



云想衣裳花想容

——八论五台山需要包装

康立群

(河北省社科院法学所, 河北 石家庄 050051)

摘要 通过考察研究,深化了对五台山文化的认识,提出“崇尚佛教,首尊文殊”系清朝的一项基本国策的观点,并论述了“包装”的意义。提出五台山的规划开发应走主题公园的路子,要在文化软包装上下功夫。

关键词 国策;主题公园;软包装

中图分类号 G114 **文献标识码** A **文章编号** 1000-6176(2009)01-0046-05

文化是景区的灵魂。景区的魅力取决于文化的展示。文化的展示有赖于载体的包装。

五台山的主体文化是佛教文化,核心是文殊信仰。悠久的历史,阔大的地域,还造就了与之相关联的皇家文化、民俗文化、节庆文化、山水文化等系列亚文化。千年的修炼,高贵的灵魂,历代的尊崇,宏丽的包装,奠定了举世闻名的黄金品牌、圣地形象。五台山犹如一座积淀深厚、品位高雅而又取之不尽的文化宝藏。在旅游市场激烈竞争、景区强烈需要文化支撑的今天,变换角度,拓宽视野,以创新思维去进行探索、研究,具有迫切的现实意义。笔者现将最近考察学习所得汇整如下:

一、“崇尚佛教,首尊文殊”,
是清朝的一项基本国策。

佛教,作为一种文化,一种宗教,一种哲学,在塑造中华民族的灵魂和性格上产生了巨

大的影响,对于中国的政治、经济、思想、社会风俗的渗透和浸润更是不可估量,一个民族的复兴必然伴随着文化的复兴。当我们冲破“左”的束缚,用现代理性的目光审视包括佛教的传统文化时,一种新的意境出现在眼前,发现经典离我们并不遥远。五台山研究会副会长兼秘书长崔正森先生,前不久在《略论五台山文化及其核心》^[2]一文中,对文殊菩萨的思想精华——般若,作了既深刻又通俗易懂的阐发,是一次有益尝试。同时,一批角度新颖、贴近现实的论著在《五台山研究》相继发表。相信用不了多久,佛经也会走上“百家讲坛”。

最近,笔者对北京北海公园内永安寺作了一次实地考察,对“文殊信仰”有了更深体悟。始建于清顺治八年(1651)的永安寺位于皇城内苑北海中的琼华岛上,山裹寺,寺包山,山寺一体,景致殊胜,系规格最高的皇家喇嘛寺院。

收稿日期:2008-09-15

作者简介:康立群(1945-),男,河北省平山县人,河北省社会科学院研究员,主要从事法律思想史、旅游心理学、五台山文化等研究。



主殿法轮殿供奉释迦牟尼,两侧为八大菩萨,文殊位列首席。岛东侧半月形平台上的智珠殿专供大智文殊。白塔脚下位置最高的殿堂名善因殿,覆有上圆下方双层歇山式屋顶。此种特殊形制,在故宫太和殿丹墀之上,两侧各有一桌面大小的微缩形建筑,它象征天地宇宙、江山社稷。殿内正中供一尊文殊忿怒化身——大威德金刚,被尊奉为大清帝国的最高保护神。立于殿前放眼下望,但见碧波荡漾太液池,玉带飞虹金海桥,笔者不由联想到乾隆皇帝六上五台山时所作诗中的两句:“大士如如据莲座,金容永永镇华垓。”公园北岸寺庙群实际是永安寺的延伸,主殿为五智之一的大圆镜智宝殿,供有文殊,著名的九龙壁即其影壁。岸边建有敞式五亭,绿荫遮蔽,清风穿越,智者乐水,心旷神怡,故号五智亭(即人们俗称的五龙亭)。如此看来,若称永安寺为文殊寺毫不为过。藏式大白塔高高耸立(为老北京最高点),象征着佛教至高无上的地位。它代表的不仅是一种宗教信仰,更是一种治国理念。

北海公园东侧即景山公园。明朝时为一大土丘,因堆放宫中所用煤炭,故俗称煤山。至清初顺治年间,将此大土丘一分为五,形成今日五峰连绵的格局,取名“景山”。乾隆年间,于其上建五亭,内供佛像(今已不存)。法号“痴道人”顺治皇帝大行之后,遵其遗嘱,即于此火化梓宫并做法事,以骨灰入葬孝陵。此后,景山成为清代帝后停灵之所,又建寿皇殿,供奉皇室祖先之影像。史料载,世祖生前喜参禅悟道,尤倾心五台山,甚至萌生弃帝位出家之念头,曾委僧人前往预作准备。民间则传说出家是实,今五台山清凉寺、镇海寺、上善财洞等处仍留有遗迹。笔者认为,顺治皇帝一生虽未能亲去五台,但其虔诚仰慕之情至死不变。为了了此情、圆此梦,其将宫墙后大土丘仿五台之状分为五峰,并囑于此火化,也算是魂归五台吧。古汉语中,

“景”、“影”同义,取名景山,寓意昭然。尔后五丘之下成为停灵、供像处所,对于崇佛的清皇室来说,五峰所寄托的含义是不言而喻的。

清廷热衷于为文殊菩萨修庙建寺之例尚多,如乾隆皇帝仿五台山殊像寺内菩萨瑞相,在北京香山建宝相寺,后又在承德避暑山庄附近仿宝相寺之制建殊像寺,将寺前之水命名狮子河,左侧山谷命名狮子沟。乾隆帝创立的满族喇嘛寺院中,最大的一座是建于香山的宝谛寺,其形制系仿五台山菩萨顶,供文殊真容。

藏传佛教亦称黄教,为蒙藏等民族所共同信仰。文殊菩萨为大乘空宗奠基者、密宗祖师之一,系奉如来法旨将大法东移神州的象征性代表人物,且传说黄教创始人宗喀巴及清代皇帝均为其化身,故特别受信徒尊崇。清廷以崇信黄教为维系民族团结的“柔远之道”,诚如康熙皇帝所言,“我朝施恩于喀尔喀,使之防备于朔方,较长城为尤坚固也”。乾隆帝则讲得更清楚,“盖中外黄教总司以此二人(指达赖、班禅),各部蒙古一心归之,兴黄教即所以安众蒙古”。

清朝是唯一不修长城的朝代,佛教文化尤其是文殊信仰,对这个疆域辽阔的多民族国家的形成与巩固发挥了重要作用,这种作用至今仍在延续。清朝前几位皇帝多次登临五台山,正是体现上述兴黄教即安众蒙古的政策。

其“崇尚佛教,首尊文殊”被定为一项基本国策,还有着更深更广的用意。历代统治者奉行的儒家学说中,严格的“华夷之辨”使满清统治者被视为“非我族类”,康雍乾三朝绵延百年的“文字狱”就是真实写照。因此,需要抬高另一种学说与之抗衡,既淡化儒学的“独尊”地位,又能破解其狭隘局限之病,争取广大汉族士子的认同,使其统治地位正统化、合法化。在这长期艰巨的“正心”过程中,佛教倡导的众生平等观念,特别是文殊菩萨所代表的整套般若



学说,发挥了无可替代的作用。康熙皇帝在《御制南台普济寺碑》中讲到,“佛氏之教,息心净业,以独善其身。而文殊所愿,在饶益众生。布施以广仁义,持戒以守信,忍辱以持谦,精进以施敬,禅定以守静,智慧以通理”。然而儒学的主流地位毕竟不可动摇,故自号“圆明居士”的雍正皇帝在《御选语录》卷12《上谕附录》中指出,“但于日月星之本同一光处,喻三教之异用同体可也”。三教同源既无异教之说,满汉同根又何来异族之见?“使天下后世,真实究竟性理之人,屏去畛域,广大识见。朕实有厚望焉”。雍正帝可谓用心良苦矣。乾隆皇帝承继父祖遗志曾说:“朕以圣王之法治天下,而于法王之法蚤承先训,深契净因,故推演至义,为大众津筏。”他在游五台的许多诗中也表达了此类思想。如:“清凉名独占,分别不生心”、“梵宗儒理本无二”等等。嘉庆皇帝在咏东台诗中也点明“佛法王道,原无异同”。在17、18世纪国内国际空前大变革、大动荡的复杂形势下,满清以一个少数民族对中国实行了260多年统治,且创下封建时代“康乾盛世”之辉煌。这是一笔庞大的遗产,有太多的地方值得后人思索。

二、非常的文化需要非常的包装

一天,李白正陪唐明皇在兴庆宫内沉香亭饮酒,只见杨玉环分花拂柳,从小径款款而来。大诗人的视觉受到强烈冲击,挥笔写下流传千古的《清平调》(三首),头一句就是:“云想衣裳花想容”,道出了纵使天生丽质也需美景美服烘托、包装的道理。

佛教作为传统文化的一部分,即使在今天,仍然具有劝人向善、自我约束、关爱生态、净化心灵的作用,尤其文殊信仰中崇尚理智、追求创新的精神,在指导、调节人类思维层面和营造文明祥和的人际关系方面,有着重要而独到的作用。正因如此,佛教文化历来是旅游资源中吸引客源的“大户”,各地景区不惜花大

力、投巨资进行打造包装。浙江宁波市为弘扬佛教文化,规划以天童禅寺为中心,整治美化周围环境,建设“东南佛国”。无锡太湖早已是著名旅游胜地,前几年又开发了灵山景区,建成一座88米高的东方大佛,并有整套的配置设施和多种相关活动项目。如设计新颖的动态雕塑、九龙灌浴、五智门,别出心裁的洗心降魔处、握佛手、抱佛脚等十大景观。最奇的例子是福建三明市金湖风景区。该景区原本是一处自然山水,通过对河流两岸山峰、巨石的细致考察和精心包装,再现了天然逼真的众多佛教人物造像,如弥勒、如来、观音、罗汉等等,被称为“水上天然佛世界”。另外,还有的通过大型专项活动来造势,如“重走唐僧西行路”中外文化交流活动、扶风法门寺所供佛舍利巡展,承德普宁寺每年两次的无遮大法会等等。

五台山的佛教文化资源是千年修成的“正果”,全山化现,得天独厚,举世无双。今日五台山,从全山格局、寺庙分布、环境营造,到殿堂设置、塑像壁画、匾联碑刻,再到遗迹传说、音乐舞蹈、法事活动等,都是历代僧众打造的文化载体,以此再现人间“文殊净土”,这其实就是传统形式的包装。其中尤以“五方文殊”的构想独具匠心,最富特色。始自隋文帝,“下诏五顶,各置寺一所,设文殊像”,分别为“聪明”、“智慧”、“狮子”、“无垢”、“孺童”,表示五佛五智。清乾隆年间,为方便朝台,又仿各台顶文殊造像集中供奉于黛螺顶。其他还有带箭文殊、甘露文殊、老文殊、金刚文殊等造像。先人在开发建设中,充分发挥了想象力、创造力,并始终以围绕佛教文化、突出文殊形象为主旨。毫无疑问,这一点也应成为今天规划、开发五台山的指导思想。

在本刊编辑部的热心鼓励指导下,笔者近年发表了几篇关于五台山旅游和景区规划方面的文章,每篇题目之下都冠以副标题“论五



台山需要包装”。如此强调“包装”实是有感于在现代化大潮中,旅游景区尤其是以传统文化为主体的景区,更是面临着空前的挑战和激烈竞争。我国成规模的真正意义上的旅游业是从改革开放后才出现的,仅有30年历史。在这之前,各地的旅游资源大多处于原生的自然状态。比如寺庙自古以来只是僧尼打坐参禅之地,不具备现代旅游的功能,在初期的观赏型阶段尚可应付,若想适应市场变化,跟上时代节拍,与时俱进,就必须推出创新型的包装。

何为“包装”呢?简单来讲,对人和事物原始形态的任何附加成分均可称为包装。因此,可以说没有包装就不会有一个不断变幻的五彩缤纷的世界。包装是否成功,取决于对人和事物的深刻理解,还要符合所处时代的审美时尚。在知识经济时代,包装已成为一门学科,更注重对客体文化内涵的挖掘和艺术化、个性化的表现,力图在更深层次上把握人和事物的本质,并寻找与时代精神的契合点。这种“附加”已与客体相融,成为其有机组成部分。每一次包装都是一次认识的飞跃,都是对人和事物本来面目的一次接近,都是对其价值的一次重估。

五台山寺院的规模、格局是一代又一代人根据自己所处时代的理念,历经漫长岁月打造而成的。从现代旅游的角度看,寺庙虽多,但彼此之间不具有内在关联的有机链接。所以,多年来,旅行社在线路的深度设计、开发方面功效不彰,推出的线路基本上是老一套,即固定的几大寺庙,有的加上几段不着边际的所谓传说,再到某个“灵验”之处匆匆烧一把香,行程就算结束了。参观方式的单一和寺庙布局雷同,使游人容易视觉麻木、感觉单调。总之,佛教景观多年一贯的老面孔,制约着佛教旅游业的持续发展。近几年,不断有寺庙重修或增建、扩建,但仍沿袭以往模式,上述问题未获解决。我们往往满足于五台山颇高的知名度,但从一定

意义上讲,它更多是一个地名品牌、宗教品牌。如何发挥地名优势和圣地优势,向旅游品牌转化,就需要在资源提炼、整合、包装上做文章。

如何以时代精神再塑景区形象,主题公园的设计构思可供我们借鉴。修建主题公园,是近些年来旅游开发的一大趋势。如北京世界公园、西安黄土民俗村、昆明民族风情园、长春世界雕塑园、杭州宋城、圆明园遗址公园、河北邯郸成语故事苑、吴桥杂技大世界、上海崇明生态岛主题公园、山西临汾尧庙等等。主题公园通常由六大要素构成:

- 1、人文景观是核心,是公园的主题。可迁建仿建或重新设计。
- 2、山水园林。
- 3、定时举办民俗、节庆活动,演出专门量身订做的文艺节目,如杭州宋城的大型歌舞《宋城千古情》、武汉东湖楚天阁的楚乐演奏。
- 4、开展游人可广泛参与的趣味互动项目。
- 5、标志性的图案或建筑。
- 6、完备的服务设施。

由于主题公园能在有限空间内合理配置旅游资源,并可在传统之中揉入现代元素,做到全景式的典型展示,符合当今快节奏、重体验的旅游潮流,又能缩短路途耗时、节省费用,故受到游人特别是年轻人和女性游客的青睐。主题公园是一种新型文化包装。笔者设计的“般若苑”就是游一园知全山的主题公园,它除了上述优越性外,还有着保护景区资源和环境的作用。般若苑的核心是设计富有时代精神的“五方文殊”造像,与此配合,还须设计一款五台山形象标志,使游人对景区文化特质一目了然。笔者在《六论五台山需要包装》一文中对景区形象标志有专门论述,且设计了初稿,可参阅。建议景区或旅游部门向社会征求设计方案,进行筛选。可以说,如果能让每一位游人在离开景区时,脑海中都有一张生动鲜活的画面



和一款过目不忘的标志图案 就是一大成功。

“借景”是扩展主题公园空间 烘托主题文化的重要手段。自古以来 在信众眼中 全山一草一木、一土一石 皆文殊化现。《佛祖历代通载》卷7说 五台山“头出星辰 尾摇日月 方圆五百里 皆属圣基 乃文殊化身也”。故唐时日本圆仁大师率弟子朝拜五台山 远远望见“清凉峰峦文殊圣域” 便“伏地遥礼 不觉雨泪”。宋代日僧成寻不顾隆冬风雪 跋涉近一个月 “始见东台顶 感泪先落”。从这个意义上说 五台山“借景”的资源俯仰皆是 多不胜数。例如1996年崔正森和李安保发现普化寺背靠的贡布山 形状颇似一佛仰卧 取名“仰天大佛” 引来不少游客观赏。这是一个好创意 然此名称各地多有且无特色 笔者在这里正式向景区建议 将此景更名为“文殊观天” 形状既符 也可与“性空幻有”的般若思想产生联想 更体现了“全山化现”的传统理念。发现 也是一种创造 是文化劳动成果 对它的命名则属于包装 建议有关部门对此类重要的发现勒石留名并予以物质奖励 并可向游人广泛征集。

佛教文化的包装属于“软包装” 历来是景区设计开发中最大的难点 包装出来的文化产品须达到三项标准：1、具有宗教渊源 2、内容文明健康 3、形式生动活泼。试以“剪发池”的构思为例作一说明。

在《泼墨凤林谷 工笔般若苑》一文中 笔者勾画出五台山主题公园的全貌 “剪发池”属人文景观的一部分 也是笔者的一项创意。它的宗教来源出自“贫婆乞食”典故 影响久远 为人乐道 其喻义发人深省。早期 有的僧尼信众不惜自残身体 表达对佛教对文殊的虔诚信仰 在五台山就有过“燃指朝台”的骇人之举。随着社会的发展 这类举动不再为人们认同、接受。受上述典故影响 “剪发供佛”出现并流传开来。这一仪式将身体的一部分——头发剪

下来作供奉 既表达了对文殊菩萨的虔诚信仰和纪念 又避免了对身体的摧残 是人类文明进步和佛教与时俱进的体现 故至今仍在流行。五台山正是这一仪式的发源地 他是一份珍贵的旅游资源。对“剪发池”的修造和游客剪发的仪式要巧妙设计 赋予剪发“六根清净 立断烦恼”的象征含义。游客通过参与这种活动 既能感到这种形式的新颖 又能获得心灵上的启迪 是一项十分有意义的活动。

30年来 我国旅游业发展迅速 但是开发、设计有景区当地特色的旅游纪念品 却始终是最薄弱的环节。这里关键是对“旅游纪念品”这一概念的内涵认识不到位。“旅游纪念品”是什么？它是景区文化的浓缩和延伸 是其艺术性的再现。景区文化的包装越有特色 纪念品的设计就越能获得灵感和发挥空间。说到底 旅游纪念品的实质是对景区文化的一种包装或者是对包装的再包装。它是无声的推介与展示 是吸引客源、增加回头客的重要途径。目前 各地景区文化“软包装”的不足 已成为制约旅游纪念品开发的瓶颈。

现在 五台山正迎来千载难逢的发展机遇。景区负责人梁有升先生在“宏图更起清凉界 无限风光在五台”一文中 描绘了五台山的美好前景。由政府统一组织的如此大规模、高档次的开发建设 是前所未有的盛举 将对景区发展产生深远影响 我们衷心期待在各方共同努力下五台山的开发取得圆满成功。多年来 五台山研究会团结了一批社会各领域的专家学者 致力于五台山研究 辛勤耕耘 硕果累累 为景区的规划开发夯下坚实的理论基础。这是一笔宝贵的财富 如何通过有效的机制 将他们累积多年的丰富学识包装成文化产品 转化为现实成果 是关乎景区下一步开发成功的决定性因素之一 也是目前尚待加强的一个重要环节。望各级领导明察焉。