

## 埼玉大学文化科学研究科修士課程学位論文・特定課題研究成果要旨

研究専攻（専門領域）		文化構造研究専攻		学籍番号	04CS001
氏名	浅野 哲恵	ローマ字	ASANO Satoe	国籍 (留学生)	
修士学位 論文名 特定課題研究名	チャイナ・トレード・ペインティングと英国における中国イメージ				
提出年月日	2008年1月10日		指導教員	大久保 譲	
体裁 (論文)	86頁(1頁文字数1200) 成果報告59頁(1頁文字数1200字)		言語	日本語	
別冊添付資料等	図版				
キーワード	英国の需要と意向 商業性 類型化 英国絵画の中国像				
<p>チャイナ・トレード・ペインティングは、18世紀半ば中国清時代の広州で誕生し、中国人が西洋絵画の技法を用いて主として中国の主題を描いたものである。この新奇な絵画は、主に英国人や米国人の意向及び需要に応じて描かれて、土産物的な消費として欧米にもたらされた。18世紀半ばから19世紀にかけて、この特殊な絵画は英国の中国イメージの形成に重要な役割を果たした。本論文は、こうした絵画が英国人にどのような中国イメージを与えたか、英国画家トーマス・アロムがこうした絵画に表象された中国イメージを受容してどのような中国像を描いたかを検証した。</p> <p>チャイナ・トレード・ペインティングは、「文化の二元性」を持つ新奇な絵画である。描かれた題材は、中国の人物、風景、風俗、動植物などまで多岐にわたったが、重複、パターン化されたのである。絵画を生業とする広州画家にとっては作品の注文をうけ、先方の意向に従って制作するのが基本的在り方であった。従って主題の選択や表現方法が英国人を含めて西洋人の好みによって優先されていた。チャイナ・トレード・ペインティングは一方で、英国世界に中国文化やイメージを積極的に紹介したが、もう一方で、当時の英国人の価値観や中国を見た英国人の眼差しが絵画の中に反映している。チャイナ・トレード・ペインティングは、重なった題材、パターン化された表現や商業的産物によって、偏った、類型化された、先入観に左右されたエキゾチックな中国イメージを英国社会に与えた。</p> <p>こうした絵画に表現された中国イメージは、同様に英国人画家が描いた作品に現れた。英国人画家トーマス・アロムは、一度として中国を踏むことがなく、英国にいながら、チャイナ・トレード・ペインティングや他の西洋画家たちが描いた中国像に基づいて中国イメージを理解して銅版画集『の風景と風俗』(1843年に初出版)の原画を描いた。この画集は、それまで中国像の集大成であり、4冊からなり、一冊ごとに約30枚絵があり、総計128枚絵が含まれ、当時のヨーロッパ人にとって、最も詳細、豊富な中国図像であった。当時の英国において、写真による中国への正確な視覚表現が普及されるまで、視覚による中国イメージにはアロムによって表象された中国像が影響していた。</p> <p>19世紀後半、英国の中国イメージが変わった。当時の政治情勢の変化、とりわけアヘン戦争の英国の勝利によって、英国人は優越感が高まり、中国を見る眼差しも変化した。『パンチ』のように悪意に満ちた中国像が誕生した。『パンチ』は、チャイナ・トレード・ペインティングやアロムなどによって英国社会に定着していた中国イメージを代表したモチーフを用いて軽蔑に溢れた異なった中国像を作り上げた。英国社会において、19世紀前半にチャイナ・トレード・ペインティングやアロムによる好意的な中国イメージが主流であり、19世紀後半以降『パンチ』による悪意的な中国イメージが主流であった。</p>					