

Engaging sub-degree students in community-based research - Case study of a student research group in advocacy journalism

Dr. Benjamin Cheng & Dr. Tsen Wai Sing

Division of Communication, College of International Education (CIE), HKBU

Paper presented at the Federation for Self-financing Tertiary Education 25th
Anniversary Conference

20 June 2019

Introduction

- ▶ Students majoring in media and communication at CIE formed a student research group and applied quantitative research principles in projects that are of public interest

- ▶ Students were engaged in:
 - a. **topic identification and selection;**
 - b. developing approaches of **collecting quantitative data;**
 - c. **producing reports and writing up press release** to pitch actual mass media



(Photo source: <https://www.jofsr.org/index.php/path/index>)

Introduction

Since 2016, the research group has engaged in different research projects:

- ◆ parent-child interaction concerning the participation of extra-curricular activities
- ◆ undesirable online shopping behaviour
- ◆ safety issues in private transportation
- ◆ consumer right issues in online key opinion leadership
- ◆ consumer satisfaction in online travel information search

浸大調查：75%受訪者在網上購物時越買越多

2015年02月02日

[< 返回](#)



學者認為，若消費者不能自制，於上班或上課時間過度瀏覽購物網站，有機會影響其對工作或學習的專注力。

Press coverage of past studies

的士司機睇手機 開車一眼關「八」

駕駛時勿使用手機是常識，但近年的士司機行車期間「一心多用」，一項調查發現，多達80%乘客搭的士時，曾遇到司機使用手機或平板電腦，最多更同時使用8部，平均為2.3部；當中更有5%乘客曾因此遇上交通意外。

調查由浸大國際學院傳理研究社以問卷進行，共訪問328名市民，結果顯示60%乘客因司機行車時使用手機或平板電腦而不安，36%乘客曾因此而遭遇不同程度的交通事故，如跟車太貼或司機突然煞車等，5%甚至因而遇過交通意外；逾半數乘客認為，政府應加強規管的士司機行車時使用手機。法例規定司機行車時不得拿着手機通話，但如將手機固定在前方擋風玻璃再用手操作，則不受規管；負責調查的浸大國際學院傳理學部高級講師鄭嘉麟認為，乘客應在適當時候主動提醒司機。

學者促立法規管司機用手机

【本報訊】的士司機用手机應用程式接生意愈趨普遍，大學調查卻發現，八成受訪乘客均遇過的士司機行車時使用手機或平板電腦，最多的使用八部。學者促請政府盡快研究立法規管司機行車時使用電子裝置。

浸大國際學院傳理研究社早前訪問了三百二十八名市民，發現六成受訪乘客都因司機行車時使用電子通訊器材感不安，三成六受訪人更稱，曾遇過的士司機行車時使用手機，並與前車距離太近或需突然煞車，當中百分之五更因此遇交通意外。過半數受訪市民認為，當局應該加強規管的士司機行車時使用手機。浸大國際學院傳理學部高級講師鄭嘉麟認為，司機於行車時過分依賴手機或平板電腦會嚴重分心，容易釀成交通意外，促請政府加強規管。

司機行車時手持或講電話屬違例，最高可被罰款二千元；但司機以手指按動手機，卻不屬違法。理大土木及環境工程系副教授熊永達認為，政府應該立法堵塞漏洞，並研究電子裝置數目如何影響司機專注力及會否導致交通意外。

的士業界：用手机為接單

豪華（質素的士服務）督導委員會曾利用手機應用程式，自組高級的士車隊。委員會主席黃永忠反對並批評，政府政策失誤令本港的士收費太低，「的司機都食唔飽，自然要用手機提高效率接多啲單。」他建議政府應大幅提高的士收費三倍，改善業界困局。

運輸署回應指，現行法例沒有限制車輛儀錶板上放置的手機數目，但若有證據顯示司機因為相關行為而影響駕駛，可能觸犯「危險駕駛」或「不小心駕駛」罪行。

Press coverage of past studies

調查：八成乘客見「的哥」駕駛用手機

的士司機的服務表現一向為社會關注。浸大國際學院傳理研究社早前訪問了三百二十八名市民，八成受訪者表示在搭乘的士時，曾見司機邊駕駛邊使用三部或以上的

手機或平板電腦，有司機亦使用多達八部手機接單，六成人因此而感到不安，更有百分之五的受訪者報稱因而遇上不同程度的交通意外。

浸大國際學院傳理學部高

級講師鄭嘉麟強調，的士司機若於行車時過份依賴手機或平板電腦，會導致嚴重分心，容易釀成交通意外。他促請政府加強規管司機使用電子裝置的情況。

Headline 18/2/2017

8成的士客 曾遇司機用3部手機

【本報訊】社會一直關注的士業的服務水平，香港浸會大學國際學院傳理研究社月前進行問卷調查，在328份問卷中，發現有80%乘客曾遇到司機行車時使用3部或以上的手機或平板電腦，最高更多達8部，平均數為2.3部。

最多8部 60%乘客感不安

受訪乘客中，有60%因的士司機行車時使用手機或平板電腦而感到不安全。

36%受訪者更表示曾經因司機於行車時使用手機或平板電腦而發生不同程度交通事故，如距離前車太近及司機突然緊急煞車等等，當中5%乘客甚至因此而遇上交通意外。

此外，調查亦發現有55%受訪乘客曾遇到因司機趕往接下一宗生意而加速行車，但是，有多達70%乘客表示從未或甚少提醒司機注意安全。

過半數受訪者認為政府應加強管制司



調查發現，有55%受訪乘客曾遇到因趕往接下一宗生意，司機加速行車。
(資料圖片)

機於駕駛時使用手機或平板電腦的情況。

行車嚴重分心 易釀意外

負責調查的浸大國際學院傳理學部高級講師鄭嘉麟認為，電召的士手機應用程式確實為司機及乘客帶來方便，但司機於駕駛時過分依賴手機或平板電腦，會令司機嚴重分心，容易釀成交通意外，乘客亦應於適當時候主動提醒司機，注意安全，而政府及有關當局亦應加強關注司機使用電子裝置的情況。

Press coverage of past studies

晴報 SKY POST

香港經濟日報集團刊物 9.10.2018 Tue

聯合國報告：最快12年後全球升溫1.5°C 恐生態災難

將再生能源作供電比例提升，要由現時約25%增加到2050年的70%至85%等，又指屆時應減至零碳排放，否則要推出措施除去二氧化碳。

促各國落實控制碳排放

香港氣象學會發言人梁榮武指出，這份報告是2015年《巴黎協議》之後，應各國政府要求而製成，當中列出多項具體目標，例如若溫室氣溫增加1.5度，海平面將會上升2米，但若不採取行動，海平面將會上升2.5米，甚至3米，這將對沿海地區造成嚴重威脅。梁榮武表示，報告指出，若溫室氣溫增加1.5度，海平面將會上升2米，但若不採取行動，海平面將會上升2.5米，甚至3米，這將對沿海地區造成嚴重威脅。

在電子產品、旅遊產品、潮流服飾及餐飲4大消費類別中，KOL的影響尤為顯著。(iStock)

餐飲消費最高危 逾半大專生 KOL推介不似預期

隨著社交媒體興起，近年以網絡紅人「KOL」(Key Opinion Leader) 推銷的宣傳手法漸成趨勢。浸大一項調查發現，70%受訪大專生曾因KOL的推薦購買消費品，但逾半購買後發現產品質素未如預期，懷疑「中伏」，當中以餐飲類最嚴重。有學者坦言，網紅與支持者的關係，直接影響廣告收入，相信不會有人故意製造陷阱，但建議消費者購買產品前應多參考不同資訊及意見。

記者：石嘉盈 編輯：梁偉澄 美術：陳超雄

接收訊息要分析

1. 分析KOL的推介是否真實可靠，不能盡信所有資訊
2. 了解自身需要，是否適合使用相關產品
3. 參考市面上不同資訊及意見

方健儀：率缺勿濫，免損聲譽

方健儀表示，網紅在推廣產品時，應以誠實為本，不應為了利益而誇大其詞。她指出，網紅應考慮自己的信譽，不應濫用影響力。她建議消費者在購買產品時，應多參考不同資訊，並留意網紅的評價。

7成大專生 曾因KOL推薦購物

浸大國際學院媒體傳播副學士課程今年5月邀請48名大專生進行焦點訪問及475名大專生填寫問卷，發現70%受訪者曾在網絡紅人的推薦下購買消費品，但超過一半購買後，發現產品質素未如其推薦為佳，當中更以餐飲消費類別情況最嚴重；超過30%認同，賣廣告是KOL主要工作，他們卻不一定只推薦質素好的產品。

Market | 採訪手記

2018年10月9日 星期二

7成大專生 曾因KOL推薦購物

當中逾半疑「中伏」 餐飲類重災

社交媒體興起，近年以網絡紅人「KOL」推銷的宣傳手法漸成趨勢。浸大一項調查發現，70%受訪大專生曾因KOL的推薦購買消費品，但逾半購買後發現產品質素未如預期，懷疑「中伏」，當中以餐飲類最嚴重。有學者坦言，網紅與支持者的關係，直接影響廣告收入，相信不會有人故意製造陷阱，但建議消費者購買產品前應多參考不同資訊及意見。



近年以網絡紅人「KOL」推銷的宣傳手法漸成趨勢，浸大一項調查發現，70%受訪大專生曾因KOL的推薦購買消費品。

浸大國際學院媒體傳播副學士課程今年5月邀請48名大專生進行焦點訪問及475名大專生填寫問卷，發現70%受訪者曾在網絡紅人的推薦下購買消費品，但超過一半購買後，發現產品質素未如其推薦為佳，當中更以餐飲消費類別情況最嚴重；超過30%認同，賣廣告是KOL主要工作，他們卻不一定只推薦質素好的產品。

研究發現在受訪大專生眼中，KOL「言論的可信性」是其成功最關鍵因素，其次是「媒體製作技巧」及「言論的專業性」等；而KOL的政治取態是否與自己相同，亦是大專生所重視的關鍵因素之一。

負責是次研究的浸大國際學院媒體傳

播副學士課程講師謝瑋陞認為，KOL在網上推銷消費品，背後可能有一些商業目的，言論未必全面，建議消費者應多參考不同資訊及意見，作精明選擇。

城大市場營銷學副課程主任吳淑慧表示，不少商家已將KOL推銷混合傳統推廣方法，但由於網紅與支持者的關係，能直接影響他們自身價值及影響力，故相信不會有人「特設設局」陷害支持者，最多只是廣告中常見的「隱惡揚善」手法。她認為，消費者會對其心儀KOL多了一份信任，故若因其推薦購買產品後，發現與預期不同時更易失望，繼而遷怒或埋怨背後推薦的網紅。

她建議各KOL推銷產品前應先親身體驗，並嘗試以自己風格演繹，讓目標群眾「聽得舒服啲」，減少當中爭拗。

杜正之

Literature Review -

Benefits of engaging students in research

- ▶ Anderson (2002) suggests that through community-based research, students in tertiary institutes could **gain practical research skills** and **enhance their cares about community problems**.
- ▶ Edwards, Jones, Wapstra and Richardson (2012) assert that authentic research opportunities provide hands-on learning experience to students and subsequently **enhance their commitment, enthusiasm and preparation for their major of study**.

Methods

- ▶ To measure the effectiveness of learning through the research group, several methods were adopted :
 - ❑ Monitoring learning progress by a written report (**Observations in focus group; Proposed hypothesis and survey questions**)
 - ❑ Students were also asked to collect quantitative data, and to **conduct a verbal presentation of their observations on social issues** through data analysis using statistical software.
 - ❑ **Individual reflective journal** to provide feedbacks on the learning outcomes
 - ❑ **In-depth interviews with three alumni** to discern the long term effects on learning

Results

- ▶ Students' awareness to social issues, research skills, and knowledge about **how actual media works in advocacy journalism** were enhanced.
- ▶ Students claim that they have learned **the importance of verification of arguments on social issue** through field observations and data analysis.
- ▶ They have also learned how to **identify correct target group and to ask meaningful questions.**
- ▶ Through the training in survey design and hypothesis testing, students suggest **their logical reasoning and critical thinking were enhanced.**

Results

► Alumni interviews:

A. Research skills:

- Included the materials produced in the research group (e.g. media coverage of her research project) **in the portfolio for Non-JUPAS application.**
- Out-performing **her peers with logical reasoning and the skills of statistical analysis** acquired in the research group at CIE.



(Photo source: library.soton.ac.uk/sash/introduction-to-research-skills)

Results

▶ Alumni interviews:

B. Inquisitive mind

▶ Inspired curiosity and shaped future career

(One alumna worked as research assistant in undergraduate study. She is also planning to take a postgraduate course in big data and research.)

▶ Another alumna mentioned that **such inquisitive mind is essential to her present job - event management.**

(“I need to be curious with various aspects of running a media event, and need to think ahead for each steps of organizing an event.”)

Implications

- ▶ Teaching faculty members could consider **to enhance students' scientific thinking and logical reasoning** through **community-based research in their discipline**
- ▶ **Organizing workshops** to equip students with research and media writing skills
- ▶ Use **verbal presentation or written reflection** to exchange ideas with students and to monitor their learning progress
- ▶ **Work with the Corporate Communication and PR department** of their own institute - translating research output to **gain media coverage**

Thank You!