

動画配信による 広報・科学コミュニケーション

飯島由多加(iCeMS国際広報室リーダー)

加納圭(iCeMS科学コミュニケーショングループ(SCG) 助教)

2010年3月12日(金)

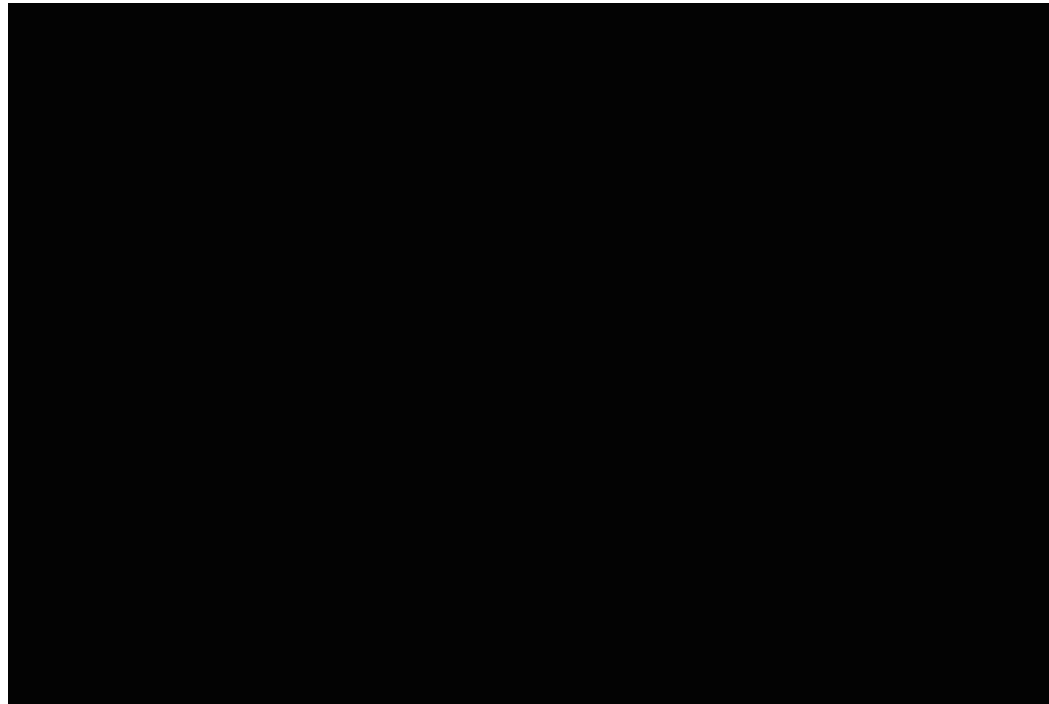
第1部：加納圭

研究者間のコミュニケーションという観点からみた
PI(主任研究者)とPD(ポスドク)との対談

第2部：飯島由多加

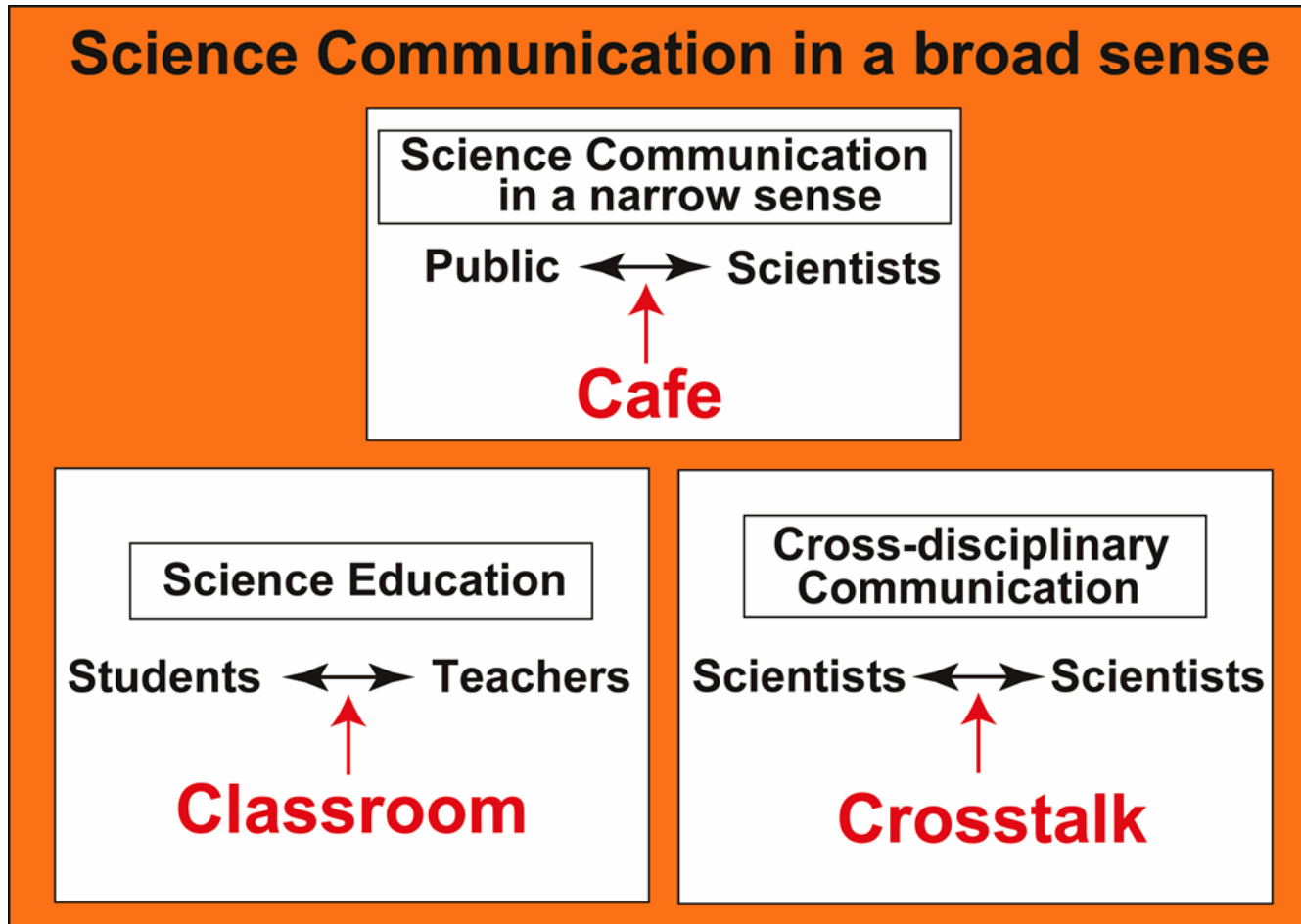
アクセス解析による動画コンテンツの検証
ー世界の科学者に届けるためにー

- iCeMS内の若手研究者が、今最も話をしたいPI(主任研究者)と対談
- 普段は聞くことのできない、PIの研究に対する姿勢や人生観をかいま見ることができる。



3C Activities

1. Café 2. Classroom 3. Crosstalk



zukan.tv

材料 樹周加工
お役立ち情報満載！
八ヶ岳エロソフト株式会社

変化学
三三三レイオン

Banner space

Welcome

About zukan.tv

Research field

Affiliation

Archives

« Shiho TSUJI (2/2) with english

2009-10-22 Vol.0348 Hiroaki ISOBE

Next: Rino ANCOG...

Vol.0348 Hiroaki ISOBE

Kyoto University • Unit for Synergetic Study for Space, Kyoto University • Assistant Professor



Be an interviewer and meet Researchers [Go](#)

バイオがわかる! 使える!!
「実験医学」の 華土社

Think SCIENCE
論文翻訳・英文校正

[Post your comment](#)

4 Themes of This Interview

- 1 Current Research Theme**
1) Study of solar magnetic activities such as flares using numerical simulation and observation, 2) Astrophysical phenomena related to magnetic field and plasma
- 2 Future Research Theme**
1) Sun-like magnetic activities in other stars, 2) Study of social structure in space age
- 3 What She/He Can Offer**
1) Knowledge on dynamical behavior of solar magnetic field, 2) Some beautiful pictures of the sun (taken in X-ray and UV)
- 4 What She/He Wants**
Collaboration with social science researchers who are interested in space

Area

Kyoto, Japan

Related website

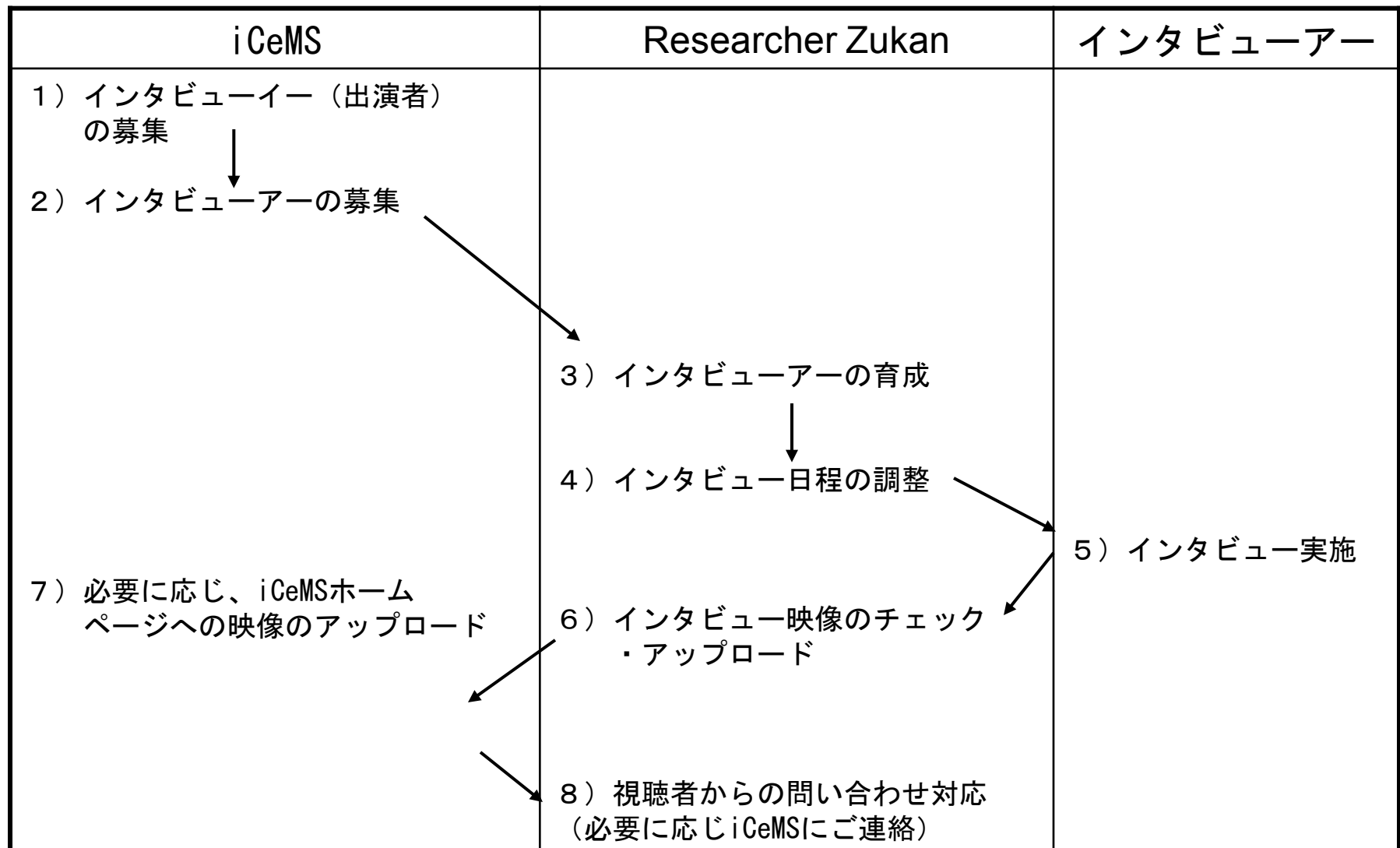
- [Hiroaki Isobe Homepage](http://www.kwasan.kyoto-u.ac.jp/~isobe/)
<http://www.kwasan.kyoto-u.ac.jp/~isobe/>
[e/index.html](http://www.kwasan.kyoto-u.ac.jp/~isobe/)

Research keyword

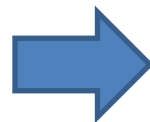
Solar corona, flares, space weather, solar physics, plasma physics, magnetohydrodynamics, numerical simulation,

詳しくは

可知直芳 et. al. (2010) 「インタビューの場における科学技術コミュニケーション: Researcher Zukan 制作の経験から」 *科学技術コミュニケーション*, 7, 135-143

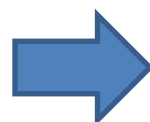


iCeMS若手研究者がインタビュアーとして育成され、動画を撮って帰ってくる。
→広報室とSCGがディレクションするだけで、動画コンテンツが増えていく。



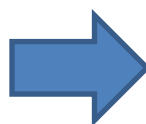
編集の必要がないぐらいクオリティの高い動画を自力で撮ってくるというのは難しい。
→結局、撮影部隊、編集部隊を用意して時間がかかることに

語られている研究話に興味を持った他研究者(iCeMS内外)から共同研究の申し入れがあるのではないか。
→研究の促進につながる



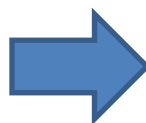
バックグラウンドの違う研究者どうしがお互いの研究の話で短時間で理解しあうのは難しい。また、新規アイデアは盗まれる可能性があるため配信できない。
→結局、研究の話ではなくメンター的な話になっていった

Researcher Zukanへの
同時掲載による相乗効果



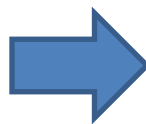
Researcher Zukanの趣
旨と異なってきたので、コ
ラボは1回限りで終了

iCeMS内のたくさんの研究
者(PIだけでなく、若手研究
者や大学院生)の顔を世界
中に見せることができる
→iCeMSのPRにつながる



PRにつながっている気はす
る。ただし、マンパワー不足
でたくさん配信できない。
→女性研究者、外国人研究
者の人選などある程度戦略
的に

iCeMS若手研究者のイン
タビュー能力の向上につ
ながる



そのような気はするが・・・

iCeMSクロストークができるまで

Time	PI	SCG	PR Office	PD
1, 2ヶ月		PDへ依頼		
				PIを選ぶ
		PIへ依頼		
	承諾			
				アウトライン作成
			英語チェック	
				アウトラインをPIへ
	アウトライン確認			
収録日	対談	ディレクション	撮影	対談
1, 2ヶ月		書き起こし・編集案		
			チェック・編集	
		スクリプト作成		
	最終チェック	最終チェック	最終チェック	最終チェック
リリース			プレスリリース	

長期スパンで効果があるものだと認識されているようである

出会った人たちの考え方、方法論、精神論、興味、過ごし方、人物の印象、その人への憧れなどが深く心に沈んで、長期的な効果をもたらすであろうことも見過ごしてはいけないと思います。

これは短期スパンで評価・報告することが難しいものですが、本質的なことでしょうか。

極端に言えば、その時に相手が何を言っているのか理解することができなくても、その人物に会って話を聞いたということが、その後財産になることもあると思います。

長いスパンで見て、メンターになっていただけたらいいなあと思っています。

→長期スパンでフィードバック・評価を得ていくことを考える
必要がありそう

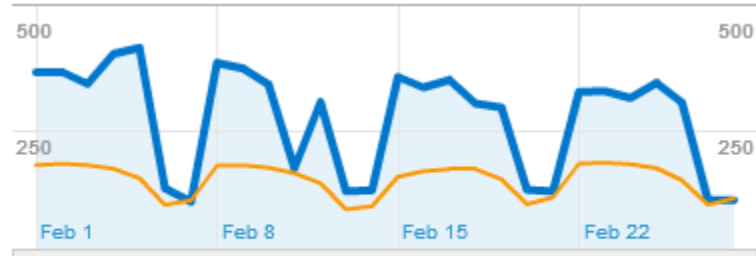
Web data analysis of video content:

A bid to reach out from Japan to overseas scientists

Yutaka Iijima

Manager, International Public Relations, iCeMS, Kyoto University

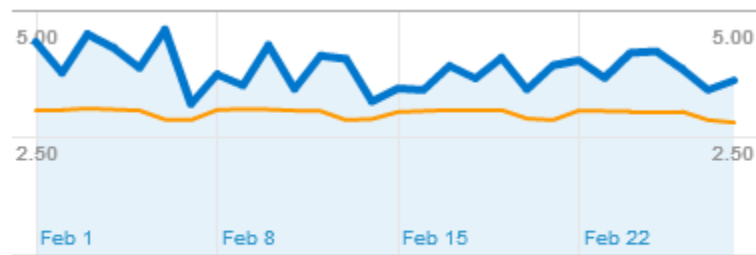
Compared with other science-related websites of similar size:



7,833 Visits

Benchmark: 4,157 (+88.43%)

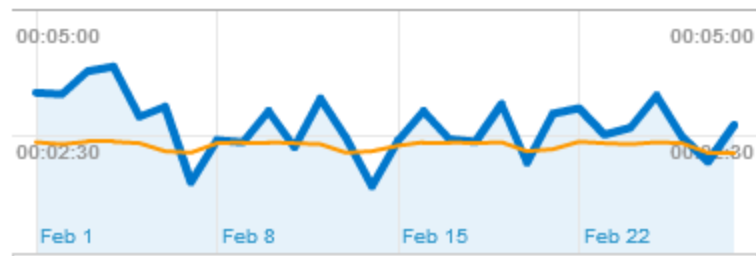
➤ **iCeMS draws 88% more visits.**



4.02 Pages/Visit

Benchmark: 3.04 (+32.21%)

➤ **Viewers visit 32% more pages per visit.**



00:02:53 Avg. Time on Site

Benchmark: 00:02:20 (+23.84%)

➤ **Viewers stay 24% longer.**

Source: Google Analytics
1 Feb 2010 ~ 28 Feb 2010
Latest 1 month of iCeMS website

First month comparison:

- Briefing held
- Release issued
- ▲ Webpage posted

Research finding: 11 Dec 2009 ~ ■ ● ▲

687 Pageviews
 482 Unique Views
 00:02:11 Time on Page

Crosstalk 1: 10 Apr 2009 ~ ● ▲

1,454 Pageviews
 1,100 Unique Views
 00:02:22 Time on Page

Research finding: 18 Jan 2010 ~ ● ▲

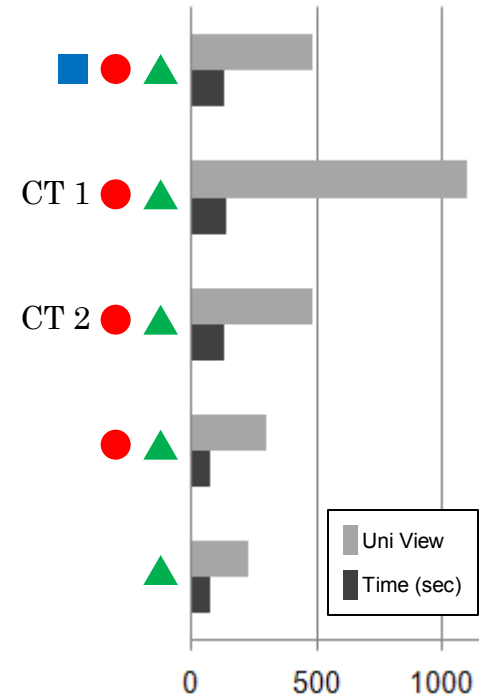
378 Pageviews
 296 Unique Views
 00:01:14 Time on Page

Crosstalk 2: 16 Sep 2009 ~ ● ▲

672 Pageviews
 482 Unique Views
 00:02:11 Time on Page

Research finding: 6 Nov 2009 ~ ▲

277 Pageviews
 230 Unique Views
 00:01:15 Time on Page



- **Crosstalks draw more views without holding press briefings.**
- **The more views (= popular), the longer viewers stay.** (perhaps)
- **Patience lasts no longer than 3 minutes.** (possibly)

Traffic by language and country: 1st Crosstalk

Page	Pageviews ↓	Unique Pageviews	Avg. Time on Page
1. /jfrsch/scg/2009/04/ct01.html	1,454	1,100	00:02:22
2. /e/sch/scg/2009/04/ct01.html	104	51	00:01:01

	View	Time
J	1,100 (96%)	2'22"
E	51 (4%)	1'01"

- Far more Japanese views than English.
- Viewers stay more than a minute longer on Japanese page.
- Use of English is NOT helping draw English views. (conceivably)

Page	Country/Territory	Pageviews ↓	Unique Pageviews	Avg. Time on Page
1. /jfrsch/scg/2009/04/ct01.html	Japan	1,384	1,040	00:02:19
2. /e/sch/scg/2009/04/ct01.html	Japan	94	43	00:00:54
3. /jfrsch/scg/2009/04/ct01.html	United States	47	40	00:03:57
4. /jfrsch/scg/2009/04/ct01.html	United Kingdom	5	3	00:03:05
5. /jfrsch/scg/2009/04/ct01.html	France	5	5	00:00:00
6. /e/sch/scg/2009/04/ct01.html	United States	4	2	00:01:36
7. /jfrsch/scg/2009/04/ct01.html	Taiwan	4	3	00:00:21
8. /jfrsch/scg/2009/04/ct01.html	Canada	3	3	00:07:51
9. /jfrsch/scg/2009/04/ct01.html	Germany	3	3	00:04:06
10. /e/sch/scg/2009/04/ct01.html	United Kingdom	1	1	00:00:52

English views by country

Japan: 43
 US: 2
 UK: 1

- Few English views overseas.
- English NOT helping ?

Time on page

Japanese page in the US: 03'57"

- Especially appealing to Japanese living in the US for some reason ?

10 Apr 2009 ~ 9 May 2009

Traffic by language: Crosstalks and the iCeMS website

10 Apr 2009 ~ 9 May 2009

1st Crosstalk

Page	Pageviews ↓	Unique Pageviews	Avg. Time on Page
1. /j/rsch/scg/2009/04/ct01.html	1,454	1,100	00:02:22
2. /e/rsch/scg/2009/04/ct01.html	104	51	00:01:01

iCeMS website

1. /j/	29,780	21,628	00:00:47
2. /e/	4,706	3,129	00:00:52

	1st CT	iCeMS
J	96%	87%
E	4%	13%

16 Sep 2009 ~ 15 Oct 2009

2nd Crosstalk

1. /j/rsch/scg/2009/09/ct02.html	672	482	00:02:11
2. /e/rsch/scg/2009/09/ct02.html	40	27	00:01:40

iCeMS website

1. /j/	26,385	19,153	00:00:57
2. /e/	3,671	2,802	00:01:14

	2nd CT	iCeMS
J	95%	87%
E	5%	13%

Compared with the iCeMS website:

- **Crosstalks draw more Japanese views than English.**
- **Use of English is NOT helping draw English views.** (maybe)
- **Crosstalks retain viewers longer.**
- **Use of video is helping draw attention.** (hopefully)



1. Crosstalks are popular: They draw more views than other iCeMS pages.

2. Use of English alone is not enough to meet overseas outreach goals.

3. Use of video appears to be an effective means of capturing viewers' attention.



1. Time the embargo reasonably.

2. For a Japanese audience, provide Japanese.

3. Know when to say no.