

商品佛教音樂與舞曲大悲咒

陳碧燕

成功大學藝術研究所助理教授

當前之音樂工業，由於其強烈分離與去在地性的媒介所積極創造的風格和意想，已大幅地重新詮釋和塑形了「佛教音樂」此一音樂類別。今天，對許多閱聽者而言，「佛教音樂」這個名詞敘述了一個矛盾地分歧又複合交織關聯的領域。儘管顯明的宗教指標，佛教音樂現在是一個高度混成的音樂類目，並不必然顯示佛教團體的社群特性，或暗示它們的宗教或文化實踐。事實上，愈來愈多所謂的佛教音樂的製作是來自寺院之外的在家人，其中有許多人對傳統的寺院梵唄並不瞭解。並且，他們的音樂產品也明顯地受商品文化和技術所標記著，而與寺院之宗教及音樂實踐無太大關係。

九〇年代後期，一些台灣主要的佛教音樂唱片公司，發行了一系列革命式的佛曲創作，包括最受爭議的舞曲大悲咒。舞曲大悲咒的發行引起亞洲一些佛教組織的強烈反彈。某些佛教會甚至禁了這樣的音樂，新加坡和馬來西亞也曾禁止舞曲大悲咒傳入。然而，各式的舞曲大悲咒仍然在台灣繼續生產，直到二十一世紀初期。舞曲大悲咒創作了異質的佛教文化和社群，在如此的音樂商品中，「佛教」不僅連結了諸種宗教與文化傳統，而且是處於一個跨國的結構中，其風格、意義和功能是混雜而重新被表達的。在當前音樂工業的語境中，佛教音樂這個標籤，常常成為示意的策略，和感覺與異化的文法。

舞曲大悲咒自我突顯為一清楚的工業產品，及台灣的佛教文化生產。一些佛教唱片公司的主持人本身即是佛教徒，用心於各種之傳統宗教實踐。持誦咒語（於大乘佛教多稱為陀羅尼）被佛教徒視為神聖且強而有力的宗教修持。台灣錄音公司製作的舞曲佛樂中，主要使用的佛教陀羅尼，即是大悲咒（或稱千手千眼無礙大悲心陀羅尼）。大悲咒幾乎可說是中國佛教徒最重要、最普遍的宗教修持。它也是大乘佛教與藏傳佛教最具影響的陀羅尼之一。事實上，台灣舞曲大悲咒的咒語唱誦曲調，便是取自藏傳佛教的旋律。而舞曲大悲咒主要的音樂架構，則使用近來西方流行之熱門舞曲的形式，包括 gamba club、reggae、dancefloor、high mix、new age 和 rock 等等……使舞曲大悲咒具踰越傳統與規範之性格，主要是其強烈感官與重節奏的舞曲，而不是其旋律、歌手或歌唱風格。事實上，同一個藏傳旋律的大悲咒梵唱，被用於不同版本的舞曲大悲咒，被不同的公司所發行。舞曲大悲咒的歌手及其演唱風格，並無明顯區別於其他流行或商品佛教音樂的演唱。台灣商品佛教音樂的演唱者，經常是跨越公司商號及佛教音樂類別的。舞曲大悲咒之強調極度感官與強烈節奏的音響，在台灣，不僅具社會煽動性，對佛教團體而言，亦屬異類。

舞曲大悲咒之製作發行，多獨立於佛教寺院傳統與機制之外。佛教機制之附設錄音公司，其音樂製作和指導亦多為佛教居士或非佛教徒。舞曲大悲咒之閱聽者並不限於佛教團體，或佛教唱片公司的慣常聽眾。基本上，許多公司發行舞曲大悲咒以突破佛教音樂之傳統消費模式。作為宗教商品，舞曲大悲咒總是無法和其意識與物質功能分離。在台灣，舞曲大悲咒的創造，揭示了一個革新的宗教意識，宗教機制之消費經濟政策的開放，與新的生產技術。流行佛教音樂的功能特質變得似乎強而有力，特別在今日的台灣社會，佛教已發展成一個符號擁塞的環境。大眾傳媒的音樂主體（如：錄音帶、CD、數位音樂等）已獲得一些寺院支持，更重要地，它們吸引佛教信徒、非佛教徒、宗教知識分子、世俗社會的精英和資本家。

音樂、宗教和意識型態之要素，有選擇性地於舞曲大悲咒中呈現，這些要素所建構之主題亦為本文所希望揭示的。雖然許多錄音公司被佛教徒譴責，而且並未因發行舞曲大悲咒而獲利，這些公司仍必須嘗試。舞曲大悲咒是交通於一個複合的社會環境裡。在台灣，及在許多地區，流行音樂已成為當代社會的主流。流行音樂可能是最具國際模式的交流。結合西方流行舞曲音樂與佛教咒語印證了社會和宗教進程的一個交軌，清楚呈現台灣支配結構的意涵，和霸權定義之文化價值。

這些新的社會價值與結構可否與佛教實踐相容？這是一個經常為當代佛教徒，及許多佛教音樂製作人提出的問題。商品佛教音樂及舞曲大悲咒僅是意識型態交軌過程中的踏腳石。然而，這龐然充斥的流行文化，並不能單純以其為「意義製作」來理解。一個音樂類別和其詩論結構的敘述，重大地依據於環境和政策的因素。當全球性之市場帶入各類社群於不同形式之接觸，「這些群體致力於決定他們當前的興趣或利益與未來的認同，藉由控制再現，範圍由現場演出到多媒體之呈現」。（Hughes-Freeland, 1998:1）

從她對儀式和媒體之研究，Felicia Hughes-Freeland 提醒我們，在我們眼前是由無數中介機制所制定的議論，以各類形式的再現，同時是一個事件也是一種認同（1998:2）。流動於工業商品與文化生產中，分離特性的中介機制，時常重塑並重新詮釋佛教音樂，有時是極端地，而有所指引之方向反而是促進排拒多過於認同。

大悲咒在中國佛教之實踐

台灣佛教唱片公司所發行之舞曲佛樂系列中，以大悲咒為焦點咒語。此陀羅尼是中國佛教徒最主要的修持之一。它為佛教徒們珍視和廣泛背誦著。而且，在寺院傳統中，此陀羅尼存在於許多儀軌中，尤其是每日之早晚課誦，都包括大悲咒之誦持。大悲咒於中國佛教徒的生活中，佔據著極重要的地位。

持誦陀羅尼在中國佛教為一個廣泛的宗教修持。陀羅尼，在中國的使用和理解，意為總持、能持與能遮。陀羅尼指絕對地控制，能持一切善法，遮止一切惡法。因而菩薩可以陀羅

尼來引度眾生。陀羅尼這名詞，亦包含吸收和記憶，可幫助眾生以吸收、受持佛陀的教示。「《大智度論》卷五、《佛地經論》卷五載，陀羅尼為一種記憶術，即於一切法中，持一切法；於一文之中，持一切文；於一切義之中，持一切義；故由記憶此一法一文一義，而能聯想一切之法，總持無量佛法而不散失。」[註 1]重要的大乘經典，如《般若經》、《法華經》、《大寶積經》、《大集經》、《金光明經》及《楞伽經》等，皆有〈陀羅尼品〉。然而，在後來的發展，陀羅尼的形式與實行變成和咒語類似或混合，而強調其神奇之力量。

大悲咒自唐以來，即為中國佛教中最普及的陀羅尼之一。在中國佛教之經典中，有超過十部經典記載大悲咒。[註 2]伽梵達摩所譯的《千手千眼觀世音菩薩廣大圓滿無礙大悲心陀羅尼經》，指出大悲咒為觀世音菩薩之法門。此經云，觀世音菩薩於過去無量億劫，有佛名千光王靜住如來。彼佛世尊，憐念眾生故，說此廣大圓滿無礙大悲心陀羅尼。並告訴觀世音菩薩，「善男子，汝當持此心呪。普為未來惡世一切眾生，作大利樂」[註 3]。觀世音「於是時，始住初地，一聞此呪，故超第八地」[註 4]。於是時，觀世音菩薩，即發誓言：若當來能利益安樂一切眾生，便令其即時千手千眼具足。菩薩發誓願已，應時身上千手千眼皆悉具足。十方大地，六種震動。十方千佛，放光照觸觀世音菩薩，及照十方無邊世界。從此之後，觀世音菩薩於無量佛所，無量會中，重更得聞，受持此陀羅尼。復生歡喜，踴躍無量，便得超越無數億劫微細生死。從是已來，常所誦持，未曾廢忘。由持此咒故，所生之處，恒在佛前，蓮花化生。[註 5]

此經文指出觀世音菩薩宣揚持誦此陀羅尼之諸大功德，尤其是滅除罪障和往生西方極樂淨土。觀世音菩薩發願，若諸眾生，誦持大悲咒，若墮三惡道者，不生諸佛國者，或不得無量三昧辯才者，便不成正覺。又云，誦持大悲咒者，於現在生中一切所求，若不果遂者，不得為大悲心陀羅尼也。唯除不善，除不至誠。[註 6]又云，誦持大悲咒者，可滅除一切惡重罪障，唯除一事，於咒生疑者，乃至小罪輕業，亦不得滅。何況重罪。雖不即滅重罪，猶能遠作菩提之因。[註 7]觀世音菩薩又說明，若諸人天誦持大悲咒者，得十五種善生，不受十五種惡死。之後菩薩即宣說此陀羅尼。此咒說完，大地六變震動，天雨寶花，繽紛而下。十方諸佛，悉皆歡喜。天魔外道，恐怖毛豎。一切眾會，皆悉果證。[註 8]

於同一經文中，大梵天王聽聞觀世音菩薩宣說大悲咒，曾恭請菩薩為其說明此陀羅尼之形貌狀相。觀世音菩薩回答，是大悲心、平等心、無為心、無染著心、空觀心、恭敬心、卑下心、無雜亂心、無見取心、無上菩提心。此十心為此陀羅尼相貌，眾生應依此而修行。[註 9]換言之，此陀羅尼實行大乘佛法之教義，和菩薩之道行：以發無上菩提之心，清淨、無為、平等及利益一切眾生。

許多大乘經典宣說觀世音菩薩和娑婆世界之深厚因緣，較普及民間的經典包括：《地藏菩薩本願經》、《楞嚴經》、《法華經》、《心經》、《華嚴經》和《無量壽經》等。如《地藏本願經》云，觀世音菩薩與娑婆世界有大因緣。若有眾生見其形，念其名，或戀慕及讚歎觀世音菩薩者，皆不退轉於菩提道，能常生於天上或人間，以享諸樂，終究得成佛果。《楞

《嚴經》云，觀世音菩薩之耳根圓通，為最適合娑婆眾生修行的法門。於《法華經》之〈普門品〉，佛陀宣揚觀世音不可思議之神力，聞音聲以救度世間一切受苦眾生。同樣地，《心經》闡明觀世音之廣大圓滿的智慧與慈悲。事實上，在中國，觀世音菩薩為最普遍的信仰與崇拜。也因為與此菩薩的強大關聯，大悲咒已成為幾乎是中國佛教徒之必須之修持。

於寺院的核心儀軌，即早晚課誦中，大悲咒持有一個相當重要的位置。早課與晚課皆包含了大悲咒。於早課，大悲咒是置於正文中，介於楞嚴咒和十小咒之間。晚課，大悲咒之念誦是安排於正文和祝禱護神兩段儀軌中。早晚課為寺院之根本儀軌，以促進僧團之宗教修行，這個目的也決定早晚課之儀軌內容和結構。於早課與晚課，雙重地使用大悲咒，更加增，並顯示了此陀羅尼在中國佛教之重要地位。除此之外，許多儀軌亦包括大悲咒。

中國佛教僧團之念誦大悲咒，採用自由念誦的技術。「自由」這個名詞在這裡的使用，是一個相對性的分類。自由念誦指沒有既存旋律以供唱誦者仿效。唱誦者則以較個人、自發的態度來詮釋、念誦經文。自由念誦是相對於既存旋律的贊、偈而命名。這些有旋律之歌贊，含有固定的旋律架構，而細節及裝飾音仍因地方傳統和個人之興趣，可以調整（Chen, 2001:34）。

佛教梵唄，尤其是大乘佛教，被視為入三摩地之前方便，為瞭解和經驗實相——存在之無常——的方法。於自由念誦時，藉由觀照音聲、思惟和感覺的生滅，梵唄者直接體驗現象之本質，與色、受、想、行、識五蘊之轉化。

中國佛教之僧侶，由參與寺院儀軌時學習自由念誦。由於如此之念誦並無既定之旋律，僧伽學習梵唄，多由大眾多樣的念誦模式中發展出個人的風格。這是一個相互作用的學習過程。念誦者調整其唱念，以觀照他人（特別是長者）的念誦，而加以運用。當念誦者培養了經驗和技術，便能自在地運作於這個系統，融和音聲和當下的觀照（Chen, 2001:35）。

僧眾是應如何念誦經咒呢？興慈法師於《二課合解》有一段敘述：

凡念誦者，身要端肅不懈，口要念誦貫徹，意要注心不移，則三業與三止相合。至若身能恪恭不怠，口能出音明爽，意能隨文作觀，則三業與三觀相契。三止三觀，如鏡鑑像，嘗無簡擇，然能纖毫不遺。此則我心與聖心感應道交，如水投水，以空合空，可謂功溥法界，量等虛空矣（1989:26-27）。

誦誦經咒時，僧眾們注心於一處，如水灌注於一定點。如此之專注應無間隙。梵唄者可由聽其念誦，每一個音聲，清清楚楚地，而達純然專一的功夫。由專注於人類最敏銳的感官——耳根，梵唄者可令其他根塵免於散亂或昏沉。如此，漸能專一、純然，除卻妄念。

在這樣的專注中，僧伽亦於念誦中體驗與認識耳根（或聽覺）的本質。即，當有聲時，便聽到聲；無聲時，便是寂靜。然而我們的耳根卻不因音聲的出現或消失而增加或減損。我們的耳根聽聞音聲，就如鏡子反射萬物一般，而究竟不被萬物所改變。不論所照之物為何，鏡子仍然是鏡子。我們的自性亦是如此。不因我們所見、聞、覺、知而增減。然而，未悟之眾生總是錯將五蘊之運作，即自性所照之物，作為本性，或自我。正如錯將鏡中花，水中月，以為真花與真月。如此之眾生事實上是背覺合塵。因此，梵唄者瞭解了根塵之作用與關係時，更重要的，便是能進而反聞聞自性（Chen, 2001:37）。

中國佛教寺院實踐中，自由念誦是唯一誦持大悲咒的音樂形式。這樣的音樂實踐，密切地聯繫其宗教之本體論。早期台灣的一些佛教唱片公司，多曾發行這種傳統梵唄的大悲咒。聆聽這種唱片根本上亦為一種宗教修為和陶冶。相反地，舞曲大悲咒的音樂，多缺乏神聖性與傳統性。更且，其音樂風格和技巧並非來自宗教和社群的知識，而多來自大眾消費市場的娛樂和技術。事實上，舞曲大悲咒的製作，在過程和技術上，並無異於大眾流行音樂。其製作過程包括：作曲（定旋律）、找歌手及訓練歌手、錄音、編輯和混音。舞曲大悲咒之生產亦需要包含設計、企畫、文宣、封面設計、廣告等步驟。

舞曲大悲咒中，二個文化（流行舞曲和佛教神聖的咒語）不自然地被音樂工業輻連起來，以為新的文化商品，尋求更廣大的消費群眾。如此的文化產品並非由社群團體所啟發。舞曲大悲咒並非由僧團所創作，亦幾乎不被任何僧團所使用。然而，舞曲大悲咒由唱片公司所製作，以吸引較廣泛的聽眾，包括年輕族群和未來可能的佛教信眾。更值得注意的是，這樣的文化商品，亦是一個複合的產品，具有整合及全球化的生產和市場結構。舞曲大悲咒中所具如此之結構，反應了碎裂和相互聯繫的地方與跨國意涵。中國佛教音樂不僅包含了多重之文化，更是次文化的多層組合，既是原鄉，同時又是異域。

舞曲大悲咒與佛教音樂的分類

在台灣的媒體市場及國際音樂工業中，商品佛教音樂是處於十分邊陲的位置。然而，邊陲可以成為力量正因為他的與眾不同，故而特別。台灣佛教音樂錄音公司一般都不大。老公司多由地方流行音樂公司轉型，如亞洲、妙蓮華和愛華等。許多台灣新舊佛教音樂公司之設立，多是為了爭取被大型唱片公司忽略的佛教音樂聽眾。新的錄音科技使得錄音室之音樂生產更加便利。這些小的商號持續影響著佛教音樂的景象；而這景象則強力地由全球音樂工業和支配文化之音樂意識塑型著。跨國流通的風格，意想、資金和技術已迫使台灣佛教音樂錄音公司不斷地調整其策略以因應社會轉變。在快速轉化的文化語境中，不同傳統的音樂形式和素材被大量採用，以創作和風格化佛教音樂。

唱片公司對佛教音樂的分類，強烈地顯示於如此語境中，佛教音樂的轉變、價值、奮爭、策略、市場和社會資源之主題。台灣佛教唱片公司將其生產之佛教音樂分為傳統、現代和流

行三類。寺院儀式之讚唄及經文諷誦，被唱片公司歸為傳統一類。而現代類指加入非寺院法器之樂器伴奏的佛教音樂，包括：加入中樂或西樂伴奏的傳統佛教梵唄、以寺院梵唄為旋律的純器樂曲，根據佛教主題或文學而創作之交響樂佛曲、具有佛教意涵的西式音樂風格歌曲、附加樂器伴奏的其他佛教傳統的佛曲，和以呈現佛教哲學或氣氛的「性靈音樂」等等。「流行」佛教音樂，則多具騷動性、前衛性，甚至反傳統的特質。舞曲大悲咒便屬於這一類。

音樂風格與分類，敘述了植置於佛教音樂的宗教功能與概念的變化。音樂可成為宗教修行者瞭解實相或佛陀教義的方法。妙蓮華的製作人楊耿明表示，以前佛教徒不聽複雜的音樂來修行。[註 10]許多佛教徒認為器樂曲，或加入中西樂伴奏之佛曲太複雜且感官性太強，而不適合性靈之修行。由於現代類的佛教音樂，明顯異於寺院梵唄及傳統的經文唸誦，此類音樂於使用及概念上，實更接近世俗音樂。例如此類的佛樂時常在佛教文物中心或速食餐廳播放著。漸漸地，越來越多現代類的佛教音樂於坊間出現，並提倡多樣的功能及服務之項目，如：伴隨各式日常活動的性靈音樂，純為欣賞用之音樂，引介人們關於佛教與佛教文化之方式，平和寧靜的音樂選擇等等。此類佛教音樂的聽眾因而不限於佛教徒，雖然實際上他們是主要的消費群。傳統與現代類的佛教音樂各具不同的宗教和社會功能，特別是於神聖與世俗，及宗教修行與娛樂之本體論的分界。

第三類的佛教音樂，其宗教意義與功能更顯矛盾與曖昧。流行佛教音樂，如舞曲大悲咒，常表現與原始中國佛教梵唄傳統之強烈分裂，及傾向欲為佛教音樂開創一個新的，甚至是激進的、論述環境的意圖。以其強烈感官及反傳統的特性，舞曲大悲咒干擾了佛教音樂的傳統形式。製造且命名一個佛教咒語為「舞曲」，涉及了相當大的僭用與再定義的努力。相對於諷誦經文所欲達到戒定之境界，舞曲大悲咒中之舞曲和身體欲樂之關連是強烈的。舞曲大悲咒之旋律和舞曲形式所強制之意義，是顯著地激情與世俗。

關於錄音佛樂之宗教的功能預期，不少唱片製作人在決定發行舞曲大悲咒前，經歷了意識上的強烈掙扎，但仍有一些人提倡舞曲大悲咒的構想。諷刺的是，一些舞曲大悲咒的製作人，亦明白表達他們對這種音樂的厭惡。製作人如妙蓮華的楊耿明及亞洲的王俊雄皆表示，宗教修行與知識，影響佛教音樂的製作與產生。「沒有宗教之修行，人們不可能真正創作佛教音樂。他們所製作之音樂只會越來越流行」。[註 11]一些字號較老的錄音公司的製作人，如亞洲的王俊雄，則以為這樣的音樂可以吸引更多年輕聽眾，因而是聯繫青少年與佛教的良好管道。[註 12]原動力的製作人黃敏男，則認為音樂就是音樂，佛教音樂也是音樂。對他而言，經由聆聽音樂而對佛教產生興趣的可能性是一種個人之因緣。[註 13]

對於錄音公司之製作生產舞曲大悲咒，及這類音樂所引起聽眾的佛教與佛教音樂之社會論談，宗教功能實為一個焦點議題。然而，宗教功能顯然並非為構成錄音公司製作舞曲大悲咒之主要力量。相對地——「潮流」——社會變遷及支配的文化實踐——才是製造生產舞曲大悲咒的重要推手。愛華與妙蓮華的經營者表示，他們並不喜歡出版舞曲，但是不得不發行，因為這是潮流。「如果你不生產這樣的音樂，你就是退流行」。[註 14]佛教音樂錄音公司必須

活躍出現於市場產品中。較具歷史的唱片公司，如愛華、妙蓮華和亞洲等，都擁有一些穩定的佛教徒聽眾。這些公司的傳統和現代類佛教音樂，仍是主要的行銷項目。慣常聆聽這兩類音樂的消費者，具有其較固定的文化和宗教符碼系統，並未如音樂工業中文化生產潮流的變化的快速。多數老牌音樂公司虧損發行舞曲大悲咒，因許多老主顧拒絕了這種音樂。

在台灣較成功地銷售流行類的佛教音樂，為一家新的唱片公司——原動力。該公司於一九九八年由發行第一張專輯「財神咒」開始成立。原動力的音樂產品以結合佛教咒語和 New Age 音樂為特色。原動力於一九九九年所發行之「大悲咒」曾獲得金曲獎，此獎是專為台灣流行音樂而設計成立的。這張專輯銷售頗佳，並實足擴展了佛教音樂的市場。原動力之產品的消費群並不限於佛教徒。如上所述，此公司之製作人並不以為佛教音樂與其他音樂有何實質的差異。對他而言，佛教音樂僅為音樂之一類。事實上，佛教音樂在現今之音樂工業中，只是一個標籤，多用以行銷與包裝。

作為文化商品，佛教音樂廣泛的結合，同時也被浸透著支配文化的實踐與價值。音樂常於其中被當作美學的技術，為排序的工具。猶有甚者，支配文化的實踐與價值，強力地塑形音樂市場和品味構成。在台灣商品佛教音樂顯著地驗證一個持續的文化交流和替換的全球化經濟，但於不對稱之中心與邊陲關係中進行著。這三類佛教商品音樂告訴我們許多故事：關於全球化的過程，關於邊陲與中心的關係及關於現代化的認同。

舞曲大悲咒暴露了一個生動的全球化的在地音樂全景。在台灣，一方面美國流行文化的氾濫巨大是露骨的，而另一方面，流行文化生產和品味成為跨國與在地商業的調味品。這樣的複合性成為地方音樂製作的邏輯。在全球化的進程中，文化已被再（或另）中心化。佛教音樂逐漸變成不是「佛教的」，而是「流行的」。在商品佛教音樂中，「佛教」的感覺被削減或重塑，基本上已成為一個不同文化的綜合體。於台灣近來的現代化佛樂中，許多錄音公司（包括由佛教機構所成立的公司）甚至蓄意減弱佛教的資訊或感覺，以製作出更有包含性和現代的錄音成品。雖然佛教並未全然在「佛教音樂」中消失，它已被風格稀釋，與意識轉形了。商品中國佛教音樂，融和「全球文化」，其中差異、競爭權益和文化威望之角逐，便於此一場域中發展演繹。

縱然許多人指稱我們的時代和當前的文化呈現為「後現代」，現代化的事業實際上到處充斥著。不僅是一個實證的、技術中心的和理性主義的態度面對世界，現代常是一個「故事，於其中人們告訴自己關於自己和他人的關係」（Rotel, 1997:160）。現代，為一意識的借喻，如 Rotel 所建議，以蒙發富有意義的奮爭，因為人們對此名詞投入承諾（1997:160）。在台灣，消費者與音樂製作者將佛教音樂概念繫於與現代化的關係上。「現代」反映於佛教音樂的結構、形式、功能和意義，正如這些人已建立新的價值判斷。台灣佛教音樂工業對現代化的認同，基本上是結合了進步與西化的概念。市面上的佛教音樂中，佛教寺院梵唄的旋律已被大量地擴充，加入和聲、器樂伴奏或交響樂化。科技當然也構成工業社會的進步特質。西式音

樂作曲和樂器、數位音樂和全球的流行音樂聲響，皆為佛教音樂發展的焦點元素。這樣的發展是定位於現代和進步的論述上的。

商品佛教音樂的製作是一件審慎設計與循環流動的事務。其風格、主題和標題設計，建立了一個類目的定位架構，以成形音樂之接納與生產的論述實踐。現代和流行兩類的佛教音樂，緊密地聯繫於當代台灣的兩大支配文化實踐。一是歐洲古典音樂，另一為英美流行音樂。它們是全球音樂文化資本的中心。「佛教」與「亞洲」兩者皆為地方的，不是全球的。在台灣，西方古典音樂和流行音樂皆被視為來自超級全球中心的產物。對那些邊陲者，此提供了認同於有力者的心理裨益的可能性。例如，搖滾樂為美國式生活的象徵之一；尤其於跨國流通的形象與意想正加速地塑形我們的現代生活的同時，搖滾樂亦變成聯繫於一些消費文化之中心主題，如年輕、感官、流行和自由，等等……此中心／邊陲之關係亦反射於市場的運作：核心、次邊緣與邊緣便於大眾傳媒的音樂產品的消費中生產。於全球之音樂工業中，佛教音樂長久以來皆處於邊陲中的邊陲。然而，佛教音樂的錄音公司努力地挪用了支配文化的形式，因為市場仍然是現實效應的競技場。

佛教音樂 —— 文化的傳遞者：誰的文化？

中國佛教音樂是一個現代文化，一個全球化的產品。它是一個排拒原來之宗教及文化實踐的產品。此產品不僅涉及一個樂種概念的轉變，由寺院儀式之梵唄到流行音樂的形式，並且涉及音樂產生的技術和哲學的改變，即從強調音樂之過程與人類身心狀況之整體聯繫，轉變到強調音樂之結構為一完整之作品，可為展示人類智識與科技的成就。隨著大眾傳媒之音樂產品的發展，佛教音樂的傳布增進了意義與再現的流動。商品佛教音樂重置且散布了寺院及傳統的佛教實踐。音樂之聲響顯得越來越遙遠於在地者的耳朵，其哲學也越來越困惑了佛教徒。但是，音樂工業卻從未減緩其快速的意想、影像、風格和人員的流動。舞曲大悲咒的創作與生產是一個快速移動的全球資金的重要標記，於其中，音樂競取著市場和想像空間。這些看似生存短暫的流行佛教音樂，其意義卻遠超過他們的商品角色。他們的表達例證了強烈矛盾的經濟、政治與文化勢力的全球結構。

舞曲大悲咒創新了佛教音樂的風格，也激進地轉化佛教的宗教與音樂的論述。本著特別而顯著的音樂類別，舞曲大悲咒構成一個磋商的機制，而重置了流行佛教音樂在社會領域與文化生活的角色。例如，包含咒語念誦的佛教音樂變成於舞廳中被使用與聆聽，然我們不能確定現在年輕的世代可能會體驗哪一種入神的經驗。舞曲大悲咒嚴重地混淆了佛教音樂的傳統和在地的使用界限和功能。佛教徒如何利用舞曲大悲咒來作為宗教修行？舞曲大悲咒如何能如其他佛教音樂一般，構成了個人或集體佛教徒認同要素？事實上，舞曲大悲咒並未被多數佛教徒所接受。許多錄音公司並未因發行大悲咒而獲利。二〇〇〇年，馬來西亞佛教總會和政府正式禁舞曲大悲咒，同時也禁舞廳使用，因為此音樂曾被當成搖頭音樂使用，引起大馬佛教界的譴責。舞曲音樂的激烈身體與情緒的暗示，使其宗教功能大受質疑，然而舞曲大

悲咒並非單純的對立於地方和全球，或傳統和現代，而是一複雜過程的族群與階級的轉接、交換和挪用而產生的。另外，極多如此之過程同時被商業及佛教機制，被資本家及音樂專家所傳遞。佛教音樂，一如其他商品，也大量地被製作成爲特殊的、新潮的、有賣點的和可消費的，而使其音樂實踐更加接近商業，而非宗教之功能。

台灣的第一家（也是全球第一家）的舞曲大悲咒的出版商，並不是傳統的佛教音樂錄音公司，而是一家製作舞曲的公司——新點子。然而新點子的舞曲大悲咒在台灣行成了風潮，許多佛教錄音公司紛紛效仿。雖然舞曲大悲咒乍看之下和「佛教」有所關聯，其對佛教之實踐及團體的聯繫卻極爲薄弱。縱然舞曲大悲咒並非全然被佛教徒或佛教團體所排斥，其主要消費對象則是非佛教徒及年輕人。多數的佛教徒與佛教團體表示他們拒絕多於接納舞曲大悲咒。除了少數之例外，許多唱片製作公司，尤其是擁有一些慣常性顧客的老商號，甚至賠本發行舞曲大悲咒。然而，這些公司卻持續發行，直到這個流行消退爲止。如前所述，舞曲大悲咒的特點即是其強烈感官與重節奏的舞曲音樂，這是可以輕易由電腦所製作的，是目前成本最低之音樂專輯製作方法之一，許多音樂公司因而樂意嘗試。

商品佛教音樂和大眾傳媒的佛教音樂的運作，實際上已變得愈來愈專業，而自主於寺院傳統和機制的範圍。以台灣佛教音樂工業來看，許多爲獨立的音樂公司，其中有一些是非佛教徒，即使屬於佛教機制的錄音公司，音樂的製作人也是在家居士或非佛教徒，他們多爲專業的音樂製作者或企畫者。佛光山寺的附屬公司，如是我聞，便是一個典型的例子，雖然如是我聞是由僧眾所監督，其音樂的運作和生產則由音樂和企畫專家所執行。法鼓山尚未設立自己的音樂工作室，其音樂製作多和其他獨立音樂公司合作。雖然法鼓山音樂專輯製作的評鑑團多爲佛教徒，他們基本上是西方古典音樂的專家。這些人，多具正式學院的音樂教育，被視爲最具資格，最能判斷這些大眾傳媒佛教音樂產品的品質。

不同的價值和技術判斷常出現於這兩個傳統的音樂實踐上：中國佛教寺院梵唄和西方古典音樂。僧團之傳統，鼓勵自發性的唱誦，而速度則是清楚規範，這個傳統的音樂實踐是建立於此宗教之音樂和哲學上。[註 15]例如，於自由念誦時強調變化和調整以避免一成不變的音調；「咬死韻」便是一個不理想的念誦方式。如此的音響不同於精確的齊唱或整齊的合聲，這些爲當前普遍於現代音樂教育中之西方教會音樂和古典音樂之演唱形式。不少人，包括僧院寺眾，誤解傳統寺院梵唄的音效是不好的，或較差的合唱形式，尤其是以西方合唱音樂的標準來判斷（如釋昭慧，一九八八年）。法鼓山之音樂指導李俊賢，則曾努力地在法鼓山爲梵唄固定音調。[註 16]除了僧團的傳統儀軌錄音外，中國佛教音樂在媒體市場中，多以齊唱或合唱的形式呈現。

近來，流行類的佛教音樂進入媒體市場以吸引年輕消費群。這樣的音樂，不同於古典的品味，是強烈地受全球流行音樂的模式和跨國資金與技術而定型。因爲台灣錄音公司和佛教音樂工作室的「專家」，各別來自不同的領域及不同音樂製作的類型，他們爲大眾傳媒的佛教音樂帶入不同的知識和品味。現在佛教音樂在台灣是極爲多樣的，音樂製作人可能以其專

業，相互評論個人產品的風格、內容和品質。然而，他們的辯論和他們個人的專業領域，有多少是聯繫了佛教、佛教團體和佛教僧團之宗教運行，更是一個值得思考的議題。一個清楚的狀況是，無論這些製作人的宗教意識有多強、多好，商品佛教音樂無法避免地同時又將佛教教義及音樂實踐分離、隔閡和變形。

中國佛教梵唄是由其團體的權威所建立，依據佛教歷代高僧大德的智慧和教示而實行。在這個傳統，梵唄不是個人即興產生的作品。寺院梵唄和世俗音樂的專家，各據不同音樂創作的知識和邏輯。坊間的商品佛教音樂和寺院梵唄實為相異的樂種，尤其於功能性和社會性的差異。儘管與佛教相關，當前的流行佛教音樂，如舞曲大悲咒，實提供了管道或場合，以作為生活的一種方式，可以聯繫於現代、技術成就及甚至一些我們可以稱為風格、舒適、有趣或愉悅的事物。藉著音樂工業和媒體的傳布，商品佛教音樂可作為文化的傳遞者和社會化的媒介。因為音樂是青少年媒體經驗中的重要組成，這是錄音公司希望製作舞曲大悲咒的重要考量，即使它具有矛盾的宗教特性。

但是，究竟商品佛教音樂傳載了什麼文化呢？在三類佛教音樂當中，唯有傳統類包含了傳統之寺院梵唄。然而嚴格說來，即使錄音的儀式唱誦，對許多佛教徒或佛教團體而言，仍然不同於實際儀軌的教義與音樂目標。相對於梵唄廣大的音樂詮釋空間，由音樂工業所製作，呈現之固定的佛教念誦錄音，可能變成閱聽者的標準模式。錄音和商品的佛教梵唄，其意義和功能複雜了寺院傳統的再現，也混淆了寺院規約和音樂實踐的關係（Chen, 2002: 245）。商品佛教念誦同時展現宗教與非宗教之意圖，結合寺院和唱片公司的複合再現。尤有甚者，佛教寺院梵唄的真實性，可被非寺院或非佛教的文化中心（如音樂工業或學術機制）所建構，以僭用寺院音樂素材作為溝通及商品的驅動要素。

現代類的佛教音樂，併存了多種文化再現，此類的佛教音樂顯示了適應和妥協的態度。而流行類的佛教音樂則是呈現一個與中國佛教梵唄，既相關又斷裂的姿態。雖然每一類的商品佛教音樂傳載著不同的文化特性，台灣大眾傳媒佛教音樂的發展明顯地表現了一個趨勢，即是此音樂類種傳載愈來愈少中國佛教之寺院文化，而愈來愈多的西方和資本主義文化。佛教總是出現於商品佛教音樂的論述中，儘管這些論述可能明顯地促成諷刺與矛盾。由風潮唱片公司發行，般若海製作的舞曲大悲咒封面，有著模稜兩可、矛盾曖昧的敘述：

誰說不可以！人世間已經有太多的磨難與考驗了！

你我之間，常需要為了生存，利害關係……

而帶上一層厚厚的面具！……

我們無意冒犯佛經，……

只看你用什麼角度去思考事情。……

請你閉上眼睛，做一刻真正的「自己」，
隨著節奏的帶領，去享受反省，
我們無意冒犯。真的！……。[註 17]

雖然唱片公司試著宣稱它們的清白與中立，舞曲大悲咒引起的宗教倫理的困境則清楚顯明。是否我們可以對媒體內容作價值的判斷，的確是一個難題，因其超乎我們個人品味的表達。一些學者也觀察到我們面對的問題為：是否這些判斷可以為超越一個堅固的、歷史性建構的特殊生活形式的表達？媒體化廣泛地成為當代生活的特色。在歷史上第一次，多數關於人們之生活、宗教修行和價值觀的故事和知識，不是來自父母、學校、宗教機制或社會其他成員的敘述，而是來自遠方跨國企業集團所販售的商品的廣告。當代社會中，大眾消費娛樂是意想和符號的通路。團體與文化的力量堆砌的節目，飽和了這時代的生活，給予一個感覺的承諾。舞曲大悲咒所傳達的訊息，不論佛教與非佛教，終究是含糊，無確定性的。中國佛教音樂在媒體市場中可能具多重、多變的特質，但是這些文化產品和立場，卻是無法互換的選擇和機會。

【註釋】

[註 1] 佛光山宗務委員會，《佛光大辭典》（三重：佛光文化事業，一九八八年）第三六〇七頁。

[註 2] 如唐朝伽梵摩達所譯之《千手千眼觀世音菩薩廣大圓滿無礙大悲心陀羅尼經》，北魏·菩提流志譯的《千手千眼觀世音菩薩姥陀羅尼身經》，唐·智通譯之《千眼千臂觀世音菩薩陀羅尼神咒經》，唐·金剛智之《千手千眼觀自在菩薩廣大圓滿無礙大悲心陀羅尼咒本》，金剛智之《千手千眼觀世音菩薩大身咒本》，唐·不空之《千手千眼觀世音菩薩大悲心陀羅尼》，不空之《金剛頂瑜伽千手千眼觀自在菩薩修行儀軌經》，不空之《大悲心陀羅尼修行念誦略儀》，唐·善無畏譯之《千手觀音造次第法儀軌》，唐·金剛智之《金剛頂瑜珈青頸大悲王觀自在念誦儀軌》，和不空之《青頸觀自在菩薩心陀羅尼經》等等。當代最普遍使用的大悲咒版本，以唐代伽梵摩達之譯本最為通行。中國佛教大藏經中，蓋有十四種大悲咒譯本，其中最短的版本含四十句，最長的含一百四十三句。目前最為普通的大悲咒為八十四句，即依據伽梵摩達版之八十二句，而以其第八十一句分為三小句而成。

[註 3] 《千手千眼觀世音菩薩廣大圓滿無礙大悲心陀羅尼經》，《大正藏》第二十冊，第一〇六頁下。

[註 4] 同 [註 3]。

[註 5] 參見同 [註 3]。

[註 6] 同 [註 3]，第一〇七頁上。

[註 7] 同 [註 6]。

[註 8] 同 [註 3]，第一〇七頁下。

[註 9] 參見同 [註 3]，第一〇八頁上。

[註 10] 林美君，訪談妙蓮華唱片公司，二〇〇〇年十二月。

[註 11] 同 [註 10]。

[註 12] 林美君，訪談亞洲唱片公司，二〇〇一年八月。

[註 13] 林美君，訪談原動力唱片公司，二〇〇〇年十二月。

[註 14] 林美君，訪談妙達華唱片公司，二〇〇〇年十二月。

[註 15] 更詳細的討論，可參見 Pi-yen Chens "Sound and Emptiness: Music, Philosophy, and the Monastic Practice of Buddhist Doctrine," *History of Religion*, 41 (1): 24-48.

[註 16] 林美君，訪談法鼓山林俊賢先生，二〇〇一年三月。

[註 17] 〈亂世駭客：大悲咒〉（台北：風潮唱片，一九九九年）。

【參考書目】

- 1.《千手千眼觀世音菩薩廣大圓滿無礙大悲心陀羅尼經》，《大正藏》第二十冊，第一〇五—一一一頁。
- 2.《大智度論》，《大正藏》第二十五冊，第五十七—七五六頁。
- 3.佛光山宗務委員會，《佛光大辭典》（三重：佛光文化事業，一九八八年）。
- 4.釋興慈，《重訂二課合解》（台北：聖國出版社，一九八九年；一九二一年，再版）。
- 5.釋昭慧，一九八八 〈從非樂思想到音聲佛事〉，《佛教藝術》第九十一冊，第三十七—一〇一頁。
- 6.Bammer, Angelika.1994. *Displacements*. Bloomington and Indianapolis:Indiana University Press.
- 7.Briggs, Charles L. and Bauman, Richard.1992. "Genre, Intertextuality, and Social Power," *Journal of Linguistic Anthropology* 2 (2):131-172.
- 8.Chen, Pi-yen. 2002. "The Contemporary Practice of the Chinese Buddhist Daily Service: Two Case Studies of the Traditional in the Post-traditional World." *Ethnomusicology* 46 (2): 226-249.
- 9.Chen, Pi-yen. 2001. "Sound and Emptiness: Music, Philosophy, and the Monastic Practice of Buddhist Doctrine." In *History of Religions* 41 (1): 24-48.
- 10.DeNora, Tia. 2000. *Music in Everyday Life*. Cambridge: Cambridge University Press.
- 11.Featherstone, Make. 1995.*Undoing Culture: Globalization, Postmodernism and Identity*. London: Sage Publications.
- 12.Garnham, Nicholas. 2000. *Emancipation, the Media and Modernity*. Oxford: Oxford University Press.

- 13.Gerbner, George. 1997. "Marketing Mayhem Globally." In *Media and Politics in Transition*. Ed. Jan Servaes and Rico Lie. Leuven: Acco, pp. 13-17.
- 14.Gitlin, Todd. 2001. *Media Unlimited*. New York: Metropolitan Books.
- 15.Hanks, William F. 1987. "Discourse Genres in a Theory of Practice," *Journal of the American Ethnological Society* 14 (4): 668-692.
- 16.Hughes-Freeland, Felicia.1998. "From Temple to Television." *Recasting Ritual*. Ed. Felicia Hughes-Freeland. London and New York: Routledge.
- 17.King, Anthony D., ed.1997. *Culture, Globalization and the World System: Contemporary Conditions of the Representation of Identity*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- 18.Rofel, Lisa. 1997. "Rethinking Modernity: Space and Factory Discipline in China." In *Culture, Power, Place: Explorations in Critical Anthropology*. Ed. A. Gupta and J Ferguson. Durham NC: Duke University Press.
- 19.Wade, Peter. 2000. *Misc, Race, and Nation*. Chicago and London: The University of Chicago Press.