

## 21 世紀海上絲綢之路脈絡下媽祖文化的跨域傳播與公共化： 文化媒介、社群網絡與地方自主

謝雅卉\*、蔡孟軒\*\*

### 摘要

本文以 21 世紀海上絲綢之路為脈絡，探討媽祖文化在海上交通、人口流動與當代政策框架的交織中，如何形成跨域傳播、社群連結與公共化機制。研究資料包括歷史文獻、政策文本、田野觀察及 15 份深度訪談，經開放、軸心與選擇性編碼後，提出「平台化的管制性公共化」作為分析概念。主要發現有四：其一，媽祖文化的跨域傳播奠基於海洋生活經驗、行善互助倫理、地方本土化與社群網絡；其二，15 位受訪者皆提及新媒體傳播的必要，卻也擔憂數位化帶來信仰關係淡薄、商業化與文化消費化；其三，14 位受訪者認為「媽祖下南洋」與一帶一路政策有程度不一的關聯，9 位主張「整合而非統合」，可見跨域網絡須以地方自主與文化多樣性為前提；其四，僅 6 位受訪者直接使用「軟實力」一詞，14 位認為媽祖常民文化仍以華人社群為主要範圍，因此將其視為具吸引與溝通潛能的文化資源較為妥當。本文並指出，文化媒介、社群網絡與地方自主三者互為條件：文化媒介提供共享語彙，社群網絡負責承載與擴散，地方自主則決定這些意義能否在地再詮釋並取得正當性。據此，本文主張當代媽祖文化交流宜由單向輸出轉向多中心共創。

**關鍵字：**21 世紀海上絲綢之路、媽祖文化、跨域傳播、公共化、地方自主

---

\* 世新大學口語傳播暨社群媒體學系專任助理教授，E-mail：yahui@mail.shu.edu.tw

\*\* 復旦大學社會學博士，通訊作者

本論文經兩位雙向匿名審查通過。收件：2026/8/23。同意刊登：2026/9/28。

## 壹、前言

2013 年，中國大陸提出共建「一帶一路」倡議，其中的「21 世紀海上絲綢之路」以海洋交通、經貿往來與人文交流為主要脈絡。經濟合作多半著眼於貨物、資本與基礎建設，但沿線社會之間能否建立持續的人文理解，同樣牽動跨國合作的穩定。2015 年發布的《推動共建絲綢之路經濟帶和 21 世紀海上絲綢之路的願景與行動》將政策溝通、設施聯通、貿易暢通、資金融通及民心相通列為合作重點，其中民心相通所指涉的，正是文化交流、社會互動與相互理解（國家發展改革委、外交部、商務部，2015）。

媽祖文化源自中國東南沿海，隨著海上交通、商貿活動與人口流動，逐步傳布至東南亞及其他地區。其核心信俗與海洋生活緊密相連，既帶有鮮明的地方色彩，也具備跨域傳播的歷史條件。2009 年，「媽祖信俗」（Mazu belief and customs）列入聯合國教科文組織人類非物質文化遺產代表作名錄，其在沿海社群文化認同、家庭和諧與社會聯繫中的作用獲得官方肯定（UNESCO, 2009）。取得國際文化遺產地位之後，媽祖文化的意義已超出宗教或民俗範疇，也成為文化傳播、社群治理與國際交流研究可以切入的對象。

從當代發展來看，媽祖文化的跨域傳播已從早期移民自行攜帶神像與香火，逐漸轉為制度化、規模化的文化移動。湄洲媽祖祖廟近年多次組織神尊赴馬來西亞、新加坡、菲律賓等地巡安，「神明出巡」因此跨出國界，信仰儀式得以直接進入當地社會。然而，媽祖信仰在海外並非單向輸出，而是持續與在地文化相互融合。以馬來西亞為例，媽祖廟往往兼具華人會館與社群文化中心的功能；在部分地區，媽祖信仰也與土生華人（峇峇娘惹）文化或在地神明信仰彼此互補。另一方面，媽祖文化亦經歷「公共化」的轉變，由特定信眾的信仰實踐，轉而成為面向公眾的公共文化資源、文化遺產與政治經濟媒介。跨域傳播與公共化彼此交織，是本文觀察當代媽祖文化的兩個核心維度。

### 一、研究問題、文獻回顧與研究缺口

既有研究大致可歸為三類。第一類從海洋史與媽祖信仰史出發，說明媽祖信俗與海上交通、移民及地方社會的歷史關係；第二類從文化遺產與海外傳播的角度，強調媽祖文化的跨地域文化力；第三類則聚焦國家與宗教的關係，指出「媽祖文化」在當代政策語境中可能被重新文化化與工具化。前兩類研究有助於解釋媽祖文化何以能長期流動與保存，卻較少將「文化符號—社群節點—交流網絡」置於同一分析框架；第三類研究則提醒研究者，文化交流的存在不能直接等同於正向的軟實力效果（古明君，2019）。基於此，本文無意證明媽祖文化「必然」具有軟實力，而是追問：在何種社群與制度條件下，媽祖文化可能成為跨地域文化交流的媒介？這是本文與既有研究的主要區隔。

### （一）媽祖跨境傳播、地方化與海洋網絡研究的新進展

近三年的研究顯示，媽祖研究的重心已從早期的信仰史、神格研究與地方廟宇個案，移向跨域傳播、文化遺產化、地方化與數位媒介化等跨學科議題。就跨境傳播與地方化而言，Sui 與 Yarapirom（2024）比較馬來西亞檳城與泰國普吉兩地，發現媽祖信仰跨境之後並未原樣複製原鄉形式，而是隨地方社會、文化環境與信仰實踐產生程度不一的在地化。這項研究提醒我們，「跨域傳播」不宜理解為文化內容的單向移植，更值得觀察的是文化如何在新的社會環境中重新組合。本研究 15 份訪談皆涉及本土化的必要性（15/15），與上述發現相互呼應，也為本文提出的「文化共創」提供了較明確的經驗基礎。Lin 等人（2025）以量化方法分析清代東南亞的媽祖文化傳播，發現媽祖廟的空間分布與海岸線、港口城市、海洋經濟環境及移民規模顯著相關。換句話說，媽祖文化的流動無法單靠「信仰傳播」來解釋，須置於地理、經濟與人口移動交織而成的網絡中理解。這一點補充了本文的歷史敘事：海上絲綢之路是由港口、移民、商貿與地方組織共同構成的社會空間，而不只是一條抽象的文化通道。

近年研究也更加關注媽祖信仰從「民間儀式」進入「公共文化」之後的制度轉化。Dang（2025）分析越南平陽省天后廟祭典的重組過程，指出原由社群主導的民間祭儀，在國家介入後逐步制度化，成為兼具多元文化象徵與文化觀光功能的公共節慶。此案例可直接對照本文「平台化的管制性公共化」的概念：宗教活動進入公共領域，並不會自然取得更高層次的公共性，其間涉及儀式內容、組織角色、國家治理與地方社群的重新協商。媽祖文化一旦進入公共場域，文化遺產、觀光資源、族群記憶與宗教信仰可能同時被重新定義，社會能見度或許因此提高，權力重組與文化商品化的問題也可能隨之而來。本文訪談中「節慶化將信仰轉為文化消費」與「跨域網絡化可能形成新的象徵等級秩序」等觀察，與此相當一致。

2024 至 2026 年間的非物質文化遺產研究，則將「數位化」從單純的宣傳工具，重新理解為文化生產與參與的機制。Hua 等人（2024）指出，社群媒體上的使用者生成內容（UGC）會影響 Z 世代旅遊者對非物質文化遺產的認知、真實性感受與保存意願；受眾並非被動接收，而可能透過分享、評論與再製內容，參與遺產意義的形成。Tang 與 Zhu（2024）從非遺數位資源服務的角度，歸納出資訊擴散、虛擬社群與專業培養等服務模式。Wang 等人（2025）以抖音非遺帳號為例進行組態分析，說明傳播效果取決於內容品質、更新頻率、帳號呈現與使用者互動等條件的共同作用，而非單一因素。Liu 等人（2025）探討 AR/VR、社群媒體與 AI 敘事在非遺數位保存中的應用，認為新技術雖能增加文化接觸與互動的機會，也同時牽涉文化脈絡、真實性及媒介化再現等問題。Guo 與 Kim（2026）進一

步指出，平台化參與使公眾從文化資訊的接收者，轉變為文化意義的日常生產者；Tan 等人（2026）的系統性回顧則提醒，數位媒介雖能擴大非遺的跨國觸達，也伴隨演算法偏誤、商業化與文化可及性不均等風險。本文訪談中，15 位受訪者皆涉及新媒體傳播的必要性（15/15），也有人擔憂數位化在提升能見度之餘，可能使信仰關係趨於淡薄。將這些發現與上述文獻對照，本文對數位平台的討論便不止於工具層面，而能延伸至文化治理與參與機制。

近年研究也再次提醒，「媽祖文化」與「軟實力」之間不能直接畫上等號。Sher 等人（2024）發表於《Foreign Policy Analysis》的研究以媽祖宮廟為案例，運用經驗資料檢驗宗教機構作為政治影響管道的可能性，結果顯示宗教網絡確實可能產生政治傳播效果，但影響程度因地而異，也受到條件限制。本文將「文化軟實力」界定為條件性效果，立場與此相近：文化資源本身僅提供象徵吸引與社會連結的潛能，能否形成穩定的外部影響，仍取決於地方社群參與、雙向互動與制度環境的轉化。綜觀近三年研究，共同的趨勢是不再以「文化輸出」作為討論起點，而是追問：誰在傳播？透過何種制度與平台？在何種地方脈絡中被重新詮釋？文化定義權又由誰掌握？本文即在此基礎上有所補充。本文不將媽祖文化的跨境存在直接視為成功，而是以 15 份訪談歸納出的「制度性翻譯—媒體中介—政策驅動—地方自治—品牌社會資本」五個主軸，說明文化如何被公共化，以及公共化又帶來哪些新的限制。因此，本文所要填補的缺口，並不在於多提供一個媽祖個案，而在於嘗試將歷史傳播、非遺制度、數位平台、社群組織與文化外交納入同一分析架構，並以在地自主與多中心共創，作為判斷跨境文化交流能否持續的核心條件。

## （二）研究缺口與本文的理論位置

綜合近三年的研究，當代媽祖研究大致沿著三條相互交織的路徑發展：一是將媽祖文化放回海洋地理、移民與港口網絡之中，解釋其跨境擴散的結構條件；二是從非遺化與公共文化的角度，分析儀式如何在國家治理、觀光與地方社群之間重新制度化；三是將數位平台視為文化意義生產的場域，關注受眾參與、演算法、真實性與社群共創。這些研究已大幅拓展媽祖研究的問題意識，但三者之間的整合仍顯不足，「跨境傳播的歷史條件」、「當代公共化的制度機制」與「數位平台的參與邏輯」也少有研究放在同一經驗模型中討論。本文因此不以新增個案為目標，而是透過 15 份訪談的系統編碼，觀察文化在不同制度、媒體與社群條件下如何完成「翻譯」，並檢驗文化交流在什麼情況下能從可見度的提升，進一步轉化為社會認同與互信。

基於上述研究缺口，本文提出三個研究問題：第一，媽祖文化具有哪些文化構成，使其能夠跨越地域與族群持續傳播？第二，在 21 世紀海上絲綢之路脈絡下，媽祖文化如何透

21 世紀海上絲綢之路脈絡下媽祖文化的跨域傳播與公共化：文化媒介、社群網絡與地方自主  
過文化媒介與社群網絡形成跨域傳播與公共化？第三，如何在尊重地方自主與文化多樣性的前提下，使媽祖文化的跨域傳播轉化為可持續的人文交流資源？

## 二、研究方法與資料來源

本文採質性研究取向，資料分為四類。第一類為歷史文獻，包括地方志、廟記、航海文獻、海外商貿記錄及本文所引中外史料，用以分析媽祖信俗與海上交通、人口流動的歷史關係。第二類為政策與文化遺產資料，包括「一帶一路」相關政策文件（其政策內涵詳見本文貳）、聯合國教科文組織非物質文化遺產資料，以及台灣文化資產主管機關的民俗指定資料。第三類為作者在新加坡、馬來西亞等地的田野觀察與個案資料。第四類為 15 份深度訪談逐字稿，訪談期間為 2018 年 11 月至 2019 年 10 月，地點包括新加坡、馬來西亞吉隆坡與馬六甲、台灣，以及中國大陸泉州、莆田與上海。15 份訪談統一編碼為 I001-I015，並依 Strauss 與 Corbin（1998）的程序進行開放編碼、軸心編碼與選擇性編碼。需要說明的是，本文並未宣稱建立一套完整的扎根理論，而是將既有編碼成果作為質性證據，藉由受訪者之間的主題共現與立場分歧，檢驗本文對文化媒介、文化軟實力及海絲公共化的分析。四類材料相互參照，可降低單一資料來源的偏誤。基於研究倫理並兼顧可核對性，正文僅以 I001-I015 代碼指稱受訪者，不揭露姓名；完整受訪者編碼表由作者存檔備查。

## 三、研究架構與分析觀點

本文將媽祖文化視為由「文化符號—社群節點—交流網絡」構成的文化資源，並以扎根理論編碼所得的「平台化的管制性公共化」作為經驗性的中介概念。在文化符號層面，本文關注護航、行善、互助與和諧等價值，如何成為不同群體之間溝通的共同語彙；在社群節點層面，探討媽祖廟、會館、教育與公益組織如何維繫文化實踐；在交流網絡層面，則觀察海上交通、移民流動、巡安活動與數位媒介如何串連不同地區。地方自主是本文判斷跨域交流能否持續的關鍵條件：地方社群不僅是文化的接受者，也是文化意義的再詮釋者，以及公共化過程中的協商者。15 份訪談歸納出的五個主軸類別，包括制度性翻譯、媒體中介的雙重性、政策驅動的文化外交、地方自治與跨域整合的張力，以及品牌建立的社會資本積累，構成本文從「跨域傳播」延伸至「公共化機制」的分析橋梁。

為使分析概念更加明確，本文先對兩個核心概念進行操作性界定。「跨域傳播」（translocal communication）指媽祖文化的符號、儀式與組織形式，跨越行政疆界、地理區域與社群邊界而流動，並在流入地重新組合的過程；本文關心的不只是文化「傳到哪裡」，也包括「經由誰、透過何種媒介、如何被重新詮釋」。「公共化」（publicization）則指媽祖文化從特定信眾的信仰實踐，轉化為面向公眾的公共文化資源、文化遺產與政治經濟媒

介的過程，具體路徑包括文化遺產化、公共價值化，以及文旅與經濟面向的公共化（詳見捌、一）。在此架構下，文化媒介、社群網絡與地方自主彼此互為條件，並非三個並列的分析項目：文化媒介提供可共享的意義內容，社群網絡提供承載與擴散的組織基礎，地方自主則決定這些內容能否在地方脈絡中被再詮釋並取得正當性（詳見捌、七與圖 1）。

全文章節安排如下：壹說明研究問題、文獻、方法與分析架構；貳說明 21 世紀海上絲綢之路的政策內涵與人文交流脈絡；參與肆分別從文化內涵與歷史路徑，說明媽祖文化的形成、海洋性，以及其如何透過海事貿易向海外傳播；伍討論媽祖文化在當代海絲脈絡中的跨域傳播與公共化功能；陸以 15 份深度訪談進行實證分析；柒分析當代「重走海絲路」的交流網絡；捌進行理論討論，並專節論述文化媒介、社群網絡與地方自主之間的關聯；玖提出策略建議；拾為結論、研究貢獻與研究限制。

## 貳、21 世紀海上絲綢之路的戰略脈絡與人文交流

「一帶一路」是中國大陸於 2013 年提出的跨國經濟合作與基礎建設倡議，全稱為「絲綢之路經濟帶」與「21 世紀海上絲綢之路」，前者於 2013 年 9 月在哈薩克提出，後者於同年 10 月在印尼提出（利豐研究中心，2015）。根據 2015 年《願景與行動》的規劃，「一帶」（絲綢之路經濟帶）是陸上通道，重點在於暢通中國經中亞、俄羅斯至歐洲，以及經中亞、西亞至波斯灣、地中海等路線；「一路」（21 世紀海上絲綢之路）是海上通道，主要方向為從中國沿海港口經南海、東南亞至印度洋，再延伸至非洲與歐洲，以及從中國沿海港口經南海至南太平洋（國家發展改革委、外交部、商務部，2015）。就主要目標而言，該倡議一方面透過政策溝通、設施聯通、貿易暢通、資金融通與民心相通的「五通」強化互聯互通，另一方面藉由大規模投資鐵路、公路、港口等基礎設施，帶動沿線國家與地區的經濟發展。楊曉杰（2019）則從時代背景、突出特點與戰略價值等面向，闡述建設 21 世紀海上絲綢之路的意涵。與本文較直接相關的是，「民心相通」將文化交流、教育合作、旅遊與民間往來納入合作架構。媽祖文化既承載海上交通的歷史記憶，又契合人文交流的當代政策目標，因而在海絲論述中受到重視。

海上絲綢之路並不是一條單一、固定的航線，而是由港口、商貿、人口與文化往來交織而成的歷史網絡。楊國楨（2015）指出，理解當代海上絲綢之路，必須回到海洋文明與歷史交流的脈絡。由此看來，21 世紀海上絲綢之路與古代海上交通雖有歷史上的連續性，兩者在制度背景、合作方式與國際環境上卻已有明顯差異。

因此，當代「海絲」的重點不宜只放在航線本身，應將其理解為多中心、網絡化的跨國合作架構。2015 年《願景與行動》提出「五通」，已將人文交流納入整體合作框架，文

21 世紀海上絲綢之路脈絡下媽祖文化的跨域傳播與公共化：文化媒介、社群網絡與地方自主化不再只是經濟合作的附屬項目，而是降低跨文化溝通成本、增進社會理解的重要條件（國家發展改革委、外交部、商務部，2015）。

就東南亞而言，海上交通與華人移民的歷史，使港口、商會、會館、寺廟及教育機構交織成綿密的社會網絡。這些民間節點並不完全受國家政策支配，卻長期擔負文化傳承、公益互助與社群整合的功能。討論「民心相通」時，除了分析政府間的協議，也須將地方社群與民間文化組織納入視野，而媽祖廟正是其中具代表性的文化節點。

### 參、媽祖文化的形成、內涵與海洋性

媽祖信俗形成於中國東南沿海，宋元以後隨航海、商貿與人口流動逐步向外擴散。據相關史料記載，媽祖由地方人物逐漸神格化，信仰內容也不斷吸收地方社會的海洋生活經驗。本文所引《聖墩祖廟重建順濟廟記》、《莆陽比事》、《仙溪志》等材料，都反映了媽祖早期傳說與地方信仰的形成。可以說，媽祖文化並非出自單一文本，而是在歷史敘事、地方祭祀與社群記憶中逐步累積而成（邱福海，1998）。

#### 一、媽祖的起源、傳說與神格演變

根據傳統文獻與民間傳說，媽祖本名林默，民間多稱林默娘，相傳生於北宋太祖建隆元年（960 年）農曆三月二十三日，出身福建興化軍莆田湄洲嶼，卒於宋太宗雍熙四年（987 年）。傳說她自幼聰慧、熱心助人，常協助鄉里、救助海難，過世後鄉民立廟奉祀，逐漸由地方人物轉化為守護航海的神祇（蔣維鈞，1990；邱福海，1998）。媽祖神格地位的提升，與歷代朝廷的褒封息息相關：北宋宣和五年（1123 年），朝廷賜莆田聖墩廟「順濟」廟額；南宋紹興二十六年（1156 年）首封「靈惠夫人」；元至元十八年（1281 年）封「護國明著天妃」；清康熙二十三年（1684 年）晉封「天后」。民間則尊稱其為「天上聖母」、「媽祖婆」等（邱福海，1998）。

從「夫人」、「妃」、「天妃」到「天后」，封號的演變顯示媽祖信仰因庇佑航海平安，自宋代起逐步由地方祭祀納入國家祀典。國家力量與民間信仰的互動，早在歷史上就已參與媽祖文化的形塑。這一點為本文後續討論當代媽祖文化的「公共化」提供了歷史對照：當代的非遺登錄與政策論述並非國家首次介入媽祖信仰，而是在新的制度環境下，重新界定其公共意義。

#### 二、生死觀與祖先祭祀的文化脈絡

中國傳統社會重視慎終追遠與祭祀秩序，媽祖由歷史人物轉化為神祇的過程，也與地方社群的記憶、祭祀及親屬關係相互交織。東南亞部分華人社群以「姑婆」、「姑婆祖」

稱呼媽祖，顯示在移民社會中，這項信仰可能同時發揮宗教、親族與文化記憶的作用，也有助於解釋媽祖信俗何以能隨移民社群跨越地域而延續（邱福海，1998）。

### 三、儒家倫理與行善精神

媽祖傳說中的救難、濟民、孝悌、仁愛與除惡揚善等敘事，與傳統儒家倫理頗為相容。不過，若將媽祖文化直接等同於儒家思想，並不嚴謹。較妥當的理解是，媽祖信俗在長期的歷史發展中，吸收了地方倫理、儒家價值與民間信仰等多重元素，形成複合性的道德敘事。正因以行善與互助為核心，這套價值容易為不同社群所理解，也便於重新詮釋。

### 四、儒、釋、道與民間信仰的交融

宋代以後，中國社會形成儒、釋、道相互交流的思想環境，地方民間信仰亦持續吸納不同的宗教與倫理觀念，媽祖信俗的神話、儀式與廟宇制度因而呈現多元融合的特徵。與其將媽祖文化界定為某一單一宗教體系，不如視之為適應力極強的民間文化系統。海洋性、地方性與包容性，使它能在不同社會環境中調整祭祀形式與文化表述。

### 五、慈母形象、核心精神與非物質文化遺產

隨著時代演變，媽祖從單純護佑航海的海神，逐漸轉化為具有「母親之神」性格的守護神。信眾以「媽祖」、「阿媽」等親屬稱謂相稱，寄寓慈悲、庇佑與無私的愛；其護佑範圍也從海上平安，擴展到農業、健康、家庭與地方安寧等日常生活層面，回應了人們對心靈安定的需求。慈母形象讓媽祖信仰得以跨越職業與地域的限制，在移民社會中成為凝聚情感與身分認同的重要象徵，也讓不同社群更容易親近與理解。

進入當代，媽祖信仰的文化價值也逐步透過文化資產制度獲得公共承認。媽祖信仰流行於東亞及全球華人聚居地區，2009 年「媽祖信俗」列入聯合國教科文組織人類非物質文化遺產代表作名錄（UNESCO, 2009）。在台灣，每逢農曆三月媽祖誕辰前後，各地舉行遶境與進香活動，民間素有「三月瘋（瘋）媽祖」之說；其中，「大甲媽祖遶境進香」與白沙屯拱天宮的「白沙屯媽祖進香」皆於 2010 年指定為重要民俗（內政部，未註明 a，未註明 b）。這些儀式吸引大批信眾與一般民眾參與，已從地方宗教活動發展為兼具信仰實踐、社群動員、觀光與文化展演意涵的公共事件。媽祖文化同時具備信仰性與公共性，這一雙重特徵，也為本文伍、陸討論的「公共化」提供了具體的經驗背景。

綜上所述，媽祖文化有三項特徵與海上跨地域交流密切相關：一是以護航與平安為核心的海洋生活經驗；二是以行善、互助與和諧為核心的倫理價值；三是可由不同社群重新詮釋的民間文化形式。這三項特徵，加上以慈母形象為核心的情感連結，構成媽祖文化跨

21 世紀海上絲綢之路脈絡下媽祖文化的跨域傳播與公共化：文化媒介、社群網絡與地方自主域傳播的基礎；而從歷代褒封到當代的非遺與民俗指定，媽祖文化始終處在國家制度與民間實踐的互動之中，這則是其當代公共化的歷史前提。

## 肆、海事貿易與媽祖文化海外傳播的歷史路徑

延續前節對媽祖文化內涵的討論，本節從海事貿易與人口移動的歷史路徑，說明媽祖文化如何跨海向外傳播。媽祖文化能夠跨越海域，與海事貿易及人口移動密不可分。本文引用的明代《涌幢小品》、鄭和相關碑記、《東西洋考》以及荷蘭東印度公司資料，都有商船供奉媽祖的記錄，顯示媽祖信俗曾深入航海者的日常生活與風險管理之中（張燮，2000；朱國禎，2012；Chijs, 1885-1900）。

### 一、商船供奉與海上風險

在航海技術與氣象知識有限的年代，海難、季風與航行風險是船員共同面對的不確定因素。船上設置神龕、祈求航行平安，既是宗教儀式，也是航海群體面對不確定性的一種文化回應。媽祖因其護航神格，成為海上群體共同的信仰符號，並隨著船隻與船員的流動傳往海外（張燮，2000，頁 185-186；朱國禎，2012）。

### 二、鄭和航海與東南亞傳播

《天妃靈應之記》記載了鄭和遠航時對媽祖護佑的讚頌，反映明代官方航海與媽祖信俗之間的歷史關係。相關史料顯示，鄭和航海及船員留居海外等因素，可能促進了媽祖信仰在東南亞的延伸。這項判斷仍須與其他人口流動及商貿史料相互參照，但至少可以確定，海上交通為信仰的跨域傳播提供了重要的物理通道（蔣維鈞，1990，頁 65）。

### 三、跨文化記錄與媽祖形象的外部觀看

本文所引沙勿略的相關記錄，以及荷蘭東印度公司對福建商船祭祀儀式的描述，呈現了非華人觀察者對媽祖信俗的不同理解。這些外部記錄的價值在於，它們顯示媽祖並非只存在於華人自身的敘事中，也曾在海上交通與商貿往來裡被外來者觀察、記錄。媽祖文化的跨境傳播，從一開始就帶有跨文化接觸的歷史特徵（德格魯特，1880，頁 67；Chijs, 1885-1900, pp. 470-471）。

## 伍、媽祖文化在 21 世紀海上絲綢之路中的跨域傳播與公共化

### 一、文化軟實力的民間媒介

「文化軟實力」是本文最需要釐清概念邊界之處。Nye（2004）所說的軟實力，核心在於吸引與說服，並非單純把文化送往海外。因此，本文不認為只要進行媽祖文化交流，就必然形成國家軟實力；本文將媽祖文化界定為可能產生吸引、認同與溝通效果的「文化資

源」，並觀察它能否透過社群參與及雙向互動，轉化為較穩定的社會連結。近年研究也提醒，官方建構的「媽祖文化」與民間宗教信仰，可能存在不同的功能與政治脈絡（古明君，2019）。基於此，本文將「文化媒介」置於「國家工具」之前，並以地方社群的自主性作為判斷其能否產生正向交流效果的重要條件。

## 二、非物質文化遺產的保存與活化節點

2009 年，聯合國教科文組織（United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, UNESCO）將「媽祖信俗」（Mazu belief and customs）列入人類非物質文化遺產代表作名錄。此一制度地位使媽祖文化的當代發展肩負「保存—詮釋—傳承」三重任務，不僅是擴大知名度而已。非物質文化遺產的核心在於社群的持續實踐與代際傳承，因此，海外媽祖廟若要成為文化節點，其合法性與持續性仍須建立在當地社群參與及在地脈絡之上。

## 三、華文教育與社群文化傳承的支持功能

本文在新加坡與馬來西亞蒐集的田野資料顯示，部分媽祖廟與華人會館、教育基金及文化機構之間有長期的合作關係。例如，新加坡天福宮及相關福建社群機構的發展歷程，與早期華文教育有所連結；馬來西亞部分天后宮及會館也透過教育基金資助學子。可見在某些地區，媽祖廟不只是宗教場所，也可能兼具公益、教育與文化傳承的功能。惟此類案例存在地域差異，無法據以推論所有東南亞媽祖廟皆具相同功能，因此本文僅將其視為具代表性的個案，而非普遍性的結論（馬六甲興安會館，2010；本文田野資料）。

### 陸、15 份深度訪談的實證分析：媽祖文化的公共化機制

#### 一、編碼程序與受訪者結構

本研究 15 位受訪者的訪談地點涵蓋新加坡、馬來西亞（吉隆坡、馬六甲）、台灣與中國大陸（泉州、莆田、上海），身分以媽祖研究相關學者及宮廟實務工作者為主，兼顧信仰源頭地與海外傳播地的不同觀點。訪談逐字稿依 Strauss 與 Corbin（1998）的程序分三個層次編碼：開放編碼歸納出 12 個類別，軸心編碼整合為 5 個主軸，選擇性編碼則提煉出「平台化的管制性公共化」此一核心範疇，並據以形成 P1 至 P5 五項命題，用以反向檢驗本文的跨域傳播與公共化論述。各編碼層次的核心結果及其在本文中的分析功能，整理如表 1。

表 1

訪談編碼層次與分析功能

| 分析層次  | 核心結果                                        | 與本文的關係              |
|-------|---------------------------------------------|---------------------|
| 開放編碼  | 12 個類別；品牌、新媒體、信眾薄弱化、政策動機、本土化等               | 辨識文化傳播的具體問題與策略      |
| 軸心編碼  | 5 個主軸：制度性翻譯、媒體中介雙重性、政策驅動文化外交、自治—整合張力、品牌社會資本 | 連結條件—策略—結果          |
| 選擇性編碼 | 平台化的管制性公共化                                  | 建立論文的核心經驗性機制        |
| 命題    | P1-P5，涵蓋公共合法性、轉化限制、雙重合法性、跨域整合與族群邊界          | 用以反向檢驗本文的跨域傳播與公共化論述 |

資料來源：本研究 15 份深度訪談編碼資料整理。

## 二、從「文化輸出」到「制度性翻譯」

訪談資料顯示，宮廟進入公共領域，不只是增加曝光度，更是將原以信仰儀式為核心的活動，轉化為節慶、慈善、遺產、數位內容與跨域交流等較易為多元社會接受的形式。編碼結果將此歸納為五種「翻譯」機制，每一種都伴隨內在限制：節慶化可能讓信仰變成文化消費；慈善化可能模糊公益與商業的界線；數位化提升能見度，卻可能削弱信仰深度；跨域網絡化則可能形成新的象徵性等級秩序（I001、I004、I009、I010、I012、I013、I014）。媽祖文化的公共化因此不是線性的升級，而是持續協商的過程。

## 三、15 位受訪者的共識：本土化、品牌化與數位化

從訪談的共現結果來看，有三項共識特別值得討論。其一，15/15 受訪者都談到新媒體傳播的必要性，數位平台已是當代媽祖文化不可忽視的傳播基礎；其二，13/15 受訪者認為宮廟需要建立自身品牌，品牌的意義已超出行銷工具，與社會地位、資源募集及公共合法性息息相關；其三，15/15 受訪者均認為在地化是媽祖文化跨域傳播的必要條件，「一種標準、一套儀式」顯然不是跨國傳播的唯一模式。文化要延續，靠的不是複製，而是讓不同地方社群能在共享的象徵之下，發展出各自的詮釋與組織方式。

## 四、15 位受訪者的關鍵分歧：軟實力、統合與族群邊界

相較於共識，受訪者之間的分歧更能推進本文的理論思考。第一，只有 6/15 受訪者直接以「軟實力」描述媽祖文化，但有 14/15 受訪者認為媽祖常民文化的主要作用範圍仍在華人社群，可見「具有文化吸引力」與「能跨越族群邊界」是兩個不同的命題。第二，9/15

受訪者明確支持「整合優於統合」，表示跨域合作雖需要共同平台，卻不能以單一中心取代地方自主。第三，14/15 受訪者認為「媽祖下南洋」與一帶一路政策有程度不一的關聯，但這不代表他們一致認同政策化的方向；部分受訪者反而點出政治導向、文化優越感與象徵權力再分配等風險。這些分歧讓本文對「文化軟實力」的概念有所限定：媽祖文化較適合被視為具有吸引與溝通潛能的文化資源，至於能否產生正向影響，仍須經過在地參與、雙向互動與社群認同的轉化。

## 五、核心範疇：平台化的管制性公共化

綜合上述共識與分歧，選擇性編碼將核心範疇歸納為「平台化的管制性公共化」。「平台化」指宮廟的公共參與愈來愈依賴節慶、非遺、數位媒體與跨域交流等平台；「管制性」則指這一公共化過程同時受到國家政策、文化遺產制度、平台規則與宮廟間象徵秩序的形塑，並非全然出於信眾的自發推動。表 2 整理各核心訪談議題的受訪者涉及比例，以及這些結果對本文論點的修正；圖 1 則將海絲歷史條件與當代政策脈絡、文化媒介—社群網絡—地方自主三者的互動、制度性翻譯的五種形式，以及公共化可能帶來的條件性效果與內在風險，整合為本文的分析模型。

表 2

核心訪談議題與分析修正

| 訪談議題     | 受訪者涉及比例   | 主要發現                   | 對本文論點的修正           |
|----------|-----------|------------------------|--------------------|
| 品牌建立必要性  | 13/15     | 品牌與社會地位、資源與公共合法性相連     | 由行銷工具提升為社會資本機制     |
| 新媒體必要性   | 15/15     | 數位化是必要工具，但平台分隔與信仰薄弱化並存 | 避免將數位傳播等同於信仰深化     |
| 一帶一路政策動機 | 14/15     | 高度連動，但對政治導向的評價有差異      | 文化交流與政策工具必須區分      |
| 本土化必要性   | 15/15     | 地方儀式、供品與神明組合可調整        | 文化共創優於文化複製         |
| 整合優於統合   | 9/15      | 跨域合作可接受，單一中心化較具爭議      | 多中心網絡較符合地方自治       |
| 軟實力      | 6/15 直接使用 | 文化吸引力概念存在，但族群邊界明顯      | 界定為文化資源，不直接推論國家影響力 |

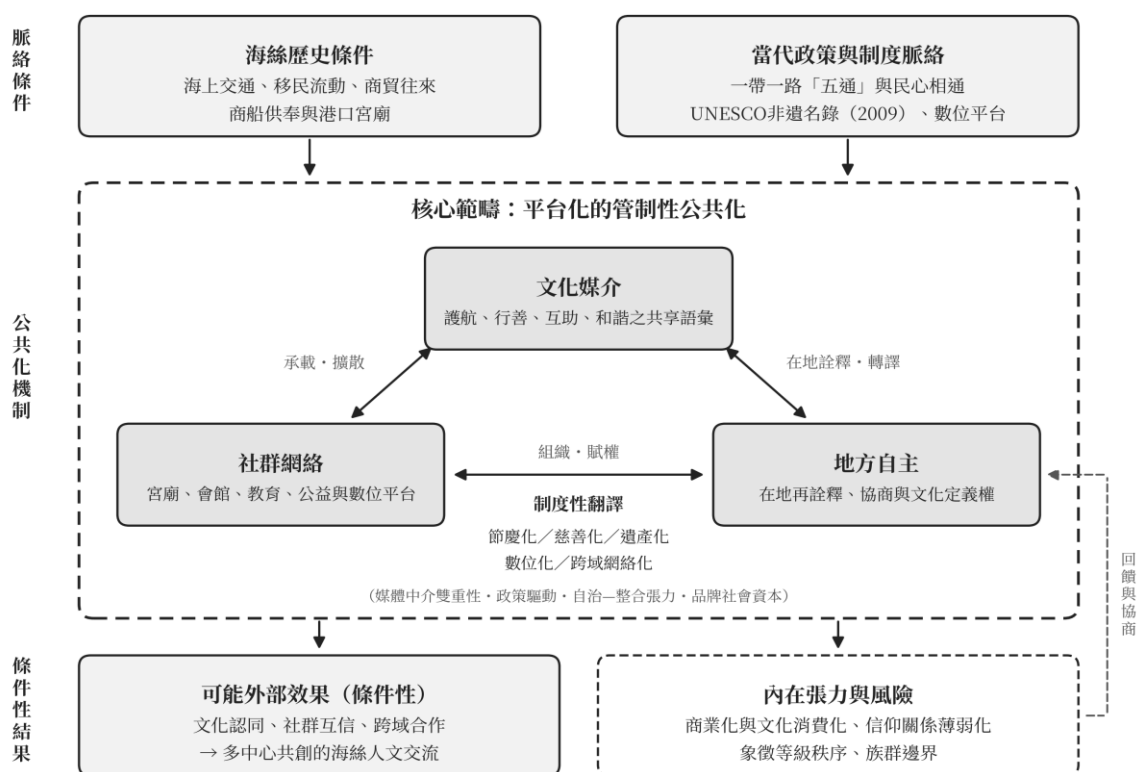
| 訪談議題     | 受訪者涉及比例  | 主要發現         | 對本文論點的修正       |
|----------|----------|--------------|----------------|
| 華人圈外擴散限制 | 14/15 涉入 | 跨非華人族群仍有明顯邊界 | 結論須避免把華人社群經驗泛化 |

資料來源：本研究 15 份深度訪談編碼資料整理。

註：受訪者涉及比例係指編碼報告中被標記為明確提及或涉及該議題者，並不等同於統計意見比例。

圖 1

媽祖文化在海絲脈絡中的公共化機制分析模型



資料來源：本研究依 15 份深度訪談編碼結果與歷史、政策及田野資料整理。

註：實線箭頭表示影響方向；雙向箭頭表示三個核心環節互為條件；虛線箭頭表示公共化風險經由回饋與協商機制回到地方自主。

### 柒、當代「重走海絲路」與文化交流網絡

根據相關資料，湄洲祖廟自 2017 年起推動「媽祖下南洋、重走海絲路」等交流活動，並以新加坡、馬來西亞、菲律賓、泰國等地的媽祖廟為主要交流節點。歷史上的海上信仰網絡，藉由這些活動以現代巡安、文化交流與民間互訪的形式重新浮現。與過去相比，當代活動的功能已不限於航海護佑，而逐漸轉向文化展示、社群聯誼與國際交流（本文田野與文獻資料）。

本文以 I001-I015 的 15 份訪談編碼，進一步檢視「重走海絲路」的多重意涵。編碼結果顯示，14/15 受訪者認為此類活動與一帶一路政策有程度不一的關聯，同時也普遍將民間交流、信仰傳播與宮廟地位提升視為並行的動因。然而，政策上的連動並不等於地方社群的

全然認同：I010、I014 等受訪者點出政治導向與權力結構的問題；I007、I015 則強調文化多樣性與地方特色不應被單一化。另一方面，I008、I009、I011、I012、I013、I014 等東南亞受訪者提供的材料顯示，這些活動確實打破了部分宮廟長期各自為政的局面，建立起新的跨域聯繫。「重走海絲路」因而具有雙重性格：它既是政策倡議的文化在地化，也為民間組織提供了重整自身網絡的契機；其成效如何，端視交流能否由單向的中心化轉為多中心協作。

據此，本文認為當代媽祖文化交流應從「輸出模式」轉向「共創模式」。湄洲祖廟作為重要的文化源頭，固然有其歷史與象徵意義，但海外媽祖廟、地方社群及青年文化組織同樣是文化的生產者，不應只被當作接受者。唯有建立雙向交流，海絲媽祖文化網絡才能具備較高的韌性與持續性。

### 捌、理論討論與學術意涵

#### 一、公共化是制度性翻譯，而非線性現代化

從 15 份訪談的編碼結果來看，媽祖廟進入公共文化領域，並不是由「宗教」自然升級為「文化」，而是經由節慶、慈善、遺產、數位與跨域網絡等形式進行制度性翻譯。這項發現為本文所稱的「公共化」劃出經驗上的邊界：公共化固然擴大了可見度與社會合法性，也可能讓原有的信仰意義被重新包裝。公共化因此稱不上單向的進步，較接近「擴大社會可接受性」與「維持信仰內部可信度」兩者之間的持續協商。這也說明了為何 I001、I010 與 I012 所反映的信仰深度、商業化與公共認可問題，必須一併納入分析。

媽祖文化的公共化，至少可以歸納出三條相互交織的轉型路徑。第一是文化遺產化。2009 年「媽祖信俗」列入聯合國教科文組織人類非物質文化遺產代表作名錄，使媽祖文化得以擺脫「迷信」或「單一宗教」的標籤，重新被界定為人類共同的文化遺產，也因此取得在公共領域合法傳播、保護與教育推廣的地位（UNESCO, 2009）。但遺產化同時意味著，儀式的定義權有一部分移轉到國家與專家體系手中；訪談中公共認可與信仰可信度之間的「雙重合法性」張力，部分即源於此。第二是公共價值化。官方與學術界從媽祖信仰中提煉出「立德、行善、大愛」的精神核心，並詮釋為海洋和平、救難救助與包容合作等普遍可理解的價值。這些價值與 21 世紀海上絲綢之路倡導的「和平合作、開放包容」理念相互接合，讓媽祖文化得以跨越宗教壁壘，進入國際公共對話（國家發展改革委、外交部、商務部，2015）。只是，價值的提煉也可能把多元的地方信仰實踐簡化為單一的官方敘事，仍需地方社群的再詮釋加以校正。第三是文旅與經濟面向的公共化。媽祖文化廣泛運用於城市公共空間建設與經濟活動，例如莆田湄洲島的文化旅遊建設，以及媽祖文創商品、動

漫、電影等文化產業化實踐，讓不信奉媽祖的年輕世代或外國人，也能在公共消費市場中接觸媽祖文化。這條路徑擴大了媽祖文化的社會觸達，卻也與訪談中「節慶化可能使信仰轉為文化消費」的擔憂直接相關。三條路徑合而觀之，公共化帶來正當性、可見度與經濟資源，同時也引入定義權轉移、敘事單一化與商品化等風險，這正支持本文將公共化理解為一種持續協商的制度性翻譯。

## 二、文化軟實力應理解為條件性效果，而非文化本體屬性

15 份訪談對「軟實力」一詞的使用並不一致：僅 6 位受訪者直接使用此概念，另有 14 位對媽祖文化能否跨出華人社群有所保留。由此可知，「文化具有吸引力」與「文化能形成穩定的外部影響」之間，仍存在轉換條件。本文因此將文化軟實力定位為可能出現的結果變項，而非預設的研究結論。就分析而言，文化資源至少須經過三個中介條件：在地社群的主動參與、交流關係的雙向性，以及文化符號在地方脈絡中的重新詮釋。三者同時具備，媽祖文化才可能從「被傳播的內容」轉化為「能建立認同與互信的關係資源」。

## 三、跨域整合的有效邊界是多中心協作

「整合優於統合」是本研究最重要的治理意涵之一。I010 提出「統合跟整合是兩回事」，I015 則強調文化多樣性；兩人的看法都指向同一個問題：跨域合作的真正難題，不在於有沒有共同平台，而在於誰有權界定何謂「共同」。湄洲祖廟的象徵性中心地位可以成為網絡的連結資源，但象徵中心若轉變為行政或文化上的權力中心，便可能削弱地方媽祖廟的自主性。本文提出的「多中心共創」，因此不只是組織上的分權，更是將地方社群視為文化生產者，讓共同平台成為資源共享與協商的場所。

## 四、歷史傳播、當代公共化與跨域網絡可形成同一分析鏈

本文的另一項理論意涵，在於將原本分散的歷史材料與當代訪談串成同一條分析鏈。歷史上的商船供奉與航海祭祀，為媽祖信俗的跨海流動提供了物理通道；移民與宮廟形成地方節點；當代的政策、媒體與巡安活動，則重新組織這些節點，並將其帶入公共文化場域。媽祖文化的跨境延續，並不是「古代傳統原封不動延續至今」，而是在每個時期的制度環境中不斷被重新翻譯與再組織。這也是本文以「公共化機制」取代單純的「文化作用」作為分析核心的原因。

## 五、數位平台化與品牌化：宮廟社會資本的重新組織

15 份訪談顯示，新媒體與品牌建構並非兩項各自獨立的行銷工具，兩者共同構成宮廟公共化的重要基礎，這與近年非遺數位傳播研究的發現相符（Hua et al., 2024; Wang et al., 2025; Guo & Kim, 2026）。新媒體降低了地域限制，讓原本須親身參與才能取得的資訊，變

成可搜尋、分享與再傳播的內容；品牌則使分散的文化資源得以被辨識、記憶與連結。可以說，數位化先改變了文化資訊的可見度，品牌化再進一步改變宮廟在社群中的辨識度與社會位置。訪談中 13/15 受訪者提及建立品牌的必要性，顯示品牌對宮廟而言不僅是吸引信眾的技巧，也關乎資源募集、組織聲望與社會資本的積累（I001、I003、I004、I005、I006、I007、I009、I010、I011、I012、I013、I014、I015）。

不過，品牌化與公共化之間並不必然是正向關係。在扎根理論編碼中，I010 將品牌塑造視為社會地位與權力結構重新建構的一環，說明品牌具有象徵性的排序作用；I001、I004 等受訪者則擔憂信眾關係淡薄與文化消費化，認為品牌愈成功，信仰內容愈可能被轉化為可消費、可觀看的文化商品。兩者之間形成一項重要的理論張力：宮廟若缺乏品牌，容易淹沒在競爭激烈的公共文化市場中；品牌若過度成功，又可能使信仰被「景觀化」。本文因此主張，品牌應被理解為一種「社會資本中介」，其價值不在知名度本身，而在於能否轉化為長期的社群關係、公共信任與文化參與。

媒體平台之間的結構性差異同樣不容忽視。I002、I011 等受訪者指出，大陸與東南亞慣用的平台並不完全互通，微信、Facebook、WhatsApp 等平台各有不同的社群邏輯與使用習慣。所謂「數位化」，因此不能視為單一、無差別的技術條件，而是一個受平台制度、語言、社群與跨境資訊流所限制的媒介環境。媽祖文化的數位公共化，不只是把線下活動搬到線上，還必須重新設計內容形式、語言策略、互動方式與跨平台的連結機制，才能避免「有曝光而無關係、有流量而無社群」的情況。

## 六、族群邊界與公共文化：媽祖文化「公共化」的外部限制

15 份訪談中，有 14 位受訪者談到媽祖文化在華人圈外擴散的限制，這是本文不能忽略的重要反證。如果只從媽祖文化的海洋性、包容性與跨地域流動等特徵出發，很容易推論它具有普遍的跨文化吸引力；然而訪談資料顯示，實際的傳播仍明顯受到族群、歷史經驗、語言與宗教結構的影響。「跨地域」與「跨族群」並不是同一回事。媽祖文化可以跨越中國、台灣、馬來西亞、新加坡等地理空間，卻未必能同時跨越華人與非華人之間的文化邊界。這項發現要求本文更精確地理解「公共文化」：公共化並非將特定族群的文化改造成人人共享的文化，而是讓不同群體有機會在共同的公共空間中接觸、理解與協商。

媽祖文化公共化真正的挑戰，與其說是「如何讓更多人知道媽祖」，不如說是「如何讓不同群體有權以自己的語言重新理解媽祖」。若交流活動仍以華人社群的歷史記憶、祭祀方式與文化價值為唯一標準，即使媒體曝光與參與人數增加，也可能只是擴大既有社群的文化圈，難以形成跨文化的公共性。反過來說，若能以地方社會熟悉的語彙，重新詮釋

媽祖文化中的護航、互助、慈善與社群服務等元素，並讓在地社群保有對故事、儀式與展示方式的自主權，較穩定的跨群體理解才有可能出現。這與 9/15 受訪者主張的「整合優於統合」方向一致。

族群邊界的存在也意味著，本文不能把媽祖文化的海外傳播，直接理解為單向的「中華文化輸出」。跨文化傳播往往包含選擇、刪減、再詮釋與重新在地化的過程。從這個角度看，在地化並未削弱原有的媽祖文化，反而是文化能否持續存在的必要條件。本文提出的「多中心共創」，本質上便是一種文化權力重新分配的構想：由單一文化中心決定何謂「正統媽祖」，轉變為由多個地方節點共同生產、協商與保存媽祖文化。

### 七、文化媒介、社群網絡與地方自主的關聯：互為條件的公共化機制

本文副標所揭示的文化媒介、社群網絡與地方自主，並非三個平行的描述性概念，而是媽祖文化公共化機制中三個互為條件的環節（見圖 1）。先看文化媒介與社群網絡，兩者是「內容」與「載體」的關係。媽祖文化中的護航、行善、互助、和諧與慈母形象，提供跨地域、跨世代溝通的共享語彙；但這些符號若缺少宮廟、會館、教育基金、公益組織與數位平台等社群節點的持續實踐，便只能停留在抽象的文化象徵。反過來說，社群網絡之所以能跨越國界維持聯繫，也有賴共同的信仰符號提供認同基礎。訪談中 15/15 受訪者談到新媒體傳播的必要性，13/15 受訪者提及建立品牌的必要性，顯示當代社群網絡已從實體宮廟與會館延伸到數位平台，文化媒介的承載與擴散方式也隨之改變。

社群網絡與地方自主之間，則是「組織」與「賦權」的關係。跨域網絡能夠連結原本各自為政的宮廟，提供資源共享與交流合作的平台（I008、I009、I011、I012、I013、I014）；然而網絡一旦由單一中心主導，象徵中心便可能轉變為行政或文化上的權力中心，形成新的象徵等級秩序（I010、I014）。9/15 受訪者支持「整合優於統合」，顯示社群網絡的價值不在規模大小，而在於能否保障各節點的決策權與發聲權。網絡是地方自主得以實現的組織條件，地方自主則是網絡得以長期維繫的正當性來源。

至於地方自主與文化媒介，兩者是「詮釋」與「轉譯」的關係。15/15 受訪者都認為在地化是跨域傳播的必要條件，地方儀式、供品與神明組合皆可調整，說明媽祖文化的意義並非由源頭單向決定，而是在各地社群的再詮釋中持續生成。地方社群若能以自身的語言、歷史記憶與文化形式重新講述媽祖，文化媒介才有機會逐步跨越華人社群的邊界，形成跨文化的公共性；反之，地方自主一旦受到壓縮，文化媒介便容易淪為單向輸出的宣傳符號，也會加深 14/15 受訪者所指出的族群邊界限制。

整體來看，三者之間是循環而非線性的關係：文化媒介提供意義，社群網絡提供組織，地方自主提供正當性與在地轉譯。任一環節缺位，公共化都會出現不同形式的失衡：缺乏共享的文化媒介，網絡容易淪為以資源交換為主的利益聯盟；缺乏社群網絡，文化符號難以在地方落實與延續；缺乏地方自主，交流則易流於中心化的單向輸出。本文所稱的「平台化的管制性公共化」，指的就是這三個環節在國家政策、非遺制度與數位平台等外部條件下重新組合的過程；「多中心共創」之所以是本文的核心主張，也正因它是能同時維持三者平衡的治理安排。

## 玖、媽祖文化推動海絲人文交流的作用與策略

### 一、建立跨地域文化節點網絡

媽祖文化的優勢，在於既有廟宇、會館、教育機構及文化團體所形成的多中心網絡，而非建立單一中心。在尊重各地文化差異的前提下，可建立文化資源共享平台，推動口述歷史、祭典影像、地方文獻及文創成果的數位保存，並透過青年交流、學術研討與文化展演串連不同節點，使分散的廟宇資源轉化為具公共文化價值的跨境網絡。

### 二、推動非遺、文創與地方發展的合作

媽祖文化的活化不宜止於符號的商品化，而應將非遺保存與地方文化產業相結合。各地可依自身的城市歷史與社群特色，發展媽祖文化相關的展覽、節慶、出版、影像、設計及文化旅遊產品，形成「一地一特色」的文化品牌。重點不在複製同一套媽祖形象，而是藉由在地創作，呈現不同社群對媽祖文化的理解。

### 三、以教育與青年參與延續文化傳承

要延續媽祖文化的長期生命力，教育與青年參與比擴大祭典規模更為關鍵。透過華文教育、地方史課程、文化資產工作坊、口述歷史與跨校交流，可讓媽祖文化從祭祀場域走入更廣泛的公共文化空間。同時，媽祖文化教育不宜化約為單一價值的宣講，而應鼓勵青年比較各地的媽祖故事、儀式與社會功能，從中培養跨文化理解的能力。

### 四、建立文化交流的倫理與評估機制

跨境文化交流必須留意宗教多元、族群差異與在地政治環境。未來的媽祖文化交流宜建立基本倫理原則，包括尊重地方社群的決定權、避免文化優越論述、清楚區分信仰活動與公共文化活動，以及就文物、影像與口述史資料取得適當授權。成效評估也不應只看參與人數或媒體曝光量，更應觀察青年參與率、跨社群合作數量、文化資產保存成果，以及地方社群對活動的認同程度。

## 五、建立跨社群的回饋與協商機制

「多中心共創」若要從理念落實為可執行的治理機制，首先須建立跨社群的回饋與協商制度。本文建議，跨境媽祖文化活動在規劃階段就應邀請當地宮廟、會館、青年組織、教育單位及其他相關社群共同參與，而非由單一文化中心完成設計後再交由地方承接。協商內容至少應包括活動主題、儀式呈現、文化翻譯、影像使用、公益資源分配及後續教育計畫。如此安排可降低文化誤讀，也能回應 I010、I015 所反映的整合與統合之間的張力。

其次，應建立活動後的回饋機制。每次大型交流活動都可留下可追蹤的文化成果，例如地方口述史、青年共同製作的影像、跨校課程、公益合作或宮廟間的長期合作協議，並在下一次活動前檢討成效。這樣一來，「重走海絲路」便不只是一次性的象徵活動，而能累積成持續運作的文化網絡。此一制度設計與本文的公共化概念一致：穩定的公共化，不在於活動愈辦愈大，而在於活動結束後能否留下可持續運作的制度關係。

綜上，媽祖文化的研究價值不僅在於描繪其海外分布，更在於揭示文化資源如何在國家政策、地方自治、媒體平台與社群實踐之間被重新組織。從這個角度切入，媽祖文化研究得以與公共管理、文化治理及跨國傳播研究對話，「文化軟實力」也從單純的政策性概念，轉為可透過參與、互動、地方自主與關係累積加以觀察的分析問題。

## 拾、結論、研究貢獻與研究限制

本文從跨域傳播、文化遺產與社群交流三個面向，重新檢視媽祖文化在 21 世紀海上絲綢之路中的公共化過程。本文的主要貢獻，並非再次證明媽祖文化的「重要性」，而是提出一個較具操作性的分析框架：媽祖文化之所以可能成為海絲人文交流的媒介，關鍵在於三項相互連結的條件，即可跨域流動與再詮釋的文化符號、持續運作的社群節點，以及以地方自主為前提的交流網絡。由此觀之，歷史上的商船供奉、航海祭祀與移民流動，提供了跨境傳播的歷史條件；當代的巡安與文化交流，則是對既有網絡的重新組織，不宜視為單純的「重演歷史」。

在當代脈絡下，本文將媽祖文化的跨域傳播與公共化功能歸納為三個相互連動的面向：其一，作為民間文化媒介，提供跨地域交流的共同語彙；其二，作為非物質文化遺產與公共文化節點，連結保存、教育與地方活化；其三，作為社群文化資源，支撐教育、公益、品牌建構與跨域合作。「文化軟實力」則應被視為可能出現的外部效果，而不是預先假定的因果結果。15 位受訪者中僅 6 位直接使用軟實力概念，14 位對媽祖文化擴散至華人圈外明顯有所保留，這說明文化資源雖可能具有吸引與溝通的潛能，卻不必然等同於國家軟實力，單向的文化輸出更不應直接視為影響力。

就本文副標所揭示的「文化媒介、社群網絡與地方自主」而言，本文的貢獻可歸納為三點。在文化媒介層面，本文將媽祖文化從「信仰內容」或「國家軟實力工具」，重新界定為可跨域溝通的文化媒介，指出護航、行善、互助與慈母形象等意涵，提供了跨地域、跨世代的共享語彙；但媽祖文化能否發揮媒介功能，取決於是否被不同社群重新詮釋，與傳播規模的大小關係不大。在社群網絡層面，本文說明媽祖文化的跨域傳播並非仰賴單一源頭的擴散，而是依託歷史上的港口、商船與移民社群，以及當代宮廟、會館、教育基金、公益組織與數位平台所構成的多節點網絡，從而將「海絲人文交流」的分析單位，由國家間協議延伸至民間社群節點。在地方自主層面，本文根據「整合優於統合」與「在地化必要性」的訪談發現指出，地方自主不只是文化多樣性的價值訴求，也是跨域網絡取得正當性與持續性的結構條件。

在理論上，本文論證了文化媒介、社群網絡與地方自主三者互為條件、缺一不可，並以「平台化的管制性公共化」說明三者和政策、非遺制度與數位平台作用下的重組機制，使 21 世紀海上絲綢之路脈絡下的媽祖文化研究，得以從描述「文化作用」推進到分析「公共化機制」。在實務上，本文為宮廟、會館與文化交流相關單位提供了一項可操作的評估判準：評估跨域交流的成效時，除了參與人數與媒體曝光量，更應檢視交流是否強化了共享的文化意義、是否促成節點之間的對等連結，以及是否尊重並擴大了地方社群的自主與文化定義權。

本文仍有四項限制。第一，訪談資料雖已擴充至 15 份，仍屬目的性取樣，受訪者多來自學術與宮廟實務領域，無法直接代表所有東南亞媽祖信眾。第二，資料主要蒐集於 2018 年至 2019 年，對其後數位平台生態與跨境文化政策的變化，尚缺乏長期追蹤。第三，本文的扎根理論編碼係對既有研究成果的再分析，重點在於將其與海絲文化的跨域傳播及公共化問題對接，因此不主張由單一研究場域建立可普遍化的完整理論。第四，本文以華人社群與媽祖廟節點為主要分析對象，對非華人族群實際接受媽祖文化的機制，缺乏第一手資料。後續研究可透過跨國比較、長期田野與受眾研究，檢驗文化節點網絡對社群認同、文化保存及地方發展的實際效果。

### 參考文獻

- 內政部（未註明 a）。大甲媽祖遶境進香。臺灣宗教文化地圖。2026 年 9 月 24 日檢索，取自 [https://taiwangods.moi.gov.tw/html/cultural/3\\_0011.aspx?i=111](https://taiwangods.moi.gov.tw/html/cultural/3_0011.aspx?i=111)
- 內政部（未註明 b）。白沙屯媽祖進香。臺灣宗教文化地圖。2026 年 9 月 24 日檢索，取自 [https://taiwangods.moi.gov.tw/html/cultural/3\\_0011.aspx?i=75](https://taiwangods.moi.gov.tw/html/cultural/3_0011.aspx?i=75)
- 古明君（2019）。作為中共發揮海外影響力工具的媽祖文化。中國大陸研究，62（4），103-132。 [https://doi.org/10.30389/MCS.201912\\_62\(4\).0004](https://doi.org/10.30389/MCS.201912_62(4).0004)
- 朱國禎（2012）。涌幢小品（王根林校）。上海古籍出版社。
- 利豐研究中心（2015）。絲綢之路經濟帶與 21 世紀海上絲綢之路。利豐研究中心。
- 邱福海（1998）。媽祖信仰探源。淑馨出版社。
- 馬六甲興安會館（編）（2010）。馬六甲興安會館 65 周年紀念特刊。馬六甲興安會館。
- 國家發展改革委、外交部、商務部（2015）。推動共建絲綢之路經濟帶和 21 世紀海上絲綢之路的願景與行動。新華社。
- 張燮（2000）。東西洋考（卷 9）。中華書局。
- 楊國楨（2015）。海洋絲綢之路與海洋文化研究。學術研究，（2），92-95。
- 楊曉杰（2019）。建設 21 世紀「海上絲綢之路」時代背景、突出特點及戰略價值。探求，（6），32。
- 德格魯特（J. J. M. de Groot）（1880）。廈門歲時記。Paris: Chavannes。
- 蔣維鏐（編）（1990）。媽祖文獻資料：天妃之神靈應記。福建人民出版社。
- Chijs, J. A. van der (Ed.). (1885-1900). *Nederlandsch-Indisch plakaatboek, 1602-1811* (Vol. 7). Batavia/'s-Hage.
- Dang, T. K. O. (2025). From folk ritual to a national heritage festival: The reorganization process of the Tianhou Pagoda Festival in Binh Duong Province, Vietnam. *SUVANNABHUMI*, 17(2), 219-249. <https://doi.org/10.22801/svn.2025.17.2.219>
- Guo, L., & Kim, E. (2026). Platformed participation and the digital reconfiguration of intangible cultural heritage on Douyin. *Journal of Cultural Analysis and Social Change*, 11(1). <https://doi.org/10.64753/jcasc.v11i1.3990>
- Hua, Y., Ding, L., Dong, H., & Lin, Z. (2024). Influence of user-generated content (UGC) in social media on the intangible cultural heritage preservation of Gen Z tourists in the digital economy era. *International Journal of Tourism Research*, 26, e2743. <https://doi.org/10.1002/jtr.2743>
- Lin, D., Zhou, Z., Zhang, X., & Wu, Z. (2025). Analysis of the factors influencing the dissemination of Mazu culture in Southeast Asia during the Qing Dynasty. *PLOS ONE*, 20(6), e0325164. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0325164>

- Liu, J., Chen, C., Zou, H., Zheng, J., et al. (2025). Preserving China's intangible cultural heritage through AR/VR storytelling, social media, and AI narratives. *npj Heritage Science*, 13, 685. <https://doi.org/10.1038/s40494-025-02265-x>
- Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. PublicAffairs.
- Sher, C.-Y., Pien, C.-P., O'Reilly, C., & Liu, Y.-H. (2024). In the name of Mazu: The use of religion by China to intervene in Taiwanese elections. *Foreign Policy Analysis*, 20(3), orae009. <https://doi.org/10.1093/fpa/orae009>
- Strauss, A., & Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory* (2nd ed.). Sage.
- Sui, J., & Yarapirom, P. S. (2024). The influence and localization of Mazu: A comparison between Penang and Phuket. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 9(11), 741-753.
- Tan, Y.-C., Yang, L.-H., & Wang, B. (2026). Community-engaged digital safeguarding of intangible cultural heritage: A review of methods and challenges. *npj Heritage Science*, 14, 184. <https://doi.org/10.1038/s40494-026-02458-y>
- Tang, J., & Zhu, X. (2024). Construction of digital resource service modes for enthusiasts of intangible cultural heritage. *Library and Information Service*, 68(16), 40-49. <https://doi.org/10.13266/j.issn.0252-3116.2024.16.004>
- UNESCO. (2009). Mazu belief and customs. *Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity*. <https://ich.unesco.org/en/RL/mazu-belief-and-customs-00227>
- Wang, S., Yang, Y., & Shi, W. (2025). Configuring factors for effective dissemination of intangible cultural heritage on Douyin: An fsQCA approach. *Humanities and Social Sciences Communications*, 12, 979. <https://doi.org/10.1057/s41599-025-05414-6>

**Mazu Culture in the Context of the 21st-Century Maritime Silk Road:  
Translocal Communication and Publicization—Cultural Mediation, Community Networks,  
and Local Autonomy**

Ya-Hui Hsieh\*、Menghsuan Tsai\*\*

**Abstract**

This study examines how Mazu culture operates as a medium of translocal communication and undergoes regulated publicization in the context of the 21st-Century Maritime Silk Road. Drawing on historical documents, policy texts, heritage records, field observations, and 15 in-depth interviews conducted in 2018-2019, the study applies open, axial, and selective coding to trace how Mazu temples and community organizations enter the public cultural sphere. Mazu culture is sustained by shared maritime experience, ethical narratives of benevolence and mutual aid, localization, community networks, and local autonomy. The interviews point to five interrelated mechanisms: institutional translation, the ambivalence of media mediation, policy-driven cultural diplomacy, tension between autonomy and integration, and brand-based accumulation of social capital. The core category is conceptualized as platformized regulated publicization, in which rituals are translated into festivals, charity, heritage, digital content, and translocal networks. This process also generates tensions, including commercialization, weakened religious attachment, symbolic hierarchy, and ethnic boundaries. Only six interviewees explicitly described Mazu culture as soft power, whereas fourteen saw its popular reach as still largely confined to Chinese communities. The study further shows that cultural mediation, community networks, and local autonomy are mutually constitutive: cultural mediation supplies a shared vocabulary, community networks carry and circulate it, and local autonomy determines whether it can be reinterpreted and legitimized locally. Mazu culture is therefore better understood as a potential cultural resource than as an automatic source of national soft power, and sustainable exchange along the Maritime Silk Road requires reciprocal participation, local agency, cultural co-creation, and ethical evaluation.

**Keywords:** 21st-Century Maritime Silk Road, Mazu culture, translocal communication, publicization, local autonomy.

---

\* Assistant Professor, Department of Oral Communication and Social Media, Shih Hsin University, E-mail : yahui@mail.shu.edu.tw

\*\* Ph.D. in Sociology, Fudan University, Corresponding Author

The paper was published under two double-blind reviews. Received: August 23, 2026. Accepted: September 28, 2026.