

# 全港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六月份舉行了「全港新聞媒體與網絡行為調查」，目的旨在瞭解大眾使用新聞媒體及網絡行為的情況。

研究中心於各大網站、網誌、討論區及社交群體等，搜尋個人電郵地址，經整理並刪除重覆電郵地址，發出超過17,000封一次性的電郵邀請函，邀請公眾人士參與回答網上問卷調查。為鼓勵參與，市民填寫問卷後即可參與每星期一次的抽獎。是次調查中，本中心最終共送出三部平板電腦iPad2。

問卷於6月3日至6月21日期間，在網絡傳播研究中心網站刊出。調查結束當日，本中心共收到1657份完成問卷，經檢閱資料合理性後，實得有效問卷為1607份。作答者中，男性有677名，女性有930名，年齡介乎16至26歲以下約佔整體七成，26歲或以上約佔整體三成。逾九成七的作答者表示於本港居住，逾八成表示自己的上網知識為一般或良好，九成八的作答者有三年或以上的上網經驗。

是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率作評分，並為透過不同平台獲取新聞資訊作獨立回應；第二部份要求作答者對二十句有關使用新聞媒體的句子作評分；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、微博及論壇等的使用率作評分；第四部份要求作答者對各項網絡活動使用率作評分。問卷調查的題目內容及形式，以二月份本研究中心進行的「新聞媒體與網絡行為習慣調查」初步調查為藍本，並經補充修訂而成。

## 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作評分（總表詳列於附錄），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平台獲取作獨立回應，以《蘋果日報》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」三種使用情況逐一作答。每個媒體的「總使用率」是綜合該媒體內各種工具及途徑的總分，再取其平均數值而成。

表一：新聞媒體使用率排名

| 新聞媒體      | 傳統媒介*     | 網站 - 經電腦進入* | 網站 - 手機或移動裝置進入* | 總使用率平均值* |
|-----------|-----------|-------------|-----------------|----------|
| Yahoo新聞網站 | /         | 7.36        | 3.94            | 5.65     |
| 無綫電視      | 7.85 (電視) | 5.24        | 2.04            | 5.05     |
| 蘋果日報      | 4.74 (報紙) | 5.66        | 3.86            | 4.75     |
| 頭條日報      | 5.96 (報紙) | 2.56        | 2.43            | 3.65     |
| 東方日報      | 4.21 (報紙) | 3.23        | 2.21            | 3.22     |

\*使用率平均值 (1-10)：1為從不使用；10為經常使用

若轉換成另一種方式，我們可以將傳統新聞媒體及網絡新聞媒體，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)」、「蘋果日報(報紙)」及「都市日報(報紙)」。網絡新聞媒體的頭五位為：(1)「Yahoo新聞網站(使用電腦進入)」；(2)「無綫電視(tvb.com)(使用電腦進入)」；(3)「蘋果日報(網站)(使用電腦進入)」；(4)「Google新聞網站(使用電腦進入)」及(5)「蘋果日報(網站)(使用手機或移動裝置進入)」。

表二：傳統與網絡新聞媒體使用率平均得分

| 傳統新聞媒體總使用率平均得分 (1-10) | 網絡新聞媒體總使用率平均得分 (1-10) | 傳統新聞媒體網站總使用率平均得分 (1-10) |
|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| 5.66                  | 5.29                  | 3.56                    |

### 結果二：使用新聞媒體的原因

調查要求作答者，對二十句有關使用新聞媒體的原因作評分，1為非常不同意，7為非常同意。有關原因基於本中心二月份所進行的初步調查為藍本，並參考文獻補充其完整性而成。根據回答問卷所得，所有原因的認同感平均值，介乎4.31至5.81之間。

表三：使用新聞媒體之原因

| 原因   | 認同感平均值* |
|------|---------|
| 方便   | 5.81    |
| 容易明白 | 5.62    |
| 習慣   | 5.61    |
| 喜歡   | 5.51    |
| 有用   | 5.50    |

\*認同原因平均值(1-7)：1為“非常不同意”；7為“非常同意”

### 結果三：社交網絡媒體

調查要求作答者，對各個社交網絡媒體，包括社交網站、博客網誌、微博、相片影片分享、網絡遊戲，論壇等等，作使用率評分，1為從不使用，10為天天、常常使用。

表四：社交網絡媒體使用率平均值排名

| 社交網絡媒體(常用名稱)       | 使用率平均值* |
|--------------------|---------|
| 面書(Facebook)       | 8.37    |
| 香港討論區(Discuss.com) | 4.73    |
| 香港討論區(Uwants.com)  | 4.26    |
| 香港高登討論區            | 3.38    |
| Xanga              | 3.07    |

\*使用率平均值(1-10)：1為從不使用；10為天天、常常使用

### 結果四：網絡活動

調查要求作答者，對各種網絡活動的使用率作評分，1為從不使用，10為天天、常常使用。

表五：網絡活動使用率平均值排名

| 網絡活動      | 使用率平均值* |
|-----------|---------|
| 瀏覽網頁      | 9.34    |
| 收電郵       | 9.11    |
| 瀏覽新聞      | 8.58    |
| 發電郵       | 7.80    |
| 與朋友網上即時通訊 | 7.32    |

\*使用率平均值(1-10)：1為從不使用；10為天天、常常使用

## 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】：傳統新聞媒體搶佔網絡渠道

傳統新聞媒體及網絡新聞媒體的使用率十分接近，傳統的為5.66分，網絡新聞媒體略低一點，有5.29分。但網絡媒體的內容其實亦

源自傳統媒體，其中一種為入門網站類(Portal Sites)，以「Yahoo新聞」為例，其內容是由《明報》、《星島日報》、《經濟日報》等傳統新聞媒體提供，Yahoo新聞自身並沒有採訪團隊。另一種是傳統新聞媒體建立自己的網站，而其實差不多所有傳統新聞媒體，包括報章、電台、電視台均已擁有自己的網絡平台。但當我們比較傳統媒體與其網站的使用率時，發現此情況中，大多數人比較依賴傳統新聞媒體。傳統新聞媒體使用率為5.66分，經電腦進入其網站的只有3.56分，這相信與習慣有一定關係。唯一相反的是《蘋果日報》，其網站的使用率(5.66)比閱讀報章(4.74)為高，這相信是受《蘋果日報》在其網站加插「動新聞」及影片影響。「動新聞」以嬉笑怒罵、「盞鬼」的報道手法，並用動畫輔以文字，交代新聞事件過程，更吸引大眾，亦令讀者更容易理解複雜的新聞故事。

### 二．【選取新聞媒體的原因】：「方便」、「容易明白」及「習慣」成主因

在二十個有關選取新聞媒體的原因裡，得到最高平均值是「方便」、「容易明白」及「習慣」。很多讀者認為「方便」重要，使用率最高的「Yahoo新聞」正是例子，雅虎香港是不少港人電腦中的首頁，「Yahoo新聞」的新聞標題在首頁中顯示，令用家不消數秒便掌握最新的新聞資訊。而若用「習慣」去解釋，讀者一旦把常去的網站設為首頁；或把某電視台、電台設為預設頻道；又或每天經過某地鐵站而取得某份免費報章，則會因慣性而不輕易主動作出轉變，習慣性地保持使用該媒體以獲取新聞訊息。根據數據結果，除了《蘋果日報》外，其餘報章的網頁使用率大多都比其閱讀報章的少。這表示即使網上有免費的資訊提供，如沒有吸引之處，讀者寧願沿用傳統新聞媒體。而「容易明白」是另一主因，例子則有電視台利用文字、聲音、影像及圖片等多媒體資訊交代新聞事件，觀眾較為容易理解及接收。在競爭激烈的新聞媒體中，不論傳統與網絡新聞媒體，均需努力尋求突破，以滿足讀者這些方面的需要。

### 三．【社交媒體】：Facebook社交媒體之首 微博未成氣候

Facebook的功能充分滿足了使用者建立「社交網絡」的目的。現時Facebook可以留言、上傳相片、上傳影片、寫文章、成立群組等，可謂集博客、網上留言版及多媒體分享等平台於一身，形成一個虛擬社群(Virtual Communities)。雖然外國流行使用推特(Twitter)，內地網民喜歡使用新浪或騰訊微博，但這潮流似乎仍未直接影響港人網絡習慣。新浪微博(2.97分)或騰訊微博(1.47分)在社交媒體的使用率中五甲不入，位置比大型討論區及博客網誌為低，而推特(Twitter)亦只有1.86分。港人使用新浪或騰訊微博，大都是「關注」名人和藝人的最新動態，加上娛樂傳媒多番報導，令不少人感興趣以窺探一下。不過相比於Facebook，微博的作用卻被比下去，Facebook是用作維繫身邊朋友的感情，比瞭解「明星」來得實在和重要。而推特(Twitter)的本港用家似乎不多，而且內容大多是外國的資訊，因此未能吸引港人。

### 四．【網絡活動】：電郵活動頻仍 網絡新聞重要

首先，瀏覽網頁為最常網絡活動，這比較容易理解。其次，收、發電郵的使用率評分分別為9.11及7.80分，作答者幾乎每天、常常使用電郵服務。雖然有指電子郵件的歡迎程度大不如前，甚至被其他程式或平台所取代，但數據卻呈現相反的結果：收、發電郵仍然為所有網絡活動中重要一環，保持高使用率。第三方面，瀏覽新聞被評為主要網絡活動之一。這個結果對於新聞媒體非常重要。傳統新聞媒體發現讀者不斷流失，卻對網絡新聞市場信心仍然不足，以致遲遲未有全力發展網絡新聞平台。若根據本調查數據顯示，網絡新聞瀏覽為主要網絡活動，新聞媒體需儘快制定長遠政策，投入資源發展網絡新聞平台。當中，找出長遠收入模式，亦為首要工作之一。

## 總結

這個調查的結果對於我們瞭解新聞媒體與

## 附錄：

### 新聞媒體使用率平均值結果

(依照每一組別內，使用率平均值高低排序)

| 新聞媒體                | 使用率平均值(標準偏差) |             |             |             |
|---------------------|--------------|-------------|-------------|-------------|
|                     | 報紙閱讀         | 網站電腦進入      | 網站手機或移動裝置進入 | 總分 [按大至小排序] |
| 蘋果日報                | 4.74 (3.23)  | 5.66 (3.38) | 3.86 (3.57) | 4.75 (2.68) |
| 頭條日報                | 5.96 (3.05)  | 2.56 (2.51) | 2.43 (2.64) | 3.65 (2.09) |
| 東方日報                | 4.21 (3.13)  | 3.23 (2.66) | 2.21 (2.32) | 3.22 (2.20) |
| 明報                  | 3.83 (2.68)  | 3.51 (2.69) | 2.25 (2.26) | 3.20 (1.88) |
| AM730               | 4.97 (2.99)  | 2.23 (2.22) | 2.23 (2.44) | 3.14 (1.96) |
| 都市日報                | 4.77 (3.02)  | 2.10 (2.15) | 1.89 (2.08) | 2.92 (1.91) |
| 星島日報                | 3.66 (2.69)  | 3.04 (2.51) | 2.04 (2.15) | 2.98 (1.97) |
| 南華早報                | 3.26 (2.47)  | 2.47 (2.30) | 1.72 (1.82) | 2.48 (1.84) |
| 太陽報                 | 2.63 (2.26)  | 2.36 (2.05) | 1.66 (1.63) | 2.22 (1.63) |
| 經濟日報                | 2.75 (2.34)  | 2.19 (2.02) | 1.63 (1.62) | 2.19 (1.64) |
| 英文虎報 (The Standard) | 2.74 (2.33)  | 1.72 (1.69) | 1.47 (1.47) | 1.98 (1.50) |
| 信報                  | 1.98 (1.88)  | 1.73 (1.61) | 1.53 (1.57) | 1.75 (1.39) |
| 文匯報                 | 1.68 (1.48)  | 1.79 (1.58) | 1.29 (1.00) | 1.59 (1.13) |
| 成報                  | 1.57 (1.28)  | 1.45 (1.15) | 1.24 (0.90) | 1.42 (0.94) |
| 大公報                 | 1.47 (1.20)  | 1.51 (1.26) | 1.22 (0.86) | 1.40 (0.92) |
| 新報                  | 1.40 (1.16)  | 1.33 (1.03) | 1.19 (0.78) | 1.30 (0.85) |
| 香港商報                | 1.30 (1.00)  | 1.29 (0.97) | 1.19 (0.82) | 1.26 (0.82) |
| 電視台                 | 電視機收看        | 網站電腦進入      | 網站手機或移動裝置進入 | 總分          |
| 無綫電視                | 7.85 (2.71)  | 5.24 (3.06) | 2.04 (2.28) | 5.05 (2.03) |
| 亞洲電視                | 4.29 (2.53)  | 1.88 (1.74) | 1.37 (1.24) | 2.52 (1.46) |
| 有線電視                | 3.31 (3.05)  | 1.81 (1.87) | 1.33 (1.26) | 2.15 (1.66) |
| now寬頻電視             | 2.55 (2.64)  | 1.58 (1.57) | 1.32 (1.22) | 1.82 (1.52) |
| 鳳凰衛視                | 2.11 (2.02)  | 1.54 (1.62) | 1.30 (1.22) | 1.65 (1.36) |
| 香港寬頻寬頻電視 bbTV       | 1.53 (1.56)  | 1.32 (1.15) | 1.18 (0.90) | 1.34 (1.03) |
| 電台                  | 收音機收聽        | 網站電腦進入      | 網站手機或移動裝置進入 | 總分          |
| 商業電台                | 4.09 (3.16)  | 2.98 (2.86) | 2.20 (2.49) | 3.09 (2.36) |
| 香港電台                | 3.92 (2.81)  | 3.25 (2.72) | 2.04 (2.25) | 3.07 (2.08) |
| 新城電台                | 2.70 (2.33)  | 1.95 (1.94) | 1.59 (1.66) | 2.08 (1.68) |
| 新聞資訊網站              | N.A.         | 網站電腦進入      | 網站手機或移動裝置進入 | 總分          |
| Yahoo新聞網站           | N.A.         | 7.36 (2.91) | 3.94 (3.44) | 5.65 (2.63) |
| Google新聞網站          | N.A.         | 4.33 (3.23) | 2.57 (2.71) | 3.45 (2.67) |
| 百度新聞網站              | N.A.         | 2.22 (2.33) | 1.62 (1.75) | 1.92 (1.89) |

註：使用率平均值(1-10)：1為從不使用、10為經常使用；標準偏差為S.D. (Standard Deviation)

網絡行為具有一定參考價值。一方面，傳統新聞媒體可以透過此調查瞭解在新媒體時代下，讀者行為轉變的趨勢；另一方面，網絡媒體則可進一步瞭解網絡使用者的需要。若此調查研究能幫助有關媒體與網絡平台制訂更長遠的政策，以滿足讀者的需要，本調查將有利於香港迎接新媒體時代的來臨！

歡迎進入本研究中心網站，瀏覽詳細報告，網址：<http://www.hksyu.edu/ocrc>。

☞ 馬偉傑 朱志文 許貫林 陳倩欣  
香港樹仁大學新聞與傳播學系網絡傳播研究中心