



# 世界民意研究學會 專業守則

2021年9月17日修訂



## I. 前言

- A. 自世界民意研究學會 (WAPOR) 於 2011 年通過對《世界民意研究學會專業操守》（下稱《專業操守》或「本守則」）後，研究界，尤其是民意研究界，在數據收集技術、公眾參與研究、對個人數據私隱的日益關注、在眾多國家的政治運作環境、在發展網上意見群組等新興工具，以及透過各種媒體和渠道使用調查結果的方法等，都發生了巨大變化。
- B. WAPOR於是修訂《專業操守》以跟上這些變化，並為我們的會員提供標準。我們審查了最近更新的AAPOR（美國民意研究學會，2021年）的《專業操守》和ICC/ESOMAR的《國際守則》（2016年）。我們認為，2021年《專業操守》與我們姐妹組織的專業標準一致，並顧及了眾多從事學術研究的WAPOR成員的關切。

|                       |    |
|-----------------------|----|
| I. 前言                 | 04 |
| II. 引言                | 05 |
| III. 定義               | 06 |
| IV. 研究者、贊助機構與客戶間的道德標準 | 06 |
| V. 適用於研究者與研究對象之間的道德標準 | 10 |
| VI. 本會研究人員僱用之訪問員的道德標準 | 11 |

## II. 引言

- A. 世界民意研究學會（WAPOR，下稱「本會」）及其附屬地區分會，為推動民意研究科學化及履行對公眾的責任，特此為會員制訂一套道德規範，以及一套研究者及公眾均可認同的專業標準。
- B. 本會的《專業操守》適用於所有類型的主體研究，包括但不限於主動和被動（觀察）數據收集、量性和質性方法；數據挖掘和混合數據類型，包括但不限於CAPI、CATI和CAWI。無論使用什麼設備或工具來收集數據，有關道德標準一律適用。
- C. 世界日益複雜，社會和經濟的長遠規劃愈來愈取決於可靠的民意研究，而社會大眾就是民意數據的主要來源。因此，本會成員認為他們有責任保護公眾免受魚目混珠的「研究」所誤導或利用。同時，本會確信表達意見的自由與研究者進行民意研究的自由息息相關。
- D. 為履行對民意研究專業及為此專業提供協助的人士的責任，本會成員確認研究者必須遵從科學研究和報告的基本原則。
- E. 本守則旨在制訂出適用於民意研究的道德規範和專業標準。研究者必須堅守本守則，令公眾有信心，明白民意研究者是受一套根據過往多年於不同國家的經驗而發展出之合理基本原則所規範。
- F. 雖然持有本會會員資格並不保證其會遵守本守則或具備一定研究質素，但本會所有會員都曾經承諾在進行研究和發表成果的各方面上遵守這份《專業操守》。
- G. 作為對各方面研究的專業性和道德行為承諾的一部分，本會將繼續（通過網絡研討會和年度/地區會議）就這些問題舉辦研討會，同時與會員所在國家的新聞界和社會媒體聯繫，向他們介紹研究變化、持續發展的報告標準和保護受訪者的私隱，並將繼續提供關於撰寫調查報告的其他南。

# III. 定義

- A. 研究人員意指對設計研究、收集、處理、分析和發放數據負有業務責任的個人、公司和組織。
- B. 研究對象是研究數據的來源，他們也被稱為受訪者、參與者、研究數據主體和其他術語。儘管研究對象在許多項目中確實得到了補償，他們通常都是在自願的基礎上參與研究。支付報酬並不改變研究者對研究對象的責任。
- C. 「個人識別資料」包括但不一定限於研究對象的資訊：姓名、實際地址（家庭、工作、郵政）、電話號碼（固定電話和手機）、電子郵件地址、社交媒體賬戶、來自訊息應用程式（如WhatsApp）的數據、可識別個人或家庭的GPS數據、照片、語音和視像紀錄以及政府頒發的身份號碼。
- D. 贊助商/客戶可能包括個人、營利性公司、基金會、政府和國際組織（包括但不限於非政府組織）。這些個人和組織如果委託本會成員進行研究，應要遵守本會的《專業操守》。
- E. 傳媒包括可在印刷媒體（印刷或電子版）和各種廣播媒體中介紹民意數據的個人和組織。本會的《專業操守》適用於新聞界對本會成員收集的數據的使用和發布。
- F. 社交媒體是指用以支援個人或群體用家透過各種電子渠道，尤其是部落格、論壇、群組和社交網絡，就各種訊息和傳播內容進行溝通和互動的電子平台。社交媒體及其分域可以分類為「開放式」或「封閉式」。

# IV. 研究者、贊助機構與客戶間的道德標準

## A. 研究者的責任

1. 所有研究的指導性原則是必須客觀研究事實和資料，於資源及技術限制下盡量做到最精確。
2. 研究者須於合作開始前向贊助機構提供關於自身經驗、能力和所屬組織的準確資訊。
3. 研究者進行研究時須盡力跟從已向贊助機構提出並獲接納的協議。如果研究者認為有必要偏離協議，須事先獲得贊助機構的書面批准。
4. 研究者不得因為希望得到某一期望的結論而刻意選擇某一種收集或分析數據的方法。在商業、公共部門或學術研究中可能存在的時間和預算限制下，研究者應根據其科學適合性而選擇每一種收集或分析方法。
5. 研究者於報告研究結果時，必須清楚區分研究所得數據和可能基於其他資訊、個人信念或價值觀而作出的觀察或判斷。
6. 如果研究所得數據須要提供予多個贊助機構，研究者須如實告知每一個贊助機構。
7. 如果被訪者查詢贊助機構的身份，除非研究者和贊助機構相信透露身份會影響被訪者的回應，否則必須如實告知。即使符合上述條件，如果被訪者曾提出要求，研究者仍須於收集數據後透露贊助機構的身份。
8. 所有贊助機構提供的資料必須保密。該等資料只可用於該研究上，未經贊助機構預先批准，不得將資料轉交第三方。
9. 未經贊助機構預先批准，研究者不得公開該機構委託進行的研究結果，本守則 IV.B.5 所述情況除外。

10. 除非雙方同意，贊助機構或研究者不得將研究數據出售或轉交予不涉及原本合約內的第三方。即使雙方同意轉交資料予第三方，亦必須確保被訪者的身份不能被識別。
11. 除非研究者和贊助機構另有協議，由研究者開發並用於該項研究的研究技術和方法，例如抽樣設計、訪問員指引、測試方法、問卷設計、分析工具等，知識產權均屬研究者所有。
12. 除非研究者與客戶/贊助商間另有協議，所有數據、研究文件（例如研究協議及問卷）或用於研究工作的其他資料均屬研究者所有。然而，研究者須將上述資料妥善保存一段適當時間。研究者可把資料存放於一個受認可的資料檔案庫，如有需要，亦可對存取設限。
13. 當研究完成而研究者提交了最終報告後，若贊助機構願意負擔合理費用，可以根據雙方事先同意的方式，要求研究者提供由調查問卷所得數據的副本，但必須確保被訪者的身份不能被識別。

## B. 贊助機構/客戶的責任

1. 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仍屬研究者所有。本會期望贊助機構不會 (a) 利用某研究者的建議書與其他研究者交涉或爭取降低價格，及 (b) 未經他/她同意，分享研究者的知識產權、技巧或建議。
2. 一般而言，由研究者撰寫的報告只限贊助機構及其代理者使用。就如何向第三方或公眾發放全部或部分研究結果，研究者與贊助機構須達成共識。
3. 贊助機構/客戶和研究者處事時須盡量確保發放的研究結果不會被斷章取義或被扭曲。
4. 贊助機構必須就研究結果的發放方式諮詢研究者，若研究者認為違反了上述條款 IV.B.3，其有權拒絕其名字被引述。
5. 若研究者發覺研究結果被嚴重扭曲，於結果公布時或之前，研究者應公開作出更正，以正視聽，做法可能包括對傳媒或其他團體發出聲明。

## C.關於研究報告及結果的守則<sup>1</sup>

1. 每份完整研究報告應完整及準確地交代下列各項資料：
  - a. 客戶/贊助機構以及贊助來源（如有不同）；
  - b. 資料收集者、資料處理者的名字和提供樣本者（如適用）；
  - c. 研究目的；
  - d. 研究對象；
  - e. 抽樣方法，包括抽樣的類型（隨機抽樣、配額抽樣、組群抽樣、截撈抽樣等）、抽樣的詳細程序及實際樣本數目、組群成員的招募和維繫方法；
  - f. 確實建設抽樣框架和執行抽樣方法的成功程度，包括拒答率及其計算方法，和比較預期樣本和實際樣本的數目及其特徵；
  - g. 用作調整原始數據的估算程序（如適用）及/或加權程序；
  - h. 數據收集的日期、模式、方法，而如果總樣本和次樣本的數字分開陳述，則要說明各個樣本的實際數目；
  - i. 調查使用的所有語言的電子版詳細問卷，包括給予實作組的指引；
  - j. 哪些結果基於次樣本，而非整體樣本；
  - k. 研究者須報告由於各種原因而對目標人口做成的限制，包括但不限於地理因素、當地條件、不可抗力時間、氣候、無法接觸的建築、政治暴力、公共衛生、從社交媒體平台收集的數據限制（如但不限於取消推特）及政府對民意調查的限制；
  - l. 研究者須清晰明確地界定及說明如何檢定研究結果的準確程度；
  - m. 研究者須描述研究結果的準確程度，包括但不限於對抽樣誤差的估計、設計效果、加權計算以及（複雜）加權對調查結果的影響；
  - n. 在調查結果被報告、出版或向公眾發布後，研究者須在請求後30天內向請求者提供資料，但受任何法律或合約規限。本會認識到一些研究方法是研究者及/或實作合作夥伴的專利，披露該方法可能會損害商業利益。當然，資料須向客戶/贊助機構披露；

<sup>1</sup> 有關要求與AAPOR的透明度倡議大致兼容。詳見

[https://www.aapor.org/Transparency\\_Initiative.htm](https://www.aapor.org/Transparency_Initiative.htm)

- o. 管理群組的程序（抽樣、招募、誘因、數據保留、重新聯繫、因流失而替換）；
  - p. 訪問員如何受訓、被監督和檢測（如適用）；
  - q. 篩選程序的說明，如果調查報告沒有紀錄；
  - r. 影像或其他刺激物（展示卡片、圖像、錄音）；
  - s. 用於獲得受訪者合作的技巧，包括但不限於誘因、提前接觸和在初步拒絕後再次接觸。
  - t. 使用調查軟件 (CAPI、CATI、CAWI) 或人際互動（現場觀察、反向檢查）以確保數據質量的程序；
  - u. 研究人員應使用其網站上描述的標準 AAPOR-WAPOR公式來計算聯繫率、合作率、回覆率和拒絕率；
  - v. 報告結果的分組的未加權樣本量；
  - w. 研究報告中對統計模型和指數的描述應足以讓獨立研究人員複製測試；
2. 報告中的技術術語應根據其普遍理解的科學用法來使用。

# V. 適用於研究者與研究對象之間的道德標準

- A. 在研究者與贊助機構/客戶可控制的最大範圍內，被訪者或參與研究者不應因為他/她所回答的答案而受到負面影響，亦不應於研究過程中受到負面影響。研究者須尊重被訪者的意願，不可使用任何方法或技巧令被訪者於任何研究階段中不能退出或拒絕給予回應。
- B. 研究者須尊重研究對象在私隱、保密性和個人資料保障的法律權益。這適用於作為研究過程一部分而收集的，以及可以或不可以被研究者在宣布的有限時間內保留的所有類型及形式的個人身份資訊。此類資訊的定義見第三章C。
- C. 研究者不可以任何方式透露個別被訪者的身份及其給予的回應。被訪者身份必須保密，除非被訪者同意披露其身份，同時亦沒有當地法律禁止這種做法。研究者必須設法防止被訪者身份被客戶/贊助機構或能在公開檔案提取資料的研究者推論出來。<sup>2</sup>
- D. 調查不可用作市場營銷、商業銷售、籌款或政治宣傳等其他用途的偽裝。

---

<sup>2</sup> <https://www.icpsr.umich.edu/icpsrweb/content/DSDR/disclosure.html>

# VI. 本會研究人員僱用之訪問員的道德標準

- A. 一切研究工作相關資訊，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. 訪問員不可直接或間接地透過研究所獲得的資訊獲取個人利益。
- C. 研究在進行抽樣、問卷調查及研究對象互動時必須嚴格按照調查規格進行。除非得到研究機構及其客戶同意，訪問員不可對被訪者同時進行多於一項研究工作。
- D. 研究機構不能以外間壓力、政治或商業理由作為違反本守則的理據。
- E. 本會成員不應以本會會員資格作為其專業能力的保證。會員資格只代表會員認同本守則，並不代表會員的專業資格得到認可。

