



HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	シアター・パフォーマンスの観光メディア論：中国における実景型／没入型パフォーマンスの事例
Author(s)	楊，欣霖
Degree Grantor	北海道大学
Degree Name	博士(観光学)
Dissertation Number	甲第16615号
Issue Date	2025-09-25
DOI	https://doi.org/10.14943/doctoral.k16615
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/98225
Type	doctoral thesis
File Information	YANG_Xinlin_abstract.pdf, 論文内容の要旨 https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/



学位論文内容の要旨

博士の専攻分野の名称：博士（観光学）

氏名：楊 欣霖

学位論文題名

シアター・パフォーマンスの観光メディア論

—中国における実景型／没入型パフォーマンスの事例—

本論文は、中国における観光用シアター・パフォーマンス（旅游演艺）を対象とし、観光施設を「空間メディア」として理論的に位置づけ、その成立過程・社会的機能・観光体験への影響を多角的に明らかにしたものである。観光社会学・メディア論・文化政策論・文化資源マネジメント論の学際的手法を駆使し、観光における情動・身体性・記憶・歴史意識の生成プロセスを実証的に分析しており、従来の観光研究における未開拓の領域に大きく貢献するものである。

序章では、中国における観光開発と旅游演艺市場の急速な拡大を背景として、本研究の問題意識が明確に示される。1978年の改革開放以降、観光客誘致のために各地で文化資源を活用したパフォーマンスが展開され、とりわけ2000年代以降は「実景型」パフォーマンス、2010年代以降は観客参加を前提とする「没入型」パフォーマンスが全国的に流行した。観光者は単に鑑賞者にとどまらず、身体的移動や情動経験を通じて物語世界に参加する主体へと変容する。本研究は、こうした現象を観光社会学的・メディア論的に再考し、観光と空間・情動・歴史の関係を多層的に解明することを目指したものである。

第一章では、観光アトラクション論・観光施設論・メディア論の先行研究を整理し、観光施設を「空間メディア」として理解する理論枠組みが提示される。これまでの観光アトラクション論は、観光行動の構造理解に資するが、オンサイトにおける物理的・身体的経験への注目は十分でなかった。本章においては、ミュージアム研究やメディア論を援用し、観光施設・演出・サービスが観光地と観光者の関係性を媒介する装置であることを理論化した。

第二章では、中国の旅游演艺市場の現状が具体的事例に基づいて論じられる。杭州の「宋城千古情」など三つの異なる形態の旅游演艺が分析され、観光地におけるシアターが、地域イメージの構築、観光資源の体験化、情動喚起と商品化の装置として機能していることが明らかにされる。旅游演艺は、歴史や民間伝説、文化的記号をスペクタクルへと再編し、観光者の想像力と情動に訴える空間メディアとして位置づけられる。

第三章では、1980年代から2004年に至る実景型パフォーマンスの成立過程が歴史社会的に検討される。初期の『倣唐樂舞』のようなディナーショー型旅游演艺は、政府主導の政策下で生まれた。その後、張芸謀ら著名演出家が関与した『印象劉三姐』により、地域資源・政策・資本・芸術性が結合し、中国旅游演艺

の象徴的転換点が形成された。

第四章では、2004年以降の実景型ブームから、2013年の没入型パフォーマンス『又見平遥』に至る展開が示される。没入型演劇は、観客が劇場の内外を移動しながら、演者や空間と直接的に関与することを通じて、物語世界への身体的・感覚的な参与を促すものである。『又見平遥』は、城郭都市全体を舞台化し、19世紀商人一族の物語を基軸に、多感覚的演出（光・音・匂い・触覚）を駆使して歴史的共感（historical empathy）を喚起する典型例である。この展開は、観光が「見る」行為から「参与する」体験へと進化する過程を明確に示している。

第五章では、旅游演艺制作の産業的・社会的基盤が分析され、旅游演艺は、文化的創造性と同時に社会的交渉の産物であることが示される。具体的には、筆者は、コンサルティング会社における約4か月間のフィールドワークを通じ、企画・調査・演出案作成・行政調整・資本調達までの全過程を記録した。分析の結果、ブームを支えるのは必ずしも個々の名作ではなく、模倣や類型化を通じて量産される凡庸な作品群であること、その成立には政策支援・資本構造・地域社会との交渉が不可欠であることが明らかとなった。

第六章および第七章では、観光者の体験に着目し、没入型旅游演艺が観光コミュニケーションをいかに媒介するかを実証的に明らかにする。参与観察と観客インタビューに基づく調査により、観光者は物語理解以上に、情動的・身体的経験を通じて劇世界に入り込み、現実と虚構を往還する「準感情」を経験することが示された。光・音響・舞踊・小道具・空間移動は観光者の想像力を刺激し、地域の歴史を自己の体験として感得させる。これにより旅游演艺は、地域の歴史を再構築し商品化する文化実践として、観光体験の核心に位置づけられる。

終章では、本研究の成果と学術的意義が総括される。第一に、観光用パフォーマンスを対象化し、観光施設を「空間メディア」として理論化することにより、観光社会学およびメディア論に新たな分析枠組みを提供した。第二に、実景型・没入型旅游演艺の成立過程を社会的・歴史的文脈に位置づけ、観光資源開発と文化産業発展の関係を具体的に明示した。第三に、観光者の情動・記憶・歴史的共感の生成プロセスを解明し、体験価値論や観光コミュニケーション研究に新たな実証的知見を加えた。

総じて、本論文は、没入型旅游演艺を現代観光における体験価値の具現化の一例として位置づけ、身体・情動・記憶を動員しつつ地域文化を再編成し、観光商品化する複合的文化実践であることを明らかにしている。