

「紙」はいかにして人々の「神」になるのか

—— 現代インド・ポスター宗教画研究の課題 ——

木 下 彰 子*

- 1 はじめに
- 2 ポスター宗教画の歴史
- 3 ポスター宗教画の素材性と製作実態
 - 3-1 神像の素材と製作
 - 3-2 現代インドにおけるポスター宗教画製作
- 4 現代インド・ポスター宗教画と社会変容
 - 4-1 サンスクリタイゼーションとアイデンティティ・ポリティクス
 - 4-2 像の民主化・脱文脈化と社会変容
- 5 おわりに：今後の課題

1 は じ め に

現代インドにおいては、色彩豊かな印刷物の宗教画が広汎に流通している。それらは家庭内の礼拝スペースに祀られた額入りの神像のみならず、店先のポスターや部屋に掛けられたカレンダー、オートリキシャー（三輪タクシー）に貼られたステッカー等様々な形態で遍在し、人々から日常的にプージャ（礼拝供養）を受けている。本稿では、これら印刷物の宗教画をポスター宗教画と称する¹⁾。これまでポスター宗教画は、「ヒンドゥー教においてはあらゆるモノに神が顕現できる」という前提のもと、その神性が所与のものとみなされ、神聖化の過程は等閑視されてきた。しかし寺院やバラモン司祭の家庭における神像においては緻密な儀礼を経て神が招来されるのに対して、ポスター宗教画にはそのような体系だった儀礼は整備されていない。人々はバラモンのような宗教的職能者を介することなくバザール（市場）などで「商品」として流通するポスター宗教画を購入しプージャを行っている〔写真1-4〕。この、神の絵が印刷されただけの紙に、はたしていかなる過程を経て神性が付与されていくのであろう

* きのした あきこ 京都大学大学院アジア・アフリカ地域研究研究科



写真1 バザールの露天商（2005年 デリー）
宗教画以外にも風景画や映画俳優のポスターなどが一緒に売られている

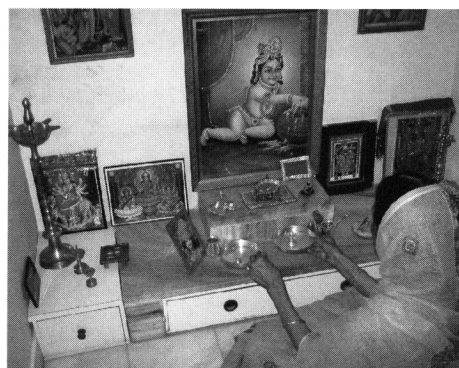


写真2 家庭内のプージャー・ガール（礼拝室）の様子（2005年 ラジャスターン州アジメール）このように一室を礼拝用にあてたり，部屋の一角に礼拝棚を設けたり，礼拝スペースの形態は様々である



写真3 店舗内の礼拝棚（2005年 デリー）



写真4 オートリキシャーの運転席前方に貼られた神像のステッカー（2006年 タミル・ナードゥ州マドゥライ）

か。

こうした問いにアプローチするには、ポスター宗教画をめぐる人々の宗教実践の全体をフィールド調査で明らかにしていく必要があるが、本稿ではその布石として、大量複製物のポスター宗教画がどのような特性を有するものなのかについて予備的に検討しておきたい。まず次の第2節においては、ポスター宗教画の歴史を概略する。続く第3節では、ポスター宗教画の印刷紙としての素材性に注目すると共に、その製作過程について、彫像等の「伝統的」な礼拝対象物と比較して、大量生産物としての特性を検討する。そして第4節では、現代インドにおいてどのような図像が流通しているのかに関して、ポスター宗教画の図像の実際を概観し、それが現代インドの社会変容といかに関わっているのかについて考察する。

「紙」はいかにして人々の「神」になるのか（木下）

2 ポスター宗教画の歴史

インドに初めて印刷技術が持ち込まれたのは1556年であるが、いわゆるポスター宗教画と呼ばれる印刷物の宗教画が登場するのは19世紀に入ってからである。1556年にポルトガル人によって初めて印刷機がゴアにもたらされ、翌1557年に同地において印刷工房が開かれた。当初はミッシヨナリーによってキリスト教の公教要理集などが印刷されていた。その後、印刷技術はゴアからインドの沿岸部を中心に南インド、東インドへと順に伝わり、18世紀末にセーラムプールやカルカッタ（現コルカタ）で印刷が開始されてインドの印刷業は活況を呈する [Kesavan 1985: 13, 189, Neumayer and Schelberger 2003: 17]。1816年にはカルカッタにおいて、ベンガル語による最初の挿絵入り書籍である「オンノダ女神靈験詩」という説話体の詩集が出版されており、印刷物は文字媒体だけでなく、挿絵等のイラストを含む複合メディアへと変貌していくようになる。さらに1822年にカルカッタにリトグラフ（石版印刷）が紹介されると、それまで木版や銅版で複製されていた挿絵やカレンダー、広告等の製作が、リトグラフ印刷へと推移していく²⁾。これらには神イメージが多用されており、印刷業が盛んであった同地のなかでもボトトラ（Battala）地区では、大衆向けの宗教や神話に関する書籍がリトグラフの挿絵付きで盛んに流通するようになっていた³⁾。また19世紀半ばにはインドでリトグラフ印刷が確立されたと言われており、このころにはインドのほぼ全域において安価な印刷物が入手できるようになっていた [Mitter 1994: 17, Neumayer and Schelberger 2003: 9]。

19世紀当時、印刷先進国の一つであったドイツは安価なリトグラフを世界中に輸出しており、19世紀の後半には、ドイツがこの分野を独占していたと言われている。19世紀末までインドにもドイツからのリトグラフが大量に流入しており、現地でもこの手の印刷物はそれが他の西洋諸国で印刷されていたとしても、長らく「ドイツプリント（German Print）」と呼ばれていた。この頃、インド人画家の中にはオーストリアやドイツにデザインを送り、そこでリトグラフで大量複製し、インドで販売を始める人々も登場している [Neumayer and Schelberger 2003: 51]。また、1878年にカルカッタ・アート・スタジオ（在カルカッタ）とチットラシャーラー・プレス（在プーネー）というリトグラフ印刷所がインド人によって設立されると、それぞれリトグラフで神イメージを量産していくことになる⁴⁾。

これら大量生産されたポスター宗教画が、いつ頃から家庭内で祀られるようになったのか詳細は明らかではない。絵画による最初の記録と考えられるものは1832年に出版された書物に掲載されており、そこにはベンガル地方の家庭で、カリガト・ポト⁵⁾と思われる手描きで量産されていた宗教画が壁に掛けられている様子が描写されている [Pinney 2004: 15]。また、マドラス（現チェンナイ）を訪れた修道士が1885-1895年の間に書き記した記録のなかに、裕福

なヒンドゥーの家庭で、バザールで売られているガラス板に描かれた神像や挿絵の切り抜きのような印刷物が飾られている様子が記載されている [Pinney 2004: 17]。しかし、現在のように全インドに印刷物宗教画が普及するのは、1894年にインド人洋画家ラヴィ・ヴァルマー (1848-1906年) が自身の作品をリトグラフで大量生産するようになってからであるとされる。次に、ヴァルマーの遍歴と彼の絵画について概説する。

ヴァルマーは1848年、当時藩王国の支配下にあったケーララ州のキリマヌール⁶⁾で産声を上げた。クシャトリヤ (王侯・戦士)・カースト⁷⁾に属し、幼い頃から絵画やサンスクリット等の古典に親しんでいた。1868年にトリヴァンドラムでデンマーク生まれのイギリス人洋画家 Theodore Jensen から油彩画技法や西洋写実主義を学び、後にインド古典や神話の世界を油彩画で描いた彼の作品は、国内外で高い評価を得ることとなる⁸⁾。1892年、すでに国民的な画家となっていたヴァルマーは、自身の作品をリトグラフ印刷するために、ボンベイ (現ムンバイ) に印刷所 Ravi Varma Fine Art Lithographic Press (Ravi Varma Press) を設立した。これは1894年に稼働が開始され、彼のリトグラフは全インドに流通することとなる⁹⁾。

ヴァルマーは、インドの古典や神話から主題をとった作品の他にもインド女性像など実に様々な油彩画を製作していた。ピニーはマイケル・フリードの「没入 (absorption)」と「演劇性 (theatricality)」という絵画分析の概念を援用し、ヴァルマーの作品について考察している。フリードによると、画中に描かれた人物が、鑑賞者の存在を意識していないかのように絵画のなかの物語に「没入している (absorptive)」様子で描かれている絵画こそが、「至高のフィクション (supreme fiction)」を表した「自律した」近代的な絵画であると定義した。ピニーはフリードの「近代的」絵画の評価に距離を置きながらも、ヴァルマーによる作品のなかで、鑑賞者を意識しない、描かれた人物が絵画のなかに「没入 (absorption)」しているような作品 [写真 5] がパトロンである王侯から評価された一方で、民衆に受け入れられ、その後も生き残っていくのは、観る者をつめるように神像が正面を向いた、感覚的で相互交渉的な関わりを持てる「身体情動的 (“corporethetic”)」な絵画 [写真 6] であったと指摘している [Pinney 2001: 160]。確かに、ヴァルマーの作品を祖とする、今日礼拝対象物として流通するポスター宗教画の多くは、「ダルshan (拝観)」のために神像が正面を向き目が強調されているという図像的特徴が指摘されてきた [Eck

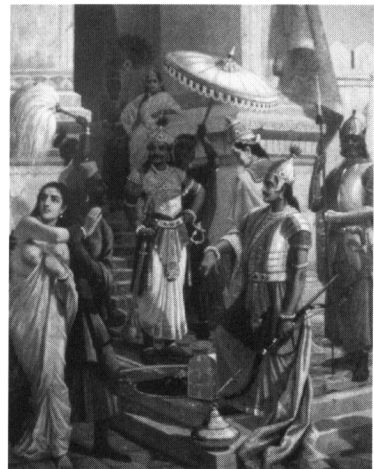


写真 5 ラヴィ・ヴァルマーの油彩画
“The Triumph of Indrajit”
[Mitter 1994]

「紙」はいかにして人々の「神」になるのか（木下）



写真6 ラヴィ・ヴァルマー・プレスのリトグラフ「ラクシュミー」(1920年代)

1998: 7]。「ダルシャン」とはヒンドゥー教徒の礼拝実践の核となる行為で、サンスクリット語源で「見る」ことを意味するが、これは信者から一方的に礼拝対象物を眺めることを指すのではなく、礼拝対象物からも見つめ返されるという視線の交わり、神との交流のことを意味する[Eck 1998: 3-7]。ヴァルマー作品の中でも、近代的美意識に基づく「自律した」絵画ではなく、このような身体的・情動的な交流を喚起させる図像が、民衆に受け入れられていったのである¹⁰⁾。

最後に、ポスター宗教画をめぐる印刷方法について若干の説明を加えたい。ポスター宗教画の印刷方法としては、ヴァルマー以降リトグラフの優勢が続いていたが、1960年代に新しい技術であるオフセット印刷に移行していく[Neumayer and Schelberger 2003: 15]。オフセット印刷とは、製版につけたインクを一度ゴム版（ゴム・ブランケット）に転写（オフ）してから紙に再転写（セット）する平板印刷の方法である。その原理は水と油の反発作用の利用にあり、製版の画線部を親油性、他の部分を親水性にすることによって、インクがデザインの画線部だけに付着するようにする。これはリトグラフの原理とよく似ているものの、両者の最大の違いはリトグラフが必要な色数だけの版が必要なのに対し、オフセットは基本の4色（シアン・マゼンタ・イエロー・ブラック）のかけ合わせで様々な色合いを表現できる点にある¹¹⁾。また、リトグラフ印刷には熟練工を要し、製作にも人材の育成にも時間がかかるのに対して、オフセットという機械印刷の登場で、より安価な大量複製物の製造が可能になっていく。

そして1990年代以降、印刷業にコンピューターグラフィックス（以下CG）が導入され、製作過程が大きく様変わりすることとなるが、印刷方式としては依然オフセット印刷が主流である状況が続いている。CGの導入によって製作がどのように変容したかは、次節後半でフィールド調査に基づき改めて記述する。

3 ポスター宗教画の素材性と製作実態

序論で述べたように、本節では大量複製物であるポスター宗教画の特性がどのようなものか検討していく。そのために第1項では、印刷紙としての素材性と製造過程を、それぞれ従来の礼拝対象物である自然素材（石や木）で製作された彫像との比較で考察する。まず印刷紙の素

材性を、宇波による素材と「トポフィリア（場所への愛）」に関する議論を参照枠として検証した後、神像製作における儀礼的規制やカースト的束縛について論じる。続いて第2項において、CG導入以降にみられるポスター宗教画の製作状況の変容を説明する。

3-1 神像の素材と製作

宇波は、プラスチックという新しい素材の登場に関して、木や石という自然素材との対比で興味深い点を指摘している〔宇波 1998: 44-50〕¹²⁾。まず自然素材に関して、例えば日本における石は、御影石や大谷石のように石と土地を結合させ、ある特定の土地を想起させることがある。また木材に関しても、伊勢神宮や諏訪神社（長野県）の神木が特定の森林から伐採されることや、諏訪神社の御柱祭の用材が特定の山林から用意される¹³⁾など、神聖を帯びたシンボルの素材が特定の土地とつながりを持つことがある。宇波は以上のような自然素材が持つ「場所の記憶」とも呼べる地域性・場所性を例示し、この自然素材の性質をイーファー・トゥアンの「トポフィリア」という用語を用いて説明した。イーファー・トゥアンによると、「トポフィリア」とは「人々と、場所あるいは環境との間の、情緒的な結びつき」を指す〔イーファー・トゥアン 1992: 20〕。そして宇波はこの観念を踏まえ、場所（トポス）の記憶を内在する自然素材に対して、プラスチックという新しい素材が場所との結びつきや「場所の記憶」のない、トポフィリアが欠如した素材であると指摘している。

上記の見解に範をとりつつここでインドに目を向けてみると、ポスター宗教画に関しても同じような点が指摘できると考える。そもそもヒンドゥー教では、礼拝対象物は場所との強い結びつきがある。例えば聖地ワラーナシーのように大河周辺の場所そのものが神聖と捉えられることもある。サンスクリット語で聖地を表す「ティールタ（tirtha）」は、元来川の浅瀬や水辺の階段を意味し、聖地は浄化された魂が彼岸（天界）へと昇っていく場所、または神が降臨する場所と考えられている。さらに、インドでは特定の湖や川、山という場所も神聖視され信仰の対象になってきた。例えば、プシュカル湖、ガンジス川、ヒマラヤ等全インドで認知されている聖地から、村落内で信仰されるローカルな場所まで枚挙に暇がない。そしてそれらには創造神話や神々とトポスが深く関わる神話が数多く付随している。また、前述したヒンドゥー教の宗教実践の「ダルシャン」は、神像のみならず、聖なる場所や聖人、サードゥー（苦行者）に対しても行われ〔Eck 1998: 4, 5〕、さらには樹木や石などの自然物もダルシャンの対象になってきた。それは例えば、シャリーグラマ石¹⁴⁾が、ネパールのガンダキー山からのみ採取される丸い黒色のアンモナイト（菊石）を指し、インドではヴィシュヌの化身として神聖視され家庭で礼拝されているようにである〔立川（他）1990: 221〕。したがって、礼拝対象となった自然物である石や木は、インドにおいてもトポスと強い繋がりがあると言える。一方、ポスター宗教画

「紙」はいかにして人々の「神」になるのか（木下）

には、オフセット印刷用の市販の印刷紙が使用され、そこにトポフィリアはない¹⁵⁾。さらにこの印刷紙の脱トポスの性質は、それまでの神像製作で重要であった儀礼的規制や、製作従事者のカーストの拘束からポスター宗教画製作が自由になったことと関連していると推測される。以下、彫像製作と比較しながら儀礼的規制と製作者のカーストの二点について論じる。

「伝統的」なインドの神像製作は、基本的に「シルパ・シャーストラ (śilpa-śāstra)」という論書を軸として製作される。「シルパ・シャーストラ」には建築や彫刻、絵画等の造形美術（シルパ）に関する規定が詳説されており、神像については神のプロポーションからムドラ（印契）、アーサナ（台座）、ヴァーハナ（乗り物）となる動物、所持品等に至るまで細かく記されている。そして実際の彫像製作はこの「シルパ・シャーストラ」に準ずるとともに、多くのきまりに従わなくてはならない [ワング 2004: 163, 164]。彫像製作における儀礼的規制は素材の準備段階を含め、製作過程全般を拘束している。まず、材料を用意する際には、材料がどこ場所（トポス）のものであるかというだけでなく、いつどのように材料を切り出すかが重視される。神像を製作するシルピン (śilpin) という彫刻家にとって最も重要なことは、イコンの素材が木であれ石であれ、「バラモンの忠告に従って、しかるべき時にしかるべき手順で木や石を切り出すこと」であった [ワング 2004: 164]。つまり、神を招き入れるのにふさわしい「清浄」な素材を用意するには場所（トポス）だけではなく、「時」の制約など様々な儀礼的規制を受ける。さらにワングは、ヒンドゥー教徒が持つ神像の素材観について次のように述べている。

ヒンドゥー教徒は、物質のどの一粒、どの一かけらにも、その土地の霊が住みついていると信じているので、イコンを造る儀礼には、木や岩に住みついた霊にどこかよその所に出て行ってくれとお願いすることが必要になる。そこに神の像を刻むためには、どんな霊にも染まっていない〈清浄な〉原材料の魂を用意することが、肝腎なのである [ワング 2004: 164]。

ワングが指摘するように、いかなる霊にも染まっていない状態を清浄とすると、印刷紙も清浄と言えるかもしれない。しかし、彫像製作で材料を選ぶ際には、神を招くのにふさわしいトポスと関わりを持つ自然素材を選び、それを清浄な状態にするため慎重に儀礼を重ねて用意するのであって、やはり、印刷紙はその脱トポスの性質をもってこれら儀礼的制約から免れていると言えるだろう。ポスター宗教画にとって、いつ材料を用意し、印刷をするかは全く自由なのである。印刷所では年間を通して印刷が行われており、ポスター宗教画（神イメージ）、映画俳優のプロマイド、風景画等が区別なくランダムに印刷されている。

ワングによると、彫像製作過程における儀礼に関して、多くのイコンは完成時に特別の祝福

の儀礼を受けて浄化される [ワング 2004: 165]。バター、蜂蜜、特別な草等が浄化に用いられ、特に神の眼には蜂蜜とバターが塗り込まれるという。次に司祭がアイコンの様々な部分に手を触れて神々を招き入れ、最後に「息をしているように仕上げる」という意味の「プラティシュター（入魂）」の儀式で像に息が吹き込まれ、黄金の針でもって開眼される。このような祝福の儀礼を通して初めてそのアイコンは神が一時的に下ってくるのにふさわしくなったと認識され [ワング 2004: 165, 166], 「お清め（浄化）の複雑な儀礼と仕上げるの儀式を行っていないアイコンは聖なる力を欠いたただの芸術作品にすぎない」 [ワング 2004: 166] とされる。初めから神聖な存在と考えられているスワンプー・リング（自生のシヴァリング）や上述したシャーリグラーマ石を例外とし、通常聖なる力が入魂されるまでは、その像は聖なる対象とは見なされない [Fuller 1992: 58]。このように神像は多くの儀礼を経て製作が進められる。特に寺院に祀られる神像の製作には、例えばオリッサ州プリーのジャガンナート寺院の御神体を改める儀礼のように、何ヶ月もかけて慎重に作業が進められ、儀礼もより緻密で厳格なものとなっている¹⁶⁾。

次に二点目の製作者のカーストに関して論じたい。彫像製作は、シルピンのように特定のジャーティに属した専門の職人が従事しているのに対して、ポスター宗教画家には職業的なカーストの拘束がない点を指摘したい。ここでは、彼らの職業が 19 世紀末から始まった比較的新しいものであることも理由の一つと考えられる。20 世紀後半に多くの作品を残した H. R. Raja (Raza) や P. Sardar はムスリム画家でありながら多数のヒンドゥー教の図像を描いており、現代活躍する最も著名な画家の一人 Yogendra Rastogi の助手 Liyaqat Ali もムスリム画家である。また多くのヒンドゥー画家が他宗教の図像を製作しており、画家の宗教と製作する図像の宗教はしばしば一致しない¹⁷⁾。

さらに、Rang Roop は掃除屋カーストという「不可触民」（ダリト）カースト¹⁸⁾出自の画家であるが、筆者が行った画家や出版社（印刷所）へのインタビューでは、彼らは製作従事者のカーストを一切問題にしておらず、ポスター宗教画の製作においてカーストは関係なくなっている。このような製作従事者の脱カースト化は、印刷業における CG の導入で加速しているといわれている。CG の部門で働いているのは、大学で工学やアートを専攻していた人が多く、コンピューターの操作ができればカーストは問われず、より様々な人々が印刷産業に参入してくるようになった。これは「シルパ・シャーストラ」に囚われない「新しい」図像が製作される土壌となっている。次項では、このような脱儀礼・脱カースト的なポスター宗教画製作の現状がどのようなものか、フィールド調査¹⁹⁾をもとに記述し、特に CG 導入以降の変容についてふれる。

3-2 現代インドにおけるポスター宗教画製作

彫像などの「伝統的」な神像製作に比べ、大量生産物であるポスター宗教画の製作過程についてはこれまであまり明らかにされてこなかった。筆者が行った調査によると、ポスター宗教画は専門のポスター宗教画家（以下画家）によって描かれる原画を複製印刷して製作される²⁰⁾。画家は出版社からの依頼を受けてポスターカラーで原画を作成しており〔写真7〕、依頼では、どの神をどのようなポーズで、と細かい注文がなされ、途中何度か出版社と図像を確認しつつ一週間前後で作業が進められる。依頼の際、サンプルとしてポスター宗教画を渡されることも多い。人気のある図柄を手渡され、似たような作品の製作、あるいは模写そのものを依頼されることもある。ムスリムやシク教徒の画家がヒンドゥー教の図像を描くことも、またその逆も珍しくないが、他宗教の図像でもこのように見本を手渡され、模写していくことで製作が可能となる。彫像製作のように神像の「開眼」を重視することはなく、製作過程・手順は画家の裁量に任されており、製作のどの段階で顔・目を描いてもよいと考えられている²¹⁾。

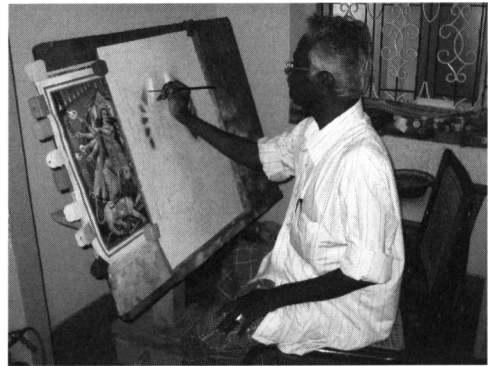


写真7 原画の製作風景（2005年 シバカシ郊外）

原画が完成すると、次にその原画を用いてオフセット印刷に必要な刷版を製造する。まず、プロセスカメラという製版用カメラで原画を撮影して色別のネガフィルムを取りだし、「リタッチアーティスト」と呼ばれるネガ修整の職人によってエッチング等の処理が施される。そして修整を終えたネガをアルミ版材に感光してそれぞれ色別のアルミ刷版を製版していく。一般には出版社がこれらの工程を専門の下請け工場に外注し、できあがったアルミ刷版を用いて自社のオフセット印刷機で平板印刷を行っていく。しかし、1990年代以降の印刷業の機械化・デジタル化の促進により、印刷工程においてオフセット印刷に入るまでの手順が様変わりしてきた。画家の作品を基にするのは従来と同様であるが、一連のネガフィルム・アルミ刷版の製作工程が変化している。とりわけ大きな変化は、出版社自らが大型スキャナーで原画をスキャンしコンピューターに取り込み、図像をデジタル保存するようになった点である。これにより画家に新たな作品を依頼することなく、Photoshop等のソフトウェアを用いて新しい図像を簡単に製作できるようになった。例えば人気のある原画をスキャンし背景だけを変更するなど、「コピー＆ペースト」で作業が進められる〔写真8〕。出版社では、神像や、背景、供物、動物等のパーツ毎の図像がデジタル保存されており、それらを組み合わせて図像が作製されることもある。また、原画を注文し、仕上がった原画をスキャンするだけでなく、人気のある画家

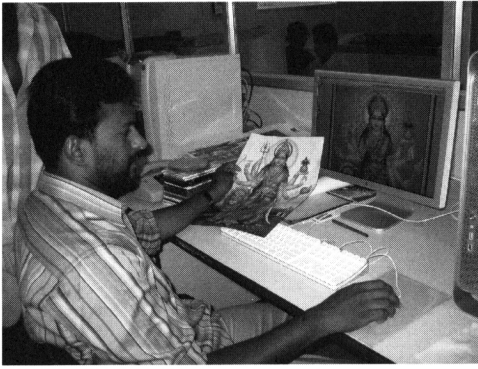


写真8 CGで図像を加工している様子(2005年
Jothi Art Calendars社シバカシ)



写真9 地域ごとの嗜好に合わせて製作されたラク
シュミー像の原画(2005年 Jothi Art
Calendars社シバカシ)

の往年の作品をCD-ROMで購入し、新たな図像を製作することも頻繁に行われており、CD-ROMを販売する専門の業者も登場している²²⁾。

デジタル処理されたデータは、出版社においてCTP(Computer To Plate)によりアウトプットされ、アルミ刷版を自動的に製版する。出版社は、卸業者や小売店を介して消費者の嗜好や動向をくみ取っていくが、このような印刷業のデジタル化に伴い、多様化する消費者の要望に迅速により細やかに対応できるようになったという。Jothi Art Calendars社の社長であるS. Shenbagamūrthiは、多様化しているマーケットの意向について、例えば同じ神であっても好まれる図像が地域によって異なるということを、写真9のように三枚の原画を示しながら以下のように説明した。

ラクシュミー像でも、中央の座像はパドマ・アーサナ(蓮華座)というアーサナ²³⁾で、タミル・ナードゥ州やアンドラプラデーシュ州で人気があります。左端の片足を下ろしたアーサナの図像はマハラシュトラ州やカルナータカ州で人気です。立像か座像か、サリーの色も赤か緑かなど、地域間でも好みが違うので、うちでは様々な種類のラクシュミー像を製作しているんです²⁴⁾。

デジタル化に伴うCGの導入で、上のような細かな要望にも、素早く応答できるようになったという。このように図像の多様化はCGのような新しい技術によっても支えられている。

次節では、多様化するポスター宗教画の図像に関して、実際どのような新しい主題のものが登場しているのかをフィールド調査から明らかにする。そして、それら新しい図像の登場が、現代インドの社会変容と如何に関わっているのかを考察する。

「紙」はいかにして人々の「神」になるのか（木下）

4 現代インド・ポスター宗教画と社会変容

4-1 サンスクリタイゼーションとアイデンティティ・ポリティクス

第2節のポスター宗教画の歴史のなかで述べたように、現在のように全インドにポスター宗教画が流通するようになった契機は、1894年にインド人洋画家ヴァルマーが自身の油彩画をリトグラフで印刷し販売するようになってからである。ウベロイはヴァルマーの作品について、アーリヤ的・クシャトリア的な彼の作品の複製物が全インドを席卷したことにより、低カーストや地方の図像が衰退したと述べている [Uberoi 1990: 43]。ピニーもこれを、ポスター宗教画による「サンスクリタイゼーション」と指摘している [Pinney 1995: 91]。「サンスクリタイゼーション」とはM・N・シュリーニヴァースによって提唱された概念で、低カースト集団が自らの地位を上昇させるために、バラモンの慣習・儀礼・信仰を模倣したり、菜食主義や禁酒主義などの生活様式を取り入れていく過程を指す [Srinivas 1970 (1962): 42-45]。ポスター宗教画による「サンスクリタイゼーション」はヴァルマーのサンスクリットの図像が一斉に広まった19世紀末頃の現象を捉えていると考えられるが、現在はピニーも指摘するように、いわゆるサンスクリットの図像ではない図像も流通している [Pinney 1995: 91, 92]²⁵⁾。筆者が行ったフィールド調査においても、例えば15世紀に名をはせた低カーストの聖者ラヴィダースや、ダリトの仏教改宗を先導した政治家であり社会運動家であるアンベードカル (1891～1956)²⁶⁾、そして地方の神々についても、ケーララのアイヤッパ、ベンガルのオンノプルノなど、他地域でも知名度の高い神から、よりローカルな村落神まで流通しているのが観察された。また他宗教の図像（イスラーム・キリスト教・シク教・仏教等）も多種製作されている。ポスター宗教画は全インドで礼拝対象物として定着したものの、消費対象としてのポスター宗教画の図像はむしろ多様化してきており、「サンスクリタイゼーション」では説明できない現象が見られる。

こうした図像の多様化は、ポスター宗教画の購買者の多様な需要に応答したものであるといえようが、ここで注目したいのは、そうした多様な需要の一端が、アイデンティティ・ポリティクスと関わっているということである。例えば、ラヴィダースやアンベードカルのポスター宗教画の流通は、インドで高揚しているダリトのアイデンティティ・ポリティクスと連動した動きと考えられる。インドにおける重要なアイデンティティ・ポリティクスの一つに「カースト・ポリティクス」がある。イギリス植民地期にカーストは、統治の最末端の社会集団とされ、その後も政治結集の単位として利用されてきた。インド独立後、村パンチャーヤトから連邦下院まで数段階の選挙制度が確立されると、「カースト団体」の結束は一層強まり、「カースト・ポリティクス」と呼ばれるような状況が出現した [小谷 2003: 127-131]。カーストの政治化によるカースト単位の帰属意識の高まりは、信仰の場にも浸透している。政治

家・社会運動家であったアンベードカルは1956年にダリト（主にマハール・カースト）の仏教への改宗を導き、これは現代に続くダリト運動における重要な成果であったと言われている[Zelliot & Mokashi-Punekar 2005: 131]。現在アンベードカルのネオ・ブッディズム運動²⁷⁾の支持者は、仏陀の像と共に、菩薩としてアンベードカルの肖像画を掲げ、賛歌を歌いながらアンベードカルの誕生日を盛大に祝う。筆者がデリーで調査に訪れた低カーストやダリトの聖者ラヴィダースの寺院でもラヴィダースと共にアンベードカルの肖像画が掛けられていた。同寺院において行った聞き取り調査からは、ダリト運動に伴い20世紀中頃からラヴィダース寺院の建設が盛んになったとのことである。また、同ラヴィダース寺院では、参拝者に無料でラヴィダースのポスター宗教画を配布しており、カースト帰属を意識した信仰が重要視されるなかで、ポスター宗教画は積極的にアイデンティティ強化に利用されており、それに即した図像も求められている。また、ドラヴィダ・ナショナリズム運動のような地方アイデンティティ政治の高まりもあり、地域性を重視したポスター宗教画の登場もこのような社会状況を反映していると考えられる²⁸⁾。このように、素材性や製作過程においてはトポスやカーストを脱したポスター宗教画であったが、様々なアイデンティティ・ポリティクスの隆盛のなかで、逆に地域性やカースト帰属を重視したものが生まれつつあるという点は注目すべきであろう。

さらに現在の図像に対しては、1980年代以降のインドでみられるヒンドゥー・ナショナリズムの高揚に伴い、先行研究でもコミュニナリティック²⁹⁾な図像の登場に関する指摘が増えている。そこではポスター宗教画のなかでヒンドゥー・ナショナリストの言説や宗教アイデンティティがどのように表象されているかが問題とされている³⁰⁾。しかし、ここで指摘したいのは、ヒンドゥー・ナショナリスト的なメッセージ性の強い図像はその記号論的意味が主に重視されており、いわば記号的な装飾物または政治的立場の表明として飾られており、全てが礼拝対象にはなっていないのでは、ということである³¹⁾。したがってポスター宗教画については、礼拝対象物であるものとそうではないものを一括して論じるのではなく、フィールド調査に基づいて分別していく必要があるだろう。先行研究でもポスター宗教画は、バザール・プリント、カレンダー・アート、ゴッド・ポスター等と呼ばれ、ポスター宗教画と一緒にバザール³²⁾で販売されている風景画や政治リーダー、乳児の図像等が一括して論じられてきた³³⁾。テキストの意味論的分析では、間テキスト性が一つの重要な視座として提示されており、ポスター宗教画に関しても、例えば19世紀終わりから20世紀初めにかけての、リトグラフ印刷と舞台演劇や写真などの視覚イメージのイディオム間の、「間視覚的（“inter-ocular”）」な関係性について指摘されてきた[Pinney 2004: 34]。しかし、こうした間視覚的關係性に注目しつつも、やはり礼拝対象物と非礼拝対象物においては、その意味と機能役割に大きな相違点があることにも注意を向ける必要があると考える。今後、特にポスター宗教画と宗教実践との関わりを論ずるに

「紙」はいかにして人々の「神」になるのか（木下）

あたっては、これまでのように図像全般を包括的に論じるのではなく、その実践的な意味と機能役割についてのより注意深い観察にもとづいた分類と考察が必要となろう。

4-2 像の民主化・脱文脈化と社会変容

大量生産され安価に流通するポスター宗教画は、人々の宗教実践にも影響を与えていると指摘されている。本項ではそれら先行研究での議論に準拠しつつ、宗教実践をめぐる変容と近年新しく登場した図像の関連について検討する。

ピニーは中央インドのバチスダ村で行った調査から、ポスター宗教画という大量生産された安価な印刷物が流通することによって、寺院参拝ができないアウトカーストの人々にも家庭で神を祀ることを可能にし、「像（image）の民主化」を促したと指摘している [Pinney 1995: 91]。インド社会では、一般カーストから周縁化されるアウトカーストという被差別民が存在する。アウトカーストの人々はこれまで様々な場面で行動が規制されてきた。寺院参拝も例外ではなく、村の寺院への参拝は禁じられており神像へのアクセス権も極端に制限されていた。ポスター宗教画の流通は、そのような人々にも神像を祀ることを可能にしたが、ピニーが調査を行った村落のアウトカーストの人々は現在も村の主要な寺院の参拝が可能ではない。寺院には壁画や絵画に描かれた神像が祀られていることもあり、「像の民主化」は、全ての像（image）があらゆる人々に開かれた状態になったという意味ではなく、ポスター宗教画に描かれ流通する図像に関しては、どのような神の図像であれ入手可能になったことといえよう。

さらにバップも、印刷技術、テレビ、ビデオ、オーディオ機器等の新しい情報伝達メディアの登場が、宗教的シンボルの空間的・距離的な可動性を増進させただけでなく、「社会的可動性（social mobility）」も伴っていたことを指摘している [Babb 1995: 3, 4]。バップによると、インドでは従来、宗教信仰や実践は社会構造に深く根ざしており、家族・リネージュ・クラン・カースト・村落・近隣社会等の社会集団の単位において宗教儀礼や意識の根幹が基盤づけられてきた。つまり儀礼やセレモニーへの参加は、それら社会構造の構成員としての役割を果たす、という意味も多分に含まれていた。それがポスター宗教画の流通によって、個人や個々の家庭での礼拝対象や宗教実践の内容を比較的自由に選択できるようになり、宗教儀礼や実践の社会的な脱文脈化（脱埋め込み化）が促されたという。また、バップは宗教変容の現代的な特徴として、宗教変容のあり方自体が変化した点も指摘している。例えば宗教的シンボルの変動に関して、それまでバラモンのような宗教的職能者が担っていた役割は減少し、今日では民衆主導で様々な変容がもたらされているという [Babb 1995: 4]³⁴⁾。このようにポスター宗教画による宗教実践の脱バラモン化、脱文脈化が進むなかで、人々はどのような図像を求めるようになったのか。以下フィールド調査に基づいて具体例を挙げながら概観する。



写真10 口を開けたトラに乗るカーリー像



写真11 口を閉じたトラに乗るカーリー像

近年増加してきた図像の特徴として、第一点目に吉祥志向・現世利益的図像があげられる。吉祥志向の例では、例えば女神カーリーは従来口を大きく開けた虎に乗った姿で描かれていた[写真10]。しかし、口を開け雄叫びをあげている虎は怒っていることを表し、乗っている女神も怒っていることを暗喩していて好ましくない、という解釈が消費者の間で表出し、ここ数年、カーリーは口を閉じた虎に乗った姿で描かれることが多くなった[写真11]。

また、Jothi Art Calendars 社によれば新しい図像として近年、現世利益重視的な図像の需要も高まっているという。例えばクペーラという富の神は、1990年代から広く流通し始めた“Laughing Buddha³⁵⁾”の像と共に、商売や「金銭」の神として人気を博している。クペーラはヴェーダ時代から存在する神ではあるが、その像が民衆による礼拝対象となったのは、ごく近年の現象である。Jothi Art Calendars 社の社長 S. Shenbagamūrti は、このような消費者の動向について以下のように語っている。

最近人々は、ヴィシュヌ神のように抽象的な神に祈るより、クペーラなど商売に直結した神に祈り、「ショートカット」してお金に直結した結果をすぐ得たいと思っています。このような傾向はこれからも続くでしょう³⁶⁾。

より吉祥であるように口を閉じた虎に乗るカーリーのように、ここでは図像がもつ意味および機能役割は、神話的正統性や伝統的慣習によって決定されるのではない。それらが吉祥や繁栄をもたらす力を持つという信仰は、図像そのものが礼拝者にあたえる情動的な印象や、現代社会において新たに創造されつつある脱文脈的・脱バラモンの民衆信仰に根ざしていると考え

「紙」はいかにして人々の「神」になるのか（木下）

えられる。

これに関連して、近年製作されるようになった図像の第二点目の特徴として、宗教教義からずれる図像が登場していることについても触れたい。タミル・ナードゥ州マドゥライのミーナークシー寺院内のポスター宗教画を売る店先で、半身ハヌマーン・半身ガネーシャ（ガナパティ）のポスター宗教画が売られていた [写真 12]。ハヌマーンは叙事詩「ラーマヤナ」に登場するラーマを助ける猿の神である。ガネーシャはシヴァとパールヴァティーの息子で、象の頭部を持ち、商売の神として、また障害を除去する神として物事の初めに礼拝されている。ハヌマーンもガネーシャもインドで非常に人気のある神であるが、神話世界での強い結びつきはなく、半身ガネーシャ・半身ハヌマーンの合体像は、ヒンドゥー教の教義では説明できない。この図像に似たもので、インドにおいては半身女性・半身男性のシヴァ（アルダナーリーシュヴァラ）の像がある [写真 13]。立川は両性具有のシヴァの由来について以下のように説明する。

『シヴァ・プラーナ』によれば「ブラフマーは最初の男性であるブラジャーパティを作り、かれらに他の様々なものを創るように命じた。のちになってかれらは自分たちがその仕事に適していないことに気づいた。ブラフマーはかれらの創造活動が遅いので心配になり、マヘーシュヴァラ（シヴァ）に祈った。シヴァは彼の前に半男半女の姿で現われ、彼に心



写真 12 半身ガネーシャ・半身ハヌマーン像

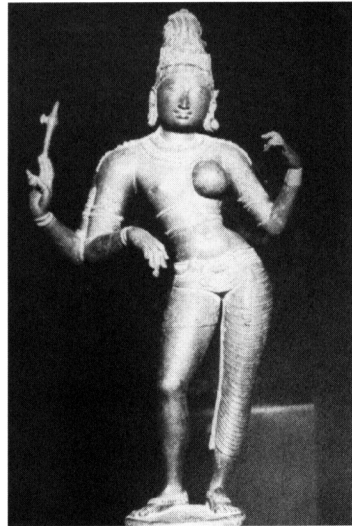


写真 13 右半身がシヴァ、左半身がパールヴァティーというアルダナーリーシュヴァラ像（ニューデリー国立博物館）[立川（他）1989]

配しないように告げた。ブラフマーの願望はききいれられ、創造の活動は順調にはかどった」〔立川（他）1990：99〕

両性具有のシヴァに関する別の物語としては、シヴァが苦行に励むパールヴァティーに自分との結合を許し、男女合体の神が生まれたという説もあり、彫像としては一般に右半身が男性（シヴァ）、左半身が女性（パールヴァティー）で製作されている〔立川（他）1990：100〕。このように従来像には物語性があり神話世界が表象されていた。しかし、半身ガネーシャ・半身ハヌマーンの合体像は、それを支える神話的・教義的正統性を欠いている。

宗教教義からずれる図像のもう一つの例として、シヴァ、ガネーシャ、パールヴァティーの頭部が合体した（三面をもつ）図像が見られる〔写真14〕³⁷⁾。ヒンドゥー教の教理には、三神一体（トリムルティ）という、ブラフマー、ヴィシュヌ、シヴァの三神を同一の宇宙の最高原理とみなす概念がある。また、三面をもつシヴァ像も多く残っている。このように「三」面を持つ頭像はよく見られるが、図14のようなシヴァ・ガネーシャ・パールヴァティーのコンビネーションは彫像分野においてはまず存在がなく、教義上それらの三体が同一の身体を保有することは、こじつけはできても「伝統的」または一般的な解釈では説明できない³⁸⁾。

従来、一枚のポスター宗教画に複数の神が「単体」ではない状態で描かれる場合、互いに関係のある者同士が描かれている。つまり一枚の図像のなかに物語性（神話性）がある。例えば、シヴァとその妻パールヴァティーが雪山（ヒマラヤと考えられる）を背景に描かれたものは市場でも人気のあるモチーフである。パールヴァティーは山の娘という意味で、山とはヒマラヤを指すと考えられている。また、ヒマラヤはシヴァをはじめ神々の住处でもあり、雪深い険しい山脈の背景は、そのような神々と自然の関係性を信仰者に想起させる。さらに、ヴィシュヌ神の化身の一人とされるクリシュナは、インドで広く親しまれている神話を多数有しており、ポスター宗教画でも幼少のクリシュナと養母ヤショーダーや、クリシュナとその恋人ラーダーが登場する様々な場面が描かれている。特に幼少のクリシュナは「ベイビー・クリシュナ」と呼ばれ人気の高い図像である。この「ベイビー・クリシュナ」像は、とりわけ「ジャナマーシュトミー（クリシュナ聖誕祭）」³⁹⁾の時期に大量に流通する。

以上のような神話世界の表象としての図像と異なり、半身ハヌマーン・半身ガネーシャ像や

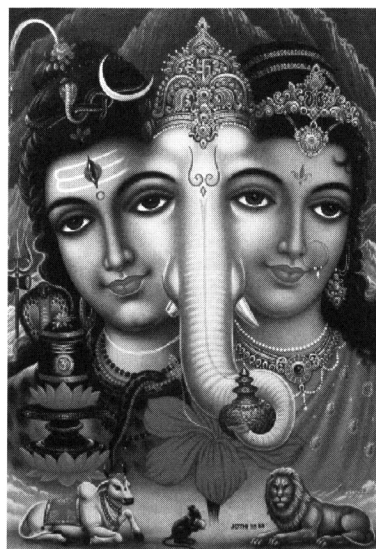


写真14 シヴァ・ガネーシャ・パールヴァティー像

「紙」はいかにして人々の「神」になるのか（木下）

シヴァ・ガネーシャ・パールヴァティーの合体像のような宗教教義からずれた図像が何故製作されるようになったのか、という問いに対して、以下にあげる二点をその理由としたい。まず一点目に製作現場において、製作者が「シルパ・シャーストラ」に依拠した伝統的図像製作の訓練を受けておらず、さらに製作に対する規制が少ないことが挙げられよう。そして近年の印刷業へのCGの導入で、その規制は益々緩和していると言われている。二点目の要因としては、バラモン司祭による宗教儀礼から離れて新たな礼拝形態が形成されるなかで、ポスター宗教画の購買者の側でも「シルパ・シャーストラ」に準じた「伝統的」な神像だけを重視せず、新しい図象を求めるようになった結果とも推測される⁴⁰⁾。吉祥志向・現世利益的図像と同様、このような図像に期待されているのは、神話や伝統的世界観に基づくメッセージではなく、むしろ吉祥や繁栄という現世利益をもたらしてくれる力であり、それらはそうした力を有する呪物として求められ流通していると考えられる。

また近年では、厳格な神であるはずのシヴァが、写真15のように茶髪で頬をピンクに染めた姿で描かれたり、「ベイベー・シヴァ」のように幼児の姿で描かれるようになったことも看過できない[写真16]。シヴァ神は様々な姿で表されるが、従来、乳児や幼児の図像は製作されることはなかった。次に、このような厳格な神の「軟化」したととれるイメージについて、ポスター宗教画に描かれない神に言及しながら考察したい。

ポスター宗教画では、礼拝されている神が全て描かれている訳ではない。例えば土星神シャニは、寺院参拝も盛んに行われている神であるが、家庭に持ち込むのは吉祥ではないと考えられている。神への帰依を示しシャニを鎮めることを目的として熱心に寺院礼拝されるが、目を合わすことは「恐ろしい」と考えられており寺院においてもこの神像の目を見てダルシャンすることはなく、礼拝用の図像も描かれない。また、ムニーシュワラ(Muneeswarar/Munishvara)は南インドの村落神であり、マドゥライ近郊にある調査村ではシヴァと認識されているが、信



写真15 茶髪で頬をピンクに染めたシヴァ像

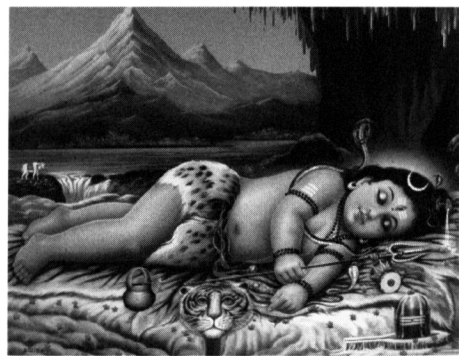


写真16 「ベイベー・シヴァ」像

仰者にとっては、ポスター宗教画に描かれている一般的なシヴァとは異なり、より神力があると考えられている。ポスター宗教画には描かれることはなく、人々はあまりに強力な力があるこのシヴァを畏れ、家庭では祀らないと答える。また、カルッパサミー（Karuppasamy/Karuppu Swamy）も南インドで信仰されている村落の神であるが、非常に厳格な神であるため、人々は家庭に持ち込むことはしないという。これらポスター宗教画に描かれない神は、厳格な神・荒ぶる神であり、人々は畏れ崇めながらも、儀礼に関しては、宗教的職能者を介して寺院で行うのをよしとする姿が観察できる⁴¹⁾。

インドにおいてヒンドゥー教徒は「寺院に行く」ことを、「ダルシャンしに行く」と表現する⁴²⁾。大量生産されたポスター宗教画を家庭で祀ることができるようになり、一般家庭においても「ダルシャン」が可能になって以降、バラモン司祭を中心とする寺院から礼拝実践の一部は解放されたと考える⁴³⁾。このことは、人々が宗教的職能者を介在せず個人で直接神と対峙しなければならない状況になったとも換言できる。ポスター宗教画における「荒ぶる神・厳格な神」の「軟化」した図像は、家庭内で祀れるよう、個人でも畏れず対峙できるような神表象に変化してきたことが一因ではないかと推察される。

5 おわりに：今後の課題

本稿では、ポスター宗教画に関する予備的考察として、大量複製物としてのポスター宗教画の特性を検討してきた。特に、従来の自然素材で製作された彫像との比較で、まず印刷紙の素材性の脱トポスの性質を指摘した。そしてそうした素材の性質は、「伝統的」な神像製作で重要であった製作者のカーストや儀礼の束縛から、ポスター宗教画の製作過程が自由であることと関連していることを論じた。また、ポスター宗教画の製作現場の変化と、受容の場での宗教実践の脱文脈化が進むなかで、いかなる図像が流通しているのかについて、図像の現代的展開を社会変容との関わりで考察した。そして、現代みられる図像の多様化はCG等の技術によっても支えられている点を述べた。

最後に結論に代えて、芸術人類学における昨今の議論を参照しながら、これからの課題について述べておきたい。芸術人類学では、「芸術」の定義や、その定義づけを下支えしている「アートワールド」という西洋の特権的「制度」に関する問題が指摘される一方で⁴⁴⁾、調査地の様々な対象（絵画、建築、贈り物、刺青などの身体表象等）を、「現地の世界観」を表すモノとして捉え、その「審美学」や象徴性を分析することに主な関心が払われてきた [Coote and Shelton 1992, Morphy 1994]。しかしジェルは、「芸術」を扱ったそれまでの人類学的研究において主流であった「土着の審美学」や「象徴的意味」といった概念を退ける [Gell 1998]。

「紙」はいかにして人々の「神」になるのか（木下）

ジェルは「芸術」を審美的に見ようとする態度や、現地の審美学を明らかにしようとする姿勢こそが、西洋の審美学や芸術理論に基づいたもので、西洋の審美学を補強するような作業であると批判した。また、「象徴的意味」についても、「芸術」が世界に関する象徴的な命題をコード化すると捉えて象徴や意味を論じのではなく、「芸術」をむしろ世界を変化させようと働きかける行為の体系として捉えた [Gell 1998: 1-7]。ジェルによると、「芸術」の人類学的理論は「社会的エージェンシーを媒介するモノと密接に関わる社会関係」[Gell 1998: 7]を扱うべきで、あらゆるモノが「芸術」になりうる。そして「アートオブジェクト」の、製作・流通・受容の社会的文脈に着目して、実践的、媒介的な役割という、エージェンシーの相互関係をみていく重要性を強調する⁴⁵⁾。

ジェルはエージェンシーの多層的な関係性を描くため、様々なコンテキストにおけるアクターの関係性を段階的に検証していく。そのなかで、モノの外貌としての形（顕れ）だけでなく、視線や臭い、煙などの身体や物質のレベルでの関係性についても注目し、プージャーでみられる「ダルシャン」を取り上げ、「拡散する」エージェンシーについて例解している。ここでは「ダルシャン」のような「見ること」は「触ること」と同様の、一種の接触の形態であるとされる [Gell 1998: 104-121]。

確かにヒンドゥー教のプージャーでは、ダルシャンだけでなく、樟脳や香を焚き、シンドゥールという赤い粉を神像に押しつけ、ランプを灯し、マントラを唱え、供物のお下がりや戴くという、五感を刺激するものである。しかし、ジェルの描くような身体的・情動的関わりを含む濃密な交流・宗教実践は、ポスター宗教画をめぐるのは、いかに行われていくのであろうか。本稿で論じてきたように、ポスター宗教画は正統性やバラモンの儀礼を必要としない大量生産物である。図像についても神話の意味世界に依拠した物語性や図像的正統性は求められない、非オーセンティックなものも製作されるようになっている。その宗教実践の内容も、伝統的な体系にとらわれないものになっていると報告されているが、詳細については未だ明らかになっていない。ポスター宗教画は様々なエージェンシーの相互作用のなかで、どのように礼拝者にとってかけがえのない神になっていくのだろうか。これを理解するためには、製作者、流通者、販売者、購買者、礼拝者、メディア、神格などの多元的なエージェンシーの複合的相互交渉を明らかにし、特に礼拝者とポスター宗教画の「出会い」から、購入、礼拝実践などの身体的・情動的な交流を通じて、一般的な商品のひとつであった紙がその人にとって固有の意味と重要性を持つ神になっていく過程を詳細にみていく必要があるであろう。ポスター宗教画をめぐるこうした過程の総体をフィールド調査で明らかにしていくのが、今後の課題である。

謝辞 本稿は2006年1月に提出した博士予備論文（修士論文に相当）に、その後のフィールド調査結果を加え加筆修正したものである。これらの執筆にあたって、指導教官の田辺明生先生に

は常に的確で示唆に富むご指導を頂いた。ここに深く感謝の意を表したい。なにより、学究に対する情熱をかき立てて下さるような先生の下で研究ができることを本当に幸せに思う。また、本稿の仕上がりを最大限の寛容さでお待ち下さった編者の田中雅一先生にも心より深謝する。最後に調査に快くご協力頂いたインドの方々にも厚く感謝の意を送りたい。

注

- 1) ポスター宗教画はヒンドゥー教の図像だけでなく、イスラーム・キリスト教・シク教・仏教など他宗教のものも広く流通しているが、本稿では特に断りがない限りヒンドゥー教の図像に関して述べる。
- 2) カルカッタヘリトグラフが持ち込まれた最初期の記録は二例ある。一例目は1822年にフランス人居住者 De Savighnac によってリトグラフ印刷が行われた例で、もう一例は、開業医 Dr I. N. Rind が1822年にリト・プレスを持ち込み、政府系の石版印刷所設立（1826年設立）を牽引したというものである [Neumayer and Schelberger 2003: 8, 9]。
- 3) 木版やリトグラフで印刷された神イメージについては Paul [1983] や Pinney [2004] を参照。
- 4) これら1878年設立のカルカッタ・アート・スタジオ、チットラシャーラー・プレスと、後述するラヴィ・ヴァルマー・プレス（1892年設立）の三社が、都市部から農村部までに及ぶ、膨大な量のリトグラフの流通を牽引していく [Pinney 1995: 89]。
- 5) ベンガル地方を中心に人気のあったカリガト（またはカーリーガート）・ポトは手描きの絵画で、カルカッタの南端に位置するカーリー寺院前で土産物として量産され販売されていた。このカリガト・ポトの図像は木版印刷にも採用されて広く流通していた。カリガト・ポトの歴史については Jain [1999] が詳しい。
- 6) キリマヌールはトリヴァンドラム (Trivandrum/Thiruvananthapuram) から40キロ北に位置する街。
- 7) カーストとは内婚や共食の単位を形成し、特定の職業・身分に関連づけられたインドに特徴的な社会集団を指す。ポルトガル語で「血統」を意味するカスタを語源とし、現地ではジャーティ（生まれ）という名称で呼ばれている。バラモン（司祭）・クシャトリヤ（王侯・戦士）・ヴァイシャ（一般庶民）・シュードラ（隷属民）という四つの種姓（ヴァルナ：「色」を意味する）を持つ身分制度として知られているが、カーストの観念は、インド社会の基盤の本質として不変的に存続してきたわけではなく、歴史的に変遷し、再構成されたものである [Dirks 2001]。今日のようなカーストの実体化は、植民地期に行われたセンサスの実施によるカーストの客体化 [Cohn 1987] や、植民地行政の本質主義的な、植民地的差異に基づく支配や規則（rule of colonial difference）[Chatterjee 1993] 等を通してもたらされたと考えられている。
- 8) ヴァルマーの作品は1873年のマドラスでの展覧会で金賞を獲得した後、ヴェニスやシカゴの展覧会でも高く評価される。ヴァルマーの作品に対する国内外の評価やベンガル派からの批判については Mitter [1994], Guha-Thakurta [1992] を参照。
- 9) 1899年、ボンベイを含むマハーラーシュトラ州の主要都市でペストが発生したため、Ravi Varma Press はボンベイから Malavli (Karli) に移転された。Malavli はボンベイとプーネーの中間に位置する街である。Ravi Varma Press は1973年に印刷所で起きた火災のため一時的に閉鎖され、1980年に完全に閉業する [Castelli and Aprile 2005: 29-33]。

「紙」はいかにして人々の「神」になるのか（木下）

- 10) ヴァルマー以降の画家の動向に関しては、ラジャスターン州 Nathdwara の絵師集団とポスター宗教画の大手出版社 S. S. Brijbasi & Sons 社（1922-）との関係や、主に北インドの画家については Pinney [2004] を、南インド（タミル・ナードゥ州）の画家 Kondiah Raju（1898-1976 年）とその弟子 T. S. Subbiah らについては Inglis [1995] と Castelli and Aprile [2005] を参照。
- 11) オフセット印刷では、光の 3 原色の赤・緑・青（RGB）の補色であるシアン・マゼンタ・イエロー（CMY）を混ぜ合わせ他の色を作り出すが、黒色に関してはこれら 3 色を混ぜ合わせただけでは褐色になり鮮やかな黒が表現できないので、通常シアン・マゼンタ・イエローにブラックを足した 4 色を使用する。今回の調査では 1 色刷りから 6 色刷りまでのオフセット印刷機が観察された。5 色や 6 色刷りの機械ではシアン、マゼンタ、イエローの掛け合わせでは出せない蛍光色やラメ金のような色が追加される。またシバカシの出版社 Jothi Art Calendars 社では赤系統の微妙な色合いを出したい場合、5 色刷り機で基本 4 色に加えピンクを使用していた。
- 12) 宇波は、プラスチックという新素材と自然素材との対立関係について、マンツィーニが『創造のなかの素材』（Ezio Manzini, *The material in invention*）のなかで新素材の重要な特徴として「過去との断絶」（breaks with the past）を指摘していることを挙げ、自身の議論を発展させている。
- 13) 宇波は宮坂清通の『諏訪の御柱祭』から、以下の御柱祭の用材に関する部分を引用している。「御柱の用材を伐採する山は、上社は本宮の東方約二十キロを隔たるハヶ岳の西麓御小屋山の神林であり、下社では霧ヶ峰の西麓に続く東俣国有林で、社頭を約十五キロ隔たる東北方の山である（宮坂清通『諏訪の御柱祭』甲陽書房 1956：17）」[宇波 1998：47]。
- 14) 立川（他）によると、シャーリグラーマ石崇拜の由来について「バーガヴァタ・プラーナ」に以下のような神話が記されている。「初めに、ヴィシュヌ神は、人類の運命を司る九個の惑星を創造した。そのうちの一つ土星は、その任務を遂行するにあたって、ブラフマー神に十二年間、服従してくれるように頼んだ。ブラフマー神は、早速ヴィシュヌ神に相談することにした。しかし、ヴィシュヌ神の許を訪れた時、ヴィシュヌ神は、ガンダキー山に姿を変えていた。ヴィシュヌ神に会えなかったブラフマー神は土星の頼みを無視し続けた。そこで、土星はヴィシュヌ神に会うため虫となって山に食い込んでいった。食い込まれる痛みにヴィシュヌ神はがまんしきれなくなって、土星の頼みを聞きとどけ、本来の姿を現した。これ以後、この山からとれる石はシャーリグラーマ石と呼ばれ、崇拜されるようになったという」[立川（他）1990：221-222]。
- 15) また、現代インドにおいてはプラスチックのカラフルな神像や電飾のついた護符のような宗教グッズも広汎に流通している。礼拝対象物の素材性を考察する場合、ポスター宗教画との比較を含め、今後これら大量生産物も調査の対象に加えたい。
- 16) オリッサ州プリーのジャガンナート寺院では、ヒンドゥー暦で 1 年の内にアーシャーダ月が 2 度あるうるう年（12 年から 19 年に一度）に木像の御神体を改める。このジャガンナート寺院における御神体改めの特徴的な儀礼 Navakalevara の全体については Tripathi [1978] を参照。Tripathi は、Navakalevara における新たな神像製作の過程では、バラモンだけでなく、寺院で奉仕している低カーストのダイタが、独自に重要な役割を担っていることを明らかにしながら、その儀礼の詳細を述べている。
- 17) 脱トポスの「紙」は、機械印刷される前から、すでにカーストの束縛が緩やかであったと言える。19 世紀にベンガル地方で盛んに製作されたカリガト・ポトと呼ばれる手描きの絵画（神像も含む）の製作者には、絵師カーストのポトゥア（patua）以外にも、壺作りカーストのク

モール (kumor) や大工等がいた [Jain J 1999: 18]。しかし金が、現代のベンガル地方の絵師カーストであるボトゥアのなかでムスリム・ボトゥアが、ヒンドゥー教徒に対しては、ムスリムであることを隠して意図的にヒンドゥー教徒に扮し製作を行うという、彼らの状況主義的・戦略的な態度を描いているのに対して [金 2000]、現代のポスター宗教画の画家や製作者側の人々にはボトゥアのようにカーストや宗教を気にするような行動はみられない点は注目されよう。

- 18) 掃除、洗濯、屠殺などに従事していた人々は、穢れを与える存在とされ、「不可触民」として一般カーストの四つのヴェルナ (種姓) 制の枠外に位置づけられてきた。以下本稿では「不可触民」をダリトまたはアウトカーストと表記する。
- 19) 製作をめぐるフィールド調査は 2005 年と 2006 年に、ポスター宗教画印刷の主要都市であるデリー、タミル・ナドゥ州のマドラス、シバカシで計 3 ヶ月行った。現代インドにおけるポスター宗教画の 4 大出版社 [Pinney 1995: 92] のなかの 2 社とされる 1922 年創業の S. S. Brijbasi & Sons 社 (現在は主にデリーで事業展開している) と、マドラスを拠点としているポスター宗教画印刷の最大手 J. B. Khanna & Co. 社 (1957 年設立)、そしてシバカシの中堅出版社 Jothi Art Calendars 社 (1960 年設立) を中心に調査した。
- 20) 画家の中には、宗教画製作のみに従事する者の他、風景画や女性像なども製作する者も多い。
- 21) タミル・ナドゥ州コヴィルパッティで活動していたポスター宗教画家 Kondiah Raju (1898 - 1976 年) は「開眼」のために吉祥な日を選び、独自にプージャーを行っていた [2006 年 8 月 9 日にコヴィルパッティにて画家 G. Shenbhagaraman (他) に対して行った聞き取り調査より]。しかし、これまでの調査から、現在このような儀礼を行う画家は確認されず、その数は非常に少ないと考えられる。
- 22) CG の導入により、画家は依頼の減少や製作料の低額化に直面しつつある。しかし、このような動きに対して対抗策を講じる者もいる。画家 Yogendra Rastogi は自身の作品が簡単に流用されるのを防ぐため、1989 年から原画を売ることを止め、自らの工房 (工場) で、オフセットプリントに必要なネガフィルムを作成し、そのみを販売している。また、出版社との契約では、図像の使用期間を 1 年間に限定し、自らの作品が簡単にコピーされるのを防いでいるという。
- 23) アーサナは坐法を指す。
- 24) 2005 年 9 月 16 日に行った Jothi Art Calendars 社オフィスでの聞き取り調査より。
- 25) ピニーは、ラヴィダースのようなダリトの聖者像や地方の民間信仰の神のような非サンスクリットの図像が流通していることを指摘 [Pinney 1995: 91, 92]。
- 26) ビームラーオ・ラームジー・アンベードカルは、マハール・カースト (ダリト) 出身の政治家・社会運動家で、ネルー政権時には法務大臣としてインド憲法の起草・制定に携わった。1956 年 10 月 14 日に、30 万人 (～60 万人) のマハール・カーストの人々を引き連れてヒンドゥー教から仏教への改宗を行った。
- 27) 従来の仏教に対して、アンベードカルによって「復興された」仏教を「ネオ・ブディズム」と言い、新たに仏教に改宗した人々を「ネオ・ブディスト」と呼ぶことがある。
- 28) ドラヴィダ語圏に位置する南インドのタミル・ナドゥ州では、北インドの主要言語であるヒンディー語の単一公用語化に対する抵抗運動 (1965 年) 等が起きており、現在まで続くドラヴィダ・ナショナリズム運動の中心となっている。
- 29) インドにおいて、コミュニズムは主にヒンドゥー教徒とムスリム間の対立関係を指す。両者の衝突はしばしば「コミユナル紛争」と称される。
- 30) 1980 年代以降高まっていく「ヒンドゥー」・「ムスリム」間の緊張は、1992 年にウツタル・プ

「紙」はいかにして人々の「神」になるのか（木下）

ラデーシュ州アヨーディヤーでのモスク破壊という大規模暴動へと発展する。1992年のアヨーディヤーにおけるモスク破壊行動は、当地の小高い丘の上にあったバーブリーマスジットが、ヒンドゥー教の神であるラーマの生誕寺院を取り壊して建設されたと考えるヒンドゥー・ナショナリストによって破壊された事件である。それは1984年から始まった「ラーマ生誕地運動 ram janmabhumi andolan（ラーマ生誕の地解放運動）」の一つの沸点として捉えられ、この破壊行動以降、一連の暴力の連鎖が発生することになる。ポスター宗教画においても、アヨーディヤーに存在していたとされるラーマ寺院を背景に立つ新しいラーマ像が製作されるようになる。新しく描かれるラーマ像は非常にマスキュリンで従来のイメージとは大きく異なっており、反ムスリムの言説が表象されている。ラーマ像の歴史の変遷についてはKapur [1993] を参照。また、ウベロイは、カレンダー・アートにおけるマイノリティ（ここではヒンドゥー教徒以外を指す）の表象を取り上げ、インドの「多宗教性」と「ヒンドゥーの国インド」というヒンドゥー・ナショナリスト的言説がどのように説明されているのかを論じている [Uberoi 2002]。

- 31) 田中も、それら政治的メッセージを含んだ図像を取り上げているが、実際に礼拝対象となっているかは不明と述べており [田中 2002]、筆者の短期調査でも家庭内で礼拝対象とされているのは観察されなかった。
- 32) 人々は、このようなバザールや寺院前の露天商や専門店からポスター宗教画を購入している。
- 33) 現地での呼称は一通りではなく、筆者が調査を行ったデリーの中間層の家庭では家庭内に祀っているポスター宗教画をヒンディー語で神を指す「バグワーン (bhagvān)」と呼ぶが、あえてモノの名前を尋ねると「バグワーン・カ・ポスタル (神様のポスター)」と答えていた。ピニーは中央インドのマディア・プラデーシュ州のパチスダ (Bhatisuda) 村では、「バグワーン・ケ・フォト (神様の写真)」という呼称であるとしている [Pinney 2004]。本稿では、家庭内の礼拝スペースに祀られている印刷物の宗教画以外にも礼拝対象物になっているカレンダーやステッカーに描かれた神像も研究対象に含んでおり、それらをポスター宗教画と総称している。
- 34) 民衆主導の変容について、三尾は都市部で新しく行われるようになった祭礼を取り上げている。ラジャスタン州ウダイプル周辺では1990年代に入って新しく始められた祭礼がいくつかあり、それらが年々スベクトル化し人気を博している点、またそれらの祭礼がバラモン等の宗教的職能者ではなく、移住者や出稼ぎからの帰省者等の民衆主導で執り行われている点を指摘している [三尾 2003]。
- 35) インドでは1990年代から、プラスチック等で製作された「布袋」のような外見の像が“Laughing Buddha”という名で、商売の神として信仰されるようになった。
- 36) 2005年9月16日に行ったJothi Art Calendars社オフィスでの聞き取り調査より。
- 37) 頭部が象のガネーシャはシヴァとパールヴァティーの息子で、「マツヤ・プラーナ」にはパールヴァティーの垢で作られた像に水を吹きかけガネーシャが誕生したと記されている [斎藤 1986: 108]。このような誕生神話から、図14のような三体が合体した像の姿を独自に理由づけるかもしれないが、それは「伝統的」、または一般的な解釈ではない。
- 38) これら図像が製作された要因として、経済的理由から一枚に何人もの神が単体の姿で描かれているポスター宗教画が好まれるという点も挙げられる。出版社でのインタビューから、一人の神の図像ではなく、一枚に何人かの神の単体が印刷されているものも好まれるという話が聞かれた。ラクシュミー、ガネーシャ、サラスワティーの三人が一枚のポスター宗教画のなかにそれぞれ単体で描かれているものをよく見かけるが、それなら一枚で三人の神々をダルシャンすることができ、三枚買わなくても良いという経済的理由かららしい。宗教教義からずれる神々の合体像とい

うのも、マーケットの要望に敏感な製作側（画家）が一枚のポスター宗教画の中に複数の神を描こうとした創作意図と捉えられるかもしれない。

- 39) ジャナマーシュトミー（ジャナム・アシュトミー）祭は、毎年ヒンドゥー暦のバードラパダ（バードーン）月の黒半月（満月から新月までの半月）の第八日目（アシュトミー）に行われる。ヴィシュヌ神の化身であるクリシュナ神が、降誕（ジャナム）した日を祝う祭りで、これは太陽暦では8～9月にあたる。
- 40) 本稿では、ヴァルマーのアーリア的・クシャトリヤ的な作品以降のポスター宗教画の図像的変遷として、宗教教義からずれる図像等の現代的な特徴を指摘した。今後はカリガト・ポトのようなデフォルメされて描かれることが多かった民衆画や他の視覚イメージ（演劇・映画・写真等）との関連でポスター宗教画の図像の特徴を明らかにすることも課題と考える。
- 41) これらの調査はマドゥライ近郊にある Pallapatti 村にて行った。
- 42) 「ダルシャン」はサンスクリット語源で、インドで広く使用されている言葉である。ヒンディー語では、「ダルシャンしに行きます」は「ダルシャン ケ リエ ジャー ラハー / ラヒー フーン」と表現される。
- 43) 寺院と家庭で行われるプージャーには相違もある。たとえば、神像の周りを右回りにめぐる「ブラダクシナー（右邊）」は空間上の都合から家庭内では行えない儀礼の一つである。ポスター宗教画をめぐる家庭内儀礼について、今後寺院礼拝と比較し、ダルシャン等の礼拝実践の意味・機能の相違なども検討したい。
- 44) 「芸術」の定義をめぐる問題については Layton [1991], Morphy [1994] を、「プリミティブ・アート」の蒐集や展示をめぐるのは Clifford [1988] を参照。「アートワールド」という「制度」については Gell [1998] を参照のこと。
- 45) ジェルによると、エージェンシーとは、必ずエージェント・ペーシェント（行為主体・行為客体）間の相互作用として現れ、推論や応答、解釈等を引き起こす作用と定義される。また、エージェントやペーシェントは潜在的にそのどちらにもなりうるものであり、多層的な関係性が想定されている。

参考文献

- Babb, Lawrence A. and Wadley, Susan S. (eds.) 1995. *Media and the Transformation of Religion in South Asia*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Castelli, Enrico and Giovanni Aprile 2005. *Devine Lithography*. New Delhi: Il Tamburo Parlante.
- Chatterjee, Partha 1993. *The Nation and its Fragments: Colonial and Postcolonial History*. Princeton: Princeton University Press.
- Clifford, James 1988. *The Predicament of Culture: Twentieth-century Ethnography, Literature, and Art*. Cambridge: Harvard University Press.
- Cohn, Bernard S. 1987. The Census, Social Structure and Objectification in South Asia. In Bernard S. Cohn (ed.) *An Anthropologist among the Historians and Other Essays*. Oxford: Oxford University Press.
- Coote, Jeremy and Anthony Shelton (eds.) 1992. *Anthropology, Art and Aesthetics*. Oxford:

- Clarendon.
- Dirks, Nicholas B. 2001. *Castes of mind: Colonialism and the Making of Modern India*. Princeton: Princeton University Press.
- Eck, Diana L. 1998 (1996). *Darśan: Seeing the Divine Image in India*. New York: Columbia University Press.
- Fuller, Christopher J. 1992. *The Camphor Flame: Popular Hinduism and Society in India*. Princeton: Princeton University Press.
- Gell, Alfred 1998. *Art and Agency: An Anthropological Theory*. Oxford: Clarendon Press.
- Guha-Thakurta, Tapati 1992. *The Making of a New 'Indian' Art: Artists, Aesthetics and Nationalism in Bengal, c. 1850-1920*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Inglis, Stephen R. 1995. Suitable for Framing: The Work of a Modern Master. In Lawrence A. Babb and Susan S. Wadley (eds.) *Media and the Transformation of Religion in South Asia*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Jain, Jyotindra 1999. *Kalighat Painting: Images from a Changing World*. Ahmedabad: Mapin Publishing Pvt Ltd.
- Kapur, Anuradha 1993. Deity to Crusader: The Changing Iconography of Ram. In Gyanendra Pandey (ed.) *Hindus and Others: the Question of Identity in India Today*. New Delhi: Viking: 74-109.
- Kesavan, B. S. 1985. *History of Printing and Publishing in India: A Story of Cultural Re-awakening Volume I South Indian Origins of Printing and Its Efflorescence in Bengal*. Delhi: National Book Trust, India.
- Layton, Robert 1991. *The Anthropology of Art*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mitter, Partha. 1994. *Art and Nationalism in Colonial India. 1850-1922: Occidental Orientationse*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Morphy, Howard 1994. The Anthropology of Art. In Tim Ingold (ed.) *Companion Encyclopedia of Anthropology*. London and New York: Routledge.
- Neumayer, Erwin and Christine Schelberger 2003. *Popular Indian Art: Raja Ravi Varma and the Printed Gods of India*. Oxford: Oxford University Press.
- Paul, Ashit (ed.) 1983. *Woodcut Prints of 19th Century Calcutta*, Calcutta: Seagull Books.
- Pinney, Christopher 1995. Moral Topophilia: The Significations of Landscape in Indian Oleographs. In Eric Hirsch and Michael O'Hanlon (eds.) *The Anthropology of Landscape: Perspectives on Place and Space*. Oxford: Clarendon Press: 78-113.
- 2001. Piercing the Skin of the Idol. In Christopher Pinney and Nicholas Thomas (eds.) *Beyond Aesthetics: Art and the Technologies of Enchantment*. Oxford and New York: Berg.
- 2004. *Photos of Gods: The Printed Image and Political Struggle in India*. London: Reaktion Books Ltd.
- Srinivas. M. N. 1970 (1962). *Caste in Modern India and Other Essays*. London: Asia Publishing House.
- Tripathi, G. 1978. Navakalevara: The Unique Ceremony of the 'birth' and the 'death' of the 'Lord of the World'. In Anncharlott Eschmann, Hermann Kulke, Gaya Charan

- Tripathi (eds.) *The Cult of Jagannath and the Regional Tradition of Orissa*. New Delhi: Manohar.
- Uberoi, Patricia 1990. Feminine Identity and National Ethos in Indian Calendar Art. In *Economic and Political Weekly* (28 April): Ws 41-8.
- 2002. 'Unity in diversity?' Dilemmas of Nationhood in Indian Calendar Art. In *Contributions to Indian Sociology* 36 (1-2). New Delhi: Sage Publications.
- Zelliot, Eleanor and Rohini Mokashi-Punekar 2005. *Untouchable Saints: an Indian phenomenon*. New Delhi: Manohar.
- トゥアン, イーフー 1992 『トポフィリア』(小野有五・阿部一共訳) せりか書房。
- 宇波 彰 1998 『デザインのエートス』大村書店。
- 金基淑 2000 『アザーンとホラ貝: インド・ベンガル地方の絵語り師の宗教と生活戦略』明石書店。
- 小谷汪之 2003 「カーストとカースト政治 — その歴史の変容」小谷汪之編『現代南アジア 5』東京大学出版会。
- 斎藤昭俊 1986 『インドの神々』吉川弘文館。
- 立川武蔵(他)共著 1980 『ヒンドゥーの神々』せりか書房。
- 田中雅一 2002 『供儀世界の変貌—南アジアの歴史人類学』法蔵館。
- 三尾稔 2003 「現代インドにおける宗教の変容」小谷汪之編『現代南アジア 5』東京大学出版会。
- ワング, マドゥ・バザーズ 2004 『ヒンドゥー教』(山口泰司訳) 青土社。