

テレビスポーツ報道の送り手に影響を与える

具体的要因に関する研究

A 県プロバスケットボールチームとテレビメディア間の質的調査に基づいて

スポーツクラブマネジメントコース

5012A304-1 小笠原 大介

研究指導教員：間野 義之 教授

緒言：近年、メディアの急速な発達とスポーツの社会的影響力の増大により、テレビを媒体とした「見るスポーツ」の普及は著しく、互いに強く依存しあうスポーツとテレビメディアの関係は欧米を中心に「メディアスポーツ」という言葉で位置付けられている（神原 2001）

このメディアスポーツにおいて、スポーツとメディアの関係性に着目した「送り手研究」とメディアと受け手の関係性に着目した「受け手研究」がおこなわれてきたが、いずれも映像や文章の内容分析や影響の測定を目的とした社会実験的な手法が主体であり、メディアスポーツに関わる人々の「生活」にはあまり着目されてこなかった。（橋本 2002）

また「送り手」にスポットを当てた研究でも「メディアサイドからの検討」に終始している（早川 2005）為、情報の最初の発信者となる「競技団体サイドの視点」から分析を進める事は意義がある。

目的：本研究ではテレビニュース報道を通して「スポーツ競技団体」と「テレビメディア」の情報発信に影響を与える具体的要因を検証、比較する。

調査対象：A 県プロバスケットボールチーム運営会社職員、テレビメディア放送従事者計 6 人

調査方法：本研究はテレビニュース報道という“媒体装置”を通して「競技団体」と「テレビメディア」に関わる人々が日頃、どの様に接し、何を意図しているのかという具体的な要因を質的な側面から分析する為、半構造化インタビュー（対面方式：1 人につき約 40 分～60 分）を実施した。

分析方法：IC レコーダーによって録音された逐語録から音起こしを経て、SCAT 法による分析をおこなった。

尚、SCAT 法は大谷(2007)によって提唱された質的データ分析法である。

結果：ヒアリング調査の結果、競技団体とテレビメディアに影響を与える具体的な要因は 1)意識の変化 2)コミュニケーション 3)知識・スキル 4)地域とのつながり 5)ブランディング 6)人的・金銭的・時間的という 6 つのカテゴリーに分類される事が明らかになった。

考察：1)では「リーグ優勝」をきっかけとした「知名度向上」によるチーム側の「メディア戦略の意識」が主な要因であり、結果報道に潜在的な課題意識を持ったメディアが追従する形となったと言える。

2)では前ヘッドコーチの退任発表を巡る両者の意識ギャップはチームの意図する将来設計がメディア側に伝わっていなかった事とメディア側にとってのニュースバリューの大きさがチーム側に伝わっていなかった結果引き起こされたものと考えられる。

3)については「サイドストーリーや対戦相手の情報」といった「チーム側が発信できない情報」の重要性がメディア側の「アマチュア競技との差別化」と共通化が出来る。

4)では両者間の「地域の子供達」に対する意識がうかがわれ、ニュース報道を通して「地域密着」を図りたい意図が見出される。

5)ブランディングではチーム側の「勝敗に左右されない価値づくり」が最大の要因となっている。メディア側は「報道の独自性、中立性の担保」が影響して慎重姿勢が見えるが、自分達の視点でチームの価値を高める事がプロチームを育てるという意識も見出された。

6)ではチーム側からの「番記者の必要性」が語られたが、必要性は理解していても人的、予算的な理由で番記者の設置は困難であるメディア側の事情が垣間見られた。特に地方局の制約の中で葛藤を続ける担当者のジレンマが表れていると言えよう。

結論：全体的に見た場合、いくつかの差異は認められるが、多くのカテゴリーにおいてチーム側からの働きかけや要求により、メディア側がニュース報道への視点や姿勢を変化させている傾向がうかがえる。大きな理由としてはA県におけるプロバスケットボールチームの「スポーツコンテンツとしての価値」が高まっている事が示唆されたと言える。

研究の限界と今後の課題：本研究はごく限定的な地域とスポーツ競技団体を対象とした単一事例に過ぎず中央競技団体や他のスポーツ（プロ・アマ含め）、在京キー局への適用や定量的な指針を用いた明確な因果関係の実証など、まだまだ課題は多い。

今後は情報の受け手となる「視聴者」がテレビ報道に求めるニーズや傾向といった「受け手側の側面」からみたメディアスポーツの視点も今後注目すべき点であると考えられる。