

第 8 章

戦争プロパガンダと戦争報道

——ベトナム戦争から湾岸戦争まで

吉田 ゆかり

はじめに

戦争とメディアとの関係は過去においても現在においても深い関係にあり、特に民主主義国が戦争を遂行する上で、国内外の世論の動向は無視し得ない。そして、その国内外の世論は、メディア情報のあり方に大きく左右されるものである。また、情報化社会におけるメディアの発達、戦争遂行とその一環としてのプロパガンダ、報道規制等のあり方に大きな影響を与えており、その影響は益々顕著になってきている。

デジタル技術の発達により、様々な通信・メディア関連機器は高機能・小型軽量化され、情報の処理および伝達を極限まで早め、その方法等を多様化・多元化した。また、急速なインターネットの普及は、情報発信の裾野を広げるとともに、大量の情報が迅速かつ広範に往来し、地球上のあらゆる場所から、昼夜を問わずいつでも、簡単に中継や情報発信が可能となった。加えて、その伝達者がプロのジャーナリストにとどまらず、個人等が行うことができるようになった結果、マスメディア以上に、個人等が活用しているソーシャルメディアの影響は大きく、メディア自体も多様化・多元化したと言える。一方で、戦時だけでなく、最近では新型コロナウイルス感染症や米国の大統領選挙等においても、信頼性を欠く情報が意図的にも非意図的にも飛び交う状況が発生し、それにより当事国間だけでなく、国際的にも混乱が引き起こされているのが現状である。

「戦争の最初の犠牲者は真実である (The first casualty when war comes is truth)」とは、米国の上院議員だったハイラム・ジョンソンが述べた言葉である。ただし、この言葉は、古代ギリシャの三大悲劇詩人のひとりであり、ギリシャ悲劇の確立者であるアイスキュロスの言葉という説など諸説あるようだが、いずれにしても、いつの時代も、現在のような高度な情報化社会にあっても、同じことが言える。

2022年2月、ロシアがウクライナに軍事侵攻した。自国の行動を正当化するために「プロパガンダ」を発信し続けるロシアと、国内だけでなく国際的な世論を獲得すべく、ゼレンスキー大統領の積極的な情報発信をはじめとした「国際的な PR 戦略」を展開するウクライナ、そして国民それぞれが SNS 等を活用して実施する情報発信と、戦争における新たな形態が生まれたと言える。そして、このロシアによるウクライナ侵攻をめぐる、フェイク情報やプロパガンダが拡散し、情報統制等ができない民主主義国家ではその対応に限界

を感じる事となり、民主主義の危機だとも言われている。そのような中、2022 年 11 月半ば、AP 通信がロシアのミサイルがポーランドに着弾したと報じたが、その後、その報道は誤報であると判明し、AP 通信が匿名情報を扱う内規に違反した記者を解雇するという事も起っている。

現在はインターネットや SNS を介した情報が溢れており、われわれはどこにいても、世界中のどのような情報にもアクセスすることができ、また日々膨大な「情報」と接している。では、その情報をどのように扱うのか。そこで大事な事は、その溢れる情報を精査して扱う必要があるということである。「一部の人たちを常に、そして、全ての人たちを一時騙すことはできるが、全ての人をいつまでも騙し続けることはできない」とは、米国第 16 代大統領のエイブラハム・リンカーンの言葉であるが、その一つ一つの情報の真偽をどう見抜くのかも重要となる。加えて、その情報が「偽情報／フェイクニュース」と判別するのも大切であるが、「偽情報／フェイクニュース」と判明した場合に、その情報について、どのように対処するのかということも重要となってくる。

ただしその一方で、「フェイクニュース」という言葉の定義も様々であり、われわれはイメージ的に「捏造」や「改ざん」を連想しがちだが、一田和樹は「フェイクニュースには情報が誤っているものだけでなく、ミスリードしようとしているもの、偏った解釈あるいは誤った解釈、偏った形での部分的な事実の開示なども含める」としている¹。また、笹原和俊は「2016 年に全世界的に生じた偽ニュースの氾濫とそれが引き起こした混乱をきっかけとして、事実がどうかかわからない情報の代名詞として『フェイクニュース』という言葉が使われ始め、一部の人たちによって、都合の悪い事実や否定的な記事などに対しても用いられることがある」と述べている²。加えて、代表的な英語辞書の一つであるコリンズ辞書では、「ニュース報道の体裁で拡散される、虚偽の、しばしば扇情的な内容の情報 (false, often sensational, information disseminated under the guise of news reporting)」と定義されているとしている³。

いずれにしても、偽情報／フェイクニュースが、戦争当事国をはじめとした人々に与える影響は重大である。それに反撃するためには、真偽の確認（ファクト・チェック）とその結果の発信が大切であり、ただ事実を発信するだけではなく、発信する時期、方法、そして「なぜ人々が偽情報を信じてしまったのか」ということも分析・対処していく必要があり、その状況に応じた適切な対応が求められる。そもそも戦争自体も変容してきており、「情報」自体がもはや重火器等よりも「強力な武器の一つ」となっていることを認識する必要があり、その中で世論を動かす「メディア」の役割は、軍勢力と同等か、それ以上に大きなものとなると考えられる⁴。

¹ 一田和樹『フェイクニュース——新しい戦略的戦争兵器』（KADOKAWA、2018 年）7 頁。

² 笹原和俊『フェイクニュースを科学する——拡散するデマ、陰謀論、プロパガンダのしくみ』（化学同人、2021 年）14 頁。

³ 同上、15 頁。

⁴ 柴山哲也『戦争報道とアメリカ』（PHP 新書、2003 年）5 頁。

では、過去の戦争プロパガンダと戦争報道、メディアの対応の方針、実態等はどのような状況であったのか。また、どのような教訓が導き出されたのか。その教訓は、今日の情報戦、メディア戦等にどう活かしていけるのだろうか。そして、まだまだメディアの影響力が大きい今日、戦時においてもそのメディアの役割、戦争責任とは何なのだろうか。加えて、そのメディアとどのように関係を構築し、対応していくべきなのであろうか。

米国においては、ベトナム戦争の敗戦がきっかけで、その教訓を踏まえ、その後の厳しい情報管理および報道統制を実施し、特に湾岸戦争では更なる報道規制を徹底したとされている。

ベトナム戦争は、史上初めてテレビカメラが戦地に入った戦争である。自由に取材場所や時期を選択可能であり、一部の検閲はあったとされているが、正式な検閲もなかったため、戦争の悲惨さと残酷さを国民に伝えた。そのため、反戦感情が広がり、全面撤退に追い込まれたことから、メディアが終わらせた戦争とも言われている。

湾岸戦争は、戦争開始が初めてテレビで生中継された戦争である。ただし、ベトナム戦争の教訓を踏まえ、徹底的な報道統制・情報管制、そして厳しい検閲が行われた。「プール取材」と呼ばれる、少数の代表記者団のみが取材をできるという報道規制が、グレナダおよびパナマで試行された上で、この湾岸戦争で正式に実施された。そして、政府による完全な情報統制が行われ、政府がメディアに勝利した戦争とも言われている。

その後のコソボ紛争、アフガニスタン紛争、そして、イラク戦争と、戦時における報道対応は変化していくが、本章では1980年代をまたぐ形で、ベトナム戦争と湾岸戦争という、戦時のメディアとの関わり方が対極的な二つの戦争を主たる事例として取り上げる。そして、両事例における戦争報道の様相の差異を明らかにするとともに、その背景を考察する。

1. 戦争プロパガンダと戦争報道

(1) 戦争プロパガンダ

i. 戦争プロパガンダとは

「プロパガンダ」という言葉を聞いて、まず思い浮かぶのは、戦時に国民に対して実施されるものであり、それは国民の意思等を意図的に実施する側が望む方向に誘い込むもので、否定的なイメージや悪質なものといった印象が強い。佐藤卓己は、「プロパガンダ」を次のように定義している⁵。

通常「宣伝」と訳されるプロパガンダは、特定の目的に従って個人あるいは集団の態

⁵ 佐藤卓己「プロパガンダと情報操作」渡辺武達、田口哲也、吉澤健吉編『メディア学の現在』（世界思想社、2015年）179頁。

度と思考に影響を与え、意図した方向に行動を誘う説得コミュニケーション活動の総称である。あるいは、組織的なシンボル操作によって宣伝主体の意図を宣伝客体の「自律性」において実現することを究極目標とする情報活動である。情報の正確さ、出所の明示性に応じて、ホワイト／グレー／ブラックと色分けされることも多い。

また、その「宣伝」については一定の歴史的評価を帯びた概念であり、主に政治宣伝を指す「宣伝／煽動」、商業宣伝を意味する「広告」、更にはより公共的性格をもつ「公報／PR」などと多義的であるとしている⁶。それぞれの詳細は、以下のとおりである⁷。

① 「宣伝／煽動 (propaganda/agitation)」

プレハノフの定義を踏まえたレーニンの記述「宣伝者は一人あるいは数人の者に多くの思想を与える。煽動者は一つあるいは少数の思想を与えるに過ぎないが、その代わりに相手とするところは多数である……宣伝者は主に活字になった言葉を、煽動者は口から出るままの言葉を使用する」が一般に流布していると言っており、つまり、宣伝は論理的な内容を科学的に教育する方法であり、煽動は一般大衆向けに情緒的なスローガンを叩き込む方法であるとしている。

② 「宣伝／広告 (advertisement)」

情報操作行為として、一般にイデオロギー闘争または世論形成、つまり共同体の原理に従うものを「宣伝」と呼び、市場の原理にしたがう行為を「広告」と呼ぶ。しかし、現代の大衆消費社会においては、この差異も曖昧になる。

③ 「公報／PR (publicity/public relations)」

商業活動として行われる公示活動を「広告」と呼ぶなら、公的機関や集団が構成員の共通認識を形成する非商業的活動を「PR」あるいは「公報」と呼ぶ。理論的にはPRは「啓蒙」に近いが、現実には世論操作や労務管理に利用されており、機能上は宣伝に等しい。

古代ローマの軍人・政治家のユリウス・カエサルという言葉に、「人は見たいように見る／見たい物しか見ない／人は自分の望むものを信じたがる」というものがある。それは、「自分の意見や価値観に一致する情報ばかりを集め、それらに反する情報を無視する傾向」を「確認バイアス」と言い、見たいものを見て、信じたいものを信じるという、人間の性質を指摘している名言である。目の前に「見たい情報」があれば、発信源等を確かめずについ飛びついて、その真偽も疑わず、まずは見てしまいがちであり、状況によっては、疑いつつも信じてしまう場合もある。その結果、その事象に対して偏見をもったり、誤った判断をしてしまったりすることがあるため、客観的な判断ができるように、自分に都合の良い情

⁶ 同上、181頁。

⁷ 同上、181-182頁。

報だけでなく、逆の立場や意見の情報も幅広く集める必要がある。そして、そのようなとっさの行動には理性より感情の方が結びつきやすいとも言われている。

佐藤は、『ありそう』と思われた情報は、一度伝えられると、否定しても否定する行為が疑われる場合もあり、『言った者勝ち』になる可能性は高く、ステレオタイプはそれを解体するよりも喚起する方が容易であり、プロパガンダにおいては『攻勢防御』が基本戦略となる⁸。そして現在、ソーシャルメディアでは他者の興味関心が「いいね」やリボスの数として「見える化」されるので、多くの他者の反応が大きいことがわかると、その情報をより信じやすくなってしまい、そのような反応が連鎖していくというのである⁹。よって、マスメディアの情報発信よりも、インフルエンサーと呼ばれる個人の情報発信のほうが、その情報の拡散能力が高いため、影響力も大きいのである。そして、その情報は、真偽には関係なく、ただその情報発信の影響力の大きさによって拡散されることもあるため、注意が必要である。

ii. プロパガンダ史

佐藤は、次のようにプロパガンダ史を分析している¹⁰。キリスト教伝道の初期から、「伸ばす、繁殖させる、接ぎ木する」ことを意味するラテン語 *propagare* は使用されていた。1622年、ローマ教皇庁に創設された反宗教改革運動の推進組織によって、プロパガンダは布教活動に伴う使命感、啓蒙の姿勢が内包された概念となった。その後、プロパガンダはローマ教会と結びついた概念として成立し、世界システムにおいては「文明」を語った西欧による非西欧の支配原理として機能しはじめた。

一方、西欧内部では1780年代になると、反カトリック勢力が「プロパガンダ」に教皇の陰謀組織の存在をみるようになり、政治的に攻撃的な語感が強まった。その意識的なアナロジーから、フランス革命期には反革命勢力の間で、革命陰謀説のうちに「革命プロパガンダ」が浮上し、1848年革命までには革命陰謀説が広く流布した。現代のプロパガンダにおける重要な政治シンボル体系の成立にフランス革命が与えた影響は絶大であり、「自由・平等・博愛」、「一般意志」、「進歩主義」、「国民国家」などの理念等、具体的表象が登場した。

その後、活字メディアを中心とした社会主義運動の台頭により、陰謀論のプロパガンダのイメージは薄らいでいったが、今日の一般的な「宣伝／煽動」概念が普及する第一次世界大戦までは、両概念の指し示す対象は流動的であった。しかし、ソビエト連邦という社会主義国家の成立によって「宣伝」は前衛の使命感と結びついて、再び宗教改革時代に等しい情熱と積極的な意味をもつようになり、冷戦が終結するまで、社会主義圏および社会主義者においてプロパガンダは政治活動の中心を占めた。

⁸ 同上、182頁。

⁹ 笹原『フェイクニュースを科学する』58頁。

¹⁰ 佐藤「プロパガンダと情報操作」183-185頁。

第一次世界大戦の「戦時宣伝」は、国民総動員を可能にしたマスメディアと中央集権的な官僚制機構の発展を基盤として行われ、「プロパガンダ」を政治的的日常語に引き上げた。また、新しいメディアもこの戦争を境に飛躍的に成長した。更に、PR 活動は第一次世界大戦をスプリングボードとして米国で急速に発展し、1930 年代にはあらゆる政府機関・企業が PR に邁進した。第二次世界大戦は、この意味で、ナチ宣伝・共産主義宣伝・資本主義 PR が激突する、空前の「宣伝戦争」となった。今日、プロパガンダが政治的に低劣なニュアンスを持っており、PR がスマートな表現とみなされているとすれば、それは第二次世界大戦の勝敗に由来していると言われている。ヨーゼフ・ゲッペルス of 宣伝省やヨシフ・スターリンのコミンテルン、あるいは戦前日本の情報局 (1940 年まで内閣情報部) によって、虚実の別なく全体主義的な大衆支配の手段として宣伝が行なわれたことは事実であるため、そのようなニュアンスが強く根付いているのであろう。

冷戦後の世界では、世界においては民族による対立、宗教による対立などが複雑に絡みあっており、その結果、程度の差こそあるが、対立するあらゆる勢力によるプロパガンダ戦が、近代以降の戦争でも、実戦の一方で、必ずと言っていいほど展開されてきていると見られている。一例として、イラクとその指導者サダム・フセイン大統領に対するジョージ・ブッシュ・シニア米政権のプロパガンダ作戦は、慎重・細心に展開されたと分析されている。米軍の展開状況と世界の世論を見ながら、最初は控えめに、徐々に辛辣に、そして激しい非難へとエスカレートさせた。事実の誇張、不正確あるいは虚偽情報の混入など、第一次世界大戦以来の手口が総動員されたと言われている。そして、当局の統制に服し、積極的に協力して国家の戦力となった米国のメディアは、この戦いで圧倒的な力を発揮したのである¹¹。

そして現在、ロシアのウクライナ侵攻においても、プロパガンダ作戦は展開されている。特にインターネット、SNS を活用した情報発信だけでなく、プロパガンダが当事国双方において展開されている。また、当事国以外の多くの国や地域の国民・市民もプロパガンダの対象となっており、世界規模で国際社会全体に働きかける戦略が展開されていると言える。プロパガンダは布教活動から始まったものであるが、現在では戦時に実施されるもののイメージが強く、戦争を優位な方向に進めるための一手段として、また国民や国際社会の同意を得るための一手段として活用されていることが伺える。

いずれにしても、昨今の戦争自体の変化、技術の進展等に伴って、情報発信の形態をはじめ、戦争プロパガンダも変容を見せてきていると言える。

iii. 戦争プロパガンダ 10 の法則

歴史学者アンヌ・モレリは、アーサー・ポンソンビーの著書である『戦時の嘘 (*Falsehood in Wartime*)』(1928 年ロンドンで出版) で論じられている、戦争プロパガンダの基本的なメ

¹¹ 木下和寛『メディアは戦争にどうかかわってきたか——日露戦争から対テロ戦争まで』(朝日新聞社、2005 年) 206 頁。

カニズムを説明する。モネリによれば、ポンソンビーが指摘したものは第一次世界大戦に限ったものではなく、「武力戦」であっても、「冷戦」や「あいまいな敵対関係」にあっても、この「戦争プロパガンダの法則」は実用的かつ有効な戦略として活用されている。そして、その戦争プロパガンダの「法則」は10項目に集約され、以下のように取りまとめている¹²。さらに、その法則は過去の戦争等においても当てはまり、むしろ戦略的に、そして巧妙に、使われてきたというのである¹³。

① われわれは戦争をしたくはない¹⁴

あらゆる国の国家元首、少なくとも近代国家の元首は、戦争を始める直前、または宣戦布告のその時に必ずといっていいほど、おごそかに、「われわれは、戦争を望んでいないわけではない」と、平和への意志を積極的に口にする。

② しかし敵側が一方的に戦争を望んだ¹⁵

われわれは「いやいやながら」戦争をせざるを得ない。というのも、「敵国」が先に仕掛けてきたからであり、「やむをえず」、「正当防衛」もしくは国際的な「協力関係」に基づいて参戦することになったという。そして、どの国も、戦争を終わらせるために戦争をしなければならないという矛盾に目をつぶり、今度こそ「最後の最後」だと主張する。

③ 敵の指導者は悪魔のような人間だ¹⁶

敵国の指導者その人に言及するのは偶然ではない。たとえ敵対状態にあっても、一群の人間全体を憎むことは不可能であり、相手国の指導者に敵対心を集中されることが戦略のかなめになる。敵国の指導者に注目を集め、敵の具体的なイメージを国民に示すことだという。

④ われわれは領土や覇権のためではなく、偉大な使命のために戦う¹⁷

近代においては、国民の同意がなければ宣戦布告ができない。多くの国では憲法によって、開戦に先立ち、国会での決議が必要とされている。その国の独立、名誉、自由、国民の生命を護るために戦争が必要であり、この戦争は確固たる倫理観にもとづくものとなれば、国民の得ることはそう難しくない。そこで、戦争プロパガンダは、戦争の目的を隠蔽し、別の名目にすり替えようとする。高尚な目的のためだと訴えるのだという。

¹² アンヌ・モネリ（永田千奈訳）『戦争プロパガンダ10の法則』（草思社、2002年）18頁。

¹³ 同上、3頁。

¹⁴ 同上、20-28頁。

¹⁵ 同上、28-51頁。

¹⁶ 同上、51-66頁。

¹⁷ 同上、68-88頁。

- ⑤ われわれも誤って犠牲を出すことがある。だが敵はわざと残虐行為に及んでいる¹⁸

「文化人」による「野蛮人」への制裁だと主張するためには、敵側が、積極的に残虐行為を繰り返していると訴える一方、味方の犯す過ちは、不本意なものであると国民に示さなければならない。国民のために、更には他国の民衆を救うために活動しており、自国の軍隊は国民から愛される軍隊であると信じ込ませようとするという。敵の攻撃を異常な犯罪行為とみなし、血も涙もない悪党だと印象づけるのがその戦略だという。

- ⑥ 敵は卑劣な兵器や戦略を用いている¹⁹

我が陣営は残虐行為を行わないし、ルールを守ってフェアな戦いを行なっているというのがよくある主張であるという。多くの場合、技術的な優劣が勝敗を決定するため、自分たちが使えない兵器を敵が一方的に攻撃に用いたり、自国がおこなうときには合法的かつ巧妙な戦略として有効な「奇襲」も、敵陣が仕掛けてくれば卑劣な行為と非難したりする。どこの国も、自分たちが使う可能性のない兵器または使うことができない兵器だけを「非人道的」な兵器とみなすという。

- ⑦ われわれの受けた被害は小さく、敵に与えた被害は甚大²⁰

戦時中の世論動向は、戦況によって左右されるため、戦況が思わしくない場合、プロパガンダは自国の被害・損失を隠蔽し、敵の被害を誇張して伝えるという。様々な情報で士気を煽り、国民に戦争の効果を説得しようとするという。

- ⑧ 芸術家や知識人も正義の戦いを支持している²¹

プロパガンダで国民の心を動かすには、効果的な表現手段をもつ、その筋の「プロ」に集まってもらうのが得策だという。感動は世論を動かす原動力であり、プロパガンダと感情は切っても切り離せないものだと言っていいため、すべての広告がそうであるように、プロパガンダも、人の心を動かすことが基本であるという。

これまでの戦争等でも、芸術家、知識人、地理学者等もプロパガンダに協力を求められたり、利用されたりしてきたという。

- ⑨ われわれの大義は神聖なものである²²

戦争の大義について、その大義は、特別なもの、正真正銘倫理的なものである、つまり、これは「聖戦」であり、まさに十字軍の戦いなのだと信じ込ませることが必要だという。実際、戦争プロパガンダには宗教的な意味合いを持つものも多く、「聖戦」という言葉には世論を動かす力があり、神聖な大義とあれば、何があっても守らなくてはならないと思わせることができるという。

¹⁸ 同上、88-111頁。

¹⁹ 同上、111-124頁。

²⁰ 同上、126-131頁。

²¹ 同上、131-151頁。

²² 同上、151-164頁。

⑩ この正義に疑問を投げかける者は裏切り者である²³

戦争プロパガンダに疑問を投げかける者はだれであれ、愛国心が足りないと批判される、むしろ、裏切り者扱いされるという。

戦争が始まると、もう誰も公然と戦う理由を尋ねたり、本来の意味を「ねじまげる」ことなく和平を口にしたりすることはできなくなる。メディアは、政治権力と密着した関係にあり、いざとなると、本当の意味で意見の多様性を守ることはできないのである。本来は、戦時にこそ政府の誤った決定を正せるように、言論の自由が保障されるべきなのである。

iv. プロパガンダの効果

戦争中に敵国に対するプロパガンダを展開する目的について、英国の文化人類学者・社会学者であるジェフリー・ゴラーは、次の五つのポイントをあげている²⁴。

- ① 軍事的な混乱を生み出すこと
- ② 軍の間で「闘争心」を失わせ、市民の間で戦闘を支持する気持ちを減少させること
- ③ 国内な分裂を起こすこと
- ④ 対戦国と軍事的に同盟関係にある国との間に分裂を起こすこと
- ⑤ 長期的な目的としては戦争後、大方の住民たちとの関係に従順さと協調性が得られること

戦争プロパガンダは、戦争当事国・相手国、そしてその国民だけではなく、国際社会に対しても使われるものであり、また戦時だけでなく、戦後も含めた上での影響が考えられた上で使われるものだということが伺える。

(2) 戦争報道

i. 戦争報道とは

戦争報道は、戦争が起こっている地域等取材し、そこで起こっている戦争の状況を報道することである。佐藤は「戦争報道は、報道の数あるコンテンツの中で、極めて関心の高いものである。戦場からの映像、更には戦禍の下にある人間の状況を切り取る写真は、社会の非日常を顕すものとして、人間の興味関心を呼びやすい」と述べる²⁵。

そもそも「報道」とは、特定の事件、事故、出来事等取材し、記事等を作成して広く

²³ 同上、166-180頁。

²⁴ ジェフリー・ゴラー（福井七子訳）『日本人の性格構造とプロパガンダ』（ミネルヴァ書房、2011年）198頁。

²⁵ 佐藤丙午「戦争とプロパガンダ——湾岸戦争の教訓」海外事情研究所『海外事情』（2022年11、12月号）17頁。

一般に知らせる行為であり、あくまで事実を客観的に伝えるものであると言える。作家アーネスト・ヘミングウェイは、「戦争は作家を鍛える」として 20 世紀の大戦争の戦場を渡り歩き、数々の名作を残したと言われているように、戦争報道はその他の報道と比べ、その報道を伝える主体にとっても関心の高いものであることが伺える。

ただし、その戦争報道は原則として、軍または政府から提供された映像や情報によって構成され、現地での取材ができない場合もあり、その場合は特に提供された情報に頼らざるを得ない。また、その情報が管理・操作されていることもあるため、戦時中の報道において、情報の真偽、事実の正確性・客観性を追求するのはそもそも困難なものと言える。加えて戦争報道は、戦争に至る原因や背景を、政治や経済あるいは軍事に関する直接的な対立といった面だけでなく、何世紀にもわたる国家間・民族間の争いを、広い世界観・歴史観に基づいてなされるべきものであるとも言われており²⁶、報道の中でも難しい分野に位置付けられる。

そのような点からも、戦争報道の客観性や中立性をどのように担保するかは、非常に難しい課題であると言える。現実的には、いずれかに偏りのある報道が多いのではないか。それでもなお、溢れる情報を幅広く集め、比較検討して、情報を精査し、客観性や中立性をもって知らせることが、メディアの重要な役割と言えよう。

ii. メディアとは

では、戦争報道を実施する「メディア」とは何か。メディア (media: medium の複数形) とは、日本語では「手段、媒体」と訳され、あるところからあるところへ情報を伝える「導管」もしくは情報の「乗り物」のことである²⁷。メディアには様々なものがあり、テレビ、ラジオ、新聞、雑誌、電話、スマートフォン等の各種端末と、そのネットワークも含まれる。また、情報の発信者と受信者を結ぶ関係をつくるものがメディアであり、メディアの分析は映像・文字・音声といったその特性とともに、運ばれる情報内容とその特徴にも密接に関連してくる²⁸。

その他、メディア学においては、「情報」「メディア」「マスメディア」「コミュニケーション」「マスコミュニケーション」という五つの言葉が意味交錯して使われており、次のとおり定義されている²⁹。

- ① 情報：ある意味を他者に伝えるもので、ほぼメッセージと同義
- ② メディア：情報を伝える媒体
- ③ マスメディア：新聞や放送のように、多くのオーディエンス（視聴者・読者）に一挙

²⁶ 岡本卓「戦争報道ガイドラインに関する一考察」『放送研究と調査』（2003年10月号）20頁。

²⁷ 渡辺武達「メディアとは何か」渡辺、田口、吉澤編『メディア学の現在』2頁。

²⁸ 同上、3頁。

²⁹ 同上、8頁。

に情報を提供するメディア

- ④ コミュニケーション：情報をやり取りする行為
- ⑤ マスコミュニケーション：コミュニケーションを大量かつ同時的に行うこと

戦争報道におけるメディアとは、主にテレビ、新聞、ラジオ等のマスメディアとインターネットである。あくまで「媒体」ではあるものの、プロパガンダも報道も、この「メディア」を介して展開されるため、メディアについての理解は必須である。

iii. メディア戦争／メディア戦

英ウルヴァーハンプトン大学のスティーブン・バジー教授は、湾岸戦争を「最初のメディア戦争」と捉えている。そして、同戦争を題材に、戦時におけるメディア対応のあり方を議論している。バジーは、「湾岸戦争以降、戦争とメディアとの関係に大きな変化が起きたとして、地上戦であろうと航空戦であろうと、戦争を遂行する上でメディアの役割に考慮を払うことが不可欠になった。メディアによる戦場描写を味方にできるかどうか、今や戦争の帰趨を左右するようになった。また、軍とメディアの協力の失敗を教訓に、戦時におけるメディア対応の重要性が認識されるようになった」と述べた³⁰。

また、中国共産党の「メディア戦」は、日本および他の民主主義諸国への現存する脅威として出現している。中国のいわゆる「三戦」の一つとして、「政治戦」を下支えする「メディア戦」の存在が欠かせないものとなっている。バジーは、国防・安全保障研究の文脈で使われる「メディア戦争」という用語が初めて登場したのは1970年代半ばであるが、定着したのは1990年から1991年の湾岸戦争がきっかけであるとし、同戦争を契機として、軍隊による戦争の遂行と、民間の報道・通信メディアが当該戦争で果たす役割との間にある長年の政治的関係に、新しい重大な変化が生じたことが認識されたとみている³¹。

更にバジーは、「メディア戦争に対し小規模ながら際立った貢献を行ったのは英国であった」と述べている。英軍は、多国籍軍の中で、戦闘作戦に関する近年のメディア対応の経験が圧倒的に豊富であり、フォークランド紛争の結果、英国は海外展開時のメディア支援・対応のための専門部隊を創設した。この中には、護衛のための現役将校が含まれ、その後、慣習として広まった。また事実上、記者および所属するメディア会社は政府や軍との間で、紛争中に公表すべきではない内容を含め、広範な基本原則に合意していたということである。英国によるこうした経験が、全当事者にとってプラスの経験となり、1994年には英国の影響により、北大西洋条約機構（NATO）が広報（Public Relations）を「メディア作戦（Media Operations）」に改称し、メディア戦争と軍事計画の統合を重視したが、米国

³⁰ スティーブン・バジー「最初のメディア戦争」『令和3年度戦争史研究国際フォーラム報告書「歴史としての湾岸戦争」』（防衛省防衛研究所、2022年）7頁。

³¹ 同上、109頁。

は従来の用語である「広報 (Public Affairs)」を維持した³²。湾岸戦争においては、軍とメディアの協力が破綻したことが、ブッシュ大統領による戦闘行為停止の政治的決断の一因となったのであり、同戦争の結果として「メディア作戦」は軍事作戦の重要な要素として確立されたのである³³。「メディア作戦」の実施に当たっては、「メディア戦争」の性質等について理解した上で、その戦略および計画を策定し、行動していかなければならないと言える。

2. ベトナム戦争時の戦争報道

(1) 戦争報道の状況

ベトナム戦争では、テレビによって世界の人々が戦争の残酷さや無意味さを知り、反戦運動に立ち上がった結果、米国はベトナムから撤退を余儀なくされたと見られている。そのため、「ベトナム戦争」イコール「テレビが決めた戦争」というイメージを持つ人々が非常に多いのが事実である。例えば英国では、1968年から1976年にかけて王立防衛安全保障研究所 (RUSI) の所長を務めたスチュアート・メノール退役空軍少将のように、「テレビはベトナム戦争で米国民の士気を瓦解させるのに多大な役割を果たした」と見る人々がいた³⁴。

また、米国にとって朝鮮戦争は「挫折」であったが、ベトナム戦争は建国以来の初めての「敗戦」であり、米政府および軍が受けた強烈なトラウマは、「ベトナム・シンドローム」と呼ばれるようになる様々な後遺症を発現させたと言われている。

朝鮮戦争とベトナム戦争を比べてみると、対照的なこととして、米軍当局のメディアに対する扱いが挙げられる。朝鮮戦争では異常なほど厳しい検閲をし、報道を統制しようとしたが、ベトナム戦争では一転して手綱をゆるめた。軍事機密の報道を控える自主規制基準はあったが、朝鮮戦争時と比べれば「自由放任」とさえ言えるような状況になったのである³⁵。

つまりベトナム戦争は、米軍が報道の自由を大幅に認めた戦争であった。報道関係者はどこへ行くのも自由であり、多くのジャーナリストが戦場へと向かった。また、ベトナム戦争はメディアの中でもとりわけテレビが活躍した戦争であり、戦争の状況については、主にテレビで伝えられた。そして、メディアの役割は「テト攻勢」によって戦局をも変えることになった。

「テト攻勢」とは、1968年1月30日から北ベトナム軍および解放戦線が大規模な奇襲

³² バジー「最初のメディア戦争」113頁。

³³ 同上、119頁。

³⁴ 木下『メディアは戦争にどうかかわってきたか』131頁。

³⁵ 同上、136頁。

攻撃を行ったもので、最終的には北ベトナム軍および解放戦線側の敗北となったが、戦略的には成功を収めたとも言われており、また結果的に、ベトナム戦争の最大の転機になったとも指摘される。具体的には、テトと呼ばれる旧正月の期間は、南北ベトナム軍ともに休戦期間とする暗黙の慣例があったが、北ベトナムと解放戦線が大攻勢を開始した。サイゴンの米大使館、空港等が攻撃され、その様子がテレビで報道されるという前代未聞の報道が実施されたのである。それが米国民の反戦運動を大いに盛り上げることになり、リンドン・ジョンソン政権に大きな圧力を与えた。これが結果的に米政府の継戦意思の転機となり、その後の米国が「名誉ある撤退」という方針を模索するようになったと言われている。今なお、米政府が「ベトナム・シンドローム」を抜け切れていないと言われるほど、大きな影響を与えることになったのである。

ベトナム戦争当初の米軍のメディア対応は楽観的だったようで、厳しい検閲や取材規制の必要性を認識していなかった。サイゴンの記者団に課せられた検閲は全くなかったわけではないが、必要最低限のものであった。そして、「テト攻勢」以降には、現場の特派員たちに対して許容範囲内の検閲が実施されていた³⁶。

戦況の事態が深刻になっても、従来から続けられていた自由放任の取材や報道対応を変更することは、政治的に不可能だったようである。今更、報道統制を厳しくすれば、事態が深刻化していることを自ら認めることになり、見通しの甘さを批判されることになると考えられていた。加えて、報道統制を厳しくしすぎることにより、メディア戦での頹勢を招いたのではないかという朝鮮戦争の「戦訓」も、米軍上層部の脳裏にあったのは確実だろうと言われている³⁷。

ただし、米軍当局が報道対処に全く気を遣わなかったわけではない。気を遣ったのは、テレビの勃興によって、世論を形成するメディアの力が更に強大なものになっていたからである。テレビの勢力拡大は、メディアの一部に衰退・退場を強いたようにも見られたが、テレビが「一人勝ち」したわけではない。ラジオが勢力を占めていたときと同様に、新聞はテレビの番組を紙面で紹介するなどの共存策をとっていた。また、テレビによって新聞の価値が改めて認識され、評価されてもいた³⁸。

米国 CBS ニュースのワシントン支局長を務めたウィリアム・スモールは、「テレビは、ベトナムで初めて、戦争報道での恐怖の真実を視聴者に伝え、米国人に戦争に対する幻滅感を抱かせた。多くの若者が米国に対して冷笑的となり、リンドン・ジョンソンを政権の座から去らせることになった」と述べている。また、英国 BBC の解説者ロビン・ディは、「米国人を反軍的、反戦的にしたのは何よりも今のカラーテレビに映し出された戦争の映像だった」と述べている。また、「無制限なテレビ報道を許せば、たとえ正義の戦争でも行

³⁶ M・エメリー、E・エメリー、N・L・ロバーツ（大井眞二、武市英雄、長谷川倫子、別府三奈子、水野剛也訳）『アメリカ報道史——ジャーナリストの視点から見た米国史』（松柏社、2016年）、695頁。

³⁷ 木下『メディアは戦争にどうかかわってきたか』128頁。

³⁸ 同上、130頁。

うことができるかどうか疑われる。残忍な場面がそのまま映し出される。カラーテレビの画面では、血は真っ赤に映るのだ」とも述べている³⁹。つまり、戦時におけるテレビを介した戦争報道は、これまでの新聞やラジオによる戦争報道以上に、大きな影響があることを示していると言える。

(2) 教訓とその後

米国は、ベトナム戦争における失敗を、メディアに自由な戦争報道をさせたことにあったとして、その後の戦争等においてはメディアを排除するという行動に出る。

米国のベトナム戦争の敗戦は、世界の主要国にとっても強烈な衝撃となり、とりわけ西側諸国はベトナムでの「戦訓」を懸命に研究したと言われている。それは、米国が敗れたのは物理的な軍事力によってではなく、メディア戦の失敗によるものが明らかだったためである。国家の政治的な戦略と、民主主義の基本要件である言論・報道の自由との兼ね合いをどうするのかという問題が、改めて当局者たちに突きつけられたのである。1970年にRUSIが開催したセミナーで、国防省運用局のF・G・コールドウェル企画・補給部長が「将来、英国がまた戦争をすることがあるとすれば、テレビカメラを戦場に解き放してよいかどうかの検討から始めなければならない」と述べた言葉は、各国当局者が直面した課題を端的に表現していた⁴⁰。

そして英政府と軍当局は、フォークランド諸島での戦いで、ベトナム戦争の戦訓を十二分に活用する。それは「フォークランド方式」であり、政府・軍当局にとって好ましいモデルとなり、湾岸戦争をはじめ以降の戦争報道に大きな影響を及ぼしていくのである⁴¹。フォークランド紛争では、宣伝・メディア戦の一方で、英政府・軍当局はメディアの戦争報道を厳しく統制した。ベトナム戦争での戦訓研究を踏まえた統制は、次の4点を大要としていた⁴²。

- ① メディアがアクセスできる取材源をできるだけ絞り込む。
- ② 記者・カメラマンを従軍させるが野放しにはせず、軍規に服させる。
- ③ ニュース公表の時期決定権は政府・軍当局が握る。
- ④ テレビ中継はさせない。

戦況や彼我の損害に関する情報は、ロンドンの国防省で発表されるほか、英機動部隊に従軍する記者らだけに提供された。従軍する記者・カメラマンは、英国メディア企業に所属し英国籍を持つ28人に限定された⁴³。また、記事は「世話係」の検閲を受けて送られ、

³⁹ 同上、132頁。

⁴⁰ 同上、159頁。

⁴¹ 同上。

⁴² 同上、168頁

⁴³ 同上。

ロンドンで国防省の担当官が再び検閲していたが、機動部隊の検閲官とロンドンの検閲官の判断は必ずしも同じではなかった⁴⁴。検閲官は、記事中の文章を勝手に一部削除したり用語を置き換えたりしたほか、更には事実関係まで修正した⁴⁵。

さて、フォークランド紛争とは、どんな戦争だったのか。フォークランド紛争は、アルゼンチンの侵攻に対して英国が手厳しく反撃した戦いであり、力を増し続けるメディアに対して政府・軍当局が反撃し、大きく押し返した戦いでもあったのである⁴⁶。

フォークランド紛争時の英政府・軍当局は、厳しい検閲を行うなどの高姿勢の報道対応に終始したが、メディア側の抵抗は全体的に微弱だった。当局の立場を極めて強いものにしていったのは、戦場の地理的な特殊性であった。英国の本土から約 13,000 キロ離れた、はるか南大西洋上の離島であり、最寄りの陸地は敵国アルゼンチンで、軍に頼らなければ現地に行くことも記事や映像の送信も不可能だったのである⁴⁷。そのため、メディア側よりも軍当局の方が優位に立っていた側面があった。

そして、不利と見られていた英国であったが、結果として戦いに勝利し、その結果に世界は目を見張った。だが各国、とりわけ米国の政府・軍当局が注目したのは、英国当局の「メディアに対する勝利」であった。そのため、以後は米国がフォークランドの戦訓を懸命に研究することになる⁴⁸。

ベトナム戦争とフォークランド紛争には、いくつかの大きな違いがある。まず、地理的な特殊性であり、ベトナムは様々なルートや方法で戦場に行くことができたが、フォークランドは通常の交通手段では戦場の周辺にさえ行くことができなかった。次に戦争の特性であり、対ゲリラ戦ではなく正規戦だったことである。ベトナムでは、現地住民が米軍の情報を南ベトナム民族解放戦線に伝えるなど敵側に回るが多かったが、フォークランドでは住民が英国からの移民であったので、その心配はなかった。また、戦争の大義名分の有無、戦争目的の明快さも大きく違っていたと言われている。加えて、戦争の期間の違いもある。ベトナム戦争が米軍の本格投入から撤退までをとっても 8 年間と長く続いたのに比べ、フォークランド紛争はアルゼンチン軍の侵攻から英国による戦闘終了の公式宣言まで 79 日間と短期戦であり、ベトナム戦争時の米国のように、国民が戦争の犠牲の多さを意識し、戦争に倦み、疑問から反戦に転ずることはなかった⁴⁹。

米当局は、こうしたベトナム戦争との違いも踏まえ、戦時のメディア対策の原則を抽出しようとした。ジャーナリズム研究者のジャクリーン・シャーキーによると、英政権に「圧倒的に好意的な報道と政治的な勝利」をもたらしたフォークランド戦争時のメディア統制を、「有用な新しいモデル」として研究した米国防総省は、あからさまな報道統制に代えて

⁴⁴ 同上、169 頁。

⁴⁵ 同上、170 頁。

⁴⁶ 同上、172 頁。

⁴⁷ 同上、175 頁。

⁴⁸ 同上、180 頁。

⁴⁹ 同上、180-181 頁。

次のような「新しい管理テクニック」を打ち出したという⁵⁰。

- ① 戦場への接近、取材を制限する。
- ② 映像は好ましくない部分を削除し“消毒”する。
- ③ 当局に不都合な情報は隠す。
- ④ 軍事上の失敗・成功に事実と異なる説明をする。
- ⑤ テレビを優先し、新聞の役割を弱める。

国防総省が報道の管理統制マニュアルを公開したわけではないが、その後の経過を見ると、ほぼシャーキーの言うような対メディア戦略・戦術が設定されたことは間違いないと言える⁵¹。また、直接のメディア対策ではないが、

- 大義名分を確立して戦争目的を明快にする。
- 短期戦とするよう努め、泥沼化を避ける。
- できるだけ死傷者数を抑える。

という事項も、大原則として光を当てられたとのことである⁵²。これは、ベトナム戦争とフォークランド紛争の違いからもわかるように、メディア対策だけでなく、国民や国際社会に対する世論形成の点からも、効果ある大原則であると言える。

その後、米当局がフォークランド戦争に学んだ新原則をテストする機会は、翌 1983 年のグレナダでの作戦で早速やってきた。そしてその機会に、次の理由により「フォークランド・モデル」を実験するのに理想的だった⁵³。

- フォークランド同様に島であり、報道陣を遠ざけ、また選別して従軍取材させることができる。
- 対ゲリラ戦ではなく、グレナダ軍との大幅な戦力差から短期戦を見込める。
- 1000 人近い米国の若者救出という、米国人の心に訴える大義名分がある。

こうして、米当局は、フォークランド紛争で学んで再設定した、戦争遂行原則およびメディア対応の手法に自信を持った⁵⁴。

更に米国は、パナマで「対メディア戦」の戦訓を積み重ねる。政府寄りの報道があふれた背景には、ブッシュ政権が掲げた「麻薬との戦い」という大義名分が受け入れられたこ

⁵⁰ 同上、181 頁。

⁵¹ 同上、181 頁。

⁵² 同上、182 頁。

⁵³ 同上、183 頁。

⁵⁴ 同上、186 頁。

ともあつたらう。だが、グレナダの経験を経て磨きをかけた米政府・軍のメディア対策が、力を発揮したことも確実である。

パナマでは、米当局は新しい方式を導入する。前線への立ち入りを厳しく制限しながら、少数の記者とカメラマンを選抜して代表取材させる「プール」システムである。グレナダで厳しい取材統制を受けた米メディア側の不満は強かった。米当局もメディア側の反発を無視できなくなり、そこで妥協策として登場したのが「プール」システムだったのである。ただし、これも従軍記者団の代表取材団であり、英国の戦訓に学んだものと言える⁵⁵。パナマでの「プール」システムも、「奇妙な盲目的愛国主義」が国内報道にあふれる一因となった。米当局は、「フォークランド・モデル」によるメディア管理に、ますます自信を深めたのである⁵⁶。

このように、ベトナム戦争での教訓に加えて、英国のフォークランドでの経験を踏まえ、米国はグレナダおよびパナマで新しいメディア対応の形を試行し、一つの形を形成していった。その形は、その後の湾岸戦争で、メディア統制の強化として本格的に実施されることになる。

3. 湾岸戦争時の戦争報道

(1) 戦争報道の状況

i. 「プール制／代表取材制」と「情報操作」

湾岸戦争は、生中継による最初のテレビ報道戦争であり、おそらく歴史上初めて、民間商業映像業者が国際世論を大きく動かした事例であった⁵⁷。また湾岸戦争では、テレビは情報を操作する人たちによって生みだされたイメージの鏡であると位置付けられた⁵⁸。加えて、湾岸戦争はメディア特性を持つテレビを利用した、最初のプロパガンダ戦争であったと言われた⁵⁹。

湾岸戦争では、米国 CNN が世界的に一躍有名となった。CNN は当時、イラク側から唯一バグダッドに残ることを許された、米国のニュース専門のテレビ局である。通信機器の発達により、現地で起こる一瞬一瞬が距離を超え、私たちの目にそのまま飛び込むようになった。戦争の実情が、リアルタイムに世界中の各家庭に届けられたのである。その報道内容は、事実を描写したものが中心であったかもしれないが、戦争指導者は、それぞれの報道内容が引き起こす反応を計算し、ある場合は政治的思惑を込めてそれらを操作し、あ

⁵⁵ 同上、188 頁。

⁵⁶ 同上、189 頁。

⁵⁷ 佐藤『戦争とプロパガンダ』13 頁。

⁵⁸ 門奈直樹『現代の戦争報道』（岩波書店、2004 年）20 頁。

⁵⁹ 同上、22 頁。

る場合は反応を利用しながら、報道との関係を構築していった⁶⁰。

湾岸戦争における報道対応では、「プール制／代表取材制」と「情報操作」が大きな特徴である。まず「プール制／代表取材制」とは、「前線取材に際して、軍当局が認めた少数の記者にのみ取材を許可し、それで得た情報や映像を取材に参加できなかった他の記者と共有する仕組み」であり⁶¹、グレナダやパナマでも試験的に用いられたこの方法が、湾岸戦争では本格的に使われた。統合参謀本部議長コリン・パウエルは、国防長官ディック・チェイニーとともに臨んだ記者会見で、はっきりと記者団に次のように要求している。

あなたがたが何か情報をつかんだときに、自主的な規制をしてくださるようお願いしたいと思います。(中略) つねに、われわれの部隊を保護するための作戦上の保安措置の必要性和秤にかけてください。何をにおいてもまずそのことを優先すべきであると考えています⁶²。

この「自主的な規制」と「われわれの部隊を保護するため」というキーワードは、湾岸戦争終結まで報道を縛り続けることになる。メディア側は米兵の生命を守るという大義名分に抵抗できず、また、それを無視した場合には報復されるのを恐れていたという。メディア側にとってとりわけ恐怖だったのが、取材の「プール」から外されることだった⁶³。「プール」から外されれば「現場」に行けなくなってしまうため、それは報道機関にとって最大の苦痛であり、特にテレビ局にとっては死活問題であった。「プール」が取材した記事や映像は平等に配信される約束となっていたとはいえ、できる限り「現場を踏む」ことは取材者の鉄則であり、とりわけベテラン記者にとっては本能のようになっているのであった⁶⁴。

そして、「プール」に入ることができた記者たちは、フォークランドで英国の記者が、パナマで米国の記者が経験したように、兵士に仲間意識を持ち、ともすれば軍寄りで「愛国心」な心情を持ちがちになった。そして、「プール」は更に一種のエリート意識と特権意識を持たせて記者や所属メディア同士を分断し、一致団結した当局への要求や抗議行動を妨げた⁶⁵。

米国の「プール」の原型は、フォークランドの英国従軍記者団にあった。当時の英国記者団は現地と本国の国防省で二重の検閲を受けねばならず、しばしば記事が勝手に書き換えられた。湾岸戦争の米国では、ここまであからさまではなかったが、記事や映像は送稿

⁶⁰ 佐藤『戦争とプロパガンダ』16頁。

⁶¹ 藤田博司『アメリカのジャーナリズム』(岩波新書、1991年)185頁。

⁶² 木下『メディアは戦争にどうかかわってきたか』199-200頁。

⁶³ 同上、200頁。

⁶⁴ 同上。

⁶⁵ 同上。

前に軍の担当者によって「検討」と呼ばれる点検を受けなければならなかった⁶⁶。

また、湾岸戦争時における情報操作についての有名な事例としては、「海鳥が油まみれになっている姿の映像」および「ナイラの証言」である。特に「ナイラの証言」は、国際社会にも大きな影響を与えた事例である。この事例は、クウェートから脱出した少女ナイラによる、クウェートの病院でイラク兵が保育器から赤ん坊を床に投げ落とす恐ろしい光景を目の当たりにした、という証言であったが、『ニューヨーク・タイムズ』のジョン・マッカーサー記者の調査で、ナイラの証言が仕組まれたものであったことが発覚する。ナイラの身元は「被占領下のクウェートで家族が報復されることを防ぐために」という理由で秘密にされていたが、それは嘘を隠すための措置で、このナイラが、実は在米クウェート大使の一人娘であり、米国育ちでクウェートには行ったことすらなかったというのが真実だったのである⁶⁷。

また、米政府・軍当局は、情報操作を厳重に行っていた。意図せず情報が流れることに問題があると認識していたため、情報発信の「蛇口」を絞るなど、内部からの情報漏れを厳重に防止する一方で、情報発信する場合には、情報を選択的に公表したり漏らしたりして報道を誘導していたと言われている。

湾岸戦争における情報操作は、「プール取材」という名の検閲体制と自主規制措置で具体化された、情報コントロールの実体である。情報コントロールは、メディア管理と世論操作を目的にしたものであり、軍の行動上の便宜を図ることと、戦争そのものの正当性を訴えるために行われたのである⁶⁸。そして、軍の行動上の便宜を図るということで採用されたシンボルは「国家の安全」「国益」であり、戦争の正当化では、「正義の戦争」というキャッチフレーズが飛来した。このようなシンボルやキャッチフレーズは、近代戦争で為政者が戦争行為の有効性を高めるために使用し、これらの用語をちりばめ、最新の情報技術を駆使して反復された膨大な量の情報が人々を圧倒した。これらの要素が、湾岸戦争報道の特徴であったと言われている⁶⁹。

ii. ルール

湾岸戦争を特徴付けるものとして、メディアと軍の間に立ちはだかった二つの文書がある⁷⁰。1991年1月14日付の「『砂漠の盾作戦』グラウンドルール（行動ルール）」と⁷¹、「ニュース・メディアのためのガイドライン（指針）」である⁷²。

「『砂漠の盾作戦』グラウンドルール（行動ルール）」は、部隊の兵力や装備をはじめと

⁶⁶ 同上、201頁。

⁶⁷ 武田徹『戦争報道』（ちくま新書、2003年）153-154頁。

⁶⁸ 門奈『現代の戦争報道』37頁。

⁶⁹ 同上。

⁷⁰ 朝日新聞社『メディアの湾岸戦争』（朝日新聞社、1991年）39頁。

⁷¹ 同上、39-43頁。

⁷² 同上、41、43-46頁。

する報道禁止の情報項目を列挙していた。また、「ニュース・メディアのためのガイドラインは」、報道機関関係者の行動の、細部にわたる注意事項等について示していた。特派員が米統合情報局に登録して米軍を取材するためには、この二つの文書に書かれた内容を了承し、遵守を誓わなければならなかった。英軍も同日付で「国防省情報ガイドライン」を出しており、米軍とほぼ同様のメディア管理・統制を明文化している。またフランスも1月10日、国防省とメディアが「エスコート士官」の同行や代表取材方式の導入を合意した⁷³。

「プール」に参加できたのは、世界中からサウジアラビアに集まった記者・カメラマンら約1,400人のうち、約200人にすぎなかったと言われている。米国と英国のメディアからの特派員がその大半を占め、単独取材しようとする「御法度破り」の記者らは、容赦なく拘束された⁷⁴。

ここで興味深いのは、米国の放送界には明確な番組放送基準がない一方で、英国の公共放送BBCには戦争報道の指針（War Guideline）が存在し、1991年の湾岸戦争と2003年のイラク戦争にあたって、それぞれで指針を発表している点である⁷⁵。この二つの指針を比べたときに明確なことは、湾岸戦争の指針が「BBCといえども軍にいわば迷惑のかかるような報道をするのは本意ではない」という立場を示しているのに対して、イラク戦争の指針では、そうした「軍への配慮」が見られず、報道機関としての使命と責任だけを強調していることである⁷⁶。

このように、英国においては英軍がメディア管理・統制を明文化している一方で、メディア側も戦争報道に際して、一連の規制を踏まえた上で積極的に戦争報道の指針を示し、対応していたことが伺える。戦時の政府・軍当局側の報道対応とメディア側の報道の指針については、それぞれが世論に影響を与える戦争報道のベースとなるものであることは間違いない。

（2）教訓とその後

「湾岸戦争は終わった。報道機関は敗れた」とは、終戦後間もなく開かれたナショナル・プレスクラブでのフォーラムで、ベトナム戦争時に国防総省の首席報道担当官を務めたバリー・ゾルシャンが述べた言葉である。『ニューヨーク・タイムズ』のメディア担当記者マーチン・アーノルドも「今度の戦争で負けたのは、イラクとメディアだ」とインタビューに答えて語っている⁷⁷。

『ワシントン・ポスト』紙の元編集局長ベンジャミン・ブラッドリーは、十分な報道を展開するには時間がなさすぎたと振り返る。「この戦争は、とんでもなく早く終わったんだ」。彼が言うように、ごく短期間で戦争が終わったため、多くのことが報道されないまま

⁷³ 木下『メディアは戦争にどうかかわってきたか』202頁。

⁷⁴ 同上、204頁。

⁷⁵ 岡本『戦争報道ガイドラインに関する一考察』20頁。

⁷⁶ 同上、22頁。

⁷⁷ 木下『メディアは戦争にどうかかわってきたか』224頁。

になった。後でニュースになっても、インパクトは著しく弱まった。だが、この「時間を与えない」ことも、政権側の対メディア戦略の重要な一環だった⁷⁸。

そして湾岸戦争においては、CNNを筆頭に、軍が提供したものを含めた派手な映像とトークで視聴者をひきつけたテレビを報道合戦の「勝ち組」とすれば、統制でほとんど身動きもできなかった感がある新聞や雑誌は「負け組」に分類されるだろう。一方、「政府・軍当局対メディア全体」という図式でとらえると、勝者は明らかに当局側だった。

湾岸戦争終結後、イラク戦争においては、「エンベット（埋め込み）」と呼ばれる方式が使われた。エンベットは、記者が1、2人ずつ部隊に組み込まれ、米軍と共に生活をし、共に戦地に赴くというものだった。「報道機関の従軍が認められたことで、マスメディアは戦争の現場にアクセスすることができた。そのためか、この戦争報道の評価については、湾岸戦争の時のようなマスメディアの全面的な敗北という声はほとんど聞こえず、むしろ、マスメディアには充足感が伺えた」と言われている⁷⁹。

これまで取材を全面的に排除してきた米軍の対応が一転し、制限はあるものの、米軍の行動が独占的に取材できることは、メディアにとって魅力があった。しかし、米軍の発表する情報しか得られないという点においては、戦争全体から見ると、限定的・局所的な取材であったと言える。一方で、記者やカメラマンが米軍と行動を共にするということは、米軍に命を預けるのと同じであり、米軍側に感情移入することになり、政府や軍寄りの報道になっていくのは当然であったとも言える。

4. 戦争報道とメディア

(1) 戦時のメディアの役割

木下和寛は「人類の歴史は戦いの歴史でもあった。物理的な戦いが戦争であり外交・政治は非物理的な戦いである。情報の収集力と発信力は国家にとって経済力・軍事力と並ぶ『戦力あるいは国力』と言える。その意味で、情報を媒介するメディアは、国家にとってはうるさい批判者・監視者であると同時に強力な武器ともなってきた」と述べている⁸⁰。メディアの世界における「強国」と言われる国は、第一次世界大戦までにはほぼ形成されていたと言われており、具体的には英国、ドイツおよびフランスの西欧の主要国、そして米国である。強い経済力を持つ国は、軍事能力もメディアも強力となった。経済力は技術を育てて武器装備を発達させ、兵員となるべき人口を増やし、情報を求めてメディアの発達を促した。「経済 (Money)」、「軍事 (Military)」、「メディア (Media)」という「三つのM」が

⁷⁸ 同上、225頁。

⁷⁹ 石澤靖治『戦争とマスメディア——湾岸戦争における米ジャーナリズムの「敗北」をめぐって』（ミネルヴァ書房、2005年）268頁。

⁸⁰ 木下『メディアは戦争にどうかかわってきたか』3頁。

国家のパワーとなったのである。米国では、1933年に登場した第32代大統領フランクリン・ルーズベルトがメディア、とりわけラジオという新しいメディアの可能性を最も明確に理解し、徹底的に利用して、米国を「三つのM」を兼ね備えた強国に育てた指導者であった⁸¹。

過去、第二次世界大戦時の日本やドイツ、ソ連などはメディアを強権で統制しようとし、米国や英国はおおむね自立性・自発性を尊重して、味方に引き入れようとしたと言える。両者の姿勢の違いの背景には、政治体制に加えて、メディアの伝統と力という要素もあるが⁸²、戦時という状況において、国内外の世論形成や戦争報道のあり方、メディアとの関係構築等について、戦争の教訓を次の戦争に活かしていることは事実である。

そもそも戦争で勝ち抜くためには、明確な戦略と適切な戦術の組み合わせが必要であると言われる。「戦略」とは、目標または目的を効果的に達成するための大規模かつ長期的な方法であり、戦争の総合的な準備、計画、運用の方法である。「戦術」とは、戦略により定められた構想に従って、実際の作戦や戦闘などを効果的に行うための、戦略と比べて小規模かつ短期的な方法である。

これからの戦いを考えるときに、メディア戦争においても、戦略と戦術が必要である。木下は、メディア対策の目標と戦略について、概ね次のようになると整理している⁸³。

- 目標
政府・軍当局に有利なニュースが発信されるようにし不都合な情報発信は抑制して国際・国内政治および戦争遂行の力とする。
- 戦略
 - ① 新聞、雑誌、テレビ、ラジオなどメディアの影響力を評定する。
 - ② メディアに情報を提供することによる効果や損失を他の諸条件を勘案しながらさまざまなケースを想定して事前評価する。
 - ③ 提供方法や提供の限度、検閲など抑制の方法の概要を決定する。
 - ④ 不都合な記事が発信されてしまった場合のダメージ・コントロールの方針を定める。
 - ⑤ 必要な法制・組織を整備する。

ただし、これからはマスメディアだけではなく、個人等が情報発信するソーシャルメディアについても、その対応が求められる。情報を伝える主体が、マスメディアだけではなく、世界中の一個人にまで多様化したのである。その発信される情報は、個人の価値観等に委ねられており、即時性と拡散性も高い。インフルエンサーが情報発信した場合には、

⁸¹ 同上、37頁。

⁸² 同上、106頁。

⁸³ 同上、105-106頁。

その情報の真偽に関係なく、瞬く間に情報は拡散する。場合によっては、偽情報が事実かの如く、世界中に発信されるのである。そのような場合には、メディアがファクトチェックをして事実を情報発信することで、国民や世界の混乱を鎮める役割を担うことができるであろう。また、その役目はメディアだけに期待するのではなく、ソーシャルメディアを活用した情報の発信を活用することが必須である。そのソーシャルメディアの活用と言っても、政府・軍当局自らが行うことも、インフルエンサーと呼ばれる第三者、既存のメディア機関等が行うことも含めて、複数の発信者が実施していくことになる。そして、今や国民ひとりひとりが情報発信者となっていることから、それも大きな影響を与えていることを忘れてはならない。だが、メディアというものが、戦時における一つの大きな武器であるということに変わりはないと言えよう。

(2) メディアの報道責任

かつて新聞やラジオ放送が主であった戦争報道は、今ではテレビが通信衛星によって戦場を生中継で私たちの眼前に伝え、またソーシャルメディアによって、現場の最前線の情報を即時に見ることが可能となった。しかし他方で、戦争の現場で取材しているジャーナリストたちと、切り取られた情報としてのみ見ることのできる一般の人々の間で、見えるものに大きな違いがあるのも事実である。そして、報道された内容の正確性や客観性等についても疑問が残る。それが「フェイクニュース」の存在でもある。

一田和樹は、現在ここまでフェイクニュースが大きな問題となっているのには理由があるとし、「ネット世論操作は近年各国が対応を進めているハイブリッド戦という新しい戦争のツールとして重要な役割を担っている。ハイブリッド戦は、経済、文化、宗教、サイバー攻撃などあらゆる手段を駆使した、なんでもありの戦争を指す。この戦争に宣戦布告はなく、匿名性が高く、兵器を使った戦闘よりも重要道が高い。そのためフェイクニュース、ネット世論操作はハイブリッド戦という枠組みの中で考える必要がある」と述べている⁸⁴。そして、われわれ自身が、戦争報道として発信された情報を見るときに、その情報自体だけではなく、歴史・文化・民族・国家など、戦争の背景にある全てに対する適切な理解をした上で情報を見ることが必要であるため、メディアの任務と責任は極めて重要なものになっている。メディアには、そこにある事実だけでなく、その背景も踏まえた上での報道が求められるのである。

最後に、作家であり、アメリカン大学の国際政治学者であるハミド・モワラーナ名誉教授が提案している、「国際倫理綱領」というものを紹介したい。これは、紛争状況におけるマスメディアのためのガイドラインとなるものである⁸⁵。

⁸⁴ 一田『フェイクニュース』6頁。

⁸⁵ Hamid Mowlana, "Communication, World Order and the Human Potential: Toward an Ethical Framework," in *The News Media in National and International Conflict*, ed. Andrew Arno and Wimal Dissanayake (London: Routledge, 2019), p. 34.

【国際倫理綱領】（抜粋）

一 戦争の抑止と平和の促進

しばしば指摘されているように、もし、国際メディアが戦争に動員されたり、緊張関係を悪化させたりすることができるのなら、なぜその逆のことができないのか。国際メディアは、以下のことを実践すべきである。

- ・ 紛争の平和的解決策に関する情報を増加する。
- ・ 敵対地域の住民を人間として扱わないような相互に対する悪イメージを打ち砕く。
- ・ 論議されている問題を伝える報道の中に隠された偏見に注意する。
- ・ 一触即発の危機になりうる状況に早くから注意を向ける早期警告の道具としての役割を果たす。
- ・ 敵対者に対して紛争の平和的解決法を喚起する。
- ・ 紛争の調停者の威信を高める。
- ・ 敵対する双方の側の紛争調停者を相互に接触させる。

ここにも記されているように、メディアは「戦争の抑止と平和の促進」のために、重要な役割を担うことができる存在なのである。

おわりに

総力戦の時代の幕開けとなった第一次世界大戦、「正義の戦争」と位置付けられた第二次世界大戦、米国にとって最初の負け戦となった「不名誉」なベトナム戦争、軍事大国としての米国の名誉挽回を課せられた湾岸戦争が起こった 20 世紀は、「戦争の世紀」とも呼ばれる。続く 21 世紀は、デジタルテクノロジーの劇的な発展により、デジタル機能が社会のあらゆるシステム、政治、経済などの様々な分野で急激な革新を促進した。インターネットやソーシャルネットワークの普及は、戦争報道にも大きな影響を及ぼしている。ロシアによるウクライナ侵攻で起きていることは一種の情報戦とも言えるものであり、情報発信が SNS などの多様な手段によって実施されており、そこには偽情報やフェイクニュースもあれば、国民の意識を高めるような情報もあり、情報が一つの武器であることが改めて理解される。

従来はマスメディアが能動的に発信した情報を人々が受動的に受信する時代であったが、今や様々な発信者が世界中の様々な場所から自由に発信することができ、その情報を受信する側も、任意の時間や場所で、多様な方法を用いて能動的に選択することが可能となった。ただし同時に、その情報が自分にとって興味のある情報や、都合の良い情報に偏っている可能性があることも忘れてはならない。

戦時においても同様である。これまでのメディアを通じた戦争報道だけでなく、戦争当事国の一国民が情報発信者となっている。そこには、プロパガンダ目的で発信された情報やフェイクも存在する。そして、情報の正確性や信憑性が高いからといって情報が拡散されるわけではなく、情報が拡散されるツールであったり、拡散する人がインフルエンサーであったりと、色々なバイアスで情報が拡散される側面がある点も特徴的である。

木下和寛は、「民主主義を標榜する国家の当局とメディアは、互いに必要としながら、ときに対立しときに馴れ合い、主導権を握ろうと懸命になり、互いを鍛えあってきた。この根底にあったのは、メディアには単に報道するだけでなく解説や批評をするジャーナリズム性、批判精神が必要であり、これがあればこそ、報道が国民に、世界に受け入れられるという共通認識である。メディアを自在に活用した米英の強力な指導者は、この本質を十分に理解していた。ナチス・ドイツの総統ヒトラー、そして宣伝相ゲッベルズはこの点についてルーズベルトやチャーチルには及ばなかった。日本は……言うまでもないだろう」と述べる⁸⁶。また、「ある国の発言が世界に響いてゆくのは、軍事力と経済力の裏付けがあり、それが行使されれば世界の運命に影響するという状況があるためである。しかし、発言を発信する『言いふらしの力』、すなわちメディアの力が弱ければ、その国の意図は世界に理解されず、孤立して衰勢に向かう。日中戦争から第二次世界大戦にかけての日本、ドイツが典型的な例である」と分析している⁸⁷。

ハイブリッド戦や世論戦、そしてメディア戦を考えたとき、戦争プロパガンダや戦争報道がどのようなものであるかを認識した上で、メディアの役割を理解し、メディアとの関係をどのように位置付け、対応していくのかを整理する必要がある。しかも現代は、報道コントロールを図る側に、PR企業という新しい要素が加わってきている。また、インターネットは極めて有用な情報発信のツールであり、メディアを活用する対応は当然のことであるが、ソーシャルメディア等への対応が迫られている時代でもある。

仮に日本が当事国となったとき、あるいは平時やグレーゾーンと呼ばれる段階においても、果たして自国で起きたこと、起きていることをしっかりと伝えることができるのか。一つの武器として「メディア」をどのように活用していくのか。時代に応じた情報発信の形を構築し、その一方でメディアリテラシーを高め、柔軟かつ適切に対応していく必要がある。そのためにも、時代に応じた広報のあり方や当局とメディアの関係性を、不断に検討していくことが求められよう。

⁸⁶ 木下『メディアは戦争にどうかかわってきたか』347頁。

⁸⁷ 同上、346頁。

