

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。於一九九九年，有線電視節目更正式納入調查範圍內，同時，有線電視亦派出代表參與「電視節目欣賞指數調查顧問團」，令整項調查更具代表性。二零一五年，四個電視台第十八次（有線第十七次）達成共識，委託本研究組在全年分四次進行同類調查。

二零一五年度四個階段的「電視節目欣賞指數調查」分別於二零一五年四月、七月、十月及二零一六年一月期間透過電話進行訪問。全年調查的累積被訪人數達 8,163 名，回應比率則介乎六成四與六成五之間，涉及本地製作的電視節目合共 207 個。

調查設計

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，並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（成員名單請參閱附錄一）。

二零一五年度的「電視節目欣賞指數調查」共分四個階段進行，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，調查每隔三個月便進行一次。調查是以電話訪問形式進行，而訪問對象為九歲或以上操粵語的香港居民。為使抽樣誤差降至最低，自二零一四年起，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。

在一九九八年，「電視節目欣賞指數調查」的調查範圍已由過往只限於黃金時段內播放的節目，擴大至涵蓋所有於香港電台、無綫電視及亞洲電視播放的經常性本地製作，不設時間限制。於一九九九年更正式把有線電視的節目納入調查範圍內，並清晰界定凡在連續兩個調查階段播映不足四次的節目不作「經常節目」計。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**的節目仍暫時未能包括在內。及至二零零三年，為了增加調查節目的品種，經電視節目顧問團的商討並通過，各個階段的調查中，四個電視台可各自提名一個（共四個）未能納入上述範圍的節目進入調查名單，條件是本地製作的節目，不限長度及播放次數。另外，在二零零四年第二季度的顧問團會議中決定，由第三季度開始，如經常性節目的調查名單總數多於 96 個，各電視台的節目刪減名額將按該台節目數量的比例計算 -- 即製作越多，刪減名額越高，以取代過去劃一的刪減方法。

及至二零零七年十一月，為區分大眾和小眾節目，電視節目顧問團決定，自零七年第一季度開始，包括全年總結，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。二零零八年三月，電視節目欣賞指數顧問團通過，由零八年的調查開始，每個電視台每季會先預設十五個節目名額在調查名單內(包括各台提名的節目)，餘額再按各台節目的數量，以節目餘額比例分配。

及至二零零九年三月，顧問團通過對調查設計作出以下的微調：於每個季度的調查中，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道節目，各電視台的名額平均分配，即香港電台、無綫電視、亞洲電視及有線電視各佔 20 個名額。節目長短和次數不限，唯一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一次。而所有重播、配音、體育、外地製作本地包裝及帶宣傳性質的節目暫時不包括在內。與此同時，調查會預留四個節目名額予兩間免費電視台（即無綫電視及亞洲電視）的新聞財經報道節目，另外預留最多八個節目名額予四間收費電視台（即有線電視、NOW 寬頻電視、無綫收費電視及香港寬頻電視）的新聞財經報道節目。不過，由於香港寬頻電視在二零一三年第三季度後停播其新聞財經報道節目，及後在第四階段調查已撇除有關題目。

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）。換言之，每個季度調查的節目名額依然維持在 100 個或以下，即最多 50 個一組。至於何謂「新聞財經報道節目」？研究組暫將之定義為以主播形式報道之新聞財經新聞的節目，清談形式、專題探討、專家分析等類型則不計，而新聞財經報道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。根據零九年第一階段調查的試查結果，顧問團認為電視觀眾對各電視台新聞財經報道節目的整體評分較有參考價值，因此決定刪除個別新聞財經報道節目的評分題目。此外，顧問團亦投票通過對篩選本地體育節目的準則維持不變，即一般體育節目不包括在節目名單內（與體育相關的特輯或遊戲節目除外）。

為確保調查公平起見，每個階段的節目名單皆由「電視節目欣賞指數調查顧問團」各成員於調查前進行商議及確認。在全年調查涉及的 207 個電視節目之中，亞洲電視佔 61 個（29%）、香港電台佔 54 個（26%）、無綫電視佔 54 個（26%），而有線電視則佔 38 個（18%）。另外，調查亦探討各電視台（兩間免費電視台：無綫電視及亞洲電視；兩間收費電視台：有線電視及 NOW 寬頻電視）新聞財經報道節目的整體評分。由於收費電視台的認知率普遍較低，有關新聞財經報道節目整體評分的題目會在每次調查同時出現在兩組問卷中，換句話說，每間收費電視台佔用兩個節目名額。連同無綫電視及亞洲電視各一個節目名額，調查共預留了最多六個節目名額以探討各電視台整體新聞財經報道的評分。

由於每次訪問的電視節目為數極多，為避免問卷過於冗長，調查同時採用了兩組分拆問卷同步進行，而每組問卷的目標樣本總數為 1,000 以上。另一方面，為使每個電視台及其製作的電視節目得到平等的對待，調查再把節目的先後次序輪流轉換，將每組問卷衍變成四份，即兩組共有八份問卷同步進行。除了節目的排列次序外，各份問卷的內容基本上完全相同。

至於樣本資料方面，首輪調查於一五年四月十五至二十九日期間成功訪問了 2,019 名九歲或以上的香港居民，平均回應比率為百分之六十四點八。次輪調查則於七月七至二十二日期間進行，樣本總數為 2,063 人，平均回應比率為百分之六十四點四。第三階段的調查日期為十月二至十一月四日，透過電話訪問了 2,042 人，平均回應比率為百分之六十三點八。至於最後一輪調查則於一六年一月五至二十一日期間成功訪問了 2,039 人，平均回應比率為百分之六十四點八。總括來說，全年的調查合共成功訪問了 8,163 名市民，而四個階段的平均回應率為百分之六十四點五，平均標準誤差則少於一點六個百份比。

為了提高「電視節目欣賞指數調查」的準確性及代表性，研究組把第一及第二季的原始數據按政府統計處提供之二零一四年終全港人口年齡及性別分佈初步統計數字，以「反覆多重加權」方法作出調整，以反映實際情況。為緊貼人口走勢，第三及第四季的数据乃按二零一五年中全港人口年齡及性別分佈初步統計數字作出調整。