

痴漢啓発ポスターの社会学的研究

本研究に至ったきっかけは、広告において表現の変遷を調査する中で、電車広告に注目したことである。調査を進め、日本で初めて掲示された痴漢啓発ポスターでは「痴漢」という言葉自体がタブー視されていたことにより、使われていなかったことを知った。現在では当たり前のように使われている「痴漢は犯罪です」という言葉はいつ頃定着したのか、なぜ「痴漢」という言葉がタブー視されていたのか疑問に感じ、痴漢啓発ポスターの社会学的研究をテーマとし研究を行った。

本論文では、日本において「痴漢」がどのように扱われてきたのかを振り返るとともに、かつて日本の「文化」であった「痴漢」が、社会でどのように変化してきたのかを明らかにすることを目的とした。あわせて、痴漢対策の一つである痴漢啓発ポスターに着目し、始まりや変遷、特徴について、文献資料をもとに考察した。

「痴漢」はかつて、被害の苦しみが十分に理解されず、文化や娯楽の一部として軽視されてきた時代があった。戦後から痴漢被害の多さは社会問題として認識されていたにもかかわらず、痴漢啓発ポスターが初めて掲示されたのは 1989 年頃であり、「痴漢は犯罪です」という表現が用いられるまでには、さらに約 5 年を要した。痴漢啓発ポスターの掲示は、地下鉄御堂筋事件をきっかけに設立した「性暴力を許さない女の会」の活動が大きな役割を果たしていた。痴漢啓発ポスターは、被害者に行動を求める表現が中心であったが、近年では周囲の協力を呼びかける表現へと変化している。痴漢行為が長年にわたり軽視されてきた一方、現在「痴漢は犯罪」という認識が広く共有されている背景には、被害女性の声や「性暴力を許さない女の会」などの団体による継続的な活動があり、日本社会における痴漢の位置づけを変化させてきたことがある。

現在では以前より痴漢対策が強化されているが、痴漢は実際の被害件数と警察の認知件数に差がある暗数の多い性被害であること、一番被害の多い時間帯の混雑緩和が難しいことなど多くの課題があり、対策は未だ十分であるとは言えない。混雑という構造的要因の改善、被害者支援などの取り組み、また、根強く残っている文化を根本から変えていくためには、学校や家庭、社会全体での性教育が重要となると考える。