



HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	観光客のメディア・パフォーマンスによる〈観光地〉の形成：メディア空間と物理空間の相互作用に着目して [全文の要約]
Author(s)	金, 千
Description	この博士論文全文の閲覧方法については、以下のサイトをご参照ください。 https://www.lib.hokudai.ac.jp/dissertations/copy-guides/
Degree Grantor	北海道大学
Degree Name	博士(学術)
Dissertation Number	甲第16534号
Issue Date	2025-06-30
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/95711
Type	doctoral thesis
File Information	JIN_Qian_summary.pdf



観光客のメディア・パフォーマンスによる〈観光地〉の形成
メディア空間と物理空間の相互作用に着目して

北海道大学大学院 国際広報メディア・観光学院
博士学位論文

【要約】

金 千

1. 論文の目次

第1章 序論

- 1.1 研究の背景
- 1.2 研究の目的
- 1.3 研究の方法
- 1.4 本研究の新規性
- 1.5 論文の構成
- 1.6 用語の整理

第2章 パフォーマンスに関する理論的検討

- 2.1 パフォーマンス論の学際的な展開
- 2.2 観光研究におけるパフォーマンス論
- 2.3 観光客のポスト・パフォーマンス
- 2.4 本章のまとめ

第3章 空間とメディアの関係性に関する考察

- 3.1 空間の概念に関する理論的検討
- 3.2 空間におけるメディアとメディアにおける空間
- 3.3 観光空間とメディア
- 3.4 本章のまとめ

第4章 ソーシャルメディアにおける観光客のパフォーマンス

- 4.1 パフォーマンスの舞台としてのソーシャルメディア
- 4.2 観光客のメディア・パフォーマンスの仕組み
- 4.3 観光客のメディア・パフォーマンスによる観光言説
- 4.4 本章のまとめ

第5章 観光客のメディア・パフォーマンスによる観光実践

- 5.1 メディア言説に導かれる観光行動
- 5.2 メディア言説による観光地の再構造化
- 5.3 本章のまとめ

第6章 地域文脈と調和したパフォーマンスによる観光地の形成

- 6.1 小樽市の観光概要

6.2 『First Love 初恋』が誘発するコンテンツツーリズム

6.3 物理空間における観光客のパフォーマンス

6.4 メディア空間における観光客のパフォーマンス

6.5 本章のまとめ

第7章 地域文脈と分離したパフォーマンスによる観光地の形成

7.1 美瑛町の観光概要

7.2 「SNS 映えスポット」としての「クリスマスツリーの木」

7.3 物理空間における観光客のパフォーマンス

7.4 メディア空間における観光客のパフォーマンス

7.5 本章のまとめ

第8章 総合考察

8.1 ケーススタディの考察と論点の整理

8.2 メディア・パフォーマンスによる観光地が形成されるプロセス

第9章 結論

9.1 本研究の総括

9.2 本研究の限界

9.3 今後の課題

参考文献

謝辞

2. 論文の概要

本研究の目的は、メディア空間と物理空間の相互作用に着目し、観光客のメディア・パフォーマンスがいかに関光地を形成するのか、ということ明らかにすることである。そして、その目的を達成することで、観光研究におけるパフォーマンス論の発展に貢献を果たすことを試みた。

近年、情報通信技術の発展に伴い、ソーシャルメディアの普及が進んでいる。双方向のコミュニケーションが可能な公共空間であるソーシャルメディアでは、人々は情報の消費者であると同時に、ユーザー生成コンテンツの発信を通じて情報の生産者でもある。その結果、従来の情報生産と消費の関係が変わりつつある。観光情報の生産という点においても、従来は観光地や観光事業者が発信する情報を消費する観光客は、現在、ユーザー生成

コンテンツという形でソーシャルメディア上で観光情報を発信することが増えている。ソーシャルメディアのユーザーである観光客は、観光地で撮影した写真やビデオなどの映像を事後に編集し、ソーシャルメディア上に共有する。そうすることで、自らの観光経験を深化、再構築している。同時に、観光客はより自発的に観光地に関するさまざまな情報を拡散させながら、観光空間の生成や観光地の価値形成に影響を与えている。

観光研究において、観光客の行動や観光地の形成の関係性に関する議論は、観光パフォーマンス論と深く関連している。観光研究が「パフォーマンス的転回」というパラダイムシフトを迎えて以来、観光空間の形成における観光客の能動的な身体的行為や行為主体間の相互作用の役割が強調されるようになった。現在の観光パフォーマンス論は、観光地その場で現前するパフォーマンスに焦点を当てている。しかし、観光地の外で行われる観光客の表現的行為が観光地に与える影響については、十分に検討されていない。実際のところ、観光客のパフォーマンスは観光地その場での表現的行為だけではなく、観光活動が終わった後も継続する。特に、メディア技術の発展とメディア環境の変化に伴い、観光客はメディア空間で観光パフォーマンスを行っている。このような観光後の表現的行為は、観光経験を再構築すると同時に、メディア空間におけるさまざまな行為主体とのインタラクションを通じて、観光地の意味生成プロセスにおいて重要な役割を果たしている。そのため、メディア空間における観光客のパフォーマンスに関する研究は、観光パフォーマンス論を発展させるための一つの重要な課題であると考えられる。

以上の背景をもとに、本研究では、〈パフォーマンス〉という概念に依拠しながら、「観光客がソーシャルメディア上で編集したユーザー生成コンテンツを呈示する表現的行為」を、観光客の〈メディア・パフォーマンス〉と定義する。本研究の目的は、物理空間における観光客の対面的なパフォーマンスの役割と比較しながら、観光客のメディア・パフォーマンスがいかに観光地を形成するのか、ということを明らかにすることである。

上述の研究目的を踏まえて、本研究では、まず、既往研究を批判的にレビューすることで、〈メディア・パフォーマンス〉の概念を用いる意義と、観光客のメディア・パフォーマンスを分析するための枠組みを提示する。次に、視覚調査方法とインタビュー調査を併用し、オンラインとオフライン双方からの質的調査を行い、観光客のメディア・パフォーマンスの特徴と、メディア・パフォーマンスが観光地の形成に与える影響を考察する。最後に、ケーススタディを通して、観光客のメディア・パフォーマンスによる観光地が形成されるプロセスを実証的に検討する。

本研究は、観光客のメディア・パフォーマンスの考察により、次の二点において、観光パフォーマンス論の発展に貢献した。第一に、パフォーマンスの空間性の観点から、観光客が観光地の物理空間から離れたメディア空間において行われる表現的行動に着目した点である。観光客が、〈テレプレゼンス〉の形で、〈メディア・パフォーマンスの場〉での行為主体との相互作用を通じて、観光地の価値や意味を構築していることを明らかにした。第二に、パフォーマンスの時間性の観点から、観光客のメディア空間における〈ポスト・パフォーマンス〉に注目した点である。本研究では、〈ポスト・パフォーマンス〉が静的な結果ではなく、メディア空間において動的に構築されるものであり、観光中のパフォーマンスと連続したプロセスであることを明らかにした。これにより、観光地が観光中のパフォーマンスとメディア・パフォーマンスの相互作用によって形成されることを示した。このように、本研究は、時間と空間の連続性を持つ観光客のパフォーマンスが観光地形成に果たす役割を明らかにすることで、観光研究におけるパフォーマンス論の発展に貢献した。

3. 各章の要約

本論文は、全9章で構成される。第1章で序論を述べ、第2章と第3章では先行研究から理論の整理を行い、第4章と第5章では、観光客のメディア・パフォーマンスの現象分析について説明する。第6章と第7章では二つの事例調査の結果を示し、第8章ではその結果を踏まえて総合考察を行う。そして、第9章で結論を述べる。

第1章の序論では、本研究の社会的・学術的研究背景、研究目的、研究方法、新規性、そして論文全体の構成について論じる。

第2章および第3章では、本研究の問題意識を踏まえつつ、既往研究を批判的に検討する中で、観光客のメディア・パフォーマンスを分析するための理論的枠組みを整理した。

第2章では、学際的な視点からパフォーマンスに関する議論を整理し、パフォーマンスが構造的かつ能動的な表現的行為であることを明らかにした。すなわち、パフォーマンスは記号的な表現であると同時に、相互行為の中で意味を生産する身体的な実践でもある。観光研究に着目すると、「パフォーマンス的転回」というパラダイムシフトにおいては、観光客のパフォーマンスが、観光空間の生成や観光地におけるオーセンティケーションの過程において果たす役割が強調されてきた。しかし、これまでの議論は、観光地における観光客の現時的パフォーマンスに主に焦点を当てていた。そこで本研究では、観光客によるポスト・パフォーマンスの変遷を整理し、現代の観光客がソーシャルメディアを活用して

ポスト・パフォーマンスを実践している実態を明らかにした。そのうえで、観光客のメディア・パフォーマンスが観光地の形成に果たす役割を考察し、観光研究におけるパフォーマンス論の理論的発展の必要性を提示した。

第3章では、観光空間とメディアの関係性について考察した。空間に関する諸理論を検討することにより、空間はもはや既存の静的な実在としてではなく、実践を通じて生成される動的な概念として理解されていた。こうした空間認識の変化を踏まえ、現実と仮想の二項対立的な枠組みに基づいて空間とメディアの関係性を捉える従来の考え方にも、変容が見られるようになっている。特に、メディア地理学では、人文地理学における「文化論的転回」とメディア研究における「空間論的転回」の影響を受け、物理空間が〈媒介物〉としての役割やメディアの〈空間性〉が強調されている。現在の観光研究では、空間とメディアが議論される際に、メディアによる観光空間の表象に焦点を当てることが多いため、メディア空間における観光実践に関する研究は不足している。一方で、コンテンツツーリズム研究に着目すると、観光客の経験のメディア化を、観光空間を拡張する実践として位置づけ、観光客のメディア実践と観光地との関係を検討するアプローチが示されている。こうした観光空間とメディアの関係に関する議論を踏まえると、観光客によるソーシャルメディア上での表現的行為を、観光地に価値や意味を生成する実践として捉えることが重要である。

続いて、第4章と第5章の現象分析では、オンラインエスノグラフィーや現地調査の結果を踏まえて、観光客のメディア・パフォーマンスが展開される仕組みや、それが物理空間における観光実践に与える影響について論じた。

第4章では、パフォーマンス論の視点から、代表的なソーシャルメディアであるREDを事例に取り上げ、ソーシャルメディアにおける観光客のメディア・パフォーマンスについて分析を行った。ソーシャルメディアは観光の舞台として、観光客にパフォーマンスを行う空間であると同時に、コミュニケーションの場も提供している。このような場においては、観光客の個人的なメディア・パフォーマンスが、ユーザー間における共同のパフォーマンスへと変容し、その象徴的な意味は再帰的に形成されている。観光客は、マルチメディア的な表現手法を用いて、観光地の物理空間で経験した観光活動の複数の断片を編集し、観光物語を構築している。一方で、その観光物語は、メディア空間におけるインタラクションを通じて再創造されながら、次第に拡張される。この過程においては、複数の主体的な経験が多様に解釈される。その解釈を通じて、観光地の価値や意味は、物理空間に根ざ

した支配的な観光言説と交渉しつつ、絶えず再生産される。そして、メディア空間において新たな観光言説が形成される。こうした観光客のメディア・パフォーマンスによる観光言説は、メディア空間における相互行為、さらにメディア空間と物理空間を横断する観光実践の中で、絶えず再構築されているのである。

第5章では、メディア空間と物理空間の相互作用に着目し、観光客のメディア・パフォーマンスによって構築された観光言説が、観光地の物理空間における観光実践に与える影響を考察した。ソーシャルメディア上に表象された観光地のイメージに影響を受け、観光客の物理空間における行動は、メディア言説に導かれている。観光客は、メディア言説に基づいて観光地の想像を形成するだけでなく、身体的な実践を通して観光地を経験している。さらに、その経験に基づいたメディア・パフォーマンスの実践を通じて、観光客はメディア言説をオーセンティケーションしつつ、再構築している。一方で、メディア言説に導かれた観光実践に応えるために、観光地域側もさまざまな対策を講じている。その対策の結果、メディア言説の影響を受けながら、観光地の価値形成や物理空間の構造が変容している。そして筆者は、この変容の過程において、観光地域の関係者がメディア言説と物理空間における支配的な観光言説との相互関係を形成し、地域社会の文化的価値や観光地の意味をメディア言説の中に取り込んでいくことが、観光地の持続可能な発展にとって重要な課題となることを指摘した。

第4章および第5章の分析に基づき、本研究は、観光地がメディア空間における観光客の編集されたメディア・パフォーマンスと、それに影響を受けた物理空間における現時的パフォーマンスとの相互作用によって形成されることを示した。こうした二つのパフォーマンスの場における相互作用を詳述するために、第6章および第7章では、ケーススタディを通じて、観光客のメディア・パフォーマンスによって観光地が形成されるプロセスを経験的考察に基づいて特定した。

第6章では、コンテンツツーリズムの目的地としての小樽市・天狗山を事例に取り上げ、地域文脈と調和した観光客のメディア・パフォーマンスが、メディア空間と物理空間の相互作用の中で観光地を形成する過程を考察した。メディア作品の影響を受けた観光客は、物理空間において規範的なパフォーマンスを行っていた。彼らは、観光地の関係者が提供する舞台装置を活用し、ロケ地としての観光地をオーセンティケーションする。同時に、メディア作品内のシーンを再演することで物語世界へのアクセスを試みていた。一方で、観光客は形式に則ったパフォーマンスのみならず、メディア作品のテーマ性や物語性に基

づく即興的なパフォーマンスも行い、物理的なシーンを媒介として、自らの物語を創出していた。さらに、物理空間で蓄積された素材を編集する過程において、観光客はメディア空間において自己の経験を含む複数のコンテンツを横断するパフォーマンスを通じて、物語世界を継続的に拡張していた。このようなメディア・パフォーマンスが展開される中で、メディア作品によって構築された物語世界は、次第に観光地の物語世界の一部として組み込まれていた。すなわち、地域文脈と調和した観光客のメディア・パフォーマンスは、観光地における多様な経験を表現することを通じて、観光地を重層的に構築していることがわかった。

第7章では、「SNS 映えスポット」として知られる美瑛町の「クリスマスツリーの木」を事例に取り上げ、地域文脈から切り離された観光客のメディア・パフォーマンスが、メディア空間と物理空間の相互作用の中で観光地を形成する過程を考察した。ソーシャルメディア上で流通する記号化された視覚イメージの影響を受けた観光客は、そのイメージに合致する映像を得るために、観光地の物理空間において構造化された同質的なパフォーマンスを行っていた。そうしたパフォーマンスはメディア言説に従って機械的に実行されることが多く、物理空間における他者との相互行為が軽視されることで、現場においてトラブルが発生する場面も見受けられた。多くの観光客が流入することにより観光地が混雑し、「SNS 映えスポット」としての象徴的な意味との間に矛盾が生じていた。観光地域側では、観光地の舞台の背後にある地域社会の真正性が脅かされ、地域側の関係者は観光客のパフォーマンスを制限せざるを得ない状況に置かれていた。このような物理空間における相互行為の結果として、観光客はメディア空間においてパラドキシカルなパフォーマンスを呈示していた。すなわち、観光客は撮影した映像に加工を施し、媒介言説によって構築された視覚的記号をオーセンティケーションする一方で、その背景にある物語を語ることで、視覚的記号の価値そのものを相対化していた。つまり、地域文脈から切り離された観光客のメディア・パフォーマンスは、観光地の価値や意味を反省的に表現することによって、観光地の再構築を促しているのである。

第8章では、本研究の目的を踏まえ、ケーススタディの分析結果を総合的に考察した。とりわけ、観光客のメディア・パフォーマンスによる観光地の形成について、「メディア・パフォーマンスによる観光空間の生成」と「メディア・パフォーマンスによるオーセンティシティの形成」という二つの論点から整理を行った。総括すると、観光客のメディア・パフォーマンスは、物理空間を離れたメディア空間において観光言説を構築することによ

り、物理空間における現前的パフォーマンスの型を規定し、観光空間の形式を決定している。一方で、観光客のメディア・パフォーマンスは、物理空間における相互行為を通じて観光空間を動態的に生成している。さらに、創造的な表現としてのメディア・パフォーマンスは、観光地に〈新たなリアリティ〉を付加するが、その〈新たなリアリティ〉もまた、複数の主体的経験の重層的な蓄積を通じて、常に動的に変容し続ける。

以上の考察を踏まえ、本研究では、観光客のメディア・パフォーマンスによって観光地が形成されるプロセスを、二つの〈観光地〉の形成として整理した。第一に、メディア空間において多数の観光客がメディア・パフォーマンスを行うことで、ソーシャルメディア上のインタラクションの中で記号的〈観光地〉が形成される。この記号的〈観光地〉は、観光想像を形作り、観光実践を導く契機となる。同時に、さまざまなパフォーマンスが再帰的に重ねられることで、継続的に再構築されている。第二に、観光客がメディア空間と物理空間を横断する実践を通じて、経験的〈観光地〉が形成される。すなわち、観光客はメディア空間で構築された観光想像を物理空間に持ち込み、身体的な観光実践を行うとともに、その経験を再びメディア空間で呈示する。その繰り返しによって、観光客は想像と実践が重なり合う中で経験的〈観光地〉を形成し、同時に記号的〈観光地〉も再構築していく。このように、メディア空間においては記号的〈観光地〉が再帰的に形成される〈螺旋構造〉が存在し、またメディア空間と物理空間の相互作用の中でも、経験的〈観光地〉が再帰的に形成されるもう一つの〈螺旋構造〉が見られる。そして、これら二つの螺旋構造は、互いに絡み合うトポロジー的關係を形成しており、実存としての観光地は、その動的な交錯の中で構築されるというのが、本研究の導き出した結論である。

第9章では、各章の内容を統括し、本研究の成果と限界を提示した上で、今後の課題について論じた。本研究は、観光客のメディア・パフォーマンスを考察することにより、パフォーマンスの時間性と空間性において、観光パフォーマンス論を発展させた。本研究の成果と限界を踏まえ、今後は多様なメディア空間で展開されるさまざまなメディア・パフォーマンスについてさらなる考察を深め、観光研究におけるパフォーマンス論をより多角的に発展させることを課題としたい。