

「昨日なんとなく検索しただけの加湿器が、当然のようにパソコンの広告画面に出ている。ほら、欲しいんでしょ？」と言わんばかりである。」

そういえば、10数年前孫が欲しいといたりリカちゃん人形をインターネットで購入した時、その後リカちゃんの広告がパソコンを開く度、何か月もの間出てくる。

誰かに私のパソコンの画面を見られている？私の趣味がリカちゃんのように思われている？消したい！そんなことを思い出した。

このような広告を「ターゲット広告」というのだそうだ。

今はやりの AI 技術を使って、私の趣味や、今何に興味があるのかパソコン検索から推測し、パソコン画面にそれに関連した広告を掲示するのだそうだ。

広告主は、ターゲット広告会社に広告期間を契約すればその期間、広告に関連した内容をパソコン検索した人の画面に広告(平均3か月の間)を出せるのだそうだ。

システムは知らないが、ターゲット広告会社は、人のパソコン操作を知ることが出来るのだ。普通人の私のことを知られても気持ち悪いだけで、それほど問題はないが、これが要人であれば何らかの影響があるのではないかと危惧をする。

「ターゲット広告は、私の興味を拾い集めて、勝手に“おすすめ”に仕立ててくる。その熱心さは、もはや親切を通り越して、ちょっとした世話焼きの域に達している。

「あなた最近肩こりって検索してたよね？じゃあこの高級マッサージチェアどう？」いや、ストレッチ方法を調べただけで、10万円の椅子を買う覚悟はしていない。

そんなふうには話しかけられている気がして、思わず「いや、今日は大丈夫です」と返事しそうになる。

とはいえ、まったく役に立たないわけでもない。

たとえば、うっかり買い忘れていた日用品を広告で思い出すこともあるし、「そういえばこれ欲しかったんだよね」と気づかされることもある。まるで、私の生活を陰からそっと支えてくれる秘書みたいな存在だ。ただし、秘書にしては少し押しが強い。

便利さと、ちょっとした気まずさ。この二つが同居しているのが、ターゲット広告との距離感だと思う。

まるで、仲はいいけれど、たまに距離感を間違えてくる友人のようなものだ。

結局のところ、私は広告に振り回されているのか、うまく利用しているのか。

その境界は曖昧だけれど、まあ、深刻に考えるほどのことでもない。

必要なときは頼り、うるさいときはそっとスルーする。そんなゆるい関係で、これからも付き合っていくのだろう。」

このエッセイは全て私が書いたものでなく、実は「茶色」の文章はAIが書いたものである。なかなかの文章力に驚かされる。

これから、さらにAI技術が発達したら、何を信じたらいいか分からなくなるであろう。

文章だけでなく画像、動画もしかりである。

イエス・トランプのように！

