

# スポーツメディアイベントとしての甲子園

## Koshien tournament as the sports massmedia event

1K04B105-6

芝野 智博

指導教員 主査 リー・トンプソン先生

副査 宮内孝知先生

### 序論

昨今、スポーツメディアイベントは周囲に溢れている。私は大学での講義やゼミでの研究を通して、メディアはスポーツメディアイベントにおいて、過剰に「楽しみ方」、「共感の仕方」、「個人やチームのストーリー」、「ヒーロー、カリスマ」を作り上げ、それを提示し、植え付けることで大衆を巻き込むということを学んだ。そこで、今回私はスポーツメディアイベントの代表格である、「甲子園大会」について研究する。夏の甲子園は朝日新聞、春の選抜は毎日新聞と、ともに新聞社というメディアが大会を主催し、運営している。そして、この2つの甲子園大会は今や一高校生スポーツの枠を越え、国民的行事、季節の風物詩という日本人にとって特別なものへとなっている。ここまで甲子園大会が大きくなり、多くの人に共感、感動されるようになってきた背景にはどのようなメディア、特に大会主催者である朝日新聞社、毎日新聞社の力が働いているかを研究する。

### 第1章 先行研究 高校野球の発展にメディアが果たした役割

イベントを利用して新聞の販売・広告の拡張を図るというまさにスポーツメディアイベントとして開催された甲子園大会において、朝日新聞社は武士道的野球観という高校野球の理念を形成し、新聞の紙面や広告などというメディアの力を用いて大衆にその理念や価値を浸透させていった。その理念形成の過程においては、日本人の国民性はもちろん、時代背景にマッチした野球観を形成していく必要があった。新聞社は高校野球に教育的側面や鍛練的側面を持たせていかなければならないというタテマエに苦心しながらも、自らが作り上げた野球観をもとに、甲子園大会や高校野球の理念や価値を人々に意図的に植え付けていくことで甲子園大会、高校野球を日本人にとって特別なものへと変えていこうとしていった。

### 第2章 朝日・毎日・読売新聞の報道比較分析

3 社の甲子園に関する報道の違いを見てみると両者ともに自社開催の甲子園大会において、自社開催でない甲子園大会に比べて、紙面数を多く裂いて甲子園に関する報道を行う、大会前から甲子園に関する記事を掲載する、数々の特集記事を組むなどの情

報操作を行うことで、人々の目を意図的に甲子園大会、高校野球へと向けさせようとしているということが分かる。

### 第3章 朝日・毎日新聞社説分析

両新聞社ともに時代の変化とともに、社説における甲子園に関する報道に変化が見られ、新しい甲子園大会像や高校野球観を求めていることがわかる。朝日新聞は楽しみや個性、自主性といったこれまでになかった新しい高校野球観、毎日新聞社は21世紀枠創設に伴い選抜大会の選考基準である品位や校風を強化するというような特徴が見られる。

### 第4章 朝日新聞特集記事分析

はま風、甲子園と著名人という2つの朝日新聞の特集記事を通して、朝日新聞社は自社が作り上げた甲子園大会や高校野球の理念や価値を特集記事内で強化、再認識させようとしている。はま風でその具体例を示し、甲子園と著名人でその理念や価値を再認識させる。朝日新聞社は、人々にはま風で感動するストーリーを提示し、甲子園と著名人で各界の著名人に甲子園の様々な魅力や価値を語らせることで、甲子園の理念や価値を人々に伝えることを意図して特集記事を組んでいると考えられる。

### 第5章 まとめ

甲子園大会メディア、特に朝日新聞社・毎日新聞社の力が大きな影響を与えているということがわかる。メディアは教育の一環、郷土意識、一球入魂といった日本の国民性にあった高校野球像やひたむき、さわやか、純粹さといった理想の高校球児像をメディアの力を使って作り上げながら甲子園大会を大きくしていった。そして、この約15年の間に時代の変化に伴うスポーツ観、野球観の変化により、勝利至上主義や精神主義といった甲子園大会や高校野球に関するさまざまな問題が露呈されてきたことで、両新聞社共は甲子園大会や高校野球に新たな魅力や価値をつけ加えることで、甲子園大会、そして高校野球人気を維持させていこうとしている。今後、甲子園大会、高校野球がどのような道を歩むかは、朝日新聞社、毎日新聞社が大きな鍵を握っているといっても過言ではないだろう。