

量的調査と質的調査の相関関係

メッセージと受け手の解釈

- アメリカのメディア研究→メディアの受け手は受動的だと前提
 - 選挙時のメディアキャンペーンの効果測定
 - マーケティングの効果測定
- エンコーディング・デコーディング
 - スチュワート・ホール
 - テレビや新聞などのマスメディアの受け手は、送り手がエンコードしたメッセージをそのまま受け止めているのではない。
 - 主流的読み：送り手のメッセージをそのまま受入れる。
 - 交渉的読み：送り手のメッセージの一部を受入れつつ、部分的には受入れない。
 - 対抗的読み：送り手のメッセージを全く受入れない。

文化の多様性とアウトサイダー

- 社会空間は複数の文化によって構成されている。
 - 社会空間を構成する複数の文化のあいだには序列（上下関係）が存在する。
 - 例えば国公立の美術館や博物館に収められている「学校的」な文化は「高尚」なもの
 - 国や自治体が税金を使って保存するだけの価値がある（普遍的な価値）
 - テレビで流れるヒット曲や専門店だけで流通するやおいまんがは「低級」なもの
 - 一時的な流行（普遍的な価値無し）
- 多くの場合、社会空間における力（経済的支配力や文化的影響力）は、高尚文化の担い手が牛耳っており、彼ら・彼女らの価値判断が社会全体の価値判断として通用している。
 - こうした価値観は、ある種の低級文化を「病理」的なものと判断する。
 - しかし、社会空間で本当になにがおこっているかを理解するには、そうした一方的な価値判断を乗り越えなければならない
- 逸脱者（アウトサイダー）
 - ハワード・S・ベッカー

名付けと名乗り

- エティック：研究者があらかじめつづいた（思い込んだ）分類法に、研究対象を押し込んでゆく＝外在的分析
 - 名付けのロジック
 - 世間が「私」の価値を決めつけるプロセスを理解する

- エミック：研究対象の文化の一員がどう解釈し分類しているか、どのようなルールがあるか、彼らにとってどのような意味があるかを調べる＝内在的分析
 - 名乗りのロジック
 - 「私」が世間における「私」の立場を表明するプロセスを理解する

エティックな理解の重要性

- 文化を社会的に理解するには、エミックな、内側からの視点が不可欠だとして、観察者（自分）が属している文化を知らずに妥当な理解が出来るだろうか？ 内側からの視点だけで、社会的に正しい知識が得られるだろうか？
- 異文化に対するエミックな理解と同様に、じつは自分の属している社会が持っているルールや価値観自体に対する問題意識も必要となる
- このように、自分も含めた社会全体の価値観の分布を把握する上で、エティックな理解は不可欠である。
- 問題は、エティックな理解とエミックな理解をどう結びつけるかにある。

文化資本とハビトゥス

ピエール・ブルデュー（←覚えてください）

《場》の力学＝排除と序列化

- 《場》の空気を読むかどうかによって、《場》に参入出来るメンバーをコントロールしている（排除）
- 《場》のなかでの評価向上を巡り、《場》に参入したメンバーそれぞれが競争している（序列化）
- 《場》のなかでの評価向上には、その《場》のなかでのみ通用する特定の資質（人間関係、知識、作品、技術など）を（お金を出して）獲得しなければならない。

このように、ある《場》のなかで、その《場》に参加するある人の評価を高め、維持するために使われる、お金ではない価値基準を、文化資本という。

文化資本のポイント

- 経済資本（お金）と同じように、貯めることが出来る。
 - 物：書籍、CD、DVD、美術品、骨董品
 - 制度：資格、学歴、賞
 - 身体：作法、振舞い、美意識
- 《場》の参加者は、そこで流通する文化資本を蓄積したり、投資することで、より高い評価を獲得し、維持するための競争をしている。
- 文化資本は、経済資本に比べると普遍的な価値をもちにくいだが、時に経済資本に両替することが出来る
 - 例えば、高学歴は高収入につながる

ハビトゥス

- 学位や資格のようにモノとしてではなく、身体に蓄積された価値観
 - 生まれてから今までに蓄積してきた好き嫌いの傾向
 - それと同時に身につけてきた自分の歩みの歴史
- 身に付いているからこそ、好きなものに対して「心を揺すぶられ」たり、嫌いなものに対して「生理的に受け付けない」などの強い拒否反応がある
- 身につけているからこそ、ハビトゥスの存在は意識されない
 - 競技ルールのようなもので、試合中はルールをいちいち考えながら体を動かしているわけではない

このように、ハビトゥスはあらゆるヒトに抜き差し難く備わっている。

- 問題は、ハビトゥス（身体的な水準で表出する文化的好き嫌い、価値観）は序列付けられていることである。
 - エティック（外在的）な問いかけは、こうした問題への問いかけを可能にする。
 - 社会空間のどういう立場にいるヒトが、どういう価値観を持っているかを関連づけることが出来る。
 - そして、そうした価値観の序列を見直し、あるいはそれに対して異議を唱える手立てを獲得することが出来るかもしれない

まとめ

- エティック：研究者があらかじめつくった（思い込んだ）分類法に、研究対象を押し込んでゆく＝外在的分析
 - 量的調査
 - 統計的手法
 - ハードデータ（固いデータ）
 - マクロの視点
- エミック：研究対象の文化の一員がどう解釈し分類しているか、どのようなルールがあるか、彼らにとってどのような意味があるかを調べる＝内在的分析
 - 質的調査
 - エスノグラフィー
 - ソフトデータ（柔らかいデータ）
 - ミクロの視点
- ハードデータとソフトデータの参照関係
 - 大勢の人間を一斉に対象とする量的調査と、一人一人の人間に深く関わってゆく質的調査を、臨機応変に併用する必要がある。
 - マクロな動きがミクロな局面にどのように力を及ぼしており、それに対するミクロな局面での反応がマクロな動きにどのような影響を与えているか。

文化社会学が目指すもの

相互理解と対話

- 社会空間は複数の文化により構成されており、それらの文化のあいだには序列（上下意識）が存在する
 - 文化社会学は、こうした序列が普遍的なものではなく、序列の上部に位置する人間にとって有利なように作られた人工的なものであることを暴くことが出来る
 - 社会的再生産
 - 蛙の子は蛙
 - 親が高卒の子どもの場合、親が大卒の子どもの比へ、大学に進学する可能性は低い
 - ただ単に資金的な問題だけではなく、学校的な知識に対する好奇心の薄さや、能力不足に対するコンプレックスが原因

知識に対する恐怖の克服

- 学校で教えられるような「正しい」文化から外れてゆくことは、つねに精神的な苦痛（恐怖）を伴う
 - 文化社会学の知を獲得することで、こうした恐怖を克服する手立てを見いだせるかもしれない
 - そうした《正しさ》自体がどのようにしてそれ自体を《正しい》ものとして普遍化しており、そうでないものを排除しているか、その論理を理解することが出来る

お説教めいた締め言葉

いずれにせよ、世間に対してこのような異議申し立てを行うには、自分の好奇心や疑問に対して敏感になり、それについてどん欲に知識を獲得して行かねばならない。文化社会学という《場》もまた、競争の場であり、そこで自分の声に耳を傾けるヒトを獲得するには、特定の努力と訓練と投資を行わなければならない。

- 「どんな行為にでも文化的価値がある」のだから「自分のやってることは正しい」と足を止めてしまうのは簡単
- 「どんな行為にでも文化的価値がある」という自分の意見を主張するために、必要な知識を獲得して前に進もうとすることこそが、文化社会学の目指すもの