

当報告の内容は著者の著作物です。

第1回（通算第7回）基幹研究「人類学におけるマイクロ-マクロ系の連関」公開セミナー

平成23年4月21日（木）15:00-18:00 AA研301号室

民間医療の商品化と治療師のアイデンティティ

—北タイ民間治療師「モー・ムアン」の事例から

古谷伸子（AA研研究機関研究員）

本発表では、北タイにおける民間治療師のグループ化・ネットワーク化とその過程で生じた（顕在化した）民間医療の商品化の事例から、治療師のアイデンティティについて検討した。

治療師とクライアントの関係は、伝統的には地位の非対称をともなう互酬的關係であった。治療師はクライアントの求めに応じて治療を行い、クライアントは後に「ダム・フワ」というかたちで敬意を含んだ謝礼を行った。ダム・フワとは、北タイで広く行われている慣習で、主として4月13～15日のタイ正月の期間に、贈り物を持って日頃世話になっている人のもとを訪れ、感謝を示すというものである。こうして、少なくとも見かけ上は報酬を期待せずに治療を行う治療師は、人々から道徳的に評価されてきた。

1990年代以降、NGOの支援のもとでグループ化・ネットワーク化した治療師たちのあいだでは、コミュニティ文化を称揚するNGOの影響を受け、上述のような伝統的な治療師像、すなわち、報酬のためではなく人助けのために治療をする治療師像の共有が見られる。例えば、民間治療師ネットワークの活動としてイベントに参加する際には、そうした治療師像に基づき、来場者に対してマッサージ代などの金額を提示せずに治療が行われ、謝礼は治療が終わった後に「お気持ち」として治療師の崇拜対象である「師」に向けた高杯に入れられる。ただし、本来の文脈を離れた都市部でのイベントにおいて、実際には多くの来場者にとってこのようなやり取りは売買としてとらえられており、そこには「人助け」とともに商業的実践としての側面も見出される。

今日、民間治療師ネットワークでの活動をとおして活躍の場を広げた治療師たちは、地域社会や社会階層を越えて多様なクライアントを獲得している。そして、個々の実践においてはマッサージなどが1時間単位で価格設定されたり、遠隔地に居住するクライアントへの通信販売をとおして薬代が明確化されるなど、治療行為は商品化する傾向にある。しかし、コミュニティにおける村人としての暮らしを重視して事業の拡大を控えたり、貧しいクライアントに対しては無料で薬を与えたり、あるいは他の類似のサービスから差異化して自らの行為はあくまで治療であることを強調するなど、そこには治療行為の商品化に抗するような動きも見られる。

このように、治療師たちの個々の実践においては、治療行為の商品化をとおして不安定

化する治療師の道德性を存続させるため、それぞれが置かれた文脈ごとに異なる試みがなされている。本発表では、こうした試みがなされる背景には、NGO との協働によって治療師のあいだで意識化され、アイデンティティ化した伝統的な治療師像があることを指摘した。