※このページは「広告 Vol.417 特集：文化」のアーカイブです。最新号についてはこちらをご覧ください。

特集：文化

広告
Vol.417

2023年3月31日発行
価格1,000円（税込）

全体テーマである「いいものをつくる、とは何か?」を思索する最後の特集は「文化」。

その概念の曖昧さと複雑さを受けとめたうえで、風土や言語、宗教や芸術、伝統や権威、経済や政治など「文化」をとりまく観念や事象をとおして様々な視点を投げかけます。

『広告』最新号発売のお知らせ

販売店一覧を見る
Amazonで購入する

表紙について

今号の表紙は、1冊1冊色味が異なる「赤」のグラデーションです。人類が最初に使用した色とも言われる「赤」をシンボルカラーとし、シルクスクリーン印刷の技法で、職人が様々な赤を組み合わせながら手作業で刷り上げました。

目次

文化（こちらで無料公開中）

108 文化とculture
社会学者 吉見俊哉 ×『広告』編集長 小野直紀

文：山本 ぽてと
109 ドイツにおける「文化（Kultur）」概念の成立とその変質
文：小野 清美
110 文化と文明のあいだ
文：緒方 壽人
111 まじめな遊び、ふざけた遊び
文：松永 伸司
112 建築畑を耕す
文：大野 友資
113 断片化の時代の文学
構成・文：勝田 悠紀
114 現代における「教養」の危機と行方
哲学者 千葉雅也 ×『ファスト教養』著者 レジー
文：レジー
115 ポップミュージックにおける「交配と捕食のサイクル」
文：照沼 健太
116 カルチャー誌の過去と現在
文：ばるぼら
117 「文化のインフラ」としてのミニシアターが向かう先
構成・文：黒柳 勝喜
118 激動する社会とマンガ表現
文：嘉島 唯／編集協力：村山 佳奈女
119 中国コンテンツをとりまく規制と創造の現場
文：峰岸 宏行
120 SNS以降のサブカルチャーと政治
文：TVOD
121 開かれた時代の「閉じた文化の意義」
哲学者 東浩紀 インタビュー
聞き手・文：須賀原 みち
122 文化を育む「よい観客」とは
文：猪谷 誠一
123 同人女の生態と特質
漫画家 真田つづる インタビュー
聞き手・文：山本 友理
124 ジャニーズは、いかに大衆文化たりうるのか
社会学者 田島悠来 × 批評家 矢野利裕
構成・文：鈴木 絵美里
125 ディズニーの歴史から考える「ビジネス」と「クリエイティビティ」
文：西田 宗千佳
126 ラグジュアリーブランドの「文化戦略」のいま
文：中野 香織
127 資金と文化支援

127 成金と文化支援
日本文化を支えてきた「清貧の思想」
文：山内 宏泰
128 経済立国シンガポールの文化事情
文：うにうに
129 流行の歴史とその功罪
文：高島 知子
130 広告業界はなぜカタカナが好きなのか
「いいもの」は未知との遭遇から生まれる
文：河尻 亨一
131 クリエイティブマインドを惹きつけるアップル文化の核心
文：林 信行
132 未知なる知を生み出す「反集中」
文：西村 勇哉
133 「ことば」が「文化」になるとき
言語学者 金田一秀穂 ×『広辞苑』編集者 平木靖成
聞き手・文：小笠原 健
134 風景から感じる色と文化
文：三木 学
135 「共時間（コンテンポラリー）」とコモンズ
ミュージアムの脱植民地化運動とユニバーサリズムの暴力
文：小森 真樹
136 京都の文化的権威は、いかに創られたか
話し手：歴史学者・高木 博志／構成・文：杉本 恭子
137 生きた地域文化の継承とは
3つの現場から見えたもの
構成・文：甲斐 かおり
138 ふつうの暮らしと、確かにそこにある私の違和感
文：塩谷 舞
139 過渡期にあるプラスチックと生活
なぜ、紙ストローは嫌われるのか?
構成・文：神吉 弘邦
140 文化的な道具としての法の可能性
文：水野 祐
141 「日本の文化度は低いのか?」に答えるために
構成・文：清水 康介
142 イメージは考える
文化の自己目的性について
文：中島 智

文化

「文化」に向き合うことは、「ものをつくること」を肯定するよと――。

5年ほど前、本誌の編集長をやらないかと打診があり、なんでも好きにやっていいと言われて引き受けました。小さい頃からものをつくるのが好きで、これからももものをつくり続けたいと思っていた僕は、本誌の全体テーマを「いいものをつくる、とは何か?」にすることにしました。

ものをつくるときは、いつも「いいものをつくろう」と、つくることに没頭してきました。でも、「いいものをつくる」ということが何を意味しているのか、深く考えたことはありませんでした。その無自覚な無知を、つくり手としての伸びしろに置き換えて、このテーマを設定しました。

こうして、ごく個人的な動機から始まったのが現体制での『広告』なのですが、僕が編集長を務めるのは今号で最後になります。これまで「価値」「著作」「流通」「産業」と4つの特集を組んできました。特集はすべて漢字2文字としています。というのも漢字2文字の言葉は、たいてい概念が大きく根源的です。そうした言葉を特集に据えることで、も

『平凡パンチ』1966年度刊行『平凡出版』、編集・ロゴ デザイン：不明

「若者が若者のためにつくる新しい文化」を取り上げている点である。編集者と読者の視点が近い、のちにカウンターカルチャーと呼ばれることになる「現象」を扱った雑誌なのだ。連載小説や麻雀コラムはありふれているとしても、ボクシングの話上中継、ヌードグラビア、若者視点のセックス研究、新しいスター＝デザイナーの横尾忠則、海外に渡る寸前の三宅一生、日本のアングラ新聞の紹介、東京のほ書屋に入荷したヒッピー入門書の売れ行き、編集部ごと移動した京都取材、フォークソング批判、新しいロックの登場、痛撃な海外取材、などなど、モノを売ることを考えていない記事が並ぶ。

1966年に100万部を記録した『平凡パンチ』がなぜ時代を象徴できたのか、'60年代という時代は、街に、店に、路地裏に、おもしろいことは山ほど転がっていて、雑誌はそれに反応し続けるだけで、おもしろい雑誌になってしまっていたのだ。1968年11月に、新都心新宿PR委員会が文化放送で「新宿メディアポリス宣言」を発表し、街はメディアだ、新宿は情報発信地だと言ったのは、そうした時代意識の現出である。

平凡出版の創業者・岩堀喜之助は「読者の半歩先を行け」が口癖だったというが、読者の先を行きすぎると雑誌は売

高原 つつる（たかはら つつる）
2020年より、ライフワークで創作漢字の発表を始める。同年ツイッターにて「投入口の指輪」の連載を開始。1月「丸の内ビル」に「神」がいます？のオリジナルTシAOKIHAWAから第1弾を出版。現在も連載中。

山本 浩隆（やまもと ひろ）
2007年、博報堂入社。コピーライター、プロモーションプランナーとして、長時間残外、第1プロモーション局を経て、2012年10月より二ューヨークへ転出。デジタル領域のサポ？業務に携わりながら、「WEBの見方を読む」視点からブランニングを行なう。1歳男児の母。趣味好き。

発行：株式会社博報堂

販売店一覧を見る

Amazonで購入する