

情報化と近代文明 7

公文俊平 (所長)

ラインゴールドはさらに続けて、この種の非公式なコミュニケーションの場を、ハバーマスのいう「公共圏」にあたるものとして位置づけようとしている。

「人々が争点をめぐって議論しあい、行動のために結束し、問題を解決しようとする時、彼らはハバーマスが「公共圏」と呼んだある重要な領域における市民として行動しているのだ。〔中略〕「公共圏」とは、なにより先、そこで世論が形成されるようなわれわれの一生活領域を意味する。公共圏へのアクセスは原則としてあらゆる市民に対して開かれている。私人たちが寄り集まって公衆となるあらゆる会話の中で、公共圏の一部が形作られていく。その時彼らは、みずからの私的な業務を営むビジネスマン、あるいは職業人として振る舞っているのでもなければ、国の官僚機構による法的規制に服したり、命令への服従義務を負ったりしている法的結合体として振る舞っているのでもない。市民たちは、強制されることなしに一般的な関心事にかかわっている時には、すなわち、自由に集まって連体し、自分たちの見解を自由に表現し公開してよいという保証のもとにある時には、公衆として振る舞っているのである。」

だが、私にいわせれば、これこそ「智場」に集まって「智民」として振る舞う人々の姿に他ならない。これをハバーマスに従って「公共圏」を作っている「公衆」の姿だと見るのは、いささか狭きに失しているというか、「公私」あるいは「国家対企業」の二分法にとらわれすぎた見方ではないかと思われる。それはむしろ、「公私」のいずれでもない、私なら「共」と呼びたい第三の社会活動領域であり、そこに集う人々のあり方なのである。

つまり、そこでの「一般的な関心事」は、「公的」な事柄、すなわち国家あるいは市民社会のガバナンスにかかわる問題、に限られる必要はない。あるいは、「公」と「私」は、「共」という媒介を経てこそ、もっとも安定した共存・協働関係を築いていけるのではないかと思われる。そして、この「共」の領域において人々を互いに結びつける最初のきっかけとなる力こそ、ラインゴールドのいう「親近性 affinity」に他ならないのではなからうか。

アメリカにおける「自発的組織」の原型として、ラインゴールドは、アレクシス・ド・トクビルのいう「結社 association」に言及している。トクビルによれば、

「結社とは単に、複数の人々が一定の信条に対して与える公的な同意の中に、また、それらの信条の普及を一定の方法で促進するために結ぶ契約の中に、存在する。このような形で結社を作る権利は、出版(press)の自由とほとんど重なるものだが、こうして形成される様々な社団(societies)は、報道機関(press)より先高い権威をもつ。ある一つの意見が一つの社団によって代表されるとき、その意見は必然的により精確で明示的な形をとる。それは、その支持者を結集し、彼らをその大義の実現にかかわらしめる。そうする一方で彼らは互いに知り合いになり、その熱意は仲間の数と共に増大していく。結社は、異なる考え方の持ち主たちの行う努力を一つの方向に団結させ、結社が明確に指し示す単一の目標に向かって活発に活動するよう彼らを駆り立てる」

のである。私は、この文章を読んだとき、これこそまさに私のいう「智業」の姿そのものだと思った。近代以前にも、戦争は広く行われ、大規模な政治

権力体(国家)の形成も広く見られた。また産業化以前にも、生産や商業はいたるところで行われ、それに専門にたずさわる組織(企業)が形成されていた。さらには営利を目的とする資本主義的な組織すら社会の一部には形成されていた。それと同じように、情報化以前にも、コミュニケーションや説得はいたるところで行われ、特定の大義の実現をめざす組織や、さらにはそれを通じて自らの名声という知的影響力を高めようとする知本主義的な組織(智業)も、当然存在していたのである。そして、トクビルの文章が示しているように、そのことへの自覚的な認識もまた成立していたことは疑いない。

これに対し、近代化の第三局面にあたる情報化がもたらしたのは、情報のデジタル化やその分散的通有システムの展開を通じて、個別的な情報や知識を創造し通有する能力それ自体の、革命的な増大だったといつてよいだろう。それは、産業化が、個別的なサービスや財の生産や運輸の能力を革命的に増大させたのと同様である。また、産業化が、富のゲームに専門に携わる企業の大量発生や、ゲームのルール、ルールを執行するための諸制度、あるいは富のゲームの円滑な進行をさまざまな形で支援するその他の諸制度やインフラストラクチャー、さらにはそれらの文化的・価値的な基盤をも生みだしていった。それと同じように、情報化もまた、智のゲームに専門に携わる智業だけでなく、ゲームのルールやそれを執行するための諸制度、あるいはそれ以外のさまざまな支援制度やインフラストラクチャー、さらにはそれらの文化的・価値的な基盤をも、やはり生みだしていくことだろう。私は、ラインゴールドがこの宣言の最後の部分でとくに注目している「社会資本」、すなわち「共通の諸問題の解決のために人々が援用できる、社会的な信頼や規範やネットワークのストック」の重要性とは、まさに智業の活動の場としての智場に付随するさまざまな諸制度や文化のストックの重要性に他ならないと思う。

なお、この意味での「知的エンパワーメント」過程を、非常に興味深い視角から分析した書物に、

ジョン・カーツの「ギークス」がある。カーツによれば、知的にエンパワーされた新人類とでもいべき人々は、各地で孤立的に出現し、教室や社会で恐れられ、嫌われ、差別・迫害の対象になる。かれらには、「ナード」「フリーク」「ギーク」「オッドボール」などの蔑称が与えられる。迫害に耐えかねた人々の中には、二人の高校生によるコロラド州リトルトンの虐殺事件に見られるように、多数の同級生を銃撃して殺害した後、本人たちも自殺する、という痛ましい事件も起きている。この事件は、トレンチ・コートを着たり、黒づくめの服装をしたり、インターネットにアクセスしてゲームに熱中したりしている生徒たちに対する「魔女狩り」的ないっそうの迫害を引き起こすと同時に、ギークたちの間に、一種の熱い共感をも呼び起こした。

それはともかく、ちょうど産業化の初期にそれを推進した変わり者の一部のプロテスタントたち、とりわけ祈りの間にトランス状態に陥って身を震わせることから「クェーカー」と蔑称された人々と同様、これらの変わり者のコンピューター・フリークたちの間にも、自ら「ギーク」という蔑称を自分たちの名称として積極的に採用する人々が現れてきた。さらに、情報革命が進展する過程で、彼らの多くは、企業や政府組織の(とりわけそのコンピューター・システムの)運用にとって欠くべからざる人材だと見なされるようになり、その所得や社会的地位が上昇していった。これがカーツのいう「The Geek Ascension」現象に他ならない。そして今、第一次情報革命がその突破局面を迎えるにいたって、彼らは、より積極的に自らの政治的・社会的な主張をも世間に対してアピールし、その実現をはかるようになっていきつつある。これが私のいう「智民の政治化」に他ならない。この進化過程がさらに持続するならば、彼らはやがて自らの信念や主張を他人に押しつけることさえできる「ガバナンス」能力さえ獲得するようになるかもしれない。つまり、「智民革命」すら実現してしまうかもしれない。²

次に、企業の動きに目を移そう。企業の側から言うと、たとえばNTTの東日本法人営業本部で行

っているようなイントラネットの試み、すなわち各人がホームページを持ち、本格的なウェブ・コンピューティングをやってビジネスのプロセスを変えていこうという試みがある。それと似たような試みは、いろいろな所で行われるようになっていく。さらに、もっと面白い変化も起こっている。経営学者のアート・クライナーによると、アメリカでも第二次大戦後、企業の「メンバー」は従業員であり、企業は社会を良くするためにあり、従業員の福祉のために働くのが企業の大きな価値である、とする考え方があった。しかし1970年代に入って流れが変わった、その典型がGEのジャック・ウェルチのウェルチズムである。つまり企業に役立つ人間を外部から連れてきて、重要な仕事をさせる。それによって企業の業績は上がったが、既存の従業員は疎外される結果になっていた。しかし、インターネットの普及が一つの契機となって、本来の企業の「メンバー」への関心を取り戻す一種のコミュニティ志向が、アメリカの企業の中に出てきつつあるというのである。

1995年はアメリカ企業におけるインターネット元年といわれた。性急にインターネットに飛びつき、宣伝広告・販売の手段としようとしたが必ずしも成功しなかった。そうしたことへの反省から、これまでのEnterprise Resource Planning(ERP)はあまり有効でないとして、むしろApplications Service Provider(ASP)にアウトソースしようとする新しい動きが起こっている。あるいは、消費者を相手とするいわゆる「B2C」型の電子商取引も、まずは企業間の「B2B」型の電子商取引の開発と利用を重視しようとする動きも、2000年に入って、ようやく顕著になってきた。それに加えて、私の言葉でいえば「智場」をプラットフォームとするビジネスへ移行する、という傾向もまた明らかになってきたように思う。「智場」とは説得と誘導を通じての情報の通有・交換の場であり、知的な影響力を獲得・発揮するための競争、つまり私のいう「智のゲーム」が行われる場所である。インターネットはそういう「智場」に最も適した場として考えられるが、これを積極的にビジネスの手段として使うのである。これまでの企業によるインターネット利用に見られた「インターネットその

ものをマーケットにしてしまう」考え方に対しては、「インターネット内にむき出しの利益追求・商業的な競争を入れられては困る」というインターネット・コミュニティの側からの批判があった。しかし最近では、「智場」におけるお互いの知り合い・相互信頼の関係をもとにして縁の仲間を作り、その人たちとの間に長期安定的なビジネスを形作っていくのが良いとする傾向が強まっている。

たとえば久米繊維工業社長の久米信行氏は、毎日、自分が選りすぐった一通のメールを「縁尋奇妙」メーリングリストの仲間たちに紹介しているが、その中の一つに「関係性マーケティング」の重要性についての議論がある。また、商品の「無償提供」を基本としつつ、その上に別のビジネスをのせていくやり方も紹介されている。こうした動きは、ハードからソフト・サービスへと移行したり、お金は財力もサービスの対価として貰うという形のマーケティングに移っていくことを意味していると思われる。また、1990年代の前半に「バーチャル・リアリティ」のアイデアを推進したことで有名な音楽家のジャロン・レニエも、最近のMP3音楽ファイル交換の爆発的な普及の動きにコメントして、「海賊版コピー(パイレシー)はレコード会社が音楽家を食いものにするために煽りたてているインチキ問題にすぎない」と述べている。有名な歌手のコートニー・ラブも同じ趣旨の発言をしている。

実際、もしも今後、自分の作品が広く人々に受け入れられ愛されることを願う音楽家や作家の立場と、産業界や政府の「パイレシー」の強圧的な取り締まりをめざす立場との対立が強くなりすぎると、ネティズンたちがいっせいに決起して実力行使するような事態にもなりかねない。さらには、ネティズンたちが自分自身(および他者)のガバナンス・システムの構築をめざす、「ネティズン革命」さえおこりかねない。そうした暴力的な対決や革命の試みが、結果的に甚大な被害や副作用を社会に及ぼしてきたという歴史的な経験に学ぶならば、ここはひとつ正面からの対立を避けながら、互いに協調的に処理していくことが芸術家や産業界にとっても、また芸術作品のユーザーたちにとっても、大事

なところではないだろうか。

個人のレベルでも企業のレベルでも、自分自身の情報空間の情報化から出発して情報化を外に広げていく、という見方から進んでいくと、コミュニティに対して、それもネット上に作られる“バーチャル・コミュニティ”よりはむしろ、“リアル・コミュニティ”に対して、あらためて関心を持たざるをえなくなる。いかにエンパワーされたとはいえ、結局、人間は物理的に身近な範囲を自分本来の生活圏にせざるをえないからである。また、物理的なインフラとしての情報通信インフラも、やはり自分の身の回りに構築され運用されていなければならないからである。³ 自分にとって身近な生活圏で豊かな情報を通有するコミュニティを作り、相対的に自立したコミュニティが分散協調型で互いに繋がっていく、というのが21世紀の情報社会、情報文明の望ましい姿ではないかと思う。

その際に次の二つのポイントに注目したい。一つは加藤敏春氏が推進している“エココミュニティ・エコマネー”運動である。加藤氏によれば、情報化が進む中で、これまでは外部環境とみなされていた部分までコミュニティの一部として取り込むようになる“エココミュニティ”の出現が起こっている。そのようなエココミュニティでは、新しいローカルな通貨としてのエコマネーが媒介する、これまでとは違った形の商品取引の世界が出現する可能性がある。もともと伝統的なコミュニティは、そのメンバーの間の個人性というよりは関係性、いってみれば“間人”性が非常に強い社会システムであって、はっきりした“個”が析出されていない。そのため、お金の関係で物事を処理するのはとんでもない、という考え方が強いが、情報化の進展に伴って、そうしたコミュニティの中でもあらためて自他分節を行い、ある種のサービスについては客観的な価値で評価、交換することがあっても良いのではないか、という考え方が出始めているように思われる。つまり、共同体の中で個が析出されてくるのに伴って、それまでは商品交換関係にのらないと考えられていた各種のコミュニティ内サービス(たとえば保健やゴミ処理など)が、商品交換の形で行われ

1 Jon Katz, *Geeks: How Two Lost Boys Rode the Internet out of Idaho*. New York: Villard, 2000.

2 異色・異能・風変わりであるがゆえに、周囲から敬遠・軽蔑・迫害される人々の存在は、人類社会にとっての普遍的な事実の一つだといえよう。彼らは、時代により、地域により、さまざまな形をとって出現してくる。旧ロシアの社会のように、彼らに生きていくための社会的なニッチを与えた社会システムもあれば、中世から近世にかけてのヨーロッパのように、彼らを“魔女”として迫害・審問・虐殺する仕組みを組み込んだ社会システムもある。近年のアメリカのハイスクールでは、スポーツに長じた“jocks”と、勉強ができて一流大学進学をめざす“preps”のような上位の生徒たちと同時に、集団的な無視や迫害の対象となる“geeks”や“oddballs”のような下位の生徒たちへの階層化が顕著に見られるという。あるいは、日本の学校での“いじめ”も、そのような観点から見直してみるべきかもしれない。この種の“異人”たちはまた、多くの文学作品の主人公ともなって、多少とも似たような境遇におかれている人々の共感の対象ともなってきた。近代で言えば、ディッケンズの『デービッド・コパフィールド』(1850)、ドストエフスキの『罪と罰』(1866)、トマス・マンの『トニオ・クレゲル』(1903)、ヘルマン・ヘッセの『車輪の下』(1905)などは、そうした作品の典型例である。近年の日本では、いとうせいこうの『ノーライフキング』(1990)や村上龍の『希望の国のエクソダス』が、一種のギークものの範疇に入るかもしれない。

3 もっぱら衛星に頼って通信を行うというなら話は別だろうが、光ファイバ、それも自分の家庭やオフィスにまではりめぐらされた光ファイバを基盤とする情報通信を行う場合には、この点を無視することはできない。

ようになる可能性が考えられるのである。これに対し、よそ者としての商人が媒介して商品交換を行う形の社会関係は、有史宗教文明の縁辺で発展させられてきた。歴史的にはそこで商品関係が展開し、商人が生まれた。そうであればこそ、コミュニティの中では、商人はいかがわしい存在、必ずしも信用ならない存在であり、商業はピュアでない、卑しい営みであるとする考え方が広く見られたのである。

後者の見方にたつて今日の情報化を眺めると、情報化によって“中抜きdisintermediation”が可能になるおかげで、これまでの商人や貨幣は不要になるという見通しがでてきそうだ。つまり大量の情報に通有でき、どこの誰が何を欲しがっているかが分かってそれを高速で処理できれば、貨幣抜きの物々交換が可能になるとする見通しである。確かにそれも一つの可能性ではあるが、共同体の内部から出発するという観点に立って情報化を考えてみると、以前は商品にならなかったものが新しく商品(エコモディティ)となり、交換を媒介するためのローカルな通貨が出てくるのではないかと、いう見通しも可能になる。私はむしろ後者の側面を強調したいと思う。つまり、自他の分別がきっちりとはついてないような、いわばどろどろした家族や地域コミュニティの中の人間関係を、少なくとも一面においてより個人主義的なものにしていくのである。そのさいに、相互関係の一部が、エコマネーのようなある種の新しい貨幣を媒介させることによって、商品交換に似た形のものに転換されていく可能性が考えられるのだが、そこにこれからのコミュニティの新しい展開の可能性、その中での新しいタイプの商取引あるいはビジネスの可能性が示唆されているのではないだろうか。もちろんこの新しい商品交換類似の関係は、商取引プロパーの関係に加えて、様々な理念的な要素が付加されている(たとえば、ある価値観のもとで許容されるものしか、商品として認めないとか)と考えても良いし、逆にもともと政治的な意思や社会的な理念があり、それに商品関係が付加されていくと考えても良いだろう。どちらかといえば後者の見方をとる方

が、これからのエココミュニティの展開を考える上ではより含蓄が深いのではないかと。

新しい商品(エコモディティ)としては介護サービス等があげられることが多いようだが、いわゆる個人情報も面白い商品になり得ると思う。個人情報をどのようにして入手し使用しようと勝手だというのは受け入れがたい考え方である。他方、いかなる個人情報も出してはいけなく、保護すべきだとするのにも一面的すぎる。むしろコミュニティが個人情報を共有し、「エコマネーを払えば一定の制約の下でなら購入し使っても良い」とする仕組みを作る方が、はるかに建設的だろう。個人情報の経済的資源への転換がうまく制度化しうるならば、個人情報は、これからの情報社会での個人やコミュニティにとっての有力な収入源・財源となりうる可能性がある。

未来のエココミュニティにとってのもう一つの有望な商品は、情報を送る有線や無線の“パイプ”の敷設や利用の権利にかかわる“ライト・オブ・ウェー”である。無線にまでライト・オブ・ウェーの観念を拡張した上で、この権利を(少なくとも部分的に)共有化すれば、それは情報社会におけるエコモディティ(あるいは地方自治体一般)にとっての最大の財源となるのではないかと。土地や空間の“国有化”は過激すぎる考えだとしても、その利用権の一部にあたる“ライト・オブ・ウェー”についてはコミュニティのレベルで“共有化”して、しかるべき事業者に有償で使わせることにすれば、いちいち地主の元に赴き、個別の交渉を延々と重ねた末にやっと使わせてもらうという手間はかけなくてもよくなるだろう。また使用に関するしかるべき制限をきちんとつけておけば、一部の事業者がそれを永久に独占する恐れもなくなるだろう。次の憲法改正にさいしては、ライト・オブ・ウェーの共有化条項を、ぜひ盛り込みたいものである。[次号に続く]