

アスリートのメディア・トレーニングに関する研究

A study of media training for athlete

草野正臣 1K03B073-8

指導教員名：主査 木村和彦 副査：原田尚幸

【緒言】

マス・メディアの基本的な役割は読者に関心の高い興味のあるニュースを記事にし、報道することである。読者にとって関心の高いニュースは、ほのぼのとしたホットとする話より、事故や火災、不祥事など衝撃的な悪いニュースである。ことの善し悪しは別として、「人の不幸は蜜の味」なのだ。もうひとつのマス・メディアの視点は、問題を起こした人、組織が有名か、多くの人を知っている目立つ組織かどうか、という「知名度」の問題である。俗に有名税という言葉があるが、有名であるが故につまらないニュースや小さな事件でもマス・メディアは取り上げる。

日本人スポーツ・アスリートのメディア対応能力の低さは、スポーツ人気が高まるにつれて顕著に表面化してきた。競技人気が高まれば、メディアによるアスリートへのアプローチの機会も増してくる。トップレベルのアスリートほど取材の量も増え、その種類や形式も多岐にわたる。欧米のトップアスリートにはロール・モデルの考え方が定着しており、アスリートは受け取る側を意識したメディア対応が出来て初めて一流とみなされる。また、彼らは、メディアと接触する機会を、自分や競技をアピールする絶好のチャンスだと捉えており、ここぞとばかりにサービス精神を発揮する。

1960年代以降テレビメディアが発達するにしたがって、その影響力はとてつもなく大きなものになっていった。その結果、メディア露出の対策を講じている場合とそうでない場合とで社会で優勝劣敗が生じるようになった。アスリートのメディアへの露出が急増している現在、アスリートも同様にメディアへの対策が急務であると思われる。そこで本研究では、メディア対策の一環として、アスリートへのメディア・トレーニングの必要性を検討することを目的とする。

【研究方法】

- (1) アメリカのパブリック・リレーションズ業界から発展していったメディア・トレーニングの定義を明らかにする。
- (2) メディアの影響力について、その歴史的変遷を振り返る。
- (3) インタビュー調査を行い、スポーツ界におけるメディア教育の現状を把握する。
- (4) 以上の結果を踏まえて、アスリートへのメディア・トレーニングの必要性を明らかにする。

【メディアの影響力】

(1) 強力効果説→(2) 限定効果説→(3) 複合影響説
(1) マス・メディアから流れでるメッセージを受け取る人びとは何百万というバラバラな原子としてのマス＝大衆である。あらゆるメッセージが直接的かつ強力な刺激となって個々の人間に無媒介な反応をひきおこす。

(2) 「受け手」といっても結局「社会」に他ならないということの再発見。マス・メディアの影響の「結果」と見えた現象は、実は受け手側で既に醸成されてきた先有傾向をマス・メディアが「補強」したものにすぎない

(3) マス・メディアは長期的かつ累積的かつ非意図的に人びとに行動の基準を提供するのである。その意味で、基本的に役割の学習過程である社会化に対してマス・メディアは一定の影響をおよぼしていると考えられる。

【インタビュー調査】

メディア・トレーナーとして、Jリーグの数チーム等スポーツ組織、アスリートを対象にメディア教育を行っている方にインタビューを実施した。

(調査概要)

- ・スポーツ選手、組織にメディア対応を指導しようと思われたきっかけ
- ・スポーツ界全般におけるメディア対応の現状、課題

【結論】

スポーツ組織、アスリートともにメディアに露出する機会が以前よりも大幅に増え、メディア慣れしてきていることは事実である。それによりメディアの影響力を認識した上でメディアをうまく利用しようとする人が増えてきたことも事実である。しかし、未だそれが一般化されたとは言いがたい。その点でやはり、アスリートがメディアの正しい知識や、効果的なメディア対応を指導するメディア教育(メディア・トレーニング)を受ける必要があると結論できた。

【今後の課題】

調査からは、スポーツ組織、アスリートとメディア間のトラブルを未然に防ぐためにも、メディア側の要請を事前に察知し、適確な方法でもって対処できる人材がスポーツ組織に必要であることが明らかになった。メディアを理解し、メディアとの円滑な関係作りを促すためにも、わが国のスポーツ状況を理解したスポーツ専門の広報パーソンの育成が急務であると思われる。