大眾需求進行疏導的最佳方式。

另外，中國佛學院碩士研究生行空法師也指出<sup>6</sup>，對居士<sup>7</sup>而言，學習佛法的作用有包括：「眾生愛護生命」、「促進人類文明與進步」、「理解到人生難得」、「拯救人生」、「知規·明理·解思」、「擁有智慧得到加持，生活順利」、「感覺到生命存價的價值與意義」、「擺脫煩惱」、「懂得念佛的益處」、「理解到人生無常」、「增進信願行」、「樹立人生的方向和歸依」、「懂得做人的道理」、「增進對佛教的瞭解」。這更明確告知，佛教之於信眾或一般大眾，有種類似使用與滿足的傳播效果，或者潛移默化的文化傳播或者涵化理論效果。

## 二、 研究現況

當代社會的發展有兩個重要的特徵。其一，是伴隨著後現代思潮蔓延的社會結構多元化趨勢。其二，社會各個多元部分之間產生了高度的關聯性。與此同時，宗教賴以依附的總體性社會結構也相應地出現了變化，演變為多個子系統的成立和整合。作為社會總體，它在各自的互動系統、組織制度和社會結構之間，不斷分化、相互分離；各個子系統也逐步形成自己的運動機制，以借助有限可能性原則，按照分割、分層和功能分化三種分化方式發展起來。在此過程中，社會的總體性結構之中的層次或分層也逐漸明晰起來。每個社會子系統的自身同一性和邊界一方面得以明確，另一方面則借助於更高層次的功能分化，取得社會進化的效果。特別是其中的功能分工，可以促使總體社會的每一個子系統，明確自己的存在或發展的邊界，趨向自理自治，與整個社會保持共存和預設的關係。附著於總體性社會結構的宗教，隨之在存在及其形式的層面上，產生了相應的功能分化。

同時，市場經濟全球化的發展趨勢，帶動了社會在其相對於國家和市場的層面上呈現出多樣化的態勢，國家與社會的互動關係發生了深刻的變化，新的權力架構和體制得以形成。宗教與現代社會公共生活的關係同漸複雜，其有別於政治性、國家上層建築性質的社會性得以體現，當代宗教的邊界日益明確。就當代宗教的功能和邊界而言，其致力於社會慈善、民間互助，其有利於國家(政治)、市場的“第三部門”的社會特徵已浮出水面。

---

<sup>6</sup> 行空法師(2012)，《以居士教育實踐「人間佛教」--對北京市佛教文化研究所佛學培訓班的調查分析》，中國，中國佛學院研究所。

<sup>7</sup> 居士是一種提倡在家修行的佛教修行方式與思想的人，中文信徒稱之為在家眾。

作為“第三部門”的宗教在當今社會中的首要功能便是維護社會的穩定。這種功能既是宗教不斷世俗化，作為組織、部門參與社會活動的必然選擇，也是當代社會對宗教(組織)必然要求。而當代宗教的社會穩定功能具體表現為兩個方面，其一，通過一系列動作與措施，在信徒內部對共同的宗教理念進行了建構，使信眾緊密團結在宗教(組織)理念的周圍，約束和規範其行為，使之符合宗教理念的要求；其二，通過媒體的擴張，使自身宗教理念與當代社會主流價值觀相融合，努力維護當代社會的集體無意識，影響非信眾的心理和行為，使之有利於社會系統的穩定運行。

就現況來說，臺灣宗教呈現多元發展，整個台灣的社會穩定與文化傳承似乎被大量宗教所主導，佛教四大教團<sup>8</sup>的影響力，更是除民間信仰以外最大的宗教勢力。為何佛教與佛教媒體會如此發達呢？誠如《星雲模式的人間佛教》<sup>9</sup>一書中指出，「弘揚〈人間佛教〉，就是為了重整如來一代時教，要讓佛法落實在人間，發揮佛教的教化之功，使能對人有用。為了發揮佛教的功能，確實把佛法落實在人間，大師主張，舉凡著書立說、講經說法、設校辦學、興建道場、教育文化、施診醫療、養老育幼、共修傳戒、佛學講座、朝山活動、掃街環保、念佛共修、佛學會考、梵唄演唱、素齋談禪、軍中弘法、鄉村布教等，這些都是人間佛教所要推動的弘法之道，也是人間佛教的修行之道。」這就是文教弘法。為何強調文教弘法呢？為長久以來，一般社會人士總把佛教定位于慈善工作上，總認為佛教之於社會的主要功能，應該是從事恤孤濟貧的慈善救助。星雲大師表示，「佛教最大的功能，應該是宣揚教義，是以佛法真理來化導人心、提升人性的真善美，帶動社會的和諧安定，繼而促進世界的和平，這才是佛教最終的職責所在，這才是最究竟的慈善救濟」。這正是臺灣佛教發展之於媒體緊密結合的最大原因。

在近年不景氣衝擊下，臺灣大部分出版品首刷印行數量較以往明顯下降，但宗教出版品卻沒有因而減少，仍然不斷推出新的書籍，以多元化出版選題創造讓讀者有更多的選擇機會。例如：早期 1994 年佛光山的「傳燈：星雲大師傳」，因熱賣而於 2006 年改版為「雲水日月：星雲大師傳」等。雖然，這些出版品內容與佛教的信念與想法不可脫離，但在佛教團體大力推廣下，這些出版品不僅盡到弘法利生的目標，也借著內容刊行，將佛教中文化的、知識性的資訊與理念精神，傳遞到一般大眾。所以，佛教出版品對於信徒的影響，在佛教組織弘法過程中扮演著

<sup>8</sup> 臺灣佛教的四大教團，主要是星雲大師的佛光山、證嚴法師的慈濟功德會、聖嚴法師的法鼓山文化與中台禪寺等。

<sup>9</sup> 滿義法師(2005)，《星雲模式的人間佛教》，臺北：天下文化

關鍵性的角色。<sup>10</sup>

台灣佛教出版品，不僅種類眾多，印刷數量也比一般出版品多。就種類而言，包括佛教性的報紙、雜誌、善書、通訊與一般圖書<sup>11</sup>等。本研究將結合文獻分析勾勒佛教雜誌的重要性，輔以小樣本線上隨機問卷進行調查，藉此結果來分析探討佛教傳播對讀者產生的效果為何？又是呈現甚麼樣貌？希冀從小樣本中去窺探佛教雜誌對一般民眾的影響為何？

## 貳、 文獻探討

### 一、 宗教與文化傳播

世界上恐怕沒有哪一項文化傳播，如宗教傳播那樣成功。自人類有了宗教那天起，便有了宗教傳播，否則宗教意識也僅於個人的思想意識，而並非一群人的共同信仰，所以，沒有傳播，便沒有宗教。宗教是甚麼？宗教是神與人的神聖交往活動，是人與神的溝通行為。宗教的語言學內涵就是「聯繫」，古人用「聯繫」一詞來概括宗教。而宗教傳播就是溝通人神之間關係的象徵性互動行為，這種互動行為，本質上就是一種傳播活動。所以，可說沒有傳播就沒有宗教，傳播更是構成宗教文化變遷，進而導致社會變遷的一種力量。<sup>12</sup>

文化傳播，指的是一定主體通過言語或姿勢、表情、圖像、文字等符號系統，傳遞或交流知識、意見、情感、願望等信息，並使一定的受眾得到影響的過程。施拉姆把這一定義概括為：A 通過 C 將 B 傳遞給 D，以達到效果 E。這裡 A 是資訊發出者，B 是資訊，C 是通向資訊接受者，D 是途徑或媒介，E 是傳播所引起的反應。因為文化傳播其中有一項很重要的功能，與宗教息息相關，就是社會教化功能。社會化是社會溝通的直接目的，文化傳播作為人的社會溝通，不僅在溝通人們的關係，更主要的是在協調和統一人們的社會行為，確定人們的行為規範，達到社會化。人們從家庭走向社會，從個體走向群體，要不斷地通過文化接觸瞭解這些文化內容，以防止違反社會規範，而人的社會化過程又不是一次所能完成的，要通過文化傳播不斷地接受社會教化。反之，如果人們不進行文化溝通，就不可

<sup>10</sup> 李懷民(2002)，《宗教團體出版問題研究—以佛教慈濟文化為例》，臺灣：南華大學出版事業管理研究所。

<sup>11</sup> 佛教出版品中，沒有 ISBN 的出版品通常可以分為兩大類，一是內部通訊，例如：小報，另一種是勸人向善的善書。但這部分的出版品較不容易統計與定義，所以，本研究一開始就鎖定報紙、雜誌與圖書，再依照較適合涉入性、便利性、多元性與時效性四種特性篩選調查標的。

<sup>12</sup> 袁愛中(2010)，《宗教與傳播關係探析》，大陸：西藏民族學院學報，第 32 卷第二期。



能完全擺脫“自然人”而成為“現代人”。

從傳播效果角度分析文化傳播，可清楚知道文化傳播對於人們的影響可以分成認知、態度與行為三個層次，這三層效果是一個不斷累積、層層遞進的過程<sup>13</sup>。其中認知層次效果主要表現在資訊對人們認知系統的作用。李普曼在 1922 年《公眾輿論》中就提出了“擬態環境”的概念，他認為我們所說的媒介環境，並不適現實環境的「鏡像」的再現，而是大眾傳播媒介通過象徵性的事件或者資訊選擇與加工，重新加以建構後再向人們提示的環境；在態度層次部分，大眾傳播媒介在傳播過程中，通常包含著各種價值判斷，對形成和維護社會規範和價值體系起著一定的作用；行為層次，則是說明大眾傳播媒介的影響除表現在認知與態度領域同時，還通過一些具體行為示範直接與間接影響人們的行為模式。

上述文化傳播與該模式所產生的影響與效果，似乎與佛教出版品出版流通期望達到的目標是不謀而合。星雲大師曾在 2013 年提到<sup>14</sup>，人間佛教就是要從淨化心靈的根本之道做起，這點與希望達到認知層次相當；但，也不是因此而偏廢物質方面的建設，而是要教人以智慧來運用財富，以出世的精神做入世的事業，從而建立富而好禮的人間淨土，這是與態度層次相當，以入世的態度與人間大眾配合。所以，人間佛教是佛說的、是人要的，是淨化的、是善美的。最後，為順應時代與眾生的根基，早在 1954 年開始，發起暢印精裝本的佛書，讓佛教成為大家都看得懂的讀物，這又是與行為層次相當。從上述推論很清晰指出，宗教與媒介關係密切，而宗教使用媒介衍生的文化傳播，其效果明顯影響人們的認知態度與行為等層面。

## 二、 宗教與出版

星雲大師說：「佛教要有前途，必須發展事業」。而《星雲模式的人間佛教實踐》一書中<sup>15</sup>，星雲大師又提起，「文化是宗教的一大命脈，也是佛教前途之所系。」該書更指出，「星雲模式之所以可以成功傳播〈人間佛教〉的過程中，主要是運用四大面向進行，包括：佛教藝術、傳播媒介、學術研究與增加對話。」其中所謂利用「傳播媒介」與資訊科技的發展，以今人熟悉方式弘法於人間，正是佛光山弘法成功之處。其中方法靈活、管道多樣，讓弘法工作更是不斷現代化，例如：

<sup>13</sup> 謝精忠(2014)，《基於受眾的美劇跨文化傳播效果探析》，大陸：江西師範大學傳播學院

<sup>14</sup> 星雲大師等人著(2013)，《人間佛教的發展》，臺北：佛光文化

<sup>15</sup> 請參考注 9。

成立出版社、圖書館、佛光翻譯中心，出版一系列有關〈人間佛教〉的書籍，流通於世界等。另外，為讓宗教出版品在文化弘法過程中具有其圖書分類，正視宗教出版品的存在地位，佛光山也順利讓美國國會圖書館正式把佛光山及星雲大師作品在國會圖書分類法之佛教分類法，設立單獨的分類號，並將〈人間佛教〉與佛光山教團正式納入《國會圖書館主題標目》之中。

佛門常言，“弘法為家務，利生為事業。”“弘法利生”因而成為佛家的口頭禪。據《眾許摩訶帝經》記載，佛陀菩提樹下悟道，初度五比丘，標誌著佛陀弘法之始；佛陀培訓出六十位大阿羅漢後，對他們說，“我從無量劫來勤行精進，乃於今日得成正覺，正為一切眾生解諸系縛，汝等今日悉于我處得聞正法，漏盡解脫，三明、六通皆已具足，天上、人間離其系縛，可與眾生為最福田，宜行慈愍隨緣利樂。”巴厘《相應部》說明每一位弟子都是沿不同的路線雲遊，以便最大限度弘法利生。佛陀為什麼如此強調遊化？原因之一是，佛陀在雲遊過程中，走入人群，無數苦難眾生才有機會向他請教。佛陀如同世間良醫，針對眾生不同的煩惱，對症下藥，隨機說法，引導人們步入正確的人生之路。“走入人群，隨機施教”，成為歷代佛教所遵循的最重要的教育原則<sup>16</sup>。

六祖惠能大師臨終時囑咐弟子以三十六對法說法度眾生，“若有人問汝義，問有將無對，問無將有對，問凡以聖對，問聖以凡對；二道相因，生中道義。”三十六對法的核心是說無定說，對機而說。惠能的弟子深得其精髓，針對每一個人特有的問題，依據其根基、成長環境、教育水準和具體情境，個別開導，逐漸形成各自的家風：“示言句”、“逞機鋒”、“解公案”、“參話頭”、“德山棒”、“臨濟喝”、“雲門餅”、“趙州茶”、“慈明罵”等。所有這一切都體現了禪宗隨機施教的獨特教育風格。

鑒於以上分析，清楚瞭解佛教的根本問題，不是一個理論的問題，而是一個如何實踐的問題。弘法僅僅是一種手段，其真正的目的是引導人領悟佛法的精髓，了知宇宙人生的真相。這才是弘法的目的，針對當今人的問題，對症下藥，再充分利用媒體與高科技成果，運用人們喜聞樂見的方式，隨機施教，或許就是新的弘法模式。而並非僅佛光山單一教團所關注的問題，舉凡所有台灣各種宗教教團，均致力於如何透過最佳途徑，完成弘法利生的目標。出版，就成為這些宗教教團

---

<sup>16</sup> 資料來源：健釗法師宣講紀錄(2012)，[http://www.plm.org.cn/pdf/talk\\_kc\\_7.pdf](http://www.plm.org.cn/pdf/talk_kc_7.pdf)

的首選利器。

當然，現代化出版傳播特性，也讓宗教弘法無遠弗屆，主要是導因於現在出版傳播，不在單只是傳統紙本，更有其他載體形式出現，這種新型態載體形式的出版，容易讓各種內容全球化、影響普及化。若再加上網路傳播特性，例如：互動、即時，讓單一主題的媒介真實，例如：宗教教義的弘法，輕易地到達全球任一處。此外，出版傳播中「故事性」的運用，更容易讓傳播過程產生強大吸引力與傳播效果，不僅讓出版品具強大的可讀性與感染力，更讓傳播效果更具深層，讓傳播效果並不只侷限於直接受眾，而更能形成二次傳播或者多次傳播，從而在傳播的廣度與深度方面形成不可比擬的優勢<sup>17</sup>。這點也是為何佛教教團，通常會以傳統出版品方式，初期以大量故事或傳記方式推廣弘揚教義。

在多元宗教（religious pluralism）現代化與多元文化（multicultural）的社會中，宗教傳教工作必須現代化的發展，如何舉辦吸引信徒參與的傳教策略，藉此讓他們對宗教產生興趣，是宗教發展的課題。傳統宗教若想永續發展，宗教必須回歸到宗教自身的獨特性，以新的語意形式來替現代人找出可被接受的生命意義。而佛教在社會變遷中，佛教教團多元化發展、現代化弘法布教、佛教服務模式創新、佛教事業化與國際化發展與各宗教間融合交流等，均可瞭解佛教發展是朝「動起來」、「走出來」方向邁進的。那要達到上述目標，首先透過出版品，是最容易的。因為透過圖書出版品，更容易與社會連結，在理念上與現代社會相應，這就是目前佛教出版品蓬勃發展的主要因素。<sup>18</sup>

### 三、 臺灣的佛教雜誌

本研究之所以用「佛教雜誌」研究佛教文化傳播效果，主要有二大因素，其一是歷史因素<sup>19</sup>，早期在大陸僧人尚未渡海來台時，不管是明鄭、清領時期，台灣佛教僧人極少、知識程度不高，沒有大規模的僧團活動<sup>20</sup>；但那時候大量的天主教與基督教大量傳入台灣，除了利用醫療傳道外，西方傳教士也利用室內與露天佈道，並於現場發送書籍與小冊子<sup>21</sup>，這些就是宗教雜誌的前身。日據時期，日本佛教派

<sup>17</sup> 穆雪(2011)，《淺析故事性在圖書出版傳播過程中的運用》，大陸：《出版發行言就》第10期。

<sup>18</sup> 張婉惠(2009)，《臺灣戰後宗教傳教多元化與現代化之研究—以佛光山為例》，臺灣：佛光大學社會學系。

<sup>19</sup> 請詳見文獻探討 2.3。

<sup>20</sup> 闕正宗(1999)，《台灣佛教一百年》，臺北：東大出版社。

<sup>21</sup> 吳學明(2006)，《台灣基督教長老教會研究》，臺北：宇宙光全人關懷。

僧侶軍隊來台布教，並在佈道外出版日文版教會月刊。<sup>22</sup>台灣光復後，因為文盲過多，加上許多宗教媒體局限於宗教範疇，導致宗教性質雜誌或者刊物僅對內發行<sup>23</sup>，文字傳道難以在民間發揮作用。不過，當時國民黨政權為徹底清除日本宗教殖民台灣教界，尤其是佛教的影響，改為支持大陸來台華僧，讓大陸佛教成為漢傳佛教的正統。<sup>24</sup>

這波「去日本化」、「文化中國化」，讓日本佛教刊物消失，中文宗教刊物興起，其中第一本由佛教僧侶東初老人集合幾位佛教青年，在1949年於台北北投法藏寺創辦第一份本土佛教刊物《人生雜誌》。原本在大陸發行的中文佛教期刊，也紛紛在台復刊或者創刊，例如：《台灣佛教》或者《海潮音》。<sup>25</sup>可是，為何佛教雜誌為何會一枝獨秀呢？因當時台灣屬於戒嚴時期，新聞與報紙受到管制，雜誌這平面媒體是官方較能夠接受的傳道型式<sup>26</sup>。所以，從1949年到台灣解嚴前，「佛教雜誌」對佛教的「文字傳道」來說，的確起了相當大的作用。

另外，台灣佛教界會大量透過「佛教雜誌」進行弘法，確實跟早期中國佛教傳入相關。姚麗香<sup>27</sup>等研究發現，第二次世界大戰後(1949年)，台灣發行的佛教雜誌，超過三分之二是由中國佛教法師，而非台灣佛教法師所創設的。而這也跟民國時期，大陸佛教界有一批真才實學的僧人和居士，先後成立各種各樣佛學機構，並推動民國時期佛教的發展，大量透過「佛教雜誌」傳達佛教理念有關。其中包括：「覺社」，由太虛法師主持成立，並出版同名雜誌，後改名為《海潮音》月刊；「中華佛化教育社」，由太虛法師應劉仁宣等人之請，約熊希齡、章太炎、王一新、丁福保等人發起成立中華佛化教育社，出版《心燈》旬刊；另外，還包括：《佛學叢報》、《佛學月刊》、《佛教月報》、《覺社叢書》、《佛化雜誌》、《中國佛教會公報》與《佛學半月刊》等<sup>28</sup>。當太虛大師與部分佛教人士、子弟渡海來台後，例如：星雲大師等，均是以從事出版雜誌與文化事業為最先的弘法志業途徑。

---

<sup>22</sup> 林弘宣、許雅琦、陳佩馨譯(2009)，《素描福爾摩沙：甘為霖台灣筆記》，台北：前衛出版社

<sup>23</sup> 王天濱(2003)，《新聞傳播史》，台北：亞太圖書。

<sup>24</sup> 丁仁傑(2004)，《社會分化與宗教制度變遷：當代台灣新興宗教現象的社會學考察》，台北：聯經出版。

<sup>25</sup> 如註20。

<sup>26</sup> 闞正宗(2004)，《重讀台灣佛教，戰後台灣佛教·正編》，台北：大千出版。

<sup>27</sup> 姚麗香(1994)，《臺灣光復後佛教出版刊物內容分析》，台北：靈鳩山編【臺灣佛教的歷史與文化】

<sup>28</sup> 吳平《近代上海的佛學團體及佛教報刊雜誌》，資料來源：國際佛學網

(<http://www.buddhistweb.org/2013/07/10658>)

除上述因素外，中國佛教高僧大德來台之後，透過佛教雜誌方式來進行弘法，亦有其歷史因素。從 1910 年代民國肇建、廢除科舉、帝國垮台起，傳統宗教管制次第鬆綁，在許多新式機構中，開始有僧俗人物在社會或者政治上變得更加活躍；同時，新的經濟中心崛起，例如：天津、上海等國際商埠，宗教事業的結構與視野也為隨之一變，而新一代大亨的資產成為宗教慈善最有力的後盾。其中最著名的「印光法師」，也在新技術與部分大亨居士的支持下，包括像高鶴年、狄楚青與丁福保等人，透過佛教出版方式，讓「印光法師」所著《印光法師文鈔》廣為流傳，進而引發影響中國近二十年的「淨土運動」，影響佛教甚鉅；而高鶴年等人就是在近代中國最早的佛教期刊《佛學叢報》中，向大家介紹「印光法師」<sup>29</sup>。從此證明早期佛教雜誌的影響力，不容小覷。

另，國民黨政府來台灣初期，也因為為了與西方交好，對西方宗教較為友好；雖對大陸佛教青睞有加，但渡海來台佛教人士，為擴大影響與弘法利生，也紛紛向前輩學習，陸續創辦或恢復各種佛教刊物進行發行與跨地域宣傳，希望可以影響民眾開始對佛教皈依。所以，現今臺灣佛教蓬勃發展，主要奠基於台灣早期工商業發展後的大量資金支持，以及大量使用大眾傳播工具(以佛教雜誌與出版品為主)進行弘法，以產生無遠弗屆的強大影響力。<sup>30</sup>不過，因台灣於 1987 年宣布政治解嚴，台灣公共媒體——主要是電視台與報紙的全面開放與自由發展，讓平面媒體的「佛教雜誌」，在弘法事務也漸漸退居第二線。

其二，是「佛教雜誌」本身特性因素。「佛教雜誌」與一般出版品的差別在於：取得便利、內容多元；其中就內容而言，「佛教雜誌」除佛教相關事務外，更有一般生活內容、素食養生等，較能融入讀者或者信眾；加上每期出刊時間較短，時效性高、雜誌頁數較少、編排格式多元，容易傳播等特性，對信眾或者一般讀者來說，都比花較長時間閱讀佛教圖書來的更方便。所以，即便資訊傳播科技發達，對許多佛教團體而言，雜誌似乎還是文教弘法的最基本工具。但，誠如上述所言，自解嚴之後，宗教傳播也邁入新的階段。報禁解除，台灣的佛教日報《福報》、《醒世報》陸續創刊；廣播媒體、衛星電視頻道等申設，讓宗教和媒體的互動關係，逐漸變由「購買媒體」轉為「經營媒體」。<sup>31</sup>近期「佛教雜誌」雖已退居

<sup>29</sup> 康豹、高萬桑編(2015)，《改變中國宗教的五十年，1898-1948》中 Jan Kiely《在菁英弟子與念佛大眾之間—民國時期印光法師淨土運動的社會緊張》，台灣：中央研究院近代史研究所。

<sup>30</sup> 江燦騰(2010)，《戰後臺灣佛要發展如何運用大眾傳媒？》，台灣：弘誓月刊 103 期。

<sup>31</sup> 邵正宏(2001)，《非營利電視台之行銷策略研究：以慈濟大愛與好消息頻道為例》，台北：台灣師

第二線，但其出版種類與數量，卻仍高居不下<sup>32</sup>。這也正是本研究之所以希冀透過小樣本網路問卷調查，再次了解「佛教雜誌」是否還深具文化傳播效果的最主要原因。

## 參、 研究方法

### 一、 調查背景

從「102 年暨 103 年臺灣雜誌出版產業調查」中發現，台灣雜誌出版社家數，再彙整國家圖書館的「中華民國出版期刊指南系統」，以及「中華電信黃頁」、「台灣經濟部商業司公司登記」及相關雜誌業者公會，例如：台北市雜誌商業同業公會等多方彙整後，扣除已經不再經營的雜誌社，台灣雜誌出版社仍在經營的有 288 家；若再深入了解這 288 家雜誌社，從台灣財政部統計處 2016 年每月統計表資料指出<sup>33</sup>，288 家共擁有 1,200 多種雜誌刊物；不過，這些雜誌種類裡，並不包括宗教性雜誌，大多以「財經企管」、「休閒生活」、「健康」、「家庭親子」、「流行時尚」、「電腦技術」、「學習教育」、「影視偶像」、「旅遊情報」、「藝術設計」、「音樂音響」、「自然科學」、「汽機車」與「其他」等類。

另，再透過台灣國家圖書館的「期刊文獻資訊網」<sup>34</sup>查找「宗教類」期刊，點選後出現「宗教通論」、「佛教」、「道教」等十項類別；再點選「佛教類」期刊<sup>35</sup>，可以該網站中找到總共有 311 種佛教類期刊，包括：正式雜誌、學報、內部通訊雜誌等，相較於一般雜誌社出版的單一種類雜誌而言，佛教雜誌數量居冠。若屏除非正式的佛教內部通訊後(並無正式 ISSN 雜誌號)，佛教界約有不少於 105 種佛教雜誌會，常在一般寺院、各大圖書館、佛教用品流通處、各大精舍、講堂或者書店中流通。為讓本次小樣本網路問卷調查研究可以比較順利，特別挑選了十五種較具代表性與常見「佛教雜誌」進行調查其傳播效果。

---

範大學大眾傳播研究所碩士論文。

<sup>32</sup> 參考第三章 3.1 的調查背景。

<sup>33</sup> 資料出處：臺灣出版資訊網 <http://tpi.culture.tw/content-57-PStatusCtr-industryContent/12727>

<sup>34</sup> 資料出處：臺灣國家圖書館期刊文獻資訊網 <http://readopac.ncl.edu.tw/nclJournal/index.htm>

<sup>35</sup> 在臺灣地區，期刊與雜誌定義不同，期刊室指學術性期刊，雜誌則是商業性刊物。但在臺灣國家圖書館的網站中，是將雜誌納入期刊分類中。

## 二、 研究方法

本研究有二，先是利用文獻分析與回顧，勾勒台灣光復早期「佛教雜誌」對佛教弘法的不可或缺性；再輔以小樣本網路問卷調查，試著找出目前平面宗教媒體，尤其以「佛教雜誌」的傳播，是否還同樣具有過去那種大效果？調查法與實驗法最大的不同在於調查法主要的目的是就樣本的統計量去推估母體的特性，而非建立一套行為的通則。調查法適用於描述性、解釋性與探索性的研究。

台灣佛教人口超過四百多萬人口，若要進行全面性問卷調查，對本研究來說，實屬不可能；因此，本研究採用小樣本網路問卷調查，透過網路特性，小範圍的了解「佛教雜誌」是否仍具有宗教文化傳播之功效？當然，網路線上問卷調查的最大優點在於直接成本低廉、問卷回收快速，並且擁有跨時性、跨地域性的優點，讓問卷調查可以接觸更多受訪者。不過，小樣本的網路問卷調查法最引人質疑的缺陷有二，一是網路能接觸的群體是否能夠代表真正的母群體？二是小樣本的數量過少，其調查結果是否可真實反應大眾傾向呢？

根據財團法人臺灣網路資訊中心（Taiwan Network Information Center, TWNIC）公佈 2015 年「臺灣寬頻網路使用調查」結果顯示，我國民眾上網率從 2014 年調查之 75.6% 上升到 80.3%，推估我國上網人數達 1,883 萬人；其中，18 至 30 歲民眾的上網率達 100.0%，成為我國網路主要使用族群。這些資料顯示，臺灣地區網際網路上網頻繁，民眾使用網路已經成為每天固定行為，根據 NOP 世界文化評分指數（NOP World Culture Score index）的調查顯示，臺灣人在非工作時間上網的每週平均時數為全球之冠，高達 12.6 小時<sup>36</sup>。台灣地區因網際網路日漸普遍，網路線上調查已經不再局限於少數特定族群。換言之，台灣網路使用者的意見，應該可代表大部分台灣人想法，但前提是必須在調查樣本數足夠下。而這部份正是本研究比較薄弱之處。

## 三、 研究架構

本研究主要想了解現今「佛教雜誌」是否仍具有宗教文化傳播之效果？換言之，透過小樣本調查法，設計問卷進行網路調查，進而找出「佛教雜誌」對目前一般民眾是否產生傳播效果。因此，本次網路問卷將分成三大部分進行設計，包括：第一

---

<sup>36</sup> 資料來源：<http://www.storm.mg/lifestyle/171886>

部分主要是調查宗教信仰傾向？與是否曾經接觸或者閱讀過佛教相關出版品。這部分將會把那些不相關或者沒有宗教傾向或信仰的受訪者屏除，以增加未來問卷分析時的效度。第二部分則是直接調查對於宗教出版品的喜好態度？以及是否有無接觸過佛教雜誌？該部分的問卷題目則針對閱讀偏好(行為、次數與地點等)，及對受訪者對佛教雜誌內容期待等面向進行調查；第三部分則是受訪者的基本資料。整個問卷共計有十九道題目，相關題目請見附件一。

為使整個問卷調查的有效樣本增加，本問卷於2016年8月19日起，一方面利用Google問卷表單設計完成後，立即於Google網頁上刊登鼓勵填寫問卷訊息，另一方面並請同時委託民間公司【臺灣趨勢研究公司】<sup>37</sup>協助，廣泛於各種網站、社群媒體(Facebook與LINE群組)、BBS等網路通路，以填寫問卷送禮券，鼓勵網路隨機填寫，整個調查時間截至9月30日為止，預計調查時間長達一個半月。結束後再透過SPSS統計分析對問卷結果進行交叉分析，以期找出佛教雜誌對一般受眾的傳播效果為何？並嘗試找出受眾心目中的理想佛教性雜誌內容為何？

#### 肆、 結果綜述

本次網路調查的結果，將透過統計學上的頻次(Frequency)與交叉分析(cross-tab)兩種方式加以闡釋問卷調查結果，詳細結果如下。

##### 一、 受訪基本資料說明

整個問卷調查時間從2016年8月19日開始進行，直到2016年9月30日截止，共計約一個半月時間，透過網路隨機調查訪問。在整個一個半月的調查期間，利用Google、Facebooks 粉絲頁、Line 好友群組與台灣趨勢研究公司官方網頁等進行宣傳。整個問卷調查結束後，共計828人次填寫問卷，但扣除部分問卷因未填寫個人基本資料，或僅填寫前面數題後放棄作答(未填答完整)等，均屬於無效問卷，而實際的有效問卷共計437份。整體受訪基本資料，也請參考下面表1所示。

---

<sup>37</sup> 台灣趨勢研究公司 <http://www.twtrend.com/>



表 1：受訪者基本資料表

| 性別    | 男性    |       |           | 女性    |       |       | 合計    |     |    |     |     |
|-------|-------|-------|-----------|-------|-------|-------|-------|-----|----|-----|-----|
| 人次(位) | 169   |       |           | 268   |       |       | 437   |     |    |     |     |
| 年齡    | 18-20 | 21-30 | 31-40     | 41-50 | 51-60 | 61-70 | 71 以上 | 合計  |    |     |     |
| 人次(位) | 95    | 86    | 70        | 108   | 53    | 19    | 6     | 437 |    |     |     |
| 學歷    | 中小學   | 高中職   | 大學(含技術學院) |       | 碩士    | 博士    | 合計    |     |    |     |     |
| 人次(位) | 12    | 62    | 267       |       | 72    | 24    | 437   |     |    |     |     |
| 職業    | 自由    | 教職    | 勞工        | 商貿    | 服務    | 高管    | 藝術    | 醫護  | 政治 | 學生  | 合計  |
| 人次(位) | 64    | 36    | 28        | 43    | 41    | 25    | 28    | 8   | 2  | 162 | 437 |

## 二、 受訪者宗教傾向部分

整個受訪結果中，有宗教信仰的佔受訪者有 302 位(佔 69.1%)、沒有宗教信仰的有 135 位(佔 30.9%)；若問及其宗教信仰是甚麼？該題屬於複選題。在整個回答的樣本數中，台灣民間信仰佔 47.7%，居台灣信仰第一位；而佛教佔 27.1%，占第二位；這各宗教信仰比例與目前台灣內政部宗教信仰人口比例大致一致。此外，道教、基督教與天主教與上述台灣民間信仰、佛教等五大宗教，是台灣主流信仰；至於填寫其他宗教部分，主要有一貫道、藏傳密宗與天帝教等。詳見下表 2 說明。

表 2：受訪者宗教信仰與傾向說明

| 題目 | 1.有無宗教信仰？              |      |        |     |     |        |     |
|----|------------------------|------|--------|-----|-----|--------|-----|
| 選項 | 有                      |      |        | 沒有  |     |        | 合計  |
| 數值 | 302                    |      | 69.10% | 135 |     | 30.90% | 437 |
| 題目 | 2.請問您的宗教信仰是甚麼？(複選)     |      |        |     |     |        |     |
| 選項 | 佛教                     | 民間信仰 | 道教     | 天主教 | 基督教 | 其他     | 合計  |
| 數值 | 96                     | 169  | 47     | 8   | 24  | 10     | 354 |
| 備註 | 其他：一貫道(8)、密宗(1)與天帝教(1) |      |        |     |     |        |     |

### 三、 佛教出版品閱讀與使用動機說明

在不論有無宗教信仰前提下，是否曾閱讀或瀏覽過佛教出版品？其中有超過 345 位(佔 78.9%)的受訪者曾經閱讀過佛教相關出版品；但問及是否喜歡閱讀佛教相關出版品，在曾經閱讀過佛教出版品的受訪者中，僅 195 位(佔 56.5%)的受訪者喜歡閱讀與瀏覽佛教出版品；那問及為何不喜歡閱讀佛教出版品的原因，則可分為三大部分，第一則是不喜歡出版品的內容，包括出版品內容太多佛教教義(26.6%)、不喜歡佛教內容陳述方式(26.1%)、內容實用性低(24.5%)與內容太多人生哲理(12.5%)；第二則是打從心裡排斥佛教出版品(2.9%)與其他(7.3%)，主要是信仰不同，以及不感興趣；最後，詢問喜歡閱讀與瀏覽的受訪者，對於佛教出版品流通的目的有那些，發現受訪者認為佛教出版品流通基於兩大原因，第一是基於宣揚佛教與推廣教義，包括：推廣佛教義理與經文(36.0%)與為佛教進行包裝與宣傳(14.1%)；第二則是協助解決自身問題，包括：告知人生與生命的意義(33.2%)與協助擺脫煩惱與解決問題(16.0%)等。詳細佛教出版品的閱讀與使用動機，請詳見表 3。

表 3：佛教出版品閱讀與使用動機說明

|    |                               |           |            |          |           |          |     |
|----|-------------------------------|-----------|------------|----------|-----------|----------|-----|
| 題目 | 3.是否曾經閱讀與瀏覽過佛教出版品？(不論有無宗教信仰)  |           |            |          |           |          |     |
| 選項 | 有的                            |           |            | 沒有       |           |          | 合計  |
| 數值 | 345                           | 78.90%    | 92         | 21.10%   | 437       |          |     |
| 題目 | 4.是否喜歡閱讀或瀏覽佛教出版品？(曾經閱讀或瀏覽前提下) |           |            |          |           |          | 合計  |
| 選項 | 喜歡                            |           |            | 不喜歡      |           |          | 合計  |
| 數值 | 195                           | 56.50%    | 150        | 43.50%   | 345       |          |     |
| 題目 | 5.您不喜歡閱讀佛教相關出版品的原因為何？(複選)     |           |            |          |           |          |     |
| 選項 | 內容太多教義                        | 實用性低      | 不喜歡內容陳述的方式 | 打從心裡排斥   | 太多人生哲理    | 其他       | 合計  |
| 數值 | 102(26.6%)                    | 94(24.5%) | 100(26.1%) | 11(2.9%) | 48(12.5%) | 28(7.3%) | 383 |
| 備註 | 其他：主要是宗教信仰不同為多，少部分是沒興趣        |           |            |          |           |          |     |

|    |                          |            |            |             |         |     |
|----|--------------------------|------------|------------|-------------|---------|-----|
| 題目 | 6.您認為佛教出版品流通的主要目的為何？(複選) |            |            |             |         |     |
| 選項 | 推廣佛教義理與經文                | 告知人生與生命的意義 | 為佛教進行包裝與宣傳 | 協助擺脫煩惱與解決問題 | 其他      | 合計  |
| 數值 | 288(36.0%)               | 266(33.2%) | 113(14.1%) | 128(16.0%)  | 6(0.7%) | 801 |
| 備註 | 其他：主要是不知道或者不詳            |            |            |             |         |     |

#### 四、 佛教雜誌目前現況

針對 437 位受訪者詢問是否有曾閱讀或者瀏覽過佛教雜誌，發現曾經閱讀過佛教雜誌的僅有 191 位，佔 43.7%；沒有閱讀過佛教雜誌的受訪者是 246 位，佔 56.3%；針對閱讀過佛教雜誌受訪者深入調查發現，以《慈濟》(25.3%)、《普門》(13.9%)、《法鼓》(13.9%)、《佛陀》(7.8%)與《覺世》(6.5%)，均是受訪者較常看或者瀏覽的前五名佛教雜誌；另外，像《人生》、《香光莊嚴》、《正覺》與《慈雲》等雜誌，均屬於常見佛教雜誌；若深究還有哪些佛教雜誌在問卷題目中未被收錄的？可從問卷題目中的其他(9.4%)可見一般，其中包括了《真心佛報》、《福智文教》、《圓光》、《明倫》、《慈光》、《覺風》、《中台山》與《福報》等。而這些大致上囊括台灣目前佛教雜誌閱讀人口的九成以上。

另外，若依照前五名閱讀人口較多的佛教雜誌來看，分別屬於台灣前三大的佛教教團：慈濟功德會的《慈濟》、佛光山的《普門》、《覺世》與法鼓山的《法鼓》所印製發行；這三大佛教教團本身信徒眾多，所以，其所屬佛教雜誌的閱讀人口依照比例來說，應該也是偏多；至於，《佛陀》雜誌則是屬於台灣佛教界淨空長老所屬教團所印行，也是受到信徒多，創刊歷史悠久所賜，排入前五名。詳細請見下表 4。

表 4：佛教雜誌現況說明

|    |   |               |              |              |              |                |               |              |     |
|----|---|---------------|--------------|--------------|--------------|----------------|---------------|--------------|-----|
| 題目 | 7.請問是否曾閱讀或瀏覽過佛教雜誌呢？(不論有無閱讀佛教出版品)                          |               |              |              |              |                |               |              |     |
| 選項 | 有的  |               |              |              | 沒有           |                |               |              | 合計  |
| 數值 | 191   |               | 43.70%       | 246          |              | 56.30%         | 437           |              |     |
| 題目 | 8.請問您看過那些佛教雜誌？(可複選)                                       |               |              |              |              |                |               |              |     |
| 選項 | 覺世  | 普門            | 香光莊<br>嚴     | 喬達摩          | 正覺           | 慈濟             | 法鼓            | 華梵電<br>子報    | 合計  |
| 數值 | 31<br>(6.5%)  | 66<br>(13.9%) | 17<br>(3.6%) | 15<br>(3.2%) | 16<br>(3.4%) | 120<br>(25.3%) | 66<br>(13.9%) | 8<br>(1.7%)  | 475 |
| 選項 | 僧伽<br>醫護  | 人生            | 弘化           | 淨土           | 佛陀           | 法光             | 慈雲            | 其他           |     |
| 數值 | 9<br>(1.9%)   | 20<br>(4.2%)  | 9<br>(1.9%)  | 15<br>(3.2%) | 37<br>(7.8%) | 12<br>(2.5%)   | 16<br>(3.4%)  | 18<br>(9.4%) |     |
| 備註 | 其他雜誌：真心佛報(2)、福智文教(1)、圓光(1)、明倫(1)、慈光(1)、覺風(1)、中台山(1)、福報(1) |               |              |              |              |                |               |              |     |

## 五、佛教雜誌閱讀行為分析

在所有受訪者中，若詢問是否會主動去閱讀佛教雜誌，僅有 120 位，佔 27.5% 的人會主動去閱讀佛教雜誌，卻有超過 317 位，佔 72.5% 的人不會主動去閱讀佛教雜誌。該題目指出，喜歡閱讀佛教雜誌的人，相較於是否會主動去瀏覽或者閱讀佛教出版品？或者是否喜歡閱讀佛教出版品的人較少，這個原因可能來自於目前佛教出版品多元，而佛教雜誌已經不像以前受到重視。不過，這僅為推論，目前並無其他數據證明。

至於會主動閱讀佛教雜誌的受訪者當中，「每個月至少閱讀一次」的讀者比例較高，佔整體受訪者的 30.0%，其次是「每年至少閱讀 1-2 次」的佔 26.7%；若詢問為何會主動去閱讀佛教雜誌的動機或原因時，發現喜歡閱讀佛教雜誌的最大動機在於「想學習或者研究佛教」，佔整體受訪者的 31.2%，其次是「喜歡佛教」(24.2%)、「寺院或者師父推薦」(11.3%)；其中仍有部分受訪者是為了自身因素而去閱讀佛

教雜誌，例如：可解憂、或者解決生活中瓶頸等。這些主動閱讀佛教雜誌的受訪者中，大都是在「家裡」(30.9%)、「寺院裡」(27.7%)或者「參加佛教活動」(20.0%)等地方閱讀佛教雜誌；除上述地點外，還包括「圖書館或者書店」、「素食店」、「醫院」、「網路」、「車站」或者「法師贈送」等地閱讀佛教雜誌。

在閱讀佛教雜誌後，對一般受訪者的影響通常有二個截然不同的反應，一是會「利用內容去勸人為善」(40.3%)，另一則是「單純休閒閱讀，沒目的」(29.3%)；哪佛教雜誌中，甚麼樣的內容最吸引受訪者？發現心靈成長故事(22.8%)、禪學故事(21.3%)與佛教經文說明解釋(18.8%)，佔最吸引讀者的前三名；而佛教經典文章與人物介紹(14.6%)、佛教宗教教義推廣(9.6%)為第四、第五名。最後，受訪者對於理想的佛教雜誌內容應該包含哪些？受訪者認為，讓人知規、明理與解思(21.0%)是最重要與最必要的內容，其次是懂得做人的道理(17.7%)、樹立人生的方向與依歸(16.0%)、增進對佛教的了解(14.4%)及理解人生與解救人生(13.9%)等內容。從這個數據分析可知，佛教雜誌穩定社會與協助個人心靈成長的功能與效果明顯卓著，其次才是協助佛教教義推廣。詳細內容，請詳見下表 5。

表 5：佛教雜誌閱讀行為分析表

|    |                                       |           |           |           |          |          |           |
|----|---------------------------------------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|-----------|
| 題目 | 9.請問會去主動閱讀佛教雜誌嗎？                      |           |           |           |          |          |           |
| 選項 | 有                                     |           | 沒有        |           |          | 合計       |           |
| 數值 | 120                                   | 27.50%    | 317       | 72.50%    | 437      |          |           |
| 題目 | 10.請問您通常會花多久頻率去閱讀或瀏覽佛教雜誌？(在會主動閱讀下)    |           |           |           |          |          |           |
| 選項 | 每天至少 1 次                              | 每週 1-2 次  | 每月 1 次    | 一年 1-2 次  | 其他       | 合計       |           |
| 數值 | 18(15.0%)                             | 23(19.2%) | 36(30.0%) | 32(26.7%) | 11(9.2%) | 120      |           |
| 題目 | 11.請問會主動去閱讀佛教雜誌的原因為何？(複選)             |           |           |           |          |          |           |
| 選項 | 喜歡佛教                                  | 喜歡作者      | 寺院或師父推薦   | 同儕推薦      | 打發時間     | 免費贈送     | 想學習或研究    |
| 數值 | 54(24.4%)                             | 17(7.7%)  | 25(11.3%) | 12(5.4%)  | 21(9.5%) | 13(5.9%) | 69(31.2%) |
| 選項 | 其他因素                                  | 合計        |           |           |          |          |           |
| 數值 | 10(4.5%)                              | 221       |           |           |          |          |           |
| 備註 | 其他：瞭解佛教思想對問題解惑的方式(1)、解決生活瓶頸(3)、可解憂(6) |           |           |           |          |          |           |

|    |                                     |            |             |            |            |                              |
|----|-------------------------------------|------------|-------------|------------|------------|------------------------------|
| 題目 | 12.請問您通常都在那裡閱讀佛教雜誌呢？(複選)            |            |             |            |            |                              |
| 選項 | 家裡                                  | 在寺廟        | 參與佛教活動      | 圖書館或書店     | 其他         | 合計                           |
| 數值 | 68(30.9%)                           | 61(27.7%)  | 44(20.0%)   | 38(17.3%)  | 9(4.1%)    | 220                          |
| 備註 | 其他：網路(3)、素食店(2)、醫院(2)、車站(1)、法師贈送(1) |            |             |            |            |                              |
| 題目 | 13.請問您看完這些佛教雜誌，您通常會如何使用呢？(複選)       |            |             |            |            |                              |
| 選項 | 主動協助推廣佛教教義                          | 成為茶餘飯後聊天材料 | 單純休閒閱讀，沒目的  | 利用內容去勸人為善  | 其他         | 合計                           |
| 數值 | 28(15.5%)                           | 23(12.7%)  | 53(29.3%)   | 73(40.3%)  | 4(2.2%)    | 220                          |
| 題目 | 14.請問佛教雜誌裡面的甚麼主題或者內容最吸引人呢？(複選)      |            |             |            |            |                              |
| 選項 | 宗教教義推廣                              | 佛教經文說明解釋   | 心靈成長故事      | 國內外佛教活動介紹  | 經典文章與人物介紹  | 世界各地趣聞<br>禪學故事               |
| 數值 | 34(9.6%)                            | 67(18.8%)  | 81(22.8%)   | 15(4.2%)   | 52(14.6%)  | 31(8.7%)<br>76(21.3%)        |
| 題目 | 15.請問理想的佛教雜誌應該包含甚麼內容？(複選)           |            |             |            |            |                              |
| 選項 | 理解人生，拯救人生                           | 讓人知規、明理與解思 | 得到佛法加持、生活順利 | 擺脫煩惱       | 樹立人生方向與依歸  | 懂得做人的道理<br>增進對佛教的瞭解          |
| 數值 | 191<br>(13.9%)                      | 289(21.0%) | 87(6.3%)    | 146(10.6%) | 220(16.0%) | 244<br>(17.7%)<br>198(14.4%) |

## 伍、 結論與限制

雖然，本研究是基於文獻回顧輔以小樣本網路問卷隨機調查，在研究方法上，調查樣本總數無法涵蓋或者滿足研究方法的基本抽樣標準，可能導致研究結果信度不佳，這也是本研究的主要限制；但，本研究仍希望利用本次問卷數據，追蹤「佛

教雜誌」在現今階段是否仍具有過去台灣光復早期的文化傳播效果？並根據這些研究數據，大致描繪出現今「佛教雜誌」文化傳播的效果有哪些？或者是否有無顯著效果。針對第四章的研究數據分析下來，本研究歸納出三個結論，詳述如下。

一、 佛教出版物在台灣普及率相當高：

若將「是否有宗教信仰」與「是否曾經有閱讀過佛教出版品」進行交叉分析時，發現不管有無宗教信仰？或者是否信仰佛教，有超過 68% 以上的網路受訪者，均曾經閱讀過佛教出版品，而其中更有超過 32% 的人是喜歡閱讀佛教出版品；若深究不同宗教的受訪是否曾經閱讀過佛教出版品時，發現不管是哪種宗教的信徒，有超過 80% 以上的人，均曾經閱讀過佛教出版品，而問及是否喜歡佛教出版品時，卻還是有高達 56% 以上的人喜歡佛教出版品。這結果明顯指出，台灣佛教界近幾十年來的致力文教弘法，透過不同出版品推廣佛教教義與義理成效頗大，並也讓一般台灣人可以接受。

二、 佛教雜誌仍有其傳播功能，但大部分僅止於佛教信徒：

若問及是否曾經或者主動閱讀「佛教雜誌」時，發現曾經閱讀過「佛教雜誌」的受訪者，比原本閱讀佛教出版物的比例較少，僅有 27.5%。這與佛教文教弘法的多元化，加上「佛教雜誌」從過去台灣光復早期的一枝獨秀，慢慢因為大環境解嚴緣故，大量電視、廣播與網路媒體出現，導致「佛教雜誌」本身文教弘法的單一功能漸漸萎縮，以及「佛教雜誌」功能似乎漸漸轉型至其他對象有極大相關。

若深入分析是哪部分族群會主動並喜歡閱讀「佛教雜誌」，發現僅 27.5% 的受訪者中，有不低於 70% 的，是屬於中、高度閱讀族群，是那些每個月都會看一次(30.0%)(月刊、例如：普門雜誌)、或每年至少 1-2 次(26.7%)(半年刊)、每周至少 1-2 次(19.2%)(半月刊、周刊，例如：喬達摩)的族群；這個族群，推斷大部分屬於該佛教信徒。其原因在於這些人最常閱讀地點往往是「家裡」(30.9%)、「寺院裡」(27.7%)或者「參加佛教活動」(20.0%)，同樣也是不低於 70% 的族群，常常閱讀佛教雜誌的地點，扣除「寺院裡」與「參加佛教活動」外，在「家裡」成為閱讀佛教雜誌的最常場所，這正是因為「佛教雜誌」的訂戶，往往都是佛教信徒居多。

### 三、對佛教信徒而言，「佛教雜誌」仍有強大的文化傳播功能：

綜合上述研究結果，大多喜歡閱讀佛教雜誌的受訪者，都是基於「想學習或者研究佛教」，或者「喜歡佛教」、「寺院或者師父推薦」等三個因素而喜歡。從閱讀動機可推斷出，喜歡閱讀「佛教雜誌」的受訪者，往往剛開始是因為佛教教團或法師們的推廣宣傳；但後來持續閱讀「佛教雜誌」的原因，卻是因為類似傳播效果中的「使用與滿足」，從被動接受「佛教雜誌」宣揚佛法，到主動關注「佛教雜誌」對自身是否有其他功能？例如：是否可解憂？或者解決生活中瓶頸等。

這項推論，也可從下述兩點問卷結果加以佐證。一，許多人長期閱讀「佛教雜誌」後，「佛教雜誌」的內容，對讀者來說，會有兩種功能，包括「利用內容去勸人為善」或者成為「單純休閒閱讀」的刊物。二，若分析甚麼樣「佛教雜誌」內容最吸引受訪者？發現「心靈成長故事」、「禪學故事」這兩項內容最吸引讀者；而理想「佛教雜誌」應該包含哪些內容？受訪者認為，「讓人知規、明理與解思」、「懂得做人的道理」、「樹立人生的方向與依歸」與「理解人生與解救人生」等四項內容，才是理想「佛教雜誌」應該包含的內容。

其實，現今「佛教雜誌」的文化傳播過程，剛開始信徒會透過「佛教雜誌」的內容了解佛教；再來，利用「佛教雜誌」內容去勸人為善；最後整個自身的人生價值與想法，完全受到「佛教雜誌」的導引。這種的傳播歷程，可謂是接近傳播大效果，亦等同於最佳的文化傳播效果。台灣的佛教教團，透過多元媒體大量傳播佛教，期待利用媒介建構一個「擬態環境」，讓人短暫置身「人間佛國」；例如：佛教雜誌(免費月刊、大量贈閱)、佛教報紙、佛教電視台等，利用各種故事性強的佛教內容，鋪天蓋地弘法宣教，把出世教義轉變成入世穩定力量。這種兼具宗教與第三部門的媒介使用，讓佛教文化傳播迅速在台灣擴展普及。

最後，各種簡單不同的入世禪學故事，透過「佛教雜誌」刊登連載，輔以大量佛教文字圖片、透過寺院法師的渲染，讓讀者與信徒不經意接觸、使用。信徒們對佛教從不瞭解到清楚，閱讀「佛教雜誌」從不經意使用到滿足自身需求，這種利用文化弘法的傳播效果，慢慢涉入個人行為、態度，進而認知，已經成就台灣佛教成為僅次於民間信仰的最大信仰。透過此次小樣本網路隨



機問卷調查，至少可以釐清台灣現今的「佛教雜誌」，在功能上，不僅在初期擔負佛教弘法的階段重要任務，在現今充滿壓力的社會中，更扮演指引佛教信徒的人生出路與方向。這樣的文化傳播效果，絕對可稱為大效果。