

NEWSLETTER #101

地区例会報告

- p. 1 2014 年第 1 回関東地区例会報告……………瀧戸彩花
p. 3 2014 年第 2 回関西地区例会報告……………福永健一・楊仲軒

information

- p. 7 事務局より

2014 年第 1 回関東地区例会報告

瀧戸彩花

卒業論文・修士論文発表会

日時:2014 年 3 月 30 日(日)15:00-18:00

於:立教大学池袋キャンパス本館(1号館)1204 教室

報告者:

浅野裕貴(東京藝術大学音楽学部音楽環境創造科)

増田健人(東京工科大学大学院バイオ情報・メディア研究科)

司会:井手口彰典(立教大学)

2014 年度第 1 回関東地区例会では、2013 年度卒業論文と修士論文の発表が行われた。発表者は、浅野裕貴、増田健人の 2 名である。司会は井手口彰典准教授による。また、本例会では、発表開始前に発表者と来場者による簡単な自己紹介があり、終止和やかな雰囲気の中、活発に議論が行われた。

1. 浅野裕貴(東京藝術大学音楽学部音楽環境創造科)

「アニソングラブイベント研究 ～交差するオタク系文化とクラブカルチャー～」

発表者一人目の浅野氏による卒業論文の内容は、近年顕著である「アニソングラブイベント」に着眼し、現代のアニソングラブイベントと通常のクラブイベントの違いを比較しつつ、それらが背景とする、相反

した文化の絡み合いを時系列的に検証したものである。ちなみに、「アニソングラブイベント」とは、アニメソング(以下、アニソン)をクラブでかけて踊って楽しむイベントのことである。一方、クラブイベントではアニソンをかけて楽しむという行為は従来あまり行われておらず、上記のようなアニソングラブイベントが盛んになってきたのも 2000 年以降、最近のことであるという。

主に文献調査とフィールドワークによりアニソングラブイベントの変遷を明示し、1990 年代から 2000 年代の DJ 的音楽実践と 2 次創作的音楽実践の比較分析・検証を行っている。アニソングラブイベントを検証するにあたり、相反するものとしてオタク系文化とクラブカルチャーの 2 つを挙げ、それら相反する音楽文化の交わりにより、新たなクラブ文化が発生していることを明示することが浅野氏の試みである。

発表は、アニソングラブイベントの現状の確認から始まり、歴史的変遷を中心に、アニソングラブイベントが如何にして現在の形状に辿りついたかを論じた上で、「ディスコ文化」と「クラブ文化」の比較にも論点が繋がり、ジャンル概念や区分という点でも非常に興味深い内容であった。アニソングラブイベントは、インターネットを介したコミュニティ形成がきっかけでイベント発生することが多く、特定の若者のコミュニケーションの場にもなっていると推測されてい

るようだ。今後の課題としては、こうしたアニソククラブイベント空間に集う人々をどのように分析していくのか、アニソククラブの定義づけ、アニソクの消費におけるアニソククラブイベントの位置づけ、知らない楽曲がかかった時の踊れない現象の検証を挙げている。

質疑応答は、「従来のクラブスタイルとの顕著な違いとは何か」の確認から始まった。また、アニソククラブイベントをよく知らない者が多いことから、まず既存の用語や定義の確認を中心として行われた。顕著な違いとはという問いは難題ではあるが、浅野氏曰く「来場者の種類」ということである。会場では、俗的な話ではあるが「リア充・非リア充であるのか」を違いとして提示する者もあり、的を射ている回答であると同意するものも多数いた。加えて「ディスコ文化との対比というより、ライブ文化との比較をした方が良いのではないかと」との鋭い指摘もあり、浅野氏の考えるディスコ文化やクラブ文化の定義とは何か等よりディープな問いへと発展した。他方、フロアの人々の身体動作、ノリ、視線についての質問も上がっていた。そのような視点からすれば、ある意味で浅野氏の研究は、ライブハウス内における人々の身体行動にも言及したパフォーマンスの研究にもなるのではないかと感じた。終わりには著作権の問題にも言及され質疑応答は広く発展した。

浅野氏ご本人も、DJ としてアニソククラブイベントに参加することがあるということで、実践者としての見解を根拠に据えた研究の姿勢に感銘を受けた。フィールドワークの重要性という点で、報告者の今後の研究調査方法においても大変刺激になる内容であった。

2. 増田健人（東京工科大学大学院バイオ情報・メディア研究科メディアサイエンス専攻）

「電子楽器の UI デザインとユーザー理解 ～ユーザーの内面的理解による UX の向上～」

発表者二人目である増田氏の関心は、近年発達した電子楽器の UI（ユーザーインターフェイス）のデザインにある。UI とは、一般的にユーザーとデジタル機器とのコミュニケーションが上手く出来るように手伝ってくれる OS やアプリ画面等を指す。電子楽器

を PC 上で使用する際、その画面上に表示される楽器の形態及び音を出す際のクリック感等が、プロの楽器使用者において特に重要視される点である。UX（ユーザーエクスペリエンス）とは、ユーザーがあるサービスを使用した時に得られる経験や満足度を指している。近年、人はインターフェイス（人とモノの接点）を通じてコンピュータ端末機やシステムの操作を行い、それらとコミュニケーションを取るようになった。

今回増田氏が着目したのは、それらインターフェイスのデザインにおいて、如何にしてユーザー満足度を得て、「リアル」さを追求するかという点である。制作者はどのような点に注意して装置を作成すれば良いのか、ユーザーインターフェイスのデザインにおける可能性を明示している。主に、事例研究と参与観察を用いており、過去の成功例と失敗例の比較、インタビュー調査によって UX 向上の糸口を導き出している。特に着眼すべき点は、プロとアマの UI 利用者で求める部分が異なるという点である。例えば、USB コントローラでの操作はアマには評価が良いが、プロには低く、一方、スクラッチするタイプではプロには評価が高い等である。これらの要因には、開発者のアイデアもしくはメーカーとユーザーのニーズの相違が存在するという。アンケートや製品開発途中のサンプルオピニオンを上手く活用できず、開発者がユーザーを内面的に理解出来なかったことが、UX が低くなった原因である。今後、開発者は上記の問題を解決するために、ユーザーに対する民族誌的な、エスノグラフィ的な調査を考えていかなければならないと結論づけていた。

増田氏の結論からすれば、良い UX を目指すには、良い UI が不可欠ということになる。開発者が普段意識しないようなユーザーのニーズを得るには、参与観察が必要であるため、開発者の行動力が重要であり、調査の方法も綿密に組み立てられなければならない。

今後の課題では、マーケティングが重要であると述べられていた。開発者とユーザーの壁をなくしていくことが大事であるという考え方は、音楽に限られたことではなく様々な発明、制作に必要なことである。しかし、メディアが発達した中で未だ企業とユーザーという既存の枠組みを崩すことは難しいのが現状であ

ろう。よりノンストレスな開発者とユーザーのコミュニケーションを如何に作るのか、実現可能な社会になることが期待される。

時間の都合上、今回の報告は問題点のみに留められたが、増田氏はそれら問題点の解決方法にも目を向け、改善点を反映させた自作のインターフェイスデザインを作成したということである。質疑応答もユーザーインターフェイスや、DJ の使用する装置の入力とそれを表示する画面についての詳しい説明、インタビュー調査の内容等、基本事項に留められたが、他専門領域からのアドバイスもあり、非常に活発な議論が行われた。

以上が本例会における報告である。両者の研究内容は全く異なれど、コミュニケーションや 2000 年代以降の音楽動向という点では共通しており、21 世紀の新たな音楽の在り方を感じさせるものであった。また、どちらの研究内容も非常に新鮮で、他領域の研究を知ることのでられる新たな視点があり、広い視野の必要性を改めて気づく良い機会となった。

(瀧戸彩花：立教大学大学院)

2014 年第 2 回関西地区例会報告 福永健一・楊仲軒

修士論文・卒業論文発表会

日時：3月22日(土)14:00分～18:00

於：関西学院大学 大阪梅田キャンパス 1408号室

報告者：

三好明日彩(神戸山手大学現代社会学部)

大野紋佳(神戸山手大学現代社会学部)

大川豪(神戸山手大学卒業生)

ジェyson・エイドリエン(京都精華大学大学院人文研究科修士課程)

今東昇吾(関西大学社会学部)

石河壮太郎(関西大学社会学部)

劉羽潔(関西大学社会学研究科マス・コミュニケーション学専攻修士課程)

2014年第2回関西地区例会は、卒業論文・修士論文発表会として、関西学院大学大阪梅田キャンパスにて開催された。発表者は合計7名である。本記録は、前

半の4名を福永健一が、後半の3名を楊仲軒(ヨウ・チュウケン)が執筆した。

1.三好明日彩(神戸山手大学現代社会学部)

「韓流ドラマ、K-POPにせまる政治の影」

本研究は、日本における韓流ブーム人気の歴史を概観するものである。日本における韓流ブームは、2003年のTVドラマ『冬のソナタ』ブームがまず契機となっており、次に少女時代やKARA、東方神起といった「K-POP」の隆盛期が到来する。これらのブームを支えていたのは女性ファンであり、このブームによって30代～50代の女性による韓国への旅行が増加し、一方、10代～20代の女性のあいだでは、韓国人女性的な顔に近づける「オルチャンメイク」が増加したという。

これらブームの現象の背景として、韓国政府の国策があったこと、例えば「コンテンツ振興委員会」といった韓国政府の後押しによって、日本をターゲットにした、文化や観光の積極的な売り出しがあったことが指摘された。こういった韓国政府の国策によって韓流ブームは「つくられた」のだという。また、領土問題による日韓両国の関係の悪化後、音楽番組『ミュージックステーション』や『HEY! HEY! HEY!』等の番組において、K-POPスター出演回数が半減ないし7割減になったことを示し、韓流ブームは終焉しつつあることが示された。

フロアからは「必ずしも国策のみでブームが形成されたわけではなく、SMエンターテインメントといった企業が客層をあえて絞ったことや、コアなファン向けのマーケティングがブームを支えていた」こと、そして「TVへの露出の低下は、人気の低迷ではなくコアなファン向けにマーケティングを行っている結果であり、ライブではチケットを入手することが困難なほど未だ人気がある」といった指摘があった。

2.大野紋佳(神戸山手大学現代社会学部)

「浜崎あゆみ—絶望の果てに見つけた居場所」

本報告は浜崎あゆみの歌手活動の歴史を歌詞から読み解くことを目的とするものである。歌詞の解釈やインタビュー記事の分析をとおして、「歌姫という一見華やかな肩書の裏で、たびたび歌詞に登場する『もう一人の自分』に象徴されるように、常に何かに葛藤

している複雑な心境や姿」を見出す。そうした様々な葛藤や戦いの中で、浜崎あゆみ自身が見つけた居場所を、彼女の年齢や経験と共に変化する歌詞から明らかにしていく。

浜崎あゆみの歌詞の特徴は、倅田來未といった同列に語られるアーティストに比べ、「後ろ向きで消極的」であり、華やかな歌姫となった一方、自分の生活を失っていく「葛藤」が歌詞にあらわれているという。消極さや葛藤は、歌詞中の「居場所」や「もう一人の自分」といった言葉で表現され、それらは作品の時系列に沿って分析される。「居場所」は、かつて居場所がなかった自分が、歌うことで居場所を獲得できたこと、「もう一人の自分」については、かつて歌姫としての自分は素の自分を否定的に抑圧していたが、やがてそれを肯定できるようになった等、消極さや葛藤が年を経るごとに克服されていくことを指摘する。本報告は作品の歌詞を時系列的に敷衍していくことで、アーティスト本人のストーリーを読み解く試みであった。

フロアからは、「歌詞とサウンドが意味的に必ずしも一致しない—例えば、暗い歌詞であるのに明るいメロディが流れている—こともある。歌詞研究はメロディなどの音楽的な面に着目することも必要ではないか。」等、歌詞分析の手法に関するコメントがいくつか寄せられ、今後の課題とした。

3.大川豪（神戸山手大学卒業生）

「ロックミュージックにおける疑問と魅力～パンクロックと耳聞こえない僕～」

大川氏は聴覚障がいをもつため、補聴器を装着し音楽を受容しているという。本報告は、自身の体験に基づきポピュラー音楽文化の魅力にせまるものである。音が「普通」には聴こえないからこそ見えてくる、ポピュラー音楽文化消費のありかたを明らかにするのが本研究の目的である。

氏は「クロマニヨンズ」等、パンクロック的な文脈を持つ日本のアーティストを好むという。氏のいうこの「うるさい音楽」への関心は、パフォーマンスの視覚的な身体性だけでなく、歌詞やアーティストの発言から読み取れる、精神性やその姿勢に最も大きな共感を得るといふ。その理由は、聴覚障がいという自身の

境遇への不満といった「どうしようもなさ」が、パンクロックの「反骨精神」と重なったためであり、そのような音楽からは、言葉にできないようなオーラのようなものを感じるという。音が聞こえない氏にとって音楽とは、言葉や姿勢からなにかを感じるのだという。

フロアからは「ライブで音楽を体験することと、メディアを媒介して体験すること、どちらがオーラのようなものを感じるか」という質問があった。それに対して氏は「ライブのほうが感じるかもしれないが、やはり歌詞といった言葉に最も心を動かされる」と応答した。

4.ジェyson・エイドリエン（京都精華大学大学院人文研究科修士課程）

「少女からバンギャへ—戦後の女性向けポピュラーカルチャーとしてのヴィジュアル系：ヴィジュアル系の『男性性』とは？」

本研究は、80年代後半に登場したヴィジュアル系音楽における、戦後の女性向けポピュラーカルチャーの影響について調査を行うものである。本報告はヴィジュアル系の特徴である反覇権的な男性性に焦点を当て考察する。ヴィジュアル系のパフォーマーは主に男性だが、ファンは男性よりも女性が多く、ヴィジュアル系の男性性イメージは主に女性ファンに消費されている。そこで、ヴィジュアル系における男性性のパフォーマンスを、戦後の女性向けポピュラーカルチャーの文脈から考察するのが本研究のねらいである。

氏によれば、「家父長制に基づく覇権的な男性性規範のイメージに対して、ヴィジュアル系の男性性には覇権的な男性性規範が見受けられない」。「ヴィジュアル系の消費主体が女性で占められている」ことは、「女性たちによる覇権的な男性性規範の否定をあらわす」と考察する。例えば、『イケメン』が指し示すイメージは、父親＝家父長的な男性性のイメージの拒絶から成り立つのであり、ヴィジュアル系も同じ文脈上にあると指摘する。さらに、ヴィジュアル系の世界が女性向けポピュラーカルチャーと多くの点で共通していることから、ヴィジュアル系の男性性が、部分的には女性向けポップカルチャーに影響されたことを明らかにしていくことが可能であるという。

現時点での結論は、「ヴィジュアル系のパフォーマーがつくりだす男性性は、女性が消費するということと密接に関連しているため、ヴィジュアル系の男性性と、他の日本の女性向けポップカルチャーに現れる男性性との共通点が、偶然の一致だと拒絶することは適切ではない」。また、「ヴィジュアル系の男性性は女性に制作・消費・承認・是認されている男性性である」。そして「この男性性は、イメージとして非覇権的でありながら、女性の消費行動そのものも反覇権的である」ということである。

フロアからは、「ヴィジュアル系は反資本主義的か、反商業的なのか」という質問が挙がったが、「歌詞やパフォーマンスの面では、それらはあまりみられない」とのことであった。ほかに、「日本における男性性を政治、経済的な文脈からみることで、より議論が明白になるのではないか」、「ヴィジュアル系パフォーマーが用いるコスチュームなどの調達法には、パンク・カルチャーのもつDIY精神と共通する点があるのではないか」といったアドバイスがあった。

(福永健一：関西大学大学院社会学研究科)

5. 今東昇吾 (関西大学社会学部)

「日本における『UKロック』の誕生と変遷」

現在、日本の洋楽リスナーにとってUKロックは人気のあるジャンルの一つである。アメリカにも、カナダにも、オーストラリアにもロック音楽の文化は存在するが、「UKロック」は1990年前後に日本で誕生し、日本でのみ広まった言葉である。今東氏は、UKロックが多様な意味を持つようになった背景について、またリスナーにどのように受容されていったのかについて調査を行った。

まずインタビュー調査の結果、90年代にイギリスで発生したムーブメント「ブリットポップ」によって、日本のロックリスナーの目がイギリスに向けられたことがわかった。

次にクールブリタニア政策によるイギリス文化に対する憧れの形成もその原因であると考えられるが、それについて検証するために、『ロッキング・オン』を分析した。その結果、読者投稿ページにおいては、97年までは主に「UKモン (もの)」が使用されていた

が、しかし98年以降は「UKモン (もの)」が消え、その代わりに「UKロック」という呼び方が主流になったことがわかった。記事、レビューページの場合では、時期に関係なく使われていたが、「UKロック」は音楽性を説明するための言葉ではなく、「UKロック新世代の最注目株」、「UKロックの大将」のようなキャッチコピー的な使われ方がメインであった。広告では、95年に初めてキャッチコピー的に使われていたことがわかったという。

以上の調査からみると、90年代のムーブメントを説明するために「UKロック」という言葉が使用され、「UKギター・ポップ」などの表現を「UKロック」に統一する傾向が見られた。そしてメディアが90年代のムーブメントを説明するために、なぜ「ブリットポップ」ではなく「UKロック」を使われるのかについては以下の理由が考えられる。①「UKロック」は90年代前半の英国音楽シーンの盛り上がり伝えるために生まれた言葉であり、②英国音楽に憧れを持つ日本のリスナーにとって求心力のある言葉であり、③90年代の英国音楽を語る上で、メディアにとって「UKロック」はブリットポップ勢とレディオヘッドをまとめて表現できる便利な言葉である。

UKロックとはイギリスのロック音楽を指す言葉で、オルタナティブロックのようなロック音楽におけるサブジャンルの一つとして認識され、リスナー間で共有されている。しかし、それは歴史やメディアといった背景のなかで生まれた言葉であり、そのことが「UKロック」という日本で誕生した言葉をとても曖昧な表現にしているのではないだろうか」と今東氏はまとめた。

6. 石河壮太郎 (関西大学社会学部)

「震災がもたらした精神的影響—ヒット曲の分析を手がかりに—」

石河氏の研究は、震災のとき音楽はどのような役割や機能をもつのか、震災が人々の価値観や感情など精神的側面にどのような影響を与えるのかについて明らかにする試みである。石河氏は、それらを明らかにするために、阪神淡路大震災から東日本大震災後に至るまでのヒット曲の歌詞について統計的な分析を行った。分析対象は1993年から2013年上半期までの

各年度上位 30 曲、合計 630 曲のヒット曲である。まず、歌詞を Word マクロを用いて単語レベルで区切り、年度ごとに集計し、次に年度ごとに出た差異が有意であるかを t 検定によって検証した。

まず、モチーフ分析で検証した結果、震災当年とその翌年は「希望」が減り、「激励」が急増し、「慕情」の全体に占める割合が高まることがわかった。震災以降、「人」に対する思いが強くなる傾向がみられた。

その結果、「震災以降、励ましなどのポジティブな曲が共感を得る」という仮説を「震災以降、ポジティブな曲は共感を得ているが、それは現時点の自分や他者を励ます曲に限り、将来を期待するほど希望に満ちた曲ではない」という仮説に修正する。さらに、「震災以降、恋人ではなく、同性の友人や家族の人間関係がより強固になる」という仮説を立てていたが、検証の結果、震災後において「家族」に対する意識では有意差はみられず、一方で「恋人」に対する意識が高まる傾向があることが読み取れたという。その結果、震災以降、家族よりも恋人との人間関係、思いが強くて歌詞に現れることが明らかになった。

次に「震災以降、欲求や行動が主体的、積極的になる」という仮説を検証した。震災翌年の受動的語尾の出現数とその他の年の受動的語尾の出現数を比較したところ、その平均的割合の差において有意差がみられた。阪神大震災では震災当年に受動的な欲求や行動が増える傾向があったが、新潟県中越地震(2004年)から新潟県中越沖地震(2007年)、そして東日本大震災へと経るにつれて逆転し、それらの震災当年には主体的、能動的な欲求や行動が増える傾向にあったことがわかった。しかし、震災翌年には受動的な欲求や行動が増えていることをわかったという。

最後に石河氏はタワーレコードのコーポレートボイス「NO MUSIC, NO LIFE」のように、音楽には音楽があることで気持ちや生活が豊かになるという役割があり、震災中やその後も人々に対して様々な役割を果たしているだろうとまとめた。

7. 劉羽潔 (関西大学社会学研究科)

「中国の若者におけるジャニーズアイドルの受容」

韓流や欧米文化に囲まれる中国のメディア環境の中では、日本においてはメジャーであるジャニーズ文

化もサブカルチャーのような存在である。現状として中国のマスコミではジャニーズの情報は流れておらず、ジャニーズ事務所としても中国へは進出していない。それにもかかわらず、中国には少なからずジャニーズファンが存在する。

劉氏は、中国の女性ジャニーズファンを対象として、インタビュー調査を実施し、ファンの日常的な行動を考察していった。また、台湾のジャニーズファンおよび中国の韓流ファンとの比較研究を行い、中国におけるメディア環境およびファンの特性を検討した。

劉氏は、2013年8月から10月にかけて、18-28歳女性25人の中国国内に在住する中国人ジャニーズファンに対するインタビュー調査を行った。調査の結果、マスメディア環境の中で、ある意味では遮断されているジャニーズファン文化に対してファンたちがどのように実践を行っているかがわかった。中国人ジャニーズファンは『COOL当代歌壇』、『Easy音楽世界』などの専門誌以外に、主にインターネット上のファン・コミュニティ「論壇」を情報源として利用していることがわかった。閉鎖的であり、完全に整っている組織を持ち、そして無料でダウンロードできるなどの特性を持つ「論壇」は、数多くの中国人ジャニーズファンが利用している。

中国人ジャニーズファンは高学歴、留学経験がある、物事に対する受容性が高い、などと中国ではイメージされており、ジャニーズをもっと理解するため、日本語を習得するファンもいる。中国人ファンは、アイドルグループ全員よりも1人か2人のメンバーに注目している傾向があり、アイドルという存在は普通の人間であると認識していると同時に、思いを託すことのできるパーフェクトな人間であるとも認識している。ジャニーズアイドルに夢中になる理由は、各方面に才能を発揮するという全能性があること、また性格の面において個性的なアイドルであることがあげられていた。

ファンはひとりでもアイドルに夢中になる。しかし、ファン同士の交流はなくてはならないものであり、ファン同士のつながりも重視している。オンラインの交流以外にも、ファン同士のフェース・ツアー・フェースの交流も盛んである。例えば、ファンレターの作成、

「ジャニカラ」と呼ばれるカラオケ、旅行などのイベントはファンの中で盛んであるという。

中国の環境において遮断された日本のアイドルは中国人ファンにとっては「会いに行けない」アイドルであるため、ファンたちは貴重な情報源である「論壇＝インターネット」に強く依存している。劉氏は、現在中国人ジャニーズファンは日本人ファンと比べると断片的な情報しか利用できないが、このような独特なメディア環境にあるからこそ、新たな「サブカルチャー」が生み出されているのではないかとまとめた。

(楊仲軒：関西大学大学院社会学研究科)

◆information◆

理事会・委員会活動報告

■理事会

2014年第2回(顔合わせ)理事会

2014年6月14日 於：大阪市立大学

議題1 前回理事会議事録案の承認

議題2 新入会員の承認

議題3 新たに発覚した7条退会候補者について

議題4 各委員会報告

議題5 今年度の選挙についての確認

議題6 会則8条の変更について

議題7 三井徹会員より寄贈された学会初期資料の活用について

議題8 その他

理事会より

■JASPM 会則改正案

理事会より日本ポピュラー音楽学会会則の改正を下記のとおり提案いたしたく存じます。

日本ポピュラー音楽学会 会則

【現行】

第8条 会員は理事会に申し出ることにより、退会できる。

【改正案】

第8条 会員は理事会に申し出ることにより、退会できる。また、会員が逝去した場合、会員資格を失う。

現行第8条や他の条文には、逝去した会員の会員資格の取り扱いに関しては規定がなされておられません。そのため、会員の逝去の事実を学会が把握いたしましても、会費請求などを会則に基づいたかたちで停止することができず、ご遺族や関係者の方々にご負担をおかけすることになってしまいます。

改正された場合、事務局が会員の逝去を把握した時点で、会則に基づいてその会員の会員資格は自動的に失われることとなり、そのような問題は解消します。付言すれば、同様の規定は他学会では一般的なもので、若い会員が多数を占めてきた本学会に長らく欠けていた規定でもありました。

6月の第2回理事会においてこの会則改正案は承認され、総会での議決が行われれば、正式に発効することとなります。

以上の会則改正の是非につきましては、12月開催の年次大会における総会にて議決を行いますので、会員の皆様にはあらかじめご検討のほどをお願い申し上げます。

事務局より

1. 学会誌バックナンバー無料配布について

現在、JASPM 学会誌『ポピュラー音楽研究』Vol.1～Vol.11のバックナンバーは、そのすべての記事が、科学技術振興機構のオンラインサービス、J-STAGEにおきまして無料で公開されております。

(<https://www.jstage.jst.go.jp/browse/jasmpms1997/-char/ja/>)

そのため、事務局に所在するVol.11までの冊子体のバックナンバーを、希望者の方に無料で配布しております(ただし送料はご負担いただきます)。

在庫については学会ウェブサイトの「刊行物」のコーナーに随時記載しておりますので、配布を希望される方(非学会員の方でも結構です)は事務局にお問い合わせください。また、ネット上で内容が全文公開さ

れていない Vol.12 以降のバックナンバーについては、引き続き通常の販売を行い、無料配布の対象とはいたしません。ご注意ください。

2. 原稿募集

JASPM ニュースレターは、会員からの自発的な寄稿を中心に構成しています。何らかのかたちで JASPM の活動やポピュラー音楽研究にかかわるものであれば歓迎します。字数の厳密な規定はありませんが、紙面の制約から 1000 字から 3000 字程度が望ましいです。ただし、原稿料はありません。

また、自著論文・著書など、会員の皆さんのアウトプットについてもお知らせ下さい。紙面で随時告知します。こちらはポピュラー音楽研究に限定しません。いずれも編集担当の判断で適当に削ることがありますのであらかじめご承知おきください。

ニュースレターは 86 号 (2010 年 11 月発行) より学会ウェブサイト掲載の PDF で年 3 回 (2 月、5 月、11 月) の刊行、紙面で年 1 回 (8 月) の刊行となっております。住所変更等、会員の動静に関する情報は、紙面で発行される号にのみ掲載され、インターネット上で公開されることはありません。PDF で発行されたニュースレターは JASPM ウェブサイトのニュースレターのページに掲載されています。

(URL : <http://www.jaspm.jp/newsletter.html>)

2013 年より、8 月の紙媒体での発行号については、会員の動静に関する個人情報を削除したものを、他の号と同様に PDF により掲載しております。

次号 (102 号) は 2014 年 11 月発行予定です。原稿締切は 2014 年 10 月 20 日とします。また次々号 (103 号) は 2015 年 2 月発行予定です。原稿締切は 2015 年 1 月 20 日とします。

2011 年より、ニュースレター編集は事務局から広報担当理事の所轄へと移行しております。投稿原稿の送り先は JASPM 広報ニュースレター担当 (nl@jaspm.jp) ですので、お間違えなきようご注意ください。ニュースレター編集に関する連絡も上記にお願いいたします。

3. 住所・所属の変更届と退会について

住所や所属、およびメールアドレスに変更があった

場合、また退会届は、できるだけ早く学会事務局 (jimu@jaspm.jp) まで郵便または E メールでお知らせください。

現在、各種送付物などはヤマト運輸の「メール便」サービスを利用してお送りしております。このため、郵政公社に転送通知を出されていても、事務局にお届けがなければ住所不明扱いとなります。ご連絡がない場合、学会誌や郵便物がお手元に届かないなどのご迷惑をおかけするおそれがございます。

例会などのお知らせは E メールにて行なっております。メールアドレスの変更についても、速やかなご連絡を事務局までお願いいたします。

JASPM NEWSLETTER 第 101 号

(vol. 26 no.3)

2014 年 8 月 5 日発行

発行：日本ポピュラー音楽学会 (JASPM)

会長 細川周平

理事 粟谷佳司・大和田俊之・久野陽一・

鈴木慎一郎・谷口文和・増田聡・

南田勝也・毛利嘉孝・輪島裕介

学会事務局：

〒558-8585 大阪市住吉区杉本 3-3-138

大阪市立大学大学院文学研究科 増田聡研究室

jimu@jaspm.jp (事務一般)

nl@jaspm.jp (ニュースレター関係)

<http://www.jaspm.jp>

振替：

00160-3-412057 日本ポピュラー音楽学会

編集：平石貴士