

第2章 センスメイキングの7つの特性④

4. 社会的プロセス

センスメイキングとは個人レベルのものでなく社会的プロセスである。そのため行動は想像上の人であれ物理的に存在する人であれ他者の行動に左右される。組織とは「共通言語の開発と使用、および日常の社会的相互作用を通して維持される間主観的に共有された意味のネットワーク」である定義から組織が極めて社会的であり、組織に関わるセンスメイキングも社会的であることが強調されている。

センスメイキングが社会的プロセスであることを忘れ、社会的基盤を見落とすと理論的障碍に悩まされる。NASA と 3M のやりとりの例ではセンスメイキングへの個人的貢献と社会的貢献を無理に峻別したため、暗示され想像された他者の存在を仮定した上でのセンスメイキングの重要性に注意を払わなかった。頭の中で構築された想像上の相互作用は実際に対面で行われる相互作用と同じくらい重要である。シンボリックな相互作用というフレーズはセンスメイキングへの社会的影響が物理的な存在から生じるだけでないことを表している。人は内面で行うことですら他者に左右されるためセンスメイキングは決して 1 人で行うものでない。

センスメイキングについて論じる際にシンボリック相互作用論を連想されるイメージを持ち出されるのはシンボリック相互作用論がセンスメイキングを規定する際に重要な要素を内包しているからである。それを意識することでセンスメイキングプロセスが能動的に形成し合っていることを忘れなくなる。

センスメイキングの社会的影響の形態について様々な見方をすることも重要である。共有された意味とは別ものの等意味性、分散された意味、あいまいな事象の重複した見方、非公開の交感によっても共同行為が調整されるがそのときでもセンスメイキングは社会的である。集合行為にとって重要なのは意味の共有ではなく、集合行為の経験の共有である。

センスメイキングの理解が深まると一般化された他者やプロトタイプ、ステレオタイプ、役割といったものは調整のための手がかりであり組織とは「簡潔性の構築物」というものとして感じるようになる。意味を付与する人は意思決定と同様に満足化を基準にしている。

Blumer は社会的センスメイキングは共有された理解と限定されるべきではないと述べている。社会とは連携的な行為を形成するための行為を組み合わせていくものであり、連携的な行為には必ずしも共通の価値の共有を必要としない

【要約 by 武衣貴志】