

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，並委託研究組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。今年，4 個電視台第 10 次（有線第 9 次）達成共識，委託本研究組在全年分 4 次進行同類調查。是次乃二零零七年第二個階段調查，節目範圍則包括於本年度四月一日至六月三十日期間於無綫翡翠台、亞視本港台與及有線電視各頻道播放的本地製作節目。

第二階段調查於二零零七年七月五至十六日期間進行，透過電話成功訪問了 2,168 名 9 歲或以上操粵語的香港居民，整體回應比率為六十五點八個百分比，抽樣誤差則少於一點五個百分比（按次樣本計；詳情請參閱表甲及表乙）。

表甲 整體回應比率之計算方法

回應比率	=	$\frac{\text{成功訪問樣本}}{\text{成功訪問樣本} + \text{未完成整個訪問樣本}^* + \text{合資格而拒絕者}^{\wedge}}$
	=	$\frac{2,168}{2,168 + 1,099 + 26}$
	=	65.8%

*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」

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	5,863	40.1
傳真機號碼	696	4.8
無效電話號碼	4,260	29.2
電話轉駁號碼	122	0.8
非住戶電話號碼	645	4.4
技術問題	133	0.9
被訪者不合資格	7	0.0
未能確定是否具合資格被訪者的電話號碼	4,047	27.7
電話線路繁忙	264	1.8
電話無人接聽	2,173	14.9
電話錄音	60	0.4
密碼阻隔	64	0.4
言語不通	313	2.1
訪者於篩選題前中斷訪問	1,031	7.1
其他線路問題	142	1.0
確定具合資格被訪者的電話號碼，但未能進行訪問	2,507	17.3
家人拒絕接受訪問	8	0.1
被訪者拒絕接受訪問	18	0.1
預約跨越調查期限	2,128	14.6
未能完成整個訪問	68	0.5
其他問題	285	2.0
成功樣本	2,168	14.9
合計	14,585	100.0

調查設計

一如過往數年，二零零七年度的「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，而訪問對象為 9 歲或以上操粵語的香港居民。為使抽樣誤差降至最低，調查首先以隨機方法從住戶電話簿中抽取部份住戶電話，作為「種籽」號碼，再用加一減一加二減二的方法產生另一組號碼混合使用，然後在過濾重覆號碼後再以隨機排列方式混合成為最後樣本。

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（即播映次數為 4 集或以上的節目），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 4 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當時未能包括在內。由二零零二年度開始，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，4 個電視台在各個階段的調查中，可各自提名 1 個（共 4 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，自二零零四年第三季度開始，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。2007 年 11 月，為了區分大眾和小眾節目，電視節目顧問團決定，自 2007 年第一季度開始，包括 2007 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；2007 年第一及第二季度的報告亦須重新整理。本年度第二階段（四月一日至六月三十日）的節目名單所包括的本地製作總數為 98 個；當中有線電視佔 33 個、無綫電視佔 29 個、亞洲電視佔 20 個及香港電台佔 16 個。各台提名節目分別為港台的「十載風雲人物」、無綫的「瞬間看十年」、亞視的「第十三屆十大電視廣告頒獎典禮」與及有線的「瞬間十年」。

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）。