하버마스 의사소통 합리성과 PR커뮤니케이션 의미의 확장

김영욱*

(이화여자대학교 언론홍보 영상학부 교수)

PR커뮤니케이션이 기능주의적인 시각에서 벗어나서 다양한 패러다임 접근을 받아들이는 것은 하버마스의 사회비판이론이 도구적인 이성에서 벗어나 광범위한 의사소통 합리성을 추구하는 것과 유사한 맥락에서 이해될 수 있다. 기능주의 함정으로부터 하버마스가 광범위한 합리성 통합을 통해 해답을 찾는 것과 다양한 패러다임의 통합을 통한 'PR커뮤니케이션 민주주의'의 추구는 많은 유사성을 가지고 있다.

이 연구의 목적은 도구적 이성의 왜곡화로 인해 발생하는 현대사회의 병폐를 치유하기 위한 하버마스의 의사소통합리성 기획이 어떤 면에서 PR커뮤니케이션 이론의 패러다임 변화와 맞닿아 있는가를 밝히고, 그러한 두 분야의 유사성으로부터 새로운 PR커뮤니케이션 이론화의 가능성을 모색해 보는 것이다. 또한, PR커뮤니케이션을 통해서 하버마스 사회비판이론의 실천적인 측면을 탐색해 볼 수 있으며, 개인, 조직, 국가 차원의 다양한 관계 속에서 대화의 진작, 사회 합의의 도출, 갈등의 해결, 공론 장의 확대와 같은 포괄적인 커뮤니케이션 합리성을 적용해 보는 계기를 마련해 볼 수 있다.

주제어: 하버마스 비판이론, 의사소통합리성, 공론영역, PR커뮤니케이션 민주주의

1. 들어가는 글

현대사회의 병폐는 대화의 부재에 있으며 이러한 대화의 부재는 도구적 이성에 대한 과도한 집착과 의사소통을 위한 노력의 부재, 사회 공론장의

* kimyw@ewha.ac.kr

축소 등에 기인한다. 하버마스(Habermas)의 비판적 사회이론은 이러한 문제에 대한 보편적이고 절차적인 해법을 제시한다. 하지만 하버마스 이론에서 제시되고 있는 실천이론의 상대적 빈곤은 이론의 보편성에도 불구하고 실천 측면에서 보완이 요구되어 왔다. 하버마스가 후반에 실천적인 규범으로서 제시한 '숙의 민주주의'는 공론영역을 통한 자유로운 정치 참여와 정당성 획득과 같은 정치적인 해법에 집중해 있고(Habermas, 1998a), 전체사회를 구성하는 조직이나 공중들의 실질적인 행동 규범으로는 미흡한 면이 있다. 이런 의미에서 조직과 공중과 같은 의사소통 주체를 둘러싼 실질적인 커뮤니케이션 행동규범을 논의하는 PR커뮤니케이션은 하버마스가 주장했던 의사소통, 대화를 통해 합의를 이루어낼 수 있는 실천적인 학문분야로 논의될 수 있다(Heath, 2001; Leitch & Neilson, 2001). 이미 PR커뮤니케이션은 쌍방향균형 커뮤니케이션을 통한 상호이해와 합의의 도출을 커뮤니케이션 규범으로 채택하고 있으며 이론 발전의 경향도 하버마스의 합리성 이론과 많은 유사성을 띠고 있다.

이러한 유사성은 도구적 이성에서 의사소통 이성으로의 발전과정과 PR커뮤니케이션의 이론 패러다임 변화 사이에서 찾아볼 수 있다. PR커뮤니케이션의 중심적인 이론 기반이라고 할 수 있는 체계이론은 기능주의 패러다임을 대변하고 있다. 체계이론은 조직이 환경과 가지는 관계가 PR커뮤니케이션 과정과 기능에 있어 지배적인 토대를 이루고 있다고 본다(Cutlip, Center & Broom, 2000). 즉 조직과 환경과의 교류가 상호간의 균형점을 찾아 나가야 한다는 관점에서 PR커뮤니케이션의 대표적인 주류 이론인 균형이론이 발전하게 되었고, 균형이론이 의미하는 바대로 조직과 공중은 협상과 설득을 통해 윈-윈 지역을 찾아내고, 상호 호혜하는 관계를 이룰 수 있다고 보았다(Dozier, L. Grunig & J. Grunig, 1995). 이러한 과정에서 PR커뮤니케이션의 역할은 조직의 범위를 환경으로 넓혀가고 상호작용을 진작시키는 영역확장자(boundary spanner)의 역할을 획득한다.

하지만 균형이론에 대한 비판은 계속 이어지고 있는데, 그것은 조직과 공중과의 균형을 추구하지만 그것은 어디까지나 조직의 기능주의적인 입장

에서의 균형을 의미한다고 보기 때문이다(Dozier & Lauzen, 2000; Berger, 2005; Pieczka, 1996). 우선 체계이론에 바탕을 둔 균형이론은 힘의 불균형에 대한 고려가 부족하다. 즉 균형이론은 자유다원주의(liberal pluralism)의 관점에 기초하고 있는데, 자유다원주의는 모든 의견들이 자유롭게 논의되다 보면 서로에게 좋은 해결점을 찾게 된다는 것이다. 하지만 자유로운 경쟁을 통해 외부의 개입 없이 모든 문제가 저절로 해결될 것이라고 보는 이러한 긍정적인 세계관은 현실을 도외시하고 있다는 비판에 취약하다. 또한 비판적인 시각을 가진 학자들은 현실성 문제와 관련하여 균형이론은 너무 이상주의에 치우쳐 있어 현실의 불균형을 해소하는 데는 무기력하다고 보았다.

그리하여 등장한 PR커뮤니케이션의 패러다임이 수사학적, 비판학적 이론 접근이다.

지금까지 PR커뮤니케이션 이론은 기능주의적인 관점이 주를 이루었지만 수사학적인 관점과 비판학적인 관점이 PR커뮤니케이션의 이론 영역(body of knowledge)을 넓히는 역할을 하고 있다. 예를 들면 지금까지 조직의 기능, 전략적인 PR커뮤니케이션 활동에 초점을 맞춘 연구가 많았던 것에 비해, 수사학적 관점의 도입으로 인해 조직의 전반적인 커뮤니케이션 활동, 상징적인 의미, 기호학적인 의미 등이 연구 주제로 등장하고 있다. 이는 PR커뮤니케이션이 커뮤니케이션 학문의 한 분야라는 것을 인식할 때 매우 자연스러운 움직임이라고 할 수 있다.

수사학적 관점은 히스(Heath, 1993)가 주장한 것처럼 모든 주의 주장들이 "논쟁의 시장(wrangle in the marketplace)"에 나와서 의미를 공유하고 조정된 공동체 행위를 합의해 나가는 과정을 살펴보는 것이다. 고든(Gordon, 1997)의 경우는 허버트 미드(Herbert Mead)의 상징상호주의(Symbolic Interactionism)를 받아들여 PR커뮤니케이션은 사회적인 의미를 형성하기 위한 활발한 커뮤니케이션 참여를 의미한다는 수사학적인 정의를 내놓고 있다. 즉 수사학적 관점은 조직의 목표 혹은 전략적인 협력이 아니라 조직과 공중간의 커뮤니케이션을 통한 의미의 공유가 PR커뮤니케이션의 진정한 목표라고 생각하는 것으로, 보다 커뮤니케이션 중심적이고, 미시적이

며(microlevel), 언어 해석중심적인 분야이다.

비판학적인 관점은 PR커뮤니케이션의 역할에 대해 완전히 다른 관점을 보유하고 있다. 즉 기능주의적인 관점은 조직이 PR커뮤니케이션을 통하여 조직과 공중 모두에게 도움을 주는 협력 상태를 창출할 수 있다고 보았지만, 비판학적인 관점은 조직의 이익을 취하는 것은 힘을 가지지 못한 일반 공중의 희생을 기저로 함으로써 가능하다고 보았다. 따라서 기능주의적인 관점이 협력이나 협상에 가치를 두고 있다면, 비판학적인 관점은 대응(confrontation) 혹은 대립에 해석기준을 두고 있다(Toth, 1993). PR커뮤니케이션이 조직의 이익을 보호하고 권력과 지배구조를 유지하며 힘을 가진 자가 힘을 가지지 못한 사람을 억압하기 위해 쓰인다고 본다. 비판학적인 관점은 힘(power)의 불균형 개념을 중심으로 PR커뮤니케이션을 이해하고자 한다(Coombs, 1993; Roper, 2005).

이러한 다양한 관점을 받아들여 PR커뮤니케이션은 개인차원, 조직 차원, 사회 차원의 모든 영역을 아우르는 다차원 커뮤니케이션 행위로 이해되어야 한다. 하지만 우수이론 등의 주류이론에서 볼 수 있는 것처럼 지금까지 PR커뮤니케이션은 조직차원에서만 한정적으로 논의되어 왔다고 말할 수 있다. PR커뮤니케이션의 연구 영역을 넓힌다고 할 때 개인차원의 PR커뮤니케이션 연구는 수사학적인 접근과 연결될 수 있고, 사회차원의 논의는 비판학적인 관점과 깊은 연관을 가지고 있다고 할 수 있다. 즉 비판학적인 관점은 PR커뮤니케이션이 조직 차원에서 어떤 기능을 가지고 있느냐를 연구하는 것에서 벗어나서 어떤 사회적인 의미를 가지고 있느냐를 폭 넓게 연구하는 것을 의미한다. PR커뮤니케이션이 기능주의적인 시각에서 벗어나서 다양한 패러다임 접근을 받아들이는 것은 하버마스의 사회비판이론이 도구적인 이성에서 벗어나 광범위한 의사소통합리성을 추구하는 것과 유사한 맥락에서 이해될 수 있다. 기능주의 함정으로부터 하버마스가 광범위한 합리성 통합을 통해 해답을 찾는 것과 다양한 패러다임의 통합을 통한 'PR커뮤니케이션 민주주의'의 추구는 많은 유사성을 가지고 있다.

이 연구의 목적은 도구적 이성의 왜곡화로 인해 발생하는 현대사회의 병

폐를 치유하기 위한 하버마스의 의사소통합리성 기획이 어떤 면에서 PR커뮤니케이션 이론의 패러다임 변화와 맞닿아 있는가를 밝히고, 그러한 두 분야의 유사성으로부터 새로운 PR커뮤니케이션 이론화의 가능성을 모색해 보는 것이다. 또한 PR커뮤니케이션을 통해서 하버마스 사회비판이론의 실천적인 측면을 탐색해 볼 수 있으며, 개인, 조직, 국가차원의 다양한 관계 속에서 대화의 진작, 사회 합의의 도출, 갈등의 해결, 공론 장의 확대와 같은 포괄적인 커뮤니케이션 합리성을 적용해 보는 계기를 마련해 볼 수 있다.

2. 합리성과 의사소통이론

이성에 토대를 둔 근대적 합리화는 우리에게 물질적인 풍요를 안겨주었지만 인간의 소외, 환경의 오염, 대립과 갈등의 증폭과 같은 근대화의 그늘을 동시에 가져왔다(Habermas, 1975). 이것은 이성이 가져다 줄 것으로 믿었던 합리성의 배반이자 계몽 기획의 실패를 의미했다.

하버마스의 의사소통 합리성을 비롯한 광범위한 합리성이론은 이러한 이성의 자기 파괴적 과정을 비판적으로 극복하고 인간이 진정한 합리성에 근거하여 진정한 자율적 해방공간을 마련하려는 노력을 보여준다(Habermas, 1984). 하버마스의 합리성이론을 이해하기 위해서는 도구적 이성과 의사소통 이성, 체계와 생활세계의 구분, 절차적 합리성을 통한 광의의 합리성 이해 등을 필요로 한다(Reese Schäfer, 1991/1998).

도구적 이성에 대한 비판은 포스트모더니즘, 해체이론, 후기구조주의 등에서 끊임없이 제기되어 왔다. 푸코(Foucault)의 경우 합리성의 도구적 왜곡화에 대한 경고와 함께 서구의 합리성은 오직 지배적인 권력의 유지를 위한 수단으로만 작용해 왔다고 주장하고 있다(Habermas, 1984; Manning, 2001). 하지만 이러한 푸코의 주장을 받아들이면서도 하버마스는 합리성이 가져올 수 있는 의사소통적인 측면을 간과하지 않는다. 푸코가 합리성을 철저히 투쟁을 위해서 도구화하는데 반해 하버마스는 합리성을 통한 상호이해

와 대화가능성을 제기함으로써 축소 되어버린 합리성의 의미를 확대하고 상호이해와 대화에 바탕을 둔 의사소통 합리성, 포괄적 합리성, 절차적인 합리성을 주장하고 있다(Reese Schäfer, 1991/1998; 선우현, 1998).

하버마스는 결국 합리성에 대한 희망의 끈을 놓지 않는다. 후기 자본주의 사회의 문제점을 해결하고 대화를 통해 보편적인 합의를 이루어 나가기 위해서는 도구적 합리성을 뛰어넘어 다수의 합의를 필요로 하는 의사소통합리성을 필요로 한다. 하버마스는 합리성의 모순을 수용하기보다는 다양한 이론과 실천을 통합할 수 있는 보편적인 합리성을 통해서 새로운 비판사회이론을 제시하고 있다(Habermas, 1984). 따라서 그가 제시한 의사소통합리성은 인지적 도구적인 합리성뿐만 아니라, 도덕적 실천적 합리성, 미학적 표현적 합리성을 통합하는 광범위한 합리성을 의미한다(Habermas, 1984; Reese Schäfer, 1991/1998).

도구적 합리성/의사소통의 합리성이 사회분석의 방법론으로 확장된 것이 체계/생활세계 논의이다(<표 1> 참조). 합리성 문제에 있어 의사소통 합리성이라는 광범위한 합리성으로부터 도구적 합리성으로 합리성의 영역이 축소되는 것이 문제의 핵심이라고 앞에서 지적한 바 있다. 체계/생활세계 논의도 유사하게 사회가 너무 체계 논리를 중심으로 축소되어 가면서 체계에 의해서 생활세계가 현저히 축소되고 있다. 이러한 현상을 하버마스는 '생활세계의 식민지화(lifeworld colonization)'라고 부른다(Habermas, 1987).

생활세계가 점점 더 체계 식민지화 되면서 의사소통을 통한 합의의 정신보다는 사회 전체적으로 효율성과 전문성을 더 우선시하게 되었다. 이러한 상황에서 물신주의와 같은 자본주의의 병폐가 심화되고 합리화의 역설이 점점 더 강화된다. 이러한 생활세계의 식민지화는 도구적 합리화의 문제가 광범위한 합리화 통합에 의해서 문제를 해결했던 것처럼 생활세계와 체계가 서로에 침범함이 없이 균형을 이루고 상호 존중하는 관계를 이룸으로써 해결할 수 있다고 본다(Reese Schäfer, 1991/1998; 선우현, 1998). 또한 이러한 해결책은 더 나아가서 하버마스 사회이론의 실천적 방법론인 숙의민주주의 논의와도 연결되는 데, 진정한 숙의민주주의는 법적인 정당성과 공중의 인

정이 적절한 조화를 이루고, 대의기관과 공중이 끊임없는 담론을 펼쳐가는 과정에서 민주주의가 달성된다고 보았다(Habermas, 1998a). 이러한 논의는 의사소통합리성의 사회구성적인 논의의 확장이라고 볼 수 있다.

생활세계는 의사소통을 매개로 형성되는 사회개념으로서 가치관을 공유하고 대화를 통하여 서로를 인정하는 참여적인 사회를 말한다. 하버마스는 생활세계의 구성성분으로 문화, 사회, 인격의 세 범주를 들고 있다. 이러한 범주는 각각 의사소통에 대한 이해, 연대형성, 개인적인 능력을 의미한다(이상화, 1997). 생활세계는 이러한 범주를 기본적으로 포함하고 서로 상호 호혜하는 공동체적인 의미를 담는다. 따라서 이러한 개념은 기능적으로 얽힌 체계만으로 인간의 삶을 규정하는 것을 막아주고 의사소통을 통한 상호 교류의 중요성을 일깨워준다. 하버마스의 체계/생활세계 논의를 받아들이는 것은 체계가 생활세계와 조화를 이루고 생활세계의 전통을 고수하는 것이 필요하다는 것을 의미한다.

<표 1> 사회개념의 통합

	공적(Public)	사적(Private)
체계	정치체계 혹은 상태	경제체계
생활세계	공공 영역	사적 영역

출처: 이 표는 Cohen & Arato(1992), Leitch & Neilson(2001), Reese Schäfer(1991/1998) 등의 내용을 토대로 종합.

하버마스가 제시하고 있는 공론영역 혹은 공론장은 생활세계의 한 단면으로서 개인의 의사와 경험에 기인한 관점이 자유롭게 토론될 수 있는 영역이다(Habermas, 1962/1989, 1987). 모든 문제들이 정치 경제 주체들의 간섭과 무관하게 자유로운 형태로 토론이 이루어짐으로써 가장 이상적인 토론영역을 구축하게 된다(Habermas, 1998b). 공론영역은 여론이 형성되는 생활세계의 영역이자 공공의 문제가 자유롭게 논의되는 공간이다. 또한 이 과정에서 의사소통합리성은 공론영역의 정당성을 보여주는 규범척도로서 작

용하게 된다. 이러한 이상적인 토론 영역은 이상적인 언론상황(ideal speech situation) 개념과도 연결되는 데, 이는 의사소통행위가 외부적인 작용 뿐 아니라 커뮤니케이션 구조 내부에서 일어나는 어떠한 장애요인에 의해서도 방해 받지 않는 상황을 말한다(1998b). 따라서 공론영역, 이상적인 언론상황, 의사소통행위 합리성은 서로 잘 연결된 개념이라고 할 수 있다(Jacobson & Storey, 2004; 이효성, 1989; 한자경, 1996). 공론영역은 생활세계이며 의사소통적 행위자가 생활세계적 일상성을 반영하는 상호이해의 장이라고 표현할 수 있다. 또한 의사소통행위가 이루어지기 위한 조건으로서 보편화용론과 이상적인 언론상황은 공론영역에서 상호이해의 실제적인 실천문제를 보여주는 것이다(한자경, 1996).

의사소통이론의 보편타당하면서 포괄적인 비판 합리성에도 불구하고, 실천력의 부재는 하버마스 사회비판이론의 약점으로 지적되어 왔다(Reese Schafer, 1991/1998). 이를 극복하기 위해 하버마스는 절차적인 보편성을 더욱 강조하게 되는데, 의사소통이론이 합리적인 절차성을 전면으로 내세워 실천적인 정치이론으로 정립한 것이 숙의민주주의이다(Habermas, 1998a). 의사소통이론이 도구적 합리성의 횡포에 반대하고 합리성의 포괄성에 초점을 맞추었다면 숙의민주주의는 좀더 합리성의 절차성에 주목하고 있다고 말할 수 있다. 숙의민주주의에 따르면 의사소통이론이 단지 사회 비판의 기제로서만 작용하는 것이 아니라 사회 구성원들의 합의를 도출하고 대화를 통한 현실적인 문제해결에 실제적으로 기여할 수 있음을 밝히고 있다.

숙의민주주의의 절차성을 강조하는 과정에서 재도입한 것이 또한 공론영역이다. 사적인 영역의 일상적인 의사소통과정을 공적인 영역으로 끌어들여 자연스럽게 공공의제화하고 공적인 논의를 유도하는 장치가 공론영역이다(Habermas, 1998a). 하버마스의 담화개념은 의사소통행위 그 자체가 아니라 의사소통행위가 발현되는 상황과 이해화의 근거로 제시되었던 원리를 열린 마음으로 되물어 보는 과정을 상정하는 것인데(김삼룡, 2003; 한자경, 1996), 이러한 자세와 함께 이상적인 언론상황을 통해 문제점을 해결해 나가는 과정에서 공적인 논의를 중심으로 한 여론 형성이 가능해지게 된다(이

효성, 1989).

공론영역은 다수의 경쟁적인 목소리들이 자유롭게 의사를 개진할 수 있는 민주주의의 실천 장을 의미한다. 숙의민주주의가 의미하는 것은 공론영역을 통한 의견개진과 대의민주주의를 통한 제도적인 논의가 함께 조화를 이루어나가는 의사소통의 공적인 정당성 획득 방법이다. 즉 법, 제도, 권력이 의사소통 정당성에 기반을 둔 절차적인 합리성과 조화를 이루고 견제를 받으면서 실질적으로 사회문제를 해결해 나간다. 하지만 이러한 숙의민주주의 논의는 정치적인 문제에 대한 체계와 생활세계의 조화에 집중하는 면이 다분하다. 이런 측면에서 나중에 논의가 될 PR커뮤니케이션의 새로운 패러다임 접근은 인간, 조직, 사회라는 보다 넓은 차원에서 체계와 생활세계의 유기적인 관계 설정을 이야기한다. 일단 이러한 논의를 이어가기 전에 기존의 하버마스 이론이 가졌던 PR커뮤니케이션에 대한 비판에 응답해야할 필요성에 직면한다. 왜냐하면 하버마스가 PR커뮤니케이션에 대해 가졌던 부정적인 관점을 해결하지 않는다면 하버마스 의사소통이론을 PR커뮤니케이션에 적용하고 새로운 가능성을 모색하는 것이 오히려 혼란을 가중시킬 수 있기 때문이다.

3. 하버마스의 PR커뮤니케이션 비판과 새로운 관점

개발커뮤니케이션 이론가들이 주장한대로 이상적인 언론상황과 공론영역을 바탕으로 한 하버마스의 의사소통행위이론은 공중의 참여커뮤니케이션을 유도하는 이론적인 근거가 될 수 있다(Jacobson & Storey, 2004). 하지만 하버마스는 사회적인 행위를 의사소통행위(communicative behavior)와 전략적인 행위로 나눈 다음, 전략적인 행위에는 개방된 전략행위와 감추어진 전략행위가 있으며, 감추어진 전략행위는 또한 무의식적인 거짓행위 즉, 구조적으로 왜곡된 커뮤니케이션과 의식적인 거짓(conscious deception) 즉, 조작행위가 있다고 보았다(Habermas, 1984; 1998b). 따라서 하버마스의 입

장에서 본다면 PR커뮤니케이션은 전략행위에 속하며 의식적인 조작이 아니라면 무의식적으로라도 사회적인 힘의 불균형을 조장하는 쪽으로 작용할 가능성이 많다고 보았다(Jacobson & Storey, 2004). 이러한 구조적인 모순의 강화는 스튜어트 홀(Stuart Hall)이 주장했던 사회기존의 중요정의자(prime definer) 집단의 논리를 대변함으로써 자유로운 커뮤니케이션을 막고 공론영역을 위축시키는 결과를 가져올 가능성을 내포한다(Manning, 2001).

공론영역이 사적인 생활세계로부터 권력집단의 손으로 넘어가게 되면 하버마스의 표현을 빌자면 공론영역의 재봉건화(refeudalization) 현상이 일어나게 된다(이효성, 1989). 이러한 상황에서 PR커뮤니케이션은 오히려 바람직한 여론의 형성을 막고, 왜곡된 커뮤니케이션을 통해 공중을 호도하게 되며, 권력엘리트가 커뮤니케이션 도구화하는 현상이 일어나게 된다(Jamieson, 1992). 이러한 공론영역의 재봉건화 현상은 언론의 이윤추구와 경쟁을 통해 가속화된다(Manning, 2001). 이렇게 위축된 공론영역 하에서 PR커뮤니케이션의 역할은 제한될 수밖에 없다.

이러한 기존 하버마스의 PR커뮤니케이션에 대한 비판에 대해 인식의 전환을 통해서 PR커뮤니케이션의 새로운 가능성을 유추해 볼 수 있다. 우선 지금까지 PR커뮤니케이션에 대한 비판은 주로 사회기존 세력의 전략적인 의사소통행위를 통한 생활세계와 공론영역의 축소에 초점을 맞추고 있는데(Manning, 2001), 이러한 PR커뮤니케이션의 축소된 의미를 사회적인 차원으로 확장시키면 힘이 약한 집단(the powerless)의 PR커뮤니케이션 활동을 통한 전반적인 미디어 접근권의 확대로 재해석하는 것이 가능해진다(Cottle, 2003; Shoemaker, 1989). 즉 PR커뮤니케이션이 체계의 이익만을 대변하는 것이 아니라 사회공공선을 위한 활동으로 그 의미를 확장할 수 있다는 것이다(Davis, 2000; Shoemaker, 1989). 사실상 지금까지 매스커뮤니케이션 연구는 미디어와 PR커뮤니케이션의 대립을 통한 공론영역의 축소에만 초점을 맞추어온 경향이 다분하다. 하지만 정치커뮤니케이션의 다양화, 미디어 접근권의 확대, 사회참여세력의 변화, 미디어 중심주의의 탈피 등의 측면에서 PR커뮤니케이션의 역할을 재조명하는 것이 반드시 필요하다(Cottle, 2003;

Davis, 2000; Manning, 2001).

미디어 접근권의 확대를 통한 공공영역의 확대 문제는 PR커뮤니케이션이 하버마스 이론의 실천적인 의미를 가지고 있음을 보여준다. 의사소통합리성을 회복하기 위해서는 공론영역이 많이 확보되어야 하는데, PR커뮤니케이션이 비영리조직, 시민조직 등의 미디어 접근권을 넓히는 데 기여함으로써 공론영역을 확장할 수 있다(Cottle, 2003; Manning, 2001, Wolfsfeld, 2003). PR커뮤니케이션이 모든 사회구성원들의 의사소통행위를 넓히는 데 유용하려면 사회기존의 중요정의자(prime definer) 집단의 전략적 기능에 함몰될 것이 아니라 사회전체 차원에서 소외된 계층을 고려하는 이론화가 이루어져야 한다. 따라서 이러한 PR커뮤니케이션 의미의 확장은 하버마스 비판의 주류를 이루어온 공론영역의 보편화 문제를 극복하고, 사회적 약자그룹의 참여를 통한 공론영역의 다양화에도 일조할 수 있게 된다(Manning, 2001).

생활세계의 식민지화와 관련하여 후기자본주의사회에서 생활세계의 사적영역은 경제체제에 의해서 침범당하고, 공적영역은 정치체제에 의해서 훼손된다(Habermas, 1987). 따라서 현대사회의 광범위한 문제를 해결하기 위해서는 생활세계를 체계의 간섭으로부터 독립시키고, 의사소통행위를 통한 합리적인 생활세계를 확장해 나가는 것이 필요하다. 이러한 과제는 실질적으로 시민이 운영하는 비영리조직이나 시민참여를 통한 사회운동의 확대를 통해서 해결할 수 있다(Jacobson & Storey, 2004). 이러한 과정에서 PR커뮤니케이션이 순기능적인 역할을 담당할 수 있다. 지금까지 PR커뮤니케이션은 가진 자의 힘을 강화시켜주는 전략적인 커뮤니케이션의 역할만을 부여했지만, 생활세계의 확장을 위한 시민 참여조직의 확대와 같은 의사소통행위에 대해서도 그 역할을 확대해 나갈 수 있다. 또한 최근 대두되는 PR커뮤니케이션의 공중 개념 확장에서도 의사소통을 통한 생활세계의 복원을 예상할 수 있는데, PR커뮤니케이션 이론은 매스커뮤니케이션을 통한 대중의 획일화를 거부하고 의사소통을 통한 사회유대와 문제해결 의지를 가진 집단으로 공중을 새롭게 정의하고 있다(김영욱, 2003).

하버마스가 주장한 이상적인 언론상황을 상정하는 것은 모든 대화참여자들이 언어행위를 할 수 있는 기회를 동등하게 가지고, 논증하거나 반박할 수 있는 동등한 기회를 가지며, 내외적인 제약이 없는 경우에만 가능하다(김삼룡, 1993; 이효성, 1989; 한자경, 1996; Habermas, 1998b). 사회문제와 관련한 논의에서 내적인 제약을 없애기 위해서는 이해당사자간의 충분한 논의와 기회가 보장되어야 한다. PR커뮤니케이션 기능이 사회의 모든 집단을 대상으로 확대되고 기능주의적인 함정에서 벗어날 수 있다면, 오히려 이상적인 언론상황을 구성하고 의사소통행위를 극대화하는 방향으로 나아갈 수 있다. 그것은 관념적인 의미의 이상적인 언론상황이 아니라 장기적인 관계형성을 목표로 하면서 이익 주체 간 실질적인 대화와 협상을 통한 균형잡힌 논의과정을 이론화하는 것이다. 물론 이러한 과정에서 PR커뮤니케이션 이론의 확대가 전제가 되어야 하고, PR커뮤니케이션 이론이 무의식적인 거짓행위와 조작, 과도한 기능주의의 시각에서 자유로워질 필요가 있다.

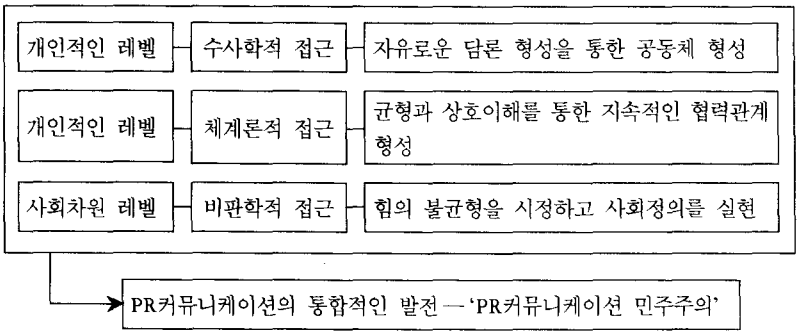
지금까지 기존의 하버마스 이론이 PR커뮤니케이션을 어떻게 비판했으며, 이러한 비판의 토대를 해결할 수 있는 PR커뮤니케이션에 대한 새로운 관점과 이론 발전의 가능성을 살펴보았다. PR커뮤니케이션의 새로운 가능성을 구체화하기 위해서는 PR커뮤니케이션 이론의 패러다임 변화를 살펴보는 것이 선행되어야 한다. 그런 다음 두 분야의 유사성을 통해서 이론의 지향점을 점검하고, 이를 바탕으로 PR커뮤니케이션의 새로운 이론화를 시도하는 것이 가능하게 된다.

4. PR커뮤니케이션 이론의 패러다임 변화

서론에서 설명했던 PR커뮤니케이션의 세 가지 다른 이론적인 관점들-체계론적 접근, 수사학적 접근, 비판학적 접근-은 서로 독립적으로 운용된다기보다는 상호 보완적으로 이해하는 것이 바람직하다(Durham, 2005; Toth, 1993; 김영욱, 2003). 따라서 새로운 이론 패러다임의 요구는 체계론적, 수

사학적, 비판학적 접근의 통합을 통한 PR커뮤니케이션 이론의 균형적인 발전에 모아지고 있다. 이러한 통합적인 접근을 'PR커뮤니케이션 민주주의'라고 부른다(김영욱, 2003). PR커뮤니케이션 민주주의는 지금까지 초점을 맞추어 왔던 기능주의적인 접근에서 벗어나서, 인간, 조직, 사회 레벨의 변수를 아우르면서, 기능주의적인 편익과 함께 커뮤니케이션과 공동체 형성을 위해서 비판주의적인 시각을 잃지 않을 때 PR커뮤니케이션도 민주주의 사회의 학문으로서 균형감각을 찾을 수 있다고 주장한다(<표 2> 참조).

<표 2> 'PR커뮤니케이션 민주주의' 접근 레벨과 철학적인 관점



예를 들어 한 기업의 PR 활동을 분석한다고 할 때, 기능주의적인 관점에서만 분석할 수는 없다. 그 기업이 어떻게 공중들과 균형적인 커뮤니케이션을 하기 위해 노력했는가를 살피는 것도 중요하지만, 수사학적인 관점에서 PR커뮤니케이션 행위를 통해 조직과 공중이 얼마나 의미를 공유하고 커뮤니케이션 공동체를 형성하기 위해서 노력했는가 하는 시각과 비판학적인 관점에서 PR커뮤니케이션 활동이 사회적인 힘의 불평등을 개선하고 사회 전체적으로 어떠한 편익을 가져올 수 있는가를 살펴보는 것도 중요해 진다. 세 가지 다른 철학적인 관점들은 결국 PR커뮤니케이션을 사람, 조직, 사회를 아우르는 종합적인 커뮤니케이션 학문으로 만드는데 기여할 수 있다.

체계론적, 수사학적 접근, 비판학적인 접근이 상호작용을 통해서 PR커뮤니케이션의 발전에 통합적으로 작용해야 한다고 처음 주장한 사람은 엘리자

베스 토스(Elizabeth Toth)였다(Toth, 1993; Toth & Heath, 1993). 그녀에 따르면 앞서 살펴본 세 가지 관점은 차이점 보다는 통합의 가능성을 더 많이 내포하고 있다고 보았다. 이러한 통합이 가능한 이유는 첫째, PR커뮤니케이션 활동의 목적이 설득과 여론 일치의 연장선상에서 이루어져야 하기 때문이다. 아무리 조직이 좋은 설득 커뮤니케이션을 펼치더라도 여론의 지지를 받지 못한다면 아무런 소용이 없게 된다. 이런 면에서 조직의 체계적이고 수사적인 접근은 비판적인 접근을 고려하지 않을 수 없다(Durham, 2005). 둘째, 모든 개념들은 한 관점에서 생겨난 것이 아니라 서로 연관성을 지니면서 존재하는 것이다. 관계는 수사학적인 접근에서 풍부한 이론적 기반을 가지고 있지만, 또한 상호이해와 협상에 바탕을 둔 체계이론의 발전에도 기여하고 있다. 그런 의미에서 PR커뮤니케이션에서 원용되는 갈등해소, 협상, 게임이론, 기호학적인 접근, 문화이론 등은 세 가지 접근 방법과 걸쳐 있다고 봐야 하며, 한 가지 관점에서 독점할 수 있는 개념이나 이론은 아니다. 그런 의미에서 세 가지 관점의 통합은 자연스러운 것이다.

5. 두 분야의 유사성 탐색

하버마스가 주장한 대화를 통한 문제해결 방식은 PR커뮤니케이션이 주장하는 상호이해, 장기적인 관계의 형성(relationship building)과 궤를 같이 하는 말이다(<표 3> 참조). 두 이론 접근 모두 실천력이 부족한 이상주의적인 해결방안만을 제시한 것이라고 비판 받을 소지가 있다. 하지만 이러한 대화 혹은 상호작용에 기반을 둔 커뮤니케이션 철학적인 접근에서 PR커뮤니케이션은 좀더 실천적인 면을 띠고 있다고 할 수 있다. 우선 대화의 방식에 있어 쌍방향 커뮤니케이션의 모형화, 상호 커뮤니케이션의 균형(symmetry)을 강조하는 균형이론, 상호 윈윈(win-win)을 지향하는 갈등해소이론 등은 사람, 조직, 사회의 커뮤니케이션 방식을 실질적으로 제시해 주고 있다(J. Grunig 등, 1992; L. Grunig 등, 2001). 부르카르트(Burkart)의 경우도 하버

마스의 의사소통이론과 공론장 개념을 통해서 이해당사자간 상호이해와 갈등해소를 위한 참여에 중점을 두는 상호지향적 PR 모델을 제시하기도 했다(문병훈, 1996).

<표 3> 하버마스의 사회 이론과 PR커뮤니케이션 이론의 발전 방향

하버마스: 계몽이성	의사소통 이성
도구적 합리성	포괄적 합리성
PR커뮤니케이션: PR체계이론, 기능주의	체계 수사 비판 이론의 통합
효율적인 조직 목표의 달성	사회적 합의, 공공선의 고려

하버마스가 포괄적인 합리성으로서 의사소통 합리성을 주장한 것은 어느 한 특정한 합리성에 의해서 복잡한 사회문제가 해결될 수 없음을 전제하고 있다. 이는 복잡한 후기 자본주의 사회를 이해하기 위해서는 인지적 도구적 합리성, 도덕 실천적 합리성, 미학 표현적 합리성의 조화를 통한 포괄적인 고려가 필요하다는 것을 의미한다. 이는 PR커뮤니케이션 이론의 발전 방향과 궤를 같이 한다(<표 3> 참조). PR커뮤니케이션 이론이 기능주의에 바탕을 둔 조직 효율 중심의 체계이론에서 시작했지만 다양한 현대사회의 조직-공중 간의 문제를 해결하기 위해서는 체계이론 뿐만 아니라, 사회적인 약자에 대한 고려를 포함하는 비판이론, 커뮤니케이션을 통해 의미를 공유하고 공동체를 지향하는 수사이론을 통합적으로 받아들여야 한다고 주장하는 것과 이론 발전 과정의 유사성을 찾아볼 수 있다(김영욱, 2003).

하버마스가 포괄적인 합리화에 의해서 사회병리를 해결할 수 있다고 한 것처럼, PR커뮤니케이션 이론도 체계 비판 수사이론의 통합에 의해서 커뮤니케이션을 통한 민주주의 발전에 기여할 수 있다. 예를 들어 최근 정부가 부안에 원자력 폐기물 처리장을 유치하려는 과정에서 지역사회 주민들과 마찰을 빚은 사건이 있었다. 만약 정부가 조직 중심적이고 기능주의적인 관점에서 정부 정책 운영의 효율성을 위해 사안을 정부 주도대로 밀어붙인다

면 엄청난 시민의 저항에 직면하게 될 것이다. 하지만 커뮤니케이션을 통한 갈등의 해소, 공동체 형성을 위한 쟁점의 논의, 사회적인 약자의 보호라는 수사학적 관점과 비판학적 논의들을 받아들인다면 정책 효율성이라는 측면보다는 커뮤니케이션과 상호이해, 시민 공동체 형성 등의 측면이 더 강조될 수 있다. 즉 PR커뮤니케이션이 조직과 공중 사이에 통합적으로 작용함으로써 민주주의의 성숙을 앞당길 수 있다. 이러한 'PR커뮤니케이션 민주주의' 패러다임은 하버마스 포괄적인 합리성의 실천주의적인 의미를 내포하고 있다(<표 4> 참조). 또한 최근의 사례들을 보면 부안 원자력 폐기물 처리장 유치 실패 이후 제천시의 쓰레기장 유치 성공 등 주민들의 의사결정 참여를 통해 혐오시설 건립을 성공적으로 추진하는 정책 성공 사례들이 늘어나고 있다("시도 놀란 아름다운 경쟁", ≪동아일보≫, 2003. 12. 10). 이러한 사례들은 PR커뮤니케이션 이론의 통합적인 발전과 의사소통적 합리성이 필요한 실제적인 이유들로 제시될 수 있다.

<표 4> 하버마스 이론과 PR커뮤니케이션 이론의 유사성 탐색

하버마스	PR커뮤니케이션
의사소통 합리성에 의한 통합	'PR커뮤니케이션 민주주의'에 의한 통합
1) 인지도구 합리성	체계이론(기능주의)
2) 도덕실천 합리성	비판이론
3) 미학표현 합리성	수사이론

조직중심의 PR커뮤니케이션이 가지는 효율성 위주 커뮤니케이션은 조직과 공중을 오히려 멀어지게 하고, 가진 자의 권력을 오히려 강화하는 역기능을 가져왔다(Dozier & Lauzen, 2000). 실제 많은 사람들이 PR커뮤니케이션을 조작이나 여론무마(spinning)와 비슷한 의미로 생각하는 것은 커뮤니케이션의 기능주의적인 왜곡화를 극명하게 보여주는 것이다. 하버마스의 포괄적인 합리성의 회복은 이성이 가지는 다양성의 본질을 회복하는 것이며 이는 PR커뮤니케이션의 왜곡을 치유하는 것에도 그대로 적용될 수 있다. PR

커뮤니케이션도 단지 기능주의적인 조직 중심 커뮤니케이션에서 벗어나 커뮤니케이션의 공동체 형성 기능을 회복하고 사회적인 차원에서 불평등을 시정하는 커뮤니케이션 본래의 의미를 회복한다면 PR커뮤니케이션의 도구적 왜곡화를 시정할 수 있다.

하버마스는 또한 사회비판이론의 타당성을 절차적인 합리성과 상호이해를 위한 개방성에서 찾고 있다. 절차적인 합리성은 상호이해, 자발적이고 자유로운 의사소통, 논의를 통한 문제해결 등을 위한 절차상의 확신을 의미한다(한자경, 1996). 즉 어떤 결과론적인 규범과 이상을 제시하기보다는 과정상의 규범으로서 의사소통 합리성을 의미한다. 이는 PR커뮤니케이션에서 제시하는 쌍방향균형모형과 유사하다. 쌍방향균형모형은 과정상의 커뮤니케이션 균형에 더 무게 중심을 두는 이론이다. 하지만 쌍방향균형모형은 과정상의 균형이 결과론적인 불평등을 가져올 수 있다는 비판학자들의 지적을 받아왔는데, 이러한 문제점도 PR커뮤니케이션이 광범위한 의사소통합리성을 받아들여 체계론, 수사학적인 접근, 비판학적인 관점을 통합적으로 이론화 했을 때 해결할 수 있다. 지금까지 두 분야가 어떠한 유사성을 가지는지 살펴보았다. 이러한 유사성을 통해 이론이 지향하는 바를 점검했다. 이러한 과정을 통해서 하버마스 의사소통이론과 연관된 PR커뮤니케이션의 새로운 이론화 가능성을 탐색하는 것이 가능해졌다.

6. 하버마스를 통한 PR커뮤니케이션의 이론화 가능성

PR커뮤니케이션의 3가지 요소는 조직, 공중, 그리고 그들 간의 관계를 의미한다(김영욱, 2003). 많은 이론들이 기능주의적인 시각에서 이러한 요소에 대한 이론화를 시도했다. 예를 들어 공중에 대한 이론화도 어떻게 조직을 위해서 공중을 분할하고, 가장 효과적인 공중에게 메시지를 집중시킬 것인가를 연구해 왔다. 하지만 다른 시각에서 본다면 조직, 공중, 관계의 의미도 확대 재정의 될 수 있다(Leitch & Neilson, 2001). 예를 들어 공중을 목표

달성의 대상으로만 보는 것이 아니라 조직과 공중의 커뮤니케이션을 위한 공동체의 가장 중요한 구성원으로 인식하거나, 공중과 관련한 조직활동을 힘(power)의 역학관계에 의한 지배-피지배 구도를 고착화시키는 이데올로기 활동으로 해석할 수도 있다. 이러한 다양한 시각과 관련하여 하버마스(Habermas, 1984, 1987)의 체계와 생활세계의 구분, 의사소통 행위 등이 조직과 공중을 재정의 하고 그들의 관계를 밝히는 데 도움을 줄 수 있다.

1) 조직과 관련된 논의

하버마스에 따르면 체계 혹은 시스템은 전략적인 혹은 기능적인 판단에 의해서 형성된다. 하지만 생활세계는 커뮤니케이션 행위와 관련이 깊다. 기능적인 접근은 조직의 목표를 달성하고 조직의 입장에서 공중을 분류하지만 커뮤니케이션 행위는 구성원들 간의 담론형성, 자유토론, 간주관적(inter-subjective) 의미도출에 중점을 둔다. 후자의 입장에서 조직은 목표 지향적이 아니고 대화 지향적이다. 따라서 PR커뮤니케이션 행위에서 대화 자체가 목적이 되고 커뮤니케이션을 통한 담론 형성에 의미를 부여한다(Leitch & Neilson, 2001). 그루닉(Grunig)의 균형이론도 대화라는 부분에서 하버마스의 생활세계 개념과 유사하지만, 그러한 대화의 기능이 조직 혹은 체계 중심으로만 이루어진다는데 확연한 차이점이 있다(Leitch & Neilson, 2001). 따라서 조직의 논의는 커뮤니케이션 행위를 통해 형성되는 생활세계 조직(lifeworld organizations)과 조직의 목적 달성을 위해서 형성되는 체계 조직(system organizations)으로 구분할 필요가 있다. 지금까지의 논의는 정치적 혹은 경제적 이유를 달성하기 위한 체계 조직에 집중해온 경향이 있다. 하지만 PR커뮤니케이션이 진정하게 민주주의 형성에 기여하기 위해서는 커뮤니케이션 행위, 담론 형성, 자유로운 토론을 통한 의사 결정에 바탕을 둔 좀 더 공적인 의미의 조직에 주목할 필요가 있다. 이러한 논의는 물론 사회책임성을 강조하는 영리, 비영리 조직 모두에 해당된다.

2) 공중과 관련된 논의

수사적, 비판적 접근에 따르면 PR커뮤니케이션 이론에서 공중의 의미도 다양화해진다. 칼버그(Kalberg, 1996)의 기능주의적 접근에 대한 비판, 모핏(Moffitt, 1994)의 분할 이론 등은 공중이론에서 비판적인 접근을 받아들이는 계기가 되었다. 특히 리퍼(Leeper, 2001) 등의 공동체주의(communitarianism)는 의미공유, 담론 교류 등을 통한 공동체 형성에 PR커뮤니케이션이 기여할 수 있고, 그것이 공중의 의미를 확대할 수 있다는 가능성을 제시했다.

기능주의적, 전략적, 혹은 조직 중심의 사고에서 벗어나서 인접 학문의 공중 관련 시각을 살펴보는 것도 의미 있다. 기능주의적인 입장은 다수의 공중 집단을 상정하고 그러한 공중 집단 중에서 가장 활동적이거나 잠재적인 공중을 선별해내는데 집중해 있다. 예를 들어 활동 공중(active public), 잠재공중(latent public) 등과 같은 구분이 그렇다. 하지만 하버마스의 공중 개념은 공론영역 혹은 공적인 공간(public sphere)이라는 전체성을 의미한다(1991).

기존 PR 커뮤니케이션에서 공중은 조직을 중심으로 하여 어떤 쟁점을 가진 사람들의 모임 혹은 집단이라는 의미로 쓰였다(Leitch & Neilson, 2001). 하지만 하버마스는 모든 사회, 경제, 정치적인 사안들이 논의 될 수 있는 이상적인 자유 공간의 의미로서 '공론영역'을 강조했다. 공론영역이 의미하는 공중은 조직의 전략에 따라 형성되는 세분화된 공중을 의미하는 것이 아니라 여론 형성을 위한 일반적인 공중을 의미한다. 여론의 형성(public opinion)은 이러한 공적인 공간을 통해서 아무 거리낌 없이 자유롭게 형성될 수 있다. 여기서 공중(public)은 프라이스(Price, 1992)가 말한 담론주의 공중(discursive public)의 의미와 통하는 면이 있다. 공중은 고정되어 있는 것이 아니라 자유로운 토론을 통해서 형성되는 것이다. 또한 이러한 시각은 모핏(Moffitt, 1994)의 분할 이론과도 맞닿아 있다.

공중은 공중을 형성하는 사람들을 말하는 것이 아니라 의견(opinion)에

따라 분할되어 있다. 즉 의견이 공중을 의미한다. 따라서 공중의 의미는 조직 중심의 시각에서 벗어나야 하며 공중 그 자체의 의사소통 행위를 통한 자체 생성력에 주목해야 한다. 따라서 이러한 의미의 공중은 하버마스의 생활세계 조직과도 밀접하게 연결되어 있다. 조직의 사안에 따라 공중이 형성되는 것이 아니라 공중들의 담론을 통해서 조직과 공중은 계속적인 분화를 거듭하게 된다. 공중에 대한 조직의 목적성은 사라지고 대화의 파트너로서 공동체의 형성을 위해서 공중은 존재하게 된다.

이러한 논의와 관련하여 바스케스와 테일러(Vasquez & Taylor, 2001)도 공중의 의미를 다양화해야 한다는데 동의한다. 그들에 따르면 공중을 보는 데는 4가지 관점이 존재한다. 그것은 대중 관점(The mass perspective), 상황 관점(The situational perspective), 의제설정 관점(The agenda-building perspective), 수사학적 인간 관점(The homo narrans perspective)을 말한다(<표 5> 참조). 여기서 대중관점은 공중을 어떤 지속적인 의견을 공유하고 있는 집단으로 보는 것이다. 프라이스(Price, 1992)가 분류한 군중, 대중, 공중의 분류에서는 대중의 특성을 의미한다. 우선, 대중관점에서 공중은 시민사회의 문제와 관련되어 수동적인 의견 보유자에 불과하다. 공중은 주체적으로 커뮤니케이션하고 의견 집단을 만들어 가기 보다는 일방적으로 메시지를 받아들이는 입장에 있다. 둘째, 상황 관점은 그루닉(Grunig)의 상황이론에서 볼 수 있는 것처럼 공중을 사회 심리적인 변수에 의해서 규정지을 수 있는 집단으로 보는 것이다. 따라서 공중은 어떤 문제 상황에 대한 반응으로 형성되는 집단을 의미한다(J. Grunig & Hunt, 1984). 대중보다는 좀 더 다양하게 사회 심리적인 변수를 고려하고 있지만 조직의 입장에서 공중을 자의적으로 분류하고 목표달성을 위해 이용한다는 관점에서는 변함이 없다. 셋째, 의제설정관점은 미국의 정치참여와 관련하여 형성된 이론이다(Cobb & Elder, 1983). 공중은 정치적인 참여나 관련성에 의해서 정의된다. 따라서 이 관점에서 공중은 이슈에 따라 형성되고 정의되는 집단을 의미한다.

<표 5> 공중을 보는 관점에 대한 정리

1. 대중 관점(The mass perspective): 지속적인 대중 의식 상태의 공유 2. 상황 관점(The situational perspective): 사회심리변수에 따른 상황적인 상태 의미 3. 의제설정 관점(The agenda-building perspective): 이슈에 따른 정치적 관련성 4. 수사학적 인간 관점(Homo Narrans Perspective): 커뮤니케이션을 통한 상징적인 통합

출처: Vasquez & Taylor(2001).

하버마스 이론의 논의와 가장 관련된 것은 마지막 관점인 수사학적 인간 관점이다. 수사학적 인간 관점의 공중은 커뮤니케이션을 통하여 집단의 상징적인 현실을 공유하는 것이다(Vasquez, 1994). 이러한 해석은 보먼(Borman)의 상징통합이론(Symbolic Convergence Theory) 혹은 환상주제분석(Fantasy Theme Analysis)에서 유래하는데 공중 구성원들이 유사한 해석장치를 공유함으로써 현실을 공유하게 된다는 것이다. 이러한 공중의 행위를 묶어주는 힘은 다름 아닌 커뮤니케이션이다. 수사학적 인간 관점에서 개인은 커뮤니케이션 행위를 통해서 능동적으로 다른 개인과 교류하고 역동적으로 사안에 대한 공적인 합의를 도출해 나간다. 따라서 대중관점과 상황관점에 비해 공중을 좀 더 적극적으로 혹은 능동적으로 바라보고 있다고 정의할 수 있다. 프라이스가 말한 공중의 의미도 확실하게 언급한 적은 없지만 군중이나 대중의 개념을 극복하는 이러한 수사학적 인간 관점을 담고 있다고 말할 수 있다. 수사학적 관점에서 공중은 대중적인 수동성과 사회심리학적인 변수에 고정되어 있지 않는 커뮤니케이션을 통해 의사를 결정해 나가는 능동적인 수사 공동체(a rhetorical community)를 의미한다.

3) 커뮤니케이션과 관계에 관련된 논의

PR커뮤니케이션과 여론 형성에 대해서는 지금까지 많은 논쟁이 있어 왔다. 여론(public opinion)에는 공중(public)의 요소가 들어감에도 불구하고 PR커뮤니케이션이 여론 형성에 어떤 영향을 미치는가에 대해서는 부정적인

측면이 강조된다. 비판적인 시각, 특히 마르크스적인 시각에 의하면 민주주의의 개념은 부르주아 계급이 다수의 노동자 계급을 제외하고 정치적, 경제적인 독점을 행사하기 위해 만든 이데올로기적인 허상에 불과하다. 따라서 민주주의 여론 형성은 그러한 허상에 대한 옹호, 권력 독점 기도에 불과할 뿐이다(McNair, 1996). 하지만 많은 철학자들(Rousseau, Bentham 등)은 민주주의 여론이 가져올 수 있는 권력 견제에 대해서 긍정적인 시각을 가지고 있다. 따라서 PR커뮤니케이션도 여론 형성을 위해 사람들의 참여를 유도하고, 객관적인 정보를 제공하고 교육하며, 커뮤니케이션 기회를 부양하기 위해 사용된다면 민주주의 발전의 순기능으로 작용할 수 있다. 물론 비판학자들에게 있어서 공중 혹은 여론은 부르주아 계급 자체를 의미하며, 절대 다수의 사람들을 배제한 소수의 독점을 상징하고 있다.

따라서 여론 형성에 PR커뮤니케이션이 긍정적인 작용을 하느냐의 여부는 공론영역 혹은 공적인 공간(public sphere)의 확대에 달려있다. 공론영역과 관련하여 하버마스(Harbermas, 1989)는 공적 공간의 의미변화와 민주주의의 발전은 밀접하게 연관되어 있다고 본다. 하지만 지금까지 대부분의 경우 PR커뮤니케이션은 공론영역을 왜곡하고, 여론을 조작하며, 특정 정치 집단을 옹호하기 위해서 사용되는 경우가 많았다. 결국 PR커뮤니케이션이 공론영역을 오히려 축소시키는 방향으로 작용한 것이다.

대중매체의 발달, 기술의 혁신, 시민 권리의 확대 등으로 대중 공중들이 공론영역을 통한 여론 형성에 훨씬 많이 참여하게 된다. 하지만 하버마스(Habermas, 1989)에 의하면 이러한 공론영역의 확대는 언론의 성격이 공적인 토론 공간의 의미에서 사적인 이익 집단으로 변함에 따라 급격히 줄어들게 된다. 언론은 이익 집단화하고 특정 집단에 특권을 부여하며, 이성적인 공적 토론 공간을 스스로 허물게 된다. 특히 언론 매체가 몇몇의 손에 의해 움직이고 자본의 논리에 따라 흔들리게 되는데, 이러한 과정에서 여론 형성보다는 여론 관리가 더 우세한 언론의 기능으로 등장한다. 이 과정에서 PR커뮤니케이션도 권력을 가진 집단이나 자본을 가진 집단을 대변하고, 여론을 조작하는 수단으로 등장하게 된다. 이러한 언론매체 기능의 변화는 공적

공간의 의미를 본래의 이성적인 토론 공간에서 자본의 논리와 오락, 소비가 지배하는 공간으로 변모시킨다. 정치집단이나 권력자들은 PR커뮤니케이션을 통하여 자신의 이익을 공중의 이익으로 포장하고, 실체보다는 이미지(여기서 이미지는 실체가 없는 허상을 의미한다)를 전달하며, 조작된 공론영역에서 자신의 이익을 관철시키기 위해서 노력한다(Habermas, 1989). 이러한 하버마스의 아이디어에 동조한 사람이 간햄(Garnham, 1986)이다. 그도 PR커뮤니케이션은 정부나 영리단체의 이익을 대변할 뿐이며 이성적인 담론보다는 조작을 꾀한다고 보았다. 따라서 현대의 공론영역은 이데올로기 면에서는 편견에 가득 차 있고 자기 이익만 아는 언론과 권력과 자본의 논리를 대변하는 PR커뮤니케이션에 의해서 변질되었다고 보았다(McNair, 1996).

하버마스와 간햄의 논리를 그대로 받아들이더라도 PR커뮤니케이션을 대체할 수 있는 어떤 다른 방편을 찾기는 힘들어 보인다. 이미 사회가 너무 커져 버렸고, 대중들은 매스미디어를 통해 정치에 참여하며, 매스미디어를 통해서 정치적인 의사결정을 한다. 마르크스 등에 따르면 미디어는 독점권력 계층의 이익을 대변하기 위해 존재한다고 보았지만, 매스미디어의 발달 과정을 보면 경쟁을 통해서 대다수 공중의 이익을 대변하고 독점세력을 위협하기도 한다. 따라서 미디어를 통한 여론 형성과 이미지 창출은 불가피한 현대사회의 요구 사항이 되어 버렸다. 우리가 TV 토론을 통해서 대통령을 뽑는 마당에 이미지를 무시한다는 것은 불가능한 일이다. 이러한 다분히 현실적인 논의를 받아들인다면 PR커뮤니케이션은 서로간의 경쟁을 통해서 상호견제의 길을 열어두고 있다. 하버마스에 따르면 PR커뮤니케이션은 이성적인 정치 담론을 가로 막을 수도 있지만, 반면에 현대 미디어 세계에서는 담론을 촉진할 수 있는 수단이 될 수도 있다.

현대 사회의 복잡한 미디어 환경과 다양한 이익 주체들의 상호작용을 생각하면 PR커뮤니케이션이 다양한 커뮤니케이션 활동을 통하여 여론형성에 긍정적인 작용을 할 가능성이 많다. 하지만 이런 긍정적인 측면도 사회에 존재하는 힘의 불균형과 그것을 시정하려는 노력이 함께 할 때 가능하다. 모든 권력을 독점하고 있으면서 PR커뮤니케이션을 바르게 정의하기란 쉽지

않다. 또한 이미지 보다는 실체에 주목하고, 대중 민주주의(populist democracy)의 속성은 이해하되 조작하지 않는 커뮤니케이션 활동이 필요하다(김영욱, 2003). PR커뮤니케이션 활동을 광범위한 의사소통합리성을 기반으로 한 새로운 커뮤니케이션 이론으로 재정립할 필요성이 제기되는 것이다.

관계와 관련한 논의 또한 조직 중심의 사고에서 벗어날 필요가 있다. 새로운 패러다임에 따르면 관계도 조직 중심으로 형성되는 것이 아니라 공중 중심으로 형성될 수 있다(Leitch & Neilson, 2001). 지금까지 PR커뮤니케이션 이론들은 조직을 중심으로 일어나는 관계에 초점을 맞추었지만 공중이 생성하는 관계에도 관심을 기울일 필요가 있다. 앞에서 논의한 생활세계, 공적인 공간의 커뮤니케이션 행위 등을 통해 공중을 중심으로 조직과 공중이 형성되며 관계를 이루어 간다는 것을 알 수 있다.

지금까지 관계와 관련된 논의는 피상적인 관계의 형태, 특징 등에 초점을 맞추는 경향이 있었다. 하지만 관계 형성과 관련한 힘의 역할 등 관계를 둘러싼 다양한 사회, 정치, 경제적인 변수들과의 관련성도 생각해 보는 것이 바람직하다. 또한 관계를 둘러싼 조직 중심 개념에서 벗어나서 공동체 형성(community building)을 위한 수평적인 커뮤니케이션 네트워크로 이해하고, 이러한 개념을 통하여 사회관계 구도를 비판해 보는 것도 바람직한 일이다.

7. PR커뮤니케이션 이론의 확장

학문이 기능만을 강조하고 비판을 포기한다면 한쪽 날개를 잃은 것이다. 그런 의미에서 하버마스의 사회비판이론과 'PR커뮤니케이션 민주주의'를 통한 통합은 비판기능의 규범적인 바탕을 의사소통행위(communicative action)에서 찾고 있다는 면에서 공통점을 가지고 있다. 하지만 이러한 유사성 탐구에서 끝나지 않고 두 분야의 연관성이 가지고 있는 의미를 좀 더 고민해 본다면 하버마스 사회비판이론이 결여하고 있는 실천적인 함의와 기존 PR커뮤니케이션이 결여하고 있는 사회적인 함의를 찾아낼 수 있다.

PR커뮤니케이션은 사람(micro), 조직(meso), 사회(mecro)의 다양한 차원에서 대화와 타협, 쌍방향균형커뮤니케이션, 상호호혜에 바탕을 둔 문제해결과 공동체 형성 등을 실천 강령으로 내세우고 있다. 선언적 차원의 하버마스 사회비판 기획이 숙의민주주의를 통한 정치적인 실천력을 내세우고 있지만, 오히려 "PR커뮤니케이션 민주주의"를 통해서 좀더 광범위한 의사소통행위를 구현할 수 있을 것으로 생각된다.

지금까지 설명한 것을 PR커뮤니케이션 위주로 간단하게 정리하면, 지금까지 조직과 공중에 관련된 논의들은 기능주의적인 틀, 즉 어떻게 하면 조직의 입장에서 조직 자체를 분류하고 공중을 정의할 것인가에 집중해 왔다. 하지만 새로운 패러다임에 따르면 조직과 공중의 분류가 애매모호하다. 예를 들면 기능주의적인 입장에서는 어떤 목적에 의해 뭉쳐진 기업, 정당, 단체들을 조직이라고 불렀지만 새로운 패러다임에 따르면 사람들 간의 대화와 토론을 통해서 어떤 조직이나 공중이 형성될 수 있다. 즉 정해진 조직의 목표가 있을 수 없으며, 공중도 자유로운 담론을 통해서 형성된다. PR커뮤니케이션은 어떤 조직의 목적을 달성하기 위해서 존재하는 것이 아니라 사회적인 커뮤니케이션 행위를 자극하기 위해서 존재한다.

이러한 접근은 자칫 PR커뮤니케이션의 성격을 모호하게 만들 수도 있지만, PR커뮤니케이션의 철학적인 존재 의미, 사회적인 의의를 되새기는데 아주 유용하다. 많은 PR커뮤니케이션 담당자들은 왜 PR커뮤니케이션을 하고 있는지, 사회적으로 어떤 의미를 가지고 있는지 모르는 경우가 많다. 하지만 이러한 접근에 따르면 PR커뮤니케이션은 조직의 목표를 달성하기 위한 도구적인 의미로만 쓰이는 것이 아니라, 사회적인 담론형성에 기여하기 위해 존재한다는 것을 알 수 있다(Berger, 2005). 이러한 접근은 PR커뮤니케이션이 민주주의 발전에 기여할 뿐 아니라 모든 사람을 위한 PR커뮤니케이션이 가능함을 보여준다. 만약 어떤 핵폐기물 처리공장과 지역주민이 대립하고 있다면 공장만이 PR커뮤니케이션 활동을 하고 있는 것이 아니라 지역주민도 엄연한 조직 혹은 공중으로서 PR커뮤니케이션 활동을 하고 있는 것이다. 이러한 논의는 부르카르트(Burkart)의 하버마스 비판이론을 응용한 상호이

해 지향적 PR작업 모델에서도 언급된 바 있다(문병훈, 1996).

하버마스가 주장한 숙의민주주의 혹은 절차적 합리성이 의미하는 것은 어떤 주어진 이상이나 규범보다는 절차상의 합의를 통한 규범이나 질서의 보편타당성에 우위를 둔다. 이러한 절차상의 합리성은 PR커뮤니케이션에서 주장하는 과정상의 균형(symmetry) 이론과 일치하는 면도 있다. 결과적인 실용주의 노선과 상관없이 과정상의 균형을 확보하는 것이 PR커뮤니케이션의 이상적인 형태라고 보는 것이다. 하지만 이러한 과정상의 균형, 혹은 윤리는 결과론적인 무책임함을 불러올 수도 있다.

하지만 이런 오래된 PR커뮤니케이션의 풀리지 않는 숙제를 하버마스를 통해서 해결하는 것이 가능해진다. 하버마스가 주장하는 보편타당한 합리성 혹은 절차적인 합리성은 인지 도구적, 도덕 실천적, 미학 표현적 합리성을 모두 포함하는 것이다. 즉 PR커뮤니케이션이 보다 이상적인 형태를 갖추기 위해서는 기능주의, 비판학적인 접근, 수사학적인 접근 등의 광범위한 이론적인 기반을 통합적으로 받아들이는 것이 필요하다. 만약 과정상의 균형이 기능주의적인 의미만을 수용한다면 그러한 과정상의 균형은 실질적으로 커뮤니케이션을 통한 문제해결에 기여할 수 없다. PR커뮤니케이션이 진정으로 민주주의에 기여하기 위해서는 광범위한 이론적인 논의를 받아들여 스스로 보편타당한 합리성을 갖추어나가는 수밖에 없을 것이다.

또한 이러한 PR커뮤니케이션의 새로운 방향성은 기존 매스커뮤니케이션 연구의 지나친 미디어 중심주의(media-centrism)로부터의 이탈을 의미한다. PR커뮤니케이션이 조직의 이기적인 목적이 아니라 사회적인 공동선을 달성하기 위해 이용될 수도 있으며, 미디어 접근권을 확대하여 공론영역을 확대하는 기능을 담당할 수 있다는 것을 받아들이는 것이 필요하다. 갠디(Gandy, 1982), 매닝(Manning, 2001) 등의 대부분의 저널리즘 연구에서 찾아볼 수 있는 것처럼 소스로서 PR커뮤니케이션의 역할을 조직의 이기적인 목적으로 제한하는 것은 저널리즘 연구를 파편화 시키면서 소스에 대한 광범위한 이해를 제한하는 경향이 농후하다(Shoemaker, 1989).

소스와 미디어의 관계와 관련하여 PR의 새로운 역할에 주목하는 관점이

극단적인 다원주의 관점이다(Davis, 2000). 이 관점은 단순한 미디어의 역할에 의한 이해관계의 다원주의가 아니라 비공식적인 조직들의 PR커뮤니케이션 활동에 주목하면서 다양한 미디어 소스의 활동과 광범위한 커뮤니케이션 활동, 이성적인 주장을 통한 힘의 균형 회복을 연결시킨다. 이러한 소스의 합리적인 경쟁을 통한 공론의 장 형성과 확대는 PR커뮤니케이션의 역할이 단순히 힘을 가진 집단을 위한 조직커뮤니케이션 기능으로서가 아니라 의사소통합리성을 통해서 사회적인 힘의 균형을 맞추는 역할을 할 수 있다는 것으로 해석할 수 있다.

하지만 지금까지의 논의들은 현재 우리나라의 상황에 비춰보면 일부 자발적인 비영리조직이나 시민단체에는 적용될 수 있지만 영리기업의 PR커뮤니케이션 활동과는 유리되는 측면이 강하다. 앞으로의 과제는 합리적인 경쟁과 갈등의 해결, 사회적인 힘의 균형 회복을 위해 우리 사회 모든 조직들에 적용될 수 있는 합리적인 PR커뮤니케이션 행위를 이론화하는 일이다. 또한 이러한 시도는 실제 PR커뮤니케이션 사례에서 광범위한 합리성에 바탕을 둔 PR활동 사례를 실증적으로 보여주는 후속 작업을 통해 강화될 수 있다. PR커뮤니케이션과 하버마스의 만남은 과도한 미디어 중심주의의 극복과 의사소통을 통한 공론영역의 확장을 통해 사회전체의 공동선에 기여하는 새로운 시도로 요약될 수 있다.

◆ 참고문헌

김삼룡 (2003). 하버마스의 담화개념. ≪한국정책학회보≫, 12권 2호, 2~31.

김영욱 (2003). 『PR커뮤니케이션 이론: 체계 수사 비판이론의 통합』. 서울: 이화여대 출판부.

문병훈 (1996). 하버마스의 규범적 커뮤니케이션 모델과 그 언론학적 수용. ≪한국언론학보≫, 38권 3호, 249~296.

선우현 (1998). 보론: 하버마스의 비판적 사회이론 기획-현실비판과 정치적

실천력의 결합을 위한 '실천적 이론틀'의 모색. 선우현 역. 『하버마스: 철학과 사회이론』. 서울: 거름, 216~255쪽.

"시도 놀란 아름다운 경쟁". 2003.12.10. ≪동아일보≫, A31.

이상화 (1997). 하버마스의 사회분석틀에 대한 여성주의적 비판. 정호근 외 편. 『하버마스 이성사회의 기획 그 논리와 윤리』. 서울: 나남, 381~408쪽.

이효성 (1989). 『정치언론』. 서울: 이론과 실천.

한자경 (1996). 하버마스의 의사소통적 합리성. 이진우 편. 『하버마스의 비판적 사회이론』. 서울: 문예출판사, 55~81쪽.

홍기수 (1999). 『하버마스와 현대철학』. 울산: 울산대 출판부.

Berger, B. K. (2005). Power Over, Power With, and Power to Relations: Critical Reflections on Public Relations, the Dominant Coalition, and Activism. *Journal of Public Relations Research*, 17(1), 5~28.

Cobb, R. W. & Elder, C. D. (1983). *Participation in American Politics: The Dynamics of Agenda-Building* (2nd ed.). Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press.

Cohen, J. & Arato, A. (1992). *Civil Society and Political Society*. Cambridge, MA: MIT Press.

Coombs, T. (1993). Philosophical Underpinnings: Ramifications for a Pluralist Paradigm. *Public Relations Review*, 19(2), 111~120.

Cottle, S. (2003). News, Public Relations and Power: Mapping the Field. S. Cottle (Ed.). *News, Public Relations and Power*. London: Sage, 1~24.

Cutlip, S. M., Center, A. H. & Broom, G. M. (2000). Effective Public Relations (8th ed.). *Upper Saddle River*, NJ: Prentice-Hall.

Davis, A. (2000). Public Relations, News Production and Changing Patterns of Source Access in British National Media. *Media, Culture, and Society*, 22(1), 39~59.

Dozier, D. M., Grunig, L. A. & Grunig, J. E. (1995). *Manager's Guide to Excellence in Public Relations and Communication Management*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Dozier, D. M., & Lauzen, M. M. (2000). Liberating the Intellectual Domain from the Practice: Public Relations, Activism, and the Role of

the Scholar. *Journal of Public Relations Research*, 12(1), 3~22.

Durham, F. (2005). Public Relations as Structuration: A Prescriptive Critique of the StarLink Global Food Contamination Case. *Journal of Public Relations Research*, 17(1), 29~47.

Gandy, O. (1982). *Beyond Agenda Setting: Information Subsidies and Public policy*. Norwood, NJ: Ablex Publishing.

Garnham, N. (1986). The Media and the Public Sphere. P. Golding, G. Murdock, and P. Schlesinger (eds.). *Communicating Politics: Mass Communications and the Political Process*, Leicester: Leicester University Press.

Gordon, J. C. (1997). Interpreting Definitions of Public Relations: Self Assessment and a Symbolic Interactionism-Based Alternative. *Public Relations Review*, 23, 57~66.

Grunig, J. E. & Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. New York: Holt, Rinehart, & Winston.

Habermas, J. (1975). *Legitimation Crisis*. (T. McCarthy, Trans.). Boston, MA: Beacon. (Original work published 1973).

_____ (1989). *The Structural Transformation of a Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society* (T. Burger & F. Lawrence, Trans.). Cambridge, MA: MIT Press. (Original work published 1962). 한승완 역 (2001). 『공론장의 구조변동: 부르주아 사회의 한 범주에 관한 연구』. 서울: 나남.

_____ (1984). *The Theory of Communicative Action, Vol. 1: Reason and the Rationalization of Society* (T. McCarthy, Trans.). Boston: Beacon. (Original work published 1981). 서규완, 심광섭, 노진철, 김기욱, 최문규 역 (1995). 『소통행위이론 I: 행위합리성과 사회적 합리화』. 서울: 의암출판.

_____ (1987). *The Theory of Communicative Action, Vol. 2: Lifeworld and System* (T. McCarthy, Trans.). Boston: Beacon. (Original work published 1981).

_____ (1998a). *The Inclusion of the Other: Studies in Political Theory* (C. Cronin & P. D. Greiff, Edited and Trans.). Cambridge, MA: MIT

Press. (Original work published 1996).

_____ (1998b). *On the Pragmatics of Communication* (M. Cooke, Edited and Trans.). Cambridge, MA: MIT Press.

Heath, R. L. (1993). A Rhetorical Approach to Zones of Meeting and Organizational Prerogatives. *Public Relations Review*, 19, 141~155.

_____ (2001). A Rhetorical Enactment Rationale for Public Relations: The Good Organization Communicating Well. in R. L. Heath (ed.), *Handbook of Public Relations*. Thousand Oaks, CA: Sage, 31~50.

Jacobson, T. L. & Storey, J. D. (2004). Development Communication and Participation: Applying Habermas to a Case Study of Population Programs in Nepal. *Communication Theory*, 14(2), 99~121.

Jamieson, K. H. (1992). *Dirty Politics: Deception, Distraction and Democracy*. Oxford: Oxford University Press.

Karlberg, M. (1996). Remembering the Public in Public Relations Research: From Theoretical to Operational Symmetry. *Journal of Public Relations Research*, 8(4), 263~278.

Leeper, R. V. (2001). In Search of a Metatheory for Public Relations: An Argument for Communitarianism. in Heath, R. L (Eds.). *Handbook of Public Relations*. California. Sage Publications, 93~104.

Leitch, S. & Neilson, D. (2001). Bringing Publics into Public Relations: New Theoretical Frameworks for Practice. R. Heath (Ed.), *Handbook of Public Relations*. Thousand Oaks, CA: Sage, 127~138.

Manning, P. (2001). *News and News Sources: A Critical Introduction*. London, Sage.

McCarthy, T. (1978). *The Critical Theory of Jürgen Habermas*. Cambridge, MA: MIT Press.

McNair, B. (1996). Performance in Politics and the Politics of Performance: Public Relations, the Public Sphere and Democracy. in J. L'Etang & M. Pieczka (Eds.). *Critical Perspectives in Public Relations*. London: International Thomson Business Press, 35~53.

Moffitt, M. A. (1994). A Cultural Studies Perspective toward Understanding Corporate Images: A Case Study of State Farm Insurance.

Journal of Public Relations Research, 6(1), 41~66.

Pieczka, M. (1996). Paradigms, Systems Theory and Public Relations. in J. L. L'Etang & M. Pieczka (Eds.), *Critical Perspectives in Public Relations*. London: International Thomson Business, 124~156.

Price, V. (1992). *Public Opinion*. Newbury Park, CA: Sage.

Reese-Schäfer, W. (1991). *Jürgen Habermas*. Frankfurt, Germany: Campus Verlag. 선우현 (1998). 『하버마스: 철학과 사회이론』. 서울: 거름.

Roper, J. (2005). Symmetrical Communication: Excellent Public Relations or a Strategy for Hegemony. *Journal of Public Relations Research*, 17(1). 69~84.

Shoemaker, P. (1989). Public Relations versus Journalism?. *American Behavioral Scientist*, 33(2), 213~215.

Toth, E. L. (1993). The Case for Pluralistic Studies of Public Relations: Rhetorical, Critical, and Systems Perspectives. in E. L. Toth & R. L. Heath (Eds.), *Rhetorical and Critical Approaches to Public Relations*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., 3~15.

Toth, E. L. & Heath, R. L. (Eds.). (1993). *Rhetorical and Critical Approaches to Public Relations*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Vasquez, G. M. (1994). Testing a Communication Theory-Method-Message-Behavior Complex for the Investigation of Publics. *Journal of Public Relations Research*, 6, 291~316.

Vasquez, G. M. & Taylor, M. (2001) Research Perspectives on "the Public". In Heath, R. L (ed.). *Handbook of Public Relations*. Newbury Park, CA: Sage, 139~154.

Wolfsfeld, G. (2003). The Political Contest Model. S. Cottle (Ed.). *News, Public Relations and Power*, London: Sage, 81~96.

(최초 투고 2005. 5. 25, 최종원고 제출일 2005. 7. 4.)

The Convergence of Habermas' Communicative Action Theory and Public Relations

Yung-Wook Kim

Professor

(School of Mass Communication, Ewha Womans University)

The purpose of this essay is to converge the theory of communicative action into the new paradigm of 'public relations democracy.' The notions of communicative action rationality, the public sphere, and deliberative democracy led new public relations paradigm approaches including meaning sharing, media access enlargement, and theoretical ramifications for the powerless. As Habermas prospected the power of comprehensive rationality to solve post-capitalist problems, the paradigm of public relations democracy visions the new era of public relations equipped with rhetorical and critical approaches. The new paradigm tries to overcome functional fallacy and embraces the concept of public interest. The paradigm of public relations democracy aims at integrating all three levels of public relations activities such as individual, organizational, and social levels, and pursues to enlarge the public sphere through increasing communicative actions and resolving social conflicts. Habermas's critical theory exhibits an opportunity for public relations theory building.

Keywords: Habermas's critical theory, theory of communicative action, the public sphere, public relations democracy