「ＡＩが普及」

「AIの時代」と言われて久しくなり
聞くところによると「30秒程度」の音楽を無料版で作れ、
それも小5の孫がネットで探して楽しんでいるように裾野が広がっており
さらに、カンタンなイラストも数枚なら無料版で誰でも作れるそうで
「プロ」という存在価値が厳しくなっているそうだ。

確かに、ネット上には短いコンテンツが氾濫しており
AIで作成されたモノが結構、非現実的でユーモラスな感じで
私も時々癒されている。

新聞記事では
小学校の教員が学習コンテンツをAIに作成させたり
評価の文案までもAIに依存し始めており
教育の本質的な問題になっているそうだ。

つまり、「受け」を狙う時代になっており
しかも、瞬間的な接触で浅い関係が主流になり
コンテンツ作成者の人間性が薄れているのだ。

確かに、猫も杓子も「AI」という時代なので
もう「文明」の域に達しているかもしれない。

喜寿の私はこの「時流」から遠く離れたところで生活しており
パソコンが主体で、記事や川柳などを書いてＳＮＳなどにアップして
自分自身の充実には貢献しているが、
「検索」で言葉を調べるという古典的なAIの使用法に留まっている状況で
息子や孫とのギャップが大きいのだ。

同じ年のI氏は「AI」に取り組んで中小企業家同友会で講習会を開き
「AI」の普及を熱心にされているが、
「楽しむ」という目的ならば、前述のように無料版で結構なレベルで使えるが
現実のビジネスで生産性を上げるツールにするには
使用頻度の点からも有料版で行なう必要があるそうだ。

ともかく、「善しにつけ、悪しきにつけ」という言葉があるように
「AI」そのものはこれからも進化して、
例えば、小5の孫が30秒程度の作曲が出来るAIを見つけて
適当なプロンプトを作成してショート楽曲を生成して楽しんでいるように
「癒し」という点で「プロ」の存在領域が狭まって行くのは間違いなさそうだ。

このような生成コンテンツがSNSにアップされており
結構、短いなりに楽しめるので
例えば、バンドを結成してプロを目指す若者にはハードルが高くなり
既存のプロでもNHKの紅白に男性演歌歌手が選ばれなかったように
「感動」させるという点でズレが大きくなっているのだ。

このような事が一般化してスポーツの世界でも
例えば、プロ野球は試合時間が長いのでテレビ中継から外れ
専門チャンネルで濃いファンが観戦するようになっている。

逆に、試合時間が決められているスポーツでも
一般受けするには時間短縮とスター選手の登場がキーになっている。

そういう視点では大相撲が復活のチャンスかもしれないのだ。

何故なら、一つの取組は殆ど1分以内で決着がつき、
テレビ観戦なら、好きな時間を選べるし、
さらに、新しい人気力士が登場して活気づいているのだ。

「ドパガキ」という流行語が出ているが、
ともかく、ショート動画を次々と見て「楽しむ」時代なので、
大相撲は仕切りを繰り返して力士の気合を高めるのだが、
解説者がこの短い時間に「味付け」できることも
重要な要素になって行くように思える。

このような事は歌謡界で言えば、
戦前は浪曲が主流で三味線だけで長い演目を聞かせていたが
戦後、ラジオが普及して「歌謡曲」が登場して約3分の時代になって
「演歌」では「人生」をモチーフにした楽曲で感動させる
という時代が続いた。

しかし、ビートルズに代表されるようにグループの時代になり
今や48人という団体戦になっており、
個人芸が薄れてエンターテインメント化して、
メンバーが短い時間で入れ替わる
という具合になっている。

「AIが普及」というテーマで書き始めたが、
世の中全体のカンタン化が進んでおり
「感動」も「個人芸」から「団体化」という時代になり
「短時間」「瞬間芸」「多人数」
などのキーワードになりつつあると気づいたのだ。

「AI」が悪い訳ではないが、感動が薄っぺらくなる中で
古い人間が味わう「わびさび」という奥深い感動って、
これからの人たちに与えることが出来るのかと危惧する。