

公共圏としてのインターネット空間 —社会経済システムのデザインと構築—

増田 祐司

国際大学グローコム客員教授

1 社会経済のデジタル・テクノロジーによる変容

いま、政治、経済、文化などのグローバル化と、世界中に張り巡らされたネットワークインフラやPC、携帯端末の普及などコンピューティング・コミュニケーション・テクノロジーが展開している。これまでの国境や産業・企業間の高い壁を乗り越えて、サイバー空間上に自由につながる人と組織体の新しいコミュニティが誕生しつつある。これらコミュニティは、つねに離合集散を繰り返し、あるいは形を変えながら、この社会経済システムのなかで成長・発展している。ネットワーク社会では、時間、空間、組織の概念は変容し、ユビキタス（遍在する）メディア端末が登場し、いつ、どこにいてもネットワーク化され、サイバー空間が構成されることになる。

こうして、人々はネットワークを介して、誰とでも、直接的に意思の疎通を図ることができ、またビジネス活動においては従来のような情報の占有によるメリットは薄れ、共有と協調が、新しい活動様式の基本となる。個人も企業も、こうしてそれぞれ独自の活動能力（コアコンピタンス）を持つことになり、情報を共有することでさまざまな個体や集合体と共生・共創しながら、発展して行くことになる。

現在、デジタル技術を原動力として新しい情報革命が起こっている。これまでの社会、経済、家庭、そして国家、国境を超えてこの情報革命が進行してい

る。また従来の価値観を超える新しい枠組みが組みあがろうとしている。これはデジタル社会形成へのパラダイムシフトを意味しており、社会経済が＜デジタルなあり方＞へと変容している。

デジタル社会とは、ここでは生身の身体性を置くりアル空間とサイバー空間から構成される社会形態である。社会的成員としての個人、個々の市民が、デジタル化することではなく、デジタル技術を媒介にして生み出される社会的な連関、関係性であり、技術的な融合と社会経済的な展開の関係性がある。

コンピュータ、通信、放送、家電などの分野でデジタル技術によるイノベーションが進みつつあり、インターネット放送、情報家電、デジタル衛星放送など様々な形で技術的融合が起り、情報流通に変容をもたらしている。さらに、このデジタル技術は、製造業を巻き込み、物流、金融などの世界の産業組織を変え新しい価値創造（バリューチェーン）を変えているのである。さらにこのデジタル技術は価値連鎖のありかたを変えるだけでなく、デジタル的展開をもたらし、社会経済関係を変え、その関係性を＜デジタルなありかた＞へと導いている。デジタル技術が、社会、経済、産業、生活、そして文化のあり方に大きなインパクトを与え、デジタル社会への展望をもたらしている。

2 社会経済システムとデジタル技術

インターネットなどの新しいデジタル技術の登場

によって、情報戦略が国家や企業の生命線となり、**<情報>**を制するものが国家でも企業でも優位に立てる時代となっている。また、ネットワークを介した市民、政府、民間相互間の地域的、世界的なコラボレーションが可能になっている。それは、まさに資本主義システムとともに様々な新しい社会経済レゾームが誕生しつつあることを示している。

かつて、M. マクルーハンは、人間の拡張に関して「人間」はメディアによってその能力を拡大することを示唆している。しかし、マクルーハンは、TVメディアの可能性までは示唆したが、電子的、さらにはこの時代には技術段階の制約もあって「デジタル」の可能性までは言及するにはいたらなかった。M. マクルーハンは、人間の身体性の延長としてメディアを捉えたが、デジタル・テクノロジーは、新しい人間活動の場を提供しているのである。

ITというデジタル・テクノロジーは、こうしてサイバー・フロンティアを創造することになった。デジタル・テクノロジーは、新しい時空を獲得し新しい世界を創造することになった。このサイバー時空において人間の諸活動が、新しい可能性を持つにいたったのである。

そしてデジタル・テクノロジーによって時間、空間は、時空として一体化し、可塑性を持ち、異なる時空との接続が可能になったのである。これまでの工業化社会では時空は、絶対的な時間・空間の存在を所与として受け入れられてきたが、知識情報社会においては、それは、人間の存在と認識によって構成されるものである。

こうしてITが登場し、人間の拡張を社会経済システムの領域にまで拡大することは可能になった。ITを技術的な基盤として「人間の構成した」社会経済システムにまで適用範囲を拡大することが可能になる。これは、メディア・テクノロジーの「システムへの拡張」をも意味するものであり、社会経済フレームワーク(枠組み)の構築を可能にし、社会経済のデジタルなあり方を決めることになる。

ここでは、デジタル・テクノロジーによって、サイ

バー空間が構成されるのであってアナログ・テクノロジーでは不可能である。それは、情報の可塑性、双方向性に欠けるからであり、このITの特性が、社会経済フレームワークの構築を可能にするのである。しかし、注意すべきはコンピュータなどIT(情報技術)によって進められ、デジタル化されることが、デジタル社会、さらにサイバー社会の本質ではない。コンピュータやネットワークは、お金があれば買うことが出来が、本質は、テクノロジーの長所を活かせるように社会経済システム、組織を組み替えることにある。

サイバーな社会経済システムの特質は、ネットワーク組織にあり、トップダウンの組織は、決断が速そうであるが、トップの全ての情報を取捨選択し、常に先端にいられるわけではないし、ITを生かしているとはいえない。ネットワーク組織は、知識を共有し、サーチし、自己改革を進められる組織である。ネットワーク社会では従来のように閉じた組織は孤立し、存続するのは厳しいが、社会に開かれた組織は自ずと活動の中心となる。

3 3つの社会情報圏—EC領域

社会経済システムは、社会経済のデジタルなシステムを基盤的なプラットフォームとし、その上に展開される多様なプレーヤー、すなわち企業、公共組織、政府、自治体、NPO、市民などが活動する社会経済システムである。その活動領域は、社会経済のすべてにわたっているが、活動モードに関して分けると大きく第一にビジネス活動、第二にコミュニティ活動、そして第三に知的社会的文化活動に分類される。この活動圏は、ビジネス圏、公共圏、そして文化圏とほぼ重なり合うのである。

社会情報 Socio-Infomatics は、この社会経済領域に対応して設定され、情報インフラとしてその構築と運用、ソリューション・サービス提供のあり方が課題

となる。

社会情報システムによるソリューションの提供は、社会的な課題を解決するためのシステムの構築・提供であると同時に、さらにソリューション・サービスの提供である。ここでデジタル社会の〈デジタルであること〉ではコマース Commerce、コミュニティ Community、カルチャー Culture から成る三つの領域がある。社会情報の観点から見ると、社会的な課題に対して社会情報システムを活用した三つのシステム・ソリューションのタイプがあることになる。

ここでECは、次の3つの領域に分類されることになる。すなわち Electronic Commerce (経済、経営、ビジネス活動など)、Electronic Community (医療、福祉、教育、行政、非営利組織など)、Electronic Culture (知的創造、知的財産・知的所有権、映像など)を設定した。この3つの領域を基盤として、デジタル社会についての議論を行うこととする。

3.1 エレクトロニック・コマース (EC1)

第一の領域は、電子商取引 (EC) であり、ビジネス関係として企業間取引 (B to B)、企業消費者間取引 (B to C) の関係として様々な情報システムが編成されている。このEC領域は、たしかに今後大きく成長の望めるものであるが、同時にその枠組み構築に当たっては多くの課題を解決してゆく必要がある。

電子商取引による契約や取引、買い物は安全性の確保が欠かせない。また、ネットワーク上の個人情報の保護対策も急務であり、個人情報が勝手に公表されたり、ネット犯罪が急増しており、大きな社会問題になっている。このため、ネットワークへの依存度が高まるデジタル社会で安全性や信頼性を確保するための対応策をとるべきである。このECの場合、電子商取引の新しいビジネス・モデルが次々に誕生し、成長しているが、その課題は、電子認証、暗号化の問題にある。

3.2 エレクトロニック・コミュニティ (EC2)

第二の領域としてECは、さらに広い領域が広がっており、エレクトロニック・コミュニティ (Electronic Community) がある。これは、デジタル技術を基盤にして構成される新しい社会関係である。

社会生活をしていく上で必要なのは、各種のサービスであり、システムの提供である。たとえば、介護医療の場合、サービスを受ける要介護者がおり、それから相談に乗ってサービスを提供するケア・マネージャからなるサポート・システムが構成される。社会情報システムとしての介護サービスシステムがある。また、行政情報、教育など多様な社会情報システム・サービス分野がある。

インターネットにより地域、国境や文化の壁が超えられることになり、そのこと自体が新しい社会的イノベーションである。同様に、ネットワーク上でのデジタル・コミュニティのメンバーとなることで、人は地域を、企業人は企業の壁も乗り越えることが可能になり、さらに対面の出会いがコミュニティ意識をさらに強めることになる。

3.3 エレクトロニック・カルチャー (EC3)

第三の領域のECにはエレクトロニック・カルチャー (Electronic Culture) がある。これには多様な種類、サブ領域があり、すべての知的活動の領域をカバーしている。デジタル・ライブラリーでは世界の知識・情報をデジタルベース化し、あるいはコンテンツを創る上で重要な役割を果たす。知識・情報のサービス、あるいは知識・情報の生産という問題に深く絡んでくる。コンテンツとしての知的財産、情報の価値は相対的に下落するが、これからは、「知っていること」ではなく、「行動すること」こそが価値を持つ時代になり、まさにデジタルな次元での創造的な知的活動が重要な役割を果たすことになる。

4 社会経済システムと2つのC： コミュニケーションとコンテンツ

情報メディアが社会システム、また社会過程としての情報プロセスを変えて行くと同時に、逆に社会情報過程が情報メディアを変えて行くという双方向のプロセスを取っている。社会プロセスは、情報メディアに一方的に規定されるのではなく、またメディアがプロセスを支配するのでもない。両者は、相互に関連し合って新しい社会経済ダイナミズムを生み出して行くのである。

情報メディアは、技術的な情報テクノロジーを中核にして編成されるが、社会的、経済的、政治的な諸要因が介在することによってはじめて現実性を持ちうるものであり、現実的なかたちをとって現れる。そして、社会や人間の持つ多様な想像力と創造力が、メディアの可能性を引き出すことに成功することになる。言いかえれば技術の可能性を実現するには、技術が約束するのは、可能性に過ぎないのであり、それを受け入れる側の社会、人間の側の価値感、社会経済構築が情報メディアの態様を決めることになる。

また公共性を維持し、拡大するという試みは、ダイナミックに変化する国家、国家関係や資本から相対的に独立することであり、それが社会経済的な態様を決める。将来に向けて社会経済システムをデザインすることは、社会そのものが内なる意識を未来に向けてプロジェクション（投企）することであり、これこそが情報テクノロジーの寄与しうる領域である。

先の三つの領域のECは、それぞれ別々に独立しているわけではなく、互いに密接に関係しあっている。しかし、それぞれの領域での社会経済的な活動Activityの目標関数は異なる。

エレクトロニック・コマースでいうECは経済的な合理性を追求するものであり、いかに合理的にシステムを設計していかに効率的にサービスを提供して

採算に乗せせるか、というのが重要な課題となる。エレクトロニック・コミュニティECの場合は、社会生活に必要とされる社会情報システムというソリューションを提供し、またいかにサービスを適正・公正に提供できるかどうかにかかっている。ここでも効率性が求められるが、ある意味で公共性が求められており、また社会的な合理性が求められる世界である。エレクトロニック・カルチャーECは、社会的な知的文化的活動に他ならず、社会文化的な合理性に基づいている。文化の合理性とは、社会文化的な場での創造性を維持し、展開することであり、いかにして知識・情報活動を支援し提供するにあり、多様で豊富な知的活動の成果を上げていくかにかかっている。

このようにそれぞれの領域活動は、その目的とするところが異なっており、それぞれ評価項目が異なってくることになる。

この3つのECに通底する基本的概念は、このような活動目標に差異があるにも関わらず、新たな＜コミュニケーション＞ということでは概念的な一体性を持っている。ここにいうコミュニケーションとは、ECの展開としての社会活動に他ならない。それはECの3つの領域に関わり、これをすべて包括するエレクトロニック・コミュニケーション（Electronic Communication: EC）であり、それはデジタル・テクノロジーによるコミュニケーションに他ならない。また、本来の＜コミュニケーション＞は、人間の直接的な関係をいうが、デジタル革命下でのコミュニケーションは、社会的展開をしているのである。

これらを合わせて広義のコミュニケーションは、極めて広い意味を持っており、電子的にはもちろん、フィジカルな世界での社会情報活用であり、人間のアナログ的、直接的な関係としてのコミュニケーションも含まれることになる。デジタル社会の情報流通においては、いわゆるコンテンツ（Contents）とは、単に知的財産権の対象となるような情報だけではなく、社会経済活動に関わる情報すべてなのであり、コンテンツはコミュニケーションによって社会的に展開する。それは、まさに社会情報そのもののあり方に関わること

であり、＜デジタルであること＞の関係性と意味を問うことに他ならない。こうして情報システムに支えられてコミュニケーションが行われることになる。

5 情報空間とバーチャル・コミュニティの構築

ハワード・ラインゴールドは、情報時代の「新相互行為主義」(The New Interactivism: A Manifesto for the Information Age)を宣言している。90年代半ば『バーチャル・コミュニティ』の著者ラインゴールドは、世界中に散在する数え切れないほど多くのコンピュータをつなぐコンピュータネットワークによって人間同士のコミュニケーションの形態が変容し、さらに多様なコミュニケーションの形態が、社会のあり方そのものに対して大きな影響力を及ぼしつつある状況を明らかにし、バーチャル・コミュニティの実践に取り組んだのである。

この宣言は、「インターネットが可能にしたメディアに限らず、あらゆるコミュニケーション・メディアは本来的に政治的である。新聞、ラジオ、テレビは、良かれ悪しかれ、情報の管理、公開をめぐる力関係に変化をもたらし、ガバナンス(協治)のプロセスを変えてきた」との主張から始める。そして、いま「インターネットの登場によって世界的に意見の公開や多対多のコミュニケーションへの経済的な障壁が崩れるきっかけともなった。この意見公開や討論は、かつて印刷物がなしたように新しいリテラシーを可能にしたのである。いまや、すべてのパソコンは、ネットに接続しており、これらが出版社、放送局、集会所になり、数百万の市民が、意見を述べ、説得し、知らせ、調べ、組織し、議論する強力なツールを手に入れた」のである。

ラインゴールドによれば、こうして「コミュニケーション・テクノロジーは、政治力を獲得、維持し、圧倒的な力を行使するために強要したりするよりも、説得し、納得させる有効な手段に成長してきた」ので

ある。たしかに＜討論＞は、＜強要＞や＜取引＞と並んで、他者を動かす三つの主要な力として政治力の一となっている。すなわち、コミュニケーション・メディアの種類や普及度の変化によって有効な政治力へとシフトするにいたったのである。

ハワード・ラインゴールドは、多くの歴史家が憲法制定会議、あるいは近代民主主義国民国家の設立を規定した文書などに注目するのに対し、哲学者のユルゲン・ハバーマスは、18世紀民主革命を育んだメディア、すなわちパンフレットや喫茶店での議論、文通による委員会などに注目し、公共圏の形成を説いたと指摘する。また「市民の関与のもっとも歴然たる表明が戦争や選挙であるとはいえ、われわれはほとんどの場合、自発的・非公式に形成される暗黙の合意や諸関係あるいはコミュニケーションの網の中で暮らしている。アメリカの市民社会は、さまざまな自発的な組織によって、とりわけ社交クラブから慈善団体、さらには教育や政治のロビイング・グループにいたるさまざまな親近性をもとに作られた驚くほど多様な組織によって、織りなされている」のである。

デジタル社会におけるデジタル技術とそのネットワーク上での利用の進展は、このように現在と未来の社会経済とそのシステム構造、システム運用、そして社会経済的な関係に大きな変化を生み出しつつある。公共圏としてのEC(エレクトロニック・コミュニティ)は、その一つの領域であり、未来の公共圏を形成するのである。この急速に展開するデジタル社会のさまざまな様相を分析、総合し、解明し、全体としての方向性を明らかにして行くことが、いま求められている。同時にダイナミックに変動し、展開して行く社会経済活動、社会情報の展開を踏まえ、あるべき政策的アジェンダを設定することが必要とされている。

デジタル社会における社会情報は、決して社会的な表層的に流れるものではなく、むしろ今では社会の財の生産・流通に深く関わっており、構造的な課題として政策アジェンダの設定が欠かせないのである。

(ますだ ゆうじ)