

Title	プロパガンダエージェントとしてのオピニオンリーダー： 「コミュニケーションの二段階の流れ」のもう一つの歴史的起源
Sub Title	Opinion leaders as agents of propaganda : another origin of the two-step flow of communication theory
Author	津田, 正太郎(Tsuda, Shōtarō)
Publisher	慶應義塾大学法学研究会
Publication year	2020
Jtitle	法學研究 : 法律・政治・社会 (Journal of law, politics, and sociology). Vol.93, No.12 (2020. 12) ,p.157- 184
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	大石裕教授退職記念号
Genre	Journal Article
URL	<a href="https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00224504-20201228-0157">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00224504-20201228-0157</a>

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

# プロパガンダエージェントとしてのオピニオンリーダー

——「コミュニケーションの二段階の流れ」のもう一つの歴史的起源——

津田 正太郎

- 一 対米プロパガンダ研究における「コミュニケーションの二段階の流れ」
- 二 第二次世界大戦時の英国における対米プロパガンダ政策
- 三 「コミュニケーションの二段階の流れ」のもう一つの起源
- 四 オピニオンリーダーとはいかなる存在か
- 五 メディア効果論の文脈

## 一 対米プロパガンダ研究における「コミュニケーションの二段階の流れ」

マスコミュニケーション研究におけるもつとも有名な概念の一つが、ポール・ラザースフェルドらによって提  
起された「コミュニケーションの二段階の流れ」であることに異論はあまりないだろう。マスメディアが発した  
情報は多くの場合にまずオピニオンリーダーへと流れ、さらにそのフォロワーに流れていくという知見である。  
オピニオンリーダーは自らの政治的先行傾向に従ってマスメディアに選択的接触を行うことが多く、その効果は人び

との既存の意見を変えるよりも補強する傾向にあるという知見と並び、二段階の流れはマスコミュニケーションの限定効果理論の中核をなすものとして広く知られてきた。オピニオンリーダーは一般の人びとよりもマスメディアから影響を受けにくく、そのフィルターを通すことでマスコミュニケーションの効果はさらに限定的になるというアイデアである。<sup>1)</sup>

二段階の流れという概念が初めて明確に提起されたのは、一九四四年にラザースフェルドがバーナード・ベレルソンおよびヘーゼル・ゴードットとともに出版した『ピープルズ・チョイス』だとされる。その四年後に出版された同書の第二版の序文において、彼らは次のような指摘を行っている。

……オピニオンリーダーシップという概念は新しいものではない。「権力」「影響力」「リーダーシップ」についての多くの研究をとおして気づく点は、どのコミュニティも、流行を作り出し、他者から模倣されるような重要な男女を指し示すことができるということである。しかし、われわれの調査は、このよく知られた概念が修正されなければならないことを示唆している。というのは、オピニオンリーダーシップは、上から下へと垂直的に作用するばかりか、水平的にも作用するということがわかったからである。すなわち、どのような社会的階層にもオピニオンリーダーが存在するのである。<sup>2)</sup>

ここで指摘されているのは、第一にオピニオンリーダーという概念は新しいものではないということ、第二にオピニオンリーダーとフォロワーとの関係は「垂直的」なこともあれば「水平的」なものでもありうるということである。第二の点については本文中で論じることにして、本節では第一の点についてみておきたい。

ラザースフェルドらが述べるように、オピニオンリーダーおよび彼らをその一部とする二段階の流れに類するアイデアは、確かに『ピープルズ・チョイス』の出版以前にも語られていた。たとえば、一九四二年に出版され

たハーウッド・チャイルズ／ジョン・ウィットトン編『短波放送によるプロパガンダ』には、ダニエル・カッツ（一九五五年にラザースフェルドとともに『パソナル・インフルエンス』を出版したエリフ・カッツとは別人）の「英国は語る」という論文が掲載されている。そこではBBCによる北米向け短波放送の効果について、以下のような指摘が行われていた。

プロパガンダの最も重要な機能の一つは、すでに同情的になっていく人びとから成る小集団のもとへと到達し、彼らの熱意と関心を維持するとともに、彼らがそれ以外の人びとを転向させられるような議論や解釈を提供することにある。ラジオは、プロパガンダの中心たる発信源が家庭にいる膨大な数の大衆へと直接的に接触するのを可能にする装置である。だが、ラジオのこうした使用法は、プロパガンダの武器として過大に評価されてきた。世論形成過程において同じように重要なのは、知り合いの人物が表明する意見によって人びとの意見が補強されたり、弱められたりする人間のあいだでの相互作用なのである。大衆的なアピールに大きな影響力を発揮させたいのであれば、中心となる発信源からの訴えが、その方針に沿う多くの指導者や代理人 (lieutenant) によって媒介される必要がある<sup>(3)</sup>。

この引用文で示されているのは、まずプロパガンダの重要な役割は人びとの意見を直接的に変えることよりも、すでに自分たちに同情的な人びとの意見を補強することにあるという認識である。さらに、世論形成過程においては対人的なコミュニケーションが有する影響力、言い換えれば「パソナル・インフルエンス」が重要だという認識に加えて、プロパガンダを広めるにはその訴えを周囲の人びとに広めることのできるオピニオンリーダー的存在にアプローチすることが重要だという見解が提示されている。ここに、ラザースフェルドらの二段階の流れと、さらに言えば限定効果理論自体ときわめて類似した発想をみることができよう。

ただし、この論文の発表が『ピープルス・チョイス』の出版に先行しているという理由からこれらの知見がラ

ザースフェルドらに先んじていたと断じるのは早計である。後述するように、ラザースフェルドらのアイデアがカツツによる先の記述に影響していた可能性も否定できないからである。したがって、本論の目的は、ラザースフェルドらよりも先に二段階の流れを論じる研究者が存在していたと主張することにあるのではない。

本論の第一の目的は、二段階の流れに類する発想が、英国によるプロパガンダの実践的領域では早い段階から共有されていた事実を示すことにある。とりわけ戦間期から第二次世界大戦へと至る社会状況のなかで、そうした発想がより大きな重要性を帯びるようになった理由について論じることにした。

なお、英国のそうしたプロパガンダ思想は、欧州から米国に向けて発信される短波放送の調査を行っていた「プリンストン・リスニング・センター (Princeton Listening Center : PLC)」の研究者たちによっても共有されていた。前掲のカツツの論文もその成果の一部である。そこで本論の第二の目的として、PLCの研究がどのような背景のもとで行われ、そこで二段階の流れにいかなる意味づけがなされていたのかを明らかにする。ラザースフェルドらの研究と共通する部分を有しながらも、そこには大きく異なるニュアンスが込められていたからである。

最後に、本論の第三の目的として、ラザースフェルドらの研究とほぼ同時に二段階の流れに類するアイデアを提起していたにもかかわらず、PLCによる貢献がその後の学説史からほぼ姿を消した要因について推察し、その消失が有する意味について検討することにした。

## 二 第二次世界大戦時の英国における対米プロパガンダ政策

(一) 米国におけるプロパガンダ不信の広がり

一九四〇年六月に出版されたハロルド・レヴィンとジェームズ・ウエスラーの共著『戦争プロパガンダと米国』は、第一次世界大戦から第二次世界大戦にかけて諸外国から米国に対してどのようなプロパガンダが行われてきたのかを論じた著作である。この著作のなかでレヴィンらは、米国がまだ参戦していなかった当時の状況について、以下のような指摘を行っている。

第二次世界大戦における連合国のプロパガンダイストにとつての最大の障害は、第一次世界大戦への米国の参戦に先立って行われたプロパガンダである。懷疑主義者は十字軍の戦士にはならないのであり、不信感こそが米国人にとつての先の戦争の主たる遺産である。<sup>(4)</sup>

ここで第一次世界大戦時の状況に遡ると、米国が参戦したのは一九一七年四月のことである。その主たる理由としては、ドイツの無制限潜水艦作戦による米国船舶の撃沈や、ドイツがテキサス、ニューメキシコ、アリゾナといったメキシコの旧領土の回復を条件として後者に同盟提案を行ったことなどがあつたとされる。<sup>(5)</sup>

しかし、「戦争を終わらせるための戦争」と呼ばれた第一次世界大戦の顛末とその後の欧州情勢は、多くの米国民に深い失望をもたらすことになった。戦争中に英国が展開したプロパガンダの虚偽性が暴露されたことも手伝い、戦間期の米国では「英国のプロパガンダに騙されて米国は無益な戦争に加わってしまった」という認識に立脚する著作が相次いで出版された。<sup>(6)</sup>そのため、欧州情勢が悪化していくなか、孤立主義的な意見が支配的であつた中西部を中心として、外国からのプロパガンダにきわめて敏感な意見風土が生み出されることになった。

たとえば、第一次世界大戦中のベルギーで母のスカートにしがみつく赤子の腕をドイツ兵が切断したというのは、世界中に広がり、後になって虚偽であることが発覚したプロパガンダの一つである。<sup>(7)</sup> それを踏まえて、第二次世界大戦勃発後にあるジャーナリストは「中西部ではベルギーの赤子に言及した最初のプロパガンダリストを射殺するべく、人びとがショットガンを持つて待ち構えていると感ずる」と述べている。<sup>(8)</sup>

英国政府はこのような意見風土を憂慮し、第二次世界大戦以前から米国に対する「ノープロパガンダ政策」を打ち出して<sup>(9)</sup>いた。英国人が直接的に米国の世論へと働きかけることは米国人の心証をかえって悪化させるという発想に基づく政策である。戦争勃発直後にも、初代の情報省大臣であったマクミラン卿は対米プロパガンダ方針として「彼らに強く要求したり、彼らの義務が何であるのかを教えるのは避けよ」と命じており、<sup>(10)</sup>ノープロパガンダ政策は欧州での戦局が急速に悪化するまで継続していくことになる。

ただし、米国人に対して直接的に働きかけるのを避けるということは、何もしないということの意味したわけではなかった。そこで注目されたのが米国人の「オピニオンリーダー」であり、彼らを通して連合国に対する支援に好意的な方向へと米国世論を動かすことが目指されたのである。もともと、第一次世界大戦時においても英国の対米プロパガンダの多くは米国の大衆に直接に訴えるのではなく、周囲の人びとに影響を及ぼすことが期待されるエリートへと向けられていた。<sup>(11)</sup> 政策立案者、学者、教師、ビジネススマンや新聞記者などを主たるターゲットとしてプロパガンダを展開し、連合国に好意的な意見を彼らに流布させようとしていたのである。具体的には、プロパガンダ活動を秘密裏に担っていた担当者が一市民を装い、影響力があるとみなされたエリートに何千通も手紙やパンフレットを郵送するといった手法が採用された。<sup>(12)</sup> 戦間期の米国におけるプロパガンダへの警戒感の高まりは、こうした間接的な手法の必要性をより一層強めたと言えよう。

それでは、第二次世界大戦時において英国政府はどのようにして米国民オピニオンリーダーへのアプローチを

試みたのか。一つは個人的な接触を通してである。英国に派遣されている米国メディアの特派員は、その意味において最も重要なターゲットであった。なかでも有名だったのがCBSから派遣されていたエドワード・マローであり、彼が行ったロンドン空襲の中継は米国において大きな反響を呼び起こしたとされる。情報省は摩擦を生じさせながらも、取材などの面でマローら米国人特派員に便宜を図り、検閲なしでロンドン空襲を中継することも彼に許可している。<sup>(13)</sup>

他方、一九三九年八月から一九四〇年一二月に死去するまで駐米英国大使を務めたローディアン卿や、彼のもとで米国での情報発信に努めたドイツ史家のジョン・ウィーラー・ベネットらは、メディア関係者との接触に加えて、講演活動を通じたオピニオンリーダーへの働きかけによって「ナチスの脅威から英国を守ることは米国の安全保障にとっても重要である」という認識を広げようとしていた。<sup>(14)</sup>

ローディアン卿はさらに、一九四〇年一〇月に英国プレスサービス (British Press Service : BPS) を設立し、同サービスを經由して影響力のあるジャーナリストに英国発の情報を積極的に提供しよう試みた。<sup>(15)</sup> それ以前から英国に関する情報の発信、および米国の新聞の動向調査を担当していた英国情報図書館 (British Information Library) よりも迅速かつ積極的な情報提供が目指されるようになったのである。その結果、BPSのスタッフは、ウォルター・リップマンのようなジャーナリストのコラムで自分たちの提供した情報が用いられていることをしばしば発見することになる。

また、ここで注目されるのは、第二次世界大戦が進行するなかでターゲットとなるオピニオンリーダー像が変化していったということである。戦争勃発当初に主たるターゲットとされていたのは、上述したような全国的影響力を有するオピニオンリーダーであった。<sup>(16)</sup> そこから、地域の有力者、教会関係者、労働組合指導者など、よりローカルなオピニオンリーダーへの接触が試みられるようになっていった。<sup>(17)</sup> いわば、コミュニケーションの二段



階の流れにおいてラザースフェルドらが想定していたオビニオンリーダー像へと接近していったのである。

そして、英国政府が米国人オビニオンリーダーと接触するためのもう一つの方法が、BBCが米国に向けて行っていた短波放送であった。次項ではこの点についてみていくことにしよう。

## (2) BBC北米サービスの展開と戦略

今日では世界規模のネットワークを築き上げているBBCであるが、同局が海外展開へと乗り出すのは他の大国の放送局と比べればやや遅れてのことであった。一九三二年に大英帝国に向けた英語の短波放送「帝国サービス」を開始したものの、厳しい予算制約ゆえにその発展はゆるやかであり、一九三三年時点で八カ国語での放送を行っていたソ連などと比較すればその遅れは歴然としていた。<sup>(18)</sup> そうした状況に変化が訪れる契機となったのが、一九三五年一〇月のイタリアによるエチオピア侵攻であった。中東およびアメリカにおける英国の支配を切り崩すべくイタリアがアラビア語放送局を開設し、反英プロパガンダを展開するようになったため、対応を迫られることになったのである。

そこでBBCは一九三八年一月にアラビア語放送を開始したのを皮切りに、同年三月にはラテンアメリカ向けスペイン語放送を、同年九月のミュンヘン危機のさなかにドイツ語、フランス語、イタリア語放送をそれぞれ開始し、同年十一月には帝国サービスの名称を「海外サービス」へと変更することが決定された。しかし、明確に米国を対象とする北米サービスが開始されるのは、そこからさらに一九四〇年五月二八日まで待たねばならなかった。五月一〇日に始まった西欧へのドイツ軍の侵攻により、フランスのダンケルク海岸からの英国海外派遣軍とフランス軍の撤退戦が行われているさなかのことであった。チャーチル政権の成立に伴い、米国からの支援の必要性をより切実に意識していたアルフレッド・ダフ・クーパーが三代目の情報省大臣に就任したことで、米

国人への直接的な語りかけがいつに開始されたのである。

もつとも、それ以前には米国の聴取者がBBCの短波放送を全く聴取できなかったというわけではなかった。カナダ向けの帝国サービス放送は米国でも聴取可能であり、BBCに寄せられる投書の数からカナダよりも米国の聴取者がほうが多いと考えられていた。<sup>(19)</sup>だが、それがカナダに向けられた放送だということは、外国からのプロパガンダに敏感になっていく米国人にメッセージを届けるのにはむしろ好ましいと考えられていた。すなわち、米国人には嫌われがちなイングランド南部の発音によって行われるBBCの放送は、大英帝国の内輪の放送であるかのように聞こえるがゆえに、それを傍受している米国人の警戒心を下げることができるとの期待が存在していたのだ。<sup>(20)</sup>

欧州における戦況の悪化に伴って北米サービスが開始された後にも、BBCにとって自らの放送が米国政治への干渉を目的としたプロパガンダだとみなされるリスクの回避は重要な課題であった。一九四〇年秋の大統領選挙において三選をめざすフランクリン・ローズベルトとウエンデル・ウィルキーとが争ったさい、英国政府は明確にローズベルトの再選を望んでいたにもかかわらず、BBCはそうした立場を表明することを慎重に避けていた。<sup>(21)</sup>同様に、一九四一年初頭に連合国への武器や物資の大量供給を可能にする lend-lease 法案が米国議会で審議されている最中にも、BBCは同法をめぐる論争に加わろうとしなかった。BBCはむしろ英国と米国との歴史的、文化的なつながりの深さを強調しつつ、空襲下でも戦意を失わない英国民の姿を伝えるといった間接的な手法により、米国人の支持を勝ち取ろうとしたのである。

しかし、BBCの北米サービスは短波放送ということもあり、その聴取者数は自ずと限られていた。そのため、可能な限り多くの米国のラジオ局にBBCの番組を再放送させることが重要な課題となった。<sup>(22)</sup>ただし、ここで注目したいのは、北米サービスの開始にあたって、聴取者数の少なさは必ずしも大きな問題ではないとの見解が存

在していたということである。すなわち、BBCによる短波放送を聴取する米国人には影響力のある人びとが数多く含まれているがゆえに、彼らに英国の見解を提示することには重要な意味があるというのである。こうした観点から米国でのBBCの短波放送についてダフ・クーパーに助言したのが、先に触れたCBSのエドワード・マローであったとされる。<sup>23)</sup>マローはBBCの番組でより多くの米国人を起用する必要性を語る一方で、放送の聴取者数の少なさにひるまないよう忠告した。そうした聴取者は「五千人の一流の人びと」から構成されているがゆえに、彼らに向けた放送には「雪だるま効果」が期待できるといっているのである。

以上のように、BBCの北米サービースについても、コミュニケーションの二段階の流れに類する見解が語られていた。外国からのプロパガンダに対する米国人の警戒心をかいくぐるべく、影響力のある米国人オピニオンリーダーへのアプローチがここでも重視されていたのである。もともと、米国人のマローが関与していたとはいえ、言うまでもなくこれは英国側の戦略における発想であり、米国でのマスコミュニケーション研究とは直接には関わらない。そこで次節では、米国側の研究者がこうした短波放送をどのようにみていたのかに視点を移し、二段階の流れという発想のもう一つの起源について検討を進めることにしたい。

### 三 「コミュニケーションの二段階の流れ」のもう一つの起源

#### (1) プリンストン・リスニング・センターにおける研究

米国でのマスコミュニケーション研究の学説史において、しばしば名前が挙げられるのが「プリンストン・ラジオ調査プロジェクト」である。一九三七年にロックフェラー財団の助成を受けて開始された同プロジェクトには、このためにプリンストン大学に招聘されたラザースフェルドのほか、ロバート・マートンやハドリー・キャ

ントリル、加えて一時的にはいえ、ドイツから亡命してきたテオドル・アドルノなどの著名な研究者が関わっていた。このプロジェクトの拠点がプリンストン大学に置かれることは一度もなく、一九三九年にはラザースフェルドもコロンビア大学へと移籍しているものの、今日においてなおプリンストンという名称はしばしば言及される。

他方、同じようにプリンストン大学の教員を中心に組織され、ロックフェラー財団から助成を受けてラジオ聴取に関する研究を行っていたプリンストン・リスニング・センター（PLC）は、現在では半ば忘れられた存在となっている。そこでまず、このPLCの概要について紹介しておきたい。<sup>24</sup>

先に触れたように、一九三〇年代には大国による短波放送が続々と開始されるようになった。当初は国外に暮らす同言語話者へのコミュニケーション手段として用いられていた短波放送であるが、やがて多言語放送が開始され、対外的なプロパガンダのためのチャンネルとしての性格をより強くしていく。そのため、各国はそれらの放送をモニタリングするための施設を設置し、他国のプロパガンダの分析を行うようになった。

このような短波放送によるプロパガンダ戦の「主戦場」となったのが米国であった。欧州からは地理的に隔絶する一方、巨大な生産力を有し、その世論動向が政治に大きな影響を与えているとみなされていた米国は、電波を使ったプロパガンダの重要なターゲットとなったのである。そのため、米国の側でも各国の短波放送に対するモニタリングが開始されることになった。ただし、米国でそうしたモニタリングを最初に始めたのは、NBCやCBSのような民間メディアであり、その目的は欧州発のニュースの収集であった。

そうしたなか、戦争時におけるラジオの役割を研究するべく、プリンストン大学公共国際問題スクールの一部門として設置されたのがPLCであった。同大学のキャンパスに隣接する一軒家を拠点としたPLCは、ロックフェラー財団からの助成金を受けて一九三九年一月から一九四一年六月までの約一年半にわたって活動した。

その実務面を取り切ったのはディレクターであるハロルド・グレイヴスであり、最初に P L C のアイデアを提起したジョン・ウィットトンに加えて、ハドリー・キャントリル、ハーウッド・チャイルズといったメンバーが参加している。彼らの研究成果は一九三七年に創刊されたばかりの『パブリック・オピニオン・クォーターリー』を中心として発表されたほか、チャールズ・ロロの『ラジオは戦争に向かう』や、本論の冒頭で引用したチャイルズ／ウィットトン編『短波放送によるプロパガンダ』などの著作にまとめられている。

P L C による調査対象は大きく分けて二つあった。一つは、上述した外国からの短波放送の分析である。ドイツ、英国、イタリア、フランス、ソ連からの放送がタイプライターによって記録され、プロパガンダの内容分析や各国の行動予測などが試みられている。P L C が活動を終了した時点で、放送内容を書き起こした一冊約二五〇ページのファイルは一〇〇冊以上にも達していたという。なお、P L C の活動終了後にそのスタッフと技術の多くは、P L C にやや遅れて短波放送の分析を開始した米国防政府の外国放送モニタリングサービス (Foreign Broadcast Monitoring Service) へと引き継がれることになった。<sup>(25)</sup>

そして、P L C のもう一つの調査対象が、それらの短波放送を米国内で聴取しているオーディエンスであった。この調査は三つのパートから構成されていた。一つは米国防世論調査所 (American Institute of Public Opinion : AIPO) への委託のもとで実施された二回の全国規模での質問紙調査である。二つ目が、聴取実態をより詳細に把握するための複数の地域コミュニティでの調査であり、P L C 外部の研究者にも委託が行われた。三つ目が、米国内のドイツ語およびイタリア語話者による短波放送の聴取実態に関する調査である。ドイツやイタリアからの短波放送がドイツ系、イタリア系米国人に与える影響が危惧されていたことがうかがえる。

それでは、P L C によるオーディエンス調査はどのような知見を残したのか。結論から言えば、外国からの短波放送が直接的に米国の聴取者に与える影響は非常に小さいことである。<sup>(26)</sup> その最大の要因は、前節でも指

摘したように、聴取者の数が非常に少ないということにあった。P L C の調査では米国人の九〇%以上が家庭でラジオを聴取できる状態にあったものの、そのなかで短波放送を受信できるラジオを所有していたのは三分の一に過ぎなかった。<sup>(27)</sup> しかも、その三分の一のなかでも欧州からの短波放送を繰り返し聴いている聴取者は限られており、毎週聴いているのは全体の七%前後ではないかと P L C は推計している。<sup>(28)</sup> 加えて、聴取者全体にプロパガンダに対する強い警戒感がみられることも指摘された。<sup>(29)</sup> 短波放送のなかでは B B C に対する信頼度が相対的にはもっとも高かったとはいえ、短波放送の聴取者には英国の主張に対して非聴取者よりも強い懐疑がみられたという。

ただし、P L C の研究者たちは、短波放送に全く効果がないと主張したわけではなかった。その理由はまさしく、前節で紹介したエドワード・マローの見解と同じものであった。たとえ短波放送の聴取者の数は少なくとも、彼らには周囲の人びとに影響を与える力があるというのである。P L C のメンバーの一人であるチャイルズは、一九四一年に『パブリック・オピニオン・クオーターリー』に発表した論文のなかで以下のように述べている。

短波放送聴取の重要性は……、聴取者の「数」だけでは測れない。聴取者の特質と影響力も考慮に入れられねばならないのだ。短波放送を聴取する公衆は、以下のような人びとを不均衡に多く含んでいるように思われる。すなわち、公共的な意識を有し、政治的に活発で、それぞれのコミュニティにおけるオピニオンリーダーであり、何であれ自分たちが聴いた放送から得た考え方や意見を広く拡散するエージェントたる人びとである。<sup>(30)</sup>

さらに、本論の冒頭で引用したダニエル・カッツも、同様の観点から B B C の短波放送の内容について分析している。カッツによれば、ドイツによる大衆向けのプロパガンダとは異なり、B B C の放送は平均以上の収入および教育を有する人びとに向けられているという。<sup>(31)</sup> 多くのトークがあたかも大学の講義のようであり、実際に大

学教員の出演者も多い。英国本国向けの放送では非常な人気を博した脚本家 J・B・プリーストリーの米国向けトークにしても、その内容は知的に過ぎ、放送の主要なターゲットが米国の中産階級あるいは労働者階級なのであれば人気を得る可能性は低い。BBC はロンドンのタクシー運転手や元職工といった人物も出演させているものの、彼らの放送は米国の労働者階級に向けられたものというよりは、英国社会の民主性のアピールとして米国人の上流階級をむしろ満足させているというのである。そのうえでカッツは、冒頭での引用文に続けて、次のような指摘を行っている。

BBC は米国内の友人という小規模な集団だけに情報や励ましを与えてきたのではない。同局は厳しく選別されたオピニオンリーダーにもそうした情報を提供してきたのである。それら高収入の聴取者は政治的、社会的な発言力を有し、著者、講師、民間組織の役員として、そして一般的な意味でのリーダーとして自らの見解を広めるための戦略的地位を占めているのである。<sup>(32)</sup>

他方で、ニューアンスは大きく異なるものの、こうしたオピニオンリーダーに類する存在はドイツの短波放送との関連でも語られていた。PLC の調査では、ドイツの短波放送の聴取者は BBC のそれと比べてもさらに少なく、三分の一度程度ではないかと考えられていた。<sup>(33)</sup>だが、チャールズ・ロロは「ゲッベルス博士は、短波放送を通じて米国の公衆の大部分に直接的に語りかけ、影響を及ぼせると考えるほどに愚かではない」と論じる。<sup>(34)</sup>むしろ、ドイツの短波放送は米国内にいるナチスのエージェントに向けられたものだといっているのである。この点に関する口頭の指摘を引用しておきたい。

ナチスの北米サービスのもっとも重要な機能は、ベルリンのプロパガンダ省と米国内にいるナチスのエージェントとの直

接的なリンクとして作用するということである。ナチスのエージェントは「党の方針」と最新のスローガンを知るためにそれらの放送にダイヤルを合わせ続けるよう厳しく命じられており、ドイツの話し手によって「可能な限り多くの出会った人びとにこれを伝える」ことを定期的に思い出させられる。この国のさまざまな地域において……準軍事的な行動方針を有する聴取者集団が組織され、ベルリンからの放送を聴取するために定期的に会っているということが知られている。こうして、ドイツのラジオにおける議論——熱心な口コミで流通する——は、さまざまな方法で個々の聴取者の家庭をはるかに越えて広がり、この国の政治的討議へと「潜り込んでいく」のである<sup>(35)</sup>。

以上のように、P L C の研究者のあいだでは、オピニオンリーダーがラジオから得た情報を周囲の人びとへと伝えていくというコミュニケーションの二段階の流れの存在は明確に認識されていた。グーグル・スカラーでの検索によれば、『パブリック・オピニオン・クォーターリー』誌上に初めて「オピニオンリーダーシップ」という用語が登場するのは、P L C のディレクターであるグレイヴスがB B C の短波放送を分析した一九四一年三月の論文なのである<sup>(36)</sup>。

本論の冒頭でも述べたように、これらの論文や著作は『ピープルス・チョイス』の出版よりも先行しており、それだけでも学説史的な意味はあるだろう。しかし、P L C のメンバーがラザースフェルドらに先行して二段階の流れというアイデアにたどり着いたと断言することはできない。それは、P L C の調査の一部がラザースフェルドらによって行われており、そのアイデアがP L C へと流れ込んだ可能性を否定できないからである。ただし、P L C のオピニオンリーダー像とラザースフェルドらが語るそれとの間には看過しえない相違があるのも事実である。この点についてより詳しくみるため、以下ではラザースフェルドらによって行われた「忘れられたエリート調査」について論じることにはしたい。



## (2) 忘れられたエリー調査

コミュニケーションの二段階の流れを語るうえで欠かすことができないのが、一九四〇年の米国大統領選挙にさいしてラザースフェルドらがオハイオ州エリー郡で実施した「エリー調査」である。一九四〇年五月から一月にかけて層化抽出法によって選ばれた六〇〇名を対象に行われたこのパネル調査は、マスコミュニケーション研究のみならず投票行動研究にも大きな影響を与えることになった。政治学、社会学の領域におけるもつとも有名な調査の一つと言ってよいだろう。

しかし、ラザースフェルドらが一九四〇年から翌年春にかけて同じくエリー郡で実施した調査は、今日においてほとんど顧みられない。その調査の目的は、エリー郡における欧州からの短波放送の影響を探ることにあつた。先に述べたように、PLCは全国規模での調査のほか複数の地域コミュニティでの調査を実施したが、そのうちのひとつがラザースフェルドらの手によるものだったのである。

この調査に関するラザースフェルドとガーデットによるレポート草稿は、コロンビア大学図書館に設置されている応用社会調査研究所 (Bureau of Applied Social Research) のアーカイブに保存されているようである<sup>37)</sup>が、残念ながら新型コロナウイルスが感染拡大している現在の状況下においてアクセスするのは困難である。ただし、一九四一年と一九四二年のハウッド・チャイルズの論文においてラザースフェルドらの調査結果がかなり詳細に紹介されていることから、その概要を把握することは可能である。さらにここで注目したいのは、とりわけ一九四一年の論文においてチャイルズがラザースフェルドらの知見を明らかに扱いあぐねているという点である。以下ではその部分に焦点を当てて、この「忘れられたエリー調査」についてみていくことにしたい。

この調査はもともと、一九四〇年九月にラザースフェルドらが五一名からなる調査パネルを対象に短波放送を受信できるラジオを所有しているか否か、それを実際に聴取しているのかを尋ねたところから始まる。この調

査を受けてPLCはラザースフェルドにそのデータを分析し、短波放送の聴取者と非聴取者との違いを明らかにするよう依頼した。ラザースフェルドらがすでにエリー郡で実施していた調査に後からPLCが便乗したとも考えられるが、その経緯は不明である。ラザースフェルドらはさらに、一九四一年三月から四月にかけて調査パネルのなかの短波聴取者を対象に詳細なインタビューを実施するとともに、前年九月の調査で非聴取者だと回答したパネルメンバー全員に対して郵便ハガキによる追加調査を実施している。

チャイルズは、こうしたラザースフェルドらの研究が層化抽出法の利用などの面で洗練されていることに加え、すでにエリー郡での調査実績を有し、地域全体に対する深い知識を蓄積しているという点で、その調査自体については高く評価している。しかし、PLCによる他の調査に基づいて描き出される短波放送の聴取者像と、ラザースフェルドらのそれとの間に大きな相違があることも認める。

PLCの他の調査によれば、経済的地位が高くなるほどに海外からの短波放送を聴取する人の割合は高くなる。<sup>(38)</sup> 国内放送の場合には地位が下がるほどに聴取者の割合が上がるため、ちょうど正反対の傾向にあるという。ところが、ラザースフェルドらの調査では、短波放送の聴取と経済的地位との関係は確認されない。富裕層でも貧困層でも短波聴取者の割合は変わらないというのである。チャイルズはラザースフェルドらのこうした知見について、「理解が困難である」と認めながらも、米国全体ではみられる極端な経済格差がエリー郡ではみられないことに原因があるのではないかと推測している。

さらに、聴取者の教育水準においてもPLCの他の調査結果とラザースフェルドらのそれとの間には齟齬がみられる。<sup>(39)</sup> 前者では、国全体との比較で短波聴取者の平均的な教育水準は高く、専門職従事者がより多く含まれる一方、非熟練および半熟練労働者はより少ないとされる。他方、ラザースフェルドらの「困惑させる」調査結果によれば、聴取者は非聴取者に比べて「政治的な出来事への関心、意見の明瞭さ (articulateness)、オピニオン

リーダーシップという特性、コミュニティ活動への参加」という面では著しく勝っているものの、教育水準の面では何らの違いも見出せなかったという。

また、これは P L C の研究結果との矛盾をきたすものではないが、ラザースフェルドらの調査は、短波放送の聴取者にはマスメディア全体により積極的に接触する傾向があることも示している<sup>(41)</sup>。すなわち、海外からの短波放送を聴取している分だけ国内放送の聴取時間が短いといったことはなく、むしろラジオ放送全般に対する関心度が高いというのである。さらに、短波聴取者は非聴取者よりも情報源としている新聞や雑誌をより多く挙げる傾向にあったとされる。

以上のようなラザースフェルドらの知見を紹介したうえで、チャイルズは P L C による聴取者調査を「短波聴取者は概して、平均的な市民よりも公共的な出来事にはるかに強い関心を有し、経済的、教育的に恵まれている。多くの場合、彼らは自分たちのコミュニティにおけるオピニオンリーダーである」と総括している<sup>(42)</sup>。つまり、ラザースフェルドらのオピニオンリーダー像を部分的には取り込みながらも、経済面や教育面では恵まれた立場にあるという認識を堅持した。言い換えれば、チャイルズらの想定するオピニオンリーダー像は、先に紹介した英国のプロパガンダがターゲットにしていた層と明確に重なるのである。

いずれにせよ、この忘れられたエリー調査から浮かび上がるのは、まさに三年後に出版される『ピープルズ・チョイス』で語られることになるオピニオンリーダー像である。同書においてオピニオンリーダーは「地域社会の名士でも、大金持ちでも、あるいは市民のリーダーでもなく、「あらゆる職業集団にみいだされる」とされている<sup>(43)</sup>。しかも「他の人びとよりも選挙関連の材料にずっと多く接触」するとされている。以下でみるように、ラザースフェルドらが語るこうしたオピニオンリーダーの特性は、その社会的含意を考えるうえできわめて重要な要素となっている。次節ではこの点に注目しながら、P L C による短波放送研究がなぜその後のマスコミュニ

ケースン学説史から姿を消すことになったのかを推察することにした。

#### 四 オピニオンリーダーとはいかなる存在か

すでに述べたように、現在のマスコミュニケーション学説史において、PLCによる研究やラザースフェルドらの忘れられたエリー調査が参照されることはほとんどない。PLCの調査についてはプロパガンダに関する研究でまれに触れられることがあり、また国際コミュニケーション研究に関するラザースフェルドの小論でチャイルズ／ウィットン編『短波放送によるプロパガンダ』がわずかに参照されている程度である。<sup>(44)</sup> 加えて、エリー郡での短波放送に関する調査については、ラザースフェルドらの『イーブルズ・チョイス』や『パーソナル・インフルエンス』などの著作においても、あるいはラザースフェルドへのインタビューに基づく論文や自伝においても全く触れられていない。<sup>(45)</sup> 近年に出版されたラザースフェルドのラジオ研究に関する著作についても同様である。<sup>(46)</sup> 言うまでもなく、PLCによる研究がなぜ忘却されたのかについて、その明確な理由を述べるのは困難である。「プロパガンダ」という否定的なニュアンスを有する用語が研究者に嫌われ、それと同一の事象に言及するさいにも「(マス) コミュニケーション」等の用語が使われるようになるなかで、<sup>(47)</sup> プロパガンダ研究の側面を拭いにくく有していたPLCの研究が等閑視されるようになったという可能性、エリー調査以降、オピニオンリーダーについての研究がより精緻化していく過程において実証性の低いPLCの調査が顧みられなかった可能性、自らについて「できるだけ多くの研究と関係したいという考えにとりつかれていた」と述べるラザースフェルドが手がけた多くの研究プロジェクトのなかに埋没していった可能性など、<sup>(48)</sup> さまざまな推察を行うことができる。

ここでは、コミュニケーションの二段階の流れという概念が当時の米国社会において帯びることになった含意

が、PLCの研究から導き出されたものとは親和的でなかったがゆえに忘却されていた可能性について論じることにした。

マスコミユニケーションの限定効果理論は、第二次世界大戦後の米国を多元的な民主主義社会として肯定的に捉える見方と親和的であったとの指摘は繰り返し行われてきた。<sup>49</sup> すなわち、米国は原子化した大衆がプロパガンダによって統制される全体主義社会ではなく、社会の基本的な価値については幅広い合意が存在しながらも、マスメディアに対して自律性を発揮する無数の小集団が共存する社会だというイメージを限定効果理論は提供したということである。たとえばエリフ・カツツは、二段階の流れという概念が民主主義社会にとって有する含意にラザースフェルドらは興味をかきたてられていたと述べている。「人びとはなおも他の人びととのギブアンドテイクによってもっとも首尾よく説得されており、マスメディアの影響力は想定されていたよりも必然的でも強力でもないというのは、健全さの証であると彼らは考えた」というのである。<sup>50</sup>

こうした観点からすれば、PLCのオピニオンリーダー像がラザースフェルドらのそれとの比較において「健全さ」に欠ける部分があったことは否定しがたい。エドワード・マローの指摘は言うに及ばず、短波放送の影響力の小ささを認めるPLCの研究者にとっても、オピニオンリーダーとはマスメディアの潜在的影響力の大きさ、を示すために導入されている概念だからである。しかも、その発信元は英国やドイツであり、そこでのオピニオンリーダーとは、良くて外国のプロパガンダのエージェント、悪くすれば「第五列」なのである。

加えて、マローやPLCの研究者にとっての二段階の流れはあくまで「垂直的」なものであった。すなわち、プロパガンダのメッセージは「五千人の一流の人びと」からより多くのフォロワーへと流れていくことが想定されていた。それに対し、本論の冒頭で引用した『ピープルズ・チョイス』の序文でも指摘されていたように、二段階の流れに関する重要な発見とされていたのは、それが同じ階層内の水平的な関係性のもとでも生じうるとい

うことであつた。短波放送の聴取と経済的地位や教育水準とは関係しないという「忘れられたエリート調査」での知見は、そのメッセージが水平的に流れていく可能性を示唆するものであり、だからこそ垂直的な流れを想定していたPLCの研究との不整合を生じさせたのである。

もつとも、一九五五年にラザースフェルドがカツツとともに出版した『パーソナル・インフルエンス』では、政治的・社会的問題については社会的地位が上がるほどにオピニオンリーダーとしての役割を果たす人びとが増えるとともに、その影響力は所属階層を越えて発揮されることが多いとの指摘が行われている<sup>(51)</sup>。その意味では、少なくとも『パーソナル・インフルエンス』の出版時点においてラザースフェルドらとPLCとの実質的な見解の相違は狭まっていたと言いうる。

しかし、ラザースフェルドらにとつてそうした二段階の流れの垂直性を前面に押し出しにくい要因もあつたと考えられる。それは、チャールズ・ライト・ミルズに代表される大衆社会論者から限定効果理論へと向けられた批判である。後にカツツは戦後しばらくの時期を回想して次のように述べている。

ミルズが書いたメモや彼とラザースフェルドとのやり取りに関する記録を読む限り、彼には一貫性がきわめて欠けている。ミルズはメディアに直接的な影響力が欠けていることに不満であり、メディアはそうした個人間のネットワークを通して何らかの作用を及ぼすのだと主張する。そして彼はまた、階級を横断する垂直的影響源としてのオピニオンリーダーではなく、義理の兄弟のようなオピニオンリーダーに対しても不満であつた。彼はオピニオンリーダーシップという水平的なイメージが示唆するよりも垂直的な階級間の影響源を社会構造のなかに探し求めていたのである。事実、政治の領域では、マーケティング、ファッション、映画鑑賞とは異なり、他の領域に比べてより大きな階級間の影響力が發揮される<sup>(52)</sup>。しかし、私はこれらの相互作用についての話には踏み込まない。私は専門家ではないし、おそらく私には

偏見があるからだ。

よく知られているように、ミルズはラザースフェルドらによって一九四五年からその翌年にかけて行われたイリノイ州デューケーター郡での調査に参加し、オピニオンリーダーや選択的接触という限定効果理論の概念を自説のなかに取り込んでいた。<sup>(53)</sup> そのうえで、マスメディアによって作り上げられる対立軸とは疑似的なものでしかなく、米国を支配する「パワーエリート」への抵抗を生み出すような「真の見解の対立、真の争点」を提示するようなものではないと主張する。<sup>(54)</sup> すなわち、ラザースフェルドらが主張する限定効果理論のメカニズムが作用していたとしても、人びとの目が真の争点から逸らされている限り、それは必ずしも米国が多元的な民主主義社会であることの証にはならないということである。しかも、第一次世界大戦後のプロパガンダ不信のなかで、「世論製造者」たちは世論に直接的に訴えるのではなく、オピニオンリーダーにアプローチすることでそうした操作を完遂する必要性を学んだというのである。ここに PLC と同型のオピニオンリーダー像をみることは難しくない。

このようにラザースフェルドらの研究は、ミルズに代表される大衆社会論者とは二段階の流れの解釈において大きく異なる立場を有しており、対抗関係にあったと言つてよい。『パーソナル・インフルエンス』<sup>(55)</sup> の冒頭において彼らが大衆社会論を踏み台にして自分たちの研究の意義を強調していることから、そのことは明らかである。そうした対立軸が存在するなかでは、ラザースフェルドらと同じく『パブリック・オピニオン・クォーター』<sup>(56)</sup> において活躍していても、あるいはそうであるからこそ、PLC の研究者が提起していた二段階の流れは、その後のマスコミュニケーション学説史において埋没していく運命にあったと考えられる。

## 五 メディア効果論の文脈

以上のように本論では、ラザースフェルドらが提起したコミュニケーションの二段階の流れに類するアイデアを有していた英国の対米プロパガンダイストやPLCの研究について紹介した。そのうえで、PLCが描き出したオピニオンリーダー像がラザースフェルドらのそれと乖離していたがゆえに、<sup>(57)</sup>その後の学説史のなかで忘却されていった可能性を指摘した。

ここまでの検討を経て浮かび上がるのは、オピニオンリーダーであれ、二段階の流れであれ、あるいは選択的接触であれ、その語られ方や評価は文脈に応じて大きく変わるということである。ラザースフェルドらの研究においてそれらが「健全さの証」とみなされたのは、プロパガンダによって統制される全体主義社会や、マスメディアによって操作される大衆社会というネガティブな社会像への反論として位置づけられたからにほかならない。言い換えれば、ナチス的な強制的同一化や均質化を危惧する問題意識が優勢である限りにおいて、それらは肯定的に評価されるのである。

しかし、社会の分断や分裂が問題視されるような状況では、それらの概念の含意は大きく変化する。<sup>(58)</sup>オピニオンリーダーはサイバークスケードによる集団分極化を加速させる存在として、二段階の流れは事実がわい曲されて伝達される、あるいは外国のプロパガンダが浸透するメカニズムとして、選択的接触は自らにとつて都合の良いものにしか接触しない態度として評価されるようになる。実際、近年のメディア研究においてそれらの位置づけは大きく変化してきた。

PLCが描き出すオピニオンリーダー像は、それがプロパガンダのエージェントあるいは「第五列」である限りにおいて、米社会に分裂を生じさせる存在であった。だからこそ、それを「健全さの証」とみなすラザー



スフェルドらの研究から切り離されねばならず、米国社会の姿を肯定的に捉える戦後の社会風潮のなかで姿を消していったのではないだろうか。

- (1) ただし、ラザースフェルドらの知見はあくまでマスコミュニケーションの直接的、短期的な影響に関するものであり、間接的、長期的な影響について彼らは言及を避けている(ラザースフェルド、P・F／カツツ、E(一九五五―一九六五)竹内郁郎訳『パーソナル・インフルエンス オピニオンリーダーと人びとの意思決定』培風館、一八頁)。
- (2) ラザースフェルド、P・F／ベレルソン、B／ゴードット、H(一九六八―一九八七)有吉広介監訳『ピープルズ・チョイス アメリカ人と大統領選挙』芦書房、三五頁。ただし、一部の訳を改めた。
- (3) Katz, D. (1942) 'Britain Speaks,' in H. L. Childs and J. B. Whitton (eds.) *Propaganda by Short Wave*, Princeton: Princeton University Press, p.115.
- (4) Lavine, H. and Wechsler, J. (1940) *War Propaganda and the United States*, New Heaven: Yale University Press, p.89.
- (5) スッケール、J・／クルマイヒ、G(二〇〇八―二〇一一)劍持久木ほか訳『仏独共同通史 第一次世界大戦(下)』岩波書店、一四〇―一四四頁。
- (6) Cull, N. J. (1995) *Selling War: The British Propaganda Campaign against American "Neutrality" in World War II*, Oxford: Oxford University Press, pp.9-10; Brewer, S. A. (1997) *To Win the Peace: British Propaganda in the United States during World War II*, Ithaca: Cornell University Press, p.25.
- (7) Ponsoby, A. (1928) *Falsehood in War-Time: Containing an Assortment of Lies Circulated throughout the Nations during the Great War*, New York: E. P. Dutton, pp.78-82.
- (8) Lavine and Wechsler, *op. cit.*, p.92.
- (9) Cull, *op. cit.*, p.13.
- (10) Briggs, A. (1970) *The War of Words (The History of Broadcasting in the United Kingdom Volume.III)*,

- Oxford: Oxford University Press, p.170.
- (11) Taylor, P. M. (1999) *British Propaganda in the 20th century: Selling Democracy*, Edinburgh: Edinburgh University Press, pp.35-36.
- (12) Marett, R. (1968) *Through the Back Door: An Inside View of Britain's Overseas Information Services*, Oxford: Pergamon Press, p.13.
- (13) Cull, *op. cit.*, p.102.
- (14) Wheeler-Bennett, J. (1975) *Special Relationships: America in Peace and War*, London: Macmillan, pp.73-81.
- (15) Cull, *op. cit.*, pp.119-129.
- (16) Brewer, *op. cit.*, p.5.
- (17) *Ibid.*, p.58.
- (18) Hickman, T. (1995) *What Did You Do in the War, Auntie?: The BBC at War 1939-1945*, London, BBC Books, p.105.
- (19) Cull, *op. cit.*, p.11.
- (20) 表向きのターゲットと実質的なターゲットとを違えることの有効性について、BBCドイツ語放送で対独プロパガンダに関わっていたリンドリー・フレイザーは次のように述べている。「人びとは自分たちに向けられた放送よりも、表向き、表面的には彼らに向けられていない放送につねにより強く印象づけられる……。自分たちに向けて語りかけられる番組を聴くとき、彼らはより疑い深く、懐疑的になりがちである。他方、どうみても自分たちには向けられていない放送に対して、いわゆる傍受をするとき、彼らは相対的にガードを下げる傾向にある」(フレイザー、L (一九五七＝一九六二) 本橋正／坂井英夫訳『プロパガンダ』紀伊國屋書店、九七頁、改訳)。
- (21) Katz, *op. cit.*, p.119.
- (22) Gorham, M. (1948) *Sound and Fury: Twenty-one Years in the B.B.C.*, London: Percival Marshall, p.117.
- (23) Cull, *op. cit.*, p.85.
- (24) 本節でのP.L.C.に関する記述はおもに以下の文献を参照した。Childs, H. L. (1941) 'Short-Wave Listening in the

- United States,' in *Public Opinion Quarterly*, vol.5(2), pp.210-226; Childs, H. L. (1942) 'America's Short-wave Audience,' in H. L. Childs and J. B. Whitton (eds) *Propaganda by Short Wave*. Princeton: Princeton University Press; Graves Jr., H. N. (1941) 'Propaganda in the air: Princeton Listening Center covers the war,' in *The Princeton University Library Chronicle*, vol.2(3), pp.91-96; Keane, D. (2009) 'An ear toward security: the Princeton Listening Center,' in *The Princeton University Library Chronicle*, vol.71(1), pp.45-62; Rolo, C. J. (1942) *Radio Goes to War: The "Fourth Front"*, New York: Putnam's Sons.
- (25) 外国放送モニタリングサービスは、一九四二年に外国放送インテリジェンスサービス (Foreign Broadcast Intelligence Service) に、一九六七年に外国放送情報サービス (Foreign Broadcast Information Service) へと名称し、一九九〇年代の半ばまで活動を継続した (Keane, *op. cit.*, p. 59)。
- (26) Childs (1942) *op. cit.*, p.305.
- (27) *Ibid.*, p.309.
- (28) *Ibid.*, p.323.
- (29) *Ibid.*, pp.338-339.
- (30) Childs (1941) *op. cit.*, p.218.
- (31) Katz, *op. cit.*, pp.112-113.
- (32) *Ibid.*, p.115.
- (33) Childs (1941) *op. cit.*, p.220.
- (34) Rolo, *op. cit.*, p.120.
- (35) *Ibid.*, pp.124-125.
- (36) Graves Jr., H. N. (1941) 'Propaganda by Short Wave: London Calling America,' in *Public Opinion Quarterly*, vol.5(1), p.42.
- (37) Box2, B-0105 (<http://www.columbia.edu/cu/lweb/eresources/archives/rbml/BASR/index.html>) [2020/8/28  
アクセス]。

- (38) Childs (1941) *op. cit.*, p.216.
- (39) *Ibid.*, pp.217-218.
- (40) *Ibid.*, p.217.
- (41) *Ibid.*, p.222.
- (42) *Ibid.*, p.225.
- (43) ラザースフェルドほか(一九六八―一九八七)、『前掲書』一〇六一―一〇七頁。
- (44) Lazarsfeld, P. F. (1946) 'Radio and international co-operation as a problem for psychological research,' in *Journal of Consulting Psychology*, vol.10(1), p.52; Lazarsfeld, P. F. (1952) 'The prognosis for international communications research,' in *Public Opinion Quarterly*, vol.16(4), p.482.
- (45) Rossi, P. H. (1959) 'Four landmarks in voting research,' in E. Burdick and A. J. Brodbeck (eds.), *American Voting Behavior*. Illinois: Free Press; ラザースフェルド、P・F(一九六九―一九七三)今防人訳『社会調査史におけるひとりのエピソード』(S・ヒューズほか、荒川幾男ほか訳『亡命の現代史4 社会科学者・心理学者』みすず書房)。
- (46) Jeråbek, H. (2017) *Paul Lazarsfeld and the Origins of Communications Research*. London: Routledge.
- (47) Glander, T. (2000) *Origins of Mass Communications Research during the American Cold War: Educational Effects and Contemporary Implications*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, p.xi.
- (48) ラザースフェルド(一九六九―一九七三)、『前掲論文』二一八頁。
- (49) Hall, S. (1982) 'The rediscovery of "ideology": return of the repressed in media studies,' in M. Gurevitch et al. (eds.) *Culture, Society and the Media*. London: Routledge, p.61; 大石裕(一九九八)『政治コミュニケーション理論と分析』勁草書房、五八一―六〇頁。
- (50) カッツ、E(一九六〇―一九六八)下沢夫美子訳『コミュニケーションの二段階の流れ』(W・シユラム編、学習院大学社会学研究室訳『新版マス・コミュニケーション マス・メディアの総合的研究』東京創元社)、一九四頁。ただし、訳を改めた。

- (51) ラザースフェルド／カッツ、前掲書、二七八―二八二頁。
- (52) カッツ、E (一九九六〇〇五) 末永雅美訳「コロンビア大学における普及研究」(『アメリカ・コミュニケーション研究の源流』春風社、八四頁。ただし、訳を改めた。
- (53) ミルズ、C・W (一九六三―一九七一) 塚本三夫訳「マス・メディアと世論」(L・ホロヴィッツ編、青井和夫／本間康平監訳『権力・政治・民衆』みすず書房、四五六―四六一頁)。
- (54) ミルズ、C・W (一九五六―一九六九) 鶴飼信成・綿貫譲治訳『パワー・エリート(下)』東京大学出版会、二二二―二二六頁。
- (55) ラザースフェルド／カッツ、前掲書、四頁。
- (56) PLCのチャイルズは『パブリック・オピニオン・クォーター』の創設メンバーの一人であり、長きにわたって同誌の編集委員を務めている。
- (57) もっとも、ラザースフェルド自身、PLCのようなオピニオンリーダー像を完全に否定していたわけではなかった。ラザースフェルドは自らが語りかける聴衆に応じて、その知見が有するニュアンスを大きく変えていたからである (Pooley, J. (2006) 'Fifteen pages that shook the filed: "Personal Influence", Edward Shils, and the remembered history of mass communication research.' in *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, vol.608 (1), p.142)。すなわち、プロパガンダの影響を心配する公衆を相手に語る場合にはそれが失敗する可能性を論じることと安心させる一方、政府のプロパガンディストを読者として執筆するさいにはオピニオンリーダーへの働きかけとメディア戦略との組み合わせを説いていたのだという。
- (58) 社会的文脈に応じてメディア効果に対する評価は大きく変化しうることについては、以下の論考を参照されたい。津田正太郎 (二〇一七) 「大衆なき社会の脅威 大衆とメディアに関する理論の変遷とその背景」(『メディア・コミュニケーション』六七号、一一一―一七頁)。