

韓国の四月初八日と奉祝イメージ統一作業

片 茂 永*

佛誕日のことを韓国では四月初八日と呼ぶ。そして四月初八日の祭礼のことを近來からは「奉祝」と呼ぶようになってきた。したがって「奉祝イメージ統一作業」とはその祭礼のイメージを統一して宗教活動に適用させようとする一連の作業を指す曹溪宗の新造語である。厳密には奉祝委員会の決定という形をとっているが、主導はやはり曹溪宗なのである。とにかくこれからの概略的記述は、奉祝イメージ統一作業に取り巻く人々や寺々の期待、喜び、戸惑い等を浮き彫りにし、今後の座標を計らうのが狙いである。また、この論文執筆に有効だった大部分の資料は主にインターネットに頼っていたことをお断りしておきたい。

1. はじめに

いつかの前までは、韓国の仏教を説明するには山奥とか、修行、禪といったキーワードは相当有効だったに間違いない。それほど韓国の仏教は静肅性のイメージからの脱却を許さない通念が一定の地位を占めていた。しかし、今日はそれが変わっているというか、以前と比べたらその変貌は目覚ましいことがある。これをまず認めることから進めていきたいと思う。

今の韓国の仏教を一言でいうならそれは都市とかインターネットとかの新しい土台をぬきにしてはこれからは説明が難しくなるのではないかという気がする。それは、四月初八日という韓国語がもはや昔のことに趣味のある人の専用語になりつつある事情とも関わりのある話である。四月初八日を言い表わすにはいまは奉祝、燃燈大祭、奉祝ホームページ、町の祝祭というような別な言葉が作り出されている。事実、これらの言葉の造語的背景に、ソウルといった大都市とインターネットがもたらした時空が息づいていることは、今後の韓国の仏教民俗を考察する上でも奮発を要するところであろう。

東京でいうなら原宿や新宿の大通りを占拠してしまうようなフェスティバルの大騒ぎを連想すればいくらかの都市祝祭になったのである。さてこれには、昔からの伝統を復元したいという意欲も重なっている。とにかく今の韓国の四月初八日にアプローチするには今までのような手法からみればかなりの困惑が随伴されるのが事実である。

さて関連資料になると、普段の筆者ならソウルでも簡単には手に入れることができない資料が多く、それがありがたくも韓国の幾つかの宗教団体がインターネットを通し興味深い内容を公開しはじめていることに大きく支えられた。したがって、調査の助手役を大まかに列挙したら、アレハングル・韓国語総合 I M E に www.buddhapia.co.kr とか www.buddhism.or.kr/kbic 等があった。他

*愛知大学国際コミュニケーション学部助教授

にも大小のホームページは少なくなかったが、以上の両助手にかなえるものではなかった。

それでは、これからの韓国の四月初八日の行方は分からないが、とにかく韓国のほうから飛び回ってくる関連サイトに目と耳を済ませながら調べたり述べさせていただきたいと思っている。

2. 奉祝イメージの統一作業

ここでまず言いたいことは、驚くべきことに — 少なくとも今までの韓国の仏教的領域からみれば — 韓国の仏教におけるお釈迦さまはもはや崇拜の対象に止まることを拒むかのようにみえることである。つまり、極に通俗的に氾濫される数多いキャラクターの群れに韓国のお釈迦さまが加担して闊歩しはじめたことである。キャラクターからすればすでにわれわれが知っている種類だけでも少なくないが、韓国では1988年ソウルオリンピックのときのホドリといった虎のキャラクターが一番馴染みがある。他のオリンピックやワールドカップ、博覧会、展示会などにおいてもキャラクターはすでに目玉として扱われており、無数の関連商品の販売は巨額の利益をもたらしてくれるありがたい存在として知られている。祝祭や催しを盛り上げさせる活力素であることとお金を儲けてくれるという一挙両得の狙いが込められたキャラクターは人々の会心の作であるに間違いはない。

経営マインドの副産物だという見方が強いこういうキャラクターは最近になっては会社の企画商品の成功を握る鍵としていわれるから本末が曖昧になってしまったような気さえする。さてそういう経営マインドに韓国のお釈迦さまが便乗しはじめたのは1996年からであり、3年目を迎えた1998年はもはや当たり前のように受けとめられていた。それで現在までもお釈迦さまや誕生佛のキャラクターを開発したりまたそれを応用した商品開発に真剣に取り組んでいる実状である。

奉祝委員会の委員長だった宋月珠曹溪宗総務院長は1998年の佛誕日に奉祝イメージを統一したりデザインの開発に取り組んだりした背景や意義を次のように説明したことがある。つまり、

佛誕を慶祝する奉祝行事は永い歳月の間この国の伝統文化として定着してきました。そして民族の暮らしにまで根付いてしまった歳時風俗の一つでもあります。その歴史と規模から見れば韓国を代表する宗教行事でもあるでしょう。宗団ではこういう伝統を継承し現代人にも親近感を持たせるよう1996年から奉祝イメージ統一作業を展開しています。二年にわたる試みは現代的デザインに慣れている大衆に対し変化した仏教の姿を体感させる契機になったのです。佛者はもちろん国民の皆さんにすでに仏教の象徴として位置づけられつつある誕生佛のキャラクターのように、これからも開発していくつものさまざまな奉祝デザインが愛されまた活用されれば、布教と仏教文化発展にも大へん有意義でしょう。宗徒の皆さんの努力によって親密で統一性のある仏教を作りましょう。⁽¹⁾

といったように、韓国仏教の上層部は現代の韓国仏教と大衆との密着にこだわるかのような課題を胸にしているのである。少なくともこれだけみれば、奉祝委員会に属している22の宗団すべて

が同感しているはずだ。これには四月初八日こそが韓国の宗教文化を代表しているという自負心も働いたと思うが、何よりも、近來の韓国仏教は他宗教に比べ親近感や現代性において遅れてしまったという焦燥感があったのではなからうか。

韓国仏教がこんなにも大衆の前に姿を出さなければならなかった理由はどうであれ、キリスト教との競争心理が多少働いたのも事実だと把握している。単一教会としては世界一のヨイド純福音教会がソウルに存在する事実は案外知られてないが、インターネットでヨイド純福音教会のホームページに接触する回数は月40万件を誇るからその規模は想像を絶するものがある。それも韓国語、英語、日本語、中国語、フランス語、スペイン語の六ヶ国語によってである。そしてその騒ぎの一つに韓国キリスト教の猛進欲が挙げられよう。いたるところでキリスト教、とくに改新教のほうからの大小の脅威を感じてきた韓国仏教は同様にインターネットの利用を積極的に取り入れるとともに、誕生佛のキャラクターや仏教文化関係のデザイン開発にまで工夫をこらすようになった。

それでいままでの四月初八日を説明するには燃燈といったキーワードで充分だったならば、これからはそれに奉祝イメージ統一作業や奉祝ホームページ、などの新しいキーワードが加わるようになったのではなからうか。ここで奉祝イメージ統一作業とは冒頭でもふれたように四月初八日の祭り全体か誕生佛のイメージが込められたキャラクターと、それを応用した一般人向きの商品、仏教用品などを開発して結果的には宗教活動に活用する狙いのある作業を指す言葉である。さてこういう作業に取組むようになった初期の奉祝委員会の思惑が読み取れる文書があって興味深い。例えば曹溪宗のホームページに公開されている‘佛誕日奉祝行事イメージ管理指針’（1998年度用）たる文書である。つまり、

- ①当指針書は、奉祝委員会のビジュアルコミュニケーション（visual communication）に対するデザイン管理指針書として、佛誕日行事イメージ管理のため綿密で慎重に研究検討された管理規定である。したがって、活用の前にまず正しく理解しなければならないし、またこの規定を必ず遵守しなければならない。
- ②当指針書に収録された内容は、いかなるものも任意に歪曲して解釈したり、内容を変更して使ってはいけない。使用上の特別な場合には必ず奉祝委員会との間、書面による合意を経て確認書をもってから使わなければならない。
- ③当指針書に収録された内容は諸佛者（宗団、寺刹、団体）が無償で使うことを許す。ただし商業的目的とか利権が伴うところで使う場合は奉祝委員会との間、書面での同意を必ず得なければならない。無断使用による著作権妨害は法的不利益を招くこともありうる。⁽²⁾

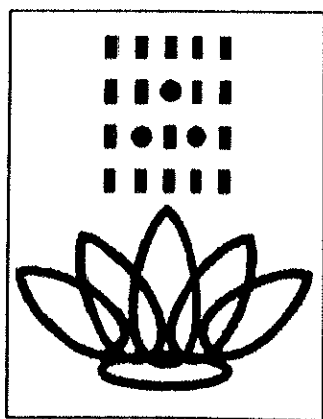
とあって、佛誕日そのものが曹溪宗の管理対象であることを明らかにしている。と同時に、その管理対象にお釈迦さまのイメージも含まれており、任意に変更してはならないというから、韓国における誕生佛は明確にも曹溪宗の意図どおりに規格化されつつあるかのようにみえる。それに

四月初八日の祭り全体のイメージを統一する作業は幾つかの要素に分けられながら規格の厳密さを高める。例えば基本システム、キャラクター、紋様、基本補助要素、応用システムの区分がそれである。1990年度から実施される予定の曹溪宗全寺刹のネットワークがうまく進めばその影響はいまの想像をはるかに超えるものになりかねない。ネットワークというのは個別単位の特性を生かすよりはまずは仕事の能率を図るための画一を重んじるからである。寺や地域性は二の次である。少なくとも表面的にはそうである。宗務行政の効率を高めるためとかいうが、その適用がこれでいいのかに関する議論については筆者は寡聞ながらまだ聞いてない。とにかくその仕事は現在もどどん前に向けて進んでいるのは確かである。

まず基本システムを調べてみよう(写真1)。四月初八日を迎え祀るには都心の広場や道路などには宣伝や広報のための看板や懸垂幕、のぼりなどのさまざまな広告物と飾り物が登場するようになる。その際使われる物品のデザイン、サイズ、色などを予め決めておくだけでなく、その範囲のなかでのみ活用を許すシステムのことをいう。

それでsymbol mark 6種類、logo type 3種類、sub logo type 2種類、signature 8種類は寺ごとの自由な選択によって使われるよう考案されたものである。一つ一つが誕生日のことを人々に強く印象づけたり宣伝するための広告物そのものである。

次に誕生佛のイメージ・キャラクターだが(写真2)、これは日本では漫画の主人公や有名人などを利用したりしてすでにながりの発達と進歩を見せている分野である。例えば、ドラエモンにしても子供向きの数多い商品にそのキャラクターが印刷されたりして値段も格段と高い。いわゆるキャラクター商品といわれるものである。そして何よりも人気の主人公や有名人のキャラクター商品は良く売れることにその目的があるようだ。お釈迦さまのキャラクター商品にもそういう営



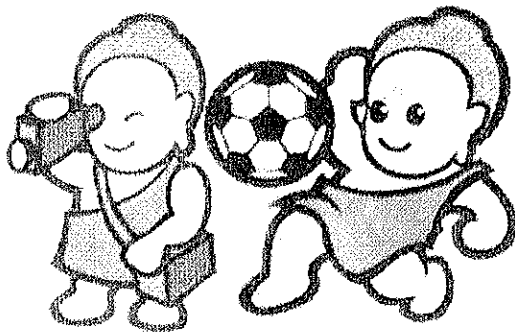
〈写真1〉基本システム



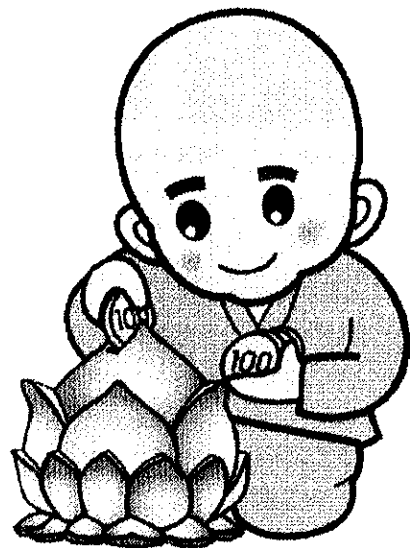
〈写真2〉誕生仏イメージキャラクター

利的狙いがあったかもしれない。1998年の場合その種類は40種類も超えており、このなか誕生したばかりのお釈迦さまのイメージ・キャラクターが3種類だったり、子供姿のが10種類だったりする。商品とかの応用に狙いがあるからか佛陀への崇敬の念よりは親近感のほうがより強調されている。奉祝委員長のいったとおりである。また誕生佛がスポーツカーを運転したりサッカーを楽しんだりする(写真3)。色も赤や黄色だから禪宗の発想としては想像もつかない。面白いのは残りのイメージ・キャラクターには肉髻、白毫、螺髪などを消したものが登場するが、これらは厳密に言うと童子(トンザ)と呼ばれる子供のお坊さんの姿に近い。誕生佛から童子へと転じさせた背景には、仏教徒以外の人々にまで仏教を近付かせたいという曹溪宗側の願望が確かにあったようだ。消されたのはいわば佛陀のシンボルといえる部分なのである。それを果敢にも捨てて人々との距離を縮めようとしている。それで出来上がったのが童子キャラクターと呼ばれる部類である(写真4)。しかし、童子像はこれからはもっと民衆の普通の姿に近く、いわば庶民とともに存在することを訴える。曹溪宗の説明によると“童子像キャラクターは表現の制約がある佛様の補佐役として作られた”という。要するに童子像キャラクターは佛様を一般の人々にもっと近付かせるために考案された窮余の策だったのである。それで普通の韓国人と同じく農楽を楽しんだり、牛の背中に乗ってまるで昔の百姓の姿にみせかけたりする。他にもパソコンに熱中する姿はまさに今日の曹溪宗がインターネットやネットワークに夢中になっている傾向を反映する。

あと紋様は行事に使われるいろんな用品に応用できるよう四種類に考案された(写真5)。仏教風の蓮の花がデザインされる特徴がみられる。そして基本補助要素も紋様のような目的から作られたもので、ポスターや懸垂幕に用いられる場合が多いようだ。すべてが現代的デザインにした



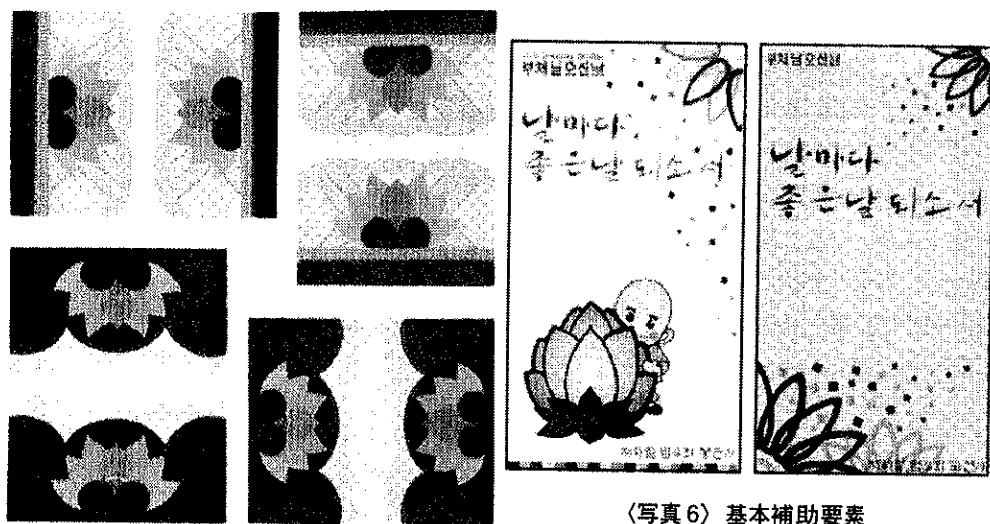
〈写真3〉誕生仏イメージキャラクター



〈写真4〉童子像イメージキャラクター

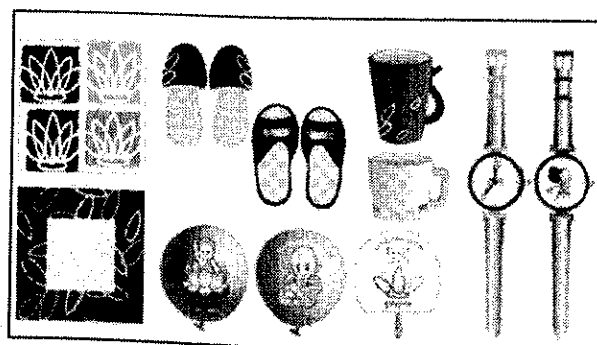
いという意欲の産物である（写真6）。

最後に、販売と直接関係のある応用システムについて少し述べたいと思う。誕生佛のイメージキャラクターとともに佛誕日のイメージ統一作業の結果が一番問われる部分であろう。つまり他のデザインとキャラクターは誕生佛や仏教のイメージが現代風のデザインに変わっただけならば、応用システムこそは売り上げにつながる大事なものである。したがって、人々にとっては大体がこの応用システムを生かした商品を通してはじめて奉祝委員会の企画を体験できる仕組みになっている。写真からその品目をみれば分かるように仏教信者でなくても手軽く使えるものが少なくない（写真7）。韓国の伝統衣裳、ジャンパー、シャツ、ジョッキ、三角旗、室内用立看板、三角立看板、広場立看板、ノート、テレホンカード、風船、帽子、カップ、ボタン、絵葉書、ハンカチ、扇、時計、スリッパなどである。そしてこれらの品目を取り扱う専門店と製造専門会社は奉



〈写真6〉基本補助要素

〈写真5〉紋様



〈写真7〉誕生佛イメージキャラクターを応用した商品類

祝委員会から指定されるといわれる。なにしろお釈迦さまのキャラクターが施された日用品からお金を儲ける人が現われるのは確かに韓国仏教にとっては大きな変化である。

すべての物には何らかの形で誕生佛のキャラクターや蓮の花などの紋様が施されている。それでも、仏教的イメージはあまり感じ取れないのが不思議である。それではこれからはそういった一連の作業に対する人々の反応について調べてみよう。

まず初年度の1996年は宣伝不足の上、人々に馴染みがなかっただけに注目されないことがあっても仕方なかった。それが1997年と1998年はかなりの反響を呼び起こしたのか多くの人々のあいだ意見が交わさるようになった。最初から十分な時間をもって幅広い意見が交わされたというより、曹溪宗と奉祝委員会の主導で作業が推進されたとい証拠はいたるところで認められる。例えば、いまだ委員会の奨めとは裏腹に、お寺ごとの紋様とかデザインのス懸垂幕、のぼりが使われるなど全ての寺が奉祝イメージ統一作業に参加しているとはいえないのが実状なのである。全羅南道の広州奉祝委員会の人びとの話を聞いてみることにする。さてまず奉祝委員会に肯定的な人々である。

意見 a — 佛誕日の奉祝行事に対する人々の関心はますます高まる一方である。キャラクター、懸垂幕などをはじめ各種の奉祝商品が奉祝のイメージを高揚してくれるだけではなく、仏教の伝統を身近なものにしてくれる効果もある。こういう商品は祭りを盛り上げてくれると思われる。特に地方では、中央の奉祝委員会から提供してもらう統一された資料が大きく役に立つ。これは広州だけでなく、全国が同様だろうと思う。イメージ統一作業は個別的に何度か試みたことはあるが、財政や人材不足などの限界におつかるだけだった。地方レベルではなかなかできなかっただけに、中央奉祝委員会が開発してくれる各種奉祝関連デザインは奉祝行事を市民祝祭に定着させるための大事な意味をもっていると思う。

意見 b — 現代は広告の時代である。仏教の独特なイメージ開発は仏教の布教に止まらず、仏教に対する好感も高めてくれるのでとても重要である。それでこれからは国内だけでなく国際的にも韓国仏教の伝統を知ってもらえるよう奉祝開発は全力を尽くすべきである。

意見 c — 一部では奉祝商品の模造品まで出回っているようだが、粗雑な模造品は望ましくない。これからは大局的な立場から、様々な良い意見を結集したり、もっと統一された奉祝キャラクターを作ったりして佛誕日が地球レベルの祝祭になってほしいと思っている。

以上の三つの意見⁹⁾は曹溪宗や奉祝委員会が企画した佛誕日イメージ統一作業に概ね好意的である。これからはもっと積極的に活用すべきだという絶対賛成派もいる。仏教の布教に対しても拡大や発展といった目標意識をもっている人々である。この発展や拡大といった言葉だが、韓国の宗教、特にキリスト教と仏教では拡大と発展指向が強い。

しかし一方では、そういう統一作業に対し首を傾げる人々も現われており必ずしも順調とはいえない。要するにより多様な意見に傾聴すべきことを訴える⁴⁹。

意見d－奉祝用品は単一委員会で考案するより、多様なアイデアによって商品を開発したほうがいいだろう。

意見e－佛誕日を迎えるたびに使われる奉祝用品も一種の文化商品であると思う。つまり、文化的要素が加味された企画物であるだけに画一的なものよりはもっと新鮮で現代的感覚を備えたデザインと多様な品目であってほしい。それで人々が自由に選択できるような競争体制こそが発展的だと思う。

意見f－地方の寺刹はその地域の特色のある固有の奉祝文化祭を企画しているのが現状である。佛誕日の祝祭というのはそもそも地域ごとの固有文化と結合したもので、佛者だけではなく、地域ぐるみで盛り上がる地域文化なのである。それと同時に奉祝用品も寺々の用途と特性に合わせて作るべきである。このように多様な奉祝企画品があってからこそ仏教文化祭の内実を図ることが可能ではなかろうか。奉祝用品の差別化と多様化を妨げるならば、それこそ地方仏教文化の発展を阻害することにもなりかねない。

という意見で、佛誕日の祝祭をまったく土着の民俗文化のように把握したり取り扱っている人さえいる。地域に根付いているお寺なら納得のいく話であろう。とにかくソウルの奉祝委員会の決定に従わない意見も明らかに存在する。韓国の仏教文化を地域レベルで捉えようとする態度は注意を要するし、これからもソウルの奉祝委員会とのあいだかなりの摩擦が予想されるところであろう。ところが、画一的な作業に反対する人々さえも外国からの観光客のためならもっと画期的なデザインでもかまわないというからその必要性に関してはみんな賛成であるらしい。こういう動きは、高建ソウル特別市長が1998年7月30日の記者会見で、燃燈祝祭をソウル文化祝祭に指定するよう推進すると言明したことに鼓舞されたこともあるだろう。さらに指定をめぐっては文化観光部のほうからも肯定的に検討するという答えが出ている。

結果的には、佛誕日のイメージを統一したり、佛陀をキャラクターに変身させたり、またそれを応用した商品を布教や寺刹の宣伝の目的で利用することには大概が肯定的である。ただし、こういう一連の意見も実は今のところは曹溪宗に限っての話であることが事実である。いま現在曹溪宗が韓国仏教を代表しているとはいえ、韓国仏教宗団協議会所属の宗団は総26宗団に達する実状だから、曹溪宗中心の奉祝委員会が即ち韓国仏教宗団協議会を代表するとはいえない。ここの各宗団の思惑が実に複雑で一概には言えない。曹溪宗中心の奉祝委員会の決定に従う宗団があったり従わない宗団があったりする。また宗団ごとの教理や修行法上の差もみられることからキャラクターやデザインも異なるのが当然で現実的だという論理である。そうしたほうが宗団ごとの団結を誇示するのに効果的だともいう。しかしいまだ曹溪宗以外の宗団からそういう作業に実際に取組んだという話は聞いてない。否応無しに曹溪宗に従っているのだろうか。その辺がまだ定

かでない。

とにかく、いままで曹溪宗ではいわゆる奉祝商品やキャラクターの開発、デザインなどに少ない予算と労力を費やしてきた。佛誕日の意味を一層高揚させるという目的があったにせよ、販売や関連事業も期待できるようになったのではなかろうか。

毎年の四月初八日頃になると韓国社会では奉祝特需という言葉が頻繁に聞かれたりした。仏教関連用品の販売が伸びて景気が良くなることに因んだ言葉である。仏教信者数や寺刹数によるものもあったろうが、1997年からは特に曹溪宗の支援と奉祝商品の洗練さがもたらした売り上げの伸長も無視できなかった。それで奉祝イメージ統一作業は関連用品の製造業者らに大変な利益をもたらし、新しい業者が続出するほどだった。それがあいにくも1998年からは韓国経済の沈滞の影響で不振に喘いだだけだった。

1997年の奉祝特需の渦中に特に目立った主要専門会社は仏教イベントハウス、三田佛事、仏教放送などでその取り扱う業務領域や品目は幅広い。例えば、仏教イベントハウスで宣伝している事業内容をみると次のとおりであり、特に仏教イベントハウスは奉祝委員会公式指定業者だという。つまり、

①教内の各種行事の企画及び施行

- ・各種宗教行事イベント企画施行
- ・書画展など企画施行

②各種弘報物企画及び製作

- ・キャラクター開発
- ・寺刹イメージの広告物企画、製作（信徒新聞／雑誌の企画製作、寺利用各種印刷物企画製作）
- ・奉祝懸垂幕、行事用各種懸垂幕、大型掛佛幀画製作
- ・屋内外広告物企画製作管理
- ・新聞、雑誌、広告製作及びポスター、カタログ製作

③仏教関連書出版

- ・仏教関連書編集出版
- ・仏教関連電子出版（cd-rom title.vcr）
- ・寺刹関連建築の相談（仏教専門建築顧問委任）

とあって、事業内容の多様さを押し量ることができよう。一年間の収益に関する資料はいわば企業情報ということでいまのところ人手に失敗している。が、奉祝イメージ統一作業は多くの仏教関連用品製造業者らの事業意欲に油を注いだ結果になったことは間違いないだろう。それが1998年の全国的な経済不振で奉祝特需が1997年に比べ半分ぐらいの水準にまで落ち込んだのである。1997年の好景気の影響で関連業者らは新しい商品をつらと出していたにもかかわらず不振の打撃

は大きかった。注文も前年度比五割だということで在庫が増える一方である。例えば、毎年四月初八日になると人々は二千円か五千円程度でいずれかの檀那寺の境内に一燈ぐらいは吊してもらえたのだが、1998年になるとその燈の数が20%から50%まで激減してしまったのである。それだけ寺の収入も減る結果になる。それに1997年までのような注文燈を避け、直接の製作に挑戦する寺が増えたのも打撃の一つの原因だったに違いない。

ソウル特別市鐘路区の法輪寺の例をみよう。いわば大都市の寺であるが、1998年の場合やはり燈を直接作らなければという雰囲気になったのは他の寺とあまり変わりはなかった。青年会が中心になって法堂（本堂）を作業場にした。境内に吊す燈、燃燈行列に使われる燈、国旗燈、伝統のいろいろな燈などの製作に余念のない日々だった。この寺も1997年の場合は大体必要な燈は注文したという。製作燈の大きさも去年の注文燈より小さくなった。それで小さくなった燈をもって何とか人々の視線を集めるため青年会の会員はもっと多くのアイデアを必要とした。さて、その結果というか、数十種類の昔ながらの伝来の燈が再び登場したり応用されたりした。それが脚光を浴びたのは青年会にとって良い体験だったと思う。寺との縁が薄かった人々まで寺に呼び寄せて燈の製作法を教える青年会員もいた。そしてこういう雰囲気はもっと多くの寺々に拡散されたのである。

法輪寺の青年会員はほとんどがサラリーマンであることもあり、作業時間は夕方から夜遅くまでという働きぶりだった。いままであまり体験したことのない作業を通して会員同士の友誼を深めるにもすごく役に立ったというのは青年会長の話である。

またソウルの奉恩寺でも法輪寺と事情は同じく、注文燈の計画は早くから棚上げにされていた。そして他の寺よりはもっと積極的に伝統燈の製作に熱意をみせていたのである。これには奉恩寺内に伝統燈研究会（会長白昌浩氏）があったり関連ホームページを作ったりする伝統燈への高い関心に支えられたものだろう。それで作業は佛誕日の一カ月半の前から始まったという。さてここまでの経緯には、奉恩寺の場合は奉恩寺奉祝企画団というもう一つの機構からのサポートも力になったので記しておく。

一方、奉恩寺には青少年教化連合会という青少年信者団体が青年会の下に設置されているが、この団体の創作燈の目玉はカップ燈といってカップ（cup）模様の小さい燈である。簡単に作れることもあって佛誕日の当日には多くの人々にその作り方を教える催し物まで開催したり販売したりする大盛況だった。

以上の新しい傾向は、IMF（国際通貨基金）管理下の経済不振の影響で注文燈には手が届かないとか奉祝特需が落ち込んだとかの悪影響もあったが、その裏面で経費節減の祝祭を考えた末、あいにくも伝来の様式に戻ってしまった結果にも繋がったことを語ってくれる。現代的デザインに走りがち最近の雰囲気ブレーキをかける反作用になったのは、昔と現在との調和を図る面でもむしろ有意義なチャンスだったろうと思う。そしてこういう雰囲気は、寺の境内に止まらず、関連業界にまで影響を及ぼしていたから波及効果も大きい。

さて、これはいまの韓国社会全般にも深刻に受けとめてほしい話なのである。

3. まとめ、展望

今までの大まかな記述は主に最近の韓国の四月初八日の佛誕日におけるそのイメージ統一作業という曹溪宗主導の企画にポイントをあてていた。しかしこれは数年前から議論の動きはあったにせよ、具体的には1996年から実用されたもので社会的反響の蓄積はここ2、3年にすぎない。それでこの蓄積物から数年の先を予想するのはいまのところ難しい。したがって、周辺にまで問題を広げて分析を試みるよりは今の段階では、佛誕日のイメージ統一作業といった希有の出来事をそのまま分析してみる必要が生じたわけである。

ここまでの記述で奉祝イメージ統一作業の顛末が分かったとはとうてい言えない。奉祝委員会の構成問題など今後とも究明すべき内容はまだまだある。が、その大筋をなす一部だけは少し捉えたように思う。それでその概略図から浮かび上がった問題点はだいたい次のとおりである。つまり、

- ①資料やそれに接近する方法上の問題。
- ②佛誕日のことを何故イメージ化するのか、そしてそれをまた何故統一しなければならないのかへの寺刹側の思惑と社会的与件や反応。
- ③奉祝イメージ統一作業がもたらす仏教の在り方の変化。

となるだろう。概ね以上の三つの点がこれから韓国の佛誕日の問題をはじめ仏教と民俗社会との関わり全般を見極める上で大事な叩き台になるだろうと思っている。

ここでまず問題になるのは資料とそれに接近する方法の変化の問題だが、筆者が記述するこのエッセイの資料の大部分がインターネットを通して調べられたように、いま日本から韓国を覗きつつ調査するのが部分的であれ可能になったことである。いわゆるフィールドワークの成立条件の一つである現地調査 — 試論の段階であるのでどこまで、またはどんなジャンルまで可能なかは分からないが — の概念が曖昧になってしまったことだ。私にとっていまのところ言えるのは、1次調査・2次調査・3次調査などがあるなら、そんななか少なくとも初期段階まではインターネットである程度対応できるだろうということである。特に宗教分野はそうである。

しかし、Thomas W.kozma が彼のメモ、「サイバロア (cyberlore) とはなにか」のなかで指摘したように、インターネットはすでに宗教をはじめわれわれの社会に大きな影響を与えており、それによってわれわれも考え方、働き方、話し方、聞き方などのうえで多大な変容を余儀なくされているのである⁹⁾。この面ではいま韓国も日本も例外ではあるまい。そしてこれによって知らずのうちにく現地>という言葉のもつ意味も曖昧になってしまったこと否定できない。なにしろトマスの言うとおりになら、韓国の四月初八日の騒ぎもその一部始終を追うには従来のやり方だけではやりきれなくなったのではないか。要するにインターネットが従来の民俗学的方法の補助手段に止まらず、もう一つの研究領域や手段を開けてくれるのではないかという気がする。言い換えれば、時にはサイバスペースと呼ばれる空間 — この小論ではいうまでもなく韓国から発信され

てくる空間のことである。— の上で韓国の四月初八日に関する情報が続々と広がってくるのである。それでその資料は曹溪宗の思惑に応ずるかのようによくの寺々と人々の目や耳に触れられ共有されてしまう。またおかしくもその資料はいま2~3年間もの間 — その間何回かupdateされたことはあるが — 同じアドレスのなかに止まったままで、いつでもだれでもがアクセス可能な状態なのである。調査者なりの独特な資料といえるものも、その性分の変化からいうと、私物のように一人で喜んだりする馬鹿らしさがこれ以上はもう容認されないのではないか。それでこれからの情報の没個性は調査者の処理によってはじめて個性化されるのではないかと思うと同時に、処理術の啓発がもっともっと問われていくのではないかと考えている。れたことはあるが — 同じアドレスのなかに止まったままで、いつでもだれでもがアクセス可能な状態なのである。調査者なりの独特な資料といえるものも、その性分の変化からいうと、私物のように一人で喜んだりする馬鹿らしさがこれ以上はもう容認されないのではないか。それでこれからの情報の没個性は調査者の処理によってはじめて個性化されるのではないかと思うと同時に、処理術の啓発がもっともっと問われていくのではないかと考えている。

現地の土を踏みながらの奥行のある民俗調査がいつまでも有効であるとはいってもないが、今までわれわれが捉えようとしたモノの影法師のようなもう一つのモノが付きまとうから仕様がなない。そしてこのもう一つのモノによるコミュニケーションが凄まじいから注意を要すると思わざるをえない。

次に挙げているのは以上のような与件で調べてみた韓国の佛誕日のことだが、いま韓国では仏教、キリスト教を問わずに布教とインターネットを組合せることに夢中である。六ヶ国語でインターネットをとおし布教活動を行なっているソウルのヨイド純福音教会でも自らのホームページを使って一生懸命自分を発信する。そして韓国にはサイバ教会もかなり活性化されており、一カ月の接触は40万回を超えているから、仏教側の奮発心も分かるような気がする。それで登場したのが会心の奉祝イメージ統一作業とインターネットを組合せる企画だったのである。企画への主導はもちろん曹溪宗だし、曹溪宗は奉祝委員会の構成にも関わっている。それで奉祝委員会のイメージ統一作業への狙いは簡単である。つまり、いままで寺ごとや宗団ごとにばらばらだった仏教関連紋様や用品のイメージを統一して一斉に世の中へ広げると佛誕日はもちろん仏教全体へのイメージが高揚されるだろうという期待だったのである。そしてかなり達成したという満足感もあるようだ。それで実際に1999年からは曹溪宗のみの宗団紋様をも開発して使う予定だともいわれる。仏教の外側を強く意識するようになった結果であろう。

そしてこれを可能にしてくれたのは充実されつつある韓国社会の新しいコミュニケーション手段であるインターネットとかネットワークとかeメールとかが挙げられる。が、何よりもこういった道具類を好む韓国人の心情面を見失ってはなるまい。

最後に奉祝イメージ統一作業による韓国仏教の在り方の行方(変化)について少し述べたい。先述したようにまだ十分な資料がだまったわけではないが、少なくとも曹溪宗の寺々は奉祝委員会の決定に従順する気味がみえる。他の宗団では奉祝委員会に加担しながらも未だ消極的に様子を

見守る宗団もあるが、例えば1998年の燃燈大祭に不参する宗団ができたのもそういう一部の空気を伝えてくれる。これからの観察を要するところである。そして何よりも大事なところは、津々浦々に散在する大小の寺々までがはたして奉祝委員会の思惑どおりにこれからも四月初八日を迎えるだろうかである。2000年から実施される予定の曹溪宗寺院の全国ネットワークがはたして寺々に伝わってきた四月初八日の地域性の上に覆われるのだろうか。それでいまのところはやや戸惑う寺でも究極的には一つの佛誕日イメージに収斂されるだろうか。というのがとりあえず奉祝委員会の狙いであるものの、もう少し、どれくらいの歳月がかかるか断言できないが、見守るべきだと思っている。

インターネットを通してみれば、韓国の仏教は社会の隅々にまで広がるのが以前よりもっと容易になっていることから、いわば仏教と民俗との関係も限定された地域とか寺、仏教儀礼といったある一定単位の中で調べたり分析したりするのがだんだん難しくなってきたような気がする。いままでのそういう研究がまだ有効だとしても、そういう有効性の上に付きまといはじめたモノをこれからは見失ってはいけないと思う。おわりに www.buddhism.or.kr/kbic や www.buddhapia.co.kr などの製作に携わってきた多くの方々にはこの場を借りて心からの感謝の念を伝えたい。

註

- (1) www.buddhism.or.kr/event.
- (2) 前掲1.
- (3) www.buddhapia.com/men.hyundae/auto/newspaper/171/d-1.htm
- (4) 前掲3.
- (5) www.pass.wayne.edu/~twk/whatis.html

新刊紹介

稲村務・楊六金編

『国際哈尼・阿卡研究資料目録』

中国の民俗・民族・人類学の進展は目覚ましい。諸外国の研究動向に目配りしつつ、中国独自の学風の定立に向かつての意気込みが伝わって来る論考がある一方、概論風・解説的なものも多い。このような時期、最重要なのは脚下照顧、地味ではあるが研究史の検討である。本書は3回のハニ・アカ国際学会の成果に基づき、中文を主に英・独・仏・日・泰・露・ポーランド・

ベトナム語及びハニ・アカ語で記された3000余の論文を著者別に整理し、さらにO.M.C.文化項目分類で主題索引を巻末に付し、ハニ・アカ族研究の現状を集約的に示している。今後のハニ・アカ族研究の礎石となる目録である。

(佐野賢治)

A4判 205頁 2000年3月
筑波大学歴史・人類学系