

Евгения Львовна Фролова

*Новосибирский государственный университет
Новосибирск, Россия
janefr@mail.ru*

ЭКОДУХОВНЫЙ ВЕКТОР ИДЕОЛОГИИ ПОТРЕБЛЕНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЯПОНИИ

Аннотация: Статья посвящена развитию в Японии модных в последнее время течений и практик: «местам силы», лесной терапии и др., именуемых зонтичным термином «экодуховность». Показано, как новые практики, не связанные напрямую с существующей религиозной традицией, легко интегрируются в традиционный религиозный ландшафт. Экодуховные практики являются полностью коммерческим продуктом и продвигаются на рынок с помощью традиционных механизмов продаж. Их можно рассматривать в свете набирающего популярность контент-туризма и программы повышения привлекательности регионов.

Ключевые слова: *Экодуховные практики, контент-туризм, «места силы», лесная терапия, «лесные купания», оздоровительные практики, осознанное потребление.*

Сфера экодуховности последние несколько десятилетий в Японии, как и во многих развитых странах мира, активно развивается, потребление сопутствующих ей коммерческих продуктов постоянно растет. Средства массовой информации, туристический бизнес, медицинские и коммерческие компании ожесточенно конкурируют за потребителя в этой сфере. Растущий интерес к новому продукту, новым для рынка услугам, показывает тесную взаимосвязь духовных потребностей и экологических проблем современности. Рассмотрим новые экодуховные течения и практики, получившие наибольшую популярность в Японии: это «места силы» (яп. *нава: спотто* パワー スポット) и «лесные купания» или «лесная терапия» (яп. *синрин ёку* 森林浴 или *форэсудо сэрапи: Фолестотерапи*).

«Места силы». Термин «место силы» означает, что некие силы или исцеление могут быть получены через контакт с конкретным местом, где наличествует более высокий уровень энергии или возможно присутствие некой иной реальности. Обычно места силы на-

ходятся в природных ландшафтах, там, где много воды и зелени, труднодоступные вершины, гигантские камни и древние культовые сооружения. Традиционная религия синто, как и доктрина синкретического учения сюэндо, сформулированы на основе предположения о том, что все элементы Вселенной взаимосвязаны. Японский антрополог Суга Наоко, анализируя внезапный рост интереса к «местам силы» в средствах массовой информации Японии в начале XXI в., отмечает очевидную связь этих мест с синтоистскими святилищами и священными местами [Суга Наоко, 2010]. Из списка 153-х самых популярных мест силы, указанных, например, на сайте «Путешественник»¹, 144 – это горы, перевалы, озера, синтоистские монастыри и храмы, и только 9 – буддийские храмы.

Внедрение термина «место силы» в японский язык из английского (power spot) явно указывает на заимствование из лексики New Age – движений оккультного и эзотерического характера, сформировавшихся на Западе в 1970-х годах. Первая фиксация термина «место силы» в Японии отмечена в 1986 г, с начала 1990-х годов появляются книги и массовые публикации о местах силы, создаются путеводители, паломнические маршруты. С 2005 г. термин фигурирует в женских журналах, выходят специальные выпуски передач, приложения для смартфонов [Катаяма Акихиса, 2014].

Японцы ездят по «местам силы», чтобы получить очищение и энергетическую подзарядку. Но, учитывая, что горы и иные природные места и так являются священными в синтоизме, следует ли понимать растущий интерес к местам силы как всплеск традиционной религиозности, или же это всего лишь коммерческий продукт, тиражируемый средствами массовой информации? И кто и почему назначает «места силы»? Иногда на этот вопрос можно ответить уверенно. Например, Колодец Киёмаса, небольшой родник на территории храма Мэйдзи, стал популярен в конце 2009 г. благодаря тому, что известный артист Симада Сюхэй в телешоу рассказал, что фоновая заставка с колодцем на его сотовом телефоне принесла ему удачу и даже новую работу. На следующий день после телешоу к колодцу началось настоящее паломничество [Пава: спотто..., 2010].

Карина Рот указывает, что отношение служителей к тому, что их храмы назначают местами силы, двоякое. С одной стороны, это увеличивает количество паломников и приносит значительный доход, но, с другой стороны, интерес новых паломников имеет мало

¹ Сайт «Путешественник». URL: <https://tabizine.jp/2022/03/12/452571/> (дата обращения 18.05.2023).

отношения к религии, скорее, это сродни контент-туризму [Roth, 2019, pp. 95–98]. Но разве не то же самое мы видим и в древней, и в средневековой японской литературе? Зачастую упомянутые аристократами или монахами в стихах, дневниках или сказаниях удивительные места становились местами паломничества. Как это происходит со многими культурными явлениями в Японии, факт заимствования западного феномена наложился на существующие традиции, и из этого возник настоящий японский феномен «мест силы».

«Лесная терапия». Не менее популярен в настоящее время и термин «лесные купания» (яп. *синрин ёку* 森林浴, также «лесная терапия» *форэсту сэрапи*: フォレストセラピー, или *синрин сэрапи* 森林セラピー и т. п.). В отличие от мест силы, которые возникают, так сказать, по частной инициативе, «лесные купания» – это государственный проект. Создание научно-исследовательских центров «лесной терапии» началось в Японии с 1982 г. по инициативе Департамента лесного хозяйства в рамках национальной программы здравоохранения. Задачей этих центров было получить доказательства благотворного влияния пребывания в лесу на физическое и психическое состояние человека. В рекламе «лесных купаний» приводятся научные основания этого метода: прогулка в лесу снижает уровень кортизола и сахара в крови, активизирует иммунную систему и когнитивные способности, насыщает кислородом, поднимает настроение и самооценку. Однако для достижения этих результатов нужно проделать определенную психологическую работу сродни медитации, что сближает оздоровительные практики с традиционными религиями. Наряду с медицинскими в рекламе упоминаются и вполне иррациональные аргументы: слияние с аурой леса, благотворное влияние духа деревьев, «возвращение к корням»². В настоящее время в различных частях Японии около 100 участков лесов объявлены «базами лесной терапии», туристические агентства активно предлагают комплексные туры «лесных купаний» со специализированными гидами-наставниками. С этой точки зрения лесотерапия выполняет не только свою первоначальную цель – восстановление здоровья горожан, находящихся в стрессовом состоянии, но и раскрывает потенциал для развития внутреннего туризма.

Поскольку в Японии леса часто встречаются в горной местности, туры в леса за здоровьем в первую очередь вызывают ассоциации с

² Нихон-но мори, таки, нагиса дзэнкоку кё:гикай [日本の森・滝・渚全国協議会] Национальный совет японских лесов, водопадов и пляжей. URL: <https://mori-takinagisa.jp/pages/25/> (дата обращения 16.05.2023).

практиками сюэндо, японского религиозного учения, и с его ритуализированными «входами в горы». Адепты учения развивали физическую выносливость и пытались получить силы через контакт с «невидимым миром», производя определенные ритуальные действия. Сюэндо в XVIII в. оказалось под запретом как «суеверие», но после войны (в 1946 г.) запрет сняли, и за последние 70 лет многие школы сюэндо восстановились и процветают, любой желающий может за определенную сумму стать горным монахом ямабуси и приобщиться к таинственному миру сюэндо, о чем рассказывают в том числе иностранцы, прошедшие эту практику³ в Японии.

Таким образом, рассмотренные нами новые концепции на базе экодуховных практик балансируют на грани рационального и эзотерического подходов. Для этого сложного сплава в философских научных работах последнего времени появился термин «рассеянная религиозность» или «постсекулярная религиозность» [Мащитко, 2016]. Нередко эта «невидимая религия» рассматривается именно как часть идеологии потребления.

Попытаемся выделить основные особенности новых экодуховных практик, рассмотренных в данной статье. 1. Они не связаны напрямую с существующей религиозной традицией. Можно сказать, что они находятся в зоне «рассеянной религиозности». Однако при возникающей потребности легко могут быть интегрированы в традиционный религиозный ландшафт. 2. Люди рассматривают эти практики как способ получения «пользы и выгоды в здешнем мире», которая была широко распространена в истории раннего буддизма в Японии. Главный бум вокруг Колодца Киёмасы, например, зиждится на ожидании таких мирских благ. 3. Они являются коммерческим продуктом. Важную роль играет реклама, продвижение этого продукта. 4. Экодуховные практики можно рассматривать в свете набирающего популярность контент-туризма. Они активно используются как средство маркетинга для привлечения туристов в регионы Японии. Причем таким образом развивается не только внутренний туризм, но и внешний. 5. Они могут рассматриваться как часть глобальных духовных практик, которые набирают популярность, стремясь отойти от устоявшихся религий и доктрин, и в этом заключается научный интерес к изучению данных явлений.

³ Карин Мюллер. Год в поисках «Ва». История одной неудавшейся попытки стать настоящей японкой. (Japanland. A Year in Search of Wa). М.: Рипол-Классик, 2011. 368 с.

Литература

- Суга Наоко.** Пава: спотто тоситэ-но дзиндзя // Синто: ва доко-э ику ка [菅直子. パワースポットとしての神社//神道はどこへいくか]. Синтоистские храмы как места силы // Как развивается синтоизм? / Под ред. Исии Кэндзи. Токио: Пеликан, 2010. С. 232–252. (на яп. яз.)
- Пава: супотто Ниппон** [パワースポットニッポン]. Места силы. Япония. Токио: Войсу токубэцу хэнсю:, 2010. 253 с.
- Roth Carina.** Essays in Vagueness: Aspects of Diffused Religiosity in Japan // Spirits and Animism in Contemporary Japan: The Invisible Empire/ Ed. Fabio Rambelli. London: Bloomsbury Academic, 2019. pp. 95–108.
- Катаяма Акихиса.** Тиики-но бунка сэйкаку-ни окэру рёко:ся-но якувари-ни кансуру кэнкю: [片山明久. 地域の文化政策における旅行者の役割に関する研究] Исследование роли туристов в политике возрождения регионов Японии. Канд. дисс. Изд-во ун-та Досися, 2014. 118 р.
- Мащитько О. В.** Невидимая, рассеянная, пассивная: способы функционирования постсекулярной религиозности // Вестник С.-Петерб. ун-та. Сер. 17. Философия. Конфликтология. Культурология. Религиоведение. 2016. Вып. 2. С. 100–110.

Evgenia L. Frolova

*Novosibirsk State University
Novosibirsk, Russia
janefr@mail.ru*

ECO-SPIRITUAL VECTOR OF CONSUMPTION IDEOLOGY IN MODERN JAPAN

Abstract: The article is devoted to the development of recently fashionable trends and practices in Japan: “power spots”, forest therapy, etc., called the umbrella term “eco-spirituality”. It is shown how new practices, not directly related to the existing religious tradition, are easily integrated into the traditional religious landscape. Eco-spiritual practices are a completely commercial product and are marketed through traditional sales mechanisms. They can be considered in the light of the increasingly popular content tourism and the program to increase the attractiveness of regions.

Keywords: *Eco-spiritual practices, content tourism, “power spot”, forest therapy, “forest bathing”, health practices, conscious consumption.*