

メディア効果論の再検討

有田 亘*

A Re-examination of Media Effects Theory

Wataru Arita*

Abstract

This article re-examines the *strong effects theory*, a popular theory in mass media studies. First of all, there is the theory of *bullet effect*, typified by Cantril's research on Orson Welles' *The Invasion from Mars*. However, this has been questioned and controversy continues to this day.

But in the first place, Cantril did not advocate *bullet theory*, nor was the *Martian Riot* intended by the radio station to panic people. Furthermore, the *Martian invasion Riot* itself was fake news.

Some kinds of hoaxes and also demythologization spread readily according to the *media effects theory*. In this paper, an overview of this is given and it is suggested that it would be better to reposition the *media effects theory*, which has been conducted as part of Media Studies, into the category of rumor studies. In that sense, it is argued that it may be possible to reconsider it as *message theory* rather than *media theory*.

キーワード

メディア効果論 弾丸理論 『火星からの侵入』 うわさ メッセージ論

1. はじめに

「弾丸効果論」はマスコミュニケーション研究が始まった1920年代から40年代にかけて、つまりファシズムと戦争の時代に支配的だったメディア学説の総称である。それはマスメディアが受け手大衆に直接作用して、画一的で強力な反応を即座に引き起こすことができるとする仮説であり、総力戦期のプロパガンダ研究を支えるパラダイムとなった。しかし実証研究が進むと、メディアは受け手の先有傾向を補強することはできても、人的コミュニケーションを経ずメディア情報だけで即時に直接的な態度変更を引き起こすことは難しいと考えられるようになった。いわゆる「限定効果論」

* ありた わたる：大阪国際大学人間科学部准教授（2020.12.3受理）

である。その後、1970年代以降には長期的影響を視野に入れた「新しい強力効果論」が台頭し、古典的な「弾丸効果論」を今日も主張する研究者はいない。しかし専門家と世間一般の認識ギャップは大きく、いまだにメディアの弾丸効果を語る俗論は跡を絶たない。

佐藤卓己(2019:23-24)はこのように強い言葉で述べた。そうまでしてもなお、その「俗論」が跡を絶たないことをその言葉は物語っている。実際、私もメディア社会学関連の授業ではマスコミ効果研究についてとりあげ、「弾丸理論」は専門家たちの一致した見解として否定されていること、市販の公務員試験問題集の模範解答を見てさえもその通りに記されていることなどを紹介しているのだが、それでもまだ納得しない学生が常に一定の割合で現れる。

ただその一方で、マスコミ研究はメディア効果論についてあいまいな整理を行ってきた面もある。簡単な学説史的検討を加えるだけでもそれは明らかである。さらに言えば、そもそもメディア効果論にはある種のデマや神話化が横行しやすい面がある。本稿ではそのことを概観し、「マスコミ研究」としてなされてきたメディア効果論はむしろ「うわさ研究」との関連で位置づけ直した方がよいのではないかということ、そしてその意味では、それは「メディア論」と言うよりも「メッセージ論」と言うべきものと捉え直すことが可能なのではないか、ということ論じるつもりである。

2. 弾丸理論成立の経緯

佐藤毅(1990:5-6)によると、マスコミの効果についての初期の最も単純な思考のもと「弾丸理論」が現れ、マスコミの強い効果を主張したが、その後「限定効果モデル」に置き換わった、という図式を提示したのはセブリン&タンカードであると言う(Sevrin & Tankard 1979)。ただし、セブリン&タンカードがマスコミ効果研究を4つの時期(弾丸理論/限定効果モデル/適度効果モデル/強力効果モデル)に分けたのを念頭に置きつつも、「圧倒的に強力なマスメディア/無力なマスメディア/マスコミ研究のニュールック」というブルムラーの分類を考え合わせ、佐藤はマスコミ研究を3期に分けることを提唱している。このとき佐藤が参照していたのは、岡田直之(1984)だった。

このメディア効果論の変遷を3期に分けて、あるいは三段階の変化として語る仕方は、少なくとも日本では一般に広く定着することになった。冒頭に引用した佐藤卓己の説明もそれに基づいている。弁証法的な正反合図式とも似ている整理の仕方が美しいということもあったのかもしれない。ただこれらのことからとりあえず見て取れるのは、「弾丸理論」は、それが存在したとされる1940年代(以前)よりは後、1970~80年代の用語であるらしいことをここで指摘しておこう。

よく見かける弾丸理論と限定効果説を対比した図解は、マクウェール&ウインダールの『コミュニケーション・モデルズ』に掲げられている(McQuail & Windahl 1981=1986:71)。マクウェール&ウインダールはその図解を、カツツ&ラザールフェルドの「二段階の流れモデル」を解説するために『パーソナル・インフルエンス』(Katz & Lazarsfeld 1955=

1965)に基づいて作成したのだという。したがって「二段階の流れモデル」の図解がそのまま同書の中に描かれているわけではないし、それと対比される「初期のマスコミ・モデル」に至ってはそもそも言及が無い。マクウェール&ウィンダールは、「古典的刺激-反応原理にしたがってマスメディアが機能するという、(1940年代)当時の一般的見解」(McQuail & Windahl 1981=1986:70)としてその図解を作成したのだった。

その場合、弾丸理論とは古典的刺激-反応原理に従うメディア効果論ということになるだろうが、その「初期のコミュニケーション・モデルの典型的な特徴を示している」とされるのは「ラスウェルの公式」として知られるものである(McQuail & Windahl 1981=1986:20)。これは、伊藤公雄(1996:243)が参照しているロジャース『コミュニケーションの科学』(Rogers 1986=1992)の見解とも、また佐藤毅(1990:6-7)の見解とも一致している。これら「宣伝効果論」の基礎分野の確立過程を整理する中で、ラスウェルに続いて挙げられるのがキャントリル『火星からの侵入』(1940)なのである。

3. 弾丸理論に当初から付された留保

それを受けて、入門者向けや公務員試験対策の教科書などにキャントリルの著作を初期強力効果説の具体例と扱っているものなどはよく目にする。しかし、学術書や研究論文は少なくとも私の知る限りすべて、慎重な留保をつけていることに注意したい。

伊藤公雄は、キャントリルおよびマートンの業績を、「ある条件のもとで、メディアが発揮する力の強力さを、実証的に分析した点で、メディア社会学の出発点を作り出したといえる」としながらも、「これらの研究は、「メディアは万能である」といった、しばしば見られる単純な観点から行われたものではない」と断つている(伊藤 1996:246)。

佐藤毅も、キャントリルとマートンの効果研究を紹介する章を、「単純にメディアの弾丸の効果——もしくは皮下注射的效果——を提示したものではなかった」と釘を刺してから書き起こしている。そして、メディアによる人々へのインパクトに注目したのもであったとはいえ、キャントリルの「研究関心の中心は、なぜこの番組はある人々を驚かせ、他の人々を驚かせなかったのか、また特定の人々を驚かせたのはなぜかということ」にあると指摘する。そうした違いが生まれてくる原因は、内在的/外在的チェックに成功したかどうか、あるいはそれを試みたかどうか、という人々の「批判能力」に求められるというわけである(佐藤毅 1990:7-8)。

大澤真幸は、『電子メディア論』と言いつつもマクルーハンの人類の文明史になっている著作の中で、やはりキャントリルとマートンについて言及してこう述べる。キャントリルの研究が扱っている「この事件は、ラジオからの情報が、聴取者による付加的な審問(チェック)に付されない限り、根拠も無しに、原則として「真」として受容されてしまうということを示している」(大澤 1995:150)。これは私の知る限り最も弾丸理論的な強力効果説の主張である。しかしこれは、大澤が言うところの「超越(論)的な他者」、根本的に偶有的な他者が、マスコミュニケーションという現象を可能にしている、ということ論じるための論理構成である。言い換えれば、そのような特殊な論理構成を導入しないことには、キャントリルの説が強力効果説であるとは主張しがたいのである。

それゆえ、学術研究のすべて（と言ってよいであろう）は、弾丸理論の存在に直接具体的な言及を行っていない。唯一、間接的な言及を行っているのが、限定効果説の嚆矢となった業績である。ラザースフェルド、ベレルソン、ゴードットによる『ピープルズ・チョイス』（1944）の中には、次のような記述がある。

かなり逆説的だが、キャンペーン・プロパガンダは、投票行動に対して明白な効果——この場合明白な効果とは単純に投票意図の変更のことをいう——をまったく生まないで、一つの大きな効果を発揮した。（Lazarsfeld et al. 1944=1987:148）

すなわち、あの有名な効果、「補強効果」を発揮したのだ、と。ここでラザースフェルドたちが「かなり逆説的」と言っているのは、補強効果や二段階の流れをまったく生まない弾丸理論的な効果を彼らが想定していたことを間接的に示唆している。佐藤毅も述べているとおり、その研究の最初の意図は、人々の意志決定過程においてマスメディアが発揮するインパクトを明らかにすることであったが、皮肉にもそのインパクトの「限界」を発見する結果になった、というわけである（佐藤毅 1990:11）。ただもちろん本稿における皮肉は、そのような形でしか弾丸理論の痕跡が見当たらないことにあるわけだが。

したがって、キャントリルの学説は、マスコミによって人々が踊らされる、というようなものでは元々なかった。少なくとも、マスコミュニケーションについての社会学は、キャントリルの説がそのような意味での弾丸理論であると述べるのを、細心の注意を払って避けようとしてきた、と言えるだろう。この点について、チェイフィー&ホーホハイマーは、一般のイメージは別として、少なくともメディア効果研究の領域において、1930年代・40年代の研究者が弾丸理論のような理論仮説を前提していたかどうかは疑わしい、とはっきりと述べている。また彼らは次の重要な2つの論点もそこに付け加えている。第一に、当時の専門家で弾丸理論に最も近いことを述べたのはラスウェルであるが、その用語をそのままラスウェルが使った証拠はない。しかも当時の効果研究者たちには、厳密には分野違いのラスウェルのことは視野に入っていなかったはずだとも彼らは言う。また第二に、「弾丸理論」あるいは「皮下注射モデル」といった言葉は、ラザースフェルドたち以降の世代の学者たちにとって、自分のたちの限定効果説を引き立てるためのある種の「藁人形」として、後から引き合いに出された可能性があるとも彼らは指摘している（Chaffee & Hochheimer 1985）。だとすれば、竹下俊郎（2008:13-15）も言うように、そもそも弾丸理論という「定説」が最初から存在しなかった可能性を含めて、再検討の余地があることになるだろう。

4. そもそも「火星からの侵入」は無かった

キャントリルの研究が弾丸理論の典型例とされるのは、それが、1938年のオーソン・ウェルズの「火星からの侵入」の放送によって全米にパニックが引き起こされた事件の顛末を次のように紹介したためであろう。

この放送が終了するずっと前から、合衆国中の人びとは、狂ったように祈ったり、泣き叫んだり、火星による死から逃れようと逃げ惑ったりしていた。ある者は愛する者を救おうと駆け出し、ある人びとは電話で別れを告げたり、危険を知らせたりしていた。近所の人びとに知らせたり、新聞社や放送局から情報を得ようとしたり、救急車や警察のクルマを呼んだりしていた人びともあった。少なくとも600万人がこの報道を聞き、そのなかで少なくとも100万人がおびえたり、不安に陥ったりしていた。(Cantril 1940=1971:47)

研究者たちがよく目にするのは、この部分の引用（場合によってはそのさらなる引用）である。たとえば藤竹暁『パニック——流言飛語と社会不安』（1974）の冒頭にはこうある。

この番組を聴いた人は全米で600万人にも上り、少なくとも100万人はこの番組によって驚き、パニック状態を呈したと言われている。ドラマを聞いた人たちのうち約100万人はこのドラマの途中で神に祈り、泣き騒ぎ、また火星の攻撃から逃れようと必死に駆け回った。(藤竹 1974)

しかし災害社会学研究の知見に基づく限り、このようなパニックの発生は不自然である。ハリウッド映画の災害シーンはともかく、現実のパニック状態では人々は逃げ惑うよりはその場に留まることが多く、災害や戦時に騒乱が発生するのは例外的だとされている。必要な情報が得られない人間の置かれた状況は、豪雨でフロントガラスから外が見えない自動車とよく似ており、そこでアクセルを踏むドライバーは例外的である。怖さのあまり、人々は固まってしまうのである。実際、緊急事態においてはパニック行動がひろく見られると仮定することは、経験的なデータによって裏打ちされない大きな神話なのである。(クアランテリ 1984:246)

また、安倍北夫『パニックの心理』（1974）はキャントリルに基づいて、「ドラマを聞いてから何らの情報検索もしなかったか、検索に失敗した者は、パニックに陥った比率が高く、逆に他の情報検索を行い、成功したものでは、パニックに陥った比率ははるかに少なかった」という説を導き出しているのだが、これも不自然である。なぜなら、当時の情報検索はグーグルではなく電話による確認だったため、「情報検索」のために人々がほぼ同時にかけて多数の電話は回線のパンクを、つまり「問い合わせのパニック」とでも言うべきものを生み出したはずだからである。実際、当時連邦通信委員会には火星襲来のラジオドラマに批判的な手紙が数多く寄せられたが、その中にはこの番組のため電話が不通になり業務に支障をきたしたとする警察関係者の手紙が多数含まれていたという。他方でCBSには1450通の手紙や電報が寄せられたが、その9割は、オーソン・ウェルズの演出に対する賞賛だったという（佐藤卓己 2019:34）。だとすれば、安倍がパニック回避のために推奨する情報検索——さらに言えば、キャントリルが推奨する「内在的・外在的チェック」——は皮肉な結果を生み出していた可能性がある。

またそもそも、上述の600万、100万などの数字はキャントリルがかなり大雑把に見積もったものであることが今日では知られている。それは主として、事件「現場」に近いニュージャージー州に住む135人の人びとに対するインタビュー調査をもとにしているのだが、ということはつまり、ラジオドラマで火星人が上陸し、州兵を相手に破壊的な殺戮を行ったとされる地域の住民が調査の対象者として選ばれたのである。キャントリルはその理由として、「この放送によって混乱状態に陥ったという理由から選ばれた」と述べている。また、放送にびっくりした人たちの名前の大半は、個人的に問い合わせたり、インタビューアが探し出したものである」という。つまり、調査対象に代表性はなく、きわめて偏ったサンプルが調査対象になっていたのである。いわば、放送によってパニック状態に陥った人々だけが調査対象になっていたといっても過言ではない（三上2014）。

以上のように、キャントリルの研究（やそれに基づく説）には疑わしい面はいろいろとあり、だからこそ前節で述べたように、弾丸理論には当初から様々な留保が付されることになったのだらうとも推測される。しかし、それにもかかわらず、その説がこれまで大きな影響を持ってきたのは、実際にそのラジオドラマが引き起こした「パニック」が、翌10月31日の新聞各紙がセンセーショナルに報道するほどに大きいものだったからであろう。たとえば、『ニューヨーク・タイムズ』紙は、「ラジオ聴取者がパニックに：戦争ドラマを事実と勘違いして (Radio Listeners in Panic, Taking War Drama as Fact)」と朝刊1面トップに掲載している。（三上2014）

しかし、最近になって、この誰もが常識的に疑わなかった事実を覆す研究が現れた。プーレー&ソコロウ（2013）は、当時の新聞報道を検証し、現実にはたいしたパニックは確認できず、騙された聴取者は少数だったと結論づけたのである。実際、そのパニック報道と新聞記者が目撃した状況のギャップは大きかった。そして事実を伝えることを旨とする新聞がそのような誇大報道を生み出してしまった直接の原因は、当のラジオドラマの製作者たちが意図した以上の「効果」を生み出し批判されることになったものと同じもの、すなわち「ハロウィーンの演出」であった。

当時の放送内容をたとえばYouTube上で聞けば（"War Of The Worlds" 2014）、いやそもそも『火星からの侵入』の第一章からして、番組の詳細な文字起こしが記載されているのでそれを読みさえすれば（Cantril 1940=1947:1-46）、ウェルズたちのラジオドラマがハロウィーンの趣向としての「放送事故」的な「ドッキリ」をいかに周到に仕掛けようとしているかがわかる。騒ぎになってしまってから、ドラマの送り手たちたちはそれがフィクションであることを何度も警告したと念押ししたとはいえ、その警告を多くのリスナーたちが聞かないであろうことも折り込み済み・計算づくでその番組を制作したのは彼らなのであり、「したがって、番組の最初のアナウンスを聞かなかったリスナーは恐怖にとられる機会があった。こうした警告を伴ったこの番組は、パニック状態を生み出した」（Cantril 1940=1971:45）とキャントリルに指弾されることとなった。だがその「パニック状態」こそが、当時の別の送り手たち、つまり新聞各社のハロウィーンの趣向だったことが判明したのである。ではなぜそのような演出・趣向が求められたのか。ウェルズたちにはウェルズたちなりに理由があった。低聴取率の自主制作番組（だからこそ、スポンサーがつか

いがゆえに途中でCMが入らず、そのことがかえってフィクションであることのチェックを困難にした)の人気獲得のためである。そして新聞社たちの側にもちょうどそれと対になっているかのような事情があった。それは三上俊治が以下のような3つの要因にまとめ上げているとおりである。

第一の要因は、当時の新聞が、巨大な力をふるうラジオという新興マスメディアに対して脅威を感じており、このたびの「不祥事」を、ラジオを叩く絶好の機会と捉えたということ。ちょうど、現代社会において、インターネット上の不祥事や犯罪などがマスコミで過剰に取り上げられ、叩かれるのと同じような状況が、1930年代のアメリカにもあったと想像されるのである。事実、当時の新聞各社は、こぞってCBSラジオとオーソン・ウェルズを非難した。第二の要因として考えられるのは、放送時間と新聞の締め切り時間の関係である。放送は午後8時から9時まで行われ、8時30分頃から聴取者の混乱と、新聞社や警察などへの問い合わせが殺到し始め、事件が明るみに出た。新聞社の朝刊の締め切りまで時間が足りなかった取材不足ゆえにセンセーショナルな話の独り歩きが生じたと考えられる。その裏には、「パニック」に対する送り手側の思い込みもあっただろう。第三の要因は、19世紀末以来、「イエロー・ジャーナリズム」とも言われて厳しく批判された大衆新聞の性癖として、事件をセンセーショナルに取り上げる傾向が1930年代当時にも存続しており、それが、「大パニック」といった過大報道につながったのではないかと考えられることである。(三上2014)

もちろん、そうしたセンセーショナルな新聞報道は日が経つにつれて、本当はラジオを聞いていない人も新聞に掲載されている記事内容を自らのものとして語るようになっていったことだろう。火星人来襲パニックの神話化は、その記憶の風化とともに加速した。その後、キャントリルは国際的に著名な社会心理学者となり、マスコミ研究の古典『火星からの侵入』は流言パニック神話にお墨付きを与えるようになったのである。

5. 弾丸理論自体がある種のうわさ

だが以上のように見てくると、弾丸理論の俗説を信じる人々を批判するだけでは不十分だと言うことも明らかであろう。

「その意味ではキャントリルの報告だけを鵜呑みにしてきた私自身も含めてメディア研究者の責任は大きい」と佐藤卓己は語り、『現代メディア史』(1998)で弾丸効果論時代の古典的研究としてキャントリルを取り上げて「私もまた「パニックが起こった」ことは疑っていなかった」と反省している。そしてそれを解釈する枠組みを「真実らしきドラマ」と「ドラマ仕立て報道」との類似性で説明している。またその指摘自体はいまも間違いだとは思っていないとも付け加えている。それは大澤真幸の説などと同様の論理構成であるからだと思う。

そして、「火星人来襲」というラジオのフェイクニュースから「いま」が始まったのではない。正確に言えば「いま」が始まったのは新聞のフェイクニュース「火星人来襲パニック」からであり、キャントリルの著作はその新聞のフェイクニュースに依拠していたのだ(佐藤卓己2019:19)と語る佐藤は次のような見解を語る。

この古典（『火星からの侵入』）こそがメディアパニックの存在を正当化するほぼ唯一の学術的根拠となってきた。弾丸効果パラダイムの代表的著作として無批判に信用してきたことは知的怠慢と言うべきだろう。ちなみにバラン&デイビスによる2007年の教科書では、火星人来襲パニックと『火星からの侵入』は厳密に区別され、そのうえで『火星からの侵入』をむしろ限定効果説の先駆的研究として位置づけているそうである。『火星からの侵入』こそが『火星人来襲パニック』の弾丸効果説を否定した、という逆説的評価である。（佐藤卓己 2019:43-44）

ここに示されているのは、マスコミ研究の定説の大きな転換であり、今後大学教育の現場にも浸透していくものとなるだろう。

だが、もしそうなのだとすれば、本稿は次のような論点もあわせて強調しておきたい。それは、「火星来襲パニック」は起こらず、「火星来襲パニックのうわさ」が起きた、というものである。

すなわち、弾丸理論とはマスコミの影響力を語るのではなく、うわさの影響力の強さを語る理論だ、というように位置づけ直すことも可能だ、というのが本稿の第一の結論である。

メディアの「効果」を、影響を受ける人数で捉えるよりはむしろ影響が何段階先まで伝わるかで捉えると理解しやすい。つまり、コミュニケーションとは「伝えること・伝わること」であるにもかかわらず、実はそれほど伝わらない。通常のコミュニケーションは個人間の相互作用や、それが数個ほど組み合わせられたネットワークでモデル化されるものであって、その意味ではそれほど多くの人々に多くのことが伝わるわけではない。「大量・均質・一方向」という言葉でその強さが形容されるマスコミコミュニケーションにおいてもそれは同じで、「二段階の流れモデル」が如実に示すように、影響力は二段階先までしか伝わらない。「弾丸理論」に至っては一段階である。メディアから「発射」される「弾丸」の数こそ「大量」だとはいえ、である。しかしうわさは違う。次から次へと流布される伝達の鎖は何段階・何十段階よりもさらに先まで延長されうる。その過剰さにおいてうわさは、他と較べて明らかに特異なコミュニケーションの形態、伝わり過ぎるコミュニケーションだと言えるだろう（有田 2020:72）。

この過剰さを生み出すメカニズムが、重要性和曖昧さの積で構成されている、有名なオルポート&ポストマンの公式である（Allport & Postman 1947=1952）。積であることによって、重要性和曖昧さはどちらか一方でも0だとうわさが成立しない。しかしひとたび両者ともに0でなくなれば、かけ算の性質上、どちらかが少しでも大きくなればなるほど、積の値は飛躍的に大きくなりうる。この二つのことは、うわさの伝播力の過剰性を非常にうまく表現している。だがそれだけではない。そのオルポート&ポストマン以後の実証的研究においては、曖昧さの影響力のみが支持され、重要性については必ずしも支持されていない（Rosnow & Fine 1976=1982）、ということも、その公式においては重要性とは要するに曖昧さの自乗なのだと考えれば説明が付きやすい。

曖昧さとは明確さの反対である。たとえば100%真実だとわかっていること、あるいは

100%嘘だとわかっていることには明確さだけがあり、曖昧さは無い。したがってオルポート&ポストマンの公式は、紛れもない真実と紛れもない嘘はうわさにはなりえないことを示している。また「信じるか信じないかはあなた次第です」という常套句が語るような真偽不明な曖昧さがあるとき、うわさは爆発的な伝播力を獲得する。これは、その公式における重要性とは、要するにそのうわさ話を言いふらしたいと人々に欲望させるという意味において重要であることを示している。この同語反復がうわさの伝播力の源泉なのだ。

ここから本稿の第二の結論が導かれる。弾丸理論はこれまで基本的にはメディア論の一種と考えられ、それゆえにマスコミュニケーションの影響力があるのか無いのか、という論点をめぐって取り沙汰されてきた。加えてうわさもまた、基本的にはメディア論の俎上で語られるコミュニケーション過程である。しかし、弾丸理論がそれ自体うわさの一種であり、そしてそのうわさの伝播力が上述したとおり、曖昧さと重要性の積（あるいは曖昧さの自乗）に由来するものだったとしたらどうなるだろうか。曖昧さも重要性も、うわさの内容すなわちメッセージにそなわる特性である。メディアの形式的特性ではない。うわさの影響力は、それを伝達するメディアの特性ではなく、そのメッセージ自体の特性に求められるべきではないだろうか。

そう考えると、キャントリル以来、いわゆる「マスコミ」として想定されるメディアが時代を追って様々に変転してきている（ラジオ、テレビ、そしてインターネット…）中にあって、弾丸理論についての俗説がその都度廃れることなく繰り返される理由も納得がいくというものだ。それはメディアについてのうわさである。つまりメッセージ、もっと言えばメディア論の言説を偽装したメッセージなのである。新規なメディアに対する人々の心理的抵抗や拒否反応はさまざまなものが常にすでに生じてきた。それはマスコミやメディアについての学問的言説とは独立した別個の現象である。

マクルーハンは「メディアはメッセージである」という、今も有効なあの有名な原理を語ったわけだが、その言葉は多くの場合、コミュニケーションの内容ばかりが注目されがちな現象に対して、形式面への注目を促すものとして捉えられてきた。「メディア論の第一原理」として知られる言葉である以上、それも当然のことである。だがわれわれはここで、その等価関係を表す原理を逆向きに用いてみるべきではないだろうか。すなわち、コミュニケーションの形式ばかりが注目されがちな現象に対して、内容面への注目を促すものとしてマクルーハンの原理を捉え直すべきではないだろうか。

弾丸理論はそのメッセージの内容が持つ力によってこそ、その影響力を持ち得ているのではないか。そしてだからこそ、メディア論的な観点からの説明は常に無関係ではないにせよ本質とずれたところに行き着きやすいのではないか。弾丸理論の問題点への指摘は、メッセージ論として構築すべきではないかと考える。

うわさ研究は、佐藤卓己も述べているとおり、メディア論として構築されてきた。だがその佐藤自身、「メディア流言」という「重複表現」を用いてうわさの「あいまい情報」の側面を強調する議論を行っている。すなわちそれは、うわさというもののメディア特性にとらわれない側面を強調する議論である（佐藤卓己 2019:13）。それによってメディア特性とメッセージ特性を等価に扱える社会学理論を構想できるのではないかと、今考えている

ところである。

参考文献

- 安倍北夫, 1974, 『パニックの心理』講談社現代新書.
- Allport, G. & Postman, L., 1947, *The Psychology of Rumor*, Henry Holt. (南博訳, 1952, 『デマの心理学』岩波現代叢書)
- 有田亘, 2020, 「カウンターナレッジの強力効果」『いろいろあるコミュニケーションの社会学 Ver.2.0』北樹出版, pp.70-73.
- Baran, S.J. & Davis, D.K., 2000, *Mass Communication Theory : Foundations, Present and Future*, Cengage Learning. (宮崎寿子訳, 2007, 『マス・コミュニケーション理論』上下, 新曜社.)
- Cantril, H., 1940, *The Invasion from Mars: A Study in the Psychology of Panic*, Princeton University Press. (斎藤耕二・菊池章夫訳, 1971, 『火星からの侵入：パニックの社会心理学』川島書店)
- Chaffee, S.H., & Hochheimer, J.L., 1985, "The Beginnings of Political Communication Research in the United States: Origins of the 'Limited Effects' Model," E.M.Rogers & F.Balle (eds), *The Media Revolution in America and Western Europe*, Ablex, pp.267-296.
- 藤竹暁, 1974, 『パニック：流言飛語と社会不安』日経新書.
- 伊藤公雄, 1996, 「Overview メディアと社会学」, 井上俊他編『岩波講座現代社会学 22 卷 メディアと情報化の社会学』岩波書店 pp.239-256.
- Katz, E. & Lazarsfeld, P.F., 1955, *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*, The Free Press. (竹内郁郎訳, 1965, 『パーソナル・インフルエンス：オピニオン・リーダーと人々の意思決定』培風館.)
- Lazarsfeld, P.F., Berelson, B., & Gaudet, H., 1948, *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*, Columbia University Press. (有吉広介監訳, 1987, 『ピープルズ・チョイス——アメリカ人と大統領選挙』芦書房.)
- McQuail, D. & Windahl, S., 1981, *Communication Models*, Longman. (山中正剛・黒田勇訳, 1986, 『コミュニケーション・モデルズ』松籟社.)
- 三上俊治, 2014 「『火星からの侵入：パニックの社会心理学』再考：メディア・リサーチ」
<http://mediaresearch.blog.jp/archives/1887616.html>
- 岡田直之, 1984, 「マスコミュニケーション研究の展開と現況」『放送学研究』34, pp9-37.
- 大澤真幸, 1995 『電子メディア論』新曜社.
- Pooley, J. & Socolow, J., 2013, "Checking Up on *The Invasion from Mars*: Hadley Cantril Paul Lazarsfeld, and the Making of a Misremembered Classic"
<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/download/2117/980>
- クアランテリ, E.L., 1984, 「火災時のパニック行動」(小林弘和訳), 秋元律郎編『災害と社会体系』早稲田大学社会科学研究所.
- Rogers, E.M. 1985, "The Empirical and Critical Schools of Communication Research", in Rogers, E.M. & Balle, F., *The Media Revolution in America and Western Europe*, Vol. II, Ablex Publishing Corporation.
- Rogers, E.M., 1986, *Communication Technology: The New Media in Society*, Free Press. (安田寿明訳, 1992, 『コミュニケーションの科学—マルチメディア社会の基礎理論—』共立出版)
- Rosnow, R.L. & Fine, G.A., 1976, *Rumor and Gossip: The Social Psychology of Hearsay*, Elsevier Scientific Publishing Company. (南博訳, 1982, 『うわさの心理学 流言からゴシップまで』岩波書店.)

メディア効果論の再検討

佐藤卓己, 2019, 『流言のメディア史』 岩波書店.

佐藤毅, 1990, 『マスコミの受容理論』 法政大学出版局.

Sevrin, W.J. & Tankard, J.W., 1979, *Communication Theories*, second edition, Longman, p.324.

竹下俊郎, 2008, 『メディアの議題設定機能：マスコミ効果研究における理論と実証』 学文社.

"The War Of The Worlds: The Original October 30, 1938 Broadcast" (The Ultimate Orson Welles, Featuring The Mercury Theatre's Radio Productions of The War of The Worlds and Dracula, © 2005 Master Classics, Released on: 2006/04/18 = Auto-generated by YouTube. 2014/11/07)
<https://www.youtube.com/watch?v=crPGFZiFjfs>

