

● 宗教也商业化 郑庭河

最近比较少到市集上去，所以不晓得街边托钵讨钱的假和尚到底有没有减少了。不过，最近大马佛总促请公众关注的某些人士或集团收购寺庙牟利的现象，倒又是一出相似的事态。

“不法之徒”登报收购寺院庵堂，而且还打算聘用“僧尼”负责管理，大刺刺如开连锁店那般。如此新闻，自然有点“惊暴”，但事实上却又极忠实的反映了人们一直以来都忽略的真相。

在资本主义逐渐垄断人们的社会生活和精神世界的今天，商业化已是一股席卷各方各界的洪流。比如教育，从幼儿园到大专，如今甚至连硕士、博士学位的考取，都已有越来越商业化的趋向。至于医疗服务、公共设施，以及一些民生服务的商业化则早已是“即成事实”了。

在如此的大环境之下，宗教要幸免于商业化的冲击，恐怕也不易。事实上，虽很少听人提及，但宗教商业化的现象，可能已接近泛滥成灾了。宗教和教育一样，虽说本质上不应该是一种“服务”，但在现实的运作上却的确是因应人们的需求而生的。在为了满足这种需求的当儿，若主事者缺乏自觉自省，因利益主导之下，渐渐地就有可能沦为一种商业性质的服务。

宗教商业化的现象可说是包罗万象，小至摆摊售卖宗教信物，大至举办万头钻动的大法会，只要是以牟利为主的（若为公利或基本维持费而募捐筹款则不算）都可算是。此外，也有许多情况是牟利与济世混淆不清的，一方面赚取一些利益，但同时

也不忘助人一把。或许最贴切的形容是：在不同的动机、心态、处境及条件之下，宗教商业化的现象呈现出了不同的程度、层次及面貌。

在我国华社中，种种的民间信仰最容易出现商业化的现象。这其实与一般民间信仰的缺乏精深价值体系，容易沦为纯粹的祈求活动，以及零散自主的组织型态有关。在缺乏权威的价值观引领及有效的组织控导之下，民间信仰的个别道场及主事者遂容易被资本主义的功利意识所感染，把传统的宗教行为与商业行为结合起来。

因此，若拜访些寺庙，我们往往会感受到一股浓厚的商业味道。从主事者的管理方法，道场的经营模式，以至个中的摆设、所提供的服务等，都带有企业的色彩。也许这亦是我国华社向来以商人为文化主导者的自然成果之一。

旅游业是现代商业的重点项目，有趣的是：我国许多比较有规模的华人寺庙如今也非常灵活地借自身的有利条件搞起旅游业来。造访这类寺庙，除了膜拜神灵之外，也可以观赏种种“巧夺天工”的建筑、雕塑、壁画，享受宜人的园林风景，乃至欣赏偶尔呈献的文化表演。更妙的是，一些寺庙还设有商场，所以访者还可以顺便“去”血拼’一番。

宗教组织搞商业，可能是纯粹牟利，可能是半牟利，可能是“业馀”性质，可能是求生本能(因为缺乏官方资助)，事实上是一个挺复杂的现象，值得好好研究一番，以发现个中的文化、经济，甚至政治意涵。无论如何，作为一个教理博大精深，有着辉煌文化传统的佛教，对于某些方面神佛不分、庙祝和尚一并看待的商业化行径，确是有必要采取一些行动加以澄清或防患的。

09/02/2003 《星洲日报》