

## 生産消費者 (Prosumer) が生み出すバイアス

かつて未来学者のアルビン・トフラーは、その著書『第三の波』の中で脱工業化社会の到来を予測した。そして、この脱工業化社会という言葉から、「情報化社会」という派生語が生まれた。それは情報が通常の財やサービスと同じか、またはそれ以上の価値を持ち、情報が政治、経済、文化の中核となる社会の事である。また彼は、同書の中で「生産消費者 (Prosumer)」という造語を用いて、脱工業化社会においては、市場を通さない消費者の生産活動が増大するだろうと述べた。インターネットの登場とその普及は、まさにこの「情報化社会」を一気に加速させ、そして大量の「生産消費者」を生み出したのである。ところで、トフラーは「生産消費者」の例として DIY (do-it-yourself) などを挙げたが、今日のネット社会において、この「生産消費者」はもっと大きな生産と消費の直接的な担い手となっている。それは「情報」の生産と消費である。すなわち、膨大な数のネットユーザーが日々、膨大な量の情報を生産して消費しているのである。しかし、ここで二つの疑問が生じる。一つは「大量生産・大量消費される情報は、どのようにしてその価値が決まるのか」という疑問であり、もう一つは「大量生産・大量消費される情報は、どのようにして取捨選択されるのか」という疑問である。以下、それぞれの疑問について検討する。

第一の情報の価値基準であるが、確かに一部の情報は、通常の財やサービスと同じく価格が付けられて市場で取引される。とりわけ貴重で有益な情報であればあるほど、その価格は跳ね上がる。「価格」が情報の価値基準となっているのである。しかし、ネット社会において日々、大量に生産される情報は、そのほとんどが価格を付けられる事は無い。これは、それらの情報が全くの無価値であるという事を意味するのだろうか。否、ネット社会における新たな情報の価値基準は「注目度」である。注目度が高い情報が価値を持つのである。例えば、Twitter でフォロワー数が多ければ多いほど、ブログでアクセス数が多ければ多いほど、価値が高いとされる。だが、ここに一つの問題がある。価格の場合、市場メカニズムを通じて需給が調整される。例えば、ある財の価格が上がれば、供給は増え需要は減る一方、価格が下がれば、供給は減り需要は増える。こうして需給のバランスが図られる。しかし、注目度はこれとは全く異なる動きを見せる。例えば、注目度は上がれば上がるほど、それはさらなる注目を引く（需要が増える）。のみならず、その情報は他のユーザーによって紹介あるいはコピーされて、さらにネット中に拡散する（供給も増える）のである。逆に注目度が低いと、需要も供給も減少して、その情報は自然消滅してしまう。検索エンジンの結果表示などはそのよい例だろう。結果、一部の意見や議論のみが繰り返し生産、消費され、そこにバイアスが生じる危険がある。

第二の情報の取捨選択であるが、これは第一の情報の価値基準と深く関わっている。確かに、情報の取捨選択には、生産者（送り手）の取捨選択と、消費者（受け手）の取捨選択とに分けられ、それぞれの段階でバイアスが生じる可能性がある。しかし、注目度によって価値が決まるネット社会の情報は、一部の意見や議論のみが繰り返し生産、消費される為に、生産・消費の前段階（情報素材の収集など）ですでにバイアスが生じている可能性がある。つまり、そもそも取捨選択自体が行われていないのである。

その意味で、情報化社会における「生産消費者」が日々、大量生産、大量消費する情報は、実はバイアスに満ちた画一的なものになっている疑いがある。