

## 輿論壓力 vs 公關精神

葉碧玲

廣州亞運進行得如火如荼之際，香港申辦 2023 亞運的辯論亦沒有停下來。

猶記得去年，普羅市民因香港運動員在 2009 東亞運取得 110 面獎牌而感到興奮莫名，體會到主場之利，並支持再辦；但當政府提出申辦亞運時，傳媒大幅報道預計開支，把討論捲入政府資源分配的爭議上。這場公關大戰有兩點值得留意：

一、 網民的輿論壓力 --- 網民像壓力團體，但比其他壓力團體形成得更快，又似是代表普羅大眾的意見；傳媒十分容易在網上取得他們的意見作報道，他們的觀點或會影響其他組織的取向。

二、 市場調查的影響力 --- 多個團體公布調查結果，市民未必會花時間深究問卷發問的方法、如何選擇被訪者或調查過程的誤差等因素，但整體結果富影響力。

此外，數字比意見較具說服力，資料出現的先後亦會影響市民對事件的分析和印象。無論如何，各方提出的資料和論點能讓市民把事情弄清楚，公關人員不應被不利的勢頭嚇怕，應擁有像運動員在比賽場上永不言敗的體育精神，未到最後一刻，怎會知道誰勝誰負。

- 完 -

撰文：葉碧玲

作者為香港體育學院公眾事務及市務拓展經理，從事體育推廣及公關十多年。