



6日目

facebookで「ファンがファンを生むコミュニティ」づくり

●facebookとは <http://www.facebook.com/>

実名主義を掲げる交流・共有のためのインターネットコミュニティサービスです。世界で7億人近く(2011年6月時点)以上が利用していると言われています。匿名サイトで起こりがちな批判の加熱が少なく、また承認制の関係作りと、広く公開するためのページ作りを使い分け、画像や動画などの共有にも適しているため、共感・共鳴を得やすい特徴があります。さらに、様々なアプリが開発され、自由に設定できるなど、カスタマイズ性にも優れ、他のソーシャルメディアとも親和性が高く、モバイル(携帯)対応もしています。日本ではまだTwitterの方が普及していますが、世界ではFacebookが最も普及しているソーシャルメディアといえます。

▶ ウィキペディアより抜粋 <http://ja.wikipedia.org/wiki/Facebook>

Facebook(フェイスブック)は、Facebook, Inc.の提供する、SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)である。2004年にアメリカ合衆国の学生向けにサービスを開始した。当初は学生のみに限定していたが、2006年9月26日以降は一般にも開放された。日本語版は2008年に公開。13歳以上であれば無料で参加できる。実名登録制となっており、個人情報の登録も必要となっている。公開後、急速にユーザー数を増やし、2010年にサイトのアクセス数がgoogleを抜いたとして話題になった。2011年現在、世界中に5億人を超えるユーザーを持つ世界最大のSNSになった。政治的影響：2010年から2011年にかけてチュニジアで発生したジャスミン革命では、情報交換のためにFacebookが大きな役割を果たしている。また、2011年エジプト騒乱では4月6日運動と呼ばれるグループが大規模デモやストライキを呼びかけた。ホスニー・ムバーラク大統領は辞任に追い込まれたことから、「フェイスブック革命」と評価した者もいた。

一方では、Facebookは実名登録制なので、政府の追及から逃れるため仮名で登録した活動家に実名を要求し、あるいは実名公開を余儀なくされた活動家が当局に逮捕されるなど、活動に水を差す事態も起こった[14]。こうした制約から、実際の運動では従来の口コミやビラが主力であり、FacebookやTwitterが「デモを組織したわけではない」という指摘もされている。

●NPOにとってのfacebookの魅力

- ・スタッフや会員など、顔の見える関係における情報共有・意見交換に活用できる。
- ・facebookページ(旧ファンページ)を開設する事で、公式サイトやブログ、Twitter等の情報を集約して発信でき、かつ複数のメディアからの投稿を受けられる。ローコストでウェブサイトのトラフィック(訪問数)を増やせる。
- ・イベントやファンドレイズ(資金調達)のプロモーションに活用できる。新規会員獲得にも利用できる。
- ・著名人や政治家を含め、広く世間との知的なコミュニケーションに応用できる。
- ・海外のユーザーが多いため、英語ページを持つ団体にとっては国際的な認知度を高めるのに使える。(Twitterと併用するとなお効果的)

1 設定編

新規登録でアカウントを作り、プロフィールを設定します。出身地や自己紹介文といった基本データのほかに、「大切な人たち」「学歴・職歴」「人生観・哲学」「アートと娯楽」「趣味・関心」「連絡先」など、詳細な入力ができます。(空欄でも構いません)プライバシー設定を細かく調整できますが、具体的な情報を公開することで、関心の近い人からのコンタクトを増やすことを期待できます。「アプリとウェブサイト」の設定で、TwitterやYouTube、その他様々なサービスと連携させる事ができます。



例:@A SEED-TVの「ウォール」

2 検索編

検索ボックス	キーワードを入れる事で、アカウントやグループなど、facebook上の情報が表示されます。
友達を検索する	あなたが入力した情報をもとに、関連があるアカウントを表示します。キーワードや共通の友達などから割り出され、新規の友達登録をすると追加の紹介が表示されるので、次々と知り合いを見つけられる場合があります。「リクエスト送信」や「あいさつする」ボタンで、つながりをつくりましょう。



3 投稿編

「ニュースフィード」メニューあれこれ

近況、写真、リンク、動画、クエスチョンというカテゴリーに沿って、発信したい情報を投稿できます。投稿された情報は自分の「ニュースフィード」に表示され、登録されている「友達」に伝えられます。自分の投稿は「プロフィール」ボタンを押すと表示される「ウォール」で確認できます。

「ウォール」と「ニュースフィード」と「facebookページ」

自分の投稿や、「いいね!」「シェア」した情報は、「ウォール」に表示されていきます。「ホーム」ボタンで表示される「ニュースフィード」は「ウォール」に投稿された友達の情報やfacebookページの情報の中から関連ある情報を自動的に表示する機能といえます。「facebookページ(旧:ファンページ)」とは、facebookのアカウントがあれば誰でも作れる独立したページの事で、PR目的や交流目的で多くの企業が公式に設置しているものです。NPOとしても「facebookページを見てください」といえることは必須のステイタスになりつつありますので、ぜひ設置しましょう。(ログインの上、このサイトで設置します: <http://www.facebook.com/pages/create.php>)

【参考】

ガイアックス・ソーシャルメディアラボより <http://www.facebook.com/socialmedia.gaiax>

わかっているようでわかってないFacebookの「いいね!」「シェア」を徹底解剖! http://blog.livedoor.jp/gx_socialmedia_lab/archives/2181876.html

「いいね! (Like!)」と「シェア(投稿)」

投稿された近況、写真、リンク、動画、その他のニュース等について、気に入ってくれた人から「いいね!」と反響が返ってきます。さらに「シェア」されると、そのニュースはシェアした人の投稿として拡散していきます。同様にあなたが気に入ったニュースを「いいね!」「シェア」する事もできます。

「写真/動画」と「ノート」

Facebookでも写真や動画が気軽に投稿できます。しかも容量に制限がありません。(2011年6月現在) メモ帳機能である「ノート」はニュースフィードやウォールのように時間とともに流れていかないので、ブログ記事のような使い方もできて便利です。

<facebookのコンテンツ共有の仕組み>

- ・「投稿(シェア)」は全て各ユーザー、facebookページが持つ「ウォール」に対して行う
- ・「ニュースフィード」は関連のある情報を集めてくれる場所
- ・「ウォール」に投稿すると友達の「ニュースフィード」に表示される
- ・「いいね!」「コメント」はそのコンテンツに付与されるだけで新たな投稿ではない
- ・「シェア」はその投稿を自分の「ウォール」に再投稿すること

重要ポイント

- ・facebookは単独でももちろん使えますが、既存の公式サイトやブログ、あるいはTwitterやYouTubeなど、他のソーシャルストリームと組み合わせて使う前提で、更新プランや設定を考えるとよいでしょう。その際、英語用と日本語用は分けて設置するほうがよいと思われます。
- ・特に、熱心なファンやリピーターがお互い交流できる「コミュニティ」として育てて行くことが有効です。「facebookページ」で資金調達を成功させているNPOは、日本ではまだ少ないといわれますが、成功事例にアンテナをはり、「ファンがファンを生む」ページとして育てていくことをお勧めします。

【参考】

「日本ファンドレイジング協会 (facebook)」 <http://www.facebook.com/jfrfan>

「ファンドレイジング道場 (ブログ&メルマガ)」 <http://dojo.livedoor.biz/>

