

無機質な告知・報告を脱し 喜びや感謝が伝わる発信を

(株)リポート代表取締役

前澤 太郎

まえざわ たろう

1967年生まれ。中央工学校建築設計科卒業。建築設計事務所勤務を経て独立。大学、専門学校、中学・高校等のウェブサイト制作、ソーシャルメディア設計に従事。技術者、制作者の立場からソーシャルメディアのコンサルティングも実施。



公式サイトと同様の 発信からの脱却を

「来年、絶対、開学にいきます。そのためにも、今死ぬ気でがんばります」

これは、関西学院大学のフェイスブックページで、キャンパスの空撮写真に対して書き込まれた高校生のコメントだ。この高校生は、美しいキャンパスに共感し、「この大学に絶対入りたい」という思いが強くなったのではないか。このコメントはフェイスブックやツイッターを通じて友達にシェア(共有)されたはずだ。それによって彼女の友達もこの大学に興味を持ったかもしれない。

このように、共感呼び起こし、共有されることによって発言が広がる点がソーシャルメディアの特徴だが、その本質をうまく生かした大学の活用例はまだ少ない。公式ウェブサイトと同様のイベント告知など、自学の言いたいことだけを発信する使い方がめだつ。従来のステークホルダーに対する情報発信と同じ発想では、ソーシャルメディアの可能性を狭めてしまう。

ソーシャルメディアのユーザーは、極端な言い方をすれば、その大学には何の興味もない。彼らには、共感を軸に誰かとつながりたいという欲求があるだけだ。友達が何に興味を持っているか知りたいし、その興味を分かち合いたいと思っている。

そんなユーザーに対してなすべき大学の情報発信とは、自学に関連したいくつもの話題の「鳥」をソーシャルメディアの世界につくり、ユーザーがそれぞれの興味・共感の橋をかけて渡ってくるのを待つことだ。うまく鳥を置くことができれば、それらが橋でつながって、「この大学のことをもっと知りたい」という関心を生み出し、大学の公式サイトにたぐり寄せることができるだろう。

進路指導を介さない ダイレクトな情報収集

ソーシャルメディア時代において、大学選びが変わろうとしている。美辞麗句を並べた広告や入試難易度という指標が、大学の真の「実力」を伝えて

いないことに、高校生も社会も気がついている。どのような教育を行い、「グローバル社会で取り替えのきかないどんな人材を育てているのか」という教育内容、大学の力を知りたがっている。そんな情報は大学案内や公式サイトからは得にくく、友達やその友達とのつながり、すなわちソーシャルメディアの情報こそが信頼できると考えている。

ソーシャルメディアには、距離や肩書きを超えた関係を築く力がある。高校生がフェイスブック上で大学の学長や教員の投稿を見て、気軽に「いいね!」をして友達になることもできる。そのつながりを通して、大学案内や公式サイトには出ていないリアルな情報を得ることも可能だ。すなわち高校生が、学校の進路指導担当者のあずかり知らぬところで大学とつながり、情報を得て「自分にとって共感できるいい大学」と出会うことができよう。

であれば、大学が、高校生や社会との間でソーシャルメディアという接点を持たないことは、自ら出合いの扉を閉ざすことにほかならない。

多様な情報とのリンクで 大学をリアルに伝える

では、大学はソーシャルメディアでどんな発信をすればいいのか。

学生の活動紹介、研究室の取り組み、大学の長い歴史の一断面、地域とのかかわり合いなど、公式サイトと同じことを伝えるにも、単なる告知や報



ブログのシェアによって学生の活動を伝える和歌山大学のフェイスブックページ

告ではなく、「卒業式での喜び」「交流戦敗戦の悔しさ」「退官する教員への感謝」「懐かしさ」など、読んだ人の共感、共有を呼び起こす投稿が必要だ。文字だけでなく写真、印象を残す短い動画などがより有効だろう。

大学による一人称の発信だけでなく、他大学との連携プログラムをその大学の視点から伝えてもらったり、学生個人やゼミのブログ、ツイッターと連動させるなど、さまざまな角度から情報を発信したりすることによって、大学のリアルな姿を伝えることができる。和歌山大学のフェイスブックは、学生が学びの中で感じたことを公式ブログに投稿し、それをフェイスブックページでシェアするという形で、これを実践している。

共感した気持ちを「いいね!」だけでなくコメントとして書き込んでもらうことにより、大学が発信したメッセージがソーシャルのネットワークに乗りやすくなる。そのためには、緩やかでオープンなコミュニティーにしないといけない。炎上を心配してコメントを書き込めない設定にする大学も多いが、それではソーシャルメディアの能力を半減させてしまう。

自由に書き込みをさせても、大きな問題が起きるケースはそう多くない。そもそも書き込みが少ないということ

もあるが、まずはオープンな姿勢を示すことが大事ではないか。大学は、ソーシャルメディア上でユーザーの行動をコントロールできないことを念頭に置く必要がある。

活発な書き込みがある大学では不適切な内容も見受けられ

ると聞くが、対話を深めることこそがソーシャルメディアの力である。放送大学の岡部洋一学長は、ツイッターやフェイスブックでネガティブなコメントにも真摯な姿勢で応じ、共感を呼んでいる。

とは言っても、大学の公式フェイスブック等では一定の投稿制限をかけ、個人情報削除する必要がある。そのための基準として、マニュアルやガイドラインが意味を持つ。

炎上やトラブルのリスクはゼロにはできず、だからこそ一定のルールとコントロールは必要だ。ソーシャルメディアを利用した情報発信にあたっては、誰がどのように発信するのか、その責任と範囲については学内で共有しなくてはならない。学生の発言内容だけでなく、教員・職員の発言についても検討する必要があり、学内での議論を経たガイドラインの作成が求められる。

ガイドラインを作ってもリスクをゼロにはできない。トラブルを起こさないために、また、起きてしまった時に適切に対処するためには、結局は大学とそこに属する人の誠実な姿勢が問われる。それはリアルな社会でも同じはずだ。誠実な姿勢でソーシャルメディアのコミュニティーを生き、自学の真の良さを語りかけるしかない。

強みとリスクは 表裏一体の関係

ソーシャルメディアの危険性は、炎上だけではない。ソーシャルメディアは、投稿や「いいね!」、プロフィールなどの情報を通じて、継続的に個人情報収集する。グーグルの検索では、利用者の検索履歴、投稿内容、閲覧履歴によって異なる結果を表示するが、フェイスブックの広告表示も同様である。

フェイスブックのアプリを利用すれば、ページに「いいね!」したユーザーが誰で、その後どのような投稿をしたかという情報を収集することもできる。大学が無自覚なまま、相手の了解なく個人情報を集めるメディアといえるのだ。高校生を主な対象とするコミュニケーションに活用する以上、特に慎重に扱う必要がある。

この種のアプリを導入している大学はまだわずかだが、ソーシャルメディアの強みとリスクは表裏一体であり、そのことを十分に理解したうえで新しいメディアとして活用してほしい。

ソーシャルなコミュニティーを通して情報が流通する今日、大学は真の存在意義を問われている。想像してほしい。もし、入試がなく、どこでも希望する大学に入学でき、大学が保証する水準の成績を修めた者だけが卒業できる社会だったとしたら…。人々は本当に学びたいことを学べる大学を選ぶはずだ。そこでは、入試難易度には何の意味もない。企業も、大学名で採用するのではなく、真の実力を持つ者を採用する。

貴学はどんな学生を育てて社会に送り出す力があるのか。ソーシャルメディアでも、その答えにたどり着いてもらえるような情報を発信すべきなのだ。