

*Toying with God: The world of Religious Games and Dolls.* Nikki Bado-Fralick and Rebecca S. Norris. Waco, Texas: Baylor University Press. 2010. 232pp.

張珣

中央研究院民族學研究所

本書封面有趣而且全書行文淺顯，但是越到後面章節越能觸及宗教、政治、性別、與資本主義等深奧的理論意涵，讓讀者見識到玩具與遊戲的題材也可以很理論，閱讀完畢有意外收穫之感。

全書分六章，世界各宗教的玩具與遊戲均有涉及，但主要討論對象是以美國及基督新教為主。作者在第一章，開宗明義地指出，本書要探問一個最根本的問題是，何以宗教研究從來不討論宗教玩偶與遊戲？是否我們僵化地認定宗教是神聖的？只探究經典文字？何以宗教是嚴肅的，而遊戲是好玩的，二者必須是分屬兩個領域，不能並提？為何有些人看到宗教玩偶覺得不舒服？為何宗教與買賣金錢不能相容？為何有些人斥責網路上的宗教商品販賣？事實上，這些二分法在基督教比較嚴格，在其他宗教並不必然。

全書於是展開，作者針對上述偏見，一一加以澄清駁斥，宗教玩偶與遊戲是宗教生活裡活生生會觸及的物品，是生活宗教（lived religion），而不是教條宗教。其次，宗教玩偶與遊戲並不是只限定給兒童玩，而有許多是給大人玩的，況且「兒童」這個概念是西方近代才出現的。人們在有趣的玩偶與快樂的遊戲中，不知不覺地學習了宗教，這是一種身體的學習，而不是抽象的學習宗教。更其次，宗教必定需要涉及金錢（捐獻），只是美國當代商業過量推銷宗教產品才招致人們的譴責。所以，學者不應忽視宗教玩偶與遊戲的研究，反而可以反省甚至顛覆原先的一些（基督教）偏見。

宗教遊戲與玩具（games and toys）也是宗教傳播的媒介（medium），它們反映不同文化價值的產物，例如遊戲與玩具也帶有種族中心主義，種族歧視，性別歧視，同性戀歧視等等，見諸於玩偶的性別與膚色的設計，遊戲

裡的國家與族群差別的設計。本書討論的遊戲多數是如「大富翁」的遊戲，玩家擲骰子之後，在木板上做移動或是贏取財富，其次是像塔羅牌之類的發牌遊戲。考古學者發現，早在西元前三、四千年，埃及與中亞地區就有玩偶與木板／石板遊戲。

接著，作者在第二章討論了宗教玩偶所隱藏的宗教文化偏見。玩偶在很多文化都是賦有超能力與象徵，一方面可以當作玩具，一方面又可能具有神秘巫術力量被膜拜，因此而成為禁忌。《舊約聖經·出埃及記》提到：「不可為自己雕刻偶像，也不可做什麼形象，彷彿上天、下地和地底下、水中的百物。不可跪拜那些像，也不可侍奉他。」其實，在希臘或是印度，祭拜結束之後的神偶，可以給兒童遊玩，可以保護兒童。直到今日，仍有很多宗教使用神偶。現在商業生產的宗教玩偶，例如伊斯蘭教的「誦經娃娃」，業者推銷其具有教育功能，可以讓兒童親近宗教。伊斯蘭教或是天主教也有男童女童可以玩的玩偶，當然很多人質疑這些宗教娃娃是否具有教育功能，或是造成相反效果。更多父母是在抵制資本主義的芭比（Barbie）娃娃之下，而購買宗教娃娃，尤其是伊斯蘭教地區設計出一款馥菴（Fulla）娃娃來取代芭比，讓伊斯蘭女童把玩，以此學習伊斯蘭教規。究竟芭比或是馥菴帶給女童對未來的憧憬與幻想？還是學習與模仿其身材與穿著？其實正面與負面的效果都有，這同時也被女性主義者詬病其背後的性別歧視；然而商機大於政治或是宗教議題，銷量是有增無減。

宗教商品與金錢買賣之間的倫理問題是第三章的主題。在美國一些教會或是基督教協會製造宗教商品提供給牧師與教堂買賣以爭取傳教經費。這是起因於當代美國的政教分離政策，國家不再補助宗教，教堂必須自己籌款，因此變本加厲地販賣宗教商品，開發很多宗教遊戲與玩偶，以商業推銷手法，來維持教堂開銷。復活節、耶誕節，甚至是平日也有很多宗教商品可以購買。很多大型教堂（Megachurch）的建造需要很多經費，購物網路e-Bay上面更是輕鬆可以下訂單購買，這些都引起討論，究竟藉著傳福音來賺錢的人，可否上天堂？

事實上，在傳教過程中，教會組織與傳教人都難以免除世俗與金錢。一些廠商設計的基督教木板遊戲或是玩牌卡，教導兒童如何贏取財富以建造或

是維修教堂。這些基督教廠商並非挪用商業賺錢方法到宗教遊戲裡面，反而是，基督新教才是當初轉化宗教精神於商業賺錢動機中的始作俑者。基督新教並不反對賺錢，甚至認為富人是虔信者，因為擁有財富證明你是虔誠而能得到上帝恩寵。如此一來，弔詭地導致人人皆追求財富以證明上帝的恩寵，證明自己是虔信者。

目的使手段合法，為了傳教，各種日用品都可以印上或是設計出十字架或是基督教相關的圖像，企圖吸引基督徒的認同，這些可以當作禮物來與人交換，重新詮釋與操作這些宗教圖像。有些是印製在內衣或是泳衣上面，或是在襪子上面，很不尊敬。印製在太多日用品上面，失去宗教的神聖與深層意義，導致隨時可以看到宗教被使用，卻又很輕忽隨便。這是美國式消費主義造成，而不是宗教原有的表現方式。需要被檢討的是商人的操作，消費者不自知，購買來炫耀或是滿足虛假自我。宗教本來是要求自我克制，卻變成自我膨脹。

宗教失去其社會脈絡，無法實踐，變成只是一種消費或是生活風格 (lifestyle)。雖然有些人擔心宗教商品脫離其宗教根源，但是有學者認為商品還是讓宗教復甦 (revitalization)。當代一批新的教徒正以不同方式在實踐宗教，顯示其為當代最新宗教實踐方式之一，也是真正的生活宗教 (lived religion) 而不是說教或是教會權威，或是知識分子的宗教。而是在親友家戶之間傳遞的宗教遊戲與玩偶，遠離制度宗教的監督進入社區社會關係，讓宗教成為生活環境元素之一與整體生活互動。這些學者強調宗教商品帶來的社會連結 (bond)，亦即，禮物交換。任何宗教都要透過物品來傳遞聖靈，玩偶也是有此功能，並不違背宗教本意與目標。

宗教玩偶與遊戲目的都是引起使用者好玩並感到趣味，第四章要探討究竟何為「趣味，好玩」呢？「自由自在」、「不受控制」、「具有創新性」、「帶有刺激與危險性」，這些剛好與宗教要求的節制內斂相反。宗教遊戲強調沒有宗教知識也可以玩，這是與現代社會過度崇拜趣味 (the cult of fun) 的趨勢有關，讓好玩進入工作，也讓工作帶有趣味，好玩的遊戲中卻又要帶有教育性，故意讓工作與遊戲互相滲透。反映了當代美國文化是一個崇拜好玩的文化，尤其是電視文化與現代廣告，讓一切都很輕鬆、膚淺、快

樂，讓消費很愉悅，實則脫離現實生活。影響所及，以吸睛的視覺畫面而不可以深澀文字說明來刺激消費者情緒，以可愛化、卡通化來吸引顧客。好玩的宗教遊戲使得宗教解除其嚴肅高深，而讓人親近，卻不一定是真正原本的宗教。

第五章，是筆者最喜愛的一章。宗教就是巫術，為何不是呢？本章討論帶有儀式性質的遊戲，尤其可以在非基督教的宗教取得印證。基督教的文化價值觀崇尚真實（reality），因此形成一個價值階梯：科學理性最為追求真實，其次是宗教，其次是巫術。基督教科學家認為宗教、巫術與遊戲一樣是假裝的，騙人的，不具真實性。事實上，印度教認為，遊戲是虛幻卻也是事物的本質，幻化的世界與遊戲的人生；大乘佛教也是一樣，佛陀超越輪迴，卻又回到人間，隨緣度化眾生。生命就是流轉隨緣。因此遊戲並不是迷惑蒙昧，而可以是超脫的清醒的遊戲。即使回到希臘哲學，宇宙也是神祇的遊戲舞台，誰能猜透人生的劇本呢？宗教與巫術，甚或是與遊戲的區別，其實是滑溜的。

遊戲與儀式都是脫離現實生活節奏與脈絡，都有一個開場白，或是開場動作，從日常生活中切割，以便進入儀式或遊戲。然而，遊戲與儀式卻又與日常生活交融，許多動作、歌唱、話語、物品都是日常生活也使用的。儀式的時間空檔也經常有著無所事事的聊天與等待，或是回去處理俗事。所以，神聖與世俗，儀式與日常，並非可以截然分割，只是基督新教徒習慣了儀式只在星期天、在教堂由牧師帶領舉行。其他宗教的儀式經常與戲謔，低俗玩笑，角色裝扮等等摻混，界線不明。也因此在其他多數宗教，時時刻刻，處處場地，都可以做儀式，其神聖與世俗的時空並非嚴格分離的兩個範疇。

遊戲與儀式還有一個相似的功能就是轉化，轉化參與者的心理與身體。經過移情、抽離、歸零、重新設置、重新回歸，而達到轉化。可以打破既定僵化的社會範疇與類別，開啟無限可能的想像力，因此具有創新力量。也因此，遊戲與儀式有時是具有威脅性及顛覆性，挑戰社會既定範疇與階位。儀式與遊戲相同的還有，二者都是多元感官的學習（kinesthetic learning），身體各種感知與覺受能力同時開啟，不僅有理智或是認知。

作者在結論章，重申其有意打破既定學術概念的分界，提出宗教與遊戲、有趣與嚴肅、宗教與娛樂之間的複雜矛盾關係，讓原先被邊緣化的學術議題，因此有了新的可能。

本書適合人類學系、宗教學系、社會學系、社會工作系、大眾傳播文化學系、教育學系等學生、「青年文化」研究者、及社會人士閱讀。