

走入書市的佛教出版

來看佛教出版之二

編輯組採訪整理

佛教界的文化出版，跟著時代潮流也在改變中，不僅在寺廟的結緣架上落腳，走入一般書市的消費體制中，也成了佛法傳播的管道之一。我們走訪了法鼓文化總編輯果毅法師、《金色蓮花》雜誌的編輯群、以及橡樹林出版社的總編輯周本驥，一起探索在新世代裡，不同味的佛教文化。

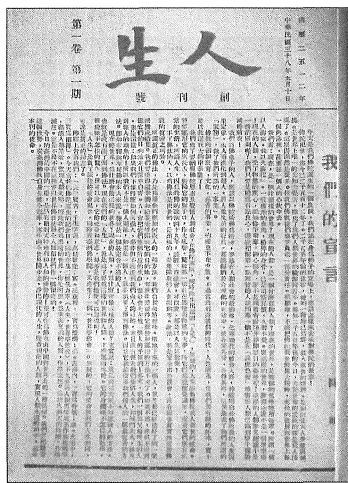
尋訪《人生》的答案

一九四九的佛誕，台灣第一份本土佛教期刊《人生》雜誌創刊。多年來，《人生》在台灣這塊土地上，一直踏實而辛勤地耕耘著。這其中，歷經了二次停刊後復刊，版式迭經變革，內



容亦從廣演佛教義理的傳統路線，至近年積極走入大眾，朝開放而多元的人文風光舉步。一路的摸索與調整，放捨與堅持，其背後總不離弘揚佛法的目的。「聖嚴師父對於雜誌，有著這樣的勉勵：『《人生》一定要貼著生活上有興趣的、知識的、啟發性的、樂觀的、鼓勵性的，負起良師益友的责任，陪伴著每一位需要它的人，建設人間的樂土，開發似錦的前程。』」總編輯果毅法師說。

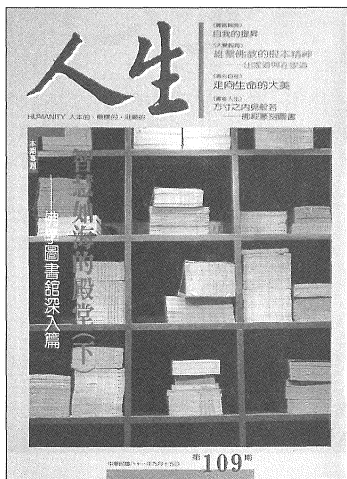
外界提到法鼓山與聖嚴法師時，很容易就會與禪宗畫上等號。「是的，我們弘傳漢傳佛法，也選擇以中國禪宗的精神為主要的中心思想，但仍希望涵攝所有宗派，不排斥或對其他宗派有任何的價值判斷。」或許是根植於如此清楚的理念，儘管雜誌的呈顯如不同枝葉的開展，但每一展演裡卻都流注著同樣法的滋養。在多數非學佛者的大眾市場中，「法鼓山」這個名號，對於雜誌的推廣上是阻力還是助力呢？「重要的是如何善加運用所擁有的資源，找出現代人關心的議題。一般人在意的是雜誌本身是否受用，對於它來自什麼背景，是某某山出版的，反倒沒有那麼在乎。」法師不避諱地回答了這個問題。



◎《人生》1949年由東初老人創辦，是台灣第一份本土佛教刊物。
(照片提供：人生雜誌社)

早期的《人生》雜誌，在主題上仍多以法會、修行、各宗派理論等為主，內容常有許多佛教義理及名相。但面對變動快速的一波波時代浪潮，佛法急需轉換，在每一個關鍵時刻發出現代人聽得懂的聲音，提供人們另一面向的思考與選擇，《人生》對此有著很深的使命感。在確立讓佛法走進一般人生活的大方向後，《人生》雜誌極力地為現代人尋求學佛的入門處，不管在佛典語彙的轉換、議題的設定、整體設計等，無不用心，希望讓讀者感到親切與實用。「我們在長久時間的摸索後認為，華人社會需要一份初機入門的佛教刊物。在此分眾的社會裡，為雜誌做出清楚的定位，然後朝此方向努力，才能回應讀者的真正需求，展開互動。」

長久以來，一般人總認為佛教出版的刊物，應是免費結緣的「善書」。《人生》雜誌，是極少數走進消費體制中定價銷售的佛教刊物。「我們希望讀者能以一般出版品的眼光來看待《人生》。而定價銷售亦是為符合讀者的消費習慣而做的考量，如此，才能使一般讀者透過經常消費的管道，如書局等，方便取得刊物，佛法因此而容易走進一般人的生活。在國外，『使用者付



◎1992年的《人生》改版為雜誌型，內容更清新、豐富。（照片提供：人生雜誌社）



費」的觀念相當普遍，即便參加修行活動，也需付費。現在在台灣，愈來愈多人有這樣的觀念，畢竟對自己思考後付費所做的選擇，會更加珍惜。另一方面，也不會造成資源重覆或浪費。」

二〇〇四年十二月，《人生》雜誌發行電子版，開拓了另一條與世間對話不同的管道。「人能弘道，非道弘人。」在現代人大量運用網路等電子媒介獲取知識的時代，佛法的傳播在工具的應用上並沒有落了步。未來，《人生》雜誌仍會立足於佛法的基石，以開拓的人文視野對人生提出詮釋，運用現代傳播媒材，走進人間，豐富現代人的生命。

開敷一朵《金色蓮花》

一群因佛法相會的青年，時而埋首於雜誌圖文的推敲琢磨，時而奔走於舞台的幕前幕後，言談中充滿對佛法的熱情與理想，舉止裡自然流露對三寶的虔敬信仰。編輯群說：「因為我們是佛弟子，將佛陀的理念分享給更多人是應該做的事。基於這樣的一個共同信念，促成了幾位有著傳播背景的人興起創辦佛學刊物的念頭，《金色蓮花》雜誌於是在一九九三年創刊。」

漢唐以來的佛教藝術，曾在歷史上留下光彩燦爛的一頁，時至今日，景況雖然沉寂了許多，但《金色蓮花》仍在一角，堅持地開敷著。「我們希望透過美學來傳達佛法的精神，減少宗教色彩，使一般人在潛移默化中接受佛法的觀念。因此，在雜誌的設計上強化視覺意象的美；文

字上力求簡潔、易懂；另外亦借助現代的電腦藝術、製作技巧，將舞台劇的視覺效果呈現於平面的雜誌上。這是大家這些年來編輯所累積的心得，也是我們努力的方向，相信這更是佛法傳揚的未來趨勢。」

《金色蓮花》雜誌在編輯方向上主要分為兩大部分，即：

一．修練區：有四項人生重要的修練，即：心靈、身體、涵養、服務。

◎心靈：心靈的要素就是慈愛與智慧，這需要時時砥礪、刻刻修練。如結合圖像與簡潔優美的文字，傳達金剛經的意涵，洗滌人心。

◎身體：心靈以身體為居住之殿堂，著重於養生方面的報導。

◎涵養：涵養的深度與廣度是在為服務作精緻的準備，編輯內容包含電影、遊戲、舞台劇……等。實用性強，期許佛陀的理念能夠真實呈現，能夠達到內外雙美的境界。

◎服務：服務的人生是最幸福的人生，慈悲最時髦，智慧最摩登，而且永不褪流行。



◎《金色蓮花》雜誌力求以藝術的美，將佛法融入現代人的世界中。（本刊資料照片）



二·專題區：

◎「素食新時代」：由於素食對個人的身體甚至整個地球萬物，都是最健康、最溫柔的對待，所以此專題為《金色蓮花》特別重視且長期大力推廣的部分。

◎「特別專題企劃」：對於時事의 回應。例如「幫助流浪狗」「如何以佛法面對愛情觀」「人生最重要的事」等主題。時時藉由雜誌提醒讀者去省思、去實踐，透過不斷省思的過程中，看到自身的問題，進而解決問題。

《金色蓮花》佛學月刊，總是以嶄新的概念式創意結構，生動有趣又具啟發性的文字，豐富又動感立體的美學，一同交織出心的境界，未來還是會秉持這這樣的方向來走。「我們希望能夠像將舞台劇的東西搬到雜誌上運用一樣，也能透過設計網路遊戲的方式，讓佛法更生活化、有趣，讓更多人接近佛法，貼近佛理，應用佛理，這是我們的願景與展望。」。面對世世代代的人類，雜誌推廣也逐步調整，如透過網路、書店等方式，使更多人認識《金色蓮花》。除了雜誌外，劇坊、出版亦是另一個經由藝術、文學分享佛法的媒介。在書市層疊交錯、五花八門的雜誌架上，《金色蓮花》強韌地度過了十二個嚴冬。下次，如您正巧經過架前，別忘了將它拾起，好妝點心中一室的美麗。

「橡樹林」中，處處驚喜

源於一本書的感動，書中男人在一片貧脊的土地上，每日默默而堅定地種下一百顆橡實，多年後，這片土地上長成一片綠意盎然，充滿生機的森林。因這樣一個簡單而令人感動的故事，「橡樹林」出版社萌生了對佛教书籍出版的理念——在現代人的心靈土地上，做個不斷播種的人，期盼為所有想一窺佛法堂奧的讀者，築一條方便之道，不須再尋尋覓覓！

「橡樹林」的出版方向，定位於對佛教好奇，但卻仍在門口徘徊，屬於『潮間帶』的這群讀者，努力於將一般人認為艱深的佛法轉化，做一些人人都看得懂的書。」總編輯周本驥解釋。「橡樹林」的讀者，雖然包括各階層與年齡層，但主要集中在社會上已經工作一段時間的上班族群。自學校踏入社會後，人們在職場或人際相處上，漸漸會碰到一些挫折，對於人生也慢慢會有一些疑問產生，這些人多數沒有特定的宗教信仰，但對於佛法也不排斥，此時，書局架上諸如《你可以不生氣》、《祈福DIY》、《都是因果惹的禍？》等，運用現代詞彙而為之鮮活的佛教主題，便能方便地引領讀者與佛法觀點做初步接觸，適時提供心靈撐持的力量，即使是沒有任何宗教背景知識或信仰的讀者，都能徜徉其中，處處驚喜。

佛教书籍的編輯出版，是一個非常專業的領域，除了對佛法的正確認知外，還必須具備精確轉化佛法為現代語言的能力，在參與編輯人力普遍不足的情況下，「橡樹林」仍不斷地在困



難的環境中成長著。從二〇〇一年創立至今，「橡樹林」出版了一系列佛法的入門書籍，如受到廣大讀者迴響的《當和尚遇到鑽石》，當代修行大師一行禪師、阿姜查及藏傳法王等的重要修行開示。「在亞馬遜網站上暢銷的佛教書籍並不一定適合於台灣讀者。如果一本書在推出後，受到讀者的喜愛，表示這樣的議題為大家所關心。或者一本冷僻的書，卻出現熱烈的回應，這可能也表示，有相當程度的讀者正等待類似主題的書籍出現。「橡樹林」出版的每一本書，都可以說是一次新的嘗試。」

鑒於現代人對文字的閱讀習慣已經改變，大量圖片的運用及圖像化是必然的出版趨勢。除了繼續引介翻譯適合國人閱讀的佛學書籍外，未來，「橡樹林」將更投注於自製書的編輯出版。如目前已推出的「小百科系列」，以及正在進行中的「圖解系列」——即企圖將佛法抽象概念的理解化為圖形的嘗試，這些都將為現代人種下更多指路的樹，循此而走入佛法無邊的風景中。

「我們的出版社小小的，但是我們做的很高興。」周本驥微笑著說。小小的出版社，卻有著大大的願心，在佛法森林中，為現代的佛教出版提供不同視角的美好。



◎「橡樹林」出版社在佛教出版的園地中，有其清楚明確的出版方向。（本刊資料照片）