

連載タイトル：

科学広報奮闘記—ラボと世間の狭間から—

研究成果を世間に広く伝える科学広報。その現場では何がおきているのか？ 現役広報担当が、こっそり教えます（編集部）。

長神風二（ながみ・ふうじ）

東北大学脳科学グローバル COE 特任准教授（広報・コミュニケーション担当）、同大学院医学系研究科広報室も兼務。大学院で生物物理化学の研究後、科学館や国の外郭団体で、展示・イベント・映像の制作など科学を社会に伝える仕事に。2008 年から、現職。相変わらず、文章で映像でイベントで、研究現場と社会とのコミュニケーションをはかる日々を送っている。

第 1 回

「ニュースって何だ！ 一記事になること、ならないこと」

マスコミ＝呪いの対象

「書類」「会議」「事務方」「学生」、そして「マスコミ」。あとは、「国」もどこかに入るかもしれません。なんだと思います？ そうです、シニアな研究者たちの呪いの対象となる言葉。僕が私的に観察する限り、これらがトップ 5 です。ポスドクや大学院生だと、ここから「学生」と「会議」が抜けて、「教授」もしくは「ボス」あるいは「実験」が入ったりします。しかし、シニアな研究者、ポスドク、いずれの場合も、「マスコミ」は呪いの対象として登場します。話題に困って、ふってみると、みなさん、結構、語ってくださいますよ、熱く、長く。

さて、その「マスコミ」。研究者にとって、なにが気に入らないのでしょうか？

研究者 A「大体、マスコミのいうことは間違っばっかりなんだよ。何も読まずに、ホームページをちょっと見た、っていうだけで電話してきて。読めるものをとりあえず送れ、というから論文を送ったら、こんなじゃ読めないっていう。そこに書いてあるんだから、読めば間違えるわけないのに、何も勉強しない」

ええ、間違っことを伝えるのは、よろしくありません。ただ、どこがどう間違っ、ときちんと指摘したりしながら、関係を築いていくのも研究の世界とメディアの世界との付き合いでは重要です。相手に聞こえないところでいっても、ただの文句ですからね。この件については、追って取り上げましょう。

研究者 B 「“事件” にならないと取り上げないんだよ、マスコミは。ちょっと目新しいことばかり追いかけて、きちんとした考えはこれっぽっちも取り上げないんだ」

ええ、おっしゃる通りです。ですが先生、マスコミという言葉だと広すぎますが、少なくとも、新聞およびテレビの報道というニュースメディアは、目新しいことを取り上げること、それこそが仕事なんです。今回は、この事例について考えてみましょう。

「意見」はニュースにならない

新聞は英語で newspaper、つまり、「ニュース」を掲載する「紙」ですが、ニュースとは新しい出来事であって、なにか確実な事実や、みんなの一致した考え、ではありません。つまり、新聞やテレビの報道は、なんらかの「新しさ」がないと取り上げません。地道な研究分野で、6~7割の研究者がこれは正しいだろう、と考えてきたことが、8~9割の研究者に増えるような実験結果は、研究分野内では「大事なこと」でしょうが、新聞の読者やテレビの視聴者にとって、「新しいこと」か、といいわれると、そうではありません。大事であるかどうかを取り上げるか否かの基準では、そもそもないのです。

毛皮反対！って叫んでる女優が裸になってそこに主張を書いた横断幕を巻き付けてデモ行進しているのを、ニュースでご覧になった方もあると思います。あれは、いまさらニュースでもなんでもない「毛皮反対」という意見を、なんとかニュースにするための窮余の策です。もともと数が少ない動物が、もうちょっと少なくなった、という「大事なこと」では、ニュースにならないと、判断しているのです。

研究費のあり方、研究をめぐる人事制度、今後の研究のあり方、研究者のみなさんそれぞれに「意見」があって、なぜ、こう取り上げてくれない、とおっしゃるのですが、そもそも「意見」はニュースではないのです。そこで、学会単位やその連合体で声明を出す、意見書を作って大臣に渡しに行く、ということでニュース性を発揮しようとしています。

ニュースは作るもの？

意見がニュースでない一方、「研究成果」は、ニュースになります。強いニュースとは、「最」と「際」。最新、最大、最強、最小、ともかく何かで一番であることと、そして、際立ってユニークであること。何が一体、「最」か、と必ず訊かれますから、例えば、Aという病気に関与が疑われている7種のタンパク質のうち、このBというタンパク質の働きを明らかにしたのは世界で最初、といった具合に、自らの成果が、どの範囲で「最」初だったり、「最」大だったりするのか、研究者自らではっきりとさせていただけると、全国の広報担当は喜ぶことでしょう。また、わかりやすく身近な形や、結果をイメージしやすい形にすることも大切。数年前に、理化学研究所の林崎良英氏らが、DNAブックの発表をおこないました*1。マウス完全長 cDNA を実際に本の形にまとめたこの発表、純粋に生命科学としての研究成果だけでなく、辞書という身近な形を取ったことが、ニュースとしての力を

発揮しました。また、ヌードマウスの背中に耳を生やした有名な耳マウスは、組織工学という、当時（1995年）耳慣れなかった概念を、一気に浸透させる広報力を持ちました。もちろん、気味の悪さ、という文脈での浸透は、プラスの効果以外のものも相当に生みましたが…。

研究成果を、大きくニュースとして大きく取り上げてもらうには、そんな奇妙な努力をしなくちゃいけないのか、そんなことは本質的じゃない！と怒る先生もいらっしゃいます。たしかにニュースを作ろう、とするならば、そういうこともあります。そもそもマスコミがニュースにするかしないかが、研究の価値と連動すると考えるのが間違いなのです。ニュースとしての大きさなど、研究成果として優れているか否かとは、明確な相関関係があるわけではありません。ニュースは相対的なものなので、先生の研究成果が発表されるその日に、衆議院が解散されたり、誰かが暗殺されたりすれば、紙面や報道時間からはふっとんでしまいますし…。

え？でも、大きく取り上げられたほうが、予算がつきやすい？それは、違う物語。マスコミを批判することとは関係ありません。とは言え、厳しい現実の中で、先生方からの研究の世界の論理でのプレッシャーを受けながら、広報がお付き合いするマスコミの方々は、時に、神のように見え、時に、悪魔のように見えるのです。

これからこの連載では研究と広報をめぐる話題を取り上げてまいります。宜しく、御愛顧のほどを。

* 1 <http://www.riken.go.jp/r-world/info/release/press/2003/030416/index.html>

次回予告

「プレスリリースって何だ!？」

オーム社「メディカルバイオ」2009年9月号（7月25日頃発売）

連載第1回