



## 2016 年度新聞與社交媒體使用行為調查

香港樹仁大學新聞與傳播學系網絡傳播研究中心於 2016 年 7 月，向 656 位中學畢業生進行新聞與社交媒體使用行為調查。結果顯示，(1) 使用手機上網閱讀、娛樂、工作及交談等，平均每天約三小時；(2) 從全港 12 份收費報章及 5 份免費報章以閱報或網上獲取新聞資訊中，佔第一位是「從手機進入蘋果日報網站或 App」，亦是綜合所有媒體（包括報章、電視台、電台及網絡新聞媒體）的首位；(3) 部分報章、網絡新聞媒體及社交媒體的分析顯示，受訪者在使用相近性質或市場定位的媒體獲取新聞資訊，有統計學上的相關性；(4) 社交媒體使用方面，佔第一位是「WhatsApp」，最常使用的行為是「與朋友即時通訊」；(5) 於各類社交媒體平台中，女性使用普遍比男性多；(6) 除了「點選讚、支持、同意」及「上載相片」兩項社交媒體使用行為中，女性在統計學上明顯比男性多，其餘行為沒有明顯兩性差異。

### 研究方法

這次調查的主要對象為中學畢業學生，年齡介乎 17 至 20 歲的受訪者合佔百分之 94.5。調查以問卷形式進行，以不記名方式回應。問卷調查不多於四版 A4 紙張，並全部於十五分鐘內完成。這次調查共派發及即時收回 656 份問卷。為了以最短時間取得最多對象回應，我們選擇了中六畢業生放榜當天起 11 天裏（7 月 13-23 日），留守於本地其中一間大學生招生報名處派發問卷。

問卷內容包括個人資料，如性別、年齡及使用手機上網時間；閱讀報章及網絡新聞的習慣；最常使用的社交媒體；以及使用這些社交媒體的習慣。分析方法包括以使用率平均值排序方式，循閱讀報章、使用電視、電台、網絡新聞媒體及社交媒體多方面，瞭解受訪者獲取新聞資訊的習慣，並在當中的相關性，找出可能存在的特定使用模式；另外，會進一步分析個人特質與使用社交媒體有沒有任何明顯分別，特別是兩性在使用上有否不同。

### 調查結果

#### 結果一：受訪者個人特質

這次研究調查當中，有 192 名男受訪者（佔 29.3%）和 464 名女受訪者（佔 70.7%）。主要回應者為 17 至 20 歲，（636 人，佔 94.5%），分別為 17 歲（155 人，

佔 23.8%)、18 歲 (298 人, 佔 45.7%)、19 歲 (112 人, 佔 17.2%) 和 20 歲 (51 人, 佔 7.8%); 其餘受訪者為 16 歲 (1 人, 佔 0.2%), 以及 21 至 26 歲 (35 人, 佔 5.4%), 總平均歲數為 18.29。當中有 4 人沒有回答年齡一項。

我們要求受訪者回答過去一天及過去一個月平均每天, 使用手機上網閱讀、娛樂、工作及交談的總時間。結果顯示, 在過去一天平均時間為 170.47 分鐘; 在過去一個月平均每天 192.51 分鐘。656 名受訪者中, 有 3 人 (佔 0.46%) 在過去一天上網時間的提問中, 沒有回應或回應時間超出一天最高的 1440 分鐘 (24 小時); 而過去一個月平均每天上網時間中, 有 29 人 (佔 4.42%) 沒有回應或回應時間超出 1440 分鐘 (24 小時), 這些數據均視為無效。

## 結果二：閱讀報章及網絡新聞的習慣

這次調查中, 我們列出全港 12 份收費報章及 5 份免費報章, 要求受訪者根據其閱讀及進入方式, 從 "1" 到 "10" 作出回應, 從不使用或閱讀為 "1", 天天使用或閱讀多次為 "10"。結果顯示, 他們從報章獲取新聞資訊中, 佔第一位是「從手機進入《蘋果日報》網站或 App」( $M = 6.57, SD = 2.615$ ); 第二位是《蘋果日報》( $M = 4.45, SD = 2.782$ ); 第三位為《頭條日報》( $M = 4.08, SD = 2.660$ )。其他較受歡迎的報章還有《南華早報》<sup>i</sup>、「從手機進入《明報》網站或 App」、《明報》及《星島日報》(見表一)。

表一·從報章獲取新聞資訊平均值排序

	<i>M</i>	<i>SD</i>
從手機進入蘋果日報網站或 App	6.57	2.615
蘋果日報報章	4.45	2.782
頭條日報報章	4.08	2.660
南華早報報章 (SCMP)	4.06	2.372
從手機進入明報網站或 App	3.89	2.566
明報報章	3.78	2.214
星島日報報章	3.67	2.362
從手機進入南華早報網站或 App	3.53	2.475
東方日報報章	3.30	2.529
從手機進入星島日報網站或 App	3.14	2.383
am730 報章	3.13	2.461
從手機進入頭條日報網站或 App	3.04	2.394
從手機進入東方日報網站或 App	2.91	2.320
英文虎報報章 (Standard)	2.89	2.260
都市日報報章	2.84	2.311
晴報報章	2.68	2.203

信報報章	2.41	2.121
從手機進入英文虎報網站或 App	2.40	2.054
從手機進入都市日報網站或 App	2.34	1.986
經濟日報報章	2.27	1.836
從手機進入 am730 網站或 App	2.22	1.882
從手機進入文匯報網站或 App	2.12	1.757
文匯報報章	2.11	1.622
從手機進入晴報網站或 App	2.11	1.775
從手機進入信報網站或 App	2.11	1.869
從手機進入經濟日報網站或 App	2.05	1.736
成報報章	1.91	1.483
從手機進入成報網站或 App	1.81	1.486
大公報報章	1.76	1.264
從手機進入大公報網站或 App	1.75	1.416
香港商報報章	1.61	1.140
從手機進入香港商報網站或 App	1.55	1.172
中國日報（香港版）報章	1.38	0.933
從手機進入中國日報（香港版）網站或 App	1.35	0.914

註：M（平均值）；SD（標準偏差）

我們使用同樣的排序方式，列出 7 個電視台，瞭解受訪者使用電視獲取新聞資訊的情況。結果顯示，他們最常獲得新聞資訊的電視頻道是「無綫電視 TVB」（ $M = 6.47$ ， $SD = 2.548$ ）；第二位是「無綫互動新聞台」（ $M = 6.45$ ， $SD = 2.767$ ）；第三位是「now 寬頻電視」（ $M = 2.73$ ， $SD = 2.470$ ）。餘下其他媒體使用依次為：「有線 Cable TV」、「亞視 ATV」<sup>ii</sup>、「鳳凰衛視」及「香港寬頻電視 bbTV」（見表二）。免費電視台 ViuTV 於 2016 年 4 月 6 日開台廣播，但由於開台不久，暫未加入是次調查當中。

表二・從電視台獲取新聞資訊平均值排序

	M	SD
無綫 TVB	6.47	2.548
無綫互動新聞台	6.45	2.767
now 寬頻電視	2.73	2.470
有線 Cable TV	2.47	2.254
亞視 ATV	1.99	1.490
鳳凰衛視	1.61	1.367
香港寬頻電視 bbTV	1.60	1.361

我們亦以相同排序方式，瞭解受訪者從 4 個電台獲取新聞資訊的情況。他們最常透過「香港電台 RTHK」獲取新聞資訊( $M = 4.32, SD = 2.721$ )；其次是商業電台 ( $M = 3.13, SD = 2.523$ )；第三是「新城電台」( $M = 2.61, SD = 2.228$ )；第四是「數碼廣播電台 DBC」<sup>iii</sup> ( $M = 2.17, SD = 1.886$ ) (見表三)。



表三・從電台獲取新聞資訊平均值排序

	<i>M</i>	<i>SD</i>
香港電台 RTHK	4.32	2.721
商業電台	3.13	2.523
新城電台	2.61	2.228
數碼廣播電台 DBC	2.17	1.886

另外，在 10 個網絡新聞媒體中，我們以同樣的排序方式，瞭解受訪者獲取新聞資訊的情況。結果顯示，他們從網絡新聞媒體獲取新聞資訊中，佔第一位是「蘋果動新聞網站或 App」( $M = 6.33, SD = 2.697$ )；第二位為「Yahoo!新聞網站或 App」( $M = 5.05, SD = 2.787$ )；第三位是「MyTV 新聞網站或 App」( $M = 3.56, SD = 2.609$ )。其他網絡新聞媒體的使用依次為：「on.tv 新聞網站或 App」、「立場新聞網站或 App」、「巴士的報新聞網站或 App」、「香港 01 新聞網站或 App」、「852 郵報新聞網站或 App」、「端傳媒新聞網站或 App」和「HKG 報新聞網站或 App」(見表四)。

表四・從網絡新聞媒體獲取新聞資訊平均值排序

	<i>M</i>	<i>SD</i>
蘋果動新聞網站或 App	6.33	2.697
Yahoo!新聞網站或 App	5.05	2.787
MyTV 新聞網站或 App	3.56	2.609
on.tv 新聞網站或 App	3.25	2.600
立場新聞網站或 App	3.21	2.652
巴士的報新聞網站或 App	2.98	2.453
香港 01 新聞網站或 App	2.45	2.153
852 郵報新聞網站或 App	2.28	1.979
端傳媒新聞網站或 App	2.17	2.078
HKG 報新聞網站或 App	1.87	1.680

綜合所有媒體，包括報章、電視台、電台及網絡新聞媒體，首五位最受歡迎的新聞資訊途徑依次為：「蘋果日報網站或 App」（ $M = 6.57$ ， $SD = 2.615$ ）、「無綫電視 TVB」（ $M = 6.47$ ， $SD = 2.548$ ）、「無綫互動新聞台」（ $M = 6.45$ ， $SD = 2.767$ ）、「蘋果動新聞網站或 App」（ $M = 6.33$ ， $SD = 2.697$ ）和「Yahoo!新聞網站或 App」（ $M = 5.05$ ， $SD = 2.787$ ）（見表五）。另外，從各類媒體獲取新聞資訊平均值排序總表列於文末附錄。

表五·從各類媒體獲取新聞資訊平均值排序首五位

	<i>M</i>	<i>SD</i>
從手機進入蘋果日報網站或 App	6.57	2.615
無綫 TVB	6.47	2.548
無綫互動新聞台	6.45	2.767
蘋果動新聞新聞網站或 App	6.33	2.697
Yahoo!新聞網站或 App	5.05	2.787

### 結果三：從各類媒體獲取新聞資訊的相關性

為加強瞭解受訪者使用媒體的習慣，本研究從他們在報章、電視台、電台、網絡新聞媒體和社交媒體獲取新聞資訊中，分析各自的相關性，找出可能存在的特定使用模式。我們透過皮爾森二變量相關分析（Bivariate Correlation Analysis）測試使用各媒體之間的相關係數（Correlation Coefficient），數值介乎“0”至“1”，“0”為完全無關，“1”為完全一致。以下報告，以相關係數高於 0.6 並有明顯相關性的媒體為主。

綜合所列出的媒體，我們發現以下的媒體有較強烈的正面關係，分別為《文匯報》與《大公報》（相關係數 .672， $p < .05$ ）；《都市日報》與《晴報》（相關係數 .608， $p < .05$ ）；「香港 01 新聞網站或 App」與「端傳媒新聞網站或 App」（相關係數 .659， $p < .05$ ）；「以 Instagram 獲取新聞時事資訊」與「以 WhatsApp 獲取新聞時事資訊」（相關係數 .609， $p < .05$ ）（見表六）。

閱讀《文匯報》與閱讀《大公報》有明顯的正面相關性，即閱讀《文匯報》較多的讀者，也同時較多閱讀《大公報》。原因可能跟兩報政治立場一致有關。但由於兩報的平均值都較低，分別為 2.11 及 1.76。從 1-10，以 1 為從不閱讀算起，閱讀及使用的相對重要性有限。

至於《都市日報》和《晴報》也有明顯的正面相關性，原因可能跟兩者都是免費報章有關。市民大眾可以在港鐵車站或繁忙街道上同時索取不同免費報章。但留意數據並沒有顯示所有免費報章一致的相關性，顯示市民大眾取閱，就算是免費，也有其選擇性的。

「香港 01 新聞網站或 App」和「端傳媒新聞網站或 App」有明顯的正面相關性。它們都是新成立的傳播機構，分別在 2016 年 1 月及 2015 年 8 月正式運作，同樣以網站及手機應用程式作主要平台。「香港 01」為倡議型媒體，「端傳媒」則提供原創深度報導及數據新聞，兩者性質、傳播平台相近，可能因此吸引相近讀者群，瀏覽「香港 01」網站的受訪者同樣會瀏覽「端傳媒」的網站。

我們亦發現「以 Instagram 獲取新聞時事資訊」的受訪者同時會「以 WhatsApp 獲取新聞時事資訊」。可能因為兩者都是普遍的社交媒體，不少新聞機構亦是 Instagram 用戶，例如《蘋果日報》、《南華早報》、「香港 01」等，傳播機構透過這平台分享時事資訊，普通用戶也可於獲取資訊後，或再分享到其他平台如 WhatsApp，加強資訊的接觸層面。不過，一個是相片分享平台，另一個是即時通訊，到底獲取新聞資訊的相關性如何產生，仍有待進一步探討。

表六(一) · 各類媒體之間的相關性

媒體	文匯報
大公報	.672**

\*\* $p < .01$

表六(二) · 各類媒體之間的相關性

媒體	都市日報
晴報	.608**

\*\* $p < .01$

表六(三) · 各類媒體之間的相關性

媒體	香港 01
端傳媒	.659**

\*\* $p < .01$

表六(四) · 各類媒體之間的相關性

媒體	Instagram 獲取新聞資訊
WhatsApp 獲取新聞資訊	.609**

\*\* $p < .01$

#### 結果四：社交媒體的使用情況及行為

這次調查中，我們列出了較普遍的社交媒體，要求受訪者在「一般使用」及「獲取新聞時事資訊」兩方面，根據其使用的情況從 "1" 到 "10" 作出回應，從不使用為"1"，天天或一天多次使用為"10"。結果顯示，佔第一位是「WhatsApp 一般使用」( $M = 8.60$ ,  $SD = 2.147$ )；其次為「以 Facebook 獲取新聞時事資訊」( $M = 7.75$ ,  $SD = 2.312$ )；第三是「Facebook 一般使用」( $M = 7.66$ ,  $SD = 2.394$ )；第四是「Instagram 一般使用」( $M = 7.53$ ,  $SD = 2.683$ )；第五是「YouTube 一般使用」( $M = 7.46$ ,  $SD = 2.306$ )。除了「以 Facebook 獲取新聞時事資訊」較突出外(第二位)，以 YouTube (第六位)、Instagram (第七位)及 WhatsApp (第八位)獲取新聞時事資訊，均較受歡迎(見表七)。

表七·社交媒體的一般使用及作獲取新聞時事資訊使用情況平均值排序

	<i>M</i>	<i>SD</i>
WhatsApp 一般使用	8.60	2.147
以 Facebook 獲取新聞時事資訊	7.75	2.312
Facebook 一般使用	7.66	2.394
Instagram 一般使用	7.53	2.683
YouTube 一般使用	7.46	2.306
以 YouTube 獲取新聞時事資訊	6.55	2.477
以 Instagram 獲取新聞時事資訊	5.84	3.034
以 WhatsApp 獲取新聞時事資訊	5.50	2.977
Snapchat 一般使用	5.18	3.610
Google+一般使用	4.45	3.091
以 Google+獲取新聞時事資訊	4.14	2.990
Line 一般使用	3.25	2.756
以 Snapchat 獲取新聞時事資訊	3.04	2.858
WeChat 一般使用	3.01	2.650
Sina Weibo (新浪微博)一般使用	2.86	2.734
以 Sina Weibo (新浪微博)獲取新聞時事資訊	2.83	2.661
以 Line 獲取新聞時事資訊	2.54	2.233
Twitter 一般使用	2.52	2.187
以 WeChat 獲取新聞時事資訊	2.47	2.241
以 Twitter 獲取新聞時事資訊	2.43	2.108
Weixin (微信)一般使用	2.16	2.260
以 Weixin (微信)獲取新聞時事資訊	2.00	2.033
Tumblr 一般使用	1.88	1.878
Pinterest 一般使用	1.78	1.823
以 Tumblr 獲取新聞時事資訊	1.68	1.548

以 Pinterest 獲取新聞時事資訊	1.62	1.537
LinkedIn 一般使用	1.45	1.130
以 LinkedIn 獲取新聞時事資訊	1.44	1.125

另外，我們亦列出最常見的社交媒體使用行為習慣，要求受訪者根據其使用情況，從 "1" 到 "10" 作出回應，從不使用為 "1"，天天或一天多次使用為 "10"。數據顯示，受訪者最常「與朋友即時通訊」( $M = 8.51, SD = 1.848$ )；其次是「接收及發送訊息」( $M = 8.49, SD = 1.777$ )；第三是「瀏覽資訊」( $M = 8.03, SD = 1.752$ )。其他使用社交媒體的習慣依次為：「看電影或視頻片段」、「聆聽音樂」、「瀏覽相片」、「瀏覽時事及新聞」、「點選讚、支持、同意」、「回應及留言」、「上載相片」、「分享資訊到其他社交媒體」、「上載及分享音樂」、「修改個人資料」和「上載視頻片段」(見表八)。

表八·社交媒體的使用行為平均值排序

	<i>M</i>	<i>SD</i>
與朋友即時通訊	8.51	1.848
接收及發送訊息	8.49	1.777
瀏覽資訊	8.03	1.752
看電影或視頻片段	7.97	2.026
聆聽音樂	7.84	2.280
瀏覽相片	7.74	2.079
瀏覽時事及新聞	7.45	1.968
點選讚、支持、同意	7.18	2.552
回應及留言	6.08	2.606
上載相片	5.65	2.579
分享資訊到其他社交媒體	5.26	2.720
上載及分享音樂	4.61	2.645
修改個人資料	4.31	2.384
上載視頻片段	3.98	2.551

### 結果五：新聞與社交媒體使用行為的性別差異

為了進一步瞭解各種使用行為及其是否存在兩性差異，本研究把數據分成男女各一組，並以兩組差異作測試 (Independent 2-sample t-Test)。從 14 項社交媒體使用情況作兩性比較，除了「Facebook」、「YouTube」、「Tumblr」與「LinkedIn」4 項沒有統計學上的明顯分別外 (n-s)，兩性在其餘社交媒體的使用上皆有統計學上的明顯分別 ( $p < .05$ )，其中使用「Instagram」、「Snapchat」、「Sina Weibo (新浪微博)」與「Weixin (微信)」的分別尤其明顯 ( $p < .001$ )。而除了「YouTube」外，女受訪者比男受訪者使用的社交媒體平均值均較高 (見表九)。



表九・社交媒體使用情況平均值的性別差異

	男	女	Sig.
WhatsApp	8.22	8.75	.004
Facebook	7.66	7.67	n-s
YouTube	7.49	7.45	n-s
Instagram	6.67	7.89	.000
Snapchat	4.40	5.50	.000
Google+	3.90	4.68	.003
Line	2.84	3.43	.014
WeChat	2.58	3.19	.007
Twitter	2.14	2.68	.004
Sina Weibo (新浪微博)	1.73	3.33	.000
Tumblr	1.72	1.95	n-s
Weixin (微信)	1.66	2.37	.000
Pinterest	1.55	1.87	.036
LinkedIn	1.44	1.45	n-s

從 14 項社交媒體使用行為作兩性比較，只有「點選讚、支持、同意」和「上載相片」在統計學上有明顯分別 ( $p < .05$ )，兩者均是女受訪者比男受訪者的使用平均值均較高。在所有社交媒體使用行為平均值中，除了「瀏覽資訊」與「瀏覽時事及新聞」外，女受訪者比男受訪者的平均值均較高，但由於在統計學上沒有明顯分別，現時所顯示的差異，只因隨機抽樣而達致（見表十）。

表十・社交媒體使用行為平均值的性別差異

	男	女	Sig.
接收及發送訊息	8.45	8.51	n-s
與朋友即時通訊	8.39	8.57	n-s
瀏覽資訊	8.12	7.99	n-s
看電影或視頻片段	7.80	8.03	n-s
聆聽音樂	7.63	7.93	n-s
瀏覽時事及新聞	7.54	7.41	n-s
瀏覽相片	7.53	7.83	n-s
點選讚、支持、同意	6.80	7.35	.012
回應及留言	5.80	6.19	n-s
上載相片	5.15	5.85	.001
分享資訊到其他社交媒體	5.06	5.34	n-s

上載及分享音樂	4.46	4.68	n-s
修改個人資料	4.13	4.39	n-s
上載視頻片段	3.901	4.011	n-s

## 歸納出的趨勢

### 一：新媒體繼續發展未勝主流

綜合報章、電視台、電台及網絡新聞媒體，首五位排名的媒體與往年調查結果相若<sup>iv</sup>，只是「從手機進入蘋果日報網站或 App」由第三位躍升至第一位。「從手機進入蘋果日報網站或 App」及「蘋果動新聞網站或 App」分別排名第一及第四，比《蘋果日報》更多人使用；而綜合新聞形式的網媒「Yahoo!新聞」仍然排第五位。

年輕人習慣透過手機，從網上獲取新聞資訊，首五位中的新聞網站或手機程式的發展可供其他媒體借鏡。然而，絕大部分新聞網站或手機程式，並不比其報章更受歡迎，可見目前報館發展新聞網站或手機程式等網媒的方法仍有待改良。同時，沒有兼辦印刷媒體的網媒，如「立場新聞」（第 17 位）、「巴士的報」（第 22 位）、「852 郵報」（第 34 位）等，無論在排名或使用率都較低，相信它們的發展仍在摸索階段。換言之，傳統媒體機構若積極發展自身網站或流動平台，或可以是低迷報業的一個出路，有力與近年冒起的網絡媒體競爭，吸引年輕受眾。

值得注意的是，「無綫 TVB」及「無綫互動新聞台」排在所有媒體的第二及第三位，可見電視台向年輕人提供新聞資訊仍然扮演著非常重要的角色。而 ViuTV 於今年四月開台，奇妙電視亦獲發免費電視牌照，明年的調查可加入兩者，將能更清楚瞭解電視台的情況。

### 二：傳統及網絡媒體用戶各異

調查結果顯示，相近政治立場、傳播平台、性質的媒體會吸引相同的使用者。近年，智能電話普及，傳統媒體備受網絡媒體衝擊，用戶持續下跌，更有說法指紙媒的讀者轉用網絡媒體，或使用網絡媒體的用戶不會閱讀報章。然而，調查結果顯示，傳統和網絡媒體吸引兩批不同的使用者，《大公報》的讀者會看《文匯報》，因為兩報立場相近；「香港 01」的使用者會瀏覽「端傳媒」，因為它們都是以網絡平台為主。所以，傳統媒體及網絡媒體的使用者沒有直接關係，即使網絡普及化，但傳統媒體仍保留忠實讀者；只是選擇多了，競爭大了，無可避免，讀者人數自然減少。另外，由相片分享社交媒體到即時通訊，Instagram 與 WhatsApp 當中的相關性，是如何產生的呢？值得更多研究瞭解。

我們也發現習慣閱讀《都市日報》的受訪者會看《晴報》。兩者都是免費報章，讀者可以在港鐵車站或繁忙街道上同時索取多份免費報章閱讀。但留意數據並沒有顯示所有免費報章一致的相關性，到底是甚麼原因影響讀者的選擇呢？這亦值得進一步研究瞭解。

### 三：社交媒體成重要新聞來源

調查發現在社交媒體使用行為的排序上，「與朋友即時通訊」與「接收及發送訊息」明顯較高，隨後的行為主要是瀏覽資訊、相片、視頻等，而少用於上載及分享。結果反映社交媒體在人際關係中擔當重要的角色——有著即時性和高互動性的特點，方便用戶更容易獲取別人的消息和近況，加上對話、短訊等功能，大大改變年輕人的溝通方式。

與往年調查結果比較，社交媒體仍是一般讀者的新聞資訊來源之一。而在詢問有關社交媒體的使用時，發現有受訪者以 Facebook「獲取新聞時事資訊」比「一般使用」的平均值高（分別為 7.75 及 7.66），顯示他們將社交媒體作獲取時事資訊，更甚於一般使用，反映用戶利用社交媒體作為主要新聞資訊來源的工具。社交媒體使用者數以十億計，新聞媒體擴大讀者群至社交媒體用戶非常重要。所以，新聞媒體進入 Facebook 平台作據點，以接觸更多讀者，尤其重要<sup>v</sup>。而 Facebook 在今年一月全面推出「影音直播」（Facebook Live）功能，為方便新聞機構處理突發新聞和直播新聞發布會，甚至有助於民間記者運動，改變資訊傳播方式及新聞的互動性，值得傳媒機構重視。

是次調查只供參考各社交媒體的使用概況，並未有為 Facebook、Instagram、WeChat 及 Snapchat 的主要發布功能及其附屬私人對話功能分開作獨立統計。將來調查或有需要分開收集有關數據。

### 四：兩性用社交媒體差異收窄

與 2014 年<sup>vi</sup>及 2015 年<sup>vii</sup>的調查結果比較，今年調查結果顯示，兩性受訪者在使用行為上已沒有太大的差異，顯示兩性逐漸適應了使用社交媒體。雖然如此，兩性使用社交媒體平台則存在很大的差異，除以瀏覽為主的 YouTube 外，女受訪者在大部分需要較多互動的社交媒體中，平均使用值均較高且與男性受訪者有明顯差異，估計女受訪者較男受訪者更喜歡與人互動、交流及分享，但詳細原因仍有待研究。

此外，在問卷中，首一半的排名都以瀏覽為主，分享只屬最後幾位。然而，於最後幾位當中，「點選讚、支持、同意」、「回應及留言」、「上載相片」和「分享資訊到其他社交媒體」平均值都達到 5 以上，而「點選讚、支持、同意」的平均值更高於 7，可見受眾已愈來愈適應使用社交媒體，願意回應網絡群體所發生

的事情，參與當中互動，建立關係。

## 總結

新聞與社交媒體使用行為調查已進行了六年。這幾年，正經歷了傳統與網絡媒體此消彼長的一個重要分水嶺。但若要說到新媒體取代傳統媒體，或傳統媒體消失，則顯然言之尚早。雖然許多人有不同說法，但還是有數據支持作參考，可以更為具體。希望這研究能為業界及讀者瞭解趨勢變化，或制定相關政策，帶來幫助。

馬偉傑 周展樑 葉詩穎 伍淑冰 梁俊仁

香港樹仁大學 新聞與傳播學系 網絡傳播研究中心

9.2016

## 附錄：從各類媒體獲取新聞資訊平均值排序

	<i>M</i>	<i>SD</i>
從手機進入蘋果日報網站或 App	6.57	2.615
無綫 TVB	6.47	2.548
無綫互動新聞台	6.45	2.767
蘋果動新聞新聞網站或 App	6.33	2.697
Yahoo!新聞網站或 App	5.05	2.787
蘋果日報報章	4.45	2.782
香港電台 RTHK	4.32	2.721
頭條日報報章	4.08	2.660
南華早報報章 (SCMP)	4.06	2.372
從手機進入明報網站或 App	3.89	2.566
明報報章	3.78	2.214
星島日報報章	3.67	2.362
MyTV 新聞網站或 App	3.56	2.609
從手機進入南華早報網站或 App	3.53	2.475
東方日報報章	3.30	2.529
on.tv 新聞網站或 App	3.25	2.600
立場新聞新聞網站或 App	3.21	2.652
從手機進入星島日報網站或 App	3.14	2.383
am730 報章	3.13	2.461

商業電台	3.13	2.523
從手機進入頭條日報網站或 App	3.04	2.394
巴士的報新聞網站或 App	2.98	2.453
從手機進入東方日報網站或 App	2.91	2.320
英文虎報報章 (Standard)	2.89	2.260
都市日報報章	2.84	2.311
now 寬頻電視	2.73	2.470
晴報報章	2.68	2.203
新城電台	2.61	2.228
有線 Cable TV	2.47	2.254
香港 01 新聞網站或 App	2.45	2.153
信報報章	2.41	2.121
從手機進入英文虎報網站或 App	2.40	2.054
從手機進入都市日報網站或 App	2.34	1.986
852 郵報新聞網站或 App	2.28	1.979
經濟日報報章	2.27	1.836
從手機進入 am730 網站或 App	2.22	1.882
數碼廣播電台 DBC	2.17	1.886
端傳媒新聞網站或 App	2.17	2.078
從手機進入文匯報網站或 App	2.12	1.757
文匯報報章	2.11	1.622
從手機進入晴報網站或 App	2.11	1.775
從手機進入信報網站或 App	2.11	1.869
從手機進入經濟日報網站或 App	2.05	1.736
亞視 ATV	1.99	1.490
成報報章	1.91	1.483
HKG 報新聞網站或 App	1.87	1.680
從手機進入成報網站或 App	1.81	1.486
大公報報章	1.76	1.264
從手機進入大公報網站或 App	1.75	1.416
香港商報報章	1.61	1.140
鳳凰衛視	1.61	1.367
香港寬頻電視 bbTV	1.60	1.361
從手機進入香港商報網站或 App	1.55	1.172
中國日報 (香港版) 報章	1.38	0.933
從手機進入中國日報 (香港版) 網站或 App	1.35	0.914

- 
- <sup>i</sup> 南華早報網站及 App 於 2016 年 4 月 5 日起免費提供新聞，報章則維持收費。
- <sup>ii</sup> 亞視 ATV 已於 2016 年 4 月 1 日起停止電視廣播服務。
- <sup>iii</sup> 數碼廣播電台 DBC 於 2016 年 8 月 8 日，知會政府交還數碼廣播牌照，預備停辦。
- <sup>iv</sup> 見《傳媒透視》，1/9/2015，〈新聞與社交媒體使用行為調查 2015〉，  
<http://app3.rthk.hk/mediadigest/content.php?aid=2029>
- <sup>v</sup> 見《傳媒透視》，19/8/2016，〈香港新聞傳播媒體於社交媒體中之應用調查：Facebook 專頁〉，  
<http://app3.rthk.hk/mediadigest/content.php?aid=2079>
- <sup>vi</sup> 見《傳媒透視》，12/9/2014，〈2014 年度新聞與社交媒體使用行為調查〉，  
<http://app3.rthk.hk/mediadigest/content.php?aid=1960>
- <sup>vii</sup> 見《傳媒透視》，1/9/2015，〈新聞與社交媒體使用行為調查 2015〉，  
<http://app3.rthk.hk/mediadigest/content.php?aid=2029>