

消費される#FakeRumi ——現代トルコにおけるスピリチュアリティとスーフイズム再考——

藤本 あずさ*

Consumed #FakeRumi:
Spirituality and Rethinking Sufism in Contemporary Turkey

FUJIMOTO Azusa

This paper discusses trends in Sufism from the perspectives of spiritual development and marketing. It focuses on the situation in which Rumi is widely accepted as one of the greatest poets and Sufi thinkers in contemporary Turkish society, although he has been used as a tool of spiritual interpretation and capitalist marketing since the New Age. It begins by discussing New Religion and spirituality and focuses on the spiritual market in Islam. It examines the commodification of religion using Rumi's interpretations. It will also explain the religious views of contemporary Turkish youth and discuss the spirituality and transformation of Sufism. By doing so, it aims to analyze the background of contemporary Turkish society and identify religious trends in the changing relationship between Islam, spirituality, and Sufism.

1. はじめに

本稿は、スーフイズムの動向をスピリチュアリティの展開とマーケティングの視点から論じることを目的としている。特に、偉大な詩人であり神秘思想家であるルーミーが、ニューエイジ以降、スピリチュアルな解釈と資本主義マーケティングのツールとして位置づけられるなか、それでもトルコ社会で受け入れられている状況に着目する。

本稿では、まず第二節で新しい宗教の在り方とスピリチュアリティについて考察し、続く第三節でイスラームにおけるスピリチュアル・マーケットに焦点を当てている。第四節では、ルーミーの解釈を通じて宗教の商品化について検討し、第五節では、現代トルコにおける若者の宗教観を解説し、スピリチュアリティと変容するスーフイズムについて議論する。これにより、現代トルコ社会の背景を分析し、イスラーム、スピリチュアリティ、スーフイズムの関係性の変移から宗教動向の一端を明らかにすることを目指す。

2. 新しい宗教の在り方とスピリチュアリティ

現代社会においては、信仰心の在り方が固定されず、宗教は個人の心の中で自由に形成されている。ルックマンは『見えない宗教』[1976]でこの現象を「宗教の私事化」と呼び、伝統的な教団の教義や儀礼にとらわれず、個々が自らの信念に基づいて宗教的要素を選択し、信仰を形成していると指摘している。また、イギリスの宗教学者であるデイヴィーは、信者が伝統的な宗教団体に所属しなくても、個々の信仰が持続していると主張する。彼女はこの現象を「所属なき信仰」(believing without belonging)と名付けた [Davie 2007]。

比較的新しい信仰概念としては、SBNR という形態が議論されている。SBNR とは「スピリ

* 京都大学大学院アジア・アフリカ地域研究研究科

チュアルだが宗教的ではない」(Spiritual but not Religious)という自己認識を示す概念であり、「無宗教型スピリチュアル層」とも呼ばれている。1985年頃からSBNRの用語が使われはじめ、1992年以降は急速に増加し、2001年頃にはロバート・フラーの著書 *Spiritual but not Religious: Understanding Unchurched America* が出版され、これがきっかけに注目が高まった¹⁾。SBNRの概念は、スピリチュアリティを追求しつつ伝統的な宗教とは結びつかない自己認識を持つ人々を指し示す。

現在、世界中では宗教の代替として「スピリチュアリティ」が注目を集めている。スピリチュアリティは、人生の意味と目的を明らかにし、自分自身の本質に到達し、自他との関係を通じて生と死の意味を見出すための神聖で普遍的な現象や [Como 2007]、自己受容や他者との関係の受容を含む概念だとされている [Koenig 2009]。加えて、愛、思いやり、忍耐、寛容、許し、満足、責任感、調和など、自分と環境の両方に幸福をもたらすポジティブな特性と関連するものとも説明できる [Lama 2001]。宗教社会学者である山中はスピリチュアリティを個人主義に基づく選択の重視、外在的な宗教的権威の否定や懐疑、さらに自らの内なる聖性を陶冶するために、宗教の別なく様々な宗教の教義や実践を柔軟に取り入れるといった脱宗派的・脱教団的な性格をもっていると述べる [山中 2020: iii]。宗教学者の島藪は1960年代以降、宗教を補完し、代替するものとして、自己実現や内面的な成長を追求するスピリチュアリティへのグローバルな関心を「新しいスピリチュアリティ」と名付け、この「新しいスピリチュアリティ」は、個々人の魂、心、意識、身体に体験される変化を重視した実践が行われており、特殊な霊的体験から、より日常的で軽度な体験まで含まれるとする [島藪 2012: 20–37]。このように現代社会においては、「スピリチュアリティ」という柔軟性のある概念が固定的な制度宗教よりも人気を高めている。ルックマンの「宗教の私事化」やデイヴィーの「所属なき信仰」、SBNRといった概念により、信仰心は個人の心の中で自由に形成される傾向が示されている。これらの概念によって、伝統的な教団や制度に拘束されることなく、個人が自らの信念や宗教的要素を選択し、信仰を形成することが可能となっている。

3. イスラームとスピリチュアル・マーケット

日本では、国民の信仰心や宗教意識が曖昧であるという指摘がしばしばなされる。そのような社会や文化の特質が背景となり、日本では多様なスピリチュアルな実践が豊富に用意され、誰でも簡単に関与することが可能である。また、個人のスピリチュアリティに対する熱量のレベルに応じて、自由に選択できる。そのため、人々は意識せずともスピリチュアルな実践に関与している場合もあるかもしれない。スピリチュアルな実践の具体的な例としては、パワースポット観光や寺社参詣、アニメやマンガの聖地巡礼、パワーストーンなど身につける商品、自己啓発本、引き寄せの法則や宇宙に関する書籍、ヒーリングミュージック、ヨガ、瞑想、前世療法、霊視など多岐にわたる。どの程度まで関与するかは個人によって異なり、スピリチュアリティに対する意識も個人差が大きい。

「新しいスピリチュアリティ」の現象はイスラーム世界においても広まっている。例えばインドネシアでは、スピリチュアル・マーケットとしてのマッカ巡礼ビジネスが隆盛している [荒木

1) 19世紀には多くの形而上学体系(超越主義、スウェーデンボルグ主義、メスメリズム、スピリチュアリズム)が科学と宗教を単一の宇宙観に統合しようとする中流階級のアメリカ人のスピリチュアルな語彙に浸透し、20世紀には無教会のスピリチュアリティという「アメリカの伝統」が既に存在しており、代替医療、超心理学、無意識の潜在能力、アジアの宗教はアメリカの既存教会外に宗教的インスピレーションを求める人々の関心を満たした [Fuller 2001]。トルコにおけるスピリチュアリズムの隆盛がスーフィズムに与えた影響については、筆者の博士予備論文『現代トルコにおける癒しのセラピー——スピリチュアリズムとスーフィズム』[藤本 2023]を参照のこと。

2018]。また、ジョグジャカルタにおけるスピリチュアル化した自己開発ビジネスを調査したムッタキンは、スーフイズムの概念と実践がイスラームから部分的に切り離され、むしろ「スピリチュアルな効能」を宣伝する方針に転換していることを示した [Muttaqin 2012]。スーフイズムがもたらす身体的活力、ビジネスでの成功、ロマンチックな魅力といった現世的利益が救済的な目的に置き換えられ、ズィクル(神の唱名)のような儀礼的修行やオカルト的なエネルギーさえも消費可能な商品としてパッケージ化されており、こうしたスーフイー・ビジネスは前近代的な迷信との結びつきを回避することで、宗教的正当性だけでなく、近代科学と宗教復興主義の両方の人気を利用して成功している [Muttaqin 2012]。安田はこのようなマッカ巡礼ビジネスを宗教の商品化による「イスラーム文化圏」の一つの現れと捉え、インドネシアのスピリチュアル・マーケットは市場を通して生み出される新たなイスラーム的感性によって宗教的正当性の強化に寄与していると論じる [安田 2020]。モロッコにおいても、スピリチュアル・マーケットとしての参加型観光ビジネスが成功している。特にフェズで毎年行われる祭りは、「スーフイー・ツーリズム」の発展を促進し、現在では多くのツアー会社がモロッコの「神秘ツアー」を提供している [Arjana 2020]。スーフイー・ツーリズムは巡礼の一形態として機能し、既存の観光経済を利用した「高度に計画された資本主義的イベント」とも指摘されている [Kapchan 2008]。これらの国々では、自国民および他国民のムスリムをターゲットにしたスピリチュアルな実践の提供が目立ち、伝統的な宗教的要素を組み合わせたイベントやツアーが展開されている。こうした現象は、文化や宗教が観光産業と結びつき、宗教的な体験が宗教ツーリズムとして消費されている。さらにハラール食の祭り、預言者の誕生祭やイードなどの宗教行事、イスラーム製品を販売する集会は、多くの場合、非ムスリムに対して「スピリチュアルな観光商品」のマーケティングの場として利用される [Haq and Wong 2010]。

現代社会では、多元的で消費主義的な傾向が強くなり、宗教に対する需要も多様化している。そのため、世界各地で個人が求めるスピリチュアルな体験や成長に応じた商品やサービスが展開されている。このように、スピリチュアルな実践はマーケットと密接に結びついている。山中は、「マーケット」という視点は消費主義的資本主義の全域化の中で自分の好みに合ったものをマーケットから選択する消費者と、その需要に応じて商品を提供する供給側という二つのアクターの交渉が表現でき、現代社会の宗教の動態や変動を捉えることができると、その有用性を評価している [山中 2020]。そこでは、宗教的な消費者は好みのスピリチュアルな商品を選び、個人的なニーズに合わせて「微調整」したスピリチュアルなシンセシスを作り出している [Hanegraaff 2007: 47]。つまり、消費者は数あるスピリチュアルなモノやコトのなかから自由に取捨選択し、自分に適した体験を追求する。ピライーノは集団の救済から個人的探究へ視点が移っている点を指摘する [Piraino 2020: 11]。改宗者、会員、信徒という理想の代わりに「探究者が中心」になり、スピリチュアルな探究は個人の願望、ニーズ、そしてキャリアプランに応じてカスタマイズされ、適応されている [Piraino 2011: 11]。一方、供給側は需要に応じて様々な商品やサービスを提供し、競争を通じて消費者のニーズに対応している。そうした消費者と供給側の双方の関係から、宗教および宗教観の変容も把握することが可能となる。流動的な宗教的消費者によって自由にアクセスされるマーケットを捉えるために、山中は「スピリチュアル・マーケット」という概念を提唱する。この言葉は、信徒や宗教に関心のある人々だけがアクセスする「宗教マーケット」に限定されず、スピリチュアリティに深くコミットするディープな信奉者のみならず、既存の宗教制度や伝統にも親近感をいだくファジーに宗教に関わる人々が行う消費主義的な宗教行動やライフ

スタイルも内包できるという [山中 2020: iv]。本論では、トルコにおけるスピリチュアル・マーケットの実態を、スーフィズムの思想家・詩人であるルーミーの消費に焦点を当てて論じていきたい。

4. ルーミーの商品化

ルーミー (Mevlânâ Celâleddîn-i Rûmî, 1207–1273) はペルシア文学最大の神秘主義詩人であり、思想家である。彼はしばしば「わが師」を意味する、メヴラーナー (mevlânâ) とも称される。このようなスーフィズムの重要な聖者が、現代においてスピリチュアルな象徴として大衆に広く受け入れられ、消費されている。

1976年、詩人であり作家、編集者であるロバート・ブライが「学術的な檻から解放してほしい」と当時ジョージア大学の文学教授であったコールマン・パークスに A・J・アーベリー版ルーミー翻訳を渡すと、ルーミーの詩に魅了されたパークスは、ルーミーの言葉を「カジュアルなアメリカの自由詩」の形で表現した [Marks 1997]。その結果、パークスはルーミーのカジュアルな消費の象徴となった。その後、ルーミーの作品の翻訳には、学術的なアプローチと非学術的なアプローチの二つの異なる方法が存在している。何千部も売れているのは非学術的な英語翻訳であり、それらはイスラーム的要素に焦点を当てることなく、リラックスしてより生産的になることを目的とする「スピリチュアルな製品」であり大衆的な消費の対象として流行している [El-Zein 2000]。こうしたルーミーの人気をエル＝ゼインは「新スーフィズム」(New Sufism) と呼び、ルーミーがスピリチュアルに消費されている現象を「ルーミー現象」(Rumi phenomenon) と表した [El-Zein 2000]。また、フランクリン・D・ルイスはアメリカにおけるルーミーの熱狂を「ルーミー・マニア」(Rumimania) という言葉で説明した [Lewis 2000]。ルーミーはしばしば、愛に焦点を当てたため、極端なまでに脱イスラーム化された思想家とされる [Arjana 2020: 127]。シンメルは、ルーミーの愛の概念が低俗化され、時空を超越した、恍惚とした、愛のマスターとしてのルーミーの役割が強調されている点を批判している [Schimmel 1988]。

一方、現代ではルーミーは LGBTQ のアイコンにもなっている。LGBTQ コミュニティのメンバーは、ルーミーと彼の師であるシャムセ・タブリーズイーの親密さを肉体的な関係と解釈し、「同性愛とスピリチュアリティ」の象徴の一人と位置づけている [Dalrymple 2005]。特にゲイ・コミュニティにおいて、多くの人々がルーミーを LGBTQ のアイデンティティ、権利、スピリチュアルな探求において重要な象徴とみなしている [Sharify-Funk, Dickson, and Xabier 2017: 63]。この新たなルーミーへの解釈は、ルーミーの詩が本物であるかどうかに関係なく、人々の心を救い、新たにスーフィズムを信仰する人々を生み出す可能性があることを示唆している。

ルーミーの詩は、さまざまな商業的な形態で広く利用されている。彼の詩は、雑誌やノートの表紙、銘板、枕、渦巻きのような形をしたトレイやティーセット、壁掛け時計、さらには「皮膚には一時的だが魂には消えない」と宣伝するルーミーの言葉を刻んだ一時的なタトゥーなどがあるが、これらの商品の多くは偽のルーミーの詩の引用を特徴としている [Arjana 2020]。こうした偽のルーミーの詩は #FakeRumi と表され、Facebook や Twitter²⁾ などのソーシャルメディアで誤った名言が投稿されたり、さらには自動車用ステッカーからウォールアートに至ったりと、世の中に数多く溢れかえっている [Arjana 2020]³⁾。ロフトンは、こうした神秘主義の商品化を「カリスマ

2) 2023年7月24日に Twitter はブランド名を「X(エックス)」に変更した。

3) しかしながら宗教の商品化は今に始まったことではなく、ウォートンは、宗教と物質主義の結びつきを考察する

資本主義」(charismatic capitalism) または「スピリチュアル資本主義」(spiritual capitalism) と呼び [Lofton 2011]、アルジャーナはこれを「神秘資本主義」(mystical capitalism) と表現している。これには、ルーミーのカレンダーやヨガの瞑想音楽など、東洋がライフスタイル・ブランドとしてマーケティングされ、販売される事例が含まれる [Arjana 2020: 130]。

5. トルコにおける宗教のゆらぎとスピリチュアルなスーフイズム

世俗主義を掲げるトルコにおいてもスピリチュアル・マーケットは幅広く展開している。カバラ、ヨガ、タロット、スーフイズムのダンスセミナーなど、検索すると数多くのスピリチュアルな体験や商品がヒットする。ヨーロッパやアメリカでの動向と並行して、ヨガ、レイキ、タントラ、ヒーリング、シャーマニズム、バイオエナジー、代替医療、占星術、数秘術、瞑想、霊的存在との関係、カバラなど代替信仰やスピリチュアルな実践が最近トルコにおいてもますます人気になってきている [Cengiz, Küçükural, and Gür 2021: 12]。特にヨガは、高学歴でアッパーミドルの所得層に属している、専門的な職業に就く若い女性や中高年に高い人気があり、大都市の中・上流階級の居住区ではヨガ・瞑想スタジオが急増している [Cengiz, Küçükural, and Gür 2021: 12]。一方で、宗教問題高等評議会 (Din İşleri Yüksek Kurulu) はヨガにかんするファトワーを提示した。その内容とは、以下のようなものである。

近年わが国で運動や心理療法の活動の形で広まっているヨガは、宗教的な側面を持たず、精神的な浄化を目的とした運動であるという言説は、真実を十分に反映していない。インドの宗教では、ヨガは宗教的实践として存在し続けているからである。したがって、イスラーム教徒が他の宗教の信念や実践に基づいていることを知りながらヨガを実践することは適切ではない。

[Din İşleri Yüksek Kurulu 2017]

ヨガの人気の高まりを宗教団体は警戒している。宗務庁 (Diyanet İşleri Başkanlığı) は、ヨガをはじめとしてレイキや超越瞑想、スピリチュアリストについて、これらの実践や信念が西洋的であるという側面を強調し、そのビジネス的な性格を指摘する注意喚起を公式ホームページに掲載した [Diyanet İşleri Başkanlığı 2013]。

加えて、宗教団体および宗教関係者が警戒している現象は、若者の宗教離れと理神論や無神論への傾倒である。2017年から2018年にかけて、保守的で信仰深い家庭の子供たちの間で、無神論や理神論が広がっているという議論がトルコにおいて巻き起こった。今日までトルコ国民の大多数が保守的であると知られており、過去20年近くイスラーム主義・保守主義の公正発展党が政権を担ってきたが、保守派の間でさえ宗教的信念が問われるようになったのは、おそらくトルコの歴史において初めての現象である [Cengiz, Küçükural, and Gür 2021]。一般的に広まっている「トルコ社会の99%はイスラーム教徒である」という信念は誤りであり、むしろ宗教的信仰を持たない人々が多いとの報告も存在している [Çarkoğlu and Toprak 2006]。

若者の理神論への傾倒についての論争は、Istanbul Medeniyet 大学の講師であるイフサン・ファズルオール氏によるパネルディスカッションがきっかけであった。彼は、「17人のヒジャブをした

なかで、中世において聖遺物は大きなビジネスであり深刻な競争があったと論じる [Wharton 2006]。さらにギアリは多くの異なるスタイルの聖遺物が多様な消費者グループによって好まれていたことを指摘しており、宗教的な商品の製造と普及が広範なものであった点を示している [Geary 1990]。

理神論でさえない、神を認知しない学生たちが私の部屋に来て、これらの問題について話している。もし宗教に何らかの利益があるのなら、それは父や母のためだ、と彼らは言うだろう。」という旨の発言をした [Girit 2018]。その後、多くの立場の人が見解を述べた。ファズルオール氏の講演直後、2018年4月2日に発行された *Gerçek Hayat* 誌には、「母さん、私は理神論者になった」というタイトルの記事が掲載され、保守的で宗教的な家庭の子供が理神論に傾倒する他の証言も掲載された [Saruhan 2018]。

「宗教疲れの若者たち！」[Böhürler 2017] という記事では、家族と子どもの間には、宗教に関して指南を超えてしばしば圧力や強制といった要素が介在するプロセスがあることが指摘された。また、同じ世代の親や教師が、自身が育った状況と同じように子供に対して高い宗教的期待を押し付けているという現象も浮き彫りになった。この記事では、子供たちに限らず、大人たちが宗教から離れて理神論に傾倒するケース（一部の場合、宗教指導者が抱く既成宗教に対する疑念）もカミングアウトされた。

ジェンギズほかが行ったスピリチュアルな実践の関与者に対するアンケート調査では、アンケート参加者の大多数が組織化された宗教組織や公的な宗教⁴⁾と距離を置いていることが明らかになり、参加者275名のうちの72%が確立された組織的な宗教は好きではないと回答した [Cengiz, Küçükural, and Gür 2021: 244]。その理由としては、神を宗教階層の頂点とする理解、人間を他の存在よりも優れているとみなす人間中心主義、女性を押しやる家父長制的な性質を批判している [Cengiz, Küçükural, and Gür 2021: 244]。また参加者には、イスラームの解釈について批判的であり、自分が信じるものの内容を自分で決めたいという態度、そしてスーフイズムに共感し、その複雑な概念を理解していた点が共通していた [Cengiz, Küçükural, and Gür 2021: 251–261]。トルコでも伝統的な制度宗教に拘束されるのではなく、個人が自らの信念や宗教的要素を選択するスピリチュアリティの在り方が広がりつつあるといえる。

トルコの書店では「自己啓発」や「超心理学」といった、ニューエイジが影響したコーナーに並ぶスーフイズム関連の本が人気を集めている。そうしたジャンルの本の購入者は、7割以上が女性であり、25歳から34歳が購買層である⁵⁾。筆者は2022年7月から9月にかけてイスタンブールで行った調査において、アメリカやヨーロッパと同様に、スピリチュアルな実践がルーミーの詩を中心に行われていることを確認した。この実践には、ルーミーの詩を用いたタロットカードや、若者向けに解釈されたルーミーの詩が含まれている。さらに、アートとスピリチュアリティを結びつけたセマー（巡回舞踊）のワークショップも開催されている。これらの体験型ワークショップは観光客向けに提供されており、セマーは観光客にとっては「ショー」の娯楽であり（ときにはイスラームではハラームである飲酒をしつつ）鑑賞、言い換えるならば消費する。

ただし、トルコでは宗教的なスーフイズムの活動は公には禁止されているため、セマーなどは宗教ではなく文化として位置づけられている。スーフイズムの宗教的な実践を行う信者たちには、テッケ（修道院）と呼ばれる別の空間が提供されており、そこでスーフイズムの儀礼が行われている⁶⁾。そのため、トルコではスーフイズムのツーリズムのような商品化された文化的側面と、宗教的側面が同時に共存している。

4) ここで意味しているのは「学校やモスクで教えられ、宗務総長を通して制度化され、神学部で教えられる組織化された公式の宗教」[Cengiz, Küçükural, and Gür 2021: 244]であり、イスラームを指している。

5) <<https://1000kitap.com/populer>>における書籍の検索機能より確認した。

6) 教団の儀礼の様子はアジア・アフリカ地域研究情報マガジンの拙稿「ぬるいスープの教訓」[藤本 2023a]を参考にしたい。

6. 結びと考察

ここまで、現代社会におけるスピリチュアリティの展開とマーケットとの関連、そしてルーミーのスピリチュアルな消費について論じてきた。ではなぜ、スーフイズムが伝統文化であるトルコはいわば西洋から「逆輸入」されたルーミーを受容しているのだろうか。

トルコが西洋から「逆輸入」されたルーミーを受容している理由としては、いくつかの要因が考えられる。第一に、トルコにおいては長い間保守派の政権が続いており、宗教的な伝統文化が強調されてきたが、一部の人々には宗教疲れが生じている。この背景において、ヨガや瞑想は「高学歴で専門職を持つ中・上流階級の女性」に人気を持つと同時に、そのような女性以外の一般の人々には関与しにくいものであるとも捉えられる。ほかのスピリチュアルな実践に目を向けたとき、土地的にゆかりがあり親しみやすいルーミーは関与しやすい。加えて西洋から逆輸入されたルーミーは、ニューエイジの影響も受けてカジュアルにアメリカナイズされている。西洋への憧憬とスピリチュアリティの流行と相まって、若者を惹きつけるブランド化に成功している可能性がある。次に、ソーシャルメディアなどのインターネット技術が普及したことで、#FakeRumiなどの偽のルーミーが目につき、ネット上で容易にアクセス可能なルーミー関連の商品が増えたことも受容を促進していると考えられる。また、西洋的なルーミーの受容によって図らずもトルコ社会が世俗主義を達成していると訴えかけることができる。特に伝統的な宗教的要素に飽き足りない人々が、西洋的なルーミーを通じて自由な精神や現代的なアイデンティティを表現することで、社会的にも西洋に向けて世俗主義を示すことが可能である。

このように、トルコにおいても、人々は伝統的な宗教にとらわれず、個人的で自由なスピリチュアルな実践を模索している。こうした現象は、自らの信念や宗教的なアイデンティティを選択するスピリチュアリティのトレンドを反映している。しかし、同時にこれは巧妙なブランド化と資本主義システムと結びついており、ルーミー・マーケティングなどの要素も含まれている。これはまた、イスラームの「白人化」⁷⁾の一例ともいえる。つまり、トルコにおけるスピリチュアルな実践の多様性は、文化的背景や市場の影響を受けていると同時に、特定の宗教的要素が商業的な側面を持っている。

最後に、こうしたスピリチュアリティが反映したスーフイズムは「スーフイズム」だと言い表してよいのかを考えた。筆者が2023年にフィールド調査をした際、スピリチュアリティが反映したスーフイズムは、新たなスーフイズムの形態なのかと問うと、現地の人々は「スーフイズムではない」と回答した。少なくとも、当事者たちは伝統的なスーフイズムと区別していた⁸⁾。書店においても、スピリチュアリティに影響を受けたスーフイズムの書籍が一般的な「スーフイズム」のコーナーに配置されることは減多になかった。従来のスーフイズムは神との合一を目標とするが、「スーフイズム」のコーナーに分類されないスーフイズムの書籍はむしろ自分にどう向き合うかを重視し、神やアッラーといった用語の使用が圧倒的に少ないことが特徴として挙げられる。

このような状況を考察すると、西洋が解釈したスーフイズムは受け入れられる一方で、「スーフイズム」としての認識は現地において強くない。だからこそ、スーフイズムが禁じられているトルコでも受容されているのであろう。スーフイズムは元々イスラームの神秘主義的な実践であり、

7) 東洋の神秘主義や関連するシンボルは、ヨガ、超越瞑想、ニューエイジ・スーフイズムを通して広く普及しているものの、一部ではこれらがヒンドゥー教、仏教、イスラームなどの東洋の宗教を「白人化」しているという批判がある。理由として、この白人化は、巧妙なブランド化とマーケティングを含む資本主義システムを通じて行われているからである [Arjana 2020: 134]。

8) 詳しくは、伝統的なスーフイズムから分岐した要素を「超心理学」「自己啓発」「心理学」の三つに分類して分析した [藤本 2023b] を参考にしていただきたい。

信仰の一部として位置付けられてきたが、近年では「普遍的スーフィズム」という概念が広まり、宗教の枠を超えて普遍的なメッセージや価値観を持つものとして捉えられている。そうした性質を有するため、一部のスピリチュアリティを追求する人々は、伝統的な宗教であるイスラームに対して否定的な姿勢を持ちつつも、スーフィズムには理解を示している。また、現代の神秘主義はスーフィズムをイスラームから独立させ、スピリチュアリティの一形態として展示し、利益を得る側面も存在している。今、スーフィズムは過渡期を迎え、イスラームの枠を超えてスピリチュアリティの枠内に移行しつつある段階なのではないだろうか。この過渡期において、スーフィズムは伝統的な宗教とスピリチュアリティの中間的な立場にあるため、現地の人々からは「スーフィズムではない」と受け止められている可能性がある。「スーフィズムではない」とされるスピリチュアリティの影響を受けたスーフィズムは、果たして #FakeSufism であるのか、それとも新たなスーフィズムの形態なのか。今後も調査を進めていきたい。

<日本語文献>

- 荒木亮 2018 「敬虔と威信をめぐる——巡礼(ウムラ)にみるインドネシアのイスラーム復興」『宗教と社会』24, pp.81–91.
- 島蘭進 2012 『現代宗教とスピリチュアリティ』弘文堂.
- 藤本あずさ 2023a 「ぬるいスープの教訓」『アジア・アフリカ地域研究情報マガジン』237. <https://www.asafas.kyoto-u.ac.jp/melmaga/e-zine_237/> (2023年7月31日閲覧).
- 2023b 『現代トルコにおける癒しのセラピー——スピリチュアリズムとスーフィズム』京都大学大学院アジア・アフリカ地域研究研究科, 博士予備論文.
- ルックマン, トーマス, 赤池憲昭 1976 『見えない宗教——現代宗教社会学入門』ヨルダン社.
- 安田慎 2020 「ウスターズたちのスピリチュアル・マーケット——インドネシアにおけるマッカ巡礼ビジネスをめぐるイスラーム的感性」山中弘(編)『現代宗教とスピリチュアル・マーケット』弘文堂.
- 山中弘(編) 2020 『現代宗教とスピリチュアル・マーケット』弘文堂.

<英語文献>

- Arjana, Sophia. 2020. *Buying Buddha, Selling Rumi: Orientalism and the Mystical Marketplace*. London: Oneworld Academic.
- Baker, David. 2003. “Studies of the Inner Life: The Impact of Spirituality on Quality of Life,” *Quality of Life Research* 12(Supple. 1), pp. 51–57.
- Como, June. 2007. “Spiritual Practice: A Literature Review Related to Spiritual Health and Health Outcomes.” *Holistic Nursing Practice* 21(5), pp.224–236.
- Dalrymple, William. 2005. “What Goes Round...,” *The Guardian*. <<https://www.theguardian.com/books/2005/nov/05/featuresreviews.guardianreview26>> (2023年7月31日閲覧).
- Davie, Grace. 2007. *The Sociology of Religion: BSA New Horizons in Sociology*. London: SAGE Publications Ltd.
- El-Zein, Amira. 2000. “Spiritual Consumption in the United States: The Rumi Phenomenon,” *Islam and Christian-Muslim Relations* 11(1), pp. 71–85.

- Fuller, Robert. 2001. *Spiritual, but not Religious: Understanding Unchurched America*. New York: Oxford Academic.
- Geary, Patrick. 1990. *Furta Sacra: Thefts of Relics in the Central Middle Ages*. Princeton: Princeton University Press.
- Hanegraaff, Wouter J. 2007. “The New Age Movement and Western Esotericism,” James R. Lewis and Daren Kemp (eds.), *The Handbook of New Age*, pp.25–50. Leiden: Brill.
- Haq, Farooq and Ho Yin Wong. 2010. “Is Spiritual Tourism a New Strategy for Marketing Islam?” *Journal of Islamic Marketing* 1(2), pp.136–148.
- Kapchan, Deborah. 2008. “The Promise of Sonic Translation: Performing the Festive Sacred in Morocco,” *American Anthropologist* 110(4), pp.467–483.
- Koenig, Harold. 2004. “Religion, Spirituality, and Medicine: Research Findings and Implications for Clinical Practice,” *Southern Medical Journal* 97(12), pp.1194–1200.
- Lama, Dalai. 2001. *Ethics for the New Millennium*. New York: Penguin Putnam Inc.
- Lewis, Franklin. 2000. *Rumi-Past and Present, East and West: The Life, Teaching and Poetry of Jalâl Al-Din Rumi*. London: Oneworld.
- Lofton, Kathryn. 2011. *Oprah: The Gospel of an Icon*. Berkeley: University of California Press.
- Marks, Alexandra. 1997. “Persian Poet Top Seller in America: Rumi Revival,” *The Christian Science Monitor*. <<https://www.csmonitor.com/1997/1125/112597.us.us.3.html>> (2023年7月31日閲覧).
- Muttaqin, Ahmad. 2012. “Hybrid Spirituality and Religious Efficacy of Yogyakarta Spiritual Centres,” Ph.D. diss., University of Western Sydney.
- Piraino, Francesco. 2020. “Sufism Meets the New Age Discourse: Part 1: A Theoretical Discussion,” *International Journal for the Study of New Religions* 11(1), pp.13–34.
- Schimmel, Annemarie. 1988. “Mystical Poetry in Islam: The case of Maulana Jalaladdin Rumi,” *Religion & Literature* 20(1), pp.67–80.
- Sharify-Funk, Meena, William Dickson, and Merin Shobhana Xavier. 2017. *Contemporary Sufism: Piety, Politics, and Popular Culture*. New York: Routledge.
- Wharton, Jane. 2006. *Selling Jerusalem: Relics, Replicas, Theme Parks*. Chicago: University of Chicago Press.

<トルコ語文献>

- Böhürler, Ayşe. 2017. “Din yorgunu gençler!” *Yeni Şafak*. <<https://www.yenisafak.com/yazarlar/ayse-bohurler/din-yorgunu-gencler-2040378>> (2023年7月31日閲覧).
- Çarkoğlu, Ali, and Binnaz Toprak. 2006. *Değişen Türkiye’de din, toplum ve siyaset*. Türkiye Ekonomik ve Sosyal Etüdler Vakfı.
- Cengiz, Kurtuluş, Önder Küçükural, and Hande Gür. 2021. *Türkiye’de Spiritüel Arayışlar: Deizm, Yoga, Budizm, Meditasyon, Reiki vb. İletişim*.
- Din İşleri Yüksek Kurulu. 2017. “Yoga yapmanın hükmü nedir?” <<https://kurul.diyamet.gov.tr/Cevap-Ara/34/yoga-yapmanin-hukmu-nedir>> (2023年7月31日閲覧).
- Diyanet İşleri Başkanlığı. 2013. “Doğu Kökenli Batılı Akımlar,” <<https://www.diyamet.gov.tr/tr-TR/Kurumsal/Detay/4854>> (2023年7月31日閲覧).

- Girit, Selin. 2018. “Türkiye’de deizm tartışması: Muhafazakar gençlik dinden uzaklaşıyor mu?” *BBC News Türkçe*. <<https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-43832877>> (2023年7月31日閲覧).
- Saruhan, Emeti. 2018. “Anne ben deist oldum,” *Gerçek Hayat*. <<https://www.gercek hayat.com.tr/dosya/anne-ben-deist-oldum/>> (2023年7月31日閲覧).
- 1000 kitap.com*. <<https://1000kitap.com/populer>> (2023年7月31日閲覧).