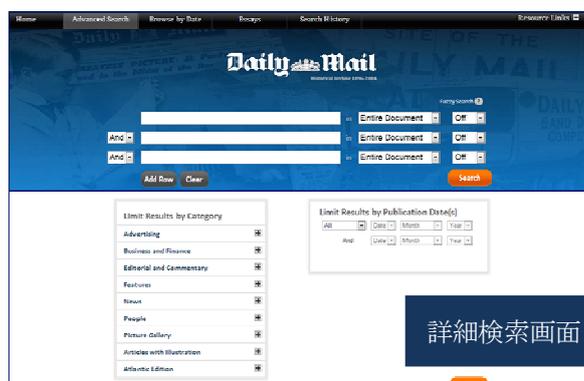


20 世紀大衆ジャーナリズムのパイオニア「デイリー・メール」のウェブ版

Daily Mail Historical Archive 1896-2004

センゲージラーニング株式会社

Daily Mail Historical Archive 1896-2004 はデイリー・メールの創刊号から 2004 年までのすべての号を紙面イメージで提供するフルテキストデータベースです。Gale はタイムズを筆頭に、ブリティッシュ・ライブラリー新聞コレクション、イラストレイテッド・ロンドン・ニュース、サンデー・タイムズ、タイムズ・リテラリー・サプリメント、リスナーなど、過去 400 年間に亘るイギリスの新聞、雑誌のデジタル化に取り組んできましたが、この度初めてタブロイド紙の元祖デイリー・メールが加わりました。



詳細検索画面

◆イギリス新聞史の中のデイリー・メール紙◆

19 世紀の新聞界に君臨したタイムズは、19 世紀の半ばに発行部数のピークを迎えた後、次第にシェアを落とし、新興の新聞デイリー・テレグラフに追い抜かれます。19 世紀末に 30 万部近い発行部数に達したデイリー・テレグラフは、それでもやはりタイムズにつらなる伝統的な新聞という性格を持っていました。

イギリスでは 1870 年に義務教育法が施行され、児童の就学が義務づけられます。この義務教育法世代が社会に出るのが 19 世紀末。エリート層でも低所得者層でもない、一定の知識と技能を身に着けた大量の中間層が現われたイギリスはこの時、大衆社会の入口に立っていたのです。

読者が変われば、新聞も変わる必要があります。社会の一部の人々向けに発信していたそれまでの伝統的な新聞では、新しい読者層の需要を掬い取ることができない、と考える人が新聞界に現われました。その中で、新しい読者層の需要を満たす新聞とは何かを深く考え、新聞のあり方を根底から変えてしまったのが、デイリー・メールの創業者アルフレッド・ハームズワース(ノースクリフ卿)です。後世の新聞に与えた影響力はとて大きく、しばしばノースクリフ革命と呼ばれます。

◆現代ジャーナリズムのパイオニア◆

ハームズワースが打ち出した新聞のコンセプトは全く新しいものでした。それまでの新聞が世論を導くことを方針としていたのに対して、ハームズワースは、新聞は読者が何を読みたいかを理解し、読者が欲しいものを届けなければならないと考えました。また、それまでの新聞が議会や政治の報道に主眼を置いていたのに対して、多様な話題を提供することを新聞は心掛けなければならないとして、議会や政治の報道の比重を少なくします。さらに、忙しい読者が記事を理解しやすいよう、見出しを大胆にし、文章を短くするなど、文体やレイアウトにも細心の注意を払いました。

このようなデイリー・メールの大衆向け戦略は成功を収め、その後デイリー・ミラー、デイリー・エクスプレスなどの大衆紙の創刊が続きます。イギリスの新聞は、広告収入に依存する高級紙と販売収入に依存する大衆紙の二種類に大きく分けられますが、大衆紙の歴史はデイリー・メールとともに始まります。大衆社会の到来に相応しい新聞作りを追求したという意味では、現代ジャーナリズムのパイオニアということができます。



記事表示画面

◆デイリー・メールの記事の特徴◆

【創刊号に載った一文】

デイリー・メールがみずからの特徴を述べた資料として貴重です。

“* * The “note” of the “Daily Mail” is not so much economy of price as conciseness and compactness. It is essentially the busy man’s paper. The mere halfpenny saved each day is of no consequence to most of us. The economy of the reader’s time, effected by the terse summarising of the news of its special correspondents, is of the first importance.

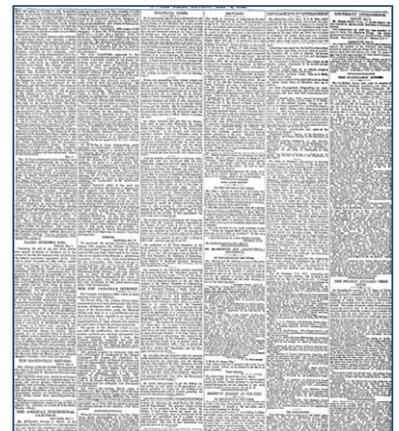
デイリー・メールは、お求めやすい価格ではなく簡明と簡潔こそが特徴です。多忙な人のための新聞であるということが基本にあります。現代においては毎日半ペニー貯めても意味はありませんが、特派員のニュースを簡潔に要約することにより読者の時間を節約することが、なによりも大切なことです。

【デイリー・メールとタイムズ。同じ日に発行された両紙の紙面】

左はデイリー・メールの創刊号（1896年5月4日）の第3面、右は同じ日のタイムズの第8面。デイリー・メールの記事数は53、タイムズの記事数は13です。デイリー・メールが自身の特徴とした簡明と簡潔は、他紙と比較することによって一目瞭然です。こうして当時の忙しいサラリーマンは一日の出来事を幅広く拾うことができました。



デイリー・メール創刊号第3面



同日のタイムズ第8面

【The Daily Magazine】

デイリー・メールは、創刊号から”The Daily Magazine”の欄を設け、これまでとは異なる新聞であることを伝えようと試みました。



サブタイトルの「朝刊におけるまったく新しい考え方（AN ENTIRELY NEW IDEA IN MORNING JOURNALISM）」に、「これまでとは異なる新聞」としての思いが現れています。

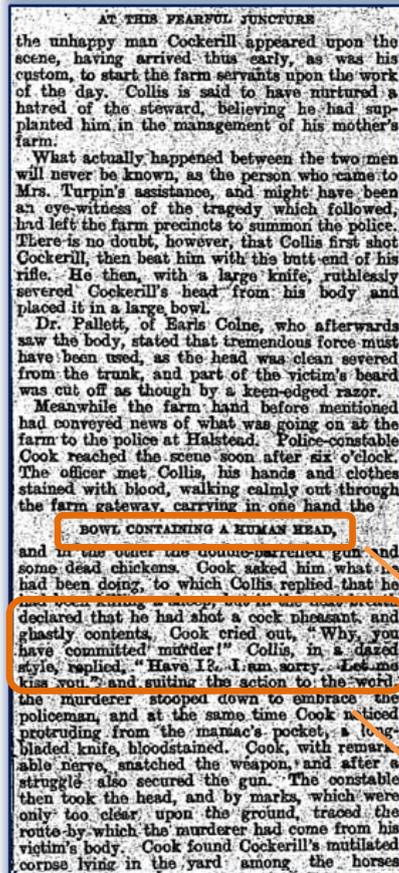
編集部から（A NOTE FROM THE EDITOR）

「The Daily Magazine」と呼ばれる本欄では、朝刊においてニュース以上のことを読者に提供することが試みられます。デイリー・メールの目的は、ロンドン、イギリス、帝国、世界の重要なニュースを一つ一つ提供することです。これに対して、デイリー・マガジンの目的は、読者が暇な時間を楽しんだり、興味を覚えたり、教えられたりすることを提供することにあります。現代においては毎日半ペニー貯めても意味はありませんが、特派員のニュースを簡潔に要約することにより読者の時間を節約することが、なによりも大切なことです。

【センセーショナルな事件報道】

簡潔な記事を旨としたデイリー・メールであるが、殺人事件に代表されるセンセーショナルな事件は詳細に報道した。

右はエセックスで発生した殺人事件を伝えるデイリー・メールとタイムズの記事である。タイムズが事実経過を述べるにとどめているのに対して、デイリー・メールの方は「お前、人を殺したのか!」という言葉を入れた。「死体の頭を入れた容器」「五連発銃」のように事件の鍵になるモノは改行して大文字で表現し、さらに全体として警官の勇氣ある行動を際立たせるなど、事件をドラマ仕立てに伝えようとする意図が見られる。



BOWL CONTAINING A HUMAN HEAD

Cook cried out, "Why, you have committed murder!"

◆デイリー・メールの資料的価値◆

1. 社会学、大衆社会研究の資料

読者が何を読みたいかを理解し、読者が欲しいものを届けなければならないとの考えの下に製作された新聞の紙面からは同時代の大衆の価値観、欲望、無意識が透けて見えてきます。

デイリー・メールは 20 世紀の大衆社会と伴走しながら発行されてきました。その意味で、社会学、大衆社会研究の資料と位置づけることができます。

2. ボア戦争研究の資料

ボア戦争は、デイリー・メール創刊後にはじめてイギリスが交戦国となった本格的な戦争です。デイリー・メールは第一級の特派員を前線に送り込み、戦争報道で他紙に先んじようと試みました。

戦争が新聞にとっての好機となった例は歴史上少なくありませんが、デイリー・メールの戦争報道は多くの読者を獲得し、戦争前に 70 万部程度だった発行部数が一気に 100 万部を超えます。



December 8, 1899

Lady Sarah Wilson, a correspondent of the "Daily Mail," has apparently been taken as a prisoner to Pretoria. This somewhat inconvenient distinction will temporarily deprive readers of the "Daily Mail" of some entertaining articles, but it may hereafter add to the interest with which Lady Sarah Wilson's future contributions will be read, since her impressions of Pretoria under such romantic circumstances will be quite unique. We assume, of course, that Lady Sarah will be treated with the consideration and courtesy due alike to her sex

December 9, 1899

サラ・ウィルソンが捕虜としてプレトリアに移送されたことを伝える記事

【サラ・ウィルソン（ウィンストン・チャーチルの叔母）を初の女性従軍記者として前線に送り込んだことは話題を呼びました】

ボーア戦争はまた、義務教育世代が社会に進出した時代に起こった戦争でもありました。この時代に現われた社会の中間層がこの戦争をどのように受け止めたのか、デイリー・メールの戦争報道を通して、その読者層の価値観が見えてくるでしょう。ボーア戦争をメディアの観点から研究するのにデイリー・メールは格好の新聞です。



上段の断り書き

「このコピーは1月26日に本紙特派員により発送され、2月18日、230マイル離れたキンバリーに届いた。ここにコピーを掲載する記事は、砲弾の攻撃を受けない地下で印刷された最初の号のものであり、大きさは同じだが色は異なる。マフェキング・メールの編集者は、本紙特派員サラ・ウィルソンとともに、包囲戦のとき、本紙への情報提供者でもあった。」

【右は、1900年3月27日のデイリー・メールに掲載されたマフェキング・メールのコピー。マフェキングは南アフリカの都市。ボーア戦争の時、マフェキングのイギリス人とこれを包囲するボーア人とのおいでで繰り広げられたマフェキングの包囲戦で有名。】

3. 第一次世界大戦研究の資料

ボーア戦争の報道を契機に一躍、読者の支持を得てイギリス最大の発行部数を誇る新聞になったデイリー・メールにとって、第一次大戦は政治的影響力を発揮する絶好の機会となりました。戦争が始まる前からドイツの脅威を警告し、軍備増強の必要を説き、好戦的な世論の形成に寄与していました。「戦争を起こすのに大きな影響を与えたのは、第一にドイツ皇帝、次にノースクリフ卿である」と、言われたほどです。

大戦中は「Soldiers' Friend (兵士の友)」というコラムを設け、様々な情報の提供や激励を行ない、海外で従軍するイギリス兵士を精神的にサポートします。パリで発行された大陸版 10,000部を毎日前線に配送していたとも言われています。

開戦の翌年には、杜撰な兵站政策によって多数の自国兵士が命を落としているとして、時の陸軍大臣キッチナーを名指して批判、これがアスキス政権の退陣につながりました。

ノースクリフ卿は、新しく誕生したロード=ジョージ内閣で、政府高官としてアメリカに戦争協力を求める任務と敵国に対するプロパガンダを遂行する任務に携わりました。この時、弟ハロルド(ロザミア卿)は空軍大臣に就任し、ライバル誌デイリー・エクスプレスの社主、ビーバーブルーク卿は情報大臣に就任します。大衆紙とその社主がこれほどの政治的影響力をもったことは、イギリス史上初とされています。



「砲弾の悲劇：キッチナー卿の重大な過失」(1915年5月21日)というタイトルの社主ノースクリフ卿みずからペンを取った政府批判記事。使い物にならない弾薬を供給していることが、フランスで戦っている多数のイギリス兵士の命を奪っていると批判。国民の間で人気のあったキッチナーに対する批判は、デイリー・メールに対する批判を招き、販売部数は激減した。しかし、デイリー・メールの主張が正しいことが次第に明らかになり、自由党政権は退陣に追い込まれた。

来年(2014年)は第一次世界大戦勃発100周年です。イギリスをはじめヨーロッパ諸国の死傷者数は、第一次世界大戦の方が第二次世界大戦より多く、その後のヨーロッパの歴史に与えた影響力の大きさには計り知れないものがあります。20世紀を振り返る場合に第一次世界大戦は避けて通ることができません。そして、第一次世界大戦をメディアの観点から研究するには、デイリー・メールが格好の資料となるでしょう。

WONDERFUL PHOTOGRAPH OF THE SINKING OF THE BLUE



1915年のドッガー・バンクの海戦で沈没したドイツの巡洋艦ブリュッハーの写真(1月29日)を独占掲載

THE SOLDIERS' FRIEND.
EVERY MAN UNDER 41 A SOLDIER TO-MORROW.
 Military service for all between 18 and 40 comes in force to-morrow. The last appeals of unattested men must be lodged with the local tribunals to-day, but if for any sound reason a man has not been able to lodge an appeal by to-day a tribunal has the right to accept his appeal at a later date.
 The position of a man who has not attested or lodged a claim for exemption will to-morrow be as follows: He will be liable at any time to receive a yellow paper calling him to the colours in 14 days. If he does not respond he will be liable to arrest as an absentee and to be fined. If he cannot be found his name and last-known address will be posted in the district in which he is best known.
 When he responds he will be sent before a medical board composed of civilian doctors in Army employ, who will determine whether he is fitted for active service abroad or not. There will be no appeal for him against the decision of this board, and it will not concern himself at all with his domestic or business position.

4. 商品広告、家政学、消費社会論の資料

デイリー・メールは創刊当初から、女性に読まれる新聞であることを目指していました。「女性の世界の出来事—服装の変化、化粧品、料理、家事一般—は、通常の日刊紙で取り上げられる事柄と同じように関心を払うべきである」という考えの下に、「女性の領分(Woman's Realm)」というコラムを創刊号から掲載しました。1968年には、「フィメール(femail)」というファッションを中心とした女性向け特集欄を新設、気鋭の女性ジャーナリストたちを編集者に起用します。



フィメールの最初の記事(1968年10月11日)



創刊号「女性の領分」

女性の読者を重視する姿勢は広告戦略にも現われています。家計の支出の担い手である女性向けの広告を積極的に掲載し、これが広告収入を通じて新聞の経営を支える結果にもなりました。創刊の年に一面広告を掲載し、イラスト入り商品広告を多用するなど、大胆な広告戦略を展開します。また、商品広告から商品展示会が生まれました。今もイギリスで開催されている「Ideal Home Show」という家具調度品をはじめとする生活用品の展示会は、1908年にデイリー・メールが始めたものです(当時の名称は「Ideal Home Exhibition」)。デイリー・メールは、女性向けの記事や商品広告、商品展示会を通じて、人々の日常生活をデザインする新聞でもあったのです。



ハロッズ春のモード広告(1915年2月25日)



理想のホーム展示会広告(198年3月25日)

5. 現代イギリス政治、サッチャー政治研究の資料

1920年代後半、デイリー・メールは発行部数200万台の押しも押されぬイギリス第一の新聞に登り詰めます。しかし、その後は停滞し、発行部数第一位の地位を他紙に譲り渡し、新聞界を襲った激しい競争の中で部数が伸び悩みます。復活の兆しが見え始めたのは1970年代です。

一つは、さきほど指摘した女性向け特集欄に見られる女性読者層の取り込み努力が効果をあらわしたこと。もう一つは、社会が大きな転換点を迎える中で、政治的なポジショニングを再定義したことです。第二次大戦直後、「揺りかごから墓場まで」の福祉国家を

世界で初めて実現したイギリスでは、福祉制度が充実した反面で英国病と言われるほどの経済的停滞に見舞われました。また1960年代の対抗文化に代表される社会的な異議申し立ては、その後マイノリティの権利を社会的に承認する道を拓きます。このような状況の中で、伝統的な価値を重んじる保守層が経済的自由主義と手をたずさえ、新自由主義として大きな政治的影響力を発揮するようになったことは周知のことです。新自由主義の旗手、マーガレット・サッチャーが保守党党首に就任したのは1975年、イギリス首相に就任したのは1979年です。

デイリー・メールは、サッチャーが保守党党首に就任する前にサッチャー支持を表明し、サッチャーが政界で頂点を極めるのと軌を一にするように、復活します。この頃のデイリー・メールが掲げていたスローガンが「ミドル・イングランド」です。しばしばサイレント・マジョリティーの同意語とされるミドル・イングランドはサッチャー政治を支持した新中間層と重なると言われています。サッチャーが首相に就任してから30余年、そろそろサッチャー政治を学問的に検討する時期に来たとも言えるかも知れません。サッチャー政治の再検討には支持層の分析が欠かせません。そのための格好の資料がデイリー・メールです。



保守党党首選の1週間前、デイリー・メールを読むサッチャー。この後、サッチャーは保守党首に選出される。(1975年2月5日)



保守党の総選挙での勝利によるサッチャー首相誕生を大きく伝える。(1979年5月4日)

大西洋版 (Atlantic Edition)

デイリー・メールは、イギリスとアメリカ間の大西洋上を周航した遊覧船において旅客用に1923年から1931年まで新聞を発行していました。大西洋版と呼ばれるこの版は、遊覧船の旅客であるアメリカ人の富裕層向けに株式市場やスポーツなど、ロンドンで発行された本紙とは異なる記事、広告で構成されていました。大西洋版はブリティッシュ・ライブラリーにも所蔵がなく、極めて稀少な資料であるため、入手が困難です。Daily Mail Historical Archiveでは、大西洋版が価値あるにもかかわらず入手困難であることに鑑み、本紙に加えて搭載することにしました。大西洋版を通して、1920年代のアメリカの富裕層の生活、1920年代のアメリカ文化の一端を垣間見ることができます。



【収録版】

- ✓ 本データベースでは、Daily Mail の親会社 Associated Newspapers 所蔵のマイクロフィルムからページイメージを取得、ロンドン最終版が採用されています。最終版が入手不可の場合は、それより早い版を採用しています。
- ✓ マイクロフィルムの損傷や、製本された状態から取得されたため、画像が不鮮明なケース等、特に初期の刊行分において、利用に耐えないと判断された場合は、British Library 所蔵のマイクロフィルムからページイメージを取得しました。
- ✓ 1926 年5月のゼネラルストライキでフリート街の新聞の刊行が停止した期間は、パリ発行の大陸版(Continental Edition)を収録し、期間的な欠落が生じないようにしました。
- ✓ 大西洋版のページイメージは、Associated Newspapers 所蔵原本より取得されました。

【ページイメージの画質とサイズ】

- ✓ 品質と操作性のバランスを考え、米国議会図書館の電子化プロジェクトの基準である400dpi でページイメージを作成しました。Daily Mail は 20 世紀を通じて徐々に大型の図版を多用するようになるため、1962 年までは文字の鮮明さを重視して白黒画像を、カラーおよびハーフトーンの写真が定期的に掲載された 1963 年以降はグレイスケール画像でページイメージを作成しています。
- ✓ 1971 年 5 月 3 日に Daily Mail はブロードシートからタブロイド判に移行しました。ファイルの操作性を重視し、ブロードシート判は 50%に縮小し、タブロイド判と同じサイズで収録しています。
- ✓ 大西洋版はタブロイド判で発行されているため、サイズを縮小せず、400dpi、白黒画像でページイメージを作成、特別号は、400dpi、フルカラー、原寸大でページイメージを作成しています。

※権利上の理由で、一部収録されていない記事もございます。

※紙面イメージ(大西洋版を除く)はマイクロフィルム版からスキャニングされており、写真など画像は一部、不鮮明な部分がございます。その他原紙の保存状態によって、一部、反映しづらい部分がございます。

※検索用の本文のテキストデータは、OCR(光学式文字認識技術)によって自動的に生成されたものであるため、検索において 100%の正確さを保証するものではありません。

掲載商品のすべてのコンテンツと機能をお試しいただける 1 ヶ月の無料トライアルを受け付けております。

掲載の商品・サービスに関するお申し込み、お問い合わせは、株式会社 紀伊國屋書店 電子商品営業部 (電話:03-6910-0518、ファクス:03-6420-1359、e-mail:online@kinokuniya.co.jp) までお願い致します。

お預かりした個人情報は、弊社規定の「個人情報取扱方針」<http://www.kinokuniya.co.jp/06/gaiyo6.htm> に則り、取り扱わせて頂きます。