

## 戦時の印刷紙芝居

山本武利

GHQ は日本の都市にあまねく人気のある街頭紙芝居の存在に驚き、欧米にないそのメディアの人気の秘密を調査した。そしてその歴史に人気の構造を把握するようになった。すると政府や軍が戦前、戦中を通じ紙芝居を戦争プロパガンダに使っていることを知った。日本軍は南支で紙芝居が中国人に人気があることを初めて知って、日中戦争の拡大に合わせて大陸全土や満州でプロパガンダに使った。さらにアジアの占領地でも工作メディアとして活用した。しかし戦争末期になると、軍部の工作班は日本の紙芝居をそのままもってきても、その人気が浸透しにくいことを認識するようになった。占領地の民衆は日本本土の紙芝居手法に違和感を抱いていることを知った。占領地独自の風俗、慣習、趣向にあった作画で、現地人と彼らの言語と表現法で演出しないとプロパガンダとして成功しないことに気づいたが、現地独自での制作体制は築けなかった。

## Kamishibai Propaganda

Taketoshi YAMAMOTO

GHQ was amazed at the widespread popularity of the street picture show known as Kamishibai in Japanese cities and investigated the secret of the medium's popularity. On a large scale, the Japanese Imperial government used kamishibai as propaganda media after the eruption of the Second Sino-Japanese War (1937-45) and the beginning of World War II. The government purchased kamishibai directly from publishers and distributed them to military factories, schools, and village facilities throughout the Japanese main islands. Southern China provided the first experimental ground for the systematic exploitation of kamishibai in China. The Japanese-led kamishibai production in mainland Asia consistently failed to attract local interest. The direct translations from Japanese and imported expressions revealed ethnic and cultural differences and weakened kamishibai's appeal.