

## 後期近代における観光文化の変容と 観光の社会学的理論

須 藤 廣

### はじめに

近年社会学的視点から書かれた観光研究論文や著書を多く見かけるようになった。この背景には、1987年に制定された総合保養地域整備法（リゾート法）制定以来——問題点を多く生み出したにもかかわらず、いや、その問題点故に——観光が地域政策の課題となったということもある。また、2006年には観光立国推進法が制定され、2010年には観光庁が発足したことから分かるように、観光が国家プロジェクトとして打ち出されたことであろう。教育社会学者に訪ねれば、近年高等教育機関のなかで観光に関する学部、学科が数多く設立され、そのなかでも観光がもたらす社会問題を扱う領域の需要が増えたことがその一番の要因であると答えるであろう。以上のような「実践的な」要請に加えて、現在、観光に関わる社会的現象が、実践的にも学問的にも、固定的な枠から離れ、未決定で不明確、すなわち再帰的な様相を呈していることがその大きな要因の一つであると筆者は考える。現在、世界中いたるところで観光は、定番の観光対象のもとで、固定的な観光パターンをもって行われるものではなくなりつつある。観光の形態は多様化し、単なる「楽しみ」のために、一時的な場所の移動を伴って行われるものといった従来の定義を超えるものになりつつある（Clifford 2002=1997, Urry 2007）。こうした研究対象の変化とともに、観光に関する社会学自体も

変化に合わせたパースペクティブの対応が要請されている(Urry and Rojeck 2000)。

サービス化する(ポスト)産業社会のなかで観光及び観光的なものが商品として洗練され、それに伴って観光の対象や形態が拡大、あるいは変動し、またそれらに対応するために観光に関する社会学的理論(以下、広く「観光の社会学」とする)がいかんにして要請され、その結果その研究領域がどのように構築されてきたのかといった外在的な知識社会学的問題は大変興味深いものではある。とはいえ、この問題についてはここでは深くは追求せず、後半部分で周辺的に扱うのみにしたいと思う。本稿における主な目的は、このような再帰的な社会状況のなかで新しい学問領域として認知されつつある観光の社会学のあり様を、主に内在的な知識社会学として捉え直すことを中心としたものである。

もとより近代の学たる社会学は、近代とは(現代とは)何かについて洞察しながら、広く人間の共同性のあり方について批判的に考察し、同時にその課題を実践的に解決するための道筋を考えるといった性格を持つものである。観光の社会学をこの学問的伝統のなかで位置づけるならば、それは観光(現象)が可能性として持っている共同性の創造力に、産業化された近代観光がいかんして作用してきたのかを批判的に分析し、そこから共同性——移動を伴う現象を扱う観光の社会学では共同体よりも共同性——を回復する構想を目指すべきものである。そのためには、先ず社会学が観光現象をいかん扱い、何を批判してきたのかを理論的に検証し、観光の社会学の位置を確認しなければならない。

以上のようなテーマのもとに、前半では、観光の社会学理論が近代観光の何を批判してきたのかを検討するために、観光の社会学の領域でよく取り上げられるダニエル・ブーアスティンの<疑似イベント>論とディーン・マッカーネルの<演出されたオーセンティシティ>論(分かりやすくするために<表/裏領域>論と名付けた)を再考する。その上で後半部分において、再帰的社会における観光の「不安」を観光の社会学がどのように受け止めているのか(受け止めるべきなのか)を考える。前もって断っておくが、本稿は



観光の社会問題をどのように解決すべきなのかといった実践的あるいは理論的方策を提示することを目的とするものではない。ここで重要なことは、観光の社会学が観光現象における観察対象をどこにどのように向け、何をどのように論じようとしているのかという点にある。このような意味において、ここでは、「観光の社会学の社会学」にできる限り徹しようと思う。

本稿のなかで筆者は、観光資源が市場の「外部」にある「有限な」資源をその核心に含んでいるということに注目する。「有限な」資源であるはずの観光資源の核心が商品となって売買されるということはどういう事態なのか、あるいはそれがまちづくり等、行政の政治的資源となることの意味は何か、という観点を基底に持ちつつ、観光の社会学の今ある姿を批判的に検討してゆく。

## 1. <疑似イベント> vs <演出されたオーセンティシティ>再考

### (1) 情報消費社会における疎外論

社会学は主に観光文化の消費性に対して批判的な視点を持って観光現象を扱った著作に注目してきた。観光が社会学の俎上に乗せられる形で、最も多く取り上げられてきたのがダニエル・ブーアスティンの『幻影の時代』である。1960年代に書かれこの著作のなかでブーアスティンは<疑似イベント pseudo-event>という言葉を作成したのであるが、この用語は、『世論』を著したウォルター・リップマンの<疑似環境 pseudo-environment>（ステレオタイプを作り出すメディア環境）の概念を、より現実を劇的に作り出す「ヴァーチャル環境」という意味で、発展させたものであり、リップマンが持っていたメディア権力への批判を踏襲するものである（Boorstin 1964=62:46）。リップマンがメディアの作り出す<疑似環境>を、人々の直接の経験が持つ現実環境との対比で想定していたのと同じように、ブーアスティンは<疑似イベント>を、「現実」との対比で想定し、現代のメディア環境のなかにあっては「現実が疑似イベントに従う」と主張する（ibid.:53）。ブーアスティンの<疑似イベント>論は、現代人の生活環境がメディアを媒介にするように



なったことの指摘にとどまらず、メディア環境によって世界が過剰にスペクタクル化し、それが感情的な経験も含めて人々のリアリティを構成してゆくポストモダン社会における文化の物象化という問題にいち早く反応し、それを近代の「主体」の危機として受け止めたものであった。

図式的に言えば、伝統的には人間の生活は直接交わり経験できる環境のなかで営まれてきた。またそこでは、人間の行動は伝統を参照しながら非選択的「宿命的」に行われるものであった。一方、交通手段と情報手段の発達に伴い近代社会にあっては、生活環境が直接経験する世界と間接的にしか経験できない世界とに分化し、我々の「現実」は「理性」に頼りつつ自ら選び出すものとなり、すなわち社会化の度合い——伝統から脱埋め込みされた主体の内部にいかにか社会の基準を作り出すのかといった内面化の程度（デヴィット・リースマンが＜内部志向型＞と呼んだもの）——に頼るものとなり、伝統社会のそれに比べて不明確なもの、不安定なものとなる。しかしながら、近代においてもなお「現実」は、直接経験できる世界をオリジナルとしてメディアが作り出す表象はオリジナルに「正しく」に従うものとして、合理的な存在として思われてきた。ブーアスティンが現代では「自然が芸術を模倣する」（ibid.:53）と批判したことからも分かるように、自然科学における秩序の表現はもとより、芸術の領域においてさえ、表象は自然を模倣すべきものだったのである。だが、1920年代にジャーナリストであったリップマンが発見し、1960年代にブーアスティンがはっきりと確認した「現実」（正確に言えばアメリカの「現実」）は、これとは違った「歪んだ」姿をしていた。本質は「幻影（イメージ）」<sup>11</sup>にとって代われ、メディアの「イメージ」こそが「現実」を創作していたのである。すなわち、複製技術が作り出した「イメージ」がモノ化し、「現実」は「イメージ」によってすり替えられ、疎外されていたのである。

ブーアスティンは観光の「現実」を以上のような「疎外論」の線に沿って理解している。「われわれは現実によってイメージを確かめるのではなく、イメージによって現実を確かめるため旅行をする」（ibid.:127）のである。旅行経験は「稀薄化され、あらかじめ作り上げられたものになってしまった」



(ibid.:91)。「あらかじめ作り上げられた」人工的なサービス商品としての近代観光は＜疑似イベント＞体験としての「ツアー」であり、18世紀までのグランツアーに代表されるような産業化される以前の観光は、「現実」体験としての「トラベル」であった。現代では、「ツアー」体験によって「トラベル」体験の本質が疎外されるのである。

歴史学者としてのブーアスティンの視点は、現代の観光学者からは、エリート主義的視点に立つものであり、一方的な見方と評されることが多いが(Urry 1995=1990:14-15、吉見1996:25)、将来の見通しも含んだ示唆的な現代文明批判家のそれであることも間違いない。社会学は現代社会批判として彼の観光批判を受け止めており、社会的な現象理解としては現在でも妥当な点も多い。そういった意味においては、この本が観光の社会学にとって出発点とされることは当を得ている。映画やテレビドラマで表象された「イメージ」を確認する観光者が多くいることはよく知られている。ガイドブックが観光者の経験を形作ることも観光を経験した人ならば誰でも知っている。観光者が経験する「現実」とはいったい何であるのか、観光の「現実」のあり方が観光地の住民の「現実」に破壊的な影響を与えているのではないか(山中1996)、観光の「現実」のあり方がいつの間にか、我々の日常生活の「現実」のあり方にとって代わりつつあるのではないか(Ritzer 2001=1998:234-263)、観光の社会学は、ブーアスティンが提起した観光による「現実」の変容を、問題として受け止めなくてはならない。以上のように観光批判としての観光の社会学がブーアスティンを出発点として設定できることを確認しつつも、ブーアスティンの＜疑似イベント＞論が「現実」について素朴な実在論、観光についての本質論を脱していない点は否定できない。「現実」が重層的なものであること、そもそも私たちの生活のなかで、「現実」と「虚構」とがはっきりと区別されるものでないことは、1970年代から始まった構造主義や構築主義の哲学思想の洗礼を受けつつ、社会学を始め様々な学問領域で明らかにされてきた。以上のような視点から次に、構造主義の影響を受けていると思われるディーン・マッカーネルがブーアスティンをどのように批判したのかという問題が重要になってくる。



(2) マッカーネルによるブーアスティン批判の論点

我々の経験する「現実」の重層性や、「現実」と「虚構」の分化の不可能性について意識化しつつ、現代の観光文化、そしてそこから現代の文化そのものについて考察を巡らせたのがマッカーネルの『ツーリスト』であった (MacCannell 1999))。ゴフマンの「表/裏領域 front/back region」論を観光文化消費のあり方に応用した『ツーリスト』では、単純な「現実」実在論や観光対象についての本質論は克服されている。マッカーネルはブーアスティンを次のように批判している。

ブーアスティンは、観光のために用意されたものについて深い洞察があったのだが、観光という行為や観光者の意識の構造分析を、個人のレベルの解釈に寄り添いながら発展させるべきなのにそれをカットして、＜疑似イベント＞概念で全てを分析してしまった。(ibid.:103)

ブーアスティンが忘れていた個人レベルの構造分析とは観光のセッティングの重層性である。観光者は観光対象の「リアリティ」は観光のために用意された「体裁」＝「見せ物」の裏側（＜裏領域＞）に、生き生きとした人間関係に裏付けられた「内密の、リアルな」領域を想定することによって得られると言う (ibid.:94)。社会的な生活と個人的な生活が分化した現代人が人間関係を保ってゆくために編み出した心性を捉えたゴフマンの理論から引き継いだ—— もとより彼はゴフマンの弟子であったのだが—— 彼の＜表/裏領域＞論は、現代の消費文化の特徴を色濃く持つ観光現象にも適合的であったことは言うまでもない。

現代の観光現象は「見せもの」としての表領域ばかりでなく、神秘性を持った裏領域の存在—— 敢えて言えば表領域から裏領域に侵入 (penetrate) する—— という構造で成り立っているのである。マッカーネルによれば、観光対象には全く「見せもの」しか見えない（あるいは体験できない）＜表領域＞だけのセッティングから、観光者には見えないはずの＜裏領域＞のみで成り立つセッティング（想像上でしかありえず、実際には存在しないと思わ



れる)まで、観光のセッティングは、「表」と「裏」の差違とその対立のあり方によって6つの段階があり得る。「表」と「裏」の差違とその対立のあり方、すなわち<表領域>から<裏領域>へ、と入り込むリアリティ感覚の操作によって、観光対象がより「リアル」である、「真実味がある」という感覚(オーセンティシティ)が得られるという。「トラベラー」が去り「ツーリスト」しかいなくなっても、現代観光のリアリティはブーアスティンが述べるほど「表面的」ではない。

差違とその対立のあり方こそが文化の根源にあるとするマッカーネルの<表/裏領域>論は「構造主義」的であると言える。そういう意味においては、観光現象の仕組みを「日常」と「非日常」の差違と対立の図式として捉えたネルソンH. H. グラバーンの理論もこれに近い(Graburn 1989)。グラバーンは観光が持つ、日常から非日常に行って(逝って＝一旦死んで)また、日常に帰る行為のなかに再創造(re-creationとしての「レクリエーション」)の意味を読み取っている(ibid.:21-36)。ここでも日常生活に「リアリティ」をもたらしているのはこうした「二重構造」なのである。マッカーネルとグラバーンが共通しているのは彼らの構造主義的な差違の理論は「本もの」と「偽もの」の対立を避けている点にある。さらに、この点がブーアスティンとマッカーネルやグラバーンの理論を決定的に分けている点でもある。<裏領域>が「本もの」で<表領域>が「偽もの」であるわけではない。同様に、「日常」が「本もの」で「非日常」が「偽もの」であるわけではない。

マッカーネルがブーアスティンを批判している点がもう一つある。それは観光者の態度の「受動化」に関する議論である。ブーアスティンによれば、「トラベラー」は苦勞を厭わず——travelの語源に「骨折り」「苦勞」の意味が付随していることが論じられている(Boorstin 1964=62:96)——その態度は能動的なものであるとされる。一方、産業化されたサービスに依存する「ツーリスト」は表面的なものを求め、その態度は受動的であると言う(ibid.:97)。この主張に対して、マッカーネルは観光を論じる知識人の高慢さを批判しつつ「ブーアスティンと同じくらい、ツーリストもオーセンティシティを求めている」(ibid.:104)と反論する。マスツーリストにサービス



依存性があるにしても、彼らとて観光地の＜表領域＞だけを見て満足する訳ではない。ツーリストは「サービスの一環」としてむしろ＜裏領域＞への「チケット」を求める。例えば、筆者が具体的に知る限りでも、高額な「観光税」を支払い、手配旅行でしか行けない秘境ブータンへは、裕福な高齢者層を中心に数多くのツアー客が「苦勞して」訪れている<sup>2)</sup>。また、大手の旅行代理店がインドへの「ボランティア観光旅行」を組んでいることから分かるように、ツアー客は常に「苦勞」を避ける訳ではない——最初の動機はどれであれボランティア経験のなかで変化する（山本2010）——ということがこれらの事例から分かる。観光の構造は観光者も関与する上演的なものなのである。

したがって、ブーアスティンが現代の観光を批判した後で＜疑似イベント＞としての観光から脱け出す方策として提起している幻影からの覚醒だけでは、人々が＜疑似イベント＞から解放されることにはならない<sup>3)</sup>。問題は観光対象が「疑似」であるかどうかなのではない。ディズニーランドを訪れる観光者に端的にあらわれているように、現代の観光者は観光が＜疑似イベント＞であることを十分に知っており、＜疑似イベント＞であることをむしろ楽しんでいるのである。その点から考えると、＜疑似イベント＞現象を観光者自身十分知りつつ「利用」さえしているポストモダン社会において、ブーアスティンの現代観光批判をそのまま観光批判の理論として使うことには無理がある。このような観光現象のあり方に対する理論的枠組みとして求められているのは、観光対象が「本もの」であるか「偽もの」であるかどうかにかかわらず、あるいは観光者が＜疑似イベント＞であるか認識しているかどうかに関わらず、また観光者の態度が能動的であるかどうかにかかわらず、現代の観光現象のありようを捉え、的確に批判する理論なのである。

マッカーネルの「演出されたオーセンティシティ」論はどうか。マッカーネル自身は、観光現象から現代社会の人工的文化の構造を捉えようとしていたことは間違いないが（MacCannell 1999:17-37）、マッカーネルの＜表/裏領域＞論そのものからは、現代観光の「構造」を捉えることはできてもそれを問題として批判することはできない。彼のいう観光の「構造」は利害の異なる観光者、観光業者、観光地住民の積極的関与なしには成立しないため、



常に揺れ動くはずのものである。また、それは文化が商品として流通し、差違が常に作り出されている消費資本主義社会のなかで大きく変容するはずである。次に、マッカーネルの〈表/裏領域〉論を現代の消費資本主義の変容のなかで捉えたとき、そこから現代の観光文化がどのように捉えられるのか考える。

### (3) マッカーネル〈表/裏領域〉論の視座とその現代的意味

ブーアスティンとしての現代観光の問題点は、観光の〈疑似イベント〉化によって、すなわち観光のイメージ化、サービス産業化によって、観光対象が何ものであるかが先に決められ、かつ観光経験が受動的になり、観光者がその本質にとどかない点——筆者はそれを「疎外」と呼んだ——にあった。観光の表象に本質がすり替えられる経験こそが、ブーアスティンが指摘した現代の観光文化の問題点なのである。マッカーネルの反論は、観光者が観光のセッティングの〈裏領域〉から隔絶された人工的なイメージでしかない〈表領域〉を第一に経験する——つまり「本当の経験」から「疎外」される——にもかかわらず、「疎外」されたこの〈表領域〉こそが、必要条件として、観光文化の「オーセンティシティ」を生む構造のなかに既に含まれていること、さらに観光者は、まさにそこから〈裏領域〉を経験しようとする——いやむしろ、「疎外」された人工的イメージであるはずの〈表領域〉のなかに、そこから透けて見える非人工的な〈裏領域〉が暗に重層的に含まれていること——であった。マッカーネルの観光者は〈疑似イベント〉の表面的「リアリティ」に浸りながらも、その裏に隠された「リアリティ」の幻想に分け入ろうとしているのである。どちらの「リアリティ」も「本もの」(「実在」そのもの)とは規定できない「リアリティ」の二重構造のなかにこそ「オーセンティシティ」が存在するのである。前述したように、人間は集合的な表象に枠づけられることによって、世界のなかに「実在」を定位する。表象と実在、虚構と現実に分けることができない。特に、観光文化とはそもそも、産業化される以前から実在よりも表象が先行し、表象が観光の実在を作り上げてきた(須藤2008:1-40)。マッカーネルの論理には表象を実在の重層的な



コミュニケーションの過程が描かれ、観光文化の特徴を説明するのにより妥当性を持つと言える。だが問題はその先にある。それは、マッカーネルの観光文化論が、現代の観光文化の特徴を扱っているものの、変動論を内在的に欠いているため、モストモダン社会における観光の特徴をうまく説明できない点にある<sup>5)</sup>。なぜ現代においては<表領域>と<裏領域>とが分化し、それが「再帰的」現代において、どのように変動しているのか変動のメカニズムについては私たちが補完するしかない。

公私の分化、「見せるもの」と「見せないもの」との分化、表/裏領域の分化が曖昧になったとき、あるいは崩壊したとき、あるいは<表領域>が全域化したとき（=<裏領域>が全域化したとき）マッカーネルが提示した「リアリティ」の構造（「オーセンティシティ」の構造）はいかにあるのか。グラバーンの「日常性」と「非日常性」の対立という図式が揺らいだとき——「日常性」の「非日常性」への浸食、あるいは逆に「非日常性」の「日常性」への浸食が常態化したとき——現代の観光はどのような形態をとるのか。また、その時ブーアスティンの<疑似イベント>のスペクタクル世界が、ブーアスティンが考えたのとは別の形で——例えば、観光者や観光地住民が受動的に「イメージ」に従うのではなくて、むしろ能動的に「イメージ」を欲望するといった形で観光者の方から、さらには観光地住民の方から——「現実」化することはないのか。観光の社会学の視点は、このように観光現象から現代文化を説明する地点にまで到達する必要があるだろう。問題を解く鍵は「真/偽」の対立ではなく、「真/偽」のリアリティを作り出すメカニズムの揺らぎや崩壊と、それに対する人々の、あるいは社会の、さらには観光の社会学の再帰的な反応の方にある。

## 2. 再帰的近代と観光の社会学

### (1) <表/裏領域>の変動という問題

情報消費社会におけるメディアの普及によって引き起こされる<表領域>と<裏領域>の境界の崩壊が何をもたらすのか、ということをメディアの領



域で論じたのはジョンシュア・メイロウィッツである（1985=2003）。マッカーネル同様、メイロウィッツも彼の＜表／裏領域＞論をゴフマンの対面的コミュニケーションを支える儀礼構造から汲み上げている。ゴフマンは公私の分離を前提としている現代人が、対面的な状況のなかで＜表領域＞と＜裏領域＞を分節しつつ（同時に相互依存しつつ）、「個人崇拜的」儀礼構造をなんとか守り抜いている様を描いている（Goffman 1981=1959）。一方、メイロウィッツは、情報社会の＜内破＞的（境界破壊的）コミュニケーション・ツールの普及が個人崇拜の（あるいは伝統崇拜の）人と場所との関係を崩壊させてしまうメカニズムを描いた。こうした生活上の「状況地理学」の変化は、状況の明確な空間的分離を崩壊させてしまう（Meyrowitz 2003=1985:32）。電子メディアは「私的領域」と「公的領域」を融合させ、「さまざまな役割に対して裏領域を作り上げてきたものが露呈することで、役割の移行を取り巻く神秘性の多くが取り除かれる」（ibid.:304）。このことによって、＜裏領域＞の不可侵性を守っていた提示や回避の儀礼性は効力を失効し、＜裏領域＞が持っていた聖性や非日常性は＜表領域＞に蔓延し、消耗を繰り返す。＜表領域＞と＜裏領域＞の融合から生じる新しい行動をメイロウィッツは＜中間領域＞（または＜舞台袖＞）と呼んでいるのであるが、この「中間領域」こそ＜裏領域＞の＜表領域＞化とでも言える状況を作り出す場となるのである。

観光における＜表領域＞と＜裏領域＞の境界の崩壊、あるいは＜裏領域＞の全面化も同様に解釈できる。また、＜表領域＞から＜裏領域＞に向かう＜中間領域＞の出現（さらにそれらの関係を観光者が自ら人工的に操作する「領域」の出現）は、ジョン・アーリの「ロマン主義的なまなざし」が衰退し、そこから「ポスト・ツーリスト」が出現する過程に符合する（Urry 1995=1990:167-183）。「表」から「裏」へ向かう＜中間領域＞が出現すると、さらに続けてより「深い裏」を取り込んだ＜中間領域＞が出現する。こうして＜裏領域＞は＜表領域＞に飲み込まれつつ、観光対象の「リアリティ」探し、さらに「リアリティ」作りが繰り返され、次第にこの「演出されたオーセンティシティ」の構造自体が摩耗してゆく。

メイロウィッツと同様、ゴフマンの行為論からアイデアを得たホックスー



ルドの社会的役割の変動論も同種の視点を持っている。私的な演技が公的演技と融合する——サービス労働のなかで私的な「演技」が商品として売られる（すなわち＜感情労働＞になる）——ときに人が「演技」そのものからも疎外される様を描き出している（Hochschild 2000=1983:18-24）。観光における演技についても同様である。演技における＜表領域＞と＜裏領域＞の境界が崩壊したときに、現代人のアイデンティティの「リアリティ」を守っているとゴフマンが論じた演技の構造が崩壊し、サービス労働者、観光地住民、そして観光者自身の「演技」が分裂し、あるいは方向性を失い、さらには消失し——一見「演技」から自由になったように見えるが——彼らのコミュニケーションのリアリティはかえって失われてしまう。

以上のように、コミュニケーションにおける社会的リアリティは、見えない＜裏領域＞の「実在」（幻としての実在）を前提として成立している、しかるに現代の情報消費社会はその構造を掘り崩している。そしてまた、前述したように、そのことが観光領域においても顕著である。壊れつつある＜裏領域＞とは何か。さらに考察しよう。

## (2) ＜裏領域＞の変容と「ポランニー的不安」

先に論じたように、マッカーネルによれば観光対象の「真偽」の感覚（オーセンティシティ）を作り出すものが、＜表領域＞の影としてそれを支える＜裏領域＞であるとされていた。グラバーンでは「日常」の時間から「非日常」の時間への移行であった。マッカーネルが言う＜裏領域＞は＜表領域＞との差違によってしか定義づけられないのであるが（グラバーンの「非日常」も同様）、具体的には何によってそれは構成されているのだろうか。

マッカーネルはシーフードレストランに飾ってある漁に使われた網（ステージ2）や観光者に開かれたレストランの厨房（ステージ5）等をあげているが（MacCannell 1999:101）、要するに——たとえそれが「商品」として作られたものであっても——＜裏領域＞を構成するものは「自然」であり「人間」（あるいは「人間関係」）であり、あるいは「聖なるもの」と言い換えることができる。グラバーンの「非日常性」は「聖なるもの」そのものである



(Graburn1989:24-27)。観光者に観光対象に＜裏領域＞を求めるのは、隠されてはいる——あるいは「非日常性」として見えない——「自然」や「人間」や「聖なるもの」という「観光資源」なのである。観光資源は、表舞台にある観光用に演出された「自然」(裏領域に含まれる「自然」とは区別しよう)や、歴史的な「建造物」も含めた観光用の「見せもの」としての「文化」や、観光業従事者の「感情労働」としてのサービス(サービスとしての「ホスピタリティ」)、観光者のために芸術や宗教が短時間で見せるアートやセレモニーばかりではない。(それがたとえ商品の一部となっていて)＜裏領域＞には商品化できない有限な「自然」や「人間関係」——「聖なるもの」と言い換えることもできるが——や「聖なるもの」そのものが必ず含まれている。商品としての観光対象が「オーセンティシティ」を持つためには、観光の＜表領域＞の裏側に、商品化できない「自然」や「人間」や「聖なるもの」が透けて見えなくてはならない。ここで＜裏領域＞を構成しているこれらの要素について、市場の「内部」と「外部」といった視点から考察しよう。

市場の秩序の裏側には社会秩序が存在すると言ったのは経済人類学者カール・ポランニーである。ポランニーによれば、元来「経済システムは社会システムのなかに吸収されていた」(Polanyi 1975=1944:31)のであり、現代の資本主義社会においても「経済秩序は、常態としては、それを包み込む社会秩序の一機能であるにしかすぎない」(ibid.:37)と言う。すなわち市場は市場化することが不可能な社会秩序に埋め込まれているのである。市場を機能させるための市場化されない社会秩序を構成するのは「労働」と「土地」と「貨幣」である。労働は「生活それ自体に伴う人間活動の別名」であり、土地は「自然の別名」であり、「貨幣は購買力を示す代用物にすぎない」のである<sup>6)</sup>(ibid.:39)。この3つの領域は有限なものであり、販売のために生産されるものではない。それを商品として扱うのは「擬制(フィクション)」にしかならない。つまり、自己調整的市場における商品は経済的秩序の論理と社会的秩序、特に文化的秩序との関係のなかで価値を持つのである。だが、ここで注意しなくてはならないのは、社会的秩序、文化的秩序は物理的条件の規定は受けるのであるが(例えば「自然」に関する「文化的秩序」の崩壊は自



然破壊という物理的規定を受ける)、より重要なことは、その「本質」や「普遍性」なるものは人々の実践の産物であり不変のものではないということである。人間活動の「本質」、自然の「本質」、購買力のシンボルの「本質」なるものは、人々が日々の生活のなかで、存在に規定されつつ行う実践の産物、すなわち人々の構築物に過ぎない。

この点に関して山下範久は、ポランニーが「フィクション」とした商品である「労働」「土地」「貨幣」を、「人間」「自然」「聖性」と言い換えつつ、グローバル化にともなう意識の変化として、人々が「人間、自然、聖性に関する定義のゆらぎを経験している」と言う(山下2008:70)。これを山下は「ポランニー的不安」と呼んでいるのであるが、グローバル化のなかで現代人は人間、自然、聖性の商品化を日常的に目の当たりにしながら、それに対抗する原理を持ち得ぬまま、人間もろとも変質してしまうという「不安」に晒されていると言う(ibid.:76)。また山下は、だからこそ人間、自然、聖性の最定義、再構築が求められ、かつそのことが<根源的な政治>のテーマともなるのだと言う。

ここで私たちは、全てを均質化し商品化するグローバル資本主義経済の最先端に観光があることに注目すべきだろう。まさに観光の場こそ「ポランニー的不安」のただ中にある、いやそうでなければならない。この文脈から、観光の社会学がテーマとしてきた観光化されることに対する「不安」について考えてみると、舞台化された観光セッティングを背景とした<感情労働>によって「ホスピタリティ」が切り売りされてゆくこと(Hochschild 2000=1983)、マス・ツーリズムによって自然が破壊されこと、観光者の「見せ物」になることによって人々が「本来」築き上げてきた伝統文化(の聖性)が変容させられてしまうこと等(須藤2008、山中2002、永渕1996)、それらは「ポランニー的不安」の一つの表現だと言える。

観光の社会学は「ポランニー的不安」の自己表現を展開するなか、「不安」の解決に向けた実践にも多く駆り出されてゆく(また、そのこと自身が「不安」を作り出してもいる)。その多くは観光化によって市場化された、人間、自然、聖性の社会への埋め戻しを目指したものと言える。エコ・ツーリズム、



グリーン・ツーリズム、ツーリズム・ボランティア、ボランティア・ツーリズム、着地型観光等の実践の紹介や提案といったことは、この論理から導きだすことができる。だが注意しなくてはならないのは、人間や自然や聖性の「本質」なるものは人々によって社会的に構成されたものであり、けっして普遍的なものではないということである。したがって、「ポランニー的不安」の自己表現から導き出された実践は山下のいう＜根源的政治＞に内属している。このテーマは後にまた扱うが、私たちはこのテーマに十分自覚的であるとは言えない。

先に論じたように、ポランニー、山下らがグローバル化する現代の文化の問題（あるいは「不安」）として浮かび上がらせたポイントは、「外部」——実体的なものでなく文化の差異として経験されるものであるが——の消失であり、この消えかけた市場の「外部」にこそ、市場を成立させているものが存在しているということである。この論理をマッカーネルの＜表/裏領域＞のなかに引き戻してもう一度解釈し直すと、＜表領域＞は商品そのものとして市場の内部に存在し、＜裏領域＞は市場化しつつも核心部分に「外部」を隠し持っている領域である。しかし、現代の「不安」は次のことである。グローバリゼーションの結果として市場が全面化したとき、観光の＜裏領域＞は消失し——あるいは、行きすぎた＜裏領域＞への侵入のためにかえって＜裏領域＞が消耗し——観光には＜表領域＞と＜裏領域＞の境界がなくなった一元的な経験だけが残るかもしれない（例えば、マッカーネルが取り上げたシーフードレストランの船や網のディスプレイはもはや＜裏領域＞とはいえず、レストランのバックステージであるキッチンも、オープンキッチン方式がもはや珍しくない都会のレストランでは＜裏領域＞ではない）。また、その時まさに、ブーアステインの言うスペクトル化した＜疑似イベント＞の世界があらゆる国境を越えて一面に繰り広げられるのかもしれない。＜表領域＞から＜裏領域＞に侵入すること、あるいは「日常」から「非日常」の世界に侵入する経験を「観光」と定義したら、＜裏領域＞や「非日常」の消失は「観光の終わり」（Urry 2002:161）を意味している。「観光」は＜裏領域＞にある自然や人間あるいは「非日常」にある聖性を自ら人為的作り上



げ、＜裏領域＞をより人工的なものへと、質そのものを変えて行きつつあるように思われる。

ポストモダン社会において人工的になった＜裏領域＞の質の変容、あるいは＜表/裏領域＞の構造の不安定化と人工化についてジョージ・リッツアは世界の＜再魔術化Enchanting the Disenchanted World＞という言葉で説明している(Ritzer 2005=1999)<sup>7)</sup>リッツアは、現代の消費社会においては、消費を促す構造が経済発展の鍵となっている。リッツアはこの構造をマルクスの「生産手段」にならって「消費手段」と呼ぶ。モノから文化へと消費の対象が移ったポストモダン社会においては、この「消費手段」設計の多くの部分（例えばショッピングモールやクルーズ船やラスベガスのような街そのもの等）に、神秘的な「空想fantasy」が多用されるのである。消費社会の倫理は、禁欲の倫理ではなく「ロマン主義の倫理」なのであり、「新しい消費手段はそれ自体でますます空想的になっているだけでなく、消費者のあいだで消費についての空想が広がるのを助長している」(ibid.:120)のである。消費がロマン主義的空想に覆われるとき、「消費手段」は「消費の殿堂」となり「宗教的で「魔術化された」性質を際立たせる」(ibid.:14)と言う。リッツアは、このような（再）魔術化の試み自体が最初から脱魔術化されてことに強く注意を促す(ibid.:135)。リッツアによって描かれた消費の宗教に洗脳された社会は、合理的に計算された＜疑似イベント＞が支配する＜鉄の檻＞(マックス・ウェーバー)の世界なのである(Ritzer and Liska 1997)。

リッツアは観光者や観光地住民がこの＜鉄の檻＞構築に自ら参与しつつ、そこからはみ出てゆく可能性（や偶有性）について現在のところ描くことはない。いやリッツアは(アラン・リスカと共に)「多くの現代の旅行者はオーセンティシティがないものinauthenticityを追いかけている」と言う(Ritzer and Liska 1997:107)。リッツアは脱魔術化された魔術の「ポランニー的不安」に取り憑かれているのかも知れない。私たちはどうか。ポストモダン社会のまっただ中にいる人々は、一方で脱魔術化した魔術の世界に不安を感じながら、一方でそれを欲望しているのではなかろうか。観光の社会学自信もまた同様であるように思われる。



## おわりに ― 観光研究の知識社会学へ向けて ―

アンソニー・ギデنزは、マックス・ウェーバーが近代社会の特徴として定式化した専門的技術的官僚的コントロールの〈鉄の檻〉を批判して、後期近代の「ハイ・モダニティの世界は、こうしたイメージがいずれも示唆する以上に、はるかに開かれた、偶然性の高い世界なのである」(Beck, Giddens and Lash 1997=1994:109)と述べている。それはまた、「「不確定な空間」という意味での、グローバル社会」であり「社会的きずなを、過去から受け継いだものではなく、むしろ望ましい結果が得られるように<<つくり出して>>いかなければならない社会」なのである (ibid.:199)。観光に関する諸現象はこうした「ポスト伝統社会」の特徴を多く持っている。先にも触れたとおり、観光を使ったまちづくり、エコ・ツーリズム、グリーン・ツーリズム、ツーリズム・ボランティア等は「地域経済活性化」のためだけではなく、「社会的きずな」を再創造する「運動」としてある。また、ツーリズムによる「社会的きずな」の再創造は「未決定」の自我の自己承認欲求につながっている。ホブズボウムが「発見」したように、多くの「伝統」は社会的アイデンティティが不安定化する近代になって創られたものである (Hobsbawm and Ranger 1992=1983)。「伝統」とは、人々の実践によって日々集合的に作り直されるものであり、特に「脱伝統社会 detraditionalizing society」は、人々を「伝統」の人為的な再創造に向かわせる社会でもある。現代における「伝統」の再創造は、社会的アイデンティティの再創造のことであり、再帰的近代(reflexive modernity)においては自己承認欲求の高まりとともに加速される。

現代の観光対象は確固とした「伝統」の上にあるもの——それとて実は創られたものであることが多いのだが——よりも、最近になって「発見」され、新しく「定義」し直された資源（例えば70年代の「小京都」、1990年代からの「昭和の町」、あるいは産業観光施設等）、あるいは、全く新しくシミュラクルとして創られ資源（例えばディズニーランドやハウステンボス）を活用しているものの方が多い。今や観光は「まち」や「地方」や「国」の共同性の再創造に大きく関与している<sup>8)</sup>。観光の社会学もまた、観光が生み出す共同



性を中心に観察、分析をしつつ、地域の共同性の、あるいは地域と観光者を結ぶ共同性の再創造に直接的、間接的に参与している。観光の社会学が分析し提案し、そのことによって創られた制度や文化、それ自体が観光の社会学の研究対象なのである。ギデンズが言うように「社会科学は、とりわけ社会学がその中心に位置するとはいえ、いずれもこうした再帰的關係に加担している」(ibid.:58)のである。近代の学たる社会学とは、そもそもの性格として、伝統が崩壊することによって生じた人々の共同性の再創造を目指すものである以上、このことは避けて通ることができない。

しかし、民主主義社会においてこのような「社会の再創造」行為は、「強制」や「宿命」として行われるのではなく、人々の「選択」として行われることにも注意を向けなければならない。言うまでもなく「選択」は「意志決定」という社会的過程の媒介を経ておこなわれる。ギデンズが言うように「ポスト伝統社会」の未決定で「開かれている状態はまた、権力の媒体であり、階層分化の媒体」(ibid.:144)ともなるからである<sup>9)</sup>。観光行政や観光学、観光の社会学は明らかに後期近代の「根源的政治」の一部となっている<sup>10)</sup>。

こうしたなかで、社会学には近代化によって生じた関係性や制度の矛盾を暴き批判する役割も持っていたことを思い出す必要があるだろう。もとより観光の社会学の出発点としてブーアスティンが取り上げられることから分かるように、観光の社会学は現代の観光化への問題点や矛盾を掘り下げる役割を負っている。この点を深く掘り下げれば、社会学の批判的立場はいかに守られるのかというかなり古めかしい議論の迷路に迷い込むかも知れない。ただここで言えるのは、観光の社会学の視座は観光者、観光地住民、観光業者のいずれのものでもない。また、「中立」の立場を守るべきだとされる行政の一部のものでもない。社会学や文化人類学が古くから悩み抜いた、観察者の文脈と観察対象者の文脈との限りない対立、マックス・ウェーバーが考え抜いた「価値への自由」と「価値からの自由」の対立、この先にのみ観光の社会学者の立ち位置はある。「価値自由」に対するウェーバーの見解は、自らの「価値」に基づく評価をも客観的な検討の対象にするという、極めて「再帰的」な態度であったはずである(Weber 1976=1973)。ピーター・バー



ガーとハンスフリード・ケルナーが解説した分かりやすい説明を援用すれば、「社会学者には、「ある」と「べし」、理解と願望、科学的分析と行動のあいだの緊張を考え抜き、生き抜くという使命が存在する」(Berger and Kellner 1981:19)ということである。この基本の上にこそ、観光の社会学の近代批判はあるべきなのである。

これらのことを簡単にまとめればアルフレッド・シュッツがウェーバーの「価値自由」から受け継いだ、「二重の解釈学」としての社会学という概念に行き着く。社会(科)学というものは現地を生きる人々が集合的に構築する現実を、学問の意味世界のなかで再構築した「第二次的構築物」である。すなわち社会(科)学者は現地住民の言葉を、社会(科)学者の言葉に「翻訳」している。常に情報は「現実」社会から汲みだし関連させているものの、社会(科)学の「真理」(を語る言語)は社会学の「世界」に「理念型」として存在するのである。シュッツの用語を使えば日常世界と「有意性の構造」が違う(Schutz 1980=1970:78-93)。社会学は日常世界の言語を社会学の「世界」の言語に翻訳しつつ、「現実」を社会学の言語で構築しようとする行為なのである。日常世界においても、学問世界においても、「現実」が行為とその解釈によって作り作られるその過程を忘却すれば、「現実」は「物象化」された「虚偽意識」となる。繰り返すが、観光の社会学が「価値自由」を——「への自由」と「からの自由」両方を含めて——守れるのは、人々の「現実」を、さらにまた自らの「現実」をも自明なものとは見なさず絶えず疑いかつ、人々の「現実」と社会学の「現実」の平行ワールドを行き来しながら、様々な「現実」を様々な(例えば時間軸、空間軸の)比較をとおして相対化している限りである<sup>11)</sup>。

「不確定」な社会「ポスト伝統社会」たる現代社会は、人々の行為を「嗜癖」に導くと言ったのはギデنزである。ギデنزによれば、「嗜癖は、伝統のもつ「真理」と結びつきを失ってしまった反復行動」(Beck, Giddens and Lash 1997=1994:134)であり「伝統主義をともしなわなない伝統」(ibid.:133)なのである。「選択が責務になった」な「ポスト伝統社会」にあっては「嗜癖」も私たちの「選択」の一部なのである(ibid.:141-143)。すなわち現代人は「嗜



癖」と知りつつ「観光」(あるいは「観光的なもの」)を選択している<sup>12)</sup>。さらに、後期近代社会は「再魔術化」する社会でもある点にも、もう一度注目する必要がある。「再魔術化」は観光的手法を持ってやってくる。シミュラクルとは、「再魔術化」する社会が観光(あるいは観光的なものを)を「嗜癖」の対象として自ら選択した世界のことである。現代における「再魔術」は、固定されたアイデンティティに基づく伝統的「魔術」とは異なり、現代人独特のアイデンティティのあり方——特にジグムント・バウマンが「寄せ集めのアイデンティティ aggregate identities」(Bauman 2008=1998)と読んだ可変的アイデンティティ——と関わっている。再帰的近代において観光現象は、観光者、観光地住民のアイデンティティの可変性と共振しながら、観光業者、観光地住民、行政、観光者といった複数のエージェンシー(ジュディズ・パトラーの言う不確定な「行為媒体」)たる複数の「主体性」を巻き込んで展開されている。研究対象の変化とともに観光研究による現代文化批判もブーアスティン流の単純なメディア権力論あるいは「疎外論」から、不確定性と可変性を説明する「再帰的」理論へとシフトして行かなくてはならないだろう。

以上の議論から導き出される現代における観光の社会学の役割は——自らが再帰性の連関のなかにいることを自覚しつつ——「再魔術化する社会」における嗜癖のループから人々が脱け出し、そこから覚醒した新たな共同性を構築する「脱再魔術化」へ道を、観光批判をとおして示すことにあるだろう。社会学とは、近代とは何かを批判的に洞察し、そこから新たな共同性を模索することを使命とする学問なのだから。

## 注

- 1) 訳者の解説にもあるように、ブーアスティンは(正確には訳者は)「イメージ」と「イメージ」をはっきり分けている(『幻影の時代』解説:337)。ここにはポウルディングが「イメージ」という言葉で表現したような人間特有の能力といった積極的な意味はない。否定的な意味持つ「イメージ」を積極的な意味を持つ「イメージ」と分けた。
- 2) ブータンを訪れるツアー客数は日本が3番目で、2008年には一年に約2,700人(全体では約27,000人であるが、IDカードだけで入国できる周辺諸国の



観光客は含まれていないが、この数もかなり多いと思われる)。

- 3) しながら、能動性/受動性とは別の文脈においては「サービス依存性」的状況についてのブーアスティンの指摘は侮れないと筆者は考える。
- 4) ゴフマンの表出的役割理論のなかでは、「役割距離」や「フレーミング」等概念からも、揺れ動く「構造」についての言及が多いが、マッカーネルの『ツーリスト』のなかにはそれがほとんど見られない)

また、メイロウィツは『場所感の喪失』のなかで、ゴフマンの理論についても歴史的な変動論が欠如していることを批判している (Meyrowitz 2003=1985:23-38)。この批判点は、マッカーネルの理論にも存在する。

- 5) 『The Tourist』(1999) はセカンド・エディションであり、イントロダクションに近年の観光の変容について述べられている。ここで観光文化のポストモダン化について、また再帰性についてもは述べられてはいるが<表/裏領域>の変動のメカニズムについては述べられていない。「Staged Authenticity」の章においては、変容について「“重要な他者” に全的に晒され生きている未開人は——中略——自分たちの生活のオーセンティシティについての不安に悩むことはない」(MacCannell 1999:93) が現代人は社会自体が公私に分化したため、リアリティの弱体化が起こり、<裏領域>の神秘化が必要になったとは述べている。
- 6) 貨幣が商品化されない社会や文化に埋め込まれたものと考えるは奇異であるように思える。しかし『経済の文明史』第3章で彼が言っているように「貨幣とは言語や文字や度量衡と同様な、一つのシンボル体系」(Polanyi 1944:81)なのである。したがって、それは社会の諸習慣に埋め込まれており、「ある特定の人間の状況に関与するとき——中略——シンボルとなる」。つまり、古代社会、未開社会においては、「代用」貨幣よりも、文脈によって目的別に用いられる貨幣の方が本質的なのである。
- 7) ピーター・バーガーとハンスフィールド・ケルナーも同様に「再魔術化」を問題にしているが、彼らのいう「再魔術化」は近代化の脱魔術化に伴う「意味への渴望」がもたらすものとされ、情報消費社会によるものとは——重なる部分もあるが——ここでは区別した方がいいだろう (Berger and Kellner 1987=1981:20)。
- 8) ギデنزは1980年代に入って再建された英国ヴィガン埠頭の「文化遺産施設」再開発に関して、そこに存在する過去の名残は「陳列ケースのなかの展示物」であり「聖像(イコン)」として取り出されたものであり、その「本質とはほとんど何の有意味関連をもたない」(Beck, Giddens and Lash 1997=1994:192) としているが、その効果はどうであれ、それはホブズボウムが定式化した「創られた伝統」として「集合的儀礼」の共同性を再創造と関係している。
- 9) 消費社会における階層分化論についてはジグムント・バウマンがさらに発展



させている点に注目しなければならない (Bauman 2008=1998)。

- 10) この稿での主題ではないが簡単に取り上げれば、観光の社会学が「根源的政治」に関与していることを自覚しつつ筆者の立場からの実践的提案は、観光を持続的なもの (サステイナブル) にする方法は、「外部」を含んだ<表領域>との差違としての<裏領域>における商品化できない部分を市場から社会へ戻し、その上で観光に<裏領域>を再埋め込みするというものである (須藤廣2008 参照のこと)。
- 11) このことは、はなはだ陳腐であるが、マンハイム「普遍的イデオロギー」概念から導き出した「飛翔するインテリゲンチヤー」のパラドクスと同様の矛盾を抱えていることも自覚すべきなのであるが。
- 12) 大澤真幸がナショナリズムを論じるなかで「アイロニカルな没入」と呼んだものもこれに近い (大澤2007)。

## 参考文献

- Bauman, Z., (1998) *Work Consumerism and the New Poor*, second edition, London: Open University Press [伊藤茂訳 (2008) 『新しい貧困 —— 労働、消費主義、ニュープア』青土社]
- Beck, U., Giddens, A., Lash, S., (1994) *Reflective Modernization: Politics, Tradition, and Aesthetics in the Modern Social Order*, Cambridge: Polity Press [松尾精文、御旗正敏、叶堂隆三訳 (1997) 『再帰的近代化 —— 近現代における政治、伝統、美的原理』而立書房]
- Berger, P. L. and Hansfried Kellner (1981) *Sociology Reinterpreted: An essay on Method and Vocation*, New York: Anchor Press [森下伸也訳 (1987) 『社会学再考 —— 方法としての解釈』]
- Boorstin, D.J., (1962) *The image; or, What Happened to the American Dream*, New York: Atheneum [『幻影の時代 —— マスコミが製造する事実』星野郁美、後藤和彦訳 (1964) 東京創元社]
- Clifford, J., (1997) *Routs: Travel and Translation in the Late Twentieth Century*, Boston: Harverd University Press [毛利嘉孝、有本健、柴山麻紀、島村奈生子、福住廉、遠藤水城訳 (2002) 『ルーツ —— 20世紀後期の旅と翻訳』月曜社]
- Goffman (1959) *The Presentation of Self in Everyday Life*, New York: Doubleday Dell Publishing [石黒毅訳 (1981) 『行為と演技』誠信書房]
- Giddens, A., (1990) *The Consequences of Modernity*, Cambridge: Polity Press [松尾精文、御旗正敏 (1993) 『近代とはいかなる時代か? —— モダニティの帰結』而立書房]
- Graburn, N., H.H., (1989) *Tourism: The Sacred Journey* Smith, V. (eds.) *Host and*



- Guests: Anthropology of Tourism second edition*, Philadelphia: University of Pennsylvania press
- Hobsbawm E. and Ranger T., (eds.)(1983) *The Invention of Tradition*, Cambridge: the Press of the University of Cambridge [前川啓治、梶原景昭 (1992)『創られた伝統』紀伊国屋書店]
- Hochschild, A., *the Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*, Berkeley: University of California Press [石川准、室伏亜希訳 (2000)『管理される心——感情が商品になるとき』世界思想社]
- MacCannell, D., (1999) *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*, Berkeley: University of California Press.
- Meyrowitz, J., (1985) *No sense of Place: Impact of Electronic Media on Social Behavior*, Oxford: Oxford University Press [安川一、高山啓子、上谷香陽訳 (2003)『場所感の喪失——電子メディアが社会的行動に及ぼす影響』新曜社]
- 永渕康之 (1996)「観光＝植民地主義のたくらみ——1920年代のバリから」『観光人類学』山下晋司編著、新曜社 pp35-44
- 大澤真幸 (2007)『ナショナリズムの由来』講談社
- Polanyi, K. (1944) *The Self-regulating Market and the Fictitious Commodities: Labor, Land, and Money*, Chapter 6 of *Great Transformation*, New York: Rinehart [玉野井芳郎訳 (1975)「自己調達の市場と擬制諸品——労働、土地、貨幣」『経済の文明史』筑摩書房 pp31-48]
- (1975) *The Semantics of Money-Use*, Chapter 8 of *Great Transformation*, New York: Rinehart [吉沢英成訳 (1975)「貨幣使用の意味論」『経済の文明史』筑摩書房 pp81-106]
- Ritzer, G., (1998) *The MacDonaldization Thesis: Explorations and Extensions*, London: sage publications [正岡寛司監訳 (2001)『マクドナルド化の世界——そのテーマは何か?』早稲田大学出版部]
- (1999) *Enchanting a Disenchanted World: Revolutionizing the Means of Consumption*, Thousand Oaks: Pine Forge Press [坂田恵美、山本徹夫訳 (2005)『諸費社会の魔術的体系』——ディズニーワールドからサイバーモールまで]
- Ritzer, G. and Liska, A., (1997) 'Mcdisneyization' and 'Post-Tourism': Complementary perspective on contemporary tourism, Urry, J., and Rojec, C. (eds.) *Touring Cultures: Transformations of Travel and Theory*, London: Routledge pp96-109
- Rojeck, C., and Urry, J., *Transformations of Travel and Theory* in Urry, J., and Rojec, C. (eds.) *Touring Cultures: Transformations of Travel and Theory*, London: Routledge, pp1-19



- Schutz, A., (1970) *On Phenomenology and Social Relations*, Chicago: University of Chicago Press [森川眞規雄、浜日出夫訳 (1980) 『現象学的社会学』紀伊国屋書店]
- 須藤廣 (2008) 『観光化する社会』ナカニシヤ出版
- Urry, J., (1990) *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*, London: Sage Publications [加太宏邦訳 (1995) 『観光のまなざし —— 現代社会におけるレジャーと旅行』法政大学出版局]
- (2002) *The Tourist Gaze second edition*, London: Sage Publications
- (2007) *Mobilities*, Cambridge: Poly Press
- 山中速人 (1996) 『ハワイ』岩波書店
- (2002) 「『楽園幻想』の形成と展開」春日直樹編、『オセアニア・ポストコロニアル』国際書院
- 山下範久 (2008) 『現代帝国論』日本放送協会
- 吉見俊哉 (1996) 「観光の誕生 —— 疑似イベント論を超えて」『観光人類学』山下晋司編著、新曜社 pp24-35
- 山本朋人 (2010) 「ボランティア・ツーリズムの限界と可能性 —— インドのマザーハウスにおける参与観察的フィールドワークの実践から」2009年度北九州市立大学文学部卒業論文
- Weber, M., (1973) *Der Sinn der >Weltfreiheit< der Soziologischen und ökonomischen Wissenschaften*, in Max Weber, *Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre*, 4. Aufl. hrsg. von Johannes Winckelmann S. pp498-540 [松代和郎訳 (1976) 『社会学および経済学の「価値自由」の意味』創文社]