

○申恩泳
(文化女大)

目的 個性化が定着しつつあるといわれる現代日本の社会のなかで、一つの文化を創り上げている若者のファッションに目を向けると、個性化を求める反面、同調現象の強化が見られる。ところで、なぜ、そのような若者文化が生まれ、なぜ、そのような強い同調現象が生まれるのであろうか。それを説明しようとする際に前提となるものの一つは、若者文化を形成している成層は、同一階層の対等な人々によって形成されているということである。そこで、考えられることは、対等な人々の間における相互作用では、対等な価値のサービスや財が交換され、この事態が反復されるなかで互酬性の規範が生じることと、その互酬性の規範は、「～しねばならぬ」という競争に近い性格を有する点、そして、そのような特徴はアメリカ北西部のインディアン部族にみられるポトラッチという慣習に似ていることに着目した。このような脈絡から、若者ファッションに見られる一部の社会現象について、その因果関係を具体的に解明することに本研究の目的がある。

方法 消費行動に影響を与える社会的要因は多種多様であるが、ここでは、ポトラッチとの比較に有用であると考えられる三つの仮説（知見）を立てた。そして、その要因分析の変数として、アメリカの社会学者 G. C. Homans の社会的行為理論における「地位」と「集団／成層」を取り上げて検討する。

結果 現代の消費行動に見られる一連の現象は、①誇示的消費、②競争的消費、③互酬性の規範に規制される消費という点で、未開社会におけるポトラッチという慣習と類似した共通点があることがわかる。