

＜研究ノート＞

インフルエンスの概念について

宇 賀 博

本稿は Talcott Parsons, “On the Concept of Influence”, *Pub. Opin. Quart.*, Vol. XXVII, No. I, 1963. についての研究ノートである。これはかなり長いものであって、この論文のあとにジェームズ S. コールマンとレイモンド A. バウアーの二教授のコメントがついており、それに対してさらにパーソンズの反批判がつけ加えられている。これらを検討し最後にわたし自身の考えを述べてみたいと思う。かれの論文の主題は社会的相互作用における媒介のメカニズムを追求することにあるが、れいのごとくなかなかユニークな議論を展開しているし、わたしの関心からいえば、この概念を使ってソーシャル・コミュニケーション論の展開になにか新しい試みでもできはしないか、と試してみたのである。まず、パーソンズのこの論文のねらいは何か。この点から述べてみよう。たとえば、このごろたいいそうだが、「意見や態度の研究の分野でも調査技術の発達 は理論の発達を追い越してしまったようだ。」理論と調査はじつにアンバランスである。このかれの論文の目的は、だから、そういったおくれを取り戻すための、バランスを取り戻すための一つの試みなのである。この野心が一つ。それから、いま、かれがここでやりたいのは意見や態度の記述とか分類とかでなくて、その determining factors (決定要因) についての分析ということである。つまり意見や態度が保たれまたは変わるのは何故か、あるいはどういう条件のもとでか、といった問題である。記述や分類のためのカテゴリーを追うのではなく、どうしても決定要因についての分析がいまのわれわれにとってだいじだといふのである。これが、この論文の最も重要なねらいのいま一つである。もっとしぼっていうと、

とくに意見や態度が変わるばあい、そこにどういう一般化されたメカニズム (generalized mechanism) が作用しているのだろうか、ということである。パーソンズは態度とか意見とかが変わるばあい、そこに働いている一般化されたメカニズムに「インフルエンス」(Influence) というコトバをあてた¹⁾。しかし、このターミノロジーをあてるのは便宜上のことで、適当かどうかはあとの問題である。また、かれはこの一般化されたメカニズムを意図的な形態の社会的相互作用の過程に限定した。意図的な形態にしぼるということは、たとえば、意見の変化が台風のような自然の災害によるとか、社会的なばあいでも経済恐慌によるとか、われわれの意図をこえた原因で起るばあいを、いちおう除外して考えるという意味である。だから、インフルエンスというコトバは、意図的な行為 (必しも合理的とは限らぬ) によって、他者の態度やまたは意見になんらかの効果—そのばあい、意見が変わるかも知れないし、そうでないかも知れないが—を与えるとき、そこに働いている媒体 (medium) あるいは媒介のメカニズムの意味にここでは使おうというのである²⁾。

1

それでは社会的相互作用における一般化されたメカニズムとはなんだろうか。これには、さまざまなアプローチの仕方があるし、またいろいろの種類のものが考えられるのである。「言語はおそらく、その prototype であろうし、主要なポイント・オブ・レファレンスである。言語コミュニケーションによって、他者の行為へ効果—可能的な“影響”—を及ぼすということは、具体的なもの、または対象の代りに“シンボリックな”経験

をかれらに提示するということである。たとえば“犬に注意”という記号 (sign) は、行人が実際にその犬をみたりなき声を聞かなくとも、かれに警戒心をおこさせるのである。しかし、言語シンボルそのものについていえば、そういった警戒心をおこさせる性質は“本来からいって”なものもない。札のうへの黒いしるしはかみつきもほえつきもしないからである。³⁾ このように考えると、言語には二つの側面があるのではなからうか。よく知られているが、その一つの側面は、言語の使用というものはメッセージを発し伝達する過程であるという側面である。つぎにもう一つのそれは、言語は符号 (code) —ある状況と関係した、いくつかの言語要素の組合せ—であるという側面である⁴⁾。だから、メッセージはその符号を知る者にとってのみ意味をもち、慣習に従った行動がとれるということである。しかし、一般に知られているように、言語のみが唯一のそれでない。言語が最もだいじであることはいうまでもないが、われわれの社会において、言語と似た性質をもつものがほかにある。たとえば芸術シンボルがそうだし、とくにわれわれに身近な貨幣がその代表格にあげられよう。貨幣は言語にまったく似ているし、それは特殊な言語である。この貨幣を言語としてみる見方は、つとに古典派の経済学者たち (アダム・スミス、リカルドおよび J・S・ミル) によって強く支持されている。つまり、かれらは貨幣に二つの性質、第一に「交換の媒体」(メッセージの伝達) として、第二に「価値の尺度」(符号) としての二重の性質があるとみたのである⁵⁾。このように貨幣は特殊な言語である。それは社会的相互作用の一般的な、しかも大切な媒体あるいは媒介のメカニズムであり、近代の資本主義社会においてはことにそうである。だからパーソンズは、貨幣を一般化されたメカニズムの重要なモデルと考え、まずそれについてのパラダイムを示したあとで、これとの類比でその他の重要な媒介のメカニズムについてふれるといったやり方で、興味ぶかい議論を展開している。

さて、貨幣は経済学者が「効用」と呼ぶ、経済的な価値をシンボリックに表現 (または具体化) したものの symbolic “embodiment” である。す

でみたように“犬”という言葉がその動物のシンボリックな表現であるように、貨幣はそれじたいに効用はないが商品のもつ価値をシンボリックに表現している。このことは非常に大切である。つまり経済的な交換という、社会的相互作用の特殊な過程において、貨幣はあるばあいには商品の代りをし、また商品を統制するからである。商品の所有者は必要に応じてそれを手ばなし貨幣にかえ得るし、ぎやくに貨幣の所有者はそれを「支出」して商品を獲得することができるのである。つまり交換の過程で貨幣は媒介のメカニズムの役目をしているといえる。このように、貨幣は経済的な価値 (効用) のシンボリックな表現であるとともに、交換のなかで媒体あるいは媒介のメカニズムの役目を果しているのである。つぎに経済的価値すなわち効用 (utility) は、「行為の状況において、対象のあるタイプの関心 interest をきめる基礎である。」ある側面では、その効用によって対象のもつ現実的あるいは可能的な意味が規定される⁶⁾。対象が行為者であれば、かれの資質ということばかりでなく、かれのパフォーマンスがこのばあい何かということが基準なのである。それが商品であれば経済学者のいう意味でそれを“つかって”、また人間であれば“そのサービスをもって”、どういうことがいったいできるかということが関心の基礎である。以上のように、パーソンズは、図式的にいて一方において行為のもつ価値を、他方において対象の「関心」を交換という社会的相互作用の過程における二つの重要な factors と考えたのである。れいの行為のフレーム・オブ・レファレンスの主体の側 (motivational side) と客体の側 (situational side) という図式を想起するとよい、同じ構想である。

しかし、そのほかに、さらに二つの重要なレファレンスが考えられると思う。たとえば「状況の定義」(the definition of situation) がその一つである、とかれは指摘する⁷⁾。これは行為者の当面の関心のタイプによって、状況における対象がカテゴリゼーションされることである。たとえば行為者が経済的なタイプの関心をもってるとき、その状況は「効用の対象」からなるのであって、つまりそのように対象がカテゴライズさ

れるということなのである。このばあいの関心の充足というのは対象を“利用し得る”状態にまで対象の統制（あるいは支配）を獲得することであって、かかる統制は交換をとおして、貨幣経済であれば「市場」と呼ばれる通路をとおして獲得されるのが普通である。（ついでながら、かれが考えている状況の構成要素というのはつぎの四つである。すなわち、定義される状況の第一の構成要素は、効用という点からだけでなく、交換の体系のなかで役に立つ多くの対象から構成されている。第二は、交換という相互作用の体系における単位がそれである。これは効用の供給の源泉となっている。第三の構成要素は、それにもとづいて交換のとりきめがなされる諸条件がそれである。これは制度化されていなければならぬ。最後に第四の構成要素は、一連の効用の交換—たとえば、労働サービスと引きかえに雇主から貨幣の統制を獲得する交換—のあいだの問題である⁸⁾。

さらにもう一つのレファレンスは何かというところ、それに従って貨幣という媒体が使用される制度的に確立された、規則という規範的なフレームワーク(normative framework of rules)をかれは指摘するのである。シンボルである貨幣はそれじたい価値のないものであることはすでに述べた。だから、貨幣と引きかえに“現物の”効用の対象の統制を譲渡するばあい、等価物が得られない危険があるし、必ずしもシンボルに忠実でない危険もある。さきほどの例でいうと、実際に犬をたしかめないうで符号のみを信用するならば、ほんとは危険がなくとも余計な警戒心を起させるし、かりに虎が近くにひそんでいても、犬だと思い込ませるから、じつに危険なのである。こういう意味で、規範的なフレームワークがないと、それじたい価値のない貨幣に価値を与えることができないし、市場交換の体系も期待通りに機能することができない。この規則のもっとも初歩的な要素はお互いに貨幣を受け入れるという acceptability の相互性の条件である。こんにちでは私有財産と契約の制度がそれである。

かんたんに、これまでのことを要約しておこう。たとえば、貨幣のようなシンボルが社会的相

互作用の過程を媒介する一般化された媒体として機能するためには、パーソンズによると、つぎの四つの点で特定の定義や制度的なアクセプタンスがなければならぬのではないかと、いうのである。すなわち、(1)価値（行為単位の欲求がむけられるところの）、(2)関心（行為の状況において、これらの価値に照らして重要であるところの対象の特性）、(3)状況の定義（関心の充足に“利用される”現実の状況の特徴についての）および(4)規則という規範的なフレームワーク（当面の関心の充足において行為の合法的様式と非合法的様式を識別するところの）の四つがそれである。それゆえ、これらすべて四つの点で、制度化とか定義とかがあつて、はじめて“シンボル”が、一般化された媒体として、あるいは媒体のメカニズムとして十分に機能することができるのである。

2

これまで、パーソンズは一般化された媒体の例として貨幣をとりあげて説明してきた。というのは貨幣は高度に制度化されているし、また経済学者によってその性質や機能がよく分析されているから、それを知ることは社会的相互作用におけるその他の一般化された媒体の性質とか条件とかを知るうえでたいへん役に立つと考えたからである。そこで、直接の関心であるインフルエンスの分析へと進むために、手続きとして媒介のメカニズムという、いっそう大きな家族の文脈のなかに、その一員として貨幣とならべてインフルエンスを位置づけることから始めたいと思う。かれの考えでは、貨幣はもう一つ、広い意味での政治的な権力(power)とともに、そういう家族の一員であると考えている。このメカニズムは、社会的な相互作用において、言語を媒体とするコミュニケーションとは違った仕方では、より特殊ではあるが一般的な媒体として働いているのである。また、貨幣と権力はともに命令法をもって書かれている。つまりインフォメーションを運ぶというよりも、むしろ“結果の獲得”の手段としてであるということである⁹⁾。こういったことはそれぞれの扱い方を特徴づける。これらのメカニズムは他者の反応、すなわち結果を引き出す意図的な企てを構造化す

るための手段であると考えられる。貨幣のばあいは提供の問題であり、権力のばあいは義務づけの決定をコミュニケートする問題であり、インフレンスのばあいは指示された行為の理由づけ、つまり「正当化」する問題がそれである。そこで、こういった種々の“結果の獲得”のやり方をどのように分類したらよいものだろうか。まずパーソンズは最も単純なパラダイムを考えてみる。つまり行為単位—自我(ego)と呼ぼう—が、他の単位—われわれが他者(alter)と呼ぶところの—に、ある種のコミュニケーション活動—nonpejorative な意味に理解されるなら、“プレッシャー”(pressure)と呼んでおく—を行なって結果の獲得を企図するといった、単純なパラダイムをまず考えてみるのである¹⁰⁾。そうすると、二つの変数—そしてその組合せから四つのタイプロジーをつくる—によってそれが記述されうるのではないだろうか。「二つのうちの第一の変数は、自我が働きかけるばあい、それが他者の置かれている、または行為しなければならぬ状況への可能的な統制をとおしてなのか、それとも状況の変化とは無関係に他者の意図への効果をとおしてなのか、ということに関係している」¹¹⁾。つまりその状況をとおして働きかけるか、あるいは他者の意図にじかに働きかけるかの問題である。パーソンズはこの変数を「チャンネル変数」と呼んでいる。たとえば、いままで例にあげてきた経済的な交換のばあいは状況的に行われる。つまり効用の対象の統制か、あるいは貨幣—やがて効力の対象と交換可能な—の統制か、のいずれかを提供するのである。提供は相互依存적であって、自我のしてほしいと思う何かを他者が行えば、自我は順次、他者の利益になる何かを状況的に行うといった contingency (依存性) の仮定が、その前提にある。

第二の変数は、他者の意志決定が自我の介入によってどれだけ左右されるかの問題である。自我—他者の contingency において、自我が課したサンクション (sanction) が他者にどのような結果をもたらすか。つまりそれが他者にとってポジティブな意義があるかそれともネガティブな意義があるか、それが他者に好都合 (利益) なのか不都合 (不利益) なのかの問題である¹²⁾。たとえば

経済的な交換を再び例にとると、すでにみたように、他者が自我の欲していることをすれば、自我は順次、他者が多分欲している何か—つまり利益的な—をするという contingency の仮定がある。このばあい貨幣とか効用の対象とかの統制を譲渡するのが普通である。もし他者が不履行だったら、意図的には話し合うということであり、それでもだめなら状況的に圧力をかけるのである。その limiting case は、状況的—ネガティブの組合せで強制(権力)である。そのように状況をまったく構造化してしまうということである。

サンクション	チャンネル	
	意図的	状況的
ポジティブ	説 得	誘導
ネガティブ	コミットメントの促進	阻止

以上の二つの変数を組合せると、上の表のごとく四つのタイプのものでできあがる。パーソンズによると、(1)誘導 (inducement) とは、自我がかれの suggestion にそうして状況的な利益を提供し、他者の好意的な意志決定を得ようとする企てのことであり、(2)阻止 (deterrence) とは、自我が他者の不服従に状況的な不利益を与え、かつ威嚇にさらすというやり方で、他者のコミットメントを呼び起し、服従を得ようとする企てである。つぎに (3) コミットメントの促進 (activation of commitments) とは、自我の望む行為を拒絶することが、他者自身の見地からしても“まちがっている”という理由を示すことによって、他者の服従(望ましい行為)の遂行を得ようとする自我の企てである。そして最後に(4)説得 (persuasion) とは、自我の望む行為を行うことが、状況的な利益とは無関係に、他者自身の見地からしても“このましい”という理由を示すことによって、他者の服従を得ようとする自我の企てのことである¹³⁾。

この四つの社会的相互作用における“結果の獲得”(目標達成)の様式は、さきほどの一般化された媒体のパラダイムとうまく合致するのである。たとえば貨幣は「誘導」の一般化された媒体とみなされるし、またインフレンスは「説得」の一般化された媒体とみなされるのであ

る。さて、インフルエンスの概念についてさらに説明してみよう。しかし、貨幣との比較ばかりでなく、媒体のもっと一般的な分類といった文脈のなかで、それを位置づけることの方がここでは有益だと思う。貨幣とインフルエンスは、上述の意味で、ともにポジティブなサンクションとして働くと考えられる。つまり貨幣のばあいは状況のチャンネルをとおして、またインフルエンスのばあいは意図のチャンネルをとおしてである。それから状況的でネガティブのばあいの媒体として、つまり貨幣と対になるものとして政治的な意味で権力があげられる。それに対して意図的な側ではコミットメントの一般化 (generalization of commitments) があげられている。これはインフルエンスと対になっている。この二つの対のあいだの関係についてはさらに説明の要があろう。誘導と説得はポジティブで望ましい反応を引き出す手段である。サンクションと反応とはここでは一致する。それに対して阻止は、サンクション行為と他者の望む反応とのあいだに逆の関係がなりたっている。純粋にネガティブな例はサンクションなしに「服従」が得られることである。自我が望むのは服従であり、かつ義務の履行である。かれは強制のばあいにも、サンクションを課するのである。したがって、権力を単純に阻止の一般化された媒体として定義してしまうのは適当でない。むしろそれは、状況的にはネガティブなサンクションを加え、また不服従には“罰”を加えるという条件的な含みをもって、義務づけたパフォーマンスを動員するところの一般化された媒体である。といっても、自我の意図は罰することが目的ではなく、パフォーマンスを獲得することである。それゆえ、効果的な集合行為への関心(目標達成)という義務を負わせることによってパフォーマンスを獲得するところの一般化された媒体として、「権力」を考えたい¹⁵⁾。これに対して意図的な側では、他者に関する限り状況的にサンクションという威嚇を与えることなく、かれの主体的な義務観念に訴えて一この点が権力とちがうのであるが一義務の履行を動機づける一般化された能力として「コミットメントの一般化」を考えるのである。しかしこのばあい、不服従のきざしが

あれば自我は評価的な表現(非難)一それによって他者に義務観念や罪障感をもたせるのであるが一をもってそれに対抗するのである¹⁶⁾。いま、さきのサンクションの表のなかに四つの一般化された媒体をはめ込んでみると、下の表が得られる¹⁶⁾。

サンクション	チャンネル	
	意図的	状況的
ポジティブ		
様式	説得	誘導
媒体	インフルエンス	貨幣
ネガティブ		
様式	コミットメントの促進	阻止
媒体	コミットメントの一般化	権力

つぎに、一般化された媒体の、社会体系のなかで働くメカニズムとしての他の側面に注意をむけてみたい。パーソンズのいうように、そうすることによってインフルエンスの分析に必要な何かを得たいと思う。つまりその何かというのは、そのなかで作用しているところの体系の規範的側面と事實的側面とのあいだの割れ目にはし渡しになるものという意味なのである。別のコトバでいうと、行為単位一それが個人であれ集合体であれ一の見地からみて、媒体には利益を増進する手段として役に立つ一つの「指図」が含まれているということである。またそれには同時に、さまざまな依存性において、その利益が多かれ少なかれ、そのもとで獲得されるところの条件の構造化ということも含まれている。他方、行為単位の観点からみると、そのもとで利益の増進が行われる規範とか規則とかは、体系の観点からみると、その体系の統合や他の本質的な機能を混乱させることなしに、体系ないの過程がそのもとで安定的な営みをもつところの一組の条件であるとみなされるということである¹⁷⁾。貨幣のばあい、単位にとってその保障のロック・ボトムは、単位それ自体にとって具体的な効用の対象の所有、つまり現物資産の観点から十分な「経済的自己充足」である。次のレベルは、金・ダイヤモンド・土地等のような対象の所有である。制度化された

貨幣はそういう財よりも交換において有利であり、一般性がある。しかし体系が混乱したとき、不安定であるという弱味がある。すでに述べたように、貨幣はシンボルであって、その「意味」—このばあいには経済的価値—は相互の acceptability の結果である。ある面では、この相互の受容性は、ロック・ボトムの経済的な保障の対象、とくに貨幣的な金属との交換の可能性に依存していることはよく知られている。しかし、兌換性は一つの面であり、実際の兌換の主張とは別である。実際の兌換は、それによって貨幣を、単位と体系の両方からみて、利益的なメカニズムにしている、自由の度合を破壊する手段によってのみ可能になる。しかし自由の保持は、契約義務の履行や財産の権利・義務に関する経済的な規範の最少限のレベルの遵守によって得られる。このようにみると、一つの文脈において、貨幣の価値は保障の効用（金属）との交換の可能性による“裏書”に依存している一方、他のおそらくより重要な文脈において、それは市場の体系の効果的な機能に依存している。この市場は経済の生産性の重要な要素であって、かかる生産性は単に貨幣的な金属の供給を増すことによって得られるとは、いかなる経済学者といえども考えてはいない。また権力のばあい、経済的な「現物資産」と見合う単位の保障は、威嚇とか強制とかによって服従（欲求の充足や義務の履行）を強要する効果的な手段を所有することである。この文脈において物理的な力は、阻止のすぐれたサンクションである。この力は一定の場所を占有する。この場所は指摘されるように経済的なばあいの貨幣的な金属に相当するものである。この阻止には、一般的にはコミュニケーションのチャンネルを塞ぐといったやり方がとられる。たとえば監禁がそうである。しかし、貨幣的な金属（金）それ自体の所有が経済を生産的にしないように、物理的な力そのものの所有は義務の体系の効果的な運営を必ずしも保証するものでない。権威の体系の制度化およびリーダーシップの合法化によって、はじめてそれが保証されるのである。一方において権威の制度化と他方においてその行使の合法化は、交換における“価値のない”貨幣の相互の acceptability に見合う

ものである。権力の体系はこの規範的構造の効果的な機能に明らかに依存している。経済的な生産性とのアナロジーでいうと、それは組織が効果をもつということである。パーソンズはこれを集合組織の効果性 (the effectiveness of collective organization) と呼んでいる¹⁸⁾。

3

さて、こういった議論をこんどはインフルエンスの分野に適用したらどうなるか。これまで述べてきたことというのは、コトバをかえていうと信用という態度の制度化であるといい直してもよい。四つのメカニズムはすべて、ある意味でこれに依存しているのである。たとえば経済のばあいは、行為者はかれの関心（商品や労働力への）を市場に譲渡するが、しかし問題は、その譲渡に対する返礼に「公平な価値」を受けとることができるという信用や信頼がどこからきているか、ということである。この信用の問題には、はっきりと二つの foci が区別できる。すなわち貨幣が「現物資産」といつでも交換可能だという信頼と「体系」の機能への信頼がそれである。同様に、権力のばあい行為者はその政治上の自足を譲渡する。つまり単独ではいかに有力な部下をもってしても自足は不可能であって、権力体系 (power system) にかれの安全を委任せねばならぬ。そのためには権力体系へのコンフォーミティとそれへの信頼が必要である¹⁹⁾。

ところで、インフルエンスの分析にこの議論を適用するまえに、まずインフルエンスがいったい何をシンボライズしているのかを知る必要がある。たとえば貨幣のばあいには「効用」をシンボライズしているし、権力のばあいには「集合行為の効果性」をシンボライズしている。インフルエンスのばあい、performance-sanction という相互作用のパラダイムのなかに、その答えが用意されているのではないか。インフルエンスは「説得」の一つの手段である。そのシンボリックな媒体である。それはある仕方で行為するように他者の意志決定を引き出す。経済学者が「財とサーヴ

イス」と呼ぶ want-satisfiers それ自体は、ここでは「説得者」のカテゴリーである²⁰⁾。この構成要素というものは、そこから他者が“かれ自身の結論”を引き出すことができる「事実」である。自我はそれについてのインフォメーションを与えて、他者にある種の意志決定をさせる。つまり、このインフォメーションは、経済という「財」にあたり、その特殊なのが「サービス」にあたる。パーソンズのように、シンボルとしてのインフルエンスのばあいは、そのいずれかではなく、「財」と「サービス」の両方を一般化したものに相当するといふのである。ここで重要なのは自我側のシンボリックな行為である。この行為が重要なのは個々の意図において信頼の裏付けとなっている、一般化された意図をコミュニケーションするからである。これはインフォメーションの領域で作用する。しかしこの自我の行為の信頼の基礎は何んだらうか。あるいは自我のインフォメーションの信頼の源泉はどこからきているのだろうか。これはじつに大切な事柄である。貨幣的な金属は多くの財と同列のものでなく、安全性と最大限の交換性という性質を兼ねそなえている。強制の手段としての物理的な力 (force) も同じである。そうすると、それに見合うものはインフルエンスのばあいは何か。つまりそれに信頼を与えるような、真の源泉は何か。まずわれわれの扱っているのは社会的相互作用であることを考えてみるなら、自我のシンボリックな行為の信用が得られる最も好ましい条件は、自我と他者のあいだに基本的に diffuse な連帯という相互関係があるばあいであり、とくにかかる連帯が保たれるのは集合体のなかに両者がともに所属しているときである。つまり“ゲマインシャフト”型の連帯への両者の共属関係こそ、インフルエンスの第一の「基礎」であり、しかも貨幣にとって金が、また権力体系にとって力があるごとく、インフルエンスの体系にとって「連帯」があるのである²²⁾。

そのほか、インフルエンスのばあい、自我の言説の規範的な正当化ということが指摘される²³⁾。これは権力のばあいの authorization と同じであり、圧力のもとで、かれの言説を正当化することである。規範的な正当化によって、他者の行為

への効果を企図するのである。このような正当化は、インフルエンスがシンボリックな媒体であるが故に必要である。正当化の機能は、実際にその言説の正しさを確かめることでなく、むしろコミュニケーションの資格（つまり権威）の付与の機能である。この最も重要なカテゴリーはふつう「名声」と呼ばれるが、これは信用のいま一つの源泉である。これはシンボリックである。だから「名声」のある人によって述べられたばあい、そうでない人よりもそれだけ重要さや説得力を増すのである。こういった要素をパーソンズは fiduciary responsibility (信用能力) と呼んでいる²⁴⁾。

さきほどインフルエンスを、ゲマインシャフト的な連帯にもとづくものと述べたが、もっとも要素的には家族がその prototype である。しかしそれがローカル・コミュニティや職業集団やその他の集団であろうと、同じことである。たとえば「集団の非メンバーのばあい、その集団の諸問題に“干渉している”と思われぬようにその言動に特別な配慮が必要なことからみても、この理由がわかると思う。」このことが正しいなら、逆にいって、インフルエンスの意図はそれ自体共通の連帯を確立しようとする意図でもある。この連帯の重要性は、B. R. ベレルソン、P. F. ラザースフェルトおよび W. N. マックフィーの『投票行動』(1954)という労作において指摘されているところである。かれらは家族から出発して職業・人種・宗教その他の集団について検討し、投票行動における集団の連帯構造の重要なことを説いた。けっきよ、インフルエンスのばあい、社会学的な用語でいうと、その社会的な基礎は主として particularistic であり、その規範的なレファレンスはおもに universalistic である²⁵⁾。そして、これら二つの要素はインフルエンスを支えるとくに重要な支柱だということである。

つぎにインフルエンスにはどんな型があるかを考えてみたい。パーソンズによると四つの型があるという。すなわち、(1)「政治的」インフルエンス、(2)「信用的」インフルエンス、(3)それぞれの忠誠に訴えるインフルエンス、および(4)規範の解釈に志向するインフルエンス、の四つがそれである。これは tentative な分類である。また最後の二

つの型を性格づけるために、簡単な single word よりも厄介な phrase を使ったのは、むしろこの主題が未発達であり、解説の必要があるからである²⁶⁾。(未完)

- 注 1) Talcott Parsons, "On the Concept of Influence", *Pub. Opin. Quart.*, Vol. 27, No. 1, 1963, p. 36.
- 2) *Ibid.*, p. 38.
- 3) *Ibid.*, p. 38.
- 4) *Ibid.*, p. 38. とくに R. Jacobson & M. Halle, *Fundamentals of Language*, The Hague, Mouton & Co., 1956. 参照。
- 5) *Ibid.*, p. 39.
- 6) *Ibid.*, p. 39.
- 7) *Ibid.*, p. 40. 行為の フレイム・オブ・レファレンスは、(1)行為者(主体の側)、(2)状況(客体の側)および(3)行為者の状況への志向。また志向には動機的志向と価値的志向が考えられた。これを『ポーランド農民』の "Methodological Note" におけるそれと比較すれば、現在の図式を理解するうえで参考になる。また拙稿「行為者—状況」図式に関する研究ノート、ソシオロジ、第6巻第4号、1959、参照。
- 8) *Ibid.*, p. 40.
- 9) *Ibid.*, p. 42.
- 10) *Ibid.*, p. 42. この単純なパラダイムについては H. C. Kelman, "Processes of Opinion Change", *Pub. Opin. Quart.*, Vol. 25, 1961, pp. 57—78. 参照。

- 11) *Ibid.*, pp. 42—43.
- 12) *Ibid.*, p. 43.
- 13) *Ibid.*, p. 43—44.
- 14) *Ibid.*, p. 44—45. 権力の概念については、T. Parsons, "On the Concept of Political Power", *Proceeding of the American Philosophical Society*, Philadelphia, 1963. 参照。この「インフルエンシス」の論文の姉妹編である。
- 15) *Ibid.*, p. 45.
- 16) これを例の A・G・I・L 理論にあてはめると、誘導と貨幣=A, 阻止と権力=G, コミットメントの促進と一般化=Lおよび説得とインフルエンシス=Iである。(ibid., p. 45.)
- 17) *Ibid.*, p. 46.
- 18) *Ibid.*, p. 47.
- 19) *Ibid.*, pp. 47—48.
- 20) *Ibid.*, p. 48.
- 21) *Ibid.*, p. 48.
- 22) *Ibid.*, p. 49.
- 23) *Ibid.*, p. 49. 「正当化」とは、ここでは規範のレベルでいっているのであり、「合法化」とは区別される。合法化のレファレンスは価値のレベルである。(T. Parsons, Part II of General Introduction, in *Theories of Society*, Free Press, 1961, Vol. I, pp. 43—44. 参照.)
- 24) *Ibid.*, p. 50.
- 25) *Ibid.*, p. 50.
- 26) 一見してわかると思うが、この分類も A・G・I・L 理論の四つの機能的カテゴリーと見合っている。(ibid., p. 58.)