



啟動行動

動員群眾

當你為了一個社運目標需要把支持者團結起來的時候，無論是透過網絡還是面對面，都可以使用這個策略。

視頻實例

● 志願者製作影像訴求土地權

印度的公民記者

在印度的Gujarat地區，一個由社區人士製作的與土地所有權有關的影像視頻，在當地附近25個村莊播映之後，引起700人集會要求當地政府公平分配土地。

使用的工具：視頻錄像機、視頻編輯軟件、YouTube、寬屏投影機，及可於鄉村或社區放映的VCD/DVD播放器。

更多資訊：

Video Volunteers：<http://www.videovolunteers.org/>

● 建立無朋友的個人檔案

黎巴嫩的LGBT運動人士

在黎巴嫩，一個關注同性戀、雙性戀及變性者(LGBT)的組織，在Facebook上建立了一個沒有圖片和好友的個人檔案，為這個個人檔案創造了一個安全的空間，供需要幫助的人和LGBT權益運動參與者在上面交流（出於隱私保護，在這裡不使用機構名稱）。對於黎巴嫩那些尋找LGBT社群支持的人，以及那些尋求幫助的人，他們很容易就能找到這個個人檔案頁面，而且用戶可以通過上面的網站連結瀏覽這個組織的網站，這樣就增加了匿名性，也避免公開參與LGBT組織所帶來的安全隱憂。

使用的工具：Facebook

更多資訊：

如何製作Facebook專頁：<http://bit.ly/wldTv>

● 印度粉紅底褲運動

印度女權運動

Pink Chaddi（印度粉紅底褲）運動

發起Pink Chaddi（印度粉紅底褲）運動的印度婦女透過Facebook和博客宣傳，呼籲支持者把粉紅色的底褲寄給該國一個右翼團體，這個團體曾支持在酒吧裡攻擊喝酒婦女的行動。

使用的工具：Facebook, Blogspot, Flickr, 海報、數位相機

更多資訊：

Pink Chaddi運動博客：<http://thepinkchaddicampaign.blogspot.com/>



VIDEO VOLUNTEERS



PINK CHADDI CAMPAIGN

計劃你的行動

- 這些運動把數位資訊和現實生活的行動結合了起來：印度的土地權運動人士在村莊裡放映他們錄製的視頻影像，同時也把影像放上了互聯網；女權運動人士透過郵寄表示抗議的同時，也把寄出的粉紅底褲的照片放在博客和社交網站上。
- 如果你希望通過像Facebook或Orkut的社交網站去聚集支持者，你得解決以下的問題，如何將大量的信息同時發給所有支持者？嘗試其它聯絡溝通的方法，蒐集所有人的聯繫方式，這樣你也可以連絡到不在社交網站上的支持者。
- 製造“幽默”和“意外驚喜”是兩個可以吸引大眾視線、提高轉發機會，讓受眾把你的運動訊息發送給更多朋友的有效方式，而線上朋友傳朋友的這種方式，讓你的活動針對性更強，也更容易被接受。
- 以Pink Chaddi運動為例，當活動策略需要號召人們上傳圖片或視頻的時候，要注意清楚地告訴大家這些影像的用途，尤其是當你希望活動得到媒體關注的時候，這一點尤為重要。
- 仔細思考如何才能監控活動的範圍，包括應了解受眾是怎麼理解和回應你發出的號召的。視頻製作志工向目標人群解釋他們攝製的影像，並舉辦相關的研討會。



案例研究

行動名稱：TheyWorkForYou

發起者：MySociety

地點：英國

網站：<http://www.TheyWorkForYou.com>

行動描述

在2009年，英國的團體MySociety發起一個活動，呼籲英國選民發電郵給他們議會議員，要求公款用途透明化。“我們每天發出上萬封的提醒郵件給TheyWorkForYou.com的網站讀者”，來自MySociety的Tom Steinber說，每一封Email裡面都附件了一個連結，通過該連結選民可以找到該區議員，給該議員發送一封客製化郵件，郵件發送後，大家會被邀請加入一個Facebook群組，確認加入後，這個群組會向參加者的Facebook個人檔案頁面發表一個連結，宣傳他們的郵件運動。英國政府無視於公民享有的資訊自由權，試圖把議員支出資訊非透明化。TheyWorkForYou.com於是發動選民訴求政府透明化，Tom說，“我們的電郵運動是否影響了議會決策，我們永遠不知道，因為議會運作總是隱密，但我們發出幾千封電郵給議員，對公開他們支出的項目提出訴求，幾千封也許聽起來不算多，但是這些全部來自個人選民，並且95%的議員收到電郵。有高度針對性的郵件，是郵件運動最有效的模式。”這次運動後不久，英國政府即同意公開議員的財政支出。

使用的工具：TheyWorkForYou使用了由開放源代碼軟件組成的客製內容管理系統（CMS）和聯絡人管理系統，在這場針對議員財政公開的運動中，也使用了Wordpress和Facebook作為工具。

效果：這場運動聚焦在英國公民和政客之間，英國傳媒開始報導此活動的當月，網站有超過50萬人次的訪問量，之後的月平均訪問量則平均達26萬人次。

動員群眾：3

更多資訊：

有關這次運動的成效：<http://bit.ly/SECg>, <http://bit.ly/DYbiG>

有關MySociety:<http://www.mysociety.org/about/>

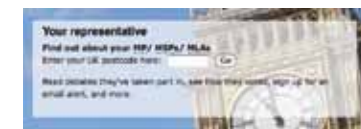
時間：從計劃到完成，這個運動費時5天時間。客製內容管理系統（CMS）是現成並可安裝的。

資源：網站為志願者捐助

難度：2（如果有現成的聯繫管理工具）
4（如果要開發聯繫管理工具）

經費：1700美元，用於聘請項目工作人員

mysociety.org



自助行動

問題

- 是否有吻合時事或新聞點的時機，你可以用來引起更多人注意的？
- 什麼樣的簡單符號或視覺工具可以加速你運動訊息的傳播？你如何讓參與者將傳播訊息個人化？
- 你的運動是和那些掌握你運動目標的受眾進行直接對話，還是啟動那些能夠影響目標的人群？
- 你如何運用你的網站或社交網站上已取得的關注度，引導人們採取實際行動？
- 什麼是最有效的傳播方式：社交網站、電郵或短訊、面對面，還是電話？

你可以嘗試的幾種方式

1. 想一個簡短，容易翻譯的口號，請支持者在一個牌子上用他們的母語寫你的口號，與這個牌子拍照並把照片發送給你，你可以在你的網站、視頻或照片頁面上展示。
2. 在社交網站上建立一個個人頁面或專頁，嘲仿一個你想要影響的公眾人物，並號召支持者加這個頁面為好友，但需留意誰擁有你在商業網站上所創建的信息、以及誰將擁有這個頁面好友的聯繫方式。
3. 舉行一個與你的議題有關的視頻短片比賽，請公眾票選出他們最喜歡的，然後在集會或網絡上舉行獲獎短片播放會，你可以在一個公共大樓裡舉行播放會，並邀請媒體參加。
4. 如果你沒有現成對此活動感興趣的支持者名單，嘗試與其他機構團體合作，由他們發出郵件給他們的支持者。
5. 如果支持者堅持匿名，你也可以讓這種匿名性成為你的活動形像：例如，讓參與者拍下自己的手或腳的照片，或者拍一個代表這個議題的物件照片，然後把照片發給你，這些圖片可有多種應用。

特別工具

共創圖片庫

你和其它參與者可以把圖片上傳到免費圖片分享網站 Flickr 上，並利用這些圖片建立一個生動的在線幻燈秀 (<http://www.flickr.com/help/groups/>)。你需要一個免費 Flickr 群組賬戶，讓多人可以分享他們的圖片。群組管理員有權限決定誰可以在此群組上傳圖片，也就是說，任何一個擁有 Flickr 帳號，並且通過你審核成為群組人員的人都可以上傳圖片到你的在線幻燈秀，這意味著，你的活動可以得到大範圍的參與性。但在你要求人們提供照片之前，先讓大家知道你想要什麼樣的圖片，這樣你的在線幻燈秀將收集到多元化，但又同時在進行同一個主題的圖片，當你認為夠多圖片的時候，你就可以用 Flash 播映短片的方式，把這個幻燈秀插播在你的活動網站中。



動員群眾: 5

提示

NAMITA SINGH, 視頻攝影志願者, 關於啟動行動:

“所有的改變都需要行動，因此我的建議是，找一個強而有力，而且富於意義的運動口號和訊息，這樣才能夠啟動人們起身行動。同時必須要考慮的是，一個村莊的行動可以引發其他村莊加入發聲，因此，一定要分享你成功的經驗。”

REBECCA SAAB SAADE, 科技專家, 關於風險和洩露:

“我的建議是，任何人在敏感議題的處理上，首先應該考慮他們的目標受眾，再考慮媒體。封閉社會往往是一個傳一個地傳播訊息，公眾輿論的情況相對少見，想要動員人們行動，你需要明白的是即使你不介意被錄音或錄像，不要忘記其他人也許介意，如果你承諾不會讓參與者的隱私受侵犯，那就堅決要保護他們，否則你就會失去他們的信任，因此，先了解你所服務的受眾，仔細考慮要向他們傳播的訊息，最後再決定使用什麼媒介。”

NAMITA MALHOTRA, 非主流法律論壇, 關於使用在線工具推動運動

“在線社會運動在印度是一個非常新的現象，Pink Chaddi 運動的獨特之處在於它運用了網絡工具來號召人們在真實生活中採取行動，一個線上運動要轉化到真實生活會遇到許多問題，其中一個問題，就是它使用了 Facebook。”