文化的オムニボア再考
―複数ハビトゥスと文脈の概念からみた文化実践の多次元性と測定―

Rethinking Cultural Omnivores:
Plurality of Habitus and Multidimension of Practices

片　岡　栄　美
Emi KATAOKA

要約

日本の文化消費において、文化的雑食といわれる人々、すなわち文化的オムニボアの存在が主流であることが明らかになっており、世界的な傾向でもある。本稿では、第 1 に文化的オムニボアについて、ブルデューとライールのハビトゥス論および実践の理論から検討を行った。ライールに従えば、文化的オムニボアは複数ハビトゥスをもつ多次元的な実践を行う存在であるといえるが、ブルデューの観点からは単一ハビトゥスの一種であるともいえる。そして文化的オムニボアにおけるハビトゥスの転移や移調に関連する課題を明らかにした。第 2 に、文化的オムニボアがサンプルに占める比率が高い川崎市調査データを用いて文化の多重対応分析を行い、大衆文化実践は性と年齢といったデモグラフィックな変数に左右される活動であること、正統文化が階層的な地位変数と強い関連をもっていることが示された。また文化的オムニボアの特徴を多重対応分析で解明することの方法論的困難さを指摘した。第 3 にライールの文脈の概念を応用し、「文化との出会い」の 6 つの文脈を、川崎市調査と大学生調査から検討した。その結果、文化の獲得様式は商業主義化した鑑賞活動などではメディアの影響が強い。大衆文化活動はそのほとんどが友人ネットワークの影響で経験され、家庭文化や階級文化との関係性は弱い。正統文化の項目では、上層階層の家庭において家族の影響や習い事といった家庭経由で文化経験が開始される傾向があった。また一部の正統文化は学校での影響を受けていた。すなわち正統文化が大衆化することで、文化的オムニボアの多くなった社会においても、一部の正統文化は階級文化として家庭において伝達・相続され、他方で学校を通じて平等化されていることが明らかとなった。

Keywords: 文化的オムニボア、ハビトゥス、文脈、多重対応分析
cultural omnivore, habitus, context, multiple correspondence analysis

Corresponding Author: Emi KATAOKA, Professor, Ph.D.
Department of Sociology, Komazawa University. JAPAN
kataoka@komazawa-u.ac.jp

１．研究の目的

本稿の分析目的の第 1 は、文化的オムニボア（文化的雑食性）に関する研究動向を整理するとともに、ハビトゥス概念のブルデュー的解釈（実践を統一する一貫した諸性向）とライール的解釈（複数ハビトゥスと多元的決定論）の問題について検討する。

とくに文化的オムニボアと呼ばれる多様な文化実践をする人々が、複数のハビトゥスをもっているのか、それとも単一ハビトゥスとして理解すべきなのかに関する議論をとりあげる。さらに日本では文化的オムニボアの増加が指摘されている（片岡　1998e, 2000c）が、これを文化理論としてどうとらえるべきかについても再検討する。

第 2 に、文化実践と階層の対応関係について、多重対応分析（MCA）を用いて分析し、これらの方法論上の特徴と問題点を明らかにする。とくに文化的オムニボアが多いサンプルデータにおいて、文化の差異空間はどのように配置されているのかを検討する。

第 3 に、ライールの「文脈」概念を応用し、どのような形で人々は正統文化と出会うのか、文化の獲得様式に焦点をあてる。すなわち「文化との出会い」の経験について、文脈の概念を用いて社会学的検討を行うことで、正統文化が家庭文化経由で上層階級文化として獲得されるのか、それとも商業主義的ルートでポストモダン文化として拡大しているのかなどを検討する。

２．ブルデューにおけるハビトゥスと階級、生活様式空間

ブルデューの著書『ディスタンクシオン』（Bourdieu 1979=1990）が刊行されたあと、文化テイストや趣味を社会学的に研究するということが、大きな意味をもつようになった。これはブルデューの大きな功績である。

ブルデューのフランス社会をベースとした研究では、文化のヒエラルキーが社会的ヒエラルキーと対応するということを前提とした分析が展開されてきた。ブルデューによれば、文化のヒエラルキーを形作るもとにある「生活様式」とはハビトゥスの体系的産物であり、上品－下品というような社会的に形容された記号体系として、相互の関係のなかで知覚されている。そして力関係の結果

である資本という存在状態の配分（たとえば経済的な豊かさや権力）を、象徴資本や正統的な配分へと変貌させる錬金術の基本には、この存在状態とハビトゥスの間の弁証法的関係があるとブルデューは指摘している（Bourdieu 1979）。

そして、趣味判断の社会学を構築する中で、界の理論、ハビトゥス、文化資本、象徴的な闘争、発生論的構造主義といった概念や考え方で理論が構成され展開されている。

ブルデューが示した理論の前提は、ハビトゥスが転移あるいは他の場へと移調可能であるということであった。「あらゆる慣習行動を統一し生成する原理であるハビトゥス」という表現にあきらかなように、ブルデューはハビトゥスを総合的で一貫性のあるものとしてとらえていた。作り出す方法（構造化する構造）と、作り出された作品の間の一貫性を指摘し、ハビトゥスがさまざまな行為や実践の様式の類似性を生み出すというのである。

そして文化的消費や趣味については、ハビトゥスによってなにをどのように実践したり所有するか、つまり象徴的に所有化する傾向や能力であるハビトゥスがあるからこそ、一定の生活様式を生み出すのである。そして趣味の違いとは､階級のような社会的諸条件によって､「自分がもっているものを好きになる」という配分上、分類上、自分に割り当てられた所有物を好きになるという考え方を、ブルデューはとっている。つまりはハビトゥスが生み出されたときの存在状態、とくに階級の影響からハビトゥスは免れ得ないということになる。

ブルデュー（1979）は「階級に結びついている慣習行動や財は、存在状態の間の客観的対立構造と相同である」（諸空間の相同性）と述べている。そして社会空間を形成する 2 大原理が経済資本と文化資本であって、生活様式空間の構造と変化を支配していると述べる。したがって社会的諸条件である階級の違いは必然的に文化テイスト（趣味）の差異と対応するのであり[1]、たとえばブルジョア階級はハイブロウ文化のテイストを示すことで卓越化戦略を示し、それがエリート達の象徴的な境界線を維持する差異化機能をもっているというものであった。なぜなら正統的な文化的財を独占する（領有する）ことによって、ブルジョア階級は卓越化利益を享受できるからである。ブルジョア階級は、自らのハビトゥスや文化資本を独占することで文化的に排他的となり、それが社会

経済的な諸資本の上に成立した「必要性からの距離」や「無私」という特徴をもつ正統趣味となることを示した（Bourdieu 1979）。

またそれぞれの階級はそのおかれた存在状態から、異なる美学を構成する。たとえば庶民階級が装飾的なものを拒絶しシンプルさを好むのも、かれらの資本の少なさから生まれる必要趣味や禁欲的趣味で美学を構成するからである。

ブルデューのいう文化資本は同じ資本やハビトゥスをもつ人々を結びつけるとともに、異なる文化資本をもつ人々を象徴的に排除するという文化的排他性（Peterson 1992，片岡 2000c）を示す卓越化戦略となるのである。

しかしブルデューの理論と経験的データ（差異空間）は、1960 年代～70 年代のフランスの調査データを用いて理論構築をしていることもあり、大衆文化が力強く社会に浸透するという状況については、ブルデューは肯定的ではなかったといわれている。たとえばシュスターマンはブルデュー追悼文において次のように述べている。

「ブルデューによれば、美的価値は社会的に決定される、社会的支配者たちによって決定される。熱烈な民主主義的アンガージュマンをおこなっていたにもかかわらず、ブルデューは、大衆芸術はどんな美学的正統性にも到達することができず、高級な芸術に対する「ネガティヴな参照物」としてしか役に立たないこと、こうして大衆芸術は支配階級に自らの卓越性を肯定する補足的な機会を与えていること、を主張していた」（加藤編 2002：280）

３．文化的オムニボア

階級文化が明確なフランスと異なり、アメリカをはじめとする大衆文化の強い社会では、ブルジョア階級が正統文化と大衆文化を摂取するオムニボア化の問題が取り上げられるようになった。

アメリカを中心にディマジオ（DiMaggio 1987）のカルチュラル・スウィッチ（cultural switch）という考え方を契機に、ピーターソンら（Peterson 1992, Peterson& Kern 1996）による「文化的オムニボア」研究が展開していった。これらはブルデューの文化テイストと階層に関する理論への批判的な見解としてそ

の後、世界へ広がっていった。

ピーターソンが命名した「文化的オムニボア」（cultural omnivore）とは、文化的趣味における雑食性あるいはその人々を意味している。文化的雑食性の英語は、cultural omnivorousness であり、異なる趣味の文化を混交的に実践するという意味をもつ。

つまりグローバル時代の高地位者は正統文化しか愛好しない文化的ユニボアではなく、正統文化も大衆文化も摂取する「文化的オムニボア（文化的雑食）」であるというのである。この指摘から、欧米、日本など多くの国で、文化的オムニボア研究が展開されてきた（Peterson 1992, Bryson 1996, 片岡編　1998a, 2000c, 2003, Bennet et. 2009）。

Peterson ほかの研究を要約して、片岡（2000c）は文化資本とは「威信の高いハイカルチャーから威信の低い大衆文化までの幅広い文化趣味をもつオープンな志向性」と定義した。簡単にいうならば文化的オムニボアとは、多元的な文化実践者である。そしてフランスの社会学者ライール（Lahire 2004）によれば、文化的オムニボアとは「不協和の文化的プロフィール」（un profil culturel dissonant）をさすと村井（2010）は指摘する[2]。

文化的オムニボアをどうとらえるかについては、後の節で議論する。

ピーターソンの研究以降、近年ではあらゆるジャンルで、オムニボア化の問題が議論されるようになった。たとえば音楽、スポーツ、食などの分野において、研究が進展してきた（Bennett 他　2009）。そして世界各国で趣味や文化実践の調査が行われるようになった。

４．日本の文化的オムニボア研究

最初に、日本での文化オムニボア研究の経緯をみておこう。

片岡は神戸市民を対象とした無作為調査を行い、わが国で初めて音楽における文化的オムニボアの存在を指摘した（片岡　1997c）。この分析は関東社会学会の学会報告で行われたが、活字としては未発表である。日本では文化的オムニボアをいう概念がここで初めて使用された。

その分析結果の中で、明らかになったことは、音楽ジャンルの消費者の社会

的地位特性を検討すると、演歌や民謡を愛好するグループと、それ以外の音楽ジャンル（クラシック、ジャズ、ポップス、ニューミュージックなど）を愛好するグループの間に社会的地位変数であらわされるような社会的境界線があり、後者のグループが文化的オムニボアとして定義できるという結果を示した。

また片岡（1992）は同じ神戸市調査（第 1 回）を用いて、成人データの文化消費の構造パターンを確証的因子分析によって明らかにした。その結果、男性の文化活動は正統文化と大衆文化でマイナス相関を示していたが、女性データでは正統文化と大衆文化はプラス相関となり、文化的オムニボアの状態を示していた。しかし、この時点で文化的オムニボアの概念は使用していない。

その後、片岡は、第 2 回神戸市調査、1995 年 SSM 全国調査、川崎市調査（1999 年）を実施あるいは分析し、文化的オムニボアと文化資本について、次のような特徴を指摘している（片岡編 1998a，片岡 2000b, 2000c, 2003）。主な知見を命題の形で要約すると、以下のようになる[3]。

① 正統文化の経験者は増加傾向にあり、正統文化が大衆化しつつある。

② 年齢と文化的オムニボア化は強い関連がある。

若い年代ほどオムニボア化が進行している。逆に、年齢が高い者ほど正統文化か大衆文化のどれかだけを愛好する文化的ユニボアの率が高くなる。

③ 性別では、男性よりも女性の方が文化的オムニボアが多い。

SSM 全国調査結果からも、あらゆる年代で女性は男性よりも正統文化志向であることが明らかとされ、また年齢が上昇するにつれ、女性は正統文化を実践する傾向が強まることも明らかになっている。

④ 男性ほど、文化消費の面で大衆文化化している。他方、女性は正統文化の消費が男性よりも高い。

上記に示されるように、片岡が神戸市調査や 1995 年 SSM 調査の分析から指摘したことの一つは、日本人の文化活動には男女による偏りが存在していることである。ここからジェンダーと文化の関連性に関する議論へと展開するが、⑦の議論がその根拠となってくる。

⑤ 高地位者ほどオムニボア化している。

学歴や職業などの社会的地位指標と文化のオムニボア化とは関連があり、

学歴が高いほど、収入が高いほど、職業的威信地位が高いほど、正統文化と大衆文化を両方摂取する文化的オムニボアの比率が高い。特に学歴が高い者ほど、文化的オムニボアが多い。

⑥　大衆文化活動は、日本における共通文化（つきあい文化）となっている。

大衆文化摂取に男女差はあるものの、86%の人が過去数年間のうちに何らかの大衆文化を経験しており、大衆文化の経験に階層差はなく、一般化していた。またつきあいを拡げたいと回答する人ほど、大衆文化経験も高く、日本のつきあい文化として大衆文化が存在することを指摘した（片岡 2000c）。

⑦　文化への意味付与のジェンダー差と文化定義のジェンダー化の問題が存在する。

なぜ男女で文化活動の頻度が異なるのか。これについては、第 2 回神戸調査の結果から、文化への意味付与がジェンダーによって異なる事実を明らかにしている（片岡 1996a, 2000a, 2003）。具体的には女性向きの文化として、ピアノ、茶道、華道、料理などがあり、男性向きの文化として、武道（柔道・剣道など）、スポーツをすることが、そしてギャンブル性のある大衆文化（パチンコや競馬など）は、女性が実践すべきではない文化アイテムとして、人々に定義されていることを、対象者へのインタビュー調査からも、量的調査（質問紙調査）からも明らかにした（片岡 2006）。そしてジェンダーによる文化への意味付与の差は、2009 年に実施された子どもの学校外教育に関する全国調査においても、「男子はスポーツ、女子はピアノや（文化芸術的）おけいこ」という実践の差異として反映していた（片岡 2009）。

⑧　女性を中心とした文化資本の再生産

わが国の文化資本は、主として母親から娘へと家庭を通じて再生産されるルートがあることを、明らかにした（片岡 1996a, 1997a）。もちろんすべての女性がそうということではないし、男性においては文化資本の再生産が起きないという意味でもない。あくまで蓋然性の高さという確率論的な意味での命題である。つまり文化資本の高い家庭に育った、経済的にも恵まれた出身階層の女性のなかでは、文化資本が家庭経由で母から娘へと継承されていく

確率が他の集団よりも高いという意味である。

⑨　ハビトゥスとしての文化弁別力と階層的地位、ジェンダーの関係

文化消費においては男性ほど大衆文化化しているが、高級文化を理解するハビトゥスを男性が持ち合わせていないということではない。文化活動の高低評価という文化弁別力では男女の差はないからである（片岡 1996b）。しかしブルデューが行った写真に関する好き嫌いのテーマと同様の質問をした川崎市調査の結果では、写真趣味の男女差が大きかった。すなわちブルデュー的な解釈では、男性のほうが美的性向は低いともいえる（片岡編 2000d）。

⑩　文化的オムニボアになることは文化的な多様性を受け入れる文化的寛容性であり、現代の文化資本である。

これは Peterson（1992）、Peterson & Kern（1996）や Bryson（1996）、片岡（2000c）が展開した見解であり、文化的寛容性仮説と呼ばれている。多様な文化、異質な文化を受け入れられるということは、現代に必要な文化的寛容性に通じるという論であり、検証もなされている。フェザーストンもグローバル・ポストモダンの社会において、文化的複雑性を扱うことができるハビトゥスの重要性を指摘していた（Featherston 1991）。文化資本を文化的寛容性ととらえるこの仮説の元では、文化的ヒエラルキーと社会的ヒエラルキーは 1 対 1 対応はしないのである。これらの研究から、文化的寛容性と文化オムニボアを論じる世界的な傾向が継続している。

以上から、性や年齢といったデモグラフィックな要因が、人々の大衆文化化すなわちオムニボア化に関連していることが指摘されてきた[4]。しかしなぜそうなのかについては、この論文で明らかにしていきたい。

文化的オムニボアが増加している日本においても、正統文化、いいかえれば文化威信の高いハイブラウ文化（ハイカルチャー）は、高地位の人々が好んで実践していることも証明されている（片岡 1998f, 2000c）。とくに学歴の高い女性にとって、ハイカルチャー消費や洗練された趣味、テイスト、ライフスタイルを示すこと、すなわち文化資本をもつことは女性の地位の象徴となるのである。詳しくは、筆者の各論文を参照されたい。

これらの一連の研究の後、大学生のオムニボア化については、小藪・山田（2012）

が論じ、小林（2017）は文化的オムニボアの内訳を分散で示す測定方法を提案している。また北田＋解体研（2017）でも、理論的・方法論的な検討が行われている。日本における文化資本の経験的研究をレビューしたものとして、大前・石黒・知念（2015）がある。

５．ハビトゥスと卓越化からみた文化的オムニボアの意義

では、上記のような特徴をもつ文化的オムニボアを、理論的にどう考えるべきだろうか。まず、文化的オムニボア研究が明らかにした結果の意義とその解釈をめぐって、いくつかの疑問点をまとめ、理論的考察へとつなげていこう。

第 1 に、文化的オムニボアの多い社会においては、ハイカルチャーを消費することは多数派になるので、正統文化に関与した経験があるというだけでは必ずしも文化的卓越化を意味しない。関与―非関与は重要な指標ではあるが、それだけでは十分ではなく、関与の頻度の高低を問題にするほかに、その文化実践の意味を問う必要がある。

第 2 に、クラシック音楽やオペラなど、少数のハイブラウな正統文化のみを実践するハイカルチャー・ユニボア（文化貴族）の存在は、日本ではあまりにも少数であると同時に、文化貴族であることがブルジョア階級文化の要件とはなっていないと考えられる。全国調査（1995 年 SSM 調査）ではハイカルチャー・ユニボアはわずかに 1.8%（片岡 2000c）のみで、川崎市調査では 0.1%（1 名）であった。つまり、正統文化を象徴闘争や境界設定と文化的排除に使用している人は、日本ではごく少数であると推測できる。ハイブラウなカルチャーによる卓越化が弱まった、あるいはハイブラウな文化による卓越化戦略は、階級戦略としては存在しないということが可能なのだろうか。

第 3 に、スノッブにみられたくない人々が増加していることと、文化的オムニボアの増加が関連しているのではないか。現代においてエリート層にとって、スノッブであると他者から判断されることはクールなことではなく、階級性を見せない形での趣味の卓越化戦略が存在すると考える必要がある。

第 4 に、高学歴層がオムニボア化し、文化資本の高さ[5]とオムニボア化の間に高い相関が認められる理由として、社会のグローバル化によって、グローバ

ルに活躍するエリート達に文化的寛容性が求められることや異質な文化を理解するコスモポリタン的な資質が求められるという論がある（Peterson 1992, Bryson 1996, 片岡, 2000c）。そうであるとすれば、文化的オムニボアはコスモポリタン的であり、ローカル的ではないということになる。本当にそうなのだろうか。

第 5 に、文化テイストや文化実践で卓越化するという考え方や価値観が、文化的オムニボアの人々に通用するのかどうかである。第 2、第 3 の疑問とも重複するが、文化による卓越化や文化による象徴闘争をまったく考慮しない人々が、現代では増加しているのではないか。

第 6 に、測定の問題として、文化的オムニボアになった人たちを、方法論的にどのように把握することができるのか。ブルデューが行った多重対応分析で析出される生活様式空間（差異空間）のなかで、オムニボア層はどのような位置にあるのか測定方法の問題を検討する。

以上の疑問を考慮にいれて、理論面と実証面から文化的オムニボアを考察してみよう。以下では、理論的な検討として、5 つの論点をあげておく。

論点 1：文化的オムニボアとは、個人内に正統文化趣味と大衆文化趣味あるいは中間趣味という複数の異なる方向性をもったテイストを内包する存在、複数の美的性向、いいかえれば複数ハビトゥスをもっていると考えるべきか、それとも大衆と正統という異なる趣味の中から自分の好みで多様な趣味を選択し、文化的雑食となることがクールであるとする一つの基準（ハビトゥス）を作動させているのか。後者は、いいかえればフェザーストンが指摘したような「文化的複雑性を扱うハビトゥス」なのか、あるいはオムニボアになることによって「雑食性による卓越化」という戦略が階級となんらかの関係をもって存立しうるのか、という問が存在する。

論点 2：上記とも関連するが、文化的オムニボアの性向をもつ人々は、文化的雑食であることそのものが卓越化のハビトゥスなのか。それともオムニボア化

した人々も、卓越化の戦略としては、正統文化の基準を用いるのか。

これを象徴的境界の問題として、考えてみよう。すなわち文化的オムニボアとなった人たちが、他者との象徴的境界の設定（バウンダリー・ワーク）において、正統文化趣味をどの程度使用しているのかである。オムニボア化していても、正統文化で卓越化しようとするのであれば、大衆文化、ポピュラーカルチャーとは、差異化の原理ではないことになる。

論点 2 については、片岡は、現代日本における大衆文化は階級を超えた「共通文化」となっており、公的世界での付き合い文化として必要なアイテムであると指摘してきた（片岡　2000c）。つまり日本では大衆文化消費は、社交を円滑にするために多くの人々が行うもので[6]、それをしたからといって序列（低位）を意味しない。たとえばカラオケで親睦会をすること、野球の話で話のきっかけをつくるなど、一部の大衆文化は一般的な人々が社会関係を円滑にすすめる場で使用されるコミュニケーション・ツールとなっている。それゆえ、仕事をもち外の世界との接点の多い女性ほど、共通文化である大衆文化を学ぶことによって文化的オムニボアが多くなっていた。

しかしギャンブル性の高い大衆文化については、共通文化ではなく、男性中心に実践され、階層的偏りもみられる（片岡編 1998f, 1997b）。

ここでより本質的で異なる視点から、文化的オムニボア論をみておこう。

論点 3：文化的オムニボア論は、正統文化と大衆文化が異なる両極の階級趣味（ブルジョアもしくはエリートの正統文化と庶民、労働者階級の大衆趣味）が対立的にあるいは序列的に社会の中に存在することを前提とした文化的排他性理論へのアンチテーゼとして成立しているが、正統文化と大衆文化という対立軸を前提とした議論の大前提がすでに現実を説明する考え方として崩れているのではないかという疑問が存在する。

たとえばイーグルトン（Eagleton 2000＝2006）は、文化を 3 つに分類し、現代では高級文化（礼節としての文化、卓越、エクセレンス）とアイデンティティの文化とポストモダン文化（商業的・ポストモダニズム的な商品としての文化）が葛藤状況にあると述べる。これらは「高尚（high）」と「低俗（low）」の

争いではなく、たとえば「高級文化は高低の境界をみずからの手で突き破っている」（Eagleton 2000=2006: 198）し、「ポストモダニズムは、庶民的なものと秘儀的なもの、都会的洗練とアヴァンギャルド、その両者の橋渡し」をしているというのである（ibid）。これらの違いは、コスモポリタンかローカル化の違いでもないという。そして特に現代の重要な闘争として、「商品（コモディティ）としての文化」と「アイデンティティとしての文化」との闘争を指摘している。

このように正統 vs 大衆という対立軸でとらえるのではなく、異なる 3 つの文化で考えた時に、文化的オムニボアの人々の多くが、商業主義的なポストモダン文化に親和的であると考えられる。

論点 4：文化的オムニボアとは正統文化を自らの卓越化や差異化として無意識的あるいは意識的に使っている人なのか（文化と闘争を切り離せない人[7]）、それとも自らの正統文化趣味を卓越化や象徴闘争には使用していない人なのかという問題がある。

とくに後者の卓越化と正統文化を関連づけていない文化的オムニボアは、正統文化趣味をもっているが、かれらは象徴闘争から降りてしまった人々なのか、それとも初めから文化によって象徴闘争をするという観念さえ持っていないフラットな文化として正統文化を消費している人々なのかと言いかえることもできる。

たとえば商業主義的ポストモダン文化に親和性を感じる人々の例として、流行を追うことが重要な人を上げることができるだろう。彼らにとっては、クラシック音楽も JPOP も価値としては並列で、「流行に乗っていることが好き」という自分のハビトゥスに沿って、それらを領域に関係なく消費する。筆者はこのような文化実践を行っている事例をインタビュー調査から確認している[8]。

近年の ICT 技術の進展によって、多くの人々はインターネットや SNS を使って、正統文化に気軽に触れることができるようになった。ゲーム音楽にクラシック音楽が使用されたことから、クラシック音楽を聴くようになった若者も多い。その意味では、正統文化を消費している人々であっても、そのことを卓越化に使わない人々、あるいは象徴的境界設定や象徴闘争には使用しない人々

が増加していると推測できる。ここに挙げた事例もそうだが、正統文化実践を卓越化戦略に使用する人と、そうでない人との違いがどこにあるのかを、さらに明らかにしていく必要がある。

論点 5：文化貴族はどのような歴史的起源をもち、現在の文化貴族とはどのような人々なのか。

ブルデューの社会学では、1960 年代～70 年代フランスのブルジョア階級の世界が暗黙裡に前提とされていて、文化貴族である（正統文化で象徴的境界を設定する）ことに象徴的な利益があるということを前提として、理論が成立している。しかし戦後の日本社会は、再生産を何世代にもわたって繰り返してきたフランスやヨーロッパの社会とは異なっている。

日本では、文化貴族に関する社会学的研究は非常に少ない[9]。とくに敗戦を経験したあと、戦後の経済変動に伴い大きな階層構成の変動を経験した日本社会において、戦前はともかく、戦後における文化貴族の問題や文化の階層性の探求の歴史は浅いのである。

６．行為論とハビトゥスからみた文化的オムニボア

（1）ブルデューの単一ハビトゥス論

ブルデューの行為理論では、「実践」は「ハビトゥス＋資本」が「場（シャン）」に投入されることによって、実践は場での利益を得ることができる。

【ハビトゥス・資本】＋【場】＝【実践】

ハビトゥスとは、ブルデューによれば「構造化する構造、つまり実践および実践の知覚を組織する構造であると同時に、構造化された構造」であり、「ハビトゥスとは、持続性をもち移調が可能な心的諸傾向の体系である」（Bourdieu 1979=1990）。あるいは、ハビトゥスとは、身体化された心的構造、慣習行動を生成する知覚=評価図式であるとともに、慣習行動の意味を知覚できる認識図式と言いかえることもできる。「分類する構造」であり、同時に「分類される構

造」ともいう。

簡単な例をあげれば、几帳面なハビトゥスを持っている人は、行為のあらゆる面でその几帳面さを発揮している。つまりハビトゥスは歴史的に形成されているので、個人や集団に内面化され、他の分野（場）へも転移可能で一貫性をもつ心的性向である。

ハビトゥスの転移可能性あるいは移調可能性を前提とするのが、ブルデュー理論の特徴でもある。生育過程で刻印された文化資本の獲得様式が、その後の成人後の文化資本（＝性向のシステム）へと持続的に移転あるいは移調するという図式である。

このようにブルデューは、ハビトゥスは異なる場への転移が可能であること、単一ハビトゥスとして階級に特徴的なものであるとして提示していた。たとえばブルジョア階級の卓越化戦略や中間階級の文化的善意などは、階級のハビトゥスとして描かれている。もちろん階級内でも上昇傾向にある職種や没落傾向にある職種の人々のハビトゥスは異なっていることが述べられているので、持てる資本（文化資本と経済資本）の質と量によって、ハビトゥスも異なってくるわけである（Brourdieu 1979=1990）。

この意味では、幼少期の家庭環境の効果（読書文化資本と芸術文化資本）が成人期の文化資本に影響を与えているという研究はすべて、このハビトゥスの転移可能性を証明しようとするというものである（たとえば片岡 1992, 1996a, 1998g, 2000c, 2001）。

筆者の一連の研究も、とくに女性ではハビトゥスの転移可能性あるいは持続可能性は強いことを示していた。しかし女性とは異なり、男性では幼少期の家庭環境での文化資本の獲得（とくに美的性向）に関する社会化経験は、その後の文化資本に転移する人もいるが、確率的には男性では転移率も持続性もかなり悪いのである。文化弁別力としてハビトゥス（文化の知覚認識図式）を測定した片岡の研究では、世代間の地位移動、とくに父階層から現在階層への下降移動の結果、階級の文化弁別力は女性では保持されるが、男性では消えてしまう（片岡 1996b）。

男性のもつハビトゥスは一世代内では異なる場で移調あるいは転移されてい

るかもしれないが、男性の幼少時文化資本（子ども時代に家庭で家族によって与えられた文化環境や文化的経験の指標）に関しては、男性のその後の人生の文脈、たとえば学力競争や職場環境などの場において、転換も転移もしにくいのである（片岡 1998g）。

さらに、写真に関する反応を調べたブルデューと類似した方法で、美的性向を調べた調査結果（川崎市調査）では、男性においてのみ、美的性向は階級差も示さなければ、学歴差も小さかった。女性ではこれらの地位の差異が存在している。写真趣味で明らかとなった男性の美的性向は、女性に比べると低く、階層差もほとんど見いだせないという事実が調査から明らかになっている（片岡編　2000d）。

ただし神戸市調査データでは、男性の正統文化消費を従属変数として共分散構造分析を用いると、階層的な背景が学歴を通して、正統文化消費へとつながるルートが明確で、ハビトゥスの転移可能性を示唆する結果となっていた（片岡 1992）。

また分類との関係でいえば、例えばクラシック音楽は高尚な音楽で、演歌のような大衆的なジャンルは高尚ではないという認識枠組み（知覚=分類図式）、いいかえればハビトゥスをもつことが分類行為であり、差異化でもある。よってクラシック音楽を趣味にしているブルジョア階級は、趣味により他者と差異化し、同時に分類もされている（クラッシックが好きなのはブルジョア階級という通念など）。

そしてある趣味で差異化して分類するハビトゥスをもつ人々は、他者の趣味に対しても同様の文化序列を適用する（=分類）が、同時にその分類図式によって自らも分類されているということになる。

たとえば「ジャズ以外の音楽、JPOP やアイドルの楽曲は音楽とはいえない」という趣味のこだわりをもち、排除的な感覚により文化的に卓越化しようとする人々がいる。しかし特定の正統的な趣味にこだわりを持ち、他の一般的・庶民的な趣味を排除するという文化的排他性を示す人々は、日本の調査結果をみた限りにおいて、ブルジョアにおいてさえ多いとはいえない。

ブルジョア階級にはクラシック音楽趣味が相対的に多いという対応関係は存

在するが、他の階級の人々もクラシック音楽を聴取しており、必ずしもクラシック音楽趣味が明確な階級差を示す記号とは強くはいえないのである。すでに4 節でも述べたように、日本の男性では、趣味の差異が、女性に比べて階層的地位や階級とは強くは結びつかないという傾向があった。

（2）ライールのブルデュー批判：単一ハビトゥスから複数ハビトゥスへ

フランスの社会学者、ベルナール・ライール（Lahire B.）は、ブルデューのハビトゥス概念への批判的検討を行い、複数ハビトゥスあるいは多元的ハビトゥスに関する研究で知られている（Lahire 1998, 2012, 鈴木 2007, 村井 2010, 2012）。

ライールによれば、人々の行為を理解する上で、ブルデューのいう「階級のハビトゥス」にすべて還元できない。異なる文脈を経験した「諸個人のハビトゥス」が重要だと述べる。いいかえれば、ブルデューのいうように単一的な階級ハビトゥスをもつ「単数的人間」ではない。そして、彼自身の経験的研究を通じて、異なるハビトゥスが個人のなかに存在する事例研究を通して、「個人化した社会学」や複数の多元的ハビトゥスをもつ「複数的人間」という観点を提唱している。

その理由として、ライールは「行為者は多元的に社会化され、多元的に決定されている」（Lahire 2012）と述べる。

ライールによれば、人々は異なるハビトゥスを文脈に応じてスウィッチしながら実践しているという。文脈という概念をライールが使用する場合、それは異なる社会化経験が異なる性向を形成するが、それは複数化しているため、ブルデューのいうような単一の階級のハビトゥスに還元できないことを強調する。

すなわち「同一の行為者が、異質で、矛盾する性向を共存させる内的複数性（la pluralité interne）を備え得る」（Lahire 2012）のである。

そして文脈が重要であると述べる。たとえば、高い文化資本をもっていても、移民として異なる国へ移住した場合に、その文化資本を発現できる文脈（たとえば仕事）がなければ、その資本は実践としては使えないままに終わるとライールは解釈する。

ライールの実践理論は、次のように定式化されている。

【身体化された過去の性向】＋【現在の文脈】＝【観察可能な実践】

別の用語に置き換えると、次のように表現もされている。

【性向あるいは能力（capacités)】＋【文脈】＝【実践】

あるいは

【行為の文脈の過去の往来を内面化した所産】+【現在の文脈】=【観察可能な実践】

ライールによれば、ブルデューの場の理論は「マクロ社会学の理論であり、場の行為者（agents）同士の特殊な資本の領有や（再）定義をめぐるさまざまな闘争に専心するもの」であるという。そして行為者の諸実践と諸表象を説明するには場ではなく「文脈化」の操作が重要であると述べる（Lahire 2012=2016）。

７．文脈と実践の関係

ライールのいう文脈とは何であり、文脈と文化実践の関係とはどのようなものか。そして調査で、これらをどう把握するか。

ライールは、「行為者たちは常に自身の行為を、全体的であれ局所的であれ、特殊な文脈に書き込む」という。そして文脈とは、ライールによれば、次の 2 つを意味している（Lahire 1998, 2012）。

①　「行為者を社会化する枠組み」（過去）

②　「身体化された性向を始動させる枠組み」（現在）

①は、ハビトゥス（性向）を形作る枠組みとしての文脈であり、過去の経験としての社会化を重視する。ここにはブルデューのいう、「文化の獲得様式」の問題が多く含まれている。しかしライールにとっては、社会化経験は多次元的で、複雑なものとしてとらえられているので、多様な形での文化獲得の履歴現象を含む概念である。そしてこの意味での文脈は、行為者に要請されたものであり、行為者を拘束する性質をもつ「文脈的な拘束」である（Lahire 2012）。それゆえ「性向」は行為者の過去によって形成されるとみる。

②の文脈の意味は、より個人化されている現在の個人の文脈をみていくことである。

ただし研究者がなにを文脈として設定するかによって、文脈は異なってくるという点について、ライールは「文脈の定義とは、社会空間の内部で働いている、相対的に分離した特殊な諸領域の分化という歴史に依存するものであると同時に、研究者たちの認識関心にも依存する」と述べている[10]。そして具体的に文脈とは、たとえば学校世界であり、職場環境であり、政治状況であったりするのである。

８．ライールの理論からみた文化的オムニボア

ミクロな「諸個人の社会学」として展開するライールの理論や文脈の概念を、量的データの解釈へと接合する試みは可能だろうか。

ライールは個人への詳しいインタビュー調査を行うことで、個人の中に多次元的なハビトゥスを見出し、それがいかに文脈によって発現したり、しなかったりするかという点を注意深く分析している。文化伝達の社会化の多様性や多元的な社会化を研究したライールによれば、個人の文化的プロフィールの分析は、その多様性が今日の社会の分化した構造からきていると論じている（Lahire 1998）。

すなわち異種混交的で矛盾をはらんだ社会化の影響力の存在があり、それが文化行動における個人内の多様性へとつながることを明らかにしたのである。

村井（2010）によれば文化的オムニボアという存在も、この意味では異種混交のハビトゥスをもった存在として、再定義できるという。

たとえば、多様な文化実践から複数ハビトゥスをもつのではないかと推測できる事例をあげておこう。

文化的オムニボアの事例

A さん（女性、20 代）：大学生のときから、市民オーケストラに所属し、クラシック音楽に傾倒しつつ、他方でお笑い芸人やその公演に足しげく通うコアな「お笑い」のファンである。彼女にとってお笑いを楽しむことは生活の一部であり、そこに何らかの特別な意味はないという。彼女がお笑い芸を実践することはないが、お笑いをこよなく楽しんでいる。しかし彼女の性向や

ハビトゥスにお笑いのもつ大衆性と類似するものがみつけられない。彼女の全体的な雰囲気は、まったく大衆性を感じさせないどころか、知的でさえあり品の高い人柄として他者からも信頼されることが多かったことから、性向の面では中間もしくは正統文化的であるように他者から見られている。（筆者による 2014 年インタビュー結果）

この例は、「お笑い」という文化が高学歴の若者にとって、身近で自らのアイデンティティや自己イメージとは無関係に愛好されるジャンルとなった事例とも読み取れるが、いずれにせよ、筆者が観察した中では、非常にレアなケースである。

この事例からみて、筆者が感じているライール理論に関する疑問としては、A さんは文化実践からみて、文化的オムニボアとなっている存在だが、本当に A さんは複数ハビトゥスの持ち主で、異質な美的性向をもっているのか。そして異質な性向をもつ至った特殊な（異種混交的な）社会化経験をした存在なのかということである。

いいかえれば筆者は、文化的オムニボアという存在は、本当に複数ハビトゥスの持ち主なのだろうかという疑問をもっている。

なぜなら筆者が行ってきた量的調査では、文化的オムニボア（雑食者）はサンプルに占める割合が過半数かそれ以上である多数派であるという事実がある。1995 年 SSM 調査でも約 6 割が文化的雑食者であった。後で示す川崎市調査では 75%ほど､4 人のうち 3 人までが文化的雑食者であった｡このことからみて、文化的オムニボアとは、わが国では、決して少数派ではなく、むしろ多数派である。それゆえに、すでに 6 節でも論じたように、これを複数ハビトゥスの持ち主として考えるべきなのか、それとも別の観点からとらえなおすべき現象なのかという疑問をもつのである。

文化全体がフラット化している（遠藤 2010）という言説には、実際の調査データがそれを否定しているので（たとえば片岡　2000c）、同意はできないが、文化の一部分、とくに大衆的な文化については共通文化にもなっているので、フラット化しているということもできる。しかしそれは文化の全体ではない。

そしてフラット化した文化、具体的には商業主義的な大衆文化にまったく接触しないで生きることは、実際に正統趣味ユニボアがごくわずかである（全体の1.8%）ことに示されるように、かなりむずかしいのも現実である。

しかし文化実践のひとつのハビトゥスとして、どの文化にも重要な価値をおかない楽しみ方、常に BGM やシーンメイキングとして文化を楽しむだけで、自分のこだわりやアイデンティティにも関わるまでの深さで音楽と対峙しないという関与の仕方を、「価値のフラット化」ということができれば、それは注８でも示したように、十分にありうるのである。

実際には、詳細な個別面接インタビュー調査を行わないと、ハビトゥスの複数性については判断がつかないと思われる。量的調査ではライフスタイルや価値観の差異を、階級フランクションとの対応関係で抽出して、その文化的特徴や価値意識を検討するという方策しかない。

さらにある部分集団に共通する特性が見出されたとしても、あくまでそれは特定の変数セットで構成された空間であり、それらの関係から抽出される一時的に構成された階級フラクションにすぎないともいえなくはない。とくに 2005 年以降の SSM 調査のように文化変数が少ない中で、分析を行うことは、予備調査で十分な検証ができていない限り、調査票も分析もアドホックなものとなりかねない。

９．文化実践と性向の背後にある文脈の多様性

量的調査において、人々の文化実践の社会化経験を測定することは、ある程度可能である。性向の背後にある過去の社会化の枠組みをライールは「文脈」と呼んでいた。以下では、社会化経験としての「(特定の) 文化との出会いの経験」を、過去の文脈と捉えて測定してみよう。

筆者は、以下でひとつの試みとして、文化活動を始める「きっかけ」のデータを、ライールのいう文脈概念の応用として扱い、データの解釈をする。すなわち後節で示すように、「文化との出会い」という過去の経験を問う質問として実施した。

いかにその文化と出会ったかを知ることは、性向を形作る文脈（社会化問題、

文化伝達問題）を明らかにすることであると同時に、現在の文脈、すなわち獲得した性向を実践へと転換可能かどうかを決定する文脈の両方をあらわす。また以下に示す 6 つの文脈タイプは、社会化経験の異質性を示している。

【性向を形づくる 6 つの文脈タイプ】

① 出身家庭文化の文脈＝親がやっていた、家庭教育や習い事
② 学校制度の文脈＝中学・高校での授業や部活動、
大学での授業や部活動で経験して
③ 職業・仕事の文脈＝就いた仕事の影響で
④ 現在の（生殖）家族の文脈
＝配偶者やその家族の影響、子育てや子供の影響で
⑤ 友人の文脈＝友人の影響で
⑥ メディアの文脈＝テレビや本でみて、またはインターネットでみて

以上の文脈の 6 類型とは、ある性向をもつであろう文化活動経験者のうち、その活動に興味をもったり活動を始めたきっかけを分類したものである。それは社会化経験の多様性や異質性を示唆している。

たとえば①出身家庭文化の文脈は、親の影響と家庭教育や習い事の影響を合併している。もちろん家族の影響も一枚岩ではなく、家族が複数であれば複数の異なる社会化を受けることはある。しかしある程度の類型化をすることで、量的データの分析に耐えられるケース数を集めることにした。

そしてここに「性差」というデモグラフィックな要素によって、同じ文脈にいても性によって異なる社会化を受けるという視点を導入する。

なぜなら同じ階級出身でも、生育のプロセスでその社会化は異なってくる。また出身階級が同じであれば、同じように育つ確率は高いが、必ずしもそうではないという結果もある。

ジェンダーによる社会化体験の違いは、そのひとつと考えられる。文脈のひとつである、習い事ひとつをとってみても、日本の場合、男子にはスポーツの習い事を親が奨励し、男の子らしさや体力、礼儀などを学ぶことを期待してい

る。それに対し、女子にはピアノや文化的な習い事を期待し、女性らしく、また文化的な女性になってほしいと期待していた（片岡 2006）。

獲得した性向は、それを形成した社会化問題として、教育学や教育社会学においてすでに解明されてきた部分もある。いいかえれば、これまで社会化経験の差異として解釈されてきた問題も、性向の背後にある文脈の多様性を理解するという形で、再解釈される必要があるだろう。

10. 調査の概要とデータ

（1）調査方法

本稿では、2 種類の質問紙法調査によって収集された量的データを用いる。

1）川崎市民調査（1999 年 1 月～2 月実施）

・母集団：　川崎市在住の 20 歳～69 歳（1999 年 1 月 1 日現在）。

・サンプリング：選挙人名簿より確率比例抽出法で 200 地点を抽出し、4000 サンプルに対して郵送法で質問紙調査を実施した。有効回答は 958 票で、回収率は 24%、男性 438 名、女性 518 名、不明 2 名。

2）学生文化調査（2017 年 10 月実施）

・首都圏大学 4 校（259 名）と地方大学 1 校（124 名）

・集合調査、自記式、質問紙調査。

・合計 383 名の有効票が得られた。

・うち理科系学部 1 校、文系学部 4 校

（2）調査内容

質問紙調査では、正統文化実践の 7 項目として、「美術館に行く」、「絵や陶芸をする」、「歌舞伎・能・文楽・狂言」、「クラシック音楽のコンサート」、「茶道・華道・書道をする」、「短歌・俳句をつくる」、「ピアノ・楽器演奏をする」の経験頻度を測定した。

中間文化としては、「ロック・コンサート」、「ジャズ・コンサート」、「野球・サッカー観戦」の 3 項目を使用した。

大衆文化は次の 6 項目で測定した。「カラオケをする」、「パチンコをする」、

「演歌歌手の公演をみにいく」、「競馬をする」、「競輪・競艇・オートレースをする」、「スポーツ新聞をよむ」。

11. 文化的オムニボアと文化消費パターン

上記の川崎市調査の分析から、文化消費のパターンを算出した結果、以下の点が明らかになった。

①「文化的オムニボア」は、全体の約 75%存在し、正統文化も大衆文化も両方を実践している人がもっとも多数派であることがわかった。

②「正統文化＋中間文化」の両方を愛好し、大衆文化はしていない層は、全体の 7.8%であった。

③正統文化だけを愛好する「正統文化ユニボア」は、わずかに 0.1%である。

④大衆文化ユニボアは、1.7%と少ない。

⑤中間文化ユニボアは、1.6%と少ないが、これは中間文化に該当する項目が少ないことに起因している。

⑥中間文化と大衆文化を実践する人々は、全体の 13.9%である。

⑦16項目の文化活動をどれも実践していなかった人はわずかに0.1%であり、文化的不活性群としたが、ほとんど存在しないことから、ここで使用した文化活動はほぼすべての人が何らかの形で関与する活動であり、人々の文化実践のかなりの部分をカバーできる項目であるといえる。

表１　文化パターン（川崎市調査）

文化パターン	構成比（%）	N
文化的不活性群	0.1	1
大衆文化ユニボア	1.7	14
中間文化ユニボア	1.6	13
中間文化+大衆文化	13.9	116
正統文化ユニボア	0.1	1
正統文化+中間文化	7.8	65
文化的オムニボア	74.8	622
合計	100.0	832

表 1 を作成するにあたり、何が正統文化であるか、あるいは中間文化、大衆文化であるかの判定は、別の調査で測定した文化威信スコアを根拠として採用している（片岡 1996b, 1998h）。表 1 の分析枠組と分析手法は、片岡（1998e、2000c）を踏襲している。

しかし最も望ましいのは、文化威信スコアだけでなく、その文化の歴史性や文化生産者のハビトゥス、文化消費者のハビトゥス、場の自律的システムの存在を検討したうえで、なにが正統的な文化であるかを検討するという方法を用いることである。

なぜならブルデューは正統的文化の特徴として、次の 3 つが一致するということを述べている。すなわち、①文化生産者（芸術家）のハビトゥス、②文化の消費者のハビトゥス、そして　③芸術〈場〉のように、文化の独立システムである〈場〉が存在することである。そして理論や技法などからなる、一定の価値体系を内包した芸術場が歴史的に形成され構造をもつというのである（Bourdieu 1979）。この 3 つが一致することで、正統文化が歴史的に形成されているといえる。

さらに文化の正統性とは社会空間の力関係、いいかえれば持てる資本を動員した象徴闘争によって生まれていると論じている。ブルデューは象徴闘争を差異の空間としてとらえ、多重対応分析で析出した生活様式空間から、文化の象徴闘争を読み取っていく。一方、社会空間とは、資本（主に文化資本と経済資本）の量と構造によって決まる空間で、場において象徴的な闘争が繰り広げられている空間でもある。そして支配者は、彼らにとって都合のよい文化を正統として他の階級の人々に押し付ける権力をもっているがゆえに、彼らの愛好する文化が正統文化や正統趣味として認識されるようになる。

この意味で、よい趣味とは社会的位置空間内での力関係の産物なのである。だれもが諸文化を分類して等級づけてはいるものの、支配者層は特定の文化を他の階級の人々に押し付けることのできる権力があるので、文化の正統性というのは「恣意的な」もの、いいかえれば「押し付けの効果によって、あたかも自然的差異と誤認されるに至った社会的差異」であるとブルデューはいう（Bourdieu 1979）。

しかしすでに示したように、文化消費者の社会的地位や権力だけが、正統性の源泉ではなく、ブルデューによれば、たとえば乗馬やクラシック音楽が正統的だとみなされるのも、歴史的な蓄積として、これらがヨーロッパ貴族の愛好する趣味であり続けたことに根拠がある。

いいかえれば、[時間（歴史）＋権力による文化定義] によって、正統性が歴史的に形成されることになる。そして支配関係のなかで階層化され差別化された文化資本を、支配者層の押しつけの効果によって、あたかも自然的差異と誤認されるに至った社会的差異こそが、正統文化である（Bourdieu 1979）。つまり恣意的だが歴史的必然、歴史の所産でもある恣意として正統文化をとらえているのがブルデューである。

日本の正統文化が何であるかについては、各国ごとの芸術の歴史が異なっている以上、安易にフランスの正統文化の調査結果や議論を踏襲するのは危険である。本来であれば正統文化のそれぞれの歴史性から検討しなおす必要がある。

一般的には、正統文化の代表として、クラシック音楽と日本の伝統芸術である茶道や華道、短歌などを例として挙げることができる。歴史的な背景をも含む文化の歴史をひもとく必要があるが、多少、印象論的に述べさせてもらえれば、日本の音楽「界」にとって、クラシック音楽は外来文化であり、日本の伝統的な音楽の歴史と比べれば、その歴史は浅い。

商業主義との関係でいえば、日本のクラシック音楽は商業主義からはもっとも遠い距離にある。古くは蓄音機で、その後はレコードや CD で、クラシック音楽の複製を聴く機会は増えてきたが、その売り上げ額は音楽業界の中では小さい。

クラシック音楽の界が他の音楽ジャンルと比べて、商業主義的になることを比較的免れたのも、そのヨーロッパでの歴史もあるが、そもそも日本の鹿鳴館に代表されるような西欧化政策のなかで、支配者層の芸術として認知されたことでその正統性を確保したことが重要である。

それとともに舶来文化としてのクラシック音楽が上流・中流階級を中心に徐々に浸透していったといえよう。しかしそれは大衆性を獲得するという意味

ではない。

その一方で、日本の学校教育の中で、クラシック音楽は重要な位置づけを与えられ、保護されてきた。大学や学校のカリキュラムとして採用された結果、高等教育のなかで再生産のための位置を確保したほか、小学校や中学校のように、一般庶民が触れる学校文化の一部としても、再生産を果たしてきたといっても過言ではない。

クラシック音楽は学校の文化と結合することで、学校化した文化としても正当化されてきた。その意味では支配階級の文化というよりも、学校文化としてのクラシック音楽という別の面をもっていることも否めない。それゆえに、クラシック音楽は一般大衆にも認知され、再生産されてきたという側面もある。

とくに第 2 次大戦後に、中流階級の子弟がピアノを習うという習慣が人気となり、クラシック音楽はピアノを通じても、一般庶民にまで拡大していった（高橋 2001, 井上 2008）。

また宮本（2008）が指摘するように、音楽ジャンルの中で文化政策の公的支援の対象となってきたのが、そのほとんどがクラシック音楽関連であったという事実がある。

他の日本の伝統的な正統文化である伝統芸術や芸能には、文化庁に保護されなければ生き残れないほどになっているものも多い。江戸時代の支配階級の武家の男性文化であった茶道にしても、明治期以降は、大きな資本家や企業の支援なしには生き残れなかったと言われる。また一部の流派（裏千家）が学校を通じて、あるいは一般女性への普及をはかったことで、女性のたしなみとして定着し、茶道が今日まで生き残ってきた。そして都市部ではライフスタイルの変化によって、日本の古い正統文化も大きな変容をとげている。

12. 文化活動の多重対応分析（MCA）

川崎市調査では、全部で 26 項目の文化活動について、その頻度と始めたきっかけを同時に質問している。そのうち、本稿では 16 項目の文化活動項目に絞って [11]、関与・非関与のデータに変換し、ブルデューと同様の方法で多重対応分析（multiple correspondence analysis, 以下 MCA と略号で示す）を行った。

図 1 より、全体の文化様式空間（文化の差異空間）の付置関係をみておこう。ここでは文化活動のみの変数で分析しているので、生活様式空間とはいわずに、文化様式空間あるいは文化の差異空間と呼ぶことにしたい。

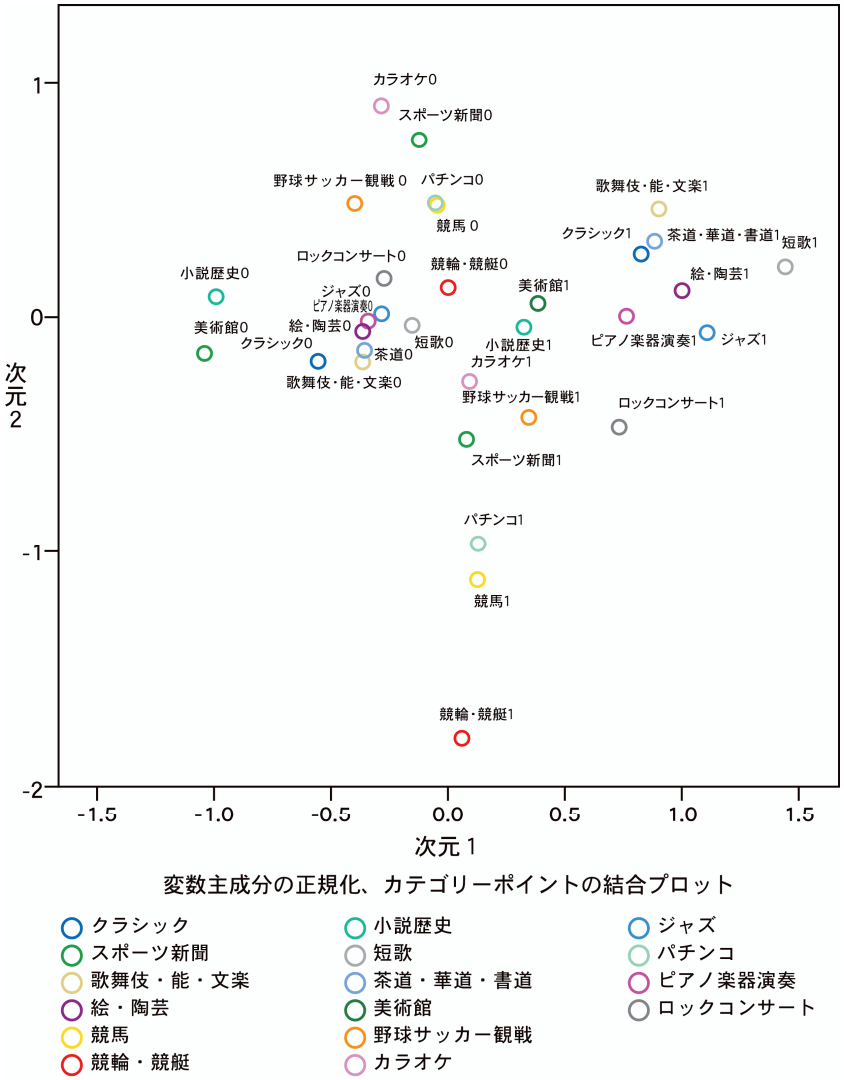
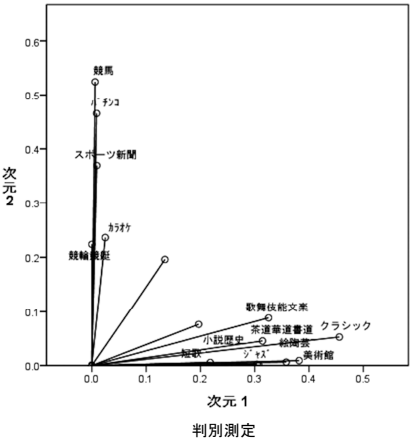


図 1　文化の差異空間の多重対応分析（関与＝１、悲関与＝０）

モデルの要約

次元	Cronbach のアルファ	説明された分散 合計（固有値）	説明された分散 要約イナーシャ
1	0.743	3.299	0.206
2	0.604	2.304	0.144
総計		5.603	0.350
平均	.686[a]	2.802	0.175

a. Cronbach のアルファ平均値は、固有値平均値に基づいています。



判別測定

MCA では各カテゴリー間の距離に意味があり、距離が近いほど関係性は強く、距離が離れているほど関係性は弱いことを意味する。また外れ値など人数の少ないカテゴリーは図の周辺部に配置される傾向がある。

図 1 の各ドットのカテゴリー名の最後に付加されている数値（0 と 1）の意味は、その活動に関与していれば 1、非関与カテゴリーは 0 である。たとえば「クラシック 1」とはクラシック音楽のコンサートに行った（関与した）人々のカテゴリーの各軸（次元）における平均点の 2 次元上の位置を表している。

図 1 に明らかなように、文化の差異空間は、正統・中間文化の 1 軸（横軸）と、大衆文化の 2 軸（縦軸）で全分散の 35%が説明されている。このモデルの統計値は、上記にまとめている。この結果より、2 つの軸でかなりきれいに文化項目が分かれていることがわかる。

1 軸のプラス方向は、正統文化あるいは中間文化を表し、短歌を作る、ピアノをひく、能・歌舞伎・文楽をみる、クラシック音楽のコンサートに行く、ジャズのコンサートにいくなどが出現する。そしてマイナス方向はそれらの活動への非関与であることがわかる。

縦の 2 軸は、マイナス方向が大衆文化に関与しており、競輪・競艇、競馬、パチンコ、スポーツ新聞などの大衆的な活動に関与する方向である。プラス方向は、これらの大衆的活動には関与しない人々が表れる。

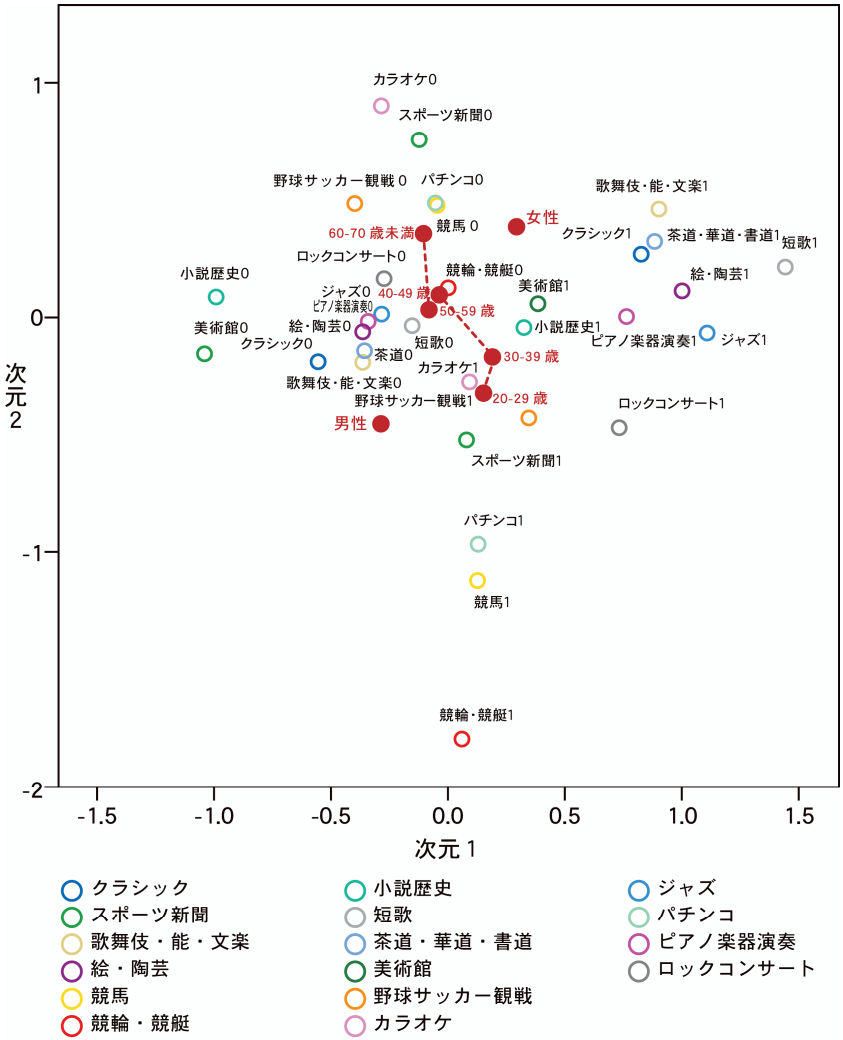


図 2　文化の差異空間における男女・年齢カテゴリー（関与＝１、悲関与＝０）

次に図 2 は、性別や年齢カテゴリーのデモグラフィックな変数を、補助変数（追加変数）としてプロットした結果である。文化の差異空間を構成する際に、これらの補助変数は使用していない。図 1 の文化様式空間の中で、これらのデモグラフィックな変数がどの位置にあるかを確認することができる。

文化の差異空間を析出したあとに、補助変数としてさまざまな属性変数を投入しプロットするという方法は、ブルデューの多重対応分析と同様の分析方法である。

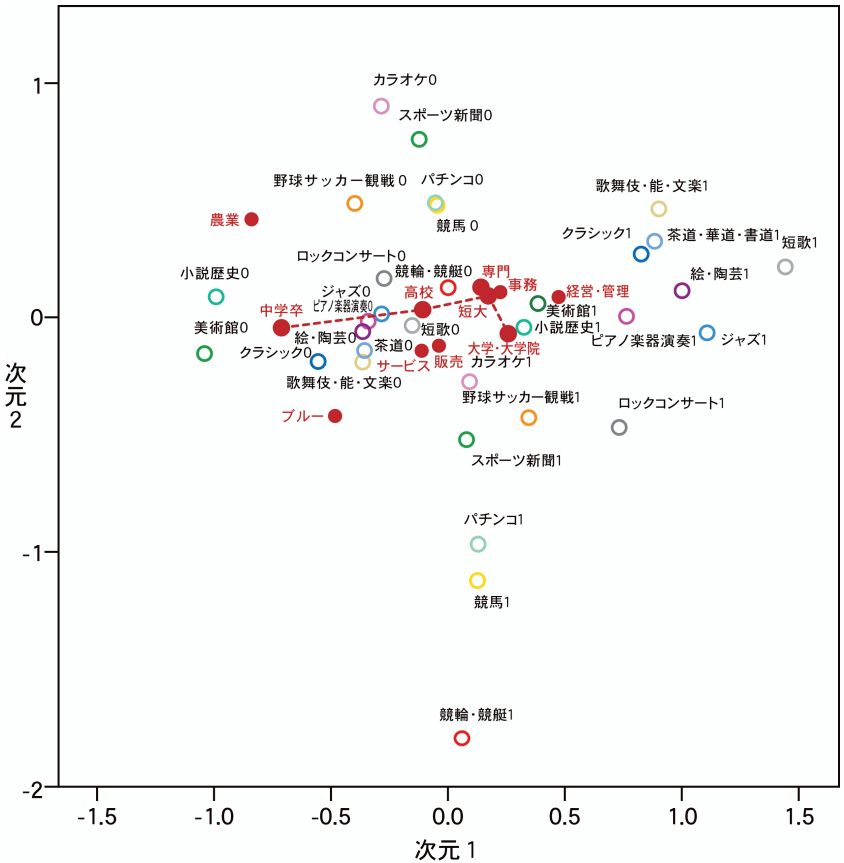


図 3　文化の差異空間における学歴と初職の位置

1995 年 SSM 全国調査において、筆者はブルデューと同様の方法で、より多くの文化項目からなる生活様式空間（差異空間）を析出し、地位変数を補助変数として重ね合わせる多重対応分析を行った（片岡 2003）。しかしブルデューの対応分析と同様に、使用する文化変数が多くなると軸の説明力が低下するこ

とや、図が煩雑になることから、今回の分析では過去の研究成果からみて弁別的に重要だと思われる文化実践の変数に絞って、差異空間を析出している[12]。

図 3 は、図 1 の文化の差異空間上で、本人の最終学歴と初職の各カテゴリーの重心をプロットした図である。次元 1（横軸）に沿って、学歴が左から右へ上昇し、初職も横軸と強い関係性があることがわかる。

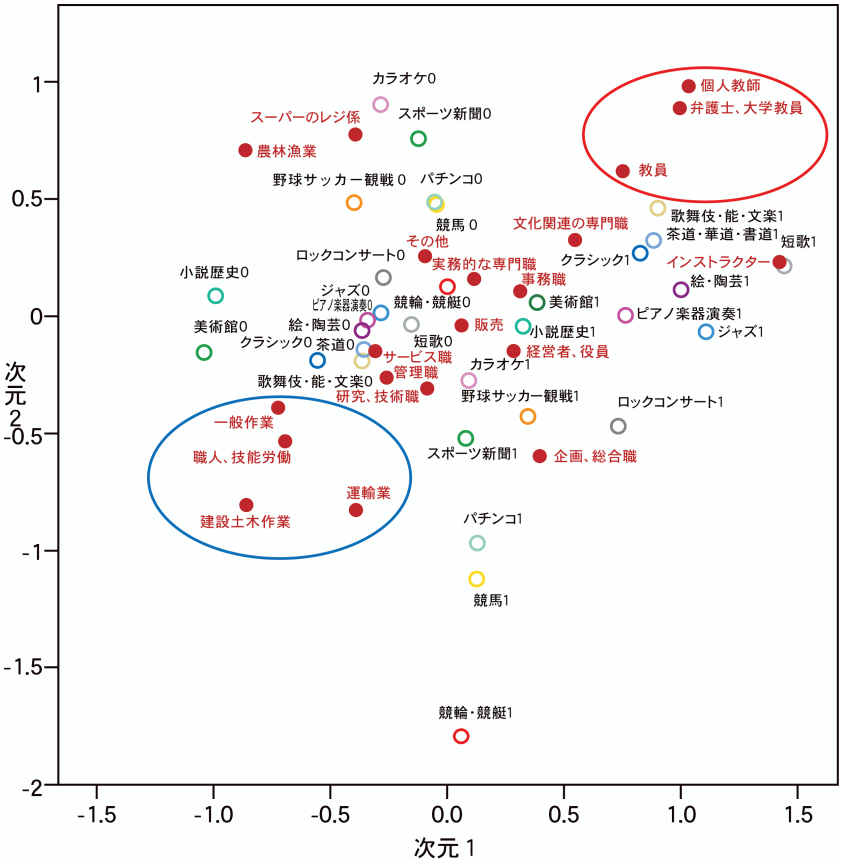


図 4　文化の差異空間における現在の職種の位置

次に図 4 では、現在の職種をプロットしている。第 3 象限から第 1 象限にむけて、いくつかの類似した職種群があることがわかる。第 1 象限で、正統文化

のみを実践する人々が、専門職である弁護士、大学教員、宗教家、個人教師のカテゴリーが近い距離でまとまっている。これらの職種は、文化実践において正統的で似通っている。中央原点付近には、事務職や経営者・役員、事務職、販売職が位置している。第 3 象限には、ブルーカラー職種のカテゴリーが多く見出された。

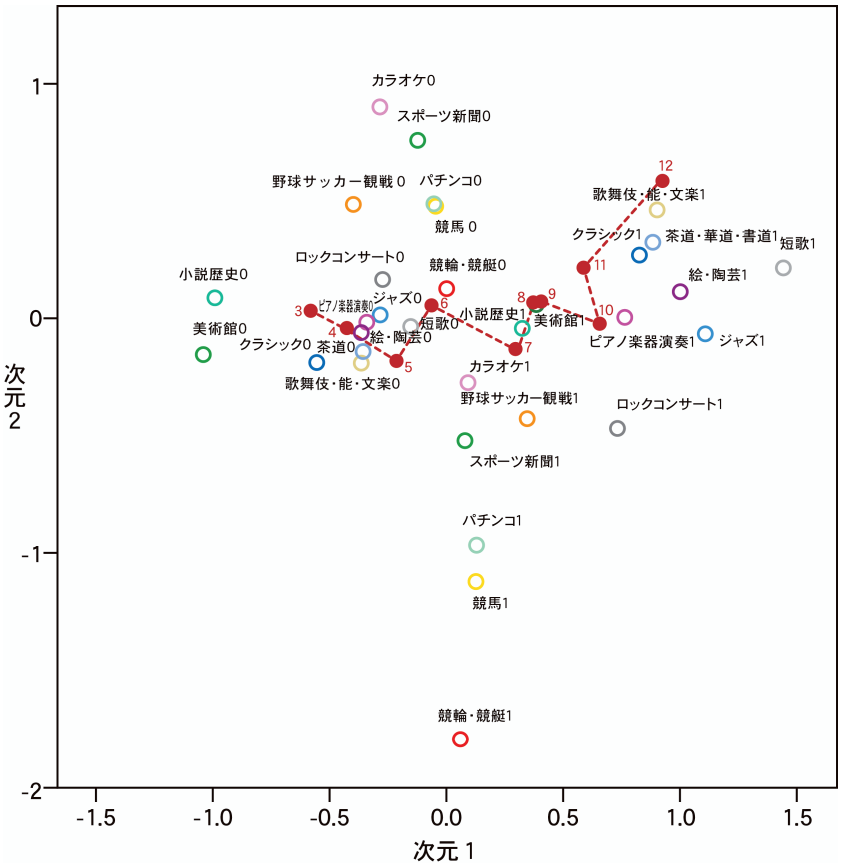


図 5　文化の差異空間における幼少時文化資本スコアの位置

図 5 は、幼少時文化資本の得点を測定し、文化の差異空間上にプロットした結果である。幼少時文化資本の得点は 3 点～12 点の範囲に分布しており、次の

3 つの質問項目のどれも経験したことがない場合に、3 点となる。また 3 項目をすべて「よくあった」と回答した場合は、最高点の 12 点となるので、点数が高いほど、子ども時代に家庭で家族から多くの文化的な経験させてもらったことを意味している。

得点の分布をみると、幼少時文化資本は 1 軸（次元 1）とパラレルであり、正統文化・中間文化と強い関連性をもつことがわかった。

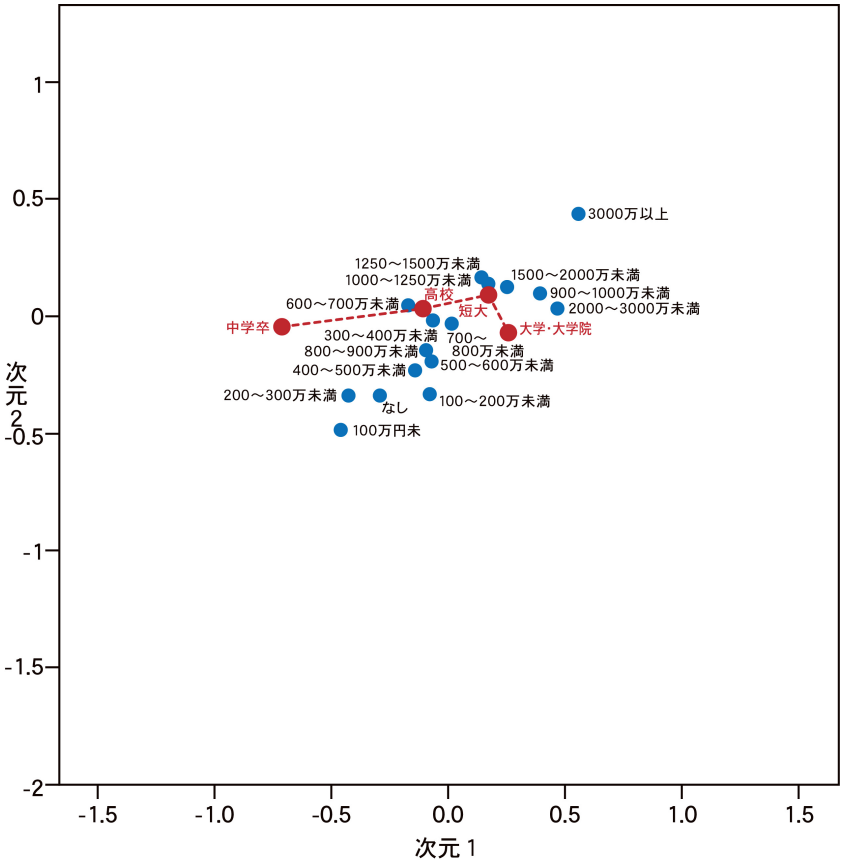


図 6　文化の差異空間における世帯年収・学歴の配列

図 6 は、経済資本の一つである世帯収入と学歴の各カテゴリーを、図 1 の文化の差異空間上にプロットした結果である。この図と図 1 を重ね合わせること

で、どのような職種と文化実践が対応しているかをみることができる。収入カテゴリーは、経済力の低い世帯が左下の第 3 象限に位置し、右上がりで、第 1 象限へと収入の高いカテゴリーへと移っていることがわかる。これに対して、学歴カテゴリーは 1 軸（次元 1）にほぼ平行して出現している。つまり学歴と世帯収入は、関連性は高いが、ゆるやかな交差配列を示すことがわかる。

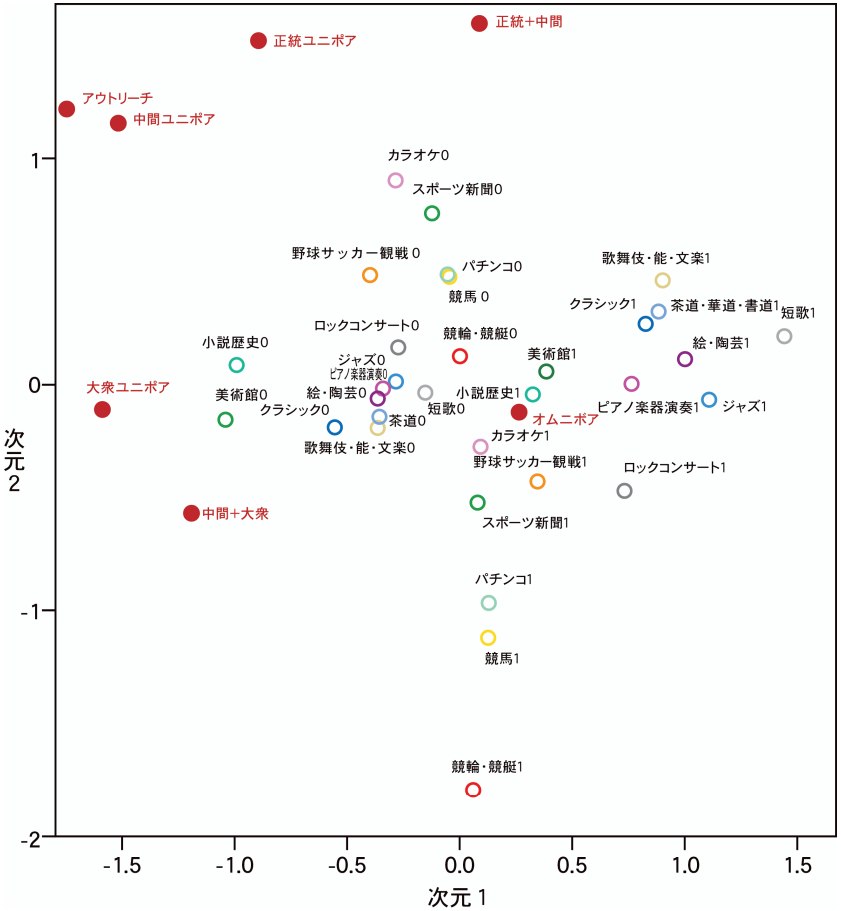


図 7　文化パターンの位置

図 7 は、文化の差異空間上に、各文化消費パターンのカテゴリーの平均得点を追記したものである。

最も人数の多い文化的オムニボアが中央に位置し、数の少ない文化パターンの集合は、周辺部に配置されている。多数派の文化的オムニボアが、原点付近に位置するが、これは対応分析の特性でもある。この図の配置をみて、文化的オムニボアが何を意味するかは、明確にはつかめないはずである。オムニボアであることを、多重対応分析で示すということは得策ではなく、カテゴリー間の距離の大小に意味があるのと、カテゴリーポイントに意味があるので、オムニボアを識別するうえで、MCA では表現できないといったほうがよい。

13. 文化活動のきっかけにみる文脈の多様性

7 節で説明したように、ライールのいう文脈は、過去の社会化経験を意味してもいる。そこで川崎調査では文化活動の経験頻度を問うとともに、各活動を始めることになったきっかけを尋ねている。使用するデータは、文化活動経験者（過去数年間）のうち、興味をもったり活動を始めたきっかけのデータである。ここからひとつの試みとして、文化活動を始める「きっかけ」を「文化との出会い」ととらえて、性向を形づくる文脈、いいかえれば文化の獲得様式の多様性を検討することにした。

実践の背後にある「文脈の多様性」とは、いかに文化と出会い、あるいは社会化されたかという社会化や文化伝達経路の多様性を測定することを意味している。

具体的には、同じ階級出身でも、生育のプロセスでその社会化は異なってくる。出身階級が同じであれば、同じように育つ確率は高いが、必ずしもそうではないというのがライールである。

日本の場合、異なるハビトゥスや性向が形成される要因として、階級以外では、ジェンダーによる社会化体験の違いが重要であった。文脈のひとつである習い事ひとつをとってみても、日本の場合、男子にはスポーツの習い事を親が奨励し、男の子らしさや体力、礼儀などを学ぶことを親は期待していた。そして女性にはピアノや文化的な習い事を期待し、女性らしく、また文化的な女性

になってほしいと期待していた（片岡　2006, 2009）。

文化消費のジェンダー差のように、過去の経験や社会化の差異が性向やハビトゥスの差異を生むという問題は、ある程度は社会化問題として、すでに解明されてきた部分も大きい。

（1）正統文化活動の文化獲得様式

表 2 と表 3 は、文化活動をはじめたきっかけについて、男女別、年齢・学歴別に集計した結果である。また下段に示した大学生データは調査時期が 2017 年と最も新しいものである。表 2 は主な正統文化活動であり、表 3 は大衆文化活動についての結果である。

表 2 から、川崎市調査の対象者である成人データでは、主な正統文化活動は、多様なルートで開始されていることが明らかになった。大学生データでは、美術館訪問とクラシック音楽コンサート、ピアノ・楽器演奏等については、「親がやっていた」、あるいは「家庭教育や習い事」といった〈家庭文化の世代間伝達〉が強くあらわれた。

川崎市調査と大学生調査の結果の傾向が異なる点については、時代的変化の効果なのか、年齢や属性効果であるのかは、今後の検討課題としたい。

（2）文脈の階層性：家庭経由で伝達される階級文化

川崎市調査で測定した 26 種類の文化活動のうち、文化をはじめるきっかけとして「家庭経由」に着目した。26 項目のうち、出身階層変数（父職、父学歴、母学歴）による有意な差があった項目は、次の 6 項目であった。

「美術館訪問」、「クラシック音楽趣味」、「歌舞伎・能・文楽」、「ピアノ・楽器演奏」、「茶道・華道・書道」、「家庭でのパン・菓子作り」の 6 項目であった。またこれらの項目は、親や家族の影響で文化に出会っている確率が上層階層で高かった。

すなわちこれらの正統文化活動は、出身家庭の影響で子どもに伝達されやすい活動で、上層の階級文化となっている可能性は高い。

この 6 項目は 1995 年 SSM 調査において、筆者らの文化班が初めて文化活動

項目をブルデュー理論仮説によって調査票に導入することを提案したときに、最終的に選んだ項目と一致している。すなわち日本の階級文化を測定する上では、重要な項目であることが、川崎市調査での明らかにされた。ただし時代の推移や変化を考慮すべきなので、少なくとも 1995 年～2000 年前後では、この 6 項目の文化活動は、上層の階級文化を構成しているといっても過言ではない。

表 2　正統文化を始めたきっかけ

文化活動	文化威信スコア（1996 版）	きっかけ	親がやっていたから	家庭教育や習い事	学校の授業や部活動で経験して	ついた仕事の影響で	配偶者・その家族・子供の影響で	友人の影響で始めた	テレビや本で見て	インターネットでみて	合計
		属性	出身家庭	出身家庭	学校経由	仕事経由	家族経由	社会関係資本	メディア経由	メディア経由	%
美術館・美術展	67.4	男性(261)	6.1	3.1	13.1	11.1	27.2	13.0	26.4	—	100.0
		女性(368)	10.1	5.7	9.6	4.6	20.8	18.6	30.6	—	100.0
		40-59 非大卒(136)	1.5	2.2	2.9	6.6	35.3	21.3	30.1	—	100.0
		40-59 大卒(121)	6.6	5.8	13.3	10.7	24.8	14.0	24.8	—	100.0
	大卒に短大を含む	20-39 非大卒(84)	8.3	6.0	9.5	6.0	17.9	11.9	40.5	—	100.0
		20-39 大卒(179)	19.6	2.8	15.7	2.8	12.3	17.3	29.6	—	100.0
		大学生(189)	32.8	7.9	16.9	10.6	—	9.0	10.1	12.7	100.0
クラシック音楽会へ行く	63.3	男性(124)	5.6	7.3	16.9	8.1	29.8	19.4	12.9	—	100.0
		女性(236)	8.5	11.0	16.9	4.7	25.4	25.4	8.1	—	100.0
		40-59 非大卒(74)	2.7	5.4	5.4	4.1	40.5	33.8	8.1	—	100.0
		40-59 大卒(68)	4.4	8.8	16.2	10.3	30.9	16.2	13.2	—	100.0
		20-39 非大卒(40)	10.0	5.0	30.0	7.5	10.0	25.0	12.5	—	100.0
		20-39 大卒(113)	14.2	15.0	23.0	3.5	18.6	18.6	7.1	—	100.0
		大学生(84)	34.5	9.5	39.3	1.2	—	7.1	4.8	3.6	100.0
能・歌舞伎・文楽・狂言	61.6	男性(63)	7.9	4.8	20.7	19.0	19.0	14.3	14.3	—	100.0
		女性(190)	12.6	8.4	17.3	7.4	17.4	24.7	12.1	—	100.0
		40-59 非大卒(55)	3.6	7.3	1.8	10.9	20.0	40.0	16.4	—	100.0
		40-59 大卒(54)	7.4	7.4	16.7	13.0	18.5	18.5	18.5	—	100.0
		20-39 非大卒(22)	4.5	9.1	31.8	22.7	9.1	13.6	9.1	—	100.0
		20-39 大卒(62)	21.0	1.6	41.9	3.2	9.7	11.3	11.3	—	100.0
		大学生(58)	10.3	10.3	58.6	1.7	—	6.9	6.9	5.2	100.0
絵を描いたり、陶芸をする	60.8	男性(76)	2.6	14.5	38.1	6.6	5.2	17.1	15.8	—	100.0
		女性(162)	5.6	22.8	26.5	4.9	7.4	19.8	13.0	—	100.0
		40-59 非大卒(40)	5.0	25.0	12.5	7.5	5.0	30.0	15.0	—	100.0
		40-59 大卒(39)	5.1	25.6	25.6	7.7	10.3	10.3	15.4	—	100.0
		20-39 非大卒(42)	4.8	19.0	35.7	0.0	7.2	11.9	21.4	—	100.0
		20-39 大卒(85)	5.9	17.6	44.7	1.2	4.7	15.3	10.6	—	100.0
ピアノや楽器を演奏する	60.3	男性(77)	5.2	22.1	11.7	0.0	18.2	31.2	11.7	—	100.0
		女性(191)	2.6	55.0	11.5	6.8	12.1	8.4	3.7	—	100.0
		40-59 非大卒(29)	3.4	27.6	10.3	0.0	34.5	17.2	6.9	—	100.0
		40-59 大卒(52)	0.0	40.4	11.5	9.6	23.1	11.5	3.8	—	100.0
		20-39 非大卒(49)	2.0	42.9	16.3	2.0	14.3	16.3	6.1	—	100.0
		20-39 大卒(119)	5.0	53.8	11.7	5.0	3.4	14.3	6.7	—	100.0
		大学生(169)	5.3	36.1	47.2	0.6	—	7.7	1.2	1.8	100.0
茶道・華道・書道	58.8	男性(44)	18.2	40.9	13.6	6.8	9.1	9.1	2.3	—	100.0
		女性(208)	10.1	46.6	16.3	5.8	4.8	13.5	2.9	—	100.0
		40-59 非大卒(60)	11.7	43.3	13.3	8.3	5.0	16.7	1.7	—	100.0
		40-59 大卒(46)	17.4	34.8	8.7	10.9	10.9	13.0	4.3	—	100.0
		20-39 非大卒(40)	2.5	57.5	22.5	2.5	2.5	7.5	5.0	—	100.0
		20-39 大卒(77)	13.0	48.1	24.7	2.6	5.2	5.2	1.3	—	100.0
		大学生(56)	8.9	23.2	57.1	0.0	—	3.6	5.4	1.8	100.0

（3）学校ルートの文化活動

正統文化のなかで、きっかけとして学校の影響が強いのは、「絵・陶芸」「能・歌舞伎・文楽・狂言を見に行く」と「短歌・俳句」（結果略）であった。また年齢が若いほど、クラシック音楽は学校の授業や部活動という形の出会いが多く、学校の影響が強くでていることがわかる。

（4）市場化された文化活動

文化活動を始めたきっかけが、「テレビや本」であったり、「インターネットでみて」というメディア経由で始まる場合がある。若者であれば SNS を使っていると考えられる。

こうしたメディアを媒介として、文化に興味をもつのは、主に市場化されたコンサートや劇場公演のように、外出して出向く活動に多いことが、表 2、表 3 より明らかとなっている。

具体的には、「ロック音楽のコンサートに行く」、「漫才・大衆芸能をみる」（結果略）、「美術館へ行く」については、メディアを媒介として興味をもち、活動を始める人の割合が多い。

これらの活動は、いずれも市場化された文化活動であり、テレビで宣伝されたり、ネットで情報を入手しやすい活動である。つまり文化活動が市場化されればされるほど、情報にアクセスすることは若者にとって容易となっている。

（5）大衆文化活動

表 3 に示した大衆文化活動のきっかけについては、友人の影響が圧倒的である。大衆文化は、友人ネットワークで広がっていることがわかる。家庭の効果は少ないことから、多くの大衆文化活動は、家族から伝達される階層文化とは必ずしもいえないことがわかる。

表３　大衆文化を始めたきっかけ

文化活動	文化威信スコア（1996 版）	きっかけ	親がやっていたから	家庭教育や習い事	学校の授業や部活動で経験して	ついた仕事の影響で	配偶者・その家族・子供の影響で	友人の影響で始めた	テレビや本で見て	インターネットでみて	合計
		属性	出身家庭	出身家庭	学校経由	仕事経由	家族経由	社会関係資本	メディア経由	メディア経由	%
ロック音楽のコンサート、ライブに行く	43.8	男性(98)	1.0	3.1	6.1	2.0	13.2	53.1	21.4	—	100.0
		女性(148)	1.4	1.4	3.4	1.4	9.4	52.0	31.1	—	100.0
		40-59 非大卒(32)	3.1	6.3	0.0	0.0	25.0	43.8	21.9	—	100.0
		40-59 大卒(22)	0.0	0.0	4.5	4.5	27.3	59.1	4.5	—	100.0
		20-39 非大卒(57)	0.0	1.8	1.8	0.0	1.8	54.2	40.4	—	100.0
		20-39 大卒(121)	1.7	0.8	6.6	1.7	6.6	55.4	27.3	—	100.0
		大学生(95)	6.3	0.0	5.3	1.1	—	44.2	13.7	29.5	100.0
カラオケをする	42.6	男性(330)	0.3	0.0	2.4	31.5	10.3	53.6	1.8	—	100.0
		女性(365)	1.6	1.1	1.4	17.0	18.4	58.9	1.6	—	100.0
		40-59 非大卒(148)	1.4	2.0	0.7	22.3	28.3	42.6	2.7	—	100.0
		40-59 大卒(105)	1.0	0.0	0.0	45.7	12.3	41.0	0.0	—	100.0
		20-39 非大卒(133)	3.0	0.7	0.0	18.8	10.5	64.7	2.3	—	100.0
		20-39 大卒(208)	0.0	0.0	5.3	16.3	5.3	71.6	1.4	—	100.0
		大学生(346)	7.5	0.6	9.2	1.4	—	75.7	3.5	2.0	100.0
パチンコをする	24.8	男性(171)	8.2	0.0	1.8	5.8	2.4	73.1	8.8	—	100.0
		女性(134)	10.4	0.0	1.5	3.7	38.1	45.5	0.7	—	100.0
		40-59 非大卒(70)	10.0	0.0	1.4	2.9	24.3	57.1	4.3	—	100.0
		40-59 大卒(48)	2.1	0.0	4.2	6.3	10.3	68.8	8.3	—	100.0
		20-39 非大卒(60)	15.0	0.0	0.0	5.0	20.0	55.0	5.0	—	100.0
		20-39 大卒(96)	10.4	0.0	2.1	3.1	14.6	64.6	5.2	—	100.0
		大学生(54)	9.3	0.0	5.6	1.9	—	75.9	3.7	—	100.0
競馬をする	21.3	男性(156)	5.8	0.0	1.2	7.1	5.1	68.6	12.2	—	100.0
		女性(110)	3.6	0.0	1.8	5.5	40.9	46.4	1.8	—	100.0
		40-59 非大卒(70)	2.9	0.0	1.4	5.7	24.3	58.6	7.1	—	100.0
		40-59 大卒(30)	6.7	0.0	0.0	10.0	23.3	43.3	16.7	—	100.0
		20-39 非大卒(53)	13.2	0.0	0.0	5.7	18.9	58.5	3.8	—	100.0
		20-39 大卒(83)	2.4	0.0	2.4	4.8	18.1	67.5	4.8	—	100.0
		大学生(21)	33.3	14.3	0.0	9.5	—	23.8	14.3	4.8	100.0

（6）外出型文化活動

コンサートや演劇など、会場へ足を運んで経験する活動には、メディアの影響が大きく、かつ友人や現在の家族の影響が大きいといえる。天笠（2017）の知見とも一部合致する結果であった。

14. 結論と今後の課題

文化的オムニボアについて検討してきた本稿では、文化的オムニボアが複数ハビトゥスかどうかについて結論を出すことができなかった。しかし少なくとも、川崎市調査で示されたように、都市エリア住民で、かつ川崎市のように社会的格差の比較的大きな地域では、クラシック音楽や短歌・俳句などの正統的な文化実践は、たとえ正統文化が大衆化し文化的オムニボアが大多数になった社会においても、差異化・卓越化機能をもっており、家庭で相続される文化と

しても存続していた。

また、大衆文化への関与・非関与については、性や年齢などのデモグラフィックな変数が大きな影響を与えていることが多重対応分析から再確認された。片岡（2000c）で示されたように、日本の一部の大衆文化は階級に基盤をもつ文化ではないことが、再確認された。そして人々の大衆文化との出会いは、その大半が友人関係を通じたソーシャルネットワークやマスメディア、SNS 等であり、家庭文化や階級文化とはほぼ無関係であることも明らかになった。

文化的オムニボアの人々が、ブルデューのいう単一のハビトゥスか、それともライールのいう複数(多元的)ハビトゥスの持ち主であるかを判断するには、さらに質的調査が必要であるとともに、質問方法などの方法論的な工夫が必要である。今後の課題としたい。

「文脈」の問題は、文化実践の発現に関して一定の説明力をもっているといえるだろう。今後の課題としては、性向、あるいはハビトゥスや資本の履歴について、性向主義と文脈主義の関係を明らかにすることで、文化実践がいかに生成されるかについて、明らかにしたい。

注

1 北田（北田＋解体研 2017）は、瀧川（2013）の「生活様式空間と社会空間の相同性仮説」を引用し紹介している。瀧川のブルデュー批判は、「(ブルデューの文化の）対応分析の析出物が生活様式空間であるにもかかわらず、あたかもその空間が社会空間と同一であるかのように解釈されている」というものである。

2 文化的オムニボアをライール（Lahire）の理論とブルデューの理論から検討した先行研究として、村井（2010）を参考にした。

3 命題の形で示す特徴は、統計的な命題としていえることであり、決定論的な意味をもたない。確率論の問題、すなわち蓋然性が高いか低いかということである。統計的検証の結果、意味のある命題として提示できた結果を提示している。したがって命題に合致しないケースは当然存在する。ここでは蓋然性の高い因果関連を命題として提示するという科学的方法に準拠している。

4 Bennett らの研究（2009）でも同様の結果が示されている。

5 学歴資本は文化資本の一形態であり、「客体化した文化資本」と呼ばれている（Bourdieu 1986）。

6 1995 年 SSM 調査では、過去 5 年間に（文化威信スコアからみて）大衆文化であるカラオケ経験、パチンコ経験、スポーツ新聞や女性週刊誌を読んだ経験で、これらの 3 つのうち 1 つでも経験した人の割合は、全体の 86.3%であった。2005 年 SSM 調査でも数値にほと

んど変化はなかった。

7　イーグルトン（2000=2006）の言い方であるが、イーグルトンだけが考えているわけではない。

8　2017年末に筆者らが実施したインタビュー調査では、若者の一部にこのような嗜好性をもつ者が複数存在していた。つまりSNSやネットの検索エンジンで上位にきたものをチェックして、流行を知っておくことに意味を見出しており、そこから特にこだわって特定の趣味を形成するわけではない。このように文化の差異に価値を見出さない人々が増加しているのではないか。かれらは文化的オムニボアだが、特定の趣味やテイストを主張することはないのである。

9　例えば池上英子（2005）は教養文化の歴史的・政治的な起源を探求している。

10　この節については、村井重樹氏の助言を得た。記して感謝したい。

11　分析に使用した文化活動変数は、1995年SSM調査との比較も念頭に、分析に用いる文化活動を16項目に限定した。具体的には、正統文化7項目、中間文化4項目、大衆文化5項目である。正統文化や大衆文化の識別には、片岡が以前、第2回神戸市調査で測定した文化威信スコアを用いて判断したほか、1995年SSM全国調査で実施した文化威信スコアも参考にしている（片岡 1996b，1998h）。

12　なお、近藤（2011）は、生活様式空間と社会的位置空間を別々にMCAで析出するという方法で、2つの空間の相同性を検討した。これはブルデューの方法とは目的も空間構成の方法も異なるが、空間の相同性を検討する上では意味がある。なぜなら瀧川が指摘するように、ブルデューはこの2つの空間の相同性を前提としていたと考えられるからである。しかし社会的位置空間を構成するMCA分析において、近藤は保有する文化的財の項目を多数含めて、経済変数や地位変数とともに同列に扱って社会的位置空間を構成していた。つまり文化変数で構成された生活様式空間と文化変数も含まれた社会的位置空間を別々に構成して、この2つの空間が相同しているということを主張するが、両方の空間に文化資本と関連するカテゴリーが含まれているので、この2空間が類似するという結果はある意味そうであると予想できる。

ブルデューが社会的位置空間をMCAであえて構成しなかったのは、彼の理論においては、生活様式空間における象徴闘争がどの文化実践や文化的所有物の間で生じているかを識別し、経済資本、学歴資本や職業の相対的位置を見出すためであったと考えられる。

文献

天笠邦一，2017，「ソーシャルメディアの選択的利用に関する一考察　―趣味の選択とハビトゥスの観点から―」『学苑・人間社会学部紀要』916: 12-23.

Bennett, T, M. Savage, E. Silva, A. Warde, M. Gayo-Cal & D. Wright, 2009=2017, *Culture, Class, Distinction*, Routledge.（磯他訳『文化・階級・卓越化』青弓社）.

Bourdieu, Pierre, 1979=1990, *La distinction: Critique sociale du judgement*, Paris: Minuit, 石井洋二郎（訳）『ディスタンクシオン―社会的判断力批判―』I，Ⅱ，藤原書店.

――――, 1986, “The Forms of Capital.” in John G. Richardson.(eds.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. Westport: Greenwood, 241-258.

Bryson, Bethany, 1996, ““Anything but Heavy Metal”: Symbolic Exclusion and Musical Dislikes,” *American Sociological Review*, 61(5): 884-899.

DiMaggio, Paul, 1987, “Classification in Art,” *American Sociological Review*, 52: 440-455.
Eagleton, T.,2000=2006, *The Idea of Culture*, Blackwell,（テリー・イーグルトン『文化とは何か』大橋洋一訳，松柏社）.
遠藤知巳編，2010,『フラット・カルチャー 現代日本の社会学』せりか書房.
Featherstone, Mike, 1991,*Consumer Culture and Postmodernism*, Sage. 川崎賢一・小川葉子編著訳，池田緑訳，1999.『消費文化とポストモダニズム』恒星社厚星閣.
池上英子，2005,『美と礼節の絆　日本における交際文化の政治的起源』NTT 出版.
井上好人，2008,「幼児期からのピアノレッスンによって身体化された文化資本のゆくえ」,『人間科学研究』金沢青陵大学人間科学会，2 巻 1 号：1-6.
片岡栄美，1992,「社会階層と文化的再生産」数理社会学会編『理論と方法』Vol.7, No.1（通巻 11 号）: 33-55.
————, 1996a,「現代女性にとっての文化資本の意味―文化資本の転換効果に関する実証的研究」『関東学院大学文学部紀要』76: 103-128.
————, 1996b,「階級のハビトゥスとしての文化弁別力とその社会的構成―文化評価におけるディスタンクシオンの感覚」，数理社会学会編『理論と方法』Vol. 11，No.1（通巻 19 号）1-20.
————, 1997a,「家族の再生産戦略としての文化資本の相続」,『家族社会学研究』9:23-38, 日本家族社会学会.
————, 1997b,「家庭の文化的環境と文化的再生産過程および現代日本の文化構造―1995 年 SSM 全国調査データにみるわが国の文化的再生産過程―」,『関東学院大学文学部紀要』81: 187-237.
————, 1997c,「音楽趣味と社会階層―音楽趣味にみる象徴的境界―」関東社会学会大会，一般報告発表資料（於：明治学院大学）.
————編，1998a,『文化と社会階層』(1995 年 SSM 調査シリーズ 18 巻）1995 年 SSM 調査研究会.
————, 1998b「音楽愛好者の特徴と音楽ジャンルの親近性―音楽の好みと学歴・職業―」『関東学院大学人文科学研究 所報』22: 147-162.
————, 1998c,「家庭の文化環境と文化的再生産過程―正統文化と大衆文化―」，片岡栄美編『文化と社会階層』(1995 年 SSM 調査シリーズ 18』1995 年 SSM 調査研究会.
————, 1998d,「近代化の終焉と「文化と社会階層」研究および文化的再生産論」片岡栄美編,『文化と社会階層』1-14 頁.
————, 1998e,「現代日本の文化消費にみる象徴的境界―エリートからコーポレイト優位へ―」 ibid, 15-44.
————, 1998f,「文化の構造と文化消費者―文化活動の諸類型と社会階層の対応を中心に―」ibid, 87-112.
————, 1998g,「地位形成に及ぼす読書文化と芸術文化の効果―教育・職業・結婚における文化資本の転換効果と収益―」，ibid, 171-192.
————, 1998h,「文化弁別力と文化威信スコア ―文化評価の構造と社会階層」, ibid, 249-261.
————, 2000a,「ジェンダー・ハビトゥスの再生産とジェンダー資本」. 宮崎和夫・米川英樹編著『現代社会と教育の視点』，ミネルヴァ書房．177-200.
————, 2000b,『現代文化と社会階層』博士論文（博士（社会学）東京都立大学・博第 74 号，1-209.

――――, 2000c,「文化的寛容性と象徴的境界」, 今田高俊編『社会階層のポストモダン』(日本の階層システム 5) 東京大学出版会：181-220.
――――（編）, 2000d,『階層文化とライフスタイルの社会学的研究』平成 9 年度～平成 11 年度科学研究費補助金研究報告書，基板研究（B）課題番号 09410056.
――――, 2001,「教育達成過程における家族の教育戦略　―文化資本効果と学校外教育投資効果のジェンダー差を中心に―」, 日本教育学会『教育学研究』第 68 巻 3 号，1-15.
――――, 2002,「階層研究における「文化」の位置 ―階層再生産と文化的再生産のジェンダー構造―」『年報社会学論集』 No.15: 30-43.
――――, 2003,「「大衆文化」社会の文化的再生産―階層再生産，文化的再生産とジェンダー構造のリンケージ」宮島喬・石井洋二郎編『文化の権力―反射するブルデュー』, 藤原書店.
――――, 2006,「文化定義のジェンダー化に関する研究―言説からみる文化活動への意味付与と性役割意識」,『関東学院大学人文科学研究所 2005 年度所報』29: 65-85.
――――, 2008,「芸術文化消費と象徴資本の社会学―ブルデュー理論からみた日本文化の構造と特徴」,『文化経済学』6(1): 13-25.
――――, 2009,「子どものスポーツ・芸術活動の規程要因―親から子どもへの文化の相続と社会化格差」, ベネッセ教育総合研究所『学校外教育に関する調査　調査報告書』.
片岡えみ，2016,「友人選択の基準にみる象徴的境界 ――バウンダリー・ワークとしての友人選択」『駒澤社会学研究』48 号：39-70.
加藤晴久編，2002,『ピエール・ブルデュー　1930-2002』藤原書店.
北田暁大＋解体研，2017,『社会にとって趣味とは何か』河出書房新社.
小林盾，2017,『ライフスタイルの社会学』東京大学出版会.
――――・大林真也，2016,「分析社会学の応用：文化活動はオムニボア（雑食）かユニボア（偏食）か」『理論と方法』31(2): 304-317.
近藤博之，2011,「社会空間の構造と相同性仮説―日本のデータによるブルデュー理論の検証」『理論と方法』26-1 号.
小藪明生・山田真茂留，2012,「文化的雑食性の実相―ハイ=ポピュラー間分節の希薄化」『社会学評論』63(4): 536-551.
Lahire, Bernard, 1998=2013, *L'Hommme pluriel: Les ressorts de l'action, Nathan*,（『複数的人間』鈴木智之訳，法政大学出版局）.
――――, 2004, *La Culture des individus*, La Découverte.
――――, 2012=2016, *Monde Pluriel: Penser l'unité des sciences socsiales*, Seuil,Paris.,『複数的世界―社会諸科学の統一性に関する考察』村井重樹訳，青弓社.
宮本直美，2008,「正統な音楽・非正統な音楽―文化政策の公的承認機能」，東谷護編『拡散する音楽文化をどうとらえるか』勁草書房，79-105.
宮島喬・藤田英典編，1991,『文化と社会―差異化・構造化・再生産』有信堂高文社.
村井重樹，2010,「諸個人のハビトゥス―複数の諸性向と文化的実践の諸相―」『年報社会学論集』23: 176-187.
――――, 2012,「ハビトゥス論の現代的課題―集団から個人へ，あるいは統一性から多元性へ」『哲学』128: 87-108.
大前敦巳・石黒万里子・知念渉，2015,「文化的再生産をめぐる経験的研究の展開」,『教育社会学研究』97: 25-164.
Peterson, R. A., 1992, "Understanding Audience Segmentation: From elite and Mass to Omnivore and

Univore," *Poetics*, 21: 243-258.
Peterson, R. A. and R. M. Kern. 1996, "Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore." *American Sociological Review*, 61:900-907.
Peterson, R. A. and A. Simkus.1992, "How Musical Tastes Mark Occupational Status Groups." Pp.152-186 in *Cultivating Differences*, edited by M. Lamont and M. Fournier. University of Chicago Press.
鈴木智之，2007,「複数のハビトゥス――P.ブルデューから B.ライールへ」，山岸健編『逍遥する記憶』三和書籍，115-135.
高橋一郎，2001,「家庭と階級文化―中流文化としてのピアノをめぐって―」柴野昌山編,『文化伝達の社会学』世界思想社.
瀧川裕貴，2013,「P.ブルデューの社会空間論と対応分析について」2013 年 1 月 16 日ブルデュー新年会於上智大学報告原稿.

※本研究は、平成 28 年度駒澤大学特別研究助成「新しい文化資本の形成に関する基礎的研究」（共同研究・代表 片岡栄美）の研究成果の一部である。
また JSPS 科学研究費補助金基盤研究（B)、代表 片岡栄美（平成 29 年度～31 年度)、課題番号 17H02597 の研究成果の一部でもある。