

多くの読者を獲得するためには、いい文章が必要です。シリーズ2回目の今回のテーマは、「企画」。文章を書く上で最初の段階である「企画」の立て方について、分かりやすく紹介していただきます。

いい企画をつくるための三つの要素。

文章を書くには①企画②取材③まとめ④執筆という段階が必要だ、と前回に書いた。机上で書きはじめる前の準備、取材の深さをものいうということも書いた。今回は①の企画について書く。

数年前、ある宴席で映画監督の山田洋次さんに会った。『寅さんシリーズ』『たそがれ清兵衛』『武士の一分』の、あの山田さんだ。映画は皆の力でつくるものなんですよという意味のことを監督はいった。

「やはり、みんなで話し合うということですね。いつも議論、議論、ですよ」

映画は一人の力ではできない。いろいろな考えの人の知恵が注ぎこまれてはじめて、シナリオの内容にふくらみがでてくる。

「皆の知恵を集めて主題を決めること」。学級新聞の編集でも、たくさんの方の知恵を注ぎ込むことが大切だろう。勢いのいい意見が続出すれば、新鮮な紙面が生まれてくる。こ

れが企画を立てる心得の第一だろう。

第二に、主題を決めるには「時代」の声を聴くことが大切だ。

ニュージージランドという国が好きで、ときどきふらりと出かけることがある。というといかにも優雅に聞こえるが、やはりようは貧乏旅行だ。森に包まれた小さな宿でぼんやりと過ごす。海辺の風に包まれながら宿の女主人と雑談をしていたときのことだ。この宿でいちばん大切にしていることは、と尋ねた。即座に答えがあった。

「Tranquilityです」

平穏、あるいは静穏と訳すべきか。静穏という言葉は、いまの時代が痛切に求めている不可欠な価値だと私は思っている。喧騒の世に生きて心のささくるときも、大自然の静穏に触れ、ゆったりと時を過ごすことは最高のストレス解消法だ。時代の求めている価値を鋭く探り、宿の主題にする。そこには、すぐれた企画の感覚がある。

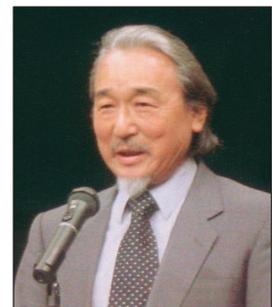
新聞の企画でも同じだろう。記事の書き手は常に「時代の声」に耳を傾けることだ。

第三。時代の求めているものを、自分たちの「身近なもの」にひきつけること、これに成功したとき、新聞は読者を強くとらえることができる。

たとえば、時代がエコロジ的な発想を求めているからといって「教育と生態系の関係を探る」という硬い主題をもってきては、読み手を失ってしまう。これをいかに身近なものにひきつけるか。そこが勝負どころだ。

「教育と生態系」という硬い主題を身近な問題にひきよせ、「校庭の雑草に命をみる」「校舎の屋根に降る雨をためて、有効に使う方法を考える」「ピオトープをつくる」といったことで議論を深めれば、存外、新鮮な切り口が見えてくるだろう。

いい企画をつくるには①周知を集めること②時代の声を聴くこと③主題を身近なものにひきつけること、などが肝要なのだ。



●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。