

專家諮詢意見書¹

案號： 年度 字第 號

專家學者、機關或團體

姓名或名稱：黃凱華

身分證明文件字號：

住(居)所、所在地、

事務所或營業所：

電話： 傳真：無

電子郵件位址：

送達代收人：

送達處所：

機關/團體代表人

姓名：

身分證明文件字號：

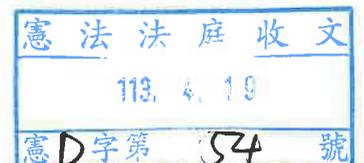
稱謂/職業：

住所或居所：

電話：

傳真：

電子郵件位址：



1 為（憲法訴訟類型）提出專家諮詢意見事：

2 應揭露事項²

3 一、相關專業意見或資料之準備或提出，是否與當事人、關係人
4 或其代理人有分工或合作關係。

5 二、相關專業意見或資料之準備或提出，是否受當事人、關係人
6 或其代理人之金錢報酬或資助及其金額或價值。

7 三、其他提供金錢報酬或資助者之身分及其金額或價值。

8 專業意見或資料

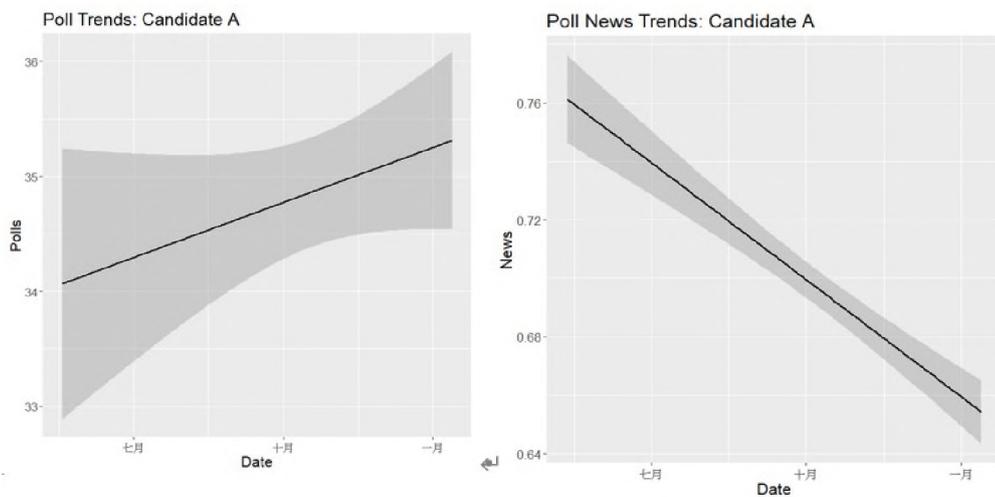
9 一、關於選前民調對選舉結果之影響，觀諸現有國外研究發現，
10 正反面意見兼具。選前民調的正面影響為有助於政治練達的
11 選民正確預測選舉結果，且民調影響選民投票抉擇的效果有
12 限（Daoust et al., 2020; Durand & Goyder, 2023; Meffert &
13 Gschwend, 2011）。然上述結果僅限於選民觀看民調數字後的
14 影響，現實中，多數民調公布會伴隨民調數字變動報導與解
15 讀，而這些圍繞於民調數字的報導對於投票抉擇具有相當影
16 響力。究其實，民調變動的相關報導易引發從眾效應
17（bandwagon effect），也就是選民的投票抉擇會因報導而傾向
18 民調領先者（Gasperoni & Mantovani, 2015; Morwitz & Pluzinski,
19 1996; van der Meer et al., 2015）。根據實驗研究結果顯示，只
20 是單純的呈現民調數字並不會影響投票抉擇，人們還是會依
21 照原本的期望或喜好投票，但是當閱讀有關民調報導某政黨

1 或候選人的支持度上升時，會引發閱讀者改變投票意向給民
2 調領先者，雖然人數可能不多，但在競爭激烈的選舉時足以
3 影響最終的選舉結果。

4 以結論而言，民調數字本身影響選舉結果的效果有限，
5 但是有關民調數字的相關報導所造成的媒體效應才是影響選
6 舉結果的關鍵。在媒體與政治行為研究中已經確認媒體報導
7 對投票抉擇的影響 (Gelman & King, 1993; Soroka et al., 2009)，
8 媒體透過框架與激發效應影響選民對民調數字的解讀，若執
9 行民調單位與媒體本身僅單純傳達訊息，其造成的影響如上
10 述研究結果來說，效果有限。但若民調與媒體成為競選工
11 具，在民調數字可被操縱，媒體正面或負面解讀民調數字變
12 化時，這時兩者結合所造成的影響不可小覷，最終部分選民
13 選擇的不是最反映自己偏好的候選人，而是媒體塑造的最強
14 候選人。

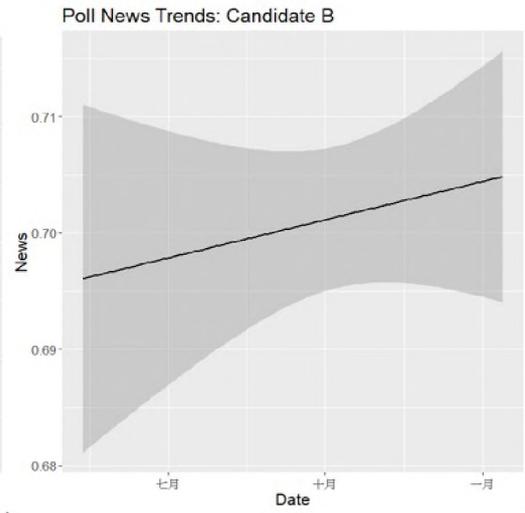
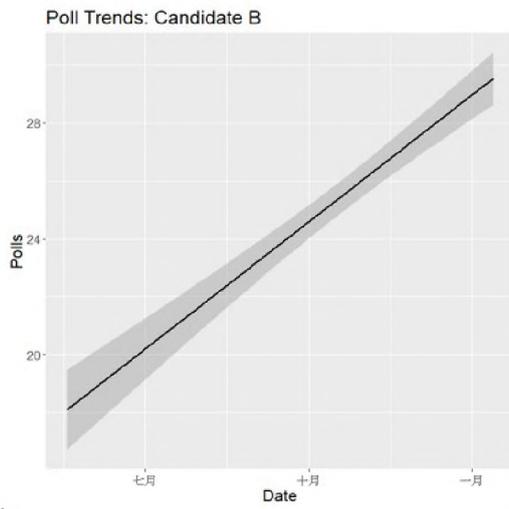
15 以此次2024年總統選舉為例，各候選人的民調與民調
16 相關新聞的走向大致呈現兩種趨勢。對候選人A而言，其民
17 調走勢與民調相關新聞呈負向關係，也就是越到選舉日民調
18 相關新聞越少但其民調數字卻逐步上揚，表示有其他因素驅
19 動民調。候選人B則是民調與民調新聞呈正向關係，恰好與

1 候選人C成對比；候選人C的民調與民調新聞呈現負向關
2 係，越多的民調新聞報導反而導致其民調數字每況愈下。這
3 些分析圖表可以顯示從眾效應的存在，尤其對候選人B和C
4 而言，越多的媒體曝光度只對其中一人有正向效果，代表越
5 多民調新聞有關B民調逐步上升的報導可能導致越多人支持
6 B。

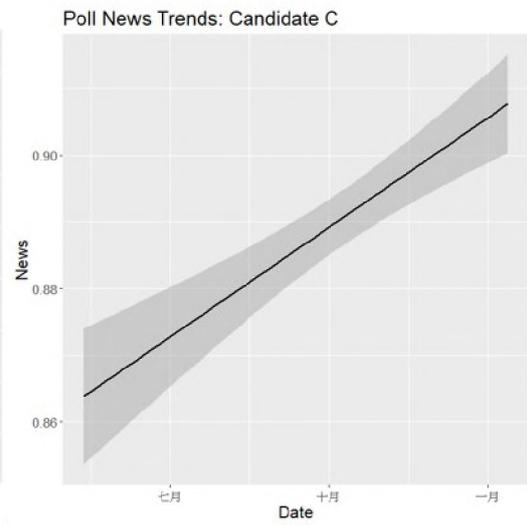
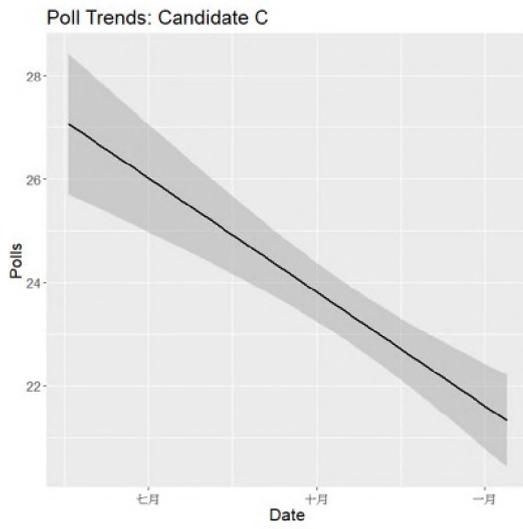


7

8



1



2

3

4

5

1

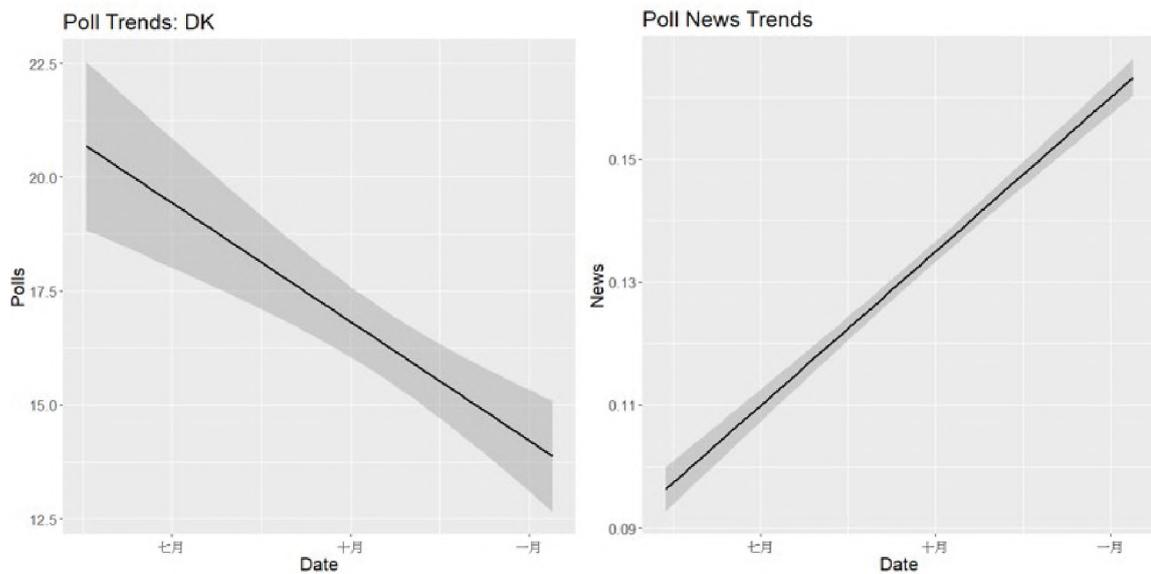
2

5

1 二、民調對選舉結果的影響是否會因距離選舉日之遠近，而有不
2 同？

3 如上所述，民調對投票抉擇的影響來自於媒體報導，而越到
4 選舉日，選戰相關報導會越多，就算是不關心政治的選民在
5 選戰最後很難不接觸到相關新聞。由於多數選民仍認為投票
6 是應盡義務，因此選戰後期的民調在理論上會比前期的民調
7 更容易影響投票抉擇，尤其對於舉棋不定的選民而言，其投
8 票意向越會受到後期選舉策略與媒體報導的影響。

9 下圖顯示，越到選舉日於民調中表示還未決定投給哪
10 位候選人的比例逐漸降低，而越到選舉日民調相關新聞的比
11 例則逐漸提高，雖然兩者之間未必有因果關係，因為越到選
12 舉日會有越多人做出投票抉擇，且越到民調封關日會有越多
13 民調新聞以提供大家抉擇資訊，因此兩者同時被大眾關注選
14 舉結果的動機驅動。然而，就因為選民越到投票日會越關注
15 選舉新聞，民調新聞提供直接的結果預測，比起選民要透過
16 其他資訊判斷候選人的支持度，如造勢人數或是後援會數目
17 等，更具直觀的資訊，若加上過度渲染營造支持度上升的印
18 象，民調新聞會更具有影響選舉結果的能力，這也是部分國
19 家禁止民調於選前發佈的主要原因。



2 三、禁止選前公布民調，是否有助於選舉之公正性？

3 選舉是民主國家用以甄補國家領導人的唯一方式，民主的運
 4 作品質有賴於選舉過程遵循自由且公平 (free and fair) 之原則。
 5 所謂的自由是公眾享有言論與結社自由，可以發表其政治理
 6 念並支持特定候選人，公平則是不同的言論或看法都有發聲
 7 的管道，即其他訊息管道 (alternative information) 的存在。理
 8 論上，民主國家媒體自由，各種言論皆有其發聲管道，形成
 9 觀念的自由市場 (marketplace of ideas)，透過競爭讓多數支持
 10 的言論成為主流。然而，現實上，觀念的自由市場可能因為
 11 某些媒體傳達訊息較有效率而成為主流，且資訊混雜各說各

1 話的結果，可能造成民眾對議題產生困惑甚或各持己見而形
2 成衝突(Voltmer, 2004)。

3 以目前台灣媒體與政黨競爭相合的程度，非主流
4 政黨之言論已難以見諸媒體，而媒體作為政黨競爭攻防的
5 一環，閱聽大眾也很難從單一管道媒體得到其他訊息，因
6 此雖然媒體報導內容與方向已不再受限制，但是媒體在不
7 同資源下競爭的結果可能導致部分訊息被忽視甚或扭曲，
8 最終影響選舉公平性。雖然這些負面效果來自於整體媒體
9 報導，但如前所述，民調新聞具有影響選民態度的效果，
10 因此在選前減少一些資訊作為媒體報導的標的有助於維持
11 些許公正性。

12 參考書目

13 *Daoust, J.-F., Durand, C., & Blais, A. (2020). Are Pre-Election Polls More Helpful than*

14 *Harmful? Evidence from the Canadian Case. , 46(1), 175–186.*

15 *Durand, C., & Goyder, J. (2023). Do polls influence the vote? SSRN Electronic Journal.*

16 <https://doi.org/10.2139/ssrn.4522042>

17 *Gasperoni, G., & Mantovani, D. (2015). The impact of exposure to pre-election polls on*

- 1 voting behaviour. *Italian Political Science Review / Rivista Italiana Di Scienza Po-*
2 *litica*, 45(1), 1–23.
- 3 Gelman, A., & King, G. (1993). Why Are American Presidential Election Campaign
4 Polls So Variable When Votes Are So Predictable? *British Journal of Political Sci-*
5 *ence*, 23(4), 409–451.
- 6 Meffert, M. F., & Gschwend, T. (2011). Polls, coalition signals and strategic voting: An
7 experimental investigation of perceptions and effects. *European Journal of Politi-*
8 *cal Research*, 50(5), 636–667.
- 9 Morwitz, V. G., & Pluzinski, C. (1996). Do Polls Reflect Opinions or Do Opinions Re-
10 flect Polls? The Impact of Political Polling on Voters' Expectations, Preferences,
11 and Behavior. *The Journal of Consumer Research*, 23(1), 53–67.
- 12 Soroka, S., Bodet, M. A., Young, L., & Andrew, B. (2009). Campaign News and Vote
13 Intentions. *Journal of Elections, Public Opinion and Parties*, 19(4), 359–376.

1 van der Meer, T. W. G., Hakhverdian, A., & Aaldering, L. (2015). Off the Fence, Onto
2 the Bandwagon? A Large-Scale Survey Experiment on Effect of Real-Life Poll
3 Outcomes on Subsequent Vote Intentions. *International Journal of Public Opinion
4 Research*, 28(1), 46–72.

5 Voltmer, K. (2004). The mass media and the dynamics of political communication in
6 processes of democratization: an introduction. In K. Voltmer (Ed.), *Mass media
7 and political communication in new democracies* (pp. 1–17). Routledge. [https://
8 doi.org/10.4324/9780203328668](https://doi.org/10.4324/9780203328668)

9

10

11 **附屬文件之名稱及其件數³**

文件編 號	文件名稱或內容	備 註

12

1

2

此致

3 憲法法庭

公鑒

4

5 中華民國 113 年 4 月 12 日

6 具狀人

蒼凱華

(簽名蓋章)

7 撰狀人

蒼凱華

(簽名蓋章)

1 1 憲法訴訟法（以下簡稱本法）第 19 條第 1 項規定，憲法法庭審理案件認有必要時，得依
2 職權或依聲請，通知當事人或關係人到庭說明、陳述意見，並得指定專家學者、機關或團體
3 就相關問題提供專業意見或資料。本法第 6 條第 1 項、第 2 項以外之機關受憲法法庭通知依
4 本條第 1 項規定提出專業意見或資料意見時，使用本意見書。
5 2 本法第 19 條第 3 項規定，當事人、關係人以外之人民或團體，依第一項指定提出專業意
6 見或資料時，應揭露以下資訊：
7 一、相關專業意見或資料之準備或提出，是否與當事人、關係人或其代理人有分工或合作關
8 係。
9 二、相關專業意見或資料之準備或提出，是否受當事人、關係人或其代理人之金錢報酬或資
10 助及其金額或價值。
11 三、其他提供金錢報酬或資助者之身分及其金額或價值。
12 3 本法第 14 條第 1 項第 7 款規定，書狀應記載附屬文件之名稱及其件數。