



※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](#)

今日の表紙は、4冊4冊色味が異なる「去」のダニゴ、シー

こちらの衣紙は、「而」而色味が共なる「赤」のシンボルカラーです。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 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 経済立国シンカホールの文化事情  
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



ます。これらのも漢字2文字の漢字は、たいてい横書きが、大きく横置的ですが、そうした言葉を特筆に感えることで、も

### 平凡)ペンチ 5.11



『平凡)ペンチ』(1965年11月号)の表紙。表紙のデザインは、編集者である佐藤信子(1924-2010)が担当している。表紙のデザインは、編集者である佐藤信子(1924-2010)が担当している。

「若者が若者のために作る新しい文化」を旗印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」を感じた雑誌なのだ。連載小説や漫画コラムはありふれているとしても、ゴッソウの誌上中絶、モードグラフィア、若者視点のセックス研究、新しいスター・コズメティックの発見など、海外に目を向けた記事も。日本のアンダーグラウンドの紹介、東京の洋書屋に入荷したレコード入門書の売れ行き、編集部ごと移転した京都府庁、フォークソング批判、新しいロックの意味、秋葉原海外取材、などなど、モノを感じることを考えていない記事がほとんど。

1966年2月号を起算した『平凡)ペンチ』がなぜ時代を築きできたのか。60年代という時代は、常に、自ら、読者層に、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。1966年11月に、読者心新報社外委員会が文化放送で「新報メディアが再び大賞賞」を発表し、刊はメディアだ。新報は情報発信地となったのは、そうした時代背景の現出である。

平凡)ペンチの創業者・佐藤信子(1924-2010)は「読者の平文化を行け」が口癖だったというが、読者の先を行きすぎる雑誌は先

雑誌『平凡)ペンチ』(1965年11月号)の表紙。表紙のデザインは、編集者である佐藤信子(1924-2010)が担当している。表紙のデザインは、編集者である佐藤信子(1924-2010)が担当している。

雑誌『平凡)ペンチ』(1965年11月号)の表紙。表紙のデザインは、編集者である佐藤信子(1924-2010)が担当している。表紙のデザインは、編集者である佐藤信子(1924-2010)が担当している。

雑誌『平凡)ペンチ』(1965年11月号)の表紙。表紙のデザインは、編集者である佐藤信子(1924-2010)が担当している。表紙のデザインは、編集者である佐藤信子(1924-2010)が担当している。





発行：株式会社博報堂

販売店一覧を見る

Amazonで購入する

