

第3回「スポーツ社会学“基礎体力”養成フォーラム」報告

日本スポーツ社会学会研究委員会企画 第3回「スポーツ社会学“基礎体力”養成フォーラム」が下記の要領で開催されました。昨年度は、方法論に焦点を当てたフォーラムを開催してきましたが、今年度はそれを受けて研究委員会の課題であるメディアに焦点を当てたフォーラムを開催していきます。

日時：2010年7月23日（金）15：00－17：30

場所：関西大学 東京センター（JR 東京駅日本橋口）

報告：

- ・若手スピーカー：松井貴之（大修館書店：筑波大学大学院修士課程スポーツ健康システム・マネジメント専攻修了）
「送り手が意識するスポーツ中継の視聴像－「限界芸術論」の観点から」
- ・ゲストスピーカー：水野 由多加（関西大学社会学部）
「広告論理から見たオリンピック・スポンサード」
- ・コメンテーター：松井修視（関西大学）黒田 勇（関西大学）
- ・進行：杉本厚夫（関西大学）



～内容報告～

今回は、初めての関東開催であるとともに、研究委員会の課題であるメディアに焦点を当てたフォーラムを開催することができた。会場には約30名の方に集まっていただき、活発なディスカッションがな

された。

松井貴之さんからは、「送り手が意識するスポーツ中継の視聴像－『限界芸術論』の観点から」と題して、スポーツ中継の発話分析やスポーツ中継の解説者に対して行われたインタビューをもとに報告がなされた。今日、「みるスポーツ」のようにメディアを通してスポーツに触れる機会が多くなっている中、テレビのスポーツ中継が私たちのスポーツ文化に及ぼす影響は大きい。そこで、限界芸術論を援用して先のデータを分析し、送り手である解説者が視聴者やスポーツ文化に及ぼす影響を発表していただいた。その後のディスカッションで、コメンテーターやフロアーから、限界芸術論というフレームを用いた際に、いかに新しい知見を生み出すのか、そうした際にテレビ中継を觀賞対象としていいのかなど、データを分析する際の方法論的枠組みについて活発に議論がなされた。また、「みるスポーツ」は多様化しており、視聴者側もメディアを変えながら（例えば、地上波・BS・CS・インターネット・ツイッター等）鑑賞している点をどのように分析対象として捉えていけばよいかについても検討された。

後半は、水野由多加先生に「広告論理から見たオリンピック・スポンサー」と題して、報告していただいた。現在、オリンピックとスポンサーの関係について広告論理を用いながら説明していただいた。オリンピックにおけるスポンサーは売り手優位であり、少数者間高額取引になっている事実についてデータを用いながら示された。その背景にはグローバル・ビジネスが存在していると共にローカル・スポンサーとのコンフリクトが起こっているとの指摘もあった。今後、ますますI O Cがスポンサー料を守らなければならないという事態が発生することが予想され、層の異なる論理をいかに整理していけばよいかを検討していく必要があるとあり、スポーツ社会学会においても研究していかなければならない重要性を指摘していただいた。コメンテーターからは、ワールドカップにおけるメインスポンサーの異様な独占を例に挙げ、「メガイベントの公共性とスポンサーが共存するのか、寄生するのか」について今後研究していく必要があるというコメントをいただいた。

以上のような内容を含んだ非常に充実したフォーラムとなり、今後のスポーツ社会学会における研究の方向性が示された。

