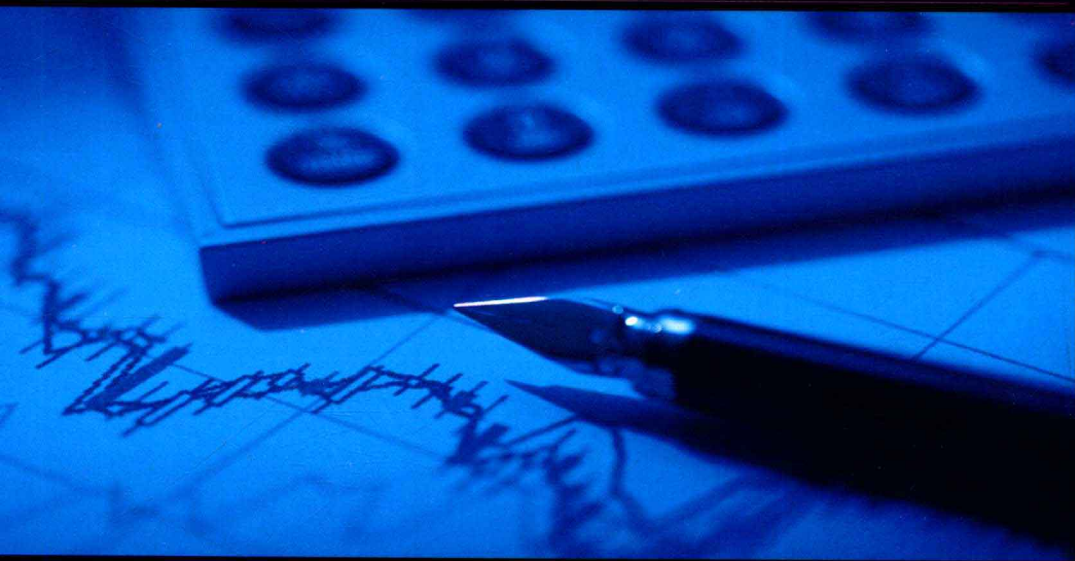


● 國家教育研究院與韋伯文化國際出版有限公司合作翻譯發行
國家教育研究院主譯

民意與民調研究

The SAGE Handbook of Public Opinion Research



Wolfgang Donsbach and Michael W. Traugott 主編
楊雅婷、梁書寧、楊濟鶴 譯

Weber
韋伯文化
良知・品味・責任



政治傳播館②

民意與民調研究

The SAGE Handbook of Public Opinion Research

Wolfgang Donsbach、Michael W. Traugott／主編者

楊雅婷、梁書寧、楊濟鶴／譯

國家教育研究院／主譯

國家教育研究院與韋伯文化國際出版有限公司合作翻譯發行

2012 年 2 月出版



Weber Publication International Ltd
Since 1998 良知 品味 責任
將學術當成一生的志業

政治傳播館 MD06-002

民意與民調研究

版權聲明

Chinese Translation © 2012 Weber Publication International Ltd.
English language edition published by SAGE Publications of London,
Thousand Oaks, New Delhi and Singapore, Introduction and Editorial Arrangement © Wolfgang Donsbach
and Michael W. Traugott 2008. Chapters 1–55 © 2008 SAGE Publications Ltd 2008.
ALL RIGHTS RESERVED

著作財產權人：國家教育研究院

(地址：23703 新北市三峽區三樹路 2 號；網址：<http://www.naer.edu.tw>)

主譯：國家教育研究院

展售處：國家書店松江門市 地址：104 台北市松江路 209 號 1 樓

國家網路書店：<http://www.govbooks.com.tw> 電話：(02)2518-0207 (代表號)

台中五南文化廣場 地址：台中市中區中山路 6 號

電話：(04)2226-0330 傳真：(04)2225-8234

出版者：韋伯文化國際出版有限公司

主編者：Wolfgang Donsbach and Michael W. Traugott

譯者：楊雅婷、梁書寧、楊濟鶴

發行人：陳坤森

責任編輯：涂靖昀、林維彥

營業事業登記證字號：13118544

住址：台北縣永和市永和路二段 285 號 6 樓

網址：<http://www.weber.com.tw>

Email：weber98@ms45.hinet.net

電話：(02)22324332

傳真：(02)29242812

初版一刷：2012 年 2 月

ISBN：978-986-6338-49-6

定價：900 元

版權所有 翻印必究

*著作財產權人：國家教育研究院。本書保留所有權利，欲利用本書全部或部分內容者，
須徵求著作財產權人同意或書面授權

請洽：國家教育研究院編譯發展中心(Tel: 02-3322-5558)

GPN：1010100179

Content

目錄

緒論...../1

第一部分 民意以及民意研究的歷史與哲學

【單元一】：民意的本質

- 第一章 政治理論中的公眾與民意...../15
- 第二章 審議思辨的公眾與審議式民調...../39
- 第三章 新聞做為民意的反映...../53
- 第四章 倡議：民意的另一種表達形式...../65
- 第五章 菁英意見與大眾意見的研究...../83
- 第六章 網路做為表達意見新平台與新公共領域...../99
- 第七章 流行傳播與民意...../113

【單元二】：民意研究的發展

- 第八章 民意研究的歷史根源...../127
- 第九章 大眾觀察與現代民意研究...../143
- 第十章 現代民意研究的開端...../161
- 第十一章 新興民主國家的民意研究...../175

第二部分 民意形成與改變的相關理論

【單元一】：民意的形成

- 第十二章 知識與態度...../195
- 第十三章 態度與意見的概念...../215
- 第十四章 社會現實的認知理論...../237
- 第十五章 多數無知與無態度...../249

【單元二】：民意的運作

- 第十六章 沉默螺旋理論...../263
- 第十七章 民意與第三人效應...../275
- 第十八章 新聞媒體對民意的影響...../287
- 第十九章 議程設定、框架作用與促發作用...../305

第三部分 方法論

【單元一】：調查設計

- 第二十章 調查研究在方法論上的優點與缺點...../329
- 第二十一章 民調的使用與誤用...../341
- 第二十二章 面對面調查...../355
- 第二十三章 電話調查...../367
- 第二十四章 自填式紙本問卷...../385
- 第二十五章 網路調查...../397
- 第二十六章 不同調查方式與國際比較...../417
- 第二十七章 抽樣...../431
- 第二十八章 調查中的無回答...../453
- 第二十九章 分割問卷做為一種民意研究的實驗取徑...../473
- 第三十章 固定樣本連續調查...../485
- 第三十一章 焦點團體與民意...../499
- 第三十二章 內容分析與民意研究...../511

【單元二】：民意測量

- 第三十三章 設計具有信度與效度的問卷...../529
- 第三十四章 調查回答的心理學...../549

- 第三十五章 調查中量表的使用...../569
- 第三十六章 調查中視覺資料的使用...../585
- 第三十七章 驗證研究...../599
- 第三十八章 識別社會中的價值集群...../613

第四部分 民意研究的社會與政治環境

【單元一】：民意研究的地位

- 第三十九章 世界各國民意調查的合法地位...../631
- 第四十章 大眾對民意研究及民調的態度...../645
- 第四十一章 記者對民意研究的態度...../661
- 第四十二章 調查研究領域的倫理守則...../673
- 第四十三章 民意調查資料的建檔...../687

【單元二】：民意研究的運用與影響

- 第四十四章 新聞媒體對民意調查的使用...../705
- 第四十五章 政府與政治人物對調查的使用...../717
- 第四十六章 宣傳活動中民意研究的使用...../731
- 第四十七章 發佈民意調查對公民的影響...../743

第五部分 特殊的應用領域

- 第四十八章 使用調查做為法律證據...../761
- 第四十九章 民意與經濟...../777
- 第五十章 市調研究...../789
- 第五十一章 社會指標與品質生活...../809
- 第五十二章 評估社會中價值觀的長期變遷...../825
- 第五十三章 出口民調與選舉前的民意調查...../847
- 第五十四章 國際比較調查：目的、內容與方法論上的挑戰...../863
- 第五十五章 競選活動中選民研究的運用...../885
- 索引...../899

Introduction

緒論

Wolfgang Donsbach and Michael W. Traugott

壹、民意：一個定義模糊的概念

1

一九六八年，戴維森(W. Phillips Davison)曾為《社會科學國際百科全書》(*International Encyclopedia of the Social Sciences*)撰寫「民意」(public opinion)這個名詞的定義，他的結論是：「這個名詞並沒有普遍被大家所接受的定義」(參見該書第一八八頁)。在戴維森發表此觀點的三年前，席德斯(Harwood Childs, 1965)就曾指出：在相關研究文獻中，民意至少有四十八種不同的定義。

自此以後，「民意」的定義情況當然並沒有變得更加清晰；而且經過近乎半世紀的經驗研究，這種情況仍然改變不大。但同時，民意一詞，誠如普萊斯(Vincent Price, 1992, p. 1)所寫道：「是社會科學領域內極為重要且最具延續性的概念之一」。在社會科學領域中，民意一直都是最模糊的辭彙之一；儘管如此，它卻也逐漸受到許多領域與相關學科研究者的注意。

「民意」此一名詞令人困惑的現象，是由組成這個詞條的兩個字彙所引發，因為不論是「公共」(public)或「意見」(opinion)這兩個字彙皆是沒有明確定義的概念。德國社會學家哈伯瑪斯(Jürgen Habermas, 1962)在他對公共領域(public sphere)所進行的歷史分析中，針對「公共」一詞，提出至少四種層面的意義：一是司法的(juridical)層面〔其意義為公共近用(public access)〕；二是政治的(political)層面〔其意義為公共

利益(public interest)]；三是代表性的(representational)層面〔其意義為公共事件(public event)]；四是溝通的(communicative)層面〔其意義為訴諸於世(making something public)]。在哈伯瑪斯之後，諾爾紐曼(Elisabeth Noelle-Neumann, 1993)在她提出「沈默螺旋」(spiral-of-silence)的理論中，又為「公共」加上她認為一直以來都是此概念內涵一部分的第五種層面：即社會心理的(social psychological)層面，也就是個人意識到自己乃是身處在「公開情境」之中。

- 同樣地，「意見」一詞在專有名詞上也不是個明確的概念。首先，英文與法文的意見(opinion)一詞，其用法皆偏向古希臘人所用「意見」(doxa)一字，意指一種不確定且基礎不穩固的判斷。因此，此字的重要性就遠不如「認知」(knowing)，且其並沒有隱含任何內在的政治權力。再一次地，又是哈伯瑪斯描述了此字的意義如何與時遞變，以及我們如何賦予此字某種特定的性質與合理性，而這種特定性質與合理性，正是「意見」能被用在「民意」一詞中，做為一種政治語彙來對抗既存威權國家之權力的前提條件。但不論上述在「民意」一詞中「公眾」與「意見」兩個基本構成字詞的發展歷程為何，「民意」已經在哲學、政治、文學與社會科學領域中被使用了好幾個世紀這項事實，可說是一個強而有力的指標，指出民意確實描繪了一種重要且真實的現象，而這種現象是無法以任何其他詞組來加以描繪。而在我們並不主張我們可以或應該在民意研究的領域中，尋求對於此詞彙的共同使用方式前提下，我們至少可以反映此一詞彙的多樣性。此一作法只是要證明
- 2 「民意」在社會科學領域中，做為一個具有正當性與聚焦性的術語時，本身所具備的重要性。

貳、「民意」做為一個跨學科的術語

「民意」也是社會科學領域中，最具跨學科性質的概念語彙之一。對於政治學者來說，「民意」是一個適用於民主理論的關鍵術語，因其說明了政府與人民之間的關係。當我們論及公眾意志的呈現在政府制定政治決定中所扮演之角色時，「民意」往往也是此類討論的轉折點。

因此，「民意」是一個核心概念，讓我們能將其應用於不同理論觀點中，包含對於政府過度回應(民粹主義)和政府回應性太少的相關討論。當然，「民意」也是政治學者在研究選舉與選舉行為時，必須重視的關鍵術語。

對於歷史學者來說，「民意」是理解社會變遷時的基本要素與影響因子，特別是政府由威權轉型到民主體制，或是在某些重大歷史事件的發展與演變方式，例如法國大革命(the French Revolution)或為了戰爭而對人民進行的心理動員。在法律(law)的相關領域，尤其是法律哲學與法律社會學中，學者關注的問題在於，法律制定與司法權應該對民意變化的回應到何種程度，例如當行為規範(例如性慾特質與性行為的規範)產生改變時該如何回應。而社會心理學家的興趣若不是在於將「民意」視為一種在公領域中影響個人行為的力量，彷彿是對於我們的社會本質以及希望被社會接納之動機的反映，就是將「民意」視為我們「社會認知」(social perception)中的一種要素，亦即在尚未確定的情境中，能夠幫助我們做出判斷的東西(Hofstätter, 1971)。

特別是在二十世紀的前半葉，許多社會學者在研究「民意」時，都將「民意」視為一種對「大眾社會」(mass societies)極具威脅性的現象，此現象會使個人在要保護團體或「大眾」這種藉口的引導下，做出不理性且通常帶有危險性的行為。在針對社會控制以及在社會中執行規範的理論中，「民意」也是一個極為重要的概念。另外，傳播學者則研究大眾媒介對「民意」造成的影響，此時「民意」被視為一個描述人民所持意見為何的語彙，此外，其也將主流意見(ruling opinion)認知成一種動態的概念，以解釋民意的改變。在後者的脈絡中，大眾媒介被視為我們理解其他同胞公民想法的資訊來源之一。同樣地，經濟學者發現，「民意」對於預測一國的經濟發展來說，是一個極為重要的因素。當然，民意研究(public opinion research)的相關技術，特別是「調查研究」(survey research)，在社會科學領域中，調查研究的相關技術早已經是最重要且最常被使用的研究方法，但對於許多其他學科來說，此一技術也已成爲有效的研究工具，而不再僅限於社會科學而已。

如果我們觀察「民意」一詞在整個社會科學歷史中被使用的情形，並嘗試建構一個專門術語的系譜學(terminological genealogy)，那麼我們

可以明顯看到五個不同的傳統分支。在政治性－規範性的傳統(political-normative tradition)中，特別是哈伯瑪斯著作中所呈現的觀點，「民意」是一個規範性的概念，形容某種「理想的運作過程」，透過此一過程，資訊充足的公民(informed citizens)能夠做出立基於知識與善意並有助於社會最佳利益的理性判斷。在功能主義傳統(functional tradition)中，例如李普曼(Lippmann, 1922)以及盧曼(Luhmann, 1970)在其著述中所發表的觀點，他們將「民意」視為一種幫助人們應付社會現實複雜性的社會機制(social institution)。其中，李普曼較為關注個別公民在處理新聞內容時所遭遇的問題；而盧曼則是把社會觀點當成一種技術工具，此技術工具將政治議程(political agenda)化約成許多可操控的議題與政策。

- 在羅斯(Edward Ross, 1901)等人的社會學傳統(sociological tradition)中，「民意」則代表某種機制，藉此社會可以對個人行使社會控制(social control)。「社會控制的根本關注在於人類世界的秩序性」(Landis, 1956, p. 12)，而「民意」正是其中一種在人群中創造順從性的力量。除此之外，
3 調查研究傳統(survey research tradition)，持有最不複雜且最直截了當的「民意」概念。這個概念隨著一九三〇年代現代調查方法論而共同出現，透過使用具有代表性的調查方式，而將「民意」定義為任何能被測量到的、某一母體(population)對某議題所持的想法。最後一項是社會心理學傳統(social psychological tradition)，其與社會學的傳統最為接近，但也結合上述四種傳統根源的基本要素。於其論述中，「民意」代表針對有爭議問題的意見分布；此意見分布，姑且不論對或錯，都被視為是社會主流立場的一部分，並因此能夠影響個人談論他或她在公共情境中所欲發表意見的意願。這些就是諾爾紐曼之「沈默螺旋理論」的核心要素(Noelle-Neumann, 1993)。

總體來說，某些學者也許會對「民意」一詞缺乏明確而共同的涵義和功用而感到遺憾。但另一方面，它顯然也是一個具有重大關聯性且內涵相當生動的概念。在大部分的學科領域中，「民意」的概念，如果不是與各個領域的關鍵問題有關，便是與這些領域的核心規範有關，又或者兩者兼具，民主理論即是一例。儘管如此，這樣的事實仍未改變：研究者與社會評論家能使用「民意」一詞來處理許多不同的研究主題。

參、以民意調查為主體的公共論述

電視與民意研究這兩項科技最能改變現代的政治體制，電視已經存在社會上幾乎所有的面向中，它將政治運作普及化，並將政治面貌個人化，改變了政治人物的行為與必備技巧，而且最後還讓某些研究者相信，電視已經取代傳統的政治體制成為權力中心。另一方面，民意研究則是使民主制度中的最重要因素，也就是人民的意志，變得可以測量，也因此讓政治決策的制定過程(不論是由政治領袖或選民所做)，幾乎每天都有民意可供參考這項革命性的進展已經影響政治體制最核心的本質，因為這使我們得以直接評估採取多數人民同意而行動的宣示。電視、還有當今的網路以及意見調查，已經成為許多對於民主現況進行批判討論的目標，尤其是有關它們在選戰活動與選舉過程中所扮演的角色。然而，即使現在並沒有任何人討論禁止電視的可能性，但卻有許多論者針對禁止取得或散播民意調查結果進行了相關的討論；在某些國家中，這種禁令甚至已經成為法律。

測量民意的可能性，對於從宣稱遵從民意而產生政治影響力的許多菁英，特別是選戰活動的政治人物以及新聞記者來說，已成為一種挑釁。對於處於選戰活動的政治人物來說，當調查結果與自身的認知相左時，就無法再堅稱自己擁有選民做為後盾，也無法再認為自己可能成為選戰的贏家。另一方面，對於記者來說，不能再像過去一九三〇年代和一九四〇年代一樣，以自己和同僚在新聞室以及酒吧中的討論為基礎，或者以自己與政黨領導人和策略專家的討論為基礎，來評估多數人的想法(Herbst, 1990)。

因此，除了做為一種社會研究的活動之外，民意研究本身也逐漸變成公共論述(public discourse)的焦點。這其中包括了一種法律的論述，內容是關於在選舉之前禁止發表民意調查的資料是否合宜；此外，還有一種民主理論的論述，探討現代民意調查測量的品質與本質。許多論者質疑以下兩者之間的連結關係：其一為從母體的代表性樣本(representative samples)中所取得的資料；另一則是當民主理論的理論家

- 4 在描述民主制度的基本特質時他們內心所認為的經驗現象，通常與此論述有關的是下述問題：在這些代表性樣本中所測量之人的意見中究竟含有多少「理性」(rationality)？另外一條討論的主軸，則呈現民意研究的存在與民主理論之間的關聯究竟有多深：我們能夠且應該如某些評論家所主張的，假設公民必須免於受到公布的民意調查資料所影響，或者我們僅須從以下的假設開始論述：(1)調查資料都是有關公眾觀點之相當客觀的社會資料？(2)公民的認知是否已經成熟到足以最妥善地運用這些調查資料？

當然，「最妥善運用」的問題亦與政治人物有關。在相關文獻中，我們可以發現一種幾乎是線性的有關善意運用調查之量尺，其範圍從一種以人民意志為名的前提下，政府必須遵循對人民觀點的代表，到某種菁英式的概念，認為這種人民意志是以民意調查為輔助來操控人民的結果。對李帕特(Lijphart, 1984, p. 2)而言，「一個理想的民主政府，應該是所作所為能夠永遠完美地呼應所有公民偏好的政府」；而對薩德曼(Sudman, 1982, p. 302)來說，「沒有任何一個民選的官員能夠在不明白公眾對社會主要議題之想法的情況下，還能明智地治理國家」。但對於哈伯瑪斯來說，「意見調查」(opinion surveys)僅僅是一種工具，是政府用來設計其政治決定進而操控所謂的公眾。無論我們該如何解答政府對相關議題的回應程度，或者是政府在面對人民的意志時應該將獨立自主的意識發揮到何種程度，無疑地，民意調查的存在，確實會增加政治行為者變得更具民粹主義以及更沒有原則的可能性。

最後，調查資料的精確性以及這些資料可能對公民產生的影響，同樣也會引發整個社會的討論。公民本身社會流動性(social mobility)的增加以及政黨忠誠度(party loyalty)的減少，結合受訪者回答率的降低，都使得進行調查的研究者越來越難以透過有效的(valid)和可信的(reliable)研究方式評估民意，特別是政治偏好(political preferences)的面向。過去幾年中，幾乎每一個現代民主國家都曾見識過民意調查專家的大挫敗。此外，世界上任何地方的每一場選舉中，幾乎至少都會有一位政治人物，將他或她自己的失敗歸咎於選舉日之前所發表的民調結果，因其認為這些結果導致選民意見的改變，因而造成選舉落敗。

基於上述的這些相關因素以及不同觀點，本書《民意與民調研究》

探討的內容，即是處理環繞於民意調查及其可能造成之結果的批判性論述。

肆、本書的章節內容

本書內容顯然無法處理所有與民意調查相關之理論性、術語方面與學科方面的議題。然而，做為一本研究手冊，應該讓讀者瞭解包含「民意」一詞以及環繞此名詞周圍最為重要的概念；並且應當讓讀者理解「民意」一詞在現代社會科學研究中的應用。為了達成這個目的，我們已經召集一組撰寫本書的作者，他們都是活躍於其所各自撰寫章節那個領域的研究者與專家。也就是說，我們將不會對這個領域加以「典則化」(canonization)；同時，我們也不會對「民意」一詞的「正確」用法發表最終論點。但在閱讀過後，我們的讀者應該會變得能夠知悉這些不同的概念，並且應該利用本書所探討的內容，使自己能夠在各種民意研究中辨別優劣。

本書的內容是由五個不同的部分所組成，包括：民意以及民意研究的歷史與哲學(第一部分)；民意形成與改變的相關理論(第二部分)；方法論(第三部分)；民意研究的社會與政治環境(第四部分)；以及特殊的應用領域(第五部分)。其中四個部分會再劃分出兩個細部來進行討論，進一步區分在探討過程中所處理的廣泛議題。若論述的內容涉及本書不同章節所談論的主題，因而需要讀者進行交叉比對做為參考時，會在該段落結尾以「(參見本書第幾章)」來標示，提醒讀者參照相關章節。

本書第一部分談論民意以及民意調查的歷史與哲學，並就此主題劃分為兩個次要單元來討論，分別是「民意的本質」以及「民意研究的發展」。第一單元偏向理論，我們會劃分七個章節來討論「民意」一詞的淵源與本質、「民意」概念的不同表現方式及其與民主理論的關係。⁵第二單元則較偏向方法論，將討論的重點轉向民意調查方法的發展，即探討在過去歷史中各種測量「民意」的不同方式。

第二部分探討民意形成與改變的理論。內部包含八個章節，論述評估社會中的民意及意見變遷之基本經驗概念，例如知識、意見與態度

等；第二單元，則概述幾個解釋民意在我們所列出之社會中如何發展與改變的不同理論。其中包含「第三人效應」(third-person-effect)、「議程設定」(agenda-setting)以及「沈默螺旋理論」等。另外在這個單元中，還有一個特別的章節，專門討論新聞媒體做為民意形塑者(molders)的角色。

本書第三部分探討民意調查的方法論，內部總共包含十九個章節，因此占本書最大篇幅。這個部分的論述反映了許多過去幾十年中所累積的龐大研究結果，而在這段期間調查研究由「提問的藝術」(art of asking questions)(Payne, 1951)轉為調查方法論的科學典範，正如(其中一個例子)認知心理學取徑被用來探討調查方法論所反映出來的情形一樣(例如 Tourangeau, Rips, & Rasinski, 2000)。在這個部分中，我們會在兩個次要單元中進一步區分「調查設計」與「民意測量」的差異。「調查設計」包含資料蒐集的不同設計或模式，及其發展的可能性與風險；至於「民意測量」則比較深入測量過程中的細節，例如提問心理學(psychology of asking questions)、量表的使用或特定概念如「價值」的測量方式等。

第四部分聚焦於民意研究的社會與政治環境，內容包含八個章節，探討民意研究的社會、政治和法律地位，以及公眾和記者如何理解這些研究。此部分的第二單元，探討政府及媒體對民意研究的運用及其所造成的影響，同時探討民調資料的發佈可能對公民造成的影響。

最後，本書第五部分試圖針對民意調查在幾個特定領域中所扮演的角色與用途，提供讀者一個整體的檢視，範圍從民意調查在司法案件中的運用、一直到民調在市場行銷和政治競選活動中的使用。

參考書目

- Childs, H. L. (1965). *Public opinion--Nature, formation and role*. Princeton: D. Van Nostrand.
- Davison, W. P. (1968). Public opinion. Introduction. In D. L. Sills (Ed.), *International Encyclopedia of the Social Sciences* (Vol. 13, pp. 188-197). New York: Macmillan & Free Press.
- Habermas, J. (1962). *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft* [The structural transformation of the public sphere: An in-

- quiry into a category of bourgeois society]. Neuwied: Luchterhand.
- Herbst, S. (1990). Assessing public opinion in the 1930s-1940s: Retrospective views of journalists. *Public Opinion Quarterly*, 67, 943-949.
- Hofstätter, P. (1971). *Gruppendynamik. Kritik der Massenpsychologie* [Group dynamics. Criticism of crowd psychology]. Hamburg: Rowohlt.
- Landis, P. H. (1956). *Social control*. Chicago: Lippincott.
- Lijphart, A. (1984). *Democracies: Patterns of majoritarian and consensus government in twenty-one countries*. New Haven, London: Yale University Press.
- Lippmann, W. (1922). *Public opinion*. New York: Harcourt, Brace & Comp.
- Luhmann, N. (1970). Öffentliche Meinung [Public opinion]. *Politische Vierteljahresschrift*, 11, 2-28.
- Noelle-Neumann, E. (1993). *The spiral of silence: Public opinion--Our social skin*. University of Chicago Press.
- Payne, S. L. (1951). *The art of asking questions*. Princeton: University Press.
- Price, V. (1992). *Public opinion*. Newbury Park, CA: Sage.
- Ross, E. A. (1901). *Social control. A survey of the foundations of order*. New York: Macmillan Company.
- Sudman, S. (1982). The presidents and the polls. *Public Opinion Quarterly*, 46, 301-310.
- Tourangeau, R., Rips, L. J., & Rasinski, K. (2000). *The psychology of survey response*. Cambridge: University Press.

第一部分

民意以及民意研究的歷史與哲學