

デートDVについての発言広告

Info-ad about Sexual Assaults in Dating

AD24 小俣 美里
指導教員 西野 隆司

1. 研究目的

社会問題のキーワードとして、しばしば取り沙汰される「デートDV」。同居関係のもの同士で行われる暴力行為を指すDV、いわゆる「ドメスティック・バイオレンス」については認知度が高いが、この「デートDV」については、まだ一般的に認知度が低く、実際は被害を受けていても自分では被害に気づきにくい傾向がある。年々、被害が増加し悪化している事、本当は恋人ではなく被害者になっている気づきを促す発言広告を制作する事にした。

2. 調査と分析

友人の体験談・書籍・インターネットで調査を行った。昨今、連絡をとる手段として欠かせない携帯電話が相手を監視する道具となっており精神的暴力をしてしまうモノとなっていることが分かった。デートDVは支配力から1:身体的暴力, 2:精神的暴力, 3:行動の制限, 4:性的暴力, 5:経済的暴力。以上の5つの暴力からなると定義されている。

極度の嫉妬心を抱く事だけが原因になるとは限らないが、暴力や束縛の加減を間違えるとデートDVになってしまう恐れがある。分析結果としては、「デートDVを受けている事に気づきにくい」「自尊心がなくなってしまう」「私が我慢すれば大丈夫・・・」と思ってしまう傾向があり、悪循環から抜け出せなくなってしまうサイクルに陥ってしまうことが分かった。

デートDVを人々に知ってもらい認知度を高める手段として、発言広告を制作することにした。

3. コンセプトの立案

「見えない傷」:「デートDV」による暴力に耐え、表面的には傷を負っていない様に見えるが、内面は傷だらけになっている心を表現する。

4. デザイン展開

女性を被写体にし、何パターンかの撮影を行った。モデルには特殊メイクを施し、インパクトのある写真を撮影した。モデルの女性には、白いワンピースを着用して貰い、「女性の弱さ/健気さ」を伏し目がちなのは、彼を信じて暴力に耐え

ている雰囲気を表現した。使用した3枚の写真は、撮影した写真を全てファイリングし、アンケートの結果票数が多かったものを選んだ。

キャッチコピーは、今の若者カップルのコミュニケーションには欠かせない連絡ツールのメール文章を、導入部分でメール画面の構成で表現し、実際にメールを読んでいる感覚を印象付ける様にした。導入部を問い掛ける様な表現にし、カップルの間で欠かせない連絡手段であるメールによって相手を精神的に追いつめていく台詞を使用し、見る人が広告に引き寄せられていく工夫をした。

次に、デートDVの概要を説明し、深刻さを認識してもらい、最後部分で「恋人」ではなく「被害者」であることを示唆した。がデートDVの被害者である事を信じたくない人や、自分が加害者である事への気づきを促し、相談先の案内を記し自然な流れを作り出した。

5. 完成図



6. 結論

対象者である若い女性の方と専門家の方に作品を見て頂き評価して貰った。若い女性からは「デートDVの事を良く知らなかったが、深刻な問題であると理解できた」専門家の方は、「既存のポスターでは、表現出来ていなかった問題の深刻さが、今回の作品では上手く表現できており、このポスターにより多くの方々にこの問題を知って貰いたい」と言って頂けた。しかし、一方で写真の印象が強すぎて肝心の発言文章が頭に入らないという指摘も頂いた。

7. 参考文献

- ・瀧田信之・藤原千尋(構),『それ、恋愛じゃなくてDVです』,WAVE出版社,2009
- ・遠藤智子,『デートDV』,KKベストセラーズ,2007