



宗教出版品傳播效果研究—— 以台灣佛教雜誌為例

報告日期：2017年05月11日

報告學生：淡江大學資圖系兼任講師暨

北京大學信息系13級博士 陳建安

宗教，是人類原始社會現象

- 宗教→社會學觀點，具有凝聚功能，定期集結鞏固共同信念與價值觀。但隨著科技與現代政治，宗教也正走向現代化。現代社會離不開宗教，宗教必須在現代社會發揮積極作用，而大眾傳媒似乎是宗教走向現代化的快捷方式。
- 大眾媒介的傳播模式塑造了我們的思想、文化與關係，但卻傷害當代社會內部的理性精神→而宗教活動卻因為透過媒介弘法過程→彌補社會化所依賴的穩定來源。
- 研究宗教與媒介則必須去注重宗教存在的社會功能與意義，以及如何利用媒介讓宗教再度站上社會穩定來源的過程。

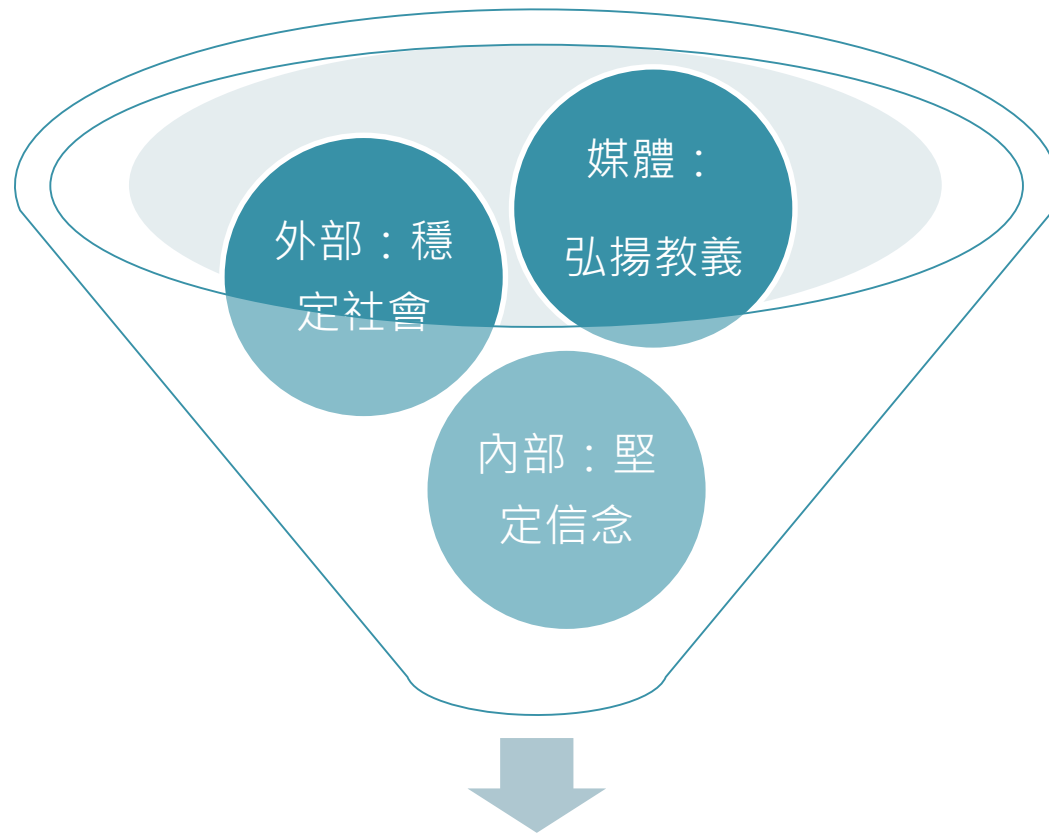
臺灣宗教多元化，占世界第二

- 臺灣宗教根據美國研究機構指出，在全球宗教多樣性指標中，名列第二位，最大的宗教族群是民間信仰(45%)，緊接於後是佛教(20%↑)。
- 1996年，臺灣宗教管制政策與媒介解嚴之後，臺灣宗教從「購買媒體」轉向「經營媒體」。讓宗教傳播從宗教實踐(弘法)狹隘角度，改由社會實踐多元性，讓宗教傳播多了「社會意義」。例如：慈濟功德會與外面出版社出版「看不出慈濟色彩的書」。
- 若深究佛教與社會大眾關係，透過宗教力量疏導大眾，與佛教主張透過心靈的解脫消解現實的苦難是相同的。而利用媒體針對大眾需求進行疏導，就是最佳例子。

「第三部門」角色穩定社會

- 宗教，其致力於社會慈善、民間互助，有利於國家(政治)、市場的穩定發展。宗教已轉變成「第三部門」。(這是社會結構分割後的功能)
- 對傳統文化與當代文化的整合，也是宗教的另一項功能，以臺灣為例，佛光山、慈濟功能會與法鼓山三大教團，透過媒體讓佛法落實在人間、發揮佛教的功能、使對人有用，這些都是人間佛教的弘法之道。
- 為何強調文化弘法？星雲大師表示，佛教最大功能在於宣傳教義；但在如何增加新的宣教途徑中，除三大教團外，非每個佛教教團都有能力發展廣播電視，但是透過一般的出版品，變成必須管道。但是，效果為何呢？

宗教的功能被凸顯



文化傳播與擬態社會

- 傳播與宗教關係：
 - 傳播學“擬態環境”，似乎等於宗教“人間佛國”。
 - 媒介環境非「鏡像」，是大眾媒介透過象徵性事件與篩選資訊所建構的選擇性環境。
 - 這也等於宗教傳播在弘揚佛法過程中的議題氛圍建構。
 - 宗教傳播，可說是最好、也最成功，懂得透過媒介穩定社會的一種文化傳播。
- 以佛教為例，與星雲大師在**2013年**《人間佛教的發展》一書內容中，提到相符合：
 - 人間佛教就是要從淨化心靈的根本之道做起。(認知釐清)
 - 不偏廢物質方面建設，教人以智慧來運用財富，以出世精神做入世事業，建設富而好禮的人間淨土。(態度確認)
 - 佛光山早從**1954年**開始，發起暢印精裝本佛書，讓佛教成為大家都看得懂的佛書。(行為落實)

佛教與出版傳播

- 在《星雲模式的人間佛教實踐》一書中，星雲大師提起，文化是宗教的一大命脈，也是佛教前途之所系。而星雲模式成功的四大面向中，傳播媒介的運用，一再被提起。
- 佛教常言：弘法為家務，利生為事業。所以，“走入人群，隨機施教”，是各佛教教團的最重要原則。所以，佛教現代化的根本並非一個理論的問題，而是一個如何實踐的問題。
- 另外，佛教現代化，大量運用出版傳播的特性，以及紙本出版品的高可讀性、感染力，成功的與社會連結，在理念上互相呼應，這也是目前臺灣佛教出版品的主要因素。

歷史因素影響台灣佛教

- 漢傳佛教進入台灣發展：
 - 清代民初：僅有齋教。後日本殖民，政策刻意打壓齋教，因為噍吧哖事件。
 - 二戰後，中國佛教傳入，高達2/3的臺灣佛教刊物均來自于大陸法師所創辦。內容多半是傳統佛教義理闡述。
 - 加上國民黨刻意扶植中國佛教，為擴大影響，大量創辦或續辦各種佛教刊物。
- 1946~1990年間的佛教出版，讓佛教成為台灣重要的穩定力量之一：
 - 第一階段：佛教雜誌(1946-1955年)
 - 第二階段：佛教經藏(1955年~1970年)
 - 第三階段：佛教各式圖書(1970年~1990年)
 - 第四階段：人間佛教(1990年~迄今)

佛教雜誌的重要性

- 佛教雜誌，當時等於唯一弘法途徑：
 - 在媒體沒開放時，台灣佛教早期都靠雜誌弘法，如道安長老的〈獅子吼〉、善導寺的〈海潮音〉、佛教會的〈中國佛教〉、佛光山的〈覺世〉、〈普門〉、光德寺的〈淨覺〉，及朱居士的〈菩提樹〉。
 - 自1949年到1953年間，佛教雜誌發行，不下一百萬冊。聖嚴法師說：「我們初到台灣之時，要找一本佛教的出版物，那是很困難的，嗣後由於大陸來台的法律師們，慘澹經營，漸漸地才有了幾本刊物，例如海潮音、覺世、人生、佛教青年、今日佛教、菩提樹、中國佛教、獅子吼等陸續出現，以及本省法師主持的台灣佛教、法音、慈明。使得佛教文化，有了一點生機，
 - 利用刊物宣傳教義，也利用刊物宣傳主辦者的事業，並利用刊物以達成連絡信眾而助成主辦者的其他事業。台灣佛教界能在毫無組織的狀態下，二十年來之所以尚有若干建樹，刊物之功不可沒」。

台灣佛教傳播多元化

- 佛教四大教團文教弘法蓬勃：
 - 佛教雜誌早期到現代居相當重要位置，除歷史因素外，包括內容涉入佛教教義多、取得較為便利、內容較為豐富，且具時效性等因素相關。
 - 但自解嚴以來，例子：**1988**年由佛光山成立的「人間衛視」，其成果讓整個佛教與衛星電視環境起到積極正面影響；報紙、出版社、網路、社群等，反讓雜誌，慢慢退居二線。
- **2016**年，台灣共有**288**家雜誌社、**1,200**多種雜誌刊物，但不包括佛教雜誌；根據臺灣國家圖書館分類查找，臺灣共計有**311**種佛教類期刊，而其中有**105**種常流通。
- 研究動機：想了解目前佛教雜誌是否有以往的影響力？是否還是佛教文化傳播中的一員呢？若有影響力，又是在哪各面向產生效果呢？

隨機網路調查

- ▶ 擔心以偏概全，想成為長期追蹤研究。
- ▶ 2015年臺灣寬頻網路使用調查，臺灣民眾上網率高達80.3%，上網人數達1,833萬人。其中18-30歲民眾的上網率高達100%。
- ▶ 另，根據NOP(世界文化評分指數)調查顯示，臺灣人在非工作時間上網的每週平均時數均全球之冠，高達12.6小時。所以，網路調查在臺灣已經不在局限少數特定局群；換言之，網路使用者的意見，應該足夠且具有代表性。
- ▶ 本問卷分成三大部分，第一部分主要調查宗教傾向與是否有接觸與佛教雜誌喜好等；第二部分主要是調查對佛教雜誌的偏好(態度)、閱讀模式(次數、地點)(行為)，以及對佛教雜誌的期待(認知)；第三部分則是受訪者的人口基本調查。

調查方式與流程

- 問卷自**2016年8月19日**起，利用**Google**問卷軟體設計完畢後，開始上網隨機調查；並透過臺灣趨勢研究公司協助在各網站、**LINE**群組與臉書粉絲頁，進行大量的廣告宣傳。
- 自**2016年8月19日**到**9月30日**，共計約一個半月時間進行調查。實際上網填寫問卷人次共計**828**人次，但部分因個人基本資料不齊全、或者並未填寫完整問卷或者放棄答題者，有**391**份無效問卷；實際有效問卷約**437**份。
- 透過**SPSS**分析系統，利用頻次(**Frequency**)與交叉分析(**Cross-Tab**)進行分析佛教雜誌對一般人的傳播效果。

受訪者基本資料

有效問卷共計437份

性別	男性			女性			合計	
人次	169			268			437	
年齡	18-20	21-30	31-40	41-50	51-60	61-70	71以上	合計
人次	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	12	62	267		72	24	437	

有效問卷共計437份

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	64	36	28	43	41	25	28	8	2	162	437

宗教傾向與是否接觸佛教出版品？I

針對宗教傾向與對佛教出版品喜好研究					
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.是否曾經閱讀與流覽過佛教出版品？(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	3.是否喜歡閱讀或流覽佛教出版品？(曾經閱讀或流覽前提下)				合計
選項	喜歡		不喜歡		
數值	195	56.50%	150	43.50%	345
題目	4.請問是否曾經閱讀或流覽過佛教雜誌呢？(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

針對宗教傾向與對佛教出版品喜好研究

題目	5.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)						
題目	6.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	7.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						

針對宗教傾向與對佛教出版品喜好研究

題目	8.請問您看過那些佛教雜誌？								
選項	覺世	普門	香光莊嚴	喬達摩	正覺	慈濟	法鼓	華梵電子報	合計
數值	31 (6.5%)	66 (13.9%)	17 (3.6%)	15 (3.2%)	16 (3.4%)	120 (25.3%)	66 (13.9%)	8 (1.7%)	475
選項	僧伽醫護	人生	弘化	淨土	佛陀	法光	慈雲	其他	
數值	9 (1.9%)	20 (4.2%)	9 (1.9%)	15 (3.2%)	37 (7.8%)	12 (2.5%)	16 (3.4%)	18 (9.4%)	
備註	其他：真心佛報(2)、福智文教(1)、圓光(1)、明倫(1)、慈光(1)、覺風(1)、中臺山(1)、福報(1)、不知道(8)								

閱讀傾向與傳播效果

針對佛教雜誌閱讀行為調查						
題目	1.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	2.請問您通常會花多久頻率去閱讀或流覽佛教雜誌？(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
備註	其他：全為不一定					
題目	3.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：想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)					

針對佛教雜誌閱讀行為調查

題目	4.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	5.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， 沒有目的	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
備註	其他：作為改正自己行為與參考的借鑒(4)					

针对佛教杂志阅读行为调查

题目	6.请问佛教杂志里面的甚么主题或者内容最吸引人？(复选)						
选项	宗教教义推广	佛教经文说明解释	心灵成长故事	国内外佛教活动介绍	经典文章与人物介绍	世界各地趣闻	禅学故事
数值	34(9.6%)	67(18.8%)	81(22.8%)	15(4.2%)	52(14.6%)	31(8.7%)	76(21.3%)
题目	7.请问理想的佛教杂志应该包含甚么内容？(复选)						
选项	理解人生，拯救人生	让人知规、明理与解思	得到佛法加持、生活顺利	摆脱烦恼	树立人生方向与依归	懂得做人的道理	增进对佛教的了解
数值	191(13.9%)	289(21.0%)	87(6.3%)	146(10.6%)	220(16.0%)	244(17.7%)	198(14.4%)

小結I：佛教出版物相當普及

▶ 佛教出版物的普及率相當高：

- ▶ 發現1：在是否有宗教信仰中，僅僅有**302**份樣本有宗教信仰，但在詢問是否曾經閱讀佛教出版品時，卻發現有**345**份有效樣本。故從沒有宗教信仰的人與是否曾經閱讀過佛教出版品進行交叉分析，發現在沒有宗教信仰的樣本中，有超過**68%**以上的人同樣曾經閱讀過佛教出版品，而其中更有超過**32%**以上喜歡閱讀。
- ▶ 發現2：從不同宗教去與是否曾經閱讀過佛教出版品進行分析，更發現，不管任何宗教的人，均超過八成以上的人都曾閱讀過佛教出版品；不過，若問及是否喜歡閱讀佛教出版品時，卻僅僅有**56%**喜歡。
- ▶ 發現3：談到是否曾經或者主動閱讀佛教雜誌時，發現比原本閱讀佛教出版物的比例少，僅**27.5%**。這與目前佛教出版物多元，而佛教雜誌萎縮有極大相關。

小結2：佛教雜誌傳播效果佳

- 發現1：會讀佛教雜誌，大部分為忠誠信徒
 - 會主動去閱讀佛教雜誌的人，占全部樣本的**27.5%**，與臺灣目前佛教徒比例相近，並且偏高。這群人，是指至少不低於**70%**的人，每個月看一次佛教雜誌，而最常去閱讀佛教雜誌的地點在家中與寺廟。
 - 本調查結果，佛教雜誌確實影響上述那群讀者：
- 發現2：從三方面瞭解態度如何影響行為，包括：閱讀動機在於想多瞭解佛教、研究佛教或者喜歡佛教；還有，喜歡閱讀禪學故事、心靈成長故事與佛教義理；最後是閱讀後產生主動利用這些內容勸人為善與主動推廣教義。
- 發現3：在認知上與佛教雜誌理念一致，因為他們期待佛教雜誌的內容應該是讓人知規明理、樹立人生的方向以及對佛教義理的瞭解。

從文化傳播到使用滿足

- 宗教等於文化傳播，透過宗教義理與媒體效果，建構一個「擬態環境」，讓人短暫置身「人間佛國」。
- 大量的宗教媒介，例如：佛教雜誌，免費月刊、大量贈閱，透過各種白話(故事性強)的內容，進行弘法宣教，把出世教義轉變成入世穩定力量。
- 第三部門的媒介力量，讓文化傳播可以迅速擴展；而內容的功能性與文化感染，讓讀者與信徒大量使用，進而「使用與滿足」，強化行為→態度，進而認知。
- 所以，臺灣的佛教雜誌的確在初期的佛教傳播過程中，起了階段性的重要任務。



以上是學生簡報，請老師們
不吝指導與建議，謝謝！