

「送り手」「受け手」の誕生

——南博の社会心理学と戦後日本における
マス・コミュニケーション研究成立の一側面——

篠 木 涼

(立命館大学文学部)

本論の目的は、メディアやマス・コミュニケーションにかかわる日本の多くの研究領域で広く用いられる「送り手」と「受け手」という術語がどのように生じてきたのかを明らかにすることである。背景として、「送り手」「受け手」という術語の対の起源として、ポール・ラザースフェルドの社会心理学ないし社会学的マス・コミュニケーション研究という説とクロード・シャノンとウォレン・ウィーバーの通信理論という説の異なる二つが考えられていること、さらに日本の社会心理学者の南博が自ら作ったと主張していることがある。方法として、20世紀半ばの日本の社会心理学や社会学、マス・コミュニケーション研究、ラザースフェルドやシャノン＝ウィーバーの議論の受容における言語の使用を辿る文献研究を行った。結果として、次のことを指摘した。鶴見俊輔ら同時代の思想の科学研究会に、行動主義の影響を受けたアメリカの論理実証主義的哲学者チャールズ・モリスへの関心と、新たな学術言語を導入することへの需要があったこと。そして、「送り手」「受け手」という術語の対は、これらを背景として同研究会に属していた南博が、モリスの記号論における術語の翻訳として使用した語から広まった可能性があることである。

キーワード：送り手、受け手、南博、社会心理学、マス・コミュニケーション
立命館人間科学研究, No.37, 1-16, 2018.

I. 「送り手」「受け手」という術語の意味と 起源をめぐる現状

1. 「送り手」「受け手」の遍在

「送り手」と「受け手」という日本語の術語は、マス・コミュニケーションやメディア、情報にかかわる複数の研究領域で広く用いられている基礎的な術語である。「送り手」と「受け手」は、20世紀後半から研究の枠組みとして使われてきたし（総合ジャーナリズム研究所 1974; 竹内 1990）、『新聞学評論』の特集「新しい「受け手」論の研究」に見られるように、この枠組みへの問い直しも行われながら（新聞学評論三七号編

集委員会 1988）、21世紀に入っても広く使われ続けている（北田 2008; 難波 2010; 早川 2010; 大石 2016）。

分析にかかわる基礎的な術語として継続的に使用されてきた以上、「送り手」と「受け手」が意味するものは明らかようだが、実際にはその歴史についてははっきりとしていない。マス・コミュニケーションやメディアに関わる概念的な研究には蓄積があり、田中（2000; 2014）のように「コミュニケーション」自体、あるいは、宮武（2003）や佐藤（2008）のように日本における「輿論」と「世論」という概念に着目し、その歴史的変遷を明らかにする研究が存在している。その一方で、分析概念として用いられて

きた「送り手」と「受け手」という日本語の術語についての研究は存在しない。

「送り手」と「受け手」という術語によって、コミュニケーション、マス・コミュニケーション、メディアを思考する現在にまでいたる状況はどのようにして生じたのか。本論は、これらの術語が使われるようになった過程を明らかにしようと試みる。

2. 辞書における相違

まず辞書的な定義を比較してみると、日本語における「送り手」と「受け手」の術語の一见したところの自明性にもかかわらず、いくつかの齟齬が存在する。「送り手」と「受け手」は基本的に対応して記述がなされているため「受け手」のみをみていく。

『新社会学事典』は、「受け手研究 audience research」を、「広義には、マス・コミュニケーションの受容過程研究と同義に用いられ、狭義にはマス・コミュニケーションの受け手調査とほぼ同義とされる」（児島 1993: 85）とし、ポール・ラザースフェルド（Paul Lazarsfeld）とパトリシア・ケンドル（Patricia Kendall）の研究を参照している（Lazarsfeld & Kendall 1979）。『メディア用語基本事典』は、逆に「オーディエンス」の項目において、「「オーディエンス」のメディア学的意味はメディアを通して情報に接触する「受け手」（受容者）のことだが、原理としては講演会の聴衆、演劇の観客、コンサートの参加者なども含まれる」としている（渡辺 2011: 69-70）。

『情報学事典』は、「行動科学に基づくマス・コミュニケーション研究では、マスコミ現象は、送り手と受け手とのあいだのメッセージのやり取りとして捉えられてきた。つまり、マスコミの作用を考える際に、一方に情報（メッセージ）を送り出す伝達者を他方にそれを受け取る受信者を想定することが、暗黙の前提とされてきた。

シャノン Claude Elwood Shannon とウィーバー Warren Weaver が提唱した通信モデルを、「メディアを介した人間間のコミュニケーションに応用するものである」とする（阿部 2002: 125）。クロード・シャノンとウォーレン・ウィーバーを参照している。ここでの「受け手」は、シャノン＝ウィーバーでいう「レシーバー receiver」にあたるだろう（Shannon & Weaver 1978）。『日本国語大辞典』も、レシーバーとしての「受け手」という説である。「うけて【受手・請手】」とは「コミュニケーションで、人から思想、感情、情報などを伝達される側の者。レシーバー。↔送り手」である（日本大辞典刊行会 1990: 1228）。

こうしてみると、1940年代後半におけるアメリカの学問からの導入であるということは共通であるが、「送り手」「受け手」という述語の背景には、大きく二つの説が認められる。第一に、「オーディエンス」を使うラザースフェルドらの社会学的なマス・コミュニケーション研究を起源とするという説と、第二に、「レシーバー」を使うシャノン＝ウィーバーの通信理論を起源とする説である。

3. 南博による回顧

これらの文献には触れられていないが、社会心理学者の南博（1914-2001）が、「送り手」「受け手」という術語は自分が作り出したと主張している。

特に五八年に発表した「テレビジョンと受け手の生活——受けとり反応と社会効果の問題点」（『思想』一九五八年十一月号）で、はじめてマス・コミュニケーションの作り手、送り手、送り内容、受け手、受けとり反応、社会効果というマスコミ総過程を分析する図式を考えた。ほくの作った「受け手」「送り手」などの用語は、日常語として定着した。（南 1985: 164）。

そうすると、「送り手」「受け手」という術語は、1958年に『思想』で南が発表した論文が起点となっていると考えていいのだろうか。1958年の論文について、実は南はこの回想以前にも、「送り手」「受け手」の術語を作り出したとして言及している。

十五年前、つまり、テレビがはじまって五年ぐらいたったときに、「テレビと受け手の生活」というタイトルで、受け取り反応と社会効果について書いたことがあります。この「受け手」ということは、その前に、コミュニケーションの作り手、送り手とならべて作って見たのです。（南 1973: 4）

ここでは、「送り手」と「受け手」という術語は、「その前」に作ったということになっている。「その前」とはいつなのか、この文だけでは判然としない。

さらに、近い時期に南が監修した『マス・コミュニケーション事典』（南 1971）にも、「送り手」（佐藤 1971）「受け手」（滝沢 1971）の項目がある。これらは、先の文献のように理論的起源には言及していない一方で、「受け手」において、南の見解が紹介されている。そして、「送り手」には「communicator」、「受け手」には「communicatee」という英語が付されている。南（1973）を含む南の著作選集に寄せた解説において市川孝一は、「「受け手」という訳語は南先生が造ったことばであった」（市川 2003: 501）と言及しているが、これらの術語は翻訳なのであろうか。いずれにせよ、これらは「receiver」でも「audience」でもない。

このように、「送り手」「受け手」の対は、コミュニケーションにかかわる多様な研究領域において基礎的な術語として使用されるにもかかわらず、理論的な起源として二つの異なった説が認められ、それを作り出したと主張する研究者の回顧的記述とも食い違っている。「送り手」「受

け手」は、ラザースフェルド、シャノン＝ウィーバー、南博のいずれか、あるいは彼ら以外のどこからきたのだろうか。以降、本論では、20世紀なかばの心理学を含めた諸学問領域の繋がりの中で、「送り手」「受け手」という術語がどのように使われるようになってきたのかを明らかにしていく。

Ⅱ. 「送り手」「受け手」の登場

1. 1955年前後の状況

ラザースフェルド説とシャノン＝ウィーバー説をそれぞれ検討していこう。1952年、1945年にアメリカで刊行されたラルフ・リントン（Ralph Linton）編の *The Science of Man in the World Crisis* が翻訳されている。ここでラザースフェルドの“Communication Research and International Cooperation”が瀬川行有（福田定良）によって翻訳されているが、「audience」は「被傳達者」として訳されている（Lazarsfeld & Knupfer 1945=1952: 472=500）。「受け手」ではない。1954年、1949年にアメリカで刊行されたウィルバー・シュラム（Wilbur Schramm）編集の *Mass Communications* の翻訳が、清水幾太郎（1907-1988）の学習院大学社会学研究室によって刊行される。ハロルド・ラスウェル（Harold Laswell）やラザースフェルドの論文を含む同時代のマス・コミュニケーション研究の重要文献を集めたこの論集では、どの論文においても「audience」が「受け手」と訳されている。たとえば、ラスウェルの文献は、「「誰が」即ち、話し手について研究する学者は、コミュニケーション活動を生ぜしめ、かつ、それを推進する諸要素の調査研究に従事しているのである。われわれは研究領域のこの分野を統制者分析（Control Analysis）」、「メディアを通じて伝えられた人間に対して主たる関心が払われるとき、われわれは受け手の分析（Audience Analysis）と呼ぶ」と訳されてい

る (Lasswell 1949=1954: 102=7)。ここでは「control」を「統制者」,「audience」を「受け手」としている。ラザースフェルドとロバート・マートン (Robert Merton) の論文でも,「マス・メディアの社会的役割に関する一般の関心の源として,第三にあげることができるのは,大衆の文化や,受け手の美的趣味に及ぼすその影響の問題である」(Lazarsfeld & Merton 1949=1954: 461=235)というように,「audience」が「受け手」と訳されている。

シャノン=ウィーバーについてはどうか。1949年のシャノンとウィーバーによる共著は,はば広く影響を与えている。たとえば,戸田正直 (1924-) が心理学において,1953年に「sender」「receiver」を「受信器」「送信器」とし,人間のコミュニケーションにおいて「話し手」「聞き手」という言葉を用いている (戸田 1953: 8)。マス・コミュニケーション研究の文脈でみると,加藤秀俊 (1930-) が,1957年の『マス・コミュニケーション』において,そのコミュニケーションの図式を翻訳したものを掲載,自身のマス・コミュニケーション研究の枠組みとしている (Shannon & Weaver 1978: 7; 加藤 1957: 56-57)。加藤は,この本のなかでは,「送り手」「受け手」の対を表だって使っておらず,「発信機 (sender)」「受信機 (receiver)」や,「発信人」「受信人」(加藤 1957: 84)としている。しかし,グレゴリー・ベイトソン (Gregory Bateson) とジャーゲン・ロイシュ (Jurgen Ruesch) を参照した別の図においては,コミュニケーション一般における「発信機」「受信機」という図式に対して,対人コミュニケーションにおける対応物として,「sending person」「receiving person」に「送り手」「受け手」を当てていることが確認できる (Ruesch & Bateson 1951: 277; 加藤 1957: 89)。

これまで挙げた辞書類ではとくに挙げられていなかったが,カール・ホヴランド (Carl Hovland) について,1957年に竹内郁郎 (1929-) と谷山

恒雄が,1954年の文章を翻訳するにあたり,「communicator」「audience」(Hovland 1954=1957: 1062=2)の対と「communicator」「communicatee」(Hovland 1954=1957: 1063=3)の両方を「送り手」「受け手」と訳している。

1950年代なかばにおいて,「コミュニケーション研究の学祖として称される P.F. ラザースフェルド, H.D. ラスウェル, C. I. ホヴランド, K. レヴィン」(岡田 2003: 142)の四人のうち,ラザースフェルド, ラスウェル, ホヴランドの三人のそれぞれ異なる言葉の訳語に,同じ「送り手」「受け手」が対応させられるにいたっている。

さらに,1950年代なかばに河出書房社から刊行された『マス・コミュニケーション講座』全六巻がある。清水幾太郎, 城戸又一 (1902-1997), 南博, 日高六郎 (1917-) の四者からなるこのシリーズは,第四巻のみ1954年に,残りは1955年に刊行された (清水 1955a; 1955b; 城戸 1955; 南 1954a; 日高 1955a; 二十世紀研究所 1955)。南の言葉では「マス・コミュニケーション研究の最初の体系化」(南 1985: 164)である。その第一巻第一章「マス・コミュニケーションの歴史と理論」の冒頭において,日高六郎が,「送り手から受け手まで,コミュニケーションはどのように流れるのか」と書いている (日高 1955b: 11)。ここで日高は,「送り手」「受け手」の両概念について特段の説明を加えていない。日本の研究者が日本語で書いた文献においても,「送り手」「受け手」という言葉は説明されるものではなく,すでに説明する側の道具となっているといえる。

2. 第二次大戦期の宣伝研究

では日本語の「送り手」「受け手」という術語はどのように生まれてきたのか。先述したように,南博が自らそれを作ったと述べている。実際にそうなのだろうか。第二次世界大戦以前から1950年代に入るまでの国語辞典においても,

「送り手」「受け手」の語は掲載されていないようである（土田・松井 1915; 1940; 久松 1951）。しかし、テニスのサービスの「打ち出し」に対するレシーブについて「受け手」（進藤 1923）、将棋の攻めに対して受けとして「受け手筋」（小泉 1938）という使用がみられる。少なくとも「受け手」については、存在しなかったというわけではない。そのため、一から作り上げたのかどうかというよりは、むしろマス・コミュニケーションやメディアを扱う学問領域において、「送り手」「受け手」の対の使用が行われていたのかどうか、というかたちで探求の方向をここで限定しておきたい。

戦前の新聞学と第二次世界大戦後のマス・コミュニケーション研究とが、研究者の継続的な活動という点で連続しているとすれば（佐藤 2008）、「送り手」「受け手」も先行する世代の研究者にさかのぼることはできるかもしれない。佐藤の議論でも核となっていた二人の研究者小山栄三（1899-1983）と米山桂三（1906-1979）に焦点をあて検討していこう。

小山栄三は、1929年に開設された東京大学新聞研究室の第一期の研究員であり、第二次世界大戦中には人口問題研究所員として宣伝研究の専門家、戦後は国立輿論調査所所長となった。彼の仕事は新聞学を軸にしながら、戦中には宣伝、戦後には輿論調査が多く主題となってくる。宣伝研究についてみると、ときに「宣伝の主體と客體」「宣伝の相手方」「宣傳客體」という言葉が使われることがあるにせよ（小山 1942: 110-114）、「宣伝とは宣傳者が被宣傳者の態度を變化させる手段である」（小山 1942: 84）というとおり、「宣傳者」と「被宣傳者」という対概念が用いられている（小山 1937: 43; 1943: 36）。「宣傳」を行なう「宣傳者」という言い方は、ラスウェルの翻訳である『宣傳技術と歐州大戦』においても用いられるもので、ここで「宣傳者」は「propagandist」の訳語であった（Lasswell

1927=1940: 5=12）。新聞学や輿論調査研究についてみると、「最近に於てはラジオがニュースの最高速度の傳達者として新聞の強敵として現われて來た」（小山 1948: 45）というように「傳達者」という言い方がされることもあったが、「送り手」「受け手」の術語は現われず、新聞の宛先としては、読者、大衆、公衆、世論が使われている（小山 1946a; 1946b; 1949a; 1949b; 1951; 1953）。

米山桂三は、小山と同様に戦前戦中は宣伝の専門家、戦後は慶應義塾大学新聞学研究室の主事であり輿論調査研究を主題とした（生田 1980: 169）。米山は、戦中の宣伝研究（米山 1943）においても、戦後すぐまでの輿論調査研究（米山 1948a; 1948b; 1951; 1952）においても言葉遣いは小山と同様である。それが、1956年の「マス・コミュニケーション」においては、「送り手」「受け手」の対を用いるようになっている（米山 1956）。

以上のように、小山栄三と米山桂三の文献において、「送り手」「受け手」は第二次大戦前後の時期使われておらず、米山が使いはじめるのも1950年代なかばのようである。

3. 戦後社会学におけるマス・コミュニケーション研究

では、戦後から、「送り手」「受け手」が広く使われるようになる1950年代なかばまで、他の研究者たちは、この二つの術語をどのように使用していたのか、使用していなかったのか。1955年に「送り手」「受け手」を用いていた日高六郎はどうしていたのか。日高は、1950年代はじめのジャーナリズムをめぐる記事において「送り手」「受け手」を用いていない（日高 1951a; 1951b; 1952）。日高の議論で、マス・コミュニケーションを主題とした記述がみられるのは、1952年における福武直との共著『社會學——社會と文化の基礎理論』である（福武・日高 1952）。当時東京大学新聞研究所助教授であり一

橋大学で講師を務めていた日高は、本書において、「社会的規範」「イデオロギー」「世論」とならぶ「社会の諸相」として「マス・コミュニケーション」を書いている。ここで、日高はラスウェルを参照しながら、「マス・コミュニケーションの研究は、送り手分析、内容分析、媒体分析、受けとり手分析、効果分析、および送り手から効果までの、全体的なマス・コミュニケーションの過程分析に集中される」と述べ、「送り手」「受けとり手」という言い方をしている（福武・日高 1952: 244）。しかしその後日高が1955年までに発表したこれ以外のマス・コミュニケーションやジャーナリズムに関する論文には、「送り手」「受け手」「受けとり手」の術語は見当たらない（日高 1951a; 1951b; 1951c; 1952; 1954）。

日高は、この「マス・コミュニケーション」の参考文献に、清水幾太郎による『ジャーナリズム』（清水 1949a）と井口一郎（1901-1957）による『マス・コミュニケーション』（井口 1951）、南の『社会心理学』（南 1949）を挙げている。それぞれに検討していこう。

後にシュラムの監訳において全面的に「受け手」概念を使用することになる清水幾太郎は、『ジャーナリズム』（清水 1949a）、および同時期の『流言蜚語』（清水 1947）と『社会心理学』（清水 1951a）においては、コミュニケーションの「送り手」「受け手」という術語は用いていない。『社会心理学』の「マス・コミュニケーション」の記述に明確であるが、清水の関心の中心にあったのは、報道やジャーナリズムで伝えられる内容の真实性であり、報道やジャーナリズムと、読者、大衆や公衆といった概念を用いている（清水 1946a; 1949b; 1949c; 1951b; 1953）。他方、宣伝研究では、「宣伝を行なふもの」「宣伝を受けるもの」「宣伝者」（清水 1946b: 299）といった1930年代から続く言い方、あるいは「命令者」「被命令者」（清水 1951a: 116）がみられる。

井口一郎は、東京大学新聞研究室の第二期の

研究員であり、大戦中は建国大学教授、戦後は国立国語研究所研究員、『思想の科学』編集長となっており、すでに1949年に『コミュニケーションの科学』を刊行している（井口 1949; 田村 2011）。1951年の『マス・コミュニケーション』は、1952年の『新聞学評論』創刊号の書評対象であり（生田 1952）、マス・コミュニケーションを題名にもつ日本における最初期の文献である。『コミュニケーションの科学』は、まずコミュニケーション概念、そしてマス・コミュニケーションへと進むが、ここで井口は、「伝達者」あるいは「伝達する者」と「伝達を受ける者」という書き方をしている。たとえば、「大衆伝達の行為」とは「多数のひとびとが伝達する者であり、また、伝達を受ける者である場合の行動」（井口 1949: 117）である。この用語法は、1947年の『思想の科学』でのラスウェルの紹介から引き継がれたものである（井口 1947: 397）。同様の傾向は、『マス・コミュニケーション』でもみられる。記号の「発信者」と「着信者」（井口 1951: 189）という言い方もなされるが、「コミュニケーションには、伝える者も伝えられる者も、ともに、共通の経験の持ち主であることが必要である」（井口 1951: 12）としており、コミュニケーションの流れを示す図では「伝える者」「受ける者」とする（井口 1951: 11）。このように「伝える者」と「受ける者」と極めて近いかたちはあるが、「送り手」「受け手」という言葉は用いていない。

井口、日高、波多野完治、平沢薫、西本三十二が参加した1953年のシンポジウム「マス・コミュニケーションと教育」の採録において、波多野が「書き手」「読み手」、平沢が「送る側」「受取る側」という言い方をしているが、井口も日高も「送り手」「受け手」という術語は用いていない（井口他 1953）。

以上、第二次大戦後1950年代前半の時期、日高が1952年に「送り手」「受け取り手」の対を使用した参照していた清水と井口はこれらの語句

を用いておらず、日高自身も前後の時期に用いていない。それでは、日高が清水、井口と並んで参照していた南はどうだったのか、次で検討する。

4. 南博の社会心理学

南博は、心理学を研究するため1940年アメリカのコネル大学に渡ったが、留学中に太平洋戦争が始まり、1947年に日本に帰国した。帰国後、南は心理学的な観点から多様な主題について多くの媒体に記事を寄稿していく。そのひとつが、1948年の『思想の科学』に掲載された「映画の分析——社会心理學的方法」である。この論文の始まりが重要である。「コミュニケーションの社会心理学には、次の要素が考えられる。(1) 呼びかけ手とその組織 (2) 呼びかけ目的 (3) 呼びかけ方 (4) 呼びかけ内容と形式 (5) 受取り手とその組織 (6) 受取り方 (7) 受取り結果」と書いている（南 1948a: 35）。南は、帰国後かなり初期の段階で、コミュニケーション過程を分析するための概念として、「呼びかけ手」と「受け取り手」という言葉を使用している。

それが1949年『社会心理学——社会行動の基礎理論』では、「受け取り手」から「受け手」に変化する。すなわち、「一定の社会的態度を伝え、あるいは人々の社会的態度を変容しようとする側の人々、呼びかけ手 communicator と、それを受けとることにより自分のもつ社会的態度に変化をこうむる受け手 communicatee（広義の audience）とがある」と述べる（南 1949: 338）。日高が参照したのは、この文献であった。続いて「大衆コミュニケーションの魔術性」では「伝え手 communication」（南 1950: 23）と「受け手 communicatee」（南 1950: 23）、「アメリカの新聞——大衆コミュニケーションの問題として——」でも「コミュニケーションの伝え手 communicator」と「受け手 communicatee」（南 1951: 53）となっている。コミュニケーションの「受け手」は同じなのに対して、「呼びかけ手」

が「伝え手」へと変化している。

1951年、南が社会調査研究所（のちの社会心理研究所）のメンバー（加藤秀俊、高野悦子）と共同執筆した論文「戦後日本における映画コミュニケーションの実態」をみてみよう。この論文は、冒頭に掲げられた論文目次では、「呼びかけ手」と「受け取り手」という1949年に用いられた言葉の対が再び採用されている。しかし、その内容を読み進めると、「送り手と、受けとり手がどのようにかゝりあうのか」「いかに意圖のあらわれかたが複雑化しても、製作、シナリオなどの詳細な分析を行えば、送り手と受取り手の間の作用を知ることは困難ではない」（社会調査研究所（南博、加藤秀俊、高野悦子）1951: 77, 79）として、「送り手」と「受け取り手」を対する記述が登場してくるのである。

そして、1953年になると、コミュニケーションを分析する際に、「送り手」と「受け手」の対を用いた図式が明確に登場してくる。

コミュニケーションがなりたつためには、つぎのような諸要素が考えられる。(一) 送り手 (コミュニケーター, コミュニカント, Communicator, Communicant) (二) 送り方, (三) 送り内容 Content, (四) 受け手 (コミュニケーティー) Communicatee, (五) 受け方, (六) 効果 effect, (一) 送り手というのは、コミュニケーションをはじめる個人、あるいは一定の団体であり、それは、通常自発的意志をもって、受け手に、何ごとかを送りつたえようとする側である。（南 1953: 6）

以上から、「送り手」「受け手」の対の術語をこの領域において使い始めたのは、南であるという回想は信憑性が高いと思われる。南自身の使い方としても、「受け手」「受け取り手」、「送り手」「呼びかけ手」「伝え手」というブレを含んでいたものが、1950年代半ばからは、「送り手」「受け手」で対とする図式が定まっている（南

表1 「送り手」「受け手」訳語対応表

年	使用者	送り手	受け手
1953	南博	communicator	communicatee
1954	犬養康彦 (ポール・ラザースフェルド&ロバート・マートン)		audience
1954	本間康平 (ハロルド・ラスウェル)		audience
1957	加藤秀俊 (ジャーゲン・ロイシュ&グレゴリー・ベイトソン)	sending person	receiving person
1957	竹内郁郎&谷山恒雄 (カール・ホヴランド)	communicator	audience, communicatee

表2 「送り手」「受け手」類似語対応表

年	使用者	送り手	受け手
1948	南博	呼びかけ手	受取り手
1949	南博	呼びかけ手	受け手
1950	南博	伝え手	受け手
1951	社会調査研究所(南博 & 加藤秀俊 & 高野悦子)	送り手	受取り手
1952	日高六郎	送り手	受けとり手
1953	南博	送り手	受け手
1954	学習院大学社会学研究室	送り手	受け手
1955	日高六郎	送り手	受け手

1955: 16; 1956: 60)。結果をまとめれば、次の表1と表2のようになる。

Ⅲ. 「送り手」「受け手」の起源

1. ホヴランド, ラスウェル, ラザースフェルド

南による「送り手」「受け手」概念において興味深いのは、最初の「呼びかけ手」「受け取り手」の時点において、これらがコミュニケーションなるものを説明するための補助的な概念として、それ自体は説明が不要な言葉として登場していたことである。いわば、「送り手」「受け手」はあらかじめ自明な概念として登場した。とはいえ、まったく説明がなかったというわけではない。南の「呼びかけ手」「受け取り手」に始まる「送り手」「受け手」のバリエーションには、1949年の『社会心理学——社会行動の基礎理論』にみられるように、しばしば「communicator」

と「communicatee」という英語がつけられている。南の「送り手」「受け手」の系譜は、これらの語の訳語の可能性がある。だとすると、誰のどんな文献からの訳語なのか。

南が「communicator」と「communicatee」という概念をどこから導入したのかについて、まず手がかりとなるのは、ホヴランドである。すでにみたように、1952年の文章でホヴランドは「communicator」「communicatee」の対概念を用いていた。実際南の『社会心理学』以前の1948年の論文においても、ホヴランドはこの対概念を用いている(Hovland 1948: 371)。しかし1940年代末から1950年代初めの南博はホヴランドを引いていない¹⁾。

1) 1954年、小山栄三が、Hovland (1948)を参照している。「コミュニケーションに関しては多数の定義があるが、ホヴランド Hovland は、「コミュニケーションとは個人(発信者 Communicator)が他の個人(受信者 Communicatee)の態度を変

ついで、英語がつけられている1949年の『社会心理学』の注や参考文献が手がかりになるであろう。だが、問題は「呼びかけ手 communicator」「受け手 communicatee」と記されている箇所には注がうたれていないということである。1948年の『思想の科学』での論文でも直接注はうたれていない。では1950年と1951年の論文にはあるだろうか。1950年のものにはある。しかし、その内容はコミュニケーション一般については当の1949年の『社会心理学』を参照せよというものである（南1950: 30）。1951年のものにも直接の注はない。だが、『社会心理学』においてこれらの術語が導入された少し後の箇所、そして1951年論文においてこれらが使われる直前には、ある同じ文献が参照されている（南1949: 338; 1951: 53）。1946年のブルース・ランヌ・スミス（Bruce Lannes Smith）、ラスウェル、ラルフ・ケイシー（Ralph Casey）による *Propaganda, Communication, and Public Opinion: A Comprehensive Reference Guide* である（Smith, Lasswell, & Casey 1946）。確かに、その序章において、「One is devoted to each of the divisions of the field mentioned above: channels, communicators, contents, effect」と書かれ「communicator」が同書の主題のひとつであることは述べられている（Smith et al. 1946: 3）。だが、マス・コミュニケーションにおける「identification」について、「that identify the self of the communicator with the self of the audience」と述べるように、ラスウェルらにおいて「communicator」が対応させられるのは、「communicatee」ではなく「audience」である（Lasswell 1946: 84）。この「communicator」と「audience」の対は、ラスウェルによる1948年の著名な“The structure and function of communication in society”の冒頭においても用

いられている（Lasswell 1948: 37）。それゆえに、南は『社会心理学』で「受け手 communicatee（広義の audience）」（南1949: 338）として、英語による説明を二重にしていたのかもしれない。

また、南は『社会心理学』で、ラスウェルらとともに、1952年に翻訳されることになるラザースフェルドの“Communication Research and International Cooperation”（Lazarsfeld 1945=1952）を参照している。ラザースフェルドは、「flow of communication」（Lazarsfeld 1945: 470）を分析する手続きとして、「a Audience analysis (to whom is the communication addressed?); b Content analysis (what is being said?); c Response analysis (with what effect?); d Analysis of social control (who is saying it?)」という四つを挙げる（Lazarsfeld 1945: 472）。彼は、コミュニケーションの終わり側をまとめる概念として「audience」を使用する。1952年における翻訳で「被傳達者」として訳されていたものである。しかし、ラザースフェルドは、対応するコミュニケーションの始まり側を指す概念として特に決まったものを使用しているわけではない。コミュニケーションを始める側には、「agency」（Lazarsfeld 1945: 473）や「control」や「organization」（Lazarsfeld 1945: 492）という言い方や、具体的な事例をその都度用いている。1940年代のマス・コミュニケーション研究の著作は全体として同じ枠組みである（Lazarsfeld 1947; Lazarsfeld & Kendall 1979; Lazarsfeld & Stanton 1979a; 1979b; 1979c）²⁾。では、ラスウェルやラザースフェルドが「communicator」「communicatee」の対を用いていないとすれば、どこから来たのか³⁾。

2) プロパガンダ論として、「audience」に対し「communicator」や「propagandist」を使っている論文はある（Kris & White 1979: 179-180, 215）。

3) 1940年代に報道、ラジオ、映画、コミュニケーションを特集した *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* をみても、ラザースフェルドのような使用が一般的であった。

更するために刺激（普通は言語的象徴を伝送する過程である）」と定義している」（小山1954: 12）。

2. モリスの記号論

「communicator」「communicatee」を「呼びかけ手」「受け手」へと翻訳する時期、南博が発表していた文章、そしてこれらの文章がどのような状況にあったのかをみていきたい。1948年の「映画の分析——社会心理學的方法」がそうであったように、1949年に『社会心理學』を刊行するまでの時期の南の活動を考えるうえで重要なのは『思想の科学』である。『思想の科学』は、1946年の創刊号そして第二号における鶴見俊輔(1922-2015)の論文「言語のお守りの使用」「ペイシック英語の背景」にみられるように(鶴見 1946a; 1946b), 言語や記号についての論文を継続して掲載していた。この流れのなかで、南は「記號, 象徴, 言語——動物心理學的考察——」と題する論文を寄稿している(南 1947)。この論文は、行動主義心理学の基本的な理論を記号論的な観点から整理したもので、論文の冒頭、南はアメリカの論理実証主義の哲学者チャールズ・モリス(Charles Morris)の行動主義的な記号論 *Signs, Language and Behavior* (Morris 1946)を参照し議論の枠組みを与えている(南 1947: 339)。

『思想の科学』以外をみてみても、南は、翌年に書いた「社会心理」において、モリスの同書を「動物の記号行動と言語について最も包括的に論じた著書」(南 1948b: 256)として紹介している。さらに1953年の「マス・コミュニケーション」においては、次のように述べており、南がモリスを評価していたことがうかがえる。

コミュニケーションの一般理論を、動物心理学から言語哲学にまでわたつて、くわしく論じた代表的な著書は、Charles Morris, *Signs, Language and Behavior* (1946)であろう。哲学者モリスがクラー

ク、ハルの新行動主義と、G・H・ミードの社会行動主義とを総合しようとした試みは、抽象的なきらいはあるが、社会心理学者にとっても、学ぶべきものを多く持っている。ただし、モリスでは、マス・コミュニケーションの問題は、とり上げられていない。(南 1953: 40)

1940年代後半から1950年代初頭にかけての『思想の科学』のなかで、モリスの記号論を重視していたのは南だけではない。鶴見俊輔が極めて高い評価を与えている。南が「記號, 象徴, 言語」を書いたのと同じ号、鶴見は「モリスの記號論體系」という解説論文を寄稿している。ここで鶴見は、「[言語の働きお, はつきり示し得るよおな, 術語の體系がほしい]とゆうのが、この問題に興味お持つ人達の長らくの望みであった」のであり、「Charles W. Morris わ, その望みにこたえよおとして, 20年以上も力おつくして來た」と述べ、さらに「記號の働きお記述するための術語體系として今までにあらわれた最上のもお, モリスの新著は提供する。それ故に、できるだけ早くこの本の内容おわが國に紹介する事が必要と考えられる」ので、「この本わ早く翻譯されるべきだ」(鶴見 1947: 371)と述べている。

鶴見が述べるように、モリスの *Signs, Language and Behavior* では多くの術語が導入される。そしてこの本の前半において、モリスは次のように書いている。

An organism which produces a sign that is a stimulus in social behavior will be called a communicator, and an organism which interprets a sign furnished by a communicator will be called a communicatee (Morris 1946: 32)

モリスは、人間を含む生物一般の複数の個体間で、言語などの刺激となる記号を生み出す側を

「communicator」「communicatee」は使われていない (Hettinger 1941; Willey & Casey 1942; Yeager & Utterback 1947; Watkins 1947)。

「communicator」, その記号を解釈する側を「communicatee」と名付ける⁴⁾。「送り手」「受け手」の対を用いる以前に, 「communicator」「communicatee」の対を用いたモリスの議論を南は紹介していたわけである。そして, 同時期にモリスを紹介した鶴見もその理論を高く評価し, 翻訳を待望していた。『思想の科学』の動向をさらに少しみてみよう。

3. 思想の科学研究会

『思想の科学』は, 国語国字問題を背景として1948年に「學問と學問言葉」特集号を編集しており, 「きいてわかる學問言葉を作る會」という座談会を催している。南は, 同会の司会であり, 「今までの學術用語というものが非常にむづかしくつて, それが我國の學問の發達の上に障礙になつてゐる。そういうことから僕たちの手で, 聞いてわかるような學問言葉というものをつくる」と会の目的を述べている（南他 1948: 43）。

この会の記事の最後に, 鶴見による「あとがき」がある。ここで鶴見は「西洋の學問言葉に組織性お與えている色々の接頭語, 接尾語, おひろい集めて, それらに對して, ヤマト式の優美な, きいてわかる譯語お考えて見たらよい」（南他 1948: 65）と述べた後, 「きいてわかる譯語」が求められる具体的な「西洋の學問言葉」を列挙している。そして, その最初に挙げられるのが, 「Communicator-Communicatee-Communication」である。ここにモリスを参照する注はないが, 鶴見がもともとモリスを詳細に検討し「早く翻譯されるべきだ」と評価していたことを考えれば, この「communicator」と「communicatee」は, モリスと強く結びついていると考えるのが自然だろう⁵⁾。1949年, 中国を訪問したモリスは,

思想の科学研究会に招かれ, 日本での談話会に参加している。（Morris 1949）。さらにその後鶴見は, 明示的に「モリスの記號論の用語體系」（鶴見他 1951: 218）を参照したルソーのコミュニケーション論において, 「“平均的受け手”（standard communicatee）」（鶴見他 1951: 242）と書いている。

IV. 結論

「送り手」と「受け手」という日本語の術語が, マス・コミュニケーションやメディアを扱う研究領域にどのようにして登場してきたのかを検討してきた。本論の結論はこうである。マス・コミュニケーションやメディアを扱う際に用いられる「送り手」「受け手」という術語の起源は, ラザースフェルドの「audience」や, シャノン＝ウィーバーの「sender」「receiver」というよりも⁶⁾, モリスの「communicator」「communicatee」であると思われる。1940年代末, モリスの記號論への関心, そして新たな學術用語をわかりやすい日本語に翻訳する関心を, 鶴見俊輔や思想の科学研究会と共有するなかで, 南博がモリスの「communicator」と「communicatee」の翻訳として, まず「呼びかけ手」と「受け手」を作り, モリスが扱わなかったマス・コミュニケーションへと適用, さらに「送り手」「受け手」へと変化させていったと考えられる。そして, 1950年代半ばまでに, 「送り手」「受け手」は, ラザースフェルドやシャノン＝ウィーバーを含む多様な研究者の術語の訳語として用いられるようになっていった。モリスの「communicator」

1950: 22）と書いている。他方で, デューイのコミュニケーション論において, 言語コミュニケーションについて, 「1. はなして（Communicator）がコミュニケートしようと意圖していることがら」, 「2. ききて（Communicatee）にコミュニケートされたことがら」（鶴見 1952: 143）という使用も行っている。

6) 厳密に言えば Shannon & Weaver (1978) において, 「sender」を用いるのは, ウィーバーである。

4) モリスについて, 寮金吉の翻訳が1960年に出るが, 「communicator」「communicatee」は「送り手」「受け手」ではなく, 「供記号体」「釈記号体」と訳されている（Morris 1946=1960: 32=38）。

5) 鶴見は他に映画論において「うけとり手」（鶴見

「communicatee」の訳語としての「送り手」「受け手」から、多様な概念を訳語として引き受ける「送り手」「受け手」へと多元化的な術語として使用されるようになった。一橋大学における南博と加藤秀俊、東京大学における日高六郎と竹内郁郎などの学術的な教員学生関係も、この術語の広がりにより役割を果たしたように考えられる（社会調査研究所 1951; 竹内 1999: 17）。このようにして、1949 年から 1950 年代なかば、マス・コミュニケーションとメディアを、「送り手」と「受け手」という術語によって思考する言説の領域が成立した。

謝辞

この研究は JSPS 科研費 JP15K16676 の助成を受けたものです。

引用文献

- 阿部潔（2002）送り手／受け手. 北川高嗣・西垣通・吉見俊哉・須藤修・浜田純一・米本昌平（編）情報学事典. 弘文堂.
- 早川善治郎（2010）新版 概説 マス・コミュニケーション. 学文社.
- Hettinger, H. S. (ed.) (1941) New horizons in radio [special issue]. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 213.
- 日高六郎（1951a）新聞と読者の要求. 思想, 324, 468-471.
- 日高六郎（1951b）ジャーナリズムの奇跡. 人間, 6 (6), 76-78.
- 日高六郎（1951c）一地方都市における新聞の機能——アメリカの場合. 社会学評論, 2 (2), 8-14.
- 日高六郎（1952）農村における新聞のよまれかた——その理解の程度について. 新聞学評論, 1 (1), 130-139.
- 日高六郎（1954）一般社会——マス・コミュニケーション. 高校時代, 1 (3), 140-141.
- 日高六郎（編）（1955a）マス・コミュニケーション講座 5 現代社会とマス・コミュニケーション. 河出書房.
- 日高六郎（1955b）マス・コミュニケーション概論. 清水幾太郎（編）マス・コミュニケーション講座 1 マス・コミュニケーションの原理. 河出書房, 7-67.
- 久松潜一（編）（1951）新編国語辞典. 国民国書刊行会.
- Hovland, C. (1948) Social Communication. *Proceedings of the American Philosophical Society*, 92 (5), 371-375.
- Hovland, C. (1954) Effects of the mass media of communication. Lindzey, G. (ed.) *Handbook of Social Psychology*, vol. 2, Cambridge, MA: Addison-Wesley, 1062-1103. 竹内郁郎・谷山恒雄（訳）（1957）マス・メディアの効果. みすず書房.
- 井口一郎（1947）コミュニケーション序説——ラスウエルの方法論について——. 思想の科学, 2 (3), 391-399.
- 井口一郎（1949）コミュニケーションの科学. 大洋圖書.
- 井口一郎（1951）マス・コミュニケーション——どんなふうにならねばならぬか——その理論とその実証. 光文社.
- 井口一郎・波多野完治・日高六郎・平沢薫・西本三十二（1953）マス・コミュニケーションと教育. 教育社会学研究, 4, 68-80.
- 生田正輝（1952）井口一郎著、マス・コミュニケーション（昭和二十六年・光文社・定価三二〇圓）. 新聞学評論, 1, 155-157.
- 生田正輝（1980）米山桂三先生を偲んで. 新聞学評論, 29, 169-171.
- 市川孝一（2003）解説. 南博. 南博セレクション 4 マスコミと風俗. 勁草書房, 499-504.
- 福武直・日高六郎（1952）社会学——社会と文化の基礎理論. 光文社.
- 柏端達也（2016）コミュニケーションの哲学入門. 慶應義塾大学三田哲学会叢書.
- 加藤秀俊（1957）マス・コミュニケーション. 講談社.
- 城戸又一（1955）マス・コミュニケーション講座 3 新聞・雑誌・出版. 河出書房.
- 北田暁大（2008）広告の誕生——近代メディア文化の歴史社会学. 岩波現代文庫.
- 小泉兼吉（1938）最新角行落講義——上手無理攻めの受け手. 将棋世界, 2 (4), 80-83.
- 児島和人（1993）受け手研究 audience research. 森岡清美・塩原勉・本間康平（編）新社会学事典. 有斐閣.
- 小山栄三（1937）宣傳技術論. 高陽書院.
- 小山栄三（1942）宣傳の心理. 桑田芳蔵・古賀行義・

- 小山栄三・久保良英・上野陽一・暉峻義等・内海義夫・近藤貞次・橘覚勝. 現代心理学 第2巻 社会心理学. 河出書房, 77-132.
- 小山栄三 (1943) 宣傳機関の配置問題. 報道技術研究會 (編) 宣傳技術. 生活社, 35-66.
- 小山栄三 (1946a) 輿論調査概要——輿論をどうしてつかむか——. 時事通信社.
- 小山栄三 (1946b) 新聞学要綱. 同文館.
- 小山栄三 (1948) 新聞と世論. 日本新聞協会編集部 (編) 新聞講座 編集編. 日本新聞協会, 33-49.
- 小山栄三 (1949a) 新聞. 戸田貞三 (編) 社會學研究の栞. 中文館書店, 354-363.
- 小山栄三 (1949b) 輿論. 戸田貞三 (編) 社會學研究の栞. 中文館書店, 364-372.
- 小山栄三 (1951) 比較新聞學. 有斐閣.
- 小山栄三 (1953) マス・コミュニケーションとラジオ. 放送評論, 1 (1), 9-12.
- 小山栄三 (1954) 廣報學——マス・コミュニケーションの構造と機能——. 有斐閣.
- Kris, E. and White, H. (1979) The German radio home news in wartime. Lazarsfeld, P. F., and Stanton, F. (eds.) *Radio Research, 1942-1943*. New York: Arno Press.
- Lasswell, H. D. (1927) *Propaganda Technique in the World War*. London: K. Paul, Trench, Trubner & Co. 小松孝彰 (訳) (1940) 宣傳技術と欧州大戦. 高山書院.
- Lasswell, H. D. (1946) Describing the contents of communications. Smith, B. L., Lasswell, H. D., & Casey, R. D. *Propaganda, Communication, and Public Opinion: A Comprehensive Reference Guide*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 74-94.
- Lasswell, H. D. (1948) The structure and function of communication in society. Bryson, L. (ed.) *The Communication of Ideas: A Series of Address*. New York: Institute for Religious and Social Studies, 37-51.
- Lasswell, H. (1949) The structure and function of communication in society. Schramm, W. (ed.) *Mass Communication: A Book of Readings Selected and Edited for the Institute of Communication Research in the University of Illinois*. Urbana, IL: University of Illinois Press, 102-115. 本間康平 (訳) (1954) 社會におけるコミュニケーションの構造と機能. 學習院社會學研究室 (訳) マス・コミュニケーション. 創元社, 5-28.
- Lazarsfeld, P. F. and Knupfer, G. (1945) Communication research and international cooperation. Linton, R. (ed.) *The Science of Man in the World Crisis*. New York: Columbia University Press, 465-495.
- 瀬川行有 (訳) (1952) コミュニケーション調査と國際間の協力. 池島重信・石田英一郎・磯野誠一・依田鐵太郎・齋田隆・鈴木幹人・瀬川行有・高主武三・中野正 (訳) 世界危機に於ける人間科學. 實業之日本社, 491-525.
- Lazarsfeld, P. F. (1947) Audience research in the movie field. *The Annual of American Academy Political and Social Science*, 254, 160-168.
- Lazarsfeld, P. F. and Merton, R. K. (1949) Mass communication, popular taste and organized social action. Schramm, W. (ed.) *Mass Communication: A Book of Readings Selected and Edited for the Institute of Communication Research in the University of Illinois*. Urbana, IL: University of Illinois Press, 389-401. 犬養康彦 (訳) (1954) マス・コミュニケーション, 大衆の趣味, 組織的社會活動. 學習院社會學研究室 (訳) マス・コミュニケーション. 創元社, 231-269.
- Lazarsfeld, P. F. and Kendall, P. L. (1979a) *Radio Listening in America*. New York: Arno Press.
- Lazarsfeld, P. F., and Stanton, F. (eds.) (1979a). *Radio Research, 1941*. New York: Arno Press.
- Lazarsfeld, P. F., and Stanton, F. (eds.) (1979b). *Radio Research, 1942-1943*. New York: Arno Press.
- Lazarsfeld, P. F., and Stanton, F. (eds.) (1979c). *Communications Research, 1948-1949*. New York: Arno Press.
- 南博 (1947) 記號, 象徴, 言語——動物心理學的考察——. 思想の科学, 2 (2), 333-339.
- 南博 (1948a) 映畫の分析——社會心理學的方法. 思想の科学, 3 (7), 35-40.
- 南博 (1948b) 社會心理. 東京社會科學研究所 (編) 社會学の方法と理論. 実業之日本社, 209-261.
- 南博 (1949) 社會心理學——社會行動の基礎理論——. 光文社.
- 南博 (1950) 大衆コミュニケーションの魔術性. 思想, 314, 23-30.
- 南博 (1951) アメリカの新聞——大衆コミュニケーションの問題として——. 思想, 324, 53-62.
- 南博 (1953) マス・コミュニケーション. 日本応用心

- 理学会 (編) 心理学講座 第10巻 社会心理. 中山書店.
- 南博 (編) (1954a) マス・コミュニケーション講座4 映画・ラジオ・テレビ. 河出書房.
- 南博 (1954b) アメリカ社会心理学の動き. 思想, 326, 42-50.
- 南博 (1955) マス・コミュニケーションの論理と表現——旭ヶ丘中学問題の新聞報道をめぐって——. 思想, 370, 16-27.
- 南博 (編) (1956) 現代心理学用語辞典. 河出書房.
- 南博 (1958) テレビジョンと受け手の生活——受けとり反応と社会効果の問題点——. 思想, 413, 103-115.
- 南博 (監) (1971) マス・コミュニケーション事典. 学藝書林.
- 南博 (1973) “消え”の美学, “冷え”の文化. 放送文化, 28 (6), 4-9.
- 南博 (1985) 学者渡世 心理学とわたくし. 文藝春秋.
- 南博・川島武宣・小林英夫・ハルバーン・江実・石黒修・宮城音弥・大久保忠利・布留武郎・池田弘子・宮崎博・今野武雄・柳田為正・松坂忠則・三浦つとむ・望月衛・鶴見俊輔 (1948) きいてわかる学問言葉を作る会. 思想の科学, 3 (9), 43-65.
- 宮武実知子 (2003) 世論 (せろん/よろん) 概念の生成. 津金澤聡廣・佐藤卓己 (編) 広報・広告・プロバガンダ. ミネルヴァ書房.
- Morris, C. W. (1946) *Signs, Language and Behavior*. New York: Prentice-Hal. 寮金吉 (訳) (1960) 記号と言語と行動——意味の新しい科学的展開——. 三省堂.
- Morris, C. W. (1949) 実験的人間学. 思想の科学, 4 (2), 1-8.
- 日本大辞典刊行会 (1990) 日本国語大辞典 [縮約版] 第一巻. 小学館.
- 二十世紀研究所 (編) (1955) マス・コミュニケーション講座6 マス・コミュニケーション事典. 河出書房.
- 岡田直之 (2003) コミュニケーション研究の源流と起点. 広瀬英彦・岡田直之 (編) 現代メディア社会の諸相. 学文社.
- 大石裕 (2016) コミュニケーション研究 第4版——社会の中のメディア. 慶應義塾大学出版会.
- Ruesch, J. and Bateson, G. (1951) *Communication: the Social Matrix of Psychiatry*. New York: W. W. Norton & Co.
- 佐藤卓己 (2008) 輿論と世論——日本の民意の系譜学. 新潮社.
- 佐藤毅 (1971) 送り手. 南博 (監) マス・コミュニケーション事典 学藝書林, 83-84.
- 社会調査研究所 (南博・加藤秀俊・高野悦子) (1951) 戦後日本における映画コミュニケーションの實態. 思想, 326, 72-79.
- Shannon, C. E. and Weaver, W. (1978) *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana, IL: University of Illinois Press.
- 進藤延 (1923) テニスの知識と競技. 紅玉堂書店.
- 清水幾太郎 (1946a) 社会心理. 中山伊知郎・三木清・永田清 (編) 社会科学新辞典 改訂. 河出書房, 209-215.
- 清水幾太郎 (1946b) 宣傳. 中山伊知郎・三木清・永田清 (編) 社会科学新辞典 改訂. 河出書房, 298-302.
- 清水幾太郎 (1947) 流言蜚語. 岩波書店.
- 清水幾太郎 (1949a) ジャーナリズム. 岩波書店.
- 清水幾太郎 (1949b) ジャーナリズム論. 文化の思索. 糸書房, 7-23.
- 清水幾太郎 (1949c) ジャーナリズム. 河出書房編集部 (編) 社会科学辞典. 河出書房, 297-300.
- 清水幾太郎 (1951a) 社会心理学. 岩波書店.
- 清水幾太郎 (1951b) 大衆娯楽について. 思想, 326, 643-646.
- 清水幾太郎 (1953) マス・コミュニケーション. 日本資本主義講座——戦後日本の政治と経済 第三巻 統治機構と政治運動. 岩波書店.
- 清水幾太郎 (編) (1955a) マス・コミュニケーション講座1 マス・コミュニケーションの原理. 河出書房.
- 清水幾太郎 (編) (1955b) マス・コミュニケーション講座2 マス・コミュニケーションと政治・経済. 河出書房.
- 新聞学評論三七号編集委員会 (1988) 新聞学評論, 37.
- Smith, B. L., Lasswell, H. D., and Casey, R. D. (1946) *Propaganda, Communication, and Public Opinion: A Comprehensive Reference Guide*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- 総合ジャーナリズム研究所 (1974) 総合ジャーナリズム研究, 68.
- 竹内郁郎 (1990) マス・コミュニケーションの社会理論. 東京大学出版会.
- 竹内郁郎 (1999) 竹内郁郎先生に聞く 聞き手 杉山光信・吉見俊哉. 東京大学社会情報研究所紀要 58, 16-31.

- 滝沢正樹 (1971) 受け手. 南博 (監) マス・コミュニケーション事典. 学芸書林, 50-51.
- 田村紀雄 (2011) ラスウエルと「マスコミ」用語の日本登場——井口一郎と思想の科学研究会の戦後の貢献. コミュニケーション科学, 33, 149-160.
- 田中義久 (2000) コミュニケーション理論史研究 (上) コミュニオンからコミュニケーションへ. 勁草書房.
- 田中義久 (2014) コミュニケーション理論史研究 (下) 記号論からコミュニケーション行為の地平へ. 勁草書房.
- 土田万年・松井簡治 (1915) 大日本國語辭典. 富山房.
- 土田万年・松井簡治 (1940) 大日本國語辭典 修訂版. 富山房.
- 鶴見俊輔 (1946a) 言葉のお守りの使用. 思想の科学, 1 (1), 15-25.
- 鶴見俊輔 (1946b) ベイシツク英語の背景. 思想の科学, 1 (2), 45-55.
- 鶴見俊輔 (1947) モリスの記號論體系. 思想の科学, 2 (2), 370-391.
- 鶴見俊輔 (1950) 現代思想と映画. 映画文化, 1, 21-26.
- 鶴見俊輔・多田道太郎・樋口謹一 (1951) ルソーのコミュニケーション論. 桑原武夫 (編) ルソー研究. 岩波書店, 216-244.
- 鶴見俊輔 (1952) コミュニケーション. 思想の科学研究会・鶴見和子 (編) デューイ研究——アメリカ的考え方の批判——. 春秋社, 129-169.
- 戸田正直 (1953) サイバネティックス. 日本応用心理学会 (編) 心理学講座第4巻 知覚心理. 中山書店.
- 渡辺武達 (2011) オーディエンス audience. 渡辺武達・山口功二・野原仁 (編) メディア用語基本事典. 世界思想社.
- Watkins, G. S. (ed.) (1947) *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 254.
- Wiley, M. M. and Casey, R. D. (eds.) (1942) *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 219.
- Yeager, W. H. and Utterback, W. E. (eds.) (1947) *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 250.
- 米山桂三 (1943) 思想闘争と宣傳. 日黒書店.
- 米山桂三 (1948a) 輿論. 東京社會科學研究所 (編) 現代の社會学第5巻 現代社會の研究. 実業之日本社.
- 米山桂三 (1948b) 輿論調査の方法. 樺俊雄・大道安次郎・渡邊義晴・米山桂三・阿閉吉男. 輿論の社會学. 同文館.
- 米山桂三 (1951) 輿論の變動. 社會学評論, 2 (1), 108-135.
- 米山桂三 (1952) 世論の形成とマス・コミュニケーション. 放送文化, 7 (2), 9-13.
- 米山桂三 (1956) マス・コミュニケーション. 小原敬士 (編) アメリカとアメリカ人. 毎日新聞社.

(受稿日: 2017. 6. 1)

(受理日 [査読実施後]: 2017. 10. 18)

Original Article

Invention of “Okurite” and “Ukete”: the Relationship between the Social Psychology of Hiroshi Minami and Mass Communication Studies in Japan during 1940s–1950s

SHINOBI Ryo

(College of Letters, Ritsumeikan University)

This paper aimed to clarify how the Japanese terms “Okurite (送り手)” and “Ukete (受け手)” were invented. These terms have been used in many academic fields, especially in domains dealing with media and mass communication. Although they prevail in the humanities in Japan and have entries in many types of dictionaries, their origin is still unclear. Some dictionaries are of the view that the two terms came from the mass communication studies of a sociologist, Paul Lazarsfeld, wherein “Ukete” means audience. In these dictionaries, “Okurite” is often not connected to a specific term. Others have expressed the thought that they originated from the information theory of mathematicians, Claude Shannon and Warren Weaver, in which “Ukete” means receiver and “Okurite” means sender. On the other hand, a Japanese social psychologist, Hiroshi Minami, insisted that he invented these Japanese words. This paper attempted to explain the origin of the two notions through historical research and by examining as to how these words were produced or what relationship they had with studies conducted by Lazarsfeld, Shannon, Weaver, and others. In this essay, it is asserted that “Okurite” and “Ukete” was translated by Hiroshi Minami from the terms “communicator” and “communicatee,” respectively, used by C. Morris—a behavioristic logico-empiricist philosopher of signs. Furthermore, it was revealed that Shunsuke Tsurumi, a Japanese pragmatist philosopher, and Shiso no kagaku had a deep interest in Morris’ work and in the need for new clear academic words for the new era after World War II.

Key Words : Okurite, Ukete, Hiroshi Minami, social psychology, mass communication

RITSUMEIKAN JOURNAL OF HUMAN SCIENCES, No.37, 1-16, 2018.
