

メディアの議論には独立した二つの系譜がある。「メディア」と聞くと、大半の人は、マーシャル・マクルーハンのメディア論を想起するのではないだろうか。マクルーハンは、コミュニケーションを媒介する技術の変化が、人々の意識や社会構造を変化させると主張する。彼によればメディアの歴史は、①音声メディアの段階、②文字メディアの段階、③電子メディアの段階に分けられるという。現代社会では、ラジオ、テレビ、電話などの電子メディアを通して世界中に直接声が届くようになったため、世界はやがて、地球規模の村落共同体、すなわち**地球村 (global village)**になるだろうと、マクルーハンは予言するのである。

だが、今回考察したいと思うのは、それとは別の系譜のメディア論である。こちらは**シンボリック・メディア**の議論と呼ばれるものであり、システム社会学の創始者でもあるタルコット・パーソンズが提唱し、ニクラス・ルーマンがあとを引き継いでいる。そこで、1章ではパーソンズの議論を、2章ではルーマンの議論を概観することにしてしよう。

1. パーソンズのシンボリック・メディア論

1.1. 4つのサブシステム

パーソンズは、社会を1つのシステムと考える、システム社会学の創始者である。R・C・バウムによると (Baum, 1976)、システムとは、**環境から明瞭に区別できる、時間を通じてパターンが保持される相互依存的な現象の構造**であるという。また、システムは環境と比べて、より低い複雑性 (**complexity**) とより高い安定性 (**stability**) を有している。

あるシステムには、その上位システム、下位システム、サブシステムが存在する。**社会システム**の上位システムは文化であり、下位システムは人格である。上位システムは下位システムをコントロール (**control over**) し、下位システムは上位システムの必要条件を提供 (**provide necessary condition**) している。つまり、文化は社会システムをコントロールし、社会システムは人格をコントロールしている。逆に、人格は社会システムの必要条件を提供し、社会システムは文化の必要条件を提供しているというわけである。

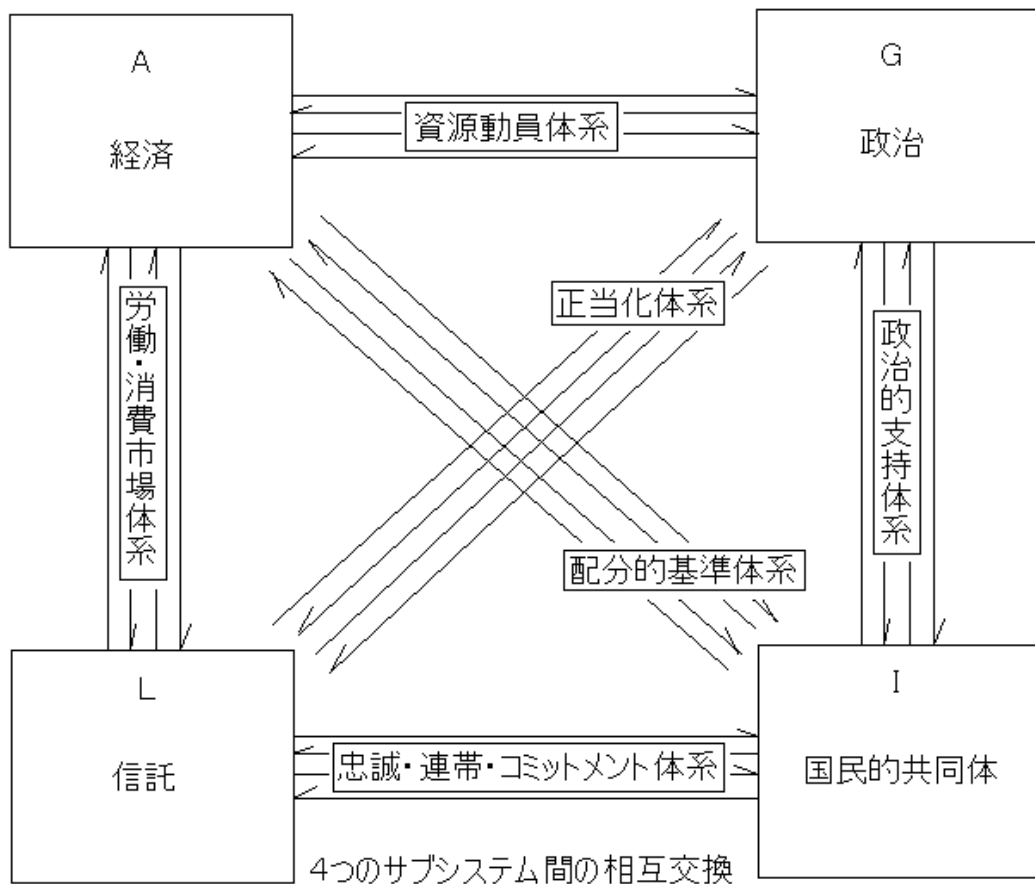
パーソンズは、社会システムは4つのサブシステムから構成されているという。4つという数になったのは、元をたどれば、パーソンズが開発した **AGIL の4機能図式**が理論の下敷きになっているからである。AGIL 図式は、行為を4つの過程で分析するものであり、A は適応 (Adaptation)、G は目標達成 (Goal-attainment)、I は統合 (Integration)、L は潜在性 (Latency) の略であることだけは言及しておこう。どうして行為分析の図式がシステムの分析にも応用可能なかは不明だが、パーソンズは、いかなるシステムにも、AGIL

に相当する4つのサブシステムが存在する考えたのである。彼は**社会システムにおけるAは経済 (economy)、Gは政治 (polity)、Iは社会的共同体 (societal community)、Lは信託システム (Fiduciary Legitimation subsystem)**であると主張した。つまり社会システムは、経済と政治と社会的共同体と信託システムの4つのサブシステムからなっていると考えたのである。

経済を企業と同一視したり、政治を政府と同一視したりしてはいけない、ということには注意が必要である。各々のサブシステムは実体的なものではなく、物事の側面だと考えるといいと思う。どのような人や組織にも経済的な側面があるように、どのような人や組織にも政治的な側面があるということが、経済サブシステムや、政治サブシステムがあると言われることの内実である。

難しいのは、Iの社会的共同体システムとLの信託システムの理解である。実際、社会学者のハーバマスは、パーソンズとの論争を通して、社会には経済システムと政治システムがあることを認めたが、IとLに相当するものは認めず、その代わりに経済システムや政治システムに対立するものとしての**生活世界**を対置するに至ったのである。私も社会的共同体システムと信託システムをどのように考えていいのかわからない。パーソンズの一連の議論には、優れたアイデアが随所に胚胎しているものの、AGILの幾何学的な論理体系を守るためのつじつまあわせも多い。パーソンズのパズル解きに付き合うことは賢明ではないだろう。

さて、4つの社会システム間には、次の図のように6つの境界が生じる。パーソンズはこの6つの境界を市場になぞらえている。各システムは他の三つのシステムから資源をインプットされ、他の三つのシステムへ産物をアウトプットしている。各「市場」には4つの相互作用があり、これを「二重の相互交換」という。すると、社会システムには4×6で都合24の相互作用があることになる。



(Parsons, 1974, p.125. Takagi, 1986, p.250 の図を一部変更して転載)

六つの市場は資源動員体系、忠誠・連帯・コミットメント体系、労働・消費市場体系、政治的支持体系、配分的基準体系、正当化体系と呼ばれる。パーソンズが示したそれぞれの市場における二重の相互交換の内容を見てみよう。

資源動員体系 (A-G 間の交換)

G への資源の入力：生産力の統制 M

A への資源の入力：有効性の機会 P

G への産物の出力：集合体に対するサービスのコミットメント P

A への産物の出力：流動資源 (財政的) の配分 M

忠誠・連帯・コミットメント体系 (L-I 間の交換)

L への資源の入力：忠誠配分の正当化 I

I への資源の入力：価値へのコミットメント C

L への産物の出力：共同価値へのコミットメント C

I への産物の出力：忠誠への価値に基づく要求 I

労働・消費市場体系（A—L間の交換）

Aへの資源の入力：労働能力 C

Lへの資源の入力：賃金所得 M

Aへの産物の出力：商品需要 M

Lへの産物の出力：財の生産へのコミットメント C

政治的支持体系（I—G間の交換）

Iへの資源の入力：政策決定 P

Gへの資源の入力：利害要求 I

Iへの産物の出力：リーダーシップ責任 I

Gへの産物の出力：政治的支持 P

配分的基準体系（A—I間の交換）

Iへの資源の入力：資源に対する要求の主張 M

Aへの資源の入力：資源の配分基準 I

Iへの産物の出力：要求の正当化の根拠 I

Aへの産物の出力：要求の順序づけ（予算化） M

正当化体系（L—G間の交換）

Lへの資源の入力：実施責任 P

Gへの資源の入力：権威の正当化 C

Lへの産物の出力：集合的利害への道徳的責任 C

Gへの産物の出力：職務権力の合法性 P

(Parsons, 1974, p.127 の表を一部書き換えて転載)

パーソンズは、サブシステム間の相互作用を媒介するものとして、シンボリック・メディアというものがあると考えていた。上に記した 24 の作用名の最後にはアルファベットがついているが、M は貨幣 (money)、P は権力 (power)、I は影響力 (influence)、C は価値コミットメント (value-commitment) の省略であり、この 4 つこそが、4 つのシンボリック・メディアとされるものである。例えば、賃金所得は貨幣によって経済システムから信託システムに入力され、職務権力の合法性は権力というメディアによって、信託システムから政治システムに出力されるという具合である。

A からの入力と、A への出力は全て貨幣メディアで行われ、G からの入力と G への出力はすべて権力メディアで行われ、I からの入力と I への出力はすべて影響力メディアで行われ、L からの入力と L への出力はすべて価値コミットメントメディアで行われていることに注意してほしい。パーソンズにとってメディアとは、システム内に存在するものではなく、システム間に存在するものだったのである。次節では、パーソンズのシンボリック・メディア論の意義を、4 つのメディアの事例に即しつつ検討してみたい。

1.2. 4つのシンボリック・メディア

シンボリック・メディアは正確には一般化されたシンボリック・メディア (**generalized symbolic media**) と呼ばれる。ゆえに、この概念を理解するためには、一般性の意味と、象徴性の意味を理解する必要がある。パーソンズは、**貨幣をシンボリックメディアのモデル事例と**考えていた。したがって、貨幣がいかに一般的なメディアであり、象徴的なメディアであるかを理解するのが、パーソンズへの近道となる。

あるものが象徴的であるということは、それがそれ以外のものを意味し、その意味が万人に共有されているということである。例えば「犬に注意」という標識は、それ自体としては木や鉄でできた板にすぎないが、犬が飼われていて危険であることを意味しており、誰もがそれを理解できる。それ自体は危険でもなんでもない標識が、現物の犬の代わりに危険を知らせるのである。貨幣は**効用の体現**であるといわれるが、しばしば指摘されるように、貨幣それ自体には**使用価値 (value in use)**がない。一万円札は、鼻をかむには硬すぎるし、メモ用紙代わりに使うには余白が少なすぎる。貨幣自体には効用が無いにもかかわらず、貨幣は効用を象徴しているのである。また、貨幣の一般性とは、貨幣は誰との取引においても、何の取引においても、またいつでも使えるということの意味している。貨幣の**交換価値 (value in exchange)**は、一般的であると言ってもいいだろう。

貨幣の象徴性と一般性は、貨幣による売買を、貨幣が無かった頃のもの交換と比較することで、いっそう明瞭になる。物々交換では、それ自体効用を有する品物が直接交換される。つまりそこに象徴性は介在していない。また、物々交換では、りんごを所有しみかんを欲している者はみかんを所持しりんごを欲している者を見つけないと取引が成立しない。しかしそのような偶然はめったに起こらないだろう。厳密な意味での物々交換は、「**欲望の二重の意味での偶然の一致 (double contingency of wants)**」を必要とするのである。

物々交換におけるりんごの交換価値は、貨幣のように一般性を有していないことが指摘できる。りんごを持っていても、それを誰とでも交換できるわけではなく、りんごを欲している人としか取引ができない。りんごを持っていても、それを何とでも交換できるわけではなく、りんごを欲している人が持っている物としか交換できない。そしてりんごは貨幣のように耐久性が高くないので、りんごを貯蓄しておいて、いつでも好きなときに交換する、というわけにはいかないのである。

パーソンズの議論の出発点は、この貨幣というシンボリック・メディアである。経済システムに固有のシンボリック・メディアが貨幣であるなら、政治システムや社会的共同体システムや信託システムにも、同じように固有のシンボリック・メディアがあるのではないかと考えたのである。パーソンズは政治システムには権力、社会的共同体システムには影響力、信託システムには価値コミットメントというシンボリック・メディアを見出すに至ったのは、このような文脈においてであった。

パーソンズは、行為が社会の構成単位であると考えていた。したがって、シンボリック・メディアは、行為と行為を媒介するものと位置づけられることになった。行為と行為の媒

介というのは、自分の行為によって、他人の行為を操ることと考えればよい。そこで、メディアについて検討するには、他人の行為を操るために設定されるサンクション (sanction) について検討すればよいことになる。

パーソンズは、このサンクションを、積極的—消極的、状況的—意図的の2軸で分類し、都合4つの類型を考案している。A氏が自分の望む行為をB氏にさせたいとしよう。A氏はB氏に対してサンクションを設定することになる。積極的サンクションとは、A氏が望む行為をB氏がしたときに、B氏が何らかの利益を得られるようなサンクションであり、消極的サンクションとは、A氏が望む行為をB氏がしないときに、B氏が何らかの損害を蒙るようなサンクションである。一方、状況的サンクションとは、A氏がB氏の出方次第で対応を変えるようなサンクションであり、意図的サンクションとは、A氏がB氏に、B氏の行為次第で結果が大きく変わると忠告するものである。

状況的で積極的なサンクションは誘因 (inducement) と呼ばれている。これは、A氏がB氏に対して、「私の言うとおりにしてくれたら、いいことをしてあげよう。」と誘惑することである。お金で財やサービスを購入するのは、この類型にあてはまるサンクションであるから、貨幣は誘因というサンクションの様式を持つメディアであると考えられる。状況的で消極的なサンクションは制止 (deterrence) と呼ばれている。これは、A氏がB氏に対して、「私の言うとおりにしないと、ひどい目にあわせるぞ。」と脅すことである。権力が通用するのは、命令に逆らった場合に処罰されることがちらかさされているからであり、権力は、制止というサンクションの様式を持つメディアと言える。

次に、意図的で積極的なサンクションは説得 (persuasion) と呼ばれている。これは、A氏がB氏に対して、「私の言うとおりにすれば、いいことが起こるよ。」と知らせることである。例えば医師が患者に「私の言うとおりに薬を服用すれば、病気が治るよ。」と言うことは、医師が専門家としての影響力を患者に行使して、患者の行動を操っているとも言えるので、パーソンズは、影響力を説得というサンクションの様式を持つメディアであると考えている。しかし、この説明は納得できない。なぜなら、医者は患者に「私の言うとおりにしないと、病気が悪化するぞ。」と言うこともあるのであり、影響力の行使は次に述べる意図的で消極的なサンクションの様式を取ることもあるからである。

最後に、意図的で消極的なサンクションは、コミットメントの活性化と呼ばれている。これは、A氏がB氏に対して、「私の言うとおりにしないと、悪いことが起こるよ。」と忠告することである。コミットメントとは、簡単に言えば約束のようなものである。したがってコミットメントの活性化とは、約束を守らなければ罪悪感に苛まれるだろうと忠告することである。価値コミットメントを介して他人の行為を操作できるのは、このような義務感への訴えが背後に存在するからであり、価値コミットメントは、コミットメントの活性化というサンクションの様式をもつメディアであると考えられる。しかし、コミットメントの活性化だけが、意図的で消極的なサンクションであるというのは正しくないだろう。前述したように、影響力の行使も、意図的で消極的なサンクションの形を取ることがある

からである。4つのサンクシヨンの類型を以下の表に纏めてみた。

サンクシヨンの類型	状況的	意図的
積極的	誘因／貨幣	説得／影響力
消極的	制止／権力	コミットメントの活性化／ 価値コミットメント

(Parsons1, 1974, p.149 の表を一部改変して転載)

このように、4つのメディアは4つのサンクシヨンの類型に対応しているとされるのだが、権力や影響力や価値コミットメントを貨幣になぞらえることには、多くの関門が立ちだかっている。貨幣は効用の尺度となる**一般的価値尺度**であり、商品との交換に用いる**一般的交換手段**であり、貯蓄に用いる**一般的価値貯蔵手段**でもあるというように、3つの機能を併せ持っている。他の3つのメディアに、同様の機能を見出すことができるだろうか。まずは、他のメディアが一般的価値尺度となりうるかを考えてみよう。経済における価値は効用であるが、政治や信託や社会的共同体における価値が何であるかを、まずは検討しなければならない。

バウム (Baum, 1976) は、システムの価値原理 (value principle) というものを考え、経済システムの価値原理を効用 (utility)、政治システムの価値原理を有効性 (effectiveness)、社会的共同体の価値原理を結束性 (solidarity)、信託システムの価値原理を誠実さ (integrity) とした。それぞれのシステムには、システム独自の合理性が備わっている。経済的合理性は効用の最大化を追求し、政治的合理性は有効性の最大化を追求するという具合である。そして貨幣が効用のシンボリック・メディアであるように、権力は有効性のシンボリック・メディアであり、影響力は結束性のシンボリック・メディアであり、価値コミットメントは誠実さのシンボリック・メディアであるというわけである。

システム	経済	政治	社会的共同体	信託
メディア	貨幣	権力	影響力	価値コミットメント
材質	紙、金属	音声、紙	音声、紙	音声、紙
価値原理	効用	有効性	結束性	誠実さ
サンクシヨンの 様式	誘引	制止	説得	価値コミットメントの活性化

(Baum, 1976, p467 の表を元に一部改変を加えて作成)

貨幣それ自体には効用が備わっていなかったように、権力それ自体には有効性は備わっていないし、影響力それ自体には結束性は備わっておらず、価値コミットメントそれ自体

には誠実さが備わっていない。ここでは「権力」や「影響力」という言葉が、普通ではない使われ方をしていることに注意しなければならない。では影響力や権力や価値コミットメントそれ自体は何でできているのであろうか？貨幣が紙や金属でできていることに対比されるのは、これら3つが音声や文字（紙片上のインクのしみ）でできているということである。これら3つは、それぞれ別様に「特殊な言語」なのである。

4つのメディアは全て、言語というメディアの上になりたつ、より高次のメディアと考えられている。貨幣だけは言語的ではないと思われるかもしれないが、金銭による売買にも言葉が伴うだろう。物言わぬ自動販売機にお金を入れてジュースを買う場合でさえ、暗黙の取引契約が交わされていると考えるのが妥当である。貨幣による交換も、言語の交し合いの基盤の上に成り立っているのである。それではこれら4つのメディアによる言語使用は、通常のコミュニケーションとどのように違うのか。ハーバマスの議論を援用するならば、通常のコミュニケーションが**了解志向的**であるのに対し、これら4つのメディアの基盤にあるコミュニケーションは**成果志向的**であるという区別ができると思う。

ハーバマスが論じた**了解志向的行動**と**成果志向的行動**の対立は、**コミュニケーションの行動**と**目的合理的行動**の対立、オースティンが提唱した**発語内行動**と**発語媒介行動**の対立、そして**生活世界**と**システム**の対立に通じている。前節において、ハーバマスが、社会システムのAGILのサブシステムのうち、IとLの存在を否定して、かわりに生活世界が存在すると主張したことを述べたが、それはこのことと無関係ではない。パーソンズやルーマンとハーバマスの対立は、ごく単純に図式化してしまえば、システムにおける**成果志向的行動**の重視と、生活世界における**了解志向的行動**の重視の対立だったからである。

話を元に戻そう。権力や影響力や価値コミットメントが貨幣と同じようなシンボリック・メディアであるならば、これらにも、貨幣の一般的交換手段としての機能に相当するもの、一般的価値貯蔵手段としての機能に相当するものが備わっていると言えるだろうか。しかし、権力や影響力や価値コミットメントにおいて、交換や蓄積というのが何を意味するのかと問われても、ちんぷんかんぷんである。

権力を例にとりて考えてみよう。誰もが誰に対してでも使える貨幣と違い、権力を行使できるのは限られた人であり、なおかつ権力を行使できる範囲も、権限という形で限られているのが普通である。つまり権力が貨幣と同じような一般性を持っているとは考えにくいのである。また貨幣と違い、権力は行使しても量が減らないし、AがBに権力を行使しても、Aの権力がBに譲渡されるわけではない。仮に権力の濫用によって権力が弱まることを、権力量減少の事例と認めるとしても、その減少量は正確には測定できまい。そもそも、貨幣の量は**間隔尺度**での測定が可能であるが、権力の大きさは、それが比較可能な場合であっても**順序尺度**がせいぜいのところであり（例えば、厚生労働省医薬食品局長よりも、厚生労働省事務次官の方が多くの権力を持っている、というように）、文部科学省事務次官と厚生労働省事務次官の権力の大きさは、比較しようがないのである。

1.3. 銀行作用による信用創造、インフレーション、デフレーション

ある人がある人にメディアを行使する、というミクロレベルでの比較する限り、貨幣とその他のメディアを平行に考えるのは絶望的である。そこでパーソンズは、シンボリック・メディア論の議論を、システム全体のマクロレベルでの比較をする方向へと舵を切ることになった。そもそもの端緒はパーソンズ (Parsons, 1974, 原著 1969) が既存の権力理論に反発したことであった。

マックス・ウェーバー (Weber, 1980, 原著 1926) は権力を「他者の抵抗を排してまで、自己の意志を貫徹する全ての可能性」と定義する。またロバート・A・ダール (Dahl, 1957) は、「A が B に対して、B がさもなければしなかつたであろうことをさせることができる度合いに応じて、A は B に対して権力を持つ (A has a power over B to the extent that A can get B to do something that B would not otherwise do)」と定義するのだが、パーソンズは、この定義のどこを批判したのだろうか。

ウェーバーやダールの権力定義の問題点は、第一に、権力が他者を操作する能力一般と同一視されている点である。上記のような定義では、例えば資産家が金にものを言わせて他人を懐柔してしまう場合や、権威のある学者が発言して反対者を鎮める場合も、資産家や学者が権力を行使しているということになってしまう。それはサンクションの4類型を区別しない粗雑な分析といわざるをえない。権力というのはやはり、政治領域に固有に関わる現象なのである。

第二の問題点は、**実力 (force)** による強制と**権力 (power)** に基づく抑止を区別できない点にある。ウェーバーにとってもダールにとっても、要するにある人が別の人に無理強いできることが権力の証なのであるから、命令が平和裡に遵守される場合と、なかなか命令に従わないので、銃や鞭ちらつかせて強要する場合が区別されず、両者とも権力現象として位置づけられてしまうわけである。しかし、私たちは後者のような事例は権力の行使ではなく、ただの**実力行使**であると言いたくなる。

また、健康 (体力や美しさ)、開明 (知識)、技術、愛情、尊敬、高潔、富を社会の規定価値と考え、これらを他者に分け与えたり、他者から奪い取ったりすることで生み出されるものが権力であると考えた政治学者ラスウェル (Lasswell, 1950) の議論や、『パワー・エリート』の著作で有名なミルズ (Mills, 1956) の議論の中に、パーソンズは、暗黙の前提としての**ゼロサム的な権力観**があることを見て取り、批判を加えた。A の B に対する権力が強くなればなるほど、必然的にBのAに対する権力が弱くなるのだとすると、社会構造がどのように変化しても権力の総量は一定であり、したがって権力の配分は**ゼロサムゲーム**になってしまう。**ゼロサムゲームでは、各行為者に、他の行為者と協力するインセンティブが一切生じない**。各行為者は、他人と協調・協力するよりも、他人からより多くの権力を取り上げて、権力を自分の手中に収めようと、激しく争うことになるだろう。

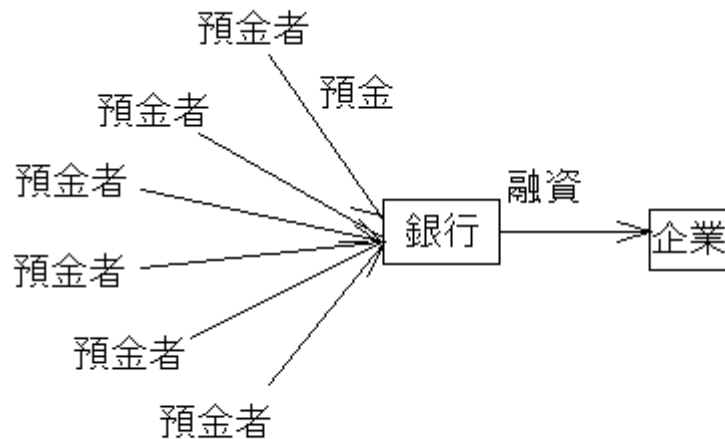
古今東西、歴史は権力闘争にたえない。権力の争奪戦は、ゼロサムゲームの様相を呈していたらろう。ある者の権力量を、その者が支配する民衆の数で定義することを考えてみ

る。すると権力の総量は総人口に他ならず、人口が増加しない限り、誰が君臨しようとも、あるいは、領土が分断され、複数領主が林立しても、権力の総量は一定不変である。現代民主制には、政党間の政権争いという形で、このようなゼロサムの権力闘争が飼いならされた形で残っている。

ところが、権力現象には、権力闘争的なものとは別の側面もあるのだ。それは、民衆が政治エリートに権力を委ねる、という局面において生じている。ここでは支配者と被支配者は勝者と敗者ではなく、どちらも勝者（つまりウィン・ウインの関係）であり、互いに協力しあっている。一面においては、被支配者は支配者に支配されているのだが、別の一面においては、主導権をもつのは被支配者であり、彼らは支配者に支配させているのである。選挙による国会議員や大統領の決定は、このような相互協力としての権力現象の例である。与党は権力闘争の勝者であり、野党は敗者かもしれない。しかし国民は権力闘争の敗者ではなく、与党とともに、ウィン・ウインの関係を築くのである。ゲーム理論は、行為者の間に協力関係が築かれるためには、ゲームが**ノンゼロサムゲーム**でなければならないということを教えてくれる。しかし、権力の総量が増減するというのは、どういうことなのだろうか。

パーソンズが新しい権力観を提出するにあたって引き合いに出すのは、ここにおいても経済システムとの対比である。経済システムのシンボリック・メディアである貨幣も、ある一面に於いてはゼロサムゲームの様相を呈する。持っているお金が一定で、あるものを購入したら、別のものが購入できなくなった、という事例がそれにあたる。だが、経済全体を見渡すと、貨幣の総量は一定ではない。中央銀行が新しく貨幣を発行する場合には、もちろん貨幣の総量は増加するが、それ以外でも、貨幣の総量が増加するケースがあるのだ。

貨幣の総量は**銀行による信用創造**によって増加する。このからくりを次に説明しよう。そもそも銀行とは、預金者に貨幣を預けてもらい、預かった貨幣を企業に貸し出す機関である。実はこの流れの中で、貨幣の量が2倍弱になっているのである。なぜなら銀行に預けられている貨幣は預金者の所有物であるが、あたかも銀行が所有する貨幣であるかのごとく、銀行が自由に貸し出して運用できるからである。つまり**同じ1万円が、一方では預金者が所有するものとして、他方では銀行が使用するものとして「二重のつとめ」を果たすようになる**のである。なお、貨幣の増加がぴったり2倍ではなく2倍弱となるのは、銀行は預金の全てを貸し出すわけにはいかず、預金の引き落としに対処するために、一部の貨幣を**準備金**として銀行に残しておかなければならないからである。預金のうち、準備金に当てる割合を α とすると、銀行作用によって、預け入れられた貨幣は $2 - \alpha$ 倍となる。



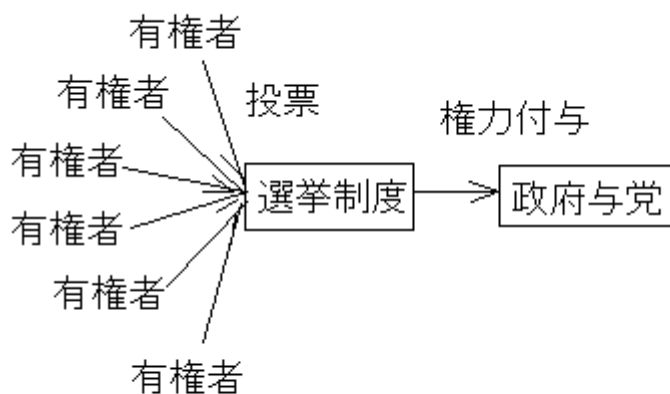
この信用創造のためには、預金者の銀行に対する**信頼**が不可欠なのはいうまでもない。運用せずに銀行に残しておく貨幣量は預金総額のごく一部であり、これは預金者全員が、同時に預金を引き出そうとすると、銀行が支払い不能に陥ってしまうことを意味している。そのことを承知しながら預金者が安心していられるのは、ひとえに銀行に対する信頼ゆえにであって、これが崩壊すると、取り付け騒ぎが起こって銀行が破綻することさえある。

銀行による信頼創造が活発になるとどうなるだろうか。投資が亢進するのが次のステップである。その次のステップは二つの可能性に分かれる。健全な投資によって流通貨幣量の増加に見合うだけの生産力の増加が達成される場合と、投資熱ばかりが過剰になって生産量の増加が達成されず、貨幣単位の価値の低落、すなわち**インフレーション**がもたらされる場合である。（これは経済学では「信用インフレーション」と呼ばれる。）逆に銀行の信頼創造の機能が萎縮するとどうなるだろうか、この場合は流通貨幣量が減少し、投資が冷え込むことで**デフレーション**が起きるだろう。

貨幣流通量が増減しうるのは、貨幣が、それ自体は効用を有していないシンボリック・メディアだからである。貨幣が、それ自体効用を持つ金貨であったなら、貨幣量の増減は、地中から掘り出された金の総量だけに依存したであろう。パーソンズは、**シンボリック・メディアの総量は、銀行作用 (banking) によって増減する、**という点に着目し、これらの道具立てを権力、影響力、価値コミットメントにも応用しようとしたのである。それぞれのメディアに関して具体的に検討しよう。

まずは権力について検討する。**権力における銀行とは選挙制度である。預金者は有権者であり、預金は投票である。選挙制度は、国民が所有する権力を投票という形で集め、それを政府与党に貸し与える制度に他ならない。「主権は国民にある」とよく言われるように、権力を所有しているのは一人ひとりの国民である。しかし権力を行使するのは、選挙に勝った議員や大統領であり、ここでは一つの権力が「二重のつとめ」を果たしていることに**

なるから、選挙制度によって権力の総量は増加している。選挙制度はいわば「権力銀行」なのである。



からくりをもう少し詳しく分析してみる。国民の立場になって考えてみると、彼は選挙から次の選挙までの間、自らの権力を、いわば解約できない定期預金として政府に預け入れているようなものである。彼は権力の真の所有者であるが、数年に一度の選挙の際にしか、自らの手に権力を持つことはない。彼の持つ権力とは、すなわち投票用紙であり、権力の行使は候補者に一票を投ずる、というかたちでしか行使できない。一方、権力を集めて（つまり票を集めて）当選した政治家は、手にした権力をどのように運用するか（政策を立案したり、議会で票を投じたり）に関して、比較的自由な決定をすることができる。

国民が政府による権力行使を許すということは、国民が政府の命令に従順に従うということに他ならない。しかもこの命令遵守（compliance）は、警察力などの実力行使によって強制されたものではない。権力銀行における実力の役割は、銀行における準備金の役割に類似している。（ただし、実力はそれ自体有効性を持つので、準備金の中でも中央銀行における金の備蓄＝正貨準備に近い）国民は投票以外の形で権力を行使することは認められていない。つまり、預け入れた権力を引き出して、国民が直接的に権力を行使すること（私刑や、違法なデモを念頭に置けばよい）は、不法行為である。これを取り締まるのは警察力であるが、もし国民の大半が、同時に自力で権力を行使しようとしたならば、警察力では対応しきれないのには目に見えている。例えば日本には30万人弱の警察官がいるが、日本人の5%、すなわち600万人が同時に不法行為を犯したら、取り締まるのは到底不可能であり、日本国はたちまち破綻してしまうだろう。これは、銀行の取り付け騒ぎに相当する事態である。

不信が不信を呼び、反政府ゲリラや内戦が耐えない国では、政府は、国民から預かった権力のほとんどを、権力を引き出して自ら権力を行使しようとする国民の鎮圧に用いなければならない。これは、取り付け騒ぎをおそれる銀行が、預金の大半を準備金として備え

ていなければならないようなものである。こうなると、先ほどの α の値は限りなく1に近づき、信用創造によるメディア量の増加が起こらなくなってしまう。このような国では、実力を超えた権力が創出されない。実力の競争はゼロサムゲーム（実力が上位10%である人は、常に全体の10%の人数である）であるから、血を血で洗う暴力の応酬になることは必至である。逆に言えば、日本国において30万人という、1億2000万人と比べればわずかな警察力で国が統治できるのは、政府に対する厚い信頼があるからだといえよう。政府が信頼されている国では、権力銀行の信用創造によって、実力の量以上に権力が流通することが可能になるのである。

最後に、政治システムにおいてどのような現象がインフレとデフレに相当するかを考えてみよう。パーソンズは政治システムにおけるインフレーションの具体例を挙げていないが、おそらく共産主義国家などの大きな政府が機能不全に陥る場合を考えればいいのではないだろうか。一方デフレーションの具体例としては、彼はマッカーシーのレッド・パージを挙げている。選挙以外のときに権力の座にある者を追放することは、権力投資先から、権力を「貸しはがす」ことに相当するからであろう。

次は影響力について検討するが、パーソンズの影響力概念は、学者の権威に基づく発言力、リーダーシップ力、同じグループに属する者に対する同化圧力（peer pressure）、多数の団員を有する団体の代表であることによる社会的に対する影響力などを、すべて含むものであり、影響力の分析は、権力の分析と比べると粗雑なものといわざるを得ない。紹介は簡単なものにとどめることにする。

影響力メディアにおける銀行は、大学やグリーンピース、全米ライフル協会などの団体である。人々は団体に自らの名前を登録することで、団体に影響力を預け入れる。預け入れられた影響力は、団体の代表者に融資される。これによって、**団体の代表者は団体名において影響力を行使することができるようになる**。この筋で議論すると、影響力のインフレーションは、個人が数多くの団体に所属するようになり、団体構成人数に基づく団体の影響力が、相対的に目減りする場合を指すことになるだろう。一方デフレーションに相当するのは、団体の構成員が代表に対して、「団体の名前で勝手に発言するな」と詰め寄り、代表者が容易に影響力を行使できなくなるような場合である。

これとはやや違う観点から影響力の分析をしたのが、パーソンズの大学の分析である。これによると、学生の大学への入学は、影響力と知性（彼によると、知性もある種のシンボリック・メディアである）の預け入れに相当し、卒業と学位の授与は、預け入れた影響力と知性の利子つきでの償還であるとされる。このような観点からパーソンズは、教育への過剰投資に後発した1960~70年代の反知性主義の台頭を、影響力および知性メディアの、一過性のインフレーションの後のデフレーションであると考えたのである。

教育投資の過熱によるインフレーションというのは、次のような事例を考えれば容易に理解できる。それまでは大学を出る人の割合が1割であったため、どのような大学を卒業しても、大卒者は「学がある」とされて尊敬を集め、影響力を得ることができたでしょう。

しかし大学が大衆化し、4割の人が大学を出るようになると、「大卒」という肩書きだけではもはや影響力を獲得できなくなってしまう。かつての大卒者と同じだけの影響力を取得するためには、今では一流大学を卒業しなければならない。これは昔の1000円と、今の1万円が等価であるということと同じである。

最後に価値コミットメントについて考えよう。価値コミットメントとは、ある価値観を信奉したり、約束、労働契約によって、自らの自由を制限したりすることである。価値コミットメントの総量の変化は、銀行作用によるものではなく、人々の相互信頼によって直接増減する。人々が相互に信頼しあっていれば、一人の人が同時に複数の物事にコミットをすることができる。しかし相互不信が醸成されてしまうと、他人から絶えず本当にコミットしていることの証を求められ、一つのことにコミットしたら、他のことにコミットできなくなってしまうからである。それゆえ、人々の相互信頼が高ければ、社会全体の価値コミットメントの総量が増加するし、信頼性が低ければ、価値コミットメントの総量は減少することになる。

パーソンズは、行き過ぎた相対主義を価値コミットメントにおけるインフレーション、原理主義の台頭を価値コミットメントにおけるデフレーションと位置づけている。行き過ぎた相対主義は空約束の横行するようなものであり、コミットメントの総量が増えても、一つ一つのコミットメントの価値は目減りしてしまい、価値コミットメントが有効な行為のメディアとして機能しなくなってしまう。それに対し原理主義では、ある価値観にコミットしている証（厳格な規律に従った生活など）が常に求められるために、一人の人が複数の価値観にコミットすることが許されず、コミットメントの総量が減少し、システムが不活性化してしまう。パーソンズは、価値コミットメントの適正な流通量をその中間に求め、信託システムがうまく機能するのは、価値の多元主義が成立しているときであると考えたのであった。

社会システムには4つのサブシステムがあるはずであり、4つのサブシステムにはそれぞれ固有のシンボリック・メディアがあるはずであり、それらには貨幣との類似性が見出されるはずである、というパーソンズのメディア論は、天下りの的に措定された抽象的概念に内実が伴わないことが多く、体系全体を引き受ける魅力には乏しい。しかし、トップダウン的な思考法は、具体的な事例に即しているだけでは見えてこなかった対比を浮き彫りにしてくれることがある。私たちは、パーソンズのメディア論の「使えるところ」と「使えないところ」をうまく選別する必要があるだろう。

2. ルーマンのコミュニケーション・メディア論

システム社会学を継承したルーマンは、あらゆる事象を4つに分類しようとするパーソンズを批判し、社会システムのサブシステムとして、経済システム、政治システム、法シ

システム、教育システム、宗教システム、科学システム、倫理システム、芸術システム、医療システムなど、多数のものを提案している。だが、これほど多くのサブシステムがあるとなると、あるものが社会のサブシステムだといえるための条件が気になってくる。ルーマンが、パーソンズとは違って、行為ではなくコミュニケーションを社会の構成単位であると考えていたことは、そのヒントになるかもしれない。

たとえば政治の専門家は政治家であり、経済の専門家はトレーダーやエコノミストであるというように、経済システムや政治システムにはそれぞれの専門化がいる。しかし、経済や政治について語るのは、何も専門家だけではないだろう。誰もが物価や給料について語ることがあるし、誰もが政治談議に興ずることがあるのである。政治システムと経済システムが別のサブシステムだとされるのは、政治と経済の分業があるからではなく、**コミュニケーションの機能分化**があるからである。これは、経済と政治には、それぞれ固有の論理と合理性があり、物事における経済的な観点と政治的な観点とは、別々に論じることができるということを意味している。たとえば「この事件は経済的には〇〇だが、政治的には××である」というように。したがって、ルーマンがサブシステムと考えるものには、固有の合理性、固有の論理をもつ、機能分化したコミュニケーションが対応していることになる。

各々のサブシステムには、固有の**二元コード**が備わっているという。機能分化したコミュニケーションは、物事を、それぞれ別の観点から二分法で割り切るのである。経済システムにおいては所有／非所有、政治システムにおいては政府／野党、科学システムにおいては真／偽、法システムにおいては合法／違法、宗教システムにおいては内在／超越、医療システムにおいては病気／健康が二元コードである。二元コードというのは、それぞれのサブシステムの関心事と言い換えてもいいのではないだろうか。

機能システム	二元コード	メディア
経済	所有／非所有	貨幣、所有権
法	合法／違法	法、権利、正義
科学	真／偽	科学的認識
政治	政府／野党	権力闘争（公職）
宗教	内在／超越	信仰
教育	善い子供／悪い子供	就学義務、経歴整備、ライフコース
心理	同一／非同一	意識
マスメディア	情報／非情報	コミュニケーション・メディア、言語、画像
道徳	尊重／軽視	価値判断
倫理	正当／不当	道徳

芸術	美／醜、革新／月並	美的判断、芸術、作品
医療	不健康／健康	治療、療養
愛	イエス／ノー	性愛
社会運動	困惑／非困惑	動員

(Matsumoto, 2003, p.82 の図を一部改変して転載)

また、それぞれのサブシステムには、システム固有のシンボリック・メディアが存在するという。ただし、シンボリック・メディアがサブシステム同士の関係を調整すると考えたパーソンズとは対照的に、ルーマンは、メディアを個々のサブシステムの内部だけで通用するものだと考えていることは指摘しておく。経済システムのメディアは貨幣で、政治システムのメディアは権力だとされる点は、パーソンズと同じである。しかし、ルーマンはそこに留まらなかった。科学システムのメディアは科学的認識（真理）であり、宗教システムのメディアは信仰であり、教育システムのメディアは就学義務であり、医療システムのメディアは治療だと主張するのである。

私たちは、ルーマンの議論から何を学ぶべきであろうか。芸術的な観点、倫理的な観点、科学的な観点というように、私たちはさまざまな観点から物事を眺めてみるができる。このことを強調したものとして、コミュニケーションの機能分化の理論は、一応評価できるかもしれない。だが、彼のシンボリック・メディア論は、パーソンズの議論を超えるところでは、言葉遊びの域を出ていない。貨幣と就学義務と治療は、一体いかなる点で類似しているのだろうか？理解に苦しむばかりである。

ルーマンがこれらのメディアの中で特に重視していたのは、政治システムの権力、経済システムの貨幣、科学システムの真理、愛システムの愛である。真理が科学のメディアだとされるのは、科学において、直接検証できる範囲を超えた真理が流布する様子と、経済において、金に兌換できる範囲を超えた貨幣が出回る様子に類似性を見て取ったからであろう。だが、愛がメディアだというのは理解に苦しむ。

ルーマンの理論では、真理は自我の体験と他我の体験を媒介し、愛は自我の行為と他我の体験を媒介し、貨幣は他我の行為と自我の体験を媒介し、権力は自我の行為と他我の行為を媒介するとされている。真理が体験と体験を媒介するメディアであるというのは、実験 A と実験 B の結果を総合して科学的真理が見出される場合などを考えれば、分からなくもない。また、権力の行使が「私の言うことを聞かないと、ひどい目にあわせるぞ」、という消極的状況的なサンクションであることを考えれば、権力が行為と行為を媒介するメディアであるとは言えるかもしれない。だがこの筋でいくと、権力と同じく状況的なサンクションである貨幣も、行為と行為を媒介するメディアだということになるだろう。また、愛は、そもそもメディアだとは考えにくい。したがって、この分類は意味不明である。

	自我の体験	自我の行為
他我の体験	真理、価値	愛
他我の行為	貨幣、所有、芸術	権力、法

(Matsumoto, 2003, p.80 の図を一部改変して転載)

ルーマンのメディア論の中で、シンボリック・メディア論研究に対する貢献といえる唯一のものは、コミュニケーションの不確実性に基づいたメディアの3分類である。ルーマンは、コミュニケーションには情報、伝達、理解という3つの選択過程があると考えている。情報の選択過程とは、どのような情報を伝えるかが選択されることであり、伝達を選択とは、伝えるか伝えないか、伝えるとしたらどのように伝えるかが選択されることであり、理解の選択とは、理解するか理解しないかが選択されることである。

三つの選択性に応じて、三つの不確実性が存在する。情報の選択性には、**理解の不確実性**が対応している。これは、意味を結びつけるコンテキストや認知や記憶において齟齬をきたす可能性のことである。伝達を選択性には、**到達の不確実性**が対応している。これは、メッセージが途中で紛失したり、メッセージが別の人に届いてしまったりする可能性のことである。理解の選択性には、**成果の不確実性**が対応している。これは、コミュニケーションの受け手が、得た情報に基づいて自身の行為の動機を持つかどうか定まらないことを指している。

ルーマンは、この三つの不確実性を「縮減」するものとして、三つのコミュニケーション・メディアを提案するのであるが、この三つのメディアは、それぞれハーバマスの立場、マクルーハンの立場、パーソンズの立場を表しているのではないと思われる。理解の不確実性を縮減するのは**言語メディア**である。理解の不確実性を縮減するというのは、要するに理解するということであるから、これはコミュニケーションの了解志向性を強調した、ハーバマスのコミュニケーション観に配慮したものであろう。次に、到達の不確実性を縮減するのが**拡充メディア**である。これには、文字や印刷技術、テレビや電話やインターネットが含まれる。これらのメディアが時間的、空間的に隔たった者間でのコミュニケーションを可能にしてくれる。そして拡充メディアを扱うメディア論こそ、マクルーハンのメディア論なのである。最後に、成果の不確実性を縮減するのは**成果メディア**である。これは、パーソンズの唱える一般化されたシンボリック・メディアに一致する。成果メディアは成果志向的なコミュニケーションを媒介するメディアであり、1章で挙げたように、貨幣や権力がその具体事例である。

参考文献

Rainer C. Baum, "Generalized Media in Action: Introduction," Explorations in general

theory in social science, 1976, pp448-469

Rainer C. Baum, "On Societal Media Dynamics," Explorations in general theory in social science, 1976, pp579-608

Robert A. Dahl, "The Concept of Power", Behavioral Science, 2, July, 1957

H.D. Lasswell and A. Kaplan, "Power and Society", 1950, New Haven: Yale University Press

C. Wright Mills, "The Power Elite", 1956, New York: Oxford University Press

マックス・ウェーバー著、脇圭平訳、『職業としての政治』、1980、岩波書店

タルコット・パーソンズ著、新明正道訳、『政治と社会構造』、1974、誠信書房

ニクラス・ルーマン著、大庭健、正村俊之訳、『信頼：社会的な複雑性の縮減メカニズム』、1990、勁草書房

ニクラス・ルーマン著、長岡克行訳、『権力』、1986、勁草書房

ユルゲン・ハーバマス著、『コミュニケーション的行為の理論』、1985、未来社

高城和義、『パーソンズの理論体系』、1986年、日本評論社

松本和良ほか編、『シンボルとコミュニケーションの社会学』、2004、恒星社厚生閣

松本和良ほか編、『システムとメディアの社会学』、2003、恒星社厚生閣

馬場靖雄著、『ルーマンの社会理論』、2001年、勁草書房

廣松渉ほか編『岩波哲学・思想事典』、1998、岩波書店、p 1584