

2011 電視節目欣賞指數 第三階段

「2011 電視節目欣賞指數調查」所採用的模式大致上仍然根據香港電台、電視廣播有限公司及亞洲電視有限公司在1998年達成的共識進行，而有線電視有限公司則於1999年加入。根據這個共識，香港電台成立一個由電視台、學術界及廣告界代表組成的「電視節目欣賞指數調查顧問團」，現有十位成員，負責釐定欣賞指數調查的發展方向、黨問卷內容、調查方法和節目範圍等，以確保調查在公平及具公信力的調查準則下進行。而欣賞指數的具體調查工作則由香港大學民意研究計劃獨立進行，緊密的合作關係至今已踏入第十四個年頭(1998-2011)。自99年開始，每年度的調查共分四個階段進行，即每隔三個月調查一次。調查以電話隨機抽樣訪問形式進行，訪問對象為九歲或以上操粵語的香港居民，即一般香港電視觀眾。是次調查季度所涉及的節目範圍包括在2011年7月1日至9月30日期間於無綫翡翠台及J2、亞視本港台及有線各頻道播放的本地製作節目。

調查方法

就調查節目名單的產生方法（每階段最多可容納一百個節目），民研計劃的隊員在每次調查進行的數星期前，先根據各電視台已公佈的節目表編撰一份草擬名單，然後交由各電視台代表作出增減及覆核資料，有需要時會由非電視台代表投票決定如何分配名單餘額及某某節目是否合資格等等。到目前為止，由於資源有限，電視節目欣賞指數調查皆以本地製作為主軸，而所有重播、配音、體育直播、外地製作本地包裝及帶宣傳性質的節目暫時未能涵蓋。2002至2008年期間，為了增加調查節目的品種，四個電視台可在各個階段中，各自提名一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。及至2004年第三季度開始，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。然後，由2008年開始，每個電視台每季會先預設15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按比例分配，以確保製作數量明顯較少的電視台在每次調查中的結果亦有若干份量及

代表性。再及至2009年，顧問團通過對調查設計再作出微調：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，即各佔20個，並透過電視台各自提名的方法建立最後調查名單，而並非按各台製作數量的比例分配。節目長短和次數不限，但節目必須為本地製作。此外，如有個別電視台未能在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2009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。

與此同時，自2009年起，調查亦決定撥出資源探討各電視台（兩間免費電視台：無綫電視及亞洲電視；三間收費電視台：有線電視、now寬頻電視及香港寬頻電視）新聞財經報道節目的整體評分，以初步探討本地觀眾對收費電視的欣賞程度。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同時出現在兩組問卷中，即每間收費電視台佔用兩個節目名額。連同無綫及亞視各佔一個節目名額，調查共用了8個節目名額以探討各電視台整體新聞財經報道的評分。換言之，每個季度調查的節目名額依然維持在100個或以下，若個別電視台未能盡用每季的名額，餘數可撥作其他意見或試查題目，以深入探討欣賞指數或與整個業界發展有關的專題性項目等。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亦會於報告中分開列出和描述。按上述方法，是次調查名單所包括的非新聞財經報道節目總數為80個：香港電台、無綫、亞視及有線各佔20個。

第三階段結果

第三階段的「電視節目欣賞指數調查」於2011年10月13至31日期間進行，透過電話成功訪問了2,091名9歲或以上操粵語的香港居



調查結果概述

民，整體回應比率為71.1%，即願意接受訪問的合資格市民比例頗高（十個當中有七個以上）。為避免問卷過於冗長，調查同時採用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個以上。以次樣本計，各個百分比的抽樣誤差少於一點五個百分比，80個被評節目的欣賞指數的標準誤差則平均為1.41分。

最新一季的調查結果顯示，被評分的80個非新聞財經報道節目所獲得的總平均欣賞指數為68.67分，較上一階段微升了0.34分。80個非新聞財經報道節目的平均認知率則為25.8%，同樣較第一季輕微上調，升幅為0.9%。以認知率5%或以上的非新聞財經報道節目計，本階段欣賞指數排名最高的20個節目順序為：

- 一. 天下父母心 (港台)*
- 二. 鏗鏘集 (港台)*
- 三. 星期日檔案 (無綫)*
- 四. 反斗英語 (港台)
- 五. 醫生與你 (港台)
- 六. 新聞透視 (無綫)*
- 七. 2011感動香港 (亞視)
- 八. 窮富翁再戰江湖 (港台)
- 九. 做個健康快活人 (港台)
- 十. 頭條新聞 (港台)*
- 十一. 2011感動香港年度人物評選 (亞視)
- 十二. 香港故事 (港台)*
- 十三. 警訊 (港台)*
- 十四. 地平線上這個世界那些人 (有線)
- 十五. 潛行狙擊 (無綫)
- 十六. 香港百人 (亞視)*
- 十七. 原來錢作怪 (港台)
- 十八. 生命重燃 緣因有你 (港台)
- 十九. 至FIT男女 (有線)*
- 二十. 輕狂歲月 (港台)*

*同為2011年第二階段二十大節目之一，共10個

首20位非新聞財經報道節目的平均欣賞指數為75.24分，較上一階段大幅上升1.37分，平均認知率亦高達38.7%。當中，香港電台製作的節目有12個，遙遙領先其他電視台，繼續保持強勢；由無綫、亞洲及有線製作的節目則分別佔3、3及2個。跟上季差不多，半數上榜的節目已連續兩季甚至多季上榜，當中包括首

次以接近80分高分榮登榜首的《天下父母心》，已成為港台的皇牌家庭節目，絕對值得推薦。此外，還有長期上榜的金牌時事節目如《鏗鏘集》(港台)、《星期日檔案》(無綫)及《新聞透視》(無綫)，以及《頭條新聞》(港台)、《香港故事》(港台)和《警訊》(港台)。廿大之中有一個特備節目，為排名第十一位的亞視製作《2011感動香港年度人物評選》，加上同一系列的《2011感動香港》及連續三次「冧莊」的《香港百人》，亞視今季的優質節目表現亦算不俗。值得一提的是，如果包括所有被評節目而不論其認知率，有線製作的《民企當道》應能晉身廿大，但由於節目的認知率只有2%，標準誤差比較大，因此分開表述。

就個別電視台的整體表現而言，香港電台以72.42分繼續居首位，遠遠拋離隨後的有線電視、無綫電視和亞洲電視，該三台的整體平均欣賞指數分別為68.00、67.44及66.82分。相比上一季度，有線的排名遞升兩級，由第四位進佔第二位；而無綫及亞視則分別下跌一級，佔第三及第四位。而四台各自比較下，得分最高的節目乃港台的《天下父母心》、有線的《地平線上這個世界那些》、無綫的《星期日檔案》、及亞視的《2011 感動香港》。

至於觀眾對各電視台的新聞財經報道節目的整體評價如何？以有收看者計算，無綫今次重奪第一位，其新聞財經報道節目的最新整體評分高達71.46分，亦是唯一一個今季錄得升幅的電視台(0.29分)。有線以70.62分屈居第二位，雖然其新聞財經報道節目已連續11次獲得70分以上的平均分，但相比上次調查，整體評分明顯下跌了0.88分，同時創下過去兩年半以來的新低，值得注意。now寬頻電視以69.56分排列第三，表現一直相對平穩。第四位的是亞視，其平均分為67.64分，較三個月前大幅下滑1.23分，相信與早前誤報前國家主席江澤民的死訊及其新聞部的其他消息有直接關係。最後，排列榜末的香港寬頻失去過去連續三季的升勢，於三個月內急劇下跌3.88分至63.18分的低位。

[-] 彭嘉麗

香港大學民意研究計劃助理總監