

# マス・メディア企業の集中化

——EC統合とメディア・  
パロンの登場を中心に——

鈴木雄雅

今年六月、新聞を模した変わった形のアドバルーンがあげられた。英国の経済紙『フィナンシャル・タイムズ』(以下FT)が東京での印刷発行を開始するという広告である。今や東京という国際都市は世界のマス・メディア花盛りの感がある。例えば、米国メディアを見ると、産経新聞が委託販売している『USAトゥデー』や日本経済新聞が印刷している『ウォールストリート・ジャーナル』(アジア版)があるほか、古くは『リーダーズダイジェスト』(一九四六—八六年)、最近では『ニューズウィーク』の日本語版、今年に入っては映画雑誌『プレミア』<sup>(2)</sup>が創刊された。『ニューヨーク・タイムズ』のフアクシミリ・サービスの開始も予定にあがっている。ヨーロッパからは米系資本だがパリに本拠地をもつ『インターナショナル・ヘラルド・トリビューン』(以下IHT、毎日新聞印刷)が発行されていたし、月刊雑誌『フィガロジャポン』(TBSブリタニカ)が三月に創刊された。雑誌界では、英米仏の有名雑誌との「提携誌」が売り物だった時期を過ぎ、<sup>(3)</sup>直接の資本投下が始まった。

それは新聞雑誌メディアだけではない。昨年、東京—ロンドン間就航の派手な広告で目を引いたヴァージン・アトランティック航空の総帥、英国の風雲児リチャード・ブランソン<sup>(4)</sup>は本業の足場に、すでに「メガトロ」というレコード販売網を武器にして世界へ運出している。日本でもフジ・サンケイ系列のポニー・キャニオンと提携したヴ

アージン・レコードはブランソン傘下で急上昇の売り上げを誇り、インターコンチネンタル・ホテル・チェーンと結んで世界的規模で旅行・リゾート開発に熱心なセゾン・グループ（堤清二）もそのヴァージン航空と業務提携した。こうした海外資本のマス・メディアへの侵入は、考えてみれば、そう新しいことではないかも知れない。と言うのは、そもそも日本のレコード産業の成立は、ビクターやコロムビアという米系資本の参入によって成されたからである。戦前の英字新聞もその一つに数えられよう。

日本のメディア産業も負けてはいない。コロムビア映画買収（一九八九年）、伊丹十三のようにハリウッド映画界にうって出る者もいるし、<sup>(5)</sup> 広い意味では、テレビやラジオ、テープレコーダーに始まって、CDやレーザーディスクというオーディオ機器またはその周辺機器、そしてニューメディアから放送衛星までのハードなメディア面でソニーや松下産業（ナショナル）に代表される日本の大手電気メーカーが今日世界を席卷している事實は、海外のマス・メディア産業には少なからず驚異の存在と言えなくもない。

さて、なぜここで東京を引き合いに出したかというと、まさに日本のマス・メディア界をめぐる今日の状況そして近い将来巻き込まれるであろうと思われる、マス・メディア産業の多国籍化、複合企業化がようやく日本でも目に見えてきたからである。ところが、仮にそうしたマス・メディアの「多様化」が資本主義社会の競争原理にのっとり健全な競争の上に立って日本の市場開放をしたとしても、それが少数の手に委ねられることであれば、一体いかなる意味合いをもつか。言うまでもなく、世界的な情報化社会の進展は誰もが阻止することができずはなくなってきたというし、日本理解のためにデータベースを増やせという意見にも反対しない。それが世界の国境という名の壁を乗り越えていく中で、今や「ポードーレス・ソサエティ」であるという賞賛も否定しない。

それでも、マス・メディアがもし誤った方向に進めばどうなるか、なぜ少数の手中に収められていく危険性を声を大にして言えないのか、ここでもう一度問い直したい。一九九二年のEC市場統合を前に、ルバート・マードッ

ク、ロバート・マクスウェル、シルビオ・ベルスコニら新興の国際的な「メディア・パロン」らが既存メディアばかりでなく、地上波から空中波への拡大をみせる衛星放送、テレコミュニケーションやトランスポートションと呼ばれる分野で凌ぎを削っている。早くも広告市場でのメディア合戦が盛んである。「ベルリンの壁」が崩れる前に、かれらはすでに新しい市場として東欧に進出し始めていた。

米国のタイム・ワーナーの合併<sup>(6)</sup>(一九八九年)に見られるような大企業化するマス・メディア産業はそうした変革の好例であるかも知れないが、ますますクロス・メディア化に拍車がかかるヨーロッパを中心に、ここでは右のような問題意識をもとに、論じてみたい。(新聞・雑誌題字に続く( )内は創刊年および最新の発行部数である。)

プレス・パロン——新聞経営に成功した男たち

W・R・ハーストとJ・ピュリッツァー

今日では多少野暮臭く聞こえる「プレス・パロン」と称される新聞王が登場したのは今から百年前、前世紀末であるが、もつと遡って十九世紀初頭には早くもその兆しが現れた。それはアメリカ・ジャーナリズムから始まった新聞の大衆化の幕開けは、いわゆる「ベニープレス」の登場期といわれる。十九世紀前半までに大衆新聞の発展そして競争が現れた米国新聞界では、ニューヨークで創刊されたベンジャミン・H・デイの『ザ・サン』(一八三三年)、ジェームズ・ゴードン・ベネットの『ニューヨーク・ヘラルド』(一八三五年)そしてホーレス・グリーリーの『ニューヨーク・トリビューン』(一八四一年)の成功により、新聞界は政論紙からニュースを大衆に売る大衆報道紙への転換を図ったのである。

大衆紙の登場は、作り話であろうとあらゆるニュースを売るといふデイの精神からセンセーショナルリズムの発生

とも位置づけられ、それがたどり着いたところは部数獲得競争による無節操な「イエロー・ジャーナリズム」だと批判も甘んじて受けなければならぬが、他方速報と客観報道の重視を促した点も忘れてはならない。

しかしながら、大衆紙の成功は、十八世紀の新聞経営から私企業としての新聞出版業が産業として確立することを実証した。それがここではより重要な意味合いをもつ。言い換えれば、第一に経営と編集との分離（これをいち早く行ったのが一八七五年創刊の『ザ・タイムズ』、J・ウォルターである）、第二に速報戦に勝てるニュース収集体制の確立（例えば、戦争特派員の派遣や電信に代表されるニュース送受信の採用）や客観報道を重視する考え、第三に印刷工程の近代化と分業体制の確立、第四に販売体制の充実などである。総じて、それまで印刷人あるいは印刷人あがりの新聞人にとって、新聞の発行は印刷業からの余剰金で賄うことが多く、政治的主張などに固執したり、政や政府からの補助金がなければ、発行を続けることができなかつた。むしろ、法規制やリテラシーの低さなどもあったが、「新聞の自由」の概念が広まり教育の普及、産業革命以降読者としての労働者層の進出など社会的基盤の整備あるいは輪転機の改良普及が、企業化に向かう新聞の強い味方となったことは言うまでもない。

最初に登場するのは、ウィリアム・ランドルフ・ハースト（一八六三—一九五二）という新聞王である。

W・R・ハーストは一八八七年、父親が経営していた『サンフランシスコ・エグザミナー』（一八六五年）を二十四歳の若さで引き継ぎ、新聞経営の道に入った。当初わずか一万五千部だった同紙の部数を六年間で七万二千部にのぼし、九五年にはニューヨークへ進出して『モーニング・ジャーナル』を買収したほか、地方紙も傘下に置くハースト系新聞チェーンの確立に勢力を注いだ。その結果、第二次大戦直後までに日曜紙を含む三十一の新聞と六雑誌、写真サービス、二通信社がハースト系列に組み込まれた。米西戦争（一八九八年）の時に、予想外に事態平成という電報を受け取った彼が、「そのままとどまられたし。私が戦争を作るから」と返電したのは有名な話で、センセーションナリズムの代表とまでいわれる。

ハーストに対抗してセンセーショナルリズムに拍車をかけての競争に挑み、独占王国を作り上げた新聞人がいる。ピューリッツァー賞を生み出したジョセフ・ピューリッツァー<sup>(8)</sup>(一八四九—一九一一)である。ハンガリー生まれの彼は南北戦争(一八六一—六五年)に義勇兵として参加したものの、満身に英語がでなかつたためセントルイスのドイツ語新聞『ウェストリッヘ・ポスト』に入社したが、学歴なし、印刷工あがりでもない人間がそう簡単に新聞記者になれる時代はもうとうに過ぎ去っていた。それでもピューリッツァーは一八七八年、つぶれかかった二つの新聞社を手に入れ『セントルイス・デイスパッチ』と改題して、新聞社経営に乗り出したのである。片方の新聞がAP通信の特約をもっていたからこれを武器にしての買収合併策が功を奏したのである。今風に言えばM&A(企業合併・買収)の先駆者でもあった。

彼は四万ドルの競売価格の新聞をわずか二千五百ドルで手にいれたが、ふとこに残ったのは三千ドル足らず。それを三年と立たない間に年間四万五千ドルを生む企業に成長させたのである。彼の成功の秘訣は「何事も手っ取り早くやること」。ピューリッツァーの目標は汚職の追及であった。かなり際どい事件にも巻き込まれ、身辺の危険を感じることも幾度もあったが、名前をあげての執拗な、「あくどい」やり方もいとわぬ彼の編集方針は、一方で非難されたものの、大衆からは受けた。

彼が次に目をつけたのは、東海岸ニューヨークでつぶれかかっていた『ニューヨーク・ワールド』(一八六〇年)という、一万部そこそこの年間四万ドルの赤字を出していた新聞である。何と彼はこのボロ新聞を三十四万六千ドルで買い、翌日から倍の二万二千部刷るように命じ、正午には売り切ってしまった。「いい新聞は独立でなくてはならない。しかし、公共の利益に関する問題については無関心や中立であってはならない」と『ワールド』創刊号は宣言したが、それは労働者の権益擁護、すなわち時代の行き先を見て取った彼の才覚が発揮されたということではないか。

ここでは、ハーストとビューリッツァーの二人に代表してもらったが、かれらの他にもハーストの強敵となったエドワード・スクリップスや『タイム』の創刊者ヘンリー・ルースら<sup>(9)</sup>が着実に新聞帝国からメディア帝国への道を歩み始める。舞台は英国に移る。

#### ノースクリフとビーバーブルック

英国新聞界において大衆紙の登場が遅れた最大の理由は、一八五五年まで印紙税法があったからだといわれるが、ベニーペーパーの先駆となった『デイリー・テレグラフ』(一八五六年)に続いて、アルフレッド・ハームスワースのちのノースクリフ卿が<sup>(10)</sup>一八九六年に創刊した半ペニーの『デイリー・メール』が初日に三十九万七千部、四年後の一九〇〇年には百万部の大台に乗せ、一躍大衆新聞の時代に突入した。

すでに定期刊行物の発行で相当の資産をもっていたノースクリフが二十九歳の若さで手に入れたのが『イブニング・ニューズ』(一八八一年)である。彼はこのほとんど潰れかけていた保守党系の新聞をただ当然で手に入れたのち、わずかに一年で再建に成功。次に二百五十万ポンドをかけて朝刊紙の創刊を目標とした。当時として考えられない三カ月間の試し刷りを経て、やや小型の八頁建ての『デイリー・メール』が現れたのは、一八九六年五月のことであった。やり方は当時のアメリカ・ジャーナリズムを模倣した感があるのは否めないが、それでも金にいとめをつけずに「ニュースを得よ、真つ先に得よ」というノースクリフのジャーナリズム感性は、英国の大衆に受けた。

優秀な記者、通信員を高給で引き抜き、南阿戦争(一八九九―一九〇二年)勃発以前に「南阿の巨像」と呼ばれていたセシル・ローズとの単独記者会見に成功し、戦争が始まるや政府に先んじて戦線のニュースを報じた。また販売拡張に力を注いだ彼は、マンチェスター、エディンバラ、グラスゴー、アバディーンなどの遠隔地に印刷設備を備えた支社をおき、朝食時には地元の新聞とロンドンと同じ紙面の『デイリー・メール』が読まれるようにし、

地方の読者を獲得した。次に彼が目をつけた場所はヨーロッパ大陸で、在住英国人のために小型版の『デイリー・メール』を全土に配布したのである。後述するマクスウェルの『ヨーロッパ』と似た発想と言えるだろう。

馬車に代わって自動車を新聞輸送に使い、パリ・ロンドン間、大西洋横断飛行に多額の懸賞をかけたのもノースクリフの成功の一つといわれる。老年者や失業者への援助、キャンペーン、点字新聞の発行、タイタニック号沈没による犠牲者遺族への寄付金募集など枚挙に暇がない。それも読者の獲得につながった。いわば、それは民衆の精神と調和するものであり、自らその先頭に立って突き進んだノースクリフの先見の明と洞察力には驚かされる。

しかし、彼が女性読者を開拓しようとして創刊した婦人新聞『デイリー・ミラー』（一九〇三年）は当初五十万部の発行部数を誇ったが、結果は散々であった。一説には十万ポンドを棒に振ったといわれる。編集局員も女性記者を配したアイディアは斬新すぎた。が、転んでもただでは起きない精神のノースクリフは朝刊の『デイリー・メール』、夕刊の『イブニング・ニュース』にない何かを求め、同紙を写真をふんだんに使った絵画新聞に衣替えしたのである。このために写真班を作り、世界中に写真通信員を置いた。ビジュアル化を進め紙面作りを変え、二万まで落ちていた発行部数を六万に盛り返した。

ニュースの早期収集のためには、特別列車を仕立てることぐらい朝飯前のノースクリフだから、大地震や戦争報道に新聞写真の威力を発揮させたことも少なくない。自転車競争や賞金をかけたミスコンの主催などは販売紙数の増加に一役買った。こうして、最初は見向きもしなかった女性読者は次第に『ミラー』の写真に引き込まれるようになったのである。経営の点でも彼は確実であった。『デイリー・メール』が成功した一八九七年、弟のハロルド・ハームスワースのちのロザメア卿(12)との共同出資で株式会社ハームスワース・ブラザーズに改組、アマルガメイト・プレスコットの前身を作った。ノースクリフは紙面改革はもちろん、近代経営の新聞にとってかせない紙の製紙工場を、一九〇六年当時としては世界最大級のものを作り、なおかつインク工場も経営した。

保守党上院議員の出版王、アルフレッド・ハームスワースがノースクリフ卿となったのは一九〇六年。その時彼は世界出版界の巨頭であり、他に類を見ない新聞王国をイギリス新聞界に築いた男として立身出世の人物ともてはやされていた。そして彼の積年の夢、『ザ・タイムズ』の獲得が現実性を帯びてきたときでもあった。ここでは『ザ・タイムズ』については詳述する余裕がないが、創刊以来ウォルター一族の所有紙で、ノースクリフが買収しようとしていた頃には四代目ウォルターの経営だった。A・リンカーンが「(ミシシッピ川を除いて)世界最大の協力者」と評した同紙を、最大の競争相手A・ピアソンを破って買収獲得したこの時代、ノースクリフにとって絶頂期であったかも知れない。それほど英国新聞界のみならず、「バックス・ブリタニカ」の時代といわれた当時、大英帝国の旗が翻るところに『ザ・タイムズ』の権威と名声があった。

第一次世界大戦が始まると新聞は売れた。ノースクリフは自身で製紙工場を持っていたから、紙の配給には困らなかった。『サンデー・ピクトリアル』という日曜グラフィック紙を創刊して戦地のニュースを掲載した。大戦中の一九一五年五月二十一日付『メール』は砲弾の不足と高性能砲弾の必要性を説き、時の最高責任者を怒らせるといよいよゆるる筆禍事件を起こすが、その事実が知れ渡ると世論は彼のほうに傾き、ノースクリフは国内最大の権力者とまでいわれるようになる。

フリード・ストリートにもう一人の新聞王が現れたのは、第一次大戦の頃である。保守党議員である彼は、躍進するノースクリフの新聞事業に魅力を感じたのか、一九一八年ピアソンの大衆紙『デイリー・エクスプレス』(一九〇〇年)を手に入れた。この男がW・M・エイトキン、すなわちビーバーブルック卿<sup>(13)</sup>である。当時『エクスプレス』は三十五万部の発行部数があったけれども、四万ポンドの欠損をかかえ低迷どころか、凋落の運命にあった。ところが、ビーバーブルックが経営者・主筆として乗り込んでからは、その政治力ともって生まれた鋭い洞察力を以て同紙を見事に復活させたのである。



第一次大戦を境に激しい販売合戦に入った英国新聞界で『エクスプレス』は大量の拡張員、拡材を使い、一九三二年までに二百万部を超え、有力全国紙九紙のトップとなっていた。『エクスプレス』買収と同時に創刊した日曜紙『サンデー・エクスプレス』も順調な伸びを示し、第二次大戦中は情報省の検閲やD・ノータイスに苦しめられながらも、結果的には戦後の方が部数も増えていた。

プレス・バロンからメディア・バロンへ

ロバート・マクスウェル

英国でノースクリフ、ビーバーブルックに続いて新聞王の名をいただいたのはジョンブルではなく、カナダに本拠地を置くトムソン卿<sup>(14)</sup>である。それが今日の意味合いのメディア・バロンの英国での登場、そして欧州大陸への進出の第一歩であったかも知れない。すでに一九五三年格式高いスコットランド・エディンバラの『スコットマン』(二八七年)を買収取っていたトムソンは五九年、ケムズレー<sup>(15)</sup>の『サンデー・タイムズ』(二八二年)を手に入れ、ついに六六年には当時ウォルター家とJ・アスター<sup>(16)</sup>とのトラストが経営していた『ザ・タイムズ』を買収獲得した。戦後<sup>(17)</sup>いち早く新聞チェーンの拡充とマス・メディア界に乗り出したトムソンが英国に進出したこの頃から、英国新聞界のみならず世界的に新聞経営の国際化が始まったと言える。

むろんその一人に、オーストラリアから英国新聞界に進出して世界制覇に乗り出そうとした男、ロバート・マードックがいたことはよく知られている。まず、赤字経営に苦しんでいた英国最古の大衆日曜紙『ニューズ・オブ・ザ・ワールド』(一八四三年創刊)を獲得。センセーショナルリズムに物を言わせた紙面作りを徹底して立て直しを計り、またたく間に部数を急増させ、今では四百五十万部と英国最大の発行部数を誇る新聞にした。同様に夕刊紙

表1 マードック帝国の拡大 (主要なもののみ)

| 年    | 相手メディア                        | 価格          | 国             | 備考   |
|------|-------------------------------|-------------|---------------|--|
| 1960 | カンバーランド新聞社                    | 200万ドル買     | オーストラリア       | 24紙をもつ郊外紙社。  |
|      | ミラー新聞社                        | 200万ドル買     | "             | デーリー・ミラー等獲得。                                       |
|      | TVウィーク                        | 創刊          | "             | 同国初のTV専門誌。   |
| 1964 | ジ・オーストラリアン                    | 創刊          | "             | 同国初の全国日刊紙。   |
|      | インディペンデント新聞社                  | *買          | ニュージーランド      | 日刊3紙、週刊3紙を獲得。                                      |
| 1969 | ニューズ・オブ・ザ・ワールド                | *買          | 英国            | News International Ltd.に改組。                        |
|      | ザ・サン                          | 200万ドル買     | "             | 当時65万部、現在400万部以上。高利益。                              |
| 1973 | ベイ・ブックス社                      | 創立          | オーストラリア       |  |
|      | サンアントニオ<br>エクスプレス・ニューズ        | 2,000万ドル買   | 米国            | 業績不振の2紙を買収して合併。                                    |
| 1974 | スター                           | 1,200万ドル買   | 米国            | 現在370万部。   |
| 1976 | ニューヨーク・ポスト                    | 3,100万ドル買   | "             | 1987年3,700万ドルで売却。<br>1.5億ドルの損失。                    |
|      | ニューヨーク・マガジン社                  | 1,700万ドル買   | "             | 1977年ニューウェスト350万ドルで売却。                             |
|      | (ニューヨーク、ピレッジ・ボイス、<br>ニューウェスト) |             | "             | 1985年ピレッジ・ボイス<br>5,500万ドルで売却。<br>ニューヨークは高利益をあげている。 |
| 1979 | アンセット航空                       | 50%株取得      | オーストラリア       | HWT買収工作失敗の結果。                                      |
|      | TNT                           | "           | "             | 運輸の大手。   |
|      | チャンネルTen, ATV-10              | 930万豪ドル買    | "             | 1987年売却。   |
| 1980 |                               |             |               | News Corporation Ltd.に改組。                          |
| 1981 | ザ・タイムズ, サンデー・タイムズ             | 2,800万ドル買   | 英国            | 関連3紙の計5紙。ザ・タイムズ赤字縮小。サンデー・タイムズは黒字に。                 |
|      | コリンズ出版社<br>アンガス&ロバートソン        | 買収に着手<br>*買 | オーストラリア       | 大手出版社。   |
| 1982 | デイリー・サン<br>ロイター通信社            | 創刊<br>*     | オーストラリア<br>英国 | 現在夕刊紙サンと改題。<br>株式公開に伴う参入、事実上支配。                    |
|      | シカゴ・サン・タイムズ                   | 1億ドル買       | 米国            | 1986年1億4,500万ドルで売却。                                |
| 1984 | ニュー・ウーマン                      | 2,300万ドル買   | "             | 再建に600万ドルを投入。                                      |
|      | SBSネットワーク                     |             | 英米            | 英米間の衛星放送。  |
| 1985 | 20世紀フォックス                     | 5億7,500万ドル買 | 米国            | ハリウッドへ参入。  |

|      |  |                      |               |   |
|------|--|----------------------|---------------|---|
|      | エル   | *                    | フランス          | 米国版を発行。アシエツト SA 社との合併。  |
|      | オートモービル<br>ジフ・デービス社<br>の専門雑誌数誌             | 創刊<br>3億5,000万ドル買    | 米国            | 29万部。<br>1985年利益3,200万ドル。   |
| 1986 | メトロ・メディア<br>(TV局)                          | 20億ドル買               | 米国            | ネットワーク作りのために1<br>億2,000万ドルを投入。7局<br>買収中1局を4.5億ドルで売<br>却。                        |
|      | サウス・チャイナ・モ<br>ーニング・ポスト                     | 2億5,400万ドル買          | 香港            | 1年半で利益倍増。   |
|      | ヨーロッパ・トラベ<br>ル&ライフ                         | 500万ドル(推定)買          |               | 1年で広告収入倍増。  |
| 1987 | ハーバー&ロー<br>(現ハーバーコリンズ)                     | 3億ドル買                | 米国            | 持ち株の半分1.5億ドル分は<br>売却。88年税引前売上高600<br>万ドルから25万ドルへ急上昇。<br>フォイルス、コリンズ(大型<br>書店)獲得。 |
|      | プレミア<br>ヘラルド・アンド・ウ<br>ィークリー・タイムズ<br>(HWT)社 | 創刊<br>16億ドル買         | 米国<br>オーストラリア | 映画雑誌、31万部。<br>同国最大の新聞帝国を確立一<br>日刊紙市場の60%を所有。                                    |
|      | トゥデー<br>トライアングル社                           | 3,800万ポンド買<br>30億ドル買 | 英国<br>米国      | 現在40万部。<br>TVガイド(1,700万部)、セ<br>ブンティーンなど。  |
|      | ピアソン社                                      | 株買収                  | 英国            | 22%所有。  |
| 1989 | MGM/UA                                     | 買収失敗                 | 米国            | クインテックス(豪)に敗れ<br>る。   |
|      | 商業放送開局免許<br>スカイテレビ                         | 取得失敗<br>放送開始         | スペイン<br>英国    | 衛星放送(4チャンネル)。<br>衛星放送のソフト拡充に失敗。   |
|      | ウォルト・ディズニー<br>改革、マイ・ナップ<br>ブルダー・グループ       | 提携失敗<br>400万ドル買      | ハンガリー<br>西独   | 東欧進出。<br>印刷工場建設等の業務提携。  |
| 1990 | MPI  | 創立?                  |               | メディア投資会社。   |

\*不明 金額はいずれも当時(英ポンドは換算値)。買収売却年・金額、発行部数(一部)は『ニューヨーク・タイムズ』(1988年8月14日付)などを参照。

『サン』（一九六四年）も見事に復活させた。そしてこの時『ワールド』と『サン』の獲得をめぐってマードックとの戦いに破れた、まだそれほど知られていない移民の男がいた。それがいま、マードックと覇権を争うメディア・パロンに成長するとは誰が想像しただろうか。ロバート・マクスウェルである。

マードックについての詳細は別に譲るとして、<sup>(18)</sup>ここでは少しR・マクスウェルを紹介しておこう。

マクスウェルと言えば、五月十一日欧州大陸の読者を狙った、『USAトゥデー』の欧州版とも言える『ヨーロッパアン』を創刊、また今年初めにはNHKと番組ソフトの提携を結んだ新進のメディア・オーナーとして日本でも知られるようになった。彼もまた出版業から身を起こした男である。戦後英軍人として日本に駐留したことがあるように、軍人あがりでユダヤ系のマクスウェルは一九五〇年、赤字続きのパーガモン・プレス社（当時シュプリング・フェアラク社系）をわずか一万三千ポンドで獲得。パーガモン社は現在、医学・科学分野で世界有数の出版社だが、その成長過程で、マードックに破れた汚点はあるものの、一九八四年には念願の全国紙『デイリー・ミラー』を当時リード・インタナショナル傘下にあったミラー・グループから買い取ることに成功。結果的にミラー・グループ（大衆日曜紙『サンデー・ミラー』『サンデー・ピープル』、地方紙『スコットイッシュ・デイリー・レコード』『サンデー・メール』『スポーツイキング・ライフ』などを所有）を手中に収め、現在全国日刊・日曜紙市場でマードックの五紙三三％に次ぎ、三紙二八％を支配する一大新聞オーナーに押し上がった。また一昨年には大手の出版社マクミラン（米・カナダ）を獲得。彼がマードック同様プレス・パロンではなくメディア・パロンと呼ばれるのは、新聞出版部門だけでなく、欧州最大の印刷・情報会社である英国印刷コミュニケーション社（BPPC）をはじめとしたデータ・サービスのパーガモン・インフォライン社、CATV（MCTV）そしてフランスでは民営化されたテレビ局TF1（八九年の調査によれば最も人気のある商業局、一〇％株所有）と、国内供給メディアばかりか国境を越えての空中波、すなわち衛星放送メディア（アストラ衛星、MTVヨーロッパ）欧州全域対象の音楽番組）にま

で進出しているからだ。さらには日本のマスコミでも伝えられているように、昨年来東欧市場においてマードックと「熱い戦い」を繰り広げている。<sup>(19)</sup>

既存の英国メディア・オーナーたちも、かれらの進出に手をこまねいていたわけではない。しかし、『インディペンデント』の成功（一九八六年）を除けば、地方紙あがりのエディー・シャアの『トゥデー』<sup>(20)</sup>（一九八六年）が結局はマードックの傘下に入ったように、国際的なコングロマリットに勝てるほどの力を蓄えるか、かれらと同じく「欧州化」を目指すかのどちらかを選ばざるを得なくなったようだ。<sup>(21)</sup>

#### シュプリンガー、エルサンの躍進

連合軍に破れて、ナチス・ドイツ下で生き延びた新聞が強制的に廃刊に追い込まれた戦後のドイツでも、アクセル・シュプリンガーという出版人が着実にマス・メディアの所有集中に乗り出してきた。事実上一からの出版を余儀なくされたドイツ新聞界で、父親の経営する小出版業から身を起こしたのがシュプリンガーである。<sup>(23)</sup>一九四一年、ナチスの台頭により父親の『アルトナ・ナハリヒテン』（当時、シュプリンガーは編集局次長）が強制廃刊に追い込まれ、彼の反ナチ感情が生まれるきっかけとなったといわれるが、戦後いち早くラジオの進出に目をつけた彼はラジオ・家庭雑誌『ヘルツ』（四六年、現在はTVガイド誌として三百万部以上）を創刊。同誌は二年後には百万部を発行するようになり、シュプリンガー出版社の発展の基盤を固めることになった。

続いて新聞界に参入した彼はまだ英軍占領下のハンブルクで『ハンブルガー・アーヘンブラット』の発行権を手し、夕刊紙としてこれまたわずか二年後にはハンブルク最大の新聞に再生してしまった。そして現在欧州大陸最大の日刊大衆紙『ビルト』（五二年、四百二十五万部）を創刊。タブロイド版のセンサーショナルな紙面で売りまくる中、一転して高級紙『デイ・ヴェルト』（五三年、二十二万部）、名門のウルシュタイン出版社（『BZ』（ベルリナー

・ツァイトウング』『ベルリナー・モルゲンポスト』を買収獲得（六〇年）して、新聞王の異名をとるようになったのである。

シュプリングァーの「どうすれば売れるかという」経営理念は新聞を他のものと同じ「商品」とみなし、その商品の売り出しに全力を注ぎ、その過程で一般大衆をいかにして掴むかを鍵とした。

一九五〇年代末までに完成したシュプリングァー王国は六〇年代さらに伸長して、六〇年代半ばまでに発行部数で日刊紙八九％、ハンブルク、ベルリンの地方紙六九％、日曜紙八五％、ラジオ・TV誌四九％、一般週刊誌三〇％を占めるといふ寡占化傾向をあらわにした。これに対し「反シュプリングァー」運動が盛んとなったため、ギェンター委員会<sup>(24)</sup>の集中化排除の勧告を受けた形で五雑誌を売却して一時期シェアを落としたものの、七〇年代から安定期に入り、より高度な集中寡占化を目指した。すなわち、シュプリングァー系の会社を「アクセル・シュプリングァー・フェアラーク」社に一本化し広告取扱い会社や編集センターを作り、新聞社数、ジャーナリズム単位の減少するなかで<sup>(25)</sup>ますますシュプリングァー系の威力は高まる一方である。八七年現在日刊紙部門で三〇％、街頭売り新聞部門では八二％以上のシェアを占め、傘下の新聞数は十紙を超え、ドイツ人の三人に一人はシュプリングァー系新聞を読んでいることになる。そして最近では、ハンガリーの地域紙六紙、週刊紙五紙、地方紙十紙の買収を発表、東欧圏への参入も始めた。

ところで、ドイツ新聞界とは異なった意味合いで戦前と断ち切られた状況で出発しなければならなかった戦後のフランス新聞界にも<sup>(26)</sup>、シュプリングァーと同じように、マスコミ王を目指したロベール・エルサンという男が現れた。十六歳でルーアン地方の小新聞の記者となったエルサンは戦後政界入りを果たすや、マスコミ界にも再登場した。一九五〇年自動車雑誌『ロート・ジュルナル』を創刊。三年後同誌の発行部数を三十万部に伸ばすと、赤字で経営者が手放したがっていた地方紙の買収に乗り出した。それらを『サントル・プレス』のように一本化していくとい

う手法をとり、地方の大新聞を刺激しない範疇でコンツェルンの土台を作った。そして七〇年代半ばまでにリールやルーアンなど地方紙の分野で新聞チェーンを確立、いよいよパリ新聞界に殴り込んだ。

エルサンはまず七五年、名門の高級日刊紙『ル・フィガロ』<sup>(28)</sup>(一八二六年、四十三万部)をジャン・ブルーヴォ<sup>(29)</sup>から、翌年には当時八十四万部というフランス最大の発行部数を誇っていた大衆夕刊紙『フランス・ソワール』(一九四四年、三十七万部)を出版王国アシエット社からそれぞれ買収獲得して、パリっ子の度肝を抜いた。まさに一九七〇年代に入っでの経営危機感の高まっていたパリ新聞界の間隙をぬった早業であった。それはまたエルサン帝国の完成期に一步近づいたと言ってもよいだろう。その後スポーツ競馬紙『パリ・テュルフ』、『ローロール』(一九四四年)も獲得して、パリの有力六紙のうち三紙を傘下に置くようになったほか、地方紙の数も一九八六年にリヨンの『ル・プログレ』グループの買収もあって二十一紙と増加した結果、エルサンのシェアはフランス全新聞の四割近くを占めている。またエルサン・グループは現在通信社三、印刷会社十、八十二のローカル局をもつラジオ・ネットワーク、そしてTVもネットワーク「ラ・サンク」(二五%株所有)を擁する。

アシエット・フィリップ<sup>(30)</sup>、アモリ<sup>(31)</sup>をしてこのエルサンという三大マスコミ・コンツェルンの集中化に対して、危機感を覚えたのは新聞界だけではなかったが、なかでも左翼政権批判の先頭に立ったエルサンを好ましからざるものとした政界は八四年九月、集中化規制をもくろんだ新聞法を成立させた<sup>(32)</sup>。ところが、ジャック・シラク内閣(八六年五月誕生)は同法を廃止、新たに設けた新聞法では日刊紙の市場占有率の上限を三〇%に高めエルサンを擁護する姿勢を如実に表したのである。

#### 波紋起こす伊・ベルルスコーニ

一九八〇年代後半のイタリア経済は七〇年代から八〇年代にかけての不振を吹き飛ばし、実質成長率がOECD

諸国の中でもトップクラスを記録するほど新たな成長期に入ったとみられている。これに呼応するかに、マスコミ界でも少数の巨大企業による集中化が進行した。

中でも七〇年代半ばに高級紙『コリエーレ・デラ・セラ』（一八七六年、五十三万部）を獲得したイタリア最大の総合出版社リッツォーリは現在、自動社会社のフィアットと組み、『イル・メッサジエロ』（一八九一年、三十万部）や『ラ・スタンパ』（一八六八年、四十三万部）などを傘下に置き、日刊紙の総発行部数の二四％以上を占めている。そして第二のマスコミ・コンツェルンはつい最近まで、モンダドーリ出版社（八九年、推定年商二兆四千億リラ）約二千四百億円）とカルネ・デベネデッティ（オリベッティ会長）との連合体——有力朝刊紙『レブプリカ』（一九七六年、六十八万部）を筆頭に週刊誌、地方紙をもち、日刊紙のシェアは一〇％を超え、とくに雑誌の分野ではリッツォーリを上回る一八％を占めていた——だった。ところが今年初め、その連合事業体の一角にいて急成長してきたシルビオ・ベルルスコーニがついにその本家ともいえるイタリア最大の出版コンツェルンであるモンダドーリ（日刊紙十六、雑誌数十種、年間出版点数二千点）の最高経営権を手に入れたのである。

彼の躍進振りは、マードックやマクスウェルらとはやや異なった、まさに八〇年代のメディア王にふさわしいやり方であった。S・ベルルスコーニはミラノの不動産建設業出身というから、マス・メディア界では異色な存在とも思えるが、これまで石油・砂糖業のA・モンティにはじまって繊維資本家のクレスピ家、自動車会社のフィアット、化学工業のモンテディソン、さらには国営企業ENIに至るまで外部産業による新聞支配が行われてきたイタリアであるから、かれら自身はそう驚くことでもないかも知れない。

一九七六年ミラノの保守系新聞『イル・ジョルナーレ・ヌオヴォ』（一九七四年、十七・五万部）を買収獲得してマスコミ界へ登場したベルルスコーニは、二年後商業テレビの分野に参入してパッケージ番組の配給会社<sup>33)</sup>からビデオ番組制作会社、テレビ局をして広告代理店まで事業を拡大した。さらに、投資の六割以上をテレビ部門に回すと



いう資本回転力で、TVネットワーク「カナレ5」（系列百局）を作り上げ、さらにイタリアの三大出版業者のひとつリルスコニーがもつ「イタリア1」（系列十四局）、同じくモンダドーリの「レーテ4」（系列三十局）にもそれぞれ最大株主として入り込み、またたく間にイタリア・テレビ界のネットワークを支配するに至ったのである。雑誌の分野でもTV番組誌『TVソリーシ・エ・カンツォーニ』をはじめとして、音楽・映画、スポーツと多彩なジャンルで出版物をもつ。

ベルルスコニーの最大企業集団「フィニンヴェスト」（新聞・雑誌・放送・映画その他各種メディア二百社）と今回手中に収めたモンダドーリ所有のマス・メディアを併せての彼の市場支配を見ると、日刊紙市場の一六％、雑誌市場の三四％、出版市場の二〇％、TV視聴者の四〇％、広告にいたっては半分を所有下に置き、年間売上高四・七兆リラ（モンダドーリの倍）になるといふ、極めて巨大なメディア帝国の誕生となったわけである。そして何と言っても、彼のスペイン、フランスへの進出にみられるような国際的な動きが注目されている。

最初に触手を伸ばしたのはフランスであった。八〇年代後半フランス放送界の民営化に伴って参入したのは、何も地元のエルサンやマクスウエルばかりでなく、ベルルスコニーも八六年「ラ・サンク」株を二五％所有し、保守色の強い筆頭株主エルサンらと対立していた。ところがこれまでのエルサン追い落とし工作から一転して両者に歩み寄りの兆しが見えたのは今年はじめ。その結果、エルサンとベルルスコニーは同格で「ラ・サンク」の経営を二分する形となった。フランス同様、商業放送化に踏み切ったお隣のスペインへも彼は進出して、認可された三商業局のうちの一局「テレシニコ」を獲得したが、カナダでも「マルチリンガルTV」の株二〇％を所有している。彼はイタリア国内で三つのTVネットワークを実質的に独占しているが、ユーゴスラビアのTelecapodistraとも提携、他の欧州地域にスポーツの生番組を配信しているし、西独のCAITV会社も所有している。また民主化を一步先んじているハンガリーでも、商業テレビ開局レースに参加の気配がある。

現在ベルルスコーニの進出を危惧したイタリア・マスコミ界の批判的世論は、メディア集中排除の立法化に動いている。<sup>(34)</sup>

### マス・メディアの「欧州化」<sup>(35)</sup>が始まった

EC統合市場を狙って続々登場する新興勢力

二年後の一九九二年に予定されている欧州共同体（EC）の市場統合は、三億二千万人という巨大な人、物、資本、サービスの移動が自由な経済市場の誕生であり、企業にとって新しいビジネス・チャンスの到来であり、競争の激化が予想される。すでに日本企業ばかりでなく、<sup>(36)</sup>シェアの拡大や生産拠点の確保、新規参入を目指した企業合併・買収が盛んである。先述したメディア・パロンばかりか、EC市場を狙ったメディア・オーナーらが続々と進出している。

英国最大の経済紙で創刊百周年を迎えたFT（一八八八年、二十万部）を所有するピアソン・グループはフランスの経済紙『レ・セコー』（一九〇八年、七万部）を獲得して、大陸への足掛かりとした。<sup>(37)</sup> FTは「英文国際版」と「主要国での経済紙の発行」を基本戦略としているが、日本上陸も、七九年のフランクフルトやフランスに続いての現地印刷進出である。スペイン最大の経済紙『エクスパンション』<sup>(38)</sup>を発行するアレア・エディトリアル社に三五%の資本参加を企て、オランダ系出版社エルゼビエ社との合併も現地でのFTの部数増加、新聞の創刊を見越していることである。

見事な経済成長と将来性を見込まれたスペインでは、放送の民営化をめぐる激しいメディア市場の再編成が進行している。スペイン政府の認可がマードックに与えられずベルルスコーニが勝った形だが、マードックは八九年

十月、バルセロナのメディア・グループ、グループ・セータ（新聞四紙、雑誌十誌、通信社を所有）の株二五％を獲得、スペイン・メディア界への参入をあきらめたわけではないようだ。ベルルスコーニはさらにギリシアからポルトガルにかけて動くという話もある。また同国最大の高級日刊紙『エル・パイス』（一九七六年、三十七万部）をもつJ・ポランコがメディア帝国を築こうとする動きも見逃せない。新しい商業放送局の設立については政府が資本参加に関する制限を決めた。米国ダウジョーンズが八六年に一四％の資本獲得をしたフランスの経済半月刊誌『エクスパンション』もスペインの経済紙『エストゥルクトゥーラ』の五〇％を買収しており、アシエット社はそのスペインで経済専門雑誌『フトゥロ』を創刊する一方で、仏マルセーユの『ラ・プロバンサル』（十七万部）買収をめぐってマクスウェルと激しく争っている。西独でもアクセル・シュプリンガーに続けとばかり、七八年欧州の売上高第一位大手出版社ベルテルスマン<sup>39</sup>はもとより、バウアー、グルナー&ヤールらが頭角を現してきた。

ポランコやシュプリンガー、ベルテルスマンなどの印刷メディア産業もまた複雑な企業活動で世界的なメディア戦争に組み込まれているようにも見える。マクスウェルもポルトガル、スペイン、イタリアや西独への進出の機会を狙っているのは間違いない。オランダでは『エルゼビエ』を通して足場を築いている。その他、西独やイタリア、北欧でもメディア企業は大きな展開を見せている。『ヨーロッパアン』は当初の日刊を週刊発行の形にかえて創刊され、現在英語のみだがいずれ各国版を出す予定だ。さしあたって、九一年一月からハンガリー版を現地印刷するという。

#### 多岐にわたる企業戦略

印刷メディアがとる戦略はさまざまで、国際版の現地印刷を戦略に世界市場を相手にしているFTから、クロニールやルクセンブルグ、フランス語圏のスイスなどでも編集発行しているフランスの大手雑誌や地方紙のようなとこ

るもある。アシエット社がスペインで行っているのも同様の事業だ。お互いのメディアを相互に補充できる利点があるを見ると、『エル』と『プレミア』のようにアシエット・フィルパッシは英語圏でマードック、イタリア語圏ではリッツォーリと提携するような戦略をとるのは、いまや珍しくない<sup>(40)</sup>。

もう一つの戦略は英国で成功を収めている高級日刊紙『インディペンデント』のように、実際に新聞を創刊することである。同紙はフリーストリート、とくにマードック系新聞で働いていた人々、新聞人が作ったものだ<sup>(41)</sup>。またマクスウェルの『ヨーロッパ』は英語版でカラー化された新聞で知的欧州人を対象にしたものだが、さらに専門化した国内限定の付録紙一つにまとめる方向でアモリ・グループとの間にスポーツ付録紙について話し合いが進められている。

第三の戦略は、マルチ・メディア化の肥大化、多様性には常にかんりのリスクがつきまとうという事実から考えられるだろう。すなわち、そうした傾向にいさか嫌気がさしているグループ、例えば西独の出版雑誌社や英国の大衆全国紙そしてエルサンなどを巻き込んで欧州メディア・グループを築きあげることである。製紙会社はピアソン、子会社にベルテルスマンとアシエットを置き、販売はマクスウェルやマードックに任せ、印刷工場はマクスウェル、配送業務はアシエットといった具合にすればメディア企業が成立できてしまう<sup>(42)</sup>。ただ、新聞なら編集、テレビなどでは番組制作をどこがやるかが問題だ。

事実上、欧州のマス・メディア産業は英、西独、仏に本拠を構えるメディア・パロンに握られている。そしてますますそれは限られていく方向にあるが、今後は印刷媒体の中でも婦人向け雑誌と経済紙の果たす役割が大きくなる。そしてマルチ・メディア化する彼らが北米のマス・メディア企業に熱いまなざしをおくるのは、早くもEC統合後のグローバル化を目指しているとも思える。

メディア改革と集中化のインパクト

ところで、そうした現地印刷や新聞の創刊にかかる巨大な費用を考えなくとも、また一九八〇年代のCATV、衛星放送の進展を目のあたりにした者なら、たとえメディア・オーナーでなくとも、この分野への参入に関心をもつだろう。さらに予想以上の東欧市場拡大は、現地語新聞の発行元をまず買収して獲得し、自グループの系列に置いて帝国の拡大を目指すメディア・パロンらにとっては格好の材料が増えたこと、そして帝国の拡大を意味する。

しかしながら、マードックらの強気な衛星放送事業拡大の動きとは裏腹に難問は出積みし、流動的である。まずこの分野でイニシアティブをとったマードックのスカイ・テレビ（総合娯楽、ニュース、劇場用映画、スポーツの四チャンネル）は八九年二月から鳴り物入りで放送サービスを開始した。これまで地上波による外国テレビの受信が比較的容易だったところに、パラポランテナを建てればダイレクトに衛星放送が受信できるようになることを見越しての事業展開だったが、受信世帯数は半年後の八月現在十六万世帯に満たず、予定の百十五万台を大きく下回っている。このため、ライバルのマクスウェルのMCTVと提携して供給世帯を増やすという苦肉の策に出ている。他方、オーストラリアのアラン・ポンドが持つ英国衛星放送（BSB）の開始も当初より遅れ、今世紀末までに英国の九百万世帯、すなわち全世帯の四四％への普及が予測された（サーチ&サーチ調査）出だしにしては明るくない。

先述のとおり、国際的なメディア・パロンの台頭により欧州はまさに世界的なメディア戦争のまっただ中にある。ここまでは印刷メディアを中心に述べて来たが、それは映像メディアにも言えることで、九〇年代は印刷メディア以上に映像（視聴覚）メディアの獲得、拡大がかれらの存亡を担っていることは明らかだ。換言すれば、最も厳しい競争状況にあるのが映像の分野である。七〇年代末までには、ベルギーとオランダがビスニュースとUPIから米国のシリーズものやニュースを購入しはじめ、ベルギーの公共放送はプライムタイムの三割の番組が輸入ものと

なった。八〇年代に入ると、米国からの番組輸入は四倍に跳ね上がり、公共放送による米国製番組の購入がさかんになった。<sup>(43)</sup>中でもフランスの放送局では、一九八二年には三百時間だった米国製の番組が八四年までに五百三十七時間に増えており、イタリアや西独でも番組が輸入されたりケーブルや衛星放送による影響が大きい。イタリアでも商業局の米国製番組輸入は四割に達している。

しかしながら、米国的な見方をしなくとも、今日の状況においてより利益を生み出すのはやはりメディア（チャンネル）を所有することであろう。そうした事実には英国の汎欧メディアで衛星を通し事業を行っている幾人かが米国と提携をもっていることからも分かる。ソーン・EMIやゴールドクレスト・グループの「プレミア」はFOXとHBO（米系）、TENもまた米系パラマウント、MG M、ユニバーサルソフトを流している。ベルルスコーニやマクスウェルらのような新しい欧州のメディア・グループが登場しているが、その目的は米国製の番組の力を借りて放送分野での広告シェアを増やすことにある。長期的に見ると、欧州は広告に投資するのに格好の市場として成長していくことになる。<sup>(44)</sup>また、これらのメディア・グループにとっては単に経営の面だけでなく実際に番組を制作していくという面からも、メディア所有は価値あることだが現実的には頭で思い描くほど簡単ではないようだ。

### 問題の所在

最後にこれらEC統合市場を目指してのメディア・パロンらによるマス・メディアの集中化の問題の所在を述べておこう。

第一点は、言うまでもなくメディア・パロンの編集権への介入である。マードックやシャーは商品としての新聞製作の改革、流通経路を拡大させた点で評価されるだろう。しかし、紙面や編集の面で直接、間接的にオーナーの

干渉が入り、一元化・画一化が進む方向にあり、言論の多様性をそこなう危険が高まりつつある事実は見逃せない。一九八八年からわずか一年半の間に欧州放送業界に注ぎ込まれたM&Aのための資金総額は実に三十億ポンド（七千五百億円）で、水道や建設、自動車、ヘアケア商品などさまざまな企業を傘下にもつ投資家が参入している。いまや投機の感がするほどそれは激しく、欧州のメディア市場が標的になっている。利潤追及にうつつを抜かすかれらがマス・メディアの公共性とジャーナリズム機能、報道の重要性、社会的責任などに果たして理解を示すであろうか。傘下の企業に有利な記事や広告を掲載しないというようなことが保障されるのか。

また本稿ではとくに触れなかったが、これまでのプレス・パロンやメディア・パロンの発展には必ず名編集者がいた。編集権の独立と経営権との分離の明確化がまず新聞の発展、評価そして結果として部数の増加につながった。娯楽産業としてマス・メディアがもてはやされればされるほど、ジャーナリズム性の喪失が大きな社会問題となるはずだが、現代社会のマス・メディアに対する批判は、そうした点に向けて指摘する声が少ない。

第二はますます深刻化する映像メディアのソフトの質である。テレビに関して言えば、「欧州ナショナルリズム」が起こっている。文化的なアイデンティティが問題になる時は、域内各国制作の番組の影響よりも米国からの影響を危惧しているわけだが、欧州を成長させていくには各国が経済分野で相互に交換できるものを求めている。そこでは、例えば「農産物の輸出に対してTVのチャンネルを」という考え方も成り立ち、ベルルスコーニやCLTなどとはかなりの資産をもっているという考えにいきついでしまう。フランスなどが積極的に提唱する外国産ソフトの規制は文化の尊重、商業主義の排除という観点からすれば至極当然のことだが、それは一步間違えば、「ナショナルリズム」の台頭に手をかす危険性をもっていることに注意しなければならない。多国間にわたってオーディエンスをもつことのできる衛星放送の拡充は広告収入を増やすのに有効な手段となる一方、米系マス・メディアも傍観しているわけではないだろうから、傘下のメディアを使って欧州に攻勢を仕掛けると思われる。

第三は前述の問題に関係することだが、安易な集中化規制は真の選択の自由や健全なる競争を阻害する恐れがあることを指摘しておきたい。すでに汎欧州のテレビ規制についてはECとヨーロッパ会議の二本建てで進められている。長い歴史をもつ新聞出版分野では政府の許認可を必要としなくとも自由に出版できるが、規制緩和の進んでいる先進諸国でも放送は政府の許可がいる事業である。T・ターナー率いるCNNに代表されるケーブルテレビの発達で出版と電子メディア産業の集中化が見られた米国メディア界では、八〇年代に連邦通信委員会(FCC)が規制に乗り出した。オーストラリアでも大都市での新聞発行とテレビ局との兼営を禁止している。<sup>(45)</sup> いずれも少数の手にマス・メディアが独占・寡占化されることの危惧があるからだ。クロス・メディア化が進む欧州市場では現在、マードックのように「(英国) 政府の独占を打ち破り、多様性の拡大」として放送事業の経営拡大を主張する者もいる。通信・放送事業に対する各国の考えを一本化できないところに難点があるように見えるが、商業商品のようにそう簡単に規制されては困る。あくまでも言論の多様性の確保、言論への政府の介入が安易になされるような状況は絶対に避けねばならない。

注

- (1) FTは現在ヨーロッパ版が五万五千から六万部、米国・カナダ版が二万三千部売られている。日本では五千から六千部が目標、千代田総業と日本経済新聞社系のOCS(海外新聞普及サービス)が印刷・発行を引き受けた。「UKプレス・ガゼット」一九八九年十二月六日号。
- (2) 同誌はマードック・マガジン社(USA)と仏・アシエット社の事業で、日本では角川書店が発売元。
- (3) 『国際情報事典一九八五―八六』によれば、八〇年代半ばで外国雑誌と提携している主な雑誌は、十八社三十一誌、フランスの三誌を除けば残りすべてが米国雑誌との提携であった。
- (4) リチャード・ブランドン 一九五〇年ロンドン郊外生まれ。一九六八年学生誌『スチューデント』を発行したのを皮切りに、レコード通信販売会社、レコードショップ、レコード会社、映画・ビデオの配給と「ヴァージン・ビジョン」などのTV・放送番組制作、その他店舗・不動産からナイトクラブ、ホテル業、衛星放送まで多彩な事業展開を繰り広げている。EC委員会「欧



州におけるTV放送と新技術』では、同グループが後述するマードックやマクスウェル、英・グラナダ(テレビ制作など)、ルクセムブルクのメディア・グループBLT(仏アパス・グループ系)などとともに躍進するマルチメディア企業の一つとしてあげられている。八七年度のヴァージンの利益は前年度三倍の一千七百万ポンドと急成長をみせた。

- (5) 例えば、日本企業によるハリウッドへの投資は八七年からだけでも伊藤忠商事・サントリー・東京放送、セコム・オリックス・三洋証券など十社、松竹富士、学研・NHKエンタープライズ、日本ビクター・テレビ東京グループなどさまざまだが、他国と比べまだ異業種は少ない。しかし、これまでの作品買い取りから製作資金の援助、そして会社自体の丸ごと買収に進んでいる。(43) 参照。

(6) 八九年七月のタイム社によるワーナー・コミュニケーションの買収は世界最大のコミュニケーション産業の誕生として歴史に残るだろう。今では出版・雑誌部門よりCATV部門の収益が高いタイム社が映画製作ほか劇場やレコード製作、出版部門をもつワーナーと対等合併するはずであったのが、総合情報・娯楽産業のパラマウントがタイム社に対して株式公開買い付け(TOB)をかけてきたことから事態が急変し、結果的にタイム社がワーナーを買収することになった。邦銀まで巻き込んだこの買収資金獲得のマネーゲームに「アメリカの世紀の終わりの表れ」(「ニューズウィーク」という声もあがった。

現在米国では約千六百紙余りの日刊紙が発行されているが、七〇年代から買収、乗っ取りの動きが著しく独立紙はわずか四百紙程度で、残りはほとんど大資本の傘下に入っている。例えばトムソンの百二十紙をはじめとして、ガネット社(八十九紙)、ドンリー・メディア・グループ(五十七紙)、インガソル・ニューズペーパーズ(三十七紙)、ニューヨーク・タイムズ(三十五紙)と続き、日刊紙の七六%、総発行部数の八三%がこれら大手新聞グループに握られており、一都市に一紙しかない「ワンペーパータウン」が急増している。背景には、これまで長年所有していたファミリーペーパーが高額の相続税を支払えずに安易に手放してしまう例や、新聞事業が利益追求の投機対象になっていることなどがある。そのため「新聞保全法」(一九七〇年制定)により独占の禁止、協同経営の促進などを喚起したが、近年では同法の廃止も検討されているという。「新聞通信調査会報」一九八九年八月一日号。

- (7) 武市英雄『日米新聞史話』(福武書店、一九八四年)、一一二—一四頁。

(8) J・ビュリッツァー、W・R・ハーストについては、磯部佑一郎『アメリカ新聞物語』(ジャパン・タイムズ社、一九七一年)、武市(前掲書)、I・ノーブル、佐藤亮一(訳)『世界の新聞王 ジョゼフ・ビュリッツァー伝』(一九五八年、講談社)、J・ホー(ペンバーグ、中江利忠(監修)『ビュリッツァア賞物語』(産業能率短大出版部、一九七〇年)などを参照。

(9) エドワード・W・スタリッパス(一八五四—一九二六)一九七八年クリブランドで「ベニー・ブレス」を創刊以来、中西部を中心に日刊紙の新聞チェーンを作り上げた。また一九〇二年に彼が作った新聞企業協会(AEA)はフィーチャーや漫画のシンジケート組織であり、一九〇七年UP(現UPI)を結成、世界最大の通信社のひとつに成長させる。

- (10) ヘンリー・R・ルース(一八九八—一九六七) 中国生まれ。一九二三年友人と二人でニュース週刊紙『タイム』を創刊。近代的な時事ニュース週刊誌の先駆となる。『フォーチュン』『ライフ』『スポーツ・イラストレイティッド』をはじめとして、ラジオ・TV局を所有。J・コブラー、小鷹光司(訳)『ヘンリー・ルース』(早川書房、一九六九年)、D・ハルバースタム、筑紫・東郷(訳)『メディアの権力』(サイマル出版会、一九八三年、三巻)などを参照。
- (11) ノースクリフ卿 アルフレッド・チャールズ・ウィリアム・ハームスワース(一八六五—一九二二) 彼についてはカルソン「新聞王ノースクリフ伝」『新聞及新聞記者』(大正九—十一年収録)、伊藤慎一『マスコミ物語』(現代ジャーナリズム出版会、一九六六年)、磯部佑一郎『イギリス新聞物語』(ジャパン・タイムズ社、一九七四年)などを参照。
- (12) ロザミア卿(一八六八—一九四〇) ハロルド・シドニー・ハームワース 一八九四年兄ノースクリフと新聞経営に従事。兄の死後、アンソニエイティッド・ニューズペーパーズ社を引き継ぐ。自由貿易、空軍の強化を主張した反面、ヒトラーやムソリーニを賞賛したことも知られる。現在三代目のロザミア卿が所有する同社の『デイリー・メール』『メール・オン・サンデー』は全国紙市場で第四位、一〇%のシェアを誇り、ロンドン唯一の夕刊紙『イブニング・スタンダード』(一八七二年、四十九万部)も所有。
- (13) ビーバープルック卿 ウィリアム・マクスウェル・エイトキン(一八七九—一九六四) カナダ生まれ。一九一〇年英国に移住、『デイリー・エクスプレス』は一九三二年世界最大の発行部数を誇る新聞に成長させる一方、『サンデー・エクスプレス』(一九一八年)、『イブニング・スタンダード』(一九二三年獲得)を傘下に置いた。情報相(一九一八年)、航空機製造相(一九四〇年)、生産相などの閣僚経験もあり、エドワード三世とシンブソン夫人の結婚(一九三六年)の後桶、一九三八年のミュンヘン会談以降チェンバレンがとった対独宥和外交を紙面を通じて強く支持したことも知られる。
- (14) ロイ・ハーバート・トムソン卿、ロッド・トムソン・オブ・フリート(一八九四—一九七六) 理髪店の息子として生まれたが後を継がず、一九三一年、カナダで小さな放送局、続いて週刊誌を買収(三三年)、二十年かけてカナダの新聞・ラジオ界に一大チェーンを築き上げた。一九五三年英国に移住。『ザ・タイムズ』買収時に「少なくとも二十一年間、所有の移転を行わない」「編集の独立は尊重する」旨約束して、七六年死去するまでそれを守りとおした。彼もビジネス優先の新しいメディア・パロンではあるが、メディア買収後も「独立性」を尊重するなど、露骨に自己や政治的野心にメディアを使わないなど、他のメディア・パロンと一線を画した。『ザ・タイムズ』はその後息子のケネス・トムソンが所有権を引き継いだ。労組対立で七八年末から約一年間休刊措置をとり、八一年についてマドックに身売りをした。現在ケネス・トムソンが率いるトムソン・グループは百八十以上の新聞・雑誌を持ち、英国と米国、カナダ以外にもアフリカ、アジア、西インド諸島に放送局、出版社をもつ。代表紙は『グローブ・アンド・メール』など。
- (15) 当時『サンデー・タイムズ』を所有していたのはベリー兄弟の弟ケムズレー卿(ジェームズ・ゴーマー・ベリー、一八八三—

一九六八)。彼のもつアライド・ニューズペーパー社と『デイリー・テレグラフ』などを所有していた兄のキャメローズ卿（ウイリアム・エワート・ペリー、一八七九—一九五四）とともに二十紙以上の新聞、印刷工場をもつケムズレー王国を築いていた。しかし、この売却頃から経営は下り坂で、結局はトムソンに一切を売却して彼にとつて代わられる形となった。

- (16) ジョン・ジェロコブ・アスター卿（一八八六—一九七一）ニューヨーク生まれ。一九二二年ノースクリフ死後の『ザ・タイムズ』経営にウォルター五世と加わり、一九六六年まで続ける。W・ステイワードに代わってG・ドリーソンに編集を任せたのもから二人の意見からだつた。初代の新聞評議会議長（一九五三—五五）も務める。父のウイリアム・ウォルドルフ・アスターは一九一一年名門の日曜紙『オブザーバー』をノースクリフから獲得、アスター家が一九七六年まで所有した。

- (17) 戦後世界の新聞界の一般の傾向を言えは、戦時状況からの解放感で一時期創刊、新興紙の進出が著しかったが、紙やインクなど物資の不足により配給制などがとられたため製作技術面やインフレ、労働問題などで苦勞し、一九六〇年代までに廃刊に追い込まれるか、他紙に合併されるかの二者択一的な結果を呈したのである。

- (18) R・マードックについては、とりあえず以下のものを参照。川本裕司「覇権争うマードックとマックスウェル」『新聞研究』第四五一号（一九八九年二月号、四六—四九頁）。鈴木雄雅「R・マードック」『ソフィア』一三九号（一九八六年秋）、九九—一〇二頁。広瀬英彦「メディア・バロン マードック帝国の版図」『新聞研究』第四一三号（一九八五年十二月号）、七四—七七頁。門奈直樹「マードックの新聞を買うな」『総合ジャーナリズム研究』一一九号（一九八七年冬）、六六—七三頁。

最近の動向は本文中の「マードック帝国の拡大」参照。八九年三月来日時に発表した、グループ外からの出資を中心にマス・メディア関連企業に絞ってM&Aを仕掛ける新会社「メディア・パートナーズ・インターナショナル(MPI)」の設立は大幅に遅れている。またハンガリー進出が成功した裏には、オーストラリアで共同経営するアンセット航空のP・アペレスが同国出身者であったことから、彼のコネを十二分に活用したといわれる。ちなみにマードックがかかわってはいあまり知られていない企業・分野を列挙すると、レコード・ビデオ製作および流通、製紙・パッケージ、ホテル、レストラン、石油採掘、セブン・イレブン、フィリップ・モリス、などがある。

- (19) マックスウェルについては、とりあえず以下のものを参照。「出すぞぞ！ 夢の大ヨーロッパ新聞」『月刊Asahi』一九九〇年五月号、一四六—一五一頁。「日本のメディアに多大な関心——ロバート・マックスウェル氏に聞く」『新聞研究』第四三六号（一九八七年十一月号）、五六—五九頁。ジョー・ヘインズ／田中至（訳）『ロバート・マックスウェル』（ダイヤモンド社、一九八八年）。Tom Bower, *Maxwell: The Outsider* (London: Aurum Press, 1988)。ハンガリーでは政府機関紙『マジシャル・ヒルラップ』（十万部）への四〇％資本参加、ブダペストに建設中の印刷工場は『ヨーロッパアン』の現地印刷所となるだろう。また東ベルリンの党機関紙『ベルリナー』（四十二万部）にも近代化設備への投資計画を示している。プラハでの新聞買収には失敗した。

その他に英国のITVへの番組制作供給会社セントラルTV（二〇％株）、BSB、仏でもTF1をとおして衛星放送、米国

ではウェップ社などの獲得により同国第二位の印刷産業となった。またマードックの独占であるオーストラリア新聞界にも触手を伸ばしはじめ、高級日刊紙『ジ・エイジ』の獲得には失敗したものの、現在パース唯一の朝刊紙『ウェスト・オーストラリアン』(二十五万部)買収工作が進展中である。

(20) 全面カラー印刷を売り物に一九八六年、E・シャーが創刊したタブロイド版日刊紙。「新聞産業史上に個人経営の役割を再認識させた」ものの、結局同紙はロンロー社を経てマードックの手に落ちた。皮肉にも、それは地方のメディア資本が世界的なメディア資本にとつて、太刀打ちできないことを明らかにした。Brian MacArthur, *Eddie Shah: Today and the Newspaper Revolution* (Vernon: David & Charles Inc., 1988)。

(21) 一九六八年、新聞王の一人セシル・キングが「政治に熱中し、個人的に干渉し過ぎた」との理由から「ミラー」や「ピープル」を所有していたインタナショナル・パブリッシング・コーポレーション(IPC)の会長職を解かれた。この頃からIPCは従来の新聞雑誌出版業から総合情報産業への脱却を図り、英国の二大製紙会社リードに合併される形でリード・インタナショナルを結成して英国最大の出版・情報グループにのし上がった。八九年、リードは「TVタイムズ」の発行元ITPの買収に成功して、非放送会社としては英国で初めてTV番組雑誌を所有することになった。

R・マードックに乗っ取られた国際通信社ロイターの株式公開の経過を扱ったJ・ローレンソン、H・ライオネル著『ロイターの奇跡』(朝日新聞社、一九八七年)は、最近の英国新聞界のプレス・パロンらの動静を見事に描写している。

(22) 戦前のドイツ新聞界では一八九〇年以降大衆新聞の登場のなかでアドルフ・ザムター、アウグスト・シェールらが新聞トラストを結成。とくに第一次世界大戦前後からベルリンを中心に多数の新聞を所有したウルシュェタイン家、モッセ、フーゲンベルク(旧シェール)の三大新聞グループがあり、広告、製紙会社、書籍出版、映画なども傘下に収めていた。

戦後連合軍の占領下で英米仏軍が進駐した西ドイツでも、新聞の発行許可が必要で、四九年までに百六十九紙が発行許可を受けた。英軍管轄下の『デイ・ヴェルト』、米軍地域では『フイエ・ツァイトゥング』が模範紙として親しまれた。ドイツ風の政党新聞は嫌われた。

(23) アクセル・C・シュプリンガー(一九二一―八五) 西独の「新聞王」といわれたマスコミ経営者。ハンブルクの小さな出版・印刷業者の子に生まれ、第二次大戦後新聞、雑誌の買収を重ね、四十歳代で欧州最大のコンツェルンを形成。『デイ・ヴェルト』紙に代表されるような反共右派の論陣で名を上げる一方、ドイツ人とユダヤ人の和解と友好に尽力。ドイツ再統一を悲願とし、東ベルリンの壁のそばにたてた東ベルリンを望む高層の本社ビルは有名。一九六七年に定めた社是には、「自由にして平和裡の祖国統一、ユダヤ人との和解とイスラエル人民の生存権支持、あらゆる全体主義の否定、自由な市場経済の擁護」とある。笠置正明「西独新聞王シュプリンガー氏の死去」『新聞研究』第四二二号(一九八五年十一月号、八〇―八二頁)、あるいは広瀬英彦「西ドイツの新聞集中化の動向」『新聞研究』第三九三号、一九八四年四月号、八二―八五頁)などを参照。

- (24) ギャンター委員会報告(一九六八年) 連邦カルテル局によって一九六七年に設置されたプレス委員会。勧告の骨子は、①新聞の自由を損なうような新聞事業体の市場寡占化に制限を加える(例えばの市場占有率が二〇%を超えた場合、新聞の自由を脅威を及ぼし、四割で新聞の自由を直接侵害する。二種類以上の分野で一方が二割以上の場合、もう一方が一割に達すれば新聞の自由を脅威を及ぼすことなど)、②市場均衡のために政府助成を行うことなどであった。しかし、結局この勧告は実施されず、新聞の統合規制(一九七六年、一定売上高を越える新聞事業体の合併はカルテル庁認可事項)や新聞統計法(一九七四年)がこれによってかわった。
- (25) ドイツの新聞には、経営的には別個の新聞事業体だが編集内容的には共同取材や政治ニュースなどは親会社からの配信を受けているため、紙面がほとんど同じであるものも少なくない。この「ジャーナリズム単位」は実質的に言論の多様性を押し量るものとされ、一九五四―八三年の間で二百二十五から百二十五と半分近くに減っている。
- (26) フランス新聞界では一九四四年八月二十六日政令により、四〇年六月二十五日以降に発行された新聞・刊行物、占領期間中二週間以上引き続いて出版された新聞・刊行物など対独協力とみなされた新聞はすべて廃刊に追い込まれた。没収財産は国有管理となり、四六年までに新聞の解放と改革が行われた。「ル・モンド」(三十五・七万部)は一九四五年十二月十九日、ユベール・ブーリメリー(一九〇二―八九)によって創刊された高級紙で、フランス記者会運動の典型的な成功例で、記者会が株主の一部を構成している。
- (27) ロベール・エルサン 一九二〇年ノルマンディー地方生まれ。二十代に「社会主義青年同盟」から一転して「青年戦線」など親ナチズム運動に参画した経歴をもつため、公民権を剥奪されたこともある。
- (28) 一九七一年同紙は、資本と経営との分離、編集権の独立をめざす措置がとられ、長い法廷闘争の結果編集陣の参加した経営評議会と監督委員会が成立し、名目的には編集の独立と新聞の性格は確保されることになったが、実情は資本力が編集を上回っていた。
- (29) ジャン・ブルーヴォ 北部の繊維関係実業家。戦前、日刊紙「バリ・ソワール」、グラビア誌「マツチ」などを傘下に収め、仏新聞雑誌界で第二位の座を占めていた。戦後もニュース週刊誌「パリ・マツチ」やTVガイド誌「テレ・7・ジュール」などを持ち、一大勢力を誇ったが、七四年財政的に行きづまり引退した。
- (30) アシエット・フィリップ 一八二一年ルイ・アシエットが創立したアシエット書店を中心とする出版コングロマリット。フィリップ・グループはグラビア雑誌や一般向け各種雑誌で知られる。七七年アシエット・グループらと組んで「バリ・マツチ」の買収に参加して以来、両グループは接近した。一九八八年四月、米国第七位ディアマンデイス・コミュニケーション・インコーポレーション(DCI)を七億ドルあまりで買収獲得し、同年売上高百十億フラン、発行部数六億五千万部という世界一の出版連合グループ——大別すると出版、新聞・雑誌、配給の三部門——となった。

- (31) エミリアン・アモリ（一九〇九—七七）第二次大戦中レジスタンス運動に参加、一九四四年『パリジャン・リベレ』を創刊したほか、スポーツ紙『レキップ』など新聞グループの経営権を握り、保守的経営者の代表だった。
- (32) 正式には「新聞企業の集中を制限し、その財政のガラス張り化と複数制を確保する法」（俗に「アンチ・エルサン法」と呼ばれ、エルサン・グループの解体を標的とした）。フランスの新聞所有集中を規制する法の抛り所は、一九四四年八月二十六日政令——「名義貸し禁止」「二人が二つ以上の日刊新聞の社長をかねてはいけない」などにある。
- (33) イタリアでは放送法により、無線中継での同時放送が禁止されているので、ビデオを送付して一斉放送を行い全国放送の形態をとっている。そのため、番組制作、配給会社をもつことは相当の市場寡占の鍵を握っていることになる。N. C. Symonds, "The Media Barons Battle to Dominate Europe," *Business Week*, May 4, 1987, pp. 28-31.
- (34) イタリアは一九八一年、新聞法（「出版業の規律および出版者に対する助成に関する法律」）が制定されたが、同法の目的のひとつに新聞集中排除があった。また八〇年代後半から新聞界が活性化したのは、同法が定めた助成金交付の代償に五年間新聞代金を政府統制下に置かれていたのが解かれたからともいわれる。
- (35) 『ルモンド』フォントテーヌ氏講演の要旨』『朝日新聞』一九八八年九月二十一日付。
- (36) 丸紅が今年三月から欧州の在留邦人向け放送衛星を利用したTV放送「ジャパン・サテライト」を始めた。向こう一年は無料だが、その後有料化する。三井物産も有料の衛星放送の増大を見越して、W・H・スミスと組み受信料回収の子会社「テレビジョン・ダイレクト」を設立。新聞界はすでに『朝日新聞』『日本経済新聞』が通信衛星を使っている。現地印刷を行っている。
- (37) ビアソンの『レ・ゼコー』買収には、「EC域外の国の企業や個人が新聞社の資本二〇％をもつことを禁ずる」国内法違反の声があがったが、結局バラデュール経済相は許可した。ビアソン・グループはFTを筆頭に、出版部門「ウェストミンスタ・プレス（地方紙発行、週約五百万部）、経済誌『エコノミスト』（五〇％所有、八・八万部）、ロングマン、ペンギン、アディソン・ウエスラー（米）、TV部門「ヨークシャーTV」（二二％所有、ITVの主要契約社）、FTビジネス情報など関連出版部門が行っているデータサービスやBSBの創設社になった以外に、国際投資銀行やロイヤル・ダルトンなど非メディア部門も数多く持つ総合情報産業である。ちなみにビアソンの二二％を保有する筆頭株主はマードックのニューズ・インターナショナル社。
- (38) エルゼビエ社 オランダ語一般週刊誌『エルゼビエ・マガジン』（十四万部）のほか、ニューヨークのエルゼビエ・ノース・ホランド社を通じて数多くの社会学系英語雑誌、国際雑誌を出版している。
- (39) ベルテルスマン 出版のグルナー&ヤール、有料TVのテレクラブ、映画のウーファー、ラジオ、番組製作会社、レコードのRCA（米）なども欧州・米国市場で急成長している出版社系メディア企業。従業員四万二千人、モーン家所有。中でも、W・H・スミス（英・流通配送、ケーブル・チャンネル所有）やレ・プレッセ・デ・ラ・サイトを通して仏・ベルギーなど数カ国にレコード・ブック・クラブをもつ。CLTと密接な関係にある。

(40) 例えば、A・シュプリンガー出版社が発行する自動車雑誌『アウト・ビルト』（八十万部）は、英国ではコンシューマー・マガジン社（『オート・エクスプレス』、二十五万部）、イタリア・モンダドーリ社（『アウト・オッキ』、二十万部）、フランスではエディソン・モンドリアル社（『オート・ブリュ』、三十万部）と合併で出版されており、四カ国の媒体すべてに掲載する汎欧広告の場合、広告料金を割り引く。

(41) 『インディペンデント』『デイリー・テレグラフ』の経済記者W・スマイス（現同社社長兼編集局長）が、旧来の新聞界の因習やルールに不満の高級新聞紙やBBC、ロイターの一線記者百六十名を集めて一九八六年創刊した新聞。同紙の創刊・成功は英国の高級紙の市場拡大、『ガーディアン』にみられるような紙面の刷新などを促し、活性化の役割も果たした。現在発行部数四十万部。昨年には日曜紙『インディペンデント・オン・サンデー』も創刊し、日曜紙市場の競争を新たに生み出した。Michael Crozier, *The Making of the Independent* (London: Gordon Fraser, 1988).

(42) 昨年二月、英国の高級日刊紙『ガーディアン』が汎欧週刊紙を発行しようと、『ル・モンド』や『デイ・ツァイト』、『エル・バイス』などと呼びかけたほか、『パリ・マッチ』も月刊の汎欧版を創刊。同誌はアシエット社と米タイム社との共同プロジェクトで、すでに第一弾の『フォーチュン』の汎欧版が出ている。

(43) 八七年米国製映画の輸出先第一位は日本で一億三千八百万ドル。仏と独がこれにつき、上位三カ国で同輸出総額九億三千五百万ドルの三分の一を占めた。

(44) 八八年以来、汎欧用広告アカウントに推定十二億ドル（一千八百億円）が流れており、広告会社がECの経済統合に対する力入れが分かる。他方、英CITリサーチ社の調査によれば、八八年の欧州テレビ産業収入二百十億ドル、番組放送時間三十二万五千時間が九九年にはそれぞれ六〇%以上伸びると予想される。ただ商業テレビの資金難は公共テレビを上回るだけの番組を作れないためといわれ、番組制作費の方は四七%増にとどまり、汎欧テレビには限界がありそうだ。『電通報』一九八九年七月六日号。

(45) オーストラリアのマス・メディア規制については、拙論（『マス・メディアの寡占化と表現の自由の問題』オーストラリア研究紀要』第一四号、一九八八年、一一三—一三六頁）参照。

#### 参考文献（注記以外のもの）

##### 〈一般〉

江尻進ほか『ヨーロッパの新聞』上・下（日本新聞協会、一九八三年）。

NHK『メディアの未来』プロジェクト班『ニューメディア社会はこうなる』（日本放送出版協会、一九八九年）。

小野秀雄『新訂内外新聞史』（日本新聞協会、一九七〇年）。

- 石坂悦男(編)『マスメディア産業の転換』(有斐閣選書、一九八七年)。  
 小糸忠吾「編集権とその制約」『ソフィア』第二四巻第一号(一九七五年春)、四二一六〇頁。  
 国際地域研究センター(編)『世界のメディア』(教育出版社、一九八七年)。  
 シラー、ハーバート／斎藤文男(訳)『世論操作』(青木書店、一九八七年)。  
 第八次新聞法制研究会「新聞の編集権 欧米と日本に見る構造と実態」(日本新聞協会、一九八六年)。  
 高木教典「欧米の新聞経営事情」『新聞研究』第三九七号—第四一〇号(一九八四年八月号—八月十月号、十三回連載)。  
 「特集・イタリヤのマスコミ」『総合ジャーナリズム研究』第六四号(一九七三年春)、四六一六四頁。  
 プリチャード、ビクター、平野勇夫(訳)『USA トゥデイ』成功の軌跡(日本実業出版社、一九八八年)。  
 門奈直樹「フリートストロートの終焉」『総合ジャーナリズム研究』一二七号(一九八九年冬)、六六一七七頁。  
 リーブマン、マイケル／桜井元雄(訳)『下キュメント BBC王国の崩壊』(日本放送出版協会、一九八九年)。  
 Allen, Robert. *Voice of Britain: The Inside Story of the Daily Express*. Cambridge: Patrick Stephens, 1983.  
 Barson, S. and Saint, Andrew. *A Farewell to Fleet Street*. London: Historic Buildings, 1988.  
 Ben, Elsa de and Knoche, Manfred. *Electronic Mass Media in Europe. Prospects and Developments: A Report from the Fast-Programme of the Commission of the European Communities*. Holland: D. Reidel Publishing Co., 1987.  
 Brynin, Malcolm. "The Unchanging Role of the British Press," *Media Information of Australia*. No. 47 (February 1988), pp. 23-36.  
 Curran, J. and Seaton, J. *Power without Responsibility*. London: Methuen, 1985.  
 Edwards, Robert. *Goodbye Fleet Street*. London: Jonathan Cape, 1988.  
 Jenkins, Simon. *The Market for Glory: Fleet Street Ownership in the 20th Century*. London: Faber & Faber, 1986.  
 Kynaston, David. *The Financial Times: A Century History*. London: Viking, 1988.  
 Oxbury, Harold. *Great Britons: Twentieth-Century Lives*. Oxford University Press, 1985.  
 Piers, Brendon. *The Life & Death of the Press Barons*. London: Secker & Warburg, 1982.  
 Tunstall, Jeremy. *Media in Britain*. London: Sages, 1986.
- 〈フランス関係〉  
 桂 敬一「エルサン帝国の挑戦」『新聞研究』第四一六号(一九八六年三月号)、九二—九五頁。  
 鈴木博信「新聞法案を迎え撃つエルサン新聞コンツェルン」『新聞経営』第八七号(一九八四年II)、五四—五八頁。  
 「特集・フランスのマスコミ」『総合ジャーナリズム研究』六〇号(一九七二年春)、四一—四五頁。



広瀬英彦「試練の年を迎えたエルサン新聞帝国」『新聞研究』第三四七号（一九八〇年六月号）、七八―八二頁。  
 ボワエンス、ベルナル／松尾博文ほか（訳）『現代情報学入門』（昭和堂、一九八三年）。  
 堀 義明「フランス新聞法案の概要と審議経過」『新聞経営』第八六号（一九八四年Ⅰ）、八五―八八頁。  
 ルベール、ビエールア／フランス大使館（訳）『フランスの新聞雑誌』（フランス大使館、一九八二年）。

筆者は文学部助教授（新聞学）

