

総説 医学研究成果の社会への発信 —研究機関の工夫とメディア報道—

Communicating Medical Research Findings to the Public

秋山 美紀¹⁾
Miki Akiyama¹⁾

1)慶應義塾大学 環境情報学部

1)Faculty of Environment and Information Studies, Keio University

Abstract

Research institutions are responsible for communicating research outcomes to society. However, only a limited number of medical research findings are reported to society by the media. There is little evidence about the status of press releases issued by medical researchers and how the media receive and decide whether or not to report them. Therefore, we conducted two studies to determine the efforts of universities to disseminate medical research findings and the process leading to media coverage. Universities that were active in presenting press releases had a well-developed organizational structure and devised ways to communicate their research content accurately, clearly, and timely. By contrast, interviews with media reporters revealed that the deciding factor for coverage was whether the content met their readers' needs in addition to the content's clarity and accuracy. Researchers and universities should consider how their research findings relate to the lives of the general public and implement effective communication.

要旨

医学研究を行う大学等の機関は、プレスリリースを発行し研究成果を社会に伝えることに努めている。しかし実際にメディア等を介して社会に報道される研究成果は限られている。大学等研究機関が医学研究成果をどのように発信しているのか、またメディアはどのような基準で情報の取捨選択と報道をしているのかを把握することを目的に、2つの調査を行った。特に配信数が多い大学は、研究内容をわかりやすく正確に伝える工夫に加えて、配信のタイミングも工夫しており、研究者とメディアをつなぐ広報専従者を置くなど組織体制も充実していた。一方メディア記者のインタビューからは、内容のわかりやすさや正確性に加えて、自媒体の読者のニーズに合致している内容かどうか、報道の判断の決め手になっていることが示唆された。研究者とその所属機関は、研究成果が一般市民の生活にどのように関連するかといった視点も持ちながら、正確でわかりやすいコミュニケーションを行う必要がある。

キーワード：プレスリリース、報道、メディア、サイエンスコミュニケーション

Keywords: press release, news report, media, science communication

1. はじめに

医学研究を行う大学等の研究機関はその成果を社会に伝えることが期待されているが、実際にメディア等を介して社会に報道される医学研究成果は限られている。医学研究成果に関するメディア報道は、研究機関が出すプレスリリースに大きく依存していることが知られている。Bartettら（2022）は、著名な医学雑誌のLANCETとBMJに掲載された論文に関してプレスリリース配信と報道の関連を調査し、プレスリリースを配信した群は517本中81本が報道されたのに対して、プレスリリースを配信しなかった群は676本中1本も報道につながっていなかったと報告している¹。また、医学研究報道に関するプレスリリースの質を調査したSchwartzら（2012）は、プレスリリースの質の良し悪しが、報道の質そのものに大きく影響していることを指摘している²。日本国内においては西澤ら（2014）が、大学が出すプレスリリースが近年大幅に増えており、それに対応して新聞掲載数も増えてきているものの、依然として報道に至る割合は低いことを報告している^{3,4}。しかし、プレスリリースの発信に代表される研究機関の広報の実態や、メディアがそれをどのように受け取り、報道の有無を決めているのかを調査した研究は限定的である。

そこで筆者らは、大学等研究機関が医学研究成果をどのように発信しているのか、またメディアはどのような基

準で情報の取捨選択と報道をしているのかを把握することを目的に、2つの調査を実施した。本稿ではそれらの調査から見えた、近年の大学の医学研究成果発信状況およびメディアが報道を決める要因について報告する。

2. 大学が発信する医学研究成果のプレスリリース

筆者らは、2020年に医師養成課程を有する82の大学等教育研究機関にプレスリリース発信数等に関する質問紙調査を行った上で、特に発信数の多かった上位5校にインタビュー調査を行った⁵。質問紙調査では、2016～2018年度の3年間のプレスリリースの配信数、組織内のプレスリリース作成主体、配信主体、体制等についての情報を収集した。インタビュー調査では、研究成果発信の取り組みの背景、プレスリリースの作成や配信の工夫、発信効果の把握の方法等について聴取した。

アンケートで返答のあった52施設(回答率63%)の内訳は、国立31施設、公立4施設、私立17施設であったが、2018年度の配信数を大学別にみると、最小1件から最大81件まで大きなばらつきがあった。このうち3年間の推移を把握できた48施設のプレスリリース発信数の平均値は、5.5件(2016年度)、7件(2017年度)、7.5件(2018年度)と増加傾向にあることが確認できた。

プレスリリースを出すかどうかの判断は、主として研究者(96%)が行っており、医学部の研究支援部門(2%)や、大学全体の広報担当部局(2%)が判断していると回答したのはわずかであった。プレスリリースの作成も、主として研究者(94%)が行っており、他に大学全体の広報担当部局(6%)や、PR会社等の外部業者に原稿を依頼している大学(2%)もあった。プレスリリースの配信を主に担っていたのは、大学全体の広報担当部局(77%)、医学部の広報担当(17%)であった。配信は、記者クラブへの投げ込み、面識ある記者に直接発信、大学のホームページやSNS掲載、さらに外部のプレスリリース配信サービスを活用している機関もあった。9割の機関が大学のウェブサイトにもプレスリリースを掲載・公開していた。

3. 医学系大学におけるプレスリリースの作成と発信の工夫

プレスリリースに関する工夫に関してはアンケートの自由記載欄にて回答を求め、27施設より回答を得た。内容の工夫については、文章やタイトルのわかりやすさ、図やイラストの使用、専門用語の置き換え、用語解説を加えるといったこと、さらに「研究成果が広く一般社会にどのような影響をもたらすかを意識して作成している」という回答もあった。

メディアへの配信と連絡に関する工夫に関しては、「記者が受け取りやすい時間帯に送信する」、「研究成果の内容によって配信先を変えたり追加している」、「問い合わせには迅速に対応している」といった内容があった。国立大学の中には、信頼できる記者と平常時からコミュニケーションを密にとっているという記載もあった。

また、配信数を増やすための工夫としては、プレスリリースのフォーマットの用意、配信方法を纏めたマニュアルの作成と共有、研究者向けのプレスリリース発信の意識づけ活動などがあった。特に、「プレスリリース発信に関する基準(たとえば雑誌のインパクトファクターの目安)等を明確化し、発信のプロセスを学内で共有するなど、組織内連携を行っている」という回答もあった。

これらの回答を踏まえ、具体的な取り組みを調査するために、プレスリリース発信数上位10校のうち、同意を得られた国立大学4施設、私立大学1施設の計5施設にて担当者のインタビューを実施した。

いずれの大学とも研究成果の発信に力を入れ始めた時期は、2008年～2014年頃であり、ちょうど文部科学省が学術情報発信・流通の推進に関する文書⁶を出し、学術成果のオープンアクセスの推進の方向性を示した時期と重なっていた。インタビューでも「科学コミュニケーションや研究成果のプレスリリースが盛んになり始めていた頃でそういう機運もあった」「トップの先生が広報に関心を持ち、体制を強化した」といった発言があり、学術情報発信を推進する方向への社会的変化が大学担当者の意識に影響を与えていたことが示唆された。インタビューで聴取した作成の工夫と配信の工夫を例示する。

(1) 作成の工夫

全体の読みやすさに関しては、「1ページ目に300字程度で概要をまとめ、初めの1文は背景を必ず入れる。画像があれば画像も1ページ目に入れる」(E大学)や、「1ページ目は600字程度の概要で高校生が理解できるレベルに、2ページ目以降は少し専門的になり大学生か大学院生が理解できるレベル」(C大学)といった発言があった。このほか、「専門用語を使いすぎないよう意識し、この成果の使われる先やホットな話題にひっかける書き方をしている」「URA(リサーチ・アドミニストレーター)が社会的にどういうところが価値のあるものとして受け取られるかという成果のポイントを絞ってまとめている」との発言や、アドバイザーとしてサイエンスライターが参画している大学もあった。

タイトルは中身を読むかどうかを決める最初の重要なポイントであり、A大学では「音感やリズム、言葉の語呂も

気にし、冒頭にキャッチーな言葉を入れる」。一方で「言いすぎないようにするなどの言葉の選び方も微妙なバランスを図るようにしている」と誤解につながらないよう気を付けていた。B 大学も、「明日にでも皆さんの手元に届く」といった誤解につながらない範囲」と、患者を含む読者が過剰な期待をするような行き過ぎた表現にならないよう配慮されていた。

図や写真はすべての大学が積極的に配置していた。プロのデザイナー集団がグラフィックを制作している大学や、科学イラストを作るための案内をテンプレートに入れマニュアルに組み込み、専門のイラストレーターに描いてもらったものを掲載している大学もあった。広報や URA が用意したテンプレートやフォーマットを用いて研究者自身がベースとなる最初の文章を書き、配信前にメディアとの間に立つ広報が最終的な調整と確認をしていた。

(2) 配信の工夫

インタビューに応じた全大学で、配信は大学広報が担当していた。主な配布先は、大学記者会、文部科学記者会、科学記者会、県政記者会、独自のメディアリストであり、計 70~150 名へ配布していた。その他に、「日本の研究.com」への掲載、プレスリリース配信サービスの「PR TIMES」や「@Press」といった事業者も活用し広く届ける努力をしている大学があった。

配布方法は、以前はプリントアウトしたものを記者クラブの各メディアの棚に投函する方法や、FAX、メール、郵送という方法がとられてきたが、COVID-19 の感染拡大を機に、メールでの配信に切り替えていた。メールのタイトルには、大学名、プレスリリースである旨、タイトル等を記載し、プレスリリースそのものは PDF で添付する形をとる大学施設が多かった。メールを開封してもらうための取り組みとして、メールのタイトルにも工夫が見られた。

配信したプレスリリースは、大学のホームページや研究専用のポータルサイトなどにも掲載し、アーカイブしていた。ホームページ掲載と同時に大学の SNS へ自動または手動でも掲載することで、シェアやリツイートへつなげる仕組みを取り入れていた大学もあった。研究専用のポータルサイトを立ち上げ、そこに全てのプレスリリースを掲載している大学もあった。ポータルサイトには研究に親しみを持ってもらえるよう研究者のインタビュー記事も掲載し、研究者自身や研究の背景も紹介しており、さらにポータルサイトへ投稿された記事は、SNS でも配信していた。ウェブで拡散されることでニュース記事になるという最近の傾向を考慮し、マルチメディア戦略に取り組んでいた。また、研究者のインタビューを記事と動画コンテンツとで提供している大学も複数あった。

プレスリリースと同時に記者会見を実施するケースについては、どの大学も記者会見開催の基準は特に設けておらず、研究者の希望を受ける形で実施したり、特に内容が難しい場合やインパクトがある場合などは、広報から提案する形で実施していた。

その他、記事として取り上げてもらうために、メディアとの関係構築に力を入れている大学もあった。C 大学では、日常から学内にある記者クラブで記者との関係を構築し、配信内容によっては記者に相談しながら進めていた。E 大学も、記者との距離が近く、要望にも応えてもらえる関係があった。

国際発信にも注力しており、特に B 大学と C 大学では、外国人の専門のスタッフを抱えて取り組んでいた。日本語と英語のプレスリリースでは、プレスリリースのスタイルが違うので、専門スタッフが研究者に別途インタビューを実施し、海外のスタイルに合わせて執筆し、「EurekAlert!」等、海外の科学専門のプレスリリースサイトへ配信していた。

4. メディアが報道を決める基準

一方、メディアの側はどのようにプレスリリースを受け取り、報道に至る採択の判断をしているのだろうか。これを把握するため、我々は在京の報道関係者 8 名にインタビューを行った。インタビュー対象としたのは 5 年以上の記者経験がある者で、勤務先メディアは、新聞社、通信社、医療系の専門誌、一般ウェブメディアと多岐にわたる。このうち記者クラブへの所属は 4 名であった。1 人の記者があたり受け取っている医学研究の成果を伝えるプレスリリースの数は月平均 5 本~30 本であった。報道記者のインタビューから明らかになった重要なポイントを紹介する。

(1) 報道に至るまでのプロセス

研究成果の報道に至るプロセスの最初の分岐点は、プレスリリースを記者が受け取れるか否か、次の分岐点は記者が内容を読むか否かで、届いたプレスリリースはタイトルを眺めて、中身を読むか否かを判断していた。中身まで読んだプレスリリースについて、取材に進むかどうかの判断基準は、自媒体の読者が関心を持つ内容かどうかであった。また、速報で伝える場合は記事締め切りまでの時間が短いので、発信者への問い合わせが必須となる。「プレスリリースに発信者の連絡先がない」、「連絡先がメールアドレスのみで電話番号の記載がない」、「連絡しても折り返しが来ない」といった場合は、取材を諦めていることがわかった。取材をしても時間的制約や他のニュースとの兼ね合いで取り扱われないこともあり、最終的にはデスクや整理部と呼ばれる部署の最終判断を経て、取り扱う記事の大きさが決定し、報道に至っていた。

また、プレスリリースだけでなく、記者会見や、プレス向けの勉強会、記者レクチャー等を開催し、その研究成果について説明することは、事実確認をして記事を書く記者にとっては有用であることが示された。

「プレスセミナーで面白そうな話があると、そこから後追いすることもある」(A 記者)、「マスコミ向けセミナーがきっかけになって記事を書くことは以外に多い」(E 記者)、「プレスリリースはそのまま載せられなく、エビデンスをとらなければならない。プレスセミナーがあると、その場で教授に質問させてもらえるので書きやすくなり、記事にも深みが出るのでありがたい」(D 記者)といった発言があった。

(2) わかりやすさと正確性の両立

プレスリリースに関しては、タイトルのわかりやすさ、動画、写真、グラフなどを活用した、内容の理解しやすさが記事化につながる重要なポイントであるという発言があった。

「タイトルを読ませるものにしないとまず読者が読んでくれない。一般の人が見てもわかるようにかみ砕いてもらえるといい」(D 記者)、「パッと見て結果がわかるようなグラフ等が入っているとありがたい」(E 記者)、「動画や写真、あるいはグラフなどいろいろな資料があると、記事に深みが出ると思う。また元データへのアクセスが可能だとありがたい」(C 記者)といったように、わかりやすいプレスリリースが重要であるという一方で、内容の正確性や研究の質も報道を決めるポイントになっているという意見があった。

「タイトルを見てそういう切り口もある、面白いと思う時もあるが、あくまで見ているのは研究内容」(G 記者)、「医療に関してはエビデンスを重視している。エビデンスがしっかりしたものを読みたい、仕組みが知りたいという読者は多い」(E 記者)といった発言からは、プレプリントや仮説レベルにとどまらないエビデンスレベルの高い研究成果を記者も読者も求めていること、大げさな脚色や宣伝色は必要ないことも示唆された。

(3) 読者のニーズ

記者にとって最も重要なことは、自媒體の読者のニーズに合致している内容かどうかであり、一般市民の生活にどのように関連するかといった視点も問われていることがわかった。

「自分たちの生活がこう変わるとか、自分の健康がこうなる、その研究によって社会がどう変わると考えているのかといったものがあると、読者の関心と呼ぶと思う」(C 記者)、「読者層の気持ちになってそこからニーズがありそうなものを狙っていく」(D 記者)、「健康に関する研究成果の場合、情報を受け取った読者に行動変容を起こしていただきたい。そのきっかけにしたいというベースはある。判断基準は特赦の役に立つかどうか」(E 記者)といった発言からは、媒体それぞれのテーマや特徴、読者の属性などを鑑みて、そこへの影響がありそうなものは記事にされやすいことが伺えた。

5. 考察

論文などの学術研究成果は、本来、人類にとって共通の知的資産であり、その内容を必要とする全ての人がアクセスできるようにすることが求められている⁶。特に公的研究費を受け入れている大学等の教育研究機関は、社会への説明責任を強く求められるようになっており、所属研究者の研究成果を広く社会に向けて公開することにより、大学等に対する社会からの認知を高め、説明責任の一端を果たしていくことが期待されている⁶。我々の調査では、専門家とメディアあるいは一般市民の橋渡しをする人々が、近年は大学内にも置かれるようになり、さらに動画や SNS の普及に伴い一部の大学では多様なメディアを用いて社会へ研究成果を発信しようと努力していることが明らかになった。一方で、マスメディアやインターネットメディアは、今後も社会に対してわかりやすい形で情報を広く伝えていく役割を担っていく。研究機関は、研究成果をわかりやすく伝えるプレスリリースを確実にメディアに届けることはもちろんだが、記者が重要視する「読者にとってのメリット」を考え、それが伝わるような発信をしていくことも、同時に求められていることが示された。

6. 結語

研究者の役割として、研究の成果を論文として発表することは、最も重要なゴールの一つであることは言を俟たないが、同時に研究者は、研究が社会の中の一つの営みであることを認識し、メディアなど他の構成員とも連携しながら、広く成果を社会に届けられるコミュニケーションを構築することが重要である。今後、大学等の研究機関が広報戦略を立てる上で、この発表が何等かの貢献になれば幸いである。

謝辞

本発表は、米山祐子氏(現 SFC 研究所、前慶應義塾大学健康マネジメント研究科修士課程)、加藤美生先生(国立感染症研究所)、奥原剛先生(東京大学)、中澤真也氏(SFC 研究所)と共同で実施した研究の一部を報告させていただきました。また、本シンポジウムの機会をいただいたヘルスコミュニケーションウィーク 2021〜名古屋〜 総大会

長・第 14 回日本ヘルスコミュニケーション学会学術集会大会長の阿部恵子先生、第 1 回日本医学サイエンスコミュニケーション学会学術集会大会長の中山健夫先生はじめ、学術集会の準備・運営に当たられた皆様にこの場をお借りして、改めて感謝を申し上げます。

研究資金

本発表は、文部科学研究費基盤研究 (C)「研究機関から一般社会への成果発信に関する調査研究」(代表 秋山美紀、令和元～4 年) の一部を報告するものです。

利益相反自己申告

無

引用文献

1. Bartlett C, Sterne J, Egger M. What is newsworthy? Longitudinal study of the reporting of medical research in two British newspapers. BMJ. 2002; 325: 81.
2. Schwarts LM, Woloshin S, Andrews A, Stukel TA. Influence of medical journal press releases on the quality of associated newspaper coverage: retrospective cohort study. BMJ. 2012; 344: d8164.
3. 西澤正己, 孫媛. 学術研究のメディア報道における定量的調査研究. 情報知識学会誌. 2015; 25(2): 131-139.
4. 西澤正己, 孫媛. プレスリリースと新聞報道との関連分析—外部要因の分析—. 情報知識学会誌. 2019; 29(2): 116-122.
5. 米山祐子「医学系研究成果の社会への発信とメディア報道」2020 年度慶應義塾大学健康マネジメント研究科修士課程課題研究論文.
6. 文部科学省科学技術・学術審議会学術分科会研究環境基盤部会学術情報基盤作業部会「学術情報基盤の今後の在り方について (報告)」平成 18 年 3 月.
https://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/gijyutu/gijyutu4/toushin/_icsFiles/afieldfile/2013/07/16/1213896_001.pdf (2023 年 1 月 10 日アクセス)

***責任著者 Corresponding author :** 秋山美紀 (e-mail miki@sfc.keio.ac.jp)