

スポーツイメージに関する研究 (1)*

—— 日本人大学生におけるスポーツのイメージ ——

平 田 忠

A Study on the image of sport (1)

—— Image of sport among Japanese university students ——

Tadashi Hirata

The images of sport and of sport mass media among Japanese university students were researched with a questionnaire. The questionnaire included questions about student's interest in sport, the image of sport, and their image of mass media on sport. The results revealed that 1) Japanese university students have most contact with sport through television, 2) they have positive images of sport, 3) the image of sport is very closely tied up with a particular sport competition, especially with baseball and soccer, 4) the image of sport mass media is related more to the verbal elements of the content than the visual ones, and 5) in some aspects the sport mass media have influences on the image of sport.

Key words : sport, image, mass media

はじめに

現代社会におけるスポーツ

現代社会においてスポーツは非常に身近で日常的な事柄である。実際にスポーツ活動に参加する機会は私たちの周囲に数多く存在する。青少年においては、小学校から大学まで、学校内でのスポーツクラブ活動が盛んであるし、学外でも野球やサッカー、水泳を中心として地域のスポーツクラブ、スポーツ教室に参加する青少年は多い。また成人においても、アスレティッククラブに所属して定期的にスポーツをする人が増加しているし、早起き野球やママさんバレー、ゲートボールなど、サークルを結成して継続的に競技に参加することも一般的になって

きている。個人のレベルでも、ゴルフやジョギングを初めとして、スポーツをする人は多い。

私たちのスポーツとのもう一つの関わりは、マスメディアを通しての間接的な接触である。私たちは、毎日のように新聞、雑誌、ラジオ、テレビを通してスポーツに接している。一般紙では、ほとんどすべてがスポーツに何ページかを割いているし、スポーツ記事が主体をなす全国スポーツ紙も五指に余る。同様にラジオ・テレビでも、ニュース番組の中には必ずと言っていいほどスポーツコーナーが組み込まれ、私たちに最新のスポーツ情報を伝えている。雑誌についても、「Number」のような総合スポーツ誌から各競技種目専門誌まで、日本国内だけでも数十にのぼる雑誌が定期的に刊行されている。こ

* 本論文は文部省科学研究費補助金（萌芽的研究）「映像によるスポーツ・イメージの形成に関する実証的・理論的研究」（研究代表者：平田忠）による研究成果の一部である。

これらのメディアを通して、私たちは世界的な大会から地域のサークルレベルの競技会まで、また、イベント自体の内容・記録から個々の選手の横顔、さらにイベントをめぐる周辺的な出来事まで、様々な情報を得ることができる。このようにスポーツに関する膨大な情報が提供されていることは、スポーツに対する私たちの関心の大きさを少なからず反映しているといつてよい。

スポーツと私たちをつなぐマスメディアのもう一つの側面はスポーツ中継である。マスメディアは過去に起こった、あるいはこれから起こるスポーツイベントに関わる情報を私たちに提供するだけでなく、スポーツイベントを私たちに「直接」伝える。野球やサッカー、相撲を初めとして、様々なスポーツ競技がテレビ・ラジオで、しかもその多くが生中継されており、特に週末にはスポーツ中継のない日はないといつてもよいほどである。そうした中継を通して、私たちは実際に競技場へ足を運ばずして、国内は言うに及ばず世界各国の種々のスポーツ競技を観戦することができる。しかもテレビでは、多数のテレビカメラの使用による多角的な視点からの映像の提示やリプレイ、ストップモーション、スローモーション、ズームアップなどの技術を通して、視覚的には実際のスタジアム観戦では得られない体験を私たちに提供してくれる。

スポーツのイメージ

上述のように、私たちの生活の中でスポーツが日常的になっている現在、スポーツに対して私たちはどのようなイメージを抱いているのだろうか。また、そのイメージはどのように形成されるのだろうか。

スポーツの語義を国語辞典で調べてみると「余暇活動・競技・体力作りのために行う身体運動。陸上競技・水泳・各種競技・スキー・スケート・登山などの総称。」(大辞林)、「陸上競技・野球・テニス・水泳・ボートレースなどから登山・狩猟などにいたるまで、遊戯・競争・肉

体的鍛錬の要素をふくむ運動の総称。」(広辞苑)とある。また、英語の“Sport”を辞書で探してみると「① (休養・娯楽のために行う) 運動, 競技, スポーツ, ② 娯楽, 楽しみ, 慰み, 気晴らし, …」(研究社新英和大辞典), 「① Pleasant pastime, entertainment or amusement, recreation, diversion, …」(Oxford English Dictionary), 「① an athletic activity requiring skill or physical prowess and often of a competitive nature, as racing, baseball, tennis, golf, bowling, wrestling, boxing, hunting, fishing, etc., ② a particular form of this, esp. in the out of doors, ③ diversion, recreation; pleasant pastime, …」(The Random house dictionary of English language) となっている。まとめて言えば、スポーツとは身体運動をその基本的な要素とする競争, あるいは楽しみのための活動ということになろう。また、それに参加する競技者, スポーツマンという言葉を目にする時、私たちはその中に若さ, 努力, 純粋, フェアプレイなど、望ましい価値を持つ言葉を思い浮かべるのではないだろうか。このように、スポーツは伝統的には肯定的なイメージを伴う活動としてとらえられてきたように思われる。

一方、そうした肯定的な意味を持つ活動としてのスポーツの世界において、近年そのイメージに影響を与えるような出来事が少なからず起こっている。その一つとしてドーピングの問題を挙げることができる。医学・薬学的な知識の増大と共に様々な薬剤・方法が開発され、体力増強・パフォーマンス向上を目的として用いられている。新しい薬剤・方法の開発・使用とその禁止はいたちごっこの感が強い。制裁処分も厳しくなっているが、ドーピングがおさまる気配は一向にない。それらの方法のどこまでが許容されるべきで、どこからが禁止されるべきかについての論拠は必ずしも明確ではないが、それにしても、私たちがマスコミでドーピングの文字を目にするときには、スポーツマンシップとは相容れない「不正」というイメージが頭を

よぎるのではないだろうか。

スポーツイメージに関わるもう一つの問題はスポーツ選手のプロ化である。近年、多くの競技種目でプロ選手が誕生している。そうしたアマチュアリズム衰退の傾向はアマチュアスポーツの牙城と言われたラグビーにまで及んでいる。それに伴い、賞金を含めた選手としての金銭的報酬が高騰すると共に重要視されるようになってきている。もともとスポーツには、その行為自体を楽しむという内発的な動機に基づくものという側面があるが、スポーツのプロ化はスポーツの外的な報酬を得る手段という面を強調することとなり、スポーツの純粹さという美德に影を落としている。特に日本ではプロ選手であっても金銭的な面を強調すると批判されることがあるのではないだろうか。そうした批判の裏には、プロ選手に常人とはかけ離れた素晴らしいプレイを期待すると同時に、スポーツマンはスポーツに対して純粹であってほしいという我々の願望が潜んでいるのである。

また、スポーツの周辺的な出来事として、サッカーにおけるフーリガンの問題がある。スタジアムに集団で押しかけ、試合中は言うに及ばず、試合の前後においても相手チームのグループと暴力沙汰を起こす姿がしばしば報道されている。これらのグループはチームの一般のファンとは無関係で、端から試合観戦が主要な目的ではなく、騒ぎを起こすことだけを意図しているとの指摘もあり (Van Limbergen et al., 1989)、サッカーの競技自体とは関連がないにしても、サッカーにまつわる現象としてそのイメージに影響を及ぼしていることは想像に難くない。

この他にも、スポーツイベントの商業化、オリンピックの招致競争をめぐるスキャンダルなど、伝統的なスポーツ観に影響を及ぼす出来事がスポーツの内外に少なからず見られる。

さらに、スポーツのイメージに関連して忘れてならないことは、スポーツはその本来の性質の一つである競争に伴って暴力的要素を含むということである。その顕著な例はプロボクシン

グである。そこでは、相手を殴り倒すことが競技の目的である。他のプロ格闘技においても同様の特徴が存在する。球技においても「暴力」は存在する。アメリカンフットボール、ラグビー、アイスホッケー、サッカー、バスケットボールなど、相手選手との接触を含む競技では、選手間の競り合いの中で、相手を押す、突く、倒す、ぶつかるなどのプレイが頻繁に見られる。ただ、スポーツ競技における暴力の扱い（あるいは解釈・評価）は単純ではない。それらはある程度まではルールによって許容されている。また、ルールで許容される以上の競技中の暴力が、努力や成功への欲求、動機づけの指標とみなされることもしばしばある (Coakly, 1988)。特に、北米のアイスホッケーの選手の間では、暴力は男性性と非常に密着しており、ルールを守ることよりも「男らしい」ラフプレイが重要視されているという指摘もある (Weinstein et al., 1995)。

スポーツのイメージに関するこれまでの心理学的研究を見ると、その焦点はスポーツの暴力性という面に集中しており、スポーツの中における暴力的な場面が観客あるいは視聴者の攻撃的な傾向・行動にどのような影響を及ぼすかに関する研究が数多くみられる (Lefkowitz et al., 1973; Russel et al., 1988; Russel & Pigat, 1991 など)。それに対して、スポーツイメージ自体あるいはその形成に関わる研究はほとんど見られないようである。

スポーツイメージとマスメディア

スポーツイメージの形成を分析する際に欠かすことができないのはマスメディアの影響であろう。それは、既述のように、私たちが手にするほとんどのスポーツ情報がマスメディアによってもたらされており、またスポーツ観戦についても、マスメディアを通しての機会の方が圧倒的に多いからである。マスメディアの中でも、最も重要な位置を占めるのはテレビである。スポーツの「テレビ性」について、Brown (1977) は次のように述べている: Sport was recog-

nized to be “the perfect form for TV, at once optical and entertaining, performed live and superficially without a script, peopled with heroes and villains, full of action and human interest and laced with pageantry and ritual”。テレビはスポーツという最良のパートナーを得て急速に普及・発達し、同時にテレビはスポーツの発展に貢献してきたといえることができる。スポーツとテレビとの関係は相互的である。一方では、試合の時間に合わせて番組を編成するなど、スポーツからテレビへの影響がある。他方、テレビもスポーツに多大な影響を及ぼしている。テレビがスポーツ団体にもたらす放送権料は増加の一途をたどっており、いくつかのスポーツ競技あるいは大会では、テレビ放映なしではその運営が困難となっている。そのため、スポーツの運営においてテレビが主導権を握るという現象が現れてきている。その一つは放映時間の問題である。スポーツ放映が多地域的、あるいは世界的になり、競技が行われる会場以外の地域にもその様子が放映されるようになってきたことに伴って、競技者自身、あるいは会場で実際に観戦する観客ではなく、テレビで観戦する他地域の視聴者の事情をより重視した競技開始時刻の設定が行われることがある（Lever & Wheeler, 1993）。また、スポーツ競技のより本質に関わるような影響もある。ルールの改正である。例えば、バレーボールにおけるラリーポイント制の採用などは、試合全体を一定の放送時間内におさめようとする、テレビ放映を意識してのルールの改正といえることができる。

大部分のスポーツ情報がマスメディアによって提供されることを考えれば、スポーツに対して私たちが抱くイメージの形成においてマスメディアの影響が無視できないことは明らかである。そうしたマスメディアの影響を分析する際には、二つの要素が考慮されなければならない。その一つは、情報の言語的な要素である。新聞・雑誌などの活字媒体では、見出し、競技内容の

記述、あるいは写真につけられるキャプションの内容が、またテレビ・ラジオでは、アナウンサーや解説者によるナレーション・コメントの内容が問題となろう。これらについては、言語的内容の分析と読者・視聴者に対するその影響に関する研究がこれまでもいくつか見られる（Young & Smith, 1988; Sullivan, 1991）。Sullivan (1991) が「ナレーションには、競技を客観的に伝える“記述的ナレーション”と視聴者を楽しませる出来事を強調しスポーツに内在するサスペンスを高めようとする“劇的ナレーション”の二種類がある」と指摘するように、ナレーションの役割は単に競技の経過・結果を正確かつ客観的に伝えることだけではないことに留意する必要がある。このような特徴は、テレビだけでなく活字メディアにも当てはまると思われる。

メディアの影響におけるもう一つの要素は視覚（映像）的要素である。新聞や雑誌に掲載される写真、テレビの映像は、身体運動としてのスポーツを私たちにより直接的な形で伝える重要な手段であり、その内容がスポーツイメージの形成に大きく寄与することは疑いの余地がない。しかし、いずれのメディアにおいても、読者・視聴者は自分が「見るもの」に関して主体的な選択権がない。言わば、メディアの側から一方的に映像を与えられているのである。新聞や雑誌のカメラマンは、各々の試合において膨大な数の写真を撮っているわけだが、実際に紙（誌）上に掲載されるものはごくわずかである。テレビにおいても、一つの試合を中継するために数多くのカメラが用いられ、様々な場面が同時に記録されているにもかかわらず、通常ある時点で視聴者に提示されるのは、その中の一つの「絵」だけである。ここでは、スポーツを伝えるために、カメラマンがどのような「絵」を撮ろうとするのか、また新聞・雑誌の編集者やテレビのディレクターが手元にあるものの中からどのような「絵」を選択をして視聴者に送ろうとするのかが問われねばならない。この点に

関する実証的研究としては、あるゴルフトーナメントのテレビ放映プロセスについての Stoddart (1994) の研究があるが、編集・放送の現場に密着した研究は数少ない。

目的

この研究の将来的な目標は、スポーツ映像とスポーツイメージ形成の関係の分析ということであるが、ここでは、その手始めとして、日本人大学生を対象として、スポーツに関するイメージの調査を行った。具体的には、彼らがスポーツ（あるいはスポーツメディア）に対してどのようなイメージを抱いているか、またスポーツについてどの程度関心を持っているかを調べることである。

方 法

質問紙には、回答者の性別・年齢の他に、以下のような項目についての質問が設けられた。

① スポーツへの関心と参加についての質問項目：スポーツ活動への継続（定期）的参加の有無（有の場合は、その競技種目名）、最も関心がある競技種目名、新聞（一般紙）の購読（一般紙のスポーツ欄を読むかどうか）、スポーツ雑誌の購読、スポーツ紙の購読、テレビのスポーツ中継の視聴（よく視聴する競技種目名）。新聞・雑誌の購読、テレビ視聴については、三つの回答カテゴリー（1 全く（ほとんど）読まない/見ない、2 時々読む/見る、3（ほとんど）毎日/定期的に読む、よく見る）を設けた。2 あるいは 3 と回答した場合には、最もよく読む新聞・雑誌の名前を一つ挙げるよう、またテレビ視聴については、よく見る競技名を 1～3 種目の範囲で回答するよう求めた。

② スポーツイメージについての質問項目：まずスポーツ全般について「スポーツの特徴を形容する言葉の中で、『スポーツ』と聞いて初めに思い浮かぶ言葉は何ですか。」という質問を設けた。また、スポーツの中で、最も興味・関心がある競技種目を一つ挙げてもらい、その種目についてのイメージを、

「その競技種目の特徴を形容する言葉の中で、初めに思い浮かぶ言葉は何ですか。」という形で質問した。いずれも、回答は 1～3 個の範囲で求めた。スポーツマスメディアのイメージについては、新聞・雑誌の購読あるいはテレビ視聴の質問に対して 2 あるいは 3 と回答した場合に、各自が最もよく読む一般紙のスポーツ記事、スポーツ雑誌、スポーツ新聞の特徴、またテレビのスポーツ中継の特徴について、それを形容する言葉の中から初めに思い浮かぶものを 1～3 個の範囲で回答してもらった。

仙台市にある 4 年制 T 大学の学生を対象として、上記の質問紙による調査を 1998 年 11 月と 1999 年 7 月の 2 回に分けて実施した。授業時間内に質問紙を配布し、回答を記入してもらった後、その場で用紙を回収した。

2 回の調査を合計して 273 名（男子 212 名、女子 60 名、性別不明 1 名）からの回答を得た。回答者の年齢は 18～25 歳、平均年齢は 19.9 歳であった。その中で継続的にスポーツ活動をしている者が 94 名（34.4%）、していない者が 175 名（64.1%）であった（無回答 4 名）。参加しているスポーツ競技として 35 種目が挙げられたが、参加者が多い種目の主なものは以下の通りである：サッカー（15 名）、バスケットボール（11 名）、野球（7 名）、テニス（7 名）、バレーボール（6 名）、水泳（5 名）。

結 果

スポーツへの関心

最も関心がある競技種目についての結果を図 1 に示した。関心がある種目として合計 37 の種目名が挙げられたが、多くの回答者が挙げた種目は野球 57 名（20.9%）、サッカー 53 名（19.4%）、バスケットボール 35 名（12.8%）、テニス 19 名（7.0%）、バレーボール 15 名（5.5%）等であった。

新聞（スポーツ欄）、スポーツ雑誌、スポーツ紙の購読、テレビのスポーツ中継視聴について

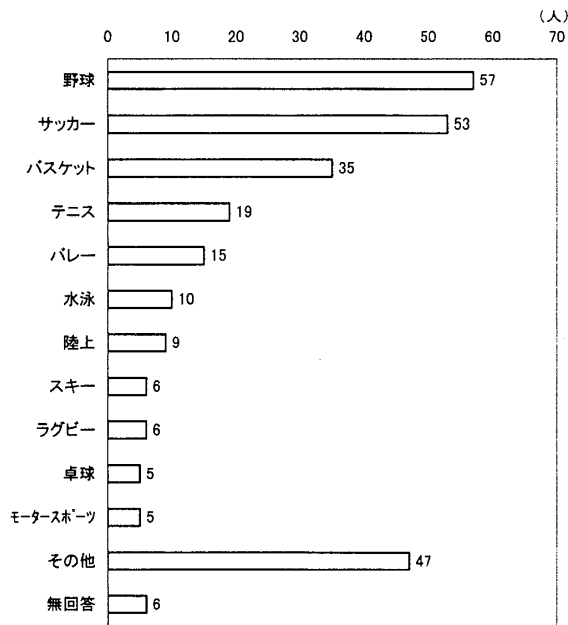


図1 最も関心のある種目

の回答者全体の結果と、継続的スポーツ活動をしている者・していない者別の内訳を図2に示した。回答者全体をみると、一般紙のスポーツ欄を読むかどうかについては、「ほとんど読まない」という回答が116名(42.5%)、「時々読む」

が71名(26.0%)、「毎日読む」が83名(30.4%)、無回答が3名(1.1%)であった。なお、「スポーツ欄をほとんど読まない」回答者の中には、「新聞をほとんど読まない」者が67名(24.5%)含まれている。スポーツ雑誌については、「ほとんど読まない」が186名(68.1%)、「時々読む」が66名(24.1%)、「定期的に読む」が17名(6.2%)、無回答が4名(1.5%)であった。雑誌の種類については、その主なものは総合スポーツ誌が21名、サッカー雑誌が13名、野球雑誌が7名、バスケットボール雑誌が6名、モータースポーツ雑誌が5名という結果であった。スポーツ紙については、「ほとんど読まない」が210名(76.9%)、「時々読む」が54名(19.8%)、「毎日読む」が6名(2.2%)、無回答が3名(1.1%)であった。テレビのスポーツ中継については、「ほとんど見ない」が48名(17.6%)、「時々見る」が144名(52.7%)、「よく見る」が78名(28.6%)、無回答が3名(1.1%)であった。また、テレビでよく見るスポーツ(三つまでの複数回答)では、最も多かったのが野球182名(66.7%)で、

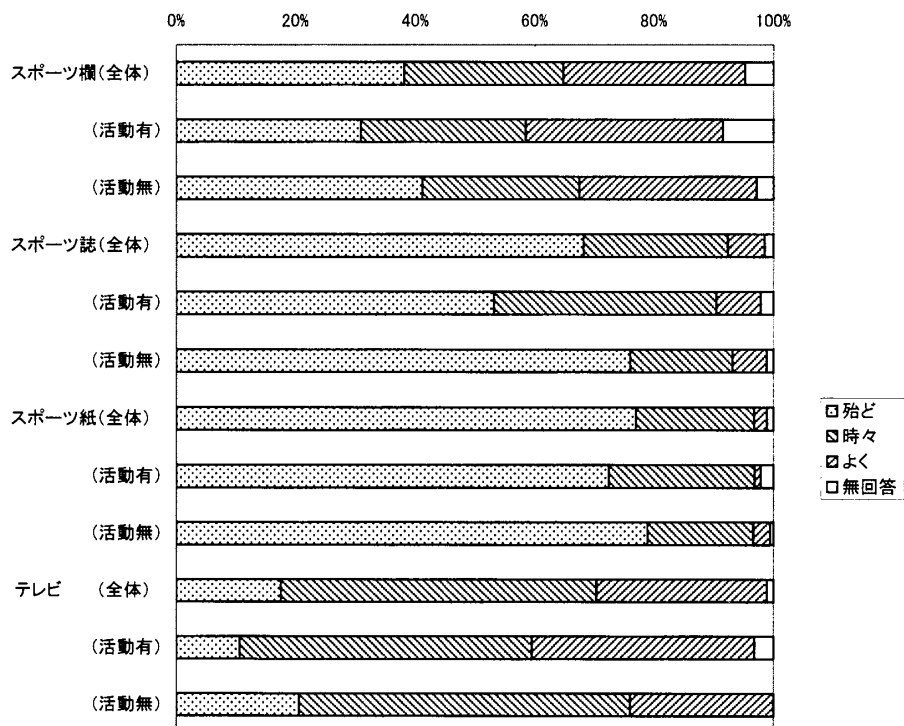


図2 スポーツメディアとの接触

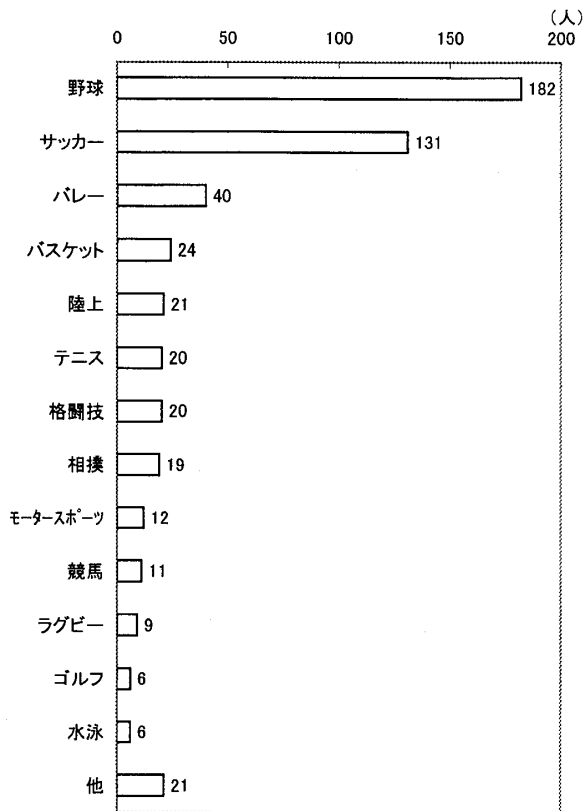


図3 テレビでよく見るスポーツ

続いてサッカー131名 (48.0%), バレーボール40名 (14.7%), バスケットボール24名 (8.8%), 陸上競技21名 (7.7%), テニス20名 (7.3%), 格闘技20名 (7.3%), 相撲19名 (7.0%) の順であった(図3)。スポーツマスメディアの中では、テレビを通しての接触が最も多く、新聞のスポーツ欄の読者も比較的多く、それに対してスポーツ誌やスポーツ紙の購読者は限られているといえることができる。また継続的なスポーツ活動の有無とスポーツメディアとの接触の関係をみると、スポーツ活動をしている者の方が、メディアの種類を問わず、メディアとの接触が多いという傾向が見られるが、二つのグループ間での差はそれほど大きくはなかった。

スポーツのイメージ

イメージに関する質問では、特徴を形容する言葉を1~3個の範囲で挙げるように求めたが、回答として得られた言葉の中には形容語でないものも多く含まれていた。したがって、回答は

「特徴を形容する言葉」というよりは、そのテーマから「連想される言葉」と解釈するほうが妥当と思われる。なお、同義語、類義語はそれぞれまとめて集計を行った。

「スポーツ」から思い浮かぶ言葉として、合計646個が得られた。その中で、競技種目名(及び各競技種目に関わる大会名・チーム名・人名・用語)が167個で、それ以外の回答が479個であった。それぞれの主な回答を図4,5に示した。種目名で多くみられた回答は、「サッカー」49名 (17.9%), 続いて「野球」44名 (16.1%), 「バスケットボール」20名 (7.3%) であった。こうした結果は、スポーツのイメージが特定の競技種目と強く結びついていることをうかがわせる。一方、種目名以外の回答で最も多かったのが「汗」で、66名 (24.2%) がこの言葉を挙げた。以下、「運動」37名 (13.6%), 「楽しい」26名 (9.5%), 「走る」25名 (9.2%), 「疲れる」24名

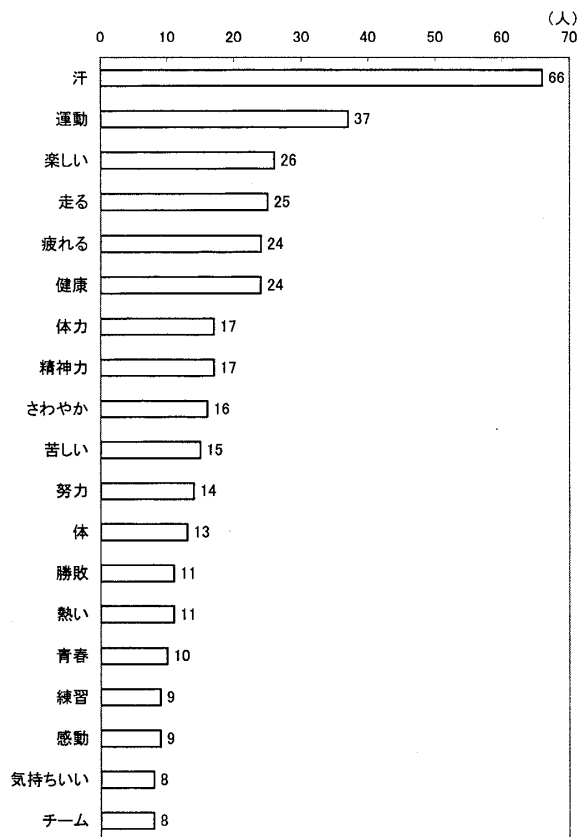


図4 「スポーツ」から思い浮かぶ言葉 (主な回答)

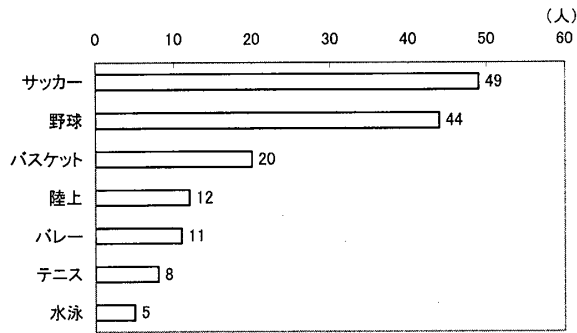


図5 「スポーツ」から思い浮かぶ種目 (主な回答)

(8.8%), 「健康」24名(8.8%)と続いている。これらの回答を眺めてみると、スポーツの本質的要素の一つである身体運動に関わる言葉(汗, 運動, 走るなど), それに関連した能力に関わる言葉(体力, 精神力など)が多く見られる。また, スポーツに対する評価という観点から見ると, 肯定的な評価を表す言葉として「楽しい」「健康」「さわやか」などが挙げられたのに対して, 否定的な評価を表現する言葉はごくわずかであった。全体としてみれば, スポーツに対して肯定的なイメージを抱いているといえることができる。

最も関心がある競技種目として回答が多かった野球, サッカー, バスケットボールについて, その種目から思い浮かぶ言葉を図6に示した。それぞれ129個, 117個, 82個の言葉が回答として挙げられた。野球で多いのは, 「ホームラン」11名(19.3%), 「バット」7名(12.3%), 「ボール」6名(10.5%), 「打つ」6名(10.5%)であった。サッカーでは, 「ゴール」20名(37.8%), 「シュート」14名(26.4%), 「ボール」12名(22.6%), 「ワールドカップ」7名(13.2%)であった。バスケットボールでは, 「シュート」11名(31.4%), 「ダンク」7名(20.0%), 「スピード」7名(20.0%)という結果であった。いずれの種目においても, その競技種目に関わる用語・固有名詞が大半で, スポーツとしての特徴・イメージを表すような言葉は非常に少なかった。

スポーツメディアのイメージ

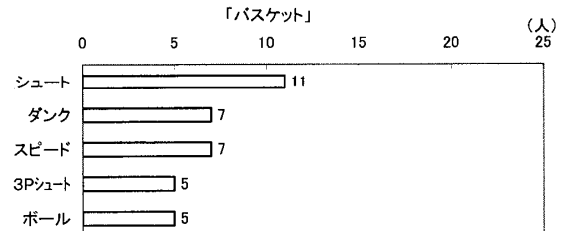
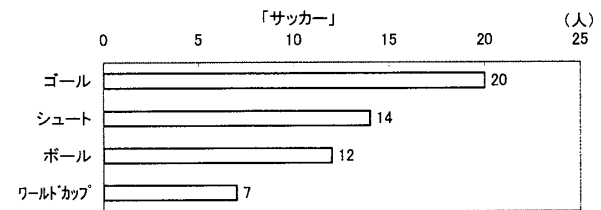
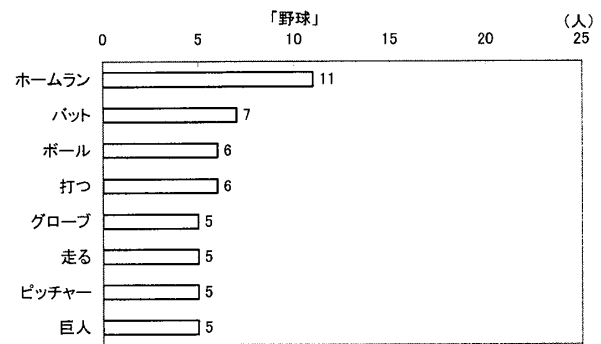


図6 種目のイメージ (主な回答)

スポーツメディアのイメージについての主な回答を図7～10に示した。「新聞のスポーツ欄」から思い浮かぶ言葉として, 新聞のスポーツ欄を「時々」あるいは「いつも」読むと回答した193名から合わせて296個が挙げられた。頻度順に, 「勝利」41名(21.2%), 「敗北」23名(11.9%), 「野球」15名(7.8%), 「巨人」13名(6.7%), 「写真」10名(5.2%)という結果であった。ここでは, 見出しに関わる言葉(見出し, 勝敗を表現する言葉)が多く見られるのが特徴的である。また, 「スポーツ欄といえば, まず野球」という傾向も見られる。評価に関わる言葉はわずかであった。

「スポーツ雑誌」から思い浮かぶ言葉としては, スポーツ雑誌を「時々」あるいは「定期的に」読むと回答した83名から合計111個が挙げられた。比較的頻度の高い回答は「サッカー」19名(22.9%), 「野球」7名(8.4%), 「結果」6名

スポーツイメージに関する研究 (1)

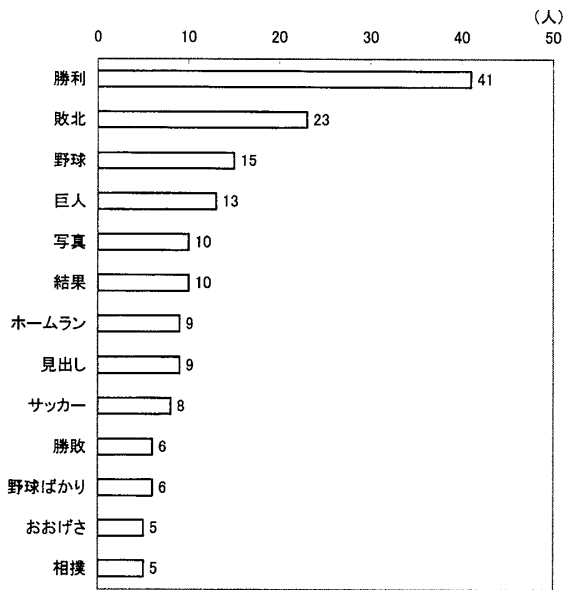


図7 新聞(スポーツ欄)のイメージ(主な回答)

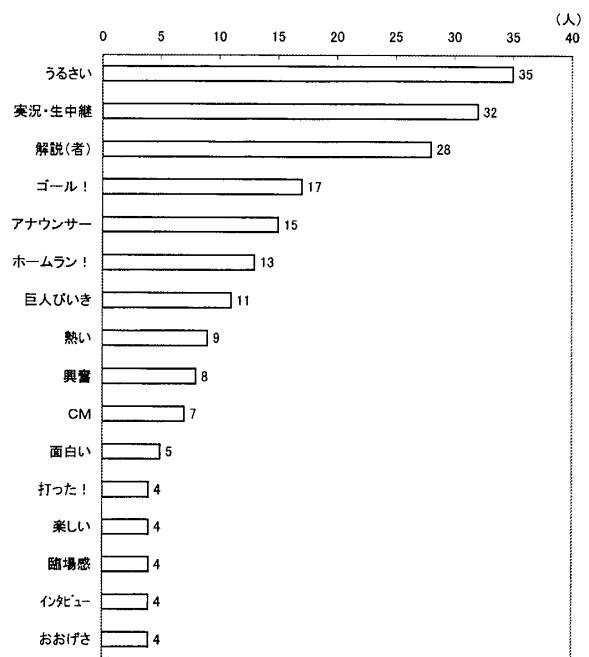


図10 TVスポーツ中継のイメージ(主な回答)

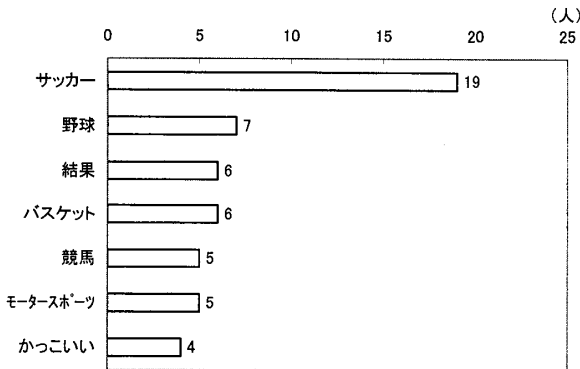


図8 スポーツ雑誌のイメージ(主な回答)

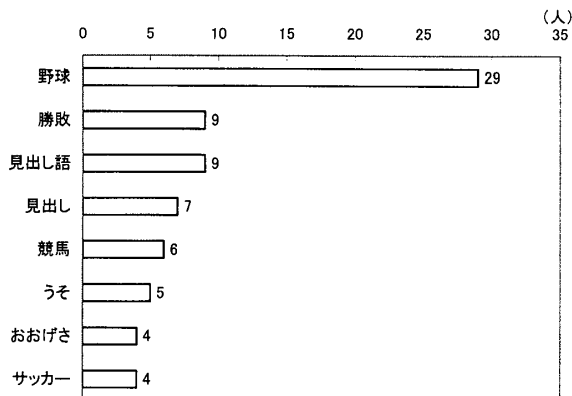


図9 スポーツ紙のイメージ(主な回答)

(7.2%),「バスケットボール」6名(7.2%)などで、個々の競技種目と関係が強いことが分かる。

「スポーツ紙」から思い浮かぶ言葉としては、スポーツ紙を「時々」あるいは「毎日」読むと回答した60名から合計111個が挙げられた。回答頻度が高い順に、「野球」29名(48.3%),「勝敗」9名(15.0%),「見出し」7名(11.7%)という結果であった。これらの他に、よく見出しに用いられる表現が9個挙げられた。大まかに言えば、一般紙のスポーツ欄と同じように、内容的には野球という印象が強く、形式的には見出しのインパクトが強いことがうかがえる。また評価に関係した回答では、「うそ」(5名)「おおげさ」(4名)と、報道のメディアとしてその信憑性、信頼性に疑問を抱かれているということが出来るかもしれない。

「テレビのスポーツ中継」から思い浮かぶ言葉としては、スポーツ中継を「時々」あるいは「よく」見ると回答した222名から合計345個が挙げられた。最も多かった回答は、「うるさい」35名(15.8%)で、以下「実況・生中継」32名(14.4%),「解説(者)」28名(12.6%),「ゴール!」17名(7.7%),「アナウンサー」15名(6.8%),

「ホームラン!」13名(5.9%)と続いた。ここでは、テレビの特徴である同時性を表す回答が多く得られた。また、その映像自体に関わる回答がわずかであったのに対して、アナウンスにおける絶叫語など音声的要素に関わる回答が多いといえることができる。同時に、それに対して否定的な評価がある(「うるさい」など)ということもわかる。競技種目との関連では、他のメディアと同様に野球とサッカーに関する回答が多かった。

考 察

スポーツへの関心

本研究では、スポーツに関するメディアとして一般紙のスポーツ欄、スポーツ雑誌、スポーツ紙、テレビを比較したが、活字メディアの中では、一般紙のスポーツ欄を時々、あるいはいつも読む者が約60%と最も多く、続いてスポーツ雑誌、スポーツ紙という結果であった。これに対して、テレビのスポーツ中継は全体で80%の人が時々、あるいはよく見ると回答しており、これらのメディアの中ではテレビを通してのスポーツとの接触が最も多いといえることができる。この調査ではテレビのスポーツ中継について質問したわけだが、テレビには他のメディアと同様にスポーツに関する情報をニュースとして伝えるという機能もあり、それを通じた接触が加わることを考慮すれば、私たちとスポーツを媒介するメディアの中では、テレビが最も重要な役割を果たしているといえる。また、継続的なスポーツ活動との関わりをみると、活動をしている人たちの方がスポーツ中継視聴の割合がやや高いという結果が得られているが、活動をしていない人たちの間でも、70%以上の人がスポーツ中継を時々あるいはいつも見ているということであり、スポーツ活動の有無に関わりなく、テレビでのスポーツ観戦が一般化していることを示している。

個々の競技種目への関心については、野球と

サッカーへの関心が強いという結果であった。「最も関心がある種目」としてこの2種目を挙げた人が合わせて約40%、「テレビでよく見るスポーツ」として野球、サッカーを挙げた人がそれぞれ67%、48%と、これらの種目が若者層における二大人気種目となっていることがわかる。それに対して、「最も関心がある種目」で三番目に回答が多かったバスケットボールは、「テレビでよく見るスポーツ中継」では四番目で、野球、サッカーに比べて視聴の割合が三分の一以下と低いが、これは、日本で最も人気のある北米プロリーグの中継が専ら衛星放送によって行われていることによるものと考えられる。また、日本でテレビ中継が多い競技種目としてゴルフ、相撲を挙げることができるが、これらの種目は本調査の結果の中では「最も関心がある種目」「テレビでよく見るスポーツ」とはなっていない。これは、一般的にこれらの種目がより高い年齢層で関心が持たれており、今回の調査が大学生を対象として行われたためであると思われる。これは、テレビ中継が多いことが必ずしも人気種目であることにつながらないということを示している。

スポーツのイメージ

スポーツ全般のイメージとしては、「汗」「運動」「走る」など、身体運動に関わるものが多く見られた。また、「楽しい」「疲れる」「健康」「さわやか」「苦しい」などの回答が多く見られ、それに対して明らかに否定的な価値を持ったイメージ(例えば、「乱暴な」「危険な」など)はごくわずかであった。これは、スポーツというものが楽ではない(つまり努力を必要とする)が、肯定的な価値を持ったものとして受け取られていることを意味している。また、今回の調査結果の特徴は、スポーツの性質を表現する言葉ではなく、特定の競技種目名が多く挙げられたことである。これは、スポーツのイメージが個々の競技種目と強く結びついていることを示している。つまり、スポーツとはどういうものかということの他に、「スポーツといえば野球」

というような具体的な競技種目に密着したイメージが存在するということができる。このような具体的な事物に結びついたイメージは個々の競技種目のイメージにおいても見られた。例えば、野球では「ホームラン」「バット」「ボール」、サッカーでは「ゴール」「シュート」「ボール」というような回答が多く、その競技種目の特徴を表現するような回答はごく少数であった。

スポーツメディアのイメージ

一般紙のスポーツ欄とスポーツ紙のイメージの特徴は、「見出し」あるいは見出しに使われるような言葉（勝敗に関わるような表現など）が数多く挙げられたということである。つまり、スポーツ記事の見出しはインパクトが大きいということであろうか。見出しは基本的に言語的な要素であるが、「大見出し」という回答に見られるように、視覚的な要素も含んでいる。Sullivan (1991) が指摘する「劇的なナレーション」の活字版とみることもできる。つまり、スポーツ情報のある部分を強調し、読者の注意を引くという機能が見出しにはあると考えられる。それに対して、視覚的な要素である写真については、スポーツ欄について「写真」という回答をした者が10名いただけであった。また、記事を構成する文章に関わるような回答もほとんど見られなかった。これらの構成要素はスポーツ記事では強い印象を与えないということかもしれない。

スポーツ紙で特徴的なことは、他のメディアに比べて否定的なイメージが強いということである。「うそ」「おかげさ」などの回答が少なからず見られ、スポーツ紙が少なからず信憑性に欠ける、センセーショナルなスティックなメディアであるという見方があることを示している。

テレビのイメージでは、テレビの特徴である同時性に関わる回答（「実況」「生中継」など）が多く見られた。また、解説やアナウンスなどの言語的（あるいは音声）要素に関わる言葉も多く見られた。その中には、絶叫として聞かれる言葉（「ホームラン!」「ゴール!」など）が

多く含まれ、テレビにおいては音声的な要素がより強い印象を与えていることがわかる。このようなイメージは、テレビにおいて「劇的なナレーション」が多く用いられており、その印象も強いことを示している。ただし、それに対しては否定的なイメージが強いようで、「うるさい」という回答が非常に多く得られた。一方、テレビの映像自体に関係した回答はごくわずかであった。新聞のスポーツ記事の場合と同様に、ここでも視覚的な要素よりも言語的な要素の方が強い印象を与えているということができる。

また、いずれのメディアにおいても、特に競技種目名としての「野球」、あるいは野球に関する言葉が回答として数多く得られた。こうした結果は、日本のスポーツメディアが全体的に野球に偏していることを反映していると考えられる。こうした結果は多くの回答者が最も関心のある種目として「野球」を挙げていることとよく対応している。野球への関心の高さとメディアの中での扱いの大きさとの因果関係を今回の結果だけから推測することは難しいが、両者が密接に関連し合っていることだけは確実である。

最後に、スポーツ自体のイメージとスポーツメディアのイメージの関係についてみると、スポーツについては概ね肯定的な評価のイメージが強いのにに対して、スポーツメディアに対してはスポーツ紙やテレビに見られるように否定的な評価もある。つまり、スポーツとそれを伝えるメディアのイメージとが評価の側面では必ずしも一致していないということである。私たちはスポーツそのものと、それに関わるメディアをある程度明確に区別しており、私たちがスポーツについて評価する時、メディアがそれをどのように伝えるかは私たちの評価には大きな影響を及ぼさないということを示しているのではないだろうか。一方、「スポーツといえば野球」「スポーツメディアといえば野球」という結果から分かるように、イメージの内容については両者の間に緊密な関連があることがうかがえる。

また、個々の競技種目のイメージにおいて最も多くみられた野球の「ホームラン」、サッカーの「ゴール」のような回答が、テレビのスポーツ中継のイメージでも多く挙げられていることを考えれば、テレビのスポーツ中継が競技のイメージに何らかの影響を及ぼしていることがわかる。

参考文献

- Brown, L. New York Times encyclopedia of TV. New York: New York Times Books.
- Coakley, J. Media coverage of sports and violent behavior: An elusive connection. *Current Psychology: Research & Reviews*, 1988, 7, 322-330.
- Lefkowitz, M.M., Walder, L.O., Eron, L.D., and Huesmann, L.R. Reference for televised contact sports as related to sex differences in aggression. *Developmental Psychology*, 1973, 9, 417-420.
- Lever, J. & Wheeler, S. Mass Media and the Experience of Sport. *Communication Research*, 1993, 20, 125-143.
- Russell, G.W., Di Lullo, S.L., and Di Lullo, D.

- Effects of observing competitive and violent versions of a sport. *Current Psychology: Research & Reviews*, 1988, 7, 312-321.
- Russell, G.W. and Pigat, L. Effects of censure/support of media violence and need for approval on aggression. *Current Psychology: Research & Reviews*, 1991, 10, 121-128.
- Stoddart, B. Sport, television, interpretation, and practice reconsidered: Televised golf and analytical orthodoxies. *Journal of Sport and Social Issues*, 1994, 18, 76-88.
- Sullivan, D.B. Commentary and viewer perception of player hostility: Adding punch to televised sports. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 1991, 35, 487-504.
- Van Limbergen, K., Colaers, C., and Walgrave, L. The societal psycho-sociological background of football hooliganism. *Current Psychology: Research & Reviews*, 1989, 8, 4-14.
- Weinstein, M.D., Smith, M.D., and Wiesensthal, D.L. Masculinity and hockey violence. *Sex Roles*, 1995, 33, 831-847.
- Young, K. and Smith, M.D. Mass media treatment of violence in sports and its effects. *Current Psychology: Research & Reviews*, 1988, 7, 298-311.

(平成 11 年 10 月 29 日受付, 平成 12 年 1 月 11 日受理)