

情報空間の現状と「情報の健康」

慶應義塾大学

大学院法務研究科 教授

X DIGNITYセンター 共同代表

山本龍彦

1. わたしたちはどんな情報空間のなかにいるのか？——仕組みを理解する

Q いまの情報空間の支配的なビジネスモデルとは何だろう？

Q 皆さんは、ソーシャルメディアを「無料」で使っていますか？

○アテンション・エコノミー（注目経済）とは？

- ・私たちのアテンションや時間は、新しい「お金」
- ・アテンション・エコノミーの定義：情報過多の時代には、供給される情報に対し、私たちが向けられるアテンションや費やせる時間（可処分時間）が「希少」になるため、それらが交換財としての価値をもって経済的に取引される

○アテンション・エコノミーの利点と課題

- ・タダでいろいろな情報にアクセスできる！？ クリエイター・エコノミー（誰もが発信し、稼げる時代！）
- ある種の「民主化」

But ユーザーからアテンション（閲覧数、「いいね」、滞在時間・・・）をとることが、経済的な利益に直結！

→これって、どうなる？？



・アルゴリズムの高度化(2010年代半ば～): 高度な機械学習モデルの導入

・おすすめ機能の精緻化(ユーザーの属性や認知の「くせ」に合わせたレコメンデーションが可能に)

○課題

①「偏食」(フィルターバブル、エコーチェンバー)、

②システム2(熟慮系: 理性)よりもシステム1(反射系: 情動)に働きかける刺激的な情報の優位(「添加物」多めの「加工」情報の「暴飲暴食」。AI生成物の氾濫)

→扇情的で刺激的な偽誤情報の増幅・拡散、思考や行動の極端化・過激化、SNS「依存」

※世界の規制動向(16歳未満のSNS利用を禁止するオーストラリア。東南アジアではインドネシア。ヨーロッパでも検討が進む。フランス、スペイン、デンマーク、ドイツなど)。

※英オックスフォード大出版局による「今年の言葉」。24年は「ブレインロット(脳の劣化)」、25年は「レイジベイト(怒りの餌)」。怒りを煽ってアテンションを貪るようなコンテンツ)

→社会レベルでも・・・ 分断、非理性的コミュニケーションの横行、民主主義の危機(民主主義においては批判も大事。けれども、「事実」に基づく必要。事実/真実。また、徹底した政治批判と、事実に基づかない人格攻撃は異なる)

○対話型生成AI

・競争により、エンゲージメントをとる必要

→ユーザーへの迎合性を高めていく傾向(特に広告モデルが入ると)。

・アテンション・エコノミーに組み込まれる生成AI

2. 「情報的健康」って何だろう

○問題意識: わたしたちは、情報(特定のコンテンツなど)を「**偏食**」しているのではないか(ジャンク・フードばかり食べていないか??)、安全性・信頼性がわからずに情報(特定のコンテンツなど)を「**暴飲暴食**」しているのではないか(添加物多めの「刺激物」を次から次にバクバク食べ続けているか??)

これって、本当にいいの? —— **食べ物はカラダをつくる、情報はココロをつくる**

「偏食」していると、思考のバランスなどが崩れ(真実錯覚効果etc.)、偽誤情報を信じ込んでしまうことはない?(偽誤情報への「免疫」を失うのでは? 偽誤情報への「強さ」が必要)

情報過多の時代に、新しい「倫理」を

※憲法の研究者からみると・・・

・他律的な「偏食」は、さまざまな情報を主体的に摂取する自由(知る自由: 憲法21条)を実質的に制約している可能性

・表現の自由とは何か?(説得/操作)



○情報的健康の大切さ: さまざまな情報をバランスよく摂取したり、自らが摂取する情報の真正性や安全性等を意識したりすることで、偽情報等への「免疫」を獲得し、各人が希求する幸福を追求できている状態・・・

これ、大事じゃない?

○「情報的健康」に基づくリテラシーの利点

① 世代を超えたわかりやすさ: ネットの複雑性や横文字の氾濫により、ICTリテラシー教育は多くの人々にとって理解困難なものになっている。老若男女に届くようなリテラシー教育を展開するには、**食とのアナロジーは有効**。

② 過度な「表現規制」ではなく「市場」による課題の克服: 添加物などを隠れて使用して嗜好性を高めるような食品企業は市場で淘汰される(食品偽装など)。他方、消費者の健康を考える食品企業は信頼され、市場において選択される傾向に。

→情報産業においても、「健康」重視の市場をつくる必要(「情報的健康」に配慮する企業・団体・個人が市場で**レスpektされる仕組み**。それには、「情報的健康」の重要性をさらに啓発する「消費者教育」が不可欠!)

○変わる企業、変わる情報空間

- ・プラットフォーム企業の多極化: 世界の法規制や訴訟を踏まえて、ユーザーの「情報的健康」を考える企業と、そうでない企業が出てきている
- ・鳥取県、NHK財団、ERATO、DPA(総務省)、X Dignity(慶応大)などでの取り組み

あきらめない。私たちでつくるんだ!