

## Y05a 国立天文台のキャンペーン事業への取り組み

渡部潤一、佐藤幹哉、石崎昌春、渡邊香理、平井明 (国立天文台)

国立天文台では、普段はあまり天文に興味を持たない一般層に向けて、星空を見上げるきっかけを作ってもらおうと、比較的容易に観察できる天文現象を紹介し、観察結果を報告してもらう「キャンペーン」という広報普及活動を2004年から展開している。天文現象や観察方法の解説をweb上に公開し、それぞれの天文現象に合わせて設定した観察結果を、インターネット・携帯電話経由(ともにwebのformにて入力)にて報告を受け付ける、いわば「双方向市民参加型」のイベントである。天候や現象の難易度などに左右されるものの、毎回おおむね数百から数千件の報告が寄せられ、世界的に見ても非常にまれなアウトリーチ活動と評価されている(国際外部評価資料, 2008)。

頻度の高い天文現象は、それだけではニュースとしてリリースしづらく、またマスコミも取りあげにくい。キャンペーンというイベントにすることでニュース性を持たせ、マスコミも取りあげやすくなるという状況を作り出すことに成功していると考え。特に2007年8月は、11~15日に「夏の夜・流れ星を数えよう」(対象:ペルセウス座流星群)、28日に「皆既月食、どんな色?」の2回のキャンペーンを行い、天文現象が広くマスコミに扱われた。その結果、前者でのキャンペーンでは、報告数が11,375件と1万件を超えるに至った。また、ブログ(日記風ホームページ)からリンクされたサイトの8月の第2位に国立天文台がランクインした(日経新聞2007年9月6日夕刊)。娯楽サイトが並ぶランキングに基礎科学分野の研究所サイトが割り込んだことは、アウトリーチ上大変意義深い。本発表では、このキャンペーンの取り組みと、その成果を紹介する。