

<書評論文>

観光に表れるモダニティの諸相

Ning Wang,

Tourism and Modernity-A Sociological Analysis.

(Pergamon, 2000)

カーリー・トプリス

はじめに

今日、「旅行に行くか行かないか」ということが問題となっている。西洋社会において、観光は近代日常生活に必要であるということは当然のことと考えられている。この結果、観光は世界の最も大きな産業のひとつとなり、また大衆消費文化あるいは近代生活の典型的な特徴となっている。したがって、観光は様々な分野の研究者に広く注目されているが、社会的、文化的、また政治的側面よりも、経済に与える貢献に関心が持たれる傾向が強い。現代観光は個人の行為レベルから世界システムのレベルまで広範囲にわたる社会現象であるにもかかわらず、いまだに多くの社会学者は、観光を学問の対象とすることに懐疑的であり、観光社会学の取組みはほとんどなされていない。

観光の社会関係的視点が適用されはじめたことは、ひとつには、1960年代頃から顕著となったマストツーリズムを背景として、観光の社会的・文化的影響が無視できなくなった、という現実に起因する。現代観光を商業化されたもてなし、現代の余暇活動、民主化された旅行、現代の巡礼の旅、新植民地主義の形などとする、様々な観光社会学の成果にはすでにすぐれた業績も見られるが、それらの成果を体系的に整理する作業はいまだなされていない。社会学者安村克己によると、それらの業績には、大きく2つの傾向がある。ひとつは、近代社会論という脈絡から観光を考察する傾向であり、もうひとつは、厳密な方法論によって観光現象を考察しようとする傾向である（安村 1998）。

観光社会学関連の既存の経験的研究結果は4つの対象領域タイプ——①観光者類型、②観光のホスト・ゲスト関係、③社会的・文化的インパクト、④国際観光とマストツーリズム

ム——に分類できる（Cohen 1984）。しかし、この4つの対象領域タイプはもちろん観光社会学が独占する正統的な領域ではなく、他の学問の対象領域でもある。安村は観光社会学の対象領域を明確にするために、社会学的空間レベルの4つの区分——①行為者、②社会的相互作用、③社会システム、④世界システム——に対応させて、観光社会学の射程領域を示している。他の学問とはっきりとした差異のあるアプローチ、パースペクティブを用いることではじめて、観光社会学は社会学の分野の中に確固たる位置を占めるようになるのである。

本書*Tourism and Modernity*は中国の中山大学社会学教授であるNing Wangによって書かれたものである。彼の観光という社会学的对象に対する興味は米国のSheffield大学博士課程に留学生として入学した1993年から生じた。本書は博士論文に書かれた結論部分と新しい研究業績を合わせたものである。

Wangは観光を近代社会論の視座から考察し、観光と西洋におけるモダニティの關係に焦点を当てている。観光社会学を開拓した社会学者、Boorstin、Dumazedier、MacCannell、Cohen、Dannは確かにこの傾向で研究を進めており、これが観光社会学の中心、あるいは観光社会学全体の目的と言えるだろう。本書は観光とモダニティの問題、またインパクトに関する最もすぐれた業績である。

一般的に、モダニティはルネッサンス以来の時代を指し、つまり伝統社会の置き換えと関連している。すなわち、モダニティはこの2、3世紀をかけて、はじめに西洋、後に世界中に発生してきた新しい社会秩序を指している。本書で、モダニティは主に西洋社会、またグローバリゼーションを含む後期モダニティを指していると考えられる。ポストモダニティが指す構造的な変化をWangは認めないわけではないが、ポストモダンな変化は合理化を越えないため、Giddensと同様に、モダニティが既にポストモダニティに置き換えられているということには賛成しない。

本書は、3部11章から構成されている。第1部は、ロゴスモダニティ（構造上のモダニティ）とエロスモダニティ（官能的・美学の意味のモダニティ）の点から観光を文脈化する。第2部ではモダニティ、観光、そして動機の關係に焦点を当てている。第3部では、観光者を旅行や楽しみへと唆すモダニティの状況を考察する。以後、本書の主眼をなすテーマのうち、第2部の「モダニティ、観光、動機」に沿って批判したい。最後に、本書への疑問点および批判点をいくつか提示しながら、観光とモダニティを考えていく際の筆者のパースペクティブをいくつか述べよう。

観光を刺激するモダニティの異なる側面

観光はただひとつの動機によって生み出されるのではなく、観光者がかならずしも意識しない数多くの動機から引き起こされる。実は、観光者は観光の動機をほとんど挙げる事ができない。旅行をするかしないかという決断に影響を与える観光者の動機はいくつかのレベルに区別される。明確で簡単に指すことができる動機、他者によって指されなければならない動機、また意識できる動機と意識できない動機、独特の動機、社会的あるいは文化的に共通する動機などがある。観光の動機は状況によって左右されることもある。例えば、低収入の人にとっては経済的、特に値段に関する事柄は大事となる一方、高収入の人には、経済的な面において悩む必要がないため、文化的な状況がより大きな影響を持つ。つまり、観光の動機は多様である。観光者研究を観光社会学の起点として措定したCohen (1979) は観光者類型を「目新しさ」から「なじみ深さ」へと、順次、①放浪者、②探險者、③個人参加型団体観光者、④パッケージ型団体観光者と配置している。

Wangの主張は、観光者の社会的発生、また社会的・歴史的な状況に影響される観光の動機の起源は、モダニティの構造的なアンビバレンスと深い関わりを持ち、モダニティの暗い側面に対する賠償であるという点にある。簡単に分析できるように、彼は観光のそれぞれのタイプをモダニティの独特な側面に関連づけている。具体的な例を挙げると、エコツーリズムというのは、近代の技術的な進歩による環境破壊に対する文化的、また心理的な抵抗であり、有給休暇という形を取る観光は、近代日常生活における抑圧から解放される時間の使い方である。また、近代国家の平均化に抵抗して、国際観光が生じると結論づけている。

西洋モダニティに最も明白であるが、ナショナルイゼーションは差異および異質性 (Other) ということを排除する。しかし、ナショナルイゼーションは西洋における国家アイデンティティをも作り出し、それによって他者に対する恐れを取り除くため、差異に関わる文化的好奇心を強くもたらすのである。同じように、グローバリゼーションによっても、人々が新しい観点、例えばエキゾチズム (異国興味) から、差異のある空間に近寄ることができる。皮肉なことに、異国に対する文化的好奇心は隠蔽された新植民地主義の新しい形を取ることがある。ここで、モダニティと国際観光というテーマに関する新たな発見をより詳しく考えていきたい。

モダニティが引き起こす国際観光

Wangは観光が生じる前提として、次の2つの条件が揃わなければならないと指摘する。第1は、観光者が場所Xから旅行先場所Yへ旅をするため、場所Xにあるが、場所Yになり、あるいは場所Yは場所Xと異なることが必要であるという点である。言い換えれば、場所Yが場所Xと違わなければ、場所Yに旅をする理由はなく、場所Xに残っても良いということになる。第2は、場所Yへ行くには、社会・空間的な壁があってはいけない。場所Yが行き辛いと、観光者は場所Xに残る、あるいは異なる場所に行くようにするだろう。例えば、場所Yに国境、外国人嫌い、また戦争があれば、場所Yは社会的にも、空間的にも近寄りがたい。

以上の2つの条件は空間および社会状況と関係を持っている。一方では、場所Xから場所Yへ旅をするには空間的な前提が必要である。文化、社会、自然的な空間として場所Yは独自のものを持っていなければならない。そして、場所Xと場所Yの間、訪れる交通手段による障壁があってはならない。他方では、場所Yへの旅には社会的な様相もある。場所Xから来る観光客に対しては、場所Yが文化的、社会的、また政治的に受け入れられるところでなければならない。また、場所Yは観光者を自分の領土に歓迎し、もてなしたいという意識が必要となる。具体的な例を挙げると、日本人観光者の場合には、海外旅行に行くに当たって、観光地住民が親日感を持つかどうかというのが大きな条件となってくる。

「珍しさ」というのが心理的および視覚的な用語であるならば、「差異」というのはその社会学的な同義語であろう。空間的差異は、例えば異なる場所の自然状況を指し、また社会・文化的差異は、例えば異国文化を指すように、「差異」は特定な社会・空間関係を強調する。モダニティにおいて、観光、特に国際観光というのは、文化的、社会的に受け入れられ、推奨されている「差異の祝祭」として考えられている。モダニティが引き起こす国家および社会的アイデンティティ形成との親しい関係によって、人々は差異に対するより広い文化的な興味を持ち始めている。それゆえ、Wangは国際観光を差異を求めるものとして扱い、モダニティの社会・空間関係をもとに国際観光を議論している。

—— ナショナルイゼーション

モダニティ、特に初期モダニティのもとで、国家は、エスニック、語学、宗教、法律、政治上の差異および非国教主義に対する文化的な不寛容に特徴づけられてきた。ある領土に

おける差異および非国教主義に打ち勝つため、戦争および鎮撫作戦が頻繁に行われてきた。しかし、そのような国家を関わる平均化および普遍化が完全に成功した例はない(Bauman 1987)。長い間、エスニック・リバイバル、再部族化などは、無効にさせられてきた。それにもかかわらず、ナショナルイゼーションはエスニックあるいは文化的な多様性を国家の性質に取り入れようとする。差異あるいは異質性は「多様性」と捉えられるようになる。西洋では、「差異」というものは国家の性質に取り入れられることがない。

ナショナルイゼーションあるいは国家を作ることは、空間の文化的・シンボリックな変形だけではなく、国家の国境を越える集合的な定義および差異表現の形成過程でもある。国家、また国家アイデンティティは他国家との類似点によって形成されるものではない。むしろ、国家は他国家との差異によって形成されるのである。この意味で、差異というのは、国家間の国境を区別するために必要となってくるし、国家、また国家アイデンティティを定義するのに役立つ。ナショナルイゼーションはローカルの多様性をもとに比較的均質性の高い国家アイデンティティを目指すため、ナショナルイゼーションは社会・文化的、社会・政治的に国境を越えた差異を形成し、他国家とはっきり違っていることを明確に打ち出して国家の性質を定義する。差異は脅迫あるいは危険性のように感じられる場合もあるが、複雑な社会・文化的過程によって文化的好奇心を引き起こすものにもなり得る。

ここでは、Wangは観光は文化的好奇心を満足させるものとなると語る。新しいことを求める好奇心は観光の最も単純な動機となる。遠く離れれば離れるほど興味をもたらしめるのはより新奇に捉えられるかもしれないが、距離は十分な条件ではない。例えば、御所は京都に住んでいる人に近いが、年に1、2回しか公開されないため、その時になると、大勢が御所を訪問する。

好奇心は恐れを乗り越えられる場合にのみ現われる。観光に関して、異質性および差異に対する文化的好奇心は、その異質性および差異と出会う時に、ショック、脅迫、危険がないという前提のもとで現われる。差異は観光者を脅迫してはならないし、また居心地の悪い場所に置いてはいけない。アメリカにおける労働者階級の上層の人々は、なじみ深い環境から離れた場所へ旅行をするための文化的自尊心がないとGraburn (1983: 20) は語る。適切な服装、健康的な食生活、他言語、宿泊設備、交通手段の制度などを知らないため、騙されるリスクを引き換えにするほど旅行を楽しみとしない。好奇心と恐れとの関係をうまく調整するためには、多くの条件のうち、何よりも、文化的自尊心が必要となる。人は日本人として、あるいはニュージーランド人として生まれるのではない。生まれた子供は中立的な意識状態である。その後、例えば、親の話す言語である日本語を通じて、さらに家庭や学校や社会を通じて、その文化や社会の価値体系が意識に刻印されていく。つ

まり、日本人として生まれるのではなく、日本人になる、あるいは日本人が獲得されるわけである。例えば、現代の庶民の価値体系と明治憲法下の庶民の価値体系はずいぶん異なっている。それぞれが、異なる自己認識をしており、おのおのの価値体系に応じて自尊心が形成される。これが文化的自尊心である。

ナショナライゼーションは国家あるいは文化的自尊心を育てるために肯定的な役割を担っている。国家アイデンティティは誇りと自信の源となるのである。それゆえ、国家アイデンティティは差異に対する好奇心の精神的なサポートとなり、差異および異質性に関する恐れを乗り越えるように助ける。誇りを持つことができる国家アイデンティティがないと、個人は他を避けたり、他の支配に服従させられたりする。初期モダニティにおいてイギリス人海外観光者が他国家の観光者より先じて現れ、また一番大事な役割を担ったという理由のひとつは、イギリスは高度産業社会であったこと、あるいは彼らが文化的自尊心および誇りを持っていたからである。

国家アイデンティティにつながる自尊心は、他国家との関係が経済、政治、軍事的に安定している場合だけ強められる。この意味で、ナショナライゼーションと近代化の組み合わせは国家アイデンティティにおける優越感、またより強い文化的自尊心をもたらす。

以上、ナショナライゼーションは国家アイデンティティおよび文化的自尊心を作り出すにつれて、他者に対する恐れを取り除き、差異に関わる文化的好奇心を強くもたすため、国際観光を引き起こすとWangは論じる。

—— グローバリゼーション

理論上グローバリゼーションは、資本、財政、技術、コミュニケーション、経営、商品、ライフスタイル、情報、思想、価値、信念などの特殊な現象の非ナショナライゼーションである。しかし、国家およびナショナライゼーションによる文化的帰結は弱まったわけではない。Waters (1995: 98) によれば、実は、国家の出現も、グローバリゼーションの過程の帰結である。国際組織（例えば、国連、欧州連合）の政治的権力、また多国籍企業の経済的権力によって、自国の領土における問題に対する国家の支配力が弱まってきている。しかしながら、ある地域では、国家の主権、また国家アイデンティティは逆に強められている。グローバリゼーションのもとでは、「個別的であること」が普遍的な価値として認められることが重要であり、人間のアイデンティティを尊重することと結びつくものである必要がある。

文化の面においてグローバリゼーションは異文化交流、また異文化接触を刺激する。グ

ローバリゼーションは差異および多様性を根絶しない。そして、グローバリゼーションはこの地球をMcLuhan (1964) が名づける「グローバル・ヴィレッジ」に変えるため、この差異と多様性に容易に接近できるようにしている。つまり、グローバリゼーションはナショナルライゼーションと対立しており、世界における差異と多様性を失わない。

グローバリゼーションによって人々の時間と空間の経験、いわば今ここでの経験は大変異なるものになってきた。確かに、地球全体に対する志向性とイメージは変わってきた。以前、好奇心という動機による旅は、時間がかかりすぎ遠く離れた場所にあった、また危険性が高いという理由で行かなかったかもしれないが、現在普通に行けるようになった (Robertson 1992: 27)。今日は大阪、明日はオークランドという、今まで考えられなかったことが可能となった。国家間のコミュニケーション、交通手段が遥かに良くなっているため、異なる日常生活の交流が増加した。

第二次世界大戦以降栄えた国際観光はグローバリゼーションの結果である。1970年代以降、航空便、旅行会社、ホテル、マーケティング、保険、銀行などの国際観光に必要なものは、ますます国際化、超・多国籍化し、大いにグローバル化している (Lanfant 1980)。グローバリゼーションは国際観光に多大な影響を与えている。例えば、異質性に対する恐れを乗り越えられるようにし、ますます増加する国家間の交流によって互いについての情報を増やし、国際協力を高め、比較的平和な国際環境を作るように、多国籍サービスの企業 (銀行、保険、クレジットカード、ホテル、ファーストフード) に簡単に接近できるようにしている。

グローバリゼーションに欠くことのできない人々あるいは場所についてのメディア化は、差異に対する好奇心を引き起こすのに大きな役割を担っている。好奇心を生み出すためには、自分以外の誰か、あるいはメディアなど外部から情報を得なければならない。つまり、好奇心は奇妙なものについて間接的に知る必要があり、それによって探索したい希望が出てくる。日本の観光市場においては、テレビ、雑誌、観光パンフレットなどのメディア以外には、友人あるいは知人による観光先についての良いお土産話、また肯定的な印象、つまり口コミというのは最も影響力のある好奇心の源である。しかし、この「グローバル・ヴィレッジ」に住む他の人々について情報を得るには、二次情報源に全て依存するようになり、全員がメディアに頼らざるを得ない状況にいる。異なる場所、文化、また個々人の経験はメディアを確かめるものとなっている。

西洋モダニティに最も明白であるが、ナショナルライゼーションとグローバリゼーションは絡み合わせている。ナショナルライゼーションは差異および異質性ということを排除し、国家アイデンティティを作り出す。それによって他者に対する恐れを取り除くため、差異

に関わる文化的好奇心を強くもたらす。また、グローバリゼーションによっては、人々が差異のある空間に近寄ることができ、国際観光が生じる。

結びにかえて

現代観光は多様かつ多大な社会的・文化的影響を広範囲にもたらす社会現象であり、社会学者にとって看過できない社会学的対象である（安村 1998）。それにもかかわらず、なおかつ多くの社会学者は観光研究に対して疑いを持ち、軽蔑している。観光はくだらない、表面の浅い活動のように思われやすいため、これまで対象領域として主流の社会学の取り組みには積極的に統合されなかったのである。

観光は近代日常生活における秘密の鏡のようであり、隠された生活状況をそこに反映してみるならば、近代の性質は明白に見えてくる。それゆえ、観光の研究は近代生活あるいはモダニティの存在条件の研究でもある。Wangによると、観光の隆盛は、モダニティの構造的な暗い側面に対する不満を表し、差異、また真正性、自然、日常からの解放などの文化的祝祭につながっている。

観光はモダニティの諸相を反映し、モダニティに対する反発であるということに筆者は賛成する。しかし、グローバリゼーションがもたらす国際観光は肯定的な結果でもあるということをさらに強調する必要があると考える。新植民地主義の思想がある一方で、自分の国は優れていると思って旅に出る海外旅行者は、差異に対して奇妙なものを求めに行くのだが、いったん異文化交流の体験を経た後には、自分は優れているというよりも、ただ単に異なっているだけだということが分かる。そして、外国における日常生活は自分の世界より良いか悪いかを判断する機会というよりも、観光目的地域における異文化接触は観光地住民と互いに勉強したり、協力し合ったりできる環境を作り出すものである。それによって帰国後の日常生活は影響を受けるはずなので、この点にもとづいて調査研究を行う必要があるだろう。

ここで、国家における多様な文化を持つ国民は全て国家アイデンティティに誇りを持つ必要があるという点に注意したい。本書でWangは具体的な例を挙げていないが、ここでニュージーランド先住民であるマオリ族の自尊心に関わる筆者の観察を述べたい。日本人観光者がマオリ人による文化ショーを見に行った際、マオリ人の男性が戦争をする前の踊りをしている間、いつものようにマオリ人の男性は舌を出して、目を大きくしていた。それで、ひとりの男性日本人観光者は積極的に参加し合うという動機で同様にマオリ人を向けて舌を出し、目を大きくした。しかし、この行動はマオリ人にとって見下しという意味

を持ち、踊りが進む中で、ますます心理的にも身体的に怒りを表すようになり、踊りが終わった途端に、その男性観光者に対して「昔だったら、今あなたを殺して食べるところだ」と激しく責めはじめた。団体観光者のツアーガイドはニュージーランドの訪問も、マオリ人によるショーも初めてだったため、マオリ人に対してどのように接したら良いかも知らなかったのので、観光者に前もって静かに聞くべきだということを説明していなかった。ガイドも観光者もマオリ人もショーの終わりにはひどく震えていた。

ニュージーランド人のほとんどは国家に誇りを持つが、そのうち、先に述べたように先住民のマオリ族は尊敬されていないという気持ちを時折抱くため、ニュージーランドあるいは海外からの観光者によって自分のマオリ・ニュージーランド人というアイデンティティが脅迫されていると思うと、もはや自分の領土に歓迎したくなくなるし、もてなしたくなる。このごろ、日本人観光者はマオリ族に対して文化的好奇心を抱き、心地良く訪問できると思って文化的な観光に出かけているが、この種の問題が起きないようにするためには、このマオリ族のニュージーランド人が持つ強い民族的アイデンティティをはじめとして、観光者にどのように敬意を示したら良いのかを教育する必要がある。

本書は、今日の主な現実的かつ理論的観光社会学の課題を整理している。しかし、西洋における観光についてのみ語るWangは自国の中国における文化的背景、また西洋の観光が関わる発展途上国の観光とモダニティについて一切論じていない。

グローバリゼーションとモダニティとの関係については、橋本（2000：232）は2つの立場があると語る。グローバリゼーションを収斂的モダニティの結果とするWangとGiddensらの主張（結果説）と、前者を分岐的モダニティの条件とするRobertson流の把握（条件説）とである。結果説の賛同者はポストモダニティの主張には好意的でなく、反省的モダニティとかラディカル・モダニティの主張を好んで用いる。また、個別性のなかに普遍性を発見する。マルクス主義や機能主義の主唱者がこの立場である。条件説の場合、普遍と個別といった区別を否定し、ある種の個別が他の個別を支配するという意味において、西洋の非西洋に対する支配の存在を指摘する。また、収斂といった概念に疑念を持つと同時に、開発といったものにも懐疑的である。異文化間の研究者の多くがこの立場であり、しばしばポストモダニティを好意的に使用する。

モダニティの限界に対応して、1980年代頃よりポストモダニティの議論が盛んになった。そうしたポストモダニティの議論は、多岐な分野にわたり、観光のテーマにまで敷衍している。観光はモダニティによって産出されるのだが、同時にポストモダニティの出現に作用する事象であるかもしれない。こうして、近代社会の解明を主題とした社会学が、ポストモダニティに直面してその認識論的・方法論的転換を図る際に、観光は、モダニティから

ポストモダニティをつなぐ象徴的な社会現象のひとつとして着目されねばならないと筆者は考える。今後、Wangと同様な近代社会論の視座から研究を進めながら、日本に観光研究の焦点を当て、日本人観光者を日本における独特なモダニティおよびポストモダニティの側面を表す者として位置づけ、観光者の類型を提示したうえで、日本人が加わる国際観光はどのように現在の日本社会を表しているのかを見ていきたい。そのために、理論的な考察よりも、具体的な調査研究にもとづいて今後分析を行なっていきたい。

参考文献

- Apostolopoulos, Yorghos and Stella Leivade eds, 1996, *The Sociology of Tourism-Theoretical and Empirical Investigations*, London and New York: Routledge.
- Bauman, Zygmunt, 1987, *Legislators and Interpreters: on Modernity, Post-modernity and Intellectuals*. Cambridge: Polity Press.
- Bauman, Zygmunt, 1990, 'Modernity and Ambiguity,' *Theory, Culture & Society*, 7:143-169.
- Cohen, Erik, 1979, 'A Phenomenology of Tourist Experiences,' *Sociology*, 13(2) : 179-201.
- Cohen, Erik, 1984, 'Sociology of Tourism: Approaches, Issues, and Findings,' *Annual Review of Sociology*, 10:373-392.
- Giddens, Anthony, 1981, *A Contemporary Critique of Historical Materialism*, London: Macmillan.
- Giddens, Anthony, 1984, *The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration*, Cambridge: Polity Press.
- Giddens, Anthony, 1990, *The Consequences of Modernity*, Cambridge: Polity Press.
- Graburn, Nelson, 1983, 'The Anthropology of Tourism,' *Annals of Tourism Research* 10(1) : 9-33.
- Lanfant, M.-F., 1980, 'Introduction: Tourism in the Process of Internationalization,' *International Social Science Journal* 32(1) :14-43.
- MacCannell, Dean, 1999, *The Tourist*, University of California Press.
- Robertson, Roland, 1992, *Globalization: Social Theory and Global Culture*, London: Sage.
- Waters, Malcolm, 1995, *Globalization*, London: Routledge.
- 橋本和幸, 2000, 「変動する社会」 碓井たかし、丸山哲央、大野道邦編『社会学の理論』有斐閣ブックス.
- 安村克己, 1997, 「観光社会学の現状と課題」『社会学評論』47(3):48-59.

(カーリー トブリス・修士課程)