



情報社会学部 情報社会学科 弦間 一雄(げんま かずお) 教授

多様化するコミュニケーションデザインの研究と PBL等でのクリエイティブ人材育成に取り組む

大阪経済大学 情報社会学部 情報社会学科で「広告クリエイティブ論」「広告ブランディング戦略特論」等を担当する弦間一雄教授は、大手広告代理店のコピーライター/クリエイティブディレクターとして、25年にわたり広告業界の第一線で活躍、TCC賞、日本流行語大賞など多くの賞も受賞しています。この経験を活かし、日々変化する広告コミュニケーションについて表現変遷・制作方法・能力開発の研究を進めています。

■ 将来への高い創造性を持った人材育成のため、PBL(課題解決型学習)等の実践型教育に取り組む。

目まぐるしく変化するデジタル時代の社会において、必要とされるスキルも思考方法も年々変化しています。弦間教授は、学生たちに民間企業で培った経験や知識を教えるだけでなく、PBL(課題解決型学習)などの実践的な教育に積極的に取り組んでいます。TOKYO2020の際には「応援文化オリンピック」の認証を受けた「Daikaidai Move for2020」と題したシンポジウムとワークショップを学生に運営させたり、2022年には連携協定を結んでいる和歌山県白浜町に対して観光促進のコンテンツ提案を行いました。さらには、デザイン思考とアート思考に基づいて一般企業のCM企画から撮影や編集までの実践を体験させるPBLに取り組んでいます。

弦間教授によると「育ってきた時代のデジタル環境の変化の影響か、学生が志向するクリエイティブティの特徴は学年ごとに違う」と言います。そんな若い世代の感性を将来に向けて育てていくため、教員が一方的に考えや方法を教え込んで習得させるのではなく、学生たちが主体的に学び合い、創り出す姿勢を大切にしています。

■ TOKYO2020を通じたナショナリズム表現の分析、イノベーターのクリエイティブティに関する研究も。

弦間教授は、日本のナショナリズム表現について、TOKYO2020での文化オリンピックとエンブレム騒動を分析した論文をまとめています。旧エンブレムについての一連の騒動は、ナショナリズム表現を文化エリート層が寡占的かつ談合的に創造できた時代の終焉を象徴する出来事だった、と述べています。ナショナリズム表現さえもエンターテイメントとして個人が好き勝手に創造を楽しめる時代へと移り変わろうとしていると考えています。

その他、弦間教授は社会に変革をもたらしたイノベーターについてのデザインの視座からの研究を行っています。例えば、Apple創業者のスティーブ・ジョブスがiPhoneを生み出すことができた時代性や思考分脈などを分析し、再現性に繋がるような仕組みを見出すことで、イノベーション人材の育成を目指しています。

弦間一雄 教授 プロフィール

詳細はこちら⇒<https://web.j8.osaka-ue.ac.jp/ouehp/KgApp?resId=S000150>

1963年生まれ、大阪府出身

経歴：1988～2011年 博報堂コピーライター/クリエイティブディレクター、2002～2005年 多摩美術大学美術学部講師、2006～2013年 中央大学大学院国際会計研究科特任教授、2013年～大阪経済大学人間科学部教授、2023年～現職

論文：「スポンサーによるブランド愛着についてのカルチュラル・ブランディングからの予備的考察」(大阪経大論集、2022年)

主な著書：「経営は哲学なり」(共著、ナカニシヤ出版、2012年)、
「学校トラブル相談所」(共著、学事出版、2016年)

所属学会：日本広告学会、日本マーケティングサイエンス学会、日本マーケティング学会、日本選挙学会

所属団体：東京コピーライターズクラブ

その他：大阪市クリエイティブネットワークセンター アドバイザー、京都大学経営管理研究部 研究員

< 本件に関するお問い合わせ先 >

大阪経済大学 企画部広報課 高濱 Tel: 06-6328-2431 Mail: kouhou@osaka-ue.ac.jp

大阪経済大学 広報デスク (プランニング・ポート内) 福嶋、小宮 Tel: 06-4391-7156

<https://www.osaka-ue.ac.jp>