

PRには孔子も苦しんだ・後藤新平(3)

作家 童門冬二

看板に墨を塗らせた後藤

後藤新平にこんな話がある。

北里柴三郎を核として「伝染病研究所」を建てようとしたことがある。ところがこの計画を知った建設予定地周辺の住民が、「建設反対！」の声をあげはじめた。研究所を“迷惑施設”とみたのだ。

研究所建設は発想時から政府内部の賛意を得、「ぜひウチの所管にしたい」と、文部省と帝国大学が争うほどのものだった。誰もが、

「国民のためになるよい計画だ」

と思った。だから新平にとっては意外だったが、かれはもともと「民を貴しとなす」という基本理念を持っている。だから古い治政理念の、“民はよらしむべし・知らしむべからず”

の後半には反対だ。「民には知らせるべきである」と行政広報の必要性を常に唱えている。が、かれが尊重する国民は、この稿で何度も書いた“公衆（パブリック）”であって、“大衆（モブ）”ではない。

この言葉の用法で最近興味深い例に遭遇した。後期高齢者ですでにコロナ予防の接種2回を済ませている私が、忘れるといけないので先に書かせていただくが、建築物にユニークな文化性を付与する隈（くま）先生が、オリンピックに際してのトイレを造った。これに隈先生ご自身か、発注者かわからないが、「公共トイレ」「公衆トイレ」と

命名していた。少なくとも「大衆トイレ」ではない。

後藤新平が頭に存在させている国民は、伝染病研究所の建設ときけば、

「それはよい計画だ。すぐ建てて下さいよ」

と、よろこびの声をあげて賛同する人びとなのだ。ところがそんな声をあげずに“建設反対！”である。

新平は腕を組んだ。おそらく“愚民め”というののしりの呟きだったろう。

かれは部下を呼んだ。そしてこう命じた。

「研究所建設地に建ててある看板に墨を塗ってこい」

この塗り潰しの意図を後藤は部下に、「反対住民に運動は行きすぎだ、と思わせるためだ」

と説明したという。が、この説明は果して反対住民が納得するものであったかどうか。その前に墨を塗らされる部下職員さえ、疑問を持たなかったのかどうか、疑問である。

ここに新平の行政広報の“押しつけ”“過信”があるような気がする。

それは気鋭の各藩下級武士で成立された明治新政府の成員の「先を急ぎすぎる」「そのための競い合い」の風潮から、かれも決して脱していなかったような気がする。

もちろんかれの性急さは、幼少期から系統的な学問を学ぶ環境を得られず、帝大出の官僚へのコ

ンプレックスが動機だといわれるが、看板に墨を塗らせるのは、かれのPRの目的である。

「大衆を公衆に止揚（アウフヘーベン）する」手法とは程遠い。

政治の大巨人に対してカマキリが斧を振るようなマネをしているが、あくまでもPRについてである。大巨人でさえ手を焼くほど人間の意識改革というのは、それほど難事なのだ。坂をあてどなく岩を押して上げ続ける神話の“シジフォスのむなしい努力”をさえ思い起こす。

PRの難しさは2千年昔から

この問題をもう一度「論語」の、「民はこれに由（よ）らしむべし、知らしむべからず」を基に考えてみる。前語に「べし（しろ）、後語に「べからず（やるな）」という相対立する動詞がある。そのため単純な解釈では前語を「よらせる（頼らせる）、後語を「知らせるな」と解釈してきた。が、仮にも孔子がそんな民意無視的なことを云うだろうか、という疑問が出たのかどうか、現在では「民を従わせるのはやさしい。しかしその理由を理解させるのはむずかしい」

というような解釈に落ちつきはじめている。ヒネった解釈でわかったようでよくわからない。「論語」に時々ある「関連のない言葉を同じ場所に並べたのか」とも思うが私はこの通りだというのは、孔子が後語で告げているのは「PRのむずかしさ」のことだと思うからだ。

諸国遊説（ぜい）を職とした孔子は、人に話をし、質問を受け、説明をする。地域や相手によっては納得したりしなかったりする。

特に相手に先入観や固定観念があった時は、それが厚い壁となって理解を防げる。きき手がいつも「孔子先生のおっしゃ。通りです」とうなずくわけではない。当時は“討論の時代”だ。相手を云い負かせて生きる時代だ。言論が武器だ。

どんなに孔子が理をつくして例証しても、最後まで「わかった」といわない例は一度ならずあったに違いない。

先入観や固定観念は、相手への不信感の表れだ。これが意図的になったらコンクリートのように固くなる。よく云われる「なにをとという内容よりも、だれがという云い手が問題にされる」ということなのだ。

孔子にしても、話の内容よりも孔子個人の人間性などの属性をあげつらう者がいなかったとは云えない。

「どんなにいいことを話しても、こいつのいうことは絶対に信用しない」

という癖が私たちの世の中にはまだ存在する。同じことを孔子は紀元前500年近くに経験したのだ。現在もPRの最大の障壁は先入観や固定観念だ。孔子のいう「理解させることはむずかしさ（知らしむべからず）」なのである。

いまPR（パブリック・リレーション）は文字通り「公衆関係」と訳される。何のことかわからない。しかし関係という以上、人間関係をいうのだろう、という推測はできる。

が、いくら考えても答えは得られないので「PR」という本を見つけて読んだ。「PRというのは単なる広告宣伝ではない。人間の意識改革のことだ」と書いてあった。ストンと胸に落ちた。だから難かしいのだ。時間がかかる。根気がある。短気では決して成功しない。短気は損気なのだ。そう云えば「論語」は根気づよい本だ。人間のがまん強さには限界がないことを、これでもかこれでもか、と孔子は教えてくれる。後藤新平も少年時この本を叩き込まれた。看板塗消しは限界をこえたのだろう。ちなみに「PR」という本の著者は吉田さんという方で電通の社長さんだ。「広告の鬼」とよばれたと後に知った。この本は私の「座右の書」の書棚に納まっている。