

を感じているので、個体数はやはり減っているのかもしれない。

動物の個体数減少を感じていると答えたハンターのひとりに、私の調査において重要な情報提供者がいる。彼は人懐っこく腕のいい若いハンターであり、動物に関する知識が豊富である。彼はインタビューの最後に何かを伝えてきた。クメール語をあまり理解できない私は、トラと森に関する話だということだけ察し、まっすぐに私の目を見て伝えてくる彼の目から思いを受け取る。

彼の話が終わり、通訳が入る。「俺はコープレイ *Bos sauveli*（絶滅した可能性がある大型哺乳類）を見てみたかった。俺の子どもたちにはこういう思いはしてほしくない。子どもたちにはトラがいる森を見せたい。」彼

の目から届いた気持ちと時間差で、彼の言葉が心に突き刺さる。トラを例に挙げたのは、私の研究対象動物の一種がトラだと彼が知っているだけではない。絶滅の可能性が示唆されているコープレイと、ここ数年、痕跡をほとんど見ていないトラとを重ね合わせているのだ。彼の膝の上に座る子どもは、この森にも昔はトラがいたと教えられる初めての世代になるのだろうか。ハンターである彼と、保全活動に従事するカウンターパートのスタッフの懸念は同じだ。自分はここで何をやるべきなのか。どのようなスタンスで研究をすればいいのだろうか。状況を知れば知るほど迷ってしまう。答えはまだ出ていないが、求め続けたい答えがあるからこそ、きっと研究はおもしろいだろう。

室内を彩る多様なクルアーン装飾品

二ツ山 達 朗 *

チュニジアの室内に飾られている装飾品の約40%はクルアーンに関係するものである。このような数字からも、クルアーン装飾品がムスリムの生活にいかに浸透しているかが理解できる。本報告では、これらの装飾品がどのようなものであるかということを、チュニジアを事例に紹介したい。

クルアーン装飾品を含めた、イスラームの宗教グッズ (religious commodities, religious goods, religious things, religious items) を対象とする研究が1990年代から盛んになされている。グローバルな市場経済や消費文化が浸透するにしたがって、クルアーンなどの聖句が記されたものが商品化されて消費されて

* 京都大学大学院アジア・アフリカ地域研究研究科

ゆく現代的現象をめぐる、これまでも多くの研究がなされてきた [cf. Starret 1995; 大塚 2010]. 宗教的商品にはムスハフ（書物の形状となったクルアーン）や、数珠、礼拝用マットなどさまざまなものがあるが、中心的に着目されてきたのは、近年出現した複製可能で大量生産できるステッカーやポスター、キーホルダーなどの商品である。たとえば、小杉はクルアーンが描かれた商品を「クルアーン・グッズ」と名付けて、クルアーンのテキスト性や口誦性がどのように日常的に使用されるグッズの中に発現しているかということを論じている [小杉 2008: 153-165].

本報告ではそのようなクルアーンに関するグッズの中でも室内の装飾に使われている物に着目する。¹⁾ 装飾品に着目したのは、キーホルダーや文房具などのように扱われ方が捉えにくいグッズに比べて、装飾品はどのように扱われているか（どのように配置されているか）が観察しやすいという理由による。「室内装飾品 (ornament)」として観察対象にしたものは、壁に設置されている状態の (on the wall) もの全てであり、床や棚に置かれているものについては除外した。具体的には、額縁、ポスター、カレンダー、写真、シール、時計などがその大半を占めた。

本報告のもととなった資料は、2013 年の

1 月 15 日から 2 月 18 日にかけて、首都チュニスと、南部の村であるドゥーズで行なった調査による。チュニスではシーディー・ブ・ミンディール (Sidi bu mindil) と呼ばれる商業施設が集まる地域において、ドゥーズでは市場（スーク）の周辺において、周辺の全ての店舗に調査の打診をし、許可が得られた店舗の屋内を観察した。カフェ、レストラン、肉屋、八百屋、雑貨屋、床屋、アトリエなどが主な対象となり、チュニス 58カ所、ドゥーズ 110カ所で調査を行なった。²⁾

はじめに、これらのクルアーン装飾品は何故飾られるのか。調査をする中でインフォーマントが語った代表的な理由を簡単に述べる。

よいこと (*ḥājāt bāhiyat*) をもたらすからです。よいこととは神の恩寵 (*baraka*) です (2013.02.04. チュニス、レストラン店主)。

いつでもアッラーのことを思い出すためです (2013.02.04. チュニス、カフェ店主)。

ここに飾っておくのは常に勉強できるからです (2013.02.13. ドゥーズ、タクシーフォン店員)。

(入口に飾っておくのは) 入った時にみえ

1) 「クルアーンに関する装飾品」の線引きは難しいが、ここではクルアーンに関連すると思われるもの全てを観察対象にした。たとえば、アッラーとだけ記されているものや、マッカの写真などは、クルアーンの章句自体が装飾品に記されている訳ではないが、その対象に入れた。

2) イスラーム圏では男性がひとりで個人宅に入ることに抵抗を示されるため、個人宅の調査結果が少なく、本報告では個人宅のデータは除外した。個人宅内のクルアーン装飾品については今後の調査課題として取り組む予定である。

て、仕事に対するやる気をもらえるからです（2013.02.15. チュニス. レストラン店主）。

プレゼントとして新婚夫婦のために選んでいるのです。これをプレゼントすれば間違いなく喜ばれますから（2013.02.01. チュニス. クルアーン額縁を買いに来た客）。

このように、クルアーン装飾品を飾ることによってバラカがもたらされたり、アッラーを思い出させたりするという理由が頻繁に説明された。このような現地ムスリムの装飾品の購入、配置、再配置などをめぐる宗教実践の記述は、本報告では深入りせず、次稿で中心的に扱うことにしたい。本報告では、その宗教実践を喚起しているクルアーン装飾品自体に注視し、それらがどのようなモノであるかということを報告する。桑原〔2005〕は、物理的なモノがどのように人々に作用し、実践を喚起するかということを「工学的」に論じようとする。本報告でも、ムスリムを魅了し、購入させ、室内に配置させるクルアーン装飾品が、どのような形状であるかということを報告する。

観察した 168 店舗のうち、クルアーンに関する装飾品が飾られていたのは、125 店舗であった。それらの店舗では 455 個が確認でき、その中で同じ種類のものが確認できたのは、11 種類、32 個のみであった（最も多く重複していたのでも 5 個のみであった）。つま

り、455 個のうち 434 の種類があり、観察する中で同じ装飾品がみられるほうが希であった。同じ種類の装飾がみられた 10 種類のうちの 9 種類は無料で配布されるカレンダーであった。すなわち、額縁、ポスター、ステッカーなどの購入される装飾品は、ほとんど同一種のものは確認できず、多様な種類のクルアーン装飾品があることが理解できる。

434 種類のうち、425 種類にはアラビア語で文字が記されていた。一番多く書かれているものは、「アッラー」で 75 種類、続いて「ムハンマド」が 63 種類、「慈悲あまねく慈愛深きアッラーの御名において」が 56 種類あった。³⁾ クルアーンの章句が書かれたものとしては、黎明章（113 章）が 28 種類、雌牛章台座の節（2 章 255 節）が 26 種類、人々章（114 章）が 25 種類、純正章（112 章）が 22 種類、ヤー・スィーン章（36 章）が 21 種類、慈悲あまねく御方章（55 章）が 17 種類、神の 99 の美称が記されたものが 25 種類、ドゥアーの類が記されたものが 25 種類あった。ひとつの装飾品にいくつかの章句が記されることもあり、たとえば黎明章・人々章・純正章などはひとつの装飾品と一緒に記されている場合も多い。これらの 3 つの章は短く、礼拝時に好んで唱えられる。

このように、ある特定の句が頻繁に引用されているが、先述したように同じ種類の装飾品はほとんどない。つまり、1 種のテキストでもデザインが千差万別なのである。たとえば黎明章というひとつのテキストであって

3) これらの句は、クルアーンの章句の中で出てくる場合を除いて、単体で記されている場合のみ数えた。



写真1 ドーズの床屋の北壁面
(2013年2月12日筆者撮影)

も、28種の異なるデザインの装飾品が確認できた。それらの多様なデザインとはどのようなものであるのか。

まず、装飾品としての形状であるが、455個のうち、額縁タイプのもものが133個と最も多かった。これは現地ではクアートロ(*quāturo*)と呼ばれ、縁のついているものを示す。調査では額縁がついているものは全てこの類に数えた。素材はプラスチックや木材がほとんどである。その他には、紙素材のポスター107個、同じく紙素材であるカレンダー92個、シール41個、吊るすタイプの小物28個などが代表的であった。他にも数は少ないが時計、タイル、皿、電光掲示板などもあった。

全434種類のうち、ただ単にテキストのみが記されているというものはほとんどなかつ

た。すなわち、ほとんどの装飾品にはテキストが記されているが、それと同時に文様や絵も一緒に描かれたデザインになっている。その中でも植物文様は多くの装飾品に共通して確認できた。434種のうち、211種(全種のうちの約48.6%)に植物文様(アラベスク)がデザインされていた。⁴⁾ それらの植物文様以外にも、実写的に描かれている花が15種、樹が11種、葉が5種あった。その他に多かったデザインとして、マッカが55種、ムスハフが20種、子どもが15種、幾何学模様が15種、ミナレットが11種、他には少数だがメディナ、岩のドーム、月や星、鳥、海、山、魚、蝶などが描かれたものもあった。これらのデザインが多彩なクルアーン装飾品の種類をつくりあげている。

また、テキストが記されていないがクルアーンに関係すると思われるデザイン(たとえばマッカの写真、ムスハフの絵、礼拝している子どもなど)が描かれているものが9種あった。このように、クルアーン装飾品であっても、テキストの内容が必ずしも重要ということではない。たとえば、何が記されているか店主や客などに訊ねてみたところ、なかなか解らず、別の何人かの客などを巻き込んでようやく「人々章」と解ったことがあった(2013.02.10. チュニス、カフェ)。このような事例は頻繁にあり、クルアーン装飾品はテキストの内容が常に重要であるとは限らないことが理解できる。

4) 樹屋 [2009: 84-85] は植物文様とイスラームの楽園思想との結びつきを述べており、イスラームの信仰における植物の重要な役割が理解できる。

もちろん、クルアーンのテキストは重要な要素のひとつではある。たとえば、紙やダンボールなどに章句を自ら書いて貼っている自家製クルアーン装飾品も、3例ではあるが確認できた。このことは、テキストの重要性をよく示している。

しかしながら、実際にはほとんど全てのクルアーン装飾品が、テキストのみではなく何らかのデザインと一緒に描かれており、さまざまな形状の装飾品が存在することが判明した。テキストとともに、テキストにまわりつく形状が、ムスリムに装飾品を購入させ、それを室内に飾らせていることが理解できる。

以上、チュニジアの室内におけるクルアーン装飾品を、宗教グッズの一事例として紹介した。先述したように、先行研究では宗教グッズの複製可能な大量生産品としての性質が、ひとつの論点として議論されてきた。しかしながら、複製可能な大量生産品として想起されるような、同じものが多く存在するイメージとは裏腹に、それが使用されている現

場では、実にさまざまな種類のものが使用されており、同一のものを探すほうが難しい。たとえ大量生産されたものでも、ムスリムたちは自らの嗜好にあったオリジナルなクルアーン装飾品を選んで飾り、自らの宗教実践の中に取り込んでいるのである。

引用文献

- Starret, G. 1995. The Political Economy of Religious Commodities in Cairo, *American Anthropologist* 97: 51-68.
- 大塚和夫. 2010. 「宗教施設の商品化とその限界」私市正年・赤堀雅幸・寺田勇文編『グローバル化のなかの宗教—衰退・再生・変貌（地域立脚型グローバル・スタディーズ叢書）』ぎょうせい, 113-132.
- 桑原知子. 2005. 「〈彼岸工学〉ことはじめ—『この世ならぬもの』を演じる・からくる・生きる」『九州人類学会報』32: 11-21.
- 小杉麻李亜. 2008. 『イスラームの聖典クルアーンの人類学的研究—テキスト性と口誦性を統合する文化装置論的アプローチから』（立命館大学大学院 先端総合学術研究科博士論文）
- 榎屋友子. 2009. 『すぐわかるイスラームの美術—建築・写本芸術・工芸』東京美術.

ボンボ（悪霊）がやってきた日

大 出 亜矢子 *

私はインドネシア、南スラウェシ州の山岳地、北トラジャ県を対象に、土地利用の動態

を調査している。調査県は急峻な山岳地に位置し、高地の村落を調査するためには、アク

* 京都大学大学院アジア・アフリカ地域研究研究科