

スポーツ人気の変動する際の報道の変化とその要因 ～サッカーとラグビーの事例を通じて～

Change and the factor of report when sports popularity changes ～Through the case with soccer and rugby～

1K04B034-1

大迫 拓郎

指導教員

主査 リー・トンプソン先生

副査 宮内孝知先生

1. 研究の動機

「ラグビーの観客は年齢層が高いので、丁寧な言葉で接してください」。秩父宮ラグビー場でアルバイトをする際、最初に言われた言葉がこれであった。後に文献などで 1990 年代にラグビーの人气が下がっていたことを知った。

あるスポーツのイメージ形成にメディアが大きなウェイトを占めていることは明らかなことである。ではスポーツの人气が下がる際にメディアがどういった報道を行うのか。また一方でスポーツの人气が上昇する際にはどういった報道を行うのか。学生スポーツ報道に携わってきた筆者はこのことに強く興味を抱いた。本稿では人气が上がってきたスポーツ(サッカー)と人气が下がってきたスポーツ(ラグビー)を題材として、これらの報道を比較、分析することでその変化を検証し、その要因を考えていくこととする。

2. 研究方法

サッカーとラグビーの新聞での報道量、報道内容を調査した。新聞には朝日新聞と毎日新聞を用いた。

【調査する大会】(サッカー)天皇杯、J リーグチャンピオンシップ(ラグビー)日本選手権

調査対象とする大会には人気とレベルのバランスが取れたものを選んだ。

【調査期間】(サッカー)1989 年天皇杯～1994 年度 J リーグチャンピオンシップ(ラグビー)1990～1999 年日本選手権

【調査方法】量的分析については大会に関連する記事量と記事本数、および写真数と大きさを数値化してその変化を探った。内容的な分析については掲載記事を試合、チーム、個人で分類した。また記者の署名や見出しといった面でもその変化を見ていった。

3. 各章の要約

【第1章】スポーツとメディアがどのように結びつき、発展していったのかをまとめた。新聞社がスポーツイベントを掲載するようになったところから、ビジネスの介入と技術の発達によって、急激に変化する現状までを対象としている。またサッカーとラグビーがメディアとどのような関係を築いてきたのかも表を用いながら

述べている。

【第2章】サッカーとラグビーの競技史をまとめた。サッカーでは主に1968年メキシコ五輪からJリーグの発足までを企業スポーツの発展とともに述べ、ラグビーでは学生スポーツの発展とともに1995年のW杯の惨敗に至るまでを主に著述した。また各種データとともに、その人気の変動を定義した。

【第3章】調査により出た結果を量的分析に焦点をしばって述べた。調査結果としてはサッカーについては年を経るにつれて記事本数、記事量ともに増加していくことがわかった。写真の数、大きさもまた増加している。特にJリーグ発足後は飛躍的に数字が伸びていた。一方でラグビーについては1991年をピークに記事、写真ともに数字が低下、ほぼ停滞という傾向が見られた。なお対戦カードから来る影響についても比較を行ったが、人気チームが出場するかどうかで報道量が異なってくることも確認された。

【第4章】ここでは調査により出た結果を内容分析に焦点をしばって述べた。調査結果としては報道量が増えるにつれて、個人のエピソードを描く記事が増えるという結果が出た。サッカーについてはカズやラモスといった選手の出現により個人の記事が増えている。一方、ラグビーでは7連覇を遂げた神戸製鋼の敗退以降、個人の記事は減っていた。試合の記事についてはスポーツの認知度が上がるにつれて分析記事がより詳細になっていくこと、チームの記事については先のない学生チームとそうではない社会人では描き方が異なることも確認された。また第三者を見るという点で紙面から見えるファン(サポーター)と記者についての分析も行った。

【第5章】ここではまとめとして調査より得た結果についての考察を行った。3章と4章で示した結果が出た背景にはもちろん前途した人気の変動があるのだが、それに加えて筆者は①メディア戦略②人気と実力のねじれ③時代との対応にも原因があると考え、新聞紙面を参照しながら示した。そしてそれに対して、スポーツとメディアは互いに戦略的に付き合っていくべきであると見解を述べた。

