

公共の場におけるマナー意識と明文化 —電車内の行動に着目して—

中村 由貴

近年モラル低下が問題とされるなか、全国で“マナー広告”が作られ話題になっている。この背景には、他人を叱れない大人たち、あるいは自他のもつ価値観の違いが関係しているのではないかと考えられる。本研究は、公共の場のひとつとして電車に着目し、なぜ“不快”を感じるかに焦点を当て、迷惑行為に対する価値観を調査する。そしてマナー啓発運動が盛んに行われる背景を探り、マナーの問題の所在を明らかにする。

仮説として“行為形成における価値観が人によって異なり、他者の行動を不快に感じ、マナー啓発運動がなされる”を立てた。作業仮説としては、①行為はどのように形成されるのか (a.個人が不快に思うのはなぜか、b.どのように不快を解消するのか)、②マナー啓発団体は利用者にとどのような働きかけをするのかの二点を挙げた。

まず①の仮説を検証するために、東京近郊を中心とした電車利用者 50 名に対し、20 セッションの個人ないしグループインタビューを行った。今回設定した 18 項目の電車内の迷惑行為をめぐって、《1. マナーの認知状況、2. 自己と他者のライフストーリー》などを尋ね、マナーの許容範囲を定めようと試みた。そこから“迷惑行為の線引きは、車内環境や地域の文化に依存して異なる”という結果がみられた。また迷惑行為は、五感（味覚以外）の中の四感への被害としてまとめることができた。

次に仮説②として、マナー啓発団体 4 社の取り組みを調査した。各社は、利用者の良心（善悪の判断の根本的な基準）に訴えかけるために、あくまで強制ではなく押し付けがましくない「お願い」という方法にとどまることを強調している。はじめに利用者の注意をひき、反感を買わないような方法で働きかけている。

結果として、利用者の行為形成の過程には、基本となる考えとしての良心という絶対的価値と状況に基づく相対的価値の二つの価値が関与する。不快を解消する方法として、被害者は他者が不快に思うであろう行為を避けて、自分の行為を選ぶ傾向がある。あるいは加害者に直接向き合う場合には、自分の良心に基づく押しつけを行いがちである。いずれの場合にも迷惑行為者にマナー意識が伝わりにくい行動をとっている。

結論として、行為は良心という絶対的価値と相対的価値とを照らし合わせて形成されている。他者との価値観の差異（摩擦）によって被害者に不快感が生じている。この摩擦を減らすような根本的解決が求められている。価値観が改善されるような働きかけが必要で、特に他者の良心への配慮と行為に影響する他者への思いやり双方の欠如が、問題である。お互いがもつ快適に過ごしたいという意識と裏腹に、こうした各自の良心を上手く伝えられない利用者間のコミュニケーションが背景にあるために、自分を謙虚に他者に寛容な態度で他者にマナー意識を届ける啓発運動がなされているのではないかと考えられる。

(指導教員 後藤嘉宏)