

前言

香港大學民意研究計劃成立於一九九一年六月，初時隸屬香港大學社會科學學院的社會科學研究中心，二零零零年五月轉往香港大學新聞及傳媒研究中心，二零零二年一月再轉回香港大學社會科學學院管轄。民意研究計劃的使命在於為學術界、新聞界、決策人員及社會人士提供有用的民意數據，服務社會。民意研究計劃成立以來，一直進行各項有關社會及政治問題的民意研究，並為不同機構提供研究服務，條件是民意研究計劃的研究組可獨立設計及進行研究，並把研究結果向外界公佈。

「電視節目欣賞指數調查」乃香港電台、電視廣播有限公司及亞洲電視有限公司於一九九八年首次達成共識，並委託民研計劃進行一系列有關本地製作電視節目質素的意見調查，目的是探討香港觀眾對本地製作的電視節目的欣賞程度，以改進香港電視界的整體節目質素，並希望把「欣賞指數」發展成「收視率」以外的另一個重要專業指標。及後，有線電視及 ViuTV 分別於一九九九年及二零一六年派出代表參與「電視節目欣賞指數調查顧問團」，其節目亦正式納入調查範圍內，令整項調查更具代表性。二零一八年，香港電台連續第 21 年委託民研計劃全年共分 4 次進行同類調查。

是次乃二零一八年第二階段調查，節目範圍則包括於二零一八年度四月一日至六月三十日期間於無綫翡翠台及 J2、奇妙電視、港台電視 31 及 ViuTV 播放的本地製作節目。本調查亦同時調查由無綫電視、有線電視及 NOW 寬頻電視製作的新聞財經報導節目，以探討本地觀眾對各電視台整體新聞報導的欣賞程度。

第二階段調查於二零一八年七月三至十七日期間進行，透過電話成功訪問了 2,005 名 9 歲或以上操粵語的香港居民，實效回應比率為 60.8 個百分比，抽樣誤差則為少於 3.2 個百分比（按次樣本計；詳情請參閱表甲及表乙）。

表甲 實效回應比率之計算方法

回應比率	=	$\frac{\text{成功訪問樣本}}{\text{成功訪問樣本} + \text{未完成整個訪問樣本}^* + \text{合資格而拒絕者}^{\wedge} + \text{推算為「合資格而拒絕者」}^{\#}}$
	=	$\frac{2,005}{2,005 + (120 + 220) + (17 + 5) + 932}$
	=	60.8%

* 包括「未能完成整個訪問」及「被訪者於篩選題前中斷訪問」

^ 包括「家人拒絕接受訪問」及「被訪者拒絕接受訪問」

按照訪問紀錄的已知比例推算

表乙 詳細樣本資料

	頻數	百分比
確定為不合資格的電話號碼	3,356	7.7%
傳真機號碼	335	0.8%
無效電話號碼	2,376	5.5%
電話轉駁號碼	82	0.2%
非住戶電話號碼	516	1.2%
技術問題	37	0.1%
被訪者不合資格	10	<0.1%
未能確定是否具合資格被訪者的電話號碼	37,234	85.6%
電話線路繁忙	942	2.2%
電話無人接聽	19,837	45.6%
電話錄音	1,593	3.7%
密碼阻隔	49	0.1%
言語不通	380	0.9%
被訪者於篩選題前中斷訪問	220	0.5%
預約跨越調查期限 - 未能確定是否具合資格被訪者	14,207	32.6%
其他問題	6	<0.1%
確定具合資格被訪者的電話號碼，但未能進行訪問	925	2.1%
家人拒絕接受訪問	17	<0.1%
被訪者拒絕接受訪問	5	<0.1%
預約跨越調查期限 - 確定具合資格被訪者	760	1.7%
未能完成整個訪問	120	0.3%
其他問題	23	0.1%
成功樣本	2,005	4.6%
合計	43,520	100.0%

調查設計

二零一八年度的「電視節目欣賞指數調查」共分 4 個階段進行，調查期數為一月至三月、四月至六月、七月至九月及十月至十二月。換言之，調查每隔 3 個月便進行 1 次。調查是以電話訪問形式進行，訪問對象為 9 歲或以上操粵語的香港居民。為使抽樣誤差降至最低，電話號碼抽樣方法是先從通訊事務管理局之香港電訊服務號碼計劃獲取已分配予電訊商的電話字頭，然後以隨機方式從中產生號碼。最後，按照電腦撥打及過往調查記錄，剔除無效號碼成為最終樣本。

一如以往，有關方面除了委託民研計劃負責所有調查工作、數據分析及撰寫報告外，亦同時成立一個由電視台、學術界及廣告界人士組成的「電視節目欣賞指數調查顧問團」，負責釐定問卷內容、調查方法和節目範圍，以確保調查在公平及具公信力的調查準則下進行（顧問團名單請參閱附錄一）。

每個季度的調查預留 80 個節目名額予經常性的本地製作節目，但不包括新聞財經報導節目，各免費電視台的名額平均分配，即香港電台、無綫電視、ViuTV 及奇妙電視各佔 20 個名額。節目長短和次數不限，條件是節目必須為本地製作，以及在有關調查階段內播映起碼 1 次。由於資源有限，所有重播、配音、體育、外地製作本地包裝及帶宣傳性質的節目不包括在調查範圍內。為了區分大眾和小眾節目，所有在電視節目欣賞指數調查中，認知率不足 5% 之電視節目，所得欣賞指數會分表列出和分開描述。

與此同時，調查亦會預留節目名額探討觀眾對免費電視台及收費電視台的新聞財經報導節目的整體評價。由於收費電視台的認知率普遍較低，為擴大有效的樣本數目，其新聞財經報導節目會同時出現在兩組問卷中（每組的目標樣本總數為 1,000 個以上）。至於何謂「新聞財經報導節目」？研究組暫將之定義為以主播形式報導之新聞或財經新聞的節目，清談形式、專題探討、專家分析等類型則不計，而新聞財經報導節目與其他類型節目所得的欣賞指數會於報告中分開列出和描述。

若個別電視台未能盡用每季的名額，餘數可撥作其他「意見問題」或試查題目，以探討有關業界發展等專題性項目。此外，如有個別電視台未能在欣賞指數顧問團指定的日期前提交入選節目名單，顧問團中非電視台的代表，將以等額投票方法，替有關電視台選出其入選節目名單。倘若出現同票或其他特殊情況，則交由研究機構以隨機抽籤方法解決。自二零零九年第一階段開始，無綫電視的節目皆由顧問團的代表以此方法選出。

根據上述方法，本年度第二階段（四月一日至六月三十日）的調查名單所包括的非新聞財經報導節目總數為 80 個，香港電台、無綫電視、ViuTV 及奇妙電視各佔 20 個；而 80 個節目當中有 42 個新節目及 38 個與上一階段重覆的節目。另外，調查亦探討各電視台（無綫電視、有線電視及 NOW 寬頻電視）新聞財經報導節目的整體評分。由於收費電視台的認知率普遍較低，有關新聞財經報導節目整體評分的題目會同時出現在兩組問卷中。

一如以往，為避免問卷過於冗長，調查時採用了兩組分拆問卷同步進行，每組問卷羅列總數約一半的節目予被訪者評價，而目標樣本總數為 2,000 個以上（即每組問卷為 1,000 個以上）。另一方面，為使每個電視台及其電視製作得到平等的對待，調查再把節目的先後次序輪流轉換，將每組問卷衍變成 4 份，即兩組共有 8 份問卷同步進行（所有問卷請參閱附錄四）。