

# ニュースツイート・みんなの報道番組

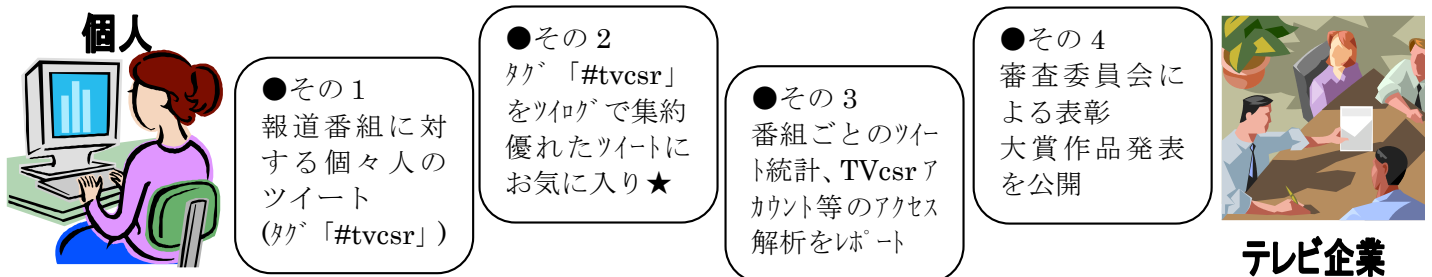
～ テレビを変える市民の声をツイッターでテレビに届けよう！

世界には多くの社会問題・環境問題が存在しています。私たちが、これら問題を知り、考え、行動するためにはまず「情報」が必要不可欠です。長年に渡り、青年による環境問題解決に取り組んできた国際青年環境 NGO A SEED JAPAN は、この構造に着目し、メディア CSR プロジェクトを立ち上げました。メディア CSR プロジェクトは、「送り手であるマスメディアは企業としての社会的責任（CSR）を果たし、受け手である市民は、主体的に情報を得る手段（メディア）を選択する社会を創造すること」を目的としています。マスメディアが、視聴者である市民が「知りたい」「伝えたい」「提案したい」ことは何であるかを把握し、それを発信することに努め、市民が CSR を果たしているメディアを選択する社会になれば、世界に存在する社会問題・環境問題の解決に近づけることができると考えられます。

現在テレビは視聴率が基準になって番組制作が行われています。これは、バラエティ等の番組だけでなく、私たちの重要な情報収集の機会である報道番組でも同様です。この視聴率が伝えているのは、本当に私たち視聴者の声でしょうか。より具体的で番組制作に反映できる声は、私たちが実際に番組を観て感じたこと、考えたことが言葉になったものではないでしょうか。

これまで、このような市民の声は、メールやファックスといった第3者に見えづらい手段で、ばらばらに発信されてきました。しかし、ツイッターの登場によって、第3者に見える形で、まとめてテレビ局に発信することが可能になりました。そこで、メディア CSR プロジェクトでは、地上波放送が地上デジタル放送に完全移行する 2011 年 7 月 24 日までに、新たな放送の象徴である東京スカイツリーの高さ 634m に掛けて、6,340,000 の報道番組に対する視聴者のツイートを集めることを目指します。

テレビの報道番組に変わってほしいと考える全ての人は、是非ニュースツイートに参加しましょう！テレビを変えるのはあなたです！



- 1) メディア CSR プロジェクトが呼びかける「大手民間テレビ企業の報道番組について一緒につぶやこう」というアクションです。まずは毎週月曜、News23 クロス@TBS、ワールドビジネスサテライト@テレビ東京など、ASJ の公開アンケートで「NPO との協働に関心がある」とご返答頂いた局から。参加者がふえるにつれて、自然発生的に他局の報道番組、月曜日以外の日にも拡散していきます。
- 2) ハッシュタグは「#TVcsr」です。報道番組について評価する基準として「知る・伝える・提言する権利を守る責任を果たしているかどうか」を推奨しています。基本はタグも基準も個人の自由。タイムライン（タグ検索）はこちら ([http://bit.ly/tvcsr\\_news](http://bit.ly/tvcsr_news)) (参考：ツイログ <http://twilog.org/TVcsr>)
- 3) つぶやく場としては、「日本のお茶の間・ピーチク」（予備として「ツイテレ※」）を利用させていただきます。自動的に各民放の Twitter ID への「@」と、番組への「#」が設定されます。（@tbs と #tbs、@tvtokyo と #tvtokyo など）不具合が生じた場合は、手動でタグをつければ OK。その場合、「Hootsuite（フートスイート）」というウェブサービスを使うと、複数のタイムラインやアカウントを管理出来てとっても便利です。  
※ピーチク ([ptic.jp](http://ptic.jp))、ツイテレ ([twtv.jp](http://twtv.jp)) は Twitter ユーザーがテレビを見ながらつぶやくサイト。
- 4) メディア CSR プロジェクトのウェブサイト上で、一定期間ごとにつぶやきの集約と分析を公開します。鋭く報道番組を評価しているツイートを表彰します。その結果を、各大手民間テレビ企業にリリースする事で、視聴者の声を届けるまでが、「ニュースツイート」のだいご味です。

## ★ニュースツイートのための「ホンキでテレビがCSR」推奨基準★

### 【知る権利を守る責任】ジャーナリズム度（知る度・世論喚起度）

- ・その日に扱うニュースとしての選別や扱い方、掘り下げ具合やわかりやすさを主観・直観で評価

### 【伝える権利を守る責任】コミュニケーション度（伝え度・世論醸成度）

- ・より多様・多彩な関係者からの声を反映しているか（記者クラブの発表、御用学者によるニュースだけでなく）、世論形成に良い影響を与えているかを主観・直観で評価

### 【提言する権利を守る責任】アドボカシー度（提言度・権力監視度）

- ・政府や企業を監視する要素、問題の原因と解決策にまで突っ込んで報道しているかを主観・直観で評価

### 【その他】

- ・被害者の視点を持ち政策提言している NGO（特に民放テレビ初登場の）との協働は高く評価。

## ★ニュースツイート参加の注意事項★

### ▶ツイッターを知る

ニュースツイートに参加する人はまずは、ツイッターを始めなくてはなりません。ツイッターのアカウントをアカウントを持っていない人は、3頁の「ツイッター基本編」を読んでアカウントを取得しましょう。既にツイッターのアカウントを持っている人は、「ツイッター応用編」でツイッター上のコミュニケーションの作法を知ってから、ニュースツイートに臨むとより楽しむことができます。

### ▶ニュースツイートのマナーを知る

ニュースツイート参加者は、ツイートにハッシュタグ #tvcsr をつけて、報道番組を観ながら自由にツイートします。メディア CSR プロジェクトは、この際にマナーとして参加者に気をつけて欲しい点を 4 つ挙げています。（下左図）まず、1 つ 1 つのツイートは自分のツイートであることを自覚し、自己責任でツイートしてもらいたいという点です。

#### 【5】問合せ・フォローのお願い

Email : [mediacsr@gmail.com](mailto:mediacsr@gmail.com) @mediacsr (プロジェクト汎用アカウント) @tvCSR (News Tweet 専用アカウント)

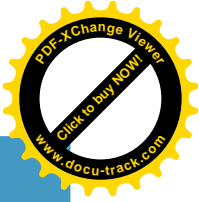
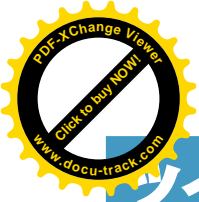
#### 【参考】Twitter を活用した NGO アクション参考情報

- MDGs 2015「世界の『貧しい』を半分に！」<http://www.janic.org/more/mdgs/special/>

#### 【参考】民放の報道番組とハッシュタグ

対象番組		時間
日本テレビ	NEWS ZERO	22:54-23:58(月曜～木曜) 23:58～24:58(金曜)
	報道ステーション	21:54-(月曜～金曜)
TBS	News23 クロス	22:54～(月曜～木曜) 23:30～(金曜)
	ワールドビジネスサテライト	23:00～(月曜～木曜) 22:54～(金曜)
フジテレビ	LIVE2010 ニュース JAPAN	23:30～(月曜～木曜) 23:58～(金曜)

ツイッターハッシュタグ	
TVCSR	#tvcsr
日本テレビ	#ntv
テレビ朝日	#tvasahi
TBS	#tbs
テレビ東京	#tvtokyo
フジテレビ	#fujitv



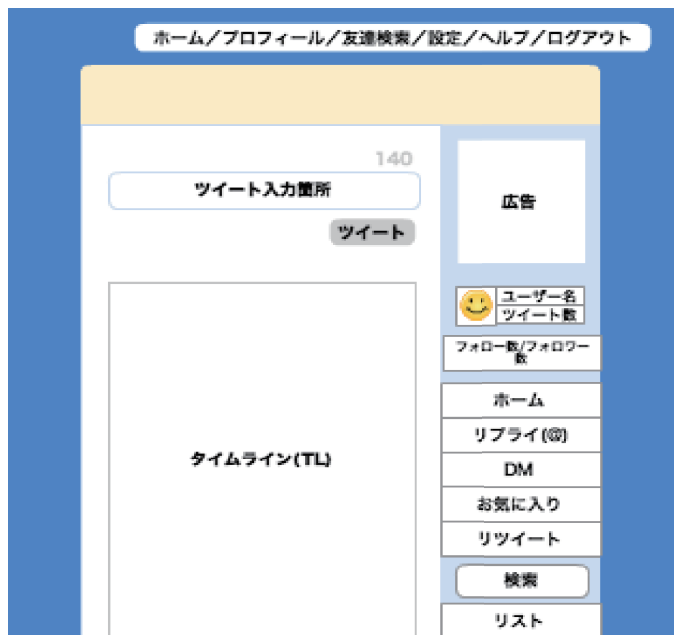
# ツイッターとは

ツイッターとは、「世界中の人々によって成り立っているリアルタイムの情報ネットワークで、今、この瞬間に起きていることについて共有したり、発信することができる」新しい web ツールです。(Twitter 日本語版公式 HP より)

より具体的に言えば、ツイッターユーザーは、140文字以内で「今何してる？」に答える形で互いにコミュニケーションを取ります。「ミニブログ」と呼ばれるように自分の日常についてツイートするもよし、チャットやメールのように、誰かと同じテーマについてツイートし合うもよしで、その方法は様々です。

ツイッターユーザー数は、2010年7月2日時点で、約1億6000万人 (twitter population counter より) 日本でもユーザー数の増加に伴い、企業のツイッター利用とツイッター関連書籍の発売が相次いでいます。ツイッター社のあるアメリカでは、既に様々な場面でツイッターが使われ、社会変革を巻き起こし、大きな話題を作り上げています。ツイッターが社会変革に寄与した例としては、2008年アメリカ大統領選挙が挙げられます。このとき、バラク・オバマ候補が facebook 等の一緒にツイッターを駆使して選挙戦を展開し、選挙に勝利しました。また、ニューヨークハドソン川に旅客機が不時着した事故では、その第1報を現場に居た一般市民がツイッターに投稿し、話題になりました。つまり、ツイッターは社会変革を巻き起こすための1つのツールであり、新たなメディアなのです。

図. ツイッターユーザーページ例



## ツイッター基本編

### Step1 アカウントを取得する

ツイッターを利用するには、「アカウント」を取る必要があります。アカウント取得は無料で、手順は簡単です。

<アカウント取得方法>

1. ツイッター公式ホームページ (<http://twitter.com/>) にアクセス
2. 「今すぐ登録」をクリック
3. 「名前」「ユーザー名」「パスワード」「メールアドレス」を入力
4. 「サービス利用規約」をチェック
5. 「アカウントを作成する」をクリック
6. 登録完了

### Step2 ツイートする

アカウント設定が完了した後は、実際にツイートしてみましょう。

<ツイート方法>

1. ツイート入力箇所にツイートしたい内容を入力する。
  2. 入力箇所のすぐ下にある「ツイートボタン」をクリックする
  3. ツイート完了
- ツイートされると、その内容がページ左下のタイムラインに表示されます。もう一度ツイートを行うと、一つ前のツイートは下に下がり、最も新しいツイートがタイムラインの最上部に表示されます。

### Step3 フォローする

ツイート方法が分かったので、次にフォローをしてみましょう。

<フォロー方法>

1. 興味あるユーザーのアイコンもしくはユーザー名をクリック。
2. アイコン・ユーザー名のすぐ下にある「フォローする」をクリック。
3. フォロー完了

この方法以外にも、自分のことをフォローしてくれた相手をページ右中央にある「フォローされている数」で確認し、そこで「フォローする」をクリックすることでも出来ます。

次に、フォローする相手を探す方法の一例を紹介します。

<フォローする相手を探す方法>

- ・ページ右上にある「友達を検索」をクリックし、メールアドレスから探す。
- ・ページ右上にある「友達を検索」をクリックし、招待メールを送る。
- ・他ユーザーページ右中央にある「フォローしている数」「フォローされている数」をクリックし、表示されたユーザーから探す。
- ・他ユーザーページ右下にある「リスト」をクリックし、そこから探す。

## ツイッター用語基本編

### ▶ ツイート (tweet)

「今何してる」に答える形で 140文字以内のメッセージを送ること。日本では「tweet」は「つぶやく」と言われることが多い。

### ▶ タイムライン (timeline)

自分が登録した人のツイートが時系列に並ぶ部分。

### ▶ フォロー (フォロワー)

「自分の見たいツイートしている人を登録すること」を「フォロー」という。また、「自分のツイートを見たいと登録してくれた相手」を「フォロワー」という。つまり、100人のフォローすれば、自分が見るのは100人分のツイートであり、100人のフォロワーがいれば、自分のツイートを見ている人が100人いるということになる。



# ツイッター 応用編 ①

次は、他ユーザーとのコミュニケーションに利用する4つ方法を紹介します。

## Step1 リプライする

リプライの利用の仕方は様々です。利用例としては、自分のことをフォローしてくれたユーザー宛に御礼のツイートをするとき、特定のユーザーに質問や話しかけたいとき等です。

## Step2 リツイートする (RT する)

RTは、面白いツイートを自分のフォロワーにも伝えたいときに使います。公式RTは、宣伝や告知をするとき、非公式RTは面白いツイートにコメントしたいときに使います。

## Step3 ダイレクトメッセージを送る

他ユーザーやフォロワーに見られたくなく内容はDMを利用しましょう。ユーザーによっては、DMには一切反応しないという人もいますので、使い方には気をつけましょう。

## Step4 ハッシュタグを使う

ハッシュタグは、ツイートを一覧できるために非常に便利です。ハッシュタグの利用例としては、2010年ワールドカップで日本代表が決勝トーナメント進出を決めた後、岡田監督に謝罪をするハッシュタグ(okachan\_sorry)にたくさんのツイートがされました。ハッシュタグを使うときには、以下の2点を認識しておきましょう。

- ① 新たにハッシュタグを作る場合は、既に同じ内容のタグがないか検索して確認する。
- ② 1ツイートに複数のハッシュタグをつけることは、マナーとしてあまり好まれていない。

# ツイッター用語 応用編

## ▶ リプライ (@)

リプライとは、ツイートの文頭に「@ユーザー名+半角スペース」をつけることで、そのユーザー宛のツイートをする。自分とリプライしたユーザーの両者をフォローしているユーザーしか見ることができない。リプライは、ユーザーページの右下にある@ユーザー名に全て記録される。

## ▶ リツイート (RT)

RTとは「Retweet」の略。自分のタイムラインに載せたいツイートを引用する形で再度ツイートすること。

自分のTLに反映されない公式RTと自分のTLに反映される非公式RTがある。RTするツイートにコメントをしたい場合は、非公式RTを用いる。引用するツイートを全文載せることができない場合は、RTではなくQTと入力して引用する。

< 使用例 >

公式RT → RT @ ●●● ツイッター入門書を作りました

非公式RT → 買います RT @ ●●● ツイッター入門書を作りました

QT → 買います QT @ ●●● ツイッター入門書

## ▶ ダイレクトメッセージ (DM)

DMは、互いにフォローし合っている者同士だけが行えるメッセージの交換。このメッセージを、他のユーザーが見ることはできない。

## ▶ ハッシュタグ (#)

ツイートの最後に付け加えることで、そのツイートが「何についてツイートしているか」を示す。#を検索すれば、特定の話題についてどんなことがツイートされているかを一覧できる。

# ツイッター応用編② < クライアント・ツール >

一通りツイッターを使うため方法を覚えた後は、ツイッター専用のクライアントとツールを使ってみましょう。これらほとんどは無料でweb上に公開されており、その機能やサービスは様々です。以下では、その中でも特におすすめのクライアントとツールを紹介します。

## ■ ツイッタークライアント

ツイッターには、「クライアント」と呼ばれるツールがあります。このクライアントを使えば、ツイッターHP以外からもツイートを投稿、閲覧でき、より快適にツイッターを利用できるようになります。また、クライアントによっては、ツイッターHPにはない機能が備わっている場合もあります。数多くのクライアントがあるため、自分の使い方にあったクライアントを見つけて快適にツイッターを利用しましょう。

### おすすめクライアント (無料)

- Tweet Deck <http://www.tweetdeck.com/> (インストール)
  - ・TL、自分のツイート、DM、リプライなどを一画面で一覧できる。
- HootSuite <http://hootsuite.com/> (インストール or ブラウザ利用)
  - ・TL、自分のツイート、DM、リプライなどを一画面で一覧できる。
  - ・複数のアカウントを管理できる。

## ■ ツイッターツール

クライアント以外にもツイッターには様々なツールがあります。

自分のツイートを記録するツールとしては、twilogがあります。ツイート数、フォロー数、フォロワー数の増減を知りたい場合は、Twittercounter、自分のツイートの特徴を知りたいときは、TweetStatsがあります。自分好みのツイートをリスト化できるtogether、favorite登録されたツイートをまとめて一覧できるfavotterもあります。いずれのツールも、サイトでツイッターユーザー名を入力するだけで利用することができます。(ツールによってはアカウントにアクセスするかどうか聞かれる場合があります。利用する場合は「許可する」をクリックしましょう)

### おすすめツール (無料)

- Twilog <http://twilog.org/>
- Twitter counter <http://twittercounter.com/>
- Tweet Stats <http://tweetstats.com/>
- together <http://together.com/#oauth>
- favotter <http://favotter.net/>