

NGƯỜI NHẬT VÀ TÔN GIÁO: TIẾP CẬN TỪ GÓC ĐỘ TIÊU DÙNG

HIROCHIKA NAKAMAKI^(*)

Bản chất vị lợi của người Nhật đã được biết tới trong nhiều lĩnh vực. Đặc biệt trong lĩnh vực công nghiệp họ được xem là những người siêu thực dụng. Vậy trong các lĩnh vực văn hóa chẳng hạn như tôn giáo thì sao?

Tác giả của bài viết cho rằng tôn giáo không phải là một ngoại lệ. Cũng như mọi lĩnh vực khác của đời sống, tôn giáo cũng là một vấn đề thực hành, thực tế và có quan hệ hiện thực đối với người Nhật.

1. Tôn giáo có ý nghĩa gì đối với người Nhật?

Lời đáp cho câu hỏi trên tùy thuộc vào việc người ta định nghĩa thế nào là tôn giáo. Thông thường, tôn giáo được coi là một hệ thống bao gồm giáo lí (đức tin), nghi lễ (thực hành) và tổ chức (giáo hội). Định nghĩa này tỏ ra thích hợp khi áp dụng cho Công giáo La Mã và Phật giáo Đại Thừa. Tuy nhiên, khi xem xét tới Kitô giáo hoặc Phật giáo nói chung tức là khi Công giáo nhập chung với các giáo hội Tin Lành và Chính Thống giáo, và Phật giáo Đại Thừa hội chung với Mật tông và Tiểu Thừa (Theravada) thì vấn đề trở nên trừu tượng và khó giải thích thế nào là Kitô giáo đối với một người Ý hoặc thế nào là Phật giáo đối với một người Nhật.

Một vấn đề nữa là, nếu một người có thể đạt tới sự hiểu biết khái niệm tôn giáo của một người Ý qua việc xem xét vai trò của Công giáo La Mã trong lịch sử, xã hội Ý, thì một sự nghiên cứu tương tự đối với Phật giáo lại không cung cấp cho chúng ta một bức tranh đầy đủ về tôn giáo ở Nhật Bản.

Sự hiện diện của Đức tin Shinto giáo (Thần đạo) là có tính hiển nhiên. Tuy vậy,

cũng không thể bỏ qua sự hiện diện của Nho giáo, Đạo giáo và Kitô giáo. Việc nghiên cứu, phân tích sâu Phật giáo và Shinto giáo với các giáo lí, nghi lễ và tổ chức cũng không giúp hiểu được tôn giáo có ý nghĩa như thế nào đối với người Nhật.

Do vậy, tác giả sẽ chỉ tập trung vào việc xem xét (trực quan) mối quan hệ giữa người Nhật và tôn giáo, như là mối quan hệ giữa người tiêu dùng và nhà sản xuất. Phương pháp tiếp cận này do nhà nhân chủng học Tadao Umesao đề xuất.

Việc coi các tôn giáo như Phật giáo, Shinto giáo là những nhà sản xuất của các giáo lí, nghi lễ và người Nhật là những người tiêu thụ các sản phẩm trên đã đưa một cách tiếp cận tốt cho việc xem xét mối quan hệ giữa người Nhật và tôn giáo. Theo đó, các tổ chức tôn giáo và những người sáng lập ra chúng, chính là những nhà sản xuất các thông tin tôn giáo, còn tín đồ và thành viên của tổ chức này là khách hàng của họ.

Tuy nhiên, vì đa số người tiêu dùng mua đồ của nhiều nhà sản xuất, nên số liệu do cơ quan văn hóa thu thập được cho thấy tổng số tín đồ các tôn giáo của Nhật Bản vượt gần gấp đôi dân số thực. Điều này không có nghĩa là người Nhật lộn xộn trong vấn đề tôn giáo, mà chỉ đơn giản cho thấy là, với tư cách người tiêu dùng họ đã tự cho phép mình mở rộng phạm vi chọn lựa.

Và cũng giống như một hoạt động kinh tế đích thực, nếu các nhà buôn là người trung gian giữa nhà sản xuất và người tiêu dùng, thì các tôn giáo lớn cũng có các tu sĩ

^{*} GS, Viện bảo tàng Dân tộc học, Osaka, Nhật Bản.

và các nhà truyền giáo. Khi nhìn nhận đời sống tôn giáo của người Nhật dưới góc độ này, chúng ta sẽ thấy sự khó khăn của các nhà buôn trước sức ép của nhãn mác từ các nhà sản xuất - sự trung thành về tư tưởng - trong việc duy trì và mở rộng mạng lưới khách hàng trong một thị trường mở mà khách hàng được tùy ý lựa chọn.

Tuy nhiên, việc gộp các nhà buôn vào đây chỉ sẽ khiến cho vấn đề thêm phức tạp, nên ở phần sau chúng ta sẽ chỉ tập trung vào mối quan hệ giữa nhà sản xuất và người tiêu dùng.

2. Người Nhật với tư cách là những người tiêu dùng tôn giáo

Nói chung, người Nhật thờ ơ với các tổ chức tôn giáo của mình. Nhiều thanh niên không hề biết họ thuộc về cơ sở Phật giáo nào, nếu họ chưa dự tang lễ của một người trong gia đình. Một số gia đình không biết tới sự khác biệt giữa Phật giáo Thiền (Zen) và các hệ phái khác như Soto và Rindai, có thể mời các sư từ một hệ phái khác với hệ phái mình theo, tới làm đám cho gia đình.

Ngược lại, ta lại thấy người Nhật cũng có niềm tin tuyệt đối vào tôn giáo, đặc biệt là ở các tông phái Phật giáo Nichiren và Jodo Shin; và các giáo phái Nhân chứng Giêhôva và Phúc Âm của Kitô giáo Nhật Bản. Tuy nhiên, những người có nhiệt tâm như vậy nói chung không phổ biến.

Các "nhà sản xuất" mời chào nhiều loại "hàng hóa" khác nhau từ việc thăm viếng Thần xã dịp Năm mới (*hastumode*), tang lễ (*Bon*), Giáng sinh, cưới xin, tới các bùa chú, tranh ảnh lễ. Tuy nhiên chỉ những người thật nhiệt tâm mới sốt sắng mua tất cả mọi thứ "hàng hoá" từ một "nhà sản xuất".

Như vậy, trong con mắt của những người tin theo các tôn giáo độc thần, chỉ dùng hàng của một nhà sản xuất thì người Nhật tỏ ra là những người đa thần và mâu thuẫn.

Tuy nhiên, từ góc độ của người tiêu dùng, chủ nghĩa độc thần cũng tương tự như kiểu mua bán độc quyền, trong khi chủ

nghĩa đa thần đảm bảo quyền của người tiêu dùng được chọn hàng từ những nguồn khác nhau.

Dù có sự tự do này, ở Nhật Bản sự lựa chọn của người tiêu dùng vẫn ngã theo một số khuynh hướng nhất định. Người Nhật không sống đạo một cách vô nguyên tắc. Trên thực tế, hầu hết đòi hỏi sự chuyên môn hoá về chức năng của các tôn giáo khác nhau giống như sự "phân công lao động" giữa Shinto giáo và đạo Phật.

Nói cách khác, người tiêu dùng quan tâm nhiều hơn đối với các sản phẩm chuyên dùng của các nhà sản xuất. Khuynh hướng đặc trưng nhất của các gia đình Nhật Bản là tổ chức tang ma và giỗ chạp theo nghi lễ nhà Phật, mừng năm mới theo nghi lễ Shinto giáo, tổ chức lễ cưới theo nghi thức Kitô giáo hoặc Shinto giáo, và kỉ niệm lễ Giáng sinh hàng năm. Có thể tóm tắt những giai đoạn phát triển gắn với tôn giáo trong cuộc đời người Nhật như sau: Lễ sinh nhật ở Thần xã của Shinto giáo, lễ cưới theo nghi thức Kitô giáo và lễ tang theo nghi thức Phật giáo. Các sự việc hàng năm cũng được nhìn nhận tùy thuộc vào những quy định có chọn lọc: tang lễ và sự phân định thời đoạn là của Phật giáo, Năm mới và các hội lễ là của Shinto giáo còn Giáng sinh thì được hầu hết mọi người kỉ niệm.

Thêm vào đó, các hệ phái mới như Tenri và Giáo hội của các nhà truyền đạo thế giới lại tập trung vào những khoảng trống mà các tôn giáo lớn bỏ lại và nhiệt tình cung cấp những bài cầu nguyện, các nghi lễ để cứu vớt người bệnh. Khi có bệnh hoặc những ưu phiền khác, nhiều người Nhật tìm đến một trong nhiều giáo phái mới, các thầy bói hoặc những người chữa bệnh bằng đức tin.

Chủ nghĩa đa thần này không bị phê phán. Hơn thế nữa, sự tiếp xúc với các thần linh theo phương pháp này là một cách bộc lộ quan niệm của người Nhật về TPO (Thời gian, không gian và tình huống) - nghĩa là có thời gian và không gian cho mọi tình huống - đã thấm thấu vào trong mọi mặt của

đời sống (kể cả đời sống tôn giáo) của người Nhật.

3. Kitô giáo và người Nhật

Tín đồ Kitô giáo (gồm cả Công giáo và Tin Lành) chỉ chiếm chưa đầy 1% dân số. Vào thế kỉ XVI khi các tu sĩ dòng Tên tới Nhật Bản truyền đạo, họ đã đưa tới sự cải đạo - nhiều khi là tức thời vì lợi ích ngoại thương - của nhiều *daimyo* (chúa đất phong kiến) ở phía tây Nhật Bản, chủ yếu là ở Kyushu.

Tuy nhiên sau đó, dưới thời Shogun Tokugawa nền ngoại thương do chính quyền trung ương độc quyền và Kitô giáo bị cấm. Các tín đồ Kitô giáo người Nhật bị buộc phải bỏ đạo, mặc dù một số vẫn tiếp tục cầu nguyện bí mật - do vậy mà có từ *kakure kirishitan* hay những người Kitô giấu đạo.

Dưới thời Minh Trị Duy Tân, năm 1868, quyền tự do tôn giáo được khôi phục, nhưng tín đồ Kitô giáo chưa bao giờ phát triển mạnh ngoại trừ giai đoạn sau Chiến tranh thế giới II. Bất chấp sự hiện diện của các nhà tư tưởng nổi tiếng như Uchimura Kanzo, các bài thuyết giảng về Kitô giáo chứa nhiều hình tượng văn học và những cố gắng nhiệt thành của nhiều nhóm truyền đạo, Kitô giáo vẫn chỉ chiếm một vị trí nhỏ nhoi trong xã hội Nhật Bản. Các thánh lễ cho những người trở lại đạo vẫn hiếm hoi nếu không nói là mọi người tránh né Kitô giáo.

Cũng tương tự như việc nhiều người quay lưng lại với Phật giáo do không thích "mùi hương" vì nó là "mùi tôn giáo", nhiều người cũng quay lưng lại với Kitô giáo vì những lí do tương tự. Họ ít quan tâm tới các bài giảng đạo cùng vấn đề đạo đức, song điều này không ngăn cản họ gửi con tới các trường học do Kitô giáo quản lí và tổ chức lễ cưới tại nhà thờ.

Một khách sạn lớn ở Kansai gần đây cho xây dựng thêm một nhà thờ nhỏ để đáp ứng nhu cầu của những người tiêu dùng thích cưới theo kiểu Kitô giáo. Nếu căn cứ vào số lượng các trường học do Kitô giáo quản lí và các lễ cưới theo Kitô giáo thì tỉ lệ 1%

dân số theo Kitô giáo rõ ràng không phản ánh đúng thực tế.

Nguyên nhân dẫn tới tỉ lệ nhỏ nhoi này thật đơn giản: giáo lí Kitô giáo ít có sức hấp dẫn với đại đa số người Nhật. Sự liên quan của họ với Kitô giáo chỉ kéo dài tới lễ cưới và chấm dứt ở đó. Quan hệ này bắt đầu ở tuổi thơ với lễ Giáng sinh và ông già Noel. Kế đến là với những rung động đầu đời khi các cô gái tặng sôcôla cho bạn trai của mình nhân ngày lễ Tình yêu (lễ Thánh Valentin 14 - 2). Điều này phổ biến tới mức một tháng sau đó, ngày 14/3 đã trở thành "một ngày trắng" khi các cậu bé nắm vai trò chủ động. Tình yêu có thêm sức mạnh với những bữa liên hoan tối Phục sinh cho các đôi bạn trẻ ở các khách sạn trên toàn quốc, và cuối cùng là đám cưới kiểu Kitô giáo.

Theo đó, Kitô giáo chỉ có ảnh hưởng đáng kể trong những tình huống lãng mạn dẫn tới lễ cưới. Sau đám cưới, gia đình nhà chồng và tôn giáo của gia đình - thường là đạo Phật hoặc đạo Shinto - chờ đợi họ. Kitô giáo không còn chỗ đứng nữa. Tuy vậy, nếu Kitô giáo được tin theo trong 2 - 3 thế hệ, nó sẽ trở thành tôn giáo gia đình như đã có ở các *kakure kirishitan*.

4. Tôn giáo gia đình

Ở Nhật Bản, *nhà* - vừa có nghĩa là gia đình vừa có nghĩa là nơi ở - là tổ chức xã hội nhỏ nhất. Cho dù lễ cưới có được tổ chức ở nhà hay không thì nó và các nghi thức liên quan vẫn được tiến hành như một nghi lễ liên quan tới 2 gia đình. Do vậy, trong các đám cưới ở Nhật Bản luôn có các thiệp báo hỉ và chủ lễ luôn là gia đình này hoặc gia đình kia chứ không phải là cô dâu, chú rể.

Nói chung, nghi thức tôn giáo gia đình được tiến hành trên ban thờ Phật hoặc Thần trong nhà cùng các bùa chú và hình tượng được tôn lên ban thờ. Trên ban thờ Phật thường có hình tượng Phật, nhưng ít khi là Phật Thích Ca. Các gia đình theo phái Jōdo Shin thường bày tượng Phật A Di Đà, trong

khi các gia đình theo phái Nichiren lại bày các đồ hình *mandala* của Nichiren. Nghĩa là, hình thức của ban thờ Phật tùy thuộc vào hệ phái mà gia đình tin theo. Phật Cô Đàm không nhất thiết phải là hình tượng trung tâm của ban thờ. Trong khi đó *hotoke* lại được thờ cúng rộng rãi trong các gia đình. Trong tiếng Nhật *hotoke* có 2 nghĩa, một nghĩa là "Phật" hoặc "Giác ngộ", một nghĩa là "chết" hoặc "linh hồn". Các tổ tiên qua đời biến thành *hotoke* và được con cháu thờ cúng trong nhà. Mỗi *hotoke* được ghi nhớ bằng một thẻ bài ghi tên Phật, được ban cho người quá cố sau khi qua đời.

Những người chết không trở thành *hotoke* của gia đình thì được gọi là *gaki* (ma đói) và được tin là nguyên nhân của nhiều điều bất hạnh và tai họa. Do vậy ở một số nơi, đã thành tập quán, ở các đám tang bên cạnh đồ lễ dâng cho linh hồn người thân quá cố, người ta cũng bày một khay đồ lễ dành cho các ma đói.

Do vậy, với những "người tiêu dùng" Phật giáo, ban thờ gia đình thực ra dành cho việc thờ cúng tổ tiên hơn là để thờ Phật và những vị tổ của hệ phái.

Cũng vậy, các ban thờ Shinto giáo ở nhà thường được trang trí bằng nhiều loại bùa chú đem về từ các Thần xã khác nhau. Rất ít gia đình chỉ dùng bùa chú từ một Thần xã duy nhất. Thường là bùa chú từ các Thần xã nổi tiếng khác nhau ở Ise và Izumo, cả những thần xã thờ các vị thần bảo hộ địa phương cũng đều có mặt. Các bùa chú xin được trong các dịp viếng thăm Thần xã để cầu xin đề thi dễ, học tốt và những vị thần, chưa hề có mặt trong bất cứ một Thần xã nào, như Ebisu và Daikoku cũng được bày lên các ban thờ gia đình.

Shinto giáo - còn được gọi là tôn giáo của "8 triệu thần". Quả thực các ban thờ Shinto ở các gia đình là bằng chứng cho tên gọi này.

Trong các gia đình hiện đại, các vị thần của Shinto giáo và các hình tượng Phật giáo

đều tập trung trong một ban thờ gia đình, còn các vị thần truyền thống thì có mặt ở mọi nơi, mọi góc ngách trong nhà. Hiện ở nông thôn, đồ lễ vẫn được bày: tại các giếng nước để thờ thần nước, trong bếp để thờ thần lửa Kojin và trong chuồng ngựa để thờ thần ngựa...

Trên mái nhà các con sư tử đất có mặt cùng các *onigawara* - các mái nhà hình đầu quỷ - để xua đuổi tà ma. Nhà vệ sinh do một vị thần mù cai quản, thường được cúng khi trong nhà có trẻ em lần đầu đi vệ sinh để cầu mong cho sự an toàn của bé khi ra ngoài.

Ở Tokoku - phía bắc Honshu - có một con ma con được gọi là *zashiki warashi* - "cậu bé phòng khách". Người ta tin là con ma này sống ở phòng khách, và nếu nó bỏ đi thì gia đình sẽ lụn bại. Tất cả các vị thần này đều có lãnh địa được xác định rạch ròi cả về không gian lẫn chức năng và người ta tin là các vị này không khi nào lấn sân của nhau.

Ở Nhật *nhà* là một tổ chức xã hội mà ý nghĩa của nó vượt lên cả "gia đình" lẫn "nhà ở". Nói một cách đơn giản, gia đình là sự hợp tác và trách nhiệm nhằm duy trì công việc của gia đình, sự giấu cố và đất đai.

Do vậy, nếu gia đình nào không có con trai, một cậu bé sẽ được nhận làm con nuôi để duy trì gia đình, và tôn giáo gia đình là nhân tố sống còn để tăng cường sự gắn bó của các thành viên. Từ quan điểm tiêu dùng, bất cứ một vị Thần, Phật nào có thể giúp đảm bảo sự nối tiếp và phát triển của dòng tộc đều có thể được tập hợp lại.

Mặt khác, tự do cá nhân về tôn giáo có thể làm suy giảm sự hoà hợp và ổn định của gia đình. Do vậy, người ta chỉ cho phép con cái sinh hoạt tôn giáo tự do muộn nhất là tới khi lập gia đình./.

Người dịch: Mạnh Đức

(Dịch từ nguyên bản tiếng Anh: *The Japanese and Religion: A consumer's perspective*. Kansai Forum. Vol 3 NS 16, Oct/Nov 1994, p. 26).