

# 第三届世界佛教论坛会

## 佛教弘法的现代模式探讨

佛门常言，“弘法为家务，利生为事业。”“弘法利生”因而成为佛家的口头禅。这从某一个侧面说明佛教对弘法的重视。然而，我们也必须清楚地意识到，当今佛教界弘法的效果并不尽如人意。佛教界的有识之士已意识到问题的严重性，举办各种形式的研讨会探讨这一问题。在大陆，2008年9月24日，山西省晋城市回波禅寺举办“廿一世纪如何弘法研讨会”；2009年6月16日，深圳弘法寺与《香港商报》联合举办“弘法缘”研讨会。在海外，2007年12月10日，澳洲墨尔本南天寺举行“英文弘法研讨会”；2007年12月16日至17日，新加坡毗卢寺举办“新世纪佛教弘法研讨大会”；2011年3月10日，越南佛教会在平阳省鹅斗（Go Dau）举办“全国弘法研讨会”。

然而，与佛教界其它专题的研讨会相比较，弘法研讨会次数少，规模小，影响也不太大。我对《中国期刊全文数据库》进行搜索，尚未发现一篇论文对“佛教弘法的现代模式”进行探讨。第三届世界佛教论坛将该主题列入分论坛研讨，非常及时，意义深远。本文将从弘法手段入手，重点探讨如下几个问题：对佛教弘法的现代模式的探讨，是否意味着所有古代弘法模式已过时？古代行之有效的弘法模式是否值得今人借鉴？如何借鉴古代成功的弘法模式，为建立现代弘法模式服务？

### 1. 走入人群，随机施教

据《众许摩诃帝经》记载，佛陀菩提树下悟道，初度五比丘，标志着佛陀弘法之始；佛陀培训出六十位大阿罗汉后，对他们说，“我从无量劫来勤行精进，乃于今日得成正觉，正为一切众生解诸系缚，汝等今日悉于我处得闻正法，漏尽解脱，三明、六通皆已具足，天上、人间离其系缚，可与众生为最福田，宜行慈愍随缘利乐。”巴利《相应部》说明每一位弟子都是沿不同的路线云游，以便最大限度地弘法利生。这标志着佛陀的弟子弘法之始。

在此后的四十五年的弘法生涯中，佛陀和弟子们过着日中一食、树下一宿居无定处的游化生活。各部律本都有记载，在频婆娑罗王的建议下，佛陀要求弟子们每年雨季必须结夏安居三个月，以便专注精进用功，自我提升。然而，安居一结束，除去病、老比丘/比丘尼外，其余所有人都必须恢复云游的生活。佛陀也不例外，安居结束后，即使有人挽留，佛陀仍然坚持恢复游化的生活。因此三藏中记载了佛陀有时独自一人，有时带着阿难陀或其它弟子们游化于恒河流域。白天渡化有缘人，晚上住在陶工的茅棚里、园林、森林，或者公共聚会处。

也许有人会问，佛陀为什么如此强调游化？原因之一是，佛陀在云游过程中，走入人群，无数苦难众生才有机会向他请教。佛陀如同世间良医，针对众生不同的烦恼，对症下药，随机说法，引导人们步入正确的人生之路。

“走入人群，随机施教”，成为历代大德所遵循的最重要的教育原则。六祖惠能临终时嘱咐弟子以三十六对法说法度众生，“若有人问汝义，问有将无对，问无将有对，问凡以圣对，问圣以凡对；二道相因，生中道义。”三十六对法的核心是说无定说，对机而说。惠能的弟子深得其精髓，针对每一个人特有的问题，依据其根基、成长环境、教育水平和具体情境，个别开导，逐渐形成各自的家风：“示言句”、“逞机锋”、“解公案”、“参话头”、“德山棒”、“临济喝”、“云门饼”、“赵州茶”、“慈明骂”等。所有这一切都体现了禅宗随机施教的独特教育风格。

人类社会从远古一路走来，进入近现代的时候，发生了巨大的变化。美国科学家米歇尔·科兹曼对此有如下描述：“19世纪是铁路时代，20世纪是高速公路时代，21世纪将是宽带网络时代。”由于网络传播的快速便捷、运用自如、超越时空及信息量无比巨大等鲜明特点，互联网正在从“第四媒体”逐步上升为中国乃至世界第一大传播媒体，正以前所未有的规模和速度改变着人的生活状态和沟通传播方式。佛教界在九十年前后，紧跟信息科技发展的步伐，建立各自的网站，运用大众媒体，弘扬佛法。

大众媒体的弘法特点是：弘法者无须云游，足不出户，一人在室内弘法，通过大批复制，全世界的人都可同时“看”到、“听”到弘法的内容。网络帮助弘法者实现了“不动道场，周遍十方”的梦想，体会到“十方三世诸佛，广长舌相，遍覆三千大千世界”的壮观场境。

这种“单对多”的大众媒体传播模式，也有一个致命的弱点，即完全相同的内容到达所有接受者。换言之，弘法的内容不能针对接受者的需求和兴趣而个性化，与佛陀应机施教的弘法原则尚有一定的距离。

正当佛教界仍在热衷于大众媒体弘扬佛法时，在飞速发展的信息技术推动下的传媒、电信、互联网三大产业正从分立走向融合，一个崭新繁荣的第五媒体时代正稍稍向我们走来，它以数字化、多媒体、实时性和交互性传递新闻信息等独特优势挑战传统媒体，人类社会再一次经历有史以来划时代的产业革命。新媒体的传播特点就是人际媒体和大众媒体的互补融合，是对大众提供个性化内容的媒体，实现了“单对单”传播模式，交流内容可针对参与者的需求和兴趣而个性化。这与佛陀对机施教的理念不谋而合。

鉴于以上分析，新媒体为当今弘法者对机施教提供了前所未有的契机。弘法者应充分利用新媒体的优势，将弘法内容细化，针对抑郁患者、绝症患者，自杀倾向患者、心灵空虚者、工作压力大者等各自的问题，对症下药，弘法利生，将佛法的智慧和慈悲精神传输到各种人群、每个领域，这应是我们这个时代弘法的新模式。

## 2. 深入浅出，以事喻经

《金刚经》说，“须菩提！汝勿谓如来作是念：‘我当有所说法’。莫作是念！何以故？若人言‘如来有所说法’，即为谤佛，不能解我所说故。须菩提！说法者，无法可说，是名说法。”

佛陀的这番肺腑之言，道出了一个真理：语言文字只能表达时间、空间和缘起法范围的事物，而宇宙人生真相（例如中道实相、涅槃等）早已超出时间、空间和缘起定律的限制，根本无法用语言文字来表达。就像在鱼的词汇里是没有形容陆地的字眼一样。乌龟对他的朋友鱼说，“我刚从陆地上散步回来。”鱼说：“当然，你的意思是说游泳了。”无论乌龟如何解释，鱼都无法明白在陆地上“走”的真实含意。同样，五蕴、十二处、十八界、十二因缘和四谛等法，用语言文字讲解时仅仅是一种理论，并非放之四海而皆准的真理本身。正如《菩萨瓔珞本业经》说，宇宙人生的真相是“言语道断，心行处灭。”如果有人把佛陀所讲的法当成是宇宙人生的真相，当然是在谤佛！

佛陀菩提树下悟证的心法，是言语道断，心行处灭。正因为如此，佛陀悟道后，意欲默然，不为世间说法。在梵天、帝释的再三请求下，佛陀根据众生的根性，开始用语言这一工具，权巧方便，“以无数方便种种因缘譬喻言辞演说诸法。”

佛陀弘法时，并非总是讲说一些深高莫测的大道理，而是常以深入浅出的故事启发大众，使人们了知佛法的精要。这些故事在佛经中随处可见，并占有很大的比重。这可从佛教经典的分类得到证明。后人在整理佛典时，按佛陀说法的方式、文体及内容之不同，分为十二类，即一般所谓的“十二分教”，而其中就有两类——“本生”与“譬喻”含摄佛陀所讲的故事，前者记录佛陀本人无始劫以来积德行善苦修的故事，而后者专门记录佛弟子前生的故事。巴利藏《小部》的《本生经》和《所行藏经》与汉译佛典中《六度集经》、《菩萨本生鬘论》、《贤愚经》、《杂宝藏经》和《百喻经》等叙述上千个佛本生故事，而巴利《小部》中《譬喻经》也以韵文形式叙述将近六百则佛弟子前生的故事。更有趣的是，即使是在大乘经典中，佛陀也常常以讲故事的形式启发人们了知真空妙有的中道实相之理，最著名的有《法华》七喻。

历代的祖师大德们，效佛所行，大力推动通俗弘化事业。依据吕澄《印度佛学源流略讲》，早在公元二、三世纪，活跃于印度北部罽宾一带经部的前驱者譬喻师们，在重视内修禅观的同时，时常引用“本生”故事来教化众生。以譬喻师鸠摩罗多（童受）为例，他写了《喻鬘论》和《痴鬘论》（即《百喻经》）等著作，以故事的方式来解释道理，“以事喻经”，是印度大德们弘法的重要手段。

中国的禅师们，更是发扬光大了先圣们灵活多变的弘法方法，逞机锋，解公案，参话头，启发学人，建立起通俗弘化的机制，为后人留下近三万个禅宗公案，成为人类珍贵的文化遗产，禅法大兴于天下。

今天，我们有幸生于科技发达时代，理应效佛所行，充分利用网络、多元媒体、电影、电视、话剧、流行文学、杂志、漫画、报纸等当今社会人们喜闻乐见的方法，深入浅出地弘扬佛法。譬如说，我们可以利用多元媒体将某些佛经故事制作成电影、游戏，使人们在轻松、愉快的气氛下不知不觉地接受佛法的熏陶。自古以来，佛教艺术与佛教音乐便是弘法的重要手段。讲解佛法时，配上精彩生动的图片、照片，图文并茂，犹如敦煌石窟再现，令人有意想不到的收获；高科技也可将原本只有出家人念诵的经咒转换成现代人喜闻乐见的歌曲，空灵圣洁音声弘法，震撼人心。以美国万佛城恒实法师为例，他于2009年11月6日，在北京大学秋林讲堂用心爱的木吉他，以酷似约翰·丹佛的嗓音现场弹唱了一首赞颂观世音菩萨的歌曲《她度我》（She Carry Me），震撼全场。一行禅师的弟子也常以音乐的手段来弘法，使得一行禅师的教法风靡全球。

综上所述，佛教的根本问题，不是一个理论的问题，而是一个实践的问题。弘法仅仅是一种手段，其真正的目的是引导人领悟佛法的精髓，了知宇宙人生的真相。这才是弘法的目的。诸佛菩萨、历代祖师大德行之有效的弘法模式，是佛教珍贵的财宝，值得今人借鉴。走入人群，针对当今人的问题，对症下药；充分利用高科技成果，运用人们喜闻乐见的方式，随机施教，应是我们这个时代的弘法模式。

2012年4月25日