

推動性別平等工作心得文章(性別平等深耕獎)

機關名稱：客家委員會客家文化發展中心

撰擬人員：賴郁晴 組長、戴正倫 助理研究員

主題：宗族女性地位的提升《靈魂歸宿的自由·姑婆回家了》

一、推動性別平等工作之策略

(一)族群事務單位的「社會責任」

傳統漢人社會以父系繼承為主，『女性』的存在是要在結婚以後，死後也只能以『○孺人』上祖牌，對於早夭、未婚或離婚女性，死後僅能安置在寺廟或尼姑庵，不能入宗祠。隨著社會變遷、性平觀念的改變，已逐漸修訂相關法令保障性別平等，然而根深地固的傳統習俗還是很難被突破，生前的居住自由容易被保障，但身後《靈魂歸宿的自由》卻未必能自由選擇。

客家委員會（以下簡稱客委會）為國家推動族群事務的單位，所屬「客家文化發展中心」（以下簡稱客發中心）之重要組織任務為順應社會發展脈動，推展客家（族群）文化並推動性平議題研究，尊重多元文化。是以，將「性別觀點融入機關推動業務」，強化「消除對婦女一切形式歧視公約」（CEDAW）及重要性別平等之政策或措施，是客委會及客發中心責無旁貸的「社會責任」，尤其是在破除傳統習俗中對「女性」之歧視，以達成族群文化發展過程中之性別平等目標，落實性別平等政策綱領及 CEDAW 的精神。

(二)破除傳統社會習俗中對『女性』歧視之策略

透過獎補助推動族群文化之調查、研究與發展是客委會重要任務；所屬客發中心管轄之「臺灣客家文化館」定位為「全球客家博物館」，將博物館視為一個「論壇」的嶄新思維，不斷地提供博物館本身、文化傳承者以及觀眾（社會大眾）的多向接觸和相互交流與啟發，才能扮演協助解決社會議題的角色。

近 20 年許多客家宗族已跳脫傳統觀念，逐漸讓姑婆回家了，然尚未

廣為人知，有許多宗族苦無解決之道。爰此，客委會及客發中心自 92 年起透過研究計畫或博碩士論文之獎補助、客庄文化資源調查等廣泛盤查，並於 107 年起透過深度訪談、田野紀錄、論壇交流推廣等方式，與社會大眾分享各宗族推動感人故事。不管是廣度或深度，對於落實性別平等政策綱領及 CEDAW 之精神，都有一定的影響及具體績效。

二、執行過程

性別觀點融入業務程度及推動情形如下：

(一)擴大參與獎補助調查及學術研究（廣度）

「客家姑婆入宗祠、姑婆入祖塔」早在二、三十年前即有宗族倡議，各個宗族面臨的處境十分相似，開始意識到社會風氣改變，未婚或離婚女性已為常態，大多趁著公廳、祖塔改建機會提出「姑婆入宗祠、姑婆入祖塔」議題，但大多遭到宗族長輩極力反對，理由脫離不了傳統觀念，如：「嫁出去的女兒是潑出去的水」、「早逝女兒不能上神桌」等，例如：新竹湖口戴拾和宗族早在民國 77 年(西元 1988 年)即經過討論，首度通過將未婚女性納入祖塔並列入章程，但 1 年後因族親反彈而撤除。

客委會成立之後，意識到此傳統習俗對女性社會地位及權益影響大，爰先藉由獎勵擴大調查研究，讓議題能逐漸發酵、被討論，甚至被仿效推廣，自 92 年推動「女性在宗族地位、宗族祭儀」等議題研究或博碩士論文獎補助至少 40 筆；並自 94 至 107 年透過客庄文資調查瞭解姑婆入宗祠等案例，從調查過程中超過 1966 筆「祖宗牌位」成果，盤查至少 5 個宗族設置「姑婆牌位」，並加以數位化典藏於「臺灣數位客家庄」網站供大眾查閱運用。

(二)深度訪查、論壇交流及媒宣加以推廣（深度）

經過 10 餘年推動成果發現，姑婆牌位、姑婆入祖塔等議題已開始蔓延北部及南部客庄，有不少宗族逐漸開放讓女性也能成為派下員

享有祭祀權、擔任禮生、奉祀姑婆牌、入祖塔、入家塚安葬、甚至將女性寫入族譜內，對於女性權益的提升，著實向前躍進一大步。因此，客發中心希望接續扮演博物館「論壇」的角色，將進一步全盤性綜整訪查所發掘到的客家宗族感人故事，透過「平臺」分享，讓更多宗族也能瞭解推動歷程及社會脈動。

透過文獻資料綜整，初步發現截至 108 年 6 月姑婆牌、入祖塔（祖墳）、入族譜在北部地區至少 20 例及南部六堆地區至少 10 例。為精進訪查深度於 107 年 10 月先進行「桃園九斗羅允玉宗族」及「桃園范姜宗族」試訪，並提報到客發中心及客委會之「性別平等工作小組會議」及「性別平等專案小組會議」討論。

於 108 年 1 月起進行 10 個以上宗族感人故事的深度訪查，如：祭祀公業張六和等。客發中心也分別於 108 年 6 月 19 日及 12 月 2 日在苗栗「臺灣客家文化館」及屏東「六堆生態博物館」舉辦二場座談會，邀請專家、宗族代表、民眾等共同交流。過程中也播放訪查宗族故事，其中張昆和祭祀公業的董事長張添熹曾分享上任後積極推動，認為「閒神野鬼都在拜了，自己的姐妹為何不祭拜她」動之以情，終於設置姑婆牌。高師大洪馨蘭所長也提到，姑婆牌、姑婆塔個案，展現有情有意的客家社會，對女性的一種照顧，是一種新的文化發展，很值得觀察、肯定，可供其他族群學習仿效。

另外，在座談會中也引起更多議題，例如：臺灣展翅協會何碧珍副理事長分享輔導受暴婦女案例，寧可被家暴也不願離婚，只因她擔心一離婚，就沒人祭祀。這個案例隱含的訊息是，傳統社會祭儀不僅僅影響「女性」身後「靈魂的歸宿自由」，也可能間接影響到她生前的自由選擇。

三、執行成效

除推動 10 餘年的獎補助研究、文資調查、深度訪查外，為擴大週知推廣，近 2 年更透過深度訪查攝錄、製作摺頁手冊、製播紀錄片、

廣播電視、官網設置成果專區及 FB 粉絲專頁、辦理座談會等加以推廣，獲得社會大眾很大迴響，這些作為可與其他機關分享及經驗交流，共同推動性別平等。

(一) 官網設置「客家社會祭儀中的性平系列成果專區」

客發中心扮演「論壇」平臺角色，於官網設置「客家社會祭儀中的性平系列成果專區」與大眾分享。

(二) 客家社會姑婆牌、入祖塔、入族譜感人故事紀實

推動議題研究 40 筆以上；盤查北部地區至少 20 個、南部六堆地區至少 10 個以上之案例，訪談攝錄至少 10 個宗族的感人故事及座談會內容，仍持續盤查並進行不同地區的比較研究。

(三) 製作宣傳海報、摺頁(DM)、紀錄影片、出版田野紀實手冊

製作海報、故事摺頁廣宣二場座談會；製作訪查紀錄片及宣傳手冊，並出版【客家社會祭儀姑婆牌、入祖塔、女性禮生田野紀實】，收錄宗族推動故事及座談會紀實，置於官網性平專區與大眾分享及函送至縣市政府宣導。

(四) 「客家社會祭儀姑婆牌、入祖塔(家墳)、女性禮生」座談會

於 108 年 6 月 19 日及 12 月 2 日辦理南北二場座談會，協請部會、地方政府、學校、車站公告張貼海報宣傳座談會，並於講客電臺《客家皇太后~ 吼》及《賽客思同學會》等節目宣傳座談會訊息，廣受客家地區的迴響。座談會相關新聞報導逾 10 則，「SISTER RADIO 姊妹電臺」更以《客家宗族奉祀姑婆牌》為題，邀請客發中心至電臺分享。

(五) 客發中心所屬 FB 粉專系列宣傳效應

自 107 年 11 月 28 日起撰寫宗族故事，於 FB 粉絲專頁發佈逾 25 則，如：《姑婆回家路困難重重》，藉此引起討論，截至 108 年 11 月總觸及人次逾 15 萬人次。

(六) 與媒體合作製播廣播、電視、新聞宣傳

與客家電視臺合作，製作客家新聞雜誌第 640 集《姑婆回家了》、《范姜家的女禮生》兩篇專題報導；以及暗夜新聞《姑婆入塔、女性禮生 客家禮俗窺見兩性平權》，透過媒體力量將議題擴散。

與講客廣播電臺合作錄製廣播節目，於 108 年 6 月 11 日、6 月 18 日《客家皇太后 吼～》及 108 年 6 月 17 日《賽客思同學會》播放。

四、展望

透過訪查過程，引發其他漢人社會面臨的性平議題，可進一步討論及研究，例如：未來可能會有已婚很幸福女兒也想回到原生家庭的祭儀問題；女婿是否能入宗祠、入祖塔；客家宗族如何接納與因應同婚之祭儀作法；目前客家宗族已有女性禮生參與祭典，未來如何持續推動女性擔任祭祀活動的主祭，肯認女性在家族地位等議題。

綜上，推動傳統習俗祭儀的性別平等，臺灣的經驗很寶貴，希望透過博物館持續分享，讓議題逐漸發酵擴散，期待有一天能和國際社會對話。