雙2Way
HK PUBLIC RELATIONS PROFESSIONALS' ASSOCIATION LTD 香港公共關係專業人員協會
72期
2016年3月

社會變化見新媒體影響
新時代，新應變

特約記者: 李晛文

「當人民有經濟、保安、社會需要時，找的是手機」，嘉賓講者何安達先生引述盧旺達總統保羅卡加梅(Paul Kagame) 的話，帶出流動通訊平台與現代人生活已經密不可分。他於1月27日以「新媒體・新政治」為題，分享新媒體對公共事務的影響，而公關業界又應如何應對，會員踴躍支持，現場座無虛席。

市民角色重新定位

何安達乃資深公關顧問，曾出任行政長官辦公室新聞統籌專員，他一直留意社會議題的民意變化。他指出，大眾由只接收資訊，到今天成為資訊來源；市民不但擔當記者角色，更隨時可以成為鼓動者（instigator）。

他引用狗隻跌落港鐵路軌為例，指在港鐵更新消息前，網上媒體「香港動物報」及「社會記錄頻道」（SocRec）早已在抗議活動的不同階段於 Facebook 發放相關情況。 網上平台的出現及其功能，使市民的「受眾」角色大大改變。

三大震盪顯局勢轉變

何安達以佔中前的「三大震盪」來形容近年民意的變化；當中包括清拆皇后碼頭、遷拆菜園村及反國教事件。

強烈態度勝人數

清拆皇后碼頭事件發生於何安達在任新聞統籌專員期間，他憶述，當年透過民意調查了解市民大眾對清拆的意向，民調未見有強烈反對聲音，可是其後有團體發起靜坐及絕食行動，表達反對清拆的訴求。他指出，反對清拆的一羣市民，他們的聲音沒有在民意調查中反映，他們雖然人數不多，但對事件持強烈反對態度。結果，這類不佔多數，也不是主流民意的群眾，其行動所產生的感染力往往是政府需要注意，加強應對。

80 後做主 傳媒講公義

何安達亦提到 2010 年反對遷拆菜園村事件，挺身支持的大部分是 80 後的年輕人。當時就事件報道的內容比以往媒體報道手法，立場顯得更鮮明，有部分記者相信要透過報道，彰顯他們心中的「公義」。

通訊軟件 政府難控

2012 年反國教活動中出現了 90 後與 80 後匯流。新一代使用新媒體的習慣，與政治參與的關係越趨明顯。當年能號召逾十萬人於政府總部外集會，社交媒體及即使通訊軟件的傳訊能力絕對是原因之一，該情況也是政府

意料之外。 政府既沒有一套全面監察系統，更無從了解廣泛在 whatsapp 流傳的民意訊息，這也成為政府預測大眾反應的困境。

網媒影響力大

參與者爭取機會，積極發問。

社交媒體及即時通訊軟件的速度，官方機構根本無法招架，何安達舉例，佔中期間，電視直播學聯代表與政府討論政改方案。在電視直播期間，100毛已即時從感性角度點評個別學生代表的個人表現，而非理性分析雙方的論點。辯論未結束，網上已有大量網民的轉傳和討論；及至新聞處在晚上發稿時，有關討論已經過了時，網上已另有新的焦點了。使用網媒的人，早已透過網絡及社交媒體，建立對社會議題的即時印象。官方囿於傳統的傳訊溝通方式，又豈能與時並進！

全靠嘗試

何安達擔任新聞統籌專員時，認為政府不應迴避應對社交媒體的挑戰，他藉助特首辦，以身作則，嘗試利用社交媒體與網友溝通。雖然早預到是「彈多過讚」，但既要求變就要了解在綫文化，不斷嘗試。

特首辦Facebook專頁「上亞厘畢道」曾在施政報告公佈後，邀請知名主播黃婉曼以她報告天氣的形式講述相關內容，短片有彈有讚，但施政報告重點內容卻成功傳遞；另一事例是馬尼拉人質事件，在人質不幸被槍殺後，特首辦設立了一個讓市民向死難者致哀及悼念的Facebook專頁「深切哀悼菲律賓遇害港人」，此專頁吸引十多萬人讚好。何安達指出，只要運用得宜，政府還是可以藉助社交媒體與公眾溝通。

PRPA會長Pamela向講者何安達先生致送紀念品

活動預告

周年會員大會暨晚宴分享會

PRPA第二十屆周年會員大會將於2016年3月31日6時假中環添美道1號中信大廈5樓東海薈舉行，會長梁綺蓮將匯報過去一年執行委員會的工作，大會上亦將進行2016/2017年度執行委員會的選舉，所有合資格會員均可出席。周年大會後於晚上 7 時30分即舉行晚宴及分享會，並邀請到香港中文大學新聞與傳播學院院長馮應謙教授擔任主講嘉賓，以「年輕一代與成功公關策略」為題，與會員分享新一代的特質，以及該些特質為公關界所帶來的挑戰。有關詳情請參閱相關電郵資訊或致電PRPA查詢。

《第十二屆中國最佳公共關係案例大賽》
現正徵集港澳區參賽案例

中國國際公共關係協會（CIPRA）自 1993 年起舉辦《中國最佳公共關係案例大賽》，大賽每兩年舉行一次，旨在推動中國公共關係的職業化、規範化及專業化發展。大賽備受中國公關界推崇及肯定，今年踏進第十二屆，已成為中國公共關係實務領域最具權威的賽事。

PRPA 今屆再度獲 CIPRA 委託，負責徵集香港及澳門區的參賽案例及相關聯繫、行政及初審事宜。

第十二屆《中國最佳公共關係案例大賽》現已正式啟動，參賽案例的主要部份務必在 2014 年 1 月 1 日至 2015 年 12 月 31 日期間在中國境內（包括港澳台地區）推行。

本屆大賽共設 18 個類別競賽項目，每個類別設「金獎」一個，「銀獎」兩個，其他獎項包括「傑出公共關係大獎」、「組織獎」、「最佳創意獎」，以及「最佳文案獎」等單項特別獎。 大賽採用「三審制」（即初審、分組評審及評審會終審），港澳區參賽案例初審程序繼續經由 PRPA 在香港進行。請按此參閱大賽概覽及報名辦法、章程及報名表格，以了解大賽的詳情。

頒獎典禮將於 2016 年 6 月份在北京舉行 ，屆時來自國內及港澳的公關翹楚將會聚首一堂，切磋分享經驗。

港澳區的截止報名日期： 2016 年 3 月 9 日（星期三）
提交申報材料截止日期： 2016 年 3 月 23 日（星期三）下午三時前

PRPA 支持舉辦《中國最佳公共關係案例大賽》， 希望企業、 政府及非政府組織的公共關係從業員踴躍參賽，充份把握這次展示卓越水平的機會，並與中國專業公共關係同業們分享經驗。

如欲查詢大賽的詳情，可聯絡本會行政助理 Mani Huen（電話： 8112-0028）或電郵至 cipra@prpa.com.hk。

PRPA著力提升業界專業性
與社聯合辦課程反應熱烈

今年是PRPA與香港社會服務聯會（社聯）第二年合辦「社會服務機構應用企業傳訊證書」課程，受歡迎程度愈見增加，參加人數不斷增長。協會合辦課程的目的貫徹一向的宗旨，為社會服務機構公關從業員提供進一步提升能力的平台，以提升業界的專業性。

PRPA會長梁綺蓮對課程的受歡迎程度不斷增加表示鼓舞，她說：「在每次課程完結後，我們都進行檢討，不斷改進，精益求精。我們與社聯合作愉快，希望可成為長期合作夥伴，繼續為各社會服務機構提供學習及交流渠道。」

「另外，我們留意到參加者除了社會服務機構外，亦有來自商業機構的，可見業界對這種理論及實用性並重的課程有一定的需要。PRPA將繼續與不同機構合作，包括各大商會及教育機構，推出不同的課程、工作坊及講座，致力鼓勵公關專業人士不斷學習，不斷進步，專業性不斷提升。」

課程中負責危機應對工作坊的講者黃慧娟有深刻的感受，她表示：「去年我是負責同一個工作坊，希望透過互動讓每位參與者獲益更多，我很高興見到今年參與者的積極性較往年更高，樂於回應及提問。」

今年的課程由2015年12月至今年3月舉行，共分4個單元、8個工作坊，涵蓋企業傳訊的各個範疇，包括企業傳訊策劃、持份者管理、新聞稿寫作、籌款策略、機構刊物製作、認識傳媒、活動策劃及危機應對。

把公關定位在「溝通」上已不合時宜

在2010年的Institute for Public Relations 50 周年頒獎晚宴上，公關公司Edelman的主席兼行政總裁Richard Edelman在其主題演講中，道出公關專業人員應有的共同奮鬥目標：「把公關在機構內提升到管理高層C-suite，即那些以 "Chief"作頭銜的領導層，如Chief Executive Officer（行政總財）或Chief Financial Officer（首席財務長）的地位，與負責財務的、業務的、法律的、市場的和策略的並排而坐……」

從公關之父Edward Bernay在其1923年出版的著作Crystallizing Public Opinion首次創建 "Public Relations"（公共關係）這個名稱算起，公關專業人員有差不多一世紀的時間去爭取在領導高層C-suite當中佔一席位，然而事隔將近100年，公關仍然未能與C-suite並排而坐，更不要說躋身C-suite當中，這樣的情況，值得公關從業員深究。

一個很有趣的現象：公關經常替客戶或品牌定位，但卻甚少思考如何給「公關」這個行業定位。這亦是為行外人經常感到「不知公關實質幹甚麼」的原因。一直以來，公關學者把公關的作用，定位於「關係建立」和「溝通管理」上。其實這樣形容公關，既虛無，又過時，聽進企業領導層耳裏，只會把公關排在可有可無、

極其量作錦上添花之用的「二線」位置。領導高層惟一高度重視公關的時刻，就是有危機出現的時候，因為那時四面楚歌，傳媒虎視眈眈、群眾熱血沸騰，極度需要人手幫忙補鑊。然而，雨過天晴後，有多少公關人可以成為決策高層？

這是凡事「一觸即（爆）發」的時代，公關可以把握這個時刻重新定位，超越「企業鍾無艷」的角色。（不止做「鍾無艷」，有事時才替人收拾爛攤子）。現在，是把公關定位於企業良心的把關者、監察者和執行者的最佳時機。從公關立場來說，定位於「企業良心的把關者，比「關係 / 溝通管理專家」，更能精準地把公關放在一個更專業、更獨特和更有意義的層次上。從企業的角度來說，無論他們是不是，或想不想有良心，他們都知道自己一旦被視為「沒良心的企業」，代價將會萬分沉重。近年，無數企業和機構都因為犯上被公眾認為是操守、道德，或價值觀有問題的事情，而令自己陷入危機局面。今時不同往日，任何機構做錯事，即使是有意或無意的，都能引發一連串的「群插」（被大眾聯合批評），以下是幾個近年因企業大意的小舉動，但卻釀成企業災難的例子：

2014年5月，國際知名廣告公司Ogilvy & Mather替印度床褥品牌製作一系列名為 "Bounce Back"（反彈）的平面的廣告，用上了蘋果創辦人喬布斯、印度國父甘地，和曾因爭取婦女教育權利而被塔利班槍手暗殺的巴基斯坦少女馬拉拉。廣告原意想藉3位名人「陷入人生低潮後再反彈」的故事，去比喻牀褥的反彈能力，但廣告一出，即受四方八面狂轟，因為廣告用卡通手法，逐格展示馬拉拉如何被塔利班槍手射中頭部，跟着向後倒下、頭部流血，在醫院吊鹽水，然後復原後「反彈」拿獲國際性的和平獎項。公眾和廣告界紛紛怒罵Ogilvy & Mather竟然用少女差點命喪的血腥慘劇，作為廣告的題材，並形容此舉 'Thoughtless'（沒腦）、'Insensitive'（不顧人感受）、'Distasteful'（低俗），並表示 'shame on Ogilvy!'（Ogilvy 應感到羞恥！）。Ogilvy & Mather最終要為此舉發出道歉聲明，並宣稱他們不再會讓此等低水平之作再出現。2012年10月，被稱為美國史上第二大的龍捲風桑迪導致285人死亡，造成的經濟損失達620億美元，紐約地鐵更是嚴重損毀。在桑迪侵襲美國東部期間，美國衣著品牌American Apparel在Twitter上發出了以下的信息，鼓勵美國消費者留家在網上購

買他們的產品：「龍捲風桑迪大減價——以防你們在桑迪侵襲期間悶得發慌，隨後的36小時，任何產品8折！」折扣優惠只限給予受襲城市。在有人死傷和喪失家園期間「抽水」，發災難財，結果網民紛紛着American Apparel "shut up!"（閉嘴），並揚言永遠罷買其產品。奇怪的是，面臨這個危機，American Apparel不但沒有補救，其行政總裁Dov Charney在Businessweek訪問時的回應，更是火上加油：

「我不覺得我們的市場行銷部做錯，發生這類事情（指龍捲風），其中一件我們要做的事情，就是要令生意繼續營運，人們能在網上購買到我們的產品，我們從中有不錯的銷售額，但我們可能也因為這個龍捲風，而損最少數十億（美元）的收入。我們公司在此之目的是賣衣服，這件事（指公眾對American Apparel的指控）不是甚麼嚴重的事情，因此我每晚都睡得很好。」之後American Apparel 的發言代表再說：

「人們忘記了，要營運一間「美國製造」的公司，費用有多龐大……我們試圖（在龍捲風襲美期間）繼續保持營業額，無非都是為了我們的員工和利益相關者（Stakeholders）。」這樣的舉動，如此的回應，當然引起公眾和傳媒的謾罵。

除了American Apparel，另一服裝品牌Gap亦在桑迪襲美期間，在Twitter發了類似的信息，而受到批評：「受到桑迪影響，大家安全在家！我們在Gap.com購買了很多東西，你呢？」Twitter用戶紛紛抨擊Gap意圖發災難財，於是Gap馬上刪去信息，並解釋之前的Tweet，只是意圖提醒大家要安全留在家中。

從以上的例子可看到，公眾和傳媒的監察力和引發力非同小可，任何企業 / 機構小小的舉動和信息，都可觸發危機；因此，確實需要專業把關者去確保自己在大眾心目中是有良心的企業，或至少不是在做沒良心的事。這個領域，由公關去擔當最適合不過，因為這正就是公關一直以來的工作——企業聲譽、社會責任、誠信、議題和危機管理等，這些不就是指向企業良心之路嗎？

節錄自《公關公義》
作者：香港中文大學新聞及傳播學院副教授 利嘉敏

PRPA與恒生管理學院加強合作

PRPA在較早前的20周年慶祝活動中，與恒生管理學院合作進行業界調查，以加深對公關界發展的了解。3月3日PRPA會長梁綺蓮及副會長尹美玉連同導向委員會主席譚錦儀到訪該院校，加強交流，希望未來將有更多合作。

歡迎新會員

業界的支持對PRPA十分重要，我們歡迎以下新會員（2015年10月至2016年2月）加入：

機構會員

Cohn & Wolfe	Madbox Consultant Limited
McDonald's Restaurants (Hong Kong) Limited	Strategic Financial Relations Limited
The Puzzle Marketing and PR Limited	

專業會員

Chu Wing Sze	Digital Domain Holdings Limited
Ho Man Lai	Anli Holdings Limited
Hung Kam Sing	TUV Rheinland Hong Kong Limited
Kwok Lai Yin, Jeanette	Investor Education Centre
Lam Jasmine	Pfizer Corporation Hong Kong Limited
Lam Kit Yung	Securities and Futures Commission
Lee Yan Pui Catherine Andree	Lea Communications
Ng Josephine	Greenpeace East Asia
Ng Po Yung	Sik Sik Yuen
Yuen Wai Yee	College of International Education, Hong Kong Baptist University

附屬會員

Au Yeung Wai Yan	Airport Authority of Hong Kong
Chong John	Peninsula Limited
Mak Pui Man, Joey	UA Cinema Circuit Limited
Tse Nga Sze	

學生會員

Community College of City University	
Wu Wicky	
Hang Seng Management College	
Lee Jin Man	Leung Kit Yu
Tam Ka Man	Wong Hoi Mei
PolyU, School of Professional Education and Executive Development	
Lam Kai Chung	Li Yan To
Technological and Higher Education Institute of Hong Kong	
Lam Ka Yat	
The Chinese University of Hong Kong	
Fong Ho Yi, Sophia	Guan Shuyi
Law Ching Man	
The Hong Kong Polytechnic University	
Mong Ka Man	Zhang Xiaoqi
Zhu Qian xi	

(以筆劃/英文字母順序排名)

會長的話

各位會員：

新春伊始，謹代表PRPA同寅祝願大家猴年進步、萬事如意、身體健康!

一年任期匆匆過去，任內有機會與PRPA的前輩及戰友一同見証協會的20周年，是我的榮幸。周年會員大會即將又再舉行，每年看到公關界同儕的支持，深受感動。今年的周年晚宴，很高興得到香港中文大學馮應謙教授抽空出席，並分享對時下年青人的分析，讓從事公關行業的朋友更好地掌握如何跟年青人溝通互動。近年，在香港不少公共事務議題，都看到年青一代的積極參與，我認為這是好的現象。他們的衝勁、魄力、敢想敢言敢變的精神，是創新的動力，而社會的持續發展亦需要他們接捧。作為公關專業人士，無論你來自那一個行業，我相信馮教授的分享都會讓你得到啟發。衷心希望在3月31日的周年會員大會及晚宴見到您們!

成為會員

香港公共關係專業人員協會（PRPA）於1995年成立，致力推動公關行業的發展，鼓勵及促進業界交流。協會積極與香港及境外公關組織合作，促進本港、內地、海外公關行業的交流之外，在培育下一代公關專業人才方面，亦不時舉辦講座，並安排資深公關人士向現正就讀有關課程之學生及對公關行業有興趣的人士講解公關行業的需求及發展前景。

全賴業界及會員的鼎力支持，PRPA的會員人數多年來保持穩定增長。會員來自不同界別，有政府機構、公用事業、本地公司、跨國企業等，也有自僱人士及不同規模的公關顧問公司。

PRPA現有會籍包括創會會員（Founding member）、永久會員（Life member）、專業會員*（Full member）、機構會員（Corporate member）、附屬會員（Associate member），及學生會員（Student member），申請表格可於www.prpa.com.hk下載。現有會員如成功引薦新會員加入，可獲免費出席PRPA活動贈券乙張。

如欲查詢有關本會會籍事宜，請與會員事務執委許翠鳳（agnes.hui@prpa.com.hk）或本會行政人員褥敏妮（Mani）（enquiry@prpa.com.hk）聯絡。

** 合資格成為「專業會員」者必須從事公關工作並具有不少於兩年相關經驗。*

香港軒尼詩道信箱20097號　電話：8112 0028　網址：www.prpa.com.hk
香港公共關係專業人員協會出版

PRPA 顧問 Advisors

李道豫先生
中國國際公共關係協會會長
Mr Li Dao-yu
President of CIPRA

陳祖澤先生
載通國際控股有限公司副主席兼獨立非執行董事
Dr John Chan
Independent Non-executive Director
& Deputy Chairman
Transport International Holdings Limited

黃懿慧教授
香港中文大學新聞與傳播學院教授
Professor Christine HUANG Yi-Hui
Professor, School of Journalism & Communication
The Chinese University of Hong Kong

關則輝先生
恆隆地產有限公司助理董事 - 集團傳訊
Mr CF Kwan
Assistant Director – Corporate Communication
Hang Lung Properties Ltd.

梁天偉教授
香港樹仁大學新聞與傳播學系系主任
Professor Leung Tin Wai
Head, Department of Journalism and Communication
Hong Kong Shue Yan University

石嘉麗女士
奧美公共關係有限公司董事總經理
Ms Clara Shek
Managing Director
Ogilvy Public Relations Worldwide

曾立基先生
縱橫公共關係顧問集團主席
Mr Richard Tsang
Chairman
Strategic Public Relations Group Limited

黃鎮南先生
義務法律顧問
Mr Duffy Wong
Honorary Legal Advisor

劉瑞飛陳京暉會計師事務所
義務核數師
Lau Chan and Company, CPA
Honorary Auditor

馬維業先生
義務數碼傳訊科技顧問
越世代創新媒體集團董事總經理
Mr Rex Ma
Honourary Digital Communication
Technology (DCT) Advisor
Managing Director, iGen6 New Media Group

執行委員會 Executive Committee

梁綺蓮 會長
Pamela Leung
President

尹美玉 副會長
Ruby Wan
Vice President

吳君慈 義務秘書
Serena Ng
Honorary Secretary

鄭松雪 義務司庫
Shelly Cheng
Honorary Treasurer

黃慧娟、周翠清
傳媒關係及出版
Elin Wong, Tracy Chow
Media Relations and Publication

許翠鳳
會員事務
Agnes Hui
Membership Affairs

李少媚、麥君璐、陳凱翎
培訓及活動
Clara Li, Queenie Mak, Irene Chan
Training and Program