

# 巻 頭 言

うわさ，評判，評価

東北大学原子分子材料科学高等研究機構

西浦 廉政

人のうわさも75日といわれるが、「つぶやき」が主たる媒介となりつつある現在では、数日くらいのオーダーになってしまっているのかもしれない。しかしそれらは消えることはなく、いろいろな動向調査の貴重なソースとなっている。つぶやかなくとも、我々の一挙一動が取り込まれていく。データは削除するより、全部ストックしておく方がむしろ安価な時代になっている。さてレッドバルーンチャレンジという2009年にアメリカのDARPAが企画したsocial network competitionがある。全米に置かれた10個の赤い風船を見つけるという4万ドルの賞金付きの競争である。早く全部見つけたチームが勝ちであり、実際優勝したのはMITのチームだった（詳細はウィキペディアのDARPA Network Challengeを参照）。問題はどのような戦略が有効かということである。彼らのやり方は、発見者に2000ドルの報酬を与えるが、その人を紹介した人にも1000ドル、そのまた紹介者にも500ドルというように、いもづ的に報酬システムを設定したことである。結果として、ちょっと仲間にメールしたというだけで、50ドル以上ももらってしまう人がでてくることになる。これは見つけた人に4000ドルの賞金を払うのとは対照的である。またおどろくべきことに、一見難題と見えるこの探索は、分散多階層報酬システムにより9時間で決着したようである。素早く組織化が行われ、かつそれが効率的に機能したことになるが、全体を見ながら誰かが指令を出していたわけではない。見つけた人にだけ多額の賞金を支払うという通常の場合と何が違って来るかを考えるのは面白い。旧方式では、情報を共有し、仲間のネットワークを作ろうというインセンティブがあまり働かない。むしろ関連情報は隠そうとするだろう。信頼性、協調性が自然に発生する方式ではないのである。一方MIT方式では、参加者は金銭的報酬よりは、「ちょっとやってみようかな」という社会的絆への参加が強く働くと思われる。新たに何か電気製品を購入しようというときの行動パターンは、まずはネットで値段やそのコスパの評判を見てから、通販で買うか、少し心配な人は、直接電気屋さんに行って本物のデザインや色、スイッチの感じなどを確認してから買うだろう。基本は評判で買ってしまいう傾向が高いし、百歩譲っても、悪い評判が多いと、躊躇してしまうだろう。しかしその評判そのものをどう載せているのかは、かなり恣意的である。

我々の業績評価も最近ではIF値、引用数など、中身の評価ではなく、ある意味アクセス数とも言うべき「評判」で判定が下されることも増えてきた。数学者の間では、そんなことは意に介さないし、また数学・数理学系は著名な国際誌でも軒並みIF値は低いので、それは本質的ではないと言い張っても実害はないだろう。しかし他分野の人達

が大勢いる場合、あるいは全学的な範囲まで広がると、そう簡単ではなくなる。少なくとも別の評価軸を提案するか、あるいは本当の「評価」の原点に戻る必要があるだろう。このような傾向が普及した理由は、膨大なデータの取り扱いが楽にできるようになったことと、評価にかける「時間」の短縮が奨励されるからである。Editor をやっているとき、まだ reviewer が査読中でも、時間がかかっていると、「私の提出した原稿は今どうなっているのだ？」とおしかりを受ける頻度が多くなった。投稿論文をゆっくり眺めて、reviewer にも丁寧に読んでもらっていると、Editor サイトでは赤信号が点滅している状態である。いっそのこと、レッドブルーン方式で、Editor とその雑誌がもつ reviewer network（今やこれはかなり広いものではあるが）をうまく拡張して、open review 方式にすると、本当の「評価」もわりと早く来るかもしれない。しかしそれを整理統合する Editor は今のようなボランティアベースではややきついかもしれない。いよいよ人工知能に登場してもらわねばいけないようである！？