

Q 児童生徒の活躍を発信するためのニュースリリースの方法や書き方、その意義を教えてください。

A 管理職は学校の広報官です。管理職は学校によさや魅力、児童生徒の頑張り、教職員の創意工夫による取組、保護者の期待や喜びなどをPRすることも大切な仕事の一つです。

自校の教育活動を新聞やTV等で取り上げてもらえるようマスメディアに対してPRすることをニュースリリースと呼んでいます。ニュースリリースのための書面には決まった様式はありません。役所ではニュースリリースのための書面を「報道資料」と呼んでいます。いずれにしても取材・記事掲載につながるものでなければ意味がありませんので、ニュースリリースは、多様な立場の記者に読まれるような工夫が必要です。残念ながら、ニュースリリースの作り方が悪いために素晴らしい取組内容でも取り上げられない例が数多くあるように思います。

私が、心掛けていたニュースリリースの書き方は、次のとおりです。

- ①A4サイズ1枚
- ②タイトルと見出し、リード文が勝負
- ③結論を先に（「結起承転」の順番で要点を分かりやすく）
- ④専門用語は極力少なく
- ⑤読みやすいレイアウトに
- ⑥空白行を活用して文章を区切り読みやすく
- ⑦ですます調で
- ⑧末尾には問い合わせ先（担当者名・連絡先）を明記
- ⑨補足的な要素は別紙に記載

さらに、取材・記事にしてもらう確率を上げるためには、次のような点も大切になります。

- ⑩ニュースだから、奇をてらって思い切った構成でアピールしてみようと思わずに、「記者に興味をもってもらえるかどうか」を第一に考えたニュースリリースを作成します。
- ⑪メディアにはそれぞれカラーがあります。同じ取組でも、取り上げ方の視点が変わるので、複数のメディアにリリースします。
- ⑫いつでもよい情報はニュースになりません。「今、報じなければ！」と記者に思わせる理由を必ず書き添えます。
- ⑬同じ取組でも、切り口を工夫してオンリーワンかナンバーワンになるように書きます。
- ⑭誰も未知への関心は高いので、既存の取組でも新しい事実を付加して書きます。

ニュースリリースを1回配信して記事化されなかったからといって、簡単にあきらめてしまっただけです。継続してメディアへ配信することで、学校名を覚えてもらえれば記事に取り上げてもらいやすくなるほか、広報活動に積極的な印象を与え、記者が調べたいと思ったときに声のかかる可能性が増します。

最後に、新聞等で紹介されることで、児童生徒はやる気や愛校心、教職員は自信とある種の誇りを形成することにつながると思います。保護者や地域にも興味や関心を示してもらえ、理解が進みます。学校はPRがへたで、そのうえ遠慮が働くためかせっかく素晴らしい取組をしてもよい意味での売り方に欠けていると思います。これからの時代は、メディアと上手につき合い、時には積極的に活用していくことが必要だと思います。

校種

全校種