

論文の“アピールポイント”と“読みやすさ”が両立するプレスリリースを作る

井上 寛美、千綿 千恵子、小川 正
京都大学高等研究院ヒト生物学高等研究拠点 (WPI-ASHBi)



ASHBiの目指す効果的なプレスリリースとは、研究者がアピールする論文のポイントとその社会への貢献が明確で、読者にとって読みやすい構造を持つ文章である。我々は独自の事前アンケートを作成し、その質問に答えるだけで、論文のアピールポイントと読みやすさが両立する文章構造を自動的に作成できるようにした。アンケートにより、研究者と広報担当者の連携が容易となり、スムーズなプレスリリース制作が可能となった。

① 論文のアピールポイント

研究者自身が論文の中で一番伝えたいこと。

② 読者の関心

読者の目線で書かれた文章。

プレスリリース

ワード数: 500 - 700 words
制作時間: 約2週間

実際は… ①と②のバランスが取れていない文章が多い

① 研究者が書くと…

研究背景への言及が少なく、一般の読者の理解が難しい

② ライター・PIOが書くと…

研究背景への言及が多く、研究の核心にせまれている

ASHBiの問題点!!!

*PIO: 広報担当者

面白いプレスリリースは、

① ②

両者がバランスよく書かれている文章

研究の面白さ^{1/1}を伝えるために…

研究者の視野

社会的背景
科学的背景

情報収集

読者の関心

論文のアピールポイント

読者の関心

論文

今回の研究成果

科学的展望
社会還元

読みやすさ

ストーリーライン

論文だけでは足りない情報を引き出すためアンケートを活用する
同時に制作する前にプレスリリースのストーリーラインを作る

効率的にアンケートを使って、研究の面白さの伝わるプレスリリースを作る

実際のアンケート

実際のプレスリリース原稿

ストーリーライン

Social question

What social issue leads you to start this project?

読者の関心

Background

What was the scientific background of this project?

How did you overcome it?

Result

What was the main finding you wish to PR?

論文のアピールポイント

Future Plan

Please tell us the future direction of this project.

Your voice to Public

Message/comment to the public

読者の関心

1本のプレスリリースで
平均 7 - 8 カ所の
新聞・ウェブサイトで紹介されている。

専門職員としての
広報支援

研究者が書いてくれたアンケートを確認

ライターへオーダー

ライターが書いたドラフトを確認

研究者へ確認依頼

Check list

• アンケートの意図が研究者に伝わっているか
• 必要な情報は十分に書かれているか
• 論文の要点は明確か

ライターへどのような文章を作成して欲しいのか、
わかるように修正+仕様書の作成

Check list

• 内容は正しいか
• 説明文ではなく、ストーリーになっているか
• 論文の要点は明確か
• 一般向け文章として適切か

研究者へProofingを頼む前に、
書いて欲しい文章となっているか確認

まとめ

アンケートを通じて、研究者・広報担当者・ライター間で、どういう文章を作成するか、制作に入る前にスムーズにシェアできるようになった。

制作後の研究者からの大幅なリバイスも少なくなり、
文章の制作時間の短縮 にもつながった。

今後も、効率的かつ効果的なプレスリリース制作
手法の開発を続けるとともに、効果の測定方法の
確立も行いたい。

京都大学ヒト生物学高等研究拠点 (WPI-ASHBi) リサーチ
アクセレーションユニットでは、様々なセミナーや情報の
発信を行っています。各種資料はウェブで公開中→→→

Acknowledge to Dr. Spyros Goulas, Mr. Makoto Shida (WPI-ASHBi), Dr. Hiromi Sumita (LiMe, Kyoto University) for their thoughtful comments and contributions!