

スポーツ選手のメディア対応とその実体

YAMAMOTO, Hiroshi / 山本, 浩

(出版者 / Publisher)

法政大学スポーツ健康学部

(雑誌名 / Journal or Publication Title)

法政大学スポーツ健康学研究 / 法政大学スポーツ健康学研究

(巻 / Volume)

1

(開始ページ / Start Page)

35

(終了ページ / End Page)

44

(発行年 / Year)

2010-03

(URL)

<https://doi.org/10.15002/00007233>

スポーツ選手のメディア対応とその実体

The actual situation of athlete's media appearances

山本 浩¹⁾
Hiroshi Yamamoto

[Abstract]

Some people find difficulty to communicate with others. A conversation with friends, no one would feel tired. But in public the situation will be changed for us. In particular, they become distressed speaking in front of a large audience. We find modern athletes, even though they play brilliant on the pitch, hesitating to express their opinion or message on stage or being stuck a microphone after the game. Even if they speak, their speeches could be stereotyped and boring. Inexperienced athletes could even remain silent the whole time.

Why situations could not be easily changed. Why the media wants to have messages from athletes. In this thesis I would deal with the subject from the side of communication media, through my own experience as a TV reporter in the past.

Communication has an influential power, just as performances and skills have, which athletes show in the field. Through the communication we could find and understand hidden facts, which regularly only a few people know. This activity could give enormous sports fans new satisfaction, and it helps sports to get more fans in future. Media loves such athletes, who translate the actual reason by plain messages why they could win. Such faculty is very much worthy of attention, as sprinting steps or strong-and-quick body. We all know that the athlete who wants to compete in the international stage, should have sufficient communication skills.

Key Word:

キーワード: スポーツ・メディア・コミュニケーション

1. 前書き

他人とコミュニケーションをとるのが苦手な人がいる。とりわけ、人前でしゃべるとなると急にぎごちなくなる人がいる。スポーツ選手にもそうした人が少なくない。プレーやパフォーマンスはきらきらしているのに、ステージに立ったりマイクを突きつけられたりすると紋切り型の話しに終始してしまう。場合によっては押し黙ってしまうのだ。身体の動きは自在なのに、思いを言葉にしようとするときスタックしてしまうのはいったいなぜだろう。過去に経験したスポーツ選手のコミュニケーション状況をメディアの側から論じてみたい。

2. コミュニケーションと“言語力”

2.1 “言語力”という考え方

コミュニケーションは、思いや考えを他に伝達することにある。その為の手段をシンプルなものからあげれば、「仕草」に始まって「声」、時として「叫び」、系統立った「言葉」、主体と客体を定義づけた「話し」、さらに記録性を持つ「文字」、具体性に溢れる「映像」等多種多様にわたる。状況、場面によって様々だが、いくつもの手段が同時に選択されるのが今のコミュニケーションの実態だ。こうしたものを少しくくってみれば、無意識に現れることのある「仕草」「身振り」「叫び」、

1) 法政大学スポーツ健康学部

意識的に繰り出される「動作」「言葉」、いくぶんクリエイティブな領域に踏み込んだ「文字」「絵」「映像」などに分類されるが、いずれも受けとる側が理解できる¹⁾ことが求められている。

様々な手段を用いて自分の思いや考えを他に伝えるコミュニケーションのうち、言葉と文字を使った伝達方法を“言語力”という表現で分析して見せたのが、年の初めにNHKで放送された「追跡! A to Z『問われる日本人の“言語力”』(2010年1月10日放送)だ。そこでは、現代の若い人達が“言語力”のなさに苦しむ様子が描かれている。とはいえ、過去にも同じように悩む人はいなかったのだろうか。昔の人はそれほど“言語力”がすぐれていたのだろうか。むしろ今の時代の私たちを取り巻く環境が、50年前とは比べものにならないほどの“言語力”を求めているというのが現実だろう。

2.2 世界が狭くなった

近年特に変わり方が激しいのが、情報の量と密度だ。量が増え、密度が高くなったことで、それを処理する人は時間の不足に悩むようになる。具体的な姿を思い描けば、狭いところに膨大な量の情報が溢れそれを処理するために、忙しく立ち働いている様子をイメージできる。コミュニケーション力、“言語力”とは、そうした窮屈な世界にしながら、平然として情報整理ができる力を言うものになっているようである。

窮屈な世界をつくる元凶は、1つには世界が地理的に狭くなったこと。交通手段の発達がベースにあるのはもとより、それをつなぐソフトウェアが開発され、公共交通機関を乗り継ぐにしても、待ち時間をいかに短くするのか、実車時間をいかに短縮するのかをコンピューターが簡単にはじき出してくれる時代になったからでもある。飛行機の運賃が下がり航空会社の値下げ競争などが加わって、いとも簡単に海外との間を行き来できるようになった一方で、道路が整備され車の燃費が改善されて、安価にプライベート空間を確保しながら目的地まですばやく移動できるようになった。

こうした世界では、様々な人達が複雑に入り交じるようになる。ブラジルから多くの日系人がやってきたり、中国から残留孤児が帰ってきたりするだけではなく、多くの外国人が日本の地を踏むようになる。言葉は日本語を使っても、文化的な背景の違いはどこかで重ならない部分を残している。ものの考え方、世界観、社会観、生き方、礼儀作法。違いをお互いにわかまえ尊重するために、コミュニケーションは不可欠だが、それが使われない、あるいは上手く機能しないとなるとそこにきしみが生まれるケースが出て来る。

世界が狭くなれば、時間がなくなることにもつながることを私たちは意外に見落としがちだ。目的地が近くなって移動の時間が減少すれば当然、余剰時間が増えてゆったりとした生活を手にすることができると考えがちだが、実体はその逆方向に突き進んでいる。世界が狭くなったために多くの人との交流ができるようになり、却って忙しくなっている営業担当者がいはいないだろうか。同じ時間で複数の人と接触すれば当然、その前後の情報処理が1人に会うときの倍近くになるのは当たり前で、結局その為に多くの時間を費やすことになる。この忙しさは、時間がなくなったというよりも、中身の濃いもので充填され続けた毎日を暮らすようになったと見るのが正解だろう。

競争社会が進んで、自分の力を他より高めようとするとうとう生活の密度を高める必要が生じてくる。多くの情報を取り入れ、優れた技術を保持し、健康を保つ食事をとり、十分な睡眠をとる。それだけを確保するだけでもすでに24時間では足りないと感じるほどではないだろうか。競争社会とは、人と人がしのぎを削る社会とだけ定義するのは当を得ていない。むしろもっと視野を広げてみれば、自分が自分と他人とを比較する社会つまり、人が常に人を見ている社会だと考えることができる。競争社会だからということはないが、今の時代すべての行為が多くの人に見られる社会のように感じられてならない。

「多くの人が見る社会」は、「監視社会」という言い方もあれば、「評価社会」、「のぞき見社会」と

いうくり方もある。一方で「多くの人が見る社会」は、見る対象が商品価値を持っているかどうか左右されるところもある。見ている対象に見る価値があるのか。美しいのか、ほっとさせるのか、はらはらドキドキなのか、スペクタクル性があるのか。多くの要素が「見る」という行為を誘うのだが、現代社会では競技スポーツにその要素がいくつも含まれている。

2.3 スポーツにコミュニケーションを求める

スポーツは、芸術に似たところがある。共に一定の準備期間を必要とし、たゆまぬ努力を技術の習得に費やし、自らの持つ才能をそこに昇華させながら、最後に人前で発揮してみせる。パフォーマンスを自分の限界に近いところまで要求するのは、芸術もスポーツも同じスタンスではないか。違うのは、芸術の対象が自分自身とそれを鑑賞する人に置かれているのに対し、スポーツは、自分自身と相手だということにある。それでも現代のスポーツは、芸術と同じようにそれを鑑賞する人抜きには語れない時代に来ている。

一方で違いは、そのメッセージ性にあるといえる。芸術が、自分の思想や観念を他の伝達手段ではなく、作品そのものに籠めるのに対し、スポーツでは、勝敗という結果以外のメッセージをその動きの中に読み取らなければならない。となれば、勝ち負けという終着点に至る過程を読み解くには演者の言葉が欠かせない。競技スポーツに関わる人間が、コミュニケーション力を求められる所以である。

現代スポーツがコミュニケーションを必須とするのはそうしたスポーツの持つ根源的な特性のためだけでもない。いうまでもなく、現代の競技スポーツが商品性を持つようになったからだ。スポーツは様々なお金を生み出してくれる。スポンサー収入、入場料、放送権料、商品化権料。人々の財布のひもをゆるめるためにも、スポーツ選手のコミュニケーション力が、優れた潤滑油になることをスポーツにかかわる人達はよく知っているからでもある。

2.4 戦いの後で

目の前で繰り広げられる戦いが終盤に近づく頃、それを楽しむ人達は結果に一喜一憂することだろう。その勝負が一世一代の、まさに一生に一度のものであったとすれば、勝てば勝ったでその理由を知りたくなるだろうし、負ければ負けたで敗因を探りたくなるだろう。そんなときに戦いの当事者の言葉は高い興味と関心の対象となる。なぜあそこでカーブを投げたのか。なぜファーサイドがフリーになったのか、なぜいきなり右を差しに行ってしまったのか。様々な疑問が次から次と生まれてくる。勝者を応援する側は、もう一度勝利を自分のものにするために、勝因を確認しておきたいとなるだろうし、敗者に与する者は、二度と過ちは繰り返すまいと敗因を究めたがる。

関心の高いスポーツであるならば、周りの人達も黙っていない。戦う前から多くの情報があふれ出し、何が正しく何が誤っているのか、見極めが付きにくくなる。実情を伝えるのはどの記事か。選手はそんな話しをしたのか。有り余る情報に、勝敗の分け目となるコメントは隠れていないのか。当事者でなければわからない話は何か。選手や監督の声の需要はとどまるところがない。

3. コミュニケーションのエネルギー

3.1 上手くしゃべりたい

人前でしゃべるのにはエネルギーがいる。誰もが経験して感じるところだろう。通常かわす「おしゃべり」では、同じ器官、声帯を震わせているにもかかわらず、そんな意識はほとんどない。それでも、議論となると少し気合いが入るようになり、それがステージに上がったり、マイクの前に立ったりすると、状況は一変。大きなエネルギーを必要としてしまう。しゃべり始める直前の緊張感から、終わったあとの汗びっしょりまで。あの一連の感情の起伏には、いわく言いがたいものがある。

人前で話すとなると、私たちは突然、大きな課題を突きつけられたように思ってしまう。背景には、「上手くしゃべらなければ」という強迫観念が

あるからだ。この「上手く」には、「はっきり、よどみなく、聞いて価値のある」といった多くの形容詞が付いてくる。この「上手くしゃべる」というのは、「よく見られたい」という考え方に裏打ちされているから厄介だ。自分の価値を実体よりも高く見せたいとか、見下げられたくないといった、俗っぽい欲求に支えられている。

3.2 エネルギーを減らせ

長い間人間は、いかに労力を減らすかを考えて知恵を絞ってきた。産業革命もイノベーションも、経済性や効率の上がるのを求め、人間社会の幸せを願って推し進められてきた。それは見方を変えると、消費エネルギーを減らす為の努力の歴史ともいえる。交通の分野でも、電気の世界でも少ないエネルギーで目的を達する為にどうしたらいいかを考え工夫を重ねてきたのだ。そうした大きな潮流の中で、知らないうちにコミュニケーションも変容していった。マスコミの発達や、通信手段の向上という媒体の変化もあったが、私たちの身近なコミュニケーションも徐々に形を変えるようになっていった。そうした変容は、多くの場合あまり意識されず、ほとんどが労働力の削減を狙ったシステムの導入や、機器の設置に伴って、副次的にもたらされたようにも思う。

3.3 スーパーマーケットとコミュニケーション

コミュニケーション状況に大きな変化をもたらしたイノベーションの1つに、スーパーマーケットの誕生がある。

スーパーマーケットの登場は、アメリカでは1930年代のこととされる [ブリタニカ・オンライン・ジャパン <http://japan.eb.com/rg/article-06151400>]が、そこで謳われたセルフサービスとは、自分の判断で商品を選択しそれを取り上げ、最終的に持ち帰る為の袋に入れるところまで完結させるのが一般的だ。この過程では、支払い以外の行為に他人と接触する必要がない。

スーパーマーケットの誕生によって、買い手の側には商品を自分で直接さわって、吟味できる自由

度が上がっただけでなく、買い物の時間を短縮し、しかもそれまでに比べて安価に購入できるようになった。一方で売り手の側も、売買の方式が変わったことで、大きな敷地面積にたくさんの商品を置くようになり、値段を下げながらも売り上げを増やすことができたのだ。

商品の売買に関して、人の介在が少なくなったことは何を意味しているのだろうか。それは、省力化につながりはしたが、同時にコミュニケーションの機会を減らす方向にも向かっていった。それまで存在した、販売員とのやりとり。品定めから値引き交渉までの一切が、私たちの小さな世界では、数少ない非日常のコミュニケーションを交わす場であった。それを知らないうちに失ってしまったのだ。とりわけ、子供達にとっての影響が大きかっただろう。家庭、学校、遊びの輪。身近な人間との接触は負担にならないが、第三の人とのやりとりが、子供のコミュニケーション力を磨く数少ない場ではなかったか。そんな貴重なトレーニングの場をカットする方向で世の中は動いていった。1つ1つのリングに貼られた値段を示す小さなシールは、同時に人々の口を塞ぐガムテープの役割も果たしてしまっただけだ。流れは加速した。世の変化は大人の顧客にとってもありがたい変革だったからだ。知らない人と話をしなくても用を足せる。折しも、都市化が進む時代の中で、知っている人より知らない人が多数を占める環境の中で、大きなエネルギーを必要とする「話しかけ」行動を、スーパーマーケットは取り除いてくれたのだ。

3.4 回転寿司とコミュニケーション

スーパーマーケットで実現された売買のコンセプトは、他の分野でも形を変えて広がった。自動販売機の誕生。さらに、コンピューターやICチップの小型化、低価格化で、自動券売機、自動改札機、果てはタッチパネル式の注文機へと受け継がれていく。気がついてみれば、スーパーとコンビニが生き残って小売店が姿を消し、電子音を出すゲートやスクリーンが増えて駅員やウエイターが減って

いるのだ。

行き着いたのは、サービス産業の中でも空間と時間を大事にしてきた飲食店だ。居酒屋には、タッチパネルの注文機がおかれ、そば屋では自動券売機で注文が完結する。極めつけは、回転寿司だろう。寿司屋は長い間、大人の社交場であった。英国にパブがあるとすれば、日本には寿司屋があった。店に入れば向こうには魚のプロがいて、こちら側に魚を味わおうとする者が座る。カウンターを挟んでの言葉のやりとりは、空腹を満たそうという人がいたからではなく、時間を楽しもうという人達の大切な空間だったからこそ生まれたのだ。回転寿司は、しかし次元を一気に変えてしまった。寿司屋に対して庶民が抱いていた不安のひとつ、食べたあとでいくら払えばいいのか。高く付くのではないのか。どのネタが何という名の魚なのか。財布と知識を総動員してなおかつコミュニケーションの労も求められる。寿司屋を回避して、回転寿司があつと言う間に社会に広まっていたのには、そんな理由があったのだ。

4. メディアを見る

4.1 メディアの種別

競技スポーツに携わる人達が、コミュニケーションをとるときにそこに介在するのがメディアだ。メディアは大きく分けて、テレビ・ラジオ、新聞、通信社、雑誌と大別することができる。

4.1.1 電波メディア

テレビ・ラジオでいえば、民間放送が201社（民放連2008年4月）、ミニ放送局などを含む日本ケーブルテレビ連盟に加盟しているのが511社（2009年12月）。（民放連とケーブルテレビ連盟には重複加盟している社がある）このほかに各都道府県にNHKの放送局がある。

4.1.2 新聞社

一般紙、専門紙と大別される。あわせて109社という数がある。（社団法人 日本新聞協会、2009）

4.1.3 通信社

日本には、現在4社。日本新聞協会への加盟は、共同通信、時事通信、東京ニュース通信、エヌピー通信の各社。このほか海外の通信社が活動している。

4.1.4 雑誌社

社団法人日本雑誌協会には、94の会社が名を連ね、出版されているのは399誌と公表されている。（社団法人日本雑誌協会、2009）

4.2 メディアとスポーツ選手

メディアの仕事は多岐にわたるが、ここでは競技スポーツ選手との接点で考えてみたい。メディアの中でスポーツ選手に接触をするのは多くのケースで、記者といわれる人達である。それが放送であればそこにディレクター、アナウンサー、リポーターあるいは解説者といわれる人達が加わってくる。活字の場合でも、編集者、ライターそして解説者が範疇に入る。何れの場合にもスポーツとの関わりは、試合に関しての取材かそうでないかで少し状況が変わってくる。

4.3 取材の方法

取材のタイミングは大きく分けて、2つある。1つは、試合に関わる取材。大きな試合ともなれば、何日も前から記者がやってきて、練習の仕上がり具合や選手の起用法、実際の動きなどを見て、原稿を書いていく。ベースになるがインタビューだ。取材内容がストレートに原稿化される例もあるが、談話という形で原稿の中に折り込まれるケースと、記事の構成を裏付ける材料になる場合がある。

試合直前のインタビューに重点を置くのが、実況放送に関わるアナウンサーや事前予告に相当するスポーツニュースを担当する記者やディレクターだ。活字の記者も、放送関係者と同じように取材をするが、記事となって表れるのは限定的だ。試合当日の直前インタビューは控え目になり、前日に聞かれるケースが多い。

もう1つは、試合直後のインタビュー。試合中の自身のパフォーマンスについても聞かれるが、チーム全体の出来についても質問が集中する。当事者でありながら、第3者的な見方も必要となる。

インタビューの特性は、個人競技なのかチーム競技なのかでずいぶん違って来る。チーム競技であっても、個人競技の性質を残した体操団体や駅伝のような場合と、チーム競技の性質が前面に出るボールゲームでは話しの及ぶ世界の広がり方が違う。個人競技では、質問が個人の動きや成績に集中するため、1人称で答えたり、時には3人称にしたりする必要がないためでもある。

取材内容は一部を除いていわゆる原稿の形になる。インタビューの内容を記したメモなり録音・録画を書き起こし、事実関係の中に折り込んで原稿はできあがる。その際、インタビューそのものをストレートで使うケースと、インタビューの内容を咀嚼して事実関係を再構築する形で表現するやり方とに分けられる。活字メディアの場合こうしてできた原稿が、デスクといわれる編集者を経由して書き換えられたり、短くするよう要求されることもある。通信社の原稿も原則は同じ事で、契約を結んでいるメディアの編集者が手を加えることもある。

音声・映像メディアでは、活字メディアと同じようなルートでできあがった原稿が、アナウンサーやキャスターといった音声化する人たちによって、声になって外に出て行く。テレビであれば映像や音楽、それに様々な字幕やデータが加えられることもある。インタビューは、音声・映像メディアではそのまま使われるケースも少なくない。

5. メディアが欲しがるもの

5.1 求める情報

メディアが要求するのは、受け手を共感させる情報である。それを形作るのは、①素直な感情、②驚きの事実、③深いものの見方、④優れた表現からなっている。

試合を中心に据えた情報が多いとなると、試合の結果を強化する材料として勝負に関わった選手

の話が欠かせない。

5.1.1 素直な感情

僅差での勝利、不運を乗り越えての勝利、けがを克服した後のメダル、あきらめかけていた試合で終了間際の大逆転。見る人とそこで戦う人とともに感動させる場面はそうした試合の後に大きなうねりでやってくる。身体中にみなぎる喜びが、言葉となってほとぼしる瞬間、コントロールを超えた心の叫びは、多くの人を感動の渦の中に巻き込んでくれる。

5.1.2 驚きの事実

シュートを打った後の選手が、骨折を押して走り回っている。W杯フランス大会で中山雅史選手は、すねの骨を折りながらもプレーしていた事が試合後に判明し、その気持ちの強さが多くの人に感動を呼び起こした。

5.1.3 深いものの見方

太陽の傾きが前半と後半でどう変わるかを事前に予測し、試合への取り組み方を決定した。結果的に、相手はハイボールに対する判断を誤り、それが自チームの勝利につながった。

5.1.4 優れた表現

敬語が過剰でなく、表情豊かで、スピードも緩急があり、相手を思いやった表現ができる。サンプルで奥が深い表現は、そのまま電波に乗って流れていく。

5.2 聞き手の力

スポーツ選手のインタビューが、人々に感動を引き起こすかどうかは、選手の力だけによるのではない。そこに登場する聞き手、つまりインタビュアーの聞き方が大きな影響力を持っている。役者たるスポーツ選手から魅力的な答えが聞けるかどうかは、演出家に相当するインタビュアーの技量にも左右される。

経験の豊富な者はいくつかの要素を自分のイン

タビューの中に織り込んでいる。①流れを考えている、②聞く内容に大小がある、③答えに反応できる、④聞くべき事、聞いてはならないことをよくわきまえている。

5.2.1 「流れ」

インタビューの原則は、熱いことから話してもらうこと。インタビューを求められた選手には、胸の中で大きな風船をふくらませていることが多い。多くのインタビューは、選手なら誰でもいいとばかり手当たり次第に聞くものではないからだ。勝負のキャスティングボードを握った選手には、風船の大きな者もいれば少ししぼみかけた風船を持った者もいる。風船の大きなのは、試合の勝利に十分な貢献ができたと自負している選手だ。一方で、しぼみかけているのは、先取点をたたき出したが、いったん相手に追いつかれてしまったような場合だろう。

聞き手は、熱いものから引き出すという原則を大切にすれば、ふくらんだ風船の皮の一番薄そうな所にとがった針をそっと当てるだけのことだ。風船はあっという間にはじけて、中から紙吹雪が辺り一面に舞い上がる。このとき聞き手は多くの言葉を費やす必要がない。

5.2.2 「大小」

大きな質問は、勝利や引き分けという試合の結果、あるいは連勝といった記録がそれに当たる。一方で小さな質問は、10分前に受けた足のけがや、ボールのとんだコースといった具体的な場面を思い描けるような質問。質問の大小をうまく織り込みながら、インタビューを構成できるのかどうか。

5.2.3 答えに反応できている

最初の質問に選手が思わぬ答えを返してきたとき、インタビュアーはそれをもう一度折り返して質問することが求められる。期待した答えと違ったときには、何か新しい事実が含まれているケースが少なくない。そこで立ち止まれるかどうかで、宝の山に当たるか見逃すかの違いが生まれる。

5.2.4 「聞く判断、聞かぬ判断」

チームメイトや監督の批判、審判に対するクレームなどは、聞くべき質問のリストからは外しておくことだろう。一方で、大きなけがや次の試合の出場停止など、気になることはどこかで聞く姿勢を忘れないこと。そうした質問から、キャプテンの悩みがにじみ出てくることもある。

5.3 経験の少ない者

一方で、経験の少ない者が陥るのは、①パターンに陥る、②形式的な問いかけをする、③答える側の話を聞いていない。

5.3.1 パターンに陥る

パターンで最も多いのが、試合直後の勝利に対する感想を聞くケースだろう。「優勝おめでとうございます。今のお気持ちは?」「ナイスゲームでした」といって、マイクをすっと突き出す例もある。この場合、気持ちを聞きたいというだけの設問だ。ならば、「まずスピーチをお願いします」とでも試してみたらいい。

頻度の高いのが、「ナイスホームランでした」という聞き方。これでは相づちを打っているのと大差がない。さらに、「ファンの皆さんに一言お願いします」。選手の風船を破る気持ちも試合の綾を解きほぐす思いも全く感じられないインタビューだ。

5.3.2 形式的な問いかけ

経験の少ない者が陥るのは、相手の答えに商品価値があるのを忘れ、聞いている自分の問いに商品価値があると思いついてしまうこと。質問は仰々しく、冗長になり表面的で終わってしまうことが少なくない。

5.3.3 上の空

経験の浅い者が恐れるのは、時計。インタビューの終了時間が気になってしまうケース。もう1つは、相手が答えている間に、次の質問を考えてしまう場合。どちらも、相手の答えを聞けないた

め、インタビューにストーリーが生まれにくく、アンケートのような仕上がりになってしまう。

5.4 インタビューを受ける

インタビューにどう対応すればいいのか。インタビューは眼前に複数の人がいたとしても、原則は1対1の会話から始まっている。複数のテレビカメラが立ちまわっていてもこの原則は変わらない。あくまでも聞き手に対して答える気持ちを貫かねばならない。そのためには、①インタビューする人の顔を見ること、②わかりにくい質問は、聞き返すこと、③答えにくい質問には「答えられない」と返答すること、④企業秘密は話さないことだ。

答えられる内容に関しては、いかにストレートに言うか。それもシンプルに表現することだ。短い答えは時としていいリズムを生むことがある。インタビューを魅力的に組み変えることさえできるはずだ。聞き手が構成するインタビューのはずが、終わってみれば聞かれている側が流れを作ってしまうインタビュー。そこまで届けば、スポーツ選手のインタビューも最高レベルに評価される。

5.5 実際のインタビュー

日本代表の中澤佑二選手は、2009年、キリンカップのベルギーとの試合で4対0と勝った後、テレビのインタビューに対して次のようなやりとりを残している。

アナ「3年連続10度目の優勝。今のお気持ち、聞かせてください」

中澤選手「3年連続とかそういうのはあんまり関係ないですけど、とにかく今日勝てたことを本当にうれしく思っています」

アナ「そして、いい流れで来週のW杯最終戦にのぞめるんじゃないでしょうか」

中澤選手「チリ戦も含めて非常に良い内容だったので、次のW杯予選も勝ちたいと思います」

アナ「ディフェンダーとしてこのキリンカップは2戦とも失点ゼロに抑えました。いかがですか」

中澤選手「オフェンスも頑張ってくれたし、ディ

フェンスも皆集中していたので非常に良かったと思います」

アナ「では最後に来週のW杯最終予選、意気込みをお願いします」

中澤選手「この調子で次、ウズベキスタンに（勝って）W杯出場を決めたいと思いますので、引き続き応援よろしく御願います」 [中澤佑二, 2009]

冒頭の「3年連続優勝とかは関係ないけど」という答えは、聞き手のアナウンサーが、キリンカップに優勝した日本代表を持ち上げる意味で「3年連続優勝おめでとうございます」と切り出したものに答えたもの。記録に重い意味を持たせたがるメディアの側と、実際のこの試合の価値を混同しない選手の側がぶつかった1つの例だ。中澤選手は経験が豊富なだけあって、聞き手の一言をまず否定してから答えに入っている。経験が少ないと聞き流してしまってもおかしくないところだが、いったん前置きを払ってから答えた中澤選手の試合に対する深い思慮を感じさせるインタビューとなった。

中澤選手に照れがあるわけでもなく、手放しで喜んでいないところを見れば、この試合の選手側からの評価はおおむね察することができる。素直な表現であったからだ。底流にあるのは、①冷静な分析、②自分一人の力を誇示しない態度、③勝っておごらない姿勢、④他人に対する敬意を忘れない心掛けだろう。

5.6 インタビューで伝える

スポーツ選手はインタビューを通じて、パフォーマンスとは違った形で自分と自分のスポーツのすばらしさを他人に伝える力を持っている。言葉を使って、①外からは気づきにくいこと、見えなかったことを伝えることができる。②外から見ただけでは、納得のいかなかったことを合点がいくようにさせられる。③選手やチームの心理変化を知らしめることができる。そして④話し手(選手)の人となりや伝えられる。インタビューの内容によっては、見る人聞く人に、次への期待と展望を

抱かせてくれる。インタビューはすばらしいメッセージャーでもあるのだ。

同時にインタビューは、ごく当たり前のコミュニケーションの1形態でもある。そこには、会話を通じて、気づかなかったことに気づかせてくれる瞬間が潜んでいる。①無意識に行った行為を改めて意識する、忘れていたことを思い出す、個別の記憶を結びつけるなど様々な力が発揮される。

6. ショートスピーチ

6.1 自己紹介とスピーチ

スポーツ選手が必要に迫られるショートスピーチの多くが自己紹介だ。しばらく経験を積みばそれはやがて、大試合の前の決意表明、勝利や優勝の後のお礼の言葉のようなケースに変わってくる。ベテラン選手に自己紹介を求める人はやがていなくなるが、誰もが選手人生の序盤に経験するのが自己紹介だ。

6.1.1 自己紹介の原則

自己紹介の原則をいくつかあげてみる。まずは①名前をはっきり言うこと。これができそうでできない。なかなかやっかいな問題だ。自分の名前は生まれてこの方、あまりに何度も口にすぎしてきたせいだろうか、曖昧な発音で済ませてしまう人がほとんどだ。私自身、時には流されてしまうことがある。名字に「M」が2つ入っている為、2回にわたって口を閉じるという行為が必要なのだが、これがなかなかくたびれる。いい加減になると「やあおと」のような発音になってしまう。他人から「やあおと！」と呼ばれても反応する自分がいるのも妙な話だが、自分で人に伝えるときにもついつい簡略化して『「やあおとひろし」です』などといっていることがある。

自分の名前は、ある意味ではチームのロゴにも匹敵する。自分の名前をまずはっきり伝えること。そこに意を尽くさずして自己紹介がうまくできるはずがない。

スピーチの原則の2つ目は、最初の言葉で他人を引きつけられるかどうかだ。名前をシンプルに

はっきり伝えた後で、キャッチのある短いフレーズをつける。その後が続く言葉も、文を長くしないでおきたい。話すスピードや、使う語彙も自分のものを大切にすること。難しい単語を使ったり、むやみに英語を織り込んだりすると、聞いている側に大きな負担をかけることになる。原則は、聞く側の思いを想定したスピーチだ。

自己紹介の最大のポイントは、自分の特徴をわきまえた上で、何をアピールするかを事前にしっかり決めておくこと。平板な、起伏のない話しは、名前と雰囲気覚えてもらうだけで、具体的なイメージをなかなか形作りにくい。自己紹介は、単に自分を人前にさらすというのではなく自分のイメージを聞き手の側に植え付けるところまで行かなくては、合格とはいえないだろう。少なくともせつかく汗をかいてステージに立ったのに、わずか数分のうちに陽炎のように消えてしまうのではあまりにもったいない。

6.1.2 自己紹介の具体例

サッカーの選手の自己紹介の具体例を挙げてみよう。高校からJクラブへ入った段階を想定してみる。

「左足の左大輔。チームメイトは僕のことをいつもそう呼んでいました。生まれつき右利きだった僕を左足の使えるようにしたのは、オヤジです。小学校3年で始めたサッカーが、Jクラブでも続けられるなんて、オヤジも信じられないと話していました。競輪選手だったオヤジに似て、ダッシュだけは誰にも負けないつもりです。榎村大輔、19歳。チームの開幕ダッシュにも貢献したいと思います」

このスピーチは短いですが、そこには流れがある。まず、自分を特徴付けるキャッチフレーズ「左足の左大輔」を取り出し、そこに、話しの時系列を意識して現在から過去にさかのぼる「小学校3年で始めたサッカー」というフレーズが入り、さらに家族のスポーツ環境にそっと触れた「競輪選手だったオヤジ」を紹介し、名前を終盤ではっきりと「榎村大輔、19歳」体言止めで伝え、コミュニケ

ーションの原則、未来の話しで終える「チームのダッシュに貢献したい」の言葉で締めくくっている。

6.2 スピーチ

大きな試合の前後には、大勢の人を前にスピーチを求められるケースがある。ここは、何か具体的な情報をほしいという場ではなく、むしろ応援する側や支える側と、戦う側の一体感を作る場だと理解しておかなければならない。一方で、終わった後の集まりでは、感謝の言葉やねぎらいのコメントがかわされる。そこには、試合後のインタビューに近い新鮮な情報が力を発揮することもあるし、感動的な逸話が応援する人たちを納得させることもある。試合前の集まりと違って、もっと具体的であることが求められるのだ。前者は「決意」、後者は「感謝」がテーマになる。

こうした機会に、メディアが集まることも少なくない。とりわけ、注目度の高い選手の「励ましの会」や「祝勝会」には、地元のメディアだけではなく、全国紙や全国ネットの放送が取材に訪れることがある。そんなとき意を尽くしたいのは、どう演出するかだ。

スポットライトの当たる瞬間をいかに濃く、しかも集中的に組み立てるか。そのために、あいさつがだらだらと長くならないように、どう折り合いをつけるのか。いったんステージができれば、それはある意味で公共の場の条件を満たし始める。私的な感情が入るのを妨げるものではないが、多くの人が目にし、メディアを通じてさらに多くの人に伝わる条件作りがされる。主人公をいかに大切にするか。主人公がいかにそれを体して振る舞うか。優れた演出があるかどうかで、華やかな舞台はいっそう彩りを増す。

7. コミュニケーションの力

コミュニケーションは、スポーツのプレーやアクションとは違う別の力を持っている。スタジアムの中で、戦う本人だけが知り得るもの。近くで戦うものだけが感じる。そうしたものを言葉に置き換えて、改めてスポーツを見る人に伝え

る。そこには、スポーツをよりいっそう魅力的にしてくれる力が備えられている。だからこそ、メディアは積極的にメッセージを発してくれる選手を大切にする。コミュニケーションの力を持つ選手は、俊足の選手に劣らない価値を持っている。俊足を褒めそやすメディアは、同時にコミュニケーション力を持つ選手をそっとたたえ、その周りに集まってくる。心拍数の上がっているときに発揮される力を持つ者と、心拍数が落ち着いたときにも発揮する力がある者。国内だけでなく国際舞台でも戦う為に、そうしたアスリートであることが求められている。

引用文献

ブリタニカ・オンライン・ジャパン. ブリタニカ国際百科事典. (n.d.)

やくみつる. 入学試験と問題. (山本 浩, Interviewer). (2009, 12 21)

社団法人 日本新聞協会. 会員社一覧. Retrieved 2 25, 2010 from 社団法人 日本新聞協会

Pressnet: <http://www.pressnet.or.jp/>. (2009, 12 16)

社団法人日本雑誌協会. 日本雑誌協会のご案内. Retrieved 2 25, 2010 from

http://www.j-magazine.or.jp/guide_001.html. (2009, 7 31)

中澤佑二. 試合後のインタビュー. KIRIN CUP SOCCER 2009. (田中毅アナウンサー, Interviewer) 日本テレビ.(2009, 5 31)

注

1) イラストレーターのやくみつる氏は、「描いた側が意図しなかったことを、見る側が感じてしまう例がある」という指摘をしている。かつて自分の描いた政治風刺漫画が入学試験の問題に選ばれ、答えの複数選択肢に自分が想像もしなかったいくつものメッセージがあったとして創作と受容者の意識の違いに言及した。やくみつる. (2009年12月21日). 入学試験と問題. (山本 浩, インタビュー質問者)