

第二次世界大戦におけるプロパガンダと現代のメディア

奈良女子大学附属中等教育学校 6年

はじめに

戦前・戦時中にナチスが行ったプロパガンダと世論形成の関係に関心があり、現代の日本におけるメディアと世論のあり方にも共通する点があるのではないかと考えた。そこで、2020年から21年にかけて国民的な議論の的となった東京オリンピックに焦点を絞り、新聞とTwitterを題材に現代のメディアと世論の動向の関係について調査を行うこととした。その結果を踏まえて、

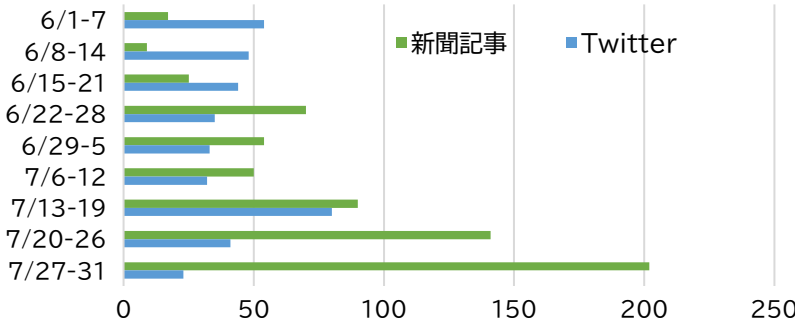
- ①Twitterの投稿は世論と言えるのか
- ②ナチスのプロパガンダと現代日本の新聞の共通点について調査した。

東京オリンピック

▶方法

- ①新聞 : マスメディアの五輪に関する記事の傾向やその変化を読み解くため、五輪開幕の7月23日を含む2021年6月1日～7月31日の期間について、読売新聞の記事を集め、分析を行う。
- ②Twitter : 民意の傾向やその変化を調べるため個人による情報発信や双方向の意見交換を特徴とするSNS、中でも政治的発言も多くみられるTwitterを選び、分析の対象とする。期間は新聞と同じ2021年6月1日～7月31日とし1000いいね以上を集めた東京五輪に関する投稿を収集し、分析を行う。

五輪に関する新聞記事数とtweet数の推移



▶記事数と投稿数

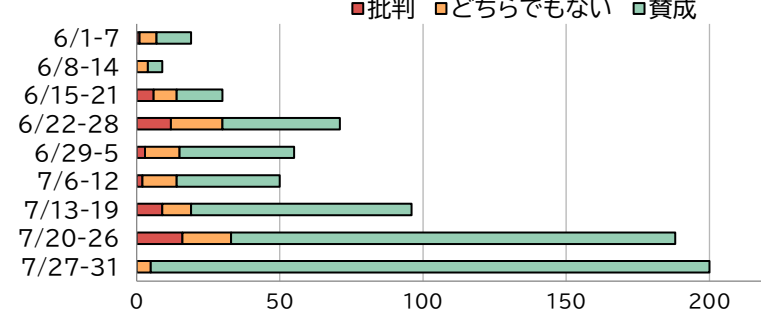
新聞では、開催が近づくに伴って五輪に関する記事が増加、開幕後さらに急増したが、Twitter投稿は開催直前が一番多く、開幕後は減少した。

▶論調の推移

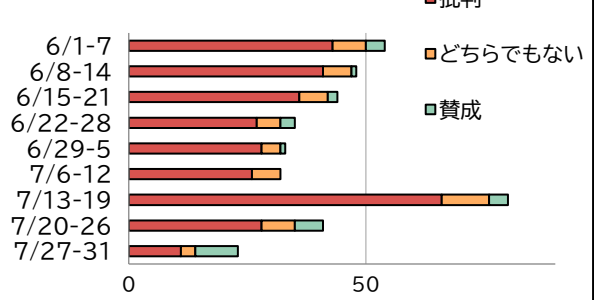
《新聞》開幕1週間前～開幕した週に批判の記事が増加したが開幕直前・開幕後には賛成の記事が大きく増加した。《Twitter》開幕前7/13～19に批判の投稿が大きく増加した。

→Twitter上では端的に新型コロナの感染拡大と連動した「この状況下で五輪を開催すべきか」の声の増加がみられるが、新聞の記事数や論調には、やや異なる動きを読み取ることができる。

新聞記事の論調の推移



tweetの論調の推移



日	月	火	水	木	金	土
5月30日	31日	6月1日	2日	3日	4日	5日
448	260	471	487	508	472	436
-87	-80	-71	-256	-176	-142	-103
6月4日	7日	8日	9日	10日	11日	12日
351	235	369	440	439	435	467
-97	-25	-102	-47	-69	-37	+31
6月13日	14日	15日	16日	17日	18日	19日
304	209	337	501	452	453	388
-47	-26	-32	+61	+13	+18	-79
6月20日	21日	22日	23日	24日	25日	26日
376	236	435	619	570	562	534
+72	+27	+98	+118	+118	+109	+146
6月27日	28日	29日	30日	7月1日	2日	3日
386	317	476	714	673	660	716
+10	+81	+41	+95	+103	+98	+182
7月4日	5日	6日	7日	8日	9日	10日
518	342	593	920	896	822	950
+132	+25	+117	+206	+223	+162	+234
7月11日	12日	13日	14日	15日	16日	17日
614	502	830	1149	1308	1271	1410
+96	+160	+237	+229	+412	+449	+460
7月18日	19日	20日	21日	22日	23日	24日
1008	727	1387	1832	1979	1359	1128
+394	+225	+359	+388	+346	+88	-282
7月25日	26日	27日	28日	29日	30日	31日
1763	1429	2848	3177	3865	3300	4058
-255	-4702	-13461	-13345	-11888	-11911	-13930
8月1日	2日	3日	4日	5日	6日	7日
3058	2195	3709	4166	5042	4515	4566
+1295	+766	-861	+989	+1172	+2115	-308

2021年6～7月の東京都の新規感染者数 (東京新聞の資料より作成)

▶五輪・コロナに関する新聞記事の数や論調の推移にみられる特徴 — マスメディアの報道姿勢 —

感染の急速な拡大が明らかになったのは7/15以降だが、この時期、コロナに関する記事はほとんど増加していない。開幕する7/20の週には感染爆発の状況下でありながらコロナ関連の記事数は減少し、代わりに五輪に関する記事、とくに「いよいよ開幕」あるいは「五輪選手を応援」といった類の記事が大きく増加している。

同じ時期のTwitter上で多数見られた「五輪開催に伴う感染拡大の懸念の高まり」「五輪開催自体への批判の声の増加」と比較すると、新聞の記事数や論調の推移は、「感染急拡大の懸念は指摘しつつも、五輪そのものについては、批判よりは応援を」というマスメディアの姿勢を伺わせるものである。

▶Twitterの利用率(年代別)

全年代: 42.3% 男性: 42.7% 女性: 41.8%
 10代: 67.6% 20代: 79.8% 30代: 48.4% 40代: 38.0%
 50代: 29.6% 60代: 13.5%
 書き込み・投稿する割合: 13.9%

▶情報源としての重要度

全体では、「テレビ」、「インターネット」、「新聞」、「雑誌」の順に重要度が高くなっている。
 10代～30代は「インターネット」の重要度が最も高く、60代のみ「新聞」の重要度が「インターネット」の重要度よりも高い。
 (総務省 令和2年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書)

Twitterの利用者は若い世代が多く、投稿する人は全体の13.9%しかいないことからTwitterに投稿されている意見には偏りがある。
 また、上の世代ほどインターネットの利用率が低くマスメディアの影響力が大きいことから世代間で意見に大きな違いがあると思われる。

▶ナチスのマスメディアの利用

ナチスのプロパガンダの代表的な例は、新聞やラジオなどのメディアの利用である。感情に訴え同じフレーズを繰り返すことで民衆の心を掴み、支持されていた。

今回は、ナチスのプロパガンダにおけるラジオや、現代のテレビの果たす役割については触れず、新聞報道についての比較を行うこととする。

▶オリンピックに関する新聞報道の比較

1936年ベルリンオリンピックと2020(+1)年東京オリンピックの新聞報道を比較すると、

・開幕日の大々的な報道（派手な演出） ・選手の活躍（鍛えられたアスリートの姿を切り取る） ・選手の日常や努力（身近な姿）が伝えられている点は同じである。しかし、開会式翌日の一面でヒトラーの存在が大きく取り上げられている点は違う。ベルリンオリンピックは、ナチス政権による国威発揚、プロパガンダ利用の色が極めて濃いことがわかる。



UNIVERSITÄTS-BIBLIOTHEK(<https://www.ub.uni-heidelberg.de/helios/digi/digilit.html>)

▶2020 (+1) 東京オリンピックと美談

集めた記事の中に、アスリートの過去や家族について書かれた「美談」の記事が多くあった。オリンピックに関する記事203点のうち30点が美談の記事で、特に家族に関する記事が19点で一番多かった。アスリートも一般人と同じように苦労や努力をしているエピソードを書くことで読者に親近感を抱かせる効果がある。東京オリンピック2020はコロナ禍での開催で、開催そのものに対する批判がかなり多かった。そのような状況の中でアスリートの美談を記事にすることで、オリンピックに対するマイナスイメージを払拭、あるいは批判をしにくくしたのではないかと考えられる。



第二次世界大戦中の日本でも「軍国美談」として感動的なエピソードが報道されていた。ナチスも同じ手法を使っていたのではないかと考えられる。

7/16 朝刊 19面



▶ナチズムと美談

ナチスも、偉大な英雄としてだけでなく、善良で親近感を抱かせるようなヒトラーの写真やエピソードを新聞報道の中に織り込んでいたことがわかった。ヒトラーは善良な民衆の代表者として振舞い、あらゆる階層からの支持を得ていた。

▶美談の効果

ナチスの新聞を用いたプロパガンダと、現代のオリンピックの新聞報道に「美談を使う」という共通点が見られた。ナチスは英雄・独裁のイメージを、現代の新聞はオリンピックに対するマイナスイメージを薄めるための美談であり、政治と国際的イベントというシチュエーションや目的は違うが親近感を抱かせ批判を避けるという性質は同じであると考えられる。また、どちらも「家族愛」が美談として扱われていることが多い。このことは、多くの人にとって、無条件に肯定すべきもの、善きものとして捉えられるものであることに起因するのではないかと考えられる。

おわりに

東京オリンピックに関する新聞記事とTwitterの投稿の数や傾向を比較して、両者には大きなずれがあることが判明した。また、美談を使うという宣伝手法の共通点を見つけることができた。しかしインターネットの無い時代、ナチス政権下でどのような情報を受け取って世論がどう動いたかについては、調べることができなかつたため、今後、より多くの先行研究にあたる必要がある。

今後は、新聞以外にも当時のドイツや現代の日本で大きな影響力をもっているであろうマスメディアであるナチスのラジオと現代日本のテレビの報道の共通点や、世論はどの程度SNSに反映されているのか、またSNSが世論にどの程度影響を与えるかなどTwitterをはじめとしたSNSと世論について調査したい。

参考文献

嶋田直子/ナチス・ドイツの報道操作——1938年4月10日「国民投票」をめぐる——/早稲田大学大学院文学研究科紀要(61)/2016年

原田昌博 著/政治的暴力の共和国/名古屋大学出版会/2021年

河面佑/政権獲得以前のナチス・プロパガンダにおける新聞の役割 UNITED STATES HOLOCAUST MEMORIAL MUSEUM

<https://www.ushmm.org/>

田野大輔 著/魅惑する帝国 政治の美学化とナチズム/名古屋大学出版会/2007年

原田昌博 著/政治的暴力の共和国/名古屋大学出版会/2021年

総務省/令和2年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書/2020年

嶋田直子/ナチス・ドイツの報道操作——1938年4月10日「国民投票」をめぐる——/早稲田大学大学院文学研究科紀要(61)/2016年

高田博行/ヒトラーの語りの手法—ナチ党集会での演説(1925年12月12日)を例にして—/学習院大学ドイツ文学会研究論文集/2006年

UNIVERSITÄT HEIDELBERG/https://digi.ub.uni-heidelberg.de/diglit/olympia_zeitung1936/0105/image.info