



提供實戰經驗
啟發經營智慧

巴克赫斯特 / 著
施 寄 青 / 譯

公關 手冊

公共關係與
媒體運用



實戰智慧叢書 ⑬

公關手冊

——公共關係與媒體運用

施寄青／譯

How to Get Publicity

William Parkhurst

How to Get Publicity

Copyright © 1985 by William Parkurst

All rights reserved under International and Ran-Am

Published by arrangement with the Julian Bach Literary Agency, Inc.

實戰智慧叢書⑬

公關手冊

——公共關係與媒體運用

原 書 / *How to Get Publicity*

作 者 / William Parkurst

譯 者 / 施 寄 青

主 編 / 周 浩 正

責任編輯 / 羅 麗 芳

發行人 / 王 榮 文

出版者 / 遠流出版事業股份有限公司

臺北市汀州路三段 184 號七樓之五

郵撥 / 0189456-1

電話 / (02) 365-3707 傳真 / 365-8989

發行代理 / 信報股份有限公司

電話 / (02) 365-1212 傳真 / 365-7979

印 刷 / 優文印刷股份有限公司

☐ 1991 (民 80) 年 1 月 1 日 新版一刷

☐ 1995 (民 84) 年 6 月 16 日 新版五刷

行政院新聞局局版臺業字第 1295 號

售價 160 元 (缺頁或破損的書，請寄回更換)

版權所有・翻印必究 (Printed in Taiwan)

ISBN 957-32-0166-6

- 1 行銷戰爭／賴茲&屈特著
- 2 中國人生意經／小久保興行著
(華僑商法)
- 3 商用戰爭原則(勝負)／皮考克著
- 4 王永慶奮鬥史／郭泰著
- 5 王永慶的管理鐵鏈／郭泰著
- 6 趙耀東的經營魅力(開創者)／郭泰著
- 7 企劃書／高橋惠行著
- 8 企劃高手／水島智平著
- 9 悟／郭泰著
- 10 禮、忍、準、狠／陳洪業編著
- 11 商用戰典(活用戰典)／大橋武夫著
- 12 決策者謀略／張永誠著
- 13 公關手冊／巴克赫斯特著
- 14 求職指南／羅勃·海佛著
- 15 人才僱用決策／羅勃·海佛著
- 16 鼓舞／郭泰編著
- 17 彼得原理／勞倫斯·彼得&雷蒙·胡爾著
- 18 可樂大決戰(百事稱王)／寇瑞可著
- 19 報告書／國友隆一著
- 20 首腦論／嚴家其著
- 21 服務業的經營策略／海斯凱特著
(服務業的經營策略革命)
- 22 人生戰術(成功策略)／狄波諾著
- 23 實手／張永誠著
- 24 帝王書／堺屋太一著
- 25 智囊100／郭泰著
- 26 辦公室戰爭／馬麗蓮·甘迺迪著
- 27 經理人常犯的13個錯誤／史蒂芬·布明著
- 28 一坪商店(一坪商法)／太山登著
- 29 陶朱公商訓／松本一男著
- 30 商用德川家康兵法(素術)／大橋武夫著
- 31 霸術／陳文德著
- 32 決斷力／邑井操著
- 33 企劃技術手冊／江川明著
- 34 Memo學入門／今泉浩晃著
- 35 商用孫子兵法／梁憲初著
- 36 計策學／張永誠著
- 37 切開Apple！／陳洪業著
- 38 圖解問題解決入門／佐藤允一著
- 39 行銷實戰讀本／蕭富華著
- 40 上班族缺德講座／胡拜年譯著
- 41 一分禪／赤根祥道著
- 42 非常識發想／高橋昌義著
- 43 店長會議／鹽澤茂著
- 44 會議技術100／宇治野憲治著
- 45 個人時間運用學入門／黑川康正著
- 46 投資遊戲高手／布恩·皮肯斯著
- 47 商用宮本武藏兵法／河野守宏著
- 48 改善一生的12個步驟／法蘭西斯著
- 49 亂世經營術／陳文德著
- 50 實點100／張永誠著
- 51 逆思考行銷／賴茲&屈特著
- 52 商用兵經100／梁憲初著
- 53 商戰紀事／蕭富華著
- 54 做個有魅力的主管／陳明遠著
- 55 股市實戰100問／郭泰著
- 56 棄公司興亡史／陳文德著
- 57 謀略家的智慧／雷翽著
- 58 成熟市場魅力商品企劃／平島藤久著
- 59 推銷贏家／約翰·范頓著
- 60 個人生涯設計／今泉浩晃著

【作者簡介】

巴克赫斯特 William Parkhurst，美國知名的公關顧問，曾負責無數記者招待會，並擔任知名組織的專業發言人，曾出版過《完全的女人》《安打者喬伊》等暢銷書。

【譯者簡介】

施寄青，政大中文系畢業，現任教於建國中學，並為晚晴婦女協會創辦人，譯作有六、七十種之多，包括《百事稱王》、《追求卓越的熱情》（遠流版）。

□周浩正主編□

實戰智慧叢書

◆遠流出版公司

How to Get Publicity

Copyright © 1985 by William Parkurst

All rights reserved under International and Ran-Am

Published by arrangement with the Julian Bach Literary Agency, Inc.

實戰智慧叢書⑬

公關手冊

——公共關係與媒體運用

原 書 / *How to Get Publicity*

作 者 / William Parkurst

譯 者 / 施 寄 青

主 編 / 周 浩 正

責任編輯 / 羅 麗 芳

發行人 / 王 榮 文

出版者 / 遠流出版事業股份有限公司

臺北市汀州路三段 184 號七樓之五

郵撥 / 0189456-1

電話 / (02) 365-3707 傳真 / 365-8989

發行代理 / 信報股份有限公司

電話 / (02) 365-1212 傳真 / 365-7979

印 刷 / 優文印刷股份有限公司

☐ 1991 (民 80) 年 1 月 1 日 新版一刷

☐ 1995 (民 84) 年 6 月 16 日 新版五刷

行政院新聞局局版臺業字第 1295 號

售價 160 元 (缺頁或破損的書, 請寄回更換)

版權所有・翻印必究 (Printed in Taiwan)

ISBN 957-32-0166-6

C712.6
S267
實戰智慧叢書 ⑬

公關手冊

——公共關係與媒體運用

施寄青／譯

How to Get Publicity

William Parkhurst

〈實戰智慧叢書〉

出版緣起

王榮文

在此時此地推出《實戰智慧叢書》，基於下列兩個重要理由：其一，臺灣社會經濟發展已到達了面對現實強烈競爭時，迫切渴求實際指導知識的階段，以尋求贏的策略；其二，我們的商業活動，也已從國內競爭的基礎擴大到國際競爭的新領域，數十年來，歷經大大小小商戰，積存了點點滴滴的實戰經驗，也確實到了整理彙編的時刻，把這些智慧留下來，以求未來面對更嚴酷的挑戰時，能有所憑藉與突破。

我們特別強調「實戰」，因為我們認為唯有在面對競爭對手強而有力的挑戰與壓力之下，爲了求生、求勝而擬定的種種決策和執行過程，最值得我們珍惜。經驗來自每一場硬仗，所有的勝利成果，都是靠着參與者小心翼翼、步步爲營而得到的。我們現在與未來最需要的是腳踏實地的「行動家」，而不是缺乏實際商場作戰經驗、徒憑理想的「空想家」。

我們重視「智慧」。「智慧」是衝破難局，克敵致勝的關鍵所在。在實戰中，若缺乏智慧的拚鬥，只恃暴虎馮河之勇，與莽夫有什麼不一樣？翻開行銷史上赫赫戰役，都是以智取勝，才能建立起榮耀的殿堂。孫子兵法云：「兵者，詭道也。」意思也指明在競爭場上，智慧的重要與性不可取代性。

《實戰智慧叢書》的基本精神就是提供實戰經驗，啟發經驗智慧。每本書都以人人可以懂的文字語言，綜述整理，為未來建立「中國式管理」，鋪設牢固的基礎。

遠流出版公司《實戰智慧叢書》將繼續選擇優良讀物呈獻給國人。一方面請專人蒐集歐、美、日最新有關這類書籍譯介出版；另一方面，約聘專家學者對國內傑出商業領導人物或機構，作深入的專書研究。我們希望這兩條源流並行不悖，前者在汲取先進國家的智慧，作為他山之石；後者則是強固我們經營根本的唯一門徑。今天不做，明天會後悔的事，就必須立即去做。臺灣經濟的前途，或許亦繫於有心人士，一起來參與譯介或撰述，集涓滴成洪流，為明日臺灣的繁榮共同奮鬥。

這套叢書我們請到軍校出身的周浩正先生主持，他除了有基本軍事常識與軍旅生涯的磨練之外，同時也是多年來出版界的活躍人物之一，我們希望誠如他「允文允武」的背景所呈顯的慧眼，能給這一系列叢書的未來，創造一個光明的遠景。

主編的話

周正

日軍軍事操典「戰術五十講」中，曾強烈喻示：「一個實踐，比一百個理論要好。」意思是說坐而言，不如起而行。光說不練，紙上談兵，並不能驅敵致勝，敵人不會被雄偉的言辭淹沒，除非徹底擊潰或殲滅他們。而所有兵力佈署、調兵遣將的經驗智慧，都是在一次又一次攻防之中，累積、衍生出來的。

西方兵聖克勞塞維茲說：「兵學是經驗的科學，歷史中的事例，在經驗學科中，最可作為有力證據，所以，兵學實以戰史最為重要。」這些話也是在闡明「實戰」的重要性。

商場如戰場。我們已經可以明確地看出，軍事觀念、軍事理論、軍事術語大量侵入商業活動領域。兩軍對峙猶如同型、同性質商業產品的對抗戰，市場的爭奪，一來一往，短兵相接，白刃閃耀，慘烈的情況，不下於真正的戰場。因而，經驗——在實踐中領悟、累積的智慧，誠如軍事發展一樣，朝向藝術化的層次演進。

國內經四十餘年慘澹經營，商業活動也已經脫幅而起，除了國內市場的競爭日趨白熱化之外，國際市場的蠶食或鯨吞，也成為未來考驗企業生存的新指標。我們有鑒於此，為未雨綢繆計，

不怕簡陋，意圖擷取先進國家經營策略的智慧，同時努力整合國內若干年來成功企業的辛酸成長歷程中，所累存的經營經驗，作為一個長遠的出版目標；這一系列的叢書，定名為《實戰智慧叢書》，為迎接自由化與國際化的衝擊，奠定先勝的基礎。

經驗不能徒憑移植，真正有用而能被我們接納的經驗，必定是植根於本土的，所以，《實戰智慧叢書》的出版內容，於譯介國外最新、最具實用價值、最適合國情的重要著作之外，我們念茲在茲的是要讓所有經驗智慧生根。

我們希望能夠看到結合民族性、區域性及因特殊環境因素等形成的國人獨有的經營理念的闡發；我們希望看到一個企業的成長、一個企業家如何突破困境屹立不搖的因應措施。我們相信在這塊土地上的商業領域裏，一定有許多充滿啓迪的故事等着我們去發掘、整理、記錄，這些才是《實戰智慧叢書》的終極目標。

在西方流傳着一則古老的笑話：一位下級軍官問腓特烈大帝說：「我跟你隨你出生入死，歷經百戰，為什麼始終只能位居低層，不能像另外許多袍澤一樣，節節高陞，光宗耀祖？」腓特烈大帝面帶微笑，指着一頭正由身邊經過，駄運輻重的驢子答道：「你知道嗎？這頭驢子也和你一樣，跟着我出生入死，身經百戰，但牠仍然是一頭驢子。」

這一則充滿寓言精神的故事，或許在我們展讀《實戰智慧叢書》時，應該牢記心頭，時時相互惕勉的吧！

編輯室報告

自從大眾傳播介入人類生活之後，我們的社會認知起了很大的變化。一方面，我們經常是透過大眾傳播來了解社會議題（social issues）以及公衆人物；另一方面，我們自己有時不免要與大眾傳播有連繫，透過它表達意見，或規劃經營自己（或公司或產品）的形象。

正因為大眾傳播與我們的日常生活益形密切，我們愈來愈不可以對「大眾傳播的性格與行為」沒有一點基本常識。

《公關手冊》（How To Get Publicity）可以說是臺灣第一本以「個人與公司如何和新聞界打交道」為主題的專書。全書從「宣傳」的觀念談起，一直到如何接受採訪，如何舉行記者會，如何舉辦記者感興趣的活動等實務，構成一本步步落實的「新聞公關手冊」。

在臺灣社會，很多人已經了解新聞媒介對公共認知的巨大影響力，也極願意與新聞媒介建立更好的公共關係與「對話途徑」。但是，由於普遍對大眾傳播本質的不了解，這一類的努力往往流於請客吃飯式的交際。表面上看來，個人與公司似乎也和新聞媒介有良好的交道；實際上，臨到公開發言與建立形象的機會，卻往往起不了作用。

與新聞媒介打交道，現代人逐漸明白實在是件「很專業」的工作。大公司往往沒有「公共關係」部門，小公司也可以委託專業的「公共關係顧問公司」處理對外的形象塑造、保養等工作。

這本書，就是以一個專業的立場，提供一般人或普通公司一些基本認識。它提出一些常常為人忽略的觀念，譬如「新聞資料袋」的觀念，書中指出，「新聞通稿」寫得好固然重要，但是如果沒有其他附件配合，訪問者、製作人很可能就會忽略你。

另一個例子，書中對「接受採訪」提出一個觀念，它說，你不可能（也不應該）控制整個採訪，但是，你一定要有策略、要有準備，以「堅定而合法」的形式取得主動的地位。

這都是與大眾傳播溝通的「經驗之談」，也是每個人都應該認識的觀念。

儘管這本書是極為實用的新聞公共關係手冊，我們爲了使它與此地國情更爲貼近，特別邀請了中國時報社長楊乃藩先生撰寫一篇長達萬言的專文討論：「這是一個推銷的時代」。以補原書之不足。

楊乃藩先生是臺灣新聞界的知名前輩，德高望重；主持中國時報的言論大計，素爲士林推崇。楊先生不僅在新聞工作成就非凡，本身亦是一位新聞媒體公共關係的專家，曾著有同性質的專書在臺出版；此外，楊先生也是一位知名的遊記作家，他的幾本由「九歌出版社」印行的遊記，在國內廣受歡迎。由他來寫這本書的專文討論，不但增加了臺灣環境的特殊考慮，也使全書增色不少。

誠如楊乃藩先生所說，今天的臺灣已經邁入一個「推銷的時代」；政府要推銷「政策」、政治家要推銷「政見」、學者要推銷「研究計劃」、軍隊要推銷「戰略思想」、公司要推銷「形象」、個人也要推銷自己的能力和觀念。事事要宣傳，人人要推銷，每個人都要有大眾傳播的知識，也要主動和新聞媒介打交道。這就是出版《公關手冊》這本書的最大意義。（詹宏志執筆）

目錄

《實戰智慧叢書》出版緣起

主編的話

編輯室報告

專文討論／這是一個推銷的時代

楊乃藩

譯序

前言／相信自己，展現自己

第一篇 學前教育

第一章 「宣傳」的是與非／四二

在走上宣傳之路以前，你需要一些明確的定義，以及許多令你「眼見爲信」的事實。

第二章 到處都有「宣傳」／四九

看電視、聽收音機、讀報章雜誌，充分運用你的筆記本，設定主要目標。

第二篇 創造新聞

第三章 5W1H原則／五

掌握「誰」「什麼」「何時」「何地」與「如何」，你說的每一件事，都和任何大事情一樣重要。

第四章 練習寫新聞稿／六

每個人都能寫新聞稿。用不著什麼創意、學問、暗喻，更不要弄得太複雜，愈簡單笨拙愈好。

第五章 新聞資料袋／六

新聞稿很重要，但如果没有其他附件的配合，編輯、製作人和訪問者很可能就會忽略你。

第三篇 建立形象

第六章 曝光行動／九

傳播戰略只有三種——本地性、地區性和全國性。寄資料、打電話，開始你的「曝光行動」吧。

第七章 整修門面／一九

研究自己的近照，在穿衣鏡前自我評鑑。不必做太大的改變，但至少從頭到腳要好好打理一番。

第八章 牙牙學語／二九

絕大部分的演說家都是訓練出來的，只要你肯不斷練習，任何毛病都可以矯正。

第九章 主持人羣像／二九

你會碰到各式各樣的主持人，別被他們的姿態嚇倒；只要有信心、準備夠，你可以隨時控制場面。

第四篇 趨吉避凶

第十章 誰來訪問／一四三

不管是你到電臺、電視臺上節目，或是他們找上你的辦公室或家裏，都是你建立形象的好機會。

第十一章 控制採訪／一五七

你沒有可能，更不應該絕對的控制整個訪問；但為達成宣傳目標，你必須以堅定、合法的形式取得主動。

第十二章 不利的宣傳／一六三

你也許會發現，你只是一項調查中一個無辜的受害者，可是這項調查最後却摧殘了你的事業。

第五篇 主動出擊