

第3章

科学社会学(3)

社会調査の基本と技法について¹

瀧川 裕貴

葉山高等研究センター

1. 社会調査とは

1.1 社会調査＝「解釈」の意味

社会調査と言えば、アンケート調査がすぐイメージされるかもしれませんが、そういう量的調査も含めて、「社会調査とは解釈である」と規定できます。解釈とは何か。いろいろ難しい議論はありますが、簡単に言えば、意味についての仮説を提示し検証することです。

ブルデューの講義のときにも指摘しましたが、社会学では、意味や象徴の次元が社会的行為に対して与える機能を重視します。意味の次元に着目して、なんらかの仮説を提起することが解釈なのです。

たとえば科学社会学的研究として、物理学者、生物学者、経済学者など、いろいろな人にインタビューする場合、それぞれの対象者が「科学的」という言葉を使ったとしましょう。その人がどういう意味で「科学的」という言葉を使っているかは、決して自明ではありません。もちろんストレートにどういう意味で使っているのか尋ねることも可能ですが、その人がきちんと言語化して答えてくれるとは限りません。ですから、尋ねるだけではなく、その人のふだんの行動や書いている論文を調べて、その人が使う「科学的」という言葉の意味を確定しなければなりません。それが解釈なのです。ブルデューの講義でも指摘

1 本講義は盛山(2004)をテキストとして使用した。したがって以下で論じられる社会調査の「解釈性」や調査論理等についての見解は盛山の議論に大きく依拠している。特に参照が付されていないところもあるので注意されたい。

したように、その人が「科学的」という言葉を使うことによって、どのような社会的機能が働くかについて考えることも解釈です。

物理学者の使う「科学的」という言葉は、基本的には、客観的な、厳密な……などの意味があるでしょう。「ポスト構造主義的な反科学論者」が使う場合は、暴力的な、権力的な……などの意味合いがあります。それぞれのコンテキストを正確に理解するためには、調査するしかないわけです。それが社会調査という営みの基本的な意味です。

今の話をも別の角度から言うと、社会調査とは、未知の社会的世界に住まう他者と出会い理解することであるとも言えます。社会的世界とは、ブルデューの界同様に、その住人たちが行為や出来事にこめた意味、そしてその意味を帯びたモノやコトからなる意味世界のことを指しています。たとえば自然科学者にとっては、「ポスト構造主義的な反科学論者」は理解困難な他者ですが、いきなり理解不能と断定するより、まずは共感的に彼らを理解するように試みるのが大切です。ここに、社会調査の根本があります。

また、他者と出会うためには努力が必要です。われわれはふだんから、先入観や偏見にとらわれていますから、相手の言葉や態度でひとりよがり決めつけてしまいがちです。それでは社会調査になりません。他者と出会うための技法として社会調査を理解する必要があります。

他者との出会いという意味では、特に社会学は独特です。というのも、歴史学や民族学は、原則として過去や異民族を対象とするため、そもそも他者と関わることを所与の前提にしていますが、現代史や現代社会を対象とする社会学では、自覚的に他者と関わるという意識がきわめて重要なのです。そしてそのための技法が重要になってきます。

これについて、ブルデューは「認識論的切断」という言葉を使っています。つまり、われわれがもっている常識や先入観からいったん自分を切断する方法を身につけなければいけないということです。その具体的な手法については後述します。皆さんが今後、実際に社会調査を行なうかどうかは分かりませんが、他者と出会う方法として社会学

的分析の視角や技法について知っていることは、他の面でも力になることがあるでしょう。

1.2 倫理について

社会調査を先のように、「未知の社会的世界に住まう他者と出会い理解すること」と規定するならば、他者と関わるための最低限度の倫理がきわめて重要になります。

倫理の根本は、社会調査にあたり、調査者の特権性を前提としないことにつきまます。むしろ、他者に自分の知らないことについて教えるを乞うという態度が基本です。これは当たり前のことのように、あえて調査倫理を問題にするのは、過去の民族学や社会学で、しばしば倫理が守られていなかったからです。たとえば民族学における「未開社会」調査は、基本的に植民地支配のために実施されていたので、支配・被支配の関係が厳然として存在していました。社会学においても、下層労働者調査、農村調査など、支配者的な観点からの調査が数多く行なわれてきました。仮にそれらが、現状を救済するための善意に裏づけられていたとしても、民族学者が「未開社会」を調査する際の態度になりがちだったので。

そういうことに対する反省から、社会調査倫理が重視されるようになったわけです。皆さんも実際に調査する前には、一度「倫理規程」を確認するようにしてください。なお、一般社団法人社会調査協会のホームページに掲載されている倫理規定を転載しますので、参考にしてください。

倫理規定

<http://www.jasr.or.jp/content/members/documents/rinrikitei.pdf>

第1条 社会調査は、常に科学的な手続きにのっとり、客観的に実施されなければならない。調査者は、絶えず調査技術や作業の水準の向上に努めなければならない。

- 第2条 社会調査は、実施する国々の国内法規及び国際的諸法規を遵守して実施されなければならない。調査者は、故意、不注意にかかわらず社会調査に対する社会の信頼を損なうようないかなる行為もしてはならない。
- 第3条 調査対象者の協力は、自由意志によるものでなければならない。調査者は、調査対象者に協力を求める際、この点について誤解を招くようなことがあってはならない。
- 第4条 調査者は、調査対象者から求められた場合、調査データの提供先と使用目的を知らせなければならない。調査者は、当初の調査目的の趣旨に合致した2次分析や社会調査のアーカイブ・データとして利用される場合および教育研究機関で教育的な目的で利用される場合を除いて、調査データが当該社会調査以外の目的には使用されないことを保証しなければならない。
- 第5条 調査対象者が求めた場合には、調査員は調査員としての身元を明らかにしなければならない。
- 第6条 調査者は、調査対象者のプライバシーの保護を最大限尊重し、調査対象者との信頼関係の構築・維持に努めなければならない。社会調査に協力したことによって調査対象者が不利益を被ることがないように、適切な予防策を講じなければならない。
- 第7条 調査者は、調査対象者をその性別・年齢・出自・人種・エスニシティ・障害の有無などによって差別的に取り扱ってはならない。調査票や報告書などに差別的な表現が含まれないよう注意しなければならない。調査者は、調査の過程において、調査対象者および調査員を不快にするような性的な言動や行動がなされないよう十分配慮しなければならない。
- 第8条 調査対象者が年少者である場合には、調査者は特にその人権について配慮しなければならない。調査対象者が満15歳以下である場合には、まず保護者もしくは学校長などの責任あ

る成人の承諾を得なければならない。

第9条 記録機材を用いる場合には、原則として調査対象者に調査の前または後に、調査の目的および記録機材を使用することを知らせなければならない。調査対象者から要請があった場合には、当該部分の記録を破棄または削除しなければならない。

第10条 調査者は、調査記録を安全に管理しなければならない。とくに調査票原票・標本リスト・記録媒体は厳重に管理しなければならない。

盛山和夫氏の『社会調査法入門』(盛山 2004)は、調査倫理の三原則を次のように規定しています。

・インフォームド・コンセント

調査対象者の協力は自由意志に基づかなければなりません。調査者は対象者に調査趣旨をよく説明した上で同意を得る必要があります。アメリカ的な方法では、契約書を交わすこととなりますが、それはケース・バイ・ケースで判断すべきでしょう。日本では、契約書まで交わす必要はないかもしれません。いずれにしても、個々人が常識にのっとって判断すればいいことです。

このあたりの事情は、ジャーナリズムとは異なります。ジャーナリズムでは、あらゆる手を尽くして情報を引き出すことが最大の目的ですから、公表のための同意を得る必要はありませんし、ときには相手を感情的にさせて本音の意見を引き出すこともあります。しかし、学術的な調査の場合は、決してそのような行為をしてはなりません。仮に、ジャーナリズム的な手法で、興味深い結果が得られたとしても、その後同意してもらわなければ公表できないので意味がありません。

・ハラスメントの回避

これは調査対象者が不快に思うことは一切行わないということです。対象者に暴言を吐いたり、傲慢な態度をとるなどはしてはいけません。

・コンフィデンシャリティの保持

調査対象者のプライバシーの保護は、調査手法によっては、悩ましい問題に直面します。調査にあたっては、個人のプライバシー保護のために匿名性が大原則ですが、たとえば科学者のオーラルヒストリー調査のように、科学者のライフヒストリーを調べる調査では、匿名ということはありません。この点については、議論の余地があると思います。しかし原則として、コンフィデンシャルティの保持は尊重されなければなりません。

1.3 調査方法の選択

調査方法は多種多様に存在しますが、おおむね次のように分類できます。

- ・インタビュー
- ・オーラルヒストリー
- ・参与観察
- ・質問紙調査

これらの調査方法について、最も重要なことは、相互に排他的ではないということです。ですから、自分の知りたいテーマに応じて、1つないし複数を選択することが基本です。

2. 社会調査の企画・実施・分析

2.1 「良い調査」「悪い調査」を見抜く目とは

これまで、社会調査の基本的な考え方について説明してきましたが、次に量的調査、質的調査ともに、実際の調査をモデルにしなが、量的調査の場合は、サンプリング、ワーディングの仕方など、質的調査の場合は、コーディングの基本などについて実践的に学んでいきたいと思ひます。

まず、良い社会調査と悪い社会調査を見抜く目が必要です。数字や生のデータにだまされず、良い社会調査を見分けること——それが社会調査リテラシーです。そこで、失敗した社会調査の例から考えてみま

しょう。社会学者の佐藤郁哉氏は、『質的データ分析法』(佐藤 2008)の中で、悪い社会調査の例を以下のように分類しています。

- ・読書感想文型

テーマに関係した本や論文をいくつか読んで、それに対する自分の感想を書きつらねる。

- ・ご都合主義的引用型

自分の仮説や理論に都合のよいインタビューや資料だけを引用する。

- ・キーワード偏重型

1つの概念やキーワードだけで全体を説明しようとする。あるいは、自分で調査して、たまたまあるキーワードやフレーズを思いつくと、それだけですべて説明してしまおうとする。

- ・要因関連図型

概念図などを多用して説明したように見せかける。

- ・ディテール偏重型

いろいろな調査を通じて集めたデータをすべて網羅して説明しようとする。事実としてはいろいろ細かく記述されているが、理論や概念がなければ学術的な社会調査とは言えない。

- ・引用過多型

ディテール偏重型同様に、他人の引用ばかりで、自分の解釈がない。

- ・自己主張型

- ・解釈なきデータの羅列(多変量解析を含む)

以上は、佐藤郁也氏の分類による、主として質的調査にまつわる失敗例ですが、量的調査でも失敗例はあります。統計調査のワナとも言えますが、多変量解析によって得られたデータを羅列しただけで解釈のない社会調査も数多く存在するのです。では、どんな調査が良い社会調査なのでしょう。ある意味では、当たり前の指摘ですが、調査した事実の意義を明確な概念で解明し、地に足のついた理論で説明する調査が良い社会調査と言えるでしょう。

2.2 調査の企画立案

次に、ではどのようにして良い社会調査のための企画立案をしたらいいのか問題になります。それには2つのポイントがあると思います。

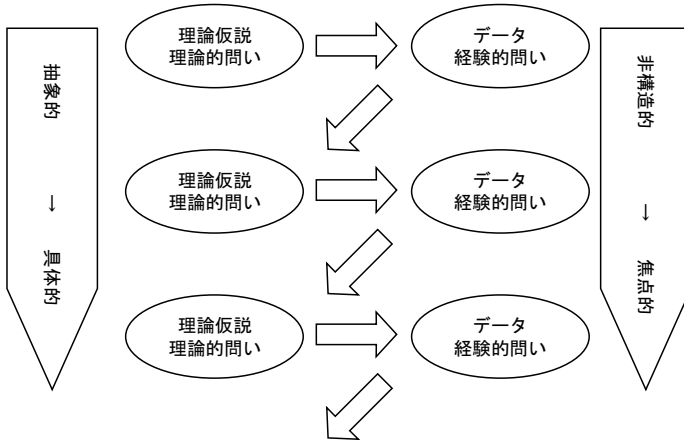
最も大事なポイントは、到達点のイメージをもつことです。自分が何を調べたいのか、そしてそのためには、どんな答えが得られれば、その問いに答えたことになるのか。問いと答えの両方のイメージをしっかりとつことです。もちろん最終的な答えは得られないかもしれませんが、ここまでの答えが得られれば調査は成功したと言えるだろう、という程度のイメージはもっておかなければなりません。ただし、調査の初期段階ではっきりした問いをたてられることはまれなので、調査を進めていく過程の中で、最終的にこのようなイメージをもつことができればよいと思います。その方法についても後述しますので、ここでは一般論にとどめておきます。

もう1つの重要なポイントは、良い問いをたてることの重要性です。人文社会学の場合、良い問いをたてるだけでも、十分な研究功績になりえます。1つの社会調査ですべてを明らかにすることは不可能ですので、それまで誰も思いついたことのない、良い問いをたてるだけでも意義は大きいのです。しかしそれは、机の前に座って抽象的に考えていてもできるものではないので、さまざまなデータや調査結果をふまえて考えていかなければならないのは言うまでもありません。

では、具体的には、どのようにして問いをたてていけばよいのでしょうか。概念図を【図1】のように示すことができます。この図から明らかかなように、社会調査においては、基本的にデータと理論の相互作用というプロセスをとります。最初は、理論仮説またはデータのどちらでもかまいませんが、まず理論的問いがある場合は、その問いをもとにデータを集めて分析します。それによって問いが具体的になり、理論的問いのステップが一段上がります。また、最初は漠然としていたデータも、もう少し焦点を絞って体系的に集めることができるよう

になります。そのデータを特定化された理論的な仮説で検証し、精緻化していきます。こうしたプロセスを経ていくわけです。

【図1】調査企画の概念図



仮に、最初に思いついたのが理論仮説だったとしましょう。あるいは、何かの本で得た知識からの仮説でもいいでしょう。たとえばブルデューの例で言えば、象徴資本によって科学者の位置が変わり、それによって科学界における戦略も変化するというのが理論仮説にあたるでしょう。これは抽象的な問いですから、それを経験的に検証する必要があります。そのためには、指標化しなければなりません。何を指標にするかについても、偏りがないようにすることは当然ですが、一方で、入手可能性や収集コストなどにも配慮しなければなりません。ブルデューは、人口統計指標、学歴など、比較的入手しやすい指標の他に、大学内権力資本などの新たな指標を考案しました。ただ、大学内の権力の度合いを経験的に調べるのはきわめて困難です。そこで、諮問委員会への参加度、勲章の数、学士院への所属の有無などの制度的な指標を選ばざるをえなかったようです。その他にも、さまざまな選択肢はあると思います。

いずれにしても、このようなかたちで、理論から経験的な問いにブ

レイクダウンしていかなければなりません。逆に、経験から理論へという方向も当然ありえます。それにもいろいろな方法がありますが、抽象的理論を経験的に確かめる例として、ブルデューは、科学資本などの指標化以外に、インタビューなどの質的研究による気づきをあげています。たとえば、そのうちの1つ、インタビューの仮想例を紹介しましょう。最初は、科学資本という抽象的な理論から出発して、科学者の評価の承認の付与などを探るためにインタビューしたのですが、その結果、次のような発言を引き出しました。

「Yは知的威信を保っていましたが、それは特別な形のものでした。彼が研究者ではないということ、……私は言ったものです。＜そうだ。研究じゃない。総合だ……彼は総合と大衆化の人間で、要するに学校の先生なのだ＞」「威信というものを過大評価してはいけないと思います。(地理学では) 知的価値への顧慮は純粋に大学的な権力よりもはるかに重視されません。…」(Bourdieu 1984=1997: 134)

このようなインタビューのデータを解釈して、科学者の評価には、純粋な科学資本と、大学の評価による世俗資本とがあるらしいと結論づけました。この解釈が妥当かどうかは議論の余地がありますが、このようにして問いが進んでいくわけです。これを、問いの漸次的な練り上げ(漸次構造化法)と言います。

なお、このように考えれば、インタビューなどの質的調査から始めて、焦点が絞られ、問いがある程度確定されてから量的調査という順序が基本になります。なぜなら、最初の段階ではかなり漠然とした問いしかないので、それによって質問紙の質問を作ったとしても、曖昧になったり外的外れになったりする可能性が高いからです。

2.3 量的調査と質的調査に序列はない

次に、具体的な調査の手法と分析方法について紹介します。細かく説明する時間はありませんので、概要だけにとどめたいと思います。一番強調したいのは、量的調査であれ質的調査に根本的な違いはないということです。この点を中心に説明をすすめます。

一般に社会調査では、量的調査と質的調査が区別されます。この区別は便利なので私も使っていますが、一方で誤解が多いのも事実です。まず重要なのは、量的調査と質的調査はデータの性質に関する区別であり、それ以上のものではない、ということです。量的調査は数値化されたデータを扱います。従って、学歴、階層などを尺度にして集計、解析すれば量的データになります。また、社会的態度、たとえば環境に対する意識などについて、「とても重要だと思う」から「まったく重要だと思わない」までの尺度を設定すれば、量的データになります。また、性別、既婚・未婚なども、0と1でコード化して集計すれば、量的データになります。その意味では、質的データも、コーディングなどの操作によって量的に変換することができます。量的に変換する意味は、統計的に処理したいからです。

それに対して、質的調査の「質的」という意味は、数値化されていないデータすべてを指します。文章、音声、映像など、数値化されていないすべてのものが含まれます。

似たような分類に、「統計的」と「事例的」があります。これもあまりいい分類ではありません。なぜなら、次元の違う対比が行なわれているからです。「統計的」は「量的」とほぼ同じです。ただし、先に指摘したように、文章や映像などの質的データも、どこかの側面に着目して量的化すれば、統計的処理ができます。たとえば、文章の中で使われているある単語の頻度を数えれば、量的データになります。それに対して、「事例的」というのは、ある1つの事例に注目して調査する方法を指しています。これは、量的でも質的でもありえます。

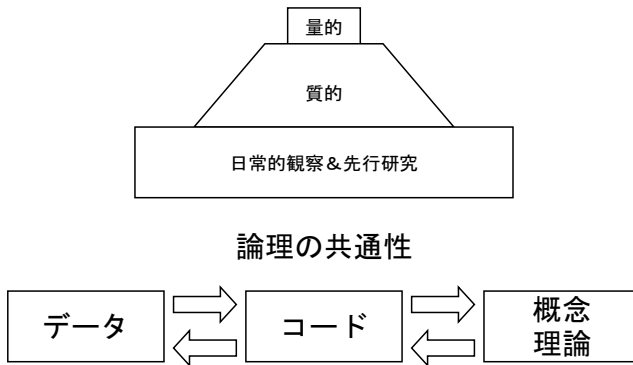
繰り返しますが、「統計的」と「事例的」は次元が違う概念で、おそらく「事例的」に対応するのは、「理論的(普遍的)」でしょう。事例的な調査では、ある1つの個別の事例を取り上げますが、それに対して、「理論的」という場合は、全体の普遍性に着目するからです。

このように、量的調査と質的調査の問題関心の違いを考慮すれば、両方とも事例を調べたいわけですが、ある事例の統計的な側面を調べたい場合は量的調査になります。たとえば、日本社会の階層構造を調

べる場合、階層分布、所得など全体の分布構造に関心があれば、量的調査をすることになります。それに対して、事例そのものを理解したい場合は質的調査になります。

いずれにしても、量的調査と質的調査の違いは、興味関心の差、及び対象のどの側面を知りたいかの違いと言えます。しかし、ある事例について知りたければ、全体の分布構造も知りたいし、事例そのものも特質も知りたいということで、両方の調査を行なう必要性も出てきます。したがって、両者の間に序列は存在しません。

【図2】量的調査と質的調査の関係



社会調査では、しばしばどちらの方法が優れているかという議論がなされているので、そうではないという認識が重要です。両者の関係は、【図2】のようにあrawすことができます。

すでに指摘したように、最初に問いが絞れていない段階では、質的調査が基本になります。その後、問いが絞られ、全体の分布構造などに関心がある場合に、量的調査を行ないます。しかし、それも杓子定規にとらえる必要はなく、量的調査の前に、必ず質的調査をしなければならないというわけではありません。われわれはふだん日常的な観察によって社会からさまざまな知識や情報を得ています。たとえば、皆さんが、ある科学社会的な調査をしたいと思ったら、現在生きて

いる社会の中で、確かめたい問いが、ある程度具体的になっている場合もあるでしょう。そのときは、最初から量的調査を行なうことも可能です。あるいは、すでに先行研究がかなりあり、問いが絞り込まれている場合もありますので、そのときは先行研究を参考にしながら、量的調査を行えばいいでしょう。

2.4 量的調査の進め方

●ランダム・サンプリングについて

次に、量的調査の基本的な進め方について説明します。量的調査は統計的な処理を行ないますので、まずどのようにサンプリングするかが問題になります。基本は、ランダム・サンプリングです。すなわち、ある母集団から固体を等確率で抽出する方法で、その抽出方法には、単純無作為抽出法、多段抽出法、層別抽出法、系統抽出法などがあります。

このように、ランダム・サンプリングの意味自体は明確ですが、実際にやろうとすると、かなり大変です。たとえば、渋谷を歩いている人に行き当たりばったりで声をかけ、内閣支持率について質問する方法は、ランダム・サンプリングでしょうか。渋谷を歩いている人は若者世代が多いし、渋谷が日本を代表しているわけでもありませんから、これはランダム・サンプリングとは言えません。「東京圏に住み、渋谷に來ている若者」が高い確率で選ばれています。

同様に、東京23区住民を母集団として、23区の電話帳から無作為に選んで電話をかける方法は、一見ランダム・サンプリングのような気がしますが、電話帳に登録している人という偏りがありますから、これもランダム・サンプリングではありません。現在では、電話を所有できないほど貧困な世帯はほとんどないでしょうが、携帯電話中心の若者の単身世帯では固定電話をもたないケースも多く、電話帳に登録されている確率はかなり低いと言えます。このように実際には厳密なランダム・サンプリングは困難なので、現在、もっともよく使われるのが、有権者を母集団として、全国の有権者名簿からランダムにサン

プルを抽出する方法です。

また、ランダム・サンプリングはいつ必要か、必要でないかという問題もあります。必要でないときは、今調べたいことが社会的属性に左右されないと判断できる場合です。たとえば、皆さんも経験があるかもしれませんが、心理学では、学生に対して実験の依頼をして実施し、統計処理をすることがよくあります。これは社会調査的にはランダム・サンプリングではありませんが、心理学では、人間の心理は、人類・万国共通であり、社会的属性に左右されないという前提に立っているのです。このようなサンプリングも許されるわけです。

また、質的調査においてはランダム・サンプリングは不可能です。そもそも質的調査は、母集団におけるサンプルの分布を調べたいわけではなく、サンプルそのものに興味があるわけですから、ランダム・サンプリングをしないことが正当化されています。質的調査で本当に知りたいことは、サンプルの分析、解釈を通じての普遍的なレベルでの理論化なのです。

●ワーディング

ワーディングとは、量的調査の質問紙における質問文の言葉のことですが、これには以下のように、いろいろな問題があります。

- ・曖昧な表現
- ・難しい言葉
- ・ステレオタイプと言葉の偏り
- ・ダブル・バーレル
- ・キャリー・オーバー効果
- ・誘導質問

これについては実例を参照してみましよう。「世界価値観調査」(World Value Survey)はネット上でデータを完全公開していますので、これを素材として実際に検討してみます。ちなみにこの調査は世界共通調査で、日本語バージョンもあります。

→世界価値観調査

<http://www.worldvaluessurvey.org/>

- ・曖昧な表現

下調べが十分でない場合にしばしば生じる問題です。たとえば、科学技術に対する人々の態度を調査したいと思いついたとします。その際、「あなたは科学技術に賛成ですか、反対ですか」などのような問いを作ってしまうがちです。そういう聞き方に意味がある場合もありますが、あまりにも曖昧すぎます。

「世界価値観調査」では、まず「長期的に考えた場合、科学の進歩は人類の利益となるでしょうか。それとも害になるでしょうか」と曖昧に聞いていますが、これは戦略的に一般化した質問をしているわけです。その後ブレイクダウンして、「あなたは次のような意見に対して賛成ですか、反対ですか」と聞くかたちで分節化しています。たとえば「科学技術は私たちの生活をより健康に、楽に、快適にしています」とか「私たちは科学技術の進歩によって信仰を失っています」など特定化した問いで聞いています。

- ・難しい言葉

難しい言葉も避けたほうが賢明です。たとえば科学者の社会資本(ソーシャル・キャピタルが)を調べたいと思ったとして、「あなたはソーシャル・キャピタルが多いですか、少ないですか」と聞いても、誰も答えられないでしょう。「世界価値観調査」では、「一般的に言って、人はだいたい信用できると思いますか」「人と付き合いには用心するにこしたことはないと思いますか」という設問に対して、信用できると答える人が多い国は、信頼というソーシャル・キャピタルが多いと解釈できます。これも、理論的概念を経験的なレベルにブレイクダウンした例と言えるでしょう(もちろん、この問いで、実際にソーシャル・キャピタルが測れているかどうかについては、異論もあると思いますが……)。

- ・ステレオタイプと言葉の偏り

たとえば、「官僚」「天下り」などの言葉には、特定の悪いイメージが付与されていますから、「公務員」「民間への再就職」といった

言葉を使う配慮が必要です。

- ・ダブル・バーレル

質問文の中に、異なる2つの論理が入っていて答えられないという問いを指します。たとえば「喫煙は健康に悪いからやめるべきだ」という意見への賛否を問う場合、まず、喫煙が健康に悪いかどうかというところで判断が分かります(現在では、ほとんどの人が健康に悪いと認識しているでしょうが、少し前はそうでもありませんでした)。そして、喫煙をやめるべきかどうかでも意見が分かります。

この設問では、「喫煙は健康に悪い」と「喫煙をやめるべきだ」のどちらを聞いているのか分かりません。健康に悪いとは思っていないが喫煙をやめたいと考えている人は、どう答えていいか分かりません。こういう場合は、2つに分けて質問文を作らなければなりません。

- ・キャリー・オーバー効果

これは統計を読み解く社会リテラシー上の重要なポイントですが、キャリー・オーバー効果とは、ある質問文の順序が次の質問に影響することを意味しています。この効果を悪用すると、答えを誘導してしまえるので、注意が必要です。

- ・誘導質問

政府系の調査では、しばしば誘導的な質問が行なわれる場合があります。たとえば、ある「地球温暖化の中期目標についての世論調査」では、「あなたは、家電や自動車を買おうとするとき、性能はまったく同じで、本体の価格と買った後の電気代やガソリン代が違う場合、どれを選びますか」と聞いているのですが、その前に、「二酸化炭素を削減するためには、排出が少ない製品の普及が必要です。そういう製品は買うときは高いですが、後の電気代などは安くなります」という趣旨の但し書きがついています。

そうすると、予想通り、「買った後の電気代やガソリン代が一番安い製品」を選ぶ傾向になります。これは誘導質問の疑いが濃いと言えますが、どうも背景には産業界の圧力があるようです。こうい

う調査をしておいて、「世論」として、産業界に都合のいい結果が公表されるわけです。調査票を見れば、誘導質問であることは分かりますが、通常はそこまで掲載されません。ですから、結果に疑問があれば、調査票に戻って確認することが大切です。

●調査票の構成

調査票の構成にあたっては、フェイスシート項目が不可欠です。年齢、性別、家族構成、所得など社会的属性を問う項目で構成されます。したがって、調査票はフェイスシートと質問票の2つに分かれます。また質問も、同じような内容の質問はグループ化し、視覚的にも分かりやすくする工夫が大事です。

2.5 分析の方法

分析は、クロス表分析が基本になります。「世界価値観調査」のサイトでは、数値を自由に入れ替えて、クロス表まで作成することができますので、興味があれば自分でもトライしてみてください。

たとえば、環境のために自分の所得の一部を寄付してもいいかどうかを尋ね、階層意識をクロスさせると、低所得階層では寄付を拒否する確率が高いことがわかります。つまり、環境に対する意識は人びとの階層についてのアイデンティフィケーションと関連しているということがわかるわけです。さらに細かく関連の強さや関連性のパタン等を明らかにするためには対数線形モデルなどの高度な統計手法を使う必要がありますが、基本になるのはクロス表の分析です。ただし、どのような高度な統計手法を使うとしても、なぜそのような結果になるのか、なぜ環境意識と回想意識は関連しているのか、それはどのようなメカニズムによるのか、といった解釈を与えるのは理論です。クロス表を作成したり多変量解析をするだけでは研究にはなりません。

2.6 質的調査におけるコーディング

質的調査の大御所である、A. ストラウス、J. コービンの書いた教科

書『質的研究の基礎』(Corbin and Strauss 1998)に従って、実例を見ていきましょう。

【図3】世界価値観調査におけるクロス表の例

BASE=877 Weight [with split ups]		Would give part of my income for the environment				
		Total	Strongly agree	Agree	Disagree	Strongly disagree
Social class (Sjective)	Upper class	9 (100%)	22.20%	55.60%	22.20%	-
	Upper middle class	131 (100%)	13.00%	61.80%	19.10%	6.10%
	Lower middle class	400 (100%)	6.00%	64.20%	26.50%	3.20%
	Working class	262 (100%)	8.40%	53.80%	31.70%	6.10%
	Lower class	75 (100%)	4.00%	46.70%	32.00%	17.30%
	Total	877 (100%)	7.80%	59.20%	27.40%	5.70%

「10代の若者とドラッグ」についてのインタビューで、インタビュアーとインタビュイーのやりとりが記録されていますが、一文一文のセグメントに対して小見出しをつけてコーディングしています。このコーディングは、段落、文章全体など、いろいろなレベルで設定できます。調査の初期の段階では、まず一文一文に設定して、どんなことが語られているかを明らかにしていくことが望ましいでしょう。

たとえば、10代の若者のドラッグについての問いに対して、被調査者が「彼らが10代でドラッグをするのは、両親から解放されたいから」と答えた場合は、「反抗的な行為」とコードをつけます。続けて「私にとっては、それは1つの経験だった」に対しては「経験」[インビボ・コード]とコードをつけます。ここで、[インビボ・コード]というのは、

被調査者が使った言葉をそのまま用いたことをあらわしています。

同様に、一文一文、そこで何が語られているかにコードをつけていきます。このコーディング作業は、量的調査の考え方と基本的には変わらないという認識が重要です。コードをつける作業は、先ほどの質問紙の構造と基本的には同じだからです。このようにして、問いや問いの答えに対してコーディングすることによって、次第にデータが構造化されてきます。また【表1】のように、事例ごとに比較分析していけば、対象の構造が見えてきます。

【表1】事例のコードマトリクス

	コード1	コード2	コード3	コード4
事例1				
事例2				
事例3				
事例4				
事例5				

2.7. 理論・概念モデルと理論的サンプリング

このようなコーディング作業を通じて、コード間の関係を探ったりグループ化したり、また上位のコードを作るなどの方法によって階層構造を発見し、理論を構築していきます。それが質的調査のプロセスです。実際にどのような方法で構造を発見するかについては、いろいろな本でも紹介されていますので、それらを参考に、自分に合った方法を見つければよいと思います。社会調査の最大の目的は、普遍的な理論化ですから、一番重要なのは、いろいろな事例の比較を通じて、構造を発見することだと言えるでしょう。

なお、質的調査の場合、サンプリングの方法を理論的サンプリングによると言うことがあります。これは、理論的見込みに基づいてサンプルを選択することです。たとえば、ドラッグ調査で、男性の事例を複数集めたとしたら、当然、比較の意味で、女性の事例も集めたくな

ります。また、いわゆる下層階級の事例を集めたら、やはり比較の意味で、上層階級の事例も求めたくなります。つまり、質的調査においては、知りたい変数に基づいてサンプリングしていくことが必要となります。その意味で、同じ事例ばかり集めても、比較の意味がありません。

最後に、まとめとして、インタビュー、参与観察、質問紙調査だけがデータではないことを強調しておきたいと思います。文書資料（行政文書、日記、新聞、雑誌）や小説・映画、その他なんでも使えるものは使って、さまざまな角度からデータを集めるかことが大切です。また、もちろん先行研究の2次分析も重要で、そこから得られた理論や仮説を手がかりにして、データを通じて新たな知見を付け加えていくこともありえます。

【文献】

Bourdieu, P., 1984, *Homo academicus*, Editions de Minuit (=1997, 石崎・東松訳『ホモ・アカデミクス』藤原書店)

Corbin, J. M. and A. L. Strauss, 1998, *Basics of Qualitative Research : Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*, Sage (=操華子・森岡崇訳, 2004, 『質的研究の基礎: グラウンデッド・セオリー開発の技法と手順』医学書院)

盛山和夫, 2004, 『社会調査法入門』有斐閣

佐藤郁哉, 2008, 『質的データ分析法』新曜社