

情報流通の諸パラドックス ——情報社会→家元化〈予想〉——

桜 井 芳 生

【欧文題目】

Some Paradoxes of the Circulation of Information

— “Information Society → Iemoto” Conjecture —

【要約】

現代社会の属性として、情報社会という観察がよくなされる。しかし、情報の流通・譲渡にはいくつかの困難・パラドックスがあるようにおもわれる。本稿では、「コピ太郎のパラドックス」「立ち読みのパラドックス」「猫に鈴のパラドックス」「ここだけのパラドックス」などの諸パラドックスが、情報の流通・譲渡には生じやすいことを、まず確認する。つぎに、家元制と呼べる情報譲渡システムによっては、これらのパラドックスの克服が可能であることをしめす。以上の分析をふまえて、「情報社会」（情報の譲渡量が增大する社会）においては、「家元」化社会の性格が増大する蓋然性が存する、という〈予想〉を提起する。最後にこの考究がもたらす社会観的含意についてもふれる。

I 【情報譲渡の諸パラドックス】（問題の提起）

現代社会の属性として、情報社会という性格が指摘される。本稿では、情報の譲渡¹⁾には、幾つかの困難・パラドックス・ジレンマ²⁾が生じやすいことをまず確認する。

1 【コピ太郎のパラドックス】

まず第一に指摘すべきは、不法コピーの問題であろう。現代社会においては、情報のコピーが容易化し、またコピー可能な情報が増大するため、情報譲渡者の意図しないコピー・譲渡が被譲渡者によってなされてしまい、ひいては、初発の情報譲渡者が情報を開発・譲渡する誘因が失われてしまうだろう、という問題である。この困難の典型の一つは今日においてコンピュータ・ソフトのコピー問題であることは論を待たないだろう。たとえば、あるワープロ・ソフトをコピーして、ソフト製作者に代価を支払うこと無く「コピ太郎」とでも呼んで使用するような場合である。以下、この難点を「コピ太郎のパラドックス」と呼ぶことにしよう。従来この「コピ太郎のパラドックス」に関しては、法的規制・罰則を強化する以外に対策はないように考えられてきたようだ。しかし、(最近『「超」整理法』でいちやく有名になった)野口悠紀雄によって、ある場合においては、法的規制なしでも克服できることがあきらかにされた。野口は数理経済学的な厳密な議論によって、コピ太郎のパラドックスを克服できる条件(彼のいう自己束縛的契約成立の必要十分条件)を証明している。厳密な議論は彼の書に譲らざるを得ないが、直観的な理解は容易である。

たとえばここに5人の者(B_1 氏~ B_5 氏)が、情報生産者AからAの意図どおりにある情報を譲渡(売買)されたとしよう。情報のコピーのコストがゼロに等しいから、ここでたとえば5人目の B_5 氏が、べつの人たとえば B_6 氏に、情報生産者A氏の意図を裏切って、情報をコピーして譲渡してしまう誘因が存在してしまうというのがコピ太郎のパラドックスである。しかしここでは、情報によってもたらされる効用が、情報を所有する人の人数に依存しない、ということが暗黙裡に前提にされている。あるいは、すくなくとも B_5 氏から B_6 氏へのコピー・譲渡が B_5 氏にとって損にはならない、ということが暗黙裡に前提にされている。

しかしこの暗黙の前提は常に成立するわけではない。具体例で考えてみよう。八百長競馬の勝ち馬の情報を考えよう。この情報が情報生産者A氏から B_5 氏を含む5人の客に販売されたとしよう。ここではA氏を含む6人の人間がこ

の情報を所有していることになる。ここで B_5 氏が、 B_6 氏にこの情報を売買することがあるか考えよう。いうまでもなく勝ち馬情報のもたらす効用（利得）はその情報を何人の人間が所有しているかに相関する。勝ち馬情報は少数者が独占しているほど馬券からの利得は大きい。たとえば、 B_6 氏がこの情報を所有したとすると B_6 氏の利得が千円に値するとしよう。この場合 B_5 氏が B_6 氏に販売できる価格の上限は千円になるだろう。しかしこのさい、 B_5 氏にとって6人が情報を所有してくる時に馬券から得られる利得と比べて、 B_5 氏を含んだ7人が所有してくる時に馬券から得られる利得が千円以上減ってしまうならば、 B_5 氏は B_6 氏に勝ち馬情報をコピーして譲渡する誘因が存在しないわけだ。

すなわち、この場合においては、法的規制がなくても、各人の利己的誘因だけにもとづいて、当初の5人の客にのみ情報を販売するという契約は遵守されるわけである。ここにおいては、例のコピ太郎のパラドックスは克服されているのである。このような契約を野口は、他律的な規制なしに成立するものとして、「自己束縛的売買契約」と呼ぶ。

以上の八百長競馬の例を出したことからあきらかなように、このような自己束縛的契約が成立するかどうかは、情報所有者の人数と、情報からもたらされる効用とが、どのような関係になっているかに依存する。ここで情報所有者の人数を独立変数、各人の得る効用を従属変数とする関数を「効用関数」（単純化のため全員同じとしよう）と呼ぶとしよう。自己束縛的契約が成立する可否かは、この効用関数の形状の如何に依存するわけだ。では、効用関数がどのような形状のときに自己束縛的契約が成立するのであろうか。これについても、野口が「自己束縛的契約のための必要十分条件」を特定化し、証明している。それによると、人数が増加するにしたがってかなり急激に効用が減少することがその必要十分条件なのである。

この点も具体的な事態を念頭において考えてみれば、直観的に理解できよう。上の例では、「八百長競馬」のように、情報からもたらされる効用が、情報を所有する者の人数に大きく（負の相関で）依存する場合であった。

しかし、このような条件は、現実にはかなり「きつい」条件である。コンピューター・ソフトをコピーする場合を考えてみればわかるように、我々が日常で扱っている情報の多くは、その所有者がすこし増えたからといって、急激にその効用が減少するものではない。たとえ上のように「勝ち馬情報」を考えてみても、現実には私一人が若干名のひとに勝ち馬情報を譲渡したとしてもその影響は、馬券購入者全体の数からみれば微々たるもので、オッズならびに配当金に「急激な減少」をあたえるような影響をあたえることはない。

まとめよう。我々は、情報の譲渡には「コピ太郎のパラドックス」（不当コピーにかんする困難）があることを確認した。しかしこれは常に生じるものではない。法的規制のような他律的拘束がなくても、自己束縛的契約が成立する。この必要十分条件を確定し証明した点で、野口の業績は画期的なものであった。しかし、野口の成果を検討すると、その条件はととも「きつい」条件であることがわかる。野口の成果によって、我々は、コピ太郎のパラドックスが克服「不可能」ではないけれども、しかしまた、法的規制が無い場合ないし法的規制が及びにくい領域では、非常に克服が「困難」なものであることを確認させられるのである。

2 【立ち読みのパラドックス】

本屋にいくとよく「立ち読み禁止」の旨の張り紙がしてある。その張り紙にも関わらず多くの人が立ち読みをしている。立ち読みをしている客たちの言い分は聞くまでもないだろう。彼らはこう言うだろう。「実際に中身を見てみなければ、それが買うに値する情報（本）であるかわからないではないか」と。これに対しては、書店主も負けずに反論するだろう。「そうはいつでも、立ち読みしおわった客の多くはもはや彼が必要とする情報を取得してしまっている。だから、さらにその本を金を出して買ったたりしない。うちは図書館ではないのだよ」と。両者の言い分は真っ向から対立する。両者を調停することは困難である。これが「立ち読みのパラドックス」である。

定式化すればこうなるだろう。

情報の多くは、それを知ってみないと私にとって有用なものであるかどうかはわからない。しかし、「知って」しまったあとでは、購入するには及ばないと³⁾。

このことがもっとも顕著に現れる例の一つが、産業スパイの情報売買であろう。ある産業スパイがある会社の新製品の情報をライバル会社に売ろうとしたとしよう。商談をもちかけられた会社は、その情報の中身を見なければその情報が自分にとって利得のあるものであるかわからない場合がかなりあるだろう。しかしもしその情報の中身を知ってしまったら、もはや、その情報を「購入」する必要がない場合も多いだろう。

3 【スパイのパラドックス】

産業スパイのハナシを出したので、スパイにつきもので上述の立ち読みのパラドックスに密接に関わっているもうひとつのパラドックスの存在を指摘しよう。さきほどスパイ氏は、顧客に手持ちの情報を売却しようとしたが、その際、その情報の中身を客に知らせなければ売ることができず、また知らせてしまったらもはや売ることができない、というパラドックスにみまわれていた。しかし、かのスパイ氏は、この立ち読みのパラドックスに悩ままえにじつは自覚することなくすでにある種の「損=持ち出し」をしてしまっているのである。すなわち、「有用な情報が存在する」ということを示すまさにその情報を、顧客にタダで譲渡してしまっているのである。

以上をふまえて、スパイのパラドックスを以下のように定式化しよう。すなわち、或者A氏が或者B氏に情報売却の商談を持ち掛けたとしたら、すでにその時点で、『『有用な情報が存在する』という情報』が、A氏からB氏へ、無償で譲渡されてしまっている、と⁴⁾。

4 【猫に鈴のパラドックス】

つぎに、猫に鈴のパラドックスを指摘しよう。このパラドックスは、前述のコピ太郎のパラドックスと密接に関わる。コピー可能な情報が有償で売りにだ

されていたとする。その情報をもしだれかが買ってこれれば、容易にコピーしてもらえ。とすれば、一体だれが、わざわざはじめに身銭を切ってその情報を有償で購入するであろうか。しかしだれかがコストを払って購入しなければその情報は、(生産者以外の) 誰にも流布しない。ここには、猫の首に鈴を付けようとするネズミたちと同様な困難が生じている。猫の首に鈴をつければネズミ皆がメリットを得ることができる。しかし、そのためにはだれか一人が危険というコストを支払わなければならない。一体だれがこのコストを支払うのか、というパラドックスである。

これは、多くの人にとって有用なパソコンソフトが売りに出されたときに典型的に生じる。今度売りに出されたソフトは、多くの人にとってそして私にとって有用である。しかし、すこし待てば、誰かが購入し、そのひとから簡単にコピーさせてもらえる。とすれば、私はここで「買い控え」をするのが合理的だ、とすべての人が考えるわけだ。その結果、だれもソフトを購入せず、情報の取得に失敗する。同様のことは、大学生が講義に出席するかどうかについても生じる。〇〇教官の講義は出席をとらない。期末試験は、ノートのコピーがあれば切り抜けられる。したがって、「誰かが」出席してノートをとってくればよい。必ずしもボクが、出席する必要はない。と、全員が考えるのだ。その結果、だれも講義に出席せず、当然の帰結として全員が「不可」となる。

このパラドックスは一見すると簡単にクリアできるようにみえるかもしれない。当該の情報を欲しい人の何人かが集まって「クラブ」をつくり、そのメンバーで平等にコストを分担して(メンバー間のコンセンサスさえ得られれば必ずしも「平等」でさえなくてもよい)、その情報を購入すればよいようにみえる。

しかしじつはそう簡単ではない。このような「コピ太郎クラブ」に属さないが、その情報を有用だと考える人A氏がいたとしよう。その人は、「コピ太郎クラブ」に属しすでにその情報を得た任意の二人に、その情報の譲渡(コピー)の商談をもちかけることができる。とすると商談を持ち掛けられたメンバーにとっては、コストゼロでコピーできるわけだから、ごくわずかな金額であってもそのひとA氏に売却するのが自分のとくになる。メンバーふたりで競売し

ている状況になっているので、ドンドン値は下がっていってしまう。その結果、A氏は、自分がその情報に感じる効用の大きさとは関係なく、ほとんどゼロの価格で情報を得ることができる。

じつはこの点は、各人にとって推測しうるのである。とすれば、わざわざはじめに「クラブ」をつくって分担金を支払わなくても、クラブができたあとでそのメンバーからゼロに近い値段でその情報をわけてもらえばよいことになる。したがって、各人はクラブを形成する誘因を持たない。

5 【「予想屋」「ここだけ」のパラドックス】

最後に、「予想屋のパラドックス」とそれに密接に関連している「ここだけのパラドックス」を指摘しよう。

競馬新聞や株式新聞を読むと、「予想屋」や「株式評論家」が、勝ち馬や上がり株の予想をしている。これを見て「ナンカ変だな？」と思う人は多いのではないだろうか。彼らがもし本当に自分の「予想」に自信をもっているのだとしたら、なぜかれらはその予想を公表せずにだまってその「馬券」「株」を購入しないのだろうか、と。すなわち、自分だけで独占していることが自分のトクになるような情報がどうして流布しうるのか、というのが「予想屋のパラドックス」である。

ただし現実には、このパラドックス成立の条件はきつく、常に成立するわけではない。

というのも、たとえば当たり馬券の例を考えてみよう⁵⁾。

現実には、私一人が当たり馬券の情報を独占していたとしても、財力の制約で私ひとりであたり馬券を買い占めることはできないだろう。それどころか馬券購入者のなかで私一人が占める割合は微々たるものであろう。したがってまた、私とその情報をだれか一人に譲渡してもその譲渡された彼の購入する馬券も全体からはわずかな割合にすぎず、情報所有者が、私ひとりから彼を含めたふたりになったとしても、「オッズ」ならびにそれによる「配当金」の変化(減少)はごくわずかだろう。したがって、予想屋である私は、目の前の一人

の客に情報を譲渡する合理的根拠がある。

このように、ちょっとかんがえると、「予想屋のパラドックス」は成立しにくいことがわかる。しかししかし、じつはここにまた別種のパラドックスがまちかまえているのである。

上の例では、予想屋である私は、目の前の一人 C_1 氏に対して勝ち馬情報を譲渡する分には、勝ち馬情報の寡占（独占）価値はあまり減少しなかった。それゆえ、私は代償を得て C_1 氏に情報を譲渡することが自分の利害にかなっていた。

しかし同じことは、私から情報の譲渡を受けた C_1 氏についてもいえるのである。 C_1 氏が別の人 C_2 氏に会ったとしよう。勝ち馬情報は少数の者によって寡占されることでおおきな価値を生む。しかし C_1 氏が C_2 氏に情報を譲渡するだけであれば、ほとんどオッズを変化させない。各人の馬券購買力が同じであれば、「 C_1 氏→ C_2 氏」の情報譲渡によるオッズの変化の程度は前の「私→ C_1 氏」の譲渡によるオッズ変化よりも、小さい。よって C_1 氏自身にとっては、代償をえて C_2 氏に情報を譲渡することは合理的である。

しかし、いうまでもなく、同様のことは、 C_2 氏が C_3 氏に情報を譲渡すべきかどうかでもいえることである。こうして情報はどんどん多くの人に流布していつてしまう。

これは、ちょうど「ここだけの秘密」「ここだけの話」の内緒話をしているのと同様である。「秘密」が秘密としての価値を持つのは、その情報が少数のものに寡占されていることに由来する。しかし、目の前のひとりに情報（秘密）を漏らすだけなら、十分な代償を得れば個人的にはベイする（「代償」は必ずしも金銭でなくてもよい。相手からの「謝意」でもいいし、心理的な「貸し借り感情」でもいいだろう）ようにみえる。しかし同じことが秘密を知らされた者にもなりたってしまう。例の「ここだけの秘密」「ここだけの話」は、結局は皆が知るようになってしまう。これは、経済学的にいえば一種の「合成の誤謬」といえるだろうし、社会学的には「意図せざる結果」の一つといえるだろう。以上をふまえて、「ここだけのパラドックス」を定式化しよう。寡占的価値

を持つ情報があったとする。情報所有者は、目の前のごく少数の者に情報を譲渡するかぎりにおいてはその情報の寡占価値の減価を代価によって補えるがゆえに譲渡する誘因をもつ。しかし同様の事情が譲渡された者においてもなりたつ。そのため、ドミノ倒し的に情報が流布してしまう。その結果、当初の情報の「寡占価値」が失われてしまう、というパラドックスである。

II 【家元制によるクリア】(〈予想〉の提起)

このように、情報を譲渡するさいに難点が存在することがわかった。

我々の提案は、情報譲渡システムとして家元制システムを提起し、その(情報譲渡システムとしての)相対的な有効性を指摘することである⁶⁾。

1 【コピ太郎・立ち読み、に対して】

情報譲渡に関しては、まずコピ太郎のパラドックスと、立ち読みのパラドックスとが存在していた。家元制は、まずこの両者の困難を接合させ逆手にとることでクリアするシステムであるようにみえる。

すなわち或者(「師範」とでも呼ぼう)が売りに出している情報の価値を「家元」が保証することで、まずは「立ち読みのパラドックス」をクリアしている。つまり「家元」による「御墨付＝ブランド付与」によって、その情報の価値に関してなんらかの程度の信頼性の保証がなされるのである。そのため情報購入者(入門者)は、それぞれの家元流派の社会的評判を参考にすることができる。そうすることで、情報購入者(入門者)は、当該の情報の内容が必ずしも完全には開示されなくとも、その情報に対してのコストを支払う(なんらかの程度の)安全性を得ることができる。

家元制のもとで情報の購入するひとは、たとえ入門してみても得た情報が予想したような効用をその本人にもたらさなかったとしても、もしその家元流派の社会的評判が十分にたかければ、彼(女)は高い価格でその情報を(自ら師範として)将来販売することが可能になる。

このように社会的に評判の高い家元のもとから情報を購入することは、(購入者自身に対しての効用を保証するだけでなく)購入者がその情報を再販売する際の価格をも(なんらかの程度で)保証する機能をもつものである。(以上、立ち読みのパラドックスに対して)。

しかもこの家元によるこの「御墨付＝ブランド保証」が、上位者による下位者に対する「破門権」として、任意の瞬間に「取り下げ」られる可能性が保持されている。このことによって、下位者が(上位者の視点から見て)「不当」な情報譲渡をすることに抗する対抗手段を持つことができる。こうして、法的規制がなくても、法的規制がおよびにくい場合でも、不当な(すなわち、情報譲渡者の意図していない)情報譲渡が抑止され、情報所持者(師範など、上位者)は安んじて、他者(すぐ下の弟子、下位者)に情報を、対価を得つつ、譲渡することができる。(以上、コピ太郎のパラドックスに対して)。

2 【猫に鈴のパラドックスにたいして】

家元制が「猫に鈴」のパラドックスに対して大きな効力を持つのは、いうまでもないだろう。「猫に鈴」のパラドックスとはこうだった。多人数が希求する情報がコピー可能である場合には、情報希求者は、「だれかが」その情報をオリジナルの生産者から購入したあとで、その購入者たちからコピーしてもらうほうがトクである。しかしこのような事情が、情報希求者全員に対してなりたってしまうので、だれも情報のオリジナルの生産者から情報を購入しなくなる。その結果だれも情報を享受できない、というパラドックスであった。

これに対する家元制による対策はいうまでもない。同じ情報であっても情報取得の「早／晩」と「経路」におうじて、程度の異なる「付加価値」を付与することである。

家元の公認する経路で「正規に」購入した情報に関しては、家元による「御墨付」をあたえ、また、公認経路で「より早く」情報を取得したのものにはそれだけ大きな「昇進」チャンスをあたえる。このことで、ひとは「公認経路で、より早く」情報を入手する誘因をもたらされ、「猫に鈴」のパラドックスが克

服される。後者に関してはちょうどいわゆる「マルチ商法」のようなものである。マルチ商法で売買される商品は他で売買される商品とさほど変わりはない。しかし、より早く購入した者ほどマルチ商法内部のヒエラルキーでの昇進のチャンスを得ることができる。その結果、消費者は「より早く」購入する誘因をもたされることになる。

3 【「スパイ」のパラドックスのクリア】

次に「スパイのパラドックス」について考えてみよう。「スパイのパラドックス」とはこうだった。人にある情報を販売しようとして、商談のテーブルについたすでにその瞬間に、情報所有者は、相手に対して、『『有益な情報が存在する』という情報』を無償であたえてしまっている、というものである。じつは、家元制もこのパラドックスは「正面からは」クリアできない。ある家元流派が、ある者に対して「勧誘」をするさいには、すでに『『有益な情報が存在する』という情報』を無償でその者に譲渡されてしまう。しかしここにおいても家元制は「ころんでもタダでは起きない」ようにおもわれる。すなわち、この『『有益な情報が存在する』という情報』の無償譲渡によって、認識利得上は被勧誘者は情報の「タダ取り」をできているのであるが、より大きな地平でみると、家元流派の方は「モトを取れる」蓋然性が生じているのである。つまり、被勧誘者は当該家元流派に「有益な情報がある」ということを「すでに知ってしまった」のであるから、他の場所に有益な情報があるかどうか「コストをかけて探索する」よりも、その流派に入門してしまう合理的誘因を持つ（というか、気がついたときには、すでに持たされてしまっている）ことになるからだ。

もっとも未入門者に対する「勧誘」においては、他の家元流派も同様に「勧誘」=『『有益な情報が存在する』という情報の無償譲渡』をおこなうことで、上述の家元の「相対的優位」が「競争」の結果相殺されてしまう可能性もある。

それと比べて、「スパイのパラドックス」にたいする家元制の効力は、或者がその流派に「入門」してしまったあとではより強力に働く。すなわち、家元

制のもつ例の「ヒエラルキー」のなかに位置付くことによって、彼はもし他の流派から「『有益な情報が存在する』という情報の無償提示」をされたとしても、すでにこの流派のなかでかちとっているヒエラルキー上の地位を捨てて、他の流派に「乗り換え」てその末端弟子から再出発することに対しては「負の誘因」をもつことになるからである。

このことにかんしては、パソコンの「流派」について想起し類似してみるとわかりやすい。パソコン業界においては、これまで、ハードウェアやOS（オペレーション・システム）の相違に対応して、いくつかの流派が存在してきた（現在においては、MS ウィンドウズとマッキントッシュとが二大流派になりつつあるだろう）。一度ある「流派」に属してしまうと、別の流派に「乗り換える」のにはコストがかかる。未入門者を「勧誘」するさいには、情報等の無償譲渡をしてさえ、自分たちの流派に引き込むことが中・長期的にはのぞまれるのである。

4 【「ここだけ」のパラドックスのクリア】

つぎに「予想屋のパラドックス」「ここだけのパラドックス」について考えてみよう。

まず「予想屋」のパラドックスであるが、これに関しては、家元制もクリアすることはできないとおもわれる。しかし、そもそも、「予想屋」のパラドックスはじつは成立する条件が「きつい」ものなのであった。したがって現実には、それに関連する「ここだけのパラドックス」が問題になる。

「ここだけのパラドックス」に関しては、家元制は流通情報に対する「御墨付」の機能を保持することで対処しているといえるだろう。当初件の情報は家元の公認弟子からの「ここだけの話」として漏洩したとしよう。この漏洩された者をD₁氏としよう。D₁氏にとってこの情報は、件の流派の公認弟子から直接漏洩されたものであるから、いわば「信頼性」が高い。

しかし、D₁氏から「ここだけの話」として同じ情報を漏洩されるD₂氏にとっては事情は同じではない。D₂氏にとってのニュースソースD₁氏は、も

はや件の家元流派に直接属する者ではない。D₁氏が感じていたような「信頼性の高さ」をD₂氏は感じるができない。以下同様にして、ここだけの話として情報が流通しようとしても、当事者に意識されるその情報の信頼性は急激に「劣化」する。

このことを具体的に言い換えてみよう。ある家元公認の「師範」から、「ここだけの秘密」として茶道等を教えてもらう人はいるかもしれない。しかし「家元公認の『師範』から、『ここだけの秘密』として茶道を覚えてもらった人」から茶道を覚えてもらおうとする人は少ないだろう。そしてまた、『家元公認の『師範』から、『ここだけの秘密』として茶道を覚えてもらった人』から「ここだけの秘密」として茶道を覚えてもらった人』から茶道を覚えてもらおうとする人はもっと少ないだろう。さらに…、以下、事情は累進的に悪化するわけである。このような「信頼性の急激劣化」によって、「ここだけのパラドックス」が想定していたような「桁違いに広い秘密漏洩」は起こりにくい。その結果、「ここだけのパラドックス」で問題となった「情報の寡占価値の減価」が非常に小さくなることを期待できるのである。

5 【情報社会→家元化〈予想〉】

以上、情報の譲渡に関する諸パラドックスを提示し、その克服にとって、「家元制」システムがかなりの有効性をもつことを述べてきた。いままでの行論からもあきらかなとおり、このような「情報の譲渡の諸パラドックス」は、たんなる市場システムでは克服が困難なものである。以上のような考察を踏まえて、情報社会（情報の譲渡量が増大する社会）では、情報譲渡の仕組みが「家元制」的な属性をもつものに変容してゆく蓋然性がたかまる、という〈予想〉を提起したい（情報社会→家元化〈予想〉）。

いうまでもなく、この情報社会→家元化〈予想〉には、いくつかの留意すべき点（留保すべき点）が付随している。

第一。上述のように我々は、情報譲渡の諸パラドックスの克服にとって「家元制」が相対的に有効であることを主張してきた。この我々の主張が正しいと

しても、それは必ずしも家元制が情報譲渡の諸パラドックスを克服する「唯一の仕組み」であることを含意しない、ということである。家元制の他にも（あるいは家元制以上に）諸パラドックスを有効にクリアする仕組みがあるのかどうかについて、我々の立場は「オープン」（どちらであるともいわない）である。専門用語をつかえば、当該の「機能問題」に対して、「家元制」にたいする「機能的等価物」が存在するや否やについてオープンなのである。

第二点は、第一点とにている。我々は「情報譲渡の諸パラドックスを克服する」という問題にとって家元制のいくつかの属性（条件）が有効であることを主張した。しかし、この「有効な属性（条件）」を寄せ集めたものはかならずしも家元制でなくてもよいかもかもしれない、ということである。数学的にいえば、「情報譲渡の諸パラドックスを克服するという問題」に対する「必要十分条件」は「家元制」よりも「もっと、緩い」条件の集合である、という可能性である。この可能性についても我々は現状ではオープンにしておかざるを得ない。とはいえ、この「必要十分条件」の確定に関しても本稿の「家元制」をめぐる議論は発見的価値をもつ（ヒューリスティックである）だろう。

第三。〈予想〉という語を使ったが、株や競馬の「予想屋」の「予想」をイメージしないでほしい。むしろ、数学で「フェルマー予想」などというときの「予想」の意味を想起してほしい。数学における「予想」は必ずしも予想どおりになる（「肯定的に解決される」という）とはかぎらない。予想が「くずれる」（「否定的に解決される」という）こともある。しかし、重要なのは、予想が「肯定」されるにせよ「否定」されるにせよ、いずれにおいても予想をたてることが知的生産性をもたらす、ということである。われわれの家元化〈予想〉も、「肯定」されるとはかぎらない。というか、私の社会学者としての直感としては、この〈予想〉が「まったく無条件に肯定される」などといったことは「ありそうもない」。しかしこのような〈予想〉をたてておくことが今後の理論的・実証的探究にたいする導きの糸を提示することとなる、と考えるのである。この点、通常の「予想」とは区別する意味で〈予想〉と表記してみた。

このように情報社会→家元化〈予想〉は、必然的なテーゼではないにしても、

「ヒューリスティック」な方向指針として価値をもつと思われる⁷⁾。

Ⅲ 【「世界観・社会観」的含意】

ここでの我々の探究がなんらの程度であれ正鵠を射たものであったとすると、それはすくなくとも二つの点で、我々の世界観・社会観・情報観に少なからず変更をあたえるものであるように思う。

第一は、「知る」ということに対する我々「近代人」の自覚せざる前提にたいしてである。第二は、「情報社会」にかんするイメージについてである。

1 【知るということ】

第一について。我々「近代人」は、「知るということは、明瞭に知ることだ」あるいは「知る以上は、明瞭に知るべきだ」とてもいような「明瞭知覚」の「公理」ないし「要請」を、自覚はしていないけれど持っているのではないだろうか。

しかし、我々の探究は、このような「明瞭知覚の公理・要請」という近代主義的(?)な無自覚的前提に反省を迫ると思うのだ。なぜなら、情報の譲渡に関して上述のような諸困難が存在していたのに対して、家元システムは、これらの諸困難を独特のしかたでクリアすることができるからだ。しかしすでに上述したように家元システムにおいては、情報が「皆伝」されず、つねに家元の「破門権」が保持されることが重要だった。(家元制における「非皆伝性」の重要性)。つまり、情報譲渡を可能にするシステムがあったとしても、それは、そこでの情報は「皆伝」されないという代償が支払われていたのである。

とすれば、我々がしらすらに保持しているような「情報によって物事を明瞭に知り尽くすことができる」とか「情報によって物事を明瞭に知り尽くすべきである」といような明瞭性の公理・要請は、現実の情報譲渡に照らしてみると「強すぎる」公理・要請であるといえるのではないだろうか。

2 【五つ目の情報社会論】

第二の点は、この第一の点に密接にかかわる。我々の探究は、情報社会のイメージに関する新たなモデルをもたらしてくれるようにおもうのである。情報社会のイメージに関してはこれまでおもに四つのタイプのモデルがあるといえる、と思う。第一は、非常にオプティミスティックなものである。情報処理ツールの高性能化・廉価化・普及にともなって、ひとりひとりの市民の情報処理能力が高まり、それによって各人の市民としての主体的行為能力・意思決定能力が向上する、というものである。いわば「情報市民社会論」とでもいうべきものである。こう定式化してしまうと、あまりに楽観的で、だれの論がこれの典型かということはむしろかしくなってしまうが、以下の三論には入らないような、情報社会をバラ色に描くような論のほとんどは、このタイプに分類できるのではないだろうか。

第二のものは、逆にペシミスティックなものである。情報ツールの高性能化にともない、情報処理能力の「持てる者」と「持たざる者」との格差が拡大し、最終的には高度の情報処理能力が「一極集中」し、バラバラの個人としての民衆は、情報中枢から「丸見えの状態」で監視されるようになる、というものである。いわば「情報管理社会論」「情報パノプティコン社会論」とでもよべるものである。

第三のものは、マクルーハンの論が典型である。上のふたつの論がともに情報社会をいわば「都市」的なものとして描いているのと対照的である。情報ツールの高度化によって（「人間拡張」が生じ）、ひとびとのあいだの知覚・感覚上の「距離」が縮減することによって、地球全体が「ムラ」化する、というものである。いわば「情報ムラ社会論」とでも呼びうるものである。

我々の探究の結果による情報社会のイメージはこの三者のどれとも異なるものである。

それは上三者が共に情報化による明瞭化の増大（マクルーハンにあっては、人間拡大≡距離縮小）を暗黙裡に仮定していたのに対して、我々の探究はこの仮定に懐疑的であることと大いにかかわる。

すなわち一番目と二番目が「丸見えの都市社会」をイメージし、三番目が「丸見えのムラ社会」をイメージしていたのと違い、我々のイメージは、「丸見えでない都市社会」にいわば対応する。ひとつのモデルとして、まさに家元システムが繁栄した「江戸」社会である。そこでは、ムラ社会と異なり人々の間に関係の任意性が存在する。だれがだれと「師弟関係」を結んで情報の譲渡を行おうと自由である。しかしそこでの情報の流通は、「丸見え」「明瞭性」を意味しない。「非皆伝性」というコストを代償としたうえでの情報の流通なのである。

上述の三つの情報社会論と少し毛色が変わった情報社会論がもうひとつある。アイデンティティー・選択論とも呼びうるものである。情報のメディアごとに我々は異なった「日常性≡リアリティー」を生きることになる。するとその「リアリティー」ごとに別々の「人格≡アイデンティティー≡役割」を人々は演じる事ができるようになる、というものである。情報ツールの高度化によって、ひとは、さまざまなコミュニケーション・メディアを選択し使用できるようになり、そのことによって、「この唯一の日常性≡唯一のリアリティー、唯一のアイデンティティー≡唯一の私≡唯一の役割」からの「解放」が可能になり、どのような「リアリティー、アイデンティティー」を選択するかが、情報メディア使用者の自由になる、というものである。

これにたいして我々の考察がもたらすヴィジョンは若干ことなる。確かに、情報メディアの多元化にともない「この唯一のリアリティー、この唯一のアイデンティティー」からの解放・離脱は可能になるだろう。しかし、そのことは自動的に「別のリアリティー、別のアイデンティティー」の「選択の自由」を帰結するわけではない。ひとが、共同主観的な存在であるとしたら、この「別のリアリティー、別のアイデンティティー」それ自体も、他者との共有・他者からの承認を必要とするだろうからである。そして、この情報社会における情報の流通・譲渡は、「家元」的な様相を呈する蓋然性が高まる、というのが我々の予想であった。もしこれがこの論圏にもあてはまるとすると、その「別のリアリティー」のうちにおいても人は、自分の任意の自分にとって都合

のいいポジションに簡単に付くことができるのではない。多くの場合は、何らかの家元流派の「最末端弟子」からの「下積み」からはじめるしかないだろう。そして各人の才覚と縁故によって、速くあるいは遅く家元制のヒエラルキーをのぼっていくなり（特に才覚のある少数者は、新流派＝新家元を創設するなり）していくしかないだろう。

こうして我々のもたすヴィジョンは、「多元的だが、自由にはならない、諸アイデンティティーのバスケット」というイメージを帰結するようにおもわれる。

Ⅳ 【家元のパラドックス】（問題の再提起）

さて、ここまで読んできた読者のなかには、ナンカはなしがウマすぎるんじゃない？、と感じる人もいるだろう。貴方の直観は正しい。じつはここまでのはなしは、ある重要なもう一つのパラドックスが顕在化しないことで成立していたのである。最後に「読者へのお楽しみ」として、このパラドックスを提起して、本稿を閉じよう。このパラドックスがいかに脱させられているかについては、記さない。皆さん各自考えてみてください。

「家元のパラドックス」：家元の持っている情報ならびに「御墨付＝ブランド」付与の「権限・能力」がほんとうに妥当なものであるかは、家元と同等の情報力能を持たなければ判断できない。しかし、このような情報力能をもってしまったら、もはや彼にとって家元は必要ない⁸⁾。

（本稿へのご意見などをぜひお寄せください）。（ご助言いただいた鹿児島大学人文学科ならびに日本社会学会の先生方に感謝いたします）。

註

- 1) 読者のなかには、本稿における「情報」などの術語がどのような意味のものか知りたと思うひとは多いだろう。まず、「実践態」としては、本稿で指摘するさまざまなパラドックスに引っ掛かるものを本稿では「情報」と呼んでいる、といえるだろう。あえて明示的に定義すれば、こうなるだろうか。すなわち、「情報の定義＝「低いコストでコピーすることができ、所有することでそこから誰かが効用を引き出すことができるもの。効用をひきだしても、そのもの自体は消滅しない。」と。また情報の「流通」とは、「情報の当初の所有者とは別の主体も所有者となること。その際当初の所有者の所有が消滅するかどうかはオープンである。(通常、消滅しない)」。情報の「譲渡」とは、「流通のさいに、新たな所有者から当初の所有者へのなんらかの『代価』が支払われることが当事者もしくは社会的に期待されているような流通」と定義できようか。いうまでもなく、これは「本稿」のみに即した定義である。「情報」などをいかに定義し概念規定するかに関して、別の可能性を否定するものではないし、別の定義の有効性(意義)を否定するものでもない。
- 2) 本稿でいう諸「パラドックス」は、各々をみれば、「困難」とか「ジレンマ」とかよぶ方がふさわしいものもある。あくまで体裁上の理由で「パラドックス」と呼ぶことで統一した。一種のラベルとして読んで欲しい。
- 3) 私の知るかぎり、このような事情を指摘したもっとも古い例は、有名なプラトンの「メノンのパラドックス」であろう。
- 4) 読者によっては、この「スパイ」のパラドックスは、パラドックスでもなんでもない、と考える人もいるかもしれない。たしかに、これは、「当事者」にとってはなんの問題でもないかもしれない。しかし、社会科学の視点からは、ここに「情報の無償譲渡」生じていることを指摘しておくことは、新たな視野の開けの可能性をもたらすものであると考える。
- 5) いうまでもなく、さらに「株式」においては、「有名評論家の予想株は上がる」というメカニズム(予言の自己成就)がある。よって、評論家は株を購入したあとで、その上がり株情報を公開する誘因をもつ。したがってこのパラドックスの成立はさらに「きつい」。
- 6) 本稿における「家元制」の定義を試みてみよう。「家元制」の定義＝一人のトップ(家元)が一人以上の直接弟子(下位者)をもち、その直接弟子が一人以上の直接弟子をもち得、以下同様に「家元によって公認された以上のレベルの弟子」は一人以上の弟子を持ち得る…というようなかたちでできているヒエラルキーの情報譲渡システム。情報は「上位者」から「下位者」へと一方向的にのみ流れる。逆

に「謝礼」は下位者から上位者に一方的に流れる。「家元」に源泉をもつその情報は、現実にはほとんど「皆伝」されない。上位者は自分の（直接・間接）の下位者に対して「昇進認可権」と「破門権」をもつ。

- 7) 読者のなかには、以下のように考えるひともいるかもしれない。たしかに筆者の指摘するような諸パラドックスはあるかもしれない、しかし、「現実には、法規制」などによってそれは顕在化していないのではないか、したがって家元制によるその「クリア」を論じても「奇をてらったお遊び」にすぎないのではないかと。たしかに、法規制などの「現実」的事情によって、ここで指摘したような諸パラドックスが顕在化していないということはあるかもしれない。しかし、本稿の単純化されたモデルとしては、法規制がどれほど「効く」ものであるかに関しては捨象せざるをえない。いわば自然科学において「理想気体」を想定して議論をするようなものである。このような「非現実」的な思考実験を経てはじめて、たとえば、「有効な法規制は、じつは家元制と同様な機制をもっていた」とか、「有効でない法規制は、家元制のもつような有効性の必要条件を具えていなかった」とかいった、「現実」的な事情への視野の開けへの可能性が、得られると考える。
- 8) この「家元のパラドックス」は、「教祖のパラドックス」（あるいは「尊師のパラドックス」と、言い換えることができるかもしれない。

主要参考文献

- McLuhan, M. 1964 "Understanding Media". = 栗原・河本訳 1987. 『メディア論』みすず書房.
- Muto, S. 1986. "An Information Good Market with Symmetric Externalities". *Econometrica*, 54, No. 2.
- 西山松之助 1976. 『家元ものがたり』. 中央公論社.
- 西山松之助 1982-1984 『西山松之助著作集 1巻-6巻』. 吉川弘文館
- 野口悠紀雄 1974 『情報の経済理論』. 東洋経済新報社.
- 小倉利丸 1992 『アシッド・キャピタリズム』 青弓社.
- 佐々木宏夫 1991 『情報の経済学』 日本評論社.