商業主義、テレビ、スポーツの関係についての研究

A study of the relations of sports and the television, commercialism

1K05B114

指導教員

主査 宮内孝知先生

庄司 幸寛

副査 石井昌幸先生

1. 研究の動機・目的・方法

近年、放送権料の高騰によりスポーツの商業主義化が進み、ユニバーサルアクセス権の問題などが発生し、スポーツの価値が損なわれているという意見も出てきている。しかし、スポーツの商業主義の進展が、本当に悪いことばかりなのだろうか。人々がスポーツに関心を持ち、オリンピックや、ワールドカップなどのスポーツイベントに熱狂する現在のスポーツ環境をつくったのは、テレビをはじめとするメディアの存在であると考えられる。このことから、スポーツ界の商業主義化に大きく関わるテレビとスポーツ界の歴史を先行文献によって紐解きながら、テレビとスポーツの今後の関係について考えていきたい。

2. 各章の要約

第1章では、スポーツとテレビの歴史を概観した。スポーツとテレビの歴史は1936年のベルリンオリンピックで始まり、1958年、オリンピック憲章に「放送権」が明文化される。そして、衛星放送などの新たな放送モデルの登場により、放送権料の高騰によるスポーツの商業主義化が加速していく。その流れを受け、ユニバーサルアクセス権の問題が発生する。テレビがスポーツを自宅で観戦できる環境をつくり、テレビ放送のモデルが多岐にわたることでその環境を脅かされることになる。これらのことから筆者は、ユニバーサルアクセス権の問題が商業主義、テレビ、スポーツの関係を論じる際に、我々視聴者にとって1番身近な問題であり、重要であると考えた。

第2章では第1章を受けて、ユニバーサルア

クセス権の問題について考察した。ユニバーサルアクセス権は、スポーツが公共性を持つことを前提に考えられており、公共的なものであるから、誰もが無料で視聴する権利があるとしている。つまり、「公共性があるなら、ユニバーサルアクセス権を確保すべきである」という考えは、「この権利を確保できない場合、公共的ではない」ということになる。そこで筆者は、この問題を論じる際に公共性の概念が重要であると考え、「日本のような民主主義を採用する国家において、誰もが求めれば当たり前前に接することが可能であり、何らかの意思によって妨害されることなく享受できるものである」と、本論文中の「公共性」について定義付けを行った。そして、ヨーロッパのユニバーサルアクセス権に対する取り組みを参考に、日本におけるスポーツの公共性について論じた。それらを踏まえ、筆者は、視聴者である国民がユニバーサルアクセス権について理解し、議論を交わし、最終的に国民が選んだ議員が議会において、この権利を法律に明文化するという過程が理想であるとした。しかし、日本におけるスポーツの公共性に対する意識は希薄であり、現時点で公共性を持ち、ユニバーサルアクセス権で守られるべきスポーツは、オリンピックやワールドカップなどの国際的スポーツイベントが必要十分であるという結論を導いた。

第3章では、本論文の目的がテレビとスポーツの今後について論じることであるから、今後のテレビ界に大きな変化をもたらすと考えられる地上デジタルテレビ放送について考察した。そして、現行のアナログ放送から、デジタル放送に変わること、テレビと視聴者をインターネット回線などで

つなぎ、双方向のコミュニケーションが取れるようになることに注目した。このことにより、視聴者の声をテレビ制作側、行政に届ける環境を整備することが可能になると考えられる。筆者はここで、視聴者である国民がこの権利を求め、守られるスポーツが何であるのか議論し、主張しなければならぬと提言したい。また、国民が本当の意味で、スポーツの公共性について理解し、ユニバーサルアクセス権を求めることが、日本におけるスポーツが持つ公共性、価値、役割を創造することにつながると考える。

第4章では、第1章から第3章までの考察を受け、スポーツとテレビの今後の関係をどのように築いていけばよいのかについて提言した。スポーツとテレビは互いに関係を持ちながら発展してきた。テレビはスポーツを広め、スポーツはテレビに

おける重要なコンテンツとなった。今後も、スポーツとテレビは良好な関係を築いていかなければいけない。しかし、ここで大切なのは、スポーツとテレビは誰のものなのかを再考することである。テレビは視聴者の存在があるからこそ存在価値を持ち、スポーツは競技者、大会関係者、スポンサーなどのステークホルダー、そして、ファンがいるからこそ成立するのである。もちろん、スポーツを発展させる過程で、利益を生み出すビジネスの視点、すなわち商業主義も大切なことである。しかし、スポーツビジネスが利益重視の儲ける道具になってしまえば、ファンは離れ、商業価値も失うだろう。スポーツとテレビの未来は、視聴者、ファンの存在を第一に考え、その存在の利益を忘れなければ、決して暗いものではないと筆者は考える。