

デジタル空間とどう向き合うか —「情報的健康のすすめ」—



全国市長会は6月6日、日本都市センターにおいて「市長フォーラム2023」を開催しました。

フォーラムでは、立谷秀清会長が開会あいさつを行った後、「デジタル空間とどう向き合うか —『情報的健康のすすめ』—」と題して、慶應義塾大学大学院法務研究科教授の山本龍彦氏による講演が行われました。山本氏は現在のデジタル空間の特徴やその問題点、求められる対応策などについて説明され、市長をはじめとした約670名に及ぶ参加者が耳を傾けました。さらに、講演の後には、出席市長との意見交換も行われました。

ここでは、講演の模様をお届けします。



講演

デジタル空間とどう向き合うか ―「情報的健康のすすめ」―

慶應義塾大学大学院法務研究科教授、同グローバルリサーチインスティテュート副所長

やまもと たつひこ
山本龍彦

「思想の競争」から「刺激の競争」へ

まず、私たちは今、このデジタル社会においてどのような言論空間に身を置いているのか、というところから話を始めます。私たちはインターネット上のプラットフォームを通して、さまざまなコンテンツを目にしていますが、どんなコンテ

ンツが自分の端末に表示されるかは、プラットフォーム事業者が設定するアルゴリズムによって決まります。事実上、プラットフォームが言論空間のゲートキーパー(門番)になっています。

プラットフォーム上で、あらゆるメディアが競争を強いられているのも、現在の言論空間における特徴の一つです。インターネットの普及前、メディアは「新聞」「雑誌」「テレビ」など、それぞれの媒体から情報を発信していましたが、プラットフォーム上ではその仕切りが解かれ、コンテンツがバラ売りされるようになりました。丁寧な取材を基に書かれた記事も、直接取材せずに、興味本位で書かれた「こたつ記事」も、横並びに競争させられているのが実態です。

では、このようなプラットフォームは、どのようなビジネスモデルの下で運用されているのでしょうか。ユーザーの関心(アテンション)を引き付けて、広告を閲覧させる「アテンション・エコノミー」こそが、そのビジネスモデルといわれています。皆さんも日ごろから無料でプラットフォームを利用されていると思いますが、何の対価も払わず、サービスを利用しているわけではありません。

意識はせずとも、ご自身のアテンションやインターネット上の消費時間が、広告主との間で取引されているのです。

ノーベル経済学賞を受賞した認知心理学者・経済学者のハーバート・サイモン

氏は、1960年代後半、人々のアテンションが「通貨」のように取引されるようになると予言しましたが、インターネットの普及で、その予言は当たりました。ネット社会が到来し、飛躍的に増加した情報量と比較して、人々のアテンションや消費時間が格段に希少なものとなった結果、これらが交換材として経済的価値を持つに至ったのです。

民放のテレビやラジオも、無料でコンテンツを提供する代わりに、視聴率・聴取率を広告主に販売し、収益を得ています。その意味では、民放もインターネットの登場以前から、アテンション・



エコノミーの構造の中でビジネスをしてきたといえます。しかし、民放は放送法の規定で、バランスに配慮した番組構成などが課せられているため、アテンション・エコノミーに偏向しすぎることはありませんでした。その反面、プラットフォーム事業者には放送法のような規律はありません。いかなる規制も受けることなく、アテンション争奪戦を繰り返しています。

憲法学では、長らく「思想の自由市場」という考えが重視されてきました。個々の思想は、説得力や信頼性を巡って競われる。説得力に欠けた思想は自然に淘汰されるから、国家や政府は言論空間に立ち入るべきではない、という考え方です。民主主義の前提ともなる考え方ですが、プラットフォームにより言論空間が様変わりした結果、今や言論自体が「思想の競争」から、いかにユーザーを刺激して、アテンションを得るかという「刺激の競争」へと大きく変化しています。

自己決定権が侵害される

では、このアテンション・エコノミーはどのような問題を引き起こしているのでしょうか。一つは、ユーザーの自己決定権の侵害です。われわれの自律的・主体的な自己決定、意思決定がゆがめられているのではないかと、ということですが、それを象徴する事件が、2018年に発覚しました。イギリスの選挙コンサルタント会社が、2016年のアメリカ大統領選挙やEU離脱に伴うイギリスの国民投票において、有権者の投票行

動を操作したとの疑いが持たれた事件です。ソーシャルメディア上の個人データなどを心理分析に利用し、ネット情報の影響を受けやすい有権者へ意図的にフェイクニュースや政治広告を配信したとの内部告発があり、投票結果に影響を与えたのではないかと、の疑惑が持ち上がりました。アテンション・エコノミーの下で、政治的な意思決定や民主的なプロセスがゆがめられてしまう。そんなリスクが明らかになったのです。実際、AIを使ったプロファイリング（分析）の精度は著しく向上しており、ユーザーの心的傾向を精緻に解析できるようになっています。

AIの技術的な進展とともに、発展してきたのが、心理学をはじめとした認知科学です。心理学の知見によると、人は直感的で処理速度の速い思考モード（システム1）と、論理的・内省的で処理速度の遅い思考モード（システム2）の二つの思考モードを使いながら、社会的な生活を送っていると考えられています。アテンション・エコノミーの世界では、このシステム1を強く刺激することが重要だとされています。できるだけ思考を介在させない形で、ユーザーの意思決定に強く働き掛けるためです。

例えば、若年層に人気がある短尺動画プラットフォームの「TikTok」は、縦スクロール画面にユーザーの嗜好に合ったお勧めの動画が次々と現れ、閲覧のために画面を指でスワイプ（画面に触れた状態で指を滑らせる操作）させるUX（ユーザー体験）を導入しています。このUXは、ユーザーの認知プロセスに直接働き掛けてドーパミンを誘発



し、スワイプする指を止められなくする効果があるといわれています。

人生の時間には限りがあります。有限の時間の中で、自らの関心を何にどれだけ向けるのか、何に脳の機能を集中させるかは、その後の人生において、極めて重要な意味を持ちます。アテンション・エコノミーは、自分のアテンションの振り分けに関して自ら決定する権利を奪ってしまう危険性があるのです。

フェイクニュースが拡散してしまう理由

二つ目の問題は、フェイクニュースや誹謗中傷の投稿がインターネット上に拡散しやすいことです。この場合、もちろん最も悪いのはフェイクニュースを流した人、誹謗中傷の内容を書き込んだ人ですが、一つ一つのフェイクニュースをたたいても、根本的な問題解決には至りません。

先ほど、「思想の競争」から「刺激の競争」へと、大きく変化した現在の言論状況について紹介しました。丹念な取材を基に書かれた退屈な真実よりも、座して書かれた刺激的なうわさ話や、怒りや憎悪に満ちた負の感情の方が、人々の関心を引き付けます。同時に、そうした刺激的な情報ほど他者と共有したいという意識も働きます。フェイクニュースや誹謗中傷の投稿が拡散してしまうのは、このような構造的な問題が大きいのです。

三つ目として、「フィルターバブル」「エコーチェンバー」の問題を挙げたいと思います。フィルターバブルとは、プラットフォーム事業者によって同質の情報を継続的に浴びせられ、特定の考え方や価値観で染まった「バブル(泡)」の中に包まれてしまふことをいいます。

そして、閉鎖的な情報環境の中で、同じ意見にばかり触れ続けることで、その人の考えが次第に極端なものになってしまふ現象をエコーチェンバーといいます。閉じた小部屋(チェンバー)で音が反響(エコー)する現象にたとえた表現ですが、その小部屋にいる限り、異なる意見が入ってこないため、右の人はより右に、左の人はより左にという形で、政治的・社会的な分断は進みます。さらに、同じ考えを持つ者同士がインフルエンサーを中心につながり合い、「部族化」、他の意見を持つ部族を「狩り」の対象として、常に攻撃し合っているのが今のインターネットの状況だともいわれています。

事実、このエコーチェンバーは、アメリカ連邦議会議事堂襲撃事件の引き金にもなったと見られ

ています。はじめは面白半分て陰謀論に満ちたコンテンツに触れているうちに、同質の意見に取り囲まれ、これこそが真実なのだと思い込んでしまった人たちが、議事堂へ乱入した集団の中に少なからず混じっていたことが明らかになっています。

「情報的健康」を目指す

こうした問題に、われわれはどう対応していくべきでしょうか。私はその対応策として、複数の研究者と共に進めているのが、「情報的健康」というコンセプトの普及です。私たちはアテンション・エコノミーにより、情報を「偏食」してしまっているという事実を踏まえて、「情報的健康」(多様な情報摂取のバランスを取ることを通じて、フェイクニュースなどに対して、一定の「免疫」(批判的能力)を獲得している状態)を目指そうという考え方です。

今、あえて「偏食」という言葉を使いましたが、インターネット上の情報摂取を食事に置き換えて考えると分かりやすいと思います。実際、現代人の多くは、なぜ好きなものを、好きなだけ食べないかといえば、偏食をすれば身体の免疫機能が低下し、健康を損ねてしまうことを知っているからです。だからこそ、素材やバランスを考えた食事を取ろうと努めます。

情報についても同じことがいえます。偏った摂取をすれば、「情報的健康」を害してしまふ。だから、バランスの良い情報摂取を心掛けなければいけないということです。

その前提として、私たちは、現在の言論空間の

特徴や、その中で自分がどのように情報を取得しているのかという実態を、よく認識しておく必要があります。しかし、フィルターバブルやエコーチェンバーという言葉が「聞いたことがない」と答えた人は約70%にも及ぶという調査結果もあります。多くの人が、自らを取り巻く情報環境について、無自覚であることが分かります。

ただ、食の健康が社会規範として定着したのは、長年にわたる食育活動があったからという事実を考えると、情報環境について無自覚であることは無理がないともいえます。ある程度の時間を要してでも、「情報的健康」の実現に向けて、リテラシー教育や情報提供などを粘り強く続けることが必要になるでしょう。

同時に、情報的健康の実現のためには、言論空間の門番でもあるプラットフォーム事業者の役割も重要です。まずはフィルターバブルによる弊害抑止のために、個人の趣味嗜好に基づかない情報



も提供するなど、情報の多様性を確保することが求められます。ユーザーに対して、いわば「外の景色を見る権利」を保障するということです。

フェイクニュース対策も重要です。最も効果的なのは、フェイクニュースを目にしたユーザーに、ファクトチェック団体などが出すファクトチェック記事を実際に見てもらうことですが、そのためには、プラットフォーム上でそうした記事を埋もれさせてはいけません。視覚的に目立たせるなど、効果的な表示について工夫する必要があるでしょう。併せて、ニュースの発信元である各メディアの信頼性を分かりやすくユーザーに伝える取り組みも大切です。

さらに、「選挙」「災害」「パンデミック」「有事」など、例外的な事態が発生した場合には、表示アルゴリズムを切り替えることも重要です。ほかに、どういう基準でコンテンツを表示しているのか、そのアルゴリズムを透明化することも欠かせません。ユーザーにとって悪質なアルゴリズムを用いるプラットフォーム事業者の存在が明らかになれば、われわれは批判もできるし、そのプラットフォームを利用しないという選択もできます。

加えて、食材を購入する際にカロリーや栄養成分を確認できるように、コンテンツの要素や成分を表示し、主体的・自律的に選択できるようにすること。また、ユーザーが自分の情報的健康を可視化できる「情報ドック」を提供すること。そして、ユーザーが自らの情報的健康に問題があると感じた場合、「デジタル・ダイエット」ができる機能を提供すること。こうした対応も必要になります。

メディアも自己改革が必要

最後にメディアの役割についても述べたいと思います。新聞や放送などの従来のメディアは、政治、経済、社会、文化、スポーツと、取り扱う情報の中身も多様で、一定のバランスが取れた「健康食」を提供してきたと評価できます。しかし、冒頭で示したように、プラットフォーム上では、個々のコンテンツがバラ売りされ、「健康食」としての良さが失われてしまった。加えて、若者を中心に「新聞離れ」「テレビ離れ」も急速に進んでいます。こうした状況において新聞・放送の持続可能性をどのように担保するか、改めて議論していく必要があると私は考えます。

オーストラリアでは、メディアが制作するニュースコンテンツをプラットフォームが使用した場合、プラットフォーム事業者が適正な対価をメディアに支払うよう、報酬交渉に事実上の強制力を持たせる法律が成立しました。このような国からの支援も有効な方法の一つでしょう。

しかし、こうした支援に対して、国民の理解を得るには、メディアの自己改革も必要です。現在のフェイクニュースへの免疫低下の背景には、メディアに対する不信や社会的信頼の低下という問題もあるからです。

デジタル報道倫理を確立して、情報的健康に資する立場を鮮明にする。さらに、アテンション・エコノミーとは一定の距離を取り、権力性を帯びつつあるプラットフォームを監視する。そうした



態度表明が極めて重要になると考えます。

加えて、信頼できるコンテンツをバランスよく閲覧できるように、新たなメディアプラットフォームの構築も大切です。情報的健康につながると思われる記事を読むとポイントが付与されるといった仕組みを考えていく必要があるでしょう。

いずれにせよ、アテンション・エコノミーの行き過ぎは、民主主義や安全保障など、社会のさまざまな分野に深刻な影響をもたらします。自治体としても、「情報的健康」の浸透に向けて、子どもだけでなく高齢者も含め、幅広い年齢層にリテラシー教育や情報提供を進めていただきたいと思っています。ご静聴、ありがとうございました。

市政

令和5年8月号