

ツーリズムの社会的・文化的インパクト
——ツーリストとホストの異文化接触を中心に——

安福 恵美子

The Social and Cultural Impact of Tourism:
Cross-Cultural Contacts Between
Tourists and Hosts

YASUFUKU Emiko

Recently much attention has been paid to the social and cultural aspects of tourism. International tourism has been a major source of cross-cultural contacts. The relationships between tourists and host communities show the complexity of modern tourism. In “culture tourism,” ethnicity, cultural identities, nationalism, traditions, and heritage are the attractions, and their presentation tends to be staged by various outside parties, notably the tourism industry. This approach to the presentation of culture can lead to disputes with local people. However, in a new type of tourism called “alternative tourism,” host communities try to present themselves to tourists by themselves. This is an aspect of a new relationship between tourists and hosts.

キーワード: ツーリズム、ツーリストとホスト社会、異文化接触、文化の呈示

はじめに

近年、世界的規模におけるツーリズムの量的拡大が、文化や社会の仕組みに大きな影響を及ぼしはじめるにつれ、ツーリズムの社会的・文化的インパクトに対するさまざまな調査・研究が行われるようになってきた。移動性を特徴とする近代社会において、ツーリズムを文化変容のための重要

な力として捉える動きが注目される。

ツーリズムは、ツーリストとホストが会うことによって、互いが異なる文化を認識する機会として、国際平和と理解あるいは文化交流促進のため、国際機関によって推奨されてきた¹⁾。一方で、ツーリズムは「新・植民地主義」や「新・帝国主義」などと呼ばれるように、ホスト社会に与えるその負の社会的・文化的インパクトが指摘される。このように、多くの社会活動と同様、ツーリズムは正と負の両面をもつが、ツーリズムがホスト社会に与えるインパクトは、ツーリズムの形態やホスト社会の経済的・社会的・文化的状況によって異なる。

I. ツーリズムにおける文化の呈示

1. ツーリズムの演出性

近年にみられるツーリズムの量的拡大は、観光産業が巨大な産業に成長したことによってあらわされる。アメリカの社会学者マッカーネルは、近代ツーリズムの出現にともない、ツーリスト用の空間が観光産業を中心に作られ、さまざまな演出が行われている状況を分析した(MacCannell, 1976)。彼は、ゴッフマンが演出性を説明するために用いた「表舞台(frontstage)」と「裏舞台(backstage)」という概念をもとに、ツーリズムの構造を明らかにしようとした。そして、近代社会の構造が「文化生産(cultural production)」によってあらわされ、ツーリストの文化経験には、経済的価値を含めた諸々の価値が究極的なかたちで集積している、と考えた。

多様なツーリズム形態のなかでも、カルチャー・ツーリズム[文化観光]²⁾(たとえば、エスニック・ツーリズム[少数民族観光]やヘリテッジ・ツーリズム[遺産観光]など)においては、文化がツーリストの観光対象となることから、ツーリズムと文化の間にみられる複雑な相互関係が表出される。このようなツーリズム形態においては、他の地域と異なるエスニシティ、文化的アイデンティティ、ナショナリズム、伝統、遺産などがツーリストのまなざしの対象となるが、これは訪問先における新奇性やユニ-

ツーリズムの社会的・文化的インパクト

クさを求めるツーリストのために、地域のユニークさをアピールする現象として世界各地においてみられる。旅程に組み込まれるためには、各々の場所は人々の注目を集めるような際だった特徴によってマークされなければならない。ツーリストを呼ぶために、アピールすべきユニークさをもたない地域では、それらが「創造」されるか、ごくありきたりのものを取り上げられ、「エキゾチック」なものとして呈示される。ツーリストのまなざしは、国際的な比較という視点から対象に向けられるが、その対象には観光関連施設で働くサービス提供者も含まれる。そのため、ツーリズムにおいては、観光産業における労働関係が文化的に規定される傾向がみられる (Urry, 1990)。

近年、交通手段の発達により、以前は「辺境」あるいは「エキゾチック」と呼ばれていたような場所へツーリストが到達することが容易になった。さらには、メディアの発達により、目的地に対するイメージが旅行前に形成される傾向が強まっている。ツーリズムにおけるイメージは、その形成過程において、ホスト社会、ツーリスト、観光産業、メディア産業などが複雑に絡み合う。ツーリストは訪問地や地域住民に対して、ある一定のイメージを抱く。そのイメージは、観光産業やメディア産業など、さまざまな媒体によって形成される。そして、ツーリストは訪問地において観光対象がそのイメージ通りであることを期待する。その顕著な例として、地域住民の「未開性」が先進諸国から訪れるツーリストの観光対象となるエスニック・ツーリズムがあげられる。このようなツーリズム形態においては、男女住民がともに「観られる」対象となるが、エキゾチックで伝統的女性のイメージがツーリストにアピールすることから、「女性の商品化」が促進される。

2. 文化に対するツーリズムの関与

近年、ツーリストのために形成されたイメージを基に、アイデンティティが形成される現象が指摘される (Urry, 1995)。ツーリズムはその地球的規模における広がりとともに、アイデンティティの形成と深く関わる。国際ツーリズムにおいて、アイデンティティは見つけられ、守られなけれ

ばならない重要なものとして、国際市場の要求に合うように固定化される傾向をもつ。1つの地域(あるいは国)がマークされ、ツーリストのまなざしを受けることにより、他の地域との差異をあらわすものとしてアイデンティティが捉えられる様相は、エスニック・アイデンティティの形成に関する事例研究に描出されている。たとえば、国際的に有名な観光地として知られるバリ島においては、バリ島の文化に対する外国人ツーリストのまなざしが、バリ島におけるエスニック・アイデンティティの形成を促進する過程がみられる (Picard, 1993, 1995, 1997)。

ツーリズムは、文化的差異の商品化を生じさせた。たとえば、多文化主義国家がツーリズムというコンテクストにおいてセールス・ポイントとなるシンガポールにおいては、そのイメージは、平均3日間であるツーリストの滞在に合わせて「創造」されている (Leong, 1989a, 1989b, 1997)。シンガポールにおけるエスニシティの複雑性が要約され、文化や伝統がツーリスト用に「創造」される過程において示されるのは、国家の文化政策と観光開発との密接なつながりである。

ツーリズムは文化の差異化を促進する一方で、文化の画一化現象を生じさせている。両者の関係は、ディズニーランドと時を同じくしてチェーン店の展開をはじめたファーストフード店のマクドナルドとの比較において語られる。マクドナルド自体は観光産業に影響を与えたわけではない。しかしながら、ディズニー化現象にみられる成功が「マクドナルド化 (McDonaldization)」という合理化現象の基本概念を観光産業に対して与えた影響は大きい (Ritzer & Liska, 1997: 98)³⁾。このように、観光産業やホスト社会などによって文化差が促進される一方で、より画一的な文化が呈示される現象が生じている。

II. マス・ツーリズムにおけるツーリストとホスト

スミスは、ツーリストを「楽しみのために、変化を求めて自ら一時的に家を離れる人」(Smith, 1989: 1) と定義している。しかしながら、その滞在期間や行動範囲などの捉え方は各機関によって異なるため、「ツーリス

ツーリズムの社会的・文化的インパクト

ト」という言葉にはさまざまなツーリストが含まれる⁴⁾。アメリカの文明史家ブーアスティンは、旅行者 (traveler) に代わるツーリストの台頭を、著書『幻影の時代』のなかで取り上げ、擬似的な体験に満足し、自文化という安全性の中に身を置くツーリストを批判した (ブーアスティン、1964)。ブーアスティンの批判に代表されるように、ツーリストは異文化接触を積極的に行おうとしない存在として捉えられることが多い。そして、このようなツーリスト像は、マス・ツーリズムという形態に対する批判の象徴としてしばしば使用されてきた。

「新奇性」と「親密性」を両極として、ツーリストの類型化を行ったコーエンは、ツーリストを「組織的マス・ツーリスト」、「個人的マス・ツーリスト」、「旅行通」、「ドリフター」の4つに分けた (Cohen, 1972)。この分類は、ツーリストが観光産業の手助けを受ける程度を基に行われていることにみられるように、ツーリストの観光行動は、ツーリストが観光産業の仲介を受ける度合いに関係する。異なる文化背景をもつツーリストとホストの接触に影響を与える要因には、ツーリストの類型⁵⁾、旅行形態、ツーリストの滞在期間、ツアーガイドの役割、地域におけるツーリズムの発展段階、地域住民に対するツーリストの割合、ツーリストとホストの文化差や互いに対する情報量、などが考えられる。

本章では、マス・ツーリズムという形態における、一般的なツーリストとホストの異文化接触の特徴として、以下5つの点を取り上げてみたい。

〈ステレオタイプ化〉

ツーリストは、訪問地においてその行動が場所ばかりでなく時間的にも限定される。そのため、地域の人々と個人的なコミュニケーションを持つ機会が極端に制限されるツーリストは、訪問先の人々をステレオタイプ化することが多い。一方、一時期に多くのツーリストに対応しなければならない受け入れ側の人々も、ツーリストをステレオタイプ化する傾向がある。このような傾向は、両者が互いの文化に関する適正な情報を十分持ち得ないことによって、その程度が強まる。

〈自文化のバブル〉

一般的にツーリストは、長期滞在者と比べると、望まなければ滞在先の

地域社会の人々と接触するのを避けることができる。いわゆるパッケージ・ツアー参加者のマス・ツーリストは、ホスト社会の人々との接触が制限された行動を取る場合が多い。このようなツーリストは、自文化という慣れ親しんだ環境のなかで新奇性を求めようとするため、「自文化のバブル」⁶⁾に包まれた状態である。このように、ツーリストとホストが接する機会が限られる場合、観光地で行われる交流は主としてツーリスト同士であることが多い。

〈プロのホスト〉

ツーリストとホスト社会の人々との接触が限定されるような観光地においては、ツーリストが直接接するホストは、ツーリストとの対応に慣れている「プロのホスト」⁷⁾である場合が多い。

〈人間関係の商品化〉

ツーリズムは、ツーリストと地域住民との間に「観るもの」と「観られるもの」との関係を生じさせた。これをあらわすものに、ツーリストによる住民の写真撮影があげられる。ツーリズムが重要な収入源となっている地域において、ツーリストは写真撮影に対して住民からお金を要求されることがある。写真を撮っただけで住民からお金を要求された場合、多くのツーリストは「観光化」に対して失望する。しかしながら、連続性によって成り立つ人間の社会関係において、2者間で信頼が保たれるためには、ツーリストと住民との接触期間は短すぎる。そのため、住民は自分たちを「観る」ためにやって来て、一時的に接触するだけのツーリストに対して、早急な報酬を求めるようになる。

マス・ツーリズムにおいて、ツーリストとホストの間には、ホスピタリティ産業の介入によって、「出会い」が演出される。このような「人間関係の商品化」は、伝統的な「ホストとゲスト」の関係がホスピタリティ産業の発展とともに変容したものである。

〈ツアー・ガイド〉

ツアー・ガイドの存在は、ツーリストの観光体験に大きな影響を与える。ツアー参加者の多くは、ツアー・ガイドを通して訪問先の地域社会と接する。そのため、ツーリストにとって、ツアー・ガイドは訪問国(ある

ツーリズムの社会的・文化的インパクト

いは地域)に関する新しい情報のおもな入手先であり、「文化の仲介者」である。このように、ツアー・ガイドがツーリストに対して地域の文化をいかに呈示するかは、ガイドがツーリストあるいはホスト社会のどちら側と同じ(あるいは近い)文化背景を持つか、さらにはガイド自身が地域の文化をどのように捉えているか、などによって異なる。

ツアー・ガイドの存在は、ツーリストとホスト社会の異文化接触に対して正と負の両面を持つ。たとえば、個人旅行の形態をとるツーリストは、訪問地を自由に動きまわることによって、地域社会におけるルールを破っても、それに気づかずにいることがある。しかし、「文化の仲介者」としてのツアー・ガイドは、訪問先の地域社会におけるルールをツーリストに教えることにより、ツーリストが地域社会に与えるインパクトを抑えることができる。その反面、ツアー・ガイドは、ツアー参加者の異文化接触をコントロールしてしまう面が強い。

III. ツーリズムがホスト社会に与えるインパクト

1. コンフリクト

マス・ツーリズムは、ホスト社会に与える負の社会的・文化的インパクトのゆえに批判の対象となってきた。そして、その批判の多くが、ツーリストという「よそ者」が地域社会に侵入するために弊害が生じる、という立場からツーリストを批判の対象としている。ツーリストは、自分の属する社会の規範から解き放たれ、訪問地の社会的規範にも縛られない存在である。「よそ者」であるツーリストが、地域住民の生活の場に大挙して押し掛け、住民のプライバシーを侵す場合、社会的ストレスが表面化する。

ツーリズムがホスト社会に与えるインパクトは、地域におけるツーリズムの発展段階、さらには各地域の社会・文化的構造によって異なるため、地域住民がツーリズムのインパクトをどのようなレベルにおいて正あるいは負として受け取るかに対する考察が必要となる。異文化間における相互作用の一形態としてツーリズムを捉えた場合、その局面には、ツーリストとホスト社会、観光産業とホスト社会⁸⁾、ホスト社会同士などによって生

じる文化的コンフリクトがみられる。そして、コンフリクトが生じる要因には、ホスト社会の文化および自然資源に対して行われる商品化の状況、さらにはホスト社会のツーリズムに対する経済的依存度などが考えられる。

ツーリズムに対する地域住民の認識は、ツーリズムが発展する段階にしたがって増すが、地域内ではツーリズムによって収入を得る者とそうでない者とのギャップが生じる。ツーリズムが地域社会にもたらす利益を得る住民が一部に片寄った場合、ツーリストに対する歓迎派と反対派の関係はコンフリクトによって特徴づけられる。たとえば、アフリカ南部ボスワナのカラハリ砂漠では、ツーリズムによって利益を得るのは、外部の人間と接触経験がある、つまり多言語を話すことができる成人男性である(Hitchcock & Brandenburgh, 1990)。このような地域においては、ツーリズムが地域外部の者によって運営されているため、多くのツーリストが地域を訪れることによって住民のなかにはストレスが生じる。そして、ツーリズムによる収益の片寄りがみられる地域においては、地域社会のリーダーシップの弱さが住民間のコンフリクトとして表出する。さらに、ツーリストを受け入れるための場所やその受け入れ方に対して地域住民が関わることができない場合もコンフリクトが生じる。たとえば、タイ北部山岳地帯では、トレッキングのためのルート選択や地域文化の紹介、さらにはツーリストと村の人々との接触すべてがツアー・ガイドによって行われている。そのため、ツーリストと住民が接する機会は限られ、双方がコミュニケーションを持ちたいと望んでも、ツアー・ガイドによる情報や通訳が不十分であることによって果たされない状況であるという(Kesmanee & Charoensri, 1995)。

2. ホスト社会側のストラテジー

レジャーを目的として滞在するツーリストの消費パターンは、日常生活のレベルを超えることが多い。そのため、ツーリズムは、ホスト社会の住民に対して、いわゆる「デモンストレーション効果」を与えることがあるが、それは、たとえば、飲酒を中心としたナイトライフが地域住民のあい

ツーリズムの社会的・文化的インパクト

だに広がることにみられる。さらに、男女の性行動に厳しい地域社会においては、ツーリストの行動が社会慣習を変化させることによって、世代間にギャップが生じる。

一般的に、異なる文化背景をもつツーリストとホストの接触にツーリズムが与える正の影響には、相互の文化・習慣を学ぶことにより、互いの文化に対する理解や尊敬の念が深まり、寛容さが示されることにより友好が深まる、などがあげられる。一方、負の影響としては、接触により緊張、敵意、懐疑心、誤解、カルチャー・ショック、優越感あるいは劣等感が生じ、価値観の対立が起こる、などが考えられる。

ツーリズムが第三世界にもたらす社会的・文化的変化に関して、ドガンは、ホスト社会が示す反応を「拒否」、「逃避」、「境界保持」、「再生」、「受け入れ」の5つに分類した(Doğan, 1989)。まず、「拒否」は、経済的優位に立つツーリストが地域社会の習慣に反した行動を取ることに對して住民が示す反応で、ねたみや嫌悪の感情によってあらわされる。このような反応は外国人によって経営される観光施設において、外国人の地位が高い場合やツーリストの数が多いためにみられる。「逃避」は、すでにツーリズムがホスト社会の構造に影響を及ぼし、その経済的効果が地域社会にとって重要であるような状況において、ツーリズムに反対する住民が外国人との接触を避ける反応である。「境界保持」は、自文化と外の文化との間に境界線を引くことであり、ツーリズムがホスト社会にとって重要である場合にみられる。「再生」は、地域社会がツーリズムを受け入れることにより、自己の文化をツーリストに対して呈示することであり、具体的には、地域における儀礼などを観光産業を媒介としてツーリストにみせることを指す。そして、最後の「受け入れ」は、地域の若者がツーリストの行動を真似することにみられるように、ツーリズムが現代文化のシンボルとしてホスト社会に受けとめられる状況をさす。

この分類のなかの「再生」については、先述のバリ島の事例にその過程が示されている(Picard, 1993, 1995, 1997)。バリ島の人々は、海外におけるバリ島の文化の知名度や経済的重要性を利用することによって、インドネシアにおけるエスニック・アイデンティティを誇示するようになる。バ

リ島のブランドになった文化は、競争が厳しい国際的マーケットにおいて際立った観光用プロダクトとして注目を集めるようになるが、それは、バリ島のアイデンティティ・マーカーとして、多民族国家における特別なエスニック・グループとしての特性を島人が保持することを意味する。

このように、ツーリズムが地域社会に与えるインパクトはツーリズムの発展段階によって地域ごとに異なるため、観光客とホストの接触は、地域におけるツーリズムの構造によって多様な形をとる。

IV. ホスト社会の自己呈示

マス・ツーリズムというツーリズム形態においては、イメージ形成やステレオタイプ化が生じやすいことはすでに述べた通りである。このような特性のため、ツーリズムはさまざまな批判の対象となってきた。しかしながら、近年、ツーリズムを地域社会の視点から見直す動きのなかで、観光産業やメディア産業などによって形成されてきた、観光対象としてのイメージに留まるのではなく、自らを観光客に呈示しようとする地域住民の活動が世界各地でみられる。

1980年代に入ると、マス・ツーリズムに代わるオルタナティブ・ツーリズム (alternative tourism) が提唱され、自然環境やホストにとって望ましいツーリズムのありかたが問い直されはじめた⁹⁾。このような動きのなかで、観光客と地域住民との間の社会関係に変化が生じている。そこでは、ツアー・ガイドはインタープリター(解説者)と呼ばれることにより、地域文化の紹介者としての役割を果たす。このようなツーリズム形態は、地域住民の視点を重視することから、マス・ツーリズムにみられる観光客とホスト社会の関係性を変化させるものである。

観光客とホストの新たな関係性は、観光客と地域の女性との関係においてみられ、女性のエンパワーメントという側面をもつ(安福、1997)。ツーリズムにおいて、女性はサービス提供者としての役割を担うことが多いため、〈もてなす〉側としてのイメージが形成されやすい。し

ツーリズムの社会的・文化的インパクト

かしながら、近年、〈もてなす〉イメージに留まらず、ツーリストと接する機会を積極的に捉えることによって、社会関係を発展させようとする女性の動きが各地で見られる。たとえば、地域社会に密着したツーリズム形態であるファーム・ツーリズム(牧場滞在型観光)やアグリツーリズム(農村滞在型観光)においては、ツーリストとホスト側の接触機会が従来のツーリズム形態より多い。そのため、宿泊客の世話をすることにより、ツーリストと接する機会が男性より多い女性は、それをツーリストと友好を図る機会として積極的に捉えている。このような女性のなかには、ツーリストと直接接触する役割を担うことによって、土地の人々とツーリストとの仲介的役割を果たす者もいる。このような傾向は、伝統工芸品の製作・販売を行なう少数民族の女性にもみられる。また、ギリシャにおいては、女性による農業共同組合の活動によって、女性ツーリストと地域の女性が互いに抱くステレオタイプを一掃する試みが始められている。

このような事例は、ツーリストとホスト、あるいは男性と女性の境界がツーリズムのインパクトによってシフトし、対面接触の機会が増加することによって相互作用が活発化する傾向を示すものである。このような状況において、「観るもの」と「観られるもの」という2元的な対立構造は、2者の関係がより多元的に変換される可能性を持つ。

地域住民がツーリストとの関係において必ずしも受け身の存在だけではないことは、たとえばニュージーランドのマオリ族の事例に示されている(Ryan, 1998)。マオリ族とツーリズムとの関わりはすでに約1世紀以上前から始まっているが、その密接な関係はマオリ族によるエンタープライズが出現していることにみられる。他の地域とは異なるオリジナルな観光対象を発展させることによってニュージーランドのツーリズムを振興させてゆくためには、マオリ族のツーリズムに対する積極的な関与が不可欠である。

本稿においては、ツーリズムの社会的・文化的インパクトを考察するために、ツーリストとホスト社会を異文化接触という点から捉えた。しかしながら、アーバン・ツーリズム(都市観光)においては、ツーリズムの一般的な文化モデルでは対応できない状況が生じている。都会においては、

ツーリストと地域住民、労働とレジャー、さらには、ツーリズム構造の特徴である「表舞台」と「裏舞台」の区別が明確ではなく、都市文化の特徴である文化の異質性を越える特性がみられる。

これまで、地域住民とツーリストの関係は「ホストとゲスト」¹⁰⁾として捉えられてきた。しかしながら、近代ツーリズムにおいて、ツーリスト側にみられる多様性は「ホスト」側にもみられる。近代社会にみられる移動性はツーリストのみならず、観光地へ移動して観光関連施設で働くサービス提供者側においてもみられるため、「ホスト」は地域住民であるとは限らない。そのため、「ホスト」にみられる移動性は、移民やエスニシティ研究において用いられるホスト社会という枠組みでは捉えることができない広がりをもっている。

おわりに

ツーリズムには、近代におけるさまざまな社会関係のグローバル化がみられる。近年、社会の近代化の理論における文化への言及として、文化生産というテーマの重要性が注目される。文化を社会における相互作用の所産として捉えた場合、ツーリズムは、移動性を特徴とする近代社会における文化表象である。ツーリズムが地域に与えるインパクトは、各地域の社会・文化的構造や観光開発の程度によって異なるが、そこには、文化とツーリズムの間における密接かつ複雑な相互作用がみられる。近代社会において、ツーリストによって消費される文化はハイブリッド的傾向をもち、ツーリズムはその呈示のための装置となっている。人の移動によって引き起こされる文化のハイブリッド化は、近年におけるツーリズムの量的拡大によって、さらに促進される傾向をもつ。

ツーリズムは、さまざまな媒体によって促進されることにより、常に新たな(オルタナティブな)体験を人々に探求させる。グローバル化するツーリズムが近代における文化変容にどのように関わりをもつかを考察するためには、変化するツーリストとホスト間にみられる接触の諸相を、各地域におけるツーリズムの構造分析とともに進めることが重要であろう。

ツーリズムの社会的・文化的インパクト

注

- 1) 国連は1967年を国際観光年に指定した。ユネスコは国際観光は異文化理解を促進するものであると捉えている。
- 2) ツーリズムにおいて2つの重要な柱となるのが「文化」と「自然」である (Smith, ed. 1989, p. 21)。観光産業にとって、カルチャー・ツーリズムは観光市場全体の約半分を占めるといふ (Robinson & Boniface, eds. (1999) p. 4 における引用より)。
- 3) たとえば、「観光産業のマクディズニゼーション化 (McDisneyization)」 (Ritzer & Liska, 1997: 98) などと呼ばれる。
- 4) 楽しみのために旅行する人を「ツーリスト」と定義することに対しては、たとえば、ビジネスを目的とした旅行をする人と完全に分けて考えることができないことを理由に異論がある (Theobald, 1998, p. 9) など、「ツーリスト」の捉え方はさまざまである。
- 5) ツーリズムの構造を理解するためには、ツーリストの観光動機が重要な要因となる。コーエンは、ツーリストをその体験により、「娯楽型 (recreational)」、「自己満足型 (diversionary)」、「経験型 (experiential)」、「体験型 (experimental)」、「実存型 (existential)」の5つのタイプに分類した (Cohen, 1979)。
- 6) コーエンは、自文化という慣れ親しんだ環境のなかで新奇性を求めようとするツーリストを「自文化のバブル」に包まれた状態であると指摘した (Cohen, 1972)。
- 7) ネットィコバンは、ツーリストに対するサービス提供者を「プロのホスト (professional host)」と呼んだ (Nettekoven, 1979, p. 135)。
- 8) 観光産業とホスト社会との関係は、観光産業の多くが先進諸国からの資本によって成り立つため、資本主義の構造と深く関わる。
- 9) たとえば、ソフト・ツーリズム (soft tourism) などがあげられる。ソフト・ツーリズムはローカル・レベル・ツーリズム (local-level-tourism) とも呼ばれ、「地域住民とゲストとの間の相互理解、ホスト地域の文化的伝統を尊重し、可能なかぎり環境保全を達成するような観光」(長谷政弘編著 (1997) 『観光学辞典』同文館、p. 12) をさす。さらに、1990年代に入ると、サステイナブル・ツーリズム [持続可能な観光] (たとえば、エコ・ツーリズム [生態観光] など) が重要視されている。
- 10) ツーリストと地域住民の関係がツーリズム研究において、「ホストとゲスト」として表現されたのは、1977年に初版が発行された *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism* (Smith, V. L. ed.) においてである。

参考文献

- 石森秀三(編)(1996)『観光の二〇世紀』(二〇世紀における諸民族文化の伝統と変容3)、ドメス出版。
- 安福恵美子(1993)「パッケージ・ツアーの観光社会学的研究——ペルーツアー事例研究」『聖徳学園女子短期大学紀要』第20集、63-80頁。
- 安福恵美子(1994)「海外観光旅行で意識変革は起こるのか」『現代のエスプリ』(異文化接触と日本人)第322号、135-144頁。
- 安福恵美子(1996)「国際観光とステレオタイプ」丸木恵祐編著『現代の社会と人間関係』東京法令出版。
- 安福恵美子(1997)「観光と女性——研究の現状と動向」東横学園女子短期大学『女性文化研究所紀要』第5号、37-53頁。
- 吉野耕作(1994)「消費社会におけるエスニシティとナショナリズム——日本とイギリスの「文化産業」を中心に」『社会学評論』第44巻第4号、384-399頁。
- Boorstin, D. J. (1987). *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*, New York: Vintage Books. (邦訳、星野郁美・後藤和彦共訳『幻影の時代——マスコミが製造する事実』東京創元社、1964年)
- Brown, G. and R. Giles (1994). *Coping with Tourism: An Examination of Resident Responses to the Social Impact of Tourism*. In Seaton, A. V. (ed.) *Tourism: The State of the Art*. Chichester: Wiley.
- Cohen, E. (1972). *Toward a Sociology of International Tourism*. *Social Research*, 39, 164-182.
- Cohen, E. (1979). *A Phenomenology of Tourist Experiences*. *Sociology*, 13 (2), 179-201.
- Cohen, E. (1985). *The Tourist Guide: The Origins, Structure and Dynamics of a Role*. *Annals of Tourism Research*, 12, 5-29.
- De Kadt, E. (ed.) (1979). *Tourism: Passport to Development?* New York: Oxford University Press.
- Dogan, H. Z. (1989). *Forms of Adjustment: Sociocultural Impacts of Tourism*. *Annals of Tourism Research*, 16, 216-236.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*, Penguin.
- Hitchcock, R. and R. L. Brandenburgh (1990). *Tourism, Conservation, and Culture in the Kalahari Desert, Botswana*, *Cultural Survival Quarterly*, 14 (2), 20-24.
- Kesmanee, C. and K. Charoensri (1995). *Case Study on the Effects of Tourism on Culture and the Environment: Thailand*. Bangkok: UNESCO Principal Regional Office for Asia and the Pacific.
- Lanfant, M. et al. (eds.) (1995). *International Tourism: Identity and Change*,

- London: Sage Publications.
- Leong, W. (1989a). The Culture of the State: National Tourism and the State Manufacture of Cultures. In Raboy, M. and P. A. Bruck (eds.) *Communication for and Against Democracy*, Montreal: Black Rose Books.
- Leong, W. (1989b). Culture and the State: Manufacturing Traditions for Tourism. *Critical Studies in Mass Communication*, 6, 355-375.
- Leong, W. (1997). Commodifying Ethnicity: State and Ethnic Tourism in Singapore, In Picard, M. and R. E. Wood (eds.) *Tourism, Ethnicity, and the State in Asian and Pacific Societies*, Honolulu: University of Hawai'i Press.
- MacCannell, D. (1976/1989). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*, New York: Schocken Books. (1999, Berkeley: University of California Press.)
- MacCannell, D. (1984). Reconstructed Ethnicity: Tourism and Cultural Identity in Third World Communities. *Annals of Tourism Research*, 11, 375-391.
- MacCannell, D. (1992). *Empty Meeting Grounds: The Tourist Papers*, London: Routledge.
- Nettekoven, L. (1979). Mechanisms of Intercultural Interaction, In De Kadt, E. (ed.) *Tourism: Passport to Development?*, New York: Oxford University Press.
- Picard, M. (1993). "Cultural Tourism" in Bali: National Integration and Regional Differentiation. In Hitchcock, M. et al. (eds.) *Tourism in South-East Asia*, London: Routledge.
- Picard, M. (1995). Cultural Heritage and Tourist Capital: Cultural Tourism in Bali. In Lanfant, M. et al. (eds.) *International Tourism: Identity and Change*, London: Sage Publications.
- Picard, M. (1997). Cultural Tourism, National Building, and Regional Culture: The Making of a Balinese Identity. In Picard, M. and R. E. Wood (eds.) *Tourism, Ethnicity, and the State in Asian and Pacific Societies*, Honolulu: University of Hawai'i Press.
- Reisinger, Y. (1994). Social Contact Between Tourists and Hosts of Different Cultural Backgrounds. In Seaton, A. V. (ed.) *Tourism: The State of the Art*, Chichester: Wiley.
- Ritzer, G. and A. Liska (1997). "McDisneyization" and "Post-Tourism": Complementary Perspectives on Contemporary Tourism. In Rojek, C. and J. Urry (eds.) *Touring Cultures: Transformations of Travel and Theory*, London / New York: Routledge.
- Robertson, R. (1992). *Globalization: Social Theory and Global Culture*, London: Sage Publications. (邦訳、阿部美哉訳『グローバリゼーション 地球文化の社会理論』東京大学出版会、1997年)

- Robinson, M. and P. Boniface (eds.) (1999). *Tourism and Cultural Conflicts*, Oxon / New York: CABI Publishing.
- Ryan, C. (1998). Some Dimensions of Maori Involvement in Tourism. In Robinson, M. and P. Boniface (eds.) *Tourism and Cultural Conflicts*, Oxon / New York: CABI Publishing.
- Selwyn, T. (ed.) (1996). *The Tourist Image: Myths and Myth Making in Tourism*, Chichester: John Wiley & Sons.
- Sieber, R. T. (1997). Urban Tourism in Revitalizing Downtowns: Conceptualizing Tourism in Boston, Massachusetts. In Chambers, E. (ed.) *Tourism and Culture: An Applied Perspective*, Albany: State University of New York Press.
- Smith, V. L. (ed.) (1989). *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, 2nd ed., Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Smith, V. L. and W. R. Eadington (eds.) (1992). *Tourism Alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism*, Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Theobald, W. F. (1998). *Global Tourism*, 2nd ed., Oxford: Butterworth Heinemann.
- Urry, J. (1990). *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*, London: Sage Publications.
- Urry, J. (1995). *Consuming Places*, London / New York: Routledge.