

Bourdieu og korrespondanseanalyse

PIERRE BOURDIEU ER SÆRLIG KJENT FOR SIN BRUK AV MULTIPPEL KORRESPONDANSEANALYSE. DETTE STATISTISKE VERKTØYET LIGGER BLANT ANNET TIL GRUNN FOR DET SOSIAL ROMMET.

Av Magne Flemmen

Pierre Bourdieu forbindes ofte med sosiologisk teori. Selv oppfattet han seg ikke som noen teoretiker, men som en empirisk sosiolog. Hans viktigste funn og begreper skriver seg fra grundige undersøkelser som tok i bruk både deltagende observasjon og statistiske analyser. Men Bourdieu benyttet bare i liten grad den utbredte regresjonsanalysen. Isteden baserer hans mest kjente arbeid seg i stor grad på en teknikk som kalles multipel korrespondanseanalyse (MCA).

En induktiv metode

De vanligste statistiske verktøyene er deduktive: de tester på dataene en modell som forskeren har tenkt ut på forhånd. Stemmer forskerens forventninger med mønstrene i dataene? Korrespondanseanalysen går andre veien, den er altså induktiv. Med MCA forsøker en å avdekke hvilke mønstre som finnes i dataene ved å gå nedenfra og opp, så å si. Den gjør dette ved å trekke ut dimensjoner eller akser som antas å ligge under observasjonene.

Hva menes med å trekke ut en underliggende dimensjon? Prinsippet er enkelt. Si at du har et datasett med ti spørsmål om folks meninger om politiske spørsmål. Sannsynligvis er det et «underliggende» system i disse meningene som reflekterer mer grunnleggende holdninger, slik som høyre/

venstreskillet og et skille mellom liberale og konservative verdier. Disse grunnleggende holdningsskillene kan da sies å ligge under de konkrete spørsmålene, og gjennom korrespondanseanalysen kan en trekke ut to-tre slike dimensjoner som kan få fram de viktigste strukturene i respondentenes holdninger.

Korrespondanseanalyse i Distinksjonen

Det er denne logikken som anvendes i Bourdieus velkjente studie av klasse og smak. I spørreskjemaundersøkelsen som ligger til grunn for Distinksjonen er det et vell av spørsmål om folks smak, holdninger og kulturelle kunnskaper. Hvordan foretrekker de å ha det hjemme? Hvilken mat spiser de? Hvilke sanger foretrekker de? Kan de navnet på en rekke musikalske verk? Hva foretrekker de å drikke?

Bourdieu analyserte overklassen og middelklassen i egne analyser. For hver av disse gruppene gjorde han en egen korrespondanseanalyse av slike spørsmål. Formålet var å trekke ut de underliggende dimensjonene i smaken, og altså få fram hva de viktigste skillelinjene i disse klassenes smak var. I begge tilfellene får han det samme resultatet. Den første og viktigste dimensjonen skiller mellom en «kultivert» og en «snobbete» smak.

De kultiverte liker Picasso og å handle på loppemarked, for eksempel, mens de snobbete foretrekker da Vinci og liker å ha det pent og ryddig hjemme.

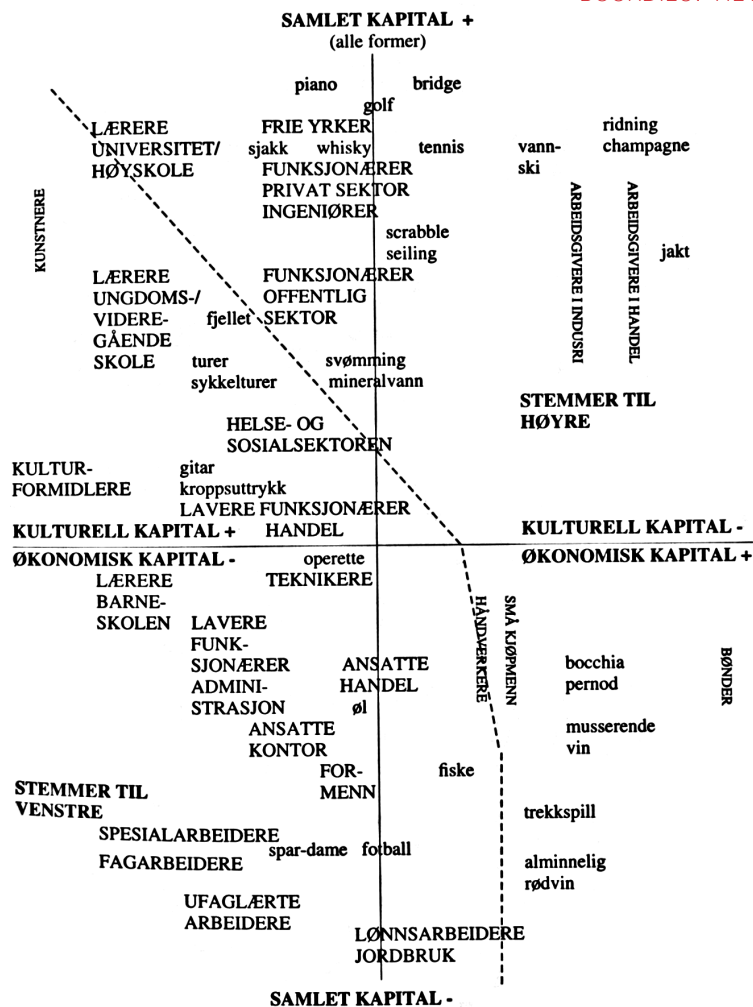
Visuell framstilling

Dette vises så fram i diagrammer som ligner på koordinatsystemer, hvor aksene representerer de underliggende dimensjonene. Folk som liker og mener de samme tingene befinner seg nært hverandre, mens folk som liker og mener veldig forskjellige ting er langt fra hverandre. På samme måte finner vi navn på malere eller interiørpreferanser nærere hverandre jo oftere de opptrer sammen, altså hos de samme menneskene, men lengre fra hverandre om de sjelden eller aldri er å finne blant de samme menneskene. For eksempel kan vi se at det å like ha det «kunstnerisk» hjemme befinner seg nærme det å kunne nevne mer enn tolv komponister. Det er altså ofte de samme personene som har svart begge deler.

I samme analyse undersøker Bourdieu hvilke andre egenskaper enn smak disse individene har. De er plassert i diagrammet basert på hva de har svart på kulturspørsmålene, slik at dimensjonene i diagrammet viser fram hovedskillelinjene i smaken deres. Så undersøker han hvordan bakgrunnsvariabler fordeler seg i diagrammet. Slik framkommer det at de med den kultiverte smaken også er de med mest kulturell kapital, mens den snobbete smaken hører hjemme blant folk med mer økonomisk enn kulturell kapital. I diagrammene ser vi at lærere i høyere utdanning og kunstnere klynger seg til venstre ved den kultiverte smaken. Til høyre, hvor en kjenner til få komponister, finner vi arbeidsgivere i industri og handel.

Det sosiale rom

Dette er et sentralt empirisk belegg for Bourdieus vektlegging av kontrasten mellom kulturell og økonomisk kapital. I den øverste klassen, som har mye kapital sammenlagt, går den viktigste kulturelle skillelinjen langs skillet mellom kapitalformene. Det samme mønsteret dukker opp i analysen av middelklassen. Senere i boken viser



FRA MCA TIL DET SOSIALE ROM: UTSNITT AV DET SOSIALE ROM. FRA DEN NORSKE UTGAVEN AV BOURDIEUS DISTINKSJONEN, UTGITT PÅ PAX FORLAG I 1995.

Bourdieu at også politiske holdninger følger denne dimensjonen: kulturell kapital går i hop med venstreorienterte holdninger, mens økonomisk kapital heller mot høyre.

Bourdieus berømte modell av det sosiale rommet bygger på disse analysene. Rommets første og viktigste dimensjon er i følge Bourdieu mengden av kapital, den nest viktigste er kapital-sammensetningen mens den tredje dimensjonen dreier seg om endringer i kapitalprofil over tid – altså sosial mobilitet. Denne siste dimensjonen dukker opp i de ovennevnte analysene som en kontrast mellom de som er født inn i sin klasse og de som har en annen bakgrunn.

Fordeler med MCA

Fordelene med MCA er mange. Den

bygger modeller nedover og opp, i stedet for å tre en modell nedover dataene og så se hvor godt den passer. Derfor kan MCA la oss finne mønstre og strukturer vi ikke hadde forventet på forhånd. Vekten på grafiske resultat gjør at vi også kan dra nytte av hjernens fantastiske evne til visuelt å finne mønstre. MCA er også tilpasset kategoriske data, som er vanlig i sosiologi: klasse, kjønn, landbakgrunn osv. Med MCA kunne Bourdieu dessuten MCA unngå variabelsosiologien uten å gi opp kvantifisering – slik en del kritikere av variabelsosiologi har gjort – siden MCA ikke fokuserer på variablene, men på relasjonene i dataene. Det ga god mening for en sosiolog som mente at virkeligheten er relasjonell.