

日本と欧米の諷刺漫画にみる この100年の社会(学)

茨木 正 治

I 問題の所在

20世紀の西欧ないし日本において、産業化の進展に伴って、少数者が支配してきた社会の多くの領域に、実際に社会を構成している多数の人間が参入してきた社会を「大衆社会」と呼ぶことは、その言葉の思想史的起源にこだわらなければ、ほぼ問題はないであろう。2つの大戦を経て、「大量動員社会」であったことが意識された。そうした「大衆社会」の実相は、大衆動員社会の形成に大きく寄与したのはマス・メディアであった。では、どのように社会とマス・メディアは互いに関わっていたのか。本稿では、第1次世界大戦前後から現在までのおよそ100年間における、この「大衆社会」ないしそれを構成する「大衆」と(マス・)メディアとの相互関係を概観する。

マス・メディアと大衆との相互関係を考えるにあたり、マス・メディアから社会への関係には、マス・メディアが「大衆」を情報の受け手としてとらえ、どのような影響を及ぼしたかをに着目する。そのため、マス・メディアの効果研究の系譜を辿る。社会からマス・メディアへの関係については、マス・メディアが描く社会の諸相を辿る。その際、画像と文字とが複合されたメディアとして、新聞や雑誌に掲載される諷刺漫画を素材とし、それが描く社会の諸相の描かれ方に社会からの影響を読み取ることにする。諷刺漫画はそれ自体で人々の前に登場することはあまりない。ことに近代では、諷刺漫画はマス・メディアという掲載媒体を介して表れる。このメディアの描き手は社会に生きる存在であるために、当然のことながら、存在被拘束性を社会に対して持つ。加えて、掲載媒体も同様に社会に対して拘束性を持つと同時に、作品に対してもどのような読者を、また諷刺対象としてどのような人物、事物、事件、できごとを設定するかについて影響を与える。したがって、諷刺漫画は社会の影響を複合的に受け作品

に反映させている、とみることができる。もっとも、諷刺漫画がその諷刺性のゆえに、社会に対して影響を与えることはある。しかし、本稿では社会への影響は世相表象の延長上にあると考え、世相表象としての諷刺漫画の機能を重視した。

このようなメディア属性を考慮し、この100年の社会とメディアとの関係を以下概観する。

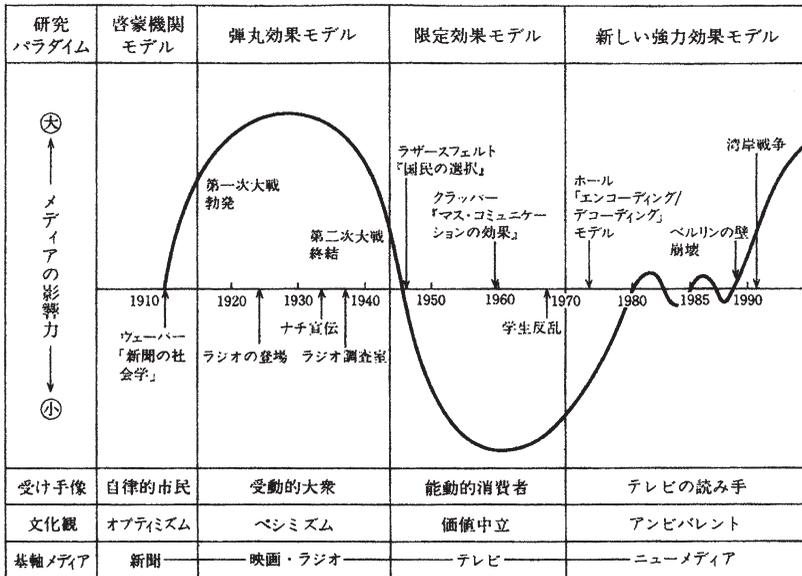
II メディアから社会へ：

マス・メディア（コミュニケーション）研究概観

マス・メディアの効果や機能は、メディアの送り手、受け手、ないしメディア組織の視点によって異なってくる。たとえば、佐藤卓己（1998）は、Donsbachのマス・メディア研究における「研究パラダイムの編成」を図とともに紹介し、メディアの影響力を、受け手像、文化観、基軸メディアを独立変数としてあげ、それらをもとに時系列に影響イメージを図示した。また、岡田直之（1984）は、のちに松田美佐（2014）が引用しているように、マス・メディアの役割と機能をめぐるパラダイムとして、大衆社会論、行動主義、マルクス主義をあげ、特に社会心理学、統計学を基礎にした実証研究的なアメリカのメディア効果論を経験学派におけるマルクス主義の影響を受けたより社会学的な欧州のメディア研究を批判学派におけるそれぞれ代表として論じた。そこで、岡田は、「パラダイム分類の視点」として、○現代社会のイメージ、○人間観・受け手観、○メディアイメージモデル（権力との関係、効果の様態、次元、機能の総体的評価）、○方法論的特徴、○価値観の5つをあげている。佐藤、岡田のいずれの研究においても、大衆社会における「大衆」の存在をどうとらえるかに焦点を当てている。

本稿では、送り手の意図が受け手の反応によってどの程度反映されたかを基準にして、20世紀初頭からのマス・メディア効果研究の100年を概観し、大衆社会化状況がマス・メディア効果にどのような影響を与えているのかを明らかにする。

マス・メディア研究の変遷を知る手がかりとして、先に挙げたDonsbach（佐藤 1998）の「メディア影響研究の振幅」が参考になる。（図1）。ここで述べる効果研究の系譜は、ことに新しいメディアの登場がその説明変数



(W. Donsbach, *Mediengewirkung trotz Selektion*, Köln, 1991. に加筆)(佐藤, 1998) 6頁

図1 「メディア影響研究の振幅」(佐藤, 1996 p6)

となる以上、当時の効果研究イメージというよりは、その時代を検証する後世の研究者のイメージであることは否定できない。また、欧米のメディア研究が中心となり、日本はその受容に研究の主眼を置いていた¹⁾ こともあり、西欧と日本で多少のタイムラグがある。とはいえ、図1から以下のような時代区分が可能になる。

- ①前史：19世紀末～1920年代：啓蒙的・大衆批判的メディア効果
- ②第1期：強力効果の時代：1920年代～1940年代
- ③第2期：限定効果の時代：1940年代～1960年代
- ④第3期：限定された強力効果の時代：1970年代
- ⑤第4期：Web社会における「効果研究」

すなわち、20世紀は、前世紀西欧で大衆社会論によって構築された大衆像が、「大衆社会の形成因子かつ維持者として」のマス・メディアの様々な発展によってより一層意識化された時代であった。非理性的・感情的性格をもつとされた大衆を、理性的な「市民」に「教育」することを目的と

したメディア効果論が19世紀末に誕生した。そこを出発点として、メディアの影響力は、2つの大戦を経た直後の時代には強く、その後は弱くなり、テレビ研究が盛んになる1970年代以降は再び(条件付きではあるが)強くなるという周期的な動きを辿っていると見ることができる。ここにおいても、新しいメディアの登場とそれを扱う受け手としての「大衆」の存在が効果研究の系譜の基準としてかなり影響を与えているとみられる²⁾。

以下、前述した①～⑤の時期について、メディア研究における大衆(受け手)観とメディア属性(の変化)に焦点を絞って概観する³⁾。

①は、貴族階級の没落と大衆による多数者の専制を危惧した、大衆に対する「悲観主義的」な大衆社会論とは袂を分けた、いわば大衆に対する「楽観主義的」な大衆社会論に基づく時期である。上述したように、この立場は、マス・メディア(当時は新聞)を通じた良き市民を涵養することに大衆社会への希望を見出した(タルド、1964, Wallas, 1908/1981 = 1958)。それゆえ、受け手の(目標とすべき)イメージは自律的市民であり、また、新聞に対する期待も高かった。しかしながら、この期待の高さのゆえか、19世紀末から20世紀初頭の、後述するようなピューリッツァーとハーストにおける相互の中傷合戦が「イエロー・ジャーナリズム」と揶揄されたように、新聞への無限定の信頼は新聞の倫理性の欠如からあっけなく崩壊することとなった。

②の時期は、20世紀初頭から2つの世界大戦を経た「戦争の時代」であった。メディア効果は、戦時報道や宣伝の影響に焦点が当てられ、直接受け手の行動に影響を及ぼす強力効果が「皮下注射(弾丸効果)モデル」として取り上げられた。この時期ではラジオや映画における政治宣伝に注目がなされ、リップマン(Lippmann, 1922)、レーデラー(Lederer, 1940 = 1961)に述べられるような操作されやすい大衆像がメディアの受け手として「純粋な(naïve)受動的存在」として位置づけられた。それは、メディアの機能から見れば、「マスコミ万能」論(の神話)を生み出しうるものであった。

③は、2つの世界大戦における報道の反省から(日本における「大本営報道」が、客観報道への志向を高めたように)、マス・メディア効果への視点は、180度転換し、全く効果を持たないといった「マスコミ無能」の神話が登場するほどであった。メディアの受け手への行動科学的、特に心理学的な知見の導入が進み、受け手は、自らの既存の選好(「先有傾向」)

に基づいてメディア情報を選択に接触している(「選択的接触」)ことが明らかになった。これは、メディアの情報に盲従する旧来の大衆観を覆し、加えて合理的な人間行動を前提とした「合理的吝嗇者」(cognitive miser)である人間観に基づく能動的な消費者の存在を前面に押し出した。その結果として、マス・メディアは受け手の選好に合致したときに機能するという「限定効果論」が主流となった。主要メディアはテレビとなったが、研究例の発展は次の時期に持ち越されることとなった。

④では議題設定研究のような、受け手の認知過程への影響を考察できる研究が現れた。これは、限定された条件においてメディアの影響が受け手の認知過程(それが何であるかを知る)に大きな影響を与え、そこから、メディアが提起した事柄に対する受け手の態度形成につながることを示したものであった(限定された強力効果)。これは、テレビと新聞・雑誌を対象としたものであるとはいえ、あくまでテレビを前提とした効果に適用できるものであった。テレビ放送は視聴者の選択によって受容され、その内容は視聴者の判断枠組みを介して解釈される。その意味では視聴者はテレビの「読み手」である。しかし、そこには視聴者の想定していた認知枠を超えた影響を与えるほどの強力な効果をもたらす場合がある。ここにおいて、マス・メディアの受け手は「動機づけられた戦略家」(motivated tactician)と位置づけられた。

ここにおいて、③の時期のような受け手の能動性については、制約が加えられた。広告や宣伝の手法の精緻化により受け手は自らの意思によって情報を選択しているか否かがあいまいになってきている状況となった。このことは、一面ではメディアによる受け手の「管理」や「操作」の形が変化したとも言える(「自発的服従」を生み出すことなど)。反面、「戦略家」の比喩は、戦略に敗れることも意味している。つまり、集合理論のように、個々の集団や個人が自らの利益を表出させることが民主的な行為であるとすれば、「利害関係を強く感じる人が積極的にその利益を守るために行動し、あまり大きな利害関係を持たない人は傍観者にとどまる」(北山・久米・真淵、2008、p13)ことになる。それゆえ、戦略への情報収集に長ずることが、メディアに対する受け手の能動性を左右するといえよう。

⑤④において、限定された強力効果の指摘は、メディアの責任をある程度関与させるものとなった。すなわち、メディアの効果が全くない(いいかえれば受け手が被るメディアからの現象はすべて受け手の「自己責任」

に帰着させられる) といった③の時期のものとは異なり、特定の条件が付されればメディアにも効果に対する責任が課せられるということになるからである。この点で見ると、インターネットを介したメディア・コミュニケーションが定着しつつある⑤の時期においては、マス・メディアに受け手が関わる場合、送り手の責任を共有することも想定される。また、インターネットによるコミュニケーションでは、従来の受け手が同時に送り手ともなるため、④で示した「戦略家」の役割がより一層受け手に求められるであろう。言い換えれば、受け手というより「使い手」のメディア・リテラシーが問われることが強まると予想される。そうすると、④まで求められていた公共性、公益性がどのように担保されるのかが懸念される。

Ⅲ 社会からメディアへ：諷刺漫画にみる社会

社会が及ぼすメディアへの影響をみるため、以下のように諷刺漫画を用いた内容の分析を行った。

(1) 分析対象

メディアは、社会をどのように描き、どのような影響を及ぼしたのかを新聞・雑誌掲載の1コマ諷刺漫画を分析することによって明らかにする。分析対象は、1900年代から2010年代までの、欧米、日本の新聞・雑誌に掲載された諷刺漫画から、Ⅱ章で示した時代区分を基準に、所蔵状況も加味して9点を選択した。

(2) 分析枠組み

Medhurst & Desousa (1981) の口頭の言説レトリックの画像情報への適用した研究をもとにしつつ、先行研究(茨木 1997、2007)を加味して、以下の方法で分析を行った。

①テーマの分析

②シンボル(レトリック)の分析

③(文字情報との関連)

①は、歴史的事実・事件および近年では該当する掲載新聞記事を参照しつつ、「政治」の下位テーマを個別に記述した。②は、個別作品ごとに、「誰(何)が」、「誰(何)を」、「どのように」、「～した(している)」かということが明確にわかるような単文を作成した。これをもとに、諷刺漫画が扱っ

ているテーマを上記文献が分類するレトリックに呼応させて分析を行った。③は、諷刺漫画に含まれる文字情報（内的情報）を中心に、画像が語る内容との関連を記述した。掲載媒体の情報が入手可能なものは、外的情報として、論説や記事が画像のテーマとどのように関連しているか——テーマへの視点を議論の進め方や展開のさせ方、キーワードの種類といった言説（談話）展開（小林・澤村、2014）に——に着目して比較した。

(3) 分析結果と考察

1 新聞の大衆化：「イエロー・ジャーナリズム」

1890年代のニューヨークにおいてJ・ピューリツァー（Joseph Pulitzer）とW・ハースト（William Randolph Hearst）の間に展開された、新聞読者獲得競争の過熱化に生じた煽情的なジャーナリズムが「イエロー・ジャーナリズム」である。こうした「イエロー・ジャーナリズム」の背景には、発行部数の増大を求めて、移民層を新聞の新たな読者層として取り込もうとしたピューリツァーの思惑があるとされる（ミルトン、1992）。ピューリツァーは今まで新聞を読んだこともない、識字率の低い移民層に関心を持たせようとして、1884年他紙で不定期連載されていたR・アウルコルト（Richard F. Outcault）が描く「ホーガン横町」（Hogan's Alley）という連載漫画を1885年『ニューヨーク・ワールド』（The New York World）に掲載した。そのなかの登場人物「イエローキッド」（The Yellow Kid）が今でいう「キャラ立ち」して、人気を博した。これを見たハーストは、1896年、アウルコルトを自紙『ニューヨーク・ジャーナル』（The New York Journal）に引き抜き、「イエローキッド」として連載を始めさせた（～1898年）。これに対して、ピューリツァーは『ニューヨーク・ワールド』で別の漫画家に「イエローキッド」の別編を描かせた（～1898年）。これがきっかけとなり、「ワールド」と「ジャーナル」は互いを「中傷する」記事や特集を組むようになり、「派手な自己宣伝、改革キャンペーン、犯罪やスキャンダルの重視、偽善的な道徳、好奇心をそそる記事の強調」（大井 2014；11）が頻出した。

（図2）は、このピューリツァーとハーストの「イエローキッド」をめぐる争いを、「イエローキッド」のキャラクターが身につけている三角錐のような貫頭衣をピューリツァーとハーストにまとわせて表わした。「WAR」と描かれた中央の積み木（積み木それ自体も子供の玩具であり、「イエローキッド」を暗示する）は、米西戦争（1898年）を意味する。この戦争

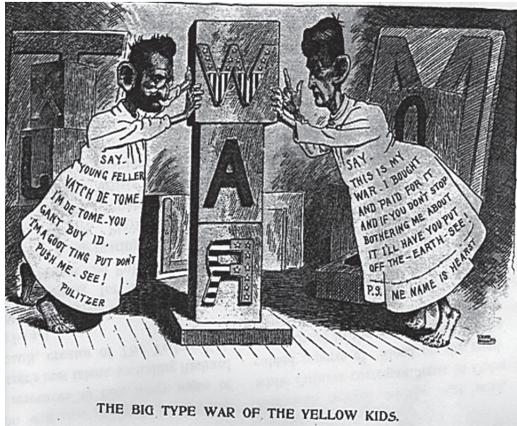


図2 Vim Magazine, 1898/06/29, Leon Barritt “The Big Type of the Yellow Kids,”

において、キューバを支援する米国民の心情を利用したピュリツァーとハーストは、自紙で煽情的な戦争報道を展開し、互いの競争を過熱させた（それによって読者層を拡大しようとした）。

（図2）では、ピュリツァーとハーストは似顔絵で表わされている。これに対して玩具や衣装は子供の「おもちゃ」とキャラクターといった「文化的示唆」のレトリックによって、彼らの争いが「子供のけんか」に比するものであることを示唆している。キャラクターに力点を置けば、子供のものであることは容易に想像がつく。加えて、マンガのキャラクターとみれば、あくまでマンガは子供のものであって大人のものではないという米国の文化に対する価値が反映されている。事実、この（図2）は、諷刺画（cartoon）であって、マンガ（comic）ではない。諷刺画の読者層がある一定の年齢と階層を前提していることを（図2）は巧みに用いている。すなわち、ピュリツァーとハーストは、子供が読める新聞をこの「イエローキッド」に象徴させた。ということは、新しい読者層の獲得にはリテラシーの低さが必要で、諷刺漫画のような考え落ちの漫画ではなく、子供向けのマンガが移民の大人には必要であるとみていたのであろう。よしんば、あるいは子どもを介して読者を獲得しようとしても、子どもと大人が「共有できる」キャラクターかつマンガである必要があるとみていたので

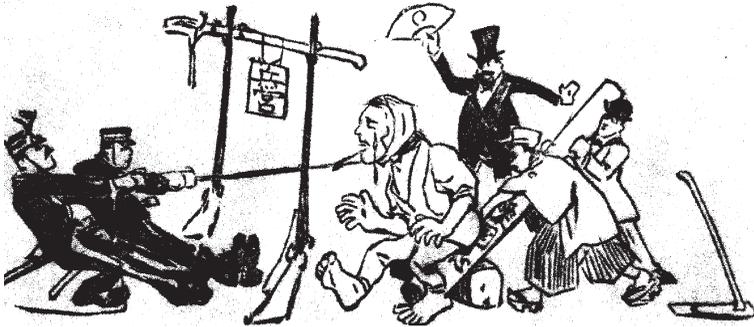


図3 「強制された愛国心」1904年1月17日『平民新聞』

はないか⁴⁾。

2 戦争と諷刺画：

(図3)は、農家の青年が資本家の利益のために戦争に繰り出されるところを描いている。作者は竹久夢二といわれる。清水(1997)によれば、「幸徳秋水が竹久夢二に描かせた」としている。竹久が抒情画を描く前に、諷刺画を描いていたことは知られている(日本新聞博物館、2003)。しかし、(図3)には、竹久が作者かどうか裏付ける資料は見出せない。掲載媒体は日露戦争開戦(2月)直前の、1904年1月17日付の『平民新聞』である。1903年から1905年まで平民社から刊行されていた社会主義新聞で、幸徳秋水や堺俊彦が主宰した社会主義思想を主張した。発行部数は3000～4000部とされる。日露開戦に大手新聞は主戦論を展開し、幸徳や堺の「萬朝報」も主戦論に転換したため、非戦論を主張する2人は退社し平民社を創設した。商業新聞への転換は19世紀末から進行していたが、日清・日露の戦争報道が発行部数を増大させた(大手新聞で明治末に20万部から2～3万部)(山本、1998)。

(図3)をそこに用いられたレトリックに着目すれば、以下のようになる。テーマ設定は「状況的」である。当時の日本の階層が戦争をどう見ていたかが読みとれる。農民、教師・首長、資本家、警官等々服装の違いで示され、「文化的示唆」が含まれている。ここで注目すべきは、作品の作

り手が意図していたのは戦争の構図（「資本家のための戦争」）である。それは、以下のような対比の構図に表れている。前景に、嫌がる農民を、梃子を使って兵營に連れて行くのが教師や官吏であるとともに、後景には扇子を振って強制入營を応援する和服姿で恰幅の良い資本家が描かれている。野良着の農民は牛馬のごとき扱いをされ、資本家はふくよかで高貴な和服を着ている。

時代は、第2次産業革命前夜、戦争特需が予想される日露戦争開戦直前である。「主戦論」という「大衆の気分」を煽情させた新聞メディアは、商業主義に邁進しさらなる「特需」を求めて読者層の拡大を狙った。そうした雰囲気は1904年2月22日付『東京朝日新聞』「露都震駭」（「山の屋」の記名あり：漫画家不詳）と題された1コマ漫画にみられる（図4）。「軍艦と共に露西亜の都までひつくりかへる程に騒ぎつ」というキャプションとも詞書とも呼べない文章のついた1枚画には、旭日旗をもった軍服の幼児がロシアの軍艦を踏み潰す姿が描かれている。

この感情的な当事者意識は、第1次世界大戦開戦時の1コマ漫画と比べると対照をなす。同じ『東京朝日新聞』に1914年8月3日付「欧州座の大芝居」（岡本一平 作）と題する作品がある（図5）。「漫画漫文」形式で「仕出し二人塙平塞（おうへいさ）助立廻り宜しくあつて上手へ入る、鳴りもの変る、黒幕を切つて落せば総出の顔揃い欧州座だんまりの一ト幕大芝居はこれから」の「漫文」が付加されている。芝居の壇上に「英」「ドイツ」「露」「仏」「伊」が並び仕出しは「塙」と「塞」。観衆には中国、アメリカ（セオドア・ルーズベルト？）、日本が舞台を指差し中国と顔を見合



図4 「露都震駭」
1904/02/22 『東京朝日新聞』



図5 「欧州座の大芝居」
1914/08/03 『東京朝日新聞』

わせて笑っている。ここには、日露開戦時とは異なった一種の「距離感」がある。当事者意識の希薄さといってもよい。それが、各国の足並みの悪さを啜う諷刺性を醸し出している⁵⁾。

3 岡本一平 (1886-1948) : 攻撃型諷刺から「ヒューマニズム」へ

1912年に朝日新聞社に入社した岡本は、1936年まで『東京朝日新聞』に議会の状況などを取材する際、記事を書きつつその記事にスケッチを添えた。漫画(挿絵、コマ絵等々)に文字を加えることは、明治時代から存在していた(「ポンチ絵」「えとき」といった分類を示す角書、抒情画に付加される詩的言語表現等々、秦 2013、増田 2013)。また、議会の模様を描く「議会スケッチ」も岡本以前に登場してはいた。しかしながら、彼は漫画に「軽妙な文章」をつけた「漫画漫文」というスタイルを初めて確立した(清水 1995)。

(図6)は、1925年普通選挙法が成立した時の模様を描いている。「正月の餅の数を二十五以上喰べ及び一個所に六ヶ月住居の根を生やした男なら、無一物でも親がかりでも十千万の税を納め七八十正月の餅を重ねたおやじと選挙権一票を持つ事に於て同資格となる。青年万歳である」という「漫文」が載せられている。選挙法の租税条件の撤廃に焦点をあてた、解説型の政治漫画である。ここでは諷刺の対象は出てこない。「七八十のおやじ」と「二十五の青年」を対比させている。正月に年の数だけ(数え



普選案早わかり — 選挙資格制限撤廃
(『東京朝日新聞』大正14年1月1日)

図6 「普選早わかり」
1925/01/01 『東京朝日新聞』

年) 餅を食べる風習から年齢を、居住期間を根で表し、家屋を背負い、「先祖代々」の根をもつ「おやじ」からみれば、無一文の(裸)青年と投票資格が同じであることは哀れを誘うものではある。

無論「普通」といっても、女性がその中に入るのはあと20年ほど待たねばならなかったことをみれば現代の「普通」選挙ではない。しかし、「七八十のおやじ」と「二十五の青年」が対等な資格を持つこと、「平等」であることを、既得権益者を攻撃せずに、むしろ哀愁を誘うような描写をすることで岡本一平の諷刺画の特徴がある。「大衆」は異なるものという認識ではなく、新聞読者は老いも若きも男性ならば(少なくとも選挙権においては)「同じもの、同じ人間」であるという意向が、先述した「文化的な(正月、根っこなど)要素による示唆」のレトリックによって描かれている。この「同じ人間」という視点から、政治家や権力者に対しても同じ人間であることを見出し、それを戯画化するところに岡本の「ヒューマニズム」があるとされる(図7)。言い換えれば、諷刺画にみる岡本の大衆観は、政治指導者や権力者をも大衆(=人間)の一人として(仲間として)笑うところに特徴がある。ここには、かつてのムラ共同体の「オコゼを見て笑う」(柳田)ことで、一体感を共有するという「ユーモア」の色彩を含んだ「笑い」の表現である。人間の多様性を認めあうところから出発した岡本の「漫画漫文」は、「大衆民主主義」的性格をもった「大正デモクラシー」の一端を見せたといえる。岡本は、政治が人間の作る営み



図7 「碓太夫の珍芸」
1914/02/24 『東京朝日新聞』

であるという点を再確認させたという点ではリアリストでもあり、政治への過度の批判や期待を避け、まず現実をと意識が(図6)の普通選挙制度の解説に反映されているとみることもできる。

しかし、人間個人の性格の総和に還元できない社会の問題(宮本 2003)を描くことには岡本の「ヒューマニズム」では限界があった(茨木 2007)。多様な人々を相互に認め合う方法への言及が乏しかった。一方的なこちら側だけの「寛容」につながる危険すらあった。岡本の手法への批判は、プロレタリア漫画家岩松潤が次のように月刊誌『進歩』1934年10月号に述べていることなどにみられる。「漫画家が現実に対する諷刺的観点を抜きにするなら、そこに生まれるものは、現実の無批判的な挿絵でしかない」(清水 1995; 62-63)。人間個人の性格に着目すれば、政治は「人情主義」(藤田 2006)あるいは政治責任については「心情倫理」が横行することになり、かえって共感できないものを排除することにつながる。

岡本の「ヒューマニズム」への懸念は、従来の諷刺漫画との比較によっても見出される。

たとえば小川治平(1887-1925)の1923年1月14日『時事漫画』に掲載された諷刺漫画(図8)と比べてみよう。加藤友三郎内閣が、野党憲政会主導の普選運動の動きを抑えるため、内閣に普通選挙法拡大調査会を設置して、納税要件の緩和によって収束させようとした。また、与党の立憲政友会も普選成立に反対であった。この状況を「普選は議会の遊び道具では



図8 「普選は議会の遊び道具ではない」

1923/01/14『時事漫画』(小川治平)

ない」というキャプションがついた諷刺画で小川は表現した。「調査中」の羽子板を持つのが首相の加藤、「尚早」が立憲政友会総裁の高橋是清を描き、たがいに普選先延ばしする態度を批判した。普選成立が「庶民」の期待であるとするれば、羽根つきという正月の風習を題材にしているからといって加藤と高橋に読者が共感するとは思えない。この諷刺画のキャプションにもあるように、「普選を玩具にする」ことは、議案審議をするという本来の議会の役割規範から逸脱しているという「意向」が読める。したがって、加藤や高橋は庶民にとって、普選法案に関しては、「仲間」ではない。もし、岡本の「ヒューマニズム」で描いたならば、普選成立の策略の背景に人間らしさを認めることになる。結果としてそれは、戦後の女性参政権の獲得も含めた普選であるような「改正」でなければ、成立引き延ばしに賛成したとみられても仕方がない。

4 戦中戦後：「敵の顔」占領期

1930年代は、日本では日中戦争（1937～1945）から太平洋戦争（1941～1945）、世界では第2次世界大戦（1939-1945）と、「戦争の時代」であった。日本では、1940年に国家総動員法が成立し、メディア規制が高まった。国内の諷刺画が説得コミュニケーションとして権力者や政治家に向けていたものが、戦争当事国の敵国側に向けられるようになった（キーン 1994、袖井 2007）。前述したように、この時期のマス・メディアの戦時報道を捉えて、強力効果論がその後登場した。

敵の顔といっても、最初はコミカルなものが戦争状態の激化に呼応するかのようになり、だんだん変化して鬼や悪魔、野獣のような獰猛な存在になっていく。「ユーモア」性が希薄になって、攻撃性のある諷刺画、さらにはプロパガンダ用ポスターのような「戦時広告媒体」に変質する。（図9）は、1938年と1947年にピューリッツァー賞を受賞した Vaughn Shoemaker（1902-1991）によるものである。1932年に Chicago Daily News に掲載されたこの諷刺画は、自らが作ったドイツ社会主義労働党（鉤十字）が「旋風」を起こして、自らに向かってくるのに慌てふためくヒトラーを描いている。当時（1932年から1934年ごろ）は、ナチス出版局で反ナチ漫画を出版するほどの鷹揚な時代であった。また、ナチス政党は短命であるという認識がアメリカにはあった。そのため普通の政治家と同様、「笑い飛ばす」対象として、また一種の奇人・変人として、あるいは反リベラル、反動、

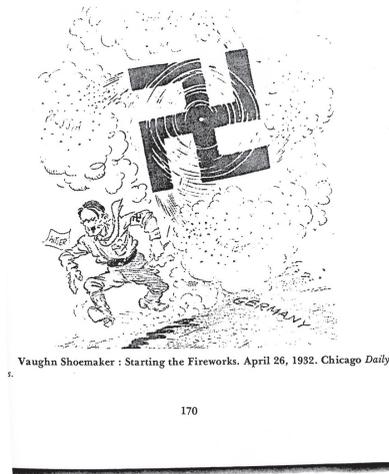


図9 “Starting the Fireworks” 1932/04/26 Chicago Daily News Vaughn Shoemaker

国家主義の動きの中で「操り人形」の役割を与えられていた。

第2次世界大戦が終わり、占領軍が進駐した日本では、「プレスコード」が1948年10月まで存在したものの、それに付随して「新聞言論の自由に関する追加措置」が1945年9月29日付で公布された。これにより、戦前の諸規制が撤廃され、新聞の民主化が進められた。近藤日出造らが中心となってメディア性を重視した政治漫画を掲載した『民報』（1945～1948）、『新漫画』は、新興新聞・雑誌の一つである。ことに1946、1947年は漫画雑誌の創刊数が激増したが、1951年ごろまでにその大半が休刊した（清水2007）。（図10）は、『新漫画』第1輯1946年1月15日に掲載された麻生豊（1898-1961）による政治漫画である。1945年8月17日に成立した東久邇宮内閣は、同年8月17日の日本人記者との記者会見および9月5日の国会における施政方針演説で、戦争責任に対して「一億総懺悔」を唱えた。国民の感情はこれに対して戦争責任者の追及に向けられた。厳密には、この麻生の作品は「一億総懺悔」を批判したことにはならない。本来ならば「一億総懺悔」を発した指導者層に責任追及の目を向けるべきであるのに、一般市民の自分たちの中での「犯人探し」では、責任が循環する。そのため、この「犯人探し」は「一億総懺悔」を肯定しているともみること



図10



図11

ができる。むしろ、天皇の「赤子」として「クニ集合体」への「滅私奉公」を余儀なくされてきた——内心はどうであれ——一般市民が、東久邇宮が提示した「一億総懺悔」を否定し、戦争責任の追及にエネルギーを向けることができるようになった——そのエネルギーは方向性を見出せなかったため、結局は循環し「無責任体制」を表したとしても——ことにユーモア性の高い諷刺画と見ることができる。

こうした戦争責任や政治腐敗の責任循環モチーフは、1918年12月15日付のNew York Timesに掲載された第1次世界大戦期の敗戦国ドイツを描いたEdwin Marcus (1885-1961)のもの(図11)がある。更に辿れば、1971年8月19日付Harper's Weekly掲載のThomas Nast (1840-1902)によるニューヨーク市腐敗の原因となった民主党タマニー派批判の諷刺画に行きつく(図12)。麻生がこれらを意識して描いたかどうかは確かではないが、Marcus やNastの作品が、指導者内の責任逃れに終始していたのに対し、批判の矛先を一般民衆に向けて、「責任循環論」(清水 1997; 216)としたところにメディアの受け手である大衆を主人公にした新しさがある。

戦争責任の追及について、「責任循環論」に帰着するとはいえ、大衆は受動的な存在ではなく、自ら主体的に(その情報の確かさはともかくとして)行動するという点を強調すれば、従来の大衆社会観を脱したものを見ることはできる。つまり、情報を取捨選択して(自分にとって都合の悪い情報には接することなく)可能な限りに合理的に情報処理をする、前章で挙げた認知的な客畜家としての人間観に基づく大衆像である。しかし、戦争賛美から戦争責任追及への急激な行動の変容は、大衆と一くくりにしてそこから同質な特徴を読者に与えているとも言える。その限りにおいて、



図12

麻生の作品は旧来の大衆観に則ったものと見ることもでき、占領期には、こうした純粹無垢な受動的人間像から認知的吝嗇家への端境期にあったと見ることができよう。

5 1960年代以降：動機づけられた戦略家の進展と多元化社会に惑う諷刺
諷刺漫画が描くのによく使うテーマに、「政治問題」とくに政治倫理に
関するものがある。本来肖像・似顔絵の流れをもつ諷刺画にとって、問題
のある政治家を諷刺によって笑い飛ばすには、一定の価値規範からの逸脱
が件の政治家の行為に見られると「描きやすい」しかつ読み手にとっても
「わかりやすい」。贈収賄、汚職、失言、スキャンダル等々が作品として好
まれるのは、政治において政策よりも「人柄」が政治家として求められる
ゆえんでもある。

ところで、近代以降、政治と倫理とは学問上は切り離されて考えられて
きた。政治における結果責任論にみられるように、個人の内面を扱う「倫
理」と政治社会を営むための技術は別物とされてきた。しかしながら、結
果責任論も政治における人間の自己規制を前提とするから、その規制が機
能不全を生じたとき、あるいはマス・メディアを介して世の中に露見され
たとき、政治と倫理は再び接合の機会を得る。特に映像メディアが主流と
なる1960年代以降は、政治腐敗の問題を政治システムに求める報道は視
聴者には（メディアの作り手にとっても）「わかりにくい」と感じられ、
特定個人の資質にこうした政治倫理問題を帰着させる傾向が強い（いわゆ
る「画になる」）。

こうした個人への焦点化は、従来のマス・メディアの弾丸効果のように不特定多数の人々に均質に作用するものでも、また合理的な受け手が選択的に接触して判断するというほど小さな影響しかもたないものでもない。「～議員が政治汚職をした（ことは悪い）」という認知はただちに、それに関心のある人たちにとってはその議員に対する判断に影響を与えるのである。このことは逆に政治家の問題に関心のない人たちやメディアにとっては、瞬く間に「なかったこと」になる。

近年では、政治倫理の個人還元化がさらに進行している。政治家の汚職問題自体を扱うメディアが時間的、空間的に当該問題を「矮小化」している。その結果、閣僚汚職問題が露見しても、「結局は個人の問題」「他に議論すべきことがある」（実際にはなくても）という政治言説が政治家のみならず、メディアからも、そして視聴者・読者である国民の側からも登場する事態となっている。まさに、人の手によることも含めて「動機づけられた戦略家」と称される人間像が進化しているともいえる⁶⁾。

(図13)は、1992年に表面化した「佐川急便事件」に関する国会の審議停滞を批判する政治漫画である。しかしこの時期においても、政治改革の文脈で構造的な汚職の解決を図るよう求めているようにも読めるので、個



図15 『読売新聞』1992年11月20日（朝刊） 祐天寺三郎

図13 「なまけるなっ！飛脚国会」

1992/11/20 『読売新聞』 祐天寺三郎

人に還元しない姿勢が政治漫画にまだ残存していた⁷⁾。それは、職務怠慢な(昼寝を貪る)「飛脚」(「佐川急便」を象徴)擬人化された国会(審議)という(図13)の構造からもうかがい知ることができる。

6 現代(21世紀)の諷刺画:多様化、ジェンダー

(図13)も見方を変えれば、特定の立場を代表する諷刺画といえる。政治汚職問題よりも国会審議を優先するという立場といってもよい。問題なのは、これが大多数の世論を構成しているとはいえないことにある。価値観が多様化し、諷刺画読者の中にも意見が分かれる時代となってきた現代においては、「白黒はつきりさせる」ことは難しくなっている(Henry Ladd Smith1954)。あちらを立てればこちらが立たず、結局は全員を満たすには、当たり障りのない事柄や人物を淡々と描くしかない。「善人は描けない」(絵にならない)のである。日本においてこの傾向は顕著である。発効部数1000万部、800万部、500万部を自称する新聞に掲載されている諷刺漫画の数は、1週当たり6点である(2014年11月現在⁸⁾。

1954年に提示された問題を、アメリカの「諷刺画」はそれなりの答えを出している。『東京新聞』2014年11月6日付のコラム「筆洗」によれば、「政治風刺漫画を専門に描く作家が約300人。日本の比ではなく、日々、新聞やネットでその腕を競っている」。電子化が進行し、巨大資本に有名新聞社が買収されることになっても、そもそもの発行部数が日本と異なっている。最大の発行部数でも200万部程度(ABC(部数公査機構)世界ランキング統計局2011年)であり、40万部ほどの部数でも10位に入る。歴史的に地域の新聞であり、また独自の主張を持った新聞という性格が強い。読者層がある程度価値やイデオロギーに関して均質化していれば、政治諷刺画を描くことは困難ではないのかもしれない。

加えて、ジェンダーの視点がアメリカの諷刺画に見え始めてきた。少数ではあるが女性の政治諷刺画が職業として成立する(PS, 2007)。PSのインタビュー記事によると、Ann Telnaes(1960-)は、2001年にピュリッツァー賞を受賞した。1989年にウォルトディズニー社に就職したが、93年に退職しカトゥーンニストとしてフリーランスとなる。現在(2006年時点)で6人の女性マンガ家とネットワークを組み、全国規模で1コマ漫画を配信している⁹⁾。

しかしながら、先行きは必ずしも安閑としてはられない。印刷メディ

アの衰退が、常勤漫画家の解雇、マンガ欄の消失を生んでいるのは日本と同じだが、通信社配信システムの確立によってかろうじて糊口を凌いでいる。さらにその中で、新聞漫画編集に携わる女性の参入が少ないこと、「アメリカの政治漫画には描き手に女性やマイノリティからの視点がないため、画一的になっている」(PS 2007) こともあって、ジェンダーの視点の確立はまだ途上である。

(図14)は、「妊娠後期(一部には中期の後半)の特定の中絶手術を禁止する」法案である。

「部分出産中絶反対法案」に賛成の署名をする議員はすべて男性であることを描いている。この法案は、中絶そのものを禁止するプロライフの過激化運動が進み、1973年の連邦最高裁のRoe v. Wade判決で「保障された女性の憲法上の権利と中絶を受ける機会や集団を周辺から剥奪していくための努力」(緒方、1999、p154)の結果として生じたものである。「部分出産中絶」は胎児を取り出して死亡させるという点が強調されるが、歴史的経緯をみれば、この法案はRoe v. Wade判決の否定につながる。それゆえ、Telnaesは署名が男性のみで行われたことを主題とするカートゥーンを描き、この法案の「男性のみの視点」を相対化させようとした。

「女性の問題」を描くことで、視点や価値の相対化や多角化を図ること

Figure 3



図14 PS (2007) p235



図15 「ホントは欲しい こんな部署」

2014/10/18『朝日新聞』やくみつる

は、日本の主要な政治漫画ではあまりされていない。(図15)で、やくみつるは失態が頻出する女性閣僚に悩む安倍首相を描いている。Telnaesの試みと比べれば、「男性化した女性」しか登場しない政治を描かざるを得ないのは、日本の政治状況のみに原因を帰属させてよいものかどうか疑問が残る。

IV 結論と課題

第1次世界大戦下の100年を、社会とメディアとの相互の関係から読み解こうとしたのが本論文であった。マス・メディアが大衆化された社会に及ぼした影響として、マス・メディアが与えた効果研究の変化、とくに人間観の変化が見出すことができた。社会からマス・メディアへの作用としては、諷刺漫画に見る限りにおいては、ジャーナリズムが大衆の嗜好に振り回される(イエロー・ジャーナリズム)、2度の世界大戦における国家総力戦状況の描写、ヒューマンイズム優先の戯画の発達とその破綻(政治汚職事件の「私化」——個人責任への還元)、多様化する人々への対応の逡巡する様子等々を描き出していた。

課題としてあげられることは、メディアとしての諷刺漫画の役割が電子

化の時代、高度情報化社会の時代にどの程度効力を保ちうるかということの検証が求められることにある。その要因として、大衆自体が様々な相を持ち、大衆自身が自らの立ち位置を確認できない状況があげられる。政治や経済に限定してみても、状況の変化により新たな格差を日本国内でも生じさせているが、それに対して大衆としての反応は顕著であるとはいえない。自らの利益に反する政策を支持することもよく見られる。これに対して、メディアには情報伝達の受け手を大衆としてひとくくりにするのではなく、限られた集団や集合体に働きかける姿勢が見え始めている。マス・メディア報道における特定の価値や視点への偏り（「極化」現象、茨木 2014）がそれである。メディアの送り手と受け手が方向性を見失っていることは、諸々の集団の利害関係の集合離散の速度が速まり、いわば「カオス状態の多事争論」となった。そうであるとすれば、このような不毛な議論の増加が結局は「異説排除」の方向に進むとした丸山が読み解いた福澤の指摘（丸山 1986、福澤 1875 = 1931 = 1978）は今でも色褪せないことになろう。

註

- 1) ただし、佐藤毅 (1990) によれば、第 2 次世界大戦後の日本のマスコミ研究には、テレビ時代の影響を 50 年代初頭に察知した諸研究（『思想』1958 年）や「擬似環境の環境化」（藤竹、1968）のマスコミ論そのものへの深化など独自の発展を遂げてきた部分もある。しかし、1970 年代以降は経験学派も批判学派も、欧米の諸研究と「同時進行」の状態となって、日本独自の理論を形成するにはいたっていない、としている。
- 2) 新しいメディアの登場が直ちに、新しい人間像を構築するわけではない。佐藤卓己は、「古いメディアから機能的に分化したニューメディアが生まれると、多くの場合、古いメディアは目的や機能を特化して存続する」（佐藤 1998 ; 3）と述べている。
- 3) 人間観については、以下の社会的認知心理学者の議論に依拠した (Fiske, & Taylor, 1991)。
- 4) 当時の読者層、移民識字率が手元がないので、あくまで推測されるにとどまる。
- 5) 世界大戦は国家「総力戦」の性格を有していたといわれるが、現代の戦争については、再び専門家による戦争の性格が強くなっているとされる。最上敏樹 (2014) は、軍備を民間企業にアウトソーシングすることと、ロボット等

の無人兵器の開発が進んだことにより、「持てる国家」においては、民衆は戦争から距離を置くことが可能になりつつあるが、「持たざる国」は依然「総力戦」のままであり、戦争の非対称性が加速するとしている。

- 6) 1954年2月から1992年12月まで『朝日新聞』に連載された「社会戯評」で横山泰三は、政治倫理の問題については読者国民に問いかけようとした。すなわち汚職の問題は政治家だけでなく国民にも内在しているということ、独特のタッチを用いたいくつかの政治漫画によって明らかにしようとした。このことは近年の諷刺画にみられる読者を神格化する動きに抗して、政治・社会問題について読者にも諷刺の矢を浴びせて問題を共有しようとした姿勢とも見ることができる(茨木 1997)。
- 7) 「社会戯評」(1954年2月1日～1992年12月31日)と同時期に、1954年7月15日から1989年1月30日まで『毎日新聞』(1985年2月28日まで朝刊投書欄、同年3月1日から連載終了まで夕刊に掲載)に連載されていた1コマ漫画が、小林治雄(1925-2010)の「ヒトクチ漫画」である。この作品は、扱うテーマ、線画のスタイルも「社会戯評」と似ていたが、やや似顔絵の要素が強くと、その意味で古典的なマンガの様式を呈していた。
- 8) 『読売新聞』では数年前から政治漫画を掲載せず、唯一残っていた経済記事の絵解きも、2014年9月28日を最後に終了した。
- 9) 最近(2014年11月)も、Washington Post 紙にアメリカ議会選挙で共和党が多数議席を占めたことに対して、TelnaesはPost紙電子版に動画を載せている(TelnaesのHPによる)。

参考文献

- Fiske Susan, T. & Shelley E. Taylor, 1991 *Social Cognition Second Edition*, McGraw-Hill, Inc.
- 藤田省三, 2006, 「大正時代の諸問題」藤田省三『藤田省三対話集成2』みすず書房.
- 福澤諭吉, 1875=1931=1978, 『文明論之概略』岩波文庫.
- Harrison Brigid, C. 2007, Interview with Ann Telnaes, *PS (Political Science and Politics)* April 2007 Vol. XL No2 233-236.
- 茨木正治, 2007, 『メディアのなかのマンガ』臨川書店.
- , 2014, 「マス・メディアの「極化」現象の考察——研究動向と応用可能性の検討」『法政論叢』50(2):1-13.
- キーン, S., 1994, 『敵の顔 憎悪と戦争の心理学』(佐藤卓己・佐藤八寿子訳) 柏書房.

- 北山俊哉, 久米郁男・真淵 勝, 2008, 『はじめて出会う政治学 第3版』有斐閣アルマ.
- 小林 隆・澤村美幸, 2014, 『ものの言いかた西東』, 岩波新書.
- Lederer, E., 1940, *State of the Masses*, W. W. Norton & Company Publishers, New York. (=1961, 青井和夫, 岩崎完之訳『大衆の国家』東京創元社.)
- Lippmann, W., 1922, *Public Opinion*, THE FREE PRESS a Division of Macmillan Publishing Co., Inc. New York. (=1987, 掛川トミ子訳『世論 (上) (下)』岩波文庫.)
- 松田美佐, 2014, 『うわさとは何か ネットで変容する「最も古いメディア」』中公新書.
- Medhurst, M., & M., Desousa, 1981, "Political cartoons as rhetorical forms: a taxonomy of graphic discourse," *Communication Monographs*, 48 (3), 197-236.
- 丸山眞男, 1986, 『「文明論之概略」を読む 上』岩波新書.
- ミルトン, J., 1992, 『イエロー・キッズーアメリカ大衆新聞の夜明け』 仙名紀 訳 文藝春秋社.
- 宮本大人, 2003, 「新聞漫画における『人間』への関心」(日本新聞博物館『新聞漫画の眼——人 政治 社会』 114-117.)
- 最上敏樹, 2014, 「総力戦 終わりと始まり」(『UP』2014年11月号 42-47.)
- 日本新聞博物館, 2003, 『新聞漫画の眼——人 政治 社会』 日本新聞博物館.
- 緒方房子, 1999, 「『部分出産中絶禁止法案』(1995, 1997) とアメリカのプロチョイス運動」、(『地域研究論集』2 (2) 153-176.
- 大井眞二, 2014, 「イエロージャーナリズム」武田徹, 藤田真文, 山田健太編『現代ジャーナリズム事典』三省堂, 10-11.
- 佐藤 毅, 1990, 『マスコミの受容理論 言説の異化媒介的変換』法政大学出版局.
- 佐藤卓己, 1998, 『現代メディア史』岩波書店.
- 清水 勲, 1997, 『近代日本漫画百選』岩波文庫.
- 清水 勲, 1995, 『岡本一平 漫画漫文集』岩波文庫.
- Smith, L., H., 1954, "The rise and fall of political cartoons," *Saturday Review*, May 29.
- 袖井林二郎, 2007, 『アーサー・シーク 義憤のユダヤ絵師』社会評論社.
- タルド, G., 1964, 『世論と群衆』稲葉三千男訳 未来社.
- Wallas, G. 1908=1981, *Human Nature in Politics*, Transaction Books, (=1958 石上良平訳『政治における人間性』創元社.)
- 山本文雄編, 1998, 『日本マス・コミュニケーション史 (増補)』東海大学出版会.