

スポーツ中継における感情共有手段の変化にまつわる研究 The analysis of changing tools of emotion's share in sports relay

1K09B204 森脇 貴大

指導教員 主査 平田竹男 先生

副査 中村好男先生

【背景】

もし、テレビによるスポーツ中継が無かったらワールドカップやオリンピックなどといったスポーツのイベントは今ほどの盛り上がりを見せるだろうか？

結果の不確定要素がスポーツの最大の魅力であるからこそ、リアルタイムでスタジアムに行かなくとも試合を観戦できるスポーツ中継は人気をみせる。年間視聴率ランキングには常に上位にスポーツ中継が複数入り、民放各局の歴代視聴率1位はいずれもスポーツ中継が占めている。

スポーツ中継をワクワク、ドキドキしながら見る。それは友人や家族と一緒にテレビでみるのが一般的だった。

しかし、史上初の共催という形で行われたFIFAワールドカップ日韓大会でJAWOCにより発表されたパブリックビューイングが一般化したことを受け、不特定多数と共にスタジアムではない場所で感情共有することができるようになった。

【目的】

本研究はパブリック・ビューイングが誕生した経緯やその歴史を紐解くことで、感情共有の面から見たスポーツ中継の今後を探ることを目的とする。

【方法】

2002年のFIFAワールドカップの際に登場したパブリック・ビューイング以前の街頭テレビから始まるスポーツ中継による感情共有手段の変遷を文献やインターネットを使い調査すると共に、スポーツ観戦をする際に誰と何処で観戦するか？また誰と何処で観戦したときが一番盛り上がるかをアンケート調査した。

【結果】

ブレパブリック・ビューイング時代から、現在のパブリック・ビューイングに至るまで、共有意識への欲求は増加していることがわかった。

アンケート調査では、スポーツ中継において「他人と一緒にみる」と盛り上がり、その人数は多ければ多いほど良いという結果が出た。

また、その歴史をたどると街頭テレビから、現在のパブリックビューイングまで、より大きな画面でより多数の人々が試合を楽しむことができるようになったのは常に技術の進歩と隣り合わせだということがわかった

共に、放映権に関する問題や安全面の配慮などパブリックビューイングが抱える問題点も浮き彫りとなった。

【考察】

このような結果から、視聴者はスポーツ中継に対してよりコアな共有体験を求めていることがわかった。

そのため、一緒に盛り上げられる、感情の共有をテーマにしたスポーツ中継の番組づくりがより一層求められ、一方的な試合の配信ではなく、SNSなどを用いた視聴者との相互関係を作ることにより、視聴者と視聴者をつなぎ合わせ。感情共有することができるようにすることが重要だと考えた。

また、パブリックビューイングにおいては入場規制や入場料徴収が行われることは日本や海外の事例でも共通しており。このような規制を持つことで放映権を持つテレビ局や開催地などに巨額の利益をもたらすことができるため、今後も産業として発達していくことが考えられる。

スポーツを中継するテレビ局から見ても①リアルタイムでこそ価値が発揮される番組のため、CM効果が高い番組として売り込める②プレーそのものが大衆をひきつけるため、その魅力に一般性・大衆性がある③二度と同じ試合は行われないため、常に新しい商品を生み出すことができる

などの利点があり、スポーツと観戦者を結びつけるメディアというツールは双方にとって必要不可欠である。

【結論】

ブレ・パブリックビューイングの歴史を遡っても、人々は昔からスポーツを不特定多数と感情を共有させて楽しむことに様々な知恵を絞ってきた。

一方で、この論文でみてきたようにパブリック・ビューイングの歴史は産業の意向による側面も大きい。「テレビの普及」、「ハイビジョン放送の実験の場」、「広告業界のイベント」といったこれらの意向に応えるコンテンツ力をもっているのがスポーツ中継だったともいえる。

しかし、ビジネスとして成功させようという産業側の意向があったからこそ、パブリック・ビューイングは成立し、「感情を共有する」という大きな副産物も生まれた。

感情共有というキーワードをどこまで徹底できるかが今後のスポーツ中継のカギだと考える。