

便利な端末が 私たちに行っていること

橋元良明
 はしもとよしあき 東京女子大学現代教養学部教授。一九五五年生まれ。
 専門はコミュニケーション論、健康社会心理学。東京女子大学情報学専攻客員教授
 現職。著書に『管理のコミュニケーション』（勁草書房）、「メディアと日本人
 —変わりゆく日常」（岩波新書）、『誰にも
 本人の情報行動2015』（東京女子大学出版会）、
 『ネットワーク社会』（ミネルヴァ書房）など。

スマホ／ネットが中心——若者の情報行動

まず、今の若者がどれほどモバイル機器にはまっているか、数字で確認してみよう。

我々のグループでは一九九五年以降、五年おきに日本人のメディア利用に関して全国調査を実施している。その中で二〇〇五年から二〇二〇年までの一〇代のテレビ視聴時間、モバイルネット利用時間の推移を示したのが図1である。「モバイルネット」とは携帯電話やスマートフォンを通じたインターネット利用であるが、一〇代の九六・一％、

二〇代の九九・〇％がスマートフォンユーザーであり、ネット利用の大半がそれによるものである。

一〇代では、二〇一五年調査でモバイルネットの利用時間がテレビを上回った。二〇〇五年以降、一〇代のテレビ時間とモバイルネット利用時間の合計は在宅時間の二〇％強を占め（二〇一五年は三・八％、二〇二〇年は三・六％）、この時間は、彼らが自宅で自由に余暇を過ごす時間にはほぼ等しい。この時間枠をテレビとモバイルネット利用が奪い合う形となっている。要するに家で過ごす暇な時間を何で潰すかであるが、二〇一五年以降は、その時間の最優先配分

記憶の外注化がもたらすもの

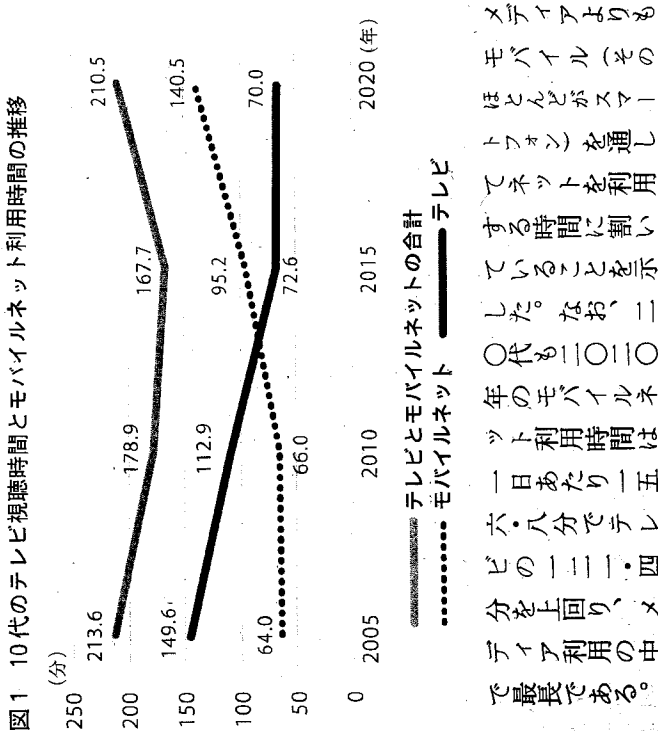
かつて携帯電話もないころ、私たちは、友人や、出前を頼むそば屋など、結構な数の電話番号を記憶していた。ふだんメモ帳など持ち歩かない友人などは、驚異的な数のクラスメイトの電話番号を記憶していた。やがてケータイが普及すると誰も他人の電話番号など覚えなくなった。ケータイが記憶しているのだからあたりまえである。

情報の記憶を外に確保すると、人は自分の脳からその記憶を消し去ってしまう。こうした経験的直感を、コロンビア大学の心理学者スパロウ教授らが実験で確かめた。

実験参加者の半分は、四〇の雑学的知識（たとえば「ダチョウの目は脳より大きい」）を読み、それをキーボードでコンピュータに入力する。事前の指示では、それらはコンピュータ上に保存されることになっている。残りの実験参加者は、入力後、メッセージは削除されるという指示が与えられている。次に実験参加者は紙を渡され、一分以内で先ほどのメッセージをできるだけたくさん書き出すことが求められる。その結果、保存されると思っていた群のメッセージ想起率は、削除されると聞かされていた群より有意に低かった。人は情報が保存されていると考えると、いつでもそれにアクセスできるという認識をもつため、その情報を速

先が、テレビを抑えて、ネット利用に移行した。二〇二〇年はコロナ禍の影響もあり在宅時間が増加したが、その分モバイルネット利用時間が激増した。

以上、現状において、一〇代では自由時間を、他のどの



メディアよりもモバイル（そのほとんどがスマートフォン）を通してネットを利用する時間に割いていることを示した。なお、二〇代も二〇二〇年のモバイルネット利用時間は一日あたり一五六・八分でテレビの二二二・四分を上回り、メディア利用の中で最長である。

ない。自分と方向性の異なる意見には近づかない、あるいは過小評価することが多い。いわゆる「認知的不協和」の回避である。その結果、思考傾向が似通った、あるいは影響を受けてきたブログを好んで閲覧し、自分の考えの枠組みに沿い、自分の考えに確信を与えてくれるツイッター発信者のフォローになる。考えの似た者同士が集う言論空間で、互いに快をもたらずやりとりに終始し、都合のよい方向に議論が進んでしまう現象を音響検査室の共鳴になぞらえて「エコーチェンバー現象」と呼ぶ。心地よい空間の中では、当然、異質な意見は排除され、ネット上には、相交わることのない、いくつかの言論圏のモザイクが生成される。「コロナは風邪に過ぎない」「コロナワクチンは殺人兵器だ」などの主張に賛同する人は、その種の方向性の主張だけがやりとりされる閉ざされたネット上の言論空間で自分たちの信念をより強固にしていき、それに対する反論には耳を貸そうとしない。ネット空間は、熟慮された意見が交換される民主主義の場になるどころか、その障害を助長する契機をはらんでいる。

ツイッターなどのソーシャルメディアの特徴の一つは、時系列的にメッセージが流れるタイムライン方式をとっているところにある。そうした状況では新しいメッセージには注意が向くが、過去の発言をたどるのが面倒になり、冷

静な議論の積み重ねに基づく検証が行なわれにくくなる。まして、多くはスマホ画面で見られるわけで、字数も限られていて。たとえ字数に制限がないとしても、ぐだぐだした長文は嫌われる。そのときどきの身边雑記の交換ならそれでよいとして、政治的な議論などは非常に浅薄で一時の感情に流されたものになってしまいがちである。ソーシャルメディアでのメッセージ交換では深い議論は難しく、話題も大きな声の持ち主の気分に応じてめまぐるしく変わっていく。

集合知の限界

多くの人が知恵を持ち寄って構成する知、いわゆる「集合知」が往々にして個人の判断よりよい結果をもたらすことはよく知られている。たとえば集団的な合意形成の有効性を実体験するために企業の研修などでよく用いられる「NASAゲーム」がそれを示す一例である。このゲームでは、月に不時着陸した宇宙飛行士が、三二〇キロ離れた母船へ月面を移動しなければならぬ。そのとき宇宙船からどのアイテムを持って行くか。一五の中から重要度を順位付けよ、という課題が課される。アイテムはロープ、ピストル、酸素ボンベ、水、磁石などである（選択肢と正解は文末）。まず参加者各自が順位付けを行ない、その後、話し合いをして結論を導く。この課題にはNASAによる正解

があるのがミソで、結論は大概、個人の考えよりもNASAの正解に近づくことになり、研修では「合意形成の大きさ」を学ぶことになっている。

集団における個々人の推測の誤差は、多様性によって相殺され、結果的に集団としては正解に近づいていく、という「多様性予測定理（集合知定理）」は統計学的にも証明されている。

ウィキペディアは、誤情報も多く、しばしば批判されるが、科学的事実などの領域では誤りはかなり少なくなっており、項目によっては集合知のよい面が現れる。ネット上の議論も一見、集合知の成果が現れる場のように思われる。

しかし、ここで注意しなければならないのは、集合知定理がなりたつのは「正解」がある場合に限られるという点である。「日本で一番標高の高い場所にある鉄道の駅はどこか」「携帯電話が固定電話の契約数を凌駕したのは何年か」などの問題は、（誰も正解を知らない状況で）集合知が個知に勝る。この種の問題では、ネットが圧倒的な力を発揮する。しかし、「日本の首都はどこに移転すべきか」「原子力発電所は新たに建造すべきか」など、解のない問題では集合知が正解とは限らない。むしろ、ネット上では先述したように、結論の方向がほとんどんゆがんでゆく場合が多い。何でもネットに聞けば答えが出ると思っていると大きな間

違いを犯すことになる。

注

1 「日本人の情報行動調査」でたとえば二〇二〇年調査の調査対象は全国一二歳から七九歳の男女。有効回収票は一七九〇票。住民基本台帳に基づく層化二段無作為抽出、専門調査員による訪問留置法調査。調査実施は二〇年二月から三月。調査は日記式調査（時間量）と質問票調査からなる。これまでの五年ごとの調査結果はその都度、東京大学出版会から『日本人の情報行動』シリーズとして刊行されている。図1、2、4、5はこの調査からのデータ。

2 Sparrow,B, Liu,J. & Wegner,D.M.(2011). Google Effects on Memory: Cognitive Consequences of Having Information at Our Fingertips. *Science* 333(6043),776-778.

3 イーライ・パリサー（井口耕二訳）『閉じこもるインターネット』早川書房、二〇一二

4 ニコラス・ネグロポンテ（福岡洋一訳）『ビーイング・デジタル——ビットの時代 新装版』アスキー、二〇〇一

5 キャス・サンステイーン（石川幸憲訳）『インターネットは民主主義の敵か』毎日新聞社、二〇〇三

6 ウェブ調査。二〇二一年一月二〇日ー二一日実施。N=二九一五。

7 NASAが重要とした順に①酸素ボンベ、②水、③月から見た星座表、④宇宙食、⑤FM送受信機、⑥ロープ、⑦救急箱、⑧落下傘の絹布、⑨救命筏、⑩照明弾、⑪ピストル、⑫粉ミルク、⑬携帯用暖房機、⑭磁石、⑮マツチ

8 西垣通『集合知とは何か——ネット時代の「知」のゆくえ』中公新書、二〇一三