

青少年既消費亦生產媒體資訊 9 成 7 認同二創 盼立法前充分討論

突破機構於 2016 年 2 月至 4 月期間進行了一項名為「香港青少年媒體使用情況 2016」研究，了解在「網絡 2.0」時代下青少年是如何使用媒體。研究訪問 567 位青少年，結果發現半數青少年是既消費又生產媒體資訊的「生產性消費者」(Prosumer)。對於二次創作，青少年態度正面，認為與原創作品無異，更希望在充分討論後才立法。

是次研究對象為本地 10 至 29 歲青少年，以街頭訪問形式於港九新界各地進行訪問。受訪男女比例相若（男：45.6%；女：54.4%），平均年齡 19 歲，6 成 8（67.7%）在學。

研究主要發現：

一、 5 成青少年集媒體消費、資訊生產於一身

研究發現，受訪者每日最常用的媒體為網絡溝通軟件(86.8%)、聽歌(80.8%)、看短片(63.8%)。除了消費媒體，51.1%受訪者會於網上發布作品，成為媒體資訊生產者。31.6%受訪者參與網絡短片製作；透過網絡分享創作或改編音樂的亦有近 1 成(9.2%)。青少年亦改變以往媒體使用的方式，在有打機習慣的受訪者中，近 4 成(39.8%)表示會於網上打機時認識新朋友，顯示青少年會在固有的媒體使用方式以外增加社交元素。

二、 9 成 7 青少年認同「二創」價值 盼充分討論才立法

研究亦問及青少年對二次創作的看法。84.8%受訪者表示自己間中至經常接觸二創作品，可見二創作品在青少年群體中不是新鮮事物。同時，97.3%受訪者認為二次創作與原創皆值得支持及重視，反映他們對二創作品有高評價，甚至與原創作品有同等位置。另外，就版權條例草案，普遍受訪者皆不同意在社會未有共識下先立法後討論(83.3%)。面對規管二創的討論，一般青少年期望得到共識才為條例立法，可見他們對議題抱謹慎態度。

三、 青少年雖傾向以串流聽音樂、看動漫 傳統媒體仍有地位

是次研究亦發現受訪者多用串流聽音樂、看動漫。58.7%受訪者首選網上聽音樂、38.1%則首選於網站上看動漫；同時，一些傳統媒體仍是青少年最常使用的途徑。研究中，67.4%受訪者會每日看電視，當中，75.3%以電視機收看傳統電視台（如：TVB），以網絡、電視台網站、應用程式等方式收看的則有 18.2%。看電影方面，81.5%受訪者選擇到戲院，比第 2 位的「線上看電影」高出 4 成。閱讀方面，82.4%受訪者表示近半年有看實體書，看電子書的則有 26.1%。由此可見，雖然雲端、串流等技術出現，青少年仍會使用舊媒體。新舊媒體並用成為青少年主要使用媒體的方式。

總結：網絡催生新使用模式 青少年對二創持開放態度

「網絡 2.0」時代下網絡成了分享平台。建基於此，半數青少年在消費媒體之餘，同時生產資訊。創作除了原創，還有近年盛行的二次創作，而接近所有青少年認同二次創作地位與原創作品相等。網絡技術的成熟，讓人更容易分享自己的改編作品，亦打破只有傳媒才有的發布權。網絡技術的演變衍生新方式、新產物，我們需要具備開放的心以適應變化。

突破機構事工研究發展經理陳競存認為，隨著流動網絡的普及，媒體的使用在新一代當中已經起了本質上的轉變。媒體不再是單向消費的渠道，而是充滿不同類型新創作的新天地。互動與自發創作已為整個媒體生態，甚至社會、政治文化帶來前所未有的變數。個人與小眾的聲音，在媒體所起的革命，足以在一夜之間帶來重大改變。無論在文化和藝術的創作，抑或公民社會的發展，這些聲音都將扮演著關鍵的角色。

< 完 >

註：

1. 如欲了解詳細研究數據，歡迎致電 2632-0170（梁小姐）查詢
2. 新聞稿另有網上版，請瀏覽：

http://www.breakthrough.org.hk/ir/Research/55_Youth_media_usage_2016/

發稿：突破機構

突破機構發言人：突破事工研究及發展部經理陳競存先生 電話：2632 0170 (公司) / 9100 6694 (手提)

傳真：2632 0388 電郵：research@breakthrough.org.hk

機構網站：www.breakthrough.org.hk 通識書誌：www.Breakazine.com

突破青少年研究資料庫：<http://www.breakthrough.org.hk/ir/researchlog.htm>

是一個收集青少年重要數據的網上資料庫，收錄了突破機構多年來進行的研究調查及研究評估資料，並分類整理本地各大、小機構進行的青少年研究結果。收錄的資料類型包括新聞稿、研究摘要、研究數字、投影片、評估報告等；就有關數據而撰寫的發表文章亦收錄在內。