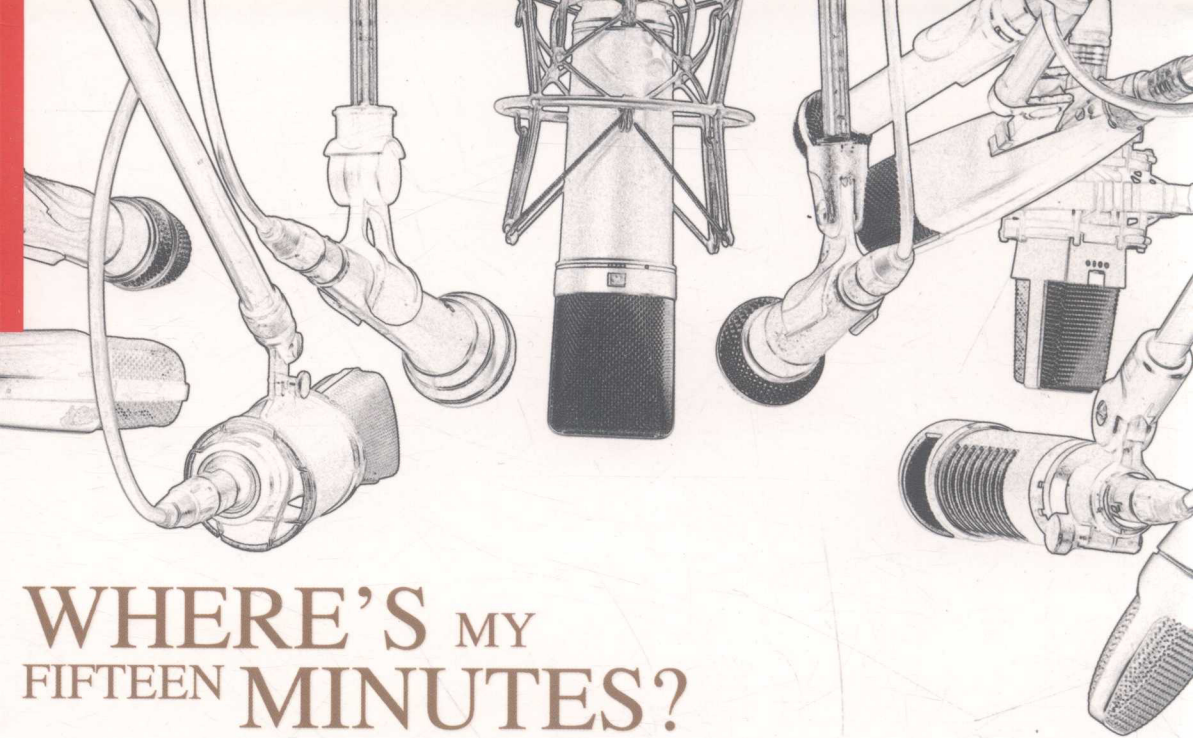




WHERE'S MY FIFTEEN MINUTES?

公关教父 霍华德·布莱格曼
30多年经验巨作

超级PR

如何为组织和个人赢得超人气

[美] 霍华德·布莱格曼 迈克尔·莱文◎著 李昂◎译
(Howard Bragman) (Michael Levin)



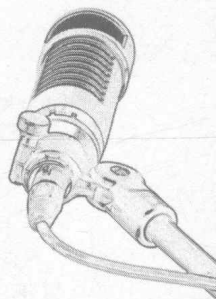
北京联合出版公司
Beijing United Publishing Co., Ltd.

超级PR

如何为组织和个人赢得超人气

[美] 霍华德·布莱格曼 迈克尔·莱文◎著 李昂◎译
(Howard Bragman) (Michael Levin)

WHERE'S MY
FIFTEEN MINUTES?



北京联合出版公司
Beijing United Publishing Co., Ltd.

图书在版编目 (CIP) 数据

超级 PR / (美) 霍华德·布莱格曼, (美) 迈克尔·莱文著; 李昂译. —北京: 北京联合出版公司, 2018.2

ISBN 978-7-5596-1516-9

I. ①超… II. ①霍… ②迈… ③李… III. ①公共关系学 IV. ①C912.31

中国版本图书馆CIP数据核字 (2017) 第330251号

著作权合同登记号

图字: 01-2017-8567

上架指导: 经营管理 / 公共关系

版权所有, 侵权必究

本书法律顾问 北京市盈科律师事务所 崔爽律师

张雅琴律师

超级PR

作 者: [美] 霍华德·布莱格曼 迈克尔·莱文

译 者: 李 昂

选题策划: 零壹文化
ZeroOne Publishing

责任编辑: 管 文

封面设计: 零壹文化
ZeroOne Publishing

版式设计: 零壹文化
ZeroOne Publishing 衣 波

北京联合出版公司出版

(北京市西城区德外大街 83 号楼 9 层 100088)

河北鹏润印刷有限公司印刷 新华书店经销

字数 190 千字 720 毫米 × 965 毫米 1/16 15 印张 1 插页

2018 年 2 月第 1 版 2018 年 2 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5596-1516-9

定价: 69.90 元

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书部分或全部内容

版权所有, 侵权必究

本书若有质量问题, 请与本公司图书销售中心联系调换。电话: 010-56676356

推荐序

WHERE'S MY
FIFTEEN MINUTES?

收获你的“耀眼一刻钟”

利兹亚·吉本斯 (Leeza Gibbons)
美国脱口秀主持人

所有你做的事、你说的话，共同构筑了你的公共关系。如今，不只是明星需要经营公共关系，每个人都有必要把它处理好。事实上，得益于今天时时更新的网络以及潜力巨大的网络工具，名人世界的大门已向所有人敞开。任何时候，不管你是 CEO、政客、运动员、罪犯、红衣主教，或是一个完成某种壮举的普通人，抑或是一个刚好位于新闻发生地的看客，聚光灯都有可能照向你。你在聚光灯照来时的反应决定了你将来的状态，是名声大噪、臭名昭著，还是回归默默无闻。

不管喜欢与否，我们都得了解怎样处理自己的公共关系。这就是为何选择霍华德·布莱格曼在你身旁、为你出谋划策的原因。30 年前，我就认识了霍华德，而他投身于公关这一行也已经超过 20 年了。他虽然很早就入了这一行，但却代表了新一代公关专家，现在也已经成为处理娱

乐圈危机的一把好手了。在公关行业打拼多年之后，对于危机对一个名人的影响，他看得更透彻了，也更清楚他们应该采取哪些措施来渡过危机。简单地说，霍华德是这个行业内最顶尖的人才。客户的处境再困难，霍华德也知道该怎样应对。当有新闻发生时，每家媒体机构都想听听他的意见，我也不例外。

那么，霍华德能给予你哪些帮助呢？你之所以选择了这本书，也许是因为你梦想成为明星，收获名望，走上红毯，享受被记者们团团围住的成就感；也许是因为你希望寻找一种方式为你的产品赢得更多关注；或者也许就像我一样，你希望聚光灯能照到你认为很重要的事物之上，使它能获得众多关注，从而使你从中获益。不管你的目标是什么，找霍华德没错。他会详细地指引你如何最大限度地发挥你的个人价值，以及如何为自己赢得应有的关注。

霍华德也是讲故事的一把好手。他的书里到处都是故事，有现实生活中公关成功的案例，也有霍华德职业生涯中听到或遇到的种种危机。通过这些故事，他指引着人们为自己打造合适的公关计划。这对我们来说是不可或缺的。不管我们的目标是要扬名世界，还是获得当地民众的关注；是取得商业上的成功，还是办好一场糕饼义卖会；无论我们是谁，最终，我们都会收获属于自己的“耀眼一刻钟”。你是否有能力延长这一刻钟的时间取决于你自己，但是霍华德的建议的确能帮大忙。任何期待站在或者已经站在公众舞台上的人，都该认真听听我这一席话。

推荐序 收获你的“耀眼一刻钟” / 1

利兹亚·吉本斯 (Leeza Gibbons)
美国脱口秀主持人

前言 公关“十诫” / 001

01

你的 15 分钟在哪里

005

新媒介，新沟通
平衡现实与感知
公关人是教育者

02

你为什么需要公关

021

好形象才值得传播
开展公关活动的 4 个理由

03

为现在的你把脉

031

真实，形象评估的基础

过去无法被抹杀

找到转型的跳板

紧跟时代发展

04

设计你的新形象

041

真实是根本

一步一步改变

独特性让你与众不同

05

成功的关键， 一定要把你的信息传播出去

047

迅速说出你的重点

发布信息的5大要点

为信息发布做充分的准备

统一团队口径

06

谁是你的目标受众

059

圈出各层目标受众

精准定位信息发布平台

07

如何准备宣传材料

067

统一所有宣传材料的信息

设计一个独特的个人网站

网络优化

规划自己的社交网站主页

08

如何举办活动：传统派对之死

085

为什么要办活动

活动的一切细节都紧扣最终目的

如何发出活动邀请

如何组织一场大型活动

09

如何应对媒体： 喂饱媒体这头野兽

097

在合适的时机接受采访

媒体是一种商品

接受采访时说些什么

不，这些话不要说

恰当的仪态才安全

练习，练习，再练习

10

如何确保万无一失： 公关启动前的检查清单

113

关于准备工作的 5 大自问

你准备好后续的媒体曝光方式了吗

11

如何把握触发时刻

117

主动出击

不矛盾之矛盾

谋事在人，成事在天

12

如何持续吸引镜头

125

保持热度

借助团队的力量

打动媒体

多栖发展

13

如何取得理想的公关效果

137

公关不是广告

明确公关目标

初始目标与公关效果

14

利用媒体，而不是被媒体利用

145

提前准备不会错

维护自己的形象

媒体喜欢报道什么

如何敲开媒体的大门

15

如何监控舆情

155

推陈出新的新闻宣传

新闻删除

新闻压制

16

明星的沟通秘诀

171

出力之人都该被感谢

仪表与身份相匹配

遵守规则才能打破规则

强大的团队，成功的后盾

聪明地花钱

在自己的原则下行事

爱惜自己的羽毛

把好莱坞带回家

死亡亦可公关

17

如何做好一个演讲

189

像准备采访一样准备演讲稿

不浪费任何一次发言机会

熟悉演讲场景

自信地站在台上

18

“我有一个秘密”

199

未雨绸缪好过亡羊补牢

如何恰当地公开你的秘密

19

危机公关：避免皮纳塔综合征

207

清清白白地生活

什么是真正的危机

谋定而后动

态度诚恳地面对危机

有尊严地处理危机

后记 公关前接受你不能改变的东西 / 219

哈维·莱文 (Harvey Levin)
“名人闲话网”创始人、执行总编

译者后记 / 223

公关“十诫”

现在，规则已经变了，所以我写下这新的公关“十诫”。很多人仍旧认为任何新闻都是好新闻，能上新闻总是件好事儿；但我们已经知道，情况并非如此。因此，现在来说一说这些新规则。

01

并非所有新闻都是好新闻。也就是说，有能力引起关注并不意味着你就适合引起关注。去问问保罗·麦卡特尼（James Paul McCartney）的前妻希瑟·米尔斯（Heather Mills）或者麦当娜，你就知道了。

02

感知即现实。PR 不再是公共关系的简称，而是感知和现实。我和一位最近被指行为不当的客户聊天时，他大叫：“这不

是真的！”“这没什么，”我告诉他，“要是传播出去，大家都认为是真的，那就麻烦了。”

03

塑造一个品牌。也就是美国前总统老布什所谓的“形象这东西”。朝着一个目标努力，精明的名人不会轻易地出现在媒体上。这都是在打造个人品牌。品牌的范围极广，并不只关乎品牌本身，还关乎你的事业、生命、外表、整体形象……

04

真相最终会水落石出。如果被假象迷惑，如果被谎言侵袭，你可以这么想：真相最终会浮出水面。相反，如果你在扯谎，就是在自埋恶果。过后可能会被忘记，但它一直都在那儿。这让我们想起“冰山理论”，即一旦在表面发现了一些问题，下面的问题会更大。一旦有人在好莱坞成为明星，人们就会写有关他们的书，大肆公布他们的秘密。这些书内容非常详尽。真相，不管丑陋与否，最终都会浮出水面。

05

为根基注入活力。认清你的铁杆粉丝，绝对不要忘记他们。奥普拉·温弗瑞从未忘记过美国的黑人社区。墨西哥裔美国演员伊娃·朗格丽亚（Eva Longoria）不会忘记自己的拉美血统。这些人从一开始就会支持你，而最支持你的人会最诚心地将你的消息传达给他人。被遗忘的群体就像是遭遗弃的情人。这些还用我多说吗？

06

媒体不会等你。在当今媒体世界，速度盖过了准确性。现在，通过公关手腕可以收获多种效果。过去的时光一去不复返。媒体的更新速度日新月异。在新世纪，你不和媒体打交道，就不能算是新世纪的一分子。如果你把自己包在茧里，在信息高速公路上，你很容易就会丧命于车轮之下。

07

公共与隐私之间根本没有界限。从手机到博客，从酒吧侍从到保镖，从急诊室护士到服务员，他们见到了，全世界就都知道了。欢迎进入这个超大的玻璃鱼缸。一些人将名誉称为“女财神”，这说法很贴切。经常露面于公共场合的坏处是公众一直盯着你。他们的眼睛从来都不眨一下，也不需要滴眼液，即使没有化妆也清澈明亮。

08

媒介即信息。报道的真实性与发布这则报道的报纸、杂志、电视节目或者博客有着直接关系。我的一位客户是个明星，他身陷一场不光彩的离婚案中。这一消息被泄露给了《国家询问者》(*National Enquirer*)。客户指责我们泄密。我回应道：“即便泄密，我们也不会漏给《国家询问者》。”即使我泄漏报道，也是告诉一个可靠媒体，否则，报道的真实性就会遭到破坏。

09

捧你就是为了摔你。媒体最终会拿着它提供的服务要你付账单，这就是说，扶你上台是为了时刻能把你拉下台。首页新闻无一例外全是指责；最终裁决，特别是对你有利的裁决，仅仅会在内页的零星几段中出现。还记得那个被指控用炸弹袭击亚特兰大奥运会的理查德·朱维尔 (Richard Jewel) 吗？他逝世时仅 45 岁，毫无疑问这与他遭到错误指控有很大的关系。大家都记得对他的指控，却鲜有人知晓他被无罪释放了。

10

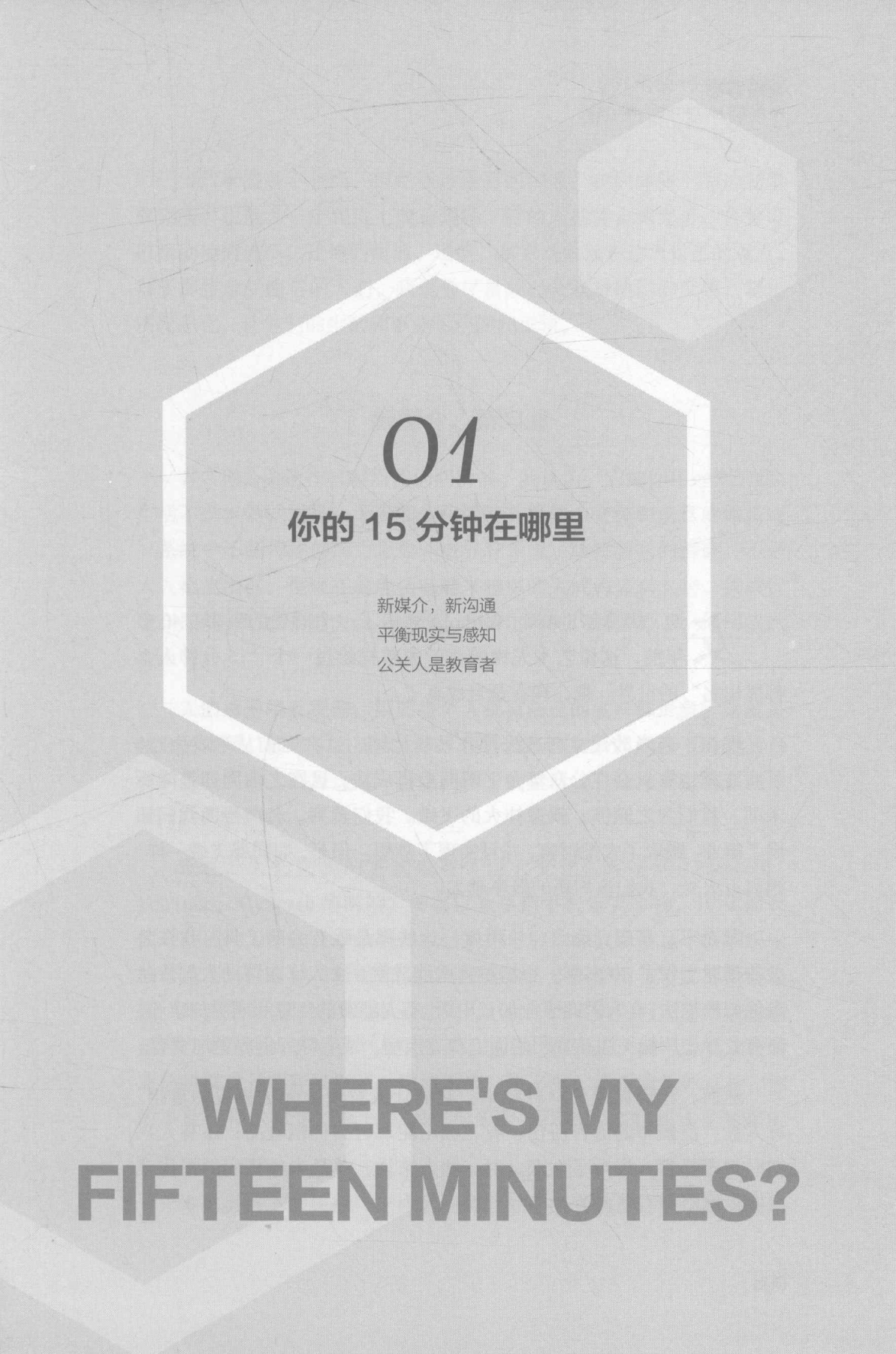
每个人都有从头再来的机会。在犹太教和基督教共有的文化中，最美的那部分教义里就有宽恕。即便你是一个无神论者或不可知论者，我还是要说，宽恕是一种高尚的行为。人无完人。你也曾经听过“人为失误”这种说法吧。值得高兴的是，大部分人都从所犯的 errors 中汲取了教训。他们

不仅努力完善自己，聪明的人还会以自己的错误为戒、帮助他人……
这样，我们所有人都可以得到升华。机会众多，摔倒一次绝不等于彻底结束了。



想了解更多本书作者的洞见吗？

扫码下载“湛庐阅读”APP，
“扫一扫”本书封底条形码，
彩蛋、书单、更多惊喜等着您！



01

你的 15 分钟在哪里

新媒介，新沟通
平衡现实与感知
公关人是教育者

WHERE'S MY
FIFTEEN MINUTES?

安迪·沃霍尔（Andy Warhol）预言了一个时代的到来。40多年前，这位艺术先锋兼哲学家曾描绘过一个“15分钟人人都能出名”的世界。瞧，现在预言成真了。

现在，名声的建立与丧失都在转瞬之间，这在之前从未发生过。平庸之辈也有机会在公众舞台上瞬间取得成功，这在之前同样是闻所未闻。我们为之倾倒，就像扑火的飞蛾。我们看到，名声帮助我们拓展了事业，赚取了大把财富，并且实现了梦想。但是，如同那飞蛾一样，越靠近火光，我们被灼伤的概率越大。

曝光率、名望、焦点、认可度，这些都是强有力的工具。我在公关传播业工作了30多年，很清楚这些能成就一个人。我帮助人们传达出他们的想法，有人因此事业如日中天，有人经营的生意利润更加丰厚，还有人尽己所能关注社会阴暗面，攻克疾病，或者呼吁世界更加宽容。

然而，我也见过另一种结果，它们让人背负上无法言说的重担。有人被广泛散布的流言所伤；有人成了犯罪行为的牺牲品；还有人兴奋时口不择言，误导了大众。对一些人来说，单是未经核实的指控就可以让他们苦不堪言了。

虽然事态各不相同，但是通过适当的沟通，我们即使不能达到事事完美，也能在一定程度上改善现状。有的人期待自我完善，公关可以帮助他们进步，让他们简洁、迅速、富有成效地表达出自己的观点。对于那些遭受痛苦的人们，我也会尽量减轻公众对他们的反感，制止情况恶化，让他们的生活和事业尽快回归正轨。

新媒介，新沟通

有人把公关比作机器所需的润滑油，我认为，它的作用远大于此。生活不是机器，而是一个不断变化着的有机体，交流和信息就像是这一系统中不断传送的活力之血，滋养着系统，维持着它的健康。不是人人都能出名，但现在的确会有越来越多的人成为公众人物。我敢肯定，即使有时候普通大众不情愿，在特定的时代和情势下，他们依然会出名。

人们总是相互观察，因此每个人都有自己的名声和形象，这就是社会的本质。如果你在阅读本书，也许就能理解众目睽睽下的生活自有一番吸引力，因为这是一种更高水平的生活，它让你有机会影响并领导众人。

现在，人们交流的方式也有了巨大变化。万维网、Facebook、YouTube、MySpace 等网站，博客以及苹果手机这类事物，10 年前我们对此还一无所知，今天很多人已经把它们作为收发信息、畅享娱乐的首选工具。这种“新媒介”的传播速度、影响范围与力度都不容小觑。即使是我这种老练的职业公关人，也不得不做出巨大而无奈的调整，以便让我的事业和个人生活都适应它。难怪新手们对迅猛发展的通信科技总是心存畏惧了。你该不该，要不要，能不能为你自身、你的事业及你的激情打造一个理想形象呢？我将帮你找到这些问题的答案。

本书虽然不能缔造一夜成名的神话或干净利落地解决全部沟通问

题，但却可以传授你一些在平常也能运用的方法和技巧。我会坦诚地分享自己的一些经历，并尽量选择人人熟知的场景，教你从全新的视角看待“沟通”。我做的这件事情，一半是艺术，一半是科学。我也曾犯过错误，在接下来的几章里就会提到，但这些年来，我同样也接触过很多客户，积累了丰富的经验，其中成功远多于失败。至少与人沟通时，我能令对方印象深刻，甚至多数时候，我可以控制局势。

我希望能够分享我的经验，这样其他人就可以自省其身，改变世界对自己的看法，哪怕达不到这样的效果，但至少能在这个拥挤嘈杂的社会与人进行良好的沟通。你可以不完全相信我的话，毕竟这只是我个人的观点，它可能与你的意见相左，但我想，即使是最苛刻的读者，也能从我这数十年的经验中取得一些收获。

我们都知道当下媒体的发展速度一日千里。我会尽量把生活节奏放缓一点，时不时做个深呼吸，工作时集中精力；我把握住生活规律，并有意在种种事项中加入一点人情味儿。我一直相信，重要的是质量而非速度。世上的观点多如牛毛，有机会公之于众的却寥寥无几。即使是同一观点的不同侧面，各自的支持者也有多寡之分。有时人们需要得到机会来表达自己，而我可以帮他们做到这一点。

我乐意做他人的顾问，不管对象是我的学生、同事、客户还是媒体，我都很珍惜为他人做指导的机会。当代社会中，“指导”几乎无处寻觅，所以，暂且允许我来指导你。

对不同观点兼收并蓄，自身创意夺人耳目，同时对众多事理去芜存菁，若能真正做到这些，我们就可以迎接一个美好时代，并且从中收获很多东西。我会因此愉悦不已，而你会变得更加敏锐聪慧，一举两得。

平衡现实与感知

让我给大家讲点以前的事。在过去，如果要给消费者、选民或整