

インターネット時代のスポーツメディア論 ーインターネットメディアはテレビや新聞に取って代わるのかー

A study of sports media in the time on the Internet -Will Internet media take the place of TV or newspaper?-

1K05B021

伊藤 祐己

指導教員

主査 宮内孝知先生

副査 間野義之先生

序章 目的・方法

ここ 10 数年におけるインターネットメディアの発展は目覚ましく、その脅威は既存のマスメディアである新聞・テレビを脅かすほどになっている。また、現在の日本のスポーツにとって、メディアは切っても切れない関係にある。本論文では、日本のスポーツメディアがこれまで果たしてきた役割を踏まえたうえで、「日本のスポーツにおいて、インターネットメディアが新聞やテレビの果たしてきた役割に取って代わるのか」、また「役割がどのように変化していくのか」を論じた。本論文では、インターネットあるいは既存メディアに関する文献を中心に研究を行った。

第 1 章 日本のスポーツにおいてメディアが果たしてきた役割

本論文のテーマを論じるにおいて、日本における新聞の登場以来の既存スポーツメディア(特に、新聞・テレビ)を分析し、①結果を伝える②試合の中継③マーケティングのためのツールという3つの役割を整理した。スポーツ中継をしているテレビ放送がマーケティングのためのツールとなったのは、スポーツの試合は視聴率が高く、持つ広告宣伝力があつたためである。

第 2 章 これまでにおけるスポーツメディアの役割を担うインターネットメディア

第 1 章で整理した3つの役割を、現状のインターネットメディアは果たしているのか、具体的なインターネットメディアを例に挙げて検討した。新聞

が主に果たしてきた結果を伝える役割はインターネットにより、新聞社だけでなくスポーツの主催者や新興のネットメディアなど発信者が多様になった。それに比べると、試合の中継はまだ多様ではない。また、マーケティングツールとしてのインターネットメディアは、スポーツクラブの情報発信するメディアのひとつ、という色合いが強く、「スポーツのマーケティング」ツールであり、テレビが果たしてきた「スポーツを通したマーケティング」とは異なっている。

第3章 インターネットメディアの特異性

本章では、「技術の進歩によるメディアリテラシーの拡大」と「インターネットによる多対多の双方向性」に焦点をあて、インターネットの特異性を整理した。新聞社やテレビ局に限られることなく誰もが情報発信できるようになったことで、既存メディアの優位性は崩れつつある。新聞社がインターネットでも積極的にニュース配信を始めたために新聞の存在自体が脅かされている。一方、テレビ局は独自に築き上げてきたビジネスモデルが崩壊するため、まだコンテンツを積極的に配信しているとは言えない。強い影響力を持つコンテンツの権利を握る地上波テレビ局の力が大きく残るだろう。

第4章 インターネットがもたらすスポーツメディアが果たす役割の変化

インターネットが新聞やテレビに与える影響は、スポーツにおいても同様に起きてきている。しかし、

既存メディアにはなかった「議論型」「分散型」の要素を持った「参加型ジャーナリズム」の形へと変化していき、その発展形として、「コミュニティの形成」につながっていくという新たな役割を担っている。スポーツにおいては、それが抗議行動や、またクラブ運営組織へとリアル社会におけるコミュニティの形成につながる事例もある。

終章 結論

スポーツにおけるインターネットメディアは、新聞の持つ役割を引き継ぎつつあり、取って代わら

うとしている。一方でテレビの持つ役割は、強い影響力のあるコンテンツの権利を持つテレビ局がインターネット側に参戦しない限り、インターネットが取って代わることはなさそうである。しかし、既存メディアにはなかった「コミュニティ」としての機能もインターネットメディアにはある。今後テレビからインターネットメディアへの移行が加速するのは、キラーコンテンツを握っているテレビ局側が、自身のビジネスモデルの再構築をしてまでも「コミュニティ」機能を求めてインターネットに本格参戦する時になるであろう。