

PR学の方法論に関する考察

— 歴史的研究の問題を中心に —

An Examination of Methodology in Public Relations Studies:
Focusing on Historical Perspectives

河 晃珍*

Kyungjin HA

1. はじめに——研究の視座と目的

パブリック・リレーションズ (Public Relations、以下、PR) は、歴史的概念としてこれまでどのように捉えられてきたか。本研究は、PRの歴史を探求する研究手法としてPR学における「歴史的研究」——または、歴史を研究対象、素材とするPR研究——がどのように提起され、特徴づけられてきたかを検討する。その上で、1990年に*Public Relations Review*に掲載されたRon Pearsonの論文、“Perspectives on Public Relations History”を議論の出発点としながらPR学の方法論として注目されるようになった歴史的研究とその特徴をまず明らかにしたい。それを踏まえてPRの歴史を捉える視座、観点が、アメリカPR研究を踏み台にして世界各国にどのように広がっているかを論じ

る。

繰り返すと本研究の目的は、大きく二つに分けられる。第一に、PRの歴史的研究においてPRという概念とその歴史的特徴がいかに語られてきたかを、Pearsonの論文を手がかりに、この論文中で具体例として紹介されている文献を通じて検討する。これについては主に2章と3章を中心に確認を行なう。第二に、それらの研究がPRの歴史を捉えている独特な視座に注目しながら、射程を理論的研究まで広げてPR学における歴史と理論の関わりを問うてみたい。この問題を考える材料として、アメリカPR研究の国際化 (国際PR研究)、とりわけ日本と韓国の事例を検討し、米・日・韓におけるPR概念の歴史化を批判的に捉えてみたい。

* 東京大学大学院情報学環助教

キーワード：パブリック・リレーションズ、PR、歴史、理論、史観

2. 「代案」としての歴史的研究——Pearsonの論文を中心に

2.1 歴史的研究が浮上する文脈

国枝智樹の主張によれば、英米PR研究の学術誌に歴史を主なテーマとする論文が登場するようになったのは1990年代以降であるという¹。そうだとすれば、ちょうど1990年に*Public Relations Review*に掲載されたPearsonの論文は、PR学における歴史的研究の始動を示す先駆的例としても考えられるだろう²。まさに“Perspectives on Public Relations History”と名付けられたこの論文のなかでPearsonはPRとは何かを明らかにしようとし、そしてその専門職が持つ社会的機能を理解するためには、過去の分析と説明がきわめて重要であると主張している³。すなわち、従来のPR研究のスタイルに歴史的視点を加えることを通じて、PRという概念をめぐって、またはその実践に付きまとう様々な問題が解決できるとPearsonは展望する。

このような議論を行なった背景にはまず、PRの実践における正当性がそれを専門的に営んでいる者たち（PR産業）にとってしばしば「問題」となる事情があった。要するに、Pearsonは、実際の歴史を通じてPRがどのように形成され、発達してきたかが分かれば、今日のPR実践における正当性、またはそれに対する規制を考える上でより明確な説明が得られると考えたのである。さらに、Pearsonにとって歴史的研究は、PRの理論的体系を築く上でも有効であるように見えていた⁴。

Pearsonが視野に入れていたもう一つの問題関心として、それまでのPR学を主導してきた

理論的研究に対する批判的考察がある。彼の論文が出版された1990年とその前後の時期は、国枝が主張したようにPRに関する学術誌に歴史的研究が登場しはじめた時期であるかもしれないが、一方では、イギリスを中心にPR学に対する批判的議論が浮上した時期でもある。Jacquie L'Etangなどによる批判的理論研究は、アメリカ中心主義のPR研究の潮流に対抗し、その中核をなしてきた議論である機能主義的観点を批判した。ここでいうアメリカPR理論研究の機能主義的観点とは、言い換えれば、組織論におけるシステム理論（system theory）であり、プラクティカルな面ではPRをマネジメント（management）論に基づく管理体制の一つとして捉えようとする諸議論を指している。

Pearsonの主張は、前述したように、従来のPR学に対する批判的議論が活発になりはじめた時代に属する。すなわち、1990年を前後してPR学の構図は、1970年代以降から築かれてきたマネジメント論を中心とするアメリカPR理論研究とそのアンチテーゼ、または代案として浮上した諸議論からなっていたが、とりわけ後者には先ほど述べたヨーロッパ中心の批判的理論研究のほかに、本稿で取り上げるPearsonのように歴史的研究を訴える議論も含まれたと言える。このような文脈から解釈すれば、PRの歴史に光を当て、歴史的研究をPR学の方法論として推進しようとしたPearsonの狙いがより明確になってくる。

2.2 「史観」というフレーム

これから見ていくPearsonの論文のなかで紹介されている諸研究は、以上で説明したPR学の構図を念頭に置きながら理解する必要がある。これに加えてもうひとつ重要な手がかりとなるのが、Pearsonが歴史的研究を特徴付け、その具体的例を選別する上で採用している「史観」(perspectives on history, historical perspectives)という分類法である。

Pearsonによれば、PRの歴史に関する研究(とその研究者)はそれぞれ異なる歴史哲学を用いることができた。要するに、PRの歴史的研究には多様な解釈や観点がありうるのであ

り、それが生み出すPRの歴史に対する異なる解釈はPR研究の風通しを良くしてくれると考えた⁵。歴史学者のGene Wise(1980)のフレームを借りながら、PearsonはPRの歴史的研究を次の4つの史観にまとめた。Wiseがアメリカ歴史研究の主なパラダイムとして説明した「進歩主義」(Progressive)、「反進歩主義」(Counter-progressive)、「新左派主義」(New left)に加え、Pearsonは「新右派主義」(New right)を取り入れ、PRの歴史を研究・記述する上で前提となる4つの観点を提示する(表1)。

表2.2.1 Pearsonが分類したPR史観と代表的研究

史観	代表的研究	研究者(年度)
進歩主義 (Progressive)	<i>Courtier to the Crowd: The Story of Ivy Lee and the Development of Public Relations</i>	Ray Hiebert (1966)
反進歩主義 (Counter-progressive)	<i>Public Relations and American Democracy</i>	John. Pimlott (1951)
	<i>Keeping the Corporate Image: Public Relations and Business, 1900—1950</i>	Richard Tedlow (1979)
新左派主義 (New left)	<i>Dependency Road: Communications, Capitalism, Consciousness, and Canada</i>	Dallas Smythe (1981)
新右派主義 (New right)	<i>Corporate Public Relations: A New Historical Perspective</i>	Marvin Olasky (1987)

最初の進歩主義／進歩史観は、Wiseによれば1910年から1950年までアメリカの歴史を記述する上でもっとも広く採用された視点であり、基本的にはアメリカ社会とそこにおける人々の生活を問題のない理想的なものとして捉えた。Pearsonはこの進歩史観に該当するPRの

歴史的研究として、Ray Hiebertによる*Courtier to the Crowd: The Story of Ivy Lee and the Development of Public Relations*(1966)を取り上げている。

1950年以降、「進歩」という理想が疑われ、PRに関してもその歴史をアメリカ社会、

とりわけ「民主主義の発展」などと結びつけず、より複雑で重層的な社会現象として分析する観点が現れた。Pearsonはこのタイプを反進歩史観として分類し、イギリス出身の歴史学者、John. Pimlottが著した*Public Relations and American Democracy* (1951) とハーバード・ビジネス・スクール出身の経営史学者であるRichard Tedlowの*Keeping the Corporate Image: Public Relations and Business, 1900—1950* (1979) を紹介している。

次に、上述した二つの観点から大きく転回してアメリカという国をパワーゲームの冷酷な略奪者として捉える新左派史観が1960年代以降登場した⁶。Pearsonはこのような歴史研究のパラダイムにおける変化がPR研究でも表されたと説明し、PRを巨大資本とそこから派生したコミュニケーション産業の道具と見なしたDallas Smytheの*Dependency Road: Communications, Capitalism, Consciousness, and Canada* (1981) を紹介している。

最後に、Wiseの分類に加え、Pearsonは1980年代以降、アメリカ社会と歴史を語る上で新たな思潮を作ってきた新右派史観にも注目している⁷。自由主義に基づき、個人の権利を論じる保守的議論 (neo-conservatism) がPRの歴史的研究に反映された研究としてMarvin Olaskyの*Corporate Public Relations: A New*

Historical Perspective (1987) が取り上げられている。

以上で見てきた4つ史観は、PRの歴史に関する研究が多様な観点を採用してきたことを示してくれる。おそらくこのような多様性を強調するためにPearsonは、歴史的研究の特徴を史観という軸を用いて説明しただろう。要するにPearsonにとって史観——具体的には進歩史観、反進歩史観、新左派史観、新右派史観の4つの史観——というフレームは、歴史的研究のスペクトラムの広さを表し、それがPR学の方法論として有している可能性をアピールするための装置だったのである。

本研究は、PearsonがPRの歴史的研究を推進する上で史観という分類法を用いる意図を理解しながらも、一方で4つの史観という構成では歴史的研究全体のランドスケープを十分に捉え、提示することが難しいことを指摘したい。次章以降で詳しく論じるが、Pearsonが提示した4つの史観は必ず相互に調和できる性質というわけではないし、真っ向から対立するものさえある。以下ではまず4つの史観から分類されている諸研究を検討し、PR概念とその実践をめぐってどのような解釈と記述がされたかを確認した上で、Pearsonのフレームにおける潜在的問題を論じてみたい。

3. 史観の多様性と衝突

3.1 PR概念に関する解釈と記述

Hiebertの進歩史観

前述したように、進歩史観はアメリカ社会とそこにおける人々の生活を、他の社会と比べても健全であり、それゆえとくに大きな問題や矛盾を抱えず、進歩してきたと捉える。Pearsonによれば、Ray Hiebertはまさにこのような考え方に基づきながらPRをアメリカ社会の進化、発展と関連づけ、人々をより自由にし、開放的で公平な社会を築く上で必修不可欠なツールであると定義した研究者であった。

Hiebertは、PRの実践をとりわけ民主主義の発達と結びつけたが、そうする上で具体的、歴

史的根拠をPR専門家の一人であるIvy Leeの一生を通じて模索する。Ivy Leeの伝記でもある*Courtier to the Crowd: The Story of Ivy Lee and the Development of Public Relations* (1966) のなかでHiebertは、Leeが「真実を提供する」ことをPRの原則として掲げ、宣言したことを革命的な出来事として高く評価している⁸。そうすることでHiebertはLeeの情報提供中心の実践（表の右側）を従来のPR業（表の左側）から切り離し、以下の表のような対立する特徴を通じて意味づけていった。

表3.1.1 Ivy LeeのPRに関するHiebertの意味づけ⁹

従来のPR		LeeのPR
嘘 (fiction, lies)	対	真実 (truth)
秘密 (secrecy)		公開 (openness)
偏向 (partisan)		中立 (neutral)
説得 (persuasion)		理解 (understanding)
イメージ (image)		実際 (reality)
宣伝 (propaganda)		教育 (education)
パブリシティ (publicity)		PR (public relations)
醜聞暴露 (muckraker)		言論の紳士 (gentleman of the press)

民主主義とPRの関わりは、ほかにもHiebertのLeeに関する記述を通じて強調されている。例えば、1921年にコロンビア大学で開かれた授業でLeeは「我々は偉大なる民主主義の中に生きており、民主主義が維持されるのは人々の健全な判断にかかっている。人々の判断が健全

であれば、人々も健全であるはずだが、なぜならそのような判断は大量の情報に基づいているからだ」¹⁰と述べたが、Hiebertはこの言葉を引用し、「大量の情報」を提供することこそ、PRに課された任務であると主張した。

このような記述を通じてHiebertは、PRを民

民主主義社会の情報インフラとして定義しただけではなく、その活動を行なうPR専門職の地位を向上させようとした。すなわち、コミュニケーション・チャンネルを公開させることでより健全な社会を築いていく重要な役名をPR専門業は背負っているのだと言う¹¹。HiebertによってPRの歴史はアメリカ社会の進歩、とくに民主主義の発達の歴史と重ねられ¹²、Leeのような専門家がPRの担い手となってアメリカ社会と人々に貢献してきたのだという意見が繰り返し広げられた。

Pimlott、Tedlowの反進歩史観

反進歩史観を採用する研究は、PRの歴史の変容を「社会的進化」の産物と捉えなかった。つまり、進歩史観に見られるような、PRがアメリカ社会の成長とともに自然に発達してきたとする見方を止揚し、PRの歴史的発達をより複雑なものとして分析しようとする。

John Pimlottは、*Public Relations and American Democracy* (1951) のなかで、PRが成立した要因を社会の複雑性と巨大化から求めている。つまり、組織の規模も公衆の範囲も拡大し、さらに公衆に関して言えば、従業員、顧客、株主などへ増々細分化していき、遠隔化し、非人間化したことが原因として挙げられている。Pimlottは、これによって組織と公衆の間でコミュニケーション機能が円満に働かず、このギャップを埋めるためには情報の隠蔽ではなく公開が必要だという意見が広がるようになったと言う¹³。

Pimlottは社会と組織の複雑化、遠隔化など、産業社会がもたらした変化をPRの歴史的

発達の条件として分析しながら、具体的にはPRが経営者のイメージを管理し、企業に対する公衆の好意を獲得するための専門的機能として展開されてきたと説明する。その説明のなかにPRを民主主義というイデオロギーと結びつけようとする試みは示されず、むしろ巨大組織の効率性や生産性という点が強調され、PRは経済戦略、管理体制の一種として定義されている¹⁴。似たような主張がRichard Tedlowによっても提起された。

Keeping the Corporate Image: Public Relations and Business, 1900—1950

(1979) のなかでTedlowはPRの歴史を民主主義の発展と結びつけて解釈しようとする諸研究の試みを批判している。Tedlowによれば、PR概念を「企業の利益」対「公衆の利益」という二分法的、対立的見方から捉えることや、また、PRが導入されてはじめて企業の社会的責任に対する意識が覚醒されたと主張することは、20世紀における企業という組織そのものの発展を考慮しないのと等しかった¹⁵。

19世紀末から20世紀半ばにかけてアメリカ社会では前例のない大企業の成長、経営合理化と管理技術の発達、巨大市場の出現が相次ぎ、時々刻々と変化する経済、社会、技術に対応する管理体制の一部としてPRが登場したとTedlowは説明する。彼にとってPRの歴史的研究は、新しい環境において組織がより効率的、効果的に働くためにはどうすれば良いかを考えていく上で意味を持っていた¹⁶。

PimlottもTedlowもPRの担い手である組織（巨大企業）の内側と外側における様々な変化に注目し、PRが用いられる理由を企業と公衆

をめぐる社会的、経済的、技術的要因から捉えている。それを踏まえて、2人ともPRを組織の営みとして理解し、経営技術／管理体制として定義したのである。

Smytheの新左派史観

Dependency Road: Communications, Capitalism, Csciousness, and Canada (1981)の著者であるDallas Smytheは、マルクス主義理論を中心に自らの見解を「マス・コミュニケーションにおける唯物論者—現実主義者理論」(materialist-realist theory of mass communication)と呼び、資本主義とPRの関わりを批判している。

Smytheによれば、大企業をはじめとする営利組織は、大量に生産された消費財やサービスを流通させるために広告を行なうが、同時に資本主義システムを正当化するために再構築された「現実」を人々に注入しようとする¹⁷。その上で広告と識別されない、ニュースやエンターテインメント、情報といった形で日々のアジェンダが提供されるが、Smytheはこれを「フリーランチ (free lunch) と呼び、PRの働きとして説明している¹⁸。このような記述を通じてSmytheは、PRを資本主義社会の「意識産業」(consciousness industry)の一部に位置づけ、その目的が人々を「商品」(commodities)として生産することにあると主張した。

Smytheは、前述したような進歩史観はもちろん、反進歩史観の諸研究とも対立する立場からPRを捉える。反進歩史観はPRがその担い手である企業が産業社会、大衆社会の深化に伴って表面化された諸問題に応え、とりわけ公衆と

の間で相互理解を増進するために用いられたと説明するが、Smytheによれば公衆と企業の間で「相互理解」はすでになされていた。つまり、人々は大企業の搾取や不正行為などを知っており(正しく理解しており)、むしろそれが企業にとって問題だったのである。Smytheは、そのような「問題」を除外する目的から企業が最初から公衆の意識を操縦することを考えていたと主張する。

以上のようにSmytheは、PRの定義において、その担い手と対象(企業と公衆)、目的などについて前述した史観／研究と根本的に異なる見方をとっている。SmytheからすればPRは、民主主義の進歩に貢献するところか、社会の民主的発展を防ぐ歪んだ資本主義の「悪」であった。

Olaskyの新右派史観

Marvin Olaskyは、PRの歴史に対する進歩史観的解釈に反対している点でPimlottやTedlowの研究とも通じるところがあるが、PearsonはOlaskyがPR概念を捉える上で組織の目的性をより強調し、なおかつ自由主義というイデオロギーを前提にしていることを理由に新右派的史観に分類した¹⁹。

Olaskyは、*Corporate Public Relations: A New Historical Perspective* (1987)のなかでPRが企業同士の談合、または産業と政府の連合による協力主義(collaborationism)を正当化してきた歴史に注目する。彼によれば、PRはアメリカ社会における重要な価値である自由主義を損なう主犯であった。このような問題の歴史的起源を公共事業部門における独占や規制

から探りながらOlaskyは、例えば、1887年に州間通商委員会（Interstate Commerce Commission）が形成されたことや20世紀初頭に世論の圧倒的支持を導いた電信電話事業の独占経営はPRの見事な勝利であったと批判する²⁰。

さらに、PRの専門業に対してもOlaskyは、公衆の想像力と感情を刺激する協力主義がマス・コミュニケーションの特徴となってきたと指摘し、Ivy Leeやフロイトの甥であり、PRに社会心理学を応用しようとしたEdward

Bernaysなどの専門家たちがPRを個人の権利を侵害する方向に駆使してきたと主張する²¹。

以上のようにOlaskyはPRが自由市場経済を統制しようと規制を与え、計画経済を推進しようとする巨大産業と政府、またはその連合によって戦略的に用いられてきたことを批判したが、一方で、PRが自由主義、自由市場経済を守ろうとする側にとっても有効なツールであるとも考えた。要するにOlaskyにとってPRは、それを用いる担い手の信念と目的によって全く異なる評価の対象となったのである。

3. 2 史観の衝突

史観の相対的關係

ここでは、上述した各史観の特徴を踏まえて、それぞれの史観／研究を比較したり、対立的な関係として捉えたりしてみたい。そうすることを通じて、Pearsonが提示したPRの歴史的研究におけるフレームの整合性を検討すること

が本節の狙いである。結論から言えば、Pearsonは進歩史観、反進歩史観、新左派史観、新右派史観の4つの史観を通じてPRの歴史的研究における多様性を強調しようとした。だが、そのような試みは、史観同士の関係性によって生じる矛盾までは考慮していなかった。

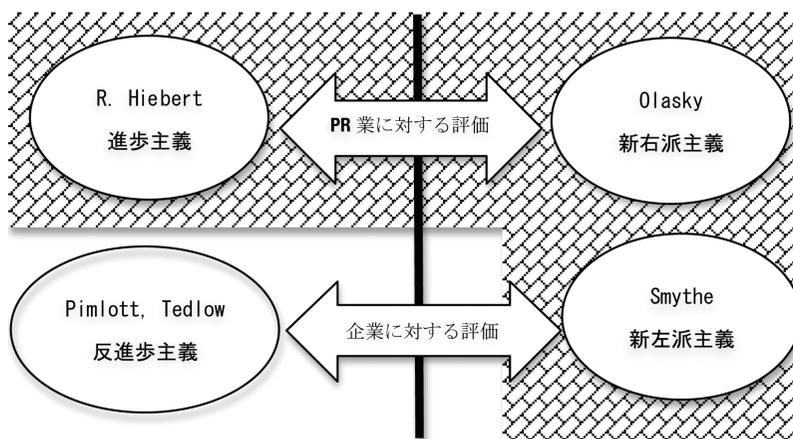


図3. 2. 1 各研究／史観の相対的關係

上記図は、前節で見てきた各研究／史観がPRの担い手と専門業について記述した内容を手がかりに、それらの相対的關係を太線、矢印、パターンなどを用いて示した概念図である。

まず、上段にある2つの円の間に伸びている矢印は、進歩史観のHiebertと新右派史観のOlaskyの研究がPRの専門業、専門家を捉える上での認識の違い／対立を示している。HiebertはPR専門業が大衆に情報を与え、世論の正しい判断を導く上で民主的機能を果たすと評価したが、それに対してOlaskyはPRの専門家たちを個人の権利を侵害し、自由主義の価値を損なう市民社会に反する存在として捉えた。

下段の円の間に描いている矢印は、PRの専門家たちを雇う主体である企業、または経営者に対して各研究が下してきた評価の違いを示すものである。上述した通り、PimlottやTedlowなど、反進歩史観の研究者たちは企業がPRを行う理由を組織と環境の変化（巨大化、複雑化）から説明しようとした。これに比べてSmytheは企業や経営者は大衆を騙し、人々の心性を操作する道具としてPRを見なしてきたと主張するのである。

このようなPRの専門業および企業や経営者に対する認識、評価の違いは、より抽象的に捉えれば、PRを生み出したアメリカ資本主義社会に対する評価の違いへつながる。それを表しているのが、図の中央に上下に伸びる太い線である。

図／線の左側は、アメリカ資本主義社会を肯定する研究グループであり、右側はそれを否定する研究グループとなる。少し補足を加えれ

ば、アメリカ資本主義社会を肯定する研究グループに入っているPimlottやTedlowは、Hiebertほどではないが、アメリカ資本主義社会——とくに、その担い手である企業という組織の発達を前提にしている。他方で、Olaskyは、Smytheほどではないが、アメリカ資本主義における政府と産業の連合を批判し、市民社会の再建を促す点でSmytheと同じグループに分類することもできる。

史観中心のフレームの問題

以上で見てきたようにPearsonが歴史的研究の例として取り上げた諸研究は、必ずしも調和できる関係におらず、中には真っ向から対立するものもある。これは、各研究がPRの歴史を捉える上で異なる価値観、イデオロギー（進歩主義、反進歩主義、新左派主義、新右派主義）を適用してきたからだ。

ちなみにPearsonは、PimlottやTedlowによる反進歩史観の研究をイデオロギーと切り離して考えており、それを上記図に表せば、格子縞で塗りつぶした部分とそうではない部分に分かれる。だが、イデオロギーを持たないことを、それ自体一つのイデオロギーとして捉えれば、「イデオロギー対非イデオロギー」の「3：1」という関係ではなく、「1：1：1：1」と、各史観が孤立した関係が描けるのである。

実はこの「1：1：1：1」という関係が、歴史的研究全体のランドスケープを捉えにくくするのである。史観の孤立性は、言い換えれば、ある史観が成り立つためには他の史観が否定され、排除されなければならないことを意味する。歴史的研究のフレームのなかで、史観同士

が衝突し、対立していれば、研究や研究者はいずれかの史観を選択することになり、それにより歴史的研究のなかに分割がおり、その外延が減少する²²。

PRの歴史を扱ってきた様々な研究を、ある基準を持って整理しようとしたPearsonの試みは評価できるが、そこから考えるべき問題としては、4つの史観を中心に歴史的研究をフレーミングすることの有効性を再考してみる必要があるということだ。要するに、歴史的研究がPR学の「代案」として新しい視座を切り開い

てきたかを批判的に考えるのである。そうする上で本研究は、4つの史観中心的フレームとその問題を相対的に捉えるために、理論的研究に射程を広げてみたい。前述したように、歴史的研究は理論的研究、とりわけアメリカPR理論研究のアンチテーゼとして位置づけられる側面があるが、歴史的研究と向かい合ってきた理論的研究のなかでPRの歴史という主題はいかに扱われてきたのか。以下ではいくつかの事例を通じて、この問題を考えてみたい。

4. 史観の普遍化——理論的研究と「歴史」の関わり

4.1 〈アメリカ史観〉の形成——進歩史観と反進歩史観の結合

Grunig理論における「歴史」

冒頭でも述べたように、アメリカPR研究は1970年代以降、「実質的」、「専門的」(practical, professional)分野からさらに「学問的」(academic)性格を帯びるようになった。そのような動きを引っ張ってきた動力として、PRが、経営学／マネジメント論というより広い領域の一部として語られるようになったことが考えられる。PRは、それを学知の対象とする諸研究によって組織の運営、維持を卓越的に遂行するための機能として説明されてきた²³。このような変化は、PRの「理論的研究」の拡散を通じて反映された。すなわち、組織にとってPRがいかなる機能であり、それがもたらす効果はどのように測定できるか、という問題に応える研究が集中的に行なわれるようになったのである。

なかでもJames Grunigは、「状況理論」

(Contingency Theory) から「卓越理論」(Excellence Theory) へPRの体系的理論を発達させてきた、アメリカPR研究、とりわけ理論的研究を代表する研究者である²⁴。Grunigは、これらの理論を通じて、PR実践における「双方均衡モデル」(Two Way Symmetry Model)²⁵の卓越性を主張してきた。すなわち、「双方均衡モデル」として説明できるPRこそ、あらゆるPR実践のスタイルのなかでも組織にとってもっとも優れた効果を与えよう。

本研究が目するの、Grunigの理論が成立してきた上で、彼の主張を支える論理的根拠として、PRの歴史的発達過程を参照してきたことである。Grunigの初期理論である「状況理論」は、19世紀末から1970年までアメリカ史を4つの時期に分けてそれぞれを個別のPRモデルを用いて説明している。

その内容を要約すれば、1850年から1899年までは、新聞紙面、記事の売買に関わる「言論代行・パブリシティ」（Press Agency/Publicity）が興隆していた。そこから1900年代から1920年代までの間でニュース（news）の提供がPRの主な問題事となり、「公共情報」（Public Information）の時代が到来した。さらに、1920年代から1960年代までのアメリカでは社会心理学の影響が広がり、PRの説得的コミュニケーションの側面が強調され、消費促進機能が中心となった。Grunigはこの時期のPRが「双方不均衡」（Two Way Asymmetry）的であったとし、上述した3つの段階を経て1970年代から漸くPRは「双方均衡」（Two Way Symmetry）的になり、組織と公衆の間で望ましい関係を構築する機能とされはじめたと説明する。

このような歴史の解説を通じてGrunigは、「双方均衡モデル」を頂点とするPR理論を築いたのである。Grunigの歴史認識の根底にあるのは、19世紀末から20世紀を貫いて、PRが未熟な段階から洗練された段階へ進歩しつけてきたという考え方である。それは、PRが、社会の公益を考慮しない不道徳的慣行だった時期もあったが、アメリカ民主主義と資本主義に適合する規範的制度、専門領域、社会的機能として成長してきたと見なす。このような進歩主義に基づいてGrunigは、当時、まだ「双方均衡モデル」に対する歴史的検証が十分に行なわれていなかったにもかかわらず、それをPR実践の最高次段階として主張することができた²⁶。

〈アメリカ史観〉の出現

PR学において、歴史的研究をそのアンチテーゼとして抱えるようになった理論的研究、なかでも中心的議論をつくってきたGrunigの理論が、その成立においてPRの歴史を積極的に援用してきたことは少しアイロニカルである。言うなれば、Grunigが行なった「理論研究」は、同時に「歴史研究」であり、そこに「理論」と「歴史」の境界が崩れていった。

Grunigの理論を支えていた歴史認識は、前述した進歩主義に加え、Pearsonの分類法からすれば反進歩主義として説明できる特徴をも含んでいる。それは、つまり、進歩史観と反進歩史観の結合した独特な史観でもあったが、具体的には規範的側面と実用的、実践的側面に跨がっていた。要するに、PRは、一方ではアメリカ社会の民主主義——組織と公衆の間におけるバランスの取れた関係——を支えるコミュニケーションとして、他方では組織（主に企業）の運営、維持における卓越した実践を担保する経営技術として説明される。

PRを「民主主義の進歩」と「経営技術の発展」という2つの側面から捉え、それらを満たす優れたPR実践（モデル）を歴史の解釈を通して模索したのはGrunigだけではない。むしろGrunigから示される歴史認識／史観は、アメリカPR研究を見ていくならば、共通的な特徴として浮かび上がってくる。

例えば、PRの歴史と理論、両方を扱った*Effective Public Relations*（2000）の著者であるScott Cutlipも進歩史観と反進歩史観が混合された議論を行なっている。CutlipはアメリカのPR史を、「米国苗床期」（1900年～1916

年)、「第一次世界大戦期」(1919年~1929年)、「F・ルーズヴェルト時代と第二次世界大戦期」(1930~1945年)、「戦後緊急成長期」(1946年~1964年)、「抗議運動と市民パワーの時代」(1965年~1985年)、「デジ

タル時代とグローバリゼーション」(1986年~)の計7つの時期に区分し、それぞれにおける特徴と代表的事例を説明しながらPRの進歩と発達を強調している²⁷。

表4.1.1 アメリカPR史に対する歴史認識の比較²⁸

Cutlip	Grunig	Newsom
米国苗床期 (1900年-1916年)	言論代行・パブリシティの時代 (1850年-1899年)	草創期 (1600-1799年)
		コミュニケーション草創期 (1800年-1899年)
第一次世界大戦期 (1917年-1918年)	公共情報の時代 (1900年-1920年)	反応・対応期 (1900年-1939年)
急成長期の1920年代 (1919年-1929年)	双方不均衡PRの時代 (1920年代-1960年代)	
F・ルーズヴェルト時代と 第二次世界大戦期 (1930年-1945年)		企画・予防期 (1940年-1979年)
戦後急成長期 (1946年-1964年)		
抗議運動と市民パワーの時代 (1965年-1985年)	双方均衡PRの時代 (1960、70年代-現在)	
デジタル時代と グローバリゼーション (1986年-現在)		グローバル・ コミュニケーションの時代 (1980年代)

上記表は、上述したGrunigとCutlipに *The Realities of Public Relations* (2004) の著者、Doug Newsome等の議論を加え、比較したものである。3者の間でそれぞれ時期区分の細かい違いがあるが、アメリカ社会の歴史をPRの歴史として捉え、その変容を段階的に説明する共通点が見られる。さらに、議論の中身を見ていくならば、PRという概念、実践を

「民主主義の進歩」と「経営技術の発達」の命題から構築／再構築している点で一致している。このような比較は、進歩史観と反進歩史観を中心としてPR理論の創造に結びつく歴史をいくつかの段階とモデルを用いて再構築することが、GrunigやCutlipなど、一部の研究者に限らず、アメリカPR研究に幅広く普及した考え方となっている可能性を示唆してくれる²⁹。本

稿では、このような考え方をアメリカPR研究における普遍的史観として〈アメリカ史観〉と

仮に呼ぶことにしたい。

4. 2 〈アメリカ史観〉の遍在——国際PR研究の観点から

国際PR研究と〈アメリカ史観〉の輸出

〈アメリカ史観〉が示すように、PR学において「歴史」は、必ずしも理論的研究に対抗する代案的概念として捉えられてきたわけではない。むしろ、歴史は、アメリカPR理論研究の柱となる理論の成立に積極的に関わってきた。「歴史」と「理論」の狭間で誕生している〈アメリカ史観〉に基づきながら、理論的研究は自らの立地を強化してきた。そのような特徴は、PR研究のグローバリゼーションという現象から鮮明に見えてくる。

1990年代以降、従来の理論的研究を批判的に捉える諸議論が活発になり、歴史的研究や批判的研究が浮上したことはすでに述べた通りである。そのような動きはPR研究の内部から反動としてはみだすように現れたが、同じ時期にそれとまた違う性質の動きがアメリカPR研究からその外部へ拡張していった。そのような動きは、PR研究の国際化——いわゆる「国際PR研究」(International Public Relations Research)として現れた³⁰。

世界各国におけるPRの実践を科学的に理解し、実証的に分析しようとする試みは、その先駆的事例を求め、アメリカPR理論研究の影響力が大きく拡大された。その影響力は「国際的PR理論の構築」という問題に及んだだけでなく、アメリカPR理論研究の需要とともに〈アメリカ史観〉が輸出されるきっかけとなった。すなわち、アメリカ社会の民主主義の進歩を導

き、アメリカ企業の優れた経営技術の一部となってきたPRのイメージが世界化したのである。このような現象を考察する上で、前掲したGrunigの理論(PRの4モデル)を参考にして、自国におけるPRの導入と変容を歴史的に分析した日本と韓国の研究を参考例として挙げておこう。

日本におけるPRの変遷を分析した井之上喬は、社会とPRの進歩、発展を重要な命題として取り入れている。彼は、次の5段階を通じて日本におけるPRの発達を説明している。(1)「PRの発芽期」(1925年～1945年)からはじめ、(2)「GHQによる行政への導入期」(1947年～1952年)、(3)「米国型PRの啓発期」(1950年代～)、(4)「高度経済成長時代におけるPRの低迷期」(1950年代後半～1990年)、(5)「グローバルPRへの過渡期」(バブル経済崩壊後1991年～)へ進んでいくが、これを持って井之上はPRが「一方向コミュニケーション」から「双方向コミュニケーション」へ発展してきたと主張した³¹。また、前掲の国枝は日本における行政PRの歴史をGrunigの4モデルを用いて分析した³²。

韓国でも1990年代以降、アメリカPR理論研究の影響を受け、「双方向均衡モデル」を最高次PR実践として捉える研究が増加したが、それには韓国におけるPRの歴史の変遷を顧みる研究も含まれていた。例えば、シン・インソブとオ・ドボムは、「韓国現代PR史整理の課題

と争点」(2002)という論文のなかでGrunigの4モデルを軸にして韓国のPR発達史を分析している。シンとオによれば韓国のPRは(1)「軍国主義の侍女時代」(1945年以前の日本占領期)から(2)「政府代弁人・公報の時代」(1945年以降、米軍政期から1960年第2共和国まで)、(3)「祖国近代化の旗手・企業広報の時代」(1961年5・16軍事クーデターから1987年-88年の民主化大転換期直前まで)、(4)「民主、開放のPR時代」(民主化大転換期から現在まで)へ進み、アメリカのようなPR先進国に近づいてきていた³³。

〈アメリカ史観〉を通して普遍理論へ

アメリカ(Grunig)、日本(井之上)、韓国(シン・オ)における研究を並べてみれば、それぞれの政治、経済、文化の違いにもかかわらず、PRの歴史的発達段階で三ヶ国が非常に類似していることが分かる(詳しくは、別紙表を参考)。この類似性、または同型性は、米・日・韓のPRの歴史的、社会的変容が互いに緊密に結びついてきたことを示唆する一方で、それとは別に、アメリカPR理論研究の底流にある〈アメリカ史観〉が世界各国のPR研究にいかに関与され、定着しているかという問題を浮かび上がらせてくれる。すなわち、米・日・韓のPRの歴史的発達に関する研究における同型性、類似性は、日本と韓国のPR研究が分析フレームとしてGrunigの理論、とりわけその根底にある〈アメリカ史観〉に準拠した結果つくられた特徴であると考えられる³⁴。

日本と韓国のPR研究は、各国の歴史をアメリカPR研究がつくってきた言説の一部に置く

ことになるが、これはPR研究の国際化の下でアメリカPR研究の影響を受けている制約であると同時に、メリットでもある。確かに日本と韓国におけるPRの実践、その歴史はアメリカと比べて劣っていると評価されるが、国際PR研究の基準に沿ってアメリカPRが辿ってきた「進歩と発達」を順調に進めれば、将来的には「双方均衡モデル」のような先進的PRが実現できるのも不可能ではないと期待できるからである。

このように、国際PR研究の普及は、アメリカPR研究とそこに潜む〈アメリカ史観〉を、アメリカをモデルとしてPR実践に取り組んでいる世界各国に流布してきた。各国のPR研究は、国際PR研究の線分上に位置づけられ、PRの実践と歴史を考える上で固有性より辺境性、周縁性が働いてきたと言える³⁵。〈アメリカ史観〉は、もはやアメリカにおけるPRの進歩と発達だけではなく世界各国にも広がり、そこからさらに多くの事例を吸収し、自己正当性を強化していく。それは、各国のPR実践を評価する上で普遍的価値となった。

このようにアメリカPR研究と史観が普遍化し、遍在化する現象について、国際PR研究の中核的議論を提供してきたGrunigはどのように語っているか。結論から言えば、Grunigはこのような現象が、PR理論のアメリカ中心主義でもなければ、世界各国の文化に必ずしも多中心主義でもないことを主張する³⁶。Grunigからすれば国際PR研究は、PRという概念が個々の社会——それが生まれたアメリカ社会も例外ではない——から剥離され、「超国境的な学知」として、または「全地球的な規範理論」としてグ

ローバルな「汎用原則」(general principle)を築き上げていく過程から捉えるべき現象であった³⁷。

Grunigの提言を手がかりに、アメリカPR研究が進んできた、そして向かおうとする道の全貌が明らかになる。アメリカPR研究は、1970年代以降、「新しい学知」としてPR概念の理論化を推し進めてきた。その過程で重要な役割を担ったのは、アイロニカルにも「歴史」の解

釈／再解釈と構築／再構築であったが、そこから生まれた〈アメリカ史観〉は、1990年代以降、PR研究の国際化に伴い、世界的に広がり、普遍的〈史観〉として現れたのである。Grunigの言葉は、アメリカPR研究の拡張が「理論」の構築のために「歴史」を援用する段階を超えていることを暗示する。歴史——アメリカの歴史であれ、世界各国の歴史であれ——は、理論のなかに陥没してしまった³⁸。

5. 考察——新しい歴史的研究を求めて

5.1 理論的研究の戦略

本研究はPR学のなかで、「歴史的研究」と「理論的研究」によって歴史という問題がどのように捉えられてきたかを見てきた。これまでの議論をまとめながらPearsonが提起した4つの史観を中心とする歴史的研究の有効性を再考してみたい。

2章で説明したように、歴史的研究は、PRを「科学」として捉える理論的研究の急速な拡散を背景にして代案的視座が探し求められるなかで浮上している。本研究は歴史的研究をPR学の新しい方法論として興していこうとしたPearsonに注目し、3章を通じて彼が提示した4つの史観と代表的研究に目を通してきた。

Pearsonは、PRの歴史を「〇〇主義」、つまり「史観」として捉え、整理を試みる。このようなやり方は、それまで蓄積されてきた歴史的研究を紹介し、それらの研究が様々な観点を採用してきたことを示す上では効果的である。だが、Pearsonの議論は、歴史的研究をカテゴリー化する上で問題を孕んでいた。すなわち、進

歩主義、反進歩主義、新左派主義、新右派主義という異なる価値観、イデオロギーから歴史的研究を分類した結果、研究同士に相互矛盾や衝突が起こるのである³⁹。PRを担う主体（企業、PR専門業）とアメリカ社会に対しても全く異なる評価が飛び交うなかで、PRを捉える視野は逆に狭くなり、歴史的研究全体の可能性は自ら制約される。

このような問題、要するに、PRの歴史を「史観」として捉えることから生じる制約性は、歴史的研究をPR学の方法論とする上で致命的であるが、それはPRの歴史を「理論」を形成する上で包摂してきた理論的研究と比較した時、より明らかになる。

4章で論じた通り、PR学において歴史は、歴史的研究だけに固有の問題関心だったわけではなく、それと張り合ってきた理論的研究によっても積極的に取り上げられてきた。Grunigのような研究者は、PR理論を構築する上でPRの歴史を解釈／再解釈したが、そこからアメリカ

PR研究に共通する独特な歴史認識が形成された。その歴史認識＝〈アメリカ史観〉は、PR概念とその実践を一方では市民社会と民主主義の進展から、他方ではマネジメント機能、つまり経営技術の発展から捉える。

理論的研究において形成された〈アメリカ史観〉を指して、それが結局のところPearsonが分類した進歩史観と反進歩史観の混合構成された、より制約された歴史認識であると批判する

5. 2 今後の課題

本研究は、Grunig理論に代表される理論的研究がPRを歴史的概念として分析し、構築／再構築するやり方を擁護するつもりはない。しかし同時に、PR学における歴史の問題を、歴史的研究の範疇に限定させ、「理論的研究」対「歴史的研究」の狭い視野を借りて探求することにも賛同できない。

PRの歴史を究明していく上では、これまで

ことはもともとである。だが、ここでは〈アメリカ史観〉の中身の正当性より、そこに見られる戦略的試みに注目する必要がある⁴⁰。要するに、個別の史観を縫い合わせて理論の構築に必要となるPR概念に対する総合的理解を築こうとしてきたことが重要なのである。そのような試みを通じて、理論的研究はPR学における主要な方法論となり、その影響範囲を世界へ拡張させてきたのである。

検討してきた通り、細分化された「史観」を中心とする手法では不十分である。PR学における歴史的研究の方法論は、アメリカPR理論研究がそうしてきたように普遍的史観を造成し、それを通じて理論の脱歴史化、超歴史化を進める方向とも距離を置きながら模索される必要がある。

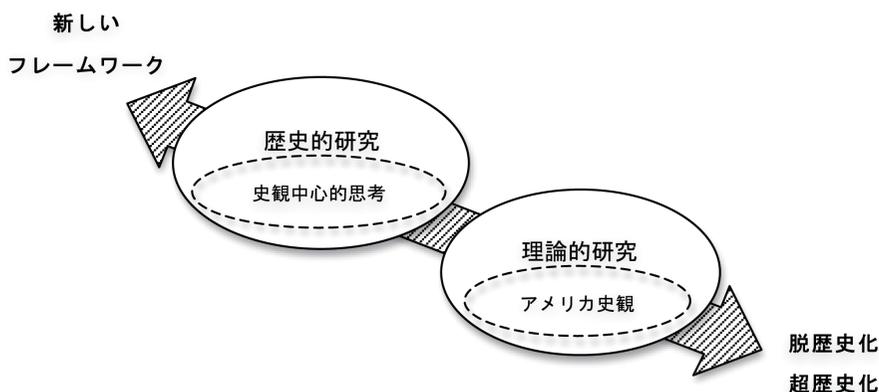


図5. 2. 1 PR学における方法論の拡張

本研究は、PR学における歴史的研究の問題、さらにはPR学における歴史という問題について考えてきた。本稿のなかで、歴史的研究を規定する従来の見方を批判的に考察し、いくつかの問題を提起することまではできたが、それを踏まえてPR概念を脱構築する際のフレー

ムワークまでは紹介していない。言うまでもなく後者の、PR研究における新しいフレームワークの模索と提示は、PRを歴史的、社会的概念として探求するために必要となるもっとも重要な作業の一つである⁴¹。これについては、稿を改めて論じることにはしたい。

註

- 1 国枝 (2015)
- 2 しかし、Pearsonの論文を読めば分かるように、PR学における歴史的研究の対象を「学術誌」から書籍全般に広げれば、1990年以前にもPRの歴史に関する研究は少なくなかった。
- 3 Pearson (1990 : 27-28)
- 4 Pearsonは、現代組織におけるPRの役割に関する一般的な意見——とくにPRのマネジメント的機能を強調する見方の一致にもかかわらず、PRの専門職に対して多く問題が解決されないまま残っていると書いている。Pearson (1990 : 27)
- 5 本研究は、Pearsonの論文で使われた「歴史的観点」(historical perspectives)という言葉を「史観」に訳して使うことにしたい。
- 6 Wise (1990 : 94)。Pearson (1990)より再引用。
- 7 アメリカ社会において新右派主義は、1964年の大統領選挙を経て台頭し、1980年にRonald Reganが大統領選挙で勝利したことを通じて一つの政治的運動における思潮として定着した。
- 8 Hiebertは、Leeの宣言によって産業と公衆の関係において「革命」(revolution)がもたらされたと主張する。すなわち、公衆を敵対視する産業界の態度が弱まり、公衆に情報を提供すべきだと見なす政策が広がるようになったと言う。Hiebert (1966 : 48)
- 9 Pearson (1990 : 22)を参考に作成。
- 10 原文は次のようである。“We live in a great democracy, and the safety of a democracy will in the long run depend upon whether the judgments of the people are sound. If the judgments are to be sound, they will be so because they have the largest amount of information on which to base those judgments”. Hiebert (1966 : 317)
- 11 Hiebert (1966 : 318)
- 12 “Without public relations, democracy could not succeed in a mass society”. Hiebert (1966 : 7)
- 13 Pimlottによれば、公開的な社会において従業員はより一生懸命働き、商人はより一生懸命商売をし、株主はより満足することができた。Pimlott (1951 : 235-236)
- 14 Pearson はPimlottがPRと民主主義の関わりを完全に否定しているわけではないが、PRの歴史的発展を説明する上で民主主義というイデオロギーより社会的、技術的变化を重要な要因と捉えたと説明する。Pearson (1990 : 31)
- 15 このように主張する上でTedlowは次の点を根拠として挙げている。第一、PRが成立する以前から経営者は世論、公衆からの承認を重要視していた。第二、PRに携わった代表的人物のなかには企業の社会的責任を全く考えなかった人も少なくない。第三、大企業の営利追求に反対する世論が治まった以降もPRは衰退せず、むしろその重要性は大学、社会团体、軍隊などへ拡大された。Tedlow (1979 : 14-19)
- 16 Pearson (1990 : 34)
- 17 Symthe (1981 : 26, 52)
- 18 意識産業とPR専門職の発達に関する議論は、Smythe (1981 : 52-90)を参考。
- 19 Olaskyは、Hiebertの進歩史観と違って、Ivy LeeによるPR実践を否定的に評価した。Pearsonによれば、Olaskyは、PRの歴史に対する間違った認識、つまり、PRが公衆の利益を重視する動機から成り立ち、それゆえ、初期の言論代行業からLeeのような情報公開へ発展してきたとする見方を拒んだ。そのかわりに、PR専門業、専門家は自らの利益をもっとも重視してきたのであり、公的利益を増進させる倫理的目的は持たなかったと主張した。Pearson (1990 : 35)

- 20 その歴史的根拠として鉄道や電信電話など、公共事業の独占が挙げられる。Olaskyは、独占を擁護する側と反対する側の間で激烈なPR合戦があったと指摘し、それ以降PRは公共の利益より独占・規制する側の利益を守るために拡大されてきたと言う。Olasky (1987: 33-43)
- 21 Olaskyは、PR専門家たちがアメリカ社会の個人主義 (individualism) を衰退させ、協力主義 (collaborationism) を普及させてきたと批判し、それによってソ連のような社会主義に変質する危険性さえあると警告した。Olasky (1987: 45-53)
- 22 Pearsonが、新右派史観に立つOlaskyの研究がPimlott, Tedlowのような反進歩史観の研究と通じるところがあると述べたのは、彼自身「史観」という分類法を用いて歴史的研究をカテゴライズする上での限界を認識していたことになる。
- 23 とりわけPRは、組織の外部と内部における様々な集団、個人を取り巻く情報伝達、フィードバックを含むコミュニケーションとして説かれるようになった。このような定義に伴い、組織に対するPRの貢献もより効率的な予算執行のために「科学的」に検証されるべき対象とされた。
- 24 Grunigの理論は、今もPR研究の広い分野で多く引用されている。Grunig理論について詳しくは、河 (2013) を参考。
- 25 研究者によって「双方対称モデル」と訳す場合もある。
- 26 Grunigの「状況理論」は、4つのモデルをPR実践の色々なスタイルを説明するために提示したが、各モデルの関係を読み解いていけば、最初の3つのモデルは「双方向均衡モデル」の背景となっていることが分かる。要するに、3つのモデルとそれぞれが表す各時代には、1970年代と、まだ歴史の浅い新しいPR実践／モデルの卓越性を強調するための役割が与えられている。このような仕組みを通じて、「歴史」が「理論／モデル」の構築に援用されている。そして「歴史」は、「双方向均衡モデル」を除いてほかのモデルと優れたPR実践の結びつきが明らかに弱くなっている後期理論 (excellence theory) においてさらに希薄になって行き、Grunig理論は、脱歴史化、超歴史化に向かっていく。詳しくは、河 (2013) を参考。
- 27 Cutlip, Center and Broom (2000)
- 28 河 (2010) より修正、掲載。
- 29 とくに、GrunigやCutlipのように、理論と歴史の両方を扱う研究において〈アメリカ史観〉が示される可能性は高くなるだろう。
- 30 その具体的な事例については、Culbertson & Chen (1996)などを参考。
- 31 井之上 (2006)
- 32 国枝 (2011)
- 33 著者たちは、韓国PR史を区分する3つの要因として、①PRの背景になる政治、経済、社会的な現実、②それら政治、経済、社会的現実と関数関係にある言論および媒体状況、③前掲の①と②に対する適応的作用として行なわれるPR実践を挙げている。シン & オ (2002: 9)
- 34 何度も述べてきたが、ここで問題となる〈アメリカ史観〉とは、Pearsonが提示したようなPRの歴史を捉える4つの観点とも異なって、理論の構築のために歴史を積極的に援用し、さらに歴史の構築／再構築を試みる手法の一つである。
- 35 このような構図は、まさに注26で説明したPRモデル／歴史の周縁化とも似ている。繰り返す言うと、Grunig理論において、「双方均衡モデル」を除くほかの3つのモデル (とそれが代表する各時代) は、「双方均衡モデル」の卓越性を強調するための背景として機能させられる。それによりアメリカ社会の歴史も背景化、周縁化するが、PR研究の国際化を通じて、今度はアメリカ以外の国々における歴史 (過去、現在、未来) が周縁化するのである。
- 36 各国の政治、経済、メディア環境、開発水準、市民団体における特徴は、あくまでもPR実践の優秀性を考える上で変数として説明される。Grunig (2001) ; Boton & Hazleton (2006: 77)
- 37 Boton & Hazleton (2006: 77)
- 38 国際PR研究の拡大は、各国においてPRの成立と変容を歴史社会的に考察する分析視座が不在している問題からすればアメリカPR研究の世界的拡散、またはアメリカ「PR学」の氾濫をもたらすことであった。
- 39 たとえば、PRを新左派史観から捉えれば、PRを「民主主義」と結びつける考察は許容されない。このように、各々の史観が成立する上で、他の可能性が排除されるジレンマが発生する。
- 40 その戦略的試みとは、Grunigの理論から示されるように、きわめて単純明瞭な目標を掲げ、それを実践し、正当化する上でPRの歴史を「組織に役立つ機能として進歩を成し遂げてきたPR実践」として解釈することである。
- 41 それには、Pearsonによって紹介されなかった歴史的研究を検討する作業も含まれる。

参考文献

- Berkhofer, R.F., 1969, *A Behavioral Approach to Historical Analysis*. New York: Collier-MacMillan Limited.
- Bernays, E., 1923, *Crystalizing of Public Opinion*, New York: Liveright.
- , 1952, *Public Relations*, The University of Oklahoma Press.
- Boton, C.H. and Hazleton, V., 2006, *Public Relations Theory*, Lawrence Erlbaum Associates, Inc. (=2010, 유재웅외역, 『피알이론』 커뮤니케이션북스, ユ・ジェウン他訳『PR理論』コミュニケーションブックス。)
- 최윤희, 2001, 『피알의 새로운 패러다임』, 커뮤니케이션북스. (초요이・윤히, 2001, 『PR의 새로운 패러다임』 커뮤니케이션북스。)
- Culbertson, H. M. and Chen, N., 1996, *International Public Relations; A Comparative Analysis*, Lawrence Erlbaum Associates.
- Cutlip, S. M., 1994, *The Unseen Power: Public Relations. A History*, Lawrence Erlbaum Associates.
- , 1995, *Public Relations History: From the 17th to the 20th Century*, Lawrence Erlbaum Associates.
- , Center, A. H. and Broom, G. M., 2000, *Effective Public Relations* (8th Edition), Prentice Hall.
- Grunig, J. E. and Hunt, T., 1984, *Managing Public Relations*, Wadsworth/Thomson Learning.
- , 2001, "Two-Way Symmetrical Public Relations: Past, Present, and Future." R. L. Heath, ed., *Hand Book of Public Relations*, Sage, 11-30.
- 河尻珍, 2010, 「現代Public Relationsの日本における導入および発展——歴史的考察からみる日本PRの過去、そして現在における可能性と限界」吉田秀雄記念事業財団助成研究論文
- , 2013, 「米国パブリック・リレーションズ理論の修辭学(レトリック)——J. GrunigのPR理論に関する批判的考察」『東京大学大学院情報学環紀要情報学研究』85:131-146.
- Hiebert, R. E., 1966, *Courtier to the Crowd: The Story of Ivy Lee and the Development of Public Relations*, Iowa State University Press.
- 井之上喬, 2006, 『パブリック・リレーションズ』日本評論社。
- 国枝智樹, 2011, 「PRの4モデルと日本の行政広報：明治から平成に至る発展の4段階」『上智大学文学部紀要 コミュニケーション研究』41: 35-51。
- , 2015, 「マス・メディア、ジャーナリズムと広報・PRの歴史に関する一考察」日本マス・コミュニケーション学会・2015年度春季研究発表会・研究発表論文
- L'etang, J. and Pieczka, M., 1996, *Critical Perspectives in Public Relations*, Thomson.
- Newsom, D., Turk, J.V. and Kruckeberg, D., 2004, *This is PR: The Realities of Public Relations*, Thomson.
- Olasky, M., 1987, *Corporate Public Relations*, Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Pearson, R., 1990, "Perspectives on Public Relations History," *Public Relations Review*, 16 (3) : 27-38.
- Pimlott, J. A. R., 1951, *Public Relations and American Democracy*, Princeton University Press.
- 신입섭・오두번, 2002, 「한국현대피알사정리의 과제와 쟁점: 문제제의적 성찰」, 『홍보학연구』, 6 (1) : 5-38. (신・인소브/오・도보ム, 2002, 「韓国現代PR史整理の課題と争点:問題提議的省察」『弘報学研究』6 (1) : 5-38。)
- Smythe, D., 1981, *Dependency Road: Communications, Capitalism, Consciousness and Canada*, Norwood: Ablex.
- Tedlow, R.S., 1979, *Keeping the Corporate Image: Public Relations and Business 1900-1950*, JAI Press Inc. (=1989, 三浦恵次ほか訳『アメリカ企業イメージ——企業とPR、1900-1950』雄松堂出版。)
- Wise, G., 1980, *American Historical Explanations: A Strategy for Grounded Inquiry*. Minneapolis: University of Minnesota.

〈別紙表〉 PRの歴史的研究をめぐる米・日・韓の同型性*

アメリカ (Grunig)	韓国 (シン&オ)	日本 (井之上)
一方向コミュニケーション		
<p>言論代行・パブリシティの時代 (1850年～1899年)</p>	<p>「軍国主義の侍女」時代 (1945年以前)</p>	<p>PRの発芽期 (1925年～1945年：昭和初期～第2次世界大戦終結)</p>
<p>言論代行パブリシティ・モデル</p> <ul style="list-style-type: none"> ○目的：宣伝 ○コミュニケーション類型： 情報元→受信者 ○調査・研究：ほとんど無い（人数を数えるくらい） ○歴史的な人物：P.T. Barnum ○主な利用分野：スポーツイベント、劇場、商品販促など 	<p>「PR」という用語と概念が登場する前の段階。かわりに、「弘報」という言葉がプロパガンダの意味で戦争の準備の延長線上における世論操作のために用いられた。</p> <ul style="list-style-type: none"> ○『毎日新報』『宣伝戦の必勝体制、文化戦士ら弘報挺身隊を結成』（1943.12.25） 	<p>大衆操作を目的とするプロパガンダ型：富国強兵のために言論の自由の抑え、世論操作が行われた。</p> <ul style="list-style-type: none"> ○PR誌（丸善、1897、三井呉服店、1899）と社内報（鐘紡、1903、1904） ○PR/広報部：南満州鉄道株式会社の「弘報係」（1923） ○政府関連機関：外務省内の「情報委員会」（1932）、「情報局」（1941）
<p>公共情報の時代 (1900年～1920年)</p>	<p>「政府代弁人」公報の時代 (1945年解放以後、米軍政期～1960年第2共和国)</p>	<p>GHQによる行政への導入期 (1947年～1952年)</p>
<p>公共情報モデル</p> <ul style="list-style-type: none"> ○目的：情報の拡散 ○コミュニケーション類型： 情報元→受信者 ○調査・研究：ほとんど無い（掲載物の難易度、読者数の測定） ○歴史的な人物：I. LEE ○主な利用分野：政府機関、非営利団体、一部企業 	<p>米軍政によるPRの導入「公報」(Public Information, Public Affairs)の意味として行なわれた：</p> <ul style="list-style-type: none"> ○関連部署の変遷：米軍政期公報課、公報局→第1共和国公報所、広報室→第2共和国国務院事務所傘下公報局 	<p>GHQの占領政策の遂行を目的とするパブリック・インフォメーション型：</p> <ul style="list-style-type: none"> ○中央・地方官庁に対するPublic Relations Officeの設置（1947）、CIEの中央官庁職人対象のPR講習会（1949） ○日本電通通信社（電通）：夏期広告講習会における講座、「PRについて」（1949）、PR部新設（1950）
双方不均衡コミュニケーション		
<p>不均衡的PRの時代 (1920年～1960年代)</p>	<p>「祖国近代化の旗手」企業広報の時代 (1961.5.16軍事革命期～1988民主化転換期)</p> <p>* 下記、三つの時期に細分</p>	<p>I. 米国型PRの啓発期（1950年代～） PR広告・パブリシティ型：企業内に広報部門設置、広告代理店内PR部門開設。 PRと広告・宣伝が混同、「PR＝広告」</p> <ul style="list-style-type: none"> ○マス・メディア発達と民間PR増加 ○株式民主化、証券会社のPR運動

<p>双方不均衡モデル</p> <ul style="list-style-type: none"> ○目的：科学的説得 ○コミュニケーション類型：情報元←→受信者 ○調査・研究：態度の変化などを測定 ○歴史的な人物：E. Bernays ○主な利用分野：競争的企業、政府機関 	<p>I. 企業広報萌芽期 (1960年代) 経済発達に伴うマス・メディア発達→<u>パブリシティ、社内報、企業広告(PR広告)の登場</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ○社内報の発行：太平洋科学『化粧界』(1958)、東洋ビール『社報OB』(1960)、韓国電力『韓電』など ○大学における「PR論」講義(梨花女子大学新聞学科) <p>II. 企業広報成長期 (1970年代) 大手企業(財閥：Hyundai, Daewoo, Samsung, Lucky/LG)を中心に工業経済体制へ→広告PR需要拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ○広告会社、企業傘下広告企画室、PR部署新設 <p>III. 企業広報発展期 (1980年代) 財閥化が深刻化、メディア統制、言論自由、市民権制限、労働、環境、消費者運動台頭</p> <ul style="list-style-type: none"> ○企業傘下代理店(In-house Agency)拡大：第一企画広報部新設(1982)、PR部(1985)、オリンピック担当 	<p>II. 高度経済成長時代におけるPRの低迷期 (1950年代後半～1990年) 大量生産・大量消費のサイクルを創るための販売促進、海外向けのPR広告、<u>パブリシティ型</u>：マーケティングPRに特化する一方、国内では企業不祥や公害問題、海外では貿易摩。</p> <ul style="list-style-type: none"> ○東京オリンピック(1964)、自動車産業の成長(1960年代後半)など、マスコミにニュース提供/パブリシティ旺盛 ○欠陥車事件、一酸化炭素、光化学スモッグなど、公害問題、また経済インフレによる反企業感情の悪化により企業の社会的責任(CSR)が指摘され、企業内広報部の設置拡大 ○バブル経済崩壊と経営者認識、経営パラダイムの変換 ○PR会社増加、日本広報学会(1995)発足、PRから<u>企業コミュニケーション</u>(CC, Corporate Communication)へ
<p>双方均衡コミュニケーション</p>		
<p>均衡的PRの時代</p>	<p>民主・開放のPR時代 (1987・88民主化大転換期～現在)</p>	<p>グローバルPRへの過渡期 (バブル経済崩壊後1991年～現在)</p>
<p>双方均衡モデル</p> <ul style="list-style-type: none"> ○目的：相互理解 ○コミュニケーション類型：集団↔→集団(feedback) ○調査・研究：相互理解の水準を測定 ○歴史的な人物：E. Bernaysおよび、S. Cutlip, J. Grunigなどの研究者 ○主な利用分野：政府規制下の企業、政府機関から徐々に拡大 	<p>1987年6.29宣言、1988年ソウルオリンピック開催。民主化による言論自由、市民意志表現自由が保障→PRの説得コミュニケーション機能から、<u>信頼に基づく双方向的コミュニケーションへ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ○政治とPR：世論調査導入(1987)、選挙キャンペーン ○企業PRの変化：労使問題、従業員向けPR、消費者運動、公害問題→反企業感情、企業の社会的責任問題に対応 ○社会状況の急変：IMF事態(1997)、IT・ベンチャー産業、インターネット時代へ 	<p>コーポレート・コミュニケーション(CG)型=双方向コミュニケーション型： グローバル化の中で日本の行政や経営システムの制度的問題が表れ、<u>自己修正機能の双方向コミュニケーションへ</u>。</p> <ul style="list-style-type: none"> ○経営パラダイム変化：企業不祥事、コーポレート・ガバナンス、企業倫理の重要性が問題に。危機管理(risk management)に対する従来コミュニケーション方の再考 ○PR専門職拡大：PR関連職従事者数の増加(2006年基準1万4000名)

*本表は、Grunigの状況理論(4つのPRモデル)とそれを分析枠組みとして韓国と日本におけるPRの歴史をまとめたシン&オ(2002)、井之上(2006)の研究を要約・比較したものである。河(2010)より抜粋、修正して掲載した。



河 旻珍 (は・きょんじん)

[生年月] 1982年4月

[出身大学または最終学歴] 東京大学大学院学際情報学府 学際情報学博士

[専攻領域] パブリック・リレーションズ、コミュニケーション研究

[主たる著書・論文]

「パブリック・リレーションズの条件——二〇世紀初頭のアメリカ社会を通じて」『思想』6月号 (No.1070)、2013

「米国パブリック・リレーションズ理論の修辞学 (レトリック) ——J. Grunig の PR 理論に関する批判的考察」『東京大学大学院情報学環紀要情報学研究』85号、2013

「『公報』、ある PR (パブリック・リレーションズ) の類型——1960年代、韓国における政府コミュニケーションをめぐって」『マス・コミュニケーション研究』79号、2011

[所属] 東京大学大学院情報学環 助教

[所属学会] 日本社会学会、日本マス・コミュニケーション学会、日本広報学会など

An Examination of Methodology in Public Relations Studies: Focusing on Historical Perspectives

Kyungjin HA*

This paper examines methodologies of public relations studies. Especially how the previous studies/theories have interpreted the history of public relations' practice will be discussed. Firstly, following the Ron Person' introduction to historical public relations study, four perspectives: progressive, counter-progressive, new right, new left and example studies will be reviewed. From the analysis of discourse, this paper argues that the perspectives/studies are in a reciprocally inconsistent relationship. Secondly, this paper develops this argument from comparative lens to analyze theoretical studies. It will be revealed in this paper that American theoretical public relations studies also have interpreted history in an effort to construct theories. In other words, public relations history is a main topic for historical studies but also it has a strategically important meaning in theoretical studies. Lastly this paper insists necessity for a new framework to understand and analyze public relations as a historical concept.

Interfaculty Initiative in Information Studies, The University of Tokyo

Key Words : Public Relations, History, Theory, Perspectives.