



學生記者調查：漸趨成熟的新聞採訪與社交媒體應用

香港樹仁大學新聞與傳播學系網絡傳播研究中心於 2014 年 10 月至 12 月期間，向六間大專院校一共 251 位新聞系畢業年學生，包括中文大學、浸會大學、城市大學、樹仁大學、珠海學院和恒生管理學院，進行了一項調查，藉以了解即將投入傳媒工作的畢業年學生在使用社交媒體與新聞採訪的意見。結果顯示：(1) 受訪者均為社交媒體使用者，習慣地天天使用；(2) 最多作答者把 Facebook 排在社交媒體第一位 (佔 64.9%)；(3) 使用社交媒體主要為「個人與習慣」及「新聞與採訪」；(4) 認同調查新聞採訪、遵守道德專業操守及認同傳統新聞價值觀；及 (5) 認同社交媒體對新聞工作及推廣新聞工作之重要；卻同時增加工作量。

研究方法

是次研究調查的主要對象為就讀於各大學及大專院校新聞傳播學位課程的畢業班學生。他們即將畢業成為新聞工作者。向他們調查，可以作為瞭解未來新聞工作者的參考。調查以印刷問卷形式到各院校派發，以不記名及自願方式進行回應。收回問卷的院校包括：中文大學、城市大學、浸會大學、樹仁大學、珠海學院、恒生管理學院等。調查問卷為 A4 紙一張，雙面印刷，相信大部份回應均可於十分鐘內完成。

問題內容包括個人資料，如性別及年齡；每天使用社交媒體的時間；最常使用的社交媒體及其使用量。有關記者與社交媒體部份，則根據 Indiana University IU Survey¹ 問卷摘取部份題目並改寫而成。這部份包括使用社交媒體的主要原因；新聞採訪價值觀及態度；以及使用社交媒體採訪習慣及意見等。分析方法包括以使用平均值方式，瞭解受訪者使用社交媒體習慣及原因之重要性排序。並以分子分析法，將使用社交媒體的原因分類分析。進一步，分析新聞採訪價值觀及態度，以及使用社交媒體採訪習慣及意見等行為當中的相關性，找出可能存在的特定模式。

這次研究調查收回問卷共 251 份，當中，有男 53 人 (佔 21.1%) 及女 198 人 (佔 78.9%)，年齡介乎 20-26 歲 ($M=22.22$, $SD=1.035$)。

¹ IUB Newsroom (2014, May 1). IU Survey: U.S. journalists say they are less satisfied and have less autonomy. Retrieved from <http://news.indiana.edu/releases/iu/2014/05/american-journalist-in-the-digital-age.shtml>

調查結果

結果一：使用社交媒體的時間

調查要求作答者從問卷五個選擇中指出他們每天使用社交媒體的時間。最多作答者選“超過 2 小時”(佔 49.6%)；次為“1-2 小時”(佔 25.4%)；剩餘的選擇共約佔 25%，分別是“30-60 分鐘”、“15-30 分鐘”，及“少於 15 分鐘”。數據反映大部份受訪者均為社交媒體經常使用者，習慣地天天使用而且使用時間不短。

表一：使用社交媒體的時間

每天使用社交媒體的時間	所佔百分比	累計百分比
超過 2 小時	49.6%	49.6%
1-2 小時	25.4%	75.0%
30-60 分鐘	19.8%	94.8%
15-30 分鐘	4.4%	99.2%
少於 15 分鐘	0.8%	100%

結果二：最常使用的社交媒體名稱和使用量

問卷調查要求作答者自行寫出最常使用的社交媒體名稱頭五位和其使用量。在最常使用第一位欄中，三個社交媒體名稱已佔約九成(佔 88%)。最多作答者把 Facebook 排在第一位(佔 64.9%)，其次是 Whatsapp(佔 18.3%)，接著的是 Instagram(佔 8.8%)，而其餘社交媒體只合共佔 12%。

以“從不使用”(1)至“天天多次”(10)作為使用量回應，第一位社交媒體使用量的平均值(M)是 9.16，標準差(SD)是 1.286。

表二：最常使用的社交媒體名稱

最常使用的社交媒體名稱	所佔百分比
Facebook	64.9%
WhatsApp	18.3%
Instagram	8.8%
WeChat	4.8%
Line	1.2%
Golden Forum, QQ, Xanga, Douban 等	2.0%

結果三：使用社交媒體的主要原因

問卷調查要求作答者，對十句(原另兩句於檢測過程中被移除)作為使用新聞媒體的各種不同原因，來回答「我使用社交媒體的主要原因是」。回應選項採

用七級李克特量表 (Likert Scale)，依次由“非常不同意”(1)至“非常同意”(7)。每題項原因平均值及標準差列於表三。之後，問卷進行信度 (Reliability) 及效度 (Validity) 檢驗。問卷以克倫巴赫 α (Cronbach's alpha) 信度檢驗同一因素中各題項的相關性， α 值要求大於或等於 0.7 為準。結果顯示，得出的三個因素的 α 值均達致信度要求，因素內部題項達至一致。效度測試以因子分析法 (Factor Analysis) 作檢測。對原始變量採用主成分分析法 (Principal Component Analysis Extraction Method)，進行因子的提取，並對初始因子解、提取後的因子解和旋轉後的因子解 (Varimax with Kaiser Normalization Rotation Method) 進行描述。檢測要求同一因素的每題項因素負荷量 (factor loadings) 要高 (> .5)；同時，任一題項不能同時於不同因素顯示高因素負荷量 (cross-loadings)。所有以上檢測須同時符合要求，才能確保問卷測量工具真正反映所量度之因素，以及因素中每題項均能可靠反映該因素。

下表三列出問卷測量工具通過各項驗證的測試結果，其中兩項：「獲取新聞故事靈感」及「核實消息內容」，未能通過測試。移除後，剩下十項目，共提取出三個因子。結果顯示本研究的可靠性和科學性。根據各因素題項內容，依次命名因素名稱為「個人與習慣」(共 3 題項) ($M = 5.62 - 5.90, SD = 1.091 - 1.349$)；「新聞與採訪」(共 4 題項) ($M = 4.82 - 5.66, SD = 1.132 - 1.371$)；及「社交與互動」(共 3 題項) ($M = 3.62 - 3.92, SD = 1.347 - 1.476$)。由於 4 為 1 - 7 選項之中位數，平均來說，受訪者並不同意「社交與互動」各細項為其使用社交媒體之原因。

表三：使用社交媒體的主要原因

	因子 (因子載荷量表描述)					
	<i>M</i>	<i>SD</i>	1	2	3	α
「個人與習慣」						
P1 個人習慣	5.85	1.091		.841		0.73
P2 容易接觸	5.90	1.117		.907		
P3 所費無幾	5.62	1.349		.599		
「新聞與採訪」						
N1 獲取突發新聞消息	5.66	1.134	.881			0.85
N2 留意不同媒體機構的報道	5.53	1.177	.839			
N3 獲取特定議題更多資訊	5.35	1.132	.699			
N4 追尋新聞來源消息	4.82	1.371	.702			
「社交與互動」						
S1 與讀者交流互動	3.88	1.400			.682	0.70
S2 認識其他媒體工作者	3.92	1.476			.785	
S3 進行訪問	3.62	1.347			.826	
特徵性 (Eigen Values)			4.04	1.558	1.158	
解釋變異量 (% of Variance)			40.41%	15.58%	11.58%	

有關「個人與習慣」的因素佔平均值的頭三位，「容易接觸」一項的平均值為 5.90，成為首位。亦是最多人給予 7 分 (32.7%) 的一項；其次是「所費無幾」一項給予 7 分的佔 31.1%；「個人習慣」給予 7 分的則佔 28.7%。反映大部份受訪者均能清楚明確地表達「個人與習慣」的因素為其使用社交媒體之重要原因。

結果顯示受訪者主要根據個人生活習慣去選擇及使用社交媒體，「新聞與採訪」乃次要，而「社交與互動」更清楚地不是使用社交媒體的考慮因素。

結果四：新聞工作與社交媒體意見分析

問卷調查要求受訪者，對二十一項有關新聞工作現況描述及社交媒體應用表達意見，選項由「非常不同意」(1) 至「非常同意」(7)。各項平均值及標準差見表四如下。

表四：有關新聞工作現況描述及社交媒體應用

	<i>M</i>	<i>SD</i>
Q1 香港新聞媒體正向著一個正確的方向發展	3.72	1.214
Q2 我常常能獨立工作，並不受政黨政治或政府的干擾	4.42	1.142
Q3 我對我現在在新聞媒體的工作感到非常滿意	4.08	1.104
Q4 我常常能得到充分的自由，以完成我在新聞媒體的工作。	4.23	1.060
Q5 調查報道政府的工作及施政是非常重要的。	5.69	1.092
Q6 調查及分析報道複雜的問題是非常重要的。	5.66	1.074
Q7 儘快將資訊向公眾報道是非常重要的。	5.82	1.017
Q8 新聞價值應該以那一事件影響較多人來衡量。	4.64	1.416
Q9 為了新聞報道，就算未經授權以獲得商業或政府內部文件犯險，我也在所不惜。	3.84	1.399
Q10 為了新聞報道，就算未經授權以獲得他人的私人資訊，我認為也是應該的。	3.45	1.329
Q11 為了新聞報道，就算有可能令毫不願意的當事人尷尬難堪，我也毫不猶疑。	3.39	1.412
Q12 新聞報道最重要是要有有質素的内容。	5.51	1.051
Q13 新聞報道最重要是要有準確的内容。	5.94	0.978
Q14 新聞報道最重要是得到讀者的信任。	5.43	1.129
Q15 社交媒體對於我的新聞工作非常重要。	5.14	1.188
Q16 社交媒體非常有助於我推廣新聞工作。	5.12	1.149
Q17 社交媒體令我更投入與讀者的互動。	4.76	1.257
Q18 社交媒體令我與相關人仕溝通得更好。	4.88	1.123
Q19 社交媒體大大提升了我的專業可信度。	4.20	1.190
Q20 社交媒體大大提升了我的工作效率。	4.61	1.254
Q21 社交媒體大大減少了我的工作量。	3.89	1.232

當中大致涵蓋：「香港新聞媒體業現況」、「調查與報道」、「新聞與公眾」、「新聞與道德操守」、「新聞價值觀」、及「社交媒體與新聞工作」等，六方面。

「香港新聞媒體業現況」(Q1-4)

受訪者並不認同「香港新聞媒體正向著一個正確的方向發展」($M = 3.72, SD = 1.214$)。新聞工作的自由度及滿意度都只是剛好超過 4 ($M = 4.08 - 4.42, SD = 1.060 - 1.142$)，既不同意，亦不反對。反映受訪者認為現今香港新聞媒體並非向著一個正確的方向發展，而新聞工作是否能獨立及自由地開展，亦有一定的限制及憂慮。

「調查與報道」(Q5-6)

受訪者都認同「調查及分析報道」的重要 ($M = 5.66 - 5.69, SD = 1.074 - 1.092$)。通常，新聞自由受到限制的地方，新聞消息都由政府或公共機構提供，深入調查受到限制，新聞故事較短而表面。一定程度上，這反映受訪者對新聞採訪理念的追求仍受到重視。

「新聞與公眾」(Q7-8)

受訪者普遍認同「儘快將資訊向公眾報道」的重要 ($M = 5.82, SD = 1.017$)。但在新聞價值是否以「事件影響較多人」來衡量，意見則較分歧 ($M = 4.64, SD = 1.416$)。

「新聞與道德操守」(Q9-11)

三項關於以犯險犯法等新聞採訪手法的陳述認同感平均值均低於 4，包括：「文件犯險」、「未經授權」及「令當事人尷尬難堪」，反映受訪者對專業操守的重視，對不道德的採訪方式並不認同 ($M = 3.39 - 3.84, SD = 1.329 - 1.412$)。

「新聞價值觀」(Q12-14)

受訪者普遍認同有關傳統新聞價值觀的陳述，而且從標準差的數值顯示，受訪者之間的分歧較少 ($M = 5.43 - 5.94, SD = 0.978 - 1.129$)。細項中包括新聞「質素」；「準確」；「得到讀者信任」等。

綜合以上結果，可見新一代新聞系學生對於新聞採訪、道德操守及價值觀等三方面之看法與傳統相若。

「社交媒體與新聞工作」(Q15-21)

受訪者認同社交媒體對「新聞工作」($M = 5.14, SD = 1.188$) 及「推廣新聞工作」($M = 5.12, SD = 1.149$) 的重要。惟對於社交媒體對「與讀者互動」($M = 4.76, SD = 1.257$)；「與相關人仕溝通」($M = 4.88, SD = 1.123$)；「提升專業可信度」($M = 4.20, SD = 1.190$)；「提升工作效率」($M = 4.61, SD = 1.254$) 等則有所保留；意見只在既不同意亦不反對程度。受訪者普遍不認同社交媒體會「減少工作量」($M = 3.89, SD = 1.232$)。

綜合以上結果，反映受訪者認同社交媒體對新聞工作及推廣新聞工作之重

要；卻同時使工作的界線變得模糊，新聞工作者須無時無刻留意最新消息，失去休息時間，增加工作量。此外，受訪者對社交媒體有助溝通與互動有保留，某程度上顯示他們不主張以社交媒體作為工作上之主要溝通途徑。可見在學中記者已習慣只把社交媒體輔助其新聞工作，而不把兩者混淆。

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・使用社交媒體成為習慣

根據問卷調查結果，有六成多的受訪者首選 Facebook 為最常使用的社交媒體。而且調查數據顯示，有接近五成的的作答者稱，每天使用社交媒體的時間為 2 小時以上，可見大部分人在社交媒體上，有慣性的閱讀。另外，調查亦顯示，作答者使用社交媒體的原因主要是「容易接觸」、「個人習慣」、「所費無幾」。結合這三個數據，可總結出 Facebook 是學生記者中使用率最高及最受歡迎的社交媒體，主要原因是容易接觸、所費無幾等個人習慣，而他們有每天閱讀 Facebook 的習慣。反映社交媒體已成為人們不可或缺的一部分。

二・社交媒體帶動關注新聞

社交媒體為大眾帶來方便，而大部份人有使用 Facebook 的習慣。事實上，因為大部分媒體，包括報章、雜誌、電台、電視台等，近年來在 Facebook 開設專頁，不斷更新版面，上載即時新聞訊息。讀者可以藉追蹤這些專頁，留意及了解最新報道，更容易及更快捷地接收內容訊息，方便、吸引得很。只要瀏覽 Facebook 一個平台，便可以隨時收集來自不同渠道及各大媒體的新聞及最新資訊，大大縮短資料搜集的過程，節省時間。

另外，讀者於社交媒體慢慢形成經常發佈或轉發新聞資訊的習慣。新聞或資訊經過讚好、轉發、分享，互相推介 (viral effects)，引發公眾議論，然後讓更多人接觸閱讀。整個循環過程形成一個強大的傳播網絡，致使新聞或資訊能在短時間內傳送至大量讀者。所以 Facebook 是一個十分方便的平台，能夠快速集合大量新聞，呈現讀者面前。更何況，往往網上社交媒體發佈的資訊都比傳統媒體來的快，所以記者們都開始選擇在 Facebook 發掘新聞題材，長期留意。難怪「獲取突發新聞消息」和「留意不同媒體機構的報道」成為使用社交媒體的主要原因之一。然而，無論社交媒體有多好，任何一個平台亦必然有它的限制。在應用享受它的好處的同時，必須時刻檢討，防止只接受部分，並不全面的資訊。越狹窄，越限制的資訊，報道就越偏頗。



三・保留傳統新聞價值觀、以社交媒體為輔

於 2011 年，本研究中心向 113 位香港新聞工作者進行了一項調查²，藉以了解傳媒工作者選擇新聞媒體的因素並進行分析。根據回答問卷所得，最高五位認同平均值為：「習慣」、「習慣」、「最容易接觸或獲得」、「所費無幾」、「最明白怎樣使用」、「即時快捷」。結果與是次調查相若，個人與習慣因素套用到社交媒體應用，仍然合適。另一方面，2011 年調查時，「最有質素」、「最可靠」、「最準確」則落入最低五位當中。當時，文章提出了「新聞媒體選擇因素，置新聞傳統價值觀於不顧」的憂慮。是次調查發現，受訪者對新聞調查採訪、道德操守、「質素」、「準確」、「讀者信任」等傳統價值觀均表認同。而且，選擇社交媒體時，將應用範圍規限於「獲取突發消息」、「留意不同機構報道」、「獲取更多資訊」、「追尋來源」等新聞前期工作；而沒有應用社交媒體作「核實消息內容準確性」，亦不同意作為「交流互動」、或「進行訪問」。反映出受訪者成熟的一面，清楚知道社交媒體的特性，並與新聞採訪與報道不合適的應用區分開來，並沒有因為年輕一代多用了新媒體而混淆不清。

總結

今次調查對象是畢業年的新聞系學生，調查結果未必能代表現職新聞工作。可是，調查結果卻可讓大眾更多瞭解未來新聞工作者的看法。社會大眾期望，他們在校園裡培養了崇高的理想新聞價值觀，懷著捍衛新聞自由的理念，準備投身傳媒工作，故此他們對新聞素質的堅持較強，若因此解釋到他們選取媒體是傾向考慮新聞素質，而不只是新聞技巧，則新聞教育沒有白費。

相信，將來會有越來越多更方便的軟件和硬件出現，以提升工作效率。然而，我們不可只依賴科技帶來的方便而行，反而應該重返根本，借助科技的輔助角色，好好利用科技，去思考一個記者的責任，發揮第三權角色，為社會發聲，發掘事實的真相，公正、公平、客觀地作出報道。

詳細完整報告，請到香港樹仁大學新聞與傳播學系網絡傳播研究中心網頁 <http://www.hksyu.edu/ocrc/mobile>

馬偉傑, 李麗芳, 戚韻瑤, 黃錦瑜

香港樹仁大學新聞與傳播學系網絡傳播研究中心

3.2015

² 馬偉傑、仇志榮、文翔麗 (2011)・沒有了：「質素」、「可靠」、「準確」的因素 新聞還剩下甚麼？《傳媒透視》，4 月號，頁 9-11・