



網路點燈安太歲 你安心嗎

2011-05-01 記者 陳羽涵 報導



過去，每逢農曆年前一、兩周，許多人總為了求新的一年幸福平安，親身到廟宇點燈。然而，自2006年起，鹿港天后宮推出「網路點燈服務」，讓人即使身在千里之外，只要滑鼠輕輕一按，就可以點燈安太歲。



每到過年時節前後，鹿港天后宮的人潮總是絡繹不絕。（圖片來源/Blogger-index）

要安太歲？上網就對了

傳統道教信仰相信，太歲星君是負責掌管人間吉凶禍福的神明，而每年輪值的太歲星君都不一樣，以60年為一個循環。因此，只要生肖與當年值年太歲相沖或對沖，許多人就會到廟宇安太歲，以祈求一年的平順吉祥。而所點之「燈」，則可依個人需求選擇健康（光明燈）、學業仕途（文昌燈）、愛情（月老姻緣簿）等不同項目。



點點閃亮的光明燈象徵人們對於吉祥平安的追求。（圖片來源/LDS Club）

上網瀏覽鹿港天后宮的點燈、安太歲網頁，可以發現頁面上除了文字講解外，旁邊還會播放相關內容影片，與文字左右呼應。消費者只要輸入名字與出生年月日、選擇付款方式，即可線上點燈安太歲。付款完成後，廟方會寄給消費者序號憑證，只要透過序號，便可找到自己所點的燈或安的太歲的位置。

淺探網路點燈安太歲的服務，根據架設網頁業者的說法，其實與親身到廟宇登記並無差異。廟方在收到網路登記資訊後，一樣會由專人幫消費者在燈柱或是太歲牆上標示登記者的相關資料，兩者的差異只在於傳遞媒介的不同，效益成果都是一樣的，因為「神明仍舊會庇蔭網路購買的群眾」，客服人員說。然而此消費成果的檢視其實不管在網路或實際前往都無法得到驗證，如果單憑藉業者的說法，實在很難確立消費的效益。

媒體歷屆廣告

推薦文章

- 變化自如 幕後的聲音演員
- 那些年 爸爸與芭樂的回憶
- 關余膚色 我想說的事

總編輯的話 / 郭穎慈



本期共有十九篇稿件。頭題〈夢想配方 攝影甜點與咖啡〉忠實刻劃一位科技新貴勇敢出走，開設一間攝影風格咖啡廳的歷程和堅持。

本期頭題王 / 洪詩宸



嗨，我是詩宸。雖然個子很小，但是很好動，常常靜不下來。興趣是看各式各樣的小說，和拿著相機四處拍，四處旅行。喜歡用相機紀錄下感動，或值得紀念的人事。覺得不論是風景還是人物，每個快門的...

本期疾速王 / 吳建勳



大家好，我是吳建勳，淡水人，喜歡看電影、聽音樂跟拍照，嚮往無憂無慮的生活。

本期熱門排行



夢想配方 攝影甜點與咖啡
洪詩宸 / 人物



橙色的季節 唯美「柿」界
陳思享 / 照片故事



老驥伏櫪 馬躍八方
許翔 / 人物



追本溯源 探究大地之聲
劉雨婕 / 人物



變化自如 幕後的聲音演員
張婷芳 / 人物



在天后宫的網頁上提供文字與影像講解安太歲與點燈緣由，加深民眾對此的意念。(圖片來源/鹿港天后宮官網)

怎樣才能得到包庇 包庇 包庇 包庇

鹿港天后宮所提供的這項網路服務即使已邁入第六年，然而實際問及鹿港人對此現象的想法，他們的反應卻多是一問三不知。不但不知道天后宮有提供這項服務，看法也因年齡層的不同而有所區別：中高年齡層的人對此仍是多半認為實際到廟宇進行登記較為虔誠，應該會比較靈驗；年輕人則對此多表示贊同，認同網路提供的管道較為便利。鹿港當地年輕人王奕凱說：「我覺得這很方便耶，即使在外面也可以點燈安太歲。」但是，如果進一步追問「在不方便前往廟宇時，是否會選擇在網路購買？」對此不論老中輕均搖頭表示仍會選擇努力挪湊時間親身前往廟宇。可見在當地人心中，接受網路點燈安太歲是一回事，實際行動上的參與卻是完全不同的。

隨著時代的進步，天后宮這六年來也與不同媒體合作，擴大服務的規模。如今，在超商、銀行、電信業者都可以得到相關的資訊，甚至在網購網站也可購買點燈安太歲的服務。暱稱kaoru的網友就表示，她曾在網購網站購買安太歲的服務，她認為這項服務相當便利，即使無法親身前往鹿港，但仍舊可以有著相同的效果，「安完太歲真的覺得工作有比較順利，真的是安心安的。」由此可知，即使是藉由網路所購買的心安，消費者仍是甘之如飴。



知名的網購網站也與天后宮合作，推出線上購買的服務。(圖片來源/快樂購物網)

宗教網路化 商機成傷機？

宗教信仰是見仁見智的選擇，然而，宗教儀式傳承的歷史元素，如果藉由過多現今商業手法或平台呈現，以達宣揚效果，則稍嫌不妥。即使消費者也是以一種購買心安的態度在消費，但廟方的立場已脫離純粹的信仰根本，轉而變成「業者」的角色，一個為了推銷產品用盡所有宣傳管道的商人。從天后宮推出網路服務開始，許多其他廟宇也紛紛跟進，例如知名的大甲鎮瀾宮、台北行天宮等，宗教信仰的寄託在此轉為吸引群眾的無限商機。但如此商機也讓人不禁擔心是否會轉而變成對於宗教的「傷機」。

或許天后宮所提供的點燈安太歲服務途徑日益多元，是種因應現代文化的反映，然而過程中，過多商業手段的置入使得上述的變化顯得曖昧不明。根據廟方人員接受其他採訪的報導，從推出服務至今，藉由上述多元管道點燈安太歲的人日益增加，在2010年甚至佔了全部的兩成左右，此現象不免令人擔憂：如果越來越多人開始選擇網路點燈，那是否廟宇的其他功能也可因此在網路或其他管道進行，網路廟宇開始興起，實體廟宇卻逐漸沒落呢？



◀ 針對十二年國教實行的現況、明星高中備受爭議的現勢以及大眾紛歧的觀點作探討，歸納出可行的未來發展。

▶ 日本搖滾樂團RADWIMPS，以獨具的世界觀和特殊省思角度，溫柔但尖銳的唱出此生的生命態度。

▲TOP

關於喀報 聯絡我們
© 2007-2014 國立交通大學 傳播與科技學系 All Rights Reserved.

Powered by  DODO v4.0