

工商管理优秀教材译丛  Pearson

管理学系列 →

T

he Practice of Public Relations

Thirteenth Edition

公共关系实务

第 13 版

[美] 弗雷泽·P. 西泰尔 (Fraser P. Seitel) 著

潘艳丽 吴秀云等 译

清华大学出版社



公共关系实务

第13版

[美] 弗雷泽·P. 西泰尔 (Fraser P. Seitel) 著

潘艳丽 吴秀云 等

译

The Practice of Public Relations
Thirteenth Edition

清华大学出版社
北京

北京市版权局著作权合同登记号 图字: 01-2016-9335

Authorized translation from the English language edition, entitled THE PRACTICE OF PUBLIC RELATIONS, 13TH ed., 9780134170113 by FRASER P. SEITEL, published by Pearson Education, Inc., copyright © 2017.

All Rights Reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without permission from Pearson Education, Inc.

CHINESE SIMPLIFIED language edition published by PEARSON EDUCATION ASIA LTD., and TSINGHUA UNIVERSITY PRESS Copyright © 2017.

本书中文简体翻译版由培生教育出版集团授权给清华大学出版社出版发行。未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

This edition is manufactured in the People's Republic of China, and is authorized for sale only in the People's Republic of China excluding Hong Kong, Macao and Taiwan.

For sale and distribution in the People's Republic of China exclusively (except Taiwan, Hong Kong SAR and Macao SAR).

仅限于中华人民共和国境内(不包括中国香港、澳门特别行政区和中国台湾地区)销售发行。

本书封面贴有 Pearson Education(培生教育出版集团)激光防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话: 010-62782989 13501256678 13801310933

图书在版编目(CIP)数据

公共关系实务: 第13版/(美)弗雷泽·P. 西泰尔(Fraser P. Seitel)著; 潘艳丽, 吴秀云译. —北京: 清华大学出版社, 2017

(工商管理优秀教材译丛·管理学系列)

书名原文: the Practice of Public Relations

ISBN 978-7-302-47309-1

I. ①公… II. ①弗… ②潘… ③吴… III. ①公共关系学—教材 IV. ①C912.31

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 101902 号

责任编辑: 王 青

封面设计: 常雪影

责任校对: 宋玉莲

责任印制: 刘海龙

出版发行: 清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址: 北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编: 100084

社 总 机: 010-62770175

邮 购: 010-62786544

投稿与读者服务: 010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈: 010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者: 北京泽宇印刷有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 185mm×260mm

印 张: 27

插 页: 2

字 数: 620 千字

版 次: 2017 年 6 月第 1 版

印 次: 2017 年 6 月第 1 次印刷

印 数: 1~4000

定 价: 55.00 元

产品编号: 070839-01

工商管理优秀教材译丛

管理学系列 —▶

序

公共关系实务(第13版)

The Practice of Public Relations

2008年的金融危机以及由此引发的全球经济衰退中,随处可见商界和金融界的领导者们遮遮掩掩的、自相矛盾的、弄巧成拙的沟通。令人遗憾的是,政界的领导者们在解释现状和自己即将采取的措施方面同样毫无建树。如此一来,所有的组织机构都面临前所未有的压力,饱受人们的诟病。

就像弗雷泽·P.西泰尔在《公共关系实务》第13版中指出的那样,出色的公关无法解决这些问题,但是由经验丰富的公关专家来传播原则性的政策可以让公众了解基本问题,并引导领导者们制定更为适当的、更为有效的政策。

在我们迈步向前的时候,重拾并保持我们的公信力是至关重要的。当然,说和做完全是两回事。对学生甚至是在这个领域工作了一段时间的专业人员来说,《公共关系实务》一书是一个绝好的起点。西泰尔用他生动且极具说服力的方式将理论和实践完美地结合在一起。书中使用的案例分析、访谈、新闻图片以及他幽默流畅的文字都使阅读学习精彩纷呈。



公共、私人以及非营利组织的领导者们已经从惨痛的经验中汲取了经验,他们必须咨询他们的公共关系顾问以获取战略、政策和沟通方面的切实可行的建议。多年前当我还是大通银行的董事会主席及首席执行官的时候,我就很信任西泰尔先生的直觉和能力。直到今天我仍然离不开他的建议。

对于那些正在为恢复和提升我们的政策能力而努力的人以及他们的领导者来说,要诚实有效地处理公共关系,这本书将会提供实用并且关键的指导。

——戴维·洛克菲勒(David Rockefeller)

2015年6月度过了100岁生日的戴维·洛克菲勒是美国商业、金融、慈善事业历史上最具影响力的人物之一。很多人将他称为“美国最后一位伟大的商业政治家”。洛克菲勒任职大通银行的主管长达40余年,1946年,他成为外事处的助理经理,1981年,他在担任大通银行董事会主席和首席执行官11年后,正式退休。在100年间,洛克菲勒曾经会见过数百位世界领袖并多次环游世界。退休之后,洛克菲勒先生仍然保持活跃的生活方式,兴趣广泛并积极参与国际关系及社会事务领域的活动。他是小约翰·D.洛克菲勒(John D. Rockefeller Jr.)先生唯一仍然健在的孩子。小约翰·D.洛克菲勒曾于1914年聘请艾维·李(Ivy Lee)出任现代首位公共关系顾问。

前言

公共关系实务(第13版)

The Practice of Public Relations

首先,感谢您购买了本书。

距本书第一版推出至今已经很多年了,也更新了很多版本。

公共关系在各个方面仍然称得上是“当代的”实践:新的调研结果、新的沟通方法、新的社交媒体沟通技术以及不断更新的案例研究。换句话说,类似本书一样的教材不能满足于既得的成就,必须与时俱进,不断更新。

从这个角度来看,本书的作者非常幸运,在公共关系实践中作为教师 and 在职顾问每天为真实的客户提供服务,这些客户要求的是货真价实的宣传,而他们偶尔也会陷入真实的危机之中。

这有助于本书的不断更新,并且密切结合实际,在相应的公共关系背景下介绍各种事件和创新。例如,近年来对于公关业的重要性日益提升的社交媒体在书中作为一种重要的公共关系“工具”从实际生活中的实际应用层面得到介绍。

这里要强调的是,本书所采用的方法与其他基础教材不同,非常注重实用性——注重在该领域能够发挥作用的推理、论证和应用,而不是把过多的篇幅花在空灵的哲学、可疑的理论或者是新的波浪沟通万能药上。本书第13版可以帮助你在21世纪10年代的公共关系领域一展身手。

本书第13版的新内容

关于公关业的最新、最热门话题的11个新的长案例,其中包括:

- 通用汽车公司召回事件
- 美国国家橄榄球联盟的家暴丑闻
- 优步的全球化问题
- 索尼的电子邮件门
- 克里斯·克里斯蒂(Chris Christie)的“桥门”事件
- 沃尔玛旗下货车司机导致的崔西·摩根(Tracy Morgan)车祸
- 星巴克的枪支政策
- 亚历克斯·罗德里格兹(Alex Rodriguez)的回归
- 比尔·科斯比(Bill Cosby)的名誉扫地
- ALS(肌萎缩侧索硬化症)冰桶挑战

进一步增强了对伦理道德的关注,增加了17个全新的“道德问题”专栏,其中包括:

- 弗拉基米尔·普京(Vladimir Putin)的公关辩护人
- 亚力克·鲍德温(Alec Baldwin)的名誉扫地

- 布莱恩·威廉姆斯(Brian Williams)的道德丑闻
- 奥兹医生(Dr. Oz)的产品推销
- 新英格兰爱国者队的“放气门”事件
- 爱德华·斯诺登(Edward Snowden): 罪犯还是英雄
- “无糖可乐有益健康”研究
- 违背维基百科的规定
- 杜嘉班纳(Dolce & Gabbana)的同性婚姻之战
- 赛百味代言人杰尔德(Jared)的恋童癖丑闻
- 狮子塞西尔(Cecil)之死

与管理、媒体和学术领域的权威的5个新的“权威访谈”专栏,其中包括:

- 奥巴马总统的新闻秘书乔希·欧内斯特(Josh Earnest)
- 著名公关教授丹尼斯·希尔(Denise Hill)和杰伊·雷伯恩(Jay Rayburn)
- 声誉管理权威桑德拉·麦克劳德(Sandra Macleod)
- 写作专家霍阿·洛拉格尔(Hoa Loranger)

第10章更为全面地介绍社交媒体,囊括了社交媒体在公共关系实务中的最新(至少在我写作本书时)应用。此外,社交媒体在公共关系中的作用方面的综合介绍贯穿全书。

更新后的参考文献收录了2005年以来公共关系方面的最新文献,并且每章后的“好书推荐”专栏也得到了更新。

每一章都以与该章内容相关的事件作为开篇。本版新收录的事件包括伊斯兰国(ISIS)的恐怖分子出于邪恶的目的利用社交媒体、金·卡戴珊(Kim Kardashian)发推特宣布自己的继父即将变性成为凯特琳·詹纳(Caitlyn Jenner)等。

尽管社交媒体对于公共关系工作的重要性与日俱增,公共关系领域仍然离不开专业技能、经验和判断,而这一切都需要与同事、选民和媒体建立稳固的关系。

最为重要的是,公共关系回应和关系必须基于“做正确的事情”这个独一无二的概念上。事实上,在本版收录的30多个案例中,以符合伦理道德的方式行事都是其重要的解决之道。

世界各地的经济和政治不稳定性使得公共关系实践在社会中具有前所未有的重要影响,在组织的声誉中的价值也是前所未有的。21世纪10年代,公关危机和机遇几乎每天都会登上报纸的头版。

从本质上说,该领域仍是一个个人的、以关系为导向的实践,需要基于丰富经验的判断和仔细磨炼的沟通技巧。因此,《公共关系实务》(第13版)将重点放在有助于在全天候沟通环境下营造积极关系的原则、过程和实践上。

这一现代的、理论联系实际的写作方法旨在增强读者对于公共关系研究和实践的兴趣。

下面介绍第13版的一些主要特色。

综合性的社交媒体内容

与其他很多行业一样,社交媒体已经成了公关人员与公众“直接对话”的一种关键工

具。公关人员必须理解手机、平板电脑、脸谱网(Facebook)、推特(Twitter)、阅后即焚(Snapchat)、YouTube、博客、播客、品趣志(Pinterest)等大量社交工具所提供的沟通机遇及其局限性。

与其他公共关系教材相比,《公共关系实务》(第13版)对于社交媒体的介绍更为综合、全面。

强化了对道德的关注

适当的公共关系实务必须建立在强烈的道德感的基础上。“做正确的事情”这一原则应当是公共关系实务与众不同的特点。

这一版的核心就是为有效沟通和公关提供理论基础的道德基石。

本书开篇的一些章节重点介绍了对于沟通调研、理论和舆论的了解及这些手段如何能够用来制订战略公关计划和创建可信的、有说服力的信息。

此外,每章还专门设立了“道德问题”专栏。专栏中的案例生动地介绍了公关专业人士在日常工作中遇到的两难境地。

新的现代案例

公共关系实务面临的是不断变化的问题和机遇,因此,公共关系教科书必须通过公关领域最新的案例来跟上时代的变化,这些案例既包括成功的,也包括失败的,还应该包括令人所不齿的。

本书第13版就收录了最重要的一些当代公关案例——从通用汽车在令人不安的掩饰后召回有缺陷的汽车到泰勒·斯威夫特(Taylor Swift)凭借公关手段成为举世瞩目的明星,从索尼错误地应对电子邮件遭黑客攻击事件到亚历克斯·罗德里格兹凤凰涅槃般地重返棒球界。

上述每一个案例都旨在测试学生将书中介绍的理论知识应用于解决实际问题的能力。

增加的新要素

本书的优势在于将理论应用于实践。

除了新的现代案例以及扩展的社交媒体讨论外,第13版中增加的独特要素包括:

- **新增! 权威访谈** 本版增加了对包括奥巴马总统的新闻顾问在内的知名沟通专家的访谈。书中还有对富有传奇色彩的公关顾问哈罗德·伯森(Harold Burson)、霍华德·鲁本斯坦(Howard Rubenstein)和理查德·爱德曼(Richard Edelman),强生公司前任沟通主管雷·乔丹(Ray Jordan),以及三位已故的巨匠——管理大师彼得·德鲁克(Peter Drucker)、《今日美国》创办人艾尔·纽哈斯(Al Neuharth)和“公共关系之父”之一的爱德华·伯奈斯(Edward Bernays)的访谈。
- **新增! 道德问题** 该专栏突出了公关人员在日常工作中面对的道德挑战——从Cosi的首席执行官对员工刺耳的评价,到某个疯狂追星的国会议员的被迫离职,

再到塔吉特(Target)面对不提供大码时装的指责时作出的机智应对。

- **新增! 讨论焦点** 该专栏揭示了令公共关系实务成为令人着迷的艺术形式的新奇事物。
- **新增! 参考文献和好书推荐** 包括 2005 年以来公关文献中最综合性的参考书目。
- **新增! 相关媒体图片** 这些图片直接从新闻网取得,给本书增添了其他图书所不具备的现实感。

上述所有要素都增加了本书第 13 版的可读性。

独特的视角

很显然,《公共关系实务》(第 13 版)并不是你妈妈那个年代的公共关系教科书。

本书与公共关系领域的其他介绍性书籍有很大的差异。它以公共关系是一个极富竞争性、不断变化的领域为前提。相对于大多数公共关系教科书而言,本书更为详尽地讲述了社交媒体及其在公共关系实务中的应用。

其他的书籍可能回避的某些案例、道德挑战、关于“如何实施”的具体操作建议以及从业时必须回答的一些公关难题,本书却一一涵盖。

这本书称得上是一本针对公关业的直抒胸臆的教材。

更为重要的是,本书第 13 版是建立在作为公共关系实务基石的有关理论、历史和流程的技术知识、判断能力以及个人关系上的,对于在 21 世纪 10 年代的广泛沟通中培育信任和尊敬是不可或缺的。

祝各位阅读愉快,并再次感谢您购买本书。

作者简介

公共关系实务(第13版)

The Practice of Public Relations

弗雷泽·P. 西泰尔是一位具有 50 余年公共关系实务经验的专家(他声称自己从小就投身公关事业)。2000 年,《公关周刊》杂志将西泰尔先生评为“20 世纪最杰出的 100 位公关人士”之一。

1992 年,西泰尔先生担任大通曼哈顿投资银行资深副总裁和公共事务董事 10 年后,组建了管理与沟通咨询公司 Emerald Partners 公司,并成为全球最大的公关公司——博雅公关公司(Burson-Marsteller)的高级咨询顾问。

西泰尔先生经常在电视和广播节目中担任嘉宾。除了经常出现在福克斯新闻频道和 CNN 的很多节目中以外,他还曾担任 ABC 的《早安美国》、CNBC 的《巨头午餐会》(*Power Lunch*)以及 MSNBC、福克斯商业频道、福克斯广播网和美国国家公共电台等的嘉宾。

西泰尔先生在大通公司期间,就自己负责的媒体关系、演讲稿、顾客关系、雇员沟通、财务沟通、慈善活动以及战略管理咨询等方面为上千家公司、医院、非营利组织、协会和个人提供过咨询。

西泰尔先生在 Forbes.com 和 odwyerpr.com 开辟了专栏,并且经常就沟通话题发表演讲和主持各种论坛。在他的职业生涯中,西泰尔先生培养了数万名公关人士和学生。过去的 10 年间,西泰尔先生在纽约大学担任公共关系专业的兼职教授。

在研究和考察了公关方面的大量教材之后,西泰尔先生认为这些书中没有一本是“非常到位”的,因此他在 1980 年写作了《公共关系实务》第 1 版,以“让学生们领悟公关领域的真正精彩”。经过数百家大学和学院 30 多年的使用,西泰尔先生创作的这本书已经让一代又一代的学生看到了公共关系实务令人激动、富于挑战且充满独特魅力的一面。



目 录

公共关系实务(第13版)
The Practice of Public Relations

第1部分 演 进

第1章 定义公共关系	3
公共关系的辉煌	5
什么是公共关系	6
影响公众的看法	7
道德问题:为“俄罗斯雄狮”代言	8
让公众了解管理层	10
让管理层了解公众	10
公共关系中的公众	11
讨论焦点:解释与性有关的敏感话题	12
公共关系的职能	14
“诡辩”的诅咒	15
专业人员有何特点?	16
小结	17
讨论题	18
好书推荐:《重新认识声誉:在新的媒体世界里公共关系 如何完胜广告和营销》	19
案例研究:新任首席执行官因“点火开关门”事件而接受问讯	19
权威访谈:哈罗德·伯森访谈	22
参考文献	23
尾注	24
第2章 公共关系的历史和发展	25
古老的起源	27
美国早期的公关发展	29
美国稍后的公关进程	29
讨论焦点:现时的 P. T. 巴农	30
艾维·李:现代公关之父	33
现代公关的发展	34

道德问题:博雅公司为脸谱网公关陷丑闻	37
公关时代的到来	39
公共关系教育	41
小结	42
讨论题	43
好书推荐:《诡辩的世纪:公共关系是如何成为企业力量的决定因素的》	43
案例研究:欢迎光临美国橄榄球联盟	43
权威访谈:爱德华·L.伯奈斯访谈	46
参考文献	47
尾注	47

第2部分 准备/过程

第3章 沟通	51
沟通的目标	53
传统沟通理论	53
现代沟通理论	54
道德问题:火冒三丈的影星	55
词汇	57
讨论焦点:词汇谜题	58
接收者的偏见	60
反馈	62
小结	62
讨论题	63
好书推荐:《沟通的力量》	63
案例研究:用豆奶咖啡拉近种族关系?	63
权威访谈:丹尼斯·希尔访谈	66
参考文献	67
尾注	67
第4章 舆论	68
什么是舆论	70
什么是态度	70
如何影响态度	71
推动态度的改变	72
说服的力量	73
影响舆论	74
道德问题:伤了自尊的医生	75

塑造公司形象	77
讨论焦点: 赢得信誉	77
讨论焦点: 失去声誉	78
声誉管理	79
小结	80
讨论题	80
好书推荐:《纽约时报》(nytimes.com)和《华尔街日报》(wsj.com)	80
案例研究: 泰诺谋杀案	81
权威访谈: 雷·乔丹访谈	85
参考文献	87
尾注	87
 第5章 管理	 89
公共关系的管理程序	90
向高级管理层汇报	91
道德问题: 泄了气的标准	92
筹划公关方案	93
制订公关计划	94
启动公关活动	94
制定公关目标	95
讨论焦点: 消失了的祖先	96
编制公关预算	97
执行公关项目	98
公关部门	99
公关公司	100
声誉管理	102
工作机会在哪里	103
待遇如何	104
女性群体和少数族裔	105
小结	106
讨论题	106
好书推荐:《声誉管理: 成功公关和企业沟通的关键》(第3版)	107
案例研究: 优步的成功给其带来了公关问题	107
权威访谈: 彼得·德鲁克访谈	109
参考文献	111
尾注	111

第6章 道德	113
道德问题泛滥	114
做正确的事情	117
商业中的道德规范	118
道德问题:节哀顺变……手提包不错	119
公司的行为规范	120
公司的社会责任	121
讨论焦点:测试工作场所的道德水平	122
政府的道德	123
新闻界的道德	124
公共关系中的道德	126
小结	128
讨论题	129
好书推荐:《公共关系中的伦理》(第2版)	129
案例研究:道德的大锤落在了天才老爹头上	129
权威访谈:霍华德·鲁本斯坦专访	132
参考文献	134
尾注	134
第7章 法律	135
不稳定的联盟	136
《宪法第一修正案》	137
道德问题:检举人还是叛国贼?	138
诽谤法	139
内幕交易	141
讨论焦点:刑事律师——犯罪律师	142
披露法规	143
伦理法规	144
著作权法	145
互联网法规	146
诉讼公关	148
小结	150
讨论题	150
好书推荐:《广告和公共关系法》(第2版)	151
案例研究:沃尔玛因交通事故而麻烦缠身	151
权威访谈:罗伯特·夏皮罗访谈	153
参考文献	154

尾注	154
第 8 章 调研	156
关键的第一步	157
什么是调研	158
公关调研的原则	159
讨论焦点：人物与面孔——骗人的	159
公关调研的类型	160
公关调研方法	162
道德问题：研究结论：喝无糖可乐有助于减肥——真的假的？	168
评估	170
在线调研	171
小结	173
讨论题	173
好书推荐：《公关调研入门》(第 2 版)	174
案例研究：为艾伦·路易斯综合医院所做的定位调研	174
权威访谈：桑德拉·鲍曼(Sandra Bauman)访谈	176
参考文献	178
尾注	178

第 3 部分 公 众

第 9 章 文字媒体关系	181
付费媒体、自有媒体与免费媒体报道	182
媒体的客观性	183
道德问题：王牌主持人的堕落	185
印刷媒体：顽强坚持	186
电子媒体：一帆风顺	193
在线媒体积极竞争,但	195
与媒体打交道	197
吸引媒体宣传	198
媒体宣传的价值	199
讨论焦点：媒体专家的自白	201
提高媒体刊发率	202
网络宣传	203
应对媒体的采访	204
讨论焦点：一分钟媒体关系测试	206
小结	207

讨论题	208
好书推荐:《管理媒体关系》(第5版)	208
案例研究:他们来了	208
权威访谈:艾伦·纽哈斯访谈	210
参考文献	212
尾注	212
第10章 社交媒体	214
互联网简史	215
公共关系与互联网	216
网站	217
电子邮件	219
博客	221
讨论焦点:“国王”的博客引发“臣民”们的欢呼	222
社交网络	223
道德问题:篡改维基百科并不是件长脸的事	227
基于网络的沟通工具	230
在线沟通的阴暗面	231
小结	232
讨论题	232
好书推荐:《社交媒体和公共关系》	233
案例研究:别招惹社交媒体女王	233
权威访谈:理查德·爱德曼访谈	236
参考文献	237
尾注	237
第11章 员工关系	239
至关重要的内部沟通	241
与员工公众打交道	242
传递“信任”	242
道德问题:不要像Cosi那样让员工当“替罪羊”	243
可信度:关键所在	244
S-H-O-C沟通方法	245
员工沟通策略	246
讨论焦点:迪斯尼挽回声誉	246
内部社交媒体	252
小道儿消息	252
小结	253

讨论题	253
好书推荐:《战略性内部沟通:如何提升员工的参与度和绩效》	254
案例研究:索尼射杀信使	254
权威访谈:杰伊·雷伯恩访谈	257
参考文献	258
尾注	259
 第 12 章 政府关系	 260
别称其为“公共关系”	261
政府公共关系	263
道德问题:“唐顿庄园”范儿的国会议员	267
总统新闻秘书	270
游说政府	272
讨论焦点:你被逗笑了吗?	273
政治行动委员会	275
与地方政府打交道	276
小结	277
讨论题	277
好书推荐:《美国历史上的总统发言人们》	278
案例研究:桥门事件	278
权威访谈:乔希·欧内斯特访谈	280
参考文献	282
尾注	282
 第 13 章 社区关系	 284
多元文化的多样性	285
企业的社会责任	286
社区关系展望	289
社区关系目标	290
道德问题:如何让自己“众叛亲离”,失去在社区中的影响力	291
服务于多样化的社区	292
非营利组织的公共关系	297
讨论焦点:激进分子的 13 条宝典	298
小结	299
讨论题	300
好书推荐:《激进分子宝典:现实主义激进分子的实用入门手册》	300
案例研究:为了美好的事业举起你的桶	300
权威访谈:麦克·保罗访谈	303