

## 戦況の変化によるプロパガンダ表現方法の変化

～太平洋戦争時の日本のポスターを通して～

O.N

＜国①ゼミ＞

### 1. はじめに

現代社会では様々な情報が飛び交い錯綜している。ウクライナ危機やイスラエルとハマス間での戦争などの戦争や紛争においても様々な情報がある。しかし、報道は常に真実とは限らず、政府による国営や情報統制がされている場合もある。太平洋戦争時、日本でも情報統制が行われ、報道や発信される情報に大きな偏りがあった。この情報統制を行う手法の一つとして、「プロパガンダ」が存在する。プロパガンダは報道だけでなく、ポスターや写真、娯楽など様々な媒体を通して行なわれる。太平洋戦争は日本史における大きな転換点であり、戦前と戦後で日本の国の方針や法律が大きく変化した。太平洋戦争時において、ポスターは重要なメディア媒体の一つで現存しているものは少ないが多くのポスターが戦時中に刷られている。ポスターにおけるプロパガンダは瞬間的に人々の心理を目的の方向に差し向けるという特徴を持つ。太平洋戦争時の日本のプロパガンダポスターと戦況の変化との結びつきを明らかにし、プロパガンダポスターに惑わされない方法を探す。

### 2. 先行研究

『プロパガンダポスターに見る日本の戦争135枚が映し出す真実～』[6]より、日本のプロパガンダポスターにおけるモチーフはおおよそ3つに分類することができる。①富士山や桜、日の丸：日本の象徴となるモチーフ②天皇に関連するもの：大日本帝国憲法第三条に基づき、「天皇は神聖である」という意図を持つ。③武器や兵器、軍人：武力行使や攻撃の意図をもつ。これらは複数組み合わせられて使用される。ポスターの内容として、債券や貯蓄に関するものが多く、日本は慢性的な資金難に陥っていた。

### 3. 研究概要

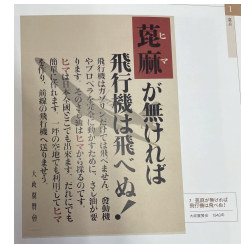
#### 3.1 研究方法

1942年に日本の戦局が劣勢に傾いたことから、1942年を境として分析を行う。分析対象とするポスターについて、軍事的モチーフを用いた

ものを、A(1942年以前)B(1942年以後)とする。田島(2016)[6]におけるポスターの番号からA[15,16,17,36,70] B[4,7,73,101]とする。A,Bのポスターの文字、デザインを比較し、仮説に当てはめ考察を行う。



(↑ポスター番号7)



(↑ポスター番号4)



(↑ポスター番号70)

#### 3.2 仮説

戦時中のプロパガンダポスターこのテーマについて3つの仮説を立てた。

3.2.1 年代が進むに連れ、戦闘機の描写が増加する。真珠湾攻撃の成功やアメリカの戦闘機に対抗するために、航空戦が重要となった太平洋戦争で、民衆にとって戦闘機を身近なものとし、戦闘機によって闘争心を駆り立てるために戦闘機の描写が多くなったと考える。

3.2.2 年代が進むに連れ、色彩や絵のデザインが単調となる。資源の不足により、コストカットが必要となり、多くの枚数を刷る必要のあるポスターでは、色彩やデザインによってコストカットを測ったと考える。

3.2.3 文字や文章がより強調したものに変化する。戦況の悪化により国民へ訴えかけるメッセー

ジがより強くなってゆき、それを国民に届け、心に植え付ける心理統制のために、文字や文章を強調させるようになったと考える。

### 3.3 検証

#### 3.3.1 仮説①について

戦闘機の描写はA,Bの両方でされているが、仮説と反し、戦闘機の描写が減少している。戦闘機だけではなく、様々な兵器が描写されている。(戦艦、戦車など)軍人の描写もあり、軍事関係のものであればデザインに使用されることが多い。いずれのデザインにおいても何処かへ向かっていくようなデザインとなっており、敵国へ攻撃するというイメージを表していると考えられる。

#### 3.3.2 仮説②について

色彩やデザインは少し単調になっていった。資源不足により単調になったと考えられるが、さほど大きくデザインや色彩の質が低下しているわけではない。デザインは公募がなされており、デザインが不足していたと考えられる。また、単調となったデザインにおいては赤と黒の二種類の色が使用されており、一色のポスターは見られなかった。

#### 3.3.3 仮説③について

文字や文章のポスター上に占める割合が増加し、文字主体のポスターが増加した。Aでは、絵が主体となっており、絵が目に入ってから文字に注目が行くようなデザインとなっている。しかしBでは、絵ではなく文字に注目が行くような、文字を大きくし、命令形や「！」などの強調を表す記号が使用されたデザインとなっている。ポスターの役割が絵による宣伝効果から、文字を用いて、端的かつ印象的にメッセージを伝えることに変化したからだと考えられる。

## 5. おわりに

検証より、戦況が悪化するに連れ、メッセージを伝える手法がより明確でわかりやすいものとなっていくことがわかった。強調を繰り返す文章や強調の記号が多く使われた文章は人々の心理を一時的に統制する。そのような事態を避けるために、プロパガンダについて知り、自らの心理や触れている情報を疑う(メディアリテラシー)という冷静さを持つ必要がある。また、今後の課

題として、情報の活用やプロパガンダが人々の心理に与える影響についての分析・ポスターのより高度な分析を行う必要がある。

### 謝辞

ご指導いただいた安里先生、平井先生ありがとうございました。

### 参考文献

[1]「プロパガンダ論」再考 ―世論と合意形成の原点を探る― 上野 征洋 2023年12月12日アクセス

[https://www.jstage.jst.go.jp/article/kohokenkyu/27/0/27\\_4/\\_pdf/-char/ja](https://www.jstage.jst.go.jp/article/kohokenkyu/27/0/27_4/_pdf/-char/ja)

[2]大東文化大学「戦争プロパガンダ」2023年12月9日アクセス

<http://www.ic.daito.ac.jp/~uriu/thesis/2004/aoki.html>

[3]NHK「ロシアVS.ウクライナの情報戦、舞台裏で世界」「広告代理店」が..2023.01.18 2023年12月9日アクセス

<https://www.nhk.jp/p/special/ts/2NY2QQLPM3/blog/bl/pVv2mGav4V/bp/pKPLpZkonK/>

[4]ウェブの功罪 2023年12月23日アクセス

[https://www.jstage.jst.go.jp/article/jkg/70/6/70\\_309/\\_pdf](https://www.jstage.jst.go.jp/article/jkg/70/6/70_309/_pdf)

[5]戦前・戦中の比較プロパガンダ:ドイツ・満州・日本・アメリカ 2024年1月23日アクセス

<http://repo.komazawa-u.ac.jp/opac/repository/all/37971/rqm022-06-tanaka.pdf>

[6]プロパガンダポスターに見る日本の戦争  
～135枚が映し出す真実～ 田島奈都子(2016)勉強出版

[7]甲南大学文学部社会学科社会調査工房 森田三郎・北原恵・田野大輔・松本章伸 2024年1月23日アクセス

[http://kccn.konan-u.ac.jp/sociology/research/04/frame.html?3\\_4.html](http://kccn.konan-u.ac.jp/sociology/research/04/frame.html?3_4.html)