

Title	<Book Review> Paul H. Ray and Sherry Ruth Anderson, <i>The Cultural Creatives : How 50 Million People Are Changing the World</i> , Three Rivers Press, 2000.
Author(s)	小田, 奈緒美
Citation	年報人間科学. 34 P. 153-P. 156
Issue Date	2013-03-31
Text Version	publisher
URL	<a href="https://doi.org/10.18910/24984">https://doi.org/10.18910/24984</a>
DOI	10.18910/24984
rights	

*Osaka University Knowledge Archive : OUKA*

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/repo/ouka/all/>

## 〈書評〉

**Paul H. Ray and Sherry Ruth Anderson**

***The Cultural Creatives: How 50 Million People Are Changing the World***

Three Rivers Press, 2000.

小田 奈緒美

ロハス<sup>1)</sup>という言葉が日本に上陸してはや10年。ロハスという言葉を冠したイベントや商品はもちろん、「ソーシャル」や「エコ」、「グリーン」といった表現で、「ロハス的」コンセプトの提案がなされているのを見ない日はないと言っても良いだろう。“The Cultural Creatives: How 50 Million People Are Changing the World (カルチュラルクリエイティブズ：5000万人は世界をどのように変えるのか)”は、そのロハスという概念の元になった著作である。

著者の社会学者レイと心理学者アンダーソンは10万人以上のアメリカ人、数百の団体を対象としたアンケート調査と、約60人への詳細なインタビューを含む15年間に及ぶ調査<sup>2)</sup>をもとに、アメリカで大きなカルチャーシフトが起きていると主張する。ここで言うカルチャーとはすなわち、世界観、価値観、生活様式のことである。

本書は3部11章から成り、第1部ではカルチュラルクリエイティブズ<sup>3)</sup> (Cultural Creatives) という、近代主義者 (Modernism)、伝統主義者 (Traditionals) に次ぐ新しい価値観層の出現とその性質が描かれている。続く第2部ではカルチュラルクリエイティブズがどのようにして出現するに至ったのかを、主に1960年代の社会運動にスポットを当て、歴史的文脈から紐解いていく。第3部では著者が「文化 (worldviews, values, way of life) のはざま」と称するこの時代に、我々がどの方向へ向かって進んでいけばよいか、未来へのシナリオを提示している。

カルチュラルクリエイティブズとは、メインストリームである近代主義と、その最初の対抗文化である伝統主義とはまた別の、第三の価値観層のことである。つまり、近代の経済成長や科学の発展を肯定する近代主義と、家長長制や保守的な宗教観を堅持し、伝統的な社会への回帰を望む伝統主義の対立の構図に、その2つのどちらとも距離を置くオルタナティブな層が新たに加わったことを意味する。これら3つのカルチャーは、「何が良い生活で、何が本当に大切に、なぜ私たちはここにおいて、何のために生きていて、現在そして将来的にアメリカはどんな国であるべきなのか」(p33) という問いに対しそれぞれ異なる見解を持っている。

カルチュラルクリエイティブズの大きな特徴は、近代主義とは異なり、豊かさをモノではなく、自然や人と人との関係に求めること、また伝統主義と違い、新しい生き方を創造することに意欲的で、排他的でないことなどが挙げられる。また、将来に対して楽観的、女性問題に関心が高い、自己成長の欲求が強い、

物事を俯瞰的に捉えようとするなど特徴的である。なかでも、社会的正義や自己成長に、より関心の高いコアカルチュラルクリエイティブズには社会活動家や専門的な職業に就いている人が多く、2/3が女性である。カルチュラルクリエイティブズには性別以外にはデモグラフィックな特徴がなく<sup>4)</sup>、著者はこの調査が‘value research’であり、価値観は世代や教育、人種、収入などでは説明できないと主張する。カルチュラルクリエイティブズは本書刊行の2000年時点で約5000万人、アメリカの成人人口の26%を占めているという。また、著者は今後も毎年1~2%の割合で増え続けると予測している<sup>5)</sup>。

それではこの新しい価値観を持つ人々はどのようにして生まれてきたのだろうか。著者は、インタビュー調査を行った全ての人が、1960年代に始まり、現在も続いている新しい社会運動<sup>6)</sup>に何らかの形で、複数携わっており、また量的調査の結果でも同様の傾向が見られると主張する。また、1960年代以前には大目に見られていた、あるいは自然に受け入れられていたさまざまなことが、それ以後許容されなくなってきていると指摘する<sup>7)</sup>。それは例えば人種差別、性別役割分業、経済成長を理由とした環境破壊などである。以上のことから著者は、新しい社会運動がカルチュラルクリエイティブズのルーツであると結論づける。

著者は現在を世界観、価値観、生活様式のはざま<sup>8)</sup>の時代と呼ぶ。つまり次のステージへの過渡期であり、そのステージがどのようなものとなるかは私たち次第である、というのである。そして、私たちは世界を持続可能にする新しいカルチャーへ向かうべきであり、それは今、開拓し始めるものであると主張する。

本書が発刊されたのは2000年。20世紀最後の年である。20世紀末の20年を振り返ってみると、それは新自由主義が席卷し、大企業が権力を増し、中流が崩壊したと言われる時代であった。アメリカではこうした変化に対抗するさまざまなムーブメントが巻き起こってきた。有名な例としては、1997年に起きたナイキの不買運動<sup>9)</sup>や1999年のシアトル闘争<sup>10)</sup>などがあげられる。いずれも近代主義的な「経済成長第一」とする価値観への抵抗と言えるが、前者は倫理的でない企業へのパッシング、後者は倫理的でない社会システムそのものへのパッシングといってよいだろう。このように、市場主義への不信感が徐々に広まりつつある中で、この本は誕生したのである。

20世紀末の価値観の変動は本書以前にも指摘されてきた。最も代表的な論者イングルハートは、1970年頃からの調査によって脱物質主義者が増加していることを発見、大規模な価値観シフトが起きていることを量的調査によって証明した<sup>11)</sup> (イングルハート,1977a.; イングルハート,1990b)。彼がマズローの欲求階層説をもとに理論を組み立て、個人の価値観は基本的には変化せず、人口交代によって社会全体としての価値観変動が起きると考えているのに対し、本書はインタビュー調査の結果をもとに、個人が社会運動の影響を受けて価値観を変えているのだという立場を取っている。つまり、人々はカルチュラルクリエイティブズに生まれるのではなく、カルチュラルクリエイティブズに「なる」というのである。

本書の最も大きな功績は、それまでばらばらの潮流として見なされていたものを、一つの価値観層としてまとめあげたことであろう。例えばヨガ、マクロビオティック、社会的起業、フェアトレード、環境保護活動、ボランティアなどは、一見何の関連もないように思える。しかし、この本を読んだあとはベースとなる価値観が一緒であることを論理的に理解することができる。一言で表現することはできないが、そ

これらの根底には大量生産大量消費大量廃棄型の豊かさとの決別があり、その一方で新しい選択肢を作り続けるという、前向きで、自己充足に貪欲な姿勢がある。こうした新しい層を可視化することは、学術的な意義はもちろんのことながら、本書の目的達成にも大いに役立ったと言えるだろう。本書に一貫して流れているのは、「カルチュラルクリエイティブズはたくさん存在しており、そのような価値観を持っているあなたは一人ではない」というメッセージである。これからの社会が持続可能なものとなるかどうかは、カルチュラルクリエイティブズがお互いを認識し合い、世界に影響力を持てるかどうかにかかっている、というのである。実際この本は、欧米の先進的な環境運動家や社会活動家の間で「自分たちを的確に表している」と評されているという（ピーダーセン, 2006）。

本書が発行されてからカルチュラルクリエイティブズやロハスは主にビジネスの分野で広く知られるようになった。健康や環境、社会に配慮した消費行動をとる人々の存在は、マーケティングの対象として、注目を浴びるようになったのである。一方、学問の世界においても、様々な研究で取り上げられている。Web of Science に収録されている論文のうち、本書を引用しているものは 48 あり<sup>12)</sup> (2012/10/12 時点)、エコロジーや持続可能な経済、倫理、創造的労働者、スピリチュアリティ、代替医療、教育など幅広い分野で取り上げられている。中でも社会学においては、脱物質主義と社会問題や環境問題への関心との関連を発見したことが評価されている (Giacalone *et al*, 2008<sup>13)</sup>)。

ところで、ロハスという言葉は本場アメリカよりも日本で広く普及したものの、日本ではカルチュラルクリエイティブズやロハスについて、その後この著作に続くような学術的研究はほとんどなされていない<sup>14)</sup>。しかし近年、原発の反対運動や社会起業家が注目を浴びており、日本においてもカルチュラルクリエイティブズの存在を感じさせられる変化が起きている。もともと環境というものの考え方が西洋と大きく異なる日本のカルチュラルクリエイティブズは、どのような人たちののだろうか。そしてカルチュラルクリエイティブズは果たして日本社会において影響力を持ち始めているのだろうか。今後の研究が期待される。

## 注

- 1) ロハスとは Lifestyles Of Health And Sustainability の略称。健康と持続可能性に配慮した生活様式のことで、カルチュラルクリエイティブズをマーケティングの観点からとらえ直したもの。
- 2) ソースは大きく 3 つで、レイが勤めていた American LIVES というマーケットリサーチ会社が行った 13 年間に及ぶ価値観と生活様式の継続調査 (1980 年代から開始) と、レイがデザイン・分析した 1995 年 1 月に行われた “*a national survey on the role of transformational values in American life*”、レイがデザイン・分析を手伝った 1999 年 1 月に行われた “*a study of the role of the values and concerns for ecological sustainability in American life*” が用いられている。調査方法はいずれも郵送アンケートである。ただ、最初に行われたものに関してはサンプリングが適切に行われていないため、正確な統計データとしては扱えないとしている。
- 3) 造語。直訳すると文化的創造者となるが、ここではカルチュラルクリエイティブズと表記する。
- 4) ちなみに近代主義者には女性よりも男性が多く、伝統主義者は高齢、低学歴、低収入の傾向が見られる。
- 5) レイらのその後の調査では、2008 年時点で 34.9% という結果が出ており、概ね予測通り推移しているといえる (Cultural Creatives, “Cultural Creatives and the Emerging Planetary Wisdom Culture”, <http://culturalcreatives.org/cultural-creatives/>, アクセス: 2012/10/26)。

- 6) 1960年代以降にアメリカで起きた公民権運動や平和運動、環境運動などは「新しい社会運動」と呼ばれ、それまでの資本家とプロレタリアートの間の階級闘争とは違い、人々が共有している文化や価値観が引き起こしたといわれている(毛利,2003)。
- 7) 本書には、黒人解放運動、フェミニズム運動、環境運動などの事例を通して、社会のルール (social code) がゆっくりと変化していく様子が描写されている。
- 8) between, parenthesis, transition などと表現されている。
- 9) 途上国のナイキの工場で、最低賃金以下、危険な環境下で、違法な長時間労働や児童労働が行われていたことが明るみに出て大規模な不買運動につながった。この際、ナイキの株価が前年比 60%にまで下落し、同社は CSR 対策に乗り出すことになった。この時期、ナイキ以外にも、人権問題が露呈したいくつかの多国籍企業に対し、不買運動が行われた。
- 10) 1999年11月30日から12月3日にシアトルで WTO の閣僚会議が行われた際、10万人以上の反グローバリズムを主張する活動家が集結し、デモを行った。これほど大規模な政治行動はベトナム戦争以来のことだという(毛利,2003)。
- 11) アメリカの政治学者である、ロナルド・イングルハートは、著作『カルチャーシフトと政治変動』の中で、1970年以降の調査で、先進国の人々が脱物質主義的価値観へ移行していることを明らかにした。そして、「様々な新しい社会運動の底には脱物質的価値観がある」(イングルハート,1990=1993,p333)と主張する。つまり、彼の主張は本書とは逆で、社会運動がカルチャーシフトを引き起こしたのではなく、カルチャーシフトが社会運動を引き起こしたということである。イングルハートによれば、脱物質主義者は、非経済的な生活の質の向上を志向し、よい自然環境や社会環境に高い関心を持つという。つまりこの層はカルチュラルクリエイティブズと非常によく似ていると言ってよいだろう。そしてこうしたカルチャーシフトの背景には、「かつてないほどの戦後の経済的、身体的安全 (p120)」があったと結論づけている。
- 12) 同日の Google Scholar の検索では引用件数は 556 件。
- 13) Giacalone らの研究では、脱物質主義者を 'high hope' と 'low hope'(例えば、「問題に対処する方法はたくさんある」と考えるかどうかなど、12の質問項目を元に指標化)に分け、脱物質主義者のなかでも 'high hope' は特に倫理的・向社会的な傾向にあることを量的調査によって明らかにした。
- 14) ロハスに関してマーケットリサーチや、アカデミックでない書籍、雑誌等は数多くある。例えば株式会社イースクエアの LOHAS 消費者動向調査や雑誌『ソトコト』など。

## 文献

- ピーター・D・ピーダーセン (2006) 『LOHAS に暮らす カラダにも地球にも気持ちイイ 21 世紀のライフスタイル』  
ビジネス社
- 毛利嘉孝 (2003) 『文化=政治』 月曜社
- ロナルド・イングルハート (1978a) 三宅一郎, 金丸輝男, 富沢克訳 『静かなる革命—政治意識と行動様式の変化』  
東洋経済新報社
- ロナルド・イングルハート (1993b) 村山皓, 富沢克, 武重雅文訳 『カルチャーシフトと政治変動』 東洋経済新報社
- Robert A. Giacalone, Carole L. Jurkiewicz, John R. Deckop (2008) "On ethics and social responsibility: The impact of materialism, postmaterialism, and hope" *Human Relations Volume 61(4)*: 483-514, SAGA Publications

## 参考 URL

- 株式会社イースクエア <http://www.e-squareinc.com/> (アクセス: 2012/10/26)
- Cultural Creatives and the Emerging Planetary Wisdom Culture  
<http://culturalcreatives.org/> (アクセス: 2012/10/26)