

報告番号	※	第	号
------	---	---	---

## 主 論 文 の 要 旨

論文題目 中国映画スターをめぐる文化のグローバル化  
—チャン・ツイイー章子怡のイメージ形成—

氏 名 徐冬梅

## 論 文 内 容 の 要 旨

本論文は、国境、地域、民族を越え、様々な論争を引き起こしている映画女優章子怡を取り上げ、章子怡のグローバルの表象はどのように構築されているか、そのイメージ表象とグローバリゼーションとの関連について考察するものである。主に女優章子怡の越境的なイメージの流通と文化のグローバル化との関わりに焦点を絞り、章子怡の視覚イメージの構築とその流通のあり方、また彼女のイメージ表象をめぐる異なる言説を考察し、次の結論に至った。章子怡がグローバル映画スターとしての社会的地位を獲得した背景には、ローカル、リージョナル、グローバルといった重層的な力が絡み合っており、更に、政治、産業、社会、文化などの要素が同時に働いた結果であると考察した。

まず、映画の製作、流通のグローバルな展開が章子怡のイメージ流通を後押ししたと考察した。主に次の3点があげられる。

第一に、グローバル化を背景とした中国映画産業の変化が章子怡のグローバルな活躍の土台となっている。

中国政府によりグローバル化に関する一連の政策が推進され、映画作品を通して中国文化を世界に広げてゆき、海外でも大きな利益を上げることが目指された。それがアメリカのアジア、とりわけ中国の巨大な映画消費市場を狙う意図と合致し、相互利用の関係を結んだのである。その「互惠関係」に基づき、中米間の映画製作、興行、プロモーションなどの面での交渉が頻繁に行われるようになっている。このように、中国映画産業の変化が章子怡に世界デビューの機会を与え、彼女をグローバルな映画スターとして押し上げる一つの重要な基盤となったと考えられる。

第二に、章子怡がグローバルな映画スターとしてイメージ形成されたことには、国際的な配給網に乗ったことが最大のきっかけだと言える。彼女が出演した多くの合作映画や外国映画は、外国の資本が参入していたため、中国以外の配給ルートの実現した。章子怡は、その出演映画作品が国際的な配給網を通して公開されることで、

多くの観客に知ってもらうチャンスを獲得した。これは彼女のグローバルな知名度を獲得することにもつながったと言える。

第三に、プロモーションも中国映画の海外における影響を拡大し、章子怡のイメージのグローバル形成にも大きな役割を果たした。中でも、中国国家の支援が欠かせない。『HERO』を具体例として説明することができる。海賊版の防止、テレビの広告、人民大会堂でのワールドプレミア、メディアによる関連報道、映画の関連商品の開発などの宣伝手段が使われ、『HERO』を中国の「ソフトパワー」として輸出させるために中国国家が大きな力を入れたことが分かる。更に、プロモーションは中国国内にとどまらない。『HERO』の封切りの2年後、中国政府の圧力によって、ミラマックス (Miramax Films) はこの映画のアメリカでの公開を受けざるを得なくなった。この国内と国外におけるプロモーションの展開を通して、『HERO』は『グリーン・デスティニー』を上回り、アメリカで2031館という大規模公開を実現した。中国からグローバルな映画市場に参入した第一本目の商業映画として、『HERO』は中国映画産業、また章子怡のイメージの形成にとっては欠かせないほど、重要な意義を持つ作品である。

次に、映画や映画外のメディアに登場することを通して作り上げた章子怡のイメージ表象はグローバルな社会背景と密接に関連し合っていることを考察した。

章子怡の国際的人気を高める手段として、映画への出演はもちろんのこと、雑誌、CMへの登場、映画祭や社会活動への参加などは多大な効果を発揮した。章子怡は、その出演映画作品が国際的な配給網を通して公開されると共に、様々なメディアで国際的な有名人として言及されるようになり、それによってグローバルな映画スターになったと言える。

映画内や映画外のメディアによるイメージの描写や企画的な掲載が、強力かつ広範囲に章子怡のイメージのグローバル流通を推し進めた。イメージの多様性、アイデンティティの流動性が彼女のスクリーンイメージの重要な特徴となっている。政治、経済、文化的公算にしたがって、章子怡のイメージは流動性を帯びたり規定されたりする傾向が見られる。章子怡のアイデンティティは「中国人」とされるにせよ、「アジア人」とされるにせよ、「日本人」とされるにせよ、物語との関係、ターゲットとする観客との関係、そのイメージを流通させる市場との関係で、相対的に決定され変化している。とりわけ経済、文化、社会という基準や原則に基づき、彼女のアイデンティティが規定されたり、利用されたりすることが指摘できる。

最後に受容について、観客や映画批評家たちがどのように章子怡のイメージを受け止めたか、グローバル化との関連について確認してみたい。

章子怡のイメージの受容をめぐる葛藤には、ローカルとグローバルにおける政治的、文化的な闘ぎ合いが見られる。例えば、『HERO』における章子怡のイメージ表象をめ

ぐっては、中国で賛否両論が巻き起こっている。監督や製作者側は章子怡が獲得した国際的な知名度を重視し、彼女の『HERO』への出演は作品のグローバルな流通に一定の役割を果たしたと評価したが、「国際章」（国際的映画スター章子怡）に中国本土性を帯びた伝統的な少女を演じさせたことに違和感を覚える観客もいた。この受け止め方の違いは、章子怡がもつ、中国的とトランスナショナルな特徴を同時に備えるアイデンティティの両義性を提示したと言える。

また、ハリウッドの製作モデルに従って仕上がられた作品『SAYURI』は、第78回アカデミー賞で6部門にノミネートされ、3部門（撮影、美術、衣装デザイン）で受賞した。日本やアメリカで上映されるだけではなく、メキシコ、ポルトガル、ドイツ、スペイン、オーストラリア、タイ、韓国などでもヒットを記録した。しかし興行的成功を取めた一方で、この作品のキャスティングの選択、特に章子怡が演じた役柄について、激しい論争が繰り広げられた。日本人の芸者役に中国人の女優を採用した理由について、製作者側は「この映画をグローバルな作品とするため、役者を選択する際に、「汎アジア」という位置づけのもとに行なった。主演に選ばれた三人（章子怡と鞆利は中国人、楊紫瓊はマレーシア人である）はその役を演じるのに相応しい」と説明している。しかし、中国では、映画の中で章子怡が演じた日本芸者さゆりが、裸姿で複数の日本人男性と混浴するシーンがあることについて、強い反感が引き起こされた。一時、インターネット上では、彼女と日本人男優・渡辺謙のベッドシーンが何度も流された。これらのシーンは、旧日本軍による従軍慰安婦問題を想起させるものとして受け止められることすらあった。その結果、中国人による反日感情が高まることへの懸念から、2006年2月に予定されていた中国での公開は中止となった。このように、グローバルな映画市場を狙い、経済の利潤を追求する諸勢力によって、章子怡は利用価値があるスターとして採用され、彼女の人種的アイデンティティは曖昧された。しかし歴史的、政治的な関心からそのアイデンティティをナショナルな枠組みに固定化しようとする状況との闘ぎ合いが明らかに見られる。また、章子怡のイメージの受容には、ジェンダー、セクシュアリティの問題も同時に孕んでいることも指摘できる。

以上、明らかに、章子怡の国際的な映画スターとしてのイメージ形成はグローバリゼーションなしでは成り立たないものである。社会背景をもとに、歴史や政治、経済や産業、文化などに関わる要素が絡み合い、またこれらの要素が同じに働きを果たし、章子怡をグローバルな映画スターとして押し上げたと考察した。