



NIHUプログラム 現代インド地域研究  
国内全体集会  
「社会変容とメディア:グローバル・インドの諸相」  
2010年12月4-5日 (土-日)

---

# 要旨集

## 第1セッション プリント・メディアと社会運動

---

### ヒンディー娯楽小説と印刷・出版

安永 有希

本報告では、北インドにおける商業出版 (commercial publishing) の発展において、1880年代以降に急速に成長したヒンディー娯楽小説がどのような役割を果たしていたのかを検討する。

ヒンディー娯楽小説には、主にデーヴキーナンダン・カトリー (Devakīnandana Khatrī, 1861-19131) やゴパールラーム・ゲヘマリー (Gopālarāma Gahmarī, 1866-1946)、キショーリーラール・ゴースワミー (Kisorīlāla Gosvāmī, 1865-1932) などのヒンディー作家らに代表される、ティラスミー・アイヤーリー (Tilasmī Aiyārī) 小説、探偵 (Jāsūsī) 小説、そしてロマンスがある。なかでも幻術使いや迷宮が平易なヒンディー語で描かれているデーヴキーナンダンの作品は、ヒンディー小説の分野で初めて一般読者の支持を得ることに成功しており、ヒンディー読者層の確立においても重要な役割を担っている。さらにこれらの娯楽小説は、職業作家・文芸雑誌・読書習慣の確立という役割も担っていると考えられる。

一方、16世紀中頃にヨーロッパからインドへ渡った印刷技術が北インドに広まったのは1830年頃である。しかし、北インドにおける印刷・出版は当初、ペルシャ語やウルドゥー語を中心に行われており、ヒンディー語による印刷・出版が本格的に発展しはじめたのは1860年代以降であった。その背景として、まず1860年代にみられる出版ブーム (publishing boom) が挙げられる。そして、1870年代にはバーラテンドウ・ハリシュチャンドラ (Bhāratendu Hariścandra, 1850-85) が精力的に活動し、他の作家へ大きな影響を与えた。さらに1880年代以降にヒンディー娯楽小説が多くの読者を生み出し、ヒンディー小説全体の作品数も大幅に増加した。このように、1860年代以降に見られるこの三つの段階を経て、ヒンディー語による商業出版は活性化されたといえる。

#### 主要参考文献

Kṛshṇa Majīṭhiyā, 1978, *Hindī ke Tilasmī va Jāsūsī Upanyāsa* [Jayapura: Pañcaśīla Prakāśana].

Orsini, Francesca, 2009, *Print and Pleasure, Popular Literature and Entertaining Fictions in Colonial North India* [New Delhi: Permanent Black].

Pritchett, Frances W., 1985, *Marvelous Encounters: Folk Romance in Urdu and Hindi*.

Stark, Ulrike, 2007, *An Empire of Books: the Naval Kishore Press and Diffusion of the Printed Word in Colonial India* [New Delhi: Permanent Black].

Vimaleśa Ānanda, 1990, *Hindī ke Kutūhalapradhāna Upanyāsa* [Naī Dillī: Anurāga Prakāśana].

発表者紹介

安永 有希 (やすなが ゆき)

所属：東京外国語大学 大学院総合国際学研究科 博士後期課程1年

専門：近現代ヒンディー文学

関連論文：「デーヴキーナンダンの再評価—20世紀初頭のヒンディー大衆文学作家に関する考察—」（修士学位申請論文）

## 現代インドにおけるダリト運動の展開とメディア

—ウツタル・プラデーシュ州における仏教改宗運動の事例から—  
舟橋 健太

本発表においては、ダリト運動の展開における「メディア」の役割・変遷をたどりつつ、現代北インドにおける仏教改宗運動を具体的にとりあげ、仏教に関する知識や認識、解釈などの伝播ならびにそれらの相同性を検討し、ダリト運動とメディアに関して考察を行いたい。

ダリト運動は、インド独立前後期における B. R. アンベードカル (1891-1956) の活動・運動を嚆矢とする。特に、1960-70年代のダリト文学の興隆に合わせて、「ダリト」との呼称が広く社会的に普及してきて以降、現代に至るまで、ダリト運動はインドの各地において、さまざまなかたちで展開されている。とりわけ、マハーラーシュトラ州を中心に、1970年代に大きく展開したダリト・パンサーの運動が、その代表的なものとして挙げられよう。こうしたダリト・パンサーのような社会的運動、ならびに、大衆社会党 (Bahujan Samaj Party) に代表される政治的運動とは別に、宗教的な運動として仏教改宗運動を挙げることができる。本発表においては、特に、この仏教改宗運動を事例としてとりあげたい。

一般的に、ダリト運動において中心的な役割を担ってきた媒体は、「オーラル・メディア (口頭伝達)」であると考えられる。それは、アンベードカルをはじめとするダリト指導者たちの、ダリト大衆を集めた演説会や集会などにおいて代表的にみられよう。しかし同時に、そうした指導者たちが著す一連の「プリント・メディア」(新聞記事、小冊子、雑誌、書籍など)の影響も小さくないものがあると思われる。現地語あるいは英語で著されるこれらの著作物は、留保制度の効用を主要な背景としたダリト (指定カースト) たちの識字率の上昇とともに、ローカル・リーダー (エリート・ダリト) の間で広く普及することになる。そこから、地域的なレベルでの集会がもたれ、プリント・メディアであるチラシやパンフレットを手に集った人びとに、ローカル・リーダーたちが演説や講演を行い、参加した村レベルのリーダーたちが村にもち帰り、従来から主要な役割を担ってきたオーラル・メディアを駆使して、村落のダリト大衆にまで浸透するという道程をたどるものと考えられる。

こうした伝達過程と同様の様相は、本発表において具体的に検討の対象とするインド仏教徒協会（The Buddhist Society of India）の事例においても確認されることとなった。それはまた、ローカル・リーダーから村落住民までが語る、仏教に関する知識や解釈と、アンベードカルのそれとの相同性にも明示的に認められるところであった。ここに、伝達の段階と対象となる人びとに応じた、異なった形式のメディアの相補性を指摘することができよう。こうした事例を基に、近年のダリト運動とメディアとの関係について考察を行いたい。

#### 発表者紹介

舟橋 健太（ふなはし けんた）

所属：京都大学東南アジア研究所（グローバル COE 研究員）

専門：文化人類学

関連業績：

「仏教徒として／チャマールとして—北インド、ウッタル・プラデーシュ州における「改宗仏教徒」の事例から」、『南アジア研究』、第 19 号、2007 年、60-80 頁。

「信じるもの／おこなうものとしての〈宗教〉—現代北インドにおける「改宗仏教徒」の事例から—」、吉田匡興・石井美保・花淵馨也（編）『宗教の人類学』（シリーズ 来たるべき人類学 第 3 巻）、春風社、2010 年、3-35 頁。

## 非バラモン／ドラヴィダ運動の展開とメディア戦略の推移

志賀 美和子

広大な国土に多様な社会文化を擁するインドを語るには、全体を俯瞰しつつ細部すなわち一定の広がりを持つ地域を観察するという間断なき作業が求められる。例えば政治においても、地域政党の躍進と中央政界への進出が見られ、もはや地域の動向を無視することは出来ない状況にある。南インド、とりわけ現タミル・ナードゥ州は、20 世紀初頭に開始され今日に至るまで継続している非バラモン／ドラヴィダ運動によって、インドの政治社会に大きなインパクトを与えてきた。ただし同運動は、その名称からも容易に推測しうるように、単純に地域アイデンティティに基づくサブ・ナショナリズムという範疇で括ることができない複雑な運動、あるいは思想である。

非バラモン／ドラヴィダ運動の特色は、時代や状況に応じて前面に押し出される運動目的が変容する多面性にある。核となる思想は、非バラモン・アイデンティティに基づく非バラモンの団結とバラモンへの対抗である。そして、非バラモンという「否定的」アイデンティティとその「不自然さ」を補強するために、西洋的インド学のカースト制度起源論や「再発見」されたタミル古典文学が援用されてきた。

ここで疑問として生じるのは、このような「不自然さ」を内包する非バラモン／ドラヴィダ運動がなぜ今日に至るまで一定の支持を獲得し継続し得ているか、という点である。そこで同運動の長い歴史を辿ってみると、運動内容とターゲットが推移し、それに伴って使用されるメディアも変化していることがわかる。例えば、政治的権利獲得を目標とした運動初期は、ターゲットは非バラモン上層カーストであり、使用されるメディアも印刷物が中心であった。しかし、1925年以降、カースト廃止やヒンドゥー教否定など急進的社会運動へと発展するにつれて、ターゲットは非バラモン下層カーストへとシフトし、メディアも多様化していった。

そこで本発表は、非バラモン／ドラヴィダ運動の変遷を、運動内容とメディア戦略との関係性という視点から概観し、同運動が今日まで一定の支持を獲得している理由を探る。

#### 主要参考文献

- Dickey, Sara, 1993. *Cinema and the Urban Poor in South India*. New Delhi: Cambridge University Press.
- Pandian, M. S. S., 1992. *The Image Trap: M G Ramachandran in film and politics*. New Delhi: Sage Publications.
- , 2007. *Brahmin and Non-Brahmin: Genealogies of the Tamil Political Present*. New Delhi: Permanent Black.
- Vaasanthi, 2006. *Cut-outs, Caste and Cine Stars: The World of Tamil Politics*. New Delhi: Penguin Books.

#### 発表者紹介

志賀 美和子 (しが みわこ)

所属：人間文化研究機構／龍谷大学現代インド研究センター (研究員)

専門：インド近現代史

関連業績：

「1925年マドラス・ヒンドゥー寄進法の性格—「政教分離」理念の分析を手がかりに」『南アジア研究』第10号、1998年、92—115頁。

「マドラス州における非バラモン運動の展開—共産主義との関係を中心に」『東洋文化研究所紀要』第151冊、2007年、321—380頁 (逆頁)。

「南インド・マドラス州の労働運動 (1918—39年) にみる労働者の自立化」『歴史学研究』827、2007年、15—31、60頁。

## 第2セッション 文化産業とメディア

---

### 文化産業としての現代アート

—商業ギャラリーの美術マーケット戦略—

五十嵐 理奈

バングラデシュに、美術作品を販売する商業ギャラリーが誕生して 38 年。極少数の富裕層が手にしていた美術作品を、ここ数年、多くの中産階級の個人が買い求めるようになった。現在、現代アート作品は、商業ギャラリーという「メディア」を通して、国内市場ばかりでなく、グローバル市場にも流通するようになってきている。商業ギャラリーは、雑誌、新聞、出版、インターネット、そして展覧会という多様な既存のメディアを、ターゲットによって巧みに使い分け、着実に美術市場を拡大させてきた。こうした美術マーケット戦略をとおして、商業ギャラリーは、現代アートを個人の表現の産物である作品というモノから、販売可能な商品へと仕立て上げているのである。そして、市場の拡大に伴い、作家の側も売れるような作品を制作するようになるなど制作態度に変化が生じ、美術作品を制作する意味を問われる時代に入っている。

バングラデシュ政府は、独立以降、芸術振興に力を入れ、1981 年から隔年で大規模な国際展「バングラデシュ・アジア美術ビエンナーレ」を開催するなどしてきたが、国立美術・博物館のシステム整備や文化・観光政策は未だ十分ではない。その一方で、年 6% の経済成長を背景に、民間レベルでの美術動向が活発化している。現代アートを収集する個人コレクターが生まれたり、企業がオフィスのロビーに作品を飾るなど、現代アートを所有することが中産階級のひとつのステータスになっている。また、海外とのモノや情報の流通が拡大したことは、改めて自国の民俗芸術や美術へ目を向ける契機を生み出し、それらが価値あるものとして再発見されるようになった。成功した企業家のなかには、個人的に美術作品を所有するだけでなく、美術財団を設立し、展覧会への資金援助やギャラリーの創設、美術雑誌の発行などを行い美術業界の活性化に貢献する者も出てきている。

商業ギャラリーの活動としては、展覧会をはじめ、作家同士のワークショップなどのアート・イベントを頻繁に開催し、その都度、記者会見とレセプションを開いては、新聞や雑誌の記者に記事を書かせるなどしており、マスコミを利用した広報戦略は巧みである。出版物としては、展覧会ごとにカタログを作成するだけでなく、ベンガル語と英語で美術雑誌を毎月発行し、バングラデシュの美術動向を海外へと伝える試みを続けており、こうした地道な活動は国レベルでは行われていない取り組みである。しかし、国内で売れる作品には、どうしても偏りが生じる。作品として優れていても、生活習慣、宗教的、政治的理由から国内での販売が見込めない作品が多く存在する。こうした作品の販売先として、商業ギャラリーは、移民コミュニティーのネットワークを利用するなどして海外で展覧会やアート・フェアを開き、海外の市場に活路を見出している。

このように、バングラデシュでは、商業ギャラリーが多様なメディアを巧みに使い分けて、美術作家と市場とをさまざまな方法でつなぎ、現代アート作品をひとつの商品として国内外に流通させる役割を担っている。そして、それに伴い、購買層である中産階級の価値観や消費活動に、また生産者である作家の制作態度や作風にも市場を意識した変化が生じている。報告では、現代アートの文化産業化が、美術業界の動向に大きな変化を与えていることを、いくつかの事例を示しながら、具体的に検証したい。

#### 発表者紹介

五十嵐 理奈 (いがらし りな)

所属：福岡アジア美術館（学芸員）

専門：バングラデシュ文化人類学、アジア近現代美術

関連業績：

（企画・編著）『現代アジアの作家IV ニルーファル・チャマン展』図録、福岡アジア美術館、2007年。

「カンタ刺繍にみる文化とグローバル化商品の生産—文化を継承するNGO」、〈特集：南アジアの手工芸と開発〉『地域研究』Vol.10、No.2、昭和堂、2010年、224-244頁。

「都市に生きているアート—バングラデシュ、ダッカの町から」、『美術フォーラム 21』第21号〈特集：アジア美術的「近代」〉、醍醐書房、2010年、87-89頁。

## グローバル化時代のインドの音楽産業とメディア

井上 貴子

インドでは長期にわたってポピュラー音楽といえば映画の挿入歌(フィルミーソング)を指し、ヒット曲は映画から誕生していた。長い間ポピュラー音楽は映画産業の一部であり、独立した音楽産業の成立は著しく遅れた。本格的なポピュラー音楽産業は経済の自由化と情報の自由化が同時進行するようになった1980年代以降に形成されたと言っても過言ではない。1980年代までのインドの音楽産業に関する代表的な研究としては、マニユエル Peter Manuel 著『カセット文化 Cassette Culture』(1993年)がある。それによれば、音楽産業は、1970年代末までのカセットが普及する以前の時代とカセット普及後に大きく分けられる。1970年代まで録音産業はほぼ HMV による独占状況にあり、政府の規制的な経済政策の下で音楽産業の自立は著しく遅れた。しかし、1970年代末には T-Series がカセット生産に乗り出し、徐々に音楽が「商品」として流通する欧米諸国や日本とよく似た市場が形成されていく。ただし、録音が容易で安価なカセットの普及は海賊盤の横行を招いた。

90年代、経済開放と共にテレビ時代が到来すると、音楽産業は新たな局面を迎えることになる。テレビ時代の到来によって音楽のマーケティング手法が大きく変化し、インドの音楽市場にはユニヴァーサル、SME など世界メジャーが進出、グローバルな音楽市場の動

向と連動するようになった。映像と音楽を合体させる手法において長い蓄積のある映画音楽は、テレビ時代への対応も素早かった。しかし、映画音楽の著作権を買い取ってカセットや CD を生産する音楽産業は、映画産業への従属を余儀なくされてきた。音楽産業は、映画の文脈から離れたポピュラー音楽のビデオ・クリップをテレビ放映するというプロモーション方法、すなわち欧米の音楽産業と MTV の関係と同様の関係を築き、映画産業との平等なパートナーシップへの移行を模索するようになった。これに伴い、新作の映画音楽の売上比率は全体の 4 割程度まで下がった。また、グローバル化への対応と音楽産業の自立にとって最も重要視されたのが、著作権意識の向上と海賊盤の撲滅である。1969年に設立されたインド演奏著作権協会(IPRS)は、95年の著作権法改正に伴い活動を強化した。94年には業界団体のインド音楽産業連合会(IMI)が再編され、MTVと手を携えて海賊盤の摘発に取り組み、2000年頃までには海賊盤の比率は3~4割程度まで減少した。しかし、その生産拠点は周辺諸国に移行し、南アジア系移民のネットワークを通じて世界中に広まることになった。皮肉なことに海賊盤の生産流通のグローバル化が、インド製音楽ソフトがグローバルな市場でも十分に商品価値があることを証明したのである。21世紀に入って音楽ソフトの売上は世界的に減少傾向を示しているが、インドも例外ではない。その理由として、ソフトの供給過剰、音楽チャンネルのプライベートな録画、インターネットの普及などが挙げられる。

今日、インドの音楽産業はグローバルな音楽市場の動向と連動している。そのなかでインドに特有といえるような現象は存在するのだろうか。グローバルな音楽市場のなかでインドは自らをどのように位置づけようとしているのだろうか。本報告では、今日の音楽産業の動向をふまえ、音楽産業に関わる人々の複合的なアンデンティティ形成とその戦略について考察する。

#### 発表者紹介

井上 貴子 (いのうえ たかこ)

所属: 大東文化大学国際関係学部 (教授)

専門: 南アジア芸能研究

#### 関連業績:

「南アジアの国民文化・消費文化—音楽芸能を通じてみるインドの20世紀—」古田元夫編『〈南〉から見た世界 02 東南アジア・南アジア—地域自立への模索と葛藤—』大月書店、1999年、219-249頁。

「大衆文化とローカル・ポリティクス—インドのポピュラー音楽における「愛国主義」の構築と受容—」宮永國子編著『グローバル化とアイデンティティ・クライシス』明石書店、2002年、41-76頁。

「インドにおける大衆文化とジェンダー—ポピュラー音楽のビデオ・クリップをめぐって—」小谷汪之編『現代南アジア 5 社会・文化・ジェンダー』東京大学出版会、2003年、311-330頁。

「インドのポピュラー音楽と音楽産業」井上貴子編著『アジアのポピュラー音楽—グローバルとローカルの相克—』勁草書房、2010年、131-154頁。

## グローバル化のなかのインド・映像メディア産業

—人材育成とメディア教育の現況にも触れて—

山下 博司・岡光 信子

インドの映画産業では、関連する業界を併せて 250 万人ほどが働いている。映画制作の分野にかぎれば、業界に入った契機やバックグラウンドから大きく四つのタイプに分類できる。第一は、国公立のフィルム・インスティテュートで専門教育を受けた人々である。第二は、映画制作の専門教育なしに現場の仕事に携わる「叩き上げ」の映画人たちである。第三は、映画制作に携わる以前に関連分野でキャリアを積んだ「転入組」の人々である。第四は、血縁者、親戚ないし「つて」を頼りに映画界に進出した人々である。

本報告では、フィルム・インスティテュートや高等教育機関を中心とするメディア関係人材育成の問題に絞り、最近のトレンドを紹介するとともに、映画産業、とくに娯楽映画の制作と消費をめぐる最新の状況を概観したい。具体的には、制作・配給・上映における「デジタル・レヴォリューション」の進展、シネプレックスがもたらした映画界へのインパクト、メインストリーム映画の「ハリウッド化現象」とそれに抗する動き、制作本数の増加をもたらす諸要因、海外市場の成長拡大などに伴うコンテンツの変容、出演料の高騰と資金調達方法の変化、ドキュメンタリー・フィルムメーカーの現況など、グローバル化との関わりから現出している諸現象について事例を挙げながら解説するつもりである。地域的には、われわれの主たるフィールドをなすタミル・ナードゥ州チェンナイ市の状況が本報告の中心的な対象となる。

最近チェンナイに、州立フィルム・インスティテュートに加え、私立のインスティテュートが立て続けに 2 校も登場した。プラサード・アカデミーとマインド・スクリーンがそれである。これらがほぼ同時期に設置されたのは、こうした養成機関に対する確かな需要が潜在するからである。1990 年代以降、衛星放送やケーブル TV が導入され、多チャンネル化による慢性的なソフト不足という状況が生まれた。これにより映画・テレビのコンテンツを制作する人材に対する需要が急増した。2009 年 7 月現在、インドのテレビ・チャンネルは実に 480 ほどを数える。これまでこうした人材の供給は、公立のフィルム・インスティテュートが大きな役割を果たしてきた。しかし、公立のフィルム・インスティテュートは定員が少ない上に、留保制度に該当しない学生にとって非常な狭き門となっている。私立のフィルム・インスティテュートは、そのような公立インスティテュートへの入学に困難をとまなう者や、かといって外国に留学して映像技術を習得するには経済的に無理な学生にとって、貴重な存在になっている。

チェンナイには公立・私立併せて 3 校の映画関係専門教育機関があり、それぞれが切磋琢磨しつつ、特色を活かした教育を行っている。このことから、チェンナイは、地元にかぎらずインド国内から映画制作技術の習得を目指す人々が集まる、インドでも数少ない場所の一つとなっている。本報告では、これら 3 校をめぐる最新の動きを紹介する。

TVにおける多チャンネル化は、映像メディアの多様性だけでなく、その影響力を人々に広く認知させ、思わぬ副産物をもたらした。大学における映像メディアに関する学科の新設ラッシュである。本報告ではチェンナイの私立大学に見られる先進的な事例に着目し、映像メディアをめぐる新しい状況を承けた教育的取り組みについても言及するつもりである。

#### 発表者紹介

山下 博司（やました ひろし）

所属：東北大学大学院国際文化研究科（教授）

専門：インド宗教史・文化史、南アジア地域研究

関連業績：

『インドを知る事典』（岡光信子と共著）東京堂出版、2007年。

『アジアのハリウッドーグローバル化とインド映画ー』（岡光信子と共著）東京堂出版、2010年。

『ヨーガの思想』講談社（選書メチエ）、2009年。

岡光 信子（おかみつ のぶこ）

所属：東北大学大学院文学研究科（専門研究員）

専門：宗教人類学

関連業績：

「南インド・ローマカトリック教会における秘跡とその社会的機能ー洗礼と聖体を中心にー」『上智アジア学』第20号、2002年、397-410頁

「秘跡としての婚姻、世俗行事としての結婚ー南インド・一教区におけるカトリック信者の婚姻の二面性ー」『上智アジア学』第21号、2003年、187-215頁

「ヒンドゥー教起源の儀礼要素とシンクレティズムー南インド・カトリック教会の秘跡に見られる普遍性と地域性についてー」『東方』第20号、2005年、79-98頁

### 第3セッション 宗教とメディア

---

グルは電子メディアの夢をみるか？現代インドにおける宗教権威の

増幅、即時性、そして異議申し立て

池亀 彩

放送権の民営化、衛星放送の普及などにより、インドにおけるテレビ放送は、国営放送ドゥーラダルシヤンの一局独占状態から数百のチャンネルが競合する、まったく新しい時代を迎えた。また、デジタル格差は根強くあるものの、小さな田舎の町からでもインターネットにアクセスでき、(理論上は)誰でもウェブ上の膨大な情報に触れることができる。こうした電子メディアの数的な増殖とデジタルカメラ、デジタルビデオなどの情報発信を支える技術機器の大衆化は、国家が厳選した情報を一方的に国民に伝達するという状況から、誰もが情報発信者になれる可能性をもつ状況への移行を容易なものとしている。また首都から地方へという情報の流れも、地方語放送や地方語新聞の増加にともなって大きく変化した。大量の情報があふれる一方で、ローカル言語でローカルな話題のみを見て聞くという、情報伝達の分断化・孤立化もまた始まっている。

こうした電子メディア（ここでは主にテレビとインターネット）の急速な発展は、現代インドにおける宗教のあり方も変えている。一介のヨガ行者にすぎなかったスワミ・ラームデーヴは、ZEE TV チャンネルのヨガ番組「Om Yog Sadhana」でまたたく間に国民的人気を得た。彼は全国にヨガコースやアーユルヴェーダの薬などを売り、年間 40 億ルピー超の利潤をあげるビジネス帝国を築いた。現在ラームデーヴは2つの大学を運営する他、**Bharat Swabhiman** という政党を立ち上げたところである。こうした、いわば即席のグルが一気に国民的権威を得ることができるのは、ひとえにメディアの力による。では、メディア主導型のグルと彼らの商業的成功は、これまでの宗教研究や人類学があつてきた宗教ではない何かが生きていることを示しているのだろうか。いずれにせよ、これまでの教義中心の研究や空間と時間を共有することを前提としていた儀礼実践の研究は、教義なき宗教や、インターネット上でバラバラに行われる宗教体験、増幅するスピリチュアリティ・ビジネスを前に、方法論の見直しを迫られている。

ここでまず喚起したいのは、「宗教とは媒介 **mediation** の実践である」というメイヤーとムールスの指摘である<sup>1</sup>。この指摘は現代の急激に変容しつつある宗教実践を前に、「これは宗教ではないニセモノである」とか、「これは真の教義が薄められたものだ」といった、どこかに真のあるいは本物の宗教を設定してしまう傾向（これを私はメディアトラップと呼びたい）に警告を与える。むしろ、どこかに本物（究極の真実、至高の存在）があると思わせること自体が宗教の機能の一つであるとするならば、これはむしろメディア効果とし

---

<sup>1</sup> Meyer, B. and A. Moors, (2006) 'Introduction'. In Meyer, B. and A. Moors (eds), *Religion, Media, and the Public Space*, Bloomington, IN: Indiana University Press, p.7.

て捉えるべきであろう。

本発表では、ヒンドゥー右翼団体や新興グルたちによる電子メディアの利用と、電子メディアによって暴かれる彼らのスキャンダルを取り上げる。特に電子メディアのもつ即時性という性格を考慮しながら、メディアによる宗教権威の増幅と異議申し立てという二つの現象について考えたい。

発表者紹介

池亀 彩 (いけがめ あや)

所属：人間文化研究機構／国立民族学博物館現代インド地域研究拠点（研究員）

専門：社会人類学

関連業績：

2011 (近刊) *Princely India Re-Imagined: a historical anthropology of princely Mysore from 1799 to the present*, London: Routledge.

---- & Andrea Major (eds.) 2009 特別編集 *Princely Spaces and Domestic Voices: new perspectives on the Indian princely states, the Indian Economic and Social History Review*, 46 (3).

2010 'Why Do Backward Castes Need Their Own Gurus? the social and political significance of new caste-based monasteries in Karnataka' *Contemporary South Asia*, 18 (1), pp. 57-70.

## スリランカにおける布袋塑像の普及とグローバル風水ビジネス

鈴木 晋介

スリランカの市中で「布袋」の姿をした見慣れぬ塑像が売られ始めたのはここ数年のことである。いまや老舗仏具店のショーケースから雑貨屋の軒先まで至る所で目にすることができる。

本発表は、市中に溢れた布袋塑像というひとつのモノに焦点を当て、1)塑像氾濫の経緯とメディアの影響力、2) 人々による塑像の創造的・実践的受容の在りよう、を二つの柱として、スリランカにおけるグローカリゼーションにかかる一事例報告という形をとりたい。

布袋塑像の氾濫の大きな背景にあるのは、1980～90年代にはじまる伝統的知識の商品化の趨勢、とりわけ風水ビジネスのグローバル化である[cf. Daniels 2006]。スリランカでは、全国にショップ展開を行う A.ワニガラトナ氏と、大衆向け占星術専門紙を発行する P.ラトゥナヤカ氏という二人の著名な中心的エージェントがおり、両者共に英語風水マニュアルのシンハラ語への翻訳出版と TV 広告を主要なツールとしてビジネス展開を図っている。彼らの風水ビジネスの「メイン商材」が招福招財のこの布袋塑像に他ならない。

だが、塑像の氾濫＝風水の普及と短絡的に捉えられない事情がある。風水ビジネスによ

るメディア広告は風水やそれにかかる知識よりも布袋塑像というモノそのものに人々の関心を引き寄せた。人々は風水ビジネスと関わりを持たない仏具店などに問い合わせを始めたのである。「なんだかわからないがどうやら売れるようだ」という素朴な商売の理屈とともに、市中の雑貨屋までもが既存の物流ルート(主としてタイ、インド)を利用してこぞって輸入販売を開始、さらには国内製造まで始まった。布袋塑像は風水ビジネスの文脈を離れ、いわばひとり歩きを始めた。消費者側からすれば、効験あらたかなれど正体のわからないものとして身の回りに溢れたのである。

こうした塑像氾濫の経緯が、それ自体、人々による塑像の創造的・実践的受容の余地を大きく拓くことになっている。本発表後半では、塑像の正体をめぐる人々のさまざまな想像の仕方(ヒンドゥ神や弥勒との比定)や、「功德積み」、「邪視除け」といった日常的実践との接続の仕方に目を向けていく。グローバルなものとローカルなものとの界面にたゆたうひとつのモノへの着目を通じ、そこに多元的に交錯するひと・モノ・カネの流動の諸相を示すことで討論のための具体的素材を供することに努めたい。

#### 発表者紹介

鈴木 晋介 (すずき しんすけ)

所属：国立民族学博物館 (外来研究員)

専門：文化人類学 (スリランカにおけるインド系プランテーション労働移民のアイデンティティ研究、生活の場におけるひとの種類・まとまりと共同性に関する研究)

関連業績：

2009「フィールドで考える：スリランカの布袋さま」『月刊みんぱく』6月号

## 石版印刷技術の進展と宗教画イメージの変容

—20世紀前葉ラヴィ・ヴァルマー・プレスの作品を中心に—

福内 千絵

今日インドの巷間に流布している印刷された宗教画、いわゆる大衆宗教画は、その源をインド近代絵画の代表的画家、ラージャー・ラヴィ・ヴァルマー (Raja Ravi Varma 1848-1906 以下ラヴィ・ヴァルマー) の作品に辿ることができる。ラヴィ・ヴァルマーは、19世紀後半から20世紀初頭にかけて国内外の画壇で活躍するとともに、自身の作品の石版印刷化に着手し、大衆宗教画として流布することに成功した画家である。幾多の先行研究においても指摘されているように、ラヴィ・ヴァルマーのリアリズムを基調とした神像表現には、今日の大衆宗教画イメージの祖型をみることができる。本発表は、これらラヴィ・ヴァルマーの石版画作品群を主に考察の対象とするものである。

ラヴィ・ヴァルマーが1892年にムンバイに設立した印刷所「ラヴィ・ヴァルマー・ファイン・アート・リトグラフィック・プレス (Ravi Varma Fine Art lithographic press 以

下ラヴィ・ヴァルマー・プレス)」は、その名の示すとおり、彼が手がけた原画を石版印刷術によって「美術作品」さながらに複製することを目指したものであった。彼は、印刷業の先進国ドイツから印刷機材を購入し、専門の技師も雇い入れることで、高品質の複製画づくりに挑んだ。当時 14 色ものインクを必要とした多色石版印刷は、コスト面に難点があるものの、木版や銅版など既存の技法に比して、原画の再現性に優れていた。繊細な色調、濃淡、陰影表現が可能な石版印刷によってこそ、ラヴィ・ヴァルマーの写実性に富んだ油彩画の美質を再現することができたのである。こうして複製された「神話画」や「神像画」は、新興のミドル・クラスの間で好評を博した。この時期に宗教画イメージの礎が築かれたと考えられる。多色石版画は、19 世紀末のヨーロッパでは既に全盛期を迎えており、技術革新による印刷の効率化、標準化が図られていた。その後 1903 年にドイツ人技師へと経営主導が移ったラヴィ・ヴァルマー・プレスも、こうしたヨーロッパの印刷業の動向と連動した。技術面では、7 色刷りや、写真製版技術を取り入れることで、迅速かつ大量の印刷が可能となった。これにより、政治ポスター、商業用カレンダー、商品ラベルやパッケージなど、印刷物の種類も多様化し、その訴求対象も都市部のミドル・クラスから、階層、地域を越えた不特定多数の大衆へと拡大した。それらに印刷されるイメージは「神話画」や「神像画」などのフォーマットを踏襲しながら変容したのである。具体例を挙げると、政治ポスターにみる「バーラト・マター」のイメージは、「神像画」のフォーマットを巧みに用いながら生み出された国家の表象であったといえる。

ラヴィ・ヴァルマー・プレスが全盛期を迎えた 20 世紀前葉は、当プレスによる宗教画のスタンダード・イメージが確立し、さらに様々な印刷媒体を通してイメージが変容した時期であったと発表者は考える。本発表では、以上のような石版印刷技術の進展と印刷媒体の変化に着目し、「神話画」「神像画」「ナショナリズム画」という主題に留意しながら、宗教画イメージがどのように変容したのかについて考察を試みる。

#### 発表者紹介

福内 千絵 (ふくうち ちえ)

所属：国立民族学博物館 (外来研究員)

専門：民族芸術学

関連業績：

「インド古典芸術概念「ラサ」から読み解くラヴィ・ヴァルマー作品 —西インド、バローダ藩王国委託の連作について」『民族藝術』、Vol. 26、2010 年、172～181 頁。

「近代インド絵画、ラヴィ・ヴァルマー作品の展開」『民族藝術』、Vo. 124、2008 年、151～158 頁。

「「ダルシャン (*darshan*)」：ラヴィ・ヴァルマーの作品にみる神像についての一考察」『藝術文化研究』、第 12 号、2008 年、115～137 頁。

## 第4セッション 南アジア系ディアスポラとメディア

---

### *Mummy's Boys* の奮闘

—現代アジア系英国作家が描く親子関係—

小松 久恵

本報告では現代アジア系英国作家が描く親子関係に着目し、現代のイギリスを舞台にインド系移民の家族表象ならびに自己表象について考察する。

1980年代にサルマン・ラシュディが華々しく登場して以来、英文学界においてはアジア系作家の活躍が目覚ましい。特に90年代に入ってから、ブッカー賞候補ならびに受賞者に、毎年のようにアジア系英国作家の名前を見ることができる。ちなみにイギリスでアジアンといった場合、インド亜大陸（インド、パキスタン、バングラデシュ、ブータン、ネパール）の出身者とその子世代のほかに、カリブ海域や東アフリカの南アジア系ディアスポラとその子世代が含まれる。

現在英国において活躍するアジア系作家の多くは、移民第二世代、第三世代にあたる。移民第一世代と二世以降では、当然のことながらその帰属意識やアイデンティティの在り方に、様々な差異が存在する。そしてその差異はまた、移民文化表象の多様化へとつながる。移民文化とは、現在実際に生活している場、つまりホームと自分のルーツである場、ホームランド、この二つの文化の混合であるという見解が一般的であった。しかし昨今ではホームの文化を否定し、ホームランド文化のみに価値を置くといった、ピュアリティ、いわゆる伝統回帰や原理主義化につながるケースも指摘されている。例えば Hanif Kureishi や Zadie Smith の作品においては、若者のイスラム原理主義化によってそれが非常にうまく描き出されている。ホームの文化、つまり白人主体のイギリス主流文化から排除され、周縁であることに苦い失望を感じ続けた移民二世以降は、価値の逆転を図るため、独自の文化アイデンティティの確立を試みるのである。彼らのその文化アイデンティティならびに帰属意識は、何によって形成され強化されるのか。宗教、教育、ファッション、音楽、言語など様々な要因が考えられるが、本報告では家族、特に親子関係に着目する。

2000年代に発表されたアジア系英国作家の話題作には、名誉殺人や強制結婚を主題にしたものが多く目につく。そこでは親子関係はたいてい緊張をはらんだものであり、特に父親ならびに兄は家族の中の年少者および女性に対する暴君として描かれる。このような「家父長制」文化の強調は、アジア系社会に対する一般的なイメージに沿ったものであり、そしてそのイメージを強化するものだといえるだろう。しかしアジア系作家の作品において、家族のあり方、親子の関係は決して画一的に表象されてはいない。同時期に発表された若手男性作家によるいくつかの作品では、父親は暴君というよりは不在がちで非常に影の薄い存在であり、逆に母親が強烈な存在感を持って描かれている。本報告ではこのような親

子関係を、Bali Rai、Gautam Malkani、Nirpal Singh Dhaliwalら現在活躍中の若手男性作家の作品を取り上げて考察する。これらの作品において、母親は「伝統」ならびに「ホームランド文化」を代表し、息子たちはそれと「ホーム文化」との間に揺れながら成長する。彼らの奮闘する姿に、現代英国におけるアジア系のアイデンティティ形成ならびに帰属意識確立の一過程をみる。

発表者紹介

小松 久恵 (こまつ ひさえ)

所属：北海道大学スラブ研究所 (プロジェクト研究員)

専門：ヒンディー文学、インド文化論、インド国内外の文学におけるインド表象

関連業績：

「アメリカ人が描いた 20 世紀初めインドの輪郭—Mother India (1927) を読む」奥山直司・田中雅一編『コンタクト・ゾーンの人文学』第 4 巻 晃洋書房 2011 年 4 月 (刊行予定)  
*Stri Asmita Ki Kho: Hindi Kshetra Mein Stri Dvara Stri-Vimarsh*, Vani Prakashan, (forthcoming).

‘Women of Virtue: a case study of Janakidevi Bajaj (1892-1979)’, Unita Sachidanand & Teiji Sakata (eds.), *Imaging India Imaging Japan, A Chronicle of Reflections on Mutual Literature*, Manak Publications, 2004, pp.214-218.

## UK エイジアン音楽の現状とパンジャービー音楽の位置づけ

—Jay Sean と Imran Khan を中心に—

栗田 知宏

本発表は、在英南アジア系移民によるポピュラー音楽(以下、UK エイジアン音楽と表記)の現状を概観するなかで、特に Jay Sean と Imran Khan というパンジャービー系歌手に焦点を当てる。そして、彼らの音楽を UK エイジアン音楽全体のなかに位置づけることを通じて、UK エイジアン音楽の特徴と傾向についての把握を試みるものである。

イギリスでは、第二次大戦後の経済復興のために 1950 年代から 60 年代にかけてインド亜大陸から多くの労働者が流入し、さらに 60 年代から 70 年代にかけて扶養家族の呼び寄せが進んだ。UK エイジアン音楽の誕生は、こうした移民の流れと密接な関わりを持っている。イギリスに生活の基盤を置くようになったパンジャービー系移民が、文化的アイデンティティの重要性の自覚から、結婚式やコミュニティの行事でバングラ (パンジャーブ地方の民俗音楽) を演奏するようになり、アマチュアのバングラバンドが登場するようになった。そして 80 年代に入ると、バングラはシンセサイザーやドラムマシンなどの電子音との融合によってよりポップなものとなり、またクラブでかかることによってパンジャービー以外のエイジアンの若者にもアピールするようになる。さらに 80 年代後半から 90 年代

にかけては、デジタル技術の発展により、バングラのみならずボリウッド音楽やカウリーのリミックスや、レゲエやヒップホップなどのダンスミュージックとの融合がさかんになった。こうした「クラブカルチャー」や「ダンスミュージック」としての性格が、現在のUKエイジアン音楽の根幹を成している。現在もアーティストやDJの多くがパンジャービー系であり、バングラやパンジャービー語で歌われる楽曲を聴く機会は非常に多い一方で、グジャラーティー語やベンガル語などのポピュラー音楽の楽曲は、移民人口の相対的な多さにもかかわらず一般的には皆無に近い。英語で歌うパンジャービー系歌手も少なくないが、多くはパンジャービー語とのミックスである。

Jay Sean (インド系) と Imran Khan (パキスタン系) の2人のパンジャービー系歌手は、前者は英語で、後者はパンジャービー語で歌うという違いはあるものの、バングラや南アジア系の楽器を用いたエイジアン・サウンドを排した楽曲により大きな成功を収めたという点で共通している。しかし、エイジアン・サウンドからは距離を置く一方で、2人とも南アジア的な要素を完全に切り捨ててはならず、むしろ自らの活動にオリジナリティを付加するものとして記号的に用いている様子がうかがえる。

発表では、この2人の音楽活動をはじめ、楽曲やアーティストの人気を測るためのいくつかの指標、近年のトレンドなどにアプローチすることによって、UKエイジアン音楽の現在と今後の展望についてのコメントを加えたい。

#### 発表者紹介

栗田 知宏 (くりた ともひろ)

所属：東京大学大学院人文社会系研究科 (博士課程)

専門：文化社会学、ポピュラー音楽研究、在英南アジア系移民研究

関連業績：

2007 「『エミネム』の文化社会学—ヒップホップ／ロックの真正性・正統性指標による『差別』表現の解釈—」『ポピュラー音楽研究』11、3-17頁。

2008 「エイジアン・アイデンティティ in the UK—若者たちの『自分』表現—」『パンドラ』Vol. 2、SIDE-B、536-545頁。

2009 「『差別表現』の文化社会的分析に向けて—ヒップホップ〈場〉の論理に基づく意図と解釈を事例に—」『ソシオロゴス』33、140-162頁

## ローカル神とメディアとのつながり

—ケーララ州の神霊がグローバルに拡がるとき—

竹村 嘉晃

本発表は、南インド・ケーララ州北部を中心に祀られている神霊信仰を事例に、多様なメディアとのつながりに焦点をあてながら、その信仰がローカルな文脈を越えて州内外や

国外へと拡がり始めている今日の状況について考察する。

ケーララ州北部のローカルなヒンドゥー社会では、テイヤム *Theyyam* と呼ばれる神霊とその祭祀が盛んにおこなわれている。テイヤム祭祀は、指定カーストの男性が自らの身体に神霊を呼び降ろした後、神と一体化した姿で人びとの前に現れ、祝福と託宣を与えるものである。テイヤムの種類は、女神のバガヴァティをはじめ、祖先神や守護神、戦死した戦士、カーストの掟を破ったかどで殺された男女、虎や蛇の動物霊など多岐にわたり、その数は400以上にのぼるといわれる。祭祀のシーズンにあたる10月中旬から6月初旬には、同地域内のタラワードゥ（合同制大家族またはその屋敷）の祠やカースト寺院などから、祭祀を彩る太鼓の音色が夜を徹して鳴り響いている。

テイヤムは、同地域における多くの人びとの宗教や社会生活の中心となっている傍らで、今日では州を代表する「民俗芸術」という肩書きと共に、本来の文脈から逸脱した複数の場にも現れている。州政府が主催する観光・文化イベントはもとより、共産党の政治集会やパレード、宗教的指導者の集会や国内外での舞台公演、さらには中東の移民社会で行われる祭典などにテイヤムは「出演」している。また、新聞や雑誌といった活字媒体に限らず、観光産業における様々なパンフレットや土産物、商業宣伝広告や写真展、映画やテレビ番組のドキュメンタリー、さらにはインターネットといった複数のメディアを通じてそのイメージが繰り返し再生産され、人びとの間で享受され続けている。

一方、数あるテイヤムのなかでも、ここ十数年来、ムッタッパン *Muthappan* と呼ばれる英雄神とその祭祀が著しい隆盛をみせている。産業基盤の乏しいケーララでは、中東産油諸国へ渡った出稼ぎ移民たちによる送金のもと、住宅建築のブームや土地価格の高騰、消費レベルの上昇が起こっている。とりわけ州北部では、送金をもとに建てられた家の新築祝いにおいて、ムッタッパン祭祀が盛んに奉納されるようになっている。近年では、結婚、懐胎、就職、試験合格などさまざまな祈願成就を目的に、個人宅や寺院以外の場でも祭祀奉納が頻繁におこなわれている。また、コミュニティ・レベルでは、ムッタッパンを祀る祠の新たな建立や、それまで廃れていた祠を再建する動きも活発化している。さらに、こうしたムッタッパン信仰の隆盛は、ローカルな文脈を越えた州内の都市部をはじめ、デリーやムンバイ、チェンナイといった国内の大都市のほか、中東のドゥバイやマレーシアで暮らすケーララ出身の移民コミュニティにまで拡がりをみせている。

本発表では、ローカルな場を越えて拡大するムッタッパン信仰の現代的状況を照射する。とりわけ、すでに指摘されている活字や図像画、カセットテープといった複数の媒体による影響や商品経済化の議論にくわえ、インターネットによる情報発信にも着目し、信仰が拡大する今日の動態について、活発化する人の移動やメディアとの関わりから考察する。また、こうした文化の流動化現象がローカルな文脈へと跳ね返るうねりにも留意し、祭祀の実践レベルやその担い手たちの社会・経済的側面の変容についても考えていく。

発表者紹介

竹村 嘉晃（たけむら よしあき）

所属：国立民族学博物館（外来研究員）、和歌山県立医科大学・立命館大学（非常勤講師）

専門：文化人類学、芸能研究

関連業績：

「神々のゆくえ—現代インド・ケーララ社会における儀礼パフォーマンスの多元的表象」『民族藝術』23号、2007年、121-129頁。

『アニヤラ』から『カクテル・パーティー』へ—海外に登場するインドの儀礼パフォーマンス」大阪大学 21 世紀 COE プログラム「インターフェイスの人文学」研究報告書 2004-2006：『トランスナショナリティ研究』3巻、2007年、247-266頁。

「儀礼パフォーマンスの技量とローカルな審美眼—南インド・ケーララ社会におけるムッタッパン信仰の隆盛」『人間科学年報』26号、2005年、199-218頁。