

[論 文]

Facebookを中心とするソーシャル・ネットワーキング・
サービスの大学初年次教育への活用可能性をめぐって
——大分県竹田市における地域連携の深化、記録による資源化を事例に

Utilization of Facebook and Other Social Networking Service to Undergraduates in
Early Grades: Case Study of Deepened Collaboration and extracting value
from records in the Region of Taketa City in Oita Prefecture

安倍尚紀¹・成田 誠²

Abe DN Naoki, Narita Makoto

概要 本稿は、2007年度から大分県立芸術文化短期大学の教育カリキュラムにおいて採用されているサービスラーニング^①という地域活動実践の基盤の上に、二つの問いを探究したい。第一に、Facebookを中心とするソーシャル・ネットワーキング・サービス（以下、SNSと略記）を、大学の初年次教育においていかに活用できるかということだ。第二に、上記のような地域活動を学術研究の次元で捉え、地域住民と研究者が展開する共同的な社会実践「アクションリサーチ」として考える時、両者の連携を深化させるためにSNSをいかに活用しうるか。本稿は以上の実践に基づいた研究である。

Abstract This paper focuses at two questions below, based on regional activities certified under credit for graduation "service learning as community activities" in Oita Prefectural College of Arts and Culture adopted since 2007. (1) How can we utilize Facebook and other SNS (Social Networking Service) in the education of early grade undergraduates? (2) How can we utilize Facebook in order to deepen the relationship between regional communities and external researchers from the perspective of "action research" cooperatively practiced both by residents in region and researchers?

キーワード Facebook、サービスラーニング、記録による資源化、アクションリサーチ

1. 問題の所在

近年、情報社会という言葉が古びて聞こえるほどに、われわれの生活の中には情報技術

¹ 大分県立芸術文化短期大学・専任講師

² 日本政策金融公庫・大分支店・課長代理（大分県立芸術文化短期大学・地域貢献研究会・嘱託研究員）

が浸透してきている。かつては特別な響きを持っていた「モバイル機器」であるが、教室や職場、または電車の中で、老若男女、ほとんどの人が何かしら携帯する電子媒体を扱っている。若者の間では、スマートフォンを使う人が増えてきており、通話機能を中心とする旧来の携帯電話は、ガラパゴス的な携帯電話「ガラケー」と呼ばれるほどである。カフェやファーストフード店での公衆無線LAN (WIFI) サービスも一般に広く普及し、タブレット端末で電子書籍や雑誌、新聞を読むことも容易である。いつでもどこでもオンライン状態になって情報を受発信できるというユビキタス社会の到来といわれる。

この中で、出版市場やマスメディアが大変革を遂げつつあるというのが現状であるが、もちろん、大学教育も例外ではない。その一つとして本稿が取り上げるのが、Facebookをはじめとするソーシャル・ネットワーク・サービス (以下、SNSと略記^②) である。SNSは、特に若者世代のライフスタイルにおいて、親密圏を含む日常生活全般に大きな比重を占めるサービスでもある。Eメールによる「お知らせ通知」も含めると、一日のSNSメディアへの接触時間は極めて長い。

本稿の目的は、このように時間的広がりを持ったSNSについて大学の初年次教育における活用可能性を探求し、さらにはSNSの活用が地域連携を深化させ、地域とその周辺の人々の記録を資源化していく事例について実践を踏まえて考究することである。

2. 大学の初年次教育におけるSNS

(1) E-learningの導入をめぐる

本稿にいう大学初年次教育の背景にあるのは次のことだ。とりわけ、情報技術の受容についていえば、一方に、従来の教育観として、いわゆる原初的教育論の立場がある。こうした基本的立場によると教育とは、医療や福祉、家族の領域と同じように、必ずしも経済的合理性と相容れない (つまり、純粋な「カネの問題」として片付けることができない) 特別な理念的領域にある。「学校」は、そうした特別な領域にある諸理念に近づくべく「教育」を実現していく場にほかならない。例えばそれは、「学習力」であったり「良い生活習慣」であったり「健全な精神や体」であったり、「能力の全面開花」であったりする。

これに対して、教育工学を中心として、情報技術を教育実践に利用して教育効果を合理的に追求していこうという、いわゆるE-learningを推進する立場がある。冒頭に述べたようなメディアの変革の中、E-learningが、特に人文社会科学系、従来型の講義とゼミを中心とした大学教育に多大な影響を及ぼしつつあることはいうまでもない。例えば、ネット上のログインと出席確認からはじまり、電子教科書やmoodle等の授業サイトの導入によって、学生は、インターネットに接続された端末さえあれば、学内外を問わず、いつでも、どこでも気軽に学習ができる。わからないところが出てくれば、ネットワークを通じて疑問や質問を出すこともでき、一方通行ではないインタラクティブな学習が実現する。しかも、学習する学生のあいだでの交流も可能だ。

(2) E-learning万能主義、SNSとの親和性

ところが、昨今、上記のようなE-learningの活用 (インタラクティブな授業や教材のメ

リット、ユビキタス性や履修者同士の交流など)にとどまらず、合理的な教育効果を突き詰めたE-learning万能主義とでも呼ぶべき立場も散見される。典型的には「講師の存在は必ずしもすべての教室ごとに必要というわけではない」という考え方であり、例えば、ビデオ中継やテレビ電話の中継など、遠隔学習だけで十分だという極端な考え方につながる。

このE-learning万能主義の派生形態として本稿で取り上げたいのは、たとえば石井(2012)が主張する「プロセス・ソリューション」である。これまで大学教育で行われてきた期末テストや授業出席数、宿題・課題の達成など、教育・学習の成果や効果を測定する試みに対して、次のようなもどかしさが表明される。

「成果・効果を測定するためにいろいろな工夫が生まれているが、それでも隔靴搔痒の感は拭えない。学生の実際の学習プロセスを把握することはできない」(石井、2012、p10)

プロセス・ソリューションとは一般に、日常のさまざまな経験プロセスを直接把握することで、そのプロセス自体の改善を目指す新しいやり方を指している。石井によると、新システム導入によって、学生の学習プロセスは「見える化」する

「たとえば、学生Aくんがその教材を、いつどこで開いたかを把握できる。で、Aくんが、自宅での自習時間を含め、どれくらいの時間、どの章・ページ部分をPCを開いて学習したかがわかる」(石井、2012、p10)

ここでいうプロセス・ソリューションは、学生たちの(どこの箇所をどれくらいの時間勉強したかという)学習記録が手に入れば、それを分析することによって教育プロセスを改善できるという考え方だ。どこの章の、どのような課題で学生の理解がストップするかといった「学習のハードル」が見える。それが見えると、学生たちがそれを克服するために、教材のどこを改善しなければならないか、学習するときどこに注意すべきか事前に伝えることができる。あるいは、学生の学習記録を集計すれば、学習上のさまざまな条件が成績アップに、どう関係するののかも見極めることができる。画期的なのは、学習結果を見て学習の改善・解決を図ることではなく、途中経過である「学習プロセスそれ自体」を、いわばリアルタイムで把握しながら、その改善・解決を図ることができる点にあるという。

こうしたE-learning万能主義は、これまで聖域のように扱われてきた教育分野でありながら、もはや「工場の工程管理」に近い厳格な状況にまで達している^③。特に、厳格な監視、学生の自主性に抵触するという二点で、旧来の教育観とは相容れず、一部の教育者のアレルギー反応を誘引するのも自然なことかもしれない。

以下では、Facebookの利用に特化して論じていくが、SNSはプライベート／オフィシャルが渾然一体としたまま24時間「つながる」ことができるメディアであるため、上記のプロセス・ソリューションに似た側面が大いにある。正直なところ筆者たち自身も、干渉や監視になりかねないケースについて、活用とのバランスに迷いながら運用している段階に

ある^④。

3. Facebookの活用について

(1) Facebookについての説明

Facebookは、2004年に13歳以上であれば無料で参加できるソーシャルネットワーキングサイトである。2005年ころから普及し始めたMixiは仮名で登録できるのに対し、Facebookは実名登録制となっている。

Facebookでできることは、近況報告、写真の投稿のほか、イベントの告知、企業・組織の取り組みのアピールなど多岐にわたり、友達同士のネットワークを介して会いたい属性の人を探せるなど、情報収集だけでなく多様な人脈開発のツールとしても利用できる。

Facebookの最大の特長として、共感を示す「いいね」（英語では”Like”）がある。ソーシャルネットワークサービス（SNS）の中でもMixiなどは「いつ、どんな閲覧者が、あるコンテンツを見たのか」を「足あと」として提供している。それを見ることで、たとえ直接の応答やコメントがなくても、情報発信者は、直感的にアクセスを把握することができ、情報発信のモチベーションは高まる。この「足あと」は、自動的につくものだが、Facebookの「いいね」は、ボタンを押すという「ひと手間」が必要である。「いいね」は共感の意思表示であるため、単なる「足あと」を受け取るよりも情報発信者のモチベーションは高まる。

(2) 学生の立場からのFacebook利用の功罪

学生の立場からのFacebook利用には多くの功罪がある。プラスの面では、第一に日々の投稿内容から、投稿者の人格が第三者に伝わるということが挙げられる。「オリジナリティのある行動報告を投稿することで、どのような場面でどのような対処ができる者なのか」というパーソナリティが第三者にわかる。

第二に、Facebook内では「社会」という空間が24時間動いていることが挙げられる。これは、インターネット上に電子商取引（Eコマース）が登場したときのことを想起すると理解しやすいだろう。ネット通販の経営者からすると、買い物カゴと取引フォームを設置さえしておけば、直接、あるいは電話口で「いらっしやいませ」と声がける店員を配置せずとも、24時間、契約成立のチャンスを逃すことはない。同様に、Facebookというシステムの中では24時間、リアルの人間関係をもとにした「社会」が動いているので、ユーザである学生にとって、多様な人とめぐり合うチャンスがあふれている。たとえば、就職活動中の学生が、「友達の友達」という人脈をきっかけに、行きたい企業のOB訪問することが可能となった。Facebookがない時代には、大学の就職課でOBを探すか、先輩の伝手を頼るなどできる範囲が限られていたが、Facebookによって「人間関係の可視化」が進み、Facebook普及以前に比べて圧倒的に会いたい人と会える環境が整っている。

マイナス面では、第一に日々の投稿内容次第で投稿者の人格が第三者に対して悪く写る可能性があるということが挙げられる。何気ない行動報告をしたつもりが、言葉遣いがまづかったりして信頼を落としたというケースは多い。

第二に、Facebook内では「社会」という空間が絶え間なく動いていることが、悪く作用するケースである。Facebook内では四六時中、他者の目（評価）を意識しなければならず、メンタル的に疲れるといった意見も少なくない。結果、投稿することが億劫になる学生も少なからずいる（いわゆる「SNS疲れ」）。

加えて、もしユーザが批判的なことを書きたい場合、他者と価値観がバッティングすることを恐れ、発言に気を遣う必要がある。社会的にさまざまな立場の人間がいることを意識して、「誰もが傷つかない投稿」をするよう気を遣う。また、何らかのコメントやメッセージを受け取った時、それに対する迅速な返答が求められる。緊張感その結果気遣いから疲れにつながるという意見も聴かれる。

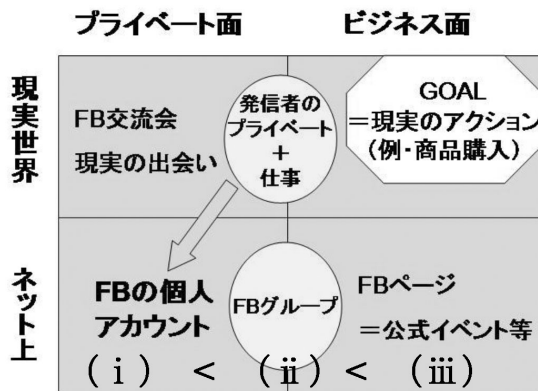
上記二点のデメリットは、プライベート／オフィシャルを問わず、友達の子供を含めた広範囲の人たちと24時間の関わりを保てるメリットは、裏目に出ることがあるということだ。学生は、これらプラス面、マイナス面をふまえてバランスよくFacebookを利用することを心がけたい。

(3) 教員の立場から見たFacebook

筆者の一人は、今年度から1年次・2年次のゼミナールで、いわゆるゼミ生たちとのやりとりにおいてFacebookを使用しはじめた。昨年度までの研究室運営や授業では、e-learning研究の延長線上に、実験的にMoodleを使用してきた経緯がある。これらを踏まえてみると、活用方法次第でFacebookは、ゼミ運営、授業や学習コミュニティの形成など、多くのe-learningのメリットを取り込んだツールとして使える可能性がある。

先に学生の立場から(2)に述べた「Facebook内では「社会」という空間が24時間絶え間なく動いていること」の半面でもあるが、教員側から見ると、SNSの利用によってプライベートの時間まで食い込んだ全人的な関わりが可能となるため、進路指導をはじめとする課外教育の場面では極めて効果が高くなる。その他方で、24時間の「つながっている」関学によって、関わる教員側の疲労感も大きいというえ、学生の側からしてもプライベートを監視する感覚を与えかねないため、バランス感覚が必要とされる。

図2. 一般的なFacebookの活用方法について(実体験と柳沢(2012)を参考に、筆者作成)



以下、一般論も交えて再確認しておきたい。上記の図2の通り、Facebookの用途はプライベート面とビジネス面として明確に別けられる^⑤。図2を要約すれば、プライベートを切り口としつつ、より多くの人を対象として、ビジネスなどフォーマルな部分へ感情移入してもらえることが広告宣伝ツールとしてのFacebookのメリットである。図の上中央にある「発信者のプライベート+仕事」の情報は、下方(i)の個人アカウントを經由して、既存の人間関係に基づいて張り巡らされたネットワーク(図の上半分である現実世界のプライベート面とビジネス面の人間関係)の中に拡散していくわけである。最も重要な点は、単にブログやウェブサイトに情報を掲載する場合とは異なって、「既存の人間関係に基づいて張り巡らされたネットワーク」の中に、商品や宣伝対象の情報を投入するというプロセスだ(この「まずネットワークありき」という事実については、大分県竹田市の事例を通して後述する)。

これまで上記図2の(i)個人アカウントを中心にきてきたが、Facebookグループ(図中の(ii))は、mixiでいえば「趣味のコミュニティ」に該当する内輪のサークルのような存在である。「公開」、「非公開」(グループの存在とメンバーは外部から見えるが、投稿内容は外から見えない)、「秘密」(グループの存在・成員・投稿内容とも外から見えない)という三種類から選択できる。

これに対して、図中(iii)のFacebookページは、より不特定の視聴者を想定している外部向けのウェブサイトである。運営者のアイデンティティは、外部には露出しない。ゼミやある授業・イベント、テーマに沿ったコミュニティは、Facebookグループで組織化するとよい。

4. 地域連携への応用(事例報告)

冒頭に述べたように、現在、大分県立芸術文化短期大学では、サービ斯拉ーニングの取り組みとして大分県竹田市の商店街の取材および取材結果の情報発信(ウェブサイト作成、今年からはフェイスブックでの広報)を行っている。

活動はもともと、文部科学省の平成21年度『大学教育・学生支援推進事業【テーマA】大学教育推進プログラム』(以下、GPと略記)、情報コミュニケーション学科を中心に全学を対象とした「体験をスキルに変えるナラティブ能力育成—サービ斯拉ーニングを中心とした自己の物語を探し創り発信する能力の形成プログラム」として重点化されてきたものである^⑥。学生は、所属、学年を問わず、授業単位として履修することができる。

本稿の筆者らは、昨年のGP事業の最終年度に続いて、今年度からSNSでの情報発信を中心にサービ斯拉ーニングに取り組んできた。

当初は「たけた食育ツーリズム」として竹田市の農家や伝統料理にスポットをあてて紹介していたが、その活動の一環で竹田市の商工会議所と繋がりができ、商店街に取材を受けていただいたことに端を発する。

2011年度まで、取材した情報はブログとウェブサイトに掲載していた。今年度からは、Facebookを用いて、取材と記事作成を進めはじめている。この活動は、学生側、商店側双方に以下のようなメリットをもたらしている。

(1) 学生側のメリット

一点目としては、学生にとって上記のFacebookを用いた活動が、社会とかかわる手近な方法であることである。取材に関わる一連の流れ（下調べ→取材→記事作成→記事に対する評価を受ける）は、いわば新聞社のインターンシップで体験できることに相当する。通常インターンシップに参加しようと思えば高倍率の抽選に勝ち抜かなければならないが、サービスラーニングは参加自由で、インターンシップほどの世間の風当たりを気にしなくてよい。一方で学生がある程度の気構えを備えてサービスラーニングに参加すれば、取材を通して社会人として基礎的なコミュニケーション能力を身につけることができる。

取材では「商店の来歴」「経営するうえでのこだわり」などを経営者に直接話を伺うことで経営に対する想いに直に触れてもらう。アウトプットする際には取材を通して感じた素直な気づきを前面に出してもらっている（記事の例については、図3を参照）。

二点目としては、アウトプットした内容に対して、ダイレクトに評価を受けられる点が挙げられる。商店の概略や商品の紹介文をFacebookで投稿することで、友達からの評価（共感の意思を示す「いいね!」というマークや、投稿に対するコメントを得られること、投稿した記事を友達が引用する「シェア」という行為）を受けられる。このことで、自らのアウトプットの成果を測ることができ、次のアウトプットに活かすことができる。反響を即座に得られることで、さらなるモチベーションの維持にもつながる。

図3 学生による記事の例



9月29日

【竹田の一灯座わす】

大学のサービスラーニングの一貫である竹田の情報発信として、染め物屋の『一灯座』に取材しました！
ザフランや茜などの草花を使った染め物、染色された糸からできた手作りのスカーフやバックを扱っています。手触りもよく、とてもキレイです！
(* 罨)

ザフラン染め体験や
機械りの稽古もできるのは面白そうでした！

店の名前の由来は、この店を立ち上げた五人(池内さん・筑紫さん・鳥養さん・梅木さん・佐久間さん)の頭文字をとって「いちとうさ」→『一灯座』になったそうです。

竹楽では作品を展示するそうなので、竹楽に行く人は見に来て下さい！

(2) 商店側のメリット

一点目としては、商店の立場からすれば無料で（広告宣伝費をかけずに）広告宣伝できる点が挙げられる。芸短大の取り組みでは、学生個人が自らのFacebookページに投稿するほか、サービスラーニングのFacebookページ（「たけた芸文短大交流」として運営中）に記事を掲載することでより情報拡散を図っている。

Facebookは写真に友達をリンクさせる機能（タグ付け機能）があるため、できるだけ写真内に入（学生、教員、地域の方）を入れ、投稿する記事にはタグ付けを施している。

その投稿記事は、タグ付けされた人のタイムライン（投稿の蓄積）上に投稿に準ずる形で登場するため^⑦、少なくとも「タグ付けされた人の友達」の数だけは、記事に触れることとなる。たとえば、単に「商品を写した写真」を掲載するだけでは、Facebookページをフォローしている人しかその記事に触れる機会がないが、「商品+15人の集合写真」を投稿し、15人にタグ付けすれば、Facebookページをフォローしている読者以外にも、タグ付けされた人の友達に対する広告宣伝効果が期待される。たとえば、投稿した写真に写った15人について、友達が100人ずついると仮定すれば、記事を一つ投稿するだけで1,500人に広告宣伝できることになる。

二点目としては、店主をタグ付けした記事を学生が投稿することで、店主のFacebookページに「他者の評価」が載ることになり、読者としてはその商店についての判断材料が増える。多くの読者は店主の記事だけでなく、第三者がその商店とどのようなかかわりがあるのか、どのように評価しているのかなどの情報を欲しているだろう^⑧。

第三点目として、本稿の題名にも含まれている「記録による資源化」とその相乗効果がある。われわれの活動におけるFacebookの投稿は必ずしも重厚なインタビューばかりではなく、外部者の眼によって見出された、竹田市における何気ない風景・人物・観光地など、あらゆる写真と文章が含まれる。このように、さまざまな対象に意味付けしていくことは、投稿者の視点によって見過ごされていた対象に付加価値をつけることでもあり、記録による資源化といえよう。Facebookのページ内で、こうした写真と文章の蓄積は、竹田市の魅力にあらゆる角度からスポットライトを当てることになり、相乗効果を生み出す。

（3）Facebook活用のプロセス

以下に述べる活用プロセスは、前々ページの図と説明それぞれに付した（i）から（iii）に時系列順に対応している。

（i）個々がFacebookのIDを取得（随時）

まず、FacebookのIDを学生各自が取得し、アウトプットできる環境を整えた。大半の学生が大学入学後Facebookを始めている。

サービスラーニングで取材中にFacebookを使って記事を投稿するには携帯電話（スマートフォン含む）が有効だが、Facebookの機能そのものをフル活用するにはパソコンのほうが優れているため、取材中以外ではできるだけパソコンでFacebookを使うよう指導している。竹田市内にいる間の投稿では、できるだけ、ノートパソコンと無線LANを活用している。

（ii）Facebookの非公開グループを開設（2012年6月）

Facebookの非公開グループを作成し、サービスラーニング参加者（教員、学生、学外協力者）が加入。活動内容を打合せできる環境を整えた。

また、取材内容を学生各自が投稿し、ウェブサイト（サービスラーニングの活動成果を集約したウェブサイト「たけたみつけた」(<http://cis.oita-pjc.ac.jp/taketa/>)を2010年から開設している）を作成するための素材を集約する場所として利用した。

（iii）Facebookページを開設（2012年10月）

ウェブサイトは取材結果を丁寧にまとめた上で投稿していたが、取材風景や、取材中の小さな気づきを投稿できる場所としてFacebookページ「たけた芸文短大交流」(<http://www.facebook.com/taketaigebuntandaikouryuu>)の運用を始めている^⑨。学生4名、教員2名、学外協力者1名で管理権限を持ち、いつだれが投稿してもよいルールとしている。

(4) Facebookによって得られている効果

一点目として、学生のタイムラインそのものがセルフブランディングの顕れだといえる。読者からすれば、学生の投稿内容を見ることで「学生がどういう場面でどういう行動をとるのか、どういう報告をするのか、どういう感情を抱くのか」ということが可視化される。学生の人となりがわかり、結果的に信頼の構築にもつながる^⑩。

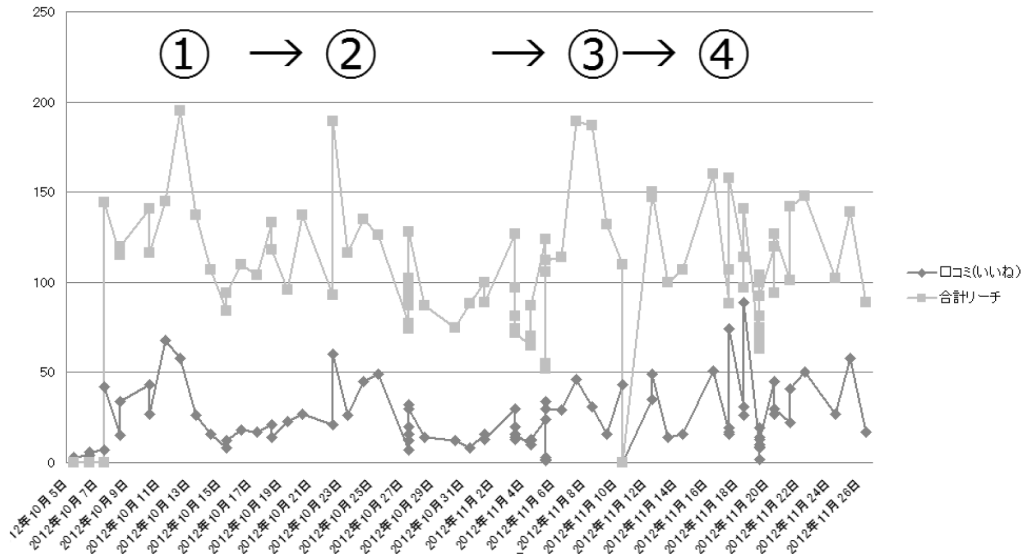
一方で学生にとってFacebookのタイムラインはそのまま、ライフログとして自分史を示しているため、就職活動の際の「自己分析」に応用できる。これまでは自己分析というノートに生い立ちを書き出していることが多かったが、Facebookのタイムラインそのものがライフヒストリーになっているので、自己分析に手間取らずに済むようになった。さらに、Facebookには他者からのコメント(=評価)が付されているので、自己分析を考える際にも少なからず役立てられる。

二点目としては、Facebookページのインサイト機能を活用することで、投稿ごとに読者の年齢層、居住地域が明らかになった。つまり、取材を経て投稿したこと(Plan→Do)に対して、反応を伺い次回の投稿に活かすこと(Check→Act)が可能になったといえる。次節では、竹田市で取り組んできたFacebookページ「たけた芸文短大交流」の事例にもとづいて、広告効果の分析を試みてみたい。

5. Facebookページ運用の具体的な分析

最後に、実例を用いて、Facebookページの運用事例について述べておきたい。次のグラフは、「Facebookインサイト」というアクセス解析のデータをもとに、記事を投稿した日付ごとの反響について示したものである。Facebookページのインサイト機能とは、Facebook社から提供されているページ解析機能であり、30人以上ファンがいるページであれば閲覧可能になる。

表1 竹田芸文短大交流、視聴者のアクセス解析



グラフ中、上方の灰色の線は、「合計リーチ」を表している。ページの投稿にアクセスして読んだ人の数である。これは、ユニークユーザー数（いわゆるUU数＝訪問者の純粋な頭数）を示しており、延べ人数に当たる訪問数（セッション数）やページビュー数（PV数）ではないので、例えば図中①の記事は、純粋に200人の個人が読んでくれたということになる。

グラフ中、下方の黒色の線は、口コミ（いいね）の数を表している。こちらは、ページ投稿に対して「いいね」ボタンを押すことによって、自分のタイムライン上に記事を作成した人のユニークユーザー数である。

グラフ中、著しい変化が見られる部分について、①、②、③、④と番号を付した。以下、それぞれについて考察してみたい。

まず、①の時期には、Tさんの記事を皮切りにして、「Taketa Supporterシリーズ」として、竹田市を応援するFacebookユーザの紹介を行い、Facebookユーザのタグ付けを始めた。相互作用を期待して、組織やFacebookページに対するタグ付けも始めている。

②の時期には、イベント紹介を始めている。ここでは、「おいなりさんが舞い込んだ」というお祭りがあった。練り歩いている人や観客数名に雑談がてら、「Facebookでこのような活動をしているので、是非よろしくお願ひします」と声をかけて宣伝したこともある。多くのFacebookユーザが、後日、「いいね」を押して、ページの記事を購読してくれるようになった。

③の時期には、大分県内の他大学との連携を進めたため、立命館アジア太平洋大学（APU）の学生をタグ付けしている。ネットワーク分析的に言えば、これまでの組織から外に広がって、さらに多様な人々とのコネクションをつなげて、それをコミュニティ上

に持ち込んでいることになる。友達の友達、またその友達へ、という具合に連鎖していくため、視聴者の数と範囲が拡大しはじめている。こうして、視聴者全体の分母は増え続けている。実際、後日、大分大学、下関市立大学、国際基督教大学（ICU）の学生をタグ付けした時、それぞれ、別々のネットワークからユーザが流入し、Facebookページの記事を購読してくれるようになっていく。

④たけた竹灯笼「竹楽」の時期に、大量タグ付けを試行している。先述した通り、60人まで、タグ付けして拡散することができるタグ付け、さらにいえば、それぞれのネットワークを有する多くのFacebookユーザを現場、写真内に巻き込むことは、広報の波及範囲を広めるためにもっとも効果的である。

事後的に言えば、試行錯誤の中ではあったが、全体の投稿方針は、奇しくも本稿で見出したFacebookのセオリー通りになっており、タグ付けを重視していたことは興味深い。というのも、①から③までの時期の投稿記事のほとんどは、実質上、竹田市そのものの観光資源やイベントにクローズアップしたものではなかったのである。投稿記事が扱っていたのは、生き生きと活動している人物やグループに他ならない。それらをタグ付けすることによって視聴者という分母を十分に増やしてから、竹田市の街（商品）についての紹介をはじめたことになる。

さて、記事の内容や投稿方針と照合してみると、2つのことが全体に共通して如実に現れている。

第一に、あたかもFacebookの書き込みは魔法のようにバーチャルリアリティの世界、R.ディランティ（2009）のいうような「バーチャルコミュニティ」を創りだして自律的に動いているように感じられるとはいえ、実際のところ、Facebookの書き込みとその反応は、極めて密接に現実世界でのアクションと連動していることである。前述のとおり、右肩上がりに増え続けるページ視聴者に満足せず、竹田市に人を呼び込む、または訪ねていくという形で、新しいネットワークの取り込みに注意していくべきである。

第二に、共時性と速報性である。このようなバーチャルコミュニティでは、リアルタイムで進行しているというスピード感が重要であることだ。24時間動いている「社会」を意識しつつ、ネットワーク上の他のユーザを巻き込んでいくことが重要である^⑪。

6. 結びにかえて

本稿では、Facebookの大学初年次教育における活用という一般的な切り口にはじまって、大分県竹田市における地域連携の深化、記録による資源化の事例、またFacebookページの記事と視聴者の反応について「見える化」を試みてきた。

何より、現在、竹田市と大分県立芸術文化短期大学の交流をめぐって多くの方とうまくご縁を継続し、協働に繋がられていることこそ、最大の成果である。Facebookを利用した副次的な成果として、学外協力者との協働効果も大きい。例えば、本稿をはじめとする共同研究やプロジェクトそのものへの好影響である。竹田市には必ずしも関係ないところでも、大学人としての筆者の一人は、学生の就職活動や編入試験対策への支援、ラジオ番組などパブリシティなどで、こうした協働の恩恵を受けてもいる。

最後になったが、本稿に論じてきたような地域活動を学術研究の次元で捉えると、地域

住民と研究者が展開する共同的な社会実践「アクションリサーチ」であるといえる。

人文社会科学の「学術研究」について、しばしば言われる悪口が、これらの研究がアームチェアに座ったままで高いところからなされる研究にすぎない、というものである。この事態は、現代日本の多くの大学において共通しているだろう。確かに、実利主義にとらわれず多様な学術研究を推進することは、理屈の上では擁護すべきであるとはいえ、このご時世である。公的機関において、さらにこれから5年、10年後を想定すると、超一流にまで至らない人文社会科学系の学術研究は「事業仕分け」の対象となってしまうかねない。それでは、従来のスタイルの学術的な研究を、学術外の広い射程を備えて進めていく方法はないだろうか。その答えの一つが、地域貢献や実践を交えた学術研究の方向性である^⑫。

「アクションリサーチ (action research) とは、望ましいと考える社会状態の実現を目指して研究者と研究対象者が展開する共同的な社会実践のことである。目標とする社会の実現に向けて『変化』を促すべく、研究者は現場の活動に『介入』していく」(矢守、2012、p1)。

「観察」から一步踏み越えた「介入」というのは、科学全般にとって穏やかではないキーワードである。たとえば、生物学の実験中には、対象に触れる等、意図した操作以外に直接影響を与えて対象を汚染すること (contamination) はご法度である。しかし、社会科学では、調査者自身も調査対象である社会の一員であり、調査対象から切り離された無菌室は存在しない^⑬。この意味での介入は、目標とする社会の実現に向けて変化を促すべく、現場の活動に介入していく点で、本稿、また大分県立芸術文化短期大学の地域活動の立場と重なるものであると考えられる。今後、さらに活動を継続していく中で、より範囲を広げ、竹田市の内外、他大学など、より多くの人達とネットワークを形成し、協働を推進していくことが、今後の課題である。

注

- ① サービスラーニングとは、大学での学習や特技を生かし、地域社会に貢献する活動を行う教育プログラムのことである。この活動実践において大分県立芸術文化短期大学は、文部科学省平成21年度大学教育推進プログラムに選定された。
- ② ここでは、日本で展開しているSNSサービスの全てについて説明することはしない。主要なSNSの特性について、ふくりゅう・山口哲一 (2011) は、小学校のアナロジーを用いて説明している。球技大会が「ソーシャルゲーム」であれば、校内放送は「USTREAM」「ニコニコ動画」に喩えられる。興味を持った人が立ち寄って眺める壁新聞が「ブログ」だとすると、友達同士でいろいろな話をささやき合うのは「Twitter」である。本稿が焦点を当てる「mixi」「Facebook」は、友達と交換するプロフィール帳、スクラップブック、交換日記のアナロジーで捉えられる。
- ③ これは、後述するように、美化して表現するならばPDCAプロセス中のCAに当た

る。とはいえ、ひとたび、このような計測システムが存在することを学生が知ると、成績や個人の評価に関する限り、裏をかいて骨抜きになることが予想される。

- ④ 情報化をめぐる多くのケースにありがちであるが、この理想的なシナリオの中で、人的なコストはほとんど無視されている。たとえば、現任の教員ですべての機能を代替させられるという事態は用意に想像される。「お客さんが欲しいのは、その製品ではなく、その製品が果たす機能なのだ」。この言葉は、技術のブレイクスルーによって、確かに可能となる。「既存の組織や仕組みをどう活用していくか」ではなく、「欲している機能に沿って、どのように組織や仕組みを改変していくか」という発想につながる点で、T. パーソンズによる「構造－機能主義」を転倒させた、N. ルーマンの「機能－構造主義」の発想にも重なっている。ところが、ルーマンの方法論において有名な点でもあるが、このとき人間というファクターは特別な意味を持たず軽視されることも起こる。
- ⑤ 前項の一番目のメリットとして述べた通り、Facebookはセルフブランディングのためのツールとしても使える。例えば、就職活動中の学生は「誰に見てもらいたいか」だけでなく「誰に見られるか」も考慮して、プライベート側の公開範囲を制限するとよい。逆に、自己アピールになりそうなことは、どんどん書き込んで記録するべきだ。これは、写真入りのポートフォリオのようなものである。
- ⑥ 同プログラムは、2012年12月6日付けで、「特に優れており波及効果のある取組」と認められている。
- ⑦ 同様に、Facebookページやスポット、グループ、アプリなどもタグ付け可能であるが、この場合は、記事内にリンクを埋め込むだけに過ぎず、先方のタイムラインには影響しない。
- ⑧ 定平ら（2012）も指摘するように、ウェブを用いた従来型の広報は、例えばコンテンツの流通、メッセージ交換の利便性等を利用した「単に一時的かつ一方的なプロモーション活動」になりがちである。しかし、ソーシャルメディアをうまく利用すれば、多くの人の反応を得ながら、インタラクティブに情報発信していくことが可能になる。
- ⑨ 前節の最後に述べた通り、Facebookページは、グループよりもフォーマルではあるが、ウェブサイトよりもかなり気軽に投稿ができる。
- ⑩ 何より教育上の効果に重点を置いているとはいえ、個人の露出等を考えて併せると、セルフブランディングとプライバシーの保持とのバランスには配慮していかなければならない。
- ⑪ また、投稿記事の質としては、内容や写真のマニアックさが大事であると言えそうだ。上手な文章ではなくとも、個性（オリジナリティ）を全面に出した書き込みほど、視聴者の反応も良い傾向がある。
- ⑫ このような趣旨で、大分県立芸術文化短期大学には、地域貢献研究所の設立構想がある。現在のところ、正式には2012年度から、情報コミュニケーション学科において地域貢献研究会として、活動を始めている。本稿の著者の一人、成田誠は、嘱託研究員であり、アカデミックな視点と経営実践・アナリストとしての知見の両方を活かして、地域

貢献活動に関わってきた。

- ⑬ もちろん社会科学においても、対象に働きかけることは、社会科学においても、ともすれば政治的・思想的な運動と結び付けられてしまいかねない。また、SNSの「親密さ」を利用して得られるPR効果は同時に、われわれの地域活動に関わる参加者全員の親密圏に関わっている。SNSの活用を手放しで礼賛するのではなく、プライバシーの流出や、「ソーシャル疲れ」など、今後、問題を見極めて慎重に対処していく必要がある。

謝辞

本論文の成果は、日本国内でもユニークかつ極めて巧妙に構築されている教育システムであるサービラーニングという体制のうえに、はじめて成立したものである。これまで竹田市を始めとするサービラーニングの立ちあげから基盤づくりまで、奔走しておられる大分県立芸術文化短期大学・情報コミュニケーション学科長・吉良伸一先生、高橋雅也先生（現・埼玉大学）、協働してこられた竹田市の方々に深く感謝いたします。なお、記録管理や情報社会論の基礎的な視点、社会的ネットワークの応用等、本論文の一部は、科学研究費・基盤研究B「国際比較に基づくアーカイブズと社会の関係に関する総合的研究」（研究課題番号：22330164）の成果によるものである。

参考文献

- ふくりゅう・山口哲一、2011、『ソーシャルネットワーク革命がみるみるわかる本』、ダイヤモンド社
- 石井淳蔵、2012、「最新手法『プロセス・ソリューション』でビジネスモデルが激変」、『プレジデント 8月13日号』
- 吉良伸一、2009、「社会学的教育実践としてのサービラーニング」、『大分県立芸術文化短期大学研究紀要』47、大分県立芸術文化短期大学、pp.143-152
- 、2011、「社会学的教育実践としてのサービラーニングⅡ」、『大分県立芸術文化短期大学研究紀要』49、大分県立芸術文化短期大学、pp.87-98
- 定平誠、斎藤忍、松浦克樹、2012、「ソーシャルメディアによる地域コンテンツのイメージ戦略とブランド化」、『尚美学園大学芸術情報研究21号』、尚美学園大学
- 矢守克也、2010、『アクションリサーチー実践する人間科学』、新曜社
- 柳沢健太郎、2012、『Facebookでビジネス成果を生み出すためには何をすべきか?』、アートデイズ