

第 1 部分

演 进

第 1 章 定义公共关系

第 2 章 公共关系的历史和发展

公共关系实务(第 14 版)

The Practice of Public Relations

定义公共关系

学习目标

1. 给出公共关系实践的定义并强调它作为 21 世纪一股宝贵而强大的社会力量的重要性。
2. 探索公共关系的各种群体,以及该领域最显著的功能。
3. 强调该领域的伦理本性并批驳公关人员是被雇来进行“诡辩”的说法。
4. 审查一名优秀的公关人员所需具备的必要条件——技术方面和态度方面。



开发职业技能

21 世纪,所有的学生,无论其专业是什么,都应当学习公共关系实务。

公共关系的本质是通过协作交流来建立互利关系。在由无时无刻无所不在的全球社交媒体连接起来的世界上,有效的公共关系在减少障碍和建立联系方面发挥的重大作用是无可替代的。无论你是否打算在公关领域求职(事实上所有的行业、所有的职业都离不开公关人员),本书都致力于向你传授能够帮助你实现自己的理想和目标的沟通目的、策略和技巧。学习这些知识有助于增强你在写作、演讲和独立思考等批判性技巧方面的信心,而这些技巧可以激励其他人采取行动。学习这些知识还有助于你理解为什么在工作和生活中做任何决策时都应遵循公平和道德行为准则。

更为重要的是,本书将帮助你理解能够改变社会的政治运动、商业计划和社会运动的支撑力量,即依靠公共关系实践获得支持的力量。

2018 年 1 月 2 日 9:39,美国总统特朗普又一次以发推特这一他最偏爱的公共关系媒介开始了他的一天:“每况愈下的《纽约时报》聘请了一名新的出版人——索茨伯格(A. G. Sulzberger),恭喜啊。这是《纽约时报》实现其创办人阿道夫·奥克斯(Adolph Ochs)的愿景——不分党派、派别和利益,不偏不倚地报道新闻——的最后机会。”9:53,特朗普再次发推特说:“秉承更高标准的公正无私的记者们,丢掉你们那些虚假的、并不存在的

‘消息来源’吧,公平地对待美国总统,等下次我(和人民)获胜的时候,你们就不用再为了没干好本职工作而给读者写道歉信了。”¹

这就是 21 世纪公共关系实践所面临的谜题。

一方面,历史刚刚超过百年的公共关系实践前所未有地有影响力或者说有价值。美国总统特朗普就是最有力的证据。特朗普正是通过采用公共关系技巧和策略与支持者进行直接沟通而坐上总统宝座的,他充分利用社交媒体和市政厅会议并与其友好的媒体频繁接触。入主白宫后,特朗普继续与公众直接对话,撇开了他的前任们及其他所有位高权重者一直以来所倚重的传统媒体“传声筒”。

另一方面,特朗普的沟通方式包括:定期诋毁《纽约时报》等老牌媒体;不分盟友和批评者,一律贬低;夸夸其谈,大吹大擂;在执政第一年就发布了近 2 000 项虚假或误导性的声明(据至少一个新闻数据库的统计)。这些做法违背了几乎每一个有着悠久历史的公共关系原则。²

如何调和特朗普对公共关系技巧广泛而有效的应用与其对公共关系道德规范的公然违反正是当代公共关系践行者所面临的窘境。毫不夸张地说,特朗普的沟通行为已经严重影响了公共关系实践,使其更为复杂(参见图 1-1)。



图 1-1 公共关系谜题

2016 年唐纳德·特朗普当选美国总统在很大程度上要归功于不顾公共关系道德地运用各种公关策略。(照片由 Gino's Premium Images/Alamy Stock Photo 提供。)

不过,毫无疑问,21 世纪第二个 10 年,公共关系实践已经成为最强大的社会力量之一。

从美国总统到俄罗斯总统,从教皇到英国女王,从苹果公司到沃尔玛公司,从泰勒·斯威夫特(Taylor Swift)到肯德里克·拉马尔(Kendrick Lamar),每一个人每一天都在进

行公共关系实践。

如今,几乎没有哪种社会力量比公共关系实务更为强大,尤其是当公共关系与社交媒体——脸书和推特、图享和阅后即焚、即时通讯、电子邮件、手机图片、博客、维基百科、播客及所有其他新兴网络技术的凝聚——结合在一起时。

社交媒体与公共关系这二者的联合彻底改革了组织和个体与其位于世界各地的关键构成群体之间的沟通方式。

但是,说到底,什么是公共关系呢?

这个问题仍然困扰着包括公关人员在内的很多人,他们似乎永远无法就自己的职责是什么达成共识。

事实上,2012年美国公共关系协会(PRSA)询问了美国的20多万名公关人员以及成千上万名海外公关人员,试图得到一个通用定义。美国公共关系协会的这一努力被《纽约时报》描述为,“受到了广泛的关注,其中不乏诽谤、讥讽的评论和事后批评”。³美国公共关系协会收到了来自公关人员、学者、学生以及公众的927条建议定义,最终选出的定义是:

公共关系是一个在组织及其公众之间建立互利关系的战略性沟通过程。⁴

这个定义还不错,尽管从业人员仍然在抱怨,甚至美国公共关系协会的首席执行官也承认:“就像‘美’一样,不同的人对美有不同的标准,‘公共关系’也是如此。”⁵

在充满了沟通的社会中,从传统的日益受到威胁的报纸、杂志到每周7天每天24小时的广播和电视谈话节目,再到非传统的社交媒体,公众无时无刻不在接受各种各样的信息轰炸。沟通者所面临的挑战就是厘清混乱并提出具有说服力的可行的论点。

在当今社会,答案很大程度上都归结于公共关系。换一种说法,21世纪,权力、价值及公共关系实践所带来的影响是史无前例的。



公共关系的辉煌

21世纪,公共关系作为一个领域在数量和方向上都经历了极其迅速的成长。如今,公共关系显然是一个增长型产业。

- 美国劳工统计局的资料显示,仅在美国,公共关系就是一个拥有数十亿美元资产的领域,专业人员数量达26万人。美国劳工统计局进一步声称,2016—2026年,公关人员的就业增长速度预计将达到9%,相应地将提供2.3万多个新的就业岗位,“组织出于维持公众形象的需要将持续推动就业增长”。⁶
- 从全世界来看,公共关系实践也在大幅增长。成立于1948年的国际公共关系协会在80多个国家拥有众多的会员。
- 该领域主要的行业协会都拥有大量会员,成立于1947年的美国公共关系协会的300个分会有3万多名会员和1万名大学生,成立于1970年的国际传播专业人士协会在70个国家拥有1万名会员。
- 大约250所美国大学和学院以及更多的海外大学都有公共关系专业或学位项

目。大多数大学至少开设一门公共关系课程。美国四年制的学院及大学招收的公共关系本科生保守估计已超过2万人。公共关系的研究生教育也在发展,有研究指出,21世纪初以来,公共关系的研究生项目的数量从26个增加到了75个。⁷此外,在大多数大学的新闻学院,公共关系专业在招生中排第一或第二位。⁸出现这一趋势的一个原因是公关人员与新闻记者之间的收入差距正在拉大,公关人员的平均年薪为54 940美元,而新闻记者的平均年薪仅为35 600美元。⁹

- 美国政府拥有数千名沟通专家负责将政府机构和人员的行动告知公众,虽然他们中并没有人被冠以公关专家这样的称呼。美国国防部有近3万名从事招聘、广告和公关工作的专业人员。¹⁰
- 包括 Omnicom、Interpublic 集团和 WPP 集团在内的世界上最大的公关公司都附属于媒介产业集团,它们拒绝透露公共关系方面的收入。该领域主要由规模较小的私营公司组成,其中很多公司都采用创投模式。公关公司的年收入通常不超过100万美元,员工也往往不足10人。不过,美国的前10家独立的公关公司的年收入总和却超过了10亿美元,最大的一家独立企业爱德曼公关公司(Edelman Public Relations)有5 903名员工,年收入超过8.75亿美元。¹¹

21世纪,社会的所有组成部分——公司、非营利组织、政府、宗教机构、体育团体、艺术机构及其他所有机构都在艰难地应对经济条件、竞争、安全问题和公众意见的不断变化,越来越多的机构都对宣传自己的事迹发生了兴趣,公关业预计将蓬勃发展。

公关人员也确实在社会的各个领域获得了重要位置。美国总统的新闻秘书每天都会出现在白宫新闻简报的电视节目中。前任新闻秘书罗伯特·吉布斯(Robert Gibbs)如今是奥巴马的贴身顾问。曾常年担任乔治·W. 布什的公关顾问的卡伦·休斯(Karen Hughes)从白宫的总统特别助理一路晋升为美国国务院公共外交副国务卿,主要负责改变国际社会对美国的态度。

在企业就职的薪酬水平最高的公关专业人员的年薪达到了百万美元。公关专业人员一度默默无闻,不过如今公关专家们则忙着出书、在电视节目中露面,他们的言论被广泛地引用。2005年美国联合包裹公司(UPS)招募沟通专家克里斯汀·欧文斯(Christine Owens)加入公司管理委员会时,首席执行官迈克·埃斯丘(Mike Eskew)说:“沟通至关重要,公司的管理委员会中必须有其一席之地。”¹²

该行业日益提升的地位中最令人欣喜的一个侧面可能是来自其他行业的竞争变得越来越激烈。如今该领域的从业人员发现日益面临没有公共关系背景的人的威胁,例如,律师、营销人员和各种普通管理人员都急切地想要获得与管理层接近以及在公关业一展身手的机会。[这种转变通常并不顺利,就如同2017年原投资银行家安东尼·斯卡拉穆奇(Anthony Scaramucci)跨界出任白宫沟通主管的灾难性事件,我们将在第12章(痛苦地)回顾该事件。]

公共关系领域的力量来自它的根本:“民主社会里,人们在社区、市场、家庭、工作场所和投票室都有权自由辩论和做决定。私人 and 公共机构需要与团体和个人建立良好的关系,他们的观点、决定和行动影响他们的活力和生存。”¹³

随着世界各地的人们不断争取捍卫自己的自由,公共关系所拥有的沟通力量仍将增长。

什么是公共关系

美国公共关系协会 2012 年给出的定义是:公共关系是一个在组织及其公众之间建立互利关系的战略性沟通过程。这个定义真的是相当不错。

公共关系的确是一个“战略性”的过程,它致力于帮助实现组织的目标。它的基本要求是“沟通”,它的着眼点是“建立关系”。

公共关系的另一个定义是:公共关系是一个有计划的过程,立足于双方都满意的双向沟通,通过健全的人格和适当的表现来影响公众的看法。

至少本书的作者相信是这样的。

这个定义加入了在有效的公共关系实践中不可或缺的“计划”这一元素,以及通过“双向沟通”来“倾听”,再加上“人格”或“道德”和“表现”等元素。这就是为什么特朗普式的公关方式对公关人员来说问题重重。当建立在符合道德规范的原则和适宜的行为基础之上时公共关系是最为有效的。离开了人格和表现这两个基本的前提条件,要实现可持续的影响将是昙花一现或者根本是不可能的。换句话说,你可以在某些时候欺骗某些人,但是你无法永远欺骗所有的人。换句话说,“往臭鼬身上洒多少香水它闻起来也还是臭的。”

事实上,关于公共关系有很多不同的定义。美国历史学家罗伯特·黑尔布鲁尼(Robert Heilbroner)曾经将公关业描述为“一个拥有 10 万兄弟姐妹的群体,是把这些人联系在一起的职业,而他们共同的难处是其中没有任何两个人能对该职业作出一致的解释”。¹⁴

1923 年,爱德华·伯奈斯对当时处于成长阶段的公关咨询业做了具体描述:

向公众提供信息,在公众的指引下调整组织的态度和行动,努力使组织的态度和行动与组织内部的人或所服务的公众的利益相吻合。¹⁵

早在 1975 年人们对于“公共关系”还不了解时,美国公关研究和教育基金会发起了历史上规模最大的一次寻求公关通用定义的运动。共有 65 位公关领域的领导者参与了这项研究,他们对 472 个不同的定义进行了具体分析,然后给出了下面这个定义:

公共关系是一项独特的管理职能,它帮助组织建立、保持与公众间的相互沟通、理解、接受和合作关系;参与对问题或议题的处理;帮助管理层了解公众意见,并及时作出响应;界定和强调管理层对公众利益所负有的责任;协助管理层紧跟形势的变化并充分利用这些变化;扮演早期的预警系统来协助对未来趋势作出预测;将研究及正确且合乎伦理道德的沟通技巧作为主要工具。¹⁶

美国公共关系协会所采纳的 2012 年定义反映了公共关系实务的所有关键职能——研究、计划、沟通对话和评估。

不管选取哪个正式定义来描述公共关系,要想获得成功,公关人员都必须时刻致力于一个有计划的、符合道德规范的过程以影响其目标受众的态度和行动。

影响公众的看法

公共关系可能影响公众看法的过程是什么呢?传播学教授约翰·马斯顿(John Marston)提出了基于特定职能的4步模型:①研究(research);②行动(action);③沟通(communication);④评估(evaluation)。¹⁷当公关人员面对一项任务时,无论是推广客户的产品还是维护客户的名誉,他都应该采用马斯顿的R-A-C-E法。

- (1) 研究。对某个议题的态度进行研究。
- (2) 行动。根据公共利益确定客户的行动。
- (3) 沟通。就该行动计划与公众沟通以获得理解、认同和支持。
- (4) 评估。评估沟通的效果,确定公众的看法是否受到了影响。

上述过程的关键是第2步——行动。如果没有适当的行动,就不可能获得有效的沟通或正面的宣传效果。换句话说,优良的表现必须先于公关宣传。先行动再沟通。甚至有些人可能认为公共关系(PR)实际上应该代表表现认可(performance recognition)。也就是说,明确沟通的积极行动将带来积极的效果。

这就是公共关系R-A-C-E过程的精华。

公共关系学教授希拉·克拉夫·克里法西(Sheila Clough Crifasi)提出将R-A-C-E法扩展为5步R-O-S-I-E法以涵盖更多的管理职能。¹⁸R-O-S-I-E法在研究和评估中间加入了目标、策略和执行职能。制定清晰的目标、按照既定的策略来安排工作并执行预定的计划,这些的确都是公共关系实务中的关键要素。

还有一些人提出了P-R-I-E法,即研究、计划、执行和评估。该方法强调计划这一要素作为激活沟通主动力之前的必要步骤。¹⁹

R-A-C-E法、R-O-S-I-E法和P-R-I-E法都是对另一个早已被广泛引用的公共关系定义的仿效,该定义是由已故的丹尼·格里伍德(Denny Griswold)提出的,她创办了公共关系新闻杂志。

公共关系是一项管理职能,它对公众的态度进行评估,帮助个人或组织确认与公众利益有关的政策和步骤,制订计划并按照计划采取行动,以赢得公众的理解和接受。²⁰

这个定义的关键是管理和行动。要想让公关适当地为组织服务,就必须直接向最高管理层报告。公关人员必须作为管理层的忠实代理人,不受其他部门的影响。要做好公关工作,公关部门向最高管理层提交的建议就不能经过其他方面的过滤、审查和删节。这通常说起来容易做起来却很困难,因为大多数公关部门是通过营销、广告甚至是法律部门汇报工作的。

公共关系也不能脱离适当行动而存在。如前所述,无论其内容多么有说服力,沟通都无法挽救表现不佳的组织。也就是说,如果行动是有瑕疵的或者表现是糟糕的,那么再出色的沟通也无法改变这一事实。

正如教育家梅尔文·夏普(Melvin Sharpe)所说,公共关系是“旨在使社会上的个人和组织之间保持长期和谐关系的一个过程”。为了实现“和谐”,夏普教授为公共关系过程提出了5项原则:

- 诚实地沟通以建立可信用度。
- 开放、一贯性地行动以保持自信。
- 做事公正以维持互利关系和信誉。
- 不断进行双向沟通以防止疏远并建立关系。
- 进行环境研究和评估,以找到实现社会和谐所需的行动和调整措施。²¹

如果你仍然无法理解公共关系实务到底是什么,那么考虑一下公共关系学教授贾尼斯·谢林·詹尼(Janice Sherline Jenny)给出的定义:“公共关系是对所有与组织有直接或间接关系的实体(即所面对的公众和组织)与企业之间的沟通进行管理的活动。”²²

无论你可能选择用哪个定义来解释公共关系,几乎没有人会否认有效公关的目标是使组织内部和外部的关系保持和谐,从而在公众中建立长久而稳定的信誉。

道德问题

哈佛大学拒绝了一名泄密者

无论你是在公司、政府机关、行业协会、体育团队还是学术机构就职,都离不开公共关系实践。

我们来看看2017年秋发生在全球最负盛名的高等学府之一哈佛大学的一件事。

哈佛大学肯尼迪政府学院是政界领袖们学习、思考和争论当今最紧迫的问题的神圣殿堂。每一年,该学院都会邀请一批访问学者与学院中志同道合的学者们定期交流。前美国陆军情报分析员切尔西·曼宁(Chelsea Manning)出现在2017年的访问学者名单中,获此殊荣的还有:特朗普总统的前新闻秘书肖恩·斯派塞(Sean Spicer)和前竞选经理科里·莱万多斯基(Corey Lewandowski),希拉里·克林顿2016年竞选总统时的竞选经理罗比·莫克(Robby Mook)和发言人凯伦·芬尼(Karen Finney),以及反对特朗普的主持人乔·斯卡伯勒(Joe Scarborough)和米卡·布热津斯基(Mika Brzezinski)。

4年前,曼宁因为向维基解密泄露了数千份机密且敏感的军事文件而违反《间谍法》及其他罪名上了军事法庭并被判入狱35年,从而变得家喻户晓。维基解密从2010年2月开始向全球散播曼宁提供的爆炸性文件,3个月后,曼宁被逮捕。曼宁受到的指控中,仅“通敌罪”一项就足以被判处死刑。2017年1月,奥巴马总统赦免了曼宁,她于5月获释(见图1-2)。

肯尼迪政府学院代理院长在宣读包括曼宁在内的访问学者名单时指出,“学生们可以与多元化的专家、领导者和政策制定者们互动。我们欢迎来自各方的有关种族、性别、政治和媒体的深思熟虑的观点。”



图1-2 消失了的邀请

2017年被定罪的前美国陆军情报分析员切尔西·曼宁原本收到了做哈佛大学访问学者的邀请,然而哈佛大学因为这件事在公共关系方面受到打击,进而取消了对曼宁的邀请。(照片由 Alexey Druzhinyn/ZUMAPRESS/Newscom 提供。)

呵呵,好景并不长久。

该学院对曼宁的邀请立即受到了铺天盖地的批评,让哈佛大学陷入了公关危机。奥巴马执政时曾担任美国中央情报局(CIA)副局长的迈克尔·莫雷尔(Michael J. Morell)辞去了哈佛大学访问学者的职务,称其邀请曼宁担任访问学者“非常不适宜”,是“将荣誉颁给了一名被定罪的重罪犯和泄密者”。特朗普总统任命的CIA局长迈克·蓬佩奥(Mike Pompeo)也紧随其后,推拒了原本已应承下来的哈佛大学某论坛的邀请。

哈佛大学在短短几天内就权衡明白了利弊。哈佛大学肯尼迪政府学院院长道格拉斯·埃尔门多夫(Douglas Elmendorf)宣布取消对曼宁的邀请,承认自己要为该错误负责。他指出:“我现在才明白,很多人将访问学者的头衔看作是一项荣誉,我们在发出邀请之前应该考虑到这方面的因素。”

埃尔门多夫院长表示,学院虽然取消了对曼宁的访问学者邀请,但仍欢迎她来校演讲。曼宁拒绝了,发推特称自己被迫于“CIA的压力”而退缩的哈佛大学取消了邀请,感到很“荣幸”。

问题

1. 你觉得哈佛大学邀请切尔西·曼宁做访问学者是否正确?请给出理由。
2. 你觉得哈佛大学在受到来自公众的压力后取消对曼宁的邀请是否正确?请给出理由。
3. 如果你是哈佛大学的公关主管,就是否邀请曼宁做访问学者一事,你会对肯尼迪政府学院给出什么建议?

For further information, see Liam Stack, “Sean Spicer and Chelsea Manning Join Harvard as Visiting Fellows,” *The New York Times*, September 13, 2017; Matthew Haag and Jonah Engel Bromwich, “Harvard Disinvites Chelsea Manning, and the Feeling Is Mutual,” *The New York Times*, September 14, 2017; “Statement from Douglas W. Elmendorf, Dean of Harvard Kennedy School, regarding the School’s invitation to Chelsea Manning to be a Visiting Fellow,” Harvard Kennedy School (September 15, 2017); Trevor Timm, “Chelsea Manning Has a Lot to Teach. Harvard Doesn’t Agree.” *The New York Times*, September 15, 2017.

让公众了解管理层

已故的里昂·赫斯(Leon Hess)曾经管理着美国最大的石油公司之一,还执掌过纽约火箭橄榄球队,他引以为傲的是自己从未设立过公关部门。赫斯先生是一位非常低调的人,不愿自己或自己的公司引起公众关注。

然而,时代已经发生了变化。

如今,那些叫嚣“我不需要公关!”的首席执行官都是傻瓜。他们没有选择,无论是否愿意,所有的组织都要公关。这也是本书的主旨——职业公关,你必须为之努力的目标。

公共关系差不多影响了每一个人,只要是需要与其他人打交道就不能避免。我们每一个人每一天都以各种方式进行着公关。对于一个组织来说,每一通电话、每一封信函、每一次面对面的接触,都是一次公关事件。

因此,公关人员事实上是组织的解说者。一方面,他们必须将管理层的理念、政策、计划和行动向公众进行诠释;另一方面,他们必须将公众的态度反映给管理层。

我们先来看一下管理层。

公关人员要想取得目标公众的注意、理解和认可,并最终让其采取预期的行动,首先必须知道管理层的想法。

良好的公关活动不可能在真空中开展。无论组织的规模怎样,公关部门的效率与其和管理层的接触程度是直接相关的。例如,让一位不了解参议员真实想法的新闻秘书向公众解释参议员的某项重大决定肯定是徒劳无功的。同样,如果公关人员无法掌握管理层的决策原因及组织政策的理论基础的第一手资料,他们也将无法发挥作用。

任何组织的公关部门都可以为管理层提供咨询、提出建议,甚至可以力劝管理层采取行动,但是控制组织政策的必须是管理层。

公关人员的职责是,在管理层制定政策之后,将有关这些政策的信息准确、如实地传达给公众。这中间的任何疏漏都可能导致严重的问题。

让管理层了解公众

现在让我们来考虑另一个群体——公众。

将公众诠释给管理层是指找出公众对企业的真实看法是什么并让管理层知道。但是令人遗憾的是,近代历史充满了权威机构及其公关部门未能准确判断公众真实感受的例子。

- 20世纪60年代,通用汽车公司对于一位名为拉尔夫·纳德(Ralph Nader)的名不见经传的消费者权益保护主义者向公众散布通用汽车公司的Corvair汽车“在任何速度下行驶都不安全”的言论一直未予重视。但随着纳德散布的言论逐渐被人们相信,通用汽车公司被迫雇用专业侦探去跟踪他。由于订单大幅减少,通用汽车公司不得不承认,公司的行为存在一定的偏颇,而Corvair汽车也被迫退出市场,给公司造成了巨大损失。
- 20世纪70年代,汽油的价格和石油公司的利润都在迅速提高,石油公司被愤怒的石油消费者围攻。然而,就在对石油公司的批评最为激烈的时候,美孚石油公司决定收购蒙哥马利·沃德连锁商店的母公司,这一行动使公司被公开批评其拒绝降低油价的做法。
- 20世纪80年代,罗纳德·里根凭借其理解选民想法的天赋登上了美国总统的权力宝座。然而,接替其职位的乔治·H. W. 布什却是位技巧不甚灵活的沟通者,他未能察觉公众对美国经济的担忧。尽管布什总统领导美国在海湾战争中取得了胜利,他却未能留意到“经济才是重点,笨蛋”这一警告,最终在总统大选中败给了后起之秀阿肯色州州长比尔·克林顿。
- 20世纪末,克林顿总统似乎忘记了帮助他人主白宫的坦诚沟通技巧,在其与白宫实习生的绯闻事件中对美国公众说了谎。继之而来的丑闻最终导致他被国会弹劾,这给克林顿的政治生涯带来了污点,也毁掉了他的名声。
- 21世纪初,克林顿的继任者乔治·W. 布什因其在2001年9月11日恐怖袭击事