

第28回年次大会予稿

オープンサイエンスの推進における広報の機能

Functions of Public Relations in Open Science

池谷瑠絵^{1*}

Rue IKEYA^{1*}

1 大学共同利用機関法人情報・システム研究機構

Inter-University Research Institute Corporation Research Organization of Information and Systems

〒105-0001 東京都港区虎ノ門4丁目3番13号ヒューリック神谷町ビル2階

E-mail: rueikeya@gmail.com

*連絡先著者 Corresponding Author

近年、大学等の研究機関では、オープンサイエンスの中でも特に研究データ管理に基づくオープンデータが進められている。公開の先で幅広い利活用やイノベーションを生み出すには、社会との関係をいかに構築・維持していくかが課題であるが、その具体的な指針はまだあまり定まっていない。一方で元来、組織と社会の関係性構築は広報の本質的な機能であった。そこでまず学術広報の活動例に沿って、広報が担う具体的な社会との関係性構築機能を抽出・検証し、オープンサイエンスの活動の中に見出せる、それらの広報機能について考察する。最後にこれらの考察に基づいて、広報データの整備と利活用について展望する。

In the recent years, the universities and research organizations in Japan have committed to actively manage research data, creating the open data environment accessible by public. Open data is expected to make research data more useful and stimulate innovation, and to achieve this goal it is important to identify and understand how the relation to the society in open science can be constructed and maintained, however such methodology to implement the effective relation has not been clarified. Considering the fact that implementation of the relation between an organization and the society is a fundamental function of public relations, in this paper we first extract and examine such functions of public relations already established in the academic public relation activities. Then, we investigate these functions inherent in open science. We also discuss some prospects of the open data approach to the public relations.

キーワード: オープンサイエンス, 学術広報, 社会連携, コミュニケーション, 広報機能, 広報データ
Open science, Academic public relations, Public engagement, Communication, PR function, PR data

第28回年次大会予稿

オープンサイエンスの推進における広報の機能

Functions of Public Relations in Open Science

池谷瑠絵^{1*}

Rue IKEYA^{1*}

1 大学共同利用機関法人情報・システム研究機構

Inter-University Research Institute Corporation Research Organization of Information and Systems

〒105-0001 東京都港区虎ノ門4丁目3番13号ヒューリック神谷町ビル2階

E-mail: rueikeya@gmail.com

*連絡先著者 Corresponding Author

近年、大学等の研究機関では、オープンサイエンスの中でも特に研究データ管理に基づくオープンデータが進められている。公開の先で幅広い利活用やイノベーションを生み出すには、社会との関係をいかに構築・維持していくかが課題であるが、その具体的な指針はまだあまり定まっていない。一方で元来、組織と社会の関係性構築は広報の本質的な機能であった。そこでまず学術広報の活動例に沿って、広報が担う具体的な社会との関係性構築機能を抽出・検証し、オープンサイエンスの活動の中に見出せる、それらの広報機能について考察する。最後にこれらの考察に基づいて、広報データの整備と利活用について展望する。

In the recent years, the universities and research organizations in Japan have committed to actively manage research data, creating the open data environment accessible by public. Open data is expected to make research data more useful and stimulate innovation, and to achieve this goal it is important to identify and understand how the relation to the society in open science can be constructed and maintained, however such methodology to implement the effective relation has not been clarified. Considering the fact that implementation of the relation between an organization and the society is a fundamental function of public relations, in this paper we first extract and examine such functions of public relations already established in the academic public relation activities. Then, we investigate these functions inherent in open science. We also discuss some prospects of the open data approach to the public relations.

キーワード: オープンサイエンス, 学術広報, 社会連携, コミュニケーション, 広報機能, 広報データ
Open science, Academic public relations, Public engagement, Communication, PR function, PR data

1 はじめに

ウェブとデータのデジタル化の急速な発展と共に進展するオープンサイエンスは、20世紀のマスメディアの隆盛と共に発達してきた広報 (Public Relations) と比べて大きく進歩した技術を背景としている。また近年の学術における「社会の中の科学」の取り組みを進展させる一貫した活動であり、オープンサイエンスにおいて広報は、それ自体「科学」ではないにかかわらず、より明示的に科学の不可欠な一部となり得る¹。本研究は、学術広報の諸機能を示し、オープンサイエンスの推進においてそれらがどう発現するかを考察し、大学等研究機関が取り組む社会との関係性構築の変遷を可視化することを目的とする。

一方、広報は「組織と社会の良好な関係の維持・構築に貢献するマネジメント機能」^[1]と定義されるように、基本的に法人を主体とする活動である。このことから、広報は既に本来的に、当該機関の社会内存在という意義・価値に直結する目的・ミッションを担う。また組織内の連絡・調整等の内部コミュニケーションや、外部からのフィードバックによる組織の自己修正を促す活動等も、その定義に含まれる。

2 方法

大学等研究機関による社会との関係構築の具体的機能を、広報による典型的な情報発信例である研究成果のプレスリリース発信を例として抽出した。適用例とそれ以

外の広報活動との区別を表1に示した。

本研究に先立ち、大学等研究機関が定める広報の基本方針等の文書を収集・調査した。文書には目的や種類に幅があったが、前章の広報の定義に含まれる要素が一通り観察された。そこで実際の大学等による課題認識の記載を用いて、各機能を検証した。続いてこれらの広報の機能がオープンサイエンスの代表的な例である研究データのオープン化の例でどのように発現するかを考察した。

3 広報の機能

3.1 発信主体

機能の検討に先立ち、まず行為主体の詳細を確認する。広報は特に危機管理広報のような場合に盾となって組織を守り、組織を代表することから、組織内外と図1のような関係にあると考えられることがある。しかし実際には図2のように複数ある窓口の1つであり、大学等ではこの他、研究者が社会に対して原則的に自由に情報発信を行っていることから、研究者個人による情報の入出力がある。

調査では、34法人中23の機関 (23/34。以下、23と記す) が広報体制について「整備すべき (8)」を含めて記載しており、窓口について特に記述したもの (4) も見られた。なお調査の結果を表2にまとめた。

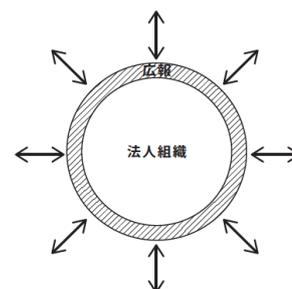


図1 広報と組織内外の概念的な役割

¹ 「(研究データとは) 広報関連資料など、学術研究活動に付随して生成・作成されるあらゆる資料を含む」一般社団法人 大学 ICT 推進協議会：「学術機関における研究データ管理に関する提言」, p.20, 2019.

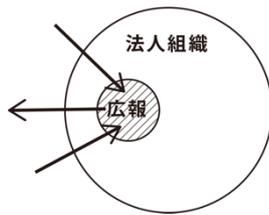


図2 広報と組織内外の実際的基本的関係

3.2 内部コミュニケーション機能

情報発信に先立って、広報には自機関の活動情報の獲得に努め、内部連絡・調整し、これに基づいて発信すべき情報を選別し、戦略決定する機能が求められる。調査でも「学内連携・共有 (19)」「一貫性・一元化・全学的(17)」「情報収集・集約 (15)」「計画・戦略 (16)」「広報意識の醸成 (15)」と、広く課題認識されていることがわかる。

3.3 外部コミュニケーション機能

広報ではプレスリリース文を作成し、メディアと連携し、またホームページ等で発信する。ここでの機能にはロゴマークを含めた発信者表示による信頼性の保証、文面の品質管理、公平性等の発信倫理の遵守、接点を構築・拡大するための手法・表現の工夫、メディア掲載実現のためのプロモーション等が挙げられる。

調査でもこれらに関わる記載が多く、品質管理では「理念・品位・価値 (14)」「適切・的確 (14)」「分かりやすい (14)」、倫理では「人権、個人情報保護 (9)」等の法令遵守、〔接点構築・拡大 (手法・表現)〕に関わる記載に「媒体・IT活用、新メディア (17)」「レピュテーション (8)」等があった。

また、日本における研究成果のメディア掲載のほとんどがプレスリリースに基づいていることが知られており^[2]、調査でも12機関に「メディア連携」の記載があった。

これら一方向の情報発信に対して、「広聴・双方向」を挙げた機関も13にのぼった。

3.4 メッセージ調整機能

この他広報では、外部コミュニケーションを効率化するようなメッセージの編集や調整を行っているのがふつうである。ここではシャノンによるコミュニケーションの一般モデルにウィーバーが追加した調整 (1949)^[3]に基づいて、次の3点を整理した。

第1はメッセージ生成の際、伝えたい元の意味をロバスト化して伝達効率を向上させる調整である。プレスリリース文では構成のパターン化、定型レイアウトによるパッケージ化等の調整がこれに当たる。第2は、メッセージの情報量を聴衆の情報量に適合させるもので、適用例では通常、研究機関と一般社会のコミュニティの違いを配慮して専門用語を避けたり、解説を加えたり、例示したりといった編集を行う。第3は、実際に人が受容可能な容量には限度があるため、メッセージの長さや複雑さをある範囲に収める調整であり、適用例ではライティング技術一般が該当する。

3.5 広報評価

学術広報における評価機能の要請はますます高まっているが、現在のところ一般的な方法はあまり定まっていない。効果・影響の指標として、ホームページの閲覧数やリリース情報のメディア掲載数等が用いられる場合があるが、これはむしろ「代替ゲーム」と呼ばれる評価の誤謬であることが知られている。

調査でも「評価・点検 (13)」は認識されながらも、具体的な指標はほぼ明示され

ていなかった。また評価の機能を発揮させるにはあらかじめ年度目標，予算，広報成果物等の施策データが揃っている必要があるが，具体的な記述は少なく，成果以前に目標・戦略設定，広報データの保存が不十分な現況にあることが推察された。

4 オープンデータにおける広報機能

広報機能と，研究データ公開におけるその発現の比較を表2，表3にまとめた。

4.1 発信主体

前章にならってオープンサイエンスにかかわる組織内外の基本的関係を図3に示した。ここでは旧メディアを通じて行われていた社会との関係構築が直接的になり，接点や取り結ぶ関係性が拡大し，情報共有に代わってデータ活用を通じた参加，協働，共創が目標となる。研究データの公開は機関内の各部局から，主に研究者によって行われていく一方で，組織としての統一した窓口が求められる可能性がある〔窓口機能〕。

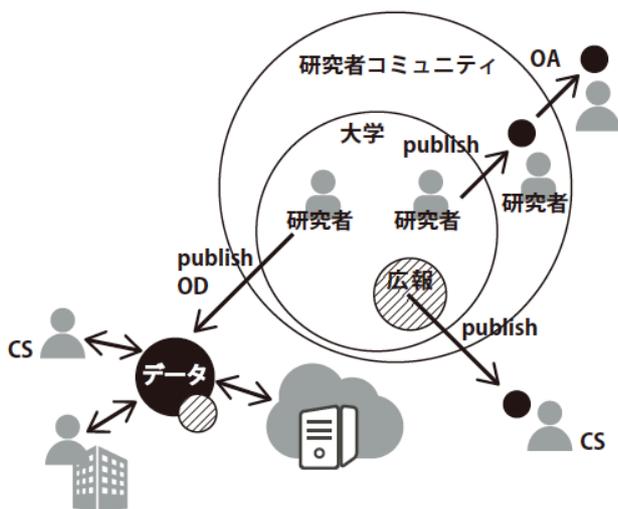


図3 オープンサイエンスにおける組織内外の基本的関係 (OD:オープンデータ，OA:オープンアクセス，CS:シチズンサイエンス)

4.2 内部コミュニケーション機能

研究者等が研究データ管理の諸規則に従って取得・管理・公開するデータは，内部コミュニケーションの諸機能を既により高品位で検証可能な方法で達成済みと見なすことができる〔資源掌握〕。しかしオープンデータは一般に，公開時には想定されなかった使い途が拓かれることも多いため，〔発信・戦略決定〕機能は，まずデータ公開という広報資源を，当該機関の社会連携の話題としていかに活用するかという視点での発信選択が考えられる。次に実際に具体的なデータ利用や社会連携が起こってから広報対象とする後追い型の広報が現実的である。さらにこの2つを効果的に組み合わせる等の活動として展開されていくであろう。

4.3 外部コミュニケーション機能

〔信頼性保証・品質管理・発信倫理〕機能は前節と同様によりシステムティックに達成されるであろう。一方〔接点構築・拡大〕ではデータ・リテラシーの障壁を軽減するインターフェースやツール，操作をサポートする動画・マニュアル・活用例等に加え，受信者には機械も含まれるためAPIやメタデータの良し悪しなどもデータ利用を左右するものと考えられる。

〔プロモーション，その他関係構築〕では，外部との直接的，双方向的な新しい関係を共創するアプローチとして，地域やテーマによって結ばれたデータ利活用のコミュニティとの連携や，機会創出のためのハッカソンやコンテスト等のイベント，シチズンサイエンスを通じた連携等が実装され，活発化していくことが予想される。

4.4 メッセージ調整機能

研究データ公開におけるメッセージはデータそのものであるため調整不要だが、対象を特定できるイベント等においては、効果的に活用可能な場合もあり得る。

4.5 成果・評価

オープンサイエンスの成果は未知数であり、評価方法も未だ明らかではない。広報データを既存の研究データと接続可能な形式で蓄積することにより、社会への影響を指標として採り入れた研究・データ評価につながる可能性がある。

5 おわりに

大学等研究機関が行う広報による社会との関係構築機能を整理し、オープンサイエンス推進におけるその機能発現を見てきた。今後オープンサイエンスが発展し、産学官民がデータを介して循環するエコシステムが実現するには、広報機能の目標設定、実施記録、結果測定が不可欠である。この要件となる広報データの整備と活用について展望し、結びとしたい。

5.1 研究評価・広報評価への利用

広報データは広報評価の基盤を提供し、また4.5で見たように研究データの一環または接続可能な形式で蓄積していくことにより、「社会への影響」指標を含む研究評価に活用できる。

5.2 広報オープンデータによる協働・共創

研究・教育活動に関わるプレスリリース、記事、動画等の広報のコンテンツを、オー

ブンデータとして整備することにより一種の教材としての利用を開放し、より幅広いパブリックの協働・共創を促進することができる。また研究機関の改組、人事、研究提携等の法人情報についても、オープンデータとして公開性をより高めることで、一種の社会データとして科学政策、科学史、大学経営などに役立つほか、例えば市民が大学の年史を編むといった外部の参加・連携を招来できる。このような利活用が契機となり、社会内存在としての研究機関の真価が可視化されていくことも期待される。

5.3 広報データの信頼性確保

5.1, 5.2に関連して、広報データにも研究論文のID管理で一般的な「DOI (デジタルオブジェクト識別子)」のような信頼性を確保するしくみを付与することが望ましい。

参考文献

- [1] Cutlip, Scott M. ; Center, Allen H. ; Broom, Glen M. (日本広報学会監修) : 『体系 パブリック・リレーションズ』, ピアソン・エデュケーション, p.6, 2008.
- [2] 西澤正己, 孫媛 : 「プレスリリースと原論文, オルトメトリックス指標との関連分析 -過熱報道の分析に与える影響-」, 情報知識学会, Vol.28, No.2, p.121, 2018
- [3] Shannon, Claude E. and Weaver, Warren (植松友彦訳) : 『通信の数学的理論』, 筑摩書房, pp.52-54, 2009.

表1 大学等における広報による情報発信の例

	適用例	対象としないものの例
担当	広報（室、グループ等）	代表、入試、情報公開、産学連携等 各種問合せ先・窓口
目的・目標	科学の発展に関わる成果や取り組み	ブランディング、認知度向上、イベント集客、受験者獲得、危機管理広報・国際広報・広告
対象	不特定多数	受験生・学生とその保護者、学内など対象を特定するもの。産学官連携等一般に他の部署が担当するもの
メッセージ	研究・教育成果発信、機関紹介等	左記以外の活動に関するもの
媒体、手法・表現	プレスリリース、ホームページ、パンフレット	イベント等メッセージの確定や複製ができない人的手法のもの

表3 広報とオープンデータの公開活動の比較

	広報	オープンデータ
公開担当	広報実践者	研究者、技術者
公開物	広報情報	研究データ
特徴	編集・パッケージ化され固定的	一次データ等 履歴の公開を含む
タイプ	アナログ・デジタル	デジタル
付帯物	—	メタデータ、利活用のためのツール（解析、マッチング）、プラットフォーム
管理	一般的な（公）文書管理指針に基づく	データ管理・公開のスキームに基づく
通信路	一方向中心 一対多のコミュニケーション	双方向中心 ネットワーク型で一人一人に届く
利用媒体	新・旧メディア（ウェブ、マスコミ）	新メディア（ウェブ）
受信者	個人、団体	個人、団体、機械
データリテラシー	不要	必要な場合あり
ユーザ態度	受動的（情報の受容）	能動的（データ利用）

表2 広報の機能

	広報機能	学術機関における記載（S=34）	オープンデータ	
内部機能	窓口機能	初期対応、オープン・クローズド管理	一貫性・一元化・全学的（17）、体制整備・強化（8）	主に研究者による多拠点からの発信 Open by default原則
	資源掌握	内部情報の集約・管理	学内連携・共有（19）、広報意識の醸成（15）、情報収集・集約（15）、帰属意識の醸成（3）	研究データ管理基準に従う
	発信・戦略決定	媒体計画・新メディア利用	媒体・IT活用、新メディア（17）、計画・戦略（16）	ウェブ
		対象設定	ターゲティング（7）	人・機械
	理解度目標	（「新聞読者」を想定する場合あり）	—	—
	到達度目標	メディア掲載、PV、配布数等	—	DL（ダウンロード）等
	効果の目標	情報閲覧による知識普及・理解促進、参加・対話	情報発信（19）、理解促進・情報共有（11）	データ利活用による協働・連携
外部機能	発信根拠	社会的責任	説明責任（13）、公開性・社会還元（10）、積極的（21）	オープンサイエンス
	信頼性保証	発信者表示、ロゴ使用ルールの運用	誠意・信頼性・社会的責任（14）	DOI等の技術的しくみによる認証・保証
	品質管理	品位・ビジョン、適切さ、わかりやすさ	理念・品位・価値（14）、適切・的確（14）、分かりやすい（14）、未来・持続的発展（3）	研究データ管理基準に従う
	発信倫理	迅速、法令遵守	迅速・速やか（13）、人権、個人情報保護（9）、インターネット関連規約（3）、著作権、その他法務（2）	研究データ管理基準に従う
	接点構築・拡大（手法・表現）	訴求力、魅力、タイムリー、ブランディング、レピュテーション	媒体・IT活用、新メディア（17）、レピュテーション（8）、コンテンツ（7）、タイムリー（6）、持続的・定期的（5）、訴求力、魅力（3）、リアルタイム（3）	メタデータ、利活用のためのツール（解析、マッチング）、プラットフォーム、付帯物（マニュアル、チュートリアル）
	プロモーション	メディア連携、SNS	メディア連携（12）	コミュニティ連携・形成（地縁・テーマ）
	その他関係構築	広聴、意見収集	広聴・双方向（13）	（シチズンサイエンス）
メッセージ調整機能	伝達効率	メッセージ作成時のパッケージ化	要約・章立て、定型レイアウト、ロゴ、用語解説、問合せ先等	—
	対受信者	コミュニティの違いの調整 メッセージの長さや複雑さを抑制	シナリオ化、「人」中心、専門用語対策 「主見出し8字・袖10字」、15/30秒CM	—
評価	指標（短期）	閲覧（PV等）、再発信、情報獲得行動、問合せ・応募等	評価・点検（13）	閲覧（DL等）、データ利用、再発信、情報獲得行動
	指標（中長期）	科学理解・人材育成、共創・支援	支援獲得（7）、関心・認知度向上（6）	イノベーション、社会連携、経済効果