

令和 2 年 7 月 8 日現在

機関番号：22301

研究種目：基盤研究(C)（一般）

研究期間：2015～2019

課題番号：15K03047

研究課題名（和文）インド・イスラーム表象の観光化と芸術化：テーマパークとモダンアートを中心に

研究課題名（英文）Representations of Islam in India: An Inquiry into Theme Parks and Contemporary Arts.

研究代表者

小牧 幸代 (KOMAKI, Sachiyo)

高崎経済大学・地域政策学部・教授

研究者番号：20303901

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 3,700,000円

研究成果の概要（和文）：経済発展を遂げた21世紀のインドでは、宗教の商品化が急速に進行し、観光や芸術の分野でも、宗教政治の領域と商品経済の領域が重層的に交差している。本研究では、インドにおけるイスラーム表象のあり方と、それに伴う商品化の問題が、どのような宗教文化的・政治経済的な解釈を許すものであり、また現代インドという枠組みの中で、どのように位置づけられるものであるのかを、テーマパークにおける「イスラーム風アトラクション」と新ジャンルの「イスラーム的現代アート」の事例に即して明らかにした。

研究成果の学術的意義や社会的意義

本研究の学術的・社会的意義は、インド・イスラームの自己表象としての「イスラーム的現代アート」の事例研究において、現代アートという一点物のイスラーム商品の開発が、中国製の大量生産された安価な宗教商品への挑戦であることから、宗教商品の二極分化とグローバリズムの一面が解明できたこと、そしてテーマパークにおける「イスラーム風アトラクション」の分析に際し、博物館展示の政治性を指摘するアプローチ法を応用することで宗教政治の要素を拾い上げ、他者として表象され、商品化・観光化されるイスラーム・イメージの具体相を明らかにできたことである。

研究成果の概要（英文）：In the economically developed India of the 21st century, the commercialization of religion has proceeded apace, while domains of religious politics and commodity economics have been intersecting in multilayered ways, even in the fields of tourism and the arts. This study looks at “Islamic-style attractions” in theme parks and the new genre of “Islamic contemporary art” to explore potential religious, cultural, political, and economic interpretations of Islamic images in India. Further, the study examines the issues concerning its commercialization of religion to determine its place within the framework of present-day India.

研究分野：文化人類学、南アジア地域研究、インド・パキスタンのイスラーム研究

キーワード：テーマパーク 現代アート インド イスラーム ナショナリズム 宗教 商品 観光

## 1. 研究開始当初の背景

インド・イスラームの自己／他者表象は、英国人による植民地統治のための論考と、それに応じる形で提出されたイスラーム改革思想・運動の指導者による一連の著作、さらにインド・パキスタン分離独立後のインド残留ムスリムによるアイデンティティ構築のための自分史的研究、1980年代後半以降に台頭したヒンドゥー・ナショナリズムへの反応としてのイスラーム主義への傾倒、低カースト・ムスリムへの留保制度適用と関連したムスリム社会におけるヒンドゥー的要素への注目、そしてヒンドゥーとの宗教的調和の象徴として取り上げられがちなイスラーム聖者信仰現象など、その多くが宗教政治の文脈で、ヒンドゥー教・ヒンドゥーの存在を念頭に置きつつ論じられる傾向にあった。

## 2. 研究の目的

本研究では、経済発展を遂げた 21 世紀のインドの状況を反映し、宗教政治が商品経済と交差する地点に焦点を当てて、インド・イスラームの自己／他者表象を捉え直す。具体的には、2000 年代に急増したテーマパークの「イスラーム風アトラクション」（観光化）の事例と、2010 年代になって本格始動した「イスラーム的現代アート」（芸術化）の事例を取り上げる。

まず、テーマパークの「イスラーム風アトラクション」に関して、本研究では 2013 年にムンバイ近郊にオープンした「アドラブズ・イマジカ」（Adlabs Imagica）の事例分析をおこなう。ボリウッドの大手映画配給会社が「世界に通用するインドの物語」をテーマに掲げて建設したこの巨大な娯楽施設では、ボリウッド映画、インドの広大な国土と豊かな自然・文化・民族、そしてヒンドゥー神話を題材とした「ヒンドゥー・ナショナリズムのアトラクション」群が人気を集めている。陽気で荘厳なこれらとは対照的なのが 2 つの「イスラーム風アトラクション」である。一方の「アリババと 40 人の盗賊」は、盗賊たるムスリムを標的にしてライフル銃を撃ちまくるシューティング・ゲームであり、もう一方の「サリームガルの呪い」は、ムガル皇帝の「残虐行為」を題材としたホラーハウスである。ここには「ヒンドゥー・ナショナリズム」に対置される「イスラモフォビア」（イスラーム恐怖症・イスラーム嫌悪）の色彩が濃厚に表れている。

つぎに、「イスラーム的現代アート」に関して参照点となるのが、ヒンドゥーのポスター宗教画である。21 世紀に入って以降、ヒンドゥー・ポスター宗教画は現代アート化する傾向にある。新しいテイストを好む「新中間層」からの要望が強いからである。これに対してイスラーム宗教画の現代アート化は 2010 年代になって本格化したため、ポスター化は進んでいない。本研究では、南インドの主要都市ハイデラバードのアトリエを舞台に、イスラーム主義の枠内に留まったまま豊かな芸術的感性を支援し開花させようとするパトロン・画家・弟子たちの文化的・経済的営為に注目する。ムスリム画家に弟子入りした若者の中には、将来は画家として生計を立てたいと語るイスラーム主義者もいる。商品としての芸術作品の制作がイスラームの自己表象に直結する様子を、アトリエに集う人びとのライフストーリーや創作活動の調査をとおして明らかにしていく。

以上のように本研究は、宗教政治の領域と商品経済の領域の交差点に位置する「テーマパーク＝観光」と「現代アート＝芸術」の分野から、改めてインド・イスラームを捉え直すことで、そこから見えてくる自己／他者表象とその商品性を解明しようとする。

### 3. 研究の方法

まず、「イスラーム風アトラクション」に関して、事例研究の中心となるアドラブズ・イマジカにおいて、アトラクションの 1)企画・制作、2)広報・宣伝、3)体験・消費という3つのレベルに分けて、テーマパークの運営会社の会長および幹部、テーマパークの支配人、テーマパークのスタッフ、テーマパークの団体客と個人客などにインタビュー調査をおこなった。比較分析のために、アドラブズ・イマジカと同程度の大型テーマパークでも調査を実施した。また、バングラデシュやマレーシア、インドネシアなど、イスラームが優勢な国や、仏教やキリスト教が優勢な国でもテーマパークのテーマ設定やアトラクションの内容に関する調査を実施することで、上記 1)～ 3)の調査結果の相対化を試みた。

他方、「イスラーム的現代アート」に関しては、画家・弟子・パトロンライフヒストリーを聞き書きすることから調査を開始し、作品に託された思いや私的な解説、自身およびインド・イスラームの現代アート界の将来的展望などについても記録した。

### 4. 研究成果

本研究では、アドラブズ・イマジカにおける「イスラーム風アトラクション」の調査事例を分析するため、インド各地、アジアやヨーロッパ、そして日本の大型テーマパークでも、比較可能なアトラクションの調査を実施した。その結果、イスラーム表象の3つのパターンが浮かび上がった。第一に中東風の衣装・食事・建物を介して、異文化としてのイスラームを表象するパターン、第二にナショナリズムを喚起するシンボルやイメージを介して、自文化としてのイスラームを表象するパターン、第三にイスラームとの距離感を演出することで、他者としてのイスラームを表象するパターンである。そして、アドラブズ・イマジカの事例は、第三のパターンに該当することが明らかとなった。

この背景には、近年のインドにおける宗教政治、すなわち 1980 年代後半に活発化し、1990 年代以降、政治の表舞台に立つようになったヒन्दゥー・ナショナリスト政党の影響があると考えられる。テーマパークは非日常の時間や空間を楽しむ娯楽・観光の施設であるが、政治状況や社会情勢から決して自由ではないことを指摘できるだろう。

他方、現代アートに関する研究は、最終調査が新型コロナウイルス感染拡大の影響でキャンセルになってしまった。しかし、パトロンと画家へのインタビュー、および作品の記録（写真撮影と解説録音）は完了している。研究期間内に公開することができなかった成果について、早急にとりまとめて一般公開する予定である。

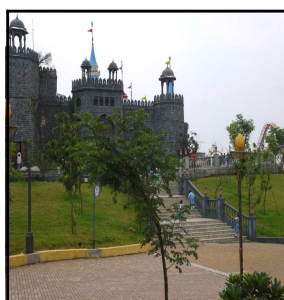


写真:アドラブズ・イマジカの入り口(左)、サリームガルの呪い(中)、アリババと40人の盗賊(右)

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計6件（うち査読付論文 1件/うち国際共著 1件/うちオープンアクセス 2件）

1. 著者名 KOMAKI Sachiyo	4. 巻 special issue
2. 論文標題 Islam and the Self-Representation of Punjabi Muslims in Pakistan: A Case Study of the Exhibition of Holy Relics in the Badshahi Masjid, Lahore.	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 Islamic & Sufi Studies in Academia: Rethinking Methodologies.	6. 最初と最後の頁 243-262
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 該当する
1. 著者名 小牧幸代	4. 巻 第53巻
2. 論文標題 「インドにおけるテーマパーク産業の発展と課題：アドラズ・イマジカのアトラクションに関する人類学的考察」	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 『産業研究（高崎経済大学地域科学研究所紀要）』	6. 最初と最後の頁 61-75
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） /10.20635/00000877	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -
1. 著者名 小牧幸代	4. 巻 2016-02
2. 論文標題 イスラーム復興と宗教商品をめぐるグローバルビジネス：現代南アジアにおける聖遺物信仰の再活性化とその背景	5. 発行年 2016年
3. 雑誌名 高崎経済大学地域政策学会ディスカッション・ペーパー	6. 最初と最後の頁 1-12
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -
1. 著者名 小牧幸代	4. 巻 2016-03
2. 論文標題 パキスタン系移民社会と強制結婚：ノルウェーの事例を中心に	5. 発行年 2017年
3. 雑誌名 高崎経済大学地域政策学会ディスカッション・ペーパー	6. 最初と最後の頁 1-12
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 小牧幸代	4. 巻 4月29日
2. 論文標題 「パキスタン、神学校で若者育成、越境するテロ集団運動」	5. 発行年 2015年
3. 雑誌名 『中外日報』中外日報社	6. 最初と最後の頁 p.
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 小牧幸代	4. 巻 8月号
2. 論文標題 「インドのテーマパーク」	5. 発行年 2015年
3. 雑誌名 『月刊みんぱく』国立民族学博物館	6. 最初と最後の頁 p.7
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている (また、その予定である)	国際共著 -

〔学会発表〕 計1件 (うち招待講演 0件 / うち国際学会 1件)

1. 発表者名 KOMAKI Sachiyo
2. 発表標題 The Cult of Islamic Relics and the Religious Goods in Contemporary India.
3. 学会等名 WOCMES : World Congress for Middle Eastern Studies Seville (国際学会)
4. 発表年 2018年

〔図書〕 計1件

1. 著者名 小牧幸代	4. 発行年 2019年
2. 出版社 高崎経済大学地域科学研究所	5. 総ページ数 34頁
3. 書名 高崎経済大学ブックレット 高崎市の遊園地 : カップピアからケルナー広場へ	

〔産業財産権〕

〔その他〕

-

6. 研究組織

	氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考
--	---------------------------	-----------------------	----