私は、家族や友人からよく〝ハゲ〟と呼ばれている。お酒が入ったり、ジョークが飛び交う悪友同士の雑談など、気分がうちとけた場になればなるほどその頻度は高くなる。たしかに三三歳のわりには領土拡大が進んだわが額に親しみを込めて、みんな、〝ハゲ〟と呼んでくれているのだろう。いささかマゾ的趣向かも知れないが、私自身、仲間との親近感を覚えて、そう呼ばれることを結構うれしく思っている。

ところがある日、さるボランティア・グループの仲間うちの飲み会に初めて参加した二十代後半の女性が血相を変えて、

「あなたは自分の体の一部をバカにされて言われているのになぜ怒らないの？　それは、歩けない、見えない、聞こえないという障害を差別されているのと同じでしょ！」

と、言い出した。私は苦笑いしながら、

「そんなこと言ったら何も言えなくなっちゃうよ。実際、僕は〝ハゲ〟てるわけだしね。かといって、みんな僕のことをいじめたり、差別しようとする気持ちはまったくないと思うよ」

法律家の道を志したこともある彼女はもとより正義感が強く、私たちのフランクな関係も知らなかったのだから、その場に憤慨したのは仕方がなかったかもしれない。また、私のように脳天気な性格ではなく、繊細な神経をもつ人はどんなに親しい間柄でも〝ハゲ〟と言われて傷つくこともあるだろう。言葉はときにそれぞれの人間関係、性格の違いで異なった意味をもたらすことがあるから、そうした個人差には気をつけなければならない。とはいうものの、表面的な言葉の使い方や表現の方法ばかりに縛られると、人間本来のユーモア、愛情、たくましさが窒息してしまう危険があると思う。

先日もCMの奇才、所ジョージさんが演じるサンヨーの手ぶらコードレス・テレホンのコマーシャルが、障害をもつ人たちを愚弄しているという一通の投書で放映中止になってしまった。

この商品の売りは、コードレスであるだけでなく、決められたボタンを押せば、受話器を持たずに置いたまま通話ができることにある。その特徴を視聴者に伝えようと、所さんは布袋に入れられた全身をひもで縛られ、身動きがとれない状態から首だけを出し、床に置かれたコードレスを使って話をしようとする。電話の相手は、ドスのきいた声で手ぶらコードレスの特徴を詰問し、布袋の所さんがあえぎながら懸命に答えようとする。

それがコマーシャルの大筋だが、私にはそこに障害をもつ人たちを愚弄したり差別する意図はみじんも感じられなかった。おそらく、他の障害をもつ人たちの多くも同じように別段の抵抗なくCMを眺めていたと思う。当事者は案外、言葉や表現に対する免疫ができていて、多少のことではビクつかない。そうでなければ、神経過敏になって、大事なものを見失ったり、肝心の人生を楽しむことができなくなる。

メーカーに投書した人自身は、障害を持っていないとのことだ。きっと、法律家志望のあの彼女と同じく正義感がとても強く、障害をもつ人たちの心情を思いはかって投書したのだろうが、当事者にとってみればかえって迷惑な話になりかねない。

その投書者にぜひ見てほしい、シートベルト着用を訴えるアメリカの公共広告がある。私も知人から紹介された作品だが、運転席には世界的歌手スティービー・ワンダーが座って、鼻歌まじりでハンドルを握っている。カメラが近づき、おなじみのサングラスをかけた顔がアップになるとスティービーはニッコリ笑って、

「シートベルトを着けないで運転するってことは、こうやってボクにハンドルを握らせることと同じだよ。それが君にできるかい？」

と語りかける。スティービーの目が見えないという障害と対比させて、シートベルトを着けないことへの危険性をユーモアたっぷりに訴えているわけである。こうした手法なりユーモアは、障害をもつ人たちの心の壁を破っていくことにも大きな威力を発揮するだろうし、彼ら自身が社会をつくりかえていこうとする上でも大切な意味を持っているはずだ。

障害と共に生きるには、その障害を遊んだり、利用していく余裕を持ち合わせていなければならないが、投書事件に代表されるように、日本の社会では重箱の隅をつっつく式の感覚がまだまだ横行し、なかなか機知に富んだ表現が定着しない。加えて、重箱の隅をつっつくことで、かえって障害をもつ人たちをこわれモノとして特別扱いする雰囲気が高まる恐れもある。「あんなことで怒る障害者とはつきあっていられない！」といった具合に。

そう考えると、手ぶらコードレスのＣＭが消えたことに、改めてある種の危機感を覚える。と同時に、制作者側の抵抗なき逃げ腰に首をかしげたくなる。あくまでも、あのＣＭは所さんのキャラクターとユーモアをベースにした、商品を売るための〝普通のコマーシャル〟であったろう。メーカーもＣＭ制作者も、そのことにもっと断固とした自信と責任を持つべきだったのではなかろうか。

前述したような個人差がある以上、手ぶらコードレスに限らず、どんなに評判の高いコマーシャルでも同じものを見て不快感を感じる人は必ずいるだろう。もちろん、そうした不快感が重なり、世相の大きなうねりとなれば、当然、放映中止を含めて何らかの対抗措置をとらなければならない。しかし、今回は一通の投書だけで自らの表現手段を放棄してしまったのである。あまりに逃げ腰すぎる。ＣＭの制作意図に他意がなかったことを投書者に説明して、納得してもらうことに力を注ぐべきだったはずだ。