

米国におけるラグビーの台頭：ソーシャルメディアの新興スポーツに対する 影響（前編）ⁱ

Rugby's Rise in the United States : The Impact of Social Media on An Emerging Sport (Part 1)

ベンジャミン・ジェイムズ・コッカー¹⁾ 訳 大西 好宣²⁾

Benjamin James Kocher ONISHI Yoshinobu

要 約

本研究ではグラウンデッド・セオリー・アプローチを用いて、米国のラグビー選手に対してメディアが持つ影響を質的に調査した。また本研究は、米国で生まれ育ち、ラグビー強豪大学でプレーする選手への詳細なインタビューを含んでいる。当該インタビューは、選手がラグビーというスポーツを新たに始める際、伝統的メディア及びソーシャルメディアがどのような役割を果たしたのかを確認するための一助として行ったものである。結果として明らかになったのは、新たな米国人ラグビー選手を誕生させたという点において、伝統的なメディアが果たした役割はそれほどでもなく、むしろより新しいソーシャルメディアが果たした役割の方が大きいということである。また、友人や家族といった対人コミュニケーションを通じて、新たなラグビー選手は誕生する。そして一旦ラグビーを始めれば、日々の生活の中でより一層ラグビーが重要になってくるといってもメディアは有益であり、選手の勧誘活動はソーシャルメディアによって強化される。他にも、同僚選手との絆や友情が強固であるほど、その選手はラグビーを続ける傾向が強いという結果が得られた。

キーワード：アメリカ、ラグビー史、大学ラグビー、米式蹴球、ソーシャルメディア、伝統的メディア

key words: USA, Rugby history, College rugby, American football, Social media, Traditional media

第一章：イントロダクション

ラグビーの前身であるサッカーがⁱⁱ、「フーリガンによる紳士のためのスポーツ」だと言われるのとは逆に、多くのラグビー選手は、ラグビーを「紳士によるフーリガンのためのスポーツ」だと理解している(Richards, 2007, pp. 18-19)。けれど、ラグビーとは果たして何なのだろう。ある公式HPによれば、ラグビーとは「ゲーム規則とフェアプレーの精神に則り、点数を獲得す

ることを目的とした、ボール獲得のための身体的接触を伴う、二つのチームによるゲーム」(irbrugbyready.com, n. d.)である。ラグビーの試合には多くの敬意とフェアプレーがあるが、恫喝もまたラグビーの重要な構成要素であり、ルール化された暴力を行使する選手は他の場所なら刑務所行きである(Richards, 2007)。本研究で扱うのは、そのラグビーの米国における台頭と、ソーシャルメディアによる影響との関連である。

1) 米ブリガム・ヤング大学 2) 千葉大学

ラグビー内部の差異

書き進めるに当たって混乱を少なくするため、ラグビーに関して少々説明が必要であろう。ラグビーには二つの異なるコードがある。一つはラグビーユニオンと呼ばれ、ラグビー誕生時からの原初形態である。もう一つのコードはラグビーリーグⁱⁱⁱとして知られ、ラグビーユニオンから派生したものだ。コードによってルールや規則は多様だが、二つのコードの差異を知ることが本研究が成功するための必須事項というわけではない。ただ本研究でラグビーと言う時、それはラグビーユニオンを指すものであるということとは断っておきたい。

ラグビーユニオンには二つの主たる形態がある。原初形態は、1チーム15人、つまりピッチには同じ時点で30人がいることになる。これは「15人制」と呼ばれる。もう一つの形態は、1823年に最初のラグビーが行われてから約40年後、スコットランドからもたらされた。その変形は1チームわずか7人だが、15人制と同じピッチで行われるもので、「7人制」として知られる。こうした二つの形態の存在がなぜ重要かについては後述する。

米国におけるメディアとラグビー

米式蹴球やバスケットボールなどの他競技と比べれば、米国におけるラグビーは比較的小規模のスポーツであるが、その成長速度は最大だ (Schumitz, 2010)。世界中多くの国でラグビーは急速に成長しており、米国においても放送によって多くの人がこのスポーツを目にするようになった (Chadwick, Semens, Schwarz & Zhang, 2010, irb.com. n. d.)。全体としてメディアの扱いが増え伸びてはいるものの、米式蹴球やバスケットボールなどの他競技と比べれば、米国におけるラグビーはまだ比較的小規模なスポーツである。本研究は、ラグビーをプレーするという最初の選択に、ソーシャルメディアがどのような役割を果たしたのか、そして米国におけるラグビーの成長に同メディアがどのような影響を及ぼしたのかを確認するものである。そうした目的、すなわちラグビーを選択した際にメディアがどのような役割を果たしたのか、

またラグビーの発展のためにメディアがどのような役割を發揮し続けているのかについて理解するため、米国の大学ラグビー選手へのインタビューを行った。

スポーツは世界中どんな国でも見られる。生まれた国以外では比較的人気のない競技もあれば (例えばアイルランドにおけるハーリング、豪州における豪州ルールのフットボール、米国における米式蹴球)、世界中で人気があるものもある (例えばサッカーやクリケット)。そしてどんなスポーツもそうであるように、競技には選手が付き物である。けれども、彼らはどのような理由で自らの競技を選んだのだろうか。米国には多くのファンを有するスポーツが幾つかある (United States Census Bureau^{iv}, 2009)。これらは「人気がある」スポーツとして知られる。選手はいるが、米国における熱狂的なスポーツファンの間では、比較的「人気がない」ままの競技もある。ラグビーはこうしたスポーツの一つであり、実際のサポーターは国民のわずか1% (Chadwick, Semens, Schwarz, & Zhang, 2010) という、より不人気なスポーツの一つとして知られている。この研究の目的は、米国におけるラグビー選手が何故、比較的不人気とされるこの競技を選んだのか、そしてそうした意思決定にソーシャルメディアがいかなる役割を果たしているか、について明らかにすることである。プレーするスポーツを人が最初に選択する際、ソーシャルメディアがどのような効果をもたらすのか。この研究はそれを知ることには貢献したい。研究はまた、米国のラグビー選手が、注目度の低いラグビーという競技を何故選んだのか、その背景となる理由を理解することにも繋がるだろう。本調査で掘り下げようとしている、主たる研究課題は、米大学のスポーツ選手が、より人気のあるスポーツではなく、何故ラグビーをすることを選んだのかというものである。これに関連する問いとしては、そうした決定にメディアがどれくらいの役割を果たしているのか、というものがある。「この競技が好きだから」という類いの何気ない理由とは対極にある、何が彼らを巻き込んだのか、或はむしろ何が彼らをそのように動機付けたのかという点により焦点

を当て、そうした理由について議論する。

ラグビー人気は米国において高まっており、国内3番目の早さで成長を遂げたスポーツ、同じく最も早く成長したチームスポーツとなった(Conway, 2011)。7人制ラグビーが初めてお目見えするブラジルでの2016年夏季オリンピックが近づくとつれ、米国におけるラグビーは短期間でより凝縮した成長を遂げるかもしれない。オリンピックで最後にラグビーが登場したのは、米国が金メダルを獲得した1924年である(Economist.com, 2011)。2016年オリンピックが近づくとつれ、米国では米式蹴球からラグビーへという流れがより多く見られることになるだろう(Pratt, 2011)。米国のラグビーが歴史的な成功を収めれば、当該競技は同国において今一度台頭し、他の競技の選手たちにも試しにラグビーをプレーしてみようとする者が増えるだろう(Clifton, 2012及びPratt, 2011)。

運動選手による競技選択の過程とその意思決定について、背景要因を調査した研究は過去にも幾つかある。しかしながら、それら多くの先行研究はメディアを意思決定要因としては必ずしも見做しておらず、人種(Harris, 1994)、年齢(Bollók, Takács, Kalmár, & Dobay, 2011)、性別(Giuliano, Popp, & Knight, 2000)、影響力のある他者(コーチ、両親、友人など)や文化人(Watts, 2002)、果ては何と観光(Gibson, 1998)といった他の要因により焦点を当てている。Harris (1994) と Watts (2002) は、影響が及ぶ過程においてメディアは重要な部分だとも述べているものの、ほんの短くである。

ラグビー選手が何故その競技を選んだのかという理由については多くの可能性があるし、またこのトピックについて多くの調査が依然必要であろうということから、この調査では質的アプローチである、グラウンデッド・セオリー・アプローチを用いることとする。スポーツに関する先行研究をレビューすることは、スポーツの人気がどのように高まりその隆盛を迎えるかを知る上で、有用な背景知識を得ることが出来るだろう。ラグビーは調査の重要なトピックである。何故なら、ほぼ全ての子どもが人生のある時点でスポーツをプレーするにも関わらず、

大多数の人にとってラグビーはその選択肢とならないからである。他の多くのスポーツほどラグビーが重視されない国で、ラグビーへの関心がどこから生じるのか。それを理解する上で、本研究は意義のあるものである。また、米国においては、ラグビーを扱うメディアは幾つかあるものの、さして多くはないことを覚えておくことも重要である。

第二章：先行研究

スポーツの生存競争

適者生存は、一部のスポーツが栄え、他はそうでもないことの一つの理由として挙げられて来た(Eriksen, 2007)。広がる現象もあればそうでないものもある。その際、Eriksen が注目したのはその理由である。彼の調査では、Gladwell (2000) の著作『The Tipping Point』^vを引用しつつ、最適なタイミングと環境に偶然合致した一部の物事が、いかにして人口に膾炙して行くか、その様を説いて行く。栄えるものもあれば滅びるものもあることについて、彼は三つの理由を提唱する。第一の理由は短い学習カーブである。例えばスポーツの中で、サッカーは比較的理解の容易な競技である。選手は網に向かってボールを蹴り得点する。手は使えない。もちろん、他にも規則はあるが、概念上は比較的単純だ。けれど、ラグビーは少々異なる。選手数や得点の方法はより多く、フィールドでボールを進めて行く方法にも多様性がある上、大小様々な反則がある。要求される考え方も、米式蹴球とラグビーでは違う。例えば、ラグビーではブロッキングがないが、米式蹴球では多くのブロッキングがある。米式蹴球を観たりプレーしたりして育って来た米国人が、ラグビーを始めようとする際には考え方を変えなければならないだろう。Smith (2007) は、ラグビーの最大の弱点はその複雑過ぎる規則であると述べている。

Eriksen (2007) が挙げる第二の理由は、地域を超えて広がる「感情的、感覚的、もしくは知的な訴求力」である。第三の理由は、より効率的な国際市場戦略である。本研究では市場戦略

に関するこの第三の理由により焦点を当て、米国におけるラグビーの市場戦略が低レベルであるにも関わらず、毎年その競技人口が増え続けている (irb.com, 2011) という点について考察する。

ラグビーの歴史

ラグビーの誕生は、イングランドのラグビー校において、サッカー（フットボールまたはアソシエーション・フットボール）の試合中^{vi}、ウィリアム・ウェブ・エリス少年がボールを手を持ったために、競技の性格を変えてしまった1823年のことである。記録によると、エリスは「当時のフットボール規則を見事に無視し、初めてその手にボールを持って走った。ラグビーという競技の明白な特徴はそれが嚆矢である」（Richards, 2007, p24.）。ウィリアム・ウェブ・エリス少年の時代、サッカーの試合は今とはかなり違っていた^{vii}。例えば、ボールを手で受け止め、その地点から後ろに下がることは規則で許されていた。しかしながら、ここで概念上の鍵となるのは、エリスは後ろではなく前に走ったということだ。

競技の始まりについてのこの有名な神話は、選手たちによって多かれ少なかれ絶対の真理として祭り上げられて来たが（結局のところ、ウィリアム・ウェブ・エリス杯は、チームの勝利によって得られる最高位の賞だ。そう、ラグビーW杯で、それはこの競技が伝播し発展したことの理由ではない。そうではなく、この話が生まれたのはもっと後、1800年代の終わりに「それまでラグビーの歩みに関係して来た人々を心地良く」させようとしてのことであった（Collins, 2009, p3.）。けれど、競技の人気を高めたフィクションはもう一つある。『トム・ブラウンの学校生活（Tom Brown's Schooldays）』だ。その主目的は、若い少年たちにパブリックスクールの生活を理解させるというものだったが、ラグビーの試合に関する綿密な描写が含まれてもいたのである（Hughes, 1857）。あらゆる伝達形式の中で、この小説こそが初めてラグビーという競技を人々により身近に感じさせたメディアとなった。

ラグビーがこれまで存続して来た主たる要因の一つは、規則を明文化したことだ。記録に残るラグビーの最初期、フットボールは多くの人がプレーしたが、イングランドでは学校によってその規則に様々な変形がある。ラグビーではまず、共通項としてのルールブックが作られ、次に異なる学校間の対抗戦前にどの規則でプレーするかという無駄な争いを避けるため、ガイドラインが定められた。このルールブックは人口に膾炙することを目的としたものではなかったが、しばらくすると何千人という人々の手に渡り、ラグビーの規則が広く知られることとなった。時が経つにつれ、規則の変更もなされた。今日では見られない初期の規則としては、ラグビーの試合続行は間に睡眠を挟んで5日までというものがある。以来、その規則も他の規則も幾多の変更と修正を繰り返し、今日存在するような競技へと変わったのである（Smith, 2007）。

ラグビーが1823年に誕生したことは既に述べたが、1871年には初のテストマッチ（二つの異なる国同士の国際試合）が行われた。同じ年、初のラグビー統括機関が設立された（Richards, 2007）。多くの国がこの新たな規則に倣い、他国と同じ法則によって自国に統括機関を作った。1884年、ニュージーランドは豪州に遠征し、試合前には古代マオリ族の勝ち鬨であるハカを披露した。試合後、ニュー・サウス・ウェールズチームは、ビジターチームが試合前に敵の度肝を抜くなど、全く公正ではないと抗議したが（Richards, 2007, p50.）、今日まで、ニュージーランドはどのテストマッチ前にもハカを披露し続けている。

米国のラグビーは成長したが、フィールド上の選手数を11人とするなど、1880年代始めまでにはその規則を変更し始めている。その後1906年には、前へのパスが認められることとなった（Richards, 2007）。

スポーツが発展するにつれ、規則は変わる。ラグビーが世界に初めてもたらされた頃の得点方法は、走者がボールを持ってラインを超え、それを地面につけることで初めてゴールキックの挑戦（トライ）権が与えられるというもので

あった(トライという用語はここから来ており、米式蹴球のタッチダウンにとても似ている)。初期のラグビーではトライは無得点で、ボールが2本のゴールポストの間を通り、さらに両ポストを繋ぐクロスバーの上を超えるようキックが試みられた。初期にはこれのみが唯一の得点方法だったのだ。1886年、トライは0点でなく1点になり、コンバージョンキックは3点の価値があると決められ、ペナルティゴールも導入された。1991年にトライが5点となるまで、得点システムは進展し続け、それが現在へと続いている(Richards, 2007)。フィールド上の各チーム選手数は、12人から何と40人まで可能だったが、1892年、同一時点におけるフィールド上の選手数は各チーム15人と公式に定められた(Collins, 2009)。

時は過ぎても、ラグビーは成長し続けた。イングランドでは1920年代、231のクラブが生まれた。1927年から1928年のシーズンには、英ロンドンのトゥイッケナム競技場からラグビー初のラジオ放送が実現した。初のテレビ放映は1938年で、トゥイッケナム競技場においてスコットランドがイングランドを破った。スコットランドはエジンバラに、マレーフィールドとして知られる巨大な競技場を建設する。「世界のスポーツシーンで唯一無二」とタイムズ紙に絶賛された巨大な特別観覧席を擁し、7万人を収容した(Richards, 2007, p123.)。ラグビーファンは、より長い時間を要したとはいえ英国以外でも増え続けていた。例えば米国では、1966年からの10年間、ニューヨークにおけるラグビーチームが48から260へと増加し、1970年代の終わりまでには400以上の大学チームがラグビーをプレーした。全米では1,000を超える(Richards, 2007)。

オリンピックにラグビーが初めて採用されたのは1900年のことで、15人制であったが、1924年までしか続かなかった。その頃既に、米国はラグビーから米式蹴球への転換を始めていたものの、1920年と1924年の二度、金メダルを獲得している(irb.com, n.d.)。ラグビーはその後90年間、オリンピックから置き去りにされていたが、2016年のブラジル大会で復活し、7人

制競技がオリンピック初のお披露目となる(irbsevens.com, 2013)。

ラグビーW杯は1987年に初めて開催され、それ以降4年ごとに実施されている。1995年から1996年にかけてのシーズンには、南半球においてトライネーションズ及びスーパー12が始まり、「ラグビーの最終形」として知られるようになった(Richards, 2007, p246.)。特に、スーパー12(南アフリカ、豪州、ニュージーランドのクラブを含む)は、よく言われるように、テレビ放送用に作られている(Richards, 2007, p246.)。同じシーズン、ヨーロッパではハイネケンカップ(現在はイングランド、スコットランド、アイルランド、ウェールズ、イタリア、フランスのチームで競われる)も開始された。IRB^{viii}セブンズ大会は1999年に始まり、複数日程の開催による7人制トーナメントとなっている。トーナメントは9つの異なる国々を巡り、米国ラグビー協会が「ラグビー最大の国際パーティ」と呼ぶほどになっている(usasevens.com, n.d.)。

メディアとスポーツ

放送メディアとスポーツは90年以上協力関係にある。最初のスポーツ放送は1921年7月2日、何千人もの聴衆に向けた、ラジオ放送によるボクシングの試合であった(Gomery, 2008)。時が経ち、スポーツはテレビ放送から利益を享受し始める。例えば米式蹴球では、スロービデオの技術が生まれたことで、視聴者により分かりやすくなった。1964年までには、週末のスポーツイベントが放送業者にとって信じがたいほどの価値を持つことになった(Barnouw, 1970)。

多くの米国人が楽しめるスポーツは他にもたくさんあり、実に広大な世界が存在しているのに、放送されているものはごくわずかに過ぎない。米国でのフットボールシーズンには、ナショナル・フットボール・リーグ(NFL)と大学フットボールがスポーツ放送を独占する。次に控えるのはバスケットボールで、ナショナル・バスケットボール・アソシエーション(NBA)と大学バスケットボールが同様に放送ネットワークを引き継ぐ。野球もまた、米国で人気のあるスポー

ツの一つであり、ホッケー^{ix}はこれら全てのシーズンを通じてプレーされている。残った放送時間の空きを埋めるのはナショナル・ホッケー・リーグ (NHL) だし、自動車レースさえ今や人気を得つつある (Corso, 2011)。どれもがスポーツ文化の主流にあるおかげで、これらは米国人なら誰でも知っているであろうスポーツ群となっている。Corso のリストでは、ラグビーは考慮さえされていないという理解である。では米国ラグビーの成功者である選手たちは、どのようにしてラグビーを見つけたのだろうか？ テレビ放映が大してないとすると、おそらく何か他に大衆の関心を刺激した方法があるのだろう。

テレビは一見スポーツのために作られたもののように思える。わずか 30 年の間に、スポーツとテレビは手を携え、今や両者がお互い絶対に必要だという境地にまで到達した。スポーツとテレビは互いに混じり合ったにも関わらず、両者の関係には依然としてよじれがあることを Rowe (1996) は示唆する。争いの一つは、テレビがスポーツを乗っ取ったということだ。そればかりでなく、テレビは好みの競技を選別している。例えば、より「男らしい」スポーツを、という風に。18 世紀当初の米英において、メディアはスポーツイベントの報道に関わるようになり、その影響はやがて識字率の上昇に伴って緩やかに広まって行った。しかしながら、メディアにおけるスポーツが本当の意味での離陸期を迎えるには、テレビの勃興を待たねばならなかったと Rowe は言う。サッカー (ラグビーを加えても良いが) は世界的な人気を博していたのに、米国のメディア市場はその人気を高めるためには殆んど何もしなかった (Giullianotti & Robertosn, 2004)。

2007 年、ウェンブリー・スタジアムで NFL の 2 チームが相見えて以来、イングランドにおいても NFL は存在感を発揮している。英国には 200 万人を超える NFL ファンがいると見られており、日曜日の NFL 放送は 154% もの視聴者の伸びを獲得している。2006 年以降は、スーパーボウルの視聴者も 74% の伸びを示している (Pangallo, 2012)。このことは、ある国において一見人気のないスポーツ (英国の NFL) が、いかにして数

百万人の関心を掻き立てるに至るかという一つの例である。そしてそれは本調査のトピックとも関連する、似たような疑問を提示してくれる。英国人は最初、いかにして米式蹴球を見つけたか、さらにその彼らが当該競技のファンになったのは何故か、ということだ。その質問に答えるのは、異なる時代の、これとは違う研究のほうである。けれどももし、海の向こうの NFL (全く或は殆ど繋がりのない海外のスポーツ) がそうしたファンや収入を獲得出来るのなら、米国におけるラグビーもおそらく同様の相関性があるだろう。いつの頃からか、どこかの英国人が NFL に興味を持ったがゆえに、NFL はそれ以来ずっと発展しているのだから。米国のどこかで、ラグビーへの興味を持ち始めた人々がいる。けれども問題は、いかにして、そして何故かということだ。

Williams (1994) は、市場のない所にお金流れないのはどうした背景かについて触れている。スポーツ放送の黎明期から、スポーツ規則はコマーシャルを流すための小休止を持つようになると変更され続けて来た (Rader, 1990)。米国では、フットボールの収入の半分は放送からのものだ。その次に大金を稼ぐスポーツはバスケットボールと野球で、これらの場合は 3 分の 1 が放送による収入である。次はホッケーだが、放送の貢献度はかなり小さい (Cave & Crandall, 2001)。何故なら、ホッケーはプレーの継続する競技なので、コマーシャルを流すのにうってつけの時間を予め考えておくのが難しいからだ (Rader, 1984)。お金は米国の放送界では重要な要因である。しかし欧州では、スポーツイベントの中には国民的な関心事となるものがあり、そうしたものは無料放送を流す局に公正な条件で引き渡すべしと政府は考える。国民的関心事という範疇に含まれるのは、オリンピック、サッカー W 杯、ラグビーの決勝トーナメント、そしてテニス競技といったところだ (同)。こうした無料のスポーツ放送によって、スポーツファンは放送業者の手助けなしには思いつきもしなかったであろう幾つかの競技について、より多くのことを知ることが出来るのである。

ブラウン管に映るスポーツの数を放送局が増

やす方法の一つは、これまで有料放送であった。英国ではサッカーが大人気で、1998年には100の無料スポーツ放送のうち77がサッカーだった。有料スポーツ放送では100のうち96がサッカーである(Cave & Crandall, 2011)。しかし、有料放送はいつも視聴者の味方というわけではない。豪州では、ラグビーリーグのスーパーリーグが、豪州ラグビーリーグで最も祝福され成功したチームの一つに予算カットを実施した(Andrews & Ritzer, 2007)。Andrews & Ritzerによれば、どのスポーツが生き残り、どのスポーツが廃れるか、それを決めるのは放送局だという。フットボールがテレビでもはやされた一つの理由は、それが最初のスポーツだったからだろうとCressman & Swenson (2007)は示唆している。最初期のプロフットボールの例が物語るように、テレビはスポーツが人気を得るための一助となる(Rader, 1984)。

スポーツ発展の手助けとは別に、スポーツ放送、及びそれに付いて回るらしい多額の金銭は、米国におけるアマチュアスポーツの終焉を証明してみせた。アマチュアスポーツは、仕事や学校といった他の活動の単なる補助的存在に過ぎなくなってしまったのだ(Rader, 1984)。アマチュアスポーツの落ち込みと共に、人気のない、より小さな競技はスポーツ愛好者による競技選択の際、真っ先に頭に浮かぶ存在ではなくなったかもしれない。

ラジオが台頭し、「スポーツは放送の大黒柱になった」(Szymanski, 2006, p428.)。「スポーツの歴史と米国の放送の歴史は互いに並走している」とCressman & Swenson (2007)は言う(p497.)。米国においてスポーツがどのように受け入れられるかという点で、放送は重要な役割を果たす。また放送は、全てではないにしろ、スポーツのリーグ戦に収入増をもたらす。テレビはスポーツに巨額の収入をもたらすため、スポーツの側はテレビ側の嗜好や要求に合わせるように規則を作り、適合させ、変更して来た(Parente, 1977, p128.)。Parenteによれば、スポーツ業界の権威者は、観客の要望よりもむしろテレビ側の要求を重視し、それに応じるためなら、競技の性格を変えてしまうことも厭わ

なかった(p129.)。例えばNFLのハーフタイムは、テレビの番組予定によりびたりと収まるよう、20分から15分へと変更された。NHLでは、視聴者がよく見えるようにと、センターラインが破線に変わった(Parente, 1977)。その逆に、「番組ニーズの多くを満たそう」として、テレビの方がスポーツに依存するようになって来たとParenteは言う(p128.)。Cave & Crandall (2011)は、NFLほど国権に依存しているスポーツは国内にないと述べる(p14.)。貸借表によれば、NFLはその収入の過半数を放送から得ているという。他の競技ではもっと少ない。例えばプロバスケットボールや野球の大リーグでは、3分の1を放送から得ており、NHLはさらに少ない(Cave & Crandall, 2001)。「米国の場合、放送は国が規制するサービスだが、設備は私有であり、その財源は広告だ」とHuggins (2007)は指摘する。英国におけるメディアは、「同国のスポーツ文化、及びスポーツに対する大衆の関心を広く」形成するための道具なのだ(Huggins, 2007)。スポーツ放送の黎明期には、「見たこともないスポーツを人々に紹介したのはラジオであり、それはラグビーが人気を得るための助けともなった」(Huggins, 2007, p493.)。

豪州のラグビーユニオンは過去20年成長し続けており、その大半が「テレビや支援企業に対する市場性や訴求力の度合い」が増加したことと関連している(Horton, 2009, p972.)。1970年代、テレビはラグビーユニオンの試合中継を増やし続けたので、国内でも海外でも視聴者は増え続けた。「向上したスキルレベル、パワーを増した選手たち、展開中心のプレースタイルの採用。それらが組み合わせることが、テレビや支援企業にとってこの上なく市場性の高い商品として結実した」とHortonは言う(p.972)。放送はまた、豪州におけるラグビーリーグの影響力拡大についても重要な役割を果たして来た(Phillips & Hutchins, 1998)。豪州における放送が始まった頃、ネットワーク事業者はラグビーリーグへの投資をそれほど重視していなかった。1971年のシーズン、「テレビ放映は1試合もなかった」が、ナショナル・ラグビー・リーグ(NRL)は少しも傷つかなかった。「競技

場での収入が依然として最重要」だったからである (p135.)。放送がより人気を得るにつれ、リーグは拡大し、それがさらに多額の金銭をもたらした。新たなチームを増やすことで、リーグは地域テレビ局にとっての市場を強化し、その後押しをした (Phillips & Hutchins, 1998, p138.)。1980 年代、リーグが放送権を拡大し、放送を通じた露出が増えるにつれ、テレビの成長とリーグ財政の成長とは密接な関係があった。1994 年の State of Origin^x シリーズの試合 (ニューサウスウェールズ州とクイーンズランド州という二大ライバル間で争われる) は、「豪州で最もよく見られたスポーツイベントというだけではなく、他のいかなる範疇のテレビ放送においても最も人気を博した番組となった」 (p141.)。人気の理由の一つは、それが特別番組だからである。何しろ、5 週間の間に 3 夜放送され、その間には終始強力な宣伝活動が行われるのだから。今や豪州でラグビーリーグと同じくらい有名なのは、「メディアはかつてないほどスポーツに指図する」存在だということだ。

米国では、多くの新聞社と放送局とがペアになってやって来た。その方が、より多くのスポーツをより多くの機会扱うことが出来たからである (Huggins, 2007)。それによって、「従来以上にフットボールや野球の頁に関心を集める」ことが可能となったのだ (Huggins, 2007, p495.)。もう一つ、生中継が生み出したものは観客数だ。Huggins (2007) によれば、イングランドのラグビーユニオンはトゥイッケナム・スタジアムの観客数を増やそうと努力したが、「放送が観客数を増やしているらしい」のだ (p501.)。放送によって観客数が増えたのは何もイングランドのスタジアムだけではなく、スコットランドでも同様だった。マレーフィールドからの放送と時を同じくして、観客が増えたのだ (Huggins, 2007, p501.)。

米国におけるスポーツ放送は、「米式蹴球と野球、そしてバスケットボールに長い間独占され続けている」 (Brown, 2005, pp. 1106-1107.)。今日、スポーツ放送の市場は極めて安定しており、「空き場所は『凍結』され、変更は今や殆ど不可能だ」 (p1107.)。しかし、Brown はそう言

いつつも、野球やバスケットボールの視聴率が下降し、NASCAR^{xi}が徐々にではあるものの台頭していることについて一言触れている。米式蹴球や野球、バスケットボール、そして NASCAR が米国で最も人気のあるスポーツだとしても、スポーツファンがラグビーを含めた他の競技について、よく知るための余裕は依然としてある。

金銭と放送機会の両者を欠いたラグビーは、その両方の問題が解決されるまで、苦勞しながら発展するだろう。Dart (2013) によると、希望の兆しが見え始めたらしい。早ければ 2014 年にも、NFL が米国のラグビー番組と提携し、金銭と米国人への放送機会を共にもたらすというのだ。NFL は新しいラグビーユニオンのリーグ創設を進めており、オフシーズンに自らのネットワークを使って放送を始めると Dart は報告している。つまり、米式蹴球が休止している間、NFL のファンにラグビーというスポーツを知らしめるわけだ。2014 年には実現しなかったものの、2015 年にはリーグを開始するというのが現在の計画だ (Jahns, 2014)。

NBC は、ラグビー W 杯の米国における放送権を初めて要求した放送局である。2011 年、ニュージーランドでの W 杯開催期間中のことだ (Conway, 2011)。NBC はまた、2015 年イングランドで開催される次回ラグビー W 杯の放送権も持っている。Carlin Isles は米国代表イーグルスにおいて、比較的新しい 7 人制の選手だが、展開プレーにおけるスピードで世界中の多くから注目を集めている。2012 年の米国において、Isles より速い 100 メートル選手はわずか 36 人しかいなかったため (Clifton, 2012)、すぐに多くの注目を集めることとなった。7 人制リーグでの Isles のハイライトシーンを集めたユーチューブ動画を通じて、米国だけでなく世界中のラグビーファンが、米国のラグビーがいかに急速な発展を遂げているかを知ったのである (Sinker, 2013 及び Gaines, 2012)。陸上競技からラグビーに乗り換える前、Isles はテレビで 15 人制ラグビーの試合を観た。興味が湧き、インターネットで調べてみたところ、7 人制ラグビー (15 人制の変形の一つで、同じ大きさのピッチでプレーするが、1 チームは 15 人でなく

7人)を発見したのだ。そして、自分がプレーするのは7人制だと決めた(Clifton, 2012)。米国ラグビーのスター選手が海外の一流選手の裏をかく。そんなシーンが米国内のブラウン管に映し出されれば、その時こそこの国でラグビーが発展するきっかけになるだろうと Hull (2013) は信じている。

スポーツを選ぶ

ある特定のスポーツをプレーし、それに集中しようとするまでには、様々な原因がある。コーチ、家族、他の選手など、人的要因は意思決定に一定の役割を担う。Harris (1994) によれば、スポーツ選手の大多数は「憧れの人から影響を受けている」(p40.)。どのスポーツにするかを早い段階で決めるのには、家族は重要だと Harris は言う。ラグビー人口の多い国でさえ、他の人からちょっとおだてられて、ということが依然としてある。例えば、スコットランドの元ラグビー選手 Hugh Ferns MacLeod は、彼の友だちのように学生時代にラグビーをしたことが一度もない。左官の見習い職人となって初めて、義兄から言いくるめられ、殆んど強制的に地域の青年チームに入れられたのだ (Morgan, 1970, p19.)。

人的要因の他には、「メディアや地域の文化もアスリートの意思決定に影響を及ぼす」(Watts, 2002, p33.)。Harris (1994) は、メディアの影響は死活的だと述べ、その説を支持する。Carlin Isles の場合、米式蹴球や陸上競技からラグビーに乗り換えたのは、テレビでラグビーを観たことがその始まりだった。興味をそそられ、ユーチューブを見てみたら、ラグビーや競技を乗り換えた他のアスリートたちの動画をたくさん目にすることが出来た。それによって、ラグビーをプレーしたいという動機がより一層高まった。Isles によれば、彼自身ラグビーにまつわる文化も気に入ったという (Clifton, 2012)。ニュージーランド生まれで全米代表でもあるブリガム・ヤング大学のラグビー選手、ポール・ラシークは、もともとラグビーをするために大学に来たが、フットボールチームの監督と一緒にやらないかという誘いを受けるや否や、

米式蹴球に転向した (Steves, 2012)。NBA のスター選手、ウィルト・チェンバレンは当初、陸上競技をしていたが、バスケットボールへと鞍替えをした。彼が暮らしている地域では、バスケットボールの方が人気が高かったからだ (Cherry, 2004)。

競技の変更には、他の要因も関係している。例えば、ゴルフ旅行や釣りの旅、その他スポーツ関連のクルーズなど、スポーツやそれと似た行為を含む休暇やレジャーを計画する人は多いと Gibson (1998) は指摘する。休暇を利用して訪れた、スポーツをテーマにしたこれらの旅先で、自ら選んだスポーツのプレー方法を旅行者自身がわかっているかという点、必ずしもそうとは限らない。Gibson によれば、スポーツ専門を謳う旅行会社や旅行地はたくさんある。しかも、「スキーにゴルフ、テニスにセーリングなど、休暇に楽しむことの出来るありとあらゆるスポーツがリストアップされているのだ」(p161.)。つまり、「何か目新しいものがあれば人が旅をする動機は高まるし、新しいスキル」やスポーツ「を学ぼうとする度に人は変わるものなのだろう」(p161.)。また、「達成感によって動機付けられている」(p161.) 人だっている。スポーツをプレーするかどうかには年齢も関係する。人は若いほどスポーツを楽しみ、年を取れば取るほど先細りになっていくと Gibson は報告している。

性別もスポーツ選びに関係する要因の一つである。Gibson (1998) が示唆するところによれば、特に攻撃的な身体活動を要求するものなど、必ずしも全てのスポーツが女性アスリート向きではない (p163.)。ある調査では、(若年層の) 女子は一般的に友だちと一緒に楽しめる競技を選ぶのに比べ、男子は肉体派のスポーツや他人との競争で勝てそうな競技を選ぶ傾向があるという (Bollók, Takács, Kalmár & Dobay, 2011)。また、それより上の年代の女性たちがスポーツ選びをする際には、子どもの頃、男の子向きのおもちゃや遊びを楽しんだかどうかの影響しているという調査結果もある。そうした遊びをしているほど、大学でスポーツをする確率が高かったというのだ。子どもの頃に男の子と遊ぶ

ことが多かった、或は男女両方のいるグループで遊んだという女性についても、同じことが当てはまる (Giuliano, Popp & Knight, 2000)。

誰がどんなスポーツをするかという点で、社会階級は大きな役割を果たし得るものの、人がどのようなレジャー活動に携わるかを選択する際には人種の役割の方が大きいと Gibson (1998) は確信している。社会階級が低く、経済的に不安定な人々が、最高の設備を使ってコーチを受けるのは困難だ。何故なら、そうした施設や機会が備わっているのは、金持ちが住む文教地区、そしてそこにある学校やクラブだからだと Gibson は言う。とはいえ、かつては上流階級の白人男性のためのものだったスポーツが、発展して中流階級、労働階級をも包含するようになったこともまた顕著である。女性や、白人以外のアスリートもいるかもしれない (同)。Harris (1994) は、アフリカ系米国人がスポーツをする際には家族の支えが大事で、それが大きな要因だと確信している。黒人社会では、多くの社会がそうであるように、最も高い目標を設定して、それを達成するようにと子どもたちを教育していることも Harris は指摘する。「スポーツや他のエンターテインメント業界以外で成功を収めた黒人は少なく、目標とすべき人物像を目にすることが殆んど出来ないため、多くのアフリカ系米国人男性にとって、スポーツは割と見分けやすい潜在的到達目標になる領域なのである」(p41.)。時には教師など、思春期を迎えたアフリカ系米国人に影響力のある人物が、黒人男性にスポーツをするよう勧めることもあり、それは白人男性の場合よりも多いと Harris は報告している。彼らは、遺伝上の差異ゆえに黒人の方が「白人よりスポーツの才能がある」(p48.) と信じているのである。

伝統的メディア対ソーシャルメディア

伝統的メディアとは通常、メディアとして考えられているものの中でインターネットの登場以前から存在しているもの、例えば新聞、雑誌、ラジオやテレビの放送をいう (Kaye & Johnson, 2003)。ソーシャルメディアとの違いは、後者がオンライン上の体験だということであり、当該

メディアにおける個人は他者との間で別の利用者が作り出したコンテンツを共有したり、創造したり、議論したり、互いに影響し合ったりするのである (Kietzmann, Hermkens, McCarthy & Silvestre, 2011)。ウェブログ、或は「ブログ」はソーシャルメディアの一形態である。そこでは、個人が自らの考えを書き、誰もが読めるようそれをネット上に掲載する。フェイスブックやマイスペースのようなソーシャル・ネットワークワーキング・サイトでは、利用者は友人や家族、その他の人々と静止画や動画、メッセージといったメディアを共有する。ユーチューブのようなコンテンツサイトでは、利用者は動画を作成してネットに投稿することが出来る。フリッカーも同様だが、利用者が投稿するのは動画ではなく写真だということだけが異なる (Kaplan & Haenlein, 2010)。

2012年、ソーシャルメディアであるフェイスブックの会員数は10億人を突破した。これらの会員は全て実在し、実際にサービスを利用しているのである。これをフェイスブックという国の人口だとすると、それは人口13.4億人の中国、同12億人のインドに次ぐ世界第3位の大国となる (Williams, 2012)。伝統的メディアの場合、それが提供する情報にアクセスし受け取るには、他人任せのところがあった (ニュース番組には決められた放送時間があるし、新聞は印刷後でないと手に入らないし、ラジオのトークショーにも決められた放送時間がある)。しかし、ソーシャルメディアなら、個人はいつでもどこに居ても、欲しい情報にアクセス可能だ。その他にも、ソーシャルメディアの利用者なら、自らコンテンツを作ることも可能である。メディアにアクセス出来る人なら誰とでもそれを共有出来るし、例えばその数は、フェイスブックなら10億人以上なのだ。

ソーシャルメディアは伝統的メディアが持つ側面に加え、情報を創造／共有する過程に個々の利用者が参画する道を作ったのである。これによって様々なメディアが作られ、ありとあらゆるサイトやアプリを通じて共有することが可能となった。こうしたソーシャルメディアの基盤によって、スポーツを含む新しい考え方が、

これまでは混雑し過ぎていて見つけられなかったであろう、たった一つの声を拾うことも可能にした。ラグビーに関しては、頭の片隅に置かれるくらいであろうけれど。伝統的メディアは何十年もの間、米式蹴球、バスケットボール、野球といったスポーツに関して飽和状態にあった。ラグビーのような新興スポーツにとって伝統的メディアは付け入る隙もなく、終わりの始まりでさえあったろう。しかし、ソーシャルメディアの成長で様々なウェブサイトが生まれたため、ラグビーについてのあらゆることに簡単にアクセス出来るようになったのだ。

ソーシャルメディアが仲介するコミュニケーション

ソーシャルメディアは、Carlin Islesのような選手の名声を広めるのに役立つが、ラグビーが他の競技に比べてそれほど人気のない国なら、それ以外のメディア、例えば放送のような伝統的メディアを用いるのは最も効果的な戦略ではないかもしれない。その代わり、ラグビー経験者、或はラグビーに詳しい人間がいることは、ラグビー人気を高めようとする時には資産となり得る。ラグビーをよく知っていたり、昔やったことがあるという人なら、伝統的メディアとはまた違った方法で、他の人がラグビーをプレーしたりそれに関わったりするよう鼓舞することが出来るからだ。

対人コミュニケーション学とは、人間同士が社会的な相互作用を及ぼす様子を研究する領域である。こうした相互作用を調べることで、我々は言語・非言語の双方による行動の効果について知ることが出来る。対人コミュニケーションには多くの効果があるが、その一つは「他者に知らせ、説得して励ますこと」である (Berger, 2009)。他者に影響を与える対人コミュニケーションについて、Cappella (1987) によれば、ある人の行動が他の誰かの行為に対して、両者の相互作用の後で影響を与えた時、それこそが対人コミュニケーションであるという。Berger (2009) もまた、対人コミュニケーションは他者との関係性に影響を与えると述べる。

対人コミュニケーションとは、人対人のコ

ミュニケーション、つまり受け手と伝え手が互いにその思いや考えを交換することを指すが、その方法の一つとして口コミがある (Swanson, Gwinner, Larson & Janda, 2003)。Berger & Iyengar (2013) によれば、「口コミが選択を左右する」かどうかについての研究は、これまで数多くなされているという (p568.)。例えば、人は友人が推薦した映画を多く観る傾向がある、と彼らは語る。同様に、医者は知人の医師が処方したものと同一薬を処方する傾向があることも見つかっている。同じく消費者の口コミに関して言えば、彼らは製品に興味がある場合、企業のために口コミによる宣伝を通常より多く展開するだろうということが長年論じられている。Berger & Iyengar は続けてこうも言う。「興味とは、製品に新奇性があったり、それに興奮したり、驚いたりした場合、或いはある種期待を裏切った場合などに生じ得る」(p568.)。

製品の流通という意味では、製品自体に影響を与えるという点でも口コミはとても重要だ (Silverman, 1997)。Silverman によれば、第三者として偏りなく評価出来るはずの友人が製品について言及した場合など、口コミは製品への信頼性という点でプラスの影響を与えることが出来るという。それと関連するスポーツマーケティングの領域でも、口コミはある種のスポーツイベントに行くかどうかの決断をする際、大いに役立っている。他の一般的な商品に比べ、そうしたスポーツイベントの評価は、実際にお金を払って楽しんでみないことにはわかりにくいからである (Swanson et al., 2003, p152.)。Shank (1999) によれば、そうしたスポーツイベントに参加する友人が多い人ほど、その人自身も将来にわたってより多くの試合を観に行く可能性が高いという。本研究では、人がスポーツ観戦に向かう時だけではなく、実際にスポーツをする上でも、言語による対人コミュニケーションがいかに役立っているかをこの先示して行く。

ソーシャルメディアの使用は、対面でのやり取りの延長である。フェイスブックやマイスペース、ツイッターといったサイトは対人コミュニケーションのもう一つの側面であり、

チームや選手個人のファンを拡大する(Bakalar, 2013)。ソーシャルメディアはローカルにもグローバルにもユーザー同士の繋がりをもたらし、その見返りとしてお互いの情報交換を可能にする。こうした情報にはメッセージ、写真、動画など様々な形態があり得る。ユーチューブも人気のあるソーシャルメディアの一つで、ユーザーは誰もが見られるよう、動画を投稿することが出来る(Kaplan & Haenlein, 2010)。スポーツに関して、ソーシャルメディアは選手やチーム、様々な団体によって自らの広報やファンとの交流のために利用されている。スポーツ団体や選手は、試合や催し物の広報、写真や動画の投稿、ファンへの情報提供などのためにフェイスブックのようなソーシャルメディアを利用する(Witkemper, C., Lim, C., & Waldburger, A., 2012)。Witkemperらはさらに、ユーチューブもファンが映った動画を投稿するのに利用されていると説く。ツイッターも情報を素早く伝達するために用いられている。というのも、このメディアは1回の投稿につき最大140字と決められているからだ(同)。Witkemper et al. (2012)の研究では、ツイッターによってスポーツ団体が「従来の意思伝達手段より高い効率性を達成出来る」ことが発見された(p180.)。

他のスポーツのラグビーへの教訓

英国のスポーツ、サッカーは何とか北米に辿り着いたものの、英国におけるような幅広い人気を得るまでには至らなかった。19世紀後半、サッカーはカナダの沿海地方にあるノバスコシア州でプレーされていたが、その人気は陸海軍、そして炭鉱労働者のコミュニティに止まっていた(Amis, 1996)。一般市民に人気なかった理由の一つは、「サッカーがラグビーやクリケット、アイスホッケー、競馬と競争し、選手や観客、メディアの関心を惹くために闘っていたからだ」とAmisは言う(p147.)。テレビ放送が開始される前の昔でさえ、異なるスポーツ同士で観客やメディアの争奪戦があったようだ。

サッカーは米国において歴史を刻んだが、他国におけるほど輝かしいものではない。実際、「米国は、サッカーがスポーツ文化の中の支配

的な要素にまで育たなかった唯一の先進国である」(Brown, 2005, p1106.)。米国におけるサッカーは、失敗に次ぐ失敗で苦しんだ。けれど、人気獲得に幾度失敗しても、何度も何度も蘇って来た(Apostolov, 2012)。

米国のサッカー人気は、1950年代、1960年代共に落ち込んだが、1966年、イングランドで開催されたW杯は米国において驚くようなテレビ視聴率を叩き出した(Apostolov, 2012, p114.)。1960年代後半、二つのサッカーリーグが新たに誕生する。米国において、プロサッカーが再び人気を獲得したのである。しかし、こうしたことは長く続かず、1980年代半ばまでにプロサッカーは再度中断する。1994年、米国はFIFAによるW杯のホスト国となった。この大会は「観客動員と収入という点で最も成功したW杯」となり(p115.)、USSF^{xii}理事長は「今大会はこれまでで最も素晴らしいW杯だった」と宣言する(Armstrong & Rosbrook-Thompson, 2010, p269.)。

W杯の2年後、メジャー・リーグ・サッカー(MLS)が10チームで始まり、米国におけるプロサッカーが再び台頭した。人気の飛躍的拡大に向け、MLSには世界的な有名選手たちが輸入されたが、世紀の変わり目の頃にはリーグの観客動員数は半減、累計約3億ドルもの赤字が発生していると報道された。テレビ視聴率で見ても、MLSは米式蹴球、バスケットボール、野球、ホッケーといったより人気のある競技に依然遠く及ばない(Apostolov, 2012)。米国のサッカーは外国人ばかりなので、この競技自体が米国的ではなくなっており、そのことがより米国的な競技を求める国内の観客を遠ざけているのではないかとBrown(2005)は示唆する。MLSはその開始初期、「ESPNやABC^{xiii}に放映権料を支払った上、番組の制作費や試合の費用まで自前で面倒見なければならなかった」(p115.)。

米MLSの開始事例のおかげで、同国におけるラグビーのプロモーターたちは、ラグビーをプロらしく見せるためにはどういうことを避けた方が良いか、その戦術を練ることが出来た。例えば、RugbyLaw^{xiv}のジョージ・ロバートソン及びマイケル・クレメンツは、MLSの成長が緩慢であったがゆえに、当該競技のさらなる成長を

困難にしたと信じている。米国でラグビーが繁栄するためには、信用を得るまで何年も待つというようなリーグではなく、最初からグレードの高い、信用のあるリーグでなければならないというのだ。しかし、彼らはこうも信じている。MLSのように、海外のスター選手を呼んで来ることは、人気の呼び込みにも役に立つだろうと (Dart, 2013)。

サッカーは一定の人気を得たとはいうものの、野球や米式蹴球が人気を得た後では、影が薄いままだということを歴史が示している (Armstrong & Rosbrook-Thompson, 2010)。次に来たのはバスケットボールとホッケーだ。サッカーの付け入る隙は突然なくなってしまったのである (Apostolov, 2012)。野球や米式蹴球は、サッカーが放映されるための支障となっているのではないかと Apostolov は示唆する。1960年代後半、野球放送は常態化し、スーパーボウルの開始と共に米式蹴球も同様となった。こうした放送が「リーグにとって莫大な収入を生んだ一方、「サッカーは放送されなかった」ので、平均的な米国人は観られなかった」(p119.)。1920年代、野球の得点シーン(時には試合全て)はラジオで放送された。こうした放送はそれがない場合に比べ、チームに多大な収入をもたらした。けれども、サッカーにはそうした放送はなく、1927年までわずか三つのラジオ局が番組の一部にサッカーを取り入れていたに過ぎない。それに、サッカーをテーマにした15分以上の番組は一例もない (Apostolov, 2012)。

野球は多くの放送時間を獲得したのに、サッカーはそうでなかったことの一因として、野球には解説を入れやすかったが、サッカーではそれが比較的難しかった、ということがある。野球の試合進行は遅いため、選手の動きを説明することが容易であったのに対し、進行の早いサッカーでは「ピッチの動きをきちんと解説するのに多くの技術を必要とした」と Apostolov (2012) は述べる。サッカー放送が苦労したことのもう一つの要因は、試合中に小休止がないことだ。そうした時間があれば、プレーが停止している間にもっとコマーシャルが流せるのだから (Armstrong & Rosbrook-Thompson, 2010)。

テレビ局との契約が結べなかったばかりに、米国におけるプロサッカーは苦難の道を歩んだように見えるかもしれない。けれども、比較的プレーが連続するホッケーは、カナダでテレビ放映され依然として大人気である。こうしてみると、スポーツの隆盛は文化的な現象としての色彩がより色濃いということであり、競技の特徴について厳密に云々しても仕方がないということかもしれない。Apostolov (2012) によれば、米国のプロサッカーはテレビ放映がないことでとても苦しんだという。しかし今日、「MLSは特にテレビ放映など、メディアによってまともな扱いを受けることで利益を得ている」(p18.)。Apostolov が発見したことというのは、プロスポーツにおいて観客数は大事だが、テレビの視聴率は死活問題だということだ (p127.)。米国でラグビーが成功するためには、テレビの契約によって支えられる必要があることは明白であろう。NFLはテレビ契約を重視する戦略を取っており、もしラグビーについてもそうするのなら、ラグビーが大衆の人気を得るために強力な後押しをする必要があるだろう (Reed, 2013)。

本調査の主たる研究課題は、米国の運動選手が他の人気種目ではなくラグビーを選択する際、ソーシャルメディアにいかなる影響を受けたかを明らかにするものである。これを理解することは、何がスポーツの発展を助けるのかを理解することに繋がるかもしれない。ラグビー選手が何故ラグビーを選んだのか、そしてその意思決定にソーシャルメディアがどのように関わっているのか、本調査はそれを明らかにするだろう。人々が何故プレーするのか、それには理由がなければならない。本調査はそれを発見するための手助けとなるだろう。もちろん、楽しさは競技に付き物だし、それなくば人々はプレーしないだろう。けれども、選手がプレーするにあたっては、他の要因も考慮に入れることが必要だ。先行研究のレビューに基づいて浮かび上がるのは、次のような研究課題である。

課題 1 米国人アスリートが他の人気種目ではなくラグビーを選択するのは何故か？

課題 2 そうした意思決定にソーシャルメディアはどのような役割を果たしているか？

第三章：方法論

研究戦略

本調査は質的調査及びグラウンデッド・セオリー・アプローチ (Corbin & Strauss, 1990; Strauss & Corbin, 1990) に基づく。新たな発見のため、質的調査の技術が用いられる。Strauss & Corbin (1990) によれば、質的調査とは「統計及び他の量的調査の手順を経ず、何らかの発見を生むあらゆる種類の調査」と定義される (p17.)。統計的手法を経ずに何かを発見する、という際には二つの仮定がある。一つは、例えば社会的、物理的、心理的環境など多くの物事が行動に影響を与えるというものである。二つ目は、いかなる行動が観察されようとも、外見上認められる以上に深く掘り下げることは可能である、ということだ (Krefting, 1991)。本研究では、これと全く同じ手法を用いてインタビューの質問を構造化し、大学のラグビー選手が何故ラグビーを選んだのか、その意思決定について詳細に調べる。この問題についてはこれまで殆ど手付かずだったため、将来にわたって当該領域の土台となる研究を提供するに当たり、また、プレーの動機まで明らかにするに当たり、質的手法を用いることが効果的である (Hungelmann, Kenkel-Rossi, Klassen & Stollenwerk, 1985)。

高齢者は何故スポーツをすることを重視するのか。Dionigi (2006) はそれを明らかにしようとする調査を行なった。被験者は 60 歳から 90 歳まで。つまり彼女は、調査に相応しい被験者を意図的に選択するため、目的サンプリングを用いたのである。本調査でも同様に、目的サンプリングを用いて、調査に相応しい対象者に確実にインタビューを行う。質的調査の手法を用いることにより、調査者は研究の土台となる部分を開始することが出来る (Human & Provan, 1997)。

被験者

本研究は、米国における 9 人の学生ラグビー

選手に対する質的かつ綿密なインタビューから構成されている。9 人となったのは、9 人目のインタビュー終了後、質問への回答が他の被験者とはほぼ同じという傾向が顕著となり、この時点で研究上の飽和状態に達したことを示唆していると思われたからである。データ中に何も新たな発見がなされない時点に飽和状態と呼ぶが、調査するかどうかを検証する際、飽和状態で調査を終えることは主たる方法の一つである (Suddaby, 2006)。飽和状態と認識され始めたのは当初数回のインタビュー終了後で、数あるトピックの中でもメディアの使用やその有効性についての回答が殆ど一緒になって来た時である。

本調査は米国におけるラグビーに関するものであるから、選ばれた被験者は米国の運動選手のみである。被験者が米国人であることを確実にするため、目的サンプリングを用いた。インタビューの対象として選んだのは、ラグビー抜きで文化的背景で育った者だけである。というのも、他の国々ではラグビーはとても人気があるため (Chadwick, Semens, Shwarz & Zhang, 2010)、そうした国や文化からもたらされたかもしれない、当該スポーツに対するバイアスを取り除き、米国人が他の競技でなく何故ラグビーを選んだかを明らかにするには、米国人として生まれた選手のみインタビューすることが重要である。インタビュー対象者には研究課題への回答内容という点で共通点があったし、目的サンプリングによって、そうしたデータをより深く掘り下げるのが可能となった (DiCiccio-Bloom & Crabtree, 2006)。

調査に相応しい被験者たちは、米国人として生まれた、選抜校のラグビー選手たちである (後述)。米国人として生まれた選手たちにインタビューを行うことは、ラグビーをするという意思決定に何が影響したのかをよく理解する上で重要だ。高校生や町のクラブチームの選手以上に、大学生選手の場合にはより専念傾向が見られる。そのため、本調査において大学生の選手をどのように選ぶかが重要となって来る。専念傾向がある分、プレーするという意思決定の背後にはより大きな動機があるはずだ。

Varsity Cup Championship (VC) として知ら

れる新たなポストシーズンの大会があるが、被験者が所属する大学はその大会の出場校の中から選んだ。この大会の出場校（つまり選手もそこから選ばれインタビューを受けるのだが）は、ブリガム・ヤング大学、カリフォルニア大学バークレー校、セントラル・ワシントン大学、空軍大学、クレムゾン大学、ダートマス大学、海軍大学、ノートルダム大学、カリフォルニア大学ロサンジェルス校、テキサス大学、そしてユタ大学である。これらの大学を選んだのは、いずれも米国における最上位のラグビーチームでとても高いレベルで競争しているから、そして所在地が多様であることからより多様なデータが得られるからである。上位校であることで、選手の専念度は高いはずで、彼らが大学以前のラグビー競技経験を有する可能性も高い。この点は重要である。というのも、こうした選手たちにとってラグビーは人生の重要な一部であり、彼らこそが本調査に貢献出来るうってつけの人物なのである。これらの大学からこうした選手の協力を得ることも重要だ。大学の所在地が互いに離れ分散しているのも、選手を持つ背景も異なっているであろうからだ。例えば、ラグビーで有名な州（ユタやカリフォルニア）もあれば、そうでない州もある。所在地が違うということは、選手が何故ラグビーを選んだかということについても異なる影響を及ぼしている可能性がある。それぞれのインタビューは電話で行い、会話は録音した。インタビューを始める前には、各選手から口頭での了解も得ている。インタビューは20分から30分という長さで、選手の回答内容によって異なる。

本研究の著者は多年にわたるラグビー経験を有しており、公認レフリーでもあり、また当該競技に関する専門知識も持ち合わせている。こうしたことがインタビューの過程では大いに役立った。対象者へのインタビューでも、彼らとのちょっとした交流においても、鋭い回答を引き出すことが出来たのである。筆者自身、ラグビーの拡大にも、数多い米国の運動選手がラグビーをすることを選ぶのにも、メディアがある種の役割を果たしていると感じている。その点で、本調査にはバイアスが働いてはいる。

これらは全て大学チームであるため、選んだ候補者にインタビューをする過程で、それに相応しい体育局の許可は得ている。規則に抵触しないよう、こうした外部との連絡はインタビュー前に済ませた。これらの大学は全てクラブチームだったので、誰よりもまずコーチに連絡を取り、インタビュー対象者となる選手への要求事項と共に調査目的を伝えた（顕著な例外は、調査への協力を求めるために最初に連絡をした後、ラグビーチームがNCAAに加入したためクラブレベルではなくなったイースタン・ワシントン大学である）。その後、コーチは、先に述べたような条件の下でどの選手が最もインタビューに相応しいか、選ぶのを手助けしてくれた。コーチの許可を得た後、選ばれた選手に連絡を取り、インタビューの日程を決め、実行した。

インタビューでの質問

どのようにラグビーを知ったか、何故プレーし始めたか、何故今もプレーしているのかなど、本調査におけるインタビューの質問は、対象者のラグビー史に焦点を当てている。質問は自由回答方式かつ柔軟であり、インタビューの最中に回答した内容を変更することを可能とした。インタビュー終了後の追加質問に加え、新たなデータにより適合するよう、質問自体を修正することまで行っている (Arora & Stoner, 2009, p274.)。これにより、質問者が新たなテーマを設定したり、過去に行った他のインタビューと関連付けたりすることが容易になった (Strauss & Corbin, 1990)。ある方向にインタビューを誘導することで、不要な情報はひとまず脇へ置くことが可能となる。他方、より重要なトピックが出てくれば、それについて最後まで聞くことが出来るだろう。本調査における研究課題は、米国の大学ラグビー選手が、他の競技ではなくラグビーを選んだのは何故かについて詳しく見ていくことである。選抜した大学の対象者に対するインタビュー質問は以下のようなものであり、これらが初期の当該調査を方向付けることとなった。

1、ラグビーをどのように知りましたか？

- a. 何らかのメディアがそれに関わっていますか？
- 2、ラグビーをプレーし始めたのは何故ですか？
 - a. 今もプレーを続けているのは何故ですか？
- 3、他競技ではなく、ラグビーに専念しようと決めたのは何故ですか？
- 4、ラグビーをプレーしようかどうか決める時、メディアでどれくらいラグビーを観ましたか？
- 5、米国メディアのラグビーに対する扱いについて、あなたはどのような印象を持っていますか？
 - a. そのことがラグビーをプレーするための選択に影響を与えましたか？

こうした質問は、大学レベルでラグビーをプレーしたいと思った、回答者の動機をより深く理解するために重要である。これらの質問は、互いが補完し合うことで、ラグビー選手各々の意思決定過程をより詳細に探ることが出来るよう設計されている。つまり、こうした質問を通じて、ラグビーに専念しようと決める以前に、選手たちはどのような意思決定過程を経ているのかをより広い視野で理解することが出来るというわけだ。インタビューは15分から25分の間行われ³⁾、その差は回答時間の長さによる。インタビュー終了後、調査者は主なテーマを分類し、他のインタビューにおけるテーマとの統合及び比較を行った。飽和状態に至るまでこれらのテーマを分析し、飽和状態となった時点でインタビューを中止した (Glaser & Strauss, 1967; Adams, McIlvain, Lacy, Crabtre, Yenny & Sitorius, 2002)。

分析

継続比較法を用い、インタビューを通じて発見されたテーマを相互に比較した (Boeije, 2002)。選手はどのようにラグビーを知ったか、つまり選手が初めてラグビーという競技に関与した手段、さらには、プレーするという意思決定へのメディアの関わりなどは、本調査によっ

て明らかになると考えられたテーマである。実際、こうしたテーマは明らかとなって来たとし、後に続く全てのインタビューの質問を方向付ける役割も果たした。データ分析が進むに伴って、他のテーマも明らかとなって来た。それによって、インタビューの質問もそれらにうまく適合するよう改められた。インタビューの全過程において、新しい情報、繰り返される情報、重要な情報が得られる度、メモを取った。メモを取るというのは、テーマの分類や、仮説の改良、調査中に生じた他の疑問などについて、調査者がその時系列を追う際には役立つ方法である。研究が進むに従い、調査者が理論を改善するという行為がより簡単になるからだ。理論が改善されれば、メモの内容も改善される。これらのメモを、以前のインタビュー時のメモや記録と比較することで、調査者が共通のテーマを発見したり、他のどれとも関連のない独自のテーマだと分類したりすることが可能となった。インタビューの最中、どの重要テーマを追跡しようかと意識するのは大事だが、本研究において、最も効果的なインタビュー質問を設定するために、継続的にメモやデータを比較することもまた重要である。

データはグラウンデッド・セオリー・アプローチ及び継続比較法を用いて分析した。本研究においてはこのような方法が有効なのである。何故なら、当該課題に関する研究はこれまで多くないので、本研究が当該研究分野における嚆矢となることが可能だからである。これらの方法はまた、研究をさらに深化させ、当該課題についてのこれまでにない新たな視点や関係性の発見にさえ到達することを可能にする。

グラウンデッド・セオリーは、ある状況を導くための条件といった事柄だけではなく、それ以上のことを発見するためにも用いられる。すなわち、「変化する状況や自らの行動が招いた結果に、人がいかに反応するかを究明するためにも用いられるということである。こうした相互作用を捉えられるかどうかは、ひとえに調査者の責任である」(Corbin & Strauss, 1990, p5.)。グラウンデッド・セオリーは、人が現実をどのように解釈しているのか、それを知りたい時に

使えば役に立つ (Suddaby, 2006, p634.)。同様に、本調査でグラウンデッド・セオリーを用いたのは、米国のラグビー選手たちが、ラグビー選手としての役割についてどのように感じているのか、またいかにしてラグビーを自身の人生の重要な一部にしようと決めたのか、ということについて理解するためである。Corbin & Strauss (1990) に倣い、本研究の調査者はインタビューを基にしたデータを用い、回答者がどのような反応を示したかを理解しようと努めた。そしてそのような行為を通じ、回答者が何故そうした行動を選択したのかについて、さらに深く理解しようとした。

グラウンデッド・セオリーでは、調査の開始時点で既に、アイデアや疑問が調査者の頭の中に浮かんでいる。それが、調査者がより詳しく調べてみたいと思っている事柄である。そのため、調査者はそうしたアイデアを体現してくれるような集団やコミュニティを選択する。本研究の場合、調査者は米国のラグビー選手について理解したいと考えているので、そうした選手がいる場所へ出かけて行こうと決めた。望ましい研究サンプルとしての場所が決まれば、その周辺の出来事や事件、そしてインタビュー対象者の行動に何らかの役割を果たすその他の環境といった事柄も、同様に研究のための標本となり得る (Aora & Stoner, 2009)。インタビュー対象者から可能な限り多くのものを引き出すために、調査者には異なる環境へ対象者を誘い出すという別の選択肢もある。例えば、対象者が普段いる環境よりも、大なり小なりストレスのかかるような場所だ。これは、ある特定の現象を発見するのに役立つ。グラウンデッド・セオリーの目的というのは、必ずしも人間にばかり焦点を当てることではなく、考え方や見分けのつく現象などに焦点を当てることにもある。そうしたものが何故生じたのか、結果はどうであったか、人というよりは考え方に関連する要因は他にないか、といった風なのだ。本調査では、インタビューが出来るように、そして出来るだけ気が散らないようにと単純に静かな場所を利用した。電話でのインタビューだったので、対象者は例えば自分の家のような快適な場所に居

られるようにした。

グラウンデッド・セオリーによる調査において、メモは大事だ。メモはデータの分類、仮説、調査中に生じた他の疑問といった事柄について、調査者が時系列で追うことを可能にする。メモはまた、調査の進行と共に調査者が理論を開発していくことを容易にする。こうしたことが、グラウンデッド・セオリーにおけるメモの役割をととても重要なものにしており、それは単なるアイデアといった存在に止まらない。メモ書きは調査の最初に始まり、それが終わるまで続く (Corbin & Strauss, 1990)。

コード分類もまた、グラウンデッド・セオリーにおける重要な側面である。それには主として、広範に受け入れられて来た次の三つの類型がある。すなわち、オープン、アクシャル、セレクトティブ^{xvi}である (LaRossa, 2005)。本調査では、Ledford, Willett, Kreps (2012) により効果的だとされるオープンとアクシャルの二つを用いる。オープン・コーディングは出来事や相互作用、その他類似する事件と「他との類似性や差異」(Corbin & Strauss, 1990, p12.) という観点で比較する際に重要である。それらにラベルを付け、異なる範疇に分類する。これは調査者が次に調査をする際の指針作りに役に立つ。別の言い方をすれば、オープン・コーディングは現象に名前を与え、それを分類するということだ (Andronikidis & Lambrianidou, 2006)。本調査がオープン・コーディングを用いるのは、今生じているテーマに基づくさらなる疑問を生じさせるように、そしてそうしたテーマに適合しない疑問を修正したり削除したりすることによっても、さらに疑問を生じさせるようにとの意図からである。

アクシャル・コーディングは「ある分類はさらに下位の分類と紐づけられており、両者の関係性についてデータとの照合が行われる」(Corbin & Strauss, 1990, p13.) という点でオープン・コーディングと異なる。データはそれがいかに生じたかという関連において精査されねばならない。データは収集するばかりでなく、それが生じた原因まで分析しなければならない。さもなければ、理論は穴だらけになるだ

ろう。Ledford et al. (2012, Corbin & Strauss, 1990 も参照) の研究と同様に、本研究も全てのインタビューでオープン・コーディングを用い、データ中にテーマが出て来る度にそれらを抜き出すという作業を行なった。次に、アクシャル・コーディングも実施し、異なる分類、さらに下位分類同士を相互に比較した。こうしたコード分類法を採用したのは、データ中に発生するテーマをより効果的に発見するため、また、そうしたテーマの背後にあるより大きな意味を見極めるためである。

全調査期間を通じて、仮説を形成しては修正し、「インタビュー、観察、書類など、調査で集まった現象に関連する全ての証拠と整合性を持つまで」(Corbin & Strauss, 1990, p11.) 継続的に検証した。これは継続比較法として知られる。継続比較とは「データの収集と分析が同時に行われる」ことを指す (Suddaby, 2006, p634)。比較は理論を発展させるための主たる道具である (Boeije, 2002)。本調査では、インタビューの初期から重要なテーマを記録し、次に続くインタビューでの別の質問の土台としてそれを用いた。調査期間中ずっと、質問を再検討しては修正し、インタビュー対象者間の共通性を見出そうとした。インタビューにおいて何度も繰り返し見られたテーマは、著しく欠落しているテーマと共に重要事項として具体的に記録した。

調査者が重要事項を見逃さないよう、最初に収集したデータは必ず分析 (コード分類とも呼ぶ) しなければならない。調査結果から手がかりを探すのである (Strauss & Corbin, 1990)。最初のインタビューで得た、調査に関係する事物は全て、次のインタビューに持ち込み、その後も一つ前のインタビューで得たものを次のインタビューで活かすというスタイルを繰り返した。グラウンデッド・セオリー・アプローチの背後にあってその核となる原則は、継続的な比較である。調査の全過程を通じ、テーマや事件、その他の出来事を記録し、「類似性や差異という観点からそれらを他の事例と比較するのだ」(Kennedy & Lingard, 2006, p104)。

グラウンデッド・セオリーを用いたのはイン

タビューの開始から本調査の終了までである。最初のインタビューでは、分類種別やインタビュー対象者によってもたらされた有益な情報についてメモを取った。それ以降もインタビューではメモを取り、よく似た考え方やデータをグループ化し、他の情報についてもグループ化してそれぞれのトピックに相応しいように分類した (Adams et al., 2002)。一端が垣間見えたトピックをさらに深く掘り下げるため、インタビューではフォローアップのための質問もした。インタビュー終了後、インタビューで生じたテーマにより上手く適合するよう、質問を精査し、(必要に応じて) 修正した (Boeije, 2002)。インタビューの中である考え方が初めて見つかったとしても、その正しさが証明されるまではそれをそのまま理論へと落とし込むようなことはしない。たった一つのインタビューということではなく、「複数のインタビューで繰り返し出現したり、さもなくば顕著に出現しなかったりした場合に」(Corbin & Strauss, 1990, p7.) ということだ。インタビューや調査の過程を通じて、有効性や関連性が証明されない場合には、何物も本研究の有効な一部とはならない。

データの相応しい関連付けを行うため、調査者は各現象が生じたそばからラベルを付けて分類し、続くインタビューで現れた、同じ範疇に属する他の出来事についても同様のラベルを付けて分類する。分類種別が増えれば、より概念化した見出しをそれらに付けてグループ化出来るかもしれない。このように考え方をグループ化することによって、よく似た行動を調査者が相互に関連付けることが出来る。グループが増え見出しに示された概念がより高次なものへと発展して行けば、分類そのものも発展して行く。それが続けば、最後にはついに各範疇同士が相互に関連し合い、一つの理論を形成することとなる (Corbin & Strauss, 1990, p11.)。こうしたコード分類では、インタビューの質問それ自体ではなく、もたらされた回答の意味が大事である。グラウンデッド・セオリーは「理論が正しいかどうか確認するというよりも、理論を構築するための道具なのだ」(Arora & Stoner,

2009, p274. 以下も参照 Kennedy & Lingard, 2006)。

本調査では、初期のインタビューから重要なテーマを抜き出して記録しており、それを次に続くインタビューでの別の質問の土台として用いている。調査期間中ずっと、質問を再検討しては修正し、インタビュー対象者間の共通性を見出そうとした。インタビューにおいて何度も繰り返し見られたテーマは、著しく欠落しているテーマと共に重要事項として具体的に記録した。

インタビュー毎の記録を作成するため、オーディオ機器による録音も毎回行なった (Adams et al., 2002)。本調査においては、電話での会話をマイクとアプリを使ってコンピューターに記録した (Adobe Audition)。これらの記録は Express Scribe というソフトウェアで文字化した。インタビューした選手たちの本名は明かさないうこととする。その代わりに、選手には仮名で登場してもらった。全てのインタビューの文字化が終了した後、当該記録を NVivo というコンピューターソフトに入力した。インタビューやテキスト分析で、調査者が共通のテーマを抜き出すための支援ソフトである (NVivo qualitative data analysis software, 2010)。最初は、インタビューから継続比較法で見つかったテーマをグループ化した (Dionigi, 2006)。トピックに無関係な小テーマは使用していない。インタビューからテーマを収集し終わった後、次にはそれらを相互に比較・分析し、これらのアスリートが何故大学でのスポーツとしてラグビーを選んだのかについて、より多くのことを知ろうと努めた。

引用文献^{xvii}

- Adams, W., McIlvain, H., Lacy, N., Magsi, H., Crabtree, B., Yenny, S., & Sitorius, M. (2002). Primary care for elderly people: Why do doctors find it so hard? *The Gerontologist*, 42, 835-842.
- Amis, J. (1996). The spread of soccer to North America: A case study of Nova Scotia, Canada. *European Physical Education Review*, 2, 143-157.
- Andrews, D., & Ritzer, G. (2007). The global in the sporting glocal. *Global Networks*, 7(2), 135-153.
- Andronikidis, A., & Lambrianidou, M. (2006). Children's understanding of television advertising: A grounded theory approach. *Psychology & Marketing*, 27, 299-322.
- Apostolov, S. (2012). Everywhere and nowhere: The forgotten past and clouded future of American professional soccer from the perspective of Massachusetts. *Soccer & Society*, 13, 510-535.
- Armstrong, G., & Rosbrook-Thompson, J. (2010). Coming to America: Historical ontologies and United States soccer. *Identities: Global Studies in Culture and Power*, 17, 248-371.
- Arora, R., & Stoner, C. (2009). A mixed method approach to understanding brand personality. *Journal of Product & Brand Management*, 18, 272-283.
- Bakalar, A. (2013). *Public relations: The use of social media as a tool for increasing awareness about college club sports teams*. (Senior project, California Polytechnic State University, San Luis Obispo, California). Retrieved from http://digitalcommons.calpoly.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1059&context=jou_rsp.
- Barnouw, E. (1970). *The Image Empire: A History of Broadcasting in the United States: Volume III - from 1953*, New York, USA: Oxford University Press.
- Berger, C. (2009). Interpersonal Communication. In D. W. Stacks & M. B. Salwen (eds.), *An integrated approach to communication theory and research* (260-279). New York, NY: Routledge.
- Berger, J., & Iyengar, R. (2013). Communication channels and word of mouth: How the medium shapes the message. *Journal of Consumer Research*, 40, 567-579.

- Boeije, H. (2002). A purposeful approach to the constant comparative method in the analysis of qualitative interviews. *Quality and Quantity, 36*, 391-409.
- Bollók, S., Takács, J., Kalmár, Z., & Dobay, B. (2011). External and internal sport motivations of young adults. *Biomedical Human Kinetics, 3*, 101-105.
- Brown, S. (2005). Exceptionalist America: American sports fans' reaction to internationalization. *The International Journal of the History of Sport, 22*, 1106-1135.
- Cappella, J. (1987). Interpersonal communication: Definitions and fundamental questions. In C. R. Berger & S. H. Chaffee (Eds.), *Handbook of communication science* (184-238). Newbury Park, CA: Sage Publications.
- Cave, M., & Crandall, R. (2001). Sports rights and the broadcast industry. *The Economic Journal, 111*(469), 4-26.
- Chadwick, S., Semens, A., Schwarz, E., & Zhang, D. (2010). Economic impact report on global rugby part III: Strategic and emerging markets. Retrieved from http://www.irb.com/mm/Document/NewsMedia/MediaZone/02/04/22/88/2042288_PDF.pdf.
- Cherry, R. (2004). *Wilt: Larger than life*. Illinois: Triumph Books.
- Clifton, P. (2012, July 12). Meet the fastest man in American rugby. Retrieved from <http://www.rugbymag.com/news/clubs/club-sevens/5243-meet-the-fastest-man-in-american-rugby.html>.
- Collins, T. (2009). *A Social History of English Rugby Union*, London, UK: Routledge.
- Conway, C. (2011, March 1). The fastest growing team sport in the USA. Retrieved from <http://www.sportsnetworker.com/2011/03/01/usa-rugby/>.
- Corbin, J., & Strauss, A. (1990). Grounded theory research: Procedures, canons, and evaluative criteria. *Qualitative Sociology, 13*, 3-21.
- Corso, R. (2011, January 20). While gap narrows, professional football retains lead over baseball as favorite sport. *The Harris Poll*. Retrieved from <http://www.harrisinteractive.com/NewsRoom/HarrisPolls/tabid/447/mid/1508/articleId/675/ctl/ReadCustom%20Default/Default.aspx>.
- Cressman, D., & Swenson, L. (2007). The pigskin and the picture tube: The National Football League's first full season on the CBS Television Network. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 51*, 479-497.
- Dart, T. (2013, May 11). NFL knows US professional rugby union could be a very good deal indeed. Retrieved from <http://www.guardian.co.uk/sport/2013/may/11/us-rugby-union-professional-league-nfl>
- DiCicco-Bloom, B., & Crabtree, B. (2006). The qualitative research interview. *Medical Education, 40*, 314-321.
- Dionigi, R. (2006). Competitive sport as leisure in later life: Negotiations, discourse, and aging. *Leisure Sciences, 28*, 181-196.
- Economist.com. (2011, February 3). Rugby in America: Worth a try. Retrieved from <http://www.economist.com/node/18070557>.
- Eriksen, T. (2007). Steps to an exology of transnational sports. *Global Networks, 7*(2), 154-165.
- Gaines, C. (2012, December 12). A US sprinter is taking the rugby world by storm. Retrieved from <http://www.businessinsider.com/us-sprinter-is-taking-the-rugby-world-by-storm-2012-12>.
- Gibson, H. (1998). Active sport tourism: Who participates?. *Leisure Studies, 17*, 155-170.
- Giuliano, T., Popp, K., & Knight, J. (2000). Footballs versus Barbies: Childhood play activities as predictors of sport participation by women. *Sex Roles, 42*, 159-181.

- Giullianotti, R., & Robertson, R. (2004). The globalization of football: A study in the glocalization of the 'serious life'. *The British Journal of Sociology*, 55(4), 545-568.
- Gladwell, M. (2000). *The Tipping Point: How Little Things Can Make a Big Difference*. Boston, USA: Little, Brown.
- Glaser, B., & Strauss, A. (1967) *The Discovery of Grounded Theory*. Chicago: Aldine.
- Gomery, Douglas. (2008) *A History of Broadcasting in the United States*. Malden, MA: Blackwell Publishing.
- Harris, O. (1994) Race, sport, and social support. *Sociology of Sport Journal*, 11, 40-50.
- Horton, P. (2009). Rugby union football in Australian society: An unintended consequence of intended actions. *Sport in Society*, 12, 967-985.
- Huggins, M. (2007). BBC radio and sports 1922-39. *Contemporary British History*, 21, 491-515.
- Hughes, Thomas. (1857) *Tom Brown's Schooldays*, Cambridge, GB: Macmillan & Co.
- Hull, J. (2013, January 7). USA sevens rugby: How a winning combination in Vegas may lead to gold in Rio. Retrieved from (<http://bleacherreport.com/articles/1474338-usa-rugby-sevens-how-a-lucky-combination-in-vegas-may-lead-to-gold-in-rio>).
- Human, S., & Provan, K. (1997). An Emergent Theory of Structure and Outcomes in Small-Firm Strategic Manufacturing Networks. *The Academy of Management Journal*, 40, 368-403.
- Hungelmann, J., Kenkel-Rossi, E., Klassen, L., & Stollenwerk, R. (1985). Spiritual well-being in older adults: Harmonious interconnectedness. *Journal of Religion and Health*, 24, 147-153.
- irb.com. Rugby in the Olympics: History. Retrieved from <http://www.irb.com/rugbyandtheolympics/history.html>.
- irb.com. (2011, Feb 11). Rugby third fastest growing sport in USA. Retrieved from <http://www.irb.com/newsmedia/mediazone/pressrelease/newsid=2041651.html>.
- irbrugbyready.com. Introduction to rugby ready. Retrieved from <http://www.irbrugbyready.com/index.php?section=5>.
- irbsevens.com. (2013, March 26). Debut to remember for Olympic hosts Brazil. Retrieved from <http://www.irbsevens.com/destination/edition=5/news/newsid=2065980.html>.
- Jahns, A. (2014, May 15). Professional rugby league hopes to establish team in Chicago. Retrieved from <http://voices.suntimes.com/sports/pro-rugby-league-hopes-to-establish-team-in-chicago/>.
- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53, 59-68.
- Kaye, B., & Johnson, T. (2003). From here to obscurity?: Media substitution theory and traditional media in an on-line world. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 54, 260-273.
- Kennedy, T., & Lingard, L. (2006). Making sense of grounded theory in medical education. *Medical Education*, 40, 101-108.
- Kietzmann, J., Hermkens, K., McCarthy, I., & Silvestre, B. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54, 241-251.
- Krefting, L. (1991). Rigor in Qualitative Research: The Assessment of Trustworthiness, *The American Journal of Occupational Therapy*, 45(3), 214-222.
- LaRossa, R. (2005). Grounded theory methods and qualitative family research. *Journal of Marriage and Family*, 67, 837-857.

- Ledford, C., Willett, K., & Kreps, G. (2012). Communicating immunization science: The genesis and evolution of the national network for immunization information. *Journal of Health Communication: International Perspectives, 17*, 105-122.
- Morgan, Cliff. (1970) *Rugby: The Great Ones*, London, GB: Pelham Books.
- NVivo qualitative data analysis software. (2010). QSR International Pty Ltd. Version 9
- Pangallo, M. (2012). London could get its own NFL franchise - UK Chief. Reuters. Retrieved September 23, 2012 from <http://uk.reuters.com/article/2012/08/23/uk-nfl-london-idUKBRE87MOMY20120823>.
- Parente, D. (1977). The Interdependence of Sports and Television. *Journal of Communication, 27*, 128-132.
- Phillips, M., & Hutchins, B. (1998). From independence to a reconstituted hegemony: Rugby league and television in Australia. *Journal of Australian Studies, 22*, 134- 147.
- Pratt, A. (2011, February 2). From NFL gridiron to U.S.A. rugby sevens. Retrieved from <http://blogs.usembassy.gov/sportsdiplomacy/2011/02/02/from-nfl-gridiron-to-u-s-a-rugby-sevens/>.
- Rader, B. (1984). *In Its Own Image: How Television Has Transformed Sports*. New York: Free Press.
- Rader, B. (1990). *American Sports: From the Age of Folk Games to the Age of Televised Sports*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Reed, C. (2013, May 11). NFL, Premiership Looking To Start U.S. Pro Competition. Retrieved from http://www.thisisamericanrugby.com/2013/05/nfl-premiership-looking-to-start-us-pro.html?utm_source=BP_recent.
- Richards, Huw. (2007) *A Game for Hooligans: The History of Rugby Union*, Edinburgh, GB: Mainstream Publishing Company.
- Rowe, D. (1996). The global love-match: Sport and television. *Media, Culture & Society, 18*(4), 565-582.
- Schmitz, R. (2010). Rugby is now the fastest growing sport in the U.S. and BIG changes to high school rugby. Retrieved from <http://yourhub.denverpost.com/arvada/rugby-is-now-fastest-growing-sport-u-s-and/mM6cGwQx7GZ84C2xyISyd0-ugc>.
- Shank, M. (1999). *Sports Marketing: A Strategic Perspective*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, Inc.
- Silverman, G. (1997). How to harness the awesome power of word of mouth. *Direct Marketing, 60*, 32-37.
- Sinkler, J. (2013, May 30). The fast track to rugby. Retrieved from <http://www.usarugby.org/news/coverage/usarugby/item/the-fast-track-to-rugby>.
- Smith, Jed. (2007). *The Original Rules of Rugby*, Oxford, GB: Bodleian Library.
- Strauss, A., & Corbin, J. (1990). *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques*. CA: Sage Publications.
- Steves, T. (2012, April 21). Lasike receives football scholarship. Retrieved from <http://byu.scout.com/2/1179610.html>.
- Suddaby, R. (2006). From the editors: What grounded theory is not. *Academy of Management Journal, 49*, 633-642.
- Swanson, S., Gwinner, K., Larson, B., & Janda, S. (2003). Motivations of college student game attendance and word-of-mouth behavior: The impact of gender differences. *Sport Marketing Quarterly, 12*, 151-162.
- Szymanski, S. (2006). The economic evolution of sport and broadcasting. *The Australian Economic Review, 39*, 428-434.
- United States Census Bureau. (2009). Participation in selected sports activities: 2009. Retrieved from: <http://www.census.gov/compendia/statab/2012/tables/12s1249.pdf>.

- usasevens.com. Fan guide. Retrieved from <http://www.usasevens.com/las-vegas/fan-guide-2/>.
- Watts, J. (2002). Perspectives on sport specialization. *Journal of Physical Education, Recreation & Dance*, 73, 32-37.
- Williams, J. (1994). The local and the global in English soccer and the rise of satellite television. *Sociology of Sport Journal*, 11, 376-397.
- Williams, R. (2012, October 4). Revealed: The third largest 'country' in the world - Facebook hits one billion users. Retrieved from <http://www.independent.co.uk/life-style/gadgets-and-tech/news/revealed-the-third-largest-country-in-the-world--facebook-hits-one-billion-users-8197597.html>.
- Witkemper, C., Lim, C., & Waldburger, A. (2012). Social media and sports marketing: Examining the motivations and constraints of Twitter users. *Sport Marketing Quarterly*, 21, 170-183.
- i 訳者注 本稿は著者ベンジャミン・ジェイムズ・コッカーが2014年、米ブリガム・ヤング大学に提出した論文を、著者本人及び大学当局のご厚意及び許可を得て、大西が翻訳したものである。但し、紙幅の都合により原著の Acknowledgements 及び目次は省略している。他方、原著には繰り返しの表現が多く、多くの頁で散見されるが、本稿は原著を尊重し、一切省略することなくそのまま掲載している。
- ii 訳者注 ラグビーはサッカーから生まれたものではなく、前身という言い方は必ずしも正しくない。
- iii 訳者注 15人制のユニオンに対して、リーグは13人制
- iv 訳者注 アメリカ合衆国国勢調査局
- v 訳者注 邦訳版は、マルコム・グラッドウェル(2007)『急に売れ始めるにはワケがあるネットワーク理論が明らかにするロコミの法則』SB文庫
- vi 訳者注 サッカーの試合中というのは明白な事実誤認である。この時代にはまだサッカーというスポーツは存在しない。ラグビーやサッカーへの分化が不十分であった原始フットボールの試合と理解すべき。
- vii ここでのサッカーも正しくは原始フットボールのこと
- viii 訳者注 International Rugby Board の略で、その後 World Rugby へと名称変更
- ix 訳者注 アイスホッケーのこと (以降も同様)
- x 訳者注 出身州の意。ここでは、初めてラグビーリーグをプレーした州の代表となることを指す。
- xi 訳者注 全米自動車競争協会 (National Association for Stock Car Auto Racing) の略
- xii 訳者注 United States Soccer Federation (全米サッカー連盟)
- xiii ESPN は米国のスポーツ専門局、ABC は同国三大ネットワークの一つ
- xiv 訳者注 米国におけるプロラグビーのオーナー企業
- xv 訳者注 前頁の記述と齟齬があるものの、そのまま訳出した。
- xvi 訳者注 それぞれ英語の名称がそのまま日本語でも専門用語として定着して用いられているようなので、敢えて訳さずにおいた。因みに、open は「開放型の」、axial は「軸方向の」、selective は「選択的な」といった意味である。
- xvii 原著には、引用があるにも関わらず、Reference に記載のない文献が3編見受けられた。著者に相談し、了解を得た上でそのうち2編を訳者が調べて追加し、残る1編はごく一般的な事柄のため、引用そのものを削除することとした。