



香港電台委托香港中文大學傳播與民意調查中心進行 「市民閱報習慣及對電子媒體看法」 調查摘要

2014年1月13日

香港中文大學傳播與民意調查中心受香港電台委託，於2013年11至12月進行了一個有關「市民閱報習慣及對電子媒體看法」的電話調查。這個調查以隨機抽樣的方式，訪問了1013名15歲或以上能操粵語的香港市民（在95%的置信水平下，抽樣誤差為±3.1%），回應率為39%。為了使樣本更接近香港人口的特徵，數據均按照政府統計處最新公佈的香港15歲或以上人口中的性別及年齡作加權處理。

本調查主要有以下三方面的內容。首先是了解市民閱讀印刷版收費報紙、印刷版免費報紙、以及透過網站或手機和平板電腦的應用程式閱讀報紙的習慣。其次是有關市民透過新興的社交網站獲取資訊的情況，同時初探市民點擊網上短片的因素。最後一部分為市民對電視時事節目的看法。

市民閱讀報紙的習慣

市民每星期閱讀報紙的情況。市民每星期閱讀「印刷版收費報紙」和「印刷版免費報紙」的比率相若，分別為63.1%和62.5%。而透過網站，和利用手機或平板電腦的應用程式每星期閱報的分別為38.2%和39.1%，但若綜合兩者，則有56.5%有每星期「網上閱報」的習慣。雖然習慣每星期閱讀「印刷版收費報紙」的比率是最高，但習慣閱讀「印刷版免費報紙」和「網上閱報」的比率與「印刷版收費報紙」相差不遠，長遠而言，它們或會對「印刷版收費報紙」造成一定的影響。

市民閱讀報紙的時間。只計算有閱讀該類報紙的受訪者，有50.7%一日用1小時或以上的時間閱讀「印刷版收費報紙」，但用同樣時間閱讀「印刷版免費報紙」、透過手機和平板電腦的應用程式閱報，和到訪網站閱報的分別只有22.3%、23.3%和20.9%。較多的受訪者只用少於30分鐘的時間閱讀「印刷版免費報紙」（40.2%）和進行「網上閱報」（透過手機和平板電腦的應用程式閱報：39.8%；透過網站：43.6%）。「印刷版收費報紙」除了比「印刷版免費報紙」有較多的版面和內容外，亦需要付費購買，故讀者傾向用較多時間閱讀。

市民閱讀報紙的份數。只計算有閱讀該類報紙的受訪者，絕大部分 (73.9%) 一日內只閱讀 1 份「印刷版收費報紙」，只有約四份一會閱讀多於一份。而透過手機和平板電腦的應用程式閱報、到訪網站閱報和閱讀「印刷版免費報紙」的人，則相對較多會一日內閱讀多過 1 份報紙 (分別為 43.1%、37.3%和 44.1%)。由於「印刷版免費報紙」和「網上閱報」是免費的，不難理解市民的閱讀份數會較多。

市民閱報習慣的改變。有 33.0% 受訪者表示，因為免費報紙的出現而減少了「閱讀印刷版收費報紙」，同時也有 34.7% 的受訪員表示因而減少了「買印刷版收費報紙」，可見免費報紙的出現對收費報紙存在不少的衝擊。另外，智能手機和平板電腦的普及，大大增加了網上閱報的便利。有 29.6% 的受訪者表示自手機或平板電腦的閱報應用程式出現後，減少了閱讀「印刷版收費報紙」，也有 24.0% 的受訪者因而減少了閱讀「印刷版免費報紙」。

市民接觸網上資訊的情況

市民透過社交網站獲取新聞資訊的情況。近年，社交網站，如 facebook、twitter 在港流行，而這些社交網站容許用戶發放和轉載新聞資訊，給予市民另一種途徑獲取新聞資料。有 5 成 (50.8%) 的受訪者曾經於社交網站獲取新聞資訊，但只有 14.2% 的受訪者表示經常透過社交網站獲取新聞資訊。社交網站雖然能夠增加新聞資訊的流通性，但社交網站作為新聞資訊媒介的普及性和影響性仍然有待觀察。

市民點擊網上短片的因素。現時流行網上短片，有純為娛樂，亦有談論時事資訊。在 5 個因素中，受訪者認為影響他們點擊網上短片的最主要原因依次為：短片標題(38.0%)、熱門程度(30.2%)、朋友推介(28.8%)、網民評論(10.2%)和短片長度(5.2%)。雖然很少受訪者認為短片長度是最主要影響觀看的原因，但 71% 有觀看網上短片的受訪者通常點擊不超過 5 分鐘的網上短片。

市民對電視時事節目的看法

被問及現時的電視時事節目有沒有由訪問員讀出的六項不足之處時，有接近八成(77.8%) 的受訪者認為有。在 6 個選項中，較多人認為現時的電視時事節目角度偏頗(41.9%)、分析不夠深入(33.9%)和取材狹窄(30.4%)。受訪者相對較多希望電視時事節目能夠探討多一些有關教育(37.0%)、醫療(33.2%)、政治(33.2%)和房屋(29.4%)的內容。至於在電視時事節目的表達形式上，在 6 個選項中，較多受訪者喜歡專題(46.4%)、現場報導(28.5%)、人物故事(25.8%)和評論(23.0%)。