

# 情報社会における評判と誘導

内田 智士

## はじめに

本稿では、現在の情報社会を評判と誘導という二つの視点から見る。情報社会とは、物の生産や消費と同様もしくはそれ以上に、情報の生成・蓄積・伝達・受信といった行為が大きな役割を果たすようになった社会のことである。

例えば、現代の私たちは消費者として多くの時間と金銭を情報の受信に費やしている。また職業として情報の生成や発信・伝達に従事している人も多い。その意味で、現代は情報社会と言える。「情報」と聞くと抽象的に感じるかもしれないが、物理的な物以外の商品の多くは、情報に関する商品やサービスであると考えてよいだろう。

映画や小説を多くの人に提供することは明らかな情報サービスであるが、例えば生命保険や損害保険、健康診断サービスなども情報に重点を置いた商品・サービスと捉えることができる。これらは一般的に情報サービスと

は見なされないかもしれないが、実際にはデータや知識がそのサービスの本質に深く関わっている。保険は、将来のリスクに対する膨大なデータと、それを適切に分析・処理する手法に基づいて設計されている。また、健康診断も、過去の多数の健康データを基に受診者の健康状態を推定し、その結果を分かりやすい形で提供している。消費者が情報そのものや情報に関する商品・サービスを求めるということは、それを供給する仕事が存在するということである。情報の需要が先か供給が先かはここでは重要ではない。重要なのは、現代において多くの人が情報の生成・加工・蓄積・伝達に職業として関わっているという事実である。つまり、多くの人が消費者としてだけでなく、供給者としても情報に深く関与しているのである。

このような環境では、大量のデータとそれを加工し情報の提供を自動的に決定するアルゴリズムが大きな役割を担っており、私たちの日々の意思決定に大きな影響をもたらしていると考えられる。ここでは、他者の自分に対する評価（評判）が可視化されやすいという側面がある。その一方で、企業やプラットフォームなどサービス提供者がユーザーの行動を誘導する仕掛け、例えばダークパターンやナッジ、アテンション・エコノミーなどが急速に浸透しつつある。本稿ではこのように、評判がもたらす協調と制裁のメカニズムや誘導技術が引き起こす操作の現状を見ることで、情報社会の利便性とリスクについて検討する。

## 一、情報社会の動向

まずまず注目される情報化

本章では、情報社会に関する近年の動向について述べる。