

初期マス・コミュニケーション研究の一側面

—ラザースフェルト以前の研究例—

後藤 将之

1. はじめに

現在の一般的な理解からすれば、アメリカにおけるマス・コミュニケーションの社会学・社会心理学的な実証研究は1940年代に開始されたものとされている。概説的な理解としては、1937年にロックフェラー財団の基金を受けてプリンストン大学に設置されたラジオ調査室 Office of Radio Research が、1940年にコロンビア大学に移管されて、応用社会調査研究所 Bureau of Applied Social Research となる。これらの機関を中心として1940年代のマスコミ研究が展開され、ここにマスコミ研究は、その“第一の黄金時代”をむかえたとみなされているわけである。この認識それ自体は、広くマスコミ研究界に受容された妥当な見解といってよいだろう¹⁾。

この1940年代のマスコミ研究の中心人物のひとりだったのが、1933年にオーストリアから亡命してきたばかりのポール・F・ラザースフェルトであったと記しても、事実を歪曲したことにはなるまい。こんにち1940年代におけるマスコミ研究の代表的な論文とみなされているものの多くが、このラジオ調査室および応用社会調査研究所の関係者の手によって生み出されていることは周知の事実である。ラザースフェルトはこれらの機関における研究活動の主任として、多くの研究報告の作成に協力していた²⁾。

具体的に列挙すれば、コミュニケーションの二段の流れを発見し、パネル調査を初めて実施したことによって社会調査史にもその名を残すことになる『ピープルズ・チョイス』が、ラザースフェルト、ベレルソン、ゴードットの共著として(Lazarsfeld, Berelson and Gaudet, 1944) 公刊されるのが1944年。のちに「利用と満足の研究」の先駆的研究として再発見されることになる代表的な論文「プロフェッサー・クイズ——満足の研究」および「昼の連続ラジオドラマ聴取者について何が本当に知られているのか？」が、ヘルタ・ヘルツォークによって執筆さ

れ(Herzog, 1940;1944)、ラザースフェルトの『ラジオと印刷物』およびラザースフェルトとスタントン編の『ラジオ・リサーチ1942—1943』に収録されて刊行されるのが、おのおの1940年と1944年。オーソン・ウエルズの脚色によるラジオドラマ版『宇宙戦争』が1938年10月にCBSラジオのネットワークで放送され、それが引き起こしたパニック的状况を分析した上掲ラジオ調査室の当時副主任ハドリー・キャントリルによる『火星からの侵入』(Cantril, 1940)が公刊されたのが1940年。同じくマスコミの与える影響力を、ケイト・スミスのマラソン放送に関して検証したロバート・K・マーソンの『大衆説得』(Merton, 1946)が公刊されたのが1946年のことである(ちなみにマーソンは、上掲した『ピープルズ・チョイス』の分析にも協力している)。

このようにみれば、ラザースフェルトが当時のマスコミ研究の中心人物のひとりとしての役割を果たしていたことは自明のことであるように見える。実際、現在のマス・コミュニケーション研究の多くのものが、この1940年代におけるマスコミ研究の成果の上に展開していると言っても過言ではない。近年のマスコミ研究史の概論的な見解では、マスコミ研究は、強力効果モデル→限定効果モデル→限定強力効果モデルという発展段階を辿って展開されたものとされているが³⁾、上の時系列を見る限り、強力効果モデル的な発想と限定効果モデル的な発想とは、むしろほぼ同時に併存していたと考えた方がいっそう説得的であるかのようにも思われてくる。あるいは少なくとも、強力効果モデルの後半と限定効果モデルの前半とは、かなり時代的にオーバーラップしていたという印象がある。

ともあれ、以上述べたように、アメリカにおけるマスコミ実証研究が、1937年のラジオ調査室の開設をもって組織的に開始され、そこでの中心人物がラザースフェルトらであったという認識はまず間違いのないものであろう。そこで問題となるのは、ではそれ以前のアメリカ社会科学には、マスコミ研究と呼ぶものが存在していなかったのか、もし存在していたとすれば、それはいかなる性質のものだったのかということである。

確かにマス・コミュニケーション研究を、ドイツにおける新聞学 Zeitungswissenschaftないし公示学 Publizistikとの連続性において把握すれば、

アメリカにおける今世紀のマス・コミュニケーション研究は、ドイツ的新聞学・公示学の発展的な継承形態として理解されうるものだろう。だが、19世紀におけるドイツ新聞学・公示学とラザースフェルト以降のマスコミ実証研究との間には、時間的にも方法的にも、一定の隔たりが感じられることもまた事実である。アメリカにおける初期のマス・コミュニケーション研究は、ドイツ新聞学の成果に一定の影響を受けつつ発生し⁴⁾、ラザースフェルトら亡命知識人のアメリカでの活動開始をまって本格的に展開しはじめたといつてよいようだ。

アメリカにおける社会科学は、社会・心理学領域においては、心理学におけるジェームズの『心理学原理』(James, 1890)の刊行と、社会学におけるトーマスとズナニエツキの『欧米におけるポーランド農民』(Thomas and Znaniecki, 1918)の刊行をもって、独自の展開を開始したものと一般にみなされている。ちなみに、アメリカで最初の社会学学科がシカゴ大学に設置され、その機関誌として、現存する最古の社会学専門誌である『アメリカン・ジャーナル・オブ・ソシオロジー』(以後AJSと略す)が刊行されはじめるのが1895年のことである。アメリカにおけるラザースフェルト以前のマス・コミュニケーション研究のすべてを検討することは各種の制約上ここではできないが、AJSに掲載されたマス・コミュニケーション関連の論文を検討すれば、ある程度まではラザースフェルト以前のアメリカにおけるマス・コミュニケーション研究の実態を推測することが可能となるかもしれない。そこで本論では、あくまで予備的な考察としてはあるが、初期のAJSに掲載されたマス・コミュニケーション関連の論文を逐次検討することによって、初期のアメリカにおけるマス・コミュニケーション研究の諸相を概観してみることにはしたい。

2. A J S 掲載記事の抽出

AJSの100年に近い歴史は、各種の整備されたインデックス類によって簡単に概観することができる。『AJSインデックス1895—1965』(Blau, ed., 1966)の記事項目別索引から、「マス・コミュニケーション」の項目に分類された掲載論文を抽出し、それらのうち、ラザースフェルトが活動を開始する以前の1930年までに掲載

された論文のみを、すべて抜き出して一覧表にしてみれば、以下の表1の通りである。

| 掲載巻 | 発行年 | 著者 | 論文題目 |
|-----|-----------|-------------|-------------------------------|
| 3 | 1897-1898 | J.D.Forrest | 「疑似公共的作業の統制のための新計画」 |
| 5 | 1899-1900 | V.S.Yarros | 「プレスと世論」 |
| 11 | 1905-1906 | G.E.Vincent | 「ジャーナリズムに関する実験」 |
| 12 | 1906-1907 | S.Gilbert | 「司法としての新聞」 |
| 15 | 1909-1910 | 匿名の記者 | 「誠実で正気の新新聞は可能か?」 |
| 16 | 1910-1911 | F.Fenton | 「新聞での提示の犯罪および他の反社会的行為の助長への影響」 |
| 21 | 1915-1916 | M.Parmelee | 「現代人道主義の勃興」 |
| 22 | 1916-1917 | V.S.Yarros | 「ジャーナリズムにおける無視された機会と義務」 |
| 25 | 1919-1920 | R.H.Gault | 「暗示と被暗示性」 |
| 27 | 1921-1922 | A.H.Lloyd | 「新聞の良心」 |
| 29 | 1923-1924 | R.E.Park | 「新聞の自然誌」 |
| 32 | 1926-1927 | M.D.Beuick | 「ラジオ放送の限定的な社会的効果」 |
| 32 | 1926-1927 | R.E.Park | 「アメリカの新聞」 |
| 33 | 1927-1928 | J.F.Steiner | 「農村の新聞」 |
| 34 | 1928-1929 | E.W.Burgess | 「通信」① |
| 34 | 1928-1929 | E.W.Burgess | 「通信」② |
| 35 | 1929-1930 | R.E.Park | 「新聞購読率で測定される都市化」 |
| 35 | 1929-1930 | E.W.Burgess | 「通信」③ |

表1 1895年～1930年におけるAJSに掲載されたマスコミ関連論文

上掲の表に示されるように、35年間のあいだに合計して18本のマス・コミュニケーション関連の論文が掲載されている。この数を多いとみるか少ないとみるかは速断できる問題ではない。だが、概観的にいえば、この表からいくつかの特徴が読み取れる。

第一に、「マス・コミュニケーション」という題目のもとに分類されているとはいえ、この時期の論文の多くは、こんにちの表現でいうジャーナリズム論に類するものだったということが言えるだろう。公共的な業務(ガス、水道など)と通

信の関連、プレスと世論の関連、現場の記者によるあるべき新聞像への提言などの論文は、現在の分類で言えば、いわゆるジャーナリズム論として総括されるべき性質のものであらうと思われる。

第二に、当時の心理学の傾向を反映してか、心理学的な分析を試みた論文の中では、マス・コミュニケーションによる暗示 suggestion の効果が問題視されている。のちにある程度詳細に検討するが、AJS第16巻、25巻などに掲載された論文が、この種のマス・コミュニケーションの「効果」を検討したものとなっている。

第三に、アメリカにおけるマス・コミュニケーションの現状を検討した論文が多く記されている。典型的には、アーネスト・W・パーゼスによる3本の論文などがその種のものであり、当時、むしろマス・コミュニケーションの現状を把握することじたいが社会学的な研究の対象となりえたことを示唆しているようである。

およそ以上が、概論的にみたこの時期の「マス・コミュニケーション」研究の特徴である。そこで以下では、いっそう詳細にわたってこれらの諸論文の内実を検討してみることしたい。

3. 初期マス・コミュニケーション研究の諸相

公刊された年代を追って、各論文の特徴を手短にみてみよう。

まずAJS第3巻に掲載の「疑似公共的作業の統制のための新計画」は、きわめて広い意味でのマス・コミュニケーション関連の論文である。水道、電気、交通、通信などの公共事業がいかにして運営されるべきか、その所有や統制の形式はどのようなものが望ましいのかが論じられている。この論文中では、マス・コミュニケーションに直接に関連する話題は論じられていない。

第5巻に掲載の「プレスと世論」は、新聞によって行使される驚くべき力が存在しているとす。「人々の大部分は、自分たちの情報つまり世論の素材のあらかたを、そうした新聞に依存している。かれらの考えのほぼ全てを依存している」。そこで、センセーショナルでほとんど犯罪的な新聞が一般人からボイコットさ

れるためには、道徳的で潔癖な新聞は、完全さや分かりやすさにおいてそうした新聞と対等なものにならねばならないと主張される。世論の形成と指導に関心を持つ社会学者は、公正さと道徳的な進歩の見地から、日刊紙をコントロールするためのそれ以外の手段を持つ必要があるだろうと主張される。全体として、低俗な新聞への懐疑とそれが世論形成におよぼすだろう影響への危惧が強く打ち出された論文であるが、いわゆる実証的な論文というよりは、現状報告の体裁を取ったものであるように思われる。

第11巻に掲載の「ジャーナリズムに関する実験」は、“A Laboratory Experiment in Journalism”という原題が予想させるようなものではなく、「アメリカの新聞の歴史と組織」という授業を担当する著者が、自分の学生たちに実験的に新聞を編集させてみるという試みを行ない、その経過を報告するものである。職業的ジャーナリストをまじえた編集作業の報告は興味深いものではあるが、本論の問題関心からはあまりに隔たったものであるといえるだろう。

第12巻に掲載の「司法としての新聞」もまた、現代の分類からいえば、ジャーナリズム論に類するものであろう。新聞は第一義的には司法の機能を果たすものとは考えられていない。だが、シカゴ市には約3000種もの新聞や雑誌などが流通している。ジャーナリズムがその司法的な機能をもっと自覚すれば、正義や公正にとって新しい希望が見えてくるだろう。ジャーナリズムとはつねに開催されている法廷である、というのが著者の主張である。ジャーナリズムのあるべき姿を模索した内容になっているが、現代的なマス・コミュニケーション研究の文脈からはやや外れたものといえる。

第15巻に掲載の「誠実で正気の新新聞は可能か？」もまた、匿名のジャーナリストによって記されていることから推測できるように、内容的にはジャーナリズム論のものである。センセーショナルリズムへの危惧、誇張された内容への批判、広告主からの影響への疑問視などの論点が指摘されているが、それらを具体的・組織的に裏付ける資料などが掲げられているというわけではない。新聞批評という印象が強いものになっている。

以上要約すると、もっとも初期の(1895年～1910年頃までの)AJSにおいては、マス・コミュニケーション研究はジャーナリズム論的な色彩を強く持っていた

ように見える。また、付随的に指摘しておけば、この時期に公刊された以上の論文のいずれにも、ドイツ新聞学からの引用や論及はなく、むしろ当時の時事的な話題を実例に引用して議論が進められている。ドイツ新聞学は、少なくとも一定程度まで、当時のアメリカ社会学者たちに知られていたはずであるが⁵¹⁾、これらの論文を検討する限りでは、それらの影響はほとんどみとめられないようである。

さて、続いて第16巻に掲載の「新聞での提示の犯罪および他の反社会的行為の助長への影響」が、はじめてこんにちの社会心理学的な意味でのマス・コミュニケーション研究に近い内容の論文になっている。この論文の目的は、新聞に掲載された犯罪記事が、その読者に対して、犯罪的な行動を助長するような効果を持つかどうかを心理学的に検証しようとするものである。著者は、はじめに「犯罪」および「反社会的行動」を定義する。続いて、「犯罪報道」を定義する。ここで強調されているのは、形式上の「犯罪報道」のみならず、事実上犯罪を扱った記事はすべて「犯罪」に関連する記事として扱うべきだという視点であり、以後何度となく行なわれる「マス・メディアで提示される暴力」に関連する議論を先取りした格好になっている。すなわち、形式上は犯罪記事とはいえども、事実上犯罪に関する記述を行なっている記事はすべて「犯罪記事」として扱うという立場が打ち出されており、その意味からも興味深い。

続いて著者は、新聞が与える影響として、意識的なそれと無意識的なそれとが区別されることを主張する。そして、無意識の影響(つまり暗示による影響)が無視できないほど大きいということを主張する。以下、この論文では、暗示に関する当時の心理学的な研究が参照され、被暗示性を持った読者が新聞購読によって犯罪的行為への志向を与えられることが示唆される。要するに、暗示の心理学に基づく新聞の影響論として把握することができるものである。このことは、当時の心理学で暗示や催眠がしばしば話題となっていたことを考慮すれば、無理もないことのように思われる。とはいえ、やはり、読者が新聞の犯罪記事を読むことによって無意識的に犯罪行為への志向を高める可能性があるという論調には、現代の一般的なマス・コミュニケーション研究とはやや隔たった印象を抱かざるを得ない⁵²⁾。

この論文のもうひとつの特徴は、AJS掲載のマスコミ関連論文としては初めて、新聞の内容分析を行なっていることである。シカゴの2紙、ニューヨークの3紙、そしてデンヴァーの1紙の内容を、犯罪記事に関してインチ単位で測定し、その全記事に占める割合を算出している。そして6紙の犯罪記事の割合を比較している。これは、事実上、こんにち内容分析のもっとも基本的な作業として行なわれているものと同様の作業である。内容分析に類似した作業は古くから行なわれていたといわれるが⁷⁾、この論文では比較的組織的にそれが行なわれており、その方法意識も明確に示されている。比較的まとまった内容分析の研究のもっとも早期のものひとつと言えるのではないかと思われる。

続いて著者は、事例の分析に移る。この研究では、新聞紙面の内容分析とともに、犯罪者や反社会的行動を行なった者と接触を持った人々に対して、一種のアンケート類似の調査を行なっている。具体的には 新聞から犯罪の観念を得たような犯罪者を知っているか、もし知っているなら、いつのどの新聞からその観念が得られたのか、その情報を、犯罪者本人から得たのか、などの質問リストを作成し、これを201人に送った。この中には、74人の刑務所の所員、75人の判事、45人の保護監察官、その他の7人が含まれていた。この質問リストへの回答から、著者は、新聞の犯罪記事が、犯罪を誘発する可能性があることを述べている。

以上簡略に紹介した論文は、内容分析とその一種の“受け手”の調査を組み合わせを行なっているという点において、近年のマス・コミュニケーションの影響過程の研究と構造的にはよく似たものとなっている。すなわち、まずマス・メディアの内容を特定化し、続いてその受け手に及ぼす影響を特定化しようとしている。以上の手続きのみに関していえば、現代のマス・コミュニケーション研究と比較してもさほど違いのない研究になっている。ただし、大きな相違として、暗示による犯罪行動の誘発という視点を強調していること、受け手の調査にあたって、代表性を持ったサンプルを抽出するという手続きを行っていないこと、という2点が挙げられるだろう。とりわけ後者は、この研究を現代のマス・コミュニケーション研究と隔てる大きな要因となっているようだ。

とはいえ、1910年の段階で、このような発想の調査が行なわれているというの

はやや意外なことのように思われる。概して初期のアメリカ社会学は、事例分析や実態調査を中心として行なわれ、とりわけシカゴ社会学の場合に、この傾向が顕著だったとされているわけであるが、少なくともここに検討した論文に関する限り、むしろ一般的な命題を定立したのち、これを調査によって数量的に検証しようとする仮説検証的な志向がはっきりと現われているようである。このことは、著者が比較的心理学寄りの立場から、新聞というマス・メディアを研究しようとしたことの結果であるかも知れない。とはいえ、1930年代以降に標準化される社会調査の統計的な手続きはまだここには認められず、とりわけ代表性サンプルを抽出するという発想が欠如していることは、この研究の時代的な限界を物語るものといえるだろう。

次の第21巻に掲載された「現代人道主義の勃興」および第22巻に掲載された「ジャーナリズムにおける無視された機会と義務」の2論文は、やはりジャーナリズム論的な視点から記されたものである。前者では、本能論や社会進化論の文脈から当時の人道主義の台頭が説明され、そこでの一要因として、通信手段の発達という論点が関説されているにすぎない。後者では、偏向した商業新聞の現状を改善するために、独立した新聞社の連合を作るべく全国規模の組織を設置することなどを含んだ、十種類の提言が行なわれている。具体的ではあるが、むしろ問題解決型の論文であるといえる。

ついで第25巻に掲載の「暗示と被暗示性」は、ティッチナー、ボリス・シディース、そしてエドワード・ロスなどの心理学を援用した、暗示の心理に関する研究である。マス・コミュニケーションへの直接の言及はないが、群集、モブ、受け手、定期刊行物の読者などに対して、暗示および被暗示性の可能性があることが結論的に付言されている。当時の心理学で、暗示という主題が大きな関心を集めていたことが理解できるが、ここでの本論の主題からみれば、やはり関連の薄い研究といえるだろう。

次に第27巻に掲載の「新聞の良心」は、やはり、いかにして良心的な新聞が可能となるかについての実際的な考察である。新聞制作側の問題点として、広告主へのおもねり、一般記事にもみられる宣伝意識やストーリーを作ってしまう傾向、プレスの保守的な性質、公衆へのおもねり、群集心理による記事への影響

などが挙げられている。送り手を偏向させる要因の、ある程度組織立った指摘が行なわれてはいるが、それも現象論の域を出ているとはいいがたいようだ。

第29巻に掲載された「新聞の自然誌」は、新聞の発生から説き起こして、政党新聞、独立新聞、イエロー・プレスと、順を追ってそれらの歴史を説明していく歴史記述的な論文である。シカゴ社会学に典型的にみられる発生論的な記述主義が採用され、内実は歴史的・実態的な記述になっている。こんにちであればジャーナリズム史として分類されるであろうと思われる内容の論文であり、それ自体で興味深いものではあるが、ラザースフェルト以後のマス・コミュニケーション研究とは性格を異にしている。

第32巻(1926-1927年)になると、はじめてラジオが研究対象として登場する。この論文「ラジオ放送の限定的な社会的効果」は、題目通り、ラジオはアメリカ社会において大きな影響力を行使しないと主張している点できわめて興味深い。さまざまな娯楽や社会的機会が提供されている都市部ではラジオは大きな影響は示さず、娯楽や交流の限定された農村部でのみ浸透するだろうというのが著者の予測である。ラジオが芝居や演奏会を越えることを妨げるような一定の性質が人間の中にはある。人間は群居性の動物であって、明確な群居本能を持っている。集団が大きいほど、人間が感じる安心感も大きくなる。ところがラジオには、群居ないし連合することへのアピールがほとんどない。人間はラジオを通して他者と一諸に行為することができない。ラジオが有効なのは、農村部の孤立した農民や、目の不自由な人や、耳がやや不自由な人に対してである。人間が連合しようとするかぎり、人々は芝居や映画や教会や演奏会や政治集会に出かけていくだろう。

以上簡単に紹介したように、この論文では、ラジオの社会的な効果は、それが社交を促進しないがゆえに、限定されたものとなるだろうと考えているのである。このことは、その同じラジオ放送によって、1930年代に、一方ではナチズムの政治宣伝が大きな効果をあげ、他方ではキャントリルが報告した「火星からの侵入」事件やマートンが研究した「大衆説得」のキャンペーンが起きたことを考えあわせれば、きわめて意味深いものとなる。ラジオ初期の時代には、ラジオの影響はそれほど大きなものとは考えられなかったというわけである。また、こ

の立論が、人間の群居本能という本能論にその根拠を置いていることも興味深い。本能論はすでに1920年代には機能主義や行動主義の心理学にとって変わられつつあったわけであるが、まだこの時点では、本能論による人間行動の原理的な説明を行なうことが可能だったわけであろう。

さて、最後に、第32巻以降の6本の論文では、いずれも、新聞やラジオなどのマス・メディアの当時の現状が要約的に紹介されている。これらのメディア発達の現状報告的な論文は、ここで詳細に検討する必要はないものであろう。

ここまで、AJSに1895年から1930年までの間に掲載された「マス・コミュニケーション」関連の論文の概要を検討してきた。続いて、以上の結果を簡単に要約しておこう。

4. 初期AJSにみるマス・コミュニケーション研究の性質

以上、AJSの創刊から30年間というごく限定された資料を通してにすぎないが、初期アメリカにおけるマス・コミュニケーション研究の具体例を検討してみた。要約的に、おそらく次のような諸点が指摘できるだろう。

①AJSに掲載されたマス・コミュニケーション関連の文献数は、決して多いというわけではないようにみえる。この時期のAJSは毎巻が1000頁を越える大部の定期刊行物として発行されていたのであるが、その中で30年間に18本という論文数は、むしろこの領域への相対的な関心の低さを物語るものであるかにも思われる。ただしこのことは、AJSが質的な調査を重視し、シカゴ市というコミュニティを重視した初期シカゴ社会学の機関誌であるという性質からくるものであるのかも知れない。筆者は未見であるが、これらの論文には、多くのマス・コミュニケーション関連の文献(主として単行本)が言及されており、現実には、もっと多くのそうした関連論文が存在していたことを示唆している。だが、その多くはこんにちたやすく入手可能なものではないようだ。

②こんにちの社会心理学的なマス・コミュニケーション研究の視点からすれば、ある程度それに近い構成を持った研究は、第16巻に掲載された犯罪記事による犯罪への暗示を研究した論文のみであるといつてよい。この論文では、新聞

紙面の内容分析や、間接的ながら受け手研究に類似した手法が援用されており、発想そのものはこんにちの社会心理学的なマス・コミュニケーション研究にきわめて近い。だが、代表性サンプルを利用するという発想がないため、事例研究に近いものとなっている。また、被暗示性を心理学的な説明概念として採用していることも時代的な限界を感じさせるものである。

③その暗示および被暗示性に関する研究が2本あった。こうした概念をはじめとして、本能論や社会進化論など、当時しばしば援用された説明原理が頻繁に登場してくる。こんにちの例えば態度変容研究における「態度」概念などの説明概念を絶対視するつもりはないが、それにしても、大衆心理の説明が、やや素朴な次元にとどまっているという印象はいなめない。

④研究されているメディアとしては、新聞がその大部分を占める。ラジオを扱った論文でも、ラジオの影響力は大きなものではないという見解が提出されている。このわずか10年後にラジオ調査室が活動を開始することを考えあわせれば、意外な、あるいは皮肉な結果とって構わないだろう。

⑤全体の論調が、いわゆるジャーナリズム論の形式をとっているものが多い。そして、そこにおいても、なんらかの独自のジャーナリズム理論が展開されているというわけでもなく、むしろ現状の現象批判といった批評論文が多くみられる。ドイツ新聞学への論及がほとんどみられないこともやや意外な結果であった。

このように要約すると、初期アメリカのマス・コミュニケーション研究は、やはり、ラザースフェルト以降の諸研究とは直接に関連してはいないようである。ラザースフェルト以降のマス・コミュニケーション研究の特徴として、代表性サンプルを利用した社会調査法の多用ということが挙げられる。だが、まだこの時点では、そうしたマス・コミュニケーションの組織的な社会調査は行なわれておらず、それ以外の点ではきわめて現代的な研究においても、このことが一種の限界を感じさせるものとなっている。なんらかの質的な社会調査法が自覚的に使用されているというわけでもないようである。論点としては興味深いものを多数含みながらも、組織的なマス・コミュニケーションの調査・研究は、この後1930年代以降に、はじめて本格的に展開したらしいという印象が強い。

以上、AJSの初期30年間に掲載されたマス・コミュニケーション関連の文献を検討することを通して、あくまで限定された形式でしかないが、ラザースフェルト以前のアメリカのマス・コミュニケーション研究の実態に関して検討してみた⁸⁾。

註

- 1) 周知のように、マス・コミュニケーションの研究系譜には、4つのものがあるといわれている。すなわち、ラザースフェルトを中心とする社会心理学的なアプローチ、ホヴランドを中心とする実験心理学的なアプローチ、レヴィンを中心とする小集団論的な心理学的研究、そしてラスウェルを中心とする政治学的なアプローチの4つである(Berelson, 1959)。ここでは、ラザースフェルトを中心とする社会心理学的なアプローチを念頭において考察を進めている。
- 2) 詳しくは、ラザースフェルトの「社会調査史におけるひとつのエピソード：メモワール」(Lazarsfeld, 1968)を参照せよ。
- 3) 具体的には、竹内・児島編(1982)等を参照のこと。
- 4) この点に関しては、ハード(Hardt, 1979)を参照のこと。
- 5) ハード前掲書、第7章を参照のこと。
- 6) 暗示および被暗示性への関心は、ここ数年盛んに行なわれているサブリミナルな説得への危惧に類似したものといえるかも知れない。
- 7) クリップENDORF(Klippendorf, 1980)邦訳7頁を参照のこと。
- 8) 本論ではその性格上、検討された文献のうち、ジャーナリズム論的な初期マス・コミュニケーション研究の詳細なレビューは行なえなかった。機会を改めて検討したい。

参考文献

- An Independent Journalist, (1909-1910) Is an Honest and Sane Newspaper Press Possible?, *American Journal of Sociology*, 15:321-334.

- Berelson, B., (1959) The State of Communication Research, *Public Opinion Quarterly*, 23:1-17.
- Beuick, M.D., (1926-1927) The Limited Social Effect of Radio Broadcasting, *American Journal of Sociology*, 32:615-622.
- Brau, P.M. (ed.), (1966) *Cumulative Index to The American Journal of Sociology, Volumes 1-70*, The University of Chicago Press.
- Burgess, E.W., (1928-1929) Communication, *American Journal of Sociology*, 34:117-129.
- Burgess, E.W., (1928-1929) Communication, *American Journal of Sociology*, 34:1072-1080.
- Burgess, E.W., (1929-1930) Communication, *American Journal of Sociology*, 35:991-1001.
- Cantril, H., (1940) *The Invasion From Mars: A Study in the Psychology of Panic*.
- Fenton, F., (1910-1911) The Influence of Newspaper Presentations upon the Growth of Crime and Other Anti-Social Activity, *American Journal of Sociology*, 16:342-371, 538-564
- Forrest, J.D., (1897-1898) A New Plan for the Control of Quasi-Public Works, *American Journal of Sociology*, 3:837-847.
- Gault, R.H., (1919-1920) Suggestion and Suggestibility, *American Journal of Sociology*, 25:185-194.
- Gilbert, S., (1906-1907) The Newspaper as a Judiciary, *American Journal of Sociology*, 12:289-297.
- Hardt, H., (1979) *Social Theories of the Press*, Sage.
- Herzog, H., (1940) Professor Quiz —A Gratification Study, in *Radio and the Printed Page*.
- Herzog, H., (1944) What Do We Really Know About Daytime Serial Listeners?, in *Radio Research 1942-1943*.
- James, W., (1890) *The Principles of Psychology*, Dover.
- Klippendorff, K., (1980), *Content analysis* (三上・椎野・橋元訳『メッセージ

分析の技法——内容分析への招待』、勁草書房、1989年).

Lazarsfeld, P.F., (1968) An Episode in the History of Social Research: A Memoir, in *The Intellectual Migration*, ed. by Donald Fleming and Bernard Bailyn (今防人訳「社会調査史におけるひとつのエピソード」『亡命の現代史』4巻、みすず書房).

Lazarsfeld, P.F., Berelson, B. and Gaudet, H., (1944) *The Peoples' Choice: How the Voter Makes up His Mind in a Presidential Campaign*.

Lloyd, A.H., (1921-1922) Newspaper Conscience ——A Study in Half-Truths, *American Journal of Sociology*, 27:197-210.

Merton, R.K., (1946) *Mass Persuasion: The Social Psychology of a War Bond Drive*.

Park, R.E., (1923-1924) The Natural History of the Newspaper, *American Journal of Sociology*, 29:273-289.

Park, R.E., (1926-1927) The American Newspaper, *American Journal of Sociology*, 32:806-813.

Park, R.E., (1929-1930) Urbanization as Measured by Newspaper, *American Journal of Sociology*, 35:60-79.

Parmelee, M., (1915-1916) The Rise of Modern Humanitarianism, *American Journal of Sociology*, 21:345-359.

Steiner, J.F., (1927-1928) The Rural Press, *American Journal of Sociology*, 33:412-423.

竹内郁郎・児島和人編『現代マス・コミュニケーション論』有斐閣、1982年。

Thomas, W.I. and Znaniecki, F., (1918) *The Polish Peasant in Europe and America*.

Vincent, G.E., (1905-1906) A Laboratory Experiment in Journalism, *American Journal of Sociology*, 11:297-311.

Yarros, V.S., (1899-1900) The Press and Public Opinion, *American Journal of Sociology*, 5:372-382.

Yarros, V.S., (1916-1917) A Neglected Opportunity and Duty in Journalism,

