

博士（公共経営）学位論文 概要書

パブリック・リレーションズにおける自己修正モデル（SCM）に関する研究
自己修正行動における変容の考察と事例検証

Research on Self-Correction Model (SCM) in Public Relations

- An examination of the transformation in the self-correction process, and verification
through case studies

指導教員

主査：石田光義教授

副査：北川正恭教授

副査：小林麻理教授

早稲田大学大学院 公共経営研究科

井之上 喬

Inoue, Takashi

2008 年 10 月 31 日

筆者の提唱するパブリック・リレーションズにおける「自己修正モデル（Self-Correction Model:SCM）」は 5 章にわたって論じられる。序章で論じているが、日本をはじめとする先進国はさまざまなグローバルな問題に取り囲まれている。この自己修正モデルは、いままで追い求めた物質的豊かさをベースにした経済至上主義は破綻をきたし、新しい概念に基づいたパブリック・リレーションズが模索されるなかで提示されている。

パブリック・リレーションズの定義はいろいろあるが、筆者は、「パブリック・リレーションズ（PR）とは、個人や組織体が最短距離で目標や目的を達成する、『倫理』を判断基準とし『双方向性コミュニケーション』と『自己修正』を主たる要素とする関係性構築（リレーションズ）活動である」と定義している（序章）。不祥事などが繰り返される中で、パブリック・リレーションズを構成する 3 つの要素である倫理、双方向性コミュニケーション、自己修正が社会に機能していないことを示した。米国のパブリック・リレーションズ専門家は、双方向性コミュニケーションを通したフィードバックの結果、必要と思われるときには多くの場合「変化（change）」させたり、「調整（adjust）」、「適応（adapt）」するとしているが、変化や調整、適応における修正行為の深度に関しては特に言及されてこなかった。パブリック・リレーションズにおける自己修正モデルの基本構造は、人間が介在し、人間の意思を反映させた、「倫理（ethics）」「双方向性コミュニケーション（two-way communication）」「自己修正（self-correction）」の 3 つの重要な要素から構成されている。自己修正モデルに内包する倫理観、双方向性コミュニケーションそして自己修正は相互依存関係にある。個人や集団は関わりの中で生存していくために、双方向性コミュニケーションで相手を理解し、必要な場合、修正を行なう。自己修正モデルについて筆者は、倫理観に基づいた自己修正行為により、正しい方向へ進むことを容易にし、目的達成のために、双方にとって有益で良好な関係を構築・維持していくことで 21 世紀の共生社会の実現をはかるとした概念であることを示した。

自己修正は、これまで生物学や経済学、教育学、コンピュータ・サイエンスなど他の分野で使われてきた用語であるが、本論文でいう自己修正は、修正行為に人間が介在し、倫理観と、双方向性コミュニケーションが伴うことにより初めて機能するパブリック・リレーションズにおける新しい概念である。本論文は、これまでの重要な論点の整理をおこなう中で、従来の代表的なパブリック・リレーションズにおける修正的行為を多角的に研究し、本論で示す自己修正が欠くべからざる修正行為であるとの認識を得た。これを基に、米国の先行研究や日本で散見されるさまざまな問題点の抽出を通して分析、研究を行い、自己修正モデルを提示した。筆者はこれまでのパブリック・リレーションズにおける修正的行為である「調整」「変化」「適応」などの概念に関する新しい 4 つの研究視点を示し、自己修正モデルを体系づけ、井之上モデルとして理論化し総合的な考察を行った。

構築された新しい 4 つの研究視点の第 1 は、「21 世紀型パブリック・リレーションズとしての自己修正モデル（SCM）」、第 2 は、「自己修正モデルの 3 つの構成要素」、第 3 は、「3 つの構成要素を統合する意義」、そして第 4 は、「自己修正モデルの事例検証」である。本論は以上の自己修正モデルを体系付ける 4 つの新しい研究視点をふまえて展開されている。

まず第 1 の研究視点「21 世紀型パブリック・リレーションズとしての自己修正モデル（SCM）」では、21 世紀の急速なグローバル化は、世界の地域間の情報格差や異民族間におけ

る摩擦を助長させる結果ともなっている。また企業経営においては、米国のサブプライム問題に端を発した金融危機は深刻さを増し、これまでデファクト・スタンダードとされていた米国型経営や企業統治は翳りをみせている。序章第 3 節でも示したように、幾多の変遷を経て今日に至ったパブリック・リレーションズであるが、これまで米国のパブリック・リレーションズは、組織体が双方向のコミュニケーション活動を通してパブリックとの差異や、誤りの発生を認識したとき、対象となるパブリックとの間での「調整」「変化」や「適応」という行動によってより良い方向への関係構築を行ってきた。米国における企業による不祥事や日本の組織体で頻発する数多くの不祥事をみると倫理観が欠けた表面的なパフォーマンスだけの修正では、パブリックとの良好な関係の構築・維持と、我々が真に求める永続的な繁栄を実現する社会を築くことは極めて困難といえる。自己修正モデルは時代の要請で提示されたものである。筆者は新しい研究視点を示し、先行研究にみられる Cutlip, Center & Broom らの「調整」「変化」「適応」の概念と筆者の提唱する自己修正モデルを比較し具体的に考察・提示した(1章1節)。また、倫理観、対称性双方向性コミュニケーション、自己修正の3つの要素で構成される自己修正モデル(SCM)はどのようなものなのか、その概要を示した(1章2節)。自己修正モデルがこれまで考察した米国における「適応」させたり、「調整」、「適応」させる行為とは異なった、倫理と、対称性を持った双方向性コミュニケーションをベースに統合的に修正を行なうものであることを示した。

第2の研究視点は「自己修正モデルの3つの構成要素」である。前述のように、米国のパブリック・リレーションズの専門家は、双方向性コミュニケーションを通じたフィードバックの結果、必要と思われるときには多くの場合「変化」させたり、「調整」「適応」するとしているが、変化や調整における修正行為の深度に関しては言及されていない。パブリック・リレーションズにおける自己修正モデルの基本構造は、人間が介在し、人間の意思を反映させた、「倫理」「双方向性コミュニケーション」「自己修正」の3つの重要な要素から構成されている。本論では、これら3つの要素がそれぞれどのようなものであるか、先行研究を交えて考察し、自己修正モデル(SCM)を紹介した(2章1節-3節)。

第3の研究視点「3つの構成要素を統合する意義」においては、自己修正モデルに内包する倫理観、双方向性コミュニケーションそして自己修正が相互依存関係にあり、これら3つの構成要素の統合性の重要性について論じている(2章4節-5節)。個人や組織体は関わりの中で生存していくために双方向性コミュニケーションで相手を理解し、必要な場合、修正を行なう。つまり、コミュニケーション環境が対称性双方向の状態で倫理観に基づき必要に応じて自己修正を行なう。これらの効果を最大化するにはこれら3つの要素が統合されていることが重視される。その結果、個人や組織体が正しい方向へ進むことを容易とし、双方にとっての有益かつ良好な関係性の構築・維持を可能とする。

第4の研究視点、「自己修正モデルの事例検証」においては、第3章で8つの事例を通して論じている。これまで、米国の先行研究や自身の研究で得られた知見から、自己修正モデルは自ら内包する倫理観、双方向性コミュニケーションそして自己修正が相互依存関係にあり、統合されたものであることを論述してきたが、第3章では、はたして自己修正モデルが有効なものであるかどうか、具体的な事例を通してモデルの有効性を検証した。まず、仮説として、

「自己修正モデルには倫理観、対称性双方向性コミュニケーション、自己修正の３つの要素で構成され、これら３つの要素が統合されることで自己修正が機能する。」と設定した。つまり、倫理観、対称性双方向性コミュニケーション、自己修正の３つの要素とこれらの要素が統合されることで自己修正が機能することを仮説とした（３章１節）。

組織体におけるパブリック・リレーションズ活動において自己修正行為は重要視される一方で、その効果についての検証研究は筆者の研究を除いてほとんど存在しない。自己修正はその行動の結果、問題解決の方向へ向かう。一般的には公正な方向で、民主主義社会における健全なパブリックの位置する方向である。そして自己修正がその行為の結果、組織体にどのような影響を与えているのか、その有効性について自己修正行為が最も顕著に観察できる危機管理時（事件・事故発生から一応の収束に至る間）に設定し、自己修正の経時的変容について報道記事に現われた事象を基に検証を行った。「薬害エイズ事件」、「百貨店の商法違反事件」、「食品会社の牛肉偽装事件」、「アスベスト事件」など８つの事例に基づいて、それぞれの事件で自己修正がどのように行なわれ、どのように自己修正モデルが機能したかを報道分析を通して分析検証した。そしてこれまで理論として示した自己修正モデル（SCM）が内包する、倫理観、対称性双方向性コミュニケーション、自己修正とそれらの統合性が実際の実践の場でどのように機能し適用・応用できるのかを検証した。

複雑化する多文化・グローバル社会で、異なった個人や組織体が互いに良い関係を構築・維持していくためには、互いが違いを受け入れ、修正することが極めて重要となってくる。

以上、４つの研究視点に沿って本論を展開したが、組織が混沌とする時代を生き抜いていくためには、確立された個の上に立たなければならない。個の集合体が組織であるからである。そのためには確固とした倫理観、そして相互理解と相手を思いやる上で必要な双方向性コミュニケーション、自らを正すことのできる自己修正、これらの３つの要素とその統合によるパブリック・リレーションズが求められている。高い倫理観と覚醒された人間性に基づいた自己修正モデルが今後多方面で応用されるものと考ええる。

了