

DISCUSSION PAPER SERIES

2016-02

イスラーム復興と宗教商品をめぐるグローバルビジネス
――現代南アジアにおける聖遺物信仰の再活性化とその背景――

小牧 幸代

May 10, 2016

Discussion Papers can be downloaded:

<http://www1.tcue.ac.jp/home1/c-gakkai/dp/dp16-02>

1. はじめに

南アジアのイスラーム多住地域、とくに北インドとパキスタンでは 2000 年代に入って以降、イスラーム聖遺物信仰が目立って勢いづき活発化している。預言者祭(ヒジュラ暦第 3 月 12 日)になると各地の聖者廟等で聖遺物が一般公開され、多くの人びとが参拝に訪れて熱心に祈願の言葉を唱える。聖者廟やモスクの周辺で門前市を形成する宗教商品店や供物屋・土産物屋では、陳列台に並ぶ聖遺物商品の種類と量が、年を追うごとに豊富になっている。21 世紀の北インドとパキスタンで、なぜ、いま聖遺物なのか。

北インドとパキスタンは 1990 年代半ばに登場したアフガニスタンのターリバーン政権の「生みの親」として、あるいは 2007 年末に誕生した「パキスタン・ターリバーン運動」(TTP)の過激なテロ活動によって、「イスラーム原理主義」の中心拠点と目されているのではないかと[小牧 2015]。言うまでもなく、「イスラーム原理主義」は、聖者廟における「民衆イスラーム」的实践を厳しく批判する。そうした状況下でなぜ、聖者廟で大々的に開催される聖遺物公開儀礼が盛り上がりを見せているのか。聖遺物をモチーフとしたグッズやポスターなどの聖遺物商品の流通が、年々拡大する背景には何があるのか。

本稿では、現代南アジアにおけるイスラーム復興の多層的な動向に注目しつつ、聖遺物商品を中心とした宗教商品をめぐるグローバルビジネスの実態に迫ることで、これらの問いに答えるための予備的な考察を試みる。そのため、次のような構成をとる。まず、イスラーム聖遺物信仰に関して、基本的な用語と概念を説明する。ついで、聖遺物信仰の具体相と聖遺物商品の特徴を紹介したのち、聖遺物商品の製作・流通現場での調査を通じて徐々に明らかになってきたイスラーム復興現象の重層的なあり方を報告する。最後に、「イスラーム復興と世俗化の共存」に関する大塚の議論[2000a, 2000b, 2004]を振り返って本稿の事例を検証し、南アジアというローカルな文脈で再活性化した聖遺物信仰とグローバルビジネスの関係を試験的に読み解いてみたい。

2. 南アジアにおけるイスラーム聖遺物信仰

(1) 神の恩寵バラカの媒体としての聖遺物

イスラームの聖遺物とは、アラビア語で「預言者の遺物」(*asar nabawiyya*)、トルコ語で「聖なる御物」(*mukaddes emanetler*)などと呼ばれ、古今東西のイスラーム社会で信仰の対象となってきた可視的で可触的なモノを指している。南アジアでは、そうしたイスラームの聖遺物が「高貴な遺物」(*asar-e sharif*)、「バラカを宿した遺物」(*asar-e mubarak*)、あるいは「バラカを宿した事物」(*tabarrkat*)などと呼ばれている。

「恩寵」とも訳されるバラカ(*baraka*)とは「神に起源する祝福の力」であり、これを授かった人間には物理的には溢れるほどの豊かさ、心理的には繁栄と幸福がもたらされる。神の言葉を収めた啓典クルアーンはもちろんのこと、預言者や聖者にも神はバラカを注ぎ込むのであり、とくに預言者ムハンマドとその家族(娘ファーティマ、預言者の父方従弟であり娘婿でもあるアリー、両者の息子ハサンとフセイン)および「サイヤド」(*sayyad*)などと総称される「子孫群」には生来的にバラカが賦与されている。そして、神からバラカを授けられたこれらの聖なる人々は、存命中も死後も、極めて多様で時には奇妙でさえある伝達方法によって、今度はそれを普通の人々に授けるのだという [Colin 1960:1032]。

イスラームの聖遺物は、大半が預言者の身体から剥落した部分および痕跡と遺品で構成されるが、神からバラカを授けられた聖なる人々のカテゴリーに含まれる預言者以外の人々、すなわち預言者の家族、教友、後代の高名な聖者といった人々の身体の部分および痕跡や遺品もまた、聖遺物カテゴリーに含まれて信仰の対象となっている[小牧 2002,2004]。聖遺物は、啓典クルアーンや聖なる人々と同様、バラカの容器ないし媒体として機能するのであり、それらとの直接的・間接的な接触を通じて一般の人々はバラカを獲得することになる[小牧 2014]。それでは、イスラーム聖遺物信仰の具体相および近年における変化とはいったいどのようなものなのか、北インドとパキスタンの事例に基づいて詳しく見ていくことにしたい。

(2) ニューデリー、ニザームッディーン廟

ニューデリー南東部に、イスラーム神秘主義教団、チシュティ派^{*1}の第4代後継者ニザームッディーン・アウリヤー(Nizamuddin Auliya,1325年没)の墓廟がある。彼は、サイヤドであることが承認されたスーフィー聖者である。このニザームッディーン廟には「預言者の聖なる髪／髭」「アリーが書いたクルアーンの革表紙の断片」「預言者の孫息子フセインの流血を吸い込んだカルバラーの土」「預言者の足跡のついた石板」が保管されており、毎年、預言者祭の折に一般公開される(同廟における預言者祭の詳細は[小牧 2012]を参照)。これらの聖遺物の来歴について同廟の管理者が語るところによれば、ムガル朝初代皇帝バーブルがカーブルから北インドに持ち込み、歴代皇帝に受け継がれたあと、最後の皇帝バハードゥル・シャーII世(在位 1837-58)が「インド大反乱」(1857-58)の責任をとる形でイギリス軍に拘束される直前に、極秘で同廟に寄進したものである。

筆者が初めて同廟の聖遺物参拝を果たしたのは、1991年の預言者祭の期間中であった。その5年後、1996年に再び同廟の預言者祭で聖遺物参拝を果たしたが、この時、「預言者の聖なる髪／髭」の本数が増えていることに気づいたため、廟の管理者のひとりに尋ねてみた。すると、これらのなかにはまるで生きていくかのように増殖して二股になったものがあつたので、切り離して別々の容器に保管することになったのだと説明された。この奇蹟は、聖遺物の真正性を証明するものだという事である。

その奇蹟に应じるかのように、同廟の内外に軒を連ねる宗教商品店や供物屋・土産物屋が扱う聖遺物商品にも変化が表れた。たとえば、90年代の宗教ポスターの主要なモチーフはカーバ神殿や国内外の有名なモスク、高名な聖者とその墓廟、男児や女児の礼拝姿、バラの花やクルアーンの章句などであった。聖遺物商品といえば、「預言者の履き物」をモチーフとしたビニール製の壁掛け型もしくは名刺サイズの護符・御守が、クルアーンの章句を配した魔方陣などの横に並べられている程度であった。それが、2000年代になると、ニザームッディーン廟所蔵の聖遺物の写真をラミネート加工した壁飾りが店頭が目立つ場所に陳列されるようになり、やがてパキスタン、ラホール、バードシャーヒー・マスジドの聖遺物コレクション([小牧 2004]参照)をモチーフとしたポスターや壁掛けがそこに加わった。さらに2010年代になると、イスタンブールのトプカプ宮殿所蔵の聖遺物をモチーフとしたポスターや壁掛けも陳列されるようになった。

(3) アジュメール、ムーヌッディーン廟

ニザームッディーン廟のあるニューデリーから南西に向かって約 400 キロメートル、ラージャスターン州のアジュメールに、インドにおけるチシュティー派の開祖ムーヌッディーン・チシュティー(Muinuddin Chishti, 1236 年没)の墓廟がある。彼もまた、サイヤドであることが承認されたスーフィー聖者であり、墓廟では預言者祭の折に 2 本の「預言者の聖なる髪／髭」が同時に異なる場所で一般公開されている。2013 年および 2014 年の現地調査時に廟の管理者から聞いた話によれば、1 本は約 30 年前から同廟で毎年公開されてきたものであり、それはアジュメール在住の高齢のサイヤド男性が、預言者祭の期間中のみ同廟に貸し出してくれる貴重なものだという。もう 1 本は、2001 年頃から同廟の預言者祭で公開を開始した比較的新しい来歴をもつ聖遺物である。所有者である同廟の管理者の男性によれば、その聖遺物は、彼自身がマハーラーシュトラ州、アフマドナガルのサイヤド男性から譲り受けた由緒正しいものである。

ニザームッディーン廟と同様、この廟の内域ならびに周辺に形成された大規模な門前市に軒を連ねる宗教商品店や供物屋・土産物屋では、かつては同廟をモチーフとしたポスターや名刺サイズのカードが護符・御守のなかでは主力商品であり、記念品・土産物としても人気を博していた。ところが最近では、同廟を中央に置きつつも左右に聖遺物とカーバ神殿を配置したポスターや名刺サイズの護符・御守が多く出回るようになった。そして、置物や 3D ポスターなど、ほぼ同一のモチーフで形状が異なる聖遺物商品も多数見られるようになってきた。

(4) 南アジアで流通する聖遺物商品の特徴

南アジアでは、上記の 2 つのチシュティー系聖者廟以外にも、デリーのジャーマ・マスジド、ラホールのバードシャーヒー・マスジド、ダッカ近郊ナビーガンジのカダム・ラースール廟など、各地の宗教施設に様々な聖遺物が保管され、人々の熱狂的な信仰の対象となっている [小牧 2002, 2004, 2012, 2014]。そうした宗教施設の周辺では、宗教商品や供物・土産物を売る店や露天商が、互いに競い合うように通行人の注意を引くのが常である。陳列されている宗教商品には、礼拝用品や宗教書、クルアーンの章句やアッラーの美名などを刻んだ各種の護符・御守などに混じって、聖遺物の写真やデザイン画をモチーフとしたカラフルでコンパクトなグッズやカード、ポスターなどが陳列されている。

別稿 [小牧 2014] でも指摘したとおり、南アジアで流通している聖遺物商品には、ある一定の傾向がある。1 つ目は「預言者の履物のデザイン画」であり、多くの場合、掛け軸仕様の壁掛けや名刺サイズのカード、ステッカー、バッジ、置物などのモチーフとなっている。本稿ではこれを「定番モチーフ①」とする。もう 1 つは「預言者の緑色のターバンを巻いた帽子、外套、錫杖の三点セット」(以下、「三種の遺品」)であり、これは様々な大きさのポスターや葉書サイズのカードなどに多用されている。これを本稿では「定番モチーフ②」と表現する。

さて、聖遺物商品には、自分や家族の身体や所有物を保護する目的で個人が購入するものだけでなく、預言者祭の期間中に宗教施設や街路を装飾する横断幕や幟・旗など、公的な空間の非日常性を演出するためのものもある。たとえば、2008 年の預言者祭期間中、ハイデラバードのモスクでは「預言者の履物のデザイン画」すなわち定番モチーフ①の横断

幕が掲げられていた。また、2013年1月にパキスタンを訪問したのは偶然にも預言者祭直前であったため、ラホールのウルドゥー・バーザールでは、定番モチーフ①の様々な商品が卸売りされていた。このとき、十数軒の店で同じような聖遺物商品を大量に売っているのに気づいたため、数軒の店主に事情を尋ねてみると、同業者のあいだで講のようなものをつくって年に3~4回程度、中国に買い出しに行っているとのことであった。なお、調査時はたまたま預言者祭が直後に控えていたために聖遺物商品が大々的に売り出されていたが、二大祭時にはグリーティングカードなどのイード商品で店頭が埋め尽くされるという。そして、普段は選挙用品を売っているとのことであった*2。

(5) 聖遺物信仰は、南アジア固有の宗教伝統？

ところで、さきに紹介した2つのチシュティー系聖者廟は、インドで最も有名で人気があり、聖者のネームヴァリューだけでも参拝者は非常に多い。それなのに、なぜ、いまさら、預言者の遺品の増殖という奇蹟や外部からの新規導入といった奇策を講じるのか。筆者は、これまでに西アジア、北アフリカ、中央アジア、東南アジアなどのイスラーム聖者廟での信仰風景を調査してきたが、これほど聖遺物にこだわる様子はどこにも見られなかった。どうして南アジアでだけ、聖遺物信仰が再活性化し聖遺物商品の流通が拡大化傾向にあるのか。

バングラデシュの宗教建築を研究するパルヴィーンによれば、南アジアの足跡信仰は仏足石やクリシュナ神の足跡信仰に遡りうる長い歴史をもつ[Parveen 1993]。インドでは、ムスリムだけでなく、ヒンドゥーのあいだでも聖者の履物への信仰が見られる。他のイスラーム地域とは異なる南アジア固有の文脈に原因が求められるとすれば、土着的な信仰が南アジアのイスラームに与えた影響、つまりシンクレティズムを考慮すべきだろうか。定番モチーフ①に代表される足跡信仰は、南アジアに固有の伝統であるために他のイスラーム地域で盛んでなくとも、南アジアでは再活性化しているのだろうか。

筆者は幾度となく宗教商品店の店主や客に、南アジアで聖遺物信仰が盛んな理由を尋ねた。すると、「南アジアのムスリムは、ワッハブ派が優勢なサウジアラビアのムスリムと違って、預言者を心から敬愛している。遺品を大切に保管してきたから、どこよりも多く現存するのだ」という答えが返ってきた。そして、こうした言説は意外にも多かったのである。しかしながら、この回答では、聖遺物信仰の近年における再活性化と聖遺物商品の近年における氾濫状況を同時に説明することはできない。そこで、2013年と2014年の夏、2回にわたって、聖遺物商品に印刷されていた会社名などを手がかりに聖遺物商品の製作・流通現場を探すことにした。その結果、幸運にも、ムンバイのムスリム地区のオフセット印刷所と出版オフィスに辿り着くことができた。

3. スンナ派ウラマー組織「バレーリー派」のイスラーム復興

(1) ムンバイのオフセット印刷所

2013年の夏に調査することができたのは、ムンバイのムスリム地区に位置するオフセット印刷所である。オーナーはグジャラート州アフマダーバード近郊出身のムスリムであり、印刷所は1975年の操業開始以来、仕事の内容も規模も順調に成長しており、業績は右肩上がりだという。主として、イスラーム的なデザインをあしらったカレンダーやポスター、

ステッカーやカード、冊子、缶バッジのイラストなどの印刷を手がけている。90年代まではデザインなどは全て手作業でおこなっていたが、最近はグラフィックデザイナーに任せてデジタル加工をしているという。

印刷所の応接室の壁には、商品見本とおぼしきカレンダーやポスター、ステッカーやカードなどが隙間なく貼ってあった。そのうちの幾つかは定番モチーフ①の「預言者の履物のデザイン画」であり、残りの幾つかには、預言者の遺品の写真があしらわれていた。早くインタビューに応じてくれたオーナーの息子（20代後半）に対して、「約10年前から預言者の遺品がポスターなどに現れ始めたように感じるが、この印刷所でも製作しているのですね。もしかしたら、聖者信仰を支持するウラマー組織、バレーリー派の影響があるのでしょうか」と試しに訊いてみると、次のような答えが返ってきた。

「私たちはバレーリー派である。南アジアのスナ派には2つのグループがあり、1つはデーオバンド派とアフレ・ハディース派、もう1つはアフレ・スナト、つまりバレーリー派だ。バレーリー派は、預言者や聖者廟を重視する。スナ派のなかで、タバッルカート（聖遺物）はバレーリー派だけが信仰し保護している。デーオバンド派やサウディアラビアの人々（ワッハーブ派）はそれを破壊する。私たちが聖遺物の図案を印刷するようになったのは、2000年代に入ってからだ。聖遺物の大切さに気づいたからだ」

打ち解けて話が進むうちに、彼らが聖遺物の大切さに気づいたきっかけが『トプカプ宮殿所蔵聖遺物写真集』（トルコ語版2004年・英語版2005年刊）の存在を知り、入手したことだと分かった。まもなく、印刷所のオーナーが戻ってきた。案内された2階の社長室には、確かに『トプカプ宮殿所蔵聖遺物写真集』が本棚に保管されていた。階下の応接室の壁にあった商品見本のなかの預言者の遺品の出典は、明らかにこの写真集であった*3。

興味深いことに、このオフセット印刷所の親族男性は、2005年以来、隔月のペースで中国の義烏に宗教商品を買付けに行っているという。インドで作るよりも安く入手できるからであり、中国製の宗教商品はインド国内だけでなく、モーリシャスなどにも輸出しているという。

(2) ムンバイの出版オフィス

この翌年、2014年の夏に調査することができたのは、同じくムンバイのムスリム地区に位置する出版オフィスである。オフセット印刷所とは目と鼻の先にあり、互いに家族ぐるみにつきあいをしている。聞けば、この出版オフィスのオーナーも、グジャラート州アフマダーバード近郊出身のムスリムであった。彼から聞いた話の大筋は次のようである。

「預言者の履物のデザイン画」は昔からある伝統的な図案だ。バレーリー派は、それを約50年前からアレンジして使い始めた。約20年前から自分もそれを採用し、預言者祭のための横断幕を作り始めた。約10年前にその図案を中国に持って行き、オーダーメイドをした。というのも、当時、既にヒンドゥー教のグッズが中国で作られていたので、そのイスラーム版を作ろうと思ったのだ。中国人は、私が発注のために持ち込んだ図案を勝手にアレンジして、いろいろなものを作って自由に売り始めた。中国人に、勝手に模倣品を作って売ると言っても、言うだけ無駄だ。むしろ、私たち（バレーリー派）にとっては、よい宣伝になると考えている。こちらが投資しなくても、バレーリー派の思想に基づいたグッズが、世界中に出回るのだから。

この出版オフィスのオーナーによれば、インド製の「預言者の履物のデザイン画」すなわち定番モチーフ①をあしらった聖遺物商品は昔ながらのものであるが、それは色彩も地味でグッズの種類も限られていた。ヒンドゥーの真似をして中国にオーダーメイドしてからは、聖遺物商品はグッズもポスターも極彩色で見た目がよく、種類も非常に多くなったというのである。こうして、聖者信仰と聖遺物信仰を支持するスンナ派ウラマー組織、バレーリー派のビジネスマンの存在が聖遺物商品の流通拡大のきっかけをつくったこと、そして商品開発と大量生産を担っているのが非ムスリムの中国人ビジネスマンであることが明らかとなった。それでは、聖者と聖遺物への信仰を重視するスンナ派ウラマー組織、バレーリー派とは、いったいどのような歴史と思想的特徴をもっているのだろうか。

(3) イスラーム復興のもうひとつのあり方としてのバレーリー派

バレーリー派はデーオバンド派やアフレ・ハディース派とともに英領期 19 世紀後半の北インドで組織されたイスラーム改革主義の一派であるが、最大勢力のデーオバンド派の陰に隠れ、認知度は低い。学術文献は、創始者モウラーナー・アフマド・リザー・ハーン・バレーリー (Maulana Ahmad Riza Khan Barelwi : 1856-1921) に関する評伝などがあるのみである [Sanyal 1996, 2005]。その先行研究に依拠してバレーリー派とその創始者の輪郭をまとめると次のようになる。

バレーリー派の中心的な集団はウッタル・プラデーシュ州西部の小都市や田舎町で暮らすパターン(アフガニスタンやパキスタンのパシュトゥーン部族の出身)である。創始者アフマド・リザー・ハーン・バレーリー (Maulana Ahmad Riza Khan Barelwi : 1856-1921) 自身もパターンであった。彼は、祖父の代からフィクフ文献研究で有名な地元名士の家に生まれ、神童の誉れ高く、長じてからも天才の名をほしいままにした。その博学を武器に、ファトワー集全 12 巻を刊行するなど、多くの著作を残したという。アフマド・リザー・ハーンによれば、インド・ムスリムの伝統を危機にさらしているのは植民地政府(キリスト教徒)でもヒンドゥー主義(アーリア協会)でもなく、聖者信仰や土着的慣習を批判するデーオバンド派やアフレ・ハディース派などのイスラーム改革主義である。たとえば、アフレ・ハディース派は、バレーリー派が「死後 40 日目と命日に儀礼をしたり、アブドゥル・カーディル・ジラーニーの月命日(毎月 11 日目)や聖者の命日祭を祝ったり、預言者祭の儀礼中に立ち上がったたり、聖者に取りなしや救いを求めたりする」ことを厳しく批判する。インド・ムスリムの伝統が破壊されていることに危機感をおぼえ、イスラームを不変のままにしておこうとして、デーオバンド派やアフレ・ハディース派への対抗勢力としてのバレーリー派を、彼は 1880 年代に組織した。とはいえ、彼が不変のまま維持しようとしたのは、啓典のイスラームや預言者・教友の時代のイスラームではなく、19 世紀末のインドで実践されていたイスラームであった。

バレーリー派は、預言者ムハンマドを頂点とし、地方の聖者や導師へと下る「とりなし役」のヒエラルキーを認める。その宗教思想は、預言者の傑出した位置づけを強調するヒエラルカルな尊崇観念に特徴づけられる。たとえば、預言者尊崇の表現方法には、預言者祭を重視し伝統的な仕方で儀礼をする、手紙を書くときにバスマラではなく預言者讚詩で開始する、預言者の子孫サイヤドに特別な敬意を払う、サイヤドの手にキスをするなどといった具合である。創始者アフマド・リザー・ハーン自身、イスラーム神秘主義教団の

ひとつ、カーディリー派に入門し、修行を重ねてシャイフとなった。そしてスーフィーの仕事(とりなし、未来予知、占い、数字による護符の作成など)をこなすようになったが、護符ターヴィーズを書くことだけは、サイヤドの仕事だからという理由で一度もしなかったという。他方、創始者アフマド・リザー・ハーン信奉者は、彼を完璧なスンナのお手本とみなし、尊敬した。信奉者たちの彼への尊敬は、彼が崇敬する預言者や聖者への尊敬へと進展していくのである。

以上をまとめると、バレーリー派とは、聖者信仰や土着的慣習などの「民衆イスラーム」を批判する改革主義的イスラーム諸派(デーオバンド派およびターリバーン運動、アフレ・ハディース派)に対抗するスンナ派ウラマー組織であること、聖遺物信仰の再活性化と聖遺物商品流通拡大の背景には、無学ゆえに土着的慣習を維持し習合的信仰を奉じる「民衆」の前近代性があるのではなく、預言者の人格の神秘化を認めるスンナ派ウラマー組織「バレーリー派」の知識人の近代性があること、この2点が明らかとなる。

4. 南アジアにおけるイスラーム復興現象の重層性

ところで大塚は、「イスラームの復興と世俗化の共存」に関する議論を展開している[大塚 2004]。その内容は、次のように整理できる。

イスラーム主義が勢いを増す1970年代、急進主義とは一線を画しながら、宗教の復活がエジプトなどで顕著になってきた。ナショナリズム全盛の時代にはあまり目立つことがなかった、これらの「イスラーム的」とみなされる行動や象徴の社会的顕在化を「イスラーム復興」現象と呼ぶ。急進的なイスラーム主義運動とイスラーム復興現象は、どこかでつながっていると思われる。1970年代とは、グローバル化の名のもとにイスラーム世界に資本主義が浸透し、都市部を中心に外国製の商品がこれ見よがしに陳列され、消費社会化が始まりだした時期である。つまり、イスラーム主義やイスラーム復興が目立つようになってきた時期に、消費社会化という世俗化も進行していたのである。

イスラーム復興のひとつの兆候として、カイロなどの商店のショーウィンドーに、イスラーム的小物が並ぶようになった。だが、それらの小物は他の非宗教的小物と一緒に陳列されることによって、単なる「商品」として扱われることになる。すなわち、宗教的小物の商品化が進むほど、少なくとも店頭ではその「宗教性」は希薄化して「世俗化」していくという逆説が見られる[Starrett 1995]のである。

それでは、本稿で紹介した聖遺物信仰の再活性化と聖遺物商品の氾濫状況は、大塚の「イスラームの復興と世俗化の共存」に関する議論とどのように交差するだろうか。

1970年代に世界的なイスラーム復興の動きが勢いを増すと、インドでは80年代後半にヒन्दゥー・ナショナリズム勢力が伸張した。1990年代にデーオバンド派の流れをくむターリバーン運動がアフガニスタンやパキスタンで活発化すると、それに応じてバレーリー派の動きも顕著になった。インドにおいて、1990年代とは、経済自由化の名のもとに外国資本が流入し、都市部を中心に外国製の商品がこれ見よがしに陳列され、消費社会化が始まりだした時期である。ヒन्दゥー・ナショナリズムが目立つようになってきた時期に、消費社会化という世俗化も進行していた。こうして、カウンター・パートとしてのヒन्दゥー・ナショナリズムの台頭によって、デーオバンド派、アフレ・ハディース派、バレーリー派といったイスラーム主義の活動も活発になった。

しかし、3つのイスラーム主義のあいだには思想の違いが横たわっている。まず、アフレ・ハディース派は聖者・聖遺物への信仰を全面的に否定する。たとえば、2007年に起きたアジュメールのムイーヌッディーン廟での爆弾テロ事件の首謀者はアフレ・ハディース派を支持するグループだと目されている。次に、ターリバーンの生みの親であるデーオバンド派は、理性的・合理的な聖者信仰・聖遺物信仰だけを容認する。これに対してバレーリー派は、聖者や聖遺物への信仰を擁護し、預言者を神格化する。そして、アフレ・ハディース派とデーオバンド派への対抗の意図をもって、聖遺物グッズ・聖遺物ポスターを作成し流通させたのである。

ここで見落とせないのは、ヒンドゥー・ナショナリズムやイスラーム復興現象の産物である宗教商品の大量生産と大量消費が、中国への「外注」によって成立している点である。世俗的な工業製品としての宗教商品の存在を軽視して、現代南アジアにおける聖遺物信仰の再活性化現象を理解することはできない。ヒンドゥー業者に倣って中国に外注したバレーリー派業者は、安価で質の高い聖遺物グッズ・聖遺物ポスターを大量に仕入れることができた。そしてそれらの聖遺物商品は、イスラーム主義者が主導するイスラームのあり方よりもずっと穏健なイスラーム復興を支える一般の人びとの購買意欲を刺激することとなったのである。

ところが、それで終わりではなかった。イスラーム主義諸派のあいだの対立あるいはイスラームとヒンドゥー・ナショナリズムの対立に、南アジアというローカルな文脈の外部に位置する文化的他者が無意図的に侵入することで、予想外の現象、すなわち現代南アジアにおける聖遺物信仰の復興現象が実現した。すなわち、中国人の業者は、売れるものは何でも作る。まるで無法状態である。通常であれば著作権の問題が浮上してきそうなものだが、バレーリー派の業者は容認している。バレーリー派の業者は、目先の経済的な利益よりも、聖遺物商品が南アジア各地に普及することで得られるバレーリー派としての利益を優先したのである^{*4}。

他方、一般ムスリムは、聖なる場所(聖地で購入)や聖なる時間(預言者祭の折に購入)に、そこに居合わせた幸福を印づけるものとして、供物屋・土産物屋にたまたま陳列されているグッズやポスターを購入する。そして、聖者廟(ムイーヌッディーン・チシュティー廟)では、聖遺物グッズ・聖遺物ポスターが売れるから「本物」を仕入れたと考えることはできないだろうか。

5. おわりに

21世紀のいま、なぜ聖遺物信仰なのか。この問いについては、さしあたり、次のように考えることができる。聖遺物信仰の活発化は、1990年代のアフガニスタン・パキスタンにおけるターリバーン勢力の伸張(=デーオバンド派的なイスラーム化の進行)への危機感、インド経済自由化・経済発展・消費社会化を経て、2000年代のパソコンやインターネットの普及による複製技術の発達・向上と、トルコのイスラーム化に伴うトプカプ宮殿聖遺物写真集刊行、および中国人業者との個人貿易の成り行きないしグローバルビジネスなどに起因する。チシュティー系聖者廟における聖遺物信仰の盛大化は、バレーリー派が主導する聖遺物グッズ・聖遺物ポスターの流通を通じて「民衆」のニーズに応えたものと考えられないか。デーオバンド派やアフレ・ハディース派の批判を、博識と理論武装で反批判し、

聖者や預言者への信仰を再活性化させるバレーリー派。デーオバンド派的でもアフレ・ハデイス派的でもない独特のイスラーム復興のあり方を、ウラマー主導で展開させている点が、南アジア・イスラームの特徴のひとつだといえる。

記：本稿は2011-13年度科学研究費助成事業（学術研究助成基金助成金（基盤研究（C））「聖遺物の複製化・商品化をめぐるマテリアル・イスラームの研究」（研究代表者：小牧幸代）および2014年度高崎経済大学特別研究助成金「預言者尊崇的イスラームの現代的展開とバレーリー派の改革思想・運動に関する研究」（研究代表者：小牧幸代）の成果の一部である。なお、本稿は、東京外国語大学アジア・アフリカ言語文化研究所共同研究「イスラームに基づく経済活動・行為」（代表：福島康博）の第1期研究会成果報告論文集の未定稿であって決定稿ではないため、一切の無断転載を禁止します。

参考文献

- 青山吉信 1999『聖遺物の世界：中世ヨーロッパの心象風景』山川出版社
- 秋山聰 2009『聖遺物崇敬の心性史：西洋中世の聖性と造形』講談社
- 大塚和夫 2000a『近代・イスラームの人類学』東京大学出版会
- 2000b『イスラーム的：世界化時代の中で』日本放送出版協会
- 2004「イスラーム」関一敏・大塚和夫編『宗教人類学入門』弘文堂
- 大稔哲也 1999「中世エジプト・イスラーム社会の参詣・聖墓・聖遺物」歴史学研究会編『巡礼と民衆信仰』青木書店, pp.224-261
- 2002「聖遺物」大塚和夫他編『イスラーム辞典』岩波書店, pp.551-555
- ギアリ、パトリック 1999『死者と生きる中世：ヨーロッパ封建社会における死生観の変遷』杉崎泰一郎(訳)、白水社
- 木下彰子 2007「「紙」はいかにして人々の「神」になるのか：現代インド・ポスター宗教画研究の課題」『人文學報』95、京都大学人文科学研究所
- 2014「大量生産された神像や宗教画を祀る：インドにおけるヒンドゥー教徒の家庭内礼拝をめぐる」田中雅一編『フェティシズム研究2 越境するモノ』京都大学学術出版会
- 小牧幸代 2002「インド・イスラーム世界の聖遺物信仰：〈遺されたもの〉信仰の人類学的研究に向けて」『人文學報』87、京都大学人文科学研究所
- 2004「パンジャービー民族の自文化表象とイスラーム：聖遺物の展示をめぐる」黒崎卓・子島進・山根聡編『現代パキスタン分析：民族・国民・国家』岩波書店, pp.151-177
- 2005「北インド・ムスリム社会のサイヤド：カーストとイスラームのはざままで」赤堀雅幸・東長靖・堀川徹編『イスラーム地域研究叢書7 イスラームの神秘主義と聖者信仰』東京大学出版会, pp.275-297
- 2012「コンタクト・ゾーンとしての聖遺物信仰：南アジア・ムスリム社会の事例から」田中雅一編『コンタクト・ゾーンの人文学』晃洋書房, pp.155-175
- 2014「聖なる複製・商品の信仰空間：イスラームの聖遺物とフェティシズム」田中雅一編『フェティシズム研究2 越境するモノ』京都大学学術出版会, pp.219-243.
- 2015「パキスタン、神学校で若者育成、越境するテロ集団連動」『中外日報』（2015

年 4 月 29 日付)

関一敏 1986 「残存と創出～フランスの民俗と民俗学について」綾部他編『文化人類学 3 特集＝宗教的シンクレティズム』アカデミア出版会

西村大志 2008 「『人体模倣』における生と死と性」井上章一編『性欲の文化史 1』講談社選書メチエ, pp.199-235

村上辰雄 2009 「宗教としてのフェティシズム：近代「宗教」概念理解への一つのアプローチ」田中雅一編『フェティシズム研究 1 フェティシズム論の系譜と展望』京都大学学術出版会, pp.41-63

森本一夫 2005 「サイイド・シャリーフ研究の現状と展望」赤堀雅幸・東長靖・堀川徹編『イスラーム地域研究叢書 7 イスラームの神秘主義と聖者信仰』東京大学出版会, pp. 229-254

Ahmad, A. 1969 *An Intellectual History of Islam in India*. Edinburgh: Edinburgh University Press.

Ahmad, I. 1984 (1981) Introduction, Ahmad, I. (ed.) *Ritual and Religion among Muslims in India*. New Delhi : Manohar, pp. 1-20.

Ahmed Rashid 2002 (2000) *Taliban: Islam, Oil and the New Great Game in Central Asia*. London and New York: I. B. Tauris (アハメド・ラシッド 2000 『タリバン～イスラム原理主義の戦士たち』坂井定雄・伊藤力司訳、講談社)。

Arnold, Thomas Walker 1978 Kadam Sharif. *Encyclopaedia of Islam, 2nd ed., vol. IV*. Leiden: Brill, pp. 367-368.

Burton-Page 1978 Kadam Sharif, India and Pakistan. *Encyclopaedia of Islam, 2nd ed., vol. IV*. Leiden: Brill, p. 1032.

Colin, G. S. 1960 Baraka. *Encyclopaedia of Islam, 2nd ed., vol. I*. Leiden: Brill.

Faruqi, Z. H. 1979 Orthodoxy and Hetrodoxy in Indian Islam, *Islam and Modern Age*, 32: 9-36.

Gellner, E. 1981 *Muslim Society*. Cambridge: Cambridge University Press (アーネスト・ゲルナー 1991 『イスラム社会』宮治美江子・田中哲也・堀内正樹共訳、紀伊國屋書店)。

Goldziher, Ignác. 1960 Athar. *Encyclopaedia of Islam, 2nd ed., vol. I*. Leiden: Brill. p.736.

Kopytoff, Igor 1986 The cultural biography of things: commoditization as process. Appadurai, Arjun (ed.), *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge University Press, 64-91.

Metcalf, B. D. 1992 (1990) *Perfecting Women: Maulana Ashraf 'Ali Thanawi's Bihishti Zewar: a partial Translation with Commentary*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press.

Nasr, S. H. 1966 *Ideals and Realities of Islam*. London: George Allen and Unwin Press.

Parveen Hasan 1993 The Footprint of the Prophet. *Muqarnas*, 10: pp. 335-343.

Pratt, M. L. 1992 *Imperial Eyes: Travel Writings and Transculturation*. London: Routledge.

Sanyal, U. 1996 *Devotional Islam and Politics in British India: Ahmad Riza Khan Bareilwi and His Movement, 1870-1920*. Delhi: Oxford University Press.

——— 2005 *Ahmed Raza Khan: In the Path of the Prophet*. Oxford: Oneworld Publications.

Starrett, Gregory 1995 The Political Economy of Religious Commodities in Cairo, *American Anthropologist* 97-1, 51-68.

Stewart, C. and Shaw, R. (eds.) 2005 (1994) *Syncretism / Anti-Syncretism: The Politics of*

Religious Synthesis. London and New York: Routledge.

Turner, B. S. 1974 *Weber and Islam : A critical study*. London: Routledge & Kegan Paul (ブライアン.S. ターナー1986『ウェーバーとイスラーム』樋口辰雄・筑紫建彦・香西純一、第三書館)。

Umar, M. 1993 *Islam in Northern India: during the Eighteenth Century*. New Delhi: Munshiram Manoharlal.

van Gennepe, A. 1943 *Manuel de folklore francais contemporain, T. 1-1*, Paris: A. et J. Picard.

von Grunebaum, G. E. 1955 *The Problem: Unity in Disunity*. von Grunebaum, G. E. (ed.) *Unity and Variety in Muslim Civilization*. Chicago: The University of Chicago Press.

*1南アジアの四大スーフィー教派のひとつ。南アジアの四大スーフィー教派は、チシュティイー派、スフラワルディイー派、ナクシュバンディイー派、カーディリー派で構成される。

*2 2013年11月、中国浙江省義烏市の宗教商品卸売市場で、南アジアに出回っている聖遺物商品の調査をおこなった。イスラームをはじめ、世界の様々な宗教に関連した商品が大量に卸売りされていた。それらのなかには、確かに定番モチーフ②を配置した3Dポスターも散見されたが、ラホールのウルドゥー・バーザールで見たものと同じ商品を見つけることはできなかった。あとで分かったことだが、聖遺物商品は預言者祭の数ヶ月前、イード商品はイードの数ヶ月前に買い付けが殺到するような季節商品であるため、オフシーズンには店頭には並ばないらしい。

*3実は、この写真集の影響力は、インドでは非常に大きい。2008年3月下旬にアーンドラ・プラデーシュ州（現テランガーナ州）の州都ハイダラーバード市を訪れた際、偶然にも預言者祭の期間中であり、サーラル・ジャング博物館の企画展示室では聖遺物のスチール写真展が開催されていた。写真は全てトプカブ宮殿宝物殿所蔵の聖遺物であり、入場料は無料のうえ、来場者には受付で一輪のバラの花が進呈された。展示室の四方の壁は二次元化された聖遺物の複製で埋め尽くされており、人々は預言者がこよなく愛したと伝えられるバラの花で写真の表面をなぞるように触り、次にそのバラの花を自分や家族の頭や顔に触れさせていく。スチール写真は、あたかも本物の聖遺物であるかのように接触を求められていた。複製とはいえ、それは紛れもなく神の恩寵バラカの媒体だったのである。

*4バレーリー派の聖遺物商品ビジネスの特異な点は、ヒンドゥー業者の宗教商品ビジネス仕方と比較すると一目瞭然である。筆者がデリーでインタビューしたヒンドゥー業者は、宗教ポスターを製作・販売している。彼は中国人業者による模倣を嫌がり、模倣されにくい商品を開発し、高級化路線を進み始めた。たとえば、特大ポスターをつかって、ツヤ消しや光沢の特殊加工をするなど、安価な大量生産を得意とする中国人業者に対抗しようとしているのである。

高崎経済大学地域政策学会
370-0801 群馬県高崎市上並榎町1300
027-344-6244
c-gakkai@tcue.ac.jp
<http://www1.tcue.ac.jp/home1/c-gakkai/dp/dp16-02>