

科学と社会委員会 メディア懇談分科会（第24期・第4回）

議事要旨

日時：11月15日（木）15：40－17：30

場所：6階6－C(1)会議室

出席者：渡辺委員長、土生副委員長、山極委員、三成委員（スカイプ）、林香里参考人

最初に、参考人の林香里東大教授より、資料2「日本学術会議からメディアへの発信の現状一覧」及び資料2－1「学術会議のメディア戦略」について、次に土生委員より、資料6「科学報道（メディア懇談分科会メモ）」についてご紹介いただいた後、定期的に行っている記者会見を具体的にどうしていくかのアクションプラン作成について意見交換を行った。

◆議題

①マスメディアとの付き合い方（全国紙、キー局インタビュー調査、国際比較データより）

- ・今はインターネット時代と言われているが、インターネットはまだ二番で、TVが日本のメディアとしては一番強く、影響力を持つ。日本はテレビが44%、ヨーロッパは公共放送があるのでTVがかなり強い。

- ・マスメディアの露出を考える中で、実はNHKや朝日新聞社等のマスメディアの事業規模は、他の業種と比べても決して大きくなく、放送局がこれからどうなるかは不透明である。

- ・マスメディアの広告収入は、インターネットは伸びているが、新聞は減少している。

- ・新聞は、発行部数が1997年には5700万部だったが、今は4000万部になっていて、1977年当時の部数に落ち込んでいる。

- ・放送業界には、放送事業者（免許制）の下に、局の子会社などの有力番組制作会社、中小番組制作孫請け会社、業務委託派遣会社などがあり、多くは中規模の事業者となっている。

- ・学術会議が発信したい情報をそのとおり理解して受け止めてくれるような記者を育てないと情報を発信してもメディア側で取り上げられない。

- ・日本のネットメディアは、Yahoo の一人勝ち状態。ソーシャルメディア経由でのニュース消費が多い、ユーザーはどのメディアからのニュースか発信元は気にしていない。また、ニュースを友達・同僚とどのような形でもシェアしなかったと答えた日本の割合が各国より高く、また、ニュースをオンラインや口頭で議論したと答えた人の割合が低い。
- ・なにかが起こってからマスコミとの信頼関係を意識して強化しようとするのではなく、常に記者と連絡をとれる間柄を作っておくことが必要。さらにターゲットを意識し、関係を使いわけていかなければならない。
- ・学会会議自らがメディアとつなげていくような役割があるかもしれないし、さらに個別の先生方が SNS やツイッターで学会会議の情報を増幅させることでオンライン上のプレゼンスを強化させることができる。
- ・学会会議のメディア対応が現状では十分効果的にできていない。ツイッターや SNS を活用すべきということは情報学委員会などからよく言われている。新聞などと違い、お金がかかる話ではなく、ルールはきちんと作らなければならない。
- ・日本のメディアは、基本的に国内向けが主で、海外向けの戦略はあまり持っていないのではないか。

②海外への発信力の高め方

- ・日本メディアの海外特派員数は 6 0 8 人、うち、アジアが 2 5 2 人、日本人記者の海外特派員数は日本国内にいる外国特派員の約 2 倍。日本は海外から情報を取ることを熱心で、発信することにはあまり力を入れていない。
 - ・学会会議の英語の HP の情報は少なく、アクセス数も少ない。
 - ・学会会議の情報発信は記者会見が主だが、なかなか情報が伝わらない。
 - ・総会でどういうことがきまったか、幹事会でどういう提言を発出したか、記者が関心を持ってもらうことが重要で、ぶらさがりだけでは何か事件が起きないと記者が来ない。定例記者会見を行って、日本学会会議がどういうことに関心を持って、どういうことをやろうとしているかを記者にわかってもらわなければならない。また、継続的に記者に日本学会会議がやることに興味をもってもらうようにすることも大事である。
- 一方、記者懇親会を通して、ざっくばらんに日本学会会議がどういうことを考えているの

か、記者がどういうことを期待しているかを我々が知ることができる。

- ・日本駐在の外国メディアは何かあると、学者・研究者・専門家に問い合わせをしている。
- ・学術会議としての意見を出すとなると時間もかかり、なかなか言えなくて、個人として意見を言うこととなるため、学術会議を通じて取材するということに抵抗があるのではない。学術会議として意見を出すには幹事会や委員会を通すことになるので、何を代表しているかわからない。研究者のネットワークを作って、災害や事件が起きた時にすぐに対応して関係者につなげるのということはいいいことだと思うが、日本学術会議がそのプラットフォームになれるかどうかは難しいところである。

③「科学報道」について

- ・2010年に早稲田大学に、科学者とジャーナリストの橋渡し役として「サイエンスメディアセンター」が設置されている。

- ・何か科学的な問題が起きた時に新聞社に専門家が少ないため、専門家に聞かなければならない状況があるので立ち上げられた。この問題にはあの人に聞けばわかるというようなデータベースを作って、ここに聞けば科学者の誰に聞けばいいかわかるようにした。

モデルは、英国の Science Media Centre(2001 年設立)、これができる科学報道が変わった。

- ・JST の科学コミュニケーションセンターはこの関係者に参加いただいていた。組織は英国を参考にしてしたが、効果的に進めるのはむずかしそうだった。

- ・学術会議単独で行うのは難しいかもしれないが、こういう先行組織と方向が同じであれば協力して何かやることができないか。

- ・協力して何かするにしてもイニシアチブをとれる人間をそろえないと、物事が進まない恐れがある。

- ・「フォーリンプレスセンター」では、マスコミからのリクエストに応じ、テーマに応じて研究者や専門家の紹介のサービスをしており、リクエストは多くある。

- ・普段からこういう関係がないと問題が起きたときに問い合わせができない。

- ・メディアはそれぞれ個人的には問い合わせするネットワークを持っているが、それは知っているから問い合わせをするのであってシステム化されたものではない。学術会議は多

くの分野の専門家がいたので、そういう問い合わせに答えられるのではないか。

- ・学術会議の専門性を活かすためには、対面的な、例えば、シンポジウム後にマスコミの懇談の場を設けて、シンポジウムで話せなかったことを聞く場を設けるなど、学術会議に行くとか聞きたいことが聞けるということで記者が来るようになる。

- ・発表側と取材側のいずれかを主にしてニュースにするか、そこが難しい。

- ・取材する人もいろいろいるので、きちんと取材してくれる人と信頼関係を作るかが重要である。

- ・科学、特に自然科学についての医療や防災などの記事が10年、20年前と比べると爆発的に増えている。科学部が今までの話題性のあるものからニュース部門に格上げになったのがここ10年なので、ニュースにできる科学専門の記者がまだ社内にはいない。このため、日々、科学のニュースがいっぱいある中、これを判断する専門的知識を持った記者が圧倒的に足りない。定期的に各社の科学部の記者たちと科学ニュースにおける用語について学術会議と会合を持つことはどうか。

一か月に1回でも二か月に1回でも様々な科学のニュースの中から一つの科学ニュースについて、学術会議の専門家が各社の報道について専門家としての批評を定期的にすれば、報道各社も自社の科学記事の報道に自信がないので、来るようになるのではないか。報道と学術会議は一緒の立場で新しい科学の言葉を説明するための言葉を作っていくとかニュース向上のために協力できないか。

- ・文科省から審議依頼があったものについて、30くらいの学問分野の参照記事にして、用語について詳細に出ている。そういうことが適切に使われているかどうかについて検証してもいいかもしれない。

- ・やったほうがいいが、実際に誰がするかが鍵となり、メディア対応が上手にできる発信力の高い人の発掘と活用が必要である。

- ・最近の日本学術会議に関する新聞記事を見ると、会長関係（会長就任、記者会見、インタビュー）の報道から提言等についての報道が増え、広がりが出ている。

④第4回メディア懇談分科会論点

- ・定例記者会見・懇親会は年4回開催、回数はこの程度でいいので、もっと興味をもって

もらうために記者会見のファシリテーションをきちんとすれば違ってくるはずである。これを、次回の記者会見で試してみる。

- ・今後、こういう議論をしていく中で何か明文化するなど、記者会見などのいろいろなやり方を明文化していくのはどうだろうか。

- ・明文化したら、それらを日本学術会議の活動に反映できるよう、具体的な活動計画に落とし込んでいかないといけない。幹事会で議論できるように進めるのがよい。

(以上)