
スポーツメディア論の視点

Perspectives on Sports Media Theory

経営情報学部 スポーツマネジメント学科 特任教授 大内 齋之

キーワード：スポーツメディア論、メディアリテラシー、スポーツ表現、箱根駅伝

はじめに

スポーツはメディアによって可視化される。特に近年、この可視化が著しい。陸上競技ではカメラが選手と一緒にレールの上を走ることで、視聴者は茶の間にいながら世界記録を体感できる。競泳競技ではプールの底にカメラが備えられ、選手の手動きや足の動きをつぶさに見ることができる。飛び込み競技では、カメラが選手と一体となって落ちるため、飛び込むスピード感を味わうことができる。夏のスポーツばかりではなく、冬のスポーツにおいても可視化が進んでいる。こぶの急斜面を滑り降りるモーグルでは選手と一っしょにカメラが動くためにこぶを滑り降りるスピードを体感できる。さらにカメラが近年小型化軽量化したことで、野球においては審判にカメラをつけることで、バッターボックスに立っているかのようにピッチャーの球速を感じることができる。またそうしたことを応用して、これまで肉眼で行ってきた複雑な判定をメディア装置に頼る競技が増えている。プロ野球では、監督が両手で四角い枠を作り、審判にビデオ判定をアピールするジェスチャーもすっかり定着した。テニスにおいてもそうした人間の目ではなく、メディアの目が利用され、審判に食い下がって大きな声で抗議していたアメリカのテニスプレーヤー、マッケンローのようなパフォーマンスの姿を見ることはできなくなった。

このようにスポーツとメディアとの関係は、これまでに体験したことのないほどの理解を深める関係に発展してきている。そしてスポーツがメディア化することで視聴者を感動させて記憶し、一方競技においては、判定の目を人間の目からメディアの目へと切り替えてきた。さらに選手やコーチは、メディア装置を駆使することで客観的に自分の技術を再確認することで、技術力の向上にも役立っている。いまやメディアの力なくしてスポーツの世界は成り立たず、メディアという新しい目が異次元の世界へと導いている。

そこで本稿は、スポーツがどのようにメディアによって表現されているのかについて明らかにすることが目的である。表現の構造分析には、主に活字メディアの新聞を分析対象とし、箱根駅伝と女子卓球全日本選手権を競技種目とし、活字メディアは朝日新聞を調査対象とした。さらに研究途上であるが、競技者がメディアを使用してコンテンツ制作を行うことへの影響についても考察を試みる。この競技者自らがコンテンツを制作することに対する議論は、普段記録ビデオを見ているものの、視聴者などオーディエンスが競技そのものを表現したことがない競技者自身が、競技そのものを表現する方法を会得することで、いつもとは異なった角度から、またいつもとは異なった視点

からあらためて競技者自身がその競技を客観的に見直すことで、競技技術の向上にもつながる視点を持てるのではないかと考えるからである。

1 メディアリテラシー

本論に入る前に、メディアの特性をここで見ておく。我々が見ているものは、ほとんどメディアが表現した現実であると言っても過言ではない。臨場感あふれるものであっても、それはメディアを通して見たもので、メディアという送り手の観点から現実が切り取りとられたものを見させられているに過ぎないのである。裏を返せば、メディアがクローズアップして見せることで、その裏になにかが隠され伝えられていない部分があるということである。例えば、ニュース番組で伝えられているラインナップは、世の中の出来事のほんの一部でしかなく、意図的に取捨選択したものである。放送する価値があるかどうか、ニュースバリューという判断に基づいて選択、構成されているのである。

それでは、その切り取る判断となったニュースバリューとはいったいどのような指標でであろうか。次節で詳細を述べる。

2 ニュースバリューという価値観のから表現手法

ここでは、前節で概説したニュースバリューという概念に基づいて、メディアがスポーツイベントをどのようにテレビの映像媒体や新聞、雑誌の活字媒体がニュースとして取り上げ、表現するのにかについて議論を進めていく。メディアが伝える時に用いる指標がニュースバリューという概念である。一義的な定義は難しいが、ニュース映像や記事を選択、構成、表現する際に使用される職業的コードとみることができる。つまり、テレビであれば競技そのものを限られた時間内で視聴者に伝えるためには、どのようにその場面を切り取って時間内に納めるのか、また新聞や雑誌という活字媒体であれば限られたスペースにどのように納めるのか、その切り取り方や見せ方をメディアではニュースバリューを指標として用いている。一般的にはニュースバリューは7項目ある。①新規性②社会性③影響性④唯一性⑤意外性⑥人間性⑦時事性——この7項目である。普段何気なく映像ニュースや新聞記事を見ていても、この7項目のいずれかに該当するようにメディアは選択、構成、表現している。

3 2021年箱根駅伝

さて、メディアリテラシー、ニュースバリューを概説してきたが、実際にはどのようにしてメディアは我々視聴者に伝えているのであろうか。そこで毎年正月の恒例行事となった箱根駅伝を事例に記事の構造を分析してみる。

箱根駅伝は2021年において関東地区では1月2日の往路は平均で31%、3日の復路では33.7%といずれも歴代1位の視聴率となった。日本テレビ（以下、日テレ）ではこの箱根駅伝を毎年実況中継している。すっかり年明けの名物スポーツ中継に定着したといっても過言ではない。日テレでは、

この箱根駅伝の本選を見せるために数年前から予選会も番組化して本選へと視聴者を導いている。そうした日テレの見せるための工夫はあるが、なぜ箱根駅伝がそこまで視聴者を引き付け、視聴率をかせぐのか、2つの観点から分析する。一つはスポーツ競技の生中継である。「スポーツ中継が視聴者の関心を引き付けるのは、生中継が『現実そのもの』の反映として映るからであり、その先どうなるかわからないという予測不可能性が特性の一つであるからである」(宮崎、39)とレースそのもの予測不可能なドラマ性に魅了される面がある。2021年の箱根駅伝は特に大きなドラマがあった。最終10区では2位でタスキを受けた駒沢大学の最終アンカーが、残り2キロのところまで往路優勝の創価大学を追い抜くというドラマがあった。まさに予測不可能なレース展開に視聴者は、テレビ画面にくぎ付けになったと思われる。

さてもう一つの観点であるが、「テレビは単に駅伝というゲームを映しだしているわけではない」(宮崎、32)。多くのカメラを駆使して、中継車を複数台走らせ、上空からのヘリコプター映像、各中継点から次走者の様子などさまざまな場所から各大学の順位など、沿道で見ている人には見ることができないような選手の走り方や表情を絶え間なく流し、一瞬のスキも逃さない中継体制で視聴者を引き付けている。さらに、その中継映像に選手のメタデータ、中にはプライベートな情報がアナウンサーによって乗せられ、物語化して伝えられていくのである。このため、それまでまったく選手、箱根駅伝という競技すら知らなかった人でさえ、その中継映像とアナウンサーの物語化したアナウンスによって、どんどんと引き込まれていく。そしていつのまにか、鼯足の大学が誕生してにわか応援団のようにテレビにかじりつくのである。こうしたにわかファンが毎年育ち、箱根駅伝ファンとして高視聴率をたたき出すという構造が成立する。

4 先行研究からの構造分析 ～九州一周駅伝を事例に～

もう少し駅伝にこだわってみると、活字媒体の西日本新聞をもとに、九州一周駅伝に関する伝え方の先行研究をレビューする。

九州一周駅伝は、1952年から2013年まで62回にわたって開催された駅伝大会のことである。第1回大会は福岡県、長崎県、山口県、宮崎県、熊本県、佐賀県、大分県、鹿児島県、沖縄県の9チームが参加し、長崎市をスタートして福岡市の西日本新聞社前にゴールする70区間1,083.28キロの長丁場で争われた。そして福岡県が62時間36分43秒で優勝した。第2回大会以降は、走行距離が変更されるなどしたが2013年の第62回大会を最後に、幕を閉じたのである。山本(2009)は、駅伝というスポーツイベントについて次のように述べている。「そもそも一体何であるのかを理解することが非常に困難なスポーツである」としながらも、「高いテレビ視聴率を獲得する」と評価している。その評価のからくりとして、「物語という概念」を挙げ、駅伝として伝えることの重要なメディアの役割は、「駅伝を物語ることにある」とした。その物語とは、「チーム間の競争や個人間競争、ヒーロー」に関することが物語的な構造を持っていると述べている。

駅伝競技そのものが、物語化しやすい構造を持っていると山本は述べているが、タスキリレーが魅力的だという。箱根駅伝を例にとれば、往路、復路計10人が走るが、一人でも完走できなければ

チームとしての記録が残らない。だから一人でも脱落者が出れば、10人のチーム記録が残らず、走っていないのと同じことになってしまうのである。その象徴的な場面が「繰り上げスタート¹」である。母校のタスキではなく、白色のタスキでスタートせざるを得ない状況の場面は優勝争いとは別にテレビ画面に映し出される。そして1秒1秒に視聴者は手に汗にぎり、そしてあと数メートルでタスキを渡せるところまで迫ったにもかかわらず思いが届かず、無情にもタスキをつなげることが叶わなかった選手が倒れ込み、涙してチームメイトに抱えられる姿は、なにか駅伝という競技を知らなくとも迫るものを感じさせる。つまり、駅伝という競技は一人の力だけではなく、チーム全員の努力と頑張りが成果となって積み上げられていくところが魅力的なのである。みんなでつなぐという景色が、日本人の心情に訴えるのではないだろうか。

5 活字メディアのスポーツ表現

ここでは活字メディアについて分析を進めることにする。先述したように、メディアが取り上げる観点としてニュースバリューというものを概説した。すべてを記事にするのではなく、ある一定の基準をもとにして伝える手法のことである。ここでは活字メディアを新聞に絞って考察していくことにする。テレビの生中継においても注目するランナーや注目するチームを主眼に置きながら中継映像を制作する。ところが活字媒体の新聞は、レース終了後の翌日に販売されるのである。結果を知らずに新聞を買う人はほとんどいないであろう。当日のテレビニュースなどで大々的に結果が報じられている中で、どのようにして新聞は読者に記事を読ませるのであるだろうか。どの場面をどのように読者に伝えるのであろうか。

そこで7項目のニュースバリューに則って考えると、2021年の箱根駅伝の一番のニュースバリューは、なんとといってもやはり、残り2キロのところでの逆転したシーンであろう。テレビではこのシーンがどこのテレビ局においても繰り返し放送された。また、スポーツ新聞においてもこの逆転シーンがトップの見出しとして掲載されていた。テレビでは追い抜いた場面が予測不可能な劇的な場面として、言葉が不要なほどの映像として生で見せることができる。それでは活字はどのように伝えるのか。そこにあるカギは「なぜ」というキーワードで分析することができる。テレビ映像は生である限り、その時々のお気持ちや心情を乗せることは出来ないが、新聞は結果が出ているだけにその時のリアルタイムの心情を載せることができる。そのリアルタイムな気持ちの記事化が新聞の売りになる。箱根駅伝をリアルタイムで見っていた視聴者は劇的なドラマを見ることができたが、「なぜ」「どんな気持ちなのか」というところまでは想像でしかない。そこを談話、インタビューでレースを再現してみせることで、もう一度レースを紙面で蘇られせるのである。活字による付加価値の乗ったドラマの再現である。

また、この箱根駅伝のレース前には青山学院大学が注目され、2連勝の呼び声も高かったのだが、テレビではその2連勝できなかった理由までは伝えなかった。なぜ往路で12位なのか、なぜ優勝ができなかったのか興味深いところである。そのことについては青山学院大学の原監督のレース終了後のインタビューを掲載している。その中で、原監督は2区を走るはずの神林主将が12月28日に疲

労骨折していたことを明らかにしている。ちなみに総合3位に入った東洋大学はニュースでは、監督のレース後のインタビューはあったものの、レース展開についてはほとんど取り上げられていなかったのが、特徴的である。ニュースバリュー理論を援用すれば、東洋大学は枠外であったとの判断がメディアにあったと想像できる。

6 事例として実際の紙面

6-1 箱根駅伝を事例として

それでは、実際に2021年1月2日、3日に行われた第97回箱根駅伝の最終日、駒沢大学が残り2キロで創価大学を抜いて総合優勝したことについて、どのように新聞は表現しているのでしょうか。スポーツ新聞は写真を豊富に使用し、ビジュアル的な紙面作りをするので、ここはあえて一般紙の活字化を事例とする。新聞は朝日新聞の2021年1月4日付のスポーツ面からの駒沢大学が創価大学を抜くシーンの記事の引用である。

9区終了時点でトップの創価大とは3分19秒差。戦後、10区でこの差を逆転した例はない。逆転は絶望的に見えても、駒大の大八木監督は10区を任せた石川を鼓舞し続けた。

「いいぞ、おまえ！本当にいいぞ！いいか、ここだ、ここからだ」

最終10区の20^キ過ぎ、運営管理者から大八木監督がさらに活を入れる。石川は「力になるのはもちろん、スイッチをオンにしてくれた」と、スピードをさらに上げた。そして、20.9^キ付近、先頭の小野寺をこの日初めてとらえ、一気に抜き去った。

終盤の苦しい、肝心な場面で力を発揮できる。これが駒大の強みだ。その源泉は、選手層の厚さにある。大八木監督は「箱根で決まっていたのは2区の田沢くらい。他はぎりぎりまで悩んだ。選手たちは『誰が外れるのか、どこに入るのか』とぴりぴりしていた」と明かす。前回の箱根を走った主将の神戸や伊東ら4年生は今回、エントリー変更で控えに回るほどチーム内の競争は激化している。

駒大は2008年を最後に総合優勝から遠ざかっていた。その間、選手だけでなく、大八木監督自身も「選手との接し方も昔と変わった」と進化を求めてきた。現在62歳。年齢を理由に一時は練習につきっきりではなかったが、「(昨年)4月から見るようになった。選手にも『本気でみているんだ』と伝わったかな」。

今季は優勝候補の筆頭ではなかったが、全日本大学駅伝と箱根の「2冠」を達成した。箱根路を走った10人のうち、9人が1～3年生。大八木監督は堂々と宣言した。「(来季)3大駅伝をとりに行きたい」54行630字(2021年1月4日付、朝日新聞12面)

テレビでは抜いたシーンが繰り返し放送された。しかし、新聞記事ではその抜いたシーンは「そして20^キ付近、先頭の小野寺をこの日初めてとらえ、一気に抜き去った」たったの33文字でしかない。テレビのようにスローモーションがあるわけではない。そして抜いた時の表情は写真で表現で

きるので、記事はその抜き去った背景が大八木監督の運営管理車からの激励「いいぞ、おまえ！本当にいいぞ！いいか、ここだ、ここからだ」をうまく活用して現場感を表現している。そして、なぜこうした強さをこの場面で発揮できたのかについては、この現場からではなく、事前に取材していた駒大のチーム状況を「前回の箱根を走った主将の伊東ら4年生は今回、エントリー変更で控えに回るほどチーム内の競争は激化している」と書き、強さを強調した。こうした事情を事前に取材したのか、レース後に取材したのかは定かではないが、「なぜ抜けたのか」「なぜここまで強かったのか」を抜いたシーンではなく記事化する必要がある。ここがテレビと新聞の一番の異なる点である。テレビもこうした強さの背景についても、取材しコメントすることはあるが、臨場感ある映像優先であるために情報提供の優先順位が新聞とは異なるのである。そして記事の最後には、大八木監督自身の変化もこの優勝のバックボーンになっていると記事化している。さらには、来季への抱負を付け加えて結んでいる。

6-2 一瞬を捉える根気

写真1が、朝日新聞に掲載された箱根駅伝の写真である。箱根駅伝を伝える紙面の写真は3枚使用されていた。この写真の他には駒大の石川拓慎が1位でゴールテープを切るシーンと、総合13位



10区、駒大・石川拓慎（右）は創価大・小野寺勇樹を抜き去りトップに躍り出る＝代表撮影

写真1（出典：2021年1月3日付朝日新聞）

でゴールする神奈川大学10区の佐々木亮輔がゴールするの2枚である。

一番大きい写真がこの写真1であった。代表撮影となっているので、朝日新聞社が独自で撮影したのではないが、この一枚の写真を選択したのは、朝日新聞社であろう。この場面は、残り2キロのところ、駒大の石川が創価大の小野寺を抜き去る瞬間を捉えた一枚である。写真1をみると、向かって左側の駒大の石川は意気揚々と走っているのに対して、向かって右側の創価大の小野寺は苦しそうで口を開けている様子を捉えている。今年の箱根駅伝を象徴する一枚と言っているかもしれない。筆者はカメラマンではないのでカメラの撮影状況は不明な点があるが、テレビを見ていて時々写るのは、先頭集団の前をトラックの荷台にレース当初からカメラマンが乗り込んで、シャッターチャンスを狙っている様子がわかる。レースがどのように展開されるのか、どこでどんな場面が訪れるのかまったくわからない。それだけに、レース序盤からそのシャッターチャンスを逃すまいとしている。そしてこの一枚を撮影したのだ。たった一枚であるが、このレースを象徴するような一枚である。2日間シャッターに手を置きながら、ファインダーから選手をのぞきながら選手の様子やレースを観察しながら決定的なチャンスを逃さずに取り切ることが、大変根気のいるプロフェッショナルな仕事である。

朝日新聞の紙面を引用して、翌日に紙面を読む人のためにどのようにレースを再現しているのかについて述べてきた。先述したようにスポーツ新聞はビジュアル化して伝える新聞であるが、一般紙は写真を2～3枚程度しか使わずにほとんどを記事と記録で紙面を作る。見出しを大きく取ることで、ニュースバリューを強調するがレース内容そのものを記事化するのではなく、これまでの練習のことや選手の調子、その時の精神状態、監督の思入れなどさまざまな観点から、優勝した理由付けをしていくのである。映像には映らない優勝の背景を書くことで新聞の特徴を出しているのである。

以上箱根駅伝を事例にしてきたが、限られた時間、スペースにおいてそのスポーツイベントを表現するためには、網羅的な取り上げ方をするのではなく、ニュースバリューという価値観を用いて優先すべき事柄に注目してニュースとして仕上げていく手法が用いられることがわかった。この場合であれば、駒沢大学の総合優勝であり、創価大学の往路優勝は影に隠れ、残念ながら残り2キロで抜かれてしまったことがクローズアップされた。また、写真はなかったが優勝候補筆頭であった青山学院大学の主将が、直前12月28日に疲労骨折していたこともレース後のニュースバリューとして取り上げられていた。

7 女子卓球全日本選手権を事例に

もう一つの事例を紹介する。2021年1月17日に大阪市の丸善インテック大阪で行われた女子卓球シングルの決勝である。この決勝は朝日新聞の2021年1月18日付の記事を引用してどのように試合が記事化されたのか考察する。

紙面では大きな横見出しで「石川復活 5年ぶり優勝」として、同日に行われた男子優勝と比較しておよそ3倍以上の大きさで、石川の優勝を伝えている。つまり、石川の優勝が男子優勝の及川

瑞基と比較してニュースバリューがあったという紙面作りであると言える。というのは、男子シングルの決勝は、オリンピック候補が決勝の前に全員が敗退するという大会となったために、オリンピック代表同士の決勝となった女子シングルスと比較して、ニュースバリューが女子決勝にあったという判断が朝日新聞にあったと想像できる。以下は、石川佳純の優勝に関する記事である。

長い沈黙が、石川の胸のうちを物語っていた。優勝インタビュー。5年ぶりに女王に返り咲いた感想を問われたが、涙で言葉が出てこない。20秒後、絞り出すように言った。「たくさんの人に感謝したいです」

2016年リオジャネイロ五輪後は若手が台頭し、以前のように勝てなくなった。「もう無理なんじゃないかと、と思ったこともあった」。ベテランと呼ばれ、27歳の自分に悲観的になっていった。

コロナ禍が転機になった。毎月のように国際大会が続くハードな日々が一変。競技人生初という練習ばかりの毎日が、自分を見つめ直すきっかけになった。「まだできるよ」「可能性を信じよう」。コーチや家族の言葉が響いた。石川は言う。「『できるんだ』というマインドが変わったというか。自分の信じないとダメだよなって」

決勝は、再生したその強い心が物を言った。

伊藤のスピードに押され、第4ゲームを終えてゲームカウント1-3。だが、「『あきらめずに。もっと思い切りやりなよ』って言い聞かせた」。ラリーで粘り強くコースを突き、巻き返した。

最終第7ゲームは9-5から4連続で失点した。心は折れない。「まだ、ここから」。自らを鼓舞し、最後は得意のパフォーマンスを振り抜き、けりをつけた。

通算5度の優勝は、歴代3位タイ。「まだまだやれると思っています」。仕切り直しの五輪イヤーに、強い石川が帰ってきた。40行563字（2021年1月18日付朝日新聞スポーツ21面）

記事は試合終了後のインタビューの場面から始まった。涙で声が詰り、言葉が出ない場面を優勝のうれしさとして表現している。しかも記者はその涙で言葉の詰まった間を20秒と計っていた。20秒の間に彼女の胸になにが去来したのか。その後の記事に去来した胸の内を、事前に取材したものなのか、事後に取材したものなのかはわからないが、解いた。さらに、記事の中盤からは試合中の彼女の心の中を描いた。さらにそして後半の記事では負けまいとする言葉を用いながら、試合を進める彼女にトレースさせながら試合の模様を締めくくった。点数を追いながらの記事化ではなく、心の動きと共に試合を再現したのである。例え卓球という競技がわからない人であっても、石川という選手をこのときに初めて知った人であっても、こうした心の動きは興味の対象となる可能性がある。行われたのは、卓球というスポーツだが記事の内容は、ヒューマニズムにあふれたドキュメンタリーと言える。

7-1 計算された構図の一枚の写真

写真2は石川佳純が優勝した瞬間の写真である。女子決勝の写真はこの一枚と敗れた伊藤美誠のプレーしている写真の2枚である。優勝した瞬間の写真は、石川が両手を挙げて優勝のうれしさを体で示した瞬間の写真である。体は卓球台とは逆の方向に向けたために、石川の優勝シーンをメインとしているが、よく見ると左奥に伊藤が写っているのが確認できる。しかも、薄笑いを浮かべ「負けた～」と言っているかのようにも見える。先ほどの箱根駅伝の写真もそうであったが、一枚ですべてが表現されている。箱根駅伝の時の写真は、駒沢大学の石川が創価大の小野寺を抜き去った瞬間の写真で、二人の相反する表情から終盤の劇的な場面が想像できる。この女子卓球の優勝シーンも、石川だけが喜んでいる写真だけではなくもう一人の主役、伊藤もきちんと構図の中に入れ込んでいるのである。カメラマンがここまで意図的に構図を考えて撮影したのかどうかは定かではないが、これまでのさまざまな経験や知識などからこうした一瞬の写真が撮れたことは想像できる。

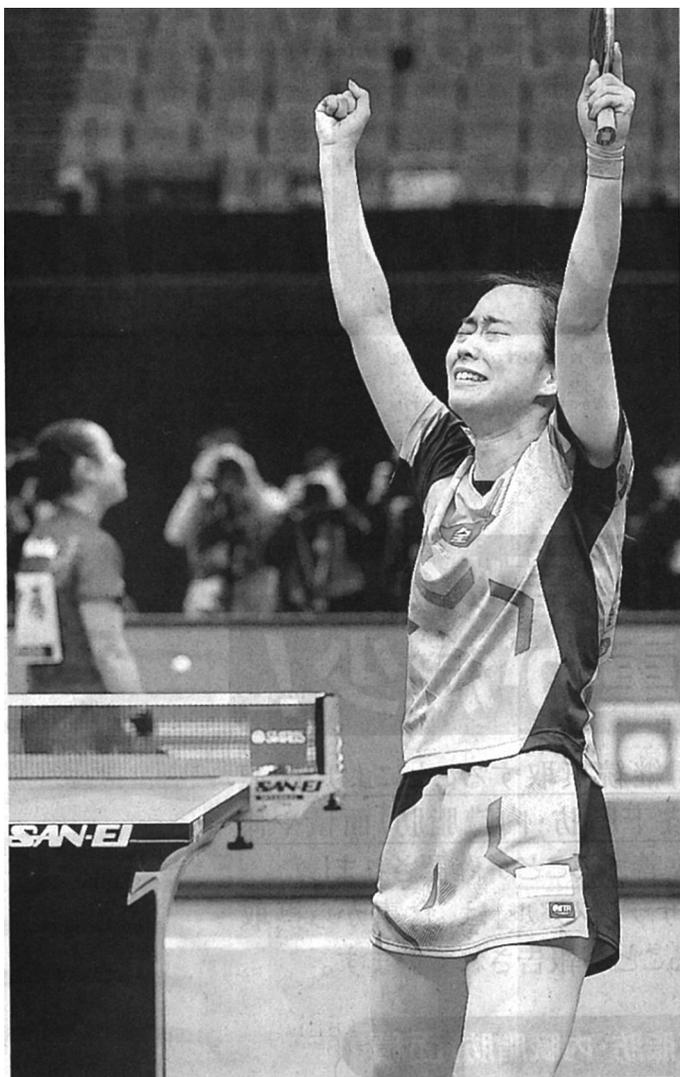


写真2 (出典：2021年1月18日付朝日新聞)

7-2 サッカー大学全国大会

記事の大きさがその大会の価値基準を決めるものではなく、あくまでもメディア側の都合で記事の大きさをニュースバリューという指標において決めている。箱根駅伝や卓球女子全日本選手権の事例から記事の取り上げ方を見てきた。もう一つのスポーツイベントを逆な視点から取り上げる。それは、2021年1月23日に行われた「サッカー大学全国大会」である。日テレが生中継で伝えていたが、1月24日付の朝日新聞では試合を伝える記事は、15行のベタ記事²扱いであった。以下がその記事内容である。

東海大が「鉄壁の守り」を見せた。猛攻を受けたが、身を投げ出してシュートを防ぎ、球際でぶつかった。後半27分の水越の得点を守り切った。「強みの守備から自分たちのサッカーにつながられた」と水越。

関東1部の「格上」を次々と破って日本一に今川監督は「勝てるとしたらこういうパターン選手がよくやってくれた」とたたえた。(2021年1月24日付スポーツ13面)

関係者にとってはこの記事の面積については、議論があると思われる。しかし、限りある面積をどのように紙面に反映させていくのかが新聞の編集上の仕事であることを考えると、ニュースバリューという指標からこの記事の面積で収めることになったと思われる。いちなみに、トップ記事は競泳北島康介杯で、イベント内容よりも「白血病から復帰した池江璃花子が女子100^m自由形で4位に入り、東京五輪の代表選考会を兼ねた選手権の参加標準記録(56秒53)を突破し、東京五輪出場の可能性が出てきた」という項目であった。また一番面積を大きく伝えたのは、1月22日亡くなった大リーグの通算本塁打で歴代2位の755本の記録を持つハンク・アーロンの評伝記事であった。

8 競技者による自らのコンテンツ制作と競技技術向上との相関関係に関する考察

これまでは、テレビ局のディレクターや新聞記者などの立場からスポーツイベントがどのように制作され、表現されているのかについて構造分析を行ってきた。

ここでは視線を変えて、競技者自身がコンテンツを制作することで、競技の技術を再点検することや技術の分析との相関について論じていく。

先述してきたように、ゲームをメディア化して表現するためには、ニュースバリューという指標に当てはめ、ゲームのポイントや勝負のわかれ目や流れを見せながら結果を伝えることと議論してきた。

筆者はテレビ局勤務時代には高校野球の取材を担当する機会が多く、数多くのゲームの原稿を書いてきた。例えば、10対0の5回コールドゲームのように一見すると、なにも山場や緊迫した場面がないと思われるようなゲームであっても、このゲームであれば10点入っていても必ず1点目という場面がある。また負けたチームは無得点であっても、どこかに得点チャンスがある。そのチャン

スとはどのような場面なのかを詳細に、その時の選手たち、監督たちへ応援スタンドで見守る父兄たちの気持ちを書くことで、負けた試合であっても、丁寧にさまざまな人たちの気持ちを発掘することで、原稿上で緊迫した試合を再現することができる。勝ったチームにしても10点の得点がありながらも、どこか次のゲームへの課題があり、反省点があるはずである。そこを選手や監督からの試合後のインタビューをもとに掘り起こして、試合を再現することで目に見えない攻防が浮かびあがるのである。そうしたことで、テレビであれば視聴者、新聞であれば読者に飽きらせることなく、伝えることができるのである。

8-1 競技者としての目線

そこで、競技者が実際にコンテンツ制作を行うことで、自らの技術向上にどのようなメリットがあるのかについて考察する。競技者がコンテンツを制作すれば、競技者ならではの視点、技術的な背景などを盛り込んだコンテンツを制作することができると考えられる。実際にテレビのスポーツ中継では解説者という立場で、元競技者や現役の競技者が視聴者のために技術解説を行っている。また新聞であれば競技者として技術的な視点からのコラムを掲載して、競技者と視聴者及び読者との情報の非対称性の削減に貢献しているのである。

一方の競技者自らが解説といういわば脇役ではなく、自らスポーツのコンテンツを制作した場合、どのようなことが起きるのかを考察してみる。競技者といえども自分のプレーをその場で見ることはできない。見ることができるのはゲーム後にスロービデオVTRや解析装置などを使用して再現し、自分の技術を再確認することである。それでは他人のプレーに対してはどうであろうか。コンテンツを制作する上では、先述したようにニュースバリューやゲームの流れの中のポイントを重要視しながら、コンテンツを制作していくという手法が取られる。当然のことながら、単にゲームを見せるだけに終わるのではなく、事前の選手の気持ちや監督のゲームに関するマネジメントの考えを聞き取り取材し、その取材をもとにしながらゲームコンテンツを構成していくのである。そうした客観的な視点から競技を追い続けることが、新たな自身の競技技術を見つめ直す機会になると考えることができ、さまざまな観点から気がつくことができるチャンスになると考えることができる。そういったことから、競技者自らスポーツコンテンツを制作することは、自らのメンタル面を再確認することやゲームプランの再確認になる。そして最終的には、そのスポーツイベントをマネジメントすることになるのではないかと思われる。

まとめ

前半ではスポーツコンテンツ、特に事例として箱根駅伝や先行研究として西日本新聞の九州一周駅伝から、どのようにコンテンツが制作されているのかについて考察してきた。

そしてスポーツイベントコンテンツにおけるテレビと新聞の表現手法について明らかにしてきた。メディアは単にスポーツイベントが行われたことを伝えるのではなく、物語化し、ニュースバリューという指標に当てはめて表現することがわかった。テレビによる生中継においては、いかに事前の取材を活用して生の映像に、メタデータを言葉として伝えることで、映像を付帯的に描き出

しているのである。また、活字メディアとしての新聞は、事前取材と事後取材で得られた情報をゲーム内で起きた出来事を再現しながら、読者が関心をもてるように記事化して伝えるのである。

本論の後半では、競技者自らがコンテンツを制作した場合のメリットに注目して考察した。根拠となる先行研究はなく、エビデンスとしては希薄であることは否めない。がしかし競技者自らがコンテンツを制作することで、オーディエンスに対して表現することよりも、自らの競技向上に寄与できる客観的な立場に自分を置く機会になるのではないかと結論づけた。

今後の課題として、競技者自らがスポーツコンテンツを制作した場合において、競技向上に寄与できるのかについてさらに考察していきたいと考えるのである。

参考文献

- 宮崎幹朗「テレビの中のスポーツ」亀山佳明編（1990）『スポーツの社会学』世界思想社
中橋雄（2014）『メディアリテラシー論』北樹出版
日本スポーツ社会学会編（2013）『21世紀のスポーツ社会学』創文企画
大石裕（2000）『現代ニュース論』有斐閣アルマ、pp.3-31
菅谷明子（2010）『メディア・リテラシー』岩波新書
山本教人「印刷メディアとスポーツ報道」橋本純一編（2009）『現代メディアスポーツ論』世界思想社

注

- 1 先頭と一定以上の差がついてしまった場合、交通混雑などへの配慮から次の走者を強制的に出発させるルール。〈往路〉1～2区の鶴見、2～3区の戸塚では先頭走者通過から10分。3～4区の平塚と4～5区の小田原は15分。〈復路〉往路において、1位チームのフィニッシュから10分以内にフィニッシュしたチームは（そのタイム差で）時差出発を行い、その他のチームは、復路1位のチームがスタートした10分後に同時出発を行う。その後、すべての中継所は20分がリミット。
- 2 ベタ記事の『べた』とは「ありきたり」「特別でない」といった意味を持ち、ベタ記事とは上部で紙面を埋めている通常の記事に対し、特殊性やスクープ性が少ない記事といった意味になる。