

тронний ресурс] – режим доступу до НПА: [http://www.houko.com/00/FS\\_ON.HTM](http://www.houko.com/00/FS_ON.HTM); 4. Конституція Японії 日本国憲法 / Ніхонкокукемпо: / [електронний ресурс] – режим доступу до НПА: [http://www.houko.com/00/FS\\_ON.HTM](http://www.houko.com/00/FS_ON.HTM); 5. Шемшученко Ю. С. Міжнародне право / Ю. С. Шемшученко // Великий енциклопедичний юридичний словник / [за ред. акад. НАН України Ю. С. Шемшученка]. – К.: ТОВ «Видавництво “Юридична думка”», 2007. – С. 459; 6. Wakamizu Tsutsui. The changing postwar international legal regime: The role played by Japan / T. Wakamizu. – The Hague / London / New York: Kluwer Law International, 2002. – 186 p.; 7. 植木俊哉. 国際法と国内法 / 植木俊哉 // 国際法。 – 東京: 有斐閣、2006。 – 頁114 – 128; 8. 阪本昌成. 憲法1: 国制クラシック / 阪本昌成。 – 東京: 株式会社有信堂高文社、2000。 – 279頁

*М. Лахоніна,*

ПВНЗ «Інститут сходознавства  
і міжнародних відносин «Харківський колегіум»

## 仏教から見た日本社会 (Японське суспільство крізь призму буддизму)

キーワード: 日本社会、宗教観、仏教

### 1. はじめに

日本は仏教のお寺の数がきわめて多い国である。世界の国々を見れば、中国の敦煌やカンボジアのアンコール・ワットなどの有名な仏教遺跡には辺境にあるものが少なくないと思われる。しかし、島で構成されており、余分な土地のない日本には昔から大和の仏教の発祥地である奈良や京都だけではなく、九州や本州のかなり離れているところにも町の中心部に大きくて立派なお寺がいくつか並んでいるところもある。例としては2011年度にユネスコ世界遺産に登録された岩手県平泉町の毛越寺や中尊寺が挙げられる。

また、日本における仏教について考察すると、多くの日本の家庭には仏壇で釈迦牟尼の像とともに、先祖の位牌がおさめられており、家によっては毎日仏壇を掃除し、先祖におまいりする習慣もあるということが大事な点になる。

さらに、日本では季節によってさまざまな仏教の行事が行われている。現在、お彼岸やお盆などの言葉は季節を表す言葉として使われているが、本来は仏教に関連する言葉である。

これほど仏像や仏教にまつわる物事が多いのだから、日本は仏教国だろうと考えられる。しかし、本当にそうであるかどうかは疑問に思うこともあるだろう。多くの日本人はお葬式でもない限りお坊さんと会って話をすることはない。そして、花祭りがいつかはよく知らない人がクリスマスのことはよく知ってい

る。仏教に対する日本人の態度や知識はどのようなものだろうか。また、六世紀に大陸から日本列島に伝来した仏教が受け入れられた後、どのような形に発展してきたのだろうか。

そこで、本発表では、日本の仏教の特徴と日本人の仏教の意識について検討を試みる。

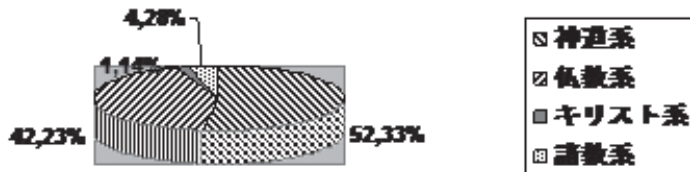
## 2.日本人と仏教

それほど数多くの寺や仏像があるにも関わらず、日本には、真の意味での仏教徒の数は少ないと思われる。それは日本の仏教の特徴の一つであるとも言える。日本から近い韓国では、まず生活習慣としての儒教があり、それ以外に、多くの人が教会に行ったり、あるいは、お寺に参拝したりするので、各人が個別の宗教を持ってるとされている。それに対して、日本では、「あなたの宗教は何ですか」と問われれば、多数の人が「わたしは無宗教です」と答えるようだ。

だが、宗教について質問される際には、自分が無宗教だという日本人の答えには特定の宗教の支持の否定より、むしろ「神社やお寺」に囲まれている生活を送っていても、客観的「教え」であるからこそ宗教をそのもの意識せずに、宗教徒という定義づけを避けて、物事を主観的分析する日本人の世界観がみられるのであろう。

表1：文化庁、平成21年度宗教統計調査【（文化庁HPより）】

信者数（人）	項目
207 183 223	総数
108 427 100	神道系
87 506 504	仏教系
2 369 484	キリスト教系
8 880 135	諸教系



## 図1：日本社会における宗教人口

図1は文化庁文化部宗務課が2009年度に行った宗教統計調査の結果を示したものである。2億718万人余りの信者のうち、仏教を信仰していると答えた人の数はおよそ8750万人で、全体の4割を超えている。

従って、日本社会における仏教の影響は強いと言えるだろう。しかし、他の国の仏教徒とは違い、日本人は、自分が仏教徒であることを意識する場面は少ないとされている。ただし、葬式・葬儀、法要や多数の祭りのときに、お寺の世話になり、日常的にも、仏壇にご飯を供えたりすることで、お寺との関わりは深いと思われる。

### 3. 仏教の日本化

日本の神道に関して、宗教としては日本の死生観や自然観に最も適切な神道を持っていた日本人が、いかにして仏教という宗教を受容したのかという問題が生じている。

ひとくちに言って、仏教は当時の東アジアの流行だったからと推測される[ひろ1987、26]。東アジアの国際社会で先進国だと主張するには、仏教受容は必須であった。仏教も導入していない国家は野蛮国だと考えられていたとも言える。

しかし、論理に過度に依存する宗教は、中国、朝鮮半島の人々と違って、「論理の文化」を持っていない日本人にとって難物以外の何物でもなかった。

インドで生まれ、旧バラモン層も参入して膨大な論理体系を構築した仏教は、中国・朝鮮半島へと伝播された。中国では、有名な三蔵法師・玄奘や天台宗の開祖・天台大師などが、論理を更に磨きあげた。例えば、天台大師は、経典を分類し、それぞれの特徴から、この経典は釈迦の人生の中でこの時点で説かれた経典といった分析を加え、法華経が最高の経典であるという結論を導いた。そういった学問を朝鮮半島の人々は見事に吸収し、僧侶の層は非常に厚くなってきた。

それでは、日本でもそうだったのだろうか。

日本の奈良時代の僧侶は、殆どが朝鮮半島からの渡来人、またはその2・3世だった。奈良時代以前に限らず、奈良時代以降も日本で仏教を広げていた僧侶は殆ど全員大陸から来た人であった。例えば、天台宗をもたらしした最澄もその例の一つである。

つまり、当時の仏教界は、殆どが渡来人であり、仏教は渡来人の信奉した宗教だったと思われる。これが、日本人の仏教との関わりを象徴していると指摘される。

その一方で、日本にそれまであった「神道」はどうしてしまったのかを考えると、仏教の懐の広さが分かると思われる。ひろ（1987）は日本人の宗教として神道について、次のように述べている。

実は神道という宗教が成立したのは、日本に仏教が入ってきたときです。もちろん、仏教の伝来以前にも、神道らしき「日本人の宗教」はありました。しかし、それは無意識的なものです。いわば慣習であり、「習俗」のようなものでし

た。ところが、仏教が伝来することによって、その習俗が、仏教=外国の宗教とはちがった、日本人の宗教だと認識されます。そうなのはじめて、神道という「宗教」が成立します。[ひろ1987、22]

上記の文を見ると、仏教が伝来した六世紀の半ばには、神道の変更や活性化が見られるのが分かる。

さらに、日本の祭りの中に重要な位置を占めている<御霊信仰>というものにも仏教と神道の行事が統一されていることが見られる。檜谷昭彦が述べているように、平安時代、平城帝の周囲に王権をめぐる対立の証争で死んだ天皇族の怨霊を鎮めるため、多くのお寺や神社で祭祀が行われていた[檜谷1979、27]。

つまり、日本人の宗教感覚は、ある宗教にとどまったものではなく、「宗教の何たるか」をよく分かり、「目に見えないものに感謝する方便」であると考えられる。また、近江商人の家訓の「神仏には感謝せよ」という概念はその例として挙げられる。自分が自分だけで今の状況にあるのではないという確信めいたものがあり、先祖だったり、自然だったりの恵みのおかげで今の生きている自分というものがあるという信念があり、目に見えないものに素朴に感謝したいという欲求や責任感があるというのが、日本人の宗教感覚であろう。

なぜ仏教は日本の文化にかくもつよく馴染んだのだろうか。寺田（1935）が仏教の根底にある無常観が日本人のおのずからな自然観と相調和するところがその一つの理由であると述べていることが注目される。

## 5. おわりに

以上、日本社会における仏教の影響および仏教と神道の相関性について考察した。その結果を改めて整理すれば、次のようにまとめられる。

仏教は6世紀に中国・朝鮮を経て日本に伝えられた。7世紀の初頭、当時の皇太子であり実際に政治を行っていた聖徳太子が、仏教を深く学んでこれを広める役を果たした。12世紀ごろまでは、仏教は貴族のための宗教であった。しかし、13世紀から庶民の間でも非常に盛んになり、同時に武士には「禅」が普及した。これらは現在まで引き続いて日本人の宗教の中心になっている。

さらに、日本人は信徒でなくともお寺にお参りをし、死後は仏教上の名前をつける習慣が見られる。つまり、日本では仏教徒のつながりが非常に大きいだらうと考えられる。そして、美術や日本人の思想をはじめ日本の文化全般にわたって仏教が強く影響を与えている。

### 【参考文献】

- 新村出（2008）『広辞苑 第六版』岩波書店
- 立川武蔵（1995）『日本仏教の思想』講談社現代新書
- 寺田寅彦（1935）『日本人の自然観』東洋思潮
- 中村元（1998）『仏教語源散策』東京書籍
- 檜谷昭彦（1979）『ことわざの世界 曖昧さと両義性』日本書籍
- ひろさちや（1987）『仏教と神道 - どう違うか50のQ&A-新湖選書 文部科学省「宗教統計調査」

[http://www.mext.go.jp/b\\_menu/toukei/chousa07/shuukyoku/1262852.htm](http://www.mext.go.jp/b_menu/toukei/chousa07/shuukyoku/1262852.htm)(2012年2月20日閲覧)

寺田寅彦 (1948) 「日本人の自然観」 『寺田寅彦随筆集第五巻』 岩波書店  
青空文庫 (2003作成) [http://www.aozora.gr.jp/cards/000042/files/2510\\_13846.html](http://www.aozora.gr.jp/cards/000042/files/2510_13846.html)

*М. Леньохін, І. Шатохіна,*  
Харківський національний університет  
імені В.Н. Каразіна

### **ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА ЯПОНИИ В СТРАНАХ ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА**

*Стаття присвячена вивченню формування іміджу Японії в країнах Європейсько-го союзу. Наведений в роботі аналіз існуючих організаційних рішень з проблем формування іміджу Японії за кордоном, показує інноваційні підходи держави до даної проблеми.*

**Ключові слова:** імідж, Anholt Nation Brands Index, бренд, туристична дестинація, культура, туристична мотивація.

*Статья посвящена изучению проблем формирования имиджа Японии в странах Европейского союза. Приведенный в работе анализ существующих организационных решений по проблемам формирования имиджа Японии за рубежом, описывает инновационные подходы государства к данной проблеме.*

**Ключевые слова:** имидж, Anholt Nation Brands Index, бренд, туристическая дестинация, культура, туристская мотивация.

*The article is devoted to studying of the formation of the Japanese image in the countries of the European Union. The analysis of the existing organizational decisions of Japanese image-making abroad are given in the article. The article describes innovative approaches of the state.*

**Key words:** image, Anholt Nation Brands Index, brand, tourist destination, culture, tourist motivation.

Имидж страны, в контексте современных социокультурных, политических, международных процессов является одной из наиболее интенсивно обсуждаемых тем. Глобализация современного мира, которая находит проявление во многих сферах жизнедеятельности общества, задает новые парадигмы социально-экономического развития. Это проявляется и в актуализации формирования новых моделей конкурентоспособности, в рамках которых имидж предстает как общественная идеология, направленная на выработку конкурентных преимуществ на всех уровнях хозяйствования.