

2022年度 ドコモ市民活動団体助成事業 活動成果報告書

2023/9/29

団体名	NPO法人森ノオト	活動タイトル	親子でメディアリテラシー体験！「情報の海を正しく泳ごう」		
<p align="center">望ましい社会状況および団体のビジョン（社会的役割と活動基盤）</p>			<p align="center">■ 活動風景</p>		
<p>●地域の望ましい社会状況(ビジョン)</p>	<p>NPO法人森ノオトのビジョン：「地域や自然と調和した社会と、その担い手を育てる」 子どものうちから家族で地域や社会のニュースに関心を持ち、良質な地域情報と接することで、実際に地域や地域活動の実践者となつがる機会が増え、社会への肯定感や信頼を育むことにつながり、いずれは自分も社会の担い手になることを知るようになる。その基盤となるメディアリテラシーを高めるために、日頃から家族でニュースについて話題にして情報に関心を持ち対話をする機運を社会全体で醸成していく。</p>		<p>子どもがスマホを持つ前に おうちでメディアリテラシー→ メディアリテラシー向上の一步として、家庭で ニュースを題材に 対話することを 促す 動画と チラシの作成</p>	 <p>「メディアリテラシー」の重要性を伝えるための動画とチラシの作成風景。動画には「一人一端末時代では、知らないことが、大切です。」というメッセージが込められています。</p>	
<p>●団体の社会的役割(ミッション)</p>	<p>NPO法人森ノオトのミッションは、「暮らしの足元から地域を編集し、一步を踏み出すきっかけをつくる」である。暮らしの足元とは、生活者一人ひとりが生きる地域であり、市民ライターが生活者の代表として地域情報と向き合い、編集者とともに地域情報の価値を解像度高く発信し、地域の活動者と生活者（読者）をリアルでつないでいく実践を積み重ねている。さまざまな地域活動に関心を持つ、まちで実践者を見かけたら声をかける、イベントに参加してみるなど、はじめの一步は小さくとも、その一步がなければ活動の担い手の裾野は広がらない。市民ライターによる当事者性が高く手ざわり感のある情報をていねいに編集し発信するメディア活動によって、多くの人の「一步を踏み出す」後押しをする。</p>				
<p>●団体の活動基盤</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●人的資源：地域社会に関心を持ち、積極的に地域をまわって数々の活動取材し、現場で起こっている課題や価値を俯瞰的に分析できる力を持つ人材。ITスキルに長け、つくった情報を効果的に読者や受益者に届けるSNS活用をフットワーク軽く実践できる人材。 ●物的資源：横浜市青葉区にある活動拠点の整備（具体的には、布のサーキュラーエコノミー事業「めぐる布市」の倉庫・スペースが飽和状態で、他事業のミーティングスペースにも影響があるため）にかかる費用を協賛企業からの寄付等でまかなえるようなネットワークを構築する。 ●活動資金：全体収益のうち、メディアの運営を支える寄付の割合が10%を超える状態をつくるため、ファンドレイジングを強化。事業（委託・自主・助成）のバランスを見極め、特に委託事業では利益率を高めることで、団体のオリジナル事業やコンテンツ開発に力を注げる環境をつくる。 ●情報：NPOに対するITツール・サービスの無償提供や割引などの情報や、ファンドレイジング、NPO経営強化のための研修情報が適切なタイミングで入り、スタッフの強化育成につながる状態をつくる。 				
<p align="center">■ 活動報告</p>			<p align="center">■ 1年間の目標に対する達成状況(まとめ)</p>		
<p>NPO法人森ノオトは、2009年にローカルメディア「森ノオト」を創刊し、これまで110人以上の市民ライターを育成し、市民が情報発信に関わることで地域社会と関わりを持つきっかけづくりをしている。これらの経験から各地でのライター講座運営実績を重ねるなかで、「情報発信や情報の受け取り方について学ぶ機会が少ない」と痛感。特に我々自身も子育て中であり、自分の子どもにどのように情報を活用すべきかを伝える機会に苦慮してきた、こうした経験から、本事業を構想した。</p> <p>子どもがスマホを持つ前に、メディアリテラシーを身につけるために家庭で取り組めることを紹介する6分動画「子どもがスマホを持つ前に。おうちでメディアリテラシー」を作成した。メディアリテラシーとは、情報を主体的に取捨選択し、自らの消費や行動の判断材料とし、社会に参画していくために使うことである。インターネットやSNSにより情報が洪水のように押し寄せる現代では、嘘や悪意に満ちた情報（フェイクニュースなど）や、検索結果などから自分の嗜好性に偏った情報に囲まれる（フィルターバブル）など、親子で指針を考える際もないような状況である。このような課題認識から、横浜市教育委員会の後援を受け、市内の5年生約30,000人へチラシを配布し、動画は1400超視聴となった。アンケートによると「今後、受け取ったニュースが正しいか確認をしてみようと思った」は全体の約95%、「今後、ニュースについて家族でしてみようと思う」も約93%と非常に高評価した。また、親子向けメディアリテラシーワークショップ（まわしよみ新聞）を6か所で実施し、66名が参加。「ニュースについて、家族で話す頻度は変化したか」「受け取ったニュースが正しいかを確認する・頻度は変化したか」については、共に100%となった。</p> <p>親子のメディアリテラシーに関する悩みと解決策のデータベースと広報に努め定性情報の収集やオンライン意見公開会の開催、メディアリテラシーに関する記事を2本公開した。</p> <p>▷動画URL https://youtu.be/d_TawRI6mgE</p>			<p><親子でメディアリテラシー体験！啓発動画・チラシの作成> （アウトプット）市内5年生約30,000人（335校）へ配布→動画へ誘導 （アウトカム）メディアリテラシーを高めるために家庭で実践できることがあると知ってもらうことができた：動画再生数は1437/家庭で実践シートのダウンロードアンケート回答数42。</p> <p><親子向けメディアリテラシーワークショップの実施> （アウトプット）年6回実施、66名が参加（大人32名、子ども34名） （アウトカム）1か月後アンケート、①ニュースについて、家族で話す頻度は変化したか=100%②受け取ったニュースが正しいかを確認する・頻度は変化したか=100% ※（回答者14名）</p> <p><親子のメディアリテラシーに関する悩みと解決策のデータベース> （アウトプット）メディアリテラシーに関する悩みや不安、家庭でできるメディアリテラシーUPアイデア、今後もつとりたいことを聴取し、結果をレポートして公開。動画視聴者から目標100に対して回収42、ワークショップ（以下、WS）参加者から目標50に対して回収14。 （アウトカム）具体的なお仕事依頼には至っていないが、教育関係者と意見交換ができ、今後の展開の参考にできた。</p> <p>1週間で320PV <認知拡大のための広報活動とWS実践レポートの作成> （アウトプット） ・後援獲得、事業総括とまわしよみ新聞WSのレポート記事を計2本作成 ・学校からの問合せ3件（相談レベル0） ・メディア2件（ラジオ出演、NHK-オンラインイベント参加）</p>	<p>親子向けメディアリテラシーワークショップ <まわしよみ新聞ワークショップ>の実施</p>	 <p>親子向けメディアリテラシーワークショップの様子。親子で一緒に新聞を読み、話し合っている様子や、完成した新聞の展示風景が写っています。</p>
<p align="center">■ 事業を通じて得られたノウハウ</p>			<p align="center">■ 望ましい社会状況を達成するための課題</p>		<p align="center">■ 活動成果のアピールポイント（自由記入）</p>
<p>○学校（市内全小5）へ周知する術（教育委員会の後援） 学校教育現場で市民活動の周知啓発を図るには、教育委員会後援が必須であり、そのためにどのようなステップを踏むべきか、順序立てて準備をできるようになった。</p> <p>○家庭でできるメディアリテラシーのアイデア動画化 関心をもった視聴者が取り組みやすいアクションとして、「一つの情報を家族みんなで見る」「横並びで情報を受け取り、親が悩む姿も見せる」というアイデアを紹介した。動画視聴者でアンケートに答えてくれた方には、アイデアをチェックリスト形式でまとめたPDFをダウンロードできる特典を設けた。</p> <p>○メディア関係者や教育関係者とのネットワーク 教育関係者へのヒアリングにより、学校教育の現場では情報教育の優先度は決して高くないため、むしろ民間の視点で、家庭・親子向けのプログラムを構築していこうと事業の方向性を明確にした。</p> <p>○まわしよみ新聞ワークショップ（以下、WS）のファシリテーターが育った 横浜市の子育て当事者による団体との提携により、複数年度でWSを実施していたため、共同運営が実現した。</p>	<p>今年度事業は、メディアリテラシーを学ぶ必要性がありそうだと感じている、メディアリテラシーへの関心が高い親子には届いた実感があり、そうした層からは大変好評であったが、「メディアリテラシー」そのものを知らない親子に広めるため、とっつきやすいワークショップ（以下、WS）やツールの形式で体感しやすいプログラムへ進化させる必要がある。子ども自身も習い事やスポーツ等で忙しく、親子双方共にメディアリテラシーに関する高い意識を持つ人ではなければ、自発的に動画を視聴するには至らず、一方で学校教育では情報教育の優先度が低い、民間学童でも有償でプログラム誘致するほどの予算がないこともわかってきた。</p> <p>そのため、携帯販売店などと連携し、スマホを使い始める前に読むメディアリテラシー啓発教材のような冊子形式のツールを作成して配布してもらうなど、スマホを使う子どもたちが必ず目に触れる形での情報提供ができることが望ましい。一方で、動画や単発のWSだけでメディアリテラシーを習得できるものではなく、また生成AIといった新たな技術革新が起こっていることにより、コンテンツの継続的なアップデートが必要である。家庭での実践を継続的にサポートできる機会の提供なども行うために、事業継続と発展のための企業連携等が必要になる。</p>		<p>この1年間の活動を通じて</p>	<p>動画視聴・WS参加してくれた人は、「家庭でのメディアリテラシー実践」に一步踏み出す</p>	<p>を達成しました。</p>
<p align="center">■ 受益者の具体的な変化（自由記入）</p>			<p align="center">■ 活動成果のアピールポイント（自由記入）</p>		
<p>助成事業を通して、子どもたちの変化が見られました。 「家族で朝夕のニュースを見て話すようになった」、「こども新聞をとるように意見交換するようになった」、「情報をうけとったとき立ち止まって考えるようになった」</p>			<p>助成事業を通して、子どもたちの変化が見られました。 「家族で朝夕のニュースを見て話すようになった」、「こども新聞をとるように意見交換するようになった」、「情報をうけとったとき立ち止まって考えるようになった」</p>		