

# 民調二十問 —— 新聞工作者的基本責任



贊助機構：



香港大學民意研究計劃網站：[www.hkupop.hku.hk](http://www.hkupop.hku.hk)

電郵：[pop.network@hkupop.hku.hk](mailto:pop.network@hkupop.hku.hk)

地址：香港薄扶林道香港大學明華綜合大樓 804 室

電話：(852) 2859 2988

傳真：(852) 2517 6951

翻譯機構：香港大學民意研究計劃

# 簡序

「民調二十問 — 新聞工作者的基本責任」本應是新聞工作者必備的工具文憲。可惜，香港的新聞傳媒缺乏處理民意調查的專業操守，新聞工作者對民意調查的認識不足，不少公營機構及政治團體又把民意調查當作造勢工具，這份工具文獻好像從來沒有存在。

香港大學民意研究計劃藉著與世界民意研究學會(WAPOR)聯合主辦「民意東西方」國際會議的機會，在得到有關文獻的作者和機構同意之下，把它翻譯成為中文，兼且附加世界民意研究學會(WAPOR)憲章的中文翻譯版本，希望能夠為華人社會民意調查機制的未來發展，略盡棉力。

香港大學民意研究計劃主任鍾庭耀

# 目錄

I. 引言 .....	1
II. 研究者(RESEARCHERS)與贊助機構(SPONSORS) 之間的守則 .....	2
A. 研究者的責任 .....	2
B. 贊助機構的責任 .....	3
C. 關於報告和調查結果的守則 .....	4
III. 研究者和被訪者之間的守則 .....	5
D. 消息提供者的責任 .....	5
IV. 研究者之間的守則 .....	6
<b>憲章</b> .....	7
第一章 — 名稱(NAME) .....	7
第二章 — 學會目標(PURPOSE)和功能(FUNCTIONS) .....	7
第三章 — 會員(MEMBERSHIP) .....	8
第四章 — 議會(COUNCIL)、執行議會(EXECUTIVE COUNCIL)和 委員會(COMMITTEES) .....	8
第五章 — 投票及會務管理 .....	11
第六章 — 財庫(TREASURY)和資金(FUNDS) .....	13
第七章 — 語言 (LANGUAGES) .....	14
第八章 — 修正案(AMENDMENTS) .....	14
第九章 — 成立(ESTABLISHMENT)及終止(TERMINATION) .....	14
<b>一個新聞工作者對民意調查結果應該詢問的20個問題</b> .....	15

# 1. 引言

1. 為推動科學化民意調查的應用及履行機構的公眾責任，世界民意研究學會(WAPOR)，在此為會員釐訂出一套道德範例，以及一套研究者及大部分公眾人士均認同的專業守則框架。
2. 在一個日益複雜的世界，社會和經濟的長遠計劃越來越取決於可靠的民意調查。一般公眾是這類型資訊的主要來源。因此，世界民意研究學會成員認同，有責任保護公眾免受魚目混珠的「研究」所誤導或利用。此外，學會亦確定研究者應同時擁有個人發表意見的和收集公眾意見的自由。
3. 為緊守科學調查的基本標準，世界民意研究學會成員必須對其專業負責，亦要為此專業提供協助及支援的人士作出承擔。
4. 此守則旨於為民意研究的領域訂出專業道德和常規慣例。成員應盡力堅持此守則，以保持公眾的信心，令他們相信這領域的研究者會受一套經過多年經驗發展、健全和基本的原則所規管。

## II. 研究者(RESEARCHERS)與贊助機構 (SPONSORS)之間的守則

### A. 研究者的責任

5. 所有研究的指導性原則，是必需客觀地研究事實和資料，以可用的資源和技術進行最精確的調查。
6. 在執行工作時，研究者將合理地盡力維持曾經向贊助機構提出並已獲得接納的規格。如果研究者發現有必要偏離這些規格，他/她需獲得贊助機構的預先批准。
7. 研究者在每個報告中，必須清楚區別他/她手上的實際數據，和基於其他證據的觀察或者判斷。
8. 如果某結論並沒有科學根據，研究者不得因為某分析方法可得到支持他/她希望得到的結論，而刻意去選擇該分析方法。
9. 如果某調查的結果數據需要提供予多於一個或者多個贊助機構，研究者必須如實通知每一個贊助機構。
10. 除非研究者和贊助機構相信，向被訪者透露贊助機構的身份會令對方的回應出現偏差，否則必須如實告知被訪者。
11. 除非研究者得到贊助機構的同意，所有贊助機構提供的資訊和資料必須保密。
12. 未得到贊助機構的預先批准，研究者不得私自公開該機構委託進行的調查結果(第十八章(c)的情況除外)。然而，除非另有協議，由研究者自行開發的調查技術和方法，例如抽樣設計、被訪者的名稱、調查指引等等，研究者應可保留擁有權利。
13. 除非雙方同意，贊助機構或研究者不得把調查資料出售或者轉讓給沒

有涉及在原本合約內的第三者。

14. 除非另有協議，所有資料、研究文件(例如被選取住戶的訪問和測試結果)或者用於調查工作的任何其他資料將是研究者的資產。然而，研究者必須把資料儲存一段由每個國家個別訂出的規定時間。研究者為履行此責任時，可把資料儲存在一個可識別的資料檔案館，如有需要，甚至可限制存取的權利。
15. 當研究完成並在研究者提交了他/她的最後報告後，倘若贊助機構願意負擔合理費用，以及答應把被訪者的身分保密，贊助機構可以根據雙方先前互相同意的規格，要求研究者把由調查問卷所得的所有資料提供一個副本。
16. 在合作未落實之前，研究者必須向贊助機構，準確地提供關於他/她的經驗、能力和所屬組織的資訊。

## **B. 贊助機構的責任**

17. 在合作未落實及尚未繳付任何費用之前，贊助機構若要求得到研究建議書和報價單，該等文件的知識產權應為研究者全權擁有。贊助機構尤其不得利用一個研究者的建議書，向其他投標者爭取降低價格的要求。
18. 一般而言，由研究者撰寫的報告只限於贊助機構和他/她的代理者所使用。就如何發放全部或部分的研究結果，研究者應與贊助機構商討並達成共識。
  - (A) 贊助機構和研究者應該盡力確保任何與調查有關的出版物，不會出現不能引證的內容，或者歪曲任何事實或研究結果。
  - (B) 贊助機構必須與研究者商量關於出版物的形式，若贊助機構違反了上述條件(A)，研究者有權拒絕他/她的名字在調查的出版物內被引述。
  - (C) 如果研究者意識到調查的結果將會嚴重地誤導公眾，在失實的研究結

果公佈時或之前，若恰當的話，研究者可公開揭露任何可以更正視聽的調查資料，包括對大眾傳媒或其他組別發聲明。

## C. 關於報告和調查結果的守則

19. 每個完整的調查報告應該包括下列各點的闡釋：

- (a) 贊助機構（者）及研究機構（者）；
- (b) 研究的目的；
- (c) 研究的對象及可推斷的代表人口；
- (d) 選取樣本的方法，包括抽樣的類型（隨機、限額等）及抽樣的特定程序；
- (e) 確保抽樣方法被確實執行的措施；
- (f) 調查的成功回應率，包括拒答率，及把預期和實際的抽樣數目和特徵作出比較；
- (g) 詳細描述所有報告內的數據的評計程序，包括成功樣本數目及用作調整原始數據的加權程序；
- (h) 詳細描述所應用的調查方法；
- (i) 調查的完成時間，及收集資料的時間；
- (j) 調查所得到的結果；
- (k) （如調查性質需求）訪問員、編碼員的特徵、其訓練及督導過程；
- (l) 訪問程序表或問卷及訪員指引的副本；
- (m) 清楚交代那些結果是基於次樣本，而非整體樣本；
- (n) 報告數據的準確程度，包括抽樣的誤差估計(如適用)。

20. 使用在一個研究報告內的學術術語，需依據一般理解的科學用法。

### III. 研究者和被訪者之間的守則

#### D. 消息提供者的責任

21. 消息提供者或被訪者，不應因為他/她所回答的答案或在訪問過程中受到不利的影響。研究者亦不可使用任何方法或者技術，剝奪被訪者在訪問的過程中行使退出或者拒絕回答的權利。
22. 調查結果應綜合分析，在任何情況下亦不可透露可辨認個別被訪者的資料。被訪者的匿名身份必須得到尊重，除了在罕見的情況下，被訪者同意披露其身份。調查不可用作商業銷售的偽裝。
23. 對於訪問員：
  - (a) 研究工作、收集到的物資，以及被訪者提供的資料，訪問員除向負責研究的機構透露外，必須對外保密。
  - (b) 訪問員不可將透過研究活動所獲得的資訊，直接地或間接地，從被訪者身上得到個人利益或佔有優勢。
  - (c) 研究必須嚴格地按照訂出的規格進行。除非得到研究機構和有關人士同意，訪問員不可對被訪者同時進行多於一個訪問工作。



## IV. 研究者之間的守則

24. 所有研究者必須奉行公平競爭的原則，即使他們可能是該地區內唯一的可進行研究的機構。
25. 在個人和商業關係的範疇上，研究者應受制於傳統，及同業間的互相尊重。
26. 研究機構不能以外間壓力、政治或者商業理由，作為違反本守則的理據。
27. 世界民意研究學會的成員資格並不得同專業能力及品質的保證，它只意味著成員對這個守則的認同。

# 憲章

## (內容修改由二〇〇三年四月十五日起通過 會員投票生效)

### 第一章 — 名稱(NAME)

第 1 節： 學會的名稱為世界民意研究學會(World Association for Public Opinion Research)(WAPOR)。

### 第二章 — 學會目標(PURPOSE)和功能(FUNCTIONS)

第 1 節： 公眾輿論是塑造和轉變社會的關鍵力量。恰當地進行和發佈調查研究，是為公眾提供一個量度民意和態度的工具，允許公眾聽到民調的聲音。有鑑於這個使命，本學會將 一) 向世界各地的國家提倡，調查和出版關於人民及其組織的想法和這些想法如何受到外來因素影響的科學性調查的權利，二) 提倡因這目標所涉及的科學方法的知識和應用，三) 協助及鼓勵公眾輿論調查作全球性的發展和出版 四) 提倡國際合作及各學術性和商業化的研究人員，以及新聞工作者和政治家，甚至不同科學學科進行交流。

第 2 節： 學會的功能和活動包括，但不局限於：組織和贊助會議和出版刊物，鼓勵提高專業水平，宣揚改進研究技術，教導新聞工作者關於出版民意調查的適當形式，觀察民主進程及選舉票站調查方法，提倡人事訓練，組織國際性的民意調查，和與其他研究代辦處保持緊密關係。這些代辦處包括美國輿論研究協會(AAPOR)，歐洲民意與市場調查協會(ESOMAR)，和其他國際及區域性的專業研究協會，以及聯合國教科文組織(UNESCO)，其他聯合國代辦處，和私人國際組織的代辦處。

## 第三章 — 會員(MEMBERSHIP)

- 第 1 節： 學會的會員資格只屬個人，並不屬機構、國家、或者其他小組的代表。
- 第 2 節： 會員資格將公開給與有興趣進行、使用、或教授科學性民意和態度調查、社會科學研究、媒介或者通訊的研究、市場研究、或者相關活動、及已提交和遵循世界民意研究學會的專業道德守則(The Code of Professional Ethics and Practices)的人士。只有良好聲譽的會員才有投票權利和擔任公職。
- 第 3 節： 學會的成員資格，將不會因種族、性別、膚色、宗教、國籍、或者與政治組織的聯繫而被否決。
- 第 4 節： 會費將由議會釐訂。會費應於每年財政年度的開始，即 1 月 1 日或以後付款，由秘書司庫通報，通報方式由議會決定。在每年 3 月 1 日之後沒有繳付會費的會員，將被當作沒有良好聲譽的會員看待，不符合投票和擔任公職的資格。秘書司庫需於 3 月 30 日通知所有拖欠會費的會員必須在 30 天之內繳付會費，否則他們將喪失會員資格。

## 第四章 — 議會(COUNCIL)、執行議會(EXECUTIVE COUNCIL)和委員會(COMMITTEES)

- 第 1 節： 學會應有議會和執行議會。議會將由下列九個成員組成：四名幹事 — 會長(President)、前會長(Past President)、選任會長(President-Elect)和秘書司庫(Secretary-Treasurer) (執行議會) — 以及另外五名因公職而產生的議會成員，包括會議委員會的主席、會員委員會主席、聯繫委員會主席、專業標準委員會主席及出版刊物委員會主席。
- 第 2 節： 議會成員由大比數的會員投票選出，為學會處理事務及維護學會的一般權益。議會成員至少於每年的周年大會上會面一次。會長須在會議前至少六星期，連同初步議事日程，邀請議會成

員參加會議。在議會和執行議會的會議未舉行期間，執行議會將為學會處理事務及維護學會的一般權益。

執行議會會員將在有需要的情況下會面。會長將決定執行議會或者議會是否需要處理各自的事務，及執行議會可以在大比數投票的情況下，決定是否將某事務提交給全部議會成員處理。會長必須在適當的時間內向議會成員提供執行議會的會議記錄。議會和執行議會可在會議與會議之間通過郵遞、電話、傳真、電子郵件、或者其他的電子通訊方式作出決定。議會和執行議會的決定需由各自的大多數成員通過。

於因公職而產生的議會成員，若未能參加會議，可以書面方式委任其委員會中一名成員，出席會議及作為議會臨時會員參與投票。

委員會可以根據其權力範圍處理所有常規事務。在本會章中未提及的會議程序，將受羅勃法則(Robert's Rules of Orders)規控。議會的行動必需對學會會員負責，而其任何行動，可透過任何二十個會員的書面上訴所引起的全民投票中獲得大比數會員通過而被廢除。

第 3 節： 會長作為學會的首席代表，將負責履行學會的目標。他/她將主持議會、執行議會和會務會議，及作為世界民意研究學會與其他機構和公共關係方面的官方代表。他/她每年必需向學會會員滙報和交待他/她的活動，以及議會和執行議會的活動。

第 4 節： 副會長將擔當會長的代表。他/她將在下年度自動成為會長。如果會長一職空置，他將接替任期。

第 5 節： 秘書司庫將負責收集學會的會員費用和其他的收入，管理學會的資金，和完成議會規定的其他責任。他/她需要對所有成員準備和分發每一個議會和會務會議的報告和向會員提交一個該年內活動的年度報告，以及在每個財政年度季尾提交一個學會的財政情況報告給予成員。他/她是財務委員會的必然主席。

第 6 節： 學會將設有下列七個常務委員會：選舉、財務、專業標準、出版刊物、聯絡、會議、和會員資格。前任會長將率領選舉委員會，司庫秘書率領財政委員會。專業標準委員會、出版刊物委員會和聯絡委員會將由會員選舉產生的主席率領。會議委員會和會員資格委員會將由會長任命和得到議會通過。

每一個常務委員會最多可有六名由主席委任的成員。各委員會的主席需在該任期內提交一個年度報告給各會員，涵蓋他/她的委員會的活動。委員會的責任及義務如下：

- 一) 選舉委員會負責在第5章第3節下規定的提名和選舉活動。為此目的而向會員發出的通訊，會透過一般秘書送出，回覆會送回委員會。
- 二) 財務委員會負責草擬每年的預算和學會的資金分配。
- 三) 如有需要的話，專業標準委員會將回顧和修改專業道德守則(The Code of Professional Ethics and Practices)及不時提出修正方案，使它切合需要和科技的要求和鼓勵本專業內的人士遵守守則。為達到這目標，委員會可與這個專業範疇有關的其他學會合作。
- 四) 出版刊物委員會負責學會的所有出版物活動，例如期刊、書籍系列、通訊。委員會需向議會提名國際輿論研究期刊(the International Journal of Public Opinion Research)的編輯人選。
- 五) 聯絡委員會主要負責與其他協會的所有接觸和討論活動，特別在第二章第二節中提及到的協會。
- 六) 會議委員會負責學會的年度會議程序和安排學會其他的會議和討論會，以及與其他機構分享會議場所。
- 七) 會員資格委員會須努力維持和增加會員數目。委員會在會長的同意下，任命國家和區域的代表。這些代表在他們所屬的地區內堅負推廣世界民意研究學會的使命。

第 7 節： 會長可在得到委員會的忠告和同意下，成立他/她認為能理行學會目標和操作的特別委員會，例如公共關係、人事培訓和交流、國際民意調查、研究發展和用於及進行選舉票站調查時的

特遣隊伍。每一個特別委員會將設有一名由會長任命和委員會核准的主席，及不多於六名由委員會主席委任的成員。特別委員會的任期將不會超過兩年的期限。特別委員會的主席能夠出席議會會議，但沒有投票權利。

第 8 節： 議會將任命一個一般秘書。一般秘書將管理會員記錄和支援世界民意研究學會的檔案室，協助世界民意研究學會的行政事宜，以及處理日常事務。一般秘書也可以擔任在第九章第一節中指定的議會公職。

第 9 節： 所有民選議會和委員會成員任期為兩年，交接的安排如下：副會長和民選會長，及專業標準委員會主席會在雙數的年份選出；秘書司庫、出版刊物委員會主席及聯絡委員會主席會在單數的年份選出。副會長在完成兩年任期後，將自動成為會長，任期兩年，之後兩年他/她將成為前會長。任期在每年的 1 月 1 日開始。

第 10 節： 沒有人可以同時擔任多於一個選舉職位。任何人如果同時被選至兩個或更多的職位，他必須辭去除了一個職位以外所有職位。

第 11 節： 議會成員和委員會成員的挑選，在盡可能的情況下，需選出令所有地理區域和會員間的其他利益得到公平和合理的代表。會長、副會長及民選會長明確地指定不可以由同一國家的人士擔任。

第 12 節： 除了會長一職以外，在選舉之間出現的所有空缺將由會長填補，以選舉時下一個最高票數的候選人作第一考慮。在下次定期選舉時，必須選出一位候選人來填補一個未完任期或者一個完整任期。

## **第五章 — 投票及會務管理**

第 1 節： 由會員、議會、執行議會和委員會作出的決定將由大比數投票

通過。為了令所有會員在學會內的聲音得到同等待遇，不論他們的地理位置或者出席會議的能力如何，所有關於選舉和基本方針的投票，都可能透過郵遞、傳真、電子郵件或其他電子通訊形式進行。由兩名或以上的議會成員對基本方針所提出的問題，並得到任何二十個擁有良好聲譽的成員和議，必須提交到全部會員投票。若在全部會員投票中得到相同票數，議會將以大多數議會成員的傾向投出決定性選票。

第 2 節： 所有會員的公投(referenda)，包括選舉和其他的問題，將由一般秘書在收到選舉委員會的書面要求後進行。選舉委員會和一般秘書在舉行公投時，必須考慮以最多會員能夠參與和保護私隱的方式舉行選舉，並跟隨任何由議會所發出的指引。

第 3 節： 議會成員週年選舉的提名呼籲，必須以一個獨立郵件（郵遞區、傳真、電子郵件、或者其他電子通訊方式）在 8 月 1 前送出給所有成員。選舉委員會將根據會員的建議作優先考慮，及考慮到這些候選人的被選舉資格、可用性及其候選人的資力和必要的地理分佈，委員會準備獲提名的候選人名單，每個官職均有二個或以上的候選人。這些包括所有在提名時贏得二十張或者以上選票合資格的候選人。

這些提名將於9月15日之前以郵遞(定期郵件、傳真或者電子郵件)方式送出到普通會員投票。選舉委員會和一般秘書將制訂條文，確保能核實投票者的身份為擁有良好聲譽的會員，與此同時亦使投票人受到匿名保護。由候選人名單提交到會員起計算的六星期內所收到的選票均屬有效。

選舉委員會主席即時通知候選人（勝方及敗方）和議會。投票結果必須 11 月 15 日以前公佈。得勝候選人將通過下一次會員通訊、在世界民意研究學會的網頁及電子郵件公佈。

第 4 節： 會務會議將每年舉行一次，討論會務或者專業的事務。會務會議的地方和時間應該與週年會議相同。會務會議的目的是要使會員持續更新學會最新的活動消息，由高級職員和委員會主席

報告，及為出席的會員提供發表意見的機會。在會務會議將不會進行有約束力的投票。

## 第六章 — 財庫(TREASURY)和資金(FUNDS)

第 1 節： 秘書司庫需向議會提交一個年度報告，這報告包括學會的收支平衡財政情況和在來年的估計預算。

第 2 節： 由學會的財庫支出用作支付議會或委員會的常規經費，包括辦公室文員的成本、文具、郵資和其他的預算承諾，必需由秘書司庫提出。其他的預算承諾，都必須看作基本策略性事務及提交給議會。議會將決定這些事務中哪些需要得到全部會員的批准。

第 3 節： 議會可在獲得大比數選票之情況下，在世界民意研究學會財庫中預定一筆金錢成立一個特別基金。特別基金的數目不受限制。一旦預留某個銀碼作為一個特別基金，只可那些基金所獲得的投資收入可供使用。已經建立了的特別基金，只可以透過下列的程序終止。於議會會議前90天，終止一個特別基金的議案必須於議會和世界民意研究學會的全部成員中傳閱。在議會會議內，議案必需得到全體議員三分之二的投票通過，決定在下一個議會會議上再次考慮議案，而兩會議的相距時間不得少於六個月，但不可多於一年。議會在第二次考慮議案時，必需再次得到全體議員三分之二的投票通過，提交到全部會員作出投票。全部會員投票將根據憲章第八章進行，唯一例外是終止基金必需得到三分之二的投票。未能在兩年內完成整個所需程序的議案將被示為完全無效。在一個特別基金終止後，基金的資本將撥入一般財庫。

第 4 節： 世界民意研究學會將成立一個捐贈基金，對協助實現學會任務的特別項目提供財政上的幫助。在未得到世界民意研究學會議會中的三分之二成員的批准下，那年度的項目花費不得超過在該年度 1 月 1 日時捐贈資金總額的百分之二十。



## **第七章 — 語言 (LANGUAGES)**

第 1 節： 世界民意研究學會的官方語言是英語和法語。執行議會就每一次國際會議所用的工作語言作出決定。

## **第八章 — 修正案(AMENDMENTS)**

第 1 節： 條修正案可由議會的訴訟，或者任何二十個成員提出請願。本憲章的修正案必須在全部會員的公投中得到大多數投票通過，投票可以透過郵遞、傳真、或者電子郵件方式進行，並需在六星期的投票期限內收到，以及至少有 25% 的成員參與公投。

## **第九章 — 成立(ESTABLISHMENT)及終止(TERMINATION)**

第 1 節： 本憲章在公投得到大比數成員通過後，即時生效。它將取代所有之前的學會協議。在這憲章採納時間的議會和委員會成員，必須續位直至第一個選舉後的 1 月 1 日。

第 2 節： 若在公投上得到絕對大多數票通過終止憲章或者學會連續三年未能夠組成議會或者週年大會，學會將被視為解散。除非其他合法訂出的條款指定了基金的配置方法，否則保留在學會財庫中的基金將給予聯合國教科文組織(UNESCO)。

# 一個新聞工作者對民意調查結果應該詢問的 20 個問題

## 第三版

Sheldon R. Gawiser, Ph.D. and G. Evans Witt

民意調查結果是公眾輿論的最佳直接來源。對於新聞工作者來說，民調是最有價值的工具，能夠為精確、資訊性的新聞報導提供穩固的基礎。當新聞工作者在觀看一個民意調查結果的數字時，應該在撰寫報導前向民意調查操作者詢問 20 條問題。這篇文章出版的目的是，幫助新聞工作者撰寫有關民意調查的報導時，能夠作出更徹底、更專業的報導。這篇文章並不是「如何進行民意調查入門指南」。

一個新聞工作者，唯一應該報告的是 "科學性" 的民意調查。我們會設立一些問題，協助新聞工作者去鑑別一個民意調查是否 "科學" 及值得報導，抑或是 "不科學" 而不值一提。

不科學的偽民意調查甚為普遍，甚至極具娛樂性。然而，這些民調並不是一個嚴肅的新聞報導中應該提供的資訊。舉一些例子，如只有 900 人參與的民意調查、街頭調查、互聯網的民意調查、在大型購物商場內進行的民意調查、以及有提供候選人相片的民意調查等。

科學和不科學的民意調查之間有一個主要差別，就是誰去選擇被訪者。在科學的民意調查方面，民意調查專家尋找和確定合適的被訪者。在不科學民意調查方面，被訪者通常 "自願地" 提供他們的意見，選擇自己作為民意調查的合適對象。

一個科學化的民意調查如能妥善地進行，其結果能夠為公眾輿論提供一個可靠的指導方針，表達的不僅是那些被訪者的意見，而是公眾人士的意見——甚至可以是全部美洲人的意見。不科學民意調查的結果，除了表達出被訪者的意見外，並不能告訴我們什麼。

通過詢問這 20 個問題，一個新聞工作者應能鑑別任何來到辦公室桌上的民

意調查，尋求事實的真相，決定如何作出報導。

作者在此想要感謝 The National Council on Public Polls 的官員，托管人及其成員，感謝他們在編輯上的協助和他們的支持。

1. 誰做了民意調查？
2. 誰支付了民意調查的費用，並且為什麼要做民意調查？
3. 在民意調查時，多少人被訪問了？
4. 如何選擇被訪者？
5. 被訪者是從什麼地區（如國家、州、或地區）或者什麼類別(教師、律師、民主黨選民等等)中被選擇出來的？
6. 民意調查結果，是基於所有被訪者的答案嗎？
7. 誰應該及不應該被訪問？回應率有關係嗎？
8. 什麼時候做了民意調查？
9. 訪問如何進行？
10. 互聯網上的民意調查如何？
11. 甚麼是民意調查結果的抽樣誤差？
12. 誰在民意調查結果中領先？
13. 有什麼其他因素能扭曲民意調查結果？
14. 調查中問了什麼問題？
15. 問題的次序是怎樣？
16. 調查有否借問卷內容攻擊某些候選人(push poll)？
17. 有否已經做了關於這個主題的其他民意調查？他們是否得出相同的結果？如果它們的結果是不同的，他們為什麼會有不同的結果？
18. 甚麼是票站調查？
19. 在民意調查的報告，還需要包括甚麼？
20. 我已經問了所有問題。答案聽起來很好。我們應該報導結果嗎？

## 1. 誰做了民意調查？

是什麼民意調查公司、研究所、政治團體、或者其他的小組進行了民意調查？這總是第一個應該問的問題。

如果你並不知道誰做了民意調查，對其他在這列出的問題，你並不會得到

答案。如果提供民意調查結果的人不能或者將不告訴你誰做了它，便不應該報導結果，因為你不能檢查它們的有效性。

著名的民意調查公司會為你提供評價民意調查所需要的資訊。因為名譽對於一間優質的民意調查公司很重要，一個專業地進行的民意調查將避免許多誤差。

## 2. 誰支付了民意調查的費用，並且為什麼要做民意調查？

你必須知道誰支付了民意調查的費用，因為這將告訴你——以及你的聽眾——誰會覺得這個民意調查的主題，重要得要花錢查明公眾人士的想法。

進行民意調查並非為世界變得更美好。進行民意調查只有一個理由——為了得到有用的資訊，或者為深入研究一個特定的原因。

要進行民意調查，或許是一個新聞機構想製造一個好消息。這或許是政治家想於選舉中再次獲得勝利。這或許是一家公司想盡力推銷它的新產品。這或許是一個利益團體想盡力證明它的觀點是整個國家的意見。

所有以上的原因，都是進行民意調查的合理解釋。

作為一個新聞工作者的你，一個民意調查最重要的，是進行該民意調查的動機會否對該調查結果的合法性產生疑問，而不應該報導該民意調查結果的數字。

為政治競選運動而進行的私人民意調查，通常都不適合報導。進行這些民意調查的唯一原因，就是幫助這個候選人勝利。故此，此類民意調查也許會使用有偏向的問題或者很奇怪的抽樣方法，以達致競選運動中的策略性目的。競選運動也許會測試新口號，關於關鍵性問題的一個新聲明，或者對於一個對手的新攻擊。但是，因為候選人的民意調查的目標也許不是直截了當、公正地聽取公眾人士的感覺，故此報導結果時應該要很小心。

同樣地，當報導一個由特定利益團體進行的調查報告時也要特別小心。例如，一個環境小組的民意調查，說明美國人支持以強硬方式去保護環境。

那也許是真實的，但是，該民意調查是由一小撮有既定觀點的人士而進行的。它也許影響了問題內使用的詞語、進行民意調查的時間、被訪問的組織、和問題的次序。你應該細心地檢查民意調查，肯定它能精確反映輿論和不只硬銷單一觀點。

### 3. 在民意調查時，多少人被訪問了？

因為民意調查得出的只是大概的答案，在假設其他因素不變的情況下，在一個科學的民意調查上，被訪問的人數越多，因抽樣調查造成的誤差便會越小。但要避免一個常犯錯的圈套，便是“愈多便是愈好”。只有在一個科學化的調查上，才會出現被訪問的人越多，抽樣所造成的誤差越小。在判斷調查的品質時，其他因素也許更重要。

### 4. 如何選擇被訪者？

一些民意調查能精確地反映輿論，但一些民意調查則是不科學的假貨，關鍵的原因是如何選擇被訪者。在科學化的民意調查中，民意調查專家使用一個專門的統計方法去選擇應答者。但在不科學的民意調查，應答者是自己選擇參與調查。

民意調查專家用作選擇被訪者的方法，完全依靠一個數學現實：只有當我們知道在訪問對象中選擇一個被訪者者的機會時，我們才可以根據抽樣調查的結果投射整個人口的意見。這便叫作隨機抽樣(random sampling or probability sampling)。訪問 1,000 個美國成年人，便能精確地反映多於 210 百萬個美國成年人的意見，便是這個原因。

多數的科學性抽樣調查都採用特別的技術，使調查變得經濟及切實可行。例如，有些電話訪問的抽樣方法，便不僅僅選擇隨機產生電話號碼，而是只採用已知可用的住宅號碼，減少廢棄電話的數目。這仍然產生一個隨機樣本，但僅限於電話簿內列出的電話號碼所造出的隨機樣本，而並非所有有效電話號碼的隨機樣本。

然而，一個隨機樣本實際上不可能完全隨機，如一些人沒有電話、不肯回

答、或者不在家。

在美國以外的國家所進行的民意調查，可以使用不同但仍然有效的科學抽樣技術，例如因為相對地只有少數居民擁有電話。在其他國家進行的民意調查，在報告前亦應該問相同關於抽樣的問題。

## 5. 被訪者是從什麼地區(如國家、州、或地區)或者什麼類別(教師、律師、民主黨選民等等)中被選擇出來的?

知道從哪個組別去選擇被訪者，是絕對重要的關鍵。

你必須知道一個樣本是否在美國所有的成年人中抽取出來，或者只是從一個州、一個城市抽取，又或者是從另一組別抽取。例如，商界人士的調查能反映商界的意見，但是不是所有成年人的意見。只有從所有美國成年人中選擇被訪者，民意調查才能反映所有美國成年人的意見。

在電話號碼樣本的情況下，所代表的是在家中居住而又擁有電話的人口。在一般情況下，有電話的家庭與一般人口類似。但是，如果你要報導一個民意調查是關於無家可歸的人士，電話樣本便不適當。隨著流動電話越來越普遍，特別是一些家庭的唯一電話，對電話民意調查能否精確地反映某類人口意見的能力，將帶來衝擊。需要緊記，使用科學化的抽樣技術，並非就等於訪問對象是對的。

這個問題於政治民意調查尤其敏感。

在選舉前進行的民意調查，哪些人被選擇作為民意調查的基礎是重要關鍵。例如，一個有關所有成年人的民意調查結果，並不能反映一個實際上只有百分之廿五選民參與的投票實況。尋找那些以登記選民、“很可能投票的選民”、以前曾經投票的選民等作為基礎的民意調查。這些區別很重要，應該包括在報導中，因為在民意調查中最困難的挑戰之一，是盡力斷定誰實際上會投票。

在美國，要進行民意調查不困難，但並非世界上每一地方均是如此。也許在一些國家進行全國性隨機抽樣的民意調查，實際上不可能。以一些小組

別——例如一些大城市——而非整個人口作為基礎所進行的民意調查，如果能正確地報導，仍然是可靠的資料，亦也許是唯一可用的資料。

## 6. 民意調查結果，是基於所有被訪者的答案嗎？

對民意調查結果失實陳述的最容易的方法之一，是只報告一個組別人士的答案。例如在與競選運動有關的議題中，民主黨和共和黨人士的意見之間通常有著巨大的差別。若報導民意調查結果時，只陳述民主黨人士的意見，並將其當作所有成年人的意見，便是嚴重地誤述結果。

當然，僅僅報告一個組別人士的意見，可能確切地反映實況。在首輪競選投票中，正是那些能夠參與首輪投票人士的意見影響競選結果——而不是那些不能參與選舉的人士。首輪民意調查應該只包括那些合資格參與首輪選舉的人士。

## 7. 誰應該及不應該被訪問？回應率有關係嗎？

沒有一個調查能訪問到所有應該被訪問的人士。你應當知道調查採取了什麼步驟使不回答的數目減到最少，例如試圖聯絡被訪者的次數，及於多少天內再次嘗試。

有許多原因會導致某人應該被訪問，但訪問最終卻沒有進行。他們也許拒絕受訪，或者當訪員打通電話時，被訪者不在家而無法接受訪問，又或者被訪者有語言問題或者聽覺問題。

近年來，願意接受訪問的人士的百分比正在減少，不肯參與民意調查的人士則正在增加。其中一個原因是由於愈來愈多公司透過電話進行傳銷，而另一原因是由於來電號碼顯示及其他技術令到應答者可以預先審查來電。這是各民調機構關心的一個問題，但一些深入的研究則發現回應率的下降對大多數公開民意調查的精確度均沒有造成影響。

如情況許可，你應該從民調機構獲得民調的整體回應率，而回應率應該是基於一些公認的標準計算出來的，例如美國公眾輿論研究協會(the Ameri-

can Association for Public Opinion Research)所訂定的標準。一個民意調查並不會單單因為一個叫回應率的統計數字而比另一個調查更好。

## 8. 什麼時候做了民意調查？

關鍵事件對民意調查的結果有戲劇性的影響。你對民意調查的解釋，應該取決於關鍵事件的發生及進行民意調查的時間。即使最新的民意調查結果也能夠因關鍵事件而被改變。總統也許對國家人民舉行激動人心的演說，軍人虐待囚犯的圖片也許正在廣播中，證券市場也許正在滑落，或者一個油輪正在下沉，令美麗的海灘灑上數百萬加侖的原油。

數星期或者數月前進行的民意調查的結果或許完全有效，但是，關鍵事件也許抹掉任何與當前輿論有關的報導價值。

## 9. 訪問如何進行？

有四個主要可行方法：親身接見、用電話、互聯網或者郵遞。大部分的調查以電話方式進行，而訪問員則集中在一個位置打出電話。然而，部分的調查仍然會派訪員到訪問對象的家進行調查。

部分的調查以郵遞方式進行。在科學化的民意調查，民調操作者會選擇合適的人士寄出郵件以向他們進行意見徵詢。被訪者填妥問卷，然後交回。

郵遞方式的民意調查可能是資訊的極好來源，但是，做一個郵遞方式的民意調查要花費數周時間，意味著結果不可能像電話調查般那樣適時。另外，郵遞方式的民意調查易受其他類型的錯誤影響，特別是極低的回應率。在許多郵遞方式的民意調查，許多人並沒有參與。這會減低結果的可信性。

在大型購物商場、商店或者街上進行的民意調查，可能對贊助商有一定的用途，但是，這類型的民意調查結果並不應該出現於媒介中。這些調查可能產生吸引人的故事，但是他們從不應被當作公眾意見。

電腦技術上的進步，允許電腦化的訪問系統自動打出電話，播出預先錄製的問題，然後透過被訪者於電話上的按鍵去記錄答案。這樣的調查可能出



現許多重要問題，包括家庭之內的被訪者身份未被控制，年輕孩子們完成調查的能力，和低得可憐的回應率。這些問題令到這種類型的調查不符合被報導的資格，除非新聞工作者知道這個調查有恰當地選擇應答者，可驗證的應答者年紀篩選，和合理的回應率。

## 10. 互聯網上的民意調查如何？

互聯網世界的爆炸性增長，也對各種類型的互聯網民意調查引起相等的爆炸性增長。如果通過正確的方法抽取樣本，互聯網上進行的調查是可以科學性的。部分網上調查用科學化的方法進行全國性抽樣招攬參加者，而一些調查則會接受所有自願受訪人士的意見。在使用互聯網調查前，需要小心地評估。

如何對有使用互聯網的人士抽樣調查意見，已經發展出好幾個方法。抽樣的基本原則在網上調查仍然有效：民調機構必須以隨機抽樣方式選出被訪者。如果訪問對象幾乎全都可以使用互聯網，或者是調查機構從整個人口中精心地挑選出來的，這個網上調查應該仍是可被報導的。

然而，儘管調查對全部使用互聯網的人士精確地進行抽樣，這仍然不能夠代表所有美國人的民意調查，因為三個成年人中，大約有一個人沒有使用互聯網。

但是，各式各樣的網上民意調查，只是存在多年的偽民意調查中的最晚期的變體。所有這些偽民意調查都有相同的問題：被訪者是自願地參與調查，而並非由調查機構選擇。

記得，民意調查的目的是要得出關於整個人口的結論，不是關於個別樣本。在這些偽民意調查方面，是沒有辦法把結果投放到更大的人群上。偽民意調查和科學化調查結果之間的任何相似之處，純屬巧合。

在互聯網"投票攤位"出現的跑馬仔式總統民意調查中，你可以在你心目中理想候選人的投票按鈕上多按幾下，從而為候選人增加得票數目。但這類型的「調查」一般均沒有將資源投放在選擇被訪者，限制用戶重覆投票，或者接觸那些不經常上網的人士。

音頻電話調查或者互聯網調查，也許可以用於決定誰應該在電視節目「美國偶像」(American Idol)中獲勝，或者哪首 MTV 是本周流行榜冠軍。表達的意見也許真實，但總括來說，這數字只具娛樂性。誰實際上在打電話，他們的年齡是多少，或者每一個人打了多少次電話，實在無法得知。

決不要被回應的數字所玩弄。在某些情況下，一些人打了成千上萬次電話。即使有 500,000 個電話記錄，沒有人能告訴你結果有任何真實意義。如果大數目使你印象深刻，記住「文學摘要」(Literary Digest)於 1936 年進行的非科學化 2,000,000 人抽樣民意調查，說蘭登(Landon)將要在總統選舉中打敗羅斯福(Roosevelt)。

附上贈券的郵寄民意調查也是不好的。在這種情況下，雜誌或者報紙會寄上贈券予完成問卷者。同樣地，我們沒有方法知道誰回應了問題，並且每一個人做了多少次。

偽民意調查方面的另一個變體，是作為募捐運動的一部分。一個機構發出一封相連問卷的信，向大批人士索取意見和要求他們捐錢支持該機構或者是次民意調查。這類型問題通常設有圈套，而該等調查結果總是毫無意義的。

各式各樣的組織機構，包括政黨、利益組織、慈善機構，都會用這些技倆。在此再次重新，如果該民意調查是募捐運動的一部分，把它擲開一擲進廢紙簍中。

## 11. 甚麼是民意調查結果的抽樣誤差？

從 1,000 個成年人中所做的科學性的抽樣調查，能精確地反映幾乎 2 億 1 千萬個美國成年人的意見。那意味著，試圖接見 2 億 1 千萬個成年人——如果是可能的話——所得出的調查結果與基於接見 1,000 個成年人的調查結果是一樣的。

如果另一個向 1,000 個成年人精心所做的民意調查所得出的結果，與第一個調查得出的結果出現輕微的不同結果，這又代表甚麼？兩個民意調查也不是「錯誤」的。這些可能出現的不同結果範圍，是由於抽樣而導致的誤

差，叫做抽樣誤差。

這個誤差不是因犯錯誤而所造成的「錯誤」。反而，這是因為使用抽樣方法而產生的可能誤差範圍。

民調機構以抽樣方式作為基礎的調查結果，會以「置信水平」(confidence level)表達結果的肯定程度。它代表著，抽樣調查與訪問全部目標對象所得到的調查結果，有多少個百分比的機會會一樣。多數民意調查報告通常使用 95% 置信水平。

舉個例子，在一個國家民意調查出現「3個百分比的抽樣誤差」，代表著如果在同一時間、以相同的問題、通過相同的方法訪問國家中每個成年人，兩個調查結果的誤差會有 95% 的機會是在正負 3 個百分比之內。

不過，抽樣誤差並沒有觸及被訪者是否合作、是否理解提問，或者任何其他方法學上的問題。抽樣誤差只代表那部分因使用抽樣而非訪問整個人口的調查方法所造成的潛在錯誤。抽樣誤差不能告訴我們關於那些拒訪者，或者那些一貫地不可與之聯繫而進行訪問的人士；它也不會告訴我們關於一個特定問題的字眼所造成的偏見影響，或者個別受訪者的偏見對調查的影響。它也只適用於科學性的民意調查。

記住這個抽樣誤差是適用於調查結果內每一個數字 - 在我們的例子中，每一個數字都可能是正或者負三個百分比。因此，在一個對兩個總統候選人進行的民意調查中，雙方的數字都受到抽樣誤差的限制。

## 12. 誰在民意調查結果中領先？

抽樣誤差為報導民意調查結果時帶來其中一個最棘手的問題：在一個跑馬仔式的調查中，究竟一個候選人何時才算確實領先另外一個？

可以肯定的一點是，如果這兩位候選人之間的差距比這個抽樣誤差還少，你不應該說某一個候選人領先另一個對手。你可以說形勢現在「很接近」、「勢均力敵」，或者「兩方候選人之間的差別很少」。但是，除非兩位候選人有相同的百分比，否則用「打成平手」去形容便不恰當。再

者，除非他們所得的實際百分比都相同，否則必然不是「統計上打成平手」。

當然，當這兩位候選人之間的差距多於或者等於抽樣誤差的兩倍——在我們的例子中是6個百分比——並且如果只有僅僅兩位候選人和沒有未作決定的選民，你便可以肯定地說，民意調查結果顯示甲候選人明顯地領先乙候選人。

當這兩位候選人之間的差距，比抽樣誤差大但是小於兩倍，你應該說甲候選人「正享有優勢」。而報導亦應該提及乙候選人有領先甲候選人的可能性，儘管該可能性並不大。

但當有多於兩個選擇、或者有豫疑不決的選民時——現實世界中每個民意調查都會出現——問題便會變得更加複雜。

當解決辦法在統計學上變得複雜時，你能通過估計抽樣誤差，相當容易地評估這個形勢。你只需把那兩個相關的候選人各自的百分比相加得出總和，再乘以該調查的被訪者總數（如果適當的話，僅僅包括那些很可能參與投票的人）。這個數字便是你用來作出判斷的有效樣本數目。從統計學用的列表中，查出那縮小了的樣本數目應有的抽樣誤差，再把它應用到候選人所得的百分比上。如果雙方的百分比有重覆，則你不知道那個候選人正在領先。如果雙方的百分比不重覆，你則可判斷哪一個候選人正在領先。

另外一點需要緊記的是，當報導某一分組的調查結果時——如女性、黑人或者青少年——要特別小心。那些分組調查結果的抽樣誤差，可以比基於整個樣本所得出的抽樣誤差更大。任何基於100個被訪者以下所得出的調查結果都會受到很大的抽樣誤差影響，以致那些調查數字幾乎不可能有意義地被報導。

### 13. 有什麼其他因素能扭曲民意調查結果？

抽樣誤差只是其中一個因素影響調查結果的準確性。它不一定是誤差的最主要來源；我們使用它是因為這是唯一一個可以量化的誤差。在其他因素相同的情況下，這個誤差可用於評估各個民意調查結果之間的差別在統計

學上是否有意義。

問題的用字和次序也可影響調查的準確性。對訪問員的培訓及督導不足、資料處理出現錯誤以及其他運作上的問題也會引致誤差。相對於以自願性質進行的民意調查，專業調查的運作較小機會受到這些問題影響，故此前者的結果可信性通常較低。特別注意由未受訓練的和不受監督的大學生所進行的民意調查。在某些情況下，這些報告的部分結果是由學生自己捏造出來，完全沒有進行過任何調查。

你亦應該問問，民意調查的結果是否已經進行「加權」。這個過程通常用作調整在抽樣時出現的人口變項差異。你應該意識到民意調查的結果，能夠透過不恰當的比重去「加權」而產生希望得到的數字。某種比重也許恰當，但其他的比重則不是。對一個科學化的民意調查加權，只為適當地反映選擇不平均的可能性或者調整大多數經常不變的獨立數值。

## 14. 調查中問了什麼問題？

你必須查明調查內各問題所用的準確字眼。為什麼？因為問題內每一個詞語，很可能對結果產生重要差別。

也許任何調查問題的最好測試方法，是你對它的反應。表面上，它像公正和不偏向的問題嗎？它提供一個均衡的選擇嗎？大多數人有能力回答這問題嗎？

在敏感問題方面 - 例如墮胎問題 - 你應該包含整個問題的用字於你的報導中。在敏感問題上，也許值得把由不同的組織所進行的幾個民意調查的結果比較一下。你應該細心地檢查結果和問題的準確用詞。

## 15. 問題的次序是怎樣？

有時問題的次序能對結果造成影響。通常那影響是故意造成的；但有時候卻不是。次序的影響經常是精細微妙的。

舉個例子，在經濟差的時候，如果在問人們對總統的意見之前，先問了他們對經濟的想法，相比起倒轉了問題的次序，這個總統的聲望可能較低。在經濟好的時候，得出的結果剛好相反。

重要的是，在民意調查中的關鍵問題之前所發問的問題，會否影響到結果。如果在一個關於墮胎準則投票選舉的問題以前，民意調查剛剛詢問了墮胎問題，較先的問題便會影響到結果。

## 16. 調查有否借問卷內容攻擊某些候選人(push poll)?

近年來，一些政治競選活動和利益團體用一種「誘導調查」(Push Poll)的伎倆散播流言，甚至是關於對手的徹底謊言。這些付出的努力不是為民意調查，而是隱藏在民意煙幕後面的政治操縱。

在「誘導調查」中，大量市民會收到電話，被邀請參與一個似是真正的民意調查。調查的問題實際上是對對手的指控，與及重複關於候選人個人或者專業資格的流言。調查的重點在於確定被訪者能聽到及理解問題中的指控，而並非在收集他們的意見。

「誘導調查」是不道德的行為，已經受到專業的民調組織的譴責。

「誘導調查」必須與部分由政治競選運動組織所做的正當調查作出區分。有時候，競選運動組織的民意調查可以詢問一系列問題關於不同候選人的各類型對比 - 或者各種關於候選人的事情，有時這些事情是負面的。這類型正當調查的問題設法準確計量公眾對一個候選人所處身的位置、或者對一個候選人記錄中可能出現的合理攻擊的反應。

一個正當調查與一個誘導調查通常有以下區別：

打出電話的數目 - 誘導調查打出數千個電話，反之正當調查只會打出數百個；來電者的身份 - 正當調查由民調機構打出，相對於誘導調查由一些電話直銷公司或者競選運動組織本身打出；「誘導調查」並非真正的收集意見，唯一目的在於散播失實的或使人誤解的資訊。

## 17. 有否已經做了關於這個主題的其他民意調查？他們是否得出相同的結果？如果它們的結果是不同的，他們為什麼會有不同的結果？

其他民意調查的結果——無論是由報章、電視台、公共調查公司、甚至是候選人的對手所做的——都應該用來與你手上的民意調查結果作比較。

如果民意調查的結果是不同的，首先可檢查一下訪問進行的日期。如果是在不同時間做的民意調查，不同的結果可以演示出民意正在變化。

如果進行民意調查的時間幾乎相同，則要向每一個民意調查的贊助者查詢造成當中差別的原因。民意調查結果出現分歧經常是有價值的新聞。

## 18. 甚麼是票站調查？(exit polls)

若票站調查能恰當地進行，這將是一個有關選民資訊的極佳來源。這是唯一機會可訪問曾參與投票的人士。

當報導票站調查時，應該考慮幾個問題。首先，票站調查詢問選民認為他們投了票給誰。2000年的選舉顯示，投票者可能認為他們投票支持了一個候選人，但實際上他們的選票可能沒有被記錄。或者在某些情況下，投票者實際上投票支持了另一個候選人。

第二，缺席投票者並不包括在許多票站調查之內。在一些大量投票者提早投票或者缺席投票的州，一個對缺席者進行的電話民意調查可與票站調查結合，從而得出整體投票者的意見。如果在一個極端的情況下，有大量的缺席投票，但調查又沒有包括這批缺席投票者，你便應該小心報導，並說明該票站調查只包括投票當日的投票者。

第三，必須確定有關民調機構是否有進行票站調查的經驗，因為有太多票站調查是由沒有經驗的人士在極少票站進行。這些調查結果往往會帶有誤導成份。

## 19. 在民意調查的報告，還需要包括甚麼？

報導民意調查的關鍵元素是環境條件。它不僅意味著你應該把民意調查與其他同時或者更早進行的調查作出比較，而且它也意味著你需要報導其他有關該調查結果的事件。

出色的民意調查報導不僅報導調查的結果，而且亦可幫助讀者理解那些結果。如果民意調查顯示的消費者信心指數不斷下降，但經濟指數則提高了，你的報導便可以包括其他分析，例如即使經濟指數在增長中，人們是否感覺得到日常生活的經濟有所改善。

如果一個候選人在跑馬仔式的民意調查中有顯著的進步，你亦可以於報導中提及他於民意調查前花了數百萬元廣告費做勢的消息。

把民意調查加入環境條件，應該是你報導時的一個主要部分。

## 20. 我已經問了所有問題。答案聽起來很好。我們應該報導結果嗎？

應該，因為著名的民調機構均一貫地做好工作。

然而，需記住根據機會率的定律，每二十個民意調查的結果，便有一個會因為抽樣錯誤而造成脫離民意的真實情況。

同樣，記著無論民意調查做得如何美好，無論抽樣誤差有多大，無論民調的樣本有多大，選舉前進行的民意調查，並不「鎖定」某一候選人在選舉中獲勝。在政治方面，事情往往急劇改變。候選人搞競選運動就是這個原因。

如果民意調查能正確地進行，而你能夠在這大綱 得到所需資訊，你和你的編輯的新聞判斷便能應用到民意調查上，就如同對報導的其他各種元素。

儘管進行民意調查會遇到很多困難，但如果能夠正確地進行，它仍然是一項民意的最佳客觀測量指標。