

## 公民教育委员会公布国民教育推广活动意见调查报告

\* \* \* \* \*

下稿代公民教育委员会发出：

公民教育委员会今日（二月十六日）公布就委员会过往国民教育推广活动所进行的意见调查报告。

公民教育委员会主席李宗德及委员会辖下国民教育小组召集人陈仲尼召开记者会发表调查结果。调查显示，由公民教育委员会所推行的国民教育推广活动较显著的效果是增加市民对国家的了解，而大部分受访者认为「电视节目／电视宣传片」是最有效的推广模式。另外，约半数曾观看「辉煌里程」国歌宣传短片的受访者同意该宣传短片能有效加强公众对国民身分的认同感及加强公众对国家的归属感。

陈仲尼表示：「调查结果显示大部分受访者认为他们对国家的认识较五年前加深了。委员会将参考今次的调查结果，制定日后的国民教育推广策略，包括调拨资源拍摄国情教育电视节目、加强委员会网站的国情内容，并于公民教育资源中心举办有关国情的展览及工作坊等，继续向市民推广国情知识。」

调查在二〇一〇年六月至九月期间进行，目的为了解市民对公民教育委员会各项国民教育推广活动的意见，探讨市民认为最有效的国民教育推广活动模式，作为日后制定国民教育推广策略的参考。此外，委员会亦藉是次意见调查收集市民对由委员会所制作的国歌宣传短片「辉煌里程」的意见。

委员会委托了「精确市场研究中心」进行这项调查。调查方式包括聚焦小组讨论及电话访问。调查成功以电话形式访问了 3,004 名十五岁或以上的人士，整体响应率为 33.0%。

调查的主要结果如下：

— 与五年前相比，有六成四（64.5%）的受访者认为他们对国家的认识及了解加深了；有三成六（36.4%）的受访者认为他们对「中国人」这个国民身分的认同感加深了；另有相约百分比（35.1%）的受访者认为他们对国家的归属感增强了。

— 当受访者被逐一问及各类推广国民教育活动模式的成效的意见时，七成五的受访者认为电视节目／电视宣传片（75.5%）是具成效的推广国民教育途径。亦有六成多的受访者认为电台宣传（65.4%）、内地交流团（62.9%）及电视问答比

赛（62.3%）为有效的途径。

- 综合所有推广国民教育活动模式，最多受访者认为电视节目／电视宣传片（64.5%）是最具成效的推广国民教育途径。其次是电台宣传（19.2%）、网页（17.6%）、电视问答比赛（16.6%）、内地交流团／观光旅游（11.8%）和刊物／小册子／单张（10.3%）。
- 有关国民教育课题方面，「中国的发展现况」（41.3%）和「中华文化」（40.1%）是市民最感兴趣的国民教育课题，有差不多比例的受访者对这两个分类的信息表示感兴趣。
- 最多受访者（40.8%）从「推广活动」中得知国民教育信息；其次是「电视节目」（29.0%）和「网页」（28.9%），另有一成八（18.8%）的受访者是从「刊物」得到国民教育信息。
- 七成（70.1%）受访者在过去一年曾看过「辉煌里程」国歌宣传短片。近半数看过「辉煌里程」国歌宣传短片的受访者同意该宣传短片能有效地加强公众对国民身分的认同感（51.6%）及加强公众对国家的归属感（46.8%）；另有三成（30.7%）受访者认为该宣传短片能够令他们对国家的认识和了解有所加深。
- 相对于二〇〇六年及二〇〇七年的调查结果，认为国歌宣传短片能有效提高市民对国民身份的认同感及对国家的归属感的受访者的百分比均有上升的趋势。

完

2011年2月16日（星期三）