

ナチスの女性政策とプロパガンダ

ナチスドイツによって、1936年から1942年までにドイツの女性に対して行われたBDMを介したプ

ロパガンダはどの程度女性政策の成功に貢献したのか

Subject: History

word count:7346

目次

| | |
|----------|---|
| 序論 | 2 |
| 研究手法 | 2 |
| ナチスの女性政策 | 3 |
| BDMの効果分析 | 4 |
| 結論 | 6 |

序論

情報化社会において、私たちが日常的に触れる情報の量は増えている。2016年、2020年にアメリカで行われた大統領選挙では、ロシアがプロパガンダをアメリカ国内に流していた疑惑が流れるなど、今まで以上にプロパガンダに露出される機会が増え、インターネットなどメディアの発展が進んだ今、プロパガンダによって行われる大衆操作の効果は関心が高まっている。(Mihalcik, 2016)そこで、プロパガンダではよく知られた事例であるナチスドイツが行ったプロパガンダに焦点を当て、研究することに価値を感じた。宣伝大臣ヨーゼフ・ゲッベルスによって行われたプロパガンダはナチスドイツにおいて彼らのイデオロギーを国民に浸透させるのに有効なツールとして知られている。果たしてその効果は女性に対して有効だったのか？本論では、ナチスドイツによって、1936年から1942年までにドイツの女性に対して行われたBDMを介したプロパガンダほどの程度女性政策の成功に貢献したのかという問いを考察していきたい。

研究手法

プロパガンダの効果の「評価」は可能な限り難しいと多くの研究によって示唆されている。戦時中のプロパガンダは政府の政策や軍の戦略を補助する役割が多く、その作戦が成功すればプロパガンダも成功とみなされることが多くなり、逆もまた然りである(津田,2018)。第二次世界大戦中BBCのヨーロッパ大陸向けトークの編集責任者を努めたアラン・ブロリックはプロパガンダについて以下のように述べた。「あなたが勝っているとき、あなたのプロパガンダは巧みなものとされる。あなたが負けているなら、それは下手くそなものとされる。もしわれわれが戦争に負けていれば、

BBCにはその責任の多くが帰せられていただろう。(津田, 2018)」この言葉は、プロパガンダの効果測定の難しさを簡潔に表している。政策を成功まで導くに当たって、大衆の動員は数多くある必要な要素の中の一つでしかなく、最終的に政策が成功したからといって、プロパガンダに効果があったと評価するのは大きな問題がある。プロパガンダ自体の効果を単独で評価することはできないのである。それでも一般的にナチス・ドイツのプロパガンダが強力だと評価される「プロパガンダ万能論」が多く展開されるのには一般国民の責任を回避させる目的があったと佐藤卓己は論じている(佐藤, 2018)。ナチスのプロパガンダの能力を極端に誇張することによって、当時ナチスドイツに投票した人たちが自由意志の元ヒトラーに投票した加害者的な立ち位置から、プロパガンダによって「騙された」という被害者的な立ち位置に動かすことによって、免責しようとしたレトリックが内包されているのだ(佐藤, 2018)。本論で扱う一次資料においても、プロパガンダがいかに強力だったかを強調する資料が多く存在するが、それらは全て上記のバイアスと限界が伴っていることを考慮し、疑問の余地があることを明記しておきたい。以上の点から、本論では一次資料を分析することで、BDMIによって行われたプロパガンダの特性、効果、限界を分析し、総合的な効果を検証していきたい。先行研究では、Michael J. Stout によるナチスのプロパガンダ全体の総合的な効果の分析が有力なものとして評価されている。しかし、Michael J. Stout の論文は、当時のドイツ全体のプロパガンダの効果を測定した物であり、「女性」、さらに「BDM」という媒体に絞って効果測定を行い、プロパガンダの評価を行った論文は存在しなかったため、ここに本論の独自性があると考えられる。

ナチスの女性政策

アドルフ・ヒトラーがドイツで政権を取ったとき、当時のドイツは大きな問題を抱えていた。出生率の低下である。第一次世界大戦の敗戦、賠償金などの影響でドイツ経済はインフレを起こし、1901年の人口1000人当たりの出生数が36人だったのが、1933年には人口1000人当たりの出生数が14.7人にまで落ち込んでいた(桑原,2010)。この時期はヨーロッパの国々が覇権争いを繰り返し、ナショナリズムの高揚と共に、国力増強に取り組んだ時期であり、このような状況の中で、少子化傾向にあるのは国力低下に繋がる事案であり、ナチ党にとって解決すべき喫緊の課題であった。そこで、ヒトラーは国家を支配した後、すぐに女性に母親になることを奨励し続けた。しかし、女性は母親になるだけでは彼にとって足りなかった。「男性の世界は国家であり、男性の世界は闘うことであり、共同体のために尽力することであると言えるなら、女性の世界はもっと小さな世界だといえるかもしれない。なぜなら、女性の世界は夫であり、家族であり、子どもたちであり、家だからである。もしその小さな世界を受け持とうとする者がいなければ、いかにして大きな世界は存続しえるだろうか。」と1933年の演説で主張している様に男性が「社会」という公的空間をまもるのに対して、女性は「家庭」という私的空間を守ることを求めている(桑原,2010)。その上で、ナチスドイツの女性に対するプロパガンダには大きく分けて二つの目的があった。

一つ目に出産の奨励だ。1934年、ミュンヘンにて、ゲッベルスは以下のように演説をおこなった「反発的で時代遅れに聞こえるかもしれませんが、はっきりと言わせてください。女性の最も輝かしい義務は、自分の国民と国家に子供を与えることであり、代々の血筋を引き継ぎ、国家の不滅性を保証する子供たちである。女性は若者の教師であり、それゆえに未来の基礎を築く者である。家庭が国家の力の源であるならば、女性はその中心であり中心である。女性が国民に奉仕

する最高の場所は、結婚であり、家庭であり、母性である。これが彼女の最高の使命です。だからといって、雇用されている女性や子供のいない女性が、ドイツ国民の母性に何の役割もないということではありません。彼女たちは自分の力、能力、国家に対する責任感を他の方法で使っているのです。しかし、社会的に改革された国家の第一の課題は、女性が家族の中で、そして母親としての使命を果たす可能性を再び与えることでなければならないと私たちは確信している。」

(John Simkin, 不詳)第三帝国における女性政策は理想的なアーリア人の共同体を作るという役割があった。ヒトラーは当時の女性に対して運動の活動の担い手として、人種の生成者としての生物的な役割を求めた。より多くのアーリア人が増えれば、ドイツの軍事力が向上し、東ヨーロッパの征服された領土を植民地化するための入植者がえられると考えられていたため、人種的な純粋な女性に可能な限り多くの子供を産ませることを求めた。二つ目に女性に対して「家庭」という私的空間に籠ることを求めた。同じく1934年のヒトラーの演説において、「女性の開放」と言うスローガンはユダヤ人知識人によって作り出されたものだと主張し、明らかにマルクス主義と結びついていると示唆した。また、イギリスの歴史家である、リチャード・グランバーガーは、女性の方が賃金がやすかったため、3割の男性が解雇されていた中、女性が解雇される割合は1割で、女性であることによって解雇される割合が低かったことを指摘している。(John Simkin, 不詳)結果、女性は全労働者の37%を占める結果となった。この状況に対する反動をうまく利用するためにヒトラーは1932年の選挙の時、4年以内に八十万人の女性の職を奪うことを公約として掲げた。この政策に対する女性からの反感を抑えるためにも「全ての女性は夫をもち、家庭を守るべき」と言うイデオロギーを伝える必要があった。(Richard Grunberger, 2005)

BDMの効果分析

BDMとはBund Deutscher Mädelの略であり、ドイツの青年女子組織である。女子に主婦及び母親となるための準備教育を施し、その際、国家社会主義思想を植え付けることを目的としたヒトラーユーゲントの下部組織である。1936年のヒトラーユーゲント法の制定と共に、強制参加の団体と変化した。優生思想からドイツ民族の血統とドイツ国籍を持つ障害を持たない10歳から18歳が集められ、「健康な男子は健康な女子から生まれる」という言葉に基づき、体育などの科目を行い、少女たちを教化して行ったプロパガンダ組織だった。(Holocaust national centre, 不詳)

BDMを介したプロパガンダは2つの点で非常に効果的だったと指摘できる。一つ目にドイツ内の女性にナチズムに関わる女性としての内集団意識を醸成することに成功したことがあげられる。同じ世代の女性と同じ制服を着て同じイデオロギーを共有することで、学校など他のコミュニティ以上に強いコミュニティを作ることができ、そこに共同体意識を作り、特定のイデオロギーを教化しやすい環境を作ることができたのだ。実際ナチスドイツで生きていた女性の手記を読むとその力が実感できる記述が多く見つけられた。当時のドイツを生きたレナーテ・フィンクは「若い乙女よ、相当は君をも必要としている」のようなスローガンに深く感じ入っていました。より高い目的のために、本当に必要とされているのだと言う意識が、私を幸福と誇りで満たしていました。そして私は全く完璧なまでに、相当の責務に従事し、ついには、そこに没頭していました。」

(Schüddekopf, 1987)この言葉は特にBDMの威力を表しているであろう。他にもドイツ少女連盟(BDMの別称)の中でようやく心の故郷、安全な場所、そしてまた、私の真価を認めてくれる場を見出したのです。」(Schüddekopf, 1987)このような言葉から、少女たちはBDMに自分自身を帰

属させていき、アドルフ・ヒトラーが持つ思想やヒトラーそのものへの崇拝を強めていったことが見られる。実際、歴史家のクラウス・マーティンはBDMが最も効果を発揮したときには「家族、独立した友情の輪、学校での繋がりに下って、少女たちの人生に踏み込んでくる」新しいコミュニティが生まれたと主張している。また、両親が共産主義などを信じていて、ヒトラーを否定的に見ている家庭の少女も多く参加していたことが多くの回顧録から見ることができた。インゲボルグ・ドレヴィッツは1936年、あえて両親に言わずにBDMに参加した。「なぜかという、人は13歳になるといろいろなことを考えるものだからです。私は何としても両親に反抗したかったのです。みんなが好きなものはすべて嫌いでしたから」(Claudia, 1988)。ゲルダ・ゾーンもまた、両親がドイツ共産党員であったにもかかわらず、密かにBDMに参加していた。後に彼女は、友情、外出、そして「大義のために働く」という興奮を楽しんだと回想している(Claudia, 1988)。このことから、「家庭」と言う社会集団よりも魅力的な場所として機能しており、親の政治的イデオロギーを超越する物があつたのであろう。中には、BDMの参加を拒否した女性はいるものの、所属しないことによる拒絶や排除は起こっていた。カルマ・ラウフートは、BDMへの参加を拒否した一人であり、次のようなエピソードを残している。「学校の校長が彼女をオフィスに呼び寄せて言った。"親愛なる君、私は君に卒業証書を与えることはできない。言うておくが、君は何の役にも立たない。あなたはBDMに入っていないし、党にも入っていない…。労働者にはなれるかもしれませんが、何者にもなれません"。カルマはこう答えた。「まあ、世界は丸い。回転しているんだよ」。この発言に校長は激怒し、彼女を当局に報告した。」(Alison, 1995)このことからBDMに所属しないことに対して大きな社会的なプレッシャーが存在していたことを見ることができる。

また、ヒトラーユーゲント法の発行から、強制参加となったことから、その世代全てに確実にヒトラーのイデオロギーを集中的に宣伝、教化させることができたという点は、他の媒体には全くないものである。ヒトラーユーゲント法では、子供がBDMIに参加するのを妨害した場合、両親も含めて誰でも罰金や禁固刑に処せられることができた。政治宣伝において、いかにターゲットに届けるかは効果を考慮する上で重要な要素である。そんな中、限定的であれど、特定の集団にイデオロギーを強制的に届けることができる媒体を持っていることは非常に強い強みであったことが想像出来る。そして、その世代が全て女性のみならず、BDMが行っていた週一回のラジオ放送、「National Youth Hour」や、街でのパレードなどで他の層にもヒトラーのイデオロギーを伝えることに貢献したのである。(Mouton, 2005)特にラジオ放送の優れた点としては、BDMを起点に、国内のほとんどのナチスのイデオロギーを宣伝することが可能だったことが挙げられる。ナチスの宣伝大臣であったヨーゼフ・ゲッベルスは、「ラジオはわれわれが利用しうる大衆宣伝の手段としては最先端かつ最重要のものである」と、ラジオを媒介した宣伝に大きな価値を感じていた。1933年には、「ゲッベルスのブラスター」の愛称で親しまれている安物のラジオ、Volksempfänger(民衆の受信機)が生産された。1934年までに350万台以上が販売され、1936年にはドイツの全世帯の半数がラジオを持っていた。1934年には350万台以上が販売され、1936年には全ドイツの家庭の半数がラジオを所有していた。これにより、ヒトラーをはじめとするナチスの指導者が行った公共の儀式や演説がすべて放送されるようになったのだ。(草森, 2017)「音声」を媒介しないラジオは視覚を要求しないが故に、主婦が家事をしながら聞くことができるメディアであった。従来の情報伝達のシステムと違い、家で働いている主婦にとっての政治活動の手段と共同体感覚を提供することができた。(佐藤, 2018)それによって、家にいる主婦と政治との距離を近づけ、より国家社会主義を身近な存在にしたのだ。プロパガンダ機関としてほ

ぼ全ての少女を直接的に教化しただけではなく、彼女らを媒介に幅広い国民にイデオロギーを伝えることができたのは大きな効果があったとみることができるだろう。

しかし、限界として2つのポイントが挙げられる。多くの女性が国家社会主義的なイデオロギーとは関係なしに、BDMを、楽しみを得るためのみに参加しており、最終的な強化まで至らなかったケースが見られた。実際に当時の女性の声の中には、ナチズムのイデオロギーに心酔してBDMに入ったと言うよりも、スポーツなどを楽しみたくて入ったと証言している女性は多くいる。スザンネ・フォン・デル・ボーシュは、「背が高く、金髪で、青い目をしていて、スポーツに夢中」だったため、「理想的なドイツ人女性」と考えられていた。彼女はこう指摘した。「これが私の世界でした。私は昔からスポーツが好きで、友達と一緒にいるのが好きだったので、私の性格に合っていたのです…。私はいつも家の外に出たがっていました。これは私にとって最高の言い訳でした。家にはいられなかった。乗馬やスケート、サマーキャンプなど、常に何かが起こっていたからね。家にいることはありませんでした。」(Haste, 2002)このように、BDMの国家社会主義のイデオロギーを持つ側面ではなく、それに付随するスポーツやコミュニティに価値を感じていることがわかる。このポイントで本当にヒトラーが意図するほどの宣伝が達成できたかは、依然として疑問が残る。

また、そもそもナチスが抱えていた女性に対するプロパガンダの最終目的である、出産の奨励とナチズムが求めた母性象を強化させることに成功したかどうかで言うと大きな疑問符が付く。上記の通り、BDMにおいて、女性の記憶に顕著に残っているのはナチズムのイデオロギーではなく、それに付随していたアクティビティである。そのような環境において、ナチズムが求めた家に籠り、家事をする女性を作り出すことはできなかったのではないか？実際にその仮説を確かにする記述は様々なところで見られた。BDMの参加者がナチズムが求める女性像を求めていないこと

を見て、1948年にヒトラーユーゲントの指導者であった、バルドゥール・ベネディクト・フォン・シーラッハは家事スキルの習得を義務づけた。しかし、カロラ・シュテルンのように、伝統的な家庭性を強調することに拒否反応を示す少女もおり、「しかし、かぎ針編み、編み物、手芸、学校だけでなく(青年団の)奉仕活動などは、彼女には向いていない」といった言葉を残している。

(Beaumelou, 2020)また、幼い子供を持つ母親に家事手伝いを提供するというBDMのプログラムは、手伝いをしてくれる少女がいなかったために大きな打撃を受けたのだ。(Beaumelou, 2020)さらに、ナチスの時代には出生率は上がらなかった。多くの若いカップルが、ナチス国家が提供する結婚資金を受け入れたにもかかわらず、すぐに家庭を築くことはなかった。(Beaumelou, 2020)BDMは少女をナチスのイデオロギーの媒体となる存在にすることは成功したであろうとも、国家社会主義者の母や妻になることには失敗したと見れることから、当初のナチスの目的は達成することができなかったという見方もできるであろう。

結論

BDMはナチスのイデオロギーを浸透させることに関しては効果的であったが、ヒトラーの女性政策のゴールであった、出産の奨励などの達成にほとんど貢献しなかったと結論づけたい。ヒトラーユーゲント法で、女性はBDMに強制的に参加することになり、その参加した女性が率先して行っていたラジオ放送やパレードなどでその周囲のドイツ国民にも国家社会主義のイデオロギーを伝えることは行うことができたが、肝心の女性の教化には失敗していることがわかった。今後は発信側だけではなく、プロパガンダを受信する側の分析や他の媒体も含めた包括的かつ幅広い分析を行うことでヒトラーのプロパガンダの評価が必要なことがわかった。

主要参考文献

Alison Owings (1995). *Frauen: German Women Recall the Third Reich* Penguin

Caroline Beaumelou (2020). *Politicising Girlhood: Emancipation and Indoctrination in the League of German Girls* The Elphinstone Review

Cate. Haste (2002). *Nazi Women* Channel 4 Books

Carrie Mihalcik (2016). 米大統領選中の虚偽ニュース、多くはロシアのプロパガンダか. Cnet.

Retrieved from <https://japan.cnet.com/article/35092797/> (February 20, 2021)

Charles Schüddekopf, (1987), *ナチズム下の女たち—第三帝国の日常生活*, ドイツ:未来社

Claudia Koonz (1988). *Mothers in the Fatherland: Women, the Family and Nazi Politics*

Mandarin; New edition

George L. Mosse, 1975, *The Nationalization of the Masses: Political Symbolism and Mass Movements in Germany, from the Napoleonic Wars Through the Third Reich*, United States of America: Howard Fertig Pub

Holocaust national centre (不詳). Female Hitler Youth. Holocaust national centre. Retrieved from <https://www.holocaust.org.uk/the-league-of-german-girls> (April 15, 2021)

John Simkin(不詳). Women in Nazi Germany. Spartacus Educational. Retrieved from <https://spartacus-educational.com/GERwomen.htm> (February 21, 2021)

Michelle Mouton (2005). Sports, Song, and Socialization: Women's Memories of Youthful Activity and Political Indoctrination in the bdm *Journal of Women's History*

桑原 ヒサ子 (2010). 第二次世界大戦下の大衆メディアにおけるジェンダー・民族表象の 国際比較 敬和学園大学

草森 紳一 (2017). 絶対の宣伝4 文遊者

Richard Grunberger (2005). A Social History of The Third Reich W&N

佐藤 卓己 (2014). 増補 大衆宣伝の神話: マルクスからヒトラーへのメディア史 ちくま学芸文庫

佐藤 卓己 (2018). ファシスト的公共性——総力戦体制のメディア学 岩波書店

田野大輔 (1999). メディアの帝国: ナチズムの文化政策と政治美学 京都社会学年報

津田 正太郎 (2018). 「聴く」プロパガンダ: 第二次世界大戦時における英国のプロパガンダ政策 社会志林

津金沢 聡広(2003). 広報・広告・プロパガンダ ミネルヴァ書房