

MIEでの雑誌づくり：教員・指導者用マニュアル

清水 一彦

Magazine in Education: The Teacher's Guide to Making a Magazine

Kazuhiko Shimizu

Abstract

Magazine in Education (MIE) is a field that has been attracting increasing attention. The study and utilization of magazines in education cover an extensive area and a broad range of methods. One approach, the production of a magazine, can benefit learning in many different ways. It appears, however, that there is no manual outlining the basics behind making a magazine or the essential points for instructing students in its creation. As editing is done quite unconsciously by professionals, this paper aims to articulate the process to serve as a practical teacher's guide to making a magazine in primary, secondary and higher education classrooms.

I . はじめに

MIE = Magazine in Education とは、雑誌の利活用教育のことだ。MIE の研究と実践は広範囲におよぶ。その一側面としての雑誌づくりをアクティブラーニングによって実施することで、さまざまな教育効果が得られる。具体的には、①情報の収集・加工・伝達能力の獲得、②ジャーナリズム¹⁾思考の体得、③共同作業による主体性と協調性の育成、④取材経験による対人的コミュニケーション能力の獲得、⑤雑誌の発行による社会的責任感と影響力の実感などがあげられ、初等・中等教育では「主体的・対話的で深い学び」に寄与し、また大学では⑥就職活動への好影響も加えることができる(植村 2018, 清水²⁾ 2016a, 2016b, 2016c, 2017, 富川 2016)。

しかし、雑誌づくりのノウハウや指導のポイントが書かれたマニュアルは、管見のかぎり見当たらないようだ。本稿は、雑誌³⁾づくりでMIEを推進しようとする初等・中等教育および大学の教員・指導者向けの実用的なマニュアルを提示することを目指している。教育現場で雑誌づくりを実践しようとするとき、出版社の現場から学ぶことが想定される。だが、プロフェッショナルの現場には、雑誌づくりのマニュアルはない。就活中の大学生から編集者の仕事はなんですか?と聞かれたとき、たいがいは答えに窮する。ことばで体系的に説明できないのだ。編集者はいわば血肉として無意識下で方法論を内在化し、オートマティックに編集作業をおこなっているからだ。情報を独自の視点と価値観で収集・構成し、わかりやすく役に立つ楽しいコンテンツとして読者に伝達する雑誌づくりの本質は、おおくの場合OJTで体験的に学ぶものだ。実務では、雑誌ができるのなら、その方法論を体系化することも説明する必要もない。本稿では、この潜在化した、プロが無意識に行っている編集工程を読解し顕在化させ、教育現場で実際に雑誌づくりを指導できるマニュアルに落とし込むことを試みた。授業時間の制約や教育目的によっては、このマニュアルを部分的に活用

することもできるだろう。

本稿は雑誌づくりの流れに主眼をおいている。カメラ、パソコン、ソフトの操作、誌面のデザイン構成については、一般的な解説書が多数あるのでそれらを参照していただきたい。

Ⅱ．事前準備

授業計画を立てるときの留意点をいくつかあげる。

Ⅱ－１ 教員・指導者の心得

以下は、筆者が雑誌づくりの授業を指導してきたなかから体験的に学んだことだ。

①教員・指導者は、船頭ではない

焦らせない。なるべく口をはさまない。方法論は指導しても、雑誌づくりの旗振り役や船頭にはならない。よろよろと無駄な航路を辿りながらもおおよそ目的地に向かっていながら放置しておく。岡に登りそうになったときだけ助言をする。時間がかかるのは当たり前で、失敗を重ねるのも学習だ。

②雑誌づくりはコンテストではない

理想的に完成された雑誌から逆算して、生徒・学生を従わせる指導をしない。雑誌自体の出来は結果に過ぎない。せっかくだから、いいものをつくらせたいといった押しつけは、生徒・学生の学習モチベーションを阻害する。甲子園や、吹奏楽コンクールではない。

③雑誌づくりの本質を年齢や教育レベルで変えない

雑誌づくりの基本工程と方法論、そして指導のしどころは、年齢や教育レベルによって変わるわけではない。区別があるとすれば、生徒・学生を指導するさいのコミュニケーション方法だ。

④技術を追求しすぎない

雑誌づくり上の技術的な側面を追求しすぎない。撮影機材、アプリなどの操作技術は雑誌づくりに付帯するノウハウと考えること。カメラやPCを扱うテクニックの追求が自己目的化すると、それにのめり込み孤立化する生徒・学生が出てくる。

⑤1回に一つのこと

1回の授業では一つのこと。最初の授業で全体像を話したら、その後は工程に沿って一つずつ指導する。生徒・学生から質問があったときに、方法論の細部、発展的な考え方を伝えるようにする。お腹がいっぱいの生徒・学生にむりやりおかわりをさせない。

⑥社会的意義・ジャーナリズムについて先走りしない

社会的意義やジャーナリズム的観点の有無を当初から生徒・学生に押し付けすぎると、発想やモチベーションが萎縮する。雑誌づくりの各段階で、意識するべきだと教員・指導者が判断したら取材対象、切り口など具体的な項目についてジャーナリズム的観点からの質問をし、チーム内で討論をするように仕向ける。

⑦取材はさせていただくもの。生徒・学生に社会常識や礼儀を徹底させること。

Ⅱ－２ チームの人数と制作時間、費用

大学での筆者の経験値では、印刷・製本まで学内でおこない、週1回の授業時間に組み込めない取材・撮影や、時間内に終わらないデザイン・原稿執筆などを予習・復習の時間にあてたとき、12

～16ページの雑誌を3～4人程度でつくとおおよそ2～3か月かかる。64ページのを4～7人程度でつくと、おおよそ3～5か月かかる。印刷を外注すると、2～3週間は短縮できる。

12ページ程度のものであれば4～5チームまでは一人の教員・指導者で済むが、チーム数がおおいと指導に手間取り全体の進捗が数週間遅れることもある。数十ページに増えると1～2チームしか把握できないだろう。64ページのものだと1チームで手一杯になる。

制作進行では、(1) テーマ決定、(2) 特集決定、(3) 取材開始、(4) レイアウト開始、(5) 印刷発注、(6) 学内印刷のときは製本完了のそれぞれの日にちを決めておく。スケジュール管理は生徒・学生に任せる。

費用はテーマによってまちまちだ。日常的なテーマであれば、それほど経費はかからない。取材範囲を広げるのなら、初等・中等教育では修学旅行や社会科見学などの学校行事にリンクさせることも選択肢の一つだろう。筆者のもとでは、首都圏から沖縄や京都、山形など遠方に泊りがけで取材をした学生もいる。旅費、取材経費はすべて学生の自己負担だ。撮影機材は大学の備品を貸与し、レイアウトは大学の共用PCをつかわせた。

II-3 機材

撮影機材は一眼デジタルカメラに標準ズームレンズがあれば最低限のことはできる。ただし、誌面の構成上、マクロレンズと望遠レンズ、三脚が必要となることもある。人物撮影などで光のコントロールをする丸レフ、物撮り用のバック紙、クリップオンのストロボ、撮影用LED照明などがあると表現のクオリティを高められる。取材対象に授業の一環だと視認してもらうためにも、スマホやコンパクトデジタルカメラでの撮影は避けたい。本格的な機材をもたせることは、学習意欲の向上にも直結する。

取材時の録音はボイスレコーダーがあるとよいが、スマホの録音機能で代用ができる。

デザイン用PCは、誌面全体が実際の大きさで表示できる27インチ程度のモニターが必要となる。また、印刷するさい色彩を正確に再現するためにモニターの色温度は5000Kか6500Kに設定する。

ソフトウェアについては、アドビのインデザイン、フォトショップ、イラストレーター、アクロバットは必須だ。ブリッジはあると便利だ。学内で印刷をするのならアクロバットディスプレイが必要となることもある。これらのアプリを含むアドビCCを教育機関として契約するのが現実的だろう。ビジネス用ソフトは雑誌づくりには適さない。鉈で魚をおろすようなものだ。原稿執筆用のワードプロセッサソフトは、生徒・学生が使いやすいものでよい。

II-4 印刷と製本

レイアウト以降の工程では、1ページの誌面より一回り大きなサイズを印刷できるプリンターが必要となる。1ページがA4の誌面をトンボ入りで見開き印刷するのなら、A3ノビが印刷できるプリンターを使う。ページ毎に印刷をして貼り合わせるのならA3プリンターで済む。A3ノビとは、A3より一回り大きなサイズだ。校正紙の出力は普及価格帯のプリンターで十分だ。

最終的な印刷・製本は外注を推奨する。印刷所に発注すれば、綴じ方、紙種、紙の厚みは比較的自由に選べる。ただし、平綴じは背表紙があるぶんレイアウトが複雑になる。コート系の紙は鮮やかに印刷されツヤがある。マット系は落ち着いた雰囲気がある。通常PDF化した完全データで入稿する必要があるが、そのぶん部あたり単価を安くすることができる。オンデマンド印刷に対応す

る業者なら少数からでも発注できる。判型については、A系B系の正寸以外だと割高になったり、印刷方法が限られたりすることもある。コストを優先するなら、こなれた価格のネット印刷通販会社を選んで発注するのがよいだろう。

学内で印刷・製本工程までこなすのなら、仕上がり幅がA4サイズであればA3ノビカラー両面印刷が可能なプリンターが必要となる。OKIの製品など選択肢は限られ、高額だ。導入の初期費用、トナーや専用用紙などの消耗品経費がかかるものの印刷プロセス自体はスムーズで仕上がりもよく、製本後にも雑誌をみながら修正でき教育上は利点がおおい。製本は中綴じが現実的だ。通常よりおおきな針の中綴じ用ロングステーのステープラーと、丸刃がついたペーパーカッターを用意する。いわゆる押し切りは裁断面にズレがでるので製本にはむかない。普及価格帯のプリンターで両面印刷・製本までできないことはないが、判型や紙種に制約があり、印刷工程に手間暇がかかるわりには仕上がりもそれなりとなる。

Ⅲ．授業の進め方

①導入。雑誌のトレース

チームワークに入る前に、個人作業として雑誌の誌面構成要素を体感的に知る。生徒・学生が気に入った雑誌の見開きページを雑誌のノド（センター）からカッターで切り取り、デスク上に仮止め用の弱粘着テープ（パーマセルといわれる商品などが適切）でずれないように貼り、その上からA2サイズのトレーシングペーパーを重ね、端を弱粘着テープで固定する。鉛筆もしくは、インクの出がよい水性ボールペンなどで、誌面を写していく。

タイトルや見出しなどはフォントの形までわかるように、本文、キャプションはブロックごとに四角く枠線で囲い対角線上に斜線をいれる。写真やイラストはなぞって絵柄がわかるようにする。輪郭線だけでなく、人物であれば表情がわかる程度まで写す。角版（四角いスペースをすべて絵柄で埋めているビジュアル）については、枠線も描くようにする。かざり罫線、図表、ロゴなどもすべて書き写す。

この作業だけで、最低でも1時間程度は必要となる。単純な作業だが、実際に課題を始めると、生徒・学生がのめり込み教室が静かになることがおおい。

②チームの編成と編集長役の互選

12～24ページ程度であれば1チームは3～4人、16～64ページ程度でも3～6名程度が理想だ。ページを増やすのなら、人数ではなく担当ページ数を増やす。1人あたりの担当ページを決めて総ページ数からチームの人数を割り出さない。ページが増えても7人程度までにしておくと、生徒・学生側のストレスも許容範囲で、教員・指導者側もコントロールしやすい。

チーム編成と同時に編集長役も互選する。編集長はチームの取りまとめ、テーマ決定以降は編集方針をふらつかせないための旗振り役、そして進行管理を務める。

③切り貼り誌面の作成

ページを切り取ってもいい雑誌をなるべくたくさん用意して、チームで切り貼りをしあたらたな誌面をつくる。筆者はこれを「福笑い」と呼んでいる。誌面の平面構成を体感的に修得する。手軽だが効果的な方法だ。作業自体は敷居が低いので、チームの初期コミュニケーションを図る潤滑油としても機能する。

どのようなテーマでつくるかは、チームで話し合っ決めて。練習用のテーマなので気軽を選ぶ。

写真やイラスト、図表、ロゴ、文章のブロックなどの要素は雑誌から切りぬき、テーマにあわせて平面構成を考えながらA3用紙に配置して糊付けしていく。文章ブロックの内容については問わない。文章量としてとらえる。自分たちでつくったタイトルや見出し、飾り罫線などはマーカーやサインペン、色鉛筆などで書く。情報を効果的に伝えるための情報ユニット、すなわち、タイトル、リード、本文、キャプション、ビジュアルなどの素材を仕分けして認識し、誌面を構成する作業だ。

方法論としては初歩的ではあるが、雑誌つくりの本質を体現している作業でもある。そもそもこの教育法を取り入れた背景は、特段に優秀な雑誌編集者がこどものころ、高名な雑誌編集者の祖父と、雑誌の切り貼りで新たな雑誌誌面をつくって遊んでいたと聞いていたことだ。それを授業で応用したところ、学生が夢中になって切り貼りをし、雑誌の構成を理解することを発見した。

④テーマの設定での留意点

雑誌のテーマは生徒・学生たちに自由に設定させる。決定過程自体に各自が責任をもつようにする。初等中等教育では、修学旅行や社会科見学など学校行事の一環として、ある程度取材対象を限定した上でテーマを設定させることもあるだろう。そのばあいでも、教員・指導者は大枠を提示するレベルにとどめ土俵を狭めすぎない。この時点で、教員から言われたのでこのテーマにしたのだと生徒・学生が意識すると、困難に直面したとき、「本当はこんなことはしたくなかったのに、先生が言うからしょうがなくやり始めたんだ。だからここで投げ出しても自分たちのせいではない」と思考の回路がはたらき、雑誌つくり自体から逃げを打つことに歯止めがきかなくなる。これは、中学生ぐらいになって、お稽古ごとを止めたがるこどもの言い草とおなじだ。「本当はピアノなんか習いたくなかったのに、お母さんが言うから始めただけ。だから、もうやめた」。押し付けられたという意識は、逃避するさいの免罪符となる。

⑤ブレストによるテーマの設定

テーマ決めは、ブレスト(=ブレンストーミング)でおこなう。何について雑誌をつくりたいのかを事前に課題としておき、グループごとにわかれ生徒・学生に自由に発言させる。書記役の生徒・学生は発言を箇条書きでメモしていく。もちろん、書記役もしゃべる。

ブレストのルールは、(1)喋り続けること。無言の時間をつくらない。どんなことでもいいから発言し続ける。質より量の勝負だ。(2)全員が話すこと。(3)他の生徒・学生の発言に対してネガティブな反応は絶対にしない。すべてのネタや企画案をポジティブに受け止め、それに触発される形でアイデアを重ねていく。(4)個々のアイデアをその場では論評しない。

人は揚げ足をとるために生まれてきたようなものだ。他人の発言にケチをつけるのならいくらでもできるが、褒めるポイントを指摘して評価し、さらにアイデアを重ねることに慣れている。だれでも批判されると発言を控えてしまう。意識的にポジティブな発言をするように指導する。

生徒・学生の集中力を考慮すると、ブレストは1セット10分程度が適切だ。1セット終了後5～10分程度休息する。その間は、雑誌のネタについては話さない、考えない。頭をリフレッシュさせる。

休息後2セット目に入る。これを1回の授業で2～3セットおこなう。たいがい、2セット目あたりでネタ切れになって無言の時間ができる。そこで、なんでもいいからと発言を促していく。乾いた雑巾からさらに絞ったことばが、使えるアイデアだったりする。

3～5セット程度繰り返すと、アイデアは100を超えてくる。ここまでの作業を筆者は「風呂敷を広げる」と称している。現実的でなくても、突拍子もなくともかまわない。思考の幅をどこまで広げられるかの訓練だ。

⑥ KJ法の応用による雑誌テーマの集約

ブレストで出てきたアイデアを1つずつB5かA4の1枚の紙にマーカーで大きく書く。すべての紙を弱粘着テープで壁一面に貼る。離れた位置から全体を見渡し、類似したアイデアの紙をまとめるように貼り直していく。大きなグループがいくつか出来てくるので、それぞれのまとまりごとに、雑誌のテーマになりそうなタイトルを新たに書き貼っていく。

100枚程度の紙だと、4～8程度のグループに分かれていくことがおおい。これらのなかで、数枚しかアイデアがなかったり、生徒・学生のノリが悪いまとまりを落とさせる。取材の現実性、安全性、予算、社会通念などで適切ではないものも落とさせる。残ったものから、生徒・学生に一つ選択させる。合議にするか多数決にするかは、生徒・学生の資質によってことなる。決定後に自分ゴトとして受け入れやすい方法を選ぶ。

この作業を筆者は「風呂敷を畳む」と称している。一度広げたアイデアを現実的な観点から、具体的なネタの集合としてのテーマにまとめる工程だ。

⑦雑誌のポジショニング

雑誌のメディア特性とモデル読者像をチーム内で共有化することが、ブレのない雑誌づくりを可能とする。類似雑誌と比較して対象読者、記事内容、切り口、表現などの差異を明確にし、雑誌のポジションを決める。さらに、自分たちが立てた企画をモデル読者は喜んでくれるだろうかを評価していく。

雑誌は同じテーマや取材対象を扱っても、編集の切り口しだいで、それぞれ異なるある特定の読者に喜ばれる形に情報を構成して伝達することができる。複数の競合誌が存在できるのは、編集方針の差異を際立たせることでそれぞれが一定数の読者を獲得しているからだ。

具体的には、自分たちがつくる雑誌と同じジャンルの雑誌を5～10誌程度選び、チーム内で割り振って、各誌のメディア特性と読者像を分析する。その雑誌の読者が見つければ直接話しを聞く。他誌との差が出やすい2項目を設定しx軸y軸にそれぞれをあてはめ、各誌をプロットした図をつくる。そこに自分たちの雑誌をプロットし、同一ジャンル雑誌市場のなかでの競合状況を見極める。どのような軸を設定するのかは、他誌の媒体資料⁴⁾を整理し、データに基づきながらチーム内で検討していく。

女性ファッション誌なら、たとえばx軸の左にカジュアル、右にエレガントを置き、y軸の0座標を30歳として、上下に10歳刻みで年齢を配する。自分たちがつくる雑誌が女子高生向けのカジュアルファッション誌であれば第3象限に置かれることになり、もしそこにすでに他誌があれば、その雑誌との差異をどのように出すかを検討することになる。

そのさい、その女子高生とはどのようなプロフィールなのかを詰めていく。たとえば、目黒から品川あたりの成績のいい都立高校の、クラスの中では地味だけどだれからも攻撃されないタイプの一人っ子で、両親は共働きで年収は合計1500万円、小綺麗な3LDKのマンションに住んでいる。制服のない私立女子高にかよう幼馴染とガールズバンドを組んでいて、日曜日には貸スタジオにこもって、キーボードを担当している。などと、具体的な絵が描けるまでモデル読者像を絞り込んでおく。学校名、学年、地名、好きなミュージシャン、ブランド、コンテンツ、商品名、場所、料理など、詳細な固有名詞まで落とし込むことで、モデル読者像⁵⁾にリアリティがでる。

⑧下取材（事前取材）

まずは市販されている雑誌を読み込む。プロが作った雑誌はどんな企画を立て、どんな取材をしているのかを参考にする。インターネットメディア、電波メディア、書籍、新聞も活用できる。図

書館、博物館、市役所などの公共機関、さらには関係者への対面インタビュー、現地ロケハンなども下取材に含まれる。モデル読者もしくはそれに近い知人・友人などに話をきくことは必須だ。

取材は「芋づる式」だ。どんな小さな取っ掛かりでも取材をしてみると、そこからさらに次の取材対象が現れる。取材を受けた人がさらに大きな芋を教えてくれることもおおい。筋がいい取材は、土の下に大きな芋がたくさん隠れている。

いっぽうこの段階で、生徒・学生は以下の罫に陥りやすい。(1) 失敗やハズレくじを極度にきらう。確実に使える情報があるかどうかわからないと行動したとらない。(2) 自分の知識、常識、経験不足から、世間では(読者にとっては)当たり前のことを、さも新奇性のあることとして取り上げようとする。(3) 信頼性が担保されていないSNSでの情報を、裏とりをしないでそのまま企画に反映させようとする。(4) 気になる情報を得ると、それだけに固執してそれ以外の情報を価値のないものとして排除する。もしくはそれ以上、情報を増やそうとしない。

ほおっておくと、生徒・学生はネットで得られる情報だけで雑誌をつくらうとする。スマホから手軽に得られる情報の羅列では、雑誌メディアとしての独自の価値は生まれない。読者の共感を得ることもできない。スクリーンだけでなく、自分の足をつかうことを強調する。

とはいえ、正面から「～をしてみたら」といっても逆効果だ。どんな小さな発見でも褒めまくることで、「なんで、こんなめんどくさいことをやらなくちゃいけないんだ」を「やってみようか」にかえさせる。生徒・学生が持ち寄る企画にたいしてネガティブな反応はけっして示さない。情報にたいしての価値判断も誘導しない。教員・指導者からするとどうしようもない情報でも、生徒・学生自身が集めた別情報の背後に消え去るのを待つ。教員・指導者の堪忍のためされどころだ。

⑨特集案づくり

下取材をした後に、Ⅲ.⑤から⑥と同様に、ブレストでのネタ出しとKJ法を応用して特集企画の集約をおこなう。雑誌テーマが大分類で、特集がそれにぶら下がる小分類だ。いずれもアイデアの出し方とまとめ方は同じだ。テーマ設定のときのアイデアも、より詳細な具体的情報としてもう一度出させるようにする。生徒・学生はアイデアを抽象化したことばに置き換えがちだ。取材対象を具体的な情報として出させる。取材対象が明確でなければアポも取れないし、記事はできない。教員・指導者は口を酸っぱくして「具体的な」取材先、情報、誌面構成、絵柄、などを求め続ける。

ブレストで出てきたアイデアを、4～6程度のグループに分け、企画の強さ、独自性、説得力、ビジュアルインパクトなどから総合的に判断して、暫定的にそれぞれ第1特集、第2特集、第3特集と優先順位を付ける。

⑩風呂敷を広げる。たたむ

さらに、それぞれの特集ごとに、下取材とブレストを繰り返し、芋づる式で風呂敷を広げるだけ広げる。芋がついていないつるはハズレだ。深追いしない。ネタがページに収まりきらないほど溜まってくるはずだ。企画を立てるときには、非現実的であっても面白そうなネタはそのまま取っておく。

もうこれ以上、何も考えられない限界までいったところで、具体的な誌面に落とし込めそうなネタに絞る作業をする。風呂敷をたたむことで、それぞれの特集の構成要素が具体化する。

⑪台割を作成する

台割とは雑誌や書籍など印刷媒体の設計図のことだ。台割の基本構造は中綴じと平綴じで異なる。描き方はさまざまだが、例を図1に示す。用紙は片面が2ページで両面印刷をするので、印刷するときの単位の一折は4の倍数となる。表紙を中面と異なる紙をつかうのなら表紙まわりが4ペー

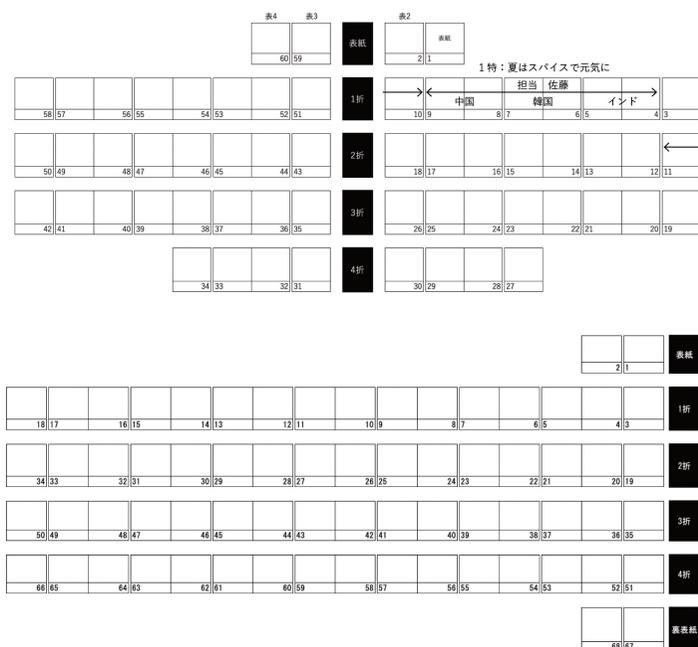


図1 中綴じ（上）と平綴じ（下）の台割例

ジ、中面は16ページが標準となる。全体のページ数を調整するときは、一つの折を8ページや4ページに減らす。折ごとに印刷に使う色数、紙種など製作上の情報を記入する。誌面の表紙から裏表紙までノンブルを振る。ノンブルとはページ番号、いわば雑誌内の住所番地のことだ。ページは数量を表す。たとえば、ノンブル4から7までの4ページものの特集と言う。誌面に印刷されるのはノンブルだ。台割には特集の構成にそって、タイトル、担当者を記しておく。取材日、撮影日、取材場所、取材対象などの必要項目もメモしておく、進行管理表までつくらなくても情報共有ができる。

台割をつくることで、雑誌全体の構成は筋が通っているのか、分かりやすいか、説得力はあるか、コンテンツとしての魅力はあるかなどをチェックしていく。

⑫ラフを描く

台割をつくと同時並行で、誌面のラフを作成する。特集ごとに担当者が、見開き単位でページの仕上がりイメージを手書きで描いていく。企画の意図はタイトルに集約される。仮タイトルでいいので必ずラフに入れること。思いつかないからといって、タイトルなしでラフをつくと、そのページで伝えたいことがあやふやになり、いくら素材を詰め込んでも最終的には破綻する。自分の分担ページのことは、タイトルを言いながらをコミュニケーションする。俺のやってる「夏はスパイス料理で元気に」のことなだけけど云々といった調子だ。

そのほかページ構成に必要な写真、イラスト、リード、本文、キャプション、図表などを、数量や大きさも絵で表現しておく。中見出しまで文章化できると後の作業がスムーズになる。

絵が下手だからとラフを描きたがらない生徒・学生もいる。ラフは美術の課題ではない。情報が整理された誌面の設計図として、他の生徒・学生と理解しあえればそれでいい。ラフは、担当者だ

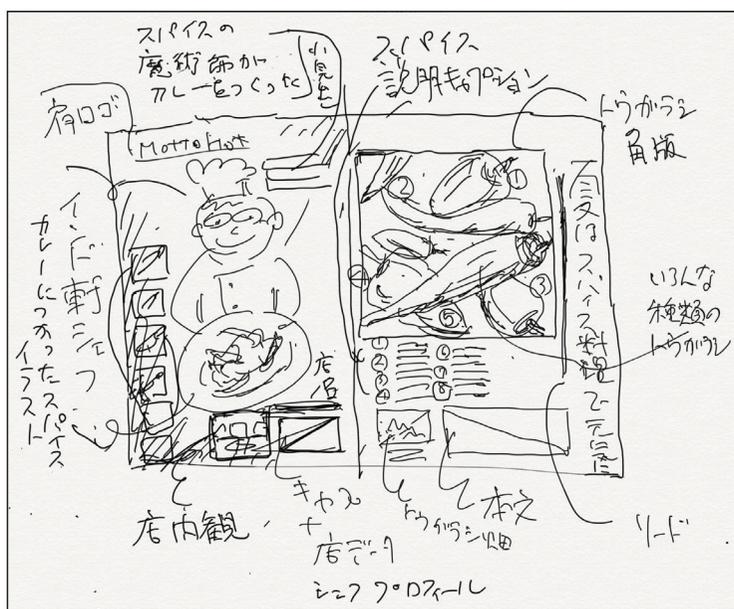


図2 ラフの例

けでなくチーム全員が納得するまで何度でも描き直しをする。誌面の出来はラフの良し悪しで決まる。図2に例を示す。

⑬取材依頼

取材依頼が受け入れられやすい順番は一般的には、(1) 下取材で顔見知りになったのちに、直接会って依頼する、(2) 電話での依頼、(3) eメールでの依頼、(4) SNSからの依頼、(5) ホームページの問い合わせからの依頼だ。いずれの場合にも、コンタクトする前に、取材依頼書を用意しておく。相手から、企画書や取材依頼書を送ってくれといわれたときに、間髪をいれずに送ることでアポイントメントを得る成功率を高められる。

取材依頼書は、表題、時候の挨拶など社会的儀礼、取材者情報、企画意図、取材内容、掲載媒体と掲載時期、掲載媒体の頒布範囲（インターネット上にアップするかどうかも含めて）、雑誌の販売の有無、掲載料の有無（教育目的なので掲載料は発生しないが、商店やレストランなどでは、広告料目的の営業だと勘違いされることもある）、取材希望日時、いつまでに返答がほしいか、取材代表者の連絡先（所属教育機関の名称、住所、生徒・学生の姓名、携帯電話番号、eメールアドレス）、指導者の連絡先（肩書、姓名、電話番号、eメールアドレス）を要領よく、A4サイズで1枚にまとめる。取材先は忙しい。くどくどした依頼書は無視される。信用できる取材者かどうか判断基準となる。取材依頼書は、取材される側に立って推敲する。

取材依頼書をおくっても、期限内に返答が来ないこともおおい。そのばあいは、期限から1～2日たったところで、再度コンタクトをとる。それでダメならすぐに諦め、次の取材候補にあたる。アポイントメントが取れるかどうかは、ダメ元だ。つねに次候補を持ちながら取材依頼をする。生徒・学生には、ダメなのは相手の都合であって、取材依頼者の人格とはまったく関係がないことを事前に理解させておく。取材をなんとか続けてことわられただけで人格を否定されたような気分に

なり、雑誌づくりから逃げ出そうとする生徒・学生がでてくるからだ。

取材先が高名な文化人などのばあいは、事前に手紙を書いてから、電話、eメールなどでの依頼に移行することもある。

⑭取材

事前に取材スケジュールを作成する。取材時間だけでなく、移動時間、移動手段、費用、作業負担などもシミュレーションしておく。交通の便を調べずに遅刻をして取材が出来なくなる生徒・学生がいる。基本的なことこそ、確実に調べて余裕があるスケジュールにしておく。

取材は複数でおこなう。編集・記者役と、カメラマン役に役割分担をする。現場では、ラフをみながら取材する。取材ノートには、事前に5W2H+ aの各項目の空欄を作っておき、固有名詞や数値を埋めながら記入する。ただし取材によっては5W2Hのすべての情報がないこともある。パンフレット、名刺、ショップカードなど持ち帰れるものは、いただくようにする。看板、碑文、解説パネルなどは、文字が読めるように写真に撮っておく。具体的な情報で記事が構成できるようにする。抽象的なことばや印象、感情の押し付けでは読者に共感してもらえない記事にならない。録音もするが、ボイスメモは確認のためのバックアップだ。取材ノートを重視させる。

5W2HとはWhen、Where、Who、What、Why、How、How muchのことだ。5WHと教えることもあるようだが、雑誌情報としては、いくら、どのくらいといった数量情報も必要なので2Hとなる。しかし、これだけでは客観的レポートにはなるかもしれないが、主体的・対話的で深い学びやジャーナリズム思考の体得にはならない。記事をつくる生徒・学生が情報を特定の価値観から分析し、評価、提案、取材対象への共感などを表現しなければ雑誌とはいえない。それがaだ。aは特定の観点からファクトを選ぶことで具体的に表現できる。

自分が書いたことばが抽象なのか具体的なかを理解していない生徒・学生が思いの外おおい。たとえば、「黒酢は美味しい」は抽象だ。「鹿児島県福山町で醸造される黒酢〈桝志田〉は、3年間の熟成でコクと旨味と酸味が一体化している」となれば具体だ。

取材後の裏取り、補足情報取材もかならずおこなわせる。生徒・学生のいいぐさとして、「だって、そう言っていました」というのがある。取材先が言ったことを事実確認しないでそのまま記事にするのはご法度だ。

取材者から資料を提供していただけることもある。誌面に掲載していいよと言われても、著作権がだれにあるのかをチェックさせる。著作権者が別にいることもある。

⑮取材素材の評価

取材が終わったら、取材で得た情報と写真やヴィジュアル素材をラフと突き合わせる。よりよい記事にするために誌面構成を再検討しラフを描き直す。足りない情報や絵柄も洗い出す。

⑯写真とイラスト

シャッターを押す前に「絵」を脳内に描き、さらにそれを言語化してからシャッターを押す。たとえば「ショートケーキのイチゴが記事になるのだから、画面の中心にイチゴを持ってきてピントをあわせる」と言葉にしてからシャッターを押す。生徒・学生はきれいな写真がいい写真だとおもってしまう。映像は情報伝達の手段であって、審美的な観点は2次的なことだ。

技術的に最も重要なのは、言語化した対象にピントが当たっていること。説得力のある写真にするには、被写体に正対して撮影をする。人物であれば、目線をもらって目にピントをあわせる。生徒・学生は取材対象にたいして腰が引けるので、物でも建物でも人でも斜めから撮影する。人物であれば、目線をもらわずに撮影する。「目線をください」と言えない。このような心理的な壁を取り払

うために、事前に十分練習をする。被写体が斜めを向いたときには、そのままの姿勢で目線もらい手前の目にピントをあわせる。これらの要点を守って一眼デジタルカメラのフルオートで撮影するだけで、使える写真に仕上がる。編集者・記者は、カメラマンが被写体に正対しているか、人物なら目線をもたらしているかどうか、必要なカットをすべて撮影したかを確認する。場慣れしていないカメラマンは、取材現場ではシャッターを押すことだけで頭がいっぱいになっている。

学習許容量と時間とに余裕があるなら、レンズの焦点距離の違いによる被写界深度、画角、遠近感の違いや、シャッター速度と絞り値の関係、順光、逆光、斜光、レフの当て方、露出補正など光のコントロールについて体験的に理解し、実際の撮影時に応用できるようにしておく。

イラストも審美的な観点よりも情報が適切に伝わるかを優先する。

⑰再取材

取材は1回では終わらない。必要なら何度でも足を運ぶ。手元にある不十分な素材と情報だけで記事を構成しようとすると、説得力に欠けるものとなる。素材や情報は落とせることが前提だ。残念だけスペースが足りないから優先順位が低いものは落とそうと判断できる余裕が、誌面を充実させることになる。教育上では、情報の整理と優先度の判断能力を習得させることになる。感覚的には、誌面を埋めるのではなく、入り切らない素材を落とす作業だ。

⑱デザインとAD 役の互選

写真など取材で得たヴィジュアル素材とテキスト要素をラフにそってレイアウトする。③誌面構成の基礎で説明した「福笑い」をパソコンの画面上でおこなう。パソコンはあくまでツールであって、誌面構成を学ぶことが本質だ⁶⁾。原稿はレイアウトが完成してから指定された文字数に合わせて執筆する。後原といわれる方式だ。

写真原稿は事前にフォトショップで RGB から CMYK に、解像度を 350dpi に変換し、eps ファイルで、透明な背景などのときは psd ファイルで保存する。フォトショップの機能は、切り抜きや明るさ補正などにとどめなるべく使わない。イラストはイラストレーターファイル ai で保存する。

レイアウトはインデザインでおこなう。そのさい、たとえば左右 A4 天 13mm カット、中綴じ、4 色、16 ページなどの外形は 1 種類に決めておくと効率的な指導ができる。本文の縦組み、横組み、それに合わせた段数、フォント、級数の組み合わせなどの誌面構成のテンプレート（インデザインではマスターページ）はあらかじめ教員・指導者が複数つくっておき、生徒・学生に配布して選べるようにしておく。例を図3に示す。デザイン技術の学習負担は軽くしておく。ソフトの操作



図3 マスターページの例

も雑誌づくりに必要な最低限のことができればそれでよい。福笑い方式で、マスターページから発展させて独自のデザインを組むことは、初めてインデザインをつかう生徒・学生にもできる。より複雑な発展的デザインを相談してきたら、そのつど質問に答えて操作方法を教えるに留める。

マスターページで指定したフォント、級数、字間、行間、段組みは崩さずに利用させる。特殊なフォントを使いたいときは、一度レイアウトを完成させた後で置き換える。段組みをいじるときは、行内文字数と段間を変えずに複数の段をいっぺんに移動させるとまとまりやすい。レイアウトは、5W2H+ α を滞りなく読者に伝えられることが優先事項だ。見栄えは有効な情報伝達の構成が出来た後の話だ。

デザイン工程に入る前にAD（＝アートディレクター）役を互選させておく。ADは表紙まわりのデザインを担当するだけでなく、雑誌全体のデザインの統一性、整合性も管理する。

⑩雑誌タイトルの決定と表紙まわり

テーマ設定時期から考えさせておいて、レイアウトに入るころに決定する。チームメンバーそれぞれが複数案を持ち寄り合議で決める。雑誌のテーマ、特集などと同じく、たくさんのアイデアから選んでいく。ADが表紙まわりのデザイン、ロゴタイプを作成し、チーム内でデザインを煮詰めていく。

⑪原稿執筆

取材で得た情報や観察した事実（＝5W2H+ α ）をそのまま書く。雑誌の文章は、他人に読んでもらうためのものだ⁷⁾。読者が読み進めたくなくなるかどうかのポイントだ。自分以外に読者がいない日記ではない。書き手の自己主張やカタルシスを得るための自慰行為ではない。

形容詞、接続詞はできるだけ、副詞、体言止め、「やっぱり」、「らしい」はつかわない、枕（＝前振り）は書かない、センテンスは短く、段落をわける。これだけで、原稿が具体化する。

取材で得た固有名詞や数量、具体的なプロセスや観察を入れ込むと文章は長くなる。長く書いてから短くする。長い文を短くはできるが、短い文を長くはできない。本文全体の文字数を大きく調整するときは、個々のセンテンスをいじくるのではなく、優先度の低い順にパラグラフ単位でカットするとよい。

レイアウトに流し込む前にチーム内で相互に原稿を読み回してチェックをする。流し込んだら、印刷をして再度チェックをする。誌面に取まると文章は違った印象を放つ。情報は具体的に正しいか、伝えようとしたことが伝わっているか、読者に興味を持ってもらえるか、説得力があるかなどを推敲する。原稿を修正したら再びレイアウトに流し込む。時間が許すかぎり何回でも推敲を繰り返す。この過程の合間に教員・指導者が原稿に赤を入れる。

このあたりになると、生徒・学生が本音で（見ようによっては喧嘩腰で）雑誌の方向性の揺れや記事内容について討論を始めることもある。生徒・学生間のコミュニケーションが表面上のいい子どうしで終わりがちな昨今としては、この言い合い（熱い議論）が始まると、「ああ、今回もMIEがうまくいったな」と筆者は判断してきた。教員にとっての自己評価基準となる。

⑫デザインの修正

文章の推敲と同時にデザインの修正もおこなう。原稿を流し込んで印刷をするとデザインの欠点が見えてくる。データはPDFに変換してからプリントする。見開き実寸で印刷ができないなら、1ページ単位で印刷して、センターで絵柄をあわせてメンディングテープで貼る。見開きで確認すると、素材不足でスカスカの誌面や、ぎゃくに要素が整理整頓されていないために乱雑で情報伝達に難のあるパターンなどページ構成の良し悪しや、素材間の位置のズレなど細かなデザインチェック

ができる。必要であれば、また時間的にまにあうのであれば、不足材料を再取材したり再撮影したりする。誌面がよくなるとわかると、生徒・学生は自主的に再取材をする。

出来の良し悪しは別として、雑誌トータルのデザイン傾向から逸脱するページも修正する。

②校正・校閲

チーム内でプリントアウトを読み回して校正・校閲をする。ふだんからスクリーンに親しんでいる生徒・学生でも、紙に印刷された状態のほうがミスを発見しやすい⁸⁾。固有名詞、住所、電話番号などの情報は取材先に再度連絡をして確認を取る。取材時には営業していた店舗が閉店していることもある。情報の確認と同時に、個別の表現や雑誌を通しての自分たちの価値観が社会的に許容されるのか、倫理的、また正義の観点から問題にならないかどうかを考えさせる。

生徒・学生が自分たちで校正・校閲を終えた原稿は、教員・指導者が社会的な視点からチェックする。とくに差別や取材対象に対するネガティブ・メッセージなどがなく、表面的な文字面や文脈からだけでなく、本質的な価値観や思想からチェックし、問題があるなら生徒・学生になぜ教員・指導者が指摘したのかを考えさせ、修正させる。

雑誌は、読者そして社会が評価することを理解させる。娯楽の側面を前面にだした企画であっても、根底にジャーナリズムの思考があるかどうかを自己評価させる。

③校了。印刷。製本

生徒・学生からレイアウトが完成したと報告を受けたところで、教員・指導者が手を入れてデザインを整え校了とする。画像データのリンクを忘れていたことも多い。ただし修正は最低限に留める。やりすぎると誰の作品だかわからなくなる。「Ⅱ-1 教員・指導者の心得」で述べたように、雑誌づくりはコンテストではない。親心はむしろ生徒・学生の作品にたいするアイデンティティを疎外することになる。

印刷所に発注するなら、発注先の仕様にあわせた完全PDFデータをつくる。ネット印刷通販なら、事細かに指示がマニュアル化されているので戸惑うことは少ないだろう。

学内で印刷するなら、データ量や使用する機器にもよるが、64ページ前後の雑誌をインデザインの「ブックレットをプリント」で面付けをして印刷用PDFをつくるまでに20分程度⁹⁾、1冊刷るのにLEDプリンターで10分程度かかることもある。製本は、中綴じ用ロングステーのステープラーで背から二か所をとめ、2つ折りにしてからペーパーカッターで天地、小口を三方裁ちする。生徒・学生用、保存用、取材先への送本用などで、数十冊作製すると1日仕事となる。

校了データは発表用の見開き単位のPDFにも変換する。

④発送

礼状を添えて取材先、関係者へ発送する。掲載か所に付箋を貼っておく。取材先から、掲載情報の間違いを指摘されたら、まず謝罪をし丁寧に対応する。謝ることも学習だ。学内での印刷であれば、印刷しなおして再発送する。誌面構成への意見は「今後の参考にさせていただく」に留める。

⑤学内発表

チームごとに、本誌の回覧と誌面の見開き単位でのプロジェクター投影を伴った発表を行う。

Ⅳ. おわりに

このデジタル時代にMIEは役に立つのか。佐藤は「テレビやゲーム、ケータイ」への有害論をかき集め、文中のそれらを「書物」に置き換えただけで十分に話の筋が通る書物有害論を創作し

ている（2019：219/3888）。40年以上前にトーマスがテレビ中毒について書いた一節（1982：238－240）は文中の「テレビ」を「スマホ」に置き換えただけで、スマホ中毒のエッセイとなる。メディア批判の主要な論旨は、対象の新旧メディアを置き換えても成立してしまう。ことばの使用から、文字の発明、印刷、映像、電波メディア、デジタルネットワークと技術的変革はあったが、情報を運搬する機能、すなわちメディアの本質については不変だからだ。ぎゃくにいえば、どのメディアをつかっても、メディアリテラシーは学べる。それでは雑誌を含む出版¹⁰⁾メディアのなかでも印刷物やフィックス形式の電子出版の特性はなにかといえば、①デザインされた誌面で情報を空間的に一覧把握できること、②ページをめくることによる時間軸での情報伝達ができること、③対象情報の空間・時間的配置による曖昧な記憶でも検索がしやすいこと、④空間・時間的に固定化した資料価値があることなどがあげられる。さらに雑誌特有の項目を加えると、業界内で聞いた「雑誌の雑は雑の雑」が感覚的ではあるが的を射たことばだ。雑につくれという意味ではない。世の中の雑多なことから、今を表すと編集者が判断した情報をザッとすくいとり、旬が逃げないうちにザッと編集して読者に届けることだ。料理人が旬の食材を選んで調理し、待たせることなく客の目の前にザッと皿を出す感覚だ。そのためには情報の厨房としての編集部はチームプレイと同時に、スタッフ一人ひとりが情報へのジャーナリズム的な鋭い感性を持つことが要求される。理論的な考察は本稿もその一部となっているMIEの共同研究の他稿に譲るが、これらの雑誌のメディア特性が、「Iはじめに」で述べたMIEでの教育的効果を担保しているといえよう。

情報リテラシーが現代社会で必須なことは言うまでもない。デジタル化、ネット化した現在では、情報を読み解くだけでなく、どのように発信するかも、自らの社会・経済・文化的なポジションのみならず人格まで形成される。自分が発信した情報がどのように他者に受容されるのかをコントロールする能力は、幸福な人生を生き抜くための基本リテラシーと言えらる。情報発信のメディア・リテラシーを学ぶためには、もちろん雑誌づくり以外にも方法論はある。それを踏まえた上で、教育現場の教員・指導者にとって、本稿が「主体的・対話的で深い学び」としてのアクティブラーニングの一助となれば幸甚だ。

※本稿は、「学校図書館を中心とした雑誌利活用教育の実態・可能性に関する実証的研究」基礎研究（C）（一般） 課題番号 19K12723 平成 31 年度～平成 33 年度の研究成果の一部である。

脚注

- 1) ジャーナリズムの定義は狭義から広義まで様々だ。ファッションジャーナリズムやトラベルジャーナリズムがあるように、生活のすべてがジャーナリズムの対象になると本稿ではとらえる。
- 2) 本稿筆者は 1983 年から 2010 年まで出版社に勤務した。その後、大学教員として出版社で得た雑誌づくりのノウハウをもとに、ゼミナールで 64 ページの、演習・実習の授業では数ページから 16 ページ程度の雑誌をつくる指導や、教員・指導者向けワークショップなどをしてきた。一例として図 4 に、2019 年度のゼミナール生が作成した雑誌のサムネイルを引用する。
- 3) 雑誌のような編集がしてある単発の出版物は、出版業界内の流通区分ではムックにあたる。ただし、生徒・学生の視点からすれば、本＝（書籍、コミックス、写真集など）にたいしての雑誌＝（雑誌、ムック、コミック誌など）と 2 分するのが自然だろう。したがって、本稿ではムックではなく雑誌としている。雑誌での定例（連載）は、ムックでは定例風の特集となる。

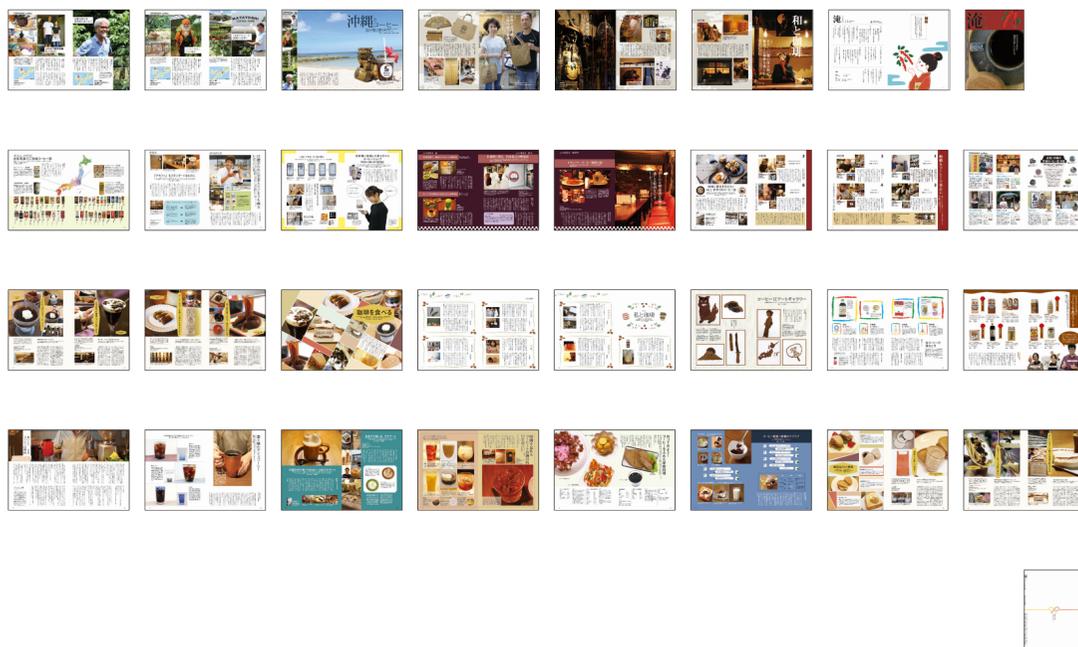


図4 学生がつくった雑誌の例。『淹』（2019年、カラー64ページ、7人で作成）。

- 4) おおくの出版社が媒体資料をウェブ上で公開している。年鑑の『マガジデータ』（日本雑誌協会）でも主要な雑誌の情報が得られる。同書の内容はウェブでも公開されている（<https://www.j-magazine.or.jp/user/data/magdata>）。雑誌の全体像を理解するには、藤竹・竹下（2018）、『出版指標年報』（全国出版協会出版科学研究所）が役に立つ。
- 5) 能町みね子『雑誌の人格』（文化出版局 2013）、同『雑誌の人格2冊目』（同 2017）、同『雑誌の人格3冊目』（同 2020）はモデル読者像を設定するさいの参考となる。アカデミズムからは辻泉「女性ファッション誌の過去・現在・未来：内容分析を中心とする、マルチメソッド・アプローチによる実態把握に向けての試み」（大妻女子大学人間関係学部紀要 vol.15 pp.177-199 2013）が参考になる。
- 6) 細山田デザイン事務所『誰も教えてくれないデザインの基本』（エクスナレッジ 2018）が初心者にもわかりやすくエディトリアルデザインの本質を要領よく解説している。
- 7) 井上ひさしほか著 文学の蔵編『井上ひさしと141人の仲間たちの作文教室』（新潮社 2002）には、初心者も実行でき、プロにとっても実用度が高い原稿執筆の要点が書かれている。いってみれば、スポーツの分野でプロになったとしても欠かせない、走り込みや筋肉トレーニングのような原稿書きの基本中の基本がわかる。
- 8) 筆者は経験からこう考える。以下ではマクルーハンも参照して考察している。（http://blog.ricoh.co.jp/RISB/new_virus/post_604.html?fbclid=IwAR3KoqHKcTQ5TYBq4n8A3rNT-GdPaXqaeHS6VvqZfz5cZAbSs41qCRFKfIY） 2020.09.18 閲覧
- 9) OKI の A3 ノビ両面印刷対応機だと、ブックレットのプリント設定からポストスクリプトファイルで書き出し、アクロバットディスティラーで PDF に変換する。

- 10) 歴史的にも現在も、出版する (publish) とは情報を公 (public) にすることで、印刷は技術的方法論の一選択肢だ。詳細は別稿 (清水 2016c: 170, 2017: 168-169, 藤竹 竹下 2018: 133) を参照。

参考文献

- 植村八潮 「「MIE (教育に雑誌を)」運動の提案と考察」『専修大学人文科学研究所月報』専修大学人文科学研究所, 2018
- 佐藤卓己 『流言のメディア史』岩波書店, Kindle 版, 2019
- 清水一彦 「日本における出版での人材需要状況の変化と大学での出版教育」『出版研究』47, 日本出版学会, 2016a
- 「出版業発展の趨勢と編集人材の需要～供給者側からの現状と課題」『第 17 回国際出版学術研討会論文集』, 中国編集学会, 2016b
- 「出版教育における千葉日報社「チバ・ユニバーシティ・プレス」の位置づけと効果」『江戸川大学紀要』26, 江戸川大学, 2016c
- 「大学での出版教育におけるムック作成の位置づけと意義～江戸川大学マス・コミュニケーション学科での事例～」『江戸川大学紀要』27, 江戸川大学, 2017
- ダナ・L. トーマス著, 常盤新平訳 『アメリカ・マスコミ事情』TBS プリタニカ, 1982
- 富川 淳子 「跡見学園女子大学を例に大学の出版教育における冊子制作授業のあり方を考察する」『出版研究』47, 日本出版学会, 2016
- 藤竹 暁, 竹下俊郎編著 『図説 日本のメディア [新版]』NHK 出版, 2018