

スポーツにおける社会的アイデンティティ論文の概観 (英文 1985～2008年のもの)

Title: Research Reviews about Social Identity in Sports
(1985-2008 English Limited)

阿江 美恵子 遠藤 俊郎* 三宅 紀子**

*山梨大学

**首都大学東京

1. 緒言

筆頭著者は、30年間にわたって集団凝集性という考え方からスタートしてスポーツ集団についての研究を進めてきた。スポーツ集団の様々な行動様式や集団のパフォーマンスに關与する要因は、集団凝集性、リーダーシップ、規範、社会的スキルなど多岐にわたっている。しかし、個々の問題とその結果を得てもなおその方法論的な問題は十分に解決されたとは言えない。また、スポーツ集団自体の構造的な変化は近年著しく、指導者論の限界、スポーツ観の変化、スポーツ科学を集団経営にどのように応用するかまたはできるかの問題など、あらたな研究課題が山積し、スポーツ集団の研究を見直す時期にきていると考えられる。

著者たちは、2005年度からスポーツ集団の「社会的アイデンティティ」について日本学術振興会から科学研究費補助金を受け、社会的アイデンティティを中心にスポーツ集団を対象とした研究を継続している。1960年代から70年代には集団凝集性の視点とは異なる社会的アイデンティティ理論が提唱された。この理論ではとくに集団に「所属すること」の心理的な意味が検討された。この視点は今後さらに集団研究に新たな視点をもたらすものになるのではないかと考えられる。

研究を進める上で過去の研究を概観することは重要である。実際の調査研究と並行して文献検索を実施した。本学図書館の雑誌記事等文献検索システム(CiNii)を用いて、「社会的アイデンティティ」をキーワードに日本語の雑誌記事文献検索を行うと61件の記

事が見られた。それらの文献をざっと概観してみるとスポーツ観客をあつかった数編の文献以外は、スポーツに関するものは見られなかった。そこで、欧文の雑誌記事等検索システム(SPORTDiscus)を用いて英語圏の文献検索を行った。

本報告は、集団の社会的アイデンティティ研究の出発点となったホッグによる研究を紹介し、次に方法のところで述べる内容に限定した文献検索を行い、スポーツの社会的アイデンティティについての英語圏の1985～2008年に公表された文献を紹介することを目的とした。

2. 方法

本学図書館の雑誌記事文献検索システム(SPORTDiscus)を用いて、雑誌記事等の検索を行った。タイトルのキーワードを「social identity」、「sport」とした。その結果、102編の論文等が検索できた。そのうちタイトル、キーワード、抄録を手がかりにスポーツ集団に関わるものに絞り、それをとりあげた。今回はその論文から関連する文献についての検索は行わなかった。

3. ホッグら(1995)の「社会的アイデンティティ理論」にみられる集団への視点

本書の第1章の序にみられる碑文を引用する。「1942年7月から1943年8月までの間、この地にナチスの収容所があった。ここで、ポーランド・ソビエト・チェコスロバキア・ブルガリア・オーストリア・フランス・ベルギ

一・ギリシャから送られてきたユダヤ人80万人以上が殺戮された。1943年8月2日、彼らは、武装蜂起を企てたが、あえなくナチの看守によって葬り去られた。」(ポーランドのトリブレンカ村)

人間は社会的なというより集団行動をする生き物であるが、一方で他者を殺戮し、他方で他者と共に生きる、これを説明するカギは何なのか。ホッグの説明は「社会が異なった集団やカテゴリーから成り立っており、その中の個人の見解や意見・行動が所属する集団やカテゴリーに基づいているという事実にある。」というものであった。人間の殺戮の恐ろしい歴史は、異常な人間が起こした行動ではなく、自分の集団のカテゴリーを守っただけだと考えられる。

4. 文献の紹介

文献検索の結果、紹介できる文献は17編あったので、その概要を以下にまとめた。文献検索の結果に抄録のない文献については、5に著者、タイトル、雑誌名のみを掲載した。なお、日本語要約の最後に「抄録のみ」とある文献は、記事そのものは手元になく、検索結果の抄録をもとに翻訳したものである。掲載は出版年の古いもの順とし、著者名、出版年、タイトルのみとした(詳細な情報は、最後の文献表参照のこと)。

① Lee, M.J. (1985) "Self-esteem and social identity in basketball fans: A closer look at basking-in-reflected glory."

目的:スポーツファンの態度は社会的競争の表出現象の良い例であると考えられる。とくにこの現象は自己評価とスポーツチームの特徴に影響される。そこで、スポーツ準拠集団を用いて、自分の社会的アイデンティティを作り上げている集団に好意的であればあるほど「内集団ひいき」が生じることを明らかにすることが目的であった。

対象:大学バスケットボールチームの特徴についての尺度項目を電話インタビューで示し、男子大学学部生223名に実施した。

インタビュー内容:バスケットボールチームのゲームを好ましいと思うかどうかを電話で質問した。同時に大

学での経験が良好か失敗しているかを伝えられ、この質問で被験者の自己評価をコントロールした。「内集団ひいき」はチームに対する「僕たち」という言い方の出現で判定された。

結果:個人的な成功/失敗がバスケットボールの試合の結果の記憶と統計的に有意な関わりがあった。これは自己防衛機能と説明できる。成功や失敗条件で重要な代名詞の使用に統計的に有意な違いがあったのは、自己評価を保護する方法が条件によって異なるからと解釈された。自己評価と自我関与は、内集団感情の表現を引き出す重要な変数である。

人がスポーツチームへの忠誠心を発達させて表明することや、観戦に参加することや、チームをサポートするプロセスは、明らかに複雑で、多くの変数の影響を受けている。研究結果から、自己防衛や卓抜さを変数に加える必要が示された。

② Hughson, J.(1998) "Soccer support and social identity."

目的:オーストラリアのサッカープレミアゲームでの伝統的なクロアチア人主体のチームを追いかけているサッカーフーリガン集団の民族的アイデンティティを空間理論で説明するのが目的である。集団を中傷するのではなく、成員のサブカルチャー視点で行動を理解しようと試みた。

内容:Sojaという人が人間の第三空間を「他者」の空間と定義した。それを使用してサッカーのフーリガンを説明しようとした。第一空間は現実世界、第二空間はイメージを通じた物質世界と分類した。フーリガン集団の成員が特異な社会的アイデンティティを作り上げサッカー場に比喩的空間を見出すことを示そうとした。

③ Dietz-Uhler, B.&Murrell, A.(1999) "Examining fan reactions to game outcomes: a longitudinal study of social identity."

目的:フットボールチームのファンの意識に社会的アイデンティティやスポーツの状況要因(期待、結果、メディアの注目)が影響するかを明らかにすることが目的であった。

方法:大学のフットボールシーズン(14週)を対象に、

74名の参加者にゲーム後のチームへの認知を回答させた。

結果:大学に強いアイデンティティを持ったファンは、アイデンティティの低いファンよりもシーズン中ずっとチームに好意的な評価を行った。大学に強いアイデンティティを持ったファンは、試合に負けたときより勝ったとき、勝つと予想したとき、ゲーム内容が肯定的だったときに、チームを高く評価した。大学へのアイデンティティが低いファンはチームへの評価は変わらなかった。

これらの結果は社会的アイデンティティの効果であり、集団(チーム)のパフォーマンスについての人間の反応に社会的アイデンティティが重要である。社会的アイデンティティは自分の集団の認知に強い効果を持つことが示されたが、スポーツファンではそれが確かであるとはいえなかった。社会的アイデンティティがどのようなときに効果あるのかを明確にする状況要因を探求する必要が認められた。

④ Laverie, D.A. & Arnett, D.B. (2000) "Factors affecting fan attendance: the influence of identity salience and satisfaction."

目的:熱心なファンの行動のモデルを構築するために、様々な研究をまとめ、社会的アイデンティティ理論、関与、愛着、満足の研究から、理論モデルをつくることが目的であった。

方法:ファンアイデンティティの顕著な特性とスポーツ大会への参加に影響する要因が集約された。大学生のサンプルを用いて仮説モデルを検証した。

結果:アイデンティティの顕著な特性はファンの関与行動を説明する重要な要因であることが示された。(抄録のみ)

⑤ Stott, C., Hutchison, P. & Drury, J. (2001) "Hooligans' abroad? Inter-group dynamics, social identity and participation in collective disorder' at the 1998 World Cup Finals."

目的:1998年フランスワールドカップ決勝戦でイングランドのサポーターたちが再び違法な行動をとった。これらの行動は「フーリガン」の衝突に集結した。他方、トーナメントを観戦したスコットランドサポーターの行動

は非暴力で、「フーリガン」がいないと大衆新聞では評された。この研究では、サッカーの試合に限定して、「フーリガン」的なファンの有無で、違法な行動の有無が生じるかどうかを明らかにしようとした。

方法:トーナメントを観戦したスコットランドとイングランドサポーターの民族学的データ(N=121)を用いて、通常の「平和的な」サポーターが集団的な暴力に参加するかしないかというプロセスが調べられた。Drury & Reicher (2000)の社会的アイデンティティモデル(SMI)をもとに、群集行動の社会的アイデンティティモデル(ESMI)を作成した。

結果:内集団が外集団への活動を合法と理解すると、内集団成員は外集団成員に対する暴力をアイデンティティと再定義し、暴力を合法と考える。他方、外集団に敵意を感じない内集団成員は、ライバルチームの「フーリガン」サポーターと自分は違うと考えた。この研究では集団が現在どれくらい「非合法」であるかまたは非合法ではないかを明らかにすることでできたので、ESMIにより群集行動の研究が進んだと言える。

⑥ Wann, D.L., Morris-Shirkey, P.A., Peters, E.J. & Suggs, W.L. (2002) "Highly identified sport fans and their conflict between expression of sport knowledge and biased assessments of team performance."

目的:過去の研究ではチームへのアイデンティティレベルの低いファンよりも高いファンのほうが、スポーツとチームに関わる情報の知識が多く、肯定的な社会的アイデンティティを持つ人を援助する作戦やチームパフォーマンスに偏った評価をしがちであることが示された。しかし、自分のひいきのチームの正しい知識を表明したいという動機と肯定的な方向に偏ったチーム評価は矛盾する。そこで、この研究ではアイデンティティの高いファンにどのような動機が一番重要なのかを明らかにすることを目的とした。

方法:参加者は自分の大学バスケットボールチームへのアイデンティティの強さ、対象となるチームの勝敗を記述する動詞の使用によってチームの最終結果を評価した。

結果:チームへのアイデンティティの高いファンは、感情的な評価に偏ったが、あまり正確に評価しなかった。チームの情報に様式、とくにパフォーマンスに関わる情報と関わらない情報の弁別が議論の中心であった。(抄録のみ)

- ⑦ Kauer, K.J.(2002) "Scary dykes and feminine queens: Stereotypes and the conflicting social identities of female athletes."

タイトル:「恐ろしいレズビアンと女性らしい女王:ステレオタイプと女性競技者の社会的アイデンティティの葛藤」

目的:女性競技者をめぐるステレオタイプについての競技者の認知の同定、ステレオタイプへの競技者の反応、異性愛競技者とレズビアンの競技者がステレオタイプに反応が異なるか、を明らかにすることが本の目的である。(抄録のみ)

- ⑧ Van Leeuwen, L., Quick, S., & Daniel, K.(2002) "The sport spectator satisfaction model: A conceptual framework for understanding the satisfaction of spectators."

目的:消費者の満足は多くのビジネスの成功と関連するので、研究の重要な領域である。しかし、スポーツ観客の満足についてはほんの少しの研究しかなく、また満足の決定要因の研究もない。観客が満足または不満足をどのように評価するかが本研究の目的である。それらは市場および営業努力に有益な情報となるであろう。

方法:スポーツ観客満足モデル(SSSM)はスポーツ産物の特異性、観客サービスの中心および周辺の次元を協調させるモデルで、それを用いた。

結果:試合と関連するサービスから引き出される満足した観客は、クラブへのアイデンティティと勝敗現象から大きな影響を与えられることが、SSSMから明らかとなった。SSSMは市場理論、社会的アイデンティティ理論、スポーツマーケティング理論を統合し、観客の満足を理解し、将来の研究への足がかりをつくる方向性を発展させた。(抄録のみ)

- ⑨ Krane, V., Barber, H., & McClung, L.R. (2002) "Social psychological benefits of Gay Games participation: A social identity theory explanation."

目的:ゲイゲームズ(同性愛者のスポーツ大会)はレズビアン、ゲイの男性、バイセクシャル、性転換者(LGBT)の支援のための最高の競技大会として組織されている。1998年には第5回大会がオランダのアムステルダムで開催された。世界の最大のスポーツ大会の一つとして、29競技に68カ国から14,715名の参加があった。この国際大会はオリンピックと同様に4年ごとに開催されている。スポーツでの性的志向についての研究は、視点が限られ理論的な枠組みが欠如している。そこでこの研究は、社会的アイデンティティの枠組みの中でゲイゲームズへの参加の影響を調査した:(a)社会的アイデンティティ、自己評価、集団評価:(b)大会のあとの期待される社会的変化行動。

方法:125名のレズビアンとバイセクシャルの競技者(第5回大会に出場)が調査対象であった。対象者はプロフィールに記入し、ゲイ大会とその後の期待される社会的変化行動について自由に回答記述した。結果は内容分析された。

結果:分析の結果は、社会的アイデンティティ理論と一致した。対象者は、ゲイ大会の役割を社会的なカテゴリー化、個人と社会的アイデンティティ、自己と集団の評価と認識した。さらに、参加した女性たちは、ゲイ大会のあと、もっと外に出て、他者を教育し、政治的な活動を行うことによって、社会的変化の可能性が高まると感じた。

- ⑩ Krane, V. and Barber, H.(2005) "Identity tensions in lesbian intercollegiate coaches."

目的:女性競技者はレズビアンであるという見方がある一方で、レズビアン、バイセクシャル、性転換者の性的志向への嫌悪が根強い。大学のスポーツコーチであるレズビアンたちの経験を社会的アイデンティティ理論で明らかにする。

方法:社会的アイデンティティの考えを用いて、13名のレズビアンの大学コーチの経験を調査した。半構造

化された面接により、日常で経験するアイデンティティの緊張をとらえた。

結果:「コーチ」であることと「レズビアン」であることは一貫して折り合っていた。これらのコーチの直面する行動では、「自分の信念が競技者の精神的な健康に一番良いと信じて行動する」ことから、「職業的に健全と思うように行動する」までの幅があった。対象となったコーチは自分の運命を受け入れられないか、または、アイデンティティとの折り合いにもがくと、異性愛主義的な雰囲気反撃したり積極的な社会変化を作り出した。

⑪ Zucchermaglio, C. (2005) "Who wins and who loses: The rhetorical manipulation of social identities in a soccer team."

目的:イタリアのプロサッカーチームのメンバーが、社会的所属のしるしとしてどのような相互作用の言葉(名詞)を使うかを明らかにすることであった。

方法:名詞語の収集。勝ちと負けの両方の試合後、試合前の状況で、チーム内の相互作用がオーディオを用いて記録された。

結果:勝利のあとはチームメンバーは社会的アイデンティティのマーカ(しるし)をほとんど使わなかった。これは、その状況では自他の社会的所属を確認する必要性がないからだと考えられた。敗戦では、社会的アイデンティティのマーカの使用が顕著になり、これはチームの特別な下位集団に責任をとらせたいという欲求の表れだと考えられた。相互依存するスポーツチームメンバーは、自分と他者の社会的アイデンティティを同じにしようとするので様々な言語的マーカを使用すると考えられる。また、相互作用するチームはメンバー自身と他者の社会的アイデンティティのレパトリーとして、多くの下位集団を抱え込んでいるというのである。社会的カテゴリーの内集団-外集団概念とスポーツチームの複雑でダイナミックな相互作用の性質を超えた研究をすべきだという指摘がなされた。(雑誌による紹介レビュー、Journal of Sport & Exercise Psychology, 28-2:216, 2006.)

⑫ Margas, N., Fontayne, P., & Brunel, P. C. (2006) "Influences of classmates' ability level on physical self-evaluations."

目的:才能のある子どもは自分の自己評価には級友を基準に社会的比較をすることが示されている。しかし、社会的アイデンティティ理論では、高い能力のクラスわけのような典型的な社会的比較効果は、プラスの価値のある集団への社会的同化によって相殺されると考えられる。このことを明らかにする。

方法:フランスの身体的に優れた子ども46名が研究に参加した。高い能力のクラスと従来型の異質能力クラスが研究対象となった。体育での自己評価とクラスに対する社会的アイデンティティが1年間収集された。

結果:子どもの自己評価はバラバラだったが、二つのクラスで似たような最終自己評価を示した。高能力クラスでは強い社会的アイデンティティ効果が見られたが、時間とともに減少した。自己カテゴリー化は高能力クラスでの自己評価の多様性を主として説明した。これらのことから、子どもはクラスでの自分の位置を認識し、集団との比較で自分をカテゴリー化するので、集団を異質化しても身体的に優れた生徒の自己評価は低下しなかった。高能力クラスの自己評価の低下は、高能力クラスと比較することで自己カテゴリー化がだんだん減少したからだと説明された。(抄録のみ)

⑬ Boyle, B. A. & Magnusson, P. (2007) "Social identity and brand equity formation: A comparative study of collegiate sports fans."

目的:この研究は社会的アイデンティティ-ブランド法則モデル(SIBE)を大学男子バスケットボールチームのファンで検証することが目的であった。

方法:チームの3つの異なるファン集団、現役学生、同窓生、一般人、を比較した。試合場、チームの歴史、儀式、社会集団が調べられた。

結果:社会的アイデンティティがブランド法則に効果あることが明らかとなった。しかし、ファン集団によって社会的アイデンティティの形成の仕方が異なった。チームの歴史は同窓生と一般人社会的アイデンティティ

と関連があったが、現役学生は小さな共同体の一部をなすバスケットボールプログラムの意味によって一番影響された。これらは、ファン原理への市場情報に有効であり、1チームにどのように同一化するかを理解することは大学競技プログラムで全スポーツに意味がある。(抄録のみ)

- ⑭ Nassis, P., Theodorakis, N.D., Vlachopoulos, S.P., & Afthinos, Y. (2007) "The relationship between team identification and loyalty in professional sports."

目的:社会的アイデンティティ理論に基づいて、プロスポーツのファンのアイデンティティと忠誠心の関係を明らかにすることであった。

方法:128名のギリシアの学生が調査に参加した。

結果:回帰分析の結果、チームアイデンティティにより重要なファン行動が予測された。それは(a)ひいきのチームの前年のシーズンの観戦した試合数、(b)ひいきのチームのファンであった年数、(c)ひいきのチームをテレビ、ラジオ、新聞で追いかけた頻度、であった。ファン行動による忠誠心を予測するために、チームアイデンティティが重要であることが明らかとなった。(抄録のみ)

- ⑮ Boen, F. Vanbeselaere, N., Pandelaere, M., Schutters, K., & Rowe, P. (2008) "When your team is not really your team anymore: Identification with a merged basketball club."

目的:スポーツファンの日々の活動はヒーローのパフォーマンスに大きく影響されることがいくつかの研究で明らかにされている。この10年間で多くのスポーツチームが合併を要請されている。1960年にベルギーの国内4リーグ区分でプレイした128のサッカークラブのうち53%が、2001年までに少なくとも1回は合併に関わっていた。バスケットボールでも同様であった。このような合併が選手の組織へのアイデンティティに負の影響を与えたり、ファンが自分のチームが他のチームと合併することを恐れる現象も生じている。本研究は合併への見直しから生まれた6つの社会的アイデンティ

ティの概念が、合併されたバスケットボールクラブでどれくらい予測できるかを検証することが目的であった。

方法:前年に合併したベルギーの一部バスケットボールクラブの160名のファン(平均年齢35.68歳)と91名のユース選手(9歳以上、平均年齢15.2歳)に調査を行った。質問は7段階評価尺度を用い、合併前のアイデンティティ5項目、合併の成功について4項目、合併した新しいクラブ内で感じられる前のクラブとの相違(内集団意識)の4項目、内集団連続性3項目、内集団意識への満足度8項目、合併の必要性4項目、合併後のアイデンティティ5項目の計33項目であった。

結果:重回帰分析によって、合併前のクラブへのファンとユース選手のアイデンティティが、新しく合併したチームへのアイデンティティの第一の予測要因で、次が合併の成功認知要因であったことが示された。合併の必要性認知と合併プロセスへの満足度も有意であった。ファンにとって合併した集団の内集団の連続性/構成も有意な予測要因であった。仮説の予測要因は合併後のアイデンティティの全分散の70%であった。この高い割合は、社会心理的予測がスポーツファンがどのように合併に反応するかを関連づけることを示している。ユース選手では、全分散の61%が説明され、ファンとユース選手の合併後のアイデンティティを促進するプロセスが全く同じであることが示された。研究結果は、スポーツと文化両方で検証され、ユース選手にも適用できたので、合併したクラブのファンアイデンティティを明確にするモデルを作りあげる礎となるだろう。

- ⑯ Carison, B.D. & Donovan, D.T. (2008) "Concerning the effect of athlete endorsements on brand and team-related intention."

目的:社会的アイデンティティ理論を競技者を用いた宣伝がチームのトレードマークやチームに関する行動や意図に与える効果を調べるために用いた。

結果:ファンが競技者と同一視すればするほど、チームの品物を集める傾向にあり、また、競技者との同一視のレベルが高いほどチームに対する態度が肯定的になった。競技者を使った宣伝は他の領域の有名

人を使ったものよりも多かった。プロ競技者の幾人かは給料よりも宣伝契約料のほうが多いという現象が出現した。このように良く知られた競技者をコマーシャルに使う効果は明確であった。(抄録のみ)

- ⑰ Dimmock, James A. & Gucciardi, Daniel F. (2008) "The utility of modern theories of intergroup bias for research on antecedents to team identification."

目的: チームアイデンティティの発達と保持への動機づけの研究は少ないので、本研究は社会心理学の理論化と研究を意図した。

方法: 4つの現代の内集団バイアス理論である、社会的アイデンティティ、最適分割理論、不確かなアイデンティティ理論、テロマネジメント理論がレビューされた。

結果: 4理論は社会的アイデンティティの動機づけの関わる同じ原理を共有していることが示された。スポーツチームアイデンティティでこれらの動機づけを評価する研究計画が示された。(抄録のみ)

5. 抄録のないもの

ここにあげた二つの記事は抄録がなく情報不足なので、文献表には載せていない。

- ① 著者: Russell, D.
 タイトル: Amateurs, professionals and the construction of social identity.
 雑誌名: Sports Historian, 16, 64-80, 1996.
- ② 著者: Burdsey, D. and Chappell, R.
 タイトル: "And if you know your history...": an examination of the formation of football clubs in Scotland and their role in the construction of social identity.
 雑誌名: Sports Historian, 21-1, ページ不明, 2001.

6. まとめ

雑誌記事文献検索システム (SPORTDiscus) を用いて、タイトルのキーワードを「social identity」、「sport」として検索し、そのうちタイトル、キーワード、抄録を手がかりにスポーツ集団に関わるものに絞り、その論文を紹介した。今回はその論文から関連する文献についての検索は行わなかったため、上述の範囲内のみのまとめである。

スポーツにおける社会的アイデンティティ研究を、アブストラクトを中心に17編紹介した。研究で扱われた集団は、初めのうちは不特定多数の群集、とくに民族的なアイデンティティを扱ったものが多かった。また、特殊な集団である同性愛グループのアイデンティティ問題を扱った一連の研究が見られた。しかし、2005年以降に研究の増加が見られ、ファンの行動についてのマーケティングの分析にも関心が広がっている。

方法論的には、数量化するための調査用紙を用いたものが多かったが、面接法や自由記述など、個人の「語る内容」を重視する傾向が見られ、このような質的な研究は、従来の集団研究では見られなかったことであり、社会的アイデンティティ研究の特徴といえよう。

文献

- Boen, F. Vanbeselaere, N., Pandelaere, M., Schutters, K., & Rowe, P. (2008) When your team is not really your team anymore: Identification with a merged basketball club, Journal of Applied Sport Psychology, 20-2: 165-183.
- Boyle, B.A. & Magnusson, P. (2007) Social identity and brand equity formation: A comparative study of collegiate sports fans, Journal of Sport Management, 21-4: 497-520.
- Carison, B.D. & Donavan, D.T. (2008) Concerning the effect of athlete endorsements on brand and team-related inten-

- tion, *Sport Marketing Quarterly*, 17-3: 154-162.
- Dietz-Uhler, B. & Murrell, A. (1999) Examining fan reactions to game outcomes: a longitudinal study of social identity, *Journal of Sport Behavior*, 22-1:15-27.
- Dimmock, James A. & Gucciardi, Daniel F. (2008) "The utility of modern theories of intergroup bias for research on antecedents to team identification, *Psychology of Sport & Exercise* 9-3:284-300.
- Hughson, J. (1998) Soccer support and social identity, *International Review for Sociology of Sport*, 33-4:403-409.
- Krane, V. Barber, H. & McClung, L.R. (2002) Social psychological benefits of Gay Games participation: A social identity theory explanation, *Journal of Applied Sport Psychology*, 14:27-42.
- Krane, V. & Barber, H. (2005) Identity tensions in lesbian intercollegiate coaches, *Research Quarterly for Exercise and Sport*, 76-1:67-81.
- Kauer, K.J. (2002) Scary dykes and feminine queens: stereotypes and the conflicting social identities of female athletes, Eugene, OR: Microform Publications, University of Oregon.
- Laverie, D.A. & Arnett, D.B. (2000) Factors affecting fan attendance: the influence of identity salience and satisfaction, *Journal of Leisure Research* 32:225-246.
- Lee, M.J. (1985) Self-esteem and social identity in basketball fans: a closer look at basking-in-reflected glory, *Journal of Sport Behavior*, 8-4:210-223.
- ホッグ, M.A. & D. アブラムス (吉森護・野村泰代訳、1995) 社会的アイデンティティ理論、北大路書房: 京都、Pp.268.
- Margas, N., Fontayne, P., & Brunel, P.C. (2006) Influences of classmates' ability level on physical self-evaluations, *Psychology of Sport & Exercise*, 7-2:235-247.
- Nassis, P., Theodorakis, N.D., Vlachopoulos, S.P., & Afthinos, Y. (2007) The Relationship between team identification and loyalty in professional sports, *Inquiries in Sport & Physical Education* Sep, 5-3:396-404.
- Stott, C. Hutchison, P., & Drury, J. (2001) "Hooligans' abroad? Inter-group dynamics, social identity and participation in collective 'disorder' at the 1998 World Cup Finals," *The British Psychological Society*, 40:359-384.
- Van Leeuwen, L., Quick, S., & Daniel, K. (2002) The sport spectator satisfaction model: a conceptual framework for understanding the satisfaction of spectators, *Sport Management Review* 5-2:99-128.
- Wann, D.L., Morris-Shirkey, P.A., Peters, E.J. & Suggs, W.L. (2002) Highly identified sport fans and their conflict between expression of sport knowledge and biased assessments of team performance, *International Sports Journal* 6-1:153-159.
- Zuccheromaglio, C. (2005) Who wins and who loses: The rhetorical manipulation of social identities in a soccer team, *Group Dynamics: Theory, Research, & Practice*, 9:219-238.

本研究は日本学術振興会科学研究費補助金基盤研究(C) 課題番号17500455(代表 阿江美恵子)を得て行われた。

追記

査読者からこまかな御指摘と情報を頂きました。査読者から紹介された文献を公の情報として著者名、題名、雑誌名を記載させて頂きます(なお単行本は除きます)。以下の13編の記述については全面的に著者に責任があることを明記します。

- ① Murrell, A.J. & Dietz, B. (1992) Fan support of sports teams: The effect of a common group identity, *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 14-1:28-39.
- ② Dietz-Uhler, B., End, C., Jacquemotte, L., Bentley, M., & Hurlbut, V. (2000) Perceptions of male and female sports fan, *International Sports Journal*, 4: 88-97.
- ③ Dietz-Uhler, B., Harrick, E.A., End, C., & Jacquemotte, L. (2000) Sex differences in sport fan behavior and reasons for being a sport fan, *Journal of Sport Behavior*, 23:219-231.
- ④ End, C., Dietz-Uhler, B., Harrick, E.A., & Jacquemotte, L. (2002) Identifying with winners: A reexamination of sport fans' tendency to BIRG, *Journal of Applied Social Psychology*, 32:1017-1030.
- ⑤ End, C., Eaton, J., Campbell, J., Kretschmar, J., Mueller, D., & Dietz-Uhler, B. (2003) Outcome's influence on sport fans computer-mediated attributions, *International Sports Journal*, 7: 128-139.
- ⑥ End, C., Dietz-Uhler, B., Demakakos, N., Grants, M., & Biaviano, J. (2003) Perceptions of sport fans who BIRG, *International Sports Journal*, 7:139-149.
- ⑦ End, C., Kretschmar, J., & Dietz-Uhler, B. (2004) College students' perceptions of sport fandom as a social status determinant, *International Sports Journal*, 8:114-123.
- ⑧ End, C., Kretschmar, J., Campbell, J., Murrell, D., & Dietz-Uhler, B. (2004) Sport fans' attitudes toward war analogies as descriptors for sport, *Journal of Sport Behavior*, 26:356-367.
- ⑨ Hughson, J. (2005) The loneliness of the angry young sportsman, *Film and History*, 35-2:41-48.
- ⑩ Hughson, J., and Free, M. (2006) Paul Willis, cultural commodities and collective sport fandom, *Sociology of Sport Journal*, 23-1:72-85.
- ⑪ Krane, V. & Kauer, K. (2006) Out on the ball fields: Lesbians in women's sport. In Peele, E. and Clark, V. (Eds.) *Out in Psychology: Lesbian, gay, bisexual and transgender perspectives*, West Sussex, UK: John Wiley & Sons.
- ⑫ Krane, V. (2007) Gendered Social Dynamics in Sport. In Beauchamp, M. & Eys, M. (Eds.) *Group dynamics advances in sport and exercise psychology: Contemporary themes*, pp.159-176, London: Routledge.
- ⑬ Dietz-Uhler, B. & Lanter, J.R. (2008) The consequence of sport fan identification. In Hugenberg, L., Haridakis, P., & Earnhardt, A. (Eds.) *Media and mediate sports fandom*. pp.103-113, McFarland & Company, Inc.