

## 〈報告〉

# グローバル・メディア・イベントとしてのスポーツ —スポーツスターの『自己創造』に関するエスノグラフィー—

高橋 利枝\*・鈴木 大地\*\*

Sports as Global Media Events: Ethnography in 'Self-Creation' of Sports Stars

Toshie TAKAHASHI\* and Daichi SUZUKI\*\*

## 1. はじめに

日本人スポーツ選手の海外移籍や, IT 革命によるインターネットやデジタル衛星放送の普及などに伴い, スポーツイベントはいまやグローバルなメディアイベントと化している. 一方, 9.11以降, イラク戦争や国際的なテロ等, 現代に生きる私たちはグローバル世界の一員であることを認識し, 他者との共生をせまられている. このような混沌とした様相を呈している現代社会において, グローバル・メディア・イベントとしてのスポーツの社会・文化的意味を探求するための一つの手がかりとして, 本稿では, スポーツスターの「自己創造 (self-creation)」<sup>10)</sup>のプロセスに注目していきたいと思う.

自己創造という概念は, 日本をフィールドとしたエスノグラフィーから, トンプソンの「自己形成 (self-formation)」, ギデンズの「自己アイデンティティ (self-identity)」, ホールの「アイデンティフィケーション」の概念を参照し, 高橋<sup>10)</sup>が提示した概念である. すなわち自己創造とは, 今日のグローバルな多メディア環境の中で, 直接的経験とメディア経験を通じて, 再帰的に自己を創

造, 再創造するプロセスと定義づけられる. 本稿では, スポーツスターが直接的経験とメディア経験を通じて自己をどのように創造しているのかに注目するとともに, 拡大された社会的相互作用の中でコスモポリタン・アイデンティティの生成の可能性について論じていきたいと思う.

## 2. 方法と分析枠組み

グローバル・メディア・イベントを構成する3つのプレーヤー (プロダクション, スポーツ選手, 視聴者) のうち, 本調査では, 特にプロダクション過程と表象としてのスポーツ選手に焦点をあて, 調査を行う. 調査法としては, 詳細なインタビューと参与観察を用いたエスノグラフィック・リサーチを採用する.

### 2.1 スポーツ選手に関する調査

1. インタビュー方法: エスノグラフィック・リサーチで用いられる詳細なインタビュー (in-depth interview) を採用するとともに, 以下のインフォーマントに関してはテープレコーダーを用いたフォーマル・インタビューを行った.
2. フォーマル・インタビュー対象者: 世界的に活躍しメディアに登場回数の多い日本人アスリート7名

有森 裕子	井原 正巳	岩崎 恭子
荻原 健司	鹿島 丈博	伊達 公子
松岡 修造		

\* 情報社会学研究室  
Seminar of Information Society

\*\* 水泳研究室  
Seminar of Swimming

3. インタビューの時間：1時間半～3時間
4. インタビューの主な内容は以下の5項目を中心に、自然な会話の流れを重視したセミ・ストラクチャーなインタビューを行った。
  - (1) 子供の時のメディア接触,
  - (2) オリンピックやワールドカップとナショナルリズム,
  - (3) マス・コミ報道の真実性,
  - (4) インターネットの可能性,
  - (5) 21世紀の夢など
5. 分析方法：全ての会話は録音され、テープおこし後、コーディングした<sup>3)</sup>。

## 2.2 スポーツ番組制作に関する調査

1. 調査法：参与観察とインフォーマル・インタビュー  
 スポーツ番組の収録現場での参与観察と、プロデューサー、ディレクターなど制作スタッフへのインフォーマル・インタビューを行った。
2. 対象となった番組：調査を実施した番組は以下の2番組である。
  - (1) 世界水泳選手権バルセロナ大会，収録場所：テレビ朝日，期間：2003年7月22日
  - (2) NHK スペシャル「オリンピックと放送」，収録場所：国立競技場，期間：2004年3月12日

## 2.3 分析枠組み

フィールドワークによって得られたデータは、「データ対話型理論」<sup>3)</sup>を参照し、分析を行った。分析枠組み、理論化にあたってはグローバル化に関する社会理論やメディア理論の領域から概念装置を参照した。

## 3. 結 果

主な知見としては、次の6点が挙げられる。紙幅の都合上、以下各々について簡潔に記す。

1. 子供のときに接触したメディアイメージへの擬似社会的相互作用<sup>6)</sup>によるメディアの長期的効果  
 アメリカのマス・コミ研究の中で「利用と満足」研究は、これまでメディアが人々によってどのように利用されているかを明らかにしてき

た。特に子供とテレビの研究では、ヒーローとの擬似社会的相互作用、ヒーローやイメージ、メッセージなどのファンタジー化や同一化<sup>9)</sup>、情緒的、行動的、認知的関与<sup>8)</sup>などを明らかにしてきた。そしてテレビへの接触の長期的効果と考えられる「自己創造」の再帰的プロジェクトに人々を向かわせているのは、(他の要因とともに) テレビのイメージへの関与であることが認められた<sup>10)</sup>。今日の多メディア環境においてスポーツ選手の自己創造のプロセスにおいても、肉体と環境という従来の要因の中に、子供の頃の情報環境も大きな影響を与えていることが確認できた(例えば、井原の子供の時にテレビで見たアルゼンチンのワールドカップの風景や松岡の「エースをねらえ」への擬似社会的相互作用など)。

2. 海外で体験した異文化間相互作用による文化的混成化とターニングポイントについて  
 海外における外国人(選手)との異文化間相互作用によって新たな文化的価値観が付与されている。例えば、荻原は高校2年生のときに始めて行った海外遠征について次のように述べている。

僕は本当にある意味、これは衝撃的だったと言ってもいいぐらいなんですけど、外国の選手たちっていうのを初めて見て、彼らの目つきとか、いわゆる練習、大会だけではなくて練習しますよね、そういうときの表情、目つきとか、そういうその練習に対する姿勢というのを見たときに「これ、何か俺たちと違うなあ」って思ったんですよ。…僕はやっぱり大きなターニングポイントだったと思います。だからそれからある意味、日本に帰ってから、やっぱり自分で考えて自分でやるものを作っていくかきゃいけないっていうふうには、その後は取り組んで行きました。

このような海外での体験はスポーツそのものに対する姿勢や考え方に関しても変化を与えている(例えば、「軍隊的なもの」から「楽しいもの」へ、ミスできないという恐怖心から失敗

することによって進歩するというアメリカ的な考え方など)。

さらに岩崎は金メダル獲得後、過剰なマス・コミ報道などから次のような苦悩を覚えている。

メダルとかオリンピックっていうのもすごい隠したかったんです。…だから私たぶんオリンピック終わって大学に入って、オリンピックから何年間はずっと見てなかったり…知り合いが家に来て[金メダル]見せてって言われたら、親が私のいないところで見せたりとかはしてたと思うんですけど。

しかしながら岩崎はアメリカに行って水泳を教えることを通して、アメリカ人から受けた率直な尊敬のまなざしから、金メダルを取ったことは決して悪いことではなかったと考えられるようになった。

このように国際的に活躍しているトップアスリートたちは海外での異文化間相互作用によって、日本とは異なる文化的価値観に接し、流用し、混成化させている。また現役時代ばかりではなく、引退後の海外での様々な活動(例えば、伊達や有森のアジアでのボランティア活動など)は、アジアやグローバル世界の一員としてのアイデンティティを構築する重要なプロセスとなっている。

### 3. スポーツにおけるネーションとアイデンティティの関係の希薄化

多木<sup>14)</sup>はスポーツにおけるネーションとアイデンティティの関係について以下のように述べている。

世界のスポーツに参加するためには既存の制度を媒介として借りねばならないことは承知の上で、ナショナリズムなんかどこ吹く風といった、切れのいい選手が登場してきている…選手個人の意識が明らかに変化している。スキーマの萩原兄弟、サッカーの何人かの選手…しかし「日本? そんなために闘っているんじゃないよ」と公共の場で言い切るほどの選手はまだ現れていないが、アイデ

ンティティとネーションの関係は、スポーツマンにおいても、以前よりはるかに希薄になっているといっている。(多木, 1995, p. 181)

本調査においても多木の指摘した萩原をはじめ、ナショナリズムの希薄化の傾向は認められた。

しかしながら、「オリンピックやワールドカップの時、何のために闘うのか」という質問に対して、「自分のため」と答えつつも、単なる利己的な目的を越えて、自分のためがひいてはチームや監督、応援してくれる家族や友人、そして日本のためになるという考えであったり、またプレッシャーから逃れるためにあえて、ネーションから切り離し、個として闘うという姿勢もみられた。

さらに、この質問に対しては、選手個人の世代や文化的価値観の差異ばかりではなく、個人種目か団体種目かなど競技においても異なる。また国際試合における「日の丸」「君が代」はオーディエンスばかりではなく、選手にとってもナショナリズムを高揚させている。例えば、井原は次のように答えている。

もし誰も応援してくれなかったら自分のために戦うと思うんですよ。だけど同じようにそうやって自分が戦うためにいろんな人が応援してくれているからやっぱり国のためっていうふうになると思うし、チームのためっていうふうになると思うし。…やっぱり日の丸を背負って、着て戦うっていう、そのやっぱり国旗をね、ユニフォームに入って袖を通して戦うっていうのはやっぱり特別な意識が生まれますから。

一方、伊達は、ナショナリズムというよりむしろ、西欧中心主義のテニス界において、西欧に抗するものとして「アジア」のアイデンティティを強く感じていた(cf. ホール<sup>5)</sup>の「西洋」と「その他」)。スポーツにおけるネーションとアイデンティティの関係に関しては、以下でより深く考察していく。

#### 4. 資本主義社会におけるマス・コミ報道の商業主義とセンセーショナルリズムの実態について

今回の調査においてもマス・コミ報道のセンセーショナルリズムに関して指摘される一方で、報道された内容に関して実際に抗議するという意見はあまり認められなかった。しかしながら過剰なマス・コミ報道によって選手達も一様に強い精神的ダメージを受け、プレーに大きな影響を与えていることは事実である。誤報や過剰な記事を回避し、よりよい記事を書いてもらうために、選手側の戦略として記者やジャーナリストとの関係の構築に努めるという意見も聞かれた。

また、現在出演している番組においても、プロデューサーやディレクターによって要求されるような「タレント」としてのエンターテイナーに留まるのではなく、競技を知る者として制作段階から携ろうとする努力もみられた。今回フィールドワークを行った2つの番組制作のプロセスにおいても、脚本家の書いた台本にそのまま従うのではなく、個々の出演者が自分なりの意見やエピソードを織り込みながらコメントしたり、生放送番組においてはコマーシャル中に出演者同士が段取りを話し合いその場で変更していた。スポーツスターはこれまで単なる「消費される表象」として捉えられがちであったが、「表現する主体」としての彼らのエージェンシーは番組制作プロセスにおける「戦術(tactics)」<sup>2)</sup>として解釈することが出来るだろう。

#### 5. IT (インターネット, TV ゲーム, ケータイなど) の普及とメディアのパーソナル化が招くチーム内コミュニケーションの希薄化

現在推し進められているIT革命によって、若者のコミュニケーションや人間関係の変容が指摘されている。ITの普及はチーム内コミュニケーションにおいても大きな影響を与えている。例えばそれぞれの選手がケータイ、テレビゲームやパソコン、DVDなどを合宿に持ち込むことによって、選手間のコミュニケーションが希薄になっていることが指摘された。

井原：98年過ぎたぐらいから各自で自分のセットを持ってこれるようになったから、みんな自分の部屋というの多いですよ。

高橋：荻原健司さんも同じ点を指摘されてます。フランスのチームはみんなで和やかにトランプをしたりお話しをしているのに日本の人たちはみんな個室に入って行っちゃって、ばらばらで寂しいとおっしゃっていました。1つはたぶんパソコンの存在って大きいと思うんですよ。

井原：そうです。はい。

高橋：インターネットで、例えばそこにいない人でも家族とか友達とかとメールでやり取りしたりとか、テレビゲームで遊んだりとか。…

井原：そうなんですよ。もうみんなそういう電気製品持ってきますからね。小さいのを持ってきたりとか、荷物になってもいいからもうゲーム持ってきたりとかパソコンも持ってきて、もちろんビデオとかDVD全部自分で持ってくるんですよ。で、飯食い終わってから自分の部屋に帰って見るとか。仲のいいやつと同じ部屋でゲームをしたりとか。だから昔は自分の部屋に帰っても何もする事がなかった時にリラックスルームみたいな所にみんながゾロゾロ来てそこでみんなでビデオを見たりとかそしてトランプをしたりとか、そういうゲームをしたりとかっていう中でいろいろ時間を潰したりっていうのはありましたけど、最近は少ないんですよ。

#### 6. インターネット利用によるオルターナティブな情報発信の可能性について

インターネットに関しては、各々自分のホームページをつくり、マス・コミを介さず情報発信をしているものの、現段階では依然としてテレビなどのマス・メディアには影響力が及ばないことが指摘された。

#### 4. 考 察

それではグローバル時代におけるスポーツの社会・文化的意味とは、一体何であろうか？ ここではスポーツにおけるネーションとアイデンティティの関係について再び立ち戻り、考察していきたいと思う。ホール<sup>4)</sup>はナショナルアイデンティティのグローバル化への適応として以下の3つをあげている。

1. ナショナルアイデンティティは文化的同質性と「グローバルなポストモダン」の帰結として、腐食される。
2. ナショナルな、「ローカルな」、特定のアイデンティティはグローバル化に対する抵抗によって強化される。
3. ナショナルアイデンティティは弱められ、ハイブリッドな新たなアイデンティティが生成する。

オリンピックやワールドカップなどの国際試合において、井原の発言が象徴しているように、日の丸をつけ、他者と競い合うことによってナショナルアイデンティティが強化されている。しかしながらその一方で、荻原はオリンピックとナショナルリズムに関して、次のように答えている。

ナショナルリズムっていうのはいろんな外国にある意味知って、で、外国の文化や人たちの宗教とか含めて、外国の人たちに敬意を持ったときに初めて自分の「我こそは日本」という、人であるという、そういうナショナルリズムというか個人レベルで芽生えてきたと思うんですよ。…外国の人たちと交流を深める中で、それぞれの選手がある意味ナショナルリズムを持つことで相手をこう、何と言うか、敬意を、外国の文化を認めるとか、そういうものを認めるということが結局は世界平和に繋がっちゃうんですよ。…だって外国のね、同じ、一緒にノルディック複合の競技をやった選手の庭先に爆弾なんかを落とそうっていう気になんないでしょ。

フィールドワークの結果を先のホールの引用を

流用して考察するならば、オリンピックなどの国際試合において「他者」との相互作用によってナショナルアイデンティティが強化される (cf. ホールの第2)。しかしながら同時に、共通のルールのもとで同じゴールに向かって長い戦いを終えた後、「他者」との間に仲間意識が芽生えてくるのである。このように他国の選手との異文化間相互作用によって、ナショナルアイデンティティが再構築されるとともに、お互いの理解や友情を通じて、文化的ハイブリッド化が促進され、新たなコスモポリタンなアイデンティティが生成されているのである (cf. ホールの第3)。

今日、オリンピックに対して「『スポーツを通じた世界各国の友好』が戦時にも匹敵するほどの警備/軍事のうえに成り立っている」(阿部, 2004, p. 44)<sup>1)</sup>のために「『スポーツを通じた友好』という理念はいかにも虚しく響く。」(p. 45) という批判がある。また、オリンピックにおける商業主義やドーピングなどの問題から、オリンピック選手に対して次のような批判もある。

純粹にスポーツを愛好し、参加することに意義を見出してオリンピックに臨む選手の姿など、いまでは全くの「虚像」に過ぎない。さまざまな利害のなかで金まみれ薬まみれになりながら、オリンピックでの「栄光」を目指す選手たちの姿の方が、むしろ今日の「現実」に近いのではないだろうか。メディアを介してスポーツに眼差しを注ぐ人々の多くは、こうしたオリンピックの現状を薄々感じ取っている。(阿部, 2004, p. 43)

エリート選手たちにおけるドーピングの問題や、オリンピックの招致や運営に伴う商業主義が問われ、今日オリンピックにまつわる様々なスキャンダルがメディアによって大きく取り上げられている。しかしながら、オリンピック選手に対する上記のような一元化されたイメージもまた、メディアによって作られた「現実」と言えるのではないだろうか？ ドーピングを行う選手がいる一方で、彼らに対して激しい怒りを感じ、フェアプレーに努める選手もいることもまた事実であ

る。そしてオリンピックに臨む理由も多様である。国家を背負って戦う選手もいれば、自分や家族、親戚一同の生涯の生活の保障のために戦う選手もいる。また、国家よりむしろ自己の所属する小さなウチ（家族、チーム、仲間）の中の評価をより強く意識して試合に臨む選手もいるのである。選手たちもまたそれぞれの社会的文脈において多様であり、一元化して捉えることはできないのである。さらにオリンピックの意味についても2004年のアテネオリンピックでは、オリンピックの原点に回帰し、IOCとWADAがドーピングの問題に積極的に取り組んだことは記憶に新しいであろう。

## 5. 結 論

本調査では、エスノグラフィック・リサーチを用いて、多角的な側面から国際的なスポーツ選手の「自己創造」に関して考察してきた。いずれのスポーツ選手も子供の頃から、家族やクラブ、学校などの社会集団の中でスポーツを通して自己アイデンティティを構築していった<sup>12)</sup>。自己を鍛え、技を磨くことによって様々な国内・国際試合に勝利し、ワールドカップ出場やオリンピックでのメダル獲得などによって、トップアスリートとしての地位を築いていった。輝かしい功績から社会や世間から認められると同時に、マス・コミなどによって「消費されるスポーツスター」となった。メダル獲得後のバーンアウトや過剰なマス・コミ報道や世間からの好奇の目にさらされることによるアイデンティティ・クライシス、また競技者としての宿命である引退への決意など様々な葛藤を経て、現在第2の人生を模索している。彼らは異文化間相互作用によって文化的混成化しながら、日本やアジア、世界でのスポーツやボランティア活動、政治的活動などを通じて、グローバル世界の中で自己を再び再帰的に創造しているのである。

今回の調査で得られた重要な知見の一つは、グローバル社会における文化的アイデンティティは、一次元的なものではなく、グローバルなものとナショナルなものとの複雑な相互侵入であ

る<sup>7)</sup>、ということである。オリンピックの理念がスポーツを通じた国際交流であり、平和の祭典である一方で、その実態としてオリンピックとナショナルリズムの問題がこれまで数多く指摘されてきた。しかしながら、これまでみてきたように、ホールの考察によるナショナルアイデンティティの強化（第2）とナショナルアイデンティティの弱体化による新たなアイデンティティの生成（第3）という、2つの異なるベクトルのアイデンティティ形成のプロセスが、国際的なスポーツ選手に関しては、決して一次元的で相反するものではないのである。すなわち、オリンピックなどにおいて、他者との異文化間相互作用を通して、ナショナルアイデンティティが強化され再構築されると同時に、新たな「コスモポリタン」なアイデンティティも生成される可能性が実態として明らかとなったのである。

スポーツスターたちが、「消費される表象」としてではなく、「表現する主体」として、マス・メディアのみならずインターネットやケータイなどのメディアを利用して、国境を越えて結びつき、直接的に人々にコスモポリタニズムについて伝えることが出来るならば、混沌とした現在のグローバル世界において、彼らの存在価値は大きなものとなるだろう。国際的なテロに脅える時代だからこそ、オリンピックなどのグローバルなメディアイベントの社会的意味とは、メディアのセンセーショナリズムや商業主義による単なる非日常的空間へのエンターテインメントを人々に提供する<sup>1)</sup>ことに留まらず、（参加する選手ばかりではなく、衛星放送やインターネットなどによって、擬似的に参加している視聴者やメディア利用者たちを含めて）コスモポリタンなアイデンティティが生成しうるようなグローバルな公共空間の設営の可能性にあると言うことができよう。（注記1）

今回行った調査は、あくまでも探索的な調査研究であるが、このような研究をさらに推し進め、現代のグローバル社会におけるスポーツの社会的・文化的意味を探索することは、日本におけるスポーツ文化の構築・向上と、グローバル社会におけるコスモポリタニズムへの理解につながるの

ではないだろうか。

## 注 記

1. 本研究が導き出した結論に対して、日本オリンピック協会の依頼で高橋が行った、IOC副会長猪谷千春氏へのインタビューの中で確認を得ることができた(2005年9月13日 AIU 保険会社 猪谷名誉会長室にて：<http://www.oaj.jp/interview/index.html>)。

## 謝 辞

本調査研究の実施にあたり、平成15年度順天堂大学学内共同研究費の助成を受けたこと、(株)オクタゴン・ジャパンの故徳島匡代表取締役社長をはじめ、インタビューにご協力いただいた方々、関係者の方々に心より感謝いたします。

## 文 献

- 1) 阿部 潔 (2004) グローバル化とナショナリティ—「越境」と「セキュリティの帝国」の狭間で—。中村敏雄編, 現代スポーツ評論 オリンピックの記憶と幻想, 創文企画, 34-47.
- 2) De Certeau, M. (1984) *The Practice of Everyday Life*. Berkeley: California University Press. ド・セルトー『日常実践のポイエティック』山田登世子訳, 国文社, 1987年.
- 3) Glaser, B. G. and Strauss, A. L. (1968) *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. London: Weidenfeld and Nicolson. グレイザー, ストラウス『データ対話型理論』後藤隆ほか訳, 東京, 新曜社, 1996年.
- 4) Hall, S. (1992a) The Question of Cultural Identity. In S. Hall, D. Held and A. McGrew (eds.) *Modernity and its Futures*. Cambridge: Polity Press. p. 300.
- 5) Hall, S. (1992b) The West and the Rest: Discourse and Power. In S. Hall and B. Gieben (eds.) *Formations of Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- 6) Horton, D. and Wohl, R. R. (1956) Mass Communication and Para-social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance. *Psychiatry* 19: 215-229.
- 7) Robertson, R. (1995) Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity. In M. Featherstone, S. Lash and R. Robertson (eds.) *Global Modernities*. London: Sage.
- 8) Rubin, A. M. and Perse, E. M. (1987) Audience Activity and Television News Gratifications. *Communication Research* 14: 58-84.
- 9) Schramm, W., Lyle, J. and Parker, E. B. (1961) *Television in the Lives of Our Children*. California: Stanford University Press.
- 10) Takahashi T. (2003) *Media, Audience Activity and Everyday Life—the Case of Japanese Engagement with Media and ICT—*. (Doctoral Dissertation). University of London.
- 11) 多木浩二 (1995) スポーツを考える. 東京, ちくま新書.
- 12) 中島宣行 (2000) トップアスリートの世界—その光と影. 鈴木守・山本理人編著, 講座現代文化としてのスポーツ スポーツ文化の現在, 東京, 道和書院, 170-184.

(平成17年10月3日 受付)  
(平成17年12月5日 受理)