

『スポーツの魅惑とメディアの誘惑 —身体／国家のカルチュラル・スタディーズ—』

阿部潔 世界思想社 2008年7月刊

FCT メディア・リテラシー研究所所員 畠山 亮太

「スポーツが変わった」、この疑問から本書は始まる。メディアとの関係の深まりと広がりが、「スポーツが変わった」と感じさせる状況を引き起こしているのではないかと「仮説」を立てたうえで、「見る／見る」という視座から現在のスポーツを分析している。分析を進めるうえで、スポーツを表象する際のメディアの特徴として、著者は次の2点を上げている。

①「身体」に関する様々な社会的意味づけが中心的な位置を占める。

身体に関する規範（健康／不健康）や、審美（美／醜）の基準が作り上げられる。

②特定の社会的集団をめぐる敵—見かたの境界を作る。

そこで筆者は、「スポーツとメディアの深い結びつきは、身体の規範を作り上げると同時に、社会における関係性を生み出す。これら二つの表象作用がなされている点に、スポーツ／メディアの独自性を見て取ることが出来る」と述べている。これを踏まえて本書では、「第I部 身体をめぐるナラティブ」「第II部 国家をめぐるポリティクス」と題して、具体的な事例やテクストに即して考察を進めている。

第I部では、スポーツ／メディアにおける「身体の表象」について論じている。現在のメディアが描き出す「スポーツする身体」には特定のジェンダー・イメージが付与され、ジェンダー化された身体は同時に魅力的な（＝セクシャルな）カラダとして現れる。スポーツする身体とジェンダー／セクシュアリティの関係を解き明かしてゆく。

第1章では、メディアの眼差しが「男性的」であり、メディアによるスポーツ選手の表象が、「女性＝カワイイ／キレイ」「男性＝見た目や生きざまがカッコイ」という基準が重要視されており、また、スポーツを男性種目／女性種目に分けることで、「男らしさ＝力強さ・逞しさ」「女らしさ＝優雅さ・しなやかさ」というジェンダー・イメージを再生産していくメカニズムが潜んでいると考察している。第2章では、「アトランタオリンピック女子マラソン」をテクストに、「国のために走るロバ（エチオピア）」「家族のために走るエゴロワ（ロシア）」「自分のために走る有森（日本）」というメダリスト3人に対比して、「女性」「個人」「国家」がどのように、メディアによって構築されたかを分析している。第3章では、「木村拓哉の缶コーヒーの広告」と「高田延彦の引退」をテクストに「ホモ

ソーシャルな関係 (⇒男同士の絆)」が、いかに「女同士の絆」を排除し抑圧することで成立しているかに注目している。

続く第Ⅱ部では、「ナショナルなもの」とスポーツ／メディアとの関係を明らかにすることを目的として、オリンピック開会式において国家・国民・民族がどのように表象されているのかを、具体的なテクストに即して分析している。

オリンピックは「スポーツを通じたコスモポリタニズム」という理念を標榜しつつも、他方でナショナリズムを発揚する場でもある。第6章では、長野オリンピック開会式をテクストに、「ナショナルなもの=日本らしさ」がどのように表彰されたかを分析し、第7章では、スポーツとメディアをめぐる「政治化」(=スポーツを通じた「政治への介入」)という視点から、シドニーオリンピック開会式の韓国と北朝鮮の「南北合同行進」を分析し、また、「南北合同行進」を日本人学生・韓国留学生・在日学生のそれぞれが、どのように読み解いたかを紹介している。そして、第8章では、スポーツの祭典であるオリンピックが、典型的な「メディア・イベント」であることを、東京(1964年)、ロサンゼルス(1984年)、アテネ(2004年)の、20年の年月を経て開催された3つのオリンピックの開会式を分析することで検討している。ここから読み取れることのひとつは、時代を経るごとに開会式の演出が大規模化してきたということである。これは、オリンピック開会式が実際の現場に居合わせた「観衆の視線」ではなく、「メディアの視線」(=世界中の視聴者の視線)」を想定して構成されていることを意味している。