

171.居酒屋という伝統的な社会メディアの活用を

サッカーの女子ワールドカップで米国を破り、初優勝したなでしこジャパンのフィーバーが今も熱気を帯びています。この初優勝のニュースは、東日本大震災による未曾有の苦難にうちひしがれた日本人に本当に活力を与えてくれました。ここまでフィーバーするのであれば銀座でパレードして欲しかったですね。さて、話は変わりますが、近頃の国内外でのツイッターのつぶやきに対する反応や影響を見ていると、技術の進化ってすごいなあと思わざるを得ません。また、そのやり取りは、まるで居酒屋の会話のようです。私は人々にとっても、ビジネスのアイデアなども雑談の中から感じられ、浮かび上がるものが多々あると思っています。

また、居酒屋での会話は、話す相手も限られ、お酒を飲みながらの席でもあるので、その場限りの話半分で聞いているので和やかなやり取りです。一方、ツイッターでの、つぶやきは短く断片的です。多数の人と気軽につぶやきを交わすのは良いのですが、読み手に誤解されて痛い目に遭うのが本人ならともかく、周囲がとぼっちを受けられる場合もあります。社会的メディアの役割をしてきた居酒屋をツイッターに乗り換えての確信犯的な活用もまま見かけるとしているのは私の思い込みでしょうか。私はロンドン郊外のパブでビールを飲みながら友人たちとつぶやき、雰囲気を楽しみ、和やかな語らいをしたと同じく、居酒屋で上司がチクリと苦言を呈しても、お酒も入り、その場限りの話半分の効果で角も立たないという、昔ながらの社会的メディア居酒屋の活用が節電時代のコミュニケーションに有効だと思っているのですが。