

2012年度 新聞媒體與網絡行為調查

香港樹仁大學新聞與傳播學系網絡傳播研究中心，於2012年7月中至8月中舉行年度「新聞媒體與網絡行為調查」，向校內5000多位教職員及學生發出電郵邀請，回答網上問卷。為期一個月的調查總共收得549份有效問卷。

這次調查以網上問卷形式進行，共分為四部份。第一部份要求作答者對各個新聞媒體，包括報章、電台、電視台及新聞網站的使用頻率評分；第二部份要求作答者對二十項有關使用新聞媒體的原因的句子評分；第三部份要求作答者對各個社交媒體，包括社交網站、博客網誌、微博、論壇等等的使用頻率評分；第四部份要求作答者對各項電腦網絡活動使用頻率評分。問卷調查的題目內容及形式，以去年二月份及六月份本研究中心進行的「新聞媒體與網絡行為習慣調查」為藍本（研究報告於《傳媒透視》去年三月號及八月號刊出），並後經補充修訂而成。例如，今年問卷特別加入了去年始出版的免費報章。

調查結果

結果一：新聞媒體

問卷要求作答者對各個新聞媒體，包括報章、電台、電視台及新聞網站的使用率評分，1為從不使用，10為最常使用。作答者需要對同一媒體但透過不同工具獲取作獨立回應，以《東方日報》為例，作答者需要對「報紙閱讀」、「網站－使用電腦進入」及「網站－使用手機或移動裝置進入」三種使用情況作答。每個媒體的「總使用率」是以該媒體內各種工具及途徑的得分，所取之平均數值而成。

表一：新聞媒體使用率排名

首五位	新聞媒體	使用率平均值
1	無綫電視(電視)	8.42
2	雅虎新聞網站(網站-使用電腦進入)	7.63
3	頭條日報(免費報紙)	5.94
4	無綫電視(網站-使用電腦進入)	5.46
5	蘋果日報(網站-使用電腦進入)	5.44

為瞭解傳統新聞媒體與網絡新聞媒體的使用情況，我們把兩者頭五位的使用率取平均值作比較。傳統新聞媒體的頭五位為「無綫電視（電視）」、「頭條日報（報紙）」、「AM730（報紙）」、「都市日報（報紙）」及「蘋果日報（報紙）」。網絡新聞媒體的頭五位為「雅虎新聞網站（使用電腦進入）」、「無綫電視（tvb.com）（使用電腦進入）」、「蘋果日報（網站）（使用電腦進入）」、「蘋果日報（網站）（使用手機或移動裝置進入）」及「雅虎新聞網站（使用手機或移動裝置進入）」。今年，我們新增了兩份免費報紙，包括：「爽報（報紙）」及「晴報（報紙）」，同樣以使用率排名，分別位於第七及第十四位。傳統新聞媒體與網絡新聞媒體的首五位總使用率平均得分別為5.77及5.79。即是說，網絡新聞不再只是上升中的新聞媒體載體，它已經超越了傳統媒體的平均使用主流媒體。可以說，去年是網絡新聞媒體重要突破讀者使用習慣的一年！

為了更清晰展示今年與過去一年的變化，我們以2012年排名新聞媒體，以ANOVA統計分析，把去年（2011年，N=1607）使用率平均數據與今年平均數據作比較，發現在首五位傳統新聞媒體裏，只有「無綫電視」展示出明顯的增長（ $p < 0.001$ ）。其他均沒有統計學上的重要分別（n-s, non-significant）。

在首五位網絡新聞媒體裏，前三位均沒有統計學上的重要分別（n-s, non-significant）。第四位的「蘋果日報（網絡－使用手機或移動裝置進入）」及第五位的「雅虎（網絡－使用手機或移動裝置進入）」則展示出明顯的增長（ $p < 0.001$ ）。

結果二：使用新聞媒體的原因

調查要求作答者，對二十項有關使用新聞媒體的原因的句子評分，1為非常不同意，7為非常同意。所有句子的認同感平均值，均在4.16至5.95分之間（完整句子見本中心網站報告附錄）。

首五位之新聞媒體使用原因分別為：「方便」、「容易明白」、「習慣」、「喜歡」及「所費

無幾」。若與去年比較，只是第五位有所不同，去年第五位為「有用」。若以 ANOVA 統計學方法與去年比較，只有第一位的「方便」平均值較去年提升，並有明顯分別 ($p < 0.01$)。其他原因或有所增減，但不構成統計學上之重要分別 (non-significant, n-s)。若要提出「所費無幾」為甚麼進入首五位，其中一個原因，可能由於去年至今，有多份免費報章進入市場，令讀者有更多選擇之餘，亦影響了讀者閱讀新聞之模式。

結果三：社交媒體

調查要求作答者，對各個社交媒體，包括社交網站、博客網誌、微博、論壇等等，使用率評分，1 為從不使用，10 為天天、常常使用。若以 ANOVA 統計學方法與去年比較，只有 Google 沒有明確分別，其餘首五位社交媒體均有明顯重要增加的分別 ($p < 0.01$ 或 $p < 0.001$)。

結果四：網絡活動

調查要求作答者，對各種網路活動的使用率評分，1 為從不使用，10 為天天、常常使用。若以 ANOVA 統計學方法與去年比較，「瀏覽網頁」($p < 0.01$) 及「瀏覽社交媒體內容」($p < 0.001$) 均有明顯重要的增加；「收電郵」($p < 0.01$) 則有明顯重要的減少。

歸納出的趨勢

根據以上數據及分析，我們可以初步歸納出幾點比較明顯的趨勢。包括：

一．【新聞媒體】：傳統、電子、網絡新聞媒體競爭已達白熱化：

新聞媒體的傳統也好、電子也好、網絡也好，各種不同發佈模式渠道，已經各自發展成熟，成為個體。讀者再無困難去選取他們認為最合適的來使用或閱讀。過去，由於電腦網絡還沒有完全普及，使用上又有不少軟件或硬件

的問題，傳統媒體仍然是主要的發佈渠道。傳統媒體的網絡版本亦只是邊行邊試性質。但今次所得的數據顯示，讀者選擇新聞媒體再沒有困難。傳統也好、電子也好、網絡也好，讀者就從這個百花齊放，多姿多彩的新聞媒體市場裏，任意挑選他們認為最適合自己的新聞媒體。



從數據引申出幾個重要的發展：

(1)「傳統媒體已成！網絡媒體取而代之」並不對：電視及報章均為讀者的首選，縱使網絡新聞亦非常重要，讀者卻沒有意思摒棄傳統新聞媒體。「無綫電視」於過去一年，更獲得重要的增長。

(2) 網絡新聞媒體再不是輔助性質：從這次研究數據顯示，網絡新聞媒體的使用已經超過了傳統新聞媒體。這是一個重要的突破轉捩點，對於讀者行為的研究及新聞媒體發展策略都有重要的啟示。

當然，我們需要更多研究數據確認。可是，過去一兩年的科技發展及社會時勢的轉變，其實已經為我們提供了不少有力的證據。例如，蘋果設計的 iPhone 為智能手機的突破性發展揭開序幕，市民人手一機隨處可見，開會、排隊等車、搭地鐵，市民拿著手機不再只是電話功能，攝影、上網、下載 App 閱報更是不少。

(3) 免費報章顛覆傳統報業市場：去年，激烈鬥爭的報業市場更添波浪，在原先三份中文免費報章下，一下子增多兩份，令免費報章的發行量又一下子增加到三百萬份之數，比收費報章一百萬份的整體發行量還要多。不少專家學者都質疑，到底香港七百萬人之數，能否承受得起這瘋狂印量。一年過後，不僅還沒有報業機構倒閉，這個研究調查還顯示，傳統新聞媒體的首五位，有三位都是免費報章。報業機構的商業模式，收費，廣告，市場策略，定必要重新檢討了。

二．【選取新聞媒體的原因】：「方便，容

易明白為要；準確、可靠、質素卻可犧牲」

選取新聞媒體的因素，其實與使用新聞媒體息息相關。今次結果的首四位與去年的排名一樣。得到最高平均值是「方便」、「容易明白」、「習慣」及「喜歡」。一向以來，很多家庭長時間開著電視，聽電視已經成為習慣，亦非常方便，不用到處找。

只是，這樣的習慣已經轉到電腦及智能手機那裏去。長時間開動著電腦或手機上網，設定了首頁，就不用再轉到這裏那裏，而隨手便得到新聞資訊。香港不少家庭及個人選擇了無限上網計劃，那就從不計較上網多久，或應何時關機了。

只是，令我們最擔心的是：「質素」、「可靠」、「準確」這些傳統新聞因素，都被摒棄了，排名最末。最近還有不少人鼓吹社交媒體的重要，說新聞媒體都沒有用了，因為最新最快的消息，都是從面書裏由朋友中傳來。這裏絕對值得新聞工作者及新聞教育工作者深思，沒有了新聞工作把關人，我們的工作是否一樣呢？世界是否一樣呢？

三．【社交媒體】：手機短訊 WhatsApp 成智能手機必備之功能

Facebook的功能仍是社交網絡使用之首，其留言、上傳相片、上傳影片、寫文章、成立群組等功能廣受大眾歡迎。Facebook是用作維繫身邊朋友的感情，比以微博了解「名人」來得實在和重要。外國廣泛使用的推特（Twitter）或內地瘋行的微博（weibo）在本港的使用卻未見突破。

值得注意的是近來手機短訊之一的 WhatsApp 已成熱潮，居於社交媒體第二位，



其即時以及方便的介面比傳統的 SMS 更受大家的歡迎及使用，加上可上傳相

片、聲音、影像，又可簡單複製訊息，所以成為不少智能手機用家不可或缺的應用程式。

四．【網絡行為】：「瀏覽網頁」、「收電郵」、「瀏覽新聞」仍居首位；社交媒體緊追其後

溝通工具中獲得最高使用率評分的是「瀏覽網頁」，使用率評分為 9.58 分，作答者幾乎每天都會瀏覽網頁。「收電郵」使用率評分為 8.84 分，也是作答者常用的服務。電子郵件仍是主要作答者使用的服務，原因可能是電郵郵箱大多提供較大的容量，加上上傳功能較其他社交媒體迅速，使用者透過電郵與外界接觸，而且，電郵比社交媒體的形式正規，一般商務往來及聯繫都依賴此渠道。「瀏覽新聞」仍佔第三位。而「瀏覽社交媒體內容」使用率評分躍升為 7.55 分，居第四位。現今很多年青人使用社交媒體，作為溝通平台，以文字，上載相片及錄像片段，緊貼朋友動態，已成為習慣，作維繫友誼。

總結

這個年度調查的結果，對於我們瞭解新聞媒體與網絡行為具有參考價值。

傳統新聞媒體與網絡新聞媒體平起平坐的時代已經到來，到底新聞媒體機構的下一步策略是甚麼呢？

這個調查同時顯示了不少讀者的需要。新聞媒體機構要訂定怎樣的長遠政策，才能滿足讀者的需要，迎接新媒體時代的來臨呢？

這些都有待各位進一步的探討。

馬偉傑、陳穎琳

香港樹仁大學

新聞與傳播學系網絡傳播研究中心