



インターネットとの向き合い方

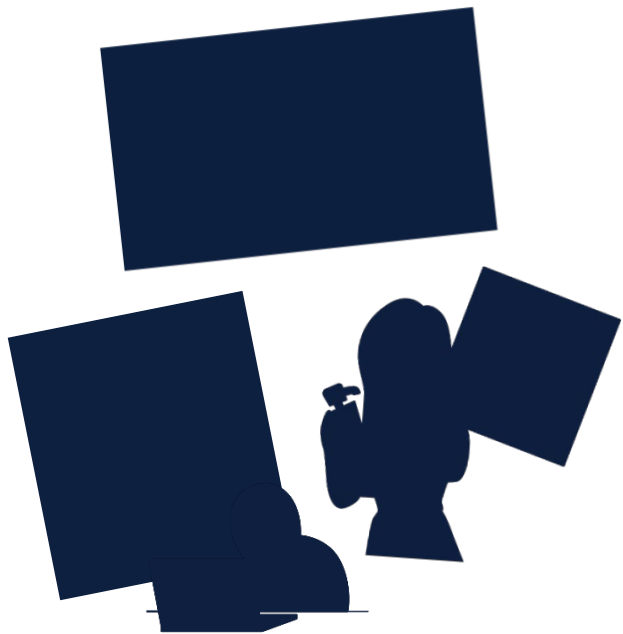
はじめての

アテンション・

エコノミー

第1版

... この講座で学ぶこと ...



世の中は

?

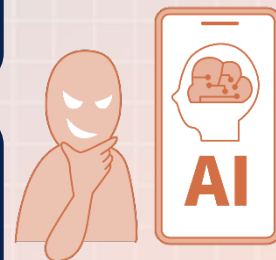
人たちであふれている

目次

01 アテンション・エコノミーとは？

02 理解度テスト

03 私たちはどうすればいいのか？

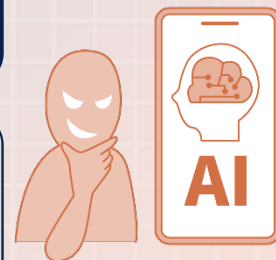


目次

01 アテンション・エコノミーとは？

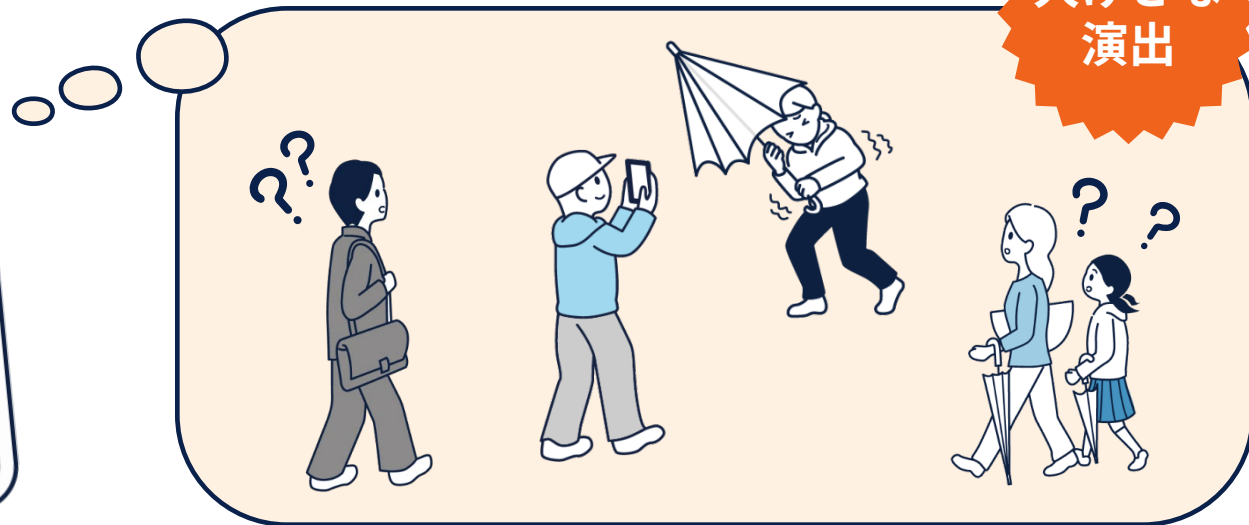
02 理解度テスト

03 私たちはどうすればいいのか？



とうこう

／ こんな動画投稿も・・・ ／



「見てもらえる」こと自体に価値が生まれる
＝ **アテンション・エコノミー**

【アテンション・エコノミー】

情報過多の社会においては、供給される情報量に比して、我々が支払えるアテンションないし消費時間が希少となるため、それらが経済的価値を持って市場（アテンション・マーケット）で流通するようになる。こうした経済モデルは、一般に「アテンション・エコノミー」と呼ばれる。出典：総務省 令和5年版情報通信白書（p.30）<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r05/pdf/n2300000.pdf>

＼ 動画サイトで ＼

めいわく
迷惑系
動画



ばくろ
暴露系
動画



たいほ
私人逮捕
系動画



サムネイル
詐欺



／ ネットニュースなどで ／

情報の
ぼやかし



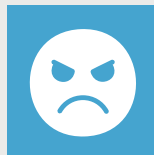
タレントの「変わり果てた姿」にネット^{しょうげき}衝撃！
「絶句した」「ショック」「びっくり」



あの有名女優！
SNSでファンに向けて、たった4文字で^{とうこう}投稿



友人に^{そうげい}送迎を頼んだらガソリン代を^{たの}請求された
ひどいと思いませんか？



かんちが
勘違い
する表現

このような「見出し」も
アテンション・エコノミー の一種

／ ^{しんらい}信頼できるのは **A**と**B**、どっち？ ／

A



私はとても
^{しんらい}信頼される人間です

B



この人はとても
^{しんらい}信頼できる方です



タレントにこっそり
商品を宣伝してもらう・・・



ステルスマーケティング

第三者を介した^{かい}情報は信じられやすい
という「心理効果」を利用した手法。
日本では2023年10月からステマを禁止 (※)

※ 「不当景品類及び不当表示防止法（景品表示法）」



SNSや動画サイトが「^{とうこう}投稿の収益化の仕組み」を提供。

情報を発信することで、個人でも収益を得られるように。

- 不確かな情報
- ウソ
- まちが間違い
- きょくたん極端な考え



社会不安の
広がり



社会全体の
非効率化



情報全般に
対する不信

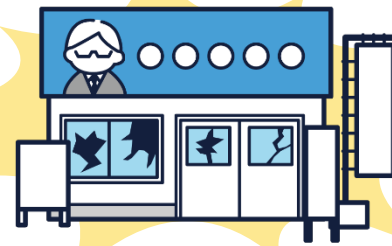
だれ
誰でも簡単に情報発信ができる



まちが
不確かな情報、ウソ、間違いも
発信できる

世の中が不確かな情報であふれたら
すべてを疑わなければならない
むだ
無駄なコストが発生。

社会全体に不信感 が広がり、
マイナスの影響を与える深刻な問題に。



選挙に
関する情報

例えば選挙において「実はその情報は間違っていた」と判明したときには、投票も開票も終わっているかも...

民主主義の根幹を揺るがす深刻な問題に。



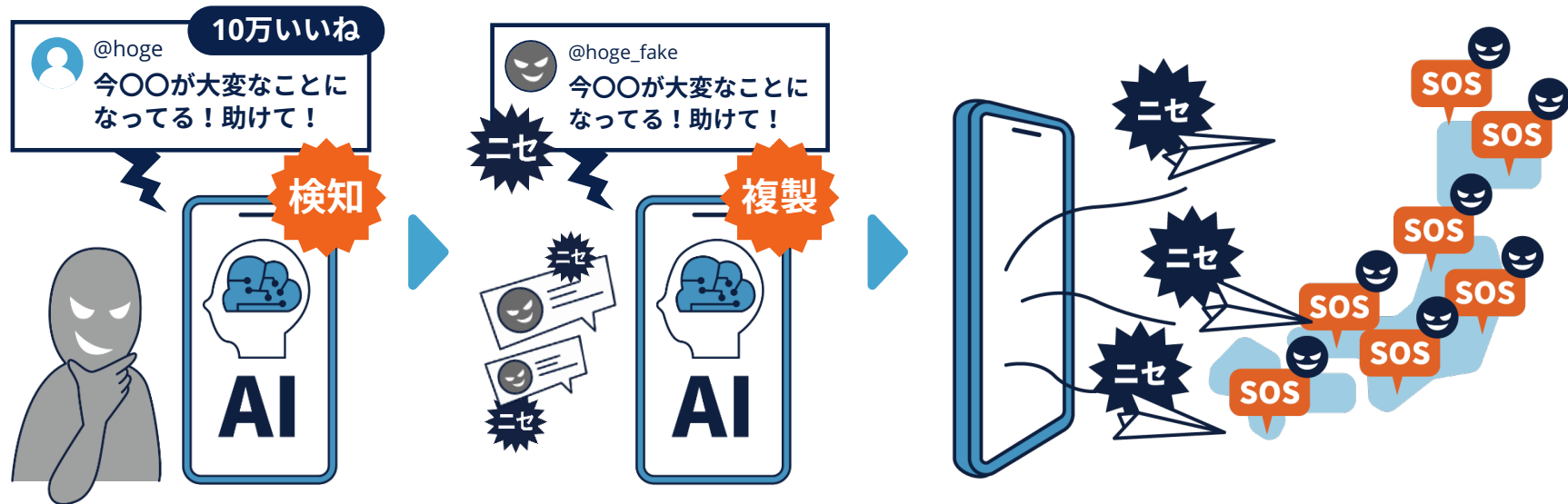
災害に
関する情報

ウソの救助要請^{ようせい}を投稿^{とうこう}して拡散する「災害デマ」。
災害デマにより **本当に助けるべき人達を**
救助できなくなる可能性も。



いりょう
医療に
関する情報

もし**不確かな情報が拡散**し、それを信じてしまうと、
後に病気に悩まされるような**深刻なケース**にも
繋がりがかねない。



本当に助けて欲しい人の ようせい 救助要請が拡散している様子をAIが検知。

「今こういう とうこう 投稿をすると拡散するのか」とAIが判断し、

似たような とうこう 投稿を大量に行うことも可能。

情報を
見てもらうことの
価値が向上



だれ
誰でも
利益を得られる
仕組みが出現

激しい競争の結果

情報の質が低下



目次

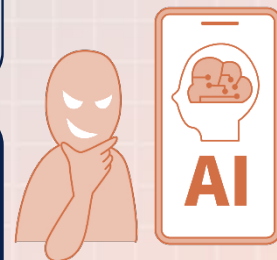
01 アテンション・エコノミーとは？

02 理解度テスト

03 私たちはどうすればいいのか？



!!



!!



問題

1

情報が飛び交う現代社会では、
情報が **?** されること自体に
価値が生まれており、それは
アテンション・エコノミー と呼ばれている。
情報を見せたい人達による
? そうだつせん の争奪戦が起きてきている状況だ。

問題1 答え

情報が飛び交う現代社会では、
情報が **注目** されること自体に
価値が生まれており、それは
アテンション・エコノミー と呼ばれている。
情報を見せたい人達による
注目 そうだつせん の争奪戦が起きてきている状況だ。

問題

2

だれ
誰もが自由に情報を発信できる
ようになり、そこから **?** を
得ることも可能になった結果、
? を優先し
見てもらえさえすればOK、という
問題のある情報発信も増えている。

問題2 答え



だれ
誰もが自由に情報を発信できる
ようになり、そこから **利益** を
得ることも可能になった結果、
利益 を優先し
見てもらえさえすればOK、という
問題のある情報発信も増えている。

目次

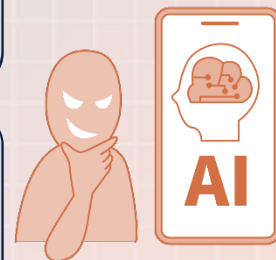
01 アテンション・エコノミーとは？

02 理解度テスト

03 私たちはどうすればいいのか？



!!



!!



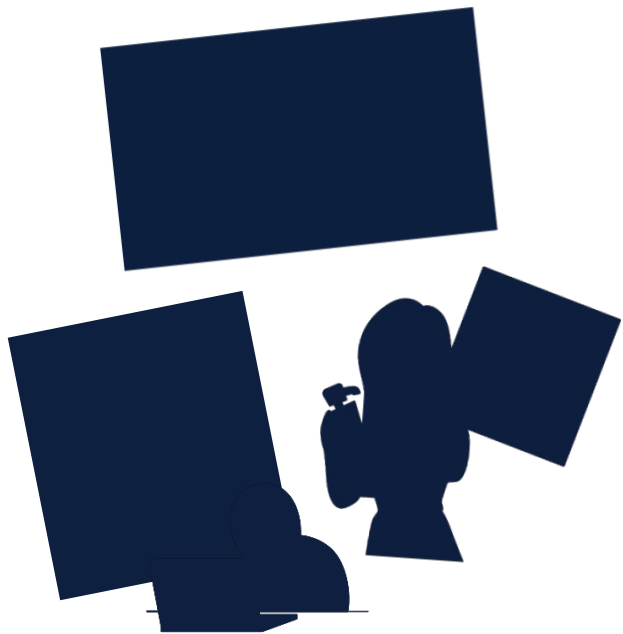
見せたい人たちがいて、
見せたい理由がある



だから

その情報で^{だれ}**誰が得をするのか**を
常に意識する姿勢が重要！

... この講座で学ぶこと ...

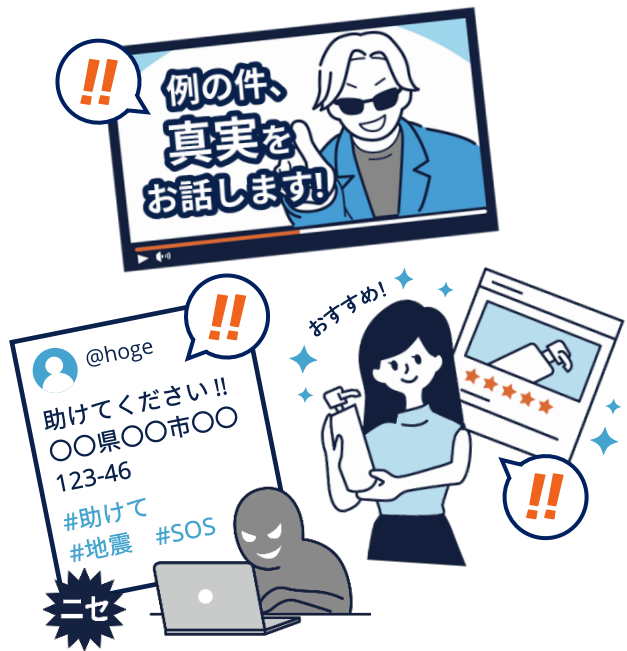


世の中は

?

人たちであふれている

... この講座で学ぶこと ...



世の中は

情報を見てほしい

人たちであふれている

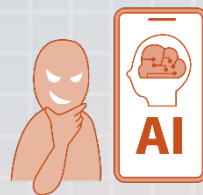
出典

- P5「アテンション・エコノミー」
総務省 令和5年版情報通信白書（p.30）
<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r05/pdf/n2300000.pdf>



インターネットとの向き合い方

はじめての アテンション・ エコノミー



発行者	総務省 情報流通行政局 情報流通振興課 情報活用支援室 〒100-8926 東京都千代田区霞が関2-1-2
発行	国際大学グローバル・コミュニケーション・センター
制作	小木曾 健（国際大学グローバル・コミュニケーション・センター客員研究員）
監修	山口 真一（国際大学グローバル・コミュニケーション・センター准教授）
デザイン	渡部 玲花（ワタナベスライドデザイン） 伏見 まどか（Fushimi Design）
ナレーション	菊地 マリコ（STUDIO WAVE CONNECT）