



「組織とは何か」という問い : コミュニケーション 比較分析の観点から

竹中, 克久

(Citation)

社会学雑誌, 17:206-222

(Issue Date)

2000-03-01

(Resource Type)

departmental bulletin paper

(Version)

Version of Record

(JaLCD0I)

<https://doi.org/10.24546/81010958>

(URL)

<https://hdl.handle.net/20.500.14094/81010958>



「組織とは何か」という問い

—— コミュニケーション比較分析の観点から ——

竹 中 克 久

神戸大学大学院文化科学研究科博士課程

はじめに

組織社会学は、社会学の多くの研究領域のなかで、主要な一つの潮流であった。しかし、その研究対象である「組織」というものは、社会学だけでなく、経済学、経営学、政治学など様々な「学」が対象としてきたものである。経済学では「市場」と異なるものとしての「組織」、経営学、政治学では実存する「企業」あるいは「政治機構」を対象として組織理論は展開される。他方、社会学が組織を語る意味はいかなるところに存在するのであるのか。エルトン・メイヨー、フリッツ・レスリスバーガーらの人間関係論(human relations)によるインフォーマル・グループの「発見」、あるいはロバート・マートンそしてアルヴィン・グールドナー、ピーター・ブラウらによる組織における逆機能の「発見」など、社会学はその当時の組織理論に

対して、常に一定の距離を保つことから新たな貢献を行ってきた。しかし近年、組織社会学はその距離感覚を見失い、何を「発見」すべきかを迷っている。それは社会学が「社会システム理論」を展開し、他の学問との収斂を行うあまり、「システムとしての組織」という組織観に過度に慣れてしまったことに一つの原因があるように思われる。

本稿では、組織を自明視せず、「組織とは何か」を論じたい。すなわちそれは、組織はシステムとして実存する、という命題にアプリアリに隠蔽された「組織」が実存するという命題を再考することを意図している。

一 機能主義的組織理論と解釈主義的組織理論

組織理論のパラダイム

組織理論は「組織とは何か」という問いに答えられるだ

ろうか。例えば、盛山は次のような問題提起を行っている。「組織論はこれまで『組織とは何か』という根源的な問いにさらされたことは少なかった。それは組織という存在が現実目の前に具体的に……ことが自明であつたからである」〔盛山、一九九五・一七〕。盛山和夫によるこのような組織理論への問題提起は衝撃的ではあるが、非常に確である。

確かに、組織理論の企図する研究対象である「組織」は非常にとらえにくい対象である。「組織」はいわば「メゾ」社会とでもいうべきものであり、社会学のもつ方法論が様々なかたちでアプローチできる対象である。しかし、にもかかわらず「組織」に対する研究は社会学の豊富な方法論のうち、ある特定の方法論・パラダイムに依拠したものが非常に多い。その方法論ならびにパラダイムに着目した研究としてギブソン・バレルとギャレス・モーガンの『社会学的パラダイムと組織分析』（邦題は『組織理論のパラダイム革命』）がある。彼らは「あらゆる組織理論は何らかの科学哲学ならびに社会の理論に依拠している」〔Burrell and Morgan, 1979: xii—一九八六・三〕として議論を始める。彼らは、社会科学の性質に関する諸仮定、存在論（唯名論—實在論）、認識論（反実証主義—実証主義）、人間性（主意主義—決定論）、方法論（個性記述的—法則定立的）という四つの仮定のセットとしてとら

え、便宜上、大きく「主観—客観」という次元で包括する。また、他方の次元として、社会の性質に関する諸仮定について「レギュレーション—ラディカル・チェンジ」という次元を設定する。レギュレーションの社会学は、なぜ社会が一つの實在として維持されるのかを理解しようとするのに対して、ラディカル・チェンジの社会学は、人間の発展の可能性を制限し阻害するような諸構造から人間を解放することに関心をもちとされる。この「主観—客観」そして「レギュレーション—ラディカル・チェンジ」という二つの次元でパラダイムを整理すれば、主観的かつラディカル・チェンジという「ラディカル人間主義者」、主観的かつレギュレーションという「解釈主義者」、客観的かつラディカル・チェンジという「ラディカル構造主義者」そして客観的かつレギュレーションという「機能主義者」という四つのパラダイムが規定される。

しかし、組織理論は、これら四つのパラダイムのうちの「機能主義者」パラダイムに圧倒的に集中している。この原因は、チェスター・バーナード〔Barnard, 1938〕、タルコット・パーソンズ〔Parsons, 1956; 1960〕とこうシステム理論の影響が色濃いためであると考えられる。しかし、組織はシステムであろうか。システム理論家は組織をシステムとして研究する正統性がある。しかし、組織理論家は組織をシステムとして研究する正統性がない。つまりは、

システム理論はシステムを前提にして理論を展開することに正統性があるが〔ex,「社会学は社会システムの科学である」(Luhmann)〕、組織理論は組織を前提にして理論を展開する正統性がないということである。というのも、システム理論はシステムの存在を自明視するのに対して、組織理論は組織の存在そのものを問わねばならないからである。それは、バレルとモーガンのパラダイムで説明すれば、組織というものを「機能主義者」パラダイムの観点から「組織は客観的に社会的事実として存在するもの」としてではなく、「解釈主義者」パラダイムの観点から、「組織は主観的に現実として構築されるもの」として描き出すことに他ならない。そのような組織観を導入することで、「組織とは何か」という問いに対する解答が得られるであろう。

確かに、バレルとモーガンも示唆する通り、「機能主義者」パラダイムは組織理論のなかでメインストリームであり正統的なパラダイムとして君臨し続けている。しかし、一方ではオルタナティブであり異端的 (heterodox) なパラダイムである他の三つのパラダイムが、近年着目されていることも事実である。例えば、「解釈主義者」パラダイムに主として依拠しているものとしては、『組織の理論』におけるデビッド・シルバーマンの「行為の準拠枠 [the action frame of reference]」による、行為者の主観的意

味の解釈を重視する組織の理解や [Silverman, 1970]、エスノメソドロジカルな手法を用いるジョン・ハザードの見地 [Hassard, 1990; 1993]、さらにはモーガン自身らによる組織シンボリズムの見地 [Morgan, Frost and Pondy, 1983; 高橋、一九九八] などがあげられる。これらの理論に共通するのは、パーソンズを中心とした機能主義者の組織観のもつ「構造的絶対主義 structural absolutism」に対する批判である。本稿も、これらの研究と同様に機能主義的パラダイムによる組織理論が何を暗黙に前提して議論を展開してきたかを解釈主義的パラダイムから批判的に明らかにする。しかし私は、本稿において、解釈主義的な見地から組織の定義を行う必要性を説こうとするが、システム理論的な組織観のもつ有効性を否定するのではない。というのも、システム理論的組織観は、組織の存在に対しての定義をするのには有効ではないが、組織の存在を前提した後の議論においては卓越した有効性をもっていると考えられるからである。システム理論のもつ有効性、つまり組織と他のシステムとの相互関係を語ることができるといふ観点は無視しえない。しかし、システムのアウトプット／リスクの交換／委託というシステム理論的視角も、組織がいかに形成されているか、という観点と結び付かねば説得力に欠ける点があることは否めないであろう。

上記のような解釈主義的組織理論と機能主義的組織理論

の収斂——ミクロ社会学とマクロ社会学との収斂と云い換えられるかもしれないが——のために、本稿は「比較コミュニケーション分析」という枠組みを呈示する。これは、ミクロなコミュニケーションの当事者たちが、何をどのように「組織」と解釈しているかによって組織を類型化し、その類型化された組織どうしは、そのコミュニケーションの特性によって特有のアウトプット／リスクを産出する、という図式になる。

組織のメタファア

組織とはいかなるものであるのか。従来より、組織という研究対象を確定するために、様々な組織の定義が行われてきた。バーナード [Barnard, 1938]、パーソンズ [Parsons, 1956; 1958]、ラーステム理論の見地からは目的、バックス・ウェーバー [Weber, 1921-2]、アミタ伊・エツィオーニ [Etzioni, 1961; 1964]、構造論的組織理論の見地からは支配—服従関係、あるいは組織と市場の対比という見地からは明確な成員概念の、それぞれ有無を基準に組織の定義が行われることが多い。しかし、このような定義は充分なのであろうか。目的や支配—服従関係、そして成員といった概念を所与のものとして前提したうえに、組織理論は組織を定義してはいないだろうか。「組織は目的をもつ」「組織には支配—服従関係がある」

「組織はある特定の成員から成立する」といったこれらの定義は、実は組織を語るメタファアである。とはいえ確かに、メタファアを用いるのは社会学理論として不可欠かつ唯一の手法であり、厳密には、メタフォリカルにではなく字義どおりに表現しようとしても、その「字義どおり」ということ自体がメタファアである [奥山、一九九九]。しかし、このメタファアがメタファアとしてではなく、実存的にとらえられてしまふとなれば、それは問題をはらむことになる。その実存的にとらえられがち／とらえられてきた概念の最たるものが、組織理論における「組織」という概念であり、そこから派生した目的、支配—服従関係、成員という概念である。

このような背景のもと、本稿では、目的、支配—服従関係、成員などの概念を前提せずに、組織を考察する一つの方向性を呈示したい。その際に着目すべきは、「コミュニケーション」という単位現象であり、そのコミュニケーションの概念と不可分である「コミュニケーション・メディア」、そして「情報」の両概念である。コミュニケーション・メディア（以下、単にメディアと称す）とは、パーソンズによって貨幣、権力、影響力、価値コミットメントが、そしてルーマンによればさらに真理、愛などがあげられている。本稿では、これらのメディアを媒介したコミュニケーションのあり方という観点から、組織を分析する

方向性を示したい。

貨幣や権力といったメディアの発達は、個人を様々な呪縛から解き放ち「自由」を獲得させ、組織を形成することを可能にさせた。しかし再び個人はそのメディアに「呪縛」されている。しかし、そのようなメディアに対する異議申し立て運動とでもいべき新たな組織が、ヴォランタリー・アソシエーション、NPOなどといったかたちで形成されてきている。そういった新しい組織をも分析できる枠組みをめざして、コミュニケーション比較分析という手法を呈示したい。この手法によって、組織とはある特定のコミュニケーションの連鎖によって構成される、というメタファーを提案する。

従来より、組織におけるコミュニケーションという要素の重要性は語られてきた。しかし、それは目的の達成のため、または成員の合意を得るためといった手段的な位置づけであった¹⁾、またコミュニケーションに着目した研究であっても、様々なメディアのなかで「言語」に主に重点を置いて論じられるものであった²⁾。本報告では、コミュニケーションそのものに分析の焦点を据え、どのようなコミュニケーションが「組織」と呼ばれる現象を構成しているのか、ということについて議論を進めたい。

このような本報告の分析対象となる現象は四つある。まず、ビューロクラシーといわれる現象、そしてマーケット

という現象、さらにはアソシエーション、そして新たな現象としてのリゾームである。従来の組織観からは、これら四つのシステムのうち、ビューロクラシーとアソシエーションという二つの現象を組織と位置づける傾向があるが、それらが「周辺領域」としてのマーケット³⁾やリゾーム⁴⁾とどのように異なるのかをコミュニケーションのあり方から論じたい。

次節では、まず、本稿によって重要であるコミュニケーションの概念を整理する。

二 コミュニケーションという観点

ニクラス・ルーマンによれば、システムの構成要素はコミュニケーションであるとされる。ビューロクラシー、マーケット、アソシエーション、リゾーム、という四つのシステムもシステムである限りコミュニケーションを要素として成立している。しかし、同じコミュニケーションという構成要素であっても、そのコミュニケーションの特質は異なるのではないか。確かにあらゆるコミュニケーションはシステムを形成するが、そのなかである特定のコミュニケーションが組織を形成する、というのが私の見解である。さて、コミュニケーションには最低二人以上の人間とそれを媒介するコミュニケーション・メディアが不可欠であ

る。コミュニケーションの一方の担い手が、情報を発信し、メディアがその情報を送信し、他方の担い手が情報を受信する。コミュニケーションとは、このようなコミュニケーション・メディアを介した情報の発信—送信—受信を一単位とする。⁽⁵⁾しかし、ここで重要なのは、コミュニケーションの担い手どうしは直接には接触していないということである。互いに接触しているのはメディアと情報という二つの対象物なのである。このメディアと情報という二つの対象物に対しての自律性⁽⁶⁾の有無によってコミュニケーションを分類したい。次項ではメディアとはどのような性質をもつものなのかを議論する。そして、メディアや情報に対して自律的に関わることの困難性を示す。

コミュニケーション・メディアの二つの側面

ルーマンによれば、メディアはどのようなものとなっているのか。ルーマンは多くの著作のなかでメディアについて語っており、メディアとは、①「言語」、②「拡充メディア」、③「シンボリックに一般化されたコミュニケーション・メディア」の三つに分類される。これらはすべて、ダブル・コンティンジェンシーという状況を脱するための獲得物であり、ルーマンの言葉を借りれば、「コミュニケーションの危うくなる地点に立ち現れ、まさしく不確実さを確実に変換させる機能に資している、進化したの獲得

物」[Luhmann, 1984: 1993: 252]である。ここで重要なメディアとして考えたいのは、③のシンボリックに一般化されたコミュニケーション・メディアである。

ここで重要であるのは、「シンボリックに」というポイントである。モーガンらの見解では、機能主義者はシンボルに対して、社会秩序を維持する、情報あるいは意味の運び屋(carrier)とみなす。しかし、解釈主義者はシンボルを「個人がそれらを通して自らの世界を創造する不可欠なメディア」[Morgan, Frost and Pandy, 1983: 17]とみなす。これら二つの立場からシンボリック・メディアは二つの側面をもつ。一方は社会秩序維持の装置として、他方は個人の意味、現実性(reality)あるいは世界創造の装置として、である。しかし、解釈主義者のように、意味や現実性を創造する自律的な個人を想定しても、実際にはなかなかそれは容易なことではない。メディアというものは、個人のそのような自律性を圧倒したところに存在するからである。次項以下、「機能主義者」ルーマンの見解からそのメディアの圧倒的な力を描き出す。

メディアの第一の側面

シンボリックに、一般化されたコミュニケーション・メディアの、「一般化」とは時間的、事項的、社会的という三つの次元で一般化されていることをさす。貨幣を例にあ

げれば、時間的一般化とは「貨幣によって、未来における交換の可能性が、現在の時点ですでに確保されている」とであり、事項的一般化とは「貨幣を用いることによって交換のさまざまなチャンスを比較できる」ことであり、社会的一般化とは「もはや相手は不特定でもかまわなく、必要な場合には相手を取り替えることができる」ことである [Luhmann, 1968: 141 = 一九九〇: 一四六]。つまり、この貨幣というメディアに従うことによって、人々は、この貨幣が誰と誰の、どのような過程を経て、自らのもとに巡ってきたのか、ということを考えるわずらわしさから解放され、それに付け加えて、これから貨幣が誰と誰の手に渡って、またその貨幣がいつどのように使われるのかを考える必要もなくなるのである。メディアによって、コミュニケーションの担い手は、結合の際の自由を、分離の際にすでに獲得することができる。この側面だけを強調すれば、メディアとは分離と結合を同時に可能にさせるものであるといえる。

メディアの第二の側面

しかし、このような側面とともにメディアにはもう一つの側面がある。その側面の特徴を四つ掲げたい。

(1) 他の価値の中立化

前述の第一の側面が、結合と分離を同時に可能にさせる結合のための分離という側面であるならば、当然ながら、第二の側面としてはもともと結合していたものを分離するという側面が存在する [Luhmann, 1988 = 一九九一: 二三四—二七八・春日、一九九六: 三四—四八]。例えば、貨幣というメディアに従うことによって、他の全ての価値は中立化されてしまうのである。貨幣に従うことによって人間は「別様でもありうる」可能性を縮減してきたが、他の道徳的、宗教的、政治的等の価値に従うことは出来なくなってしまうのである。

(2) リスクへの変換

次に、メディアは不確実性や危険 (Gefahren) をいきなり取り除くものではない、という特徴である。メディアはそれらをリスクに変換させるだけなのである [Luhmann, 1988 = 一九九一: 二六九]。危険とリスクは、その責任の矛先如何による。つまり、危険は複合性の高い環境のせいになれるが、リスクの場合には、自己の行為ないし行為中止の結果とみなされる。貨幣や権力は、個人に非常に多くのことを成し遂げる能力を与えるが、決定を誤るリスクも大きくなる。「可能性の幅が広いために、正しい決定の行われる確率が極端なまでに小さくなるのである。」 [Luhmann, 1988 = 一九九一: 二六九—二七二]。

(3) 信頼への無根拠性

確かに、メディアを信頼すれば、コミュニケーションは容易になる。しかし、なぜメディアを信頼するのか、ということの根拠を問うことは不可能である。そのメディアを信頼する根拠はないまま、コミュニケーションは行われねばならない。コミュニケーションの担い手は、メディアを信頼し続け、またメディアに従うことを要請される。

(4) 情報の「置き換え」

最後の特徴としては、貨幣をはじめとするメディアは単なる情報の「運び屋」ではないという事実である。⁽⁸⁾発信者の意図した情報がメディアによって伝達されたときには、もはやそのメディアが運んだ情報は、発信者の情報と同じものではなくなっている。それはメディアの「自律性」によって「置き換え」られているのである。メディアは単なるコミュニケーションの「回路」ではなく、むしろ恣意的にコミュニケーションを操作する。

確かに、メディアの発達によって「ありうる可能性」は縮減され、担い手は確実なコミュニケーションをすることが可能になった。しかし、コミュニケーションを確実に遂行する、つまりダブル・コンティンジェンシーの状態から抜け出すためのメディアは、確実に個人のメディアに対す

る自律性を侵害することになった。さらにはそのメディアが置き換えた情報に対しても、自律的に関わられるかどうか、という問題もある。情報を受け取り、次のコミュニケーションのために、再びメディアに乗せる際に、そのコミュニケーションの連結先が事前に決定されている場合もある。そういった意味で、コミュニケーションの際に担い手はメディアと情報という二つの対象に、二重に自律性を侵害されることになる。

次節では、このメディアと情報という二つの対象に対する自律性の有無を機軸にコミュニケーションを考察する。

三 コミュニケーションの際の二重の自律性

前項では、コミュニケーション、そしてコミュニケーション・メディアの概念、情報の概念に対して見解を述べてきた。そしてメディアに対する自律性の有無、情報に対する自律性の有無を機軸にしてありうるコミュニケーションを分類すれば、原理的に四つのコミュニケーションが存在する。

問題はその自律性の有無を分かち基準は何であるかということである。その基準を以下のように設定する。

- (a) メディアに対する自律性とは、メディアのコードが

ないかあるか、ということ基準にする。

(b) 情報に対する自律性とは、情報を受けた後に、次のコミュニケーションの連結先を選択できる余地があるかないか、ということ基準にする。

(1) メディアに対して自律性がなく、情報に対しても自律性のないコミュニケーション

メディアに対して自律性がない、ということは何を意味するだろうか。コミュニケーションの担い手は、もう一方の担い手と「直接的」に接触しているわけではない。双方とも、メディアに対して「直接」に接しているのである。メディアを介在することで、担い手どうしは分離させられている。この情報はいかなる人が発信して、どのような経路を辿って、また最終的にはどのような経路を辿って、いかなる人に受信されていくのかは、全く不明なのである。このようなコミュニケーションが連鎖されていくと、企業をはじめとするビュロクラシーを形成する。自らのところに何らかの指令が情報として伝達されてくる。この情報がいかなる意味をもち、全体としてどんなアウトプットに変換されるのか全く分からない。自分の仕事は全体としての仕事の流れのどのような位置に埋め込まれているのかは全く分からず、仕事の「全体図」が全く見えないようにな

る。

(2) メディアに対して自律性がなく、情報に対しては自律性のあるコミュニケーション

次に、メディアに対しての自律性はないが、情報に対して自律性が見いだせるコミュニケーション。これは、例えば貨幣のようなメディアを使用しながら、かつその貨幣が「運び、置き換えた」情報を解釈し、次のコミュニケーションの連結先を選択できるようなコミュニケーションである。そのようなコミュニケーションの連鎖はマーケットを形成する。例えば、ある財を誰かに売りたいと欲する生産者がある。その財は、彼にとっては様々な思い入れがある財である。ところが確実に取引を遂行しようとすれば、貨幣というメディアは自らの尺度で「価格」という数字にそれを反映する。消費者はその価格というメッセージを情報として受信するのみなのである。発信者、受信者ともにメディア（この場合は貨幣）に従うことしかできない。変換規約であるコードに自ら関与することは不可能であり、その意味でメディアへの自律性はない。ただ、「価格」という情報に対しては、コミュニケーションの連結先を自己選択できるという自律性は残されている。発信者も受信者も、価格を基準にコミュニケーションを誰と取るべきか、つまり誰に連結すべきかを決定できる自律性を残しているので

ある。

つまり、ビューロクラシーとマーケットを形成するコミュニケーションは、メディアに対しての自律性は双方ともない、という点では同じであるが、情報に対する自律性の有無において異なっている。

一方、メディアに対して自律性をもつ、ということは何を意味しているのか。

コードとコンテクスト

メディアに対して自律的に関わるということは、メディアのコード化を免れるということである。コード化を免れているというよりは、そのコードは解体されている。しかし、そこでのコミュニケーションは、予想されるような完全にコンティンジェントなものではない。そこでのコミュニケーションは、コードと機能的に代替的なものに頼って、コンティンジェントな状態を免れようとしている。

コードのもつ性質を端的に述べれば、「結合のための分離」であるといえよう。当然、それは「結合していたものを分離」するという作業とセットである。メディアは、様々な社会的関係の呪縛から解き放つ（コードからの解放）と同時に、新たに機能的に特化したコードによる「呪縛」（機能的に特化したコードへの要請）を行っているのだ。

そのようなコードに対して、機能的に代替的であるのは「コンテクスト」である。コードを伴うメディアでのコミュニケーションが、コードのもつ分離作用によって、すなわちメディアに対してのみ関わるだけで、コミュニケーションが可能になるのに対して、「コンテクスト」は全く逆の作用を見せる。コンテクストに接するということは、すなわちコミュニケーションの前の担い手の「顔」を見続けることになる。コードがコミュニケーションの前の担い手を「匿名化」するのに対して、コンテクストは前の担い手を「特定化」する。つまり、メディアがどのような連鎖を辿ってきたのかに着目するのだ。

(3) メディアに対して自律性があり、情報に対しては自律性のないコミュニケーション

そのような「コンテクスト」によるコミュニケーションの連鎖はどのようなシステムを形成するだろうか。佐藤慶幸によれば、生活クラブ生協では、貨幣というメディアを使用しながらも、そこで扱われる財が単なる財ではなく「消費財」と呼ばれ、そこでは商品は匿名化を免れている¹⁰⁾としている。そこでのコミュニケーションは、貨幣というメディアとの接触ではなく、その財がどのような経路を辿ってきたのかが重要なのである。このようなコミュニケーションはアソシエーションを形成する。

ただ、アソシエーションの決定的な脆弱性は以前より指摘されている。高邁な理想を掲げてスタートしたこのようなアソシエーションが、ビュロクラシーに転化してしまうということは非常に多く見られる現象である。このビュロクラシー化というメカニズムはどのように説明されるだろうか。ここでも、コミュニケーションのあり方が決定的に作用している。つまり、このようなアソシエーションを形成するコミュニケーションは、メディアに対して自律的であるため、情報に関しては自律性を放棄せざるをえない、というジレンマがあるからだ。マーケットを形成するコミュニケーションと同様、情報の自律性を計る基準として、次の連結先の自己選択可能性をもちだせば、アソシエーションにはそのような情報に対する自律性はないといえる。というのも、コードを用いるのと異なり、コンテキストにはその性質上、常に連鎖が長くなればなるほど情報量は増加するという性質があるからだ。コードを用いるコミュニケーションと分離することは、その意味でコミュニケーションと分離するといえ、一回あたりのコミュニケーションには必要情報量は一定である。しかし、コンテキストはそのような性質をもたない。現在のコミュニケーションはそれ以前のコミュニケーションと密接に結び付いている。そのために、コミュニケーションの連鎖が長くなれば

なるほど、情報量は多くなるのである。しかもその情報はコミュニケーションの担い手全てが共有し、同量の情報でなければならぬ。というのも情報量に差異が生じれば、合議的な協定などは不可能になるからだ。

それでも情報の量が増加すれば、アソシエーションはアソシエーションとして機能することは困難になってくる。そのために、コンテキストというメディアは、コードに代って替わられざるをえない。アソシエーションが大規模化すれば、ビュロクラシー化が起こるとするのはこのためである。アソシエーションがビュロクラシー化する、という現象は、コミュニケーションという原理レベルでは、コミュニケーション・メディアがコンテキストからコードへ移行する、ということなのである。

では、コードによるコミュニケーションが常に有効なものなのであるか。そうではなく、コードが絶対的に優勢でない問題もある。それは、公害など「負の公共財」と呼ばれるものへの認識などである。コードによって分離されたコミュニケーションでは、公害は生産者か消費者のどちらかにその責任の所在が還元される。しかし、問題の本質はするように生産者／消費者か、ではなく生産者⇄消費者というコンテキストによるコミュニケーションが行われねば解決されない。

(4) メディアに対して自律性があり、情報に対しても自律性のあるコミュニケーション

さて、最後のコミュニケーションのあり方、つまりメディアに対しても情報に対しても自律性が見いだせるコミュニケーションであるが、これは確かに原理的には存在する。その状態とは、コミュニケーションの連結先も自己選択可能であり、またそのコミュニケーションもコンテキストによって行われるコミュニケーションが連鎖する状態である。これをリゾームと呼ぼう。しかし、リゾームというものは、非常にコンティンジェントな状態である。メディア、情報の双方に対して自律性をもったコミュニケーションが展開されるため、情報に対してもメディアに対しても「信頼」を寄せることが非常に困難である。そのため、リゾームはマーケット化し、メディアに対しては一定の「信頼」を獲得するか、アソシエーション化によって情報に対して一定の「信頼」を置く、ということになると考えられる。しかし、このリゾームをマーケットやアソシエーションに転化する原形態としてとらえるべきなのか、それとも情報技術などの進展によってリゾームを生み出すコミュニケーションがそのまま維持されうるのか、といったことについては現時点では語ることはできない。

ともかくも、現象としてのビュロクラシー、マーケット

ト、アソシエーション、リゾームという四つの現象は、このように固有のコミュニケーションの構成原理をもっている。そしてまた、ビュロクラシーの硬直性、マーケットのオポチュニズム、アソシエーションの脆弱性、リゾームの不安定性といったものはそのコミュニケーションの構成原理の相違による一種の「アウトプット／リスク」であり、それがために相互補完的に処理する関係にあると考えている。

おわりに

——コミュニケーション比較分析の有効性——

以上、コミュニケーションそのもののあり方によって組織を分析してみた。このような手続きを踏まねばならなかった理由としては、今までの組織理論が「組織の組織たる所以」（根源的メタファー）に対して何の厳密な議論もなく、さらにそのような議論を棚上げしたうえで「組織は目的をもつ」、「組織には支配—服従関係がある」、「組織はある特定の成員から成立する」（派生的メタファー）といった前提から議論を進めてきたところにある。このような背景のもと、コミュニケーション比較分析はどのような視座を提供できるのか。

例えば、組織の目的とは、コミュニケーションがメデイ

アのコードによって分離させられ、組織という「全体図」のなかで自らの位置を見失った者に対して与えられる「方向指示機」の機能を果たすものとして、事後的に設定されるものという結論を導けるかもしれない。¹¹⁾

支配—服従関係に対しては、いったい何からの支配で、何への服従であるのか、という点が明確にされなかったが、メディアや情報から／への服従である、という見解が得られよう。

組織の成員、というのもコミュニケーション比較分析においては、従来の見解と異なる分析の出発点となる。組織の成員がいるから、そこで固有のコミュニケーションが行われるのではなくて、固有のコミュニケーションが連鎖している範囲において、組織の成員であるのだ、という見解を導けよう。

システム理論に代表される「機能主義者」パラダイムでは組織は「組織」として自明で外在する現象であるという出発点から議論が始まっていた。しかし、そのシステム理論のもつ有効性は、本稿のようなコミュニケーションの当事者が、メディアという事物に対して抱く自律性あるいは「現実として感知する組織なるもの」への観点からの組織理論によって補完される必要がある。

組織の組織たる所以を棚上げして組織理論を展開しても、それは現実の組織の姿からは離れていく。組織という研究

対象は、建築物のような「空間」的な限定や、タイムカードのような「時間」的に区切られた対象とは必ずしも一致しない。コミュニケーション比較分析は、そういった意味で「組織とは何か」を問う試みの一つであると私は考えている。

註

(1) 例えば、バーナード[Barnard, 1938]は成員に目的を理解させる手段としてコミュニケーションをとらえている。また、エツィオーニ[Etzioni, 1961]は道具的、表出的というコミュニケーションの二つの類型を示し、三種の組織類型(強制的組織・功利的組織・規範的組織)に照らしてどのようなコミュニケーションが適合的かという分析を行っているが、これも組織の目的や成員を前提とせねばならない議論であろう。

(2) 例えば、ハーバート・サイモンやジュームス・マーチによる研究はコミュニケーションという概念に注意を払っており、それは分業による調整の必要性から論じられる。[March and Simon, 1958]。しかし、そこでのコミュニケーションとは主として「言語」によるものであり、マーケットなどのシステムと比較しようとする本報告では、「言語」によるコミュニケーションは重要であるけれども、貨幣や権力といったコミュニケーションを重視したい。

(3) 組織とマーケットという比較研究は、経営学のコンティンジェンシー理論[野中、一九七四]や、経済学の新制度学派[Coase, 1988; Williamson, 1975]たちによる比較制度分析

や、ネットワーク組織論〔今井、一九八四、今井・伊丹、一九九三、今井・金子、一九八八〕、そして経済社会学〔富永、一九九七、安田、一九九六〕などによって、組織という研究対象の重要な「周辺」対象と位置づけられている。

(4) リゾームという用語はジル・ドゥルーズとフェリックス・ガタリの『千のプラトー』[Deleuze and Guattari, 1980]に登場する概念であるが、今田高俊は、従来のモダンの組織に対する運動を指すものとしてこの語を使用している〔今田、一九九一、一九九三、一九九四a、一九九四b〕。

(5) 例えばAとBという二人の人間が取引というコミュニケーションをする、という事例は以下のようになる。まずAは貨幣というコミュニケーション・メディアを選択する。そしてみづからのもっている財の価値を決定する。そしてその価値という情報を貨幣というコミュニケーション・メディアに「乗せる」。これが発信である。次に貨幣はそのAの発信した情報を「価格」に「置き換える」。これが送信である。そしてBはその「価格」という情報を得て、自らの価値と照らし合わせて取引を行うかどうか決定する。これが受信である。

(6) 自律性 (autonomy) という概念はとらえにくいものである。例えば、ゴールドナー [Gouldner, 1959; 1970] のように「システムの統合性——部分の自律性」という軸でとらえると、自律性は自立 (independence) の意味に近いものになる。また、オートボーイエシスのシステム理論を展開するルーマンによれば、コミュニケーション・システムは情報やエネルギーを環境に依存しているという点においては自足的ではないが、それら

を自らの条件づけをとおして選択するという点において自律的であるとされる [Luhmann, 1984 II 一九九〇:二二六]。本稿での自律性という概念は、ルーマン的な自律性の把握に近い。つまり、メディアや情報という対象に対しての自己選択余地あるいは自己解釈余地の有無によって自律性の有無を判断する。

(7) ルーマンは以下のように述べている。「貨幣価値の安定性と多様な使用チャンスの持続性を信頼している者は、基本的には、既知の人物に信頼を置いているのではなく、あるシステムが作動しているという前提のもとで、そのシステムの働きに信頼を置いている。……システム信頼は、新しい人物をそのたびに信頼していく人格的信頼と比べると、比較にならないほど学習しやすくなっている。だがその反面で、(信頼を) コントロールすることは、はるかにむずかしくなっている。……人格的な信頼からシステム信頼への転換によって、学習は容易になったが、コントロールは逆に困難になったのである。……貨幣を信頼している人間は、自分で修正を行うことが不可能であることを知っており、したがって予期しえない環境の変化に直面する危険にさらされていることを知っている。それにもかかわらず、彼は、あたかも強制されているかのごとく、貨幣を信頼し続けなければならぬのである」 [Luhmann, 1973 II 一九九〇:九二—一三、括弧内筆者]。

(8) ギデンズ門下のナイジェル・ドッドは貨幣と情報に関する重要な見解を述べている。ドッドによれば、貨幣は単なる情報の「運び屋」ではない。「物々交換において取引者が必要とする重要なものは情報である。情報は潜在的な共同取引者のいる場

文献

- 所と信用にかかわるものがほとんどである。貨幣があればこれではなくてよい。標準化された貨幣形態が使われる場合には、潜在的な共同取引者を捜す必要はない。支払われたり受け取られたりした貨幣は後日他の場所でも譲渡することができる。貨幣を何かの支払いとして受け取ると、取引者間の関係は約束やその他の義務によって将来に及ぶことなく終わりとなる。物々交換で必要な探索と妥協は、取引者自身によってではなく貨幣によって効果的に進められる。きわめて重大なことは、貨幣が物々交換に必要な情報を運んだり伝達するのではなく、それを自己の情報で置き換えるということである。」[Dodd, 1994 = 一九九八・三九]「……決定的なことは、物々交換を人格的な交換形式にし、貨幣的取引を非人格的な交換形式にしているのは、情報量の相対的な大きさではなく、これらの交換形式のそれぞれに必要な情報のタイプだという点である。」[Dodd, 1994 = 一九九八・四六]
- (9) この「コンテクスト」の概念は金子郁容[金子、一九八六]の見解によるところが大きい。
- (10) アソシエーション研究に関しては、「佐藤、一九八二」「一九九四」「一九八八」「一九九六」を参照。また、三上剛史もアソシエーションに関して興味深い見解を示している[三上、一九九八]。
- (11) 例えば、ルーマンは目的を設定することが複合性縮減のためのシステムの戦略であるとしている [Luhmann, 1968]。
- Barnard, C.I., 1938, *The Functions of the Executive*, University Press. (＝一九五六、山本安次郎他訳『経営者の役割』ダイヤモンド社)
- Burrell, G. and Morgan, G., 1979, *Sociological Paradigms and Organizational Analysis*, Heinemann. (＝一九八六、鎌田伸一他訳『組織理論のパラダイム——機能主義者の分析枠組——』千倉書房)
- Coase, R.H., 1988, *The Firm the Market, and the Law*, The Univ. of Chicago Press. (＝一九九二、宮沢健一他訳『企業・市場・法』東洋経済新聞社)
- Deleuze, G. and Guattari, F., 1980, *Mille Plateaux: Capitalisme et Schizophrénie*, Les Editions de Minuit. (＝一九九四、宇野邦一他訳『千のプラトー』河出書房新社)
- Dodd, N., 1994, *The Sociology of Money: Economics, Reason and Contemporary Society*, Polity Press. (＝一九九八、二階堂達郎訳『貨幣の社会学』青土社)
- Etzioni, A., 1961, *A Comparative Analysis Complex Organizations : On Power, Involvement, and Their Correlates*, The Free Press. (＝一九六六、綿貫譲治監訳『組織の社会学的分析』培風館)
- , 1964, *Modern Organizations*, Prentice-Hall, Inc. (＝一九六七、渡瀬浩訳『現代組織論』至誠社)
- Gouldner, A.W., 1959, "Reciprocity and Autonomy in Functional Theory," in Gross, L. ed., *Symposium on*

Sociological Theory, Row, Peterson and Company.

——, 1970, *The Coming Crisis of Western Sociology*, Basic Books, Inc. (—一九七八、岡田直之他訳『社会学の再生を求め』新曜社)

Hassard, J., 1990, "Ethnomethodology and organizational research: an introduction," in Hassard, J and Pym, D. eds., *The Theory and Philosophy of Organizations*, Routledge.

——, 1993, *Sociology and Organization Theory: Positivism, Paradigms, and Postmodernity*, Cambridge University Press.

今田高俊「一九九一」『ポストモダンへの組織原理はありうるか』『組織科学』vol.25-2

——「一九九三」『自己組織性の社会理論——ポストモダニズムの社会学をめざして——』厚東洋輔他編『社会理論の新領域』東京大学出版会

——「一九九四a」『近代のメタモルフオーゼ』今田高俊編『ハイパーリアリティの世界——二一世紀社会の解説』有斐閣

——「一九九四b」『混沌の力』講談社

今井賢一「一九八四」『情報ネットワーク社会』岩波新書

今井賢一・伊丹敬之「一九九三」『組織と市場の相互浸透』伊丹敬之他編『日本の企業システム④企業と市場』有斐閣

金子郁容「一九九八」『ネットワーク組織論』岩波書店

金子郁容「一九八六」『ネットワークキングへの招待』中公新書

春日淳一「一九九六」『経済システム——ルーメン理論から見た経済』文真堂

Funktion von Zuecken in sozialen Systemen, Tübingen, J.C.B.

Mohr. (—一九九〇、馬場靖雄・上村隆広訳『目的概念とシステム合理性——社会システムにおける目的的機能について』勁草書房)

——「1973, *Vertrauen*, Ferdinand Enke. (—一九九〇、大庭健・正村俊之訳『信頼』勁草書房)

——「1976, "Generalized Media and the Problem of Contingency," Loubser, J.J., Baum, R.C., Andrew, L., and Lids, V.M.(eds.), *Explorations in General Theory in Social Science: Essays in Honor of Talcott Parsons*(II), The Free Press.

——「1984, *Soziale Systeme: Grundriß einer allgemeinen Theorie*, Suhrkamp Verlag Frankfurt am Main. (—一九九三—五佐藤勉監訳『社会システム理論(上・下)』恒星社厚生閣)

——「1988, *Die Wirtschaft der Gesellschaft*, Suhrkamp. (—一九九一、春日淳一訳『社会の経済』文真堂)

March, J.G. and Simon, H.A., 1958, *Organizations*, John Wiley & Sons, Inc. (—一九七七、土屋守章訳『オーガニゼーションズ』ダイヤモンド社)

三上剛史「一九九八」『新たな公共空間——公共性概念とモダニティ——』『社会学評論』四八

Morgan, G., 1990, "Paradigm Diversity in Organizational Research," in Hassard, J. and Pym, D.(eds.), *The Theory and Philosophy of Organizations*, Routledge.

Morgan, G., Frost, P.J. and Pondy, L.R., 1983, "Organizational

Symbolism," in Pondy, L.R. et al. (eds.) *Organizational Symbolism*, JAI Press Inc.

野中郁次郎、一九七四、『組織と市場』千倉書房

奥山敏雄、一九九九、『組織の社会学理論におけるメタファーの意味』『組織科学』vol.33-1

Parsons, T., 1956, "A Sociological Approach to the Theory of Organization," in *Structure and Process in Modern Society*, The Free Press.

——、1958, "Some Ingredients of a General Theory of Formal Organization," in *Structure and Process in Modern Society*, The Free Press.

佐藤慶幸、一九八一〔一九九四〕、『アソシエーションの社会学——行為論の展開——』〔新装版〕早稲田大学出版部

——、一九八八、『女性たちの生活ネットワーク——生活クラブに集う人びと——』文真堂

——、一九九六、『女性と協同組合の社会学』文真堂

盛山和夫、一九九五、『制度論の構図』創文社

Silverman, D., 1970, *The Theory of Organisations*, Basic Books, Inc., Publishers.

高橋正泰、一九九八、『組織シンボリズム——メタファーの組織論——』同文館

富永健一、一九九七、『経済と組織の社会学理論』東京大学出版会

Weber, M., 1921-2, *Wirtschaft und Gesellschaft*. (＝一九六〇、世良晃志郎訳『支配の社会学』創文社)

Williamson, O.E., 1975, *Markets and Hierarchies*, Free Press.

(＝一九八〇、浅沼万里・岩崎晃訳『市場と企業組織』日本評論社)

安田雪、一九九六、『日米市場のネットワーク分析——構造社会学からの挑戦——』木鐸社