

アメリカ社会学雑誌とファッド研究

—日本大学社会学科蔵書との出会い—

仲 川 秀 樹

I 研究の視点 —日本大学社会学科蔵書との出会い—

社会学の世界への第1歩として、研究テーマの確立は急務であった。当時、研究内容をジャーナリスティックな視点からアカデミックな視点にシフトすることを余儀なくされていた時代でもあり、研究テーマにかかわる概念を正確に理解することからはじめる必要があった。学生時代、指導教授から示されたのは、“fad”という用語の分析である。耳慣れない用語にとまどいながら、初歩的な概念の理解につとめた。

「ファッド」(fad)とは、第1次的な小集団内で発生する集合現象である。通常の集合現象と比べ、分化・分散化し、水平的な社会で生成する。1970年代から1980年代にみられる上層への意識に代わり、1990年代以降顕著になり一般化した。ファッドは、垂直的な社会で生じた大規模な集合現象よりも個人的な想い入れが強く表出される。集団嗜好的な側面より、個人的な嗜好の強さによって登場したモデル(現象)でもある。個人化浸透の現代社会において、各領域に生成するファッド的な集合現象の分析に目を向けることは、固有の価値に注目することであり、社会学研究上、重要と考える。

ファッドは馴染みの少ない用語でありながら、アメリカ社会学の世界において、1930年代には用いられていた。大規模な集合現象とは一線を画した集合現象の説明に、ファッドは欠くことのできない概念であった。同時に、ファッドに対峙する「クレーズ」(craze)という用語がある。この用語はリスクをとまなう(個人に特有な収集癖のような)集合現象を説明するために重要な意味をもつ。いずれも現代社会の集合現象を分析するためには素通りできない不可欠な概念となっている。

初歩的な用語の理解からふみだした先に待っていたのは、本論文のメインタイトルに掲げたファッド研究の文献との出会いとなる日本大学社会学

科蔵書、1957年の『アメリカ社会学雑誌』(American Journal of Sociology, Vol.62.)だった。そこに掲載された“Note on A Natural History of Fads”という論文こそ、社会学におけるファッド研究の草分けである。当論文との出逢いから集合現象の研究が進み、ファッドの現代的価値を広げる研究につながる基盤となり今日にいたっている。

さらにその論文より早くファッドの構造と機能を世に知らしめたのは、同じく日本大学社会学科蔵書である、1931年の旧版『社会科学事典』(Encyclopedia of the Social Sciences)に掲載の論文である。ここに取り上げた2つのファッド研究がもたらした功績は、後の集合現象のメカニズム分析に大きな影響を与え、分散化した社会での人びとの集合行動を理解する起点となった。

本論文では、日本大学社会学科蔵書との出逢いもたらしたファッド研究を前提としている。まず、ファッドの概観を論じながら、今日の集合現象分析に重要な役割を担っているファッドのメカニズムを整理する。そしてファッドの分析をととして現代社会特有の集合現象と社会の構図を考えるものである。

II ファッド概念の登場

1. 前提となるE・ハーロックによる分類

(1) 1929年のファッド論文

ファッドという概念が学術的に登場したのは、E・ハーロックが、1929年に発表した論文、“Motivation In Fashion” (Archives of Psychology) においてである。この研究ではじめて、fashionとfad、そしてcrazeなどの集合現象を示す類似概念が正確に規定された。とくに、集合現象の一つとされる「流行」(fashion)の存在を細分化し、現象の構造と機能に沿って、説明するには十分な分類となった。fashionに帰結された集合現象をfadの存在によって、より繊細な分析が可能となり、ハーロックの本論文は、本格的な集合現象に関する基礎理論となった。

(2) 社会心理学的定義

ハーロックの分類は、集合現象をめぐる個人の動機を主としているが、集合現象に関した用語や概念の詳細な論述を中心に、集合現象発生の動機や社会的条件も示唆されている。後の集合現象研究のバイブル的存在と考えている。集合現象が発生する動機に触れるということは、人びとの社会

不安 (social unrest) や強迫観念 (obsession) との関連も示しながら集合現象の類似概念を明らかにすることで、その分類に応じた分析を可能にする。集合現象の発生規模や範囲、そこに生成する人びとの意識下にある動機をみるには、類似現象を概念づけることになる。あらためてファッドとクレーズに隠された個人の欲求充足に接近することでもある。

2. ファッドとクレーズ

(1) ファッドに対峙するクレーズの古典的概念

ファッドに対峙する概念としてクレーズを補足したい。N・J・スメルサーの研究としても著名である。「積極的な願望充足の信念にもとづく行為」を意味し、その実施には多大なリスクをとまなう。狂騒状態に陥り、そこに殺到する行動でもあり、マニア的な世界も含んでいるとされる。クレーズは、ファッドと相反する概念とされながら、ファッドとの共通性のあることも念頭におきたい。それはファッドにおける特定集団との関連である。マニアなどにみられるコレクター心理を背景とした集合現象を考える。一般には、社会的に不合理と思われる観念も強い。一般的な社会現象に比較し、どこか風変わりな軽薄なイメージを持ちながらも、その対象に惹かれる意識は、それを選択した個人にしか理解し得ない。

(2) ファッドにみる趣味・嗜好の世界

また、R・H・ニストロームによる、大規模でないが、瑣末的な集合現象としての位置づけがある。映画や女優の風貌など、あこがれや感情移入なども背景にある。映画という娯楽世界に登場するキーパーソンへの傾斜は、ポピュラーカルチャーを焦点にししながら、ある種の経済活動に影響を与える点として否定の余地はない。娯楽的要素を基盤にした対象モデルは現代社会でも多い。

ファッドは、流行と同じくさまざまな分野で発生する。個人的な趣味世界ではとくに顕著で、パズルや精神分析など人びとの娯楽とも関連している。それ以外では文学や宗教、医学の世界、政治や教育など多彩な領域でファッドは登場している。アカデミズムの分野での功績も見逃せない。

Ⅲ 社会学科蔵書とファッド研究

1. R・メイヤーソンとE・カッツのファッド研究

(1) ファッド研究の重要性

1957年、“Note on A Natural History of Fads”が、アメリカ社会学雑誌に掲載された。この論文は社会学におけるファッド研究の先がけに位置している。メイヤーソンらによれば、ファッドを研究対象とする意義は、「ミバエが遺伝学者の役に立つのと同じくらい、社会変動を学ぶ学生の要求に応えている」¹⁾という指摘にある。社会学者も遺伝学者のように、ファッドを知ることによって、新しい世代の出現を待つ必要はなくなったことである。つまり集合現象が、歴史的過程、歴史的連続性に沿い時代（時代精神）を追っていることを示し、ファッド研究の重要性を自然科学の発展に例えた。

ファッドは小規模ながらその広がりから連続的な社会変動の一形態とも考えられる。ファッドの概念から一見矛盾しているようではあるが、ファッドを慣習と対比するとわかりやすい。伝統と慣習の変容形態を考えれば、外部に向かい拡散した集合現象になることは可能なのである。

(2) ファッドの性格

集合現象のなかでもファッドは小規模ゆえに、その対象を受容する人びとは少なく、特定の個人間や小集団で発生する。その内容もそれを認知してくれる人びとにのみ理解されるという性格をもつ。コレクターやマニア的でもある。歴史的な道筋がないのも特徴であるとされてきた。大規模現象より、分化した現象が見受けられる現代社会においてファッド研究の必要性は高いと考える。

そこでなぜ時代にに応じて分化されてきたのであろうか。人びとの意識を変えさせる対象の増加である。社会の進化と、情報環境の変化に合せたマーケティングの動きも関連し、人びとの選択範囲の広がりである。特定のもののみに特化することはできなくなり、各人の関心も多方面におよぶことになった。社会のファッド化が促進された。

(3) ファッドは社会変動の原形

ファッドが影響をおよぼす集団は限定されてきた。限定された集団内のみ嗜好されている対象は、つねに安定した状態を維持している。ところが小集団内におけるファッドは大規模化した集合現象になり得る可能性を

もつ。ファッドは小規模ながら連続的な社会変動の一形態であるとした点である。T・シブタニによる「小さな共同体の慣習は大衆社会の流行」(fashion are to mass societies what customs are small communities)²⁾ というH・ブルーマーの講義録の紹介にある。小集団で認知された慣習が相互に関連した結果、大衆社会状況下の集合現象を生じさせることにある。

また、ファッドは社会変動の特殊な分類であるとする。ファッドは「時代的年代周期段階」(told as a succession of chronological stages)の連続であり、生産者や卸売業者、消費者とのあいだで相互に特徴づけられた。³⁾ そのプロセスにファッドとして潜在する対象モデルをキャッチした。つまり、発見者である最初の消費者によるプロモーションが実施され、ラベリングと普及、特定したモデルを人びとが選択し、集合現象の発生をみる。送り手と受け手の相互作用の結果である。集合現象を社会変動の過程ととらえることは、その時代の社会事象の推移を見守ると同時に、集合現象の周期を追うことにもなる。

社会変動の原型と考えることで再確認すべきは、ファッドが影響をおよぼす特定の集団内に限定したコミュニケーション・ネットワークを形成していることである。このネットワークが、集団外に広がった時点で、ファッドは大きく様相を変えることになる。時代的年代周期段階が機能することになり、社会の動向に影響を与えるのである。

(4) ファッドの自然史

メイヤーソンらは、ファッド研究として4つのアプローチの必要性を説いた。

- ①社会・集団・個人における集合現象（構造と機能）
- ②集合現象と時代性（時代をよみとる）
- ③集合現象のネットワーク（そこにかかわる人びと）
- ④ファッドの自然史（集合現象の周期）

とくに重視したのはファッドの自然史 (natural history of fad) である。ファッドはどこから誕生するのであろうか。具体的にメイヤーソンたちは、音楽のジャンルを事例に分析した。「ファッドは生まれるのではなく、再発見される」⁴⁾ という。当初はファッドとしてではなく、少数派 (minority) の音楽だったとする。少数派の音楽が多数派になることに注目した。少数派の社会システムは、その多くの種類を多数派に供給する可能性に触れる。そこで「発見され」(discovered)、拡散することを意味している。

生活領域では頻繁に新商品の登場がある。そこで重要になるのは象徴的機能である。衣服においては、下着よる上着であり、視覚に入る領域に発見が起こることを意味する。これに該当するのが、G・ジンメルによる「例外的で、一風変わって、派手に目立つ」⁵⁾と呼んだものへの探求と関係する。

その探求が日常的なのが音楽業界であった。音楽業界では新しい発見の意義をものがたっている。結果的に、少数派は、多数派に資料を提供することになり、全体的なシステムにおいてもその存在価値は不可欠である。業界の人たちは新しい考え方と商品を探し回れるよう準備し、少数派の「慣習」がひとたび「輸出され」(exported)、ファッドをある集合現象に変えてしまうことにある。

ファッドは少数派のなかにはじまり、発見され、ラベルを貼られ、最後は大衆に届く。衣服もまた、ある特定の先導者に注目され、ラベリングによりいつしか大規模化する。ファッドはたえまない変化の物語である。ただ変化しても、少なくとも追従できないほど変わることはない。その変化の過程は、どの時点でも起こり得るし、ファッドが注目された時点で新規性や話題性は薄れ、いつしか消滅するか、ふたたび慣習となる。新しい流れのなかに古い流れの存在もみえる。

「ファッドの自然史」をよみ説くことは、当該社会において、何らかの変化が起こりはじめた時点から分析を開始し、予想されるファッドのコースを追うという楽しみが潜んでいることも付け加えておきたい。

(5) ファッドの今日的意義

メイヤーソンとカツツのファッド研究には、発生する場所(小集団)や期間、それを選択した人びとの様子が伺える。それを選択する個人の信念の先にファッドの性格がある。社会の分散化傾向が強い今日では、メインから分化した周辺に位置するサブの視点からもファッド研究は広がりを見せている。サブは、メインの下位に位置するサブではなく、メインの周辺で付加価値をとまなう特性をもつことを強調したい。1980年代的ではなく、2000年代に意図するものであろう。

2. E・サピアーによるファッドの見解

(1) ファッドの体系化をめざす

1931年、Fashionに関する項目が、E・サピアーにより旧版社会科学事

典に論文として掲載された。ハーロックの研究直後である。サピアーは、集合現象と慣習の関係、属性ごとの発生を、「集団の方向性を定める強制力か」、「個人の嗜好なのか」を焦点にあげ、ファッドは個人の嗜好を信念とする選択と考えた。とくに、「嗜好」(taste)には特別の想い入れが感じられ、集合現象のなかでもファッドは、他の現象とは別のものと考えた。そして、集合現象の類似概念を区別し、ファッドの体系化をめざす方向が示された。

属性ごとに発生すると考えたファッドは、同一環境の水平的な嗜好が根底にあり、小さな共同体の慣習という考え方とも比例する。ゆえに集団内のバランスがどの程度影響しているのかを焦点に定めたのである。現代社会における環境内での同調か差別化かによる集合現象発生メカニズム分析に果たす役割もみられる。

(2) サピアーのファッドとは

サピアーは、「ある様式の感覚や歴史的連続性への感情」(one's sense of style and one's feeling for the historical continuity)⁶⁾を欠いた現象をファッドとみなした。かつてファッショナブルだったゲームは、時間を経て(特定の愛好者たち)ますますファッド化している事例などは極めて今日的である。ファッドは私的で特定の集団に入り込み、個人の強い意向が渦巻いている。そして、時間の経過という社会変動過程においての変化をみる。ファッドは歴史的連続性とは異なる現象ながら、時間の経過により、慣習化される背景に特定の選択者によって持続される。

ファッドが他の集合現象と区別されるのは、慣習化された時点での定着性である。ファッドは、特定の個人や集団内で生成されるが、慣習化という次元での説明は困難である。なぜなら小さな共同体での慣習のとらえかたは、そこで正当性を勝ち得たとするのか、それとも個人の嗜好を共有するだけの(消極的な意味での)共同体である考えるならば、伝統という恒久的な要因とは異なることになる。サピアーは、「流行の弱点はファッドにあり、その強みは慣習からくるものである」とした。ファッドは定着というより、それを嗜好する集団の存在(正当性という結びつきではなく、共通の嗜好をもつ)そのものを指すと考えるのが妥当と思われる。

(3) ファッドの広がり

ファッドは万人向けのモデルではないこと。対象が絞られている個人なり集団のまとまりにみられる。個人の嗜好の重視は、きわめて趣味や娯楽

的部分に關しているため、現代のように集合現象の分化した状況を追うにはふさわしい。現代社会の集合現象は、大規模なものから分散化され、当該集団に沿うように、複雑な内容となっている。それは人間の集団ごとにみられ、それだけファッドで説明するモデルが増加していることでもある。

昨今、娯楽的でポピュラーな領域に関するものが多く、それが拡散された様相は、ファッドのメカニズム分析には最適である。そこにあるコミュニケーション・ネットワーク機能の進化によるものも多いのが今日の特徴でもある。時代ごとの集合現象はその社会状況に合せたもの、その数が多岐に渡れば、ファッドの出番も増える。ファッド研究は、現代社会の特質をみることでもある。

(4) ファッドの原点を論じたサピアー

サピアーは、個人の内面にある本質的な欲求としての嗜好に注目した。嗜好は個人の対象のみ適応し得る選択動機である。個人の嗜好は拡散する必要はないし、広がることを望んでもいない。特定の範囲内でその嗜好が認知され、そこでのみ生成するのがファッドである。大規模にならずとも、個人の信念に沿って楽しむ嗜好（クレーズと同様）という純粋な側面がファッドにはある。

時間の経過という社会変動過程において、ファッドと他の集合現象との相違について考えたい。ファッドが私的で特定の集団に入り込むという意味には、個々の単位が拡散し、社会全体を動かし、社会変動の一要因となる可能性を含んでいる。時代の推移に合せたようなファッド研究のおもしろさがここにあり、ファッド研究の原点を明確に説明したサピアーの研究が、シブタニや、デーヴィスに影響を与えたこともうなずけよう。

IV ファッド研究の流れ

1. F・デーヴィスによるファッド研究再考

(1) 現代的視点にみる集合現象研究

サピアーが重視した「嗜好」を、実証的に論じた現代的な研究事例を取り上げたい。集合現象研究から現代のトレンド研究に成果を見出した、デーヴィスである。デーヴィスは、シカゴ大学大学院生時代に、ブルーマーのクラスに在籍した。とくに、「現代の集合的表出の問題」(collective expression of modernity)への関心を高めることになった。戦後世代の若者や女性たちの生活様式に関心をもち、類似した様式の広がる様子の解

明のために、実証研究を実施した。大衆社会状況下で生じる新規なモデルに接した時に起こるあこがれや羨望などが大きな集合現象になる過程の分析である。それを充足するか否かで生じる欲求不満が、集合現象の下地になっていることを示唆している。このような見解は、ブルーマーの『社会心理学のクラス』(classes on Social Psychology)からの影響が大きい。⁷⁾

デーヴィスの集合現象にある垂直的な流れから、現代社会に特有である水平的な流れによるファッドの有効性を説いた実証研究は興味深い。個人のあこがれや願望などが集合現象を発生させる要因であり、そこに個人の嗜好を見出すことである。サピアーが重視した嗜好の視点は、集合現象の根底にある集合体の機能に着目し、集合的嗜好という視点からのファッド分析である。

(2) 集合的嗜好にみるファッド

「集合的嗜好」(collective taste)には、自己の位置する集団や組織、社会環境におけるスタイルやパターンの共通性がある。そこには特別にまとまった集合現象であるファッドの存在をみることになった。ここにはいわゆる帰属とか属性が重んじられるのはいうまでもなく、趣味や嗜好の次元からその集合体の階層構造を明確にする目的もあった。垂直的嗜好主流の時代から、水平的な嗜好が主流にある時代性は、ファッド全盛という説明も可能となる。同時に、帰属意識の度合いもファッドの正確に沿いながら温度差があることも浮上する。それはファッドのもたらす人間関係は慣習のそれとは区別される点である。

(3) デーヴィスの論点

ファッド全盛時の特質として、送り手であるマーケターが、トレンドをめざした戦略を進めても、その対象モデルを受け手が選択しなければ意味がない。現代社会のトレンドは、大規模にならずとも、特定の人びとによる選択が、広範囲に生成している状況を見ることができ。特定の人びとこそ、水平的な集合的嗜好をもつ集まりとなる。つまり、一般的な同調を好むのではなく、社会的分化による選択が主であり、領域ごとに、集合的嗜好をもつ集合体の結果としての集合現象を指している。

そしてデーヴィスは、水平的嗜好に焦点をあてた実証研究も試みる。先導者と従順者の関係である。トレンドを仕かける先導者の影響が従順者に与える影響はどの程度なのか。衣服に関してのあいだに入る婦人たちの存在に注目した。⁸⁾ リーダー(マーケターたち)の仕かけにフォロワーが動く

というより、影響を与える特定の個人（ここでは婦人たち）の動向である。特定の個人こそ、影響を受ける人びとの周辺環境にいる人たちである。現代においても、影響を与える人びとの存在は、影響を受ける人びとの選択行動を左右しながら集合現象を促進させることになる。同一環境にある集合現象こそ、ファッド的といえよう。

2. コミュニケーション・ネットワークの台頭とファッド

(1) 第1次的人間関係からの拡散が容易に

第1次的人間関係におけるスタイルが、大規模化する環境こそ、現代社会のコミュニケーション・ネットワークそのものである。マイナーなモデルがネットワークに乗り、いつしか大規模化した集合現象になるのはめずらしいことではなくなった。サピアーは、コミュニケーション・ネットワークの進展にともない、これまで倉庫に眠って蓄積されていた在庫に目を向けることが可能になったという。⁹⁾ 需要のある場所でその在庫が十分に供給されることになったことを意味した。

在庫状況が知れ渡る背景同様に、パーソナル・メディアの発信は、特定集団のモデルが、大多数のオーディエンスに認知されることにもなる。そこから生じた集合現象の増加は、近年の特徴である。パーソナル・メディアには第1次的なモデルを世に知らせる役割がある。意図的に発信する場合も多いなか、サピアーの指摘するように何気ない受信が拡散する様相は、現代では日常的になっている。情報の流れと影響の流れは、さまざまなオピニオン・リーダーの存在も絡み、いつしか多くの人びとが知るような社会になった。

(2) パーソナル・スペースから広がるファッド

個人化空間によるパーソナル・コミュニケーションは、個人間の相互作用から拡散し、意図せざる集合現象として表出される。予期せぬ流れは、社会構造に影響を与え、社会の動向を制御する機能も有する。送り手の努力にかかわらず、自然発生的な流れもともない、あらたな集合現象を生む。この構図は個人空間が社会空間に連続する状況を生み出し、ファッドが容易に外部に表出する要因となった。この傾向はますます広がりをもせるだろう。サピアーの時代から進化を遂げたパーソナル・メディアの機能は、さらなるコミュニケーション・ネットワークの広がりを個人化空間で充実させている。

(3) ファッドの増加は社会の分化を促進

ファッドは、それを理解し共有する人びとの道具でもある。ファッドこそ、垂直から水平的な人間関係を構築する道具にもなり得る。デーヴィスが、水平的な人間関係内にある集合的嗜好に注目したのもそこにあった。現代社会にみるファッドの増加には、メインに対するサブの付加価値（エンタテインメント要素）の存在によって、あらたな世界を開拓することになった。メイン単独では成立しない社会の流れでもある。

垂直的コミュニケーションが優位の時代では、集合現象も上位下位とした階層の優位性に向けられた。しかし、水平的コミュニケーションが顕著になった時代では、上位下位という視点ではなく、同じ環境をもつ階層構造内で機能する集合現象が多く発生している。¹⁰⁾ ファッド発生の要因をカジュアルに考えることで、対象モデルの共有も楽になる。あらたなファッドと水平的コミュニケーションの関係には注目すべきである。

社会の分散化傾向を説明するファッドという概念が、1930年代に示され、それを検証した研究成果の意義を考えたい。2020年の現在は、多様で多彩なモデルが噴出し、人びとの流れも一定方向のみでなく、多方向に流れている。特定の現象にのみ絞ることは困難である。サピアーによってファッドの存在が提示され、メーヤーソンとカツツは、大衆文化の領域を検証し、ファッド研究の重要性を指摘したのも、現代社会の複雑な集合現象分析と関連をもつからである。もっとファッドという現象に目を向ける必要がある。

結 び

専門学科を設置する大学において、外国語雑誌の蔵書は決してめずらしいことではなく、当然の風景である。しかし、社会学科を開設し、100年という歴史のなかで、準備された多岐にわたる社会学関係の雑誌の存在価値は、過去を振り返ることにより証明される。学国語雑誌の選択も、学科創設時の研究者によって実施された。社会学研究への先見性と、センスも備わる必要がある。

1931年のE・サピアーの論文はそこに該当する。ファッドとの出逢いは、社会学科の叢書にあった1957年のR・メイヤーソンとE・カツツの論文である。T・シブタニの論文もまた、研究カテゴリーから考えたら簡単に入手できるシリーズものではなかった。社会学の領域が現在ほど分化さ

れていない時代に、海外の学会や大学から出版された最新の学説掲載の雑誌類を、学科の蔵書から容易に選択できることは、研究する側にとって、これほど恵まれた環境はない。

社会学雑誌以外にも、古典研究としてのA・コント蔵書などを求めて、現在でも多くの大学から閲覧に訪れる研究者の存在がある。日本大学社会学科蔵書に関連した、他大学社会学者の研究論文などにその成果をみることもできる。日本大学社会学会創立100周年の軌跡は、学会基盤である社会学科創設100周年とともにある。そして「日本大学社会学会と社会学」(特集論文共通テーマ)の意味するものは、雑誌『社会学論叢』の記録によって後世に受け継がれる。

本論文にあるファッドの重要性は、現代社会の分化した特徴をもつ集合現象を説明するには有効な概念になっている。その前提理論を既に学生時代に知り得ることができたのは、社会学科蔵書との出逢いがあったからのこと。その出逢いがこれまでの研究に与えた影響も計りし得ない。時代ごとに、ファッド的なものの集まりが、一つの社会を構成することを追いながら、その時代の社会構造と社会の構図を導き出すことへの関心(集合現象分析のおもしろさ)が続くのは、そんな環境から生まれたと考えるのが自然かもしれない。

注

- 1) Meyersohn, R, and Katz, E., 1957, Notes on A Natural History of Fads, *American Journal of Sociology*, Vol.62, P.595.
- 2) Shibutani, T., 1998, Hurbert Blumers Contribution to Twentieth-century, *Symbolic Interaction*, Vol.11, JAI Press, P.218.
- 3) Meyersohn, R, and Katz, E., 1957, op, cit., P.594.
- 4) Ibid., P.597.
- 5) Simmel, G., 1904, Fashion, *Internatinal Quarterly*, Vol. X. P.135.
- 6) Sapir, E., 1931, *Fashion*, *Encyclopedia of the Social Sciences*, Vol.5, Macmillan, P.139.
- 7) 仲川秀樹、2015年、『H・ブルーマーの集合行動論—流行理論を軸として—』、179ページ。学文社
- 8) Davis, F., 1992, *Fashion, Culture, Identity*, The University Chicago Press. PP.103-104.

- (9) Sapir, E., 1931, op, cit., P.143.
(10) 仲川秀樹、2019年、『マス・コミュニケーションの世界—メディア・情報・ジャーナリズム—』、23ページ。ミネルヴァ書房

主要参考文献

- Meyersohn, R., and Katz, E., 1957, Notes on A Natural History of Fads, *American Journal of Sociology* Vol.62.
- Sapir, E., 1931, Fashion, *Encyclopedia of the Social Sciences*, Vol.5, Macmillan.
- Hurlock, E. B., 1929, Motivation in Fashion, *Archives of Psychology*, Vol.17.
- Shibutani, T., 1998, Hurbert Blumers Contribution to Twentieth-century, *Symbolic Interaction*, Vol.11, JAI Press.
- Davis, F., 1991, Herbert Blumer and the Study of Fashion: A reminiscence and A Critique, *Symbolic Interaction*, Vol.14(1), JAI Press.
- Davis, F., 1821, On The Symbolic In Symbolic Interaction, *Symbolic Interaction*, Vol.5, JAI Press.
- Davis, F., 1992, *Fashion, Culture, Identity*, The University Chicago Press.
- Davis, F., 1985, colting and Fashion as Communication, *The Psychology of Fashion*, (ed.by B. Solomon, M. and Lexington, M.A.), Heath.
- Nystrom, P. H., 1928, *Economic of Fashion*, Ronald Press.
- Becker, H., 1988, Herbert Blumer's Conceptual Impact, *Symbolic Interaction*. Vol.11. JAI Press.
- Smelser, N. J., 1963, *Theory of Collective behavior*, The Macmillan Campany. (会田彰・木原 孝訳、1973年、『集合行動の理論』、誠信書房)
- Simmel, G., 1904, Fashion, *Internatinal Quarterly*, Vol. X.
- Simmel, G., 1957, *Fashion*, *The American Journal of Sociology*, Vol. LXII. (円子修平・大久保健治訳、1976年、『流行』『ジンメル著作集7』白水社)
- 仲川秀樹編、2020年、『社会学史入門—黎明期から現代的展開へ—』ミネルヴァ書房。
- 仲川秀樹、2015年、『H・ブルーマーの集合行動論—流行理論を軸として—』学文社。
- 仲川秀樹、2019年、『マス・コミュニケーションの世界—メディア・情報・ジャーナリズム—』ミネルヴァ書房。