

メディアを巡る大冒険

Take Us Out to the Media Game!

第3章 レイアウトされる／されない余白 blanks, spaces and margins laid out and not

関 口 久 雄

1. 文字を置く／並べる

「…ということで。では、今、説明した“DTP”で、実際にみなさん
にポスターをつくってもらいます。“ポスターをつくる”と言っても、そ
んなに難しいことはしません。コンピュータを使って、この写真に、これ
らの文字を好きなように置いてもらいます。文字の大きさ、種類、色は、
自由に変更できます。縦書きにしてもOKです。では、はじめて下さい」

メディア《つくる》工房にて、2007年度の京都学園大学人間文化学部
“メディア社会学科”のオープンキャンパスの体験授業の1つである「メ
ディアをつくってみよう！：ポスター制作編」がおこなわれた。⁽¹⁾まず、コ
ミュニケーションするための道具・手段としての「メディア」について概
説し、「文字／印刷」の簡単な歴史および“DTP”的解説をおこない、そ
して、実際の制作作業がはじまった。参加者各人が、A4サイズの“キャ
ンパス風景”の写真に(図1)、以下の5つの「文字」を、自由に“並べ
た”⁽²⁾のである。⁽³⁾

- 京都学園大学
- 人間文化学部



図1 「メディアをつくってみよう！：ポスター制作編」に使用した写真
(最終的な印刷の都合上、レイアウト時にも上下左右に余白を設定)

※自分だったら、どのように文字を配置するか、考えてみて下さい。

- メディア社会学科
- 社会学とメディアの両方を学び、現代社会に強くなろう。
- http://www.kyotogakuen.ac.jp/~o_human

2. レイアウトという作業

文字を置く／並べる、という作業は、「レイアウト(layout)」と呼ばれる。

読みやすい文字組みや、わかりやすい図版の並べ方を考えながら、編集意図に基づいて紙面全体をデザインすること。割り付けともいう。

「図解 DTP 用語事典」

[<http://www.japanlink.co.jp/dtpjiten/re/layout.html>]

広義には――

レイアウト【layout】〔名〕スル

1. 配置。配列。
2. 印刷で、紙面の仕上がりの形を考えて、文字・図・写真などを所定の範囲内に効果的に配置すること。割り付け。「ページー」
3. 洋裁で、布地の上に型紙を配列して裁断を見積もること。
4. 建築で、建物の配置、あるいは内部の部屋などの配置を決めること。

「大辞泉」 [<http://dic.yahoo.co.jp/>]

つまり、ポスター、雑誌、新聞、書籍等の「平面」から、インテリア、ディスプレイ、建築といった「空間」まで、“構成要素(文字、図、表、写真、イラスト、机、椅子、オブジェ、部屋、建造物…)”を、なにかしらの“意図／論理”で、配列／配置する。

そして、いわゆる一般の人たちには無縁の作業のように考えられがちで

あるが、実はレイアウトは、新たにかを生み出す、と同時に、既存の要素を再構成することもある。たとえば、日常的な「部屋の模様替え」「整理整頓」もレイアウトである。言いかえれば、レイアウトという作業は、(送り手が)意図を理解させるために「情報(メッセージ)」を選択・整理・配置し、(受け手に対して)伝達するコミュニケーション行為なのである。⁽⁴⁾

3. 余白のレイアウト：不在の現前

いわゆる平面の紙の上のデザイン作業であるレイアウトは、かつては「グラフィック／エディトリアル・デザイナー」「アートディレクター」といったプロの仕事であった(今でもそうである)。ただし、コンピュータによるデジタル化＝「DTP(デスクトップ・パブリッシング)」によって、だれもが主体的にかかわれるようになった。前章で論じた「DTV」と同様に、否、それ以上に「DTP」は普及している。“インターフェイス(=操作性)”の進化、機器類の低価格化等によって、自宅のコンピュータを使って、単純な文書作成だけでなく、デジカメ等の写真を取り込みながら、年賀状・サークルの会報・プライベートな名刺等で、あるいは、仕事のプレゼン用のパワーポイントの資料等の作成で、レイアウトをしているのである。⁽⁵⁾

しかし、前述のように、なにかしらの目的を持って、情報(メッセージ)を効果的に伝えるために、さまざまな要素が、選択・整理・配置される(はずである)が、通常、そのような熟考の成果であるレイアウトが意識されることはない。わかりやすい例が「余白」であろう。⁽⁶⁾

一般に、余白とは、デザインすべき要素をレイアウトした後の“残りもの”だと思われがちである。限られたスペースにより多くの情報を詰め込むために、余白は、より小さく／狭くされていく。時には、どうでもいいものとして、まったくその存在を無視されることもある。

そもそも、人は見えたものを把握／理解しようとする。いわゆる白く何

もないページに、文字や写真を置くと「図」と「地(=背景)」があらわれる。そして、その“図と地の関係”に意味を埋め込み／それを見出そうとする時、コミュニケーション＝レイアウトが成立する。

ゆったりと余白を設ければ豊かさ、余裕が生まれる。また、余白を均等にとののではなく、バランスを考えることで、ベクトルを生み出すことができる。文字に対して余白は、息抜き、流れ、余韻などを生む。また、ぎっしりと要素を詰め込むとメリハリはなくなり、強調したい部分は埋もれていく。余白をたっぷりとすることで、目立たせたい「図」のほうへと目線を導くことができる。空間が強調を生むわけだ。
[+DESIGNING vol.3, p.138]

デザイナー的な視点では――

余白の力を知らないグラフィックデザイナーはいないはずだ。白地に文字が書いてあるとする。白地には記号がない。言語による意味体系から外れた場所である。が、言語の外に意味を見つけるのもまた人間である。白地の白がどんな白か？ 青みがかった白なのか、赤みがかった白なのか、純白か。白地の量は？ 文字がびっしりなのかスカスカなのか。汚れて黄ばんだ白なら、そこに時の経過を感じるし、余白をたっぷりとったレイアウトには言葉ひとつひとつを噛みしめてゆっくり読んでほしいという編集者やデザイナーの意図を感じることができる。〔藤崎圭一郎2005b〕

さらに思考を進めれば――

本文のデザインも、余白をつくることから始まる。「本文を何字何行にするか」を意識するとき、すでに文字の〈箱〉がイメージされ、箱の外部に余白のあることが前提とされている。箱組のサイズが決められ、その結果として余白が生み出されるのではなく、余白への意識

が、箱を発生させる。[鈴木2006, p.12]

余白とは、偶然でもなく、余分でもなく、結果でもない。なにかしらの意図で“不在なるものを現前”⁽⁷⁾させる。そこには不可視であると同時に自明なレイアウトが存在しているのである。⁽⁸⁾

4. レイアウトの余白：メディア遊びのススメ

消費者／読者として、(余白の)レイアウトに接する時、それは、ほとんど意識されていない。同様に、いわゆるプロを除き、自らがレイアウトをする“主体”となる場合にも、レイアウトが意識されることは少ない。否、まったく意識されていないかもしれない。

たとえば、ワープロで文書を作成する際、「新規作成(新しい文書)」をクリックして、そのまま(デフォルト)の設定で、作業がおこなわれることがほとんどであろう。レイアウトにおいて、最も重要な要素の1つである「文字」についても、ワープロの代名詞である“Word”ならば、「大きさ」は“10.5 ポイント”，「種類」は“MS 明朝”的まま。多少の文字等の修飾をするかもしれないが、余白等をいじることは、めったにない。

それはなぜであろう。レイアウトが、不可視で自明な空気のような存在だからであろうか。

その理由をあえて考えるとすると——受け手とレイアウトの関係は、包丁や大工道具、そしてコンピュータといったあらゆる道具の“インターフェイス(=操作性)”のデザインと同じように「うまく作られた道具はその存在を意識させない」からといえるかもしれない。一方、送り手の立場としては、まず、設定等は面倒である。そして、なにかしらの合理的なルールに基づいて、その“デフォルト”は提示されているはずだから、それで

十分であるはずだから、変更する必要はない、と考えているからかもしれない。

いずれにしても、「文章(内容)」こそが第一で、「レイアウト(形式)」は、あくまでも脇役である(極論すれば、どうでもいいもの?), とみなされているのであろう。それが多数派であり、そして、それは正論であるにちがいない。

“メディア遊び”は、そのベクトルの方向性を、少しづらすことを試みる。

DTPによって、これまで“固い(不变)”と思われていたコンピュータ上の「文字」を、より容易に“柔らかく(可変的に)”扱えるようになった。それゆえに、たとえば、定められた形式に単に文字を入力するのではなく、適当に文字を“置く”。そして、その文字をいろいろと操作してみる。その文字が単に大きい小さいだけでなく、フォント等を使い分け、位置を変更することによって、その“意味”が異なってくることに気がつく(かもしれない)。試行錯誤を楽しむ。結果、そのメッセージに対応すると想定されるレイアウトが選択される(かもしれない)。

「その余白はレイアウトされているのか。そこにはどんな論理があるのか」

“個性”などということばを使うつもりはない。自ら新たな形式をつくるべき、と言っているのではない。デフォルトの形式をそのまま使っても差し支えない。⁽¹⁰⁾コンピュータを使う必要もないのかもしれない。⁽¹¹⁾自分がどんな形式を用いているのか(=自分はそれを選択した)、という“自覚=立ち位置”⁽¹²⁾の問題である。そして、少なくとも、そのプロセスを経ることによって、ポスター・新聞・雑誌・本を見る／読む時に、送り手の意図を解読

する助けにはなるであろう。⁽¹³⁾

言いかえれば、いわゆる「内容(メッセージ)」と「形式(メディア)」の主従関係についての長きに渡る論争について、紋切り型に答えてしまえば、どちらも欠いてはならない、不可分なものと考えてはどうであろうか。個々の内容が決まり次第、それに応じた形式がおのずと決定される。だからといって、どの形式を選択するかに正否や正誤があるわけがない。あくまでも、どのような形式を選ぶかで内容は規定される。すなわち、形式はその内容の“一部”であるとともに“全部”である、ということである。⁽¹⁴⁾

それは、厄介な試みである。⁽¹⁵⁾まったく必要がない無駄なことかもしれない。⁽¹⁶⁾しかも、この“葛藤”に終りはない。⁽¹⁷⁾けれども、この“メディア遊び”から新たなかが生まれる(⁽¹⁸⁾かもしれない)。

注

- (1) 2008年4月に、京都学園大学人間文化学部のメディア文化学科は「メディア社会学科」に改組される。なお、体験授業は、オープンキャンパスの各日に、各学部、午前／午後に1つずつおこなわれた(80分間)。詳細は、[http://www.kyotogakuen.ac.jp/o_nyushi/nyushi/opencampus/2007seminar.html]。
- (2) 「メディアをつくってみよう！：ポスター制作編」は、8月24日の午前中に、次のような告知をして、10名の高校生+1名の保護者の方々が参加。「『メディア』ということばを、どこかで目にしたことがあるはず。そもそも『メディア』とは一体何なのだろう。テレビも新聞もコンピュータも『メディア』で“コミュニケーションを媒介する手段”等と、こ難しい説明を聞いたことがあるかもしれないけれど、イマイチよくわからない…。じゃあ、とりあえず『メディア』をつくってみよう！それから『メディア』について考えてみよう！今回は簡単な『ポスター』を制作します」。
- (3) 実際の制作に関しては、基本はマウスで文字を選択／移動／変更するだけなので、簡単なコンピュータの操作(Macintosh+Apple Works 6の“ドロー”モード)をレクチャーをするだけで、あとは各人に自由におこなってもらった。その際に伝えたのは、「いわゆる“よいデザイン”を目指すというよりも、“自分がカッコイイ・気持ちよい”と思うように並べて下さい」。

作業がはじまると、コンピュータの操作を問題なくこなすもの、まごつくものの(特に Macintosh 特有のワンボタンマウス)，制作時間(約30分間)みっちり集中するものもいれば、最初の5分間程度で飽きてしまうものも、結果、同じ写真、同じ文字要素にもかかわらず、当然のごとく、その完成ポスターは十一人十一色であった。その完成した各ポスターはプリントアウトして、各参加者にお土産として、持って帰ってもらった。

なお、DTP 作業には「QuarkEXPress」「PageMaker」「InDesign」といった(高価な)専用アプリケーションが用いられることが多いが、実は、(廉価な)いわゆる“ワープロソフト”で同様な作業はおこなえる(たとえば「Word で本をつくろう ヨコ組編：自分のパソコンで本づくりに挑戦!!」(日本エディタースクール出版部2003)等のマニュアル本が活用されている)。第1章で紹介した「メディア表現実習」においても、DTP 用のアプリケーションは用いない。最初におこなうのが「名刺」「Tシャツ」「写真集」の制作で、Apple Works の“ドロー”モードでおこなう。Apple Works は細かい作業は苦手であるが、メディア表現実習(そして、「メディアをつくってみよう！：ポスター制作編」)の目的は、レイアウト(デザイン)の作業を学ぶ、というよりも(“WYSIWYG”等の専門用語や概念を抜きに)「DTP=メディアとしてのコンピュータの活用」を実際に体験してもらうことである。名刺制作では文字を、Tシャツ制作では文字の他にイラスト等を自由にレイアウトする。そして、写真集制作では自らデジカメで撮影した写真をレイアウトして、「くるみ製本機」を用いて自ら製本をする[<http://www2.starcat.net/~book77/shohin/hanyou/index.html>]。結果、名刺もTシャツも、各人各様のものが制作されている。写真集については、次のような応用作品も制作

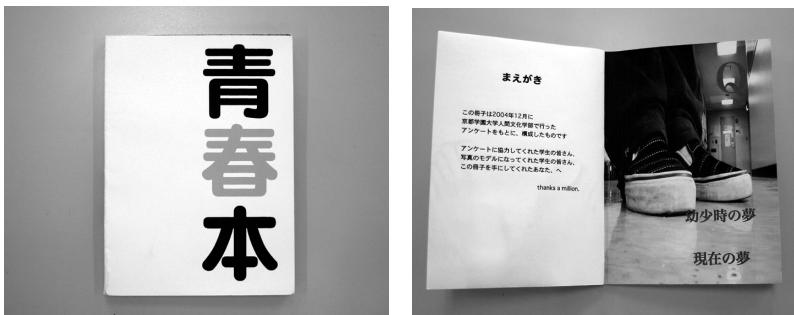


図2 「青春本」A6 サイズ(148×105mm)，カラー，全36ページ，くるみ製本

※web上で、全ページを見ることができる。

[<http://media-tukuru.jp/aoyama.html>]

された。大学内でいろいろな写真を撮影し、「将来の夢」等をアンケートして、それらを Apple Works でまとめ、全36ページの本が制作されたのである(図2)。

- (4) 「lay=横たえる」を原義として、「(死体の)埋葬の準備をする」という意味をもつ多義的な「レイアウト(lay out)」は、すでにこれまでそれなりに語られてきている。それらは、硬軟取り混ぜ「良いレイアウト(デザイン)をいかに」等の単なるハウツーものだけではなく、たとえば、グラフィックデザインの専門誌「+DESIGNING vol.3 : 特集レイアウト」では(2006),「レイアウトは、誰のために、そして何のためにあるのか?」として、平面のレイアウトに加え、路面電車の／複合商業施設の／ホテルの／車のエンジンのレイアウトを紹介している。“事態とメディア、生命の現在を透析するグラフィックデザイン批評誌”を掲げる「季刊d/sign」のNo.5では(2003),「特集レイアウト宣言」として、さまざまな論者が、各々の方向からレイアウトという多義的な存在を論じている。レイアウトについてのユニークな論考としては、ジェームス・ギブソンが開祖である「アフォーダンス(affordance)」の第一人者である心理学者佐々木正人が(「特集レイアウト宣言」の論者の1人),著書『レイアウトの法則』において、以下のようにレイアウトを解している。「周囲のどの表面にも細かな粒が満ちており、それがある秩序、つまり肌理をなしている《…》本書がレイアウトとよぶのは、この肌理の性質を持つ周囲のことである。周囲にはレイアウトがある。レイアウトは他に例のない仕方で世界を繋げている。私たちはレイアウトを知ることで、世界の『全体』を知ることになる。《…》レイアウトを発見した男の名前をジェームス・ギブソンという。知覚心理学者の彼は、周囲の表面をレイアウトにしている自然の原理を『表面の生態学的法則』とよんだ。これは世界をわずかの原理で説明しつくすための法則ではない。世界の無限な多様性を、全面的に肯定して、日々黙々と働いている私たちの知覚の原理を表わす法則である。レイアウトの法則は、環境に近い法則である」[佐々木2003, pp.8-10]。そして、その可能性の探求を、単なる机上だけではなく、“アート”という動的な実践世界に求めるのである。「アフォーダンスをどのように捕獲できるのか。ギブソン没後四半世紀、心理学はまだ頭を悩ませている。ところが、ずいぶんと前から、肌理について、レイアウトについて、周囲のアフォーダンスについて、持続して探求している一群の人々がいた。彼らはアーティストとよばれていた。世界には知覚心理学よりもはるかにレイアウトに詳しい人々がいる。学問の領域では、レイアウトを種々の理論が押しつぶしてきたが、アートの世界では、レイアウトはレイアウトとしてそのまま探求されていた。おそらく21世紀の心理学は、アートが何かを掘り当てた。その地面から再出発すべきなのだ」[佐々木2003, p.11]。

なお、本稿では、あくまでも「レイアウトとはなにか(なにができるのか)」を、“メディア遊び(メディア・リテラシー)”の観点から考察する。いわゆる「よいレイアウト(デザイン)とはなにか」等には触れない。レイアウトをはじめとする「デザインとはなにか／なにがデザインか」については、改めて別稿で論じる予定である。

- (5) 厳密には、文字を並べる作業は「文字組」「組版」と呼ばれ、文字と文字の間隔を、前後の文字に合わせて“自然に見えるように”個別の間隔で調整する「カーニング(kerning)」等の細かい作業を伴う。ただし、DTPでは「組版」は「(ページ)レイアウト」とほぼ同義に使われている。

なお、いくら簡単になったとしてもDTPのハードルは高い(実はDTVよりも)。特に、いわゆる「文字」の世界は奥深い。たとえば、普段あいまいに使用している、文字／フォント／書体／タイポグラフィーも—

- 【フォント】font特定のデザインで統一された、文字のひと揃い(数字、アルファベット、平仮名、片仮名、漢字、記号のセット)のこと。活字の時代からあった言葉で、元来、同じ書体で同じ大きさの活字のセットを指していたが、電算写植やDTPの文字はひとつの字母を拡大・縮小・変形できるため、大きさ別ではなくひと揃いの文字のことをフォントとよぶ。デジタルフォントの書体(細明朝、Timesといったデザインの種類)のことをフォントとよび、旧来の活字や写植文字の「書体」と区別することもある。(「図解DTP用語事典」[<http://www.japanlink.co.jp/dtpjiten/hu/font.html>] より)

- タイポグラフィ(英: Typography)とは、活字(あるいは一定の文字の形状を複製し反復使用して印刷するための媒体)を用い、それを適切に配列することで、印刷物における文字の体裁を整える技芸である。タイポグラフィの領域はその周縁においては、木版を用いて文字を印刷する整版、見出し用途のための木活字の使用、やはり木活字を使用する古活字版、さらにはレタリングやカリグラフィー、東アジアの書芸術と、技術的内容においても審美的様式においても、深く連関する。(「Wikipe-dia」[<http://ja.wikipedia.org/wiki/%E3%82%A4%E3%83%9C%E3%83%BC%E3%83%89>] より)

と定義される(もっと詳細な区別もありうる)。レイアウトやデザインを考えるには、「文字」を中心に据えなければならないが、本稿では、ページ数等の縛りもあるが、なによりも筆者の現時点の知識量では十分に処理しえない。よって、今回は個人的に関心のある事項について、参考となる文献等を列举しておくことにとどめておく(「デザインとはなにか／なにがデザインか」を考察する際に、改めて「文字」と対峙する予定である)。

日本の、いわゆる「文字／印刷」を考えるには、府川充男の仕事に注目しなければならないであろう。6年間毎日、国立国会図書館に籠り一次資料を

複写しまとめた全三巻総3,344ページの『聚珍錄(しゅうちんろく)』は、幕末から昭和期に至る日本の活字(漢字・仮名・約物類を含む)字体・組版の歴史を、三千点を超える豊富な図版をもって余すところなく論じている[府川2005]。そのボリュームに圧倒されるならば、その“ダイジェスト版(販促パンフレットとも称される)”『組版原論』[府川1996]を読むべきであろう(ただし、それでも全400ページ。府川のデザイナーとしての仕事は、ネット上でも閲覧できる「築地電子活版」[<http://www.tsukiji-type.co.jp/>])。

文字に関して、さまざまな雑誌・書籍が出版されているが、最近のものは『文字本』が興味深い[片岡2006]。「文字」「設計」「組版」「仕事」「見本」についての示唆に富む解説がなされ、そして、文字・デザイン・印刷等々についてのコーピーライターやデザイナーたちのコラムがまとめられている。たとえば、「『組版』こう書くとなんか古い、よくわからない。／でも、『文字を並べる』と書くと／なにかたのしく、オモシロソウとなります。／組版は文字を並べることだから、たのしく、オモシロイのです。／文章に色や香りがあるように組版にも／やさしそうとか、几帳面とか、たのしそうとか、／ピックリとか、頑固そうとか、あるいは、気品とか…／いろいろ演出のしかたで見え方は変わります。／どんな書体を使ってどう並べるか／ここはデザイナーのひとり舞台なんです」といった文章が、いろいろな書体や組版で提示されている。眺めるだけでも楽しい本である。

「同じ小説ならば、同じ文字組であろう」と考えがちであるが、単行本、文庫本、全集、そして各時代、出版社ごとに、異なる文字組であることは当然である。祖父江慎(装丁家)は、“っ”と“や”的表記の違いは、なぜか、という素朴な疑問からはじまり、“昆虫採集のように”夏目漱石の『坊っちゃん』の100年間の本文組を“原寸大”で紹介している[祖父江慎2004]。また、文字とは直接的には離れるが、本に登場する“星の王子さま”“坊っちゃんの顔”“ピノッキオの首吊り”のさまざまなイラストも整理されているが、メディアとしての「本」が情報をどのように伝達するのか／できるのか、を考える際の貴重な資料であることは言うまでもない[祖父江慎2006] [祖父江慎2007a] [祖父江慎2007b]。

写植書体を中心に、数々の基本書体の設計に携わってきた橋本和夫。毎日新聞社からAdobeへと移り「小塙明朝」「小塙ゴシック」を作りだした小塙昌彦。ユニークな書体として一世を風靡した「ナール」やモダンで斬新な「ゴナ」の生みの親、中村征宏。彼らの貴重なインタビューをネット上で読むことができる。「書体設計家インタビュー：文字の巨人」[http://www.jiyu-kobo.co.jp/mojimaga/mm_giants/mm_giants.html]。

コンピュータで文字を扱うには、さまざまな問題に直面する。ビットの集まりである「ビットマップフォント」、「TrueType」「PostScript」「Open-

Type」「NewCID」等々の数式で処理される「アウトラインフォント」。技術の進歩のみならず、その“形式”については、各メーカーのヘゲモニー争い、フォントへの投資を抑えたいユーザーの事情等によって、今後も混迷は続くであろう(複雑多岐なフォントの“形式”について、わかりやすくまとめているサイトとしては [<http://www.youart.co.jp/dtp/toku/font.html>])。日本語をコンピュータで使用する際には、コンピュータ上で文字を利用するためには各文字に割り当てる固有の数値である「文字コード」を考えなければならない(文字コード規格の基礎については、 [<http://itpro.nikkeibp.co.jp/article/COLUMN/20061122/254626/>])。そして、文字を何かしらのルールで規定しなければならない文字コードには、文字文化の“政治的”な対立も伴うのである(「ゆたかな文字文化を創りあげるために」(東京大学多国語処理研究会) [http://www.u-tokyo.ac.jp/KanjiWEB/00_cover.html] と「GT 明朝(東大明朝)とトロンを批判する」 [<http://www.linelabo.com/index001.htm>])。

- (6) 言うまでもなく、余白も多義的である。たとえば、和英辞典で調べてみると——〔文字の書いてない白い部分〕 a blank; [空所] (a) space; [欄外の] a margin 「プログレッシブ和英中辞典」 [<http://dic.yahoo.co.jp/>] 。そして、レイアウトを意識すると、余白にも、いくつもの階層を読み取ることができる。「レイアウトをさらに別の角度から語るならば、余白をどう見せるか」ということです。文字や写真といった〈中身〉ではなく、〈余白〉を見ようとするとき、すでに別のレイヤーの視線に切り替わっています。そして、その余白にも階層があるのです。版面に対する余白。版面のなかの、本文スペースと註スペースとの関係で発生する余白。行間という余白。字間という余白。四角のなかのひと文字も、画線と余白からできています。余白が階層をなして、螺旋状に積み重なっていく。余白というのは、どんどん降りていき、もしくは逆に昇っていく階層を持っている。降りたり昇ったりする。《…》デザイナーは、いま自分が問題にしているのがどこの階層の余白なのか、常に意識していないなりません《…》文字を組むとは、余白の制御とも言えます」[鈴木2007, pp.162-163]。
- (7) 余白についての論考も数多いが、デザイナー鈴木一誌は、佐々木正人との対談で、以下のような発言をしている。「余白をページの上に持っていくか下に持ってくるかで非常に異なる印象が生まれます。上にある余白の方が目立つということもあるし、同時に何となく和風だったりします。逆に、余白が下にある方が学術書っぽい洋風味が帯びてくる。《…》一般に、下手な文章だと余白に耐えられません(笑)《…》共通して言えるのは、文字の塊以上に、余白の形状を気にしながらフォーマット・デザインを考えていることです」[鈴木一誌×佐々木正人2003, p.166]。「紙面設計の初期では、あるべき

余白と理想的な版面が揺れながら重なっている時間が続き、それを名づければフロートしている、漂っている感じで、大事にしたい感覚なんです」[鈴木一誌×佐々木正人2003, pp.192-193]。なお、鈴木は、「余白自由度」という考え方を提案している。「余白の扱い方は、媒体によってちがうという実感がある。余白自由度という新しい概念をつくることにしてみよう。改行や改段、改ページなどの切断の方法によって、余白の演出のされ方が変化する。作業の過程でどのくらい余白を自由に生み出せるかを、余白自由度と呼び、余白自由度の大小と、『メカニックな改行』と『意味による改行』とをタテ軸ヨコ軸に置いていると、グラフィック・デザインがあつかうさまざまなメディアが、その座標に配置される。辞書の組とか、新聞の組版現場では、基本的に情報収容量の多さが求められているのだから、大きな余白が生まれることはまずない。余白自由度が小さい媒体だといえるだろう。文字の配置が任せられることの多いポスターのデザインなどでは、余白自由度が高い。雑誌は、なんでもありということで中央に位置すると考えられる。《…》職業で言うと、本文組版の注文を受ける現場は、自分の意志ではなかなか余白をつくれないから、余白自由度が少ないといえる。デザイナーは、ある程度ではあるが、文字を大きくしたり小さくしたり改行の工夫で余白をつくることができる。余白のコントロールの裁量が任されているという意味では、余白自由度が大きな職業だろう」[鈴木2002, pp.237-238]。

書家である岡本光平は、書の観点から、日本の歴史的背景を踏まえて、次のように語る。「余白という言葉は、感覚的にわかっているものの、説明するとなるとこれほど難しいものはない。《…》日本人の余白の美意識は、今や日常生活のすみずみにまで、ほとんど無意識といえるほど浸透している。《…》余白は、決して『余った白』などというのではなく、『語るに余りある白』、つまり眞実眞奥は語り尽くすことができないものとして、暗喩を象徴しているのである。それはかたちなき神と同じで、一人一人の心の内にある『胸中自然』というべきか」[+DESIGNING vol.3, p.116]。

「モノ派」の中心人物の1人である現代美術作家、李禹煥は「余白の芸術」を唱える。「アートは、詩であり批評でありそして超越的なものである。そのためには二つの道がある。一つ目は、自分の内面的なイメージを現実化する道である。二つ目は、自分の内面的な考え方と外部の現実とを組み合わせる道である。三つ目は、日常の現実をそのまま再生産する道だが、そこには暗示も飛躍もないで、私はそれをアートとはみない。私の選んだのは二つ目の、内部と外部が出会いう道である。そこでは私のつくる部分を限定し、作らない部分を受け入れて、お互いに浸透したり拒絶したりするダイナミックな関係を作ることが重要なのだ。この関係作用によって、詩的で批評的で超越的な空間が開かれることを望む。私はこれを余白の芸術と呼ぶ。

ところで私は、いろいろな画家の絵面の中に見られるような、ただ空いている空間を余白とは感じない。そこには何かのリアリティが欠けているからだ。例えば、太鼓を打てば、周りの空間に響きわたる。太鼓を含めてこのバイブルーションの空間を余白と言う。《…》芸術作品における余白とは、自己と他者との出会いによって開く出来事の空間を指すのである」[李禹煥2000, pp.3-4]。

- (8) レイアウトについての探求は、“ペーパーレス”が進み、紙という呪縛を逃れることによって新たな展開を迎えるとしている。たとえば、いわゆるホームページ“WWW”的基本構造であった「HTML(HyperText Markup Language)」は、文書の論理構造を記述することを目的としていたが、文書の視覚的構造を規定する「CSS(Cascading Style Sheets)」等が用いられるようになり、レイアウトデザインの工夫の余地は広がった。いつの日か究極の「ハイパーテキスト(hyper text)」が現実のものとなる時に、レイアウト(という概念)は一体どうなっているのであろうか。また、生活のいろいろな場面で、“ケータイ”で文書を読むことが一般化しつつある今、小さなディスプレイでの“視認”等の技術的な侧面含めた文書のレイアウトの方法についても考えていかなければならないであろう。

ところで、“ケータイ”的ディスプレイに関連する項目として、1つ指摘しておきたいことがある。描かれている“絵”的のみならず、その余白をも“情報を伝達するための大変な要素”とするのがマンガというメディアである(“マンガの余白”についての考察は[白拍子2007])。「日本が世界に発信する文化だ」と能天気に賞賛される一方、いわゆる識者たちからは、いまだに軽視されるマンガであるが、最近、その取り巻く状況が大きく変化している。「ふきだし」や「コマ割」など、マンガを読み進めるためのルールを理解できず、マンガを読むことができない若者たちが増えているという(「ファンキー通信：マンガが読めない子供たちへ…」[<http://news.livedoor.com/article/detail/2075067/>])。「マンガならだれでも理解できる」と思うのは大きな勘違いである。マンガにはマンガの約束事があり、それを共有することによって、コミュニケーションは成立している。しかし、昨今の「文章」を巡る状況と同様“行間”“伏線”等が理解されず、“直接的な表現形式”でコミュニケーションを成立させようとしているものが増加している。そして、同時に「ケータイへの配信」はじめとするデジタル化が進行している(2005年度の電子コミック市場規模は約34億円と、電子書籍市場全体の36%を占めるという。「電子コミックビジネス調査報告書2006(インターネット生活研究所)」[<http://www.impressrd.jp/iil/ecmoic2006>])。いわゆる“フラット化”が進行しているのである。文章のみの本についても、その状況の変化はきちんと考察しなければならないが(“ケータイ小説”的文体等の

問題含め), マンガは, 1コマ1コマ提示される“紙芝居”になってしまった(内容に応じてコマが“動く”等の演出効果も加わった)。いわゆるコマ割等のレイアウトは消失してしまったのである。これはマンガとは似て非なるメディアである。肯定的に考えれば、新たなメディアが誕生した,とも言えるが、いわゆる“マンガ好き”の読書としては、受け入れ難い現実であろう。ただし、このような状況は嘆くことではないのかもしれない、送り手である、その“作者”が、そのコミュニケーション形式に納得しているのならば。なぜなら、いわゆる普通の読者は、そもそもマンガのレイアウト(=表現形式)など、ほとんど意識していないのかもしれないだから(意識されているならば、マンガのケータイ配信が、現在、これだけの市場にはなっていないはずだから…。

- (9) このような議論の際につぶやかれるのが「私にはセンスがないから…」。ただし、『聚珍録』の府川は次のように述べる。「世の中、本当に頭のいい奴ってのは理系なの。デザイナーだってそうだよ。デザインの気持ち良さだって、理系で済んじゃうんだ。要するに、黄金比級数プラス心理学。それでおしまい。俺はレイアウトする時、最初から黄金比級数で空間を分割しておいて、そこに文字と画像をめ込んでいくんだ」[片岡2006, p.84]。その意見の賛否についてはともかく、「(情報)デザイン」は、ある程度までは「知覚」や「認知」の知識でカバーできる(たとえば、「デザイナーのための知覚心理学入門」[+DESIGNING vol. 3])。現在、世界中のグラフィックデザインの基本手法としているのが「グリッドシステム(Grid System)」である。一定の規則により区切られた格子(=グリッド)を文字や写真の配置に利用するこの手法を用いれば、レイアウトの効率がアップするとともに、だれでも一定品質の美しいレイアウトを作成できるのである(スイスで生まれヨーロッパを制覇したグリッドシステムの教科書は数多く出版されているが、その創始者グラフィックデザイナー、ヨゼフ・ミューラー=ブロックマンの[Muller=Brockmann 1981]は、デザインを考える際には必読の書であろう)。また、レイアウトというと“GUI(Graphical User Interface)”を想起しがちであるが、複雑な数式をおもいのままに印刷するためにつくられた「TeX(日本語表記は、テフあるいはテック)」は、テキストベースで、ページのレイアウトを論理的に記述する“理系御用達”的ソフトウェアである(開発者のドナルド・クヌースは“The Art of Computer Programming”で有名である。Dr. クヌースのサイトは [http://www-cs-faculty.stanford.edu/~knuth/], TeXの基本情報は [http://oku.edu.mie-u.ac.jp/~okumura/texwiki/])。

いずれにしても、いわゆる“センス／デザイン”的関係性の問題は容易には解決しない。戦時中の1940年代、報道技術研究会の中心人物、今泉武治の

- 言説と、写真、印刷、広告制作といったメディアの変化とを論じ、「感性」という言葉が「レイアウト」とともに浮上してくる論理を鮮やかに剔出する[加島2005]は、その難問へのアプローチの1つの方法を示してくれている。
- (10) 「『レイアウト』と聞くと、なにやらグラフィックデザイナの仕事を連想されるでしょうか。たとえば、見出しに丸ゴシック体のような特徴のある書体を使うとか、図・表の周囲に段落の“まわり込み”をするとか、『グラフィックデザイン(商業デザイン)の手法』を思い浮かべてはいないでしょうか。しかし、そのような『“凝った”手法』以前に、基本書式(本文文字・行間など)や、ワープロに標準で設定されている見出し書式を少し見直す(あるいは使い分ける)だけでも文書は格段に読みやすくなります」(「わかりやすい技術文書・ビジネス文書の作成手法——テクニカルドキュメント・ビジネスドキュメントのためのテクニカルライティングセミナー」[<http://www.yamanouchi-yri2.com/index.htm>])のように、いわゆるビジネス文書的な“読みやすい”にこだわるならば、基本設定をマスターするだけで十分である(基本設定さえ理解しない人の方が多いであろう)。
- (11) 「コンピュータはあくまで道具(補助的手段)にすぎない」にもかかわらず、「すべてコンピュータがやってくれる」と思っている人たちは少なくない。高価なDTP専用ソフトウェアがあれば、そして、その操作方法を覚えてしまえば、デザインは出来てしまう、と思っているのである。それは甘いと言わざるをえないだろう。ならば、ソフトウェアの操作方法をマスターして、いわゆる“イメージ”さえあれば、デザインは完成するのであろうか。そうではない。たとえば、各界の先端で活躍する人物に焦点を当てるドキュメンタリー番組『情熱大陸』(毎日放送)の装丁家である鈴木成一の登場回(2005年4月3日放送)では、その仕事風景が紹介されている。鈴木は、デザインのためにコンピュータを使う。しかし、コンピュータだけを使うわけではない。文字をはじめとするページ要素の配分を電卓で計算する(そして、導き出された数字に基づき定規で線を引く等の作業をくり返す)。府川も、インタビューで、次のように答えている。「QuarkEXPressというの、軽くて非常に枯れていて、いいソフトなんだけれども、とにかく計算のできないやつにはとともに使えないんですよ。《…》だから電卓を叩きまくって使うものなんですよね。《…》電卓を叩きまくるのがいやな人は、やらないほうがない(笑)《…》最近広ってきたInDesignに細かい計算はいらないのかといったら、そんなことはないですからね。InDesignだって同じように、計算ができない人には使えるソフトではない」[府川2007, p.105]。ちなみに、その鈴木の仕事風景の場面を学生たちに見せると、そのような“アナログ”的な作業に気がつく学生は少数で、多数は気がつかない。前者は、自らデザインと格闘して、しかもデザインとは“感覚”だけでなく“論理”も必要で

あると自覚している学生である(後者の学生たちに、その作業の意味を説明してもデザインという行為を“実感”はしていないので，“理解”はしてくれない)。

ただし、コンピュータ化による(幻想の)問題は、いわゆるプロの世界でも起きている。代表的なものは、前述の文字コードの問題であるが、文字コードをはじめとしたトラブルを未然に防ぐための、編集者・デザイナー・組版従事者・印刷する人が共同作業する際の共通言語としての「ページネーション・マニュアル」が作成され、公開されている。「ページネーションにおける業態の変化は急激である。人の問題を抜きに“DTPは文字から画像まですべてを処理できる”との幻想と信仰が幅をきかせているが、『何でもできる』という言葉は『何にもできない』という現実を覆い隠すいちじくの葉っぱだ。異体字を知らないデザイナーが文字を入力し、製版を知らないオペレーターがトーンカーブを補正するという無茶が大手を振ってまかりとおり、日本のDTPは混乱の極みにある。餅は餅屋というではないか。分業ではなくすのではなく、新しい分業へと組み変えられるべきなのだ。個々の分野の実践と経験に裏づけられた職人技は、切り捨てるべきでなく、新しいアーキテクチャーのなかに引き継ぎ、発展させていく必要がある。隣り合う作業者同士が見失ってしまった共通の『言葉』を取り戻そうとするとき、このマニュアルは《橋》になる。レイアウトを指定し、指示する側と、実際のオペレーター作業をする側との双方が共通の約束をつくりだし、データの受け渡しなどの日常的に繰り返される無用の摩擦や対立という無駄をなくしていく、そういう《橋》になるのだ。そして、その公開の意義も述べられている。「ページネーションにおけるコンピュータ化のなかで『熟練の後継者の育成か、熟練の技術のコンピュータ化か』(星野芳郎『インターネットの虚像』1997年、技術と人間)、私たちはしっかりと見すぎる必要があろう。熟練の手動写植機の職人・筆安雅夫さんから教わった、手動写植機のラケットの音のちがいで文字の大きさの差を耳で聞き分けるという職人技の話は、コンピュータは人間の熟練を越えることはできるのかと問いかけている。技術の畸形的『発展』を防ぐためにも、公開の精神と公開の技術が積極的に広められてよいのではないか」(前田年昭「ページネーション・マニュアル」公開の根拠と社会的意義) [<http://www.linelabo.com/prin9707.htm>]。ページネーション・マニュアルは、現在では、各ソフトウェア用のものが作成され(オリジナル作成は鈴木一誌)、ネット上からダウンロードできる。たとえば、[\[http://www.pot.co.jp/moji/\]](http://www.pot.co.jp/moji/)。

そして、このようなコンピュータ全盛の時代だからこそ、いわゆる“ハンドメイド”等が注目される。ただし、“手書き文字”で知られるデザイナー平野甲賀は、こう語っている。「マックを使うようになって書き文字が変わ

ったか、とよく尋かれるけど、そんなことはないと思いますよ。DTPといったって特別のことじゃない。ガリ版やプリントゴッコと大差ないんだから」([平野1994]、付録インタビュー)。言うまでもなく単純な礼賛あるいは拒絶でなく、冷静なるコンピュータとの“折り合いのつけ方”を考えていかなければならぬであろう。

なお、グラフィックデザインをおこなう際の、“道具としてのコンピュータ”的最低限の(知らなければならないであろう)知識については〔永原2003〕にまとめられている。

- (12) 諸々の現実的な妥協という選択肢を選ばざるをえない場合もある。たとえば、「制作システム上」本稿のレイアウト等の印刷処理は、多少の修正等は可能であるが、基本的にプロの印刷屋さんにお任せである(はたして、どのようなレイアウトになるのか?余白はいかに?)。
- (13) いわゆる世間一般で言う「メディア・リテラシー=マスメディアから発信された情報を読み込む力」の育成には役立つであろう。そして、一度でも、レイアウトを意識するようになったら、それからは、世の中の至るところに存在する“レイアウト的なもの”を意識せざるをえなくなる(かもしれない)。
- (14) “メディア／メッセージ”的問題も簡単には片づかないが、たとえば、「本」という存在にも、「物体としての本」「レイアウトとしての本」「テクスト」というような層があると、鈴木は言う。「子どもがバタバタ振る本はまさに立体物ですし、本として見えている立体的な世界では本は常に歪んでいる。それがレイアウト、あるいは『たたずまい』として意識された瞬間に、空間は、殺され、厚みを失って、幾何学的な長方形になり、観念上、縮小・拡大が可能なものになる。と同時に、時間が捨象される。次にテクスト内容に入っていくと、いま、平面になって時間が消えたのに、テクストの連なりということで再度、時間が仮構され、時間の中により戻される。本当に3つのなかどうかはともかく、こうした複数の層が本にはあって、われわれは層のあいだを自在に行き来している。読者にどういう受け取られ方をするかはブック・デザイナーは想定できないけれども、複数の層の中で読者が受け取ることを想定しながら設計します」[鈴木一誌×佐々木正人2003, p.160]。

「メディアはメッセージである」とは、マーシャル・マクルーハンの有名なことばであるが、たとえば、マクルーハンには“The Media is the Message: An Inventory of Effects”という本がある。そのタイトルのメッセージ自体がさまざまな解釈をよんだが、実際、この本はマクルーハン単独の作品というよりもグラフィック・デザイナーであるクエンティン・フィオーレとのコラボレーションである[McLuhan and Fiore 1967]。なにをコラボレートしているかといえば、内容と不可分な“形式”を共作している。各ページごとにメッセージが記されている。さまざまな文字を使い、写真のト

リミングをおこない、そのメッセージに対応したレイアウトが選択されている(はずである)。この本ほど翻訳の不可能性を感じさせるものはないと考えられる(すでに翻訳は存在しているが)。ただし、それは言うまでもなく、いわゆる文字だけの本が簡単に他の言語に翻訳できるといっているのではない。マクルーハンのこの本の何が翻訳できるのかということである。

- (15) たとえば、使用するソフトウェアの設定を厳密におこなうだけでも、途方もない作業になる。現在、主流となりつつあるレイアウトソフト「Adobe InDesign」で設定可能な行組版関連項目が [向井裕一2001] にまとめられている。
- (16) 今から12年ほど前に、朝日新聞社発行の年度版現代用語事典『知恵蔵』を巡る裁判があった。鈴木一誌が創刊以来手がけてきた『知恵蔵』の本文レイアウト・フォーマットを、朝日新聞社が編集長の交代を期に流用したことから、フォーマット・デザインの著作権について、朝日新聞社を相手どって訴訟を起こしたのである。日本ではじめてのフォーマット・デザインの権利をめぐる裁判である。5年間の裁判の末、結果的には、鈴木は敗北したが、「『かたち』は内容の奴隸か」「テクストは文字の集合か」「『作品』は『要素』に還元できるのか」といったさまざまな問題を提起した。

鈴木：知恵蔵裁判の争点は幾つもあると思うのですが、この場に即して1つを挙げるならば、紙面のレイアウトやページのたたずまいには意味があるのかないのか、ということでした。裁判所の判断には意味がない、と。つまり、「レイアウトの詰まった物として本を見る」ことを拒否した。書物は、意味の連なりであるテクストという単層からできているというわけです。

佐々木：実用性や機能的形態の背後にある工夫はそれほど重要ではなく、機能に埋め込まれているのだ、という主張ですね。ちょっとここは腹が立つというか。

鈴木：要するに見えなんてどうでもいいんだと言っている。

佐々木：『…』被告の新聞社は自分にそういう重要なものを見る眼がないということを吐露している。つまり文字列にメッセージがあって、レイアウトは「ノイズ」にすぎないというわけですよ。『…』意味とノイズの両方をおそらく分離せずにつきつめた時にはじめて、「レイアウト」がぐっと表に現れてくる。僕はノイズという用語よりはレイアウトの方が力があるんじゃないかと思う…というよりも、レイアウトこそノイズでありかつ意味なんだと言いたいんです。[鈴木一誌×佐々木正人2003, pp.187-188]

ただし、そもそもレイアウトもデザインもフォーマットも専門的な事項のためか、この裁判は世間的にはほとんど話題にもならなかった。「多分、版

面を前にして具体的に、こうしたらこんなに駄目で、こうしたらこんなにいいじゃないかというふうに裁判官の視覚を練習させるしかないと思うんです。今後もこういう問題が起きてくるとして、やはりレイアウトについて識別できる視覚を裁判所も持たなければいけないんじゃないかと思います」[鈴木一誌×佐々木正人2003, p.188]と佐々木は語ってはいるが、デザインを巡る状況はあまり変化はしていないようである。この5年間の裁判の全貌は〔鈴木一誌+知恵蔵裁判を読む会編2000〕。

- (17) 終わりなき“自己との対峙”について、鈴木一誌は、「『ページネーション・マニュアル』に2年目はあるか?」というたかだか20字ほどのタイトルを組むのに、14の手間(テクニック)が必要である、ことを解説した上で、「だいじなのは、こういうテクニックがあるのを知ることです。知ったうえで、自分のタイプグラフィは素のままの荒々しさがいいというひとは、テクニックを使わないでもいい。ただ、〈お任せ状態〉を疑う感覚は磨いてほしい。〈お任せ状態〉では気持ちが悪い感覚があって、はじめて細かなテクニックをほどこすことで、タイトルが自分のなかに着地する。本文にしても同じことですね。〈お任せ状態〉を自分のほうに取り返さなければなりません。しかし、しごととなるとなかなか大変です。締め切りがあしたの朝で、やることがまだ膨大にある。そんなとき、タイトル1行にこれだけの手間がかけられるかどうか。つい省略したくなるんです。でも、省略したひとから負けていく。もう忙しくて、体力がへとへとになっていても、やはりやらざるをえない。やらないと気がすまない。気持ち悪いという感性は、ごまかしようがないんです。やらないと気がすまない感性を磨くことが、〈お任せ状態〉の平面性からの、脱出を助けてくれるのだと思います」。そして、“自分の目盛り”をつくることをすすめる。「文字の大きさと同じように、字送り、行間などあらゆるところで、千とか万とかの選択肢があるのがDTPの世界です。つまりわたしたちは、選択肢という広大な平面に囲まれていると言ってもいい。DTPが投げかけてくる〈お任せ状態〉の目盛りではなく、自分の目盛りをつくる必要があるのです」[鈴木2007, pp.141-142]。
- (18) メディア《つくる》工房を“媒介”にして、また、新たなにかが、つくりだされた。

まず、京都学園大学人間文化学部メディア文化学科の2006年度の1回生向けの演習用の教科書。人間文化学部文化コミュニケーション学科(現・メディア文化学科)3回生の学生に、学部の教務主事の教員から、その教科書の“改訂版”のデザイン作業が依頼された。そして、その学生は、打ち合わせ等を重ねながら、Illustratorでイラストと表紙を作成し、InDesignで中身のレイアウト作業をおこなった。「このテキストは1回生の演習で使われる。前年度のものは、数名の教員が書いた原稿に統一性がないまま、“ワード”

で出力され、綴じられただけのもので、大変使いにくく感じられた。前年度の原稿と新しく追加された原稿の内容を統一させながらレイアウト(48ページ)・表紙デザインをするとともに、イラストをつけ加えた。大学などの閉じられた環境でつくられ、使われるもののほとんどは“レイアウト”を必要とされていない。“ただ読むことができる”ということが必要とされている。しかし情報というのは、文章の内容にだけではなく、紙質・フォント・行間・文字間・イラスト…などにも含まれている。とくに文章内の空間にくわえて、文章の周りの空間である“余白”というものは無駄なものと考えられがちで、このテキストに関してもそれは不必要とされていた。しかし『読む』という行為は、そこに含まれている全ての情報に対して行われている。つまり、その空間に含まれている情報の全てに構成／演出をするべきだと考えて、このテキストのレイアウト作業をした」[牧2007]。結果、完成した教科書は、実際に演習で使用され、それなりの評価を得た(図3 レイアウトの概観については [<http://media-tukuru.jp/maki10.html>])。そして、表紙のデザインを変更し、中身を若干修正したものが2007年度にも使用された(図4)。また、その学生は、大学生活の4年間の活動(各種メディア制作やワークショップの企画運営等)を、卒業制作「communication/documentation」としてまとめ、「学生論文集」に掲載されることになった。通常は、いわゆる文章のみを入稿し、後は“お任せ状態”であったが、あくまでも“作品”として、自分のページのみレイアウトさせてもらえることになった。そして、ある程度の制約のもとInDesignで独自にレイアウトをしたデータを入稿し、掲載された(図5)。ただし、それら3つの制作物は、最終的には、外部の印刷業者を通じて、アウトプットされたため(そして、いくつかの不幸な“ディスクミュニケーション”が重なって)，制作した本人にとって満足できるものにはならなかった。そのような事情だけが理由ではないが、写真等も多用い、なんの縛りもなく自由にレイアウトして、用紙等も吟味し、自ら製本し“私家版”的「communication/documentation」を完成させた(図6)。

もう1人の学生は、学生生活4年間を“独り文学部”として、「文学」と格闘し続けた([上村2005])。そして、その集大成として、卒業論文を書き上げ、卒業制作として、その論文を「本」にした。自ら紙の専門店で紙を選択し(竹尾大阪見本帖 [<http://www.takeo.co.jp/web/shop/osaka.html>]), InDesignでレイアウトをして、メディア《つくる》工房の大型プリンタで印刷をした(HP Designjet 130 [<http://media-tukuru.jp/mts-tools.html>])。そのあとがきには、以下のように記されている。「私は大学4年間ずっと、文学とは／論文とは／書くとは／読書とは／本とは何か、という問いと常日頃から格闘し、いつもそれらが頭の中を渦巻いていた。そのなかでも私は、消



図3 2006年度版表紙
A4サイズ, 48ページ ※オリジナル版の「表紙」の文字色は「黒」

図4 2007年度版表紙

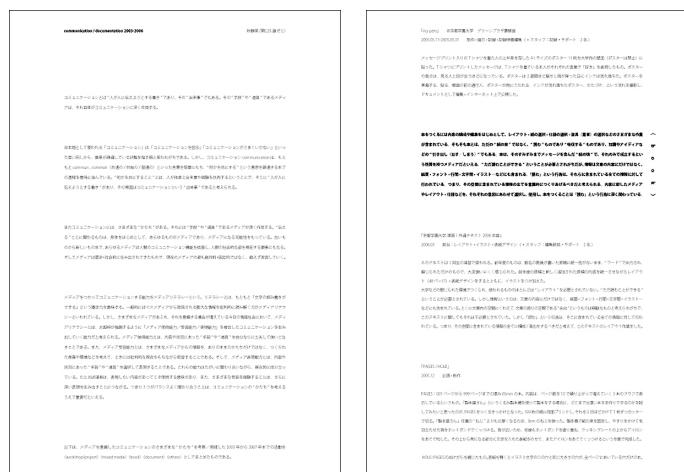


図5 「人間文化学部学生論文集」に掲載された
「communication/documentation」

B5サイズ, モノクロ

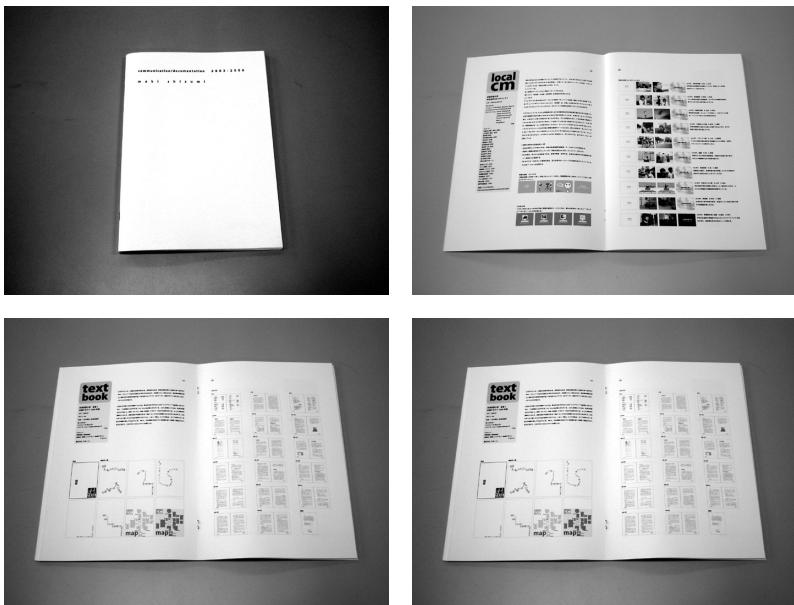


図6 私家版「communication/documentation」
A4サイズ、カラー、中とじ製本

費者として身近な存在である『本』について考えた時間が多かった。『本』は、 “紙” に “文字” が書かれた束の “集合体” かのように思われがちだが、それは誤解だ。『本』は、内容(著者／文章／文字情報)レイアウト(組版／余白／フォント)装丁(判型／紙／帯)，それら全てを総合して『本』は成立している。もちろん『本』という総合作品が作品たらんとしていてはいけない。読者の手に渡り『読書』という文化的な営みが行われてはじめて『本』は完成する。私は論文を執筆するにあたって、誰もが読めるものを書くよう心がけた(もっとも、それは無謀な設定であるのだが)。論文を書き終え、自分の文章を手に入れた私は、その文章を紙の上に飾るべく、自らの手で『本』を制作した。A2用紙に両面印刷したもので、表に本文を、裏に注釈を印刷して折り畳んだ、そうした判型の『本』である([上村2007] 図7)。そして、2007年8月に東京で開催された公募展「THE LIBRARY 2007」に出展された[<http://homepage2.nifty.com/tokiart/070814.html>]。その“本”的詳細は、[<http://media-tukuru.jp/kamimura02.html>]。



[Hardware]

Apple iBook(Mac OS X 10.4.7)

Apple iMac G5(PowerPC G5)

[Software]

Adobe Illustrator CS

Adobe InDesign CS

Adobe Photoshop CS

[Font]

Osaka レギュラー

小堀ゴシック Std B

小堀ゴシック Std H

ヒラギノ角ゴ Pro W3

[Scanner]

EPSON GT-X800

[Printer]

hp designjet 130(C7791C)

[Paper]

DEEP EX ケナフ 100

[Photo]

下記の資料からスキャニングして使用

本文：『三島由紀夫とテロルの管理』

千種キムラ・スティーブン

作品社 2004年

注釈：柴原／矢頭保

yaso 夜想／特集 #『秋美』

2006年4月23日発行

kamimura@bricolage.jp

三島由紀夫と切腹

—歴と性、そして生—

2007年2月22日 第1版発行

2007年3月15日 第3版発行

【企画・構成・制作・文・編集・表T・組版】

上村倫行

【発行所】

メディア《つくる》工房 文芸部

図7 「三島由紀夫と切腹」 A2 サイズ
左上：折り畳んだ状態 右：奥付部分
左中：表(本文)
左下：裏(注釈／あとがき)

ところで、最近、「プロとして恥ずかしくない…」という類いのデザイン／印刷関連のいわゆるマニュアル本が目につく。それらは、だれに向けてのものなのであろうか(恥ずかしいプロが存在するのか?)。「DTP以前の印刷までの作業工程を、デスクトッププリプレスと比較すると、デザイン、版下作成、製版がそれぞれの専門家に分業化されていた。DTPではこれらをすべてコンピュータを操作するただ1人の作業者が行うことが可能となるが、同時に作業者は上記のどの分野についても深い知識をもっていることが要求されることとなる」[\[http://ja.wikipedia.org/wiki/DTP\]](http://ja.wikipedia.org/wiki/DTP)。前述のようにDTPは、だれでも容易に踏み込めるようになったが、その中は迷路のように複雑である。つまり、かつては、いわゆるプロ=専門家の仕事であったデザインの世界に、DTPによってある種の“お約束事(修行)”を免除された素人が入り込むことによって、いろいろな齟齬／弊害が起きているのである。デザイナー杉崎真之介と建築家若林広幸は「コンピュータによる身体感覚の喪失感」を憂いながら以下のような対話をおこなっている。「若林：コンピュータは便利だし簡単に疑似体験できますからね。建築でも、CGで描くと、ものすごくカッコよく写るから、できちゃったような気になる。だから、今は発想がちょっとあれば、Macにソフトを入れれば何でもできるということになる。一億総デザイナー時代ですね」「杉崎：コンピュータの能力に寄り掛った、一見かっこいい、デザイン『のようなもの』が街にあふれていますね」。ただし、杉崎は、こう続ける。「とはいえる一方では、素人が作ったショップカードが、専門家であるはずのデザイナーのものよりよかつたりもするんですよね。切実だから」[\[+DESIGNING vol.3, p.57\]](#)。実際そのような場面に遭遇することはよくある。たとえば、今年度、ある映像関連のプロジェクトで関わった“自称プロ”という方々の制作能力および制作姿勢は、正直なところ、学生以下であった(学生たちに彼らを見習えとは言えなかつた、しかし、十分“反面教師”的役割は果たしてくれた)。そのような状況に接すると、前章のDTVでも論じたが、改めてプロとはなにか、と考えてしまう。「プロとは素人より優れた仕事をする人たち」と思いたい、そして、かつては“技術幻想”等である程度は粉飾できたが、今日において、一部のいわゆる“一流と呼ばれる人たち”を除いて、それを認めるのは難しい。では、なぜ、「素人≡プロ」なのであろうか。その理由の1つは、杉崎が指摘するように、プロにとっては、ルーティン作業かもしれないが、素人にとっては、切実なる“一世一代”的仕事ゆえ、その思い入れ等が違うからかもしれない。あえて定義すれば、「プロ=それなりのことを、それなりにこなすことができる人」(あるいは「こなすことで、すべてを自明にして閉じてしまう人」)といえるかもしれない(前述の学生の制作に伴う印刷の諸々のトラブルも、ルーティン作業で、こなされてしまった、というのが主な原因であ

る)。本稿の筆者も、メディアの現場にいた当時は、日々の仕事に追われ、やっつけ仕事でなんとかその場をしのいでいたことが多々あった。それゆえ、そんな彼らを声高に責めることはできない(ただし、個人的には、最低限の気構えは保っていたつもりであるが)。しかし、そのような日々こなされるのみのルーティン作業は、なんとかならないのであろうか(決してプロの人たちも現状で満足はしていないはずである)。それに対して、あくまでも理想論であるが、世の中の“フラット化”に抗して、鈴木は「90パーセントの法則」を提案する。「わたしたちがやっているデザイン、デザイン以外の多くのしごとにも当てはまると思うのですが、しごとの90パーセントはおそらく、ルーティン・ワークですね。こうやればこうなる、というのがほぼ見えている作業です。《…》しごとの全体像を見て、どの90パーセントが『こうやればこうなる』範囲だと見極めるか、これがまずだいじです。そのうえで、残りの10パーセントに精力を傾ける、アイディアとセンスをつぎ込むんです。90パーセントをルーティン・ワークとして見なせるからこそ、知力と体力に余裕が生まれて、残りの10パーセントに集中できる。しごとの全部に全力投球というのは、現実的ではない。これを、自分で『90パーセントの法則』と呼んでいます。平面化、フラット化への圧力に、一見逆らわないかたちで、90パーセントをこなし、残りの10パーセントを思い切り立体的にする。自分らしさを出すスペースにする。学校の先生が教えられるのは、おそらくこのルーティン・ワークの『90パーセント』のほうでしょう。自分の目盛りとしての『残りの10パーセント』は、他人には聞けない領域です。自分で考えるしかない」[鈴木2007, pp.172-173]。現実的にはかなり困難ではあるが、各人の取り組み方によって、それなりの展開は可能なはずである(その10パーセントを、この原稿のレイアウト作業等に使用していただければ、幸いであるが…。

なお、筆者個人としては、「なにかを学ぶ」というよりも、「まず自ら楽しむ(おもしろがる)」「ブリコラージュする」を学生たちに求めるが、メディア教育に関わらず教育全般において、不安定であるが“動いている”“もがいている”“成長している”彼ら／彼女らを、「今まででは、こうであったから」といった“因習＝再生産”の世界に、安住させたり、閉じ込めるべきではない、と考える。鈴木のことばをもう1度引用するが、「締め切りがあしたの朝で、やることがまだ膨大にある。そんなとき、タイトル1行にこれだけの手間がかけられるかどうか。つい省略したくなるんです。でも、省略したひとから負けていく。もう忙しくて、体力がへとへとになっていても、やはりやらざるをえない。やらないと気がすまない。気持ち悪いという感性は、ごまかしようがないんです。やらないと気がすまない感性を磨くことが、〈お任せ状態〉の平面性からの、脱出を助けてくれるのだと思います」[鈴木

2007, pp.141-142]。その“ふんぱり”をなんとか体得して欲しい、と願う。そして、蛇足的に付け加えるとすれば、“表現”などという名称の授業等をおこなっていると、どうしても「プロの表現者を育てたいのか」等と問われるが、そのようなつもりは毛頭ない。プロの表現者になることを否定したり、邪魔したりするつもりはない。希望する者がいれば可能な限りサポートする。ただし、あくまでも個人的には、目指すべきは、以下のような人材の育成であると考えている(現実的には、その環境づくりが精一杯ではあるが)。「彼らが彼らの希望に少しでも近づけるための教育をする。そのうえで社会人もつくる—その二つを矛盾せずやっていこうというのが、現時点での考え方です。ここでいう社会人とは、『社会性のある創作者』あるいは『創造的な能力がいかせる社会人』です。社会的・政治的な発言をする、という狭い意味ではなく、社会にちゃんと居場所がある表現者をつくっていきたいということです。《…》ぼくがいう『社会』とは常に『他者』と交渉してできあがってゆく、公共性のことです。とりあえずは『社会』と呼ぶしかないそれが、近代の仮説概念であり努力目標だったわけで、『私』をただ無邪気に投げ出す言葉ではなく、自分と違う誰かに向かってコミュニケーションを取っていく具体的な技術の裏打ちがある言葉の反復の上に、かろうじてできあがってゆくのが『社会』だとすれば、『社会性』のある表現者とはそのような技術に支えられた表現者ということになるでしょう」[大塚2007, p.7]。

いわゆるメディアを巡る“プロ論”および“教育論”については、再度改めて論じなければならないかもしれない。たとえば、その際には、いわゆる「守破離」という伝統的な“ものごとの習得法”についても考えるべきかもしれない。諸々の“伝統”的幻想が崩壊した現在、はたして“守”となるべき、範などあるのであろうか(もともとあったのであろうか)，と。

引用／参考文献

- 藤崎圭一郎2005a 「遊び心(1)」 <http://cabanon.exblog.jp/908064/>
藤崎圭一郎2005b 「遊び心(2)個を消して遊ぶ」 <http://cabanon.exblog.jp/927045/>
藤崎圭一郎2005c 「遊び心(3)余白と空白」 <http://cabanon.exblog.jp/927191/>
藤崎圭一郎2005d 「遊び心(4)le jeuの謎。戯れか操作か。」 <http://cabanon.exblog.jp/943089/>
府川充男1996 『組版原論：タイポグラフィと活字・写植・DTP』 太田出版
府川充男2005 『聚珍錄』 三省堂
府川充男2007 「図鑑的編集方法」(石川九楊他 2007 『デザインのことば』)
平野甲賀1994 『文字の力』 晶文社
平野甲賀2007 『僕の描き文字』 みすず書房
石川九楊・三木健・府川充男・鈴木一誌2007 『デザインのことば』 左右社

- 上村倫行2005「不毛な空：独り文学部のつぶやき」（「京都学園大学司書課程ニュースレター第11号」）[http://www.kyotogakuen.ac.jp/~o_edu/menkyo/sisho/news11.pdf]
- 上村倫行2007『三島由紀夫と切腹：政と性、そして生』Unpublished(京都学園大学人間文化学部文化コミュニケーション学科 2006年度卒業研究)
- 加島卓2005「〈感性〉の誕生：反——構図としてのレイアウト」（「季刊 d/sign no.11」太田出版2005）
- 片岡朗2006『文字本』誠文堂新光社
- 李禹煥2000『余白の芸術』みすず書房
- 牧静美2007「communication/documentation2003-2006」Unpublished(京都学園大学人間文化学部文化コミュニケーション学科 2006年度卒業研究)
- McLuhan, Marshall. and Fiore, Quentin., 1967 (republished in 1996), *The Media is the Message : An Inventory of Effects.*, HardWired
- 水越伸2005『メディア・ビオトープ：メディアの生態系をデザインする』紀伊国屋書店
- 向井裕一2001「文字が本として頁に組まれる時 DTP の作業風景：Adobe InDesign のインターフェイスを通して」（「季刊 d/sign no.1」太田出版2005）
- Muller-Brockmann, Josef., 1981, *Grid systems in graphic design: a visual communication manual for graphic designers, typographers, and three dimensional designers.*, Verlag Arthur Niggli.
- 永原康史2003『デザイン・ウィズ・コンピュータ』MdN コーポレーション
- 大塚英史2007「方法論という問題：大学でいかに教えるか(特別インタビュー)」（「小説トリッパー spring 2007」朝日新聞社）
- 佐々木正人2003『レイアウトの法則：アートとアフォーダンス』春秋社
- 関口久雄2002『インターフェイス：コンピュータと対峙する時』ひつじ書房
- 関口久雄2005「メディアを巡る大冒険：序」（京都学園大学『人間文化研究』第15号）
- 関口久雄2006「メディアを巡る大冒険：第1章 メディア《つくる》工房」（京都学園大学『人間文化研究』第17号）
- 関口久雄2007「メディアを巡る大冒険：第2章 映像遊び(=イメージをかたちにする／公開する／共有する)」（京都学園大学『人間文化研究』第19号）
- 白拍子泰彦2007「余白の発見」[http://www.h2.dion.ne.jp/~hkm_yawa/eigateki/yohakunohakken.html]
- 祖父江慎2004「原寸！『坊っちゃん』本文組100年」（「季刊 d/sign no.8」太田出版2004）
- 祖父江慎2006「並べてみよう 01：“星の王子さま” 20冊の身体検査」（「graphic/design 2号」左右社2006）

祖父江慎2007a 「並べてみよう 02：坊っちゃんの顔100年」(「graphic/design 3号」左右社2007)

祖父江慎2007b 「並べてみよう 03：ピノッキオの首吊りイラスト」(「graphic/design 4号」左右社2007)

鈴木一誌2002『ページと力：手わざ、そしてデジタル・デザイン』青土社

鈴木一誌2006『ページネーションマニュアルの冒險：no.11 余白はほほえむ』(「季刊 d/sign no.12」太田出版2006)

鈴木一誌2007「自分の目盛りをつくる」(石川九楊他 2007『デザインのことば』)

鈴木一誌+知恵蔵裁判を読む会編2000『知恵蔵裁判全記録』太田出版

鈴木一誌×佐々木正人2003『ページとフォーマットの劇場』(佐々木正人2003『レイアウトの法則』)

「季刊 d/sign No. 5 : 特集レイアウト宣言」太田出版2003
「+DESIGNING vol.3 : 特集レイアウト」毎日コミュニケーションズ2006 winter

※本稿で紹介している WWW サイトの URL は、2007/10/01現在のものである。

最後に、いつものごとく、いろいろな方々にご迷惑をおかけして、そして、多大なるご協力をいただいた。一言お礼申し上げたい。

今回は、まず、「メディアをつくってみよう！：ポスター制作編」の参加者のみなさま。つたない体験授業にご協力いただきありがとうございました。

そして、『青春本』『communication/documentation』『三島由紀夫と切腹』といった個性豊かな作品をつくりあげた3人の学生たち。前章の“CM プロジェクト”や各種ワークショップの中心スタッフでもあった、3人の活動やその作品等を見て、メディア《つくる》工房をつくって本当によかったです、と改めて思いました。3人とも、この4月に、工房を卒立っていましたが、工房で得た(かもしれない)諸々を今後の生活に活かしてくれれば幸いです。

ともかく、本当にありがとうございました。今後のご協力もお願い致します。
⟨(_ _)⟩