

科学広報奮闘記—ラボと世間の狭間から

第2回 マスメディア注目！研究成果のプレスリリースを出す

プレスリリースの掟

広報担当者「先生、この論文のエンバーゴっていつなんですか？」*1

研究者「何だ？ そのエンバーゴって？」

広報担当者「論文を受理して掲載します、っていう編集者からの連絡のなかに、たいてい書いてあるんですけど、この日付以降は掲載が決まった論文の中身をメディア向けに喋ってもいいし、記事にされてもいいですよ、っていう日付なんですよ。」

研究者「いや、もう、論文はさあ、電子版では公開されてるんだよ、先週。」

広報担当者「え…！あ…、う…。」

研究者「おい、まずかったかい？」

最近、減少したとは思いますが、こういう経験をした大学の広報担当者はきっと多いはず。論文が公開されるまでは、誰にも黙っていないといけないルールだと思い、公開された後に、広報担当者にご連絡いただくケースです。いまや、世の中、何でもかんでも前倒し、このタイミングでは間に合いません。

プレスリリースを出すのは、原則として、論文公開よりも前。顕著と思われる成果が公開される1週間程度前に、これからこういう成果が出ます、ということを報道機関に周知して、論文公開の時刻と同時、あるいは直前に記事やニュースになるようにしています。ですから、プレスリリースの掟としては「公開後の成果は原則として扱わない」ということになります。

*1

embargo。もとは海運の言葉で、「国際法上、自国の港にある外国の船舶を抑留すること。船舶抑留（デジタル大辞泉）」。本文で説明している用法はこれが転じたもの。

プレスリリースって何？

基本に戻って、プレスリリースって、そもそも何でしょうか？ 本誌の読者層に則しているなら、発元は、研究所・大学・企業。相手方は、当然、プレス、つまり主にマスメディアになります。国立の研究所などの場合は、その研究所の監督官庁の記者クラブ、たとえば、文部科学省所管の法人は、文部科学省記者クラブと科学技術記者クラブを通じて、プレスリリースの配布をお願いすることが多いようです。独自の記者クラブを抱えている大学も東西に一つずつあります。

プレスリリースの目的は、その機関でおこったことを、プレス側に簡潔に伝えること。A4判で数枚の資料を報道機関に配るとともに、たいいてい機関のウェブサイトにそのまま掲示します。この資料配布と同時期に記者会見を開いて、内容についての説明をおこなう場合もあります(記者会見は次号で取り上げます、乞う！ご期待)。プレスリリースの中身は、良いこともあれば、悪いこともあります。不祥事をプレスリリースの発出により報道機関に広く通知する、ということもしばしばおこなわれています。今回は、研究成果のプレスリリースについて考えましょう。

プレスリリースの是非の判断—誰が？どんな基準で？

さて、「顕著な成果」ならば、プレスリリースをおこなう、としました。

そもそも、論文が掲載に至るか否かを掲載前に知ることができるのは、編集側と匿名の査読者を除けば、著者だけです。著者自身が、論文掲載の連絡を受けてそれを広報担当などに知らせなければ、ほかの人が論文掲載までに知るすべはありません。社会に広く周知すべきインパクトがある、と、いちばん初めに判断するのは、ほかでもない著者の先生自身なのです。

では、顕著かどうかの「基準」はなんのでしょうか？『Nature』『Science』『Cell』『The Lancet』などに掲載されること？現状では権威ある雑誌に掲載されることは、内容面の質の担保にそれなりにつながっていますので、これらの雑誌に掲載が決まったら、「リリースしましょうか」という話が持ち上がること、しばしばです。ただし、重要な成果が、つねにインパクトファクターの高い有名な雑誌に掲載されるとは限りません。機関ごとに判断の仕方は違いますが、雑誌の名前だけで判断する、というところは流石に聞いたことはありません。

研究成果が顕著かどうかは、定量的には非常に言い難いものです。時機にも、世論の動向にも左右されます。「つかみどころがなくわからない」という意見が聞こえてきそうですが、まったくもってその通りです。研究成果が、社会の関心を惹きそうか否かの価値判断など定式化のしようもありません。興味をひくために、話題の映画やドラマなど、別のことに何とか結びつけたプレスリリースをして、紙面を確保しようとする、なんてことも行われたりします*2。

現状で、おこないうる方法論としては、何か注目を集めそうな要素があれば、とりあえず広報に持ち込んでいただき、そのうえで、判断しましょう、ということになります。私どもも私どもなりの、別の見方を持っています。ただ、そうすると、時期的な要素など、必ずしも研究の質とは関係のないところで、リリース発出を見送った場合、先生から恨まれたりしないか、と広報担当者も悩みます。幸い、私自身は見送っても恨まれたことはありません。それよりも、むしろもうちょっと持ち込んで下さい！っていう悩みのほうが深かったりするのですが。

そうして作り上げたプレスリリースを、解禁日時指定(エンバーゴ)を付けて、記者クラブ

や報道機関に送ると、ほっと、一息かというところではありません。読んだ記者の方々からの電話を受け、先生につないだり、いなしたり、要望に応じて図を送ったり、記者会見がない場合には追加取材の設定をしたり、あるいは、それこそ、反応がなければ、こちらから追加の仕掛けをし、なかなか詳細はつまびらかにしづらい、一对一の仕事が始まります。そして、掲載があってもなくても、更に仕事は続きますが、こちらはまた別の機会に取り上げましょう。

*2

トム・ハンクス主演の映画「天使と悪魔」の公開にあわせて、ヨーロッパの CERN が反物質に関するプレスリリースを行って、注目を集めました。映画（原作も）で反物質を盗み出してテロに利用しようとするのがストーリーの核にあるためです。日本での映画公開にあわせて、高エネルギー研究所を中心に同じような記者会見が行われ、やはり紙面を飾っていました。

プレスリリースをめぐる、いま、そこにある危機

最近、プレスリリースに関する業務をおこなう広報担当者を専任で置く研究機関やプロジェクトも増えてきました。報道機関の側で、逆に問題になっているのは、プレスリリースの洪水。さばききれないほどに増えてしまって、何が何だかわからない、という声も聞かれるようになってきました。

また、「質の高い研究成果＝プレスリリース」という勝手な図式を描いてしまっている記者の方もなかにはいて、プレスリリースが発出されない研究成果は大したことがない、と決めつけたようなことを仄聞したことまであります。いま、大学や研究機関はさまざまな改革の波に揉まれています。とくに地方の規模の小さい大学など、プレスリリースをきめ細かく発出するなど、望むべくもないわけですが…。

プレスリリースが出されれば、いい成果に違いないから、それをそのまま引き写して記事にすれば事足りる、むしろ、そうでもしないと時間が足りない、科学記事を貧困にする危機的な状況もまたすけて見えます。

今回は、プレスリリースを書く際にどんな注意点があるのか、などといった話の前に紙幅が尽きてしまいました。これらについても、いずれもう一度取り上げられればと思います。

【次回予告】

記者会見の開催！