

公共关系史

(17-20世纪)

Public Relation History:
From the 17th to the 20th Century

〔美〕斯各特·卡特里普 (Scott M. Cutlip) 著
纪华强 焦 妹 陈易佳 译

公共关系史

(17-20世纪)

Public Relation History:

From the 17th to the 20th Century

〔美〕斯各特·卡特里普 (Scott M. Cutlip) ◎著

纪华强 焦 妹 陈易佳 ◎译

图书在版编目(CIP)数据

公共关系史:17—20 世纪/[美]卡特里普(Cutlip, S. M.)著;纪华强,焦妹,陈易佳译.

—上海:复旦大学出版社,2012.11

书名原文:Public Relation History: From the 17th to the 20th Century

ISBN 978-7-309-09046-8

I. 公… II. ①卡…②纪…③焦…④陈… III. 公共关系学-思想史-美国-17 世纪~20 世纪
IV. C912.3-097.12

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 143185 号

Public Relation History: From the 17th to the 20th Century: The Antecedents by Scott M. Cutlip

Copyright © 1995, by Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

All rights Reserved Authorized translation from the English language edition published by Routledge, a member of the Taylor & Francis Group LLC.

Copies of this book sold without a Taylor & Francis sticker on the cover are unauthorized and illegal.

上海市版权局著作权合同登记 图字:09-2009-526 号

公共关系史:17—20 世纪

[美]斯各特·卡特里普 著

纪华强 焦 妹 陈易佳 译

责任编辑/姜 华

复旦大学出版社有限公司出版发行

上海市国权路 579 号 邮编:200433

网址:fupnet@fudanpress.com http://www.fudanpress.com

门市零售:86-21-65642857 团体订购:86-21-65118853

外埠邮购:86-21-65109143

常熟市华顺印刷有限公司

开本 787×1092 1/16 印张 19.25 字数 325 千

2012 年 11 月第 1 版第 1 次印刷

ISBN 978-7-309-09046-8/C·239

定价:30.00 元

如有印装质量问题,请向复旦大学出版社有限公司发行部调换。

版权所有 侵权必究

序 言

本书记录了我 35 年前就开始着手研究的成果。值得庆幸的是,有价值的历史就像美酒一般存得愈久愈醇。随着这几年间知识的增长,我从更好的视角重新解读了早期的研究。在接受弗莱德·戴维森(Fred Davison)校长的邀请之前,或更确切地说,在出任佐治亚大学格莱德新闻与大众传播学院院长一职之前,我完成了本书前十章的草稿,后因忙于学院事务,写书的事便被暂时搁置了。完成了《看不见的力量:公共关系》(*The Unseen Power: Public Relations*)一书的写作后,在朋友们的鼓励下,我于 1993 年重拾最初的著书计划。《看不见的力量》一书 1994 年由劳伦斯-艾尔伯姆联合出版社(Lawrence Erlbaum Associates)出版,记录了 20 世纪早期公共关系发展的历史,这段历史的特色在早期公关机构的工作内容和行事风格等方面可见一斑。

本书实际上是《看不见的力量》一书的姊妹篇,记录了后来被定义为公共关系的一些早期事件和实践。这一定义是颇具争议的。直到 19 世纪晚期,“公共关系”一词才被广泛应用于我们的语言之中。耶鲁大学某著名历史教授曾这样说过:“任何事物,若要了解其本质,都应该看它是如何发展起来的。”这正是我们一直以来研究公关实践起源的目的。虽然公共关系的作用通常难以被发现和觉察,但它却实实在在地在我们的民主社会中占据了重要的地位。美国的公关史始于 17 世纪,在那段时期土地推销者与殖民者致力于吸引主要来自英国的欧洲移民定居这片大西洋沿岸未开化的陆地。他们利用宣传、说教、发放手册和信函等手段,宣扬这片新大陆的勃勃生机和光明前景。本书下迄 19 世纪末 20 世纪初大学院校和其他非营利性组织的公关行为,将几个世纪的公关发展史串联起来。

研究公共关系的起源能够帮助我们更好地了解公关的功能、优势与不足,以及那些常常不易觉察到的对社会的深远影响。之前,我在从事教育工作时,经常讲解公共关系

这一颇具影响的行业在当今社会的地位,以及其长期以来对国家政治、社会、经济和文化生活的深远影响。自那时起,我便意识到了公关史的重要价值。正如我在《看不见的力量》一书中提到的,我于60年代早期着手写作此书,记录从殖民时代开始直至20世纪中期的公共关系实践的发展。本书的前十章写到20世纪前夕。35年后,我毕生的研究收录于此书中,终得付梓。

早期的公关发展史往往趋于强调公关事件的新奇性和主要人物,对精彩复杂的事件的研究不够深入甚至过分简单。艾伦·罗切尔(Alan Raucher)的《公关与商务(1900—1929)》(*Public Relations and Business 1900—1929*)(1968)一书问世后,这种现象得以改观。正如《公关发展史》及其姊妹篇《看不见的力量》一书中表明的,这一举足轻重的行业,其发展的历史远远比早期研究方法下所展示的要丰富而多元。如今在美国,已经有150 000名专业人员在从事这一行业。

公共关系——或曰宣传、推广、公共信息——始于人们开始群居并在群体中相互赖以生存的时期。开化的文明需要通过交流沟通、相互协调、彼此一致和共同协作才能正常运转,这些也是公共关系发挥作用的坚实基础。我过去常告诉学生们,公共关系很可能就是从原始人时代羊腿换火石的交易开始的。尽管古希腊哲学家们可能并不使用现在的“舆论”一词,他们在写作中也曾用到过“公众意愿”的说法。罗马帝国的都市文化使意见表达程序得以更大程度的发展。古罗马的政治词汇和中世纪时期的文字记录中出现的一些词条都与现代的舆论概念有着某种联系。罗马人曾在墙上刻下“S. P. Q. R”这一标语,意为“元老院和罗马人民”。后来罗马人创造了新的表达“vox populi, vox Dei”,意为“人民的声音就是上帝的声音”。马基雅维利(Machiavelli)曾在《李维史论》(*Discorsi*)中写道:将人民的声音比作上帝的声音是不无道理的。他认为人民若不能争取受到善待就会被完全忽视。直到今天,人民争取公众话语权的斗争也许不再像以前一般残酷,但其激烈程度也绝没有丝毫的减弱。

靠传播信息来影响他人意见和左右他人行为可以追溯到最早期的文明时代。考古学家曾在伊朗发掘出公元前1800年左右的农业公告,内容是一些关于如何种植庄稼,如何灌溉,如何对付田鼠以及如何收割庄稼的指导信息,这与令美国农业及全世界艳羡的由兰德格兰特(*Land Grant Agriculture*)农业学院本世纪发布的农业指导信息不无相似。现在,我们能了解古代埃及、亚述古国、波斯(即现在的伊朗),这很大程度上源于—

些旨在宣传和美化当时统治者的记录材料。许多古代的文学和艺术都是用来为帝王、牧师和其他领导者建立支持的。庞培古城的城墙上就刻有一些选举口号。凯撒大帝(Caesar)在公元前49年穿越卢比孔河(Rubicon)前,曾精心准备了材料,向罗马人民宣扬自己作为高卢统治者时期的壮举。历史学家们猜测,他写的《高卢战记》(Commentaries)应该是用来达到自我宣传的目的。

在古印度文化中也可以发现早期的公关成分。在印度早期的文字记录中,提到过国王的密探的职能,除了刺探情报外,密探还要时刻为国王收集提供公众的意见,维护国王在公众中的形象,散布对国王有利的言论等等。英国在几个世纪以前便开始运用公共关系,那时国王专门委任一些贵族大臣作为“使国王明辨是非的人”。这些大臣的职能无疑与现在的律师和巡察官极为相似。即使在交流还没有现在这样复杂时,用以促进沟通和调解统治者与人民利益纷争的第三方就已经被广泛需要。对于教堂、商人、工匠也都是如此。

17世纪的天主教会成立了 congregatio de propaganda(宣传信仰的集会 congregation for propagating the faith)，“propaganda”(宣传)一词便最早出现于此。虽然现在 propaganda 一词常含有贬义,但如果能给这个词设定一个中性的定义,它则是公共关系功能必不可少的一部分。许多实践家致力于宣传某种学说,某项事业,某种制度或者某个人物(例如公共职位的竞选者)。今天的实践家常避免使用 propaganda 一词来描述他们的宣传工作,这往往是装腔作势或者诡辩。独立革命之父塞缪尔·亚当斯(Samuel Adams)和他勇敢的追随者所做的宣传活动曾引发了美国大革命和独立运动,那时的宣传其实与后来卡特(Carter)政权推行巴拿马运河条约(Panama Canal Treaty)和克林顿(Clinton)总统在位时期美国成功加入北美自由贸易联盟(North American Free Trade Agreement, NAFTA)所用的手法没有本质上的区别,只不过是存在资金扩大,交流渠道更加丰富,游说力度加强等一些外在的差别。读到“国家因宣传而诞生”这一章,读者们将会发现亚当斯时代的宣传手段在今天其实仍被使用。必须承认,部分地来看,公共关系是为了宣传某项事业、某种学说、某个计划,或反之,是为了驳倒上述所列(例如生存权利运动与自由选择运动)。在公众意见至上的民主社会中,事业、候选人、集团等想要获得支持,就必须采取系统性的措施。

在民主制度建立的初期阶段,人们对新闻的真实性有着迫切的需求,这是因为在生

活中他们有了越来越多的权利。直到现在,即使并不是所有新闻工作者都有高尚的职业道德,这种需求依然存在。根据本书记载,自美国建国以来,在根据一个国家的凝聚力、民主程度、文化水平以及社会风俗等方面来判断美国或其他民主国家是否拥有言论自由的讨论上,美国的广告以及公关人员对此制订了一个重要的标准。媒体工作者以及自由报纸第一次担当这个角色始见于1644年约翰·弥尔顿(John Milton)的《论出版自由》(*Areopagitica*):“在真相和谎言邂逅时,就让他们相互搏杀吧,就算有些人认为公布真相会让事态恶化。”这一处世哲学被很多杰出的最高法院的法官应用于工作当中,他们是奥利弗·温德尔·霍尔姆斯(Oliver Wendell Holmes)、路易斯·D·布兰迪斯(Louis D. Brandeis)、雨果·布莱克(Hugo Black)、威廉·道格拉斯(William O. Douglas)和威廉·布伦南(William Brennan)。而在同一时期,对于在民主制度下应该表现出诚实的态度这一观点却有人持有反对意见。道格拉斯法官在1951年丹尼斯与美国政府之间的案子的判决中曾说:“当各种观点争先恐后地挤到公众面前要求得到认可时,完全开放自由的争论会令社会发展停滞不前,并且会为其带来许多不安定因素。这样的紧张和压力会让我们的文明变得支离破碎。”

从塞缪尔·亚当斯到戴维·格根(David Gergen),言论自由的大力提倡者在公众对此问题的争论上扮演了一个不怎么起眼但却十分重要的角色。他觉得媒体有责任确保公众都了解社会上的所有信息和观点。如今,公共论坛上充斥着各家之言以及成千上万的如巴别塔(Tower of Babel)一般的宣传策略,这使得信息得到扩散、社会压力和紧张得到舒缓,民主得以保证。然而,当美国最高法院对一些争论采取限制措施时,总会在公众中引发不可控制的反对。对此,1961年的一项判例中,雨果·布莱克法官的“公共关系宪章”(Public Relations' Magna Carta)做出了具有历史意义的结论:我们应该给予争论者在公共场合辩论的权利。在另一个案子的法庭观点记录中,他又写道:“我们已经恢复了辩论双方‘没有约束的争论’的自然特性,即他们都在寻求对自己有利的利益来源。随之而来的便是这样一种可能性,即在法院大厅里再常见不过的争论会常常使辩论的其中一方受到伤害。”

本书中列举了许多人们为争取言论自由而做出的努力:不屈不挠的塞缪尔·亚当斯领导下的大革命,打响了独立战争,开创了一个新的国度;亚历山大·汉密尔顿(Alexander Hamilton)、詹姆斯·麦迪逊(James Madison)和约翰·杰伊(John Jay)在《联

邦党人文集》(The Federalist Papers)中的宣传得到了美国宪法的支持,从而打败了反联邦党人理查德·亨利·李(Richard Henry Lee)主张的观点;以阿莫斯·肯德尔(Amos Kendall)为首的安德鲁·杰克逊(Andrew Jackson)总统派与尼古拉斯·比德尔(Nicholas Biddle)掌管的美国银行之间具有历史意义的抗衡,这成为后来司空见惯的企业与政府之间对抗的起始;亚伯拉罕·林肯(Abraham Lincoln)领导的宣传活动,发起了“第一次舆论战争”,最终拯救了美国;前大财团候选人威廉·麦金莱(William Mckinley)与普拉特的平民党演说家威廉·詹宁斯·布莱安(William Jennings Bryan)在1896年总统竞选上的对峙。还有发生在汉密尔顿派联邦党人和杰弗逊派共和党人之间的政治斗争使“美国第一竞选顾问”约翰·贝克利(John Beckley)崭露头角。如今,他的继任者们几乎掌握了整个美国的政治进程。由此可见,就是这些斗争书写了历史,建立了国家。

如今,公共关系在商业公司以及非营利性机构的商品和服务的营销过程中起到了非常重要的促进作用。然而令人遗憾的是,一些学者和从业人员错把公共关系在营销中的辅助作用混淆成了营销整体。其实公共关系在营销中的重要作用在19世纪就有所体现。当时的铁路公司在他们计划将铁路线延伸到西部时就试图游说政府把土地使用权以优惠的价格卖给铁路公司,以扶持其铁路建设的计划。铁路公司在增加客流量的营销中同样使用了公关手段,这些努力都为铁路公司的营销活动提供了有力的支持。

这些年来,我还发现许多马戏团的广告、推销员以及票务代理处随处可见,并越来越在社会上流行起来。而19世纪,那些着装艳丽的马戏团演员正是广告最早、最主要的使用者。他们就像现在的美国人常用的那样把广告登在报纸和广告牌上。

以上这些例子就是如今在营销界负有盛名的公共关系的前身。现在的公关从业人员在充满矛盾与冲突的言论环境中为他们的顾客或老板设计公关活动,就像之前所说的那样“让真理与谎言搏斗吧”!

鸣谢

有两位朋友对这本书的创作做出了很大的贡献，遗憾的是他们在有生之年没能看到这些感谢的话。一位是以前我在威斯康星大学的同事，历史学教授奥利弗·H·奈特（Oliver H. Knight）。奈特阅读了初稿的前十章，重新修订了它们并帮助我修改了好几处事实错误。另一位朋友是几年前去世的戈登·黑尔（L. Gordon Hill）少将，他是我在威斯康星大学的学生。我知道他对一位19世纪的名人阿莫斯·肯德尔鲜为人知的作品十分感兴趣，其大部分作品因为时间久远逐渐散佚不见了。当黑尔从军队的公共事务部退役之后，他再一次投入到对肯德尔著作的研究。他先前完成了三章关于肯德尔的最新研究论文。在病情恶化之后，为了不使自己的研究半途而废，黑尔把论文的前三章和其他研究资料转交给了我。黑尔将军的研究都是基于阿莫斯·肯德尔所留下的三章书稿。阿莫斯·肯德尔是值得我们为他撰写传记的，我书中介绍到他的几章应该能为此提供一些帮助。显然，我欠我的这位学生实在太多了，在此我对他的贡献表示万分感谢。

在第一章里，我大量引用了赫敏·麦拉蒂（Hermine McLarty）1984年在乔治亚大学的博士论文《十八世纪的沟通：推销乔治亚殖民地》（*Eighteenth Century Communication: The Promotion of the Colony of Georgia*）。

第二章，参照了我最早在《公关评论》（*Public Relations Review*）杂志上发表的一篇文章。在这篇文章发表之前，我的一位好朋友，已故著名殖民历史学家梅丽尔·詹森（Merrill Jensen）对这篇文章提出了许多具有建设性的意见。

在第三章里，梅丽尔·詹森和威廉·克罗斯基（William Crosskey）教授的一些改进意见使我受益匪浅。

在介绍约翰·贝克利的一章里，我借鉴了一名我在乔治亚大学的学生多伊尔·莫特（Doyle Mote）的研究论文。为了让这一章的脉络更加清晰，我重点研究了唯一一部约翰·贝克利传记的作者埃德蒙德（Edmund）和多萝西·史密斯·伯克利（Dorothy Smith Berkely）的资料。

如前文提到的,第5、6、7章都参照了黑尔将军的一些著作。

我还要感谢我的学生、海军军官唐纳德·斯科沃(Donald Scovel)。1968年,在威斯康星大学,他在我的指导下完成了论文《美国海军公共事务发展史(1861—1941)》(*History of the Development of the Public Affairs Function in the United States Navy, 1861—1941*),美国海军在南北战争的重要影响对于公共关系来说有很多研究价值。同样,我还要感谢班纳特·杰克逊(Bennett Jackson)上校,他1968年完成于威斯康星大学的有关美国海军公共事务的论文也有很大的参考价值。

参加克利夫兰市市长竞选的乔治·帕克(George F. Parker)的故事是根据戈登·阿·穆恩(Gordon A. Moon)上校1963年在威斯康星大学在我的指导下的论文改编而来。莱昂纳德·伍德(Leonard Wood)将军的事迹是根据彼得·福斯(Peter J. Foss)上校1968年在我指导下写的论文《宣传的力量与作用:莱昂纳德·伍德将军选举运动研究》(*Power and Prominence Through Publicity: A Study of the Publicity Campaign of General Leonard Wood*)改编的。

在第十三章里,有关威斯康星大学校长查尔斯·海斯(Charles R. Van Hise)和韦拉德·布雷尔(Willard G. Bleyer)在大学公共关系领域的先驱贡献,是根据威斯康星大学唐纳德·鲍德尔(Donald C. Bauder)1960年在我的指导下撰写的一篇论文《查尔斯·海斯校长在威斯康星大学的公共关系政策》(*University of Wisconsin Public Relations Policies Under President Charles R. Van Hise*)一文而来。而唐纳德·鲍德尔现在是《圣地亚哥联合讲坛》(*San Diego Union-Tribune*)杂志商业版的一名编辑。此外,还引用了1952年在我指导下唐纳德·罗斯(Donald K. Ross)所撰写的另一篇论文《韦拉德·布雷尔与新闻教育的发展》(*W. G. Bleyer and the Development of Journalism Education*)。詹姆士·德拉蒙德·埃尔斯沃思(James Drummond Ellsworth)的自传《逶迤的小路》(*Twisting Trails*),被他的女儿斯坎内尔(R. H. Scannell)女士送给了威斯康星州的国家历史协会。

在列出了这些鸣谢之后,我最想感谢的还是我的那些给了我很多启发的聪明勤奋的学生们。在这本书中我博采众长,汇集了学生们各种各样的思想言论。虽然有些教授并不喜欢这样做。读者也许会发现被本书引用观点的学生是政府官员。这是因为在1947到1974年间,美国军方和政府部门在我任职的大学为其职员开设了一个培训计划,所以我曾为大约135名军队和政府官员做过导师。

另外,我还十分感谢乔治亚大学图书馆主管威廉·格瑞·波特(William Gray

Potter)先生。他和其他工作人员为我提供了一个十分优雅舒适的工作环境,并为我的研究提供了无私的帮助。此外,我还想感谢此书的编辑霍利斯·海姆鲍奇(Hollis Heimbouch)和桑德拉·圭德曼(Sondra Guideman),他们为这本书的出版付出了很多辛劳。

最后,我要感谢桑德拉·格雷(Sandra Gary),是她准时而且高效地将我的手稿变成了铅字,使本书得以付梓。

斯各特·M·卡特里普

目 录

序言 / 001

鸣谢 / 001

第一章 为殖民地、大学和西部开发宣传造势 / 001

第二章 在宣传中诞生了新国度 / 018

第三章 最为出色的公关工作 / 035

第四章 约翰·贝克利：第一位宣传活动家 / 053

第五章 阿莫斯·肯德尔——安德鲁·杰克逊的思考机器 / 070

第六章 杰克逊—比德尔的公关大战 / 091

第七章 阿莫斯·肯德尔：邮政部长、推销家、慈善家 / 110

第八章 “第一次公众战争” / 125

第九章 公关宣传推动美国西部大开发 / 144

第十章 新闻代理、促销以及广告在 19 世纪的繁荣发展 / 174

第十一章 “让公众见鬼去” / 193

第十二章 国家政治运动与政府信息起源 / 218

第十三章 为高等教育“打广告” / 237

第十四章 非营利组织对公众支持的需求 / 261

第十五章 推动社会变革 / 273

后记 / 289

译后记 / 295

第一章

为殖民地、大学和西部开发宣传造势

利用宣传和新闻机构促进事业发展、兜售土地、筹集资金的做法要比美国这个国家本身还要早。事实上,美国人在宣传方面的天赋可以追溯到 16 世纪东海岸的第一批移民者们。

宣传往往带有夸大的特点,这开始于沃特·拉雷爵士(Sir Walter Raleigh)以失败告终的在弗吉尼亚州(Virginia)海岸附近的罗诺克岛(Roanoke Island)上建立殖民地的宣传。1584 年,阿瑟·巴罗(Arthur Barlowe)上尉从那片荒芜沼泽区回到英国时,向拉雷汇报说:“那里有世界上最广袤肥沃的土地,可以结出最甜美最多汁的果实……我们有的橡树,他们也有,但他们的更大、更好,那里有世界上最高、最红的雪松,以及无数的‘针叶树和阔叶树’。”他甚至形容印第安人为“最温和,最有爱心,最忠诚,最没有诡计的人”^①。

更为煽情的是拉雷任命的“副州长”的描述。1585 年,拉尔夫·雷恩(Ralph Lane)在弗吉尼亚鼓吹这片大陆上有“天底下最好的土壤”,他还写道无论是法国、西

^① Richard Hakluyt, *The Principal Navigations Voyages Traffiques & Discoveries of the English Nation* (12 vols.), Glasgow: (1903 - 1905) VIII, pp. 299, 303, 304, 305.

班牙、意大利,还是东方生产的“所有商品”,“它们的原材料在这里都广为种植”。

与学校历史书上写的相反,移民可能并不是大胆而热切地自发涌向新发现的美国,而更为显然的是,很多从欧洲来新大陆定居的人是受了夸大宣传的蛊惑。莱夫勒(Hugh T. Lefler)指出:“每一个殖民地吸引资金和人口的主要手段就是光鲜的广告。取得成功的程度根据时间和地点的不同而大有不同。”^①

托马斯·哈里尔特(Thomas Hariot)的《新大陆弗吉尼亚的真实报告》(*A Brief True Report of the New Found Land of Virginia*)一书,是第一个对美国的实地描述,此书是拉雷爵士负责出版的,以协助他在特许状过期之前筹集到资金和人力进行另一个远征。1606年,伦敦弗吉尼亚公司(London Company of Virginia)获得皇家特许状后,吸引移民去弗吉尼亚定居的宣传也愈演愈烈。莱夫勒说:“弗吉尼亚是所有殖民地中,宣传手段最多,方法最多样,语言最夸张,同时也许是最有效的。”^②除了极大地夸大了关于弗吉尼亚的资源,宣传的重点还放在道德制裁、传教士般的热情以及帝国主义上。詹姆斯敦(Jamestown)殖民地成立不久,伦敦公司开始大肆宣传,鼓励移民,在接下来的几年里“产生了弗吉尼亚州历史上规模最大的一批宣传小册子”。第一个小册子是《弗吉尼亚殖民地的真实宣言暨对如此有价值事业之诋毁的反驳》,目的是为了粉碎关于殖民地之艰苦的言论。手册是匿名写的,该作者认为,所有反对殖民地的指控都是假的。在笃信宗教的时代,神职人员不可避免地参与了这些推广工作。早期的宣传者们感觉到了沟通活动中信誉的重要性。一位叫普莱斯(Daniel Price)的牧师将弗吉尼亚和遥远的国度进行比较,他说,弗吉尼亚州“和泰勒斯的颜料,巴桑的森林,波斯的石油,阿拉伯的香料,西班牙的丝绸,纳西斯的航运,荷兰的渔业,巴拿马的水果和耕作,以及巴比伦的玉米相比,并没有什么不同”。另一位牧师克兰肖(William Cranshaw)抨击对弗吉尼亚的批评,声称在新大陆进行殖民“只有三个敌人:恶魔;天主教徒;大玩家”^③。

虽然无法评估这种宣传材料的有效性,莱夫勒描述说,1609年,罗伯特·约翰逊(Robert Johnson)发表的《新不列颠:弗吉尼亚的耕耘结出丰厚果实》(*Nova Britannia: Offering Most Excellente Fruites by Planting in Virginia*),确实“大大

① Hugh T. Lefler, “Promotional Literature of the Southern Colonies,” *Journal of Southern History*, 33, 1967, p. 24.

② Ibid., p. 4.

③ Ibid., p. 4.

增加了移民到弗吉尼亚的人口数量和对伦敦公司的投资。”^①经过 1622 年由印第安大屠杀引起的危机后,又出现了一大波试图安抚移民的宣传。之后,“随着 1624 年弗吉尼亚归于皇室,印第安大屠杀的影响渐渐减弱,人口逐渐分散,烟草文化传播开来,宣传材料的出版戛然而止”^②。

马里兰

后来,南大西洋地区的殖民地宣传在不同程度上和弗吉尼亚所做的宣传不相上下。马里兰州(Maryland)移民计划刚刚开始筹备的时候,欧洲人还没有狂热地认为新大陆是充满机遇和浪漫的富饶之地。这个州的第一个宣传出版物是查理一世(Charles I)在 1622 年印制的《马里兰宪章》(*Charter of Maryland*)。另一本是出版于 1663 年的《关于反对马里兰的回应》(*Objections Answered Concerning Maryland*),而《巴尔迪摩勋爵的马里兰殖民地宣言》(*A Declaration of the Lord Baltimore's Plantation in Maryland*)发表日期是 1633 年 2 月 10 日。罗斯(Lawrence C. Wroth)写道:“想到通过黑暗神秘的飞行去往天主教徒的庇护所,马里兰的移民们总会很兴奋。然而,1633 年印刷的招股说明书表明,巴尔迪摩勋爵(Lord Baltimore)在组建他的探险队的时候一直充当的是殖民地宣传者的身份,所附的关于‘马里兰方舟’离港的时间和地点更是向公众广而告之。”^③

罗斯认为《1635 年马里兰的关系》(*A Relation of Maryland of 1635*),“是所有英属美洲殖民地宣传中最详尽的出版物之一”。除了简要介绍前一年的成功移民之外,它还包括了该国的全面说明,预言各行业可获得的报酬,对印地安居民慷慨的政策大纲,土地使用权的条件,以及几乎是从约翰·史密斯(John Smith)的《历史概论》(*General Historie*)上逐字摘抄来的详细说明。史密斯在种子、肥料、武器,新的

① Hugh T. Lefler, “Promotional Literature of the Southern Colonies,” *Journal of Southern History*, 33, 1967, p. 9.

② Ibid., p. 12.

③ Lawrence C. Wroth, “The Maryland Colonization Tracts,” in William W. Bishop and Andrew Keogh, eds., *Essays Offered to Herbert Putnam*. New Haven: Yale University Press, 1929, pp. 539 - 552.

土地需要的工具和农具等方面都为移民做了明确的指导。历史学家认为史密斯是一个单干的宣传家。

十年之后,《一项稳健的投资》(*A Moderate and Safe Investment*)出版了。这是为了呼吁不要考虑上议院提出的废除马里兰宪章的提议,“6月之前,一年一次从马里兰来的船可以带来为卡尔沃特勋爵(Lord Calvert)辩护的消息”。罗斯认为,这是说服天主教徒移民马里兰的呼吁之一。这个宪章再也没有在议会中被提起过。罗斯说:“除了这个特别有趣的记录以外,诸如移民手册、马里兰的宣传材料等政治文献退出了历史舞台。”

莱夫勒认为,“和其他南方的殖民地相比,马里兰的宣传材料比较少,除了其中一本,其他的宣传材料都不那么夸张,宣传内容都比较具体。”

卡罗来纳

在莱夫勒看来,卡罗来纳(The Carolinas)的宣传比不上弗吉尼亚,因为其内容不丰富,使用的媒体不多样。“没有诗歌,也没有正式的充满灵感的布道,几乎见不到猛烈的抨击,只有最低限度的招股说明书。”1670年,英国将查尔斯城(Charles Town)定为殖民地,移民而来的人是受到威廉·希尔顿(William Hilton)和罗伯特·山福德(Robert Sandford)这些探险者所写的记录的蛊惑。希尔顿海德岛(Hilton Head Island)就是以威廉·希尔顿命名的。这些探险都是在1663年查理二世国王(Charles II)为他的八名支持者颁发了特许状之后才进行的。一个作家曾经写道,这些探险者的记录现在是卡罗来纳州的经典,“公关史上的经典”。1664年罗伯特·霍恩(Robert Horn)的记录开篇就写了:“卡罗来纳州是一个公平、广阔的地方。”他在自述中告诉大家发现了什么野生动物和蔬菜,地貌和河流是怎样的。很多移民对读到的所有美景深信不疑而前往北卡罗来纳,但正如其他州的殖民者一样,他们很快就发现上当受骗了。移民们在寄回家的信中抱怨生病发热、气候炎热、昆虫、野生动物和植被太过繁盛。《查尔斯顿新闻与信使》(*Charleston News and Courier*)的一位作者写道:“他们说这片土地充满牛奶和蜂蜜,但是事实远不是如此。这是个陌生的国度,和英国、法国的任何事情都不相同。”相反,移民发现卡罗来纳是“一片充满辛劳、苦难、疾病和恐怖的土地”。

尽管如此,殖民地的拥有者通过源源不断地出版宣传刊物,继续控制公众对卡

罗来纳的看法。例如,塞缪尔·威尔逊(Samuel Wilson)及其助手撰写了一本小册子——《旅行者话语录》(*The Discourse of Many Ingenious Travellers*),开头是这样写的,“大自然绚烂和宽容的恩惠让卡罗来纳闻名遐迩。”威尔逊兄弟写道,“长时间和殖民者接触,沿海印第安人的生活方式已经改变了。”T. S. 威尔逊用这样一句话结束他的描述,“附近的印第安人非常友好和乐于助人,接待我们、为我们做事情完全在他们的能力范围之内。”印第安人一点也不暴力!

除了这些自述,从1649年到1651年,卡罗来纳有四次宣传:一则刊登在伦敦报纸上的长达两页的文章;一本关于弗吉尼亚的小册子,包括对乔万河(Chowan River)流域的描述;一本关于弗吉尼亚的书,其中包括对“长期被人们忽略的处女地”卡罗来纳的大肆渲染;和一本吸引移民来“卡罗来纳”的小册子。在此后的20年中,殖民地所有者将卡罗来纳的宣传交给了他们伦敦的代理人。

乔治亚

乔治亚(Georgia)不同于任何其他13个殖民地,它是英国和欧洲的穷人、流亡者以及被驱逐的人的聚居地,主要的资金来源是私人捐款和议会拨款。以奥格莱索普勋爵(Lord Oglethorpe)为首的乔治亚殖民地的创始人们是出于人道、慈善,以及无私奉献帮助穷人在美国建立新生活的想法。有了对慈善和议会的依赖,乔治亚展开了密集而广泛的宣传和游说,其声势之浩大是其他任何殖民地都无法与之比拟的。他们的宣传活动与当今的手段不相上下。18世纪30年代、40年代和50年代早期的乔治亚宣传运动,运用了很多现代非营利组织的宣传方式与手段,如筹款、出版、符号化、特别事件和舆论权威等。这个宣传运动带来的高期望值,让乔治亚的推广最终归于失败。夸大其词是所有殖民地炒作的共同特征。

奥格莱索普勋爵并不是第一个想建立乔治亚殖民地的人。苏格兰的罗伯特·蒙特戈莫瑞男爵(Sir Robert Montgomery)曾于1717年初次尝试在南部建立另外一个殖民地。乔治亚宣传材料的雏形是蒙特戈莫瑞在他的小册子中吹嘘的他所提议的殖民地的种种优点,他的《关于世界上最愉悦之国的卡罗来纳以南之新殖民地建立的语录》(*A Discourse Concerning the Design'd Establishment of a New Colony to the South of Carolina in the Most Delightful Country of the Universe*)一书诱骗了很多移民和投资者。蒙特戈莫瑞一直在寻找拥有土地的乡绅来定居,然而他没