

科学研究費助成事業（科学研究費補助金）研究成果報告書

平成25年 5月 14日現在

機関番号：17102

研究種目：基盤研究（C）

研究期間：2010～2012

課題番号：22500580

研究課題名（和文） 持久走のジョギング（健康走）化に及ぼしたメディア言説の影響に関する研究

研究課題名（英文） Research on the influence of media discourse that changed long-distance running to jogging (healthy running)

研究代表者

山本 教人 (YAMAMOTO NORIHITO)

九州大学・健康科学センター・准教授

研究者番号：50230579

研究成果の概要（和文）：

かつては「持久走」と呼ばれていた鍛錬的色彩の濃い走運動の一形態が、美容や健康づくりを目的とした走運動化（ジョギング化、健康走化）する過程で、メディアがジョギングという新たなスポーツ文化をどのように言説化し関わってきたのかを検討した。その結果、メディアはジョギングという報道対象を通じて、「量」から「質」へといった生活価値観の変化について様々な提言を行っていたことが明らかとなった。つまり、ジョギングをひとつのメディア（媒体）として、メディアは「豊かさ」や「幸せ」の再定義を促すような報道を行ったと考えられた。

研究成果の概要（英文）：

Once, running exercise was called “endurance running” that means training. In this study, I examined how the media conceptualized jogging as a new type of sport culture. As a result, media proposed a change of life style through reporting jogging. In sum, media re-defined "richness" and "happiness" by reporting jogging.

交付決定額

（金額単位：円）

	直接経費	間接経費	合計
2010年度	500,000	150,000	650,000
2011年度	400,000	120,000	520,000
2012年度	300,000	90,000	390,000
年度			
年度			
総計	1,200,000	360,000	1,560,000

研究分野：総合領域

科研費の分科・細目：健康・スポーツ科学・スポーツ科学

キーワード：ジョギング、マラソン、持久走、メディア言説、内容分析

1. 研究開始当初の背景

これまでのメディア・スポーツ研究は、「メディア・メッセージの制作過程」、「メディア・メッセージの内容」、そして「メディア・

メッセージの受容過程」の3領域を中心にすすめられてきた。なかでも「メディア・メッセージの内容」分析は、国内外に多くの研究蓄積を有し、メディアが伝えるスポーツが重

要なイデオロギー強化装置となっているなど貴重な知見を提出し続けてきた。

ところで、これまでのメディア・スポーツ研究が対象としてきたのは主に「エリート・スポーツ」であり、いわゆる「市民スポーツ」を対象としたものはほとんどない。「市民スポーツ」の隆盛（ジョギングブーム）が「エリート・スポーツ」（九州一周駅伝）のメディア言説にどのような変化をもたらしたのかを検討した山本の研究が、唯一の例外といえる。この研究で山本は、「九州一周駅伝」を報じた西日本新聞の記事の内容分析を行った結果、駅伝のメディア言説が「郷土愛言説」から「教育的、啓蒙的言説」へ、そして昭和50年代のジョギングブームを経て「スポーツの言説」へと変化していったこと、そしてメディアによるジョギングの報道は、あるときには肯定的であり、またあるときには批判的であったことを明らかにしている。

この研究結果が示すように、「市民スポーツ」の代表格であるジョギングについてのメディア言説の検討は、スポーツの大衆化がメディアによってどのようにもたらされたのか、健康概念がスポーツを通じてどのように普及していったのか、そしてこれらの結果として、我々が「市民」なるものへと統合化されていく過程を明らかにできるのみならず、「エリート・スポーツ」の再言説化の検討をも可能とする点で極めてユニークであり、研究の意義も大きい。

2. 研究の目的

平成22年度は、以下のことを目的とした研究を行った。

ジョギングは今日、健康づくりの代表格的運動として広く認知されている。わが国では昭和50年代に爆発的なブームとなり、その後一時的な停滞を見せるも近年再び（特に若い女性から）多くの支持を集めている。

本年度の目的は、ジョギングブーム以前には、「持久走」と呼ばれていた鍛錬的色彩の濃い走運動の一形態が、美容や健康づくりを目的とした走運動化（ジョギング化、健康走化）する過程で、メディア言説が一体どのような影響を及ぼしたのかを明らかにすることであった。具体的には、わが国への「ジョギングの紹介期」、「ジョギングのブーム期」、そして「ジョギングの定着期」の3段階において、メディアがジョギングという新たな文化をどのように言説化し関わってきたのかを検討した。

平成23年度の研究目的は、収集されたデータに基づき、「ジョギングの紹介期」、「ジョギングのブーム期」、そして「ジョギングの定着期」におけるメディア言説を詳細に分析することであった。

具体的には、ジョギングという新たな文化

が我が国に紹介され、ブームとなり定着する時期毎に下記のことを検討した。

1. ジョギングの紹介期（昭和40年代終盤～昭和50年代初頭）

アメリカ発の新しい運動文化であるジョギングを、メディアがどのように言説化し市民に紹介したのかを検討した。

2. ジョギングのブーム期（昭和50年代）

ジョギングブームにメディアがどのような立場で関わり影響を及ぼしてきたのかを、肯定・否定の両側面から検討を加えた。

3. ジョギングの定着期（昭和50年代終盤～平成）

ジョギングの市民社会への定着を経て、「走運動」一般に対するメディア言説がどのように変化したのかを検討した。特に、マラソンをはじめとする長距離走に対するメディア言説の変化に注目した検討を行った。

平成24年度には、過去2年度にわたって行われた研究のまとめと成果の公表を行った。

3. 研究の方法

かつては「持久走」と呼ばれていた鍛錬的色彩の濃い走運動の一形態が、美容や健康づくりを目的とした走運動化（ジョギング化、健康走化）する過程で、メディアがジョギングという新たなスポーツ文化をどのように言説化し関わってきたのかを検討するために、九州大学図書館に所蔵されている「毎日新聞」、「読売新聞」、「朝日新聞」縮刷版を利用して、長距離を走ることによってどのような意味があるのか、多くの人が走るようになった社会背景などについて記述している記事（たとえば、長距離走は精神力を高めるので、勉強の役に立つ、長距離走は肥満防止に役立つ、長距離走は精神力の強化に役立つ・・・など）の収集作業を行った。収集の対象とした期間は、1965年1月1日から1994年12月31日までであった。

4. 研究成果

平成22年度に行った研究から、次のようなことが明らかとなった。

昭和40年代終盤から昭和50年代初頭をジョギングのメディアによる紹介期、昭和50年代をジョギングのブーム期、そして昭和50年代終盤から平成の初頭をジョギングの定着期と仮定して、ジョギング関連の記事が量的にどのように推移していったのかを検証し、さらに、収集された毎日新聞、読売新聞、朝日新聞のジョギング関連記事の内容を検討した結果、この分類の正当性が確認できた。

平成23年度に行った研究から得られた成果は下記の通りであった。

1. ジョギングの紹介期（昭和40年代終

盤～昭和50年代初頭)

昭和40年代にはいると、車やオートバイ、自転車の急増に伴う交通難が、深刻な社会問題となりはじめる。この時期の記事の特徴は、交通事情の悪化のなかで、あえて走るこの意味を社会の近代化に対する批判や反省という観点から説明したり、走ることが子どもの体力や知力の発達にとって有益であると主張したりするという、教訓を垂れるような記述であった。

2. ジョギングのブーム期(昭和50年代)

この時期は、「走る」という行為が、「健康」というキーワードとともに市民社会に広く、そして深く浸透していった。しかしながら、走るという行為は、しばしば健康やジョギングに対立するような位置づけを与えられ報じられてもいた。健康やジョギングブームに代表される近代的なライフスタイルに対立するものとして走るという行為を位置づけ、その時代的な意味や意義を論じようとしていたように考えられた。

3. ジョギングの定着期(昭和50年代終盤～平成)

この時期になると、走るという行為は、それ自体が多様な楽しみを秘めた独特のスポーツであるにとらえられるようになり、市民のライフスタイルのひとつとして理解されるようになった。つまり、教訓めいた、あるいは説教を垂れるような記述を何ら認めることができなくなった。「なぜ走るのか」など問うたり、説明したりする必要はなくなったのである。

これまでの研究を通じて、次のような結果が明らかとなった。

アメリカ生まれの健康作りを志向した新たな運動文化としてのジョギングは、我が国においては1970年代後半以降爆発的なブームとなった。この新たな運動文化に対するメディアの反応は、当初、健康作りのために有効であると積極的に評価するものから、スポーツが華美なファッションに流れていると批判するものまであり両義的であった。しかしその後、ジョギングが市民社会に広がりを見せ始めると、メディアはジョギングという新たな文化に乗せて、様々なメッセージを伝えるようになった。その内容は、たとえば、男女関係、障害者と健常者の関係、国際関係、仕事と余暇の関係などに及んでいる。これらのことより、メディアはジョギングという報道対象を通じて、「量」から「質」へといった生活価値観の変化について様々な提言を行っていたのではないかと考えられた。つまり、ジョギングをひとつのメディア(媒体)として、メディアは「豊かさ」や「幸せ」の再定義を促すような報道を行ったと考えられた。

5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

[雑誌論文](計 3 件)

- ① 山本 教人：箱根駅伝と九州一周駅伝にみるローカリズム. 体育の科学, 査読無. 62(5) : 355-358, 2012.
- ② 山本 教人：スポーツとジェンダー. 月刊女性&運動, 査読無. 353 : 22-25, 2012.
- ③ 山本 教人：企業スポーツの未来 —旭化成陸上部・駅伝・メディア. 清水 諭編, 現代スポーツ評論 25. 査読無. 創文企画, 2011. pp. 77-85.

[学会発表](計 1 件)

- ① Norihito Yamamoto et al: A study of the portrait of men and women in Japanese health and physical education textbooks used by junior high school. The 16th Annual Conference of East Asian Sport and Exercise Science Society, Daegu, Korea, 2011. 8. 7.

[図書](計 1 件)

- ① 井上 俊, 菊 幸一編著, よくわかるスポーツ文化論(共著), ミネルバ書房, 2012. pp.140-141.

[その他]

ホームページ等

<http://www.noriyam.atnifty.com/>

- ① Norihito Yamamoto: Future of Corporate Sports: The Track and Field Team of Asahi Kasei, The Marathon Rely Race and The Media
- ② Norihito Yamamoto: Sports and Gender
- ③ Norihito Yamamoto: Difficulty to Understand Is Another Charm of Sports
- ④ Norihito Yamamoto: Japan Women's National Football Team and Reports on Sports — Bravery and Beauty as a Human Being beyond the Traditional Image of Women —

6. 研究組織

(1) 研究代表者

山本 教人 (YAMAMOTO NORIHITO)
九州大学・健康科学センター・准教授
研究者番号：50230579

(2) 研究分担者

()

研究者番号：

(3) 連携研究者

()

研究者番号：