

<翻訳>

## ラジオ [オーストラリアのラジオ放送産業]

トビー・ミラー  
訳・山田 晴通

### 解題

ここに訳出したのは、マス・メディア研究に関する、オーストラリアの大学教育における標準的な教科書の一つとなっている『オーストラリアのメディア(第二版)』の第二部「メディア産業」に収められた「ラジオ」と題する章である。詳しい書誌は以下の通りである。

Miller, Toby 1997, 'Radio', in *The Media in Australia: Industries, Texts, Audiences, second edition*, Stuart Cunningham & Graeme Turner (eds), Allen & Unwin, Sydney, pp.47-69.

この章は初版(1992年刊行)のときから存在し、第二版の刊行に際して加筆されている。

原著の執筆者紹介などによれば、トビー・ミラー Toby Miller は、放送現場を経験した後、ニュー・サウス・ウェールズ大学などオーストラリアの大学で教え、現在は米国のニューヨーク大学 (Tisch School of Arts, New York University) に所属している。

なお、『オーストラリアのメディア(第二版)』には、第三部「メディア制度：組織・文化・制作」にも、ヘレン・モルナー Helen Molnar と

いう別の執筆者による同名の章があるが、これらについては別の機会に紹介したい。

ミラーによる概説は、20世紀のオーストラリアにおけるラジオの発達を、段階を追って紹介し、その上で、現在の放送法の枠組みにおける分類に沿って、様々なラジオ放送事業者の性格や運営方法の特徴を簡潔にまとめており、オーストラリアのラジオ業界の事情を知る入口として便利なものである。オーストラリア社会におけるラジオの位置づけは現在でも高く、ラジオ局がビジネスとして投資や投機の対象とされることもあれば、非営利的なニーズに応じた多様なサービスが提供されることで、各個人の日常的な社会生活において重要な機能を果たしていることが多い。その背景には、広大な国土と希薄な人口という基本的な条件に加えて、地域性ばかりでなく、宗教やエスニシティから、セクシュアリティまで、様々な基準によるコミュニティが、多文化主義の旗印の下で活発に機能しているオーストラリア社会の特性がある。

なお、訳出に際して、「community broadcasting / コミュニティ放送」のように、日本語で特定の意味を付与されている用語を、日本のものとは大きく異なるものを指す訳語として用いている場合がある。これは、不自然な別の訳語を用意するよりは、同じ概念が文化によって

## ラジオ [オーストラリアのラジオ放送産業]

異なる実体と結びつく例と捉えて、むしろ表現に素直に対応する訳語を与えた方がよいと判断したためである。こうした箇所についての訳者による注記や、原文に現れていない表現の補足は〔 〕に入れて文中で補った。表題の〔 〕も訳者による補足である。

官庁や団体の名称などについては、既存の訳例によらずに語感を尊重して訳を与えている場合が多いので、初出時に原語を併記してある。このほか、必要と思われる語彙の英文表記は（ ）に入れて示しているが、人名については省略している。また、原文が（ ）の部分も（ ）で示されている。

原著では、図表番号が章ごとではなく、部を通して付与されているため、この章に関わる2点にはそれぞれ Figure 2.4 / 2.5 と通し番号が与えられているが、訳出に際して通し番号は省略した。原著ではまた、文献は章ごとではなく、巻末に集成して一括掲載されているが、ここでは訳者の責任で本章での言及がある文献だけを抜き出した文献表を編集した。

本文中に見られる事項に関するウェブ・ページへのリンク集は、下記のURLからリンクをたどることができる。

<http://camp.ff.tku.ac.jp/YAMADA-KEN/Y-KEN/text.html>

本件翻訳に際し、原著者および出版社にはご理解とご協力を頂いた。また、客員研究員として滞在しているマコーリー大学のクレイグ・リデル Craig Liddell 準講師には、多くの助言を頂いた。記して感謝する次第である。

本件翻訳には、2001年度東京経済大学中期国外研究員研究費の一部を用いた。

The translator thanks Professor Toby Miller, the original author, Allen & Unwin Pty Ltd, the original publisher for their kind permission and help to this translation. The translator also thanks Mr Craig Liddell, an associate lecturer at Macquarie University, for his valuable help on this attempt.

## ラジオ

トビー・ミラー  
(山田 晴通・訳)

[ラジオ] 放送が、興奮に満ちた驚きから、愛すべき家庭の友となり、やがて単なる背景の騒音となって、最後にはテレビの陰で目立たない存在となるに至った経過は、この科学時代を、また、現代の奇跡に向かられた移ろいゆく敬意を象徴する、恰好の事例である。  
(チャールズ・ポーター Charles Porter 1961 : Blanch 1989, p.45 の引用による)

## 歴 史

オーストラリアにおけるラジオの歴史は、五つの段階を経てきた。第一は、ラジオが新しい技術による双方向コミュニケーションの手段とされた1920年代。第二は、ラジオが放送メディアとされた1930年代。第三は、放送事業者の形態が多様化し、オーストラリアのコンテンツや戦時下の検閲をめぐる論争が起こった1940年代。第四は、テレビとポピュラー音楽の衝撃を受けた1960年代。そして最後は、周波数変調

(Frequency Modulation: FM) の導入と、規制緩和が進む中で変化しつつある、我々が知っている1990年代における構造である。以下では、それぞれに時期について、順を追って検討していくことにする。こうした時代の流れを追うアプローチは、技術的な革新や制約、聴取者の位置づけの変化、制作活動の多様性、資本や国家の役割といった、同時代に展開した諸要素間の相互作用を考慮しやすい。一本の線に沿った、安定し一貫した発展であったかのように歴史を語るのは、私の本意ではない。実際、オーストラリアのラジオ業界が現在の体制に至るまでに経た様々な段階においては、合理的に順調な発展をみたこともあれば、対立の中で曲折が生じたこと也有った。(以下の記述における事実の詳細については、Allen & Spencer 1983 の年表に多くを依拠している。一部の研究資料は、ティム・ドワイヤー Tim Dwyer の協力によっている。)

### 新しい技術

[1901年に連邦が成立し] オーストラリアが独立した政治的実体となって間もない頃から、新しい連邦政府は、発展途上にあった電気通信の分野を直接管轄し、個々の州の権限には委ねない、という明白な意向を持っていた。戦時下の1915年には、オーストラリアの輸送船団の所在に関して暗号化されない通信が交わされることへの懸念から、すべての個人所有の無線電信機が没収されることになった。政府はごく早い時期から、最初は軍事目的で、後には利用者から収入を得ることを目的に、資源としての電波

の管理に乗り出していた。ラジオの最初の公開実験は、1919年にシドニーで行われたが、これはニューヨークのメトロポリタン・オペラ・ハウスからエンリコ・カルーソの声が放送されてから十年ほど遅れてのことだった。このイベントのスポンサーが、オーストラリア合同無線会社 (Amalgamated Wireless Company Ltd of Australia: AWA) だったことは、当時、AWAとオーストラリア海軍 (Royal Australian Navy) が、この新しいメディアの進むべき方向や運営権限をめぐって争っていたことを考えれば、極めて重要である。当時は、個人としての市民の位置づけが重要な焦点となっていた。双方向的コミュニケーションの手段となり得るまだ実験的な無線技術が個人的に所有されるようになるという可能性は、一方では賞賛され、他方では恐れられた。AWAが個人利用者の権利を主張し、海軍が私的管理につながるあらゆる動きを批判して、管轄権を争う中で、市民の姿は神話化されてしまった (Counihan 1982)。

ラジオ放送の商業的・統治的な利用の可能性が明らかになるにつれ、私の領域と公的領域はいよいよ厳しく対立するようになった。1923年に、こうした立場の違いを整理し、業界の将来像を構想しようとする重要な会議が開かれた。ここでAWAは、無線機を封印するシステムを創った上で、十分な現実性のある形で放送を行うことについて、何とか承認を取り付けた。放送事業会社——受信機の製造・販売業を兼ねることが多かった——は、政府から免許を受け、聴取者は特定の放送局と受信契約を結ぶという仕組みである。契約後に受信機は封印され、聴取者は金を払った局しか聴くことができなくなるのである。翌年、経費の重圧と、同業者間の

## ラジオ [オーストラリアのラジオ放送産業]

意見の対立から、さらに二つの会議が開かれ、新たに二重の放送回路が設定されることになった。すなわち、聴取者から受信料収入で資金を得る——政府が賦課金を保留しておく——「A」免許と、広告放送料収入を財源とするする「B」免許である。「A」免許の局には、コミュニティのあらゆる領域に応じた全般的なサービスが求められた。「B」免許の局は、安全保障策である免許料の取り崩しが認められない代わりに、サービスについての義務はなく、もっぱら人気を獲得することに努力を集中した (Johnson 1988, p.61)。

立ち上がったばかりの業界の経済規模は限られており、多くの国民には放送が届かないままだった。非都市地域へのラジオ放送がないことへの懸念は、著作権や特許権をめぐる法的な諸問題とともに、1927年の王立無線委員会 (Royal Commission into Wireless) の設置につながった。そこで検討からは、ほとんど何の変化も出てこなかつたが、連邦政府はこの新しいメディアの、これまた新しい国民を一つに束ねる能力を、最大限に引き出す決意をしていた。「A」免許を保有する事業者に対し、その資金の一部を非都市地域向けに振り向けるよう個別に説得する取り組みが不調に終わった後、政府は1928年に、非都市地域からの要求に応える形で、全ての「A」免許局の国有化を表明した (Armstrong 1982, p.36)。新しい全国システムは、郵政局によって運営され、番組は政府との契約の下で私的領域から供給されることとなつた。こうして、その後の半世紀の間に二度の変質を遂げることになる、新しい頭文字の略語が登場した。番組供給契約の入札に成功したのは、オーストラリア放送会社 (the Australian

Broadcasting Company), すなわちABCであった。

こうした草創期には、番組にも多くの革新がもたらされた。1924年には、最初の議会中継があり、最初のラジオ劇があり、世界初の飛行機からの放送が行われた。その4年後には、教会の礼拝を一般家庭に送信することに対する教会組織からの反対意見が初めて表明された。(オーストラリアの放送規則は、あらゆる領域の放送に関して、宗教に格別の配慮をした放送時間を与えていた。これはキリスト教が、国民の道徳性の中心にあるものの、メディアの収益にはほとんどつながらないと考えられているためである。こうした規定は、合憲性に疑問もあるが、数十年間にわたって議論されないままになっている (Horsfield 1988, pp.48, 53, 55)。) 当時はまだ、「エーテル」の存在が広くまともに信じられている時代であり、この半形而上学的な存在が、ラジオの電波が通る空気中の径路になるものとされていた。ラジオは、他にも数多くの謎めいたものと結び付けられ、死者と交信できるとか、癌を治すことができるなどとも言われた (Walker 1973, p.34)。1920年代末には、オーストラリア全土に29万台の受信機、12都市の26局があり、労働党の選挙綱領には、政権をとったら免許料を廃止するという公約が盛り込まれていた。形而上学的なものと物質的なものが結び付き、ラジオは現代の魔法を伝えるものとなっていた。レスリー・ジョンソン Lesley Johnson はこう述べている。

ラジオは、現代性と世界の進歩のために現れた。それは、新旧様々な商品を市場で誰もが自由に入手できるように際限なく生産する

産業資本主義の恩恵を象徴している。無線機器は、魔法のような科学が、万人の福利のために生み出したものだった。(Johnson 1988, p.15)

エーテルは音を立てながら空中を飛び交っていたのである。

### 放送メディア

1930年代の初めには、ラジオは既に放送メディアとしてしっかりと確立されていた。業界の構造がどのような形になるのかは、まだ固まっていなかったが、双方向通信の要素は、もはやラジオのものではなくなっていた。この時期の重要な出来事は、1932年に、免許料から資金を得る公共放送事業者としてオーストラリア放送委員会 (the Australian Broadcasting Commission: ABC) が創設され、その3年前に登場した私企業のABCにとって代わったことである。これを実現させた立法措置によって、ABCは公衆の教育・文化水準の向上に努めることが義務づけられた。初期の代表者の一人であったW・J・クリアリー W.J. Clearyは、1934年に、ABCの任務を「よりよい生活」を広めること、「物質的なもの以外の関心事を見つけて、パンのみによらない生き方をする」ところまで庶民を引き上げることだと説明していた (Johnson 1982, p.211 の引用による)。

オーストラリアから海外に向けた送信は1933年に始まった。イングランドとオーストラリアが争った1934年のクリケット選手権の様子をABCが伝えると、ラジオ受信機の売上は大きく

増加した。これは、投球一球ごとにイギリスから電報で送られてくる結果を、効果音を交えつつ、アナウンサーが様子を想像をしながら説明するというものだった。通常の番組編成とは異なる、「イベント・ラジオ」の登場である。1930年代半ばには、毎月8000人の割合で、ラジオ聴取者が増加していた。商業局の広告の多さには苦情が寄せられ、安息日の広告放送を禁じる規制が行われた。商業放送局は、オーストラリア商業放送局連盟 (the Australian Federation of Commercial Broadcasting Stations) を窓口にして、業界の成長に合わせたネットワーク化や、ラックス・ラジオ劇場 (Lux Radio Theatre) やシリーズものなど、海外からの番組借り入れを進めた。シリーズものとネットワーク番組の登場には、どちらにも国際的な圧力や機会が多少なりとも関わっていたという意味で、関連性があった。主要な広告代理店は多国籍企業に所有されており、自社製品を全国に露出させたい広告主のために多数の聴取者を引きつけるよう、商業局に圧力を加えていた (Mundy 1982, p.295; Walker 1973, p.48)。広告代理店はしばしば共謀して、ラジオに不満をもつグループを支援したり、放送スケジュールを操作することによって、ネットワーク側の抵抗を抑えつけた。一方、ABCは、よりナショナリスティックな理由から、1939年にネットワークの再編が行われ、個々の主要都市には、2局ずつ大都市圏局 (metropolitan stations) が置かれることになった。

現在の連邦政府が経済の後退と規制緩和を結び付けたがるのと同じように、1930年代には電波を新たな参入者に開放する動きがあった。補助金を受けなくても何とかビジネスとして成立

## ラジオ [オーストラリアのラジオ放送産業]

するようになったばかりの放送局のように、かろうじて成り立っている状態だった事業者は、こうした動きによってたちまち財務上の危機に陥った。1930年のオーストラリアには、商業局は数局しかなかったが、その2年後には64局にまでその数が膨れ上がった。現在と同じように、必要とされた取り組みは、統一性の追求だった。制作費の削減、標準化された番組形式、世界中で先例がないほど大量のレコード音楽の使用が進み、時間枠ごとスポンサーに売り渡してその製品を中心とした番組作りをすることも行われた。全国に広く浸透させたいという広告主側の要求を満たすために、アメリカ資本の広告代理店が推進役となって、ネットワークが成立した。1940年代には、政府が独占的な事業活動に懸念を示したため、ネットワーク側は、個々の局は単なる操り人形ではなく、番組素材を求めてネットワークに参加している、として個々の局の自律性を強調するようになった (Mundy 1982, pp.294-296)。

1930年代の終わりには、ラジオはすっかり一般家庭に定着し、受信免許は百万件を優に超え、おそらくはその4倍の数の安定した聴取者がいた。一般住宅の3軒に2軒には、受信機があった。初期には、ラジオ技術は複雑だという評判があり、ラジオはもっぱら男性の独占物だったが、家事労働の負担を軽減し、同時に消費の習慣を促進する力をラジオに見出した商業局は、女性聴取者に狙いを定めるようになっていった (Johnson 1988, p.20 参照)。R·R·ウォーカー R.R. Walker は、オーストラリアの商業ラジオを賞賛しながら、このジェンダーの聴取者がいかに注意深く捉えられていたかを語っている。「マイクの向こうにいる男たちは、非常にリアル

な意味で、あらゆる音を調整していた。一部の人々にとって彼らは民衆の英雄だったし、一部の女性たちにとっては幻の恋人だった」 (Walker 1973, p.68)。この時期にはまた、子供たちも聴取者として意識されるようになった。「もし子供たちが病気で休んでいるなら、時にはベークライト製の箱 [ラジオ] をベッドに置いて、静かなドラマや、午後の子供向けのシリーズものを聞くことが許されたし、——もし特別扱いされていたなら——お盆に載ったお茶と一緒に夕方のクイズ番組を楽しむこともできた (Kent 1983, p.1)。もはやラジオは、家庭生活に欠くことのできないものになっていた。1930年代末におけるラジオ受信機のサイズの大きさは、それが重要なものであることを体現していた。ラジオの物質的な形態と文化的な機能の結びつきは、近代的なオーストラリアのリビング・ルームのありようを決定づけるものであった (Potts 1989, p.5)。

## 戦中・戦後：多様性とオーストラリアのコンテンツ

第二次世界大戦は、ラジオにおける国家の役割を劇的に拡大させた。機密保持のために放送素材に制約が加えられるという面と、一般市民に世界情勢をより詳しく知らせなければならぬという面の双方で、国家の役割は拡大したのである。開戦前においても、ABCの総支配人だったチャールズ・モーゼス Charles Moses による「ABCニュース編集者のためのガイドに寄せて」は、真実の報道のための、いわゆる「ABC形式」を謳っていた。「どこで、何が、いつ、いかに」は、客觀性、信頼性とともに、職務の重

要性に対する認識を踏まえてコード化されると  
いうのである (Johnson 1988, p.171 の引用によ  
る)。1940年には、こうした業務の拡大と、自  
主的決定権の縮小を受けて、国際放送ネット  
ワークであるラジオ・オーストラリア (Radio  
Australia) の創設 (戦時下には政府が直接運営  
した) と、放送への厳しい検閲が、既に始まっ  
ていた。ABCニュースは、太平洋戦線の戦況を  
重視した政府の方針を踏襲していたし、戦況報  
道の多くは、商業局にも中継された。イギリス  
の見解を再放送する機会が減り、ABCは国家の  
宣伝手段になり下がったという認識が広まる  
と、聴取者側からの深刻な抗議が寄せられるよ  
うになった。また、ルター派教会のドイツ語による  
礼拝の放送をめぐっても論争が展開された。さ  
らに、遅ればせながら——しかも短期間では  
あったが——ABCのニュース司会を務める機会  
が女性にも開かれた。優秀な声の男性たちが軍  
務に就き、労働市場も変質してしまったため、  
多くの女性たちが雇用されたのである。しかし、  
その後は、1975年に至るまで、全国放送のラジ  
オ・ニュースを女性が読むことはなかった。

1942年に、議会の合同委員会の勧告を受けて、法案が通過し、ABC以外のラジオ業界を規制の下に置くとともに、ABCが[政府による]政治的な指揮を受けないことを保証する内容が盛り込まれた。委員会はまた、ABCがコミュニティとの接触を図り、広く説明責任を果たすために、州単位の諮問委員会を設けることを提言した。この新しい法律によって、商業局には、放送時間の2.5パーセントをオーストラリアの音楽に割り当てることが義務づけられた。ミック・コニーハン Mick Counihan が明らかにしたように、この商業局に対する最初のオーストラリア

音楽への割り当ての議論は、文化的な意図によるものではなく、これをめぐる議論も、芸術や文化を金儲けや産業と対置させたり地元ローカルか輸入ものかを問うようなごく普通の図式に沿ったものではなかった。当時、オーストラリアの作曲家たちは、録音物の出現に伴う楽譜出版の売上減によって、苦境に立たされていた。レコード産業を支配していた多国籍企業は、オーストラリアの作品を商品化しても利益は出ないと判断していたし、大不況の時期に地元からの出資は期待できなかつたのである (Counihan 1992, pp.6-7)。1949年には、ラジオ業界の規制を管轄する機関であるオーストラリア放送管理委員会 (the Australian Broadcasting Control Board: ABCB) が、その時々の政府に対して責任を負わない法人として、理論上は政府から独立した形で設立された。しかし実際は、依然として大臣が免許の交付と廃止の権限を握っていた (Armstrong 1982, pp.37-39 を参照)。

当時のABCと商業局の間には、商業局は公衆の需要に、ABCは公衆の教育に奉仕するといった位置づけの差はあっても、放送される番組に関する限り、決定的な違いがあったわけではない。どちらにおいても、今日のような音楽やトークを重視する番組作りに比べれば、はるかに大きなコストをかけた番組制作が行われていた。戦後、ABCは、毎年百万ポンド近い制作費の拡大を続けたし、商業局もこれにほとんど並ぶ勢いだった。オーストラリア国外からの録音物の放送は、商業局の放送時間の5パーセント以下の水準にしかなかった。ABCも商業局も、かなりの放送時間を、地元で書かれた劇の放送に当てていた。音楽に関しては、放送時間の4分の

## ラジオ [オーストラリアのラジオ放送産業]

以上が「軽音楽」と「ダンス」に当たられており、「クラシック (serious)」音楽への割り当てはこれよりずっと少なかった。ABCで人気を博した連続ドラマ「ブルー・ヒルズ (Blue Hills)」が始まったのもこの頃で、その後も息を呑むほどの魅力もそのままで、1976年まで放送が続けられた。これとは対極的な位置にある議会中継は、1946年から、法に基づいてABCに放送が義務づけられた。これにはコミュニティにおける政治家たちの評判を高めようという狙いもあったが、労働党政権がとらわれていた新聞の偏向という強い思い込みの反映でもあった。

戦時中の新聞用紙統制の結果、ラジオには空前の規模で広告が出稿された。戦争によって、商業局に対する北アメリカのドラマの番組録音 (transcriptions) の供給が削減されたため、これを地元で制作された番組が補うようになった。広告主を引き止めるために、多大な努力が注がれた。スター・システムが創り上げられ、質の高いシリーズものが夜の時間帯の聴取者のために用意され、夕方からずっとダイヤルを変えさせないために、長時間の枠を設けた番組編成が行われた。こうした状況に、オーストラリアの脚本家たちは大いに刺激され、やがて番組録音の輸出も推進されるようになり、1958年には百万ポンド以上を売り上げるまでになった。またこの時期には、保護主義的傾向が文化主義の局面にも表われ、輸入される黒人系アメリカ音楽に対しては、そのセックスやアルコールへの言及や人種的な含意が白人の意識を困惑させるのではないかという反感が起っていた。アメリカ風の自由奔放さに対しては、信仰に基づく大真面目な抑圧が加えられていた。例えば、1950年代半ばまで、日曜日にはジングルの類の使用が

禁じられていたし、談話によって構成される番組は、ほとんどが地元で制作されていた (Counihan 1982, pp.8, 10, 12, 14)。もちろん商業局は、世界で最初にシェークスピア劇の全作品を放送したことでの歴史に残ると自負していたABCに肩を並べるわけにはゆかなかつたが、それでも1940年代には相当量のドラマを開催させていた。商業局は、自然・歴史・医学に関するドキュメンタリーも制作したし、広告が放送時間に占める比率は8パーセント程度しかなかった。海外からのクリケットの放送もあつたし、およそ考えつく限りの競馬場を網羅して競馬場外に出走直前の最終賭け率を伝え、非法の賭け屋の繁盛に一役買っていた (J.D.B. Miller 1949, pp.188, 191-192)。

## テレビとポップ音楽の挑戦

ラジオ聴取依存になっていたオーストラリアを治癒させたのは、テレビであった。合衆国から輸入されたトップ40方式や、好ましい潜在的な消費者としての若年層カテゴリーの開発とともに——テレビの後押しを受けて、バラエティやクイズ番組と連続ドラマを中心のメディアだったラジオは、ポピュラー音楽とトークバック (talkback [聴取者が電話で参加するトーク番組]) とスポーツ中心に変化を遂げたのである。他にも変化を余儀なくされた点は多く、ニュース放送における実況音の利用が盛んになったことにも、テレビとの競争上の必要と、テープ機材の性能向上の両面が関わっていた。質の高い再現音を押しのけて、実況音がニュース部門の標語となり、技術者たちとの論争の種

となった。しかし、1950年代末の3年間にわたって売上と利益は成長し、テレビ出現以前の2倍にまで膨れ上がった。1961年には、オーストラリアの人口1054万人に対して、650万台のラジオ受信機があり (Walker 1973, pp.91, 94), ラジオが時代遅れになったという形跡は微塵もなかった。

1930年代にリビング・ルームの一角を占める装飾品だったラジオは、1960年代になると、持ち運べるような小型受信機によって駆逐され、真空管はトランジスターに置き換えられた。テレビ出現以前には、ラジオ受信機の売上の40パーセントを、炉棚(mantel)型・戸棚(console)型・卓上(table)型の受信機が占めていたのだが、1960年になると、こうした古い型の占める割合は、19パーセントだけになった。その代わりに、可搬式/ポータブルのラジオ(売上の41パーセントを占めた)や、カー・ラジオ(26パーセント)が増え、組織されたばかりのオーストラリア・ラジオ広告機構(the Australian Radio Advertising Bureau)は、こうした数字が「屋外での聴取」とともに、「屋内でひとりラジオを聞く聴取者」という新たな聴取者像への流れを示すものであると指摘した。日曜日のラジオ聴取行動の40パーセントは、今やトランジスター化され、家庭の外、特にビーチへ出ていったのである。

テレビの登場とは無関係に、この時期には海外からの影響が増加していた。ABCは番組編成のために録音盤を輸入していたし、私企業によるマコーリー・ネットワーク(the Macquarie Network)は1951年から1965年の間、イギリス資本によって支配されていた。合衆国、ニュージーランド、イギリス、セーシェル、南アフリ

カなどから、時事ものの素材が持ち込まれて、広く使用されるようになった。1953年には、俳優組合(Actors' Equity)と雇用者側の間で、スター俳優の輸入をめぐる大きな紛争がいくつか起こった。1962年には、音楽家組合(the Musicians' Union)が、ジングルの輸入に対して訴えを起こした。もちろん、ABCBは、国際化の傾向の中でも特に英語以外の言語の使用には懸念をもっており、商業性を前提とした放送事業者の要請にもかかわらず、非英語放送には大変厳格な制約が課せられていた。

政策の面では、1950年代半ばから、それまでもっぱら「専門家」である委員長の意向を反映して選ばれていたABCBの委員に、一般市民の代表が選ばれるようになるという変化があった。ABCBは、オーストラリア音楽への放送時間割り当てを倍増させて5パーセント——もっともこれが忠実に守られることはあまりなかったのだが——とし、日曜日の広告を、それまでの簡素な語りだけに制約されたものから、より魅力的なものになることを認めた。放送政策における転換は、1956年に、テレビの番組基準をそのままラジオにも当てはめて適用するとともに、新しいメディアであるテレビに周波数帯を効率よく割り当てるためにFM放送を制限する、という声明となって現れた。この時期にはまた、大学での研究がきっかけとなって、倫理上の問題が初めて騒ぎになった。子供向けラジオ・シリーズの広告と番組内容についての研究が、ラジオへの接触によってもたらされる子供への悪影響に警鐘を鳴らしたのである。ABCBは、商業局に対して、テレビの導入がラジオの子供番組に影響を与えたか否かを報告するよう求めた。当時はまた、異なるメディア形態にまたがるメ

## ラジオ [オーストラリアのラジオ放送産業]

デイア所有の集中化傾向への懸念も広がっていた。1965年には、新聞資本が完全に所有する商業局は16局あり、支配下に置く局はさらに21局にものぼっていた。

ロックンロールのレコードが盛んにかかるようになると、倫理問題も数多く起き出し、1960年から1961年の頃には、歌詞の内容に対して無数の苦情が寄せられた。当時、オーストラリアでは年間700万枚ほどのレコードが生産されていたが、5年のうちにこの数は倍増した。著作権料の見込み額の増加によって、オーストラリア演奏者権利協会 (the Australian Performing Rights Association: APRA) から著作権使用料/ロイヤリティの仕組み (1963年に、放送局の総収入の1.5パーセントと裁定されていた) について圧力がかけられたが、放送局とレコード会社はその後も長期間にわたって争い続けた。商業局の流す音楽のうち、ABCの判定によってローカルなコンテンツと認められたものは7パーセントになっていた。番組編成の上で、もう一つの大きな革新となる電話による聴取者参加番組、すなわちトークバックは、電話音声の放送を合法化した1960年の法改正によって可能になったが、実際にこうした直接的な形態で一般の人々と放送の送り手がコミュニケーションをとることが広まってゆくのは、何年も後になってからのことであった。

### 拡大と危機

1948年から1972年までの間に、オーストラリアの都市人口は2倍以上に増大したが、この間にラジオ局は1局しか増えなかった。1972年から

1975年のホイットラム政権 [労働党] は、FM局に免許を与え、振幅変調 (Amplitude Modulation: AM) でも周波数帯を追加して電波を開放し、パブリック・アクセスを発展させた。業界にとって静かな、動きのない時期は終わったのである。オーストラリアのFM放送は、1947年に初期の実験が行われていたにも関わらず、本格的な導入は諸外国より数十年も遅れたが、これはFMの領域である超短波 (Very High Frequency: VHF) の帯域をテレビに用いたためであった (諸外国では極超短波 (Ultra High Frequency: UHF) をテレビに用いることが多い)。VHFの帯域には、テレビの信号と並んでFMの信号を送信する余地のあることが見つかり、周波数の不足を理由にした1961年のFM放送局の強制閉鎖からすれば、皮肉な結果となった。1978年には、商業局とABCを合わせてAM局が200局以上、FM局が5局存在し、さらにパブリック・アクセス局が50局あった。商業局のうち、およそ4分の1は、新聞資本の所有であった。

1976年には、ABCを引き継ぐ形でオーストラリア放送裁判委員会 (the Australian Broadcasting Tribunal: ABT) が成立した。その最初の主要な文書である『放送事業者の自己規制?』は、ラジオ業界の私的領域における自己決定が——たとえ制約の下にあるとしても——いかに大切かを論じた重要な報告であった。ところが、オーストラリア・ラジオ放送事業者連盟 (the Federation of Australian Radio Broadcasters: FARB) と改称していた、商業局を代表する組織は、テレビのモデルをラジオに無理やり当てはめようとするものだとして、この文書を批判したのである。この時期のFARBは、若者向けの放送を行っていたシドニーのABC局の閉鎖を

図ったり、政府によるコミュニティ・ラジオへの免許交付に対して法的な対抗処置をとって牽制するなど、いろいろ保護主義的な活動をしていました。新たに設けられたABTは、放送免許更新の過程に市民参加を組み込んだ。ABTはまた、多メディア所有 (cross-media ownership) の問題に真剣に取り組み始め、1979年の高等法院 (High Court) 判例を足がかりに、ニューキャッスルの2HD局が地元でテレビ局の免許を得ていた企業の所有に帰することを阻止した。

ABCは、1973年にオーストラリア音楽への割り当てを放送時間の10パーセントに引き上げていたが、ABCはこれに対して訴訟を準備していた。この数字は、翌年には12.5パーセントとなり、1975年には15パーセントに達したが、これは番組編成にも、国内のレコード産業にも大きな影響を与えることになった。ABTは、この問題を、文化的主権に関わる重要な問題と見ていました。ロック形式の局のようにオーストラリア音楽に積極的だと胸を張っていたところでも、割り当て量の達成のために少数の人気のあるグループの曲ばかりを繰り返し放送する傾向を生み出したが、割り当てによってとりわけ大きな問題が生じたのはイージー・リスニング形式の局であった [イージー・リスニングとされる音楽の範囲は、日本語の場合よりもかなり広く、ロック音楽的なものも含まれる]。この割り当てに対応するために、当時のレコード会社は、既に人気のあったものによく似たオーストラリアのアーチストたちと新たに契約を結ぶことになった (Jonker 1992, pp.25-27, 29)。この年、オーストラリアでは2200万枚のレコードが (大半は輸入されたマスター盤によって) 生産された。1980年に、商業FM局の放送が始まったと

き、オーストラリアに根を張ったロック音楽は、娯楽指向の番組編成の中にしっかり組み込まれていた。新規参入者であったFM局は、AM局のトップ40番組で名を売った人気タレントを起用した。こうした動きや、FM局の出力引き上げを検討していた政府の動向に対して、多数を占めるAM局の意向が支配的だったがFARBは反発を強めた。1986年に行われた商業局におけるオーストラリアのコンテンツに関する制度の見直しによって、新たな規則が打ち出された結果、朝6時から夜12時までに放送される音楽の20パーセントがオーストラリアのものでなければならないとされた。一方で、廣告を1時間に18分までとする従来の規制は撤廃された。ラジオ業界も地元の音楽家たちも、音楽普及の主要な媒体としてラジオがテレビ以上に重要な位置を占めていることをよく認識していた。オーストラリアの聴取者はオーストラリアの音楽を聴く機会を持つのが当然だ、というのが、ABTの活動の前提であった。新しい音楽よりも人気の定まった音楽を好んで取り上げるような放送形式の拡大に伴って、ローカルなラジオ局が、地域で活動してきた演奏者たちを番組に取り上げるという文化的責任を放棄はじめたのではないか、とABTは恐れていたのである。

1970年代半ばには、二つの大きな展開があり、全国共通化に重点をおいたABCの動きが、重要な進展を見せていました。クラシック音楽放送の全国ネットワーク——アデレードで番組が制作される——が、ABCの娯楽番組の高尚な部分を代表するものとして定着した。これとは反対の極を占める創造的な部分——大衆迎合と前衛性の狭間でABCの放送の裾野を広げてきたのはこの革新的な部分である——を代表するように、

## ラジオ [オーストラリアのラジオ放送産業]

若者向けの2JJ局がシドニーに現れた。そのおよそ15年後の1989年から1991年にかけて、2JJは全国ネットワーク化された。ABCによる実験的アクセス・ラジオ局だったメルボルンの3ZZ局は、1970年代後半の自由党政権によって閉鎖に追い込まれた。政府からの厳しい批判を受ける時期を経て、ABCは1979年から1981年にかけて、ディックス調査 (the Dix inquiry) と呼ばれる大々的な見直しを行った。1983年に、ABCは公益法人として再編され [the Australian Broadcasting Corporation: ABC]、その責務は、「革新的かつ総合的」な「質の高い」番組の提供を通じて、「国民アイデンティティの意識に貢献し、オーストラリア社会に情報と娯楽を伝えるとともに、その文化的多様性を反映することへと変更された。1970年代に、エスニック放送の実施を目的とした政府からの直接補助金を拒絶し、代わりにその機能を果たすことになる特別放送サービス (the Special Broadcasting Service: SBS) の1977年の成立に、間接的にではあるが道を開いたことになる組織に、こうした言葉遣いがされたというのは皮肉であった。この時期には、印刷物を読めない障害者のためのラジオ局や、中央オーストラリア・アボリジニ・メディア協会 (the Central Australian Aboriginal Media Association: CAAMA) のラジオ局が出現した。CAAMAは、アボリジニによるアボリジニのための放送を1980年代には半ば実現し、1990年代に入っても様々な運営上の論争を経ながら一定の成功を収めている。1992年に、連邦政府はアボリジニの放送に700万ドルを配分したが、エスニック放送への配分は6500万ドルであった。これにはそれぞれの集団の政治力の差が現れている。現在では、免許を得たアボリジニのラジオは5局あり、部族別の放送も行われている。一方では、コミュニティ・ラジオの経営者たちが、徐々に商業的傾向を強め、アボリジニのグループに放送への対価を求めるようになり始めている。このように、先住民が利用できる放送時間が非常に限られてしまいかねない状況の中で、アボリジニたちが私的領域にあるラジオにおいて自分たちの存在と個性を表現する機会をもつことは、いよいよ重要なになっている。

### 構 造

現在、オーストラリアのラジオには、FMとAMの周波数にまたがって、ABC局、商業局、SBS局、コミュニティ局（以前は公共局と称されていた）[日本における「コミュニティ放送」とは異なる概念なので注意] の4種類がある。

### ABC局

ABCは多様なラジオ放送を運営している。トーク、音楽、地域や全国のニュースなどを盛り込んで編成している大都市圏AM局があり、さらに非都市部にもそのネットワークは広がっている。ラジオ・オーストラリアは、唯一短波による多言語の国際放送で、ニュース、音楽、情報を、オーストラリア国外の5000万人の聴取者に送っているとされ、深夜時間帯には国内放送にも流されている。このほかにも、（「考えさせるラジオ」「オーストラリアの真実」「おしゃべりを聴こう」などと、いろいろ形容される）ラ

ジオ・ナショナル (Radio National), (「すばらしい音楽」) ABC-FM, (「嗜み付くラジオ」) JJJ-FM, そして (議会審議とニュースを交互に放送する) 議会ニュース・ネットワーク (the Parliamentary News Network: PNN) と、4つの全国放送がある。

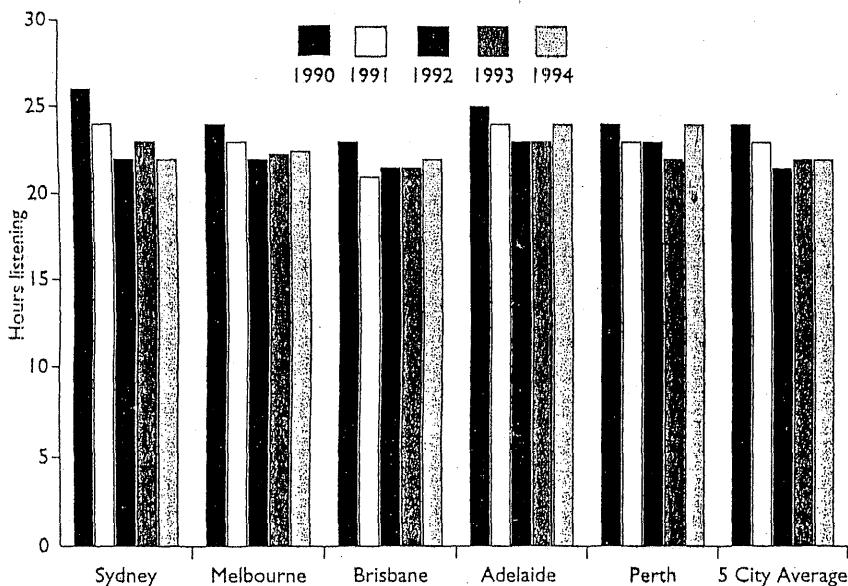
ABCの設立憲章は、理論上は国家を通して間接的に資金を提供してくれる恵み深い存在としての、国民という理念に基づいて綴られている。この国民という存在は単に無数の耳として現れるのではなく、実際には、宗教や地域、その他の関心に基づいた、様々な形態のコミュニティに編成されて現れる。政府や経営陣は、ABCが幅広い一般性 (大都市圏局の朝食時間帯の番組) を、しかるべき権威 (ニュースや時事報道) や、革新性 (商業局は取り上げないが、カセットテープやCD製造業者から放送が求められている音楽分野) に結びつけることを期待している。さらに、ABCは、「他局の放送では聴けないような意見や観点を、オーストラリア全国の聴取者に伝える」ことを確実に実践しようと務めている。そのためには、コミュニティ・ラジオの領分に近い部分にまで手を広げなければならない。ABCは、社会の周縁に位置する数多くの集団から、中央に対してアクセスする手段と見なされている。同時にABCは、「ABCの起源となった1932年の原点における使命である、全てのオーストラリア人に質の高い重要で適切なラジオ放送を提供することでわが国を一つに束ねること」を尊重し続けている。

ABCを聴いて育った人々にとって、ABCとは単にその実際の放送内容を指すものではない。オーストラリア最高の情報・文化機関としてのABCには独特の＜意味合い＞があり、一種の謎

めいた象徴のように作用していくこともある。ABCは、設立後25年間もっぱら音声を放送していたが、その後 [テレビ放送開始後] も [ラジオ放送の] 重要性は巨大なものであり続いている。ABCの存在を支えているのも、ABCに繰り返し自己の定義とその存在の正当性を主張させているのも、またそうした定義や正当性の主張ゆえに危機を呼び込んでいるのも、すべては、伝統的な政府の政策である。ABCの使命は、基本的なところで矛盾を抱えている。市場指向のサービスを補う総合的なサービスは、一般性と特殊性を同時に備え、異なる関心を持つ人々に向けて放送をしつつ、大多数にとっても適切なものでなければならない。ABCのあるFM局の責任者は、この事情を説明して、「われわれの番組はいつでも聴取者のニーズを意識している。問題なのは、聴取者が、自分が聞きたい番組以外の番組に寛容でないことだ」と述べている。この点は、ABCが「わが国の文化生活における創造的な過程の一部として...コミュニティの内部における態度の形成を進める」とした、前衛性の論理との関係でとりわけ問題となる (Bennett 1990)。聴取者に影響を及ぼすためには、そもそも聴取者がいなければならないのだ。1989年に、当時ラジオ・ナショナルの責任者だったロジャー・グラント Roger Grant は、「われわれの聴取者は、洗練された正統的な嗜好をもち、かなり自由主義的で教育もあるのだから、提示の仕方が賢明で責任あるやり方なら、どのような問題でも話題にすることができる」と述べた (Dean 1989, p.8 の引用による)。このようにABCにとっての聴取者とは、活動的で敏感な市民なのだが、どうやら商業ラジオの聴取者とは違っているようだ。

本土各州の首都5都市における週あたりラジオ聴取時間平均の推移 1990年～1994年

**Average weekly time spent listening to all radio for five mainland state capital cities, 1990–94, for all people**



Source: ABA, *Trends and Issues*, Feb. 1996, p. 19.

## 商業局

商業ラジオは、聴取者を絞り込んで獲得していく手法をとっている。商業ラジオは不特定多数指向だという、かつて放送の規制に関する委員会などで信じられ、主張されていた考えは、当たっていない。商業局も今では、少なくとも株主や広告主に対して、個人としての消費者という考え方に基づいて自分たちの存在意義を主張している。理念としての消費者は、自由にで

きる時間の中でラジオ聴取に割り振る時間をどう決めるか、広告された商品をどう購入してゆくか、といったことがらを、合理的に判断していく個人である。聴取者の数が大きくなるほど、商業局は国家の監視からの独立をより強く求めるようになる。民衆の価値観や態度とともに歩んでいることを人気が保証しているからだ。そして、その人気こそが、広告料を求める根拠となっている。

かつて商業局は、ティーンエイジの聴取者におもねった低俗な内容で非難されたが、今では

### ラジオ関係の重要事項 1990年～1994年

- ・1994年、本土各州の首都5都市[シドニー、メルボルン、ブリスベン、パース、アデレード]に居住する10歳以上の人々は、平均して週に22時間45分ラジオを聴取していた。
- ・成人男性は、女性よりもラジオ聴取時間が長い。1994年には、男性の平均が週25時間程度であったのに対し、女性の平均は23時間15分程度であった。
- ・1990年と1994年を比較すると、1994年の方が、男女とも聴取時間が短くなっている（男性で1時間半ほど、女性で2時間ほどの短縮）。聴取時間は、1990年と1991年の間で激減し、1991年から1994年にかけては多少の増減はあるもののほっきりした変化はしていない。
- ・1994年に週あたりの聴取時間が最も長かったのはアデレードで、最も短かったのはブリスベンだった。
- ・1991年から1994年にかけて、10歳～17歳のグループと、25歳～39歳のグループでは、聴取時間が週3時間ほど減少した。聴取時間減少のほとんどは、1990年と1991年の間で起きており、1991年以降の減少幅はさほど大きくない。
- ・年齢階層別では、55歳以上の成人が、最も長くラジオを聴取している。

Source: Australian Broadcasting Authority, Trends and Issues, Feb. 1996, p.19.

若年層は無視されており、むしろ年齢が上がったかつての若者たちに向けて、かつて人気のあったものを再び取り上げるという方向にある(Counihan 1990; Turner 1993)。ティーンエイジのレコード購買層に代わって、顕著な購買力をもつ25歳～39歳の消費者が、大都市圏FM局の狙いとなっている。AM局は、神話化された都市郊外の世界に、独自のニッチを——利益は比較的薄いもの——見出した。そこで好まれるのは、陽気なおしゃべりと、その合間にかかる当たり障りのない音楽、1960年代や1970年代のロックから借りたメロディの軟弱なストリングス編曲の類である。

ラジオ業界にとっての1980年代は、FM到来の時代であった。FM局は、聴取者調査の手法、特定聴取者層の絞り込みにおいて、「非常に洗練

されている」ことを誇っていた。最近では、従来からの年齢と性別による消費者層の分割に加えて、新たにエスニシティが考慮され始めた。聴取者調査には、少数の聴取者から定性的な情報を得るためにフォーカス・グループ、聴取者の追跡調査によるロイヤリティの判定、電話ごとに音楽を流して反応を見るコールアウト音楽調査、被験者を集団で着席させて数百曲の音楽を聞かせるオーディトリアム音楽調査、聴衆の生活習慣を体系的に把握するライフスタイル調査と、合わせて5つの手法がある(Turner 1993; Smith 1990 参照)。FOX-FMは、週に25時間、放送したばかりの内容について聴取者の意見を集める電話調査を行っている。同局は、人気の出た新しい曲が、過剰な露出によって放送される期間が短くなってしまわないように務めている。

## ラジオ [オーストラリアのラジオ放送産業]

る (Jones 1988)。商業局の毎日の放送は、音楽の種類ではなく、個性をもったパーソナリティとして確立されたアナウンサーによって、時間帯が区切られている。「コンテンポラリー・ロック」とか「25歳～39歳」のように、一般的、人口統計学的に分割された集団のさらに内部では、個々のDJが、放送を区別する有効な標識となっているのである。多様性の喪失は、規制緩和への動きによって拍車がかけられてきた。オーストラリア放送庁 (the Australian Broadcasting Authority: ABA) は、従来一律だったオーストラリア音楽への放送時間割り当てを、放送局の様式ごとに異なる値に置き換えた（ロック局は比率が15パーセントに上がり、イージー・リスニング局では5パーセントに下がった）。

商業ラジオ分野は、その頂点を占める団体であるオーストラリア・ラジオ放送事業者連盟 (FARB) を通して、民衆の人気を背景とした権益拡大に努め続けている。FARBの最近の主張では、ラジオ聴取者の80パーセントは商業局にダイヤルを合わせているのだという。この数字は、ある種の市場においては正しいだろうが、そうではないところもある。この主張は、放送免許自由化への反対を正当化しようとするものである。利益を生むまでに長い期間がかかる放送事業は新規参入の余地が極めて限られているし、地域の商業局が放送の維持に十分な広告料収入を確保するためには独占が必要だ、というわけである。FARBは、価値の大きいFMの周波数帯をコミュニティ・ラジオが使用することに反対した。商業局は多数の聴取者に聽かれているのだから、少数者の関心事よりも優先的に、周波数の割り当てを充分に受けるべきだ、というわけだ。ここでの聴取者とは、活動的で敏感

な消費者のことである。

## SBS

SBSは、統一の下の多様性という考え方には、その基礎をおいている。連邦政府は、その移民定住政策を、かつての全面的同化政策から、移民たちが公に認められた形で出身地との関わりを維持する必要を認める方向へと、文化的に転換させた。SBSラジオは、その多文化主義の一環として存在している。1970年代半ば頃、メディアへのアクセスがなく、情報ニーズを十分に満たすことができていなかったエスニックな中産階級は、政治家たちへのロビー活動を展開し、既にコミュニティ局として成立していたシドニーの2EA局とメルボルンの3EA局の運営に責任をもつ新たな組織、SBSの創設を実現した。SBSの放送は、中継システムによってウロンゴングとニューキャッスルへも広げられた。

SBSラジオの番組編成は、言語の区分に沿って行われており、[地域の] コミュニティに対応しているわけではない。このためもあって、大きな力をもつ [全国規模の] 諸団体が、様々な番組にイデオロギー色を反映させてきた。1980年代を通じて、SBSは、一方で意見聴取のための諮問機関を活かしながら、運営に介入する顧問団体の露骨な政治的議論に抵抗していた。広く一般聴取者に番組参加を求めていくと、実際には極めて限られた話題しか議論できなくなるのである。SBSの放送と実社会との共振関係は、例えば、ギリシア正教会大主教区に番組審査を委ねるというSBSの（慎重な検討の上での）方針に対して、ギリシア人コミュニティが5000人

の抗議集会を開き、爆破の脅迫まであったという事実によって、容易に理解される。こうした政治的な局面は、1980年代半ばの自由党・国民党連合による反移民的政策に対する動きや、1990年代に入ってアボリジニなどから強く求められるようになったアナウンサーの話し方に関する反差別基準の制定への動きなどになって、その後もたち現れた。こうした流れは、利害を離れたプロフェッショナリズムに基づく報道という第一線ジャーナリストたちの考え方に対する異議へとつながっていった。1980年代半ばに、連邦政府がコミュニティ領域におけるエスニック放送の拡大を打ち出して以降、SBSラジオへの関心はいくらか薄れてきているが、シドニーとメルボルンの局は今でも議論的となっている (Jakubowicz 1989 参照)。ここでの聴取者とは、活動的で敏感な移民のことである。

### コミュニティ局

コミュニティ局は、その基盤を政府資金にも商業活動にも置いていないという点で、他の3領域のラジオ局とは異なった存在である。コミュニティ局は、政府や株主の利益に——いかに遠回りにではあるとしても——応えようとするものではなく、もっとはっきりと限定された目的のために、特定の地域や特定の関心、コミュニティや教育のニーズに対応するものである。この一貫した基本的立場は、印刷物を読めない障害者のためのラジオ局や、イースト・フリーマントルの住民のためのラジオ局の場合のように、対象がはっきり特定されていることもあれば、非常に幅広い (8時から10時までジャズ聴取者

向けの放送をしていた局が、11時から1時まではスペイン語話者のための放送をするといった具合) 場合もある。コミュニティ局は、教育、特定の関心、地域性に基づく特殊免許を発行しているオーストラリア放送庁 (ABA) による監督のほか、教育機関や番組提供スポンサーなどと関係していることが多い管理機構を局内にもつている。報告義務がある監督官庁や経営委員会とはまた別に、オーストラリア・コミュニティ放送連盟 (the Community Broadcasting Association of Australia: CBA) がコミュニティ局の領域を代表する上部団体として存在する。CBAは、この分野に関する諸問題に関して提言を出したり、共通の課題を議論する全国集会を召集したり、コミュニティ局の領域における運営の指針をまとめるといった活動をしている。コミュニティ局が、民主的な、参加の理念と結びついていることは重要である。ほとんどの局は、何らかの形で局内研修を実施し、放送内容のモニターもしているが、しばしば繰り返される主張によれば、コミュニティ局は、受動的な聴取者を能動的な放送素材の制作に変え、オルタナティブな見解や表現方法に放送機会を提供して、メディア運営の脱・神秘化を果たしているということになる。コミュニティ放送に関わる労働が、自発的なボランティア的性格のものであることは、私利私欲によらない協働的経営という価値観への確信を強めるものではあるが、時として、制作される番組の価値や、番組編成や資金や人員に関する意思決定やその実施をめぐって、対立が生じることもある。例えば、1970年代には、4ZZZ-FM局が、男性中心主義的であるとしてブリスベン女性メディア・グループから指弾された (Brisbane Women's

## ラジオ [オーストラリアのラジオ放送産業]

Media Group 1977)。有給のスタッフたちが、他のオーストラリアの諸メディアに見られるエリート主義を複製するような方向で、局の運営の実権を握り、番組の質を管理しようとしている中で、こうした問題は始末の悪い厄介なものになってゆくおそれがある。もっとも、すべてのコミュニティ局が参加の理念に依拠しているわけではなく、大学から支援を得たり、聴取者から受信料を得るといった、特定の手法によって存続している局もある。そのような場合でも、ボランティアは常に必要とされており、同様の問題が繰り返し生じてきたこともあり、開かれたコミュニティ局をめぐる政治的問題は効率よく対処されるようになっている。CBAは「倫理綱領」を制定しており、そこには、コミュニティに対する説明責任、メディアへの広範なアクセス、番組担当者と聴取者の双方に参加の道が開かれた意思決定、高水準のアクセスとバランスのとれた高水準の番組、法の定めによらない検閲の排除、差別のない局を目指す運営政策の公表、といった理想が盛り込まれている(Whitford 1991, pp.33-34)。ここでの聴取者とは、活動的で敏感な参加者のことである。

### ラジオ産業の現在

1990年、オーストラリアの商業ラジオ150局は、合計で4億5000万ドルの収入を得たが、支出も4億ドル以上となり、その大部分は、4000人以上に及ぶ従業員の人件費であった。商業ラジオはかろうじて利益を上げている状態であり、これを受けてオーストラリア・ラジオ放送事業者連盟(FARB)は、ラジオ業界への規制に関して

矛盾をはらんだ主張をするようになっている。一方でFARBは、何をいつ放送するかを自己決定する完全な自由を求め、番組内容は、放送事業者と聴取者が交渉を経て定める一種の契約空間に基づくものであり、第三者は介入すべきでないと主張している。しかし、電波の周波数帯の空間となると、FARBは、多数の新規参入事業者が周波数帯の上で競争者として出現しないよう、規制を求めるのである。しかし、このような規制の主張は、最近10年ほどの間に、少なくとも建前として、連邦政府の政策立案者たちが明白に示してきた、自由市場指向に逆行するものである。商業局の自由化への動きに一定の制約がある背景には、誰が免許を認められるべきかという問題がある。政府の伝統的な見解によれば、この点は各メディア業界ごとに検討されるべきであり、問題なのはラジオ業界の中ににおける所有権の集中であって、多様なメディアを横断した形の多メディア所有ではないとされていた。

ところが、1986年に横断的な多メディア所有を制限する法改正が行われた。ラジオの場合、同時に所有できるのは、州ごとには大都市圏の1局と地方の4局まで、全国合計では大都市圏の4局と地方の8局まで、という制約が設けられた。法改正の前——サービス産業株が空前の水準で活発に取引され、その後、株式市場が低迷に陥った時期に、偶然一致している——に、商業ラジオの主な所有者だったのは、AWA(7局)、アルバート家(5局)、カトリック教会(4局)などであった。主要都市では、フェアファックス、パッカー、ヘラルド・アンド・ウイーカリー・タイムズといった組織が主な所有者になっていた。

法改正と時を同じくして、政府は大都市圏の商業ラジオの詳細な査察を実施し、これを受けた1988年全国ラジオ計画（1988 National Radio Plan）を策定した。これによって10局がAMからFMへ移行し、新たに10局の免許が用意され、非営利部門で新たな形態の放送が開発されることになった。この背景には、AM局の聴取率の大幅な低下があった。FMへの参入は誰もが望むことだったので、自由放任経済指向だった連邦政府は、資金調達の必要を唱えて、新たなFM局の免許を参入希望者の競売に掛けた。既存の放送事業者も、事業として十分な支払能力を保持し、さらに成長するためには、電波を買い直すことが必要になった。1986年11月から1989年4月の間に、南東部諸州の主要都市のラジオ局は、その半数以上が様態を変えた。免許の取引の中には、その局の年間収益の25倍以上の値がつくものもあった。ブリストンでもっとも高値になった4KQ局は548万ドルとなり、メルボルンの市場では3KZ局が5156.9万ドルにまでなった（Randall 1992, p.3）。

この時期には、複合企業化も進み、1940年代のネットワークの夢が再來した。1980年代末には、フランク・ラウイ Frank Lowy のノーザン・スター社がいくつかの州でラジオへ食指を伸ばし、エドマンド・ルーズ Edmund Rouse のENTグループとトライコムがタスマニアとヴィクトリア州を押さえ、スコット家が南オーストラリア州で重要な役割を果たすようになっていた。こうした新規参入者たちは、いずれもテレビ局の所有者であった。その後、ラウイが本業の不動産業に専念したため、そのラジオ関係の権益はホイツ・メディアへ引き継がれ、同社の所有するラジオ局は、既存の5局に、ラウイの9局が

加わることになった。多数の局を集め、その後崩壊したフェアファックス帝国の局のうち、マコーリー・ネットワークの7局の免許はソナンスへ移った。各州に広がっていたAWAのラジオ権益はウェスゴが買収し、ヴィクトリア州と南オーストラリア州でFM局を成功させていたオーステレオは、ニュー・サウス・ウェールズ州と西オーストラリア州のAM局を買収して事業を拡大させた。

この時期の政策転換と供給側の混乱を経て、1991年には、聴取者の60パーセントが、オーステレオかホイツが所有する局の放送を聴いているという状況になった。しかし、この聴取者の支持は必ずしも収益性には結びつかなかった。オーステレオは、キャンベラのFM局とAM局の買い手が見つからず、パースでの免許も合わせると1989年から1990年にかけて800万ドルの損失を出した。ホイツ・エンターテイメントは、ラジオ事業では壊滅的な損失（ラジオ権益の合計で、1989年から1990年にかけて1億3200万ドル）を出したが、他の多様なメディアへの投資が好調だったおかげで、その分を徐々に取り戻していく。この間、政府は、地方の商業局の免許料を緊急避難的に引き下げた。一方、メルボルンでは、AM局の聴取率の目覚しい復活が起き、FM局であれば自動的に利益につながるという見方は、疑問視されるようになった。FARBは、テレビ事業の拡大、有料テレビの可能性、免許料の高騰、補助金を得ているABCとの競争、FM局間の過当競争といった、ラジオ業界が直面する様々な困難を強く訴えていた。

全国ラジオ計画の下でFM局への転換を申請した大都市圏AM局14局のうち、5局は1992年末までに転換を実施できず、5万ドルの罰金が課

## ラジオ [オーストラリアのラジオ放送産業]

される責務不履行状態に陥った。競争的な入札制度と、長期にわたる深刻な経済停滞によって、多くの企業の資金力は弱っていたのである。全国ラジオ計画は、新古典派経済学的な規制指向に沿いながら、メディアの集中所有の問題に取り組もうとするものだったが、オーストラリア放送庁（ABA）は、一つの市場におけるラジオ局複数の所有を可能にするといった形で、事業者に有利な状況を作り出していた。既存のFM局の成功は消え去ってしまい、1991年には、新規参入者の出現と、AM局人気の再燃によって、FM局全体の収支が赤字に転じた（もっともAM局も、ほとんどが赤字だったのだが）。それまでは7局だったFM局が、1990年には11局となり、今では23局が広告料収入で支えられようとしていることを考えれば、こうした事態も驚くには当たらない（Randall 1992, p.3）。ABAは、業務開始後の数ヶ月の間に、ナロー・キャスティング〔日本のコミュニティ放送に相当する小出力のFM放送〕の事実上の無料免許を130局に発給した。そのほとんどは、狭い地域を放送範囲として観光客向けの道路情報を流すようなものか、かつては商業局の仕事だった〔競馬などの〕賭博にまつわる情報を流すものである。しかし、「狭い」という言葉の定義づけ——そして、花盛りの商業ラジオ局が展開するニッチ・マーケティングの意味するところ——は、はっきりしていなかった。何しろ、全国に150局ある商業局のうち、124局はいずれも似たり寄ったりのゴールデン・コンテンポラリーの構成をとっている〔過去のヒット曲ばかりを流している〕のである（Communications Law Centre 1993, p.3）。数多くの局は、スタッフを雇用しなくても連続した放送が維持できるようにと、音楽で

あれニュースであれ、購入した番組によるブロック編成への依存を深めている。008番の無料通話をを利用して、聴取者の電話による参加や情報提供を呼びかける、ラジオ・ショップ（the Radio Shop）は、様々なニュース番組や音楽番組を50局に供給している。同社は、これを地域主義だとしているが、その実態は、紛れもなく企業連合体そのものである（Chadwick 1991, p.24; Randall 1992, p.26; Communication Law Centre 1993, p.4）。

1992年になると、ラジオ局の売買は、かつてのネットワークが個別の局を安い価格で地域的関心に立つ事業者に譲る、というパターンになってきた。オーステレオ、ホイツ、ウェスゴは、何局もの免許を売り、全国を網羅した共通の番組による利益の共有という構想を棄てて、東海岸の大都市圏局へ投資を集中する合理的な方策をとった。他方、1980年代末の、免許の取引価格の高騰期に利権を売り抜いたラジオ業界の古参事業者たちは、AWAを先頭に、市場に再参入し始めた。1989年に2DAY-FMは8200万ドルで売却されたが、同じくらい人気の高いKA-FMが1991年に売却された時の価格は800万ドル以下だった（Peters 1992）。

この年の末には、おもな事業者はすっかりやせ細っていた。ホイツが所有するのは大都市圏の4局と地方の2局だけになり、オーステレオは大都市圏の5局だけになった。ウェスゴは大都市圏の4局と地方の3局を所有し、アルバート家の所有する局は聴取者の支持と業界全体の利益の半分近くを占めるようになっていた。ところが、1992年には、外国資本による所有への制限が撤廃されたため、新たな資金が市場に流れ込んできた。ホイツはヴィレッジ・ロードショーに買

収され、今度はそのヴィレッジ・ロードショーがオーステレオと合併したため、同社は新グループの12局を運営するようになった。同年には、トニー・オライリー Tony O'Reilly のオーストラリアン・プロヴァインシアル・ニュースペーパーズ（同社自身が、半分は北米資本の所有になっている）が、ウェスゴを買収した。（新聞やテレビとは違って、ラジオについては、外国資本の所有制限がもはや全くなくなった。）1995年3月には、アルバート家が、地方の3局と大都市圏の4局を、オライリーに売却した。この間、地方においても多様性は後退しており、フェアファックス系のルーラル・プレスは19局を支配するに至っている（Shearer 1995）。収益性の面でも、既存の放送局の短期見通しは好転している。1994年の半ばには、売上げが前年比6.5パーセント増加したことを見て、市場に改善の兆しが見られるようになった。直前12ヵ月の広告料収入は、4億5300万ドルを超え、その大部分はFM局への転換によってもたらされたものであった。1995年末には、商業局はふたたび大きな利益を生み出すようになり、総売上は前年比7.3パーセント増の5億230万ドルに至っている。最大のネットワークは、主要都市のトリプルM系列各局を所有するオーステレオで、1995年下半期の収益は、前期比46パーセント増の1550万ドルに達している。1983年以降、広告費総額に占めるラジオの比率は、10パーセントを僅かに下回る水準で安定しており、おもに銀行、自動車、食料品などの広告が出稿されている。これだけあれば、磐石である。

商業局の将来の姿は、技術、ネットワーク、想定される聴取者、規制、という相互に結びついた4つの要素によって決まってくることだろう。

オーストラリアにおけるデジタル技術の進展は、極めて質の高い音の再現性と、極めて遠い場所への送信を可能にする。デジタル音声放送は、情報のアナログ処理に起因するAMとFMの差異などを超越してしまう。デジタル放送では、CDと同じように音はバイナリー信号に変換され、FM波よりも狭い帯域、弱い出力で送信できるようになる。信号の質はよくなり、放送の数を増やすこともできるようになる。コスト削減のためにネットワーク化や企業連合といった集中化傾向が広がっていることを考え合わせると、南東部の都市を拠点とする放送センターが地方局も大都市圏局も呑み込んで、中央から配給される信号を、各地の時間帯、気象、交通状況に合わせて調整する、といった形になってゆくようと思われる。デジタル放送についてABAは、大都市圏向けが30局ほど、それに加えて郊外地域向けがシドニーだけでも50局ほど、と構想している。

有料デジタル衛星テレビの登場とともに、現在の短波放送に加えて、有料ラジオ局が登場することだろう。光ケーブルの普及は更に進むものと思われる。気象や交通の情報を配信とともに、自動車に乗ったまま電子メールやウェブ・サイトの利用が出来るような、自動車向けの有料ラジオも実現することになるだろう。そうなれば必然的に、広く求められる娯楽的内容と、高度に個別化されたデータをそれぞれ指向する、別個の放送サービスが求められるようになるだろう。

デジタル音声放送は、地域性をはじめ、年齢、収入、人種、価値観、生活習慣などの面で、聴取者をどのような姿で捉え、どのように対応してゆくか、という課題に大きな影響を与えてい

## ラジオ [オーストラリアのラジオ放送産業]

る。番組編成は、これまで以上に画一化が進みそうである。人口統計学的な予測によれば、オーストラリアでは「有閑人（unoccupied person）」という一見楽しげな名称で分類される独居世帯が増加しつつあるが、こうした人は、ひとり暮らしの気を紛らわすために、とりとめのない声に耳を傾けようとするものである。その意味では、大都市や郊外における生活も、多くの人々にとって地方ラジオ局のアナウンサーが重要人物であり、楽しみの源になっているようだ。遠隔地での孤立した生活と、似通ったものになりつつある（Communication Law Centre 1993, pp.3-4）。人々の仕事や余暇活動、さらに、イデオロギー的傾向については、社会科学的観点に立った市場分析の一環として、もっともっと詳細な調査が進められなければならない。

1996年の選挙運動の際に示された「よりよいコミュニケーション」というコミュニケーション政策声明の中で、新たに政権に就いた〔自由党・国民党〕連合は、従来どおり「選択の多様性」が最大限に実現するよう取り組むに続けると述べていた。声明はさらに、デジタル音声放送の規格について、議論されている諸規格の運用実験を踏まえて、ラジオ業界と協議しながら規格を決定すると公約している。また、連合は、ラジオ業界の既存の事業者の「経験」を尊重するとともに、十分な水準のオーストラリア制作コンテンツを確保することも表明している。ABCのラジオ・ネットワークも、連合政権の政策に沿って、きちんと扱われることになっていく。一読して最も驚かされるのは、ハワード政権〔自由党・国民党連合〕がコミュニティ領域の局に、一定の資金的支援を行うと公約してい

たという点である。こうした主張はすべて、当然いざれは時の試練を受けることになるが、現段階においては、退陣するキーティング政権〔労働党〕にとって「トラブル」となった点を、新政権はすばやく利用した、と解釈できるだろう。1949年に、J·D·B·ミラー J.D.B.Millerは、オーストラリアのラジオは「空間と時間を支配する」と書き記すことができた（Miller 1949, p.190）。この支配力は、今でははるかに大きいものになっている。しかし、その実権を握っているのが誰なのか、どの組織なのかを見極めるのは、容易ではなくなっている。

## 文献案内

オーストラリアのラジオに関する学術的な研究書で、有用なものは4冊ある。Higgins and Moss (1982) は、詳細なテキスト分析と包括的なインフラストラクチャー批判を結びつけたものである。Johnson (1988) は、ラジオの初期の歴史と、女性聴取者指向について、批判理論的観点から書いている。Potts (1989) は、非常に今日的な形で歴史と理論を結びつけている。T.Miller (1992) 編による文献表には、ラジオに関する多様な論文が収められている。

## 文献

- Armstrong, M. 1982, *Broadcasting Law and Policy in Australia*, Butterworths, Sydney.  
Allen, Y. & Spencer, S. 1983, *The Broadcasting Chronology: 1809-1980*, Australian Film and Television School, Sydney.  
Bennett, G. 1990, 'It's Love/Hate with ABC-

- FM', *Australian*, 5 June, p.16.
- Blanch, K. 1989, 'When All Ears were Tuned to the Radio', *Sunday Mail Magazine*, 7 May, p.45.
- Brisbane Women's Media Group 1977, 'TRIPLE Z: "maintaining credibility" or, did homogenised radio turn sour', *Hecate*, vol 3, no 1, pp.108-114.
- Chadwick, P. 1991, *Charters of Editorial Independence: An Information Paper*, Communications Law Centre, Sydney.
- Communications Law Centre 1993, 'Diversity and Localism: Burning Issues', *Communications Update*, no 86, pp.2-4.
- Counihan, M. 1982, 'The Formation of a Broadcasting Audience: Australian Radio in the Twenties', *Meanjin*, vol 41, no 2, pp.27-28.
- Counihan, M. 1990, 'Radio', Metro: *Media Education Magazine*, no 83, pp.27-28.
- Counihan, M. 1992, '"Giving a Chance to a Youthful Muse": Radio, Records and the First Australian Music Quota', *Media Information Australia*, no 64, pp.6-16.
- Dean, P. 1989, 'Discerning Air Waves', (*Brisbane*) *Courier-Mail*, 1 April, Weekend, p.8.
- Higgins, C.S. & Moss, P.D. 1982, *Sounds Real: Radio in Everyday Life*, University of Queensland Press, St Lucia.
- Horsfield, P. 1988, 'Issues in Religious Broadcasting in Australian', *Australian Journal of Communication*, no 14, pp.48-56.
- Jakubowicz, A. 1989, 'Speaking in Tongues: multicultural Media and the Construction of the Socially Homogeneous Australian', in *Australian Communications and the Public Sphere: Essays in Memory of Bill Bonney*, H. Wilson (ed), Macmillan, Melbourne and Sydney, pp.105-127.
- Johnson, L. 1988, *The Unseen Voice: A Cultural Study of Early Australian Radio*, Routledge, London.
- Jones, M. 1988, 'Foxing the Lot with Research', *Melbourne Herald*, 21 April, p.17.
- Jonker, E. 1992, 'Contemporary Music and Commercial Radio', *Media Information Australia*, no 64, pp.24-30.
- Kent, J. 1983, *Out of the Bakelite Box: The Heyday of Australian Radio*, Angus & Robertson, Sydney.
- Miller, J.D.B. 1949, 'Radio in Our Lives', *Current Affairs Bulletin*, vol 3, no 12, pp.183-199.
- Miller, T. (ed) 1992, 'Radio-Sound & Film Culture', *Continuum*, Perth.
- Mundy, G. 1982, '"Free-Enterprise" or "Public Service"? The Origins of Broadcasting in the US, UK and Australia', *Australian and New Zealand Journal of Sociology*, vol 18, no 3, pp.279-301.
- Peters, B. 1992, 'Commercial Radio', *Communications Update*, no 74, p.4.
- Potts, J. 1989, *Radio in Australia*, University of New South Wales, Sydney.
- Randall, L. 1992, 'Metro FM Conversion a Fizzer', *Communications Update*, no 83, p.3.
- Shearer, B. 1995, 'Fewer Network Owners', *Communications Update*, March\*\*\*.
- Smith, G. 1990, 'Radio research', *Metro: Me-*

ラジオ [オーストラリアのラジオ放送産業]

*dia Education Magazine*, no 83, pp.37-38.

Turner, G. 1993, 'Who Killed the Radio Star ?:  
The Death of Teen Radio in Australia', in *Rock  
and Popular Music: Politics and Institutions*,  
T. Bennett, S. Frith, L. Grossberg, J. Shepherd  
& G. Turner (eds), Routledge, London, pp.142-  
155.

Walker, R. 1973, *The Magic Spark: The Story  
of the First Fifty Years of Radio in Australia*,  
Hawthorn Press, Melbourne.

Whitford, I. 1991, *Peaking on Zero - First be  
Competent, Then be a Star: A Handbook on  
Radio Production*, Murdoch University, Perth.