

經濟論叢

第104巻 第3号

哀 辞

故鎌倉 昇教授遺影および原稿

経営戦略について……………	田 杉 競	1
ニュースと「企業性」の接点……………	島 崎 憲 一	23
フィスカル・ポリシーと完全雇用……………	森 岡 孝 二	41

記 事

鎌倉教授逝く

追悼講演（石川常雄・市村真一・堀江保蔵）

追憶談（杉浦一平・吉田進・西村理・引馬滋）

故鎌倉昇教授略歴・著作目録

昭和44年9月

京 都 大 学 經 濟 學 會

ニュースと「企業性」の接点

島 崎 憲 一

I オピニオンの退化とニュースの浮動

ニュースは、これを公示しようとする者（公示者）の社会的な意識・態度、あるいはその見方によって、つねに可変的である。公示者が「事実」に対し知覚する時宜性と一般性の価値を判定し、この価値を客観化するために「加工」したものであるから¹⁾。

しかし公示しようとする意思には目的がなくてはならないし、近代的な新聞のフォーマットが形成される以前から、ニュースの公示には必ず何らかの目的が托されていたのである。それは自己のオピニオンを打出すことで、ニュースの公示権が社会の組織者あるいは指導者によって、つねに掌握されていた所以でもあった。封建社会の瓦解が近迫する16世紀から17世紀にかけての苛烈な言論弾圧は、この公示権をめぐる抗争にほかならない。また、近代フォーマットを生み出す初期の印刷新聞が、概ね政治的権力の庇護の下に生存しえたのも、あるいはまた対立する党派のいずれかに所属したのもそのためである。

しかし、こうしたオピニオン・プレスも、やがて「企業性」との交叉を深化するにつれて、次第に退化してゆく。公示の意思を明確にコミュートする必要よりも、企業的利益を追求することの方に、遙かに大きなウエイトがかかってくるからである。

ニュースは「事実」そのものではない。人間が「加工」したものである。「事実」とは全く別個のものである。ニュースは公示者の「意識」によって可変であるし、同時にまた、判断した価値の「加工」の仕方如何によっても浮動する。仮りに判断した価値が正しかったとしても、価値どおり加工表現されな

1) 以下ニュースの本質については拙著「現代新聞の原理」（弘文堂）第1章・第2章参照。

ければ、それは正しいニュースにはならない。例えば10の価値のものが、5あるいは20に加工表現されれば、それは正確なニュースとはならないからである。

つまりニュースが正しいかどうかは、まず第1に加工する主体の「意識」が正しいかどうか、第2に、判断された価値が正しく客観化されたかどうかによって決まるのである。特定の「事実」について、いくつかの異なる新聞が掲載するニュースを比較し検討すれば、そのことは自ら明らかとなるであろう。

しかも、今日では、公示者と加工者の関係をも併せ考える必要がある。すなわち公示者と加工者が完全な分離をとげている付帯条件についてである。両者は、相反撥しあう階級的意識をもつ異質の人たちから成り、そのために加工の過程を一層複雑化しているからである。

かつて公示者と加工者が同一人であった時代がある。公示の意思をもつ者が、自らニュースを加工し、これを口頭で伝達した。旧約聖書に現れる予言者や巫者のように。それがやがて、社会の分化発展に伴い、両者は次第に分離してゆく。例えば君主・貴族・王侯たちが公示権を握り、その家臣や奴隷が直接加工に当たった時代がくる。新聞紙類似のものとしてつねに引合いに出される、紀元前57年、シーザーが作ったローマの二官報 (*Acta Senatus, Acta Diurna Populi Romani*) もその一例であろう。

しかし、こうした段階の分離では、直接加工者である家臣や奴隷は、ただ主人の命ずるまま、自らの「意識」を抹殺しつつ加工したにすぎなかった。

ついで16世紀ころから手書きあるいは手紙新聞 (written news-letter) が全盛になる。集収したニュースを売ると手工業的な職人が加工者として現われる。この場合も、これらの職業は顧客の注文に応じ、お得意から求められるものを、相手の意を汲んで加工したにすぎない。主体性をもつ価値判断によって加工したとはいえない。それは、ルネッサンスの美術品が、Medici 家の庇護の下に制作されたように、ドイツの Fugger 家のような富豪やイギリスの Dorchester 卿のような外交官の保護をうけて加工された。

ところが、産業革命で印刷術が発展し、近代的な印刷新聞の定型が確立し、新聞も企業化してくると、加工者の性格は一変するのである。公示者と加工者は相対峙する階層に凝固し、労使の關係に分立するからである。自らの「意識」を抹殺し、黙々と公示者の意思に従った、かつての加工者ではもはやない。当然ニュース加工の階梯に、対立意識が混入するのである。そのために、現代の新聞では、価値判断の統一をはかるため、意識的調整が必要となり、「編集権」の行使が重視されてくる。つまり、職階制をパイプとして、公示者の意思を加工の末端にまで滲透させる組織が大きな意味をもつようになった。

第2次世界大戦のはじめ、イギリスの *The Times* は政府の対独宥和政策を支持していた。この公示者の意思に沿って編集局長 Geoffrey Dawson が、ベルリン特派員 Norman Ebbutt の電報を削り、ナチの残虐と野望を報道しようとした狙いを、目茶苦茶にしたことがあった²⁾。

このように、公示者の強権が、「事実」に対する価値判断の正しさと無關係に、ともすれば、公示者が帰属する階層との政治的癒着にもとづいて、行使される不安も加わってくるのである。

フランスの有力日刊紙 *Figaro* (販売部数 523,000) は、1950年来、株主と経営を別会社にし、株主が編集経営にタッチしないようになっていたが、委託満期を機会に、独占的大株主 Jean Prouvost と Ferdinand Beghin が新経営会社設立による、編集権奪還を企てたため、去る5月ストが起っている³⁾。

要するに、ニュースと「企業性」の接点から、オピニオンの退化が促進され、同時に「加工」の基盤が軟化する可能性は否定できないのである。

II 大量生産と低廉化

都市の人口が増え、教育が普及し、産業が発達するにつれて、新聞の発行部数と広告収入が増え、1部当りの値段が引下げられるのは当然のことである。

2) Francis Williams, *Dangerous Estate*, p. 275.

3) 朝日新聞、1969年5月31日付朝刊；*Newsweek*、1969年6月2日号。

しかし20世紀に入って、新聞の大量生産と低廉化を急激に加速した力の一つは、ニュース加工にとり入れられた煽情主義 (sensationalism) に負うところが大きい。

アメリカについてみると、19世紀最後の20年間から20世紀初めにかけて、販売部数が著しく増加している。例えば1872年には、発行部数10万以上のものは、*New York Sun* と *New York Daily News* だけであったが、1892年には、*New York World* 374,741部、*Chicago Daily News* 243,619部、*Philadelphia Evening Item* 162,497部、*New York Daily News* 178,681部、*Boston Globe* 170,336部、*Boston Herald* 143,552部、*Philadelphia Record* 138,886部、*New York Morning Journal* 130,000部と、有力紙、とりわけイエロー・ペーパーの躍進が目立っている⁴⁾。なお1889年の日刊1610紙を平均してみると1紙当り5,209部が水準である。

低廉化は、イギリスで1部7セントのころ、アメリカでは1・5ペニーで売られており、アメリカの方が一足先に出発している。萌芽は1829年にみられる。ふつう年8ドルから10ドルの時に、メイン州ポートランドの *Daily Courier* が年4ドルで販売した。ついで1833年1月1日に1部2セントの *New York Morning Post* が創刊された。のち *Tribune* で活躍する Horace Greeley (1811-1872) が、H. D. Shepard 博士の思いつきを支持してはじめたものであるが、創刊当日の大雪がたたって失敗した⁵⁾。

結局成功したのは同年9月3日 Benjamin H. Day (1810-1889) の創刊した *Sun* であった。定価1セント。いわゆる「ペニー新聞」の先駆である。Day は警察と法廷に専門記者を配置したり、ユーモア読物をのせたり、これまでの政論中心新聞の型を打破り、取材編集の面に新機軸を出した。新聞配達に少年を採用したのもかれの発案である。創刊2か月で発行部数2,000、4か月で5,000と、急ビッチに部数を増やし、印刷機もそれまでの手動式を蒸気力のものに取替えた⁵⁾。

4) Frank L. Mott, *American Journalism*, pp. 506, 507.

5) *Ibid.*, Chapter XIII.

いわゆる新聞大衆化——イエロー・ジャーナリズムへの道をつけたわけで、これにならって1835年5月5日 James Gordon Bennett (1795-1872) の *New York Herald* が誕生するのである。

しかし新聞が政党との結びつきから、次第に離れて、独立白営を建前とする現代新聞への転換は、構造的には産業革命の波動に乗ったからである。アメリカでは南北戦争の分水嶺を第1次世界大戦へ急滑降する路上においてであり、イギリスでは1870年の初等教育法制定が有力な標識の一つになるであろう。

そして19世紀末に、現代の大衆新聞の定型を樹立したのが、イギリスでは Alfred Harmsworth, のちの Northcliffe 卿 (1865-1922), アメリカでは Joseph Pulitzer (1847-1911) と William Randolph Hearst (1863-1951) であった。かれらこそ sensationalism が大量生産と低廉化をアクセレートするという原理を、自分の新聞で立証した人たちである。

煽情主義は人間の感能に訴える媚薬である。この働きによってニュース価値の「一般性」の巾を人為的に押しひろげ、産業の発達と教育の普及で動員された当時の新興階層を抱えこむことに成功した。こうして部数を飛躍的に増進し、広告による増収をはかり、1部当りの新聞代を引下げるベニー・プレス時代を実現してみせたのである。

偶々これらの新聞の煽情主義は、金権政治や社会不正摘発のクルーセード運動を昂揚する力となり、巧みに新興読者層をとらえることができたが、その反面、ニュースを歪曲し、多くの弊害を流す結果にもなっている。しかも、この加工技術は、現代の新聞にまで強い影響を及ぼした。少くも百万部以上の部数を保持しようとするれば、sensationalism は欠くことのできない調味料である。その量の極度に多く調合されたものがイエロー新聞であり、極度に抑制されたものが高質紙 (Quality paper) ということになる。

1968年の数字によると、*New York Times* は平日 87 万部、これに対してタブロイドの *New York News* は309万部。イギリスの *The Times* は40万部、

Daily Mirror は503万部⁶⁾。

つねに立場のはっきりしている高質紙は、論調も、ニュースの価値判断も概ね正確であるが、読者は限定され部数は少い。一方大衆紙は、ニュースの評価を情緒的に押し拡げ、その論調は普遍的で巾ひろいが、底の浅いものにばかりされている。しかしその部数は圧倒的に多いのである。

しかしながら、この論調を決めるものは、公示者の意思一つにかかっているのが現代の新聞である。これが第1の、ニュースと「企業性」の接点になる。

Ⅲ 独占集中への傾向

他の産業部門と同様に、新聞事業における独占集中への傾向は、強い世論の批判を浴び、法的規制を受けながらも、ますます強められてくるようである。新聞におけるこの傾向をチェーン(chain)という慣用語で呼びはじめたのはアメリカである。アメリカ新聞史では、1890年代から第1次世界大戦にかけて現われた二つの新局面として、イエロー・ジャーナリズムとチェーンを並べてあげる。

新聞チェーンは、厳密には、従来のカルテルやトラストと同一に解釈できない。どちらかといえば、産業合理化を目指して生れたもので、「ニュース、フューチャおよび写真の交換、資材の大量購入、広告の共同収集、相互の金融援助による利益のように、経費をいちじるしく節減させることから発生し進歩したものであった。」⁷⁾

Robert M. Hutchins を委員長とする「新聞の自由に関する委員会」(The Commission on Freedom of the Press)の報告でも、これを極めて広義に解釈し「一個人または法人が、一つまたは数個の都市で、新聞その他の大衆通信手段を二つ以上所有するもの」をチェーンと呼んでいる⁸⁾。そして「ある地域に入ってくるすべての時事情報を一人で左右するような厳格な意味での独占は、通

6) 日本新聞年鑑, 1969年版。

7) R. W. Jones, *Journalism in the U. S.*, p. 486.

8) 米国プレスの自由委員会「新聞の自由と責任」(日本新聞協会) p. 53.

信事業にはない。それに最も近いものは一地方における単独所有である」と説明している⁹⁾。

この説明にもふれているように、とくに電波メディアの発達してきた今日、果して新聞チェーンが市場独占といえるかどうかには、検討の余地がないわけではない。しかし、市場統制または独占が、現実には、新聞企業の発展の上にも、重要な指標となりつつあることは否定できないのである。

とくに、1紙しか新聞の存在しない都市、仮りに2紙以上の新聞が発行されていても、同一所有または経営下にある、いわゆるコンビネーションであったり、同じ工場で共同制作されているものが、次第に増加してゆくのである。1966年の数字によると、新聞が競争状態にある都市は、あの広大なアメリカで、僅か42市しかない。

ミネソタ大学の Raymond B. Nixon が昨年発表したアメリカ新聞グループの現勢は別表のとおりである。これは「エディター・アンド・パブリッシャー・インタナショナル・イヤー・ブック」1968年版の数字に、その後の変動を加えて修正したものであるが、つぎの諸点が指摘されている。

1. グループ所有の日刊紙数の伸び率はアメリカ新聞史上最高である。
2. グループ所有の紙数は、1940年代には減少し、50年代にはかなり安定したが、再び増加しはじめた。
3. グループの総数 (159) とグループが支配する日刊紙総数 (828) は、1910年以來12倍以上増大し、その販売部数の合計は、日刊紙総部数の58%、日曜新聞総部数の63%を占める。
4. 各グループの支配する新聞数についてみると、トムソン (36紙)、ギャネット (29紙)、スクリップ・リーグ (28紙)、ニューハウス (23紙)、ドーンレイ・メディア (22紙) のように、比較的新らしいグループが、スクリップス・ハワード (17紙)、ハースト (8紙) のような、かつてのリーダーをト

9) *Ibid.*, p. 55.

10) Raymond B. Nixon, "Newspaper Groups are Growing", *Editor & Publisher*, June 1, 1968, pp. 17, 48.

ップ5から駆逐した。

アメリカ日刊新聞のグループ所有¹¹⁾

5. しかし週日平均の販売部数においても、これに日曜版を含めた平均部数においても、首位は、依然としてシカゴ・トリビューンで、僅か3州で7紙しかないが合計部数では第1位。2位はニューハウス、3位はスクリップス・パワー、4位ハースト、5位ナイト・ニューズペーパーズの順である。

	グループ数	新聞数	平均紙数
1910	13	62	4.7
1923	31	153	4.9
1930	55	311	5.6
1933	63	361	5.7
1935	59	329	5.6
1940	60	319	5.3
1945	76	368	4.8
1954	95	485	5.1
1961	109	552	5.1
1968	159	828	5.2

なおニクソンの説によれば、ラジオ・テレビが競争媒体として登場した不況期や戦時には、各地に新聞合併の傾向がみられたが、このような合併は事実上、現在では完了している。したがって今グループの拡大を促している理由としては、租税裁判所の判決のためで、営利会社が剰余金を増やしたり、特別配当を行うよりも、蓄積利益金を関連企業に投資する方が有利なこと。さらにまたトムソン・グループに身売りした Brush-Moore グループのように、現金取引をするよりも、株式を交換して他の新聞やグループに売った方が有利だとするものも現われてきたためだとしている。そしてチェーンの傾向としては、反トラスト政策のために、近郊地域での新聞合併が難しくなったため、遠くの州への進出をはかるので、地方的チェーンよりも全国的チェーン (national chain) を発展させる新しい動きが予想されるとしている。

ところで、このようなグループ強化は、ローカル紙中心のアメリカに限るわけではない。わが国と同様、全国紙が堅固な地位にあるイギリスでも、2回 (1947-49, 1961-62) にわたる Royal Commission on the Press で独占問題が採上げられており、現在でも四つの大柱が業界を牛耳っている。

第1の柱は、Northcliffe 卿の後継者 Rothermere 系統で Daily Mail and

11) *Ibid.*, p. 17.

日刊新聞を7日間に百万部以上発行するグループ¹²⁾

	日刊 紙数	週日部数	日曜 紙数	日曜部数	7日間の 発行部数
1 Chicago Tribune Newspapers	7	3,620,520	5	4,955,808	26,328,730
2 Newhouse Newspapers	23	3,190,180	14	3,391,495	22,455,248
3 Scripps-Howard Newspapers	17	2,504,466	7	1,841,753	16,780,344
4 Hearst Newspapers	8	2,080,647	7	2,712,635	14,850,223
5 Knight Newspapers	7	1,390,117	6	1,508,523	9,847,865
6 Gannett Newspapers	29	1,290,710	8	611,558	8,289,612
7 Cowles Newspapers	11	1,108,637	7	1,342,057	7,993,868
8 Ridder Publications	16	1,143,847	10	1,128,047	7,941,826
9 Times Mirror Co.	3	9,64,702	2	1,222,059	7,006,908
10 Ochs Estate Newspapers	3	9,14,576	2	1,559,383	6,890,803
11 Field Enterprise, Inc.	4	1,029,378	1	1,029,378	6,809,249
12 James M. Cox Newspapers	7	861,403	3	780,564	5,941,637
13 Central Newspapers	7	742,400	4	638,034	5,112,434
14 Robert McLean Newspapers	2	709,137	2	767,912	4,931,897
15 Thomson Newspapers	36	708,228	13	350,302	4,546,298
16 Kansas City Star Co.	4	674,916	2	406,652	4,443,601
17 Copley Press	17	639,813	6	503,677	4,339,353
18 Harte-Hanks Newspapers	15	426,832	10	355,586	3,774,496
19 Booth Newspapers	9	534,373	6	434,356	3,640,588
20 Richmond Newspapers	4	471,741	2	379,934	3,210,380
21 Block Newspapers	5	501,963	1	183,093	3,183,073
22 Lee Newspapers	15	403,242	8	349,077	2,746,491
23 McClatchy Newspapers	3	337,993	3	395,924	2,433,882
24 Freedom Newspapers	15	349,263	10	313,053	2,340,079
25 Federatul Newspapers	9	281,296	6	237,681	1,925,457
26 Ingersoll Newspapers	8	284,936			1,705,648
27 Donrey Media Group	22	240,937	20	237,141	1,590,080
28 World Newspapers	16	231,487	8	179,229	1,577,898
29 Perry Publications	15	243,756	9	189,597	1,572,712
30 Southern Newspapers	19	244,956	10	180,735	1,565,572
31 Scripps League Newspapers	28	241,355	8	95,289	1,552,519
32 Stauffer Publications	13	224,079	5	131,147	1,464,234
33 Speidel Newspapers	10	218,075	4	135,459	1,434,058
34 Ottaway Newspapers	8	206,524	2	76,608	1,315,752
35 Odgen Newspapers	9	167,970	2	91,870	1,000,083

12) *ibid.*, p. 17.

General Trust である。*Daily Mail*, *Daily Sketch*, *Evening News* など日刊紙 16 を傘下に収め、1966 年 6 月現在合計して 5,469,000 部、全国日刊紙総部数の 10.5 % を占める。

第 2 の柱は、Beaverbrook 卿系の Beaverbrook Newspapers である。*Daily Express*, *Sunday Express*, *London Evening Standard*, *Glasgow Evening Citizen* の 4 紙であるが、合計 8,994,000 部で、全国日刊・日曜紙総部数の 17.3 % を占める。

第 3 の柱は、Cecil King (昨年会長を辞任) 系の International Publishing Corporation である。全国紙は *Daily Mirror* と *Sun* である。*Sun* は、1964 年に *Daily Herald* の TUC (イギリス労働組合会議) 所有株 40 % を買取り、同年 9 月 15 日から *Herald* の後継紙として改題発行したもの。このほか地方紙 *Daily Record* (Glasgow) と *Sunday Mirror*, *People* など四つの日曜紙を所有する。これら七つの新聞の部数は合計 1837 万部。全国日刊紙・日曜紙総部数の 35 % を占めている。

第 4 の柱は、Roy Thomson 系である。前三者より遅れてレースに参加したが、驚くほどのスピードと世界的規模でのしてきた。かれはカナダの生れ、1953 年渡英。まずスコットランドの高級紙 *Scotsman* と北部地方紙数紙、それにテレビ 2 局を入手、1959 年夏ロンドンに進出し、当時指折りのチェーンの一つであった Kemsley Newspapers の株 40 % を買取り、Thomson Newspapers を創立した。ケムズレーから買取った新聞の中には、大部数を擁する全国日曜新聞 *Sunday Times*, *Empire News* や全国週刊紙 *Sunday Graphic* がある。合計 15 紙 310 万部を越え、全国総部数の 6 % を占めるにいたったが、ついに 1966 年 10 月世界的な高質紙 *The Times* を吸収し、新聞界の覇権を握ったのである。

現在トムソンは、イギリス、アメリカ、カナダ、アフリカ、西インド諸島などに合せて 168 の新聞と、100 以上の雑誌、ほかにラジオ・テレビ局、出版会社など多数を所有する。

さて、以上のように、新聞の独占集中が進んでいるが、このニュース加工に与える影響を考えねばならないのである。前述したハッチンス報告にも「大衆通信手段の量と種類が増えさえすれば、相互の理解が深まると即断するわけにはいかない」ことを指摘している¹³⁾。論調の多様性が喪われ、世論形成の画一化、ステレオタイプ化をもたらす危険の方が、はるかに警戒されねばならないからである。

コロンビア大学で開かれた「シグマ・デルタ・カイ」(大学卒業の新聞人で組織する団体)の集会で、ノース・カロライナ大学講師マーク・エスリッジも、つぎのように講演している。

「現在の新聞に対する批判のうち、最大のものは、論調の軟弱化である。その根本原因は新聞チェーンの増加と独占の進行により論説の活力が中和されてしまったことである。独占は意思を中立化する傾向をもつ。」¹⁴⁾
つまり、これが第二の、ニュースと「企業性」の接点になる。

IV 外からの圧力

第三の、ニュースと「企業性」の接点は、外からの圧力による価値判断のブレである。煽情主義や論調の中和とちがって、これは直接公示者の抵抗度によって左右されるところが大きいし、いわゆる「言論自由」の理念ともからむのである。

外からの圧力の中で、最も端的な形で現われるのは、戦時あるいは非常事態の際の政治的軍事的統制であろう。日華事変・太平洋戦争などを体験したわれわれは、今更説明されるまでもない。また独裁制のしかれている国でも同じように検閲や「指導」が行われる。しかし平時にも、多くは表立たないが、言論機関の周辺に、政治的な圧力は働くことがある。

昨年6月22日イギリスBBCで座談会が放送されたが、出席した *Daily Ex-*

13) 「新聞の自由と責任」p. 46.

14) 日本新聞協会報、1966年12月22日付=E&P。

press の防衛担当記者が語るところによると、かれの電話は盗聴され、手紙は開封され、外出には尾行がつくという¹⁵⁾。

しかし、ニュースの加工を強制しようとする外力の中で、「企業性」とじかに結びつくのは広告主からの圧力であろう。第2次世界大戦のあと、新聞事業が直面した最初の課題は、新しく抬頭してきたマス・メディア——テレビとの競争であった。とくに広告費をめぐる争奪である。経理面からみても、戦争のため放置されていた老朽施設の更新や修理を急がねばならなかったし、インフレの昂進に伴う諸経費、中でも人件費・販売費の高騰に新聞社は対処しなければならなかった。自然、広告による増収の要請が強まったのである。

新聞事業の収支構成は、戦前には、販売収入が広告収入より多いのを、むしろ健全な形と考えていた。しかし現在では、次第に広告収入が販売収入を上回る傾向にある。日本新聞協会加盟社についての調べによると、1968年（昭和43）には、販売収入がついに40%を割ってしまった。

収入構成比率の推移（総収入=100）¹⁶⁾

	販売収入	広告収入	その他 営業収入	営業外 収益
43年上期	38.0%	51.4%	7.3%	3.3%
42年上期	41.0	48.4	7.2	3.4
41年上期	42.9	47.7	6.7	3.4

それに各媒体の広告

費争奪は、なお激しくつづいている。次表についてみると、依然として広告媒体としての

新聞の首位は揺いでいない。しかし「伸び」はテレビの短年月における急上昇に脅やかされる現状である。この脅威はもちろん日本だけの話でない。イギリスの *The Times* がトムソンの膝下に屈服した最大の理由も、広告収入の減退であった。いまや各新聞社とも、増ページとからめて、懸命に広告増収の努力を傾けているのである。そのために、ニュースや論調と広告との質的バランスが、しばしば問題になるのである。

ニューヨーク・タイムズの記者として活躍したことのある Gay Talese が、

15) ロンドン発ロイター通信=共同。

16) 「新聞経営」（日本新聞協会）1969年。No. 36。

わが国の媒体別広告費 (電通調べ・43年は推定)¹⁷⁾

	広告費 (単位億円)			構成比 (%)		
	41年	42年	43(1968)年	41年	42年	43(1968)年
新聞	1,337	1,611	1,889	34.9	35.1	35.5
雑誌	211	255	297	5.5	5.6	5.6
ラジオ	169	195	233	4.4	4.2	4.4
テレビ	1,247	1,509	1,746	32.6	22.8	32.8
4媒体の合計	2,964	3,570	4,165	77.4	77.7	78.3
その他合計	867	1,024	1,153	22.6	22.3	21.7
総広告費	3,831	4,594	5,318	100.0	100.0	100.0

この6月に“*The Kingdom and the Power*”という555ページの著書を World Publishing から出版した。タイムズの内幕ものであるが、その中に、つぎのような情景が描かれている。

ある日のタイムズの社説は、最近ハドソン河沿いに新築された豪華なアパートが、甚だしくニューヨークの美観をそこなうと非難した。ところが同じ日のタイムズの広告特集には、問題のアパートを建てたティッシュマン不動産の広告が載っているのである。この広告は、広告局長モンロー・グリーンが、ティッシュマンに5万ドルを支払わせたものであった。当然ながらグリーン局長は、うかぬ顔で電話口にすわっている。かんかんに怒ったティッシュマンからの電話を待っているのである。果して電話がかかってきた。しかしさすがは350人を指揮して年間1億ドルを稼ぐ広告局長である。いろいろとなだめすかす。そして最後にこういうのである。

「社説でそこなわれた傷は、あの広告で十分つぐなわれていると思う。それに個人的にいうと、この広告は社説によって何の被害も受けていない。だれも社説なんて読まないものだ。」

この本でも触れているが、ニューヨーク・タイムズの記事や社説が気に入らないという理由で、広告の出稿を拒否する広告主は決して少なくないようである。

17) *Ibid.*

イギリスの週刊誌「ニュー・ステーツマン」で、いつも健筆を揮っていた Kingsley Martin が、今年2月16日に旅先のカイロで死んだという、豆記事ながら日本の新聞にも報道されていた。かれの著書 “*The Press The Public Wants*” によると、イギリスのある新聞社では、経済記者に、その社の広告主の商社一覧表を手渡してある。それらの商社のことはよく書くようにというためにである¹⁸⁾。

いずれにしても、広告増収を求める新聞に対して、広告主の「発言」が多くなる傾向はどこの国でも同じようである。

V 高質紙のゆく道

すでにのべてきたような、いくつかの接点に立って、現代の新聞に対するイメージは形成されるのである。高質新聞と大衆新聞。イギリスの *The Times* と *The Guardian*, アメリカの *New York Times* が高質紙であり、イギリスの *Daily Mirror*, *Daily Express*, アメリカの *New York News* が大衆新聞というように。

しかし高質紙といえども、企業性から生れるニュースの歪曲を最小限に喰いとめ、公示者の意思のコンサーヴァティブな強靱さを相対的に維持しているのであって、企業性そのものを否定しおうせるほどの抵抗力をもっているわけではない。高質紙も大衆紙も、ともに資本主義体制の回帰を肯定した上で、対照されるのである。そこに離脱し難い矛盾帯がある。

1966年 *The Times* がロイ・トムソンの傘下に吸収された理由について、同紙は同年10月1日付の社説 “*A Natural Marriage*” で、つぎのように語っている。

「タイムズが他紙との提携を求めるならばこの合併は当然のものである。提携を必要とした理由は三つあった。第1は、社主 Gavin Astor が現状のまま死んだとしたら、相続税を払うために、最も高い値段をつけたものにタイム

18) 島田巽訳「新聞と大衆」(岩波書店)。pp. 49, 50.

ズを売らねばならない。ノースクリフ卿が1922年死んだ時に起った恐ろしい事態がくりかえされないとはい限らない。そしてこの場合に、いま一人の Lord Astor of Heven がタイムズの独立を救うため現われるとの保証はないことである。

第2は、一人の金持がタイムズのような新聞を、好況の時にも不況の時にも、賄うという時代は過去だったということである。課税がこれを不可能にしている。理想主義者にとっては不愉快なことかもしれないが、現代の新聞は、つねに経営的に成立ちうるものでなくてはならない。事実経営がうまくゆけばゆくほど、新聞の独立性は確保される。そしてその時こそ、新聞自身の権利が存在し、読者以外の何ものにもお世話にならなくてすむのである。

第3は、タイムズのような新聞が経営的に安定するためには、一社だけで提供しうるものよりも、一層広汎な基盤を必要とする。今は大規模経営の時代である。タイムズとサンデー・タイムズの合併による会社が、新聞企業の中の、ずば抜けて大きな規模に近づくというわけにはいかないとしても、資金・人材・経営面をはじめ、技術面や専門分野で、特別な余力を加えることになる。それは単独の高質紙だけでは、どうにもならないものである。¹⁹⁾

いわゆる高質紙も事業経営の激浪を避けることが、次第に難しくなったということである。このことについては、タイムズとサンデー・タイムズの合併を賛成7反対1で認めたイギリス独占委員会でも「残念ながらタイムズが、もはや自分の足で立ってゆくことができないことは、一般にも受け入れられている」と報告している。

“The National Newspapers Industry: A Survey” という報告書が、イギリスで公表されたのは、1967年であった。これはロンドンの全国紙労使合同委員会(The Joint Board for the National Newspaper Industry) が経済専門調査機関である The Economist Intelligence Unit (週刊誌エコノミストの子会社)

19) The Times は1966年10月1日付第1面で New Company To Publish 'The Times' という見出しの社告記事を載せている。Sunday Times は前述のように Roy Thomson 傘下の週刊新聞。

に依頼し、1966年1月から1年がかりで調べさせた新聞経営の実態調査報告である。この報告書の中の「将来への見通し」で、高級日刊紙について、つぎのようにのべている。

「このグループは、広告料収入に特別大きく依存しており、われわれの推定では、1965年には総収入の70%以上が広告から得られている。いくつかの高級日刊紙の場合、1部当り手取り購読料収入は、ぎりぎりの工務関係コスト (the marginal production cost) を割っている。したがって、いくら部数が増えても、広告料収入の増加と結びつけられねば、利益を生むことにはならないし、これらの新聞は、広告料収入の伸びが止まれば、忽ち打撃を受けることになる。われわれの試算では、高級日刊紙の総利潤は、1965年の400万ドルから1970年には約50万ドルに落ちこむ。試算された広告料収入が現在のコスト・パターンのままで、四つの高級日刊紙を賄い切れるかどうか判定するのは難しい。このグループの財政は、広告料収入によって支配されなければならなかったので、定価値上げによって広告料収入の頭打ちを埋め合わせることができるとは、全く考えられない。」²⁰⁾

この報告書はさらに、業界全般について、向う5年間に、高級日刊紙1、大衆日刊紙2、高級日曜紙1が廃刊に追いこまれるのではないかと、予想している²¹⁾。

少なくとも高級日刊紙1については、予言が当たったわけである。

VI 既成新聞への挑戦

最後に、現代の新聞を取りまく環境の著しい変化についても付言しておきたい。

一つは、アメリカでみられる郊外新聞の物凄い発展である。都市の構造の最近における変動については、ひとりアメリカに限られたことではない。しかし

20) EIU の調査でとり上げた高級日刊紙は *Daily Telegraph*, *The Times*, *Financial Times*, *Guardian* の4紙であった。Part IV Summary and Conclusions, p. 43.

21) *Ibid.*, p. 46.

現実には、そのために起った既成新聞の基盤の動揺は、アメリカでとくに問題にされている。

ロス・アンゼルスでは、1961年に朝刊の *Times* が、その姉妹紙で創刊13年の歴史をもつ *Mirror News* を吸収した。同じくハーストの *Examiner* が、その妹姉紙 *Herald Express* と合併し、夕刊 *Herald Examiner* と改題された。またニューヨーク・タイムズが紙型を空輪し、ロス・アンゼルスで印刷発行していた「西部版」も、1964年に廃止された。

その理由には、経営難に加えて、ロス・アンゼルス周辺に続生したおびただしい数の郊外紙と、競争してゆくための措置だという。当時ロス・アンゼルス周辺には、日刊紙23、週刊・週2回刊の新聞150、広告だけで賄っている新聞100が、ひしめき合っていたからである。

この現象はシカゴその他大きな都市にも波及しており、*Chicago Daily News* などは、地方版の増設だけでは対抗できずとみて、自ら郊外紙を創刊することに踏切っている。

いまアメリカ最大の郊外紙は、ニューヨークに近接するロング・アイランドの夕刊 *Newsday* であろう。この十年間に、発行部数は239,000部から421,356部(1967年)へ急増した。ジョンソン前大統領の報道官だった Bill D. Moyers を年俸75,000ドルで引抜いて発行人に据えているが、スタインバックをベトナムに特派して記事を書かせたり、生彩ある紙面で、ニューヨークの日刊3紙(いまニューヨークにはタイムズ、ニューズ、イヴニング・ポストの3紙しかない)を脅かしている。

これらの郊外紙の特徴は、ローカル・ニュースの拡充に重きがおかれ、その点では既成新聞もかなわない。それに輪転機その他の施設が最新のものであるという強味もある。こうして発展する郊外の市場を確保し、読者層の再編を行いつつある。1945年から62年の間に、大都市に根を下ろす新聞の発行部数が僅か1.9%しか伸びないのに対して、郊外新聞の発行部数は80.5%も増えたのだから

ら、既成新聞としても安閑としてはおられないわけである²²⁾。

いまひとつは、アングラ新聞の発達である。既成新聞が踏みこめない新興読者層——いわゆるビート・ゼネレーションを対象としたものである。とくに風俗ヒッピー調が薄れ、反戦と黒人問題に対する激しい主張が打出されてくる傾向がみられるし、雑誌界におけるリトル・マガジンの動向とともに、決して軽視することはできない。

ニューヨークの *Village Voice* も1963年から黒字になったという。こういった傾向の新聞が、いまでは150紙乃至200紙にも増え、いまではそれらを対象とする UPS と LNS という二つの通信社までできているのである²³⁾。

これも、ニュースと「企業性」の接点で低迷する既成新聞の、オピニオン軟化に挑戦する新しい動きの一つではなかろうか。

23) 「繁栄するアングラ新聞」(トマス・ペパー)、総合ジャーナリズム、1968年夏季号。