



階級構造のない社会における流行現象の理論

著者	森田 雅憲
雑誌名	同志社商学
巻	61
号	6
ページ	190-205
発行年	2010-03-15
権利	同志社大学商学会 ドウシシャ ダイガク ショウガツカイ
URL	http://doi.org/10.14988/pa.2017.0000007432

階級構造のない社会における流行現象の理論

森 田 雅 憲

- I はじめに
- II ジンメルの流行論
- III 流行の選択
- IV 流行のプロセス
- V むすびにかえて

I はじめに

流行には必ず終わりがあがる。流行はささいなきっかけから始まり、普及した後、急速に衰退していく。個々の流行のきっかけは偶然・気まぐれ・ひらめきなど理論的説明を拒む出来事によって支配されているといえる。しかし流行現象一般には共通した一定の特徴がある。累積的な普及と突然ともいえる終焉である。それを主体の普遍的な行為モデルから説明することがこの論文の主題である。

流行にはさまざまな形態がある。商品の流行や楽曲の流行、あるいは服装の流行などである。それらは基本的にはほぼ同一の原理で駆動されていると見ることができが、ここでは商品や楽曲の流行は主題的には取り上げない。以下では分析対象を、服装のやり廃れに限定する。というのは、服装の流行現象においては、商品や楽曲がもつ即自的効用（使用価値）はほとんど意味をなさず、他者からの評価が本質的な意味を持つという点で、流行現象の本質が、もっとも純粋な形で具現していると思われるからである。

服装の流行（以下「流行」と略記）は、多くの場合「差異化」と「模倣」という二つの動因の相互作用として説明されている。これはジンメルの流行論に端を発するが、今日でも流行現象のもっとも有力な説明とされている。だが、この種の説明において「差異化」や「模倣」という動因は、人間の本性レベルのものとして与件とされるのが通常である。「模倣」に代えて「感染」あるいは「同化」と言いかえれば、さらに受動的な響きが強くなる。差異化や模倣をなぜするのかという問題を能動的あるいは「主体的」な選択問題として捉えるという視点が、そこには希薄である。

模倣を単に人間の普遍的衝動性の現れとして議論するのは、こと流行現象を説明する場合、問題を孕むように思われる。流行現象は一つの「行為ルールの選択」であり、群集心理に支配された暴動など、衝動による一度限りの集団現象とは異なるからである。

なぜ多くの人が模倣した状態を続けるのか、という問題については、衝動性や一時的感染効果で説明することは限界がある。ある行為を模倣したとしても、その模倣を続ける中で、それが主体になんらかの利得あるいは損失を生み出しているはずである。こうした経験を越えてある一定の行為ルールを維持するためには、衝動ではなく一定の合理性をもった判断がなされているはずである。時間を通じての再起的パターンとしての行為ルールの保持（あるいは放棄）の合理的メカニズムが問われなければならない。

この論文のいまひとつの特徴は、個々人が有する流行に対するセンスの違い以外は同質的な集団を考え、その中での流行のメカニズムを考察している点である。この点で、階層や階級を想定した伝統的な社会学的な流行理論とは異なるが、確率分布を想定するグラノヴェッターらの閾値理論に近似している。それゆえ、小論で展開するモデルは、主体レベルにおける効用による選択を仮定する点で経済学的であり、また主体の特性に一定の確率分布を考えるという点で社会学（閾値理論）的である。

II ジンメルの流行論

ジンメルは、差異化と模倣という背反的な二つの動因から流行の説明を試みた。特定の装いをすることで目立とうとするのは差異化であり、周囲の人々の大半が取り入れている装いを自分もしたいと思うことは模倣である。彼はあらゆる社会変動の根源に「個人自身の持つ統一体への衝動」および「全体性への衝動」という二つの背反する衝動性を見いだしている¹。前者は、差異化の動因と見られ、また後者は模倣の動因と理解することができる。

彼は、人々が「新しさ」や「稀さ」を望む理由を「従来の感覚水準から際だっているものからだけ刺激を受けるという、われわれの差異にかんする感受性によっている」と、心理学的な説明を与えている。そして「個人的関係における行為にとっては、他の人々との差異が他の人との類似より遙かに重大な関心事である。私たちの行為を刺激し規定するものは、大部分、他の人々との差異である²」と述べ、個人の集団からの差異化を社会変動の大きなモメンタムとして捉えている。

また模倣は、「行動の確実性を与える」にとどまらず、自らの行為を「自分で支えるという困難から解放」し、「個人を選択の苦痛から解放」する作用をもっているとジンメルはいう³。そして、これら二つの動因の根底には、たとえば「運動と同様に休息を」求めることに見られるような生理学的レベルの二重運動があるとジンメルは見ている^{4,5}。

1 Simmel (1917), p.94.

2 Simmel (1917), pp.44-45.

3 Simmel (1919), pp.32-33.

4 Simmel (1919), p.31.

差異化と模倣という対称的な二つの動因の作用をジンメルは次のように述べる。すなわち「流行は与えられた範例の模倣であり、それによって社会への依存の欲求を満足させる・・・しかも流行は、それに劣らず、差異の欲求、分化、変化、逸脱の傾向をも満足させる」のである。しかしそれだけでは流行は発生しないという^{6,7}。彼は流行を「階級的区別の所産」として説明する。それゆえ未開民族のように階級あるいは階層がほとんど存在しない社会においては、流行は発生しないと彼はいう。上流階級と下層階級という二つの階級を措定し、流行を「上流の流行は下層の流行と異なり、後者が前者と同化しはじめる瞬間に捨てられる」現象、あるいは「団結の欲求」と「分離の欲求」の相剋として捉えるのである⁸。

流行の発端は上流階級である。「流行本来の場所」である上流階級の流行を、「本性上、当然、向上につとめる」下層が模倣し、さらには模倣された流行から自らを差異化するために、上流は既存のものを捨て新しい流行へと走る⁹。この繰り返しが流行の基本的メカニズムであるとジンメルは考えた¹⁰。つまり流行は「社会的均等化への傾向と、個性的差異と変化への傾向とを一つの統一的な行為のなかで合流させる、多数の生の形式のなかの一つの特殊な形式にほかならない」¹¹。

このように考えると、一つの疑問が浮かび上がる。すなわち、上流階級は差異化、下層階級は模倣ということであれば、上流と下層の間で異なる人間類型を措定しているのではないかという疑問である。この点についてジンメルは、階級内と階級外という区別を立て周的な議論をしている。つまり、上流が差異化するのは下層に対してであって、その行為自体は上流の内部での「団結の欲求」、つまり全体性への衝動を満たすのである。人間社会は「内に向かっては団結を、外に対しては相違を誇示する」構造を有していると主張するのである¹²。

だが、この説明は下層には適用できないように思われる。上流の流行を模倣することは、上流との相違を解消してしまうし、下層の人間の団結を果たして強めるかどうかは明確ではないからである。むしろ、下層による上流の流行の模倣は、同時に内部の者に対する自らの差異化として作用すると見ることで、二つの力が同時にそれぞれの集団内

5 Simmel の流行論のすぐれた特徴は、従前のように流行を「社会的感染」や「模倣」といった一面的現象として捉えるのではなく、差異化という逆のモメンタムを並置して、二項対立的現象として流行を説明している点にある。

6 Simmel (1919), pp.33-34.

7 上流・下層や革新者・追従者など、なんらかの社会階級・階層を用いる流行の説明はヴェブレンをはじめとして比較的最近でも Descamps (1979) など、幅広く採用されているアプローチである。

8 Simmel (1919), p.34.

9 Simmel (1919), pp.37-39.

10 こうした階級の上下を利用して流行を説明する理論は、「滴下理論」あるいは「トリクルダウン説」と呼ばれている。

11 Simmel (1919), p.34.

12 Simmel (1919), pp.37-38.

で働いていると捉えるべきである。上流・下層とも二つの動因を有しているが、社会的な地位を反映して、そのベクトルが互いに逆になっているのである。その違いがなぜ存在するかについては、社会階級の存在と同様、主題的に論じられることはない。

ところでジンメルの流行論は、現象の本質を突いており、いまなお有力な流行論の一つだといえるが、彼の議論を現代の流行現象に適用するには看過しがたい問題がある。それは、彼の議論が上で見たように階級間の現象として流行を捉えていることである。「衣服はもはや階級や地位や職業の記号ではない。」¹⁴むしろ現代の流行現象は、階層なき群衆の中での現象と捉える方が現実的である。階級に代えて世代や地域間でのトリクルダウン現象としてジンメルの議論を適用することもできるが、そうなれば今度は同一世代あるいは同一地域内での流行現象を説明できなくなる。

もう一つの問題は、差異化と模倣が普遍的な人間の性向として捉えられている点である。たしかに差異化は、ニューラル・ネットワークのシンボライズ機能から、象徴記号による分節作用に至るまで広汎に見いだされる性向として捉えて良い。しかしそれでも、外的な強制力が働かない状態では、他者からの評価であれ、金銭的収支であれ、効用であれ、差異化した結果、自己にとって何らかの「利得」が生まれなければ、あえて差異化した状態を維持する理由はない。模倣も同様である。闇雲に模倣をするのではなく、模倣をした結果、そこから利得を引き出せなければ、あえて模倣をし続ける必然性はない。われわれは差異化や模倣は、特定の流行を取り入れたり捨てたりするときのきっかけを説明するものだと考える。模倣によっていったん取り入れた流行を、その後も選択肢として保持し続けるかどうかは、その流行が平均して自らに利得をもたらすかどうかによっていると考えるべきであろう。

ジンメルは、この点についても階級という概念で説明を試みる。「下層階級はその本性上、当然、向上につとめる」（傍点は引用者）ので、上流を模倣するというのである。¹⁵つまり階級的性向としてたえず上流の模倣をする存在と捉えるのである。それゆえ、彼の流行論にとって階級の存在は欠くことができない。さらに彼は、「顕彰、注目、特殊性を求めている人」とか「流行を追う人」という表現を持ち出して、社会の中に本性的に流行を追う人とそうでない人がいるかのような説明をしているが、これは人間の普遍的な本性に基づいて社会現象の説明を試みようとする彼の議論の流儀には似つかわしくないアドホックな説明といわざるをえない。¹⁶階級であれ部族であれ、ジンメル

13 たとえば Benvenuto (2000), Finkelstein (1996) など。

14 Finkelstein (1996), p.36.

15 Simmel (1919), p.37.

16 ジンメルは上下の階層のない社会でも流行の存在を認めているが、その際も異なるグループ（部族や国家）の併存状態を持ち出して議論を展開している。この点に関して Simmel (1919), pp.37-38 を参照されたい。

17 Simmel (1919), p.44.

の議論には本性あるいは質のことなる人々からなる固定的な複数の「圏」の存在が、欠くことのできない説明因としてある。平均的所得が上昇した今日、実用品以外への支出はだれもが程度の差こそあれできる社会になっている。そしてそれにもなって階級意識が希薄化し、むしろ個人としての能力や魅力をアピールすることに時代は価値を見いだしているように思う。¹⁸それゆえ現代を、個人の能力や感性や所得のシームレスなグラデーションが、明確な輪郭をもつ「階級」や「圏」に取って代わった社会として特徴づけることができるなら、そのような社会に彼の議論を機械的にあてはめることには無理があるように思われる。

Ⅲ 流行の選択

ここでは、階層を持ち出さずに個人の自由な選択の問題という立場に立ち、特定の流行を取り入れることが主体にメリットを与える条件を、個々の主体の流行センスの高さとの関係で定式化する。

流行の価値は、かつて TPO (Time, Place, Occasion) という言葉が流行ったように、個人を取り巻く周辺環境や状況と切り離して評価することはできない。特定の装いをすることで個性化することは、ときに大きな価値を生むが、いわゆる「場違いな」状況におかれると、とたんにマイナス効果を生んでしまう。その状況を見極める力を「流行センス」と受け止めて良いだろう。

流行センスは、もちろん個々人の価値観・美意識・性格などの違いを反映して、高低差があるものと考えるのは自然であろう。それゆえ、ある特定の装いをするとき、状況を見極めて好ましい効果をもつ場合にのみそれを選択する人がいる一方で、場違いな効果しか生まない状況で選択してしまう人もいる。小論では、そうした個々人の間の流行センスの違いが、流行現象を説明する上で重要な意味をもつ。

以下、記号 a で「特定の装い A を保有し、状況を見て着用するという行為のルール」を示すものとする。 a なるルールを保持することは、そのときそのときの状況次第でプラス評価にもなればマイナス評価にもなる。そこで議論を単純にするために、次の仮定を置く。

18 階級意識が希薄化していないとしても、流行の装いに多くの人々の手が届きうる時代では、もはや服飾の流行は社会階級の記号表現たりえない。Descamps (1979), p.42 が指摘するように、現代では「社会的威信の基準は、自動車、ヨット、住居、遠い国への旅行、セカンド・ハウス……など」に移行してしまっている。

仮定 1: a にとってプラスの評価とマイナスの評価を生む状況は、それぞれ 1 種類しかない。

プラスの評価を生む状況の発生を記号 R とし、マイナスのそれを記号 W で表す。また a を保持することで主体 i に与えられるプラス評価を受けたことによる効用を実数 g_i 、マイナス評価を受けたことによる不効用を実数 l_i で示すことにする。ただし $g_i > 0, l_i > 0$ である。また主体を示す i は実数で表示されるものとしておく。

主体 i が a を保持しているときに、状況 R と W が同時発生する固有の確率をそれぞれ $p_i(R \cap a)$ および $p_i(W \cap a)$ で示すと、 a を保持しておくことからこの主体が平均してプラスの効用を得るための条件は次の不等式で与えられる。

$$g_i p_i(R \cap a) - l_i p_i(W \cap a) > 0, \quad \dots (1)$$

つまり平均的に見て純効用がプラス、すなわちマイナス効用の期待値よりもプラス効用の期待値の方が絶対値で見ても大きくなっていることを意味する。¹⁹

仮定 2: 主体は a の期待純効用が正であれば、それを保持し、非正であれば棄却する。²⁰

特定の流行を個人がどのようなきっかけで採用することになったかについては、多様な動機・きっかけがあるだろう。他者の模倣、合理的計算、衝動買いなどである。しかしどのような理由であろうと、その装いを一定期間にわたって保持するためには、それが事後的にみて「純利得」を生み出していなければならないだろう。

ところで、流行は使用価値をもつ通常の財とは異なり、財の物理的属性についての情報が完備していたとしても、誰でも適切に効用を引き出せるものではない。その装いが置かれる「文脈 (環境)」を読み解くセンスがなにより大切である。「流行とはわかる人だけがわかる記号体系」である。²¹ それゆえ、「わかる人」すなわち流行センスの良い主体は相対的に高い $p_i(R \cap a)$ と低い $p_i(W \cap a)$ を経験するだろう。またそうでない主体はより低い $p_i(R \cap a)$ とより高い $p_i(W \cap a)$ を経験すると仮定してよい。

仮定 2 は、人々が特定の流行 a を自らの装いの選択肢の一つとして持つには、この

19 プラスの評価やマイナスの評価を生み出す状況が複数あり、それらのプラス効用・マイナス効用の大きさとそれぞれの発生確率が異なっている場合には、プラス評価を生み出す事象のグループと、マイナス評価を生み出す事象のグループに二分し、プラス効用とマイナス効用をおのおのの確率的期待値で定義することで、同じように分析ができる。

20 閾値モデルで採用される binary decision と基本的には同じである。

21 Finkelstein (1996), p.55.

条件が実際に満たされている、つまり事後的に成立していることが必要だということの意味する。結果的にこのような状況が生み出されているとき、次式が成立する。²²

$$gp(R)p_i(a|R) - lp(W)p_i(a|W) > 0, \quad \dots (2)$$

ここで、 $p(\cdot)$ は環境変動を表す確率であり、それについて次の仮定をおく。

仮定 3: 環境変動はすべての主体にとって同じである。

$p(\cdot)$ は、各主体の置かれている社会環境が異なれば、とうぜん異なる値をとりうる。その典型が社会階級の違いであろう。しかしこの論文の目的が、階級ないし階層を仮定せずに同質的な集団の中での流行現象を説明することにあるので、主体間に「格差」をもたらす環境要因をできるだけ排除するために、 $p(\cdot)$ は主体間で同一と仮定する。

ここで $p(R) + p(W) = 1$ として良いので、この式を変形すると、

$$\frac{p_i(a|R)}{p_i(a|W)} > \frac{l_i}{g_i} \frac{p(W)}{1-p(W)} \quad \dots (3)$$

となる。²³ 上式の左辺を「信頼率」と呼ぶ。また右辺を「許容限界」と呼び、実数 $T (T \in [0, \infty))$ で表す。

以下、議論を単純化するために、次の仮定をおく。

仮定 4: l_i/g_i (それを「損失利得比」と呼ぶことにする) は主体間で共通である。

l_i と g_i の絶対水準は主体が異なれば大きく異なるであろう。流行センスの良い主体にとっては l_i や g_i はそうでない主体より大きいと考えて良い。なぜなら流行センスの良い主体ほど、自らの流行に対する周囲の評価により高い関心を持っていると考えられるので、評価に対してより敏感だと考えられるからである。しかしこうした評価に対する主観的反応の違いは、両者の比率をとることで、ある程度、無視しうると仮定できるだろう。すなわち、流行に関心のある主体はより大きな g_i とより大きな l_i を持ち、一方、あまり関心のない主体はより小さな g_i と l_i を持っているのだから、比率にするとそう

²² $p(a|X) = p(X \cap a) / p(X)$ による。

²³ これは Heiner (1983) が提唱した信頼性条件と実質的に同じものである。

した絶対水準での違いは相殺されると考えるのである。つまり、主体間で効用関数の形が同一でそれに乗じられるスケーリング・ファクターだけが異なると仮定していることになる。

l_i/g_i を主体間で共通とすることには、議論の単純化以外に積極的な意味がある。それは流行がそれを着用する個人に効用や不効用をもたらすのは、主観的な満足感というより社会からの評価によるという点にある。特定の流行の損失利得比、つまり a がどの程度おしゃれであるか（あるいはおしゃれでないのか）は、社会が決定することであって、一部のクリエイターを除けば個人的に決めても意味がないからである。流行に関心のある主体は、それゆえ、周囲の人々あるいは準拠集団はどのような流行や着こなしにプラスの評価をどの程度与えるかという点に常にアラートになっているだろう。その結果、モード雑誌やトレンド情報誌あるいはブログなどを通じて共通の評価情報が与えられることで、主体間で流行に対する損失利得比は平準化する傾向を持つと考えられる。こうした理由から、以下では主体を示す添え字を省き、 l/g と表すことにする。

ところで、この条件の左辺（信頼率）は、主体 i の流行センスの高さを示す尺度の一つと見ることができ、主体間で異なると考える。 $p_i(a|R)$ は、事象 R が生じているという前提のもとで、主体 i が a を保持している確率である。このことは、 R が発生しているときに、一定の頻度で A を着用していることを含意する。センスの良い主体であれば、正しい環境条件が発生していることをそうでない主体よりもより高い確度で認知できると考えて良いだろう。したがって、その結果として $p_i(a|R)$ は高くなると仮定してよい。 $p_i(a|W)$ の場合は、ちょうどその逆である。それゆえ $p_i(a|R)/p_i(a|W)$ は当該主体の流行センスの高さを表していると解釈でき、その値は 0 から ∞ の間の有限値をとるものとする。

IV 流行のプロセス

当該社会のメンバー数は、正の実数 N で表示し、パラメーターとする。この集団には流行センスのきわめて高い主体から、低い主体まで存在しているが、通常は中位に近い平均的なセンスを有する主体の頻度がもっとも高いと考えるのは自然であろう。そこでその集団のメンバー個々の流行センスについて次の仮定をおく。

仮定 5: メンバーの流行センスは、単峰形の連続的な確率密度関数 $\phi(\cdot)$ で与えられる。²⁴

24 本論文での分析は、階級を想定せず主体の特性に一定の確率分布を仮定する点、また普及過程の動学的プロセスを差分方程式で定式化する点で、Granovetter らの閾値モデルに似ている。閾値モデルは、各主体はある行為について、準拠集団におけるその採用率に基づいて行為を行うかどうかを採択するという再帰的モデルとなっている。集団の採択率になぜ個人の行為の採択が影響されるのかという点につ

もっとも標準的なケースとして単峰形の分布をここでは想定するが、以下の議論は、分布の形状が異なっても大きな修正は被らない。むしろより重要な点は、流行センスが人によってばらついているという点である。そしてある装いが流行する場合には、流行センスの高い主体から低い主体に向かって進むという想定である。ここでは、主体がそのようなセンスをどのようにして獲得したか、という点については論じない。

各主体の流行センスの高低はそれぞれの信頼率 $p_i(a|R)/p_i(a|W)$ に反映しているとする想定しているので、許容限界以上の流行センスを有する主体の数 $n(n \in [0, N])$ は次式で与えられる。

$$n = N \int_r^{\infty} \phi(x) dx \equiv n(T), \quad n' < 0 \quad \dots (4)$$

また許容限界がゼロのときにはすべてのメンバーが許容限界を満たすと考えて良い。したがって $n' < 0$ なので、 $n(0) = N$ である。

さまざまな許容限界のレベルに対して、 $n(T)$ を描けば、単峰形の確率分布を示すという仮定により、第1図の $n(T)$ のような右下がりの曲線となる。

次に許容限界の決定因について見てみる。決定因は $l/g, p(W)$ であるが、そのいずれも n が変動すると影響を受けると考えられる。 a を保持する主体の数 n の増加は、より流行センスの高い主体から低い主体に向けて増加していく。そのことは n の増加は、当該社会においてより流行センスの低い主体が徐々に a を採用することを意味する。ところで、 A を着用することがどのような状況で場違いで、どのような状況で受容可能な状況かを決定するのは、当該社会の平均的意見で決まると考えるべきである。 A がより場違いな状況で着用される頻度が高くなるにつれ、平均的意見も変化し、それまでは場違いとされた状況を受容可能な状態にしていくだろう。

しかし同時にどのような場合を W に分類される状況と見なすかは、装いに対する集団の平均的意見だけで決定されるとはいえない。社会慣行、あるいは自然的な要因などで、仮に a を当該社会の全メンバーが保持したとしても、なおそれが場違いな状況は発生しうるだろう。たとえば A が喪服の場合を想定してみよ。つまり $p(W)$ には正の下限 p_l が存在すると考えられる。また当該社会の全メンバーが a を保持していなくとも、同様の考察からいついかなる場合でも a が場違いな状況になるとは考えにくいので、 $p(W)$ には1より小さい上限 p_u があると考えてよい。そこで次の仮定をおく。

＼ いては、Granovetter (1978), p.1422では合理的個人を仮定し各主体の選好に基づいて効用を最大にするように選択すると述べられているが、効用概念を用いた明示的なモデルは提示されていない。閾値での選択と合理的な選択とのリンクが欠落しているように思われる。われわれのモデルは事後的な平均期待効用の正負で行為ルールの選択を説明するミクロの基礎を有している。

仮定 6: $p(W)$ は n の単調減少関数 $\psi(n)$ で与えられ, $p_l = \psi(N)$ かつ $p_u = \psi(0)$ とする。ただし $0 < p_l < p_u < 1$ である。

次に l/g に対する影響について見てみよう。 n の増加につれ, 上で見たように, より流行センスの低い主体が増加していくことで, 場違いな場所で A を着用している主体の数は増加していくが, このことはやはり集団の平均的評価を寛容なものにしていくと考えられる。それまでは大きなマイナスの評価を付けられていた流行も, 好ましくなくが我慢できる程度のものへ, さらにはあまり気にならないものへと変えていくことが予想できる。これは n の増加に伴い l が低下することを意味する。しかし同時にこのことは, 希少価値の低下であり, 当初その流行がはやり出した頃与えられた高い評価が低くなっていくことを含意すると考えて良い。つまり n の増加は g の低下をも招くと考える。その結果として l/g がどのように変化するかについては, われわれはア priori に推断することはできない。したがって, 次の仮定をおくことにする。

仮定 7: n の増加にかかわらず, 損失利得比 l/g は, 流行期には一定を保つ。

以上より, 許容限界を n の連続関数として表すことができる。

$$T = T(\psi(n); l/g) \equiv T(n), \quad T' < 0 \quad \dots (5)$$

われわれのシステムは $n = n(T)$ および $T = T(n)$ の2本の方程式で与えられるが, 流行という動的な現象を扱うために時間の推移を明示的に取り込む。そのために次の仮定をおく。

仮定 8: n が社会の平均的意見に影響を与え, それが $p(W)$ の変化を通じて許容限界 T に反映されるには1期の時間の経過を要する。

したがって, 期間を添え字 t で表し, $T_t = T(n_{t-1})$ と想定する。

以上の考察から, 次の命題を導くことができる。

命題: $n_t = n(T_t)$ および $T_t = T(n_{t-1})$ からなる動学システムが平衡点をもてば, そのうち最大の n を与えるものは局所的に安定である。

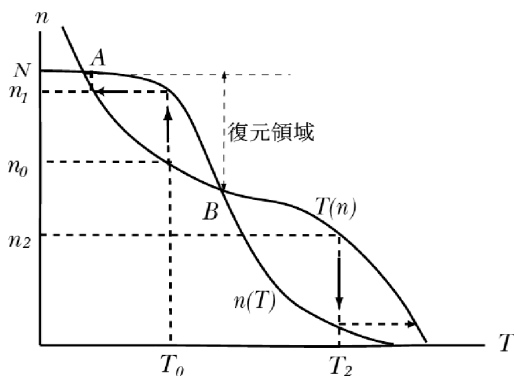
証明： $n(0) = N$ かつ $n' < 0$ より $T > 0$ に対して $N > n(T)$ が成り立つ。 $1 > \psi(N) = p_1 > 0$ より、 $T(N) > 0$ である。したがって、 $n(T(N)) < N$ が成り立つ。

ここで $[0, N]$ に存在する最大平衡点を n^* とし、 $n'(T(n^*))T'(n^*) \geq 1$ とする。このとき十分小さい任意の実数 δ について $n(T(n^* + \delta); l/g) = n(T(n^*); l/g) + \partial n / \partial T \cdot dT/dn \cdot \delta$ と近似できるので、 $n(T(n^* + \delta); l/g) \geq n^* + \delta$ となる。しかるに $n(T(N); l/g) < N$ であるので、中間値の定理により $n(T(n^+); l/g) = n^+$ を満たす n^+ が $[n^* + \delta, N]$ に存在する。これは n^* が $[0, N]$ において最大平衡点であることに矛盾する。したがって、 $n'(T(n^*))T'(n^*) < 1$ である。このことは、 n^* が少なくとも局所的に安定であることを意味する。 Q. E. D.

以上のことを図示したのが第1図である。両曲線が交点を結ばないか、あるいは接するようなケースは例外的な場合として除外し、二つの交点を持つものと仮定して議論を進める²⁵。そのうち n が大きい方の交点 (図の A) は必ず局所的に安定的な平衡点である。安定な平衡点のとなりにある平衡点は不安定となる。二つの交点ではいずれも、一定の許容限界を実現するために過不足のない数の主体が、 a をレパトリーに持っている状態である。したがってこれらの点では主体の数は時間を通じて一定に保たれる。

ここで、いま a を選択肢に持っている主体数が n_0 で与えられたケースを想定してみる。 n_0 に対応して許容限界 T_0 が定まるが、この許容限界のもとで許容限界と同じかそれを超える信頼率を有する主体の数は n_1 である。続いて n_1 に対応して許容限界が調整され、さらに新しい許容限界の下での n が決まってくる。こうしたプロセスが継続すると、最終的には交点 A に収束し、そこで安定する。このケースは、社会の大多数のメンバーが a を流行の選択肢に入れている状態で、かつその状態から離脱する要因をもたない、という意味で安定的である。

第1図



25 交点の数は以下の議論に本質的な変更をもたらさない。

A 点では、一定レベルの許容限界を基準として、ある一定数の主体が a を流行の選択肢に保持しているが、翻って当の許容限界のレベルそのものは、そうした主体の集団的合成果として実現しているのである。したがって、許容限界が主体の数を規定し主体の数が許容限界を規定する、という循環論的支持関係が成立している状態である。これは制度と呼ぶ現象にあまねく存在する基本的特徴である。

一方、第 1 図で初期の n が n_2 で与えられたような場合は、許容限界が不可逆的に高くなっていき、最終的には誰も a を選択肢として持たない状態に発散してしまう。つまりこのような状態は不安定だといえよう。図の点 B は制度が復元する限度点であるので、復元限界と呼ぶことにする。復元限界と点 A との間の縦軸方向でみた領域を復元領域と呼ぶことにする。²⁶

点 A は安定的な均衡であり、他の条件が変わらない限りその点にとどまり続ける。ここで作動し出すのが、差異化の原理である。人間の内部には差異化と同化という二つの相反する願望が存在しているとよくいわれる。それに当てはめていえば、ある流行を取り入れ、それを着る機会が増えるということは、同化に相当するプロセスである。しかし同化された状態、つまり多くの人が同じような装いをしている状態が続けば人とは違った服装をしたくなる。なぜこのような変化が生じるかをジンメルは次のように述べている。

「客観的に見れば自分が世間と同じであることと、世間と違うということとは、同じ重要性を持っているにも拘わらず、また主観的精神にとっては、前者は意識されない形で存在し、後者は意識された形で存在していることになる。前者の場合は、意識を節約するのが有機体の目的に適っている。なぜなら、後者の場合は、²⁷ 実際の生活目的にとって意識がいっそう必要であるから。」

あるいはまた、

「快樂はきわめてすみやかに色あせ、それが繰り返されるにつれて一種の慣れが生まれ、その結果、新しい刺激がまさに刺激として意識されるためにこえなければならぬ新しい水準が、またつくられることになる・・・。」²⁸

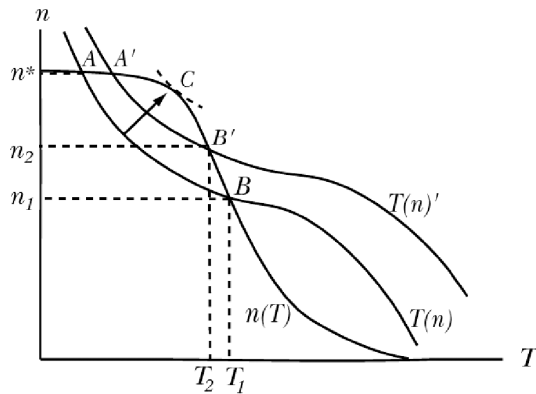
とも述べている。こうした心理の変化によって、同じ流行を多くの人が採用していると

26 閾値モデルで「クリティカル・マス」と呼ばれているものに対応する。

27 Simmel (1917), 訳 52 ページ。

28 Simmel (1890), 訳 452 ページ。

第2図



いう状況が持続するという事は、 A という装いを着用することが無難ではあるが個性を引き立てるファッションではもはやないということの意味するようになる。そして多くの個人の中の差異化への欲求が頭をもたげ始める。また、多くの人々が着こなせるようになっている装いを場違いな状況で着用してしまったときのマイナス評価はより大きくなると考えて良いだろう。こうしたことから A の流行としての損失利得比も不可避免的に影響を受ける。つまり l は増加、 g は低下する傾向が社会の中に生まれるので、 a を選択肢として持つことの l/g は上昇せざるをえない。

l/g の上昇は第2図で $T(n)$ 曲線が上方にシフトすることを意味する。それにしたがって安定な側の均衡点は徐々に右に移動し、 a を選択肢に入れている主体は減少しだす。そしてこの過程がある限界、つまり両曲線が凸になっている部分で接するような点(図の C 点)、に達すると、それ以後、急速に n は減少していく。つまり a を選択肢として持つ主体数は漸減していくが、依然として相対的に多くの主体が a を保持しているにもかかわらず、流行は、とつぜん終焉にむかう不可逆的過程をたどるようになる。ジンメル²⁹の言葉を引けば「流行において可能な限りの高揚のなかにすでに流行の死の萌芽、その解消の定めが潜んでいる」のである。

流行が終焉するもう一つのプロセスは、流行することによって流行にアラートな主体がその流行から離脱するという現象が起こることである。つまり、流行センスの高い主体が新たな装いによる差異化を模索し始めるのである。 A 自体をもはや流行の装いと見なさなくなるのであり、そうした主体にとって A は平均利得の有無によって採否を考える対象ではなくなる。これは A の採否を功利的に判断する主体群という母集団からの離脱であり、小論のモデルでは N の低下(しかもより高い流行センスをもつ主体からの離脱)として現れる。このことは、図では $n(T)$ 曲線の左下方へのシフトとして示すことができる(図示はされていない)。このことは $T(n)$ の上方シフトと同じ効

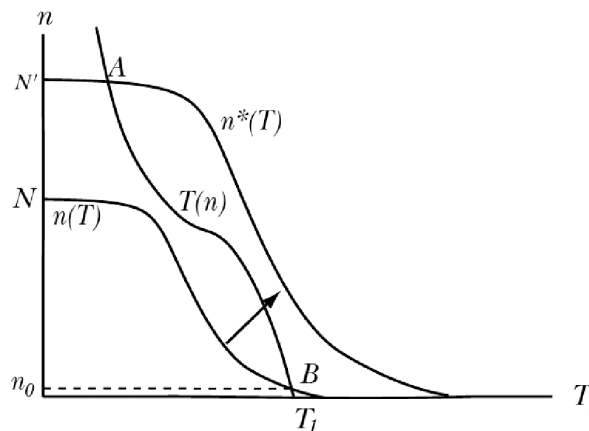
29 Simmel (1919), 訳42ページ。

果をもっており、やはりこのケースでも、ある限度を超えると急速に流行が消滅していくプロセスが発生する。

流行現象で考察しなければならないもう一つの問題は、契機となったささいな差異化がなぜ本格的な流行に結びついていくのかという問題である。この問題は、流行に関する情報の到達範囲の問題として理解することができるように思われる。ベストセラー *The Tipping Point* の著者マルコム・グラッドウェルによれば、ハッシュ・パピーの靴は、1994年までに年間30,000足にまで販売量が減少し生産中止が検討されていたが、1995年には突然430,000足も売れ、その次の年にはその4倍が売れ、2年でアメリカ全土のモールで販売されるようになったそうである。³⁰ イースト・ヴィレッジやソーホーの一握りの若者たちが履いていた靴をジョン・バートレットやアナ・スイなどのデザイナーが注目し、口コミで広まり俳優などの有名人が履くようになって爆発的なブームを迎えたそうである。

このエピソードは、ささいなきっかけで特定の装いが流行する典型的な例を与えている。彼はこの流行を感染現象として説明しているが、むしろ情報の到達範囲の問題として理解することができる。ある特定の流行について、その情報が欠落している主体にとっては、それを模倣したり、それに感染することはできない。もちろん選択の対象ではありえない。このことは許容限界の曲線自体が、流行にアラートな一部の人々を除いて適用できないことを意味する。それゆえ流行はそうした一部の人々の間に限定され、大衆的・爆発的な普及は起こらない。そのような状況の中で、その流行に関する特集記事が情報誌に掲載されたり、あるいは「口コミ」で流れることで情報の到達範囲が急速に拡大し、多くの人々がその流行を模倣したり感染するための状況が準備されるようになる

第3図



30 Gladwell (2000), pp.3-5.

と考えられる。

小論のモデルでは、集団規模 N が第3図の N' にシフトすることで、それまで n_0 というごくわずかな主体数で均衡していた状態が、図の点 A にむかう再帰的強化の過程に移行するプロセスとして、流行の爆発的拡大を説明できる。注意すべきは、 N と N' の対比ではなく、 B と A との対比である。集団規模の拡大を上回る流行採用者の増加が見られるのである。

V むすびにかえて

この論文では、テーマを流行現象に絞って議論を展開した。しかしこのフレームワークはさまざまな社会現象に適用可能である。道德の定着やモラルハザードの発生、商品の普及や衰退、貨幣・財産権など社会的諸制度の成立、等々の説明に適用可能であろう。あるいはハイエクがいう自生的秩序の形成過程（あるいは再帰的強化の過程）にも一定の説明を与えうる。こうした問題にこのフレームワークを適用するためには、それぞれの問題の特性に応じて、利得（プラス評価）や損失（マイナス評価）をより厳密に再構成する必要がある。とりわけ小論で捨象したルールとして保持していること自体のコストが無視し得ない場合、ハイナーの提示した形の信頼性条件は必ずしも成立せず、より複雑な条件を用いなければならない場合がある。紙幅の制限で、そうした一般的な条件の考察については割愛せざるを得ないが、そうした場合でも、ここで展開したモデルは本質的な修正なしに適用できるものと思われる。

参考文献

- Benvenuto, Sergio (2000) "Fashion: Georg Simmel", *Journal of Artificial Societies and Social Simulation*, Vol.2, No.2, <http://www.soc.surrey.ac.uk/JASSS/3/2/forum/2.html>.
- Descamps, Marc-Alain (1979) *Psychosociologie de la Mode*, Press Universitaires de France [杉山光信・杉山恵美子訳『流行の社会心理学』岩波書店, 1982年]
- Finkelstein, Joanne (1996) *After Fashion*, Melbourne University Press [成美弘至訳『流行の文化社会学』せりか書房, 2007年]
- Gladwell, Malcolm (2000) *The Tipping Point - How Little Things Can Make a Big Difference*, Back Bay.
- Granovetter, Mark (1978) "Threshold Model of Collective Behavior", *American Journal of Sociology*, Vol.83, No.6, pp.1420-1443.
- Heiner, Ronald (1983) "The Origin of Predictable Behavior", *American Economic Review*. Vol.73, No.4, pp.560-595.
- (1986) "Uncertainty, Signal-detection experiments, and Modeling Behavior", in Langlois, R. (ed.), *Economics as a Process*, Cambridge University Press, 1986, pp.59-115.
- Le Bon, Gustave (1910) *Psychologie des Foules*, Felix Alchan [櫻井成夫訳『群衆心理』講談社, 1993年]
- Simmel, Georg (1890) *Über soziale Differenzierung. Sociologische und psychologische Untersuchungen*, Leipzig [石川晃弘・鈴木春男訳『社会分化論』中央公論社, 1980年]

- （1917）*Grundfragen der Soziologie: Individuum und Gesellschaft*, Leipzig [清水幾太郎訳『社会学の根本問題』岩波書店, 1979年]
- （1919）*Philosophische Kultur*, Leipzig [円子修平・大久保健治訳『文化の哲学』ジンメル著作集, 第7巻, 白水社, 1976年]