政治煽動の意義とテクニック

村田克巳

一　典型的煽動政治家の文書
二　煽動とは何か
三　レーニンの煽動の定義
四　宣伝・煽動についてのソヴェートの用法
五　煽動の基礎的背景
六　煽動テクニックの定則
七　結び

一　典型的煽動政治家の文書

一九七三年六月二〇日付東京民報は日本共産党板橋地区委員会の名で日本共産党都会議員候補者田中秀男氏のため

の宣伝ビラを東京民報号外という名目で板橋区高島平付近の住宅に配布した。「財界・自民党の横暴ゆるさぬ共産党」という大見出しが眼をひく。その裏面に次のような記事があった。

「開発にまつわる不思議なはなし」（大見出し）上からの非民主的な開発に、いつもついてまわるのが〝黒い霧〟高島平開発でも、かねてから、いくつかの疑問が住民の間で話題になっていました。

第一話

三六年、大東文化学園（当時、会長・岸信介元首相、学長・南条徳男元建設相）が、突如としてタンボの中に建設された。当時、人びとは、なぜあんなタンボの中に大学をつくるのだろう、と不思議に思った。ところが、開発と区画整理によって、現在は二〇一号線に沿った便利な場所になっている。そのカラクリは住民にはわからない。（さらに大東文化学園の上に岸元首相の似顔漫画が乗っている絵が挿入されている。第二話以下は省略する。）

このビラを読んだ人びとの反応はどうか、大学関係の教職員や学生、付近の人びとに質問をしてみた。多くの人びとは、「なるほどそうだったのか」「ありそうなことだ」といった肯定的な答えであった。何しろ、六〇年安保で退陣した岸信介元首相は悪玉イメージをもっている。首相をやめた後も自民党の長老という党内に顔がきく存在である。南条元建設相とわざわざ建設大臣であったことを強調することによって、開発計画に関係ありと推量できる暗示によって誘導し、黒い霧、開発の先取りをしたといったカラクリがあるようなイメージを与えたようである。そういう意味では、自民党の国会議員が如何にも裏でこそこそと何か企んで、甘い汁を吸っていると思わせるような感情を人びと

に与え、反自民党の感情や態度を惹き起こさせ自民党候補に悪いイメージを与えている。その結果、そのようなカラクリを暴露した正義の味方、弱い被害者大衆の味方としてビラ作製者の推す候補への好感と投票への態度へ暗示誘導する好結果をもたらす戦術は成功的であったといえる。

しかし、事実を知る人びとにとっては、戦術的煽動文書としてしか受けとられないし、事実に反したデマとして否定的に受とめられる。事実は昭和三四年に当時の理事長故尾張真之介氏のもとで大学は池袋の校地校舎が極めて狭少で、自動車の交叉もできぬ狭い道路に囲まれた発展の余地のない場所であったため、売却して新しい土地を求めていた。高千穂商大隣接地、毛呂公園の傍の空地、八王子陸軍学校の跡など候補地が次々に交渉対象となった。たまたま、現在地が某女子学園が移転するつもりであったが女子学生には交通上不便であるため中止となったものを、東武練馬駅から一七～八分位なら男子主体の学校であるのでよかろう静かな田園の中でいい環境だというので購入の決定を見たものである。しかし、その後、校舎を建てるにあたって経費不足を一般の寄附に求めるため、大東文化大学が大正十二年に当時の衆参両院の決議によって出来た学校であったので、当時の関係者をたどり、総理大臣在任中青少年の教育を大きな政策の一つとしていた岸信介元首相を後援会長として寄附金集めを行ったものであった。ビラにはただ「会長」となっており、私大によくある「総長」のような印象を受けるが、後援会長が真実である。南条徳男氏は、建学の推進者の有力な一人であり、大東文化学院時代に法人の専務理事をやっていた木下成大郎氏（政友会代議士、決議案の提案理由説明者）の薫陶を受け学園に深い関係があった人物であった縁故から、その際、理事長をひきうけられたものである。高島平開発を前もって、熟知し、大東文化学園を現在地に移転させた張本人でも何でもない人物であ

った。

にもかかわらず、上述アジビラのように書かれると如何にも、岸、南条の両自民党代議士が高島平の開発を前もって知っていて、将来を見越して、現在地に建てたかのような印象をうけさせる表現である。そうであったと明確な書き方ではない。いかにも、そうであったのじゃないかと連想させるような漠然とした表現である。したがって、虚偽の記載だと決めつけるわけにもいかない。昭和三六年、岸、南条氏が、それぞれ、会長（真実は後援会長であるが会長といっても全く嘘だとは言いきれない）、理事長に就任したことだけは真実なのである。

タンボの中に大学ができることを不思議がって、二〇一号線に沿った便利な場所といっているが、タンボの中の静かな雰囲気から二〇一号線のため校地は削られ、騒音は激しくなり、研究と教育の邪魔になり、極めて、立地環境が悪化し、現在、大学はかえって困っている状態である。こんな将来を見越して当時の理事長は移転を決行したのではなかったのである。黒い霧とかカラクリとか何か不正や不公平があるかのような暗示がなされているがそのようなものではなかった。

「政党、政府、その他の政治団体が、自己の主張を訴え、また自己の勢力を拡張し、人々の支持を得、そして相手の勢力を弱めるために行なう宣伝は、政治宣伝と呼ばれる。(1)」

政治宣伝においてキー・シンボルと呼ばれるだれでもが高い価値感を置いた説得力のある言葉がある。(2) つまり誰でもコロリと参らせる言葉であるが、この文書には、「財界」「横暴」「非民主的な開発」「黒い霧」といったマイナスのキーシンボルが利用されている。これらのマイナス・キーシンボルを用いることによって、共産党にプラスの暗

示を与え、支持を説得している。

「不思議なはなし」とか「疑問が話題」「カラクリ」といった感情を呈起して、その疑惑の感情に巧みに反応するよう暗示が行なわれている。

しかも先に述べたように、人びとの判断を誤らせる危険なトリックがある。事実を錯誤に陥らせるような策略的な手口が用いられている。そして、人びとの不満をつくり出し、仮定の迫害者、敵対者、憎むべき対象を作りあげている。(3)

この文書は選挙活動のための政治宣伝の文書であるが、上に述べたような手口を用いている点で典型的な煽動文書でアジ、ビラといえる。

煽動宣伝は政治運動の常套手段として使われる。アメリカの政治学者ダール（Robevt A. Darl）は政治的人間の種類として、煽動家（Agitator）と交渉まとめ役の Negotiator とを挙げている。政治的煽動家について、「煽動家の重要な特色は自己を公衆の感情的反応に置く高い評価である。社会制度を攻撃するにせよ防禦するにせよそれらは第二次的問題である。煽動家は、彼と一致しないものは悪魔と交渉があるものであり、反対するものは背信や憶病なものと容易に暗示させる」と述べている。(4)

ラズヴェル（H.D. Lasswell）は、煽動家について次のように述べている。(5)

「政治の世界で特別の役割を演ずることに喜びを見出すような人格型は、とくに重要である。それは、先天的性質と、早期の体験とでそういう傾向をもつに至るのである。たとえば煽動家はそういう型であり、世人一般から、速か

にしかも高い尊敬をうけたいとの欲求が強いために、仲間から遠ざかる。したがって、そういう人は、たとえば、演説とかイデオロギー論争のような手段で大衆に訴える特殊な技能を身につけようとする傾向をもつ。他方、情緒的な反応をそれほどに欲しない人は、比較的じみな組織家になるのである。煽動家は、危機が絶頂に達した時に、本来の面目を発揮する。これに反し、組織家は、危機と危機との中間に能力を発揮する。だから、危機の激化に伴って、アスキスはロイド・ジョージに、ヒンデンブルグはヒットラーにその地位を譲るのである。また、危機がおさまると、ボールドウィンやハーディングの世界がかえってくるのである。」

ラズウェルの煽動政治家の概念に従えば、トーマスペインのコンモン・センスなど典型的煽動家の煽動文書を考えられる。レーニン、ヒットラー、ムッソリーニなどもその例に入るであろう。さて「煽動」という言葉を何ら概念規定なしに使ってきたが、その意義を考えてみよう。

(1) 波多野完治編、世論・宣伝　昭和三六年　大日本図書刊　一五五頁
(2) 同上　一五五頁
(3) 同上　一八二頁
(4) Darl, Robert A. Modern Political Analysis, Prentice-hall, Inc. Englewood Cliffs, New Jersey p. 95
(5) Lasswell H.D. Politics; Who Gets What, When, How, 日本訳久保きぬ子訳「政治」岩波現代叢書　一一頁

二　煽動とは何か

日常よく見うける状景であるが、人びとが集っている。一人の人物が声高に喋べっている。激しい拍手がおこる。リーダーの発声につれてシュプレッヒコールがわきおこる。人はこのような弁舌をふるう人を指して彼はアジるのがうまい、アジテーターだ、煽動者だという。

煽動という言葉はこのような状態における人の弁説や前述のようなビラについて名付けられている。名付ける、ネーミング（Naming）ということは人間の偉大なる知恵である。人間の生活の周辺には、ほとんどのものや事柄が名付けられて、人間と人間の間のコミュニケーションを円滑にし、理解を容易にしている。

煽動（アジテーション Agitation）というネーミングは、今日どのような、共通理解の現象とされているのであろうか。現代のような言葉の意味の激しく変動する時代、最初のネーミングと現代の用法とは非常な違いを発見することが多い時代である。煽動という言葉のあらわす現象はどんなものであろうか。

言葉の意味を検討する場合、辞書の助けを借りるのが通例である。通例にしたがって漢和辞典で煽動の意味を探ると「あふいで物を動かす義」「おだて」。とある。魏誌梁習伝に早くもあらわれている言葉とも記されている。[1] 広辞苑は「人の気持をあおりたて、ある行動をすすめそそのかすこと、アジテーション」とある。[2] 煽動は教唆と同じ意味に用いられている。教唆、すなわち、「おしえそそのかすこと」と同義に使われている。しかし教唆とはさらに法律用

語として、「他人に犯罪、実行の意思を生ぜしめる行為」をあらわす言葉として用いられている。法律の用語として考えるならば、今は廃止された悪法で有名な「治安維持法」は煽動罪をもうけていた。それは国体変革または私有財産制度否認の目的でその実行を煽動し、またはその目的をもって騒擾・暴行、その他生命身体財産に害を加うべき犯罪を煽動する罪をいうのであった。

法律用語辞典には次のように述べられている。(3) 犯罪の構成要件として煽動行為を規定している例は、食糧緊急措置令一一条に政府に対する主要食糧の不売を煽動する罪、国税犯則取締法二二条一項に、国税の不納付等を煽動する罪、公職選挙法二三四条には選挙犯罪の煽動罪が規定されている。また破壊活動防止法は政治上の目的で行なわれる一定の煽動行為を「暴力主義的破壊活動」としている（同法四一二ヌ）。

煽動の意義に関しては、旧大審院の判例に「実行ノ煽動トハ他人ニ対シ中正ノ判断ヲ失シテ実行ノ決意ヲ創造セシメ又ハ既存ノ決意ヲ助長セシムベキ勢ヲ有スル刺戟ヲ与フルコトヲ指称シ煽動罪ハ煽動行動アルニヨリ成立シ必ズシモ相手方ニ於テ其ノ結果ヲ惹起スルヲ要セサルモノトス」（昭五・一一・四判決）というのがあり、また破壊活動防止法四条二項には、「せん動とは特定の行為を実行させる目的をもって、文書若しくは図画又は言動により人に対しその行為を実行させる決定を生ぜしめ又は既に生じている決意を助長させるような勢のある刺戟を与えることをいう」と定められている。

「煽動」を処罰することは、言論の自由の限界との関係で、しばしば問題を生じている。この点に関して最高裁判所は、前掲の食糧緊急措置令一一条の罪について、「国民が政府の政策を批判し、その失敗を攻撃することは、その

方法が公安を害せさる限り言論その他一切の表現の自由に属するであろう。しかしながら、現今における貧困な食糧事情の下に国家が国民全体の主要食糧を確保するために制定した食糧管理法所定の目的の遂行を期するために定められた同法の規定に基づく命令による主要食糧の政府に対する売渡に関し、これを為さざることを煽動するが如きは政府の政策を批判し、その失策を攻撃するに止まるものではなく、国民として負担する法律上の重要な義務の不履行を慫慂し、公共の福祉を害するものである。さればかかる行為は、新憲法の保障する言論の自由の限界を逸脱し、社会生活において道義的に責むべきものであるから、これを犯罪として処罰する法規は新憲法二一条の条規に反するものではない」と判定している（昭二四・五・一八　大法廷判決、ほかに同旨昭和二五・一・一九　第一小法廷判決、昭和二七・一・九　大法廷判決、このほか地方税の不納煽動罪について昭和三七・二・二一　大法廷判決は類似の判断を示している）。

なお、「煽動」は最近の立法では「あおる」と表現されているものもある。すなわち、国家公務員法九八条二項、地方公務員法三七条一項、公共企業体等労働関係法一七条一項、出入国管理令二四条四号ル等にその用例がある。

すなわち法律用語としての煽動の意義は、「ある特定の行為を実行させる目的をもって、文書、図画、言動によって人にその行為を実行させる決意を生ぜしめたり、それを助長させたりするような勢のある刺激を与えること」となる。

さらに「現代用語の基礎知識」の説明によれば、[4] アジ・煽動とは左翼思想を普及させること。「アジテーションとは適切な実例などを用いて直接的な感動を引き起こす仕方で大衆に訴え行動にふるいたたせる活動」であると。さらにはアジ・プロ（Agi-Pro）と左翼用語として使われるプロはプロパガンダ（Propaganda）の略語であって、「ある思想

や主義を大衆の間に系統的に広く理解させ、納得させ、広めるための活動」であると規定している。

プロパガンダとアジテーションとの関係、差異について、こうした問題について最もよく知られ、最もよく引用される権威は、ハロルド・D・ラズウエルであるが、彼は煽動は集団的影響を与える方法であることを特性とするが、これを宣伝や非暴力的強制などから区別することについては、何ら一致した見解はないといっている。欧米の著者たちは宣伝という言葉を使う場合、世論に影響を与えようとするすべての活動を含ませる傾向がある。それでラズウエルは、「宣伝とは意見の対立する論争的な問題について、それに対する態度に影響を与える手段として、象徴を巧みに操ること」と定義した。宣伝と煽動との区別については、「宣伝とは教理や観念を流布すること、煽動とは人びとをして自発的な行動をとるように刺戟すること」と述べている。(5)

いずれにしても煽動はコミュニケーションの一現象であり、宣伝の一種、もしくは宣伝の中に包含される現象としてとらえられている。欧米の学問的文献も宣伝と煽動とを区別しようとする努力は全然なされないのがしばしばであり、その試みがなされている場合でも一般に、その結果は明瞭になるどころか、区別はほとんど明らかになっていない。

しかるに、ボルシェヴィキの理論や実践は宣伝と煽動と注意深く区別して使用している。ソヴェートでは宣伝と煽動には明確な概念の相違があることを明らかにしている。

(1)　漢和大辞典　服部宇之吉・小柳司気太　冨山房発行

(2)　広辞苑　新村出編第二版　昭和四四年　岩波書店

(3) 法律用語辞典（佐藤達夫、林修三外編纂）学陽書房　昭和四八年六月　三六九―三七〇頁
(4) 現代用語の基礎知識　自由国民社刊
(5) A・インケルス著　辻村　明訳「ソヴィエートの世論」昭和四三年　東京創元新社刊　三七頁

三　レーニンの煽動の定義

ボリシェヴィキの指導者レーニンは、流刑地においても帝政ロシアからの亡命先においても絶えず読書研究を続けていた。特に注意すべきは、世界的兵法書クラウゼヴィッツの「戦争論」を研究していたことである。「戦争は政治の一手段である」と喝破するクラウゼヴィッツの戦争論は、政治闘争を続けるレーニンにとって示唆多きものがあったのであろう。武器をとって闘う戦争と武器でなく言論、思想を武器に代えて闘う政治闘争を比較しながら、戦争における戦略、戦術の考え方を政治闘争に応用して、革命の戦略、戦術を考え出し、大砲や小銃に代る武器としての主義や思想の組織的運営や使用を考えた。部隊の編成に代る党組織の指揮命令系統を編成、部隊の指揮中枢参謀部に代わる中央執行部、部隊の最小単位分隊に代る最下部組織としての細胞、敵を攻撃する最前線の強力な打撃部隊としての前衛に比較される革命の前衛という考え方など、クラウゼヴィッツの戦争論の影響と考えられることが多い。

共産主義革命への闘争における武器としての宣伝、煽動は、政治戦、思想戦における大砲であり、小銃である。敵を混乱、敗北に陥れる重要な武器である。さらに降伏、捕虜とする、すなわち共産主義の共鳴支持者にする武器である。

したがって、宣伝、煽動に関するレーニンを初めとする共産主義の文献は極めて多い。(1)

レーニンは「何をなすべきか？」の中で『ロモノーソフ＝マルトイノフは語る。「プレハーノフが、前述の小著（ロシアの飢饉との闘争における社会主義者の任務について）を書いてから、多くの歳月が流れさった。社会民主主義者は、一〇年にわたって労働者階級の経済闘争を指導してきたが、……まだ党の戦術に広範な理論的基礎づけをあたえるいとまがなかった。いまでは、この問題は機が熟している。そして、もしこのような理論的基礎づけをあたえなければ、われわれは疑いもなくかってプレハーノフが展開した戦術の諸原則を、いちじるしくふかめなければならないであろう……。いまやわれわれは、宣伝と煽動の差異を、プレハーノフとはちがったふうに規定しなければならないであろう」「われわれは、宣伝という言葉を、個々の人間にとって理解しやすい形態でなされるか、広範な大衆にとって理解しやすい形態でなされるかにかかわりなく、現在の制度全体またはその部分的現われを革命的に解明するという意味に解したい。また、煽動という言葉を、厳密な意味では、大衆に、ある具体的行動を呼びかけるという意味、社会生活へのプロレタリアートの直接の革命的介入をうながすという意味に解したい。」』

というマルトィノフの宣伝と煽動の区別に関する言葉を、マルトィノフが引用したプレハーノフの言葉すなわち、

「宣伝家は一人または数人の人間に多くの思想を与えるが、煽動家は、ただ一つの、またはただ数箇の思想をあたえるにすぎない。そのかわりに煽動家は、それらを多数の大衆にあたえる」

というプレハーノフの古典的定義にのっとりレーニンはこの区別を根本的なものとしてうけいれながら、マルトィノフの宣伝と煽動の区別を爆撃しつつ、宣伝と煽動について定義を与え、この二つの役割の相違を、明らかにしてい

る。レーニンは次のように述べている。

『宣伝家とは、たとえば同じ失業の問題をとりあげるにしても、恐慌の資本主義的な本性を説明し、今日の社会で失業が避けられない原因を示し、この社会が社会主義社会へと改造されていく、必然性をえがきだすなどのことを、しなければならないものと、考えていた。一言でいえば、宣伝家は「多くの思想」を、しかも、それらすべての思想全体をいっぺんにわがものとすることは少数の（比較的にいって）人びとにしかできないくらいに多くの思想を、あたえなければならないのである。』

結局、宣伝家は問題をとりあつかうにあたって、多くの複合した観念を提供するのであり、実際その観察は非常に多いので比較的少数の人間しか把握することができないであろうというのである。これに反して

『煽動家は、同じ問題を論じるにしても、自分の聞き手全部にもっともよく知られた、もっともいちじるしい実例――たとえば失業者の家族の餓死とか、乞食の増加などというような――をとりあげ、このだれもが知っている事実を利用して、ただ一つの思想――富の増大と貧困の増大との矛盾がばかげたものであるという思想――を「大衆に」あたえることに全力をつく、大衆のなかにこのようなはなはだしい不公平に対する不満と憤激をかきたてることにつとめるが、他方、この矛盾の完全な説明は、宣伝家達にまかせるであろう。宣伝家は、主として、印刷された言葉によって、煽動家は生きた言葉によって行動する』

すなわち、煽動家は同じ問題を論ずるにしても違ったやり方をする。聴き手に対してただ一つの点、例えば「富の増大と貧困の増大との馬鹿げた矛盾という観念」を徹底的に叩きこむ。このとき、この簡単な一つの観念は大衆の不

満を刺激するための基礎となる。そしてもっと完全な説明は、宣伝家にゆずるべきだとレーニンは結論ずけている。レーニンにとってはプレハーノフの古典的な定義と同じように、少数の人間に対してある問題についての多くの観念を示すことと、ただ一つの観念を多くの人間に示すこととのこの区別が宣伝と煽動とを区別する根本的な基礎であった。

レーニンは、宣伝が主としてある問題について明瞭に説明すること、煽動は主として行動への呼びかけである、という考え方をきびしくはねつけている。レーニンは「何をなすべきか」の中で次のように述べている。

『宣伝家に要求される資質は、煽動家に要求される資質と同じではない。たとえば、われわれは、カウッキーやラファルグを宣伝家と呼び、ベーベルやゲートを煽動家と呼ぶだろう。しかし、実践活動の第三の分野または第三の機能をべつにとりだして、「大衆にある具体的行動を呼びかけること」を第三の機能にかぞえるのは、このうえなく不条理な話である。なぜなら、単独の行為としての「呼びかけ」は、理論的小冊子であれ、宣伝パンフレットであれ、煽動演説であれ、そのどれにとっても自然の、なくてはならない補足物であるか、それとも純然たる執行的機能をなすものであるか、どちらかであるからだ。』

レーニンは、語を続けて、レーニンの主張を例をあげて説得する。

『今日ドイツの社会民主主義者が穀物関税に反対してやっている闘争を例にとってみよう。理論家は関税政策についての研究を書いて、たとえば、通商条約の締結と通商のためにたたかうように「呼びかける」。宣伝家は雑誌のなかで、煽動家は公開演説のなかで、これと同じことやる。大衆の「具体的行動」とは、この場合に、穀物関税

を引き上げるなという国会への請願書に署名することである。この行動の呼びかけは、間接には理論家、宣伝家および煽動家によってなされ、直接には、署名用紙を工場や各民家にくばる労働者たちによってなされる。〝マルトィノフ式用語〟、によると、カウツキーもベーベルも宣伝家で署名用紙のくばり手が煽動家だということになる。そうではないか?』

このレーニンの主張によって、その後、この問題についてのソヴェートの議論は大部分、プレハーノフおよびレーニンの分析に基礎をおいてきた。かくて、「行動への呼びかけ」があるかどうかによって煽動と宣伝とを区別することができるという考えは、強く否定されてきた。

またそれと関連して、煽動は主として使嗾であり、刺激し駆りたてる努力であるという命題も批判されてきた。

さらに、宣伝と煽動の区別は使われるメディアに基づいているという考えも同じように受け入れがたいものとみなされた。先に引用したレーニンの論文に、印刷された言葉は宣伝家の主要な道具であり、話される言葉は煽動家の主要な手段である、とあったが、しかし、このことは決して必要条件ではなく、ソヴェートの理論と実践は、宣伝も煽動も、ともに、印刷のことも口頭のこともありうるという立場をとっている。したがってレーニン主義の国家理論についての講演は、この問題についての雑誌論文と同様に宣伝とみなされている。また労働生産性の増大を呼びかける新聞記事は、ある機械製作所で党の煽動家が行う個人的な訴えと同じように煽動とみなされている。

(1) レーニン著　宣伝・煽動(1)　日本共産党中央委員会宣伝部編　一四七―一五〇頁参照
A・インケルス著　辻村明訳　ソヴィエートの世論、昭和四三年東京創元新社刊　三七―五〇頁参照

四　宣伝・煽動についてのソヴエトの用法(1)

宣伝と煽動との基本的区別についてレーニンはプレハーノフの古典的定義をうけついで明らかにしてきたが、今日のソヴェートにおいては、宣伝と煽動の用語法について、一般的意味と特殊的意義とに分けて使用している。「ソヴェート大百科辞典」の宣伝および、煽動に関する項目から、それを明にしているA・インケルスの「ソヴェートの世論」によって明らかにしよう。先ず一般的意味である。

一　宣伝・煽動の一般的意味

ソヴェート大百科辞典では宣伝という言葉を、かつてローマ・カトリック教会が使った表現にしたがって、ある観念や教理を伝播し唱導し、その伝播された観念に対して支持者を集めることだと定義している。

したがって、宣伝は、いかなる階級、いかなる社会集団にとっても、その集団の社会的位置や要求を、支持し正当化するよう観念を外部に拡げるための手段となる。煽動もまた同じく、政党や階級の政治的闘争の手段とみられどのような政党によっても、その目標に一致した方向にそれ自身の階級の勢力を組織し、他の階級からの同調者をひきつけるために使うことができるのである。宣伝や煽動という言葉はこうした一般的意味に使われるのでこれらの手段を利用する階級や社会集団にしたがって、宣伝や煽動の種々のタイプを区別して、ソヴェートの著者たちは、これらの表現を慎重に限定して使用をする。例えば、ブルジョア的宣伝煽動とコミュニスト的宣伝煽動を区別して使う。宗教

宣伝は、大衆を精神的に従属させる手段である教会、宣教師、公共的教育施設を通じて、支配階級がおこなう比較的重要な政治活動とみなしている。またブルジョア的煽動は、大衆に対する政治的欺瞞の一形式であり、大衆の眼に砂を投じて、彼らの抑圧搾取の状態が見えなくなるようにする方法だとみなしている。

このような表現はもちろんマルクス主義からきている。

二　宣伝・煽動の特殊的意味

政治体制の相違をこえた一般的宣伝煽動の意義に対し、ボルシェヴィキでは独自の意義づけを行っている。すなわち、「共産主義の宣伝は、マルクス・エンゲルス・レーニン・スターリンの教えと、ボリシェヴィキ党史およびその任務の歴史とについて深い解明をおこなうもの」と厳重に規定されている。したがって、宣伝は党活動の最も重要な基本的要素の一つと見られている。

共産党員が、社会や、政治闘争の発展を支配するマルクスの法則に関する必要な理論と知識をもって「武装する」のは、マルクス・レーニン主義の宣伝によってである。したがって、共産主義的宣伝は、主として、党員や党員でないインテリゲンチャなど、社会の比較的「前進した」階層や、国民生活のあらゆる領域における指導者および責任のある要員などに対して向けられる。

宣伝に対して、「共産主義煽動は、労働者階級の広汎な大衆を、共産主義の精神で教育する主要な手段」とみられている。したがって「煽動はまず第一に広汎な大衆に向けられ、彼らに党のスローガンや決定を知らせ、党や政府の政策を説明し、新しい社会秩序の建設に積極的に意識的に参加するように全勤労者を動員しようとするものである」

レーニンは「ボリシェヴィキはすべて煽動者」というスローガンをつくった。

この共産主義の宣伝、煽動の相違区別は、ボリシェヴィキの基本的理論に基づくものである。前衛という共産党員と一般大衆との関係から生ずる。革命を遂行し、新しい社会を建設するためには、強固な組織に統一され、高度の階級意識をもった前衛的な少数者の集団が指導者の機能をはたすことが期待される。この前衛集団はマルクス主義を勉強し、理解し、マスターしなければならない。マルクス主義は、社会制度の発展を説明し、革命的活動を指導し、共産主義社会の建設を、準備する、一つの哲学体系、科学的原理の体系と規定されている。このマルクス主義の「学習過程」が「マルクス・レーニン主義宣伝」といわれ、その教育を行う人が宣伝者なのである。

広汎な大衆にマルクス主義の原理を十分に把握することを期待することは、明らかに不可能である。党員にさえ期待することはむずかしい状態であるから大衆にはなおさら容易でない。そこで難しいボリシェヴィキの理論を広く大衆の一般的水準の許す限りにおいてマルクス主義原理の「精神」を体得することを要求している。さらに共産党指導者の選択する行動が大衆に知らされ、説明されることが要求される。大衆の間にこうした教育や説明をおこなうのが煽動者の任務である

煽動者が大衆を教育し、党の活動を大衆に説明しなければならないということは、煽動者自身がマルクス主義の基本的原理を正確に把握していかなければならない。したがって煽動者は大衆の教師であるが同時に煽動者自身、宣伝者の指導を受ける学生であることになる。

すなわち、ソヴェートにおける宣伝は、煽動者や組織者（オルガナイザー）など比較的前進した党員や、大衆の間に

いる非党員の指導者文化人や知識人たちを進歩させるものである。一方、煽動者や組織者のほうは煽動によって、党のメッセージを民衆に伝える伝達者となるのである。

ソヴェートでは、何か重要な問題についての世論の形式が二つの異った段階や側面をもつ。すなわち、指導に当る人間やそのグループの間での世論の形成と、その後においてこれらの世論指導者や世論形成者によって作り出される大衆の世論とである。

ソヴェートにおいては宣伝煽動部は党組織の中で極めて重要な位置をしめている（表参照）。ソヴェートにおける宣伝は二つの異った機能をもっている。

一、ソヴェート共産党と大衆の関係

二、ソヴェート共産党内部における活動

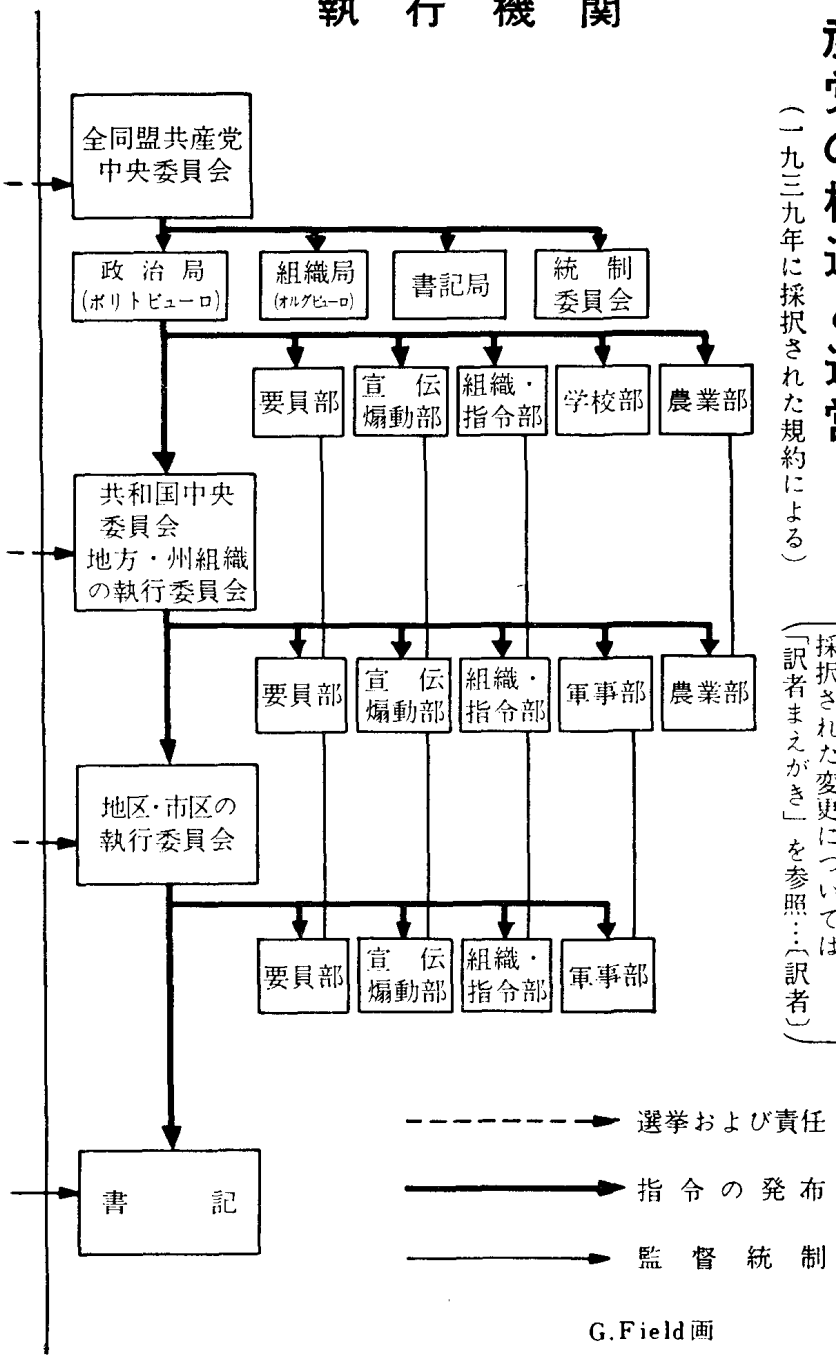
宣伝の機能は、煽動が成功するための先決条件であり、ひいては党による大衆の一般的指導に役立つということである。煽動はソヴェートにおいては、散発的、一時的現象ではなく、継続的な高度の組織的活動である。したがって煽動者という特殊的な徹底的に組織された役割をもった人間によって行なわれる。煽動は共産党煽動者の活動領域であるが、外に新聞編集者、著述家、放送関係者、映画製作者、芸術家なども煽動的役割をもつ。かれらは一般民衆に対する一般的「政治教育」の責任を負わされ、党の政策を大衆に説明することを期待されているので、政治的に教育をうけ、政府や党の政策、および政策の背後にある理由について、優れた理解をもっていなければならない。そこで共産党の宣伝機構はこれらの人びとに一般的なマルクス主義教育および彼らをその時どきの発展におくれぬようにさせ

共産党の構造と運営

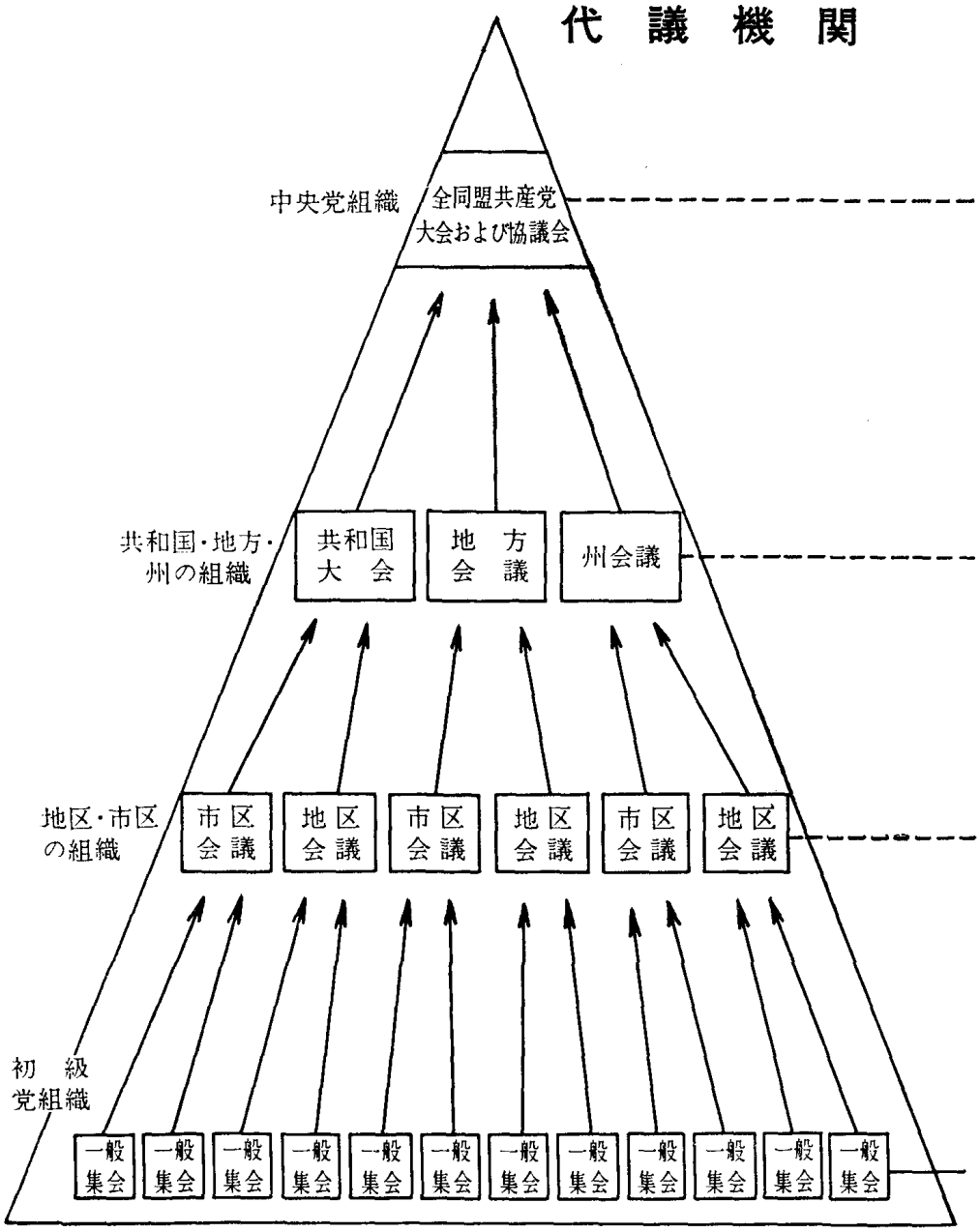
（一九三九年に採択された規約による）

（一九五二年第一九回党大会で採択された変更については、「訳者まえがき」を参照…（訳者））

執行機関



G.Field画


代議機関
中央党組織
全同盟共産党
大会および協議会
共和国・地方・
州の組織
共和国
大会
地方
会議
州会議
地区・市区
の組織
市区
会議
地区
会議
市区
会議
地区
会議
市区
会議
地区
会議
初級
党組織
一般
集会

ることに大きな努力をはらっている。スターリンによればボリシェヴィキの成功した一つの理由は、彼らが大衆の指導と党の指導とを区別し、これが異った問題であることを認識し、そしてその通りに行動することができたことである。

この党の指導における中心的要素の一つは、マルクス・レーニン主義宣伝に対する統制である。ソヴェート共産党はその正当性の根拠を、党がマルクス主義の科学的原理にしたがって行動しているということにおいている。ソヴェートではどのような行動も、それがマルクス主義の原理をまもっているか、それから逸脱しているかという基準によって、正当化されたり、非難されたりする。

基本的原理について相容れない解釈がある場合の解釈の決定、新しい条件にその原理を適応させ、新しい行動方針を正当化する決定、および、新たにエリートの中に入ってきた新しい党員の教育、これらはすべて党中央部の指令によって行なわれる。

一九二八年、第一次五ヵ年計画の導入により、党はそれまでかつて経験したことのないほどの多くの人的資源を必要とした。この計画の成功は尨大な大衆の精力を動員して、それを建設や産業面に投入することに大いにかかっており、この努力を促進するために多くの煽動者が必要であった。それに加えて、この五ヵ年計画は大衆の意識の根本的変革と、彼らの精神のうちに残っている、いわゆる資本主義的残滓の排除とを一つの目標とした。このこともまた煽動活動の強化を必要とし、そのためには、党の宣伝組織による新しい煽動者の訓練が必要であった。

ソヴェートの社会主義建設が進みトロッキーの追放、一九二八、二九年の粛清などによって体制がかたまってくる

につれ、共産党員の数は逐次増加して一九三〇年までには約二〇〇万に達した。第二次大戦前は四〇〇万、戦後六三〇万人と増加した。

これらの増加する党員にマルクス主義の教育を行うため一九三八年に中央委員会の決定によって、新しい「全同盟共産党（ボリシェヴィキ）歴史」が発行された。これは党宣伝の主要目標は党の指導者によって解釈されたマルクス・レーニン主義の原理の決定版であった。この新しい党史は「まず第一に党の指導的要員・青年共産党員、経済関係職務の従業者、および党員非党員を問わず、都市や農村のすべての知識階級」を対象とするものであった。

ソヴェートでは、知識階級、一般党員、および要員（要員というのは国民生活のあらゆる主要な領域で活動している党や政府の職員）の三段階においてそれぞれ異った宣伝を指導しており目標と方法を異にしている。

知識階級には独立的な不穏なイデオロギーが発展するのを防ぐような目標をもって行なわれている。

一般党員は、その機能を果たすためには、実際のマルクス主義理論についてほんのわずかの理解をもっていれば足りる。「マルクス主義のマスターは党員が研究によって果すべき義務ではあるが、党員たることの条件とは考えられていない。党員にとって第一に必要なことは、党の目標をはっきりと理解し、その達成に献身努力することである。したがってマルクス主義原理そのものを研究するよりは党の政策を研究し、党の決定におくれないようにすることの方が重要になる。党員の最も重要な活動の一つは、一般民衆の間にあって党の決定を民衆に伝達し、説明し、そしてその実施に向って民衆を動員する煽動者として活躍することである。こうした任務を遂行するために、マルクス主義原理について、最小限の理解をもつことは、煽動者の一般的行動方針のためにも当然必要なことである。しかし、煽

動者にとって必要なのは、主として党の決定や党の政策が目ざしている目標や、当面の諸問題に対する党の基本的態度を熟知していることである。」

党要員は党宣伝活動の最も、重要な段階に属する。ヒエラルヒーにおける党の役員や、政府商工業、労組、協同組合、軍隊、その他の組織で活躍している党の代表者であるので一層にイデオロギー訓練はきびしい。「ボリシェヴィキ」の指導方法は理論的知識、すなわち……プロレタリア革命……の発展法則についての知識と、これらの法則を、社会主義建設を指導する実践的な仕事において、使用しうる能力とを要求される。

一九三八年におこなわれた党支配機構の一般選挙の結果、党機構のうちにはじめてその地位をえたものは、初級党組織執行委員会での三五％から、共和国や地方や州の委員会でも六〇％にまでおよんだ。戦時中も党員構成に大きな変化があり、同様の事態がおきた。こうした新要員のマルクス主義訓練と旧要員の再訓練のため、党はたえず広汎な教育組織を維持してきた。党学校はそれぞれの段階に応じて開設されている。

ここで注意すべきはマルクス主義訓練は直接的な実際の目的に奉仕させることには限界があり、目的はいつか手段にかわり、党による国民生活のより有効な統制という目的のための手段と化してきている。

現在、党宣伝機構の組織は、煽動とは大衆に対するもの、宣伝は少数のエリートに対するものというレーニン主義的解釈の本来の姿と一致しているようである。

以上のような党中央の宣伝教育によって養成された人びとは煽動者としてソヴェート社会主義建設に大きな役割をもつに至る。

煽動の方法としては、もちろん、新聞、ラジオ、映画などのマス・メディアも使われるが、ボリシェヴィキの理論と実践は、大衆と党の代表者が日常直接に接触することを基礎としているところに特長がある。口頭煽動が重要な手段となっている。煽動はただ一つの単純な観念を多くの民衆に拡めることであるが、その形態にはグループ煽動と個人煽動とがある。一九四六年二月の選挙戦には党は約三〇〇万の煽動者を動員した。ソヴェートでは常時二〇〇万の煽動者が常備されている。人口二億とすれば一〇〇人につき一人、一五歳以上をとれば六五人につき一人の煽動者がいることになる。

これらの煽動者が、地方の煽動者のための情報、勧告、指針を載せた毎月二回の「煽動者必携」を教典として煽動を行うのである。

煽動者とは、彼を通じて党が日頃さまざまな事柄について民衆と話し合う人間なのである。工場や農場において、仕事の交替の前後や休憩時間に、また労働者の宿舎やアパートにおいてまで、煽動者は少数の人びとと話し合い煽動につとめる。その日の新聞の記事を声高に読んだり、党や政府の最近の重大な決定を述べたり、そのグループの作業成績に関する批判的討議を指導したり、あるいは彼らに一層の努力を勧告したりするが、いずれにせよ、煽動者は党の声として話すのである。煽動者は党指導部と大衆との間をつなぐ主要な絆である。

すべての共産党員は、その日々の仕事や他人との接触において、党の見解を積極的に拡めることを期待されている。そしてこのような努力はボリシェヴィキの主要な義務の一つとして党規約のうちに規定されている。しかし煽動のような重要な活動を全党員の共同責任のみに期待するわけにはいかないので、初級党組織の執行委員会は、党員、共産

主義青年同盟員および非党員だが党の目的に同調しているもののなかから、最も優秀なものを専門の煽動者として任命している。この煽動者たちは煽動者集会において教育をうけ大衆の中に入っていく。

この煽動者の模範的とされた型は、ソヴェートの革命前後の時期、五カ年計画の導入の時期、生産増強が問題とされた時期、などのソヴェート社会主義発展のそれぞれの段階に応じて変化している。

(1) この章については次の諸書を参照した。A・インケルス辻村明訳「ソヴィエートの世論」　第一部　宣伝の観念と観念の宣伝　二―六一頁参照　第二部　口頭煽動者と世論指導者　六二―一二三頁参照
辻村　明「ソビエトの宣伝」南博編応用社会心理学講座　三七一―三八四頁所載
矢部秀一「労働組合の宣伝」南博編応用社会心理学講座所載三五八頁は「ソヴエトの社会における「煽動」や「宣伝」の定義をそのままもちこみ適用するのは危険であろう」と述べている。
L・フレーザー著、本橋正坂井秀夫訳　プロパガンダ　昭和三七年　紀伊国屋書店　第八章コミュニズムとその宣伝　第九章「二元話法」一二六―一五九頁参照
リスキー・D・デュブニック著　近藤康訳　共産党宣伝・活動の実際　日刊労働通信社昭和四〇年刊はチェッコスロバキアの実例研究を行い、ソ連の宣伝・煽動組織がいかにとりいれられ、いかに活動しているかを資料にもとづいて解明している。

五　煽動の基礎的背景

ソヴェートや共産圏諸国においては煽動は意識的組織的に使われている。これに対しL・ローウェンタル、N・グターマンのアメリカにおける煽動及び煽動者の研究はブルジョア社会における煽動について研究している。(1)

彼の研究によれば「煽動は社会活動の一つの特殊形態とみられ、煽動者は〝社会変革の鼓吹者〟の一つの特殊形態とみられる。」「社会変革の鼓吹者に活動の余地を与える直接的な原因は、ある一部の民衆が不正や不満を感ずるところの社会条件である。煽動者はこうした不満の諸原因を指摘することによって、その不満を明瞭な形にする。彼は不満を発生させるような社会条件を、いつまでもそのままに放っておく社会集団をやっつけることを提唱する。最後に彼はこうした目標を達成することができる運動を推進し、彼自らその指導者たることを提唱する。」「煽動者は普通の社会変革の鼓吹者とは違って、不満の状態を利用しながらも、その不満の本質を合理的な概念で説明しようとはしない。むしろ彼は、あらゆる合理的な道しるべを破壊し、聴き手が一見自発的とみえる行動様式をとっているのだと提唱して、聴き手をますます誤った方向へと導くのである。」「煽動者の煽動の一般的な目的は、意識的と無意識的とをとわず、聴衆の自発的態度を改変して、煽動者の個人的影響を唯々諾々として受けいれるようにすることである。」

「煽動者は固定した一組の敵にすべての責任を帰し、その敵の邪悪な性格や紛れもない悪意が、社会的不如意の根底にあるとみる。」「一方に不満という主観的な感情と、他方にそれに責任ある個人的な敵だけを」とりあげ「その時その時の政治的議論から材料をとって、それを自分自身の目的に利用するのである。」「煽動者の語る第一の機能は、満足や不満などのような感情的反応を解放し、その全体の結果として、聴き手を煽動者の個人的指導に服従させることである。」「煽動者は、聴き手の不満についての客観的な対応物を設置する代りに、幻想的な異常なイメージを通して、聴き手の不満を現前させようとする。そしてこの幻想的な奇怪なイメージは聴き手自身のもっているものを拡大して投影したものにほかならないのである。」「煽動者はまず第一に非合理的な要素や下意識的な要素に訴え、合理的

な分析的な要素を犠牲にするのである。」

煽動者が現存する不満を利用しようとしていることは明らかである。煽動者のいう不平を分類すると次のようなことになろう。

一、経済的苦情

軍備に使う無駄な金を社会福祉や教育の施策に回わせ、親方日の丸の税金の無駄使いがいかに多いか、とか、国有財産が某々にいかに安く払下げられているか、など煽動者が最も多く利用するのは経済的苦情である。

二、政治的苦情

先にあげた煽動ビラにも使われている黒い霧、上からの非民主的、官僚的、共産主義者の謀略、ファッショ的、帝国主義、軍国主義、といった、悪玉を象徴する言葉が連発される。

三、文化的苦情

マス・コミの暴力、テレビによる一億総白痴化、お茶の間にしのびこむ残虐な場面や、露骨なセックス描写が、いかにわが国民の心情から健康な感情をうばい頽廃ムードの中に陥れているか、といった調子。

四、道徳的苦情

煽動者の敵がいかに道徳的に頽廃弛緩しているか、高級官僚や国会議員らが赤坂の待合などで会合し酒色にふけったり、ゴルフ場でのんびり楽しんで国民の苦しみを外にしているか等。

これらのさまざまな苦情に一貫して見られる感情や感情のコンプレックスは次のようなものである。

(イ) 不信感――煽動者は生活に関係するあらゆる社会現象について、聴き手が抱いている疑惑に向ってそれとわからないような方法で働きかける。買収する、不誠実、だまされる、あやつる、といったような言葉が、煽動者の言辞のうちにはまき散らされている。

(ロ) 従属感――煽動者は無力感や消極性に悩む人びとに話しかける。彼が働きかけるのは、一方では巧みにあやつられていることに対する反抗を示しながら、他方では護られたいという欲求、強力な組織に所属したり、強力な指導者に指導されたいという欲求を示すところのこうしたコンプレックスの矛盾した二面的性格である。

(ハ) 除外感――煽動者は物質的な糧も精神的な糧もあり余る程にあることをほのめかしておいて、他方では、人びとが当然その分け前にあずかって然るべきものを獲得していないことを指摘する。

(ニ) 不安感――来るべき災厄が人びとに恐怖をもたらす、地震、原爆戦争の不安、PCBや水銀などの公害による環境汚染のもたらす生活不安、インフレ高騰による経済不安、中産階級が革命的行動によってその生活を台なしにされはしないかというような不安などが、煽動者の口から伝えられ人びとを恐怖と不安に陥れていく。

(ホ) 幻滅感――このコンプレックスは、煽動者が政治を特長づけるときに欺瞞性を暴露する、とか、ごまかし、陰謀、ぺてん、カラクリ、不正、偽善を摘発するとか、圧制、弾圧、自由の剝奪とか激しい言葉でしばしば表現される。イデオロギー的スローガンは人々の恨みを煽りたてる。

(1) L・ローウエンタール、N・グダーマン　辻村　明訳「煽動の技術」岩波現代叢書一九六六年刊一一―二四頁参照
エリック・ホッファー　高根直昭訳「大衆」紀伊国屋書店昭和三六年は大衆運動の指導者によって利用される煽動の対象

である大衆の慾求不満などの心理的状態をよく説明している。

清水幾太郎著「流言蜚語」岩波書店昭和二五年は、流言蜚語の研究で優れている。煽動者は流言蜚語をなすものとして見れば極めて有意義な研究である。

六　煽動テクニックの定則

煽動は宣伝の一形態である。共産諸国における政治教育や洗脳も長期にわたる宣伝と考えられる。それは社会主義国家の建設という目的に適応させようとするものである。社会体制の変革を使命感としてもつ人びとによる現体制の欠陥や矛盾を暴露する理論の意図的使用には宣伝臭が多い。現実にそれは宣伝の効果をあげている。宣伝の目的は宣伝する人の意図する方向へと人を誘導することにあるが宣伝の場合は、長期的、平和的、理論的説得である。これに反し、煽動宣伝は、いわば、短期的というかある問題が起きた場合のような、特殊状況いわば、社会環境の危機的状況の際に用いられることが多い。したがって闘争的性格を強く帯びることになり理性や判断よりも感情や本能への訴えかけが前面に強く出てくる。闘争的に短期的に多くの大衆を操作しようとするために、誇張されたり、歪曲されたコミュニケーションもあえて行なわれることがある。カール・シュミットが政治とは敵と味方の区別であるといっているが、煽動の場合は敵と味方の区別がハッキリ行なわれ、攻撃目標たる敵に対して、大衆の憎悪をかきたて行動へとかりたてる。そのためには、激しい刺激的な言葉が使われたりする。政治宣伝は宣伝者の、意図する方向への誘導

が、漸次的に宣伝される人びとの間に積み重ねられて、次第に宣伝される対象たる大衆が自らの選択によって自発的に宣伝者の意図する方向へ自己の態度を向け行動していると思わしめるような心理的状況をつくりあげることに目標がおかれている。煽動はこれに反し、極めて直接的であり、即時反応を要求せられる。これがため、政治宣伝のように宣伝者を秘匿したり、宣伝目標を漠然としたり、間接的暗示方法を用いるようなことをしない。

煽動は「議論を避けて、感情に訴えよ」といった、常識的定則のもとに行なわれる。表現は断定的口調が使用される。断定的口調は人びとの思考を奪い、同調を強引に獲得しようとする。特定の政治的目的をもった集会では煽動家タイプの人が歓迎され、じゅんじゅんと説得をしていくようなタイプの人は敬遠される。特定の政治集会自体が、集会の目的、例えば○○糾弾大会、○○反対国民けっき集会、○○粉砕大会などと既に政治目的を明らかにして開催され、そこに集まってくる人びとは、その政治目的に肯定的であるか、積極的に賛成であるか、少なくとも、同調的な人びとであるから、当然に、断定的、激越な口調で、聴衆の感情を盛りあげてくれることを期待している。煽動家の巧妙な演説は、聴衆の不満を巧みに表現して、心理的極限にまで増大せしめ、憎悪を敵に向け爆発させるまで高潮させ、シュプレッヒコールは、共鳴的感情を高揚し、人びとに連帯と同志的結合、固結の一体感を喚起する。圧力団体と呼ばれる集団の噴出によって生れた利害を共通する人びとの集団の大会では、「われわれ農民は」とか「われわれ働く者は」「われわれ学生は」といった、ある特定社会層全体の名を僭称して、その特定層の人びと全員の賛成を強要し、反対者は裏切り者、反動、御用団体といった具合に非難する。それが、さらにエスカレートすると、特定社会層から、さらに国民全般にもひろげられる。「われわれ国民は」という言葉で、その人の考えに反する考えをもつ人は

非国民であるかのような錯覚さえおこさせる。

ある一人の煽動宣伝家の意志が、特定集団――特定社会層という段階を経て、国民的スケールにまで発展する可能性が存在する。同時に、ある特定集団の利害を代表する煽動家が、あたかも国民全体の代表であるかのような印象を大衆に与えることも可能なのである。したがって煽動宣伝家たちは、可能なかぎり、規模の大きい第一人称を使用する。「世界の人民は」とか「世界の世論は」といった表現にまで拡大されていく。

このような、煽動家の使用するテクニックや方法は、近年研究が進み、レーニン、ヒットラーを始めとする、典型的、天才的煽動宣伝家の言葉や行動の歴史から、一応の定則が導き出されている。

以下、宣伝研究家たちの研究によって、煽動家たちの常套的テクニックを述べよう。

一　単純化し、敵を一つだけにしぼる定則

伝達すべき煽動宣伝を単純にすることは第一の定則である。煽動者の指向する敵は一つにし、しかも簡単な表現であることが必要である。コミュニストの宣伝においては、敵はブルジョアジー、反動、資本家、独占、大企業、帝国主義者、軍国主義者、戦争勢力、トロッキストといった単一化が行なわれる。ナチスの宣伝においては、ユダヤ人が単一の敵に仕立てあげられ、一個の犠牲の羊（scapegoats）とされた。ナチスはナチスが攻撃しようと感じたもののすべてをまったく意識的にユダヤ人に結びつけた。すなわち、英米の政策はウォール・ストリートの金融資本家（彼らはユダヤ人）によって支配されており、またフランスの政治もユダヤ人によって支配されている。またコミュニズムもユダヤ人マルクスによって創始され、そのすべての指導者はユダヤ人がその影響家にある人びとである、といった具

合である。

これらは一般に断定的な語法や、簡潔明快な文章で表現される。この断定と明確化のためには、スローガンやシンボルが使用される。スローガンは政治的反対や賛成の感情を直接的に訴える。簡潔で洗練されたスローガンはそれだけで煽動宣伝的効果を持つ。赤旗や、ヘルメットや鉢巻、たすき、バッヂ、ワッペンなどが、シンボル的に使用される。卍やVのような記号的シンボルも有効に使用される。

煽動宣伝の場合、事件や問題の起きた際、そのつど、一つの主目標をとりあげて、ある一期間中はただ一つの目標に攻撃を集中する。このような集中方式は煽動者の政治戦術のイロハであり、むしろ、ある攻撃目標の選定がその政治センスをはかる尺度ともなる。いずれにしても攻撃目標――敵は常に一つだけにしぼるようつねに工夫される。

単純化の定則は、攻撃する敵を一人の人間に集中し代表させ、そこに憎悪を集中させる。初歩的なしかし効果多い単純化の形式である。政治闘争を個人間の敵対に還元することは、複雑な関係やさまざまな主張を簡単にわりきってしまう。敵を個人化することは、眼に見えない力と向いあうよりも眼に見える具体的な人間と面と向いあうことを好む人間に適応している。一人の人間によって、グループ全体のイメージをつくりあげる例は、岸とか田中角栄、池田大作、宮本顕治、野坂参三といった言葉で、人びとが直ちにある政党を連想することによっても明らかである。

戦争宣伝でよく使用される例であるが、かれらの真の敵はあれこれの党もしくは民族全体ではなくて、その党もしくは民族の指導者、政権担当者であると信じこませる。攻撃はいつも個々の人間もしくは小グループに加えられるが決して全体としての社会集団もしくは民族全体には加えられない。政府は悪いが国民一般は悪くないのだといった敵

の陣営を分裂させる煽動例はしばしば経験するところであろう。一味徒党、陰謀、共謀といった言葉が多く使用される。ホンの一にぎりの歴然として明らかな敵を一つの集団か一人の人間に結びつける。そうして、自分たちの失敗や欠陥をあげて敵の責任におっかぶせるやり方を常套的な手段として用い、敵の打撃をかわし、調子を狂わせる。

二　拡大・歪曲の定則

複雑なものを単純化し敵を一つにしぼるためには、どうしてもある必要な事実の拡大が行なわれ、不必要な事実は切って捨て省略される。したがって拡大された一部の事実が全部であるかのようなイメージを与えてしまう。そのために不当に拡大された事実は、歪曲されたものになる。特殊の普遍化、一般化が行なわれるのである。

新聞のニュースの取扱にもしばしば常套手段となっている。思うつぼにはまった報道を「針小棒大」な大見出しで扱い強烈な印象を与えることは商業新聞が普通に用いる手段である。党派性の強い新聞雑誌ではこの拡大省略は盛んに使用されて煽動的効果をあげている。一政治家の失言などが、大きなニュースとして報道され、責任をとらされる例を時どき見受ける。事実を事実として報道解説するのでなく曲解、類推、誇張して伝達されると人びとは、誤ったイメージを生じ、報道者の思うつぼにはまる。微妙な差異を示したり、詳細に論じたりする伝達は興味や関係のある人以外は読まず、大底の人は見出しで判断するといわれているので、拡大歪曲された大見出しなどの表現は強烈な印象を与える。

演説における断定的な表現は単純化をはかるには効果的で、思考を停止した人びとには受けいれられやすい。原因結果の複雑な分析よりも、単純明快な拡大歪曲の理論の方が、面白いし、アッピールする。煽動家は特にこの手段を

使うことによって、煽動の目的を達成することを図る。煽動の受け手や聴衆の知的水準が低く、リースマンのいう他人指向型大衆であるほど、容易に煽動される。煽動家が自分自身の言葉に反省や自己批判をするようでは、この方法はとりにくい。したがって煽動家は憶面もなく、他の事実を考慮することなく主張できる鉄面皮でないと成功しがたいという一面もある。しかし、狂信的、使命感をもった煽動家にはそのような理性的、冷静な判断を全然しないか、あるいはあえて考慮しない傾向がある。沸騰する感情のシーンを現出し、人びとに強力な反感と憎悪を与え、あわよくば行動にかりたてることができれば、むしろ煽動の効果大なりとして使命感の達成を喜ぶことになる。

三　反覆の定則

「すぐれた宣伝の第一条件は、中心になる主張をうまずたゆまず繰返すことである。」「宣伝は語るべき思想を少数にとどめて、それをうまずたゆまず繰返すことである。大衆は、何百ぺんとなく繰返さないと、もっとも簡単な思想でもおぼえこまないものである。」（フレーザー）

反覆の効果については、有名なソヴェートの心理学者パヴロフの条件反射の理論があり、条件を伴った反覆は遂には虚像をも実像化させることを実験によって証明している。

拡大省略によって単純化された主張が絶えず繰返して伝達されると、何時の間にか人びとの悩裡に沈澱して、何時でも反応を示すようになる。商品の広告宣伝にしばしば使われる手である。ステレオ、タイプの形成である。

反覆には、時間的反覆と量的反覆が考えられる。テーマの一定不変、合わせて表現の多様、これはあらゆる宣伝活動を支配する特性である。執拗に、くりかえし、いろいろな異なった角度から同一のテーマと取くんで、ある主張を

伝達することは共産党の宣伝に典型的に見られる。ジャン・マリー・ドムナックは、このような方法をオーケストレーションの定則と名づけている。一定のテーマのオーケストレーションとは、そのテーマをさまざまな、公衆に適合し、しかもできるだけ多様な形式を用いながら、あらゆる宣伝煽動の機関によって繰返すことである。

四　移入の定則

煽動宣伝家たちは、けっして無から出発して宣伝煽動が行なえるとも、大衆にたいして手あたりしだいに思想を手あたりしだいの時機におしつけられるものと考えてはいない。

一般に宣伝煽動は、つねになんらかの既存の基盤の上にたって事を行うのである。例えば、民族神話（フランス革命明治維新）とか、排外的愛国主義、アメリカ建国の精神とか「なになに嫌い」「なになに好み」といった古くから人びとの間に定着している憎悪、偏見の非合理的思想に巧みに便乗して目的を達成しようとする。諸国民の心の中には、宣伝煽動のために盗用されるような意識的ないし無意識的な感情が存在する。L・ローウェンタールとN・グダーマンの著書「欺瞞の予言者」（邦訳「煽動の技術」）には、そのような、偏見の研究が行なわれ、アメリカにおける煽動者が、利用する既存の偏見や差別感を明らかにしている。

「政治指導者は、まず群集の支配的な感情に訴える……大事なことは、群集のなかにあらわれた素朴な態度に、示そうとするプログラムを、言葉により、いろいろな感情を組みあわせることによって結びつけることである。」（ウォルター・リップマン）

L・ロールウェンタールによれば煽動者はアメリカ人の中に広く普及しているステレオタイプに働きかける。煽動

者は敗北感に悩む人びとがその不運を隠れた敵の策謀に帰するという傾向に働きかけ、その傾向を拡大する。解雇された労働者、ふられた恋人、昇進を剝奪された不満の軍人、試験に落第した学生、チェーン組織の強力な競争者によって仕事から駆逐された小さな食料品屋――こうした連中は誰でも目立たない悪意に支えられた神秘な迫害者を非難するだろう。こうした聴き手に煽動者は、お前たちはこづき回されたり蹴られたりして銀行家や官僚の犠牲になっているのだと語る時、煽動者は聴き手が既にもっている感情を利用するわけである。「ウォール街の策謀」「独占者の陰謀」「国際スパイ団」といったステレオタイプが使用される。共産主義者、財閥、腐敗した政府、官僚、外来人、ユダヤ人のように亡命者などの異国人に対する不信と恐怖、このような人びとにとって権力の集中と思わしめるすべての政治的ステレオタイプに対して、不平をなげつけ、不満の原因をそこに見出させる。

社会的不快の根深い広汎な存在こそ、煽動の発想源であり、温床ともなるのである。

五　全員一致と感染の定則

宣伝煽動が効果をあげるためには、宣伝煽動の目的が対象である大衆の中に拡散し、意見や態度の一致した、少くとも同調者が多数出るようになることが望ましい。煽動宣伝はこのような全員一致を人為的につくりだすことに努める。先に述べたようにあらゆる宣伝文書や演説は全員一致的断定から始められる。「われわれ東京都民は」、とか「われわれ民衆のひとしく一致した要求である」、「われわれ農民大衆は、この蹶起集会を通じて」といった具合である。参加者、賛成者の数を大きくふくらまし周囲の人びとが総て同じ政治的見解であると考えさせ、全員一致らしい印象をつくり出し熱狂と興奮の感情をみなぎらせる。このような、宣伝煽動は、全体主義的宣伝の基本的メカニズムであ

る。「心理的感染の法則」「即時共鳴の法則」が付和雷同的群集心理の存在する場合に効果的に使用される。

全員一致の虚像をつくりだすのには、宣伝煽動はいろいろな手段をもっている。

「先触れ選挙」といわれるのもその例であろう。ナチスの例によれば、人口十五万の郡の補欠選挙に宣伝煽動の全力を集中し、党をあげて全力投球の選挙運動が行なわれた。勝利するや、世論はナチスを支持し、大勢はナチスへ向き、ナチスへの「高潮」が始まったというイメージを与えるよう宣伝煽動を活発に行い成功していった。この際、有名な作家、学者、演劇人、スポーツマンが「先触れ人」として威光の効果を果たす役割をもたされ、有名人を讃美する大衆の政治的選択を所望の方向に誘導していくことになる。

多く使用される感染の手段は、大衆的示威運動、集会、行進である。旗や徽章もその役割を果たす。学生がヘルメットで武装するのも使命感をもたせ、他から識別させ、志気を鼓舞するのに役立つ。音楽や合唱はさらに煽動的効果を大にし拍手喝采、シュプレヒコールは物に憑かれた狂熱と興奮の状態を現出する。赤旗や組合旗、プラカードが林立し、インターナショナルの大合唱がわきおこる群集の集会やデモ行進に、胸の奥底になにかしらジーンとうちふるえるのを感じない見物人は極めて少ない。反対の立場のものは、このような雰囲気に圧倒されてその場から立去るだろう。

このような時に煽動的、諷刺的笑いを含んだ洒落や皮肉がとべば、たちまち笑の禍となり愉快な仲間的気持にさせられ、群集を結合する。

全員一致性は同時に力の誇示である。味方は至るところにあるということと味方の敵に対する優越性を示すのが宣

伝煽動の根本目的の一つである。さまざまのシンボル、標章、標識、旗、制服、歌唱は宣伝にとって欠くことのできない力の雰囲気である。同調者の気持をしっかりと結びつけ、敵の士気をくじき、周囲に波及していく印象を生み出すのである。

（1）ジャン・マリー・ドムナック「政治宣伝」クセジュ文庫　白水社一九六七年刊　第七章「定則と技術」四四―七八頁参照
シグマンド・ノイマン　岩永健吉郎外訳「大衆国家と独才」みすず書房　昭和三七年刊　第七章「大衆の統制＝世論と宣伝」の項特に二〇五―二〇七頁参照
フレーザー　本橋正外訳「プロパガンダ」前掲　第一二章「宣伝の範囲とその限界」一九五―二一四頁参照

七　結　び

煽動宣伝のテクニックや定則について述べてきたが、煽動、宣伝によって、誤った方向に誘導されないためには、いかにすべきかが問題である。自らの主体性にもとづいて自主的判断をなし、決意をするためには、上述の宣伝煽動のテクニックや定則をはっきりと認識し、冷静かつ理性的判断にもとづいて、意志決定する必要がある。心情に流され、多数に押されて、流れに棹さすようでは自律的人間とはいえぬ。リースマンのいう内部指向型の人間であることが望ましい。

ソ連型共産主義、ナチスなどの宣伝の実態を知ることによって、その真の目的を把握し対処していくことが必要である。科学の名においてドグマがまかり通ることはゆるされぬ、学問研究の道は絶対を知らず、真理を追求すること

にあろう。問題は現代の大衆社会ではマスコミュニケーションが発達し、国内が群集心理の状態におかれていることに注意する必要がある。マス・コミが第四の権力として注目を浴びている現代には特に監視が必要である。情報化社会といわれる情報過多の中にいかなる筋を辿るか、いかなる情報を選択すべきか、学問研究の任は重い。