

科学広報奮闘記 第8回 新しいネットメディアの活用

研究機関がウェブサイトをもつことがあたり前になってまだ15年経っていませんが、インターネットを用いた新しいメディアは、ここ数年でたくさん生まれてきています。これらのメディアははたしてどのくらい科学広報に活用できるのでしょうか？

メーリングリスト・ブログ

メーリングリストはさすがに新しいといえるものではないかも知れませんが、しかしながら、新しいネットメディアができればできるほど、もっとも基本的なネットメディアである、ウェブとeメールが、コアな役割を担うようになります。とくにわざわざアクセスするウェブと違い、受信箱を開けるだけのeメールの影響力は強いです。

大きなファンディングエージェンシーなどは、送信専用のメーリングリスト（メールマガジン）を複数運用している場合もあり、各種の募集やイベント案内などに用いています。

ではもう少し小さな単位、研究科や研究プロジェクトの単位では？、と思う向きもあるかもしれません。小規模の組織にとって、日常的にメーリングリストを運用するのは大きな手間です。しかし、リストを運用しなくとも、メールで個別の連絡が可能な対象を、一定程度確保しておくのは、その機関の広報の強みになります。次回以降のイベントの案内希望者を募るような形でメールアドレスを来場者からいただいておくと、定員の大きなイベントでリピーター来場者を確保したい場合などに有効です。

一方、ブログは、タイムリーな個人からの発信を基本に発展してきたツールであり、大きめの研究機関にとってやや扱いがむずかしいものです。担当者の個性を前面に出して、といっても、異動が頻繁だったりすると困難が伴います。理系の研究機関ではないですが、似た性格をもつ公的機関である国際交流基金のブログ「地球を、開けよう。」ⁱⁱは、実験的な試みで注目を浴びました。

また、研究室の単位などでは、大学院生などが自由に書き込む形式をとることで、ラボの活動を生き活きと伝えることに成功している例もあります。守秘義務や、知的財産権などどうまく折り合いをつけられれば、研究の日常を伝えるツールになりえるでしょう。

SNS（ソーシャルネットワーキングサービス）・グループウェア

会員制でコミュニティをつくり、日記などのテキストを共有する、ソーシャルネットワーキングサービスは、研究広報というよりも、研究機関やグループ内でのコミュニケーションの促進に、ある程度使われています。とくに、広域的な研究グループなどでの連絡に効果を発揮していますⁱⁱⁱ。今後、かなり草の根的な方法ですが、大手SNS内の興味・関心別のコミュニティに投稿することを、イベント広報などの手段として用いることも出てくるでしょう。

また、SNS ではないですが、日常的な事務連絡の掲示などをグループウェアでおこなっている研究機関は非常に増えています。このグループウェアを発展させて、非公開部分で限定的に研究書類やデータなどを研究グループ内で共有し、個人の業績などプロフィールを機関内部では業績管理に、そしてその情報をそのまま公開のウェブサイトにつなげていく試みも一部でなされています^{iv}。

ミニブログサービス (Twitter など)・U-stream・動画配信

さて、最近、話題になっていた Twitter (ツイッター) は、140 文字と厳しい字数制限ながら広がりをもちやすいメディアです。こちらもブログ同様に、「個人」が色濃く出るものですが、研究機関としてアカウントを取得して利用しているところも増えてきました^v。関心をもった人々にうまく全文引用 (リツイート) されると、瞬く間に情報が伝播していきます。場合によっては、数時間で数万人の目に触れるようにすることも不可能ではなく、急なイベント告知などに、力を発揮しますし、研究成果の広報などにも用いることができます。

また、動画配信を手軽におこなうことができる U-stream も注目を浴びています。筆者が所属する東北大学大学院医学系研究科は、大学院説明会を中継することで、遠方などで来場できない受験希望者へのサービス提供に用いる試みを始めました^{vi}。また、両生類の発生を生中継する、という斬新な試みを、アウトリーチ活動の一環としておこなった研究機関もあります^{vii}。

更に、この U-stream と Twitter は、組み合わせて使うことができます。同じ動画配信を見ながら、世界中の人々が同時に、感想など反応を共有し合うといった、これまでのメディアにはないことが可能になりました^{viii}。

また、生中継以外の単純な動画配信も、さまざまな形で行われています。安定したサービスを提供していてアクセス数の高い You Tube に専門のチャンネルを設ける大学なども増えてきました^{ix}。

こうした新しいサービスは、世の中に広まりきるまでは安定せず、また評価も分かれ、とくに公的機関としては手を出しづらいところです。とはいえ、いち早く取り入れることで、先進性をアピールすることも、一つの広報のあり方といえます。今回、さまざまなサービスをトピック的に取り上げましたが、それぞれの長所を検討し、印刷物など既存のメディアとうまく組み合わせて利用すると、数年前には考えられなかったことが実現できるかもしれません。

ⁱ 独立行政法人科学技術振興機構 (JST) は、2010 年現在、7 つを運用している。
<http://www.jst.go.jp/melmaga.html>

-
- ii 国際交流基金ブログ「地球を、開けよう。」 <http://d.hatena.ne.jp/japanfoundation/>
担当者の顔が見える発信を、5年以上続けている。
 - iii 事業仕分けの折に、神経科学者の SNS から、若手研究者主体の提言が生まれてきている。
 - iv マックスプランク研究所が、日本では物質・材料研究機構などと進めている eSciDoc など。
 - v 筆者の所属する、東北大学大学院医学系研究科（アカウント@tohoku_univ_med）と、東北大学脳科学グローバル COE（@tohoku_brain）は比較的初期から運用されている。
 - vi 2010年5月に実施されたものが中継された。2010年11月末に行われるものも実施が予定されている。
 - vii 基礎生物学研究所。実験的な試みであり、事前告知などはされていない。
 - viii 最近では、小惑星探査機「はやぶさ」の地球帰還時に映像配信の中継を見ながら、多くの人が Twitter で感想などを述べあっていたのが記憶に新しい。
 - ix 国立大学では京都大学がいち早く取り組んでいた。