

なぜデジタル・ストーリーテリングなのか？

デジタル・ストーリーテリングが大切な理由と、ここにあるツールを使用することができること

なぜストーリーテリングなのか？

誰もが自分や自分のコミュニティについて、ストーリー（物語）を語ることができます。ストーリーには、他者との関係性を築き、共感を育む力があります。

またストーリーには、人々に行動を促し、関わり続ける意欲をもたせる力もあります。人々の心を打ち、単なる事実や新聞の見出し以上の何かを、記憶に残してくれます。

気候危機に直面する今こそ、世界中のストーリーテラー（語り手）たちに、危機をめぐる現実やそこに立ち向かう中での希望、自分たちの成功体験などを伝えてもらわなくてはなりません。身の回りで何が起きているのか、自分の目と耳で確かめ、受け止め、それを記録に残すよう様々なコミュニティに働きかけることができれば、より多くの人々と共に、必要な変化に向け取り組んでいくことが可能となります。

気候変動をめぐるストーリーは、ひとつだけではありません。気候変動は世界中のすべての人々に影響を与えますが、具体的にどのような影響の受けるかは、それぞれ異なるからです。皆さんが直面するこの現状と変わりゆく気候について、世界中の大勢のストーリーテラーたちに伝えてもらう必要があります。

さまざまな視点やアイデアが必要です。有意義かつ長期にわたる気候アクションを起こしていくためには、気候変動に伴う災害や、気候対策を求める大規模マーチについてだけでなく、困難から立ち直る力や、勇気ある日々の行動など、気候をめぐるストーリーの全容を伝えなくてはなりません。





デジタル・ストーリーテリングの種類

デジタル・ストーリーテリングには、さまざまな形があります。

- 1 **個人のストーリーを語る:** あなた自身が経験したことや、学んだことを共有します。
- 2 **キャンペーンのストーリーを語る:** キャンペーンで取り組む問題の背景や、なぜそれが重要なのか、ストーリーを共有します。
- 3 **オンラインで報告する:** デジタルツールを使用し、特定のアクションやイベントを記録に残したうえ、オンライン上で人々に発信します。
- 4 **コミュニティのストーリーを語る:** 集団としてのストーリーを共有できるようサポートします。

ご紹介するツールが、これらすべてのストーリーテリングをより良いものにするを願っていますが、ここでは主に最初の3つを取り上げます。

このツールを使ってできること

このツールは、下記の状況において役立ちます：

- ストーリーの見つけ方について学びます。あなたが伝えたいことは何でしょうか？
- 📱 どのデジタルツールをどのように使うべきか考えます。主に文書作成、写真、動画を中心に取り上げます。
- 📺 基本的な写真や動画の編集方法について学びます。
- 🔗 準備が整い次第、あなたのストーリーを戦略的に共有します。

準備するもの

スマートフォンをはじめとした、デジタルツールの進化のおかげで、ストーリーテラーになることは、かつてないほど簡単です。

デジタル・ストーリーテラーになるのに、高価なカメラやノートパソコンなど必要ありません。スマホとデータプランさえあれば、ここでご紹介するアドバイスや戦略は有効です。もちろん、日頃から利用している他のデバイスを利用しても構いません。



ストーリーを 見つける

デジタルツールを手にする前に、あなたのストーリーに意識を集中し、伝えたいことは何か考えてみてください。

大切なのは、あなたのストーリー

著名な広報担当者数名だけで変化を起こそうとしても、パワフルな気候ムーブメントを築くには十分ではありません。世界中の至るところから人々が声を上げ、地域の人々に直接語りかけていく必要があります。地域のことは、そこに暮ら

すあなたが一番よく知っているはずです。地域の住民を促し、気候正義のためのムーブメントに参加するよう説得できるのは、ほかの誰でもない、あなたなのです。



ストーリーの構成

ここでご紹介するストーリーテリングのモデルは、ハーバード大学のマーシャル・ガンツ教授によって編み出されたものです。ガンツ教授は、大勢の人々にトレーニングを提供し、市民主導の変化を起こすため取り組んできました。またガンツ教授は、ストーリーテリングや社会改革をめぐり、「パブリック・ナラティブ（公で語る物語）」という方法を提唱しています。

ガンツ教授は次のように述べています。「公で語るのにふさわしいストーリーとは、あなたが直面した難題、下した決断、それに伴い経験した結果など、あなたが選んだいくつかの場面から描かれます。これらが、あなたの人生のある物語の“成り立ち”を構成します。」

公で語るのにふさわしいストーリーは、3つの要素に分けて考えることができます：

- 1 自分自身のストーリー：あなたがなぜある行動をしているか。
- 2 わたしたちのストーリー：あなたのコミュニティや組織が集まっている理由。皆に共通する目的、目標、ビジョン。
- 3 「今」のストーリー：このコミュニティが、いま直面する課題、下さなければならない決断、「わたしたち」で一緒にそこに向かっていることで湧く希望について。

これら一片一片の異なるかけらを紡いでいくことで、いくつものストーリーを効果的に伝え、多くの人々が関われるようになります。



あなた自身のパブリック・ナラティブをまとめる前に、まずは大勢の人々の前に立ち、重要な活動への参加を促すご自分の姿を想像してみてください。



1 自分自身のストーリー

ここでは、ストーリーの作成に向けた準備体操をご紹介します。一呼吸おいて、これから綴るあなた自身の旅について考えてみてください。



心に留めておくべきこと：

自分自身についてのストーリーをつくる過程で、多くの学びがあります。けれど同時に、感情が大きく揺さぶられることもあります。その準備ができているかどうか、ご自身で確かめてください。サポートしてくれる友人に声をかけてみるのも良いでしょう。そして、もうひとつ心に留めておくべきことは、ストーリーは、今後ずっと変化し続けるということです。これは常に現在進行形のプロジェクトなのです。

ストーリーを描く

- 1 大きな紙を一枚、それからペンやマーカー、鉛筆などを用意してください。
- 2 タイマーを15分にセットします
- 3 あなたの人生において、いまこの地点にたどり着くまでの旅路を、紙に描き出していきます。
- 4 ここでもう一度、ここに至るまであなたを導いてきた具体的な課題や下した決断、それに伴う結果について思い出してください。あなたに影響を与えた人は、誰ですか？

人生の旅路を川に見立てて描く人もいれば、地図を描く人もいます。ご自分の好きなスタイルで描いてください。



ストーリーを書く

- 1 描いた地図から一步離れてください。どんなパターンやテーマが見えてきましたか？
- 2 あなたをここまで導いてきた、人生における重要な選択について3行でまとめてください。

2

わたしたちのストーリー

皆で力を合わせ問題に取り組むことで、いっそう早く変化を起こすことができます。ご自分が属するコミュニティや、コミュニティが大切にしている価値観について考えてみてください。誰と一緒にキャンペーンに取り組みたいですか？それは家族や学校の友だち、もしくは同じ信仰をもつ人たちでしょうか？また、あなた方が大切にしているのはどんなことですか？

ストーリーを描く

- 1 紙をさらにもう一枚準備し、タイマーを10分にセットします。
- 2 あなたのコミュニティのイメージを描いてください。
- 3 それからコミュニティをめぐる思いつく言葉をすべて書き出してください。あなた方を結びつける共通のテーマは何でしょうか？

ストーリーを書く

- 1 描いたイメージや言葉を眺めてみましょう。その中で注意を引くものは何でしょうか？
- 2 この取り組みに参加してもらいたい人について、2行でまとめてください。それは誰でしょうか？またその人たちが大切にしているものとは、何でしょうか？

3

「今」のストーリー

次は、いまあなたが解決しようとしている緊急課題について考えてみてください。なぜいま取り組むことが重要なのでしょうか？解決に向けできることは何でしょうか？

ストーリーを描く

- 1 紙をさらにもう一枚準備し、タイマーを10分にセットしま。
- 2 目を閉じ未来を思い浮かべてください。わたしたち皆が力を合わせたら、どんな未来になるのでしょうか？キャンペーンを成功させることができたなら、何が起きるのでしょうか？
- 3 思い浮かんだことを、描いてください。

ストーリーを書く

- 1 立ち止まって考えてみてください。
- 2 人々に、今すぐとってもらいたい行動とは何でしょうか？そしてなぜ、今そうすることが重要なのでしょうか？2行でまとめてください。





すべてのストーリーを まとめる

これで自分自身と、わたしたち、そして、「今」のストーリーがそろいました。

- ・ 書き上げた文章を紡ぎ上げていきます。必要であれば、手直しをしてください。でき上がったひとまとまりの文章を声に出して、もしくはお友だちを相手に読んでみてください。
- ・ あなたのストーリーにふさわしい絵もしくは写真を探しましょう。ご自分で描いた絵や撮影した写真が理想です。

これで完了。あなた自身のパブリック・ナラティブの始まりです。

次のステップ

パブリック・ナラティブやこれらのツールは、さまざまな場面において役立ちます。どのようなストーリーかにもよりますが、この過程では下記の点について考えてみてください：

- ・ ご自分の記憶に残る選択や課題。
- ・ 人々が大切にしている価値観。
- ・ 行動に移せるアクション。
- ・ それが皆にとって差し迫った問題である理由。
- ・ 望む方向に進むためのビジョン。



ストーリーをクリエイティブに

文章、写真、動画に焦点をあて、デジタル・ストーリーテリングをどう組み立てていくか探ります。

アウトラインを作成する

パート1では、良いストーリーの要素とは何か、また課題と自分自身をどう関連づけるかについて考えました。

ツールを選ぶ前に、まずは時間をかけ、大まかな計画を立てましょう。伝えたいことが何かを考え、構想を描いていきます。

また下記の点についても考えましょう：

- ・ 誰にあなたのストーリーを聞いてもらいたいですか？その理由は？
- ・ ストーリーを聞いた人に、何をしてもらいたいですか？

伝える手段を選ぶ

オンライン上にはストーリーを伝えるさまざまな方法がありますが、このトレーニングでは、**文章と写真と動画**に焦点をあてます。

使用するツールを選びます：

ストーリーの聞き手について考える：

伝えたい相手は誰ですか？相手の注意を引くのに一番効果的な方法は何でしょうか？インターネット通信容量はどの程度ありますか？

ご自分のスキルや技術、できることについて考える：

アクセスできるもの、使える時間、そして一番使いやすいものは何でしょうか？

効果的なストーリーの発信に必要なのは、高価な機器などではなく、ちょっとした工夫であることを忘れないでください。



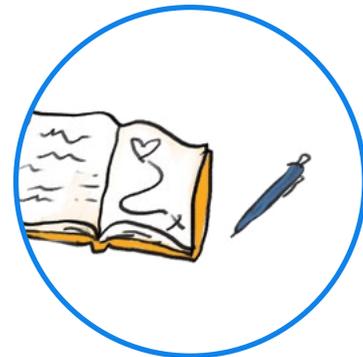
作成のヒント



文章作成

ブログに投稿したり記事を書いたりするのは、幅広い聞き手にストーリーを伝える素晴らしい手段です。文章を作成する上で、いくつか提案があります：

- ・ 聞き手は、あなたが取り上げるテーマについてどの程度知識がありますか？より多くの人々が理解できるようにするためには、問題についてどう説明すべきか、考えてみてください。書く前に、誰かに声に出して伝えてみたり、アイデアについて説明したりすると、きっと役に立つはずですよ。
- ・ 出だしで聴衆の心をつかむ：ストーリーに人々を引きこむようなパワフルな逸話や事実はありませんか？最初の段落は、とても重要です。
- ・ 受動的ではなく、能動的な文章で書きます。能動的な文章では、主語がアクションを起こします。受動態で書かれた文章では、主語はアクションを受ける側になります。
- ・ 相手にわかるようによく説明しつつも、短く素敵な文章を心がけましょう。文章は短い方が最もパワフルに響くことがあります。





写真と動画撮影



PHOTOGRAPHY & VIDEOGRAPHY

写真撮影のヒント:

光: 照明や光が当たっている場所がどこかを確認したうえ、影が一番少ない場所を見つけます。

角度: 撮影する位置によって、写真の雰囲気はどのように変わりますか？動き回って確かめてください。遠くから、至近距離から、またその中間地点から撮影してみましょう。さらに高い位置や低い位置からも撮影してみましょう。

メッセージ: 伝えたいのは、どんなストーリーですか？またどのように伝えたいですか？

メッセージの要素の一部を、目で見て分かるようにしましょう。キャンペーンで使用したバナーを、写真に入れますか？どんな雰囲気やエネルギーが写真から伝わってきますか？

背景: 写真の背景にも注意しましょう。背景は、ストーリーにどんな要素を添えてくれますか？むしろ余計だと感じられないでしょうか？ストーリーのどんな側面が写真から伝わってきますか？

動画撮影では、写真についてのヒントすべてを踏まえたうえで、下記についても心に留めてください:

ブレないように: カメラは固定します。三脚やスタンドは、身の回りのもので作れます。最短でも5秒は撮影を続けるようにしましょう。

音声: 聞き取りやすい音声は非常に重要です。騒音の少ない場所を選び、インタビューしている人に近づいて録音しましょう。その際、できればマイクを使用しましょう。音声を録音するのが難しければ、後から挿入したり、キャプションを添えたりすることも可能です。



覚えておくべき注意点

- ・ 写真撮影やインタビューの前に、時間をかけ相手との関係を築きましょう。相手との繋がりはとても大切です！
- ・ 同意もまた重要です。あなたのストーリーの登場人物となるすべての人に、作成されたコンテンツを用いて、あなたが何をするのか必ず伝えましょう。相手の気持ちを確認、同意を得ましょう。
- ・ インタビューでは、「イエス」や「ノー」だけでは答えられない形で質問するようにしましょう。



クリエイティブな方法

ストーリーを伝える方法は、他にもあります：

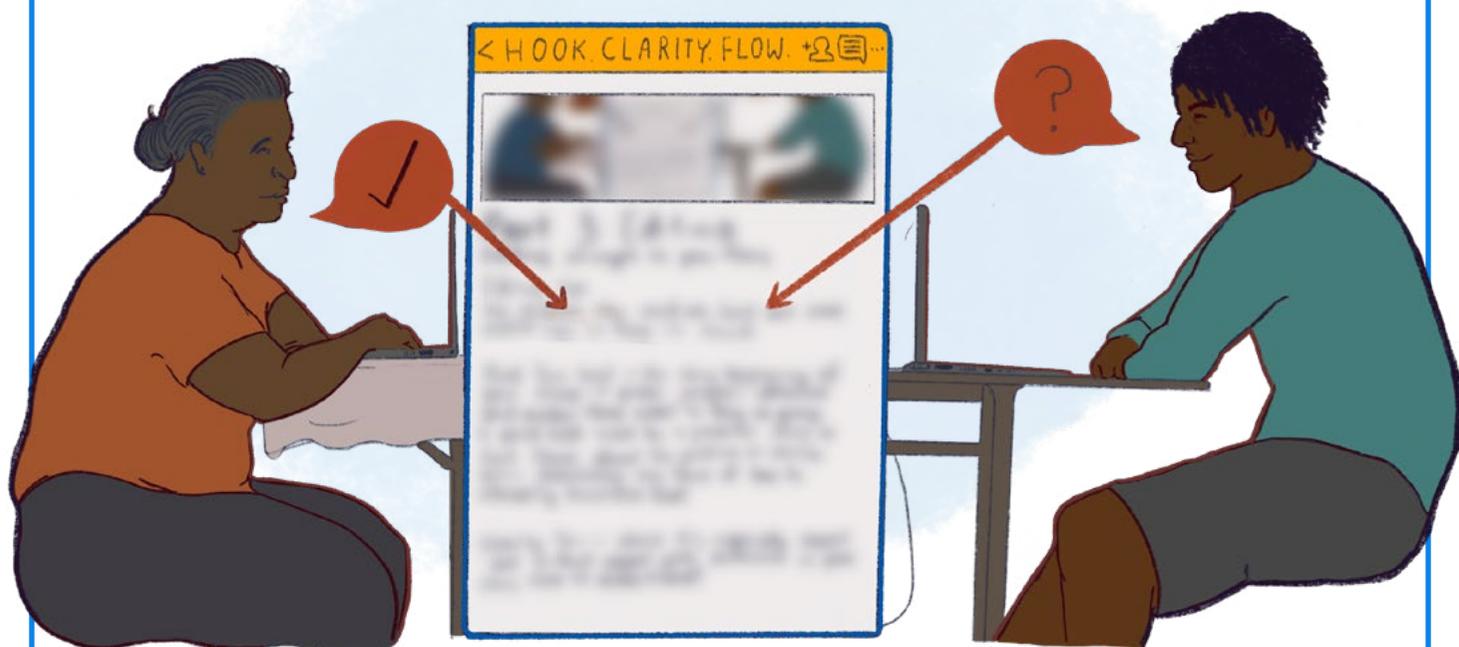
「もの」を使う：ストーリーを伝える際、何か「もの」を使うことで、うまくいく場合があります。例えばアクセサリーのような小さなものから衣服、そして川のように大きなものに至るまで、何かテーマとする「もの」を選び、それを使いながら問題を説明します。

ショートメッセージサービス (SMS)：SMSを通じ人々に働きかけることもできます。これならば、最新のスマホが普及していない地域でも利用できます。地域の人々と協力し、SMSで短いストーリーや最新情報を投稿します。

人形劇やアニメ：人形劇やアニメなどの形でストーリーを伝えることもできます。

劇やパフォーマンス：語り伝えられてきた歴史やストーリーを、劇や公共の場でのパフォーマンスとして演じることもできます。個人を特定することなく大衆に訴えかける、素晴らしい方法です。

ポッドキャストや音声によるドキュメンタリー：音声は、パワフルなツールです。工夫次第で、深く説得力のあるストーリーを伝えることができます。



編集

ストーリーを強化し、内容をより明確にしたうえ、さらに多くの人々を巻き込んでいきます。

ストーリーを書き上げたら、編集を加え、いっそうパワフルなストーリーにしていきます。

編集のヒント

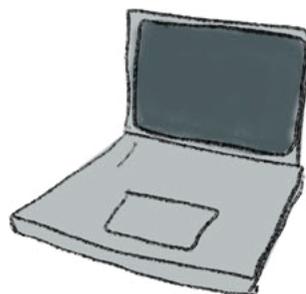
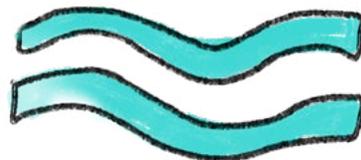
伝える手段が何かにかかわらず、編集する際に役立つヒントを下記にまとめました：

フック：フックとは、人々の心をつかみ、その先も聴きたいと思わせる、ストーリーの出だしの部分のことです。印象的な話や事実は、良いフックとなります。あなたが伝えようとしている問題や解決策について考えてみてください。どうすれば、それを相手にありありと伝えられるのか考えましょう。

分かりやすさ：ここで特に重要なのは、聴衆について考えることです。あなたのストーリーは、聴衆にとって簡単に理解できるものでしょうか？例えば、世界中の若者たちに訴えかけようとしているのに、難解な専門用語や専門知識を多用したら、聴衆は何が起きているのか把握することが難しくなってしまいます。略語や専門用語を多用しないように気をつけましょう。

フロー：ストーリーは、自然な流れでつながっていますか？聴衆は、ストーリーに問題なくついていくことができますか？ストーリーを構成する異なる部分を、飛び石だと思って考えてみましょう。どうすれば、ひとつの石からもうひとつの石へと簡単に移動できるでしょうか？

友だちやコーチを探す：自分ひとりだけで、パワフルなストーリーをつくるのは非常に困難です。誰かの手を借りられないか、友だちや尊敬する人に連絡してみましょう。恐れることなく、他者の意見に耳を傾けましょう！





文章作成

v、ここでは、すぐに使えるヒントに焦点を当ててご紹介します：

声に出して読む：シンプルなコツのひとつは、ストーリーを声に出して読むことです。そうすることで、よくある間違いを見つけやすくなります。

簡潔さ：一般に思われているのとは裏腹に、難解な言葉や飾り言葉を使いこなせるのが良いライター、というわけではありません。素敵な短い文章の方が良い場合もあります。ストーリーを見直し、必要ないと思われる言葉や段落を削っていきましょう。長くわかりにくい文章を見つけたら、短く区切っていきましょう！

能動的な文章：受動的ではなく、能動的なスタイルで書いた方が良い文章になります。能動的な文章だと、アクションを起こしているのが誰か明確です。特に気候変動では、誰に責任があるのかを明確にするのが望ましいからです。

例：

能動的な文章：化石燃料企業は、大気を汚染した。

受動的の文章：大気が汚染された。

時制と語り手の一致：ストーリーの語り手は誰ですか？ストーリーは、あなたの視点（わたしやわたしたちなどの一人称を使用）で語られていますか？それともより広い視点（彼や彼女やそれ以外の三人称を使用）で語られていますか？また時制は、過去、現在、未来のどれを使用していますか？ストーリーの最初から最後まで、一致させましょう。

写真

画像編集にすぐに役立つコツをご紹介します。もちろん、さらに踏み込んだ素晴らしいオンラインコースは多数存在しますが、時間がない時は、ここから始めてみてください。

明るさ: 明るさや露出を変えることで、写真の印象が大きく変わることがあります。(ただし明るくしすぎないように気をつけてください。)

コントラスト/ハイライト: コントラストやハイライトを調整することで、写真の重要なポイントを引き立てるのに役立つことがあります。

トリミング: 写真に収まったすべてを、そのまま見せなければいけないわけではありません。不要な部分は切り取り、一番重要なところを残してください。

解像度の高い画像から始めると良いでしょう。





動画

動画の編集は、非常に複雑になることがあります。どの程度高度なものを求めるかは、あなた次第です。加工なしの状態が良いのか、それともさまざまなトランジションやエフェクトを使いたいのか？役に立ついくつかのステップを下記にまとめました：

ツールを選ぶ：ごくシンプルなものから非常に複雑なものに至るまで、動画編集には異なるさまざまなオプションがあります。使いやすいツールを選びましょう。おすすめのアプリのリストは、下記からご覧いただけます。

絵コンテと動画の選び方：動画の中心は、あなたのストーリーです。編集を始める前に、動画の流れを描いてみましょう。

撮影したすべての動画を確認したうえ、一番活気にあふれエキサイティングな部分を選びましょう。

テキストと画像：追加したいテキストや画像があれば、添えてください。シンプルなことから複雑なものに至るまで、どんなものでも構いません。

場面の切り替え：ある場面から次の場面に、どのように切り替えたいですか？TikTokでは、身体の一部やモノを利用し、場面切り替えをうまく見せる方法を教えてください。また動画編集アプリの中の、トランジションツールを利用しても良いでしょう。

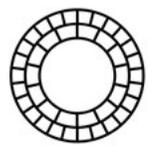
音楽：背景に素敵な音楽が流れていると、動画に感情移入しやすくなります。動画編集アプリの中には、無料で使用できる音楽があります。動画の雰囲気にぴったりの音楽を選びましょう。ただし、音楽が動画よりも目立ってしまわないように気をつけましょう。

推奨アプリ

写真



snapseed



VSCO



Adobe Lightroom



動画



Adobe Spark Video



アニモト



Adobe Premiere Rush



キネマスター



iMovie

高度な動画編集アプリ



Adobe Premiere



ストーリー の公開&共有

ストーリーを世界にどう発信するか

パワフルなストーリーを作成したら、それで終わりではありません。今度は、その配信方法や、いかに人々の注目を集めるか考えていかなくてはなりません。

準備

最後にもう一度、誰かにストーリーを確認してもらいましょう。

その際、検討すべき大切なことを下記にまとめました：

- ・ 誰にストーリーを見てもらいたいですか？（できるだけ具体的に。）
- ・ ストーリーを見てもらいたい人たちは、普段どこで情報を入手していますか？例えば、若い人たちに見てもらいたいと思うのなら、彼らが情報を入手するのは、インスタグラムでしょうか、それとも誰かのブログでしょうか？普段彼らが利用している特定のウェブサイトやアカウントはありますか？
- ・ ストーリーを見終えた人たちに、何をしてもらいたいですか？視聴者に行動を起こすよう呼びかけますか？
- ・ どこでストーリーを発信したいですか？AmebaやMediumなどのブログ用のプラットフォーム、もしくはほかのウェブサイトでしょうか？それともソーシャルメディアに直接投稿すべきでしょうか？

ソーシャルメディア投稿のヒント

ソーシャルメディアを使えば、オンラインでストーリーを無料で共有できます。もはやジャーナリストやニュースサイトが、ストーリーを取り上げてくれるのを待つ必要はなくなりました。

ただし、ソーシャルメディアには大量のコンテンツがあるので、ストーリーを共有したり投稿したりする際には、戦略的にならなければいけません。ソーシャルメディアでは、ほんの一瞬で人の心をつかむ必要があります。そこで、ちょっとしたことが非常に重要になってきます。出だしから人々を引き込まなくてはならないのです。そのため、下記の点を特に工夫しましょう：

- ・ 画像やサムネール
- ・ ヘッドラインやタイトル
- ・ シェア用テキスト
- ・ これらのプラットフォームは、常に変化し続けています。350.orgでは、効果的だったことやそうでなかったことについて、定期的に学びを共有しています。その記録は、[こちらからご覧いただけます](#)。



ストーリーを広める

ソーシャルメディアに投稿することで、最初の一步を踏み出しました。今度はストーリーが広く共有されるよう、友だちや仲間、支持者のネットワークを駆使し、さらに大きく広めていきます。ストーリーが必ずインパクトを与えられるよう、取り組んでいきましょう。

下記に、その際のヒントをまとめました:

- ・ あなたの仲間やパートナーとは誰でしょうか？その中にジャーナリストやNGO関係者、ソーシャルメディア上で影響力のある人、コミュニティ、報道機関の関係者はいますか？

そんな人がいたら、個人的にメッセージを送り、ストーリーをシェアしてもらいましょう。ストーリーを多くの人に見てもらうには、友人や知り合いを頼るのが一番です。

- ・ キャンペーンに関するストーリーをシェアしている際、キャンペーンを通じ、働きかけたい相手はいますか？政治家や企業など、働きかけたい相手にストーリーを見てもらうには、どうすべきでしょうか？

働きかけたい相手にメッセージを添えた上で、ストーリーをメールで送信するか、もしくは、大勢の人にストーリーを一斉投稿してもらうことで、ツイーストームを起こすという手もあります。

新しい方法を試してみることも大切です！うまく行かなければ、工夫して別の方法で試してみましょう。

→ 作成したストーリーは、ぜひ350 Japan や 350.orgにもシェアしてください！350 Japan、350.org のデジタルチームには、ソーシャルメディアからご連絡いただけます。あなたのコンテンツにタグづけしたうえ、ダイレクトメッセージをお送りください。

参加する

社会改革のためのストーリーテリング

気候危機解決に向けた運動に参加するため、何をどう始めれば良いかわからないけれど、ご自分のスキルを生かしてサポートしたいというお気持ちがある方は、下記をご覧ください：

- 1 近くのローカルグループを見つける：**力を合わせれば、わたしたちはいっそう強くなれます。お住まいの地域に気候危機解決に向けた運動やグループがあるか知りたい方は、350 Japan オーガナイザーまでご連絡ください。
hinako.arao@350.org

また、350 Japanのボランティア活動を通して、知識を深めたりアクションに参加したい場合は、こちらから登録ください。
<https://world.350.org/ja/350volunteer/>

- 2 トレーニングを見つける：**気候のためのキャンペーンや気候科学などについてもっと知りたい方は、こちらからスキルアップ関連の資料やリソースをご覧ください（英語）：
trainings.350.org
- 3 アートをつくる：**オンライン以外にも目を向けてみませんか？気候ムーブメントを、素敵なアートでサポートしたいと思われる方は、そのためのツールやガイドをこちらからご覧ください（英語）：
art.350.org