

＜アテンションエコノミー×AI＞と 消費者の自律的な意思決定 ――潜在的認知システムの保護――

慶應義塾大学大学院法務研究科 教授
山本 龍彦

1. 「アテンション・エコノミー」とは何か？

◆情報空間の「新たな統治者」は誰か？

- プラットフォームが情報空間のゲートキーパーに。
- あらゆるメディアが基本的にはプラットフォームでの競争を強いられる（新聞コンテンツの隣に陰謀論？ 「仕切り」のない世界で）
- プラットフォームのビジネス・モデルとは何か？
- それがアテンション・エコノミー！

1. 「アテンション・エコノミー」とは何か？

◆ 「アテンション・エコノミー」とは？

- インターネットの普及による情報過多世界では、人々が払える「アテンション（関心）」や消費時間が情報量に対して圧倒的に希少となるため、これが交換財として経済的価値を持つようになる。

→ SNSは「無料」か？

→ 魅惑的なコンテンツで利用者を引きつけ、
そこで獲得した当該利用者の消費時間ないしアテンションを
広告主等に販売するというビジネス・モデル
(「セイレーン・サーバー」 E. Glen Weyl)

ホメーロスの叙事詩『オデュッセイア』で 英雄オデュッセウスを誘惑する魔女セイレーン



「セイレーンに襲われるオデュッセウス一行」(1891)

ジョン・ウィリアム・ウォーターハウス (John William Waterhouse, 1849 - 1917)

1. 「アテンション・エコノミー」とは？

○ アテンション・エコノミーの歴史

→ 人のアテンションの取引は古くから存在。1830年代に、ニューヨーク・サン紙などが採用。その後に登場した民間のラジオ・テレビ放送も、基本的にはこのビジネス・モデルを維持。

But Facebook (現Meta) やGoogleなどは、このモデルに「ほぼ排他的 (nearly exclusively) に依存」 (Tim Wu)。

See Tim Wu, Is the First Amendment Obsolete, 117 MICH. L. REV. 547(2018)

※ノーベル経済学賞（1978年）を受賞した認知心理学・経済学者のハーバード・サイモンが、1960年代後半に「予言」。「アテンション・エコノミー」という言葉は、1997年にアメリカの社会学者であるマイケル・ゴールドバーグによって提唱。ゴールドバーグは、アテンションは未来の通貨であり、貨幣は時代遅れになると主張。

※国連も昨年、文書。United Nations, "New Economics for Sustainable Development: Attention Economy", at https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/attention_economy_feb.pdf

1. 「アテンション・エコノミー」とは？

○ アテンション・エコノミーの歴史

→ プラットフォームの台頭により、アテンション市場が急速に拡大。

※ウー（Tim Wu）によれば、現在では情報の受け手の全ての時間が——かつては非商業的な時間であった友人や家族と過ごす時間さえも——激しい競争の的となっており、「我々の毎時間、実際には毎秒が、それを支配しようという商業的アクターの標的になっている」。

※「パートナーとつながったり、本を読んだり、終わらせようと思っていた他のことをしたりするのに使えたはずの時間」を失っている。「気を逸らすような情報や刺激的な出来事が、四六時中あらゆる方向から押し寄せてくるのは、あなたのせいではない。それがアテンション・エコノミーなのだ」（Megan Wray）。

→レイは、アテンションは「他の何よりも貴重な資源（resource more valuable than anything else）と指摘。

1. 「アテンション・エコノミー」とは？

○ アテンション・エコノミーの歴史

→ プラットフォームは、可能な限り多くの時間、多くのアテンションを獲得するため、データを駆使して、その利用者が「最も強く反応するもの」を予測。

→ アテンション市場においては「思想の競争」から「刺激の競争」へ

※「1日平均7時間もネットに費やすということは、巨大テックがアルゴリズムをマスターした証拠だ」
(Wray)

※ Xの広告収益システム（2023年7月～。過去3か月の投稿のインプレッション〔表示回数〕が500万件以上などで広告収益）と偽情報等の投稿（能登半島地震）、私人逮捕系YouTuberの発言（「広告収入を得て有名になりたかった」 PRESIDENT ONLINE2023年11月18日）

2. アテンション・エコノミーの課題

(1) アテンションの振り分けに関する自己決定権

○ AIとアテンション・エコノミー——その相性の良さ

→ AIプロファイリングのひろがり（“脆弱性”のプロファイリングも可能）

※ケンブリッジ・アナリティカ社の行動マイクロターゲティング（行動心理学や社会心理学などの知見をも動員して構築された、性格のタイプ分析。「神経症で極端に自意識過剰」「陰謀論に傾きやすい」「衝動的怒りに流される」などと細かく分類）。某企業も、接触頻度影響タイプ、助言信用タイプなど、370項目以上のフラグ。

→ AIを用いたプロファイリングにより、当該利用者が「最も強く反応するもの」を高い精度で予測可能に。

※今後、統合失調症や幸福感のような細かい精神状態までAIで予測できるようになれば、個人の認知過程に直接介入してアテンションを「奪う（grab）」ことも可能（潜在認知への直接的な働きかけ）。

2. アテンション・エコノミーの課題

○ アテンションの「強奪」が起きている？

- ・ 「アテンション決定（attentional decision）」を行う脳のメカニズム（思考モード）
 - ① 直感的で処理速度の速い「システム1（自動システム）」
 - ② 論理的・内省的で処理速度の遅い「システム2（熟慮システム）」（二重過程論）

2. アテンション・エコノミーの課題

- 心理学や脳神経科学といった認知科学の知見を駆使したUX（ユーザー体験）やレコメンデーションは、①に強く働きかけ、「意思」を介在させないかたちでユーザーのアテンションを奪う傾向。

※若年層に人気のある短尺動画プラットフォームのTikTokは、縦スクロール画面に利用者の嗜好に合った動画を次々とレコメンドし、閲覧のために画面を指でスワイプさせる「For You Page」をもつ。この「縦スクロール＋スワイプ＋レコメンデーション」は、利用者のドーパミンを誘発し、スワイプする指を止められなくなる「究極のスロットマシーン」とか、「デジタル・コカイン」などと呼ばれ、その中毒性の高さが指摘されている。

2. アテンション・エコノミーの課題

→ 「ドーパミン誘発型UX (dopamine-triggering UX)」は、①システムを刺激し、自動的な「反射」を強制的に引き出す。

ティム・ウー (Tim Wu) は、これを「同意によらないアテンションの強奪 (seizure)」と呼ぶ。さらに、「囚われの聴衆 (captive audience)」と表現。

※日本では、「囚われの聴衆」論は、地下鉄車内という、逃げられない限定された空間で音声広告を強制的に聞かされることが人格権侵害に当たるかが争われた事件で活発に議論。

2. アテンション・エコノミーの課題

●DSAの背景・目的

・プラットフォーム事業者は、ユーザーの情報に基づいてプロフィールを作成し、パーソナライズされたコンテンツを提供している。こうしたレコメンドシステムは、ユーザーエンゲージメントの最大化が目的であり、企業はユーザーを多様なコンテンツに触れさせるのではなく、最も惹きつけるコンテンツに触れさせることを優先する。これは、ユーザーの多様なコンテンツへの接触や情報へのアクセスに悪影響を与える可能性がある。

・ レコメンドシステムの具体的な手法や根拠については、透明性が欠如しており、ユーザーが無自覚のうちにセンセーショナル/虚偽/過激なコンテンツの「ラビットホール〔底なし沼〕」に嵌まることになりかねないという懸念が繰り返し提起されてきた。

※以上の記述は、総務省「デジタル空間における情報流通の健全性確保の在り方に関する検討会ワーキンググループ（第14回）」資料WG14-1 みずほリサーチ&テクノロジーズ「レコメンデーションやアルゴリズムに関するルール整備の諸外国動向調査 結果紹介」から引用。次頁も同様。

2. アテンション・エコノミーの課題

● 欧州委員会による執行事例

■ TikTokに対する正式な手続き

• 2024年2月19日、正式なDSA違反の評価手続きを開始すると発表。これは、TikTokが過去に提出したリスク評価報告書の分析、および欧州委員会のRFI〔情報要求〕に対する回答など、これまでに実施された予備調査に基づき、正式な調査を行うもの。

• 調査の論点は以下のとおり

➤ アルゴリズムを含むTikTokのシステム設計に起因する、実際のまたは予見され得る悪影響の観点からの、依存症やいわゆる「ラビットホール効果」の誘発につながるシステムのリスクの評価と軽減に関連するDSA義務の遵守状況

このような評価は、人の身体的・精神的福利に対する基本的権利の行使、児童の権利の尊重、および過激化の過程への影響に対する潜在的リスクに対抗するために必要となる。また、TikTokが不適切なコンテンツへの未成年者のアクセスを防止するために使用している年齢確認ツールなど、一部の緩和措置が、合理的、比例的かつ効果的でない可能性がある

(略)

2. アテンション・エコノミーの課題

→ アテンションを強制的に奪われるといった状況が、ネットにおいて日常的に起きている：

認知過程への介入によるアテンションの窃取・強奪は、利用者の「認知的損傷（cognitive impairment）」をもたらし、「**思考の自由（liberty of thought）**」を侵害する（Wu）。

→ 「思考」を奪う？

2. アテンション・エコノミーの課題

→プロファイリングに基づくターゲティング、レコメンデーションは、自律的な意思決定を歪めるリスクをもつのではないか。

○DSA

第26条 オンラインプラットフォームにおける広告

3. オンラインプラットフォームのプロバイダは、GDPR第9条（1）で言及される特別カテゴリーの個人データを使用して、・・・プロファイリングに基づいて、サービス受領者に広告を提示してはならない。

第28条 未成年者のオンラインでの保護

2. オンラインプラットフォームのプロバイダは、サービス受領者が未成年者であることを合理的な確実性をもって認識している場合、サービス受領者の個人情報を使用して、GDPR第4条（4）に定義されるプロファイリングに基づく広告をそのインターフェイス上で提示してはならない。

第38条 レコメンダーシステム

第27条に定める要件（注：レコメンダーシステムの透明性）に加え、レコメンダーシステムを使用する超大規模オンラインプラットフォームおよび超大規模オンライン検索エンジンのプロバイダは、GDPR第4条（4）に定義されるプロファイリングに基づかない少なくとも1つのオプションを各レコメンダーシステムに提供しなければならない。

2. アテンション・エコノミーの課題

○DMA

第15条 監督の義務

1. 第3条に基づく指定後6ヶ月以内に、ゲートキーパーは、・・・そのコアプラットフォームサービスに適用している、またはそのコアプラットフォームサービス全体にわたって適用している消費者のプロファイリング技術について、独自に監査した説明を欧州委員会に提出しなければならない。欧州委員会は、監査済みの説明を欧州データ保護委員会に提出しなければならない。
2. 欧州委員会は、監査の方法および手順を策定するために、第46条(1)の(g)に言及する実施法を採択することができる。
3. ゲートキーパーは、第1項の監査された記述の概要を公開しなければならない。 その際、ゲートキーパーは、その営業秘密を尊重する必要性を考慮する権利を有する。ゲートキーパーは、少なくとも年1回、その説明と概要を更新しなければならない

第46条 実施規定

1. 欧州委員会は、以下の適用に関する詳細な取り決めを定めた実施法を採択することができる：（略）

(g) 第15条(1)に規定されている、消費者のプロファイリングに使用される技術に関する監査説明の方法および手順。この目的のために実施法の草案を作成する場合、欧州委員会は欧州データ保護監督官に諮問するものとし、欧州データ保護会議、市民社会およびその他の関連専門家に諮問することができる；（略）

2. アテンション・エコノミーの課題

○EU消費者保護規則のより良い執行と現代化に関する指令

序文(45) 事業者は、自動化された意思決定と消費者行動のプロファイリングに基づいて、特定の消費者または特定のカテゴリーの消費者に提供する価格をパーソナライズすることができる。したがって、消費者は、提示された価格が自動化された意思決定に基づいてパーソナライズされた場合、購買決定において潜在的なリスクを考慮できるよう、明確に通知されるべきである。従って、指令2011/83/EUに、自動化された意思決定に基づいて価格がパーソナライズされた場合に消費者に通知するための特定の情報要件を追加すべきである。この情報要件は、自動化された意思決定に基づくパーソナライズを伴わない場合、市場の需要に応じて非常に柔軟かつ迅速に価格を変更する「ダイナミック」または「リアルタイム」価格設定などの手法には適用されるべきではない。

※DSA等の訳は、総務省「ICTサービスの利用環境の整備に関する研究会 利用者情報に関するワーキンググループ（第3回）」資料3-1 三菱総合研究所（MRI）「ダークパターン及びプロファイリングについて」を参照。

2. アテンション・エコノミーの課題

※一般的問題としての「囚われの聴衆」

= ダークパターン

- ・「ユーザーの自律性、意思決定または選択を破壊または損なう実質的効果をもって設計または操作されたユーザー・インターフェース」(CPRA、CPA)

- ・DSA第25条オンライン・インターフェースの設計と構成：「1. オンライン・プラットフォーム提供者は、そのサービスの受領者を欺いたり操作したりするような方法で、またはそのサービスの受領者が自由かつ情報に基づいた決定を行う能力をその他の方法で実質的に歪めたり損なったりする方法で、オンライン・インターフェースを設計、構成、運営しないものとする」。

- ・「ユーザーを混乱させ、実際の選好とは異なる特定の行動を取らせるように意図的にデザインされたUI」(Danyang Li)

→「システム1」のハッキング (“Dark patterns can induce users to make irrational choices because they prompt users to use System 1 decision-making, which relies on impulse and heuristics, instead of System 2, which involves deliberate thinking”. Li, supra)。

(例) 一度入ると出られないUI (“Roach Motel”)

→「タークパターンは、コソコソして、しばしば平均的な者には気づかれない。それらは、全員が気づかずに持っている認知バイアスを利用しているのである」(William Blesch)

→誘導されていることに気づきにくい

2. アテンション・エコノミーの課題

(MRI資料より引用)

●プリンストン大学・シカゴ大学の研究者は、①ダークパターンの使用状況に関する大規模な調査、②調査結果に基づく認知バイアスの観点からの分類を実施し、2019年に発表した。調査対象とした1万1千強のショッピングサイトのうち、1,254 (11.1%) のサイトでダークパターンが発見された。また、ダークパターンについて7カテゴリ15パターンの分類を作成した。

Arunesh Mathur, Gunes Acar , Michael J. Friedman, Elena Lucherini , Jonathan Mayer, Marshini Chetty, Arvind Narayanan, “Dark Patterns at Scale: Findings from a Crawl of 11K Shopping Websites”, <https://webtransparency.cs.princeton.edu/dark-patterns/>

【用いられる認知バイアス】

アンカリング効果：個人が将来の意思決定において、最初の情報（「アンカー」）に過度に依存する傾向。

バンドワゴン効果：他人が何かを評価しているように見えることにより、個人がその何かをより高く評価する傾向。

デフォルト効果：惰性により、デフォルトで割り当てられた選択肢に固執する個人の傾向。

フレーミング効果：同じ情報であっても、その提示のされ方によって、個人が異なる判断を下す傾向。「額縁効果」。

希少性バイアス：希少価値の高いものに高い価値を見出す個人の傾向。

サンクコストの誤謬：ある行為に資源を投入した場合、その行為によって不利益を被る可能性があっても、その行為を継続しようとする個人の傾向。

2. アテンション・エコノミーの課題

●EUのAI法案

第5条 禁止されるAI実践

1. The following AI practices shall be prohibited:

- (a) the placing on the market, the putting into service or the use of an AI system that deploys subliminal techniques beyond a person's consciousness or purposefully manipulative or deceptive techniques, with the objective, or the effect of, materially distorting the behaviour of a person or a group of persons by appreciably impairing their ability to make an informed decision, thereby causing a person to take a decision that that person would not have otherwise taken in a manner that causes or is likely to cause that person, another person or group of persons significant harm;

→十分な情報に基づいた意思決定（informed decision）を行う能力を著しく傷つけることによって、人または人の集団の振る舞いを実質的に歪め、それによって、その人、他者または人の集団に重大な損害を与える、または与える可能性のある方法で、その人が他の方法では行わなかったであろう意思決定を行わせる目的または効果を伴うかたちで、人の意識を超えたサブリミナル的技法、または意図的に操作的もしくは欺瞞的な技法を展開するAIシステムを市場に投入、サービス開始、または使用すること。

※プロファイリング&ダークパターン？ 自律的な「思考」を奪い、人の振る舞いを操作する欺瞞的技法を可能にするAIシステム。「プロファイリングにより個々のユーザの特徴や脆弱性を把握した上で、それに応じてダークパターンを使い分け、より効果的にユーザの『操作（manipulation）』を行うこと」（MRI）。

2. アテンション・エコノミーの課題

●EUのAI法案（仮訳）

第5条 禁止されるAI実践

(b) the placing on the market, the putting into service or the use of an AI system that exploits any of the vulnerabilities of a person or a specific group of persons due to their age, disability or a specific social or economic situation, with the objective, or the effect, of materially distorting the behaviour of that person or a person belonging to that group in a manner that causes or is reasonably likely to cause that person or another person significant harm;

→当該個人または他の者に重大な損害を与えるか、または与える合理的な可能性がある方法で、当該個人または当該集団に属する者の振る舞いを著しく歪める目的または効果を伴うかたちで、年齢、障害、または特定の社会的もしくは経済的状況に起因する個人または特定の集団の脆弱性を悪用（exploits）するAIシステムを市場に投入、サービス開始、または使用すること。

※年齢、障害等の脆弱性につけ込み、振る舞いを操作するAIシステム

2. アテンション・エコノミーの課題

●EUのAI法案

(c) the placing on the market, the putting into service or the use of AI systems for the purpose of the evaluation or classification of natural persons or groups of persons over a certain period of time based on their social behaviour or known, inferred or predicted personal or personality characteristics, with the social score leading to either or both of the following:

(i) detrimental or unfavourable treatment of certain natural persons or whole groups of persons in social contexts that are unrelated to the contexts in which the data was originally generated or collected;

(ii) detrimental or unfavourable treatment of certain natural persons or groups of persons that is unjustified or disproportionate to their social behaviour or its gravity;

→(c)次のいずれか又は両方をもたらす社会的スコアをもって、社会的振る舞い又は既知、推論若しくは予測される個人的若しくは人格的特徴に基づき、一定期間にわたって自然人又は集団の評価又は分類を行う目的でAIシステムを市場に投入、使用開始又は使用すること。

(i) データが当初生成または収集された文脈とは無関係な社会的文脈において、特定の自然人または集団全体に対して有害または不利な取扱いを行うこと。

(ii) 特定の自然人または集団に対して、正当化されない、又はその社会的振る舞いやその重大性に不釣り合いな有害または不利な取扱いを行うこと。

2. アテンション・エコノミーの課題

※一般的問題としての「囚われの聴衆」

= ダークパタン

- ・「ユーザーの自律性、意思決定または選択を破壊または損なう実質的効果をもって設計または操作されたユーザー・インターフェース」(CPRA、CPA)

- ・

- ・「ユーザーを混乱させ、実際の選好とは異なる特定の行動を取らせるように意図的にデザインされたUI」(Danyang Li)

→「システム1」のハッキング (“Dark patterns can induce users to make irrational choices because they prompt users to use System 1 decision-making, which relies on impulse and heuristics, instead of System 2, which involves deliberate thinking”. Li, supra)。

(例) 解約を困難にするUI (“Roach Motel”)

→「タークパタンは、コソコソして、しばしば平均的な者には気づかれない。それらは、全員が気づかずにもっている認知バイアスを利用しているのである」(William Blesch)

→誘導されていることに気づきにくい

2. アテンション・エコノミーの課題

※現行の消費者法の前提？

①基本的には対面型、直接対話型の契約締結過程を前提

→消費者の取消しを基礎づける事業者の困惑惹起行為として、一定の物理的空間に消費者の（物理的）身体を拘束することを挙げている（事業者による不退去および退去妨害）

→現在は、特定のバーチャル空間に仮想的身体を「閉じ込められる」ことも問題（「囚われの聴衆」、ダークパターン）

②基本的には明確な被害意識の存在を前提（「困惑」etc.）

→気づく消費者問題／気づかない消費者問題（低被害意識問題）

※プロファイリング&ダークパターンなどは、消費者の「（無意識）インサイト」への働きかけ（消費者本人も認識していない欲求→「意思」の捏造）

課題：既存の消費者団体はデジタル技術の利用により先鋭化しつつある「認知」問題（ダークパタン、ニューロ・マーケティング、アテンション「搾取」etc.）に対応できているか？

→消費者団体は、デジタル化の「消費者問題」というと、いまだ「ECサイトの取引トラブル」などが中心にあるのではないか（＝被害意識が存在するデジタル問題）。

→消費者の認知過程を保護し、自律的な意思決定を支援すること

2. アテンション・エコノミーの課題

(2) 偽情報、誹謗中傷

- アテンション・エコノミーの下では、丹念な取材を基に書かれた 退屈な真実よりも、座して書かれた刺激的な噂話の方が儲かり、「炎上」が利益を生む。嘘か誠かは重要でない。関心を引く偽情報は、真実よりも速く拡散する。否定的で真新しい情報は人間のアテンションをつかむ傾向があり、また、こうした情報については他者と共有したいという人間の認知傾向（システム1）がある。
- 思想内容の良し悪しにかかわらず、システム1の思考モードとマッチする触発的（hair-trigger）な言論が勝利。
- 「刺激＝感情」の連鎖
 - ※兵器化する「表現」（認知領域に介入して社会を混乱させることも容易に＝認知戦）

2. アテンション・エコノミーの課題

- ・「思想の競争」から「刺激の競争」へ（post-truthの時代へ。フェイクニュース、ジャーナリズムの衰退）

→ 「嘘つきの分け前（liar's dividend）」：

嘘か誠かわからぬ世界になれば、嘘つきは——彼の国の大統領がよくそうするように——対抗言論に対して「それはフェイクだ」と言えばよい。思想市場は、思想内容の競争の場ではなく、「フェイクだ」という叫びの応酬の場となり、その叫びが聴衆のアテンションを最も引きつけた者が勝者となる。

→ ディープフェイクについては潜在認知に残り続ける。

2. アテンション・エコノミーの課題

・ディープ・フェイク

→ GAN（Generative Adversarial Networks. 敵対的生成ネットワーク）のような機械学習を使った素材加工により、偽物か本物かの区別がさらに難しくなる。

もともと「否定的で真新しい情報（negative and novel information）」は人間のアテンションをつかむ傾向があり、またこうした情報については他者と共有したいという人間の認知傾向があることから、フェイクニュースとアテンション・エコノミーとの相性は良かった。ディープ・フェイクは、この問題状況を一層深刻化させる。

+ 潜在認知

2. アテンション・エコノミーの課題

・生成AI

→ 「おいしい毒林檎」??

→ 偏りや誤り（という「毒」を含むが、喉ごしがなめらか（「もっともらしさ」。毒に気づきにくい）

→ 抵抗感、違和感がなくなり、どんどん食べてしまう

→ 認知の歪みへ

※個人の嗜好等に合わせてカスタマイズされた生成AIは偏食（偏愛）を生む（「フィルターバブル」の強化）

→ 「子どもが知っていて信頼しているキャラクターを使って、ある選択をするように圧力をかけること。例：有名なマンガのキャラクターを使い、子どもにアプリ内課金をさせる」は、FTCでは欺瞞的行為。キャラクター・コンシェルジュの問題。

2. アテンション・エコノミーの課題

・フェイク群衆

- ボットらによって作り出される「フェイク群衆（fake crowds）」（「世論」捏造）
- 中国政府はSNS上で多くのコメントを捏造・投稿し、論争の主題を操作。「情報フラッディング（意図的氾濫）」により、人々の目先を変え、政府批判を抑え込んでいる（Gary King）。
- ロシア政府が、自らにとって不都合な相手を攻撃するため、官民の「混合隊」を結成し、オンライン・トロローリング（対象が児童虐待やDVをしているなどの「荒らし」投稿を組織的に行うこと）を仕掛けていているというのも周知のとおり。

2. アテンション・エコノミーの課題

- フェイク群衆

- 「聞き手が、所与の問題に捧げられる時間幅を厳しく制限されているとき、聞き手が深く掘り下げることは滅多になく、反対意見が聞かれることもない。そうした環境下では、フラッディングは、伝統的な検閲形式と同じぐらい効果的だ」 (Tim Wu)

※生成AIにより問題がさらに複雑化することが予想される。

2. アテンション・エコノミーの課題

(3) フィルターバブル、エコーチェンバー

- アテンション・エコノミーの下では、利用者のアテンションを特定プラットフォームに引きつけておくために、AI等を使って利用者の趣味嗜好や政治的傾向等を予測した上で、それらに適合しない情報をフィルタリング（濾過）し、その者のアテンションを引く情報——思わずクリックしたくなる情報——ばかりを集めた「泡」を当該利用者の周囲に作る。
- フィルターバブルは、個人が多様な思想に触れ、自らの支持する思想を他の思想を踏まえて反省的に吟味する機会を失わせる。
- 「思想の自由市場」の前提を浸食し得る。

2. アテンション・エコノミーの課題

- エコーチェンバー現象により利用者が「部族化」
分断の加速（中庸の思想は関心を集めずに埋没するだけでなく、部族化した空間でしばしば狩りの対象となり、沈黙を余儀なくされる）
- 極端な思想が「対抗言論」を受けずに増幅。
+ フェイク群衆 = 偏向するネット世論。

※エコーチェンバーと陰謀論、そして暴力.....（連邦議会襲撃事件）

※真実錯覚効果（illusory truth effect）：繰り返し同じ情報に接触することで、その情報が正しく感じれるようになること。

→ 「虚偽しか聞かない者にとって、真実は存在しない」（G. Michael Parsons）

2. アテンション・エコノミーの課題

(4) まとめ

- 「システム 1」が刺激され続けられる情動的・反射的空間
(原始的な感情が支配する言論空間？ 自然的・野性的な人間への逆行？)。
- こうした空間はこれまでも存在したが、一部にとどまっていた
(能動的に行動しないとアクセスできなかった。
「スポーツ新聞を買う」「オカルト系雑誌を買う」)。
しかし、それが全体を覆う・・・。

2. アテンション・エコノミーの課題

○ 影響

① 個への影響：自己決定（「思考」の弱体化、アテンションの主體的振り分け、ハムスターの回し車と機会喪失、自己実現、健康、犯罪に向けた衝動と実行）

※「お金になれば、我々がアテンションを向けたコンテンツが我々の集合的な精神衛生に害を与えていようが、アテンション・エコノミーは気にしない。・・・悲劇的で恐ろしいコンテンツはクリックをされるが、それが我々が目にする全てであれば、我々の世界観はますますネガティブになる。加えて、危険を感じる慢性的なストレスは、健康にも有害である」

（Wray）。救急車のサイレンを我々は無視できない。現在のアテンション・エコノミーでは、ずっとサイレンを浴びているようなもの（Wray）。

※人間の注意持続時間（8秒）は金魚（7秒）より短くなっているとの指摘も。「集中力のないことで有名な金魚の平均的な注意持続時間は9秒だが、マイクロソフト社の新しい研究によると、現在、人々は一般的に8秒で集中力を失っており、デジタル化が進むライフスタイルが脳に与える影響が浮き彫りになっている」。 <https://time.com/3858309/attention-spans-goldfish/>

② 社会への影響：民主主義（分断、閉じ込め→「公共」との切断 etc.）

4. 終わりに

●日本

→EUや米国と比べて、「プロファイリング天国」、「マインド・ハッキング天国」？

→実被害は問題視されるが、それ以前の自律的意思決定・自己決定への介入には比較的寛容？（結果よければすべてよし？ But 「結果」とは何か？ 快楽？「安楽への隷属」藤田省三？）

But 人間の「理性」の限界は無視できない。脆弱性を内在していることを前提。

→法制度×技術（ナッジ）×リテラシー

→「弱いが、強い個人」＝オデュッセウスの智慧