



大学図書館におけるSNS活用の実際： 室蘭工業大学附属図書館におけるFacebookおよびT witter運用の試行錯誤

メタデータ	言語: jpn 出版者: 日本図書館協会 公開日: 2017-04-14 キーワード (Ja): ソーシャルメディア, 室蘭工業大学附属図書館 キーワード (En): 作成者: 千葉, 浩之 メールアドレス: 所属:
URL	http://hdl.handle.net/10258/00009185



大学図書館におけるSNS活用の実際

——室蘭工業大学附属図書館におけるFacebookおよびTwitter運用の試行錯誤——

千葉浩之

1. はじめに

平成27年通信利用動向調査の結果によれば、SNSの利用が多い年代は20代を頂点に、30代、13-19歳と続く。こうした若年層のSNS利用傾向を踏まえて大学図書館がSNSを活用した学生向けの広報に乗り出すのは理に適っている。

とはいえ、SNSの運用を始めさえすれば学生に伝わるかという、そう簡単ではないというのが各館の実感ではないだろうか。SNSのアカウントを開設するということは、友達はもちろん、著名人、ショップ、ブランド、エンターテインメント等々、情報を得たい魅力的なあれこれと同じ土俵に上がることにすぎない。はたしてそれらの間で大学図書館は学生に支持されるだろうか。

本稿では室蘭工業大学附属図書館（以下、当館）の取り組みを紹介したい。当館はFacebook（2017年3月15日時点で229いいね！）とTwitter（同日時点で1,028フォロワー）を運用している。試行錯誤の現状だが、もし参考となるのであれば幸いである。

2. SNS運用の再検討

筆者は、前任館の北海道大学附属図書館の公式Facebookページ開設（2012年10月）を機にSNSを始めた。当時、自ら企画したイベント（国連寄託図書館である同館を会場にした、学生らによる国際協力活動の報告会）が迫っており、新しい広報手段に飛びついた。図書館のウェブサイト上げる一回限りの紋切型のお知らせとは異なり、趣旨等を自分の言葉で伝えられる新鮮さ。登壇する学生の写真付きメッセージの投稿。学生団体によるシェア。報告会のリアルタイム投稿。これらはSNS初心者には恵まれた経験であり、その後もたびたび伝えたいことを投稿していった。

さて、2014年4月の着任時、既に当館はFacebookとTwitterを運用していたが、どうも前任館と趣が違っていった。業務の都合を優先したイレギュラーな投稿間隔。ウェブサイト上げた通知そのままの文章。本棚正面の写真とお決まりの「どうぞご利用ください」の締め。学生はこうした投稿を読みたいだろうか。図書館員側に目を向ければ、力を注いだ仕事の表現として、これでよいのだろうか。そんな疑問に駆られて、以下のとおりFacebookをベースにSNSを用いた広報のあり方を再考し、改善策を提案した。

大雑把に言えば、Facebookの投稿はユーザーの「いいね！」で拡散していく。拡散をユーザーに委ねている以上、こちらの都合は極力排すべきだろう。また、私たちが「いいね！」と言って行動を起こすのは、一方的な「通知」ではなく「提案」に対してではないだろうか。そして提案者は提案内容の「よさ」を理解して伝えねば、うまくいかない。程度の違いはあっても、このことはTwitterにも通じるのではないだろうか。

そこで、投稿時間を昼休み直前に定めた。授業時間を避ける目的だったが、副次的に推敲の余裕も生じた。投稿内容については個人の想像力（読み手がどう受け取るか）や表現力、さらには仕事観に根差しており、ルール化は難しいが、少なくとも「提案」と「自分ならそれを誰かに伝えたいか」とを心掛けるようお願いした。

3. 情報発信の工夫

先に「拡散をユーザーに委ねている」と書いたが、拡散のきっかけを工夫することはできる。

たとえば学生アルバイトたちが自ら選んだ展示図書を手にした姿を写したFacebook投稿は、多いもので通常の3倍のユーザーに広まった。やは

り学生にとって知り合いの学生は「インフルエンサー」であり、いつもは読むだけの、あるいは無関心だったユーザーが「自分事」と感じ、彼らのメッセージに共感し、結果的に拡散に至った。

また、Twitterで顕著だが、ハッシュタグを付すことにより拡散の手助けを招きやすくなる。たとえば#SciFinderを付した同データベース講習会の告知は化学情報協会 (@casjapan) に、#Rikatanを付した、雑誌『理科の探検』掲載記事の機関リポジトリ登録のお知らせは主に理科教育に関心のある層に、それぞれリツイートされた。目的が明確で、フォロワーの多いアカウントによるリツイートは非常に効果的で、ありがたい。

一方で、メンテナンスによる電子リソースの利用停止や臨時休館等、一時的には「よくない」

が、重要なお知らせもある。そこで、2014年の蔵書点検による休館の際は、「いいね！」という感情ではなく、「驚き」に委ねることにした。本学公式キャラクター「ムロピョン」の着ぐる



みが点検作業をするFacebook投稿(図)は、ふだんの2倍以上のユーザーに広まった。

4. 情報収集の姿勢

SNSの活用というと、情報発信に目を向けがちだが、情報収集の面も見落とせない。ここではSNSから得た情報を元に、図書館でできることを模索し、実行する姿勢が大切だと思う。

まず、多くの大学図書館がSNSを運用している昨今、他館の優れた表現方法を学びとらない手はない。たとえば京都大学農学部図書室のFacebookページではキャラクターたちが楽しい掛け合いを進めつつ、末尾では投稿に即した情報や参考文献をしっかりと紹介している。

実際のサービスに活かせる場合もある。2016年3月、Facebookで東京工業大学附属図書館が日刊工業新聞の無料配布を行っていることを知った。直後に館内で合意形成し、その日のうちに同新聞社と交渉。同年4月から当館でも3か月間実施し、残部が出ることなく「完売」した。

また、「エゴサーチ」でSNS上の評判がわかる。さらにTwitter運用館は学生をフォローバックすることで、学生生活の実態を垣間見られる。つぶやきには往々にして問い合わせや投書の萌芽が含まれており、隠れたニーズ(たとえば教養娯楽雑誌の購読希望等)の把握や対応に役立つ。

図書館員が築く個人的な関係も有効だ。2016年9月、Facebookで筆者の「友達」の教員がある学会の授賞式の模様を投稿した。すぐに彼の受賞論文を機関リポジトリに登録し、当館のSNSでいち早く受賞をお祝いした。学生や教員とSNS上のつながりを得られれば、図書館員自身が「インフルエンサー」になれるだろう。

5. 今後の課題

ここまで当館の取り組みを紹介してきたが、学生への広がりはまだまだ足りない。図書館を「自分事」として感じてもらえるよう、発信と収集の両面で学生生活へ一層接近していく必要がある。

また、筆者の知る限りでは、学生のほとんどがLINEを使っており、Facebookの利用は少ない。既に運用中の大学図書館もあるように、LINE@の運用も視野に入れるべきだろう。ただし、通知機能等のLINEの特徴を踏まえると、投稿の頻度や内容は改めて検討する必要がある。

6. おわりに

大部分の学生にとって、大学図書館のサービスを最大限に享受できるのは、人生のうち限られた期間である。その短い時間のなかでサービスを通して学生に身に付けてほしいものを考えるとき、広報は常に喫緊の課題である。SNSは彼らとつながる有効な基盤であるが、つながりの成否は図書館員の日々の試行錯誤にかかっている。

(ちば ひろゆき:室蘭工業大学附属図書館)

[NDC10:0177

BSH:1.ソーシャルメディア 2.室蘭工業大学附属図書館]