

〈原 著〉

バレーボール中継映像におけるジェンダー表象

神原 直幸*

Gender images on televised volleyball

Naoyuki KAMBARA*

Abstract

For the last few decades many studies have focused on gender bias in sport, but few of them concerned visual content of the games. This study examined the way gender images were depicted on televised sports through the content analysis of televised volleyball. Twelve Japanese games broadcast on TBS terrestrial channel (6 men's games and 6 women's games) were chosen, and the content analysis of pictures was carried out on the visual content of the first sets. Each shot was classified into five categories (game, player, replay, bench, and other) and shot size, angle and time duration were measured. Results showed that the game itself was focused on in men's games, while the players were the point of focus in women's games.

Key words: gender images, televised volleyball, content analysis of pictures

1. 緒 言

スポーツ中継は、テレビ放送の黎明期からそのドラマ性の高さや制作費の安さから優良なコンテンツであった⁷⁾。今日ではオリンピックなど人気スポーツイベントの放送権料が高騰したことにより、スポーツ中継が必ずしも安価とは言えなくなった。しかし今日においても、スポーツ中継が重要な放送コンテンツの一つであることに変わりはない。このことは単にスポーツ中継が高視聴率を獲得していることによってもみならず、報道・情報番組において映像の一部が頻繁に用いられる有効な素材となっていることによっても示される。さらに著作権上の問題はあるとは言え、YouTubeを中心とする動画投稿サイトにおいてもスポーツの中継映像がかなりの比率を占めており、報道番組で使用されたものもその

中に数多く含まれている。つまり今日において制作された中継映像は、中継番組で一過的に消費されるのみでなく、さまざまなメディアで何度も繰り返し提供されることにより、人々が共通の映像に接触する可能性を高めている。こうした映像は日常場面やネットワーク上で人々の意見交換の元となっており、当該スポーツに対する人々の印象や言説に直接的、または間接的に大きな影響を与えていると考えられる。

ところでスポーツには極めて自然に愛国心や一体感を醸成し、さまざまなイデオロギーと結びつきやすいという特性がある。具体的にはナショナリズムに関連するイデオロギー¹⁾や、チームワークやリーダーシップなど生産に直結する教育的イデオロギー²⁵⁾、さらには性、人種に基づく差異など現存の社会体制を正当化するイデオロギー³⁾¹⁶⁾¹⁷⁾などが挙げられる。その結果として、アメリカの学生の多くは社会的に保守的な価値観をスポーツ中継から学んでいるという報告もある²³⁾。そうしたさまざまなイ

* 順天堂大学大学院スポーツ健康科学研究科
Graduate School of Health and Sports Science,
Juntendo University

デオロギーの中でも、1990年代に入ってメディアスポーツ研究で注目され始めたのが、スポーツをメディアが扱う際に認められる性による差別、つまりジェンダー・バイアスに関連するイデオロギーである。こうした研究は、〈スポーツに参加し関わる権利についての性差別撤廃に向けての国際的な活動〉の活性化に呼応して実施された。ここでこれまでのメディアスポーツにおけるジェンダー・バイアスに関連する研究が対象としてきた事象を概観すると、選手や大会の呼称に見られるジェンダー・マークの量¹⁷⁾、女性スポーツがメディアで扱われる量⁴⁾⁹⁾¹⁰⁾¹¹⁾²⁶⁾、テレビCFに女性アスリートが登用される量⁶⁾、中継時のコメントに見られるジェンダー・マークの量⁵⁾、中継時のリプレイやスタッツ表示の回数を基にした制作上のクオリティの差⁴⁾など多岐に亘る。

それらの研究で繰り返されてきた主張は、「男性優位社会を裏付ける証拠としてのスポーツ」²⁾、「強いリーダーシップを発揮する男性コーチの必要性」⁸⁾という言説に端的に表現されている。つまり、①スポーツは男性のものとして男性の視点から描かれており、女性スポーツは取るに足らぬものと認識されているという点、②その結果として女性スポーツに関連した情報は取り上げられる機会があまりないという点、③そうした原因を作っているのが男性によって支配されているメディア産業に他ならないという点の三点である。スポーツにおいてメディア産業がジェンダー・バイアスの原因となっているという主張は、1980年代以降の有力な思想運動であるカルチュラル・スタディーズと方向性を一にしており、主張を裏付けるいくつかの事実も提示されていることから一見もっともらしく見える。しかしこうした主張が盛んになされてきたアメリカや日本のメディアスポーツを取り巻く社会システムを考えると、現状を直ちにメディア批判に結びつけることは必ずしも合理的とは言えない。

例えば女性スポーツが取り上げられる機会が少ないという指摘⁹⁾¹⁸⁾については、そもそも競技が開催される頻度の差が考慮されていない。また、少なく

とも現状において人気種目が男性スポーツに偏っており、営利企業であるスポンサーやメディアの主たる関心が視聴率に向けられている以上、ある程度必然と言える。さらに公共の電波を使用する放送において、視聴者のニーズに応えることは重要な責務の一つである。それらの結果として男性スポーツの放送機会が多くとも、直ちにジェンダー・バイアスの文脈の延長でメディアを批判することは論理の飛躍というものであろう。同様に男性スポーツと女性スポーツの中継についての制作上のクオリティの差については、数少ない実証研究ではNBAとWNBAの中継映像を比較することにより論じているが⁴⁾、両者の比較からメディア批判に結び付けることには無理がある。なぜならそこで指摘されている差異は、ジェンダー・バイアスに由来というより、期待される視聴率の違いに由来すると考える方が自然と考えられるからである。その場合、営利企業であるメディアが両者に同程度の機材や人材を投入する必要があるか、また結果としての制作物に同程度のクオリティが期待できるかについては大いに疑問の残るところである。

これまで述べてきたように、メディアスポーツ研究において指摘されてきたジェンダー・バイアスは理念のみを論拠としており、現状の社会システムを考慮した上でのメディア批判になっているとは言い難い。また、視聴率、放送量の点からメディアスポーツの中核と考えられる中継については、ジェンダーに焦点を当てたものに限らず、これまで研究対象とされることは少なかった。特に映像についての実証研究は極めて少なく²²⁾、評論・論考的なものを除けば、基本的な構成としてのスポーツ番組のショット数²⁶⁾、内容分析を含むものとしてはヘッドコーチの撮影のされ方²⁰⁾、ナショナリズム・人気と映像サイズ・露出時間との関係¹³⁾など一部に散見されるに過ぎない。スポーツ中継におけるジェンダー・バイアスについて論じるためには、まずは当該種目の魅力を伝えるための基準となる作法を定式化する必要がある。その上で、男女それぞれの試合を中継する際に発生するバイアスを明らかにし、現状の社会

システムの中でどの程度までのバイアスが許容されるべきかについて、社会的コンセンサスを構築する必要がある。

そのための第一段階として実証研究に基づくデータを蓄積することにより現状を把握する必要がある。映像に関しては、カメラアングルの効果¹⁴⁾¹⁵⁾、クローズアップの効果²⁷⁾、テロップの効果¹²⁾²¹⁾など映像が受け手にもたらす効果について認知心理学の領域からの研究もなされている。これらの知見から映像は極めて多義的な性質を持ち、文脈やサイズ、アングル、つなぎ方などによりその意味内容が異なることが示されている。本研究では映像の物質的な側面を映像、それによってもたらされる意味または、印象を表象として記述することとする。

2. 目 的

本研究はこれまでなおざりにされてきたスポーツ中継映像研究に基本的作法の構築に向けての基礎データを提供することを第一義とし、男女のバレーボール中継映像を内容分析することにより、ショットサイズやショットのつなぎなどの側面から中継における男女の中継作法の差について検討することを目的とする。

3. 方 法

3.1 分析対象

分析対象としたのは、2006年10月31日から12月3日までに実施されたバレーボール世界選手権の地上波放送である。この大会はFIVB(国際バレーボール連盟)主催の国際大会の中で最も歴史が古く権威ある国際大会として位置づけられており、男女ともに同一の放送局(TBS系列)により放送された。この大会の日本戦は男女とも11試合が実施された。地上波放送の視聴率は平均で男子が14.3%、女子が18.1%を獲得し、競技場観戦者数平均は男子10,441人、女子8,439人と、テレビ視聴率で女子の方が、入場者数では男子の方が高いという結果であった。

バレーボールを対象としたのは、①発祥の時点から女性を対象としており、男女が同一の統括団体に

よりほぼ同一の規格、ルールに則って実施されていること、また試合の呼称に関しても男女共に等しくジェンダー・マークが付されていることから、比較的ジェンダー・バイアスが少ない競技と考えられること、②サッカーやバスケットボールなど混戦型の種目と異なり、選手間の距離が比較的保たれているため被写対象の特定が容易なこと、③テレビ中継に適したフォーマットになるようラリーポイント制の導入や、CMを挿入するためのテクニカル・タイムアウトの設置などに示されるように、バレーボールはテレビに適したスポーツを企図してきたこと、④視聴率や競技場観戦者数に示されるように、日本において男女競技共にかなりの人気があるため、国際大会が頻繁に開催され、視聴機会と共に映像制作の機会も多いこと、などの理由による。なお、本研究では試合展開による影響をできる限り除去するため、分析対象を第一セットのみとし、セットを日本が獲得した試合を男女各3試合(男子は中国戦、プエルトリコ戦、アルゼンチン戦、女子はポーランド戦、キューバ戦、韓国戦)、失った試合を各3試合(男子は、セルビア・モンテネグロ戦、ロシア戦、フランス戦、女子はセルビア・モンテネグロ戦、イタリア戦、中国戦)の計12試合を分析対象とした(なお、日本対ロシアの試合は二試合行われたが11/29の試合を対象とした)。

3.2 コーディング

バレーボール中継ではサーブが放たれてからラリーが続く間はボールの移動に合わせて引いた映像で展開を映し、次のサーブまでの間にさまざまな映像が挿入される。本研究ではコンピュータに取り込んだ映像を再生しながら、映像内容をショットごとに「ゲーム」、「プレイヤー」、「リプレイ」、「ベンチ」、「その他」に分類し、当該ショットの持続時間を秒単位で計測した。ここで「ゲーム」はサーブから得点が決定するまでの映像である。これはメインスタンドからコート半分程度をボールの移動に合わせてカバーすることが基本であるが、一部にコート後方からの映像も含まれていた。本研究では両者を含め「ゲーム」とした。また「その他」は、審判、スタ

ンド, ゲストなどをまとめたものである。「その他」に含まれる各要素は, 映像に変化をつけたり臨場感を高めたりする上で興味深いものであるが, ショットとしてごくわずかしかなかったため, ひとまとめとした。なお同一ショット内で被写対象が変更された(パン)映像のショット数は, 被写対象で除した値とした。例えば同一ショット内で, ある選手(達)から監督に被写対象が変わった場合, 「プレイヤー」と「ベンチ」のそれぞれを1/2ショットずつとした。

「ゲーム」「その他」以外の構成要素については, さらにサイズとアングルについての分類作業を行なった。まず「プレイヤー」については所属(日本/対戦国), サイズ(フルショット, ミッドショット, クローズアップ), アングル(正面, 斜め前方, 側方, (斜め)後方, 上方)に分類した。バレーボールでは選手映像を全身像(フルショット)より大きく撮る際, 大まかに膝上, 腰上, 胸上, 肩上のサイズで撮影されるが, ミッドショットは膝上と腰上のサイズ, クローズアップは胸上以上のサイズとした。なお同一ショット内でのサイズ変更(ズーム), および選手の動きによるアングル変更については, 各ショットの最初の状態とした。また, 「リプレイ」については, 得点した国, サイズ, 内容(得点場面, レシーブ場面, レシーブから得点までの一連の, 選手表情, その他)に, 「ベンチ」については対象(監督, 控え選手), サイズ(フルショット, ミッドショット, クローズアップ)の分類を行なった。ここで, リプレイ内容の得点aは「トス→スパイク」, 「スパイク→ブロック」など直接的な得点場面を, 得点bは「レシーブ→トス→スパイク」の守備からの一連の流れを示す。

4. 結果と考察

4.1 全体的構成についての検討

第一セット終了までに要した時間からタイムアウト中の映像と競技外の映像(CMとプロモーションビデオ)の放送時間を除いた時間を算出し, 6試合の平均を算出したところ, 男子が20.6分, 女子が18.7分であった。一方, 「ゲーム」の時間を試合毎

に合計したところ, 男女各6試合の平均は男子が約5.7分, 女子が約6.1分であった。前述のとおり「ゲーム」はサーブからポイントが決まるまでの時間に相当すると考えられることから, タイムアウト時間を除いたセット所要時間のうち実際にボールが動いている時間は, 男子で28%, 女子で32%に過ぎないことになる。したがって男女共に約7割の時間は, 実際にはボールが動いておらず, その間はプレイヤーのクローズアップやリプレイ, ベンチ映像をつないで中継映像が制作されていることになる。こうした映像は得点が発生するごとに流されることから, 日本チームの得失点量とほぼ比例関係が想定される。日本チームの得失点量は試合によって異なるため, 各試合の映像構成の効果を均等にするため, 試合ごとに構成要素のショット数と露出時間を得点合計で除し, 一得点あたりのショット数, 露出時間を算出し, 男女ごとに6試合の平均を算出した(表1参照)。表1に示したように, 得点あたりの平均ショット数は男女とも約5.8, 平均時間は男子約25.3秒, 女子約25.1秒となっており, 男女間に大きな差は認められない。しかし構成要素毎に比較すると, 男女間でいくつかの差異が認められる。まず「ゲーム」についてであるが, 持続時間の平均は男子が7.3秒, 女子が8.0秒と女子の方が0.7秒長くなっている。このことは男子より女子の方が長くラリーが続くためだと考えられる。ところで日本人選手がサーブを打つ場合に限り, テニスの中継の場合と同

表1 得点あたりの映像構成

	ショット数		露出時間(秒)		持続時間(秒)	
	男子	女子	男子	女子	男子	女子
ゲーム	0.96	1.01	7.03	8.13	7.31	8.01
プレイヤー(日本)	2.67	2.78	9.40	9.29	3.52	3.34
プレイヤー(相手)	0.92	1.02	3.28	3.27	3.55	3.20
リプレイ	0.60	0.50	3.37	2.58	5.61	5.13
ベンチ	0.26	0.22	0.93	0.76	3.55	3.46
その他	0.36	0.28	1.31	1.08	3.62	3.91
計	5.78	5.82	25.33	25.11	4.38	4.31

様に、選手の映像をコート後方から撮影するショットが数回挿入された。こうした映像は、ボールが日本コートに帰ってきてレシーブされるタイミングでメインスタンドからの映像に切り替えられる。こうした切り替えはラリーが続く女子の映像では比較的多くあったが、男子の試合ではサービスエースや対戦チームのスパイクによって得点が決まり、映像が切り替えられないこともかなりあった。前述のように本研究では「被写対象が切り替えられた際のショット数は、被写対象で除する」ことによりショット数をカウントしたため、この場合には「プレイヤー」と「ゲーム」両方に0.5ショットずつをカウントした。表1の「ゲーム」について男子のショット数が1を下回っているのに対し、女子のショット数が1を超えているのは、こうした事情による。

次に得点間の映像のかなりの部分を占める「プレイヤー」についてであるが、男女の表象の違いとして目につくのは日本、対戦国共にショット数は女子の方が多く、露出時間は逆に男子の方が長いという点である。つまり選手の映像については、女子選手の方が短いショットをつなぐ構成になっていることになる。一方、「リプレイ」についてはショット数(=リプレイ回数)、露出時間も男子の方が多く、しかも露出時間をショット数で除したショットの持続時間についても男子の方が長い。また「ベンチ」についてはショット数、露出時間、持続時間のいずれも男子の方がやや多くなっている。それ以外に目につく特徴として、男女共に日本人選手の方が対戦国選手よりはるかに多いことが挙げられる。こうした映像の日本人選手への偏りは、「プレイヤー」のみでなくこれ以降検討する「リプレイ」「ベンチ」でも同様である。日本人選手を中心に映像を構成することは客観性を重視するジャーナリスティックな視点からは問題がない訳ではない。しかし本研究で対象とした地上波映像は、国内向け映像であり、想定される視聴者を中心としたコンテンツ制作では普通に行われており、本稿の趣旨とも異なるため今後とも特に触れないこととする。

4.2 構成要素ごとの検討

4.2.1 プレイヤー映像の構成

バレーボール中継の中で選手映像は、ショット数、時間共に最も多い映像であり、選手は様々なショットサイズや角度で撮影される。表2、表3はそれぞれ選手映像のショットサイズと撮影角度の構成比を算出したものである。日本人選手のショットサイズについては、男女ともクローズアップの映像がショット数、露出時間も半分を超えており、特に

表2 プレイヤー映像のサイズ構成比

		ショット		時間	
		男子	女子	男子	女子
日本	フルショット	15.0%	6.8%	14.4%	5.9%
	ミッドショット	27.1%	18.8%	26.0%	19.9%
	クローズアップ	57.9%	74.4%	59.6%	74.2%
対戦国	フルショット	22.7%	17.4%	20.7%	15.3%
	ミッドショット	43.1%	42.3%	42.1%	41.8%
	クローズアップ	34.2%	40.3%	37.3%	42.9%
全体	フルショット	17.0%	9.7%	16.0%	8.4%
	ミッドショット	31.2%	25.1%	30.1%	25.8%
	クローズアップ	51.8%	65.3%	53.9%	65.7%

表3 プレイヤー映像の撮影アングル構成比

		ショット		時間	
		男子	女子	男子	女子
日本	正面	51.1%	53.3%	50.5%	54.6%
	斜め前方	20.3%	21.6%	17.4%	21.1%
	側面	11.5%	9.9%	11.9%	9.6%
	後方	14.2%	14.1%	14.6%	13.8%
	上方・他	2.9%	1.0%	5.7%	1.0%
対戦国	正面	46.7%	42.5%	45.3%	44.1%
	斜め前方	17.3%	19.3%	13.1%	18.7%
	側面	13.6%	18.6%	15.0%	19.1%
	後方	19.5%	16.1%	15.3%	15.0%
	上方・他	2.9%	3.6%	11.2%	3.1%
全体	正面	50.0%	50.4%	49.1%	51.9%
	斜め前方	19.5%	21.0%	16.3%	20.4%
	側面	12.1%	12.2%	12.7%	12.1%
	後方	15.5%	14.6%	14.7%	14.1%
	上方・他	2.9%	1.7%	7.1%	1.5%

女子の映像ではクローズアップの映像が極めて多い。対戦国選手についても男子より女子の試合でクローズアップが多用されている。クローズアップについては、対象の存在感を強調する効果が示唆されている²⁷⁾。このことから、男子選手より女子選手の方が強い存在感を示す映像制作になっていると考えられる。

一方カメラアングルについては、全般的に正面からの映像が最も多く、次いで斜め前方となっている。この傾向は特に日本人選手について顕著であり、中でも女子選手の方が多かった。頻繁な映像の切り替えは視聴者を混乱させる可能性が高いため、テレビではある程度控えられるが、選手はカメラの都合とは無関係に身体の向きを変える。生中継では撮り直しができないことは言うまでもない。スポーツ中継を映画と同等の映像論で論じる向きもあるが²²⁾、この点が立ち位置や向きまで事前に定められている映画やドラマの撮影との決定的な違いである。したがって本研究で対象とした中継についても、ディレクターが意図したとおりのアングルで選手映像を撮影できている保証はない。しかし、20秒に満たない得点の間に挿入される選手映像の数の多さ(平均3.5ショット/得点)と、1ショットあたりの平均持続時間の長さ(3.2~3.5秒/ショット)は、さまざまな制約の中で意図したアングルで選手の映像を配信しようというディレクターの努力を示していると思われる。そうした活動の結果として、日本人女子選手の正面、または斜めからのショットが他の対象と比較して多いことは、女子選手の表情のメディア価値が極めて高いと考えられていることの証左であろう。

4.2.2 リプレイ映像の構成

ゲーム時間の10%以上を占めるリプレイ映像のショット数については、セット平均で男子は平均31.8ショット、女子は27.2ショットと男子の方が多かった。リプレイ映像が挿入されるタイミングは、得点が決まってから平均1.8ショット(男子1.9ショット、女子1.8ショット)後であり、時間的には平均4.6秒後であった。リプレイ映像は微妙な判定を視

聴者に確認させることを企図して用いられることもあるが、多くの場合は優れたプレイが対象とされる。リプレイ映像は、状況に応じて異なるカメラによる映像が繰り返されるが、繰り返し回数が多いほど当該のプレイの卓越性が強調されることになる。

表4は得点が発生するまでの場面がリプレイされた確率を繰り返される回数ごとに算出したものである。表より明らかなように、一度でもリプレイされる確率は男女間で差は認められない。しかし同一の場面が、複数回リプレイされる確率は男子の方が高い。結果としてリプレイされた場面の繰り返し回数の平均は、男子1.52回に対し女子1.32回となっている。また、リプレイ映像の平均持続時間についても全般的に男子の方が女子より長く、繰り返しの回数が増えると共にリプレイ一回あたりの持続時間は短くなっている。

次にリプレイ映像の内容についてであるが、リプレイ対象となった場面は男女いずれも得点場面が多く、共に8割を越えている(表5参照)。得点場面のほとんどがトス→スパイク、あるいはブロックなどの決定場面であった。特に男子のリプレイは全体の80%がこの場面である。男子の結果と比較して、女子のリプレイ映像はレシーブから得点までの一連の流れが全体で17.2%と相対的に多い。特に日本人

表4 得点ごとのリプレイ確率と持続時間

	回数	リプレイ確率		持続時間(秒)	
		男子	女子	男子	女子
日本	一回	52.9%	52.8%	6.12	5.47
	二回	32.7%	27.0%	5.30	4.35
	三回	9.8%	2.7%	4.86	4.25
	四回	2.1%	0.0%	2.33	—
対戦国	一回	21.8%	20.7%	5.65	5.40
	二回	3.3%	0.7%	4.60	4.00
	三回	0.0%	0.0%	—	—
	四回	0.0%	0.0%	—	—
全体	一回	37.5%	36.1%	5.98	5.45
	二回	18.2%	13.1%	5.23	4.34
	三回	4.8%	1.4%	4.86	4.25
	四回	1.0%	0.0%	2.33	—

表5 リプレイ映像の内訳

	男 子			女 子		
	日 本	対戦国	全 体	日 本	対戦国	全 体
得点 (内, 守備+攻撃)	83.9% (5.8%)	97.2% (8.3%)	86.4% (6.3%)	89.3% (20.6%)	93.8% (3.1%)	90.2% (17.2%)
レシーブ	5.8%	2.8%	5.2%	5.3%	0.0%	4.3%
選手	7.1%	0.0%	5.8%	4.6%	0.0%	3.7%
その他	3.2%	0.0%	2.6%	0.8%	6.3%	1.8%
セット平均	25.8	6.0	31.8	21.8	5.3	27.2

女子のリプレイ映像は、20.6%がレシーブから得点までによって占められており、チーム全員で「つながるバレー」が強調されたかたちになっている。

またリプレイ映像のショットサイズについては、男女ともにフルショットが大半を占めているが、大きなサイズの映像は対戦国選手より日本人選手に多く、日本人選手については男子の方が女子より多い(表6参照)。決定時の選手とボールとを大きなサイズで同時にカメラのフレーム内に収めることは比較的困難であり、特にスロー再生映像の撮影に際してはより多くの注意を必要とする。表6の結果は、対戦国選手より日本人選手の方が、また日本選手については女子より男子の方が、大きなサイズでわかり易く迫力ある映像がより多く用いられていることを示していると言える。

4.2.3 ベンチ映像の構成

ベンチ映像の対象や量についても試合展開の影響が想定されるが、国内向けに制作された映像を分析対象とした本研究においては、2~3ショットを除いてそのほとんどが日本ベンチであった。ベンチ映像は監督の映像と控え選手の映像に区分され、彼らの喜怒哀楽を伝えることにより、ベンチとプレイヤーとの一体感やゲームの緊迫感を醸し出す。第一セットのみを対象とした本研究では、映像全体に占める比率は5%弱に過ぎなかったが、対象とした全ての試合に認められた。

ベンチ映像の8割以上を占める監督映像の量について、男女で比較すると男子チームの方がショット数、露出時間も多かった(表7参照)。監督映像

表6 リプレイ映像のサイズ構成比

サイズ		ショット		時 間	
		男子	女子	男子	女子
日本	フルショット	63.6%	72.1%	65.8%	74.3%
	ミッドショット	35.7%	26.0%	33.7%	24.1%
	クローズアップ	0.7%	1.9%	0.5%	1.5%
対戦国	フルショット	94.4%	90.3%	92.9%	89.2%
	ミッドショット	5.6%	9.7%	7.1%	10.8%
	クローズアップ	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
全体	フルショット	69.9%	76.3%	71.2%	77.9%
	ミッドショット	29.5%	22.2%	28.4%	21.0%
	クローズアップ	0.6%	1.5%	0.4%	1.2%

表7 ベンチ監督映像のサイズ構成比

	ショット		時 間	
	男子	女子	男子	女子
フルショット	1.9%	2.1%	5.2%	5.8%
ミッドショット	22.5%	28.9%	43.6%	42.1%
クローズアップ	75.7%	69.0%	51.2%	52.0%
セット平均	11.8	8.2	42.3	30.1

のショットサイズは、男女ともクローズアップが最も多く、ショット数で約7割を占めているが、男子チームの監督の方が女子チームの監督よりやや大きなサイズが多かった。日本人選手の平均ショットサイズ(表2)と比較すると、男子の場合は選手より監督の方が平均的なショットサイズは大きい、女子の場合は選手の方が大きい。ショットサイズが存在感と関係する²⁰⁾²⁷⁾と考えるならば、チームの中で

の監督の存在感は、男子チームの監督の方が大きいと言える。

次に時間量で見ると、ショット数の場合と同様に男女ともクローズアップが最も多いが、その比率は約5割に留まっており、ミッドショットも4割以上を占めている。また、ショット数とは異なり、男女間で大きな差は認められなかった。ショットサイズと持続時間との関連を見ると、サイズの大きな映像は相対的に持続時間が短く、小さなサイズの映像はそれに比べて長いという傾向が認められる。

4.2.4 テロップの使用

試合に関連するテロップは個人情報とスタッツに大別される。このうち個人情報についてのテロップは選手の氏名、年齢、身長を表示するものであり、日本人選手には「甦るニッポンの大砲」、「世界最小最強セッター」などのコピーを添えて表示された。この個人情報についてのテロップはセット平均で男子が平均11.6回に対し女子は平均9.5回と男子の方が多かった。またスタッツのテロップは、スパイク数、ブロック数など個人スタッツと、チーム全体のサーブミス、レシーブ率などのチームスタッツの2種類が表示された。スタッツのテロップは当該の選手の活躍の程度を示すものであり、その後の期待感を醸成する機能を持つ。前述のように本研究では第一セットのみを対象としたため、選手の調子を占う上で十分なデータの蓄積があるとは言えない状況にあると言えるが、セット平均で男子4.3回、女子3.5回のスタッツのテロップが用いられた。平均に示されるように男子の方が若干スタッツのテロップが多かったが、Duncan & Messner⁴⁾ではこうした結果をジェンダー・バイアスの証拠の一つとして示している。

4.2.5 その他映像

「その他」に分類された映像のうち、スタンド、ゲストの映像は、会場の興奮を視聴者に伝え、臨場感を高める効果が期待される。このうちバレーボールと無関係のタレントをゲストとして起用することの是非については「試合の緊張感がそがれる」などの否定的な意見から「興味を持つきっかけになる」

などの肯定的な意見まで、なにかと議論の対象になっている。しかし試合が進行している間のゲストの映像は、ショットベースで男子1.6%、女子0.8%、時間ベースで男子0.6%、女子0.3%とごく少量であった。ゲストの映像も得失点に一喜一憂するスタンド観客の映像(時間ベースで2~3%)の一部として捉えると、少なくとも競技が進行している間はそれほど邪魔にはなっていないと考えられる。

4.3 ショットのつながりについての検討

バレーボールでは両チーム合わせて1セットあたり40点前後の得点が発生する。得点間には平均して男女とも4.8ショットの映像が挿入されている(表1)が、それら映像の解釈が文脈に依存することは、クレシヨフ効果、モンタージュ効果、プライミングなど多くの映像研究で実証されてきたとおりである。本節ではショットのつながりを検討するため、得点の直後のショットを分析対象とした。そのため得点をスパイクやブロックなどによる直接得点と、相手のサーブまたはスパイクのミスや反則などによる間接得点に分類し、日本と対戦国のそれぞれについて、直接得点・間接得点直後のショットを男女別に集計したものが表8である。

直接得点の場合、男女共に直後の映像の8割以上が選手の映像によって占められており、そのほとんどが得点した国の映像になっている。しかし、間接得点の場合には必ずしもそうっていない。この原因として、直接得点後は得点に貢献した選手の映像が選択されるのに対し、間接得点後の映像はミスを犯した選手の映像と、相手のミスによる得点を喜ぶ選手の映像とに分かれることが挙げられる。前述のとおり本研究で分析対象とした映像が国内向けであることから、いずれの得点の場合にも直後の映像は日本人選手の映像であることが多い。しかし日本が間接得点により失点した直後の映像に関しては特に男子の方が日本人選手の映像が多い。

ここで得点直後の選手映像がもたらす意味について検討すると、まず直接得点に関してはその後に関与した選手の映像を挿入することにより、選手の成果が強調されることは明らかである。また間接得点

表8 得点直後のショット内容の構成率

得点	日本得点				対戦国得点			
	直接得点		間接得点		直接得点		間接得点	
得点分類								
性別	男子	女子	男子	女子	男子	女子	男子	女子
日本選手	83.6%	88.3%	70.6%	62.9%	25.9%	27.7%	75.9%	52.0%
対戦国選手	1.8%	2.1%	8.8%	22.9%	71.3%	68.8%	6.9%	44.0%
ベンチ	0.0%	2.1%	2.9%	2.9%	0.9%	1.8%	3.4%	0.0%
ゲスト	9.1%	2.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.9%	0.0%	0.0%
審判	0.9%	0.0%	14.7%	14.3%	0.9%	0.0%	13.8%	0.0%
スタンド	4.5%	4.3%	2.9%	0.0%	0.9%	0.9%	0.0%	4.0%
セット平均	18.3	15.7	5.7	5.8	18.0	18.7	4.8	4.2

に関しても、直後にミスをした選手の映像を挿入することにより、当該の選手の責任が強調されることになる。そうした効果は選手の所属に関わらず同様である。一方、直接得点後に失点したチームの選手映像を入れたり、間接得点後に得点したチームの選手映像を入れたりすることは、諦めや喜びといった感情を表現することになる。したがって相手側のミスにより日本が得点した後に、男女共に日本人選手映像が多いことは、それによって視聴者に選手と喜びを共有させることを企図していると考えられる。また日本側のミスにより対戦国が得点した場合、女子に比べて男子の方が日本人選手の映像が多いことは、男子の方がミスをした選手の責任を明確にしていることになる。換言すれば、女子に比べ男子の映像に制作者側の勝負に対するこだわりがより明確に表れているためであると解釈できる。

5. ま と め

ここまで得られたバレーボールにおける男女の映像の違いについて得られた知見は、以下のように要約される。

1. 女子選手は、男子選手に比べ短いショットをつなぐ構成になっている。
2. 女子選手の映像は、男子選手に比べクローズアップが多い。
3. 日本人の女子選手は、男子選手に比べ正面や斜めからの映像が多い。

4. 女子のリプレイ映像では男子に比べチーム性が強調される。
5. リプレイ映像の繰り返し回数は男子選手の方が多い。
6. リプレイのサイズは男子選手の方が大きく、迫力ある映像が多い。
7. 男子選手は女子選手に比べミスによる失点の責任が映像によって明確にされる。
8. 男子選手のパフォーマンスに関するテロップは女子選手より多い。
9. 男子チームの監督映像は女子チーム監督より大きなサイズで映された。

これらの結果から見えてくるバレーボール中継における男女の表象の違いを一言で総括するなら、「チームプレイや選手が強調される女子(1~4)」に対し、「個人の力量や競技性が強調される男子(5~8)」ということになる。これらの結果をジェンダー研究の文脈で解釈するなら、「男性の視点から女子バレーを取るに足らぬレベルのものとして貶めている」ということになる。なぜなら今回の結果は、これまでジェンダー・バイアスを示す証左として用いられてきた「見られる性」⁹⁾や「美しさやかわいらしさ、爽やかさといった女性性」⁶⁾、「選手の姿をアイドルタレントと同様にみなすこと」⁹⁾などと同様の文脈で解釈されるからである。しかしテレビ視聴率のデータからは、選手に焦点を当てた女子バレーの方が競技にスポットを当てた男子バレーより視聴

者の支持を得ていることを示している。この試合はTBS系列で独占中継されたため、異なる作法で制作された場合との比較は不可能であるが、男女の試合に対する視聴率の差を「女子バレーの魅力が視聴者に伝わった結果」であると考えれば、チームプレイや選手が強調される女子という制作作法は社会のコンセンサスを得ていることになる。つまり男女のスポーツに対する制作作法の違いをジェンダー・バイアスとして糾弾する先の批判は的外れということになる。

また中継における監督の存在感については、アメリカのバスケットボールにおけるヘッドコーチを分析対象とした結果⁸⁾とは相反するものとなった。この点についても、世界ランクから見た場合の女子チーム(当時7位)の男子チーム(同10位)に対する優位性、日米の上司-部下関係についての文化差に起因する相違など、さまざまな解釈が可能であるが、その特定は本研究の範囲を超えるものである。究明のためには更に異なる種目、異なる文化を持つ国が制作した映像との比較検討が必須と考えられる。

今回の分析から「男女のバレーボール中継が異なる作法に則って放送されている」という結果が得られたが、前述のように評価・解釈する立場によって異なる結論となる。その主たる原因は、スポーツ中継の位置づけの不明確性にある。現在のところ、スポーツ中継は「単にどれだけの人が視聴したか」の指標に過ぎない視聴率以外に評価するための軸がない。また中継のための基本的な制作作法も不明瞭な状況にある。スポーツ中継がスポーツ文化のみならず放送全体にとっても極めて重要なコンテンツである今日、そうした制作上の基本的な作法の整備は必須であり、そのための基礎研究は今後ますます重要となろう。

引用文献

- 1) Aris, S.: *SPORTSBIZ*, Century Hutchinson Ltd, (1990) (河田芳子(訳):. スポーツビズスポーツ
- 界のマナー事情—ダイヤモンド社, 1992)
- 2) Bryson, L.: Sport and the maintenance of masculine hegemony, *Women's Studies International Forum*, 10(4), 348-360, (1987)
- 3) Duncan, M. C.: Sport photographs and sexual difference: Images of women and men in the 1984 and 1988 Olympic games. *Sociology of Sport Journal*, 7, 22-43, (1990)
- 4) Duncan, M. C. and Messner, M. A.: *Gender in Televised Sports: 1989, 1993 and 1999*. Los Angeles, CA: Amateur Athletic Foundation of Los Angeles, (2000)
- 5) Halbert, C. and Latimer, M.: Battling' gendered Language: An Analysis of the Language Used by Sports Commentators in a Televised Coed Tennis Competition. *Sociology of Sport Journal*, 11, 298-308, (1994)
- 6) 平川澄子: スポーツ, ジェンダー, メディア, イメージスポーツ CFに描かれるジェンダー. 橋本純一編. 現代メディアスポーツ論, 91-115, 世界思想社, (2002)
- 7) 広瀬一郎: メディアスポーツ. 読売新聞社, (1997)
- 8) 井谷恵子: 女性スポーツのムーブメントを問う. 飯田貴子・井谷恵子編著. スポーツジェンダー学への招待, 25-30, 明石書店, (2004)
- 9) 飯田貴子: メディアにみる女性とスポーツ. 井谷恵子・田原淳子・夾田享子編. 目で見る女性スポーツ白書, 144-166, 大修館書店, (2001)
- 10) 飯田貴子: メディアスポーツとフェミニズム. 橋本純一編. 現代メディアスポーツ論. 71-90, 世界思想社, (2002)
- 11) 飯田貴子: スポーツ・メディアの現状～テレビスポーツのジェンダー分析～. 飯田貴子・井谷恵子編著. スポーツジェンダー学への招待, 80-90, 明石書店, (2004)
- 12) 伊藤秀子: テレビ学習における眼球運動と視聴覚情報処理『放送教育開発センター研究報告』18, 71-81, (1990)
- 13) 神原直幸: メディアスポーツの視点. 学文社, (2001)
- 14) Kraft, R. N.: The role of cutting in the evaluation and retention of film. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 12(1), 155-163, (1986)
- 15) Kraft, R. N.: The influence of camera angle on comprehension and retention of pictorial events. *Memory & Cognition*, 15(4), 291-307, (1987)
- 16) Messner, M. A.: When bodies are weapons: Masculinity and violence in sport. *International Review for the Sociology of Sport*, 25(3), 203-220, (1990)

- 17) Messner, M. A.: *POWER AT PLAY: Sports and the Problem of Masculinity*, Beacon Press, (1992)
- 18) Messner, M. A., Duncan, M. C., & Jensen, K.: Separating the Men from the Girls: The Gendered Language of Televised Sports. *Gender and Society*, 7(1), 121-137, (1993)
- 19) 宮崎幹朗: テレビの中のスポーツ. 亀山佳明編. スポーツの社会学, 28-48, 世界思想社, (1990)
- 20) Mullen, L. J. & Mazzocco, D. W.: Coaches, drama, and technology: Mediation of Super Bowl broadcasts from 1969 to 1997. *Critical Studies in Media Communication*, 17(3), 347-363, (2000)
- 21) 中島義明・太田裕彦・井上正勝: 動画像情報の処理と記憶に対する言語情報の効果. 大阪大学人間科学部紀要, 16, 65-89, (1990)
- 22) 鬼丸正明: メディアスポーツと映像分析—予備的考察. 一橋大学スポーツ研究, 24, 15-20, (2005)
- 23) Prisuta, R. H.: Televised Sports and Political Values. *Journal of Communication*, 29(1), 94-102 (1979)
- 24) Rintala, J. and Birrell, S.: Fair Treatment for the Active Female: A Content Analysis of Young Athlete Magazine. *Sociology of Sport Journal*, 1(3), 231-250 (1984)
- 25) 玉木正之: スポーツ番組への提言—テレビは, この国の“スポーツ文化”の発展に寄与することができるか?—. 放送文化, 21, (1996)
- 26) 山本博樹: テレビで, 行間を読む 映像の認知心理学序説(上). ロアジール, 14, 11, (1990)
- 27) Zarefski, D.: Spectator Politics and the Revival of Public Argument. *Communication Monographs*, 59, 411-414, (1992)

(平成21年2月6日 受付)
(平成21年3月5日 受理)