

第 12 回 (7/2) モード操作とアイデンティティ ——衣服と身体

1. BBS 投稿から

「SNS を見て流行を知るのが当たり前の世界。インスタや Twitter をする前は他の子が持っているものを見て真似して買っていたのが懐かしいと思った。人が持っているものが欲しいという気持ちは変わらないしやっていることも昔と変わらないのに今他の子が持っているものを欲しいと思ってから買うのでは SNS が最先端の流行に少し乗り遅れるのかなと思った。」

「雑誌などから流行を取り入れていた昔とは比べ物にならないくらい、Instagram などの SNS から流行を得ることが今となっては普通となってきているように思う。」

「現代で社会的相互作用パラダイムが多いのはインターネット、SNS の普及により見知らぬたくさんの人とも会わずに関われることが容易くなったことで、他者との相互作用がより起きやすくなったからだと感じた。」

「SNS が発達している今だからこそ、社会的相互作用パラダイムが多く、このことからアイテムに対するモード解釈の入れ替わりがあることが分かった。」

「「今、何が流行ってるんだろうな～」と思った時に、SNS で調べるとたくさんの情報が出てくる。だから手軽に情報が得られる。それが「社会的な相互作用パラダイム」と言った仕組みということを知った。」

「スマホを買い換えたり同じ形の服を買ったりと特に考えていなかったが無意識に作用が働いてると初めて感じて驚いた。」

「今まで自分たちが何気なく押していたいいねが社会的相互作用パラダイムの 1 つの流れとして流行の一部を形作っていたということを感じさせられました。私は積極的に写真を上げたりしないので流行にはあまり関係がないと思っていましたが、実は流行とは誰であろうとも関わっているものなのだと感じました。」

「今まで流行に対してアイテムそのものが入れ替わることによって私達の考えや思考が流行に染まっていくと思っていたが、社会的相互作用パラダイムのように、アイテムに内蔵される要素に対して操作のプロセスが加えられている理論もあるんだと初めて思った。アイテムではなくアイテムに対するモード解釈の入れ替わりが行われているんだと思った。」

「以前、さけるチーズとじゃがりこを組み合わせた「じゃがアリゴ」が SNS で流行し話題になったことがあった。これはメーカー側が食べ方を提示した訳ではなく、消費者である一般の料理研究家のある 1 つの SNS の投稿により広まったものである。この現象はまさに消費者のたんなる受容、拒否ではなくアイテムに内蔵されるモードに対して新たに加えられた操作、変容であり、意味的解釈を集合的に解釈しながら個人が能動的にモードを選択し受容する社会的相互作用パラダイムであると考えた。」

「ただ機能があるだけでなく、見た目を可愛くして写真映えするような見た目にしたり、機能は関係なくとも持っているだけでおしゃれになるなどのアイテム（例えば手持ち扇風機、AirPods）は社会的相互作用パラダイムに則っているのかなと考えた」

「流行には文化的コードがあり、1 つの流行が人々の常識を変えることがある。流行が変わっていけば今、常識と言われていることも変化するのではないだろうか。また、今まで流行と常識の関係を意識したことはなかったが、現在の常識の中にも流行の中で生まれたものがあるのではないかと思った。」

「流行アイテムの採用過程が古典的パラダイムから社会的相互作用パラダイムへと変換したことは、以前の授業で取り上げられた「流行に乗ることは没个性的か？」という問いに対して、没个性的でないことの根拠になるのではないか。受動的でなく、自らが主体となってアイテムのモードに対して意味解釈を集合的に展開するという部分が個性に繋がると思う。」

過去の投稿より

「マスクのモード解釈について考えてみました。＜昔＞使い捨てが可能（パターン）、風邪対策・花粉対策・防寒が目的（機能）、ウィルスを防ぐ・のどの乾燥を防ぐ（意味）。＜現在＞ファッショナブルな色・デザイン（パターン）、すっぴんを隠すため・小顔に見せるため・肌の保湿（機能）、ファッションの一部・マスク美人になれる・顔を見られずに済む・人と話さないで済むなど対人コミュニケーションにおける不安や恐怖を和らげるために使用している（意味）。まとめると、風邪でも花粉症でもないのに、伊達マスクをする人が多くなってきた要因として、アイテムそのものが変化したのではなく、このような人々のモード解釈が変わったからではないか？」

「電車など移動中に音楽を聴くことは私空間意識をしていると聞き、自分も音楽を聴いて私空間意識をしていることに気付いた。音楽を聴いてリラックスしたり、気分が上がらないから音楽を聴いたりすることは気付かないうちに私空間を作っていた。」

「スマホの普及が、文化秩序を再編したと思う。例えば、電車の中で電話してはいけないというルールがあるが、私はこの前イヤフォンをつけて電車の中で電話している人を見た。一瞬独り言を言っているかと思うほど電話をしているように見えなかった。同じく、コンビニでも耳にイヤフォンしたままレジに来る人が多い。また、食事中にスマホをいじり会話をしない光景もよく見られる。食事中に相手の目の前で本を読み出したら失礼だと思う。しかし、スマホならまあ、いいかと皆が思うのではないだろうか？電話しているように見えなかったら電車の中でも電話していいのだろうか？スマホの普及で文化秩序が変わっていると感じる。」

2. これまでの授業内容と今後の予定

- 第2回（4/16） ファッションをめぐる神話
- 第3回（4/23） ファッション、トレンド、消費行動 ——ファッションの社会的機能
- 第4回（5/07） <快楽消費>する社会
- 第5回（5/14） 流行品の意味と機能
- 第6回（5/21） 流行の成立とその特質 ——発生と消滅
- 第7回（5/28） 流行現象と集合行動
- 第8回（6/04） 流行現象とモード ——パターン・機能・意味
- 第9回（6/11） モードの集合的操作 1 ——シンボリック相互作用
- 第10回（6/18） 事例研究 ——流行アイテムとトレンド
- 第11回（6/25） モードの集合的操作 2 ——文化的コード

- 第12回（7/02） モード操作とアイデンティティ ——衣服と身体
- 第13回（7/09） 流行現象と社会変動 ——モードの社会的構築
- 第14回（7/16） 広告とマーケティング
- 第15回（7/23） 流行現象と産業システム

3. 今回のテーマ・ポイント

- 「アイデンティティ」
- 鏡に映った自己（鏡像自我、客体的自我）
- 構築主義
- シンボル（メッセージ発信メディア）としての衣服・身体
- 「制度化された文化的コード」としての衣服・身体

4. アイデンティティ

「アイデンティティ」（identity）

- 自己同一性
-
-

5. 構築主義とアイデンティティ

本質主義

- 現実、事実、意味は客観的・固定的なもの（誰がみても、唯一の現実）
- はじめから決定づけられている

構築主義

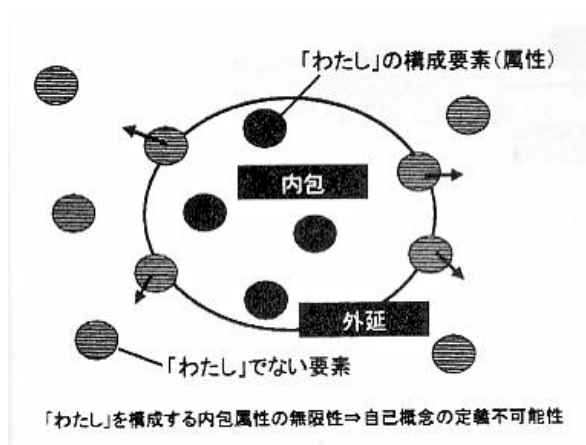
（社会的構築主義、社会構成主義, social constructionism, social constructivism）

-

アイデンティティを本質主義によって理解することには限界がある
（自己概念の本質的要素を確定することは、論理的に困難）

↓

アイデンティティについての構築主義的理解



自己（主観的アイデンティティ）

-
-



「鏡に映った自己」（鏡像自我、客体的自我）

-
-
-

<アイデンティティについての構築主義的理解>

-
-



- 自己は、異なる他者との間で複数のアイデンティティを見出しうる
- ひとたび発見されたアイデンティティが、他者との相互作用を通じて流動的に変化していくこともある

6. 外見：ファッションの第 1 の特質（第 3 回より再掲）

衣服を身に着けること

- 各人が自分自身の主人となること（自己演出、セルフ・プロデュース）
- 自らのアイデンティティを具体化すること

外見：個人を測定し自己を定義づけるためのひとつの基準



ファッション：差異と類似、順応と距離を可視化するコミュニケーション・サブシステム

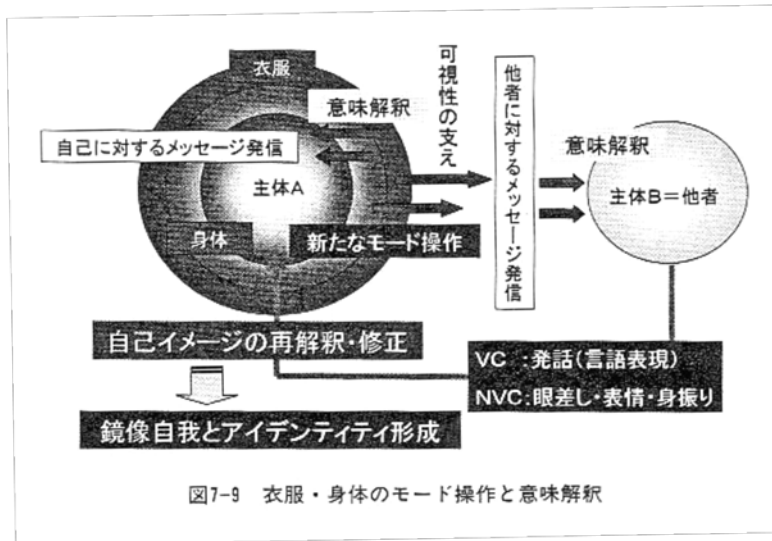
7. メディアとしての衣服・身体

- 衣服や身体は、として機能する
- 自己と他者は、

アイデンティティは他者との社会的相互作用を通じて措定される



-
-



ex. 自己イメージの修正

他者の「まなざし」から反射される自己の「印象管理」

8. 衣服・身体と文化的コード

「制度化された文化的コード」としての衣服・身体

「コード」＝

「制度化」＝

衣服・身体メディアによるシンボル交換のプロセス

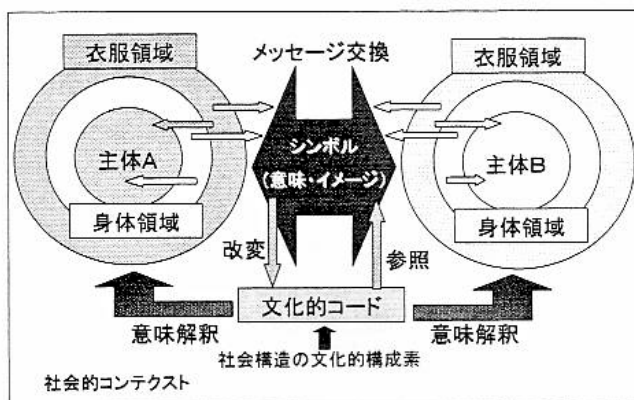
■

↓

■

↓

■



文化的コード（としての衣服・身体）→ 「社会的（集団）カテゴリー」

ex. 特定のモードを採用する個人や集団

〇〇系、〇〇世代、〇〇族…

個人：採用すべきモードの選択

社会的カテゴリーが「準拠集団」に

（復習）「準拠集団」

ex. 理想的自我や自己イメージの確保

他者からの威光・威信の獲得

自己に対する否定的評価（嘲笑や嫉妬、敵愾心）をもたらす集団からの回避

ex. ファッション・モデル、アイドル、ヒーロー、カリスマ的人物…

= 準拠すべき世界に属する理想的なモードの提示者

9. 参考文献

田中淳・土屋淳二、2003、『集合行動の社会心理学』北樹出版、第2,7章

H.ブルーマー、後藤将之訳、1991、『シンボリック相互作用論』勁草書房

G.H.ミード、稲葉三千男ほか訳、1973、『精神・自我・社会』青木書店

R.ウォーラス・A.ウルフ、濱屋正男ほか訳、1984、『現代社会学理論』新泉社、第5章

10. 次回の予告

7月9日 流行現象と社会変動 ——モードの社会的構築

以上

【授業 HP】 <http://t-enomoto.la.coocan.jp/komajo/>

【BBS】 <http://9113.teacup.com/tenomoto3/bbs>

アイデンティティ(identity)

- 自己同一性
- 自己概念の本質的要素(自分らしさの特徴)
- 境界(「わたし」と「わたし」ではない)の定義

本質主義と構築主義

本質主義

- 現実、事実、意味は客観的・固定的なもの（誰がみても、唯一の現実）
- はじめから決定づけられている

構築主義

- 現実の社会現象や、社会に存在する事実や実態、意味とは、すべて人びとの頭のなかで（感情や意識のなかで）作り上げられたものであり、それを離れては存在しない、という見方

自己と「鏡に映った自己」

自己（主観的アイデンティティ）

- 自分自身についての自己理解
- 「わたしってこんな人」

「鏡に映った自己」（鏡像自我、客体的自我）

- 自分に対する他者からの理解
- 他者からみた場合の「わたし」
- 「わたし」について他者が抱いているイメージ

アイデンティティについての構築主義的理解

- 他者という鏡に映った自己の意味を解釈することを通じて自己が見出される
- 自己-他者間の相互作用によって自己が発見されていく



- 自己は、異なる他者との間で複数のアイデンティティを見出しまう
- ひとたび発見されたアイデンティティが、他者との相互作用を通じて流動的に変化していくこともある

メディアとしての衣服・身体

- 衣服や身体は、自己と他者の双方に対してメッセージを発し、そのメッセージの意味解釈を要請するシンボルとして機能する
- 自己と他者は、**シンボルとしての衣服や身体**への相互的な意味解釈をつうじて、他者の存在様式を認識しつつ、同時に、自己のアイデンティティを措定していく

アイデンティティ：他者との社会的相互作用

- 衣服や身体は、(シンボルの機能を通じて)アイデンティティを構築していくための戦略的な媒介手段(メディア)となりうる
- 自己と他者は、衣服と身体のモード操作を相互に展開している

「制度化された文化的コード」

「制度化された文化的コード」としての衣服・身体

- 「コード」

- = 秩序、決まり、ルール

- 「制度化」

- = 多くのメンバーに共有され定番化している

衣服・身体メディアによる シンボル交換のプロセス

- 自己と他者は、「制度化された」文化的コードを可能な限り参照



- シンボルとしての衣服や身体の意味を解読



- 自己や他者の在り方を把握