

突破機構
香港青少年媒體使用情況 2010
研究撮要

突破機構於 2010 年 3 月至 5 月進行「香港青少年媒體使用情況」調查，研究對象為本地 10 至 29 歲青少年，目的是了解本港青少年接觸媒體的習慣及意向，媒體包括網絡、手機、電視、電台、電影、流行曲、漫畫、書籍、雜誌及新聞等。

是次研究以隨機抽樣電話普查訪問形式進行，成功訪問本地 507 名香港青少年，成功率為 7.4% (有效成功率為 39.3%)，樣本標準誤差少於 $\pm 4.4\%$ 。受訪者男女各佔一半，平均年齡 18.0 歲，約四成 15-19 歲(41.4%)。接近八成(78.7%)受訪者在學，兩成(20.0%)在職；三成五(34.6%)受訪者學歷為初中或以下程度，超過三成五(37.2%)具高中程度，兩成八(28.2%)則達大專或以上程度。

I. 網絡

上網習慣：六成六青少年每天上網

超過七成受訪者具 6 年或以上上網經驗，近九成九最近三個月曾上網，平均每週上網 6 日，每日 3.6 小時。當中超過六成五更有每天上網的習慣。

網上通訊：大部份青少年以 MSN 及 Facebook 作網上溝通工具

上網青少年中，超過七成以 **MSN** (80.7%) 及 **Facebook** (74.8%) 作溝通平台，主要溝通對象是熟悉朋友 (MSN：97.1%；Facebook：95.3%)。

此外，九成五 (94.8%) 表示上 Facebook 的主要目的是 1) **更新朋友近況或他們關心的資訊** (55.3%)；2) **消磨時間** (31.6%)；3) **同朋友傾計** (22.2%) 及 4) **玩 Application** (21.2%)。

Youtube：超過九成青少年看 Youtube，但在 Youtube 上載影片的不足一成

九成五上網青少年 (95.2%) 表示有看 Youtube 影片，主要途徑是 1) **朋友在 Facebook 或網誌等平台轉貼** (48.9%)；2) **自己在 Youtube 網頁尋找** (36.3%) 及 3) **網民在討論區轉貼** (11.4%)。影片類型以 **音樂** (58.1%)、**電影動畫** (22.6%) 及 **綜藝節目** (19.3%) 等為主。有上載短片到 Youtube 的青少年屬少數，不足一成(8.9%)，平均每週上載短片 4.2 段。

網上交易：仍未普及；各項交易項目中，較多青少年使用網上電子付款

上網青少年中，一成四 (14.3%) 過去三個月曾 **使用網上電子付款** (平均每週 1.8 次)，一成二 (12.1%) 曾 **網上購物** (平均 1.8 次)，其餘網上擺賣或拍賣、以物易物、賣自己創作或網上投注等，參與青少年皆不足一成，顯示有關網上交易活動在青少年中暫未普及。

網絡其他活動：以娛樂、溝通及搜尋資料為主

超過一半 (53.5%) 受訪者表示過去三個月曾 **下載短片／電影／歌曲／劇集**等 (平均每週 5.3 次)。此外，高達九成青少年過去三個月曾 **上 Facebook** (92.4%) (平均 7.8 小時)；**看影片** (包括 Youtube) (90.7%) (平均 3.0 小時)；使用 **即時通訊** (包括 MSN/Skype 等) (90.7%) (平均 9.3 小時)。此外，佔大部份青少年亦有處理 **電郵** (87.9%)、**資料搜尋／瀏覽網站** (不計讀書或工作需要) (75.5%)、**網上討論區** (71.6%)、及 **聽歌／看電影**等 (72.0%)。

II. 手機

手機上網：使用手機上網暫未普及；手機上網以通訊及資料搜尋為主

約兩成五 (24.5%) 青少年有使用手機上網，當中佔多數以手機進行 **網上通訊** (82.1%) (平均每週 4.7 小時)；**瀏覽網頁／找資料** (78.0%) (平均 1.8 小時)；以及 **電郵** (64.2%) (平均 4.0 小時)。

一般手機功能：以講電話及發短訊為主

九成 (91.0%) 受訪者 (包括所有手機：可以／不可以上網) 回應平均每週 **講電話** 6.3 小時；六成 (60.7%) 有使用手機 **播放影片歌曲** (平均 3.8 小時)；超過五成 (57.8%) 有使用 **其他功能** 例如錄影／錄音／拍照 (平均 1.1 小時)。數據亦反映青少年偏愛 **短訊** (SMS)，九成 (89.8%) 青少年曾發放短訊，平均每週 48.8 次。

III. 電視

超過九成 (95.1%) 青少年看免費電視台 (平均每週 8.6 小時)，五成 (50.7%) 透過免費電視台網頁看重播節目；此外，超過五成 (54.2%) 看收費電視 (平均 4.4 小時)。數據反映免費電視台仍是青少年看電視節目的主流，上網看電視亦成為不少人的選擇。

至於青少年看電視節目的種類，超過八成 (85.6%) 看 **新聞及時事評論** (平均 3.2 小時)；七成七 (77.5%) 看 **連續劇** (平均 5.7 小時)，近六成四 (63.5%) 看 **綜合娛樂節目** (平均 2.1 小時)；反映新聞及時事節目成為大部份青少年的電視選擇。

IV. 電影

超過七成 (72.4%) 青少年選擇在戲院看電影 (平均每月 2.2 套)，其次超過五成 (55.2%) 透過電視看 (平均 3.4 套)，不足一半 (47.1%) 看影碟 (平均 3.5 套)；至於網上在線看 (32.7%) 及下載看 (16.2%) 則為數較少。

V. **流行曲**

大部份青少年透過電腦聽歌 (75.9%) (平均每週 5.0 小時)；以手機聽歌的超過六成 (62.5%) (平均 4.9 小時)，電子數碼產品則有一半 (50.7%)，用 CD 機的不足四成 (35.7%)。

主要獲得歌曲的途徑是*向朋友家人借或複製* (51.1%)、*正版 CD* (35.7%)、*從非法網站下載* (29.1%)。至於花費，近四成 (38.9%) 受訪者購買*正版 CD*，平均每月花 789.1 元，不足一成 (6.5%) 在合法網站付款下載，平均每月花費 89.7 元。

VI. **電台**

商業電台第二台是多數青少年的喜好，佔四成 (40.6%) 經常收聽，其次是港台第二台 (18.6%)、新城娛樂台 (15.4%)及港台第一台 (10.6%)。

以收音機或電子產品收聽傳統電台節目(例如港台商台等) 的青少年較多，超過四成 (44.2%)；透過網上聽的亦有近四成 (38.1%)，相距只有六個百份點。有關民辦電台節目(例如青台)，透過網上收聽的 (21.1%) 比較以收音機或電子產品收聽的多 (18.1%)，反映聽民辦電台的青少年較多選擇網絡收聽。

主要收聽電台時段，無論是平日、週六或週日，最多青少年在晚上 7-12 時收聽(平日：41.6%／週六：36.2%／週日：35.3%)；數據反映較多青少年 (42.7%)在平日聽電台節目，週六 (19.9%) 及週日 (18.3%) 則相對較少。

VII. **漫畫**

四成受訪者表示有看漫畫，當中超過八成 (81.9%) 主要看日本漫畫，顯示日本創作是大多數青少年的喜好；看本地漫畫的不足一成 (8.6%)，看國內漫畫的只有 2%。

近兩成 (19.1%) 青少年購買漫畫，平均每月看 4.2 本；一成六 (16.2%) 向朋友家人借閱，平均 3.8 本；一成八 (18.1%) 網上在線或下載看，平均 5.2 本；到漫畫店付款租看近一成 (9.4%)，人數較少，但每月平均看 7.8 本漫畫，較購買／借閱／網絡的高。

VIII. 圖書

圖書花費方面，在書店購買的有近五成 (48.8%)，平均每月花費 183.4 元；書展購買的有一成六 (16.1%)，平均花費 279.6 元。在學校訂購、網上郵購或下載書本的，不足一成 (7.8%)。

青少年主要閱讀書籍種類是文學 (小說散文等) (54.4%)，其次是心理 (輔導成長等) (20.9%) 及科學 (電腦科技等) (16.2%)。自己購買圖書閱讀的超過一半 (57.4%)，平均每月看 3.4 本；圖書館借閱的近五成 (49.3%)，平均看 5.5 本；向朋友家人學校借的超過三成五 (37.3%)，平均看 3.9 本。網上看或下載到閱讀器看的較少，有近一成八 (17.9%)，平均看 4.5 本。

IX. 雜誌

雜誌方面，受訪者選擇的種類主要是青少年流行雜誌 (31.8%)、時裝潮流 (25.0%)、綜合性雜誌 (20.9%)、及娛樂雜誌 (20.3%)；電腦科技 (13.4%) 及旅遊 (13.1%) 各有一成三。選擇時事評論的有近一成 (9.8%)，較其他種類如漫畫、遊戲攻略、飲食等都多。吸引青少年選看雜誌的原因，主要是資訊豐富／對有關資訊感興趣 (45.9%)，以及雜誌封面吸引 (31.6%)。

超過四成 (42.8%) 受訪者過去三個月曾購買雜誌，近乎所有都在報檔便利店選購，平均每月花費 62.9 元，閱讀 3.4 本。向朋友家人借閱的超過兩成五 (27.8%)，平均看 2.8 本；圖書館借閱 (8.3%) 及上網看 (5.5%) 的皆不足一成。

X. 新聞

超過八成 (82.3%) 青少年表示過去三個月有接收新聞的習慣，主要收聽／看的途徑是主流媒體，包括免費電視／電台 (86.4%) (平均每週 4.0 小時)、收費報紙 (53.8%) (平均 1.9 小時)、免費報紙 (61.3%) (平均 2.1 小時)、收費電視 (35.5%) (平均 2.2 小時)。

至於網絡，超過六成 (66.1%) 青少年透過網站新聞／網上報紙接觸新聞，平均每週 2.5 小時，透過網上討論區 (27.6%) 及民間自發媒體 (例如獨立媒體／民間電台等) (21.1%) 知道新聞的超過兩成，在主流媒體以外，網絡成為部份青少年接收新聞的渠道。

總結：

結果顯示香港青少年上網已成趨勢，多數青少年有每天上網的習慣，網上活動以溝通、娛樂及獲得資訊為主。網絡溝通頻仍，MSN 及 Facebook 是與朋友相交的主要工具。電視電影或歌曲等娛樂依然受多數青少年歡迎，而大眾傳播例如電視台、電台仍是大部份青少年的選擇，但已不再囿於傳統接收渠道（例如電波或廣播接收），無論看電視電影、聽電台、看書以及新聞資訊等，青少年亦選取網上收看／收聽；同時，多數青少年看 Youtube 影片或了解新聞時事，是透過 Facebook、網誌、討論區或網站；可見網絡成為娛樂、流通資訊的新興媒體。然而，按 Youtube 上載影片數目、上 Facebook 以更新朋友近況為主、網上交易或擺賣個人物品／創作等資料可見，青少年主要是網絡使用者，較少同時是供應（創作）者。

調查亦發現，大部份青少年有接觸新聞及時事的習慣，最多青少年選看新聞及時事評論電視節目，較連續劇及娛樂節目更多；選擇時事評論雜誌的青少年，亦較選擇漫畫飲食等類別的多，可見青少年關心新聞時事。除了大眾媒體，部份青少年會選擇民間自發媒體及網上討論區等另類渠道，接觸新聞。

是次調查反映青少年媒體使用偏愛溝通娛樂，亦有接觸新聞時事；大眾媒體中，電視電台及報章對青少年仍具影響力，但因為網絡提供另類渠道，讓青少年有更多選擇，網絡成為娛樂、溝通，接觸新聞，甚至交流資訊的重要媒體。



（突破事工研究及發展部 2010 年 12 月）