

香港記者看哪家的新聞？

世事繁多，每人每日都要作很多選擇，有些決定較隨意，有些就要多留神。一些做法憑習慣，另一些則要問意見。例如生病了要去看哪個醫生？家中小孩升學要選甚麼學校？我們或許會找朋友了解某醫生的口碑，和教書的朋友談談學校的選擇，以獲得「專業評介」。

我們相信「行內人」應該知道得更多，懂得分辨好壞，能幫助我們作出更恰當的決定。那麼選擇新聞媒體又如何？這似乎不是太複雜的事，大家也有相當經驗，而且已習以為常。但畢竟了解一下業內人士如何選看新聞，也是有益有建設性的。比較記者和一般市民的新聞使用習慣，或可從側面看到香港新聞界的一些特點。

先談談本文的資料來源。我和同事陳韜文及李立峯在過去十多年來，每隔五年進行一次香港的記者編輯問卷調查，最近一次於2011年底完成。每次記者調查均包括全港的所有新聞機構，用隨機抽樣方式進行，每次樣本由五百多至九百多人不等，回應率由56%至62%。問卷的問題很多，遍及記者編輯的工作情況、對新聞業務的看法、傳媒的社會角色等，還邀請記者順序列出他們最常看的四個新聞媒體。此外，我得到中大崇基神學院的葉菁華教授幫忙，借出他在2012年5月進行的一項研究中（也用隨機抽樣，回應率69%），有關香港市民使用新聞習慣的資料，以作比對。

我想知道下列的一些問題：

- （一）記者看哪些媒體的新聞？
- （二）他們的新聞使用習慣和市民的有何異同？
- （三）記者現在的閱報行為和以前有否分別？
- （四）從記者的新聞使用行為中，我們可以有什麼啟示？

記者的主要新聞來源

先用所得數據回答第一個問題。從表一可見，香港記者最常看的是《蘋果日報》（達

表一：香港記者和市民較常使用的新聞傳媒

記者			市民		
排名	傳媒	%	排名	傳媒	%
1	蘋果日報	65.4	1	無綫電視	76.6
2	無綫電視	46.5	2	蘋果日報	43.8
3	有線電視	44.3	3	東方日報	22.3
4	明報	30.3	4	亞洲電視	22.1
5	香港電台	24.2	5	頭條日報	21.1
6	東方日報	17.3	6	有線電視	13.4
7	信報	15.0	7	香港電台	11.8
8	商業電台	13.7	8	商業電台	10.1
9	經濟日報	10.9	9	爽報	9.4
10	星島日報	10.5	10	明報	9.1
11	Now TV	8.9	11	am730	6.8
12	亞洲電視	7.1	12	星島日報	5.6
13	Yahoo	5.0	13	晴報	5.5
14	頭條日報	4.7	14	Now TV	5.3
15	BBC	4.0	15	都市日報	4.8
16	新浪網	3.0	16	經濟日報	3.4
17	南華早報	2.7	17	太陽報	2.8
18	CNN	2.2	18	信報	2.3
18	Bloomberg	2.2	19	新城電台	2.0
20	太陽報	2.1	20	南華早報	1.6
(總人數)		(875)	(總人數)		(1287)

65%)，接下來是無綫電視(47%)和有線電視(44%)，《明報》(30%)和香港電台(24%)分別排在第四及第五位。

我們常說新聞有「議題設定」的功能，媒體告訴我們甚麼是值得關注的社會議題。那麼誰告訴記者應該注意哪些事情？記者行家之間組成了一個「解釋社群」(interpretive community)，互相引證和肯定大家每天所做的新聞工作。其中有些具領導地位的媒體，更非正式地扮演重要角色，為記者們提供資訊及意見參考，對行家有內部的「議題設定」作用。

報紙方面，較多記者編輯閱讀《蘋果日報》、《明報》、《東方日報》、《信報》、《經濟日報》和《星島日報》。它們有些是較暢銷報紙，有些是具品牌效應的中產報紙。這些報紙受到行家的垂青，原因相信包括銷量和品牌兩

個因素。無綫電視、有線電視、香港電台和商業電台這四家電子傳媒的接觸面廣，時效性強，對記者了解和跟進事態發展應很有幫助，但電子新聞媒體在意見表達上則不是主要平台。

免費報紙發行量大，由每日廿多萬份至九十萬份不等，證明得到市民的歡迎。不過市民看免費報時，投入的時間少，專注度較低，免費報的內容沒有收費報的詳盡，意見表達也沒有那麼多。在表一中排得最高的免費報《頭條日報》只位列14，反映記者看免費報較看收費報為少。免費報的新聞內容精簡，有點像電子傳媒，但又不及後者快速，所以不是記者的主要消息參考。

市民和記者的異同

第二個問題是市民和記者的新聞使用習慣有否分別。市民較喜歡看免費的電視新聞，所以無綫電視排名第一，亞洲電視也排第四，接下來是要收費的有線電視。他們較多看收費的《蘋果日報》和《東方日報》，及免費的《頭條日報》，之後是《爽報》和《明報》。其他的中文免費報紙也排得較前。

現時市民閱報紙有三種途徑，可以看印刷版、網上版及手機版。《蘋果日報》在電子化方面做得較有成績，其印刷、網上及手機的讀者比例分別是 44%：23%：33%。相對而言，《東方日報》的比例是 81%：9%：10%，《明報》是 74%：15%：11%，而《頭條日報》是 89%：3%：8%。

如表一所示，市民主要看的是本地新聞傳媒，首 20 名的都是香港的媒體。但記者的喜好就較為多樣化和國際化，在首 20 名中外國媒體佔了五個。仔細分析記者所看的各樣新聞媒體，以機構種類計，報刊佔了 43%，電台電視有 19%，網上媒體達 26%；其中本地機構佔 60%，外地機構有 40%。但以提及具體機構的數目計，報刊就有 48%，電台電視 43%，網上機構只有 6%；提及的本地機構數目佔了 93%，外地的僅得 7%。

可見香港記者現時雖以本地新聞來源為

重，佔用了他們的大部分時間，但新聞從業員也涉獵不少外地的傳媒消息來源。其中報刊仍佔主要地位，他們也會關注電台電視，而且對網上的消息也留意（特別是外地的網站）。記者身處資訊爆炸年代，不得不眼觀四面，耳聽八方。

在記者問卷調查中，他們最多可列出四個常看的新聞媒體，在四個選擇中很多都包括自己服務的機構。有關這個「自家常看率」，最高的比例依次是《東方日報》（91%）、有線電視（88%）、《蘋果日報》（83%）、《明報》（78%）、無綫電視（65%）。這些機構都是一般記者常看的傳媒，而這個「自家常看率」也可能反映了員工對自己服務機構的投入和忠誠度。值得一提的是，有數個機構的記者表示不常看自己公司生產的新聞。

記者閱報習慣的變化

第三個問題是，記者現時常看的報紙和以前有何不同。因為以前的記者調查只問及報紙而不包括電子傳媒，所以我們只能比較報紙的閱讀情況。表二列出過去十多年情況的恆常與變化。

表二：香港記者在不同年份較常看的報紙

傳媒	1996年		2001年		2006年		2011年	
	排名	%	排名	%	排名	%	排名	%
蘋果日報	2	51.4	1	70.0	1	75.9	1	65.5
明報	2	51.4	2	54.9	2	50.3	2	30.3
東方日報	1	52.9	3	44.3	3	38.0	3	17.3
信報	4	25.0	5	19.9	6	20.3	4	15.0
經濟日報	5	23.4	4	30.7	4	31.6	5	10.9
星島日報	7	16.1	6	15.5	5	22.2	6	10.5
頭條日報	--	--	--	--	11	4.7	7	4.7
南華早報	6	19.0	8	14.8	7	9.8	8	2.7
太陽報	--	--	7	15.2	9	5.3	9	2.1
大公報	12	1.9	11	3.4	15	2.1	10	1.9
am730	--	--	--	--	16	1.9	11	1.8
爽報	--	--	--	--	--	--	12	1.5
都市日報	--	--	--	--	10	4.9	13	1.3
文匯報	11	5.2	12	2.4	13	3.4	13	1.3
晴報	--	--	--	--	--	--	15	1.1
虎報/iMail	9	6.6	10	5.5	14	2.3	16	0.7
商報	12	1.9	14	1.4	17	0.9	17	0.3
新報	10	5.6	13	1.7	12	3.8	18	0.1
成報	8	9.5	9	6.5	8	6.8	18	0.1
(總人數)		(516)		(697)		(469)		(875)

註：「--」表示在當年未出版。

不變的是，《蘋果日報》和《明報》多年來均是記者最常看的報紙。《東方日報》、《信報》、《經濟日報》和《星島日報》也在歷次調查中居於前列。尤其是《蘋果日報》在這方面表現突出，相反一些報紙的「常看率」有明顯下降趨勢。例如自九七回歸後，英文報紙的受重視程度下跌。一些大眾化報紙的閱讀比例，也不比從前。

近年因有多份免費報紙出現，令市場上的報紙數目大增，至今本地出版的日晚報達 20 份。但記者常關注的報紙仍是那些，而且愈來愈聚焦在少數幾份，出現「報紙意見領袖」數目減少的現象。

要多看多比較多元化

最後，我們可以從上述的記者新聞使用情況，得出甚麼經驗結論？對於一般市民來說，他們選擇新聞媒體時，可以參考記者的「新聞餐單」，畢竟記者是行內人，他們的「專業判斷」應有相當份量。當然市民的需要和記者的不同，而且各人自有不同興趣和品味，不必完全照跟。市民大眾的集體選擇，又反映了香港社會的整體精神面貌，及社會階層口味的多元性。

記者因工作需要，必須看不同的傳媒。我們在問卷中請他們填寫最多四個媒體，92% 的回應者都寫了四個機構，相信看過過四個的大有人在。這個情況對市民的啟示是，不要只看一個新聞媒體。那為何要多看多聽不同的新聞渠道？因為我們需要作出比較。記者要廣為收集新聞材料，以了解情況及和行家競爭；市民也要了解時事，掌握較全面的觀點角度，自行判別真假對錯。

除了要多看多比較，大家還要有多元選擇，方能成為智慧型的新聞消費者。具體而言，選取的資訊來源應來自不同種類的媒體和反映不同的聲音。

例如看一些大眾化報紙可了解普羅市民對不同政黨及政府的立場看法，看中產報紙能知道專業人士的視角，看財經報章可掌握經濟角

度及較深入的時事評論，聽電台、看電視和留意網上新聞就能迅速知悉時事情況。除了一些本土主流媒體外，有時間更可參看親中背景的新聞媒體，及瀏覽外國新聞機構的報道。

對於新聞業界本身來說，記者及市民的收看習慣也有一些參考價值。首先是收費報紙仍有其角色和優點，問題是它們如何在新科技環境下能夠成功轉型。大家仍然渴求優質新聞資訊，願意付費購買報紙，因為它的資訊具深廣度和權威性。在未來，印刷版如何配合網上版及手機版，如何促進各種有效的收費模式，怎



樣和社交媒體結合，收費報、免費報甚至電子媒體之間如何能在同一屋簷下經營、分工和競爭，都是重要課題。近年一些本地及外國傳媒，也累積了一些有益經驗。

西諺有云：「人如其食」(you are what you eat)，意指你吃甚麼就似甚麼。同樣道理，「人如其讀」(you are what you read)，閱讀甚麼決定了你的思想水平。新聞和食物一樣，大家宜小心選擇，才能保持身心健康富足。

蘇鑰機
香港中文大學新聞與傳播學院教授