

Title	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
Author	多和田, 裕司
Citation	人文研究. 66 巻, p.195-210.
Issue Date	2015-03
ISSN	0491-3329
Type	Departmental Bulletin Paper
Textversion	Publisher
Publisher	大阪市立大学大学院文学研究科
Description	高坂史朗教授退任記念

Placed on: Osaka City University Repository

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

多和田 裕 司

本稿は、現代消費社会におけるイスラームのありかたについて、ムスリムの衣服、なかでもとくにマレーシアのムスリム女性が使用するベールに焦点をあてて検討する。1980年代以降、マレーシアは、社会・文化的には「イスラーム化」が進展するとともに、経済的には消費社会が拡大した。そんななかではたしてムスリムの女性たちは、敬虔さを保ちつつ、同時にファッションな消費者であることを、いかに実現しているのだろうか。序の問題提起に引き続き、第2節ではイスラーム教義における女性の敬虔さという概念と衣服にかんする規範を検討する。第3節では、民族誌的な観察に基づき、マレー系女性のベール着用の様式や理由などを事例に、普遍的なイスラーム教義のローカルな実践を指摘する。第4節では四人のムスリム女性によるベール着用の解釈や実践について具体的に紹介したうえで、彼女たちがファッションを通してイスラーム実践の最適解を見出そうとしていることを指摘する。最後に現代を生きるムスリムのアイデンティティはモノの消費を通して形成されており、その意味で「世俗的な」非ムスリムと変わらないことが結論として述べられる。

1 イスラームと消費

本稿は現代社会におけるイスラームのありかたを、マレーシアにおけるムスリム女性¹⁾の服装というきわめて具体的な事柄を手がかりにあきらかにしようとするものである。現代社会の特色のひとつとして消費社会の浸透を挙げることができる。マレーシアも例外ではない。1970年代以降の急激な経済成長は、この国の民族的、社会的地勢図を一変させ、都市部を中心に民族の別に関係なく新興中間層の出現をもたらした〔Abdul Rahman 2002〕。そんななかで独立以前から地方に居住し農漁業に従事し、かつ他の民族集団に比して経済的に劣位にあったマレー系の人々²⁾にとって、経済成長とそれともなう都市への「移住」は、彼らの信仰するイスラームにたいしてもおおきな変容を生じさせた〔多和田 2005〕。1980年代に出現したいわゆるイスラーム復興運動と、政府による運動の取り込みを通して、この国のムスリムの間で、消費社会を謳歌しつつ、かつイスラーム的価値の追求が始まるという状況が生まれたのである³⁾。ますます拡大を続ける消費社会のなかで、ムスリムはいかにイスラーム的な敬虔さを実践しているのだろうか。本稿が対象とするのは、現代社会におけるイスラームの「再定式化」とでも呼べるものである。

従来、イスラームとモノへの欲望や消費は、たがいに相反する指向性を持つものとして語られることがもっぱらであった。イスラームの側に立つ言説においては、イスラームは消費や富の蓄積について否定するわけではないが、神の教えとして過度の浪費が戒められ、イスラーム教義にしたがった経済活動のみが正しいものとされる〔Nik Mohamed Affandi 2001〕。この立場に立てば、つねに新たなものを生み出し続けることによって人々の欲望を喚起し、自身の拡大を図る現代の消費社会は、神の教えに反するものとして批判されるべきものとなる。

これにたいして消費社会やグローバル化を所与のものとしてとらえる立場からは、イスラームは現代社会とは本質的に異なるものとして語られる。そもそもイスラームは原理において近代西洋に端を発する現代の消費社会とは相容れないものであり、ポストモダン的な原理に裏打ちされた消費主義は真なる唯一性を希求するイスラームとはつねに対立的な関係にあるものとして現れる〔Turner 1994: 90〕。ジハードとマックワールドは絶対的に交わることはないのである〔バーバー 1997 [1995]〕。

ところが近年、中東や東南アジアのイスラーム社会において、経済成長とともにイスラームに関連するさまざまな商品が溢れ、まさに消費するムスリムが台頭するという現象が現れた。新たに「発見された」〔Sandıkcı and Ger 2011〕ムスリムの消費者にたいして、金融やマーケティングの分野は直ちに反応し、彼らをいかに取り込むかの議論が盛んにおこなわれている。しかしこれらイスラーム金融論やハラール経済論の隆盛に比べて、ムスリムとしてのアイデンティティの形成にとって消費がもつ意味や、宗教的敬虔さの追求とファッション性の表出との関係など、消費社会におけるムスリムの生そのものについての考察はいまだ緒に就いたばかりの状態にあると言ってよい〔たとえば Tarlo 2010、Tarlo and Moors (eds.) 2013〕。

本稿が対象とするマレーシアにおいても、1980年代以降、「イスラーム的」と形容されるモノや現象の急速な拡大が観察される。1983年に政府の肝いりで設立されたイスラーム銀行やそれをもとにしたイスラーム金融システムを皮切りに、イスラーム保険、ハラール食品およびハラール産業⁴⁾、イスラーム観光から、さらにはイスラーム音楽 (nasyid)、イスラーム水着 (burkini) といったものの登場にいたるまで、産業や経済、そして消費生活のすべてにおいて「イスラーム的」であることをめぐる事象や言説が前景化してきたのである。

このような状況のなかで、日常生活においてもっとも顕著にあらわれたのが、ムスリム女性の服装であり、とくにはトドン (tudung) と呼ばれる頭を覆うベールであろう。ムスリム女性が身につけるベールは、イスラームが求める敬虔さを象徴的に示すものである。他方でファッションは現在の消費社会を代表する領域である。ムスリム女性のファッションとは、まさにイスラームと消費社会が出会う典型的な接点を形成している。イスラームの敬虔さはムスリムのファッション性を駆逐するのであろうか。あるいはファッションという世俗的力によって敬虔さは衰退していくのであろうか。かつてウェーバーはプロテスタント的な禁欲が資本主義の拡大をもたらしたと論じたが、本稿にあっては、現在という資本主義が徹底されたこの時代にお

いて、資本主義や消費社会の拡大が宗教にもたらすものについて考えてみたい。

2 イスラームとベール

イスラームは預言者ムハンマドを通して人間に与えられた神の言葉（コーラン）を、絶対的な規範とする宗教である。ムスリムはコーランで示された神の言葉とそれを受け取ったムハンマドの言行（その記録がハディースとしてまとめられている）にしたがって行動することが理想であり、同時にそのように行動する者こそがムスリムにほかならない。あらゆるムスリムがイスラーム教義にしたがって行動したとき、真の意味での理想的な社会が訪れるのである。

ムスリム女性にたいする服装規定の源泉も、神の言葉であるコーランに求められる。ただし服装を規定する神の言葉はそれほど多いというわけではない。女性の服装にかんする章句としてしばしば言及されるのは次の二節である⁵⁾。

「信者の女たちに言ってやるがいい。かの女らの視線を低くし、貞淑を守れ。外に表われるものの外は、かの女らの美（や飾り）を目立たせてはならない。それからヴェイルをその胸の上に垂れなさい。自分の夫または父の外は、かの女の美（や飾り）を表わしてはならない。（後略）」（第24章第31節）

「預言者よ、あなたの妻、娘たちまた信者の女たちにも、かの女らに長衣を纏うよう告げなさい。それで認められ易く、悩まされなくて済むであろう。アッラーは寛容にして慈悲深くあられる。」（第33章第59節）

これらの章句から神は女性にたいして身体を包み、美を強調してはならないことを命じていることはあきらかである。しかしこの言葉だけでは、たとえばベールを胸の上に垂らしたり、長衣を纏ったりするべきことは書かれていても、それが頭髪や顔を隠すことにつながるのか否かは定かではない。そもそも「外に表れるもの」自体がなにを指しているのかが明確でないうえに、美という抽象的、感覚的な事柄について論じている以上、この言葉を規範としてそれが述べているとおりに実践することなど現実的には不可能とっていい。

それではムスリム女性は、神に与えられた規範のなかでどのように行動すればよいのであろうか。この点にかんする代表的なハディース⁶⁾を見てみよう。

「アーイシャによれば、アブー・バクルの娘であるアスマーが薄手の服を着てアッラーの使徒（注：ムハンマド）と出会った。アッラーの使徒は彼女から注意を背け、次のように言った。「アスマーよ。女性が初潮の年齢に達したならばことここを除いて身体を見せるよう

なことはふさわしくない。」そして彼は彼女の顔と手を指さした。(アブー・ダーウードのハディース、「衣服 4092」)

「シャヒヤ・ビント・サイーバによれば、アーイシャは次のように言ったという。「ベールで首と胸を覆うようにとの啓示がなされたとき、女性たちは腰布の端を切り、それで顔を覆った。」(ブハーリーのハディース、「コーランについての預言者の言及 282」)

ふたつのハディースはともに女性が身体を隠すべきことを伝えているが、一方では顔と手は隠す対象から除外され、もう一方では首と胸を覆うというコーランの章句は同時に顔をも隠すことを求めていることが示唆されている。一応、現在の一般的なイスラーム教義解釈においては、衣装は簡素で、高価なものであってはならず、短すぎず長すぎず、身体の秘所を適切に隠すものであり、女性の場合は身体を十分に覆わなければならないとされており〔Sharif 2006: 140〕、顔と手は覆う必要はないという解釈をとるムスリムが多数を占めている〔Syed Mutawalli 2003: 82, 92, 104〕。しかし現実には、目以外のすべてを覆うことを求める保守的ないし過激な解釈を一方とし、服装規定については地域性や民族性を重要視することで前者とは正反対の立場に立つ解釈をもう一方とするふたつの極の間に、無限ともいえる数の解釈が存在する。

ムスリム女性のベールの着用や衣装のありかたが、イスラームという普遍的な規範にもとづいたものであるにもかかわらず多様性を示すのは、ひとつの規範と(一定の枠内ではあるが)無数の解釈という関係性ゆえのことである。解釈が無数に存在することから生じる個々人の間の「偏差」こそが、イスラーム的装いの多様性やダイナミズムをもたらしている。ムスリム女性は、自らが位置する状況において、自らのイスラーム解釈を主体的に作り上げているのである。

ムスリム女性にとってのベールの重要性は、それがたんに身体を覆うという機能を有しているからではない。ベールはアラビア語ではヒジャーブ(hijab)であるが、これはカーテンのような覆い隠す布という本来の意味以外に、とくにコーランにおいては男女の空間的仕切りをあらわす語としてもちいられている。したがってイスラームにおけるベールは、女性の名誉、尊厳、精神などを示すものであるとともに、女性が謙虚さや貞節を保つ手段ともされているのである〔Ukasha 2003: 6〕。ムスリム女性がベールを着けるか着けないか、あるいはそれをどのような形でおこなうかという、一見するとファッション感覚にかんする事柄に思えるものが、実は彼女たちひとりひとりにとって、名誉や尊厳、慎み深さや貞節をどのようにとらえ、自ら実践するかという、個人のアイデンティティにもかかわる問題であることを確認しておく必要はあろう。

ところで、ムスリム女性のベールをめぐるすぐに思い浮かぶのは、西ヨーロッパ諸国におけるベール着用の可否についての議論であろう⁷⁾。イスラーム系移民の間に広まったベール着

用者の増加は、各国におけるさまざまな反応や論争を引き起こした。ここで議論の詳細に踏み込むことはできないが、本稿との関係で簡単に振り返っておきたい⁸⁾。

この問題については、大きく二つの立場から議論が展開されてきたとみることができる。ひとつはベールを女性にたいする抑圧の象徴としてとらえる立場であり、この立場からの議論は概ねベールを禁止する方向へと導かれる。すなわちイスラームは女性を自由のない従属的な地位に置くものであり、穆斯林女性にベール着用が求められていることが、まさにその従属性をあらわしているというのである。これにたいしてもう一方の立場は、ベール着用を個人の意志による選択の結果や文化としてとらえるものであり、ベール着用の抑圧性や女性の従属性の是非については直接的に議論されることはない。この立場の争点はむしろ異文化の取り扱いをめぐるものとなり、多文化共生的社会を是とする者にとってはベールは容認されるべき多文化性の表出となり、一方、国民統合や社会に共通する価値観の確立を求める者にとっては、過度の異文化性を示すものとしてベール着用は否定されるのである⁹⁾。

しかしこれらふたつの立場に立つ議論にかんして、両者がともにある共通の前提から発していることを見逃してはならない。すなわち、いずれの立場においても、穆斯林女性は穆斯林女性であることによって、「当然」のようにベールを着ける者として受け取られているという点である。それが宗教による抑圧なのか、共存すべき異文化なのか、はたまた国民統合にとって障害となるものかとはともかくとして、穆斯林女性はすなわち宗教（あるいは文化）にまったく盲目的にしたがう者であるという形で、いわば本質主義的に理解されているのである。もしベールを着けない穆斯林女性がいたら、彼女は「世俗的」で西洋的なライフスタイルに染まった穆斯林であり、ベールを着ける穆斯林とは異なった「例外」として受け取られる。

マレーシアの事例によって後述するように、現代のイスラーム社会におけるベールは、このような状況をはるかに超えて、多様な力が交錯し、同時に多様な意味を発現する焦点に位置するものとなっている。たとえばそれは西洋近代的な世界への反発であったり、あるいは伝統的な世界に生きる上の世代にたいするイスラーム的「覚醒」した側からの異議申し立てであったりするかもしれない。さらには消費社会の進展のなかで国境を越えるファッションの共通化の結果としてのものかもしれない。個人的な営為に焦点をあてれば、イスラーム教義を前提とした上での敬虔さと現代的ファッション感覚とのバランスの問題ということにもなる。いずれにせよ、現代という時代背景において「イスラーム的」なベールやファッションを論じるためには、ベール着用にかんする穆斯林女性の主体的、能動的な教義解釈と、それにともなう実践の多様性や複数性にこそ焦点があてられなければならない。彼女たちはなぜベールを着けるのだろうか。それはどのような意図をもってなされているのであろうか。その意図はいかなる形で表出されるのであろうか。次節ではマレーシアの穆斯林女性に焦点をあてて、具体的に検討する。

3 マレーシアにおけるベール

マレーシアではムスリム女性が使用するベールは、総称的にトドン (tudung) とよばれている。現在一般的にもちいられているトドンは、デザインや着用の仕方によって主に五つのタイプに分類される (Kamal and Ghazali (eds.) 2005: 57)。ひとつはスルダング (selendang)



写真1 一般的なトドン

と呼ばれるもので、布地で髪を覆い首に巻き付けて留める。比較的年配者にもちいられることが多い。ふたつ目は1970年代頃に人気を博した狭義のトドンであり、布地を頭部で結わえるもので、首までは覆わない。1980年代頃からもちいられるようになったのがトドン・ダックワ (tudung dakwah) と呼ばれるスタイルで、大きめの布地で髪だけでなく胸までも覆う。トドン・ダックワをさらに長くし、上半身全体を覆うようにしたのがトドン・ラブ (tudung labuh) あるいはミニ・トゥルクン (mini-telekung) である。そして1990年代後半から登場したのが、トドン・ダックワのように布地の先端を胸まで垂らすのではなく、両肩にまきつけピンなどで留める形式であり、いまはトドンといえばこれを指すことが多い。

マレーシアではトドンとバジュ・クロン¹⁰⁾ と呼ばれる伝統的な衣装との組み合わせが、マレー系女性にとってのいわゆる正装的なものとして受け取られており、どのような場面で着



写真2 トドンの着用例

用しても「恥ずかしくない」衣装とされる。バジュ・クロンは、腰と膝の間くらいまでの丈の長袖のブラウスと、くるぶしまであるスカートとの一対からなり、全体的にはゆったりとしており、身体のシルエットははっきりとはあらわれない。しかしトドンは必ずしもバジュ・クロンとのみ組み合わせだけで着用されるというわけではない。ジーンズやポロシャツ、あるいはスーツやスポーツウエアまで、あらゆる服装ともにもちいられている。

ムスリム女性がトドンを着用する理由としては、おおきく次の三つのことが挙げられる。すなわち、宗教的敬虔さ、社会にたいする個人的な態度の表明、ファッション性である。もちろん実際にはトドン着用の理

由がこのなかのどれかひとつのみに還元されるわけではなく、一個人の意識において、三つの理由が軽重を違いながら存在している。順に見ていこう。

トドンが頭髪その他の身体を覆うという宗教的理由からもちいられていることについては、あらためて説明するまでもないであろう。トドンをかぶっている女性にその理由を尋ねると、通常第一に返ってくる答えがイスラームの規範を理由とするものであった。たとえば近年のトドンのファッション化ともいえる現象についても、人によってはファッション性という側面からではなく、まずはイスラーム復興の流れのなかでの宗教的敬虔さの高まりとして理解されている。しかしその一方で、たとえ自らトドンをもちいる理由としてイスラームを挙げたとしても、トドンの着用とイスラーム教義遵守の程度が必ずしも一致しないと受け取っている穆斯林女性が多くいることも興味深い。たとえば上述のトドンの装い方でいうと、一見すると上半身全体を覆い隠すトドン・ラブこそがもっとも敬虔さを示しているように思われるが、とくにそれ以外のタイプのトドンを着用している者たちの間では、敬虔さの度合いとトドンの種類は関係なく、トドンで全身を覆っているのはたんなる見せかけであるとの意見があることも事実である。

次にトドン着用の理由としての社会にたいする個人的態度の表明というのは、トドンを着けることで何らかのメッセージが発信されているというものである。もちろんこれは、着用者がかかなり強くメッセージの発信を意識している場合もあれば、さほど意識はしていないが、受け取る側がその意味を読み込むといった場合も存在する。たとえばミニ・トゥルクンは、1980年代はじめにダッワ運動（イスラーム復興運動）に共感を抱いた大学生たちが着用しはじめたといわれている〔Zainah 1987〕。彼女たちにとってのトドンは、自らがより純化されたイスラームを実践する者であることを示すための道具でもあった。彼女たちが身につけたトドンは、世俗的で西洋化された世界とは異なる世界の存在をあらわすとともに、その世界に立ち戻るべきというメッセージが暗黙のうちに込められていたのである。一方これとは逆に、トドンを着用しないことも自らの主張の表明ともなりうる行為である。ある女性は、トドンの着用をたんなる慣習として無条件に受け入れている者は自ら「なににも考えない穆斯林」であり、「なにがいいか、なにが本質的な教えか」を考えた結果、「自分は（トドンに）こだわらない」のだという。もちろん、彼女は敬虔な穆斯林として自己規定している。

これらのふたつの理由にくわえて、近年ではファッションとしてトドンを着用する者が増えている。1970年代当初から開始されたマレー系優遇政策（ブミプトラ政策）の結果マレー系の都市化ならびに購買力の向上が加速し、今世紀に入ってからはいっそうの消費社会化が進行した。それに伴い、トドンがファッション・アイテムとして注目されはじめたのである。マレー語のファッション雑誌では穆斯林女性の最新ファッションの一部としてトドンがもちいられ、あるいはトドンの巻き方や服装との合わせ方が紹介される。ネット上ではトドンを販売するサイトが林立し、さらにはクアラルンプールでイスラームック・ファッション・



写真3 マレーシアの女性ファッション誌

フェスティバルや国際ヒジャブ・フェアが開催されるなど、ファッション性を意識した商品としてのトドゥンがまたたくまに定着した。

より正確を期するために、ムスリム女性のなかにはこれらとはまったく別の理由でトドゥンを着用する者も存在することを付け加えておかなければならない。たとえばそれは、「周囲の（トドゥンを着けた）仲間から外れないようにする」ためであったり、「（トドゥン着用を是とする）母の手前、実家に帰省するときだけ身につける」などといった、周囲との関係のなかにトドゥン着用の理由を求めるものである。

トドゥン着用について語られるこのように様々な理由を考えると、トドゥンを身につける理由を単純にイスラーム教義にのみ見いだすような議論がいかにか表層的なものであるかはあきらかであろう。ムスリム女性は、イスラーム教義やファッション性、さらには自らの人間関係などを考慮に入れつつ、服装についてのイスラーム規範を実践しているのである。

次にトドゥンの社会的な位置づけを見てみよう。ここにおいても普遍的なイスラーム教義の個別的現れを見ることができる。

まずマレーシアでは、ムスリム女性にとって、公私の別とトドゥン着用の有無とが重なりあっていることが挙げられる。すなわち生活上の私的な領域になればなるほどトドゥンの使用が減少し、逆に公の領域であればあるほどトドゥン着用が増加するという傾向である。これは日常的にトドゥンを使用しているか、いないかの違いにかかわらず観察される。日常的にトドゥンを使用している者であっても私的な領域においてはトドゥン着用の頻度は軽減し、普段トドゥンをかぶらない者であっても、公的な機会にはかぶることが多くなる。具体的な例を挙げると、たとえば職場などにかんしては公務員、教員にはトドゥンの着用が求められるのにたいして、民間企業では必ずしもそうではない。あるいは結婚式などの儀礼機会への参加やあらたまった会合などへの出席時においては普段はトドゥンをもちいない者であっても当然のごとくトドゥンを着用する一方で、友人同士の集まりや日常の外出時にはトドゥンが着用されないことも多い。

トドゥンの社会的性格としていまひとつ指摘できることは、トドゥンとマレー系との結びつきである。多民族、多宗教社会であるマレーシアでは、マレー系と非マレー系との差がムスリムか非ムスリムかの違いに重なり合っている。もちろん現実にはこれにあてはまらない事例もあるが、マレー系、非マレー系を問わず社会全般において、イスラームはマレー系の宗教であり、マレー系はムスリムであるという認識が広く共有されている。このような民族、宗教状況のなかでのトドゥンは、マレー系の民族衣装的な様相を呈するものとなっている。この点につ

いては、非マレー系の間ではトドゥンの着用者がまったく見られないことから傍証される。先に紹介したマレー系の伝統的な衣装で、トドゥンとともに着用されることの多いバジュ・クロンが、非マレー系（非穆斯林）によってももちいられることがあるのとは対照的である。

トドゥンとマレー系の結びつきは、穆斯林女性のファッションのありかたにも間接的にうかがうことができる。衣服にかぎらず広い意味でファッションを構成する化粧品や装飾品などのトドゥン以外のファッション・アイテムについては、グローバルに展開する有名ブランドや流行のスタイルを通して、穆斯林女性と国内の他民族（中国系など）、さらにはマレーシア国外の女性との間である程度の共通性を観察することができる。しかしトドゥンにかんしては、デザインや素材、着用スタイルなどで他のイスラーム社会との影響関係はあっても、マレーシアという文脈においては穆斯林（マレー系）内部で完結し、ファッション性について非穆斯林からの影響を受けることはない。

さらにおなじく目以外の部分をすべて覆ってしまうブルカ（burqa）を着用しない理由として、イスラーム教義からではなくマレーという民族性によって説明されることにも、マレーシアという文脈においてイスラームがマレー的に発現されている様子を見ることができる。マレー系の穆斯林に言わせれば、ブルカは「アラブの衣装だから（自分は）着ない」という。「髪を隠すといっても自分たちには自分たちのやり方がある」ということらしい。

公私という状況に応じたトドゥンの使用やマレー系の衣装と結びつけてのトドゥンへの言及は、イスラームの規範が独自の解釈のもとで実践されている格好の例であろう。イスラーム教義では、女性から見ての男性カテゴリーは、その人物が婚姻可能な相手であるか否かによって絶対的に定義づけられている。血縁その他の理由により婚姻不可能な男性はマフラム（mahram）に分類されるが、穆斯林女性は非マフラムの前ではベールの着用が求められる。したがって公的度合いの程度によってトドゥンの着用を決するという状況的なベールの使い方は、イスラーム教義とは本質的に相容れない。あるいは髪を覆うものがアラブ風のブルカではなく、マレーのトドゥンでなければならず、しかもバジュ・クロンとの組み合わせでもちいられたときにもっとも正統な衣装であるという評価は、イスラームにおける規範と実践の間にあるズレとそれに対応する穆斯林の柔軟性を示すものであろう。

4 ベールをめぐるイスラームの解釈と実践

前節ではベールの使用がイスラームの規範をそのまま実現したものではなく、穆斯林女性が自らがおかれた所与の状況のなかで規範を解釈し、実践しているものであることが確認された。ベールの着用（着用しないことも含めて）は穆斯林女性によるきわめて能動的な行為である。本節では、規範が解釈され実践へといたる過程を、個々の穆斯林女性の語りを読み解くことで掘り下げてみたい。彼女たちは、一方で穆斯林として宗教的な敬虔さを自らのうち

に秘めている。その一方で、現代消費社会に生きる女性として、衣装にファッション性が強く結びつくものであることを熟知しており、ときに自らファッションナブルであることに無関心ではいられない。ムスリム女性は、敬虔さと美の表出というイスラーム教義的にはベクトルの異なるものをいかに自らのうちに実現するかという点について、日々イスラーム教義を解釈しているというよい。ベールをとおして表現される敬虔さは、それぞれにとってなにが敬虔であるかという、イスラームにたいする自己の解釈によって実践されるのである。

マレーシアとおなじくムスリムが多数派を占め、かつ経済発展とともに消費社会化が浸透したトルコ [Kılıçbay and Binark 2002] やインドネシア [Jones 2007] の場合、ベールの着用はイスラームにたいする敬虔さと現代的なファッション・スタイルを結びつけるものとしてとらえられている。トルコについては建国以来世俗主義を国是としてきたこと、一方インドネシアについては世俗主義的な独裁体制が長期に政権の座にあるとともに、とくにジャワなどではイスラームが伝統文化と結びつく形で展開したことなどから、ベールの着用者はもともと少数であった。そんななかで近年のイスラーム復興の潮流とともに、都市のムスリム女性の間で意識的なベールの着用者が増加した。彼女たちはいずれも伝統的なイスラームとは距離をおき、その結果としてのベールの着用であり、同時にベールのファッション化であった。

これにたいしてマレーシアでは、80年代からのイスラーム復興運動を政府が積極的に取り込み、自ら社会のイスラーム化を計ったことによって、ベールの着用はムスリム女性の間で普通に見られる衣装となった。そのため、ベールの着用がその当時の社会体制や価値観にたいする強力な異議申し立てになることはイスラーム復興運動の初期の頃に限られ、その後はむしろムスリム女性の中に定着し、主流の形式となった。またトドゥンをいかなる状況にもかかわらずもちいないという女性も少数にとどまっているため、前節で検討したトドゥン着用の三つの意味のなかで、多くのムスリム女性にとっては、トドゥンの意味は主として敬虔さとファッション性という点に帰着する。

先に紹介したコーランの章句からあきらかなように、イスラームはムスリム女性の服装にたいして、漠然としてはいるがある規範をさだめている。その要点は、男性にたいして性的魅力を与えないというところにある。教義を厳密に実践しようとするムスリムが女性の顔も覆うべきだと考えるのも、このことによる。一方で、消費社会のなかでファッション化したベールは女性の美や魅力を高めるためのものであり、他の商品とおなじく他者との差異化をはかるべく日々消費されていく。ムスリム女性たちは、この「矛盾」をいかに消化しているのだろうか。あるいはそれを「矛盾」としてとらえること自体が、非イスラーム的な発想であり、そもそも「矛盾」など存在しないのだろうか。敬虔さとファッションナブルであることとの関係について、彼女たちがどのようにとらえているか、具体的な語りを通して見ていくことにしよう。以下で紹介する四人の女性は20代後半から40代はじめにかけての、いずれも専門的な職業に就き、クアラルンプール郊外の住宅地に居住する典型的な都市中間層である。

まず一人目は大学卒業後大手銀行に勤める女性である。30代前半、既婚で子供が二人いる。顧客相手の業務も多くあるので、毎日の服装は基本的にバジュ・クロンとトドゥンの組み合わせである。色や柄については、自分に似合っていると思っているので「なるべく明るい色のものを選ぶ」という。彼女は敬虔さとファッション性とは矛盾するものではないという。「(服装や化粧は)女性の美しさをあらわすというよりも、人間的にきちりとしていることを示すものだと思う。」彼女によればイスラームが禁じているのは男性にたいする性的なアピールとなることであり、人間的魅力を高めることについては、「禁じられるどころか大いに称賛される」のである。

敬虔さとファッション性との関係について、まったく異なった立場からとらえているのが、中等学校(注：日本の中学、高校にあたる)でイスラームとアラビア語を教える女性である。彼女は40代のはじめで、夫は公務員である。男性の目を惹くことを禁じるイスラームにあって、ムスリム女性がファッションに関心を寄せることをどのように思うかという問いにたいして、彼女は次のように答えた。「イスラームが衣装で女性を隠すように教えているのは、その隠した姿こそが敬虔さのあらわれであるからである。(非ムスリムが考えるような)着飾ったり、肌を見せたりすることが美しいという考えとはまったく違っている。」彼女自身は、身体をすっぽりと隠すような衣装と上半身全体を覆うベールをいつも身につけており、そのような衣装こそがムスリム女性として正しい衣装であると考えている。近年のイスラーム・ファッションと称されるものについては「たんに髪や肌を見せなければよいと勘違いしているのではないか。(ファッション化の結果)それで男性の目をひくことになっているのであれば、それは間違っている」と批判する。

イスラーム・ファッションを取り扱っている側はどうであろうか。大型ショッピングセンター内のイスラーム・ファッション専門店が副店長格をつとめている30代の女性は、次のように話す。「昔といまは違う。バジュ・クロンとトドゥンの組み合わせだけではなく、ジャケットに合うトドゥンやジーンズに合うトドゥンなど、さまざまなスタイルを考えていいし、自分はそうしている。」彼女によれば「イスラームの衣装についての教えはドレス・コードのようなものであり、(それを守っていれば)あとは創意工夫で自由に形をつくってよい」という。自ら敬虔なムスリムを任じる彼女は「一見アラブ人のような格好(注：全身を覆うような衣装という意味)をしているからといって、礼拝をしないムスリムもたくさんいる」のであり、「ファッションで敬虔さはわからない」と考えている。

最後に普段トドゥンを着用しないムスリムの声を紹介しておこう。20代後半で独身のムスリム女性は、トドゥンをファッション・アイテムとしてもちいることについての筆者の問いにたいして次のように言う。「自分は普段は(トドゥンを)しない。あまり親しくない人と会ったりする場合には着けることもある。親しい友人たちはトドゥンをしていなくても気にしないし、それで何か(ムスリム女性として)悪く思われているということもないと思う。ただそれ

ほど親しくない人、とくに相手が男性だと、相手を戸惑わせてしまうことになるかもしれないから（トドゥン）を着ける。」彼女にとっても、先の女性とは違う意味で、敬虔さとファッション性とは切り離されている。ベールは敬虔さともファッション性ともかかわるものではなく、ムスリム女性として他のムスリム（とくに男性）を困惑させないための単なる手段にすぎない。ただ彼女によればベールを着けないことで「誤解されることもなくはない」らしい。実はトドゥンをめぐっては着用の有無にかんして、日常の些細な場面で軋轢が生じることがある。たとえばトドゥンの着用者が非ムスリム経営の職場への就職から排除されたり、逆にトドゥンを着けない女性が他のムスリムから過度の叱責を受けたりする事例が、新聞紙上などで報告されている¹¹⁾。内容については詳しく語らなかったが、彼女の言う「誤解」も、おそらくはそのあたりのことを指しているのであろう。

ここで紹介した四人のムスリム女性の考えは、他のムスリム女性を代表するものでもなければ、あるいは全体の平均的な声でもない。おそらくはムスリムの数だけ敬虔さとファッション性をめぐる考えは存在し、そのなかのたった4例ということにすぎない。しかしこれらの例から導き出されるものとして、ムスリム女性たちのひとりひとりが、衣装というモノとの相互作用を利用することで、イスラームにたいする自らの解釈や立場を表明しているという事実を挙げることができるだろう。別言すればイスラーム教義を現代社会においていかに実現するかという問いにたいする「最適解」とでもいうべきものを、彼女たちはモノを介して自ら主体的に模索しているのである。

このようなイスラームの実践は、トドゥン着用や衣装の選択にかぎられたものではない。たとえばハラール認証のあるレストランや食品にたいするムスリムの対応にも同様の実践を見ることができる¹²⁾。非ムスリムはしばしばムスリムのハラール規則を遵守か否かの二項対立的にとらえる傾向にあるが、現実にはそのようなものではなく、とくに日常生活においてはムスリムひとりひとりの間でその対応はかなり違っている。マレーシアではレストランなどでハラール認証を得て、ハラール表示を掲げて営業している店がある。しかしムスリムはそのような店でしか食事をしないかといえばそうではなく、明確に豚肉や豚由来の食品がもちいられていることがあきらかな場合を別にして、ハラール表示はないがおそらくはハラールであると思われる店、「ポーク・フリー」といったたんに豚肉を使用していないことのみを掲げる店、なんの表示もなくまったく様子がわからない店など、かなり幅広い選択肢のなかから店を選んでいる。もちろん「ハラールであること」はイスラーム教義上の規定であり、食材や店舗がハラールであるか否かについては手続き的には厳密に制度化されている。しかしハラールではない食材を食べたところで法律上の罰則があるわけではなく、教義的にも場合によっては許されていることから、ムスリムは自らの判断で店を選ぶことになる。トドゥンの着用とおなじように、どの店を選ぶかということを通して、イスラーム教義の実践についての「最適解」が示されているのである。

トダウンの着用にせよレストランの選択にせよ、そこに見られるのは、自らがよしとする敬虔さが、モノをとおして実現されていくという、イスラーム実践における内面的な意識と外面的な表出との関係性であろう。Muslimの敬虔さは、それを表現するためのモノを通してはじめて表現されるのである。

6 モノの時代のイスラーム

消費社会と呼ばれる社会に生きる人間のアイデンティティ形成が他者との無限の差異化に支えられていることは、ボードリヤール〔ボードリヤール 1995 [1970]〕の先駆的業績以来すでに多くの論者によって主張されてきた。商品は機能性によって消費されるのではなく、差異をあらわす記号として消費される。その結果、消費行動に終わりが来ることはなく、人々はつねに差異をもとめて消費を続けることになる。このようにいわゆるポストモダン消費論は、とくにファッション関連の分野に強くあてはまるとされ、消費者の欲望を生み出すためのマーケティング戦略が次々に考案されたことは、あらためて繰り返すまでもないことであろう。

しかしながら先にも述べたとおり、Muslimのファッションについては、この種の消費論はなんらの吟味もされることなく、議論の埒外におかれてきた。別言すれば、Muslimの衣装はイスラーム教義から一方向的に規定されるものであり、Muslim女性たちはそれに受動的に従うだけの存在として理解されてきたのである。

前節で紹介したMuslim女性の敬虔さとファッションについての考えを詳細に見ると、彼女たちの語りのなかに、衣装を介しての他者との差異化の契機やそこから生じるアイデンティティなどが現れていることが読み取れる。他者との差異をはかる基準は、人間的な魅力であったり、イスラーム的な正しさであったり、あるいは現代のファッション感覚であったりと、微妙に異なっているが、いずれも敬虔さとファッション性のバランスにかんして、自分が見いだした「最適解」を基準に他者との差異が表明されている。「最適解」がひとりひとりのMuslim女性にとってすべて異なるものであることが、それを基準にした他者との差異化を、ひとつの直線上にならぶような性質のものではなく、無数の方向に拡散するようなものにさせている。自らがおかれた所与の状況において、敬虔さ、美的感覚、ジェンダー、民族意識などに基づきながらイスラーム教義を解釈し、それを衣装において表現することで自らのアイデンティティを構築しているのである。衣装とのこのようなかかわり方は、あるファッション・スタイルにイスラーム教義を原理的にあてはめるようなものでは決してない。

たしかにイスラームは神が示した理念を絶対の真理として、信仰者にそれに従うことを求める宗教である。その意味にかぎればその本質の部分として原理的な性質を有しているといえるかもしれない。しかしイスラームの実践が時代や地域を異にする多様な現実のなかでしかかなされないものである以上、具体的生を生きるMuslimがイスラームの理念に到達することはあり

えない。それにもかかわらずムスリムはつねに理念に向かおうとするのであり、イスラームの実践とは理念をもとめて「よりイスラーム的」であろうとするムスリムの営為にはかならない〔多和田 2005: 9-13, 37-41〕。ムスリム女性の衣装の多様性もまた、理念と現実の乖離のなかで、それぞれに追い求められた理念が形をなしたものと見えよう。

本稿で取り上げたマレーシアのムスリムをはじめとして、現在、多くのムスリムはモノが溢れる消費社会を生きている。彼らの前には、ムスリム、非ムスリムを問わず、グローバルにネットワーク化された企業が消費を喚起すべく生み出した商品が次々に提供される。その結果、「よりイスラーム的」であろうとする指向が、消費社会における商品がもつ差異化の性質と親和的に結びつき、ムスリムの行動を形成するのである。本稿で論じてきたファッションにかぎらず、数々のイスラーム商品の隆盛は、現代消費社会におけるイスラームの必然的な帰結といえることができよう。

イスラームと消費社会は、これまで考えられてきたように決して相反するものではないし、イスラーム復興とともにイスラーム的な商品の消費が増加したなどというような表層的な関係にあるものでもない。商品化されたモノが理念を目指すムスリムの指向に働きかけ、それを形成し、個々の実践として具象化させているのである。その意味で、消費社会におけるムスリムの生は、非ムスリムの、あるいは世俗的な「現代人」のそれとまったく変わるところはない。

【付記】

本稿は 2014 年度日本学術振興会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））「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」によって実施された研究成果の一部である。

【注】

- 1) ムスリムとは厳密には男性イスラーム教徒を指す言葉であり、女性はムスリマと呼ばれる。しかし本稿においては日本語での慣例にしたがい「ムスリム女性」という表現をもちいることにする。
- 2) マレーシアは人口おおよそ 2730 万人、うちマレー系（55.0%）、中国系（24.0%）、インド系（7.2%）、その他先住民族系からなる多民族国家である。法律上マレー系はすべてがムスリムであり、非マレー系の多くは非ムスリムである。（出典）Penduduk mengikut kumpulan etnik, MALAYSIA, 2013 (<http://pqi.stats.gov.my/result.php?token=1abc311db311727fab12f5d0249bcd1d>, accessed on 8/Sep/2014)
- 3) 筆者は別稿において、マレーシアにおけるイスラームと消費の関係について概観的に論じている〔多和田 2011〕。
- 4) ハラルとはイスラーム教義にしたがって「許されたもの」を意味する。その対象は食料品が代表的であるが、それ以外にも医薬品や化粧品など、人間が接触するあらゆる領域に適用される。
- 5) 本稿におけるコーランからの翻訳は、日本ムスリム協会発行『日亜対訳・注解 聖クルアーン（第6刷）』による。なおアラビア語発音では「クルアーン」と表記する方がより原音に近いかもしれないが、本稿ではすでに日常的にもちいられている「コーラン」の表記を採用している。
- 6) ハディースはイスラーム教義上コーランに次ぐ法源とされている。ハディースの収集者の名を冠したいくつかの書（バージョン）が存在する。引用したハディースが収録されているそれぞれの書は、いずれもスンナ派六書と称される最も権威あるものである。なお本稿においては下記のウェブサイトによる英語版を参照した。（<http://hadithcollection.com/>）
- 7) 学校（教員、学生）や行政機関（公務員）などの公の場での着用品が問題視された。

- 8) 西ヨーロッパ諸国における穆斯林移民・住民にたいする対応全般については内藤 1996 を、とくにベール着用にかんする各国の事情や論争については内藤・阪口 2007 を参照。
- 9) 個々の主張においては国民統合の原理として普遍的人権などが掲げられた場合など、ふたつの立場が融合して論じられることも多い。
- 10) 伝統的な語義としてはバジュ・クロンは男性用、女性用を問わずマレー系の衣装をあらわす語としてもちいられていたが、現代のマレーシア語ではもっぱら女性の衣装のみを指し、男性の衣装はバジュ・ムラユと称されている。
- 11) たとえば *Malay Mail* 紙オンライン版 2013 年 9 月 10 日付
(<http://www.themalaymailonline.com/malaysia/article/dap-rep-speaks-up-for-woman-in-tudung>, accessed on 8/Sep/2014.) や *Daily Express* 紙オンライン版 2014 年 7 月 3 日付
(<http://www.dailyexpress.com.my/news.cfm?NewsID=90261>, accessed on 8/Sep/2014.) などを参照。
- 12) マレーシアにおけるハラール認証制度ならびにハラールをめぐる実践については多和田 2012 を参照。

【参考文献】

- Abdul Rahman Embong 2002 *State-led Modernization and the New Middle Class in Malaysia*, New York: Palgrave.
- バーバー、ベンジャミン 1997 [1995] 鈴木 (訳) 『ジハード対マックワールド』(三田出版会)
- ボードリヤール、ジャン 1995 [1970] 今村・塚原 (訳) 『消費社会の神話と構造』(紀伊国屋書店)
- Jones, Caria 2007 “Fashion and Faith in Urban Indonesia”, *Fashion Theory*, vol.11, Issue 2/3, pp. 211-232.
- Kamal Hassan, M. and Ghazali Basri (eds.) 2005 *Religion and Beliefs: The Encyclopedia of Malaysia, vol. 10*. Singapore: Archipelago Press.
- Kılıçbay, Barış and Mutlu Binark 2002 “Consumer Culture, Islam and the Politics of Lifestyle: Fashion for Veiling in Contemporary Turkey”, *European Journal of Communication*, vo. 17, no. 4, pp. 495-511.
- 内藤正典 1996 『アッラーのヨーロッパ：移民とイスラーム復興』(東京大学出版会)
- 内藤正典・阪口正二郎 (編) 2007 『神の法 vs 人の法：スカーフ論争から見る西欧とイスラームの断層』(日本評論社)
- Nik Mohamed Affandi bin Nik Yusoff 2001 *Islam & Wealth: The Balanced Approach to Wealth Creation, Accumulation and Distribution*, Subang Jaya (Malaysia): Pelanduk Publications.
- Sandıkcı, Özlem and Güliz Ger 2011 “Islam, Consumption and Marketing: Going beyond the Essentialist Approaches”, Sandıkcı, Özlem and Gillian Rice (eds.) *Handbook of Islamic Marketing*, Cheltenham: Edward Elgar, pp. 484-501.
- Sharif Chaudry, Muhammad 2006 *Social and Moral Code of Islam*, Batu Cave (Malaysia): Master-piece Publication.
- Syed Mutawalli Ad-Darsh 2003 *Hijāb or Niqāb: An Islamic Critique of the Face-Veil*, Kuala Lumpur: Islamic Book Trust.
- Tarlo, Emma 2010 *Visibly Muslim: Fashion, Politics, Faith*, London: Bloomsbury Academic.
- Tarlo, Emma and Annelies Moors (eds.) 2013 *Islamic Fashion and Anti-Fashion: New Perspectives from Europe and North America*, London: Bloomsbury Academic.
- 多和田裕司 2005 『マレー・イスラームの人類学』(ナカニシヤ出版)
- 多和田裕司 2011 「消費されるイスラーム：現代マレーシアにおけるイスラームと消費文化」『人文研究』第 62 巻、pp. 93-108.
- 多和田裕司 2012 「イスラームと消費社会：現代マレーシアにおけるハラール認証」『人文研究』第 63 巻、pp. 69-85.
- Turner, Bryan S. 1994 *Orientalism, Postmodernism and Globalism*, London: Routledge.
- Ukasha Zaid 2003 *Hijab*, Kuala Lumpur: A. S. Noordeen.
- Zainah Anwar 1987 *Islamic Revivalism in Malaysia: Dakwah among the Students*, Petaling Jaya (Malaysia): Pelanduk Publications.

【2014 年 9 月 9 日受付, 11 月 4 日受理】

Piety and fashion among female Malay Muslims: A study on Islam in modern consumer society

TAWADA Hiroshi

This paper examines how Islam is practiced in modern consumer society through a case study of Muslim dress practice, and in particular, veiling among Malay women in Malaysia. Since the 1980s, Malaysia has experienced the development of “Islamization” in socio-cultural terms, and the progressive emergence of a consumer society in economic terms. How can Malay women simultaneously be pious Muslims and fashionable consumers? After the introduction, Part 2 clarifies the notion of women’s piety and the dress code in Islamic doctrine. Part 3 shows, based on ethnographic observations, the styles and usages of veils and reasons to wear them among Malay women, and points out that the universal doctrine of Islam is practiced locally. Part 4 concretely describes the interpretation and practice of veiling by four Muslim women, and discusses how each Muslim is trying to find the most suitable way of practicing Islam through their fashion style. Part 5 concludes that the identity of Muslims in the modern age is formed through the consumption of goods. In this sense, both Muslims and “secular” non-Muslims are living in the same world.