

# 冷戦期における VOA のリスナー調査

— 日本語放送を例に —

井川 充雄

## 1. 問題の所在

総力戦となった第2次世界大戦においては、実際の戦闘と同様に、場合によってはそれ以上に心理戦（Psychological Warfare, PSYWAR）が重視され、新聞・雑誌などの出版物、ラジオによる放送、パンフレット・チラシ・ビラなどの頒布など、多様なメディアがそれに動員された。なかでもラジオは、戦闘中の敵国に対して、ダイレクトに侵入できるメディアであるだけに、枢軸国側も連合国側も重要視した。日本は、「ゼロ・アワー」というタイトルの音楽と喋りを中心としたラジオ番組で、連合国軍兵士に対してプロパガンダ放送を行い、その女性アナウンサーがアメリカ兵たちによって「東京ローズ」と呼ばれた話は有名である。同様に、アメリカも日本をはじめとする敵側の兵士に対して、公然・非公然のラジオ放送を行い、戦意の低下を図ろうとした<sup>1)</sup>。

第2次世界大戦終結後、国際情勢は、米ソ対立を基軸とする冷戦体制へと移行するが、そこでは、ますます心理戦が重視された。というのも、第2次世界大戦を終結させた原子爆弾の登場以降、究極の兵器である核兵器を双方が使用すれば、人類にとって壊滅的な状況になることは明らかであり、そのため、その後の戦争は仮に実際の戦闘が行われる場合でも限定的なものにならざるを得なかったからである。朝鮮戦争においても、アメリカのトルーマン大統領は、核兵器の使用を最後まで認めず、中華人民共和国への核攻撃を進言するダグラス・マッカーサーを総司令官から解任した。冷

戦期、アメリカは、いわゆる「封じ込め政策」を採用することによって、ソ連及び共産圏諸国と対峙した。そして、「鉄のカーテン」の向こう側に対して敵対的なプロパガンダを行うとともに、同盟国や中立国に対しても、支持や同調を獲得し、国際世論を味方につけるためのプロパガンダ活動や「広報外交」（public diplomacy）を活発に展開した。そのための機関として、アメリカは、アイゼンハワー政権下の1953年8月、USIA（United States Information Agency）を設置した。

今日、内外で冷戦の見直しが進んでいる。従来、こうした分野は国際政治学、国際関係論の文脈で捉えられてきたが、ポスト冷戦期といわれる現代において、その射程は、政治、経済・産業分野にとどまらず、文化や社会変容に広がっている。ここでは、冷戦が世界社会における文化・社会変容にどのような影響を与えたかが問われている。とりわけ、アメリカの文化進出は、「アメリカニゼーション」として捉えられ、「文化侵略」・「文化帝国主義」<sup>2)</sup>と非難を浴びながらも、「自由」・「進歩」・「発展」といったポジティブなイメージをまもってきた。こうした「アメリカニゼーション」は、アメリカの対外広報戦略と結びついたものであった。

ところで、こうした冷戦下における国際ラジオ放送は、どのようなリスナーによって聴取され、それがどの程度の効果を持ったのであろうか。アメリカでは、より効果的なプロパガンダを行うために、さまざまな効果測定のための調査を実施し

たし、その調査方法そのものの洗練を図った。そこには多くの社会学者が参加して、社会科学的な知が動員された。本稿は、こうした国際ラジオ放送のリスナー調査の変遷の一端を、アメリカのVOA日本語放送を事例として明らかにしようとするものである。こうした試みは、決して価値中立的ではない社会科学そのものの社会的編成のあり方を歴史的に問い直すことになろう。そして、マス・コミュニケーション研究、さらには社会学における調査研究の一潮流を捉え直すことにもなる。

## 2. 戦後のVOA日本語放送

はじめに、USIAについて簡単に紹介しよう。

アメリカは、第2次世界大戦終結後、トルーマン政権下で国際情報政策の見直しを行った。そして、それにつづくアイゼンハワー政権は、1953年8月、国際広報部門を強化するために、「合衆国の目的や政策を他の諸国の国民に広め、合衆国の指導者に外国の世論を伝えること」<sup>3)</sup>を目的として、USIA (United States Information Agency) を設置した。なお、USIAの訳語として、日本では「広報庁」「情報庁」「広報文化局」などが用いられてきたが、本稿ではUSIAと呼ぶこととする。

USIAは、「自由」「進歩」「平和」といったアメリカの好イメージを外国に普及・拡大することを使命とした。それまで、こうした機能は国務省におかれていたが、アイゼンハワー政権は、対外宣伝活動を強化するために、これを独立の機関としたのである。USIA長官は、正副大統領、国務長官、国防長官らから構成される国家安全保障会議(NSC)のメンバーとして、重要政策決定にも参加した。

USIAの主な活動は、外国における図書館・情報センターの設置と運営、VOA (Voice of America) の放送、各種展覧会の開催、外国新聞社・通信社向けの情報提供、宣伝映画・テレビ番

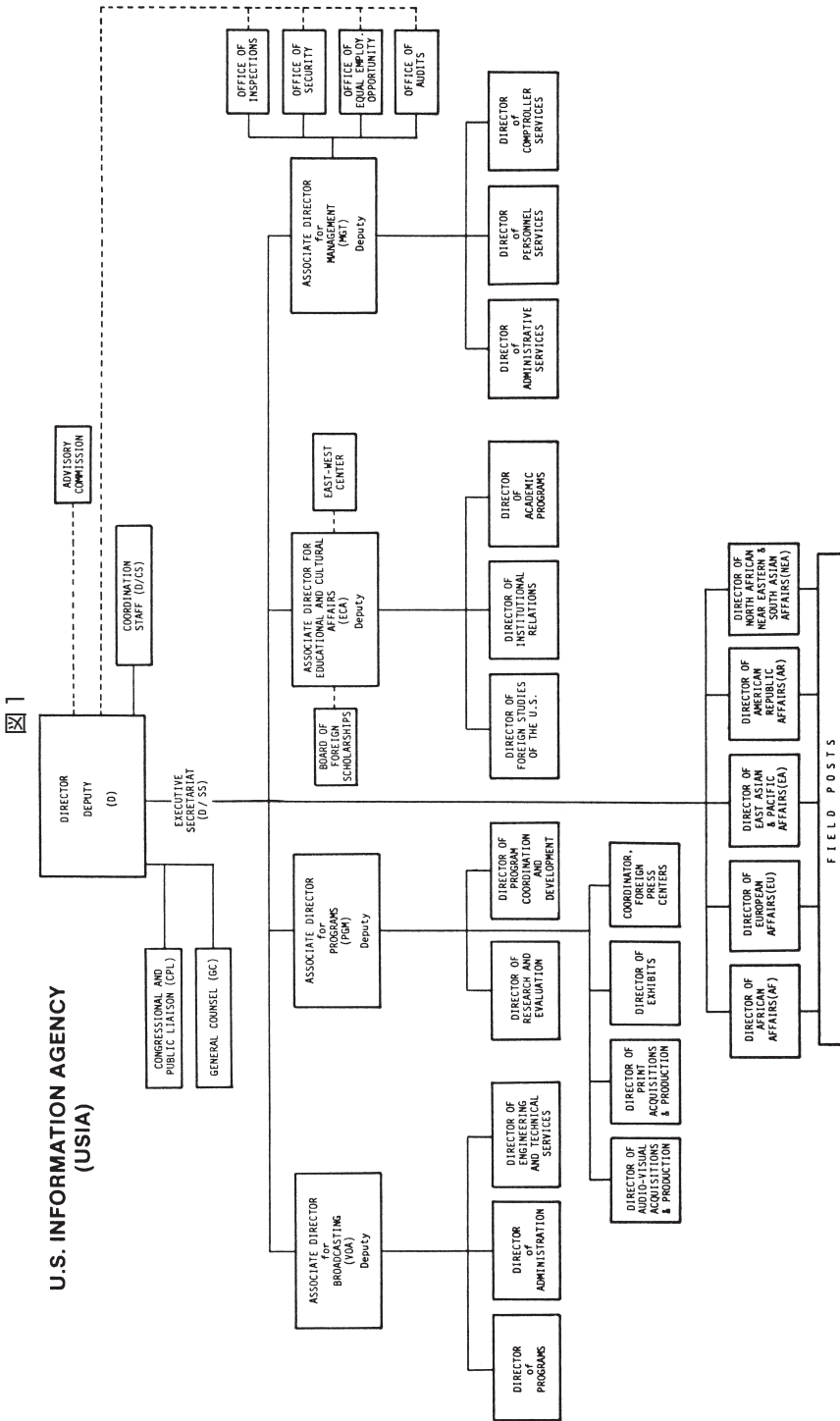
組の制作、諸外国の対米世論の測定など多岐にわたっていた。冷戦構造の固定化が進む中で、東側共産圏諸国向けの活動が強化されたが、日本を含む西側諸国や第三世界に対してもアメリカのリーダーシップを確保するために、さまざまな活動が展開された。また、こうした目的の遂行のために、各国のアメリカ大使館・領事館などに出先機関として設置されたのがUSIS (United States Information Posts) である。

なお、USIAはカーター政権下で、一旦、International Communication Agencyと改称され、さらに冷戦終結を受けて、クリントン政権下の1998年に国務省に統合された。

図1として、USIAの機構図をあげる。これからわかるように、VOAの放送を行う部署 (VOA) とは別に、プログラム担当の部署 (PGM) の中に、その効果を測定し、評価するための部門 (Research and Evaluation) が設けられている。すなわち、放送を行い、その効果を測定・評価し、そしてそれをより効果的なものに改善するというサイクルが組織的に行われている。また、効果測定・評価部門が得たさまざまな知見のうち、重要なものはより高位の部門にも提供され、政策決定にも用いられた。

さて、冷戦期のアメリカの「広報外交」については、近年、研究が進んでいる。例えば、USIAの職員であったNancy Snowの『プロパガンダ株式会社—アメリカ文化の広告代理店』<sup>4)</sup>の他、近年ではLaura A. Belmonteの*Selling the American Way*<sup>5)</sup>や、Nicholas Cullの*The Cold War and the United States Information Agency*<sup>6)</sup>などが、冷戦期のアメリカの対外広報活動の実態やUSIAが果たした役割を、かなり体系的に論じている。また、日本国内でも、渡辺靖『アメリカン・センター』<sup>7)</sup>などの研究が登場している。

また、筆者も、これまで「朝鮮戦争におけるアメリカのプロパガンダ放送とNHK」<sup>8)</sup>や、「戦後VOA日本語放送の再開」<sup>9)</sup>でVOAによる日本・朝鮮半島向けのプロパガンダ放送を取り上げ、



(Green, Fitzhugh, *American Propaganda Abroad*, New York: Hippocrene Books, 1988, p.58)

「原子力平和利用博覧会と新聞社」<sup>10)</sup>ではUSIAの活動を分析した。

次に、VOAの日本語放送について概略を説明しよう。VOAの日本語放送は、第二次世界大戦中の1942年に開始され、終戦後、休止された<sup>11)</sup>。

米ソの対立が深まっていった1950年代初頭、国際放送ではソ連のモスクワ放送が時間で圧倒しており、それにイギリスのBBCがつづいた。1950年末の時点では、VOAの放送時間は、モスクワ放送の半分にも満たなかったが、その後2年の間に、VOAは、放送時間、使用される言語数などを拡充した。これは、冷戦の進行、朝鮮戦争などの勃発を受けて、モスクワ放送や中国の北京放送に対抗する必要があったからである。

1950年頃から、国務省やUSPOLAD（アメリカ政治顧問団）の内部からVOAの日本語放送再開の提案が出され、次第に構想が具体化してきた。短波による放送は、NHKから3名のアナウンサーがVOAに向出し、講和会議の開催に期を合わせ、1951年9月に開始された。しかし、当時の日本には短波受信機が少なく、聴取者はそれほど多くはなかったとみられる。そこで、VOAは、NHKや民放に対するさまざまな放送素材やパッケージ番組の提供、「番組交換」にも力を入れた<sup>12)</sup>。

### 3. VOAのリスナー調査の方法をめぐる初期の議論

*Public Opinion Quarterly* 誌の1952年冬号は、国際コミュニケーションを特集し、ラザースフェルド（Paul F. Lazarsfeld）、ラスウェル（Harold A. Lasswell）といった当時のアメリカのマス・コミュニケーション研究を代表する研究者たちが寄稿している<sup>13)</sup>。ラザースフェルドは、限定効果論の嚆矢となる「コミュニケーションの2段の流れ」論で知られており、ラスウェルは、「環境の監視」などを説いたマス・メディアに関する理論が著名であるが、彼らは戦中にはプロパガンダ研

究に従事し、ドイツや日本の強力なプロパガンダに対する対抗策を検討した<sup>14)</sup>。

*Public Opinion Quarterly* の特集号に掲載された彼らの論稿は、冷戦体制のもとにあることを色濃く反映している。すなわち、ラザースフェルドは、国際コミュニケーションの分野では、実際の政策と科学とは双方向の関係にあるべきであること、すなわち、合衆国の政策決定と社会科学が相互に貢献しあうべきだと結論づけている<sup>15)</sup>。他方、ラスウェルも、国際関係においては、コミュニケーション戦略は、外交、経済戦略、軍事戦略に並列するものとした上で、コミュニケーション研究を世界の統合（unification）のための道具となるものと位置づけている<sup>16)</sup>。

この特集号には、彼らの総論につづき、計21本の論文が掲載されているが、リスナー調査に関するものとしては、ヘルツォーク（Herta Herzog）<sup>17)</sup>による「VOAへのリスナー・メール」などがある。彼女によれば、リスナーからの投書の内容分析することは、表面的で代表性には欠けるので、オーディエンス研究においては補助的なものではあるが、1. 他の方法に比べれば経済的であり、2. 番組内容の変遷と組み合わせると時系列的に分析すれば、リスナーのVOAへの期待や態度の所在がわかり、3. 国際比較をすることで、オーディエンス全体の違いを明らかにできるとしている<sup>18)</sup>。

また、首都ワシントンDCにあるアメリカン大学の社会科学研究所（Bureau of Social Science Research, The American University）はUSIAの委託による一連の調査研究を1952から53年にかけて発表した。このうち、本稿と直接関わりの深いリスナー調査に関する論文「ファン・メール効果測定におけるその使用」は、USIAの出版物やラジオ・映画等に対するリスナーからの手紙は、メディアとリスナーをつなぐ機能だけでなく、それを分析することによって到達範囲のサイズや特徴を知る手がかりが得られ、筆者の態度や意見、嗜好、動機、反応がわかるとしている<sup>19)</sup>。

以上からわかるように、アメリカが冷戦体制にあうように国際コミュニケーション、あるいは広報外交に関する政策を修正し、確立した1950年代前半において、アメリカの社会学者たちも、その政策樹立に大きく関与していた。とりわけ、コミュニケーション研究におけるリスナー調査の技法が実際のUSIAの活動に採り入れられ、VOAの放送時間や内容の改善にも用いられたのである。

#### 4. VOAのリスナー調査活動

では、こうした分析視点は、実際にはどのように活用されていたのだろうか。VOAは、そのプロパガンダ効果を測定するため、当初からさまざまな調査活動を行った。そこで、VOA日本語放送に関するUSIA内での調査研究を用いて、調査方法の変遷をたどることにしよう。

##### 4-1 モニターの利用

VOAでは、世界各地に現地モニターを配置し、定期的に聴取状況を報告させている。

1953年11月の報告書によると、当時、日本語放送のモニターは8名で、その属性は次のようになっていた。職業別では学生3名、教師1名、技術者2名、労働者1名、無職(主婦)1名、性別では男7名、女1名であった。また、年齢は17歳から29歳までで、地域的には北海道から福岡まで点在している。モニターは、標準化された様式にのっとり、その日の放送の電波受信状況や、話し方のテンポ、言葉づかい、番組内容などに関する7項目についてのレポートの提出が求められた。実際、1952年11月と翌年1月の2カ月間に182通のレポートが提出された。これは、1回の放送についてほぼ3通の割合となる。レポートの内容を見ると、どの項目もおおむねよい評価を受けている。話し方のテンポ、言葉づかいに関するコメントはほとんどなく、番組内容についてもどのジャンルの番組もおおむね好意的に受け止めら

れ、例えば、ニュースについてもタイムリーだと評価されていた<sup>20)</sup>。

こうした現地モニターからのレポートは、そもそも放送がきちんと受信できるか、ジャミングを受けていないかといった技術的な観点のチェックから、番組内容に関する感想まで多岐にわたっていた。モニターは、年齢が若年層に偏っていた他は、おおむねさまざまな職業・居住地から選ばれている。ただ、どうしてもモニターからのレポートには人数に限りがあった。そのため、受信状況の定期的なチェックには役だったが、内容面のコメントはどれだけ一般のリスナーの声を代弁しているかは、つかみきれなかったものと考えられる。

##### 4-2 リスナー・メールの分析

戦後のリスナー調査活動で、最も初期から用いられたのが、リスナー・メールに関する分析である。まだ、日本語放送が再開される以前にも、英語放送に対して日本人からのリスナー・メールが来ていた。すなわち、「VOAの英語放送の日本人リスナーからのメールは、1950年上半期には533通あり、1949年下半期の269通と比べるとおよそ2倍となった。そのうちの1通は、『VOAは私に世界中のホットなニュースを与えてくれます。モスクワ放送は裏付けのない疑わしいニュースですが、VOAは真実のニュースです』(神戸市。原文は英文による手紙)というものであった。他の手紙のなかには、日本語による放送を求めるものもあった<sup>21)</sup>という。

また、1年間を通しての投書数も、1949年は409通(月平均34通)、1950年は1,113通(月平均93通)であったのに対し、1951年は2,967通(月平均247通)と大幅に増加した<sup>22)</sup>。もちろん、9月に日本語放送を再開したことがその理由であろう。

さらに1952年に日本からVOAに寄せられた聴取者からの投書は、日本語5,527通、英語117通の計5,644通と等比級数的に増加した。その内容は、「番組に対する要望」(1,736通)、「その他



の要望」(1,473通)、「放送に対する意見(賛意)」(734通)などが上位であったが、「放送に対する意見(要望・批判)」(398通)もあった<sup>23)</sup>。なお別の資料では、日本からのリスナー・メールは、1952年には約7,500通であったのに対して、53年には約4,500通となっている<sup>24)</sup>。

なお、リスナーからの投書は、直接、アメリカのUSIA本部に送られる場合と、日本のアメリカ大使館気付けで送られる場合があり、USIS東京からのレポートにも、リスナー・メールの分析が掲載されている。1952年下半期のレポートでは、「1952年の7月から12月までの各月に平均700通の手紙やハガキがあったが、NHKによって中継されたアメリカの大統領選挙についての放送では、1,400通の反応がアメリカ大使館によせられた。短波放送に対するコメントは、おおむね好意的であり、放送時間の延長を求めるものが何度も来ている。この要望は、日本の9つの短波リスナーの組織(およそ5,000人のメンバーがおり、多くは学生)からも来ている。」とするものの、日本では短波聴取者は少ないので、日本の放送局との「番組交換」を進めるほうがよいとしている<sup>25)</sup>。

それにつづく、1953年上半期のUSIS東京からのレポートは、リスナー・メールは月800通程度としている。そして、その内容の分析に基づいて、放送時間の変更や番組内容の変更を提案している<sup>26)</sup>。

リスナー・メールの分析は、その後も、継続的に実施されている。1954年の資料では、「第一四半期においては、日本からの投書は、月平均1,353通と多い。しかし、4月に限ってみるとわずか472通(うち、2通は英文)であった。この投書数の増減は、投書を求めるアナウンスをしたかどうかにも左右される。投書内容は特に、目立つものはない」と報告されている<sup>27)</sup>。

ところで、こうしたリスナー・メールの分析は、ヘルツォークが指摘したように、経済的ではあるが、調査方法論からいえば代表性に欠けるという

欠陥を持っていた。しかし、USIA内部では、それ以上に大きな問題が発生していた。それは、リスナー・メールの増加に伴い、その処理が追いつかないという実際的なものであった。1966年には、リスナー・メールに対する対応についての改善策が、USIA内で検討されたようである。報告書によると、1965年にワシントンDCの本部によせられたリスナー・メールは81,758通、各地の支部によせられたものは102,070通の計183,828通であった。しかし、ワシントンによせられたもののうち処理できたのは、49.6%にすぎず、残りは手つかずのままであったという。(なお、地域別に見ると、極東地域から本部によせられたリスナー・メールは8,003通、各地の支部によせられたものは19,763通の計27,766通で、全体の15.1%を占めている。)報告書には、「時代遅れだ」「19世紀半ばじゃあるまいし」といった担当者の嘆きの声も載せられている。その上で、この報告書は、結論として、リスナー・メールの内容をカード化して分類し、必要なものについては返信するためのシステムティックな方式の採用とそのため的人员と予算の増加を求めている<sup>28)</sup>。

このようにリスナー・メールには、リスナーからのフィードバックを得、さらにそれに返信をするというリスナーとのコミュニケーション的側面と、その内容を分析することで番組の改善を図る効果測定の側面があったが、リスナー・メール自体の処理が追いつかないほどに増加して、その両方とも機能不全に陥ってしまった。

#### 4-3 トランジスタ・コンテスト

こうしたリスナー・メールをより包括的に集める手段として、VOAはトランジスタ・コンテストを実施した。これは、放送の中で聴取者にコンテストへの参加を求めるアナウンスを行い、応募者の中から、数名にトランジスタラジオが賞品として当たるといふものである。

まず、英語放送について、1959年11月に、全世界を対象とした英語トランジスタ・コンテスト

(The Worldwide English Transistor Contest)を行った。すなわち、1959年11月1日から7日までの放送の中でコンテストへの参加を呼びかけ、その結果、世界中から63,042通の応募があった。その内訳は、ヨーロッパが26,354通、近東・南アジア・アフリカが18,674通、極東が10,131通、ラテンアメリカが7,883通であった。なお、この中には外国にいるアメリカ人からの応募もあったが、以下の集計ではのぞかれている。極東に限ってみると、フィリピンから3,751通、インドネシアから1,447通、オーストラリアから723通などが上位であった。英語放送で呼びかけただけに、英語の使用される地域からの応募が多かったのは当然であろう。それでも日本からの応募は611通であり、決して少ない数字ではない。日本からの応募者の属性を見てみると、性別では男性が87%、年齢階層では20歳代47%、30歳代22%、職業では学生39%、専門職29%などが上位を占めていた。また、好きな番組をあげさせたところ、1位“Report to Asia”、2位“U.N. Review”、3位“Press Opinion USA”、4位“Music USA”、5位“Have You a Question”となっている<sup>29)</sup>。英語放送のリスナーだけに、学生や専門職（おそらくは教師が中心と思われる）が多かったのだろう。

もちろん、もともとトランジスタ・コンテストに応募するかどうかはリスナーの発意によるものであるだけに、この調査はランダム・サンプリングではない。したがって、オーディエンスの集団を忠実に再現したものではないのはいうまでもない。ただ、この調査のメリットは、おおよそのリスナーの分布を推測することができることに加え、このコンテストに応募するような積極的なリスナーの名簿を作成することにより、さらにその人に調査票を送り、その聴取状況や番組内容への意見をより綿密に調査できるということであった。

実際、1961年には、英語トランジスタ・コンテストの応募者の中から34カ国の9,361人に、500問にも及ぶ質問紙が発送された。日本には、

485通が発送され、そのうち返信されたものが198通で回収率は41%であった。世界の平均は31.5%であったことから見ると、かなり回収率が高かったと言えよう。なお、この調査結果は、ヨーロッパ、近東、アフリカ、極東の4地区ごとに集計がなされているために、日本のリスナーのみの結果はわからない<sup>30)</sup>。

こうしたトランジスタ・コンテストはその後も繰り返され、経年的変化が測定された。1963年10月に実施された第3回調査の報告書によると、全世界からの応募は、1959年が63,019、1961年が64,386、1963年が83,886と、回を追うごとに増えているのに対して、日本のコンテスト参加者は、1959年が611、1961年が447、1963年が491と減少している<sup>31)</sup>。

同様のトランジスタ・コンテストは、1962年に日本語放送に関しても実施されている。方法は、英語の場合と同じであるが、1962年の3月及び4月のVOA日本語放送の中で聴取者にコンテストへの参加を求めるアナウンスを行った。参加者は、氏名・住所・年齢・性別・職業・アナウンスを聴いた日付および番組名を書いてVOA宛に送る。この中から、数名にトランジスタラジオが賞品として当たるという仕組みである。このコンテストの目的は、第1にVOA日本語放送の聴取者の数や構成・地理的配置などについてのおおよその情報が得られること、第2にこれによって得られた氏名や住所にもとづいて、さらにより精緻な調査が実施できることとされていた。

ところが、このコンテストへの参加者は、1,738名しかなかった。これは、他のアジア諸国で実施した同様のコンテスト結果と比較するとかなり少ない数字であった。例えば、1962年2月に韓国で実施した調査では130,000もの応募があった。これはVOAの放送を中波で行っていたことが大きいと思われる。そのほか、ベトナム12,625、ビルマ10,863などいずれも10,000を上回っていたことと比較すると、日本語放送のリスナーの反応はかなり薄かった。これは、そもそも

VOA の日本語放送のリスナーがそれほど多くなかったことを反映しているものと思われるが、報告書の筆者は「VOA がアメリカ製のトランジスタラジオではなく日本製のものを賞品に提供していたらもっと反応が大きかったかもしれない。」と自嘲気味な分析をしている<sup>32)</sup>。

#### 4-4 さまざまな社会調査の採用

これ以外にも USIA は、さまざまな調査を行うことでリスナーの規模や特性を把握しようと試みた。

まず、USIA は、全世界を対象にした VOA の聴取者数の調査を何回か実施している。例えば、1963 年の集計では、共産圏では 67 万人、非共産圏では 48 万人のリスナーがいるとしている。日本の VOA 聴取者数は、英語放送が 45,000 人、日本語放送が 1,500,000 人と推計されている<sup>33)</sup>。

また、63～64 年に実施集計された世界規模の調査では、日本の成人（803 人）のうち、VOA を週に 1 回以上聞いたことのある人は 2%、何らかの海外放送を聞いたことのあるものは 10% であった<sup>34)</sup>。

こうした数量的な調査をする一方で、質的な調査も実施している。1961 年には、VOA のリスナーと非リスナーを東京と台北で比較した調査が実施された。報告書には対象者の抽出方法は明記されていないが、東京での調査は、VOA のリスナー 95 人と非リスナー 125 人を抽出し、面接調査したものである。これによれば、日本の VOA リスナーは、BBC やモスクワ放送、北京放送に比べ、VOA のニュースをタイムリーと評価し、よりニュースを拡充するよう求めていることなどがわかったという<sup>35)</sup>。

さらに、USIA は、1961 年 8 月、日本の世論調査会社である中央調査社に、大規模なサンプリング調査も委託している。これは、226 人の VOA リスナーを対象（118 人から回答）にした調査と、東京に住む住民 140 人を対象（102 人から回答）の 2 つからなる。ただし、資料としてあ

るのは、中央調査社から提出された単純集計表および年齢・性別等によるクロス集計表のみで、調査結果から何が読みとれるかについてはなら含まれていない<sup>36)</sup>。

1968 年には、USIS 東京が、さらに大がかりな社会調査を実施している。その調査概要は以下の通りである。

- ・調査期間 1968 年 3 月 25 日～4 月 30 日
- ・サンプル 3000 人
  - a) 政治的指導者 383 人
  - b) 大学教員 383 人
  - c) 大学生 383 人
  - d) 労働者 383 人
  - e) 実業家・経営者 383 人
  - f) 女性団体の指導者 383 人
  - g) マスコミの指導者 383 人
  - h) 作家等の知識人 319 人
- ・サンプリング方法 カテゴリーごとに無作為抽出
- ・調査対象者の居住地 全国 38 カ所

このように職業カテゴリー別に全国から 3,000 人を抽出したもので、タイトルは、「ラジオ調査」となっているが、質問項目は、ラジオだけでなく、テレビ、新聞、映画、雑誌などのメディア接触や、外国への興味、外国人との接触、日米関係などを広く質問している。なお、これだけ大規模な調査であるだけに、おそらく日本の調査会社に委託したものと考えられるが、報告書にはそれに関する記載は見あたらない。

ワシントンへの報告書は、冒頭で「この記念碑的な調査は、間違いなく、USIS 日本が行ってきた調査の中で最も情報に富んでおり、業務上、最も役に立つものだ」としている。報告書の内容をすべて紹介することは、ここでの目的ではないので、簡単に VOA のラジオに関する部分を要約すれば、以下の通りである。



- ・調査対象者の約19%が短波放送を聞いているが、頻度は高くない。
- ・「週1回以上聞く」のは、北京放送4%、モスクワ放送3%、VOAと平壤放送がそれぞれ2%、BBCが0.7%であった。
- ・VOAの短波放送についてみれば、「聞いたことがある」は6%で、北京放送の14%やモスクワ放送の9%を下回っていた。また、英語放送と日本語放送はともに3%であった。
- ・VOAの日本語放送を「月1回以下聞く」は全体で4%で、そのうち定期的な聴取者は、「大学教授」「マスコミの指導者」「作家等の知識人」が3~4%であった。

このように、VOAの日本語放送が、モスクワ放送や北京放送に比べ、あまり聞かれていないことが明らかとなった。その理由として、報告書はモスクワ放送や北京放送は、VOAよりも放送時間や頻度が多く、また強力で狂信的なプロパガンダ放送はかえって興味をひくのだろうとしている。そして、新聞やテレビなどの他のメディア接触をも勘案した上で、「USISが日本で最も重視するメディアは、第1に新聞、第2にテレビである」と結論づけている<sup>37)</sup>。VOAの日本語放送は1970年2月末で打ち切られることになったが、その背景には、この調査から明らかになったように、日本人のVOAに関するニーズは総じて低かったことがあったのだと言える。それは、わざわざ短波放送を聞かなくてもアメリカに関する情報は他の手段で十分に手に入ったからである。

## 5. おわりに

こうしてわかるとおり、VOAはさまざまな調査手法を駆使して、リスナーの規模や属性、嗜好、放送の効果を把握しようとした。その方法には、経済的ではあるが最も素朴な方式とも言えるリスナー・メールの分析に始まり、ランダム・サンプリングに基づいた社会調査も採用した。その場合、

現地の調査会社を使う場合さえあった。ただ、こうした社会調査は、日本などの友好国では可能であるが、共産圏で行うことは不可能であった。それだけにリスナー・メールの分析というオーソドックスな方法も、決して有効性を失ってはいなかった。

USIAが、こうしたリスナー調査をする必要は、大きく2点あったと考えられる。1つには、短波ラジオのリスナーは世界に点在していたということである。むろん、それこそが短波ラジオの最大の利点であったが、それだけに、そもそもリスナーがそれを聞いているかということから始まり、内容についてどのような意見や感想を持ったかを捕捉する必要があった。

2つめに、VOAがプロパガンダのメディアであったということである。VOAが、合衆国の目的や政策を他の諸国の国民に広めるためのものである以上、つねにプロパガンダの効果がどの程度あったかを測定し、それに基づいて放送内容を変えていくことが要求されていたのである。

そして、こうしたオーディエンス調査は、前述のとおりアメリカにおいては社会科学的なオーディエンス研究と、密接な連関をもって営まれた。1940~50年代には、ハロルド・ラスウェル、ポール・F.ラザースフェルドらアメリカのマス・コミュニケーション研究の礎を築いた研究者らがプロパガンダ研究に従事していた。日本でも、例えば、戦前に宣伝学に従事し、戦後は世論研究の第一人者として活躍した小山栄三のように、本来、宣伝研究と世論研究・マスコミの効果研究は同一地平に立つものと考えられるが、とりわけ、プラグマティックな色彩の強いアメリカの社会科学的研究においては、メディアの現場と研究が相互に交流し、依存する関係にあった。したがって、戦後のマスコミ研究は、冷戦体制の枠の中で発展してきたことを改めて確認する必要がある。マスコミ研究は決して、政治情勢と無縁ではあり得ない。そして、こうしたプロパガンダ研究の成果は、民間の商業広告や広報分野にも応用されていたこ

とは言うまでもない。したがって、マスコミ研究史の中でのプロパガンダ研究の位置づけを明らかにすることが、知の社会的編成のあり方を歴史的に問い直すことになる。こうした研究史の見直しの作業は、今後さらに発展させていく必要がある。

付記 本論文は、日本学術振興会の平成18～20年度科学研究費補助金・基盤研究(C)「日本における世論調査の『制度化』に関する歴史社会学的研究」(研究代表者・井川充雄)の成果の一部である。

## 注

- 1) 山本武利『ブラック・プロパガンダ：謀略のラジオ』岩波書店、2002年
- 2) ジョン・トムリンソン(片岡信訳)『文化帝国主義』青土社、1993年
- 3) Cole, Robert (ed), *The Encyclopedia of Propaganda*, New York: M.E. Sharpe, 1998, p.829.
- 4) Snow, Nancy, *Propaganda, Inc.: Selling America's Culture to the World*, Seven Stories Press, 2002. (邦訳は、椿正晴訳『プロパガンダ株式会社—アメリカ文化の広告代理店』明石書店、2004年)
- 5) Belmonte, Laura A., *Selling the American Way: U. S. Propaganda and the Cold War*, University of Pennsylvania Press, 2008.
- 6) Cull, Nicholas, *The Cold War and the United States Information Agency*, Cambridge University Press, 2008.
- 7) 渡辺靖『アメリカン・センター』岩波書店、2008年
- 8) 井川充雄「朝鮮戦争におけるアメリカのプロパガンダ放送とNHK」『マス・コミュニケーション研究』60号、日本マス・コミュニケーション学会、2002年
- 9) 井川充雄「戦後VOA日本語放送の再開」『メディア史研究』12号、メディア史研究会、2002年
- 10) 井川充雄「原子力平和利用博覧会と新聞社」津金澤聰廣編『戦後日本のメディア・イベント：一九四五—六〇年』世界思想社、2002年
- 11) 戦時下の日本におけるVOAの聴取状況については、山本武利「太平洋戦時下における日本人のアメリカラジオ聴取状況」『関西学院大学社会学部紀要』Vol.87、2000年を参照。
- 12) 井川充雄「戦後VOA日本語放送の再開」『メディア史研究』12号、メディア史研究会、2002年
- 13) *Public Opinion Quarterly*, Vol.16, No.4, Winter 1952-53, 1952.
- 14) ラスウェルは、1927年に *Propaganda Technique in the World War*, (P.Smith, 1927) を著し、日本でも小松孝彰訳『宣傳技術と歐州大戦』(高山書院、1940年)として紹介された。ラスウェルのプロパガンダ研究については、スタンリー・J.バラン、デニス・K.デイビス(宮崎寿子監訳)『マス・コミュニケーション理論：メディア・文化・社会』上巻、新曜社、2007年、pp.119-122も参照。
- 15) Lazarsfeld, Paul F., "The Prognosis for International Communications Research" *Public Opinion Quarterly*, Vol.16, No.4, Winter 1952-53, 1952.
- 16) Lasswell, Harold D., "Psychological Policy Research and Total Strategy" *Public Opinion Quarterly*, Vol.16, No.4, Winter 1952-53, 1952.
- 17) 彼女は、1940年代には、クイズ番組の受け手研究、「ソープ・オペラ」の受け手研究などを発表し、後の「利用と満足研究」の端緒を開いた。スタンリー・J.バラン、デニス・K.デイビス(宮崎寿子監訳)『マス・コミュニケーション理論：メディア・文化・社会』下巻、新曜社、2007年、pp.371-375を参照。
- 18) Herzog, Herta, "Listener Mail to the Voice of America" *Public Opinion Quarterly*, Vol.16, No.4, Winter 1952-53, 1952.
- 19) Bower, Robert T., *Fan Mail, Its Use in Evaluating Effectiveness*, Bureau of Social Science Research, The American University, 1953.
- 20) "Analysis of Monitoring Reports on VOA Japanese Language Broadcasts November 1952 and

- January 1953”, 1953.11.4, USIA RG 306, SREP S-39-53, National Archives and Records Administration. (以下の国務省、USIA 資料はいずれも NARA 所蔵)
- 21) “VOA in the Far East, 1950”, 1950, USIA RG 306, Entry 1070, Box 110, File 1.
- 22) “VOA Reference Book”, 1952, USIA RG 306, Entry 1070, Box 107, File 2.
- 23) “USIA VOA WOLD HANDBOOK”, 1953, DS RG 59, Entry 5428, Box 1, File 3.
- 24) “A Country - by - Country Appraisal of VOA Broadcasting to the Far East and Middle East”, 1954.3.23, USIA RG 306, SREP S-41-54.
- 25) “Semi-annual evaluation report”, 1953.1.23, DS RG 59 Central Decimal File 511.94/1-2353.
- 26) “Semiannual Evaluation Report”, 1953.9.8, DS RG 59 Central Decimal File 511.94/9-853.
- 27) “Report on VOA Audience Mail”, 1954.4, USIA RG 306, SREP S-8-54.
- 28) “The Development of A System for Answering and Analyzing VOA Audience Mail”, 1966, USIA RG 306, SREP S-8-66.
- 29) “VOA Worldwide English 1: Operation Transistor”, 1960.1, USIA RG 306, SREP S-1-60.
- 30) “Mail Survey of Listeners to the Voice of America Worldwide English Service” 1961.6, USIA RG 306, PMS-49.
- 31) “Analysis of Returns from the VOA Worldwide English Transistor Contest III”, 1964.4.30, USIA RG 306, ZW 6302.
- 32) “Response to the VOA Japanese Service Transistor Contest”, 1962.11.1, USIA RG 306, RREP R-139-62.
- 33) “Radio Audience Estimates, 1963”, 1963, USIA RG 306, RREP R-49-63.
- 34) “Listening to Foreign Radio Stations in Selected Areas of the Far East”, 1964, USIA RG 306, RREP R-214-64. なお、この文書には、詳しい調査方法などは記載されていない。
- 35) “Reactions to VOA News Broadcasts in Japan and Taiwan”, 1961.9, USIA RG 306, PMS-53.
- 36) “Radio News Survey, Tokyo”, 1961.8, USIA RG 306, Country Project JA6101.
- 37) “Radio Listening/VOA: Target Group”, 1968.3, USIA RG 306, Regional Research Project, JA 6802