

新聞読者の受働性と能働性

和田洋一

新聞についてかかれた書物である限り、その書物のいたるところに、読者という文字はころがつていてあるであろう。新聞の読者の存在を無視した新聞論などというものは、およそ考えられないはずである。

しかし読者という文字が、これらの書物の目次の中でも、にらみをきかせているかという点、必ずしもそうではない。第何章新聞記者、というのはいちよいち見つかると、第何章新聞の読者というの中々見当らない。『新聞の話』『新聞の知識』『新聞の常識』『新聞学概論』『新聞研究概論』『新聞講座』『日本の新聞』などと題する書物はすべてこのたぐいで、十二冊からなる『綜合ジャーナリズム講座』の中にも新聞読者論はついに発見することができない。つまりこれは多くの新聞研究家が、新聞の読者の重要性を多かれ少なかれ意識し、読者についてあれやこれやのべながら、読者というものを改めて正座にすえ、そのしよたい（正態）を觀察しようとはしなかつたことを物語っている。

日本の新聞研究家が書物をかく場合には、必ずヨーロッパやアメリカの本を参考にするであろうから、古くから日本で発行されてきた新聞研究書、新聞入門書にみられる傾向は、そのまま向うにも存在していたと類推してまちがいはない。マス・コミュニケーションの声がやかましくなる以前のアメリカで、新聞の読者とまつこうから取組んだというよ

うな著者は、私の知つている範圍では存在しない。新聞学の研究領域を最初に規定したといわれるドイツのドヴィファット⁽¹⁾は、新聞に内在する精神的、経済的、技術的諸力の相互作用に重点をおき、外の周圍界は新聞に本質的な影響をあたえる場合に限つて研究領域にいれるとつけ加えた。外在する読者層が、ドヴィファットによつて決して軽視されてい
たのではないが、世論形成にさいして發揮される新聞の力を認めることにかけては可成り消極的だつたドヴィファットの見解が、こうした規定の中にも自ずとあらわれているとみて差支えないだろう。

『新聞原論』の著者小野秀雄氏は、ドヴィファットの規定を前にして首をかしげ、新聞は周圍界より本質的影響をこ
うむるだけではなく、新聞が周圍界にあたえる影響もまた特殊であることを指摘し、新聞学の領域は新聞に内在する
三つの力の相互作用と、これらの力に本質的影響をおよぼし、かつこれらの力によつて特殊の影響をこうむる周圍界と
のあいだに存在する法則の研究である、と訂正意見を表明している。そして『新聞原論』の中では、新聞素材の製作に
作用する力的要素として、国家、政党、財界、広告主、その他の私的利害関係者とともに読者の名があげられている。
私自身は、新聞学の対象は新聞に内在する三つの力の相互作用などというものではなく、新聞と読者のあいだの相互作
用だという見解を現在もつており、読者を国家や政党や広告主と同列におくことには疑問を感じている。国家や政党や
広告主が新聞素材の製作にあたつて圧力を加えるのは、新聞が読者をもつており、これにさまざまな影響をあたえるか
らで、読者が新聞製作者にとつて力的要素の一つであることはまちがいないにしても、読者は他の力的要素と全く別な
扱いを受けねばならないと考えている。また力的要素としての読者は『新聞原論』の中では、犯罪記事や性的記事に飛
びついてくる悪趣味の大衆としてしか記述されていないが、大衆は、心のあたたまる話、美談をも新聞に期待し要求し
ており、新聞がこれにこたえようとして努力していることも事実である。原論の著者はもちろんそんなことは百も承知
しているであろう。ただ新聞製作者にとつては、美談を求める読者の声は、強圧としては感じられず、犯罪記事や性的

記事を求める浅ましい読者の声だけが、強圧として感じられるという主観的心理的事実が、おそらくこうした記述となつてあらわれたものと思われる。

しかしそれはそうとして、新聞の読者を、低級で悪趣味なものとして決めてしまふ考え方は、過去においてたしかに支配的であつたし、それは現在においてもなおつづいてゐる。新聞記者の方は高い理想とすぐれた教養をもつていても、読者が低級であれば、これに調子を合わせるために新聞の品位をさげなければならぬし、そのような記者にとつて低級で悪趣味な読者の存在は、忌々しい力的要素以外の何ものでもないだろう。イギリスの大衆新聞の最大の発行部数が「性と犯罪の上に築かれきた」という断定の言葉が、キングスリー・マーチンの『新聞と大衆』の中にあるが、これは別に珍らしい意見でも何でもない。むしろ有りふれた公認の意見である。ナトネイクのように、読者を「喉をごろごろいわせる動物」にたとえ、この動物の毛並をなでながら絶えずきけんをとつていないと、新聞はひどい目にあうといつた種類の発言も、今までずい分新聞記者や新聞評論家によつてなされてきた。そして一九五五年においてもなお国際的な新聞研究雑誌『ガゼット』の中で次のように論じられている。

「値段が同じである限り、品物の質がよければそれだけよく売れるというのは、経済上自明の原則である。しかし新聞事業にかんしては正に逆である。質的に最高の精神的知的新聞は、ほとんど何時の場合でも、質的に低い新聞より発行部数がすくなく、きわめてわずかな例外をのぞいて、財政的に恵まれない状態におかれてゐる」⁽²⁾

この筆者は、新聞経営家としての長い経歴をもつてゐるオーストリアのレオニダス・マルチニデスであるが、彼はここ数年、ヨーロッパ諸国の新聞にとつて、経営が次第に困難になつてきていることを指摘し、この困難を切り抜けるために、新聞内容の文化水準引下げという手段がとられてゐるとのべてゐる。新聞の内容を決定するものは読者の趣味である（マルチニデスは悪趣味とは言つていないが、それはそう言つていないだけのことである）。読者、読者の趣味、

読者の悪趣味、これがいつも新聞にたいして外から働きかけ、新聞の内容を決定している、いい意味ではなく、文化水準を引下げるといふ意味で決定している。マルチメディアをも含めて可成り多くの人々が今日もおそらく考えている。

しかし新聞の力的要素としての読者を、いつも悪趣味という特性だけで規定していいであろうか。二十世紀のまん中に生きている読者大衆の政治意識を十九世紀の読者大衆のそれと全く同一水準とみなして、まちがいはないだろうか。

『新聞原論』が脱稿されたのは終戦直後であるが、あの頃の日本の読者大衆、国民大衆の水準は、十年を経た今日と同一であろうか。すくなくとも今日、日本で新聞の製作に直接あたっているジャーナリストのうちの可成り多くの者は、それが決して同一でないことを知っているであろう。

大衆は今もなお「ばらばら事件」のたぐいには飛びついてくるかも知れない。しかし大衆は単にそれだけのものではなく、今すこし複雑な、扱いにくい力的要素として、ジャーナリストは受けとつているはずである。大新聞には毎月、五千六千という投書が殺倒する。それは新聞の記事ないし編集方針にたいする批判叱正と、新聞の紙面を借用しての自己の意見表明の二つに分れるが、その大部分は、保守的であるか革新的であるかは別として、真面目な投書である。これらの投書によつて読者全体の傾向をおしはかるということになれば、それは大変なまちがいを受すであろうが、読者大衆を、「性と犯罪にかんする記事を求めて喉をごろごろさせる動物」として規定する時代は、今や過ぎ去ろうとしていることは確かである。新しい新聞研究家は、もつと複雑な、扱いにくい力的要素としての読者を、研究の対象としなくてはならないと思う。

新聞が読者の側から有形無形の力を、たえず加えられているという面とは別に、新聞が読者に働きかけ、世論を左右しあるいは決定するという別の本質的に重大な面がある。この新聞と世論の関係、世論形成者としての新聞をめぐつてのヨーロッパ諸学者の見解の紹介、ならびに検討は、『新聞原論』や小山栄三氏の『新聞社会学』の重要な部分を構成

している。新聞の読者はここで極めて重要な役割を演じてはいるが、しかし同時に、ここでは新聞と読者との関係ではなく、新聞と世論との関係が問題にされており、読者が正座にすえられているとは言えないのである。

この両書の中では、読者圏 (Leserkreis) というドイツの学者の考え方が採用されている。イギリスのタイムズ、日本のアカハタの読者圏を問題にすることはもちろん意味があるが、イギリスの各大家紙、日本の朝日、毎日、読売の読者圏などということはたいして意味をなさないと思われる。重要なことは、日本国民(中学生以上)の90%がどれかの商業新聞、大衆新聞をよんでいることであり、日本の新聞の読者大衆というのと、日本の国民大衆というのと、実質はほとんど変わらないことである。従つてわれわれは、新聞の読者を分析するといふとき、国民大衆を調査研究の対象にしなければならないという、途方もないことになつてくる。

(1) Emil Dovifat. 一九二三年にゲッセン叢書から『新聞論』(Zeitungslehre)二巻を刊行、その第一巻にのべられている。

(2) „Gazette“ は一九五五年に創刊された季刊誌、世界各国の新聞学者が協力執筆しており、オランダのライデンから発行されて
S. S. Leonidas Martinides は第二号の巻頭に「新聞の経済的基礎」という論文を掲載している。

二

『新聞原論』の二年あと(一九四九年)に出た清水幾太郎氏の『ジャーナリズム』の中では、新聞の読者は、新聞製作に作用する力として、目次の上で資本家、政治家、記者とならべられており、中味の上でも可成りのスペースがさかれている。さらにそれだけではなく、ニュースと題する章の中で「読者の関心」「読者によるニュースの選択」「平均的人間の平均的関心」等の小見出しの下に、紙面の作製を決定し、これに統制を加える読者の重大な役割がのべられ、政治家の章の中でも「新聞と読者との間」という小見出しの下で、世論は新聞と読者との中間に生れるという命題が提

新聞読者の受働性と能働性

起され、新聞と読者との腹のさぐり合いという注目すべき表現がこゝでなされている。

新聞と読者との関係にかんしての清水氏の見解はしかし『ジャーナリズム』執筆の直後大きく転換する。世論は新聞と読者との中間に生れるのではなく、また新聞と読者とのあいだで腹のさぐり合いが行われるのでもなく、新聞が一方的に読者に影響をあたえ、一方的に権力者にとつて都合のいい世論をつくるという見解の上に清水氏は新しく立つ。新聞は権力者にとつて都合のいい世論を形成するため夜となく昼となく準備工作を行い、適当な時期をみはからつて世論調査を試み、その結果を紙上に発表する。浮動層は世論調査の権威、客観的な数字の威力の前に屈して、自らを大勢に順応させる。新聞、ラジオ、テレビ、映画をあわせ含めたマス・コミュニケーションの絶対的な力、その暴力性の前に、清水氏はときには激しい怒りを、ときには絶望を感じる。

清水氏のこうした変化の原因は、『ジャーナリズム』執筆以後、彼がシュラム論の『マス・コミュニケーションズ』⁽¹⁾をはじめとして、アメリカのデモクラシーを脅やかしているマス・メディアの独占について語っている多くの書物による。はじめたことと、彼を含む有力な知識人層が全面講和を主張したにもかかわらず、単独講和もやむをえないという世論が、新聞、とくに大新聞によつて作りあげられたという彼自身の痛切な体験のうちに求められるであろう。『ジャーナリズム』の中では、新聞の読者は「一見ニュースを単に受動的にあたえられるかのごとく」思われるが、読者もまた「無言のうちの一つの力として統制を加える」と書かれていたが、今や新聞の一方的な働きかけと新聞読者の受働性だけに照明があたえられることとなつた。

清水氏は、シュラム編の『マス・コミュニケーションズ』を、マス・コミュニケーションの研究にとつて最高の文献であると呼んでいる。そしてこの書は、清水氏の教え子たち（学習院大学社会学研究室グループ）によつて日本語に移された（一九五四年）。この書の中で、新聞の読者、ラジオの聴取者、映画の観客をふくむ概念としての audience に

は、ほぼ統一的に「受け手」という訳語があたえられている。受け手という呼びかたはしかし、新聞の読者、ラジオの聴取者その他が、パッシブな働きしかしない、あたえられたものを黙つて受けとるだけだという印象をひきおこしやすく、その点にいささか問題がある。

受け手という日本語をはじめで使用したのは、私の知つての限りでは『社会心理学』（一九四九年）の著者南博氏である。南氏は *communicate* ないし広義の *audience* の訳語として使いはじめ、その後、日高六郎氏その他マス・コミュニケーション研究者によつて「受け手」という言葉は可成りひんぱんに使われている。コミュニケーションの主体は、ここ数年、送り手、呼びかけ手、伝え手などとよばれているが、これにたいして客体が受け手とよばれることは、もちろん一向に差支えがない。communicate という言葉の語尾そのものが、はつきり受働性をあらわしているのだし、受け手という訳は正しいと思う。次に *communicate* と *audience* とは、だいたい同一物を意味しているのだから、後者を受け手と訳しても、これまた一向に差支えがないという人もあるだろうが、この点にかんじて私はすこしちがつた見解をもつている。新聞の読者がプロテストの意味で新聞社にたいし投書をおくつたとする。その場合新聞社は受け手になるわけだが、受け手になつたからといつて新聞社を *audience* とは決してよばない。これは何も *communicate* が単数をあらわしているのにたいして、*audience* は集合名詞であるという相違だけにもとづいていのではない。*audience* にかんする限り、私は、受け手という訳語をさけて、井上吉次郎氏の提唱しておられる「客衆」を用いた方がいいと思つている。何故かというに、新聞の読者、ラジオの聴取者を日常、受け手、受け手と呼びならわすことは、彼等をして自分たちはただ黙つてあたえられたものを受けとるだけだという風に思ひこませ、新聞社、放送局にたいして働きかけることを忘れさせる効果をひき起すからである。読者は新聞をだらくさせる力であると同時に、新聞を高める力でもある。新聞を読者の利益、民衆の利益に奉仕させるためには、読者の側、民衆の側からの積極的な発言

がなければならない。

ラジオの聴取者が、新聞の読者よりも受働性が強いということは、しばしば指摘されるところであるが、その問題については今は触れないこととする。新聞の読者だけについて言えば、彼等が常日ごろ、自らを受け手として観念しているのと、新聞の購読者として意識しているのでは、そこに必ず若干の開きが結果としてできてくるものと思われる。購読者は、新聞の販売店の者にたいして「お前んとこの新聞は面白くないからやめる」と宣告することもあるだろうし、なんとか、もうひと月でもと頼まれて、それではと自分の自由意志で購読をけいぞくすることもあるだろう。購読者はまた購読者の意識において、直接、新聞社に向つて抗議することもあるであろうし、それはたとい紙面にはのらなくとも、たとい一枚の葉書であつても、新聞社によつて粗末に扱われることはないだろう。何故かなら、それは数十人、数百人の物言わぬ読者の声を代表する、もしくは、するものとみなされるからである。

これに反して、自らを受け手だと思ひこむようにならされている読者は、現代の巨人マス・メディアの前に徒らに無力を感じ、新聞を批判し、新聞を国民大衆のための新聞に改めさせるという気構えを全く喪失するであろう。新聞の読者が、マス・コミュニケーションの受け手であることは何人も否定できない。新聞の読者同志は現在組織されていないし、みんなばらばらである。しかし新聞にたいして、選挙のときの一票と同様の発言権はもっている。そして相手は巨人だといつても、悠揚、山のように動かぬ巨人ではなく、案外神経の細い、読者の一票一票を気にしている巨人である。一人や二人の読者がいくらじたばたしても、五十万、百万の読者をもつ大新聞をどうすることもできないであろう。しかし編集方針の不心得を非難する投書の葉書が、百枚二百枚と積まれたとき、それは必ずや編集方針を動揺させ改めさせるであろう。日本の国民大衆は敗戦後、政治的に社会的に意識はわずかでも向上しつつあり、女性ももはや戦前の日本女性ではない。新聞にたいする批判力も全般的にたかまつてきている。そのことは何よりも新聞自身が知つて

いる。露骨な保守反動の記事をかいたり、二口目には反共を言っているのでは、南亮にならないことを今日の新聞は知つている。新聞が、かりに戦争屋のために都合のいい宣伝をしようとすれば、新聞は戦争をいやがつている読者大衆の意志を、強圧として感ぜざるをえないし、事実そういうことは公然とはできなくなつている。新聞の読者大衆に向つて、君たちはマス・コミュニケーションの受け手なんだと、そればかりを説くのではなしに、君たちは受け手であると同時に、新聞を動かす力をも、もつているのだということを説く時期が、今きているのだと私は考へる。

日高六郎氏は「マス・コミュニケーション概論」(『マス・コミュニケーション講座』第一巻所載)と題する論文の中で、受け手という文字を幾十回となく使つている。しかしこの受け手のなかに、マス・コミュニケーションに抵抗する力が徐々に芽生えつつあることを、日高氏はもちろん指摘することを忘れてはいない。民衆が彼らの目と耳とで知つている事実と、マス・コミュニケーションの報道とのひらきが深刻であるとき、民衆はもはやおとなしい受け手ではなくなることに、「新聞には手紙で」「ラジオには話しあいだ」という素朴な抵抗が無視できない力をもつことも指摘されている。「にもかかわらず、利潤と言論の二重独占装置としての現代型マス・コミュニケーションの力は依然として巨大である」と日高氏は結論のところ強調しているが、私ももちろんマス・コミュニケーションの力を過少評価することには反対である。

しかし他面、マス・コミュニケーションの暴力性にたいして抵抗するといふのではなく、投書という形式によつて、読者は時事問題についての感想なり意見なりを新聞に発表する。投書のスペースはここ一二年目立つて大きくなつてきているが、そのことは、新聞がそれだけ読者の声を反映するようになってきているということ、特に婦人投書家がふえ、婦人の声の欄がもうけられ、それらは結果として新聞の質をたかめつつあることも、抵抗の事実と同時に指摘されてよかつたと思う。声の欄の拡大は、ブルジョア新聞が「皆さまがたの新聞でございます」という見せかけのために、やつ

ているのだという見方もちろん成り立つだろう。そういう見方からすれば、読者の声が新聞紙上で次第に優遇されるようになったといつて喜ぶのは甘いということにもなるだろうが、しかしそういう一方的な見方しかできないということは、不幸であるというほかはない。仮に声の欄の拡大が、新聞社の営業政策から出ているとしても、そして投書の取捨選択は新聞社側の自由にかまかされているとしても、民衆の声は本来的に健康であり、現在の投書欄においてもその健康さはやはり感じられるし、今まで物言わぬ民草であつたものうちから一部分でも社会的発言をするものが生れ出たということは注目されねばならない。活字にならなかつた何百何千の投書、ことにあまりにも鋭く今日の社会の病根をついているという理由で活字にならなかつた投書も、それはそれとして購読者の傾向を示す参考材料となり、民衆の幸福のがわに半歩でも新聞をうごかす圧力となつてははずである。

以上私は、新聞の読者を受け手だ受け手だと言いきることにたいする警戒を表明してきた。しかしわれわれの周囲を見わたすと、新聞と読者との関係は「にわとりと卵」の関係であるというような説も依然として存在している。この説は、新聞の責任の所在をぼやかすに好都合な説であつて、一億総ざんげに通じるものであるが、このような説をなす人になりたいしては、われわれはあくまでも新聞の読者が「受け手」であり、新聞が送り手であることを強調しなくてはならない。こつけいのようなでもあるが、私はただ、受け手としての読者のもつ能働的な面が、全く無視されることを、おそれているのである。

(1) Wilbur Schramm の編さんした論文集、一九四九年、イリノイ・プレス発行、Schramm は一九五四年、この書を編さんした
まじ、"The Process and Effects of Mass Communication" という題で世に問うてゐる。

ハロルド・ラスウェルは「社会におけるコミュニケーションの構造と機能」と題する論文の冒頭で、コミュニケーション過程の科学的研究は、「誰が」「何について」「どのような通路によつて」「誰にたいして」「どのような効果を狙つて」の五つの質問のうちいずれかに集中する傾向があるとのべている。そしてこれに対応する研究の分野として「統制者分析」「内容分析」「メディア分析」「客衆分析」「効果分析」をあげている。

この図式では「誰にたいして」(To Whom)とつう質問と、これに対応する「客衆分析」(Audience Analysis)は認められているが、逆の方向、つまり客衆から統制者へのコミュニケーションは無視されている。しかしラスウェル自身は、論文の中で、コミュニケーションの伝え手と受け手との相互作用について語つており、そのあとで次のようにべている。

「会話は一般にこの交換的コミュニケーションの典型とみなされている(一方的なおしやべりでもないではないが)。近代的なマス・コミュニケーションの手段は、印刷工場、放送施設、その他特殊固定資産を握つている者に、莫大な利益をもたらしている。しかし注意しなければならないのは、客衆はすこし時間がたつてから返答する」ということである」。

ここで特殊固定資産といわれているのは、映画館とか撮影所とか、そういうものを考えたらいいのであろう。莫大な利益というのは、新聞資本家が印刷した紙を売つてもうけ、資本主義体制維持のイデオロギーをばらまいてまたもうけるというあの二重の利益を意味している²⁾と考へて差し支えないであらう。次に、すこし時間がたつてから返答するとあるが、受け手が即座に反応を示さないというのは、マス・コミュニケーションの一つの特長なのである。大衆集會を例にとつて考へてみよう。数千の聴衆を集めた演説会であれば、それはマス・ミーティングにちがいないし、弁士は必ずマイクという機械を使用するのであろう。伝達にさいして機械を使うという意味において、大衆演説会は演劇より一そ

マス・コミュニケーションに近いといえる。しかし大衆演説会においてはなお、語る者ときく者とのあいだに face to face の関係が存在している。この関係が存在している限り、客衆の反応は即座であり、弁士はその場で反応を明瞭に察知することができる。そしてそのことは、マス・ミーティングが百パーセントのマス・コミュニケーションではないことを物語っているのである。

ラジオの聴取者は、きいていて不愉快になれば直ちにスイッチをいれる。スイッチをいれることは返答なのだが、番組の出演者なり放送局なりには、それは通じない。しかし放送局はたえず聴取率の調査をしており、ある番組にたいして不愉快を感じている人が多ければ、それはやはり調査の結果としてあらわれてくる。新聞の内容が気に入らないうき、読者は販売店の集金人に文句をいつたり、新聞をその月限りでことわつたり、職場でその新聞の悪口を言いふらしたり、直接新聞社に抗議文を送つたりする。これらはすべて返答である。そしてこの返答は、新聞社がわに一々正確には伝わらないにしても、気配のようなものはやはり伝わる。そしてそれは新聞社側の気を病ませ、ときには新聞社側をしてふるい上らせる。新聞社は直ちに対策を講じなくてはならない。

客衆が受けとるだけで、返答を全くしないならいざ知らず、すこし時間がたつてから返答するとすれば、そしてこの返答が新聞を多少とも動かす力があるとすれば、この返答を研究の対象にいれないというのは片手落ちといふはかばかしい。マス・コミュニケーションを握っている者、その支配者が、誰に、どんな効果を狙つて伝達するか、を研究するだけでなく、客衆が逆にマス・コミュニケーションを握っている者にどんな影響をおよぼしているかの研究も当然行われなくてはならない。伝達の間接目的 (to whom) としての客衆の分析だけではなく、働きの主体としての客衆についても分析されねばならないはずである。

その点、バーナード・ベレルソンは、マス・コミュニケーションを握っている者と客衆とのあいだの相互作用を明白

に認識し、その研究の立ちおくれを指摘している。ただ彼は客衆という言葉を用いず、「世論にあたえるコミュニケーションの効果」と「コミュニケーションにあたえる世論の効果」について語り、世論にかんしては、國際事情、国内政治、選挙立候補者、人種問題等々、一般的関心の的になり論議の中心になつてゐる政治的社会的諸問題にたいする大衆の反応（すなわち、賛成、反対、無関心）を意味する、と規定している。

世論をこのように規定して用いることは、差しつかえないばかりではなく、正しいと私は思う。ベレルソンは、コミュニケーションと世論との関係の分析にさいして、「コミュニケーションにあたえる世論の効果」は通常無視されてゐる。それは「世論にあたえるコミュニケーションの効果」の問題ほど明白でなく、またおそらくは研究が一そう困難なためであらう、とのべているが、この明白でない点、この困難さは一体どこからきてゐるのだろうか。

今日、新聞は特定の読者層、特定の読者層などを相手にせず、常に広汎な大衆を相手にしてゐる。そしてこの大衆が何を考え、何を求めているかをたえず知りたがつてゐる。しかし大衆ほどつかみにくい存在は、またとない。新聞小説を四つ五つ書いたあとに、井上靖がもらした次のような嘆きの言葉は、そのまま新聞社内の人々の声でもあるだろう。一九五三年八月の『新聞研究』の中で彼は次のように語つてゐる。

「雑誌に発表する小説の場合は、作者には一応、読者の顔が判る、読者のしかめ面も、笑顔も、深刻な表情も、ペンを執りながら眼に浮んでくる。併し、新聞小説の場合は、読者の表情など全然見当さえない。作者の前には、真つ黒い大きな壁のようなものが立ちあがっているだけである。作者の計算や企みなど全然受けつけない、ひどく不愛想な壁である」。

新聞柱は、ベレルソンの定義した意味での世論の調査をしばしば行う（もつともこれは多額の費用を要するので、大新聞でなければできない）。憲法改正をめくつて世論はどのように動いてゐるか、大衆が保守政党を、あるいは左翼政

覚をどの程度支持しているか、支持の程度は昨年とどうちがうかは、調査の結果によつて一応明らかとなり、それは記事として読者の前に提供されると同時に、新聞社の編集方針を変更するかしないかの参考資料としても役立つ。しかし新聞は、世論の調査以外に、すなわち政治的社会的諸問題にたいする大衆の反応を調査する以外に、読者が現在けいさしている連載小説あるいは漫画に満足しているかどうか、その他さまざまな編集上の企劃は喜ばれているかどうか、をたえず知りたがっているし、事実また知らなくてはならない。そしてこれらを知るにあたつて、新聞はいつも科学的調査を行わず、もつぱらかんたんにたよつてゐる。数多い読者全体のうちの、おそらくは〇・一％にも達しない少数読者からの投書、学芸部記者の奥さんや周囲の友人たちの批評、そういうものをもとにして、今度の小説は受けているらしいとか、もてていないとかの判断が下される。それは當つてゐるかも知れないし、當つていないかも知れない。新聞社の方で、読者大衆などというものは、エロチシズムや殘虐なことを好むときめこんで紙面をつくつていても、大衆は案外そんな記事ばかりでは満足しないかも知れないし、しているかも知れない。先に、マス・コミュニケーションの客衆は、すこし時間がおくられて返答するといつたが、その返答が多くの場合はつきりしないのである。読者大衆の求めているものが仮に客観的にAであるとして、新聞社側はそれを探りあてようとしていても、そして見當をつけたつもりでいても、それは實際はAではなく、AからすこしずれたA'であるということはお当然おこつてくる。新聞を作る方は、相手の読者大衆がA'を求めていると思ひこんでいるのだから、そのままA'をあたえるかというところ、そうではなく、新聞社に働きかけるさまざまな力的要素（政治家、金融資本家、大広告主、警察等々）があつて、A'はA'にゆがめられ、Aを求めている読者大衆に結局A'があたえられる結果となる。先述の明白でない点、困難さはここに由来しているのである。

ところでこのAを今一度考えてみるのに、読者は、マス・メディアあるいは会話を通してさまざまなことを伝えられ、それにたいして種々の反応を示す。ベレルソンの規定した政治的・社会的な問題以外の問題にたいしても反応を示すし

全般的関心を集めていない問題にたいしても反応を示す。そしてそれは広い意味でやはり世論であるし、その限りにおいて世論調査の対象となる。しかし新聞の読者には、外から刺戟を受けて反応を示すということ以外に、本能的な動物的な慾求があり、こうした慾求が新聞にたいする力的要素となつてゐることはすでにのべた通りである。このような慾求までも世論の中を含めてしまうことは、無理であると思われるが、しかしわれわれはこの世論の概念のラチ外にあるものをも、研究の対策としなくてはならない。

そうであるとすれば、われわれは「新聞と世論、世論と新聞の関係」を問題にするよりも「新聞と読者、読者と新聞の関係」を問題にする方がより正しいと言ふことになると思ふ。

- (1) Harold D. Lasswell: "The Structure and Function of Communication in Society, 前掲ウァルバー・シュラム編の "Mass Communications" 所載。

- (2) 「下ルの打ち廻つた世界」(ガンサー・スタイン著、茂木政訳、岩波書店刊行、上下二冊の上巻六三頁)。

- (3) Bernard Berelson: "Communications and Public Opinion, 前掲ウァルバー・シュラム編の "Mass Communications" 所載。