

偉い人は、おもしろい人でもある。

企業経営漫談士 岡野実空

世界最多の百年企業を有する我が国で、その出版社代表は、講談社。これは、その元来の得意分野、小学生向け偉人伝シリーズの広告コピーです。(1988、松原紀子) 今回のコラムは、その主人公たちの特性を確認するだけでなく、子どもの時期にさまざまな伝記に接することの意義と、大人になってからその偉人たちを見直す際の留意点を考えます。

視点1: 背景と真意

「雑誌王」野間清治が、講談社の前身となる「大日本雄辨会」を設立したのは、1909年(明治42年)。その後、「面白くて為になる」をモットーに、『少年倶楽部』や『キング』などの雑誌や図書の出版で、戦前の少年や青年に圧倒的な影響を与え続けました。また戦後は「大衆」全体を対象を広げ、集英社、小学館と並ぶ大手総合出版社として、厳しい出版不況の中、今日に至っています。

さてこれは、その十八番(おはこ)ともいえる、古今東西の「偉人伝」シリーズ、『少女少女伝記文学館』の広告コピー。それはイエスを筆頭に、さまざまな分野で世界や日本を変えた偉人たちの生涯を、小学生向けに詳説した24巻。各々に精通した我が国の一流作家がその生涯を物語に書き下ろし、絵や写真、注釈などを添付した、偉人「図鑑」ともいえるシリーズです。それはまた、小学生が将来進むべき多様な「道」を紹介するだけでなく、その「志」を果たすための「忍耐」や「努力」を理解させる工夫に溢れ、「子供だまし」では通用しない、教育本来の姿を大人たちにも教えています。

視点2: 教訓と学習

人間の不思議な特性である、「記念」。それは、先人に対する敬意や、その偉業を称える心。私たちはときに墓誌や記念碑を作り、その「記憶」を形に遺します。また多くの場合、「死者に鞭打つ」内容は記しません。それは人間が、「過去」を踏まえて自らの「志」を養い、先人を越えるべく「努力」して、社会の進歩を成し遂げてきたから。ましてそれが少女少女の場合、前途洋々のイメージを阻害するような情報は、「百害あって一利なし」です。

◆教訓: 進歩は伝説によってつくれる。(アラン)
退歩は神格化にはじまる。(実空)

◆参考コラム: E-13 企業人の「三者」
『「四字熟語」で考える経営戦略』
YF-12 社風「五者共存」

しかしその彼ら彼女らも、自らの成長に伴って、偉人のさまざまな側面が見えるようになります。それを狙い、いま起きているのが、少年少女向けとは対極にある、偉人たちの「粗探し」による、大人向けの「残念な」暴露話ブームです。

「人間」である以上、偉人といえども「欠点」があるのはむしろ自然で、それが「偉業」そのものの価値を減ずる訳ではありません。また特定人物の質の悪い「神格化」より、はるかにマシ。それは異議を封じ込め、自らの思惑通りにことを運ぶための、極悪人の「方便」だからです。

視点3: 異論その他

関西の茶目っ気ある知性、作家の田辺聖子さん(2019年没)は次の様な言葉を残しています。「かしこい人ほどアホなことを言う。アホはかしこそうに言う。どうです。どなたかを彷彿とさせるのでは。

ところが時代も変わり、いま困ったことに「アホなこと」がなかなか通用しません。あまつさえネット上に切り出されたひとつの挿話だけを読んで、ヒトラーは実はいい人だったと真に受けてしまう若者までいるそうです。まずは彼らに本物を伝えなくては。そして無事に大人になって初めて次の段階を色々教えてやろうではないですか。英雄だって金メダリストだって「色を好む」ものだ、とか狸だと思っていた人が「豹変」するとかを。アホやなあってね。(竹中雄三)

色々な側面があるからこそ、「偉い」人は「おもしろい」。逆にある一面しか見えないとき、その周囲の人々が、「えらい」目にあっている可能性は「えらく」高い。(ひらがなの方が本意)

2020年11月9日 実空