

観戦者が生み出すスポーツの価値

－観客は何をみているのか－

仲尾風香（愛知教育大学）

1. 目的

現代では、メディアの発達によりスポーツをどこでも観ることができる。それにも関わらず、スポーツの直接観戦率には変化がみられない。本研究では、様々なスポーツ場面から観戦者の視線の先にあるものを探り、人々がなぜスポーツを直接観に行くのかを明らかにすることを目的とした。

2. スポーツ観戦について

「観戦」とは、『広辞苑第六版』によると、「戦闘などの模様を視察すること。また、試合などを見物すること」とある。しかし、「スポーツ観戦」には「みる」という受動的行為の他に、「声援を送る」、すなわち選手に何かを「与える」という能動的行為が多く含まれている。

イングランドのサッカー場では、1863年以降、外からの視線を遮るフェンスが完成したことにより、スタジアムの内・外が区別され、「直接観ることができる人」として「観客」が誕生した。日本では、近世の相撲において、土俵の出現によりプレーヤーと観客とが区別されるようになった。

スポーツ場面において観客が味わう「興奮」は、たくさんの情報を未整理のままに観てしまう、つまり、「身体でみる」から生じるのである。また、「興奮」とは、プレーヤーとの「一体感」とも表され、観客は、他者として存在するはずの選手の身体をまるで自分ごととして感じる、錯認を起こすことによって興奮している。

3. 観戦空間における特徴

スポーツは、様々な場所で行われる。「スタジアム（競技空間が線や壁、観客席によって囲われた場所）」での観戦の特徴は、応援団などの結成や、選手と観客、あるいは観客同士の「一体感」が生じるという特徴がある。

一方、「オープンスペース（競技空間が線や壁によって囲まれていない自然の空間）」での観戦は、観客が移動を伴うという点で、「観戦」が単にじっと見るだけではなく、一つの「スポーツ」として存在していると言える。

4. スポーツ観戦の行く末

今後、テクノロジーの進化により、どのスポーツでも、まるでそこにいるかのような観戦が可能となると予測できる。それは、代表的な競技（野球やサッカーなど）の観客数の減少が危惧される一方で、マイナースポーツを世の中に発信していく大きなチャンスであり、マイナースポーツの観戦率向上や発展につながると考える。

5. 結論

日常生活において、「感動」することはそう多くはない。その中でもスポーツは「感動」の場面を多くはらんでおり、感動を味わうための一番身近な手段が「スポーツ観戦」である。

人々が、スポーツを観に行く理由の根底には、生で観たその「感動」や「興奮」を必ず誰かと「共有したい」という気持ちが隠れているのである。つまり、スポーツを観に行く人々は、大勢が集まる場所で、テレビやその他の端末で観戦するより数倍も大きな歓声を聴くために、さらには、その歓声の一員となるために会場へと足を運んでいるのである。

〈参考文献〉

- 1) 亀山佳明、スポーツの社会学、世界思想社、1990年。
- 2) 橋本純一、スポーツ観戦学 熱狂のステージの構造と意味、世界思想社、2010年。