

政策科学における価値問題試論

片山 隆 仁

新聞をはじめとするマスメディアから毎日つぎつぎと送り出されてくる情報には、人と人との摩擦、人と組織との対立、組織と組織の葛藤に関するものが氾濫している。たとえば、現在では政治的結着がついていると言われている日本と米国との乗用車輸出問題は、日本側メーカー・米国メーカー・米国の日本車ディーラー・米国消費者のみならず、両国政府がからみあって問題を複雑にしていた。国内の例では、「日米の同盟関係」という言葉に関して、与党対野党はもちろん、閣僚間でも意見の不一致がみられ、外務大臣の辞任にまで発展したのは、まだ記憶に新しい。

ここにあげたのは当事者に注目した対立の例であったが、誰もが通常に見聞する範囲内でも、世界中いたるところで、国家対国家の戦争から、個人対個人の争いにいたるまで、予期しなかったようなさまざまな摩擦、対立が、過去にくらべて頻繁に起こっているように感じられる。そして、これを説明するのに“価値観の多様化”という言葉もよく用いられている。

2. 対立の表面化と情報化

原始社会から脱工業化社会へと変化するにつれて、個人や組織の役割と期待行動は複雑化し、それに応じて、対立を生み出す原因は確かに増加し

てきたと言える。しかしながら、筆者には実際に対立として表面に表われているほどには、本質的原因が増加しているとは思えない。むしろ、コミュニケーション技術の発達にともない、大量同時の情報化が進んだ結果、今まで抑圧されていた思想、内在されていた異なった価値観が顔を出してきた。これが、はじめに述べたような現象が顕著になってきた大きな理由であろう。

つまり、何がしかの対立原因が存在している時にも、それを当事者が、それと認識していないと紛争はおきないだろう。逆に、たった1つの対立原因であっても、そのとらえ方によっては、いくつかの違った紛争をひきおこすことにもなる。この点で、今日のように情報化が進むと、問題が発生した時に、それを解決するための思考の範囲は、ますます広がらざるを得ない。したがって、解決策も単純なものとはならなくなってきている。

3. 現実的対立の調整

紛争解決への2つのアプローチとしては、①対立の原因をとり除くという本質的な問題の解決と、②それ以外の便宜的な問題解決があるが、必ずしも前者を追求することだけが、現実的な対応策とは限らない。対立原因を排除するべく知恵を出し合う努力は、もとより大切なことである。しかし、この方向とは別に、表面化した対立を何とか調整してゆくプロセスを考慮することも政策科

かたやま たかひと 防衛庁航空幕僚監部

学でとり扱う分野であろう。調整機能として価値観が重要な役割をはたすという認識はされていても、価値をどのように考え、どうとり扱うことが問題解決への道であるかについては、明確な答はない。そこで、その第1歩として価値にまつわる種々の意見を整理してみたい。

4. 価値について

ひと口に価値といっても、その意味する内容はかなり広いので、まず論議の共通の基盤を設定したほうが都合がよい。価値の参照されるレベル(参照次元)と適用範囲を主眼に、2つの軸を考え、それぞれの側面から、以下のように分類する。

(1) 参照次元の軸

- A 欲望を満たす資源の性質
- B 主体自体の抱く「望ましき」についての観念
- C 文化的理念を指す概念

(2) 適用範囲の軸

- ① 個人的な価値
- ② 家族・企業・国家など自分の属する集団にとっての価値
- ③ 発生した問題によって考えることをせまられる、他者との関係で考える価値
- ④ 絶対的な価値

参照次元の軸について若干の補足をする。経済学では主にAに着目してきた。たとえば机はものを書く時に役立つものであるが、まったく同じ机でも道路に放置しておくとならなくなってしまふ。つまり価値はそのものに内在しているのではない。逆に主体の欲求によって左右され、その点で外在しているという性質をもっている。したがってその価値は一律に規定することができない。

社会学・心理学などの行動科学では、Bをとりあげることが多い。つまり、個人・組織が必要な選択作用を行なう時の選択基準として、これをとらえることができる。たとえば、“画一的平等か能力主義か”・“太ったブタかやせたソクラテスか”

などは、これにあてはまるだろう。

Cは世界観・人生観・宗教観・幸福観などの文化的理念であり、むしろ哲学の分野と言えよう。適用範囲については、④の絶対的価値は、①②③とは性質を異にしている。というのは、参照次元の軸にそって、 $A \rightarrow B \rightarrow C$ となるほど、同じく、適用範囲の軸にそって①→②→③→④となるほど抽象性が増すが、④は文字どおり、なによりも優先する絶対的なものであり、ABCの区別さえもできない。科学は、あまりにも分化して発展したため、人類にとって、多大な恩恵をもたらした反面、1つまちがえば、人類滅亡の危険にも直面しているという事実が存在している。この反省に立って、諸科学の統合を旨として、そのよりどころとなるべき絶対的価値を明らかにする努力が、各方面でなされているが、ここで主題にしている政策科学とのかかわりについて論じる場合には、その範囲をこえている。Cについても同様であり、ここではとり扱わないことにする。理解しやすくするために、これら2軸を用いて表を作ると表1のようなになる。

形式的には、 $3 \times 4 = 12$ 個のブロックが考えられるが、前述のように、絶対的な価値は参照次元によって区別できないので、強いて分類すれば10個のブロックが考えられる。これらすべてに、それぞれ意味のある研究事例があるかどうかについては疑問である。しかし最初から“価値”の意味する全範囲をまとめて論を進める困難さにくらべると、論議しやすいと思われる。断片的ではあるが、若干の例をあてはめてみると、①—A、②—Aには要求分析(Requirement Analysis)が考えられる。自動車はただ動きさえすれば良いと言うのか、ステータス・シンボルとしての機能をすべきかなどは身近な問題である。①—B、②—Bにはマーケティング調査が考えられる。より高価な高級品を扱うトレードアップか、ブランドよりも良質なものをねらうトレードダウンかなどの問題があてはまるだろう。これらは、いずれも

表1 価値の分類と例

		参照次元の軸		
		A	B	C
		主体の欲求を満たす客体的性能(欲望と資源)	主体自体の抱く望みさについての観念	世界観・宗教観・人生観・幸福観などの文化的理念を指す概念
適用範囲の軸	① 個人的な価値	要求分析	マーケティング調査	
	② 家族、企業、国家など自分の属する集団にとっての価値	要求分析	マーケティング調査	
	③ 発生した問題によって考えられる他者との関係で考える価値		社会的問題 政治的問題 住民運動 公害環境問題	
	④ 絶対的な価値			

技術的・経済的な分野と言える。公害・麻薬・人種・交通・都市問題などの社会的・政治的な問題は③—Bに相当し、政策科学がとりくむべき価値は、このあたりであろう。

5. 問題点と方向

ところで、政策を立案する時に、政策を実行する側とされる側という関係を明確に分離する現状には問題がある。なぜなら、これは無用な正面衝突にまで発展する危険があるからである。言うまでもなく、評価尺度も、それぞれの側にとっての効率性だけでは、いつになっても歩み寄りへの道は開けない。むしろ、発想を転換させ、ここで言う2つの対立するグループ相互の共通点・相異点を認め合ったうえで、より好ましい方向をさがし、最終的に、その問題に対し、新たに統一したグループであるかのように、止揚した新しい認識(価値)をもたねばならない。つまり、③—Bの問題を当事者の意識を改めることにより②—Bのレベルにもってくることである。昨今、“日本的発想”として話題にされている、ものごとの白黒をあまり明確にせず合意を形成するプロセスなどの利点はこれに相当すると思われる。

ある程度の客観性を保ちながら、定量的に価値を把握する方法もいくつかある。しかし、それらにより導かれる数字のとり扱いには細心の注意が必要である。数値の絶対性を仮定するのではなく、相対的順位の表現であるという程度の認識をもつべきで、「これが最もすぐれている」といった最適解を求めるよりは、合意を形成して、よりよい選択(Better Choice)を得ることが目的となろう。従来のようにいろいろな仮定を設け、接近する限度で議論することは、理論のまとまりをつけるためには便利だが、その社会的有用性を殺ぐことになるだろう。現実に社会が必要としているのは理論的精緻さよりも実効性であるのである。

6. おわりに

従来の科学は価値観を排除することにより、客観性を保ち、それによって飛躍的に発展してきたが、より高度な発展のためには、いわば物質から情報への転換が必要である。情報をとり扱うためには、価値の導入なくしては、記述することさえできないことは広く認識されている。また、価値体系の選択が避けられない時には、価値と価値との比較ではなくて、それぞれ対立する価値体系を用いた場合の結果でもって比較するべきであろう。価値にまつわる問題は、今後、大いに発展させるべき学際的分野であり、明らかにすべきことは山積している。

この小論は、この問題に対し、1つの手がかりを求めたものである。

参考文献

- [1] 「1980国際価値会議レポート」, 日本IBM(1980)
- [2] 「80年代の価値と日本」, 学際研究選書(1980)
- [3] 「現代用語の基礎知識」, 自由国民社版(1981)