

「スター選手」のイメージ生成に関する要素分析

－プロ野球選手の雑誌記事を元に－

専修大学文学部ジャーナリズム学科4年

前川航輝

1. 研究目的と背景

アスリートを応援している中で、普段スポーツを見ていない層、つまり大衆からも応援される選手と、そうではない選手が生じることの疑問を抱いた。

直接会うことや話すことのできないアスリートの情報はマスメディアを通して得るものが主である。そのため、マスメディアの報道によって、大衆が応援したくなるようなイメージを作り出されているという仮説を立てた。

マスメディアの4大媒体としてテレビ、ラジオ、新聞、雑誌が挙げられる。これらの中から雑誌記事を研究対象とした理由はテレビ、ラジオといった過去の音声データから調査を行うのは学生にとっては現状困難である。また新聞は主に試合の結果やアスリートの発言を短く掲載するにとどまる。スポーツ新聞というジャンルもあるが、それは主にスポーツを好む人が購読するものであり大衆向けとは言えない。そのため本研究では専門的なインタビューを掲載するスポーツ専門誌や大衆向けに作られている週刊誌が含まれる雑誌記事を選択した。

数あるプロスポーツからプロ野球を対象とした理由は中央調査社が公表している「人気スポーツ調査」(全30回)内の「好きなプロスポーツ」という項目で第3回から現在まで27年連続で1位に選ばれている。さらに、年間の試合数が日本では143試合、メジャーリーグでも162試

合(いずれも2022年10月24日現在)を行っており、試合数に比例して記事も研究に十分な量であり、大衆にとっても目にする機会が多いと考えた。

以上から本研究ではプロ野球選手を対象に研究対象のアスリートが掲載された雑誌記事から大衆から応援される「スター選手」を生み出すために必要な要素を明らかにすることを目的とする。

2. 研究方法

研究対象とするプロ野球選手を選定するために中央調査社が行っている「人気スポーツ調査」の「最も好きなスポーツ選手」を利用した。この上位5位に複数回名前が挙げられたプロ野球選手8名から調査が行われている1994年から2022年に、現役選手であり、2022年時点で引退している5名(松井秀喜・イチロー・野茂英雄・松坂大輔・清原和博)を選出した。彼らが「最も好きなスポーツ選手」に選出された年を大衆から応援される「スター選手」になった年として扱い、その年の前年の雑誌記事を読んでいく。

対象の雑誌記事を読むために専修大学生田キャンパスの生田分館5階にある「現代人物アーカイブズ」を利用した。当アーカイブズは1974年から2012年までの芸能人名が掲載されている新聞・雑誌記事が人物別・年代順にまとめられている。この特色を活かして研究対象選手の

調査年度の記事を研究していく。

アスリートが「スター選手」になる要素について先行研究内で橋本は『スポーツ選手は明らかに多くの人に興味を抱かれる「ファンタジー」や「願望」の対象である。(中略)メディア視聴者・読者にとっては大きな楽しみや幸せを享受し、生きがいを感じる手段でさえある。子供にとっては憧れの、(中略)高齢者や主婦からすると理想の「孫」像や「息子・娘」像というファクターが介入しているに違いない』¹と述べている。また、そういった心情を抱くために欠かせない要因として、(1)容姿(2)実績(3)キャラクターの3点が挙げられていた。そのため本研究でもこの3点を軸、そして前提条件として選手の報道内容について調査した。

3. 調査結果

各選手の対象年度の雑誌記事を読んだ結果、橋本の挙げた3点、特に容姿は必ずしもそろっている必要はなく、さらに以下の5点に関する報道も「スター選手」のイメージを生成するために必要な要素であると指摘する。①家族を大切にす姿勢、②ナショナリズムを意識させる、③あだ名をつけられる、④女性誌が選手個人について報道する、⑤頑固な性格の以上である。

①について、イチロー、松坂は父親との関係性が注目されそれぞれの父親へのインタビューも行われた(「父親ロングインタビュー 息子イチローとの2人3脚」『文藝春秋』1994年11月p.284~289、「一徹オヤジ」の合言葉は「自分で考えろ」松坂大輔投手の父・徹さん」『女性自身』1998年9月15日)。また、彼らが結婚する報道や子供が生まれ、子育てをしている報道がされるとその翌年には「最も好きなスポーツ選手」の順位が上がることも確認された。

②について、研究対象選手5名から清原和博

以外の4名はメジャーリーグへ移籍した。彼らがメジャーリーグへ挑戦すると判明した段階でマスメディアはそのことを大々的に報道した。その結果翌年には「最も好きなスポーツ選手」の順位が上がっている。

③について、それぞれメディアからあだ名をつけられた(鈴木一郎はイチロー、松井秀喜はゴジラ、野茂英雄はNOMO、松坂大輔は怪物、清原和博は番長)。彼らの研究を行っている中でも頻出用語にそれぞれのあだ名が挙げられた。

④は対象選手のプレー以外のこと(容姿、家族関連)を報じることが女性誌に多かったため記載した。

⑤は5選手のインタビュー記事から共通していた点であるため、掲載したが、彼らの発言や報道の仕方から「スター選手」になるための要素酔いよりは「アスリートとして活躍するための要素」と受け取った。

4. 結論と考察

本研究を経て、「プロ野球選手」が「スター選手」になる要素が判明した。その要素は3.研究結果で述べた5点(①家族を大切にす姿勢、②ナショナリズムを意識させる、③あだ名をつけられる、④女性誌が選手個人について報道する、⑤頑固な性格)である。

その中でも両親や妻、子供など家族を大切にす話題が多く取り上げられていた要素である。これを主に取り上げていたのは女性誌であるが、女性誌のメインターゲットである子育て主婦層に、アスリートのプレー以外の姿を見せることで、人物自体に興味を持たせる狙いがあっただろう。また両親との関係性や幼少期に行っていたことを選手の両親へのインタビュー記事などで報道することで子育て層にとって「理想の息子・娘像」を生み出し、憧れやすくする狙いも

¹ 橋本純一「新たなスターの誕生に向けて」『民放』日本民間放送連盟 2011年4月号 p.24~25

あったと考えられる。あだ名を作り、広める行為も、選手名を覚えやすく、親しみやすいようにするためだろう。

メジャーリーグでの活躍を多く報道することで、ナショナリズムの意識を植え付け世界で闘う日本人に興味を持たせるような姿勢もあった。

以上のことから、「スター選手」になるためには橋本の3点に加え本研究で指摘した5点の要素が備わっている場合はそのことを報道し、大衆に広めていくことで「スター選手」を生み出していくことが重要である。

また、本研究から「スター選手」のイメージ生成はマスメディアが行っていると指摘する。そのため、今後も多くの「スター選手」を生み出しスポーツ界を盛り上げることも雑誌メディアの重要な役割であるといえる。

注・文献

- 1 佐伯聡夫「メディアスポーツ論序説メディアスポーツの構造と機能－問題の所在と分析の視点のために－」『体育科学』第四七巻第一二号 1997年
- 2 左近允輝一「スポーツ文化の創造に向けてスポーツ・ジャーナリズムの立場から－今何ができるのか」『日本体育学会大会号』2003年
- 3 鈴木守・山本理人「スポーツヒーロー論」『スポーツ/メディア/ジェンダー』道和書院 2001年
- 4 橋本純一「メディアスポーツヒーローの誕生と変容」『現代メディアスポーツ論』世界思想社 2002年
- 5 森田浩之『スポーツニュースは怖い・刷り込まれる〈日本人〉』生活人新書 2007年
- 6 林晋子「オリンピック選手に対するステレオタイプ内容の探索的検討」『飯田女子短期大学紀要』第34集 2017年 p.27～35
- 7 森岡理右「スポーツ報道と大衆」『国立国会図書館月報』2013年10月号 p.19～22

8 橋本純一「新たなスターの誕生に向けて」『民放』日本民間放送連盟 2011年4月号 p.22～25