

テーマパークにおけるテーマ性のゆらぎとヴァナキュラーなもの ——現代インドの事例を中心に——

小牧 幸代*

Vernacular shakes up Thematic Coherence of Theme Parks:
A Case Study from Contemporary India

KOMAKI Sachiyo

In researching theme parks, we often come across cases that force us to rethink the definition of a theme park. This has to do with the fact that in the process of parks changing the facilities and appearance of their parks in response to the needs of visitors, the consistency of the theme is shaken, either by design or as a result. Aren't theme parks, by their very nature, entertainment tourism facilities where there should be a unifying theme? Certainly, Disneyland in the USA was and is a theme park with a consistent theme based on Waltism. However, there are cases where thematic consistency breaks down, as in the case of Tokyo Disney Resort's abandonment of thoroughgoing Waltism-based theming. This paper focuses on the case of "India's first Disney-style theme park," which, like Tokyo Disney Resort, has experienced a breakdown in thematic consistency. In general, theme park attractions with a strong edutainment orientation tend to be covered with monumental themes that symbolize nationalism, just like museum exhibits. However, when the needs of visitors are given priority, vernacular elements that have nothing to do with nationalism must be introduced gradually. This paper suggests that such a visitor-first policy, which leading to the introduction of vernacular, may have shaken the thematic coherence of the theme park.

I. はじめに

テーマパークの調査をしていると、テーマパークの定義を再考せざるをえなくなるような事例に、しばしば出くわす¹⁾。それは、パーク側が来園者のニーズに応じてパーク内の設備や様子を変化させる過程で、計画的に、あるいは結果的に、テーマの一貫性が揺らぐことと関連している。アミューズメントパークとは違って、テーマパークとは本来、統一的なテーマ性が存在することが前提の娯楽観光施設なのではないか。

たとえば、1955年に開園したアメリカのディズニーランドについて、能登路は、それ自体がひとつの映画作品のように設計された場所であり、訪問客を映画のスクリーンのなかの世界に引き込み、映画の世界の「参加者」に仕立てあげたうえで、五感の全てをコントロールしようとする強力な媒体だと論じた。そして、ディズニーランドを元祖とするテーマパークを、「あるテーマに沿って、建築様式、造園、娯楽の内容、登場人物からレストランのメニュー、販売する商品、従業員の制服、ゴミ箱の形や色彩に至るまで、すべての要素がバランスよく助け合い、調和のとれたひとつの世界を創り出すという考え方」に基づいた施設だと定義し、遊園地=アミューズメントパークと

* 高崎経済大学地域政策学部教授

1) ルーカスは著書『テーマパーク』の序文で、「テーマパークに関する私の最大の関心事のひとつは、テーマパークを定義することの難しさである」と幾つもの例をあげて述べている [Lukas 2008: 8]。

の違いを強調した〔能登路 1990: 41–42〕。

しかし、テーマパークのなかには、途中からテーマ性が崩壊したり希薄化したりするものもある。東京ディズニーリゾートの事例に基づき、新井〔2016〕は、テーマ性の崩壊・希薄化の過程を「脱ディズニー化」と表現し、「D ラタ」と呼ばれる熱狂的なリピーターの消費行動に注目しながら現象の解明を試みた。そして、ウォルト主義的なディズニー世界の日本のカスタマイズ、もしくはアメリカ的な積分的文化に対する日本的な微分的文化、という観点を導入することで、東京ディズニーリゾートが多様なニーズをもつ D ラタを受け入れるために戦略的にウォルト主義的なテーマの希薄化を推進してきたこと、さらにテーマ性を希薄化することで熱狂的に支持され続けていること、を明らかにした。

本論考で取り上げるのは、東京ディズニーリゾートと同様、「テーマパークというより、何でもありのごちゃまぜの空間」〔新井 2016: 10〕へと変容した「インド初のディズニー式のテーマパーク」の事例である。このパークでも、来園者のニーズを優先したことでテーマの一貫性が崩壊・希薄化した。具体的には、オープンから数年後に、小さい子どもでも遊べるような身長制限のない遊具や、人気のアトラクションから別の人気のアトラクションへと移動する際にちょっと立ち寄りたくなるような緑日タイプのブースがパーク内のあちこちに出現したり、バックグラウンドストーリーを映し出すためのモニターがアトラクション施設から取り外され、フードコートで接客用に流用されたりするなどの変化が生じたのである。それによって、来園者の満足度や利便性は向上したかもしれないが、パーク全体やエリアごとにシェアされていたテーマの統一性は、かなり損なわれてしまったと筆者には感じられた。

本論考では、この事例の分析にあたり、ジョルダン・サンド〔2021〕が東京を観察する際に用いた「モニュメンタルなもの」と「ヴァナキュラーなもの」という対比を採用する。一般に、エデュテインメント志向の強いテーマパークのアトラクションは、博物館の展示と同じように、ナショナルリズムの象徴となるようなモニュメンタルなテーマで覆われがちである。しかし、来園者のニーズを優先すると、徐々に、ヴァナキュラーな要素を導入せざるを得なくなることがある。そこで、テーマ性を付与され上から下への教化的なイデオロギーを有するアトラクションを「モニュメンタルなもの」、幼児向けの遊具や緑日タイプのブースなど日常性と地続きなものを「ヴァナキュラーなもの」と捉えたい。両者をごちゃまぜになって織りなすパーク空間について考えてみたい。なお、ここで言う「モニュメンタルなもの」とは、具体的には国家やナショナルリズムに関連づけられ、多くが固有名をもっているものであり、「ヴァナキュラーなもの」とは、その土地や風土に特有の、権威をもたない、無名の、何の変哲もない、どこにでもあるようなものである。

以下では、まず、事例となるパークの誕生の経緯と構成、注目したいアトラクションの内容を詳しく紹介する²⁾。次に、オープンから数年後に生じた変化の詳細を見ていく。そのあとで、モニュメンタルなものやヴァナキュラーなものとの混在によって織りなされる空間が、どのような性質をもつものかを考察する。最後に、テーマパークにおけるテーマ性について検討することにした。

II. 「インド初の国際基準のテーマパーク」としてのイマジカ

2013年4月、インド最大の商業都市ムンバイと学園都市プネーの中間に位置する高原に、「インド初の国際基準のテーマパーク」として「アドラブズ・イマジカ」(Adlabs Imagica)は誕生した。こ

2) 本稿では、事例として取り上げるテーマパークのオープン当初の様子に関して、多くを拙稿〔小牧 2018〕に依拠している。

のテーマパークは、インドにおける映画産業の一大拠点である「ボリウッド」の大手映画配給会社「アドラブズ・エンターテインメント」(Adlabs Entertainment Limited)が、総工費約290億円と4年の歳月をかけて建設した豪華な娯楽施設である[Biraia 2012]。その後、2020年7月、パークを運営する映画配給会社アドラブズ・エンターテインメントは、社名を「イマジカワールド・エンターテインメント」(Imagicaa World Entertainment Limited)に変更した。これに伴い、テーマパークの名称もアドラブズ・イマジカから「イマジカ」(Imagicaa)に変わった³⁾。混乱を避けるため、以下では新名称の「イマジカ」のみを使用し、議論を進めていく。

さて、イマジカの誕生について、同社のマンモハン・シェーティー会長は「テーマパークを開業するにはインドはまだ成熟していない、と米ディズニー幹部に言われ、自分でやろうと思った」という。ディズニーやユニバーサルなどのテーマパーク業界大手が、インフラや用地確保、コスト意識の強い顧客といった点を懸念したり、インド進出を見送ったディズニーが上海で35億ドルのテーマパーク建設計画を進めたりしていることに対抗した発言であるらしい[Biraia 2012]。

アメリカのテーマパーク業界大手がインド進出に難色を示す理由のひとつは、顧客のコスト意識の強さゆえに、経営がチケット代収入に大きく依存している点にあるとされる[Biraia 2012]。確かに、インドの多くの遊園施設にはオリジナル商品がほとんどない。飲食店や土産物屋はあるものの、品揃えは移動式遊園地の屋台や縁日で買えるような安物ばかりである。売れないと考えているからである。だが、イマジカは違う。飲食とグッズの両方で、オリジナル商品を多数用意しているのである。

この点で、ディズニーランドやユニバーサル・スタジオのように映画会社が創ったテーマパークであるイマジカは、インドの他の遊園施設とは一線を画している。根本[1990]によれば、「映画会社の創ったテーマパークでは、映画のストーリーを疑似体験することで登場人物になった錯覚を起こさせ、その高揚感に基づく新たな行動がビジネスに結びつく。そのひとつが当該パークでのみ可能な飲食と買い物である。映画館での飲食と買い物には限界があるが、テーマパークでは無限の可能性があるのである」。

テーマパーク先進国の経営手法を参考にしながら、イマジカの建設は進められた。しかしそれは、単なる模倣に終始せず、経済発展の恩恵を大いに受けている「新中間層」⁴⁾の嗜好に合うよう、「輝かしいインド」(India Shining)的世界観に基づく解釈や変更が施された、極めて個性の強いアトラクション群を擁するテーマパークとなった。「輝かしいインド」とは、ヒンドゥー・ナショナルリスト政党であるインド人民党(Bharatiya Janata Party: BJP)が、2004年の国勢選挙で使用したスローガンである。「輝かしいインド」という宗教政治的な色彩の濃いイマジカのパーク構成やアトラクションとは、実際にどのようなものなのか。次に、その具体相に迫っていきこう。

3) <https://www.imagicaa-world.com/media_center/announcement-for-change-of-company-name/>

4) 1991年の対外市場開放政策以降、インド経済は成長軌道に乗り、1人あたりGDPも増えて「中間層」の厚みが増した。80年代末に1億人程度と見積もられていた「旧中間層」が「政府機関や国営企業の中堅以上の幹部や村落部の地主層など」で構成されていたのに対し、新中間層は「経済自由化後の急速な経済発展のなかで躍進する民間企業の管理職や専門職に就く人びとやその家族、またその予備軍で、学歴も高く不動産や耐久消費財を購入できるだけの収入のある、経済構造改革の申し子ともいえる存在」である。2000年代半ばの推計によれば、新旧を合わせた中間層の合計は、約3億人弱との説もある。中間層に分類される人びとの間では空前の消費ブームが起き、とくに「新中間層」と呼ばれる新しい社会階層が都市部で急成長したことで、消費ブームの規模が大きくなった。「欧米のライフスタイルを積極的に取り入れる」傾向がある新中間層を中心に、都市生活者の消費の仕方や余暇の過ごし方には大きな変化が生じたと言われる[三尾 2010; Fernandes 2006]。

III. インド・エリアとアラビア・エリアのアトラクション

イマジカは、6つのテーマに基づくエリアで構成されており、各エリアの建物の外観やレストランのメニュー、アトラクションの種類や内容、ギフトショップなどは、まさしくディズニー式に、ステレオタイプ化されたエリア・イメージに基づいて統一されている。すなわち、アメリカナ (Americana) が西部開拓時代と絶叫マシーン、ヴィヴァ・ヨーロッパ (Viva Europa) はファンタジーの世界とエンターテインメント・ショー、アジアナ (Asiana) は360度シアターとアニメ映画、ジャンボ・アフリカ (Jambo Africa) はエスニックなオブジェと恐竜の時代、アラビア (Arabia) はアラビアンナイトと銃撃戦、そしてインド (India) は古代から近未来へと続く壮大な歴史物語 (ヒンドゥーの崇高な神話の時代、中世ムスリム王朝期の恐怖、多民族国家としての現在、大ヒット映画に描かれた近未来的冒険) といった具合に、それぞれのエリアがローカルな仕方で解釈され表象され演出されている。以下では、とくにインド・エリアとアラビア・エリアのアトラクションに絞って紹介する⁵⁾。

1. 古代ヒンドゥー教の神々と出会う崇高なアトラクション

インド・エリアで最初に紹介したいアトラクションは、古代ヒンドゥー教における三神一体 (トリニティ) の成立過程をテーマにした「神々の怒り」(Wrath of the Gods) である。本物の岩山を削ったかと勘違いするほど見事なハリポテ洞窟には、壁面にインドの神々のレリーフがある。奥へ奥へと進んだところで百人程度が立てるくらいの広がりがあり、そこでスタッフからの説明がある。やがて岩の扉がゆっくりと左右に開き、暗がりのなかをさらに進むと、発掘作業現場にたどり着く。そこに考古学者の扮装をしたスタッフが現れて、廃墟と化した寺院の鍵を発見したことと、その歴史的意義を講義する。つまり、ここで語られるのは、ディズニーの「バックグラウンドストーリー」に相当する物語である。

考古学者に扮したスタッフが鍵を使って寺院の扉を開けると、大きな池に浮かんだ島があり、その浮島までゲストは歩いて行く。そして百人ちかくのゲストが寄り添うように立っていると、ぐるりと取り囲んだ壁に風の神、水の神、火の神が現れて、誰が至高神かをめぐって争い始める。ゲストは、この争いのとぼっちを受け、揺らぐ地面に足元もおぼつかないまま、風の神が送り出す突風と、水の神が巻き起こす水しぶき、さらに火の神が放射する火炎を交互に浴びてパニック状態になる。

何度も続く力比べのあとで、ようやく互いの力を認め合った神々は、オームというサンسكريット語の神聖な文字のなかに収斂して三神一体となる。感動的なクライマックスを迎えたのち、ずぶ濡れになったゲストは荒ぶる神々と闇の恐怖からほぼ同時に解放され、美しい三色のオームの文字で照らされた出口へと誘われる。狭く暗い洞窟から広く明るい日差しの下へ、神話の時代から現代へと時空を瞬間移動する際の開放感は、幸福感とも言い換えられる。この荘厳な雰囲気包まれたアトラクションを通じて、ゲストは古代ヒンドゥー教の世界を体感したかのような不思議な感覚にとられるかもしれない。

2. 中世インドのムスリム支配者の残虐さを体験するアトラクション

次に、ムガル朝第6代皇帝アウラングゼーブの「残虐行為」を題材とした「サリームガルの呪い」(Curse of Salimgarh) というホーンテッドハウスに入ってみよう。このアトラクションでは、4人

5) イマジカでの調査は2013年9月、2016年9月、2019年9月に実施した。

掛けのコースターに乗ったゲストたちが、薄暗い窟のなかにゆっくりと吸い込まれていく。

サリームガルとは、ムガル朝第2代皇帝フマーユーン(在位1530–39, 1555–56)を倒してデリーにスール朝(1539–55)を築いたシェール・シャー(在位1539–45)の息子のひとりサリーム・シャーが、1546年にデリーに建造した宮殿である。のちにフマーユーンはデリーに戻ってムガル朝は復活するのだが、第6代皇帝アウラングゼーブ(在位1658–1707)の時代に、第3代皇帝アクバル以来の穏健で融和的な宗教政策が一転してスンナ派の教義に基づく強硬なものとなり、シーア派、ヒンドゥー、ラージプート、マラーター、シクなどの抵抗にあう。この時期、サリームガル城は抵抗勢力を捉えて罰するための牢獄に転用されたようである。また、アウラングゼーブ帝の長女ザイブンニサーは1681年、弟が父帝に対して起こした反乱に関与したとしてサリームガル城に幽閉され、そのまま生涯を閉じたとされる(1702年)。

ホーンテッドハウスでは拷問の道具や死刑執行人、折り重なる負傷者や死体、髑髏など死苦をイメージした陰惨な風景とともに、美しい皇女の泣き声と変わり果てた姿、さらに何度も近づき接触してくるムスリム風の出で立ちのお化けたちによって、この世のものとは思えない恐怖を、最初から最後まで味わい続けることになる。

ところで、コースターに乗る順番を待つ間に、モニターに映し出される動画を介してゲストはバックグラウンドストーリーを知る。動画に登場するのは北インドのムスリムの格好をした腰の曲がった老人で、恐怖感を与える背景や音響とともに次のようなヒンディー語の台詞を吐く。「サリームガルはあなたを歓迎しない。この城は築300年以上。アウラングゼーブ帝にはザイブンニサーという娘がいた。彼女はアシュラフ王子に恋をしていた。そのことを父であるアウラングゼーブ帝が知るところとなり、怒りから彼女を城に監禁した。サリームガルには、今も彼女の魂がさまよっている。サリームガルはあなたを歓迎しない。はっはっはっはっはっ……」。

さて、2013年のオープン当初は、モニターで再生されるのはバックグラウンドストーリーだけであった。しかし、テーマパークのすぐ側にテーマホテル(Novotel Imagicaa Khopoli)が建てられて以降は(遅くとも2016年9月の調査時には)、ホテルの宣伝画像も流されるようになった。加えて、ホーンテッドハウス内部にも目に見える形で変化が感じられた。拷問の道具や死刑執行人、折り重なる負傷者や死体、髑髏など死苦をイメージしたオブジェが、当初よりもかなり減っていたのである。理由は不明だが、その分、リアルにおどかしてくるお化けの数が増えて、恐怖感は倍増した。

3. 現代インドの美しい国土と人々を鳥瞰するアトラクション

3つめに、インドの豊かな国土を鳥瞰するアトラクション「アイ・フォー・インディア」(i for India)について見ていこう。ここでも、建物に入るとまずモニターがあり、企画段階から空撮許可を取るまでの苦労話やヘリコプターで飛行する様子などがメイキング映像で紹介される。そのあと、パークスタッフから各種の説明がある。そして、巨大スクリーンの前に一人掛けのリフトがずらりと並んでいるホールに通され、それぞれ好きな場所に座って安全器具を固定する。

まもなく、リフトは後部に行くほど座席がせり上がり、全員が巨大スクリーンを眺望できるところまで上昇して停止する。映像がスタートし、南はコモリン岬から、北はカシミール、ヒマラヤの山々まで、インドのほぼ全域の風光明媚な国土を鳥の眼で追いかけていく。約5分間の空の旅は、ドキュメンタリー映画のナレーションのような格調高いヒンディー語の解説にアテンドされる。

タージマハルやエレファンタ石窟群などの世界遺産、クンブメラーヤやガネーシャ・チャトゥルティーなどの祭礼、少数民族の歌と踊りや、各地の人々の個性的な衣装や容姿なども美しく映し出

される。地上に降り立つ頃には実に誇らしい気持ちと愛国心に充ち満ちた気分、誰もがなれるような映像作品になっている。アトラクション名の「i for India」のiはインドのiであり、「私」であると同時に同音異義の「まなざし」(eye)でもあり、言うまでもなく多義的な解釈を許すものである。アトラクションの内容としては、東京ディズニーシーの「ソアリン～ファンタスティック・フライト」によく似ている。

さて、このアトラクションでも、オープン当初、モニターで再生されるのはバックグラウンドストーリーだけであったが、テーマパークのすぐ側にテーマホテルが完成して以降は(遅くとも2016年9月の調査時には)、ホテルの宣伝画像も流されるようになった。このようなコマーシャル動画は、利用者にとっては発見があるかもしれないが、そうではない来園者にとってはノイズでしかないだろう。

4. ボリウッド・スターと一緒に近未来を飛行するアトラクション

最後に、大女優シュリー・デーヴィーと人気俳優アニル・カプールのコンビで1987年に大ヒットしたボリウッド映画「ミスター・インディア」(Mr. India)をモチーフとしたアトラクションを紹介したい。これは往年の名優アムリシュ・プリー演じる悪役モガンボに、子どもたちを誘拐されたアニル・カプール扮するスーパーヒーロー、ミスター・インディアが、空飛ぶ自動車で救出に乗り出すというストーリーであり、ゲストはこの自動車に便乗するという設定である。

アトラクションの建物に入ると、モニターに「ミスター・インディア」のキャラクターがアニメ化されて登場し、諸々の禁止事項やゴンドラへの安全な乗り方などを指南する。そして、巨大スクリーンの前に数人掛けのゴンドラが数十基、ずらりと並んでいるホールに通され、それぞれ好きな場所に座って安全器具を固定し、配布された3Dメガネをかけてスタートを待つ。ホールの照明が落ち、巨大スクリーンにアニメ化された「ミスター・インディア」のキャラクターたちが映し出されると、ストーリーに合わせてゴンドラが前後、左右、上下に大きく激しく揺れる。仇敵モガンボの容赦ない攻撃をかわしながら追跡するためである。

約6分間の救出劇は成功に終わる。私見では、USJの「バック・トゥ・ザ・フューチャー・ザ・ライド」が個室であるのに対し、ここでは大部屋だが、内容的にはよく似ている。

5. アラビア・エリアにおけるムスリムを標的としたシューティングゲーム

これまではインド・エリアのアトラクションを見てきたが、パーク内には、サリームガルに加えてもうひとつ、イスラーム・イメージを前面に出したアトラクションがある。アラビア・エリアの「アリババと40人の盗賊」(Alibaba aur Chalis Chorr)である。これは、盗賊たるムスリムを標的にしたシューティングゲームであり、標的には緑色のランプが点っていて、銃口を向け引き金を引くと赤いレーザー光線が発射される。命中すると、手元のスコア表示がどんどん上昇するという仕組みである。標的のなかには顔の真ん中に緑のランプが光っている人や、両手を上げて降伏の意を表明している人、さらにヴェール姿の女性もいる。乗り合わせた4人でスコアを競い合うが、優勝しても何かもらえるわけではなかった。ただただシューティングを楽しむのみである。

このアトラクションにおいても、アラバスク調デザインのコースターを待っている間に、モニターの動画を通じてバックグラウンドストーリーが紹介された。動画はヒンディー語で、ゲーム画面のようなアニメーションを見せながら、アリババと40人の盗賊のストーリーを説明したあと、おおよそ次のようなことが語られる。「スルターンは深刻な状況にあり、グラバード王国の未来は

今、まさに、あなたの手に委ねられています。40人の盗賊が城壁内に侵入し、王国の財宝を脅かしています。この王国の誇りを守るのはあなたです。レーザー銃を構え、潜んでいる40人の盗賊たちを狙い撃ってください。コースターに乗り込めば、まるでビデオゲームの一部になったような気分になるはずです。コースターに乗って、40人の盗賊を探し、グラバード王国を旅します。盗賊がスーク(市場)の裏や洞窟の下から現れたら、レーザー銃で狙い撃ってください。より多くの盗賊を撃てば、より多くのポイントを集めることができます。ビデオゲームのように、最大ポイントを集めた人が、超エキサイティングな賞品を手にすることができるのです。さあ、銃弾を装填して、狙いを定めて、撃つのです！」

このアトラクションでは、オープン当初こそ、この動画がモニターで繰り返し再生されていたが、数年後(遅くとも3年後の2016年9月の調査時)にはモニター自体が取り外されてしまい、バックグラウンドストーリーは語られることがなくなった。また、勝者への賞品については、もらっている人を確認することができなかった。

IV. イスラモフォビア的アトラクションとヒンドゥー・ナショナリスト的歴史認識

以上、イマジカのインド・エリアとアラビア・エリアのアトラクション体験を再現してみた。ディズニーランドやユニバーサル・スタジオの人気アトラクションをハリウッド流にアレンジしたアトラクションと、高度に洗練された「ヒンドゥー・ナショナリズム的アトラクション」およびそれとセットになった完成度の高い「イスラーム風アトラクション」は、確かに「インド初の国際基準のテーマパーク」「インド初のディズニー式のテーマパーク」の名に相応しい、素晴らしいものであった。

しかし、ホーンテッドハウスとシューティングゲームという2つのイスラーム風アトラクションに、筆者は違和感を覚えた。違和感の背後には、長らくインドのイスラーム文化とムスリム社会研究に従事してきた筆者自身の立場性の問題が少なからず影響していると考えられる。アウラングゼーブ帝に対する評価や認識は、インドとパキスタンの歴史教科書では正反対であり、スンナ派ムスリムとその他(シーア派ムスリムおよび非ムスリム)の間でも大きく異なることはよく知られている。

他方、シューティングゲームはディズニーランドやユニバーサル・スタジオでも定番だが、標的は通常、宇宙からの侵略者などであり、非武装の一般ムスリムやヴェールを被ったムスリム女性が標的になることはないだろう…などと考えながら「イスラモフォビア」(イスラーム恐怖症またはイスラーム嫌悪)という言葉が頭をよぎったのである。ところが、筆者が試みた聞き取り調査からは、イスラモフォビアを懸念する確かな証言は得られなかった。

たとえば、2013年9月の調査時に、当時のスタッフリーダーであったムスリム男性に、イスラーム風アトラクションについて嫌な気持ちにならないのかと尋ねたことがある。すると「あれはアリババとアウラングゼーブの話、ムスリム一般の話ではないのだから、別に悪い気持ちにはならない。ただ、アリババのアトラクションでは豚が標的のひとつになっていたのだから、ムスリムは豚を身近に置いたりほしくないというアドバイスをした。上司はすぐに聞き入れてくれて、豚は山羊に変わった。サリームガルだって、みんな作り物だって知っているから、怖がるどころか笑ってる。ここは、夢を売るテーマパーク、宗教による差別はない。僕はとても気持ちよく働いている。あちこちに礼拝のスペースもある。自分もそこで礼拝をするし、一目でムスリムと分かるお客さんなら、僕が率先して案内もしているよ」という答えが返ってきたのである。

また、2016年9月の調査時に、同様の質問をした数人のムスリムからの回答も、次のようであった。ムンバイ在住のハイヤー運転手男性(28歳)と妻(20歳)は「どちらのアトラクションにも宗教性は感じなかった。普段から宗教の違いを敵対的に意識していない。サリームガルについては歴史の知識がないので是非の判断ができない。でも、すごく怖かった。アリババは子どものゲームとしか思わなかった」。ムンバイ在住のビジネスマン(30代半ば)は「アトラクションに問題があれば、宗教指導者らが何らかのアクションを起こしているはず。そうではないのだから、大きな問題ではないのだろう。そうそう、少し前にデリーのサリームガルで本当にお化けが出たという話があった。ホーンテッドハウスは事実に基づいてるんじゃないか?」。ムンバイ在住の宗教活動家(20代後半)は、「アリババはおとぎ話。標的がアラブ服を着ているからといって、イスラームが冒瀆されているわけではない。サリームガルのほうは、単にお化けが出るだけなら問題ない。アウラングゼーブ帝に対する悪口であれば、何らかのアクションを起こす必要がある。彼は偉大なウラマーだったのだから」。

さらに、2019年9月の調査時には、パークの支配人にインタビューする機会を得た。そこで、アリババのアトラクション施設からバックグラウンドストーリー用のモニターがなくなっていることについて尋ねてみた。すると、フードコートで多数のモニターが必要になったため、やむを得ず移設したという答えが返ってきた。2019年9月には、パークの運営会社の会長であるマンモーハン・シェーティー氏と、パークのアトラクション・デザイナーでもある会長の娘へのインタビューも実現した。その際、「サリームガルの呪い」をめぐるイスラモフォビアについて率直に尋ねてみたところ、「史実に基づくアトラクションだ」との説明を受けた。

確かに、2000年代にデリーのサリームガル城趾の周辺で幽霊が出たという噂はあったようである。しかし、噂が広まったのは、サリームガル城趾を含む「レッドフォート建造物群」が世界遺産登録された2007年と時期が重なっていることから、何らかの話題づくりであった可能性もある。さらに、サリームガルを最初に監獄に転用したのは確かにアウラングゼーブ帝だったようだが、インド大反乱(1857-58年)の際にはムガル朝最後の皇帝のオフィスとなり、イギリス軍によって反乱が鎮圧されたのちにはイギリス軍の陸軍キャンプとして使用された。そして1945年から47年にかけてインド国民軍(INA)の捕虜を収容する刑務所となった際には、多くの死者が出たと言われる。つまり、サリームガルはアウラングゼーブ帝だけに関連した負のモニュメントというわけではないのである。

それでも、サリームガルが中世ムスリム支配期の負のモニュメントとしてクローズアップされるのは、この城の軍事的・政治的な利用者がムガル朝のムスリムとイギリス植民地政府のキリスト教徒であること、つまりヒन्दゥー・ナショナリスト的歴史認識における「インド人(ヒन्दゥー)」ではないことに起因するのだろう。前節で紹介したインド・エリアの4つのアトラクションは、古代・中世・現代・未来という時間軸に配置されており、それぞれヴェーダの時代、ムスリム支配期、現代インド、そしてパークの運営会社の代表的な映画作品による近未来が表象されている。そのラインナップのなかでは、中世ムスリム支配期だけが負のイメージをもつ内容となっているのである。

では、なぜ筆者の質問に対し、知人のムスリムたちは「沈黙」を選んだのだろうか。仮に、ヒन्दゥー・ナショナリスト政党の勢いが沈黙を強いたのだとしたら……。テーマパークのアトラクションなど、単なる遊びにすぎない、そう割り切る人こそ現代的でスマートだ、とする風潮があるとすれば……。消費社会の暴力は、政治的な暴力よりも悪質ではないか。

バッテリーチャーリヤ [2022] によれば、2014年春の連邦下院選挙で圧勝し、国民民主連合政権が

成立して首相となったナレンドラ・モーデーイーが率いるインド人民党は、強固なヒンドゥー至上主義イデオロギーとそれに基づく歴史認識の浸透を、強い意志と暴力で推し進めようとしている。この政党が主張する歴史認識は、古代のヴェーダ時代をインドの黄金時代として礼賛する一方で、中世はイスラーム勢力による抑圧が強調される点や、ジェンダーやカーストに基づく差別を看過しようとする点などが特徴である。同政党は、ヒンドゥーの高カースト女性を苦しめるサティイー(寡婦殉死)などの慣習も、侵略者ムスリムからの保護のために生じたと主張する。

この文脈で考えると、皇女が父帝から自由恋愛を咎められて幽閉されたというサリームガルの史実にもとづくものではないかもしれないバックグラウンドストーリーは、アウラングゼーブ帝ただ一人ではなく、広くムスリム一般に対し、ジェンダー暴力の代名詞でもある「名誉殺人」的制裁を、イスラーム的家父長制と関連付けて非難する狙いもあったのかもしれない。もちろん、名誉殺人は宗教とは無関係な慣習であり、インドでは、ヒンドゥーをはじめシイクなどのコミュニティでも頻発しているジェンダー暴力である。

V. ヴァナキュラーな要素の増殖とテーマ性の崩壊

ここまで、駆け足でインド・エリアとアラビア・エリアのモニュメンタルなアトラクションを紹介してきた。ここからは、過去10年の間に生じたパークの内外における変化を列挙し整理していく。

まず、テーマパークの周辺にはテーマホテルやギリシアのミコノス島をイメージしたウォーターパーク(Water Park)が建設され、総合的なリゾート施設の様相を呈するようになった。その一方で、テーマパーク内にもスノーパーク(Snow Park)や、ボリウッドの映画スターの蠟人形館(House of Stars)、世界の有名なモニュメント館(Glowmagicaa)、トリックアート館(Eyelusion)、デジタルアート館(Projecto)などが登場した。これらは全て屋内型のアトラクションであり、とても楽しい全世代型・全天候型のエデュテインメント施設だが、世界の6つのエリアをイメージしたテーマパークのテーマ性とは、ほとんど何も共有できていない。

次に、テーマパーク内のちょっとした隙間に、いつのまにか入り込んでいる、これもまたテーマパークのどのエリアのテーマとも関係のない遊具を数えてみよう。きっと見落としもあると思うのだが、目に付いたものだけでも、これだけある。鏡の迷路(Mirror Maze)、ゴーカート(Happy Wheels)、子ども向けのフリーフォール(Humpty's Fall)、飛行塔(Tubby Takes Off)、観覧車(Wagon-O-O-Wheel)、ぬいぐるみの射的、ぬいぐるみを獲得するためのバスケットボールシュート、大きめのビニールプールのなかに乗り物を浮かべたもの、家庭サイズのトランポリン、パンチマシーン、カラオケ、プリントTシャツ機など。並べて書くと気づくのは、小さい子どもでも遊べるものである点、仮に停電しても影響を受けないタイプのものが多い点である。これらのなかには、もしかしたら固有名や商品名があるのかもしれないが、あまり知られておらず、状態を口頭で説明するしかないのだが、説明すれば、おそらく誰にでも分かってもらえそうなくらい身近な遊具があり、それらはショッピングモールやゲームセンターなどにも設置されていそうである。そしてそれは、小さな子どもが喜ぶだけでなく、親にとって懐かしい遊具かもしれない。

最後に、パーク内の随所でやけに目立っているカラフルな看板にも留意したい。多くが2つ以上のアトラクションや施設を同時にアピールするアート作品なのだが、その組み合わせがユニークである。たとえば、メリーゴーラウンドで楽しそうに笑う子どもたちの下でアリババのアトラクションで標的となっているムスリムの盗賊が銃を構えて応戦しているシーンや、サリームガルのお化けと骸骨が楽しげにコーヒークップの乗り物と一緒に描かれていたり、「神々の怒り」の三神一体の

マークとミスター・インディアのキャラクターとアフリカのエスニックなオブジェが何の脈絡もなく同所併存していたりするのである。

以上から言えるのは、イマジカがオープンした当初は明確なテーマが設定されており、そのテーマ性はかなり徹底的に保持されていたが、年を追うごとにテーマとの関連性が薄いものが増殖するようになり、テーマ性をもつ空間は混乱し、アミューズメントパーク化が進行しているということである。2016年9月の調査時の筆者のフィールド日記には、このような記録もあった。

テーマパークは今年で4年目。オープン時の鮮やかな色彩はかなり褪色が進んだ。カラオケやセグウェイのコーナーも加わり、残念なことに、普通のアミューズメントパーク化が進行中。反面、エントランス付近にある総合ギフトショップでは、オリジナルグッズの種類が増えていて、いい感じ。サリームガルのグッズが、骸骨をあしらったTシャツやマグ、ショルダーバッグとして新登場している。他方で、オープン当時の商品はバゲン品になっていた。

ここから分かるのは、4年目にして早くもパークのメンテナンスが十分でなかったこと（アトラクションの建物の劣化・老朽化・褪色）とギフトショップの業績不振である。加えて、幾つかのアトラクションの出口にはアトラクションのテーマとは無関係のギフトを並べるショップも出現していた。総合ギフトショップに関しても、アミューズメントパーク化が進行していた。アメリカのテーマパーク業界大手がインド進出に難色を示した背景には、やはり綿密なリサーチによる数値的な裏付けがあったのだろう。

すでに何度か指摘しているように、インド・エリアのアトラクションは、どれもヒンドゥー・ナショナリズム的な歴史観に基づくモニュメンタルな性格を有している。これらのモニュメンタルなもののメッセージは、テーマパークのテーマ性が維持されていれば、非常に有効なナショナリズムのイデオロギー装置として機能したに違いない。アミューズメントパークとは違って、テーマパークは、博物館と同じくらい啓蒙的な場所として、外国の文化や自国の歴史、文学や映画・漫画などの作品世界を、学びながら遊び、遊びながら学ぶという「エデュテインメント」の場となりうるからである [Hendry 2000]。

しかしながら、イマジカのモニュメンタルなアトラクションは、オープン後、数年の間にパークに生じた変化、すなわちヴァナキュラーなものが増殖によって無毒化されていった。テーマ性は、ヴァナキュラーな遊具やギフト、ポップな看板によって攪乱されたのである。テーマパークにおける場違いなモノ、日常性の延長にあるもの、ヴァナキュラーなものは、ナショナリズムの象徴性にもエデュテインメントの知にも頼ることなく、直接語りだして人々を引き寄せる力をもっているかのようである。ヒンドゥー・ナショナリズム的で教化的でモニュメンタルなアトラクションは、庶民的で教化的でも何でもないヴァナキュラーな遊具たちが併存することで、中途半端なミスマッチ空間の構成要素のひとつとなってしまう、テーマ性を強調すればするほど滑稽になっていく。モニュメンタルなものは、ヴァナキュラーなものに敗北したのである。

VI. おわりに

昨今のインドでは、宗教政治の色彩がますます濃厚になっている。オープン当初のイマジカでは、確かにヒンドゥー・ナショナリズムのアトラクションとイスラモフォビア的アトラクションが一对になって、互いに引き立てあっていた。このアトラクションの着想の背景には、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ウ・ナショナリスト政党であるインド人民党の各方面での活動の影響がある。同政党の支持者らは、繰り返しムスリムやキリスト教徒を攻撃してきた。イマジカは、こうした時代に誕生したテーマパークである。娯楽観光施設といえど、やはり国の事情や社会情勢を反映しているのである。

世界のテーマパークのなかには(そして博物館も)、そのテーマ性にナショナリズム的なイデオロギーや啓蒙的な知を内包しているものが多い。しかし、そのテーマに挑戦し、テーマパークのテーマ性を骨抜きにすれば、そこはもはやテーマパークではなくなってしまう。イマジカの事例では、ヴァナキュラーなものがモニュメンタルなものに勝利してしまい、テーマパークのアミューズメントパーク化が加速してしまった。「インド初の国際基準のテーマパーク」、「インド初のディズニー式のテーマパーク」のテーマ性は、小さい子どもの遊びを重視したり、アトラクションの待ち時間や移動時の息抜きに配慮した来園者ファーストの対応の結果、崩壊してしまったのである。

テーマ性を揺るがすイマジカのヴァナキュラーな遊具たちに、もしも、東京ディズニーリゾートのようにゆるく繋がる希薄化したテーマ性を与えたらどうなるだろう。ヴァナキュラーな遊具たちに、オリジナル・キャラクターのイラストが描かれたりすることで、相互に、ゆるく、テーマ性がシェアされ始めたらどうなるだろう。宗教政治的なイデオロギーが強いテーマ設定には抵抗しつつも、普通のアミューズメントパークとは一線を画した、魅力あるテーマ空間を維持するために、イマジカが東京ディズニーリゾートから学ぶものは多いかもしれない。

参考文献

- 新井克弥 2016 『ディズニーランドの社会学——脱ディズニー化する TDR』 青弓社。
- バッターチャーリヤ, ニーラードリ (栗屋利江訳・解題) 2022 「『ポスト・ナショナル』とはいつだったか?——ポピュリズム時代におけるインドの歴史叙述」『思想』 1174, pp.31–56.
- 小牧幸代 2018 「インドにおけるテーマパーク産業の発展と課題——アドラブズ・イマジカのアトラクションに関する人類学的考察」『産業研究』 53, pp.61–75.
- サンド, ジョルダン 2021 『東京ヴァナキュラー——モニュメントなき都市の歴史と記憶』 (池田真歩訳) 新曜社。
- 根本祐二 1990 『テーマ・パーク時代の到来——魅力ある地域創造のニュービジネス』ダイヤモンド社。
- 能登路雅子 1990 『ディズニーランドという聖地』 岩波新書。
- 三尾稔 2010 「都市の消費文化」 田中雅一・田辺明生 (編) 『南アジア社会を学ぶ人のために』 世界思想社, pp. 224–235.
- Fernandes, L. 2006. *India's New Middle Class: Democratic Politics in an Era of Economic Reform*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Hendry, J. 2000. *The Orient Strikes Back: A Global View of Cultural Display*. Oxford: Berg.
- Lukas, S. A. 2008. *Theme Park*. London: Reaktion Books.
- Biraia, Pooja. 2012. "Riding on Amusement," *Hindustan Times*. Mumbai, Aug 12, 2012.
<<http://www.hindustantimes.com/business/riding-on-amusement/story-wn39HWVXzH04VqwJjCmIUL.html>> (2023年12月18日閲覧)