

シンポジウムテーマ：スポーツとメディアについて考える

「スポーツとメディアの関係」

山本 教人（九州大学健康科学センター）

mailto: yamamoto@ihs.kyushu-u.ac.jp hp: <http://www.noriyam.atnifty.com/>

1. 報告の目的

シンポジウムの【提案理由】(大会号 15～16 ページ参照)に示されているように、スポーツのメディア・バリューが上昇する(換言すれば、スポーツとメディアの関係が強固になる)につれて、1)「スポーツの公共性」の危機、2)スポーツ文化における「中心」と「周縁」の構造発生、3)スポーツにおける「身体性の脱落」などの問題が生起している。

本報告では、「ローカル・メディアとスポーツの関係」という視点から、これらの諸問題を(「解決」ではなく)様々に議論するための糸口を提供したい。

2. メディアとスポーツの相互依存関係

メディアとスポーツの関係を、「蜜月関係」、「恋愛結婚」にたとえて表現する者がいるように、両者は相互に依存する関係をこれまで形成してきたし、その関係をますます強固にしている。たとえば、我が国の多くのメディア産業にとってスポーツは、自社が企画する文化事業であり、かつ報道の内容である。一方スポーツは、マスメディア、とりわけテレビの普及がなかったなら、今日のように我々の生活の重要な部分にはなり得なかったと断言できよう。

以上より、【提案理由】に示されている諸問題は、メディアによってもたらされ、かつスポーツ自らが手繰り寄せたととらえなければならない。

3. メディア批判の難しさ

上述のような「相互依存関係」にも関わらず、メディアはしばしば、「本当のスポーツを伝えていない」、「スポーツ報道にはイデオロギー的な偏向がある」と(特に我々スポーツ関係者から一方的に)批判されている。たとえば飯田は、シドニーオリンピックの新聞報道におけるジェンダー・バイアスを、フェミニストの立場から指摘し、批判している。氏の分析結果によれば、量的な観点からは新聞のオリンピック報道に性差は存在しなかった。とはいえ、メディアから流れる報道は、男女同質であるとは決していえなかった。なぜなら、報道に取り上げられる種目には明らかに性別による違いがあり、男性ではより男性的な種目が、そして女性ではより女性的な種目が好んで取り上げられていたからである。また新聞は、女性の活躍を過小に評価して報じる傾向にもあった。

メディア・メッセージのイデオロギー批判を目的とするこの種の研究の意義を過小に評価してはならないが、その限界も認識しておかなくてはならない。

まずひとつめの限界は、責任の所在に関わっている。メディアによって「再生産」されるスポーツ・イメージは、社会において好んで受け入れられているイメージである。したがって、好まれたイメージに沿って対象を表象する企業体としてのメディアの選択は、十分に合理的だといえる。女性競技者のメディア・イメ

ージが偏向しているとすれば、それに対する責任はスポーツ関係者こそが負わなければならないのかもしれない。

ふたつめの限界は、「本質主義」をめぐる問題である。「本当のスポーツ」、「スポーツ本来の姿」、「正しい女性スポーツ像」などといった普遍的なスポーツ・イメージは、一体どこに存在するのだろうか。「スポーツとは、～である」との定義は、定義を下す個人が身を置く集団や組織の利害関係を反映している。メディアに携わる人であれば、利益の創出、価値の形成、公的サービスの提供、自らの信用の形成、芸術的な表現法などの関心に基づき、スポーツを定義するだろう。一方スポーツ関係者は、スポーツを健康教育や道徳教育の文脈で定義することを好むかもしれない。繰り返すが、メディアとスポーツは相互依存関係にある。したがって【提案理由】に示された問題に迫るには、メディアとスポーツは、互いの利害関心に止まり批判し合うのではなく、よりよい関係形成へ向けた対話を始めなくてはならない。これは容易ではないように思われるが、ローカルな環境においては、それほど困難ではないかもしれない。

なお本質主義の議論に関連して、先の飯田は明らかに混乱している。女性競技者をめぐる新聞の本質主義を批判する氏の記述は、「...男性ではより男性的な種目が、そして女性ではより女性的な種目が...」というくだりに明らかなように、批判すべきジェンダーの「本質」を前提にしているからである。

4. ところで、何故スポーツなのか

「生涯スポーツ」、「総合型地域スポーツクラブ」の名称は、我々スポーツ関係者であれば誰でも知っている。それにしても、何故「スポーツ」なのか。「生涯音楽」、「生涯英会話」、「生涯絵画」...、同様に「総合型地域もの作りクラブ」、「総合型地域芸術クラブ」、「総合型地域テレビゲームクラブ」...、はあり得るはずだが、これらの名称を我々は決して目にしない。これは、スポーツの学びやクラブが他の学習活動、クラブとは違う特色を持っており、この社会にとって大切だということを意味していると理解しなければならないだろう。それでは、スポーツの何が一体重要なのだろうか。メディアとスポーツの対話を活性化するために、ここでは「スポーツのメディア性」という特色に焦点を当て、現代社会におけるスポーツの重要性に関する議論を展開してみたい。

5. メディアとしてのスポーツ

近年、ワールドカップなどの国際的なゲームを、ゲームが行われている当の会場ではなくその外（たとえば学校や近くの商業施設など）で、大型のモニタやスクリーンを見ながら応援している観衆の姿をよく目にする。こうしたスポーツ観戦の新たな形態は、パブリック・ビューイング(public viewing)と一般に呼ばれている。テレビやラジオ、そして近年ではインターネットを介して個別に観戦可能な環境にありながら、あえて公的(public)な環境で、大勢でのスポーツ観戦を好むこのような人々の事例は、スポーツが新聞、テレビ、インターネットといった、一般にいわれるメディアの内容(コンテンツ)であるばかりでなく、それ自体人とひととを媒介し結びつけるコミュニケーション・メディアであることを示しているように思われる。

ところで、かつてマーシャル・マクルーハンは、メディア研究において重要なのはその「内容」ではなく、メディアの技術や受容といった「形式」の変化が与える「効果」であると論じた。彼の意図したことは、「メディアはメッセージである」という有名なフレーズに凝縮されているが、これは、いかなるメディアであれ、いったん導入されれば人間の思考様式を変え、我々の社会、人間関係、感性に何らかの変化を引き起こさずにはいないという意味である。それでは、メディアとしてのスポーツは、現代社会やそこに住む人々に対して、一体何をもたらしてくれるのだろうか。

6. 高度情報化社会におけるコミュニケーション問題とスポーツ

「高度情報化社会」という現代社会の性格づけに、異を唱える者はいないだろう。グローバルな双方向の情報技術は、世界の片隅で生じた出来事についてのほとんどタイムラグのない情報入手と、「いま・ここ」にしかない情報の全世界へと向けての発信とを我々に可能にした。だが、こうした高度情報環境の整備は、皮肉にもあらゆる物事に対する人々の信頼感や現実感を希薄化させ、現代人のアイデンティティを寄る辺ないものとし、人とひととの直接的なコミュニケーションの崩壊を引き起こしていると問題視されている。こうした社会にあってメディアとしてのスポーツは、「情動的なコミュニケーション」を介して集団のメンバー間に多様な関係を生み出すことで、彼らに「実存の感覚（アイデンティティ）をもたらしているように見える。「生涯音楽」、「生涯英会話」、「生涯絵画」...ではなくて「生涯スポーツ」が、そして、「総合型地域もの作りクラブ」、「総合型地域芸術クラブ」、「総合型地域テレビゲームクラブ」...ではなくて「総合型地域スポーツクラブ」が重要なのは、スポーツが以上のような独特のメディア性を有しているからである。

メディアとスポーツの対話を活性化するには、まずこうしたスポーツのメディア特性をお互いが正しく理解し、スポーツが現代社会やそこに生活している人々に対して有する意義や可能性を、ローカルな環境から考えていくことが重要ではないかと思う。このような観点からすれば、「総合型地域スポーツクラブ」の話題は、もっと頻繁にメディアに取り上げられてよい。

7. メディアとスポーツ：よりよい関係構築へ向けて

最後に、【提案理由】に示された3つの問題に対して、ローカル・メディアとスポーツの関係という視点から、議論の方向性を示しておこう。要点は以下の2点である。まず、グローバルなメディア戦略が引き起こしているスポーツの諸問題は、ローカルな環境においては必ずしも当てはまらない。そして、メディアとスポーツをめぐるグローバルな問題の解決に向けては、ローカルなレベルにおけるメディアとスポーツの関係の活性化が何よりも重要である。

まずは、1)「スポーツの公共性」の危機という問題。

スポーツは、非常に公共性の高い文化として認識されている。競技場や体育館建設に対する国や自治体からの公的資金投入が正当化されるのも、あるプロ球団に公的な競技場の使用が優先的に認められるのも、スポーツの持つ公的性格故である。それにしても、「スポーツの公共性」の根拠とは一体何だろうか。ひとつの可能な回答は、スポーツが、「する・極める・見る・支える」といった多様な参与形態により人々を瞬時に結びつけ、人とひととの交流を促し、彼らの住まう地域の活性化に貢献し得るからではないだろうか（こうしたスポーツ文化の特性を、本報告では「スポーツのメディア特性」と呼んできた）。こういう風に考えれば、これまで様々なスポーツ・イベントの企画・協賛・報道を通じて、地域社会におけるスポーツの公共性を保証し拡張してきたローカル・メディアの功績は高く評価されなければならないし、今後よりいっそう地域に密着したスポーツ・イベントの企画・報道がなされることが望まれる。

なお、「ユニバーサル・アクセス権」問題として知られている、CSデジタル放送、CATV、PPVチャンネルによるスポーツ放映権の独占が引き起こすグローバルな問題は、「見るスポーツ」に関わる公共性の侵害である（にすぎない）。私見では、「ユニバーサル・アクセス権」は、「人気スポーツへのユニバーサル（すべての人々の）・アクセス権」という側面と、「ユニバーサル（全世界に存在している様々な）・スポーツへのアクセス権」という側面から理解されなければならない。つまり有料放送は、批判されているように人気種目の放送を視聴する権利を一部の人々から奪い取ってしまうが、同時に多様なスポーツ種目の視聴を（お金

を払ってくれた人だけにではあるが、保証しているという側面も見なければならぬように思う。たとえば、民放が2局しかない私の故郷では、有料放送はスポーツ情報の大きな資源となる。またCATVのおかげで、見たくもないセントラル・リーグ有名球団を中心に編成された野球中継ではなく、福岡をフランチャイズとするパシフィック・リーグ球団の試合中継をノーカットで堪能できる。

次に、2) スポーツ文化における「中心」と「周縁」の構造発生という問題。

この問題に関連することで記憶に新しいのは、IOCが7月8日の総会で、2012年ロンドン夏季五輪から、野球とソフトボール競技を外すことを決めたという話題である。スポーツのますますのメディア依存は、より多くの人々に注目される種目とそうでない種目間にこのような格差を生みだし、スポーツ文化の健全な発展にとってマイナスの効果をもたらすとの危惧はよく理解できる。しかし...、である。

たとえば先のIOC決定が、この国の野球人気にどれほどのかけりをもたらしたといえるだろうか。プロ野球人気に衰えは見えず、先般終了した高校野球に対する国民の関心も依然として高い水準のままである。そればかりか、石毛宏典氏が社長を務める「四国アイランドリーグ」、野茂英雄氏を理事長とする「NOMOベースボールクラブ」、萩本欽一氏が監督の「茨城ゴールデンゴールズ」、それに定岡正二氏が地元鹿児島で指揮を執る「ホワトウェーブ」(チームの名称からも推察できるように、地元の焼酎メーカーがチームをバックアップしている。また、地元出身の坂上二郎氏を総監督に迎え、欽ちゃんチームと対戦する構想が話題を呼んでいる。)などの近年における地域を核にした野球の盛り上がりは、グローバルなメディア戦略とは異なるレベルでの、つまり、地域社会に密着したメディア・スポーツの展開方略があることを予想させる。

最後に、3) スポーツにおける「身体性の脱落」という問題。

サイバースペースへの引きこもりが原因だとされる事件が毎日のように報道されているように、高度情報化社会における「身体性の脱落」は大変問題視されている。しかし(あるいはそうであるが故に、か) スポーツにおいては「身体性の希求」ととれるような現象が生じている。たとえば、テレビ・ラジオはもちろん、近年ではインターネットを通じて野球を見ることが可能な環境にありながら、ほぼ毎試合3万人を超える観衆が「福岡Yahoo! JAPAN ドーム」に足を運んでいる(インターネット中継は、Yahooのウェブサイトで見られている。孫さんは、「スポーツにおける『身体性の希求』」をよく理解している) また、大型スクリーン前で「ニッポン代表」のユニフォームを身にまとい、顔に「日の丸」をペイントして応援したところで、選手に声援が届くわけでも、試合結果を左右できるわけでもないことは十分に知っていながら、パブリック・ビューイングはますます広がりを見せている。社会全体が仕組みとして「身体性の脱落」をますます加速させる中、スポーツは、それとは反対のベクトルで人々の関心を引きつけているのではなからうか。そうだとすれば、現代社会におけるスポーツは、「勝った・負けた」に収斂させてはならない意味を携えた社会現象として我々の前に立ち現れていることになる。

余談だが、ひとりの“Cyberphilia”としては、サイバースペースにおいて人とひととの間にこういったコミュニケーション・チャンネルが開け、親密な関係が形成されるのかは、サイバースペースの危険性とともに検討されなければならないと思う。ポストモダンにおける身体性の議論は、規律・訓練的な身体性の議論とは別の観点からなされなければならない。

総括すれば、ローカル・メディアとスポーツの関係者は、「コミュニケーション・メディアとしてのスポーツ」を了解事項として、互いの関係のあり方を再考・再創造する(できる)時期にいま来ている。