

# 批判的 PR 理論の系譜に関する一考察

— メディア研究とカルチュラル・スタディーズを踏まえて —

和田 仁  
(東京国際大学)

## はじめに

本稿の研究・クエスションは我が国におけるパブリック・リレーションズの理論研究の現状と今後の方向性である。特に2011年3月の東日本大震災および福島原発事故によって明らかになった、広報・PR実務への様々な社会的疑念やそのプロフェッショナリズムと倫理に関する批判的著作・マスコミ報道の増加への正確な反論、広報・PR実務の信頼回復のための理論研究の必要性について述べたい。

1947年にGHQが各都道府県にパブリック・リレーションズ・オフィス（PRO）の設置をサセッション（猪狩2011, p.89-93）してから約65年を経た今日まで、日本のパブリック・リレーションズの理論と実務はほぼ米国流を継承し発展してきた。

本稿は理論史的アプローチによって、わが国の広報・PR理論の現状と将来の検討課題、そして2000年代以降の「批判的PR理論」（critical theory）の意義について述べる。言うまでもなく今日に至るまで我が国においては、米国流社会学あるいは社会的コミュニケーション理論を背景にPR理論・実務が発展してきた。それらマス・コミュニケーション理論、1910年代から発展してきたビヘイビアリズム的知見については、既に既存文献・基礎テキスト等で紹介され取り上げられているので本稿では扱わない。

本論が取り上げる批判的PR理論は、英国のメディア研究およびカルチュラル・スタディーズ<sup>1)</sup>を踏まえたスターリング大学ジャッキー・レタン（L'Etang, 2008, pp.2-14）が提唱する「批判的思考と学際的視野」のPR理論を踏まえた概念である。同様な理論の必要性は、カンザス大学のデビッド・グスとチャールズ・マーシュの「リフレクティブ・パラダイム」論（Guth, 2011, p.10）にも通じる。また、南イリノイ大学のニランヤナ・バルダンとワイカト大学（ニュージーランド）のケイ・ウィーバー（Bardhan, 2011, pp. 15-17）は「クリティカル・ターン」、すなわち「パブリック・リレーションズ学におけるパラダイム・シフト」を提唱している。

本稿はこうした2000年代以降の新しいPR理論を新たな理論的アジェンダとして提唱するものである。批判的PR理論の検討を通じて特に、そもそも米国社会学の実証重視（狭い意味での効果論や統計データ主義）の下に、「3.11」以前の我が国広報理論・実務が理論史的考察や倫理・プロフェッショナリズムを積極的に取り上げ議論して来ることを怠ってきたのではないかという問題提起でもある。

本稿の用語法は以下の通りとする。（1）「PR実務・理論」は、近代パブリック・リレーションズ（以下、PR）の歴史的・概念的な源流であるアメリカ合衆国（以下、米国）におけるPRの実務・理論である。（2）「広報実務・理論」は、日本における米国（あるいは英国他）のPR実務・理論の理解と共通認識を意味する。（3）「CC実務・理論」は、1980年代のCI導入による広報の「多角化期」・90年代の「企業変革期」（猪狩, 2008, p. 294）におけるコーポレート・コミュニケーション（以下、CC）という広報・PR実務の外延的拡大を示す。

## 1. 日本における PR 理論の展開

### 1.1. 日本における 1980 年代以降の状況

日本広報学会はその設立時（1995 年）に英文名として PR を用いず、「CC 研究」（JSCCS: Japan Society for Corporate Communication Studies）を標記した。当学会創設時に「PR → 広報 → CC」に落ち着いたことは、学会内にも多少の議論があった仄聞する。1980 年代には日本企業でも CC 部門の設置等によって、CC 概念が幅広く普及した（剣持, 2011, pp.229-232）と指摘されている。

その後、2000 年代に入って出版された PR 関連の主要書籍、例えば『コーポレート・コミュニケーション戦略』（猪狩, 2002）、『CC 戦略の理論と実践』（猪狩, 2008）等では、当時最新の CC 理論への関心が日本で広がったことを示している。

### 1.2. 近年の PR 理論回帰への動き

2000 年代に入り広報実務の広がりや再度、「広報 → PR」に再帰しようとする動きもある。実務書・専門職試験用テキストという性格から理論記述は僅少ではあるが、日本パブリックリレーションズ協会は『広報・PR 概論』（PRSJ, 2010, /改訂版, 2012）あるいは『広報・PR 実務』（PRSJ, 2011）というタイトルを採用し、「広報・PR」を併記した。さらに、第 6 回日本広報学会賞教育・実践賞受賞の『日本の広報・PR100 年史』（猪狩, 2011）、あるいは PR 実務書『広報・PR 戦略』（長田, 2010）などにおいても、「広報・PR」の併記が見られる。専門出版物が 2010 年前後からの「広報・PR」併記を増やした背景には、PR 実務や理論への再考を含む、わが国におけるある種の課題意識を示している。

もちろん、米国・日本の両国において研究者や実務家の要請とは別に、書籍タイトルでは出版流通・販売部数への配慮という面もある。また両国で共通して、理論書よりは実務書、しかもより広範囲な実務をカバーするタイトルが好まれるのはいうまでもない。日本における専門文献タイトルの変遷という外形的考察だけから、結論的なことは申し上げられない。しかしながら筆者は、こうした PR に関する用語・概念の並立的使用・標記に関する現状への素朴な疑問から、わが国の PR 理論の変遷と現状を「解説」したいと考えた。

表 1 日米主要広報・PR 書籍の理論頁数割合の比較

日米主要文献名・引用書籍	本文頁数	理論頁数	理論割合
カトリップ (2006=2008) 『体系 PR』(9 版)	563	54	9.6%
Broom (2009) “EPR” (10 版)	469	46	9.3%
Wilcox (2009) “PR” (9 版)	591	31	5.2%
Morris (2012) “PR Today”	331	37	11.2%
猪狩 (2002) 『CC 戦略』	280	22	7.9%
猪狩 (2008) 『CC 戦略の理論と実践』	297	19	6.4%
PRSJ (2010) 『広報・PR 概論』	317	10	3.2%
家弓正彦監修 (2010) 『広報・PR 戦略』	230	7	3.0%
柴山慎一 (2011) 『CC 経営』	174	13	7.5%

表 1 「日米主要広報・PR 書籍の理論頁数割合の比較」<sup>2)</sup> は統計的データではないが、日米の広報・PR・CC のタイトルが冠された書籍のいくつかを比較している。カトリップ『体系パブリック・リレーションズ』(9 版) は日本語版であり、ブルームの“EPR” (10 版) は、ほぼ同内容の英語版である。英語の和訳による頁割合の変化は比較的少ないと思われる。これら専門書の広報・PR 理論および理論的な説明部分を「理論頁数」として、「本文頁数」に対する「理論割合」を算出したものである。

比較書籍数が限られてはいるが、傾向として米国の大学教科書レベルでは総頁数の約 1 割が理論・理論史に相当している。ウィルコックス (Willcox, 2009) はいわゆる PR 原論のテキストではなく、事例研究中心の本

ではあるが、それでも理論・理論史の記述割合は5%を超えている。

『CC戦略の理論と実践』（猪狩，2008）は同一出版社の『CC戦略』（猪狩，2002）の改訂版といえる。先ほど指摘した出版事情の反映であろうが、日本では近年の書籍ほど、理論・理論史の記述割合が減少する傾向がある。ただし、『CC経営』（柴山，2011）は著者独自のCC理論構築を試みている部分が多くなっている。

### 1.3. CI・CC普及（1980年代）以前のPR理論

#### 1.3.1. 米国PR理論も先行学術理論を援用

日本の広報理論の源流である米国PR理論も20世紀初頭に近代PR実務が成立して以降、先行諸科学の知見を動員して形成された。衆知の通り、エドワード・バーネイズがアメリカ初のPR専門書籍の中で、「PRカウンセラー」という実務家の役割と「パブリックの同意の形成」（カトリップ，2006=2008，pp.129-131）という理論概念で説明した際にも、先行する世論研究や社会心理学などの影響があった。こうした点に関する記述はカトリップ（2006=2008，pp.211-231.）やウィルコックス（2009，pp.214-223.）の世論とコミュニケーション・モデルの紹介などでも明らかであろう。

#### 1.3.2. 日本におけるCC実務の外延的拡大

1980年代以降の日本では、CIブーム、CCが広報実務の領域拡大をもたらしたことは前述の通りである。また、アメリカにおいてCCという用語が提唱された「CCセミナー」以外の別の歴史的な理由として1974年のウォーターゲート事件がある。この事件にはPR実務家が深く関与しており、PRが「スピン」（Spin；操作）を想起させるなど理由から、PRに変わる言葉としてCCが求められたという事情が指摘（剣持，2011，p.231）されている。

このような経緯で、1980年代の日本の広報理論研究において、PRとCCという用語・概念をどう扱うかという問題が生じた。PR理論とCC理論の概念についても諸説あるが、上野征洋の整理が一般的（剣持，2011，pp.231-232）であると指摘される。上野征洋は日本におけるPR概念、広報・広聴実務の導入経緯と歴史から、特に1980年代のわが国企業におけるCIの実体化、企業コミュニケーションにおけるデザイン戦略への関心の高まりなどによるCC概念の普及を次のように位置づける。

コーポレート・コミュニケーションは、パブリック・リレーションズに見られるような商品広報、事業広報などの個別活動の次元を超え、企業総体としてのコミュニケーション活動という大きな枠組みの中で発想されることにその特徴がある。（上野，2008，p.37）

このような観点から、日本におけるCC実務の理論的基盤は次の5領域であると上野は指摘（上野2008，p.37）した。（1）社会的コミュニケーション理論（上野：ソーシャル・コミュニケーション）、（2）マーケティング・コミュニケーション理論（上野：広告、広報、販売促進など）、（3）アメリカ社会学における行動論（上野：ビヘイビア・コミュニケーション、行動様式革新のコミュニケーション）、（4）経営管理論・人間関係論（上野：マネジメント・コミュニケーション）、（5）これらを束ねるアイデンティティ論またはCI理論。（カッコ内が上野の原文であり他は筆者の解釈した用語となっている。）

このように我が国広報理論・実務への理解の基本は明らかにマーケティング的、アメリカ社会学的、コミュニケーション的の視点であり、そうした理解の発展に企業経営・組織管理的なマネジメントの視点が加わってきたものである。1980年代以降のCC理論・実務の高まりの中で、我が国においては、米国他におけるPR理論固有の議論への関心は急速に薄れていった。

#### 1.4. CC理論にみる実務とのギャップ

CC理論を束ねると指摘されたCI論は周知の通り、1950年代のアメリカ社会における反動的（カウンターカルチャー的）な青年文化を理解する枠組みとして心理学者E・H・エリクソンが提唱したアイデンティティ論

（澤村，2005）、つまり社会学・心理学理論に基づく。そこにデザイン論やシンボル論などが加わり、日本における CI 論の広がり形成了。さらに CC の実践・実務への関心の高まりは、経営学・経営管理論への視点も必要とした。

その後、2000 年代においては、商学・マーケティング論の観点からの IMC（統合マーケティング・コミュニケーション）論の台頭、広告やマーケティング・コミュニケーションを統合する CC 専門部署への統合などの実務組織設置の動きも広がったのである。さらに近年、環境コミュニケーションや企業の社会的責任（CSR）論などへの関心の高まりを背景に、企業倫理、経営戦略、経営管理へと広報・PR・CC の関連領域がさらに広がってきた。

しかしながら、1970 年代末からの約 40 年間をレビューした研究によれば、現在でも、CC 概念に関して「研究者によってさまざまな定義が存在し、確立したものはない」（吉原，2010，p.37）と指摘される。また同時に、「広報、PR あるいは広告、統合マーケティング・コミュニケーション（IMC）、ブランドコミュニケーション等々多様なコミュニケーション概念が混在している状況」（吉原，2010，p.37）にあり、CC 理論においても「学界と実務家のギャップ」は存在し、米国でも同様なギャップが指摘（アージェンティ，2002=2004）されている。

### 1.5. 2000 年代の CSR 等への領域拡大

PR から CSR 等へのさらなる領域拡大を理論研究の視野に入れることは、カトリップらも既に指摘している。カトリップ『体系パブリック・リレーションズ』はその「第 15 章 事業部および企業におけるパブリック・リレーションズ」（カトリップ，2006=2008，pp.460-488）で CSR、企業フィランソロピー、フィナンシャル・リレーションズなどへの領域拡大を示している。同様にブルーム「第 10 版」（Broom，2009）においても、事業・企業における CC や CSR への領域拡大が指摘される。我が国の広報実務においてもバブル経済崩壊後の 1990 年代後半から、企業行動規範や倫理規定、CSR などのへの関心が本格的に高まってきた（猪狩 2011，pp.263-273）と指摘されている。

このように日本における理論的関心の変遷をたどると、1980 年代の CI・CC 論以降、実践・実務家養成などの必要性の高まりの中で、相対的に米国 PR 理論そのものへの関心が薄れていったと考えられる。しかしながら、本格的な日本経済のグローバル化、デジタルメディアの台頭の中で、わが国理論研究のミッシング・リングともいえる 1990 年代以降のさまざまな米国 PR 理論へのキャッチアップと検証、理論研究への新たな期待と関心は高まっている。

## 2. 日本における理論研究の論点

### 2.1. 学術研究と実務（的）研究の両輪

当学会設立（1995 年）は確かに、PR 実践・実務の普及拡大と 1990 年代以降の CC 理論・実践への領域拡大の中で、改めて広報・PR に関する学的関心、理論強化の要請に基づいたものであろう。しかしながら、日本における PR 理論・研究はその後も実務（的）研究に重点を置く傾向をますます強めてきたといえる。当学会の特徴もまた、実務家と協賛企業（CC 部門や PR 関連企業等）との連携を重視することにあるのは言うまでもない。専門職教育のあり方や実践・実務に焦点を当てた実務研究の視点から、日本という先進的 PR 環境の中で生じる新しい広報課題や経験則の共有、ベストプラクティスや対応事例から学び、理論化することも当学会の責務であろう。

### 2.2. 内在的理論（PR 固有理論）と外在的理論（関連諸科学の理論）

筆者も参加した当学会研究部会の広報学検討研究会（日本広報学会 1997・98 年度報告書）では、「広報学」の体系化について中間的にまとめている。その最も重要な成果のひとつは、広報・PR 理論に関連した周辺学

問領域とのバウンダリーの設定と、関連領域との交流・連関性による理論構築・展開の必要性などの確認である。すなわち、広報学の固有性・独自性（内包）と、関連領域との共通理論の確定や関連諸科学の研究成果からの理論の移入（和田, 2002）が大きな課題となった。

上野征洋は広報学と周辺関連領域との関係について、PR理論固有の理論枠組みを検証する「内在的アプローチ」と、社会科学としての広報理論の位置づけを重視する「外在的アプローチ」（上野, 1988）が必要であることを示した。同じく研究会メンバーであった小林貞夫も広報学研究に必要なことは、「ディシプリン」（Discipline）すなわち、先行する諸科学・学問体系との関連性＝担当領域を示すことが重要である（小林, 1998, p.3）と指摘した。

筆者は広報学検討研究会報告書（1997・98年度）において、外在的理論（関連諸科学の理論）として次の領域（和田, 1998 / 1999を一部改訂）を挙げた。（1）コミュニケーション理論、（2）経営学・マーケティング理論、（3）メディアに関する理論（メディア論）、（4）政策科学に関する理論（行政理論、合意形成論など）、（5）倫理・哲学に関する理論（義務論、功利主義など）。これらはカトリップや他の標準的テキストで網羅されている内容からまとめたものである。

### 2.3. 理論とは何か

上野はその後の著書でも広報理論に対する「アメリカ社会学」の影響を指摘（上野 2008, pp.263-270.）している。PR理論に非常に大きな影響があった社会学の理論とは何かについて考えてみたい。社会学において理論は必要なのか、理論は何のために議論されるべきかについて稲葉振一郎（稲葉, 2009）は、自然科学・人文科学が分化し社会科学（その対概念としての狭義の人文科学との枝別れ）に至り、それが政治学・経済学・社会学などにさらに分化していく過程から次のように指摘する。

もちろん社会学以外の他の学問においても、それぞれの問題状況に合わせた多様な理論を作っていますが、それらの理論の基礎には共通のシンプルな「一般理論」「基礎理論」があり、そこから個別の「特殊理論」「応用理論」がどんどん枝分れしているという感じです。ところが社会学の場合は、それぞれの理論の間に共通性がかなり希薄です。つまりそれらの理論の源流たる「基礎理論」「一般理論」のようなものが見当たらない。（稲葉, 2009, p.15）

上野征洋（1998）が指摘するように、PR理論は周辺領域としての社会学、特にアメリカ社会学とその個別領域であるコミュニケーション論との関連性が極めて強い。こうした観点から、稲葉振一郎の理論に関する考察（稲葉, 2008, pp.36-66）を参考に日本における広報の理論研究の進め方をデザインするなら、次のような課題に応えるステップで議論・検証していく必要<sup>3)</sup>があるのではないだろうか。

（1）広報学のアイデンティティ問題に応えられるか？

・多様な領域・実務理論を「広報学」にまとめていくことに貢献すること。

（2）PR理論（アメリカ）から独立した日本固有の広報理論は必要か／あるのか？

・目指すべき広報理論はPR理論（米国理論）から独立し固有であるべきか？

（3）PR理論に基づく日本の広報実務・職業教育等への貢献は可能か？

・実務理論に対して学術理論（隣接諸科学も含む）はどのような貢献ができるのか？

本稿では我が国における広報理論・実務の発展を理論史的に概観してきた。その結果、源流たる米国流PR理論の紹介は行われてきたものの、日本における広報理論の提唱や議論は極めて少ないといえる状況にあることが判明した。そもそも、日本において理論を議論する必要があるのか、理論によって導き出される実務モデル・一般化が日本の広報実務や専門職教育に必要なのか、あるいは将来的に何らかの貢献ができるのかを検証し続けるべきであろう。

### 3. 日本に紹介されてきたアメリカの PR 理論の再確認

日本の広報実務・理論の発達史において中心的に紹介されてきた米国 PR 理論の現状と 1990 年代以降の日本における CC 理論による実務領域拡大以降、やや関心が薄れた感のあるその後の米国 PR 理論の現状について考え、理論の変化動向と広報実務上の倫理や専門職性にどのように役立つのか、とりわけ 2011 年 3 月以降の日本の状況に役立つ PR 理論について再確認してみたい。

#### 3.1. 生態学的アプローチ (Ecological Approach)

カトリップ『体系パブリック・リレーションズ』で最初に紹介されている PR 理論は生態学的アプローチ(カトリップ, 2006=2008, pp.211-213)である。カトリップは次のように指摘する。「本書は、1952 年発行の初版でパブリック・リレーションズに生態学概念を導入し、社会システムの見方を用いることを示唆した初めてのパブリック・リレーションズの書籍である。」(カトリップ, 2006=2008, p.211) すなわち、この初版において米国の PR 理論が社会学の系譜の中に位置付けられたといえる。

社会生態学モデル (Social Ecological Model) あるいは社会生態学パースペクティブとも呼ばれるこの理論は、1950 年に社会学者ハウレイ (Hawley, 1950) がコミュニティ構造分析の理論として発表した “Human Ecology” 論に基づく。PR 理論におけるこの生態学的アプローチは理論基盤のひとつとして、エヴェレット (Everett, 1993) にも継承され、組織変革 (Organizational Change)、組織適応、組織選択等へと展開されてきた。

#### 3.2. システム論 (Systems Perspective)

カトリップが次に取り上げたのはシステム・パースペクティブである。システム論的接近は生態学的アプローチの発展形態との見方もあり、環境変化の圧力 (environmental change pressures) を受けたシステムの適合過程をダイナミックに描く。システム論はコミュニケーション論とも非常に密接であり、オープン・システム (開放系) とクローズド・システム (閉鎖系)、サイバネティクス (cybernetics) 概念などが共通している。カトリップは PR をオープンシステムとして描くことで、さまざまな実務的課題への適応法則を示したといえるだろう。

サイバネティクスは言うまでもなく、通信工学と制御工学の研究からノバート・ウィナーが提唱した概念 (Winner, 1948 / 1962=1962) (Winner, 1967=1979) である。サイバネティクスはテクノロジー分野からヒューマン・コミュニケーション理論全般に大きな影響を与えた。こうして、オピニオン・リーダーの発見からイノベーション理論・普及理論、そして沈黙の螺旋やアジェンダセッティングなど社会的コミュニケーションに関する様々な理論・モデルが、PR 理論の中で説明され現在までの基本的な流れができあがった。

#### 3.3. 対称性双方向 PR モデル (“two-way symmetric” approaches)

カトリップは、クローズド・システム・モデルの PR では「環境へ向けて変化を与える取り組みを行う一方で、組織内では現状を維持」すると批判した。そして、PR をオープン・システム・モデルとして理解することが PR 実務に劇的変化をもたらした (カトリップ, 2006=2008, p.228) と指摘する。そこで重要な概念は「双方向の PR モデル」であった。この理論を 1980 年代末に集大成したのがグルニグ (Grunig, 1992) (Grunig, 2001) である。

#### 3.4. 米国における独自理論構築への関心の高まり

菅原正博は「広報の理論構築に関する文献」の紹介を試みているが、米国では「1980 年代に入って広報独自の理論構築に対する要望が高まってきた」(菅原, 2012) と指摘する。その最初の例として菅原が取り上げたのが、“Theory” というタイトルを真正面から掲げて、バトン (Baton, C.H.) とヘーゼルトン (Hazelton

Jr., V.) が編集した“Public Relations Theory” (Baton, 1989) である。1980年代までの米国PR理論をまとめた同書において、理論構築に最も貢献した研究者の1人として紹介されているのがグルニグ (Grunig, J.E.) であった。

その3年後、1992年にグルニグらがまとめたPR理論書が“Excellence in Public Relations and Communication Management” (Grunig, 1992) である。同書の日本語訳も菅原正博 (菅原, 2012) が指摘するように残念ながらまだない。

PR理論でカトリップが取り上げた「対称性双方向モデル」は、グルニグ (Grunig, 1992) がPR実務発展の「四つの時代」(井之上, 2001) を背景に提唱したモデルの最終段階のことである。グルニグは後述 (本稿4.3.2) の「四つのモデル」(Grunig, 1992) を提唱した。

少なくとも我が国の広報に関する主要文献の大半においては、PR理論に関する議論・検討の紹介や実務への適用に関してはこの「四つのモデル」、1990年代初頭までの状況にある。

#### 4. 米国における1990年代以降のPR理論

そこで、我が国あまり紹介されていない1990年代以降の米国PR理論について概観しておきたい。その延長上に、新しい理論発展動向の一つとしての批判的PR理論を取り上げる。

##### 4.1. Public Relations Theory II (2006) について

1990年代以降、米国の大学・大学院におけるPR教育の急成長 (菅原, 2012) に併せて、バトンとヘーゼルトンは、“Public Relations Theory II” (Baton, 2006) を出版する。同書でバトンは、1990年から2006年までの17年間は、それ以前にも増してPR理論体系の根本的な改訂が求められる時代であったと指摘した。バトンは新たに、グローバル化、異文化の視点、ITへの研究が必要 (菅原, 2012) であると強調してII版 (Baton, 2006) を編纂した。バトンのII版 (Baton, 2006) が取上げているPR理論の整理・章立ては付帯資料1「Public Relations Theory II (2006) の章構成」のようになっている。

それぞれの理論課題に関して詳述する紙幅はないが、第1章「新時代のPR」に続き、「パートI：基礎編」が第2章から第11章までで構成されている。その第2章「エクセレンス理論」と第3章「修辞理論的アプローチ」が基礎編の最初に挙げられている。それら基礎理論に基づく第3章が「説得：PRの根源的機能」であり、アメリカ社会学に位置付けられる説得的コミュニケーションのモデルなどが述べられている。バトンとヘーゼルトン (Baton, 2006) は、PR理論の基礎がこのエクセレンス理論と修辞的アプローチにあると指摘している。そこで、こうした2000年代以降のPR理論の変化動向についてさらに詳しく検討していく。

##### 4.2. PR理論の意義と重要性

PR実務と理論の関係について、カトリップはエベレット (Everett, J.) の言葉を引用している。同引用は、ブルーム版にも継承され、「調整・適応モデル」(adjustment and adaptation model) の意義を次のように高く評価している。

###### 良質な理論が最善の方法をもたらす (Good Theory Drives Best Practice)

人によっては理論を効果的な行動をとる上での妨げと見る向きもあるが、一般理論はそのような行動を起こすために必要な暗黙のゴーサインとなるものである。この文脈において、調整・適応モデル (the adjustment and adaptation model) は、実務の境界線が処方的 (prescriptive) でジャーナリスティックなアウトプットを越え、マネジメントによる意思決定にリンクした新しい責任範囲へと動くことにより、組織体におけるPRの重要性や基本的役割についての我々の理解をさらに明確なものにするのである。(カトリップ, 2006=2008, p.230) (Broom, 2009, p.184)

PR 理論といった場合、既に見てきたバトンとヘーゼルトン (Baton, 2006) のように基礎理論としてのエクセレンス理論や修辭的アプローチから始まり、「明日へのツール」としての構築主義 (前掲書, 第 13 章) やメディア・リレーショズやパブリック・アフェアーズの理論という形で、特別な PR 実務領域の理論化という議論も可能である。そこで前述の「良質な理論が最善の方法をもたらす」という、調整・適合モデルに基づく実務の一般化の視点で 1980 年代以降の PR 理論についてまとめたグスとマーシュ (Guth, 2011) “Public Relations: A Value-Driven Approach, (5<sup>th</sup> Ed.)” の視点を取り上げてみたい。

#### 4.3. 1980 年代以降の PR モデルと理論の整理

グスとマーシュ (Guth, 2011) “Public Relations: A Value-Driven Approach, (5<sup>th</sup> Ed.)” は、「パブリック・リレーションズのモデルと理論」に関して次のように述べ、1980 年代以降の PR 理論の「四つのモデル」を取り上げた。グスとマーシュ (Guth, 2011) は「PR の実務や理論のモデル」とは何かについて、理論の意義を次のように述べている。

第二次世界大戦後のこの分野の専門職の劇的な増加以来、数多くの研究者が PR の実務を理論やモデルの創造によって記述しようと試みてきた。これらの加工品 (artifacts) は組織内における実務家の複雑な役割を記述しようとしたものである。周知の通り、専門職は常に進化し、実務家が直面するさまざまな挑戦はより複雑になり続けるため、PR 実務を記述する努力もまた進化し続けているのである。(Guth, 2011, pp.8-9)

すなわち、グスとマーシュ (Guth, 2011, pp.8-9) によれば PR 理論とは「PR 実務を記述する努力」であり、「実務家の複雑な役割を記述」する試みであるという。さらに、PR 実務と専門性は常に進化し続けるのであり、それを記述し一般化する PR 理論もまた進化し続けるという指摘である。このような理論への視点からグスとマーシュ (Guth, 2011) は 1980 年代以降の PR 理論の進化について、次の「四つのモデル」を説明している。この説明は極めてまとまった指摘であると考えるので、以下にその概要を紹介しておく。

##### 4.3.1. カトリップ・センター&ブルーム・モデル (Cutlip, Center, and Broom Models)

我が国においても広報の基本文献となっているカトリップらの『体系パブリック・リレーションズ』(カトリップ 2006=2008) における「カトリップ・センター・ブルーム・モデル」は、1980 年代前半における PR 実務家の行為を次の四つに一般化した。第 1 にエキスパート・プリスクライバー (Expert Prescriber)、第 2 にコミュニケーション・テクニシャン (Communication Technician)、第 3 にコミュニケーション・ファシリテーター (Communication Facilitator)、第 4 に問題解決ファシリテーター (Problem-solving Facilitator) である。

第 1 の PR に関する処方箋を示す専門家としての実務から、第 4 の問題解決促進者として、組織の中の他の管理者・専門家と協働して諸問題を定義し解決することに貢献する役割までが指摘されている。PR 実務のこれら四つのモデルに関して「実務家はこれら四つのモデルのいくつか、あるいは全ての役割をさまざまな程度に応じて果たす」のであり、「時としてこれらモデルの一つがある実務家の顕著な役割となる」と指摘される。(カトリップ, 2006=2008, p.48, pp.50-54) (Broom, 2009, p.38, pp.40-41)

##### 4.3.2. ハント&グルニグ・モデル (Hunt and Grunig Models)

グスとマーシュ (Guth, 2011) が次に取り上げたのは、「ハント&グルニグ・モデル」であった。このモデルも前述のカトリップらの研究と並行して 1980 年代前半に成立した。カトリップらのモデルは「組織における個人の役割」に焦点を当てた PR 実務の記述であり、ハントらは「PR 機能」と「ある組織とそのパブリック」との相互作用に焦点を当てた PR 実務の記述になっている。ハント&グルニグの「四つのモデル」も我が国の PR 理論に大きな影響を与えてきた。周知の「四つのモデル」は、第 1 にプレス・エー

ジェントリー（パブリシティ）でありメディアカバレッジ（報道）の獲得を目指す機能を中心とするPR実務である。第2のパブリック・インフォメーションは、社会的・公共的な情報伝播における“近隣のジャーナリスト”（“journalist in residence”）としてのPR実務の記述である。第3の双方向非対称性（two-way asymmetrical）は、「ある特定の視点をパブリックが受容するように影響するための研究」として記述される。第4の双方向対称性（two-way symmetrical）が1980年代前半の米国におけるPR理論研究のひとつの到達点であり、コンフリクト解消の手段としての双方向コミュニケーションの研究、あるいはコミュニケーション効果の研究が活発になる引き金となった。

PR理論に関する通説では、後にグルニッグは妻ラリッサ・A・グルニッグと共に「双方向対称性」を「規範的」（normative）と定義し、PRにおけるエクセレンスを達成するための理想的基準またはモデル＝「エクセレンス理論」を提唱したとされてきた。しかしながらグス（Guth, 2011, p.10）によれば、「グルニッグ夫妻もPRの理想と現実の間にはしばしばギャップがある」と認めていたという。つまり、前述のバトンとヘーゼルトン（Baton, 2006）が2000年代後半においてエクセレンス理論と修辭的アプローチを今日のPR理論の基礎としているという状況を指摘したが、この状況はハント&グルニッグ・モデルの提唱から生じてきたといえよう。

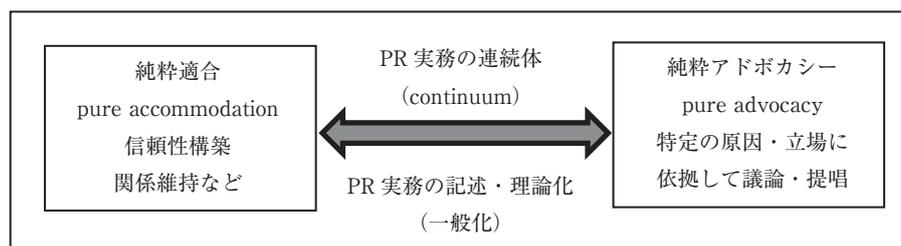
#### 4.3.3. 状況適合理論（Contingency Theory of Accommodation）

ハント&グルニッグ・モデルは1980年代前半から評価を高め1990年代末まで、米国におけるPR理論の中心的存在になった。しかしながら1990年代末には、ハント&グルニッグによる規範的PRモデルとしての双方向対称性の概念は単純過ぎて非現実的ではないかという、米国の実務家・研究者の双方からの批判が生まれてくる。キャンセル他（Cancel, 1997, pp.32-33）は、グルニッグらのモデルが「PR環境の複雑さや多様性を把握するのに失敗している」と指摘した。そこでキャンセル他が提唱したのが「状況適合理論」である。

状況適合理論とは、PR実務は信頼を構築し重要な関係を維持するといった「純粋適合」（pure accommodation）から、ある特定の原因や立場に拠って議論する「純粋アドボカシー」（pure advocacy）という「連続体」（continuum）のどこかに存在するのであり、その位置づけは状況によって変化するという実務の記述である。キャンセル他は、ある実務家のある時点における連続体上の位置づけは、当該組織が直面している脅威、コンフリクトをもたらしている争点、支配的な組織文化、実務家の個人的な性格などを含むいくつかの変数に依存すると考えた。

キャンセル他の状況適合理論を図示すれば下記のようにになると筆者は考える。

図1 状況適合理論とPR実務の連続体(キャンセル他の議論から筆者が作図)



#### 4.3.4. リフレクティブ・パラダイム（Reflective Paradigm A/K/A（別名）Reflection）

グスとマーシュ（Guth, 2011, pp.8-9）は「リフレクティブ・パラダイム」が2000年代から議論され始めた」と指摘する。リフレクティブなPR理論化はヨーロッパ、特に1990年代英国におけるメディア史研究や文化研究など新しい社会学理論から導入され、米国のPR研究者の一部に広がった。

PR実務の発展は、ある意味で実務家自身とその専門性への信頼の確立・拡大の歴史であったといえる。「リフレクティブ」は米国社会学では「リフレクション」とも呼ばれるが、大変広い概念である。グス他（Guth, 2011, pp.8-9）はリフレクティブ・パラダイムについて、近年の「PRモデル」がパブリックあるいはステークホルダーへの指向が強過ぎるため、「社会的争点」（societal issues）への対応力が不十分になったことから生

まれてきた PR 理論化であると指摘する。なぜグスとマーシュ（Guth, 2011）はリフレクティブな PR 理論を、それまでの「モデル」とは呼ばず「パラダイム」としているのであろうか。それはまさに、PR 理論が基本的に依拠してきたアメリカ社会学へのパラダイム変革を意味している。1990 年代の英国メディア研究などに端を発したポストモダンと呼ばれる現代社会学におけるパラダイム変化がその背景にある。

バルダン&ウィーバー（Bardhan, 2011, p.ix）は現代 PR で共通に重視されるべき 2 つのコンセプトが「グローバル化と文化」であるとする。グローバル化時代における PR 理論は、「解釈的（interpretative）、批評的／文化的（critical/cultural）、ポストモダン、社会科学的アプローチを通じて、文化とグローバルな相互結合性（interconnectedness）に焦点を当てること」（Bardhan, 2011, p.ix）が必要だと指摘する。すなわち、PR のグローバルな役割・PR 実務の多様性を理解するには、さまざまなパラダイムを横断する対話が必要である。

20 世紀後半の PR 理論は米国を中心に発展しグローバル化してきた。そこにおける理論のパラダイムは米国の社会科学的な思考が基本にあった。しかし他方、1990 年代初頭以来、例えばコミュニケーション研究では、より解釈的（interpretative）、批評的（critical）、ポストモダンの認識論（postmodern epistemologies）が台頭した。そのため PR の知識体系においても新たなパラダイム・シフトが生じているといえるだろう。

バルダン&ウィーバー（Bardhan, 2011, p.11）はリフレクションについて、「広範なステークホルダー」と「社会が許容する範囲で組織が達成できること」との相互作用に焦点を当てることだとする。こうした広範な社会的文脈において、PR 実務家である「コミュニケーション・マネジャー」は次の「四つの特徴」を有する。第 1 にカウンセリングであり、社会において変化する価値、規範、争点を分析する実務である。第 2 にコーチングであり、社会的規範の完全な範囲内で組織の成員が行動するように教育する役割を担う。第 3 にコンセプトチャライジングという PR 実務であり、ある組織の公的信頼を構築し維持するための戦略を開発することである。第 4 にエクゼキューティング、信頼構築戦略を支える戦術を創造し実行することである。これら四つの PR 実務の記述は、それぞれポストモダニズム的なメディア史研究のコミュニケーション・モデルに由来している。

#### 4.4. スピン、フレーミング、プライミングに関する議論

そこで、我が国において 2011 年 3 月 11 日以降にさまざまな形で注目されるに至った PR 実務に対する社会的批判<sup>4)</sup>の中でリフレクティブ・パラダイムの意味を考えてみたい。日本でも PR 実務に対する批判的記述として用いられるようになった「スピニング」、「フレーミング」、「プライミング」（表 2 参照）について新しいパラダイムからはどう考えるべきであろうか。

表 2 スピニング、フレーミング、プライミングの論点

スピニング	ニュースの認知・反応をより好ましい方向に向けるため、慎重な隠蔽や管理を行う PR 実務
フレーミング	人々は生活体験を意味づけるための分類や構成の枠組みを持つ傾向にあるという理論であり、カナダの社会学者 E. Goffman（1974）が指摘した。それを悪用する PR 実務が社会的に批判されている。
プライミング	プライミング理論では、人々は複雑な争点を簡単に思い出せる記憶の断片で判断する傾向にあるとする。PR 実務においては「サウンド・バイト」などの考え方に通じるものである。

グスとマーシュ（Guth, 2011, p.141）は、スピニングの達人である「スピン・ドクター」が公式に報じられたのは 1984 年 10 月 21 日の『NY タイムズ』紙にジャック・ローゼンタール（Jack Rosenthal）が書いた大統領選挙戦に関する論説であったと指摘する。「スピン」は「ニュースの認識を覆い隠すこと」、「政治的反応をコントロールすること」である。「スピン・ドクター」は、依頼者の視点を強化するため出来事のある側面を強調して人びとの認識に影響を与える専門家である。

「フレーミング」は、カナダの社会学者アーヴィン・ゴッフマン（Goffman, 1974）が指摘した。ゴッフマンは、あらゆる人びとは「自らの生活体験を意味あるものとするため自発的にそれらを分類し組織化する」とい

うコミュニケーション理論を提唱している。

「スピン」や「フレーミング」の真の目的は「プライミング」であるとも言える。「プライミング理論」によれば、「人びとは取り出しやすい記憶の断片 (bits) や部分 (pieces) に基づいて複雑な争点に関して判断する」(Guth, 2011, p.141) という傾向があり、それを巧みに利用するのが広報の実務に組み込まれているという指摘である。

果たして、スピンやプライミングやフレーミングという考え方をPR実務に取り入れることに倫理的な問題はないのであろうか。グス他は、「(それらが) 適切な方法で用いられるなら倫理的問題はない」(Guth, 2011, p.141) と主張する。すなわち、「適切な文脈において正確な情報を用いて行うことは、相互の利益と価値を表出する (articulating) ことと違いはない」という。しかし、PR実務家が真実を歪め、隠し、ミスリードしようとしてこれらの戦術を用いる場合、倫理的問題が生じる。すなわちPR実務家の倫理は知識としての規範ではなく、PR実務の行為における価値判断であるという批判的視点である。

## 5 批判的 PR 理論の系譜—グローバル化と文化の視点から

### 5.1. 今日の PR 理論の成立—1980 年代

科学における「パラダイム」を提唱したクーン (Kuhn, 1996, p.175) によれば、「パラダイム」とは「所与のコミュニティの成員が共有している信念、価値、技術などの全体の体系である」という。PR理論においては、例えば当学会のような広報・PRの研究者と実務家のいわゆる専門家コミュニティの信念・価値・技術体系ということになる。

既に見てきたようにPRの理論化は社会生態学・システム理論から派生し、伝統的な社会科学的パラダイム(合理的実証主義: rational positivist) に基づく。米国において今日の理論体系がほぼ固まったのは1980年代であった。1980年代に米国PR理論は社会科学の一分野 (Bardhan, 2011, p.12) として認められたのである。その代表的論者は前述のバトン他 (Baton & Hazelton, 1989) であった。

その時期はまた、PR理論が経営機能 (management function) と位置づけられた時期でもある。経営機能的理論の代表がカトリップ (Cutlip, Center, & Broom, 1990) やグルニッグ (Grunig & Hunt, 1984) である。これらPRのエクセレンス理論 (Excellence theory) と呼ばれる支配的理論が生まれたのが米国の1980年代であった。エクセレンス理論は「対称性概念」(the notion of symmetry) に基づいている。グルニッグとホワイト (Gruning, 1992) によれば、PRは「対称性概念」に基づき「コンフリクトを管理するための調査と対話、理解の改善、パブリックとの関係性構築」という経営機能であるという。エクセレンス理論と並行して発展したPRの「修辭的理論」(rhetorical theory) は、「いかに諸個人、諸集団、諸組織が議論や対論 (counter-argument) を通じて意味を生み出し、争点を創造し、不確実性を解決していくか」に関心を集中した。(Bardhan, 2011, pp.12-13)

### 5.2. エクセレンス理論と修辭的理論への批判的検討

伝統的な社会科学の実体論 (ontology) では主体 (研究者) と客体 (知識・対象) を明確に区分することが必要である。また基本となる実証主義は、言葉で記述可能な唯一の真実が存在すると仮定している。それに対して「構築主義」(constructed theories) では、「真実を把握するための概念的なネットワーク」が存在すると考える。こうした批判的立場からのエクセレンス理論と修辭的理論への批判は、「どちらも多元主義 (pluralism) に関する議論において権力の問題を無視していることであり、社会におけるあらゆる利益団体が同じ対話能力を持ち、対話のためのリソースにアクセス可能という仮説に基づく」(Bardhan, 2011, p.12) という欠点の指摘であった。

批判的PR理論はこれまでの主流派PR理論に対して、(1)「誰が」その「対話」(双方向コミュニケーション) をコントロールしているのか、(2)「誰が」その「対話」に参加できる選択肢を持つことができるのか、

(3)「誰が」その現状や構造的な不平等から利益を得ているのか、(4)「誰が」その主張や説得に投資できるリソースを持っているかなどに関して、十分に解明しようとしてこなかった (Bardhan, 2011, p.13) という問題点を批判している。

### 5.3. 批判的ポストモダン・パラダイムの検討

例えばエクセレンス理論では対称性概念の「もっともらしさ」については議論してきたが、ポストモダンの概念である「意見（世論）の相違」(dissensus) や非対称性 (dissymmetry) の存在については、これまで十分に議論してこなかった。エクセレンス理論では「意見の相違」や「非対称性」など「差異」(differences) を最小化することで「恒常性」(homeostasis) を達成しようとする。この基本的なスタンスはシステム論的なものであろう。しかし、批判的 PR 理論ではむしろ、“さまざまな「非対称性」の存在に価値を置くこと” (Bardhan, 2011, p.13) で現実を分析する。バルダン&ウィーバー (Bardhan, 2011) は次のように述べる。

批判的ポストモダン・パラダイムは、権力 (power) の占有 (preoccupation) という視点によって、既存の PR 知識体系 (body of knowledge) に対する内省 (introspection) と挑戦を可能にしており、“PR 実務家が行っていることと、その実務が社会にもたらす帰結が何であるのかを批判的に検証する。” (Bardhan, 2011, pp.13-14)

こうした批評 (critique) が PR における「批判的ポストモダン・パラダイム」(critical-postmodern paradigm) の発展を促したのである。

同時に批判的パラダイムからは伝統的社会科学における「主体と客体の分離」(subject-object divide) という前提を、エクセレンス理論が当然のことと考えてきたことへの疑問も提起される。例えば、ポストコロニアル学派 (postcolonial scholarship) は、「エリート・パブリック」(elite publics) が「従属的パブリック」(subaltern publics) に対して特権的であるという事実を発見した。こうした新しい知見が、グローバルレベルにおける PR 産業の構造的バイアスを考えさせるのと同様に、PR 研究における旧西側社会の理論的、方法論的、文化的な優越という現状に新しい研究の焦点を当てようとしている。

### 5.4. パラダイムに関する議論の重要性

バルダン&ウィーバー (Bardhan, 2011) は、「複数の真実がある世界」(a world of multiple realities) では、「解釈的パラダイム」(interpretive paradigm) が、グローバルな PR 活動における知識やコミュニケーションの社会的構築という性質を研究するのに役立つとする。解釈的パラダイムは単にある種のマネジメント機能としてではなく、コミュニケーション的・共創的 (cocreative) な PR の理解に役立つ。つまり、PR がいかに「権力と覇権」(power and hegemony) を含意しているかという論点である。批判的 PR 理論は、グローバル社会においては南北経済格差 (North-South economic discrepancies)、先進社会ではデジタル・デバイドやネオコロニアル構造などを課題として取り上げてきた。

つまり、PR 理論においてこうしたパラダイムの議論が存在することは、PR 実務においてネガティブな問題ではない。むしろ、急速にグローバル化する世界においては「複数パラダイム」(multi-paradigmatic) という研究スタンスこそが必要である。

### 5.5. PR 理論における「クリティカル・ターン」の提唱

バルダン&ウィーバーは、「グローバル化の文脈において文化を形成するという PR の役割」をより深く考察するためには、批判的理論が必要であると提唱し、そうした理論転換を「クリティカル・ターン」と呼んだ。「ターン」(転換・転回) という用語法自体がポストモダニズム的であり、ある意味で批判的 PR 理論の一部といえる。批判的 PR 理論の必要性について、彼ら (Bardhan, 2011, p.15) は次のように指摘する。

PRの領域において批判的理論は、機能主義的システム理論アプローチに広範に依拠しているPR実務を検証するための代替的方法を提供する。すなわち、機能主義的システム理論は、客観的、科学的、公平な(impartial)、そして“効果的”で、“エクセレント”で、“ベスト・プラクティス”なPRをいかにして遂行するかに焦点を当てている。それに対して批判的理論は、PR研究と実務の双方がある特定の関心、つまり特に企業や政府がPRコミュニケーションやキャンペーンを確立するためのリソースへの関心に、いかに役立つかを考慮する必要があると議論してきた。(Bardhan, 2011, p.15)

こうした指摘に基づくなら、グローバル化しこれまでのPR実務への倫理性・プロフェッショナリズムが揺らぎ始めた「3.11」以降の我が国においてこそ、実務の一般化の記述である理論に新しい批判的視点が必要とされていると言えるだろう。グローバル化と多文化社会における米国PR理論が、そうした問題を考えるために批判的PR視点を必要としたように、「3.11」以降の日本の広報実務の専門性と倫理感を問い直し、プロフェッショナリズムにおける信頼を復興させるためにも新しい研究視点が必要とされている。

### 5.6. 批判的PR理論のカテゴリー再考

批判的理論の源流の一つは明らかに、マルクス主義社会学と哲学から影響を受けた1920-1930年代のドイツ・フランクフルト学派(Bardhan, 2011, p.16)である。同学派は資本主義的な政治経済構造(sociopolitical economic structures)への「批評」(critiquing)と「変革」(changing)を提唱した。主に2000年代に登場した批判的PR理論(critical public relations)をバルダン&ウィーバー(Bardhan, 2011, p.16)は(表3)「批判的PR論の具体的研究手法の例」のように分類している。表3はバルダン他の四分類に基づき、筆者が具体的事例を修正・加筆して作表したものである。

表3 批判的PR論の具体的研究手法の例

批判的PR論の研究手法	具体的なアプローチ例
PR実務の脱構築的解釈	・PRキャンペーンの脱構築的解釈・再解釈 ・人々の文化的行動と社会的権力の関係分析
批判的PR理論の概念研究	・批判的PR理論における鍵概念の議論など ・機能主義的・システム論的PR論との比較研究 ・研究日誌(research diary)や実務の自省的研究 ・自己観察・参与観察などポストモダンの調査方法
PR／メディア／政治に関する政治経済学的方法	・メディアと政治権力に関する研究 ・メディアと権力の「相互支持関係」の分析
理論史・メディア史など歴史研究	・PR実務のグローバル化における課題研究 ・日本・海外におけるPR理論史・思想史研究 ・職業としてのPR(専門職)の批判的歴史解釈

表3における「具体的なアプローチ例」は日本における理論研究として今後、具体化を提唱したい主な手法例である。脱構築的解釈、自己観察法、参与観察などポストモダニズムが様々に開発してきた手法による研究が新しいPR実務のあり方をより深く理論化するために必要であると考えられる。これらの研究を進めることで我が国における理論研究はもとより、これまで等閑視されてきた感のあるPR実務の倫理的課題、プロフェッショナリズムの再確立・信頼回復への新しい道筋が見えてくるのではないだろうか。

### 5.7. レタンの批判的理論について

前述の批判的PR理論の概念研究または理論史・メディア史に分類されると思われる英国スターリング大学のレタンの著作(L'Etang, 2008, pp.1-15)から、批判的思考(critical thinking)と学際的視野(interdisciplinary perspectives)について最後に検討しておく。

レタンは冒頭、自著の読者に対して「PR のテキストは何をなすべきか／それはなぜか?」、「あなたは何を学びたいのか?」、「あなたはなぜ PR に興味を持っているのか?」などを書き留めて置くことを薦めている。それらの最初の問題意識がどのように変化するのか、PR に関する根本的な自分の考え方を記録する研究日誌 (research diary) を書いていくことが、理論研究におけるリフレクションであり自己観察あるという。

同書の目的は、(1) 幅広い学際的な知識から PR の鍵概念を考えることと、(2) PR における研究者・実務家のリフレクティブな批判的思考を刺激することである。理想的な PR コンサルタントは、「もし彼らが認めることができないクライアントのために働くことになった場合、自らの倫理的原則 (ethical principles) に従って行動し立ち去るべきである」(L'Etang, 2008, p.2) という。例えば 1950 年代の英国では、「職業としての PR」(PR as an occupation) がメディアから批判され続けていた。その時代、英国においては明らかに PR 実務者の社会的評判は良くないものであった。同書はこうした欧州的な文脈で書かれてはいるが、PR 研究と実務においては常にドミナントな理論や戦術に対して、批判的にリフレクティブに検討を続けることが重要であると指摘する。(L' Etang, 2008, pp.3-4)

## むすびにかえて

PR 理論に関する批判的アプローチは米国においても常に、主流派といえる機能主義的システム理論・エクセレンス理論から提起されるさまざまな疑問や疑念からの厳しい指弾を受けてきた。そのため批判的 PR 理論が現行の PR 実務に役立つことは無かったと、エクセレンス理論等からは見なされてきた。

しかしその一方で、こうした機能主義的 PR 理論からの批判的 PR 理論への反論は図らずも、機能主義的アプローチの研究者、研究目的、PR 理論への暗黙のパラダイムを端的に表現している。すなわち、理論も研究も専門職の実務に貢献しなければならないというパラダイムである。それに対して、批判的 PR 理論は“欠点”が多くあるにしても「厳しい権力の不均衡がある世界」という現実を前提にした、現在の PR の意義と影響力、社会的な疑念や批判に応えるための新しい研究視点をもたらしてくれる可能性を秘めている。

広報・PR 理論に関する様々な新しい議論が、「3.11」以降の日本における広報実務のプロフェッショナルリズムと倫理の再考、信頼回復に少しでも寄与することを希望している。

## 注

- 1) 本稿における批判的アプローチ、カルチュラル・スタディーズに関する用語・訳語は次の先行研究を参考にした。ユルゲン・ハーバーマス『(第2版) 公共性の構造転換』未来社 (1994年)。デニス・デイビス&スタンレイ・バラン『マス・コミュニケーションの空間—批判的研究のパーспекティブ』松籟社 (1994年)。ジェームズ・カラン『メディアと権力』論創社 (2007年)。津金澤聡廣ほか責任編集『メディア研究とジャーナリズム 21世紀の課題』ミネルヴァ書房 (2009年)。
- 2) 英語文献と日本語文献の頁数換算手続きは次の通り。例えば、猪狩誠也 (2002) では、第2章「コーポレート・コミュニケーション」の定義・枠組み部分、第7章「広報・コミュニケーションの思想・理論・歴史」を理論頁数に算入した。こうした判断は各テキストの内容を吟味した結果である。
- 3) そもそも理論とは何か・どういう要件を満たしたものを広報理論として認定すべきなのかという議論もまだまだ不足している現状である。日本における PR 理論史・広報理論史のさらなる展開を期待するものである。
- 4) 「3.11」以降の日本における PR 実務への社会的批判を取り上げている主な著作としては次のようなものがある。久保利英明『想定外シナリオと危機管理—東電記者会見の失敗と教訓』商事法務 (2011年)。岩田健太郎ほか著『有事対応コミュニケーション力』技術評論社 (2011年)。丸山重威編・著『これでいいのか福島原発事故報道』あけび書房 (2011年)。山岡淳一郎『原発と権力—戦後から迎える支配者の系譜』ちくま新書 (2011年)。上丸洋一『原発とメディア』朝日新聞出版 (2012年)、本間龍『電通と原発報道』亜紀書房 (2012年) などがある。

(付帯資料1) Public Relations Theory II (2006) の章構成

パート	章	章タイトル
	1	新時代のPR
基礎編	2	エクセレンス理論とは
	3	イシューマネジメントへの修辞論的アプローチ
	4	説得：PRの根源的機能
	5	PR理論における実務家ルールを中心性 (Centrality)
	6	クライシス・マネジメント：コミュニケーション・アプローチ
	7	PR能力の理論に向けて
	8	PRにおけるグランド戦略・戦術
	9	台頭する良きガバナンスとしてのCSR理論の再公式化
	10	メディア・リレーションズ
	11	インターナルPR、社会資本、そして効果的組織コミュニケーションの役割
明日へのツール	12	国家建設におけるPR理論と実践
	13	圧倒するシステムと文化的境界：構築主義的視点からのPR
	14	複雑性を通じてのクライシス・マネジメントの再枠組み化
	15	センス・メイキング手法：PRにおけるメソッドの理論
	16	テクノロジー — イメージ期待ギャップ
	17	パブリック・ディプロマシー：特殊な政府のPR機能
	18	PRの一般理論
	19	消費財とサービスに関するコミュニティ形成の役割と倫理：台頭する民主主義における新市場経済に対するいくつかの忠告
	20	パブリック・アフェアーズ理論の構築

(出所) Baton, C.H., & Hazleton, V. Ed., *Public Relations Theory II*, Routledge, 2006.

文献

- アージェンティ, P. & J. フォーマン, 『コーポレートコミュニケーションの時代』, 日本評論社, 2004. (原題: The Power of Corporate Communication: Crafting the Voice and Image of Your Business, 2002)
- Bardhan, Nilanjana, and C. Kay Weaver Ed., *Public Relations in Global Cultural Contexts*, Routledge, 2011.
- Baton, C.H., & Hazelton, V. Ed., *Public Relations Theory*, Lawrence Erlbaum, 1989.
- Baton, C.H., & Hazleton, V. Ed., *Public Relations Theory II*, Routledge, 2006.
- Broom, Glen M., *Cutlip & Center's Effective Public Relations*, Prentice Hall, 2009.
- Cancel, Amanda, E., Glen T. Cameron, Lynne M. Sallot, and Michael A. Mitrook, It Depends: A Contingency Theory of Accomodation in Public Relations. *Journal of Public Relations Research*, Vol.9, No.1, pp.32-33, 1997.
- カトリップ他著, 日本広報学会監修『体系パブリック・リレーションズ』(第9版) ピアソン・エデュケーション, 2008. (原著, 2006)
- Everett, James L., The Ecological Paradigm in Public Relations Theory and Practice. *Public Relations Review*, Vol.19, No.2, pp.177-185, Sum 1993.
- Goffman, Ervin, *Frame Analysis: Essays on the Organization of Experience*. Harper & Row, 1974.
- Grunig, James E.ed., *Excellence in Public Relations and Communication Management*. Routledge, 1992.
- Grunig, James E., Two-way Symmetrical Public Relations: Past, Present, and Future. R. L. Heath (Ed.), *Handbook of Public Relations*, Holt, Thousand Oaks, 2001, pp.11-30.
- Guth, David W., and Charles Marsh, *Public Relations: A Value-Driven Approach, (5<sup>th</sup> Ed.)*, Allyn & Bacon, 2011.
- Hawley, A.H., *Human Ecology: A Theory of Community Structure*. Ronald Press, 1950.
- 家弓正彦監修・長田有喜, 『広報・PR戦略』, 誠文堂新光社, 2010.
- 猪狩誠也ほか共著, 『コーポレート・コミュニケーション戦略』, 同友館, 2002.
- 猪狩誠也ほか共著, 『CC戦略の理論と実践』, 同友館, 2008.
- 猪狩誠也編著『日本の広報・PR100年』, 同友館, 2011.

- 稲葉振一郎, 『社会学入門—く多元化する時代>をどう捉えるか』, 日本放送協会出版, 2009.
- 井之上喬編著・井之上パブリックリレーションズ著, 『入門パブリックリレーションズ—双方向コミュニケーションを可能にする新広報戦略』, PHP 研究所, 2001.
- 剣持隆, 「第 5 章成熟社会への企業広報」, 猪狩誠也 (2011) 編著, 『日本の広報・PR100 年』, pp.219-255, 同友館, 2011.
- 小林貞夫, 「広報学検討に向けての視点とキーワード」『広報学への接近—広報学研究会中間報告』日本広報学会, pp.1-3, 1998.
- Kuhn, T., *The Structure of Scientific Revolutions* (3<sup>rd</sup> ed.). University of Chicago Press, 1996.
- L'Etang, J., *Public Relations: Concepts, Practice and Critique*. SAGE Publications, 2008.
- Morris, T. & Simon Goldsworthy, *PR Today*, Palgrave Macmillan, 2012.
- PRSJ (日本パブリックリレーションズ協会) 編, 『広報・PR 概論』, 同友館, 2010.
- PRSJ (日本パブリックリレーションズ協会) 編, 『広報・PR の実務』, 同友館, 2011.
- PRSJ (日本パブリックリレーションズ協会) 編, 『改訂版 広報・PR 概論』, 同友館, 2012.
- 澤村和多里, 「E.H. エリクソンと P.L. バーガーによるアイデンティティ論の検討: 青年期の理解と援助に向けて」, 『作新学院大学人間文化学部紀要』3, pp.1-15, 2005 年 3 月.
- 柴山慎一, 『コーポレート・コミュニケーション経営』東洋経済新報社, 2011.
- 菅原正博, 「翻訳されていない広報書紹介 第 2 回: 広報理論構築編」『経済広報』2012 年 2 月号, p.27.
- 上野征洋, 「「関係」の科学への里程標」, 『広報学への接近—広報学検討研究会中間報告』日本広報学会, pp.10-15, 1998.
- 上野征洋, 「第 7 章 広報・コミュニケーションの思想・理論・歴史」の「2. コミュニケーション理論の揺籃」, pp.246-249, 「3. アメリカ社会学の成果から」, pp.249-253, 「4. 日本におけるコミュニケーション研究」, pp.253-256, 猪狩誠也ほか共著, 『コーポレート・コミュニケーション戦略』, 同友館, 2002.
- 上野征洋, 「第 2 章 コーポレート・コミュニケーション 1. 企業と社会のコミュニケーション」, pp.33-43, 「第 7 章 広報・コミュニケーションの理論と歴史」, pp.255-270, 猪狩誠也ほか共著『CC (コーポレート・コミュニケーション) 戦略の理論と実践—環境・CSR・共生』, 同友館, 2008.
- 和田仁, 「広報学を支える基礎科目についての一考察」, 『広報学への接近—広報学研究会中間報告』日本広報学会, pp.16-22, 1998.
- 和田仁, 「広報学の定義と体系化のための一考察」, 『広報学への接近 II—広報学検討研究会報告書』日本広報学会, pp.16-27, 1999.
- 和田仁, 「広報学の教育体系への一考察—基本テキスト・研究動向・大学の講座構成からの分析」, 日本広報学会『広報研究』, 第 6 号, pp.105-123, 2002.
- Wilcox, D. L. & G. T. Cameron, *Public Relations: Strategies and Tactics*, Pearson, 2009.
- 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」, 『広報研究』, 第 14 号, pp.37-55, 2010.

〈学会誌委員会注: 本論文は査読委員の査読審査を経ております〉

## A consideration on the critical approach in public relations: Based on the media and cultural studies

Masashi WADA

(Tokyo International University)

This paper aims to clarify the history of theoretical development of public relations (PR) in Japan. After the spread of corporate communication (CC) practices in 1980's, the theoretical concern on PR was replaced mainly by the discussions of marketing communications and IMC in Japan. My approach was to define the key theories and root disciplines of PR in the U.S. & U.K. after 1990's to provide a critical approach to PR theories in Japan. I wanted to write something helpful to rethink the PR professionalism and ethics after the Fukushima nuclear incident in 2011.

**Key words:** adjustment and adaptation model, critical theory, excellence theory, reflective paradigm, two-way symmetric approaches,