

CITY & LIFE

都市のしくみと暮らし

特集
都市と広告

No.

28

SUMMER 1993



広告は社会や経済の高度化とともに、より拡大充実してきた。広告の手法はメディアを利用するということにとどまらず、80年代の経済活況期にはテーマパークという都市施設にまで組み込まれてきた。都市と広告は切っても切れない関係にあるだろう。しかし、景気後退とともに都市と広告の蜜月状態は崩れ始めている。改めて都市と広告の関係について検証してみたい。

CONTENTS

★ = 編集部

	広告化社会と建築……メディアを空間化する営み	竹山聖	2
〈対談〉	平成の東京……広告化社会が終焉し都市は変容する	隈研吾+榎木野衣	8
〈ケーススタディ〉	都市を広告する	★	16
	世界の屋外広告	★	25
	「屋外広告は都市の顔」か	坂野長美	28
〈ルポ〉	広告効果が期待される都市空間	★	35
	CHRONOLOGICAL MAP 1945→93	★	42
〈都市を拓いた人々・11〉	松江	吉田豊	44
	バックナンバーのお知らせ		48
	INFORMATION		49