

日中戦争期の中国内陸部における日本軍 作成の中国語宣伝ビラの研究（2017）

Study on the Chinese Leaflets Made by Japanese Military in the Inland Regions of China during the Japan-China War (2017)

劉 茜¹
Qian LIU

¹ 早稲田大学大学院 政治学研究科ジャーナリズムコース 博士後期課程
Doctoral Programme in Journalism, Graduate School of Political Science, Waseda University

要旨・・・本報告は、武漢を中心とする内陸地方で作戦を展開していた第11軍(略称・呂集団)によるビラ撒布を日本軍による宣伝活動の実例として分析するものである。つまり、武漢攻略から太平洋戦争に入る前までの間に日本軍が作成し散布した中国語の宣伝ビラについて考察し、日本軍が中国軍と中国民衆に対してどのような宣伝活動を行ったのかを検討したい。

キーワード 対敵宣伝、プロパガンダ、武漢、第11軍、呂集団

1. はじめに

今までの日中戦争期の日本の対中国宣伝活動に関する研究は、主に傀儡政権下の満洲、或はグレーゾーンのような存在であった上海に集中している。それらの研究は、新聞や雑誌等の定期刊行物、ラジオや映画等の宣伝手段に関して、そのメディア利用から宣伝内容まで、日本軍占領下の治安維持、或は傀儡政権の正当性に努める役割について詳しく論じられてきた。

一方、占領地で展開された治安維持を目的とする宣伝活動とは異なり、日中戦争では日中両軍による作戦地域向けのプロパガンダ活動も盛んに行われた。特に武漢陥落後、蒋介石を中心とする国民党政権が首都を重慶に遷移した後、武漢周囲の内陸地方においては、日中両国の軍隊が奪い合う作戦地域が広く存在した。そのために、この地域は軍事作戦の一環としての対敵宣伝活動の第一線となった。

ここでの日本側の宣伝活動は、主に日本軍の報道部に統合されていた。この日本軍による対中国軍および中国の現地民衆対敵宣伝については、例えば、馬淵逸雄『報道宣戦』や支那派遣軍報道部編『紙弾』のような関係者の回想録や記録はあるが、中国語で行われた宣伝活動の内容について、客観的な検討が十分に行われているとは言い難い。

2. 研究方法と目的

研究の方法としては、日本の支那派遣軍が当時作成した中国内陸部における宣伝活動に関する報告書「宣伝ビラ撒布計画」や内部資料「宣伝物綴」など、合計15点の文書の調査に基づき、それらに記載され記録されている第11軍により製作・撒布された中国語の宣伝ビラ304種類を、文字中心のもの、絵画・写真中心のもの、及び新聞式伝単という三種類に分類し、それぞれの使用割合、主要な内容と表現、およびその変化について、作戦状況との関係を踏まえて具体的な分析を行った。

それを通じて、まず日中戦争期の日本の対中国宣伝に関する研究のうち空白となっている武漢周辺地域における活動を一端を明らかにし、同時に第一次世界大戦と第二次世界大戦における対敵宣伝ビラとの連続性を解明するための手がかりとしたい。

3. 分析の結果

(1) 武漢攻略とビラ撒布の確立

1937年7月7日、北支の盧溝橋に端を発した支那事変は、日中両国首脳の不拡大、局地解決の努力にもかかわらず、漸次戦面は拡大して中支方面にも波及し、全面的な戦争状態になった。大本営は、漢口攻略作戦を戦争終結の最大の機会としようとし

た。1938年6月15日の御前会議によって、漢口攻略作戦実施が決定された。6月22日、牛込陸軍士官学校に於いて第11軍の編成業務が実施され、7月4日、中支那派遣軍の戦闘序列に編成された。

武漢攻略に伴って確立されたビラ配布は、軍報道部、第一線軍と特務部が協同して担任していた。そして、その主な宣伝事項は反戦と反蔣という二つから成り、反共宣伝はその中に盛り込んで実施するとされている。

武漢攻略後、大本営は全般方針として、在支各部隊を戦略持久態勢に移行させた。中支方面の第11軍も敵の反攻撃破を基調として、襄東作戦（1939年5月）、贛湘作戦（1939年9～10月）、冬季作戦（1939年12月～1940年2月）等の作戦行動を実施した。しかし、日中和平交渉の失敗と欧州戦局の変化により、活路を南方資源地域への進出に求め始めた。宜昌作戦（1940年5～6月）以下の進攻作戦も実施されるようになった。これらの作戦の中で、宣伝ビラの作成と配布は定期的に行われる対敵宣伝として定着した。

(2) ビラ製作の概況

第11軍の宣伝宣撫工作報告によると、軍司令部参謀課作戦課に軍宣伝班が設けられ、1939年1月中旬にその編成を完了すると共に本格的に業務を開始した。主任参謀一名以下、全部で八名の小さな班である。印刷は軍の写真印刷班と軍直轄の武漢印刷所、および現地の民間印刷所二カ所で分担して行っていた。

(3) ビラの形式とその変容

武漢攻略作戦の後、第11軍が作戦に対応して製作した中国語の対敵宣伝ビラは、軍の報告書によれば、1939年4月から1941年11月までに合計304種類あったとみられる。

これらをその形態と内容の特徴から三期に区分して考察するのが妥当であろう。すなわち、説得的な呼びかけの内容を中心とする第一期（～1939年6月）、視覚的な要素が改善され強調されるようになる第二期（1939年8～10月）、および情報を盛り込んだメッセージを重視する第三期（1939年11月～）という三期である。

第一期のビラは、1939年4月から6月までの間に製作された合計52種で、241.35万枚配布されたと記録されている。この時期の配布計画で、小型のビラは報告書では「絵画」と「伝単」という二つのカテゴリーに分けられているが、文章と挿絵が併用されていて文字が大半を占める「絵画」も多くある。このような「伝単」と「絵画」を区分した分け方は、この時期の特徴である。文字だけのものは専ら重慶政府を批判する内容で、絵画や写真中心のビラで描かれたのは殆ど日本軍の捕虜優待の光景である。

第二期のビラは、1939年8月から10月までの間に製作された合計94種で、1,278万枚配布されたと記録されている。この時期から風刺画が以前より洗練され、絵画中心のビラは一般民衆が戦争に苦しめられる場面を描いて反戦思想を宣伝するようになった。また、投降票では、龍や南京の夫子廟など中国的要素の使用が見られるようになった。もう一つの特徴は新聞形態の宣伝ビラ『民衆時報』の出現である。1939年8月25日号が最初で、2頁からなり、社説欄はなく、中国国内外の政治状況に関する記事だけが掲載されていた。

第三期については、1939年11月から1941年11月までの間に行われた、確認した限りでは、冬季作戦、宜昌作戦、長沙作戦という3つの作戦の前後約9ヶ月間に製作された合計158種のビラを分析した。第三期には、新聞形態の『民衆時報』の発展に伴い、宣伝ビラは戦場において情報伝達的手段として定着するようになった。この時期に『民衆時報』は敵地全般に対して毎月上、中、下旬に2号ずつ「刊行」されるようになった。また2頁から4頁に増え、1頁目と2頁目は以前と同様の政治情報で、3頁目に「地方通訊」という武漢地方の商業、経済、貿易及び民衆生活等に関するローカルニュース、4頁目に「趣味と娯楽」というゴシップ記事等の娯楽的な内容が掲載されるようになった。そして1940年3月号からは社説欄が設けられ、1頁目の1/3から1/2まで占めるようになった。そのほとんどは重慶政府及びそれを援助する第三国への攻撃と、日支親善への提唱に関する内容である。また、それまで新聞のタイトルの両側にあった写真やイラストも、この時期からすべて汪兆銘の維新政府と東亜新秩序建設を提唱する、所謂「反戦平和」を呼びかけるスローガンに変わった。

(4) ビラの内容とその特徴

- ・「反蔣」の多様性

以上のように三期に分けてみた宣伝ビラの内容で、共通して最も多いのは、重慶政府に反対する、文字による主張である。

具体的には政治面、財政・経済面、軍事面そして外交面という四種類に分けられる。具体的には、①政治面から、国民党内部の相剋及び腐敗、重慶政権の反共和主義そして国共相剋を示唆する。②財政・経済面から、重慶政府のインフラと外国借款の実相を暴露する。③軍事面から、国民党軍の戦力低下、非道と軍待遇の低下を宣伝する。④外交面から、英米諸国の援助政策が自分の中国における利益を拡張するためであると暴露する、という内容である。

・日本軍イメージの変化

初期のビラでは、日本軍による捕虜の優待が多く描かれていた。第二期は武漢攻略の一周年の時期となり、日本軍の武漢占領を描いたポスターが大量に印刷され撒かれた。第三期には、日本軍の名で発された文字ビラが多くなり、そのほとんどは直面している中国軍に対して自分側の戦力強化や敵側の戦力低下に関する情報を直接に告知する内容である。絵画や写真の中に日本軍の進攻態勢を表すものも大量に出された。つまり、大持久戦の状況に対して、自分側の戦力を強調して相手を脅かすような宣伝になったのである。

このような日本軍イメージの変化と関連しているのは、投降票の変化である。

第一期の「投降票」は、1939年4月から製作された「優待証」である。表には自由の女神か天照大御神かを描いたイラストで、裏には「日本軍は投降者を優待し、中国人兵士に親切に治療を施し、故郷に戻る人に旅費と通行証を与える」という中国語で書かれた投降勧告が付いている。5月の撤布計画の最後で手書きで追加され、独立したカテゴリとして成立した最初の「投降票」である。日本軍の捕虜優待を描いたイラストと投降した兵士たちの写真を添付して投降を呼びかけるものである。

第二期に入ると投降票に龍と南京「夫子廟」のような写真など顕著な中国要素が増加された。

1940年3月末に汪兆銘を中心とする南京国民政府が成立すると、1940年7月の宜昌作戦中、新中央政府名義の国民政府の旗が印刷された「軍隊帰来証」が現れ、また1941年9月の長沙作戦中、同じ新中央政府名義の「和平建国運動参加証」が現れてきた。

・中国的要素の利用

日本軍による中国語のビラは、基本的に中国人に向けられたものなので、当然中国的なイメージが用いられていると考えられるのが普通だが、第11軍による第一期の宣伝ビラでは、顕著な中国的要素が見られない。ようやく第二期から、投降票に用いられた中国的要素が増加する他、反戦思想を宣伝するための、一般民衆が戦争に苦しめられる絵画を用いたビラが多くなった。そして第三期になると、中国的要素がはっきりと、随所に見られるようになった。

例えば、「清明」「端午」「中元」等の家族団らんや故人の追悼行事を行う伝統的な祝日を、時期ごとに利用して内容に取り入れて宣伝する暦ビラがある。帰順を呼びかける標語や短い文章が添えられた挿絵入りのカレンダーの形を以て、厭戦思想を醸成させるものである。

一方、時代に相応しく、流行を取り入れたビラもある。それは中国で人気のある歌謡曲を利用し、替え歌を書き換えたビラである。代表的なものは、ヒットした映画『木蘭従軍』の中の『砂場曲』で、歌詞だけビラに印刷された。もともと戦争で離れ離れになった二人の男女が慕い合う気持ちを唄うものであったが、抗戦が続いて故郷に帰れなくなり、新政権に帰順したいという内容に書き換えられている。もう一つは、30年代の上海から流行し始め、今でも歌い続けている人気曲『満場飛』である。二人の男女がダンスホールでジャズを踊っている様子を唄う内容を、戦場で抗戦し続ける兵士の苦情に書き換えたものである。このビラには、楽譜も付けられるようになった。

その他、1941年11月に、30万枚も製作された「仏画題号」という「お守りビラ」である。表に阿彌陀仏と観音菩薩の像が印刷され、裏に、「これ一枚を持つと、戦禍を免れる。乱暴に取り扱うと、罰が下る」という「使い方」も添えられている。

4. おわりに

以上、第11軍が製作撒布した宣伝ビラの形態、内容とその変化についての分析に基づき、武漢攻略後、長期持久態勢へ移行していく時期に、日本軍の対中国宣伝に用いられた心理戦術は以下のようにまとめられる。第一に、初期の宣伝ビラは、説得的な文章により直接に重慶政府の内訌や戦力低下を暴露していたが、次第に、より客観的な新聞形態を取りながら敵側に不利な情報を示唆するようになった。第二に、投降を勧誘するビラにおいては、捕虜の優待を示すことから、敵側を威嚇するような傾向が強くなった。第三に、初期には戦争場面に関する描写が多かったが、次第に中国的要素の使用が顕著になった。これらの表象は反戦・厭戦への共感を誘うものと考えられる。

以上の三つの特徴は、後の太平洋戦争で連合軍側が対日宣伝ビラで用いた手法と共通している点が多い。これらの手法を日本軍が欧州戦線の宣伝ビラに学んで取り入れたのか、あるいは独自に研究して製作したのかは、残された課題の一つである。

参考文献

1) 貴志俊彦、川島真、孫安石編(2015):『戦争・ラジオ・記憶』勉誠出版

- 2) 土屋礼子(2011):『対日宣伝ビラが語る太平洋戦争』吉川弘文館
- 3) 馬淵免雄(1941):『報道戦線』改造社
- 4) 津金沢聡広、佐藤卓己編(1994):『内閣情報部宣伝研究資料 第1～8巻』柏書房
- 5) 有山輝雄(2013):『情報覇権と帝国日本』吉川弘文館
- 6) 山本武利(2006):日本軍のメディア戦術・戦略——中国戦線を中心に、『「帝国」日本の学知 第四巻 メディアの中の「帝国」』岩波書店
- 7) 一ノ瀬俊也(2008):『宣伝謀略ビラで読む、日中・太平洋戦争：空を舞う紙の爆弾』柏書房
- 8) 馬場毅編(2015):『多角的視点から見た日中戦争：政治・経済・軍事・文化・民族の相克』集広舎
- 9) 防衛庁防衛研修所戦史室(1975):『支那事变陸軍作戦 1～3』朝雲新聞社