

5. 広く知らせる

広報の活用

日本のナショナル・トラストといえば誰もが思い浮かべるほど有名な「しれとこ100平方メートル運動」は、「知床で夢を買いませんか」という呼びかけが新聞の全国紙に掲載され、とりわけ、ナショナル・トラスト運動として朝日新聞の「天声人語」で紹介されたことで全国に知れ渡り、募金が大成功を収めました。

このように全国紙やテレビネットワークといったマスメディアはたいへん有効な広報手段ですが、はじめからマスメディアの関心と呼ぶような、話題性に富んだ活動はむしろ稀です。

既存の団体の経験によれば、もっと身近な地元紙やローカルテレビ、町の広報紙やさまざまなミニコミ誌に呼びかけて、直接活動の現場に取材に来てもらおうと、その後も関心が継続して広報や募金に大きな力を発揮するということです。

インターネット

現代の強力な伝達手段であるインターネットも大いに活用するべきでしょう。大半の団体が趣向を凝らしたホームページやfacebook等のソーシャルネットワークサービスで広く参加を呼びかけています。強いインパクトのある呼びかけ方を工夫することもこの活動のポイントであり、楽しさです。

一方でナショナル・トラスト団体は、出資者や地権者、会員ばかりでなく、広くおおぜいの人々に対して自分たちの活動を説明する責任、情報を公開する義務があります。メディアの取材に応じることやホームページを開くことは、その意味でもだいいです。最も一般的な手段は会報の発行ですが、そのほか、活動報告を伴う集会やイベントの開催も必要です。

ただしこの活動は、資産を巡る利害関係や、地域社会の人間関係が複雑に絡むことが多いので、地権者のプライバシーに関することなど、みだりに公開すべきでない情報について十分に配慮しなければならないのは言うまでもありません。

