

# プロモーション文化における広告・PR・ジャーナリズム — PR 実務のグローバル化とフラグメンテーションに関する一考察 —

和田 仁  
(東京国際大学)

## 1. はじめに

本誌『広報研究』や学会発表などにおいて「PR 学」や「PR 理論」への関心、研究の学際性への関心が高まったのは、概観すると次の3つの時期であった。まず、(1) 当学会設立時の1995年から数年間がある。そして、(2) 学会10周年の前後、さらに(3) 2015年の『日本広報学会20年史』(2015)の時期である。

『広報研究』における理論研究の系譜・先行論文等は、文末の参考資料2にまとめた。我が国における理論研究の特長として、関谷直也(2006)は広告研究やマーケティング研究と同様、「企業経営と関わる諸学問」(同書, p.26)は、「企業の経済活動・情報発信という現実」が先行し、「それを如何にうまく説明するか」に力点が置かれてきたと指摘する。そして、当学会設立後の10年間を振り返り、「広報研究においては学際性が重要であるという指摘が多いわりには、余り、他分野の研究知見を活かした研究は多くない」(同書, p.26)と、学際研究への取り組みの不十分さを指摘している。

そこから十年後、『日本広報学会20年史』(2015)巻頭で上野征洋(同書, pp.iii-iv)は、「広報学」をめぐっての20年間を振り返り、理論研究ではコミュニケーション理論や社会心理学領域との関連性が必要であると指摘した。そして、2010年代後半への課題として「ゴーイング・コンサーン」の「経営体」・実務者に向けて、理論研究からの提言力不足を危惧している。上野(2015, pp.iv-v)は、「広報」理論をめぐる社会変化は現在も加速しており、フランスを代表する哲学者M. フーコーの「パノプティコン」概念を例に、コミュニケーションの「位相の転換」や「価値観の変容」への視点等を理論に活用するべきだと提言している。

本論文は、こうした我が国における広報・PRの理論研究を踏まえ、これまでの理論の主流であったアメリカ流PR論、グルーニッグ他が確立した状況理論・卓越(エクセレンス)理論の視野を、米国と日本という二国間から広げるため、主に英国と北欧諸国の研究者による“PR理論研究”の動向について論考する。いうまでもなく、各国のPR理論研究は各国・社会におけるPR実務・実践の変化を反映している。

英国ボーンマス大学のケヴィン・モロニーが指摘するように、21世紀の「プロモーション文化」(Moloney, 2006, pp.78-83)というPR実務環境の変化の中で、民主主義と“PRプロパガンダ”の併存状況が政治分野では明らかである。日本における政府広報・自治体広報あるいは公共コミュニケーションの実務も、マーケティング化とブランド化を指向する実践、あるいはプロモーション消費文化との共存を進めている。さらに、我が国のアカデミズム(主に大学)における研究・実務教育におけるケーススタディ導入や実践経験・実務指向への傾斜、戦略指向の実務書やマーケティングPR書等への関心の高まり、ソーシャルメディアの台頭とジャーナリズムの専門性との関係変化などが進行している。

本稿は、こうした「プロモーション文化」と呼べる世界的な広報・PR実務の地殻変動の中で、欧州を中心とする社会理論とPR論の系譜から、PR実務・実践のグローバル化あるいは現代PR業務の拡散・多様化(フラグメンテーション)に対して、知的対称性を持つPR理論を探究しようという試みである。

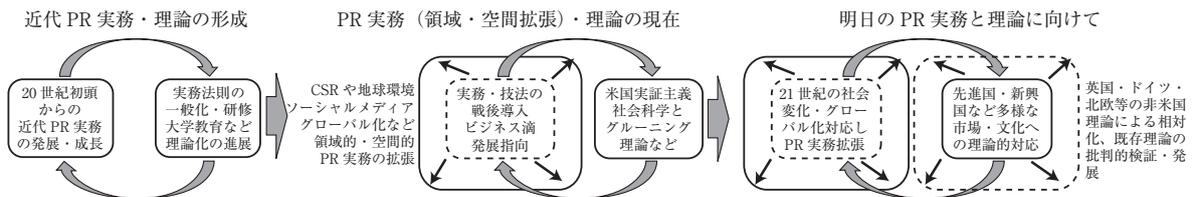
## 2. 研究仮説

我が国における第二次世界大戦後の広報・PR 実務の習熟・発展と、米国流 PR 理論を中心として進んできた研究・教育の在り方を図示すると、図1「広報・PR の実務と理論の外延的拡大・米国流 PR 理論の相対化」として描ける。図1の「明日の PR 実務と理論に向けて」という観点から、我が国 PR 業界・理論研究を支えてきた、米国流 PR ビジネスの潮流と、現在進行中の PR 実務の領域拡大に、新しい理論研究がどのように貢献できるかを検討する。特に企業・PR 活動のグローバル化という視点からは、米国流 PR 実務・理論のある種の相対化を進めることで、21 世紀の新しい資本主義社会・グローバル化の様相の中で、理論研究にどのような将来展望があるかをリサーチ・クエスチョンとする。

図1における「近代 PR 実務・理論の形成」期は、第二次世界大戦後の日本へ米国流 PR 理論が、マーケティング論や広告科学と並行して積極的に紹介された時期であった。その後の日本社会の経済成長、消費生活の高度化に伴い、1980 年代の「産業構造大転換」(猪狩,2015, pp.229-243)を経て、図1の「PR 実務(領域・空間拡張)・理論の現在」の時期に入る。この間、我が国における PR 実務の高度化・拡散化(フラグメンテーション)に対応した PR の理論研究はあまり多くなかった。

そこで21 世紀に入ってからの、図1の「明日の PR 実務と理論に向けて」の時期では、前述の「プロモーション文化」の世界的潮流の中で、理論研究が内発的な外延拡張、すなわち議論の視野を英国やドイツなど非米国社会へ向けると共に、新しいメディア環境や PR 実務に対応するべき時機が到来したと考える。

(図1) 広報・PR の実務と理論の外延的拡大・米国流 PR 理論の相対化



本稿は先行研究として、“米国流 PR 研究”の外に位置付けられてきたヨーロッパ諸国における社会理論と PR 論を概観する。本稿では特に、(1) 英国におけるメディア研究・PR 論を代表する Kevin Moloney (2006) “Rethinking Public Relations (second edition)”の「弱いプロパガンダ」論を最初の手掛かりとした。それに加えて、(2) 主に北欧の PR 研究者を中心とする Øyvind Ihlen 他 (2009) “Public relations and Social Theory”に基づく現代 PR の機能理解・解釈、(3) 日本でも既に議論されてきたウルリッヒ・ベックとユルゲン・ハーバーマスの社会理論や PR 論の現代 PR 実務への意味・連関を検討する。

## 3. モロニー「弱いプロパガンダ」論の問題提起

英国を拠点に PR と政治、経済、メディアがどのように交差しているかを研究するケヴィン・モロニーは、現代 PR 実務がさまざまな社会のコミュニケーション活動に浸透しているにも拘らず、「多くの人々が PR を好きではない」(Moloney, 2006, p.1) という問題提起をしている。モロニー (2006) は、現代社会において特に英国では「PR 自身の PR」(社会的共通理解)が必要な時期ではないかとも指摘する。以下、「弱いプロパガンダ」論の背景にある、21 世紀初頭の英国における PR の社会的理解と社会的疑念について概観しておきたい。

### 3-1. PR の社会的理解

モロニーが現代社会における PR をこうした観点から研究した初版『PR 再考:そのスピントと実態』(Moloney, 2000) から6年後、改訂版『PR 再考:PR プロパガンダと民主主義』(Moloney, 2006) が出版された。当時の

英国における PR 従事者 (CIPR<sup>1)</sup> 調査) は約 48,000 人、約 65 億ポンド (2006 年末為替レート 233 円換算で約 1 兆 5 千億円) の市場規模であった。しかし、改訂版 (2006, p.5) でモロニーは、「PR は高度に組織化されたサービス産業であるが他方、ローカライズされた個人的な表現でもある」と指摘する。こうした実態が、PR を素人 (amateurs) でもできる「田舎のテニス倶楽部」のような「零細産業」(cottage industry) に留めているという。

### 3-2. スピンドクターへの社会的疑念

改訂版 (2006) 当時の英国では、「スピンドクター」(スピンの達人) の第一人者と呼ばれたマックス・クリフォードが、数々の世界的有名人や金持ちの個人的 PR 業務などを受託し有名人になっていた。その彼が、強盗侵入者を射殺した大金持ちに雇われ、弁護士チームの PR 活動を担当したことで庶民には、さらにスピンドクターなど「PR に対する疑念・不信」広がったと言える。

モロニー (2006, p.5) は、PR 業界への依頼人 (principal) の社会的地位は、一方で政府・市場に結び付き、他方で任意集団 (voluntary associations) に繋がる公的生活 (public life) で規定されると考えた。PR 実務者には、仕事を選ぶ基準が与えられていなかったのである。モロニーの改訂版 (2006) が書かれた 6 年後、英国公共放送 BBC を含むマスコミ業界人に蔓延していた未成年者に対する猥褻行為などの一連の大スキャンダルが発覚する。一連の捜査からクリフォード自身も起訴<sup>2)</sup>されたのであった。これはクリフォードの個人的事件とも言えるが、他方、こうしたスキャンダルが「プロモーション文化」で消費され PR 不信が拡散された面もある。

### 3-3. プロモーション文化と PR

英国を PR 飽和 society、すなわち「プロモーション文化」にあると考えるモロニーは、その様相を「PR の巨大なナイアガラの滝」あるいは「スピンのナイアガラ滝」(Moloney, 2006, pp.1-14) と表現する。英国その他の「先進国」における PR 実務に対する最大の疑問は、「PR が民主主義とどのような関係にあるのか」(同書, p.5) であるとモロニーは指摘する。

つまり、「PR は弱いプロパガンダか？」という規範的命題である。PR ビジネスの正統性との関連で言えば、PR は多元的な民主主義にベネフィットをもたらすが、過剰 PR は余分なコストを生み出していると批判される。社会のコストとベネフィットに敏感な現代の消費者・市民は、この両者のわずかなバランスの狂いにも敏感になっている。それが前述のクリフォードの個人的スキャンダルなどで増幅される傾向も強まっている。モロニー (2009) は、現代 PR 実務は表 1 の「三つの社会制度」から評価 (同書, p.6) されるべきであり、「プロモーション文化」時代において、「コストとベネフィットを均衡させる改革」が必要であると提唱する。

(表 1) 現代 PR のコストとベネフィットを均衡させるための改革

社会制度	コストとベネフィットを均衡させる改革
政治制度 (politics)	(1) PR を活用する全ての組織・集団が公共的議論の促進のため、コミュニケーションの平等性 (伝統的多元主義) を確保するように、必要最小限の PR コストを用いる。 (2) 市民・消費者及びその組織・集団は PR メッセージ警戒する「レーダー」(探知システム) を開発し活用すること。(コストとベネフィットの公共的な監視) …PR への疑念の払拭
市場制度 (market)	現代の PR メッセージの大部分は「プロモーション文化」の一角を占め、市場競争においては「完全な真実」ではなく、「一部の／多少の真実」であることを PR 実務において自覚する。
メディア (メディア)	広告とジャーナリズムに比して、PR 実務・実践への社会的評価が低いのは、PR が人々の知らないうちに社会に浸透しているにも関わらず明確な説明が無いためである。その改善が新しいメディア・リレーションズ概念、現代ジャーナリズムとの機能連携に必要である。

(注) モロニー (2009, pp.5-8) の論点を一覧表として筆者が作表・加筆した。

モロニー (2006) は第 4 章 (pp.41-72) において市場制度における「PR メッセージ」の本質を、プロパガンダ的 (propagandistic) で操作的 (manupilative) あり、「弱いプロパガンダ」(weak propaganda) に過ぎないと指摘した。こうした視点からモロニー (2006) は、アイヴィー・リーやバーネイズ他が近代 PR 理論を生み出した“米国の経験”は、英国や日本を含む他国での政治・市場・メディア状況の中では、たとえばハーバーマスの批判的 PR 論の視点から、今こそ見直される時期が到来しているとした。こうした観点から以下、イーレン他 (Ihlen, 2009) を手掛かりに、現代 PR 実務に対置すべき社会理論と PR 論のいくつかを考察していく。

#### 4. 社会理論と PR 理論

現代 PR 論に関して、関連する社会理論との関係で再検証を試みたイーレン他 (Ihlen, 2009) は、ベック、ハーバーマス、ヴェーバーなど 14 人の社会理論を取り上げた。これら 14 人については、イーレン他 (2009) の各論者略歴紹介を参照し、本稿文末の参考資料 1 にまとめてある。14 人の中には、これまで日本の広報・PR 研究では、あまり言及・検討されてこなかった論者も多い。文末の参考資料 1 は、イーレン他 (2009) の編著者が、PR が現代社会において明らかに大きな影響力を持っているにもかかわらず、「なぜその社会的活動に関する研究が少ないのか？」(Ihlen 2009, p.vii) という視点から取り上げた論者である。

##### 4-1. PR の社会的理解に向けて

同研究プロジェクトの最初の果実は 2006 年 6 月、ドレスデンで開催された ICA (国際コミュニケーション学会)<sup>3)</sup> の第 56 回年次大会プレカンファレンスにおける発表であった。「著名な社会理論家とパブリック・リレーションズにおける意義」(前掲書, p.viii) という発表内容はその後、PR 研究誌 Public Relations Review の 2007 年秋号<sup>4)</sup> の特集になる。同特集号では、ハーバーマス、ルーマン、ヴェーバー、ギデンス他 7 人の社会理論が取り上げられた。こうした研究成果をベースに、『パブリック・リレーションズと社会理論：主要人物と概念』(Ihlen, 2009) が編纂・刊行された。このように、PR 理論研究で取り上げるべき社会理論は多岐に渡り、どのような観点でそれらを議論していくかが重要である。そうした意味で本稿は、その第一歩に過ぎない。

##### 4-2. 我が国における PR 理論研究

本稿ではこれら主要社会理論家から、日本において議論されてきた社会理論の再評価を中心に考察したいと考える。日本における理論研究のベースとして、『広報研究』第 1 号 (1997) から第 20 号 (2016) の 20 年間の掲載論文レビューである、『『広報研究』掲載論文の動向』(学会誌委員会 2016) を参照した。同論文 (学会誌委員会 2016) で、「理論・概念検討」が分類される「広報原論」の論文数は計 26 編あった。これは全 90 論文の約 3 割を占める。しかし、具体的な社会理論家を取り上げ、論じている論文等は限定的であった。そこで、筆者はさらに直接『広報研究』バックナンバーから、具体的な社会理論家・PR 論を取り上げたと判別できた 13 編の学会大会基調講演録、座談会を含む掲載記事・論文を概観した。これら 13 編の概要は本稿文末の参考資料 2 『『広報研究』(1997-2016) における PR 理論・社会理論の先行研究』にまとめてある。

これら 13 編のうち、グルーニッグ他 (1984) の卓越理論や「四つのモデル」など“米国流 PR 理論”ではあまり言及されない社会理論、あるいは欧州の社会理論家に関する論究はさらに限られる。前述のイーレン他 (Ihlen, 2009) の論者 14 人 (参考資料 1) と重なり、この参考資料 2 にまとめた『広報研究』で既に言及された社会理論家は、アーヴィング・ゴッフマン (山田真茂留, 1998)、ユルゲン・ハーバーマス (猪狩誠也 2006, 桜井光行 2013)、ウルリッヒ・ベック (和田仁 2013) の三人であった。本稿では、このうちウルリッヒ・ベックとユルゲン・ハーバーマスの二人について考察した。今後も、機会があればゴッフマン他の社会理論についても、その現代的意義を少しずつ考察したいと考える。

#### 4-3. ヨーロッパにおける PR 研究と社会理論

本稿が参照したイーレン他 (Ihlen, 2009) は編纂にあたり、(1) 各理論家・概念間の整理は難しく、(2) 歴史的発展の系譜を読み取ることも困難であると指摘する。そこで、(3) これら論者に関する記述を名前順 (アルファベット順) に編纂している。例えば、個別の社会理論を論じた最初の章 (同書第 2 章) ではベックを取り上げている。最後はヴェーバー (Ihlen, 2009, pp.301-322) である。つまり、同書の編纂は決して社会理論と PR 論のグラウンド・セオリー (統合理論) を目指すものではなく、さまざまな論点・問題提起の整理、および論点に関する比較研究であると言える。

社会理論と PR 論の比較枠組みとしてイーレン他 (Ihlen, 2009, pp.1-2) は、(1) マクロ (社会的)、(2) メソ (組織的)、(3) ミクロ (個人的) の「3 レベル」を整理している。この PR 実務理解の「3 レベル」に関する定義や記述を筆者は、表 2「PR 実務理解と理論のパースペクティブの 3 分類」にまとめた。

さらに、イーレン他 (2009) は社会理論と社会学との関係を、(1) 広義の社会を理解し説明するための社会理論 (social theory) と、(2) 狭義の社会的現象を分析する社会学 (sociology)、そして (3) この両者はほぼ同義に用いられると指摘している。本稿でも社会現象を分析対象とする社会学の中における説明・理解として社会理論を取り上げる。

(表 2) PR 実務理解と理論のパースペクティブの 3 分類

実務理解のレベル	社会的属性	理論のパースペクティブ (視点)
社会的 (societal) 理解	マクロ (macro)	社会現象的、社会構造的、産業的、社会・文化的
組織的 (organizational) 理解	メソ (meso)	マネリジアル (経営的)、インスツルメンタル (手法的)
個人的 (individual) 理解	ミクロ (micro)	専門家 (実務・研修) 的、学界 (研究・教育) 的

(注) イーレン他 (Ihlen, pp.1-4) における論点を一覧表として筆者が作表・加筆した。

イーレン他 (2009) のリサーチ・クエスチョンは、「諸組織に関して、パブリックに関して、公共圏 (public arena) に関して、言い換えるなら社会全体において PR がどのように機能し、どのような活動をしているのか」(Ihlen, 2009, p.2) である。たとえば、マネリジアルな視点での研究はマネリジアルな解答をもたらす。研究手法は一般に、義務論的原理 (deontological principles) と理論的思索の系譜、学問領域のルーツ、あるいは学派に依存するものである。こうした PR 実務の理解と分析視点の整理から筆者は、PR 理論・実務のマクロ・社会的理解には何らかの社会理論が必要であり、PR 理論としての内発的な議論がなされるべきだと考える。

#### 4-4. PR 理論の新たなパースペクティブ

PR 研究はこれまでも、そしてこれからも多くの学問的領域とインターディシプリナリー (学際的) に、あるいはトランスディシプリナリー (領域横断的) に進められるであろう。前述の『広報研究』バックナンバーを見ても、マス・コミュニケーション、インターパーソナル・コミュニケーション、(社会) 心理学、経済学、社会学などが、PR 理論・実務研究で明示的に取り上げられてきた。しかし、イーレン (Ihlen, 2009, p.3) が提起したのは、米国流 PR 論では取り上げられることが少なかった社会理論、すなわち機能主義、社会構成主義、フェミニズム、文化理論などからの、現代 PR 実務の理解可能性である。

イーレン他 (2009, pp.8-9) は、英国 PR 研究におけるレタン (2004)、レタン&ピエチュカ (2006) らのいわゆる批判的 PR 論を参考に、筆者がまとめた表 3「PR 理論における主なノンインスツルメンタル (非手段的) 研究」のような議論・検討の拡散 (フラグメンテーション) 状況を指摘した。従来の実証的社会学や実務としての有用性を目指すマネリジアルあるいはインスツルメンタルな研究も、もちろん重要であることは間違いない。それらに加えて今後は、ノンインスツルメンタルな研究が、PR 研究の知的営為・圏域をさらに広げ、

現代 PR 実務の再解釈を進めると考える。ノンインスツルメンタルな研究も加えた PR 研究の推進が、これまでの PR 実務の理論化だけでなく、理論から実務・実践への双方向性の実現に力を与えるのではないだろうか。

(表 3) PR 理論における主なノンインスツルメンタル (非手段的) 研究

主な社会理論の研究系譜	主な社会理論家・PR 理論 (イーレン2009の章立て)
ポストモダニズム	ベック (2章)、フーコー (5章)、ホルツハウゼン (2000)
フェミニズム	スミス (13章)、アルドーリイ (1998)
構成主義 (constructivism)	バーガー (3章)、ラトゥール (第9章)
コミュニタリアニズム (共同体主義)	パットナム (12章)、ハラハン (2004)
文化理論	バンクス (1995)、レチティ (2003)
批判的理論	レタン (2004)、レタン & ピエチュカ (2006)、モフィット (1992)
ポストコロニアル理論	スピヴァク (14章)、マッキー & ムンシ (2007)、ムンシ & クリアン (2005)
構造化理論	ギデンズ (第6章)、デュルハム (2005)

(注) イーレン他 (Ihlen, pp.8-9) の記述に基づき一覧表として筆者が作表した。

## 5. ベックの PR 論

イーレン他 (2009) の三人の共同編集者の一人マグナス・フレドリクソンが、ウルリッヒ・ベックの社会理論を担当・執筆している。フレドリクソンは、ベックの再帰的近代化論の中でも、リスク社会とサブ政治 (subpolitics: 亜政治・下位政治) の概念が、近代 PR 論を見直す重要な手がかりであると指摘した。

### 5-1. リスク社会

1986年のチェルノブイリ原発事故は、特に西ヨーロッパ諸国の社会理論家たちに大きな影響を与えた。チェルノブイリ事故を踏まえ1986年に発刊されたベックの『危険社会』(邦訳:法政大学出版局,1998)、その後の『世界リスク社会論—テロ、戦争、自然破壊』(邦訳:ちくま学芸文庫,2010)は、近代化・科学主義を問い直す試みとして多くの国々に影響を与えている。我が国では、2011年3月の東日本大震災・福島原発事故後を踏まえて、ベックのリスク社会論への関心が改めて高まっている。

大震災・原発事故発生直前の2010年10-11月、ベックを招いた連続シンポジウムが一橋大学・立命館大学で開催された。2011年7月に刊行されたベック他編『リスク社会化する日本社会』(2011)は、この2010年秋のシンポジウム内容に、2011年3月の福島原発事故後にベックが「この機会に一福島、あるいは世界リスク社会における日本の未来」(同書, pp.1-12, 原著2011年4月)と題する「前書き」を追記している。ベックは2015年1月1日に心筋梗塞で逝去するまで、日本社会の状況に関心を持ち続けていたと言われる。リスク社会論の本質は、「繁栄の生産と分配がリスクの生産と販売に絡み合っている」(Fredriksson, 2009)ことである。そこで、「世界リスク社会とは何を意味しているか」(ベック2010, pp.24-34)から、現代社会におけるコミュニケーションの不可能性について取り上げておきたい。

ベックは、チェルノブイリや異常気象、テロの脅威などの「世界リスク社会」の様相は、産業社会化の過程で「言語と現実との乖離」(同書, p.24)がもたらしたと指摘する。その事例としてアメリカにおける放射性廃棄物の最終処分場の「危険性を説明できる言語」の問題を取り上げた。「1万年後に生きている人たちに、同じメッセージを伝えるための概念や記号」は在り得るのか。米国議会の科学委員会は、物理学者、人類学者、言語学者、脳科学者、心理学者、分子生物学者、考古学者、芸術家などの専門家を集めて検討させた。しかし、「一万年を超える未来と対話」(同書, p.25)への解決策は見いだせなかった。たとえば、ストーンヘンジ(紀元前2500年頃)やピラミッドの構造、ホメロスや聖書の受容の歴史などの研究も動員されたが、それらもせ

いぜい数千年を遡るに過ぎない。現代社会では、「わたしたちが思考し、行為する際によりどころとしている数量化可能なリスクを扱う言語」と、「一定の技術を利用するためにわたしたちが世界に放った危険」という、「数量化することができない不確実の世界」の隔たりは、さまざまな領域に拡大しているとの指摘であった。

現代PR実務に即して考えるなら、遺伝子工学やロボティクスに関する「現在の決定」と科学コミュニケーションの帰結は、実は科学的にも予見できず制御不能であり、「コミュニケーションを取ることが不可能」（同書、p.27）だという指摘である。コミュニケーションあるいは対話としてのPR実務において深く考えておくべき課題と言える。ベックは「原子力の宣伝係や専門家」が、「安全性のパラドクス」（同書、p.3）に陥っていたとも指摘する。これによって、「公衆の知覚」は敏感になり、「災害が起こらずとも、その兆候があっただけで、安全性の主張は反駁される」ようになる。このように福島原発事故の以前から、“事故隠し”が頻発したり報道されたりと、長期的な「専門性・国家・民主主義にとっての正当性および信頼の没落」が始まっていたのである。ベックは、たとえば巨大科学や原子力は「国家社会主義的」な産業の一例（同書 p.4）であり、「自由市場経済」を奉ずる米国や欧州各国・日本では、「原発による発電コストの正しい計算を、公共圏に提示すべきである」と提言している。今後の巨大災害のリスク・コミュニケーションや科学コミュニケーションへの示唆に富む指摘である。

## 5-2. サブ政治

ベックのリスク社会論におけるサブ政治の概念について篠原一（2004）は、近年の討議デモクラシー（熟議民主主義）に繋がる議論で次のように指摘した。「これまで中央の政治システムによって行われてきた決定の有効範囲」（篠原、pp.54-55）が狭められることで、市民運動、社会運動、自発的結社などの役割・政治参加が重要になると。これは、前述のイーレン他（Ihlen, 2009, pp.1-2）の理論整理では、まさに「(1) 広義の社会を理解し説明するための社会理論（social theory）」の課題である。

篠原（2004）のサブ政治に関する議論を整理すると、(1) 従来の政治システムの有効範囲が縮小したこと、そのため、(2) 市民・社会運動や自発的結社など新しい政治参加が拡大したことがある。そのため、リスク社会をもたらす(3) 国境を越える経済・技術が非政治的性格から政治的になり、(4) 原子炉技術や遺伝子学などの巨大科学が「社会の輪郭」を決定しているとの指摘であった。

1970年代末以降に世界的規模で明らかになったこうした変化が、それまでの政治と非政治の境界を曖昧にした結果、サブ政治が生まれてくる。篠原（2004, pp.54-55）は、1970年代末に近代政治（イデオロギー政治と利益政治）が行き詰まり「生と生活」に関するライブリー・ポリティクスが提唱されたとも述べる。たとえば英国ではイーレン他（2009）も取り上げている社会理論家ギデンズらがブレンとなり、英国労働党の「第三の道」路線が生まれ、生活（ライフ）政治といった観点が広がった。日本でも2010年代以降に目立つようになった国民生活重視の新党結成・政治勢力の拡大等を指摘できる。我が国の広報・PR史における戦後民主化、アメリカのデモクラシーの状況変化をPR理論においても再考すべき時期にあると考える。

## 5-3. 再帰的近代化

フレドリクソン（2009, pp.23-24）は、ベックのサブ政治概念の前提となる再帰的近代化（reflexive modernization）が、「モダニティ（近代）のラジカル化」現象であるとする。つまり、いわゆる「ポスト近代」ではないとの指摘である。言うまでもなく、ポストモダニティ議論はさまざまな論者によって複雑な様相を示している。1960年代のフランス社会哲学に始まる思潮潮流は、日本でも1980年代に知的ブームの様相を呈した。しかし、そうした知的ラベリングとしての“ポストモダニズム”の理論系譜とは別に、ベックが指摘した再帰的近代化というグローバルな状況変化は、今日でも進行していると考えられる。

ベックは再帰的近代を、「ある時代の質がその時代のプロセスとしての合理化という変容」（Fredriksson, p.23）を遂げる、“理論化する試みの過程”であると考えられる。再帰的近代化からの示唆は、20世紀初頭に生まれた近代PR論の枠組み（近代性）と、それを構成する諸原則に対して今日、より深く考え直す方向性を示し

ている。すなわち、近代 PR 論の構造 (理論) や行為 (実務) についてのラジカルな問い直しである。

ベックの再帰的近代化の問いかけは極めて広範なものであり、決して RP 活動やコミュニケーション行為に限定されるものではない。しかし、ベックを論じたフレドリクソン (2009, pp.23-24) は、これまでの PR 論においては特に次の 2 点が重要であると指摘する。第 1 に、政治に対するサブ政治の台頭あるいは経済・技術の政治化は、近代社会の自己対立的 (self-confrontation) な問題であり、すなわち近代性が自己生産・製造してきたリスクであること。第 2 に、サブ政治として生じている政治的实践が非制度化されてきた点である。こうした指摘は今後の政治コミュニケーションや非政府組織や NPO などの“サブ政治コミュニケーション”などを、PR 実務の観点から問い直す基本命題として重視するべきことを示している。

## 6. ハーバーマスの PR 論

ハーバーマス (イーレン他, 2009, 第 8 章) を論じたのはローランド・ブルカルト (Roland Burkart) であった。ブルカルトはウィーン大学コミュニケーション学部准教授やいくつかの大学の客員 (当時) である。コミュニケーション理論、マスメディア効果、PR 論などを専門としている。ハーバーマスは 1950 年代冷戦期を背景に、古典的マルクス主義論を参照しつつ、西側資本主義社会を分析したフランクフルト学派を継承している。フランクフルト学派は伝統的に、(1) 市場経済における映画、ラジオ放送、新聞・雑誌などの文化生産と、(2) 支配的な企業利益とを、(3) 広告・PR 産業が結びつけるという大変重要な役割を担ってきたと指摘する。

### 6-1. 公共圏と PR

ハーバーマスの公共圏 (英訳; public sphere) は、「民主主義に関する理念型」であるとされる。市民的公共圏の概念は、18 世紀および 19 世紀初期のイギリス、フランス、ドイツの「歴史的文脈」(ハーバーマス, 1994, p.iii, 原著 1990) に基づく。公共性の主体は「公論 (世論)」(同書, p.12) の担い手としての「公衆」(パブリックス) である。たとえば「裁判審理の公開性」は、「公衆の批判的機能」のために設けられた制度であるとする。そして、「ほんらいの世論の機能であった公開性は、いまや世論の注目をひきつけるものの属性」となっており、「「広報活動」(PR) とよばれている運動 (public relations)」は、「公共性 = 知名度 (publicity) の形成」(同書, pp.12-13) を目指すものであると解釈した。

17 世紀末に始まる「規則的な報道」(新聞ジャーナリズム等) によって、公衆一般が均等に入手できる「公共的」(同書, p.28) なメッセージが社会的に流布し、「営業的に販売される報道」が生まれた。まもなく、「行政目的のために新聞を活用した行政当局」も出てきた。18 世紀初期にはフランスで、新聞が政府に接収され「官報」に転化 (同書, p.34) する。イギリスでは 17 世紀中ごろから、それまで「世人」(mankind) という慣用語で表した人々を「公衆」(public) と呼ぶようになる。同様に 18 世紀には、フランスの公衆 (le public)、ドイツの公衆 (Publicum) という表現も生まれる。さらに 18 世紀後半の英国・フランスで、それまでの「一般の意見」(general opinion) に代わり、公論 (opinion publique) あるいは世論 (public opinion) という言葉が生まれた。ちなみに、米国 PR 史における「世論」への関心は、PR 教科書的には 1920 年代以降のことであったと指摘されてきた。

ハーバーマスはこうした歴史的経緯から、政治的機能を持つ今日的意味での公共性は 17 世紀末から 18 世紀初頭にかけてイギリスで生まれた (同書, pp.86-87) と指摘する。その時代を区分したものは、イギリスにおける 1694 年から 95 年にかけての三つの事件であった。第 1 にイングランド銀行創立による「資本主義の新しい段階」(※筆者注: 経済および市場制度)、第 2 に事前検閲制度の撤廃による新聞 (※筆者注: 近代メディアおよびジャーナリズム) の台頭、第 3 に「内閣政府」(※筆者注: 政治制度) の変化である。

公共性の政治機能は他の欧州大陸国ではさまざまな変形をもたらすが、「イギリスでは 1 世紀以上にわたる連綿たる発展」を必要とし、「フランスでは革命がいわば一夜」(同書 pp.100-101) で社会変化をもたらしたと、

各国・社会における歴史的背景の違いもハーバーマス（1994）は指摘している。

## 6-2. 批判的公開性

18世紀後半からのイギリスにおける工業的先進性・自由貿易への関心の高まりは、古典経済学に従った「競争資本主義」（同書、p.109）、国の内外に対する自由競争を生み出した。競争資本主義は大陸ではフランスやドイツ、大西洋を越えたアメリカ合衆国などに於ける自由主義時代の隆盛期をもたらした。カントの「公共の合意」、ヘーゲルの「公論」を「18世紀のモデル」（p.160）としたハーバーマスは、マルクスが「公論を虚偽意識として弾劾」（同書、p.166）したとする。つまり、政治的権力構造や支配的イデオロギーから切り離された「政治的公共圏」は成立できないとマルクスやエンゲルスは批判していたのであった。

それに対してハーバーマスは、専門職としてのパブリック・リレーションズこそが公論・世論の社会的前提条件の変化の中で、自由主義的擁護論の優位性、「政治的支配権の理性的変革という理念」（同書、p.173）への再認識を促進したとする。しかしながら、自由主義全盛時代に続く20世紀の「組織化される」資本主義の百年間においては、公共性が「圏として拡張され私生活の領域をも空洞化」していく過程において、「その原理である批判的公開性」を失っている（同書、p.184）と批判する。こうした指摘が、前述のモロニーによるハーバーマス他のPR実務批判の再評価（Moloney, 2006, pp.49-50）、「プロモーション文化」が浸透する英国の社会的文脈における「弱いプロパガンダ」としてのPR論（同書、pp.67-72）の理論背景となっている。

## 6-3. 報道と商業広告

新聞に代表されるジャーナリズム機能が、「高度資本主義的大経営という新しい段階」（ハーバーマス、1994, p.253）に入ったのは19世紀中盤以降であった。さらに、当時の最新テクノロジーであった電信機の発明が、グローバルな「全情報網組織に革命をもたらした」のである。「新聞は資本主義的経営体」へ発展するにつれ、新聞自身も「外部からの操作を受けやすくなる」（同書、p.253）という問題が生じたと指摘される。こうしたメディアの変化は20世紀において新聞からラジオやテレビへ、20世紀末からインターネットや21世紀のソーシャルメディアに至るまで、拡大・拡張していくことになり、ハーバーマスが指摘した「公共性＝知名度（publicity）の形成」（同書、pp.12-13）の在り方、現代PR実務も大きく変化させてきた。

他方、18世紀初頭から始まった広告出版（雑誌や新聞）は産業として成長し、さらにラジオや「テレビ広告」（同書、p.259）などに拡張した。やがて商業広告ビジネスは、営業カタログや広報誌など、独自の「新聞や雑誌や手帳」を創刊し始める。しかし、「広告出版物が公共圏へと侵入したことは経済的に必然」（同書、p.260）であるとしても、「ただちに公共圏の転化を招く必然性はなかった」とハーバーマスは指摘する。たとえば、「日刊新聞が編集面から広告面を分割」したように、「広報機能一般を公衆としての民間人の公共的議論と個人的または集団の私的利害の公共的顕示とへ分離することができたならば、公共性はそれ（※筆者注：商業広告と広報機能）によって大した影響をうけずすんだとも言える」とハーバーマスは述べている。

ハーバーマス（1994）は、広報活動（public relations）の実践が「政治的公共性」から分離された企業の「経済的公共性」、独自の「広告的公共性」（同書、p.206）を成熟させるに至らなかったとする。つまり、「特権的な私的利害の広報的顕示」が、むしろ初めから「政治的利害とも癒着」していたという批判的視点である。

こうしたPR実務に対する批判的視点は、現在でも必要とされている。たとえば近年、現代PR実務における様々な事件・問題点として、(1) 2010年代以降に顕在化した個人ブログ虚偽書き込みや「ステマ」（ステルス・マーケティング）や「まとめサイト」（キューレーションサイト）問題など、新しいメディアと広告・PRの倫理課題が顕在化してきた。また、(2) 広告・広報メディアの実務で話題となった「トリプルメディア」における「オウンドメディア」や「シェアドメディア」の利用規範の問題、あるいは(3) 2016年米国大統領選挙などで話題となった「偽ニュース」（fake news）問題とソーシャルメディアの「メディア倫理」のあり方など、モロニー（2006）が指摘した「プロモーション文化」における報道（ジャーナリズム）と広告とPR活動（実務）の問題が噴出してきた。

#### 6-4. 広告・広報活動の政治的機能変化

ハーバーマス (同書, p.260) は広告・PRの政治的機能変化の背景に、(1)「広告を通じての商品所有者たちの水平的利害競争」が公共圏に侵入した時期と、(2)「競争資本主義的基盤」そのものが政治的機能変化を生じて「垂直的な利害競争」として公共圏の中に入ることが並行して生じたと指摘する。ハーバーマスは、「経済的広報がこのような政治的性格を自覚するようになる」のは、いわゆる「広報活動」(public relations)の実践においてであったとも述べる。広報活動(PR)の実践が米国で生じ発展してきたことに関してハーバーマス(1994, p.261)は、「政策決定レベルでの広報技術」を開発したアイビー・リーに言及している。リーの近代PRの「意見育成」(Meinungspflege)が従来の「広告」と異なる点は、PRが「公共性をはっきりと政治的なものととらえ、訴える」という点にあったと指摘する。

私企業の広告は常に「消費者として考慮される私人」という受け手に向けられる。他方、「広報活動」の受け手は「公論」であり、「公衆としての私人」である。つまり広告と異なり、PRによる意見育成は、「推進」(promotion)や「開発」(exploitation)の手法であり、「たんなる広告の域」を越えているという。この意見育成は、「ニュースを計画的に造成」したり、「人目をひく行事に便乗」したりして、「世論」の形成過程に介入したとハーバーマス(1994, pp.261-261)は指摘する。その結果、各種の「広報事務所」が、多種多様な情報を「討議資料」に仕立て、重要な「頒布センター」へ配るビジネスを成立させた。

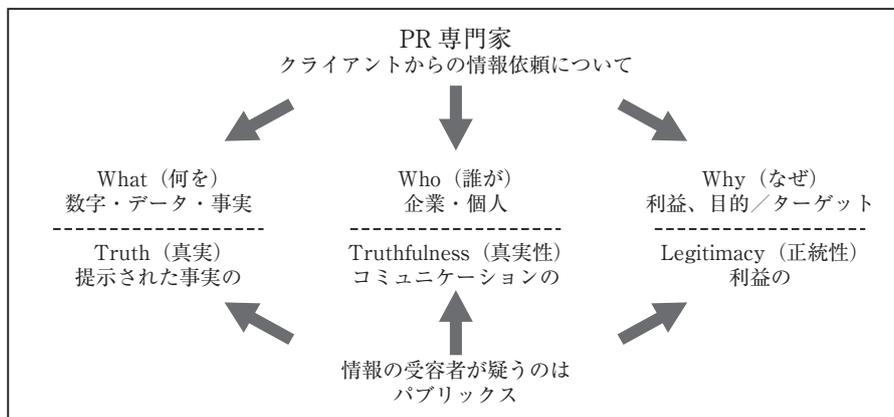
したがって、「報道と広告の分離」といった「職業イデオロギー」は既に「時代遅れ」の感があり、広報活動が「報道と広告」を融合させているとハーバーマス(1994, p.262)は結論づける。その一方で、「虚構の公益」という旗印のもとでの、手の込んだ「意見造型事業」(opinion-modeling services)である現代PRは、公共圏にふたたび「封建主義的な相貌」を帯びさせる危険性もある(同書, p.263)と批判している。

ハーバーマスがマスメディアの時代を踏まえて「報道と広告」、「広告と広報」という古くて新しい研究課題を提起して以降、果たしてPR理論の側からのPRの自己解釈は進んだのであろうか。ソーシャルメディア時代を踏まえた新しいジャーナリズムや広告の在り方の変化の中で、改めて「PRとは何か」、PR実務は「何を目指す」べきか等を再考するべき時期が到来していることは間違いない。

#### 6-5. 「合意指向のPR」(COPR)モデル

ハーバーマスのPR論を考察したブルカルト(2009)は、『コミュニケーション的行為の理論(上・中・下)』(未来社1985-87, 原著1981)をベースに、ハーバーマスが人間のコミュニケーション・プロセスにおける理解(understanding)に到達する一般的条件を再構築した(Burkart, 2009, p.141)と評価する。ブルカルトは、そうした観点から「合意指向のPR」(Consensus-Oriented PR; 以下, COPR)モデルによるプランニングと実務評価が必要であると提唱している。

(図2) PR実務者(クライアント)とパブリックス(受け手)のCOPRモデル



(出所) Burkart (2009, p.151) から筆者が日本語訳を一部追記(カッコ内)して転載した。

COPR モデルは、PR 実務者と影響されるパブリックスとの間の「理解」のプロセスがPR マネジメントの中心的役割であるとする。ブルカルト（2009, p.151）は COPR モデルを図2のように描いた。すなわち、PR 実務はクライアントからの要請によって、(1) 何を：「数字・データ・事実」を「提示された事実」(真実)として、(2) 誰に：「企業や諸個人に向けて」の「真実性のコミュニケーション」として、(3) 理由：「利益や目的／ターゲット」のために「利益の正統性」を持って行うコミュニケーション行為である。

こうした社会理論における議論に基づく現代 PR 実務の理解が、日本における PR 実務・理論にさまざまなヒントや刺激を与えることが期待される。

## 7. むすび

本稿で示した社会理論からの PR 論は、先行する欧米の理論研究に基づく論考の第一歩に過ぎない。文末の参考資料1に示したイーレン他（2009）が取り上げた14人の社会理論家に限っても、実に多様な社会理論が、さまざまなパースペクティブからPRの社会的理解に迫ろうとしていることが分かる。

日本においてはPR論と社会理論に関する考察はこれまで、主に米国流PR論を中心に進められてきたことは間違いない。もちろん、そうした研究成果が我が国のPR実務・領域を着実に充実させてきたことは重要である。その一方で現在においても、新しい理論化の試みが常に必要であり、現代PR実務・実践をさらに発展・拡張させるためにも、議論・考察すべき社会理論は数多く残されているのではないだろうか。

(参考資料1) イーレン他『パブリック・リレーションズと社会理論』(2009)で取り上げられた社会理論家

名前・生年等	略歴と主な概念・研究業績・翻訳書等
Ulrich Beck ウルリッヒ・ベック (1944-2015)	ドイツの社会学者。ミュンヘン大学卒業。社会学、哲学、政治学。◆チェルノブイリ原発事故後の1986年に発刊された『危険社会』（邦訳：法政大学出版局、1998）が世界的ベストセラーになる。
Peter L. Berger ピーター・L・バーガー (1929-)	イタリア生まれ。10代後半に米国移住。社会学・神学者。◆森下伸也訳（共著）『社会学再考—方法としての解釈』（新曜社1987, 原著1981）、水野節夫・村山研一訳『社会学への招待』（新思索社1995, 原著1963）、山口節郎訳（共著）『現実の社会的構成』（新曜社2003, 原著1966）など著書多数。
Pierre Bourdieu ピエール・ブルデュー (1930-2002)	現象学的主観主義、文化資本、社会関係資本、象徴資本、ハビトゥス (Habitus)、界、象徴的暴力などの概念。◆『ディスタクシオン1・2』（藤原書店1990, 原著1979）、『メディア批判』（藤原書店2000, 原著1996）など。
Michel Foucault ミシェル・フーコー (1926-1984)	フランスの哲学者。ポスト構造主義、生政治 (バイオポリティクス)、知と権力の関係、ディスクール、エピステーメ、パノプティコン (一望監視装置)。◆田村俣訳『狂気の歴史』（新曜社1975, 原著1961）、田村俣訳『監獄の誕生』（新曜社1977, 原著1975）、中村雄二郎訳『知の考古学』（河出書房新社2006, 原著1969）など。
Anthony Giddens アンソニー・ギデنز (1938-)	英国の社会学者。機能主義社会学批判、構造-主体 (エージェンシー) 問題、再帰的近代化論。◆犬塚先訳『資本主義と近代社会理論—マルクス、デュルケム、ウェーバーの研究』（研究社1974, 原著ペーパーバック版1973）、秋吉美都ほか訳『モダニティと自己アイデンティティ』（ハーベスト社2005, 原著1991）など。
Erving Goffman アーヴィング・ゴッフマン (1922-1982)	カナダ生まれの米国社会学者。精神分析的 sociology、フレーム理論、役割乖離、核心的自我論など。◆石黒毅訳『スティグマの社会学—烙印を押されたアイデンティティ』（せりか書房1970, 原著1963）、石黒毅訳『行為と演技—日常生活における自己呈示』（誠信書房1974, 原著1959）、広瀬英彦ほか訳『儀礼としての相互行為—対面行動の社会学』（法政大学出版局1986, 原著1981）など。

〈論文 (査読付)〉 和田：プロモーション文化における広告・PR・ジャーナリズム

名前・生年等	略歴と主な概念・研究業績・翻訳書等
Jürgen Habermas ユルゲン・ハーバーマス (1929-)	ドイツの社会哲学者。公共圏、コミュニケーション行為、生活世界の合理化。◆『コミュニケーション的行為の理論 (上・中・下)』(未来社1985-87, 原著1971-83)、(共著)『批判理論と社会システム理論—ハーバーマス＝ルーマン論争 (上・下)』(木鐸社1984-87)、(共著)『テロルの時代と哲学の使命』(岩波書店2004) など。
Bruno Latour ブルーノ・ラトゥール (1947-)	フランスの社会学者・文化人類学者。科学と技術の問題、社会構成主義、アクター・ネットワーク理論 (ATN: Actor-Network Theory) 他。◆川崎勝ほか訳『科学がつくられているとき—人類学的考察』(産業図書1999, 原著1987)、川勝勝ほか訳『科学論の实在—パンドラの希望』(産業図書2007, 原著1999) など。
Niklas Luhmann ニクラス・ルーマン (1928-1998)	ドイツの社会学者。社会システム論、多次元的・相互補完的・相互浸透的システム論。◆『エコロジーの社会理論—現代社会はエコロジーの危機に対応できるか?』(新泉社1987, 原著1986)、『信頼—社会的な複雑性の縮減メカニズム』(勁草書房1990, 原著1968-75)、『社会システム理論 (上・下)』(恒星社厚生閣1993-95, 原著1984)、『マスメディアのリアリティ』(木鐸社2005, 原著1996) など。
Leon Mayhew レオン・メイヒュー (1935-2000)	米国の社会学者。パーソンズ流システム論やハーバーマス流公共圏論、ニューパブリック、など。◆主著の <i>The New Public: Professional Communication and the Means of Social Influence</i> , (Cambridge University Press, 1997) は「パーソンズとハーバーマスの思考を統合した」と評価されている。
Robert D. Putnam ロバート・パットナム (1940-)	米国生まれの政治学者。近代社会におけるコミュニティの喪失、社会関係資本などを研究。◆柴又康文訳『孤独なボウリング—米国コミュニティの崩壊と再生』(柏書房2006, 原著2000)、猪口孝訳(編著)『流動化する民主主義—先進8カ国におけるソーシャルキャピタル』(ミネルヴァ書房2013, 原著2002) など。
Dorothy E. Smith ドロシー・スミス (1926-)	英国生まれ。カナダの社会学者。フェミニスト理論、家族研究、支配関係など。◆ <i>The Everyday World as Problematic: A Feminist Sociology</i> , Northwestern University Press, 1987. <i>The Conceptual Practices of Power: A Feminist Sociology of Knowledge</i> , Northwestern University Press, 1990. など。
Gayatri C. Spivak ガヤトリ・C・スピヴァク (1942-)	インド生まれの米国の比較文学者。◆1976年にデリダ (Derrida) の『グラマトロジーについて』( <i>Of Grammatology</i> ) を英訳、序文で自己再帰性 (self-reflexivity) についての新基準を提唱。 <i>In Other Worlds: Essays in Cultural Politics</i> , (Routledge, 1987) (鈴木聡ほか訳『文化としての他者』紀伊國屋, 1990年) 等。
Maximilian Weber マックス・ヴェーバー (1864-1920)	ドイツの社会学者・経済学者。◆『社会科学・社会政策雑誌』編集に従事。その間に『プロテスタンティズムの倫理と資本主義の精神』(原著1904, 英訳1930年, 大塚久雄訳・岩波文庫版・上下・1955-1962年など) を執筆。

(注) 主にスカンジナビア諸国の研究者を中心とする視点でまとめられたイーレン他 (Ihlen, 2009) の14人の社会理論家の各略歴紹介欄を参考に、日本語訳書の著者紹介欄等からの最新情報を加筆・修正して抄訳・一覧表としてまとめた。

(参考資料2) 『広報研究』(1997-2016) における PR 理論・社会理論の先行研究

筆者	タイトルに社会理論家を掲げた論文名	号	発行
ドナルド・K・ライト	コミュニケーション理論の広報への適用	1	1997/6
	「理論は観察された現象についての体系的な見解を示す」(p.62)、「信頼性の高い理論は高い確率で将来の行動を予測する」(p.62)等を指摘。社会科学コミュニケーション理論として、カール・ホブランド。クロード・シャノンらの社会心理学と情報理論、「イノベーションの拡散」のエヴェレット・ロジャース、PR 領域固有理論としてジェイムズ・グルーニグの「状況理論」・「四つのモデル」・「卓越性理論」等を紹介した。		
山田真茂留	組織の<パフォーマンス>—組織アイデンティティ論の新展開	2	1998/4
	アーヴィング・ゴッフマン (1959) 『行為と演技』誠信書房 (石黒毅訳, 1974) の「道徳的装いの功利的追求」などの概念を取り上げ、組織文化におけるさまざまな「パラドックス」と現代社会における組織アイデンティティの問題を検討した。ゴッフマンの「功利主義の超克という企ても結局のところ、古い実質的な功利主義から新しいマーケティング的な功利主義への単なる衣替えに留まってしまった」(p.36)と指摘する。		
佐藤卓己	ドイツ広報史のアポリア — ナチ宣伝からナチ広報へ	4	2000/3

筆者	タイトルに社会理論家を掲げた論文名	号	発行
	ドイツ社会学会創設者の一人テンニースによる第1次大戦後の新聞学への批判を参照し、「広報は科学か？」と問いかける。そこには「学問の出自」に関する「自己不信」(p.18)が存在すると指摘。第二次大戦後の日本と同様、「アメリカからの輸入学問」(p.19)というラベリングが戦後ドイツではむしろ積極的に利用された。PRに対応するドイツ語 ÖA は、独和辞典では「広報活動」との訳が一般的だが、むしろ「公共性(圏)」を示す概念(p.20)であり、ドイツ固有の“広報論”の可能性を指摘した。		
関谷直也	広報研究と広報・Public relations の実践の架け橋	10	2006/3
	当学会10周年を機に研究会活動・『広報研究』掲載論文をレビューし「研究の学際性」(p.25)を指摘。米国のLattimore(2003)を引用しPR研究の理論的基礎として、グルーニッグの状況理論・エクセレンス理論に加え、システム理論、社会心理学、普及理論、議題設定効果などを考察した。PRや広告・マーケティングなど「企業経営と関わる諸学問」(p.26)では、「企業の経済活動・情報発信という現実」が先行し、「それを如何にうまく説明するか」に力点が置かれてきた、学際性が重要という指摘が多いわりには「他分野の研究知見を活かした研究は多くない」(p.26)とも指摘している。		
猪狩誠也	広報の定義をめぐって— 歴史的考察	10	2006/3
	2005年8月の研究発表大会指定研究発表・関谷直也『「広報学」は広報しているか』を踏まえ、当学会でも議論されてきた広報の定義問題と「広報研究」の視点について考察した。本論文は主に、米国における近代PR理論化の系譜と、第二次世界大戦後の日本への広報実務の導入・発展をレビューした。そして、将来へのヒントとして、ユルゲン・ハーバーマス(1962)を取り上げ、「今後の社会科学のキーワードとなりつつある「公共性」・「公共哲学」と合致していく可能性」を指摘した。		
境忠宏(司会)	座談会：日本広報学会の過去・現在・未来	10	2006/3
	前理事長・富塚文太郎、上野征洋理事長(当時)、猪狩誠也副会長(当時)、清水正道、関谷直也、山田達雄の座談会で、「広報学」(理論)に関する議論が行われた。理論は「広報の知的体系」・「規範的なもの」であるが、「唯一ベストの「あるべき姿」を提案するもの」ではない(境, p.69)と要約される。また、上野(p.76)は「実務と学問を連携する中での広報学の体系化という問題もある」と、「応用科学分野の学際的な部分」(上野, p.81)を力説している。		
井之上喬	自己修正モデル：ケース・スタディによる自己修正の段階的変容とその考察—企業の危機管理における自己修正行動	11	2007/3
	カトリック、センター他の米国におけPRテキストの理論・概念、グルーニッグの「4つのモデル」を踏まえ「自己修正」の重要性を提唱した。特に危機管理時の実務・事例から「自己修正」モデルの実証研究に至っている。経済学、教育学における「自己修正」概念を理論化しPR実務事例で実証した。		
吉原輝美	コーポレート・コミュニケーション概念をめぐる考察	14	2010/3
	我が国におけるコーポレート・コミュニケーション(CC)の概念について、1999年から2000年の10年間の論文検索から、学術論文は数本しかなかったことを示した。1990年代後半以降、日本ではCC概念よりもIMC(統合マーケティング・コミュニケーション)等の研究が多いと指摘。CC概念の背景にある1950年代以降の米国流コミュニケーション論やE・M・ロジャースの組織コミュニケーション論などの発展を指摘した。		
D.W. スタックス	米国におけるコーポレート・コミュニケーション教育の現状	15	2011/3
	第16回研究発表大会における基調講演を山村公一が翻訳した講演録。コーポレート・コミュニケーション(CC)とパブリック・リレーションズ(PR)の区別は米国においても曖昧であるが、CC教育は主に経営学部(ビジネススクール)等で行われ、PR教育は主にコミュニケーション学部など学部レベルが圧倒的に多いと指摘。スタックスが指導するマイアミ大学PR専攻は、「社会科学的アプローチ」を重視するが、一般的に米国のCC・PR教育は「ビジネス志向」であり、PR理論とリサーチの教育が重視されていると指摘した。		
和田仁	福島原発事故からの広報倫理とプロフェッショナルリズム再興に向けて	16	2012/3
	福島原発事故後の広報・PR実務に対する社会的批判・疑念に應えるため、原子力あるいはエネルギー政策に関する広報実務、リスク・コミュニケーションの歴史を検証し、ウルリッヒ・ベックの「安全のパラドクス」論、再帰的近代化論といった「産業主義的近代」への批判的視点(pp.10-13)からの、新しいPR論・PRプロフェッショナル論を検討した。		
櫻井光行	パブリック・リレーションズ再考のための試論	17	2013/3

〈論文 (査読付)〉 和田：プロモーション文化における広告・PR・ジャーナリズム

筆者	タイトルに社会理論家を掲げた論文名	号	発行
	ハーバーマス等のドイツ公共哲学を参照し東日本大震災後の広報のあり方を検討した。広報と広告の「ボーダレス化」(p.69) や広告(マーケティング) サイドからの「戦略PR」の提案などが注目される環境変化から、米国流PR論におけるPublic(公共性、公衆)の再検討(p.70)と、ハーバーマスを中心に「欧州の広報理論」(p.71)を紹介。ハーバーマスはグルーニグ他(1984)の「双方向対称モデル」やケント & テイラー(2002)の対話理論と共通部分もあるが、PR固有の「公共領域における相互理解」(p.77)が重要と指摘。		
和田仁	批判的PR理論の系譜に関する一考察	17	2013/3
	米国流の実証指向のPR理論に対して、2000年代以降の英国カルチュラル・スタディーズやメディア研究に触発されたレタン(2008)の批判的PR理論や、グス(2011)らのリフレクティブ(再帰的)・パラダイム、バルダン他のPR理論における「クリティカル・ターン」などの理論を紹介。グルーニグ他(1984)のエクセレンス理論の確立、並行して展開されたバルダン他の修辭的理論が現代PR理論の主流ではあるが、批判的・クリティカルな研究を続けることが不可欠であるとした。		
須田比奈子	広報研究の発展におけるエクセレンス理論の貢献	18	2014/3
	グルーニグ他が1985年から約15年かけ集大成したエクセレンス理論を包括的に紹介した日本語文献が見当たらないことから、その理論構築過程から検証調査(定量分析)、その後の主要概念(対称性、関係性など)の評価と議論、批判への対応と応用と発展、広報環境の変化と倫理をめぐる最近の議論までを概観・考察した。「世界中の研究者に議論と発言の機会を提供したことが、エクセレンス理論最大の貢献」(p.103)と結論付けた。		

(注) 日本広報学会『広報研究』バックナンバー各号から筆者が抜粋・要約し、掲載順に一覧表とした。一部の論文タイトルにおいて紙幅の関係で一部のサブタイトルを省略した。また、社会理論家についての引用・コメントは全て筆者の責任である。

注

- 1) CIPR (Chartered Institute of Public Relations) は1948年にIPRとして設立された、英国のPR実務者団体(本部: ロンドン)で、会員は約9,000名とヨーロッパ最大規模のPR実務家組織である。CIPRはPR倫理綱領の制定、共通課題に関する研究・レポート発行、実務教育などを行っている。また、学生会員やフェローなどを含む会員資格制度がある。英国王・女王の諮問機関として1708年に設立された王立 Privy Council (枢密院)のメンバー組織。(参照サイト <https://www.cipr.co.uk/> アクセス: 2016/8/1)
- 2) マックス・クリフォードは英国を代表するスピンドクター。しかし、モロニー(2006)が刊行された6年後、2012年10月に発覚した人気テレビ司会者・故ジミー・サビルの未成年者に対する性的暴行疑惑報道(小林恭子, 2012)に端を発した英国メディア業界の大疑惑の中で、BBC幹部の隠蔽疑惑や関連した醜聞の渦中にある数々の有名人のPRを担当していたマックス・クリフォード自身も強制わいせつ容疑が明るみに出る。英国マスコミ報道によれば、2013年4月にクリフォード自身(2013年当時70歳)も1966年から1985年にかけての10代女性への不適切な行為で起訴された。
- 3) ICA (International Communication Association) は、1949年に創設されたコミュニケーション研究の国際学会である。ワシントンD.C.に本部を置き、世界約80カ国に計4,500人の会員を擁する。コミュニケーション史、マス・コミュニケーション、パブリック・リレーションズなど20以上の部会が活動している。2003年から研究の推進と応用のため国際連合やNGO等と公式な協力関係を持つ。第67回年次大会は2016年6月、福岡市で開催。(参照サイト <https://www.icahdq.org> アクセス: 2016/8/1)
- 4) Edited by Oyvind Ihlen and Betteke van Ruler, "Special Issue on Social Theory," *Public Relations Review*, Vol. 33, Issue 3, pp.243-354 (September, 2007)

参考文献

- ベック, ウルリッヒ『危険社会』法政大学出版局, 1998, 原著1986.
- ベック, ウルリッヒ『世界リスク社会論』ちくま学芸文庫2010(平凡社, 2003), 原著2002.
- ベック, ウルリッヒ他編『リスク化する日本社会』岩波書店, 2011.
- Boorstin, D.J., *The Image: A Guide to Pseudo-events in America*. Vintage Books, 1992. (原著: 1962)
- Burkart, Ronald, On Hebermas: Understanding and Public Relations, Ihlen, Oyvind, Betteke van Ruler and Magnus Fredriksson, *Public relations and Social Theory: Key Figures and Concepts*, Routledge, 2009, pp.142-165.
- Durham, F. D., Public Relations as Structuration: A Prescriptive Critique of the Starlink Global Food Contamination Case, *Journal of Public Relations Research*, 18(1), 2005, pp.29-47.
- Fredriksson, Magnus, On Beck: Risk and Subpolitics in Reflexive Modernity, Ihlen, Oyvind, Betteke van Ruler and Magnus Fredriksson, *Public relations and Social Theory: Key Figures and Concepts*, Routledge, 2009, pp.21-42.
- ハーバーマス, J., 『コミュニケーション的行為の理論(上・中・下)』(未來社1985-87, 原著1981)
- ハーバーマス, J., 『公共性の構造転換(第2版)』(細谷貞雄・山田正行訳) 未來社, 1994. (原著: 1990)
- Hallahan, K., "Community" as a Foundation for Public Relations Theory and Practice, *Communication Yearbook*, 28(1), 2004, pp.233-279.

- Holtzhausen, D. R., Postmodern Values in Public Relations, *Journal of Public Relations Research*, 12 (1), 2000, pp.93-114.
- Ihlen, Øyvind, Betteke van Ruler and Magnus Fredriksson, *Public relations and Social Theory: Key Figures and Concepts*, Routledge, 2009.
- 猪狩誠也「広報の定義をめぐって—歴史的考察—」日本広報学会『広報研究』第 10 号, 2006 年 3 月, pp.49-46.
- 猪狩誠也 (編著)『日本の広報・PR100 年—満鉄、高度成長そしてグローバル化社会 (増補版)』同友館, 2015.
- 井之上喬「自己修正モデル: ケース・スタディによる自己修正の段階的変容とその考察—企業の危機管理における自己修正行動—」日本広報学会『広報研究』第 11 号, 2007 年 3 月, pp.1-18.
- 小林恭子「人気司会者性犯罪疑惑報道をめぐる英 BBC 危機の実態と教訓」日本新聞協会『新聞協会報』, 2012 年 12 月 16 日号.
- Leichty, G., The Cultural Tribes of Public Relations, *Journal of Public Relations Research*, 15(4), 2003, pp.277-304.
- L'Etang, Jacquie, *Public Relations in Britain: A History of Professional Practice in the Twentieth Century*, Mahwah, 2004.
- L'Etang, J. and Pieczka, M.(Eds), *Critical Perspectives in Public Relations*, International Thomson Business Press, 1996.
- L'Etang, J. and Pieczka, M.(Eds), *Public Relations: Critical Debates and Contemporary Practice*, Mahwah, 2006.
- L'Etang, Jacquie, *Public Relations: Concepts, Practice and Critique*, Sage, 2008.
- Moffitt, M. A., Bringing Critical Theory and Ethical Considerations to Definitions of "Public," *Public Relations Review*, 18(1), 1992, pp.17-29.
- Moloney, Kevin, *Rethinking Public Relations: The Spin and the Substance*, Routledge, 2000.
- Moloney, Kevin, *Rethinking Public Relations: PR Propaganda and Democracy, second edition*, Routledge, 2006.
- Munchi, D., & P. Kurian, Imperializing Spin Cycles: A Postcolonial Look at Public Relations, Greenwashing, and the Separation of Publics, *Public Relations Review*, 31(4), 2005, pp.513-520.
- 日本広報学会 (編著)『日本広報学会 20 年史』日本広報学会, 2015 年.
- 日本広報学会学会誌委員会『『広報研究』掲載論文の動向』日本広報学会『広報研究』第 20 号, 2016 年 3 月, pp.184-186.
- 境忠宏 (司会)「座談会: 日本広報学会の過去・現在・未来」日本広報学会『広報研究』第 10 号, 2006 年 3 月, pp.67-86.
- 櫻井光行「パブリック・リレーションズ再考のための試論—ハーバーマス等の公共哲学の議論を参考に—」日本広報学会『広報研究』第 17 号, 2013 年 3 月, pp.69-80.
- 佐藤卓己「ドイツ広報史のアポリア—ナチ宣伝からナチ広報へ—」日本広報学会『広報研究』第 4 号, 2000 年 3 月, pp.17-27.
- 関谷直也「広報研究と広報・Public Relations の実践の架橋—日本広報学会の意義と果たすべき役割—」日本広報学会『広報研究』第 10 号, 2006 年 3 月, pp.13-48.
- 篠原一『市民の政治学—討議デモクラシーとは何か』岩波新書, 2004.
- スタックス, ドン・W., (講演)「米国におけるコーポレート・コミュニケーション教育の現状」(山村公一訳)日本広報学会『広報研究』第 15 号, 2011 年 3 月, pp.1-16.
- Strömbäck, Jesper & Spiro Kioussis, "Political Public Relations: Old Practice, New Theory-Building," *Public Relations Journal*, Vol.7, No.4, pp.1-2. (アクセス日: 2015 年 6 月 1 日, <http://www.prsa.org/Intelligence/PRJournal/Vol7/No4/>)
- 須田比奈子「広報の発展におけるエクセレンス理論の貢献」日本広報学会『広報研究』第 18 号, 2014 年 3 月, pp.91-107.
- Theaker, Alison, *The Public Relations Handbook*, 4th edition, Routledge, 2012.
- 上野征洋「はじめに—日本広報学会の黎明と「広報学」の位相—」, 日本広報学会 (編著)『日本広報学会 20 年史』日本広報学会, 2015 年, pp.i-v.
- 和田仁「福島原発事故からの広報倫理とプロフェッショナルリズム再興に向けて—社会的批判・疑念に応える試論—」日本広報学会『広報研究』第 16 号, 2012 年 3 月, pp.1-18.
- 和田仁「批判的 PR 理論の系譜に関する一考察」日本広報学会『広報研究』第 17 号, 2013 年 3 月, pp.12-27.
- ヴェーバー, マックス『社会科学の方法』講談社学術文庫, 1994. 祇園寺信彦・祇園寺則夫訳 (原著 1904).
- ライト, ドナルド・K, (特別講演)「コミュニケーション理論の広報への適用—実務と教育にどう活かす—」(日本広報学会事務局 訳)日本広報学会『広報研究』第 1 号, pp.59-75.
- 山田真茂留「組織の<パフォーマンス>—組織アイデンティティ論の新展開—」日本広報学会『広報研究』第 2 号, 1998 年 3 月, pp.28-39.
- 山之内靖『マックス・ヴェーバー入門』岩波新書, 1997.
- 吉原輝美「コーポレート・コミュニケーション概念をめぐる考察」日本広報学会『広報研究』第 2 号, 1998 年 3 月, pp.37-55.

# プロモーション文化における広告・PR・ジャーナリズム

## PR 実務のグローバル化とフラグメンテーションに関する一考察

和田 仁

(東京国際大学) wadam@tiu.ac.jp

本稿は日本における PR 実務の状況をより良く理解するために、代表的な PR と社会理論をレビューする。本稿で取り上げるのは、ケビン・モロニー (ボーンマス大学)、オイヴァン・イーレン (オスロ大学)、ウルリッヒ・ベック、ユルゲン・ハーバーマスの四人である。

モロニー (2006) はプロモーションなメッセージの膨大な洪水が、多くの PR 批判や PR 自体の低いレピュテーションを招いていると指摘した。彼は PR 実務を市場、政治、メディアとの関連で分析した。イーレン他編著 (2009) は、14 人の重要な社会理論家を取り上げ、PR 理論のスコープを広げた。その 14 人の社会理論家から本稿では、ベックとハーバーマスを取り上げる。ハーバーマスのコミュニケーション行為論は日本の多くの PR 研究者に影響を与えてきた。ベックは 2011 年の東日本大震災後の日本の状況に重要な示唆を与えてくれた。本研究が日本における PR 理論と実務の議論に貢献することを期待したい。

キーワード：プロモーション文化、公共圏、再帰的近代化、サブ政治、  
コミュニケーション行為論

## Advertising, PR and Journalism in Promotional Culture

### A Consideration on Globalization and Fragmentation of PR Practices

Masashi WADA

(Tokyo International University) wadam@tiu.ac.jp

This paper reviews typical PR and social theories to identify the findings in order to understand the situation of PR practices in Japan. This paper looks at four important theorists: Kevin Moloney (Bournemouth University), Øyvind Ihlen (University of Oslo), Ulrich Beck and Jürgen Habermas.

Moloney (2006) suggested the great flood of promotional messaging attracted many critics, and a low reputation for PR itself. He analyzed today's PR practice in markets, politics and the media. Ihlen (Eds. 2009) focused on the 14 key social theorists and broadened the scope of PR theories. Among the 14 theorists, this paper takes Beck and Habermas. The theory of communicative action by Habermas has affected many PR scholars in Japan. Beck gave us several important suggestions on the situation in Japan after the Great Eastern Japan Earthquake of 2011.

This study hopes to contribute the discussion of PR theory and practice in Japan.

**Key words:** promotional culture, public sphere, reflexive modernization, subpolitics, theory of communicative action