

新聞媒體及網絡行為習慣調查

香港樹仁大學新聞與傳播學系網絡傳播研究中心於二月份一個周會中，向就讀新聞傳播的三百名本科生進行了一項初步調查，藉以瞭解他們閱讀新聞及使用網絡溝通的行為習慣。問卷內容全部採取開放式問題，任由作答者提供答案。所得結果將為正式大型調查提供參考，調查詳細結果可參看我們網絡傳播研究中心網站發表的報告。總的來說，本調查結果發現作答者：(1)主要從雅虎網絡新聞汲取新聞資訊；(2)以電子郵件及即時通訊MSN作主要溝通工具；(3) Facebook面書為最多人使用的社交網絡；(4)上網以收發電郵、瀏覽Facebook、及瀏覽網站為主。

問卷調查共四項。第一項要求作答者寫下最常使用之新聞媒體，並根據使用量順序列出首五位之新聞媒體；同時，調查要求作答者，寫下選擇使用新聞媒體的因素，並根據重要性，順序列出首五位；第二項要求作答者寫下最常使用之溝通工具，並根據使用量順序列出首十位之工具；第三項要求作答者寫下最常使用之社交網絡，並根據使用量順序列出首十位之名稱；第四項要求作答者寫下最常使用電腦網絡進行之活動，並根據使用量順序列出首十位之活動。

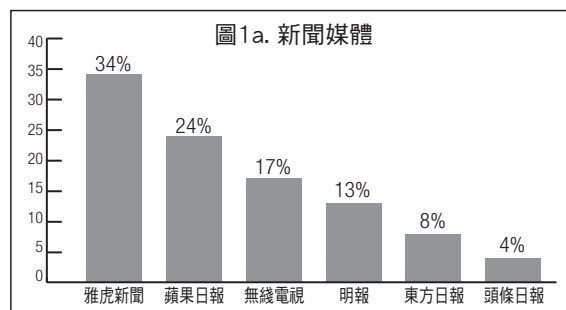
調查分析

於2月1日周會中，380人出席並收到問卷調查，完成並收回的問卷有300份，為分發問卷總數之78.94%。根據回答內容，我們進行分類歸納，將相同內容但不同字眼的答案結合。最終數據列表於網上報告中詳列發佈。進行內容分析時，以簡單點算計，我們省略了少於10的選項，沒有在表中列出。亦因此，讀者會發現一些大型及出名的媒體或網站，未有在以下分析表列中出現。但若該項目曾於之前出現，例如，《蘋果日報》於第一位有41之數，則之後於第四及第五位雖然只有8及5之數，計算總數時亦一併列入計算。是次分析目的為初步瞭解使用者之行為，藉以為日後製作詳細問卷進行大型調查之用。所以，以下報告純以簡單點算計，沒有為不同排名次序加入比重作運算。

結果一：新聞媒體

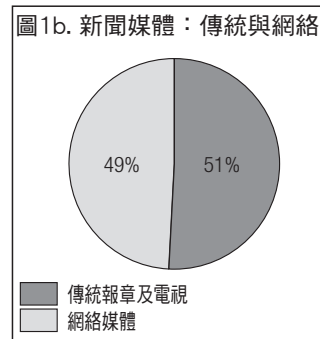
調查要求作答者，寫下最常使用的新聞媒體以獲取新聞資訊，並根據使用量，順序列出首五位。調查同時要求作答者，寫下選擇使用新聞媒體的因素，並根據重要性，順序列出首五位。

有關結果(省略了總數少於十之項目)，合共577之數。從統計數據中發現，雅虎新聞(Yahoo!News)為最多作答者之選擇，佔三分之一強(199, 佔34%)；第二位為《蘋果日報》(報紙：80, 佔14%及網站：18, 佔3%)及蘋果動新聞(40, 佔7%)，合共24%；第三位為無線電視(74, 佔13%)及myTV網站(24, 佔4%)，合共17%；第四位為《明報》(73, 13%)；第五位為《東方日報》(44, 佔8%)；第六位為《頭條日報》(25, 佔4%)。



若轉換另一種分析，可以將有關的新聞媒體分為傳統報章及電視與網絡等兩方面。那麼，傳統報章及電視(《蘋果日報》、無線電視、《明報》、《東方日報》、《頭條日報》)為296(佔51%)，而網絡媒體(雅虎新聞、《蘋果日報》網站、蘋果動新聞、myTV網站)則為281(佔49%)。反映出傳統媒體與網絡媒體各佔一半，分庭抗禮之勢。

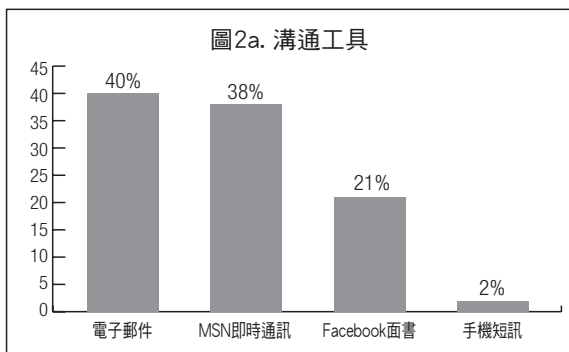
調查要求作答者，寫下選擇使用新聞媒體的因素，並根據重要性，順序列出首五位。有關選擇使用新聞媒體的因素結果(省



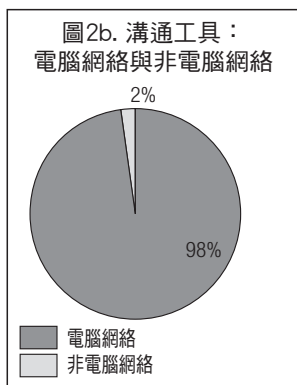
略了總數少於十之項目)，合共323之數。從統計數據中發現，方便為最多作答者提出之選擇因素，(179, 佔55%)；第二位為習慣及免費，各為50之數(佔16%)；第四位為家人購買(44, 佔13%)。

結果二：溝通工具

調查要求作答者，寫下最常使用溝通的工具，並根據使用量，順序列出首十位。有關結果(省略了總數少於十之項目)，合共608之數。從統計數據中發現，電子郵件為最多作答者之選擇(241, 佔40%)，當中收發電子郵件為48(佔8%)，指明用電腦收發為170(佔28%)，及指明用手機收發為23(佔4%)；第二位為MSN即時通訊(229, 佔38%)，當中填寫MSN為28(佔5%)，指明用電腦MSN為174(佔29%)，指明用手機為8(佔1%)；第三位為Facebook面書(128, 佔21%)，當中填寫Facebook為16(佔3%)，指明用電腦Facebook為89(佔15%)，及指明用手機Facebook為23(佔4%)；第四位為手機短訊(10, 佔2%)。

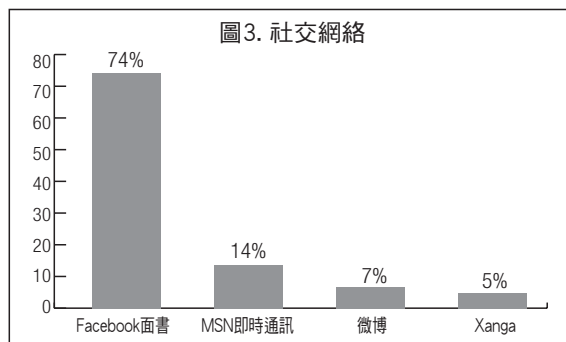


若轉換另一種分析，可以將有關的溝通工具分為電腦網絡及非電腦網絡等兩方面。那麼，網絡(電子郵件、MSN即時通訊、Facebook面書)為(598, 佔98%)；非網絡(手機短訊)為(10, 佔2%)。



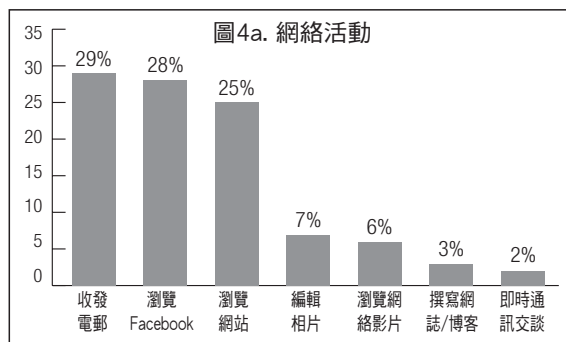
結果三：社交網絡

調查要求作答者，寫下最常使用社交網絡，並根據使用量，順序列出首十位。有關結果(省略了總數少於十之項目)，合共479之數。從統計數據中發現，Facebook面書為最多作答者之選擇(353, 佔74%)，當中指明用電腦上Facebook為280(佔58%)，及指明用手機上Facebook為73(佔15%)；第二位為MSN即時通訊(66, 佔14%)，當中填寫MSN為55(佔11%)，指明用電腦MSN為11(佔2%)；第三位為微博(34, 佔7%)；第四位為Xanga網誌/博客(26, 佔5%)。

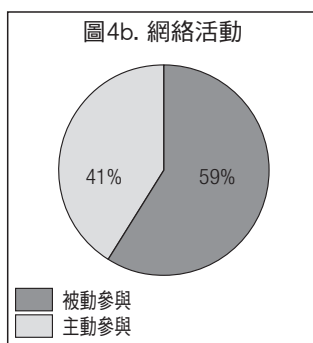


結果四：網絡活動

調查要求作答者，寫下最常使用網絡進行之活動，並根據使用量，順序列出首十位。有關結果(省略了總數少於十之項目)，合共799之數。從統計數據中發現，收發電郵為最多作答者之選擇(230, 佔29%)；第二位為瀏覽Facebook面書(221, 佔28%)；第三位為瀏覽網站(199, 佔25%)；第四位為編輯相片(55, 佔7%)；第五位為瀏覽網絡影片(48, 佔6%)；第六位為撰寫網誌/博客(27, 佔3%)；第七位為即時通訊與友人交談(19, 佔2%)。



若轉換另一種分析，可以將有關的網絡活動分為被動參與、主動參與兩方面。那麼，一般瀏覽網站、觀看影片、瀏覽Facebook被納為被動參與佔約六成(468, 佔59%)；收發電郵、撰寫網誌/博客、即時通訊與友人交談及編輯相片被納為主動參與，則佔超過四成(276, 佔41%)。



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．網絡成為獲取新聞資訊的重要途徑：

雅虎新聞佔了超過三分之一作答者獲取新聞資訊的來源，證明網絡新聞的重要性。但是，若進一步分析，發現雅虎本地新聞主要由《明報》、《星島日報》及商業電台提供。換句話說，讀者其實只是換了個媒體平台，在網絡中閱覽而矣。同樣地，讀者會看《蘋果日報》，也到《蘋果日報》網站；會看無綫電視，也到myTV無綫電視網站。情況就如，讀者以往到報攤購買報紙，現在就有部分人走到便利店購買。所以，進一步看到傳統與網絡的一半一半(49%與51%之比)後，傳統報章電視等，都必須有網絡版本(network presence)，供讀者選擇。一方面可與網絡媒體合作，如雅虎等入門網站；又或者投資開設本身網站。若非如此，傳統媒體只會見到日漸萎縮的市場，被迫淘汰。

二．電郵、即時通訊與Facebook社交網絡成溝通主要渠道：

社交網絡主要提供了一個共享的電腦網絡平台，讓使用者分享活動或近況，或者結識新朋友。Facebook社交網絡一枝獨秀，佔了超過七成以上(74%)。平日所見，作答者日常開啟電腦後，一般都會到Facebook網站走走，又或者長期停留在Facebook網站，多少可以

反映他們使用的情況。不過，從溝通工具的數據中卻反映，回答者明顯分開了溝通與社交的不同功能。電子郵件在過去幾十年來，都是互聯網的殺手級應用程式(killer application)，即是說，由於電子郵件的應用，加快了互聯網之普及。到最近，有一說認為電子郵件已經不再受歡迎，被其他程式或平台所取代。從數據顯示，到目前為止，電子郵件仍然是重要的溝通工具。從電子郵件與即時通訊共佔近八成人選擇來看，回答者並沒有把Facebook作主要溝通工具，或藉以取代電子郵件之意圖。不過，同時，數據中亦反映即時通訊之重要性。與其中幾位回答者交談中得知，很多人從中學開始，便已經使用即時通訊，達十年之久，並已累積了很多朋友聯絡記錄；所以，不想以其他平台去取代。

三．被動參與雖然仍然佔多，主動參與卻不少：

回答者上網主要為收發電郵，瀏覽Facebook，及瀏覽網頁，各佔廿五至三十百分比。但若分為被動參與及主動參與，則前者約佔六成(59%)，後者佔超過四成(41%)。在Web2.0以使用者製作共享內容的今天，可看到數據亦反映出沉默已經不是大多數，越來越多使用者參與製作共享內容。可是，這個分析亦需小心。若剔除收發電郵，而只計及編輯相片、撰寫網誌博客、及即時通訊交談，合共只得百分之十二，則主動參與人數其實遠比想像中少。

這個調查對於我們初步瞭解閱讀新聞及網絡行為有一定參考價值，亦為我們進行大型調查作準備。但由於只在一間大學內對學生進行調查，回答問題的人數亦有限，應用有關總結結果及結論，則仍需小心運用。

歡迎進入本研究中心網站，瀏覽詳細報告，或參加全港網絡行為調查，網址：<http://www.hksyu.edu/ocrc>。

馬偉傑

香港樹仁大學新聞與傳播學系網絡傳播研究中心
學生研究助理：陳倩欣 許貫林 梁可瑩
崔漳滂 陳詠恩 蘇穎芝