

レポート① 岩佐康二氏「SNS 概要」

- ・ SNS は福音宣教のための「新たな手段、表現」である。

日本カトリック司教協議会 2017年シンポジウム「若者と宗教」より

若者の「宗教者離れ」若者はインターネット環境で、宗教家を飛ばして直接情報にアクセスできる。信仰者、宗教者は信仰を伝えられているか。

日本カトリック司教協議会 2018年シンポジウム「SNS と宗教」

—LINE、Facebook、Twitter がわたしたちに問いかけるもの—阿部仲麻呂神父発表より

SNS はナイフと同じ「道具」にすぎない。使い方によって人を傷つける道具にも、よい料理を作る道具にもなる。出発点に使う人の心の問題がある。

SNS が目指している方向性と宗教が目指している方向性は「かかわり」という点では共通性がある。

SNS を使って情報発信する時は、自己中心的な態度に陥りがちである。「自慢」、「批判」が SNS を使うときの問題としてあげられている。

公の(教会)の SNS は何人かでチームを作り運営する。1人で活用すると自己中心的になり周りに危険を及ぼす道具となる。チームでより良い意見を出しながら一緒に作っていくとよい。

オウム真理教の事件(1995年)以来、宗教団体に対する嫌悪感と恐怖感、不安が一般の人々に根付いているが、遠隔地の人や病気などで動けない人への励ましのメッセージとなる。

HP、ブログと SNS の違い

- ・ ホームページ(ブログを含む)はストック型で、情報を溜めて時間がたっても検索すれば見ることができる。SNS はフロー型で、情報は流れていってしまう。SNS に情報を流し、詳細を HP に掲載し、SNS で興味を持った人が HP を見に来てもらう、という流れがよい。
- ・ SNS を包丁に例えると、包丁に種類があって使い方が違うように、SNS にも HP(ホームページ)、ブログ、Twitter(ツイッター)、フェイスブック、YouTube(ユーチューブ)などがあり、それぞれの違い、使い方、注意点、ルールを知る事が道具としてうまく使う上で大切である。
- ・ ホームページ(HP)は html というプログラムで一から作る。HP があることで閲覧者は信用してくれる。所在地、電話番号など動きの少ない情報を掲載する。正しい情報を載せることが信用を得る上で大切。情報の検索性にも優れている。SNS、ブログに来てくれた人を最終的に HP に誘導する。
- ・ ブログは「ブログシステム」で日記のように簡単に記事を更新でき、あまり専門知識は要らない。広い意味ではブログも HP の一種である。日々の情報発信に優れている。

SNS の種類と特徴

- ・ Facebook(フェイスブック:FB)はフェイスブック社が提供しているサービス。世界中で多くのユーザーがいる。テキスト、写真、動画の投稿ができ、「シェア」機能で投稿が広く拡散されるのが特徴。
- ・ Twitter(ツイッター)はツイッター社が提供しているサービスで、こちらも世界中に多くの利用者がある。
- ・ 140文字以内の短い文章に写真や動画を添えて投稿できる。投稿がリツイートされることでリツイートしたユーザーのフォロワーにも投稿が表示されるため拡散力が強い。

- ・ SNS の発信スタイルは事前に友達としてつながっている多くの人に今すぐに伝えたい情報を知らせたいときに使う。メールの一斉配信のようにメッセージを届けるプッシュ型。情報は常にリアルタイムで流れているため情報の寿命は短く、検索エンジンにインデックスされないため、相性は悪い。
- ・ SNS の最大の特徴は拡散性で、面白い投稿は他の人により再投稿されどんどん拡散していく。
- ・ SNS のユーザーは主にスマホで投稿を見ているため、流し読みをしている人がほとんどである。目を引く画像や発言をしないと埋もれてしまう。
- ・ 一度 HP やブログに訪問してくれたユーザーにリピーター訪問してもらうためにお勧めなのは「Facebook ページ」である。（「Facebook」は個人のページだが「Facebook ページ」は団体の作ったページである）FB ページに「いいね」をしてくれたユーザーに投稿が届くので、HP やブログの更新情報や他人の投稿のシェアなど、その日限りの情報の投稿がお勧め。
- ・ SNS の目的、役割は、HP やブログの情報を拡散する、「人となり」を発信する、リアルタイムの情報を流すこと。利用していない人には情報を見てももらえないため、SNS をメインにするのは避けたほうが無難。

SNS 作成のポイント

- ・ 自己紹介のページを作り、新たに信者になった人、信者以外の人にどういう団体かを知ってもらう。
- ・ 個人の SNS と公の SNS とをしっかりと分けて、公の SNS はチームを作ってよりよい意見を出しながら運営する。
- ・ SNS で近況報告をし、親しみを感じてもらおう。災害、事故、事件などのお見舞いなどリアルタイムに対応する。

Facebook ページ

- ・ Facebook 内に個人アカウントとは別に開設できるページで、企業、団体などがユーザーとの交流、情報発信を目的として運営することが多い。複数の人が管理人として運用でき、「編集のみ」と「全体の管理」のランク付けが可能。Facebook に登録していれば誰でも、複数作成できるため、完全非公開のページを作り、投稿前のテストに利用することもできる。

心のともしび運動の具体的取組

- ・ 4人体制のチームを立ち上げ勉強会を行い、SNS の概要が理解できた段階でルール作りを行なった。
- ・ 2人以上がアクセス権を持ち管理する。発信内容をチーム協議してから発信する。ユーザーの安心感を得るため、HP、You tube、SNS のデザインを統一する。執筆者に原稿使用の承諾を取る。
- ・ SNS へのコメントに対して SNS からの返信はせず、HP へ問い合わせてもらおうようコメントを記載する。
- ・ 「シェア」や「いいね」、「リツイート」で情報の拡散をお願いする。HP から SNS の閲覧ができるように Twitter と Facebook のページを作る。
- ・ HP の画面をスマートフォンでも見やすく対応。

HP のある教会は QR コードを活用すると、スマートフォンからのアクセスを増やすことができる。