DOI: 10.22250/2072-8662.2018.4.68-72

Льюис Д.

Ключевые ценности в японской религии и культуре

Аннотация. Во время контакта между собой цивилизации и культуры могут заимствовать друг у друга и адаптировать разные аспекты. Однако при этом происходит фильтрация заимствований посредством собственных культурных ценностей. В данной статье рассмотрены некоторые ключевые ценности в японской культуре, проявляющиеся как в религиозных, так и в нерелигиозных сферах. Подобные ценности могут существовать внутри других культур или цивилизаций, но их конкретные конфигурации внутри определённой культуры могут отличать одну культуру от другой.

Ключевые слова: Япония, религия, ценности, культура, этнография

David C. Lewis

Key Values in Japanese Religion and Culture

Abstract. As civilizations and cultures come into contact with one another, there are borrowings and adaptations. However, this process is filtered through certain cultural values. This paper examines some key values in Japanese culture which are expressed in both “religious” and “non-religious” forms. Similar values may be present within other cultures or civilizations but their specific configurations within a particular culture may distinguish one culture from another.

Key words: Japan, religion, values, culture, ethnography

Льюис Дэвид – доктор наук, посещающий профессор, преподаватель Юннаньского университета; григлашенный преподаватель (2018–2019 гг.), кафедра востоковедения, Кембриджский университет, Англия; Кунминь, Китай; dlewis@yandex.ru, davidinyunnan@gmail.com

David C. Lewis – PhD, Visiting Professor, Lecturer at Yunnan University, Temporary Lecturer (2018–2019), Department of East Asian Studies, University of Cambridge, England; Kunming, China; dlewis@yandex.ru, davidinyunnan@gmail.com

---

На протяжении всей истории люди кочевали, переходя с места на место. Так в некоторой степени осуществлялись контакты между культурами, между разными цивилизациями. В тех случаях, когда отсутствуют письменные свидетельства древности, мы можем узнать о контактах между народами, изучая то, как они, к примеру, создавали предметы из бронзы и железа – то есть как распространялась технология их изготовления. Если знание о технологии могло распространяться, к примеру, с Ближнего Востока через Центральную Азию в Китай, то идеи, в том числе и религиозные, тоже могли преодолевать границы разных цивилизаций. Однако в новой культуре выражение таких представлений могло приобретать новые формы: например, существует даже теория о том, что китайская письменность до какой-то степени отражает знание определённых историй, написанных в первых главах Библии [Kang, 1979; Chan, 2006, 45–71]. Хотя такая интерпретация, конечно, спорна, мы всё-таки можем согласиться с тем, что на протяжении многих веков разные культуры влияют друг на друга.

Как мы знаем, в современном мире происходят процессы «глобализации». Мы можем понимать эти процессы по-разному, особенно из-за того, что они включают в себя разные аспекты. Наиболее очевидный уровень глобализации – это

распространение материальных предметов, к примеру, мобильных телефонов по всему миру. Везде людям нужно общаться друг с другом, поэтому новые способы коммуникации с лёгкостью принимаются не только в Москве или Лондоне, но и на далёкой Чукотке, и в бескрайних степях Монголии, и даже в джунглях Новой Гвинеи.

В рамках данной статьи, однако, было бы интересно рассмотреть процесс распространения духовных представлений от одной цивилизации или культуры к другой. Кажется, что такой процесс гораздо сложнее, чем распространение сотовых телефонов. Автор предполагает, что внутри каждой культуры существует так называемый «фильтр», через который такие представления должны пройти. Если они подходят данной культуре, то смогут успешно пройти «фильтрацию». В частности, можно предположить, что уже внутри культуры изначально заложена система ценностей, которая действует как культурный «фильтр». Культура гораздо легче принимает инновацию, если внутри неё уже существуют подходящие для такого нововведения традиции. Если же подобных традиций пока не существует, или местные люди в принципе воспринимают новые идеи как «чужие», то инновация не сможет глубоко проникнуть в новую культуру. Так, местные люди могут принимать новое только на поверхности, особенно, если какие-то силы внутри страны или авторитет властей влияют на них, например, когда коренные народы Сибири принимали православные иконы, но при этом через иконы продолжали молиться своим традиционным богам.

Когда есть свобода выбора, когда люди сами могут принимать или отказываться от новых традиций, то культурный «фильтр», сформированный на основе традиционных ценностей, определяет, какие инновации будут приняты, а и какие останутся в стороне. Здесь хотелось бы привести в пример японскую культуру, в частности, восприятие Рождества в современной Японии.

На первый взгляд, можно сказать, что христиан среди японцев очень мало, поэтому сложно было бы ожидать, что они празднуют Рождество. Однако праздник стал в Стране восходящего солнца весьма популярным. В декабре в магазинах можно услышать рождественские (в понимании японцев) песни. Песни эти, однако, в основном о Санта Клаусе или о его оленях – к примеру, «Santa Claus is coming to town» или «Rudolf the red-nosed reindeer». В этом отражается влияние Америки или Западной Европы, поскольку нет ни единого упоминания, к примеру, о русском Деде Морозе. Тем более, речь не идёт об Иисусе Христе и обстоятельствах его рождения.

Можем предположить, что одним из культурных «фильтров» является вера. Менее одного процента японцев, по официальным данным, являются прихожанами христианских церквей, хотя гораздо большее число считают себя «христианами» потому, что они учились в христианской школе или праздновали свадьбу по христианской традиции (следует заметить, что свадьба «по-христиански» в Японии обычно стоит меньше, чем другие виды свадьбы). Однако, только лишь верой или её отсутствием невозможно объяснить, почему такое большое число японцев празднует Рождество.

Осмелюсь предположить, что те черты Рождества, которые японцы переняли, имеют сходства с традиционными обрядами празднования Нового Года. Другими словами, празднование Рождества 25-ого декабря, за одну неделю до Нового Года, становится т. н. новым типом новогоднего праздника. Таким образом, главным «фильтром» являются местные традиции празднования Нового Года.

С недавних пор некоторые японские семьи стали соблюдать новую «традицию»: Санта Клаус может приносить подарки детям. Однако до этого в Японии уже существовало представление о том, что можно просить благословения от семи богов удачи (七福神, *shichifukujin*), в том числе от весёлого бога по имени *Hotei-osho* или *Hotei-sama*. В Китае люди назвали его «смеющийся Будда» (笑佛 *Xiào Fó*), но официальное его имя звучит как *Bùdài* (布袋) на китайском, или *Hotei* на японском. Китайские иероглифы в его имени означают «*Мешок ткани*» . Это толстый человек, который особенно любит детей и может давать им подарки. Очевидно, что он напоминает упитанного Санта Клауса, у которого тоже есть мешок подарков для детей. Поэтому японцам нетрудно было принять Санта Клауса, ведь в их культуре уже существовал подобный образ. Т. о. сквозь «фильтр» существующей традиции смогла пройти концепция Санта Клауса, но этот «фильтр» препятствует распространению знания об Иисусе Христе.

В конце года в японских фирмах проводится вечеринка под названием 忘年会 (*bōnenkai*). Раньше в таких мероприятиях принимали участие только мужчины (женщины выступали в качестве обслуживающего персонала). Теперь же существуют рождественские вечеринки, куда женщины, в том числе жены рабочих, могут прийти. Таким образом, можно говорить о том, что рождественские вечеринки более «демократичны», по сравнению с традиционными японскими предновогодними празднествами.

Под Новый Год в Японии люди ставят специальные декоративные растения около двери и вешают украшения на дома. Стоящие по бокам от двери kadomatsu являются разновидностью сосны. Эта традиция могла поспособствовать тому, что японцы приняли традицию наряжать рождественскую ёлку.

Когда японцы празднуют Новый Год, они едят особенные блюда. Поэтому они стремятся есть что-то особенное и во время Рождества, например, специальный торт. Теперь также стало популярным ходить на Рождество в ресторан KFC и есть там курицу. Говорят, что эта традиция пошла от того, что долгое время иностранцы не могли найти индейку в Японии и поэтому ели курицу, но мы полагаем, что отчасти причина в том, что основатель ресторанов KFC немного похож на Деда Мороза. Вышеизложенные примеры показывают, что «фильтр» работает таким образом, что нерелигиозные аспекты Рождества свободно проникают в японскую культуру, а религиозные аспекты не могут пройти сквозь него. Поэтому можно согласиться с человеком, который, заполняя анкету, предложенную автором, написал о том, что «Рождество – это нерелигиозный праздник».

С другой стороны, уже существующие религиозные представления японцев могут принимать элементы извне и включать эти «иностранные» аспекты в японские религиозные обряды. Приведём в пример один завод, где автор проводил исследование религиозных обрядов. Там уже много лет ежегодно проводится ритуал «поминок»: на могилу умершего приносят предметы – такие же, как для умерших родственников, предков. Однако человек, на чью могилу приходят, не приходится никому из них родственником и вообще – иностранец.

В 1927 году Антонио Минелли, итальянец, совершил самоубийство в Японии. Рабочие завода, где он работал, до сих пор не знают, почему он совершил самоубийство и только предполагают, что он сошёл с ума. Однако два раза в год по крайне мере один из менеджеров завода посещает могилу этого человека, где зажигает ладан и кланяется, словно «предку» [Lewis, 2018, 162–164].

Илл. 1. Менеджер завода у могилы А. Минелли.

Минелли оставил жену в Италии, но детей у них не было. Согласно традиционным японским верованиям, он может стать опасным как «непривязанный дух» (*muenbotoke* 無縁仏 – умерший, у которого нет родственников, которые могли бы присматривать за его могилой). Такой дух должен быть умиротворён. И это несмотря на то, что он был, по крайней мере, номинально римским католиком. Более важным здесь, однако, было то, что он покончил жизнь самоубийством, поэтому нужно успокоить его дух.

Когда автор спрашивал у участников обряда, что они думают об этой практике, один менеджер сказал, что, по его мнению, существует слишком много религиозных обрядов на их заводе, они занимают слишком много времени, поэтому желательно сократить хотя бы несколько из них.

Другой человек, по имени Накахаши-сан, ответил на этот вопрос с позиций памяти. Он сказал, что его чувства или мысли, когда он кланяется перед могилой, – это воспоминания или размышления о том, что он знает об истории своей компании и роли Минелли в ней. Для него или для фирмы могильный обряд является «обязанностью», и у него нет других чувств к нему.

В отношении Минелли он использует одно интересное слово – это слово «*дайсэмпай*» (*daisenpai* 大先輩). Слово «сэмпай» означает «старший коллега», а «дайсэмпай» означает «большой» или «великий» старший коллега – то есть «сэмпай» тем, которые были сэмпаями для самого Такахаси-сан. Как один из основателей фабрики, итальянец является «предком» нынешнего поколения сотрудников, в которое входит и сам Накахащи-сан.

Как дайсэмпай Минелли не имеет семейных отношений с теми, кто совершает для него поминальный обряд. Ему не «поклоняются». Для тех, кто совершает обряды, даже необязательно иметь какую-либо веру в загробную жизнь. Те, кто участвует, могут только сохранить таким образом память о своих «дайсэмпаях»: от имени компании они соблюдают обряды почитания предков: они должны чистить могилу, сжигать благовония и поклониться перед могилой. Если Минелли изначально рассматривается как некий «непривязанный дух» (無縁仏 *muenbotoke*), то ныне живущие могут надеяться на то, что с помощью обрядов можно предотвратить любую опасность для компании, которую его дух может представлять.

Стоит подчеркнуть, что упомянутый ритуал и отношение к нему людей выражают четыре широко распространённые ценности японской культуры:

1) Концепция памяти. Данная концепция проявляется в том значении, которое придаётся практике поминания умерших и тому, чтобы кто-то взял на себя ответственность за выполнение ритуалов.

2) «Уважение к старшим». В промышленном контексте это выражается в открытом уважении к сэмпаям, к более опытным и успешным представителям «предыдущего поколения» компании. Внутри семьи это уважение традиционно должно проявляться по отношению к пожилым людям. После смерти эти люди почитаются на своих могилах и у семейного буддийского алтаря как «предки».

3) Страх того, что находящееся не на своём месте «нечисто» или опасно. Дух Минелли мог стать «непривязанным» или «блуждающим», если бы никто не совершал обрядов по нему. Если его дух станет *muenbotoke* (無縁仏), он может быть злопамятным, что может быть опасно. Такие понятия очень похожи на те, которые описала Мэри Дуглас (Mary Douglas) в своей книге «чистота и опасность», определив их как «грязь», «неуместную материю». Для японцев религиозные обряды очень часто связаны с аспектами чистоты и загрязнения. Это третий компонент, имеющий немаловажное значение в японской культуре.

4) Четвёртая «важная ценность» – это безопасность. Особое внимание уделяется безопасности и защите, которая проявляется во многих различных аспектах японской культуры – как религиозной, так и нерелигиозной. Если некоторые бедствия могут произойти из-за пренебрежения конкретными религиозными обрядами, «безопаснее» соблюдать ритуалы, чем рисковать катастрофой. Например, страх перед потенциальными опасностями заставляет многих японцев искать чувство безопасности в оберегах в своих автомобилях и в других религиозных практиках.

Часто люди боятся определённых духов, потому что они считаются «неуместными». Это демонстрирует, что понятия чистоты и загрязнения дополняют понятия безопасности и защищённости. В основном эти две темы являются двумя сторонами одной медали. Точно так же уважение к старшим, пока они живы, сливается с почитанием предков после их смерти. Поэтому эти две «важные ценности» также тесно связаны.

Однако «важные ценности» никоим образом не ограничиваются только сферой религии. Они проявляются как в религиозных, так и в нерелигиозных формах. Не обязательно, чтобы нерелигиозные выражения этих «важных ценностей» были секуляризованными версиями религиозных: представляется более вероятным, что некоторые общие культурные ценности проявляются в различных формах.

Большинство этих основополагающих ценностей (или их все) также можно найти в других культурах за пределами Японии. Однако то, что даёт им их отличительную характеристику в любой конкретной культуре, – это то, как они взаимодействуют друг с другом. Каждая культура похожа на созвездие: для обычного глаза каждая звезда выглядит довольно похожей на другие (хотя у них есть большие различия, обнаруженные специалистами), но то, что даёт каждому созвездию свою уникальность, –

это особая форма, по которой эти звезды кажутся связанными друг с другом. Точно так же «важные ценности», которые были упомянуты в данной статье, могут быть найдены в других культурах, но именно особенности их взаимодействия помогают какой-либо конкретной культуре обрести особый, уникальный характер.

На поверхности кажется, что контакт между цивилизациями и культурами происходит в той ситуации, когда разница между культурами не очень заметна. Молодые люди слушают одинаковые песни, носят джинсы, общаются по мобильным телефонам, пользуются такими сайтами, как Фейсбук, и так далее. Однако внутри каждой культуры существуют ценности, которые не так легко меняются. Можно изменить «фасад» культуры, но суть или не меняется вовсе, или меняется очень медленно. Эти ценности являются «фильтрами», которые сохраняют суть культуры в течение многих поколений.

Библиографический список

1. Chan, K.Th. Faith of Our Fathers: God in Ancient China / K.Th. Chan. – Shanghai: China Publishing Group Orient Publishing Center, 2006. – 323 p.
2. Lewis, D.C. Religion in Japanese Daily Life / D.C. Lewis. – London and New York: Routledge, 2018. – P. 162–164.
3. Kang, C.H. The Discovery of Genesis in the Chinese Characters / C.H. Kang, Nelson, R. Ethyl. – St. Louis: Concordia, 1979. – 120 p.

Текст поступил в редакцию 05.06.2018.

References

1. Chan K.Th. *Faith of Our Fathers: God in Ancient China.* Shanghai: China Publishing Group Orient Publishing Center, 2006, 323 p.
2. Lewis D.C. *Religion in Japanese Daily Life.* London and New York: Routledge, 2018, pp. 162–164.
3. Kang C.H., Nelson, R. *The Discovery of Genesis in the Chinese Characters.* St. Louis: Concordia, 1979, 120 p.