



飯野友幸(英文学科教授)

アメリカ70年代の異色ロックバンド、スティリー・ダンを考察対象とし、諸ジャンルの融合(ロック+ジャズ+ブルース)による音楽的スペースの多層化、そして歌詞におけるmulticulturalな言及のもたらす人種的スペースの多様化、という両面から、彼らの作り出すきわめてユニークな音楽を分析し、70年代アメリカ社会・文化のコンテクストのうちに論じる。

北原妙子(東洋大学英米文学科准教授)

映画『ゴッドファーザー Part II』(1974)では、Corleone「ファミリー」が築かれる様子を、二つの時間・空間を並行させて描くのが顕著な特色である。そこに描き出される意識、人生、家族が織りなす「空間」は、ベトナム戦争終結後のアメリカ社会でいかなる意味を持ったのか。ギャング映画であると同時に家族サーガでもあるこの映画で、境界が曖昧な「家族」という「空間」に着目し、70年代における空間について考察したい。

金山勉(新聞学科教授)

比較放送システム論のフレームワークをもとに、1970年代に入りデタントがさらに進む中、軍事的な衛星から転じて平和的な商業衛星利用がもたらした衛星による映像コンテンツ伝送ネットワーク時代の状況を分析する。70年代は、衛星コミュニケーション技術の民間活用で、情報・エンターテインメントコンテンツへのアクセススピードが加速し、同時に、多チャンネルのコンテンツ選択が可能となった。この状況は、人々が大衆メディア・カルチャーを通じて全米横断的に結びついた80年代のMusic Television(MTV)カルチャーへとつながってゆく。

米国1970年代社会・文化史的研究

アメリカ・カナダ研究所
研究代表者: 飯野 友幸(英文学科教授)

地理的言語を比喩的に使い、「...の地理」だとか「...のマッピング」などと云う機会が多い。しかしながら、真の「空間性」とはこういった比喩表現を越え、社会的・文化的・政治的な諸相が複雑に連係する過程をとおして形成され、さらには概念化されるものなのである。そして近年、諸学問はますますこの空間理論に注目し、利用するようになってきた。このプロジェクトは、具体的にはアメリカの1970年代社会・文化のなかで、どのように空間というものが構築されてきたかに焦点をあて、研究するものである。その際、放送メディアや広告といった社会学的な枠組みにくわえ、人文学的な領域、とりわけ最近の文化研究の成果を土台にして大衆文化(映画や音楽)の面からもアプローチすることで、「あいまいで捉えがたい10年間」といわれながら、実際には現代アメリカ社会の原型を作ったといわれるこの時代を幅広く分析していくことを目的としている。



研究活動計画

- アメリカ側研究者による特別講演及び意見交換
- 日本側メンバーによる隔月の共同研究会開催
- 図書・資料収集
- 日本側メンバーの米国での調査・意見交換
- 上智大学コミュニティ・カレッジでの公開講座開講
- 研究成果発表のための出版



Julia Leyda (英文学科専任講師)

Independent US filmmaker Todd Haynes's *Velvet Goldmine* (1998) portrays the glam-rock era of the early 1970s in contrast to the "present" setting of the movie in 1984. Thus the movie represents glam as both a lost moment in the past and as a vital cultural memory. As part of the movie's representational strategy, the line between fantasy and reality is continually blurred, and in that process, new spaces of liberation are produced. The social production of space through human interrelations also plays a role in the cultural memory of glam-rock in the movie, as it portrays the role of the fans, performers, and media in the processes of glam's production, distribution, and reception as an art form and as a commodity.

小塩和人(英語学科教授)

米国飲料史におけるプラスチック・パッケージングの登場と表象を環境史的に考察する。とくに容器が1960年代にガラスからポリラミネートされた紙カートンへ、1970年代にポリプラスチック(HDPE)へと変容した様子を、広告というメディア空間を通して精査する。プラ飲料容器の量は70年代に3400万キロから9億キロへと急増する。環境問題とも連動するプラスチック社会の文化的意味を70年代という時空間の中に位置づける。