

進香觀光：神聖與世俗交界的歷史變遷與理論意涵

蘇碩斌（台大台文所）*

摘要：

本文探討進香團在臺灣現代觀光的特殊意義。進香團雖具現代觀光的形式，但並非全是庸俗資本主義滲透之結果，借由宗教研究討論「朝聖」由世俗轉換為神聖之交界（*intersecting*）蘊含的旅行意含，臺灣的進香團也具有古老的世俗與神聖（*profane and sacred*）、在地與他方（*native and alter*）交界轉化活動的傳統。但相對於西方朝聖以個體的形式為主，臺灣的進香則幾乎都展現為一種集體儀式，而且也衍生出有陣頭及神明同行、無陣頭有神明同行、純香客的三種不同強度的進香團。新型態的進香活動並非全程都具有高度的神聖時空性格，因此也會被認為偏離時空、不守傳統。本文透過田野觀察及訪談，分別描述三種不同型態的進香組成、行程、內容，進而回答進香團是否受到現代觀光的入侵？本文不同意進香團只是被動遭到資本主義觀光形式滲透的世俗化，而將指出進香團在現代社會面臨破壞的鄰里關係而試圖建立的「休閒性神聖時空」的共同體修補作用。

關鍵字：進香團、觀光、日常生活、休閒、交界

* 本文為研究成果初稿，論證仍多疏漏，敬祈賜教並請勿引用。謝謝。

一、前言：進香作為觀光的社會現象

在當代社會中，進香團展現了臺灣社會的一股難以計量、繁盛不減的觀光活動。雖然這些宗教團體移動參拜時，既搭乘遊覽巴士、沿途高歌同歡，形式無異於資本主義組織的大眾觀光，但本文將指出，在臺灣社會中，神聖的信仰活動與世俗的觀光活動，在歷史現象與實際生活，具有難以言喻的密切觀關係。

臺灣內部觀光活動的主要成份，其實並不是家庭觀光、自助觀光，而是另有一條傳統臺灣社會的集體模式。再由近三年《台閩地區主要觀光遊憩人點遊客人數年報》前十大排行榜（表一）來看，宗教信仰性質的景點，佔了這份排行榜壓倒性重量。經常蟬連第 1 名的南鯤鯓代天府、去年新科冠軍新港奉天宮，前五名常客的獅頭山也是名剎「勸化堂」所在，再加上其他入榜北港朝天宮、麻豆代天府、八卦山風景區（管理者亦為宗教組織），都具有強烈的信仰意義。

再佐以 2007 年實證調查的《臺灣社會變遷基本調查（五期三次／休閒與運動）》資料，國內旅遊人口中幾乎半數的人口是透過「集體」的形式進行，包括參加親友、公司、社團、社區的組織旅遊。其中更可發現，居住鄉村農家、宗教活動活躍的族群，這種集體出遊的現象更加明顯（參見表二）。

由上可見，臺灣民間潛藏著一種動員量龐大、深入遊繞於各大寺廟之間的集體觀光傳統。因此，「進香團」無疑是這個集體觀光傳統的關鍵。然而，這個傳統如何運作？在神聖性格的「進香」與世俗性格的「觀光」之間，是如何關聯起來？在回答這些問題之前，再以 2011 年的資料逐月考察，則可發現宗教性格的遊客人數以不成比例的數量集中在 2 月至 4 月之間，換算為農曆則為庚寅年 12 月 28 日辛卯年 3 月 28 日，就民俗上的意義，也就是「過年至媽祖生」。因此，「媽祖」信仰帶動的進香活動，其實就是本文的討論焦點。

所謂進香，民俗概念上大致區分為分廟前往祖廟的「謁祖進香」，以及神明巡視境域的「遶境進香」二種類型。臺灣的進香研究以遶境進香為多（如張珣、Sangren），本文則著重謁祖進香。

一般而言，從一廟乞請一尊神明（分香）到另地成立新廟（分廟）後，每隔一段時間分廟須返回祖廟，通常進行「割火」以增強分香廟宇神明靈氣，並再確認兩廟香火淵源，此即進香。而在分廟進香的活動中，還包括個人對神明香火之乞求，稱為「割香」，因此，進香實為神與神之間香火乞求的「割火」、與個人對神明香火乞求的「割香」之二合一意涵；進香團即乞求割香的信徒集體出謁割火而組成的團體。這種團體可分為兩類，一類是對於所分靈而來祠祀的祖廟，每年或若干年前往謁祖一次，另一類是對於先其建立、或特別有權威的廟，每隔若干年前往拜訪一次。因此割火是分靈寺廟對祖廟盡孝的表示，也是新廟或小廟對老廟或權威廟敬尊的表示。通常鎮守地方的廟神要去割火時，全區的信徒都要跟著去，他們是「隨香兼割香」，於是廟神的割火與信徒的割香合流，這就是所謂的進香活動（李獻璋，1979：631-633）。

本文所討論的進香團，其實就是在前述「隨香／割火」的基礎上衍生出來的參拜活動。亦即遍布臺灣各處的地方性廟宇，以集體名義共同前往外地大廟朝拜的旅程。這種進香活動的宗教性質，既不同於「遶境進香」的嚴格神聖性格，也不若現代「大眾觀光」的享樂世俗性格，因此既不宗教學者研究、也鮮少被列為觀光研究的對象。

本文認為，這個歷史上被忽略的「進香觀光」，其實足以打破戰後臺灣觀光史默認的「觀光壓抑假說」，這個假說認為 1945 年起戰後臺灣的觀光受到國民政府勤儉建國政策壓抑，直至 1979 年這開放海外觀光才解除。但 35 年間的臺灣，真的是「觀光壓抑社會」嗎？本文認為其實不是。

二、文獻評述及討論主題

在描繪進香觀光的圖像之前，這裡先引述民俗宗教學、文化人類學對於進香的理論。結合「進香團／宗教觀光」相關議題的實證研究卻不多見，目前中文相關文獻大致含納在二個學門之下，其一為觀光學門，關懷重點為宗教聖地作為觀光資源規畫及遊客行為分析，其二為人類學門，關懷重點為進香產生的神聖世界蘊含的行動意義。

觀光學門的研究，近幾年隨著全球「宗教觀光」(religious tourism) 的興起，也相當受到觀光領域學者的重視，並有相當豐富之成果。不過，觀光學門的研究大都預設

「宗教景點」作為觀光規畫的對象，因此分析的重心，也就在地景的規畫、觀光客的來源分析、觀光客滿意度調查等管理學的角度，尤其前述的南鯤鯓代天府、北港朝天宮、大甲鎮瀾宮、高雄佛光山等更是研究的重要對象。大致說來，觀光學門仍著重在「管理學」的理念，例如沈進成、謝金燕 (2003) 〈宗教觀光吸引力、滿意度與忠誠度〉關係之研究——以高雄佛光山為例〉，是最典型的討論形式；郭玲君及李學愚 (2006) 〈從宗教旅遊品質重視度建構台南地區進香團遊程規畫——以南鯤鯓代天府進香團為例〉、陳建明 (2006) 〈台北市宗教據點觀光吸引力之研究——以龍山寺與行天宮為例〉，都預設進香客等於一般觀光客，可以由「個體滿意度」來理解他們的需求與滿足，而忽略進香團的「朝聖／參拜／進香」行動的集體意義。這個學門的研究成果，比較不是本文的對話對象。

進香的另一討論重要學門即人類學研究，對臺灣傳統漢人此類的宗教性祭典活動，更有相當豐富的成果。較早期人類學對於進香的理論性解釋，主要是以信仰圈的概念進行，亦即對自岡田謙 (1938) 祭祀圈理論原型的補充，透過及施振民 (1973)、許嘉明 (1973, 1978) 在濁水溪、大肚河流域田野研究成果，以故土保護神祭祀、且具有「丁口」範圍的「庄」來解釋漢人社群構成基礎。然而「丁口範圍」顯然無法解釋媽祖進香的現象，因此在此基礎之上，林美容 (1988, 1989) 的信仰圈概念提出「以某一神明或〔和〕其分身」為信仰中心、通常超越鄉庄界線的信仰現象，將（遶境）進香視為神明信仰組織擴大勢力範圍的結合活動。大體說來，祭祀圈與信仰圈都意含地方與區域人群的聯接與整合，祭祀圈展現地方集體凝結 (solidarity) 的作用，信仰圈則是具有表現區域聯盟 (alliance) 的作用，二者所包括的人群範圍有別，但共同的性質是二者均有趨同納異的現象 (丁仁傑, 2012: 96)。

但是在臺灣幾個著名的媽祖信仰案例中，進香其實並不是「擴大勢力」所能說明，來自四面八方的進香團也並不依附在特定的神明組織或社會組織之下。因而，勢必還需要更切合臺灣媽祖信仰及進香活動特質的解釋，Steven Sangren (1987) 及張珣 (2009) 的長期田野研究即有深刻的說明。Sangren 以 Van Gennep 及 Victor Turner 的「通過儀式」(rite of passage) 為理論基根，透過大甲鎮瀾宮的媽祖進香活動指出進香

客從離開家的那刻到進香終點的聖廟都處在一種神聖空間及神聖時間(sacred space/sacred time)之中，這種脫離日常生活的特殊經驗，促使了信徒及其社群擁有超越(transcend)經驗，成為與外界交流而產生各種提升的動力，Sangren 稱之更高層次原則(higher level principle)，這個論點也解釋了臺灣清代以來進香傳統的擴張性格。而張珣(2009)則更進一步以詳細的案例討論了媽祖遶境進香的操作過程，包括(如鎮瀾宮董事會)人為建構起來的神聖空間之中的「不平等空間」，表達了神聖權力轉化為世俗權力的可能關係。在這些研究中，臺灣的進香不僅具有西方朝聖(pilgrimage)的個人超越意義，更蘊含了個人及社群擴張關係聯結的集體超越意義。

Sangren 及張珣的研究，都將目光集置於鎮瀾宮、奉天宮、朝天宮等大廟的官方「遶境進香」過程的討論，並在其中發現明確的「神聖空間與神聖時間」，而為參與的信徒賦予 van Gennep 及 Turner 所稱的「團契」(communitas)之概念。然而，在一個大約是八天七夜、十萬人次參與的「進香」，如何解讀前面提及的二月至四月、每個月每個廟高達數十萬、甚至三百餘萬人次的「進香」？從農曆新年過後到媽祖生之間，往來臺灣南北的難以計數的進香客，他們是否都在同樣八天七夜中以同樣的路程進入「通過儀式」？是否共有完整的「神聖空間／神聖時間」？本文認為，臺灣常民社會的狀況，進香作為一種信仰形式，必須擴張到「不共有」這個神聖空間時間的其他結團成行的進香客，也就是「遶境進香」期間參與的十萬人以外的數以百萬、甚至千萬人次的進香客。這一方面將描述臺灣社會的進香現象，另一方面也將說明臺灣社會的觀光現象。

三、進香與觀光的理論及歷史關聯

大眾觀光客的出現，一般認為是現代社會到來之後的事，亦即隨著鐵路交通及旅行代理產業的發達，化約空間距離而增廣了一般人的視覺見聞能力，而使空間移動成為市場商品(Boorstin, 1961)。但朝聖者(pilgrim)這個字的拉丁字根 peregrinus 指涉的意義，其實若就是廣義的他者，包括「外來者、流浪漢、放逐者、行旅者、及新來客、陌生人」，這種定義與觀光客(tourist)的拉丁字根 tounus 意指「離開而再返家的人」，

恰好是對反的意義 (Smith, 1992)。但吊詭的是，歷史上第一家旅行社，其實就是由宗教活動而開展，也就是 1845 年 Thomas Cook 第一次協助長老教會教友購買火車票、代訂旅館房間以參加禁酒節大會，才樹立起「大眾集體觀光」的時代 (Brenton, 1990；山下晉司, 1999)。

這個吊詭性的歷史發展，在理論上或可由 Victor W. Turner 通過儀式 (rites de passage) 概念加以討論。Turner 指出，通過儀式中的闕限 (liminality) 階段，會讓參與者處於混雜及交夾 (betwixt and between) 在兩個社會世界之間的暫時狀態，亦即象徵上離開一個世界但尚未進入另一個的狀態。因此，闕限也是律法、習俗、傳統和儀禮之間的曖昧交錯 (ambivalent) 的空間，原有社會分類規則及階序關係被懸擱、成員陷入狂歡，並體驗了超越性的集體情感，產生能量而達致交融團契 (communitas) 的狀態 (Turner 1969: 106-108)。交融是成員彼此間「不透過任何中介的〔直接〕溝通、共感的關係性質素」，將窮人、浪人、藝術家、宗教狂等等化外之人都整併進入一個集體，也使世俗世界連接神聖世界，因此也是初民形成社會的最重要基礎 (Turner 1978: 250)。

Turner 強調，闕限開展了「結構／反結構／結構」的過渡，也表現了通過儀式的最重要本質：「反結構性」。因此，在近代之後的救贖宗教，通過儀式的作用則由「朝聖」所取代 (Turner 1978: 3-7)。朝聖是前往遙遠聖地的旅程 (journey)，朝聖者離開規則明確的生活世界，而進到地理性及社會性的邊界 (margin)，呈現闕限的曖昧與過渡，從而也衍生歡愉、逾矩、無禮、荒淫等正統宗教所鄙視的現代「觀光客特質」 (touristic quality)。

西方對於朝聖的理解，除了 Turner 這種個人主義式 (individualist) 的論點之外，不少很多研究也發現朝聖的集體主義的特質。前述義大利社會學者 Luigi Tomasi (2002) 就連結了 Victor Turner 的初民社會的通過儀式、以及當前的後現代社會的觀光行動，Tomasi 指出，朝聖者的原型就是所有文化都存在的 homo viator，亦即例常性追尋某物的人，在過去是追尋超自然的靈驗，在當今是追尋文化上的異外經驗 (exotic experience)，並且賦予這些經驗某種神聖 (sacred) 的意含。亦即，朝聖者的神聖具有

「超自然」與「異文化」的複合意義，而什麼經驗可以被賦予神聖的意義，則由所屬社群所決定，因此 Tomasi 強調，朝聖者並不必然是個體形式，歷史上就有很多朝聖是以集體方式、甚至武裝方式進行（如十字軍東征）。如 Valene Smith 也指出，pilgrim 一字的拉丁文字源 peregrinus 之義是「更寬闊的詮釋，包括外國人、流浪者、放逐者、旅行者、新來者及陌生人」（Smith, 1992:1），朝聖所要求取的「神聖」，基本上本來就具有涂爾幹社會學裡的集體性意涵，而未必純然是「宗教」的意義。也就是 Ellen Badone（2004: 9）所說朝聖是「交流的旅程」（intersecting journey）之意義，兼具跨聖俗的交流、以及跨文化的交流。

在這種基礎下，朝聖的過程固然是在接受神靈的指引、也同時是接受同人的共感共應。這個與人共感共應的成份，使得朝聖自中世紀以來就一直存在著觀光（tourism）這個未經承認的動機（Ure: 2006）。Ure 考察中世紀神學家的記載（如 Thomas Kempis），發現 15 世紀就有神職人員責備信徒在朝聖過程中花太多心力在賞奇和觀光（curiosity and sightseeing），這些責備背後，當然就是賞奇與觀光已是當時朝聖的重要內容。這種「賞奇」的動機與現象，在 18 世紀教養觀光（Grand Tour）時代出現後更創高峰，朝聖客中已有許多騎士富商（模仿貴族）帶著家臣奴僕跟著旅行者到異國去進行賞奇之旅（Ure, 2006: 14）。這樣看來，在西方歷史的發展中，朝聖與觀光的親密性其實早已滲透到諸多行旅人的活動之中。

在中國，史料上亦可見到類似的朝聖與觀覽的關係。巫仁恕與狄雅斯（2010）的研究，即發掘到中國明末以來的不少案例。如清李斗的《揚州畫舫錄》裡所記，揚州觀音聖誕日時，四鄉與城內坊鋪街巷都會結夥上山進香，當日先迎神轎齋戒祀禱，並裝置沉檀香於布袋中寫上「朝山進香」四字，沿路旗章傘蓋、幡幡燈火，一步一禮焚香誦曲上山，特別值得一提的是，進香沿路成為街市，並吸引兩旁乞丐成群，因之名為「花子街」，當時市井則流傳「都人士女，藉燒香以游衍」，亦即，藉燒香之名行遊覽之實（巫仁恕、狄雅斯, 2010）：16）。由以上資料觀點來看，中國的進香活動也早有大眾遊觀的成份。

四、臺灣進香團與觀光的歷史聯結

進香未必需要兩神之間有香火的傳承關係，更常見的是兩地在開發史上歷史互動源流，亦即兩個異地的社會交流。相對於遶境進香的範圍限定在轄區、不能越界，臺灣還存著大量的「謁祖進香」這種是跨越地域的行動，他們的目的地未必單一，不過均奉神明為行動的主角，信徒本身自稱陪同神明出巡（隨香）。相對的，中文還有另一個概念叫「朝聖」、「朝山」，多以苦行或乘車前往聖地朝拜，但不迎請神明同往，偏重在信徒個人為主體，意義接近西方的 pilgrimage，不過現實社會上也會與「進香」的概念重疊。

事實上，謁祖進香與遶境進香的概念，初始也未必有所區分。臺灣的進香文獻，最早可溯自 1898 年大甲的同業組織「金萬和郊行」帳簿一筆三月媽祖生、七月「迎媽祖」的轎資鼓吹銀兩支出的記載，相關資料推斷應為三月前湄州進香、七月返回的古動（黃敦厚，2003），而後因總督府對港口管制漸嚴，信徒無法經大安港前往湄州，因此在 1914 年改住北港朝天宮進香，即為「北港進香」。1931 年 5 月 7 日《臺灣日日新報》報導：「大甲媽北港進香三日回駕遶街盛況，陣頭無慮二百餘陣，……參觀者有遠自新竹臺中嘉義至者，計萬餘人。」1934 年 5 月 2 日《臺灣日日新報》報導：「前載大甲尸口弓中郡大甲鎮蘭宮天上聖母依年例赴北港進香一節。於二十九日日駕回本宮。是早頭二三香及各香外團體，皆往大甲溪頭接駕。」

以上報導概可推斷，日本統治時期的進香，已不限本庄，而因吸引諸多外地香客前來。而在日治時期（至少 1920 年代末），臺灣島內已有大量的鐵路觀光活動在進行（蘇碩斌，2006），雖然難以考證多少比例是「進香」活動，但由 1930 年代《臺灣鐵道》登載的兩份「問卷調查」可推知，農民、團體、非業務的旅程應佔有頗高的比例。這兩份問卷是 1934 年 7 月「普通團體旅客內容調查」，以及在 1935 年 4 月「旅客交通系統調查」（田村生 1935）（內容摘要參見表 4 及表 5）。

數字顯示，「團體旅客」以觀光為目的者有 43.22%，明顯高於「個人旅客」以觀光為目的者之 13.61%。而團體旅客中的「參拜團」，佔了「觀光」目的之 5.3%。若

再結合 1935 年團體旅客調查中的各類職業構成來看，農業人士佔所有乘客的比例的 33.9%，遠高於其他的各種行業（商人 22.8%，官吏 13.8%，苦力 11.0%等）。這些資料雖然無法進行「職業」與「旅行目的」的交叉分析，但農民進行觀光（包含參拜）的份量已超乎「視察（19.36%）」的業務目的甚多，因此，以農民為主、搭著火車南來北往進行「觀光目的」的遊歷，以農人為核心的團體旅行，應該就是 1930 年代中期以來臺灣民間的觀光圖像。

不過，必須坦承，這些民間觀光或參拜的圖像，以及如何延續到戰後乃至當代，仍然有一段空白要填補。若暫跳過這一段空白，本文的重點在於描繪當代臺灣民間的「進香團」。

在張珣研究的大甲鎮瀾宮媽祖遶境，她指出進香的過程，始自起馬儀式、終於落馬儀式，即使香客由物理現實時空進入宗教神聖時空。然而，除了大廟的遶境進香，穿梭臺灣各地的大量香客，似乎並不是遵循同樣的行動邏輯在「進出」神聖時空，也並不啟動內在一致的「通過儀式」。因此，本文的目的，就在利用田野調查、訪談所得的資料，描繪進香觀光團的行動世界。

五、當代進香觀光團的運作模式

由張珣在鎮瀾宮及奉天宮等大廟的研究，可看到 1990 年代以來，隨著臺灣幾個媽祖大廟信仰的權力核心由爐主轉移為董事會，權力分配的狀況也造成進香活動的空間結構出現階層化（中心與邊緣），由中心向外圍分別是董監事、頭香團體、貳香團體、參香團體、陣頭兵將，「普通香客」則阻擋在管制線的外圍（張珣，2009：67）。亦即，大廟遶境進香的空間結構，使得大量常民百姓無緣在進香的行列中親近媽祖。因此，相對於大廟的遶境進香，各地方性廟宇會在媽祖聖誕日之前，出現了廣泛性的自發進香活動，也就是本文研究議題所設定的進香團。

這種進香團，即是以寺廟或宗教團體（例如媽會、爐會等）名義發起，並在行程中列有參拜行程的團體，即為臺灣社會泛稱的「進香團」。這種進香團並非「遶境進香」，也不完全是「謁祖進香」，因為他們並非都是回到祖廟參拜。若以各個團的稱號

來看，大致有：進香、參香、晉香、進香二日遊、祈福一日遊.....等名稱。一般而在兩天一夜是最常見的團型，但當天往返、三天兩夜也都有。

這些進香團幾乎多以遊覽巴士為交通工具。根據 2009 年《臺灣地區遊覽車營運狀況調查報告》，目前臺灣登記的大型遊覽車總數為 9,522 輛，平均行駛總天數為 204 天，以每車搭載 40 人計算，全年搭乘人數為 7,770 萬人（交通部統計處，2010）。這些人絕大多數集中在周末，統計顯示約有 2/3 由旅行社及其他團體承攬，因此換算可得，臺灣周末期間（周五至周一）每天都有至少 25 萬人搭乘大型遊覽車在臺灣各地遊歷，而在農曆元月至三月期間，估計至少半數以上是進香團體。

依照奉請神明、招聘陣頭的規模，本文討論的進香團依序可分為三類：第一類為「陣頭型進香團」，亦即奉請神明、邀聘陣頭、香客隨香的三重組合團，神明與陣頭一般雇請貨卡車運行，香客搭乘遊覽車；第二類為「神明型進香團」，為廟中神明與香客組合團，神明與香客同搭乘遊覽車（甲團）；第三類為「香客型進香團」，行程中有明確的參拜廟宇參拜祈福，但沒有奉請本廟或信徒家中神明同行。

臺灣的這三種進香團，根據訪談的一家遊覽車公司董事長估計，各類進香團的比例約為第一類 40%、第二類 50%、第三類 10%。

第一類進香團場面浩大，通常要求信徒較高度的參與，除了主神出動，信徒自家神尊也會隨行，另會聘請陣頭、鑼鼓、扛轎、家將、獅舞、甚至歌舞秀團等，香客搭乘遊覽車，大型神明及陣頭等由貨卡車載送，沿途並有乩身行儀、陣頭演練，每次費時至少兩個小時，但也會受到參拜廟方的較高規格接待，有些具有武神性質的廟宇在進香過程中，亦會有較激烈的儀典。因此行程點不多，通常行程一天多只參拜一個主廟，至多兩個廟宇。

第二類進香團最常見，主辦寺廟一定會奉請廟中神尊出行，並接受信徒個人家中奉祀的神尊隨行，這些神尊體積不會太大，神尊的種類也不限定（包括主神觀世音菩薩、媽祖、財神.....，也會包括順風千里、哪叱太子.....等），神尊置放於遊覽車的駕駛艙及客艙的前方平台，面容朝外，一般門神（順風耳、千里眼）必置於第一車。個人神尊隨行，多數都免加收團費。神尊移動（例如到其他廟宇參拜）時，團員中會有

「比較懂」的人士出面主持儀式，多為乩身，念畢符語後分由團員手捧護送神尊進出寺廟，若需跨越大型香爐，則由團員接力護駕，由於進出廟較為費時，每天最多進香三個廟宇。

第三類進香團不是傳統的進香團，也可以算是具有參拜行程的遊覽團，團員會稱呼這一趟出門是「迺迺」，由於沒有神尊隨行，也可能集中一天參拜四個以上廟宇，甚至有多餘時間可以安排遊覽、購物、趣味的行程。第三類的進香團雖然不多，但卻是一種較新形態的進香團，也是進香與觀光界線混淆的最明顯例證。

一般而言，進香團的費用都頗為實在，包含車資、門票、餐飲、二人房住宿的總價，甲團二天一夜的行程是 3500 元，乙團三天兩夜的行程是 4300 元。若是選擇四人房則可再降 300-600 元。

進香團是草根而複雜的集體社區行動，本文將先對於進香團的組團過程、行程安排、活動內容等方面加以描述，最後再討論進香團與觀光社會的聯結意含。本文的資料來源，取材親身參加新北市某鄉鎮兩個不同性質進香團的田野觀察（乙團、甲團），其中甲團為第二類進香團，是主祀財神爺的公爐會主辦，二車 80 人，主神連同信徒家中神明共奉請 11 尊神明同仁；乙團為第三類純香客進香團，土地公廟主辦，共計兩車 82 人，沒有奉請神明。另為釐清進香團的操作及意義，針對相關的四位人士進行訪談，分別是同時參與甲乙兩團召集的在地人 A 先生、協辦乙團行程的隨車導遊 B 小姐、遊覽車公司董事長 C 先生、組織第一類進香團三十年經驗、私人宮壇負責人 D 先生。

本文除描述各類進香團的運作，主要討論對象為第三類，亦即「觀光—進香」的光譜中最接近「觀光」型態的乙團。乙團是新北市○○宮的主神為福德正神（即土地公，暱稱伯公仔），沒有明確祖廟，因此也沒有謁祖進香的傳統壓力，過去的進香都是零散進行，並不是具有悠久歷史的團體。此次進香團的新傳統，是在四年前重新建立，過去已經中斷，而在四年前由當時主委決定重辦進香，並固定在元宵節後的周末舉行。

（一）組團過程：社區人情網絡的成團過程

不論是哪一類進香團，大部分廟宇有慣例的進香時間（例如每年的大年初三、元宵後周末……等），但並非絕對的固定行事，因為有些廟宇是隔幾年才出訪一次。若不

是每年慣例，則有各種方式交由神明決定出團。D 先生是第一類進香團的形式，成行因緣，他表示「大部分是過年時就會說『走喔，今年來進香』，就可以準備問媽祖了，問媽祖好不好，若好，祂就會要我們準備」(D 先生訪談)。因此，不特定的發起機緣，一般理解為媽祖的神聖旨意，但人不能決定，因此有人發起後就必須在過年期間擲筊向媽祖確認出行與否、日期，再透過核心成員口耳相傳的方式通知欲參與的信徒(D 先生訪談)。

在第二類進香團的甲團案例中，財神爺公爐會在十年前成立後即固定返回祖廟進香，並利用進香時「搏」出爐主，來年的進香日期、出車數量則由爐主決定，再交由幾名核心成員分頭湊滿人數。甲團的組成人員之中，幾乎都是公爐會成員的眷屬及親友，地域分布主要擴及三個鄉鎮，除了核心成員，平素亦並非熟識。

第三類進香團的乙團，集結成團的過程也是類似的狀況。乙團是新北市鎮○宮的主神為福德正神(即土地公，暱稱伯公仔)，沒有明確祖廟，進香團固定在元宵節後的周末舉辦，至於行程天數、車數，則由三十五名委員選出的主委決定。今年該團決定出團三天、兩車，就是由現任黃姓主委決定後，交由幾名廟內熱心、並為地方人面較廣的人士出面「招人」。原則上，八十個人主要由主委、團長、副團長約齊，其中約有六十人是連年參加的班底團員，二十人為較少參加或首度參加的生面孔。要注意的是，不論是班底、生面孔，只有二十人左右是土地公廟的委員及信徒，其餘大多數則是家眷、菜市場攤商同仁、工廠同仁及包商、住在其他鄉鎮的姐妹朋友.....。

一般來說，基本的流程就是：

簡單來說先確定好日子，然後開會，大家來參加。開會時決定日期、幾天的行程、幾台車等，才會比較快。比如說兩天、三天、兩台車、三台車(A 先生訪談)。

決定車數、日期、參拜廟宇之後，主辦方即會先找到業務代辦人，這個人可能是遊覽車司機或導遊、可能是旅行社業務員，必定是長期人際網路之中的一員。在乙團的案例中，這個代辦人是連續帶團三年的導遊，甲團的案例中，代辦人即為爐會的成

員夫妻（司機及導遊）。代辦人先訂好最低限度的車輛、排定行程表、估價，即交回主委及正副團長開始「招人」。

由以上三種狀況來看，進香團雖然都以主廟的神明為號召，但愈是往第三類偏移，愈可感受到不依賴共同信仰神、祭祀神的意義，反而是仰賴基於地緣關係的人網絡。

（二）行程安排：以媽祖為中心的出遊活動

不同主神種類的廟宇，也會有不同的進香地點。一般而言，該廟宇若有明確的分香祖廟，則行程必定包含祖廟，即為謁祖進香。這種謁祖進香的模式，通常還會聯繫同樣分香出來的友廟或友宮，並約定會合日期、地點、方式。本研究訪問的 A 先生所屬廟宇 2011 年時出動四輛車，但夥同友廟共有約七十輛車，並有陣頭隨行。

不過臺灣進香團有個很特殊的高峰期，亦即不論主神信仰為何，所有廟宇的進香活動，幾乎都集中在農曆春節之後、3 月 23 日媽祖生之前，大約三個月之間。這也反映在前文引述的觀光局統計數字中，國曆二至四月的民間信仰遊憩據點的驚人數字上。遊覽車老闆也估算出車的進香團比例，「農曆 3 月 23 日以前，大概佔了〔出團總數的〕四成，……〔農曆四月〕之後最多佔 15%。」（C 先生訪談）

為什麼是「農曆春節之後、3 月廿 23 日媽祖？導遊 B 小姐表示：「為什麼那麼巧？是因為玄天上帝生日 3 月 3 日，也是在三月，媽祖 3 月 23 日生日，過了以後進香會比較少，除非一般私人的宮廟才会有團。」（B 小姐訪談）

但是，根據臺灣民間信仰所記錄的各神明祝賀生誕，雖然農曆元月、二月、三月神明生誕數量稍多，但也不是壓倒性的多數（表六），因此整個臺灣的進香團高峰滙聚在這段時間，並非「媽祖信仰」、也非「謁祖進香」的原因，而是全臺灣社會所有神明信仰共同凝聚出一種以「媽祖」為中心的節慶式集體亢奮。

因此，臺灣的進香團，不論主廟的主祀神明為何，幾乎都以媽祖大廟為主。本次田野的兩團，甲團是主祀武德財神的財神爺公爐會，由北港財神廟分香而來，進香行程以北港武德財神爺祖廟。另外加入的其他廟宇主要有三種，一種是媽祖大廟，例如北港朝天宮；另一種庇佑求財的神明，例如濟公廟；第三種是素有交情的友宮，例如

高雄主祀觀世音菩薩的聖○宮（甲團的行程如表七「新北市某市鎮『財神爺廟進香團』二天一夜行程」）。

但要注意的是，友宮並不一定都是具有共同信仰神祇的廟宇，而多是因為廟中主事人員的人情網絡，例如前述甲團第一天停留的「聖○宮」即是一例。這種友宮的接待都十分熱情，與前述大廟的交流性質相異，友宮交流除了參拜之外，導遊 B 小姐強調，「就會準備很多東西，……像我去年帶一團大團的，六、七個地方不管到那都是準備很多吃的東西。我就開玩笑說：這樣我們就不用辦餐了啊！每一處都有東西吃。可是他們說不辦餐也不行，所以就是整天一直吃」（B 小姐訪談）。

乙團因為未請神明出行，因此時間較為寬裕。當主廟方面提出希望參拜的幾處廟宇之後，導遊即會著手安排：

順序就我們來排，宮他們會提供意見，我們也會提供意見。……時間如果足夠，就會安排一個遊樂的地點。……進香的廟排一排，再加一些去玩的地方。……〔各團〕都同款啦！（B 小姐訪談）

因此，乙團的進香行程總共有八個廟，在前兩天就已密集完成，第三天的行程則全部為觀賞遊覽（參見表八：新北某市鎮「土地公廟進香團」三天二夜行程）。若以乙團的團體行程時間統計，宗教性參拜時間（廟宇拜拜）為 350 分鐘，佛光山佛陀紀念館參觀時間為 90 分鐘，其他娛樂遊覽時間為 320 分鐘。這樣的分配，實際已經兼具了觀光行程。

本文觀察的兩個進香團的團員，還有一個明顯的特質，就是對於每天的行程安排幾乎都不在意。在什麼地方用餐、下一站去哪裡，都不是他們關注的事情。這樣觀察看來，在社區熟識網絡的基礎上，暫時「出來走走」、看看平常看不到的世界、做做平常不會做的事情，是團員參與進香的基本想法。

（三）活動內容：世俗活動比例不等的團體行程

進香團在原則上主要內含就是朝拜神明，但是兩天或三天的行程中，有許多時間在寺廟之外。這些場合，是否如張珣所稱「自起馬儀式開始至落馬儀式之間都身處神聖時間空間之中」？本文以購物、唱歌及笑話三個例子來看。

一般進香團，購物並不在表訂活動之中，但是透過特殊的安排，購物仍在行程佔有重要位置。進香團的購物有幾種形式：一為出入寺廟進香之際穿越街市的逛街購物，二是休息站（俗稱放尿站）或景點附設商店的購物行程，三為遊覽車導遊提供代訂商品（麻油），四是俗稱「插館」的集體前往廠商內聽取簡報並接受推銷購物（藥廠），五是俗稱「外路仔」的販商在休息站或景點登車販售商品（零食、膏藥、茶飲等）。

第一類的進香團行程較嚴苛，進香過程不會去其他遊樂地方，但若神明已進廟，廟方會宣布出廟時間，此時香客可利用空檔各自活動，購買當地名產等。

第二類及第三類的進香過程，則明顯感受到進香客的購物熱情。乙團副團長 A 先生表示，參加的阿嬤平日忙於工廠工作或菜市場擺攤，一年一次的進香團就是僅有的逛街購物時機，因此只要販售商品曾經買過或有人推薦，都會很樂於購買。例如麻油，一次購買五斤、十斤的香客就為數頗多。而一般觀光團頗有意見的「插館」，在進香團中雖不受歡迎但卻常見。插館並不是司機、導遊單方面的生意經，不少狀況是事前已徵得主辦單位的同意。遊覽車公司的人員就針對乙團的案例指出：

○○宮那個去 X 義堂〔藥廠〕，是不能不去的，他們一定要去買。……X 義堂也知道○○宮一定會去，所以會派業務員去廟裡拜訪。先去拜訪的，業績就算他的。……業務會打電話給我，說：「阿 B 姐！那個○○宮我已經跟他講好了！」（B 小姐訪談）

一般而言，只要不影響行程，香客幾乎都明白團費低廉因而能夠接受，但前提是不能影響既定的行程，否則也將引起抱怨。至於「外路仔」的狀況，因為不影響行程時間，因此上車的販商數量會較多，尤其是行程最末天，有時會有四組以上販商商輪流上車叫賣。然而若佔用太多時間，影響香客唱歌，導遊仍會遭到抗議。

其二是車上的卡拉 OK。一般來說，所有遊覽車都是整路歡唱。參加數十次進香團的 A 先生說，「一般來說都要唱歌，很少遇到不唱歌的，……〔個人經驗〕除了一團三峽的團，大概 2~3 年前，全車只有一位原住民從頭唱到尾（A 先生訪談）。

據遊覽車公司 C 董事長表示，目前通行遊覽車的卡拉 OK 點唱機，大概是大概十多年前的發明。過去的作法是播放錄影帶、每一首歌都需要換帶，因此駕駛座旁堆滿

錄影帶。客人點了就要去找，一個帶子只錄一首歌這樣。遊覽車導遊小姐也證稱，以老人為主的進香團出門都很愛唱歌，而且幾乎都是台語歌，「他們在遊覽車上唱的，跟平時在鄰里間唱的，基本上是一套」。

經常點唱的歌（如快樂的出帆），乙團的導遊幾乎將常用到的號碼全數背起來。這位 B 導遊，甚至「歌單上面有寫名字，你看就知道是男的、女的」，因而會主動幫香客更換男調、女調。由此看來，在佔據進香團行程大半時間的車程之中，並不是進香社群的神聖性時空，而是世俗社區的休閒性時空之另一個版本。

另一個現象是逾越規範的笑話。甲團與乙團分別有類型迥然不同的兩種導遊。除去基本的行程規定，甲團導遊只大略介紹景點，而乙團導遊則會穿插勸世故事、人生小品，以及最特殊的，很多笑話，尤其是逾越尺寸的黃色笑話，並且會開七十歲的團長一些性方面的玩笑（在場團長夫人也會幫腔），甚至用餐時的辣椒也會被以怪異發音拿來開玩笑（這有辣椒仔～～多吸些不壞）。這類的黃色笑話，當然不是每名導遊都會開腔，原則上因個人風格而異，並不因為車上放置各式神明（觀世音、媽祖等）而增加或減少。遊覽車公司 C 董事長的觀察，「這是看個人，跟神尊應該沒有什麼關係」。經常出團的 A 先生亦有同樣看法：

一般來說神明在車上，〔應該〕是比較有忌諱，不過有的人還是一樣。……一般說笑話大多數都是導遊小姐先開始的嘛！她們當然知道神明在車上……起駕的時候不可以亂講話，不過上遊覽車以後怎麼講話倒是沒有關係（A 先生訪談）。

這樣說來，進香過程中的遊覽車上，雖然有神明同行，但其實未必被視為「神聖空間」，只有必須奉請神明起駕之時，遊覽車內外的歡愉氣氛才會急速變化。

六、結論與討論：進香是人神同樂的世界觀

本文探討進香團在臺灣現代觀光的特殊意義。進香團雖具現代觀光的形式，但並非全是庸俗資本主義滲透之結果，藉由宗教研究討論「朝聖」由世俗轉換為神聖之交界（intersecting）蘊含的旅行意含，臺灣的進香團也具有古老的世俗與神聖（profane

and sacred)、在地與他方 (native and alter) 交界轉化活動的傳統。但相對於西方朝聖以個體的形式為主，臺灣的進香則幾乎都展現為一種集體儀式，而且也衍生出有陣頭及神明同行、無陣頭有神明同行、純香客的三種不同強度的進香團。

上述的進香過程描述，大致可以釐出進香行程是一個「由短暫的神聖時空所組合而成的出遊活動」。但是，這些摻雜著購物、唱歌、笑話的出遊活動，如何能融入高度神聖意義的進香行程？D 先生「進香是歡喜的事情，人是跟著神明去熱鬧」的解釋，或許有助於這些世俗與神聖的融合：

進香為喜事，「神興人就興」；人去幫神、神也幫人，神濟世助人則信徒眾，信徒眾則香火自然旺盛，可知神與人為互相幫助的關係。信徒即是廟宇的義工，而人們「隨香」，替神工作的同時亦是祈求神明保佑的方式。在移動的過程中，人們沿途燃放鞭炮，以鼓吹替神明開路；在遊覽車上唱卡拉 OK、聊天說笑，將進香視為人神同樂的一大喜事 (D 先生訪談稿)。

這種詮釋人神共樂的世界觀，確實瀰漫在進香過程中，除去儀典式的神聖時空，其他的唱歌、購物、笑話，反映的其實應該解釋為一種「脫離日常生活的休閒性時空」。休閒 (leisure) 的意義，當然不是美國功能理論鼓吹的那種指向「社會結合、自我實現、社區更新、公民責任、個人健康、公共參與」的天真想法 (如 Richard Kraus, 1971)。根據當代休閒理論家 Roger Caillois (1961) 的概念，休閒源自於 Emile Durkheim 《宗教生活的基本形式》所謂的「超脫日常生活的神聖性」，因為神聖性必然是由世俗世界出發 (Durkheim, 2001/1912)。亦即，原本個別生活的個體，經由進入非常的「出神」(ecstasy) 狀態而進行一段聖俗交流的旅程 (journey)，因此，從日常生活或世俗世界的出神旅程、脫離經驗 (escape experience)，是人類旅行與休閒的源頭 (井上俊，1995)。

Roger Caillois 因此以節慶、狂歡作為休閒起源的理論，指出休閒的神聖性的，與消耗性、非規範性的內含同源，根本理路即為「逸脫日常生活」，這種神聖性的社會意義在於：利用混亂以重建秩序，利用跳脫日常生活舊常規以再建日常生活新秩序 (Caillois, 1988: 279-280)。職是之故，Caillois (及包括 Bataille、Lefebvre、Baudrillard)

等人才會試著從原初社會追溯「非生產」的起源，因為休閒的起源，並不都是以「冗餘的時間」之型態存在於世界，反倒是以「超越的時間」之型態為共同體的人們所分享。節慶正是這種時間的典型，意謂著「對抗日常生活」；在世俗日常的世界之中，節慶是「另一個世界」，唯有在該處，凡人才能感覺透過一種超越性力量而維持並轉化自己（feels himself sustained and transformed by powers that beyond him.）（Caillois, 1988: 281-282）。

因而，進香作為一種休閒性的神聖時空，其意義也就可以追索至「共同體」鞏固成員關係的超性力量。雖然愈往現代型態變化的進香活動，內容已摻雜不少世俗性的內容，但是進香團的成形仍然蘊含了凝聚共同體的精神。所以，本文觀察的第三類進香團主事者，雖然與旅行社保持關係，但並不是如都市布爾喬亞的作法將集體生活打散，而是把鄰里社區經營的權責掌握在鄰里自身的手上，並在受限工作至上結構的零碎周休假期之中，努力抓住機會在建立社會的神聖性以乙團在招團過程中的一個案例來看：

〔一名〕意見很多的委員也沒有幫忙糾人……，卻去參加別的廟的進香團，不來自己的團，也不糾人，害我們主委氣得要死。……糾人很累，電話一直打，費用很兇，要花自己的，還不能報公帳。不過我想這也是為神明服務，多花費的精神，神明也會保佑我們。不計較（A先生訪談）。

因此，共同體的經營乃與神聖的時空形成交互的作用力。以進香為名的神聖性，或許可能不斷削弱，但共同體及進香團的主事長也有變通之計，讓鄰里社區的人可以選擇同一個鄰里的「無進香」旅遊團。A先生的方法是，「有一些人比較喜歡拜拜的，你一找基本上他們都會去參加。不過有的人就不喜歡去拜拜；所以問他們的時候，他們就會問說有沒有要拜拜。玩就要，拜拜就不要。所以我每年都會糾一團單純去玩的就是這個原因。」（A先生訪談）

在這裡，我們試著彰顯神聖的進香與世俗的遊樂之間的融結關係。本文所探究的進香活動，或可由這個西方休閒理論脈絡一直保有的「脫離日常生活經驗」的意義來

作為對應。始自中國進香傳統，就一直有著愉悅的快樂成份，也就符應本文引自西方理論的兩個交錯，也是神聖與世俗的交界既是地方與地方的交界。

蘊含宗教內容的進香團，則也在各地的景點隨機駐足觀覽，形成觀光客之外另一類重要旅途，甚至不只是信徒遊賞，神明的出遊世間也有觀光意含在其中。如 2011 年 10 月一則新聞，標記著進香活動可能就是觀光活動的根基所在。10 月 29 日隨著媽祖鑾轎行進的嘉義縣新港奉天宮「相信，百年心香路」默娘徒步環台祈福團，在屏東縣風景名勝海洋生物博物館門口突然停轎，信眾研判媽祖是大海守護神，因此擲筊徵詢，得到「媽祖要進館參觀」的答案。信徒將媽祖請下鑾轎進館，館內遊客見狀驚奇不已，有的雙手合十恭迎、有的全程跟隨拍照，原本不喜靠近人群的小白鯨，也主動趨前貼近神像的玻璃旁。報紙記載，全程三小時參觀過程中，「媽祖娘娘暢遊海生館，觀賞鯨鯊、白鯨、企鵝等明星生物」（《聯合報》2011.10.20. A5 版）。這則特殊遭遇並未引起太多話題，看來，宗進香團體與世俗觀光的結合，不僅廣被社會接受、更被媒體傳為佳話。

由臺灣進香團的世界觀、組成形式，這種進香與觀光的二合為一，也就完全並不足以為奇了。這種宗教朝拜而蘊含觀光意味的進香團模式，應該至少在戰後不久就已成形，走過那個曾經被認為壓抑是觀光的勤儉建國時代，「進香團」表現了民間潛藏的頻繁移動、伺機觀覽的社會活動。進香團的香客長期經營著一道獨特的人流，歷史悠遠、行程密集、難以統計的常民觀光，而且，迥異於我們常識以為是主流的布爾喬亞觀光。新型態的進香活動並非全程都具有高度的神聖時空性格，因此也會被認為偏離時空、不守傳統。本文透過田野觀察及訪談，分別描述三種不同型態的進香組成、行程、內容，進而回答進香團是否受到現代觀光的入侵？本文不同意進香團只是被動遭到資本主義觀光形式滲透的世俗化，而將指出進香團在現代社會面臨破壞的鄰里關係而試圖建立的「休閒性神聖時空」的共同體修補作用。

徵引書目

- 丁仁傑（2012）〈全球化下的地方性：臺南西港刈香中的時間、空間與村際網絡〉，
《臺灣人類學刊》10（1）：93-158。
- 山下晉司（1999）《バリ 観光人類學のレッスン》，東京：東京大學出版社。
- 井上俊（1995）〈生活のなかの遊び〉，收錄於井上俊、上野千鶴子、大澤真幸、見田
宗介、吉見俊哉編編《仕事と遊びの社会学》，東京：岩波。
- 交通部統計處編（1997）《臺灣地區遊覽車營運狀況調查報告》，台北市：交通部統計
處。
- 交通部統計處編（2009）《臺灣地區遊覽車營運狀況調查報告》，台北市：交通部統計
處。
- 沈進成；謝金燕（2003）〈宗教觀光吸引力、滿意度與忠誠度關係之研究——以高雄佛
光山為例〉，《旅遊管理研究》3：79-95。
- 巫仁恕、狄雅斯（2010）《游道：明清旅遊文化》，臺北：三民書局。
- 呂紹理（2005）《展示臺灣：權力、空間與殖民統治的形象表述》。臺北：麥田。
- 林美容（1988）〈由祭祀圈到信仰圈——臺灣民間社會的地域構成與發展〉，收錄於張
炎憲編《中國海洋發展史論文集（第三集）》，臺北：中央研究院三民主義研究所。
- 林美容（1989）〈彰化媽祖的信仰圈〉，《中央研究院民族學研究所集刊》68：41-104。
- 岡田謙（1938）〈臺灣北部村落に於はる祭祀圈〉，《民族學研究》4(1):1-22。
- 許嘉明（1973）〈彰化平原福佬客的地域組織〉，《中央研究院民族學研究所集刊》36：
191-208。
- 許嘉明（1978）〈祭祀圈之於居台漢人社會之重要性〉，《中華文化復興月刊》11（6）：
59-68。
- 郭玲君、李學愚、陳信泰（2006）〈從宗教旅遊品質重視度建構台南地區進香團遊程規
畫——以南鯤鯓代天府進香團為例〉，《運動休閒餐旅研究》1(4)：55-65。
- 曾山毅（2003）。《植民地臺灣と近代ツーリズム》。東京：青山社。

- 蘇碩斌 (2006) 〈觀光／被觀光：日治臺灣旅遊活動的社會學分析〉。《臺灣社會學刊》：167-209。
- Badone, Ellen, and Sharon R. Roseman (2004) “Approached to the Anthropology of Pilgrimage and Tourism,” in E. Badone and S. Roseman eds. *Intersecting Journeys*. Urbana: University of Illinois Press.
- Bataille, Georges (1988/1967) *The Accursed Share : An Essay on General Economy*. Volume 1 Consumption. New York: Zone Books.
- Boorstin, Daniel (1961) *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*. New York: Atheneum.
- Brenton, Piers (1990) *Thomas Cook: 150 Years of Popular Tourism*. London: Secker and Warburg.
- Caillois, Roger (1961) *Man, Play, and Games*. New York: The Free Press (original work published 1958) .
- Caillois, Roger (1988) “Festival.” in Dennis Hollier ed. *The College of Sociology (1937-39)* . Translated by Betsy Wing. Pp. 279-303. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Durkheim, Emile. (2001/1912) *The Elementary Forms of Religious Life*. abridged with an introduction and notes by Mark S. Cladis . Oxford New York : Oxford University Press.
- Sangren, Stephen (2000) *Chinese Sociologies: an Anthropological Account of the Role of Alienation in Social Reproduction*. London: Athlone.
- Smith, Valene L. (1992) “Hosts and Guests Revisited.” *American Behavioral Scientist*, 36(2): Pp. 187-199.
- Tomasi, Luigi (2002) “Homo Viator: From Pilgrimage to Religious Tourism Via the Journey.” in William Swatos Jr. and Luigi Tomasi eds. *From Medieval Pilgrimage to Religious Tourism: The Social and Cultural Economics of Piety*. Pp. 1-24. Westport, Conn. : Praeger.

Turner, Victor (1969) *Ritual Process: Structure and anti-Structure*. Ithaca, N.Y.: Cornell University Press

Turner, Victor, and Edith Turner (1978) *Image and Pilgrimage in Christian Culture: Anthropological Perspectives*. New York: Columbia University Press.

Ure, John (2006) *Pilgrimages : The Great Adventure of the Middle Ages*. New York: Carroll & Graf Publishers.

Urry, John (2002) *The Tourist Gaze*. London: Sage.

圖與表

表一 2009 至 2011 年臺灣主要遊憩據點遊客人數前十名

排名	2009		2010		2011	
	景點名稱	遊客人次	景點名稱	遊客人次	景點名稱	遊客人次
1	南鯤鯓代天府	10,834,700	南鯤鯓代天府	10,032,220	新港奉天宮	9,960,000
2	北港朝天宮	6,118,500	日月潭風景區	6,381,636	南鯤鯓代天府	8,097,620
3	獅頭山風景區	4,243,414	獅頭山風景	5,825,168	北港朝天宮	6,303,650
4	市立動物園	3,285,012	北港朝天宮	5,166,650	獅頭山風景區	6,140,950
5	八卦山風景區	3,114,019	中正紀念堂	4,826,586	中正紀念堂	5,913,781
6	麻豆代天府	2,893,032	慈湖	3,645,602	國父紀念館	5,693,749
7	自然科博館	2,891,783	麻豆代天府	3,464,154	日月潭風景區	5,349,593
8	淡水金色水岸	2,806,900	故宮博物院	3,441,238	旗津海水浴場	3,888,191
9	臺灣民主紀念館	2,740,206	國父紀念館	3,339,139	故宮博物院	3,822,938
10	淡水漁人碼頭	2,575,050	淡水金色海岸	3,187,101	慈湖	3,739,948

資料來源：觀光局 2009/2010/2011 年《台閩地區主要觀光遊憩據點遊客人數年報》，表格由筆者摘錄製作。http://admin.taiwan.net.tw/statistics/year.aspx?no=134。擷取日期為 2012.11.1。

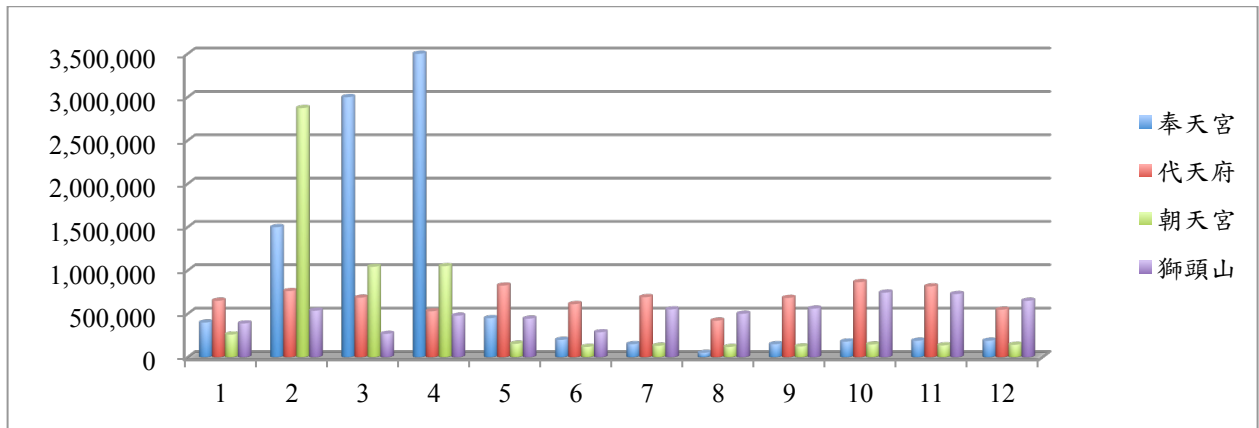
表二 社會變遷調查（五期三次）國內觀光類型與居住地及宗教之關係

	住都市或鄉村？		宗教活動頻率		信奉什麼宗教	
	城鎮鄉村 農家	大都市或 市郊	較多宗教 活動	幾無宗教 活動	傳統中國 宗教	外來宗教 或無
從來沒有參加過	127 12.2%	74 7.3%	52 6.8%	136 12.2%	161 9.6%	42 9.3%
參加親友、公司、 社團、社區的集體 旅遊	550 53.0%	504 42.8%	411 53.8%	512 45.8%	874 51.9%	180 39.7%
向旅行社報名參加 觀光團（跟團）	35 3.4%	85 7.3%	43 5.6%	61 5.5%	83 4.9%	37 8.2%
自由行、半自助旅 行、自助旅行	325 31.3%	437 42.6%	258 33.8%	410 36.6%	565 33.6%	194 42.8%
小計	1037 100.0%	1100 100.0%	764 100.0%	1119 100.0%	1683 100.0%	453 100.0%

資料來源：《臺灣社會變遷基本調查（五期三次 / 休閒與運動）》，表中數據為筆者以 SPSS 統計分析後整理編製。

表三 2011年臺灣四大宗教遊憩據點逐月遊客人數 (單位：萬人)

2011年	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	全年
奉天宮	40	150	300	350	45	20	15	5	15	18	19	19	996
代天府	65	76	69	53	83	61	69	42	68	87	82	55	810
朝天宮	26	29	104	105	16	12	13	12	12	15	14	14	630
獅頭山	39	54	27	48	44	29	55	50	56	74	73	65	614
前四名合計	170	567	500	556	188	122	153	109	152	194	187	153	3050



圖一 2011年臺灣四大宗教遊憩據點逐月遊客人數統計表

表四：1935年「旅客交通系統調查」旅行目的

旅行目的		人數	百分比	百分比小計
業務目的	商業	801	30.71%	51.99%
	公務	193	7.40%	
	外地工作	187	7.17%	
	視察	175	6.71%	
觀光目的	遊覽	282	10.81%	13.61%
	參拜	73	2.80%	
其他	訪問	258	9.90%	34.40%
	家事	254	9.74%	
	其他	385	14.76%	
總計		2,608	100%	100%

資料來源：田村生（1935: 44），表格為筆者重新分類整理製作。

表五：1934年「普通團體一四四件之內容調查」之旅行目的

旅行目的		人數	百分比	百分比小計
業務目的	農業視察	1,073	19.36%	45.74%
	外出工作	875	15.79%	
	工商視察	367	6.62%	
	開會講習	220	3.97%	
觀光目的	都市見學	1,239	22.36%	43.22%
	棒球比賽	487	8.79%	
	慰安會	386	6.96%	
	參拜團	283	5.11%	
其他	其他	612	11.04%	11.04%
總計		5,542	100%	100%

資料來源：田村生（1935: 44），表格為筆者重新分類整理製作。

表六：臺灣各廟宇主要神聖誕辰

正月	初一：元始天尊萬壽、彌勒尊佛佛辰	六月	初三：韋馱尊佛辰
	初四：孫天醫真人千秋		初八：四女仙祖壽誕
	初五：接財神		十一：田都元帥千秋
	初六：清水祖師佛辰		十五：王靈天君聖誕、無極老申老娘壽聖
	初八：五殿閻羅王聖誕		十六：先天王靈官聖誕
	初九：玉皇上帝萬壽（天公生）		十八：南鯤鯓池二王爺千秋
	十三：關聖帝君飛昇		十九：觀世音菩薩得道紀念
	十五：天官聖誕		二四：關聖帝君聖誕、西秦王爺千秋、雷祖大帝聖誕、南極大帝聖誕
二月	初一：一殿秦廣王千秋	七月	初七：七星娘娘千秋、大成魁星聖誕
	初二：濟公菩薩佛辰、福德正神千秋		十三：大勢至菩薩聖誕

	(土地公生)		
	初三：文昌帝君聖誕		十四：開基恩主千秋
	十五：九天玄女娘娘聖誕、太上老君萬壽、精忠岳王千秋、三山國王千秋		十五：中元赦罪地官聖誕
	十六：開漳聖王千秋		十八：瑤池王母娘娘聖誕
	十八：至聖先師誕辰、四殿五官王千秋		十九：天然古佛聖誕、值年太歲星君千秋
	十九：觀世音菩薩佛辰		二一：普庵菩薩佛辰
	二一：普賢菩薩佛辰		二三：諸葛武侯千秋
	二六：南宮趙真君聖誕		二四：鄭延平郡王千秋
三月	初一：二殿楚江王千秋		二五：武德侯沈祖公千秋
	初三：玄天上帝萬壽		三十：地藏王菩薩佛辰
	初六：濟公活佛成道	八月	初三：北斗星君聖誕
	十五：保生大帝吳真人千秋、中路財神趙元帥聖誕		初五：雷聲普化天尊聖誕
	十六：準提菩薩佛辰		初八：瑤池大會
	十八：南天廖將軍聖誕、后土皇神聖誕		初十：臨水夫人李姑千秋
	十九：太陽星君聖誕		十五：太陰星君聖誕、陳靖姑成道紀念、南鯤鯓未四王爺千秋
	二十：註生娘娘千秋		十八：九天玄女娘娘千秋
	二三：天上聖母聖誕(媽祖生)		二二：廣澤尊王千秋
	二六：鬼谷先師千秋	九月	初九：中壇元帥千秋
	二七：七殿泰山王千秋		十三：孟婆尊神千秋
	二八：倉頡先師聖誕、東嶽大帝聖誕		十五：南鯤鯓吳三王爺千秋
四月	初一：八殿都市王千秋		十八：倉聖先師千秋
	初四：文殊菩薩佛辰		十九：觀世音菩薩出家紀念
	初八：釋迦佛祖萬壽、九殿平等王千秋		三十：藥師佛辰
	十四：呂純陽祖師聖誕	十月	初三：臨水夫人林姑千秋
	十五：釋迦文佛得道		初十：達摩祖師佛辰
	十七：十殿轉輪王千秋		十五：下元解厄水官聖誕
	十八：北極紫微帝君千秋、華陀神醫先師千秋		二二：青山靈安尊王千秋
	二一：李托塔天王聖誕		二三：周倉將軍爺千秋
	二四：金光祖師聖誕		二七：紫微星君聖誕
	二五：武安尊王千秋	十一月	初四：安南尊王千秋
	二六：五穀先帝千秋、南鯤鯓李大王爺千秋		十一：太乙救苦天尊聖誕
	二七：南鯤鯓范五王爺千秋		十七：阿彌陀佛辰
	二八：神農先帝萬壽		十九：九蓮菩薩佛辰
五月	初一：南極長生帝君千秋		二三：張仙大帝聖誕
	初六：清水祖師成道	十二月	十六：福德正神千秋
	初七：巧聖先師千秋		二四：送神日
	十一：天下都城隍爺千秋		
	十三：霞海城隍爺千秋、關平太子千		

秋
十七：蕭府王爺千秋
十八：張府天師聖誕

表七：新北市某市鎮「財神爺爐會進香團」二天一夜行程

	時間起迄	地點	事務
第一天	6:30 發車	廟旁公路邊集合出發、中途停靠南投休息站	發放早餐、卡拉 OK
	9:05~9:15	南投休息站	上廁所
	9:30~9:40	韓信廟（六合彩明牌）	團員參拜
	9:55~10:40	竹山紫南宮（結緣金）	隨車神尊進廟休息、團員參拜
	10:40~11:40	車上售貨時間	賣琵琶糖、杏仁海苔、賣藥膏
	11:40~13:10	北港財神爺廟（祖廟）	祝壽、擲爐主
	13:30~14:10	嘉義太保永華園餐廳午餐	
	15:40~17:10	高雄聖○宮	隨車神尊進廟休息、團員參拜、用點心、參觀宮廟設施
	18:00~18:30	高雄旗山濟公廟（主祀濟公活佛）	隨車神尊進廟休息、團員參拜、問事
	18:45~19:10	高雄美濃美濃餐廳晚餐	
	19:15~19:30	高雄內門順賢宮	隨車神尊進廟休息、團員參拜
	20:00~21:30	高雄內門順賢宮附設益賢山莊交誼廳	卡拉 OK
第二天	7:00~7:30	早餐、出發	
	8:20~10:00	佛光山佛陀紀念館參觀	
	10:00~11:15	車上售貨時間	販商上車、賣一條根藥布等
	11:15~11:35	台南麻豆民間碗粿特產店	休息、販商下貨、導遊提醒勿購物
	11:45~12:00	台南麻豆福隆旅遊餐廳午餐	
	12:35~13:20	新營太子宮	隨車神尊進廟休息、團員參拜
	14:30~15:30	北港朝天宮	隨車神尊進廟休息、團員參拜
	15:45~16:00	北港濟世宮（觀音八仙財神廟）	隨車神尊進廟休息、團員參拜
	16:50~17:00	彰化某民間休息站	販商上車、賣醬油
	18:30~19:10	大台中飲食館晚餐	醬油販商下車、肥皂販商上車
	19:10~19:50	賣竹炭皂	販商於三義交流道下車
	20:50~21:00	關西休息站	休息
21:30	返抵出發地解散		

表八：新北某市鎮「土地公廟進香團」三天二夜行程

	時間起迄	地點	事務
第一天	6:30 發車	新北市某市鎮宮廟附近公路邊、中途停靠關西休息站	發放早餐、說吉祥話、廟宇副主委致詞、介紹有功人物、發環保杯
	9:10~9:40	彰化南瑤宮	團員參拜
	9:40~10:30	導遊車上工商服務	提供代訂北港麻油服務
	10:30~11:00	鹿港天后宮（主祀媽祖）	團員參拜
	12:00~13:00	嘉義大林砂里仙餐廳（公路餐廳）	中飯及休息
	13:10~14:10	嘉義大林敬義堂藥廠	進藥廠貴賓室販售藥品
	14:40~15:30	新港奉天宮（主祀媽祖）	團員參拜
	16:00~17:00	北港朝天宮（主祀媽祖）	團員參拜
	17:20~17:50	笨港港口宮（主祀媽祖）	團員參拜
	18:00~18:30	台南北門名星餐廳	晚餐
	19:00~	台南北門名星商務旅館	20:00 開始夜唱、跳舞、21:00 宵夜海鮮粥、2200 解散、二至四人一房
第二天	6:30~8:00	台南北門名星會館	自助式早餐
	8:10~8:40	台南南鯤鯓代天府（主祀五府千歲）	團員參拜
	9:20~9:50	台南鹿耳門聖母廟（主祀媽祖）	團員參拜
	10:30~11:50	麻豆鱷魚王（珍禽奇獸）	
	11:55~12:30	台南麻豆福隆旅遊餐廳	
	12:40~13:20	台南麻豆代天府（主祀五府千歲）	團員參拜
	13:50~14:30	台南善化酒廠	
	15:20~16:00	高雄旗山糖廠	
	16:30~18:00	高雄內門順賢宮（主祀媽祖）	專人導覽、團員參拜
	18:30~19:00	高雄內門順賢宮附設益賢餐廳	
	19:00~21:30	高雄內門順賢宮附設益賢山莊交誼廳	20:00 開始夜唱、跳舞、21:00 宵夜綠豆粥
	21:30~	高雄內門順賢宮附設益賢山莊	二至四人一房
第三天	7:00~8:20	高雄內門順賢餐廳早餐後出發	
	8:20~9:00	車上販賣	隨車寄賣辣木茶、一條根
	9:00~10:30	佛光山佛陀紀念館	
	11:45~12:10	嘉義中埔象園餐廳	
	12:10~14:00	車上販賣	海苔、牛蒡片、羊乳片
	14:00~15:40	月眉糖廠	參觀萬象馬戲團（跨國成員）
	5:00~5:30	惜別歌曲、惜別講話	導遊推出 5 月環島旅行並招攬客戶（純觀光無進香活動）
5:30~6:00	晚宴	團費有剩餘，回到在地餐廳用大餐	