

戦争報道とジャーナリズム

大石 裕*

War Reporting and Journalism

Yutaka OISHI

Abstract

Most Journalism Studies have criticized war reporting. We can mention some reasons. Firstly, the news and commentary are not fair or neutral by press control especially within countries in wartime. Secondly, it is very hard to distinguish reporting from propaganda particularly during war. Thirdly, the news is generally very simple narrative-style (justice or evil, friend or enemy, and us or them) in most countries. But I think it is difficult to apply the criticism to reporting of Ukraine War. I try to consider and examine the reasons.

要旨

ジャーナリズム論は、概して戦争報道を批判してきた。その理由は、第一に、戦争当国では厳しい報道統制が行われ、公平・公正・中立な報道ができなくなるからである。関連して第二に、戦争報道と戦争宣伝の区別ができなくなるからである。第三に、多くの国では、正義と悪、友と敵、我々と彼らなど、物語化されて報道されるからである。それでは、ウクライナ戦争に関して、実際にこうした批判を適用することは可能だろうか。本稿では、その困難さに関して考察を行った。

キーワード：戦争報道、宣伝（プロパガンダ）、ウクライナ戦争、ジャーナリズム、コミュニケーション研究

* 東海大学文化社会学部特任教授 (Tokai University)

1. はじめに

「鉄の暴風」と形容される沖縄戦で降り注いだのは銃砲弾だけではない。日米双方が相手の戦意をくじこうと宣伝ビラをばらまいた。圧倒的なのは米軍で、火薬に代えて数百枚を詰めた砲弾を撃ち込んだ。太平洋戦域で初の本格的な心理作戦だった、と沖縄県史にある。……あれから77年。遠い欧州に目を凝らすと、自らを正当化し、他国や国際社会を分断させるためのプロパガンダが飛び交っている。生命や財産を奪うのみならず、お互いの不信をあおり、きずなを断ち切ろうとするのもまた、戦争の本質なのであろう。」(日本経済新聞、6月23日朝刊・「春秋」)

このコラムは、第二次世界大戦時の沖縄戦における戦争宣伝と、ロシアのウクライナ侵攻にともなって世界が日々経験している宣伝戦を結びつける内容となっている。2023年3月の段階で、ロシアのウクライナ侵攻による戦争は継続中である。

2022年8月末、ウクライナ南部のザボリーニ原子力発電所に対する砲撃が行われたことが報じられ、ロシアとウクライナ、両国とも相手国の攻撃が原発被害の危険性を高めていると非難の応酬を始めた。それより少し前の8月20日、ロシアのジャーナリスト、ダリヤ・ドゥーギナが自動車に仕掛けられた爆弾で殺害された。彼女がウラジーミル・プーチン大統領のナショナリズム思想や対外政策に大きな影響を与えたと言われるアレクサンドル・ドゥーギンの娘であること、また、爆破された車がドゥーギンが乗るはずだったことから様々な情報が飛びかった。この事件に関しても、ロシアとウクライナ、双方が流した情報は大きく異なっている¹⁾。

本稿は、コミュニケーション論やジャーナリズム論が(戦争)宣伝、そして戦争報道についてどのように論じ、評価してきたかという問題について、いくつかの事例や文献を参考にしながら再検討してみたい。その際、「ウクライナ戦争」を強く意識しつつも、これまでの研究成果を整理することで、ジャーナリズム論の観点から戦争宣伝、戦争報道について考察を行うことにする。

2. 戦争と戦争宣伝

戦時における情報戦は常態化、一般化しており、珍しいものではまったくない。情報戦の中心に位置し、直接に該当するもの、それがプロパガンダ=宣伝(戦)である。宣伝=プロパガンダとは、「プロパガンディストの望む意図をさらに促進するような反応を得る

ため、知覚を形成し、認知を操作し、行動を指示しようとする、周到で組織的な試み」と説明されたことがある（ジャウネット；オドンネル1992=1993, 7）。あるいは、「政治的目標の達成を目的とした、情報やイメージの意図的な統制、操作、伝達」（O'Sullivan et.al. 1994, 246-247）と簡略に定義されたこともある。

戦争が開始、遂行された場合、その勝敗を左右する重要な資源としては、軍事、経済、そして情報がこれまで指摘されてきた（Laswell 1977, 参照）。ここで言う情報には、機密情報など軍関連の軍事行動などに直接に関わる情報に加え、宣伝活動に関わる情報も当然含まれる。なお、この種の情報には、不正確な情報、あるいは誤った情報が意図的に含まれていることが多いのは周知のとおりである。

ここではまず、戦争形態の変化に関して若干言及する。プレモダン（前近代）の時代、すなわち国民国家が成立する以前の時代においては、国王が強大な支配力を有する絶対王政体制の主権国家が常備軍を備えるようになり（国家による武力の独占）、国家間で領土や諸資源の獲得をめぐる行われる傾向が強かった²⁾。

その後、近代化の進展とともに国民国家が成立、発展するに従い、戦争形態は大きな変化をとげることになった（モダンの時代）。その前提には、国民国家にとっては不可欠な「国民」が誕生したことがある。近代社会では国民は、国家レベルでのナショナリズム意識や国民的アイデンティティ、さらには国家社会を統合する重要な役割を果たす国民文化を共有するようになった。同時に注目すべきは、国家レベルで交通網や情報通信網が整備され、マス・コミュニケーションも普及し、国民の間での国語（共通語）や情報の共有が急速に進んだことである。こうした状況が一気に進展したことにより、国家社会の求心力を強めることがかなり容易になった。その結果、特に国民国家間で繰り広げられる戦争は、国民の多くが動員される「総力戦」の色彩を強く帯びるようになった³⁾。犠牲者の数は、統計によって差はあるものの、第一次世界大戦では軍人約1000万、民間人約600万、第二次世界大戦では軍人2000万以上、民間人3800万以上に達したことが報告されている。これらの数字に象徴されるように、二度にわたる世界大戦では、総力戦体制の下で非常に多くの国民が巻き込まれ、犠牲者を出すことになった⁴⁾。

近年、戦争の形態はさらに新たな段階へと入り、情報戦の様相が一層濃くなった。その状況を端的に示すのが、「ハイブリッド戦争」という用語である。廣瀬陽子はいくつかの先行研究を参照しながら、ハイブリッド戦争に関しては「政治的目的を達成するために軍事的脅迫とそれ以外のさまざまな手段、つまり、正規戦・非正規戦が組み合わせられた戦争の手法」と定義し、「いわゆる軍事的な戦闘に加え、政治、経済、外交、プロパガンダを含む情報、心理戦などのツールの他、テロや犯罪行為なども公式・非公式に組み合わせられて展開される」（廣瀬 2021, 24）戦争ととらえている。

廣瀬はまた、特に21世紀以降、ロシアがハイブリッド戦争を実践してきた理由を「低コストで大きな効果が得られる」と要約し、「ロシアの軍事予算は国家規模と国家的な野心に対しては、きわめて少なく限定されている……。当然のことながら、欧米と戦争をする余裕もないので、戦争を仕掛けられないよう、ロシアがおこなっている悪事に関して言い逃れができる状況を確保することもまた、ロシアの安全保障にとってきわめて重要」(同, 30-31)と論じている⁵⁾。

この種の戦争形態では、戦時と非戦時の境界線を引くことが難しく、軍事以外の手段が積極的に使用され、そのことが軍事的な戦争の成り行きにきわめて重大な影響を及ぼすことになる。むしろ、戦争というのは最終的には地上戦によって領土を制圧することが必要ではあるものの、ハイブリッドというこの戦争形態が注目を集めるようになった主たる理由の一つとして、急速な情報通信技術の発達、それに伴うサイバー戦（コンピュータ、インターネット上で繰り広げられる戦争）の深刻化があげられる。それに加えて、一般市民の多くがソーシャルメディアを日常的に使用することによって宣伝手法も大きく変化してきたといった点も重要である。

3. コミュニケーション研究と宣伝研究

宣伝のとらえ方に関してはすでに触れたが、ここでは（マス・）コミュニケーション論の観点から行われた宣伝に関する興味深い先行研究について言及してみる。コミュニケーション研究の中に宣伝を位置づけ、第一次世界大戦で実践し、かつ事例研究を行ったのがハロルド・ラスウェルである。ラスウェルは、周知のように政治学の領域のみならず、（マス・）コミュニケーション論、なかでも宣伝研究の先駆者としても名高い。ラスウェルは、以下のように述べていた。

「宣伝というのは衝撃は強くないが、有力な武器である。宣伝の主な機能は、敵方の闘争心を打ち砕くことにある。それは、敵方の戦意を喪失させ、幻滅させ、不協和を引き起こすことで達成される」(Laswell 1977, 223: 初出1927)

彼はまた、政治権力について論じる中で、宣伝効果の観点から「宣伝が成功するのは、人間の攻撃心、罪悪感、弱点、愛情の操作が巧みな場合」(ラスウェル 1951=1959, 29-30)と論じたこともある⁶⁾。

加えて、ここで掲げておきたいのは、以下の指摘に端的に示されているように、宣伝活動において「シンボル」がきわめて重要な役割を果たす点がかなり早い段階で指摘されて

いたことである。

「条件反射の形成において、シンボルは既存の絶対反射、またはすでに形成された条件反射に接合された条件因子の役割を果たすことができる。……政治において、シンボルは通常、思想を単純に表現するものであり、非常に複雑で抽象的な体系や教義でさえ表現できる。」(チャコティン 1940=2019, 109)

また、「感性的なプロパガンダが成功するために最も重要なシンボル」の必要条件として以下要因があげられた(同, 268-269)⁷⁾。

1. 暗示的でなければならない。それが体現する思想を直接伝えなければならない。その形は個人的で容易に記憶されなければならない。
2. ダイナミックでなければならない。闘争本能に関連した感情を喚起しなければならない。
3. きわめて単純なものでなければならない。あらゆる場所で大量に、また誰でも複製することができるように。

宣伝研究はその後、メディアの発達・変容とともに進展をとげてきたが、なかでもジャウネットとオドンネルは、前述したラスウェルの研究を参照しながらコミュニケーション研究に引き寄せて、説得と宣伝を対比させながら論を進めた。特筆すべきは、彼らが以下に示すように、宣伝=プロパガンダを、ホワイト・プロパガンダ、ブラック・プロパガンダ、グレー・プロパガンダという3つに分類し、説明を試みたことである(ジャウネット; オドンネル1992=1993, 13-17)。

- ① ホワイト・プロパガンダ——正しく確認できる出所から出て、メッセージの中の情報が正確な傾向を持つプロパガンダ。この手法は、受け手の間に信用性を築こうとする。というのも、それが将来いつか役に立つかもしれないからである。
- ② ブラック・プロパガンダ——虚偽の出所から出て、ウソ、作りごと、欺瞞を広めるプロパガンダ。
- ③ グレー・プロパガンダ——出所は正しく確認される場合もあるし、そうでない場合もある。情報の正確さは不明のままである。

宣伝=プロパガンダに関してはこのように分類することが可能ではあるが、コミュニケーション「効果」の観点からのプロパガンダ分析に関しては、以下のように整理されている(同, 297-320)⁸⁾。

- ① キャンペーンのアデオロギーと意図。
- ② プロパガンダが起こる状況、時代の雰囲気。

- ③ プロパガンディストの確認（出所）。
- ④ プロパガンダを行う組織の構造。
- ⑤ プロパガンダの対象となる受け手。
- ⑥ 受け手のメディア利用の手法。
- ⑦ 効果を最大にする特別な手法（その要因は、受け手の先有傾向、情報源の信用性、言葉の利用、感情の喚起、など）。
- ⑧ そのようなプロパガンダの手法に対する受け手の反応。
- ⑨ 対抗プロパガンダの存在と影響。
- ⑩ 効果と評価、プロパガンダの意図が達成されたか否か。

コミュニケーション効果論からのこうした分析枠組は、宣伝という説得が受け手に影響を及ぼすか否か、及ぼす場合にはその程度が問題にされる⁹⁾。それゆえ、宣伝それ自体が有する、例えば民主主義という政治システムとの関係性はあまり重視されない。

それとは対照的な視点からこの問題に取り組んだことで多くの注目を集めたのがノーム・チョムスキーとエドワード・S・ハーマンの研究成果である。彼らは、平時におけるニュースの偏向を日常レベルでの宣伝ととらえ、もっぱら批判的な観点から考察を行い、プロパガンダ・モデルを提示した。このモデルはアメリカ社会を対象とするもので、その焦点は「富と権力の不平等と、それがマスメディアの利害と選択に与える重層的な影響」（チョムスキー；ハーマン 2002=2007, 76）に当てられた。

ここではプロパガンダ・モデルの基本的構成要素として、①マスメディアの有力企業の規模、所有権の集中、オーナーの富、利益志向性、②広告がマスメディアの主要収入源であること、③メディアが、政府や企業からの情報、またこうした権力の源泉や代理人が資金と承認を与える「専門家」からの情報に依存していること、④メディアを統制する手段としての「集中砲火」、すなわちメディアにおけるある発言や番組に対する否定的な反応、⑤国家宗教と化し、統制手段となっている「反共産主義」、制御メカニズムとしての反共思想、があげられた（同, 76-115）。

チョムスキーとハーマンのこうした見解は、批判的コミュニケーション論、あるいは後述する規範的なジャーナリズム論と多くの共通点を持つ。

戦争宣伝について検討する際に、もう一つ考慮すべき重要な点は、それが自国、敵国、第三国、いずれかを対象あるいは標的にするという点である。いずれに対しても、通常は自国の戦闘行為の正当性を訴えることが目的の中心となっており、ある種の「国益」観の上に宣伝行為は立脚している。自国に対しては、国民の支持を獲得し、士気を高め、大規模な動員を行うためには、種々のメディアを通じた大衆操作や大衆説得が不可欠である。敵国に対しては、宣伝行為は戦争に関する相手国の主張に大義がないことを敵国民に

伝え、戦意を弱めることが主な目的となる。第三国に対しては、やはり自らの戦闘行為の正当性を訴えることで、少なくとも戦争や紛争の中立国の立場を維持するよう働きかけるか、あるいは様々な支持や支援を得るか、さらには可能ならば味方として参戦させることが最終目的となる。

4. 第二次世界大戦後の戦争報道

次に、第二次世界大戦後の戦争報道に絞って、その実態についていくつかの実例を参照しつつ検討してみる。長期戦になったベトナム戦争に関しては、「アメリカがベトナムにかかわり合った初期の数年間、政府はワシントン駐在の記者たちに誤った情報を与えていたので、彼らの報道とサイゴン特派員の報道とが一致しない結果となり、そのため多くの編集者たちは公式見解の方を好んで採用した」（ナイトリー 1975=1987, 337）という指摘がある。さらには、「ベトナムの一般市民を殺していたのは周知の事実であると認める数人の特派員……は、そのことを書かなかった。一般市民を殺すことは規模の大小を問わず珍しいことではなかったが、……アメリカの大衆がこのような話を受けつけようとしなからである」（同, 364）。

このような記述を見ると、報道が歪む要因は明確である。一つは、政府や軍などが（多くの場合、意図的に）誤った公式見解を発表し、メディアがそれを流すからである。もう一つは、自らの嗜好や関心とは異なる情報に対して拒絶反応を示す受け手＝大衆の存在である。メディアは社会の中で活動する以上、社会の多数派の感情や意見の影響を常に受けるからである。こうして見ると、大衆社会では政府と軍、メディア、そして大衆＝受け手の三者の相互連関によって正確な情報伝達が困難になると言える。

ただし戦争報道の場合、より直接的な報道規制、すなわち映像や記事に対する検閲という明確な手法がとられるのが一般的である。同時に、取材制限という手法もとられ、それが威力を発揮したこともある。例えば湾岸戦争時には、軍事作戦や軍の動向に関する報道の禁止、定例化された軍からの一方向的な記者会見、軍に同行するプール取材のみが許可される、といった手法が採られていた。メディア側は、むろんこうした統制に対して反発し、批判を加えていたが、その一方でCNNの報道カメラマンが述べるように、次のようなニュース画面を流し続けていたのもまた事実である。

「問題は政府の検閲だけではない。私が撮影したビデオを、アトランタの本社のプロデューサーは使わなかった。茶の間に流すには汚すぎると思ったのだろう。……虐殺されたクウェートの市民の姿も撮った。頭を斧で割られたイラク兵の姿も撮影した。し

かし、CNNは私の映像を流さなかった。……その結果、きれいなテレビゲームのような映像ばかりがテレビ画面に流れた。クリーンな戦争、フットボールやショーのような戦争。そうしたのテレビ局だ。」(朝日新聞社会部編, 1991: 19)

この戦争報道でも、前述したように、残虐な映像を受け手=大衆が拒絶すると、メディアのスタッフ、すなわちCNNのプロデューサーが判断し、流すことはしなかった。その結果、「クリーンな戦争」の映像制作においては、SNG (Satellite News Gathering) などが活用され、その種のニュース番組は日本などにも伝送され、世論の動向にも大きな影響を及ぼすことになった。新たな情報通信技術は、こうした戦争報道に象徴されるように、グローバルなレベルで世論操作を行う可能性も高めてきたと言える。

その後、2001年の「同時多発テロ」を契機に生じたアメリカ軍を中心としたアフガン戦争、すなわち「テロとの戦争 (War on Terror)」に関しても、世界の有力国の多くは支持を表明し、直接的・間接的に参戦していった。さらに、イラクに大量破壊兵器があるという報道は(後に誤報と判明)、イラク戦争(2003年)の遂行に大きな影響を及ぼした。この戦争では、米軍などにジャーナリストを同行させるという「従軍取材(埋め込み取材と言われている)」が行われた。こうした取材と報道に関しては、次のように報じられている。

「視聴者が戦闘に参加している錯覚さえ生む今回の戦場報道を、BBCは『テレビゲーム戦争』と呼ぶ。米軍史上、空前の規模とされる約600人の従軍記者と、衛星で瞬時に映像を送れる『ビデオフォン』など通信技術の進展が、例のない『前線の実況』を可能にした。」(朝日新聞, 2003年3月27日, 朝刊)

影響力の大きさ、映像の衝撃度、そして実況性や即時性という特質を考慮するならば、テレビの戦争報道はより厳しく批判的に検証される必要がある。その一方、21世紀になってから、スマートフォンやSNSなどの急速な普及により、一般市民が戦争や地域紛争などを録画し、インターネットによって配信することも一般化するようになった。

この点に関連して、前述したように、近年では「ハイブリッド戦争」という状況下で戦争宣伝活動が行われるようになった。ロシアのハイブリッド戦争に関しては、すでにくつかの分析が行われているが、それらを参照しながら廣瀬はこの種の戦争を以下のように要約している。

「ロシアの情報戦は、政治・経済・情報やその他のあらゆる手段を使って政治目的を

達成する戦略と位置づけられ、「情報空間を使つての情報戦（情報操作やサイバー戦）」……が近年特に重要となっている戦略で、SNSや官製メディアを利用してさまざまなフェイクニュースや相手にとって有害である情報、またサイバー攻撃により窃取した情報などを大量に流布することで、情報を操作し、相手国を不安定化させようとしている。」（廣瀬 2021, 145）

このように宣伝手法は一段と複雑化してきたこともあり、戦争報道に関してもより多角的な視点からの検討が必要になってきた。

5. ジャーナリズム論から見た戦争宣伝と戦争報道

ジャーナリズム論、あるいはジャーナリズム批判の観点に立つならば、これまで戦争報道はつねに批判の対象となってきた。

第一に、ジャーナリズムに対しては、概して中立、公平、公正な報道を、あるいは客観報道を実践すべきという規範的な見解が存在してきた。こうした報道姿勢を重視し、採用することで、マスメディアやジャーナリズムは、社会から一定の信頼を得ることが可能になり、社会的責任を果たすことが期待されてきたのである¹⁰⁾。

特に第二次世界大戦後の日本のジャーナリズム（論）は、言論の自由が保障されていなかったとはいえ、戦時中に戦争に積極的に加担し、社会に誤った情報を流し続け、この戦争に大きく関与してしまったことに対する痛烈な反省、自己批判を出発点にしていることもあり、情報操作による世論誘導や国民動員に関しては強い警戒感を抱いてきた。

「国益」やナショナリズムをめぐる国民意識や世論が高揚すると、報道内容が歪められ、中立、公平、公正な報道、あるいは客観報道が実践できなくなるからである。加えて、国益に関する考え方も本来は多様であるはずなので、ジャーナリズムが戦争の当事者化するのは適切ではなく、独立的立場を貫いて報道すべきという立場からの批判の存在も看過すべきではない。戦争報道とはいえ「報道」である以上、そうした姿勢をジャーナリズムは堅持すべきという主張が存在してきた。特に「平和主義」の立場からは、これらの批判は支持されてきた。

第二に、物語としてのニュースという観点からの批判が存在する。まず、ニュースは出来事をストーリーとして、すなわち出来事の開始・展開・終結として時系列的に報じる傾向をもつ。この場合、特に重要になるのが出来事の「終結」である。出来事の「終結」が意図的に画策され、演出されることもあるが、同時に出来事が長期化することにより、「終結」への期待が社会で高まることもある。出来事やニュースに対する社会の関心が、

いわば飽和状況に陥るのである。

また、ニュースがプロットとして、すなわち出来事を原因と結果という図式で報じることがある。因果関係の図式の採用によって、出来事の意味づけや解釈が単純化してしまう可能性が高くなる。さらには、類似の出来事に関する意味づけや解釈がステレオタイプ化してしまい、例えば「正義と悪」、「敵と味方」、「我々と彼ら」といった二項対立図式が用いられ、報道されるといったことも頻繁に生じている。こうした因果関係の物語や二項対立の図式が発動されると、前例や既存のイメージに基づいて出来事の一部が切り取られ、それが結び付けられ、出来事の物語化が行われる。その作業の過程では、物語の構築に適応しない出来事の要素は、ニュースでは取り上げられなくなる¹¹⁾。

ニュースの物語化は、多く場合ジャーナリストによって無意識のうちに行われ、出来事の重要な要素が伝えられないこともある。受け手にとって物語化は、出来事を理解する際の手助けになる場合があるものの、そうした理解は出来事の重要な要素を見落としてしまう危険性を高めてしまう。それゆえ、ニュースの物語化は批判の対象となってきた。しかし、こうした物語化は、戦争報道では一層顕著になる。

6. 戦争報道批判のウクライナ戦争への適用

ウクライナ戦争の開戦以降、メディアはこの戦争を精力的に報道してきた。また、ウクライナのウォロディミル・ゼレンスキー大統領とロシアのウラジーミル・プーチン大統領、いずれも多種多様なメディアに頻繁に登場し、自国の戦闘行為の正当性を強く主張してきた。両国の政治指導者のトップが積極的に宣伝活動を行い、それを各メディアは一定の意味づけや解釈を行いながら報じてきたのである。なおロシアの場合には、言論の自由の弾圧に対する批判が欧米のメディアを中心に（日本も含め）行われてきた点は留意すべきである。

次に、2022年2月24日のロシアのウクライナ侵攻以降に本格化したウクライナ戦争に対して、上述した戦争報道批判がどの程度適用できるかという観点から論じてみる。結論を先取りするならば、この戦争に関しては従来の戦争報道批判を適用することはかなり困難ということである。

ウクライナ戦争は、周知のようにロシア対ウクライナという単純な構図の戦争ではない。NATO、EU、G7、そして国際連合といった国際機関や国際会議に参加する国々が深く関わってきた。特にNATO、EUに参加する欧米主要国は、ウクライナに対して積極的な支持、武器援助を行う一方、ロシアに対しては度重なる厳しい経済制裁などを行ってきた。これらの国々は、間接的とはいえ戦争当事国ととらえられよう。逆に中国やインドな

どのように、ウクライナに対する支持を明確に示すことなく、ロシアに対する経済制裁に消極的な国々は、そうした方針や政策自体が政治的メッセージであると国際社会では解されてきた。

こうした状況下では欧米のジャーナリズムは、当然のことながら、NATO、EU、G7の宣伝機関としての役割を積極的に果たしてきたし、この点に関する評価は欧米社会ではほとんど異論はないと思われる。すなわち、「正義と悪」、「敵と味方」、「我々と彼ら」という二項対立図式での報道姿勢は積極的に推奨され、この戦争が生じた原因と責任はロシアにあるというニュースのプロットも当然視されてきた。その結果、ロシアはニュースの物語では「悪・敵・彼ら」と位置づけられ、厳しい批判、非難の対象となってきた。

こうした評価は、ロシア軍がウクライナ国内で行った残虐行為が、マスメディアだけでなくSNSなど多種多様なメディアを通じて伝えられることによって一段と高まり、強固なものになった。日本のメディアでも「ロシアの国営通信社は、反抗するウクライナ人を「完全に浄化」すべきだとする論評を伝えた。露軍の行動は戦争犯罪であるだけでなく、特定の国民を抹殺しようとする「ジェノサイド（集団殺害）」にも相当するのではないか」（読売新聞・社説「対露圧力強化、プーチン氏に誤り知らしめよ」2022年4月8日）といった見解も示された。

戦争宣伝や戦争報道にきわめて慎重な立場をとる前述したジャーナリズム論からすると、欧米諸国のこれら一連のウクライナ戦争報道も批判の対象となるはずである。しかし現時点では、ウクライナとロシア、両国ともさかんに宣伝合戦を仕掛けているという指摘はあるものの、ウクライナ支持に関する本格的な戦争報道批判は寡聞にして聞くことはない¹²⁾。その理由は、以下の主張に要約されよう。

「ロシアは国連安全保障理事会の常任理事国であり、世界最大級の核武装国でもある。その大国が公然と国際法を犯した影響は甚大だ。欧州にとどまらず、国際社会全体の規範と価値観への挑戦とみるべき局面だ。各国は結束して行動するとともに、ウクライナを支援する必要がある。」（朝日新聞・社説「ウクライナ侵攻、秩序と民主を侵す暴挙だ」2022年2月25日）

それに関連して、この戦争が「民主主義国家・体制」と「権威主義国家・体制」との間の戦争ととらえられてきたことから、比較的前者に属すると見なされる被害国・ウクライナの正当性に対する認識が国際世論の中では相対的に高いことが指摘できる。民主主義国家＝ウクライナが、権威主義国家＝ロシアからの侵略を受けていることから、この戦争は民主主義を守る戦争という主張が国際社会の中で相応の説得力を持ってきたのである。こ

の戦争の戦場がもっぱらウクライナ国内であり、ウクライナの一般市民が数多く犠牲になってきたという人道上の問題も、当然こうした主張の根拠になってきた。

欧米諸国をはじめとする日本も含む多くの国家では、これまで再三述べてきたように、ウクライナを支援する必要性と重要性は強く認識され、それらの国々のメディアやジャーナリズムもほぼ同一歩調をとってきた。国際連合をはじめとする国際機関が有効な手立てを講じることができない状況では、これらの国家の強い意志と国家間の連携がきわめて重要であることは確かである。

ただし、ロシアに対する経済制裁により、アメリカとEU各国、そして日本などの制裁に加わった国々は、ロシアの報復によってエネルギー危機や食料・物価高騰などの経済危機といった深刻な問題に直面している。実際、「欧州諸国では「支援疲れ」の動きが出始めている。イタリアでは2022年7月、物価上昇への国民の不満を利用して連立与党の一角が政権から離脱し、首相が辞任に追い込まれた。ドイツのシュルツ政権も支持率が急落している」（読売新聞・社説「露侵略から半年、国際社会の結束を固め直す時」2022年8月24日）といった問題が浮上したこともあった。国際社会は、経済危機とそれに対する国民の不満という問題に対処する一方で、国際秩序、そして民主主義や人権といった「正義」の維持や実現を図るという難題を抱え続けてきた。特に後者に関しては、「民主主義国家の力が弱まり、ロシアが侵略に成功すれば、世界はさらに危険になる。悪影響は、中国が台湾への軍事圧力を強める東アジアの安全保障にも及ぶ」（同）という指摘にもある「台湾問題」とも関連づけられ、論じられてきた。

7. 結び

本稿を終えるにあたり、これまで検討してきた戦争報道・戦争宣伝とジャーナリズムの問題に関して、残されたいくつかの課題を指摘しておきたい。

第一は、前述したジャーナリズム論やニュース研究による戦争報道批判のウクライナ戦争への適用に関してである。まず考慮すべきは、メディアが戦争宣伝に関与したり、それに加担したりすることは、自らが属する国家の利益、すなわち「国益」確保・増進のために必要と主張する「現実論」も根強く存在してきたという点である。メディアやジャーナリズムにも、「国籍」があるのは当然という見方はかなり有力である。戦争を正当化し、戦意を鼓舞する情報や主張にしても、そうした「国籍」と不可分であると見なしうることから、この「現実論」は様々な場でかなりの説得力を持って語られてきた¹³⁾。

その一方、ジャーナリズムはより積極的に一定の価値に関与し、その増進のために活動すべきというジャーナリズム論の存在も決して看過できない。実際、ジャーナリズムに関

しては平和主義や民主主義を実践する際の有力な担い手になるべきという規範的な見解が存在してきた。その種の役割の重要性については、かつてプレスに関する「社会的責任論」の中で論じられていたことが想起される。(シーバート, フレッドほか 1956=1959)¹⁴⁾。

加えて、例えばシビック・ジャーナリズム論やパブリック・ジャーナリズム論を見るならば、そこではある価値に対するジャーナリズムの積極的な関与が強く主張されてきた。「シビック・ジャーナリズムにおけるジャーナリズムの役割とは、たんなる一般市民の代理人としての社会監視にとどまるのではなく……、政治参加に積極的な市民を鼓舞し、公共圏への市民の広範な参加を促す社会的な介入を行うこと」(Harcup 2014, 55)なのである。ジャーナリズム論のこれらの主張は、ウクライナ戦争報道を考えるうえで参考になる。

第二に、ウクライナ戦争がマスメディアやSNSを用いた戦争宣伝や戦争報道、サイバー攻撃、さらには経済制裁やそれに対する報復な多様な局面で展開されてきた、まさに「ハイブリッド戦」が実践されてきたととらえられる点である。この点を別の角度から見れば、それは平時の延長線上に戦争や戦争宣伝を位置づけることになり、ここでは例えばジョセフ・ナイが案出した「ソフト・パワー」、あるいは「スマート・パワー」という考え方の重要性が再認識されることになろう。知られるように、国家のソフト・パワーの源泉として、①文化、②政治的な価値、③外交政策、があげられている(ナイ2004=2004; 2009=2014)。さらに、そうしたソフト・パワーと軍事力や経済力などのハード・パワーの柔軟な結合を主張するのがスマート・パワー論である。ハイブリッド戦は今後、国際政治論の視点からの考察が一層求められることになる。

関連して、グローバリゼーション論やネットワーク論の視点も重要になる。マニエール・カステルはかつて、「多くの人々は、社会を作り上げている核心的ないくつかのネットワークの内部に取り込まれている。そうした人々に向けて、ネットワーク内部では、ネットワークによって、権力はどのように行使されるのか」という問いを立て、「ネットワークはグローバルであるがゆえに、暴力の独占によって強制的な権力行使を行う国家は、そうした強制力にかなりの限界を見出すことになる」(Castells 2013, 51)と述べたが、この指摘は国際社会における国家の機能や権限、さらには戦争や戦争宣伝に関して、とりわけ長期的な視点から評価する際には有用である。

民主主義は、多様な価値観を積極的に容認するという理念を有しており、それゆえに開かれたシステムであり、同時に脆弱なシステムである。カステルが言うように、国家権力はグローバル化の中でその力を相対化させてきたが、同時に急速に増殖してきたネットワーク化、ネットワーク社会の中での新たな形態の権力に関して注意深く観察し、分析する

必要が生じてきた。戦争報道・戦争宣伝、そしてその担い手となりうるジャーナリズムに関しても、そのことが当てはまるのは当然である。

以上、論じてきた諸課題により本格的に取り組むことが、戦争報道・戦争宣伝とジャーナリズムという研究分野は求められているのである¹⁵⁾。

参考文献

- ・朝日新聞社会部編 (1991) 『湾岸戦争—メディアの敗北』朝日新聞社。
- ・アドーニ、ハンナ；メイン、シュリル (1984=2002) 「メディアと現実の社会的構成」大石裕訳、谷藤悦史・大石裕編訳『リーディングス 政治コミュニケーション』一藝社、143-162。
- ・ウィリアムズ、レイモンド (1965=1983) 『長い革命』若松繁信ほか訳、ミネルヴァ書房。
- ・大石裕 (2005) 『ジャーナリズムとメディア言説』勁草書房。
- ・ガス、ジャウネット；ビクトリア、オドンネル (1992=1993) 『大衆操作—宗教から戦争まで』ジャパンタイムズ社。
- ・篠原一 (1986) 『ヨーロッパの政治—歴史政治学試論』東京大学出版会。
- ・シーバート、フレッドほか (1956=1959) 『マス・コミの自由に関する四理論』内川芳美訳、東京創元社。
- ・チャコティン、セルゲイ (1940=2019) 『大衆の強奪：全体主義政治宣伝の心理学』佐藤卓己訳、創元社。
- ・チョムスキー、ノーム；ハーマン、S.エドワード (2002=2007) 『マニファクチャリング・コンセント：マスメディアの政治経済学』中野真紀子訳、トランスビュー。
- ・筒井清忠 (2018) 『戦前日本のポピュリズム—日米戦争への道』中央公論新社。
- ・ナイ、ジョセフ (2004=2004) 『ソフト・パワー—21世紀国際政治を制する見えざる力』山岡洋一訳、日本経済新聞社。
- ・ナイ、ジョセフ (2009=2014) 『スマート・パワー—21世紀を支配する新しい力』山岡洋一・藤島京子訳、日本経済新聞社。
- ・ナイトリー、フィリップ (1975=1987) 『戦争報道の内幕—隠された真実』菊地昌三訳、時事通信社。
- ・ナンシー・スノー (1998=2004) 『プロパガンダ株式会社—アメリカ文化の広告代理店』椿正晴訳、明石書店。
- ・廣瀬陽子 (2021) 『ハイブリッド戦争—ロシアの新しい国家戦略』講談社現代新書。
- ・山之内ほか編 (1995) 『総力戦と現代化』柏書房。
- ・ラスウェル、ハロルド (1951=1959) 『政治—動態分析』久保田きぬ子訳、岩波書店。
- ・リップマン、ウォルター (1922=1987) 『世論 (上)』掛川トミ子訳、岩波文庫。
- ・Castells, Manuel (2013) *Communication Power*, Oxford University Press.
- ・Harcup, Tony (2014) *Oxford Dictionary of Journalism*, Oxford University Press.
- ・Laswell, Harold (1977) *On Political Sociology*, University of Chicago Press.

註

- 1) ウクライナ戦争を伝えるNHKワールドニュースは、「ウクライナ公共放送（あるいはロシア国営テレビ）がどう報じているかをお伝えしています」という断り書きを入れ、各々の放送局が制作し、放送した内容をそのまま伝えている。従って、あるニュースに関しては、ロシアとウクライナの放送局のまったく異なる、対立するニュースが放送されることもある。ただし、NHKの報道姿勢が一般的にウクライナ寄りではあることは疑いない。（放送）ジャーナリズムのこのような報道姿勢に関しては後述する。
- 2) 当時の主権国家（特に17-18世紀のヨーロッパ）については、「国家形成＝中央機構形成」という状況とあいまって、常備軍のほか以下の特徴を有することが指摘されたことがある。
 ①国王が恒常的に自己に従属する官僚集団を持つようになったこと、②自己の正当性を主張するために、例えば王権神授説といったイデオロギーを創出したこと、③宗教、世俗語、習慣などの文化現象における標準化が行われ、社会に対する国家の「浸透」が試みられるようになったこと、である（篠原1986, 31-32）。
- 3) 「総力戦」という用語は、第一次世界大戦、第二次世界大戦など、主に長期間にわたる国民国家間の戦争に適用されるようになった。「社会的紛争や社会的排除の諸モーメントを除去し、社会総体を戦争遂行のための機能性という一点に向けて合理化する」（山之内ほか編1995, 12）という体制、すなわち「総力戦体制」の下で、これらの大戦などが行われたと見なされるからである。
- 4) ちなみに日本の「総力戦」に関して歴史的に見るならば、近代国家のいち早い成立を目指していた日本は、1873年に徴兵制を施行した。日清戦争（1894-1895年）と日露戦争（1904-1905年）は、（民間人の犠牲はほとんどなかったもの）国をあげての戦争、すなわち総力戦の様相を呈することになった。これら二つの戦争を重大な契機として進んだ、日本の国民国家としての成立・発展は、社会や経済の近代化による「大衆」の誕生と並行して進んだ。
- この点に関して筒井清忠は、「日本に最初に登場した大衆は天皇とナショナリズム（それも「英霊」的なものによって裏打ちされたもの）によって支えられた」（筒井2018, 34）と巧みに表現している。筒井はさらに、日露講和条約（ポーツマス条約）に強い不満を持って「日比谷焼き討ち事件」（1905年9月5日）で暴徒と化した群衆を日本社会で最初に登場した「大衆」と見なし、近代日本史におけるこの事件の意味を非常に高く評価している。というのも、この暴動には不特定多数の国民が自主的かつ積極的に参加しており、さらにはこの事件が「思想的には幕末武力討幕派から2・26事件に至る系譜の中間的結節点になる事件」（筒井2018, 36）と捉えられるからである。
- 関連してレイモンド・ウイリアムズも、新聞の普及と戦争による一層の「国民化」とナショナリズム意識の高揚という問題に関して以下のように述べている。イギリスの大衆紙『デイリー・メール』の発行部数は、1989年には約40万部であったのが、1900年には約99万部に達したが、このことに関して、①新聞の経済的基盤、特に大量の広告、②生産・流通面での技術の先導性、③一般受けする編集方針、といった点があげた。ウイリアムズはこの中の第三の要因（一般受けする編集方針）に関しては、南ア戦争（ボーア戦争：1899～1902年）報道などを通じて、下層中産階級の読者層（小商人、会社員、職人など）の「大英帝国感情」を刺激した点も指摘した（ウイリアムズ1965=1983, 177-178）。
- 5) こうした見解は、ロシアがハイブリッド戦争を好んで仕掛けている理由を端的に示して

いる。それゆえ研究者、専門家、ジャーナリストの多くが、2022年2月24日のロシアのウクライナ侵攻以前の段階では、軍事行動の開始に対してかなり懐疑的であった理由が了解される。

- 6) ラスウェルは、権力にとって重要な価値の一つとして「技能」をかかげ、そのなかで大衆操作の局面に注目した。大衆操作を行うための象徴的な手段として、演説、イデオロギー論争、新聞記事、政治小説、などをあげている（ラスウェル 1951=1959, 5）。

興味深いのは、ウォルター・リップマンも、第一次世界大戦へのアメリカ参戦への世論形成を先導した「広報委員会（Committee on Public Information）」の設立に関わっていたことである。この委員会は、じつはプロパガンダ=宣伝よりも、「パブリック・ディプロマシー」という言葉を使うことを好み、実際にその傾向が強かったと言う。その理由は「一般大衆に自分たちの政府が心理戦に関与していると思ってほしくない」ことが指摘されている（スノー 1998=2004, 37）。リップマンは、国内向けの宣伝が情動的世論を成功裡に形成した状況を観察したことで、大衆民主主義の脆弱性に強い危機感を抱くようになったと言われる。『世論』のなかでリップマンが展開した以下の擬似環境論にしても、そうした観点から読み解くことが重要と思われる。

「行為の現場、その現場について人間が思い描くイメージ、そのイメージに対する人間の反応がおのずから行為の現場に作用するという事実。……（すなわち）人と、その人を取り巻く状況の間に一種の擬似環境が入り込んでいる……。人の行動はこの擬似環境に対する一つの反応である。しかしそれが行動であることには違いない。だから、もしそれが実際の行為である場合には、その結果は行動を刺激した擬似環境にではなく、行為の生じる現実の環境に作用する。」（カッコ内引用者：リップマン、1922=1987：29, 31）

- 7) こうした政治シンボルとその内容の関係については、シンボルのピラミッドとして、すなわち下位から上位に向けて、①教義、②綱領（教義から抜粋されたプログラム）、③スローガン、④シンボルというように、四つの段階に区分されている（チャコティン、109-110）。

- 8) なお、コミュニケーション説得の観点から宣伝効果の問題は以下のように要約されている（ジャウネット；オドンネル1992=1993, 216-218）。

- ①メッセージが受け手の既存の意見、信念、傾向と一致するとき、コミュニケーション効果は最大となる。
- ②受け手の側で変化が生じる場合、それはマスメディア、社会的環境の状況、集団内の相互作用、オピニオンリーダーの存在と影響力、メッセージ源の定評のある信頼性など数々の要因の結果である。
- ③態度と行動の一貫性を保つ方法には経済的な側面も存在する。プロパガンディストは受け手からいったん信頼を得ると、その後の宣伝効果をあげやすくなる。
- ④例えば、賞罰システムが発動されると、ある観念を私的には受け入れられない場大きな効果が生じる。
- ⑤受け手に対するコミュニケーションの源泉の独占状態が大きいほど、その源泉を支持する傾向が強まる。

- 9) これに関連する最も知られている事例の一つが、第一次世界大戦へのアメリカの参戦であるが、「ほとんど完璧にアメリカ人特派員を味方にしたことで、戦争をイギリス人の目で見たとような記事がアメリカの新聞に掲載されることになった」という指摘は興味深い

(ナイトリー 1975=1987, 77)。

- 10) こうした見解は、日本では新聞倫理綱領・第2項「正確と公正」の中の、「新聞は歴史の記録者であり、記者の任務は真実の追究である。報道は正確かつ公正でなければならない」という一文、放送法第4条の第2項「政治的に公平であること」、第3項「報道は事実をまげないですること」で示されていることは広く知られている。
- 11) ニュースの物語化という見方は、「現実 (reality)」の社会的構築・構成という視点と深く関連する (アドーニ:メイン, 1984=2002; 大石 2005、参照)。この視点では、「現実」は次の三つに分類される。第一は「客観的現実」、すなわち存在する事物、あるいは実際に生じた出来事といった現実である。第二は「象徴的現実」、すなわちメディアによって形成され、構成される現実である。第三は「主観的現実」、すなわち一般の人々が頭の中で描く現実である (その集合体が社会意識である)。社会的に構築・構成される「現実」というのは、これら三つの「現実」相互に作用する中で、つねに変化し続けている。「客観的現実」も、それ自体変化し続けるが、同時に「象徴的現実」や「主観的現実」に影響されながら変化し続けると見ることができる。
- 12) 各メディアとも、ロシア、ウクライナ両国とも積極的に情報戦を行っていることは認識している。ただし、「ウクライナがロシアとのサイバー戦で善戦している原動力の一つに、草の根の力がある。民間ハッカーやIT専門家らが情報収集や情報戦に協力し、国家の危機に立ち向かっている」(読売新聞「ウクライナの教訓、侵略半年：対露、草の根IT軍」2022年8月23日)という記事に象徴されるように、ウクライナが仕掛ける情報戦に関しては概して肯定的に評価される傾向がある。
- 13) 日本では特に1990年代以降、経済の領域だけでなく、国際秩序の維持・安定という観点から政治的・軍事的な国際貢献の必要性が強く主張され、第二次世界大戦後の国家の基本方針・政策となっていた「平和主義」が「一国平和主義」と批判され、そうした批判が「現実論」として展開されてきた点は押さえておく必要がある。
- 加えて、メディア産業の観点から歴史的に見るならば、戦争報道は市場拡大の重大な契機になる例が数多く見られてきたという「現実」も見逃せない。「(新聞経営者たちは) 宣伝活動と関係があっただけでなく、新聞にとって戦争は格好の儲け仕事だった」(カッコ内引用者: ナイトリー 1975=1987, 43) という認識、述懐はそのことを言い当てている。これは、第一次世界大戦時のイギリスの新聞を事例にしたものであるが、現代のメディアにとっても示唆的である。
- 14) 社会的責任理論の主な内容を以下に記しておく (シーバート, フレッドほか 1956=1959, 159-168)。それは第一に、その日の出来事についての、真実で、総合的で、理知的な記事を、それらの出来事の意味がわかるような文脈のなかで報道すること (これには、事実と意見を分離すること、そして事実についての真実を報道することという要請が含まれる)、第二に、説明と批判の交流の場として奉仕すること (すなわち、自らの意見と反対の意見も伝達すべきということ)、第三に、社会を構成している各集団の代表像を映し出すこと (これには、たとえばステレオタイプにもとづくエスニック集団の描写を避けるという意味も含まれる)、第四に、社会の目標や価値を提出し、かつ明らかにする責任を負うべき、第五に、現在の情報に接近する十分な機会を提供すること、である。
- 15) 戦争報道・戦争宣伝とジャーナリズムに関しては、「メディア・ジャーナリズムと集合

大石 裕

的・国民的記憶」というきわめて重要な研究課題が残されている。「メディア・ジャーナリズムと集合的・国民的記憶」の問題に関しては、私自身すでに論じたことがあるが（大石2005）、そこでは戦争報道・戦争宣伝との関連は強く意識していなかった。今後の研究課題としたい。