

調查設計

二零一七年度的「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，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，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。

一如以往，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，亦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（顧問團名單請參閱附錄一）。

每個季度的調查預留 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導節目，各電視台的名額平均分配，即香港電台、無綫電視、ViuTV 及有線／奇妙電視各佔 20 個名額。節目長短和次數不限，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 1 次。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不包括在調查範圍內。為了區分大眾和小眾節目，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。

與此同時，調查亦會預留節目名額探討觀眾對免費電視台及收費電視台的新聞財經報導節目的整體評價。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，其新聞財經報導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）。至於何謂「新聞財經報導節目」？研究組暫將之定義為以主播形式報導之新聞或財經新聞的節目，清談形式、專題探討、專家分析等類型則不計，而新聞財經報導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。自二零零九年第一階段開始，無綫電視的節目皆由顧問團的代表以此方法選出。

根據上述方法，本年度四個階段的調查名單所包括的非新聞財經報導節目總數為 223 個，ViuTV、無綫電視、香港電台及有線／奇妙電視分別佔 66、60、53 及 44 個。另外，調查亦探討各電視台（無綫電視、有線電視及 NOW 寬頻電視）新聞財經報導節目的整體評分。由於收費電視台的認知率普遍較低，有關新聞財經報導節目整體評分的題目會同時出現在兩組問卷中。

一如以往，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。

樣本資料方面，首輪調查於二零一七年四月五日至四月二十一日期間成功訪問了 2,040 名 9 歲或以上操粵語的香港居民，整體回應比率為 72.1 個百分比。次輪調查於七月三至二十一日期間進行，樣本總數為 2,031 人，整體回應比率為 70.2 個百分比。第三階段的調查日期為十月四至十七日，訪問了 2,028 人，實效回應比率為 63.8 個百分比。最後一輪調查則於二零一八年一月二至九日期間訪問了 2,053 人，實效回應比率為 62.7 個百分比。總括來說，全年調查合共成功訪問了 8,152 名市民，四個階段的平均回應比率為 67.8 個百分比，抽樣誤差則為少於 3.2 個百分比。

為提高調查代表性，研究組把第一至三季的原始數據按照政府統計處提供之 2016 年底全港人口年齡及性別分佈初步統計數字，以及 2011 年人口普查收集之教育程度（最高就讀程度）分佈統計數字，以「反覆多重加權法」作出調整。為緊貼人口走勢，第四季的数据則按照 2016 年中期人口統計收集之全港人口年齡及性別分佈統計數字，以及政府統計處提供之 2017 年教育程度（最高就讀程度）統計數字作出調整。