

講義「情報編集」の15年を振り返って

Looking Back on 15 Years of Lectures "Information Editing"

福岡 俊弘 FUKUOKA Toshihiro

デジタルハリウッド大学 教授
Digital Hollywood University, Professor

2007年から今年、2022年まで、デジタルハリウッド大学で一般科目「情報編集」という講座を受け持たせていただいた。本講座は筆者の大学における定年という事情もあり、この7月末にその最終講義を行なった。コンピューターの普及期、インターネットの黎明期、そしてスマートフォンの発売、インターネット全盛期へと至る、あまりに速い時代変化の中で、「情報」と「編集」、「コンテンツ」と「メディア」の最新部分を常に追いかけてきたのがこの授業だった。本稿では、この講座の成り立ちと歩みを、時代状況を加えながら綴っていきたい。

1. はじめに

1997年のことなのでもう四半世紀も前の話になるが、当時、筆者はアスキーという会社で、「EYE・COM」（アイコン）という月2回刊のパソコン雑誌の編集長を務めていた。その年は、年初からこの「EYE・COM」を週刊化すべく、営業や広告など各セクションと調整を続けていたが、その傍らで、「週刊SPA!」を大部数に押し上げた名編集長であった渡邊直樹氏がアスキーに入社し、彼が編集長を務めるアスキー社初の一般週刊誌の創刊準備が同時に進んでいた。週刊誌を2誌同時に創刊するなど、どうリソースを配分しても無理な話である。そのため、こちらの週刊化プロジェクトは当面、保留状態となっていた。「継続」という名の（週刊化を）「あきらめさせる」会社側の戦術だったかもしれない。

しかしながら、週刊化に備えて早めにスタッフの確保に動いていたため、編集部的人员は過剰気味で、しかも雑誌編集の実戦経験のないスタッフも少なくなかった。そこで、思いつきのように取り組んだのが、編集スタッフの編集スキル向上を目指した研修である。通常、編集の世界は徒弟制度的な枠組みで成り立っていて、先輩編集者の仕事ぶりを見て次第に仕事を覚えていく、というものであった。なので、編集長自ら、編集スキルアップのための研修を行なうというのはかなり異例なことだったのだ。

このとき、生まれて初めて教材というものを自作した。マーケティング本などをめくりながら、体裁は見よう見まねで整えた。一泊二日の研修用だったので、6ページほどの薄い教本だったが、のちにこれがスクールの「編集力養成講座」となり、本学の「情報編集」へと発展していった。

前置きが長くなったが、ここで報告する講義「情報編集」は、そのようなルーツを持つものであること、また、その後の講義内容の発展的修正・改編は、雑誌メディアの置かれた当時の状況に即して行なってきたものであることを、予めご了承ください。

2. 「編集力養成講座」 スクール渋谷校/東京本校

『EYE・COM』週刊化プロジェクトは、その後、一般週刊誌の『週刊アスキー』創刊からわずか4ヵ月での休刊という大事件を機に、『EYE・COM』の『週刊アスキー』への誌名変更を条件に週刊化承認というアクロバティックな流れが続き、97年11月に、パソコン雑誌としての『週刊アスキー』がスタートした。創刊から1年半は相当に苦しい時期が続いたものの、2000年には通期での黒字化を達成、名実ともにナンバーワンのパソコン週刊誌となっていた。そんな

折に、デジタルハリウッドから講座を持たないかと要請を受けた。

編集力養成講座という名前で、当時の渋谷校で、夜の19-21時に実施する全10回の講座であった。講座の開講にあたっては、当時大学院のほうで教鞭をとられていた故櫻井先生による多大な働きかけがあったことを、故人への感謝とともに付記しておきたい。

講義は全10回の前半で編集技法の基礎を学び、後半でその実践を行なうワークショップを主体に構成した。講義部分も、座学主体のものを受講生との掛け合いで進めるものを組み合わせ、飽きのこない進行を心がけた。

図1は、2年目、東京本校に場所を移して開講したときの講義内容を記した資料である。最初の年、10回分の講義の最終回にかけて徐々に間延びしていったことの反省から、2年目以降の講義では、コンパクトに全8回とした。

200年月 編集力養成講座	
授業スケジュール 19:00~21:00/6Fセミナールーム	
回数	受講内容
1	【編集力概論】編集者/出版業界/雑誌/編集部/編集作業/台割 ・編集者の仕事とは？出版業界の概観から現場のワークフローまで
2	【編集のProgress】企画力/企画力・・・取材力/人脈/編集センス ・「バウゼン」から「バウゼン」へ、発想力と企画力を身に付ける！
3	【編集のTactics ①】コピーワークLesson ・読者を「つかむ」文章とは？
4	【編集のTactics ②】タイトルワークLesson ・タイトルワークの重要性、100のコンセプトより1つの見出し
5	【編集のTactics ③】構成の基本・ラフ作成 ・編集における最重要の作業とは？
6	【編集の実践】(前編)企画出し ・企画出しにおける3つのポイント
7	【編集の実践】(後編)ラフ ・「アイデアが出ない時はバカる？」ラフ作成のテクニック
8	【編集の実践FINAL】・・・まとめ、全体総括 ・「1、編集者はバカであること」など、編集者の心得十カ条

Attention!

※ 業界動向などにより実習内容は変更させていただく場合があります。また、日程が状況により変更される場合もあります。

■Yahoo!グループの活用 <http://groups.yahoo.co.jp/>

授業内容など、ご連絡や変更が発生した場合は、Yahoo!グループを活用いたします。
在校中(最終課題制作含む)は、基本的に毎日メールチェックされる事をお願いしております。
メールの受信ができない場合は、Yahoo!サイトでもメール内容の確認ができます。

使い方がわからない場合は・・・
Yahoo!グループの使い方のガイドやヘルプをご参照ください。
<http://help.yahoo.co.jp/help/3/group>

■発表サイト

デジタルハリウッドのためのポータルサイト「NEXUS」
<http://nexus.dhw.co.jp>

Worknet
毎日更新！最新の安い就職情報はこちら。Worknetへ急げ！
※閲覧するのに、NEXUSのID・PWが必要です。ID・PWはIDカードと一緒にお持ちください。

NEXUS STORE
デジタルハリウッドのためのオンラインショップ、アプリケーションやコンピュータなどの購入が可能

デジタルスケープ
<http://www.dhw.co.jp/HRM/creator/nexus/>
デジタル業界の派遣会社。こういう雇用形態も沢山ありますので、実情を早めにキャッチしておきましょう。

図1：編集力養成講座のシラバス

雑誌を構成する要素は、実は「見出し」「本文」「ビジュアル」の3つしかなく、この3要素をいかに戦術的に作り、組み合わせていくか、ということが本講義の一貫したテーマだった。この「戦術的に作っていく」ことが、すなわち「編集」である。

ちなみに本講義の受講生のうちの2名が、その後、『週刊アスキー』編集部中途入社し、今も現役でKADOKAWAのどこかの編集部で働いている。

3. 「情報編集」第1期 2007～2010年

編集力養成講座は、専門性の高いカリキュラムが揃っているスクールの中では一般教養的な位置づけの講座であったが、3年で閉講となった。デジハリとの縁も切れ、本来の編集長の仕事に専念していたところ、再び櫻井氏から連絡があった。なんと、デジハリでティム・バートン監督を招聘し、特別講義をするというのだ。2006年秋のことである。

ティム・バートンに会わせてあげるの、こちらのお願いをひとつ聞いてもらえるか、と櫻井氏。ティムの大ファンだった筆者は、お願いの内容など聞かずに二つ返事であった。



図2：ティム・バートンの特別講義の反響の大きさを語った当時の杉山学長のブログ

そのお願いというのが、開校したばかりのデジタルハリウッド大学で1本講義を持って、その講義名は「情報編集」でよろしく、というものだった。このエピソード、100%実話である。

そのような経緯で、大学で講義を持つことになった。講義の初年は2007年、そこから15年間、同じタイトルで講義を持った。

さて、講義を請け負ったものの、実際にシラバスを作り始めると、すぐにその困難さに気づき、櫻井氏の甘言に乗ったことを深く後悔した。スクールでの授業は編集スキルの向上のみを目指し、そのための方法論と実践を積み重ねていけば良かった。しかしながら、大学で教えるリベラルアーツとしては学問的要件をあまりにも満たしていない。反復的な実践により体得を目指していた「編集」という行為を、理論化し体系としてまとめなければならない。体育会的に実施してきた講義を、文化系的なスタイルに変革する必要もあった。

そこで、当時、赤坂にオフィスを構えていた松岡正剛氏を訪ね、教を請うた。1週間を費やして作成した講義スライドのサンプルを松岡さんに見ていただいたのだが、「ま、いいんじゃない」というホッとする言葉のあとに、やんわりとダメ出しの連打を受け、致命的なダメージを負った。

その後、いくつもの資料を読み漁り、スライドの改良を重ねていく。そんな折、大きな転機となったのが、2007年1月のiPhoneの発表

だった。サンフランシスコのモスコニ・センターでのスティーヴ・ジョブズによるプレゼンテーションを現地で取材していた筆者は、この新しいデバイスの登場によって、メディアの枠組みが大きく変わることを予感した。スマートフォンの出現を契機とするメディア世界の激変は、その後、「情報編集」のカリキュラムを大きく変えることとなる。

4. 「情報編集」第2期 2011～2016年

2010年代になると、雑誌メディアの退潮がはっきりと数字となって表われてきた。雑誌に先行して新聞のほうはさらにくっきりと急激な右肩下がりのグラフを描いており、いわゆる紙媒体の存在意義が急速に揺らぎ始めた時期であった。「情報編集」のシラバスの2分の1は、雑誌編集を題材にしたものであったので、授業の前提部分がリアリティを失いつつあり、この点を、至急改訂する必要があった。また、毎年授業の初回に、どんな雑誌を読んできたか学生に尋ねていたのだが、この時期、一度も雑誌を読んだことのない学生が、ついに受講生の半分以上を超えた。

このため、2011年の授業から、シラバスを大きく修正した。それは「情報」というものの有り様が、従来のそれとは大きく変化したためだ。このことは、大変重要かつ重大な変化で、説明するには別に論文執筆を要する内容を含んでいる。したがって、ここでは以下の3つの点を指摘しておくに留めたい。

(1) no wait

私たちは、欲しいと思った情報を即座に入手する。情報を手に入れるまで時間を要さなくなった、あるいは待てなくなった。

(2) no editorial

私たちは、その情報の文脈を意識しなくなった。

(3) cannot search

ネットで検索できない情報は、もはやコンテンツでも価値でもなく、情報としては存在しないことと同義となった。

(2)については少し補足する。そのころ家族でイギリスを旅行することがあった。サッカー好きな家族なので現地でプレミアリーグのサッカーの試合を観戦するため、旅行情報誌やサッカー雑誌を買ってきて調べようとしていたところ、当時10歳の次男が「ググればいいじゃん」とつぶやいたのだ。果たして、Googleの検索窓に「プレミアリーグ」「チケット」と入れるだけで、欲しかった情報は瞬時に手に入った。

雑誌退潮の要因2

no wait
no editorial
cannot search

図3：当時のスライドから

パソコン雑誌の編集長という仕事柄、インターネットの有用性については世間以上に熟知しているつもりだったが、この一件は衝撃だった。サッカーの試合はどこで行なわれるのか、そのチケットはどこで売られているのか、入手するためのどんな方法があるのか。そうした一連の知識を入手し理解した上で、欲しいチケットは手に

入るものであった。が、情報の文脈＝試合のチケットに至るまでの情報のディレクトリーは、一切不要になった。私たちは、Googleの検索窓にキーワードを入れ、searchボタンを押すだけでよかったのだ。

5. 「情報編集」第3期 2017～2022年

2016年にNHK出版より『<インターネット>の次に来るもの 未来を決める12の法則』という書籍が刊行された。筆者は『WIRED』の創刊編集長だったケヴィン・ケリー氏。内容は、その原題(『THE INEVITABLE』＝不可避なもの)のとおり、この先、必ずやってくる世界とメディアの有り様について書かれている。

この書籍には大いに刺激を受けた。『MAC LIFE』誌の元編集長の高木利弘氏、同書の翻訳者であり朝日新聞(当時)の服部桂氏らとこの本をモチーフにした連続イベントを企画し、自らもパネラーのひとりとして登壇するなどしていた。

翌年の「情報編集」のシラバスは後半部分をまったく新しく書き換え、同書の章立てに沿って、メディアのこれからに言及するカリキュラムとして再構成した。

Becoming
Cognifying
Flowing
Screening

同書は、上に記したキーワードが各章のタイトルになっており、上記以外に全部で12の章から成っている。このうち、これからのコンテンツビジネスにとって極めて重要な示唆を含んでいると思えた5つの章を精読し、その内容をベースに、情報と編集の新たな関係性に言及する講義内容とした。

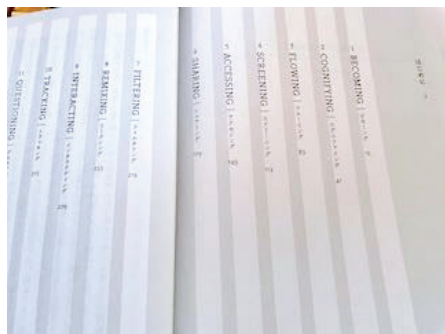


図4：『<インターネット>の次に来るもの 未来を決める12の法則』目次より

また、Becoming＝「そうなるっていく」社会を例示し、それに対して学生が自身で考え発言できるよう、十分なグループディスカッションの時間を設けた。これにより、学生自ら未来にコミットする姿勢を持ってもらえればとの考えからだが、15コマすべての授業を終えたあとにメールで送られてくる学生たちの感想を読むと、ディスカッションで投げかけたテーマが印象に残っているという者が多かった。授業を通して、彼らの中の何かを動かせたのであれば、教える側としてはこれほど嬉しいことはない。

6. おわりに

“雑誌編集者としてのスキルアップ”という極めて実利的な動機で作成したカリキュラムが、四半世紀を経て、メディアと編集の新しい姿を模索する学問領域に迫る内容へと昇華した。デジタルハリウッドとの最初のご縁をいただいたときには、こうなることは想像すらできなかった。それは、この間の凄まじいまでのテクノロジーの進化が「情報」と「編集」というものの再定義を余儀なくし、それに追い立てられるように「情報編集」のシラバスも変容していったのだと思う。

果たして、辿り着いた講義内容が正解であったのかどうかはわからない。ただ、デジハリらしい「今っぽい」講義はできたのではないかなと思う。

最後に、授業をサポートいただいた、事務局の皆様。ズボラな性格故、多々ご心配とご迷惑をかけることの多かった15年間でしたが、毎年、本当に丁寧にサポートいただいたことは感謝しかありません。どうも、どうも、ありがとうございました。めちゃくちゃ楽しい15年間でした。

参考文献

- [1] 松岡正剛：『知の編集工学』朝日文庫(2001年)
- [2] 松岡正剛：『知の編集術』講談社現代新書(2000年)
- [3] 吉見俊哉、水越伸：『改訂版 メディア論』放送大学教育振興会(2001年)
- [4] 大塚英志：『物語消滅論』角川書店(2004年)
- * シラバスの骨格部分の作成にあたっては主に上記の4冊を参考にした。
- [5] ケヴィン・ケリー、服部桂(訳)：『<インターネット>の次に来るもの 未来を決める12の法則』NHK出版(2016年)
- [6] 杉山知之“スギヤマスタイル”
<http://www.sugiyama-style.tv/archives/50650813.html>
(参照2022年8月31日)。