

【1 分解説】フィルターバブルとは？

総合調査部 副主任研究員 高宮 咲妃

フィルターバブルとは、インターネット上で、ユーザーの過去の行動データに基づく特定の情報ばかり表示することで、見て心地の良い情報だけが強化され、異なる視点が届きにくくなる現象を指します。検索エンジンや SNS 等のアルゴリズムが、過去の閲覧履歴、クリック、いいね、フォロー関係等をもとに「好みそうな」コンテンツを優先的に見せることで起こります。一人ひとりにとって快適で分かりやすい情報環境を作り出す一方で、多様な意見への接触が減り、誤情報の拡散や社会的な分断を助長するリスクをはらんでいます。たとえば、政治的なテーマで自分と同じ考えの投稿ばかり目にすると、あたかも「世の中の大多数が自分と同意見である」と錯覚しやすくなります。これが過度に進むと、社会的な合意形成や建設的な議論が難しくなる恐れがあり、問題視されています。

フィルターバブルを避けるには、ユーザー自身が多様な情報源に意識的に触れ、情報環境の偏りについて理解を深めることが重要です。加えて、フィルターバブルの存在を意識し、自分と異なる意見にも意識的に耳を傾け、他者の考え方を尊重し、理解しようとする姿勢が一層重要になってくるでしょう。