

調査者の先行知識及び概念認識が インタビュー調査に与える影響

木 戸 彩 恵
(京都大学大学院)

京都大学教育学研究科の木戸と申します。「調査者の先行知識及び概念認識がインタビュー調査に与える影響」というタイトルで発表させていただきたいと思います。

まず、化粧のイメージに関しては、化粧と言われて、まず何を思い浮かべますかということで、イメージとしては恐らく洗顔をしたり、お化粧品を使って化粧をする、あと目元のメイクアップとかが出てくるものと思われます。

広義に化粧行為の範囲を捉えるときには、一般的にメイクアップのイメージがものすごく強いと思われますが、化粧という概念には表面的につくろうというだけではなくて、スライド（表1）にあるようにスキンケア、ボディ

表1 広義の化粧行為の範囲

スキンケア	肌を健やかに美しくするお手入れ。洗顔フォーム、化粧水、乳液、マッサージクリーム、美容液などを用いる。「悪影響を取り除く」「バランスを整える」「活力を与える」「環境から守る」の4機能からなる（資生堂スキンケア美容理論より）
ボディケア	スキンケアのうち、特に首から下の部分に対するものを区別していう。ボディローション、サンスクリーンなどを用いる。
メークアップ	着色などにより容貌を美しく変化させる技法。通常、顔に対して行う。首から下に対するボディメイクもあるが、まれである。ファンデーション、アイシャドウ、口紅などを用いる。
ヘアケア	髪に対するお手入れ。広義には頭皮のお手入れも含む。シャンプー、ヘアトリックなどを用いる。
ヘアメーク	カットやセット、パーマ、染毛などによって髪的美観を増す技法。美容院で行ってもらうことが多いが、日常のセットにはヘアムースやワックスなどを用いる。
フレグランス	香りによって印象を演出し、楽しむもの。

阿部, 2006『ストレスと化粧の社会生理心理学』p. 35

ケア、メーキャップ、ヘアケア、ヘアメイク、あとフレグランスなども化粧行為の範囲に入っています（阿部, 2006）。つまりシャンプーだとか洗顔をすることも広義の化粧行為として含まれています。

それでは、男性の化粧というのはどういうものののかについて考えていきたいと思います。まず、デパートのコスメカウンターや伊勢丹のメンズ館、あと関西でしたら阪急のメンズ館などで、コスメティックカウンターがありまして、そこで女性のコスメカウンターと同じようにコフレのセットやコンシーラー、鏡などのセットが売られています。

メンズコスメがどのようにして普及してきたかということに関して、まず女性を対象とする化粧の市場拡大の飽和と鈍化が問題になった1962年以降に、ポマードなどに代わる整髪料としてバイタリス、ライオンとプリストルマイヤーズ社が開発したものが売られました。その後、メイクアップに関する男性化粧品の販売が始まりました。初めは、コーセーモダンによってファンデーションや眉墨などが売られていました。また資生堂ギアは、1987年の発売ですけれども、同じようにメイクアップ化粧品をメイクアップ化粧品を販売しました。しかし、あまり市場でのシェアは伸びず、その後、メトロセクシャル現象とスキんケアという言葉が出てくるくらいまでは低価格化粧品で、コンビニだとかドラッグストアで売られているような男性用化粧品が中心になりました。そこから2000年代に突入すると、資生堂のシセイドウ・メンという、少し高価格帯の化粧品が出てきました。さらに、本格的なスキんケアを目指すためにルシードがフェイスクリームを売り始めるなどという動向があり、少しバリエーションがふえてきたというような傾向がみられます。

続いて、実際にインタビューしていった場合に、男性が化粧のイメージをどういうふうに語るかということに関してお話しします（表2）。初めに、「化粧のイメージは」というふうに研究者が尋ねます。「化粧のイメージは」という問いに対して「女性のするもの」という答えが出てくる。そして「どうしてするの」と聞くと、「身だしなみだとか女性らしくなるためのもの」と協力者が答えられています。つまり、男性の化粧という言葉に対するイメージとしては、化粧は女性がするものであり、美しさを求める行為であって、

表2 化粧のイメージについての語り

発話のトランスクリプト	トランスクリプト 内容の要約
研究者： 最初に聞きたいのが、身だしなみ行動としての男性の化粧を研究してるんですけど、化粧ってどういうイメージがありますか？	質問：化粧のイメージは？
調査協力者： ああ～女性がするもの。 研究者： 女性がするもの。 調査協力者： 目を大きくやったりとか、っていうのが。。。 研究者： じゃ、自分とはまったく別の、例えば髪であったりとか彼女がするもの。 調査協力者： 女性がするものっていう。	回答：女性のするもの
研究者： なんでやると思いますか？	質問：どうしてするの？
調査協力者： 女性がですよね。身だしなみみたいなもの。女性はそれ…女性らしくなるための一つの手段。 研究者： なるほど。だからこそ、女性のものっていうイメージがあると思う。 調査協力者： そうですね	回答：身だしなみ、女性らしくなるためのもの

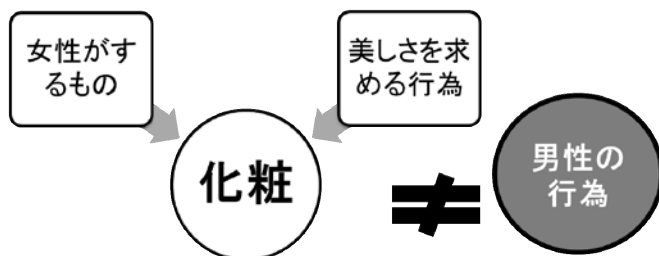


図1 男性の「化粧」概念に対するイメージ

男性の行為ではない、というような化粧＝男性というイメージがあまりないために、既に研究者と協力者の中でずれが生じていることが分かります（図1）。

これを踏まえて、調査者と協力者間でそもそもの前提となるイメージが異なる、もしくは異なる概念を扱う場合に、インタビューで何が起こり得るのかというリサーチ・クエッションを立てて、男性の化粧行為にまつわる語りを、女性がインタビューした場合にそこにあらわれてくる互いの認識のずれやトピックによる語りやすさ、語りにくさに焦点を当てて検討していきたいと思います。調査協力者は男性8名で、おしゃれや化粧行為に関心の強い男性を選定しています。

男性にとって許容できる化粧行為を使用率に基づいて分けてみました。使

用率の範囲は0%から100%、表中の左が0%で右が100%、25%刻みで使用率を聞いています。それぞれのグループの名前は私が分析した上で命名したのですが、100%から75%の使用率のものはベーシックケアで、75%から50%がアドバンスケア、50%から25%のものはラブチャーケアとなり、25%から0%がビューティフィケーションといったような分け方にしています(図2)。

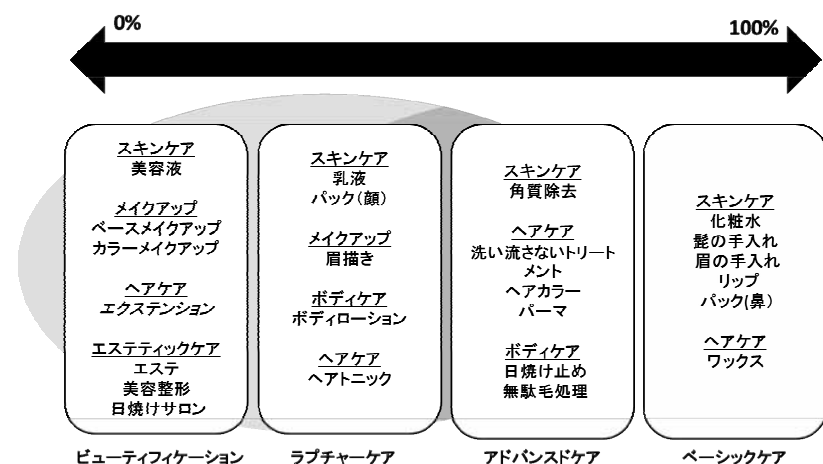


図2 男性にとって許容できる化粧行為の範囲とその頻度にもとづいた分類

まず、ベーシックケアの語りですが、ほぼすべてのケアというのが許容できるという語りによって構成されています(図3)。図の中でグレーに塗られている部分は許容の語りがあった部分で、色の塗られていない部分は非許容の語りとなります。

次にアドバンスドケアでは若干の非許容の語りが出てきます(図4)。比較的許容できる範囲が広いものの、そもそも必要性を感じない行為や、行為的にはデメリットを感じるものがこれにあたります。

ラブチャーケアの語りでは、ケアの中でも薬に近いイメージのものは許容範囲が広がっています。一方で、必要のなさや男性性と乖離しているものは非許容になっています(図5)。

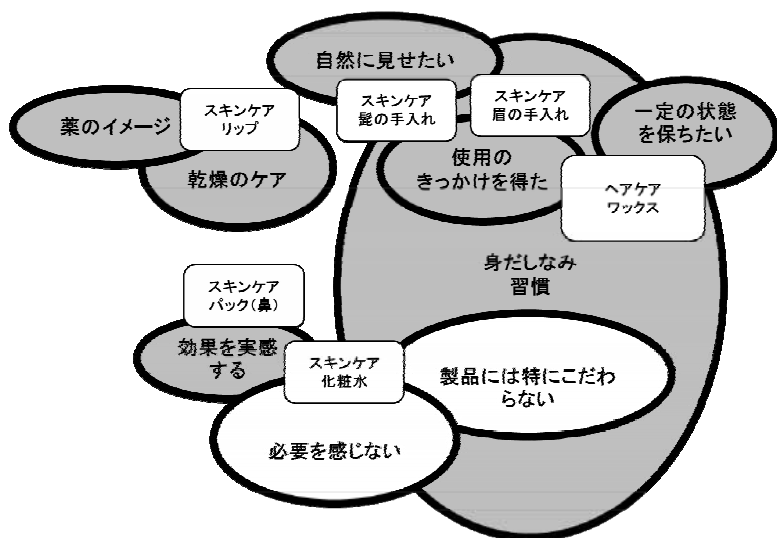


図3 ベーシックケアの語りの構図

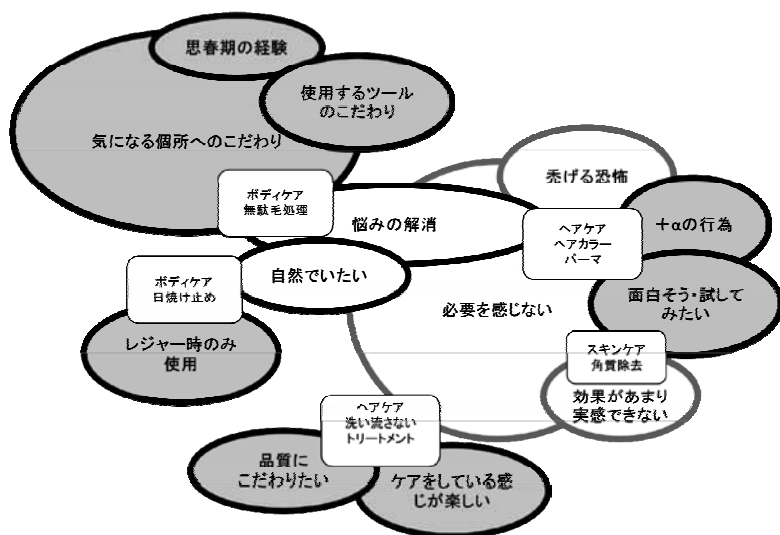


図4 アドバンスドケアの語りの構図

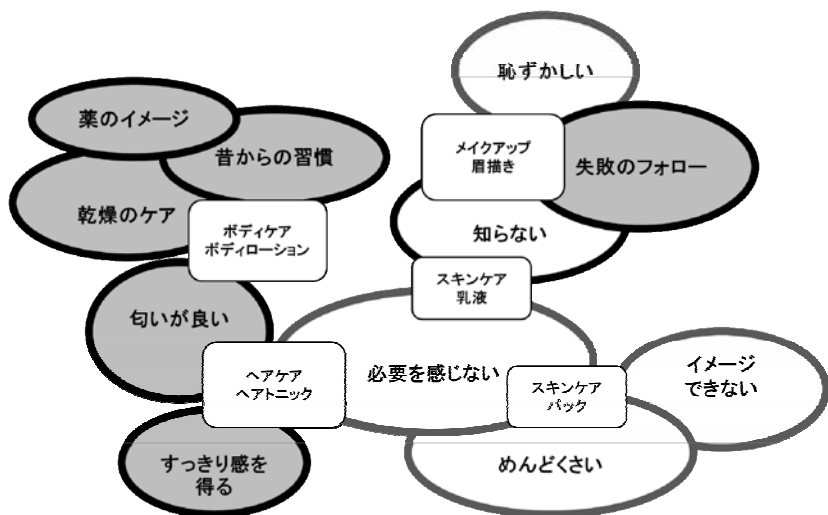


図5 ラブチャーケアの語りの構図

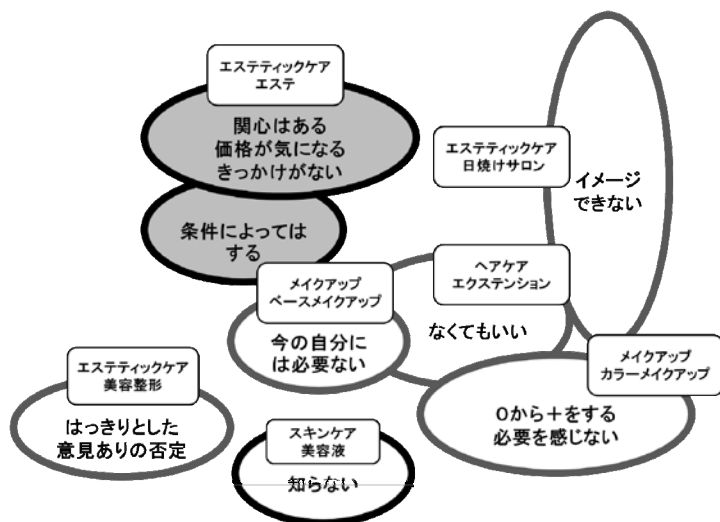


図6 ビューティフィケーションの語りの構図

最後に、ビューティフィケーションに関しての語りでは、許容されるものはエステだけだったのですが、何らかの状況が設けられた場合に関しては許容できるというような語りがでてきています。それ以外のものは、必要のなさ、あと男性性の乖離という意味では許容できないというように語られていました（図6）。

許容・非許容が決定していく経緯を、先ほどのケアとビューティフィケーションを上、下に置いて、実際の行動・関心から、実際の行動を示すまでの経緯を表現してみました（図7）。許容・非許容の経緯は関心を持って試してみる、他者の目で試せない、他者の効果があったにもかかわらず、男らしい行為ではないという点で分かれていることが分かります。

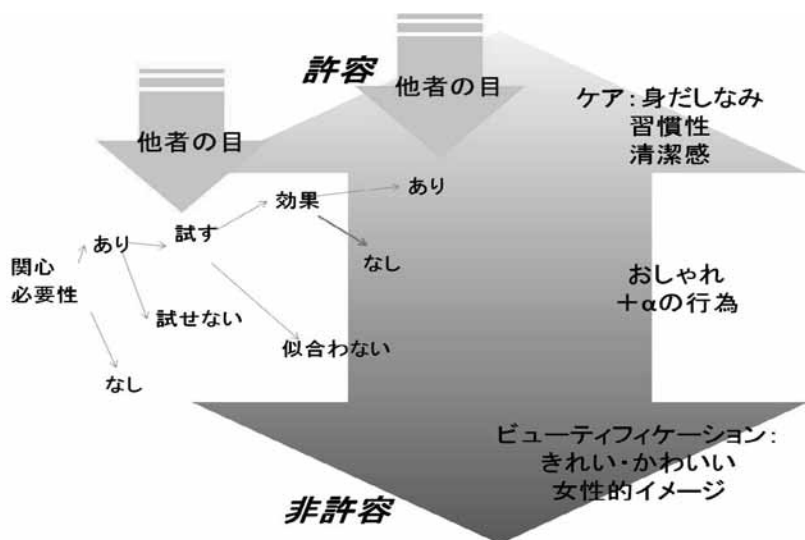


図7 化粧に関心を抱いてから許容・非許容していく経緯

装いに見られる男らしさ（図8）ということでインタビューにおいて重要になると考えられるポイントが三つあります。一つ目は男性らしさ、男性らしさの中に清潔感とナチュラルさを求めているようです。また、気持ち悪いと思われたくない意識があります。さらに、基本的に恥ずかしいので

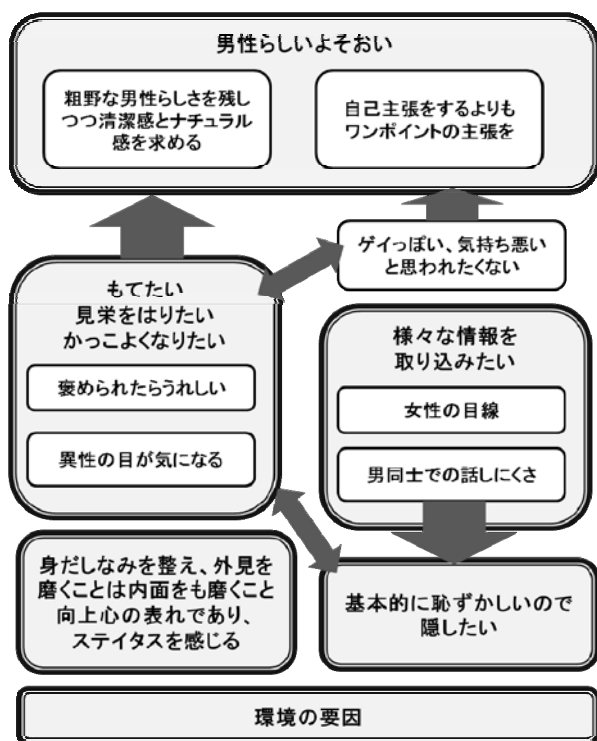


図8 装いに見られる「男らしさ」

行為自体を隠したい意識があります。これらの三点は、今後、インタビューをする際に注意していく必要があるでしょう。

次に、インタビュー全体を通しての問題についてお話します。まずジェンダー・バイアスの可能性が前提としてあります。それ以外のところでは、研究者と協力者の感覚のずれで、隠したい協力者と語りの取っかかりを引き出したい研究者とがいます。もうひとつ、研究者の用いるキーワードに対する違和感を調査協力者の方がもつということ。さらに、研究者感覚と協力者感覚の違いがあります（表3）。

ここから具体的なやりとりを見ていきたいと思います。隠したい協力者と

表3 隠したい協力者と引き出したい研究者のやりとり

発話のトランスクリプト	トランスクリプト 内容の要約
研究者： 眉毛は結構剃ってるよな。 調査協力者： 剃ってると思う？ 研究者： うん。	質問：行為の有無
調査協力者： でも俺、上は剃ってないんだって。下しか剃ってないんだって。ここのこういうところしか。	応答：答えを避けて聞き直す
研究者： それ、どれくらいおきにするの？	質問：行為の頻度
調査協力者： こうやって話してるのも、結構あれなんやって…。 研究者： ちょっとあれなんや。っぽいなって思った。にやけるもんね。 調査協力者： ちょっとなんか…いいんやけどなんか…まね。 研究者： はっぴには。ヨ合わんもんね。	応答：語りにくさ、恥ずかしさを調査協力者に伝える
調査協力者： そう。でもまあ、いいけど。うん。眉毛は…。うん…。そんなにこだわんないから、 たまたまなんか、洗顔とかしてたり、して、なんかやろっかなって思ったら、ちょっとやる感じ。 研究者： だいたい1週間に1回はいじったりする？ 調査協力者： 何かしらするかもしれない。	応答：こだわっていないことの主張
研究者： 切ったりはせーへんの？何使ってる？	質問：使用するツール
調査協力者： あの…あの… <u>ちっちゃいやつ</u> 。(小さいハサミ) 研究者： だけ？ 調査協力者： と、その…ふっふっえっと、その、え、あの、 <u>ふっつやつ</u> 。 研究者： カミソリ？	応答：具体的なツール名をださない
調査協力者： あのね、 <u>新しなくないのほんとは、それ大前髪だからね</u> これは。 研究者： ありがとう話してくれて。ハサミとカミソリだけ？ 調査協力者： うん。たぶん。	応答：積極的な語りでないことの強調・応答に対する拒否
研究者： 抜いたりはせんのか？ 調査協力者： 抜きはせん。かな…はっふつ。 研究者： なんでそんなに恥ずかしいん？	質問：具体化
調査協力者： だっていったじゃん。だって。はずい。このだってさ、自分の髪かいてこしてんだって話すの嫌なんだって。細かいところを、こう…やってんだよっていうのを話すのなんか嫌なんだって。	応答：恥ずかしさの理由・応答に対する拒否
研究者： あれやで。S(調査協力者)がやってるってことに笑ってるんじゃないやなくて、S(調査協力者)が明らかに照れて言ってるってことに笑っちゃうだけで、別に聞いている側としては、「あ、そうやっていじってんねんや」っていう感じで、あそうなんやって思うくらいやねんけどな…。なんでそんなに……。 (笑う)	調査協力者に対するフォロー
調査協力者： だってその。自分が男らしくないことを細かくやってんだと話してんのが嫌なんだって。だから。	応答：恥ずかしさの理由

注) トランスクリプトの下線および()は、筆者が内容を強調と補足のために付け加えた。

聞きたい調査者についてです。まず質問として研究者が行為の有無を聞きま
す。「まゆ毛は結構剃ってるよな」と聞いて、協力者からの「うん、剃ってる」
と返答があります。「剃ってると思う？」と再び協力者が聞き直しているの
ですが、これは敢えて答えを避けて問いの聞き直しをしています。そしてそ
の次に、研究者が「うん」と答えた後に、協力者は「でも、おれは上しか剃
ってないんだって」という行為の限定性をアピールしています。「どれくら
いおきにするの」と研究者が尋ねると、「あれなんや。っぽいなと思った」
といったように、語りにくさとか恥ずかしさからか、言葉をにごして協力者
が答えるというようなことが起こります。さらに、このような曖昧な表現は

ほかにも見られます。例えば、こだわっていないことの主張として、「こだわらないかも」といったように「かも」という言葉がついていたり、「1週間に1回ぐらいはいじったりする？」と聞いた場合に、「何かしらするかもしれない」と答えています。また、「道具は何を使ってるの」と使用するツールについて研究者が聞いた場合には、「あのちっちゃいやつ」、ちっちゃいはさみと書いているのは私の後の解釈から付け加えたものですが、その後にも「ふっ、てやつ」と言い、剃刀までも、具体的なツール名を出さないように答えています。さらに協力者は、「話したくないの本当は。それ大前提だからね」と言って積極的な語りではないことを研究者に対して主張して、恥ずかしさを示しています。それにもかかわらず、研究者は、「抜いたりはせえへんの」と、すでに拒否をされているのに話を掘り下げて具体化しようとしています。「だって自分の細かいところをこうやって話しているの嫌や」というように恥ずかしさの理由や拒否の提示を協力者がした後では、フォローを入れますが、インタビューの中では、恥ずかしさの理由を協力者が語るというようなことが起きていました。

インタビュー・キーワードの問題に関しては、インタビューの中で特に戸惑いを感じられた協力者が多かったようですが、美肌、美白、美しさ、きれい、かわいいのように目指すものの違いが、恐らくその研究者と協力者間であったのではないかと思います（表4）。調査をしたのは女性の研究者だ

表4 研究者の用いるキーワードに対する違和感

発話のトランスクリプト	トランスクリプト 内容の要約
研究者：なるほど。そういう感覚もありますよね。じゃ、 <u>美肌</u> を目指してるんですかね？	質問：調査協力者が何を 目指すのか？
調査協力者： <u>美肌</u> …そうですね。 <u>目指してるんですかね</u> 。そうですね。できるもんならきれいな肌でいたい…。	応答：曖昧な応答
研究者：美しく？清潔に？	質問：想定する概念の提示
調査協力者：美しく…。ふっふっふ…。 研究者：美しく…。恥ずかしいですか。めっちゃ恥ずかしいそうですね。 調査協力者： <u>美しいっていうか。やっぱり綺麗っていうか、かっこいいっていうか…。でもやっぱり美しくってことになるんですかね</u> 。肌だから。	応答：研究者の文脈に近づける曖昧な返答
研究者：あ、肌が美しくっていう…。なんか、美人とかそういう美しさじゃないんですね。健康やかな肌を保つためですね。そういうことですか？	概念解釈の修正と再提示

注）トランスクリプトの下線は、筆者が内容を強調のために付け加えた。

ったので、今よりも良くなることを目指して化粧しているという前提に立ってキーワードを使っていたようですが、男性の場合は、先ほどの「装いにみられる男らしさ」にも出てきていたように、清潔感やナチュラル感がある状態をキープするということが化粧行為の目的になっているので、こういう言葉が出てきたときには、協力者が違和感を覚える、ということになります。

また具体的なやりとりを見ていきたいのですが、まず、目指すところとして「美肌を目指しているんですか」と研究者が問いかけます。「美肌、そうですね、目指してるんですかね」とあいまいな返答をまた行います。その次に、研究者が思う概念を提示します。「美しく、清潔に、どっちなのか」といったように曖昧な返答をします。「美しいというか、やっぱりきれいというか、カッコいいとか、でもやっぱり美しいということになるんですかね」といったように、最終的には研究者による概念解釈の修正が行われているのですが、「健やかな肌を保つためですかね、そういうことじゃないですか」と協力者は答えています。

研究者感覚と協力者感覚（表5）に関しては、メイクアップ化粧品の購入について質問を投げかけたときには、調査協力者は返答を普通にしてくれます。一方、「それは女性に対してというか、男性に対しての見られたいという意識があるんですか」と言った場合には、「両方、やっぱり気にするだろ

表5 研究者の感覚と協力者の感覚が見られたやりとり

発話のトランスクリプト	トランスクリプト 内容の要約
研究者：（ファンデーションやコンシーラーを）やることに關しては抵抗はないですか	質問：メイクアップ化粧品の使用について
調査協力者： ああ…。買いに行ったりは嫌ですね。うん。確かにそうですね。それを買うのも嫌ですけど、買ったとして、それを家に置いてあるのを誰かに見られたとしたら、ちょっと恥ずかしいですね。	応答：購入と他者に見られることへの抵抗
研究者： それは、女性（に対してと）男性（に対してと）違いありますか？	質問：抵抗がある相手について
調査協力者： 両方、違いはないですね。どっちにしても…。やっぱり…。気にするだろうし…。違いはないですね。 <u>どうですか？どうですか？</u> 例えば、彼氏さんとか男性の友達がやってたりしたら	応答：研究者への逆質問
研究者： 研究初めてからいいかなって思うようになりました。ファンデーションを塗るのと眉毛を剃るのは結局一緒で。	研究を始めてからの認識の変容
調査協力者： …。うん…。確かにそうですね。	納得のいかなさ

注）トランスクリプトの下線および（ ）は、筆者が内容を強調と補足のために付け加えた。

うし、違わないですね。どうですか、どうですか」というような回答と逆質問が行われるというやりとりがあり、最終的に研究者の方が研究を始めてからの認識の変容を語り出すということが起きます。最後に、正直言えば納得がいかないといったニュアンスで、「うん、確かにそうですね」と調査協力が返答しているように、協力者自身はあまり納得できていないのにもかかわらず、うなずかざるを得ない状況もありました。

最終的なまとめとして、男性にとっての化粧、女性にとっての化粧概念にはまず相違がある。ジェンダーは大前提になっているのですが、既成の概念が研究上の概念と異なる場合に生じ、こういった既成概念、概念定義の難しさや対話性を概念の定義自体が方向づけてしまうのではないかと考えられます。また、当事者にとってはナイーブな問題をどう扱うべきかという問題に関してですが、ナイーブな問題に関しては、特に聞き出したい話と予測される回答を、通常のインタビューよりもよく考えた上でインタビューに臨まなければいけないものと思われます。

研究者自身が持つ事象や概念に対する経験的な先入観と、研究を続けることによって得る知識としての先入観は、もともと先入観を持っていて、さらに研究を続けていくことによって、さらに何か合わさってしまった場合に、結果として調査場面での対話性というものが阻害されてしまうことがあるということを、このインタビューを通して考えさせられました。

これで私の発表は終わらせていただきたいと思います。ありがとうございました。

【引用文献】

阿部恒之 (2006). ストレスと化粧の社会生理心理学 フレグランスジャーナル社