

新聞や通信は、読者に「新鮮さ」を感じさせる記事をあれこれ考えるところから始まります。教室の中にも、読者をはっとさせる新鮮な出来事が満ちているはず。今回は、そんな「新鮮さ」を見つけ、文章にすることの大切さについてまとめていただきました。

「企画には新鮮さが必要だ」

この連載を始めたとき、企画力の大切さについて書いた記憶がある。

文章を創る行為は、机の前に座ったときに始まるものではない。なにを主題にするかであれこれ悩むとき、文章を創る行為はすでに始まっている、ということを書いたつもりだ。

そのことをもう一度、考えてみたい。

ニューヨークタイムズが「この半世紀、ファッション界にもっとも影響を与えた50人」の特集をしたとき、日本からただ一人選ばれたのは、コムデギャルソンの川久保玲さんだった。その川久保さんにお会いしたときのことだ。「新しいコレクションの核になるものを考える場合はですね、いつも七転八倒の苦しみです。私の頭にあるものはいつも『新しさ』なんです」と川久保さんはいった。新しさを追求する企画力こそは、ファッション界で生きるための必須のものなのだろう。

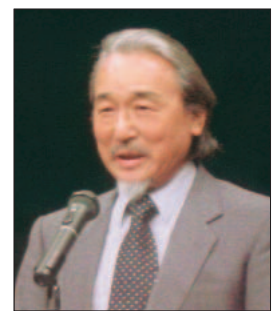
新聞の記事でも「新しさ」が命だ。当然のことではあるが、学校新聞や学級新聞を拝見

していて、「これは新鮮だな」と思う記事にお目にかかることが少なくない。

ちよつと前の話だが、『珊瑚』という学級新聞（東京都足立区立第九中学校）に「クランバーワン教えます！」という見出しの記事があった。

ここでは「一番早く教室に来ているのは」「一番掃除に一生懸命なのは」「一番部活に熱心なのは」などの基準で仲間たちがナンバーワンを選び、選ばれたものの名前が紹介されていた。きわめて地味なナンバーワンだけれども、これはこれでちよつとよかった。掃除のときに一生懸命になるなんていう子は、人間としての底力があるように思えてならない。いつも教室に一番乗りをする子がいるというのも悪くない。

こういうナンバーワン番付の記事が珍しいものなのかどうか、それほどたくさん学級、学校新聞を読んでいないので見当もつかないが、私は新鮮な気持ちでこの記事を読んだ。



●たつの・かずお
朝日新聞社入社。ニューヨーク支局長、東京本社社会部次長、編集委員を経て、論説委員。「天声人語」を13年間にわたり執筆。平成6年朝日カルチャーセンター社長を経て、現在著述業。

この伝でいけば、ねばり強く花壇の面倒を見ている「花のナンバーワン」もいるだろうし、「図書館利用ナンバーワン」の子もいるだろう。ナンバーワンにこだわらなくてもいい。「虫に詳しい虫博士」もいるし、「星に詳しい星博士」もいるはずだ。そういうことを皆に紹介することで、一人ひとりの多様な得意分野に敬意を払う風潮がでてくるなら、これはずいぶんと楽しいことではないか。

この連載の10回目で「長所さがし」の記事を紹介した。級友の長所を言い合うことで、思わぬ自己発見がでてきたという話で、これも、実に新鮮な記事だった。「長所さがし」にも「ナンバーワン教えます」にも、多様な得意分野、多様な生きかたがあることを認めて行こうという背景があるように私は受け止めている。学業やスポーツの成績だけが人間の力のすべてではないという価値観をもった企画には新鮮さがある。

新鮮な企画こそが新鮮な文章を生む。