

選舉期間報紙對民意測驗 的報導

何 思 因

民意測驗一直是民主國家選舉中不可或缺的一部份。在我國解嚴後的第一次選舉 - 也就是去年十二月的選舉，也有許多民意測驗出現。我們知道民意測驗可以測知選民的傾向如何，但是民意測驗也極容易誤導 - 一些抽樣上的偏差或問卷設計上的偏差就可以造成大不相同的結果。做為民意測驗的消費者，我們如果缺乏關於民意測驗本身的資料，就很難判斷民意測驗是否客觀、是否準確。例如，如果我們不知道抽樣誤差，就很難判斷民意測驗說的甲候選人領先乙候選人三個百分點，倒底有多準確、有多大意義。本文因此就選舉期間，報紙對民意測驗的報導中，到底提供了多少有關民意測驗的基本資料做一分析。

壹、研究範圍及方法

這裡所說的選舉期間係指去（一九八九）年十月一日至十二月十日。我選樣的報紙包括聯合報、聯合晚報、中國時報、中時晚報、自立早報、自立晚報、自由時報、中央日報、首都早報。這九份

報紙大致包括了現在我國的主要報紙。分析單位為每份報紙對某項民意測驗的報導。有時一份報紙會對一個民意測驗中的不同問卷項目，分數天逐一報導，例如聯合晚報的「社會氣象台」，這時一項報導就是一個分析單位，而非以民意測驗為分析單位。所有這些民意測驗必須跟選舉政治有關否則不列入分析。我所說的有關民意測驗本身的基本資料係指美國民意研究學會（American Association for Opinion Research，以下簡稱AAPOR）所列的有關項目。為了減少民意測驗的誤導，增加民意測驗消費者的判斷力，AAPOR建議新聞在報導民意測驗時，應包括下列項目：（註一）

1. 抽樣樣本數：即有多少受訪者；
2. 該民意測驗的支持機構；
3. 完整的訪問題目；
4. 抽樣誤差：即某一信心水準下的抽樣誤差百分點；
5. 抽樣母體的定義；
6. 訪問方式：例如電話訪問或面訪、或郵寄問卷；
7. 訪問時間：即民意測驗是那一段時間完成的；
8. 所報導的某一問項係根據全部樣本數或部份樣本數：例如，假設某民意測驗說百分之三十的選民覺得賄選是選舉的重要問題，究竟這百分之三十是根據全部樣本計算而來，還是只

註一：另外美國國家民意測驗理事會（the National Council on Public Polls）亦採取了類似的項目標準，希望新聞媒體在報導民意測驗時，能一併報導這些項目。見 Frey, James H. 1983. *Survey Research by Telephone* Beverly Hills: Sage Publications. PP.189-190.

根據對賄選有意見的樣本數（即全部樣本數減去對賄選無意見、不知道、拒答的樣本）計算而來？

在分類每一項報導是否符合上述項目時，我儘量採取較寬的標準，以免大多數的報導都不合標準。例如，在報導抽樣誤差時，應該一併報導信心水準，但絕大部份有抽樣誤差的報導都省略了信心水準（雖然百分之九十五是常用的信心水準）。在這種情況下，我仍然把該項報導列入符合「信心水準——抽樣誤差」的項目下。再例如「抽樣母體的定義」。因為幾乎報紙所報導的民意測驗都是用電話訪問的，所以抽樣母體的定義應該是具有調查選區縣市長（或立法委員、或省市議員）選舉之投票資格，同時其電話號碼又列於電話簿住宅用戶名冊之選民。所以要這麼說，是因為各選區電話調查的母體不等於該選區內所有的合格選民——有些合格選民或者未裝電話，或者未將其電話號碼列入住宅用戶電話簿內。但是在所有的報導中，除了一個例外，對母體的定義都是簡略地提到「某選區的選民」（註二）。在這種情況下，我也採取較寬的標準，把這些報導列入對抽樣的母體有清晰定義的項目下。

貳、研究發現

上節所定範圍內，共用一百四十五篇報紙對選舉有關民意測驗的報導。這些報導是否符合APPOR所列項目，見表一。

註二：這唯一的例外見洪永泰，「調查方法的說明」，自由時報，一九八九年，十一月十三日，第二版。

表一 報紙對選舉有關民意測驗的報導
符合 AAPOR 項目的情況

AAPOR 項目	符合件數	符合百分比
1.抽樣樣本數	122	84%
2.支持機構	144	99
3.訪問題目	66	46
4.抽樣誤差	53	37
5.母體定義	126	87
6.訪問方式	64	44
7.訪問時間	119	82
8.全部 -- 部份樣本數	78	54

註：全部報導件數 = 145

從表一我們可以看得出，報紙對民意測驗抽樣誤差的報導最差，只有百分之三十七報導了抽樣誤差。而這項資料，對民意測驗消費者判定候選人領先的幅度，是最重要的。其他報導較差是訪問方式及完整的訪問題目，兩項都不及百分之五十。報導最好的為支持機構——幾乎所有的報導都提到了提供該項民意測驗的機構。其餘符合「母體定義」、「抽樣樣本數」、及「訪問時間」的報導亦都超過百分之八十。

基本上，民意測驗的來源有二。其一是每家報紙所屬的選舉民意調查單位；其二則是一般的民間民意調查機構，例如民意調查基

金會。表二顯示以民意測驗來源區分報紙對民意測驗報導是否符合 APPOR 項目的情形。

表二 依民意測驗來源區分，報紙對選舉有關民意測驗的報導符合AAPOR項目的情況

AAPOR 項目	報紙本身來源報導符合百分比(1)	外在來源報導符合百分比(2)	百分比差異(1) - (2)
1.抽樣樣本數	88	74	14
2.訪問題目	45	48	-3
3.抽樣誤差	45	6	39
4.母體定義	92	71	21
5.訪問方式	50	23	27
6.訪問時間	88	61	27
7.全部 - 部份樣本數	57	45	12

註：本身來源報導件數 = 113
 外在來源報導件數 = 31
 無法判斷來源件數 = 1

從表二，我們可以看出，除了「訪問題目」一項以外，報紙在報導自己所做的民意測驗時，比起報導外在來源提供的民意測驗，處理較為謹慎。這很可能是因為每家報紙在報導自己所做民意測驗之時，覺得對民意測驗的程序較有掌握，所以也報導的比較完全。

另外從表三，我們可以看出，報紙對民意測驗的報導符合 APPOR 八項項目中的若干項。我們發現只有八項報導（占全部報導的百分之六）完全符合 APPOR 的要求。竟然有一項報導，什麼都沒

提，只有一些百分比數字，該項報導的讀者勢必無從對該測驗下任何判斷。平均來說每一項報導只能符合APPOR 八項要求中的5.3項。

表三 報紙對選舉有關民意測驗的報導
符合AAPOR項目的頻率

符合項目數	報導數目	百分比(%)
0	1	0.7
1	7	4.8
2	7	4.8
3	6	4.1
4	11	7.6
5	24	16.6
6	62	42.8
7	19	13.1
8	8	5.5
合計	145	100.0

參、討 論

從上一節的發現中，我們可以給報紙對民意測驗的報導做個簡單評估。我們假設 APPOR 的八個項目重要性都是一樣的，那麼我

所選樣的報紙在民意測驗的報導上所得的平均分數就是 $5.3 \div 8 \times 100\%$ —— 即 66 分。及格了，可是不夠好。如果報紙能在對外機構所提供的民意測驗的報導上有所改進的話，應該可以提高相當的分數。

事實上，APPOR 所列的八項目只是有關民意測驗基本的資料。其他還有一些項目關乎民意測驗的品質至鉅。首先，APPOR 所要求的列出完整的訪問題目並不等於整份問卷，而我們知道整份問卷中回題的順序大可影響受訪者的態度。再其次，爲了使得樣本符合人口學上的代表性，我們經常會對樣本做些加權的改變 (weighting)；或者是會爲了找出某些特定傾向的選民，我們可以用一些過濾的方法 (filtering)，這些都影響到統計結果。基本上，民意測驗消費者只有信賴統計分析師的分析，希望他們不會誤用這些統計技術。第三，現在報紙或一般民意機構爲了成本、或是時效，幾乎都用電話抽樣訪問。在電話訪問中的回答率，或是人不在家再打去訪問的頻率都關乎民意測驗的品質，這些資訊通常都不列入報紙的報導範圍。使用電話訪問的特殊困難（例如電話簿住宅部份與合格選民代表性的估算）、戶中抽樣的方法等，也都應該有簡單扼要的交代，以幫助讀者了解民意測驗中所含數字的意義（註三）。

以上係討論報紙對民意測驗的報導中技術性的問題，我們進一步討論民意測驗在選舉過程中的問題。

註三：我打電話訪問了聯合報系、中國時報系、自由時報、以及民意調查基金會管抽樣的工作人員。發現大部份的抽樣都很合理，但是仍有機構在使用配額抽樣法。基本上，配額抽樣法很容易受人爲扭曲的影響。

首先，民意測驗因為其以精簡、「科學」的數字示複雜的選舉政治情勢，因此很能吸引讀者的注意力。因此新聞媒體在美國也好，或是此地也好，有大量報導民意測驗的傾向。有時候，如果這種傾向過度了，報紙或其他一般民意測驗機構就是用民意測驗製造新聞，而不是傳統新聞學上的報導新聞。報紙利用民意測驗政治議題的能力也愈見增強。

其次，報紙對選舉有關民意測驗的報導多半集中在那位候選人（或那個黨）領先那位候選人幾個百分點，很少提到一些實質的問題。在我們分析的一百四十五件報導中，超過百分之九十是有關誰領先誰的。基本上，這種賽馬式的民意測驗，只能告訴讀者選舉的狀況，或是幫助候選人評估選情，卻無法擔負更大的社會責任，告訴讀者或候選人或政府，為什麼選民喜歡某甲候選人、或某項政見、不喜歡某乙候選人、或某項政見。只有知道為什麼某甲候選人領先乙候選人，報紙才是真正的反映民意、監督政府。在以上所分析的一百四十五件報導中所提到的有意思的實質問題包括選民支持台獨的傾向、選民對選舉的效力感或無力感、選民對政府施政表現的評估等。這些實質問題對一般讀者、候選人、政黨、政府都有極佳的參考價值。

再其次是民意測驗的詮釋問題。在詮釋民意測驗的各種結果時，詮釋者享有很大的彈性，他可以說半瓶水是滿的，或是半瓶水是空的。詮釋因為事涉主觀，我在此不對所研究的一百四十五篇報導一一論列。不過確實有少數一些報導，我覺得顯然過度伸張了民意測驗所提供的證據。我們以為要建立民意測驗的客觀性，在做詮釋

時，務必守著「有幾分證據說幾分話」的原則。此外，也許是因為競爭的緣故，每一家報紙都完全不採用其他報紙所做的民意測驗。這就大大減少了讀者可以比較判斷民意測驗的地方。

至於民意測驗是否會影響選民的投票行為，有兩種推測性的說法。一種是「搶搭列車」，選民看到某候選人聲勢凌駕他人，就決定把票投給他，以免浪費了一票。另一種相反的說法，則是「同情弱者」——選民傾向把票投給民意測驗中落後的候選人。不過那一種說法都缺少足夠的證據。一九八五年美國國家廣播公司／華盛頓郵報曾報了一民意測驗，希望了解民意測驗對投票行為的影響，結果發現影響微乎其微（註四）。在這次選舉中，我們也很難看出民意測驗對選舉的影響。不過以候選人對「造勢」重視的程度，也許有候選人會因其在民意測驗中的地位，調整其選舉策略，而間接影響選民。或是捐款人看到候選人在民意測驗中的地位，而決定是否要捐款。不過這些也只是推測，無法正確估算。

本文的結論是選舉期間報紙對民意測驗大量報導，其好處是提供客觀的數據減少了較主觀的新聞編輯分析；其缺點是並未提供足夠有關民意測驗的資料，使讀者無法以判斷民意測驗的準確性、客觀性，又因這些報導過度重視賽馬式的民意測驗，而忽略了一些較實質的民意。

註四：見 Asher, Herbert, *Polling and the Public*. 1988 Washington, D. C. Congressional Quarterly Inc. P.116.

• 本文資料收集係由國際研究中心吳慧青助理研究員幫助完成，作者予以致謝。

Abstract

Since the Republic of China on Taiwan made great strides toward propolitical democracy in 1986, public opinion polls have also gained much popularity. The polls conducted by various organizations, public or private, more often than not appear on the headlines of many newspapers. While the reporting of these polls may help the readers have a firmer grasp of what people think about politics, the reporting may not be as professional or as precise as one would like. This paper examines the degree to which the newspaper reporting of public opinion polls in Taiwan lives up to the professional standards set by the American Association for Public Opinion Research (AAPOR). By applying AAPOR standards to reporting of polls conducted during the 1989 Legislative and County Magistrate Elections, the paper finds that the reporting showed only moderate professionalism.