

マス・コミュニケーションの過程

——「コミュニケーションの2段階の流れ」

仮説をめぐって——

岡田直之

I 「2段階の流れ」仮説の成立と発展

すでによく知られているように、受け手の対人関係あるいは社会関係の網目はマス・コミュニケーションの情報や影響の流れを左右する 戦略的変数である。「社会関係のマス・コミュニケーション理論¹⁾」とも呼ばれる、この社会学的観点²⁾は「マス・コミュニケーション過程に関するまったく斬新な視座」を切り開き、かの有名な「コミュニケーションの2段階の流れ」仮説を定立した。2段階の流れ仮説はよくもわるくも、マス・コミュニケーション過程に関するもっとも刺激的な理論仮説であったのみならず、マス・コミュニケーション研究を引っ張る強力な理論的牽引車でもあったといつてよい。

2段階の流れ仮説は、1940年のアメリカ大統領選挙の際に、オハイオ州エリー郡で実施された投票行動に関する調査研究において、はからずも発見されたといわれる。この調査研究において、(1)あらゆる種類のキャンペーン・コミュニケーションへの接触実態を全体としてみると、政治的な話し合いや議論がマス・メディア（ラジオや新聞・雑誌）への接触よりも、頻度が高かったこと、(2)多くの人びとはマス・メディアに直接接せず、マス・メディアへの直接接は特定の人びと（たとえば、政治的関心の高いもの、投票意思の早期決定者など）に集中的に片寄っていたこと、(3)マス・メディアに直接接していない人びとは多くの場合、キャンペーン情報をマス・メディアへの直接接者から入手していたこと、(4)選挙運動期間中に投票意思を改変した人びとはごく少数であったが、改変者の大部分は影響源としてオピニオン・リーダーを挙げていたことなどが明らかになるに及んで、「もろもろのアイデアはしばしばラジオや印刷物からオピニオン・

リーダーへ、そしてオピニオン・リーダーからあまり活動的でない人びとへと流れる³⁾(傍点原文)という、コミュニケーションの2段階の流れ仮説が定式化されたのである。

E・カツはこの仮説の基本的構成要素として、(1)パーソナルな影響の効力、(2)パーソナルな影響の流れ、(3)オピニオン・リーダーとマス・メディアとの関連性を挙げ、第1の要素については「投票意思の決定に影響を与えるのに、パーソナルな接触がマス・メディアより頻度も高く、効果も大きい」こと、第2の要素に関しては「オピニオン・リーダーは社会のあらゆる階層に見出され、したがって恐らく、かれらが影響を与える人びとと非常に似通っている」こと、そして第3の要素をめぐっては「オピニオン・リーダーは他の人びとと比べてラジオ・新聞・雑誌、つまり公的なコミュニケーション・メディアにかなり多く接触している」ことを、2段階の流れ仮説にかかわる基礎的命題として提起した⁴⁾。2段階の流れ仮説に関する諸研究は主としてこれらの基礎的命題を軸に展開されたといつてよい。

第1の命題についていえば、研究者の問題関心はとかくマス・メディアの影響とパーソナルな影響との、いずれが相対的に有効であるかという点に傾斜しがちであった。多くの調査研究は人びとの意思決定過程への影響ということに限るならば、パーソナル・コミュニケーションがマス・メディアよりも、より有効に働くことを一般に実証したと思われる。しかし、同時に、マス・メディアとパーソナル・コミュニケーションとの関係は単に競合的、対立的であるよりも、はるかに複雑かつ多様な機能的関連性をもっている、と多くの研究者はしだいに考えるようになる。

たとえば、P・F・ラザースフェルドとH・メンツェルは「パーソナルな諸関係とマス・メディアは多様なかたちで相互に作用し合っており、ときには補強し合い、ときには相互に軽減し合うこともある⁵⁾」と述べている。したがって、竹内郁郎が適切に指摘したように、「対人的コミュニケーションが常にマス・メディアのインパクトに対して抵抗的に機能すると主張することも、反対に、常に相乗的に機能すると主張することも、ともに一面的であり不正確である⁶⁾」といわなければならない。

恐らく、マス・メディアとパーソナル・コミュニケーションとの機能的関連性に関する一般的理解としては、マス・メディアのメッセージが受け手の所属ないし準拠する集団の規範と一致し両立するならば、パーソナル・コミュニケーションはマス・メディアの機能を補強し、その集団規範と対立し矛盾する場合には、パーソナル・コミュニケーションはマス・メディアの機能に抵抗し、その効果を減殺するということになるだろう。しかしながら、この一般的理解を踏まえた上で、特定の社会体制や社会体系のもとで、パーソナル・コミュニケーションが総体としてマス・メディアを補強しているか否かを問うことは、きわめて重要な社会学的テーマであろう。⁷⁾

第2の命題をめぐることは、パーソナルな影響の流れは通例、同質的な社会階層内における水平的な流れであることが確認されたといつてよかろう。⁸⁾ しかも、オピニオン・リーダーシップは多領域に及ぶよりも、単一領域に局限されること、すなわちオピニオン・リーダーの影響力は政治、買い物、ファッションなど特定の個別的なトピックないし行動領域に限定され、リーダーシップの重層性は生起しにくいことが明らかになった。言い換えるならば、オピニオン・リーダーシップは相対的な性格をもち、異なる影響領域では、リーダーと非リーダーとの地位が逆転することもあり得るといふわけである。

パーソナルな影響の流れ方については、いまひとつの問題がある。すなわち、対人的影響のコミュニケーションはオピニオン・リーダーから非リーダーへと一方向的に流れるという前提にほかならない。ところが、オピニオン・リーダーと非リーダーとの二者関係を捉えた調査研究によると、対人的影響過程におけるオピニオン・リーダーと非リーダーとの複雑な相互作用の諸相が明らかになっている。たとえば、J・アルントの調査研究によれば、パーソナル・コミュニケーションはオピニオン・リーダーから非リーダーへの一方向的流れだけでなく、非リーダーからオピニオン・リーダーへの流れ、オピニオン・リーダーからオピニオン・リーダーへの流れ、そして非リーダーから非リーダーへの流れといったように、きわめて多様な方向性を示していた¹⁰⁾(表1参照)。

非リーダーからオピニオン・リーダーへのパーソナル・コミュニケーションの流れが予想外に活発であった点について、アルントは「(主要なニュース・トピ

表1 口伝えメッセージの流れ

		受 容 者		総 計
		オピニオン・リーダー	非リーダー	
伝 達 者	オピニオン・リーダー	39%	23%	62%
	非リーダー	19%	19%	38%
総 計		58%	42%	100%

(出所) Arndt, J., "A Test of the Two-Step Flow in Diffusion of a New Product," *Journalism Quarterly* 45 (1968): 457-465, p. 462.

ックに関する) 対面的コミュニケーションは意見を求めるというよりも、意見を共有することで特徴づけられると報告したトルダールとヴァン・ダムが発見と一致する」と述べるとともに、「リーダーと非リーダーが伝達者の役割と受容者の役割とをしばしば交換し合った¹¹⁾」ことに、われわれの注意を喚起している。もちろん、たとえ非リーダーの限定された部分であるにせよ、従来非リーダーとして一括されていた人びとのなかにも、単に情報や影響を一方的に受け取るだけでなく、コミュニケーション過程に積極的に参画し、みずからも意見を述べる人びとの存在が確認されたことの意義は、決して小さくないであろう。

第3の命題に関連していえば、オピニオン・リーダーは非リーダーに比べてマス・メディアへの接触がより高いことを、多くの調査研究は一様に支持している。しかし、こうしたオピニオン・リーダーとマス・メディアとの関係は、オピニオン・リーダーのコミュニケーション行動の多面的積極性という、もっと一般的命題の個別的な事例にすぎぬのではないかと考えられるようになる。オピニオン・リーダーはオピニオン・リーダーシップの行使と密接にかかわる多様な情報源に積極的に接触することによって、リーダーとしての地位と信頼を保持できるのだから、オピニオン・リーダーのメディア接触はかならずしもマス・メディアだけに限られるわけではない。リーダーシップの行使に寄与するならば、対人的接触を含めて、どのメディアにも精力的かつ敏感に接触すると考えた方がもっと妥当であるに違いない。

II 「2段階の流れ」仮説の見直し¹²⁾

2段階の流れ仮説は確かにマス・コミュニケーションの社会的流れに関するひとつの刺激的な概念モデルであったとしても、マス・コミュニケーションの情報や影響の流れはもっと多様で、複雑なパターンを示すと考えなければならない。マス・コミュニケーション過程が2段階の流れよりも、はるかに複雑で、入り組んでいるということはすでに2段階の流れ仮説の生成期に示唆されていた。1948年のアメリカ大統領選挙の際に、ニューヨーク州エルミラで実施された投票行動研究において、B・R・ベレルソンたちは、つぎのように述べている。「リーダーとして検出された人びとが他の人びとよりも、もっと頻繁に(52%対43%)、政治への助言を求めていると回答していることがさらに分かると、人間の神経系のようにコミュニティに張りめぐらされたリーダーシップ関係の限りない網状構造が現実存在するに違いないことを、ふたたび思い起こさせる」(傍点原文)¹³⁾。

オピニオン・リーダーがみずから助言を求める他のオピニオン・リーダーをもつならば、对人的影響の連鎖は多段階にならざるをえない。こうして、P・F・ラザースフェルドとH・メンツェルは2段階の流れ仮説をめぐって、つぎのような「重大な修正」を迫ったのである。¹⁴⁾「われわれはマス・メディアからオピニオン・リーダーを通して一般の人びとへという、2段階の流れに単純に取り組むのではなく、マス・メディアから相互にコミュニケーションし合うオピニオン・リーダーの何段階かの中継を通して最終的なフォロアーに至るコミュニケーションの多段階の流れに取り組まなければならない」¹⁵⁾。コミュニケーションの多段階の流れモデル(Multi-Step Flow Model)の誕生とあってよい。

さらに、オピニオン・リーダーの中継なしに、情報や影響がマス・メディアから受け手へと直接流れる場合もある。マス・コミュニケーションが通常、主要な社会的出来事に関する支配的情報源であることを、多くのニュース伝播研究は明らかにしている。こうして、コミュニケーションの1段階の流れモデル(One-Step Flow Model)が提起されることになる。

O・N・ラーセンとR・J・ヒルは早くからニュース伝播におけるマス・メディアと対人コミュニケーションとのかかわりについて研究し、タフト上院議員死

亡のニュースをめぐる、多くの人びとは対人コミュニケーションよりも、マス・メディアでニュースを知ったこと、そして対人コミュニケーションはむしろマス・メディアからのニュースを知った後で継起したことを明らかにした¹⁶⁾。いうまでもなく、当時は、ラジオがもっとも有力な第1次情報源であった。W・A・ダニエルソンも、大統領選再出馬へのアイゼンハワーの決断に関するニュースについて、その第1次情報源の順位はラジオ39%、新聞27%、対人接触20%、テレビ14%であって、マス・メディアが圧倒的に優位であったことを報告している¹⁷⁾。

1960年代に入ると、マス・メディア、とりわけ放送メディアが多種多様なニュース事件の主要な情報源であることを明らかにした調査研究が相次いで続出する。主要ニュースの伝播に関するP・J・ドイッチマンとW・A・ダニエルソンの調査研究はこれらのニュース伝播研究に強力な弾みをつけたように思われる。ちなみに、かれらはその調査結果を、「重要な事件に関する最初のマス・メディア情報は総じて人びとに直接到達し、大部分は中継されない」(傍点原文)と述べるとともに、「カッツ＝ラザースフェルドの2段階の流れ仮説は、最初に接触する情報の過程に関する記述としては、慎重かつ条件つきでマス・コミュニケーションに適用されるべきだ¹⁸⁾」と主張した。

2段階の流れ仮説へのこうした修正や批判の台頭とともに、その仮説の提唱者たるラザースフェルド自身さえ、「影響の行使でなく、単に情報の伝達ということであれば、対人的接触の諸特徴が際立つて重要な役割を果たすとは思われず、対人コミュニケーションは相対的に重要でなくなると予想されよう。したがって、マス・メディアの直接的インパクトは恐らくもっと大きくなるだろう¹⁹⁾」と提言するに至ったのである。

さらに、パーソナルな影響に関する古典的研究の調査データを注意深く再吟味してみると、マス・メディアの直接的影響をむしろ示唆するデータがいくつか散見されるという指摘も現われてくる。たとえば、D・F・ダグラス²⁰⁾たちやT・ギットリン²¹⁾が指摘したように、ディケーター研究において、社会・政治的問題をめぐる意見変容を示した件数のうち、58%はパーソナルな接触によるのではなく、大部分はマス・メディアに起因していたと報告されていたのである²²⁾。ギットリンはこの結果を、「かつての皮下注射モデルに事実上一致する²³⁾」とさえ述べている。

皮下注射モデルの妥当性を裏付ける調査データであると言い切ることは行き過ぎであるとしても、「社会・政治的問題の領域では、マス・メディアは直接に人びとの意識に働きかける²⁴⁾」ことを示唆するものとして読み取ることはできるであろう。

こうした文脈で考えるならば、少なくとも社会的出来事に関する情報の日常的流れについては、2段階の流れよりも1段階の流れ仮説が適切かつ妥当であるように思われる。ただし、大統領の死亡とか暗殺といった重大ニュースの発生などの異常事態のもとでは、1段階の流れモデルは適用できにくくなるのかもしれない。1960年のケネディ米大統領暗殺事件のニュース伝播に関する一連の調査研究を検討したS・P・スピツァーは「通常のニュース、あるいは幾分か異常なニュースでも、そのニュースに関する情報の伝達は大部分マス・メディアのコミュニケーションによるかもしれないけれども、大統領の暗殺といった重大なる状況のもとでは、対人的なメッセージ伝達が第一義的に重要性を帯びる²⁵⁾」と総括したし、K・E・ローゼングレンも、従来の重立ったニュース伝播研究を包括的に検討した結果、「事件が重要であれば、そのニュースをパーソナル・コミュニケーション²⁶⁾で知った人びとの比率も大きい」と結論づけている。

しかしながら、これらの見解はかならずしも重大ニュースの伝播におけるパーソナル・コミュニケーションの優越性を一般化しようとするわけではなく、危機的状況のもとでは、あらゆる種類のコミュニケーション・メディアが活性化する結果として、パーソナル・コミュニケーションが第1次情報源として相対的に重要性を高めることを示唆している²⁷⁾と理解すべきであろう。

1段階の流れ仮説は現在のところ、おおむね情報の流れに局限されているように思われる。しかし、マス・メディアが対人チャンネルよりも、公共の問題に関する受け手の態度により強い影響を及ぼすことを示唆する調査研究もある。1段階の流れ仮説が単に情報の流れの局面にとどまらず、受け手の態度や行動への影響の局面においても、どの程度まで適用可能であるかどうか、こんご緻密に研究されるべき課題である。

1段階の流れ仮説であれ、多段階の流れ仮説であれ、2段階の流れ仮説を全面的に否定するものではない。いずれも、2段階の流れ仮説の不当な一般化への批判であって、マス・コミュニケーションの社会的流れをめぐって、2段階の流れ

が妥当する場合もあるし、1段階の流れや多段階の流れが妥当する場合もあるということにはかならない。したがって、社会におけるマス・コミュニケーションの流れに関する一般的概念モデルは「N段階の流れモデル²⁸⁾」としてもっとも的確に提示できると思われる。

2段階の流れ仮説の明確化と発展とにおいて、イノベーション普及研究が顕著な役割を果たしたことは、周知の通りである。新しいアイデアや慣行を採用する際の意思決定過程の諸段階において、多様なコミュニケーション・メディアがどのようにかわり、どんな役割を果たしているかについて、イノベーション普及研究はひとつのモデル的定式を提示した。すなわち、E・M・ロジャーズとF・F・シューメーカーによれば、「マス・メディアのチャンネルは相対的に知識機能においてより重要であり、対人チャンネルは相対的にイノベーション-意思決定過程²⁹⁾においてより重要である」というのである。

この知見を2段階の流れ仮説に連結するならば、つぎのような含意が浮かび上がるであろう。(1)社会的情報源としてのマス・メディアの中枢性はかならずしもオピニオン・リーダーに限らず、非リーダーにとっても同様である。(2)しかしながら、オピニオン・リーダーと非リーダーとでは、接触するメディアの種類とマス・コミュニケーション情報の利用法とがそれぞれ異なるであろう。たとえば社会・政治的行動領域に即していえば、オピニオン・リーダーは恐らく活字志向型であるとともに、非リーダーに影響を及ぼすために、情報を道具的に利用するのに対して、非リーダーは通例テレビ志向型で、情報への接触は主として自己消費的であるかもしれない。(3)態度や行動の決定段階における対人的な接触や影響の重要性はかならずしも非リーダーに限定されず、オピニオン・リーダーの場合にも当てはまる。

確かに、情報の流れと影響の流れとを概念的に区別し、明確化しないままに、コミュニケーションの2段階の流れ仮説を定式化したために、少なからぬ混乱や誤解を引き起こしたことは事実であり、この混乱と誤解を解き、2段階の流れ仮説を洗練する上で、イノベーション普及研究の果たした役割はきわめて大きいといつてよい。しかし、両者の弁別が現実にはまことに微妙極まりないものというジレンマもある。情報を受け取る際に、ある種の影響が同時に随伴する場合も考

えられるからである。したがって、情報の流れと影響の流れとをあまりに機械的に区分けすることの危険性についても、十分留意しなければならないだろう。

III 「2段階の流れ」仮説の盲点

コミュニケーションの2段階の流れ仮説のアキレス腱として、非リーダーの概念規定がまことに貧弱であった点に注目すべきである。J・P・ロビンソンの表現に従えば、「これらの一般大衆はふつう残余集団であって、欠席裁判でオピニオン・リーダー以外の人びとと決めつけられたようなものである」³⁰⁾。

C・R・ライトとM・キャンターも、オピニオン・リーダーあるいはパーソナルな影響に関する社会学的研究に「興味をそそる不均衡」があつて、影響を受ける人びとについて、ほとんど関心も注意も払われなかつたと批判した。かれらはこの奇妙な不均衡を正す試みとして、オピニオン・リーダーと非リーダーのペア概念に代わって、オピニオン・リーダーと意見追求者と意見回避者のトリオ概念³¹⁾を提案している。

意見追求者とは、「(a)特定の争点か、(b)共通の主題に関連する幾つかの争点か、あるいは(c)幾つかの話題かのいずれかについて、だれかの見解（あるいは、何人かの見解）を捜し求めた人びと」のことである。一方、意見回避者は「特定の争点・話題、あるいはもろもろの話題について、他の人びとの見解を回避するか、少なくとも求めない人びと」である。非リーダーを意見追求者と意見回避者とに分けて考えるとき、両者の際立った差異を明らかにすることができる。

意見追求者はコミュニケーション過程への積極的関与者であつて、特定の争点や話題について他の人びとの見解を求めるだけでなく、コミュニケーション行動が全般的に活発であり、みずからオピニオン・リーダーになることも少なくない。これと対照的に、意見回避者はコミュニケーション過程から孤立し、特定の話題に関して他の人びとの見解を求めず、コミュニケーション行動も全般的に不活発で、当然のことながらオピニオン・リーダーになることはほとんどない。

ライトとキャンターの調査研究で注目すべき発見のひとつは、オピニオン・リーダーであつても、他の人びとの見解を求めないリーダーたちの場合、リーダーシップとかかわる話題に関するコミュニケーション行動がさほど活発でないとい

う点であろう。このことはパーソナルな影響とコミュニケーションの流れにおいて、リーダーと非リーダーとの相互作用の働きがきわめて重要な要因であることを物語っているといわなければならない。

さらに付け加えれば、オピニオン・リーダーのカテゴリーそのものについても、もっと洗練された再検討が必要であることを示唆しているといえるだろう。確かに、W・ワイズが指摘したように、「オピニオン・リーダーが積極的にある見解を受け入れるように、あるいはあるイノベーションを採用するように他の人びとを納得させようと努めた、という調査研究上の直接的な証拠はほとんどない」(傍点原文)のだから、「積極性と消極性という区別を考慮しないと、オピニオン・リーダーとは積極的に他の人びとに影響を与えるものだという、不当な主張に立ち至りかねない³²⁾」であろう。これまでかならずしも明確に意識されなかった2段階の流れ仮説の盲点のひとつであったと思われる。

周知のように、2段階の流れ仮説はテレビ以前の時代において定式化されたわけだが、テレビが大衆の規模で普及・日常化し、情報伝達の巨大な潜勢力を備えるに至った段階で、どのような修正や変更を加えねばならぬかどうかとも、興味深い視点である。事実、2段階の流れ仮説への修正や批判がテレビ時代の展開に符節を合わせたかのように噴出したことを軽々に見逃すわけにはいかない。

J・トレナマンとD・マクウェールはイギリスにおけるテレビ選挙の幕開けというべき1959年の総選挙の際に、投票行動調査を実施し、テレビが選挙民の政治知識を増大させたことを明らかにした。かれらは「政党の政策に関する知識の増大とテレビの政治番組の視聴との間に有意な相関がある³³⁾」と述べ、マス・メディアのなかではテレビだけが「コミュニケーションの障壁」を突き破って、少なくとも認知レベルにおいて直接的インパクトを有権者に与えたことに着目した。このイギリスの投票行動研究はテレビ時代においては、2段階の流れ仮説が単純に適用されないことを示唆したものといえるだろう。しかし、この研究は2段階の流れ仮説の妥当性そのものに真正面から取り組んだわけではなかった。

1968年のアメリカ大統領選挙におけるJ・P・ロビンソンの投票行動研究は、テレビ時代における2段階の流れ仮説の妥当性を考察する上で、まことに示唆的である。³⁴⁾ロビンソンも、コミュニケーションの流れ過程における相互作用の働き

表2 意見提供者, 意見受容者, 討論不参加者のメディア利用と政治行動

		意見提供者	意見受容者	討論不参加者
マイ ス プ の メ デ イ ア 利 用	テ	94%	85%	87%
	レ	85	67	68
	ビ	51	29	25
	ラ	49	33	40
政 治 行 動	新			
	聞			
	雑			
	誌			
	ラ			
	ジ			
	オ			
政 治 行 動	会合・集会への出席	8	4	2
	組織への所属	7	3	1
	政党活動への参加	14	3	1
	献金を求められた	35	23	14
	政党への献金	16	7	4
	バッジやステッカーをつけた	28	14	6
	投票した	88	79	66

(出所) Robinson, J. P., "Interpersonal Influence in Election Campaigns: Two Step-Flow Hypotheses," *Public Opinion Quarterly* 40 (1976): 304-319, p. 312.

を重視して、オピニオン・リーダー対非リーダーの伝統的2分法に代わって、意見提供者, 意見受容者, 討論不参加者の3つのカテゴリーを設定する。

調査結果によると、意見提供者は意見受容者と討論不参加者よりも、新聞・雑誌の活字メディアにより多く接触しているが、テレビ・ラジオの放送メディアへの接触は3つのカテゴリー間であまり大きな差はないばかりでなく、選挙キャンペーンの情報源としてのテレビへの接触はいずれのカテゴリーにおいても際立って高い。意見受容者は討論不参加者に比べて、マス・メディアへの接触が総体的にみればわずかに少ないけれども、自動車のバンパーにステッカーを貼るとか、政治献金をするとかいった政治行動の面で、討論不参加者よりも活発である(表2参照)。さらに、意見提供者と意見受容者はともにマス・メディアに影響されなかったと思われるのに対して、討論不参加者は新聞の支持する候補者に投票する傾向が明らかに認められた(表3参照)。

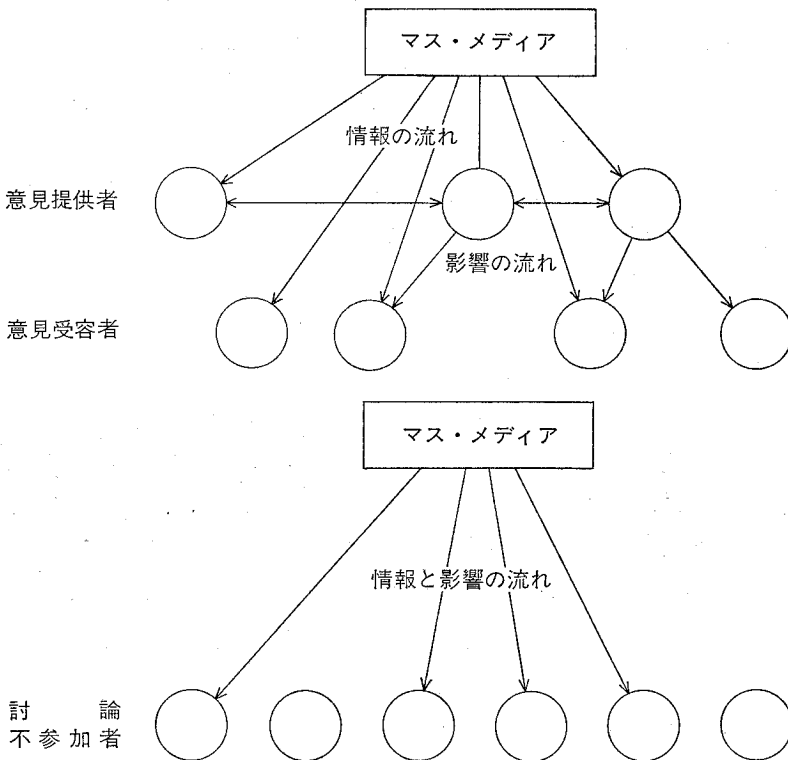
ロビンソンはこうした調査結果を踏まえて、つぎのような注目すべき見解を述べている。意見受容者と討論不参加者とはほとんど同程度にマス・メディアに接触しているにもかかわらず、「意見受容者はメディアの影響を受けやすいように思われない。その対人的接触源がメディア情報への逆作用として働くのか、それ

表3 候補者支持の新聞への接触とハンフリーへの投票との相関

	意見提供者	意見受容者	討論不参加者
ハンフリー支持の新聞への接触	41%	41%	46%
いずれの新聞にも接触せず	43	39	39
ニクソン支持の新聞への接触	43	41	35
ハンフリーとニクソンとの差	-2	0	+11

(出所) Robinson, J. P., "Interpersonal Influence in Election Campaigns : Two Step-Flow Hypotheses," *Public Opinion Quarterly* 40 (1976): 304-319, p. 313.

図1 2段階の流れ仮説の修正図式



(出所) Robinson, J. P., "Interpersonal Influence in Election Campaigns : Two Step-Flow Hypotheses," *Public Opinion Quarterly* 40 (1976): 304-319, p. 317.

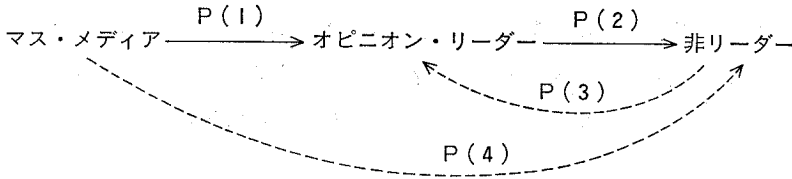
ともこれらの人びとはもともとメディア・メッセージの影響を受けにくいだけなのかという問題は今後の研究に待たねばならない。他方、話し合いをせず、社会的にあまり活動的でない人びとはメディアの直接的影響をはるかに受けやすいように思われる³⁵⁾。そこで、ロビンソンは2段階の流れ仮説を図1のように修正する。

ロビンソンの修正モデルは2段階の流れ仮説を、テレビ時代のメディア状況に即してより明確化し、より精密化したことで評価できるけれども、テレビ時代のメディア・マトリックスを、この修正モデルにどう組み込んでいこうかが今後の重要な課題であろう。そして、一方で情報源としてのテレビの遍在性が明らかになり、他方で意見提供者の活字メディアへの接触度の高さが判明したにもかかわらず、この示唆的な事実発見が修正モデルに適切に反映されていないことも、今後に残された問題であると思われる。

2段階の流れ仮説に関するもっとも精密な検討と批判を試みたのは恐らくN・リン³⁶⁾であろう。かれはこの仮説の内包する3つの鍵概念、すなわち(1)アイデア、オピニオン・リーダー対非オピニオン・リーダー、(3)マス・メディアを取り上げ、それぞれの概念の検討を行う。第1の概念であるアイデアに関しては、明確に定義づけられぬままで最初用いられていたけれども、調査データに基づき判断するならば、情報と影響とを含んでいた。概念のこの二重性はその後も引き継がれ、通例、コミュニケーションの流れの第1段階では情報の局面を、第2段階では影響の局面をそれぞれ考えていたと思われる。

オピニオン・リーダー対非オピニオン・リーダーの概念的2分法についても、かならずしも明確でなかった。自己指名と他者指名のいずれの方式を採用するか、特定行動か一般行動かのいずれに関するオピニオン・リーダーシップを問うかなどによって、オピニオン・リーダーとオピニオン・リーダーシップの規定が異なるに違いない。ちなみに、自己指名と他者指名の両方式を採用したディケーター研究の場合、両方式の相関係数は0.23から0.40で、決して高い相関ではない。さらに、一見自明のマス・メディアについてさえ、農業や医学などの専門誌を対象とした研究もあって、一義的ではない。要するに、結論的にいえば、2段階の流れ仮説の「最初の提案者も、その仮説を実証（あるいは反証）しようとした他の

図2 2段階の流れ仮説



(出所) Lin, N., *The Study of Human Communication* (Indianapolis, Indiana: Bobbs-Merrill, 1973), p. 204.

研究者たちも、2段階の流れ仮説で用いられた諸概念を概念的にも経験的にも明確にしなかつた³⁷⁾というのである。

リンは2段階の流れ仮説を厳密に検証するために、つぎのような仮説命題を立てる(図2参照)。P(1)とP(2)とは時系列的に相次いで起き、しかもマス・メディアとオピニオン・リーダー、並びにオピニオン・リーダーと非リーダーとはそれぞれ対応関係になければならない。この命題を直接検証することは方法的にきわめて複雑かつ困難で、こうした〈高次命題〉を直接検証した研究はこれまでなかった。そこで、つぎのような〈低次命題〉を立て、間接的に検証する以外にないだろう。(1)マス・メディアからオピニオン・リーダーへのコミュニケーションの流れはマス・メディアから非リーダーへのコミュニケーションの流れに比べて有意に大きくなければならない〔 $P(1) > P(4)$ 〕。(2)オピニオン・リーダーから非リーダーへのコミュニケーションの流れは非リーダーからオピニオン・リーダーへの逆の流れに比べて有意に大きくなければならない〔 $P(2) > P(3)$ 〕。

情報の流れにかかわる第1命題〔 $P(1) > P(4)$ 〕は2段階の流れ仮説に関する3つの里程碑ともいべきエリー研究、エルミラ研究、ディケーター研究において確認されているけれども、その命題を確認しかねた研究もある。影響の流れにかかわる第2命題〔 $P(2) > P(3)$ 〕については、リンの検討した5つの研究で、いずれも検証できなかつた。ただ、ディケーター研究の場合に、ファッションの行動領域に関して、低学歴層に限っていえば、危険率5%で有意差があったという。

こうした検討を踏まえて、リンはつぎのように述べている。「要するに、仮説は直接確認されなかつた。間接的検証については、第1段階の流れはたぶん确实であるが、第2段階の流れはまだ立証されていないことを、多くの証拠は明らか

にしている。検証すべき2つの低次命題のうち、ひとつが確認されなかったのだから、この仮説は間接的にも確認されなかったと結論づけてよかろう³⁸⁾ (傍点原文)。

まことに手厳しい総括であり、批判であるといわざるをえない。しかし、それはまだ行動科学的視座の枠内にある。巨視社会学的観点に立つ場合、2段階の流れ仮説は「マス・メディアの構造的インパクトと制度的変動という総体的な問題」の所在を覆い隠すイチジクの葉として機能したというラディカルな批判もある³⁹⁾。T・ギットリンは2段階の流れ仮説を支配的パラダイムとするメディア社会学について、つぎのような批判を浴びせている。「支配的なマス・コミュニケーション社会学は主題の基礎的特質を把握できなかった。それどころか、そうした問題を曖昧にし、出し惜しみ、ときに黙殺もした。したがって、マス・メディアの所有・支配・目的に添う現存体制を正当化する働きをした⁴⁰⁾」。実証主義的マス・コミュニケーション研究者にとって、あまりにも次元の異なる批判であるかもしれない。しかし、2段階の流れ仮説の背後にある価値前提を鮮烈に照らし出していることも確かである。

ギットリンほどラディカルではないけれども、S・クラウスとD・デイビスも、2段階の流れモデルがアメリカのマス・コミュニケーション研究に根強い影響を与え続けた背景として、このパラダイムが「政治と社会秩序とに関するアメリカ固有の考え方の再確認⁴¹⁾」から派生したことに言及している。事実、E・カツツが明快に述べたように、「『ピープルズ・チョイス』の) 著者たち自身、その民主主義社会への含意に興味をかき立てられた。すなわち、人びとの説得がいまお他の人びととの討論を通してもっとも首尾よく行われ、マス・メディアの影響力が想定されていたほど自動的でも強力でもないなら、そのことは健全な兆候である、とかれらは考えたのである⁴²⁾」。確かに、2段階の流れ仮説は多元社会論的観点と〈抑制と均衡〉という民主主義的メカニズムへの強固なコミットメントとに裏打ちされていたといわなければならない。しかしながら、今日においても、2段階の流れ仮説について、「民主主義社会の健全な兆候」を裏書きし、民主主義社会の織り糸にほかならないと無邪気に祝福するならば、いささかロマンチックな楽観論といわれても、致し方ないだろう。

[注]

- 1) DeFleur, M. L., *Theories of Mass Communication* (New York: David McKay, 1966), pp. 120-133.
- 2) McQuail, D., *Towards a Sociology of Mass Communications* (London: Collier-Macmillan, 1969), p. 43.
- 3) Lazarsfeld, P.F., Berelson, B., and Hazel, G., *The People's Choice: How the Voter Makes up his Mind in a Presidential Campaign* (New York: Columbia University Press, 1948), p. 151.
- 4) Katz, E., "The Two-Step Flow of Communication: An Up-To-Date Report on an Hypothesis," *Public Opinion Quarterly* 21 (1957): 61-78, pp. 63 f. 後掲訳書, 195-196頁。

なお、この論文は Schramm, W. (ed.), *Mass Communications*, Second Edition (Urbana: University of Illinois Press, 1960) に再録され、その訳書でも収録されている。エリフ・カツツ、下沢夫美子訳「コミュニケーションの2段階の流れ」W・シュラム編、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—』東京創元新社, 1968年, 194-219頁。

- 5) Lazarsfeld, P.F., and Menzel, H., "Mass Media and Personal Influence," W. Schramm (ed.), *The Science of Human Communication: New Directions and New Findings in Communication Research* (New York: Basic Books, 1963): 94-115, p. 113. P・ラザースフェルド、磯貝芳郎訳「マス・メディアと個人的影響」ヴォイス・オブ・アメリカ講演集、波多野完治監修、テレ・コミュニケーション研究会訳『コミュニケーションの心理学』誠信書房, 1964年, 107-119頁。
- 6) 竹内郁郎「受容過程の研究」竹内郁郎・児島和人編『現代マス・コミュニケーション論—全体像の科学的理解をめざして—』有斐閣, 1982年, 73頁。
- 7) この点に関連して、E・カツツが、マス・メディアは人びとの投票意図の変容を促し、パーソナル・コミュニケーションは投票意図の変容を阻止する働きをするという、P・J・ドイッチマンの指摘に言及しながら、「对人的影響の傾向性は保守的なものと言ってもよいかもしれない」と述べているが、アメリカ社会の精神的風土と絡めて考察するなら、まことに興味深い。Katz, E., "Diffusion: III. Interpersonal Influence," D.L. Sills (ed.), *International Encyclopedia of the Social Sciences*, Vol. 4 (New York: Macmillan & Free Press, 1968): 178-185, p. 182.
- 8) しかし、ディケーター研究においても、垂直的な流れを示唆するデータがあることを、一部の研究者は指摘している。とくに、下層の社会層では、垂直的な流れが目立ち、また行動領域別では、社会・政治的問題の場合に、上層から下層への流れが顕著である。Weiss, W., "Effects of the Mass Media of Communication," G. Lindzey and E. Aronson (eds.), *Handbook of Social Psychology*, Second Edition, Vol. 5 (Reading, Mass.: Addison-Wesley, 1969): 77-195, pp. 144-45; Westley, B. H. "Communication and Social Change," *American Behavioral Scientist* 14 (1971): 719-42, p. 727; 児島和人「『パーソナル・インフルエンス』再考」水原泰介・辻村明編『コミュニケーションの社会心理学』東京大学出版会, 1984年, 99頁などを参照せ

よ。

- 9) E・カッツとP・F・ラザルスフェルドはディケーター研究に基づき、「この研究は一般的なリーダーという仮説をほとんど支持していない。2つの行動領域にまたがるいずれの場合にも、リーダーシップの重層性は存在しない」と結論づけている。Katz, E., and Lazarsfeld, P.F., *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications* (Glencoe, Ill.: Free Press, 1955), p.334. E・カッツ, P・F・ラザルスフェルド, 竹内郁郎訳『パーソナル・インフルエンサー—オピニオン・リーダーと人びとの意思決定—』培風館, 1965年, 340頁。

しかしながら, A・S・マーカスとR・A・パウアーはディケーター研究の調査データを再分析して, オピニオン・リーダーシップの重層性が単なる偶然性を超えて存在することを明らかにし, 「3つの領域にまたがるリーダーシップが5対1の割合でいくども生起し, 他方2つの領域だけにまたがるリーダーの最高比率が1.4対1.0であったことからすると, 一般的なオピニオン・リーダーシップはすべてか無かの事象になりやすいという結論に立ち至る」と述べている。Marcus, A.S., and Bauer, R.A., "Yes: There Are Generalized Opinion Leaders," *Public Opinion Quarterly* 28 (1964): 628-632, p.631.

- 10) Arndt, J., "A Test of the Two-Step Flow in Diffusion of a New Product," *Journalism Quarterly* 45 (1968): 457-65, p.462.
- 11) *Ibid.*, p.463.
- 12) G・ワイマンは2段階の流れモデルの弱点として, つぎの諸点を挙げているが, われわれの論述とほとんど重なり合っている。①直接的流れの証拠を無視していること。②普及過程における異なる諸段階, すなわち認知, 興味関心, 評価, 試行, 採用といった諸段階の存在を無視していること。③オピニオン・リーダーと非リーダーといった粗削りの2分法ではなく, その連続性の可能性を無視していること。④「意見を提供する」よりも, むしろ「意見を共有する」過程という水平的流れの存在を無視していること。⑤影響と情報は本来異なる分析対象であるにもかかわらず, その測定が強引に標準化されていること。Weimann, G., "On the Importance of Marginality: One more Step into the Two-Step Flow of Communication," *American Sociological Review* 47 (1982): 764-773, pp.764-65.

また, わが国のマス・コミュニケーション研究者による2段階の流れ仮説を含む「コミュニケーションの流れ」研究に関するレビューとして, つぎのようなものがある。①竹内郁郎「コミュニケーションの流れ」千葉雄次郎編『マス・コミュニケーション要論』有斐閣, 1968年, 77-105頁。②鮎戸弘『コミュニケーション—説得と対話の科学—』筑摩書房, 1972年, 143-177頁。③藤竹暁「『コミュニケーションの流れ』の研究」『マス・コミュニケーションの社会学—系譜研究ノート—』竹内書店, 1972年, 107-262頁。④広瀬英彦「コミュニケーションの流れ」佐藤毅ほか編『社会学セミナー4 (社会心理/マス・コミュニケーション)』有斐閣, 1972年, 294-307頁。⑤竹内郁郎「受容過程の研究」竹内郁郎・児島和人編『現代マス・コミュニケーション論—全体像の科学的理解をめざして—』有斐閣, 1982年, 44-79頁。

- 13) Berelson, B.R., Lazarsfeld, P.F., and McPhee, W.N., *Voting: A Study of*

Opinion Formation in a Presidential Campaign (Chicago: University of Chicago Press, 1954), p. 110.

- 14) H・メンツェルとE・カッツはすでに『パーソナル・インフルエンス』刊行直後の論文で、「われわれは2段階の流れよりも、むしろ多段階の流れの可能性を考慮して、コミュニケーションの2段階の流れの修正を提案する必要があることがわかった」と述べている。Menzel, H., and Katz, E., "Social Relations and Innovation in the Medical Profession: The Epidemiology of a New Drug," *Public Opinion Quarterly* 19 (1955-56): 337-352, p. 352.
- 15) Lazarsfeld, P. F., and Menzel, H., "Mass Media and Personal Influence," W. Schramm (ed.), 1963, *op. cit.*, p. 99. 前掲訳書110頁。
- 16) Larsen, O. N., and Hill, R. J., "Mass Media and Interpersonal Communication in the Diffusion of a News Event," *American Sociological Review* 19 (1954): 426-433. この調査は大学コミュニティと労働者コミュニティの居住民を対象に面接調査を行っているが、タフト上院議員死亡のニュースを知った各種の情報源の比率は、前者の場合、ラジオ54%, テレビ5%, 新聞6%, 対人コミュニケーション35%, 後者の場合、ラジオ43%, テレビ25%, 新聞15%, 対人コミュニケーション17%となっている。
- 17) Danielson, W. A., "Eisenhower's February Decision: A Study of News Impact," *Journalism Quarterly* 33 (1956): 433-441, p. 437.
- 18) Deutschmann, P. J., and Danielson, W. A., "Diffusion of Knowledge of the Major News Story," *Journalism Quarterly* 37 (1960): 345-355, p. 355.
- 19) Lazarsfeld, P. F., and Menzel, H., "Mass Media and Personal Influence," W. Schramm (ed.), 1963, *op. cit.*, p. 111. 前掲訳書では、この部分は見当たらない。
- 20) Douglas, D. F., Westley, B. H., and Chaffee, S. H., "An Information Campaign That Changed Community Attitudes," *Journalism Quarterly* 47 (1970): 479-487, 492, p. 481.
- 21) Gitlin, T., "Media Sociology: The Dominant Paradigm," *Theory and Society* 6 (1978): 205-253, p. 219. なお、この論文は G. C. Wilhoit (ed.) and H. de Bock (associate ed.) *Mass Communication Review Yearbook*, Volume 2 (Beverly Hills, Ca.: Sage, 1981), pp. 73-121. に再収録されている。
- 22) Katz, E., and Lazarsfeld, P. F. (1955), *op. cit.*, p. 142. 前掲訳書, 142頁。
- 23) Gitlin, T. (1978), *op. cit.*, p. 219.
- 24) *Ibid.*, p. 220.
- 25) Spitzer, S. P., "Mass Media vs. Personal Sources of Information about the Presidential Assassination: A Comparison of Six Investigations," *Journal of Broadcasting* 9 (1964-65): 45-50, p. 48.

もつとも、ケネディ大統領暗殺の情報源に関するH・メンデルゾーンの調査によると、マス・メディア(ラジオとテレビ)が第1次情報源として、対人情報源よりも優位に立っている。かれはその調査結果に基づき、「きわめて深刻な危機の時には、人びとは総じてエリユー・カッツが叙述したコミュニケーションの2段階過程を経験す

るように思えない。そうではなくて、多くの人びとはそのような事件を、マス・メディアから直接耳にしている」と論じた。Mendelsohn, H., "Broadcast vs. Personal Sources of Information in Emergent Public Crises: The Presidential Assassination," *Journal of Broadcasting* 8 (1964): 147-156, p. 156.

スピッターはこのメンデルゾーンの見解に対して、①サンプルに占める13歳から19歳までの10代の比率が比較的高く、かれらはケネディ暗殺に関する最初のニュースを校内放送施設を通して聞いた可能性もあって、このことが第1次認知媒体としてのラジオの比率を全体として水増ししたことも考えられること、②ケネディ暗殺の第1報と調査実施日との時間的間隔が他の類似の調査と比べた場合にもっとも大きく、記憶違いや忘却が調査に影響を与えた可能性のあることを挙げて、みずからの総括的所見の妥当性を主張している。Spitzer, S. P. (1964-65), *op. cit.*, p. 49.

メンデルゾーンはスピッターの総括的所見に対して、スピッターの分析は厳密でも、客観的でもないと激しく反論するとともに、結論的に「重大な公共的危機の際に、パーソナルな情報源とマス・メディアのいずれが第1次情報源になるかは日時、居場所、その日時における〈平常の〉メディア接触習慣、多様な下位公衆の職業的社会的地位などが組み合わさって決まる」と述べている。Mendelsohn, H., "Comment on Spitzer's '...A Comparison of Six Investigations'," *Journal of Broadcasting* 9 (1964-65): 51-54, p. 54.

- 26) Rosengren, K. E., "News Diffusion: An Overview," *Journalism Quarterly* 50 (1973): 83-91, p. 90.
- 27) B・S・グリーンバーグによると、人びとの最大の注意を喚起する重大ニュースの場合だけでなく、最小の注意しか呼び起こさないニュースの場合にも、対人コミュニケーションは第1次情報源として相対的に重要性を帯びてくるという。この点について、かれはつぎのように説明している。「ほとんどすべての人に注目されるか、あるいはほとんどだれにも注目されないような事件の伝播において、対人コミュニケーションは第1次情報源としてもっとも活発に働く」。しかし、かれの検討した最低認知率のニュース群の場合、対人情報源の総情報源に占める比率は10%にすぎない。Greenberg, B. S., "Person-to-Person Communication in the Diffusion of News Events," *Journalism Quarterly* 41 (1964): 489-494, p. 494.

なお、マス・メディアとパーソナル・コミュニケーションのいずれが第1次認知媒体になるかどうかについては、すでにメンデルゾーンが示唆したように、ニュース価値の要因のほかに、事件発生の日時や事件発生時における受け手のロケーション（居場所）が関連していることは明らかである。この点をめぐって、W・ガンツはつぎのように語っている。「平日の労働時間中に生じ、メディアが取り上げる諸事件を伝える際に、対人情報源がもっとも重要になる。放送メディアがもっとも利用されている夕方や、大抵の人びとが労働をしていない週末に発生する諸事件の場合には、対人情報源は恐らくあまり利用されないであろう」。Gantz, W., "The Diffusion of News About the Attempted Reagan Assassination," *Journal of Communication* 33 (1983): 56-66, pp. 64 f.

- 28) Cassata, M. B., and Asante, M. K., *Mass Communication: Principles and Prac-*

- tices (New York: Macmillan, 1979), pp. 83-84.
- 29) Rogers, E. M., and Shoemaker, F. F., *Communication of Innovations: A Cross-Cultural Approach* (New York: Free Press, 1971), p. 255.
 - 30) Robinson, J. P., "Interpersonal Influence in Election Campaigns: Two Step-Flow Hypotheses," *Public Opinion Quarterly* 40 (1976): 304-319, p. 307.
 - 31) Wright, C. R., and Cantor, M., "The Opinion Seeker and Avoider: Steps beyond the Opinion Leader Concept," *Pacific Sociological Review* 10 (1967): 33-43, p. 34.
 - 32) Weiss, W. (1969), *op. cit.*, p. 154.
 - 33) Trenaman, J., and McQuail, D., *Television and the Political Image: A Study of the Impact of Television on the 1959 General Election* (London: Methuen, 1961), p. 188.
 - 34) Robinson, J. P. (1976), *op. cit.*
 - 35) *Ibid.*, p. 316.
 - 36) Lin, N., *The Study of Human Communication* (Indianapolis, Indiana: Bobbs-Merrill, 1973), pp. 202-206.
 - 37) *Ibid.*, p. 204.
 - 38) *Ibid.*, p. 206.
 - 39) Gitlin, T. (1978), *op. cit.*, p. 208.
 - 40) *Ibid.*, p. 205.
 - 41) Kraus, S., and Davis, D., *The Effects of Mass Communication on Political Behavior* (University Park: Pennsylvania State University Press, 1976), p. 118.
 - 42) Katz, E. (1957), *op. cit.*, p. 61. 前掲訳書194頁。