

# 農民とラジオ(その一)

内山政照

## 一、問題にしたいこと

### 1 はじめに

### 2 調査の要旨

## 二、ラジオの回路

### 1 ラジオの普及の利と普及条件

### 2 ダイアルを廻わすもの

## 三、ラジオ聴取者としての農民

### 1 「民衆の哲学」と村の文化成層

### 2 「家」という名のアンテナ

## 四、農民の聞き方受けとり方

### 1 反応分析の問題

### 2 娯楽プログラム

### 3 天気予報

### 4 ニュース

### 5 経済・市況放送

### 6 農業講座(以上本号)

## 五、放送効果の機構

### 1 「民衆の哲学」の広場におけるラジオと人間——ハリドールの

### るラジオと人間——ハリドールの

### 普及をめぐって

## 七、何が放送されるか

### 1 内容分析の問題

### 2 詩と音楽——ある番組の

### 3 リズムとテンポ

### 4 放送の用語

## 八、放送の送り手・機関

### 1 民間放送とNHK

### 2 さきざな送り手

### 3 放送機関と農民

## 九、農民とラジオ——問題の立場面

## 一、問題にしたいこと

### (1) はじめに

マス・コミュニケーションのことばは、戦後の流行語の一つとさえいえよう。数多くの論文・文献がこれに関してあらわれ、ジャーナリズムが好んでこのテーマをとり上げる。ことばが流行しているばかりではない。ラジオ新

聞・雑誌・映画・パンフレット、それにニュー・フェイスのテレビジョンまで加わつて、かつて想像もできなかったような大量のコミュニケーションのマス・メディアが昼夜世界を駆けめぐり、われわれの関心を奪おうとしている。ラジオに例をとれば、ニュースはもちろんのこと、先年全国の老若男女すべてにわたつて広い聴取率を誇つたところの、菊田一夫作、連続放送劇、「君の名は」の如きは、毎週不曜日午後八時半、この国の全人口の実に五分の一、八〇〇万余人をラジオ・セットのまえに座らせ、一喜一憂させた。いままで誰がどのようにして、このように一瞬のうちにこれ程多くの人々をとらえ得たであろうか。「二十世紀の今日、マス・コミュニケーションの發揮する威力に比敵すべきものありとすれば、それはただ原子爆弾あるのみ」と語つたアメリカの学者の有名なことばも、決して事態を誇大視しているとは言えないであらう。

二十世紀半ばの今日の農民も、もちろんこのマス・コミュニケーションの爆風圏外におかれてはいるわけではない。それどころか、それ特有の色合いを帯びてではあるが、都市人や他の職業群の人々に比して、むしろより激しく爆風にさらされ、揺さぶられているとさえ言つてよい。

そこで私の問題は、農民とマス・コミュニケーションということになるが、その広大な課題領域のなかで、まずラジオから——その理由は本文の六、「コミュニケーションの広場」のところで見られるが——はじめることにしたい。然し今回私が先年来試みてきたこのテーマに関する大まかな調査報告を中心とし、それに若干の理論的解釈と予想とを附加するという構想に止める。本格的な問題の全貌と論理の展開とは、さらに細密な調査をつみ重ねたうえで試みられねばならないので、以下はいずれにしても粗雑な中間報告であるにすぎない。

それにしても、このようなテーマは、従来ほとんど学界で研究調査されていなかつたわけだから、ここでこのよう

なテーマがどうゆう意図を含んで追求されているか、についての筆者のアポロギアがあるべきかもしれない。<sup>(\*)</sup>しかしこれはむしろ本文の所々に散在させてある論点を通じて読解していただくことにして、直ちに調査報告に入らう。

(オ) 本所の第三回公開研究会に際して、このテーマに関して報告したとき、私はこの点にややくわしく觸れた。その速記録、『総研月報』臨時増刊、五四号、昭和二八年八月刊を参照して下さいば幸。

## (2) 調査の要点

「農民とマス・コミュニケーション」、或いはとくにラジオ・新聞という問題について、いままで本格的な或いは組織的な調査研究の試みはほとんど行われていないといつてよい。<sup>(1)(2)</sup>ことに、マス・コミュニケーションの受け手である農民をつつむ農村社会の構造、諸社会関係の網の結び目のなかで、さらに国民社会のなかにおかれた農民の社会的位置と機能(形式)という視点から、それらに制約されつつ、同時にそれを何らかの意味で動かすものとして、つまり農村社会および都市と農村とをつつむ国民社会の $\wedge$ コミュニケーション全体 $\vee$ の場<sup>フィールド</sup>のなかで問題をとらえようとする試みはまだなされていないように思う。

註(一) NHRの放送文化研究所による調査は、大きな組織で行われている。そして、数多くの貴重な資料が発表されているが、農村、農民のなかに分け入った調査ではなく、主として各種番組に対する反応のデータを、それとしてそろえる点に主眼がおかれているので、そうした反応の根拠を探し求め、その根拠の理解のうえに、その反応をもう一度読み直し、理解し直す、という手続きがややもすると欠け落ちてしまう危険性を含んでいる。しかし、こうした点を克服する方向を打ち出そうとして、この二、三年の間に若干の注目されるべき調査分析がまず農村人を対象として始められている。それは、「農業層聴取者の分析的研究」とも称すべきもので、いままでに二つの農事番組をえらんで番組分析機(プログラム・アナライザ一)による反応分析を中心に全国四カ村で行われてきた。この分析は番組そのものを中心とする従来の番組分析でなく、初

めてき、手の分析を第一次目的として行われたものである。さらにこうした調査分析が村や農民のよりつゝんだ構造或いはパースナリティ調査と具体的に組み合わされたとき、この成果はきわめて輝かしいものになるであろう。近藤輝夫稿「明るい農村」「早起鳥」の分析結果から見た、農村の人のきき方と感じ方〔文研月報〕三の三、四、五（昭二八年）及四の三、四（昭二九年）参照。

(2) 東大新聞研究所による神奈川県某農村における新聞を中心とする調査、〔新聞学会刊「新聞学評論」〕、及び南博氏らによる「農民とラジオに関する調査」〔農業技術協会刊、昭和二九年三月〕の二つが、その主なものであろう。前者は社会的に厳密な操作を用意した細密なもの、後者は私どもの調査の一年後になされたもので、われわれの調査を踏まえて同様のテーマを追っているのが、前者とともに参考すべきであつたが、都合で本稿にはこの両論文の論点を吟味し、とり入れることはできなかった。

そこでわれわれは、ラジオ——そのうちでもとくに農民に関係の深いプログラムに焦点を集めて、小部落においてインテンシブなつこんだパイロット調査を試み、主題への接近のいとぐちを得ようと試みた。しかも、この調査はパイロット・スタディとして、個々のデータや数量にこだわるよりは、むしろわれわれ研究者として日頃いっていた問題をこれを機会に整理し、問題の全貌の大まかな骨格を村での調査のなかでスケッチすることに力点をおいた方がよいと考えた。従つて読者はこの数少ないサンプルと不十分な調査によるデータをそのまま連続延長して、「農民一般」を早急に類推せられることなく、ここに若干提示した問題群とその相貌・扱い方を主眼に、読みとられ且つ批判せられんことを期待し度い。

以下報告する二つの調査は何れも昭和二八年二月、山梨県及び長野県のY村H村のそれぞれ一部落ずつを選んで行ひ、さらにマス・コミュニケーションの送り手側としてNHKの甲府放送局と長野市にある民間放送の「信越放送」(SSC)の二個所について若干の聴き取り調査を実施した。なお、この報告の数カ所に補充データとして挿入したラ

ジオドラマ「君の名は」に関する調査は、昭和二九年三月に埼玉県熊谷市附近の某村でごく短時日行つたものである。われわれの調査の要項は、次のとおりであつた。

(1) ラジオの回路

第一に、最もつかまへ易い又基本的な問題。ラジオ・セットがどう村に普及していつたか。いわゆるマス・コミュニケーションの回路 (channel) はどこをどう通つて、いかなる条件のもとに延長 (或いは縮小) されてゆくのか、という点。これは農民のマス・コミュニケーションに向う姿勢の一つの側面を形造ると同時に、逆にこの側面からマス・コミュニケーションの農民に対する姿勢を規定しているという点で、大切な問題であらう。<sup>(1)</sup>そしてその際に家のなかでのダイアルのコントローラーの問題が、とくに浮かび出てきたことは注目されている。「本文二」、ラジオの回路」

註(一) 私がかつて簡単であるが、この点を卒について論じたことがある。拙稿「農民のための本」(拙著『新しい農民像』所収)。

(2) 受け手 (audiences) の構造と反応

マス・コミュニケーション、このさいはラジオの受け手である農民についての研究資料は、例えばNHKの放送文化研究所や民間放送編成の有力なセンターである電通などが、従来実施してきた全国 (或いは地域) プログラム嗜好率又は聴取率調査などのばあいには、職層別、男女別、学歴、年齢層別に分け、その職層として、「農業、知能業務者、学生、その他」、或いは婦人のばあい、「農家、商家、家庭婦人、勤労婦人、学生」というふうに分けて、けつきよく「農家」という一つの範ちゆうに、他の範ちゆうに比べてきわめて多様且つ多人数のサンプルをゴツク混ぜに入れてしまつてゐる。このいわゆる聴取者研究 (audience research) がアメリカのように、直ちに商品販売者の市場調査や広告効果の測定及びのちには軍事教育或いは宣伝の効果の測定に結びつてゐるばあひ<sup>(1)</sup>、或いは放送機関の番組編

成のためのたんなる参考(深い参考にはならない)のためのものに止まるならば、これでもすむであろう。しかし、われわれ日本の農村を歩いた経験をもつものは、同じ農業者といいい農家といつても、その数の多きとともにそのバラエティの多くあることも知つてゐる。(2)そしてこのように、その他の職業群に比べて特徴的にさまざまな農業者たちは、それぞれ異つた姿勢でラジオに向ひあひ、聴取してゐるはずなのである。従つてわれわれは、そうゆうさまざまな農家の姿勢を明らかにし、それに対応させながら、ラジオに対する彼らの反応を検討吟味したいと考へた。そしてその際、できることならば、かような姿勢が何故にひき起されるか、を農村社会の構造と社会過程との対応のうゑに考察してみたい。そうすることによつて、また農民のラジオに対する反応や姿勢そのものに対する理解をいつそう深くし、一方村の社会構造と農民の考へ方とをこの側面からフット・ライトをぬてることによつて明らかならしめよう。こうした一石二鳥の期待をもつてゐた。しかし調査は本文に見る通りきわめて粗雑にしか実施できなくて、結果を僅かに推定し得たに止まつた。「本文三、ラジオ聴取者としての農民、(1)村の文化成層、(2)「家」という名のアンテナ」。

註(一) R. K. Merton: *Social Theory and Social Structure*, 1949 pp. 211~212.

ラザースフェルド等は、マス・コミュニケーションの聴取研究が、ヨーロッパでなくとくにアメリカで盛んになつた理由の一つとして、この点をあげてゐる。そしてマートンによれば研究はまだこの実践的起源と方法とから十分發展してゐず、社会科学の承認された領域(public domain)に十分入りきつてゐないといふ。

(2) 例えば、最近のものでは、東畑精一稿「誤まれる農民観」(『文芸春秋』、昭和三十年五月号)を読まれた方は、経済者としても農民にさまざまなタイプがあることを知るであらう。ラジオの受け手としての農民も然り。

次ぎの問題は、こうして想定された聴取者の層(ステイタス)が、それぞれのラジオ・プログラムに対して実さいにどのような反応(レスポンス)しているか、そこには放送する側の意図とちがつて「想わざる効果」が起つてゐるはず

であろうが、それはどのようになつてゐるか、何故か。こうしたいわゆるマス・コミュニケーションの反応分析(response analysis)の問題領域がここで扱われるべきであらう。しかし、いわゆる反応分析というときには、あくまでもマス・コミュニケーション——R・K・マートンが卒直にプロパガンダと言うことばを用いてゐるように——の送りの側に立つて、その「押し広め」(propagate)<sup>(1)</sup>のレスポンスに注目するというニュアンスをどうしても消しきれない。いわゆる蕪蛇効果(boomerang-effects)と云ふ、思わざる効果といひ、いずれもそういう文脈のなかにはめこまれた概念であり、ことばであらう。しかし私は、受け手たる聴衆農民の側に立つて、そちらから逆に受けとるマス・コミュニケーションを吟味し、どう受けとつてゐるかという受容の形式を問題にする態度が、一方に於いて忘れられてはならないと思う。本文ではその点、実は甚だあいまいな結果に終つてはいるが、幾分この視点を前面に打ち出したつもりである。「本文 四、農民の聴き方、および五、蕪蛇効果の機構」

註(一) K. Young: Social Psychology, 1944, p. 502 ヤングによれば、propagandaの語源であるラテン語の propagate は、自然に広まる過程を意味しないで、何かに動かされ力ずくで広がるといふ意味があるといふ。

### (3) 村のコミュニケーションとラジオの役割——媒体分析

村の人々のラジオに対する反応を調べてゆくうちに、われわれはどうしても他のマス・メディアを、さらにパーソナル・コミュニケーションを、つまり村全体のコミュニケーションの広場(フィールド)にぶつからざるを得なくなる。そこで問題は、ラジオ・新聞などのいわゆるマス・コミュニケーション・メディアと、普及員・技術員・官公吏及び近隣農民などのような、直接農民に接してインフォーマイションを伝えるものによる、パーソナル・コミュニケーション・メディアとは、村においてどのように組み合わされからみ合つて農民を動かす(influence)てゐるか。それを

具体的な事物(ここではホリドール)の普及の過程をめぐつて、そのプロセスのなかでとらえようとした。そして、これによつて、農村におけるコミュニケーション全体の場とその構造をとらえ、逆にその一環としてラジオ(或いは新聞)などのマス・コミュニケーション・メディアの位置と役割とを確定することを期待した、いわゆる媒体分析(media analysis)の試みに属する。

とくに、ラジオへの農民の評価(Geltung)のなかに、いわゆるマス・コミュニケーションの魔力とよばれている社会的機能——地位附与・社会規制・麻酔逆作用・趣味の低俗化等々——がどのような形で見られるか。またラジオが「知らせるメディア」(introductory media)としては有力であるが、「人を動かすメディア」(activating media)としては力弱いのではないかという予想があるが、果して実さいはどうか。総じて、ラジオなどによるインフォーマイションは、農民のどの部分にどの深さまでおさまらうのか、などの一連の課題が注目されたのであつた。けれども、本文に見られるとおり、これらの課題に対する答は、甚だしく不十分にしかなされ得なかつた。また、パーソナル及びマス・コミュニケーションの全フィールドのなかで、農民の世論がどう形成されるかの問題については、全く触れることができなかった。(2)「本文、六、コミュニケーションの広場におけるラジオと人間」

註(一) *Mass Communications*, edited by W. Schramm, 1949. (学習院大学社会学研究室訳、二四一頁以下)。

(2) 農民の世論とマス・コミュニケーションとの関連について、筆者は先年三重県の某所でアンケート調査を試みたことがあつた。その際の印象では、農民の世論といわれているものが、大凡マス・コミュニケーションの「おおむがえし」にすぎないということであつた。拙著『新しい農民像』、昭和二十九年、二二三頁参照。

#### (4) プログラムの内容分析 (content analysis)

プログラムの内容と形式がどのように農業者或いは農村民に適合しているか、或いはしないか。とくに農業或いは



農民向けと称せられるプログラム（或いは当然聴取層として予想すべきプログラム）についてどうか。それは何故であるか。こうした場面を通じて、上述の(1)(2)の問題はどうあらわれ、三者（贈り手、内容、受け手）はどうからまり合っているかという問題が明らかにされうるであろう。また、これが十分明らかにされるとすれば、これが直接ラジオの企画編成に当っているプランナー、プロデューサー等の実務者にとつて、いくらかの実務上の示唆を供することにもなるわけだから、その意味でも十分力をこめて調査されねばならない問題なのである。

しかし、実さいの調査は、山梨における一つのプログラムの分析、及び対談と講演との放送形式の比較テスト、長野においてラジオ（とくにニュース）のテンポに関するテスト、これに止まつた。しかもそのテスト素材の選び方、テストのサンプル構成などについて、甚だ粗雑であり、まつたくの試案試論たるを免れていない。なお補論として放送に用いることばの問題を附加したい。「本文、七、何が放送されるか」

#### (5) 送り手の分析

ラジオの贈り手 (donor group) がいかなるものであるか。コミュニケーション活動を動かし推しすすめているもの (controlee) は何か。いわゆるコントロール分析 (control analysis) の領域の問題。

例えば、(このばあい) NHKのローカル放送局と民間放送会社のそれぞれについて、プログラムの企画・編成と実施がどういふ過程を経て決まってくるのか。とくにその過程に影響するモメントとして、農業或いは農村民ということがどういふ形での程度組み入れられているか、いないか。そしてもしそれが甚だ力弱いとすればそうなる根拠はどこにあるか。ここに背景として、直接には編成スタッフ・出演者の問題、農事放送委員会などの機能の実情、さらにすすんで、公共企業体としてのNHK或いは商業放送としての民間放送という根本的な性格はどのような形でこ

の場面にあらわれるか。さらに、受け手の農村民の社会的な劣勢さが、どうかかわりあつてゐるか、等々。重要な問題がここにある。しかし、この実際の調査は、ひじょうに実施し難い条件——放送機関の内部に入りこまねばならぬので——を克服するだけの用意がなかつたために、はなはだ不十分にしか行われ得なかつた。「本文、八、放送の送り手・機関」。

#### (6) 結語

結びのことばに代えて、「本文、九、農民とラジオ——問題の主場面」を記した。

〔附記〕この種の調査は、R・K・マートンも指摘しているように、大きな研究チーム (research team) と、その研究チームを総括する研究組織、従つて大きな人員と費用とを伴わなくては、とうてい十分な理論と実証に耐える程度に、これを行うことはできない<sup>(1)</sup>。これが主としてアメリカ合衆国で行われているのも、一つには、そうした条件が整い易いからであらう。

以下にのべる私の調査は——筆者の無能はいうまでもないが——僅少な経費と人員とであつたために、甚だ粗雑なものに終つてしまつた。しかし、ともかくここまでできたことについては、直接間接多勢の協力者と後援者との力にもとづいている。

山梨、長野での調査に際しては、故森住伍郎氏の参加を得て、氏から有力なデーターと示唆とを得ることができた。その他、山梨では、農林省普及課の片岡・重富両氏、県農業改良課の内田技師、NHK甲府局の山脇局長・酒井放送部長(現NHK文研)、立沢RFD(現東京NHK農事課)を始め局員諸氏などから懇切且つ周到な教示と援助とを受けた。また、長野の調査は、本所の川口氏、SBCの堤・沢氏を始め安田アナウンサーの協力、さらに長野県農文協の八木・藤巻・堀越各氏と共同調査者としての協力と示唆、とくに堀越氏からはそのラジオに関する実践上の知見と識見とを、惜しみなく与えられた。また埼玉県の調査に際しては、家の光協会の北村・後藤両氏の援助、示唆、神田・池谷両氏の協力討議をうけた。

以上御援助を受けた主な方々の氏名を録して感謝をさげるとともに、にもかかわらずこの報告が益しいものになつたことについて、筆者の怠慢をおわびせねばならない。しかし、私としては機会を見て、一そう本格的にこのテーマの研究にとりかかつてゆきたいと思つている。

註(一) R. K. Merton · op. cit. pp. 213 ff. The Social Organization of Research の項を見よ。

## 二、ラジオの回路

### (1) ラジオの普及の型と普及条件

山梨県における調査地として選ばれたのは、同県東八代郡八代村で、甲府市からバスで約三〇分、養蚕を主業として田畑の耕種作を附加した農業経営のかたちをとつてゐる。附近でも豊かな村といわれているだけあつて、ラジオの普及率も七割近く、全国平均、県、郡平均に比べても高い率を示している(第一表)。

一方、長野県の調査地は、同県下高井郡平岡村竹原部落で、善光寺平の最北端に位し、長野市からの交通の便もよく、一方湯田中附近の温泉街を控えているので、土地の俗言にも「竹原には十文字の風が吹く」といわれている。そのうえ、リンゴの栽培も盛んであつて富裕な村として知られ、オート三輪をもつ農家も十数戸ある。

どちらからみても、日本の農村としては経済的にも文化的にも比較的めぐまれた条件にあるので、ラジオの普及率も比較的高く(第一表)前者の村をやや

第1表 ラジオの普及率(昭25年現在)

	普及率
全国総計	53.8%
全国市部	62.6
全国郡部	48.0
山梨県	60.4
東八代郡	66.2
八代村	67.8
長野県郡部	60.5
下高井県	58.7
平岡村	68.4

註. 1. 普及率 =  $\frac{\text{ラジオ聴取許可世帯数}}{\text{総世帯数}} \times 100$   
 2. 昭和25年3月末現在『NHK全国市町村別聴取者数統計』による。

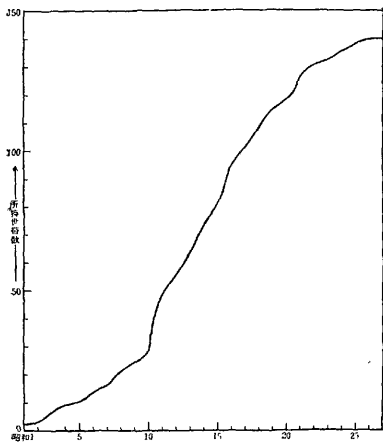
上まわっているほどである。

註(一) これは、農民の鋭い社会感覚を示すことではないか。ここは、長野市、湯田中町、両方の文化圏がまさに交錯 (Kerzung der sozialen Kreise—G. Simmel) する交点なのであつた。

この二つの調査地のうち、ラジオの回路について調べたのは山梨県の調査地についてである。以下その八代村において、ラジオの回路がどのような形で伸びていつたかを調べてみよう。なお調査票は八代村中学校の協力を得てアンケート票を在校中学生全部にわたし、各世帯の戸主に記入してもらつて回収した。従つて、義務制の中学なので全村の区域と各階層をカバーしているからサンプルがさう任意に選ばれたと仮定することができよう。

まず、第一・二図はともに、「ラジオを何時買ったか」という項目に対する答を整理したものである。そのうちの第一図の方は普及の型 (diffusion pattern) を調べるために、ラジオを購入した家の年次累積数 (cumulative number) をグラフ化したものである。(1)

図にみるように、ラジオの普及は凡そ三つの時期に分けることができる。すなわち、(1)最初の昭和九年までの時期は徐々に増えてゆき、(2)それ以後急速に増加し、(3)ラジオをうけ容れるについて最も抵抗の大き



第1図 ラジオ所持世帯の年次累積数

つたものがうけ入れた後には此の趨勢は鈍化する。

このようにラジオ普及の型は、いわゆるロジスチック曲線を描くのであるが、これはラヂオに限らず例えば有機体の成長、人口の増加などにも見られる増加様式の一般的形態にすぎない(但し他の条件が等しいとして)。

註(1) 実はその時期々々の世帯のうちでのラジオ所持世帯の割合を求めこれを年次累積率(cumulative percentages)として図示すべきであつたが、データの關係上実数を以て代えざるを得なかつた。母集団たる全世帯数がほぼ不変だと仮定したとき、此のカールは年次累積率のカールに近づく。

(2) ロジスチック曲線については、森田俊三著『統計学概論』、三一四頁、参照。

(3) アメリカのアイオワ州で、トモロコシの交雑品種が普及してつた際にも、ほぼ同様なカーブが見られたことが調査されてゐる。

B. Ryan & N. Gross: *Acceptance and Diffusion of Hybrid Corn Seed in Two Iowa Communities*, 1950.

内山綱彦『農業の改良普及に関する文献資料その解説』(昭二五年)、一七頁以降にその紹介がある。テレビジョンの普及もまったく同様のカーブをとつてゐる。日本放送協会放送文化研究所刊『第一回テレビ放送番組世論調査報告』(昭二九年一月)

農民とラジオ

世帯別	年代																											計	ソノケシ	
	昭和15年	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41			42
地																													6	
庄																													3	
白																													4	
作																													12	
日																													4	0
小																													23	0
作																													9	
計																													67	0
小																													7	0
作																													30	0
計																													13	
小																													5	0
作																													5	0
計																													12	1
計																													140	9

第2図 農家随時別ラジオ普及過程

- 註. 1. 1町~1町5反のなかに、昭和15年ラジオを導入した1町5反~2町農家1戸を含めた。  
 2. 農地改革以前の土地所有關係によつて記入してもらつた。  
 3. 経営規模は昭28年2月現在。

一一頁、設置月日の図を参照。

次にいつそうつつこんでこの普及過程を探ってみよう。それには各農家の範疇別に普及過程をチェックした第二図が役に立つ。この図から読みとるところ次の如し。

第一期（大正末～昭和二年） かりに前期とも称すべき、ラジオが未だもの珍しく——ちょうどいまのテレビのように——珍しい玩具として考えられていたであろう時期。恐らくこの時期に入れたこの少数のものは「もの好き」な人であつたにちがいない。しかし図に明らかによろしく、旧地主では三反未満耕作者、すなわち寄生地主、或いは教員・職員勤務のものと推察される家に、旧自作・自作では比較的経営規模が大きい家に、（小作の一戸はその理由がこの限りわからない）まず入つてゐることは興味深い。この時期においては、いわゆる村の文化財はいつもここから拡散するのである。

第二期（昭和三～九年） この期の前半昭和五年までは旧地主・自作だけに、後半昭和六年からは僅かながら自作・小作に入つてゐる。この時期は周知の通り昭和農業恐慌を中にはさんでゐる時で、とくに養蚕に主要な現金収入の途を仰いでいたこの村では、極度の貧困に襲われたと思われる。従つて一般的にはラジオを買うどころの話ではなかつたはずであるが、このようにとくに旧地主・自作層には相当セットが侵入し始め、漸く本格的なトレンドをあらわし始めてゐることは注目されねばならぬ。いわば準備期とでも名付けておこう。

第三期（昭和一〇～二〇年） 図の如く一般的に階層にあまりかかわりなく急速に普及していつた時期。かりに普及期とも称すべきときである。そしてとくに昭和一七年にラインをひいてみると、このときまでに旧地主のラジオ購入は終つてしまふ（但しもちろんこのサンプルに関する限り）。そしてどちらかというところ、この期の後半、昭和一八、一九、二

○年は下層農家（自小作・小作）の方に普及の重みがかかつてゆき、次ぎのいわば一般的普及（拡張期）へ傾く勢を看取することができる。この二点は注目すべき点であろう。

こうした特長的普及の型を示したのは、凡そ二つの理由が考えられる。一つは前期に比べて戦争のインフレ経済による農業収入の一般的増加ということ、とくに昭和一八年以降の自小作・小作農家の増加については、例えば、小作料統制法（昭和一四年）、生産者米価の特定（昭和一八年）<sup>\*</sup>等一連の小作農保護立法による経済力の増加、或いは出稼他出労働の増加ということなどが、有力な背景となつてゐるのである。

（\*）昭和一八年産米は生産者価格六二円五〇銭、地主米価四七円、反収二石、小作料一石とすれば小作料率は三八％に低下した。なお二〇年には、これは九％になる。

第二は戦争によつて直接自分の子弟、夫が戦地に応召させられている。従つて戦争の経過に関する関心は異常に身近な死生の問題として迫つてきている時期であつたことである。この情報を最も速い、且つ最も解り易いラジオを媒介にして獲得したかつたわけである。

ある農家は新聞を明治三七年からとつてゐるが、これは日露戦争のときに息子が応召して戦争の様子を知り度いといふので、とり始めたと言つてゐる。またかつて私が静岡県掛川市のある新聞店主に聞いたところでも、農村では戦争の度毎に新聞購読数があぐんと増え、逆に戦争が終つてしまうと、またその上不況がくるとぐんと減る、といふことであつた。ラジオの普及についても、同様の事情が考えられるのである。

マス・コミュニケーションの回路が農村にまで延びてゆくのは、まさに農民が国家といふ大社会（Great society）或いはマス・ソサイテイに——不幸にして戦争といふことを通じて——あみ込まれたゆゑとすべきである。これはいう迄

もなく、マス・コミュニケーションそのもの社会的機能のあらわれにすぎぬとしても、興味あるデータというべきであらう。

第三には、以上の事情と異つて人為的 heuristics な要因があつたようだ。すなわち昭和十年頃から甲府電力会社がラジオの普及宣伝に乗り出し、四燈以上でないとメートルはとりつけないが、ラジオを入れれば一燈に計算してメートル計算制にするという方式をとつた。そこである人の話では、「このときに部落の三割はラジオを入れた」という位であつた。農民の意識から推察すると、こうした宣伝によるいわば heuristics な導入がきわめて大きな力を發揮したであらうことは、十分想像されるところである。

第Ⅳ期（昭和二一―二三年）この期はラジオの戦争末期の自作・小作農への拡張趨勢をひきつぎ一そう強くこの層に重みのかかつた入り方を示す時期である。図示の通り地主自作は一戸のみで、自作・小作の方には八戸の導入農家が見られることはそうした意味で注目されるべきデータである。戦後の農地改革による小作農の優勢、インフレによる一般的好況がその背景にあつたことは言う迄もなからう。

第Ⅴ期（昭和二四年以降）このグラフからだけ判定するとこの時期以降は著しく導入が減じている。これはどうした事情にもとづくのであらうか。恐らくラフな推断を許されるならば、もうこの時期までに入るべきところには大凡入つてしまつて、——昭和二五年三月末のNHK統計によると、第一表の如く約六割七分の世帯に入つてしまつていゝ——残りの三割ぐらゐの農家はなかなか導入する条件を具えることが難しくなつてゐるのではないか。

そのことは、いまラジオをもつていないと答えた農家九戸のうち八戸は旧自作・小作農でしかも経営規模の小さな貧しい層家であることからも、十分推察できるであらう。



(註) このアンケート調査の返答中必要項目の記入もれのあるもの、従つてここに集計されていない票が四七枚に上つている。いま不完全調査票の多くを占めるのが貧しい農家であり、彼らがラジオの有無を記入していないとすると、このデータははるかに多く上のことを証拠だてることになる。

「各人は知る権利を有つ」といわれているのに、文化の光のとどき難いこのような家が、なおこうした形で相当残つていているということを、どう考えどう処置すべきかはラジオの普及に限らず、一般的にも今後の大きな課題の一つであろう。

一方、図の概見から直ぐわかる通り地主→小作に下つてゆくに従つてラジオの入り方が一般的に遅れる傾向が見えること、及び各農家範疇別にみると、自作・自小作・小作について不分明ではあるが一おう経営規模の大きな農家は小さな農家に比べて早く入つてゐること、但し地主だけは別で比較的小さな耕作規模の農家にかえつて早く入つてゐる如くであること、などに気がつく。この最後のはあいは恐らく寄生化した地主であると仮定すれば、以上のことは経済の豊かな農家に然らざる家より早くラジオが入り易いことを物語つてゐる。

(註(1)) このことは農村内部に限

らず、全体についても言えることである。例えば、最も新しいメディアであるテレビについても一そう鋭

第2表 ラジオ・テレビ  
聴取者の職業構成及び  
教育程度の比較(男子  
のみについて)

		テレビ	ラジオ
農	業	% 0.5	% 3.4
商	業	16.3	19.6
経	営	17.3	2.7
知	能	36.9	30.8
勞	務	3.2	25.6
無	職	5.8	6.3
学	生	20.2	11.9
大	学	41.3	16.9
中	学	24.7	27.7
小	学	13.5	42.9
在	学	20.2	12.0
そ	の	0.4	0.5

註. テレビは、東京、横浜、千葉、浦和、市川の都市の普通世帯全数1,330世帯について、ラジオは東京、横浜の区部の聴取者についてそれぞれ調査したもの。なお女子についてもほぼ同様な傾向がある。NHK『文研月報』4の1による。

くあらわれている。

昭和二八年一〇月に東京及び附近の四都市の全テレビ受信契約世帯二、六〇〇のうち官庁、会社、接客用、ラジオ商などを除いた普通世帯一、三三〇世帯についてNHKが調査したところによると、第二表のように同地区のラジオ聴取世帯に比して、職業構成では智能業務者・経営者階級が著しく高く、教育程度では大学用が異常に高いことがわかった。つまり、テレビジョンが普及してゆく過程は、まず社会の所得階層からみて上層階級の方から始まっているのである。なお、これらの表について農家の堅いウエイトを見られ度い(NHK放送文化研究所『文研月報』、昭和二年一月号による)。

以上の普及過程の分析はただある時期別の導入現象を記述したにすぎぬ。従つてこのことだけからこの村でラジオが普及した或いはする条件を直ちにひき出すことはできない。恐らくはラジオという如き、まだ農家にとつての消費財的な物財はさまざまな非経済的要因、例えば兼業で外へ出るチャンスが多くてラジオの物珍しさを早く知つたこと、役場・組合などの職員でいくらかもの好きな人、現金収入の割に多いもの……の如き社会的或いは心理的な要因が大きく働いて、ラジオがひき入れられるにちがいないのである。しかし私は今回の調査のデータによつて以上の如きラジオ普及の必要にして十分な条件を探し出すことは断念せざるを得なかつた。読者は従つて既述の如きラフな推論で一ちう満足して下さるよりない。<sup>(1)</sup><sup>(2)</sup>

註(一) なお、もう一つこの調べで欠けている大きな問題は、普及の社会的ルートの問題である。つまり、地主の家のラジオを見て欲しくなつたとか、隣のラジオが羨しくてムリをして買ったとか、或いはラジオ屋にすすめられたとか……の類のさまざまなルートに乗つて具体的にはラジオが入り込んでくるのであるし、この問題も興味深いテーマであつたが今回は省略せざるを得なかつた。

(2) こうした観点から、全国にわたつてラジオ普及のメカニズムを分析することは、きわめて興味あるテーマであろう。

## (2) ダイアルを廻すもの

ラジオの回路がある家の戸棚のうへまで延びてきて、そこにセットがおかれたとしても、よいよいスイッチが入り、ダイアルが一定の波長に合わせられなければ、ラジオがはたらきを發するわけにゆかない。こうした点からすればラジオのセットと回路の終点との間には、電線ならぬ「見えぬ回路」<sup>チャイル</sup>がはりめぐらされていると言ふべきであろう。そしてこの最終の回路を開拓しているものは、それぞれの世帯におけるラジオのダイアルを管理するもの（コントローラー）であるにちがいない。

というのも一おうラジオの技術上の特性によると考えられる。つまり新聞雑誌のようなばあいには、家族中の誰かはそれを手にすれば、勝手に好きな個所を読み嫌いな或いは面白くない記事は読まずに済ませることが出来る。ラジオに比べると各個人の自由選択の中が広いと言えるであろう。ところがラジオのばあいには、茶の間やイマに一つのセットがあつて、それは一時に一つのプログラムを流し、人々はこの前に座わらざる限り聴けないし、また座わつたら皆と同じプログラムを同時に聴かねばならない。いわばラジオはその意味ではもともと *genschaftlich* 的な性格をもつていると云つてよい。(もつとも、近頃のように、「一家に二つのラジオを」ということになると、或程度このワタが越えられる可能性があるが。)

従つてこの一つのラジオのダイアルを家族のうちの誰が支配するかという問題は、直ちにどういふプログラムがその一家中に流れるかということを決定してしまふ。山梨県のばあいは当時NHKの第一、第二の二つであつたが、民間放送がこれに加われればよいよ然りであるう。

そこでラジオのダイアルの支配者が誰であり、その結果どういふプログラムを聴くようになるかという問題を探る

ためにアンケート票に、「あなたの家で主にラジオのスイッチを入れたり切つたりする人は誰ですか」という項目を加えた。ところが後で調べてみると質問の出し方が不用意で、どうもこれは一部には突さいにスイッチを入れ切る動作をする人と解されて、答がなされたようにも見える。

第三表をそうした誤解を含んだものとしてみても、おぢいさん、おばあさん、嫁さんがこの一四件のうちの一つもあらわれないことは意味がないであろうか。屋間皆が畑に出ているときには留守居の老人が流れ出す浪花節にききはれていくかもしれないが、やはり皆が帰つてくると、若いものにダイヤルを握られてしまうのではないか。もつとも彼らは老人の旨をうけ或いは氣持を察しておぢいさんの好きな浪花節へダイヤルを合わせられないが。

老人はいいとしても、若い嫁さんの完全なオフ・リミットはどうしたことか。この辺にも弱い嫁の地位があらわれているとは見られないであろうか。また直系家族(二世帯以上重なつている家族)と単婚夫婦家族に分けてみると、前者で主婦と娘のケースがきわめて少ないのが目立っている。これはこの家族型がより家父長制的で男子中心原則が貫い

第3表 ラジオのスイッチを入れるひと切るひと

	直系家族		単婚夫婦家族		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%
おぢいさん	—	—	—	—	—	—
おばあさん	—	—	—	—	—	—
経営主	11	28.2	16.5	22.0	27.5	24.0
夫婦	1	2.6	8.	10.7	9.0	6.4
むすめ	23	59.0	28.5	38.0	51.5	45.0
嫁	—	—	—	—	—	—
むすめ	3	7.7	17.	22.7	20.0	17.5
その他	1	2.6	5.	6.6	6.0	5.2
計	39.0	100.0	75.0	100.0	114.0	100.0

- 註. 1. 「あなたのうちで、主にラジオのスイッチを入れたり、きつたりする人は誰ですか、1人だけに○をつけて下さい」という問に対する答。  
2. 2つ○をつけたものは、1つ0.5として夫々に算入した。

ているからだとは考えられないであろうか。当然のことながらこれと逆に単婚夫婦家族のばあい主婦が僅かながら顔を出すのとは対照的なのだ。

ともかく此の数字からだけ判断すれば、ラジオのスイッチは若い息子と経営主が主として管理していると言えるであらう。

第4表は京大の森口氏が京都府の二ヶ村で調査した結果であるが、このデータも一般に男子に比して女子のダイアル支配力が弱いこと、逆に男子の若い衆が最も大きいことを、大体において示しているのと見てよい。上のわれわれの調査に比べると個々の数字の差は大きいが一調査項目の聴き方も同じではないので——そこらうかがえる傾向は類似のものがあることがわかるであらう。

こうして、ラジオの回路は、国全体、村、家のいずれについても、まずそれぞれの社会の成層の頂点に位する階層から、より下方に位する人々に向つて「下降」しつつ、個々人に達していることが明らかとなつた。そしてラジオがこの国の全世帯の七割余(昭和十九年四月現在)にまで普及し、最も大衆的な、マス・メディアのうちでも最もマスメディアの強い媒体となつたとしても、なお上に調べてきたように、——とくに

第4表 ラジオのスイッチを自分で入れることの有無

性	年齢	地名		地名	
		有無		有無	
		あり	なし	あり	なし
男	20才～29才	88.2	11.8	81.8	18.2
	30～39	82.4	17.6	72.7	27.3
	40～49	80.0	20.0	84.0	16.0
	50以上	54.8	45.2	75.0	25.0
	計	72.9	27.1	78.5	21.5
女	20～29	73.6	26.4	82.7	17.3
	30～39	63.5	36.5	81.8	18.2
	40～49	73.6	26.4	61.1	38.9
	50以上	44.4	55.6	21.3	28.7
	計	62.0	38.0	65.3	34.7
男女計		67.4	32.6	72.2	27.8

註. 森口兼二『農村近代化の現段階に関する調査報告』(京大人文科学研究所, 昭.27, 3月)39頁より。

回路の最終点「家」において——底の底にまで自由な回路を敷設し得ていないとすれば、——このことだけに限つて言つても——逆にラジオ・プログラムの内容がこの回路の各段階に位しているそれぞれのコントローラーの意向、態度、関心を、意識無意識にかかわらず、何ほどか反映せざるを得ないのは、当然であろう。具体的に言えば、プログラムが都会人、商工業者、さらに村の富裕階級、家の戸主、男子中心に編成せられ、然らざる農村人、農業者、村の貧乏人、世帯員、婦人がプログラム編成の際に予想される「主聴取者」の位座から抜け落ち易いのも、こうした点に一つの根拠があると見てよい。だから逆に、農村人、婦人に向つて、とくに「張り出し大鬨」として、「婦人向け番組」、「農事放送」が組まれざるを得ないし、NHKには男子課、商工課はないのに、「婦人課」、「農事課」がおかれざるを得ないことにもなる。

### 三、ラジオ聴取者としての農民

#### (1) 「民衆の哲学」と農村の文化成層

当然のことであるが、ラジオは聴き手(受け手)を必要とし予想しているわけである。しかし、この聴き手たるや、——とくにマス・メディアとしてのラジオの特性からしても——「わがままで、薄情で、冷淡であり」、「氣にいらなければ忽ち手をひるがえす」ものなのである。従つてラジオ放送を効果あらしめるためにはどうしても、この聴き手の手のうちを知り尽すことが、つまり聴き手の分析が実践上要請されてくる。<sup>(1)</sup>

そしてこのことは、商業放送の発達したアメリカのような国で最も早くから行われてきたのであるが、そのなかか

ら副産物としてでてきたものがある。それは、聴衆 (audience) のフィロソフィー——アメリカでは日本でいう「考え方」くらしいの意味でこのことばを使うのだが——ひとびとの哲学  $\wedge$  philosophy of people  $\vee$  をこれを媒介にして知ろうという方法なのである。<sup>(2)</sup> 簡単に言いかえると、与えられた環境 E (このばあいは何らかのマス・メディア)、そのとき予めある聴衆のなかにおかれてあるもの P (prepositional factors、内的環境と言つてもよし)、反応 R、とすると、 $R \equiv f(E, P)$  という式が成立つはずである。<sup>(3)</sup> このばあし、E を一定とし、R を何らかの方法で測定すれば、P を求めることができる。マス・コミュニケーション・メディアを E に用いるとすれば、一ぺんに多勢の聴衆に同一の E を与えることができるから、統計的処理によつて R を測れば、大勢の人々の P を知ることができるという胸算用なのである。

しかし具体的にはこの胸算用には若干の限界があることを承認しなければならない。その第一は、ここに E というフット・ライトを浴びせられて浮かび出された R、それから予測せられた P は、あくまでもラジオならラジオという一つの特定のフット・ライトによつて照らし出された P であつて、すべて他の脚光を浴びせたときに、或いはパーソナル・コミュニケーションの際に、浮かび上るはずの P と同一であるかどうか、或いはそれとある函数的な一定の關係をもちうるかどうかは、更めて問題とされねばならないという点である。

この点はしかし、手続きを網羅しつくせば測定することが可能であらう。けれども次にのべる第二の限界は、さらに深刻な難点であつて、こうした方法——もつといえば知的方法——そのものの限界とも云わるべきものである。

すなわち、第二にある特定の人間、或いは農村人の現在そこにもつている考え方なり感じ方なりは、考えてみると、現在の要素だけでも彼れの属するグループのパターンや世代の精神、生活水準、家族的位座、外界との接触の量

質、さらに性別等々、さらには過去において彼れの受けた教養、人生経歴(ライフヒストリー)、及び過去にうけとつたマス・メディアによつて行動した結果の損得の事実、感情等……諸多の要素の統一体であるはずであらう。従つてこのういう手続きによつて得られたところの $P_1 P_2 \dots P_n$ が、その反応を示した受け手の「考え方」の一つの「分光」であるとしても、それを集積し積分して見たところで、それでもつてこうした内的統一をなす「日光線」、例えば農民の考え方や或いは感情、それ自体をつかまえたということではできない。それはジメルが美しいことばで次のように語つておるとおり、ただもしなしうるとすれば、それは芸術家のみが直観的に表現しうるところであらう。しかしわれわれはなお、このジメルという「精神の眼の運命」を承認しつつ、この限り実証的に $P_1 ; P_2 ; P_n$ をつみ重ね、そこで人の、とくに農民の考え方そのものを予感しよう、と迫るわけなのだ。

仮にブリズムの視力があるとしたら、ブリズムは白い光を認めることができず、むしろただその分離された諸多の成分としてそれを吸収しうるにすぎないであらう。かかる諸多の成分は他の直観方法にとつては内的統一をなして存在するのであるが、こうした内的統一を、ブリズムは単に予感し得るにとどまり、それを認識するためには、彼れが己れの構造にしたがつてあの統一をはじめて解体したために生じた諸多の要素を、あとから連結することにも頼らねばならぬであらう。これがわれわれの精神の眼の運命である。そして、人間の行為や独自の心情、印象や感覚などに対してさえ、精神の眼は、それらが多くの感情要素の混合であると解する以外にすべを知らないのである。(G・ジメル『芸術哲学論集』一九二二年、斎藤栄治訳、岩波文庫版、一三三頁)。

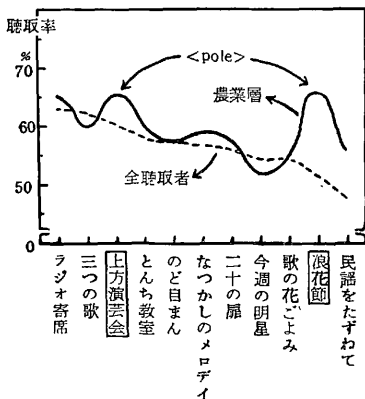
ところで具体的には次のような手続きで行う。まず聴衆のPに関係をもち影響を与えたと予想される前述の如き諸要素のうちで、最も基本的なそれと考えられるもの、例えば職業、生活水準の指標としての収入、学歴、年令、性



第5表 農民のラジオ番組聴取率

順位	農 業 層	全 聴 取 者
1	浪花節 66%	ラジオ寄席 63%
2	上方演芸会 66	三つの歌 62
3	ラジオ寄席 65	上方演芸会 60
4	とんち教室 60	とんち教室 58
5	三つの歌 60	のど自慢 57
6	なつかしのメロデー 59	なつかしのメロデー 57
7	のど自慢 57	二十の扉 56
8	二十の扉 57	今週の明星 54
9	民謡をたずねて 56	歌の花ごよみ 54
10	歌の花ごよみ 55 (今週の明星 52)	浪花節 51 (民謡をたずねて 48)

註. 1952年6月~8月にNHK放送文化研究所によつて行われた聴取率調査による。



第3図 農業聴取者のプログラム聴取率のポール(極)

—1952年6~8月NHK放送プログラムについて—

別……などをとり、それぞれの或いはそれを組み合わせた範疇(例えば四〇才の男の農民という)は、それぞれある一定の考え方のパターンPを共通にすると仮定する。そしてこれにある一定のプログラム(Eをここではラジオのプログラムとする)を与え、それに含まれているちがつた内容 $E_1, E_2, \dots, E_n$ に対する反応 $R_1, R_2, \dots, R_n$ を調べることによつて、 $P_1, P_2, \dots, P_n$ を予想する。そのばあい、もしこの反応の強さと分布の型がその範疇に特有であることが証明されるならば、始めに仮定した範疇はある特殊な考え方Pをもつと予想してもよいであろう。

具体的にNHK放送文化研究所が実施したデータ<sup>(4)</sup>を例として、以上のことを示そう。第五表に示したとおり、全聴取者のなかから農業者の聴取者をぬき出して、ラジオ番組の聴取率（全被調査世帯のうちその番組を聴いたと答えた世帯の割合）を調べてみると、それは全聴取者（一おう平均的聴衆としてよい）のそれと、ちがった型を示していることがわかる。図に示してみると、第三図のように、平均的聴衆の曲線に比して凹凸がある。いまかりにこの凸の部分で「好みの偏り」(Dole極)<sup>(4)</sup>と名付け、これを吟味してみると、農業層の第一位は「浪花節」であるのに、それが全聴取者では第十位に落ちてゐる。その他「民謡をたずねて」などにも同様な差がある。逆に全聴取者では八位の「今週の明星」は農業層では十一位（ただし聴取率の差はほとんどないが）。また農業層が他のいずれの職層よりも低い聴取率を示す番組は、「アチャコ青春手帖」「話の泉」などである。<sup>(5)</sup>つまり概して言えば「浪花節」的なものが好んで聴かれ、ポール（極）となつてゐること、逆にテンポとリズムが近代的で早いプログラムが聴かれていないことがわかる。

以上は実さいに聴いた番組の聴取率のデータであるが、「ききたし」といういわゆる番組嗜好率についても、ほぼ同様な傾向がやや強くあらわれている。第6表の夜間番組のベスト・テン表を見よ。農業者の聴取者の嗜好率と全聴取者の

第6表 農民のラジオ番組嗜好率

順位	農 業 層		全 聴 取 者	
		%		%
1	ニ ユ ー ス	93	ニ ユ ー ス	95
2	天 気 予 報	93	天 気 予 報	84
3	浪 花 節	90	ニ ユ ー ス 解 説	82
4	上 方 演 芸 会	86	二 十 の 扉	81
5	ラ ジ オ 寄 席	84	ラ ジ オ 寄 席	60
6	ニ ユ ー ス 解 説	82	上 方 演 芸 会	79
7	放 送 演 芸 会	80	と ん ち 教 室	79
8	二 十 の 扉	80	放 送 演 芸 会	78
9	と ん ち 教 室	75	浪 花 節	74
10	ロ ー カ ル ニ ユ ー ス	72	懐 かし の メ ロ デ ー	72

1. NHK文研による1951年2月実施「夜間番組に対する嗜好状況調査」のデータによる。
2. 数字は、その番組を「聴きたい」と答えたサンプル聴取者の百分率を示す。

以上のことを示そう。第五表に示したとおり、全聴取者のなかから農業者の聴取者をぬき出して、ラジオ番組の聴取率（全被調査世帯のうちその番組を聴いたと答えた世帯の割合）を調べてみると、それは全聴取者（一おう平均的聴衆としてよい）のそれと、ちがった型を示していることがわかる。図に示してみると、第三図のように、平均的聴衆の曲線に比して凹凸がある。いまかりにこの凸の部分で「好みの偏り」(Dole極)<sup>(4)</sup>と名付け、これを吟味してみると、農業層の第一位は「浪花節」であるのに、それが全聴取者では第十位に落ちてゐる。その他「民謡をたずねて」などにも同様な差がある。逆に全聴取者では八位の「今週の明星」は農業層では十一位（ただし聴取率の差はほとんどないが）。また農業層が他のいずれの職層よりも低い聴取率を示す番組は、「アチャコ青春手帖」「話の泉」などである。<sup>(5)</sup>つまり概して言えば「浪花節」的なものが好んで聴かれ、ポール（極）となつてゐること、逆にテンポとリズムが近代的で早いプログラムが聴かれていないことがわかる。

それとの比較で鮮やかなのは、上位二位までのニュース・天気予報までは両者並行しているのに、三、四位以下は「ラジオ寄席」を唯一つの例外として、図のように両者逆転し合っていること。ここで言えば、「浪花節・上方演芸会」流の農業層と、「ニュース解説・二十の扉」流の全聴取者とは、相当鮮やかな対照をなしているということである。

そして注目すべき点は以上は職層別にデータをとつたのであるが、こうした傾向は、年令で言えば老年と青壮年、地域別には郡部・市部（地方と中央）との間に、ほぼ同様に言えることである。また東京のような都市の内部でも電通の調査データによると、下町（中小西工業者・労務者）と山の手（インテリ・勤め人）との間にも見られるようである。

これは、多くの番組について「聴いたもの」、或いは「好きなもの」を選択させたばあいであるが、一つの番組についてそのどの部分にどう反応するかを、番組分析機を使って調べる方法もある。原理的には上のばあいと同じであるが、この方法は機械的操作によつて直ちにその結果を知ることができるようになっていたので、便宜であり、近頃NHK放送文化研究所ではこれを用いて有益な分析を実施している。ここにはその結果の一例を見本として示すに止める（第四図）。

ともかく、このようにして、ある限定された意味においてはあるが、「農民の生活と意見」が実証的にとらえられようとしていることは注目に値すると思われる。

ところで、われわれの長野県平岡村の調査は方法論としては変わらないが、やや視点をかえて次のように、むしろ大まかなスケッチを得る点に重点をおいた。

(1) Eをラジオ或いは一定のプログラムに限定しないで、書籍（専門書）、（高級）雑誌、新聞、ラジオなど広くマス

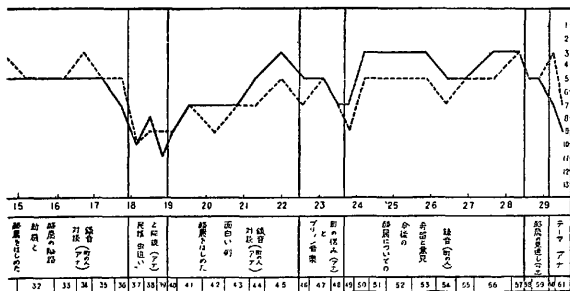
・メディア全般について考える。

(2) しかし、そのうちでも、とくにラジオのニュースに重点をおき、そのニュースを最も国民的<sup>ナショナル</sup>政治的なまた抽象的な性質のものから、最も身近なポピュラーな話題まで、一おう予想される順序をつけて排列し(もちろん、聴きとり調査のときにはこの順序をくずしたが)、それぞれに対する反応を調べる。

項目次のとおりポピュラーな方から並べると。⑥皇太子がイギリスに行くこと、⑤吉田首相が国会でバカヤローとどなつた事件、④硫安の値下げ問題、③県会が開かれたこと、②中共からの邦人帰国交渉に高良女史を行く行かせぬと紛糾した事件、①教育費国庫負担、教育二法案問題。

(3) 始めにPを調査しておくが、むしろそれにとらわれないで、以上のEに対するR(反応)の型をできるだけ分別し、そうした反応の型を示す人々は一たいどのような要素の組み合わせに最も高く相関するか、を見ようとした。

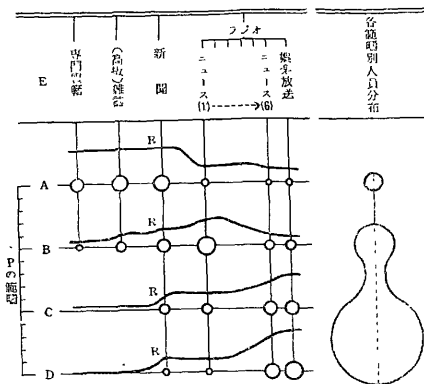
(4) 最後に、こうして分類せられた人が、この一つの部落(コムミニティ)のなかにどれくらいいるか。その分布を調べて、この村のいわば文化成層とも云わるべきものを、此の側面からフット・ライ



反応分析の一例

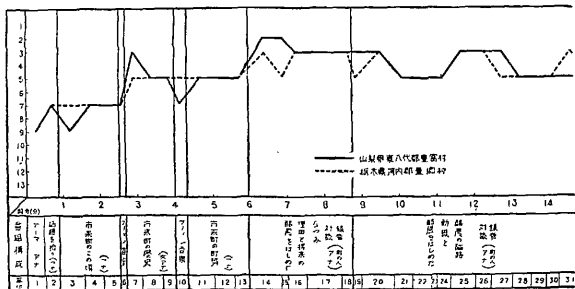
両県で各79名ずつの農村人を集めて実験したものの。述を参照されたい。

トをあてて浮かび上げようと考えた。なお、その際にパーソナル・コミュニケーションを合わせ考慮した。  
 このような意図で行ったが、調査の結果は甚だ粗雑であつたので、いまここにデータとして正確に報告することは差控えざるを得



第5図 反応分析・ひとびとの哲学・文化  
 成層関係模型図

太線はR (response) 分布曲線



第4図 番組分析機による

1. 昭和28年1月12日放送の“明るい農村”を材料として、山梨・栃木
2. NHK文研月報, 3の3による。くわしい説明は『文研月報』の記

なかつた。ここではその際に得た大きな印象とでもいう程のものを、若干のケースとともに掲げるに止める。

まず第一に、上にのべたEを受けとめる反応の（具体的には本をどれ程買うか、どう読んでいるか、つまり反応の量と質（方向）とを勘案し——積算した）大きさを各人ごとに調べてみると、その反応の型は第五図のように、ほぼA B C Dの四つくらいに分けられるように観察せられた。具体的に、それぞれの代表的ケースについてのべてみると、次のようになる。

(一) A層。ひき入れているマス・コミュニケーション・メディアの量も質も、他の層に比して圧倒的に多く高い。そして広い世間との交渉の機会も多いから、比較的専門的なインフォメーションや抽象的なニュースに対する関心も理解力も著しく高いのが特長。

例えば、A氏。旧千葉高等園芸学校の出身。耕地は田をまとまつてもち、この地方でも有名ないいリンゴ園の経営主。かつて郡の連合青年団の幹事長であつた。村の農事研究会に形だけ参加しているが、他の会員の程度が低すぎて彼は面白くないので、あまり出席しない。むしろ県の農事試験場などにふだん出入して、技術者と親しくつき合い、そうしたパーソナル・コミュニケーションを通じて新技術を直接とり入れてくる。だから彼れの社会圏の重みはむしろ事実上は村落外にかかつていて、村の一般の農民との交際も少く友人もない。こうしてどちらかというと村落の内部との結びつきがほとんど切斷され、彼れは社会的には村では「孤児」である。村に永く住みながら都市や郡の同業者サークルとの交際の多い、いわば疎開者の性格を帯びている。

彼れのばあい、園芸関係のりっぱな単行本を豊富に備え、『農業及園芸』や『農業朝日』の如き高級な農業雑誌を購読している。そしてニュースの根源は主に数種の新聞による。そしてラジオはほとんど聞かれていないことが特徴的だ。

(二) B層。A層に比して、書籍・雑誌の利用率がぐつと低下するが、新聞・ラジオには積極的関心をよせている。

例。B氏。七反歩の農家で、この村として、むしろ中以下であるが、その人生経歴はかつて郡役所の書記、台湾で巡査、のち

昭和二六年まで役場の書記を勤めた。学歴は小学校卒業であるが、永く村の外界の空気を吸ってきたので、村ではインテリ級である。この人は、ラジオの「ニュース解説の時間に雑談をしたりすると怒る」という程、ニュース解説に興味と関心をよせ、当時のトビノクであつたいろいろな事件については、新聞・ラジオを通じてほとんど完全に知つていた。ラジオ・プログラムの好きな順を言つてもらつたら、「ニュース解説・トンチ教室・のど自まん・三つの歌・番茶クラブ」、そしてその次に「浪曲・光を掲げた人々」の順。つまりこの反応は前述のタイプで言えば、ふつうの農民流とちがつて、「ニュース解説・二十の扉」流なのだ。

つまり彼は恐らくその半生(調査当時六八才)を生きてきた非農村的の世界に対する郷愁を棄て兼ねているのであろうか。年令に似合わず非農民流のレスポンスを示している。しかし——「それ故に」と言うのは恐らく言い過ぎかも知れないが——近所の人には彼れを評して言う。「あの人はもの知りだ」と。真意は敬して遠ざけるの意で、半は軽べつの相貌さえあらわしている。だから彼れの「知識」は近隣にパーソナルにコミュニケーションしてはゆかない。ここでもパーソナル・コミュニケーションの糸はとぎれている。(なお、ここにはケースを記述しないが、この類に入ると思われた人はこの部落の三四戸の世帯主のうちで、このB氏のはか三氏があつた。)つまり、このB層はA層ほどではないとしても他の層——A層はもちろん、C・D層とも相当社会的距離をへだてていると言わねばならぬ。

(4) C層。数から言えば、村の大部分の世帯主がこれに属している。ここに到れば、本・雑誌の重みはほとんど問題にならず、新聞はほとんど全戸購入はしているが、リアルな反応はほとんど欠けてくる。ラジオは専ら娯楽プロが好んで選択され、いわゆるインフォーマイション・プロや教養プロの類はほとんどきかれていない。ラジオのニュースは割合によく「聴かれ」てはいる。しかしその意味内容の理解は甚だ寛東ない。例えば、ある家でその日の録音ニュースの時間に、国会で誰かがバカヤローと奴鳴つたという事件は知つたが、誰がバカヤローと言つたのかわからなくて、家族の間で話題となつた。しかしどうしてもわからず明朝の新聞でみてみようということになつたが、翌日新聞を読んでも、やはりわからなかつたと言つていた。

しかし、もちろん、大ていの人々は例えはこのバカヤロー失言事件が誰を主人公とするかぐらいは知っていた。しかし問題は、それをだんに「けんか」としてうけとり、その事件をめぐる全体の政治情勢の文脈をおさえたりえてこの事件を理解していたものはなかつたようだ。つまり、ニュースを「聴く」のもそれは茶呑み話やすみ台での話題として受けとるのであり、いわば娯楽番組化されて消化されてしまふ点に問題があるわけである。(ケース省略)

例D層。老人、婦人世帯を中心とする。そして個人単位に反応をみれば、農家の若い嫁、主婦の大部分がこれに属するであらう。

この層でも成る程、新聞をとつていない世帯はほとんどなく、また五球スーパリーのりつばなラジオ・セットもおかれている。しかし新聞はせいぜい三面記事だけひろい読みされるし、五球スーパリーのダイアルは、ほとんど一日中浪花節・万才と流行歌とを追っかけて廻わっている。C層では茶呑み話の「お茶うけ」として珍重されていたさまざまなトビノクさえ——バカヤロー事件、皇太子がイギリスに洋行すること、中共から引揚げ者があること、諏訪に学校の火事があつたことなど——この人たちには意味をもつていないようである。ほとんど知らなかつた人が多かつた。彼らの間、或いはC層との間では近所などの娘と若ものが近頃どうか、隣の稲が今年は目立つていいとか、そうした類の噂や話題が、親しいつき合い——同時に反目を含んではいらるが——関係の薄きわめて頻繁に往復し、パーソナル・コミュニケーションが盛んに行われるが、マス・コミュニケーション(7)を通じて冷い論理や遠い世界の出来事はほとんど完全に拒否され、黙殺されてしまつている。(D層のケースの記述は省略)

以上のようなRの型は、実さいは恐らく連続しているはずであるから、 $R_A \rightarrow R_D$ の間に、それぞれの反応を示したこの一つの部落の人々を割り当ててみると、第五図に示したようなヒヨータン型の分布を示すように想定された。つまり、A層は数少く且つB層以下との間と隔絶しているようである。平たく言えばふつうの村人とは程度が全くちがうのだ。しかもパーソナル・コミュニケーションもこの両者の間にほとんど行われなから、彼れは村の「孤島の住



人」の如きものであるように見える。彼らにはマス・メディアが束たばになつて流れこんでいるし、相当これらをこなす力もあるわけだが、こうした構造のもとでは、B層以下に彼れの得たインフォメーションがパーソナルに十分浸透してゆくとは思われないのである。

B層以下になるとその数はややふえるが、雑誌も新聞も一おう読み主要な政治的事件についてよく知つているB層とC・D層との間にも、A・B層の間ほどではないとしても、分布のくびれができてるように思われる。B層ではとくにラジオのニュース解説の重みが注目された。

C層以下になると、村のひとの大部分がこれに属するので、ヒョータン型のくびれの下の部分は大きくふくれている。しかしここでは本・雑誌などはほとんどリアルな反応を示さず、専らラジオが、とくに娯楽番組的なラジオが重みをもつてくるようである。まさに、「ダイアルは最も遅れたものを捉える」(シャーマン・ドライアー)<sup>(8)</sup>。だからこのダイアルはどちらかという、一日中、浪花節流のプログラムを追いまわしていると言つてよい。ことにD層において然り。<sup>(9)</sup>

以上、本来ならば多くのデータとその分析のうえに論断されねばならないことがらについて、粗雑なスケッチを試みたにすぎなかつた。しかし、これによつて一おう、反応分析を通じて「農民の生活と意見」をいかにつかまへ、同時にそうした意見をもつ農民が一つの村落共同体のなかにどう構成され(成層化)しているかを、吟味する手掛りはここにやや明らかになつたように思われる。

なお、このいわばある側面からみた村の文化成層が経済的或いは社会的成層といかにかかわり合うかは迎すべからざる観点である。これに関しては、いまデータを提示することはできぬが、必らずしも一致しないことは、本文中に掲げた一、二の例にも

あらわれているとおりである。

(1) 近藤雄夫稿、「農村人のきき方と感じ方」(上)、『文研月報』、三の三、九頁。

(2) アメリカではヨーロッパ流の知識社会学 (Wissenssoziologie) に対して、こうしたひとびとの哲学、或いは考え方 (popular belief) を実証的に明らかにする *sociology of mass communication* が発達した。この二つの潮流の批判、その社会学的含義などについて、R. K. Merton が簡潔な叙述をしてゐる。

R. K. Merton: *op. cit.*, Part III. Introduction and Chap. III.

しかし、「ひとびとの哲学」「考え方」に実証的に迫る方法は必ずしもマヌ・コミュニケーションに対する反応分析という途が一筋しかないわけではない。いなむしろ、教育、普及事業などのパーソナル・コミュニケーションを通じて、例えば科学技術をどう受けとつてゐるかという側面に於いて、「そり鮮やかにこれを浮かび上げることができようである。このばあには、マヌ・コミュニケーションの反応分析のようにデータが比較的かんたんに多数得られ、従つて多数或いは多くの範疇の間で相互に比較対照しえられるという便宜は少くなる欠点はあるが、そのかわりに、一つ一つのケースについてより深く問題を掘り下げることができると思う。筆者らは近年この方法によつて二、三の調査を試みた。長野県農村文化協会刊『農村教育の実態』昭和三〇年、参照。

(3) H. D. Lasswell: *The Analysis of Political Behaviour*, 1948, p. 255.

(4) Berelson の研究によると、アメリカではホビュラー・ニューズ紙やダンス音楽の番組は年をとればとる程、学歴が高くなればなる程、好まれなくなるし、逆に公共の問題 (public issues) の講話や論議は、それに比例して好まれる番組だという。なおホール (極) という考え方はビーゲル氏から借りた。

J. A. Beegle: *Mass Media of Communication*, in *Rural Social Systems and Adult Education*, edited by C. P. Loomis, 1953, p. 312.

R. K. Merton は "opinion poll" (世論の調査) ということばを使って、同様意味を示してゐる。R. K. Merton: *op. cit.*, p. 275.

(5) 黒野郷八郎稿「農村のラジオ聴取者」、『放送文化』、一九五三年三月号。

(6) くわしくは、NHK放送文化研究所によつて、定期的に行われている、番組聴取率及び嗜好率調査のデータにもとづい

て証明されなければならぬが、これは次の機会にゆずりたい。

なお地域、例えば東京と大阪とで、ラジオの反応がちがうかどうかを調べた結果によると、質的な相違は認められないということがわかった。地域のちがいでによる聴取態度のちがいは、都市と都市とよりも、農村と都市というばあいには顕著なものではないかという推測がなされている。近藤輝夫稿「お父さんはお人好し」を調査して、地域の違いで聞き方がちがうか」(『文研月報』昭三十年五月号)。

(7) ケースの記述は、ややくわしく次の資料に掲載してある。長野県農村文化協会刊「農民とラジオ——その要点についての中間報告」、一九五三年五月。

(8) ブラウン「教育社会学」、西本訳、四五二頁。

(9) だからといって、私はこのデータから直ちにここで言うC・D層、つまりふつうの農民について、その政治意識が低いとか、何とか結論づけようとは思わない。むしろ、こんなニュースを茶呑み話化してしまうところに、ふつうの——インテリでない——健康な百姓らしい、いわば「からだ全体の政治意識」の真面目があるとさえ考えられるのだ。拙稿「農民の政治意識の貧困を訴えるまえに」(雑誌『富民』、一九五五年四月号)参照。

## (2) 「家」とふつうのアンテナ

一つの村落のなかで、反応の型に対応する農村人を分けてみると前述のようになるわけだが、こんどは「家」のなかではどうであろうか。そのためには、「家」の問題をテーマに組み入れているドラマをEにとつて、Rの型を確かめ、それに対応するPを探り出してゆく方法をとるのが便宜であろう。その一つの試みとして、先年評判になつた、例の菊田一夫のラジオ・ドラマ「君の名は」をとつてみよう。

「君の名は」は連続放送劇で、春樹・真知子という二人のヒーローとヒロインとの八年間にわたる恋愛物語りが一貫した一つのモチーフになつてゐる。しかし、その一回一回毎にも、そのときどきの小モチーフがはめこまれてゐるの

である。これはちやうど、新聞小説が毎回々々の筋のなかで、一おう一つの山を準備しているのと似ている。

一例をあげよう。真知子は春樹と結婚するために、現在の夫である勝則をだましてまでも、離婚をからとろうというのは嘘いだ、という。これに対して仲介の役目を引きうけていた副島は、そうした動機尊重論は人間が若い証拠であまりに世間知らずだ。どんな手段をとつたつて結果として離婚できれば、いいではないか。これは「正当な謀略」なのだと言う。そして作者はあゝ一回のストーリーをこの動機論（理想論）と結果論（現実論）の二つの対立のモチーフですすめてゆく。

ところが、実さいの聴取者である村びとが受けとめえたモチーフは、作者が盛りこんだものに比べてそうたくまはなかつた。いなむしろ、その大半のものは馬耳東風と聴き捨てられたようである。

そうしたなかで、私たちが尋ねた人々——年よりも娘も青年も、みんなが異口同音に語つてくれ、受けとめ、忘れ難い印象を残した部分があつた。勝則の母徳江と嫁真知子つまり嫁姑の緊張いさかいをめぐる諸事件、及びそれに關連して勝則の新らしい婚約者たる次の娘の木宮春江が、勝則との結婚の条件として姑たるべき徳江と別居することを要求するというくだり、及びとくに若い人には八年間のふたりの純愛一路の遍歴。この三つがそうであつた。しかもその印象は、たんなるフィクションとして受けとられ関心をもたれたというに止まらず、直<sub>じ</sub>かに我身につまされたこととがらとして、村びとたちに感じとられていたのである。

しかもこの際にもう一つ注目された点は、その答え、反応の強さとその受けとり方は、他のすべての分類、例えば収入の大きいさ、年齢、性別……などと比較してみると、彼れが未婚の娘、息子（青年）であるか、若夫婦であるか、或いは嫁さんをもつ（或いは近くもとうとしている）ほどの戸主夫婦であるか、つまり彼れの「家」における家族的位座による類別が、最もそれを鮮やかに分ける——別のことばで言えば相関度が高い——基準となつたことである。言い換

えれば、この一連のドラマの流れをすくいとする網、受けとるアンテナは、「家の位座」という名のそれであつたといふことであろう。逆に言えば、それを恐らくは予想して——註(1)参照——ストーリーを書き、そうしたモチーフを封じこめ、所々にちりばめた作者は、この限り成功したと言えるし、よく人を知る才を發揮したといふことができるであらう。

さらに、—そう問題をつつこんで、答の質(方向)を探つてゆくと甚だ興味深く、上のことがいわばより立体的に実をつけてあらわれてくる。以下、村人の答をなるべくそのまま記してみよう。(「八年間の純愛」は別章)

○母の徳江は不幸な人生を送つた人で、子どもの勝則への愛情一すじにすがつて生きてきた。だから真知子が嫁にきたとき、いままでの親子の愛情が喪われ、息子を嫁にとられはしまいかと心配したのであらう。真知子にいろいろつらい仕うちをしたのも、こう考えるところはないでしょう。しかしこれは旧いせまい考えですから、もう少し若い人の自由な気持を尊重してくれないと困りますね。(二十三才・未婚男・青年団長)

こうした種類の答は、若い二人だけでの甘く楽しい結婚生活を夢みている未婚の青年男女のすべてに、ほぼ共通していた。ところがこれが一たん結婚して「家」に入り、嫁の座にすわり、若主人の責を負うと、そのトタンに答え方はがらりと変わつてくる。驚くべきほど鮮やかな転向ぶりを見せる。例えば、

○真知子はあとになつて九州で徳江に偶然の機会に出会う。そしてそこで心をうちとけ合い、始めお母さんの徳江さんによく仕えるわけだ。しかしあれは始めからそうすべきであつた。私も一生けん命にお姑さんに仕えたいと思つています。(二四才の嫁・二八才の若主人・こもこも語る)

ざつとこんな調子で、何とかして現実を「家」のワクのなかにあてはめ、合理化しようともがいていっているいじらしい

婆が、ことばの端々ににじみ出ているように思われたのである。

一方、五〇才前後にもなつて、嫁を迎える年代の戸主のはあいには、……

○真知子はいらい女だ。第一に姑のめんどうをあんどあんなによくみてやつた。また春樹を旅立たせるときには、自分の身体の調子のわるいのおし隠して、りつばに旅立たせてやつた。

また、別居生活は日本の家族制度のよいところを打ちこわすものだ。一たいわれわれが歳とつたときに子どもと一しよに暮せないとしたら、養老院にでも行けといふのですか。ラジオのあしたところは、世の中に悪い思想を植えつるようなもので、困つたものです。「君の名は」がはじまつてから、どうも親いじめと離婚が増えたようすな。(四五才の姑・四七才の戸主)

○私は姑の立場に立つているが、「君の名は」を聴きながら、真知子に同情しました。私は嫁はひとの子も自分の子と考えて可愛がるつもりです。まだ若いものには若いものなりの意見があるのだから、やはりそれはそれとして尊重しなければならぬのではないでしようか。しかし、若い人のほうでも、やはり親子の線は守つてもらいたいと思ひますね。別居してくれと要求するなどはどうも……。 (四八才の主婦・僅か三カ月ほど前に息子に嫁さんをもらつたばかり)

○この間、村の未亡人会で集まりをしたときにも「君の名は」の話がでた。そのなかにもひとり息子をもつた人もいたが、嫁をもらつたときには、あの徳江のような姑さんにはなりたくないね、と話し合つたわけです。(四〇才・戦争未亡人)

こうしたぐあいで、「君の名は」を聴きながら、しうと姑としての自分たちの行動を自省吟味する一方、若主婦別居論に対しては深い不安懸念をかくしきれないでいた。

全体として読解してみれば、こうしてドラマの動き自体に対しては、肯定もあれば否定もあり、或いはその内容も甚だ錯雑しているけれども、いずれもおおよそ自分の現在の境遇からもたらされる予感 (prepositions) に従つて浅く深く或いはすなおに、一べんひねくつて……反応の答を出していることは、甚だ興味ある事実であつた。そして逆

に見ると、いかに村のなかでは、こうした「家」の問題が重く、深い、深刻な、こりとしてプレ・ポジット (preposit) されているか、という事態が、ここに氷山の一角としてあらわにされたように思われたのである。恐らくは村びとのアンテナ (P) は「家」という名<sup>いへ</sup>をつけるにふさわしいのではないだろうか。<sup>(2)</sup>

サンプルの数も不足であつたし、整理も十分できなかったので、調査時の筆者の勘<sup>かん</sup>を中心にして構成せざるを得なかつた。実は、よく吟味すれば、彼の「家の位座」にもかかわらず、平均的答えに外れた答をした人もあつた。そして、それは又彼れの生活歴 (ライフ・ヒストリー) を聴くと然る所以が理解できた場合も多かつた。「家」が——少くとも観念的に——どこからくずれてくるか、そのモメントを見出す意図からすればむしろこの外れた答の分析こそ大切なわけであるが、ここではしなかつた。

註(一) 作者菊田一夫氏が、このドラマを書き終つて感想を書いている。そのなかでも、地方の庶民の生活のなかで依然として不幸な嫁姑問題が重い位置を占めていること、及びそれが多くの聴取者或いは説者に最も反響が大きかつたことを、強調している。これを読むと、作者は予めこの問題をドラマの大きな筋のなかに組み入れることを意識していたのではないかと推測されるのである。菊田一夫稿「書き終えて感あり、君の名は族の向上を」(『週刊朝日』、昭二九年四月十一日号) 参照。

(2) NHK文研が、番組分析機などを用いて実施した分析においても、農村の四〇才以上の男と主婦が、特徴的に類似的な反応型を示すことがあらわれている。そしてそれはむしろ戸主 (或いは経営主)、主婦という「家」の位座<sup>いへ</sup>における資格づけにもとづくことが推定されている。本文前掲四頁文献参照。

#### 四、農民の聴き方受け取り方

##### (1) 反応分析の問題——笛吹けど踊らず

次に、前章に想定したような聴取者の各層について、各々内容の異つた番組について具体的にいかなる反応<sup>レスポンス</sup>を示

しているかを吟味するのが順序である。

ところが、われわれの調査の準備不行届きのために、この番組に対する反応分析を実施した山梨県の調査村についての聴取者の成層化を試みる事ができなかった。従つて、以下にのべたところは、大よそC・D層を中心とした、いわば大多数のふつうの農民の反応を示したものととして、読解していただきたい。

もう一つ予め断わつておきたいことは、この問題のデータは山梨の調査村でアンケート票への記入調査に拠つたために、必ずしもつつこんだ正確なものを得られなかつたことである。例えば——新聞でどこを読むかと聞かれたときに多くの人が虚栄心から「論説」と答えるように——教養番組のウェイトが事実あるよりも重くなりすぎていると想像される。従つてそのデータをここでそのまま提示しても、その真意をとらえることが難しいのではないかと考えたのでこれを取り止め、われわれの農家での聴きとりと村の集りで採取したデータをむしろ素材として判断推測することにした。その意味ではおおよその見当に過ぎないことを、予めお断わりしておきたい。

また、反応分析とは言いながら、具体的に農家の人と話し合つていると、いつの間にかいわゆる内容分析の領域にまで——ときには媒体分析<sup>メディア</sup>、管理分析（コントロール・アナリシス）にまで——入りこんでしまう。これはしかし当然で、これらは方法上一おう一つ一つ切り離されているに過ぎず、実は相互に関連し合つていゝからであらう。そう考へたので、以下いわゆる反応分析の領分だけにムリに論を限ることはやめた。

以下順次に各種のラジオのプログラムについて、注意された問題点を記してみたいが、そのまゝに、いわゆる反応分析の問題の中心点を註記しておくことにする。というのは、以下にややくわしく述べる村人の反応を貫いて見られるところも、それぞれ場面こそちがえ要するにこうした中心点の周辺に凝集していると思うからだ。



R・K・マートンが、彼のマス・コミュニケーションの分析に關する叙述のなかで、いわゆる内容分析およびことに反応分析の問題がどこから起つてきたかを示すためにもち出したのは、次のような話であつた。<sup>(1)</sup>

かつてアメリカで、医学会の監督のもとに住民の健康のための運動をすすめる企てがあり、その一つとしてX光線に關する話のラジオ放送が行われたことがあつた。話し手は著名な放射線学者で、X線検査やとり扱いの下手なやぶ医者や無許可技師にかかることを止めるように、聴取者に向つて話そうと思つた。そこで話を効果的にするために、彼は繰返し繰返し、「X線検査をしい、受けるときの危険」を強調したわけであつた。ところがこの放射線学者の善意は、はからずも不安をまき起させるということになつてしまつた。例えばある聴取者は——どんなときにもやぶ医者などにかかりそうもないようなひどく氣を使う——その新しく抱かされた不安をこう言つた。

——誰だつてレントゲンをかけに行き度なくなつてしまふサ。あの話をきくととても危かしそうに聴えるのだもの。医者は鉛を着て手袋をはめてゐるからいいさ。われわれはどうなんだ、これからはもう行くまいヨ。——  
レントゲンで傷をしいはすまいかと思つた。ああいう話を聴いてみると、少くとも私は氣もちが悪くなつてくる。

こうした思わざる反応は、一たいどうして起るのであるうか。それは、映画・ラジオなどマス・メディアのライター(writer) 或いは話し手——上の例のばあいは放射線学の大家だが——が、シナリオなり話しをつくるとする。そうすれば、それはシムボルであり、つまりたんなるコミュニケーションの記号の連続にすぎないのだから、それが「印刷物」、「フィルム」、「電波」として世に放り出されるや否や、作者の手と意図から解放されて自身独立歩することは当然である。そしてそれらのシムボルは、マス・メディアのばあいには多く、自分と立場の異つた、また遠く離れた無名の大勢の聴衆観衆(mass audiences)にとどけられるわけだ。しかしそのさい、聴衆はそのときの彼れの予めもつてゐるもの(propositions)とシムボルを通じてそのシムボルを受けとり、解釈する。だから——マートンの云う

ことばを借りれば——藪をつついて蛇(P)を追い出す結果にもなる。  
 私どもの昔なつかしい童歌にもあるではないか。

雪やこんこん あられやこんこん

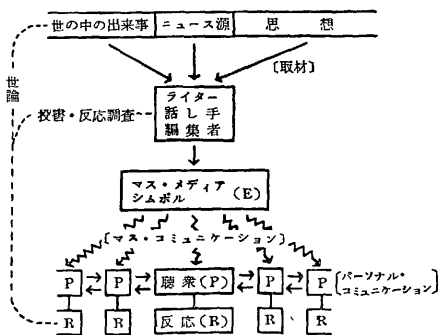
降つても 降つても まだ降りやまず

犬は喜び 庭かけまわり

猫は こたつでまるくなる

「物質」としてみれば同じ雪が、犬と猫とにちがつて受けとられるというわけだが、独立独歩のシムボルも同じように、ちがつた人間にはちがつて、喜びとして悲しみとして、受けとめられ、それぞれの姿勢をとらせるのだ。

しかし、多くのライターや話し手たちは、そのそれぞれの立場、つまり専門家のフィルターにすくいとつたものが、——雪は「科学的に」一つの雪なのだというように、——「科学的に」「芸術的に」正しく美しければ、それでオーケーだ。彼らは、自分にとつて善く美しきものは亦、すべてのものにとつて善であり美であるという幻想的哲学をもち、「ばらの花だけ見ることを知つて、そのトゲを見忘れ」勝ちである。全体のマス・メディアの行方を追い、その反応が花ひらくかトゲを出すか見ようとししないのだ。雪の行方を追いかけないのだ。ここにこうした藪蛇の起る一つの原因がある。



第6図 マス・コミュニケーションの全体の構図

従つて、もしこうした結末を避け、所期の効果 (effect) をまちがえなく生み出そうとするならば、実さいの聴衆 (つまり素人) の立場とそこから予想される反応を予め計算しながら、マス・メディアの内容を検討吟味してゐることが必要になる。さらに、マス・コミュニケーション——マートンはプロパガンダ(宣伝)といふことばをここで使つてゐるが——のひき起す実さいの反応を確かめ、それと予期した反応との間のズレ (discrepancy) を吟味することも大切である。以上のような所説から、マートンはいわゆる前者の内容分析、後者の反応分析、この二つの番組分析の問題意識と問題領域が生れてきたことを説明してゐる。

しかし、われわれはこの問題意識に關する限り、一そう鋭い観察者——のみならず優れた実践家——をもつてゐると言ふべきである。彼の名は、菊田一夫。次の一文を見よ。これはかつて『週刊朝日』によせられた一読者の次の投書、<sup>(2)</sup>「私の君の名は『福』と題する——に端を殆する、ささやかなボレミックであつたが。

この「君の名は」ブームの分析を大体同感しつつ読んだ私は、作者菊田氏に一つだけおききしたいことがあつてペンを執つてみた。それはこの作品がスレチガイの魅力であり、偶然の連続であり、感傷的なヒューマニズムが一貫して流れて甘すぎる、というような非難ではなく、どうして登場人物に社会の矛盾と闘わせることをさせないかという疑問である。菊田氏の人の反映か、登場人物はすべて善意の人ばかり、にもかかわらず不幸な目にのみ会ふ(善意の故にか?)。しかしそれが世の中というものだとあきらめさせるような筋の運び方。ここに現在の生活で幸せでない人々に同情の涙をさそわせる秘密の一つがあるかも知れないが、そしてまた「戦後八年間のわれわれ庶民の生きてきた痕を聴取者たちと一しよに、ときには泣き、ときには笑ひながら顧みる」という作品の意図は達しられているようだが、あまりにも後向きすぎはしないだろうか。菊田氏はその経歴から察しても、この社会の矛盾をいやというほど味わつてゐるはずだ。社会の矛盾に逆らつても人間の力ではどうしようもないと悟り、すべてをあきらめるといふ人生哲学を体得され作品もその哲学に従つたのであろうか。

これに対する、作者菊田一夫氏の答えは次のとおりであつた。<sup>(3)</sup>

12月27日号の、「私の君の名は『観』」どうして登場人物に社会の矛盾と闘わせることをさせないのか」に対して、お答えいたします。

私、戦争中は、戦争協力者でありました。日米開戦直後に「交換船」という戦意揚劇を書かされました。これは、アメリカで開戦後収容所に入れられた日本人たちの悲劇を書いた舞台劇でしたが、上演中に私は憲兵と呼ばれ、反戦劇を書いたのではないかと疑いで取り調べをうけました。その理由は、その劇のなかの収容所で苦悶な扱いをうける日本人が、少しも抵抗しないで黙々と、その扱いに甘んじている悲しさが、観客にアメリカ強しと思わせ、観客である日本人の士気をソッワさせる……というのでありました。

私は、その憲兵隊長の言う通りに、劇中の日本人たちを、いままでとは反対に、収容所のアメリカ人が何か暴言を吐けば、たちまちとつて投げられるような強い人間にすることにして釈放してもらいました。観客は、いままでは、その劇をみて、嘔り泣き、アメリカに憤怒を感じるという投書をよこしていたのが、その日から、げらげら笑い出すようになりました。私の芝居は、その日から滑稽武勇劇と相成つたのです。

私が黙々と運命にしたがう人物を書いているのは……あなたのおつしやる社会の矛盾というものに対しての……極端に言えば、憤怒を沸き立たせるのがねらいだと、とつてはもらえないでしようか。私には諦めの哲学はありません。私はどんなことでも人間として、できる限りの忍耐はつくしますが、最後の自分が死ぬか生きるかのドタン場にくれば猛然と立つて、相手の息の根をとめるまで闘います。

あの放送は最低十三才から八十才のお婆さんがきいています。私の願ひは、あのラジオ・ドラマをきいて、その広い範囲の人たちが社会の矛盾に対してそこはかとなく反響を感じてくれれば、それでいいところにあるのです。つまり、私は劇の登場人物が百パーセント闘うよりも、実在の社会の人々が二十パーセント闘つてくれた方が、よりよく、私の目的を果したことに

なるのだ……と、言うのです。

まへのマートンのばあいは、彼自身「轟蛇」(Boomerang effect)と名付けたとあり、いわば舞台で笛を吹いたらその結果観客が思わぬ方向に踊り出した例だが、ここで菊田一夫が指摘した例は、いわば「笛吹かざれど踊る」、「笛吹けど踊らず」の最も鮮やかな例証になるわけだ。ドラマにかけては天才的才能をもっているといわれるだけあつて、彼は聴取者や観客の思わざる反応を既に最も鋭くとらえ、これを巧みに勘算に組み入れてストーリーをつくるのであろう。——その企図が成功して、「そこはかとなき抵抗感」少女から婆さんまでの聴取者に感ぜしめ得たか否かは別としても。

ところで、考えてみると、このような舞台の所作と観客の反応・効果との間のズレ(轟蛇)乃至は逆転という事態は、一般的に言つて、ある専門家(specialist)とふつうの素人(layman)とのコミュニケーション——例えば医師と患者、普及員と農民、建築家と家をたてようとする人……のばあいに、たえずつきまとう陰影にちがいない。しかし恐らくは、この国のように——そしてすべてのアジアの後進国は多かれ少かれほぼ同様の運命を荷つていと思われるが——舞台のうえには、欧米文化の既製品たる所産の学習移植を通じて育つた「近代的」専門家——従つて彼はとかくその所産内容自身を教条として絶対視し易く(毛沢東のいわゆる教条主義)、一般民衆とそのなかにある事実を眼中におかない傾向が強い——、他方観客席には胎内深くなお在来文化を蔵している大勢の「素人」大衆、こうした両者が向い合つて構成されている状況の下では、この間のコミュニケーションの場面において、前にのべた如き一般的なズレ(轟蛇)乃至逆転はむしろ絶えず一般的に存在し、それはことに深刻な姿をとつてあらわれると考えられる。農業普及事業や農政滲透のばあいのように、国の檜舞台に立つた役者と、ぼろ衣を着た観客との間のコミュニケーションの場面には、とくにこのズレ(ギヤップ)が著しいから、こうした事態が典型的に最も極端(イクセントリック)にあらわれ

(4) 以下に指摘するように、農民とラジオの間に現に起つてゐるズレ乃至は逆転の現象も、その一つのあらわれの面にすぎないと言ふべきであらう。

「君の名は」の作者のあのことは、こう考えてくると二十世紀におけるわれわれアジア民衆の文化問題の、最も中核的な一点を鋭くえぐつたものとはいえないでろうか。それをマートンより深くなし得たについては、アメリカ人たるマートンの見ている事態よりはるかに深刻なそれを、幸か不幸か彼が身のまわりに見聞し得ていたからではないか。だからこそ、われわれにとつて、この反応分析はことに重大な意味をもつてゐる。「調査なくして発言権なし」、「実事求是」という人中国人毛沢東のことは、ここにおいて千金の重みをもつてひびくと、私には思われるのである。(5) 閑話休題。若干のラジオ・プログラムに対して、村の人がどう答えたか、そこにいかなるズレ逆転が見られるか、それは何故であるか、などなどを概観した以下の試論を見られよ。

註(1) R. K. Merton: op. cit. p. 268. & pp. 274 ff.

(2) 『週聞朝日』、昭和二十八年十二月二十七日号、所載。

(3) 『週聞朝日』、昭和二十九年新年増大号所載。なお、初め同誌に掲載されたのは、昭和二十八年十二月十三日号、「君の名は」……菊田「大」という題で、また、二十九年四月十一日号には、菊田氏の「書き終えて感あり、君の名は族の向上を……」と題する一文が載つてゐる。

(4) 例えば、普及事業について、私がかつて指摘したところ。拙著『新しい農民像』参照。

また、論者のいわゆる進歩的言説が起した反応のケースとしては、われわれが三重県で体験したものが面白い。農林省普及部刊『農民心理に関する調査——幻燈等に対する反応を中心に——』（昭和二十五年六月）、五〇頁参照。

学校教育についてのその実さいの反応効果の鋭い分析の例、太田堯稿「農民は学校から何を学んだか」（雑誌『教育』二五号、昭二八、十一月号）。

(5) 毛沢東も亦、このアジアの國の文化問題の中核を喝破した。その論稿にはいたるところ、かかる問題意識がちりばめられていと思う。例えば、「われわれの学習を改革せよ」、「党八股に反対せよ」、「延安文芸座談会における講話」（何れも『選集』第五卷所収）など。なお、コミユニケーションのズレ乃至逆転を、農村文化の問題として考察するのは、別の機会にゆずらざるを得ない。

## (2) 娯楽番組——それは空気の如く吸いとられ、あぶくの如く消える

ラジオは娯楽のためにある、と考えているのがこの村の一般ふうの人々である。とくに老人・婦人・子供のよう  
に村の文化成層の底辺に生きている人々にとつては、こうした傾向が顕著に窺われたのであつた。<sup>(1)</sup>

村の人の言うところでは、こうしたプロのなかでは大てい人によつて好みが決つていて、まず、老人は浪花節・俗曲・民謡、若いものは歌謡曲、婦人は「私は誰でしょう」などの如きクイズ番組や「三つの歌」のような聴取者参加番組、というように、世代や性別によつておおよそ特徴的な嗜好番組の相場（まえのことばでは「極」）は決まつている  
そうである。洋楽がすべての村の人には大たい好かれていないのも一般的な特徴として附加してもよいであらう。<sup>(2)</sup>

註(1) ある農家の主人は、ラジオがとくに婦人に対して大きな意味をもっていることを強調して、次のように語つた。なかなか  
うがつた観察だから記してみよう。

「女衆にも婦人雑誌や趣味の雑誌くらい買つてやり度いが、金の関係もあつてなかなか手がまわらない。(註—自分では、『農耕と園芸』『文春』『農業』などの雑誌をときどき買つている) そういうときにラジオは便利だ。或いは「男衆はいろいろな寄合いなどで毎晩のように出掛けるから、そこで娯楽の機会もあり、世の中のこと少しはわかるが、女衆にはそういう機会が少ないからラジオは大切だ」と。

(2) 洋楽が農村で不評判であるのは、NKH文研の番組聴取率のデータにも十分うかがわれていたが、突さいに村に入つてみて、それは想像以上であつた。例えば昼の「農家のいこい」には音楽が入るからいけない、朝の「早起鳥」は音楽をあまり

入れないからいい、と言う人が多かつた。軽音楽でさえいけないと云う。多くの農家では、音楽が入つてくると、「トメチマエ」とスイッチを切らせるそうである。これではまるで逆効果も甚しいわけだ。但し、二十歳台ぐらいの若い衆のなかには若干軽音楽を好む人もいるという。

当時山梨県では民間放送はなかつたので、なかには並四球セットをわざわざ五球スパーに買い代えて、「ラジオ東京」の娯楽プロを聴いているものさえ少くない。とくに浪花節の如きは、ヒョータン型文化成層の全体をおおつてあらゆる層に遍入し、「新聞がくるとまず、ラジオの番組予告欄を見て、浪花節などの面白そうなものを探す」、そしてダイアルを「廻わしまわし聴く」と言う。娯楽に接する機会に恵まれていない農村の人々にとつて、ラジオの提供する娯楽プロが豊富な機会を与えつくつたことは実に驚くべきものがあるのだ。そして既にそれは——英国人にとつて「朝食というものは、ペーコン・エッグのほかに新聞も入つている」ように——日常生活の不可欠の伴奏曲とさえなつてゐるのだ。「ラジオがかかつてゐると、家中が何となく和やかになる。停電でラジオが聴けない日は何となくさびしい」とは、ある村民のことばだ。

アメリカではラジオは、ロマンス・性・犯罪・個人的な地位争いなどの話題を好む中産階級の嗜好やメンタリテリが反映し、そういう番組がよく聴かれると言われているが、この村では——そして全国のデータから推測しても——義理人情・ロマンス・善玉悪玉主義のような、さらに「最も原始的な、それ故に基本的 (elementary) な関心」(R・ヤング)をもつヒョータン成層の底部の多くの人々の嗜好が反映しそうした番組がよく聴かれることがわかる。ラジオはこのばあいには、いわば「最大多数の最低幸福」に奉仕し、そこで最も強力に人を牽引していると言つてよい。新聞・雑誌などのような「印刷されたことば」をメディアとするマス・コミュニケーションが、どちらかというと、



ラジオに比べれば、相対的には「少数の高級幸福」に奉仕しようとしているのに対照される。

その場面においてラジオとくにこの娯楽番組はK・ヤングが「視覚的刺戟とちがい聴覚的刺戟は、気分的或いは衝動的行動 (mental or motor activities) の雰囲気をつくるに役立つ」と言っているように、「茶のまにむらがる人々」の間に、その雰囲気をつくりつつ——前記のある農民のことは、「ラジオは家を何となく和やかにする」を想起せよ——のびこみ働らきこむ。そしてそれをやわらかくある方向に誘導してゆくのである。このことは、新聞・雑誌などの印刷物メディアが、直接個々の読者の悟性に働らきこむのちががつて、ラジオ(或いは映画)の作用する本来の特徴的な性格であり、より広い場面であることに注意を要する。逆にこうした性格をもつラジオが一そう専ら娯楽的に聴かれるようになるのもこの意味では当然であろう。

ところで、こうして「最大多数の」農民が、炊事のかまどの煙にむせびながら、脱穀のほこりを浴びながら、赤ん坊の泣き声と煙とほこりと一しよに、日々時々鳴らしつばなしのスピーカーから風のように流れ出ているラジオのメロディを吸いこんでいるのである。疲労し骨ばつた人々の胸に向つて、「静かに休め休め」と呼びかけつづけるこの甘い、或いは辛いメロディとリズム、これが農民の姿勢をどう実さいに向き換えさせているかは、ここでの大きな問題なのである。

これについて、一つの私の調査例をあげたい。これも先の「君の名は」についての例である。(7)

さきに、「家」という名のアンテナ」の節で記したとおり、このドラマは聴取者にとつては、嫁姑論を主眼として受けとられていたのであるが、そのばあい、その答に見られたように、「君の名は」をききたいすれの家族員もこの疑問を更めて反省し、何とか打解しようと努力し始めていたことが注目された。

というのも、この村は都市に近く、通勤も交通も繁しかつたという事情によつて、恐らくは前述の答のなかに見えていたような、新旧世代の考え方生活態度のズレは、他のふつうの村に比べれば、より強く表面にでてくるはずである。あの人々の間ではきつと、嫁姑問題も別居論議も現実のさし迫つた課題となつていたのである。

しかし、こうした一つの家のなかでいつも顔を合わせ、しよに食べているものの中で起つてゐる暗黙のうちの緊張対立、あるいはいさかいは、それだけに一そう、一たんもつれ始めたらそれと後には絶対に戻れず、当事者たちも「いけない、いけない」と思いながら、思えば思う程、こんがらがつてくる、そして一そう深刻な破局にまで加速度的に事態が進行してしまふ……こうした類のものなのである。

「嫁いびり」、「嫁いじめ」は心なきしわざと世間では言われ、内心では強く何とか思い止まらうとはするものの、「家」の動かぬ重苦しい空気のなかでは、そのきつかけがどこにも見つからないまま、ズルズルと深い泥沼に足をさらわれてしまふ姑、同じような嫁さん。いずれもその心理的不安 (psychological insecurity) は頂点に達してゐるかもしれないのだ。だからその整復 (reduction) の機会を待ち望んでゐる。整復者として第三者の冷たき声がほしいのである。「君の名は」はその役としてまことにうつつけであつたにちがいない。

ストーリーでは、姑の徳江と嫁の真知子との間の「封建的余りに封建的な」——ある進歩的評論家の評——人間関係がまことに度きつく演出されるけれども、それが一たんこうしたもつれの網のなかにあえてゐる村の聴き手のなかに流れこんだとき、そこにはストーリーとは全く逆な反応と効果とを生み得たのである。つまり聴き手は、このドラマのなかに、自分たちの間にわだかまつてゐる関係と胸のモヤモヤが、鋭く典型化され、しかもラジオという最も冷靜な媒体を通じて表現されたことを発見した。そしてこの劇中の人物とその動きに対して、「他人事のように」きびし

い批判と吟味を加えることを通じて、逆に現実の自分たちの姿を復び発見することができたわけであろう。

そうした効果がどこまで深刻に、きびしい現実を動かさしめるほどまであり得るや否やはいま問わないとしても、ともかく「君の名は」という一つのヒット番組が、あのやわらかなリズムのなかで、しかも「封建的余りに封建的」なストーリーをくりひろげながら——否然るが故に村の事態を映し出し得た故に——何ほどか新しい人間関係への転回のきつかけをあれ程大ぜいの人々に与えた、これはまぎれなき事実である。ここにおいて、あの「君の名は」の作者は会心のほほえみをもらずにちがいない。

ところで、この同じ「君の名は」はもう一つの点で人気を獲得していたと思われる。そしてこの側面ではいつた、いかなる反応と効果をあらわしているだろうか。

あるひとは、このドラマの好きな理由としてこう言う。「悲劇だから」、「映画を見ているようだから」と。また青年団長は、恐らくは多くの青年層ファンの気持を代弁して、こう言つた。「春樹と真知子とが数寄屋橋で会つてから、八年間もの永い間互いに愛し合い、結ばれるのを待つていた。私たち青年はそうした純粹な一本の愛情をもちたいと思ひますネ」。そしてつづけて曰く、「しかし、八年もの間待つなんていうことは、農村のわれわれの実さいからはおよそかけ離れているネ。まあせいぜい三年だあネ」と。彼れははつきりこの物語りが、くり、話にすぎないことを見抜いているのだ。それだからこうも説明した。「農家では嫁ぎチマの關係で、年ごろになれば嫁さんをもらわねば、百姓はとてもやつてゆけないのだから、かりに長男だとすれば、とても八年なんか待てないネ」と。

つまり、前の村人にしてもこの青年団長にしても、物語り自体は「映画の如く」或いは「八年なんかとても待てない」如く、明らかに自分たちの実生活の実感からかけ距つた高嶺に咲いた美しい花であることを知つている。しかし

——「だからこそ」といつてよい——彼らは一そう胸のうちをかき立てられるのだ。愛する人を三年しか待てないような実生活の実さいであるだけに、それをあきらめて八年も待てるような映画の如き、夢幻の事件や人物と一体化 (identification) し、そのなかに逃げこむ。そこで「休め休め」とせめて渴を医やそうとするのである。——「君の名は」の作者に問う。これらを「そこはかとなき社会の矛盾に対する抵抗感」と解説し得るや否や、と。

もちろん、私はラジオにそれ程強く社会改革や人間改造の責を負わしめるつもりではないけれども、ともかくこうした効果を生み出しているこのドラマは、アメリカのいわゆる「石けんオペラ」(soap operas) <sup>(6)</sup>と言われるべきものだと思う。主婦が朝の洗濯を終つてひとりホッと一息ついた頃、多くは石けん会社がスポンサーとなつてゐる(そこで一名ソオポオペラと称せられる)主婦向けプログラムが流れてくる。オペラのなかの人物は家庭に閉じこめられている自分に代つて、めずらしい見聞行動をやつてみせてくれるので、彼女はその人物と一体化することによつて、せめて白昼夢 (day dream) に遊ぶことができる。「君の名は」も亦閉じこめられた人々、三年もとても待てない人々を、劇中で北海道から九州まで連れ出し、「八年の永い夢」を提供している。まさに「あぶくの如き人生劇」と称せられよう。

ラジオのいわゆるヒット番組或いは人気番組といわれているものは、例外なく娯楽番組であるが、それらの多くのもの実さいの効果 (effect) を追跡してゆくと、一方ではこうした「あぶくの如き」娯楽としての役割を果しているばあいが多いのではないか。それが聴取者の低い嗜好と知性に由来するか、或いはさらにつつこんで、そういう大衆の嗜好と知性とを創り出したところの、マス・コミュニケーションの企業主・資本家の予期され計画された練り <sup>(10)</sup>の糸に躍らされているに過ぎないかは、いま問わないとしても。

かくて、われわれは同じ一つのプログラムが、その反応と効果とにおいてみると、社会的にちがつた含蓄を含む

ことを知るのである。何がこれを嫌や姑の心理的整備者となし、何が同じこれを人の麻醉剤たらしめるのか。それはこのプログラムと反応している村人との間の場面だけをにらんでいては解けない問題かもしれない。ここで私が次のような、M・ウェーバーのことばを想起するのは、筋ちがいであろうか。

諸君。独逸において声楽会の繁栄は、私のみるころによれば、例えば政治的領域といつたようないわばひとが想像しないような領域においても亦著しい影響をもつのである。彼の胸から、喉頭を通して激しい感動を流出さしめることに日々慣れている人間——彼の行為への何等かの関係なしに、従つてかかる表現された有力な感情の適応的な反作用がそれに対応する有力な行為において起ることなしに——そしてこれが声楽会の芸術の本質であるが——は、要するにきわめて容易に、「言葉の受身の意味において「よき市民」となる。専制君主がかかる施設を大いに好むのは、少しも不思議ではない。「ひとが歌うとき、静かに休め」。

ここには偉大な、強い、情熱と行動とが欠けている……(第一回ドイツ社会学大会に於ける講演、一九一〇年)。(11)

註(3) 高校生が新聞のどの種類の記事を読むか、という国立国語研究所などの調査によると、第一にラジオ欄で、次に社会記事・漫画・映画演劇・スポーツ・地方版・小説・国内政治・投書・学芸の順であつた(『朝日新聞』昭和三〇年五月十三日記事による)。新聞のラジオ欄の意味は、農民にとつてもほぼ同様なことがいえるのではないかと思う。

(4) K. Young: *Social Psychology*, 1944, p. 483.

(5) さまざまなマス・メディアと印刷されたメディアとの作用の比較については、例えば次の記述を見よ。

J. A. Beegle: *Mass Media of Communication, in Rural Social Systems and Adult Education*, edited by C. P. Loomis, 1953, p. 300.

(6) よく云われるマス・コミュニケーションの魔力、つまり、それが現代における支配者・権力者の間接的心理的搾取であるといわれるはあいた、ふつう着目されるのはニュース、ニュース解説、あるいはその他の教養・インフォォーメーション・プログラムである。しかしこうした真正面のプログラムよりも、むしろ側面から徐々にやわらかく「空気自体」を無く或いは赤く染めあげてしまふところの、娯楽プロの如きエモーショナルなものこそが、一そう徹底的にラジオの本質に沿つてこの

力を發揮するのではないか。

(7) 「君の名は」に関する調査は、昭和二九年四月、埼玉県熊谷市在の一農村で実施したものである。

(8) H・D・ラスウェルは、近代個人主義社会において、とくにその中産階級が激しい社会的不安定にさらされる結果、心理的不安定に陥る。そこで人間性や人間の心理に関する解明を求め、不安定を整理するための「心理的放送」(Psychological broadcast)が要求され、又社会的に大きな役割を果すことを指摘した。本文に記述した「君の名は」その全体をつむ社会的文脈は全くことなるとしても、その社会的役割としては、まさにラスウェルのいう「心理的放送」と同じ効果を發揮しているところなきであらう。

H. D. Lasswell: Radio as an Instrument of Reducing Personal Insecurity, 1941, in his "The Analysis of Political Behaviour——an Empirical Approach", 1948.

(9) K. Young: *ibid.*, p. 482.

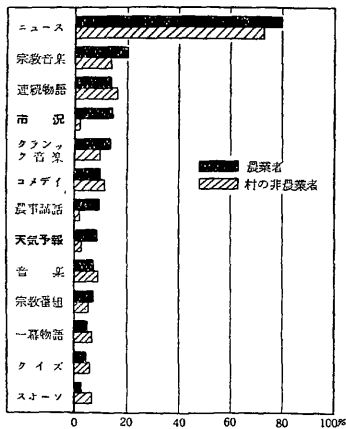
(10) K・ヤングはこれを聴取者(ソップ・オヤラのばあいは家庭婦人)の低級な知性と嗜好(taste)にむしろ由来するといふ、ルイス・ハラップはこれを、「ラジオが広告に支配されていることが」生む結果の典型的な例であるとする。この辺のハラップの分析はやや公式的たるを免れてはいないが、鋭い立場を示しているので、面白い。ルイス・ハラップ著、芸術社会学研究会訳『芸術とはどういうものか——芸術の社会的基礎』(Social Roots of the Arts, N. Y., 1949)二〇四頁参照。

(11) M・ウェーバー「第一回ドイツ社会学者大会における講演」、戸田訳『社会科学と価値判断の諸問題』一九三頁。「笛吹きで休ませる」というべきか。なお、同様な問題をP・ラザルスフェルト及びR・K・マートンも扱ひ、「マス・メディアの働きに対する顕著な関心は、一つには、これらのメディアが大衆を社会的経済現状に満足させておく役割を果している」という事態を正しくも見抜いたところから生まれてきたのだ」とさえ言う。P. F. Lazarsfeld & R. K. Merton: Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action, in "Mass Communication", edited by W. Schramm, 1949, pp. 460~461. 学智院社会学研究室訳本・二三五頁。

(3) 天気予報——それは生産財として生きている

次に問題にされるべきは当然天気予報とニュースであろう。そのうち天気予報は——すべてのラジオ・プログラムのなかでも、ほとんど唯一つと言つてもよいが——農民の実生活のなかに働らきこんでいると思われる。例えば明日雨が降ると聴けば麦をいそいで片づける。少々夜おそくなつてもしてしまふ、というようなくあいに。いつでも五〇歳以上の老人ならば空を見て大てい明日の天気をあてるといふが（但し秋はダメだが）、ふつうの経営主は大部分ラジオの予報を当にしている。これは一つには新聞の配達が遅れて新聞の天気予報は間に合わないことによる。なかに毎月初めの「県民の時間」に放送される長期予報を聴いてそれによつて畑の仕事の順序の予定を立てるといふ家さえ見られた。

「ラジオが故障すると天気予報も聴けない」とよく言うそうだが、それ程までに生活のなかに咬い入り、いわば生産的なインフオーメーションとなつてゐる。これは後にのべるように、マユ相場や蔬菜相場が意外に聴かれていないのに比べて著しい対照をなしていると言つてよい。「その生活資料を社会との交通においてよりも、むしろ



第7図 あなたのラジオが止まつたとしたら、あなたが一番聴けなくて残念に思ふ番組はどれですか。

Replies of farm and rural-nonfarm people to the question: "What kind of program would you miss most if your radio give out?" (Reproduced from Attitudes of Rural People toward Radio Service, p. 12.) from C. P. Loomis: *Rural Social Systems*. 1950. p. 555.

る自然との交換によつて獲得する」零細小農民にとつては、天候こそむしろ彼の死活の鍵をにぎっているからなのである。

これは例えばアメリカの農民と比較すると鮮やかである。第七図をみよ。市況放送 (Market Report) は天気予報 (Weather Report) より若干重くみられている。トラクター・コムバインの大農場では、天候よりむしろ販売市況の方が当然大きな意味をもつのだろう。(いまその他の順位についてはふれぬ。読者参看せよ)

#### (4) ニュース——その強い衝撃力

NHK放送文化研究所の調査でも、ラジオ聴取者に向つて、「新聞とラジオのどちらから多くのニュースを知るか」を調べてみると、職業別には農家は男女ともラジオの方が多く、智能業務者はラジオと新聞とがほとんど同率になっている。……都鄙別では六大都市、その他の市、町村と地方に行くに従つて新聞と答えるものは少くなり、ラジオと答える者の率が増える、という結果を見せている。(NHK文研編『放送番組世論調査の概要』)

われわれの調査村でも、大たいこの事實は確認され、ラジオによるニュース、或いはニュース解説の威力が感じられたのであつたが、その際注目された問題は次の諸点である。

その一つは新聞との関係である。一ばんに言われたことは「晩のラジオ・ニュースでざつと聴いて、明日の新聞でよくみる」とか、「ニュースはよく聴く、新聞とつながっているから」という答のように、大体新聞が中心となつていて、その補充媒体として役立っているということである。

もつともこれは、経営主のばあい、婦人・老人のばあいには、新聞を見る機会も能力も少ないから、ラジオだけが、ニュー



ス供給の媒体となつてゐることがより多いであらう。

これは後にも述べるように、マス・コミュニケーション全体のなかで、各々のマス・メディアが相互に補充し入り組み（インテグレート）合う一つの例となる。

それはまた農業の仕事の都合上、その時間にニュースを聴くことができないときが多いのに比べて、新聞は好きなときに見ることができるといふ便利さをもつてゐることによるのであらう。

第二の点は、上述のように新聞に主要なニュース源を求めているとはいつても、どちらを信頼するかというよりはラジオ・ニュースに対する信頼度が強いということである。村の人は例を下山事件にとつてその理由をこう説明する。「下山事件のときは新聞によつて自殺他殺がまるで反対になつたではないか。アチにならない。ラジオはあの時はいろいろ言つて公平な判断をしたと思う」と。つまり信頼の一つの根拠は新聞にはヴァライエティ（主張といつてもよい）があるのに、ラジオにはそれがなく一見同一公平である如く聴えるという点にある。

彼らはただ一つの事件は、何ものにも濾過されずに一つのインフォーメーション・ニュースとして、つまり事件そのものとして伝達されると無意識のうちに信じこんでゐるようだ。「ニュースは事件のコピーである」（清水幾太郎『ジャーナリズム』岩波新書）ことを忘れてゐる。こうした人々にとつては旧くからの唯一の独占企業体であり、従つて只一種の「ラジオ」ニュースを出してゐたNHKニュースこそは、事件そのものであるという外見と力とを与へ易いのであらう。NHKも又こうした大衆の——実は錯覚なのだが——信頼感のうゑに立つて、例えば「下山事件には自殺他殺の二つの立場があります」というように、決断と早さとを無視して公平と確実性とを求める傾向に傾く。<sup>(\*)</sup>それが大衆の信頼を得、又放送人がその上に立つ……こうした相互関係が成立つてゐるように思われる。

(\*) 本野亨一稿「ラジオ・ニュースのたしかさとすみやかさ」(『放送文化』、昭和二八年二月号、所載)について放送人のニュース・マンを貫くところが新聞人のそれといかにちがうかをみよ。

また、民間放送を聴いている村人も、ニュースは何といつてもNHKだと、一致して言う。そして、「民間放送のは、もともと新聞社のニュースだから、アテにならない」とその理由をあげている。

新聞のばあいはニュースが相互に錯誤し相争うために、ニュースのコピイ性のはつきりするからその意味では却つて、そのいわゆるマス・コミの魔力はいくらか削減されるであろうが、ラジオ・ニュースとくにニュース解説のあの自信満々たる説得調をもつてすれば、いよいよますますその魔術が完全に近づくことを、この際とくに注目したいのである。そして、「公正公平確実」というラジオ・ニュースの原則も——少くとも実さいの働らきの場面からみると——こうした大衆の錯覚の上に乗つかつていることも、念のためもう一度確認しておき度いと思う。

もう一つの根拠はNHKニュースに対する伝統的な信頼感ということであろう。戦時中の大本営発表、「玉音」放送……等々NHKニュースは国の情報局直配の官製ニュースを流していた。農民はそれを一途に信頼し依拠し一喜一憂していたのは僅かまえの出来事ではなかつたか。否現在だつて多くの村人たちはNHKニュースは官報ラジオ版ぐらゐに意識している。従つて国への信頼はそのままラジオ・ニュースに対する信頼として映るのである。企業家が別々の立場で製作し広告を載せている新聞のニュースに比べると、はるかに頼り甲斐のある背景を荷つているというわけである。

第三に注意された点、「普通のニュースはついでゆけないときがある。仕事で疲れているときなど大ていそうだ」と村人が言うように、あのニュースの冷ややかな形式が、農民にとつてきわめてなじみ難いという点である。「ニユ

ース解説はいい。しかし正直に言うといばいいのは子供の時間のニュースで、あれを聴くと肩の荷がおりるようだ」というコトバはこれを裏から証明している。

これはニュースの内容の問題よりもむしろその形式の問題であつて、子供の時間や解説のときのように、人間的な抑揚(イントネーション)のあるリズムが都市人に比べると一そう強く農村人に適し、同調しうるものだからであらう。イントネーションも呼び掛けも拒否し、敢て非人間化(ent-personihen)しようとする通常のニュース形式は、多くはあいその実さいの効果から言えば馬耳東風と化す運命を免れていないように思われる。とくにやや難かしい政治経済のニュースは老人婦人小供などにとつては然りである。intonation をつけることによつて、公平性の感じを減殺するおそれがある、という主張もあり得るであらうが、いくら公平性をリズムで強調しても内容が——何らかの意味で——その実は公平でなくては何にもならないし、第一聴かれなくては何にもならないではないか。

農村だけでなく都市だつて、このような事態はあまりちがわらないのではないかと、私は自分の周囲の経験からして推測している。なお、後述七の3ニュースのテンポとリズムについての私たちの長野県における一つの実験を参照せられたい。

以上ラジオ——とくにNHKの——ニュースがこの農村において、強い衝撃力(impact)をもつことについて、予想されるさまざまな理由をあげてきた。しかし、もつと根本的に事態を考へてみると、そこにはむしろさらに一般的な根拠があるように思われるのである。というのは、前述のような都会的な冷やかな、いかにも機械的なテンポとリズムとをもち、またその内容において主として全世界の国家全体の中央部中樞部に起つた甚だ複雑な、本来的にはまさに「社会的な」それ故にきわめて抽象的な事件をコピーしたニュースこそ——それらのことはラジオのばあいには他のメディアと異つて、直接パーソナルな実感を以て迫つてくる——まさに、近代社会の産物であり、<sup>(1)</sup>そこを本来の生き場所とし

て動いているマス・コミュニケーション一般が、然らざる農村に侵入していつたときに、自らのなかに体化していた威力の実相を露呈する、その最も代表的な場面だからである。

G・ジムメルはかつて、貨幣のなかに体化している力の態様 *die Art im Geld verkörpertem Könnens* は、前貨幣経済的構造において最もあらわにあらわれることを指摘して、こう言つた。

「貨幣がもつてゐる力の相貌 (Art) は、貨幣経済が未だ十分に滲透せず、あたりまえのこととなつていない、むしろその本来の構造からすれば自らには貨幣に服さないような状況の下で、貨幣がその強制的な力をあらわすばあいには、恐らくは最も鋭く、少くとも何ものかにおおいにかくされることも最も少く、あらわになるにちがいない」<sup>(2)</sup>

マス・コミュニケーションが農村に侵入したとき示す力の解釈に當つて、この筆法を借りたらどうかといふのである。ジムメルのこれにつづく説明をかりてややくわしくこれを敷衍すれば、最も高度に發達した文化を含む都市においてこそマス・コミュニケーションの發揮する力が頂点に達しているかのように見えるのは、ここではあらゆる動向がマス・コミュニケーションによつてひき起される世論を予め前提とし、その細胞の隅々まで入りこみ侵しているからである。もともとこのような前提が周く承認され且つ自らの申し子であるマス・コミュニケーションの諸機関が完備しているばあいには、然らざる農村——そこでは前述のように、自然的な状態においてはその全生活様式やもの考え方 (Wertungsweise) がマス・コミュニケーションのそれとは異質的であるところの——において見られる摩擦 (Reibung) は起らないのである。逆に言えば、かような農村においてこそ、その摩擦を克服しなければならぬために、力の意識 (Bewusstsein der Macht) をとくに尖鋭にせざるを得ないからなのである。

「十三世紀において始めて比較的大きな資本力が再びあらわれたとき、資本は大多数の人々には未知の、従つてその

作用に対し、前古未曾有のもの、いわば超經驗的なもの (Überempirischen) という心理的な割増 (Psychologische Zuschlag) を伴つたところの力の手段 (Machtmittel) であつたように、農民にとつて、マス・コミュニケーションは、いわゆる「マンモスの如き」巨大な姿をもつて迫つてくるにちがいない。そしてそのマンモスの巨大な姿のまえに、農民は摺伏するのであらう。

一方、農村に対するマス・コミュニケーションの贈り手たちも、「誤つた偏見 (Vorurteile) は、その偏見に囚われたものをして、しばしばその偏見を確かめ (Bewahrheitung) ようとする行動に陥り立てることがあるように」、その力を無意識のうちに濫用する。そしてこのような濫用が広く起り得たことについては、農民たちのマス・コミュニケーションに対して感ずるめずらしさ (Neuheit) と、自分たちの間にあるものとは、全く構造を異にする状況 (Verhältnisse) に対する彼等の印象の新しい (die Frische seines Eindrucks) とがその根拠になつたのである。<sup>(3)</sup>

註(一) 「近代的新聞は本来的に都市のもの (urban instruction) であらう」とは K・ヤングの指摘したところである。K. Young: *Social Psychology*, 1944, p. 463.

ヤングは、結合された共同の意志の第三の形態として、精神的なものを考へ、個別的には信仰 (Glaube)、全般的には宗教 (Religion) を意志形式とするダイナミシヤントと、個別的には連説 (Lehrmeinung)、全般的には世論 (Öffentliche Meinung) をそれとするゼレルシヤントとを区別した。そしてその世論の本来的な手段 (器官) として新聞の機能を論じている。ここにヤングがあげた新聞をラジオのばあいのニュースとおきかえうるとすれば、そしてこの農村をかりにダイナミシヤント的な社会とすれば、本文の所論は、この二つの意志形式の衝突・交錯がもたらすところとも見られよう。

F. Tönnies: *Gemeinschaft und Gesellschaft*, 移之原を「註」三二〇頁～三二四頁。

(2) G. Simmel: *Philosophie des Geldes*, *Vierte Aufl.* 1922, S. 220. 傍見註「四二五～四二六頁。但し註文は訂正した。

(3) マス・コミュニケーションが農村に及んで發揮する威力について、ある論者は「その報道の真偽を確かめるこ

とができ難い」から、「それのできる都会におけるよりも」そう強く恐るべきもの」になると説明している。(南博稿「マス・コミュニケーションの魔力」)『思想』昭和二六年六月号、五六―七頁)。しかし、報道さるべき事件そのものは、清水幾太郎氏も言つたように、いわゆる「神とコップの間」にあるわけだから、都会においても農村と本質的には同様で、いずれもその真偽を確かめ得ないものであるはずだ。従つて農村におけるマス・コミュニケーションの魔力の根拠について、上の論者のように説明するのは、事柄の真相に迫つたものとは言えないと思う。

\* 清水幾太郎著『ジャーナリズム』及び『社会心理学』参照。

### (5) 経済・市況放送——狙いは実ははずれる

とくにこのプログラムをとつたのは、この調査村がマユ・蔬菜などの高度の商品作物を主作物にしているで、この場面で或いは農民に対するラジオのスピード性・報道性が、実生活のうえに生かされるかもしれないことを期待したからに外ならなかつた。

しかし私たちの調査の結果は否定的な答が多く、例えばマユや米の値だんをニュースによつて聴くものは比較的少なく、むしろ新聞を媒体にしている傾向が強い。数字は耳で散まんに聴いても身につかないのであろう。或いは甲府における毎日の蔬菜の市況が放送されていたが、これに対しては「値段のことなどラジオの言うことを信用しない。実さいの仕切り値とラジオの言う値とがくい違うことが多いからだ」ともいう。ラジオが一七〇円だというので、それにひかれて市場にもつて行くと一五〇円だつたりして大いにはがつかかりして帰つてくる。「ラジオは市価より二〇円高く言つて集荷するための商法をしているのではないか」と。しかしこの後者のばあいはこの村人の言分は時間のズレを考慮に入れないようだからこちらの方がムリだ。しかしたとえ僅かでも実さいは蔬菜やモモの出荷のばあいのよう

に、変動の激しいしかも各人で出荷の自由のきく農産物については、市況ニュースがある程度出期日時を決めるとき  
のメドを提供していることは注目されてよいであらう。

一方、それよりも長期的な問題や直接各人の自由にならぬ（取引条件なので）ものについては一向関心がない。例え  
ば米価問題、マニ値などはそれ程気をつけていない。仮りに気をつけても、それは例えば「浜糸の相場がいくらいく  
らだというから、仕事にハリ合いがでる」というようにたんに気分上にとまり、具体的にそれによつて例えば掃立量  
をいく分かでも余計にするとか、人を新たに雇うなどというような行動にまで変化を与えるほどの力はないようであ  
る。むしろ前にも記したように、桑をとりこむのに都合のいいように、天気予報に聴き耳を立てるのだ。零細な農家  
経営では自然の変動に対するようには、価格変動に対して敏感であり得ないのが当然であり、又それに対応（adjust）  
する幅も極めて限られているから、こうした事情は止むを得ないであらう。

もつとも、一方経営外的条件に適応する若干の余裕をもっている農家——大たい少数の上層農家に限られるのだが——  
ももちろんある。そして彼らは例えば、シェーレに関する学者の放送を注意して聴いていた。そして曰く、

ラジオである農村問題の先生が言っていたが、百姓のつくるものは安くなる、逆に買うもの、肥料や農機具などは  
高くなる、ということ、農民はいまの世の中じゃ救われぬそうだネ。たしかシェーレとかいうのだそうだ。成程  
そう言われてみるともつともで、近頃はとくにひどくなつてきたネ。だけれど、それはたしかにそうだろうが、百姓  
がそうしてみんなつぶれてゆくとしたつて、この村では下のものの方からぶつつぶれてゆくにちがいない。まずわし  
らのところなどは、何とか生きのびて行くサ。つぶれるとしても、一ばん最後だネ。

マイクのままに立つた学者先生は、恐らく資本主義の下における農民の運命、シェーレということはその一つのあ

らわれであること、——そして仮りに定石通りにゆけば——農民は自分たちの利益をまもる為めに団結しなければならぬ……と一生けん命にしゃべつていたかも知れないのである。しかるに、「笛吹けど踊らず」。この聴き手は村のなかの自分の椅子に座つて村のなかの下の同僚の運命と自分のそれとを見比べ、安んじてあごを撫でていたというわけ。いやそれどころか、これを一つのキツカケとして、自分ひとりの保身の途を一生けん命に探し実行しているのだ。乳牛を飼ひ、果樹を植え、多角化し……。それはもちろん結果としては、いわれた「農民の団結」を裂き、農民間の分化と競争とに拍車をかけるはずであらう。これは、私がさきに「反応分析の問題」の個所で例にひいたいわゆる藪蛇効果の一つの適例であらう。

ともあれ、こうゆう対応の仕方を実さいにできる農家層はごく限られているわけで、一般の人々は、まさに「ハリが出る」という程にしか対応でき得ないので。従つて彼ら多くの人々は、こうした自分たちの動かし得ざる——と観念している——与件（ここではマヌ値や米価）に關するニュースは、いわば「茶呑み話」の材料とされて、これに向つて自分たちの行動を起し規定するニュースとはうけとつていないのである。これはマヌ値などに限らず中央政界の情勢、国際政局の動きなどのニュースに關しても全く同様で、農閑期の駄弁の話題とはされてもこれは決して人々を起し上らせなどはしないのだ。実は彼らの生活にとつても大きな關係をもつている、この大社会のニュースは、かくて大たいのところせいぜいの所、人々のお茶呑み話の材料を提供するに止まるという悲しき運命に陥つてゐる。

放送人も私たちもラジオに「生産的」な機能をもたせたい、——娯楽プロのような消費財的役割ばかりでなく——という念願にもえて、恐らく相当の期待をこめて行つてゐるこの種のプロが、かくの如き哀れな末路を呈するのは、もちろん聴取者である農民のおかれてゐる社会的・経済的な生活現実がその根本制約条件となつてゐることは明らかだとし



でも、私たちは、ここに、ラジオをそれだけによつて真正面から農村の向上のためにと一歩邁進するときと一歩邁進するときに直ぐに打ち当らざるを得ないワク、限界を、まことに鮮やかに教えていると思わざるを得ないのである。

(6) 農業講座——馬耳東風を克服する途はないか

養蚕講座、特産物講座など相当力をこめたローカル・プロがローカル放送局から放送されているし、全国中継でも農業講座がある。また青少年の時間などのいわゆるインフォーメーション番組も若干ある。しかし、われわれの調査結果によると想像以上にこれらのプロは聴かれていないようである。

NHK文研による調査によつても、第七表のようにこの種のプログラムに対する関心はうすいと思わざるを得ない。もつとも、一般家庭の九割はふだん第一放送にダイヤルを合わせているといわれるから、第二放送に多いこれらのプログラムへの関心が自ら薄くなるのも、当然である。この表にもその点が強くあらわれている。なお、この種の番組としては、「大体きいている」率はこれでかなり高い方だという。(前掲、黒野稿「農村のラジオ聴取者」)。しかし、このデータそのものは、われわれの村での見聞に比べて、実さいよりはるかに農民の方で掛値した答が示されているように思われる。

第7表 農事番組に対する農業層の関心度

番組名	第1, 第2放送の別	放送時刻	番組のこのあたりのことを知らない	大体知っている
新しい農村	第1	后 8.30	19	43
農家のいこい	第1	后 0.15	15	51
早起鳥	第1	前 5.35	12	47
若い農民	第2	后 6.30	44	9
農業講座	第2	后 10.30	36	15
季節の家庭仕事	第2	前 8.15	47	9

1. NHK放送文化研究所調査、1951~2年頃のもの。
2. 黒野稿「農村のラジオ聴取者」(『放送文化』8の3)による。

また、こうして聴いた番組が、どれ程農民を動かす衝撃力を獲得しえたかについては、第八表の如き調査がある。彼に立つ「知識」を得たケースは約四割近いが、実行への刺戟となり得たケースは一割に満たない。これは放送内容にかかわるところはもちろんあるとしても、ラジオというメディアそのものの限界がここに顔を出しているのではないかと思う。これについては後述、第六章「コミュニケーションの広場におけるラジオの役割」を見よ。

もし、ラジオを公共の利益のために、或いは農村文化・農業生産力の増大のために役立てようと思すならば、このデータは問題にされねばならぬ。一体何故であらうか。また聴かれ、実行されたとしても、その受け取られ方はどうなっているか。

(a) その放送形式の問題

ラジオがもともと細密な論理を伝えるには不向きな媒体であることは前にも述べたところであるが、ことに聴き手はこのばあい後述のように最もテンポの遅い、リズムの異つた農民である。余程内容をかみくだき温かな「ラジオ的な形」にもりこんで放送しなければとうてい彼らの耳には入りこむことはできないであろう。そしてここにさまざまな放送の形を工夫する必要がでてくる。(後述の「ラジオの形式の章」参照)

第 8 表 ラジオは実行への動機づけとなるか

(1) 役に立つ知識が得られた場合

	大いに知り得た	少しは知り得た	何も知れなかつた	無回答
新しい農村	38.2	54.8	4.8	2.2
早起鳥	38.0	54.9	5.5	1.6

(2) この放送で知つた事柄を実行した割合

	実行したことがある	少しはある	ない	無回答
新しい農村	8.4	22.8	65.9	2.9
早起鳥	8.5	23.2	65.2	3.1

「農業講座」は実行への動機づけとなつたか—  
—第4回農村パネル調査から、NHK『文研月報』3の8、昭28年8月刊、による。

(b) 「帯に短し、たすきに長し」

講演会や講習会のはあいならば、聴衆は話し手の目前に見えているから、ときに応じて彼らの反応を吟味すれば、その話の理解の程度や欲求などがわかり、やりようによつては active audiences (生きた聴衆) と化さしめることもできる。<sup>(1)</sup> また主婦、青年、経営主というように聴衆が限定されているばあいもあつて、話しの内容をそれぞれの情況に應じて調整してゆくことが可能である。ところがラジオによるばあいには、第一に相手の顔や挙動が見えず、相手の反応も伝わつて来ないし、第二に聴取者の性質も事実上それ程はつきり限定されていないのが常である。(青少年の間、農家の時間といつても、その時間にはほぼすべての家の一つのラジオセットが鳴るのであるから、一義的に「聴取衆」の性格がある一定のワケ内のもので規定してしまふことはできるわけがない。)

従つてこうした点からして、当然、平均人の平均的関心を想定して行わざるを得ないから、話しの内容がともすれば対象のはつきりしない、ごく「当りさわりのない」概論通論的なニュアンスを帯び易いのもムリはないと言わねばならぬ。

しかし、こうした態度はことに「個別」「具体」を求め、「何村の何兵エがどこのどの田んぼで」といわれないと——「ある村のある農民が」ではダメ——身につまされてピンとこないところの農民にとつては、きわめて力弱い効果しか生み得ないであろう。例えば調査中に珍しく「養蚕講座」に対する反応があつた人がいたが、彼の言うには「一生けん命に話をしてくれるけれども、何十年もお蚕を飼つている農家としては、ああゆう話は大体もうわかつてゐる。そうかと言つて学理の難かしい話は、わかり難いしまたそう聴き度いとも思わない」と。つまり「帯に短かし、たすきに長し」だというわけである。このことは篤農家といわれるような優れた技術の持主と、然らずして低い技術の持主

とが一齊に同じ講話をきくときにも、同様あらわれる難点である。いわば六年生から一年生まで同じ教室に入れて同じ話を聴かせようというのだから難かしいにきまつているだろう。

このような難点を救うためには、或る特定の、ことにインフォームーション・プロや教養番組について数種の段階のものを準備し、<sup>(2)</sup>対象の分化に応じてプロの内容も(形式も)分化させることが差し当り必要であろうが、そして事実ある程度実さいにも行われていること周知の通りであるが、まだまだその巾がせまくて一年生に六年生の講義を聴かせ逆に六年生に一年生の話を聴かせようとしていることが、多いように思われる。世界の放送界で有名な、イギリスのBBCの第三放送が、聴取者の知性と芸術鑑賞力を信頼して、一流の学者芸術家文化人による、高級な教養講座のプログラムを流して、ラジオがたんなる報道と娯楽の機関ではなく、高度の文化的内容を伝えうることを遺憾なく実証したことをここで想起せねばならないと思う。<sup>(3)</sup>

註(一) K. Young: *Social Psychology*, pp. 399~40a. 「聴衆の性格と心理」はそのさまざまな方法と社会心理的分析を記述して 590。

(2) G・ジムメルの指摘した通り、人は社交場裡にあらわれ、つき合い関係に入りこんでいるとき、例えばいわゆる娯楽プロを聴いているばあいなどはそうであるが、そのときは最も低い人間の関心の線で人々が一致するのである。大学教授も土工もここで一線に並ぶ。従つて娯楽プロのばあいは、どちらかと言つと、教養プロに比べると、分化させる必要は、はるかに少ないと言つても可い。

(3) 『文研月報』二号、一九五一年六月刊。「BBCの第三放送、最近の番組企画から」参照。

しかしこの際注意されることは、後にも述べるような事情から、わが国ではむしろ六年生向きの話に重点がおかれ勝ちで、実は最もラジオによる啓蒙を必要としている——他のメディアでは入り込めず、或いはそれを現に手に入れ

ていない人々——ヒョータン型文化成層の底の部分に近い人々、つまり多勢の一年生には縁遠い存在となり易いということである。

今日の農村の進歩のうえにラジオが果すべき役割からすれば、まず一そたすきの長さまで切り捨ててしまふ英断を望むことはまちがいであろうか。それが自ら、六年生向きの高級プログラムを純化発展せしむる機縁にもなりうると思ふのである。

(c) 「忠ならんと欲すれば孝ならず」

上のべたことと裏腹の問題であるが、農家と一口に言つても実にさまざまなことは成る程事実ではある。しかしさまざまな条件にとりかこまれているとしても、彼らに自己の条件を抽象化し、或いは排除(エルミネート)し、「自分から離れたところにおいて、ほかの知らないものつもりでわが物にする」<sup>(1)</sup>つまり自分の関心を概念化し抽象化してつかまえる力(或いは思考慣習)があればよいのであるが、多くのばあい農村の人々にはこうした力と慣習とに欠けている。従つてプログラムのなかに当然あらわれざるを得ないところの具体的条件のさまざまなちがいは、そのまますべての関心の差異となり、<sup>(2)</sup>他者(僅か抽象化すれば自分と同様であるのに)への甚だしい無関心が支配してしまう。例えば五反百姓は一町農家の話や技術には無関心、A村の人はB村の出来事には我不関焉。こういうぐあいである。こういう受け取り方では、内容を加工し自己のものとして体得することができないことは言うまでもない。<sup>(2)</sup>

放送文化研究所がプログラム分析機(アナライザー)を用いて、酪農に関する現地録音を主要内容とした「新しい農村」の反応を調査したところ、次のように、農民はごく限られた地域の出来事のみ<sup>ボク</sup>に注意を払い、逆にたんに土地がちがうということ、いまままで縁がなかつたということだけで、注意をそらせてしまうことがわかつた。分析者はこう言つている。「……意識の

鮮明さは国よりも村、村よりも部落、部落よりも家という、これらの人々にとつても思考の単位がやはり家より拡げることが困難だということである。潮来町だけでなく、他の村の事情もひき合いに出してもらいたかつた」ということは、こうした意識を裏に背負つたことばであり、「農家の共通の苦しみを感ずること」よりも、「話をもつと具体的にしろもらいたい」という感じをよけい強くもつわけてある。」(放送文化研究所刊『放送文化』、三の五、一二頁)

しかし現実にはこうした聴取者層が想定されるとすれば、放送はできるだけローカリテイに富み、できるだけ具体の細かに、その内容を盛らねば吸着力を獲得し得ないであらうことは、想像に難くない。中央局とちがつて地方局は或る程度はそれのできる可能性が与えられているのであるから、今後一層この方向への努力が重ねられるべきであらう。すべてを狙つた百発がすべてのを外れるより、一発ずつ的を射てゆくのも、一つの行き方ではあるまいか。この意味で長野県の信越放送で、ひじように評判よく聴取率の高かつた「明日の農作業」のプログラムのモチーフは、なかなか参考になる。(3) 次の一例をみよ。(傍点・著者)

農家の皆さん、明日のお仕事の予定はいかががでしょうか。

今晩は埴科地方の農家の方に申し上げます。

明日は日中雨になりそうですから、その前に、野菜の追肥をやつて下さい。雨になつてすぐ効目がでてきます。

それから、追肥をやる前、野沢菜やホーレン草に、軽中耕をしてやつて下さい。今年の野菜は、とてもよく育つておりますが、少し雨が多かつたので、土がしめりすぎえています。

ここで中耕をしようと、もつとよくなります。

埴科郡五加村の改良普及員の飛田さんはホーレン草に中耕をしようと、とても成績が良いと申しております。では、昭和電工の明日の農作業を終わります。(長野県農文協・堀越久甫氏・スクリプト)

と言つても、あまりに具体的あまりに地方的に傾くと、そのままではそれに比例して他のそれにタッチしていない聴取者から離れることは当然だ。さらにもつと本質的な問題は、こういうモチーフをつづけることによつて聴取者をせまい地域のせまい関心に閉じこめてしまうことにならぬか、また前述のように、遂に眞の知識、能力を体得し得ないのではないかという心配がある。

聴衆のいまの現実の prepositions に最も忠実であらうとして、プログラムを具体的にしようとする、聴衆を現在に固定停滞せしめる結果を生むし、さらばといつて、それを引き上げる方向の努力が急すぎて一般的抽象的になつても、徒らに聴衆から離れて馬耳東風と化す。「忠ならんと愁すれば孝ならず、孝ならんと愁すれば忠ならず」。思うにこうした二律背反は、ラジオのばあいに限らず、あらゆる教育問題の一つの基本的な課題として、学校教育にも、普及事業にも、或いは農政施策のばあいにも（農民に甘えて米価を値上げするばあいはその一例）、たえずあらわれてくることである（例えば、バートランド・ラッセル『教育と社会体制』の所説をみよ）。

聴いている民衆のなかに、技術、文化の鉱脈を探索し、なから、掘り出すという努力の方向こそが、この二律背反を解決する唯一の途であるようだが、教育において文芸運動において、ことにラジオの如き間接的接觸によつて、このことがいかにして可能であるかは、最も大きな課題として残されているように思う。<sup>(4)</sup>

註(1) カルル・レビン『ヨーロッパのニヒリズム』（柴田治三郎訳）による。

(2) 「手間のかからない麦作り」（農業講座）という番組を、農村パネル調査の対象とした分析（『文研月報』、昭二九・一二月号）によると、聴取者農家の経営面積の大小によつて、話の重みの受けとられ方が若干異つている。これは経営規模の大小が——話の内容であるところの——手間のかからぬ麦作りのそれぞれちがつた方法と直接関連しているからである。

(3) このプログラムはのち、都合によつて信越放送でとりやめたが、NHKがこうしたモチーフのもとに、同じ題名で現在放

送している。

(4) 例えば、山代巴稿「農民の文学意識」(岩波講座『文学』第二卷所収)は、この点最も示唆に富んでいる。私自身の考え方は次の機会にゆずらざるを得ない。

(d) チョイチョイ耳学問

ある農家の主人から聴いた話である。

ムギの温湯浸法に関する「早起鳥」の農事メモをきいて、早速実行してみた。ところが湯の温度は約五〇度のお湯とだけ聴き覚えて、どのくらいの時間浸しておくかは聴きもらなかったか、或いは聴かされなかつたので、五〇度まで風呂の薪をもやしたまでではどかつたが、さてラジオでいつていた温度になつたわい、と安心してそのままねてしまった。薪は人なき間も燃えつづけて、遂にムギの種子は死んでしまつたという……。

いつもあわただしく、落ちついてしつかりした本をよむ時間も気もちも合わせ難い農家は、それでも何とかして、うまい話を知りたいと願っている。だから農家の勉強のしぶりは、えてして、うまい話をチョイチョイ小耳にはさんではすぐやつてみるというふうに傾き易いのもムリはない。一方ラジオの農事番組から普及員の部落座談会、新聞の農事記事……にいたるまで、こうした農家の欲求に応えるように、明日すぐ役に立つ、チョイチョイ知識の断片を懸命になつて供給しようとしている。

こうした知識はいうまでもなく、どの一つをとつてみても、それ自体決してまちがえではないにちがいないのであるが、この正しき断片をその一点としてとり入れるべきセットが完成されておらず、又それをパランスのとれたセット全体のなかにこなし組み入れうる主体の側の能力、姿勢が用意されていないとすれば、結果において誤まつた



帰結を生じうることは、まさに上の例に示されたとおりであろう。いな一そう始末におえないことは、そのコマ切れ知識の生かじりが、「おれは科学を知り、学を得たり」という慢心のもとになつてゐるばあいさえあることである。村の篤農家、科学者と自称他称されてゐる人には、こうした類の「小耳学者」がひじように多いのではないかと考えられる。

ラジオ（あるいは雑誌・新聞また普及員の指導などについてもおなじことが言えるが）は、善意で農民の声を聴き「役に立つ」技術を伝達しようとしてゐることは疑う余地はないとしても、その結果において、このように麦の種子をダメにし、或いはもつと深刻な問題としては、村の百姓天狗の鼻を一寸さらに継ぎ足す役割を果したにすぎぬとすれば、マス・コミュニケーションの送り手の単純な善意の動機は、きびしく反省されねばならないと思うのである。

そうかといつて、例えば「農事メモ」をやめて植物生理学や栽培学の如き「原理」を内容として伝達し、教育すれば、それでこうした難点が解消するわけではさらさらでない。ここには前述に注意したような二律背反が同じく存するからである。むしろ、「役に立つ」知識技術を求める農民の声に残らず答えようとする姿勢を押しつめ、追いつめていつたその果てに、こうした難題が解けうる一すじの道が見えるように思うのであるが……。

(e) 農業技術プロへの注文

農事放送の中心は何と言つても、「どうして作物を増収するか」という農業技術である。そしてこれに多くの専門家たる技術者たちが出演してゐる。

しかし当然なことながら、農民はたんなる植物学者の卵でも技術者でもなく、もうけて「けつきよくは楽しく一家を暮し度い」という関心の塊りなのである。技術の知識を求めるのはそのための一つの手段を得たいからに他なら

ない。従つて技術の話には、できるならば経済的見透し、費用などを織り込んでおくべきであらう。こうしたメドがないと、技術の放送も徒らに村の物知りに自まんの種子を一つ増やしてやる結果に終るかもしれないし、ばあいによつては、混乱を惹き起す可能性さえあること前述の例の如くである。われわれは、この反応分析の章の最初に掲げたX線に関するラジオ講話が、人々を不安にまきこんだ例を知っているが、この話は決してアメリカの対岸に起つた火事と視ていてはすまないことだと考へる。いずれのばあいも——あのばあいにK・R・マートンが指摘したように、専門家が、一般の人々、従つて素人の考へ方と生活とを忘れ易いところに、その危険性が潜むことを想起すべきであらう。(未完)