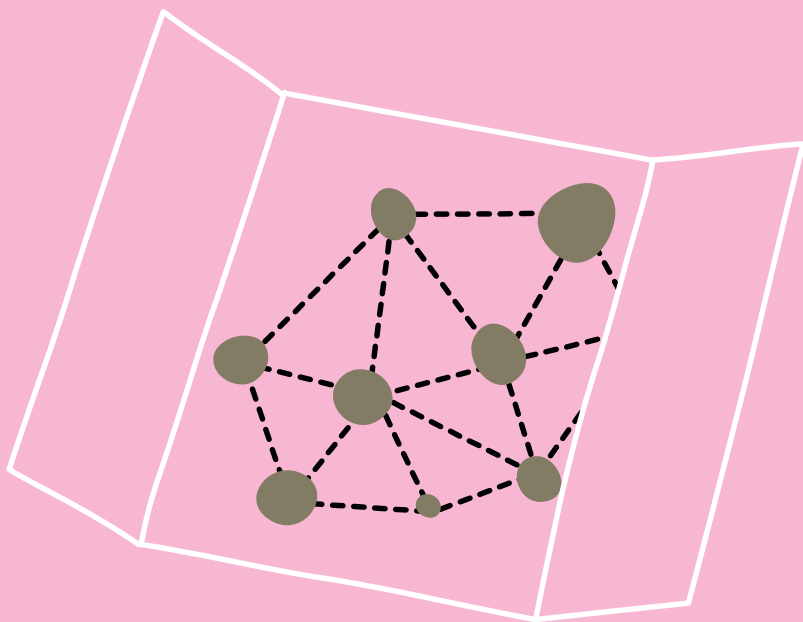


創意運動



即使只有極少量資源，如果你有足夠創意，就可以將資訊轉為行動。此卡所設計的活動會幫助你鼓勵你的同事、支持者和合作夥伴提高他們的參與度，讓他們以富有創造性的方式去設計對目標群眾有影響力的運動。

此卡覆蓋社會運動的四個創意面：

1. **靈感**：從資訊運動的例子可以找到許多靈感；它會幫助你產生很多想法。
2. **創新**：想要贏得目標群眾，你需要新主張和（或）新方式表達新主張。
3. **角度**：想要創造能夠激發人們採取行動的活動，你得先從他們的角度去看問題。
4. **想法**：和你的組員和同事一起進行腦力激盪和檢驗新想法，這些活動有助於篩選具有可行性的想法。

靈感

靈感的拉丁文字根意為“呼入”。我們都體驗過靈感：當受到外界的影響而讓我們以不同方式理解一件事情，甚至做一些以往不會做的事情，透過回想這些對我們產生影響的事情，我們可以了解如何激勵他人。

第一步：哪些活動帶來靈感

1. 第一個活動是從以往和現有的運動中尋找靈感，並提出你自己的想法，每個參加者應該提出一個曾經改變他們想法的運動，這個運動可能是一個網站，一個街頭抗議，一段視頻，一張海報，或是一個廣告，任何運動中的一部分，並且帶有核心信息，參加者領袖可能沒有這些運動的內容，但是無所謂，只要參加者用一張簡單的手繪圖來向組內展示：
 - 當他們首次意識到此運動時，他們在哪裡
 - 此運動做了什麼以及達成什麼目標
 - 為什麼此運動是有創意的
 - 參加者是如何受到此運動激發的
2. 每個人都有2~3分鐘來展示他們受激發的運動，之後回答一到兩個問題，如果參加者有運動文宣（廣告的副本、照片等），他們可以在組內展示。在每個報告中，聽者應該用幾句話在便利貼上記錄活動的策略和形式，而在另一張便利貼上寫下此運動所吸引的目標群眾，領導者應引用下面的定義確保每個人都了解這些關鍵字：

策略：你吸引特定目標受眾而採取的方法。你的策略應該迎合受眾的品味、習慣、興趣和價值觀，策略可以包括用來吸引年輕受眾的”幽默”，為了集體行動而採用”集體動員”，將複雜數據”視覺化”，從而清晰傳達你的信息，或者藉由個人故事去強化問題的”影響力”。

形式：一個運動或行動的媒介或者環境。例子：街頭劇院、連環漫畫、視頻紀錄片、收音節目、博客、社交網站。

受眾：你想要溝通的人群。包括你的目標受眾（那些有能力去創造你想要的改變）和你的參與受眾（那些可以幫你影響目標受眾的人）

3. 將筆記好的便利貼貼在展板或牆上。將所有策略和形式的便利貼筆記置於左側，將記錄受眾的便利貼放在右側，嘗試去連結特定的策略和格式到相對適合的受眾，在這些配好對的策略和格式，與受眾之間畫線，這會幫助你找到最適合你的受眾的策略。

創新

創新要求你在“格子外思考”，以確保能夠成功地用一種新方法來做事，這或許聽起來很嚇人，但是革新可能僅僅是將現有工具或策略換一種方式來使用。接下來的活動會幫助你找到創新你的運動的新想法，鼓勵你的團隊不要用理性或邏輯性思考；此活動的目標是自由地無邊境思考，沒有限制，也不用擔心想法是否可行。

第二步：創造性思維

1. 要求參加者想像代表你們運動的某個抽象概念，或置身於運動所在的情境和環境裡，在這個新的身份下為運動想出一些新點子，舉個例子：如果你正在從事一個氣候變遷的運動，請某人想像自己成為北極熊或者海洋，另一人想像他會飛，這是種讓人們產生新想法的方法，幫助他們從不尋常的角度去思考問題，接著請每個人繪製一張圖或地圖，來向組內解釋分享這個新角度帶給他們對議題的新想法。
2. 當組內在觀看這些分享報告的時候，請他們提出啟發他們用不同的角度看運動的地方，如果小組通過這次活動發現創意及創新的動力，他們即發現新的思考和行動的方式。

角度

有時候我們認為我們知道人們如何理解運動議題，但是我們並沒有真正從他們的角度看事情。如果你已經看過“運動策略”基礎知識卡，則你已經知道誰是你想要影響的目標受眾，以及你想要激發的參與受眾，將這些名單應用到這個活動中，如果你尚未列出目標受眾和參與受眾的名單，請現在列出。

第三步：從目標受眾和參加受眾的角度看事情

1. 給每個人一張代表目標受眾和參與受眾的照片，每張照片標示一個簡短的有描述性的標題，例如：如果你正在從事印度的氣候變遷運動，你的照片可能包括”年輕農村人”、”大城市的富有精英家庭”、”環境政策決策者”、”環境非政府組織”、”學校學生”、和”污染工業公司首席執行官”。這個標題可以如上述例子為一般性的，也可以具體寫出個人或組織的名字，最後每個人講一個小故事，以第一人稱來詮釋照片中的人或團體對於你們運動的感受。
2. 給每個人兩分鐘，在組內認真的充滿感情的講述自己所代表的受眾的故事，其他參加者隨後問他們有關為何會有那樣感受的問題，以及如何激勵他們支持你的運動，和什麼是阻礙他們投入參加運動的障礙。

想法

你需要有好的想法才能將信息轉化為行動，當你有很多好的想法，你就能輕鬆從中選擇哪些想法能夠幫助實現自己的目標，以下活動將幫助你出些好主意。

第四步：腦力激盪和檢驗新想法

1. 將參加者分成兩組，組名分別叫做“誇大”和“淡化”。
2. 要求第一組想出一些正面積極的，狂想的，天真的，超現實主義的運動訊息，而第二組則想出一些比較微妙和悲觀的運動訊息。要求他們把這些想法在畫報上畫出來（可以畫得很簡單），並加上自己的口號，將這些畫報貼在牆上，讓每個人都四處走動並記錄下（寫在便利貼上）任何他們認為你們的運動值得探索的想法。
3. 把便利貼黏在黑板上，盡量分類好（如有重複的想法請撕除），然後把這些想法排名，討論最受歡迎的那些想法。
4. 回到你在第一步中完成的策略/形式和受眾列表，結合剛剛新排名的想法進行討論，想出至少三個你認為有潛力的新運動口號，加入視覺的元素在口號裡。
5. 現在分組並出去蒐集反應：每個人或小組應該去問一些人，看他們對你提議的兩個運動口號的反應為何，根據你運動目標鎖定的不同受眾，你可能問朋友或者他們的孩子，拜訪你的祖父母，問學生或者不同行業的人，不同的人有不同的角度和知識，這是你需要探索的。他們對這兩個口號感覺如何？他們比較喜歡哪一個？他們認為這個運動議題如何？他們會考慮參與此運動嗎？如果會，為什麼？如果不會，為什麼？這個目標不是去招募他人，而是嘗試去理解人們對你的運動議題和口號的想法。

除非他們願意花更多時間，以上的問題應該在幾分鐘之內完成，如果受訪者同意，你可以把訪問過程進行錄影，以便你在組內分享。如果受訪者不同意攝錄，你應該記錄下他們的性別、年齡範圍、職業、你在哪裡遇見他們的，訪問內容，並向組內報告這些資訊。