

質問・お悩み相談

座談会出席者からの SNS・Twitter に関する質問や相談を、登壇者の4人が一緒に考えてくれました。

「配属希望の学生を集めたい。」

学生さんに研究室の存在をあまり知られていないので、Twitter で知名度を上げたいんです。」

越智 誰に届けるためにそのツールをどう使うかって、戦略的に使う必要があるんじゃないかって思ってるんですよ。本当に届けたい情報を届ける前にみんなが読みたいものを書いて、多分、武田さんとか細さんとかもやってらっしゃると思うんですけど。本当に読ませたいものは間に滑り込ませる。

武田 学生さんを集めるとかだったら自分の研究の内容をかみ砕いて説明する。で、そのアカウントに統一性があると、結構、人が寄ってきやすい。研究の話の基本してるのに、その間に眠いとか、昨日ラーメン食べに行ったりとか入ると人ははずしちゃうんですよ、興味がない情報が入ってくるので。だから、自分がそうなりたいて思ったらそういう情報にフォーカスして発信し続けると自然と人が集まってくると僕は思っています。あとは見せ方を工夫すれば別に同じことをしても目の集まり方が違う。

村上 僕も京都外大のときには受験生獲得戦略を考えたり、阪大では大学院生の研究をカフェイベントで紹介したりしてきましたけど、その二つのリーチは違います。それぞれに応じてテイストを変えてツイートするといった、戦略を練っていくことがポイントになってくると思います。その辺、どういふうに使いたいかを考えるっていうことが重要になってくるかなとは思いました。

「ツイートがバズるかどうかって自分で予測できるんですかね？」

武田 それは結構わかんないですね…文体とかも結構意識してるほうだとほうだと思えますけど、これがこんなに伸びるのかっていうときもあるし、うわ、これが全然伸びてない、恥ずかしいみたいなこともある。

越智 私、一番バズったやつだと、安倍元首相が暗殺されたあとに、自宅で銃を作ろうとするだけで罰せられますよっていうのが最初に8万ぐらいになって。刑法の条文貼っただけなんですけど、それが拡散されて。なので、多分、みんなが必要とする情報みたいなやつは跳ねるんだらうなっていうのはそれですごいわかりました。

Twitter って今見てる人に届くっていうのが多分ポイントで、過去にどんなこと書いててもあんまり意味ないですよ。今、この瞬間知りたいことだったら拡散される。

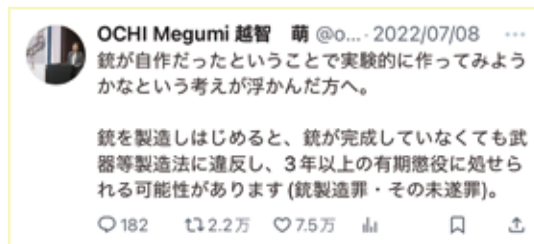
細 バズりそう、どのぐらいの数いくかなとかは大体わかる感じがしますね。でも、一般にバズってるの見てると、文章をしっかり練ってるっていうより情熱がこもってるやつとか、誤字が入ってるぐらいの思いがこもってるやつとか、そういうのがバズってる気がするんで、あんまり考えてもしょうがないんじゃないかな。内容とか分野によるかもしれないですけど、写真があったほうが拡散されやすい傾向はある気がしますね。

武田 ただ研究者のキャリア、戦略という意味では、しょうもないことでバズってもフォロワーがすごい増えるとかって基本ないですよ…

細 確かに、すごく冗談じみたものでバズったあと、すごいフォロワー増えることあるんですけども、そのあと、すーって消えていきますね。

武田 そうなんです(笑)。

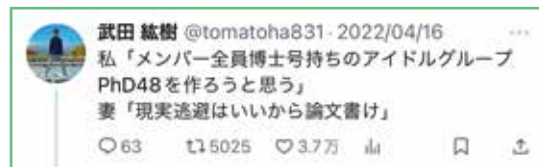
細 (笑) このアカウント、そういうアカウントじゃないんだみたいな感じで。なんで、多分、誰にリーチしたいのかとか、どういうキャラクターのアカウントとして維持していくのかがあっていうのが固まってるのが大事じゃないですかね。



知りたい情報が、今、このタイミングっていうのは結構大事ですね



「博士アイドル化計画って？」



武田 初めは Twitter で、博士のアイドルグループでも作って儲けようかなみたいな奥さんとのふざけたやり取りを載せたのがきっかけです。

主に全国の大学院生とポスドクですけど、本当にやろうよみたいな人たちが出てきたので、有志10人ぐらいで集まって、できるだけ学問を身近にっていうコンセプトでイベントをやれたらいいよねって。早い段階で子どもたちに学問への興味を持ってもらうために、研究者の個性を出して人を集めて、そのうえで研究の話ねじ込むようなアウトリーチをしたいと思って始めました。

最初は、100～200人ぐらいの全国の博士の人たちがやりたいと応募してくれて。1次審査で数十秒ぐらいの自分の自己紹介動画を Twitter に上げてもらって、その反響で選抜しました。2次審査ではピリオパトルという、自分の大好きな本を紹介する動画を取って、その反響で審査しました。最終審査として、秋葉原のUDXという駅前のホールところで選ばれた7人に「学問を身近に」のテーマでプレゼンしてもらいました。上位の人たちは academist さんっていうクラウドファンディングの参加資格を得られるっていう特典をつけて、ピッチコンテストみたいにやりました。

人が来るのかどうかっていう恐ろしさはありましたが、観客の方、100人ぐらい来てくれましたかね。親子連れの方とか、老若男女問わず来てもらえました。結構子どもが多かったの、うれしかったですね。

メディアの人からもすごい取材が多かったです。新聞社の方とかに言われたのは、アカデミアの話をニュースにしようってなると予算の話とか、論文数が減るとか、やっぱり暗い話ばっかだから、こういう明るい話を僕たちも取り上げたいんやみたいな感じだったんで、かなり好意的でした。

大貫 活動は今後も続けますか？

武田 いや、論文が書けなくなってしまうので(笑)一旦区切り。博士のアイドルであるからこそ選抜されたあとは自分たちで何とかしてくださいってことで(笑)

「広報です。いいね！がつきません…

広報チームでコンテンツを作っているが、「いいね！」がなかなかつかない。視聴者数が伸びない。費用対効果を常に問われる中、どうしたらよいか悩んでいます。」

武田 やっぱりアウトリーチ、そういう広報とかいう観点からすると、アイデアが重要。同じことをするにしても**色々な人たちでアイデアを出し合っ**て、**トライアンドエラーし続けられ**ばいいんじゃないかなって。

村上 **どのタイミングでバズるか**わからないんで、**コンテンツをためとく**っていうのは結構重要だと思います。カズオ・イシグロがノーベル賞を取ったときに、京都外大にカズオ・イシグロの研究者がいて、たくさん取材やインタビューがきたんですよね。何が引っかかるか、ってわからへんと思います。一方で上層部とかに説明するための定量的なものとして、KPI、達成状況を定量的に測れる指標は、アリのバイ的には持つといたほうがいいと思います。企画を打つためには必要な、と。

越智 例えば、視聴者数 60 人って目標を設定して 70 人やったら、やったってなるじゃないですか。そういうふうに**目標設定する**っていうのはされてないんですか。

質問者 最初は無理なく数字を設定すればいいんですね。

越智 私は、**まずはトライです**っていうふうにして、**こういうコンテンツだったらどれぐらい集まるのか**みたいな検証をしてる、という感じでやっています。こういうタイミングでこういうものを書く結構拡散されるとか、傾向を見ることを積み重ねていく。何時ぐらいにやるといいとかもありますし。

武田 **6 時、ゴールデンタイムがある**んですよ。金曜の夜とかはインプレッションが下がったりするんですよ、みんな、もう疲れてたりする。なんで、木曜とか水曜の 4 時、5 時、6 時とか、伸びそうだなとか、多少はあります (笑)

村上 大人は帰りの電車でも見たりするんで。僕も 18 時～19 時に打ちます。

武田 **長い文章が読まれなくな**ってきたっていうのは最近よく感じますね。イベントの宣伝とか、もう本当に短く端的に。かつ、僕の方法論は、なるべく多くの人が見てくれるように意識して、パッケージではかなりふざけてます。

ビプリオバトル、YouTube で動画、4、5 本上げたんですけど、それも 5 万再生ぐらい、トータルでいってる。それ、パッケージはふざけてるけど、動画を見たら普通に自分たちの好きな専門書を紹介してるだけなので、それを**普通に専門書の紹介をします**っていうふう**にツイートしたら絶対見ない**んですよ、みんな。

意外とそういう発信するのに興味がある研究者、結構多い。ただ、個人だとできないんですよ。一から人を集めて、企画して、宣伝して、発信するっていうのは、相当労力を使うので。本気でやりたい人たちを呼んできて、**やってあげるような場を作ってあげる**だけでもいいのかな。

村上 研究者がアウトリーチ活動をやる上で何がむずかしいって、そのアウトリーチ活動の企画などの準備に時間を割くとなったら、**研究時間が減**るから**あんまりやりたくない**っていう話になるんですよ。そういうイベントは別の人が企画してくれて、自分はそこで話す、くらいであれば、しゃべりたいとか届けたいって言ってる人はいるから、それをどうやって引っ張ってくるかなのなっていう気はしますね。

武田 Twitter の人たち、オフィシャル感があるものを避けるような気がしてて、今からできあがっていくもの、**このあとどうなるかわかんないものを追いたい**みたいなのがあると思う。イベントでもその場その場で決めて、みんなの反応で方向を勝手に変えるみたいなふうに見せる工夫をしてみましたね。

Twitter の人たち、最初からできあがっているオフィシャル感を出せば出すほど拒絶感を示すという、そういうところがある (笑)



「ただ眺めて時間を溶かしてしまう…」

全く自分からアウトプットしていないと時間の浪費みたいな感じになりがちです。皆さんは情報収集のツールとしてどう使っていますか？」

細 **とにかくインプットの量を絞**る。僕は論文関係、研究関係のことの有用なことだけ流れてくるようなふうに流量を調節するみたいなことをしました。量のコントロール、セルフコントロールも大事だと思います。

書く方も承認欲求がどうしても刺激されてしまうものなんで、エフォートをかけたくなくなっちゃうと思うんですけども、それで自分の人生じゃないところにエフォートをかけちゃうリスクというか、コストというか、そういうものがあるので、ある程度自制して SNS と距離取ることも大事なんじゃないかなと思ってます。

自分の人生を生きましよう、ということですね。



越智 私はただ見るとはあんまりないです。**今起きてることについて詳しい人をフォロー**して、**その人のやつだけを読む**ようにしてますし、あと、検索を結構使うので、**読みたいものを読み**にいくように能動的に使うようには意識はしてます。

村上 僕は 1 時間半ぐらいの通勤のときは結構見てるっていう感じです。どういうのがトレンドに入ってるかなとか、こういうので今、炎上してんとか (笑)、バズってんなみたいな話は、授業のネタにすることもあって、こまめにチェックはしてます。

ただ、一般的に言われますけど、発信するところに情報は集まるみたいな話はありませんよね。Twitter でも、興味のある内容を書いてるとその関係で声かけてもらって世界が広がるみたいなことがありましたし。どういう情報を発信するかみたいなことを自分のポリシーでやると、**いろいろ発信することで得られるメリット**っていうのはあるのなっていうふうには思ってます。

武田 Twitter は基本的に自分が書きたいことを書く場所にしてますね。そこで情報を得るために使ってるっていう感覚は基本的にはないですね。

発信するところに情報は集まる。



村上 質問であるとか、研究で困ったこととか、ちょっとした質問とかは Facebook とかではまあまああしてますね。

武田 何か今はもう X の「おすすめ」が邪悪すぎて、(笑) 見たくもない情報、ばんばん出てきてしまうので、あれは本当見ないです。

越智 私、武田さんは「おすすめ」で見つけました。

一同 (笑)

村上 武田さんのツイートは出てくるからな。

武田 イーロン・マスクの成果ですね、それは。

一同 (笑)