

巻頭言

「耳マークの普及を改めて考えよう」

理事長 新谷 友良

聞こえのシンボルマーク「耳マーク」がつくられたのは今から40年以上前です。全難聴のホームページは「耳マーク」の趣旨を「聞こえない・聞こえにくいためにさまざまな生活の場で苦痛を味わった難聴者が考案したアイデアであり、聞こえの向上・保障を求めていく積極的な生き方を象徴しております」と紹介しています。

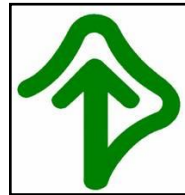
現在「耳マーク」は、私たち中途失聴・難聴者が自分の聞こえの障害を社会に知ってもらうために、バッチや首掛けフォルダーにして利用する一方、官公庁・病院・銀行・お店などの受付窓口で、「筆談します」などの聞こえをサポートするメッセージを添えて広く利用されています。

「耳マーク」はシンボルマークですので、それを見ただけでは何のマークか、何を求めているのか分かりません。それは、いま社会で広まっているピンクリボンやイエローリボンも同様です。マークを付けている人はマークの意味や求めるサポートを説明する必要がありますし、マークを置いているお店などではどのようなサポートができるかメッセージを添えておく必要があります。その意味で、一目瞭然のピクトグラムと異なって「耳マーク」はその趣旨を説明する普及活動が非常に重要になります。

昨年末全日本ろうあ連盟が「筆談マーク」を発表しました。そのため、「耳マーク」と「筆談マーク」との違いが議論になっています。先に書きましたように、「耳マーク」は聞こえの障害を示すシンボルマークであって、単なる記号・マークではありません。

このマークを付ける人は、「聞こえの障害」をできるだけ自分の言葉で説明することが求められます。そして、必要な配慮を「筆談してください」、「もう少しゆっくり話してください」と具体的に求める必要があります。同様に、「耳マーク」を置いているお店などでは、「筆談で対応します」といった提供できる配慮を具体的に示す必要があります。その相互の交わりをもたらすものが「耳マーク」です。多くの人が「耳マーク」を付け、

そして多くのところに「耳マーク」が置かれるように、より一層の普及活動を続けていきたいと思います。



そして多くのところに「耳マーク」が置かれるように、より一層の普及活動を続けていきたいと思います。