

## Multitasker Attention: Crap

Last year(2009) , researchers at Stanford found signs that this shift may already be well under way. They gave a battery of cognitive tests to a group of heavy media multitaskers as well as a group of relatively light ones. They discovered that the heavy multitaskers were much more easily distracted, had significantly less control over their working memory, and were generally much less able to concentrate on a task. Intensive multitaskers are "suckers for **irrelevancy**," says Clifford Nass, one professor who did the research. "Everything **distracts** them." Merzenich offers an even bleaker assessment: As we multitask online, we are "training our brains to **pay attention to the crap**."

<https://www.wired.com/2010/05/ff-nicholas-carr>

## 注意経済 Attention Economy

アテンションエコノミー（注意経済）はピークアウトしました。人々が一日に物事に注意を 向ける時間は限界に達しました。人々は情報の渦の中で溺れています...メディアおよび技術調査会社のメディアが昨年2月に発表した報告書は、注意経済のピークアウトを 強調しています。「エンゲージメントはゲーミングセクター全体で低下しており、注意経済がピークに達したことを 示唆しています。消費者は、新しいエンターテイメントのための自由時間がないので、優先順位付けを開始する必要があります」... 2017年、Netflixのリード・ヘイスティングスは、睡眠が彼の最大の敵であると語りました...

<https://www.axion.zone/death-of-attention-economy>

## あなたは顧客ではなく商品に過ぎない: You are the product.

すでに旬が過ぎたものにとても象徴的な言葉のなかに「アテンションエコノミー」がある。この経済のもとでは広告事業を 営むテック企業は注意（アテンション）を獲得し、 広告という形で広告主である企業に販売するのだ。今日、アテンションエコノミーのダイナミクスにより、企業はユーザーがアプリやサイトでより多くの時間を 過ごすよう誘導する競争をしている。サイトやアプリを作成するデザイナーあるいはプロダクトマネジャーは、競争の激しい市場で製品がユーザーの限られた可処分時間を取り合う競争をしていることを 理解している...インターネット経済はここにマーケットの仕組みが内在し、また外部にある金融市場の引力にさらされることから、行動を積極的にデザインし、ある意味では中毒性を 増すことを 選択するようになった。これらの学問には非常に有用性があるのだが、こと資本主義の力学にさらされたとき、それを利用する人々はあまり倫理的ではなかったということだ。

<https://www.axion.zone/mobile-internet-and-haked-your-behaviour>

## 金融市場の原理が人々を 馬鹿に: Markets make you Stupid

あなたの行動を 変えるための技術は日進月歩で進んでいるが、世界はそれをやめるインセンティブを 設定できないでいる。テクノロジー企業はお互いに競い合っているし、金融市場の評価を絶えず気にしている。現代の株主資本主義の枠組み自体も、テクノロジーの開発と社会実装を 成し遂げるときに、ミスマッチを誘引しているときがある。/すごい大雑把な言い方を すれば、根幹にある金融市場の原理が人々を 馬鹿にするのを 促進している。

<https://www.axion.zone/mobile-internet-and-haked-your-behaviour>

## マルチタスクが糞に注意

2009年、スタンフォード大学の研究チームは... メディア・マルチタスクを頻繁(ヘヴィー)に行っているグループと、それほどでもないグループに、認知テストを一式受けてもらった。ヘヴィー・マルチタスクーたちは、「無関係な環境刺激」によって簡単に注意散漫になり、作動記憶の内容をあまりコントロールできず、特定のタスクへ集中力力を 維持することが、全般的にうまくないことがわかった。あまりマルチタスクを行わない物たちが、「トップダウンの注制御」を 相対的に協力に示していたに対し、慢性的マルチタスクーたちは、「ボトムアップの注意力制御を行う傾向をより大きく」示していた。このことは、マルチタスクーたちが「主要なタスクのパフォーマンスを犠牲にして、他の情報源を取り入れているのかもしれない」ことを 示唆している。この研究のリーダーであるスタンフォード大学教授、クリフォード・ナッスは、重度のマルチタスクーは「無関係なものにつられられはすい」とコメントする。「すべてが彼らの気を そらすので」。マイケル・マーゼニック、さら殺伐とした評価をしている。彼によれば、オンラインでマルチタスクを行うとき、われわれは「クソに注意を 払うよう脳を 鍛えているのだ」...

「ネット バカ」 インタネットがわたしたちの脳にしていること/pp.198-199

## 注意の感覚の短縮: Tristan Harris

大手テック企業がこのような人間の脆弱性を つく製品デザインを採用していることに警鐘を 鳴らしているのが、元Googleのデザイン倫理担当者で、Center for Humane Technologyの共同創設者であるトリスタン・ハリスだ。ハリスはGoogle在籍時の2013年からすでにこの主張を 始めている... ハリスは「テクノロジーは、注意の感覚の短縮、二極化、怒りの文化、ナルシシズム、選挙工学、中毒など一連のことを 引き起こしている。これらは別々の問題のように見えるが、これらはすべて、テクノロジー企業間の競争の予測可能な結果であり、あなたの脳から注意を引く方法を見つけ出すことだ」とSentinelのインタビューで説明している。

<https://www.axion.zone/mobile-internet-and-haked-your-behaviour/>  
[https://en.wikipedia.org/wiki/Tristan\\_Harris](https://en.wikipedia.org/wiki/Tristan_Harris)

## 私たちは依存症のある商品か？ Addiction Products

さて話を 戻すと、アテンションエコノミーの上に載ったインターネット製品は基本的にスロットマシンのアナロジーでインターネット製品の裏側で行われている広告在庫のオークションは、言い換えるとアテンションのオークションなのである。そこではあなたは顧客ではなく商品である。あなたはデータを 発しそのデータから潜在的な欲求を 推測される広告商品である。/クリックしたりスクロールしたりすることはユーザーにとって無料である。しかし、ユーザーはその注意の提供により、時間や脳のリソースを 失っている。ソーシャルメディアのなかでスナックコンテンツに「いいね」「シェア」「リツイート」しているせいで買くなる機会を 失うばかりか、脳が直情的な反応に常に翻弄されている状態になってしまうリスクを 負っている。最悪の状態は中毒や社会的孤立などである。

<https://www.axion.zone/mobile-internet-and-haked-your-behaviour>

## Attention Economy

Attention economics is an approach to the management of information that treats human attention as a scarce commodity and applies economic theory to solve various information management problems. According to Matthew Crawford, "Attention is a resource—a person has only so much of it."... As content has grown increasingly abundant and immediately available, attention becomes the limiting factor in the consumption of information. A strong trigger of this effect is that the mental capability of humans is limited and the receptiveness of information is hence limited as well. **Attention allows information to be filtered** such that the most important information can be extracted from the environment while **irrelevant details** are left out.

[https://en.wikipedia.org/wiki/Attention\\_economy](https://en.wikipedia.org/wiki/Attention_economy)