

KANSAI GAIDAI UNIVERSITY

マーケティング・プロセスの記述論理： ルーマンの理解による視点の転回

メタデータ	言語: Japanese 出版者: 関西外国語大学・関西外国語大学短期大学部 公開日: 2016-09-05 キーワード (Ja): 自己言及のパラドックス/ 脱パラドックス化の機制, 社会主体の存在規定 キーワード (En): 作成者: 村下, 訓 メールアドレス: 所属: 関西外国語大学
URL	https://doi.org/10.18956/00006164

マーケティング・プロセスの記述論理

——ルーマン的理解による視点の転回——

村 下 訓

要 旨

本稿では、因果論的な説明の論理や行為論的な記述の論理に基づくマーケティング事象の観察・記述において、何が見落とされることになるかを問うことができる地点から、マーケティング・プロセス、すなわち時間を生み出しつつマーケティングの現実を自己組織的に生成し続ける過程を観察・記述するための手がかりを原理論的に探究する。

突破口を開く論点は、議論されるべき前提を議論に先立って前提してしまう理論負荷の問題である。理論負荷されて多様に立ち現れる構造に対して、その構造を生み出す生成の過程はいかにして記述可能となるか。先行するニクラス・ルーマンの社会学的洞察を参照しつつ、この問いに答える記述論理の方法論的可能性を提示する。なお、本稿で探究される観察視点と記述論理の適用が開くマーケティング事象の描像については、稿を改めて議論されることになる。

キーワード：自己言及のパラドックス、脱パラドックス化の機制、社会主体の存在規定

1. はじめに

価値創造・価値実現の過程として捉えられるマーケティング活動は、言うまでもなく組織的な活動である。組織的な活動を駆動しているのはコミュニケーションである。刻々と変化する市場の様相を限定的な視野のもとで観察しつつ、次の展開へと向けて繰り出される数々のアクションは、すべからくコミュニケーションの接続において駆動されている。これに対して、現場の外に立ち、観察されるマーケティング事象を有意味なひとまとまりの行為として捉え返すマーケティング論の記述は、つねにすでに事後的であって反省的である。そこでの観察視点は、マーケティング論的な外部観察の視点であって、生成の過程に立ち会う現場の観察視点ではない。「マーケティング論は実践に役立たない」という一部の現場の声は、この観察視点のズレを、現場の認識において示唆しているものと聞き届けられてよい。

この懸隔をどう埋め合わせるか。その手がかりを探ることが本稿の課題である。問いは次のように提示される。①生成の過程にもう一步迫る観察視点の獲得はいかにして可能か。そして、

②その観察視点を支えるマーケティング論の記述論理はいかにして可能か。これらの問いに迫るための最初の了解はこうである。つまり、時間を生み出しつつ未来を開いていく生成の過程は、自己組織化の運動に迫る観察視点によってしか捉えることができないということ。すでにして構造化された現実を見ってしまう外部観察の視点によっては、結果から遡及的に過程を跡づける構造論的な記述論理しか導くことはできないということ。この観察視点および記述論理の壁をどう突破するか。議論の焦点はここにある。

突破口を開くのは、従来の構造論的な記述論理を180度転回して、生成論的な記述論理を提示してみせたドイツの理論社会学者、ニクラス・ルーマン (Luhmann, Niklas) である。その独自の社会システム理論において、ルーマンは「社会の構成要素はコミュニケーションである」ときっぱりと言い切った。社会を社会として成り立たせているのは、社会主体ではなく、その行為でもなく、コミュニケーションそれ自体である。市場を生み出すマーケティング活動もまた、当然のこと、ルーマンの議論の射程内にある。いったんその理論的立場に立脚すれば、ルーマンが提示した社会の生成論的な記述論理によって、マーケティング論の記述論理もそのあり方を大きく変えることになる。記述論理が違えば、見える現実も違う。まずは、生成論的な記述論理が開く世界へと一歩踏み出すのが先である。

前に述べた問題構成でも明確にされているとおり、本稿は、マーケティング研究の方法論(原理論)の系譜に属する小論であり、特定の記述論理を用いてマーケティング事象を記述する議論とは水準が異なる。よって、本稿で探究される観察視点と記述論理の適用が開くマーケティング事象の描像については、稿を改めて議論されることになる。

2. 問題の所在

構造論的な記述論理につきまとう問題とは、いかなる問題か。最初にこの点を確認しておこう。分かりやすいところで、マーケティング現場の一端にある広告制作の現場に目を向けてみる¹⁾。ここでは、広告研究の議論に馴染みがない方が、むしろ問題の理解は容易である。

「広告表現」の編成を仕事とする広告制作者において、広告とは、何をおいてもまず自らが生産にかかわっているその「広告表現」を指している。広告とは、すなわち「広告表現」であることは、広告を消費する側においても同様である。広告とはまずもって、自分の目や耳でそれとして観察することができる「広告表現」それ自体である。生産の側から「広告表現」が提示され、消費の側では「広告表現」が観察される。広告的事象は、そうした固有の生産—消費の関係によって成り立っている。その関係を広告コミュニケーションにおいて媒介しているのが、他ならぬ「広告表現」である。

この「広告表現」の媒介性に立脚した場合、広告コミュニケーションの過程はどのように記

述されるか。媒介されるのは広告に固有の生産—消費の関係であって、「広告表現」の意味などではない。「広告表現」の意味が成立するのは、広告に固有の生産—消費の関係が媒介された後、すなわち広告コミュニケーションが成立した後である。事後的に成立する意味を、「広告表現」が媒介すると考えるのは、明らかに論理の転倒である。ここに、根本的な捉え違いがあることに気づかねばならない。同じことは、コミュニケーション一般についても言える。事後的に成立する意味を、「言語表現」や「身体表現」が媒介すると考えるのは、結果を先取りして遡及的にコミュニケーションを観察してしまうことによる錯誤である。この錯誤を、コミュニケーションの記述論理として定式化してしまったのが、情報伝達モデルのコミュニケーション概念である。そこで描き出されているのは、構造論的な記述論理によるコミュニケーションの特異な描像であって、コミュニケーションの成立の契機を生み出す過程などではない。

改めて強調すれば、「広告表現」によって媒介されるのは、広告に固有の生産—消費関係、すなわち、生産の側から「広告表現」が提示され、消費の側では「広告表現」が観察されるという関係それ自体である。この関係が「広告表現」によって媒介されることによって、何らかの意味が生成する契機がもたらされる。記述の順序はこうでしかありえない。ここで、意味が生成する契機を予め約束されたものであるかのように想定すること、これを論点先取りという。この転倒した観察の視点が、投げられたボールを受け取るように意味が相手に受け取られるかのような、歪なコミュニケーションの理解を与えてしまうのである。このような転倒した記述によるコミュニケーションの描写によって、何が見失われてしまっているか。そのことに思い至らねばならない。そこで消し去られているのは、ほかならぬ「他者」である。

事後的に構造化された現実には、すでに「意のままにならぬ他者」はいない。そこにいるのは、間主観性を前提することが可能な「飼いならされた他者」である。「他者」の問題については、理論社会学ではすでに精緻な議論がなされているのだが²⁾、それがどのような事態を指しているのか、広告研究の文脈に照らして再確認しておこう。

従来の広告研究においては、前に述べた「媒介性を担う広告表現」も、「他者たる観察者」も登場しない。その代わりに登場してくるのは、すでに特定の役割を与えられたパフォーマーたちである。伝統的な広告科学やマス・コミュニケーション研究であれば、広告表現は「記号化された広告メッセージの運び手」となっているし、観察者は「その記号化された広告メッセージの読解者」となっている。記号論的な広告論においては、広告表現は「広告テキスト」となっているし、観察者は「その読み手＝意味解釈者」となっている。あるいは、カルチュラル・スタディーズのオーディエンス研究であれば、広告表現は「イデオロギーの表象」となっているし、観察者は「その権力作用に対抗的な読解者」となっている³⁾。

このように、理論を構成する概念群に特定の意味論的な役割を割り振るということが、すなわち、その理論構成における意味論的の負荷である⁴⁾。これは、広告的事象の観察において、す

でにして特定の理論負荷がかかっていると言い換えても同じことである。そのような意味論的負荷のかかった観察視点から見れば、「現実はそのように見える」のであるから、それぞれに記述された広告的事象は、確かにそれぞれに観察された現実であることには違いない。だが、それらは、広告的事象の「いま・この当事者」の観察なり記述なのではない。広告コミュニケーションの記述論理が複数あり、当の理論に内在すればどれも説得的な記述であるということそれ自体が、「かける眼鏡が違えば見える現実も違う」ということを雄弁に語っている。

誤解のないように申し添えれば、ここでの議論は、従来の広告研究によってもたらされた「眼鏡」一式をきれいさっぱり取り払って、「生の現実」に迫る観察視点を獲得しようなどという目論みを企図したものではない。ラカンが浮き彫りにしたように、あるいはもっと前にカントが示唆したように、どのような観察も、いかなる記述も、言語の外に出ることはできないのであって、「生の現実」などは想定しうるものとして在るにすぎない⁹⁾。この了解は、本稿で照準されるルーマン理論にも妥当する。彼が提示したのは、社会を捉える別様の観察視点と記述論理なのであって、あらゆる「眼鏡」を取り払ったあとに見える世界などではけっしてない。それは、構造の前に生成の過程を見るという理論課題のもとに、まさにそのことのために編み出されたもう1つの「眼鏡」である。この理解を欠いたルーマン批判などは、単に問題を取り違えているということにしかない。

問題の所在は、従来の観察視点や記述論理が、端的に「生成の過程」を捉え損ねているということ、この1点にある。なぜそうなるかは、個々の理論を構成する意味論的負荷の問題としてすでに述べた。もちろん、特定の前提（これこそが事実の理論負荷である）を置くことなしに、複雑なマーケティング事象を問題特定的に観察することはできないし、それを明示的に記述することもできない。そのことに議論の余地はない。見たい現実を見るためには、そのための「眼鏡」が必要である。問題は、自分がどんな「眼鏡」をかけているかを忘れてしまうところにある。観察に先立ってあたかも確かな現実が在るかのように考えてしまう錯誤も、自分がかけている「眼鏡」の出自を忘却してしまうところから生まれる。

ルーマンが編み出したのは、それまでわれわれが手中にしていなかった「生成の過程」を捉えるための社会学的な「眼鏡」である。社会の構造を捉える「眼鏡」は、すでに多様に用意されている。そのうちのどの「眼鏡」をかけても、見えるのは社会の構造であり、構造から遡及的に推し量られた構築主義的な過程である。それによって立ち現れる現実の描像は、われわれがしばしば立ち止まり、社会を、あるいは市場を見渡そうとするときに大きな助けとなってきた。だが、生の当事者には、いつまでも腕組みをして現実の描像を眺め渡している暇はない。生の当事者である「このわたし」のその生において、社会は、あるいは市場は、刻々とそのありようを変えていく。われわれが次に見たい現実、その「生成の過程」であり、獲得したいのは、それを可能とする観察視点と記述論理である。現時点でその手がかりを与えているのは、ニク

ラス・ルーマンをおいてほかにはない。

問題の所在が確認できれば、とりあえず「生成の過程」に分け入るための入口には立てたことになる。次の課題は、いまかかっている「眼鏡」が帯びている理論負荷をどう相対化するかである。外部観察の視点から、生成の現場に迫る内部観察の視点へ。構造論的な記述論理から、生成の現場を活写する生成論的な記述論理へ。立ち位置の180度の転回を図らねばならない。この先は、いまかかっている「眼鏡」の自明性をこじ開けて議論の前提を議論の場に引き出し、それを問い直す作業へと踏み込んでいくことになる。

3. 自己言及のパラドックス

前節で照準した理論負荷の問題は、社会科学につきまとう基底的な問題とも密接に関係している。その問題をひと言で要約すれば、「当の議論において前提とされていることが、そもそもいかにして成り立つかが議論されるべきであるのに、それが自明のこととして前提されたいうえて、当の議論が構成されてしまっている」ということになる。そうやってしまうと、「何の前提も置かずに議論などできるのか」という反論が直ちに返ってこようが、それは単純な論点の取り違えである。ここで問題とされているのは、前提が前提として構成される過程の記述が捨象されてしまっているということであって、何かが前提とされることそれ自体が問題だということではない。

社会の成り立ちをその生成の過程において記述しようとするルーマン理論においても、確かに「社会システム」の存在が前提されているように見える。だが、ルーマンは、無限定にそのような前提を置いているのではない。むしろ、その前提が前提として構成される過程、すなわち、社会システムが社会システムとしてその都度立ち上がってくる自己組織化の過程の記述こそ、当の社会システム理論の中核的な議論として提示しているのである。疑問を差し挟むのであれば、むしろ、なぜこのように「前提にかかる問題」にこだわる必要があるのかという点であろう。最初に必要な了解は、次のことである。社会科学に属する議論においては、根拠づけとしての外部を想定しえないという了解が最初になければならないということ。つまり、前提とは議論の支えにほかならないのだが、その前提がどのようなものであれ、それを前提とすることの根拠を外部に求めることはできないということ、これである。その了解のあり方については、たとえば次のような指摘が理解の目安となろう。

「言及するものとしての外部を、言及される内部に編入し、内部化しようとする、パラドクシカルな状況が発生する。つまり、内部を根拠づけている外部を内部化して、内部体系をそれ自体として根拠づけることはできない、ということである。根拠づけとしての外部をどこまで遡っても同じである。結局、内部体系はそれ自体としては無根拠だというほかはない」（巨、

2004、p.130)。

以上の指摘に忠実であろうとすれば、何かを前提とすることには、自ずと慎重にならざるをえない⁹⁾。ここで示唆されているのは、次のことである。すなわち、「差し当たり、これを前提とする」というように前提が立てられたならば、その前提が前提として内部的に成立する過程が、言及される当の内部体系における過程として記述されねばならない、ということである⁷⁾。ルーマン理論における「社会システム」の生成は、まさにそのように記述されている。この点が、本稿においてルーマン理論が注目される根本的な理由である。

言うまでもないことだが、最初にルーマン理論ありきではない。システム論の議論においては、ルーマン理論が批判的に相対化される観点を見いだすのはそれほど難しいことではない⁸⁾。ルーマン理論もまた、「他でもありうる」という可能性の地平から超越した絶対的な位置取りにあるわけではけっしてない。だが、ルーマンと共にそれを認めたくえでもなお、ルーマン理論がもたらす検討の視座には他では代えられない意義を見いださう。その1つが、マーケティングの成り立ちを生成の過程において記述することを可能とする視座である。この視座を獲得するためには、まず社会科学における基底的な記述論理の問題に立ち向かわねばならない。

社会科学における立論の前提となるのは、「内部体系をそれ自体として根拠づけることはできない」という問題であった。これは単に、科学の理論がそれ自体において内部的に根拠づけられないということだけを意味しているのではない。同様に、言語や記号の体系も、日常生活においてわれわれが経験する社会的事象も、それ自体の内で根拠づけられているわけではない。それらは、端的に出来事ないし事実として観察されるだけである⁹⁾。但し、この無根拠性が日常生活においていつでも問題になるというわけではない。それが問題として顕わになるのは、たとえば、社会的事象を観察に基づいて記述しようとするときである。これがいわゆる「自己言及のパラドックス」の問題である¹⁰⁾。われわれが、現前する社会的事象を自明なものとして捉えることができるのは、自己言及のパラドックスがすでにして脱パラドックス化されているからだ。その脱パラドックス化はいかにして可能となっているのか。こう問うてみないわけにはいかない。なぜなら、この問いに自覚的に応答するのだから、妥当な仕方では社会的事象を記述することはかなわないからである。

われわれが社会的でありうるのは、コミュニケーションに関与するという点においてである。そのコミュニケーションを、このわたしが直接関与する社会的事象として記述しようすると、1つの根源的な問題に突き当たる。コミュニケーションがそれとして立ち上がる過程にわたし自身を見出してしまって、わたしはそれをまるごと主題化して記述することができないからである。わたしは、どのようにしてもわたし自身をまるごと対象化することができない。それは、わたしはわたしの外部に立ってわたしを観察し記述することができないと言っても同じことである。したがって、わたしが世界を主題化して記述しようすると、いつでも世界の

中にそれを記述するわたしを見出してしまっていて、その目論見はあえなく挫折してしまう。それが、主体につきまとう自己言及のパラドックスの問題である。

話を分かりやすくするために、日常的な2主体間のコミュニケーション（対話の状況）を例にとって考えてみよう¹¹⁾。それは一般に、主体Aと主体Bの2主体間の相互作用の過程として捉えられる。主体Aが何事かを語ると、主体Bがそれを有意味な発話として聞き取り、筋が通るように解釈しようとする。だが、主体Bは主体Aの内的な思考や表象をつぶさに窺い知ることにはできないので、その解釈には不可避的に曖昧さがつきまとう。反対に、主体Bが主体Aに何事かを語る場合も事情はまったく同じである。それでも、たいてい対話が破綻せずに成り立つのはどうしてか。われわれに馴染みのある考えによれば、いま・ここのコンテキストが間主観的に共有されているからだということになる。

それでは、このコミュニケーションの成立を支えるコンテキストは、間主観的にどのように構成されているのか。うっかりすると、コンテキストを構成するためのメタレベルのコミュニケーションが同時進行していると考えてしまいがちだが、それではコンテキストの構成を根拠づけたことにはならない。今度は、メタレベルのコミュニケーションを支えるコンテキストがどのように構成されているのかが問われることになるからである。この試みは無限後退してあえなく挫折する。亘（2004）で指摘されていた「根拠づけとしての外部をどこまで遡っても同じである」とは、このような無限後退の問題状況を指している。

想定しうる1つの打開策として、ここで以下のような視点の転回を試みる。コンテキストの間主観的な相互理解の妥当性は、コミュニケーションが破綻なく成立していることでもって担保されると考えてみるのである。つまり、コンテキストがコミュニケーションの成立を支え、同時にコミュニケーションの成立がコンテキストに妥当性を与えるという循環的—自己言及的な関係が、いま・ここの状況において仮構されていると考えてみるわけである。このような構想が、外部に根拠づけを求めないで自己言及のパラドックスにどう対処するか、あるいは脱パラドックス化の機制をどう記述するか、という課題に立ち向かう際の手がかりを与える¹²⁾。

しかし、このような理解の構図は、言ってみれば空間に宙吊りにされたような社会的事象を見ているようなもので、どこか頼りない感じがする。それは、いま・ここで立ち現れる循環的—自己言及的な関係の、その立ち現れの起点が見えないことによる頼りなさである。だが、われわれが経験している現実のコミュニケーションにおいては、そのような頼りなさは「何らかの機制」においてすでに払拭されている。それは、いかなる機制か。従来の構造論的な記述論理によれば、自己言及のパラドックスの脱パラドックス化にかかる選択可能な形式化の方策は2つある。第1は、主体には還元しえない何らかの「社会的なもの」がもたらす機制を見いだす方策であり、第2は、主体、あるいは主体間関係において内的に処理されるとする方策である¹³⁾。だが、どちらの方策も、その記述論理が構造論的であるがゆえに行き詰まることになる。

どういふことか。論証によって追い詰めてみよう。

4. 社会主体の存在規定

まず、第1の方策はどうか。ここで自己言及のパラドックスに対処する何らかの機制として「社会規範」のようなものを想定してしまうと話は逆戻りである。その「社会規範」なるものは、どのようにしてもたらされたのか。ここでわれわれは、再び外部にあらぬ根拠づけを求めて、措定された間主観性の地平へと引き返すことになってしまう¹⁵⁾。それでは、コミュニケーションをその内部体系において記述したことにはならないのであって、根拠づけを欠いた「間主観的に構成される規範のようなもの」を前提として、1つの見え方を提示したにとどまってしまう。どのような機制であれ、それを外部から持ち込むことはできないのである。

次に、第2の方策はどうか。主体、あるいは主体間の関係において自己言及のパラドックスが内的に処理されるとする考え方を成立させるためには、これまでとりあえず不問にしてきた1つの問題にどう対処するかが示されねばならない。それが、社会主体の存在規定にかかる問題である。社会主体の存在という前提もまた自明ではない。したがって、社会主体間の関係も自明ではない。本稿の問題構成においては、それらは議論の前提ではなくて議論の中心である。つまり、社会主体がそれとして生成する過程、あるいは社会主体間の関係がそれとして生成する過程をどう記述するかが、ここでは問われることになるのである。もしこの問いを不問にしたままとするのであれば、自己言及のパラドックスは全面的に社会主体側で対処されるということになるのだから、その機制も社会主体内もしくは社会主体間の機制として記述されねばならないということになる。

大方の予想どおり、外部を措定せずに自己言及のパラドックスにかかる無根拠性に対処するためには、いずれにしても、何らかの局面で循環的—自己言及的に閉じた関係を見出して、それを理論化の過程に組み込まねばならない。社会主体の存在を前提としたうえで、果たしてこの要求に十全に応えることができるかどうか。この問いかけは、前に挙げた広告研究における理論負荷の問題に立脚して、こう問い直すこともできる。社会主体の存在を前提としたうえで、広告表現に媒介されて立ち現れる広告コミュニケーションの生成の過程を、それとして記述することができるか。問題の所在を確認する議論において述べたように、これまでになされてきたのは、広告コミュニケーションを、一方的な情報伝達における「送り手—受け手」間の関係¹⁶⁾、相互作用状況における「広告主—受け手」間の関係¹⁶⁾、あるいは「広告テキスト—読み手」間の関係¹⁷⁾、においてそれぞれ記述するという試みである。だが、そうした関係は、広告表現に媒介されて生成する広告コミュニケーションの帰結として観察される社会的事象であって、そもそも議論の前提とされうるような関係ではない。これを一般化して言い直せば、どの

ような関係であれ、最初から関係として前提しうるような関係などはない。

改めて考えてみたいのは、このような関係の立ち現われを、はたして社会主体を前提として描き出せるかどうかである。この問題に自覚的であった代表的な議論は、シュッツ（Schütz, Alfred）の「現象学的社会学」¹⁸⁾である。シュッツは、社会をそれ自体として対象化できると考える客観主義に対抗する論陣においては、フッサール（Husserl, Edmund）の「超越論的現象学」¹⁹⁾と同じ地平に立つことができるが、その現象学において客観主義の対立項として立てられた超越論主義をそのまま受け入れることはできなかった。なぜなら、あらゆる対象は主観によって構成されるとする超越論的主観性の水準に立脚してしまうと、相互作用の相手方となる他者も主観が構成したものとなってしまう、「わたしが他者だと規定するものが他者である」というような単純な独我論に陥ってしまいかねないからである。

独我論は当然のこと他我認識（他者の存在にかかる認識）とは言えないわけであるから、他我認識の可能性は別の方策によって示されねばならない。社会主体の存在を前提とする社会学理論においては、それは必須の要件である。もし他我認識の可能性の論証がなされなければ、それを前提とする問主観性の論証もできないということになる。社会主体の存在を前提とする限り、「社会主体＝社会成員」相互のコミュニケーションが可能であることが、社会学理論の大前提となる。それが可能であるとは、すなわち問主観性が成立しているということであるから、問主観性の成立を論証できないということになれば、社会学理論の基盤はなし崩しになってしまう。つまり、社会学理論においては、他我認識の論証を困難にする超越論的主観性からの理論構築は、そもそも不可能だということである。

現象学者であり同時に社会学者でもあったシュッツは、以上の問題を踏まえたうえでなお、その社会学理論の構成において現象学的な構えを手放そうとはしなかった。そのことによって、シュッツは理論構成上の矛盾に立ち向かわざるをえなかったのだが、それが超越論的主観性の立場と生活世界における当事者主観の立場との矛盾である。そして、この両者を媒介する概念として立てられたのが、「構成」あるいは「構成体」という概念であった。

まず、現象学者であるシュッツの基本となる前提は、社会というものは、そこに日常的に生活している社会主体の主観によって構成されたもの、すなわち当事者主観的な構成体において把握されるのであって、それを離れて客観的に成立している事実といったものを見いだすことは不可能だとする点である。この前提に立脚することによって、近代科学を特徴づける客観主義の立場は、その出発点において退けられる。

注意すべきは、ここで「当事者主観」と言ったときのその主観とは、超越論的主観性の水準にある主観だという点である。だが、前にも述べたように、超越論的主観性の水準に定位していたのでは、他我認識（他者の存在にかかる認識）を論証することは不可能であり、したがって、最初に主体を立てる社会学理論の前提を構成する問主観性の論証も不可能となる。この問

題を突破するためにシュッツが採用したのが、他我認識を可能とする「自然的態度にある主観」の指定である。そうした主観においては、生き生きとした同時性における他者の意識の流れについての経験が可能となり、そうした経験は、他者の身体に生起する出来事や、他者の身体によって生み出される出来事に媒介されて可能となるとされる²⁰⁾。

では、間主観性の論証についてはどうか。そのカギとなるのが、前に述べた「構成体」の概念である。ここでの構成体は、「自然的態度にある主観」の水準において構成されたものであり、「社会主体＝社会成員」によって間主観的に共有されうる「日常生活の現実についての一連の常識的な構成体」（第一次構成体）である。大事なことは、この第一次構成体が社会科学に先立つという点である。そうすると、社会科学においては、第一次構成体を客観的な視点から捉え直して、それを再構成するという立場を採用するよりほかなくなる。つまり、社会科学は、当事者の主観的意味（自然的態度にある主観にとっての意味）の第一次性を認めたらうえて、それによって構成される第一次構成体に基づいて、かつ客観的な態度で、第二次構成体を構成する科学であると定式化されることになる。

しかしながら、社会科学において、第一次構成体を第二次構成体へと媒介する客観的態度の要請に応えることは容易ではない。いかに客観的であろうとしても、第二次構成体を立てること自体が当事者主観の第一次性を認めることとは矛盾する。シュッツにおいては、結局この矛盾が乗り越えられることはなかったのだが、それは必然的な帰結なのかどうか。これが本稿の関心の中心である。すでに浮き彫りにされているとおり、その矛盾とは、シュッツその人の記述論理がもたらした矛盾であり、社会的現実の側にある矛盾ではない。問題は、採用されている構造論的な記述論理の側にある。確認されるべきは、そのことである。

5. 社会科学における2つの方向性

自己言及のパラドックスの問題は、他者とのコミュニケーションにさしたる困難を感じることもなく日常生活を営んでいるわれわれにとっては、必ずしも切実な問題だとは言えない。こうした認識に立脚すれば、他我認識の問題、あるいは他者の存在規定にかかる問題は、次のように捉え直すことができる。そうした問題が伏在しているにもかかわらず、日常を生きるわれわれは、いかにして自己言及のパラドックスに対処できているのか。あるいは、いかにして他者存在のパラドックスに対処できているのか。

前節で検討したとおり、社会主体の存在は、社会科学の議論においては無限定に前提することはできない。シュッツは、当事者主観が帰属される主体の存在を前提として、他我認識の論証を試みた。それはまさに論証としての記述であって、生成の過程の記述ではない。当事者主観の生成も、主体の生成も、他我認識の生成も、そこでは何ら記述されてはいない。議論され

るべき前提が、議論に先立って前提されているとは、このことである。この問題に立ち向かおうとするときに要請されるのは、まさに視点の180度の転回である。その手がかりを与えているのは、吉澤（2002）の問題定立的な考察である。当の議論によれば、コミュニケーションに照準しつつ自己言及のパラドックスに対処しようとする際に選ぶ方向性には、大きく分けて次の2つがあるとされる。

第1の方向性：「社会構築（構成）主義的な方向性」

他者の存在はいつでも疑いするという態度を保持したままで、他者の存在をとりあえずの前提として、社会的なコミュニケーションの成り立ち（構築）を見ていこうとする方向性である。この場合、主体の同定にかかる自己言及のパラドックスの問題はそのまま持ち越されることになる。

第2の方向性：「社会生成（構成）論的な方向性」

他者の存在を前提とせず、なおかつその基礎づけを欠いたものとして、社会的なコミュニケーションの成り立ち（生成）を見ていこうとする方向性である。この場合、主体の同定に係る自己言及のパラドックスは議論の射程外に置かれるのだが、その代わりに、「社会の成り立ち（生成）を駆動する何ものか」のアイデンティティを保証する機構が構想されねばならない。そこに別種の自己同定にかかる自己言及のパラドックスが立ち現れるのだが、それは、何らかの手立てによって脱パラドックス化されねばならない問題として基軸化される。

吉澤（2002）では、他者の存在規定にかかる態度の違いを準拠点として、〈第1の方向性〉である「社会構築（構成）主義的な方向性」と、〈第2の方向性〉である「社会生成（構成）論的な方向性」とが対置され、社会理論の展開は大きく2つの方向性をもって進展してきたとされる。どちらの方向性を選び取るにせよ、われわれはその記述戦略において、「何を射程に入れて、何を射程外に置いたことになるのか」を明確に把握しておくことが必要である。大事なはそのことであって、どちらか一方の方向性が正しい、あるいは正しくないというような判定的な話ではない。

以上の了解を踏まえて、改めて2つの方向性の違いについて検討しておこう。まず「社会構築（構成）主義的な方向性」では、われわれが自然的態度で捉えているように、1つの可能世界が現実化したものとして社会的世界がすでに構成されて在ると捉えられる²¹⁾。それを前提として、社会主体であるわれわれが、その社会的現実を日常的にどのように構成しているのかが問われるのである²²⁾。対して「社会生成（構成）論的な方向性」では、われわれは世界をまるごと主題化して記述することはできないという根源的な問題（自己言及のパラドックスの問題）

を基軸として、社会的現実を構成する社会主体という存在規定をいったん退け、いっさいを含めたいま・この構成された世界が、その都度その都度どのように生成されるかが問われることになる。後者の「社会生成（構成）論的な方向性」を採用する代表的な論者が、本稿で注目されるニクラス・ルーマンである。そこでは、「社会的現実を構成する社会主体」の存在規定がいったん退けられているのであるから、それに代わって社会の成り立ち（生成）を駆動する何ものかが立てられなければならない。それが、ルーマンの社会システム理論で言うところの「社会システム」（Soziale Systeme）にほかならない²³⁾。

周知のとおり、商学を含めて、現在までの社会科学の主流を成しているのは、前者の「社会構築（構成）主義的な方向性」である。そこでは、「社会的現実を構成する社会主体」がとりあえぬ議論の前提とされる。この場合は、日常世界における人々の相互理解・相互作用のありように目を向け、社会主体の主観（当事者主観）によって社会的現実がいかにかさまさまに構成されているか、問主観的にそれがいかにかさまさまに構成（共有）されているかが、社会に臨む自然的態度で探究されることになる²⁴⁾。

そうした探究が可能となるのは、「社会主体は現にこうして存在する」ということと、「社会は現にこうして構成されて在る」ということとが、同時に前提されたときである。繰り返しになるが、それは自明の前提ではない。本稿で問題にされているのは、そうした前提の妥当性ではなくて、そのような前提を置くことによって何が視野の外に置かれることになるのかということである。少なくともシュッツは、現象学的社会学の立論の内的な要請によって、自ずとその問題に自覚的であるよりほかなかった。だが、シュッツの社会学的な営為によってもたらされた、とりあえぬ「社会主体の存在」と「第一次構成体としての社会の存在」とを、つねにすでに前提とする「社会構築（構成）主義的な方向性」においてはどうか。「他者の存在はいっつでも疑いうるという態度を保持したままで」という肝心の基底的な了解が、きれいさっぱり忘却されてしまっているかのように見える。

差し当たり、ここでルーマン的理解の意義を述べておけば、1つには、つねにすでに「その前提」から出発している「社会構築（構成）主義的な方向性」に内在する視点からは捉えにくい内在的な問題（限界）を見通す視座を、ルーマン理論が与えるという点である。前に述べた「社会生成（構成）論的な方向性」の身構えを見ても分かるとおり、ルーマン理論においては、前提が前提として構成される過程が理論化の過程に組み込まれるかたちで記述される。したがって、「社会構築（構成）主義的な方向性」における「その前提」と同じ水準にある前提は、ルーマン理論においてはありえない。だからこそ、「その前提」を置くことによって何が視野の外に置かれることになるのか、というような問いの立て方も可能となるのである。

もう一步踏み込んで言えばこうなる。ルーマン理論の中心的な道具立てである「社会システム」は、外部から持ち込まれた前提ではなくて、その内部体系において、自己言及的に自らを

生成するものとして描き出された理論装置である。同様に、その要素となるコミュニケーションも、コミュニケーションの関与者である主体も、それとして立ち現れる過程が理論化の過程に組み込まれている。この点を踏まえて、1つルーマン理論における前提を挙げるとすれば、「どれが先でも後でもない」ということ、すなわち「すべてが同時である」という理解であろう。そして、「すべてが同時である」というパラドキシカルな事態が脱パラドックス化される過程をどのように記述するかという課題が、その理論化の過程において基軸化されることになるわけである。

それが描き出すところを間違いなく把握するために、再度、第3節で参照した亘（2004）の問題提起を振り返っておこう。「言及するものとしての外部を、言及される内部に編入し、内部化しようとする」と、パラドキシカルな状況が発生する。つまり、内部を根拠づけている外部を内部化して、内部体系をそれ自体として根拠づけることはできない、ということである。根拠づけとしての外部をどこまで遡っても同じである。結局、内部体系はそれ自体としては無根拠だというほかはない」。こうした了解の地点に立脚すれば、シュッツの現象学的な基礎づけの試みが、矛盾を含んだものとならざるをえなかったのも道理である。だが、その試みが中途半端なものであったとは考えられない。「内部体系はそれ自体としては無根拠だというほかはない」という指摘によれば、むしろ「そこに避け難く矛盾が生じる」ということを浮き彫りしたこと、それ自体がシュッツの功績なのである。だからこそ、われわれは、シュッツがもたらしたその帰結に立ち返りつつ、社会の内部体系の無根拠性とどう向き合うのかという問いを立てることができるわけである。

ここで再び、「社会構築（構成）主義的な方向性」と「社会生成（構成）論的な方向性」の2つの方向性に立ち返って、問題の所在を再確認しておこう。前者では、「社会的現実を構成する社会主体」の存在規定がなされていたのであるから、社会を現にこうして構築的に成り立たせているのは、あくまでも社会成員としての社会主体である。したがって、自己言及のパラドックス（他者存在のパラドックス）は、社会主体の側で引き受けられるものとして観察され記述されることになる。だが、「他者の存在はいつでも疑いうる」ということであつたはずであるから、そこにはいつでも懐疑を差し挟む余地があるということも明記しておかねばならない。本稿の立論の起点にあるのは、そうした懐疑にほかならない。

本稿における議論は、「社会生成（構成）論的な方向性」の側からの問いかけである。そこでは、「社会的現実を構成する社会主体」の存在規定はいったん退けられるのであるから、自己言及のパラドックス（他者存在のパラドックス）に対処するのは社会主体ではありえない。それに代わって、この問題は、社会の成り立ち（生成）を駆動する「何ものか」の側で分け持つて対処されることになる。この「何ものか」が、ルーマン理論においては「社会システム」（Soziale Systeme）なのである。

6. 小結

吉澤（2002）は「ルーマンの描く世界は、どこまでも『儂い』ものである」として、ルーマンの「ありそうなもののありそうなさ」（die Unwahrscheinlichkeit der Wahrscheinlichen）という言葉を引きいている。一見するとトリッキーなこの言い回しは、そのままルーマン理論のエッセンスとなりうるひと言である。

本稿の問題構成によれば、現にこうして提示されている広告表現の観察＝理解について、10人に聞けば10人が違う理解をしていることが分かったなどということにはならず、大方は同じ理解がなされているということ、われわれは当たり前のこと（ありそうなこと）として捉えてしまいがちである。だが、その観察＝理解はつねに「他でもありうる」（kontingenz）という認識を基盤とするルーマン理論の視座から捉え直せば、それは奇跡的なこと（ありそうもないこと）だということになる。この「ありそうもないこと」が「ありそうなこと」として立ち現れる社会的現実を、全面的に主体の意識の働きに委ねることができるだろうか。あるいは、そのときどきの主体間の関係に委ねることができるだろうか。ルーマンが問うているのはそのことである。

「社会構築（構成）主義的な方向性」と「社会生成（構成）論的な方向性」と、そのどちらが妥当であるかを決するような確たる議論の審級などはない。「社会は構成されて在る」と考えるところから出発し、「それはいかにして可能となっているのか」を探究することが必要な場合もあろうし、あるいはルーマンと同様に、まず「社会がこうして構成されて在る」ということに驚きを持って接し、この「ありそうもないこと」を「いかにもありそうなこと」として立ち現れさせる生成の過程に目を向けることが必要な場合もあろう。再確認しておきたいことは、そうした2つの方向性が「記述論理の選択肢としてある」ということ、これである。

註

- 1) 村下（2005）では、「広告コミュニケーションに対するルーマン的理解」を主題化して議論している。
- 2) 明晰な他者概念の検討に基づく社会秩序の議論として大澤（1990・1992）参照。
- 3) カルチュラル・スタディーズの基本的な問題構成については吉見（2000）参照。
- 4) この問題をメディア論の問題構成において的確に指摘しているのは北田（2000）である。その狙いは「メディアの媒体性と媒介性」を浮き彫りにするための視点を明確にすることであるが、そこで特に注目されるのは、Benjamin（1916＝訳1995）の議論から引き出された〈in/durch〉の対照である。「意味なるものが媒体のなか（in）において可能となるという見解」（北田、2000b、p.87）が強調されるのは、メディア論においても支配的な「メディアを通して（durch）情報が伝達される」という通

俗的な見解を批判的に乗り越えるためである。この批判的な視座は、Luhmann のコミュニケーション概念にも通底する重要な論点となる。

- 5) ラカン (Lacan, Jacques) が捉えた「現実的なもの」は、明瞭にカント (Kant, Immanuel) の「物自体」の概念と符合する。関連する議論として柄谷 (2004)、pp.15-16参照。
- 6) 亘 (2004) の見解は、唯一「自明の前提」と見なしうるのは「内部体系はそれ自体としては無根拠である」ということだけであると、反転させて読み換えることもできる。社会科学において問題となるのは、パラドクシカルな状況として立ち現れる無根拠性を単に指摘することではなくて、その無根拠性を与件として、形式化しようとする内部体系をどのように記述することができるか、である。マーケティング研究において、最初にこの問題に立ち入った検討を加えるきっかけをもたらしたのは石井 (1993) である。
- 7) 石井 (2003) では、この問題が「市場戦略の意思決定における準拠点にかかる問題」として扱われている。その主要な論点は、第1に、意思決定における準拠点に対する根拠づけの試みは、どうあっても十全には為しえないということ、第2に、確かな意思決定の準拠点を求めえない中で、「意図せざる結果」を予期しつつ何事かを意思決定して行為するというのの意味を問い直し、その対処戦略の可能性を探究すべきこと、である。こうした問題の捉え方は、ルーマン理論における問題構成ともよく符合する。
- 8) その批判的な論点の1つが、社会システムの自己言及的なオペレーションを記述するに際して、Maturana & Varela (1980=訳1991) の「オートポイエーシス」の概念が援用されているという点である。当の Varela も「オートポイエーシス」の概念を社会システム理論へと応用することに対して懐疑的であったとされる。このあたりの議論について信頼できる文献としては、たとえば河本 (2000) 参照。また、ルーマン理論も射程に入れたシステム論の問題構成や進んだ議論を参照するには、「システム—生命論の未来」と題して特集が組まれている『現代思想』、2001年2月臨時増刊号 (vol.29-3) 参照。
- 9) 亘 (2004)、p.131参照。付言すれば、確かな根拠づけは不可能であるという指摘は自然科学についても妥当する。自然の法則について、その再現性はいささかも疑いようがないというわれわれの認識は、「これまでは経験的に裏切られたことがない」という事実に基づく疑いようのなさである。だが、それによって自然の法則が「自然と呼ばれる外部」から根拠づけられたことにはならない。自然の法則は、自然科学の記述論理によって描写された自然の記述であって、自然それ自体の振る舞いなどではけっしてない。自然はそれ自体において自己組織的に振る舞うのであって、これを自然の法則に従って自然なるものが振る舞っているかのように言うことは、論理の転倒がもたらす錯誤である。
- 10) Luhmann (1990=訳1996) では、「自己言及性」の概念が、社会科学の問題を捉える1つの重要な論点として詳細に検討されている。
- 11) Luhmannも、このような2主体間 (正確には主体以前の関与者) の相互作用状況における自己言及のパラドックスについて、詳細な検討を加えている。そこで捕捉された問題が、いわゆるパラドクシカルな「ダブル・コンティンジェンシー」(Doppelte Kontingenz) の問題である。詳しくはLuhmann

(1984=訳1993)、pp.158-213参照。

- 12) コミュニケーション(2主体間の相互作用)を支えるコンテキストに注目する研究は少なくないが、その根拠づけを問題とする態度はそれほど一般的ではない。たとえば、難波(1993・2000)の状況的パースペクティブの広告論においては、「フレーム・アナリシス」(Goffman、1986 [1974])の分析視角を応用した2主体間の「状況の定義づけ」が記述上のカギとなっているが、ここでは、「状況の定義」にかかる根拠づけの問題は明示的には扱われていない。また、コンテキストが生成する契機を受け手の「メタ・メッセージ」の識別に求める Bateson のコミュニケーション理論においても、その問題が明示的に論じられていないという点では同様である。但し Bateson においては、プライマリー・メッセージとメタ・メッセージが互いに齟齬をきたす病理的なコミュニケーション状況(ダブル・バインド状況)において、両者の循環的・自己言及的な関係が示唆されていることには一応の注意を払っておきたい。Bateson (1956=訳2000) 参照。
- 13) たとえば、栗木(2003)では、主体の内的な情報処理のメカニズムにおいて、互いが互いの前提となるという循環的・自己言及的な関係が基本的なアイデアとして採用されている。但し、栗木(2003)において注目されているのは、単に互いが互いの前提となるという機制ではなくて、その機制において内的な妥当性が仮構される機制である。
- 14) この問題を回避するためには、間主観性が生成される過程が記述されねばならない。誤解のないように申し添えれば、ここで問題とされているのは、その生成の過程が理論化の過程に組み込まれていないということであって、「間主観性の成立は不可能である」とか「間主観性の概念は無効である」というようなことを述べているのではない。
- 15) 情報処理パラダイムの理論構成に基づく主流派の広告研究がこれに該当する。この理論構成の限界に目配りが利いた広告論として仁科編著(2001)参照。
- 16) 構築主義的な理論構成に基づく代表的な広告論として難波(2000)参照。
- 17) テクスト論的な理論構成に基づく代表的な広告論として Barthes (1963=訳1988、1964=訳1984) 参照。
- 18) 主著は『社会的世界の意味構成』(Schütz、1932)である。「現象学的社会学」という呼び名は、1967年に出版された同著の英訳版(“*The Phenomenology of the Social World*”)に拠っている。
- 19) 主著は後期の大著『ヨーロッパ諸学の危機と超越論的現象学』(Husserl、1954=訳1974)である。そこで Husserl が批判の矛先を向けたのは、自然主義的態度(形式的な法則性を自然自体に適用して、自然の内部に普遍的な因果律が貫徹しているかのように考える身構え)であり、もっぱらそうした態度によって捉えられ記述される世界像において、「現実をとらえるための単なる尺度であったものが、現実そのものとみなされるようになった」(小川、1999、p.169) ことに対してである。問題は、Husserl の言う「現実そのもの」とは何であるかだが、これが「すべてに先立ちすべての前提となっている」(小川、1999、p.170)とされる生活世界である。そうすると、現象学的還元の対象として括弧入れされるのは自然主義的態度という理念の衣だということになり、現象学の課題は、そうした理念の背後にあってそれらを可能にしている現実的な生活世界を回復させることだということになる。

だが、社会学理論においては、その現実的な生活世界なるものは、いかなる主観によって捉えられるのかを問題にせざるをえない。本論において再検討されているとおり、ここでは超越論的主観性をそのまま採用するわけにはいかないのである。それが、Schützを悩ませた問題である。

- 20) この「経験」を Schütz は「他我の一般定立」と呼んだ。小川 (1999)、p.176参照。
- 21) この方向性が Schütz の現象学的社会学の流れを汲むものであることは容易に理解されよう。だが Schütz においては、「社会的世界がすでに構成されて在る (第一次構成体として在る)」と捉えるに際して、超越論的主観性の水準から「自然的態度にある主観」としての当事者主観の水準へと分析次元が移行されたことに、もう一度注意を向けておきたい。前節の検討作業でも確認されたように、Schütz においては、その分析次元の移行を架橋する論証がなされているわけではない。それは矛盾を突破するための一種の「跳躍」である。したがって、「他者の存在はいつでも疑いうるという態度を保持したままで、他者の存在をとりあえずの前提として」という条件づけは、単に理論構成上の慎重な言い回しというようなものではなくて、論証を飛び越えた当の「跳躍」を含み込んだものと理解されるべきである。
- 22) Schütz が社会的世界そのものの基本的な構成として捉えたのは、それが「構成されて在る」ということであって、社会主体=社会成員がそれを「構成する」というその方法ではない。したがって、「社会構築 (構成) 主義的な方向性」は、Schütz の現象学的社会学を直截に継承する方向性というよりも、それによって導かれた 1 つの祝座 (社会的世界の存在と他者の存在) を前提とするものであると理解した方が正確である。そのことが確認されれば、ここで言う 2 つの方向性が、いずれも Schütz の議論を基点としたものであることもはっきりする。吉澤 (2002) の狙いは、まず Schütz の学営為に立ち返って「他者の存在規定」に係る問題を捉え直し、その地点から選択しうる「もう 1 つの方向性」としてルーマン理論を位置づけようとすることにあると考えてよい。
- 23) ルーマン理論における「社会システム」(Soziale Systeme) の概念については Luhmann (1984=訳 1993・1995) 参照。
- 24) この方向性に属する一連の研究は、「行為の帰結として現に観察される出来事」に目を向ける優れた事象研究によって、社会的世界の構成のさまざまな側面を描き出してきた。マーケティング研究の手法として採用されることがあるケース研究やエスノメソドロジー的手法、歴史社会的なアプローチ、内容分析や言説分析等の手法も、「社会構築 (構成) 主義的な方向性」に位置づけられる一連の社会科学 (社会学) 研究の知見に拠っている。その意味で、われわれの現実理解にも多くの知見を与えるものだと言えるが、他我認識を前提とすることによる問題を持ち越した弱みがすっかり棚上げされているわけではない。たとえば、言説分析は、言説空間の全体性を仮想し、言説が存在することの客観性を前提としつつ、社会的事実としての言説空間の成立・変容過程を分析するものであるが、言説空間の全体性を仮想する社会主体=研究者の資格が問われてしまうと、自己言及のパラドックスにかかる問題がいきなり浮上する。「社会構築 (構成) 主義的な方向性」においては、この種の問題に十全に対処することは極めて困難である。関連する論稿として赤川 (2001) 参照。

参考文献

- Barthes, Roland (1963), *Les Cahiers de la publicité*. (花輪光訳「広告のメッセージ」、『記号学の冒険』みすず書房、1988年).
- Barthes, Roland (1964), *Rhetorique de l'image*. (沢崎浩平訳「映像の修辞学」、『第三の意味』みすず書房、1984年).
- Bateson, Gregory (1956), Toward a Theory of Schizophrenia, (with Don D.Jackson, Jay Haley and John Weakland), *Behavioral Science* 1:251-64 (佐藤良明訳『精神の生態学 改訂第2版 Steps to an Ecology of Mind』新思索社、2000年、所収).
- Benjamin, Walter (1916), *Über Sprache überhaupt und über die Sprache des Menschen* (浅井健二郎編訳「言語一般および人間の言語について」『ベンヤミンコレクション 近代の意味』ちくま学芸文庫、1995年).
- Goffman, Erving (1986[1974]), *Frame Analysis : An Essay on the Organization of Experience*, Boston : Northeastern University Press.
- Husserl, Edmund (1954), *Die Krisis der europäischen Wissenschaften und die transzendente Phänomenologie*, Husserliana Bd. VI, Haag : Martinus Nijhoff, S.70 (細谷恒夫・木田元訳『ヨーロッパ諸学の危機と超越論的現象学』中央公論社、1974年).
- Luhmann, Niklas (1984), *SOZIALE SYSTEME. Grundriß einer allgemeinen Theorie.*, Frankfurt am Main : Suhrkamp Verlag (佐藤勉監訳『社会システム理論 上巻』恒星社厚生閣、1993年、佐藤勉監訳『社会システム理論 下巻』恒星社厚生閣、1995年).
- Luhmann, Niklas (1990), *Essays on Self-Reference*, New York : Columbia University Press (土方透・人澤善信訳『自己言及性について』国文社、1996年).
- Maturana, H.R. & F.J.Varela (1980), *Autopoiesis and Cognition : The Organization of the Livings*, Dordrecht/Boston : Reidel. (河本英夫訳『オートポイエシスー生命システムとはなにか』国文社、1991年).
- Schütz, Alfred (1932), *Der sinnhafte Aufbau der Sozialen Welt*, Vienna : Springer.
- 赤川学 (2001)「言説分析とその可能性」、『理論と方法』第16巻第1号 (第29号)、所収。
- 石井淳蔵 (1993)『マーケティングの神話』日本経済新聞社。
- 石井淳蔵 (2003)「戦略の審級」『組織科学』第37巻第2号、所収。
- 大澤真幸 (1990・1992)『身体の比較社会学Ⅰ・Ⅱ』勁草書房。
- 小川英司 (1999)『行為と認識—社会学方法論入門』いなほ書房。
- 柄谷行人 (2004)『隠喩としての建築 (定本・柄谷行人集2)』岩波書店。
- 河本英夫 (2000)『オートポイエシス2001—日々新たに目覚めるために』新曜社。
- 北田暁大 (2000)「ヴァルター・ベンヤミン—反メディア論的省察 『メディア論』の文体をめぐる」、

- 吉見俊哉編『メディア・スタディーズ』せりか書房、所収。
- 栗木契（2003）『リフレクティブ・フローマーケティング・コミュニケーション理論の新しい可能性』
白桃書房。
- 難波功士（1993）「広告研究における状況的パースペクティブーE.Goffman “Frame Analysis” の検討から」、
『マス・コミュニケーション研究』第42号、所収。
- 難波功士（2000）『「広告」への社会学』世界思想社。
- 仁科貞文編著（2001）『広告効果論ー情報処理パラダイムからのアプローチ』電通。
- 村下訓（2005）「広告コミュニケーションに対するルーマン的理解の意義」神戸大学大学院経営学研究科
博士論文。
- 吉澤夏子（2002）『世界の儂さの社会学ーシュッツからルーマンへ』勁草書房。
- 吉見俊哉（2000）『カルチュラル・スタディーズ』岩波書店。
- 亘明志（2004）『記号論と社会学』ハーベスト社。

（むらした・さとし 外国語学部准教授）

