

中国メディアが創り出すヒーロー像 ——元NBA選手「姚明」を事例に

The Hero's Image Portrayed by Chinese Media --A Case Study of the Former NBA Player Yao Ming

スポーツ文化研究領域

5011A037-2 申 曉蒙 研究指導教員：トンプソン リー A. 教授

第1章 序論

1. 研究背景

メディアでは元NBA選手姚明のことを「中国のバスケットボールの歴史の中で一番偉いセンター」と書いた。2011年7月、彼が正式に引退した後、NBA中国はアンケート調査を行った。もうNBAの試合を見たくないと言った中国のバスケットボールファンは57%もいた。ここから姚明の人気が見える。彼はNBAに入った最初の中国人ではないが、一番影響力を持っている人である。彼の存在をヒーローと呼んでも良いかもしれない。

2. 研究目的

メディアでは姚明のことをどう評価するのか。その評価はどのような時代状況において捉えられるのだろうか。ヒーローとして姚明の創られ方は中国のどのような社会文化的価値観の要請を反映しているのか。これらの問題を明らかにすることが、本研究の目的である。

第2章 先行研究

橋本(2002)はヒーローを「格別の勇氣、不屈の精神、冒険心、そしてさまざまな理想を実現するのに必要な優れた資質を持った人を意味する」と定義した。

また、森田(2009)によると、ヒーロー像はメディアの発展によって変わる。メディアが高度に発達した現代では、スポーツ選手はヒーローとして扱われやすい。

「社会や時代の要求を満たす形でメディアがヒーローを創る」と岡本(2004)が述べた。姚明のヒーロー像もメディアが現代中国の状況において創ったのではないだろうか。

第3章 研究方法

中国で代表性を持っている『人民日報』(一般紙)と『体壇週報』(スポーツ紙)を対象にした。『人民日報』はCNKIというデータベースを利用し、2000～2011年姚明に関する記事を対象とした。『体壇週報』は1998年4月、1999年12月、2000年3月、2002年6月、2003年1月、2004年2月、2006年12月、2007年12月、2008年8月、2009年7月、2011年7月の姚明に関する記事を対象とした。

この二つの新聞での姚明に関する記事数を集計し、年による記事数の変化を調べた。また、姚明のことを取り上げた時の表現を分類し、姚明のどの方面を重視してヒーロー像を創ったかという問題を明らかにした。また、質的調査もし、具体的な姚明のイメージを分析した。そのイメージから現代中国社会が求めている価値観を考察した。

具体的な分類方法は下記の表に参照していた。

身体能力	技術的能力
	身長
チームでの重要性	上海チームでの重要性
	ナショナルチームでの重要性
	ロケッツでの重要性
影響力	人気
	中国の象徴
	国際での影響力
	珍しさ
試合関係	試合
	怪我
プライベート	性格
	私生活
	選手以外の活躍
その他	

第4章 結果・考察

『人民日報』でも、『体壇週報』でも、姚明のキャリアによって記事数が違っている。つまり、姚明が活躍していた時期のほうは、彼のことをより多めに新聞で取り上げられた。

また、『人民日報』では、「影響力」というカテゴリーの数が最も多かった。『体壇週報』では3番目多かったが、最も多かったカテゴリーの「試合関係」より僅かに少なかった。つまり、姚明は既にスポーツ選手という枠を超え、上海、中国及び世界で影響力を持っているヒーローのような存在となった。

各カテゴリーが年による変化も姚明の活躍次第である。「身体能力」「試合関係」の内容は2008年8月北京オリンピックの時が一番多かったことに対して、「プライベート」「影響力」二つのカテゴリーは2011年9月が一番多かった。それは試合に参加できない姚明は、ビジネス、公益事業などの「選手以外の活躍」が多くなり、様々な方面で影響力を広げたからであると考えられる。

『人民日報』における「影響力」の中で、「中国の象徴」という項目の内容が一番大きな割合を占めた。つまり、国の代表者として、姚明がどのような中国イメージを世界に見せるかということが重視されている。それに対して、『体壇週報』における「影響力」というカテゴリーの中で、一番多かったのは「人気」という項目である。スポーツの面で姚明が国内外で博した人気をもっと関心を持っているようである。しかも、「影響力」の中の「中国の象徴」と「国際での影響力」二つの内容は、時間による推移はほぼ同じである。「中国の象徴」である時も「国際での影響力」を表している時である。姚明は中国のイメージと繋がると同時に、国際で影響力を広げると思われる。

また、質的調査を通して、メディアが姚明のことを非常に重視していることが分かるようになった。姚明は中国でNBAの視聴率を上げ、メディアに豊富なコンテンツを提供した。

姚明が『人民日報』と『体壇週報』でのイメージは大体同じである。やさしい、勤勉、ユーモア、チーム中心、愛国、自分の好き嫌いがあるなど。

「勤勉」「チーム中心」と「愛国心」などの特徴は今まで中国伝統的なスポーツヒーローのメディア表象とあまり変わらない。しかしながら、「やさしい」「ユーモア」「自分の好き嫌い」などの個性的なものも入り、昔のヒーローのイメージより豊富になった。また、姚明に関するマイナスな報道も少なかった。姚明にとってあまりよくないこともメディアの報道によって解消され、逆に姚明のポジティブなイメージを比較的に表した。

姚明のことはメディアでもよく中国と繋がっている。彼は現時代の中国を表した人である。グローバル化が推進している現時代では、中国も積極的にこの世界に入る姿勢を見せたい。姚明がアメリカに行ったのも似たような意味を持っている。国際的なルールを沿い、努力して、最後成功を取めたという姚明の物語は外国を対抗するのではなく、世界メンバーの一員として頑張る中国の象徴である。そして、このような姚明は全中国の国民の模範である。メディアが姚明のヒーロー像を作ることによって、今の中国の偉大さを表すと同時に、国民がこのような人になって欲しいということも伝えた。元々単なるバスケットボール選手である姚明はこのような偉いヒーローの存在になったのは、メディアが作り出した物語である。

第5章 結論・今後の課題

本研究は中国のメディアが創ったスポーツヒーローのイメージの特徴の一考察になると思われる。

本研究では、姚明がバスケットボール選手としての全期間ではなく、その期間から一部だけを抽出し、調査を行った。今後はその期間中の全部の資料を調べる必要があると思われる。

新聞の選択では、二つしかなく、しかも中国の新聞だけで、多少偏重があると思われる。今後は他の中国新聞と外国の新聞も分析する必要があると思われる。