

[研究ノート]

観光メディアのデータベース 作成方法に関するノート

—— 観光メディアの言説分析に向けて ——

遠 藤 英 樹

はじめに

- I 観光メディアの言説分析の必要性—メディアと観光—
- II データベースの作成例
- III エディタを用いた分析方法—Wz Editorを用いて—
おわりに—今後の課題と展望—

はじめに

調査データを「共有」し、そのことによって調査方法や分析結果についてオープンな「対話 dialogue」を可能にしていくこと、こうしたことは社会科学が発展していく上で非常に重要であると言える（遠藤1997a）。そのために欧米では、調査データをデータベース化する試みが早い時期からなされてきているのである。

例えば欧米では、1976年に欧州社会科学調査データ資料委員会 CESSDA（Committee of European Social Science Data Archives）が設立され、1977年には社会科学の調査データや資料収集の国際組織である IFDO（International Federation of Data Organization）が設立されている（新國1996：25）。またアメリカでは、ミシガン大学に本部を置く ICPSR（Inter-University Consortium for Political and Social Research）といったような、データライブラリーに関する世界的規模の大学間ネットワークが存在している¹⁾（真鍋他1997：157、村山1997：127）。

これに対して日本では、こういった調査データの「共有」をめざしたデータベースの構築は、い

くつかの試みをのぞけばまだなお実現していない。その原因として、データライブラリーを運営していく上で必要不可欠となる研究者間の《ルール》が十分に確立されていないことが挙げられるだろう。しかしながら、そればかりではなく、いかにしてデータベースを作成していくべきなのかといったデータベース設計の技術・方法上のコンセンサスがないことも、調査データの「共有」をめざしたデータベースの構築に到らない原因になっていると思われる。こうした現状は、日本における観光の社会学的研究にも充分あてはまることである。

そこで以下では観光メディアのデータベースに的を絞って、観光メディアの言説分析に向けてデータベースをいかにして作成していくべきなのかという技術・方法上の問題について試論を述べていくことにする。

その際、以下ではまず最初に、観光メディアの言説分析がなぜ必要なのかという、その必要性を明らかにしておきたい。

I 観光メディアの言説分析の必要性

ーメディアと観光ー

「観光は19世紀、...近代的な現象として大衆化し、産業的に組織化されていった」。その意味で観光とは、「中世までの巡礼や、職人や聖職者の遍歴、17,18世紀に貴族や上流階級の子弟たちが教養のために各地を旅したグランド・ツアーを一面では引き継ぎながらも」、すぐれて近代が独自に産み出した文化であり、したがってモダニティ modernity の様相を鮮やかに照射しているものだと言えるだろう（吉見1996：24）。

この意味で社会学において、観光はますます重要な研究領域になっていくと思われるが、こうした角度からの社会的な観光研究はまだ十分に蓄積されているとは言いがたい。ただ、その数少ない研究の中でも、モダニティ modernity の様相を照射するという角度から観光をとらえた研究として、D.J.Boorstinの『幻影の時代The Image』（1962=1964）がある。

現代社会とは、どのような社会なのか。その特徴づけにあたり、Boorstinは「疑似イベント」論を展開している。この「疑似イベント」論において彼は、メディアが提供するイメージが、現実以上にリアルさを有するようになったことを現代社会の大きな特徴として挙げている。Boorstinによると観光とは、そういった「疑似イベント」の典型的な例だと考えられるのである。

「あらかじめ観光客に確実に保証されていたり、また目的地に着くや否や即座につごうよく目の前に現れる観光品目は、その国を本当に表現しているものではないからこそ、商品として売り買いできる性質を持っている。それらは本当の儀式や本当の祭りではありえない。本物は決して観光客のために計画されるものではない。今日ハワイを訪れる写真好きの観光客のために演じられるフラ・ダンス（スポンサーはイーストマン・コダック会社）のように、非常に人気のある観光アトラクションというものは、特別に観光客用に作られたものである場合が多い」（Boorstin1962=1964：19）。

こうして現代では、観光がメディア（観光情報誌やパンフレット、新聞広告、テレビ、ラジオ等）によって提供されるイメージを確認するだけのものになっているとBoorstinは論じている。「観光

客はますます多くの疑似イベントを要求している。最も人気のある疑似イベントは、たやすく写真に撮ることができて、しかも健全で、一家そろって見ることができるもの」であり、それゆえ観光は、新たな自己を発見するためのものではなく、ただ単にメディアによって提供される「疑似イベント」を経験するためのものにすぎなくなっているとされるのだ（Boorstin1962=1964：119）。

確かに現代において、非常に膨大な情報を私たちは、メディアから受け取っており、それらに取り囲まれて生きている。それゆえ、メディアがどのようなイメージを提供するのかということは、現代に生きる私たちのイメージ形成において大きな影響を持つと言えるだろう。このことを考えても、メディアの影響は決して看過できないと言わねばならない。そういう意味で、Boorstinの提起した問題は観光の社会学的研究において、いまなおアクチュアルだと言えるだろう。

しかしながら私たちは果たして、Boorstinの言うようにメディアから単に影響を受ける受動的な存在にすぎないのだろうか。Dean MacCannell（1976）は、Boorstinの問題提起を受け止めつつも、そういった疑問を次のように述べている。

「私がこれまで述べてきたことには、ツーリストたちが表層的でわざとらしい経験だけを欲しているというBoorstinの主張を支持するものは何一つなかった。むしろツーリストたちは、Boorstinの言うところの本来性 authenticity を望んでいるのである」（MacCannell 1976：104）

ツーリストは、単にメディアの受動的な「読み手」ではなく、ましてやメディアによって提供されるイメージを消費するだけの者ではない。そうではなくツーリストは、Michel de Certeau（1980=1987）の言うように、何よりもメディアの能動的な「読み手」であり、自分にとっての「本来性 authenticity」を追求するべく、自己自身の戦略に合わせてメディアから提供されるイメージを自由に組み換えていく存在なのではないか。Michel de Certeauは次のように述べている。

「（メディアによるイメージの）使用者たちは、...そのエコノミーを相手に『プリコラージュ』をおこない、

その法則を、自分たちの利益にかない、自分たちだけの法則に変えるべく、細々とした無数の変化をくわえている」(Certeau1980=1987: 6)。

すなわち、この仮説によれば、ツーリストは観光メディアにただ踊らされるだけではなく、観光メディアの内容上の焦点を自分なりに移動させ、変換し、それを利用することで、自分の利益に合うように効果をあげていると考えられる(船津1996: 175)。

しかしながら、こうした仮説もやはり、Boorstinの仮説と同様に、観光研究の分野でまだ実証されているとは言いがたい。それゆえ今後の研究においては、どちらの仮説を支持するにせよ、観光メディアの言説分析を「実証的に」行い、観光とメディアの関連性を明瞭にしていく必要があるだろう。そのためにも、まず観光メディアのデータベースを作成していくべきだと思われる。

II データベースの作成例

では、観光メディアのデータベースをいかにして作成していくべきなのか。ここでは、その作成例を提示していくことにする。その際まずはじめに、データベースの形式について簡単に概略しておきたい。

1. データベースの形式

データベースは多様な形式を採りうるものであるが、ここでは特に定形型データベースに絞って、その形式を述べていくことにする。

定形型データベースにおいて、「データの集まり(ファイルfile、あるいはデータセットdata setとも言う)」は、「フィールドfield」と「レコードrecord」から構成される。「フィールド」とは、ある属性のデータが入る場所のことであり、「レコード」とは一連の「フィールド」をまとめた1件分の情報を言う(中尾1996)。図1は、これを図示したものである。

これを見ると、「フィールド」は列column方向(縦方向)に並べられており、「レコード」は行row方向(横方向)に並べられていることが分かる。定形型データベースは、ほとんどの場合、このような「縦×横データ」の形式を採ると言える。

レコード1	フィールド1	フィールド2	フィールド3	フィールド4
レコード2	フィールド1	フィールド2	フィールド3	フィールド4
レコード3	フィールド1	フィールド2	フィールド3	フィールド4

図1 定形型データベースの形式

資料出典: 中尾(1996) p.132

例えば、「文献目録」のデータベースであれば、「著者名」「出版年」「書名」「訳者(翻訳の場合)」「出版地」「出版社」といった6つの属性のデータが必要になる。そこで、これらは「フィールド」として扱われ、各列に(縦ごとに)配置される。さらに、これら6つの「フィールド」がまとめられると、1件分の「文献目録」が行(横)方向に作成されることになるが、それをデータベースでは「レコード」と言うのである。

こういったデータベースは、「表計算ソフトウェアspread sheet software」や「データベース用ソフトウェアdatabase software」を用いれば簡単に作成することができる。図2では、表計算ソフトウェアを用いて「文献目録」データベースを作成している。

「表計算ソフトウェア」も「データベース用ソフトウェア」も、どちらも近年かなり使い易いものとなっている。表1は、これら「表計算ソフトウェア」や「データベース用ソフトウェア」をいくつか列挙したものである。

表1 主要な表計算ソフトウェアとデータベース用ウェア

表計算ソフトウェア		データベース用ソフトウェア	
ソフト名	会社名	ソフト名	会社名
MS-Excel	マイクロソフト社	MS-Access	マイクロソフト社
Lotus 1-2-3	ロータス社	Approach	ロータス社
三四郎	ジャストシステム社	dBASE	ボーランド社
アシストカルク	アシスト社	ファイルメーカー-Pro	システムソフト社

資料出典: 筆者作成

しかしながら、本稿における観光メディアのデータベースでは作成時に、これらのソフトウェアを用いてはいない。これらのソフトウェアを用いる代わりに、ここではテキストファイルによってデータベースを作成している。

Microsoft Excel - 文献目録.TXT

ファイル(F) 編集(E) 表示(V) 挿入(I) 書式(T) ツール(O) データ(D) ウィンドウ(W) ?

MS 明朝 10

	A	B	C	D	E	F	G
1	著者名	出版年	書名	訳者	出版地	出版社	
2	ベッカー, H.	1978	アウトサイダー	村上直之	東京	新泉社	
3	ボンシュテット & ノーキ	1980	社会統計学	海野道郎・中村 隆監訳	東京	ハーベスト社	
4	デュルケム, E.	1985	自殺論	宮島喬	東京	中公文庫	
5	宝月誠他	1989	社会調査		東京	有斐閣	
6	見田宗介	1979	現代社会の社会意識		東京	弘文堂	
7	中野卓	1977	口述の生活史		東京	御茶の水書房	
8	西田春彦・新睦人編	1976	社会調査の理論と技法 (1)		東京	川島書店	
9	佐藤郁哉	1984	暴走族のエスノグラ フィー		東京	新曜社	
10	佐藤郁哉	1992	フィールドワーク		東京	新曜社	
	トマス & ズナニエツキ	1983	生活史の社会学	桜井厚	東京	御茶の水書房	

文献目録

図2 文献目録データベース

資料出典：筆者作成

2. テキストファイルによるデータベース作成の試み

では「テキストファイル」とは何か。端的に言えば、テキストファイルとは、純粹に文字コードのデータだけからなるファイルのことを言う。このようなテキストファイルによって観光メディアのデータベースを作成しようとするのは、主に以下のような理由による(赤野1997:110)。

- ①特定のハードウェアやソフトウェアに依存しないデータ形式であるため、互換性が高いこと。
- ②テキストファイル処理のためのプログラム(例えばエディタ・ソフト²⁾)が数多く用意されており、そのほとんどがかなり安価に、あるいは無料で入手可能であること。

特に最初の①で述べた理由は、研究(本稿では

「観光メディアの社会学的研究」)においてデータベースを作成しようとする場合には重要であると思われる。研究にあっては、一定のルールのもとで誰もがデータを「共有」できる必要がある。そのことによってのみ、誰もが調査結果を追跡でき、調査の方法や結果についてのオープンな「対話dialogue」が生まれるのである。研究におけるデータベースは、常に、こうした《開かれた客観性》を念頭においておかなければならないのである。

それゆえ、ある特定のハードウェア(機種)やソフトウェアでなければ利用できないデータは、その「共有」の可能性を奪うという点で致命的な欠陥を持つと言わねばならないだろう。できうる限りテキストファイルによってデータベースを作成しようとするのは、こうした理由による。

では具体的に、どのようにしてテキストファイルによって、観光メディアのデータベースを作成

すればよいのか。以下では、このことについて見ていくことにしよう。

まず観光メディアのデータとして記録されるべきものに、次の5つが考えられる。

- ① 情報誌名
- ② 情報誌において用いられている「言説」
- ③ 県名
- ④ 観光地名
- ⑤ 「言説」のキーワード

これらをデータの「フィールド」、観光メディアの一つの一つの言説を「レコード」と考え、データベースを作成する。この場合、テキストファイルでデータベースを作成していくには、「フィールド」ごとに「タブ」キーで区切り、「レコード」

ごとに「リターン」キーで区切れればよい。図3は、その具体例である。

このようにデータベースを作成しておきさえすれば、後のデータ加工はかなりの柔軟性をもって対処できるであろう。例えば、もし図3のデータを表計算ソフトウェアに呼び出したい時には、「タブ区切り」の指定をすることで、図4のように呼び出すことができる。もちろんワードプロセッシング・ソフトウェア（いわゆるワープロソフト）でも読み込むことが可能であるし、さらに、例えばSPSSやSASといったコンピュータ統計パッケージのデータシートに同じように呼び出すこともできるのである（図5）。

以上のようにハードウェア依存的でなくソフトウェア依存的でもない、観光メディアの言説のデータベース化を今後、我々は目指していくべきであ

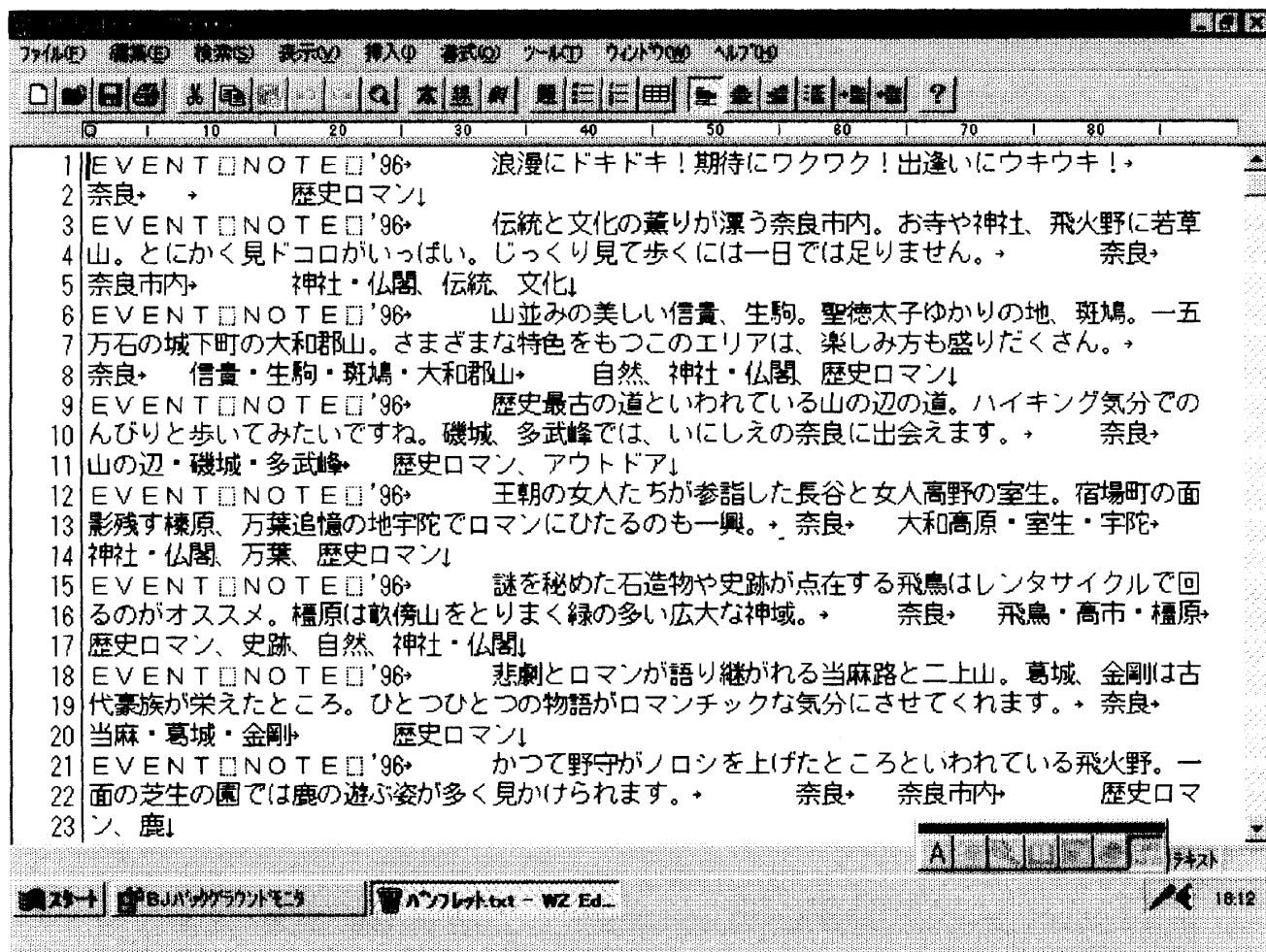


図3 観光メディアのデータベースの作成例

注) 「→」は「タブ区切り」、「↓」は「リターン」キーによる区切りを表す。

資料出典：筆者作成

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1	EVENT	浪漫にドキ	奈良		歴史ロマン					
2	EVENT	伝統と文化	奈良	奈良市内	神社・仏閣	伝統	文化			
3	EVENT	山並みの美	奈良	信貴・生駒	自然	神社・仏閣	歴史ロマン			
4	EVENT	歴史最古の	奈良	山の辺・磯	歴史ロマン	アウトドア				
5	EVENT	王朝の女ノ	奈良	大和高原	神社・仏閣	万葉	歴史ロマン			
6	EVENT	謎を秘めた	奈良	飛鳥・高市	歴史ロマン	史跡	自然	神社・仏閣		
7	EVENT	悲劇とロマ	奈良	当麻・葛城	歴史ロマン					
8	EVENT	かつて野守	奈良	奈良市内	歴史ロマン	鹿				
9	EVENT	大和郡山と	奈良	信貴・生駒	伝統					
10	EVENT	花の寺と呼	奈良	山の辺・磯	神社・仏閣					
11	EVENT	室生赤目	奈良	大和高原	自然					
12	EVENT	蘇我馬子の	奈良	飛鳥・高市	歴史ロマン	史跡				
13	EVENT	古い杜や史	奈良	当麻・葛城	史跡	歴史ロマン				
14	EVENT	唐古池を中	奈良	山の辺・磯	史跡					
15	EVENT	弘法大師	奈良	大和高原	神社・仏閣					
16	EVENT	雄岳と雌岳	奈良	当麻・葛城	自然					
17	EVENT	西吉野村で	奈良	吉野	食べ物					
18	EVENT	吉野といえ	奈良	吉野	自然	温泉	アウトドア			
19	EVENT	十津川にか	奈良	吉野	自然	アウトドア				
20	EVENT	山は広い	奈良	吉野	自然	アウトドア				
21	EVENT	大和偉事前	奈良	奈良市内	神社・仏閣	歴史				

図4 表計算ソフトウェアでデータを読み込んだ画面 資料出典：筆者作成

	var1	var2	var3	var4
1	EVENT NOTE	浪漫にドキドキ！期待に	奈良	歴史ロマン
2	EVENT NOTE	伝統と文化の薫りが漂う	奈良	奈良市内 神社・仏閣
3	EVENT NOTE	山並みの美しい信貴、生	奈良	信貴・生駒・斑鳩・大和 自然、神
4	EVENT NOTE	歴史最古の道といわれて	奈良	山の辺・磯城・多武峰 歴史ロマン
5	EVENT NOTE	王朝の女人たちが参詣し	奈良	大和高原・室生・宇陀 神社・仏閣
6	EVENT NOTE	謎を秘めた石造物や史跡	奈良	飛鳥・高市・橿原 歴史ロマン
7	EVENT NOTE	悲劇とロマンが語り継が	奈良	当麻・葛城・金剛 歴史ロマン
8	EVENT NOTE	かつて野守がノロシを上	奈良	奈良市内 歴史ロマン
9	EVENT NOTE	大和郡山といえば金魚。	奈良	信貴・生駒・斑鳩・大和 伝統
10	EVENT NOTE	花の寺と呼ばれる長谷寺	奈良	山の辺・磯城・多武峰 神社・仏閣
11	EVENT NOTE	室生赤目青山国定公園の	奈良	大和高原・室生・宇陀 自然
12	EVENT NOTE	蘇我馬子の墓とも伝えら	奈良	飛鳥・高市・橿原 歴史ロマン
13	EVENT NOTE	古い杜や史跡、白壁の民	奈良	当麻・葛城・金剛 史跡、歴史
14	EVENT NOTE	唐古池を中心とした広範	奈良	山の辺・磯城・多武峰 史跡

図5 コンピュータ統計パッケージのデータシートにデータを読み込んだ画面 資料出典：筆者作成

ろう。

では、そうやって作成されたデータベースを我々は、どのように分析していけばよいのか。次章では、その分析方法について一つの具体例を提示していくことにする。

III エディタを用いた分析方法

—Wz Editorを用いて—

ここでは、テキストファイルによって作成された観光メディアのデータベースをいかにして分析していくのか、その分析方法について具体例を提示する。その際、「Wz Editor」というエディタ・ソフトを用いていくことにしたい。

1. エディタとは何か

ところでエディタとは何か。もともとコンピュータの世界でエディタは、プログラマがプログラムを書くために使っていたものである。しかしながら近年はプログラムを書くだけでなく、エディタをワードプロセッシング・ソフトウェアの代わりにして、文書を作成する場合が増えている（野口1993、諏訪1995）。

ただエディタとワードプロセッシング・ソフトウェアとの大きな違いは、エディタで作成されたデータがすべて、テキストファイルになるということである。すなわち基本的にエディタは、文書を「きれいに書く」といった機能を重視しておらず、「文字装飾機能」（例えば「アンダーラインをひく」とか「センタリングする」といった機能）がほとんど省みられていなかったり、きれいに印刷するという「印刷機能」も非常に貧弱であることが特徴なのである。

表2 主要なエディタ・ソフト

Windows用		Macintosh用	
ソフト名	会社名	ソフト名	会社名
秀丸エディタ	シェアウェアソフト	Edit 7	フリーウェアソフト
'akira32' II	シェアウェアソフト	YooEdit	フリーウェアソフト
Ultra Edit	シェアウェアソフト	Jedit	フリーウェアソフト
Wz Editor	ビレッジセンター	Tex-Edit Plus	シェアウェアソフト
Boon Editor for Windows95	イー・アイ・ソフト	Beach Text	株式会社システムサービス
Plasuma editor	(株)メッツ	システムソフトエディタ	(株)システムソフト

資料出典：中尾（1996）p.69

その代わりにエディタは、たとえ非常に小さなメモリであっても「画面スクロール」や「検索」・「置換」がかなり高速にできる。

表2は、このようなエディタ・ソフトの内、主要なものをいくつか挙げたものである（表2）。本稿で用いられている「Wz Editor」は、この内の一つである。

2. 「grep」検索による分析方法

以上でも述べたようにエディタは、データ「検索」機能が非常に充実している。この機能は、観光メディアの言説データを分析する上で威力を発揮するものだと考えられる。こうしたデータ「検索」機能の内、以下では特に、「grep」検索を用いて観光メディアの言説データを分析していくことにしよう。

「grep」というのは、DOSやUNIXで有名なツールで、複数のファイルをまたいで、指定した文字列を含むレコードを抽出する機能のことである（赤野1997:113）。Wz Editorではこの機能に加えて、検索結果の行のところにカーソルを移動し、ダブルクリックするか「リターン」キーを押すと、検索結果の画面からもとのデータのところにジャンプして戻れる「タグジャンプ」の機能が付加されている。

観光メディアの言説データベースを分析する上で、こういった機能をどのように用いることができるだろうか。

例えば、先ほどの図3を見てもらいたい。奈良に関する観光メディアにおいて、「ロマン（あるいはロマンチック）」がどのような言説の中で表現されているか。これを分析するにはまず、図3のデータを「grep」検索にかけ、「ロマン」という文字列を含むレコードを抽出すればよい（図6）。その結果が図7である。

この検索結果を見ると、「ロマン（あるいはロマンチック）」というものは、奈良に関する観光メディアでは、「歴史」と対（ペア）で言説化されていることが分かる。逆に、「ロマン（あるいはロマンチック）」が表立って「歴史」と対（ペア）で言説化されていないものは、最初の「浪漫にドキドキ！期待にワクワク！出逢いにウキウキ！」という言説だけなのである。

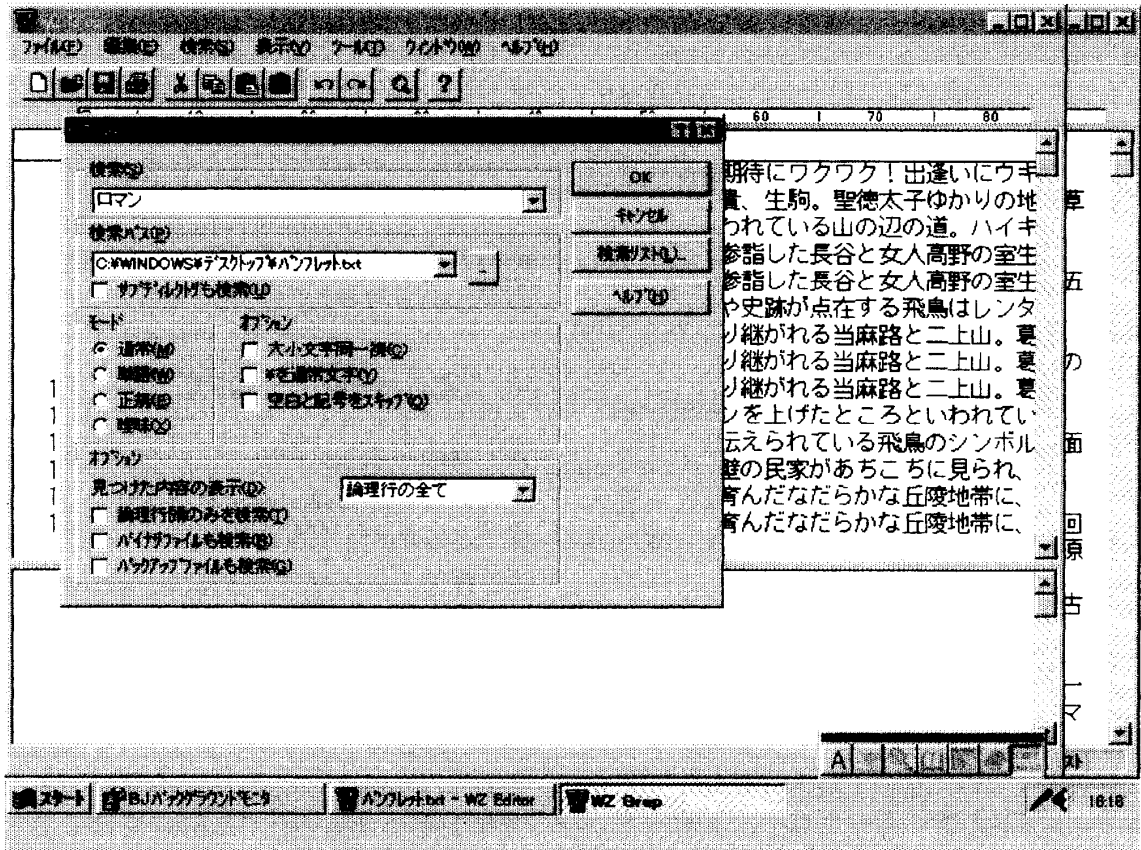


図6 「grep」検索の画面

資料典拠：筆者作成

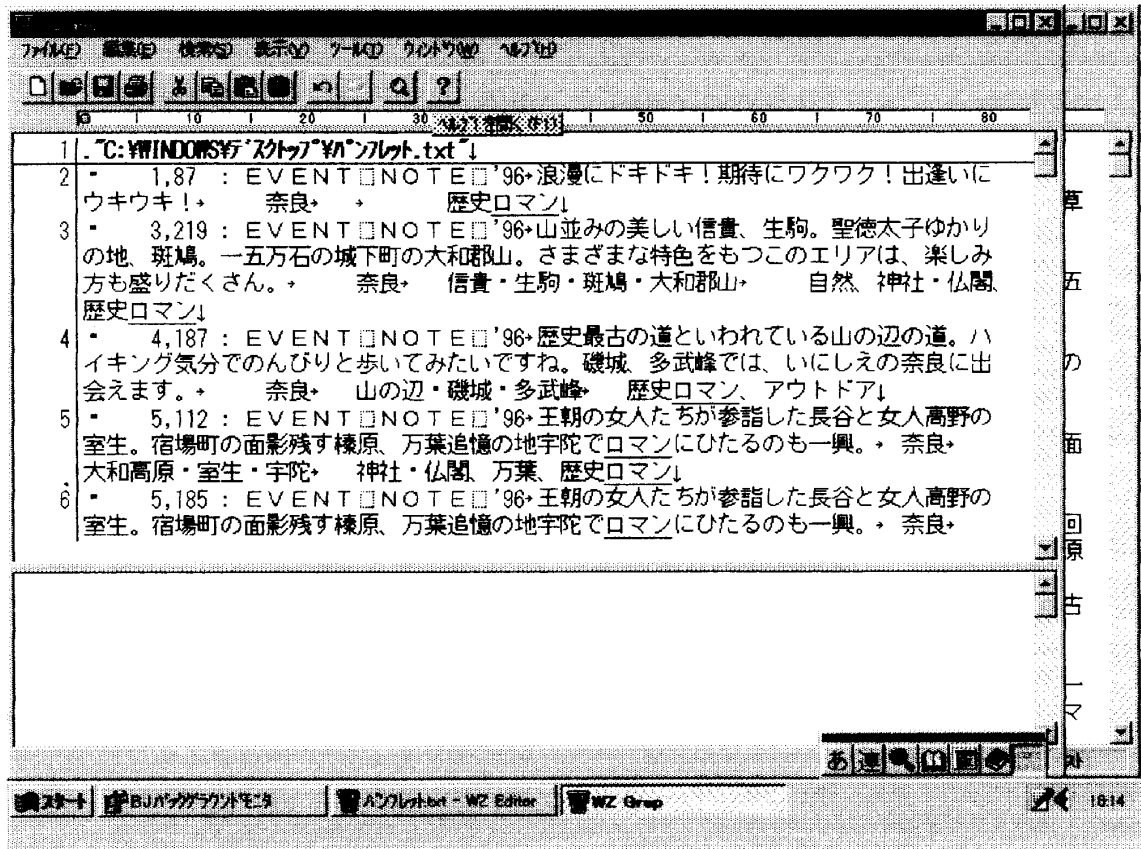


図7 検索の結果

資料典拠：筆者作成

こうしたことを神戸や大阪さらには和歌山等、他府県に関する観光メディアと比較しつつ考察するならば、《奈良に関する観光メディアが、その言説によって奈良の観光地に対し、どのようなイメージを付与しようとしているのか》といったメディア戦略を分析することができるだろう。「grep」検索を用いれば、以上のように言説のコンテキストをふまえた観光メディアの「質的分析」が可能となる。

さらにそういった「質的分析」ばかりではなく、「grep」検索を用いることにより、観光メディアの「内容分析」を行う可能性も開かれると思われる。すなわち「grep」検索を用いて、観光メディアの言説に現れる「ロマン」や「歴史」といった単語やテーマ等の出現頻度を調べ、それを地域間で比較することで各観光地をめぐるメディア戦略を明るみに出すことができるのである。また、観光メディアの言説に現れる単語やテーマについて、それぞれを例えば二値データ（「0/1」データ）へとコーディングすることで、統計手法を用いた「計量的分析」を行っていくことも可能となるだろう。³⁾

おわりに—今後の課題と展望—

以上、いくつかの具体例を挙げ、観光メディアのデータベース作成方法や分析方法について論じてきたが、観光という事象を社会学的に分析していくにあたって、観光メディアの言説データベースを作成する有用性はきわめて高いと言えるだろう。それ故に、できるだけ早く研究者間で共有可能なデータベースを作成していく必要があると思われる。

ではそのために、どのような課題を今後クリアしていく必要があるのだろうか。以下、その課題をいくつか列挙しておきたいと思う。

① データベースの内容に関する問題

観光メディアの言説分析を行う上で、どのようなデータを記録していくべきなのか。例えば本稿では、記録すべきデータとして「情報誌名」「言

説」「県名」「観光地名」「キーワード」を挙げておいたが、果たしてこれで充分なのだろうか。それとも、さらに記録すべきデータはありうるのか。こうしたことを一層つめていく必要があるだろう。

② データベース作成にともなう技術・方法上の問題

記録すべきデータが決まれば、それをどのような方法でデータベース化していくのかという技術・方法上の問題が議論されていかねばならないだろう。

③ 研究者間の《ルール》づくりの問題

次に作成されたデータベースを「共有」するために、研究者間で一定の《ルール》を確立していくべきであろう。例えば、データベース生産者の「著作権」に関わる問題など、ここで考えるべき事柄は多いと思われる。

④ データライブラリーの運営・管理の問題

以上の問題がもしクリアされたとして、では、こうしたデータライブラリーを一体誰がどのように運営・管理していくのかという問題が残る。データライブラリーの運営・管理は、個人に帰せられるにはあまりに煩雑かつ膨大な仕事となる。そのため、何らかの組織づくりが行われなくてはならないが、それをどのように実現していくべきなのか、こうしたことについて議論が深められなくてはならないだろう。

これらの問題に関する議論は、日本でも近年、次第に活発に行われるようになってきてはいる（新國1996）。ただ観光の社会学的研究にあっては、こうした議論がまだそれほど活発に行われているとは言いがたい。

それゆえ観光の社会学的研究にあっては、こうした議論を活性化し、データベース構築にともなう様々な課題をクリアしていく必要があるが、本稿は、その第一ステップとして位置づけられるものである。

(注)

- 1) このICPSRには現在、世界の21カ国、428機関が加盟メンバーとなっている。日本で加盟している研究機関は、同志社大学・北海道大学・京都外国語大学・慶應義塾大学・神戸大学・立命館大学である(村山1997:127)。
- 2) エディタ・ソフトについては、Ⅲ章で後述している。
- 3) こうした分析方法の具体例としては、遠藤(1997b)を参照のこと。ここでは、阪神大震災におけるマスメディア-特に新聞-の言説が分析されている。

<参考文献>

- 赤野一郎(1997)「テキスト情報へのアクセス」村山皓・赤野一郎(編)『大学生生活のためのコンピュータリテラシー・ブック』(pp.105-119) 東京: オーム社
- Boorstin, D.J. (1962). *The Image -- What Happened to the American Dream*. USA: F.E.Peacock Publisher. 星野郁美・後藤和彦訳(1964)『幻影の時代-マスコミが製造する現実』東京: 創元社
- Certeau, Michel de (1980). *Arts de faire*. Paris: Union Generale d'Editions. 山田登世子訳(1987)『日常実践のポイエティック』東京: 国文社
- 遠藤英樹(1996)『「観光地に対する印象」の形成と効果-奈良の調査から』『奈良県立商科大学研究季報』7(3)、11-21
- 遠藤英樹(1997a)『「入り込み客数」調査の計画と推定方法』奈良県観光実態調査委員会・平成8年度報告書
- 遠藤英樹(1997b)「阪神大震災におけるマスメディアの役割」『都市災害と危機管理のあり方に関する社会学的研究』平成8年度報告書
- 本城靖久(1996)『トーマス・クックの旅-近代ツーリズムの誕生』東京: 講談社現代新書
- 船津衛(1996)『コミュニケーション入門-心の中からインターネットまで』東京: 有斐閣
- MacCannell, D. (1976). *The Tourist -- A New Theory of the Leisure Class*. USA: Schocken Books Inc.
- 真鍋一史・栗田真樹・加藤敬子(1997)「R. イングルハート(R. Inglehart)の『世界価値観調査(World Values Survey) データ』の二次分析のための準備作業(2)」『関西学院大学社会学部紀要』第76号、157-205
- Merton, R.K. (1957). *Social Theory and Social Structure*. USA: The Free Press. 森東吾他訳(1961)『社会学理論と社会構造』東京: みすず書房
- 村山皓(1997)「数値情報へのアクセス」村山皓・赤野一郎(編)『大学生生活のためのコンピュータリテラシー・ブック』(pp.120-137) 東京: オーム社
- 中尾浩・伊藤直哉・逸見龍生(1995)『マッキントッシュによる人文系論文作法』東京: 夏目書房
- 中尾浩(1996)『文科系のパソコン技術-ライティングシステム序説』東京: 中公新書
- 新國三千代(1996)「社会・意識調査データベース(SORD)プロジェクトの成果と課題そして今後の展望-情報システム学の視点から」『社会情報』5(2)、23-36
- 野口悠紀夫(1993)『「超」整理法-情報検索と発想の新システム』東京: 中公新書
- 坂本佳鶴恵(1997)『<家族>イメージの誕生-日本映画にみる<ホームドラマ>の形成』東京: 新曜社
- 諏訪邦夫(1995)『パソコンをどう使うか-活字から電子メディアへ』東京: 中公新書
- 山中速人(1996)「メディアと観光-ハワイ『楽園』イメージの形成とメディア」山下晋司(編)『観光人類学』(pp.74-83) 東京: 新曜社
- 安村克己(1996)「観光の不均衡問題とエスニック・ツーリズム運営の"格率"-ホストによる文化創造の可能性」前田勇(編)『現代観光学の展開-観光行動・文化観光・国際観光交流』(pp.45-64) 東京: 学文社
- 安村克己(1996)「観光社会学の現状と課題」『社会学評論』47(3)、48-59

吉見俊哉（1996）「観光の誕生－疑似イベント論を超えて」山下晋司（編）『観光人類学』（pp.24-44）東京：新曜社

† 「SPSS」は、米国SPSS Inc.の登録商標である。

† 「SAS」は、米国SAS Institute Inc.の登録商標である。

† 「Windows」は、米国Microsoft Corporationの商標である。

† 「Macintosh」は、米国Apple Computerの商標である。

† その他、本稿で使用している商標は一般に各社の商標または登録商標である。