

## 資訊監察

池文皓

傳訊工作中一項極重要卻又總像做不完的就是「資訊監察」。無論從事企業傳訊、專題/危機管理，以至產品推廣等，都要時刻了解客戶、市場及輿論的意見和資訊。試想想，當機構剛發表重要宣佈，要急於了解外界的反應，或得知競爭對手正準備推出全新產品系列，這時準確和可靠的資訊確實很重要。

閱報、收聽電台廣播、收看電視新聞報道和時事評論節目等，當然是每天的例行公事。當資訊出版和記存還主要依賴印刷時，傳訊部每天都要製作厚厚的剪報，加入握要的分析及總結後，供各部門傳閱。電子技術發展迅速，互聯網日益普及，加上簡易的上載、瀏覽等功能，現時不少重要資訊也可在網上發表及廣泛流傳，因此監察亦移到網上去。電子化後的「剪報」不少都變成了電子檔案。一些機構亦開始另設新媒體小組，專門負責網上宣傳及監察。話雖如此，現時本港一般大型機構仍較重視傳統大眾媒體上的資訊。

要選擇監察那些媒體，除注意其銷量、讀者人數及點擊率外，亦應留意其讀者、瀏覽羣及網上社羣的類別：例如他們的年齡、入息、學歷、工作等。此外，媒體的主要內容、版面設計、風格，以至編輯取態，都直接影響媒體對不同社羣的影響力。因此要小心挑選媒體和分辨資訊，以免因錯誤理解資訊的意義而作出不恰當的分析或回應。

- 完 -

撰文：池文皓

作者為香港公共關係專業人員協會創會會員，曾多年在資訊科技機構內擔任市場拓展及推廣工作