

◆ 同志社大学 文学部 美学芸術学科 教授

岸 文和 (きし ふみかず)

○ 専門分野

芸術学・視覚文化

○ 学位

博士(文学)(京都大学)

○ 経歴

京都大学文学部哲学科美学美術史学専攻卒業。京都大学大学院文学研究科博士後期課程美学美術史学専攻満期退学。近畿大学教養部助教授を経て、1995年より現職。1992年、「延享二年のパースペクティヴ——奥村政信画『大浮絵』をめぐって」(『美術史』132号)で、第4回国華賞を受賞。

○ 主著

単著に『絵画行為論——浮世絵のプラグマティクス』(醍醐書房、2008年)、『江戸の遠近法——浮絵の視覚』(勁草書房、1994年)、共編著に『絵画の探偵術』(昭和堂、1995年)、『絵画のメディア学——アトリエからのメッセージ』(昭和堂、1998年)、『日本美術を学ぶ人のために』(世界思想社、2001年)など。

○ 講演題目： テレビCMの芸術学——欲望はいかにして喚起されるか——

○ 講演概要： 例えば、飲物を買うに、コンビニに行く。冷蔵庫の前に立ち、商品を手取るまでにかかる時間が2秒間。この2秒間に、清涼飲料水メーカーは、心血を注いでいます。心血を注ぐのは、しかし、魅力的な商品を開発することだけではありません。開発した商品をどのように宣伝すれば、魅力的なものとして、消費者の注意を引きつけ、関心を持たせ、欲望を喚起し、記憶させて、2秒の間に商品を手を取らせることができるか。メーカーは、このことに頭を悩ませ、巨額の費用を投じて、広告代理店と協力し、広告戦略を練っているのです。その結果、テレビCMには実に巧妙な仕掛けが施されることとなります。どれほど巧妙か、ロゴやキャッチコピーなどの言葉とデザイン、音楽、そして映像(キャスティング、物語、撮影、編集)の領域を横断して、テレビCMを芸術学的に分析してみることにしましょう。その巧妙さには、きっと驚かれることでしょう。