

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 28 年 6 月 8 日現在

機関番号：24402

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2013～2015

課題番号：25370946

研究課題名(和文) イスラームの商品化に見る宗教実践と経済活動の相関に関する実証的研究

研究課題名(英文) An anthropological study of the correlation between religious practice and economic activity with special reference to the commercialization of Islam

研究代表者

多和田 裕司 (TAWADA, Hiroshi)

大阪市立大学・大学院文学研究科・教授

研究者番号：00253625

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,600,000円

研究成果の概要(和文)：本研究では、イスラーム社会における観光、ムスリム女性のファッション、イスラーム的な都市形成という具体的なイスラーム実践の分析をとおして、現代社会におけるイスラームの実践がイスラーム教義にのみその根拠が求められるものではなく、経済的利益の追求など、消費社会化、グローバル化した現代社会に起因する非イスラーム的な要因とも関連しながらなされるものであることがあきらかにされた。

研究成果の概要(英文)： This study, based on the concrete analysis about Muslim practice in three domains, namely, tourism in Muslim society, Muslim female fashion and the construction of Islamic city, reveals that Muslim practice in modern society is not only attributed to Islamic doctrine, but also correlated with the non-Islamic factors, such as pursuit of economic profit inherent in the modern commercialized and globalized society.

研究分野：文化人類学

キーワード：マレーシア イスラーム 文化人類学 商品化 消費社会

1. 研究開始当初の背景

研究代表者はこれまで現代マレーシアにおけるイスラームの(再)定式化というテーマのもと、現代社会におけるイスラームのありかたを理解すべく研究を進めてきた。とくにここ数年は、イスラーム的価値の制度化(平成17年~19年度)やムスリムのライフスタイル(平成21年~23年度)を具体的な対象として、現代社会とイスラームとの「整合」(「整合」されない場合も含めて)についての実証的な研究をおこなってきた。

本研究は、現代社会におけるイスラーム実践に関する実証的研究という点で研究代表者の従来の研究をさらに発展させるものであるが、本研究ではとくに「商品」として売り出されるイスラームという点に着目することで現代消費社会に特徴的なイスラームの実践についてあきらかにされる。

経済成長とともに産業化、消費社会化の進展が著しいマレーシアでは、近年、政府が主導して様々な形でイスラームを「商品」として売り出す試みがなされている。たとえばハラール産業の経済的可能性を見据えたハラール・ハブ構想とそれに関連しての各種ハラール製品の生産やハラール認証制度の規格化、海外のムスリム観光客誘致に向けたイスラーム・ツーリズムの提案、イスラーム銀行に代表されるイスラーム金融制度の確立など、そのいずれもがイスラームの理念を実現しようとする宗教的实践であり同時に経済的利益を追い求めるような試みである。これらの試みは単純なイスラーム化(脱世俗化)とも、おなじく単純な世俗化とも見なすことはできない。マレーシアでのイスラーム実践は、宗教と経済活動との境界が融解し、両者が相互依存的な関係を結ぶという、きわめて現代的な宗教の姿を示すものであると考えられる。

2. 研究の目的

本研究は、マレーシアのイスラーム社会を対象に、「商品」として売り出されるイスラームに焦点をあて、消費社会化、グローバル化が進展した現代におけるイスラームの実践を実証的に考察することを目的とする。そのさいイスラーム理念の追求と経済的利益を得ることが正の相関関係にあるようなイスラームのありかたを示すことで、イスラームと現代社会との適合性について検討するとともに、「世俗化」対「イスラーム化(脱世俗化)」という二元論ではとらえることのできないイスラームの現代的特性について理解することを試みる。

本研究においては、第一に、基礎作業としてイスラームが「商品」として売り出されている事例を収集する。具体的には上述のような政府による各種政策やイスラームを明示/暗示する商品、メディア(放送、出版)で

の広告・宣伝など、イスラーム実践と経済的活動が結びついたかたちで提供されるものすべてを網羅的に把握する。

第二に、イスラームが経済的活動との関連のなかで実践されるような事例のなかからいくつかを対象として選定し、両者の相関を詳細に検討する。そのさい数量的なデータだけではなく、ムスリム個々の動機(宗教的、経済的など)、イスラームへの日常的な関与のありかた、宗教観や価値観などの質的なデータを重視する。

第三に、申請者がこれまでおこなってきたイスラームの消費に関する研究成果とあわせることで、現代マレーシアにおけるイスラーム実践の全体像を考察する。

3. 研究の方法

本研究においては、研究期間の各年度に共通して、文献その他の資料収集、マレーシアおよび隣接地域での実態調査、資料ならびに調査結果の整理・分析という三段階の方法によって研究を進めた。とくに毎年1ヶ月程度のマレーシアでの資料収集と文化人類学的な実態調査が主たる研究手段であった。

具体的には、各年度を大きく3期にわけて研究を進めた。

第1期は4月から7月までの期間であり、イスラームの商品化についての先行研究の収集、問題点の整理、海外調査に向けての準備作業等をおこなった。先行研究については、マレーシアならびに東南アジアのイスラーム社会を対象とするものに重きを置きながらも、他のイスラーム圏における同種の研究動向や他宗教における宗教の商品化の研究についても網羅的に収集、整理した。これらの作業と平行して、研究代表者がこれまで積み重ねてきたイスラームの(再)定式化についての研究を、「イスラームの商品化」という観点からいまいちど精査した。

第2期は8月から9月までの期間であり、この期間に40日程度の海外での資料収集ならびに実態調査を実施した。具体的には、マレーシア・クアラルンプールでの調査に1ヶ月程度、比較のためにマレーシア以外の地域での調査に1週間程度をあてた。比較対照のための地域としては、マレーシアという地の利を生かすことができ、かつマレーシアとは対照的な宗教状況が観察できるバンコク(平成25年度)とシンガポール(平成26年度)を対象とした。

海外での研究活動としては、3ヶ年に共通して(1)文献等資料の収集、(2)関係者への聞き取り、(3)文化人類学的な実態調査をおこなったが、それぞれの研究年度において「イスラーム社会における観光」(平成25年度)、「ムスリム女性のファッション」(平成26年度)、「イスラーム的な都市形成」(平成27年度)を個別テーマとして設定し、集中的に資料を収集した。比較対象都市においては、消

費社会であるという共通点と、多宗教社会においてムスリムが占める割合や宗教の違いを念頭に置きつつ、イスラーム(および宗教)の商品化について概観的に把握し、今後の比較研究のための基礎的資料を入手した。

第3期は海外での資料収集終了後年度末までの時期であり、持ち帰った資料の分析と、当該年度における活動の総括として研究論文を作成するとともに、次年度への課題を整理した。

4. 研究成果

本研究では、マレーシアにけるイスラーム実践が、イスラーム教義にのみ起因するものではなく、経済的利益の追求やその背景ともいえる消費社会の進展に強く影響されていることが実証的にあきらかにされた。すなわち、本研究が事例研究の対象としたイスラーム社会における観光、ムスリム女性のファッション、イスラーム的な都市形成というまったく異なるイスラーム実践の領域において、イスラーム教義と経済的要因とが相関するなかでムスリムの行為が形作られるというメカニズムが共通して見いだされた。

(1) イスラーム社会における観光

マレーシアでは「多文化性」を観光資源化して活用を図ろうとしている。2014年に実施された「マレーシア観光年」の各種イベントにおいても、このことはあきらかである。「多文化性」の資源化はこれまで経済的にもかなりの成功を収め、現在マレーシアでは観光産業が国家の重要産業のひとつにまで成長している。そんななかで、イスラームは「多文化性」を構成する一要素として活用されている。

イスラームの観光資源化は、非イスラーム圏からの観光客の増加にともない、結果としてムスリムと非ムスリムの接触を増大させる。そのさいムスリムの側は非ムスリムにたいして「二重」の仕方で見ている。すなわちイスラーム教義における非ムスリムの扱いと、観光という観点からのゲストとしての扱いである。たとえば観光化されたモスクでは、両者の対応を混在させることで非ムスリムを受け入れている。

イスラームの観光資源化にともなって、ムスリムの実践のなかでイスラームが「商品」として消費されるような場面が生じている。これはムスリムの行為や社会の一切を統べるものとしてのイスラームという、イスラーム教義が規定する本来のイスラームのありかたからの変容であり、現代消費社会におけるイスラームの特徴であると考えることができる。

(2) ムスリム女性のファッション

マレーシアにおけるイスラーム復興現象の具体的現れのひとつに、ムスリム女性によ

るベール着用の増加がある。商品としてのベールは、イスラーム教義がムスリム女性に求める敬虔さ(女性は頭髪や肌を隠さなければならない)と、消費社会がムスリム女性に提供する現代的なファッション性という、一見すると相反する要素の接点に位置している。

非ムスリムから見れば、イスラーム的敬虔さの追求と商品に具象化したファッション性とは矛盾するかのようと思われるが、参与観察やインタビュー調査からは、ムスリム女性たちは必ずしも矛盾するものとは考えていないことがあきらかである。ベールが着用される場面を詳細に観察すると、ムスリム女性のベール(ファッション全体を含めて)は、イスラーム教義によって規定されているからといった受動的な形で着用されているのではなく、各人がおかれた所与の状況において、イスラーム的敬虔さについて能動的に解釈し、それを表現する手段としてもちいられていることが指摘できる。何が敬虔であるかについてはムスリム個々の間で解釈に違いがあることから、ベールやファッションの様態は、外部から見たときに「保守的」に見えるものから「世俗的」(ベールを着用しないことも含む)なものまで、多様性を示すものとなっている。

ベールやその他のイスラーム商品は、それを使用することで自らが考える敬虔さを表現するという点において、ムスリムとしてのアイデンティティ形成に大きく作用していると考えられる。このようなモノの消費を介したアイデンティティの形成は、現代消費社会における一般的特質として指摘されてきたことであり、ムスリムにおいても異なるものではないことがあきらかとなった。この点は、通常イスラームと消費社会とは相容れないという前提でイスラーム社会が理解されている現状に対して、新たな問題提起となるものである。

(3) イスラーム的都市形成

1970年代から強化されたマレー系優遇策の結果、マレーシアではマレー系の都市への移住が急増し、大都市の郊外地域が大きく発展した。その結果、地方にマレー系ムスリム、都市部に非マレー系非ムスリムという形で観察された従来の民族別の棲み分け状況が解消され、都市(とくにクアラルンプール)でのイスラームと非イスラームとの混在状況が加速した。

このような状況のなかで2001年にクアラルンプール市から行政機能が移転された新行政首都プトラジャヤ市は、とくに都市景観や建物群の意匠においてイスラーム的色彩を強く打ち出している。同時に、プトラジャヤ市は、現代的な都市計画のもとで当初からまったく人工的に作り上げられた都市であり、その結果、イスラーム的でありかつ先進的であるという、マレーシアの国家構想を実現させるような姿を呈している。

プトラジャヤ市の計画と現状を見ると、都市形成の特徴としてイスラームをもとにした「テーマ化」があることはあきらかである。その結果、マレーシア社会が有してきた多民族性、多文化性、多宗教性が失われ、マレーシアの歴史や伝統からは切り離された空間となっている。もちろんイスラームという「テーマ化」の背後には、中間層化により経済力を得たマレー系ムスリムの側からの非マレー系非ムスリムの排除があると考えられる。

プトラジャヤ市が「テーマ化」される過程には、グローバル化のもと、各都市が独自性を競い合いながらも結局は平俗的という意味でそれぞれの都市がありふれたものとなる、いわゆる「俗都市化」のプロセスや、様々なイスラーム的意匠の借用の結果どこにもオリジナルのないシミュラクルとしてのイスラームすら見いだすことができる。プトラジャヤ市の例が示しているのは、グローバルに都市形成の手法が共有される時代においては、イスラームを主張する都市ですら、独自のものとして存在することは困難であり、イスラーム的な景観形成もまた、経済発展や消費社会化という条件下においては現代諸都市と共通のメカニズムの上にあるということである。

(4) 共通するイスラーム実践のメカニズム

観光、ファッション、都市形成といった一見すると相異なる領域のいずれにおいても、マレー系ムスリムの行動はつねにイスラームによって理由づけられ、イスラームの理念にたいする指向性が観察された。このような理由付けや指向性は、彼らの行動を正当化するものであり、彼らにとってはアイデンティティの根幹に存在するものと考えることができる。

しかしながら、彼らもまた現代という時代を生きる存在であり、現代世界に特徴的な（マレーシアももちろんそのなかに含まれる）グローバル化や消費社会、経済原理などから無縁な存在でありえない。具体的には、参与観察や彼らの発言から、上記3領域のそれぞれにおいて、観光振興による経済収入への期待、ファッション性の追求、世界の都市景観に共通するポストモダンの特徴といった、イスラームの理念や教義とはまったく異なる、いってみればイスラームの「外」にあるものが大きく影響していることがうかがえる。観光振興のためにモスクに非ムスリムを受け入れることや、ムスリム女性の髪を覆うためのベールがファッションとして商品化されていること、イスラーム的な理念を追求した都市が結果的に「俗都市化」「シミュラクル化」したものとなっていることなどは、すべてイスラームの「外」にある力がイスラーム実践のありかたに作用した結果にほかならない。

もちろんイスラームにたいする「外」から

の影響を原理主義的に排除するムスリムの行為や発言も、おなじく今回の実態調査のなかでは観察されており、一概にイスラームの実践や理念への指向の現代的変容を論じることは、やや無理があるろう。いってみれば、グローバル化、消費社会化したマレーシアにおけるイスラームとは、「外」の影響を受けて理念すら変容しようとする流れと、それを押しとどめようとする動きが、相拮抗している段階にあると見ることができよう。

5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

[雑誌論文](計 3件)

多和田裕司、プトラジャヤ：イスラーム的都市景観の理念と現実、人文研究、査読有、第67巻、2016、pp.85-104.

多和田裕司、マレーシアのムスリム女性に見るイスラーム的装い：消費社会におけるイスラームについての一考察、人文研究、査読有、第66巻、2015、pp.195-210.
[http://dliisv03.media.osaka-cu.ac.jp/info/lib/user_contents/kiyo/DBd0660011.pdf#search="](http://dliisv03.media.osaka-cu.ac.jp/info/lib/user_contents/kiyo/DBd0660011.pdf#search=)

多和田裕司、観光の時代におけるイスラーム：マレーシアの事例から、人文研究、査読有、第65巻、2014、pp.163-178.
[http://dliisv03.media.osaka-cu.ac.jp/info/lib/user_contents/kiyo/DBd0650010.pdf#search="](http://dliisv03.media.osaka-cu.ac.jp/info/lib/user_contents/kiyo/DBd0650010.pdf#search=)

[学会発表](計 0件)

6. 研究組織

(1) 研究代表者

多和田 裕司 (TAWADA, Hiroshi)
大阪市立大学・大学院文学研究科・教授
研究者番号：00253625