

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）。

二零一六年度的「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。及至二零零二年，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。由於亞洲電視於二零一六年四月二日起停播，而 ViuTV 亦於二零一六年四月六日正式啓播，因此顧問團在四月份商討後決定，ViuTV 於二零一六年第二季的調查起正式取替亞洲電視的節目名額，上限為 20 個。與此同時，調查會預留 4 個節目名額予兩間免費電視台（即無綫電視及亞洲電視）的新聞財經報導節目，另外預留最多 8 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）的新聞財經報導節目。不過，由於香港寬頻電視及亞洲電視分別在二零一三年第三季度和二零一六年第一季度後停播其新聞財經報導節目，因此調查亦相繼撇除有關題目。

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 201 個電視節目之中，香港電台佔 56 個（28%）、ViuTV 佔 51 個（25%）、無綫電視佔 46 個（23%）、有線電視佔 36 個（18%），而亞洲電視則佔 12 個（6%）。另外，調查亦探討各電視台（無綫電視、亞洲電視、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。而由二零一六年第二季度開始，連同無綫電視的一個節目名額，調查共預留了五個節目名額以探討各電視台整體新聞財經報導的評分。

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，首輪調查於一六年四月五至十八日期間成功訪問了 2,015 名九歲或以上的香港居民，平均回應比率為百分之六十八點零。次輪調查則於七月十一至八月一日期間進行，樣本總數為 2,019 人，平均回應比率為百分之七十三點四。第三階段的調查日期為九月三十至十月二十二日，透過電話訪問了 2,010 人，平均回應比率為百分之七十一點四。至於最後一輪調查則於一七年一月三至十九日期間成功訪問了 2,035 人，平均回應比率為百分之六十九點一。總括來說，全年的調查合共成功訪問了 8,079 名市民，而四個階段的平均回應率為百分之七十點五，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二零一五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二零一六年中全港人口年齡及性別分佈初步統計數字作出調整。