

「見るスポーツ」が高校生に及ぼす影響 ワールドカップがもたらしたもの

上 原 信 子

スポーツを生活に取り入れ、明るく豊かな質の高い“生”を送ろうとする傾向は高齢化、自由時間の増大等により進展している。スポーツへの関心は多様化し、「するスポーツ」だけでなく「見るスポーツ」は日常生活に取り入れられ、人々の生活を活性化している。2002年サッカーワールドカップ日本開催の1ヶ月間を体験して、筆者はワールドカップが高校生に与える影響について大変興味を持った。本稿は高校生における「するスポーツ」と「見るスポーツ」の意識の相違、「見るスポーツ」の現状、スポーツビッグイベントがもたらす影響についての調査報告である。

＜キーワード＞ 「見るスポーツ」、「するスポーツ」、サッカーワールドカップの影響、スポーツ観戦と高校生

1. はじめに

サッカーワールドカップ決勝の日（2002年6月30日）、270万羽の折り鶴が天から降った。今でもその美しい光景はまざまざと浮かんでくる。ワールドカップは日本中を熱風で包み込み、不況・政治不信・先の見えない時代と暗いニュースばかりの日本が一気に元気づき明るくなった。海外のメディアの日本礼讃、スポーツ（サッカー）への国民の注目、経済効果等々、ワールドカップがもたらしたものの大きさを多くの人々は実感した。

現在、スポーツに対する興味・関心は多様化している。2000年のスポーツライフ調査によれば、過去1年間にスタジアムなどの競技施設でスポーツ観戦をした者は成人の3人に1人に当たる32.4%であった（注6）。2年に1度調査が行われているが、観戦率は年々増加の傾向が見られるという。このようにゲームを見ることによってスポーツを楽しもうとする「見るスポーツ」は「するスポーツ」とともに、国民生活に定着してきている。いまや、スポーツ観戦はスポーツを行えないものの代償ではなく、「するスポーツ」とともに、国民生活の大きな楽しみとなってきたのである。

また平成12年、当時の有馬文部大臣は教育改革の動向の中で「スポーツは、実際に体を動かすことにとどまらず、見て楽しむなど多様な形で親しみ楽しむことができるものであり、国民生活にゆとりを与え、より豊かなものにしていく観点からも大きな意義を有するものである。・・・オリンピックなどトップレベルの競技大会やプロスポーツにおいて特に顕著のように、人々に夢と感動を

与え、スポーツの普及・振興に寄与する『見るスポーツ』としての側面などにも着目し、競技スポーツの振興を図っていく必要がある。」と述べている。人々に夢や感動を与え、スポーツの普及・振興に寄与する「見るスポーツ」としての側面などにも着目することの重要性を強調している。

今回、ワールドカップサッカーの期間中はとぎれそうな会話の話題を探すこともなかったという話をよく耳にした。また、イングランドにいる友人はいわゆる世間話、きっかけに何を話せばいいかいつも頭を悩ませていたが、まさにサッカーは旬の話題であったという。学校でもこの期間中は挨拶代わりにサッカーの話がなされ、チームや選手はもちろんのこと試合の戦評まで日頃会話を交わしたことのない生徒が話しかけてくることも珍しいことではなかった。このような現状から、高校生にワールドカップがもたらした影響について興味を持ち調査を行った。「するスポーツ」と「見るスポーツ」を高校生はどのように捉えたか、また今回のワールドカップにおける観戦の実態はどのようなものか、また人間関係一特に家庭へ影響があったか等を調査した。質問項目が多岐にわたったが、本稿では「するスポーツ」と「見るスポーツ」、スポーツ観戦の実態、ワールドカップ観戦がもたらす影響、の3項目について報告したい。

2. 研究方法

1) 調査方法 質問紙による調査。解答用紙はマークシートを使用。

2) 調査対象 東京学芸大学附属高校1年から3年 男女 計413名

男子202名、女子211名 (無効回答は除く)

1年男子65名 1年女子67名 1年132名

2年男子64名 2年女子62名 2年126名

3年男子73名 3年女子82名 3年155名

3) 調査時期

2002年7月2日から9日

3. 調査結果

1) 「するスポーツ」と「見るスポーツ」

① 「するスポーツ」と「見るスポーツ」、
どちらを好むか。

近年の我が国では、スポーツ観戦・鑑賞等「見ること」によってスポーツを楽しむとする人が増えている。本校の調査によると、高校生の傾向は図1のとおりである。男子については、「することが好き」と答えたものは79%、「見るのが好き」と答

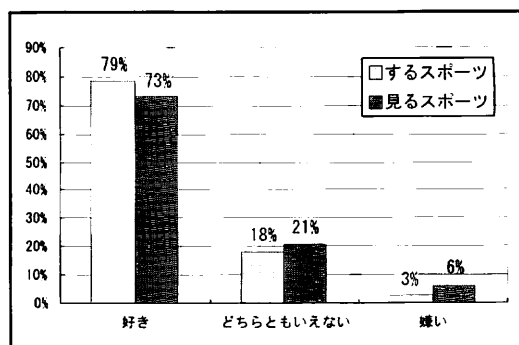


図1 「するスポーツ」と「見るスポーツ」(男子)

えたものは73%であり、また「することが嫌い」は3%、「見るのが嫌い」は6%と「すること」を好む傾向がみられた。しかしながら女子については「することが好き」が66%、「見るのが好き」と答えたものは73%、「することが嫌い」7%「見るのが嫌い」と答えたものが1%であった。女子については「すること」より「見る」ことが好まれていることがわかる。高校期のライフステージにおいては、男子は活発な身体活動・激しい競争を好む傾向があるため、「するスポーツ」に価値を見出す結果につながったと思われる。

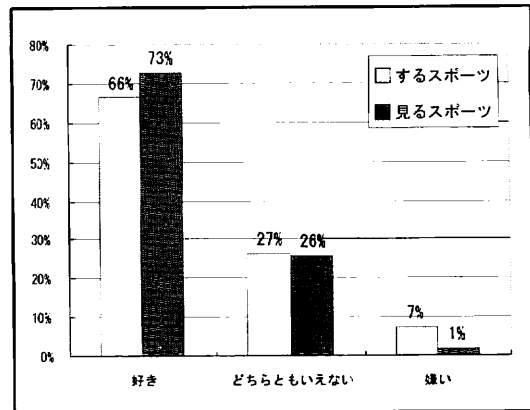


図2 「するスポーツ」と「見るスポーツ」(女子)

② 「見るスポーツ」として好まれている種目

2000年に読売新聞が行った世論調査によれば女性は男性ほどスポーツに対する関心が高いとはいえないというデータが出されている(注1)。しかし、本校においては「スポーツを見るのが好きか」の回答は男女ともに73%が好きと答えており(図1・2)男女の差は見られなかった。

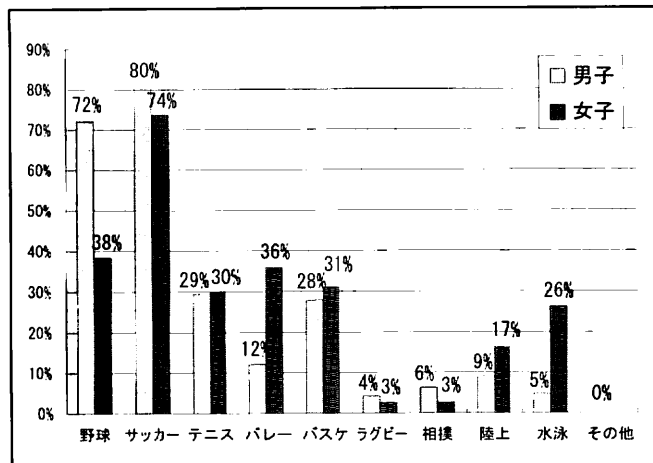


図3 見るのが好きなスポーツ

図3は見るのが好きなスポーツベスト3を男女それぞれに抽出したものである。見るスポーツ種目については男女ともサッカーが第1位であるが、これは2002年がワールドカップイヤーであったことが影響していると考えられる。男子生徒はサッカー・野球が上位でテニス、バスケットボールと続く。女子生徒はサッカーが他種目にかなり差をつけているが、野球、バレーボール、バスケットボール、テニス、水泳と続いている。「2002青少年のスポーツライフデータ」(注7)からの報告によれば、テレビ観戦を希望するスポーツ種目は男子は「プロ野球」

33.5%、大リーグ27.7%、サッカー日本代表25.4%、NBA22.5%、サッカーJリーグ22.3%であり、女子はNBA16.2%、水泳15.5%、サッカー日本代表13.5%である。本校の調査結果と比較すると、本校の生徒は、サッカーに観戦希望が多いことと、男女差がないことの2点が大きく異なっている。

③ 種目別にみる「するスポーツ」と「見るスポーツ」

「するスポーツ」と「見るスポーツ」の好きな種目を比較したグラフが、図4・5である。

図4のように男子については「するスポーツ」と「見るスポーツ」で大きな差は見られない。野球・サッカーとも高いレベルで「する」スポーツとしても「見る」スポーツとしても好まれている。女子については図5のように「するスポーツ」として好まれている種目はテニス、水泳、バレーボール、バスケットボール、野球、サッカーの順である。女子は「するスポーツ」と「見るスポーツ」では好きな種目にかなりの差が見られるが、これは学校体育を主とした運動経験によるものと思われる。

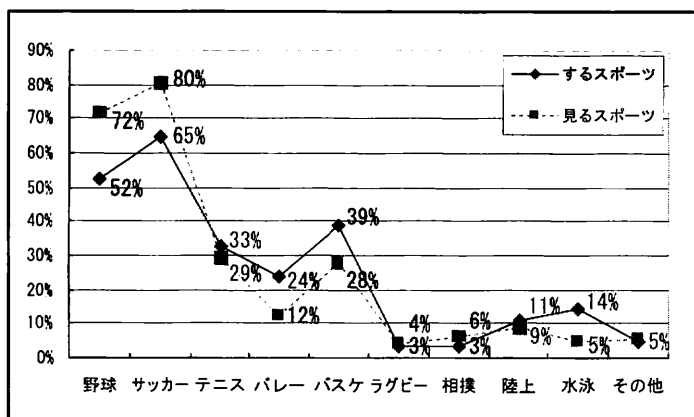


図4 好きな種目「するスポーツ」「見るスポーツ」(男子)

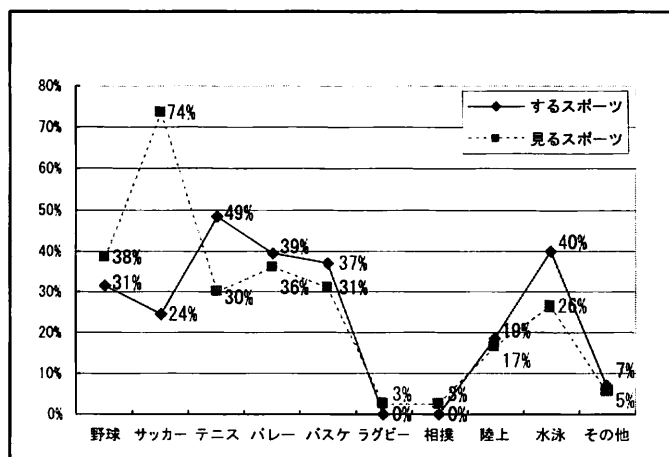


図5 好きな種目「するスポーツ」「見るスポーツ」(女子)

2) スポーツ観戦の実態

① 「見るスポーツ」の実態

「スポーツ競技の番組を見ますか」の質問に対して、「よく見る」と「時々見る」を含めて男子82%、女子73%はスポーツ番組を見ている(図6)。日常生活の中にテレビ視聴によるスポーツ観戦の機会は多く、スポーツ競技番組が浸透しているといえる。

また見るのが好きなスポーツとよく見ているスポーツについての調査結果は図7・8の通りである。

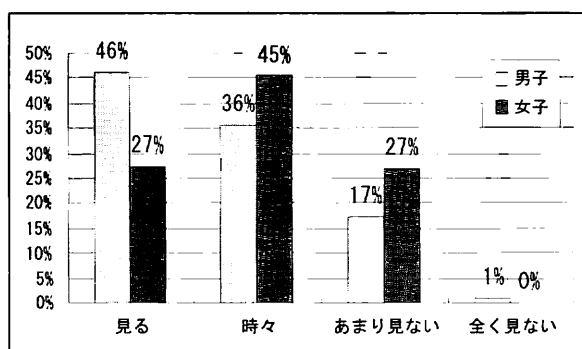


図6 スポーツ試合の番組を見るか

男女とも野球は「見ている」が「見たい」と思っている率を上回っている。女性スポーツ白書によれば、2000年の7月のスポーツ中継の放映時間はプロ野球が45%、ウィンブルドンテニスが16%、大相撲が11.5%、その他競馬、競輪、Jリーグの順である。このように野球についてはテレビ中継の時間が多いために、「見ている」が「見たい」を上回る数値がでたものと思われる。反対に「見たい」が「見ている」を大きく上回る種目がサッカー、バスケットであった。

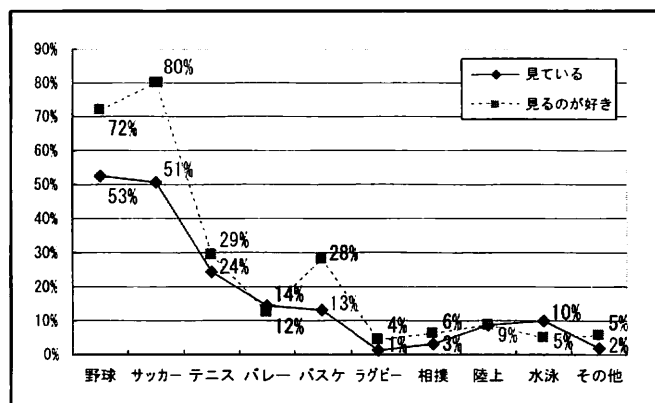


図7 見るのが好きな種目と見ている種目(男子)

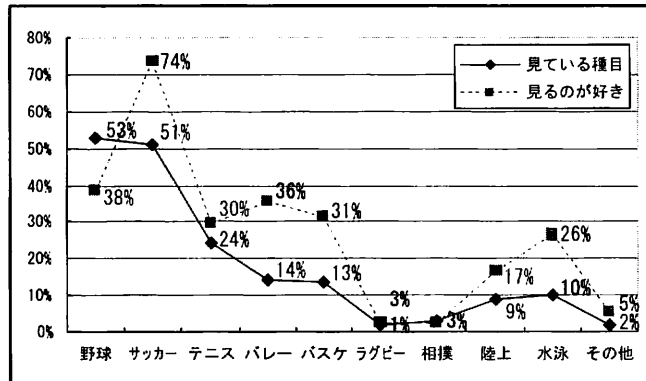


図8 見るのが好きなスポーツとして見ているスポーツ（女子）

② ワールドカップ2002を見たか。

サッカーワールドカップを見たかという質問については、見なかったものが男女とも3%以下であり、ほとんどの生徒はゲームを見ているという数字がでた（図9）。ワールドカップ期間中に何試合ゲームを見たかという男子は20試合以上が34%おり、10試合以上見ているものが71%であった。女子についても20試合以上が16%、10試合以上見ているものは約半数の52%いる（図10）。

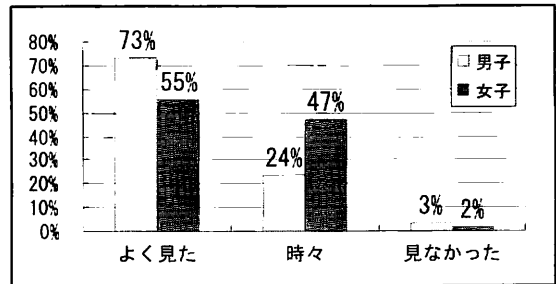


図9 ワールドカップサッカーを見たか

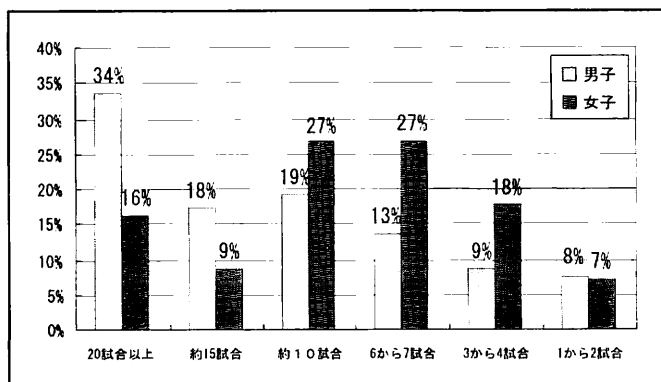


図10 ワールドカップゲームを何試合見たか

③ 観戦した場所

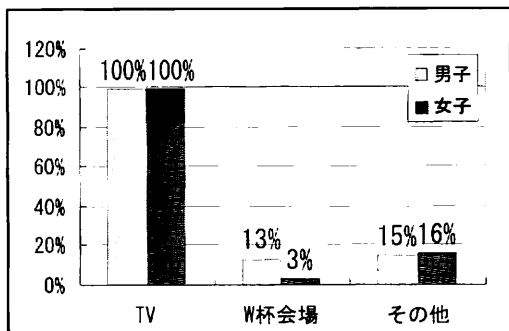


図11 どこで観戦したか

ワールドカップを見たした人全員が自宅のテレビで観戦している（図11）。また男子13%、女子3%は会場で観戦していた。男子24%、女子20%がその場で観戦している。具体的には学校（学校の講堂、体育館のスクリーン）が多く、続いてサッカーカフェ、パブリックビュー、競技場の大型スクリーン（国立競技場等）、街頭のTV映像等であった。特に印象に残ったことにチケ

ット問題をあげている者が17%いるが、チケット入手が可能であれば、会場での観戦者はかなり増えたと思われる。

3) ワールドカップ観戦がもたらす影響

① 人間関係への影響

この期間中にサッカーの話題が増えたと回答した生徒が男子82%、女子80%、少し増えたを入れると男子97%、女子98%がサッカーの話題が増えたと答えている（図12）。

またどこで話題が増えたかというところ、図13のように学校が男子96%、女子95%、家庭が男子76%、女子91%、塾や予備校でも増えていることがわかる。またその他の場所として地元、親戚の家等が上がり、日常生活でのコミュニケーションがワールドカップにより活発になっていることが明らかになった。

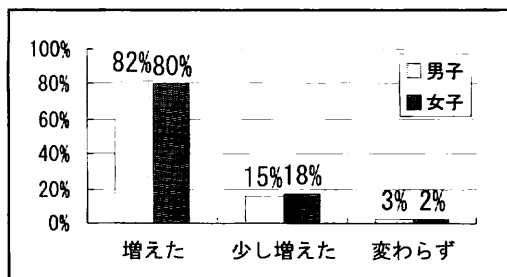


図12 サッカーの話題が増えたか

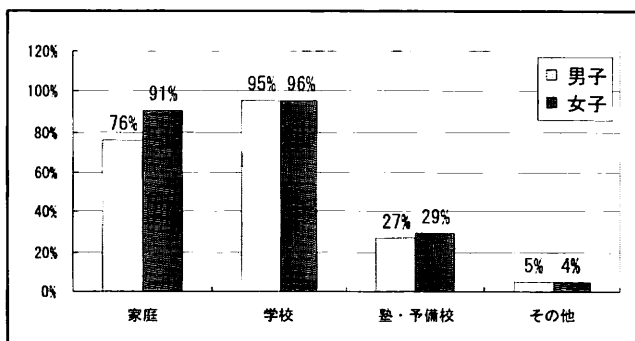


図13 話題が増えた場所

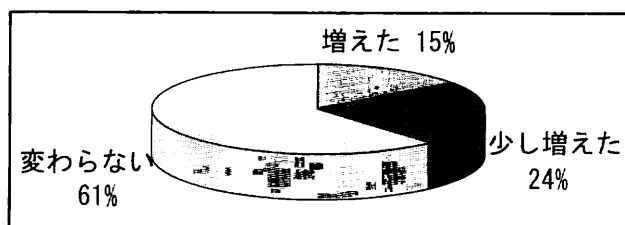


図14 家族と過ごす時間

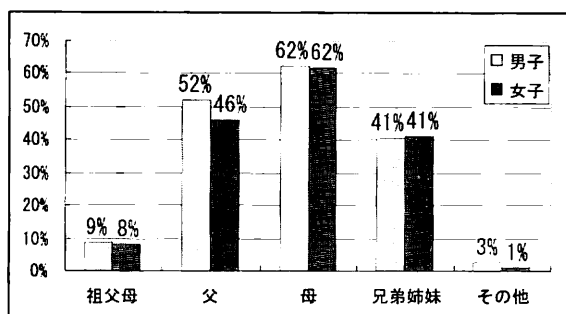


図15 会話が aument した相手 (家庭)

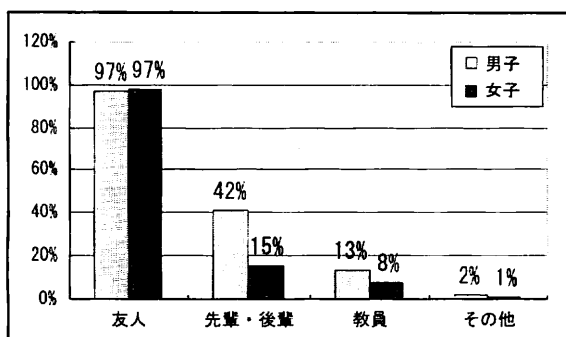


図16 会話が aument した相手 (学校)

② サッカーへの興味・関心に変化は見られたか

スポーツのビッグイベントは国民のスポーツへの興味関心に貢献するのであろうか。今回のワールドカップ期間終了後の調査項目「サッカーへの関心が増えましたか」という質問事項に対する回答は、今後の日本スポーツ変革の参考になると思われ

それに伴って図14のように家族と過ごす時間が「増えた」「少し増えた」と回答したものが全体で約40%いる。特に男子は41%がこのワールドカップ期間家族と過ごす時間が増えている。また、話題が増えたということに関連した質問「誰と会話が aument したか」の回答を示したものが図15である。これを見ると家庭においては男子、女子とも母親が一番多く62%、次が父親の順である。父親との会話は男子52%、女子46%が増えていた。

また学校においては図16のような結果であった。友人と会話が aument した生徒が男女とも97%と非常に高い数値を示した。会話が aument した相手は、友人に続いて先輩・後輩、教師の順である。

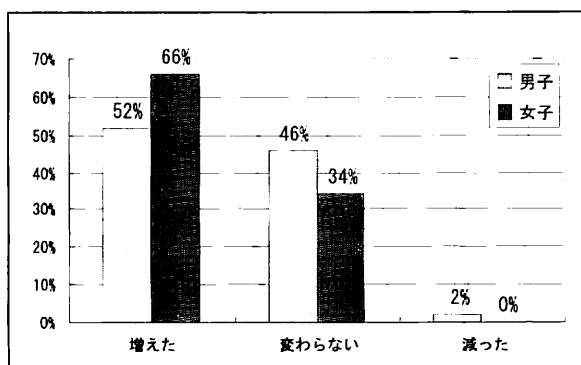


図17 サッカーへの関心が増えたか

る。今、日本の企業スポーツは冬の時代といわれている。1991年から2000年までの10年間に撤退したチームは、トップレベルに限定しても200チームを超える。今後もこの状況が続けば、日本の競技スポーツは危機的状態に陥るであろう。スポーツのプロ化、地域密着型クラブの育成等サッカーのJリーグが打ち出した100年構想は日本スポーツの今後のモデルとして大いに参考になるはずである。Jリーグの観客動員数はワールドカップ以前より平均20%増え（平均15,350人から18,327人へ）、また1998年から2000年まで平均11,000人台であった観客動員数が、2002年は16,368人と増加しているのである。ワールドカップにより、国民のサッカーへの

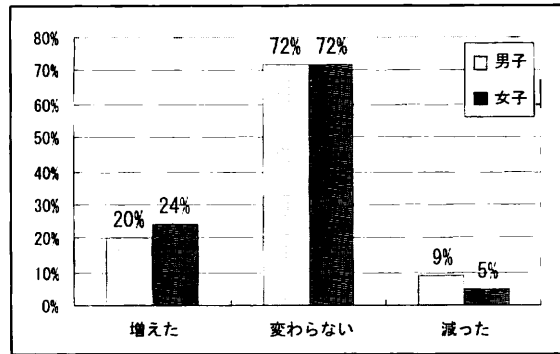


図18 Jリーグへの関心

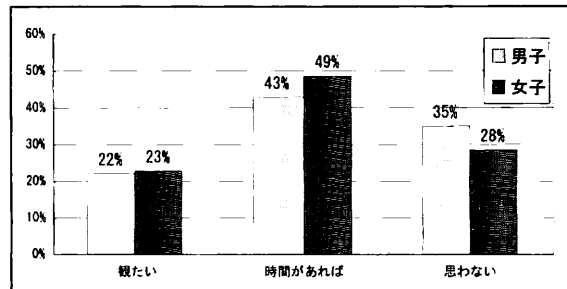


図19 Jリーグ観戦希望

関心が増え、Jリーグへの関心も高まり、それが観客動員数の増加につながったのである。

では、高校生について変化は見られたのであろうか。本校の調査結果は次の通りである。図17のように、「増えた」が男子52%、女子66%と高い数字を示した。またJリーグへの関心の変化は図18、19の通りであり男子20%、女子24%が増えたと回答している。「機会があればJリーグを観戦したいか」については男子22%、女子23%が「見たい」、男子43%、女子49%が「時間があれば見たい」と回答しており、両者をあわせると男子65%、女子72%は観戦したいと思っているということがわかった。

4 考察

平成13年内閣府発表「青少年の生活と意識に関する基本調査」の中で、親子で過ごす時間についての報告がある。13～15歳でほとんどない7.3%、15分位9.3%、30分位20.5%、一時間位25.5%、二時間位15.6%であり、父親と母親を比較した場合母親と過ごす時間が長いという。また、NHK放送文化研究所「国民生活時間調査」（2000年）によると、父母がともに勤め人で中学生と小学生の子どもがいる家庭において、平日に家族それぞれの在宅率（睡眠時を除く）がすべて50%を超える時間帯は20時台と21時台だけである。同調査で、家族とともに過ごす時間の重要性は多くの人が「安らぎと休息」の場として重要と認めているものの、実際には家族とともに過ごす時間は減少してお

り、そして家族の絆が弱くなっていると感じているものが増加していると報告されている。本校の保護者からも「子供との会話がな」、「あまり話をしないので友人関係や学校のことがわからない」という話をよく耳にする。このような現状を考えると、今回の調査で明らかになった「見るスポーツ」が家族と過ごす時間にもたらす影響は注目に値する。むしろ家庭内だけではなく、個人が所属する地域、学校、職場等全てにおいて「見るスポーツ」により会話が增え、人間関係の潤滑油になる可能性を調査結果は示した。

また、2002年ワールドカップの視聴率は日本ロシア戦で66.1%、決勝のブラジルドイツ戦が65%、準決勝のドイツ韓国戦が48.3%、と高い率を示した。また今大会の決勝は全世界で15億人がテレビで見ていたという。「見るスポーツ」はこれほど日常の生活にとりいれられているのである。佐伯聰夫氏は次のように述べている。『「見るスポーツ」の楽しみは目の当りにしているスポーツパフォーマンスに能動的に意味付けを行い、解釈を行うことによって生じるのである。競技者のプレーはルールのか組みに従って展開されるという点では予測可能であるが、競技の結果は常に未確定で予測不能である。しばしば競技者の予測ははずれ、観客の期待は裏切られる。“予測－期待－裏切り－成就”のサイクルは最後の瞬間まで回り続ける。この予測不能性が絶えざる緊張を創造し、カタルシスを生み出す。これが『見るスポーツ』の魅力の源泉なのである』(注2)。確かに、ワールドカップ期間中は、まるで自分が、監督、選手になったかのような会話があちこちで聞かれた。またスタジアムでは終了のホイッスルまで、歓声・ため息が続いた。筋書きのないドラマであるからこそ、観客のゲームへの参加を可能にする。そして勝利を追求して戦うプレーヤーと観客自身との共感、交流があったかのような楽しみを味わう。観客は能動的に主体的にスポーツに参加しているのである。しかしながら、「見るスポーツ」はただのフラストレーション解消効果としての意味しかない場合も多く、また暴徒化した集団を生み出す危険性をはらむこともある。これは今回のワールドカップにおける渋谷・新宿で深夜騒ぐ若者、淀川に飛び込む若者の姿にも象徴される。このようなマイナス面も見受けられるが、「見るスポーツ」に文化的価値を見出し、今後高めていくことが求められる。なぜなら、「見るスポーツ」は生活の中にスポーツの楽しみの一つとして取り入れられることが増え、さらに「するスポーツ」としてのトップスポーツを支える力になる可能性も有しているからである。今後「見るスポーツ」の質を向上させていくために、個人の「見る能力」をつけていくことが望まれる。たとえ、最高のスポーツ・パフォーマンスを見ていたとしても、ルールのか組みを知らない観客はゲームに参加することができず、貧弱な楽しみしか味わえない。またスポーツの歴史的な背景なども楽しみのクオリティに影響するのである。

体育のねらいに「生涯スポーツ」ということばが掲げられて時が経つ。指導要領に「合理的な実践」が強調されているように「するスポーツ」が主な学習内容であることが多い。体力低下、運動不足という憂れうべき状況にもかかわらず、週休2日制等により体育の単位が削減された高校が多い。限られた時間の中で身体活動の時間を確保することを第一に学習を組み立てている現状である。しかしながら今回の調査により、ひとりひとりの生涯にわたるスポーツ享受についてあらためて目

を向けることができた。そして「見るスポーツ」に教育的価値を見い出すことが出来た。上記のように単位削減の嵐の中であるが、「見るスポーツ」を学習させることでスポーツにより深く興味を持たせ、知的興奮を味わわせたい。そして、スポーツ体験の違いから今後ますます開くであろう生徒の個人差を考える時、「するスポーツ」だけでなく「見るスポーツ」を内容とする体育は、生徒一人一人のスポーツへの興味・関心を喚起することであろう。

5 おわりに

「見るスポーツ」の多くはメディアが「見せるスポーツ」として計画し、提供している。映像メディアが「見るスポーツ」の文化的価値を担うといっても過言ではない。ゴールシーンで「ゴールゴール」を連呼するアナウンサー、プレーではなく選手あるいは観客をアップにするカメラワーク等視聴者を失望させることも多い。「スポーツ観戦は『行うスポーツ』優位の近代スポーツ構造のなかで商業的関心はともかく、学術的な関心を向けられる事は極めて稀であった。」^{〔注2〕} 観客とメディア、そして競技者、主催機構等「見るスポーツ」を発展させるための課題は多いが、今後さらに「見るスポーツ」について教育的価値・文化的価値を探っていきたい。

なお、本稿の調査結果の集計にあたり、御尽力をいただきました金城啓一氏、資料収集、フィールドワーク等にご協力いただいた荒井啓子氏、堀 美和子氏、栗原鏡成氏にこの場を借りて御礼申し上げます。

引用文献・参考文献

- 1) 井谷恵子ほか 『女性スポーツ白書』 大修館書店
- 2) 佐伯 聡夫 『スポーツ観戦論序説』 体育の科学Vol.49 1999・4
- 3) 佐藤 健生 『スポーツ観戦の魅力』 体育の科学Vol.49 1999・4
- 4) 杉本 厚夫 『スポーツファンの社会学』 世界思想社
- 5) 杉本 厚夫 『見るスポーツ文化の愉悅』 現代スポーツ評論3
- 6) 『スポーツ白書2010』 SSFスポーツ財団
- 7) 『青少年のスポーツライフ・データ』 SSFスポーツ財団
- 8) 『「見るスポーツ」の振興』 文部省競技スポーツ研究会