

「スポーツが変わった」、この疑問から本書は始まる。メディアとの関係の深まりと広がり、
「スポーツが変わった」と感じさせる状況を引き起こしているのではないかと「仮説」を立てたうえで、
「見る／視る」という視座から現在のスポーツを分析している。分析を進めるうえで、スポーツを
表象する際のメディアの特徴として、著者は次の2点を上げている。

①「身体」に関する様々な社会的意味づけが中心的な位置を占める。

身体に関する規範（健康／不健康）や、審美（美／醜）の基準が作り上げられる。

②特定の社会的集団をめぐる敵―見かたの境界を作る。

そこで筆者は、「スポーツとメディアの深い結びつきは、身体の規範を作り上げると同時に、社会に
おける関係性を生み出す。これら二つの表象作用がなされている点に、スポーツ／メディアの独自
性を見て取ることが出来る」と述べている。これを踏まえて本書では、「第Ⅰ部 身体をめぐるナラ
ティブ」「第Ⅱ部 国家をめぐるポリティクス」と題して、具体的な事例やテキストに即して考察を
進めている。

第Ⅰ部では、スポーツ／メディアにおける「身体の表象」について論じている。現在のメディア
が描き出す「スポーツする身体」には特定のジェンダー・イメージが付与され、ジェンダー化された
身体は同時に魅力的な（＝セクシャルな）カラダとして現れる。スポーツする身体とジェンダー／セ
クシュアリティの関係を解き明かしてゆく。

第1章では、メディアの眼差しが「男性的」であり、メディアによるスポーツ選手の表象が、「女
性＝カワイイ／キレイ」「男性＝見た目や生きざまがカッコイ」という基準が重要視されており、また、
スポーツを男性種目／女性種目に分けることで、「男らしさ＝力強さ・逞しさ」「女らしさ＝優雅さ・
しなやかさ」というジェンダー・イメージを再生産していくメカニズムが潜んでいると考察してい
る。第2章では、「アトランタオリンピック女子マラソン」をテキストに、「国のために走るロバ（エ
チオピア）」「家族のために走るエゴロワ（ロシア）」「自分のために走る有森（日本）」というメダリ
スト3人に対比して、「女性」「個人」「国家」がどのように、メディアによって構築されたかを分析
している。第3章では、「木村拓哉の缶コーヒーの広告」と「高田延彦の引退」をテキストに「ホモ

ソーシャルな関係（≒男同士の絆）」が、いかに「女同士の絆」を排除し抑圧することで成立しているかに注目している。

続く第Ⅱ部では、「ナショナルなもの」とスポーツ／メディアとの関係を明らかにすることを目的として、オリンピック開会式において国家・国民・民族がどのように表象されているのかを、具体的なテキストに即して分析している。

オリンピックは「スポーツを通じたコスモポリタニズム」という理念を標榜しつつも、他方でナショナリズムを発揚する場でもある。第6章では、長野オリンピック開会式をテキストに、「ナショナルなもの=日本らしさ」がどのように表彰されたかを分析し、第7章では、スポーツとメディアをめぐる「政治化」（=スポーツを通じた「政治への介入」）という視点から、シドニーオリンピック開会式の韓国と北朝鮮の「南北合同行進」を分析し、また、「南北合同行進」を日本人学生・韓国留学生・在日学生のそれぞれが、どのように読み解いたかを紹介している。そして、第8章では、スポーツの祭典であるオリンピックが、典型的な「メディア・イベント」であることを、東京（1964年）、ロサンゼルス（1984年）、アテネ（2004年）の、20年の年月を経て開催された3つのオリンピックの開会式を分析することで検討している。ここから読み取れることのひとつは、時代を経るごとに開会式の演出が大規模化してきたということである。これは、オリンピック開会式が実際の現場に居合わせた「観衆の視線」ではなく、「メディアの視線（=世界中の視聴者の視線）」を想定して構成されていることを意味している。