

ディスカッション成果 平成30年度 ラトビア派遣

1. ディスカッションの概要

日時	9月18日13:30～9月20日21:00	
場所	Hotel Baltvilla (バルテザーズ)	
プログラム名	Discussion forum “Youth-Taking the Action”	
テーマ	Youth-Taking the Action	
参加者	日本青年11名、ラトビア参加者13名	
スケジュール	<p>1日目 (9月18日)</p> <p>13:30 - 15:00 アイスブレイク</p> <p>15:00 - 16:30 チームビルディング タイムスケジュールやグラドルールの共有</p> <p>16:30 - 17:00 休憩</p> <p>17:00 - 18:30 ディスカッション (What’s Active Participation?)</p> <p>19:00 - 20:00 夕食</p> <p>20:30 - 22:00 日本、ラトビアの文化紹介</p> <p>2日目 (9月19日)</p> <p>9:00 - 10:30 ディスカッション (社会問題)</p> <p>10:30 - 11:00 休憩</p> <p>11:00 - 12:30 事前課題の共有</p> <p>12:30 - 13:30 昼食</p> <p>13:30 - 16:30 ソーシャルキャンペーン作成のチーム決め ゴール設定 (青年として何が出来るか)</p> <p>16:30 - 17:00 休憩</p> <p>17:00 - 18:30 ペルソナ設定</p> <p>19:00 - 21:00 夕食</p> <p>3日目 (9月20日)</p> <p>9:00 - 10:30 ソーシャルキャンペーンの作成方法についての講義 ソーシャルキャンペーンのメインメッセージを考える</p> <p>10:30 - 11:00 休憩</p> <p>11:00 - 12:30 班ごとのディスカッション</p> <p>12:30 - 13:30 昼食</p> <p>13:30 - 16:30 班ごとのディスカッション</p> <p>16:30 - 17:00 休憩</p> <p>17:00 - 17:30 班ごとのプレゼンテーション</p> <p>17:30 - 18:30 評価</p> <p>19:00 - 21:00 夕食</p>	



テーマ	Youth-Taking the Action
トピック	Gender issues Men and women, sexual minorities(LGBT+), Stereotypes, Discriminations, Social campaigns about gender
参加者	日本青年3名、ラトビア参加者1名
成果	<p>1.ラトビアの現状</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 男性は働く、女性は家を守るといった伝統的な考えは存在する。 ● 自身が性的少数者であることを家族にすら言えない人もいる。 ● ゲイに向けたマッチングアプリが存在する。 ● 性的少数者のカウンセリング機能を持つ専用のホットラインが国内に存在する。 <p>2.日本の現状</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 「亭主関白」という言葉がある。 ● 日本の鉄道には女性専用車がある。これは女性に関わる車内の諸トラブルから守るためである。 ● ゲイに向けたマッチングアプリがラトビアと同じく存在する。 ● 性的少数者であることを親しい友人にカミングアウトした大学生が、彼らによりアウトイングされたことで苦悩し、自殺にまで追い込まれた事件があった。 ● 性的少数者専用の公的な相談窓口は存在しない。(児童相談所等で包括的に相談を受け付けている) ● 法律面でのサポートは少ない、同性愛者は異性愛者と同等の権利を得られることが少ない。 <p>3.上記現状をふまえた上での意見交換の内容</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 両国に起こりうる問題は共通している部分が多い。 ● 身の回りで起こりうる問題は「周囲の不寛容さや拒絶」とそれにより発生しうる「カミングアウトへの恐怖心」である。 ● 当事者に対して「恐れずにカミングアウトしよう」というメッセージは、ときに無責任もしくは攻撃的な内容となりうる。 ● 家族や親友から自身を受け入れてもらえないことは心理的な負担がとて大きい。 ● 周囲の環境をまずは変えることが先決である。 ● これを踏まえ、キーワードを” Acceptance for LGBT+” と設定する。 ● キャンペーンを考える際のターゲットとして広く全世代を想定したが、特に今回は「社会問題に対する取り組みにも積極的な、学習意欲の高い大学生」にフォーカスして考えた。 ● 彼の生活を想定した結果、Facebook上で性的少数者に関する情報を啓蒙する広告を出すことが最適であると考える。 <p>4.発表の内容</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 議論を踏まえ、完成したSocial Campaignを全オーディエンスに公開。 ● Facebook広告に、「その人ありのままの姿を受け止めること、自身の気持ちを素直に表現しよう」というメッセージと、画像内にスローガンを掲載。ホットラインの番号を日本、ラトビア、全世界のものを掲載。 ● 実際にFacebookに投稿してみた際のUser Interfaceを紹介。

