The University of Osaka
Institutional Knowledge Archive

Title	現代台湾の消費市場における「日本」の変容 : 日本文化の「再構築」をめぐる展開について
Author(s)	金, 想容
Citation	大阪大学, 2011, 博士論文
Version Type	
URL	https://hdl.handle.net/11094/59136
rights	
Note	著者からインターネット公開の許諾が得られていないため、論文の要旨のみを公開しています。全文のご利用をご希望の場合は、大阪大学の博士論文についてをご参照ください。

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

https://ir.library.osaka-u.ac.jp/

The University of Osaka

【５】

氏　　名	金（キン）　想（ソウ）　容（ヨウ）（Chin,Hsiang-Jung）
博士の専攻分野の名称	博　士（言語文化学）
学　位　記　番　号	第　２４８５１　号
学位授与年月日	平成23年６月30日
学位授与の要件	学位規則第４条第１項該当 言語文化研究科言語文化学専攻
学　位　論　文　名	**現代台湾の消費市場における「日本」の変容　－日本文化の「再構築」をめぐる展開について－**
論文審査委員	（主査） 教　授　深澤　一幸 （副査） 教　授　北村　　卓　　教　授　中　　直一

論　文　内　容　の　要　旨

現代台湾における消費文化の展開を論じる際、中心的なテーマの一つとなるのが異文化受容、特に「日本文化受容」という側面であろう。日本は植民地の歴史を持っていた台湾に最初の近代化モデルを提供した。そして第二次大戦後台湾における「反日感情」の拡大と、国民党政権の抑制による「日本色の排除」などの方針の下で、日本商品の輸入が禁止されていた。そこでアメリカの大衆文化を大量に取り入れた結果、消費市場においては「西洋志向」が優勢を保っていた。経済高度成長期の80年代に入り、メディア統制の緩和やケーブルテレビの普及に伴って、日本の文化が再び台湾に上陸した。その結果、ジャパナイゼーションの時期に入り、1997年から「日本ポピュラー文化ブーム」に至った。様々な時代を経験してきた台湾において、今日のグローバル化の時代に至り、「日本」の文化的な意味の構築とその変容はどのような展開を見せているのか。本研究は、こうした問題意識のもと、台湾の消費市場における日本大衆文化の受容を見直す作業を行う。

既存の研究においては、国際的な日台関係を単純に二項対立の図式において論じる国際文化研究や「文化帝国主義論」が多数存在し、台湾における日本文化の移入を片方向的な文脈に沿って論じた研究も多く見られる。また、日本文化受容についての研究の大半は、90年代の日本ポピュラーカルチャーブームを対象とするものに止まっている。つまりこれまでの研究は、今日の日本と台湾をめぐる複雑かつ変動的な消費文化の営みとを捉えるには不十分であったといえる。本研究の中心的な分析視点は現代台湾の消費文化に置かれているため、台湾において受容された日本文化が、いかに独自の展開を見せているのかを論じるには、特定の文化事象についての分析が不可欠である。そこで本研究では、「オタク文化」、「日本マンガをリメイクする台湾ドラマ」、「テレビCM」などを取り上げ、台湾固有の政治的・社会的文脈と照合しながら70、80年代から現在に至るまで、台湾の消費市場における「日本」をめぐる意味変

容を総合的に究明する。

本論文は全6つの章から構成されている。第一章では、台湾における日本の大衆文化受容の背景説明として、戦後から現在に至るまでの歴史的背景と台湾消費社会の展開を時間軸に従って概観する。第二章では先行研究を取り上げ、本研究の視座、問題意識、研究の枠組について述べた。

そして第三章では、まず台湾における日本アニメ、マンガの受容形式の変化を考察した。70年代の日本アニメのために作った「軍歌」のような主題歌やあらゆる名称の「中国化」など、放送側は隠蔽色のある手段で国家レベルのメディア統制を維持していた。80年代から90年代後半までは、法律の穴を潜り抜けた海賊版テキストの流通は、新鮮な娯楽・文化財を求める大衆の欲求を充たすための「応急策」であった。そして90年代後期から2000年代にわたり、市場自由化・健全化とともに、多彩な日本ポピュラーカルチャーを受容する一方で、ローカル文化との相互作用も頻繁に発生するようになった。また、出版物、インターネット、テレビなどの言説の総合的な考察によって、日本由来の「オタク系文化」から台湾特有な「宅」文化への発展過程を明らかにした。台湾の「宅男」がさらに「差別化」、「親近感の付与」などの優れた機能を持つことは、日本の「オタク」と著しく異なっていることを提示している。

第四章では、2000年代から現れ始めた台湾製の「偶像劇（アイドルドラマ）」に着目し、これまで看過されてきた台湾メディア業界の「能動性」を再考した。まず日本の「少女マンガ」をリメイクする背景とその利便性を説明し、テキスト分析を行った。ドラマのテキストを検証した結果、90年代に台湾で受容されていた日本ドラマにおける「明快なストーリーの展開」、「繊細な感情表現」、「情緒的リアリティー」などの特徴が、台湾の「偶像劇」でも見られた。製作側は「日常/非日常」の境界線を曖昧化する場面設定やファンタジーが溢れる映像を提供することで、視聴者の関心を集め、また台湾独自のメディア市場戦略を巧みに運用し、従来のテレビドラマと異なるスタイルの創出に成功した。2007年以降は台湾の脚本家によるオリジナルのドラマがすでに主流となり、そして度々中国、東南アジアで大ヒットになり、台湾「偶像劇」というブランドが築き上げられつつあると考えられる。

第五章では、80年代から現在までの台湾のテレビCMにおける「日本像」の変遷を通時的に分析した。こうした長いスパンでの考察によって、台湾の各年代における日本文化の受容のかたちがテレビCMにも鮮明に反映されていることが分かった。例えば、消費文化財が欠如した80年代のCMでは、海賊版の日本アニメキャラクターが無断で企業に利用されていた。そして90年代に至ると、日本トレンディドラマの中で提示されている現代性に富んだ日本イメージが、テレビCMの中で溢れていた。2000年に入り、従来西洋圏から発信されてきた「東洋異国の日本」、「古き日本精神」といった日本的要素がCMの中に大量に用いられ、消費市場で注目されるようになった。また、2000年代後半には、消費市場のダイナミックな発展によって、日本文化をパロディ化した台湾のオリジナリティを持つ商品のCMが徐々に頭角を現しはじめた。

本研究の考察を通して分かるように、「日本」は台湾の消費市場において常に重要な役割を果たし、大きな影響を与えてきた。70年代では、国民党の中央集権のため、日本は「禁止」あるいは「隠蔽」すべき存在であり、台湾の人々は日本文化商品と接触する機会があったとしても、政府の繁雑な検閲や審査を回避できなかった。80年代では、ポピュラーカルチャーや大衆娯楽に対する大量な需要が生じたことによって、日本は台湾にとって海賊版商品の素材を提供する文化生産の大国となった。そして90年代は、日本トレンディドラマに現れた現代的な都会生活が憧れの的になり、日本は模倣すべき理想的なモデルであった。つまり、80年代から90年代にかけて、台湾の人々にとっての「日本」は一つの大きな物語となり、「最先端にある国」、「慕われる豊かな社会」といった世界観に統一されていた。例えば、日本文化ブームによって登場した「哈日族」の日本文化商品への猛烈な消費行為も、この世界観を映し出す好例だと言えよう。

そして2000年代に入り、その大きな物語が崩壊しはじめ、台湾の日本文化受容はこれまでと異なる転換期に突入したと考えられる。台湾は「オリエンタル的な目線」を取り入れ、日本は「東洋の異国」としてエキゾチックで魅力溢れる近い国としても捉えるようになった。2000年代後半に至ると、ローカル文化と頻繁に接触し、混じり合い、相互作用した結果、日本は一つの「データベース」になったと考えられる。台湾は日本の大衆文化商品を消費すると同時に、その膨大な「データベース」の中にあるものを、「意味の変更」、「意味の付加」、「適合」、「演出」など様々な独自の方法で「新しい土着の文化（ローカライズド文化）」を創造し、またそれを消費する。換言すれば、現在台湾の日本文化受容のあり方は、単調な模倣や購買から、自分の需要によって日本という「検索エンジン」を自由に利用できるように変わりつつある。本論文ではこのような展開を「日本文化受容のデータベース化」と名付ける。こうして台湾にとっての「日本記号」が創出される時代に入りつつあり、台湾の消費市場における「日本」は、今後さらに再構築されていくことが予想される。

今日の台湾では一方的に日本からのものを受け入れるだけではなく、日本の文化商品や技術などを輸入すると同時に、台湾本土でリメイクし、「差異化戦略」として利用することもできるようになった。さらに、台湾以外の地域の消費市場にも一定な影響を及ぼしている。しかしながら、本論文の考察にも示したように、こうした現象は2000年代に入ってから観察されたため、時間的にはまだ短く、どの程度まで浸透し定着していくのかもまだ議論の余地がある。

以上の理由で、現時点ではまだ台湾による「タイワナイゼーション」がすでに進行し始めているとは言い難いが、外来文化を台湾独自の消費文化的文脈に適合させつつ再構築を重ねるプロセスは、一種の「タイワナイゼーション」の可能性を示唆していると考えられる。今後の発展については、更なる観察が必要とされるようになるだろう。

台湾と同様、中国のメディア環境は政府の管理と大きく関わっており、長い間厳しい検閲がなされてきた。しかし改革開放政策が実施され、若者の政治に対する狂熱、改革をめぐる社会思潮への強い関心は退却し、自己の発展や個人価値の実現に関心が移っていく。そして1992年、経済システムの全面的な市場化によって、中国の社会と文化も大きな転換を迎えた。その時消費者である大衆の需要や文化的趣味に即応した大衆文化が登場したことが、80年代の高度経済成長期の台湾に類似している。さらに、日本マンガが中国に流入した初期においては、台湾で中国語に翻訳されたものが台湾経由で入っていった。作品に台湾の思考・文化が注入され、それが中国大陸に持ち込まれた。つまり、日本の文化商品を中国人にとって非常に受け入れやすい形で翻訳することで、台湾は日本と中国の間で、ある種の緩和剤としての機能を果たした。近年、『流星花園』が中国でも香港でも大ヒットを記録したことや、「宅男文化」が注目されることなど、台湾で再生産された日本文化が中国進出したケースも頻繁に見られるようになった。一方、90年代初頭、香港資本の衛星放送による日本トレンディドラマの放送が、数年後の台湾における日本大衆文化ブームをもたらすきっかけとなったが、97年7月に香港が中国に返還されて以来、中国の検閲の影響で、導入された日本ドラマの数量が徐々に減少し、1998年にはついに台湾の日本専門チャンネルに追い越された。こういったことからも、90年代日本大衆文化を最先端で発信していた香港がその立場から退いたことを垣間見られる。

このように、中華民族的視点といった共通の部分を持つ台湾は、常に中国や香港の消費市場に影響を与えているし、また台湾における日本文化受容も中国語圏の中で水先案内人としての役割を果たしてきた。すなわち、本研究で浮き彫りになった台湾の日本文化受容の動向と発展は、今後の中華圏・中国語圏の指標になると考えられる。

論文審査の結果の要旨

本論文は、現代台湾の消費文化の展開を論じるが、異文化受容、とくに日本文化受容という側面から、台湾の消費市場における日本大衆文化の受容をとりあげる。これまでの研究においては、国際的な日台関係を単純に二項対立の図式において論じる「文化帝国主義」論や、台湾における日本文化の移入を片方向的に論じた研究が多く、また研究の大半は、九〇年代後半の日本ポピュラーカルチャーブームを対象とするに止まっている。それに対して、本論文は、まだほとんど空白部として置かれている二〇〇〇年以降の日本文化受容に着目し、テキスト分析を交えて、二〇〇〇年以降の受容の様相を浮き彫りにしたものである。

本論文の分析対象には、台湾に受容された日本文化が独自の展開を見せているものとして、「オタク文化」「日本マンガをリメイクする台湾ドラマ」「テレビＣＭ」などを取り上げ、台湾固有の政治的・社会的文脈と照合しつつ、７０、８０年代から現在にいたるまで、台湾の消費市場における「日本」をめぐる意味変容を総合的に究明する。

さて、本論文でまず長所とすべきは、とくに第１・２章において、大衆文化におけるグローバリゼーションの視座から台湾ローカルの文化現象を俯瞰しているのだが、先行研究などをじつに丹念に読み込んでいることにより、理論的な枠組みもしっかりと決まり、本来は要因が複雑にからんで説明が困難な日本文化受容の様態を、わかりやすくかつ説得的に提示しえていることである。

さらに、第３・４・５の各章では、それぞれの章のはじめに、その文化事象にかんする歴史的な回顧、つまり日本と台湾とがいかに接触しいかなる展開をへて、現在のこの状態にいたったかということを、具体的な事例を交えつつ詳細に説き起こし、読者が各文化事象の台湾での展開を理解するうえで、きわめて有効な導入部を形成している。

また、本論文は、全体として、日本のアニメ・マンガ、台湾のテレビドラマ、台湾のテレビＣＭなどを研究対象としているわけだが、その結果、論文中に引用されている画像資料はきわめて豊富でバラエティーに富み、しかもそれが著者の論述にきわめて適合し、読者の理解を助け、本論文を他に類をみないユニークなものにしている。そして著者は付録として、映像資料のＤＶＤを末尾に付しているが、「フォルダＡ」の「宅男大改造」データも、「フォルダＢ」のテレビＣＭデータも、面白く、きわめて役立つものである。

しかし、いくつかの不足もある。たとえば、第５章では、テレビＣＭの消費者意識調査として２００４年実施のアンケート調査が使われているが、それ単独であり、受容者層の分析の重要性からみても、最近の調査を実施

すべきであったこと、第３章の「宅男」の説明では、ただ単なる「家に引きこもり」なのか、「日本」への感情的こだわりがあるのか、いまひとつ定かでないこと、など。しかし、これらは、本論文の価値をそこなうものではない。

以上により、本論文は博士（言語文化学）の学位論文として十分に価値あるものと認める。