

# 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