

Изотова Надежда Николаевна

СЕЗОННЫЕ ПОДАРКИ В ЯПОНСКОЙ КУЛЬТУРЕ: ТРАДИЦИИ И СОВРЕМЕННОСТЬ

В статье рассматривается культура подарков в Японии как неотъемлемая часть повседневной жизни японцев. Обязательной составляющей дарообмена в Японии являются сезонные подарки. Автор определяет этнокультурные особенности, прослеживает эволюцию развития традиций о тю:гэн и о сэйбо:, обмена новогодними открытками. Делается вывод: процесс обмена подарками в мировосприятии японцев гораздо важнее, чем сам подарок. Он способствует не только социальной интеграции индивидов, гармонизации и укреплению вертикальных и горизонтальных связей, но и выступает барометром социокультурного статуса личности, его места в общественной иерархии.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/3/2016/8/22.html

Источник

Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2016. № 8(70) С. 82-85. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/3.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/3/2016/8/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: hist@gramota.net

УДК 008(520)

Культурология

В статье рассматривается культура подарков в Японии как неотъемлемая часть повседневной жизни японцев. Обязательной составляющей дарообмена в Японии являются сезонные подарки. Автор определяет этнокультурные особенности, прослеживает эволюцию развития традиций о тю:гэн и о сэйбо:, обмена новогодними открытками. Делается вывод: процесс обмена подарками в мировосприятии японцев гораздо важнее, чем сам подарок. Он способствует не только социальной интеграции индивидов, гармонизации и укреплению вертикальных и горизонтальных связей, но и выступает барометром социокультурного статуса личности, его места в общественной иерархии.

Ключевые слова и фразы: сезонные подарки; о тю:гэн; о сэйбо:; о бон; новогодние открытки; гири; ритуал; продукты.

Изотова Надежда Николаевна, к. культурологии

*Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России
izotova@list.ru*

СЕЗОННЫЕ ПОДАРКИ В ЯПОНСКОЙ КУЛЬТУРЕ: ТРАДИЦИИ И СОВРЕМЕННОСТЬ

Современное японское общество характеризуется активным поиском новой парадигмы духовного развития, этнокультурной и нравственной самоидентификации. В условиях глобализации на фоне трансформации традиционных моральных ценностей интенсивно формируются новые символы и ритуалы. При этом культура во всей совокупности ее составляющих выступает как важнейший фактор устойчивого развития, а преемственность поколений обеспечивается благодаря сохранению национальных обычаев и ритуалов, аккумулирующих многовековой опыт народа, базовые начала его мировоззрения и духовности.

Культура подарков, сформировавшаяся на пересечении сакральной и профанной сфер деятельности человека, занимает важное место в повседневной жизни современных японцев, в силу своей консервативности способствует сохранению традиционных ценностей и является индикатором нравственного облика общества.

Французский этнограф, социолог Марсель Мосс в «Очерке о даре», изданном в 1925 году, описывая процесс обмена подарками в первобытном обществе, писал, что в архаических и традиционных обществах «связь посредством вещей – это связь душ, так как сама вещь обладает душой, происходит от души. Отсюда следует, что подарить нечто кому-нибудь – это подарить нечто от своего “Я”» [8]. По мнению французского ученого, обмен охватывает все аспекты взаимодействия людей в обществе и является одной из «фундаментальных основ наших обществ» [Там же].

贈答 *дзо:то:* – строго регламентированная церемония обмена подарками в Японии имеет многовековую историю. Будучи неотъемлемым элементом социокультурной системы, она служит залогом социальной гармонии и интеграции. Понять ее сложно не только иностранцам, но и самим японцам, поэтому существует немало пособий и руководств, помогающих разобраться с запутанным ритуалом дарообмена. К тому же нужно учитывать тот факт, что в Японии существует масса примет и суеверий, которые оказывают на повседневную жизнь японцев, том числе и на церемонию обмена подарками, существенное влияние, которое «сопоставимо с влиянием религии» [7, с. 74].

Иероглиф 贈 имеет значение «дарить», «делать подарок», а иероглиф 答 – «отвечать». Таким образом, очевидно, что вручение подарка подразумевает обязательное получение ответного дара お返し *о каэси* (глагол 返す означает «возвращать», «отдавать обратно»). Сущность подарка с точки зрения японцев заключается не в материальной форме даримого объекта, а в отношениях, в которые вступают люди и которые поддерживаются ими при помощи даров.

Культура обмена подарками тесно связана с такими нормами традиционной японской морали, как 義理 *гири* – «моральный, нравственный долг» и 恩 *он* (чувство благодарности). Поскольку японцы испытывают чувство благодарности к обществу, они не могут быть равнодушны к желаниям окружающих и проявлять равнодушие, заботясь о своем личном благе. *Гири* – это и обязательство, и ритуал выполнения обязательства, и долг благодарности. *Гири* проявляется в широком смысле – в общении вышестоящего с нижестоящим, во взаимодействиях между равными, в ритуалах общения между соседями и сослуживцами.

Американский антрополог Рут Бенедикт, рассматривая этику *гири* в японской культуре, писала: «...согласно японскому вердикту сильными являются те, кто не принимает во внимание собственное счастье и выполняет долг. Сила характера, по их мнению, проявляется в подчинении правилам, а не в бунте» [1, с. 245].

Человек не имеет права требовать от другого исполнения обязанностей *гири*. Он должен ждать, когда тот добровольно станет их осуществлять. Человек, не проявляющий *гири* по отношению к тому, к кому оно должно проявляться, рассматривается в Японии как личность, достойная презрения, однако считается, что *гири* нельзя получить принуждением, и тот, кто заставляет другого исполнять *гири*, сам оказывается его нарушителем. Любой в Японии, исполняющий долг *гири* или принимающий его от другого, входит составным звеном в цепь взаимоотношений. В связи с этим можно сказать, что нормы *гири* пронизывают японскую культуру сверху донизу [3, с. 255].

В книге 葉隠れ *Хагакурэ*, что означает «сокрытый в листве», изложены основные идеи 武士道 *бусидо*: (букв. *путь воина*) – морального кодекса самураев, в котором очень ярко выразился дух японской нации. «Если человек заболел или оказался в стесненных обстоятельствах, следует обязательно узнать, как у него дела, посетив лично или послав какой-нибудь подарок. И никогда в жизни не следует забывать о том, кто оказал вам услугу» [5, с. 63] – предписывает кодекс.

Во всем мире принято дарить подарки на Новый год, дни рождения, Рождество, День святого Валентина, свадьбу. В Японии помимо этих традиционных праздников распространен обычай вручать церемониальные подарки, приуроченные к различным событиям в жизни, а церемонии сопровождают японца всю жизнь: беременность и рождение ребёнка, первый Новый год ребёнка, праздник 七一五三 *сити го сан*, когда детям исполняется три, пять и семь лет, поступление в школу и её окончание, поступление в университет, день совершеннолетия, празднование Дня матери, Дня отца, Дня почитания старости, выход на пенсию, празднование долголетия (отмечается в 61, 70, 77, 80, 88, 90 и 99 лет), похороны, поминки, годовщины смерти и многие другие. Ни одно изменение в жизни, радостное или печальное, включая переезд на новое место жительства, переход на новую работу, болезнь или выздоровление после болезни, не обходится без подарков – значимого элемента социокультурной жизни. Можно сказать, что участие в нескончаемом дарообмене входит в комплекс обязанностей японцев по поддержанию групповой солидарности, принимает форму долга перед социумом.

Помимо церемониальных в Японии большое внимание уделяют сезонным подаркам, которые в определенной степени носят универсальный характер и сопровождаются исторически сложившимся ритуалом.

Сезонные подарки в знак благодарности за проявленную заботу и оказанные услуги принято дарить дважды в год – летом и зимой.

Дарение летом, во время летнего праздника поминовения душ усопших предков *о бон*, пришедшего в Японию с буддизмом и впитавшего в себя элементы синтоистских верований о возвращении душ умерших предков в места, где они раньше жили, называется *о тю:эн*, а зимой, в предновогодний период – *о сэйбо*.

О бон отмечается в течение нескольких дней: в одних районах в середине июля, в других – в середине августа.

Название праздника *о бон* связано с буддистским праздником *улламба*, что на санскрите означает «висяние вверх ногами» и подразумевает великое страдание. В сутре *улламба* (яп. 盂蘭盆經 *урабон кэ:*) рассказывается история про одного из двух главных учеников Будды Маудгальяну (яп. 目連 *Мокурэн*), который использовал свои способности, чтобы повидаться с умершей матерью. Он обнаружил, что та попала в мир голодных духов и сильно страдала. Взмолвленный, он пошёл к Будде и спросил, как ему вызволить свою мать. Будда посоветовал ему сделать приношения еды, благовоний и светильников множеству монахов, которые вернулись из летнего уединения, на пятнадцатый день седьмого месяца. Ученик сделал это, и его мать была освобождена [11].

Японцы называли этот праздник 盂蘭盆会 *урабонэ*, сокр. *о бон*. Иероглиф 盆 имеет значение «поднос», а, как известно, подношения для умерших предков принято было подавать на подносах.

«Буддийский ритуал наложился на местные верования в то, что души умерших возвращаются туда, где они жили, и могут помочь получить хороший урожай, и стал интегральной частью синто-буддийского комплекса» [2, с. 120].

Во время праздника семейные могилы украшают ветками священных в синтоистской религии вечнозеленых деревьев 榊 *сакаки*. На могилы кладут рисовые лепешки *моти*, фрукты, зажигают курительные палочки.

О тю:эн, букв. «средний исток», происходит от китайской традиции праздновать дни «трёх истоков» (кит. *сань юань*). День «среднего истока» *о тю:эн*, который приходился на 15 день седьмого месяца по лунному календарю, был связан с праздником *о бон*, во время которого подношения для душ предков было принято дарить родственникам и соседям. В XVII веке торговцы начали делать подарки своим постоянным клиентам, и с течением времени вошло в обычай дарить их не только родственникам и родителям, но и партнёрам по бизнесу, вышестоящим начальникам и т.п. [6].

О сэйбо: было изначально подношением божеству *Тосигами*, приходящему в дом на Новый год. Существует поверье, что *Тосигами* посещает каждую японскую семью и приносит счастье и удачу. Поэтому ему необходимо место для отдыха и подношения даров – рисовые лепешки *моти*, хурма, сушеная рыба [4, с. 193].

Такие подношения несли в дом основной ветви семьи, главе семьи, но постепенно подарки стали дарить также людям, которым чем-то обязаны, в благодарность за их заботу.

Период *о тю:эн* продолжается с начала до середины июля, в некоторых районах до середины августа, *о сэйбо*: – с середины до конца декабря. В это время в универмагах и супермаркетах открывают специальные отделы для сезонных подарков. В среднем одна семья приобретает два-три подарка. Раньше их посылали по почте или один из членов семьи доставлял лично, а сейчас, как правило, пользуются сервисом бесплатной доставки универмагов и супермаркетов или заказывают по Интернету. Стоимость подарка в среднем составляет от трех до десяти тысяч иен, зимой в конце года принято дарить более дорогие подарки, чем летом [12].

Самыми популярными подарками в периоды *о тю:эн* и *о сэйбо*: являются продукты. Японцы предпочитают дарить продукты в силу своей практичности. К тому же считается, что подарок должен быть безликим, не ассоциироваться с личностью дарителя. Летом чаще всего дарят пиво, фрукты, сладости, зимой – морепродукты, мясные деликатесы, оливковое масло, саке. Купоны на приобретение товаров также пользуются популярностью. Получив подарок, принято отправить ответный дар примерно такой же стоимости.

В Японии также распространён особенный обычай дарить マスコメーロン *масуко мэ:рон* – мускусные дыни (канталупы), которые выращивают специально в качестве подарочного товара. Магазин высококачественных фруктов «Сэмбикия», расположенный в престижном районе Гиндза, открывшийся в 1894 году, 20% продаж делает на таких дынях с сильным ароматом. На одном растении выращивают лишь одну дыню, и цена такого плода достигает 10-20 тысяч йен. Изначально такие дыни поставляли к императорскому двору в качестве редких деликатесов, а сейчас эти дорогие фрукты дарят по случаю посещения во время болезни, в качестве подарка по случаю *о тю:гэн и о сэйбо*: [6].

Японский антрополог *Янагита Кунио* связывает любовь японцев дарить пищевые продукты с синтоистскими верованиями. С давних пор было принято преподносить божествам 神 *ками* различные дары, в том числе продукты, тем самым добиваясь их расположения [13]. В наши дни сакральный компонент полностью вытеснен профанным, и в обыденном сознании *о тю:гэн и о сэйбо*: воспринимаются всего лишь как повод выразить благодарность людям за оказанные услуги.

Новый год 正月 *сё:гацу* для японцев – самый важный и любимый праздник. Обязательным атрибутом новогоднего праздника являются поздравительные новогодние открытки – 年賀状 *нэнгадзё*: с пожеланиями здоровья, счастья, успехов и процветания родственникам, друзьям, коллегам и всем знакомым.

Обычай направлять новогодние поздравительные послания зародился в эпоху *Хэйан* (794-1185). В период *Эдо* (1603-1867) японцы начали дарить на Новый год картинки 浮世絵 *укиёэ* – своеобразный прообраз будущих открыток. Эта традиция стала обязательной не только для самураев и знатных чиновников, но и для продавцов, которые, обходя с поздравлениями дома покупателей, дарили разнообразные безделушки: полотенца, веера, картинки *укиёэ* с изображением мгновений повседневной жизни. Тогда же появилась традиция изготавливать новогодние открытки в виде маленькой гравюры 刷り物 *суримоно* (жанр цветной ксилографии, сочетает изображение и текст (нередко стихотворный) и представляет поздравление с праздничными днями или торжественными (личными) событиями). Печатались они на плотной японской бумаге 和紙 *васи*, выделяемой ручным способом, присыпались золотым и серебряным порошком. Поздравления на *суримоно* и в наши дни принято посылать в специальных конвертах.

В том виде, в котором они существуют сейчас, *нэнгадзё*: появились относительно недавно. Почтовое ведомство Японии приступило к выпуску новогодних открыток лишь в 1906 году.

С 1949 года Министерство почт и телекоммуникаций Японии начало выпускать 新年玉付き年賀はがき *о тосидама цуки нэнгахагаки* – новогодние открытки с напечатанными номерами национальной лотереи, выигрыш в которой был назван 新年玉 *о тосидама*, как и денежный подарок, который принято дарить в японских семьях на Новый год детям.

Уникальность *нэнгадзё*: состоит в том, что доставляется это новогоднее послание, отмеченное специальным знаком 年賀 *нэнга*, обязательно утром 1 января наступившего года. И первый ритуал первого утра наступившего года для японцев – чтение полученных новогодних открыток и скрупулезная проверка списка полученных и отправленных поздравлений. Если они не совпадают, тут же отправляются недостающие поздравления, которые будут доставлены адресату в ближайшие дни, но не позднее 14 января. [4, с. 191].

По данным Почты Японии, в 2016 году было отправлено 1 миллиард 742 миллиона новогодних открыток, то есть на каждого жителя Японии приходилось 14 открыток [10].

Обычно на *нэнгадзё*: изображен символ наступающего года по восточному календарю, то есть в этом году на большинстве открыток можно было увидеть обезьяну.

Японские исследователи находят отражение в культуре подарков социальных принципов общественного поведения, основанных на 建前 *татэмаэ* – внешних проявлениях и 本音 *хоннэ* – истинных намерениях [9].

Если в европейской традиции акт дарения связан с желанием доставить радость близкому или знакомому человеку, но при этом никто не ожидает ответного дара, то в Японии обмен подарками представляет собой исторически сложившееся ритуальное действие, имеющее универсальный характер и предусматривающее выполнение строго регламентированных правил, выступающих ценностными ориентирами.

Процесс обмена подарками в мировосприятии японцев гораздо важнее, чем сам подарок. Он способствует не только социальной интеграции индивидов, гармонизации и укреплению вертикальных и горизонтальных связей, но и выступает барометром социокультурного статуса личности, его места в общественной иерархии.

Список литературы

1. Бенедикт Рут. Хризантема и меч. Модели японской культуры. СПб.: Наука, 2007. 360 с.
2. Боги, святилища, обряды Японии: энциклопедия синто. М.: РГГУ, 2010. 310 с.
3. Изотова Н. Н. Влияние норм традиционной японской морали на формирование концепта «счастье» // Вестник МГИМО-Университета. 2011. № 3 (18). С. 253-258.
4. Изотова Н. Н. Национальные особенности встречи Нового года в Японии // Филологические науки в МГИМО: сборник научных трудов. 2014. № 55 (70). С. 189-198.
5. Кодекс бусидо. Хагакурэ. М.: Эксмо, 2004. 432 с.
6. Культура подарков в Японии [Электронный ресурс]. URL: <http://www.nippon.com/ru/features/jg00080> (дата обращения: 11.06.2016).
7. Лихолетова О. Р. Японские приметы и суеверия как источник лингвокультурологической информации // Японский язык в вузе: актуальные проблемы преподавания: материалы научно-методической конференции «Японский язык в вузе» (октябрь 2014 г.). М.: Ключ-С, 2015. Вып. 12. С. 74-83.

8. **Марсель Мосс.** Очерк о даре. Форма и основание обмена в архаических обществах [Электронный ресурс] // Мосс М. Общества. Обмен. Личность. М.: Восточная литература РАН, 1996. URL: http://anthro-economicus.narod.ru/files/Moss_Present.pdf (дата обращения: 09.06.2016).
9. **Япония. Как ее понять.** М.: АСТ; Астрель, 2006. 317 с.
10. **Excite ニュース** (Волнующие новости) [Электронный ресурс] URL: http://www.excite.co.jp/News/economy_g/20160104/Cobs_364544.html (дата обращения: 11.06.2016).
11. **お盆** (О бон) [Электронный ресурс]. URL: <https://ja.wikipedia.org/wiki/お盆> (дата обращения: 09.06.2016).
12. **お中元とお歳暮 | 日本文化いろは事典** (О тю:гэн и о сэйбо:). Словарь японской культуры) [Электронный ресурс]. URL: http://iroha-japan.net/iroha/B06_custom/05_chugen.html (дата обращения: 11.06.2016).
13. **柳田國男『食物と心臓』** (Янагита Кунио. Еда и душа) 講談社 1988/06 発売。247 p.

SEASONAL GIFTS IN JAPANESE CULTURE: TRADITIONS AND MODERNITY

Izotova Nadezhda Nikolaevna, Ph. D. in Culturology
Moscow State Institute of International Relations (MGIMO University)
izotova@list.ru

The article examines gift culture in Japan as an integral part of the Japanese peoples' everyday life. Necessary elements of gift exchange in Japan are seasonal gifts. The author identifies the ethno-cultural peculiarities, traces the evolution of the Ochugen and Oseibo traditions and the tradition to exchange New Year cards. The paper concludes that gift exchange process in Japanese worldview is much more important than the gift itself. It promotes individuals' social integration, harmonization and consolidation of vertical and horizontal relations and also serves as a barometer of a personality's sociocultural status, his/her place in social hierarchy.

Key words and phrases: seasonal gifts; Ochugen (traditional midyear gift-giving); Oseibo (sending a year-end present); O-bon (the Bon festival); New Year cards; giri (moral duty); ritual; food.

УДК 111

Философские науки

В статье проанализировано отношение средневековой религиозной философии к проблеме бытия и существования человека и Бога. Особое внимание уделяется месту и роли человеческого в созданном Богом мире. Автор обосновывает мысль, что в средневековой философии прообразом существования человека выступала личность – Бог, воплотившийся в Христа. Следовательно, и человек, созданный по образу и подобию Бога, – тоже личность.

Ключевые слова и фразы: бытие; существование; космос; человек; Бог; средневековая теология; личность.

Исаев Андрей Анатольевич, к. филос. н., доцент
Уфимский юридический институт МВД России
andisaev@mail.ru

БЫТИЕ И СУЩЕСТВОВАНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО И БОЖЕСТВЕННОГО В СРЕДНЕВЕКОВОЙ ФИЛОСОФИИ

В древнегреческой философской мысли человек и космос радикально никогда не противопоставлялись. Они всегда соотносились друг с другом, так как космос понимался как живой, одушевленный, подобный человеку. Но реальностью, превышающей космос, человек никогда не был. Уже в Библии картина меняется: человек не просто момент космоса, он создан по образу и подобию Божию, а значит, обладает привилегиями по сравнению с другими тварными существами. Следовательно, человек – повелитель всего, что создано для него. Поэтому он должен уподобляться Богу, но не через интеллект, путем познания, как это видели древние греки, а через веру, через способность свободно подчиниться Божьей воле.

В Средневековье теология занимает господствующее место среди всех видов знаний. Те философские мысли, которые возникли в античной философии, в Средневековье приобретают теологическую окраску. Философское осмысление бытия и существования связывалось с вопросом: «Отождествить ли Бога с бытием или поставить его выше бытия?» – и ответами на него.

Бог, по Августину, – это высшее, неизменное бытие, все бытийствует от него и сотворено им из ничего: «...До творения твоего ничего не было, кроме тебя, и... все *существующее* зависит от твоего *бытия*» [3, с. 585]. Творения Бога образуют некую «лестницу», т.к. природа некоторых творений менее совершенна, а других – более совершенна. По Августину, непротиворечивым существованием обладает только Бог. То же, что создано Господом, в том числе и человек, обладает существованием лишь с одной стороны – как творения Божьи. Но про них можно сказать, что они и не обладают существованием, ибо только неизменное, создавшее само себя, существует и дает бытие и жизнь всему остальному. Бытие, Истина, Благо, Любовь, Жизнь – это сущностные атрибуты Бога не как собственности некоего субъекта, а как совпадающие с самим Богом. «Разве есть мастер, который создает себя сам? в другом ли месте течет источник, откуда струится к нам