



## 启动行动

### 动员群众

当你为了一个社運目标需要把支持者团结起来的时候，无论是透过网络还是面对面，都可以使用这个策略。

## 视频实例

### ● 志愿者制作影像诉求土地权

印度的公民记者

在印度的Gujarat地区，一个由社区人士制作的与土地所有权有关的影像视频，在当地附近25个村庄播映之后，引起700人集会要求当地政府公平分配土地。

**使用的工具：**视频录像机、视频编辑软件、YouTube、宽屏投影机，及可于乡村或社区放映的VCD/DVD播放器。

**更多资讯：**

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

### ● 建立无朋友的个人档案

黎巴嫩的LGBT运动人士

在黎巴嫩，一个关注同性恋、双性恋及变性者(LGBT)的组织，在Facebook上建立了一个没有图片和好友的个人档案，为这个个人档案创造了一个安全的空间，供需要帮助的人和LGBT权益运动参与者在上面交流（出于隐私保护，在这里不使用机构名称）。对于黎巴嫩那些寻找LGBT社群支持的人，以及那些寻求帮助的人，他们很容易就能找到这个个人档案页面，而且用户可以通过上面的网站连结浏览这个组织的网站，这样就增加了匿名性，也避免公开参与LGBT组织所带来的安全隐忧。

**使用的工具：**Facebook

**了解更多：**

**更多资讯：**

**如何制作Facebook专页：**<http://bit.ly/wldTv>

### ● Pink Chaddi（印度粉红底裤）运动

印度女权运动

发起Pink Chaddi（印度粉红底裤）运动的印度妇女透过Facebook和博客宣传，呼吁支持者把粉红色的底裤寄给该国一个右翼团体，这个团体曾支持在酒吧里攻击喝酒妇女的行动。

**使用的工具：**Facebook, Blogspot, Flickr, 海报、数位相机

**更多资讯：**

**Pink Chaddi运动博客：**<http://thepinkchaddicampaign.blogspot.com/>



VIDEO VOLUNTEERS



PINK CHADDI CAMPAIGN



## 计划你的行动

- 这些运动把数位资讯和现实生活的行动结合了起来：印度的土地权运动人士在村庄里放映他们录制的视频影像，同时也把影像放上了互联网；女权运动人士透过邮寄表示抗议的同时，也把寄出的粉底裤的照片放在博客和社交网站上。
- 如果你希望通过像Facebook或Orkut的社交网站去聚集支持者，你得解决以下的问题，如何将大量的信息同时发给所有支持者？尝试其它联络沟通的方法，搜集所有人的联系方式，这样你也可以连络到不在社交网站上的支持者。
- 制造“幽默”和“意外惊喜”是两个可以吸引大众视线、提高转发机会，让受众把你的运动讯息发送给更多朋友的有效方式，而线上朋友传朋友的这种方式，让你的活动针对性更强，也更容易被接受。
- 以Pink Chaddi运动为例，当活动策略需要号召人们上传图片或视频的时候，要注意清楚地告诉大家这些影像的用途，尤其是当你希望活动得到媒体关注的时候，这一点尤为重要。
- 仔细思考如何才能监控活动的范围，包括应了解受众是怎么理解和回应你发出的号召的。视频制作志工向目标人群解释他们摄制的影像，并举办相关的研讨会。



## 案例研究

**行动名称：**TheyWorkForYou

**发起者：**MySociety

**地点：**英国

**网站：**<http://www.TheyWorkForYou.com>

### 行动描述

在2009年，英国的团体MySociety发起一个活动，呼吁英国选民发电邮给他们议会议员，要求公款用途透明化。“我们每天发出上万封的提醒邮件给TheyWorkForYou.com的网站读者”，来自MySociety的Tom Steinber说，每一封Email里面都附件了一个连结，通过该连结选民可以找到该区议员，给该议员发送一封客制化邮件，邮件发送后，大家会被邀请加入一个Facebook群组，确认加入后，这个群组会向参加者的Facebook个人档案页面发表一个连结，宣传他们的邮件运动。英国政府无视于公民享有的资讯自由权，试图把议员支出资讯非透明化。TheyWorkForYou.com于是发动选民诉求政府透明化，Tom说，“我们的电邮运动是否影响了议会决策，我们永远不知道，因为议会运作总是隐密，但我们发出几千封电邮给议员，对公开他们支出的项目提出诉求，几千封也许听起来不算多，但是这些全部来自个人选民，并且95%的议员收到电邮。有高度针对性的邮件，是邮件运动最有效的模式。”这次运动后不久，英国政府即同意公开议员的财政支出。

**使用的工具：**TheyWorkForYou使用了由开放源代码软件组成的客制内容管理系统（CMS）和联络人管理系统，在这场针对议员财政公开的运动中，也使用了Wordpress和Facebook作为工具。

**效果：**这场运动聚焦在英国公民和政客之间，英国传媒开始报导此活动的当月，网站有超过50万人次的访问量，之后的月平均访问量则平均达26万人次。

**动员群众：**3

**更多资讯：**

**有关这次运动的成效：**<http://bit.ly/SECg>, <http://bit.ly/DYbiG>

**有关MySociety:** <http://www.mysociety.org/about/>

**时间：**从计划到完成，这个运动费时5天时间。客制内容管理系统（CMS）是现成并可安装的。

**资源：**网站为志愿者捐助

**难度：**2（如果有现成的联系管理工具）  
4（如果要开发联系管理工具）

**经费：**1700美元，用于聘请项目工作人员

**mysociety.org**



## 自助行动

### 问题

- 是否有吻合时事或新闻点的时机，你可以用来引起更多人注意的？
- 什么样的简单符号或视觉工具可以加速你运动讯息的传播？你如何让参与者将传播讯息个人化？
- 你的运动是和那些掌握你运动目标的受众进行直接对话，还是启动那些能够影响目标的人群？
- 你如何运用你的网站或社交网站上已取得的关注度，引导人们采取实际行动？
- 什么是最有效的传播方式：社交网站、电邮或短讯、面对面，还是电话？

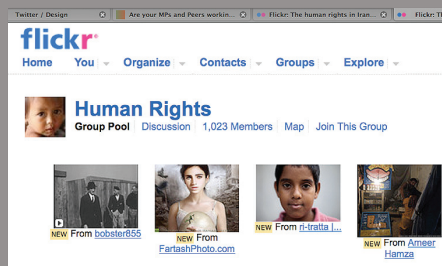
### 你可以尝试的几种方式

- 1 想一个简短，容易翻译的口号，请支持者在牌子上用他们的母语写你的口号，与这个牌子拍照并把照片发送给你，你可以在你的网站、视频或照片页面上展示。
- 2 在社交网站上建立一个个人页面或专页，嘲仿一个你想要影响的公众人物，并号召支持者加这个页面为好友，但需留意谁拥有你在商业网站上所创建的信息、以及谁将拥有这个页面好友的联系方式。
- 3 举行一个与你的议题有关的视频短片比赛，请公众票选出他们最喜欢的，然后在集会或网络上举行获奖短片播放会，你可以在一个公共大楼里举行播放会，并邀请媒体参加。
- 4 如果你没有现成对此活动感兴趣的支持者名单，尝试与其他机构团体合作，由他们发出邮件给他们的支持者。
- 5 如果支持者坚持匿名，你也可以让这种匿名性成为你的活动形像：例如，让参与者拍下自己的手或脚的照片，或者拍一个代表这个议题的物件照片，然后把照片发给你，这些图片可有多种应用。

## 特别工具

### 共创图片库

你和其它参与者可以把图片上传到免费图片分享网站 Flickr 上，并利用这些图片建立一个生动的在线幻灯秀 (<http://www.flickr.com/help/groups/>)。你需要一个免费 Flickr 群组账户，让多人可以分享他们的图片。群组管理员有权限决定谁可以在此群组上传图片，也就是说，任何一个拥有 Flickr 帐号，并且通过你审核成为群组人员的人都可以上传图片到你的在线幻灯秀，这意味着，你的活动可以得到大范围的参与性。但在你要求人们提供照片之前，先让大家知道你想要什么样的照片，这样你的在线幻灯秀将收集到多元化，但又同时在进行同一个主题的图片，当你认为够多图片的时候，你就可以用 Flash 播映短片的方式，把这个幻灯秀插播在你的活动网站中。



动员群众: 5

## 提示

### 视频摄影志愿者，关于启动行动：

“所有的改变都需要行动，因此我的建议是，找一个强而有力，而且富于意义的运动口号和讯息，这样才能够启动人们起身行动。同时必须要考虑的是，一个村庄的行动可以引发其他村庄加入发声，因此，一定要分享你成功的经验。”

### REBECCA SAAB SAADE，科技专家，关于风险和泄露：

“我的建议是，任何人在敏感议题的处理上，首先应该考虑他们的目标受众，再考虑媒体。封闭社会往往是一个传一个地传播讯息，公众与论的情况相对少见，想要动员人们行动，你需要明白的是即使你不介意被录音或录像，不要忘记其他人也许介意，如果你承诺不会让参与者的隐私受侵犯，那就坚决要保护他们，否则你就会失去他们的信任，因此，先了解你所服务的受众，仔细考虑要向他们传播的讯息，最后再决定使用什么媒介。”

### NAMITA MALHOTRA，非主流法律论坛，关于使用在线工具推动运动

”在线社会运动在印度是一个非常新的现象，Pink Chaddi 运动的独特之处在于它运用了网络工具来号召人们在真实生活中采取行动，一个线上运动要转化到真实生活会遇到许多问题，其中一个问题，就是它使用了 Facebook。”