

月刊アドバタイジング・書評

田中 洋（法政大学経営学部）

1998年6月14日

「メディアと流行の心理」中島純一

金子書房、1998年5月刊、215頁

我々がこの社会は何によって突き動かされているのか？ これは社会科学にとって根底的な問いかけである。この問いの背後には、我々は自分を自分自身で制御できているわけではない、という疑いの意識がある。

これは「流行」についてこれまで知られてきた知見を総合化した書物であり、我々が流行について知り得るほとんど全てが包括的にかつコンパクトな形で提示されている。上記の問いかけにとって「流行」もまたひとつの重要なテーマであることは論を待たない。

興味深いことに流行という用語は、マスコミの中では病気の流行というコンテキストにおいて最も多く用いられていると著者は指摘している。確かに流行は初期の社会学者にとって「忌まわしい」現象であった。「健全な」人々にとって流行は「感染」であって忌まわしいことのように思える（コギャル現象を見よ）。しかし人は悲しいことに流行に反発しているときでさえ流行に動かされているのだ。

本書において著者の筆が冴え渡るのは、ジンメルからリースマンに至る学説を紹介するくだりであろう。ジンメルは流行現象には「同調化」と「差異化」とが同時に存在すると考えた。リースマンは他人志向型の人間の「目立ち度の小さな」消費現象を指摘している。我々はミーハーであるほかはないが、ミーハーから常に脱出したいと凡庸にも考える存在である。

この書が描き出しているのは、我々が宿命的に持っているこのようなアンビヴァレンツ（二律背反）である。流行に関係する職業にある我々が必要としているのは、一見非実用的なこのような書物なのだ。