

佛教僧侣视野中的游客、旅游和旅游业

甘露,陈娜,刘丽君,刘少林

(四川大学旅游学院,四川成都610064)

[摘要]通过对成都市4座寺院部分僧人的访谈,发现僧人根据佛教认识论对一般世俗意义上的游客和游览活动进行了重新阐释,使得僧侣整体上对游客和游览活动持支持态度,也能积极地应对游客游览对僧人修行所造成的干扰。与此同时,僧人认为佛教和旅游业之间是相互促进的关系,即佛教为旅游业提供资源基础,而旅游业的发展为当代佛教传播提供通道和潜在的信众基础。但由于对待经济效益(财富)的观念不同,以及在旅游发展过程中的话语权差异,二者之间也存在一定的矛盾和冲突,这就要求通过相应的政策法规和机制来明确二者之间的界限和话语权,从而让二者之间能够真正地相互促进,并有效地减少对立和冲突。

[关键词]佛教;僧侣;游客;旅游业

[中图分类号]F59

[文献标识码]A

[文章编号]1002-5006(2016)05-0055-09

Doi: 10.3969/j.issn.1002-5006.2016.05.011

基于宗教场所或宗教遗产的宗教旅游是当前文化旅游和遗产旅游的重要组成部分。在我国,佛教旅游又是宗教旅游中最为重要的组成部分。截至2013年12月,在代表我国旅游景区最高等级的国家级5A级旅游景区中,和佛教相关的景区达50余处,约占5A级旅游景区总数的比例超过30%,佛教旅游吸引物在我国旅游中的地位由此可见一斑^①。

除对宗教旅游的类型、特点和旅游动机等进行研究^[1-5]外,宗教和旅游的关系,特别是对宗教朝圣和旅游进行比较一直是研究焦点。Smith指出,正是在宗教朝圣的基础上,现代旅游才得以发展^[6]。一些学者注意到二者的区别,例如,Sharpley和Sundaram认为,朝圣是为了追求自己的信仰,而旅

游是为了精神的满足或对知识的追求^[7];Smith认为,个人信仰或世界观是区分朝圣和旅游最为重要的标准,朝圣是虔诚的,是对某种神圣秩序的信仰,而旅游者则只是为了追求愉悦的感受^[6]。但Bremer指出,当今社会要想在朝圣者和旅游者之间画一条清晰的界限很困难^[8],如Turner和Turner就认为朝圣者是半个旅游者,旅游者也是半个朝圣者^[9];Gupta认为除了虔诚的祷告行为之外,朝圣者与旅游者并没有什么不同之处,他们都要使用宗教场所的旅游设施^[10];Smith也从旅游的需求因素出发,指出旅游者和朝圣者的活动都需要有自由支配的收入、空闲时间和社会许可,三者缺一不可,因此旅游者与朝圣者在某种程度上具有相同的属性^[6]。还有学者认为旅游和宗教朝圣存在结构性的密切关系,例如McCannell认为现代旅游者其实是“世俗的朝圣者”^[11],Allcock认为旅游是一种含蓄的、个人化的宗教形式^[12],Gruburm则从涂尔干关于世俗和神圣的区分出发,指出旅游作为区别于日常生活的事件,为日常生活提供了一种改变的可能性,为流逝的时间提供了有意义的事件,被视为是与世俗工作不一样的神圣的生活体验,是一种“神圣的旅程”^[13]。

关于宗教和旅游关系研究的另外一个重要领域就是探讨宗教和旅游之间的矛盾和冲突。例如,Cohen认为,世界几大宗教根据人们对宗教的亲密度不同,会对陌生人进行区分,并使得这些宗教的成员会用先入为主的不同态度,对待不同种族、不同宗教背景的旅游者^[14];Joseph和Kavoori对一个印度教圣地的研究指出,在当地印度教团体的认识中,旅游被认为是一种威胁,被认为会侵蚀印度教的宗教传统和价值观^[15];Millman报告说世界教堂理事会(World Council of Churches)也越来越关注旅游对教堂和宗教圣地的影响^[16];余汝艺等认为包括旅游资本在内的现代资本为宗教的发展提供支撑资源,但资本的理性、世俗性与宗教的感性、神圣性

[收稿日期]2014-09-20; [修订日期]2014-12-21

[作者简介]甘露(1973—),男,重庆万州人,博士,副教授,研究方向为旅游文化学和遗产旅游,E-mail: ganlu@scu.edu.cn;陈娜(1991—),女,辽宁辽阳人,硕士研究生;刘丽君(1992—),女,四川宜宾人,硕士研究生;刘少林(1991—),女,湖南衡阳人,硕士研究生。

① 5A级景区数量数据来自国家旅游局官方网站: <http://www.cnta.gov.cn/was5/web/search?channelid=242887>, 2014-06-21。

间存在不可调和的张力,所以单纯市场化的宗教旅游发展模式会消解宗教赖以存在的根基,不是宗教旅游发展的最佳选择^[17]。也有学者提出了一些缓和或化解冲突的方法,例如 Singh 报告说,在一些印度教圣地的仪式、牺牲、冥想、捐赠、苦修、朝拜中,游客被强制要遵守“严格的行为守则”^[18]; Nolan 和 Nolan 提出为了缓和朝圣和旅游之间的矛盾,宗教目的地的管理方应该在旅游淡季多安排一些重要的宗教活动,同时为朝圣者预留空间^[3];余汝艺等认为在发展宗教旅游的过程中应该限制市场的边界^[17];黄秀琳认为一些传承于历史的物化宗教文化事项在市场经济条件下可以商品化,而一些承载异质宗教特性的文化元素,作为该宗教地旅游符号标志的文化事项则需本真展示^[19]。

尽管关于宗教和旅游的研究整体比较丰富,然而关于佛教和旅游关系的研究视角却比较狭小。目前,关于佛教与旅游关系的研究绝大多数都是站在旅游开发的角度,将佛教场所或文化遗产看作是一种旅游发展需要依托的资源,除此之外的研究相对有限。在这些有限的研究中,大多数认为佛教和旅游是一种和谐的关系。例如 Cohen 认为,由于佛教提倡宽容和佛法无边,因而相比较对陌生人(游客)缺乏诸如犹太教和伊斯兰教那样的矛盾态度,游客可以轻松融入佛教社会,一些佛教国家如泰国的旅游业也借此得到长足发展^[14]; Wong 等人的研究指出,佛教人士通常会将游客看成 4 种类型:游客或未来的佛教徒、信士或佛教信仰者、香客或佛教崇拜者、居士或佛教实践者,因此,对游客基本上都是接受的^[20]; Shackley 则认为佛教对游客的态度比较模糊,大多数欢迎外国游客的主要原因是可以获得金钱捐赠,以及能够展示当地的传统和传播佛教的教义^[21]。也有研究注意到了佛教和旅游业的冲突,如陈卫华指出,有些地方佛教文化旅游的开发,一味强调经济效益,在一定程度上破坏了佛教原本的宗教氛围,破坏了佛教寺庙的生态环境,增大了世俗社会对僧人的负面影响,并指出发展旅游不能损害佛教信仰^[22];张文彪^[23]、何绵山^[24]、周利敏^[25]等人对台湾佛教发展中的经济因素进行了分析,指出台湾现在几乎所有的宗教组织都从事经营性生产、商业贸易和旅游事业等经济活动,但财富问题已经越来越成为影响台湾佛教发展的一个重大因素,教内外对佛教拥有巨额财富这一和传统教义相矛盾的现实提出了种种疑问,这些问题已经成为现代台湾佛教逐步实现适应现代社会所无法回避的根本问题;

卢天玲和甘露注意到了旅游背景下佛教和旅游业之间的“神圣/世俗”冲突在时空上的表现,并提出了相应的措施^[26]。

综上所述,可以看出,虽然佛教在我国当前的宗教旅游中具有极其重要的地位,但佛教和旅游之间关系的研究总体来说还很缺乏。作为佛教旅游的核心利益相关者,佛教人士的看法和观点更是少有提及。而本文就是立足于此,希望通过对部分寺院僧侣的访谈和调查,从中得到一些有价值的研究结果。

1 研究方法

1.1 访谈对象及其宗教背景

从 2013 年 12 月至 2014 年 3 月,研究人员陆续对四川省成都市 4 座寺院的部分僧尼进行了访谈。其中,寺院 A(文殊院)为全国重点保护寺院,四川省重点文物保护单位,有殿堂房舍 190 余间,始建于隋大业年间,文物十分丰富;寺院 B(大慈寺)建于公元 3 世纪至 4 世纪之间,现为四川省文物保护单位,成都著名古寺;寺院 C(昭觉寺)素有川西“第一禅林”之称,在汉朝是眉州司马董常的故宅,唐贞观年间改为佛刹,殿宇规模宏大,林木葱茏,为成都著名古刹;寺院 D(爱道堂)为尼庵,占地近 10 亩,始建于明代,距今已有 500 多年的历史。4 座寺院中除寺院 D 游客相对较少外,均有着很大的游客访问量。

访谈中,对住持、知客等僧人的访谈多采用预约访谈,而对一般僧人的访谈所采用的方式主要是先由研究人员参加寺院的志愿服务,通过志愿服务熟识以后再行带有闲聊形式的非正式访谈。共访谈僧人 30 人,其中寺院 A 有 10 人(分别记为 A01~A10),寺院 B 有 8 人(记为 B01~B08),寺院 C 有 7 人(记为 C01~C07),寺院 D 有 5 人(记为 D01~D05)。访谈僧人中,僧 25 人,尼 5 人(寺院 D 的 5 人为尼,其余均为僧);正式访谈的住持或方丈 2 人,知客等执事 6 人,非正式访谈的一般僧人 22 人;出于礼貌,研究人员没有询问受访者的年龄,估计大多接受采访的僧人年龄在 30 至 50 之间,20 至 30 岁的估计有 2~3 人,高于 50 岁的估计有 4~6 人。

4 座寺院均为汉传大乘佛教寺院。大乘佛教自进入中国后,便和中国的传统思想相结合,形成了具有中国特色的佛教。与小乘佛教偏重于个人解脱(即追求阿罗汉果)相比,大乘佛教更重视通过普渡众生(即菩萨行)来达到成佛的目的。在修持方

法上,小乘佛教主张个人远离社会,隐遁禁欲;而大乘佛教则认为人生问题不能孤立解决,而是应当将个人问题和众生的问题联系起来整体解决,所以大乘佛教强调面对现实,理解现实,行菩萨之法,于现实中求解脱。隋唐时期,汉传佛教达到鼎盛阶段,并形成了各大宗派。之后,除禅宗和净土宗外,其他宗派逐渐衰落,且禅宗与净土逐渐合流。如今,大多数寺院已不分禅宗寺院或净土宗寺院,很多寺院既是净土又是禅宗寺院,众生对此更加无所谓。就本文访谈的4座寺院而言,寺院A、寺院B和寺院C传统上属禅宗寺院,寺院D传统上属净土宗,但今日已无明确区分。

近百年来,由太虚法师开创,并由印顺法师、赵朴初居士和星云法师等继承并发扬的“人间佛教”逐渐成为佛教发展的主流。在本文对4座寺院的访谈过程中,也屡屡听到僧尼提到人间佛教。在理念上,人间佛教具有强烈的人世性,强调以人的现世生活为本,关心人间,要求与现代社会相适应,顺应各种世俗化的目标,通过世俗化的手段来创建“人间净土”^[27]。

1.2 访谈主题及分析方法

访谈主要围绕3个问题进行:(1)对游客及参观游览寺庙的态度;(2)旅游和佛教的相互影响;(3)旅游和佛教是否会有冲突。在具体的访谈过程中,研究者通过与受访者之间的互动、探讨,常常适当地进行追问,以此来对具体事件进行深入剖析以及对研究主题进行延伸。每次访谈时间在0.5小时至1.5小时之间。访谈时征求对方意见进行录音记录,共收集26人次录音,而另外4人次因不愿录音而采取笔录方式。所有录音均转换为文字记录,最终形成近9万字的文字记录。

对文字记录进行主题分析(thematic analysis),这是一种在定性研究中经常使用的方法,强调对文本材料进行组织和深度描述,从而识别文本材料所要表达的观点。所谓“主题”,指的是从文本材料中挖掘出来的,和研究问题有关的响应模式。具体研究过程采取Marshall和Rossman提出的方法^[28],首先在熟悉材料的基础上对语句进行编码,对类似的编码进行合并,然后从编码中搜寻主题,并对主题进行检查和材料核查。通过这一过程,最终从材料中可以归纳出两大主题:对游客及游览活动的态度,以及对佛教与旅游业关系的认识。

2 对游客及游览活动的态度

2.1 对游客及游览活动的态度

被访的30名僧人均将游客的到访看作是非常正常的,“游客的旅游活动也不可避免地涉及寺庙,这是一种很自然、很正常的现象”(A05)。他们均表示不反对游客和游客的游览活动,还有相当部分的僧人表示出欢迎的态度。而究其原因,可以发现这和佛教本身关于游客以及旅游活动的认识有很大关系。

首先,对于游客来说,他们进入寺院游览看成是“佛缘”。例如,有僧人说:“每个人都有佛性,进了寺院,就说明与佛有缘,我们就应该欢迎”(B02);“我们的出发点是欢迎,难道能选择客人吗?菩萨无众生相,哪里有什么区别?让他进来,种下一个善因,种善因得善果”(D02)。在这里,游客的世俗身份一定程度被忽视,而佛教本身关于人的身份的认识受到重视,更多被看作是佛性的承载者,与佛有缘之人。与此同时,游客访问寺院的世俗动机和内容也在很大程度上被忽视。有僧人说,“游客到寺庙里面看到佛经典籍,接近佛陀,去恶存善,是一种心灵的旅游”(B03),“他(游客)也可以了解一些佛教,虽然说不是直接地,他间接地可以去受佛法、佛教的熏陶”(B06)。从这里可以看出,在受访僧众的眼里,游客抱有什么意图来到寺庙并不重要,重要的是可以通过对寺庙的游览接近佛教、认识佛教,从而达到“心灵的净化”,因此,这是一种“利他”的过程,和佛教的教理是相契合的。

其次,受访者将接待游客访问看作为佛教社会化的重要构成,是佛教徒修行的一部分。很多受访者提到了“人间佛教”,提到了佛教或佛教徒融入社会的重要性。其主旨就是“佛教需要利于众生,而要利于众生,就必须与众生接”(D03)。所以,有僧人说,“佛法也不是虚无缥缈的,就在我们的生活中,你怎样去看待生活,怎样去对待生活,怎么处理人际关系,佛法是为生活服务的”(B06)。在这样一种情势下,对受访者来说,游客的游览就不仅“利他”,而且“自利”,对自我修行有所帮助。例如,有僧人说,“必须去待人接物,在接触的过程中,也是一种更好的修行方式”(A02),“以前没这么多人来寺院的时候,我们的修行多是自己修行,现在人来得多了,自己在处理人际关系、待人接物的过程中去慢慢提升自己,把这个做好,其实也是在帮助我们修行”(A03)。

可以看到,一般世俗意义的游客及其旅游活动,在受访者那里根据佛教的认识论进行了重新阐释。按照这种阐释,存在着两种从世俗向神圣的转换。第一种转换是从游客出发的,是游客身份和游览活动的转换,即游客从普通身份转换为与佛有缘或结缘的人,一般的游览活动转换为“心灵净化”之旅。从这个意义上看,旅游者和朝圣者通过佛教徒的佛教认识论得到了统一,但统一的角度和前面提到过的Turner、Smith、McCannell和Allcock等人的观点并不一致。也就是说,在佛教徒眼中,旅游者及其游览活动本身就是“朝圣”的一部分,虽然这并不是严格意义上的“朝圣”。第二种转换是从佛教徒自身出发的,是游客接待活动的转换,将世俗的旅游接待看作佛教社会化的构成,看作修行的重要组成部分。正是基于这样一种认识,使得受访的僧人对游客及其游览活动表现出一种欢迎或不反对的态度。而这也和Cohen的观点不尽一致。Cohen认为,游客可以轻松融入佛教社会是基于佛教提倡宽容和佛法无边^[4],然而,本研究显示出的原因则是对游客身份的佛教化转换以及对游览活动的“自利利他”认知。

2.2 旅游活动对日常修行影响的认知及应对方式

游客的到来对僧人日常修行的潜在干扰和影响是客观存在的,并且也能够为大多数受访者所感知。这种影响的范围很广,包括各种游客的不文明行为和对佛教的不尊重行为,其中提及最多的是对僧人修行环境的干扰。“严格意义上讲,僧人的修行是要静修的”(A01),然而“游客的大声喧哗让清净的寺庙变成了喧闹的市场,需要安静修行的人很无奈”(C03),而且“(游客)拿着相机随便拍照,让人心生烦恼,让我们起仇恨之心,造口业”(B01)。还有僧人站在宗教的角度看待游客的影响,“旅游肯定会有或多或少的影响,毕竟俗世当中的人有很多烦恼,很多未解决的问题还是受世间的影响,这个肯定对我们还是有些影响”(B07)。但是,从访谈中看出,僧人们会以积极的宗教态度应对这些影响:一种态度将这些影响和修行分离开来,无视影响,将修行看作是个人的事情,“修行是要靠自己的,跟别人以及所处的环境没有必然的关系”(C01),“只要潜心修行,尘世的一切只是外在的东西,我的内心不会受到影响”(A05);其次,部分受访者承认影响的存在,但积极寻求适应的方式和途径,“在山林里面修行是一种修行,在闹市中修行也是一种修行,

我们要适应环境的改变,来调整自己的修行”(A10),“虽然游客的行为会对我的日常修行产生一点点影响,但是(我)会尽量在其他时间、其他方面更好地完成我的修行,完成我的日程安排活动”(D04);还有部分僧人直接将这些影响看作是促进修行的机遇,“他们的不文明行为让你起烦恼,其实这也可以是好事,它让我们修忍辱,因为有不好的行为让我们反观自己怎样去以善攻恶”(B02)。

佛教徒的修行既有其脱离世俗的一面,同时又和世俗之间有着广泛而密切的联系。前者要求佛教徒脱离世俗的旨趣,摆脱世俗对于“成圣”的羁绊;后者则要求“发菩提心”,将自身成就和对众生的责任结合起来,同时承认从世俗向神圣转化的阶段性,以及修行的方便性。特别是“人间佛教”提出后,“随顺世间”“即人成佛”等观点逐渐主流化,与现实社会的结合愈加紧密。正是在这种理念的指引下,僧人与现实中寻求佛道,从自身和当下完善人格和僧格,从而淡化了旅游活动与僧人修行之间的冲突。

3 对佛教和旅游业关系的认识

3.1 佛教与旅游业的相互促进

绝大多数受访者都认为佛教和旅游业之间有关系,二者能够“相互促进”,“是一个相辅相成的综合体,互相依赖”(C04)。

(1) 佛教对旅游业的促进作用

关于佛教对旅游业的促进作用,大多数僧人认为更多地体现在佛教的旅游资源属性上。这种属性主要包括3个方面:一是寺庙所承载的历史文化,这是受访者提及最多的,“寺庙来的文化积淀很深刻,所以一般的名胜古迹都离不开寺庙”(B06),“中国佛教文化几千年的历史,很多人出去旅游除了看看山山水水,都要去寺庙里面拜拜佛,看看佛像的”(A01)。二是佛教本身的文化内涵,“佛教的历史很悠久,文化博大精深,道理讲得透彻,高端知识型旅游对这个感兴趣”(A07),“佛教不仅仅是个旅游窗口,也是一种教育。游客一边旅游,也是在一边受教育”(B07)。三是佛教的精神和宗教内涵,即佛教能够满足游客的精神需求,“现在有些旅游是心灵旅游,他们在俗世中有很多烦恼,才出去旅游,佛教能让他们心静、祥和,心里舒服,所以才能吸引人”(D03),“很多到寺庙来的游客都是求平安,还有求发财什么的,你不能说对,也不能说不对,不管怎么

说,这是个现实,很多人认为佛教可以满足(这种需求)”(C02)。

3个方面中,第一个方面是“文化遗产”层面的,体现寺庙作为承载文化的“遗产”的价值,这种价值可以与佛教相联系,也可以和更广泛意义上的历史文化相联系;而第二、第三个方面则反映的是佛教的当代价值,和游客当前的精神需求有着密切的联系,体现为佛教在满足当代游客精神需求方面的意义。

(2)旅游业对佛教的促进作用

受访者就旅游业对佛教传播的促进作用有着比较深刻的认识。首先,旅游业的发展直接有利于佛教的传播,对佛教的传承和传播具有重要意义。“缺少了旅游业的带动,寺庙的香客仅限于本地,要达到远播四方的目的,不光要费很多周折,还要花更多的时间……所以佛教文化要传播,不能没有旅游”(B04),“旅游可以让更多人接触、认识、了解佛教,对佛教的传播有积极的意义”(D03)。其次,旅游业发展所带来的基础设施改善也为佛教传播提供了条件。“以前,寺院在山里面,人们接触佛教相对没有那么方便,发展旅游以后不管是交通、网络都非常方便,至少渠道比以前畅通了”(B07)。

另外,在肯定旅游业对佛教传播作用的同时,也有受访者提及旅游业对寺院的经济支持。例如,寺院A有僧人说,“旅游能够让佛法的精神得到弘扬,也在一定程度上能够为寺庙带来更旺的香火”(A03),寺院C有僧人还提到旅游业的经济收益对文革后佛教活动场所恢复所做的贡献,指出由于当时国家经济条件比较紧张,游客的门票和香火成为当时很多宗教场所进行恢复和维修的重要资金来源。

尽管旅游业对佛教传播的促进作用得到了广泛的肯定,但大部分受访者都认为这种促进作用并不是自然就会发生的。实际上,他们认为,旅游业只是提供了一种可能性,而这种可能性要成为现实,则需要佛教界人士积极有为,抓住机遇,并做出适当的改变。例如,有僧人提及所在寺院方丈的观点时说,“我们方丈他有一个观点,寺庙是能够把游客变为香客的,是看你怎么去运作,这是一个很大的机遇”(A06),还有僧人说,“最主要的就是看师傅们和寺院如何把(旅游)这个很好的优势抓住,很多人要进来,无形当中,可以宣扬推广佛法,引导更多的人走进佛门,走近佛法”(B01)。在一些僧人看来,要抓住机遇,佛教就要进行一些外在形式上的改变,也就是“包装”,但其前提是不能改变佛教的

本质。“弘扬佛法方面,台湾走在世界前列,他们所采取的方式方法更适合现代的需要,也就是现在讲的包装,把佛法通过包装之后能够让这些现代的人更容易去接受”(D05),“古代的寺庙需要经过现代的重新打造,无论外在形式怎么改变,只要不损坏根本的宗教文化,有利于文化的传播,最终的目的都是发扬佛教文化,我认为还是可行可取的”(C03)。

通过以上分析可以看出,佛教和旅游业能够相辅相成、互相促进是因为它们在一定程度上表现出互利性,即佛教为旅游业提供资源基础,而旅游业的发展则改变佛教的传播条件,为当代佛教传播提供通道和潜在的信众基础,这对佛教的当代发展来说无疑是十分重要的。

3.2 旅游业与佛教之间的冲突和矛盾

虽然受访者普遍认为旅游业和佛教是相互促进的关系,但这并不意味着二者之间不存在矛盾和冲突。旅游业运营带有很强的商业化特征,经济效益是旅游作为一种产业的基本追求之一。即便是公共遗产类的旅游目的地,也会将健康的财务指标作为一项优先任务^[29]。而对当代佛教来说,虽然不完全排斥财富,但认为财富是“福报”的体现,讲究用守法和符合戒律的手段追求财富,而且,当代佛教更重视财富对修行的不利影响,以及对财富的使用和分配方式。这与以市场经济为基础的旅游商业化存在着本质上的差异,旅游业因此对佛教产生了一定程度的冲击。就访谈来看,冲击主要体现在4个方面:

首先,受访者谈及最多的是门票经济对佛教发展和传播的影响。“按照发改委的文件^①,凡是景区有宗教活动场所的,比如景区里面有佛教活动场所,(凭)佛教的皈依证可以免票,但是地方性的保护政策就不承认皈依证,执行上级中央的法律法规政策没有到位,没有落实,这样就伤害了宗教活动的一些利益,也就限制了寺庙的发展,对佛法传播和宗教活动不利”(A06),“对佛教来说,卖门票不是很好。不卖门票,不管是有钱没钱,信佛不信佛,寺庙是一个大家庭,每一个人都可以来,像回家一样,回家还要收门票吗?从佛教教义来看,没有门票最好。卖那么贵的门票属于绑架宗教环境,对当地的宗教市场伤害非常大”(D01)。

其次,由地方政府或开发商主导的过度商业化

^①指国家发改委2005年12月21日发布的《关于与宗教活动场所有关的游览参观点对宗教人士实行门票优惠问题的通知》

开发被认为有损佛教的形象。“现在很多寺院商业化比较严重,主要是做这个事的人没做好。如果让寺院来做,商业化不会这么重,因为佛教教义对僧人的要求是很严的。但游客不知道这些,以为是寺院贪心,在大家眼里(寺院)就是一个捞钱的地方,这个就损害了佛教的形象”(C02),“由于经济利益的驱使,一些尝到甜头的地方政府花重金打造现代佛教寺庙来获得更多的钱,这完全就违背了宗教的宗旨。再加上寺庙的粗制滥造和其他为了赚钱啥都不顾的行为,游客有意见,就认为是佛教的错。其实,这是地方政府和游客的矛盾,结果寺院来承担”(B03)。

第三,当前的一些旅游开发方式对佛教不尊重,甚至违反了佛教教义。“现在一些地方经济利益作祟,商人投资新建,通过一些运作,也取得了宗教活动场所登记证,也被认可了,跟宗教教义不太符合,也不符合国家的一些宗教法律政策的规定”(A09),“现在一些地方新修一些佛教景点,让佛像坐在外面,(这)不太恭敬。要让佛有一个庄重的地方,大家有一个朝拜的地方。这些东西呢,平时也不太好说,反正谁做了,谁就要受”(D02)。

另外,还有僧人谈到佛教旅游商业化会对部分寺院和信众的信仰产生影响。“佛教被动地在社会带动下,也有可能迷失方向,容易走上错误的路”(A07),“有些僧人看到游客多了,就热衷于给游客算命算卦,从中得利,这是正念缺失的表现”(B02)。

综上所述,可以看出,旅游业和佛教的矛盾和冲突总体上表现为旅游业的不当逐利行为和佛教自身发展传播之间的矛盾。在旅游业发展过程中,旅游开发方,尤其是地方政府,往往占据着强势地位,将寺院和佛教作为获取经济效益的工具,从而造成了宗教方面的不满。例如,有僧人说,“现在佛教受到了旅游的不好影响,管理混乱,没有按照国家相关宗教政策来办,好多寺院的开发完全是当地政府为了经济利益,寺院根本说不上话,只能退让”(C02),还有僧人在提到地方政府时甚至说,“很多地方政府、景区管理部门凌驾于佛教寺庙之上”(B02),“现在很多属地管理的就采取高压的政策,强迫寺庙跟景区签订不平等的条约”(A06),其不满情绪可见一斑。

4 结语

大多数现有宗教研究文献认识到,旅游所带来

的“世俗化”和宗教本身的“神圣性”之间往往存在着众多冲突,一些宗教对“神圣”和“世俗”的认识截然对立。而本研究得出的结果却有所不同。调查结果显示,佛教虽然承认二者之间的差别,但也认为二者是有联系的。特别是“人间佛教”的提出和实践,导致二者之间的联系更为紧密。正是佛教的这种特点,使之能够将游客及其旅游活动纳入佛教已有的认识体系中,导致僧人能够宽容地对待游客和游览现象:把游客视作与佛有缘之人,将世俗的游览活动看作为“心灵净化”之旅,也能够积极应对游览活动对修行的干扰,甚至将这种干扰也看作修行的组成部分。与此同时,僧人们还将佛教和旅游业之间的关系看作一种相互依赖、相互促进的关系。佛教为旅游业提供了资源,而旅游业能够促进佛教的传播,并在一定程度上能够为寺院提供资金支持。

然而,也应该看到,由于旅游经济的大力发展,寺院常常处在各种社会利益博弈的网络之中。一些开发商和部分地方政府部门将寺庙看作一种经济资源,更关注如何通过宗教旅游来谋取经济收益或推动地方发展,为此新建寺院甚至为寺院编造历史以使其获得“神圣”地位,结果造成宗教本身走向商业化和庸俗化。对旅游者来说,去寺院游览通常是基于佛教本身的精神内涵或寺院本身的文化和遗产价值,即寺院在宗教或文化上的“神圣性”,而商业化和庸俗化无疑会损害这种“神圣性”,也会损害佛教和寺院作为旅游吸引物的吸引力。这就使得寺院或僧侣处于一种尴尬的境地。一方面,寺院需要旅游业来扩大传播基础,也需要旅游经济来支付佛教传播的经济成本。另一方面,商业化和佛教慈悲济世、弘法利生的宗旨相违背,因为寺院为十方善信所共有,僧人也只是管理人员和宗教服务的提供者;更为严重的是,以佛教为名的商业活动,尤其是那些未经宗教管理部门登记和备案的所谓“寺院”和“僧侣”的敛财行为,严重损害了佛教、寺院和僧侣的权益和形象,造成部分公众对佛教和寺院的不信任,从而损害了佛教及其传播的信众基础,甚至对教职人员的宗教信念和稳定性带来了不良影响。

从本研究的调研结果来看,佛教人士对旅游业和佛教之间的矛盾和冲突有着比较清醒的认识,并将期望寄托在现有的部分法规和政策上。实际上,现有的法规和政策本身确实提供了一些解决冲突和矛盾的方案。例如,1994年和1996年国家多个

部、局相继下发了《关于制止滥建露天佛像的通知》、《关于制止乱建佛教寺观的通知》和《关于转发〈中央统战部、国务院宗教局关于制止乱建庙宇和露天佛像的意见〉的通知》，明确禁止乱建庙宇和露天佛像；2005年下发的《关于与宗教活动场所有关的游览参观点对宗教人士实行门票优惠问题的通知》，明确要求对宗教教职人员及工作人员，以及持有居士证和皈依证的信教群众进行免票；2012年10月由国家10个部、局联合发布的《关于处理涉及佛教寺庙、道教宫观管理有关问题的意见》中明确指出，要坚决制止乱建寺观和各种借教敛财行为，严禁党政部门参与或纵容、支持企业和个人投资经营或承包经营寺观；要求除经政府宗教事务部门依法登记的宗教活动场所外，其他场所一律不得组织、举行宗教活动，不得接受宗教性捐献；禁止假冒宗教教职人员进行宗教活动；严禁旅游企业、导游人员以任何名义和借口诱导游客和信教群众烧高香、抽签卜卦；等等。但问题是，这些规定往往是原则性的，留下较大的自由裁量空间。开发商和地方政府基于经济利益往往会忽视这些政策法规，而佛教（寺院）方的话语权和世俗权力有限，在冲突中往往处于弱势地位，导致这些政策和法规难以落实，造成商业利益对宗教利益的侵害，并有可能导致宗教方和旅游开发方之间产生矛盾和摩擦。例如，2009年西安法门寺发生的僧侣推倒开发商在寺院山门及主要出入通道修建的围墙并关闭山门事件，以及2014年发生的云南大理鸡足山寺院和昆明盘龙山盘龙寺因抗议借佛敛财而闭门谢客事件，就是这方面的代表性例子。因此，在调研中，佛教人士谈得更多的不是缺乏法规政策，而是强调要落实已有的法规和政策。

有鉴于此，从本研究的调查结果来看，要减少或缓和旅游业和佛教之间的矛盾，首先要对寺院的社会角色进行合理定位，即要明确寺院是什么，不是什么。要明白寺院虽然在很多时候可以作为旅游吸引物并产生经济效益，但寺院绝不是商业企业，而是宗教活动和宗教服务场所，是佛教历史文化承载和传播场所。这就要求通过细化相关的政策法规来保障宗教界人士和寺院方的地位，并限制旅游开发方的经济开发冲动，特别是要让地方政府明白除了政策法规所规定的管理职能外，并没有对寺院进行商业开发的权力。政策法规要具有可操作性，从而保证能够落实，必要时可以推动宗教立法^①。需要指出的是，由于很多著名寺院都处在风

景名胜区内，因此要明确旅游发展过程中寺院和世俗主体的地位和角色，建立宗教和世俗话语权在时间和空间上的分配体系，特别是对宗教人士所关心的宗教人士和信众免票问题，要严格落实政策，对宗教人士、信众和普通游客区别对待。

从调研情况来看，僧人对寺院的功能总体上是清晰的，即寺院是出家僧人的究竟解脱之所，是劝世化俗之地，是文化传承的载体。而僧侣则是寻求开悟之人，除自我修行外，还要“行菩萨道”，为众生提供精神服务。这是寺院和僧人的根本角色，是寺院和僧人的“应然状态”。但在现实中，一些寺院热衷于商业活动乃至成为商业主体，部分僧人热衷于替人算命和念经超度，收取钱财，偏离了寺院设立和僧人出家的根本旨趣。对此，佛教内部也有分歧，如有僧人从“人间佛教”的角度为此辩护，说佛教应该主动入世，以“正信正念正行面对商业化大潮”^[30]，还认为商业服务是中国佛教发展的大趋势^[31]。然而，更多的宗教人士对此表示担忧，意识到人间佛教的“随顺世间”并不是将佛教商业化，适应工商社会并不意味着宗教仪式和宗教服务就是商品，世俗化也不是庸俗化。若寺院逐利，则必然会成为各种利益的焦点，自然也就难免和世俗社会产生矛盾和冲突。关于现代社会寺院的经济来源这一焦点问题，部分教内人士也有清醒的认识，指出应该靠寺院的道风、靠僧人的修行来感召信众，使他们发供养心。“一个道风整肃、学风浓厚、戒行清净的寺院，根本用不着为钱发愁，钱会主动找上门来；相反，出家人如果离开了道风建设，离开了修行，离开了本分，去主动地求财，一方面会被人轻贱、看不起，另一方面，钱财也是不会来的，即使有，也是小财。”^[32]事实上，很多寺院现在已经降低了门票价格，甚至不收门票。以本文调研的寺院为例，寺院A和寺院D不收门票，寺院B和寺院C门票均在5元以下。

总而言之，佛教旅游既有神圣的一面，也有世俗的一面，二者共存于佛教旅游的发展实践中。这就要求通过相应的政策法规和协商机制来明确二者之间的界限和话语权，明确利益各方在宗教旅游中的功能和定位，从而让二者之间能够真正地相互促进，并有效地减少对立和冲突。

参考文献(References)

- [1] Rinschede G. Forms of religious tourism [J]. *Annals of Tourism Research*, 1992, 19(1): 51-67.

^①目前我国关于宗教方面的最高法律文件是2004年通过的国务院第426号令《宗教事务条例》。

- [2] Fleischer A. The tourist behind the pilgrim in the Holy Land [J]. *International Journal of Hospitality Management*, 2000, 19(2): 311-326.
- [3] Nolan M L, Nolan S. Religious sites as tourism attractions in Europe [J]. *Annals of Tourism Research*, 1992, 19(1): 68-78.
- [4] Turner V. The center out there: Pilgrim's goal [J]. *History of Religions*, 1983, 12(3): 191-230;
- [5] Zhang Guiqiao, Sun Haoran. The type, character and development of religious travel[J]. *Studies in World Religion*, 2008, (4): 135-138. [张桥贵, 孙浩然. 宗教旅游的类型、特点与开发[J]. 世界宗教研究, 2008, (4): 135-138.]
- [6] Smith V L. Introduction: The quest in guest [J]. *Annals of Tourism Research*, 1992, 19(1): 1-17.
- [7] Sharpley R, Sundaram P. Tourism: A sacred journey? The case of Ashram tourism, India [J]. *International Journal of Tourism Research*, 2005, 7(3): 161-171.
- [8] Bremer T S. *Blessed with Tourists: The Borderlands of Religion and Tourism in San Antonio*[M]. Chapel Hill and London: The University of North Carolina Press, 2004: 185.
- [9] Turner V, Turner E. *Image and Pilgrimage in Christian Culture* [M]. New York: Colombia University Press, 1978: 35.
- [10] Gupta V. Sustainable tourism: Learning from Indian religious traditions [J]. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 1999, 11(2-3): 91-95.
- [11] McCannell D. Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings [J]. *American Journal of Sociology*, 1973, 79(3): 489-503.
- [12] Allcock J B. Tourism as a sacred journey [J]. *LoisiretSociete*, 1988, 11(1): 33-48.
- [13] Graburn N H H. Tourism: The sacred journey [A]// Smith V L. *Host and Guest: The Anthropology of Tourism* [M]. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1989: 26.
- [14] Cohen E. *Contemporary Tourism: Diversity and Change* [M]. Wu Ning, et al. trans. Tianjing: Nankai University Press, 2007: 181. [埃里克·科恩. 旅游社会学纵论[M]. 巫宁, 等译. 天津: 南开大学出版社, 2007: 181.]
- [15] Joseph C A, Kavoori A P. Mediated resistance: Tourism and the hostcommunity [J]. *Annals of Tourism Research*, 2001, 28(4): 998-1009.
- [16] Millman R. Just pleasure: The churches look at tourism's impacts [J]. *Annals of Tourism Research*, 1988, 15(4): 555-574.
- [17] Yu Ruyi, Liang Liuke, Zhu Guoxing, et al. A perspective on religious cultural capitalization through the market listing of religioustourist attractions [J]. *Tourism Tribune*, 2014, 29(5): 51-57. [余汝艺, 梁留科, 朱国兴, 等. 从宗教景区上市透视宗教文化资本化[J]. 旅游学刊, 2014, 29(5): 51-57.]
- [18] Singh S. Secular pilgrimages and sacred tourism in the Indian Himalayas [J]. *GeoJournal*, 2005, 64(3), 215-223.
- [19] Huang Xiulin. Study on the commercialization of Chinese religion and culture in language travel [J]. *Studies in World Religion*, 2011, (1): 7-12. [黄秀琳. 旅游表述语境下的中国宗教文化商品化解析[J]. 世界宗教研究, 2011, (1): 7-12.]
- [20] Wong C, McIntosh A, Ryan C. Buddhism and tourism perception of the monastic community at Pu-Tuo-Shan, China [J]. *Annals of Tourism Research*, 2013, 40(2): 213-234.
- [21] Shackley M. *Managing Sacred Sites: Service Provision and Visitor Experience* [M]. London and New York: Continuum, 2001: 112.
- [22] Chen Weihua. Thinking on the development of tourism of Buddhism culture[J]. *Voice of Buddhism*, 2012, (11): 55-58. [陈卫华. 对佛教文化旅游事业发展的思考[J]. 法音, 2012, (11): 55-58.]
- [23] Zhang Wenbiao. The economic elements in the development of Buddhism in Taiwan[J]. *Studies in World Religion*, 2004, (4): 60-68. [张文彪. 台湾佛教发展中的经济因素[J]. 世界宗教研究, 2004, (4): 60-68.]
- [24] He Mianshan. The absorption of funds on contemporary Taiwan Buddhism[J]. *Studies in World Religion*, 2006, (4): 25-39. [何绵山. 试论当代台湾佛教界对资金的吸纳[J]. 世界宗教研究, 2006, (4): 25-39.]
- [25] Zhou Limi. New Buddhism Movement, tourism economy and nonprofit sectors: A review of the relationship between contemporary Taiwan Buddhism and society[J]. *Journal of Henan Normal University: Philosophy and Social Sciences Edition*, 2004, 34(5): 103-106. [周利敏. “新佛教运动”、旅游经济与非营利部门——当代台湾佛教与社会关系研究述评[J]. 河南师范大学学报: 哲学社会科学版, 2004, 34(5): 103-106.]
- [26] Lu Tianling, Gan Lu. The spatial transformation and management of Buddhist temple architectural functions under Tourism development [J]. *Human Geography*, 2009, 24(1): 53-57. [卢天玲, 甘露. 神圣与世俗: 旅游背景下佛教寺院建筑功能及其空间转化与管理[J]. 人文地理, 2009, 24(1): 53-57.]
- [27] Li Li'an. Transcendence of Buddhism and temporal Buddhism [J]. *Philosophical Researches*, 2005, (7): 60-67. [李利安. 佛教的超人间性与人间佛教[J]. 哲学研究, 2005, (7): 60-67.]
- [28] Marshall C, Rossman G B. *Designing Qualitative Research (the 4th Edition)*[M]. Thousand Oaks, CA: Sage, 2006: 51-74.
- [29] Garrod B, Fyall A. Heritage tourism: A question of definition [J]. *Annals of Tourism Research*, 1996, 23(2): 376-397.
- [30] Xiao Huanhuan. Controversial Shi Yongxin: Shaolin Temple never launched[N]. *Guangzhou Daily*, 2010-12-10(A10). [肖欢欢. 争议释永信: “少林寺永不上市”[N]. 广州日报, 2010-12-10(A10).]
- [31] Shi Yu. Shi Yongxin's business story of Shaolin Temple[EB/OL]. <http://finance.sina.com.cn>, 2006-03-23. [石玉. 释永信说法少林寺商业故事[EB/OL]. <http://finance.sina.com.cn>, 2006-03-23.]
- [32] Editor of *Zen*. Editor's note[J]. *Zen*, 2009, (3): 95-96. [《禅》编辑部. 编者小语[J]. 禅, 2009, (3): 95-96.]

Visitors, Sightseeing and Tourism: A Buddhist Perspective

GAN Lu, CHEN Na, LIU Lijun, LIU Shaolin

(College of Tourism, Sichuan University, Chengdu 610064, China)

Abstract: Religious tourism in China is dominated by tourism related to Buddhism, yet there is little research on the relationship between Buddhism and tourism. Buddhists are the key stakeholders in such tourism; however, their viewpoint is rarely mentioned. This paper gained valuable insights of the Buddhist perspective, from interviews with monks and nuns in four Chengdu City temples in China's Sichuan Province.

The interviews reveal that Buddhists are not opposed to visitors and sightseeing. They re-interpret visitors and their activities according to Buddhist philosophy. This interpretation considers that there are two types of transition from the secular to the sacred: 1) the transition of the visitors' identity and sightseeing activity. Buddhist practitioners regard the ordinary visitors as those who encounter Buddhism, and ordinary sightseeing as the purification of the soul; and 2) the transition of the work relating to receiving visitors. This work is part of Buddhist socialization, and is regarded as an important part of the Buddhist practice; hence tourism is considered as helpful to the Buddhist practice.

Unfortunately, visitors can interfere with the practitioners' daily lives. The interviewed monks and nuns mentioned a variety of antisocial behavior by visitors, including disrespect toward Buddhism and, particularly, interference with their practice environment. However, the monks and nuns deal with such behavior in a positive way. Some separate their own spiritual practice from the visitors' interference, and consider that their own spiritual practice to be a personal thing. Some regard the interference by visitors as an opportunity to promote their own spiritual practice, and consider that the interference helps them to practice patience. Buddhism requires the combination of personal practice achievements with a responsibility to all creatures. This philosophy diminishes the conflicts between tourism activities and Buddhist practice to a certain extent.

The majority of the monks and nuns who were interviewed believe that Buddhism and tourism have a mutually beneficial relationship. Buddhism can help to promote and develop religious tourism because it meets the visitors' spiritual needs, and because of its many tourism resources: historic and cultural temples, and a deep and unique religious culture. Correspondingly, tourism development can help to promote the spread of Buddhism, and provides financial support to Buddhist temples. However, the interviewees think that the promotion of Buddhism through tourism will not occur naturally: Buddhist practitioners must identify the relevant opportunities and make the appropriate changes by themselves.

The negative influences of tourism on Buddhism were widely mentioned in the interviews. First, the price of entry prevents some people from entering the temples to receive the teachings of Buddha. Second, the excessive commercial development that is dominated by the local government or by developers damages the image of Buddhism. Third, some tourism development does not respect Buddhism, and even acts against the Buddhist doctrine. Finally, the commercial aspect of tourism can shake the religious belief of some Buddhists. Overall, the main conflict between Buddhism and tourism is financial profiteering. Some regulations and policies exist in relation to such profiteering; however most have not been implemented. There needs to be clear communication between the main stakeholders involved in developing Buddhist tourism: the tourism developers and the Buddhist practitioners. The functions of all of the relevant parties should be made clear, to reduce conflicts and to develop a mutually beneficial relationship.

Keywords: Buddhism; Buddhists; visitors; tourism

[责任编辑:魏云洁;责任校对:吴巧红]