

狙うぞ 特ダネ!? たなかひさし



選挙は民主主義の根幹です。有権者に正しい情報を伝え、投票の判断材料を提供することは新聞社の最大の役割

選挙報道 正しく、公平に

「知っているでしよう。選挙報道で気を付けていることは正しく、公平に、速くです。ただ、その日の記事

の分量の公平性だけにこだわると、かえって読者の「知る権利」に応えられません。選挙戦全体を通してバランスをとるようにつめていきます。

言葉で勝負！  
コラム必読

コミュニケーションの技術を指南して大ヒットした「伝え方が9割」の著者で、コピーライターの佐々木圭一さん(44)。商品や企業の宣伝文を考えるプロは、新聞にどう親しんでいるのか。(那須政治)

コピーライター

佐々木圭一さん



システムエンジニアの父は転勤が多く、国内を転々としてきました。小学四年から中学一年までは名古屋で暮らしまし

た。方言がきつくて外国に来た。このインパクトがありました。自宅で全国紙を購読してい

ました。親には、大きくなればいつか「新聞は読んで当たり前」のときが来ると教えられました。でも、難しくても四コマ漫画しか読んでいませんでした。当時、父の実家が島根県で小さな本屋を営んでいて、親は僕に文章を読ませたいという思いが強かったたので

しよう。一方の僕は国語が苦手な手、進路も理系でした。新聞を意識して読んだのは就職活動の時。面接対策で、気になる記事や広告を毎日切

り抜いてA3用紙に貼っていました。自分だけの新聞、コレクションがどんどんたまり、見返すのが楽しかった。苦手だったコミュニケーションを克服したいと考えて、広告代理店を志望しました。今では仕事柄、新しい伝え方のネタはないかと考えながら新聞に目を通します。ミスターな記事が好きで、一面ネタは必ずチェック。なかでもコラムが好きです。



新聞について話すコピーライターの佐々木圭一さん=東京都港区で

ささき・けいいち 1972年、神奈川県生まれ。上智大学院卒業後に広告代理店「博報堂」に入社しコピーライターとして活躍。2014年に独立し、広告会社「ウゴカ

ス」を設立。主な「クライアント」はMr.Childrenのシングル「君が好き」の「言えないから、うたが生まれた。」や、花王ヘアケア用品「アジエンス」の「生きている。」など。

記事は世の中で起きた事実を伝えますが、コラムは筆者の知見を交えて世の中を語るエッセー的な要素が強い。書き手のことが見えてくるし、一見、無関係な出だしの話が最後にうまく結び付くなど、「なるほど」と思うことがよくあります。

「読みたくない人」も思わず読みたくなるにはどうすればいいかを考えて、言葉を紡ぐようにしています。

新聞とわたし

毎日登校前に一通り新聞に目を通し、夕方、時間が空くと詳しく読むのが日課です。ネットニュースに比べ、新聞は多様な情報を手軽に入手でき、経済、産業の動きから身の回りのことまで正確に知ることができるので、読むと楽しいです。



田中律希さん

知識の幅広がり 私の宝

中でも好きなのは、地方版です。習字や交通安全全ポスターなど自分の作品を載せてもらったこともあり、身近な人がどんなものを作っているのかも興味があります。雨が多い地域に住んでいるので、梅雨や台風季節になると天気の記事も熱心に見ます。

新聞を読むことで身近な話や世界の動きが目向き、知識の幅が広がって私の宝になっています。

取り組みを教えてください みなさんは、どうやって新聞を活用していますか？ 8月のNIE全国大会に向けて、学校、地域、家庭などでの取り組みを募ります。わくわくするような楽しい実践をお待ちしています。ファクス=052(221)0591、メール=junior@chunichi.co.jp=で送ってください。

余地があるのではないのでしょうか。人の好みが多分化されている時代です。ならば、例えばイラストが多い新聞、ひらがなが多い新聞など、新聞社ごとに書き方で差別化が図られてもいいはず。コミュニケーションのあり方は常に変化し続けているわけで、新聞も、もっとチャレンジしてほしいと思います。

