

再：トータルに見て充実しているマカーの日常、的なね〜

2016年01月24日

「イマだけ無料」

的な情報商材の広告が後を絶たない。多くの人は迂闊に手を出さないとと思うけど、その理由は主に以下の二つだと思うんですね。

- ①こちらの個人情報ぶっこ抜かれたり、後から高額な請求を受けたり、詐欺に見えるから
- ②ビジネスにはなるとしても、友達を失くしそうな胡散臭さだから

あやしい広告には警戒もあるんだけど、リアル社会での自分の居場所に不満もあって、いっそ騙されても良いか？と揺れる中二ごころを、友達を失いたくないという理性（ロジック）でねじ伏せる構図だ、とw

その商材がネットワークビジネスかどうかは別としても、懐かしい友人に呼び出されて出かけたファミレスで、気まずい思いをした経験は、誰にでもあるんじゃないかな？アレは自分には出来ない。そこまでやれない…。そういうアレルギー反応が、理性を目覚めさせる（もしかすると、インターネット普及前に成人してるくらいの世代でないと、解らない話かもしれないけど）。子供の頃から刷り込まれた「汗水たらして働くことが美德」って言葉も、行動を制限する。そこを飛び越える勇気を持つ者だけが成功できる！的な口説き文句も見かけるけど、なるほどと言ってボタンを押す人はそんなに増えはしないと思うんですよ。

ところが、

「いつでも無料」

な情報には警戒しない人が多い。どんなシーンにおいても、タダより高いものは無いと僕は思うんだけど、それが商材ではなく、文字通りただの情報であり、エンターテイメントなら尚更無警戒になる。②の心配は完全に消え、①も個人情報だけになる。いや実際には、間接的にも金銭要求に発展するかもしれないけど。

「抜かれて困るものなんかね〜し」

って開き直ることが出来れば、ボタンを押すのに躊躇いは無い。抜かれる名簿に、僕の名前も入ってるんですよ？とは思うけど、まあそういう投稿には、リアクションしないくらいでしか意思表示は出来ませんよね。FB始めたばかりの頃は、自分だって散々診断系で遊んだんだし。

だもん、洗脳なんて簡単な世の中ですわな。誰にでも、情報を個々の掌に届けることが可能なんだから。あとは面白おかしくタイトルを付けてタップさせるだけ。最近はホントに酷いタイトルが多いけどね。アイキャッチとはいえ、記事の内容と真逆に受け取れるタイトルなど、問題にならないのが不思議です。凄い時代になったもんだ。って、僕も見に行ってるから言えるワケですがw

洗脳ってのは、思想を刷り込んで熱心な活動家に仕立て上げることだけじゃない訳ですよ。刷り込むってことは思考を停止させるってことであって、善悪の判断もつけられないままに、普段と何ら変わらない生活（と、本人が思っているだけだとしても）そのものが、誰かの意思の宣伝広報活動

になっている状態。自分で考えたかのような錯覚は、承認欲求の強い一部の人を除けば、さほど重要ではないかもしれない。

情弱になりたくない心理は、本来であればソースを調べ、記事を鵜呑みにしない方向へと向かうべきものなのに、流行に乗り遅れたくない心理に変化して盲信を誘う。キュレーションサービスでどんどん届けられる記事を、自分で咀嚼し直すのは時間的に不可能ならば、鎖国もアリだと思うんだけどなあ。無関心は罪だと言われるし、僕もそう書いてきたけれど。

それまで新聞も読んでなかったのが、無料のニュースアプリで掌に届く情報は読むってのはおかしな話だ。そのくせ、新聞は一紙だけ読んでも真実は見えない、的な記事にいいねして拡散したりもするんでしょ。極論すれば自己の存在を否定することになりかねない、エコやモラルな話題で芸能人を糾弾したりとか。結果だけを見て判断し、数日後にプロセスが問題になれば、そっちの論調に乗り換える、とか。流行ってのが、そもそも大衆心理のコントロールである訳で、結果だけでなくプロセスも重視する良い風潮、なんて安心するのもズレてるんでね。

メビウスの輪。

自分自身、洗脳されているのかいないのか、なんて判断つけられないワケですよ。そうなると夢の中の出来事と現実の境目もわからない。全ては幻のような気もする。だから皆、流され、快楽を求め、刹那を生きるというループ。自分のアタマで考えた気になっている人こそ、イタいのかもしれない。だって、世の中の真実なんて、究極言えばわからないからね。隣家どころか、自分の家族のアタマの中さえわからない。わかる、なんてハッキリ言えちゃう人は、僕はちょっと心配になるんですよ。愛しているけど他人だし、大事に思うこととわかり合えるはイコールじゃないと思います。って、僕は不幸なのかしら？

ソースを調べて記事の真贋を見極めるってな話をさっき書いたけど、権威ある博士やシンクタンクの見解だから...なんて言ったら、その権威は調べたのか、とね。江成「博士」が言ってるらしい、で納得しちゃう人も多いんじゃないだろうか。僕は高卒の肉体労働者ですけどね。イマはたまたまスーツ着て働いてますが。

ただやっぱり、ホンモノの有名な識者が言ってるからって正論とは限らないし、それに賛同している大多数の意見が正解とも限らない訳です。

とはいえ間違いなく言えるのは、一億総サギ師になれる時代であるということ。誰にでも仕掛けられるチャンスと道具があるという意味では、現在の日本は公平なのかもしれない。もちろん、成功するには仕掛けようとする者のセンスは問われるので、中二なマインドだけあれば良いというワケではない。スマホひとつで億万長者！ってのは言い過ぎで、それなりの資金が要るケースもあるだろうし。

そしてもうひとつ大事なのは、壮大な仕掛け合いの中で、その他大勢の野次馬も、知らず拡散に加担している可能性があるということ。いや、中立というスタンスはほぼほぼ不可能なんで、意図的に拡散しなかったとしても、基本的に加担していると思って良い。コレってインターネットなんかなかった時代からそうですけどね。見て見ぬふりのイジメとか。先ほど言った鎖国のスメと矛盾するようにも思うけど、気付いたら加害者側に立っている可能性もある以上、傍観というスタンスは許されない。だから考える。きちんと自分で選択する。でもそれが、本当に自分の意見かどうかは誰にもわからない、というね。またしてもループだw

とまあ、妙にリアルな夢を見た日くらい、哲学しても良いんじゃない？って感じで、懐かしい映画を観たくなりました。

トータル・リコール。



原作は読んでないし、より原作に近いと言われる2012年リメイク版もまだ観てないんですよ。300円。後で観ます。

マトリックスにも通じる世界観だと思いますが、トータル・リコールの方が、上映当時の自分が若かったぶん、刺さりました。コレ書いた奴スゲー！なんてね。ブレードランナーと同じ原作者だ、なんてことは知らずに観てました。

まっく。



僕がリアル中二時分のApple、MacintoshのCM。ブレードランナーの監督であるリドリー・スコットの作品ですね。不思議なことに？この記事と同じ？、洗脳からの解放がテーマです。

(来月公開の新作、オデッセイは、原作者は違いますが火星繋がりw)

僕が小学校高学年くらいからパソコンブームだったんで、パソコン少年の誰もがAppleには憧れたんですけど、オトナになってからも縁あってホントにマカーになりました。元祖GUIとしてのMacの使い勝手の良さ、なんてのは後から知ったんです。だって、僕が憧れたのはMacintoshではなくてAppleという名前のマシンでしたし、秋葉原で、ロードランナーのデモが流れるAppleのコピー品は触ったことがあっても、ホンモノのAppleなんて触ったことはありませんでした。小さな頃から貯金をはたいて、その年のサンタもお年玉も注ぎ込み、足りない分は親に拝み倒し、なんとか国産パソコンが買えたとしても、Apple製品は高過ぎて子供には買えません！ましてや発売されたばかりのMacintoshなんて尚更で、NECや富士通のショールームには鼻水垂らしながら入れても、キャノンのゼロワンショップに入る度胸はありませんでした。このCMもずっと後になってから知ることになります。

追放される前のジョブズによる、初代Macのプレゼンで使われたのが、日本の「髪梳ける女」だったということも、成人してから知りました。それでも6色林檎のロゴは、レインボー好きな江成少年に深く刻まれていたようです。iMacを引っさげてカムバックしたジョブズが、Apple冬の時代を終わらせることになる訳ですが、僕はギリギリで古いロゴに間に合いました。



<https://www.youtube.com/watch?v=8bepzUM1x3w>



https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Apple_Computer_Logo_rainbow.svg?uselang=ja

オチ。

さて、ググってYouTubeのトータル・リコール2012に辿り着けたのは良いんですが、職場で話題にしたところ、先々週くらいにTVでやりましたよ！

って、マジか!!! (¯□¯;)

「再」→ 一度投稿したのですが、バグって何度もダブリというかリピートというか「ループ」してましたので、投稿し直しました。「続」とか「Re」ではありません。