

訓政初期における中国国民党宣伝部による党内の統治強化

鈴木 隆 弘

はじめに

一九二〇年十一月、中国国民党（以下、国民党と略す）は、総章（組織規約）を改定して初めて宣伝部を置くことを決めた。以降、現在の中国共産党（以下、共産党と略す）に至るまで、近現代中国の政党には宣伝部が存在し、言論を統制する主管部門であり続けた。

近代中国における「宣伝」は、政党がその理念である主義を農民や労働者までを含めた大衆に訴えかける意味を持つており、国民党宣伝部における根源的な業務もまた「言論誘導」であった。⁽¹⁾ 続いて宣伝部は一九二四年一月の党改組で言論を監視する機能を併せ持つようになり、一九二八年十一月に改められた宣伝部組織条例では指導科が設けられ、「言論規制」の役割が確立された。⁽³⁾ これらはいずれも党外に向けた機能であるといえる。

本稿で検証するのは、国民党に宣伝部が創設されて間もない一九二〇年代後半から一九三〇年代初頭において、宣伝部が果たした党内における機能である。この時期は一九二八年一〇月に訓政が始まった前後にあたり、国民党は党権を高めようとしていた。こうした思惑のなかで、国民党が宣伝部を通して何を実現し、どのように党の組織

を強固にしようとしていたのかを明らかにすることは、訓政の実態を明らかにするだけでなく、近現代中国の国民党や共産党による党治において、宣伝部が果たす役割についても理解を深めることにつながると思われる。

この時期の宣伝部を扱った研究では、党内統治の強化と関係づけているものはほとんどみられない。多くは国民党の新聞政策の中で宣伝部を論じ、王凌霄は一九二〇年代末に宣伝部の組織が整えられ、出版内容の統制や検閲が制度化されたとした。⁽⁴⁾ 蔡銘澤は、党報（機関紙）の面から分析し、三民主義以外の思想を排斥して検閲を進めたことで民営新聞の反感を呼んだとする。⁽⁵⁾ いずれも党外との関係の中で宣伝部を捉えているといえる。国民党宣伝部の成立を論じたジョン・フィッツジェラルド (John Fitzgerald) は、宣伝部が果たした役割について、大衆を覚醒させ、民族主義のもとに結集させたとし、宣伝部が一九二五年夏までに意見の統一の必要性を認識するようになったと論じており、その論点は意義深い。⁽⁶⁾

こうした成果に基づき、本稿は国民党宣伝部がいかに党内の言論一致を図り、組織を強固にしようとしたかを検討する。具体的には、二つの観点から宣伝部による言論面における党内統制の手法の分析を行う。一つは指導部の意志を貫徹するために中央による地方の党宣伝部門に対する垂直的な指導系統の成立であり、もう一つは宣伝部が統一した宣伝内容を党員に浸透させて政治思想の同質化を図ることである。一九二四年一月の国民党改組後、中央と地方の宣伝部門の関係は脆弱であったが、国民党内から共産党を排除する「清党」が行われた後、中央と地方の宣伝部門の統属関係が制度として明確になり、中央の宣伝戦略を末端まで浸透させていく仕組みが出来上がったことを検証する。そして下級党部の上級党部に対する「宣伝工作報告」に注目し、報告を通して組織の統属関係が強

化されるとともに、全国宣伝会議の開催や宣伝品（新聞、雑誌、小冊子、ピラなど）の配布を通して宣伝内容の統一が図られたことにより、宣伝部による言論面における党内統制が強化されていったことを明らかにする。

第一章 中央宣伝部の指導強化と宣伝戦略の統一

第一節 中央と地方の脆弱な関係

国民党は一九二三年一〇月、ソ連から派遣されたボロディン（Borodin）を顧問に迎え、一九二四年一月に党改組が実行された。決定された組織規約「総章」では、中央党部―省党部―県党部―区党部―区分部という「中央―地方」の組織構造が固まった。宣伝に関することも、区分部の項目に「本党の宣伝品を分配する」と触れられていた。⁷⁾しかし、下級党部は上級党部の指揮を受けるが、省や県党部は人事・財務の裁量権が広く、分権に近い形だったと指摘される。⁸⁾

続いて四月二四日に中央執行委員会で決議された「宣伝部弁事章程」では、冒頭で中央の宣伝部と省党部の宣伝部が宣伝・言論の一致を図ることが明記された。中央党部と下級党部の宣伝部が密接な関係を保ち、毎月少なくとも一回は「部務報告」を「交換」することも定めていた。⁹⁾後に中央宣伝部が下級党部に定期的な報告を強く求めるようになることから考えると、この報告を「交換」という表現からは、この時点における命令と服従に基づいた強い統属関係を確認することはできない。

中央による地方の宣伝部への指導を強化し、党内における宣伝・言論の一致を図るのは、黨員の考えを同質化し

て一枚岩にした上で、対外的な主張を展開するためである。宣伝部の役割には、党外に主張を展開することと、党内の言論を一致させることがあった。

宣伝が党内向けの性格を持つことについては、孫文の側近である戴季陶も指摘していた。一九二四年一月の党改組で宣伝部長に就任した戴季陶は、同志に宛てた書簡の中で宣伝事業と宣伝組織について解説を行い、「我が党の宣伝機関は統一した指導のもとで大衆を指導する」と記している。宣伝事業には二種類あり、「自覚的」宣伝は党自体への宣伝で幹部や党員の訓育であり、「他覚的」宣伝は全国人民に対する宣伝で全人民の訓育であると分類した。その上で戴季陶は「宣伝は民衆の訓育であり、本党の主張を民衆に注ぎ込むことと考えがちだが、そうではなく、本党の主義や政策を党員が正確に理解していなければ、自身が迷う」として、党内向けの宣伝を重視する考えを示していた。⁽¹⁰⁾

しかし、党内向けの宣伝ははかばかしくは進まなかった。一九二五年五月、国民党の「改組以来の重要発表」という訓令では、宣伝能力が向上して宣伝事業が拡大し、「本党同志と全国人民の本党主義や政策に対する認識のレベルが飛躍的に上がった」と一定程度評価した。その一方で憂慮すべき点として、党員の政治訓育、組織訓練に欠け、⁽¹¹⁾ 党の主義や政綱に対する理解は深まらず、緊密な組織にならずに公然と党に背く者もいたと指摘している。ちょうど孫文が死去して二か月後の訓令であり、後継を巡って主導権争いが行われた時期である。実際に党内の意思統一が図られておらず、組織的な弱さがあり、「叛乱」の兆しがあった楊希閔、劉震寰への対処を迫られていた。

一九二五年一〇月から一九二六年五月まで国民党宣伝部の代理部長を務めた毛沢東は中央と地方の宣伝部の連携

強化を目指した。就任後間もなく、各地の宣伝部が中央宣伝部に報告を上げず、また中央宣伝部が各地の宣伝部を指揮してこなかったことを問題視し、各地の宣伝部の組織状況や宣伝人員の氏名と経歴のほか、ここ二年來の宣伝工作の概要と最近の宣伝工作について十日以内の報告を求め、その後も少なくとも月に一度の報告を要求した。⁽¹²⁾一九二六年一月、中国国民党第二回全国代表大会で毛沢東が行った宣伝報告でも、宣伝工作の欠点として、「指揮系統が完全に欠けており、上級と下級の宣伝部の間に全く連絡もない。それぞれのやり方でやっており、多くの宣伝部の責任者が職務を放棄している」と指摘していた。⁽¹³⁾大会の宣伝に関する決議でも、中央と各省の執行委員会が宣伝工作を統一させる必要が第一に掲げられた。⁽¹⁴⁾

以上のように、一九二四年の党改組から第一次国共合作時期における中央と地方の宣伝部門の連携について概観したが、組織的なつながりは弱かったと考えられる。宣伝工作報告は中央宣伝部に届かず、中央からの指示も行き渡っていないかった。宣伝は黨員に浸透せず、中央と地方の宣伝部の連携も取れておらず、組織を強固にする条件は整ってはいなかった。

第二節 上意下達の組織構造の構築

国民党の中央と地方の宣伝部が、組織の強化を目指した動きを展開するのは、一九二八年一月に停滞していた中央常務委員会が党務を再開し、国民党の立て直しが始まってからである。それは一九二七年四月に始まった「清党」を経て、南京と武漢に分裂していた国民党を統一し、混乱を経て蒋介石が権力を掌握していく時期に重なる。そし

て、この時期に中央宣伝部を率いたのは、蔣介石の信任が厚い葉楚傖であった。かつて上海で『民国日報』の編集長を務めた葉楚傖は、一九二三年一月から一年間にわたって宣伝部長を務め、その際は宣伝部の業務に党外の言論監視を加えた⁽¹⁵⁾。一九二八年三月、宣伝部長に選任された戴季陶が着任しないため、葉楚傖は代理部長として宣伝部を取り仕切り、後に正式な部長となって最終的に一九三〇年一月まで部長を務めた。宣伝部の改革は、党内で權威を高める蔣介石の下で、その意向を受ける立場にあった葉楚傖が先頭に立って進めていたといえる。

まず宣伝部門の中央と地方の關係が組織規程で明文化される過程を確認したい。

一九二八年二月、国民党は南京で第二期中央執行委員会第四回全体会議（二期四中全會）を開き、中央党部を改組した。農民部、工人部、商民部、青年部、婦女部を廃止したが、秘書処、組織部、宣伝部は残され、新たに訓練部と民衆訓練委員会を設けた。訓練部を設けたことは、宣伝部が携わっていた内部訓練の機能を一部分化したものであった。

ただし、党内における宣伝内容の統一は一層重視されており、宣伝部が黨員の考え方を均質化させる機能を担ったことには変わりはない。蔣介石や丁惟汾、陳果夫らの改組の建議では、「党の組織はもとより集中すべきであり、党の宣伝はもつとも統一を尊び、集中して組織的で統一的な宣伝であつてはじめて偉大な革命の力を發揮する」と指摘している⁽¹⁶⁾。党の力を強めていくため、組織の集中、宣伝の統一が非常に重視されていた。こうした根本的な考え方が、宣伝部門の中央と地方の關係にも反映されていく。

その後、国民党の中央常務委員会は三月二二日、「省党務指導委員会組織細則」を決議した。省党務指導委員会の

宣伝部に指導科を置き、その職掌には①中央の宣伝方略に基づき、全省の宣伝事項を計画すること、②下級党部の宣伝に関する仕事を指導すること、③省内の文化機関を指導し、宣伝や言論の一致を図り、誤りを正して発展を助けること、が定められた。省党部宣伝部が中央宣伝部の意向に従い、県市の宣伝仕事を指導するという統属関係を明文化したものであり、その目的の一つとして言論の統一を進めることがあったといえる。この内容は一九二八年七月、一九二九年六月にそれぞれ改訂された「省執行委員会組織細則」にも受け継がれていた。⁽¹⁷⁾

県市レベルの組織規程にも同様に統属関係を規定する内容が盛り込まれた。一九二八年三月三〇日に中央常務委員会で決議された「県市党務指導委員会組織条例」では、宣伝部が全県の宣伝方を計画し、区党部・区分部の宣伝仕事を指導することが定められた。この条文は一九二八年七月、一九二九年六月の「県執行委員会組織細則」にも受け継がれた。⁽¹⁸⁾

以上の組織規程から、中央宣伝部、省宣伝部、県市宣伝部、区党部・区分部の宣伝人員の指揮系統が明確化されたことが分かる。省や県市の党務指導委員会組織条例が定められた後、権力を掌握した蒋介石は北伐を進め、一九二八年六月に北京を手中に収め、東北を除いて統一を果たした。国民党の下に宣伝内容や思想を統一して結束を図ることが重視され、「以党治国」の訓政が始まる。全国に展開していく党組織において、これらの組織規程は中央―地方の宣伝部門の関係を規定する基本的な原則となった。

第三節 中央宣伝方略から見た党内統制

中央―地方の宣伝部門の組織関係だけではなく、中央宣伝部の宣伝戦略を末端組織まで一貫させることについても制度化が図られた。

前述の通り、一九二八年三月二二日、国民党の中央常務委員会で決議された「省党務指導委員会組織細則」では、省党務指導委員会の宣伝部は中央の宣伝方略に基づき、全省の宣伝事項を計画することが定められた。三月三〇日に制定された「省党務指導委員会工作大綱」でも、省の宣伝部が国民党の主義、政綱、党员登記の意義を宣伝する際、その宣伝方案は中央宣伝部が頒布する内容に従うとされた。¹⁹ 四月一二日に制定された「県市党務指導委員会工作大綱」もまた宣伝方法は省党務指導委員会が頒布する内容に従うことが決められていた。²⁰ これにより、宣伝戦略が中央宣伝部の主導で進み、組織の末端まで伝わる仕組みとなったのである。

省の宣伝部が従う基準とされた「宣伝方略」とは、国民党の宣伝戦略についてまとめた総括的な文書である。一九二七年に宣伝部秘書の経歴を持つ劉蘆隱によって起草され、「本党宣伝工作必携の秘本」ともされていた。²² 宣伝方略については鄭士榮が関連資料を含めて紹介し、分析しているが、宣伝、宣伝部が果たした党内統制という観点からは十分に検討されていない。ここでは宣伝方略について、組織的な結束をいかに促し、宣伝の統一を図っていったのかという視点から再検討したい。

宣伝方略は「根本原則」「訓練」「方略」の三部分から構成されている。

「根本原則」では、三民主義を理論上の最高原則に掲げた。具体的な政綱も三民主義に基づいて民衆の苦痛を取り

除くものであり、宣伝は通俗的で民衆に受け入れられる必要があるとしている。共産党の階級闘争理論の否定を念頭に置き、一部の人や階級の要求を革命の目標とせず、幅広い民衆を基盤とすることとした。注意すべきは、党の責任として信仰の統一、組織の統一を併記しながら重視していることである。宣伝方略においても考え方を一致させ、組織の結束を図ることが根本的な考え方であった。

続いて「訓練」では、宣伝に携わる者を「革命闘士」と位置づけた。社会や国家を救う責任を認識してこそ三民主義の革命事業を担うことができるとした。その上で常に孫文やそのほかの指導者の著作、党の宣伝品を見て、党の思想と密接で一体となることを求めている。ここでも個人の考えを党の思想と一体化させることが重視されており、党内の言論一致の考え方が貫かれていた。

そして宣伝方略の根幹をなす「方略」項目では、宣伝について主に「作用」と「進行」に分けて論じている。宣伝の「作用」では、民衆を教育して輿論を作り出すほか、敵の虚妄を攻撃し、党内の誤りを正す機能があったとした。そして宣伝の「進行」では、宣伝を行うべき事案について「宣伝大綱」を策定し、宣伝手法には口頭、文字、図書、音楽、戯劇などがあるととした。

「方略」の内容で注目すべきは、宣伝を「対内」「対外」に区分けしていることである。「対内的宣伝」では、黨員訓練として、心理上の訓練、生活の調査と統計、識字教育、政治問答と討論、主義の講演と教科書、政治報告などを挙げた。「対外的宣伝」では、主義の宣伝には定期刊行物、ピラ、標語、講演を用い、民衆の指導では民衆団体の組織や各種集会、臨時の集会講演があるととした。前述した通り、一九二四年の党改組後、孫文の側近である戴季陶

が宣伝には対内的な「自覚的宣伝」、対外的な「他覚的宣伝」があることを指摘しており、その基本的な考え方を継承しながら発展させた内容になっていた。

「方略」の項目では、宣伝戦略として党員の言論を統一した上で対外宣伝を位置づけている。対外宣伝でも具体的な案件に応じて「宣伝大綱」を定め、宣伝内容を統一するとしている。その宣伝手法から見れば、「文字」「図書」「定期刊行物」は識字層を対象にしていたとみられ、「口頭」「戯劇」「標語」は農民や労働者を含めた幅広い大衆が対象になっていたと考えられ、実際に当時、国民党は宣伝員や宣伝隊を使って大衆宣伝を展開していた。⁽²⁴⁾「方略」は、党内外の言論を一つにしていくという考え方が色濃く反映されていた。

中央常務委員会は一九二九年一月二四日、この中央の「宣伝方略」を基にして、「省及び特別市党部」「縣市党部」「区党部」「区分部」「軍隊特別党部」「海員鐵路特別党部」におけるそれぞれの「宣伝工作実施方案」を決議した。⁽²⁵⁾「宣伝方略」に沿った内容であるが、党内におけるより実務的な指揮系統に関わる事項、党内での宣伝、党外に対する宣伝といった要素で構成されていた。それぞれの宣伝工作実施方案には、中央の「宣伝方略」を根拠にしていることが明記されていた。また県市党部は省・特別市党部、区党部は縣市党部以上、区分部は区党部以上の宣伝工作実施方案にそれぞれ基づくことを明記していた。中央の宣伝戦略が末端まで均質に伝わる仕組みになっていたといえる。

なかでも注目すべきは、「区分部宣伝工作実施方案」である。党の末端組織である区分部の宣伝工作で最初に挙げられていたのは「対内宣伝工作」であり、「区分部は党員を直接訓練する機関であり、その目的は全党員に等しく本

党の革命理論と実際について理解させ、党の宣伝力にする」ことだと指摘している。具体的には、区分部の党員大会で『中央週報』、中央や地方の党報、そのほかの党に關係する刊行物を基に政治報告を行うことになっていた。定期・臨時の講演会や、革命理論や党務・社会・時事などの問題を議論する討論会を開催するほか、区分部の宣伝委員は党員と個別に談話を行うことも求めた。「軍隊特別党部宣伝工作実施方案」も最初に、同様の対内宣伝を明記していた。⁽²⁶⁾これらからは党の末端組織における宣伝部門が、党員の意思統一に重きを置いていたことが分かる。

以上のように一九二八年以降、国民党の宣伝部門において、中央―地方の關係が強化されていった。それによって組織だけではなく、宣伝戦略においても中央宣伝部の意向が末端まで反映される仕組みが整った。少なくとも規程の上では、中央宣伝部を頂点とする宣伝部門が中央―地方を貫いて党員の意思を統一し、宣伝を進めていくことが固まった。端的に言えば、国民党に「宣伝系統」とも言える階層的な指揮命令システムができあがったと言える。こうした仕組みを生かせるかは実際の運営次第となった。

第二章 宣伝工作報告とそれに対する評価の制度化

第一節 宣伝工作報告の制度化

中央―地方の宣伝部門の階層的な指揮命令系統の枠組みを実効あるものとするために重要だったのが、下級党部の上級党部に対する宣伝工作報告である。毛沢東が指摘したように一九二〇年代半ばまでは宣伝工作報告が中央宣伝部に上がってこないことが課題になっていたが、そもそも組織的な弱さもあり、改善されていなかった。国民党

命軍による北伐が進展し、分裂した国民党を統一していくなかで、中央宣伝部は改めて下級党部の宣伝部門に対して強く報告を求めようになった。

まずは宣伝部門だけにとどまらず、国民党全体として工作報告を必須化することが定められた。一九二八年五月二一日、党中央執行委員会は国内外の党务指導委員会に対し、工作報告を毎月送るように命じた。これは中央宣伝部の提案を受けたものであった。各指導委員会は総報告を中央執行委員会に送るほか、各部門の報告はそれぞれ中央の組織部、宣伝部、訓練部と民衆訓練委員会に送り、直接指導を受けることを求めた。⁽²⁷⁾

前述した通り、中央常務委員会は一九二九年一月に各級党部の「宣伝工作実施方案」を決議したが、方案には宣伝工作活動報告に関する規程も詳細に記載されていた。

そのうち「省及び特別市党部宣伝工作実施方案」では、省党部から各縣市党部に対して書面での宣伝工作の活動報告を求めている。省党部は、送られてきた報告書を基に県市の宣伝人員が職責を果たしているかを確認し、宣伝工作の批評、宣伝計画の指導を行い、困難があれば解決を進めることが定められている。このほか省党部は県市党部の宣伝工作人員を召集して会議を開き、宣伝の経験が豊富な者や学識経験者を県市党部に派遣して宣伝工作を視察することによって、指導を徹底させていくことになっていた。特別市党部についても、所属の区党部の宣伝委員を召集して週一回の討論会を開き、上級党部の命令が執行されているかどうか、宣伝工作の計画が適切かどうかなどを議論することを求めていた。また、省党部と同様に、特別市党部も所属の区党部に宣伝工作報告を定期的に上げさせ、人員を派遣して区党部の宣伝工作を視察、指導することになっていた。

「県市党部宣伝工作実施方案」も「省及び特別市党部宣伝工作実施方案」とほぼ同じ内容であり、所属の区党部に書面報告を求め、区党部の宣伝委員を召集して会議を開き、要員を派遣して視察や指導を行うことになっていた。

「区党部宣伝工作実施方案」でも区分部に書面報告を求め、会議を開いて命令が適切に実行されているかを確認し、区分部が実施する討論会や講演会に区党部の宣伝委員が参加・指導することも定めていた。⁽²⁸⁾

国民党として工作報告を必須化し、宣伝工作実施方案でも報告に関することを詳細に規定したことは、一定の効果を上げていた。一九二九年四月、中央宣伝部長の葉楚傖は職員への訓示で中央と地方の連携について、次のように述べている。

かつて各地の党部工作は中央に報告されず、中央が各地の党部に指示をしたり、過ちを正したりしても受け入れなかった。中央はあたかも門を閉ざして宣伝を行うようなものであり、何も役に立たなかった。今は脈絡が通じ、隔てがなくなり、問題や事変ごとに中央が適当な指示を出し、各地がこれに従って実行している。⁽²⁹⁾

葉楚傖自身が指摘したように、地方からの報告が中央に集まると同時に、報告の内容を受けて中央から地方に出される「指示」も増えていた。このことは一九二八年八月に創刊された『中央党務月刊』に毎月掲載されている「中央宣伝部工作経過」において、一九二九年一月から中央宣伝部が省・特別市党部宣伝部や海外支部に対して出した指示の内容が掲載されるようになったことから分かる。中央宣伝部が指示した数は、一月は二五件にすぎなかったが、徐々に増加していき、一九二九年七、八、十一月は一〇〇件を超えていた。⁽³⁰⁾

具体的な指示の内容は、例えば一九二九年一月、中央宣伝部は各級党部に刊行物を審査する際は中央が頒布する

宣伝品審査条例に従うように求めたほか、省・特別市・県党部に文芸上の宣伝に注意を払うよう要求した。省・特別市への個別具体的な指示も多い。広西省党部に対しては、前年一〇月の黨員と民衆に対する宣伝工作について、「文字の宣伝は努力が見られるが、口頭による宣伝に緊張感を欠いており、今後は注意すべきである」と指導していた。広東省党部宣伝部に対しても、前年一二月の宣伝工作は努力したが、報告は「頒布した報告の書式に従って記入するように」としており、報告の書式の問題や遅れといった事務的な手続きの注意も多かった。⁽³¹⁾ いずれも地方からの報告を受けての指示であり、宣伝部門において中央―地方の指揮命令関係が機能していたことを裏付ける。

各省から中央宣伝部に毎月送られていた宣伝工作報告は、現存するものは極めて少ないが、日本の厦門領事が一九三〇年七月分の「中国国民党福建省党務指導委員会宣伝部工作報告」を入手して日本の外務省に送ったものが残っている。工作報告は、活字で印刷された冊子で七二頁に及び、「党内刊物 対外秘密」と記載されている。⁽³²⁾

この報告にある「指導工作」の項目では、省宣伝部が下級党部から送られた宣伝工作報告を審査し、下級党部に対して誤りを正して今後の方針を示し、中央を擁護して反動派の宣伝を撲滅することを指導していた。党機関紙の福建民国日報に対しては、「宣伝準則」を掲載させ、国家主義派を肅清する文言の掲載に関する指導などを行っていた。このほかにも民衆団体や出版機関、社会文化機関への指導内容も報告していた。中央宣伝部は各省などに指示を出していたが、各省も下級党部に指示をしており、重層的な指揮命令系統が形成されていたことが分かる。

宣伝工作報告は、詳細なものであった。毎月、こうした報告が各地から送られてくれば、中央宣伝部は各地の宣伝工作の実態を容易に把握することができたとみられる。中央宣伝部は報告に基づいて指導を行い、全体の宣伝戦

略を練り、具体的な宣伝を推し進め、全体をコントロールしようとしていたのである。

第二節 宣伝工作に対する評価

中央宣伝部は、地方の宣伝部門への影響力を高めるため、各地から送られてくる宣伝工作報告に対し、内容が適切かどうか評価を行い、優劣をつけるようになった。

一九二九年二月、中央宣伝部は「下級党部宣伝工作報告審査表」を作成した。これは各地の報告書を比較しやすいように一覧表にしたものであるとみられる。⁽³³⁾ 続いて六月には中央常務委員会で「各級党部工作考核条例」が可決された。これは上級党部が下級党部の工作計画、報告、実態を調べ、報告と実態が乖離していないかを確かめて業績成績を考査するものであり、上級党部が要員を派遣して実地調査することも定められた。⁽³⁴⁾ 同じ月に開かれた第三期中央執行委員会第二回全体会議（三期二中全会）では、訓政時期の党務の進め方に関する決議があり、中央党部各局は月末に各下級党部の主管部門から受け取った報告に基づき、各地の党務の工作状況を取りまとめ、比較して批評を行い、結果を下級党部に配ることが定められた。⁽³⁵⁾ これらは業績考査を徹底することで中央党部を頂点としたコントロールを図るものであった。

中央宣伝部は早速、一九二九年五月分の各省・特別市の宣伝工作報告を比較した。その結果によると、江蘇省、江西省の宣伝部の報告が優れているとして奨励し、継続した努力を促した。⁽³⁶⁾ ただ、各地の報告の形式が異なっていたため、詳細な検討を加えることができないとして一括した概評にとどめ、宣伝は実際に適合させることや、口頭

での宣伝、農村での宣伝を重視することのほか、下級の宣伝機関との連絡に注意を払うことを求めている⁽³⁷⁾。

これとは別に一九二九年六月、中央宣伝部が発行する『中央週報』に各省市の宣伝工作の考查結果の概要が発表された。前年以来、宣伝工作報告を繰り返し求めてきた狙いについて、中央宣伝部は、「下級宣伝部」の積極的な活動を促すためであり、同時に全国の宣伝工作の状況を知り、審査することによって宣伝工作の方針を促進・改善するためであるとした。この考查は一九二八年四月以降の省・特別市の宣伝工作報告が対象になり、各省・特別市が報告書を送付してきたか否かが明記されていた。

この考查結果では、それまでの宣伝工作を「優れた点」「弱点と原因」「今後の注意点」に分け、総合的な分析が行われている。省・特別市の宣伝部が対象ということもあり、具体的な宣伝が浸透しているかという観点ではなく、宣伝が組織的に統一して行われているかということが重視された。

「優れた点」の冒頭で言及されたのは、各省・特別市の宣伝部そのもののあり方であった。多くの宣伝に携わる者が純正な態度で党の立場に立ち、党のために工作を行っており、中央が頒布する各種宣伝方案に従って宣伝が行われているとした。下級党部の組織が不完全でもあり、宣伝を指揮して統一することができていないが、今後は宣伝の統一に尽力することも求めている。

「弱点と原因」では、宣伝工作が空虚になりがちになっており、それは全体の系統だった計画が欠けているためであるとした。上下の宣伝機関の連携が重要ではあるが、工作報告が定期的になされていないと問題視した。「今後の注意点」として、党の立場に立って工作を行い、省・特別市の宣伝部は中央宣伝部、下級党部宣伝部との連絡を保

ち、上下一体となり、宣伝を統一させていくことを実現すべきだとした。⁽³⁸⁾

続いて一九二九年六月―一〇月の各省・特別市、鐵路特別党部の工作報告について、中央宣伝部は成績を付けて一覽表にまとめ、一九三〇年一月に黨員向けの『中央党務月刊』で発表した。省・特別市、鐵路特別党部ごとに「指導工作」「編撰工作」「徵審工作」「総務工作」「集会工作」について、月ごとに「甲」から「丁」までの成績をつけ、報告がない場合は「▲」で示した。総評もあり、「最優」「優」「中」「平」という評価がつけられた。「最優」は浙江、広東、「優」は福建、江蘇、湖南、江西、山東、「中」は北寧路鐵路、湖北、山西など一〇党部、「平」は漢口、察哈爾など八党部という結果であった。⁽³⁹⁾

報告に対する考査は、中央宣伝部―省・特別市宣伝部だけではなく、省―県市レベルでも実施されていた。広東省の宣伝部は一九二九年八月の省内各県の宣伝工作計画について比較、批評を行い、「甲」は一二県、「乙」は一六県、「丙」は二五県、「丁」は三四県あったことを発表した。省宣伝部は「丁」評価に対し、「平素の工作はいさかかも生気がなく、工作を行っていないと言える。本部が出した調査票に記入して提出することもなく、本部における全省の党務宣伝の様々な計画に極めて大きな影響を与えている」と厳しく批判している。⁽⁴⁰⁾ こうした批評からも内部秩序を重視していることが読み取れる。

以上のように、下級党部から上級党部への宣伝工作報告は一九二九年以降になってから、恒常的に行われるようになった。宣伝工作報告が実施されるようになったのは、国民党の中央―地方の組織関係が以前より緊密になり、中央主導による党運営の仕組みができてきた証であると言える。中央から地方に対する強制力が働くように

なったのは、中央宣伝部が各地の宣伝部からの工作報告を受けて指示を頻発するようになっていたことや、評価や批評を行い、下級党部に指示に従うことを求めるようになっていたことから推察することができる。こうしたことで中央―地方の「宣伝系統」が党内の組織的な結束を生み、宣伝内容の統一や党員に対する思想・言論の統制を強めていく背景となっていたのである。

第三章 宣伝内容の統一にむけて

第一節 全国宣伝会議の開催

一九二九年六月三日から七日にかけて、南京で全国宣伝会議が開催された。孫文の柩を北平から迎えるために各地から党関係者が参列し、これに合わせて三期二中全会が催され、この機会を捉えて宣伝について検討する会議も開いたものであった。この会議には、中央宣伝部のほか、各省・特別市、海外支部、軍や鉄路の特別党部、中央日報、中央通信社などから代表が参加し、全国統一後初めてとなる宣伝部門の総括的な議論の場となった。

全国宣伝会議を開いた最大の目的は、宣伝の統一を図ることだった。三日の開幕式で中央宣伝部長の葉楚傖は、「各地党部の宣伝工作と中央党部の宣伝工作が連携することが少なく、互いに困難を感じており、集まって話す必要があった」と率直に語っている。挨拶に立った胡漢民も、共産主義や国家主義、無政府主義の各派が宣伝に力を尽くし、弊害は限りないと主張し、「我が党は以後、全力で宣伝工作の統一に心を尽くすべきだ」と訴えた。こうした決意に満ちた言葉からだけでも、共産党などが党外から言論攻勢を強めるなか、党内の宣伝部門が結束して宣伝で

きていないことが課題になっていたことが分かる。⁽⁴¹⁾

四日午前の第一回会議では、中央宣伝部秘書の朱雲光が一年來の宣伝工作概況について説明し、国民党の宣伝における三つの欠点を指摘した。まず挙げられたのは、宣伝が散漫で統一されていないことである。党理論の解釈が雑然としており、上級党部と下級党部の連携が取れていないとした。中央宣伝部が受け取った省党部宣伝部の工作報告は数年間で「一〇件」に及ばず、中央も指導を尽くせなかったと指摘した。二つ目の欠点は、宣伝内容を時期や場所にに応じて変えることができていなかったとした。一般の党員は党の主義や政綱をよく理解せず、共產党の影響を受けて迷い、全国統一後の宣伝は建設に重点を置くことができておらず、人々の注意や同情を引くことができなかったことを問題視した。三つ目の欠点として国際宣伝が積極的に行われていないことも挙げられた。⁽⁴²⁾

こうした宣伝工作の反省を受け、翌五日に中央と地方の党部が宣伝工作での連携を改善するための議論が行われ、工作報告に期限を設けることや中央宣伝部が毎月の工作状況を各直轄宣伝部に通告すること、「周巡視察員」を設置することが決議された。⁽⁴³⁾ 宣伝工作報告の励行や省レベル以下の視察員の配置については、全国宣伝会議が実施される前に各級宣伝工作実施方案で定められていた内容と同じであるが、参加者が議論して確認することで、実効性を高める狙いがあったとみられる。

全国宣伝会議で中央宣伝部は、平時から宣伝人員が継続的に連携し、宣伝統一を進めることも働きかけた。会議の報告書によると、末端組織の区党部・区分部の宣伝人員は県の宣伝人員と密接な関係を持つほか、県市の宣伝人員は省党部宣伝部、省・特別市の宣伝人員は中央宣伝部との間に、それぞれ関係を保つ必要性を訴えており、宣伝

の統一には人的連携が重要だとみなされていた。⁽⁴⁴⁾

宣伝会議は省ごとも開催され、党内における宣伝の組織強化と内容の一体化が図られた。全国宣伝会議に先駆け、山東省では一九二九年二月から三月にかけて省党務指導委員会が全省宣伝会議を開いた。⁽⁴⁵⁾ 同年一月には浙江省⁽⁴⁶⁾、一九三〇年三月には湖南省でも開催されていた。⁽⁴⁷⁾

以上のように中央―地方における宣伝会議は、各組織条例、宣伝方略、宣伝工作实施方案という中央宣伝部を頂点とした宣伝部門の制度的な枠組みを作り上げた後に、人的交流を進めることによって宣伝に関する意思統一を図るソフト面での対策であった。

第二節 宣伝品による言論一致の促進

党内における宣伝の統一では、党が発行する刊行物やビラなどの宣伝品を主要な手段として用いた。いわば古典的手法ではあるが、全国を統一した国民党が遠方の地方にいる黨員までを含めて意思を統一させるためには、宣伝品は依然として主要メディアだった。

国民党においては、宣伝品は対外的な宣伝材料でもある一方で、同時に黨員向けの啓発材料でもあった。そもそも辛亥革命前、孫文を総理として発足した中国同盟会が、東京で雑誌『民報』を刊行して革命を鼓吹したことを嚆矢として、識字層に刊行物で主張を展開することを常套手段としてきた。その一方、一九二四年一月の党改組で改正された組織規約「総章」で、末端組織である区分部に「本党の宣伝品を分配する」という役割が定められていた

ように、区分部の機能は党员の間、党员と党の連絡が主要業務であり、宣伝品を分配する対象は党员であったことは注意しなければならない。⁽⁴⁸⁾毛沢東が宣伝部長代理を務めていた時期に党内の会議で、宣伝品は先に各地の上級部に送り、下級党部に転送したり、党员に分けたりすることも決められていた。⁽⁴⁹⁾

中央宣伝部は宣伝品を各地に供給するようになるが、それにはやはり党外向け、党内向けがあった。一九二八年春に行われた中央宣伝部が各省の指導員を集めた会議では、各地の宣伝材料は全て中央に依存していると指摘され、中央宣伝部は宣伝品の「大本営」とみなされていた。⁽⁵⁰⁾宣伝品という言葉は、様々な資料に多数記載され、対象は幅広い。ピラや標語は印刷部数が一〇万部を超えることもあり、大衆向けに配ることを想定したものである。一方で、事案ごとに具体的な宣伝の方針を定めた「宣伝大綱」や会議録、敵対勢力を論難する小冊子などは部数も少なく、明らかに党内向けであった。

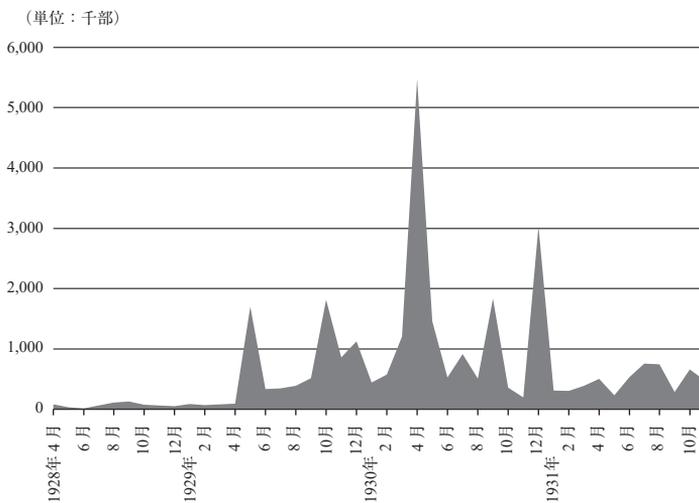
代表的な党内向け宣伝品は、中央宣伝部が一九二八年六月に創刊した『中央週報』である。中央週報編輯委員会の告示によると、「各地の区党部が政治報告を行い、党员を訓練し、民衆に宣伝する資料となる刊行物である」と位置づけていた。一週間の動静を伝える「党務報告」「国内政況」「国際要聞」などの記事や有力者の評論のほか、この雑誌に特徴的だったのが「今週の宣伝要点」というコーナーである。翌週に重点的に行うべき宣伝内容を簡明に示し、末端組織における宣伝の方針とさせていた。編輯委員会は、大都市では多くの新聞が発行されているので『中央週報』はあまり必要ではないとしており、情報の少ない地方の末端まで党に関する情報を行き渡らせることに狙いがあった。送付についても地方の上級党部から下級党部に分配していく方式ではなく、中央から各地の党部に直

接郵送するとしており、素早く「宣伝の統一ができる」ことを狙いとしていた。⁽⁵¹⁾ 積年の課題であった宣伝の統一について、効率的な宣伝品の分配によって克服しようとするものであった。

宣伝品の供給には当初、分量が少ないという課題があった。一九二九年六月の全国宣伝会議では、宣伝品についても課題を挙げていた。会議の報告書によれば、ピラなどは数種類で一〇万部になることもあるが、そのほかは少なければ二〇〇〇〇部であり、多くても三万部を超えず、いつもは一万部程度であったとした。その上で、「仮に全国の黨員が八〇万人とすれば、八〇人に一部でしかない。もし全国の識字者に配るとすれば、だいたい一〇〇〇人に宣伝品一部である。どうして本党の宣伝力が一般民衆に入っていけようか」と課題を指摘していた。宣伝品の分量は、黨員向けにも、一般向けにも決定的に不足していたのである。⁽⁵²⁾

宣伝品の質にも問題があった。一九二九年三月に行われた中国国民党第三回全国代表大会における中央執行委員会の党務報告で、一九二四年一月の改組以後に国民革命は大きな成果を収めた一方で精神上の団結が廢れ、「党の意志の不一致、理論の不統一」という課題があると指摘した。その原因の一つとして、党外に対する「宣伝機関と宣傳物」の数は多いが、その質は非常に雑然としていた。このことに対処するため、一切の党の宣伝機関とその宣伝品は中央党部の許可と登記が必要であり、許可と登記がないものは認めず、もし内容に党義に反するものがあれば中央党部が修正を行うとした。⁽⁵³⁾

その後、宣伝品の供給量の増加が図られていた。『中央党務月刊』には「中央宣伝部工作経過」が毎月掲載され、一九二八年四月分から一九三二年一月分までの中央宣伝部が供給した宣伝品の状況が分かる。筆者が集計した結



グラフ 中央宣伝部が供給した宣伝品 (1928年4月～1931年11月)

出典：『中央党務月刊』第1～41期 (1928年8月～1931年11月) をもとに筆者作成。ただし、1929年3月は記録なし。

果、供給した宣伝品の数量は、一九二八年は毎月二万六〇〇〇部～一三万七六四部で推移していたが、一九二九年は六万九七九三部～一八二万四〇一二部にまで増え、一九三〇年四月には最多の五四七万七〇三二部を記録していた(グラフ参照)⁽⁵⁴⁾。

「中央宣伝部工作経過」では当初、宣伝品の総数だけが発表していなかったが、一九二九年二月分以降は、供給した刊行物の名称、部数がそれぞれ記載するようになり、七月には一覧表を掲載するようになった。一九二九年七月は、六七件の刊行物で計三四万六三四八部を供給しており、多いものは各党部に配る報告表四万三〇〇〇部、国民党第三回全国代表大会の宣言と決議案三万三六三四部であった。ほかの刊行物を含め、その刊行物の名称や部数の少なさから見て、いずれも党内向けであった。宣伝品が党内における言論一致のために活用されていたといえる。

五四七万七〇三二部を供給した一九三〇年四月分は、その種類は一二六件に及び、党内外に向けて宣伝品を供給していた。⁽⁵⁵⁾ その中で目立つのは、蔣介石に対して「叛乱」を起こした閻錫山を批判するピラや小冊子であり、一六件を占めている。これほど多数なのは閻錫山、李宗仁、馮玉祥が提携して反蔣介石に立ち上がったことを受けたものである。この月の宣伝品のうち最多の二七〇万部は、閻錫山を討伐する標語二六種を印刷したもので、飛行機から投下するために作られた。閻錫山を討伐する絵を描いた「討閻画片」(五種類)の四〇万部も、大衆や敵軍に向けた宣伝であったことに間違いはない。このほか、閻錫山の関係では四万部、九万部台が九件、一万部未満が五件あり、これらは小冊子で黨員向けであったとみられる。

閻錫山を批判する宣伝品の中から一例を挙げれば、五万八六八九部を供給した「閻錫山の謬説」は四二頁の小冊子で、閻錫山の言葉一三件に対し、一つひとつ反論を加えていた。閻錫山が「党のことは党人が解決し、国事は国人が解決する」と言い、国事から国民党を排除しようとしたことに対して、この小冊子は「党のことは国事は分けることができない」と反論し、国民党による訓政を正当化している。この小冊子に奥付はないが、国民党中央宣伝部が主導して印刷して宣伝品として配っており、その部数から見ても黨員向けであった。⁽⁵⁶⁾ こうした閻錫山に対抗する宣伝品の供給状況からは、中央宣伝部が「敵対」する勢力を追い落とす際に、党外向けのピラや絵、党内向けの小冊子などの宣伝品を活用し、言論の統一を図っていたことが分かる。

中央宣伝部は宣伝品の分配を非常に重視していた。各地の党部に送った宣伝品について受領確認を徹底させている。一九三〇年二月の「中央宣伝部工作経過」では、各党部が宣伝品を受け取った報告を行ったか否かについて、

省ごとに取りまとめを行った。最も多かったのは山西省で、同省内にある一〇五党部のうち五二党部が報告してきており、四九・六%という割合まで記載している。全省の合計では報告してきたのは一一・二%にとどまっておいた。⁽³⁷⁾ こうしたことを記載するのは、報告の少なさを問題視するものであった。

一九三〇年四月には、宣伝品の取り扱いに関する弁法を制定し、受領報告についても明文化した。⁽³⁸⁾ 続いて六月からは「三聯単」を導入し、中央宣伝部が発送の際に宣伝品の名称と数量を記入して控え一枚を残し、受け取った各党部は明細一枚を手元に置き、受領書一枚を宣伝部に送り返すことにした。⁽³⁹⁾ 中央宣伝部が執拗に宣伝品の受領確認を求め、宣伝工作報告の結果を公表すると同じように受領成績を公表したのは、送ってこない地方党部に対して実質的な「警告」の作用があったと考えられる。中央宣伝部が宣伝品を通して宣伝や意思統一を図ろうと懸命になっていたことを裏付けるものであるといえる。

以上のように、中央―地方の組織関係が明確になった後、中央宣伝部は宣伝会議の開催や宣伝品を大量に供給していくことで、党内における宣伝内容の統一を図った。検討したように宣伝品は党外向けだけでなく、党内向けにも大量に供給されていたことは見逃すことはできない。宣伝内容の統一を進めることが、党内の言論一致を進めて異論を排除し、党外の敵対勢力に対抗するために必要だったためであった。

おわりに

本稿では国民党宣伝部による党内統治について分析した。特に中央―地方の宣伝部の組織的な連携強化、宣伝内

容を統一して党員の言論一致を図ることの両側面から検討を行った。

一九二四年一月の党改組の段階では、ともに必要性が認識されていたが、制度として十分に整っておらず、組織としては極めて脆弱であり、言論の一致も図られていなかった。中央と地方の宣伝部の強化が進められるのは一九二八年に入ってからであり、それは蒋介石が権力を掌握した時期と重なる。最初に中央―地方の宣伝部門の組織規程が整備され、続いて宣伝戦略の統一が進められた。中央宣伝部を頂点として、省・特別市党部、県市党部、区党部、区分部におけるそれぞれの宣伝部門の統属関係が明確になり、国民党内で命令と服従に基づく「宣伝系統」が出来上がっていった。

制度として姿を現した「宣伝系統」を運営においても実効あるものとするため、中央宣伝部が重視したのは、宣伝工作报告の徹底であった。宣伝工作报告は早くから何度も必要性が指摘されていたが、ほとんど実施されていなかった。各級党部の宣伝工作実施方案に明記され、一九二九年春までには報告が増えた。中央宣伝部はこの報告に基づいて指示を与えるほか、報告を厳しく査定して評価を下して下級党部をコントロールした。中央宣伝部は組織を整えるとともに、宣伝内容の統一も進めた。全国宣伝会議を開催するなどして宣伝部門間の人的交流を図り、地方ごとに宣伝会議も開催された。宣伝品を大量に地方の末端まで供給し、宣伝の統一化を進め、党員の言論の一致を図っていった。

本稿で検討した結果、国民党では中央―地方の宣伝部門が連携を図り、宣伝内容の一致を進めて党員の同質化を進めることで、組織を強固にしようとしたことが浮かび上がった。こうした手法は現代の中国共産党にも通じるも

のであるといえる。

ただし、国民党宣伝部による党員を対象とした「対内的宣伝」が実際に成果を上げていたのかは改めて検証が必要である。一九三〇年代に入り、国民党は党権の脆弱さが露呈しており、検閲などの権限も宣伝部に集約しきれなかった。⁽⁶⁰⁾ 中央宣伝部が全国に張り巡らされた宣伝部門を事態としてどれほどコントロールできていたのかについては、更に検討が必要であり、改めて具体的事例を挙げながら検討を進めたい。

註

- (1) 拙稿「二〇世紀初頭中国における「宣伝」の成立——革命の「鼓吹」から政党理念の「宣伝」へ——」『国際文化学』第三三三号、二〇二〇年三月、拙稿「第一次国共合作時期における政党の大衆宣伝——宣伝員・宣伝隊の形成と組織——」『歴史学研究』一〇〇八号、二〇二一年四月。
- (2) 拙稿「中国における政党宣伝部の形成——輿論誘導と言論監視の組織的統合——」『中国研究月報』第七三巻第一〇号、二〇一九年一〇月。
- (3) 「中央執行委員会宣伝部弁事通則」『中央党务月刊』第七期、一九二九年二月、「通則」一一五頁には、指導料が刊行物を審査し、問題があれば「警告」、「糾正（矯正）」、「責斥（責め叱る）」、「查禁（取り調べて禁止）」を行うとして
- (4) 王凌霄『中国国民党新聞政策之研究（一九二八—一九四五）』台北：近代中国出版社、一九九六年。
- (5) 蔡銘澤『中国国民党党報歴史研究一九二七—一九四九』北京：團結出版社、一九九八年。
- (6) John Fitzgerald, *Awakening China: Politics, Culture, and Class in the Nationalist Revolution*, Stanford University Press, 1996（李恭忠、李里峰等訳『喚醒 中国』北京：生活・読書・新知三聯書店、二〇〇四年）。
- (7) 「中国国民党総章」（一九二四年一月二八日）榮孟源主編『中国国民党歴次代表大会及中央全会資料』上冊、北京：光明日報出版社、一九八五年一〇月、二二—三四頁。なお、一九一九年一〇月の「規約」では総支部と支部を国内外に

設置するにだけ定められ、一九二三年一月の「総章」では省区に総支部、各県に支部、各市郷に分部を置くと決められていた。

(8) 家近亮子『蒋介石と南京国民政府——中国国民党の権力浸透に関する分析——』慶應義塾大学出版会、二〇〇二年、二二六—二三〇頁。

(9) 「中国国民党中央執行委員会宣伝部弁事章程」(一九二四年四月二四日)『中国国民党週刊』第二期、一九二四年五月二五日。

(10) 戴季陶『致熊錦帆諸先生書』(一九二四年一月二七日)戴季陶著、陳天錫編輯『戴季陶先生文存』台北：中国国民党中央委員会党史史料編纂委員会、一九七一年、第三冊、九五七—九五八頁。

(11) 「国民党訓令全体黨員」(一九二五年五月二四日)『広州民国日報』一九二五年五月二七日。

(12) 李戡『国民党員毛沢東』台北：李敖出版社、二〇一四年、一八七—一八九頁。出典は「中国国民党第一七次中執会會議記録」とされているが、筆者は資料を確認していない。

(13) 毛沢東『宣伝報告』『政治週報』第六、七期合刊、一九二六年四月一〇日。

(14) 「關於宣伝決議案」『政治週報』第六、七期合刊。

(15) 前掲拙稿「中国における政党宣伝部の形成——輿論誘導と言論監視の組織的統合——」。

(16) 「蔣中正等改組中央党部提案」『申報』一九二八年二月五日。

(17) 「省党務指導委員会組織細則」(一九二八年三月二日)中国第二歴史檔案館編『中国国民党中央執行委員会常務委員会會議録』桂林：広西師範大学出版社、二〇〇二年、第三冊、四三二—四四五頁、「中国国民党省執行委員会組織細則」(一九二八年七月三〇日)同、第六冊、二二—二二頁、「中国国民党省執行委員会組織細則」(一九二九年六月二四日)『中央党務月刊』第一期、一九二九年六月、「法規」一〇—一三頁。

(18) 「県市党務指導委員会組織條例」(一九二八年三月三日)前掲『中国国民党中央執行委員会常務委員会會議録』第四冊、二七—三一頁、「中国国民党県執行委員会組織條例」(一九二八年七月三〇日)同、第六冊、二四—三四頁、「中国国民党県執行委員会組織細則」(一九二九年六月二四日)『中央党務月刊』第一期、「法規」一四—一五頁。

(19) 「省党務指導委員会工作大綱」(一九二八年三月三〇日)前掲『中国国民党中央執行委員会常務委員会會議録』第四

冊、一五—二六頁。

- (20) 「県市党務指導委員会工作大綱」(一九二八年四月二二日) 前掲『中国国民党中央執行委員会常務委員會會議録』第四冊、七四—七九頁。

(21) 胡漢民「青年的煩悶与出路」(中華民國各界紀念國父百年誕辰籌備委員會學術論著編纂委員會主編『國父思想論文集』第二冊、台北：中華民國各界紀念國父百年誕辰籌備委員會、一九六五年、一二七〇頁) には、劉蘆隱が国民党宣傳方略起草したとある。

(22) 「中国国民党宣傳方略」(一九二七年中央宣傳部頒布) 中央執行委員会秘書処『党務法規彙編(一)』、一九三九年一月(中国国民党文化傳播委員會党史館所藏本を閲覧)。

(23) 鄭士榮「抗戰前後中央文化宣傳方略之研究」(一九二八—一九四五)——中国国民党中央宣傳部功能之分析——『台北：国立台湾大学三民主義研究所修士論文、一九八七年六月、一七六—一九三頁。

(24) 前掲拙稿「第一次国共合作時期における政党の大衆宣傳——宣傳員・宣傳隊の形成と組織——」。

(25) 「中国国民党中央執行委員会第一九二次常務會議記録」(一九二九年一月二四日) 前掲『中国国民党中央執行委員会常務委員會會議録』第七冊、一一二頁。

訓政初期における中国国民党宣傳部による党内の統治強化

(26) 「各級党部宣傳工作实施方案」『中央党務月刊』第九期、一九二九年四月、「方案」一一—二九頁。

(27) 「中国国民党中央執行委員会通令」(一九二八年五月二一日) 『中央党務月刊』第一期、一九二八年八月、「文書」一〇—一頁。

(28) 前掲「各級党部宣傳工作实施方案」。

(29) 「中宣部兩部長昨対職員訓詞」『中央日報』一九二九年四月一七日。

(30) 「中央宣傳部工作經過」(一九二九年一月分—二月分) 『中央党務月刊』第八期—第一期、一九二九年三月—一九三〇年一月。

(31) 「中央宣傳部工作經過」(一九二九年一月分) 『中央党務月刊』第八期、一九二九年三月、「報告」一七一—一八頁。

(32) 「福建省党部發行宣傳部工作報告送附ノ件」JACAR(アジア歴史資料センター) Ref. B02031696700、支那中央政況關係雜纂/国民党關係第一卷(A-6-1-1.2.2.001)(外務省外交史料館)。

(33) 「中央宣傳部工作經過」(一九二九年二月分) 『中央党務月刊』第九期、一九二九年四月、「報告」一八頁。

(34) 「中国国民党各級党部工作考核条例」(一九二九年六月六日) 『中央党務月刊』第一期、一九二九年六月、「法規」

鈴木

一六九

一七一—一八頁。

(35) 「訓政時期党務進行計画案」(一九二九年六月一五日) 前掲『中国国民党歴次代表大会及中央全会資料』上冊、七五六一—七五九頁。

(36) 「中宣部嘉勉蘇贛二省宣伝部」『中央週報』第六四期、一九二九年八月二六日。

(37) 「中宣部令知宣伝工作注意点」『中央週報』第六三期、一九二九年八月一九日。

(38) 「過去各省市宣伝工作考核述要」『中央週報』五四期、一九二九年六月一七日。

(39) 「通令各省市宣伝部及鐵路特別党部頒發各該部科六月至十月份工作成績總考核書仰注意由」『中央党務月刊』第一八期、一九三〇年一月、一〇五一—一一一頁。

(40) 「粵省党部考核各縣市之宣伝工作成績」『中央週報』第七四期、一九二九年一月四日。広東省の宣伝部は一九三〇年になり、一九二九年における省内の宣伝工作考査も実施(「粵省各縣市党部宣伝成績」『中央日報』一九三〇年二月二七日)しているほか、浙江省党部宣伝部も一九二九年五月の省内各県からの宣伝報告書を考査している記録もある(「浙省宣伝部頒發 各県宣伝工作總批評」『中央日報』一九二九年七月一五日)。

(41) 「全国宣伝会議集會紀」『中央週報』第五三期、一九二九年六月一〇日。

(42) 「全国宣伝會議中 中央宣伝部報告」『中央日報』一九二九年六月五日。前掲「全国宣伝會議集會紀」。

(43) 「全国宣伝會議第三日」『中央日報』一九二九年六月六日。前掲「全国宣伝會議集會紀」。

(44) 「全国宣伝會議中央宣伝部報告書」『中央週報』第五四期、一九二九年六月一七日。

(45) 「魯省指委会全省宣伝會議第二日」『中央日報』一九二九年三月二日、「魯省指委会全省宣伝會三月一日閉幕」同一九二九年三月四日。

(46) 「浙全省宣伝會議開幕」『中央日報』一九二九年一月三日。

(47) 「湘省宣伝會議經過」『中央週報』第九五期、一九三〇年三月三十一日。

(48) 前掲「中国国民党総章」(一九二四年一月二八日)。

(49) 「中央宣伝部第二次部務會議」『廣州民国日報』一九二五年一月一九日。

(50) 「中央宣伝部招待各省指導員(続)」『申報』一九二八年四月一六日。

(51) 「中央宣伝部中央週報編輯委員會 啓事一」『中央週報』

第二期、一九二八年六月一八日。

(52) 前掲「全国宣伝会議中央宣伝部報告書」。

(53) 「中国国民党第三次全国代表大会對於第二届中央執行委員會党務報告決議案」(一九二九年三月二七日通過)『中央党務月刊』第一〇期(中国国民党第三次全国代表大会号)、一九二九年五月、「決議案」一一六頁。

(54) 『中央党務月刊』の第一期(一九二八年八月)から第四期(一九三一年一月)までの各期に掲載されている「中央宣伝部工作経過」を参照。四二期以降は「中央宣伝部工作経過」は掲載されなくなった。

(55) 「中央宣伝部工作経過」(一九三〇年四月分)『中央党務月刊』第二期、一九三〇年五月、二〇一―二二五頁。

(56) 『關閩錫山之謬說』発行地、発行時期不詳。

(57) 「中央宣伝部工作経過」(一九三〇年二月分)『中央党務

月刊』第二〇期、一九三〇年三月、九二―九四頁。

(58) 「各級党部接收中央宣傳品處理弁法」(一九三〇年四月一日)『中央党務月刊』第二期、一九三〇年四月、七一一―七三頁。

(59) 「中国国民党中央執行委員會宣傳通告」(時期不詳)『中央週報』第一〇五期、一九三〇年六月九日。

(60) 国民党の党権の脆弱性については、王奇生『黨員、党権与党争——一九二四―一九四八年中国国民党的組織形態——(修訂増補本)』北京・華文出版社、二〇一〇年(初版二〇〇三年)、前掲『蔣介石と南京国民政府——中国国民党の権力浸透に関する分析——』、味岡徹『中国国民党訓政下の政治改革』汲古書院、二〇〇八年などを参照。

(神戸大学国際文化学研究推進センター協力研究員)

collection of external taxes to pay for them. Nevertheless, these actions did not mean that the SMC's surcharges were completely eliminated, as the Taotai merely avoided mentioning their existence, resulting in Chinese subjects paying water surcharges to the SMC until 1911, when finally exempted; but the Council continued to collect from foreign residents.

However Taotai might recognize all along the fact that the surcharges were still collected even after he banned, so rather than make further action on prohibiting their collection, he no doubt preferred to concentrate on the modernization of local administration in the Chapei region adjoining the Settlement. This is why it was necessary for the Taotai to continue to stress that the northwest suburb of Paoshan prefecture along the Yangtze River was not an open port, but rather a part of the Chinese inland territory, in order to demonstrate his success in preventing the expansion of foreign influence into its inland regions.

Strengthening Governance within the Party by the Nationalist Party Propaganda Bureau in the Early Days of the Tutelage Period

SUZUKI Takahiro

The propaganda bureau of the Chinese Nationalist Party (KMT) has the role of “induction of the public opinion,” “regulation of the public opinion,” outside the party, and “opinion agreement” to unify the opinion within the party. This paper demonstrates that the propaganda bureau of the KMT strengthened control by unifying the opinion within the party in the early days of the tutelage period.

Two methods of unifying the opinion were employed. First, the KMT created a vertical leadership system for the local party propaganda bureau by the central party, and second, the party members were instructed by the content of the propaganda to homogenize political ideas.

After the reorganization of the KMT in January 1924, the necessity of both methods was recognized; however, the system was not sufficiently estab-

lished, and the opinion was not unified. Therefore, it was extremely vulnerable as an organization. Hence, the KMT proceeded with developing the propaganda organization in 1928. First, the organizational rules of the central-local propaganda bureau were formulated, and the hierarchical relationship between the propaganda bureau of local propaganda organization was established with the central propaganda bureau at the top. An “propaganda system” based on orders and obedience was institutionalized. In addition, in the “propaganda strategy” established by the central propaganda bureau, the propaganda was divided into “inside the party” and “outside the party.” The “inside of the party” propaganda refers to unifying the intentions of the party members.

After establishing such an institutional framework, the central propaganda bureau increased its effectiveness in various ways. First, it thoroughly carried out a “propaganda work report” to the upper party bureau from the lower party bureau. The central propaganda bureau gave instructions based on these reports, rigorously assessing and evaluating the reports to control the lower party. Furthermore, to promote the unification of the content of propaganda, a national propaganda conference was held to unify the content of propaganda and to exchange people. By supplying a large amount of propaganda items throughout the region, they tried to unify the propaganda and promote the unification of the party members’ opinions.

Livestock Operations Conducted by the Taiwan Development Company on Hainan Island during the Sino-Japanese War

OKAZAKI Shigeki

This article describes the actual circumstances surrounding the provision of live hogs to the Canton region by the Taiwan Development Company (TDC) at the early stage of the Japanese occupation of Hainan Island. In the research to date, it has been argued that the TDC’s livestock operations on Hainan Island were profitable, despite the Company falling into management difficulties under the Japanese military administration. While historians have