

Leadership,

リーダーシップ

Organizing,

オーガナイズ

and Action

アクション

コミュニティ・オーガナイズ・ワークショップ

参加者ガイド

パブリック・ナラティブとは

ここで、意図を持った行動がそれを限定する感情に打ち勝つことを可能にするのです。

パブリック・ナラティブは、ストーリー・オブ・セルフ、アス、そしてナウを統合するものです

パブリック・ナラティブを構築するための鍵となる3つの要素

出来事を詳しく語りストーリーにするのは何か？
困難-選択-結果

ストーリーの筋は、主人公が思いもかけぬ困難に直面するという場面から始まります。主人公は、気を配らねばならない緊急の必要性に迫られた目的を追求し、いかに反応するか、いかに行動するかを選択します。その選択は全く準備されていないものです。選択により私たちは教訓を学びます。私たちは登場人物に感情移入して追体験することにより、その人の感情を経験することができます。頭ではなく、心（ハート）で教訓を学ぶのです。あるひとの勇気についての話を聞くのではなく、勇気に奮い立たされるのです。

登場人物のストーリー、彼/彼女の選択時の奮闘、行動を引き起こした価値観は、聞き手にも自身のストーリーの価値観や選択、行動、動機となった価値観を思い出させ、彼ら自身の人生に新たな洞察をもたらすのです。



ストーリー・オブ・ナウ

「ストーリー・オブ・ナウ」は、どのような緊急の問題があなたを突き動かし、コミュニティのために行動をとることになったのかについて語るものです。

ストーリー・オブ・ナウでは、あなたが直面する困難についての緊急性（否定できない変化の必要があり、緊急性、変化を起こす機会は二度と訪れないかもしれないという緊急性）を語る必要があります。その困難における緊急性と、約束された希望が交差するところが、とるべき選択です。行動をとるのかとらないのか、その方法で行動をとるのか、別の方法なのか、という選択です。よいストーリー・オブ・ナウを語るためには、想像する勇気、W. ブルックマンのいうところの、預言者的な想像力が必要です。そうすることで、世界にある苦難と同時に、よりよい未来への可能性について目を向けさせます。

ストーリー・オブ・アス

「ストーリー・オブ・アス」は、語り手である「あなた」とだけではなく、他者がお互いに協力し行

NARRATIVE STRUCTURE

ナラティブの筋



オーガナイズを実践する人を支える手帳

Organizing Planner

オーガナイザー手帳

— 2015-2016 —



関係構築ミーティングの記録

名前:	所属:	日時:
話した内容:		
共通の価値観:		
共通の関心事:		
この方がもっている資源:		
どのようなことで協力できそうか:		
うまくいったこと:	To Do (すぐすること):	
改善したいこと:		
学び:		

ガンツ博士著、実践者のための
オーガナイズング・ノートの翻訳

Organizing

オーガナイズング・ノート

Notes

マーシャル・ガンツ 著

Spring 2015

Week 2: 人々のパワーで変革を起こす

オーガナイザーが最初に向うべきことは、「私の取り組む問題はなにかな?」ではなく、「私の人々は誰なのか?」(誰が私の「同志」かな?)である。あなたがオーガナイズしたい人々、「同志」を明確にしよう。彼らはどんな価値観を、関心を、目標を、資源をもっているのか。彼らはなぜ、オーガナイズされることを望んでいる、もしくはオーガナイズされる必要があるのか? 他にはどのような人が関係しそうでだろうか?

オーガナイザーにとっての2つ目の問いは、「私の抱える問題はなにかな?」ではなく、「同志の問題は何か?」である。彼らの価値観、関心、資源が明らかになれば、彼らはどんな困難に直面し、その困難は何に類しているのか、その問題が取り上げられなければならないのか、そして、それらが取り上げられたら世界はどのように変わるだろうか? どのような、変化への行動を喚起する共有する目的やゴールを想像できるだろうか?

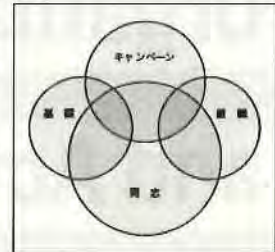
オーガナイザーにとっての3つ目の問いは、「どうしたら彼らの問題を解決できるかな?」ではなく、「どうしたら私の同志が困難に立ち向かい、ゴールを達成するために、彼らの資源を能力に変えることができるかな?」である。ゴールを達成するために、彼らの持つ資源をどのようにパワーに変えられるかが、「変革の仮説」である。

これらの問いへの答えは、同志と、彼らのリーダーシップと、その他関係者との制約によって見つけていくのだが、旅を始めるように、どこに、どのように走りつきたいのか、という初期のロードマップ、つまり仮説が必要となるだろう。

この授業では、オーガナイズングキャンペーンを設計することに注力するが、オーガナイズングの本当の仕事は、同志の中にある。図1が示すように、オーガナイズングとは、今だけでなく将来にも、同志が自身の関心を効果的に主張するのに必要な力を発展させることが出来るようにすることである。このように、力がソフトしていくのが、オーガナイザーたちは、彼らの同志との間に

基礎を作るところから始めるなければならない。このためにはいつも、人々の関心、本当の問題の根拠を見極め、力のダイナミクスを明らかにし、キャンペーンのリーダーシップを見つけた、リクルートし、発展させるために多くの一対一のミーティングを行う。キャンペーンとは、あなたの同志が自分たちのゴールを達成するために必要な力を創り出すため、オーガナイズをするプロセスのことである。そしてキャンペーンの仕事は組織に委ねていくことによる。将来に続く成功のための能力を手に入れることが出来るだろう。

【図1】



これらの疑問への答えは、あなたの同志、彼らのリーダーシップ、そして他者との対話により発展するだろうが、あなたが旅を始めることが出来るように、どこに行きたいのか、そしてどのようにそこに到達するのかという仮説の、最初のロードマップが必要になるだろう。

人々——行為者は誰か?

調査

オーガナイザーはコミュニティを同志へと変化させる。価値観や関心を共有するのがコミュニティである。それらの関心ごとについて、資源を使いようオーガナイズされているコミュニティが

2014年1月からのワークショップ開催実績

500名近い方がコミュニティ・オーガナイズングを学びました!

オーガナイズングワークショップ	13回
パブリックナラティブWS	3回
ストーリーオブセルフWS	4回



- 青森 10月
- 東北 8月
- 岩手 2月
- 風の村 8月
- コーチ養成 4月
- 慶應・復興リーダー会議 5月
- 社会創発塾 5月
- セブンジェネレーションズ 5月
- 連合 6月
- ダイナミクス・オブ・ダイアログ 7月
- ユース 8月
- 秋のワークショップ 10月
- 明治学院大学 10月
- 大隈塾 11月
- ガンツWS 12月
- 新春WS 1月



Community Organizing JAPAN
コミュニティ・オーガナイズング・ジャパン

COに興味をもってくださったら

- 3/27 (日) オーガナイザー祭り@日本財団
- Facebook Page コミュニティ・オーガナイジング・ジャパンで検索
- Home page <http://communityorganizing.jp>



Community Organizing JAPAN

コミュニティ・オーガナイジング・ジャパン

