

8/2 JCA-NETワークショップ ネットの力をフルに使いこなそう！

ICTを活用して参加型の活動と組織を!!

印鑰 智哉

本日の講座の目標

- 市民運動団体がICTを使ってどう活動を広げるか、特に参加型の運動を作っていくためにはどうしたらいいかを考えたい
- 団体といっても、NGOでなくとも、個人が友人によびかけていっしょに動くようなグループも含めて考えます

ネットワーク 広がっていますか？

- 新しいメンバーが毎年続々入ってくる
- 会員数は毎年増えている
- 新しい領域に活動が広がっている
- 活動でいくつも達成できたものがある
- 最近、若い人が入ってきて平均年齢がずいぶん下がった

100万人にメッセージを 届けてみよう

- 不可能ではないはず。
- でもどうするか？

- 意見広告を出す...
- ビラまきをする...
- Webサイトにページ作る...
- メールリングリストに流す...
- メールマガジンで出す...
- 口コミで広げる...
- Flash Mobとか...

ニュースの取得の方法の変化

- テレビ、新聞、ラジオ
- **Yahoo! News**...万人向けのニュースは万人に向かない
- メーリングリスト、メールマガジン
- ニュースリーダー...膨大な情報、読み切れない
- SNS...信頼を元に情報をフィルタリング

変化をもたらした インターネット

- 1995年～ Web、メーリングリスト、ポータルサイト
- 2000年（Web 2.0） ブログの登場
- 2000年前後 検索エンジンGoogleの躍進
- 2006年頃 SNSの躍進

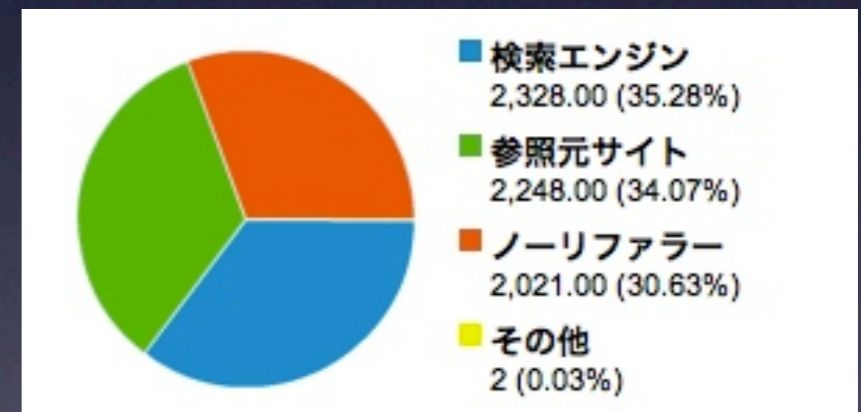
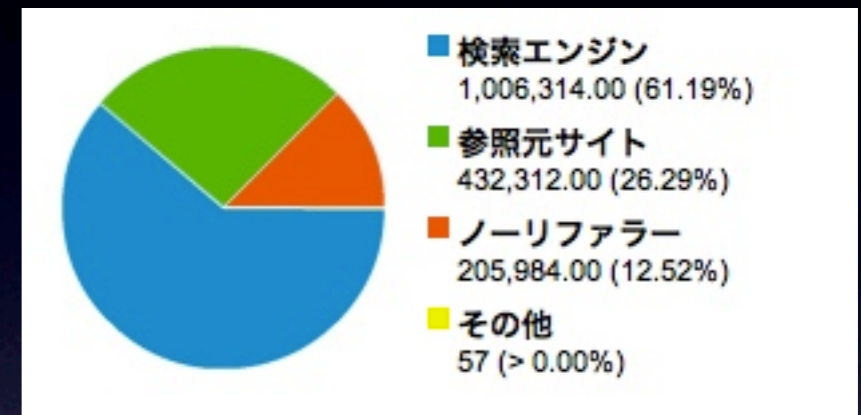
Blog、SNSの誕生

- 個人がメディアになれる時代... マスメディアを超えるinfluencerが登場
- 動員されるというのではなく、積極的参加によるダイナミックな運動ができる
- ブログ、Twitterの発言数、日本は世界一

インターネットの地殻変動

検索エンジンからSNSへ

- そもそも、Webサイトへの訪問者はどこからやってくるのか？ これまでは圧倒的に検索エンジンから
- 最近では検索エンジン以上にSNS、特に日本ではTwitterからが大幅に増えてきた。
- 検索エンジンはロボットが作ったリスト、それよりも信頼する人が作った情報を人は信用する

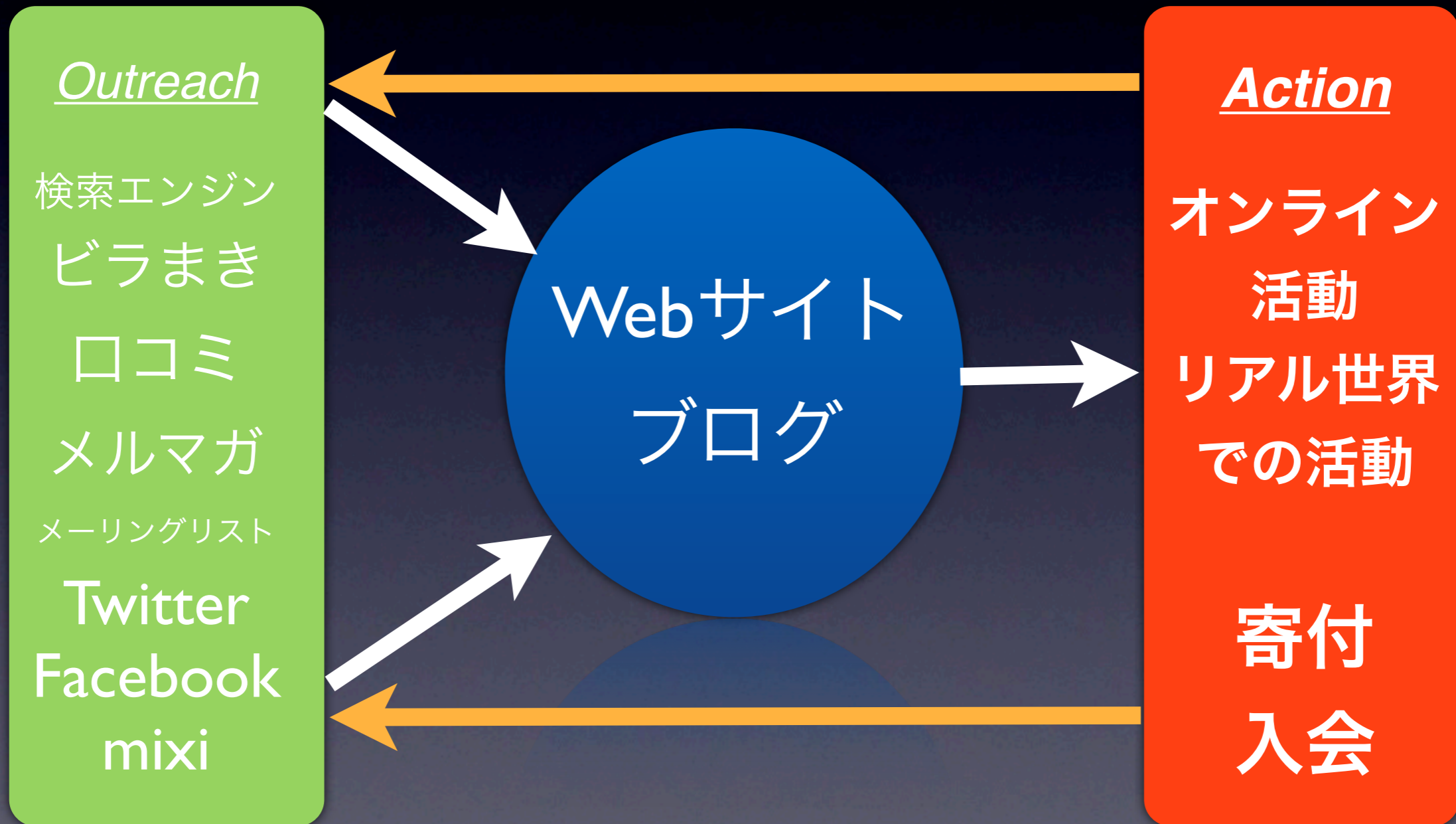


- 広告的メッセージは忌避される
- 友人、信頼する人のメッセージが人を動かす
- 動員型じゃなくて**共感**に裏付けられた**参加型**の活動が必要

Webやメーリングリスト の位置の変化

- Webサイト／ブログは後方に。
- 現代のビラまき = SNS
- SNSからWebサイトへ

Webの位置



マスコミの衰退

市民メディアのチャンス

- 情報の流通をコントロールしていたマスコミのビジネスモデルが揺らいでいる。
- コストをかけずに多くの人たちにリーチできる＝市民運動、市民メディアにとっての大きなチャンス

日本と世界のSNS



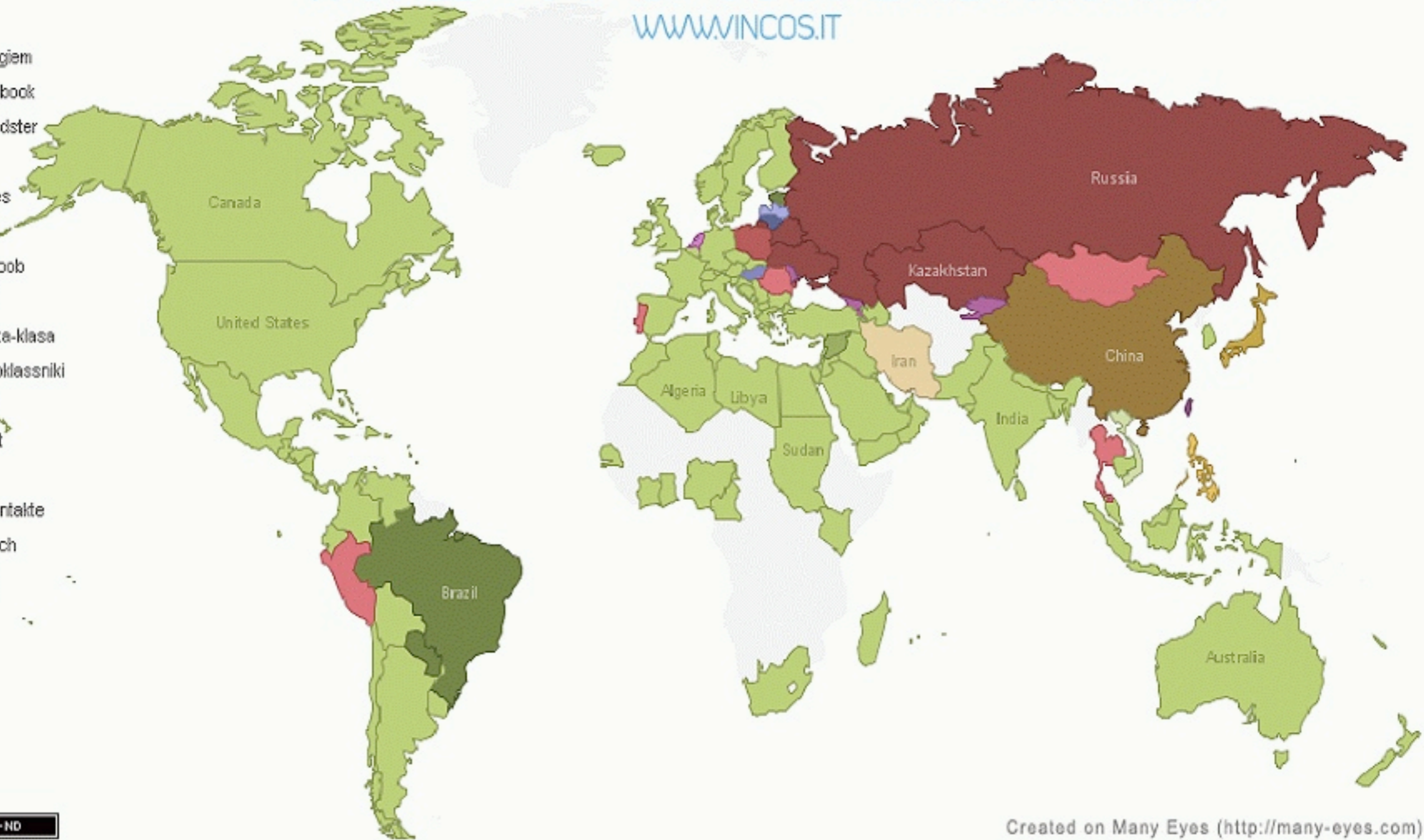
- 日本でのTwitterの飛び抜けた増加は世界でもまれ
- 海外ではFacebookがダントツの覇者
- Facebookは日本では今年末あたりから？

出典1

WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS

WWW.VINCOS.IT

- Draugiem
- Facebook
- Friendster
- Hi5
- Hyves
- Iwiw
- Maktob
- Mixi
- Nasza-klasa
- Odnoklassniki
- One
- Orkut
- QQ
- V Kontakte
- Wretch
- Zing



(CC) BY-ND

(CC) BA-ND

Created on Many Eyes (<http://many-eyes.com>) © IBM

Created on Many Eyes (<http://many-eyes.com>) © IBM

Twitterとは？

- 140文字以内の文章(Tweet)を書いて記録、自分をフォローする人のTime Line (TL)に表示される
- 自分がフォローする人のTweetが自分のTLに表示される=フォローしなければ何も始まらない。
天涯孤独あるいはフォローする人を間違えると理解のできないメッセージの羅列に
- 誰をフォローするかが肝心

Twitterの何が魅力

- 自分で自分だけのネットワークが作れる...世界で同じITは1つもない。
- すぐに反響が来る
- 自分のメッセージが広く世界に伝わる（かも）
- 人間関係の再構築?
- 仲間を作れる
- 有名人とつながれる?!
- 炎上しにくい
- 何にでも使える

Twitterとメーリングリストの違い

- MLはメンバー全員同じ資格、Twitterは個々人のフォロワーはみな違う
- MLは煮詰まり、Twitterは拡散する
- MLでは声の大きい人(?)が牛耳れるが、Twitterでは無視される
- MLメンバーはやや固定、Twitterはメンバー出入り自由（広がる）
- MLだけに依拠すると毎年平均年齢が上がる傾向
- MLはメンバー限定の作業に向けた特性
- MLは死なない。役割が変わるだけ。使い分けよう！

Twitterの難点

- 米系営利企業の無料サービスであること...利用のルールが勝手に変更されることもある。今後も一営利企業の都合で変わっていくし、米国政府の要請には特に従順だろう。
- プライバシーが気になる...公安当局は活動家情報を追う。どんな情報を出していくか常に気にする必要がある。
- しかし重要なのはTwitterじゃなくてTwitterを使って可能になる“ネットワーク”の方！

Twitterの難点その2

- Webサイト、ブログの更新を放り出す＝Twitterの方が反応がわかりやすくて居心地がいい。くせになる。
- RT以上のコミットを得ることが容易でない
- RTなどの反応が得られると満足してしまうこれじゃ現実は変えられない
- ＝ 「Twitterバブル崩壊」、 「Twitter狂想曲」

Twitterの活躍する場面

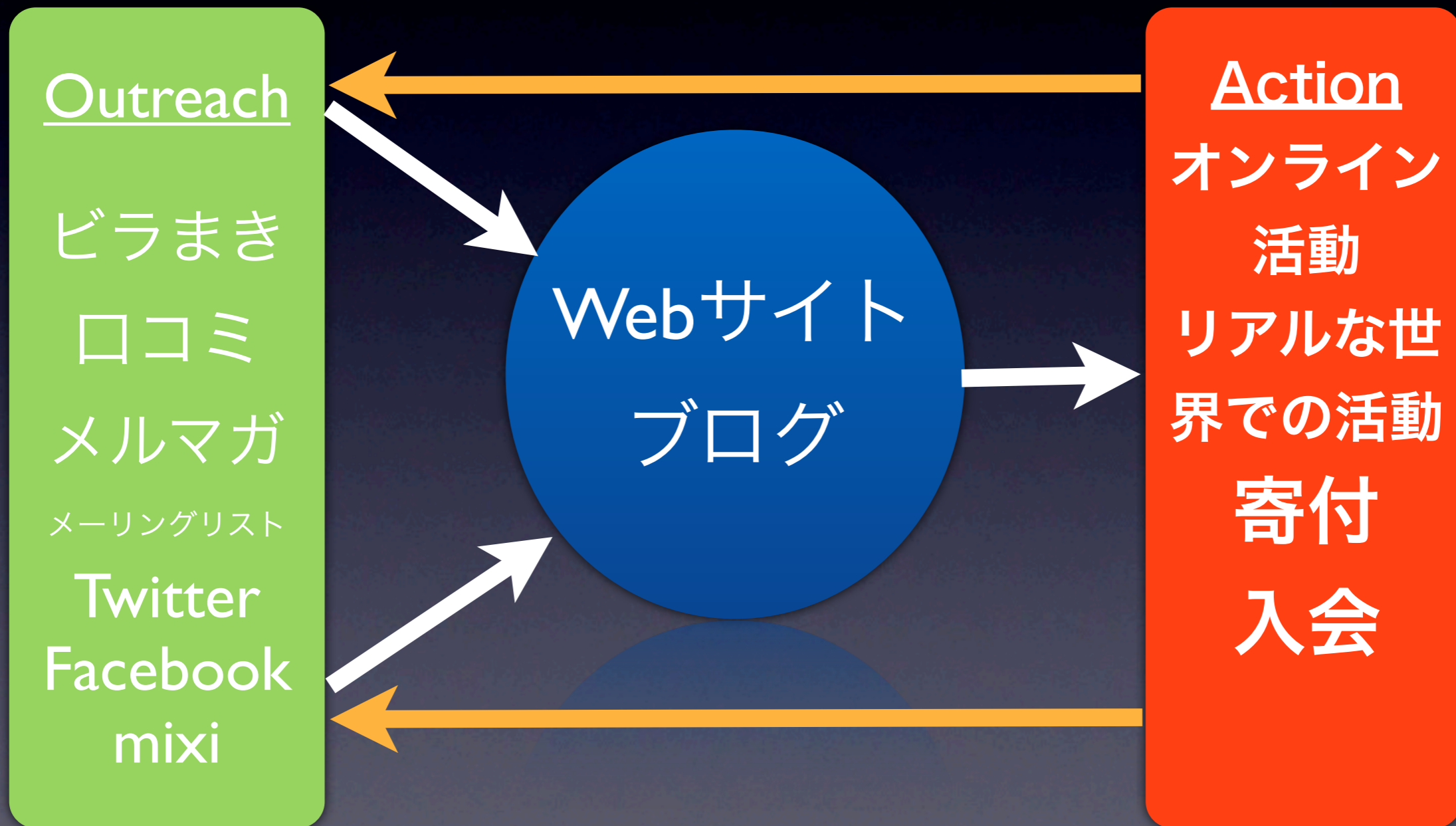
- 例1 閉鎖的な記者クラブの壁をこじ開ける
- 例2 国会審議（国会の中と外をつなぐ。日本ではできない...?）
- 例3 すべての現場を世界とつなぐ

SNSでは完結しない！



出典3

サイクルを確立する



何が必要か？

- 参加型Webキャンペーン
- メルマガ（できればまぐまぐやYahoo！
じゃなくて）
- 会員登録・寄付＝経済的な参加
- 参加型のキャンペーンをするためのプラット
フォーム

参加型キャンペーンの例

サイバーアクション: ペットボトルビールはまずいでしょ!

ペットボトルのビールを発売しようとしていたアサヒビールにメッセージを募り送る。800通ほど集まり、アサヒビールはペットボトルビールの生産計画を撤回!

<http://www.greenpeace.or.jp/campaign/toxics/zerowaste/petbeer/>

「あなたはペットボトルビールどう思いますか？」あなたのメッセージを!

サイバーアクション:

ペットボトルビール発売見合わせ記念!
第三弾「とりあえず、ありがとう」を伝えよう

2004年9月30日、アサヒビール株式会社(以下、アサヒビール)は、ペットボトル入りビールの発売を当面見合わせると発表しました。

同社のニュースリリースに「多くのお客様から予想を上回る反響を頂戴しました」と記載してあるように、このサイバーアクションを通じて多くの方の意見がアサヒビールに届けられたことが、この発表につながったのです。



浅草、吾妻橋からアサヒビール本部ビルに「とりあえず、ありがとう」

そんな消費者の意見に耳を傾けてくれたアサヒビールに「とりあえず、ありがとう」を伝えましょう。

しかし、同ニュースリリースには「当面の見直し」と記載されているのみなので、消費者の関心が下がった際に発売を再開することがあるかもしれません。

そんな、だまし討ちがないように、「リサイクルだけではなく"拡大生産者責任"を果すべきだ」という意見をアサヒビールに届け、今後の取り組みにも注目していることを示しましょう。

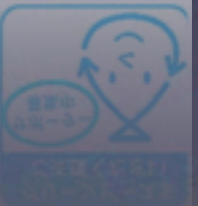
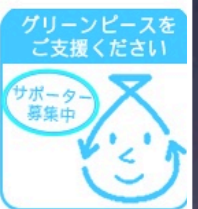
アクションに参加 これまでの参加者数 622 これまでに寄せられたメッセージ(Web上での公開の承諾を得たもののみ)

参考サイト
ペットボトルのリサイクルコスト(「ごみ・環境ビジョン21」サイトより)
<http://www2u.biglobe.ne.jp/~GOMIKAN/rep2/yori-1.htm>
容器の環境負荷(「FoE Japan」のサイトより)



今月の窓口キャンペーン
ペットボトルビールはまずいでしょ!

アサヒビールにあなたの「生」の声を!
あなたのページにバナーを貼りませんか?



で、ホントのところどーなのよ クジラアンケート

国際捕鯨委員会の前に実施
したアンケート

クジラ食べたことありますか？

税金10億円使っていること知って
いますか？

南極はクジラの禁漁区なのだけど
知ってますか？

などの項目に1万6000人近くが回
答。

<http://www.greenpeace.or.jp/campaign/oceans/questionnaire/>

で、ホントのところどーなのよ
クジラアンケートに答えてね。

このアンケートの趣旨について このアンケートは2002年4月20日から5月24日にかけて行いました。4月20日(一部地域で21日)朝日新聞と毎日新聞に広告を出し、5月15日(一部で16,18日)朝日新聞、毎日新聞にて中間報告を行いました。アンケートの最終結果をぜひご覧ください。

Q 1 クジラを食べたことがありますか。
 ある ない わからない

Q 2 あなたはどのくらいクジラを食べたいと思いますか。
 売っていたらぎっと買う 買うことがあるかもしれない 買わないと思う

Q 3 国際的に信頼のある国際自然保護連合(IUCN)のレッドリストで、捕鯨対象の全てのクジラが絶滅危惧種か準危急種だということを、ご存じでしたか。
 知っていた 知らなかった

Q 4 クジラが哺乳類で一回に一頭しか子どもが生めないのも、魚のようにふえにくいことを知っていましたか。
 知っていた 知らなかった

Q 5 調査捕鯨で税金が毎年10億円投入されているのをご存知でしたか。
 知っていた 知らなかった

Q 6 南極海がクジラのサンクチュアリー(禁漁区)に指定されているのをご存知でしたか。
 知っていた 知らなかった

参加型活動

- Webを見に来た人が手軽に参加できる道を用意しよう！
- 活動のレベルはさまざま。簡単なものから高度なものまで
- バーチャルなものだけでは限界。リアルな世界での目に見える行動とリンクするとずっと効果的になる

日本社会の現状

- 市民は情報欲、学習欲は高いが、社会の現実を変えようとなかなかしない。
- 個人の勉強に留まり、問題を変えようという姿勢になかなかならない。
- Webサイトの訪問者に問題を知るだけでなく、現実を変えるための提案を

日本の市民運動に特徴的？

- 人を増やすよりも、まず一人で何から何までやるうとしてしまう
- スケーラビリティがない
- 「キャンペーンに関わるすべての人が広報担当」 → 伝えるべき情報は何か？
- インフォメーションキットを作るう！

グリーンピースを
支援してください



戦争を止めるためのアクションキット

ぬりえピースプラカード
バーチャル展覧会開催中
あなたがつくったぬりえ
ピースプラカード、デジ
カメで写真、メッセージ
とともに撮って送ってく
れませんか？

グリーンピース・ジャパンが作っ
たステッカーを勝手に貼られた
という苦情を受けました。マ
ナーを守って反戦の声を大きくし
ましょう。

民間人犠牲者の数 (By
IRAQBODYSOURCE.net)



IRAQBODYSOURCE.net

「NO WARぬりえピースプラカード」、広告電通 賞に入賞！

日本の広告界で高い評価を持つ広告電通賞の
本年度の入賞作品が6月3日発表され、公共広
告部門で国際環境保護団体グリーンピース・
ジャパンの「NO WARぬりえピースプラカー
ド」が準優秀賞を受賞しました。詳細 [プレ
スリリース](#)

国連・核兵器拡散防止条約（NPT）準備会合で大量 破壊問題の平和的解決を求めよう

[詳細\(終了\)](#)

小泉首相・川口外務大臣に戦争反対のメッセージを 出そう！

サイバーアクションに参加して小泉首相、川
口外相、国会議員にメッセージを書いてくだ
さい。 [サイバーアクションに参加](#) イラ
クへの戦争に反対する6469の理由

小泉首相、川口外相、国会議員に戦争反対の
メッセージを出そう！

一人ひとりの力が戦争 を止める

「自分ひとりが反対しても...」と
あきらめていませんか？

自由に使おうアクション キット

- [ぬりえピースプラカー
ド](#)
- [NO WAR リンク・バ
ナー](#)
- [NO WAR 待ち受け画
面](#)
- [初めてパレードに参
加される方へ](#)
- [非暴力主義とは？](#)
- [リンク集](#)

グリーンピースの立場・分 野

グリーンピースの立場・分
野

- [グリーンピースの
立場](#)
- [非暴力主義とは？](#)

3.8 ピースパレード行ってみない？ これ持って。



わたしはせんそうに、はんたいです。

米国の対イラク戦争で想定される短期的な犠牲者は25万人(ほとんどが民間人)核兵器が使われれば400万人。イラクは湾岸戦争でも環境が破壊されその一番の被害者はなんの関係もない子どもたちです。いま戦争を防ごうと全世界に反戦の波が広がっています。2/15のピースパレードは60か国600都市で1000万人を越える史上最大規模。これを受けEU緊急首脳会議は「査察継続支持。戦争は避けられる」と明言。ロンドン200万人、ローマ100万人、ベルリン50万人、ニューヨーク38万人、パリ20万人。トウキョウ5000人(すくなっ)。日本も今度のどようび、3/8、東京日比谷公園でやります。小泉首相の発言をピースフルにするためにも、ぜひ来てください。このぬりえピースプラカード、色ぬって、持ってきてね。

せんそうは最大の環境破壊だ。グリーンピース・ジャパン
War is the greatest environmental catastrophe of all.



DIRETRIZES DE GOVERNO

BLOG DA MARINA

MARINA SILVA & GUILHERME LEAL

VÍDEOS & IMAGENS

Crie +1 Casa de Marina

COLABORE COM MARINA NO ORKUT

20 RAZÕES PARA VOTAR EM MARINA

Doe para a campanha

Você está em: » Kit para voluntários

KIT PARA VOLUNTÁRIOS

Baixe, use, replique, distribua e eleja Marina Silva.

marca



- logo marina.eps
- logo marina.jpg

fotos



- Marina (baixa)
- Marina (alta)
- Guilherme e Marina (baixa)
- Guilherme e Marina (alta)
- Marina (baixa/fundo verde)
- Marina (alta/fundo verde)
- Guilherme e Marina (baixa/fundo verde)
- Guilherme e Marina (alta/fundo verde)
- Marina (alta/fundo transparente)
- Guilherme e Marina (alta/fundo transparente)

ringtones

- Original
- Marimba
- Piano
- Percussão

jingle

- Jingle

wallpapers



- 800x600
- 1024x640
- 1024x768
- 1280x800
- 1280x1024
- 1280x960
- 1366x768
- 1440x900

banners



- 468 x 60 px
- 234 x 60 px
- 120 x 120 px

Casa de Marina



- download do estêncil
- Saiba como fazer

QUER AJUDAR A ELEGER MARINA?

colabore com a campanha

参加型キャンペーンを可能にするために

- 何が必要か？ 団体／グループごとに洗い出しする必要
- 技術ある人たちとの連携
- ボランティアとの連携

外側だけでないICT活用

- 好循環を継続させるためには？
- インフォメーションキットを作るのは手間がかかる。
- 会員をどうやって維持するか
- 会費の徴収は？ 自動引き落とし
- 楽になった部分は会員とのコミュニケーションなどに振り向け、基盤を強化する

インターネットのツール

Webサイト・ブログ関連

- **WordPress**...小中規模。ケータイ対応などプラグインが充実している。Twitterとの連携ツールも豊富
- **Drupal**...中規模以上。NGO向けのプラグインが豊富。アクション向けやファンドレージング関連も。
- **MediaWiki+FCKEditor**...Wikipediaのシステムをワープロ感覚で使える。資料サイト、事典的な情報サイトに最適
- **Joomla!**...WordPress,MediaWikiと組み合わせて使うと最強か

インターネットのツール メール、会員管理関係

- Drupal+CiviCRM...NGOのためのファンドレージング向けに考えられたプラグイン
- SugarCRM...企業向けの顧客管理ソフト、強力
- PHPList...多機能メールマガジンサーバー
- Mailman...メーリングリストサーバー

インターネットのツール バーチャルオフィス

- NetCommons...ボランティアなどが自主的な活動をやっていくツールとしても使える

終わり

- お粗末ですみません。
- 連絡先は http://twitter.com/tomo_nada

出典

1. Twitter vs Facebook 国別にみた訪問者数推移
<http://bit.ly/b8uBoO>
2. The State of Social Media Around the World 2010
<http://bit.ly/a91ed4>
3. CGMマーケティング マーケティングコンセプト
<http://www.cgmm.co.jp/service/index.html>