

國防大學政治作戰學院政治學系政治研究碩士班

碩士論文

從魅力型領導理論看我國政治文化發展

-以非典型政治人物為例

**The Development of Political Culture in ROC
from the Charismatic Leadership Theory - A
Case Study of Atypical Political Figures**

研 究 生：陳建安 撰

指導教授：曾春滿 副教授

中 華 民 國 一 ○ 九 年 五 月

謝辭

時光飛逝，研究生的身分即將結束，這是軍旅生涯中最難忘的一部分，感謝部隊給我機會回母校進修，無論是學業或其他方面的成長皆使我獲益良多。

能順利完成本篇論文，首先要感謝我的指導教授曾春滿老師，謝謝老師在百忙中仍願意撥空指導我的論文，並且給予許多精確的方向，使我在論文寫作上能更加掌握重點，同時感謝兩位口試委員楊碧玉老師及俞振華老師，針對學生的論文給予許多寶貴的建議。

感謝班導師余一鳴老師，在碩一時便常常提醒我們要提早蒐集資料，為論文的撰寫提前作好規劃；感謝系主任莫大華老師，為學生在修業及論文口試皆提供許多幫助，即使畢業後，我們也會相當懷念與老師的「送祝福」時光。

在學期間，謝謝國發組的大家，坤輝學長、平欣、家嫻、冠瑜，一起完成許多報告、互相支援，我們是感情最好的一組！另外謝謝「小象幫」每位成員的照顧，相信即使畢業了，小象精神會常在，大家感情也會常存。

謝謝我的家人無論在軍旅生涯或研究所生涯中給我的支持，有你們相伴，才有今日的我，最後祝福 109 年班的大家，未來事事順心、身體健康。

陳建安 謹誌

復興崗 2020 年 5 月

摘要

「魅力型領導」是指領導者的權力，來自本身特殊人格對成員的吸引力，非來自於職位或傳統的權威，其一言一行均有無限的魅力，無形中吸引眾多追隨者。有別於過去的傳統魅力型領導者，近年來國際政治上崛起了許多非典型政治人物，這波風潮也開始在臺灣的政壇上萌芽，為我國的政治文化激盪出更多樣的發展方向。

本文旨在探討魅力型領導在典型政治人物與非典型政治人物之差異，並分析其對我國政治文化的影響。本研究透過文獻分析非典型政治人物崛起的歷史演進，並選取 2018 年直轄市長選舉進行觀察，瞭解非典型政治人物對我國公民的世代變化以及選舉形態改變所呈現之具體表現。

研究發現，我國選民對非典型政治人物之形象要求、領導特質不同於典型政治人物。世代變遷影響選民的投票意向，使其逐漸著重在候選人的個人條件，具備個人特質的非典型政治人物有更多機會被看見，他們的崛起對我國政治文化提供更多發展選擇。

關鍵詞：魅力型領導、非典型政治人物、領導特質、政治文化

Abstract

"Charismatic leadership" refers to the power of a leader, from the attraction of his personality to his members, not from his position or traditional authority, which has infinite charm in every word and deed, and is invisible to many followers. Unlike the traditional charismatic leaders of the past, many atypical political figures have emerged in international politics in recent years, and this wave has also begun to take shape in Taiwan's political arena, creating more directions for the development of our country's political culture.

The purpose of this paper is to explore the difference of charismatic leadership between typical political figures and atypical political figures. And analyze their influence on our political culture. This paper analyzes the historical evolution of the rise of the atypical political figures, and examines the concrete manifestations of the change of the generations of citizens and the changes in the election form of the mayoral election in 2018.

The study found that the characteristics of leadership in ROC are different from those of the typical political figures. The changes of generations influence the voters' willingness to vote, making them increasingly focused on the personal conditions of the candidates, and the rise of the personality type politicians will have more opportunities to be

seen, and their rise will provide more choices for the development of our political culture.

**Keywords: Charismatic Leadership, Atypical Political Figures,
Qualities Of Leadership, Political Culture**



目次

謝辭	i
中文摘要	ii
Abstract	iii
目次	v
表目錄	vii
圖目錄	ix
第一章 緒論	1
第一節 研究動機與目的	1
第二節 重要名詞釋義	5
第三節 問題與意識	6
第四節 研究途徑、方法與架構	11
第五節 研究範圍與限制	14
第二章 文獻探討	16
第一節 魅力型領導理論之內涵	16
第二節 魅力型領導理論之發展	17
第三節 魅力型領導理論之類型	22
第三章 魅力型領導與非典型政治人物之關聯性	27
第一節 典型與非典型政治人物之定義與形象塑造	27
第二節 典型與非典型政治人物之魅力型領導差異性	39
第三節 典型與非典型政治人物之魅力型領導案例分析 -以 2018 年市長選舉為例	59
第四章 非典型政治人物對我國政治文化發展之具體表現	99
第一節 非典型政治人物對我國選民投票意向之影響	99
第二節 非典型政治人物對我國選民結構之影響	107

第三節 非典型政治人物對我國政治文化之影響.....	120
第五章 結論.....	129
第一節 研究發現.....	129
第二節 研究建議.....	134
第三節 未來研究方向.....	135
參考文獻.....	136
壹、中文文獻.....	136
一、專書.....	136
二、期刊論文.....	138
三、學位論文.....	141
四、網際網路.....	143
貳、英文文獻.....	152
一、專書.....	152
二、期刊.....	153
三、網際網路.....	155

表目次

表 1.1 第 15 任總統(副總統)選舉候選人得票數比較表.....	7
表 1.2 2016、2020 各黨立委席次比較表.....	8
表 3.1 1998 年直轄市長選舉 候選人得票數統計圖.....	44
表 3.2 2018 年直轄市長選舉候選人得票數.....	50
表 3.3 2018 年臺北市長選舉選前 4 個月民調.....	66
表 3.4 2018 年臺北市長選舉選前 4 個月支持度與年齡交叉表.....	67
表 3.5 2018 年臺北市長選舉選前 2 個月民調	67
表 3.6 2018 年臺北市長選舉選前 2 個月支持度與年齡交叉表.....	68
表 3.7 2018 年臺北市長選舉選前 1 個月民調.....	69
表 3.8 2018 年臺北市長選舉選前 1 個月支持度與年齡交叉表.....	70
表 3.9 2018 年新北市長選舉選前 4 個月民調.....	78
表 3.10 2018 年新北市長選舉選前 4 個月支持度與年齡交叉表.....	79
表 3.11 2018 年新北市長選舉選前 2 個月民調.....	79
表 3.12 2018 年新北市長選舉選前 2 個月支持度與年齡交叉表.....	80
表 3.13 2018 年新北市長選舉選前 1 個月民調.....	81
表 3.14 2018 年新北市長選舉選前 1 個月支持度與年齡交叉表.....	82
表 3.15 2018 年高雄市長選舉選前 4 個月民調.....	89
表 3.16 2018 年高雄市長選舉選前 4 個月支持度與年齡交叉表.....	91
表 3.17 2018 年高雄市長選舉選前 2 個月民調	91
表 3.18 2018 年高雄市長選舉選前 2 個月支持度與年齡交叉表.....	92
表 3.19 2018 年高雄市長選舉選前 1 個月民調.....	93

表 3.20 2018 年高雄市長選舉選前 1 個月支持度與年齡交叉表.....94

表 4.1 第 15 任總統(副總統)選舉候選人得票數.....99



圖目次

圖 1.1 魅力型領導對我國政治文化發展之影響研究架構圖.....	14
圖 3.1 中華民國總統大選歷屆得票率.....	41
圖 3.2 2018 年臺北市長選舉選前 4 個月 Google 網路搜尋趨勢比較圖.....	62
圖 3.3 2018 年臺北市長選舉選前 2 個月 Google 網路搜尋趨勢比較圖.....	63
圖 3.4 2018 年臺北市長選舉選前 1 個月 Google 網路搜尋趨勢比較圖.....	64
圖 3.5 2018 年臺北市長選舉 Google 網路搜尋趨勢綜合比較圖.....	65
圖 3.6 2018 年臺北市長選舉民調趨勢圖.....	71
圖 3.7 2018 年臺北市長選舉青壯年選民支持度比較圖.....	71
圖 3.8 2018 年臺北市長選舉老年選民支持度比較圖.....	72
圖 3.9 2018 年臺北市長選舉候選人得票數.....	73
圖 3.10 2018 年新北市長選舉選前 4 個月 Google 網路搜尋趨勢比較圖.....	74
圖 3.11 2018 年新北市長選舉選前 2 個月 Google 網路搜尋趨勢比較圖.....	75
圖 3.12 2018 年新北市長選舉選前 1 個月 Google 網路搜尋趨勢比較圖.....	76
圖 3.13 2018 年新北市長選舉 Google 網路搜尋趨勢綜合比較圖.....	77
圖 3.14 2018 年新北市長選舉民調趨勢圖.....	82
圖 3.15 2018 年新北市長選舉青壯年選民支持度比較圖.....	83
圖 3.16 2018 年新北市長選舉老年選民支持度比較圖.....	84
圖 3.17 2018 年新北市長選舉候選人得票數.....	84
圖 3.18 2018 年高雄市長選舉選前 4 個月 Google 網路搜尋趨勢比較圖.....	86
圖 3.19 2018 年高雄市長選舉選前 2 個月 Google 網路搜尋趨勢比較圖.....	87
圖 3.20 2018 年高雄市長選舉選前 1 個月 Google 網路搜尋趨勢比較圖.....	88
圖 3.21 2018 年高雄市長選舉 Google 網路搜尋趨勢綜合比較圖.....	89
圖 3.22 2018 年高雄市長選舉民調趨勢圖.....	95

圖 3.23 2018 年高雄市長選舉青壯年選民支持度比較圖.....	96
圖 3.24 2018 年高雄市長選舉老年選民支持度比較圖.....	96
圖 3.25 2018 年高雄市長選舉候選人得票數.....	97



第一章 緒論

第一節 研究動機與目的

壹、研究動機

「魅力」(charisma)一詞指天賦具有影響能力。「魅力型領導」則是指領導者的權力，來自本身特殊人格對成員的吸引力，故其一言一行均有無限的魅力，無形中吸引眾多追隨者。國父孫中山先生、甘地、拿破崙等皆屬此類型的領導者。「魅力型領導」最早由德國社會學者韋伯(Max Weber)所提出。韋伯指出「魅力型權威」(charismatic authority)並不是來自於職位或傳統的權威，而是來自成員認為領導者所擁有的特質，而心悅誠服地接受其影響。

有別於過去的傳統魅力型領導者，近年來國際政治上崛起了許多非典型政治人物，諸如美國總統川普、菲律賓總統杜特蒂、烏克蘭新任總統佛拉迪米爾·澤倫斯基等等，而這類政治人物崛起的背景與全球的民主倒退及民粹政治的崛起息息相關，依據美國學者塞繆爾·亨廷頓(Samuel Phillips Huntington)所出版的《第三波—20 世紀後期民主化浪潮》書中觀點，全球大致經歷了三波的民主化浪潮。¹

而在此 20 餘年的第三波民主化浪潮期間，歐盟各國均出現民粹主義和反歐盟的聲浪；另外在亞洲地區大多數國家仍維持著一黨專政或寡頭專制的政體；而中東一帶的阿拉伯世界國家因為長時間的動亂及當地文化背景等因素，也多非採取民主化的政體。拉丁美洲的國家雖因為經濟的快速崛起，民主化有明顯的進步，但也有部分國家出現

¹ 塞繆爾·亨廷頓，《第三波—20 世紀後期民主化浪潮》（大陸：中國社會科學出版社，1998 年），頁 23。

民粹主義下強人獨裁的狀況，直至 2010 年代後，右翼保守派力量才逐步回潮。綜合上述狀況，可歸納出許多國家在民主化的過程中，內部的分裂主義問題嚴重，導致專制主義強壓過剛萌芽的民主體制。

自由之家(Freedom House)²在 2010 年的報告指出，全球自由程度連續第四年下降，是其發表自由評論報告 40 餘年來連續倒退最久的一次。³特別是在非洲地區，民主化節節敗退。俄羅斯和中國的專制政權對自由民主人權的迫害更是有增無減。

2016 年自由之家報告顯示，全球自由程度連續 10 年呈現下降趨勢，⁴主要原因是民主國家中的民粹主義及民族主義增長，而威權主義持續上升，共有 67 個國家的政治權利及公民自由面臨衰退。在全球民主倒退及民粹政治崛起的背景下，非典型政治人物有別於傳統政治人物的樣貌，他們的共同特質是不需仰賴傳統的政黨奧援，擁有獨特的個人魅力，並且透過平易近人且具感染性的言行成功地贏得支持者的青睞。

而這波非典型政治人物的崛起也開始在臺灣的政壇上萌芽，為我國的政治文化激盪出更多樣的發展方向。現任臺北市長柯文哲於 2014 年和 2018 年以有話直說的鮮明個性，主打超越藍綠的政治意識形態，成功贏得兩次市長選舉；2018 年另一位非典型政治人物代表韓

² 自由之家。一個美國官方資助的非政府組織，總部位於美國華盛頓特區，致力於民主、政治自由以及人權的研究和支持，其最知名的是對各國民主自由程度的年度評估，該報告被用於政治科學的研究。參見 <https://freedomhouse.org/>。(瀏覽日期:2020 年 1 月 20 日)。

³ 齊勇明，〈自由之家 2010 年度評定:中國不自由〉，《美國之音》，2010 年 1 月 13 日，參見 <https://www.voachinese.com/a/freedom-house-rating-20100113-81311157/459130.html>。(瀏覽日期:2020 年 1 月 20 日)。

⁴ 呂佳峻，〈自由之家:全球自由程度連續 10 年倒退〉，《新頭殼》，2016 年 1 月 27 日，參見 <https://newtalk.tw/news/view/2016-01-27/69693>。(瀏覽日期:2020 年 1 月 20 日)。

國瑜也以跳脫傳統藍綠糾葛，並以重振地方經濟為號召，使用淺顯易懂的宣傳言辭，成功地翻轉選情，順利當選高雄市長；以及新北市長侯友宜從警政署署長成功轉型為新興的政治人物，時至 2019 年上半年，臺灣首富郭台銘先生投入國民黨總統大選初選，亦為臺灣政壇掀起波瀾，表面上看來，這些非典型政治人物似乎只要言行貼近民意，或擁有獨特個人魅力就能博得廣大選民認同。其實，這些非典型政治人物崛起的背後，正透露的是民眾對傳統政治人物的不耐與不信任。東吳大學政治系劉必榮教授表示：「全球各地陸續出現多位不走傳統路線的非典型政治人物，這是在告訴大家，傳統的政治人物或是政黨，現在已經不能夠符合選民的需求，民眾希望可以透過『新的、不一樣的、有別於傳統的政治力量』來解決國家中內耗已久的問題。」⁵

我國自 1987 年解嚴開放後至今已過了三十餘個年頭，自由、民主、法治的觀念已深植大部份人民心中，並且經歷過三次的政黨輪替，顯見當人民體認到當前執政黨不符合人民期望時，將透由選舉的方式反映出其心聲；然而從臺北市長柯文哲的白色力量覺醒、國民黨總統候選人韓國瑜的庶民崛起亦或者是選擇擱置黨內總統選舉輔選、全力拚市政的新北市長侯友宜，意圖進軍政壇的全臺首富郭台銘皆反映出這類非典型政治人物成功在我國政壇上取得的高聲量，並可歸結出「臺灣選民喜歡新鮮面孔、去政黨化的政治人物」，「一選再選的老牌政客都不行了」。較明顯的例子即是 2018 年的市長選舉，民進黨推派當過「行政院長」、民進黨主席的老將蘇貞昌競選新北市市長，然

⁵ 張瀞文，〈全球政壇狂吹狂人風？跟傳統政客 SAY NO〉，《信傳媒》，2016 年 5 月 11 日，參見 <https://www.cmmedia.com.tw/home/articles/96>。（瀏覽日期：2019 年 6 月 28 日）。

而昔日號稱的「強棒」最後選舉結果卻大輸了政壇新星侯友宜 30 萬票。⁶

綜合上述，本研究動機為以下論點：

- 一、瞭解魅力型領導者的崛起與我國政治文化發展的關聯性為何？
- 二、瞭解非典型政治人物形塑的魅力特質與我國選民結構轉變的走向為何？
- 三、從我國非典型政治人物崛起的輿情⁷觀點下，瞭解我國政治文化發展面臨的挑戰為何？

貳、研究目的

以魅力型領導為號召的領導者所要追求的目標，是讓各個不同階層背景的追隨者，因認同領導者的個人魅力或其所形塑的願景，而願意追隨其腳步；現今，國際上許多國家皆有非典型政治人物崛起的案例，此一現象於世界各地遍地開花之成因，或許從歷史上的政治發展脈絡來看是有跡可循的。從古希臘時期所盛型的雅典式民主(直接式民主)到代議民主制的發展，公民的權力從自身轉移到少數政治精英或團體手中，而當權力的轉移並無法有效轉化為公民所期望之目標時，往往便會發生推翻當政者的情況；由另一個領導者或團體以其個人魅力或某特定目標為號召，凝聚追隨者意志以實現其政治理想。因

⁶ 李俊毅，〈非典型政治人物出頭天?2 份民調選民最愛他〉，《中時電子報》，2018 年 12 月 3 日，參見 <https://www.chinatimes.com/realtimenews/20181203001043-260407?chdtv>。(瀏覽日期:2019 年 7 月 2 日)。

⁷ 輿情。是指在一定的社會空間內，圍繞中介性社會事件的發生、發展和變化，作為主體的民眾對作為客體的社會管理者及其政治取向產生和持有的社會政治態度。它是較多群眾關於社會中各種現象、問題所表達的信念、態度、意見和情緒等等表現的總和。參見 <https://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E8%88%86%E6%83%85>。(瀏覽日期:2019 年 7 月 2 日)。

此探談非典型政治人物對我國政治文化發展之影響，便不能不談魅力型領導及其相關理論。

綜上所論，本論文研究主要目的有以下幾點：

- 一、解析傳統魅力型政治人物與非典型政治人物之差異性。
- 二、解析非典型政治人物對我國選民結構變遷及伴隨的投票意向改變之連動性。
- 三、進而解析魅力型領導對我國政治文化之影響。

第二節 重要名詞釋義

為使本研究範圍明確化，茲將本研究所涉及之重要名詞加以解釋如下：

壹、魅力型領導者(Charismatic Leader)

本研究所稱之魅力型領導者係指其領導魅力不是來自於職位或傳統的權威，而是來自支持者認為領導者擁有異常的品質，而心悅誠服地接受其影響，屬於此類型的領導者，不是人品超群就是能力優越，故其一言一行均有無限的魅力，無形中吸引他人追隨。

貳、典型政治人物(Typical Political Figure)

本研究所稱之典型政治人物為透過加入政黨，並藉由政黨培育，參與黨務或政務的歷練，出任地方及中央政府的政務官，或經由政黨提名參選地方或中央民意代表。

參、非典型政治人物(Atypical Political Figure)

本研究所稱之非典型政治人物為參政前非從事政治相關工作且無政黨奧援之政治素人或刻意淡化自身黨派並透過個人形象重新包裝之政

治人物。

肆、政治文化(Political Culture)

本研究所定義之政治文化係指社會成員對於政治事物的心理取向，其中包括對政治結構、政治程序、政治人物，以及對個人在政治體系中之角色的行為態度。

伍、投票意向(Voting Intention)

本研究所定義之投票意向係指選民在決定投票候選人對象時，因受到成長背景、政黨、教育、職業、意識形態、社會重大事件等影響，亦或者是候選人個人特質、所提之政見，而左右其最終選擇的人選。

陸、選民結構(Voter Structure)

本研究所定義之選民結構係指具有投票權力之公民因年齡、性別、教育、政黨偏好、統獨立場、省籍偏好等因素而組成之不同群體，群體比例之消長會隨著時代變遷、社會環境等因素改變。

第三節 問題與意識

從 2020 年我國的總統大選及立法委員選舉當中，可以觀察到在總統大選的得票數上，民進黨籍的候選人蔡英文雖然順利連任大贏了國民黨籍的韓國瑜 265 萬票(見表 1.1)；然而在不分區政黨票數上並沒有如總統得票數上有懸殊的差異，反而是呈現相近的票數，此一現象除了可以解釋選民並非全然滿意目前執政黨的執政成效，也代表了選民希望在國會中有更多不同的政黨達到監督的力量。2020 年第 10 屆立委選舉與上屆相比，扣除藍綠兩黨外的席次共增加了 4 席(見表

1.2)，可以顯示出我國政壇未來可能的「第三勢力」將不止局限於柯文哲所領軍的民眾黨，將會有更多以無分藍綠為號召的勢力崛起。

表 1.1 第 15 任總統(副總統)選舉候選人得票數比較表

第15任總統(副總統)選舉 候選人得票數

投票日期：中華民國109年01月11日

地區	姓名	號次	性別	出生年次	推薦政黨	得票數	得票率	當選註記	是否現任
全國	宋楚瑜	1	男	1942	親民黨	608590	4.26%		否
	余湘		女	1959					
	韓國瑜	2	男	1957	中國國民黨	5522119	38.61%		否
	張善政		男	1954					
	蔡英文	3	女	1956	民主進步黨	8170231	57.13%	*	是
	賴清德		男	1959					

資料來源：中央選舉委員會，

<https://db.cec.gov.tw/histQuery.jsp?voteCode=20200101P1A1&qryType=ctks>。(瀏覽

日期:2019 年 7 月 2 日)。

表 1.2 2016、2020 年各黨立委席次比較表

2016、2020各黨立委席次比較表格 	
2016	2020
民進黨：68席	民進黨：61席
國民黨：35席	國民黨：38席
時代力量：5席	台灣民眾黨：5席
親民黨：3席	時代力量：3席
無黨：1席	台灣基進：1席
無黨團結聯盟：1席	無黨籍：5席

資料來源：網路溫度計，<https://dailyview.tw/popular/detail/7579>。(瀏覽日期：2019年7月2日)。

藉由此次的選舉，也讓未來有意願參政的政治素人了解到以第三勢力扮演監督政府角色的可能性，就像臺北市長柯文哲所述「有沒有政黨不是問題，問題在於自己有沒有引領潮流，讓時局起風的實力」。⁸具有實力且能吸引追隨者的人未必要加入政黨，即使其具有政黨籍，在當前的選舉文化中也流行淡化政黨色彩，例如國民黨的韓國瑜、侯友宜以及民進黨鄭文燦、接任代主席的林右昌。這些政治人物亦都選擇強調其個人的魅力及做事能力，淡化傳統藍綠對立的操弄。

另一個非典型政治人物成功的案例即為我國第10屆立法委員-陳柏維，其原為「電影後期製作」工作者，擔任過電影後期製作、特效部專案經理、立體視覺總監等職務，於2018年初加入基進黨並在當

⁸ 林淑玲，〈社評：臺灣進入合縱連橫新政治〉，《中國評論新聞網》，2018年12月3日，<http://hk.cmtt.com/doc/1052/7/0/5/105270599.html>。(瀏覽日期：2019年7月2日)。

年參選高雄市三民區議員，雖沒有成功勝選，但其犀利、幽默的談吐風格且全程使用台語的親民方式，已讓外界對其留下深刻的印象。隨後又於 2020 年投入我國第 10 屆立委選舉，在外界普遍不看好的狀況下，於臺中第二選區憑藉自身的個人魅力最終贏過地方資源豐富的國民黨籍典型政治候選候選人顏寬恆，更再次說明了臺灣的選舉文化已無法遵循過往的模式前進，候選人的理念必須真正與選民產生更多的共鳴才有可能贏得選戰。

從上述可知過去將「政黨」當作保命符的選舉模式已逐漸不再流行，候選人必須形塑出自身特色、魅力及政治訴求，使追隨者產生認同並支持，才是贏得選戰的關鍵要素。由上述論述所產生本研究的主要問題與意識分述如下：

一、候選人的魅力特質與選民結構的組成及改變

擁有共同目標的人為了使目標能夠順利完成，藉由語言交流及相互學習來建立不同的價值觀之間的聯繫。並在交流與合作的過程當中形成了領導魅力，同時構建了一個有領導者和追隨者參與的系統，而這個系統又和外界環境的大系統之間相互影響、作用。再者，候選人不同的人格魅力將吸引不同的選民認同其領導風格，故藉由探討候選人所表現出的特質及其給予選民之願景，將有助於瞭解選民結構的組成及改變。

二、非典型政治人物的個人特質於選戰不同時期的網路聲量變化

非典型政治人物崛起時往往賦予追隨者一個全新的願景，追隨者希望其能改變長期積弊已久的政治文化，帶領追隨者脫離政治泥淖，

此時非典型政治人物往往以其個人特質或言語加強與追隨者之間的連結，提高支持的強度；然而隨著時間的變化，領導者若不能維持其魅力特質的獨特性，以滿足追隨者的願景需求時，將不易維持其在追隨者當中的聲望。因此本文將嘗試藉由探討 2018 年三組非典型政治人物的市長候選人於競選期間，隨著個人魅力特質改變或特別事件的發生伴隨而來的網路搜尋趨勢變化與同時段民調之關聯，瞭解非典型政治人物對我國近年選舉經營、選民投票意向等政治文化發展之影響。

三、候選人的網路聲量變化是否轉化為實際的選舉結果

近年來由於網路的興起與社群影音軟體的發達，選舉形態已從傳統的「陸軍動員造勢方式」，⁹逐漸轉移至「網路空戰」，¹⁰每位政治人物幾乎都有經營自己的粉絲專業以傳達自己的政治理念，不少過去沒有政治根基的網紅如呱吉(邱威傑)、陳揚也靠網路知名度在縣市議員的選戰中勝選，非典型政治人物柯文哲、韓國瑜更靠與網紅直播衝高人氣；¹¹以往以報紙或電視為主的新聞媒體也因為大眾閱聽習慣的轉變，多將經營重心轉移至網路平臺，因此候選人的網路聲量往往顯示出其在社會上的討論熱度，而如何透過社群、自媒體經營提高自身網路聲量以及將高聲量成功轉移至選戰的選票結果是目前大多數候選人在競選期間所重視的目標，空戰已成為未來選戰經營的主要趨勢。

⁹ 「陸軍動員造勢方式」係指選舉的傳統組織戰動員方式，諸如掃街拜票、掛旗幟競選海報、地方樁腳綁樁、政治人物互相站台及舉辦大型造勢活動等競選行為。資料來源：敖國珠、楊惠蘭，《我的世代我作主》(臺北市：時報出版社，2019 年)，頁 15。

¹⁰ 「網路空戰」係指選舉的新形態競選模式，透過網路社群經營、自媒體宣傳以及與網紅合作等方式，創造網路聲量，提高候選人討論度。資料來源：楊方儒、何渝婷、張詠晴，《2020 立委空戰學》(臺北市：Knowing 先知資訊，2019 年)，頁 32-33。

¹¹ 劉宛琳，〈政治網紅當道這些人靠空戰當選〉，《聯合新聞網》，2018 年 12 月 9 日。參見 <https://news.housefun.com.tw/news/article/396400214203.html>。(瀏覽日期：2019 年 8 月 4 日)。

第四節 研究途徑、方法與架構

壹、研究途徑

「所謂研究途徑，是指選擇問題與相關資料的標準，主要是指研究者對於研究問題（現象）擬從何種角度切入，進行觀察、歸納、分類與分析，去探討該主題與相關問題」。¹²自古以來，為了適應自然界的生活，人類逐漸演化為群居的動物，在一個團體中便會有領導者的出現，以統合團體內的意見及擬定該團體之目標，因此領導者的領導作為及風格對於一個組織或團體的發展有絕對性的影響，領導作為的優劣將決定該團體更加壯盛亦或者是走向衰亡。

本研究將以「領導研究」作為研究途徑。由領導研究之核心概念認為：「領導作用乃是領導者與被領導者之間的交互作用，而這種互動關係是發生在組織情境或團體歷程之中；領導的手段無非人格的感召、權力的運用與影響力的發揮，而領導的目的即是為了達成組織目標。」¹³本研究將以此觀點做為切入點，探討非典型政治人物崛起的政治文化背景與選民結構以及投票意向改變之交互影響現象。

貳、研究方法

研究方法是指蒐集和處理資料的方法。¹⁴在社會科學領域中，研究方法亦可謂一種應用工具，提供研究者得以客觀合理解釋探討現象的

¹² 朱宏源，《撰寫博碩士論文實戰手冊》（臺北市：正中書局，2002年），頁182。

¹³ 張瑞村，〈領導理論淺探〉，《隨意窩》，2006年2月15日。參見 <https://blog.xuite.net/kc6191/study/19651526-%E9%A0%98%E5%B0%8E%E7%90%86%E8%AB%96%E6%B7%BA%E6%8E%A2>。（瀏覽日期：2019年9月15日）。

¹⁴ 葉至誠，葉立誠，《研究方法與寫作》（臺北：商文化出版社，2011年），頁102-105。

科學方法，¹⁵進而對現象或問題尋求最終合理的闡述、解釋及預測。¹⁶

本研究經確認研究途徑後，決定採用計量分析法與質化研究法，作為此次論文的資料搜集方式：

一、質化分析法為主

本研究之質化分析將採用「文獻分析法」又稱檔案研究法 (Document Analysis) 來進行文獻資料的蒐整，文獻分析法係根據相同的研究主題及類別透過蒐集與主題相關的已存文獻資料進行檢閱來獲取所需的內容，¹⁷如官方文件、期刊、專書、書籍、研究報告、電子資料及報章雜誌等與研究主題相關的文獻做有體系性地分析及歸納，輔以國內外期刊雜誌以當作資料的來源地基礎。從文獻的內容中加以分析，進而描繪出結構和得到結論。¹⁸期能了解過去、洞悉現在和預測未來。¹⁹並透過學者對於研究議題的不同觀點、歷史脈絡演進、資料比較等方面進行綜整並加以分析及歸納，幫助本研究能更全面地瞭解及掌握研究主題的發展形勢，期能提高本研究的可信度及參考價值。

二、計量分析法為輔

「主要從總體來比較相似性及差異性，透過計量分析來比較適用對象、範圍和條件、應用案例、發展趨勢等方面的異同點，釐清各自特點、優勢與局限，為綜合方法的論證奠定基礎。」²⁰本研究將蒐集

¹⁵ 王玉民，《社會科學研究方法原理》（臺北：洪葉出版社，1994年12月），頁12。

¹⁶ 呂亞力，《政治學方法論》（臺北：三民書局出版社，1987年），頁76。

¹⁷ 張紹勳，《研究方法》（臺北：滄海書局，2004年），頁8。

¹⁸ David Nachmias, & Chava Frankfort-Nachmias, *Research Methods in the Social Sciences* (UK: Edward Arnold, 1976), pp. 132-139.

¹⁹ 葉至誠，葉立誠，《研究方法與寫作》（臺北：商文化出版社，2011年），頁102-105。

²⁰ James H. McMillan, Sally Schumacher 著，王文科編譯，《質的教育研究法》（臺北：師大書苑，

2018 年直轄市長選舉之網路搜尋趨勢、媒體民調及候選人最終得票數之相關數據進行分析，瞭解非典型政治人物對我國公民的世代變化以及選舉形態改變所呈現之具體表現。

因「Google Trends 搜尋趨勢」能分析欲比較之關鍵詞於特定時間內的趨勢值差異及變化，有利本研究瞭解候選人於同一時期網路聲量之高低，故選取「Google Trends 搜尋趨勢」作為分析工具。媒體民調部分，以「TVBS 民意調查中心」針對「2018 年直轄市長選舉」所做之民調為主。TVBS 民調中心係 TVBS 公司下轄之部門，不定期公布我國政治、社會、經濟、民生等議題之民意調查，且將民調數據公布於網路，因此利於本研究取得詳細之參考數據。

參、研究架構

本研究以魅力型領導的激勵理論為途徑作為研究觀點，探討我國政治文化從過去的典型政治人物及政黨對決的選擇轉化為非典型政治人物的崛起和政黨色彩的淡化，在選民投票意向、選舉結構改變下，以魅力特質為號召的非典型政治人物如何賦予追隨者共同的理念，通過融合追隨者認同和組織集體認同，實際將追隨者的支持動機最終反映為實際的選舉結果。並藉由分析 2018 年之縣市長選舉結果，瞭解非典型人物對我國政治文化發展之具體表現。

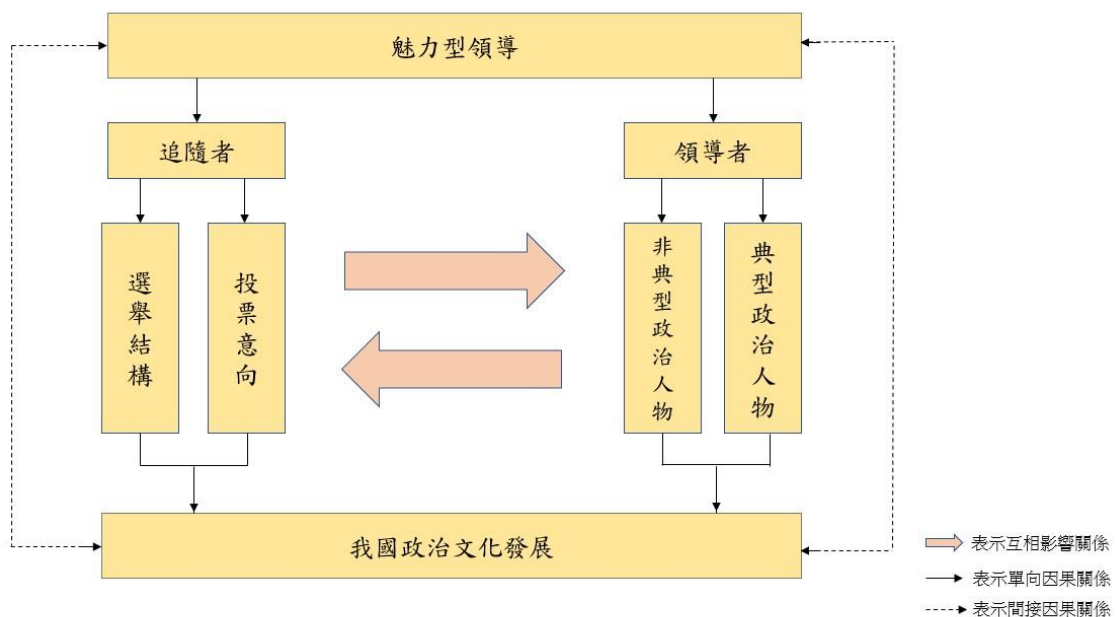


圖 1.1 魅力型領導對我國政治文化發展之影響研究架構圖

資料來源:筆者自行繪製。

第五節 研究範圍與限制

壹、研究範圍

研究範圍是明確界定研究者在論文所要「處理」的人、事、時、地、物，同時必須有充分理由解釋只觀察這一部分。²¹本研究主軸以探討非典型政治人物的魅力特質對選民投票意向之影響，及對於我國政治文化發展之關聯性與具體表現。

研究對象選取為非典型政治人物與我國選民，透過兩者在政治文

²¹ 羅清俊，〈如何讓博碩士論文更有說服力？〉，《「撰寫碩博士論文與投稿學術期刊」論壇》，2007 年，參見 <http://www.ntpu.edu.tw/~pa/admission/960106-1.pdf>（瀏覽日期：2019 年 9 月 17 日）。

化發展中，非典型政治人物如何藉由魅力成功吸引選民目光，建立追隨者個人與團體信念，且創造出不易撼動的支持地位，從中獲取實質的選票，探討我國政治文化在面對非典型政治人物崛起之下，候選人該如何因應衝擊及做出適當的調整。

在 2018 年九合一大選中，有許多非典型政治人物投入選舉，並取得亮眼之表現，又因在臺北市、新北市、高雄市的直轄市長選舉中，各自有典型與非典型政治人物作為候選人代表，利於本研究比較兩者在選舉中之表現，故本文選取其為主要研究範圍。

貳、研究限制

本論文以研究非典型政治人物影響我國政治文化發展為主題，在資料方面，鑑於非典型人物的崛起在我國政治文化發展中並不佔太長久的時間，因此將針對 2018 年縣市長選舉之非典型政治人物網路聲量及官方選舉票數資料為主要研究範本，配合網路資訊以及最新數據，作為本論文的參考資訊。再者，要深入了解我國與國際上非典型政治人物崛起之關聯性與差異性，礙於時間、人力與物力的限制下，無法到世界各地做深入調查，對於這些研究過程當中的諸多限制，筆者將透過網路獲取官方資訊數據以及國際針對非典型政治人物的相關研究以彌補相關的研究限制，並以客觀、中立、謹慎的態度進行研究。

第二章 文獻探討

文獻探討主要是讓研究者從文獻分析中瞭解過去、解釋現在與預測未來，進而使論文可以在研究中順利進行。²²本研究主要從魅力型領導理論探討非典型政治人物如何影響我國政治文化之發展，藉由了解非典型政治人物的人格特質具有何種魅力，進而影響社會大眾願意追隨其領導。故擬從歷史研究途徑的角度來探討過去史料與文獻部分，主要目的為探就魅力型領導之內涵與非典型政治人物之間之共同關係並進行文獻分析，從中探討我國政治文化發展過程中非典型政治人物的具體表現。

第一節 魅力型領導理論之內涵

「魅力」一詞最早來自於希臘語，原意是「天賦特質」，根據德國社會學大師韋伯(Max Weber)的定義，魅力即是領袖人物所具有的被他人視為非凡的品質，是以其追隨者的承認、信任、崇拜為前提的，其所表現的是一種社會關係。²³領導與魅力的結合方式有兩種形式，分別為領導魅力與魅力領導，在研究領導者魅力之前，必須將兩者區分開來探討，所謂的領導魅力是領導者在實踐其領導的過程當中通過其個人的風度、儀態、人格、能力、情感等因素形成的對被領導者的吸引力和凝聚力，具體則包含領導者自身的人格魅力、情感魅力、形象魅力、性格魅力等方面；而魅力領導即魅力型領導，則是一種領導行為的方式，是個人魅力與領導行為的結合，²⁴魅力型領導理論

²² 葉至誠、葉立誠合著，《研究方法與論文寫作》(臺北：商鼎文化出版社，2002年)，頁136。

²³ 張稼人，《超越權力-領導魅力縱橫談》(北京：京華出版社，1997年)，頁2。

²⁴ 張宇薇，〈魅力型領導之我見〉，《廣東工業大學學報社會科學版》，第6卷第4期，2006年，頁

(Charismatic Leadership Theory) 係指領導者透過其自身的魅力鼓勵追隨者並作出重大組織變革的一種領導理論。魅力型領導

(Charismatic Leadership) 就是「基於對一個個人的超凡神聖、英雄主義或者模範性品質的熱愛以及由他揭示或者頒佈的規範性形態或者命令」的權威。在這種權威類型下，具有魅力的領袖的特質超出了人們的日常生活，他將這種魅力 (Charisma) 定義為「存在於個體身上的一種品質，超出了一般人的標準，因而會被認定是超自然所賜，超凡的力量，或者至少是一種與眾不同的力量與品質」。這些品質普通人難以企及，往往被視為超凡神聖和具有模範性質，或者至少他們會將具有這種魅力品質的人視為領袖。由於這種魅力超出了人們的正常生活，所以它難以用理性、美學或者別的觀點加以解釋。例如：具有超凡魅力的人有化繁為簡的高超能力（如：馬丁·路德金用一句“我有一個夢想”即表達了背後無窮的深意）；其善於利用符號、類比、比喻以及故事進行溝通和交流。他無畏風險，是一個天生的樂觀主義者，他具有強烈的反理性、反傳統色彩，往往被視作異端。再者，魅力型領導能夠激發信心、信任和信仰，當然，這不是說由此而生的組織使命就是正確的、符合道德規範的、或是終將成功的。

第二節 魅力型領導理論之發展

壹、魅力型領導產生的背景

20 世紀 80 年代以前，人們處於“和平時期”，可以合理的預期許多事情，感覺舒適，並且能有效進行控制，這個時期的情形不外乎

以下幾種。第一，不需要太多的領導，需要的是強化管理。和平時期，當人們生活很有規律、很有秩序時，很多事情都會運行順暢，人們不會想到也不需要領導魅力，第二，不需要重大的變革。人們常會滿足於現狀，如果有變革通常也是對現有的體系進行漸進的調節。第三，魅力型領導的作用並不凸顯，由於沒有危機感和緊迫感，領導者不需要具有特殊的才能，也不需要感情上的支持者，他們僅僅是占據要位並擁有權力的人。²⁵

從 20 世紀 80 年代初開始，全球化來臨，競爭加劇，一些組織已經從“和平時期”轉到“戰爭時期”這時期的事情幾乎不可能進行準確的預見，或者無法控制。魅力型領導者的產生背景基於以下幾個方面，第一，時代變遷是魅力型領導者產生的外部環境。在新的環境下，領導者不僅要具備曾經在歷史上導致變革和進步發生的偉人所有素質，而且還要具備其他更多的能力，更為可貴的是要具備能夠成功領導一個組織穿越某個完全未知的、快速變化的甚至是反覆無常的地帶所需要的勇氣精神以及靈活性。第二，被領導者的心理需求是魅力型領導者產生的情感基礎，當世界處於驚慌狀態和未來不確定時，當人們正在經歷擔心、恐懼、不祥之兆和極度疲勞時，人們就在感情上需要領導者。他們需要領導者能夠信任，他們也堅信領導者能夠帶領他們克服困難，為他們引領光明的願景最終實現共同目標。第三，組織結構的變化是內部情境。我們發現組織結構越來越趨向於扁平化、虛擬化，對組織成員的限制和約束正在慢慢解除，把組織的目標變成

²⁵ 張宇薇，〈魅力型領導之我見〉，《廣東工業大學學報社會科學版》，第 6 卷第 4 期，2006 年，頁 37-38。

每個成員的願望已經不能用命令、強權、灌輸的方式了，而需要組織的領導者施以影響力來引導內化為每個人自己的願景。正如彼得·德魯克說過的那樣：領導是依靠價值的力量為人們創造理想，並使之付諸實現的活動。²⁶

貳、魅力型領導的認知準則

西方學者威爾弗雷德·德·萊斯(Wilfred de Rais)認為：領導魅力的形成不應該侷限於領導者的個人作用，它必須存在於互相聯繫、相互作用的系統中，是由領導者、被領導者、客觀環境三者互動形成的一個整體。²⁷以下按照時間的邁進關係，將領導魅力劃分成三個階段，並觀察領導者在領導魅力行為的實施中扮演了什麼樣的角色。

一、早期：個人化的領導魅力

此一時期的領導魅力被認為是領導者個人擁有之物，領導者可以領導他人是由於被領導者信服於他們的領導魅力。這種觀點傾向於特質論的研究，例如早期的偉人論中馬丁·路德金、甘地、肯尼迪以及林肯等都被認為是魅力型領導的典範。他們被認為是天生的傑出人才，憑藉這一優勢他們承擔一定的道德責任，而那些追隨者則在道德的約束下服從他們。在這種假設前提下，領導魅力的問題就自然而然的轉變為領導者個人品質的問題。顯然，這一概念在當時是明了和有效的。但隨著時間的發展，這種理論的弊端逐漸暴露出來。依據這種理論，追隨者是由於在感情信服領導者內在的品質與人格力量而遵從領導，那麼如果一旦失去情感這一和追隨者之間是一個相互影響的關

²⁶ 彼得·德魯克，《超越權力-領導魅力縱橫談》（北京：機械工業出版社，2005年），頁87。

²⁷ 威爾弗雷德·德萊斯，《卓越領導魅力》（上海：上海交通大學出版社，2002年），頁274。

係，追隨者的行為取向多憑藉領導者的影響力，而非過去領導者的命令；追隨者也有了自己的主觀能動性，而非完全依靠領導者的帶領。這種觀點有效的彌補了個人魅力的侷限，也為領導魅力及其產生提供新的可能。它打破了個人崇拜的狹隘魅力認識論，將魅力的內涵、外延及價值都加以擴大化。

二、近期:關係型領導魅力

關係型領導魅力產生於這樣的情境:共同工作的人們為了使工作能夠順利完成，通過對話和互相學習來實現不同的觀點、價值觀、信仰以及不同世界觀之間的聯繫。領導魅力屬於這樣一個社會體系，在這個體系中，人們以各種不同的性格、品質通過接觸、聯繫、合作、創作和共享而加入聯繫，並在交流與合作的過程當中形成了領導魅力，同時構建了一個有領導者和追隨者參與的系統，而這個系統又和外界環境的大系統之間相互影響、作用。個人沒有魅力，只有當人們參與到思考與行動的互動過程，領導魅力才會發生。領導者施展魅力的行為只是他在整個領導活動中某一方面的參與。現今大多數學者都傾向於這種觀點，也就是說領導魅力的產生、發揮是和領導者的行為特質、追隨者的特徵、情境因素都共處在一個大系統之中。

三、以魅力為素質核心的領導者優勢

「21 世紀領導者素質的核心是魅力」此一概念已經成為西方學者越來越認同的觀點。領導魅力是讓他人能夠以忘我境界追隨的影響力，它對組織、社會的各個方面都產生了積極的影響，具體表現為

(一)領導者以完美的形式展現自我，並和追隨者的價值觀、審美觀相

吻合。出於心理歸屬需要人們在社會生活中，總渴望把自己歸屬某一社會群體。而對於領導者來說，只有自己的能力在群體中得到表現和發展，才能產生自我滿足和歸屬感。

(二)領導魅力表現為一種強大的震撼力和向心力。領導者變革和創新的能力、對工作及下屬的關切、個人誠實守信等綜合條件是領導者魅力的源泉。在知識時代，注重專業知識的領導者更能讓被領導者心悅誠服，而領導者的道德品質、作風、人格等優秀品質也會為他帶來巨大的領導魅力。建立良好的情感關係，人們之間的吸引力和影響力會大大增強，因此，領導者容易在情感上與追隨者形成共鳴。

(三)領導者的魅力在工作中的作用是不可估量的。首先，它有助於增強和改善人際關係。富有較強魅力的領導者能讓自己與他人之間形成更融洽、更真誠的關係，從而獲得影響力。其次，它有助於感染他人。富有魅力的領導者善於展現自身魅力，他們或通過語言魅力對他人進行理性的說服和影響，或是以身作哲、身體力行感染他人。

四、魅力型領導之發展優劣

從產生的機制來看，領導魅力並不具有持久性，若不進行變革，它將走向毀滅。在組織創建之始，領導者可以被視為創業者，具有強大的能量，並且將其自信傳給下屬，與他們並肩作戰，使組織有能力生存下來。進入建設時期，創業者的信仰、價值觀和基本假設都會轉化為組織員工的精神規範。在這個階段，如果組織取得成功，而且成功歸因於領導者，那麼魅力型領導者就會隨之產生。他們全部的人格會植根於組織文化，人們為其魅力所吸引而積極工作。隨著組織進入

發展時期規模擴大員工隊伍也隨之老化魅力型領導者經常會在這個階段栽跟斗。因為他不想放棄領導權，起碼在感情上無法接受，所以他會經常下意識的創造組織流程，阻礙下一代領導者成長。這個時期的魅力型領導者如果仍然執迷於自身的魅力，不能認識到自身的侷限性，不能讓不同類型的領導者脫穎而出，那麼組織的優勢將會成為劣勢，組織也將走向毀滅。

第三節 魅力型領導理論之類型

魅力型領導方式代表了一種領導模式，這種模式能夠使組織機構擺脫困境，²⁸康格(J. A. Conger)等人認為魅力型領導方式(Charismatic leadership)指得是領導者主要通過調動追隨者對願景在情感上的承諾，與一系列價值準則的共享等途徑來影響追隨者。²⁹時至1990年代末，研究者對魅力型領導方式進行了廣泛的實徵性研究。而大多數研究都是驗證三個理論模型，分別為貝斯(Bernard M. Bass)的變革型領導方式、康格與卡納果(Kanungo)的行為模型以及豪斯(Robert House)和沙米爾(Boas Shamir)的魅力型領導方式。³⁰

壹、貝斯的變革型領導方式(Transformational Leadership)

貝斯在伯恩斯(James McGregor Burns)的變革型領導的概念的基礎上提出變革型領導理論，從領導者對追隨者的影響方式和內容來定義變革型領導行為。³¹其核心是變革型領導激勵追隨者認同和實現超

²⁸ Jacobsen C. House RJ, "Dynamics of Charismatic Leadership: A process theory, Simulation model, and tests," *The Leadership Quarterly*, Vol. 12, No. 1, 2001, pp. 75-112.

²⁹ Conger JA. Kanungo RN, "Towards a Behavior Theory of Charismatic Leadership in Organizational Settings," *Academy of Management Review*, Vol. 12, No. 4, 1987, pp. 637-647.

³⁰ Conger JA, "Charismatic and Transformational in Organizations: An Insider's Perspective on These Developing Streams of Research," *Leadership Quarterly*, Vol. 10, No. 2, 1999, pp. 145-176.

³¹ Bass BM, *Leadership and Performance Beyond Expectations* (New York: Free Press, 1985)

出他們期望的績效。

為了達到目標，有三個主要的領導過程

- 一、提高追隨者對設定目標的重要性和價值以及實現方法的認識。
- 二、誘導追隨者為了集體的目標和利益超越自私自利的狹隘思想。
- 三、通過領導行為來激發目標和滿足追隨者高層次的需要。

魅力在該模型中的地位是顯著的，貝斯從領導者行為(如角色模範)和追隨者的反應(如信任、尊重以及崇敬領導者的能力等)兩方面來定義魅力，並將它作為一個獨立的成分。³²

貳、康格及卡納果的行為模型(Behavior Model)

康格和卡納果認為魅力是一種性格現象。當追隨者基於與領導者的相互作用而了解並認同其領導時，領導者就會在自願的基礎上發揮作用，魅力型領導便會存在於這個過程中。在組織機構中，人們所觀察到的領導行為可以被其追隨者解釋為是魅力品格的表現。正是基於以上觀點，康格提出魅力型領導的階段模型。³³其核心是在魅力型領導方式形成的三個不同階段中追隨者所察覺到的魅力型領導的行為維度。

- 一、第一階段，環境評價:魅力型領導者評價當前的環境情境特徵，了解追隨者的能力需要和滿意水平等。
- 二、第二階段，願景形成:通過環境評價形成關於組織未來的戰略性方向。
- 三、第三階段，執行:領導者確定所選擇的戰略方向並且策畫實現預

³² Bass BM, Avolio B, *Transformational Leadership: A Response to Critiques* (New York: Academic Press, 1993), pp. 49-83.

³³ Conger JA, Kanungo RN, *Charismatic Leadership in Organizations* (Thousand Oaks: Sage, 1998)

定的目標，表現出更多的個人冒險及犧牲，進一步形成追隨者的信任。

參、豪斯和沙米爾的魅力型領導方式(Charismatic Leadership)

豪斯認為魅力型領導在領導過程會出現以下的特徵：闡明目標、豎立角色模範和個人形象、激發他人的積極性。³⁴後來的研究者在此基礎上做了改進和補充。最有影響的是沙米爾和豪斯提出基於自我概念的激勵意義假設，解釋魅力型領導者如何使追隨者的動機與相關聯繫的自我概念發生作用。³⁵理論包括四個部分

- 一、領導者行為。
- 二、對追隨者自我概念的影響。
- 三、對追隨者的進一步影響。
- 四、領導者產生魅力影響的激勵過程。

該理論的核心是魅力型領導通過影響追隨者的自我概念而對其進行激勵，並提出領導者通過角色模範和框架線形成對追隨者產生影響的五個激勵過程。³⁶

肆、領導模型之比較分析

通過比較以上三種理論模型研究者發現三個模型在領導行為方面有很多的重疊和交叉。三者都描述了相同的行為成分：激勵、願景、智力激發、角色模範、滿足需求等，也都強調願景在提供方向和意義

³⁴ House RJ, *A 1976 Theory of Charismatic Leadership* (Carbondale: Southern Illinois University Press, 1977), pp. 189-207.

³⁵ Shamir B, House R, Arther MB, "The Motivation Effects of Charismatic Leadership: A Self-Concept Based Theory," *Organization Science*, Vol. 4, No. 4, 1993, pp. 577-594.

³⁶ 何銓、葉余建、馬劍虹，〈魅力型領導方式研究綜述〉，《人類功效學》，第 11 卷第 4 期，2005 年，頁 68。

方面的作用；雖然沙米爾的模型中願景的內容是根據追隨者的自我概念而定的，高期望交流的目的是授權和產生高的任務承諾，貝斯的智力激發維度即是指領導使追隨者關注組織的任務，在康格的模型中，魅力型領導同樣採用智力激發行為。

三種模型皆描述了授權行為，變革型領導模型中的個別化關懷包括鼓勵和支持員工，信任和尊重員工。領導的作用旨在建立員工的自信，促進個人發展。這些行為和結果本質就是一種授權，其他兩個模型中也有相似的論述。

同時，三種模型仍存在著一定的差異，在領導行為影響過程方面，康格的理論模型強調追隨者對領導的行為感知而影響追隨者的行為，影響過程中強調領導者的特徵，該模型認為追隨者對領導的認同，從而使其價值觀和願景受到內化；貝斯的模型聚焦於領導者使任務和目標對追隨者有吸引力的能力，在影響過程中，變革型領導能激發和滿足追隨者的高層次需求，從而產生高的組織承諾和績效，當領導者在鼓說任務的優勢時，目標也能發揮同樣的作用；而沙米爾的模型和貝斯的模型有一定的相似之處，沙米爾的模型強調領導行為能增強追隨者自我概念中的集體認同以及其他價值觀。

總而言之，此三種模型皆代表了魅力型領導領域的穩定模式，他們描述的行為維度得到多數研究者的共識，且隨著研究的愈深入也愈加成熟。最重要的是各理論之間存在著相互影響的關係。³⁷

在大部分時空背景中，魅力領導者的光環並非依靠自我吹噓，而

³⁷ 何銓、葉余建、馬劍虹，〈魅力型領導方式研究綜述〉，《人類功效學》，第 11 卷第 4 期，2005 年，頁 68。

是必須從群眾擁戴的力量而來。印度國父甘地與德國納粹領袖希特勒皆是非常典型的魅力型領導者，雖然兩人在道德立場上截然不同，但均能透過個人的魅力號召群眾，並促使追隨者作出重大的改變。美國前任總統奧巴馬也被廣泛認為是魅力型領袖。而現任美國總統川普，無論其在競選期間或當選後，行事風格一直飽受爭議，然而自他競選總統開始，其所展現的高度自信，有別傳統及特別的個人形像，仍然受到許多選民的支持。由此可見，領導者能夠透過對支持者的天然影響力、吸引力、感染力和而受到群眾廣泛支持，將是成功的一半。



第三章 魅力型領導與非典型政治人物之關聯性

魅力型領導，是二十世紀七十年代產生的新興領導學理論，係指領導者利用自我因素吸引追隨者的一種行為方式，能夠有效提高追隨者工作績效，對於變革中的組織具有重要的借鑒指導意義。³⁸而魅力型領導者的出現有一個情境因素，大多出現在危機動盪時期，對企業而言，初創期和企業變革期最有可能出現魅力型領導者，從而能夠帶領企業走出困難、步入更大的發展³⁹；對於國家而言，在動盪不安的時期，也常會有個人魅力非凡的政治領袖或強人政治的出現，而這類型的魅力型領導者又可以將之區分為典型(傳統)或非典型政治人物，本章將對典型、非典型政治人物之比較詳細敘明。

第一節 典型與非典型政治人物之定義與形象塑造

壹、典型政治人物之定義與形象塑造

一、典型政治人物之定義與形象

政治人物一詞是指以參與政治為其職業，或積極涉入公共事務或政治活動的人，無論其參與的動機是社會或國家利益，亦或者是私人或黨派利益。⁴⁰現今民主政體下，職業性政治人物常藉由加入或組織政黨、或實際參與選舉，以爭取在政府中擔綱職務；⁴¹這群人在英文

³⁸ 可為商學院，〈馬雲、喬布斯都推薦的魅力型領導力，究竟有什麼神奇之處？〉，《商業新知》，2019年12月12日，參見 <https://www.shangyexinzhi.com/article/details/id-364208/>。(瀏覽日期:2020年1月12日)。

³⁹ 曉楓說，〈突變的超強領導者！以馬雲為例，談魅力型領導者的四大特質〉，《商業新知》，2019年10月1日，參見 <https://meet.bnext.com.tw/articles/view/45506>。(瀏覽日期:2020年1月12日)。

⁴⁰ 維基百科，〈政治人物〉，《維基百科》，2019年11月1日，參見 <https://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E6%94%BF%E6%B2%BB%E4%BA%BA%E7%89%A9>。(瀏覽日期:2020年1月12日)。

⁴¹ 安東尼·唐斯，《民主的經濟理論》(上海：上海人民出版社，1957年)，頁36。

中稱為「politician」，其所扮演的是一種社會角色。而政治人物的廣義概念也包括了民主政體外其他各種政體的政府首腦、政黨或軍事領袖等，或其他政權中的重要人物。一般來說，曾經擔任過政府主要公職的人都會被定義為政治人物。

職業性政治人物擔綱政府職務的管道，一般是以通過執政黨的引薦成為政務官，或者是自身投入選舉，為公民擢升為「代議士」。「代議士」的產生背景，相對於公民直接涉入政治事務的「直接式民主」，代議式民主的基本理念在於：「由代表行使人民意志，將可簡化政治的運作」。⁴²其運作方式是由公民透過特定方式選出代表，藉以表達理念，使其在政治與政策過程中受到應有的注意。由於現代民主政體的規模（諸如：人口數量、領土面積），已經超出直接式民主所可以負荷的範圍，無法讓所有公民都親自參與所有的公共事務，因而產生了代議式民主。

在上述的背景下，可以認知出一位典型政治人物的培養，不外乎是透過加入自身所認同的政黨，並藉由政黨的培育，參與黨務或政務的歷練，出任地方及中央政府的政務官或民意代表培養自身的參政經驗，累積自身在地方或全國的知名度。

而政治人物的知名度則取決於其在媒體的曝光多寡和其在地方深耕所累積的選民印象，政治人物的形象建立對於現今選舉而已，是選戰期間相當重要的一環，在社會科學領域中，政治人物的形象研究亦著重在形象建構與政見議題的關係。政治人物的形象對於其在選民支

⁴² 陳亮宇，〈代議士代表著誰？黨意凌駕代議政治？〉，《菜市場政治學》，2014年8月2日，參見 <https://whogovernstw.org/2014/08/02/liangyuchen1/>。（瀏覽日期：2020年1月12日）。

持度的表現有著密不可分的影響，許多相關的研究亦指出選民許多時候是根據政治人物的形象進行投票，而非其所屬政黨作為投票的參考依據。⁴³

二、典型政治人物之形象塑造

政治人物的形象認知在美國多年來已經有許多研究。學者尼莫與薩維奇認為形象是一個主觀的概念，選民透過人、事、物等映射出符合其認知的層面。⁴⁴學者丹·海恩(Dan Hahn)與露絲·戈查(Ruth Gonchar)在選舉議題的研究上，發現選民對於政治人物的形象認知，是由群眾本身的人格特質和互動模式而形成的。⁴⁵另外學者鮑文斯(Bowes)與史特倫茲(Strentz)認為政治人物形象的形成和變化的過程，是依據其所營造的個人特質和關注議題而在群眾心中形成特定的印象。⁴⁶學者希爾斯(Sears)也表示對於群眾而言，政治人物的形象塑造相較於外在事件更顯重要，其意味著群眾對於政治人物的主觀認知許多時候往往出自政治人物所用心經營的形象，相反地，和政治人物相關的事件報導則較無興趣關注。⁴⁷

⁴³ Balmas, M., & Sheafer, T., 2010. "Candidate Image in Election Campaigns: Attribute Agenda Setting, Affective Priming, and Voting Intentions," *International Journal of Public Opinion Research*, Vol.22, No2, pp.204-229.

⁴⁴ Nimmo, D. D., & Savage, R. L., 1976. *Candidates and Their Images: Concepts, Methods, and Findings*. Goodyear Publishing Company.

⁴⁵ Hahn, D. F., & Gonchar, R. M., 1972. "Political Myth: The Image and the Issue," *Communication Quarterly*, Vol.20, No 3, pp.57-65.

⁴⁶ Bowes, J. E., & Strentz, H., 1978. "Candidate Images: Stereotyping and the 1976 Debates," *Annals of the International Communication Association*, Vol.2, No 1, pp.391-406.

⁴⁷ Sears, D. O., 1983. "The Person-Positivity Bias," *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.44, No 2, pp. 233.

許多研究也認為政治人物的競選政見並非決定選舉結果的主要因素，候選人的個人形象才是最重要的關鍵，大眾對於其人格特質的感興趣程度，明顯地超過政治議題層面。對於政治人物的人格特質表現，學者金德(Kinder)也提出了由於人格特質的穩定性，其提供大眾對於政治人物日後的決定具有參考性的作用，同時也能衡量政治人物將來的領導風格。⁴⁸在選舉形態的演變上，群眾的投票意向也從過去以政黨為主要的考量，演變為著重在政治人物本身的人格魅力上，在選舉過程中，政治人物本身成為了選舉的主體，而政黨的影響力則日漸下降。⁴⁹由此可知，對群眾而言在選舉過程中政治人物的形象建立，具有極重要的選舉參考價值。

我國在選舉研究中也有許多關於政治人物形象的研究。我國政治學者陳世敏曾經在研究中指出政治人物所代表的個人形象係指其在選民心中所具備的立場、特質、政見所持有的一種認知或態度，在研究中亦顯示候選人的形象差異確實會影響到選民最終的投票意願。⁵⁰金溥聰針對1994年臺北市長選舉的研究中指出，政治人物在報章媒體中呈現的個人形象對於選民的支持具有相當的影響力，⁵¹無論是媒體或是選民，對於候選人個人特質的興趣，皆遠大於候選人自身的政黨立場，亦就是說，在我國選舉中政治人物的形象相較其所屬政黨的形象更加受到關注。

有關於政治人物的形象分析，研究生陳信助在其研究中發現政治人

⁴⁸ Kinder, D. R, 1986. "Presidential Character Revisited," *Political Cognition*, Vol.19, pp. 474

⁴⁹ Rahat, G., & Sheaffer, T, 2007. "The Personalization of Politics: Israel, 1949–2003," *Political Communication*, Vol.24, No 1, pp.65-80.

⁵⁰ 陳世敏，〈候選人形象與選民投票行為〉，《新聞學研究》，第46卷，1992年，頁151-167。

⁵¹ 金溥聰，〈報紙的形象設定效果研究-以民國八十三年臺北市市長選舉為例〉，《新聞學研究》，第55卷，1997年，頁203-223。

物的形象大致上可區分為「與政治相關」及「與政治無關」兩個層面的特質，前者包括了解民眾的需求、值得群眾信任、具有國際觀、操守清廉、領導能力、解決問題的能力等七項，後者包括群眾魅力、親和力及領袖特質等三項。⁵²王嵩音則在研究中將政治人物的形象定義為包括理解群眾需求、具有服務熱忱、清廉不貪污、值得信賴、執行能力佳等五個面向。⁵³由上述研究可見，典型政治人物形象的呈現大多與政治事務息息相關，並且著重在政治人物的操守品格與行政能力上，其個人的言行舉止都在既有的框架範圍內，且大致上符合社會群眾對於政治人物的期待。

關於政治人物的形象建立，延續過往的文獻整理可歸納為以下四類：

(一)候選人決定論 (Candidate-Determined Principal)：由於選民習慣依據政治人物所呈現的個人特質去評估候選人的形象，因此政治人物會刻意塑造形象以凸顯其個人特質，並藉由平臺傳播影響在選民心中的形象。

(二)認知者決定論 (Perceiver-Determined Principal)：選民對於政治人物會產生既有的立場及政治偏見，因此會對政治人物採取選擇性的認知，在認知順利發展的前提下，發展出與自身理念相近、沒有衝突的形象評估。

(三)媒介決定論 (Media-Determined Principal)：此一理論又稱為「刺激決定論」(Stimulus-Determined Principle)。其認為傳播媒體所提供的資訊是閱聽人獲取政治訊息最直接的管道，因此閱聽人相當容易受傳播媒體訊

⁵² 陳信助，2000 年。《候選人形象研究-以兩千年總統大選候選人連戰、宋楚瑜、陳水扁為例》。臺北：淡江大學大眾傳播學系碩士班論文。

⁵³ 王嵩音，〈臺灣選民媒介使用對於候選人形象與評價之影響-傳統媒介 vs.新媒介〉，《傳播與管理研究》，第 10 卷第 3 期，2010 年，頁 36。

息的影響，進而形成對政治人物的形象認知。

(四)記者決定論 (Medium-determined Principle)：選民對於政治人物的形象認知某一部分是來自於記者所撰寫的新聞或社論，其所報導的方向，也是影響選民認知政治人物形象的關鍵因素。

在政治傳播的研究範圍當中，媒介決定論與候選人決定論相互呼應，傳播媒體在塑造政治人物形象的過程中扮演著重要的角色，不同型態的傳播媒體擁有不同的受眾及呈現方式，政治人物亦因傳播媒介的不同特色與功能而選擇傳遞特定的政治訊息與形象塑造。

自我國解嚴開放後，在競選過程中，時常可見候選人應用文宣品或傳播媒體的廣告強調其個人特質，刻意營造特定的形象以謀求選民對其的信任和認同度；然而典型政治人物透過傳統的傳播媒介傳遞其個人形象給予群眾的做法，是否依然適用於現今的選舉氛圍，則有待更多的研究驗證。

貳、非典型政治人物之定義與形象塑造

一、非典型政治人物之定義與形象

近幾年來，國際政壇上許多「非典型」的政治人物相繼出現，其產生的國內社會背景大致上包含了政治動盪、經濟發展緩慢、民眾對生活現況普遍不滿等因素，在這樣的狀態下，人民把重振國家的希望轉託在政治素人或政治強人身上，期盼藉由他們帶領國家走出低谷。美國密西根州大政治所博士候選人陳方瑀分析：「非典型的政治人物增加，選民對傳統大黨失望是一定的，這是全球普遍的現象，也不只有臺灣，這個結構性因素在於貧富不均，人們對未來愈來愈沒有希望，在這種狀況下，訴

諸情感、信任、反傳統菁英的政治人物就容易崛起。⁵⁴他們的參政背景有別於傳統政治人物以加入黨派累積參政經驗為出發，多以無黨籍或刻意淡化自身黨派為操作，藉由區隔舊有的政黨刻板印象增加在選民心中的信賴度。

社會群眾對非典型政治人物的定義大多為政治素人出生，在決定投入選舉前的工作也大多與政治無關，例如我國第 13 屆北市議員邱威傑在當選市議員前的工作為「網紅」⁵⁵；屏東縣議員蔣月惠當選議員前為屏東資深身心障礙社團服務志工，這些新興的非典型政治人物的共同點皆是未曾藉由政黨的培育而嶄露頭角，並依靠自身的個人形象或核心價值吸引選民信任，最終贏得選戰。而另一類的非典型政治人物則是傳統政治人物藉由個人形象的重新包裝成功轉型而來，例如法國總統馬克宏、高雄市長韓國瑜等，皆是原先已擁有黨籍並參政的人士，經過刻意淡化黨派或與原先黨派劃清界線等手段，搭配營造親民、廉潔等清晰個人形象，進而獲得更高的支持度。

然而也有許多非典型政治人物投入選戰後並未取得亮眼的成績，諸如臺南市長參選人林義豐、臺北市長參選人李錫錕和吳萼洋等人，臺北市議員邱威傑如此解釋：「最大的差別即是非典型候選人有沒有核心價值、有沒有理念，並且能用一句強而有力的標語將其完整傳達。」⁵⁶近年

⁵⁴ 李桐豪，〈非典型政治人物興起全因選民對藍綠失望〉，《鏡周刊》，2019 年 1 月 1 日，參見 <https://www.mirrormedia.mg/story/20181228pol004/>。(瀏覽日期:2020 年 1 月 19 日)。

⁵⁵ 網紅。全稱為網路紅人，是指因網路而出名的人物，或者是透過經營社群網站或影音網站提升自己的知名度，並且以此為業的人物。網際網路使得人們可以與世界各地的觀眾接觸，並因此在一至數個虛擬社群中累積知名度並獲得名聲。網路紅人因此而聲名大噪的現象稱為網路爆紅。參見 <https://zh.wikipedia.org/wiki/>。(瀏覽日期:2020 年 1 月 19 日)。

⁵⁶ 李桐豪，〈2018 年度風雲人物，進擊的政治素人〉，《鏡周刊》，2019 年 1 月 1 日，參見

選舉有許多成功的口號「今日香港、明日臺灣」、「貨出的去，人進得來，高雄發大財」、「垃圾不分藍綠」等，這些口號聽起來平易近人，且能與理念相近的選民產生相同共鳴，在競選過程中每喊一次口號，便如同催眠般，將候選人欲表達的政治理念深根蒂固的傳達至選民心中。候選人必須用一句話敘述完一個故事、理念，議員邱威傑參選時主打的一句話即是「民主開箱」，其傳達的競選理念「要把政治剝一層皮，看看底下的血肉與器官到底長什麼樣子，讓舊時代的秩序與掌權者，從舒服的椅子上摔下來」⁵⁷；蔣月惠議員參選的初衷是為了填補身心殘障者服務協會所需的龐大開銷，而投入屏東縣議員選舉，希望能獲得一票 30 元的選舉補助金。然而，因其沒有政黨資源和地方派系的支持，缺乏任何媒體及文宣品的宣傳，連續三次地方選舉皆以敗選收場。而在其堅持下，最後於 2014 年以「0 元選舉」的競選型態成功贏得選民信任，當選屏東縣議員，打破過往選舉必須投入大量金援的刻板印象，其競選時常向選民喊話的一句話：「這 1 票 30 元可以幫助羅騰園，我幫你做功德，幫你迴向！」藉此讓選民了解其參政的主要理念，塑造其為公益獻身的個人形象。

二、非典型政治人物之形象塑造

近年來全球許多非典型政治人物受到群眾的矚目並挾帶著高人氣贏得勝選。諸如商人跨足政壇，首次參與總統大選即當選的美國總統川普；由於人民厭倦左右兩大黨而迅速崛起的法國史上最年輕總統馬克宏；主打改革

<https://www.mirrormedia.mg/story/20181228pol001/>。(瀏覽日期:2020 年 1 月 19 日)。

⁵⁷ 邱威傑，〈民主開箱，未來城市〉，《市議員候選人邱威傑競選專頁》，2018 年 9 月 25 日，參見 <http://www.froggy.tw/unbox>。(瀏覽日期:2020 年 1 月 20 日)。

政府貪腐、法治不足等陋習，行事風格充滿爭議性，且具有強人性格的菲律賓總統杜特蒂；因深感政府選擇性辦案遭受不公平待遇，而決定脫下白袍投入政治的臺北市長柯文哲等人，這類非典型候選人成功贏得選戰的背後通常有一套有別以往的勝利方程式，大致包含下列四項特質：勇於展現自我真實面貌、個人品牌形象清晰脫俗、競選口號簡單易懂富共鳴性、擅長自媒體及社群軟體經營。

非典型候選人的形象塑造就如同行銷商品，商品定位在選戰過程中扮演非常重要的角色。以下將研析幾位非典型政治人物的定位方式，探討候選人定位對形象建立之重要性。

(一)個人品牌定位－不改變候選人的個人本質，發掘與選民產生共鳴的獨到之處

「定位」為行銷學最重要的發明之一，1972 年行銷大師 Al Rise & Jack Trout 提出此一概念並強調：定位的基本原則不在於改變商品的本質，或者發明新奇的創意，而是能理解消費者的內心世界，並試圖將其內心世界與行銷者的世界相結合。⁵⁸同樣道理也可應用在候選人的個人品牌定位。身為競選戰場上的商品，候選人不容易扭轉自己的人格個性、出生背景、政黨傾向、政治理念等，但如何理解選民的內心世界，並找到可產生共鳴的獨到之處，且產生相關性，方能受到選民青睞。即是候選人建立品牌定位的基本道理。至於如何找到獨特的共鳴之處，候選人主要能從三個設定出發，分別是：我是誰（候選人個人特質）、我為誰支持（主要支持者）、為什

⁵⁸ 艾·里斯，傑克·特勞特，〈定位理論〉，《MBA 智庫》，2014 年 8 月 2 日，參見 <https://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E5%AE%9A%E4%BD%8D%E7%90%86%E8%AE%BA>。(瀏覽日期:2020 年 1 月 14 日)。

麼支持我（競選理念政見）。

1.我是誰—從候選人特質找形象定位

從「我是誰」的概念出發找尋品牌定位，是大部分候選人最輕易上手的辦法。近年來全球政壇最著名的案例，非法國總統馬克宏莫屬。這位法國最年輕的總統，出身於法國國家行政學院和巴黎政治學院，也曾任職過執政黨的經濟部長，是法國典型的精英份子代表。但當其預見了法國社會氛圍的轉變後，果斷選擇脫黨並創立新的政黨，一舉分清楚與傳統政黨之間的界線，亦代表在政治圈中做出品牌區隔。競選團隊並依照馬克宏的個人領袖特質，將其形塑成一位有活力、青春洋溢、態度樂觀且積極的候選人，並強調「我是一個工薪階級和中產階級的總統候選人」，藉此希望創造與基層選民的連結。⁵⁹

而對於外界可能會投以異樣眼光看待的師生戀，馬克宏也選擇「坦然面對做自己」，並繼續強化其個人品牌形象。在選戰初期，馬克宏便選擇公開與妻子兩個人的結婚經過，並刻意安排其接受媒體採訪與增加曝光度。這樣看似八卦新聞的報導，卻對馬克宏的形象有不少的加分，讓選民認為其是一位很真實的候選人，並且贏得不少女性選票。

我國成功透過個人特質包裝而重新出發的非典型政治人物代表，則必須提到韓國瑜於2018年睽違政壇17年後再次投入高雄市長選戰，其以「一瓶礦泉水，一碗滷肉飯」為號召經營選戰，除了告訴社會其不依靠國民黨奧援，與傳統國民黨的形象作出區隔，並營造出廉潔的競選風格。在競選期間，也不避諱地提及其曾經有許多脫序的行為和使用大量貼近大眾生活

⁵⁹ 黃維德，〈經濟學人：馬克宏，抓住了民眾的幻滅知情〉，《天下雜誌》，2014年5月9日，參見<https://www.cw.com.tw/article/article.action?id=5082372>。（瀏覽日期：2020年1月16日）。

的語詞，便是要強化選民心中平易近人的「庶民代表」形象，與傳統政治人物給大眾高高在上的疏離感有明顯差異。

2.我為誰支持－從支持者的角度找尋形象定位與溝通方式

從支持者的偏好找尋候選人定位，也是另一種常見的方式，特別是應用於非傳統政黨候選人。柯文哲於2014年參選臺北市長時以「白色力量」為競選訴求即是一個很好的案例。白色一方面代表其醫師的身分，另一方面也希望藉此博取中間選民的認同感—象徵既非國民黨的藍色，亦不屬於民進黨的綠色，而是代表乾淨清白的政治素人。柯文哲所塑立的清晰定位，成功吸引了已經厭倦我國政壇長年藍綠惡鬥的選民，以及力求改變的年輕支持者族群。

另外一個成功的案例即是第44任美國總統歐巴馬。為人耳目一新的是其最早開始運用「網路社群媒體」經營選戰。在競選期間，他就擅長以推特發文吸引民眾注意。在當選之後，更善加利用數位社群媒體的力量，於平臺上發表年度國情諮文。在直播尚未流行於網路時，更史無前例的利用特別的技術方式，線上直播「與總統的 Hangout 公路旅遊」(Presidential Hangout Road Trip)。這不只是一場線上的對談而已，而是以美國總統「年度國情咨文」演說為活動的主軸，希望努力提高群眾對國家政策的了解程度及增進政治參與感。

在連續辦了三年之後，歐巴馬還選擇三位年紀橫跨20歲到50歲網紅，對談年度國情咨文，並透過Youtube平臺放送給目標族群。透過明星網紅的影片頻道，以及超過140萬追蹤人數，白宮得以網羅不同年齡族群，讓更多人關心政策。

3. 為什麼支持我—設定方向正確的政策主軸

除了成功的形象定位外，候選人的政見是贏得選票相當重要的關鍵，也是能突顯候選人品牌定位的好方式。在國際政壇上，加拿大有史以來第二年輕的總理賈斯汀·杜魯道即是一個顯著案例。其是出生於政治世家的「政二代」，父親曾經擔任過加拿大總理，但他的年齡、外貌與出生背景，總是被競爭對手詬病為虛有其表且缺乏參政經驗。因此，杜魯道花費許多心思於溝通政見上，希望讓更多支持者認同其所主張的政策方向。以「真正的變革」(Real Change) 做為政策理念，在對外的國家政策上，希望帶領加拿大重回世界舞臺，並選擇燙手山芋的難民議題，希望接納 2 萬 5000 名敘利亞難民，以及推動溫室氣體排放減量等措施，讓全球感受到加拿大的人道精神與善盡地球公民的責任；對內的國家政策，則以非常明確的經濟與財政政策為主打，如對富人增稅 1%、對中產階級減稅、增加赤字預算、維護原住民權益等。其甚至主張推動一些有別以往的政策議題，例如主張安樂死，以及大麻合法化等，更清楚地塑造其與典型政治人物的品牌差異性。在清楚的政策主軸，以及杜魯道個人善於溝通政策的努力之下，支持率漸漸提高，並超越新民主黨與保守黨，最後成功獲得民眾支持進而贏得選戰。

對候選人而言，上述三種定位方式，為品牌形象塑造的思考架構。在激烈選戰中，候選人可以交互的運用，並不只侷限於單一運用某定位方式。舉例來說，柯文哲 2014 年白色力量的形象定位就反應了「我是誰」與「我為誰支持」這兩種定位思考結合的產物。又或者 2018 年參選高雄市長時的韓國瑜自許為「賣菜郎 CEO」的身分，並持續強調「讓北漂者回家就業」

的政策理念，就是結合「我是誰」與「為什麼支持我」的選舉操作。

無論是運用那一種方式塑造形象，品牌定位主導了選民對候選人的個人特質印象，也成為候選人成功吸引選民的重要指標。

第二節 典型與非典型政治人物之魅力型領導差異性

壹、典型政治人物魅力型領導之具體表現

我國在解嚴後於 1989 年 1 月開放人民組織政黨，各政黨遂相繼成立，時至今日 2020 年 2 月合法組織的政黨已達 365 個，30 年間培育了許多優秀的政治人物，無論是學而優則仕的學者背景出身，亦或者是從參與街頭抗爭嶄露頭角，這些政治人物對我國的政治發展皆影響深遠。

上述的政治人物中不乏擁有極強烈個人特質的魅力領袖，其賦予外界的形象往往代表能在複雜且充滿危機的政治氛圍下號召人氣，以眾志成城之姿，帶領群眾邁入新的境界和希望。在我國複雜的發展歷史背景下，使國人普遍對政治的現況充滿危機感，也使魅力型領袖更容易脫穎而出，以下將分析兩位我國個人魅力出眾的典型政治人物代表。

一、典型政治人物代表案例之一：陳水扁

擔任過我國第 10、11 任總統的陳水扁先生是魅力型領導其中之典型，其政治之路由參加黨外運動開始，隨後加入民主進步黨，並擔任過民主進步黨中常委、主席、臺北市議會議員、立法委員、臺北市市長與中華民國總統等職，⁶⁰是一位黨務及公職都經歷豐富的典型政治人物。其從政早期給人的印象為敢言並勇於揭弊、打擊貪腐，擔任

⁶⁰ 維基百科，〈陳水扁〉，《維基百科》，2020 年 2 月 10 日，參見 <https://zh.wikipedia.org/wiki/%E9%99%B3%E6%B0%B4%E6%89%81>。(瀏覽日期:2020 年 2 月 20 日)。

台北市長期間整頓為人詬病已久的公務員體系，並掃蕩賭博性電玩等政績，為其後續參加 2000 年總統大選奠定了清晰脫俗的形象。

而陳水扁如何將魅力型領導發揮至極致，幫助其成功打贏選戰，可以藉由 2000 年總統大選的選戰模式詳加端倪並分析，在這場被稱為「宛如選舉教科書」的經典戰役中，被譽為選舉戰神的陳水扁在手機、網路都不普及的年代，如何號召、凝聚支持者。在沒有社群媒體、粉絲專頁宣傳的年代，要如何讓政治人物形象深植人心。

首先，陳水扁完全將自己視為產品進行行銷，除了大街小巷皆有其競選海報及旗幟外，也透過出書及競選歌曲，推出一系列的周邊商品加深在群眾心中領袖的魅力；其次透過大型造勢晚會凝聚支持者，陳水扁在造勢場合亦從沒讓支持者失望過，其演說風格霸氣、攻擊力道強、言詞犀利，但同時能掌握聽眾節奏，口條舒緩、台灣國語親民、台風自信，許多支持者皆因如此極具渲染、煽動力的狂熱現場而內心澎湃不已。⁶¹這些行銷手法讓當時的社會耳目一新，時至今日許多選舉行銷手法仍然深受其影響，在當時這些手法牢牢深植每個討厭、厭倦權貴當政的臺灣民眾心中，並成功將其領袖魅力的知名度轉換為選票。

2000 年總統大選投票率高達 82.69%，創下歷屆選舉的最高紀錄（見圖 3.1）。

⁶¹ 余如婕，〈貧戶阿扁為何選贏權貴連戰？唯一能跟希特勒相比的選舉戰神〉，《報橘》，2017 年 9 月 28 日，參見 <https://buzzorange.com/2017/09/28/a-bian-election/>。（瀏覽日期：2020 年 2 月 19 日）。

歷屆得票概況



圖 3.1 中華民國總統大選歷屆得票率

資料來源：〈圖解總統大選 20 年藍綠變化全解析〉，《CNN 新聞》。參見

<https://www.cna.com.tw/project/20191107-election/part4.html>。（瀏覽日期：2020 年 2 月 20 日）。

而究其原因在於選戰的激烈程度是我國解嚴開放以來前所未見，競選期間候選人的魅力及聲望也時常隨著特殊事件的發生而產生變化。宋楚瑜在競選前中期挾著擔任省長時期給人勤政愛民的聲望所向披靡，民調始終呈現領先的狀態，而陳水扁民調在初期階段甚至只排在第三名，後來雖然超越國民黨候選人連戰，但仍呈現互有領先的狀態；然而選前「興票案」⁶²的爆發使宋楚瑜的聲望瞬間暴跌，民調在

⁶² 興票案是 2000 年中華民國總統大選中爆發的金融醜聞案，主角為總統參選人宋楚瑜。此事件

短短幾天內就幾乎腰斬，促使陳水扁的聲望後來居上，由此亦可觀察出個人魅力對選民的吸引會隨著特殊事件而變化，魅力的展現亦是藉由與其他組候選人比較而來，陳水扁最終藉著藍營的分裂及個人魅力的加持贏得選戰的勝利。

個人的形象魅力以及當時的時代氛圍造就了阿扁旋風，經過 50 年以黨領政的中國國民黨已經被視為權貴、富二代勾結的標籤，當大部分群眾深陷社會階級的泥濘時，這個三級貧戶出身的「臺灣之子」不停透過口號告訴全國民眾「臺灣人站起來了！」，只要透過努力就可以崢嶸頭角，為當時的許多青年帶來希望，這也是陳水扁當年能成為我國第一次政黨輪替下的總統當選人的原因之一。

二、典型政治人物代表案例之二:馬英九

經過 2000-2008 年的民進黨執政後，迎來的是另一位魅力型領袖的崛起，即是我國第 12、13 任國民黨籍總統馬英九先生，其能贏得 2008 年選戰的關鍵因素出自於備受媒體、群眾愛戴的個人魅力。馬所具有的「卓越領袖魅力」特質，具有多項出眾的特徵，其中包括個人的旺盛活力、形塑的風格與形象、鼓舞激發人心能耐、同理心、高度自信、良好的 EQ、能引人追隨的理想主張等等，常人多半難以兼具這些特質，歷史上有許多出名人物如邱吉爾、甘地、拿破倫、希特勒等人都具有此種領袖魅力，並且得到許多群眾的支持。

由國民黨立委楊吉雄指控宋楚瑜之子宋鎮遠擁有中興票券一億六百餘萬元票券所引起，這筆資金來自於中國國民黨，國民黨向檢方提出告訴，指控宋楚瑜侵佔黨款，造成國民黨與宋楚瑜的形象受損。該案事後雖獲不起訴處分，但一般認為是 2000 年總統大選宋楚瑜落敗的重要因素之一。資料來源:維基百科，〈中興票券事件〉，《維基百科》，2019 年 11 月 19 日，參見 <https://zh.wikipedia.org/wiki/%E4%B8%AD%E8%88%88%E7%A5%A8%E5%88%B8%E4%BA%8B%E4%BB%B6>。(瀏覽日期:2020 年 2 月 20 日)。

當年國民黨能大勝 2 百多萬票的最重要原因即是馬英九的參選，甚至可以說是其憑藉個人魅力所拿下的勝利，非關政黨取向或政策規劃，馬個人的競選條件無論人格操守、學術涵養乃至給人溫文儒雅的書生魅力，與同時其檯面上的候選人相較都有優勢，不僅在黨內初選階段已無人可以取代，民進黨中也沒有可與之匹配的競爭者。若不是當年國民黨內部高層保守的倫理限制，也許有機會在 2004 年看到兩位我國典型的魅力型政治人物一較高下。

馬英九與陳水扁屬於同一個世代的人，兩者年齡只差距一歲。然而他們的政治經歷卻絕然不同。馬的政治發展最初跟隨於蔣經國身邊擔任翻譯並依此歷練各項政務、黨務，其可以說是近年來唯一延續著國民黨體制下的傳統政治精英，被視為延續著中華文化傳統的典範。

馬於 1998 年首次投入選戰，挑戰當時尋求連任的臺北市長陳水扁，最後以 51.13% 的得票率成功翻轉臺北市(見表 3.1)，其更在 2002 年以 64.11% 得票率成功連任，這也是迄今為止臺北市長最高得票率的一次，馬也是陳水扁政治道路上唯一擊敗過他的挑戰者。

表 3.1 1998 年直轄市長選舉 候選人得票數統計圖

87年直轄市長選舉 候選人得票數

投票日期：中華民國87年12月05日

地區	姓名	號次	性別	出生年次	推薦政黨	得票數	得票率	當選註記	是否現任
臺北市	馬英九	1	男	1950	中國國民黨	766377	51.13%	*	否
	陳水扁	2	男	1951	民主進步黨	688072	45.91%		是
	王建煊	3	男	1938	新黨	44452	2.97%		否
高雄市	吳建國	1	男	1950	新黨	6457	0.81%		否
	鄭德耀	2	男	1951	無	18699	2.35%		否
	謝長廷	3	男	1946	民主進步黨	387797	48.71%	*	否
	吳敦義	4	男	1948	中國國民黨	383232	48.13%		是

資料來源：中央選舉委員會。參見

<https://db.cec.gov.tw/histQuery.jsp?voteCode=19981201C1B1&qryType=ctks> (瀏覽日期：2020 年 2 月 20 日)。

馬曾經擔任過兩屆臺北市長、兩屆中華民國總統，能在政治生涯取的如此成就取決於兩項成功的因素，首先，是其個人的魅力，韋伯曾於論《支配的典型》時提過，支配可以區分為三種典型：(一)基於傳統，(二)基於法律，(三)基於個人魅力。⁶³然而，藉由傳統與法律所賦予的支配力往往不及個人魅力來得成效卓著，在危機感升高的環境下，個人魅力可以更有效率的凝聚群眾，形成非正式的個人領導和實質領導，對傳統與法律的支配關係形成威脅。近年來，魅力特質被廣泛應用在各類的行銷手法中，政治亦是如此，2005 年日本眾議會選舉，時任自民黨首相的小泉純一郎選擇不提名反對郵政民營化法案的 37 名議員，並且在他們的選區分別提名長相出眾的候選人，因而在當次選戰中獲得大勝；相同地，馬英九俊俏的外表也為其贏得許多女性選票，再加上其長期保持跑步游泳的運動習慣，健康的形象也成為許

⁶³ 馬克思·韋伯，《支配的類型：韋伯選集(III)》(臺北：遠流出版社，1996 年)，頁 54-55。

多人效法的目標。

馬英九的升學過程一路順遂，就讀過建國高中、臺灣大學，並取得哈佛大學法學博士學位，其溫文儒雅的書生氣息和談吐，是許多傳統中華文化觀念中的「好學生」表率，此外也沒有與人傳過誹聞，總是給外界愛妻的好形象，更是作為一位政治明星給人所期待的高道德標準。因此馬英九本身並不需要過度的行銷包裝，只要謹守本分，避免犯錯，即便沒有亮麗的成績單，都能說服大眾給他一次表現的機會，因此國民黨 2008 年的總統候選人非馬莫屬，唯有依賴其的個人魅力，才能與當時擁有執政優勢的民進黨對抗。

貳、非典型政治人物魅力型領導之具體表現

我國自解嚴開放後，各黨皆有許多政治菁英的崛起，並且經歷了三次政黨輪替後，許多國家重大議題並沒有得到實質的解決，諸如兩岸議題、外交關係、官商勾結或貪汙、經濟不振、司法改革以及社會大眾對現實生活不滿，人民對經由政黨培育的傳統政治人物已失去信心，許多中間選民轉而支持具有魅力且沒有政黨束縛及個人政治生涯顧慮的非典型政治人物能真正大刀破斧的做出改革。以下將探討我國近年聲望最高的兩位非典型政治人物代表，並分析其各自的魅力展現。

一、非典型政治人物代表案例之一：柯文哲

柯文哲參政前任職於臺大醫院二十餘年，原本是臺大醫院創傷部主任，因其在醫學院教授的身份，學生都習慣稱呼其為柯 P（取 Professor 之意），擔任醫師期間曾經協助前臺中市長胡志強夫人邵曉鈴車禍搶救、連勝文槍傷處理以及擔任陳水扁保外就醫小組召集人，因而漸漸在新聞

媒體提高知名度，後因為捲入愛滋病患移植器官案並且認為遭受不公平的選擇性辦案而決定參選臺北市市長，在投入選戰前，他的從政經驗是「零」，選戰初期，外界皆以「政治素人」的眼光來檢視他，但對其是否為我國政壇掀起一片波瀾則持保留的態度。柯在網路社群中擁有極高的聲量，但網友的支持及討論度能否轉換為實質選票，媒體及選民皆持保留的態度，一直到選前的公開造勢活動，聚集了成群人潮，才確信柯的支持度已然由網路的空軍聲勢成功轉換為實際的陸軍動員。「柯文哲現象」已吸引關心台灣政壇情勢的人高度注意，許多學者、媒體、名嘴開始分析他能獲得選民青睞的原因。

在政治現象的個案研究上，過去曾有學者指出，由於存在觀察上的困難，競選策略相關研究在質或量上都不及選民投票行為的研究。⁶⁴就我國的傳統選戰模式來說，研究者往往不容易從外部取得競選團隊的內部策略與相關數據資料。然而，回顧柯投入選舉的過程，可以發現其有著不同於傳統政治人物的思維與競選模式，促使他的支持度遙遙不墜。首先，在整個選舉過程中，其競選政見的主要訴求對象為「全體臺北市民」而非單純只是「特定陣營」的支持者，此策略產生了「向外發散」爭取中間選民支持的效果，而非傳統以鞏固基本盤為主的作法。

在投入參選前他是長期的綠營支持者，從愛滋器官移植、經費申報不實、陳水扁保外就醫等新聞事件中，逐漸引起媒體的注意。其在接受採訪中常常語出驚人但又有所涵義，後來許多與他無關的議題，媒體仍然喜歡訪問他的看法。在擬定選戰經營的過程中，柯與其團隊

⁶⁴ 游清鑫，2000。〈競選策略的個案研究：1998 年民進黨台北市南區立法委員選舉的探討〉，《選舉研究》，第 6 卷第 2 期，頁 163-190。

顯然經過相當縝密的思考，其必須跳脫當初因認為國家機構處分失當而「為自己平反」的參選主因，進一步思考如何透過行銷自己及推動競選目標等策略。否則僅憑藉「柯氏說話風格」⁶⁵的新鮮感，無法為其持續帶來高聲量及選戰的勝利。

柯文哲能在沒有政黨奧援和沒有經歷傳統政治歷練下博得選民青睞，除了憑藉因「亞斯伯格症」⁶⁶所帶來的超乎常人執著、不作假、個性坦率等個人魅力，更重要的是其善用網路行銷自己以及改變以往眾人對政治的刻板印象，可以說是沒有網路就沒有柯文哲的成功。其於接受媒體專訪時曾說過：「科技讓這場選戰從不可能變成可能。」⁶⁷並且秉持「眾人之智慧會超越個人之智慧」之概念，柯將勝選和改變政治文化的目標成功賦予於支持者身上，當其於社群媒體闡述其競選理念及政見時，進而使支持者因相同願景而志願為其宣傳，吸引更多支持者加入。柯如何使支持者共同參與其競選之路，以下將逐一介紹。

(一)透過網路海選競選團隊及幕僚

我國政壇首次有候選人擺脫任用自身黨籍人脈為競選團隊或幕

⁶⁵ 柯氏說話風格是指柯文哲在參選臺北市市長期間的說話風格是「有話直說、不假修飾」、「庶民氣息的親和力」、「機智幽默的應答對策」、「爭議性言論」、「迴避」等五種風格。資料來源：溫青鳳，2015年。《從「政治素人」到「首都市長」：柯文哲的政治語言分析》。嘉義：中正大學語言學研究所碩士論文。

⁶⁶ 亞斯伯格症是奧地利籍小兒科醫師漢斯·亞斯伯格（Hans Asperger）於1944年率先提出關於亞斯伯格的案例報告，在其論文中描述了四個男孩，他們在語言、社會和認知能力方面的表現，皆異於一般兒童，亞斯伯格醫師把這類人格方面異常稱為「自閉式的精神異常」。資料來源：林口長庚兒童心智科，〈亞斯伯格症簡介〉，《台灣兒童青少年精神醫學會》，2014年1月6日，http://www.tscap.org.tw/TW/NewsColumn/ugC_News_Detail.asp?hidNewsCatID=7&hidNewsID=130。（瀏覽日期：2020年2月20日）。

⁶⁷ 陳怡如，〈專訪〉柯文哲：科技讓這場選戰從不可能變成可能〉，《數位時代》，2014年8月22日，參見<https://www.bnext.com.tw/article/31684/BN-ARTICLE-31684>。（瀏覽日期：2020年2月21日）。

僚，柯於 2004 年 5 月釋放出「青年海選計畫」⁶⁸，公開在網路上號召人才加入其競選團隊，包括政策、文宣、活動、網路等部門及發言人。甚至當選臺北市市長後，市府的幕僚團隊也透過官網公開徵選，吸引認同其政治理念之支持者入府服務。

(二)善於經營社群媒體

在沒有資金購買廣告和電視媒體宣傳下，柯的競選團隊利用網路社群經營自媒體，柯文哲的 Facebook 專頁約已累積 190 萬粉絲，發文動輒幾萬個讚及流言，擁有相當高的流量及點閱率。並且成功讓對自身有利的議題發酵，使新聞媒體不斷有報導的題材。團隊的內部溝通也善用 Line 群組等科技工具，加快溝通效率，快速整合各部門之訊息。

(三)將政見視覺化

競選團隊利用官網推出 30 支政見影片，除了文字敘述，影片內容以生動有趣的方式呈現議題說明，並將影片全數放上 YouTube，吸引支持者點閱或協助轉發。此外，也開放支持者於競選網站提供各項意見，達到參與選戰的參與感。

(四)利用網路線上小額募資

過去候選人參與選戰通常尋求政黨的資源或財團提供的政治獻金，然而當中往往牽扯許多的政治利益交換，使候選人當選後有人情的壓力或利益勾結。雖然柯不是首次進行線上募資的候選人，民進黨

⁶⁸ 青年海選計畫於 2014 年由柯文哲競選團隊提出，透過網路徵才，規劃有新聞部、文宣部、政策部、網路部、活動部、公民團體部及發言人等職位。資料來源：柯文哲競選團隊，〈青年海選徵才計畫〉，《柯 p 新政》，2014 年 5 月 16 日，參見 <http://open.kptaipei.tw/>。（瀏覽日期：2020 年 2 月 21 日）。

主席蔡英文在參選新北市長和總統選舉時，就開始使用線上小額募款，後續有些候選人也跟進。然而，柯文哲的線上募款方式選擇直接用群眾募資的方式並設立募款上限金額，除了募資，更具有話題性。此外在選後公開選舉經費，更是在我國選舉史上頭一遭，加深選民對其廉潔的信賴度。

柯文哲透過上述幾種方式使支持者更能親身參與改變政治文化的機會，將自己「改變成真」、「透明廉政公約」、「開放政府、全民參與」等信念傳遞到支持者心中，正如其在 2014 年勝選演說中所言：

「公民社會的崛起不是否定政黨政治，而是開拓公民參與的契機。政黨與政治人物必須更謙卑面對公民社會，這也會是台灣政治的正向發展。」⁶⁹ 在競選的形象策略上，競選團隊成功將柯文哲塑造為「政治素人」以及「誠實正直」的形象，相較於對手連勝文給外界「權貴子弟」、含著金湯匙出生的「政二代」的刻板印象，柯文哲所表現出的形象明顯更受選民青睞，與符合擔任首都市長的格局，因此奠定了勝選的契機。

二、非典型政治人物代表案例之二:韓國瑜

臺北市長柯文哲的政治素人模式成功崛起後，為我國非典型政治人物參政寫下新的一頁，而曾擔任過北農總經理的韓國瑜於 2018 年投入高雄市長選戰更是超越其聲望，以 89 萬 2545 票的得票數大勝民進黨籍候選人陳其邁 15 萬票(見表 3.2)。⁷⁰

⁶⁹ 政治中心，〈「改變成真，向偉大的市民致敬！」柯文哲勝選感言〉，《ETtoday 新聞雲》，2014 年 11 月 29 日，參見 <https://www.ettoday.net/news/20141129/432657.htm>。(瀏覽日期:2020 年 2 月 23 日)。

⁷⁰ 中央選舉委員會，〈107 年直轄市選舉候選人得票數〉，《中央選舉委員會》，2018 年 11 月 24 日，<https://db.cec.gov.tw/histQuery.jsp?voteCode=20181101A1B1&qryType=ctks>。(瀏覽日期:2020 年 2

表 3.2 2018 年直轄市長選舉候選人得票數

107年直轄市長選舉 候選人得票數
投票日期：中華民國107年11月24日

地區	姓名	號次	性別	出生年次	推薦政黨	得票數	得票率	當選註記	是否現任
臺北市	吳萬洋	1	男	1960	無黨籍及未經政黨推薦	5611	0.39%		否
	丁守中	2	男	1954	中國國民黨	577096	40.81%		否
	姚文智	3	男	1965	民主進步黨	244342	17.28%		否
	柯文哲	4	男	1959	無黨籍及未經政黨推薦	580663	41.06%	*	是
	李錫錕	5	男	1947	無黨籍及未經政黨推薦	6158	0.43%		否
高雄市	韓國瑜	1	男	1957	中國國民黨	892545	53.86%	*	否
	陳其邁	2	男	1964	民主進步黨	742239	44.79%		否
	陳美鳳	3	女	1966	無黨籍及未經政黨推薦	7998	0.48%		否
	蘇盈貴	4	男	1958	無黨籍及未經政黨推薦	14125	0.85%		否
新北市	韓貞昌	1	男	1947	民主進步黨	873692	42.85%		否
	侯友宜	2	男	1957	中國國民黨	1165130	57.14%	*	否
臺中市	宋原進	1	男	1959	無黨籍及未經政黨推薦	15919	1.08%		否
	林佳龍	2	男	1964	民主進步黨	619855	42.34%		是
	盧秀燕	3	女	1961	中國國民黨	827996	56.56%	*	否
臺南市	黃偉哲	1	男	1963	民主進步黨	367518	38.01%	*	否
	高思博	2	男	1968	中國國民黨	312874	32.36%		否
	林義豐	3	男	1948	無黨籍及未經政黨推薦	84153	8.70%		否
	許忠信	4	男	1965	無黨籍及未經政黨推薦	45168	4.67%		否
	陳永和	5	男	1960	無黨籍及未經政黨推薦	117179	12.12%		否
	蘇煥智	6	男	1956	無黨籍及未經政黨推薦	39778	4.11%		否
桃園市	朱梅雪	1	男	1964	無黨籍及未經政黨推薦	18200	1.76%		否
	陳學聖	2	男	1957	中國國民黨	407234	39.41%		否
	楊麗環	3	女	1957	無黨籍及未經政黨推薦	51518	4.98%		否
	吳富彤	4	男	1959	無黨籍及未經政黨推薦	3867	0.37%		否
	鄭文燦	5	男	1967	民主進步黨	552330	53.46%	*	是

資料來源:中央選舉委員會。參見

<https://db.cec.gov.tw/histQuery.jsp?voteCode=20181101A1B1&qryType=ctks> (瀏覽日期:2020年2月23日)。

由原本外界不看好及缺乏政黨奧援的狀態下，成功翻轉民進黨執政長達 20 年的高雄市。韓一直以來都不是受到國民黨關注及栽培的政治人物，在擔任過臺北市議員及兩屆立法委員後，其便消失在政壇十餘年，黨內也從未徵召其參選或擔任黨內要職。但在宣佈投入高雄市長選舉的短短半年間，從一個幾乎被黨所遺忘並且被視為當炮灰的角色，隨著韓的聲量扶搖直上，其所創造出的外溢效應，⁷¹成了 2018

月 23 日)。

⁷¹ 外溢效應指地方的選情會有連動效應，即正面或負面的外溢效應，某一縣市的選情會連帶影響其他縣市、甚至是全國的選情，所以在進行選舉決策時，必須要看全國的局勢，不能就單一地方考量。資料來源:陳冠安，〈「外溢效應」只是洪耀福為禮讓柯文哲而呼囂民進黨基層的話術〉，《國政評論》，2018 年 3 月 14 日，參見 <https://www.npf.org.tw/1/18304>。(瀏覽日期:2020 年 2 月 23 日)。

年縣市長選舉國民黨能大勝的關鍵人物，黨內候選人競相邀請其站台，並懸掛與其合影的旗幟、看板，甚至被塑造成國民黨內除了吳敦義及朱立倫外的「第三顆太陽」。⁷²韓國瑜能在短時間從一位近乎被外界及國民黨遺忘的不得志人物蛻變成被喻為「一人救全黨」的英雄，來自於其自身獨特的魅力、成功的形象包裝以及獨樹一幟的競選策略。

透過大量使用許多貼近社會大眾的言詞，並且不斷地拋出許多具爭議或討論性的話題；隨著在高雄的聲勢及網路聲量不斷升高，成功吸引新聞媒體報導其一言一行，韓國瑜成功地在短時間內在全台掀起一股「韓流」。諮商心理師蔡明芳曾在 Facebook 中發表文章，在閱讀完韓國瑜的書、講座影片，及去年所有演講的逐字稿後，其表示：

「韓國瑜市長，大概是我們生平僅見，催眠做得最好的人！」並歸納出韓國瑜能成功抓住眾人目光的 8 大重點。⁷³

(一)親和誠懇的肢體動作

在許多新聞畫面中可以看到韓在與民眾互動時，總是雙手緊握對方的手、並且眼睛注視著對方。這種誠懇的肢體語言，無論是發放紅包、拜訪市府公務員，還是在拜票過程中每個跟他握過手的民眾，都會覺得被受到重視及放在心上。

⁷² 第三顆太陽在此指的「太陽」係指國民黨內具有重要地位的要角，並且有機會代表黨內參選中華民國總統職務，其原因來自於國民黨黨徽以太陽為圖案，故藉此形容之。資料來源：隋昊志，〈2020 奪總統大位，國民黨 4 大太陽動向成焦點〉，《TVBS NEWS》，2018 年 12 月 7 日，參見 <https://news.tvbs.com.tw/politics/1043062>。(瀏覽日期:2020 年 2 月 23 日)。

⁷³ 蔡明芳，〈韓國瑜市長的說服之道大解析〉，《FACEBOOK》，2019 年 4 月 22 日，參見 <https://www.facebook.com/hashtag/%E9%9F%93%E5%9C%8B%E7%91%9C%E5%B8%82%E9%95%B7%E7%9A%84%E8%AA%AA%E6%9C%8D%E4%B9%8B%E9%81%93%E5%A4%A7%E8%A7%A3%E6%9E%90?fref=mentions>。(瀏覽日期:2020 年 2 月 23 日)。

(二)YES SET 語言⁷⁴

即透過陳述大腦能認同的言語，使大腦直覺地認同說話者是個可信賴的人，並且連帶提高之後說話的說服力。例如韓曾在鳳山造勢演講時說過：「高雄市是一個巨人、要山有山、要海有海，有 4 個新加坡大、3 個香港大、10 個台北市大」，…「各位高雄鄉親，我們 280 萬的市民，我們要拒絕貧窮，我們要拒絕又老又窮，我們要迎向繁榮、迎向富庶、迎向光明，好不好！」⁷⁵第一段所說的高雄市巨人呼應了後面的幾個城市的大，要山有山、要海有海。上述所描述的都是事實，大腦便會自動認同此段話，即使我們並不確定高雄比新加坡實際上大多少，也會跟著在心中認同高雄市是巨人，接續到後面的要市民拒絕又老又窮及迎向繁榮、光明，大腦便會自動連結兩段話的內容並產生認同，進而再認同說話者的個人理念。

(三)嵌入命令(Embedded Command)與嵌入問句(Embedded Question)

這兩種方法是當大腦產生紊亂時，給予關鍵的暗示性詞彙，使大腦能自動地接收指令。簡而言之，即是幫整段談話內容截取重點，並且給予暗示。韓國瑜在 2018 年 10 月鳳山造勢晚會時所發表的內容：「我們不要中低階層過得這麼的辛苦，我們高雄也不要我們的孩子越走越遠。3、40 年前的高雄…。那個時候的高雄人是這麼的驕傲，全

⁷⁴ YES SET 語言是神經語言程式學(NLP)當中的一個語法，在 NLP 當中，被稱為呼應與導引。此為催眠過程中常見的語法，又稱為搖搖椅法則，如同讓人坐在搖搖椅上，當椅子不斷前後搖動，對方只能不停點頭認同時，最後便傾向接受所有對其輸入的事物。資料來源：尋意，〈心理學催眠與 NLP〉，《尋意的潛意識空間》，2017 年 7 月 24 日，參見

<https://www.twinklper.com/2017/07/Class-Millton01.html>。(瀏覽日期:2020 年 2 月 23 日)。

⁷⁵ 韓國瑜，〈1026 鳳山造勢演講逐字稿〉，《HatePolitics》，2018 年 10 月 26 日，參見 <https://disp.cc/b/163-aUbM>。(瀏覽日期:2020 年 2 月 23 日)。

台灣雙 B 轎車最多在高雄，全台灣最有氣魄，台灣錢淹腳目，高雄錢淹肚臍，全台灣最富庶的城市是高雄」。⁷⁶當講到其想重點表達的內容時，便會稍微停頓、或踮腳轉身等口語或肢體語言強調。「在我的心中整個高雄對外面所有的來往，沒有一個敵人、沒有一個對手、沒有一個陌生，全部城市，全部國家都向我們高雄開放，好不好！」這一段則為 yes set 方式的鋪陳，藉此增加後續演講內容的說服力，讓大腦能自動產生認同感。而最重要的關鍵則在以下這段內容：「我們高雄人，我們韓國瑜當上市長之後，我們高雄人也會張開我們的臂膀，用我們的熱情迎接所有來往的城市、所有來往的國家，好不好？！」最後的提問即是嵌入問句，群眾只要附和著說好，就等於認同前面內容說的觀點。

(四)善用縮小、誇大的數字

有時韓國瑜所發表的內容並不全部符合事實，但一定會讓群眾有所感受。例如他曾經提到「年金改革…砍了再砍，砍了再砍 一年幫政府省了 50 億到 60 億，前瞻計畫隨便就 4000 億」然而根據政府官方資料的公布，實際的年金改革支出為 400 億，⁷⁷縮小年金改革支出的金額再與前瞻計畫對比，會使群眾認為政府在剝削人民，無論內容的正確與否，皆能成功增加話題的曝光度，吸引媒體報導或輿情討

⁷⁶ 韓國瑜，〈1026 韓國瑜鳳山造勢〉，《udn video》，2018 年 10 月 26 日，參見 <https://www.youtube.com/watch?v=ASoM8UBhhpc>。(瀏覽日期:2020 年 2 月 23 日)。

⁷⁷ 行政院年金改革辦公室，〈澄清稿-回應前勞委會勞保處處長孟謁倫女士針對年金改革之論點〉，《國家年金改革委員會》，2017 年 4 月 24 日，參見 <https://pension.president.gov.tw/cp.aspx?n=1421651C5BEDCE63&s=3C559C1836C4D5A0>。(瀏覽日期:2020 年 2 月 24 日)。

論，再者，受年金改革影響者受到剝削的感覺在反覆討論此議題中也可能持續增加，進而轉向支持在野黨的候選人。

(五)挖掘核心議題，並以淺顯易懂的口號包裝

隨著社會經濟的不景氣以及產業轉型等問題，這幾年間高雄市民普遍都認為生活不好過，特別是中下階層的藍領階級更只能賺取到微薄的薪資，並且深感同樣的問題一直沒有實際改善。而韓國瑜對此經濟困境的描述方式僅用了短短一句話解釋「高雄又老又窮！」，把高雄的人口老化問題、青年外移問題以及收入減少的困境顯露出來。另外又提出「貨出的去、人進的來、高雄發大財」這種淺顯易懂且容易上口的解決口號。當其支持者或高雄市民每覆誦一次，心中便會加深高雄真的有希望改變、人民真的會變有錢的認同感。

(六)善用生動的比喻

「高雄是沉睡的巨人」、「太監穿西裝，西裝穿得再漂亮，穿Armani的西裝，他還是個太監」、「禿頭的不怕別人拔毛，我心中大無畏」，上述這些生動且貼近生活的比喻都能使群眾在心中產生畫面。比喻的力量來自於跟群眾心中已經有的畫面、理解結合，當大家聯想到某個特定畫面或物品，就會想到韓國瑜說過的話，等同再次複習其對群眾的說服能力。

(七)以柔克剛的反駁技巧

當韓國瑜遇到不同意或質疑的言論時，最常用的應對方式為選擇避開對方質疑的內容，並針對對方的人格或意圖提出反質疑，例如「小鼻子小眼睛」、「意識形態」、「無聊」、「沒有格局」等等的回應。

這樣方式的回應相當具有反駁性，一來巧妙避開質疑的內容，再者更能打擊對方的人格或意圖，成功將原本有可能不利於自身的議題，塑造造成對手因為見不得別人好而做出的不當控訴。

(八)簡短易懂、貼近人民的語句

許多菁英型政治人物因為長期接受專業的政治歷練，在發表談話或政策時講究嚴謹的邏輯以及使用較多專業的詞彙，較缺乏與民眾實際互動，給民眾高高在上、無法貼近民意的距離感。如果要透過言語帶動情緒來使群眾信服，內容要越簡單越好。越淺顯易懂的字句，大腦所需要理解的程序越少，相對容易被接受，若是越艱澀複雜的字句，大腦則必須透過負責理性思考的皮質區理解其內容。在群眾心理學的理論中有一研究發現：「只要給群眾簡單扼要、不容妥協、絕對的形式，就能產生巨大影響」⁷⁸若是候選人說道「各位，我們要堅守民主、發揚台灣價值，好不好」雖然群眾覆和的說好，也同意候選人的競選理念，但民主的實際內涵為何，台灣價值是什麼，群眾心中可能並不清楚。參加完造勢活動，便忘記候選人所說過的內容。若將其包裝成「各位，我們讓大家飯吃得飽、兩岸和平爭執少、孩子住房沒煩惱，你們說好不好」使用淺顯易懂、貼近群眾生活的語詞更能加深群眾印象，而韓國瑜在這一方面的能力勝過檯面上許多同樣有實力的政治人物。

統整上述 8 大重點後，可以總結出韓國瑜能在短時間內大勝典型菁英政治人物的原因，在於不做作的個人魅力、貼近民眾的親民感、

⁷⁸ 古斯塔夫·勒龐，《烏合之眾：為什麼我們會變得瘋狂、盲目、衝動？讓你看透群眾心理的第一書》（臺北：臉譜出版社，2011 年），頁 16。

簡單易懂的詞彙，這些獨到之處再加上成功的政治行銷，使其成功打破眾人眼光，拿下 2018 年高雄市長寶座。

參、典型與非典型政治人物魅力領導差異性之比較

若要從個人主觀意識批評政治人物雖然相對容易，但也會因此忽略了其值得學習的部分價值或特色，典型或非典型政治人物亦是如此，皆有其無可取代的優點，亦有較為人詬病之處。從這些魅力型領導的政治領袖身上，探討其個人魅力的養成以及形象的建立，將有助於了解我國政治文化的轉變。

綜合本節四位我國較為著名的魅力型政治人物之個別比較後，依據他們的個人特質、政治經歷、外部現況等因素，約略可區分出三項共同的要素：獨特的個人魅力、引領群眾的感染力、外在環境的衝擊力以及三項相異特點：政治素人的清晰感、平易近人的距離感、有別傳統的新鮮感。

以下將持續以我國近年聲望最高之非典型政治人物-高雄市長韓國瑜為例，瞭解典型與非典型政治人物之魅力領導差異，韓能在民進黨長期執政下的高雄逆勢崛起，最主要原因，來自於其完美詮釋了深入人心的在地「草根」⁷⁹形象。韓國瑜較常在媒體或外界上被暱稱的綽號：諸如「賣菜郎」、「禿子」、「草包」、「庶民市長」、「小丑瑜」、「韓總機」等等，這些綽號有些來自敵對陣營或網路鄉民、部份則是韓國

⁷⁹ 草根一詞來自於英文詞彙(grassroots)的翻譯。指在社會階層中的一般中低收入的平民百姓、群眾，個人勢力較弱，但是人數眾多。這些特徵與政府、統治階級、大型企業或其它社會強手的特徵對立。草根象徵著社會低層，概念和較狹義的無產階級有關但又有所分別。資料來源：為什麼知識網，〈草根是什麼意思？草根一詞怎麼來的？〉，《zi 字媒體》，2017 年 12 月 28 日，參見 <https://zi.media/@whyhtd01com/post/YrhPYt>。(瀏覽日期：2020 年 2 月 26 日)。

瑜本人和其支持者們的幽默解嘲，雖然有些綽號可能使其被扣上負面的刻板印象，但概括而論，仍然使他得到許多聲量及討論度，並且塑造出清晰、獨樹一格且貼近庶民生活的「草根形象」。

韓國瑜的「草根形象」如何在許多選民心中特別親切且具有魅力，「態度親切」、「沒有距離感」以及「瞭解社會基層的辛苦」是最主要的原因。從一位多年被黨所遺忘的過氣政治人物，短時間內重新在政壇颯起旋風，甚至將氣勢延續到成為 2020 年總統大選的國民黨候選人，韓國瑜在領袖魅力上的表現與同時期的候選人相較，有過之而無不及。

在成長背景方面，從小在眷村長大並且曾經就讀軍校的韓國瑜，與國民黨傳統菁英下的「政治世家」相較，如前總統馬英九、前國民黨主席連戰、前臺北市長郝龍斌等黨內高層，便有著社會地位差異甚大的對比。韓國瑜自認不曾受到黨內高層的關愛，其曾經公開批評前總統馬英九「執政八年，我失業六年」，因此被視為藍營中的異類。

對外，無論是與競選市長時期的主要競爭者民進黨籍陳其邁，或現任執政的總統蔡英文相較；陳其邁為「政二代」背景出身，並且接受過高等的醫師教育，政治生涯一路歷練過立法委員、總統府副秘書長、行政院政務委員兼發言人、高雄市代理市長、民主進步黨副秘書長等職務；而擁有臺大法律系學士及英國倫敦政治經濟學院法學博士學位的總統蔡英文，在許多基層民眾認知中，也不具有民進黨傳統所營造出的「在地形象」，反而更屬於給人距離感遙遠的「菁英」階層。

對於基層民眾而言，韓國瑜更像是一位與他們在日常生活中一起把酒言歡的好兄弟。曾經參與過多次地方選舉的高雄市農會理事長蕭漢俊，在接受媒體採訪時，對韓國瑜的個人魅力有以下的描述：「韓國瑜每次與地方農漁民、基層互動，敬酒一杯一杯的乾，談吐直接了當，相當豪邁，與中南部民眾的感受和喜好相當契合。外界常常將此形容為藍綠對決，嚴格來說，其更像是韓國瑜的『草鞋』與民進黨的『皮鞋』，兩種形象間的社會階層意識對抗」。⁸⁰有媒體曾經評論道：「韓國瑜給基層民眾的在地形象甚至『比民進黨還民進黨』」，⁸¹在我國以往的政黨競爭中，國民黨與民進黨「皮鞋」與「草鞋」相互對峙的角色關係，也因為韓國瑜的出現而有所扭轉。甚至，有人將韓國瑜與同樣是政治素人崛起、個人行事風格也相當強烈的臺北市長柯文哲並列為「北柯 P、南國瑜」的地位；不同的是柯文哲在踏入政壇之前，已經是位救人無數的名醫，而韓國瑜再次崛起前，只是一個被黨及社會遺忘許久的失意政治人物。

政治人物的崛起可能來自於其領袖魅力，也可能因為其魅力的轉變而導致失敗，如同水能載舟、亦能覆舟之道理。適當的魅力運用，的確能幫助候選人成功吸引選民的目光，亦有能力透過個人聲勢拉抬所屬政黨選情。然而若是候選人為了自身利益而恣意利用魅力領導的方式來操控、洗腦支持者，隨著時間推移，當其個人的貪婪超越整體利益時，對群眾及社會而言，絕對是有害而無一利。

⁸⁰ 管嫫媛，〈韓國瑜爆紅憑什麼〉，《商業周刊》，2018 年 10 月 24 日，參見 https://www.businessweekly.com.tw/magazine/Article_mag_page.aspx?id=68145。(瀏覽日期:2020 年 3 月 1 日)。

然而「魅力型」政治領袖的概念是相對的，而不是絕對，其必須藉由兩個或以上之政治人物互相比較而來。例如，在 2018 年市長選舉中，柯文哲與丁守中相比更像是魅力型領袖，侯友宜比蘇貞昌更具有政治素人的魅力，韓國瑜比陳其邁更具有貼近庶民的魅力，而藉由魅力而起的聲望，也必需承受時間與突發事件的種種考驗。

2016 年，背負著重振民進黨的責任並擔任總統及黨主席一職的蔡英文，在短短兩年中從被譽為民進黨再起的關鍵人物，並自詡為最會溝通的政府；到被批評為不食人間煙火、與基層缺乏溝通，顯示出若政治人物無法與時俱進，兌現其競選時期做過的承諾，其對於民眾之魅力也會隨之一洩千里。而相同以魅力崛起的非典型政治人物「柯文哲」與「韓國瑜」，雖然同樣都在我國選舉史上創下不少紀錄，如柯文哲成為我國史上首位連任成功的無黨籍臺北市市長，韓國瑜以 89 萬票翻轉高雄，然而他們在選戰階段所累積的高聲望是否能隨著激情的結束而繼續延續，則有賴執政成績的表現。

第三節 典型與非典型政治人物之魅力型領導案例分析

-以 2018 年市長選舉為例

2018 年縣市長選舉有許多相當值得觀察的指標，也是檢驗民眾對民進黨於 2016 年取得完全執政後的滿意程度，而除了臺北市形成三強鼎立的狀態，其餘各縣市的選戰依然呈現傳統藍綠對抗的局勢，由於民進黨的施政亂象成為眾矢之的，動盪不安的社會氛圍也促使較具備個人魅力特質的候選人在選戰中有如魚得水的效果，如韓國瑜在高雄捲起的「韓流」所造成的外溢效應，成功拉抬了國民黨其他縣市長

以及議員的選情，不但在許多縣市逆勢翻轉，包括原先較被外界看好能順利連任的臺中市及嘉義市，行事風格謹慎但個人魅力較不出眾的民進黨籍候選人林佳龍、涂醒哲皆是韓流下的犧牲者，從此次選舉清楚說明，在社會動盪不明的狀況下，當選戰陷入膠著，擁有出色個人特色的候選人較有機會成為贏得選戰的關鍵。

以下將藉由分析 2018 年縣市長選舉中，臺北市、新北市、高雄市這三組主要候選人於競選期間之網路搜尋趨勢、媒體民調及最後得票數，比較非典型政治人物及典型政治人物在此次選舉之實際表現。本研究之比較分析，資料來源將參照競選期間之 Google 網路搜尋趨勢、TVBS 民意調查中心所做之民調、中央選舉委員會官方公布之候選人最終得票數。

壹、分析工具介紹及範圍選定方式

一、Google 網路搜尋趨勢

Google 網路搜尋趨勢係指利用 Google 公司所開發的「Google Trends 搜尋趨勢」軟體針對 Google 搜尋引擎的深入分析，觀察某一段時間內特定關鍵字的區域搜尋偏好、熱門度變化與相關的主題進行探索。亦可以根據設定不同組之關鍵詞，進行搜尋熱度比較。⁸²本研究將截取「Google 網路搜尋趨勢」三組候選人在競選期間前 4 個月、前 2 個月、前 1 個月之搜尋趨勢比較圖，作為候選人網路聲量參考依據。

搜尋趨勢數值代表所搜尋字詞在特定區域和時間範圍內的熱門程

⁸² Adam，〈google 趨勢-你一定要會用的四大實用功能〉，《growth》，2018 年 10 月 23 日，參見 <https://growthmarketing.tw/google-trends/>。(瀏覽日期:2020 年 3 月 1 日)。

度變化趨勢，以圖表中的最高點做為比較基準。100 分代表該字詞的熱門程度在該時間點達到最高峰。50 分表示該字詞的熱門程度為最高點的一半，0 分則表示該字詞熱門程度的資料不足。

二、媒體民調

候選人民調部分將引用 TVBS 民意調查中心之民調資料，因該民調中心提供詳實之民調數據，可供再進一步分析使用。本研究將引用「2018 年臺北市長選舉」、「2018 年新北市長選舉」、「2018 年高雄市長選舉」在距離投票日前 4 個月、前 2 個月、前 1 個月之民調資料，作為參考依據。本民調所使用之調查方法皆為電話後四碼電腦隨機抽樣，人員電話訪問。

三、候選人得票數

候選人最終選舉結果之資料來源，則選擇中央選舉委員會官方公布之「2018 年直轄市長選舉候選人得票數」，因中央選舉委員會（簡稱中選會）為中華民國政府組織，主管全國之選舉行政事務，⁸³故其公布之官方資料具有正當性且較無爭議。

貳、臺北市長候選人網路搜尋趨勢、媒體民調、選舉結果之比較

2018 年臺北市長選舉之比較，非典型政治人物以爭取連任的柯文哲為代表，典型政治人物則以擔任過多屆立委的國民黨籍丁守中為代表。

一、網路搜尋趨勢

(一)選前四個月之比較

⁸³ 中選會，〈組織職掌〉，《中央選舉委員會》，2016 年 6 月 23 日，參見 <https://www.cec.gov.tw/>。（瀏覽日期：2020 年 3 月 1 日）。

由 2018 年臺北市長選舉選前 4 個月 Google 網路搜尋趨勢比較圖 (見圖 3.2)可觀察出，柯文哲在 7 月份之搜尋趨勢平均值為 45 分，丁守中為 4 分，兩者在當月份之趨勢變化中，柯文哲始終保持領先，並無出現趨勢交叉互相領先之情形。

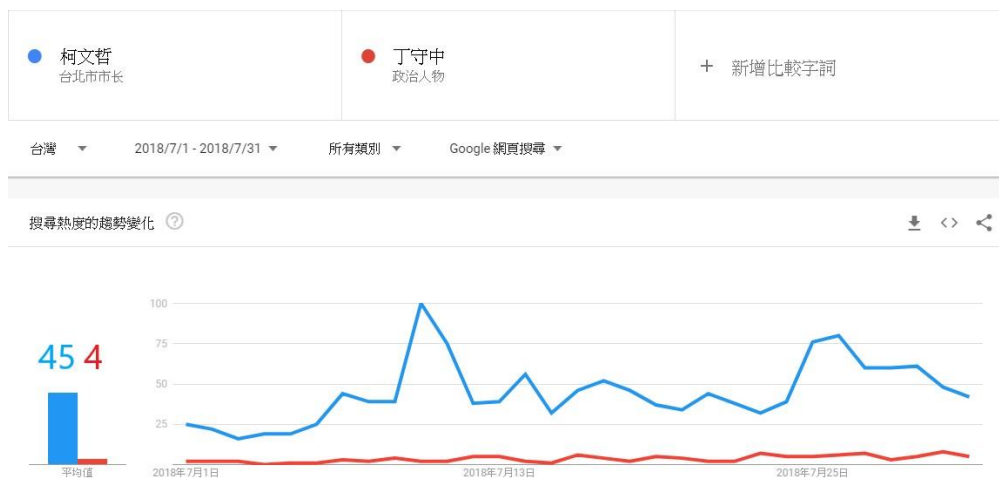


圖 3.2 2018 年臺北市長選舉選前 4 個月 Google 網路搜尋趨勢比較圖
 資料來源:筆者參考 Google Trends(<https://trends.google.com.tw/trends/>)資料繪製。
 (瀏覽日期:2020 年 3 月 3 日)。

(二)選前二個月之比較

由 2018 年臺北市長選舉選前 2 個月 Google 網路搜尋趨勢比較圖 (見圖 3.3)可發現，柯文哲在 9 月份之平均值為 62 分，較 7 月份平均值增加 14 分；丁守中則為 5 分，較 7 月份平均值(4 分)近乎相同，兩者在當月份之趨勢變化中，柯文哲仍然始終領先。

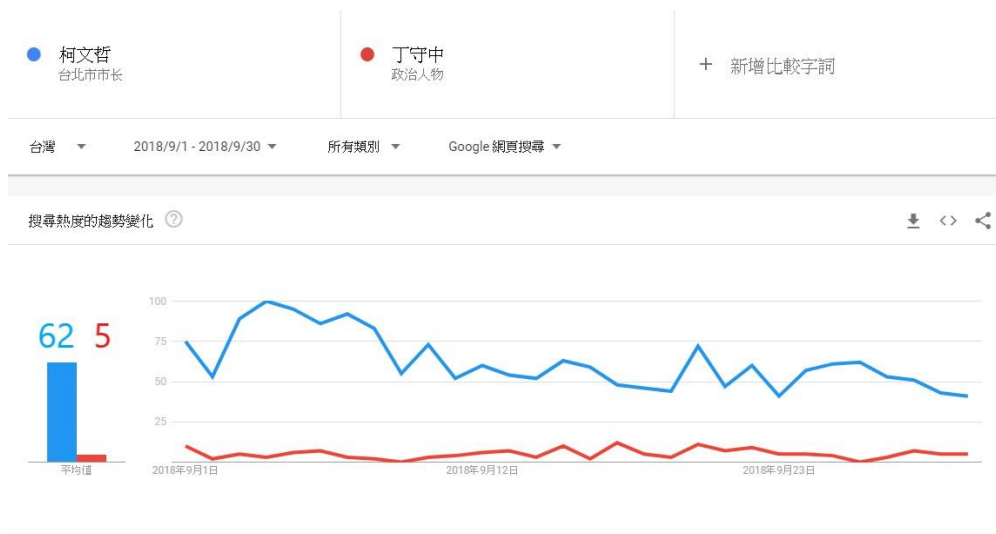


圖 3.3 2018 年臺北市長選舉選前 2 個月 Google 網路搜尋趨勢比較圖

資料來源：筆者參考 Google Trends(<https://trends.google.com.tw/trends/>)資料繪製。

(瀏覽日期：2020 年 3 月 3 日)。

(三)選前一個月之比較

由 2018 年臺北市長選舉選前 1 個月 Google 網路搜尋趨勢比較圖 (見圖 3.4)可發現，柯文哲在 10 月份之平均值為 52 分，較 9 月份平均值下降 10 分；丁守中則為 6 分，較 9 月份平均值增加 1 分，兩者在當月份之搜尋趨勢變化中，差距雖然縮小，但柯文哲於各時間點同樣高於丁守中。

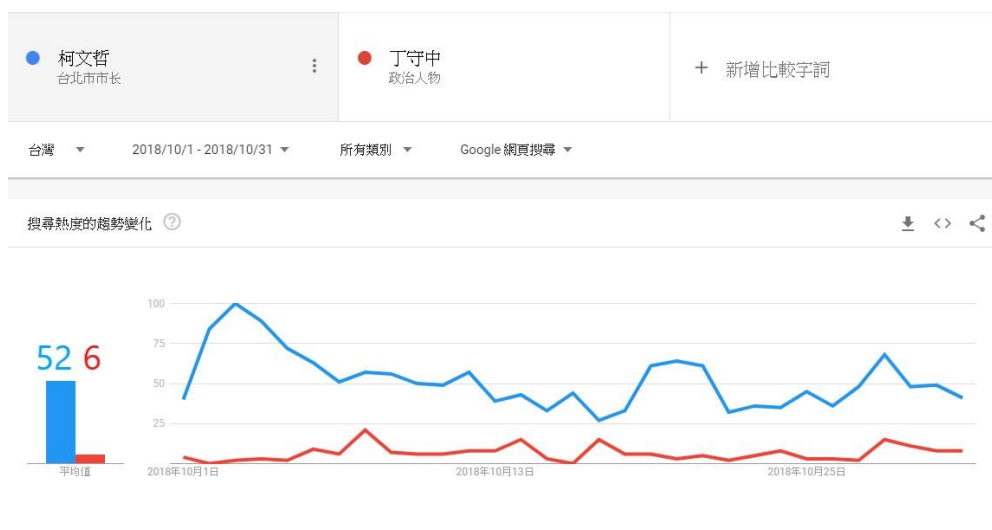


圖 3.4 2018 年臺北市長選舉選前 1 個月 Google 網路搜尋趨勢比較圖

資料來源:筆者參考 Google Trends(<https://trends.google.com.tw/trends/>)資料繪製。
。(瀏覽日期:2020 年 3 月 3 日)。

(四)2018 年臺北市長 Google 搜尋趨勢綜合比較

綜合上述兩組候選人在選戰三階段之網路搜尋趨勢數據後(見圖 3.5)，柯文哲的搜尋趨勢分別為 45 分、62 分、52 分，丁守中則為 4 分、5 分、6 分。兩人在網路搜尋趨勢上始終呈現大幅度的差距，惟隨著投票日接近，差距由原本擴大轉趨縮小。

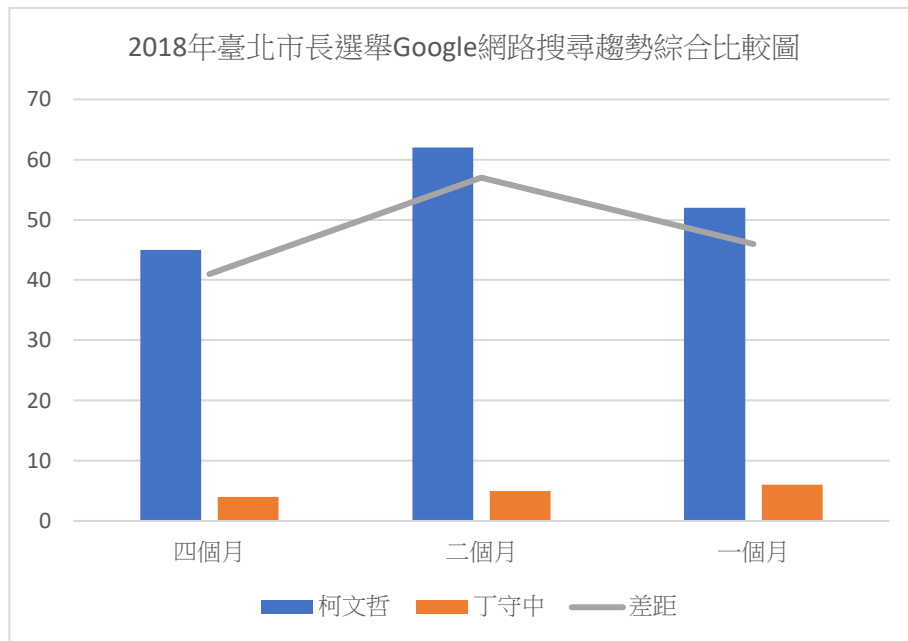


圖 3.5 2018 年臺北市長選舉 Google 網路搜尋趨勢綜合比較圖

資料來源：筆者自行繪製。

二、 媒體民調

(一)選前四個月之比較

此次調查之有效樣本：870 位 20 歲以上台北市民，抽樣誤差：95%信心水準下，抽樣誤差為 ± 3.3 個百分點以內。據調查結果顯示(見表 3.3)。在有投票意願的臺北市民中，柯文哲支持度由 5 月調查的 31%上升 9 個百分點至 40%，丁守中支持度由 33%略減至 30%，另外有 18%尚未決定支持對象。整體而言，柯文哲支持度由小幅度落後丁守中，轉為領先丁守中一成。

表 3.3 2018 年臺北市長選舉選前 4 個月民調

今年底的臺北市長選舉，如果是由無黨籍的現任市長柯文哲、國民黨的前立委丁守中和民進黨的立委姚文智【候選人隨機輪替】三人參選，假如明天就是投票日，請問您會投票給哪一位？

	民進黨提名 107/5/31 N=1,032	選前四個月 107/7/12 N=770	+/-
無黨籍柯文哲	31	40	+ 9%
國民黨丁守中	33	30	- 3%
民進黨姚文智	13	11	- 2%
其他人選	1	1	
未決定	22	18	

Base：20 歲以上會去投票台北市民；表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100；其他人選因比例過低，不予列出

資料來源：TVBS 民調中心，〈選前 4 個月民調〉，《TVBS 民調中心》，2018 年 7 月 12 日，參見 <https://www.tvbs.com.tw/poll-center/1>。（瀏覽日期：2020 年 3 月 3 日）。

在年齡方面(見表 3.4)，20-29 歲及 30-39 歲年輕民眾對柯文哲支持度較前次民調皆增加一成以上，分別為 70%及 67%，丁守中支持度則下滑一成左右至 9%及 11%；40-49 歲民眾對丁守中支持度上升 8 個百分點至 40%，柯文哲則由 42%下滑至 37%，50-59 歲對柯文哲支持度由 23%增至 33%，丁守中則由 50%減少至 40%，但仍領先柯文哲；60 歲以上有 41%支持丁守中，仍明顯高於柯文哲。

綜整上述之數據後，將其歸納為 20-49 歲之青壯年選民及 50 歲以上之年長選民兩類作後續之比較，柯文哲在 20-49 歲青壯年選民之平均支持度為 58%，丁守中為 20%；在 50 歲以上年長選民之支持度，柯文哲為 23%，丁守中為 40.5%。在此一選舉階段，青壯年選民支持度由柯文哲取得優勢，年長選民支持度則由丁守中領先。

表 3.4 2018 年臺北市長選舉選前 4 個月支持度與年齡交叉表

臺北市長選舉支持度與年齡交叉表												
	全體				年齡							
	20-29 歲		30-39 歲		40-49 歲		50-59 歲		60 歲以上			
	民進黨 提名	選前 四個月	民進黨 提名	選前 四個月	民進黨 提名	選前 四個月	民進黨 提名	選前 四個月	民進黨 提名	選前 四個月	民進黨 提名	選前 四個月
	107/5/31 N=1,032	107/7/12 N=770	107/5/31 (12%)	107/7/12 (13%)	107/5/31 (18%)	107/7/12 (20%)	107/5/31 (19%)	107/7/12 (18%)	107/5/31 (19%)	107/7/12 (18%)	107/5/31 (31%)	107/7/12 (30%)
無黨籍柯文哲	31	40	54	70	50	67	42	37	23	33	11	13
國民黨丁守中	33	30	16	9	24	11	32	40	50	40	37	41
民進黨姚文智	13	11	11	14	11	11	14	8	10	11	16	14
其他人選	1	1	3	0	2	1	0	1	0	0	1	0
未決定	22	18	16	7	13	10	12	15	18	16	36	32

Base：20 歲以上會去投票台北市民；表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100

資料來源：TVBS 民調中心，〈選前 4 個月民調〉，《TVBS 民調中心》，2018 年 7 月 12 日，參見 <https://www.tvbs.com.tw/poll-center/1>。（瀏覽日期：2020 年 3 月 3 日）。

(二)選前二個月之比較

有效樣本：1,001 位 20 歲以上台北市民，抽樣誤差：95%信心水準下，抽樣誤差為 ± 3.1 個百分點以內。據民調顯示(見表 3.5)，柯文哲支持度由 7 月份調查的 40%下滑 3 個百分點至 37%，丁守中支持度由 30%略增兩個百分點至 32%，另外有 18%未決定支持對象。整體而言，柯文哲領先丁守中幅度由一成縮小至僅差距 5 個百分點。

表 3.5 2018 年臺北市長選舉選前 2 個月民調

今年底的臺北市長選舉，在無黨籍的柯文哲、國民黨的丁守中、民進黨的姚文智、無黨籍的李錫錕，和無黨籍的吳蕙洋這五位人選中【候選人隨機輪替】，假如明天就是投票日，請問您會投票給哪一位？

	民進黨提名 107/5/31 N=1,032	選前四個月 107/7/12 N=770	選前兩個月 107/9/14 N=878	+/-
無黨籍柯文哲	31	40	37	- 3%
國民黨丁守中	33	30	32	+ 2%
民進黨姚文智	13	11	11	--
無黨籍李錫錕	--	0.1	1	+ 0.9%
無黨籍吳蕙洋	--	--	0.1	
未決定	22	18	18	

Base：20 歲以上有投票意願台北市民；表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100

資料來源：TVBS 民調中心，〈選前 2 個月民調〉，《TVBS 民調中心》，2018 年 9 月 14 日，參見 <https://www.tvbs.com.tw/poll-center/1>。（瀏覽日期：2020 年 3 月 3 日）。

日)。

再進行交叉分析後發現，在年齡方面(見表 3.6)，20-29 歲年輕族群支持柯文哲的比例較高，為 73%，30-39 歲民眾也有 62%支持柯文哲；在 40-49 歲壯年選民中，有 42%支持柯文哲，有 37%支持丁守中，雙方差距僅 5 個百分點；50-59 歲選民 45%支持丁守中，26%支持柯文哲；在 60 歲以上選民，丁守中支持度為 41%，明顯領先柯文哲(12%)兩成以上。

綜整上述之數據後，柯文哲在 20-49 歲青壯年選民之平均支持度為 59%，丁守中為 21.6%；在 50 歲以上年長選民之平均支持度，柯文哲為 19%，丁守中為 43%。與 7 月份調查相較，在青壯年選民支持度差距上，兩者近乎相同；在年長選民支持度差距上，兩者擴大 7 個百分點，由丁守中領先。

表 3.6 2018 年臺北市長選舉選前 2 個月支持度與年齡交叉表

台北市長選舉支持度與年齡交叉表

	全體		年齡									
			20-29 歲		30-39 歲		40-49 歲		50-59 歲		60 歲以上	
	選前 四個月	選前 兩個月	選前 四個月	選前 兩個月	選前 四個月	選前 兩個月	選前 四個月	選前 兩個月	選前 四個月	選前 兩個月	選前 四個月	選前 兩個月
	107/7/12 N=770	107/9/14 N=878	107/7/12 (13%)	107/9/14 (13%)	107/7/12 (20%)	107/9/14 (20%)	107/7/12 (18%)	107/9/14 (17%)	107/7/12 (18%)	107/9/14 (19%)	107/7/12 (30%)	107/9/14 (31%)
無黨籍柯文哲	40	37	70	73	67	62	37	42	33	26	13	12
國民黨丁守中	30	32	9	12	11	16	40	37	40	45	41	41
民進黨姚文智	11	11	14	5	11	9	8	6	11	10	14	18
無黨籍李錫錕	0.1	1	0	0	0	1	0	1	0.5	1	0	1
無黨籍吳葛洋	--	0.1	--	0	--	0	--	0	--	1	--	0
未決定	18	18	7	10	10	11	15	14	16	18	32	28

Base：20 歲以上有投票意願台北市民；表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100

資料來源：TVBS 民調中心，〈選前 2 個月民調〉，《TVBS 民調中心》，2018 年 9 月 14 日，參見 <https://www.tvbs.com.tw/poll-center/1>。(瀏覽日期：2020 年 3 月 3 日)。

(三)選前一個月之比較

此次調查之有效樣本：1,105 位 20 歲以上台北市民，抽樣誤差：95%信心水準下，抽樣誤差為 ± 2.9 個百分點以內。據調查結果顯示(見表 3.7)。在有投票意願的台北市民中，柯文哲支持度由 9 月份調查的 37%，增加 3 個百分點至 40%，國民黨丁守中支持度略增 1 個百分點至 33%，兩人差距由上次調查的 5 個百分點略增為 7 個百分點，另外未表態的比例減少至 13%，顯示選戰隨著投票日接近而持續加溫。

表 3.7 2018 年臺北市長選舉選前 1 個月民調

今年底的台北市長選舉，在無黨籍的柯文哲、國民黨的丁守中、民進黨的姚文智、無黨籍的李錫錕，和無黨籍的吳蕙洋這五位人選中【候選人隨機輪替】，假如明天就是投票日，請問您會投票給哪一位？

	民進黨提名 107/5/31 N=1,032	選前四個月 107/7/12 N=770	選前兩個月 107/9/14 N=878	選前一個月 107/10/25 N=970	+/-
無黨籍柯文哲	31	40	37	40	+3 %
國民黨丁守中	33	30	32	33	+1 %
民進黨姚文智	13	11	11	12	+1 %
無黨籍李錫錕	--	0.1	1	1	--
無黨籍吳蕙洋	--	--	0.1	0	
未決定	22	18	18	13	

Base：20 歲以上有投票意願台北市民；表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100

資料來源：TVBS 民調中心，〈選前 1 個月民調〉，《TVBS 民調中心》，2018 年 10 月 25 日，參見 <https://www.tvbs.com.tw/poll-center/1>。(瀏覽日期：2020 年 3 月 3 日)。

進行交叉分析(見表 3.8)後發現，20-29 歲及 30-39 歲年輕族群支持柯文哲比例明顯較高，皆有六成左右表態支持柯文哲，丁守中支持度增加至兩成上下。20-29 歲支持柯文哲比例雖從 9 月的 73%，降至本次調查的 59%，但仍明顯高於丁守中(18%)；在 50-59 歲選民中，柯文哲支持度雖增加 6 個百分點至 32%，仍落後丁守中的 42%；

在 60 歲以上選民，丁守中支持度略增至 44%，仍明顯高於柯文哲的 13%。

綜整上述之數據後，柯文哲在 20-49 歲青壯年選民之平均支持度為 58%，丁守中為 24%；在 50 歲以上年長選民之支持度，柯文哲為 22.5%，丁守中為 43%。整體而言，柯文哲在青壯年族群維持優勢，但在年長選民中，則明顯居於劣勢。

表 3.8 2018 年臺北市長選舉選前 1 個月支持度與年齡交叉表

	全體		年齡									
			20-29 歲		30-39 歲		40-49 歲		50-59 歲		60 歲以上	
	選前 兩個月	選前 一個月	選前 兩個月	選前 一個月	選前 兩個月	選前 一個月	選前 兩個月	選前 一個月	選前 兩個月	選前 一個月	選前 兩個月	選前 一個月
	107/9/14 N=878	107/10/25 N=970	107/9/14 (13%)	107/10/25 (14%)	107/9/14 (20%)	107/10/25 (20%)	107/9/14 (17%)	107/10/25 (17%)	107/9/14 (19%)	107/10/25 (18%)	107/9/14 (31%)	107/10/25 (30%)
無黨籍柯文哲	37	40	73	59	62	64	42	52	26	32	12	13
國民黨丁守中	32	33	12	18	16	20	37	35	45	42	41	44
民進黨姚文智	11	12	5	11	9	8	6	7	10	12	18	20
無黨籍李錫錕	1	1	0	1	1	1	1	1	1	2	1	0
無黨籍吳萼洋	0.1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
未決定	18	13	10	10	11	7	14	5	18	12	28	24

Base：20 歲以上有投票意願台北市民；表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100

資料來源：TVBS 民調中心，〈選前 1 個月民調〉，《TVBS 民調中心》，2018 年 10 月 25 日，參見 <https://www.tvbs.com.tw/poll-center/1>。（瀏覽日期：2020 年 3 月 3 日）。

(四)2018 年臺北市長選舉民調綜合比較

綜整上述三階段候選人之民調(見圖 3.6)可以發現，柯文哲在三個階段之民調分別為 40%、37%、40%，丁守中為 30%、32%、33%，兩者在民調上始終維持約 7 個百分點之差距。

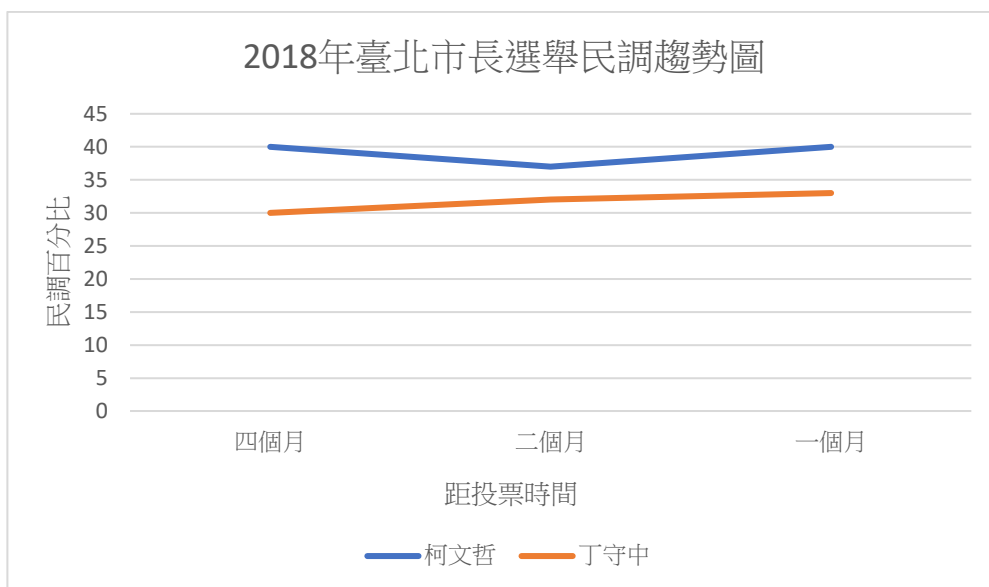


圖 3.6 2018 年臺北市長選舉民調趨勢圖

資料來源:筆者自行繪製。

在 20-49 歲青壯年選民之平均支持度表現上(見圖 3.7)，柯文哲分別為 58%、59%、58%；丁守中為 20%、21.6%、24%，兩者平均差距 36.4%，由柯文哲在青壯年選民中穩定領先。

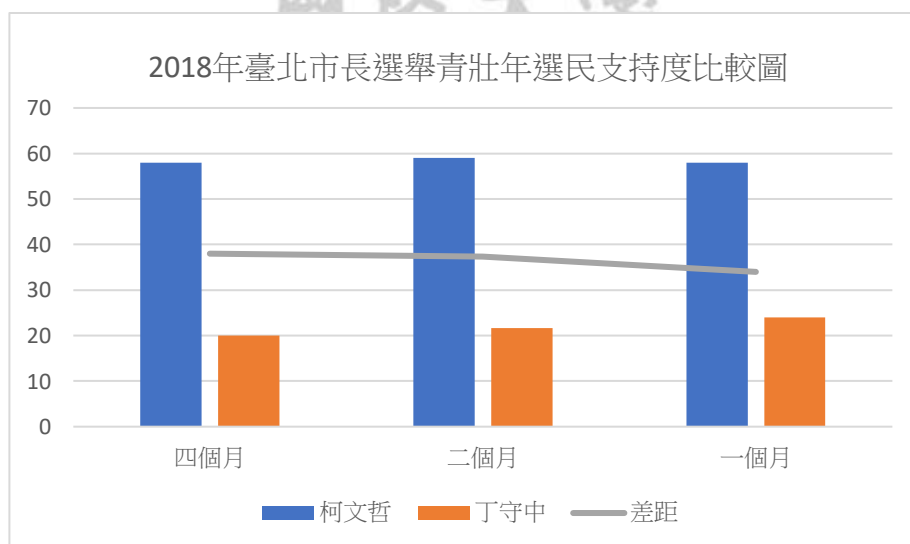


圖 3.7 2018 年臺北市長選舉青壯年選民支持度比較圖

資料來源:筆者自行繪製。

在 50 歲以上年長選民之平均支持度表現上(見圖 3.8)，柯文哲分別為 23%、19%、22.5%；丁守中為 40.5%、43%、43%，兩者平均差距 20.3%，由丁守中在老年選民中穩定領先。

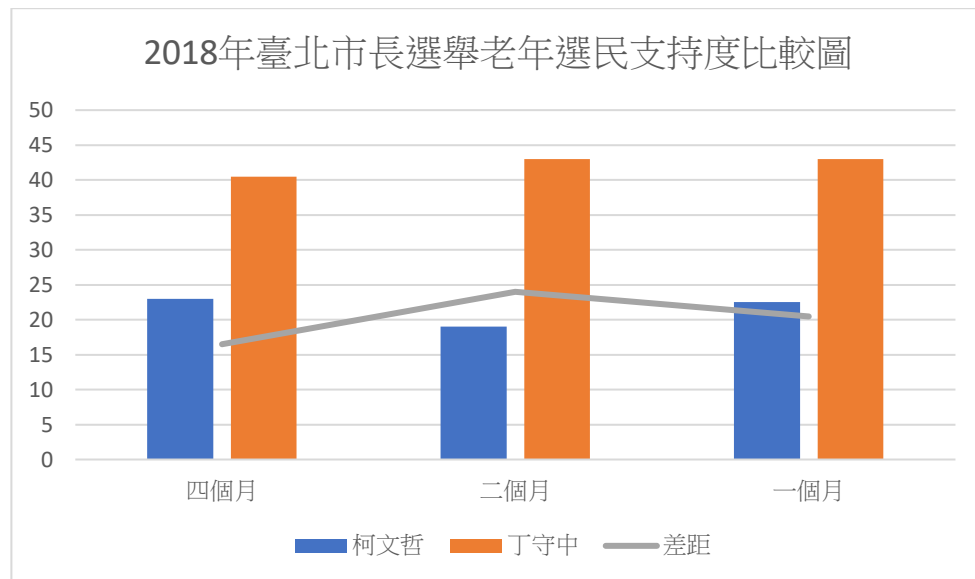


圖 3.8 2018 年臺北市長選舉老年選民支持度比較圖

資料來源：筆者自行繪製。

三、 候選人得票數

據中選會公布之「2018 年臺北市長選舉候選人得票數」(見圖 3.9)，無黨籍的柯文哲獲得 580,820 票，得票率 41.05%；國民黨籍丁守中獲得 577,566 票，得票率 40.82%。柯文哲以 0.23% 差距當選第七屆臺北市市長。

註記	號次	姓名	性別	得票數	得票率	推薦之政黨
	1	吳蕙洋	男	5,617	0.40%	無
	2	丁守中	男	577,566	40.82%	中國國民黨
	3	姚文智	男	244,641	17.29%	民主進步黨
◎	4	柯文哲	男	580,820	41.05%	無
	5	李錫錕	男	6,172	0.44%	無
投開票所數 已送/應送: 1563/1563						

圖 3.9 2018 年臺北市長選舉候選人得票數

資料來源: 中選會,〈2018 年臺北市長選舉候選人得票數〉,《中央選舉委員會》,2018 年 11 月 24 日,參見 <https://www.cec.gov.tw/>。(瀏覽日期:2020 年 3 月 3 日)。

四、小結

從「2018 年臺北市長選舉」案例中,比較兩位候選人於選戰各階段之網路搜尋趨勢、媒體民調、選舉結果後,柯文哲雖然在網路搜尋趨勢以及媒體民調上皆有一定程度之領先,然而在最後得票數上,卻僅以 3254 票之些微差距贏得勝利,此結果代表當非典型政治人物遇上較不具個人魅力之典型政治人物時,因為其主要支持群眾為使用網路頻率較高之青壯年選民,在網路聲量上自然容易取得壓倒性勝利,然而該如何將其反映在民調和實際得票數上,仍需要透由其他因素才有辦法達到勝選之目標。

參、新北市長候選人網路搜尋趨勢、媒體民調、選舉結果之比較

2018 年新北市長選舉之比較，非典型政治人物以警界出身的國民黨籍侯友宜為代表，典型政治人物則以政治歷練豐富的民進黨籍蘇貞昌為代表。

一、網路搜尋趨勢

(一)選前四個月之比較

由 2018 年新北市長選舉選前 4 個月 Google 網路搜尋趨勢比較圖(見圖 3.10)可觀察出，侯友宜在 7 月份之搜尋趨勢平均值為 26 分，蘇貞昌為 12 分，兩者在當月份之趨勢變化中，侯友宜雖然在平均值上取得領先，然而兩者之搜尋趨勢也出現數次交叉互相領先之情形。

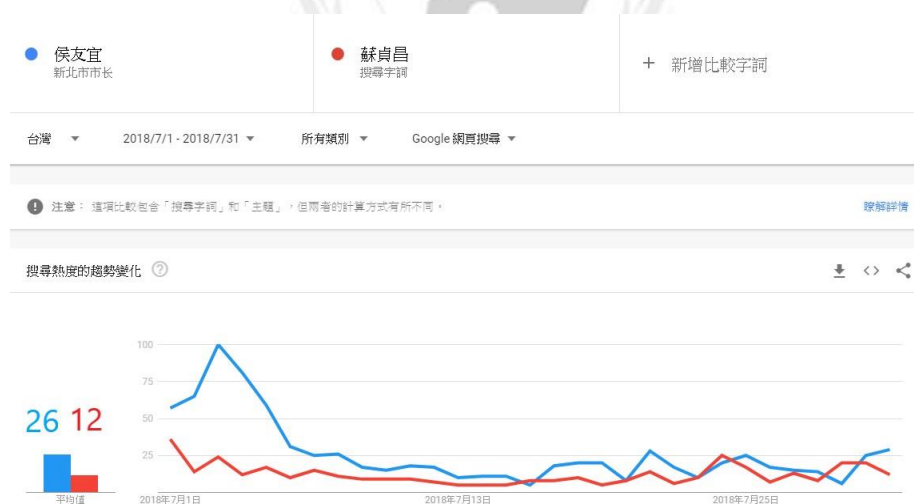


圖 3.10 2018 年新北市長選舉選前 4 個月 Google 網路搜尋趨勢比較圖

資料來源:筆者參考 Google Trends(<https://trends.google.com.tw/trends/>)資料繪製。

(瀏覽日期:2020 年 3 月 3 日)。

(二)選前二個月之比較

由 2018 年新北市長選舉選前 2 個月 Google 網路搜尋趨勢比較圖

(見圖 3.11)可發現，侯友宜在 9 月份之搜尋趨勢平均值為 9 分，蘇貞昌為 15 分，兩者在當月份之趨勢變化中，大部分時間呈現互相拉鋸之趨勢，唯獨在 9 月 24 日發生「拍肚事件」⁸⁴後，蘇貞昌當日搜尋趨勢提升至 100 分，侯友宜則為 5 分。由此可見，突發事件之發生確實會影響搜尋趨勢之平均值。

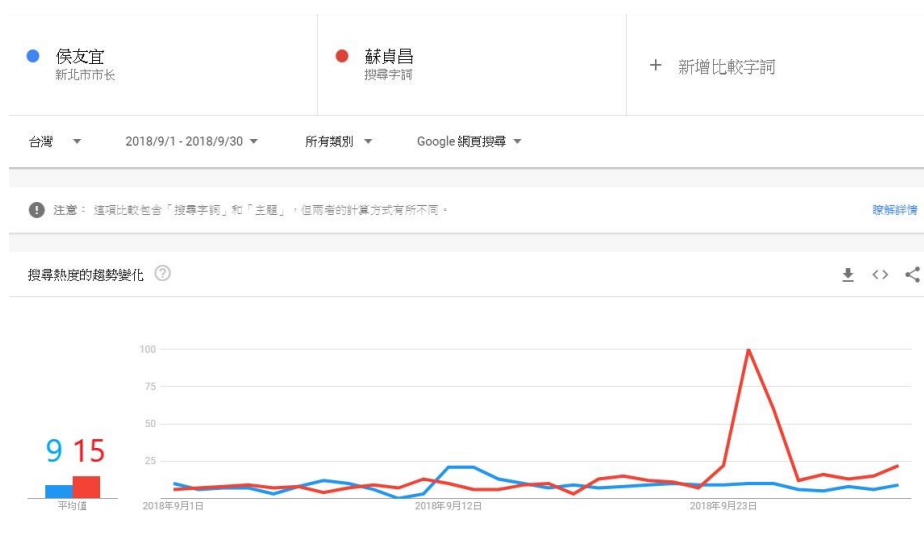


圖 3.11 2018 年新北市長選舉選前 2 個月 Google 網路搜尋趨勢比較圖

資料來源：筆者參考 Google Trends(<https://trends.google.com.tw/trends/>)資料繪製。

(瀏覽日期:2020 年 3 月 3 日)。

(三)選前一個月之比較

由 2018 年新北市長選舉選前 1 個月 Google 網路搜尋趨勢比較圖

⁸⁴ 拍肚事件是指 2018 年民進黨新北市長候選人蘇貞昌在 9 月 24 日成立競選總部，在準備離場時碰上反深澳燃煤電廠自救會會長、瑞芳龍山里長陳志強試圖向其陳情，但因對里長「拍肩、拍肚」等動作，讓陳志強不滿，引起議論。資料來源：蔣婕妤，〈影／還原現場！「拍肚」惹怒里長 蘇貞昌親擬聲明：表達最誠摯歉意〉，《ETtoday 新聞雲》，2018 年 9 月 24 日，參見 <https://www.ettoday.net/news/20180924/1265528.htm>。(瀏覽日期:2020 年 3 月 2 日)。

(見圖 3.12)可發現，侯友宜在 10 月份之搜尋趨勢平均值為 36 分，蘇貞昌為 34 分，兩者在當月份之趨勢變化中，侯友宜雖然在平均值上取得 2 分之小幅領先，然而兩者搜尋趨勢變化出現數次交叉互有領先之情形，顯示兩者在 10 月份聲量上不分軒輊。

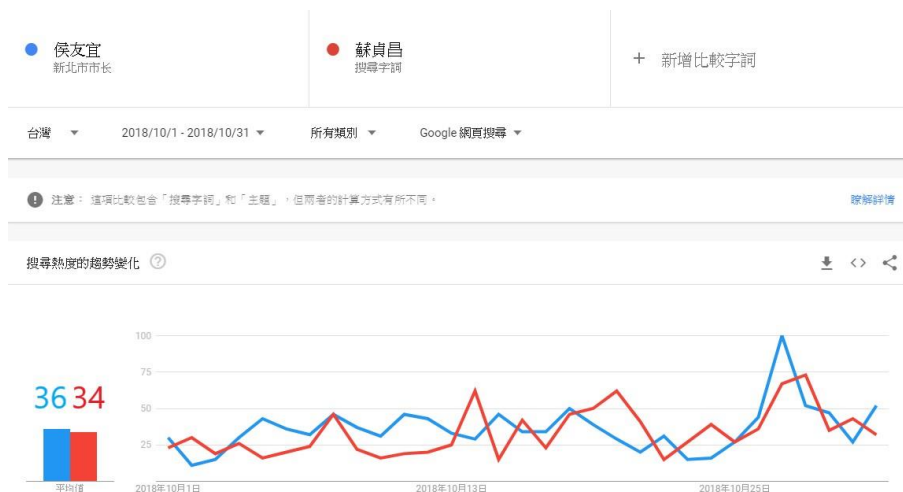


圖 3.12 2018 年新北市長選舉選前 1 個月 Google 網路搜尋趨勢比較圖

資料來源：筆者參考 Google Trends(<https://trends.google.com.tw/trends/>)資料繪製。

(瀏覽日期：2020 年 3 月 3 日)。

(四)2018 年新北市長 Google 搜尋趨勢綜合比較

綜合上述兩組候選人在選戰三階段之網路搜尋趨勢數據後(見圖 3.13)，侯友宜的搜尋趨勢分別為 26 分、9 分、36 分，蘇貞昌則為 12 分、15 分、34 分。兩人在網路搜尋趨勢上互有領先的狀態，惟隨著投票日接近，差距也逐漸縮小。

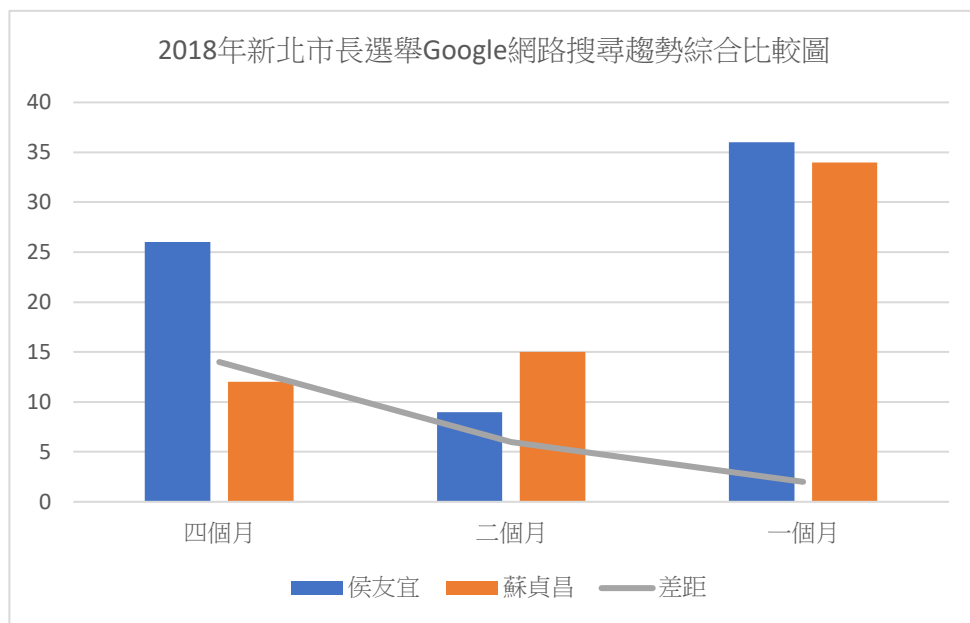


圖 3.13 2018 年新北市長選舉 Google 網路搜尋趨勢綜合比較圖

資料來源:筆者自行繪製。

二、媒體民調

(一)選前四個月之比較

有效樣本：1,030 位 20 歲以上新北市民，抽樣誤差：95%信心水準下，抽樣誤差為 ± 3.1 個百分點以內。據調查結果顯示(見表 3.9)，在有投票意願的新北市民中，國民黨侯友宜支持度為 48%，而蘇貞昌支持度則為 29%，侯友宜領先蘇貞昌近兩成，另外 23%民眾未決定支持對象。

表 3.9 2018 年新北市長選舉選前 4 個月民調

今年底的新北市長選舉，如果是由 國民黨的侯友宜，和 民進黨的蘇貞昌 兩人參選，假如明天就是投票日，請問您會投票給哪一位？【人名隨機輪替】

	民進黨提名 107/4/12 N=755	文大宿舍爭議 107/6/25 N=745	選前四個月 107/7/17 N=846	+/-
國民黨侯友宜	40	48	48	--
民進黨蘇貞昌	32	31	29	- 2%
未決定	28	21	23	

Base：20 歲以上會去投票新北市民；表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100

資料來源：TVBS 民調中心，〈選前 4 個月民調〉，《TVBS 民調中心》，2018 年 7 月 17 日，參見 <https://www.tvbs.com.tw/poll-center/1>。（瀏覽日期：2020 年 3 月 4 日）。

年齡方面(見表 3.10)，在 30-39 歲選民中，侯友宜支持度與前次調查相較，由 47%下滑 7 個百分點至 40%，蘇貞昌則由 30%略增至 33%。50-59 歲選民支持蘇貞昌比例由 23%增加 8 個百分點至 31%，但仍落後侯友宜的 52%；60 歲以上選民，侯友宜支持度由 39%增加至 45%，蘇貞昌則由 36%下滑一成 26%。

綜整上述之數據後，將其歸納為 20-49 歲之青壯年選民及 50 歲以上之年長選民兩類作後續之比較，侯友宜在 20-49 歲青壯年選民之平均支持度為 48%，蘇貞昌為 30%；在 50 歲以上年長選民之支持度，侯友宜為 48.5%，蘇貞昌為 28.5%。在此一選舉階段，無論青壯年選民或是年長選民之支持度皆由侯友宜領先。

表 3.10 2018 年新北市長選舉選前 4 個月支持度與年齡交叉表

新北市長選舉支持度與年齡交叉表												
	全體				年齡							
			20-29 歲		30-39 歲		40-49 歲		50-59 歲		60 歲以上	
	文大宿	選前	文大宿	選前	文大宿	選前	文大宿	選前	文大宿	選前	文大宿	選前
	舍爭議	四個月	舍爭議	四個月	舍爭議	四個月	舍爭議	四個月	舍爭議	四個月	舍爭議	四個月
	107/6/25	107/7/17	107/6/25	107/7/17	107/6/25	107/7/17	107/6/25	107/7/17	107/6/25	107/7/17	107/6/25	107/7/17
	N=745	N=846	(14%)	(13%)	(17%)	(19%)	(20%)	(18%)	(20%)	(22%)	(29%)	(28%)
國民黨侯友宜	48	48	47	48	47	40	54	56	56	52	39	45
民進黨蘇貞昌	31	29	34	32	30	33	30	26	23	31	36	26
未決定	21	23	18	21	23	26	16	19	21	17	25	29

Base：20 歲以上會去投票新北市民；表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100

資料來源：TVBS 民調中心，〈選前 4 個月民調〉，《TVBS 民調中心》，2018 年 7 月 17 日，參見 <https://www.tvbs.com.tw/poll-center/1>。（瀏覽日期：2020 年 3 月 4 日）。

(二)選前二個月之比較

有效樣本：1,011 位 20 歲以上新北市民，抽樣誤差：95%信心水準下，抽樣誤差為±3.1 個百分點以內。據民調顯示(見表 3.11)，在有投票意願的新北市民中，國民黨侯友宜獲得 48%支持度，與 7 月份調查結果相當，而蘇貞昌支持度則由 29%增加 3 個百分點至 32%，但仍落後侯友宜 16 個百分點，另外 20%民眾未決定支持對象。

表 3.11 2018 年新北市長選舉選前 2 個月民調

今年底的新北市長選舉，在國民黨的侯友宜，和民進黨的蘇貞昌這兩位人選中，假如明天就是投票日，請問您會投票給哪一位？【人名隨機輪替】

	民進黨提名	文大宿舍爭議	選前四個月	選前兩個月	
	107/4/12	107/6/25	107/7/17	107/9/12	+/-
	N=755	N=745	N=846	N=850	
國民黨侯友宜	40	48	48	48	--
民進黨蘇貞昌	32	31	29	32	+3%
未決定	28	21	23	20	

Base：20 歲以上有投票意願新北市民；表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100

資料來源：TVBS 民調中心，〈選前 2 個月民調〉，《TVBS 民調中心》，2018 年 9 月 12 日，參見 <https://www.tvbs.com.tw/poll-center/1>。（瀏覽日期：2020 年 3 月 4 日）。

進一步交叉分析(見表 3.12)發現，在 30-39 歲選民中，侯友宜支持度由 40%增加 12 個百分點至 52%，高於蘇貞昌的 34%近兩成。40-49 歲選民支持侯友宜比例則由 56%下滑近一成至 48%，蘇貞昌則由 26%增加至 32%。60 歲以上選民，侯友宜支持度也由 45%下滑至 38%，蘇貞昌則由 26%上升近一成至 35%，與侯友宜支持度相當。

綜整上述之數據後，侯友宜在 20-49 歲青壯年選民之平均支持度為 50%，蘇貞昌為 33%；在 50 歲以上年長選民之平均支持度，侯友宜為 46.5%，蘇貞昌為 31%。與 7 月份調查相較，在青壯年選民支持度差距上，分別為 18%及 17%，兩者差距(1%)近乎相同；在年長選民支持度差距上，兩者縮小 4.5 個百分點，仍由侯友宜領先。

表 3.12 2018 年新北市長選舉選前 2 個月支持度與年齡交叉表

新北市長選舉支持度與年齡交叉表												
	全體		年齡									
			20-29 歲		30-39 歲		40-49 歲		50-59 歲		60 歲以上	
	選前 四個月	選前 兩個月	選前 四個月	選前 兩個月	選前 四個月	選前 兩個月	選前 四個月	選前 兩個月	選前 四個月	選前 兩個月	選前 四個月	選前 兩個月
	107/7/17 N=846	107/9/12 N=850	107/7/17 (13%)	107/9/12 (14%)	107/7/17 (19%)	107/9/12 (18%)	107/7/17 (18%)	107/9/12 (19%)	107/7/17 (22%)	107/9/12 (20%)	107/7/17 (28%)	107/9/12 (27%)
國民黨侯友宜	48	48	48	51	40	52	56	48	52	55	45	38
民進黨蘇貞昌	29	32	32	34	33	34	26	32	31	27	26	35
未決定	23	20	21	16	26	14	19	19	17	18	29	27

Base：20 歲以上有投票意願新北市民；表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100

資料來源：TVBS 民調中心，〈選前 2 個月民調〉，《TVBS 民調中心》，2018 年 9 月 12 日，參見 <https://www.tvbs.com.tw/poll-center/1>。(瀏覽日期:2020 年 3 月 4 日)。

(三)選前一個月之比較

有效樣本：1,026 位 20 歲以上新北市民，抽樣誤差：95%信心水準下，抽樣誤差為±3.1 個百分點以內。據調查結果顯示(見表

3.13)，在有投票意願的新北市民眾中，國民黨侯友宜獲得半數市民的支持，較 9 月份調查結果略增 2 個百分點，而蘇貞昌支持度則略降 2 個百分點至 30%，雙方差距增至兩成，另外 21% 民眾未決定支持對象。整體而言，侯友宜支持度自七月以來的數次調查，皆維持在五成左右，而蘇貞昌則在三成上下。

表 3.13 2018 年新北市長選舉選前 1 個月民調

今年底的新北市長選舉，在國民黨的侯友宜，和民進黨的蘇貞昌這兩位人選中，假如明天就是投票日，請問您會投票給哪一位？【人名隨機輪替】

	民進黨提名 107/4/12 N=755	文大宿舍爭議 107/6/25 N=745	選前四個月 107/7/17 N=846	選前兩個月 107/9/12 N=850	選前一個月 107/10/18 N=869	+/-
國民黨侯友宜	40	48	48	48	50	+ 2%
民進黨蘇貞昌	32	31	29	32	30	- 2%
未決定	28	21	23	20	21	

Base：20 歲以上有投票意願新北市民；表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100

資料來源：TVBS 民調中心，〈選前 1 個月民調〉，《TVBS 民調中心》，2018 年 10 月 18 日，參見 <https://www.tvbs.com.tw/poll-center/1>。（瀏覽日期：2020 年 3 月 4 日）。

進行交叉分析(見表 3.14)後發現，侯友宜在各年齡層中支持度維持領先蘇貞昌，在 20-29 歲及 30-39 歲選民中，侯友宜支持度皆領先一成五左右；在 40-49 歲選民中侯友宜支持度 61%，領先蘇貞昌幅度較大，差距達三成以上；而 50-59 歲及 60 歲以上選民蘇貞昌則落後近兩成。

綜整上述之數據後，侯友宜在 20-49 歲青壯年選民之平均支持度為 51%，蘇貞昌為 30%；在 50 歲以上年長選民之支持度，侯友宜為 48.5%，蘇貞昌為 30%。整體而言，無論青壯年選民或是年長選民之支持度皆由侯友宜領先。

表 3.14 2018 年新北市長選舉選前 1 個月支持度與年齡交叉表

新北市長選舉支持度與年齡交叉表

	全體		年齡									
			20-29 歲		30-39 歲		40-49 歲		50-59 歲		60 歲以上	
	選前 兩個月	選前 一個月	選前 兩個月	選前 一個月	選前 兩個月	選前 一個月	選前 兩個月	選前 一個月	選前 兩個月	選前 一個月	選前 兩個月	選前 一個月
	107/9/12 N=850	107/10/18 N=869	107/9/12 (14%)	107/10/18 (15%)	107/9/12 (18%)	107/10/18 (17%)	107/9/12 (19%)	107/10/18 (18%)	107/9/12 (20%)	107/10/18 (21%)	107/9/12 (27%)	107/10/18 (27%)
國民黨侯友宜	48	50	51	49	52	44	48	61	55	51	38	46
民進黨蘇貞昌	32	30	34	34	34	29	32	28	27	32	35	28
未決定	20	21	16	17	14	27	19	11	18	17	27	26

Base：20 歲以上有投票意願新北市民；表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100

資料來源：TVBS 民調中心，〈選前 1 個月民調〉，《TVBS 民調中心》，2018 年 10 月 18 日，參見 <https://www.tvbs.com.tw/poll-center/1>。(瀏覽日期：2020 年 3 月 4 日)。

(四)2018 年新北市長選舉民調綜合比較

綜整上述三階段候選人之民調(見圖 3.14)可以發現，侯友宜在三個階段之民調分別為 48%、48%、50%，蘇貞昌為 29%、32%、30%。侯友宜始終維持約 5 成之支持度，蘇貞昌僅平均 3 成上下，兩者維持約 20 個百分點之差距。

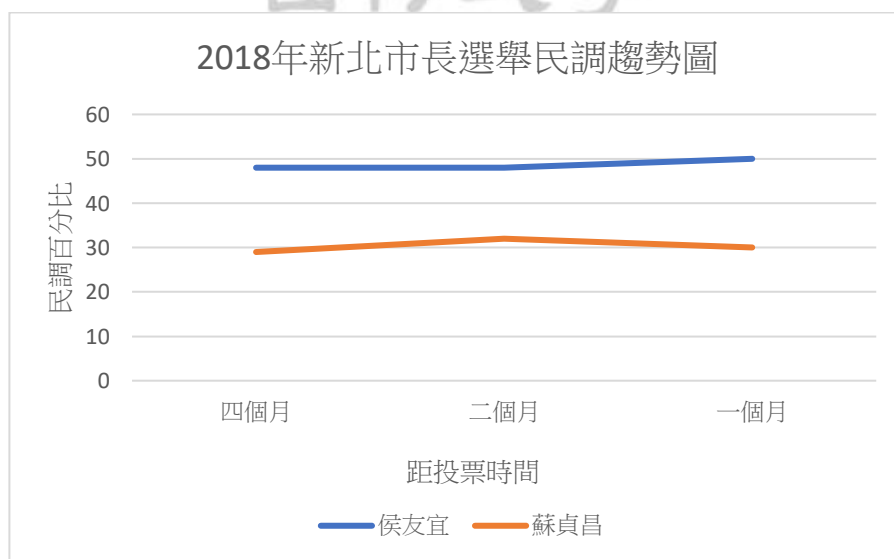


圖 3.14 2018 年新北市長選舉民調趨勢圖

資料來源:筆者自行繪製。

在 20-49 歲青壯年選民之平均支持度表現上(見圖 3.17)，侯友宜分別為 48%、50%、51%；蘇貞昌為 30%、33%、30%，兩者平均差距 19%，由代表非典型政治人物的侯友宜在青壯年選民中穩定領先。

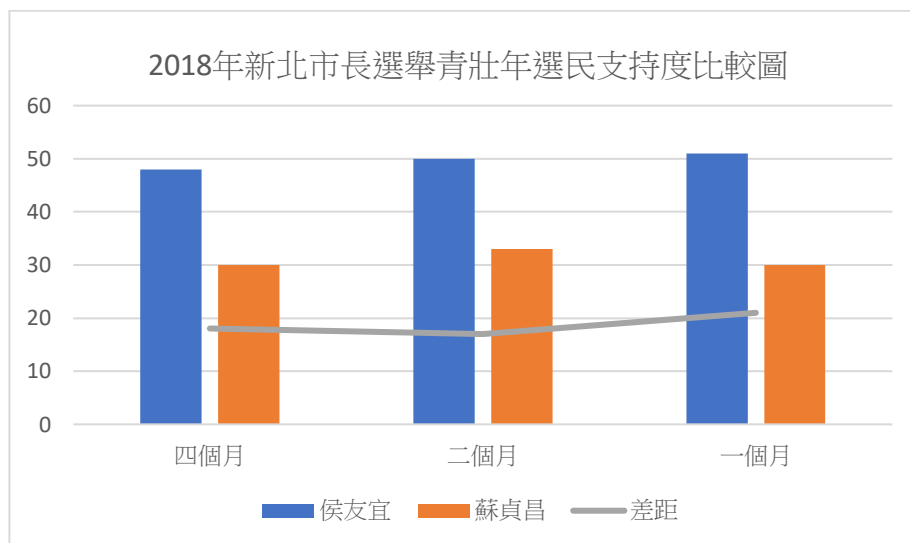


圖 3.15 2018 年新北市長選舉青壯年選民支持度比較圖

資料來源:筆者自行繪製。

在 50 歲以上年長選民之平均支持度表現上(見圖 3.16)，侯友宜分別為 48.5%、46.5%、48.5%；蘇貞昌為 28.5%、31%、30%，兩者平均差距 18%，由侯友宜在老年選民中穩定領先。

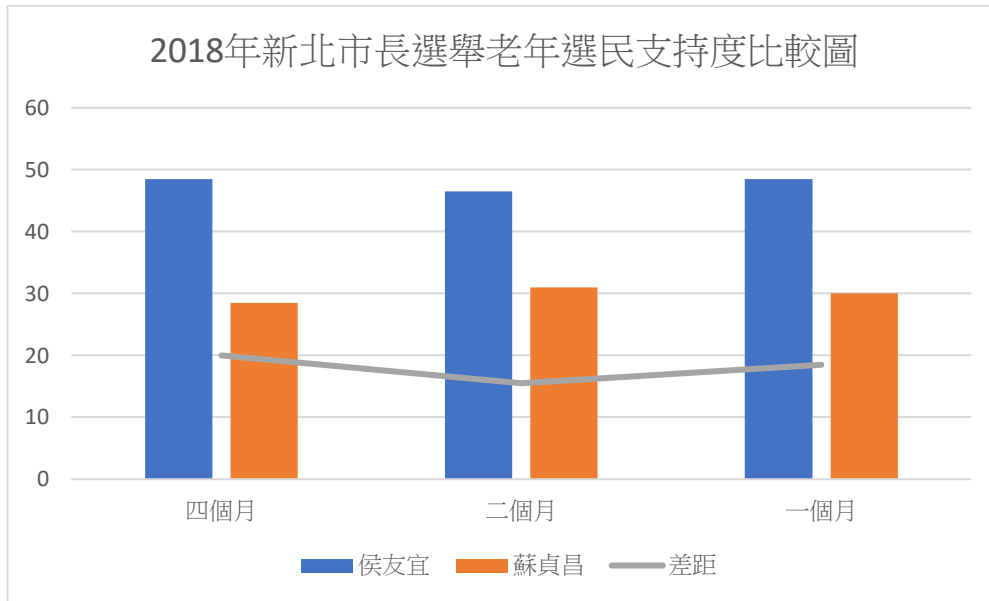


圖 3.16 2018 年新北市長選舉老年選民支持度比較圖

資料來源:筆者自行繪製。

三、候選人得票數

據中選會公布之「2018 年新北市長選舉候選人得票數」(見圖 3.17)，國民黨籍的侯友宜獲得 1,165,130 票，得票率 57.15%；民進黨籍蘇貞昌獲得 873,692 票，得票率 42.85%。侯友宜以 29 萬票之差距取得大幅度的勝選。

註記	號次	姓名	性別	得票數	得票率	推薦之政黨
	1	蘇貞昌	男	873,692	42.85%	民主進步黨
◎	2	侯友宜	男	1,165,130	57.15%	中國國民黨
投開票所數 已送/應送: 2446/2446						

圖 3.17 2018 年新北市長選舉候選人得票數

資料來源:中選會，〈2018 年新北市長選舉候選人得票數〉，《中央選舉委員會》，2018 年 11 月 24 日，參見 <https://www.cec.gov.tw/>。(瀏覽日期:2020 年 3 月 4 日)。

四、小結

從「2018 年新北市長選舉」案例中，比較兩位候選人於選戰各階段之網路搜尋趨勢、媒體民調、選舉結果後，可整理出當非典型政治人物遇上同樣具備個人魅力之典型政治人物時，其無法在網路聲量上取得相對優勢，反而隨著投票日逼近，兩者之趨勢也逐漸縮小。而能促使其勝選因素之一，合理推測為代表非典型政治人物的侯友宜為新北市選民所帶來之清晰感，認為其在執政表現上能勝過曾經擔任臺北縣長(現今新北市)之蘇貞昌，因而增加其支持度及反映在最終得票數上。



肆、高雄市長候選人網路搜尋趨勢、媒體民調、選舉結果之比較

2018 年高雄市長選舉之比較，非典型政治人物以消失我國政壇二十餘年的國民黨籍韓國瑜為代表；典型政治人物則以出身「政二代」背景，且擔任過高雄市代理市長的民進黨籍陳其邁為代表。

一、網路搜尋趨勢

(一)選前四個月之比較

由 2018 年高雄市長選舉選前 4 個月 Google 網路搜尋趨勢比較圖（見圖 3.18）觀察出，韓國瑜在 7 月份之搜尋趨勢平均值為 54 分，陳其邁為 13 分，兩者在當月份之趨勢變化中，韓國瑜的趨勢分數始終保持領先，並無出現互有領先之情形。

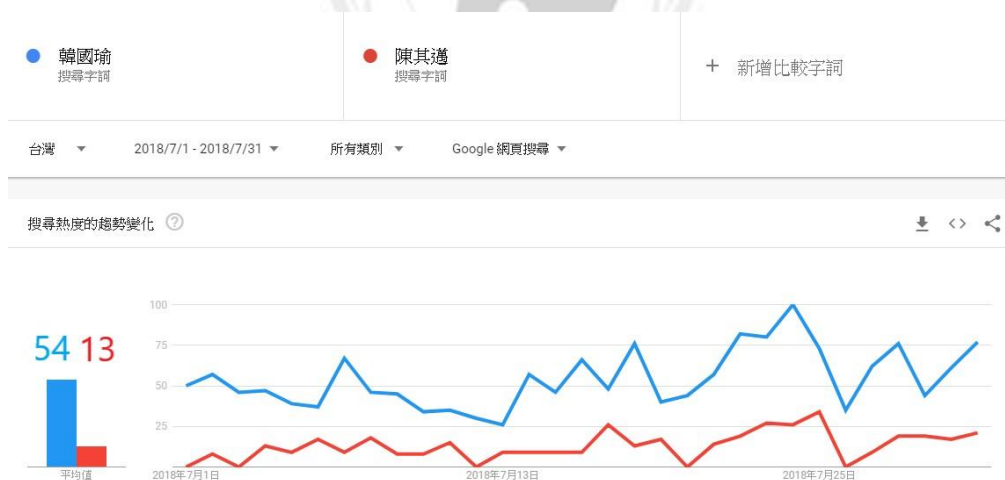


圖 3.18 2018 年高雄市長選舉選前 4 個月 Google 網路搜尋趨勢比較圖

資料來源：筆者參考 Google Trends(<https://trends.google.com.tw/trends/>)資料繪製。

（瀏覽日期：2020 年 3 月 5 日）。

(二)選前二個月之比較

由 2018 年高雄市長選舉選前 2 個月 Google 網路搜尋趨勢比較圖

(見圖 3.19)可發現，韓國瑜在 9 月份之搜尋趨勢平均值為 47 分，陳其邁為 9 分。與 7 月份相較，韓國瑜在搜尋趨勢分數平均減少 7 分，陳其邁減少 4 分，兩人在趨勢熱度上差距由 41 分略縮小至 38 分。

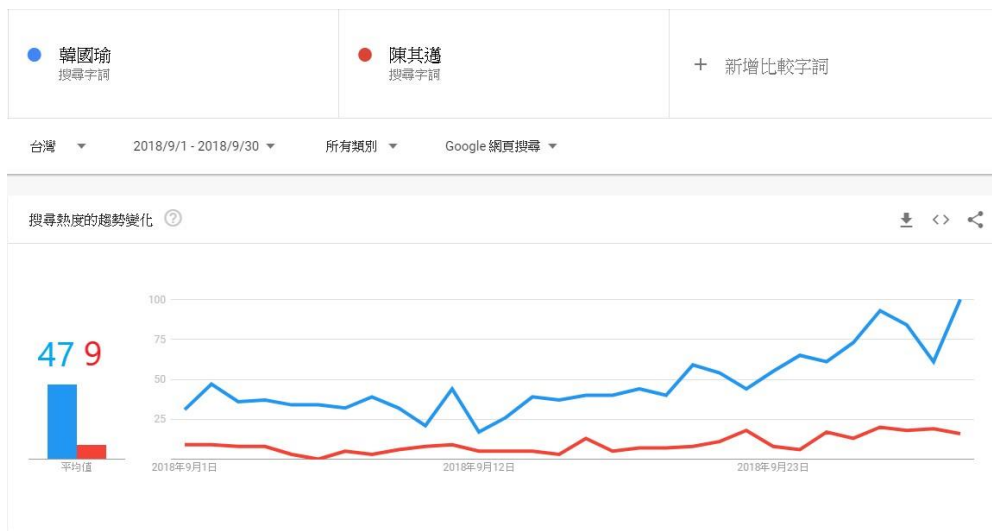


圖 3.19 2018 年高雄市長選舉選前 2 個月 Google 網路搜尋趨勢比較圖

資料來源:筆者參考 Google Trends(<https://trends.google.com.tw/trends/>)資料繪製。

(瀏覽日期:2020 年 3 月 5 日)。

(三)選前一個月之比較

由 2018 年高雄市長選舉選前 1 個月 Google 網路搜尋趨勢比較圖 (見圖 3.20)可發現，韓國瑜在 10 月份之搜尋趨勢平均值為 35 分，陳其邁為 5 分。兩者在當月份之趨勢變化中，韓國瑜雖然在平均值維持 30 分領先，然而可以觀察出雙方在 10 月中上旬的趨勢差距並沒有相差甚遠，而當韓國瑜於 10 月 26 日在鳳山舉辦三山大造勢的第一場大型造勢活動時，其當日搜尋趨勢分數增至 100 分，陳其邁則只有 10 分，拉大當月趨勢差距。

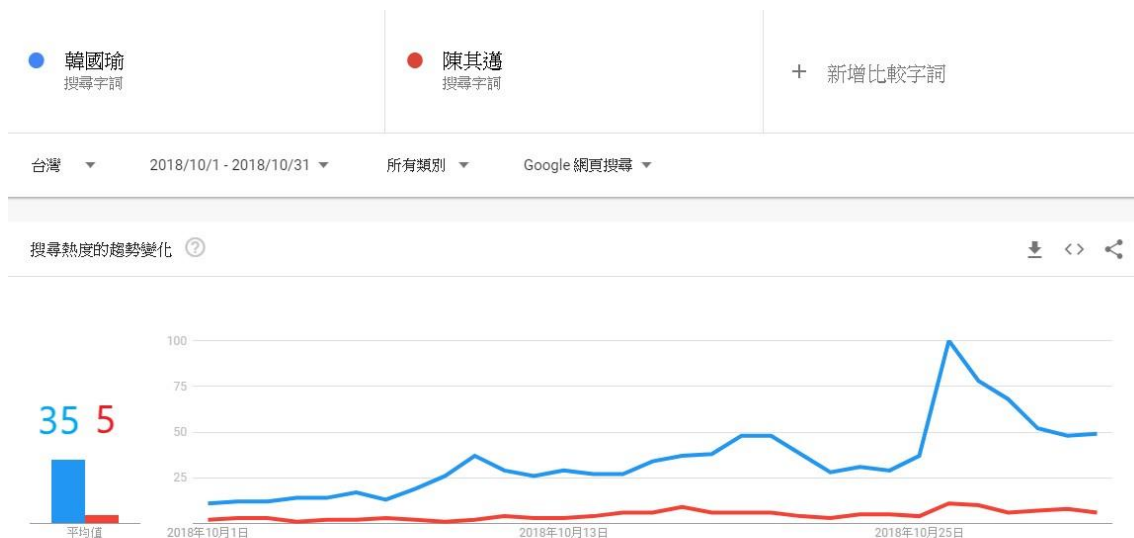


圖 3.20 2018 年高雄市長選舉選前 1 個月 Google 網路搜尋趨勢比較圖

資料來源:筆者參考 Google Trends(<https://trends.google.com.tw/trends/>)資料繪製。

(瀏覽日期:2020 年 3 月 5 日)。

(四)2018 年高雄市長 Google 搜尋趨勢綜合比較

綜合上述兩組候選人在選戰三階段之網路搜尋趨勢數據後(見圖 3.21)，韓國瑜的搜尋趨勢分別為 54 分、47 分、35 分，陳其邁則為 13 分、9 分、5 分。兩人在競選期間的網路搜尋趨勢上，韓國瑜始終保持領先狀態，惟隨著投票日接近，差距逐漸縮小，三階段趨勢平均差距為 36 分。

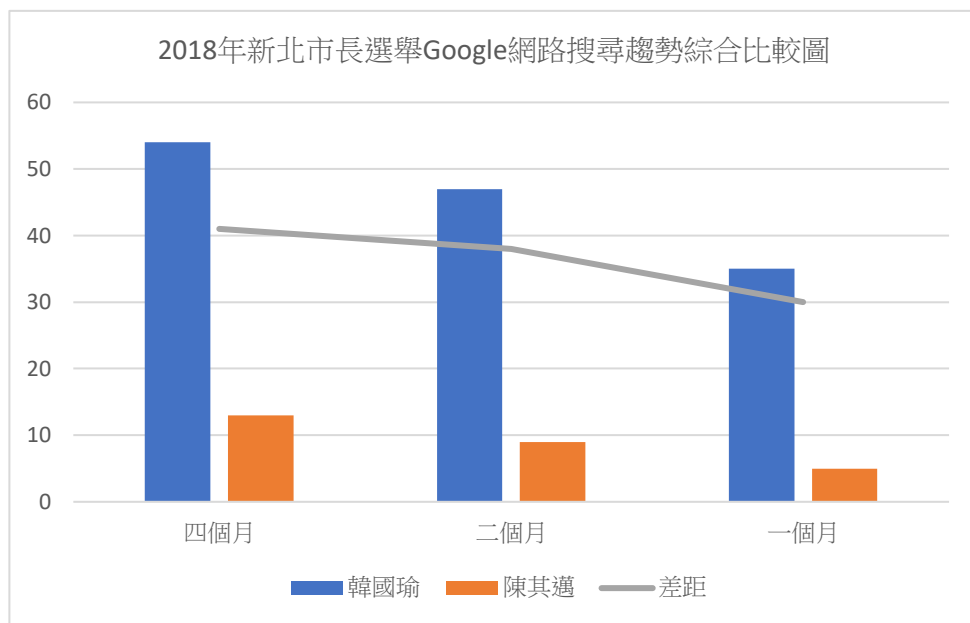


圖 3.21 2018 年高雄市長選舉 Google 網路搜尋趨勢綜合比較圖

資料來源:筆者自行繪製。

二、媒體民調

(一)選前四個月之比較

有效樣本：1,012 位 20 歲以上高雄市民，抽樣誤差：95%信心水準下，抽樣誤差為 ± 3.1 個百分點以內。據民調結果顯示(見表 3.15)，在有投票意願的高雄市民中，民進黨籍候選人陳其邁獲得 40%支持度，國民黨韓國瑜支持度則為 32%，兩人差距 8 個百分點，另外有 28%民眾未表態支持對象。

表 3.15 2018 年高雄市長選舉選前 4 個月民調

今年底的高雄市長選舉，如果是由民進黨的陳其邁，和國民黨的韓國瑜兩人參選，假如明天就是投票日，請問您會投票給哪一位？【人名隨機輪替】

	全體 (100%)
民進黨陳其邁	40
國民黨韓國瑜	32
未決定	28

Base：20 歲以上會去投票高雄市民；表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100

資料來源：TVBS 民調中心，〈選前 4 個月民調〉，《TVBS 民調中心》，2018 年 7 月 4 日，參見 <https://www.tvbs.com.tw/poll-center/1>。（瀏覽日期：2020 年 3 月 5 日）。

交叉分析(見表 3.16)發現，20-29 歲民眾支持陳其邁的比例較高為 51%，只有 22%支持韓國瑜，在 30-39 歲選民中，有 47%表示較支持陳其邁，有 29%支持韓國瑜。在 40-49 歲民眾中，陳其邁和韓國瑜的支持度相當，在四成上下（39%：40%），而在 50-59 歲選民中，則以韓國瑜支持度 44%較高，是唯一一個領先陳其邁（31%）的年齡層；60 歲以上選民中，則以陳其邁支持度 39%較高，韓國瑜為 24%。

綜整上述之數據後，將其歸納為 20-49 歲之青壯年選民及 50 歲以上之年長選民兩類作後續之比較，韓國瑜在 20-49 歲青壯年選民之平均支持度為 30%，陳其邁 45%；在 50 歲以上年長選民之支持度，韓國瑜為 34%，陳其邁為 35%。在此一選舉階段，無論青壯年選民或是年長選民之支持度皆由陳其邁領先。

表 3.16 2018 年高雄市長選舉選前 4 個月支持度與年齡交叉表

高雄市長選舉支持度與年齡交叉表

	全體	年齡				
	(100%)	20-29 歲 (11%)	30-39 歲 (18%)	40-49 歲 (19%)	50-59 歲 (20%)	60 歲以上 (31%)
民進黨陳其邁	40	51	47	39	31	39
國民黨韓國瑜	32	22	29	40	44	24
未決定	28	27	24	21	25	37

Base：20 歲以上會去投票高雄市民；表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100

資料來源：TVBS 民調中心，〈選前 4 個月民調〉，《TVBS 民調中心》，2018 年 7 月 4 日，參見 <https://www.tvbs.com.tw/poll-center/1>。（瀏覽日期：2020 年 3 月 5 日）。

(二)選前二個月之比較

有效樣本：1,019 位 20 歲以上高雄市民，抽樣誤差：95%信心水準下，抽樣誤差為 ± 3.1 個百分點以內。據民調顯示(見表 3.17)，在有投票意願的高雄市民中，民進黨陳其邁獲得 39%支持度，與 7 月份調查結果相當，國民黨韓國瑜支持度則增加 3 個百分點至 35%，兩人差距縮小至僅 4 個百分點，另外有 25%民眾未決定支持對象。

表 3.17 2018 年高雄市長選舉選前 2 個月民調

今年底的高雄市長選舉，在民進黨的陳其邁、國民黨的韓國瑜、無黨籍的蘇盈貴 和 無黨籍的璩美鳳四位人選中，假如明天就是投票日，請問您會投票給哪一位？【人名隨機輪替】

	選前四個月 107/7/4 N=815	選前兩個月 107/9/11 N=879	±
民進黨陳其邁	40	39	- 1%
國民黨韓國瑜	32	35	+ 3%
無黨籍蘇盈貴	--	1	
無黨籍璩美鳳	--	0.1	
未決定	28	25	

Base：20 歲以上有投票意願高雄市民；表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100

註：107/7/4 調查題目：今年底的高雄市長選舉，如果是由民進黨的陳其邁，和國民黨的韓國瑜兩人參選，假如明天就是投票日，請問您會投票給哪一位？

資料來源：TVBS 民調中心，〈選前 2 個月民調〉，《TVBS 民調中心》，2018 年 9 月 11 日，參見 <https://www.tvbs.com.tw/poll-center/1>。（瀏覽日期：2020 年 3 月 5 日）。

進一步交叉分析(見表 3.18)發現，在 20-29 歲民眾中，陳其邁和韓國瑜的支持度相當，皆為 39%；30-39 歲民眾支持陳其邁的比例較高，為 37%，同時有 32%支持韓國瑜；在 40-49 歲選民中，則以韓國瑜支持度 47%較高，高於陳其邁（35%）一成以上。在 50-59 歲民眾中，韓國瑜的支持度領先陳其邁 5 個百分點（43%：38%）；而 60 歲以上選民中，陳其邁支持度為 43%，領先韓國瑜的 23%兩成。

綜整上述之數據後，韓國瑜在 20-49 歲青壯年選民之平均支持度為 39，陳其邁為 37%；在 50 歲以上年長選民之平均支持度，韓國瑜為 33%，陳其邁為 40.5%。與 7 月份調查相較，在青壯年選民支持度上，韓國瑜從輸 15 個百分點至略勝 2 個百分點，差距 17%；在年長選民支持度上，依然由陳其邁稍微領先。。

表 3.18 2018 年高雄市長選舉選前 2 個月支持度與年齡交叉表

	全體	年齡				
	(100%)	20-29 歲 (13%)	30-39 歲 (17%)	40-49 歲 (20%)	50-59 歲 (20%)	60 歲以上 (31%)
民進黨陳其邁	39	39	37	35	38	43
國民黨韓國瑜	35	39	32	47	43	23
無黨籍蘇盈貴	1	3	0	3	1	0
無黨籍璩美鳳	0.1	0	0	0	0.5	0
未決定	25	19	31	15	17	34

Base：20 歲以上有投票意願高雄市民；表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100

資料來源：TVBS 民調中心，〈選前 2 個月民調〉，《TVBS 民調中心》，2018 年 9 月 11 日，參見 <https://www.tvbs.com.tw/poll-center/1>。（瀏覽日期：2020 年 3 月 5

日)。

(三)選前一個月之比較

有效樣本：1,009 位 20 歲以上高雄市民，抽樣誤差：95%信心水準下，抽樣誤差為 ± 3.1 個百分點以內。據調查結果顯示(見表 3.19)，在有投票意願的高雄市民中，國民黨韓國瑜支持度 42%，較一個月前增加 7 個百分點，民進黨陳其邁為 35%，較上次調查下滑 4 個百分點，韓國瑜支持度由落後，轉為領先 7 個百分點。另外 21%民眾未決定支持對象。

表 3.19 2018 年高雄市長選舉選前 1 個月民調

今年底的高雄市長選舉，在民進黨的陳其邁、國民黨的韓國瑜、無黨籍的蘇盈貴 和 無黨籍的璩美鳳四位人選中，假如明天就是投票日，請問您會投票給哪一位？【人名隨機輪替】

	選前四個月 107/7/4 N=815	選前兩個月 107/9/11 N=879	選前一個月 107/10/16 N=870	+/-
民進黨陳其邁	40	39	35	- 4%
國民黨韓國瑜	32	35	42	+ 7%
無黨籍蘇盈貴	--	1	1	--
無黨籍璩美鳳	--	0.1	1	+ 0.9%
未決定	28	25	21	

Base：20 歲以上有投票意願高雄市民；表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100

註：107/7/4 調查題目：今年底的高雄市長選舉，如果是由民進黨的陳其邁，和國民黨的韓國瑜兩人參選，假如明天就是投票日，請問您會投票給哪一位？

資料來源：TVBS 民調中心，〈選前 1 個月民調〉，《TVBS 民調中心》，2018 年 10 月 16 日，參見 <https://www.tvbs.com.tw/poll-center/1>。(瀏覽日期：2020 年 3 月 5 日)。

進一步交叉分析(見表 3.20)發現，在 20-29 歲選民中，韓國瑜支持度由 7 月的 22%，增至 9 月的 39%，本次更增加近兩成至 57%，大幅領先陳其邁的 19%，差距近四成；而 30-39 歲選民中，韓國瑜支持度也持續上升，本次增加一成以上至 45%，由落後轉為略高於陳其邁

的 43%。韓國瑜在 20-29 歲及 30-39 歲青年族群中支持度持續上升，可能與網路宣傳奏效，以及北漂議題發酵，影響年輕族群有關。在 40-49 歲選民中，支持韓國瑜比例也由 47% 上升 51%，陳其邁則由 35% 下滑近一成至 27%，韓國瑜領先幅度擴大。而在 60 歲以上選民，陳其邁支持度下滑至 38%，韓國瑜上升為 28%，陳其邁雖維持領先，但幅度縮小至一成。

綜整上述之數據後，韓國瑜在 20-49 歲青壯年選民之平均支持度為 51%，陳其邁為 29%；在 50 歲以上年長選民之支持度，韓國瑜為 35.5%，陳其邁為 39.5%。與 9 月份調查相較，韓國瑜在青壯年族群之支持度優勢擴大約 20 個百分點，在老年選民支持度上，仍然由陳其邁領先，惟差距縮小至 4 個百分點。

表 3.20 2018 年高雄市長選舉選前 1 個月支持度與年齡交叉表

	全體									年齡																	
				20-29 歲			30-39 歲			40-49 歲			50-59 歲			60 歲以上											
	選前	選前	選前	選前	選前	選前	選前	選前	選前	選前	選前	選前	選前	選前	選前	選前	選前	選前	選前	選前	選前	選前	選前	選前	選前	選前	選前
	四個月	兩個月	一個月	四個月	兩個月	一個月	四個月	兩個月	一個月	四個月	兩個月	一個月	四個月	兩個月	一個月	四個月	兩個月	一個月	四個月	兩個月	一個月	四個月	兩個月	一個月	四個月	兩個月	一個月
	10/7/14	10/7/11	10/7/10/16	10/7/14	10/7/11	10/7/10/16	10/7/14	10/7/11	10/7/10/16	10/7/14	10/7/11	10/7/10/16	10/7/14	10/7/11	10/7/10/16	10/7/14	10/7/11	10/7/10/16	10/7/14	10/7/11	10/7/10/16	10/7/14	10/7/11	10/7/10/16	10/7/14	10/7/11	10/7/10/16
	N=815	N=879	N=870	(11%)	(13%)	(14%)	(18%)	(17%)	(17%)	(19%)	(20%)	(20%)	(20%)	(20%)	(20%)	(31%)	(31%)	(29%)									
民進黨陳其邁	40	39	35	51	39	19	47	37	43	39	35	27	31	38	41	39	43	38									
國民黨韓國瑜	32	35	42	22	39	57	29	32	45	40	47	51	44	43	43	24	23	28									
無黨籍蘇盈貴	--	1	1	--	3	0	--	0	2	--	3	1	--	1	0	--	0	0.2									
無黨籍陳美鳳	--	0.1	1	--	0	0	--	0	2	--	0	1	--	0.5	3	--	0	0.3									
未決定	28	25	21	27	19	24	24	31	9	21	15	20	25	17	14	37	34	33									

Base：20 歲以上有投票意願高雄市民；表中百分比因四捨五入加總可能不等於 100

資料來源：TVBS 民調中心，〈選前 1 個月民調〉，《TVBS 民調中心》，2018 年 10 月 16 日，參見 <https://www.tvbs.com.tw/poll-center/1>。（瀏覽日期：2020 年 3 月 5 日）。

(四)2018 年高雄市長選舉民調綜合比較

綜整上述三階段候選人之民調(見圖 3.22)可以發現，韓國瑜在三

個階段之民調分別為 32%、35%、42%，陳其邁為 40%、39%、35%。隨著投票日逼近，韓國瑜的民調變化持續攀升，而陳其邁則逐漸下滑，並且韓國瑜的支持度在最後選戰階段成功超越陳其邁達 7 個百分點。

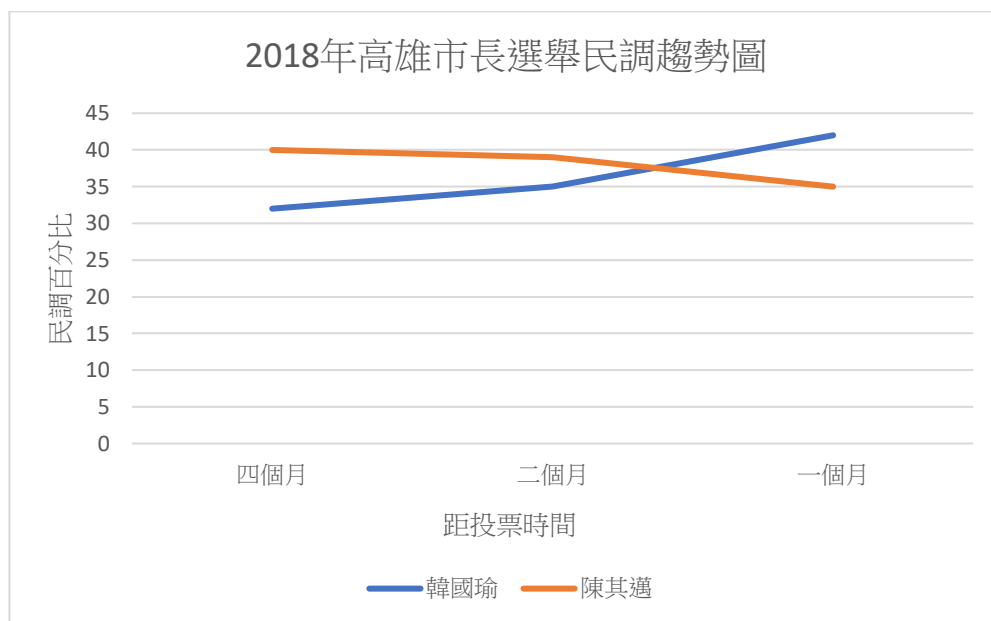


圖 3.22 2018 年高雄市長選舉民調趨勢圖

資料來源：筆者自行繪製。

在 20-49 歲青壯年選民之平均支持度表現上(見圖 3.23)，韓國瑜分別為 30%、39%、51%；陳其邁為 45%、37%、29%，兩者平均差距 13%。隨著相關選戰策略的應用，韓國瑜從落後至追平，最後更超越陳其邁，在青壯年選票上取得優勢。

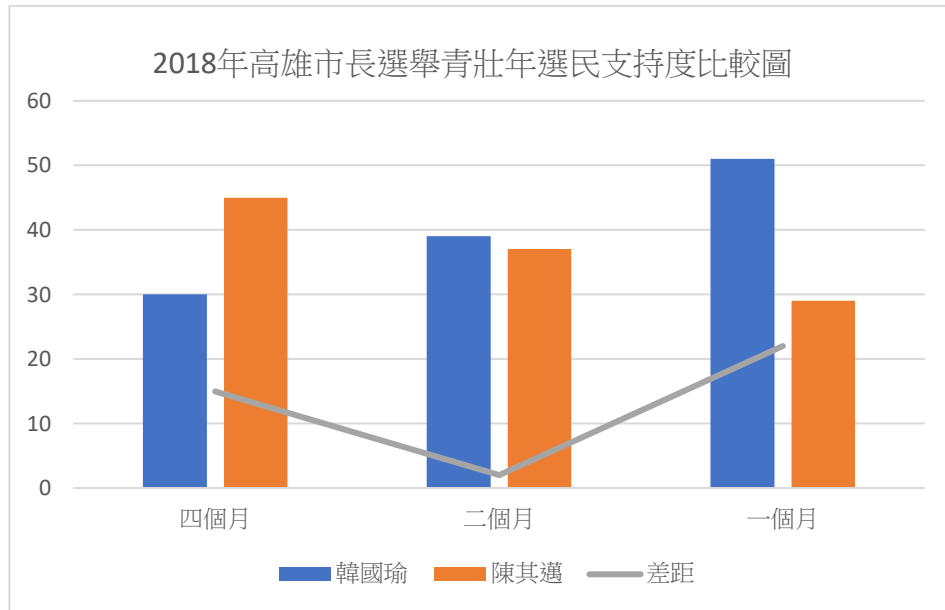


圖 3.23 2018 年高雄市長選舉青壯年選民支持度比較圖

資料來源:筆者自行繪製。

在 50 歲以上年長選民之平均支持度表現上(見圖 3.24)，韓國瑜分別為 34%、33%、35.5%；陳其邁為 35%、40.5%、39.5%，兩者平均差距 4%，由陳其邁在老年族群選民中小幅領先。

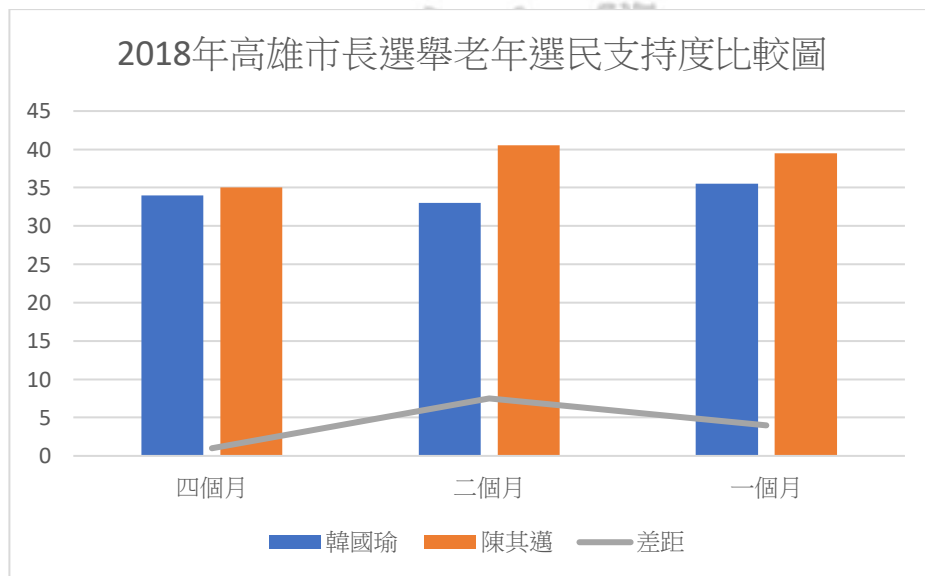


圖 3.24 2018 年高雄市長選舉老年選民支持度比較圖

資料來源:筆者自行繪製。

三、候選人得票數

據中選會公布之「2018 年高雄市長選舉候選人得票數」(見圖 3.25)，國民黨籍的韓國瑜獲得 892,545 票，得票率 53.87%；民進黨籍陳其邁獲得 742,239 票，得票率 44.8%。韓國瑜以 15 萬票之差距成功翻轉民進黨長期取得執政權的高雄市。

註記	號次	姓名	性別	得票數	得票率	推薦之政黨
◎	1	韓國瑜	男	892,545	53.87%	中國國民黨
	2	陳其邁	男	742,239	44.80%	民主進步黨
	3	璩美鳳	女	7,998	0.48%	無
	4	蘇盈貴	男	14,125	0.85%	無
投開票所數 已送/應送: 1823/1823						

圖 3.25 2018 年高雄市長選舉候選人得票數

資料來源:中選會，〈2018 年高雄市長選舉候選人得票數〉，《中央選舉委員會》，2018 年 11 月 24 日，參見 <https://www.cec.gov.tw/>。(瀏覽日期:2020 年 3 月 5 日)。

四、小結

比較兩位候選人於選戰各階段之網路搜尋趨勢、媒體民調、選舉結果後，在搜尋趨勢上，代表非典型政治人物的韓國瑜靠著個人魅力成功在高雄捲起韓流，於選戰各階段皆勝過陳其邁。然而雖然韓國瑜在搜尋趨勢上取得領先，其民調並未於選戰之初就取得優勢，而是距離投票日一個多月才超越陳其邁，最後以 89 萬票當選高雄市長。從「2018 年高雄市長選舉」案例中，可歸納出因非典型政治人物的個人魅力所帶來的高聲量，將有助於其有更多機會被青壯年選民認識，並取得較多支持，最後轉化在民調及實際選票數上。



第四章 非典型政治人物對我國

政治文化發展之具體表現

第一節 非典型政治人物對我國選民投票意向之影響

壹、非典型政治人物於我國政壇崛起之時空背景

在 2018 年九合一地方選舉中，韓國瑜為自己及我國政壇寫下了特別的一頁，從原本黨內邊緣人的角色，搖身一變成為了全黨的救星，可以說是憑藉其個人之魅力，挽救了國民黨的選情。以韓國瑜在短短半年內迅速爆紅並掀起韓流的速度來看，在我國政治史上前所未見，不止讓民進黨措手不及，從原本對選情樂觀且不以為意，到精銳盡出仍無從應對，國民黨本身也對於韓流所帶起的風潮感到不可置信，因為既前總統馬英九之後，在黨內已經顯少具有高度魅力的政治人物。對於這場「預料之外」的勝利，黨內並沒有做出相關的應對及改革，因此在許多縣市的國民黨籍首長上任後，陸續遭受到許多執政不利的質疑聲浪，更隨後在 2020 年的總統大選中大敗 265 萬票。(見表 4.1)

表 4.1 第 15 任總統(副總統)選舉 候選人得票數

第15任總統(副總統)選舉 候選人得票數
投票日期：中華民國109年01月11日

地區	姓名	號次	性別	出生年次	推薦政黨	得票數	得票率	當選註記	是否現任
全國	宋楚瑜	1	男	1942	親民黨	608590	4.26%		否
	余湘		女	1959					
	韓國瑜	2	男	1957	中國國民黨	5522119	38.61%		否
	張善政		男	1954					
	蔡英文	3	女	1956	民主進步黨	8170231	57.13%	*	是
	賴清德		男	1959					

資料來源:中央選舉委員會。參見

<https://db.cec.gov.tw/histQuery.jsp?voteCode=20200101P1A1&qryType=ctks>。(瀏覽日期:2020年3月10日)。

國民黨必須要體認到的是 2018 年九合一選戰並不是依靠黨的核心價值吸引選民而勝利；僅是依賴韓國瑜在高雄崛起造成的外溢效應，再加上社會大眾普遍對於民進黨這兩年餘來取得完全執政，但成績不理想所給予的警告。近年來，與韓國瑜作為相同類比的非典型政治人物即是臺北市長柯文哲。柯文哲於 2014 年時在一片勸進聲中宣布參選臺北市長，並在民進黨的刻意禮讓及合作下贏得選戰，從最初的完全政治素人從政，歷經執政經驗不足以及經常失言的風波，到 2018 年在沒有任何政黨的援助下，孤身挑戰藍綠兩黨，並取得險勝，也同樣在我國選舉史上寫下難以超越的紀錄。從柯文哲到韓國瑜這類以魅力為號召而起的非典型政治人物，在近幾次大選中都對我國政壇產生相當的影響力，即使沒有實際投入參選也能左右選情，皆能觀察出我國選民在投票選擇候選人的意向上正產生轉變。

貳、我國選民對政治人物喜好度之轉變

要探討柯韓這兩位非典型政治人物崛起的原因，必須從他們個人特質所帶來的「非典型政治性格」加以剖析，以及對我國選舉文化所造成的影響。以往在我國政壇上的政治人物多是接受菁英教育而造就的典型政治性格，即是一般眾人較為熟悉習慣的政治人物樣貌且已在心中形成特定的刻板印象，即便他們所發表的政見以及對國家未來的治理方向總是賦予民眾美好的憧憬，然而真相往往是現實悖離理想層面許多，帶給基層選民相當大的落差感；而選民又習慣根據政治人物

的出身背景與所屬的黨派，將其分門別類為特定的政黨屬性或階層範圍。

因此他們所表現出的談吐言行、外在姿態都是在預期之中，並且大致能符合社會中某部分群眾對其的期待，這類典型政治人物接受採訪時所發表的言論通常使用較嚴謹且生澀的政治話語，單純滿足大眾接收政治資訊的需求，部分言論總是老生常談，一成不變，另一部分則是言不及意，無法使市井小民產生共鳴。若其言論不小心超出一般社會普遍認定的安全邊界，亦或者明白了當的說出了心裡話，即可能被歸類為失言而掀起風波，後續所引發的效應則完全依賴個人的應變處理能力，可能使其頓時人氣受挫，也有可能反而拉近與選民的距離感。

典型的政治人物於社會存在的價值，猶如掛在牆上的複製名畫，雖然看似經典，然而本身卻充滿矯揉造作、刻意為之的美感。但若是將畫從牆上拿掉，牆面又略顯單調，時間一久，畫的存在變順理成章成為一種習慣。

然而，非典型政治人物與過去的政治人物不同的是，他們並沒有受到政壇積習已久的陋習所約束，並且不像典型政治人物一樣總是按牌理出牌，由於他們的崛起往往事出突然，出乎意料之外，因此「做自己」便是他們所有政治行為的基礎。非典型政治人物透過「做自己」更能有效對支持者展露自己的核心價值，他們無須藉由包裝偽裝自己，呈現個人本質反而是最佳的策略，因為從政模式與傳統政治人物並不相同，所以不必刻意包裝自己來尋求支持，反而是彰顯自己的

信念，展露獨特的人格特質，吸引支持者主動追尋。

因此當柯文哲於 2018 年市長選戰確定連任後，發表當選感言時笑稱自己是「阿伯回來了」，「而且明天還是一如往常一樣的工作」，⁸⁵這樣的說話風格，便是他從政以來給予大眾的印象，也是支持者喜歡他的主要因素。由網路 Youtuber 木曜 4 超玩⁸⁶與臺北市政府合作拍攝的「一日市長幕僚」影片共吸引約 1500 萬人次的瀏覽，此影片的受歡迎程度不但在網路紅極一時，且爭相吸引媒體報導，由此可見，沒有經過刻意的包裝，亞斯伯格症為他所帶來的直白、執著的個人風格，依然能吸引大批支持者成為追隨他的對象。若進一步檢視柯韓兩位非典型政治人物說話的方式，可以發現他們經常使用淺顯易懂的語言，與基層民眾容易產生共鳴，與傳統政治人物給人極大距離感的差異甚大。

非典型政治人物的公開形象大部分真實反映自我，不矯揉造作，其在乎的是自然呈現，他們大方承認自己的不完美之處，在不完美的形象下，並不是告訴大眾其一無是處，而是展現最真誠的一面，就像臺北市長柯文哲在面對媒體逼問時，常公開說道：「這我不知道，要帶回去好好研究。」或是搔搔頭，無奈的對媒體求饒。又如韓國瑜在參選時大方坦承剛投入高雄不久，對於高雄許多詳細問題並不瞭解；

⁸⁵ 方炳超，〈柯文哲發表當選感言：成見留在選舉結束那刻，未來 4 年請大家繼續監督〉，《風傳媒》，2018 年 11 月 25 日，參見 <https://www.storm.mg/article/650743>。（瀏覽日期：2020 年 3 月 10 日）。

⁸⁶ 「木曜 4 超玩」是由麥卡貝網路電視製作並直播的節目。指在社會階層中的一般中低收入的平民百姓、群眾，個人勢力較弱，但是人數眾多。這些特徵與政府、統治階級、大型企業或其它社會強手的特徵對立。草根象徵著社會低層，概念和較狹義的無產階級有關但又有所分別。資料來源：為什麼知識網，〈草根是什麼意思？草根一詞怎麼來的？〉，《zi 字媒體》，2017 年 12 月 28 日，參見 <https://zi.media/@whyhtd01com/post/YrhPYt>。（瀏覽日期：2020 年 3 月 10 日）。

若是其他傳統政治人物坦承對市政議題不熟悉，往往便會遭致社會大眾的撻伐。從上述可知，非典型政治人物在從政的道路上不將自己限制在僵化的政治體制之中，無意扮演逢迎拍馬的角色，促使他們較具備意識到問題存在的能力，成為真正處理問題的人。也代表基層民眾對於政治人物的認同，是與他們一樣有日常情緒反應的凡人，而不是只為黨派或個人利益所存在的政治菁英。

非典型政治人物多半屬於人生中途才投入政壇或睽違許久重返政壇，在面對事情時，較不具有典型政治人物千篇一律的僵化處理模式，因此當韓國瑜對支持者喊出：「寧願乾淨的輸，也不要骯髒的贏」，⁸⁷明顯有別於以往傳統選舉中，候選人無論使用什麼手段都要勝選的格局，無論是否喜歡這位政治人物，這句話的確比過去許多候選人所喊出的口號境界更高，更容易使選民相信其操守之純潔。而柯文哲最為經典的一句名言：「垃圾不分藍綠」，⁸⁸看似相當政治不正確的一句話，卻成為了引發許多基層民眾共鳴的錦言佳句，並在藍綠兩黨中成為不可忽視的中道力量。若想複製柯韓兩位的崛起模式，自我嘲諷的幽默感也是不可缺的要素之一。

在我國政壇發展歷程上有許多具有良好形象、高學歷、特別魅力的政治人物，然而，除了擁有上述條件外，要同時兼備幽默感則屈指

⁸⁷ 周怡孜，〈韓國瑜怒批吳敦義發炎不適當：寧願乾淨的輸，也不要骯髒的贏〉，《風傳媒》，2018年11月17日，參見 <https://www.storm.mg/article/632087>。(瀏覽日期：2020年3月10日)。

⁸⁸ 垃圾不分藍綠原始出處為2016年11月底，臺北市長柯文哲接受議員質詢「台北市代燒其他縣市垃圾的議題」，當時柯文哲回應「垃圾不分藍綠」。原指代燒垃圾的事情跟其他縣市是藍或綠執政沒有關聯。隨後衍生為另一種解釋，意即「行為垃圾的政客不分藍綠政黨都有」。資料來源：PTT鄉民編輯群，〈垃圾不分藍綠〉，《PTT鄉民百科》，2018年12月05日，參見 <https://pttpedia.fandom.com/zh/wiki/%E5%9E%83%E5%9C%BE%E4%B8%8D%E5%88%86%E8%97%8D%E7%B6%A0>。(瀏覽日期：2020年3月11日)。

可數。過去社會大眾對政治界幾乎皆是一本正經、不苟言笑的刻板印象，然而幽默感也是領導者的魅力來源之一，在過去的歷史中，歐美許多傑出政治家便以出眾的幽默感為人所津津樂道。風趣的幽默感多半來自於對自己的解嘲，或是道出眾人不肯說但最真實的一面。因此，當韓國瑜在臺北市議會用「禿子跟著月亮走」來形容自己的狀況，成為了 2018 年市長選舉時，加深外界對其幽默特質的一幕，為其博得了許多民眾的好感；柯文哲則在其從政的道路上用其特有的柯氏語言一以貫之，也因此吸引許多堅定不移的支持者。

由於非典型政治人物的崛起多是依賴個人魅力，他們的行事作風與價值觀迅速地形成感染力極高的文化，此種特有文化建立在選民對候選人的認同上，跳脫了傳統的政黨意識形態與階級觀。對於非典型政治人物而言，黨派資源的影響力越來越不重要，他們藉由文化魅力的纏繞，將選民根深蒂固的吸引。因此，韓國瑜在選戰期間並不需要黨內大老協助造勢，柯文哲亦無懼藍綠兩黨的圍攻，他們只需持續開拓忠實的韓粉與柯粉群，即能擁有深厚的群眾實力。

在現今政治生態中，已不可輕忽文化認同造成的影響力，選民的投票意向除了受到傳統政治上的意識形態及社會階層影響外，許多人在選擇心目中理想的候選人時，即是藉由判斷候選人自身的氣質是否與自己相似而決定。柯文哲如何在年輕族群的支持度遙遙領先，韓國瑜如何在短時間內掀起韓流，兩種次文化構成的因素雖然不同，卻都有著相似的條件。柯文哲的醫師背景，使其行事風格帶有嚴謹的邏輯與理性判斷，與大部分傳統政治人物給予外界貪腐和關說的刻板印象

有相當大的差異，其所領導的政府團隊風格創新，講求行政效率，明顯改進了人民對於傳統政府處事僵化、缺乏效率的印象。而韓國瑜在媒體前總是汗流浹背的樣子，幾乎成了基層民眾對他的第一印象，穿著不變的藍色襯衫，熱情的與基層互動，縱使已經汗水淋漓也不以為意，與在電視媒體上西裝筆挺、穿著正式的政客形象差距甚大。柯文哲所代表的創新以及韓國瑜的草根性，是支持者擁戴他們的最關鍵要素。如果彼此之間有了文化共鳴的連結，群眾與候選人的關係自然更加鞏固。

在現今我國的選舉中，候選人與選民間的共鳴愈趨重要，而文化的共鳴最重要的核心在於認同感，簡而言之，選民即是在衡量你我之間是否屬於同樣類型的一群，是否具有相同的價值標準，選擇認同你是否會使自己在朋友圈抬不起頭等，此即為何許多較年長的選民將柯文哲視為只會口說狂語、缺乏中心思想的痞夫，然而在年輕族群的支持度卻高達八成。或是在部分高知識份子眼中認為韓國瑜只是會呼口號、思想空洞之人，而其卻以賣菜郎的身分自居，並成功吸引基層勞工階級的廣大支持。

不僅是如此，非典型政治人物多採取務實路線，因其支持族群並非主要來自長期具有特定意識形態的選民，不必刻意操作藍綠對立的分化，強調中間路線反而能走得更穩當踏實，在我國政治環境越趨向兩極化之時，非典型政治人物的出現使原本箭拔弩張的局勢有了適時的緩衝，也代表我國人民已厭倦傳統藍綠惡鬥的場面，自解嚴開放近二十餘年來，每一次的大型選舉皆在爭論相似的議題，藍綠對抗成了

我國政治環境走向單一、格式化的體現。非典型政治人物主要訴求中間路線，所以較沒有黨派、顏色的包袱，能同時吸引藍綠光譜的族群。

在柯文哲所帶領的臺北市政府團隊中，各個黨籍的官員皆有，也能保持市政運行順暢。韓國瑜於 2018 年市長勝選感言中說道，選後大家都是朋友，藉由愛與包容，不分黨派共同打拼。⁸⁹在其他國家的政壇上，此種政治素人從政且標榜跨越黨派的訴求已經早有先例，法國總統馬克宏便是經典的案例，其以一位政壇新人之姿打破長年的左右之爭，在短短一年內改變了法國政壇的生態，其所創建的「共和國前進！」黨亦是主張超越傳統左右翼理念分歧和黨派之爭，兼容并蓄，廣納眾長。⁹⁰

柯文哲過去曾說自己是墨綠，韓國瑜則出身於國民黨籍，但他們最後都選擇刻意降低政黨的色彩，走在中間路線上。參與地方選舉或許可以暫時避免外界對自身意識形態的檢視，然而將意識形態暫時擱置並不是長久之計，若將來有機會投入更高層級的選戰，意識型態的取捨將成為相當大的障礙，猶如兩岸關係之議題般棘手，非典型政治人物該如何處理未來終須面對的意識形態問題，憑藉自身的個人風格是否能持續跨越藍綠兩黨的界線，在不久的將來，便能夠得到應證。無論如何，非典型政治人物的出現確實為我國如死水般的政壇掀起一

⁸⁹ 今日新聞編輯中心，〈韓國瑜含淚發表勝選感言!高呼:一起為高雄打拼〉，《今日新聞》，2018 年 11 月 24 日，參見 <https://www.nownews.com/news/20181124/3087567/>。(瀏覽日期:2020 年 3 月 15 日)。

⁹⁰ 百度百科，〈共和國前進運動〉，《百度百科》，2018 年 08 月 17 日，參見 <https://baike.baidu.com/item/%E2%80%9C%E5%85%B1%E5%92%8C%E5%9B%BD%E5%89%8D%E8%BF%9B%E2%80%9D%E8%BF%90%E5%8A%A8>。(瀏覽日期:2020 年 3 月 16 日)。

股波瀾，社會大眾也對他們抱持高度的期望，非典型政治人物的出現也體現了我國的政治發展正在邁入新的一頁，人民在行使投票權時，越來越重視候選人的個人能力、操守，而非僅受限於黨派中的框架，或是意識形態所起的惡性循環。

第二節 非典型政治人物對我國選民結構之影響

壹、我國政治世代轉變之過程

近年來以「世代」為概念作為界定不同年齡層選民的研究方式廣受研究者們所重視，其中就政治學相關研究方面，透過「政治世代」的觀點能夠幫助我們理解不同年齡或出生世代的選民，在不同的文化背景及生活條件下，各自在政治態度與投票行為上的區別，⁹¹所謂的「世代」一詞指得是一群年紀相仿，生活在同一個歷史年代的社會群體，因其皆生長在相似的生命階段中，且接受相同的教育和當代社會文化的影響，產生特定成長經驗後，在行為或思想上與其他不同生長背景的社會成員有著相異的態度和考量基礎。⁹²Mannheim指出，不同的成長環境、生活態度、行為模式與當代價值皆有可能成為代表一個世代的指標，當選民共同經歷了一段特殊的歷史環境，產生特定於只有曾經生活在那段時空背景下才會留下的經驗和記憶，此時，當這些共同的成長經驗轉化為集體所擁有的相似意識時，便可進一步區分出擁有不同態度與價值觀之選民的「共同位置」。⁹³

⁹¹ 劉義周，〈台灣的政治世代〉，《政治學報》，第21期，1993年，頁99。

⁹² Braungart, Richard G., and Margaret M. Braungart, "Political Generations," *Research in Political Sociology*, Vol.4, No.1, 1989, pp.281-319.

⁹³ Mannheim, Karl. "The Problem of A Sociology of Knowledge. Essays on the Sociology of

藉由上述的區分之後，使得身處在同一世代的選民在思考層面及行為模式上，容易受限於特定的框架中。當不同年齡層及出生背景的選民們在第一次接觸全新的社會變遷時，年長的選民習慣以較保守的思維模式來評斷當下的事件或環境，按照過去獲得的經驗給予其定位或應對方式；而年輕選民在面對新的社會變遷或挑戰時，則較容易將其視為培養自身新「價值觀」或「世界觀」的養分，年輕選民透過這些不斷出現的經驗，得以不斷調整自己看待社會變遷時的經驗架構，同時也顯示出他們看待事物的態度較具彈性或不穩定的特質。

「世代」之概念可從不同的面向進行詮釋，有時可能會是文化或生活習慣的體現，例如，若在我國社會中提及「三四五年級」這個世代時，總會使人聯想到曾經身處於黨國體制接受威權統治的年長一輩，在面對新的事件或環境時的行為態度較傾向於保守和內斂；然而當談及時下的最年輕的世代「九零後」青年時，因從小身處在自由多元且開放的社會環境中，且深受網路文化之影響，造就他們熱愛求新求變的個性。「世代」也能夠從經濟層面或其他觀點作切入，其當然亦適合作為解釋我國政治現象的一種方式，用來描述生長背景不同之社會成員，為何雖然生活在同一個社會環境中，在行為表現以及政治態度方面會產生相異的表現。

在臺灣發展史上，過去的一個世紀以來，經歷了日治時期、臺灣光復、國民黨以黨領政、三次和平政黨輪替等階段，每一階段的歷史過程，皆會對不同政治世代下的選民形成特定的成長經驗，這些經驗

Knowledge, " London: Routledge & Kegan Paul Ltd, 1952, pp.134-190.

對於他們日後的投票意向、行為有著相當程度的影響。延續上述對「世代」之內涵與效果的論述，在政治學領域所發展出的「政治世代」(political generation)，則特別強調在同一社會環境生活下，出生及成長背景相異之選民，在其政治態度與投票意向上的差別。換言之，出生在相同年代且年紀相仿的選民們，因普遍受相同的社會環境所影響，故在政治行為上有著較相似的態度及投票考量，在此同時，選民在決定政治行為時也可能會摻入了個人成長的經驗，⁹⁴與某部分歷史背景下的成長經驗。

我國近年有許多研究採用「政治世代」的區分方式做樣本族群的定義，分析在不同世代背景下的選民各自表現出的政治態度及行為。對於「政治世代」的區分方式，劉義周是我國最早採用此作法的學者，⁹⁵其認為政治世代的誕生，是一群出生在同一個時代的群體，受共同的外在環境所型塑而成。而由於時間、教育、族群等的差異，在同一時代出生的群體亦可能會形成不同的政治世代。⁹⁶

學者陳陸輝分別以我國重大歷史轉捩點為世代劃分之標準，將我國選民概分成三個政治世代，探討我國選民對政黨認同的持續與變遷，其區分為「經歷大陸或日據生活時期」、「國民黨權威統治時期」、「後威權時代及民主化初期」等三大時期進行研究分析，藉以觀

⁹⁴ 崔曉倩、吳重禮，〈年齡與選舉參與：2008 年總統選舉的實證分析〉，《調查研究：方法與應用》，第26期，2011年，頁7-44。

⁹⁵ 劉義周，〈台灣的政治世代〉，《政治學報》，第21期，1993年，頁 99-120。

⁹⁶ 劉義周，〈台灣選民政黨形象的世代差異〉，《選舉研究》，第1卷第1期，1994年，頁53-73。

察在不同時期，我國民眾在政治態度與價值觀的改變。⁹⁷其對我國世代的切割時間進行定義：第一代為出生於1943年以前，接受過日治時期及日式教育的選民；第二代出生在1943到1960年間，接受國民黨來台後的中式教育，並經歷我國退出聯合國、與美斷交及黨外運動興起的選民；第三代則是出生在1960年後，經歷解嚴時期及解除黨禁、報禁，言論自由開放之民主時期的選民。

又隨著世代持續轉變，我國國民對於民主價值、認同感與日俱增，游清鑫與蕭怡靖以1992年立法委員進行全面改選當作基準，對於我國選民的「公民權」行使，區分出我國施行民主化政治之前後分水嶺，研究我國中央政府機關之代議士首次以全面普選之方式產生，且選民在可完整自由表達政治意識下，不同世代在政治參與及態度層面轉變的前後差異比較。⁹⁸

綜合上述研究發現，可以觀察出我國近年選舉環境的部分趨勢與特性，也顯示出不同的政治世代，對於民主之態度有一定的差異性。例如在政黨認同方面，年輕世代的選民有相對較高的比例認同民進黨⁹⁹；在統獨議題方面，年輕世代選民則較不受過去省籍情節的影響，立場較為公正客觀；在民主價值的體現上，年輕世代選民則明顯高於年長世代。

貳、年輕世代選民之政治態度與價值觀

⁹⁷ 陳陸輝，〈臺灣選民政黨認同的持續與變遷〉，《選舉研究》，第7卷第2期，2000年，頁109-141。

⁹⁸ 游清鑫、蕭怡靖，〈以新選民的政治態度論臺灣民主政治的未來〉，《臺灣民主季刊》，第4卷第3期，2007年，頁 109-151。

⁹⁹ 陳陸輝，〈臺灣選民政黨認同的持續與變遷〉，《選舉研究》，第7卷第2期，2000年，頁109-141。

在我國70年代後出生的年輕世代選民，生長環境適逢臺灣經濟起飛及社會改革開放的階段，相較於過去其他世代的選民，在教育、經濟、社會文化等層面皆有了進一步的提升，由於成長背景的相異，理當會影響不同世代的選民在政治態度及民主認同上之差異。

我國之政治制度在國民黨播遷來臺後一直是處於一黨專政的政治結構，而隨著解嚴及民主制度的運作日趨成熟，以及基於不同理念的政黨相繼創立，逐漸削弱國民黨在我國政壇的執政地位，而我國政黨政治邁入全新階段的是2000年總統大選。由於具民進黨籍的陳水扁先生成功當選我國第十任總統，代表我國選舉史上首次完成政黨輪替，這個里程碑對實施民主制度不久的我國是未曾經歷過的，所有不同世代及年齡層的選民都必須適應全新的政治環境，因此首次政黨輪替的經驗對於我國選民在政治態度的轉變具有特別的意義。¹⁰⁰多數研究民主政治的學者皆認為政黨輪替是觀察新興民主國家是否長久穩定的一項重要標的（Gasiorowski and Power 1998；Przeworski and Limongi 1997；盛治仁 2003；盛杏媛 2008；莊文忠 2010；張佑宗 2011），相較於其他實行民主制度已久的西方國家，我國在2000年首次完成政黨輪替至今僅短短20年之歷史，然而從政治發展的角度而言，我國在2000年的第十任總統大選，由民進黨首次取代在臺執政超過半個世紀的國民黨，而經歷了兩屆任期後的2008年總統大選，國民黨又再次取回執政權，完成第二次政黨輪替，藉由觀察我國在政治體系的發

¹⁰⁰ 盛杏媛，〈政黨的國會領導與凝聚力—2000年政黨輪替前後的觀察〉，《臺灣民主季刊》，第5卷第4期，2008年，頁1-46。

展，作者認為每當「政黨輪替」發生便可做為我國政治環境上不同政治世代之發展變化的重要轉折點，因此以下對於我國年輕世代選民與其他世代選民之劃分，將以2000年「首次政黨輪替」作為區隔標準。

在民主國家相當盛行「選賢與能」的選舉理念，人民藉由投票行為所推派出的政治人物，必須具備誠信、廉潔等高度操守，選民對其在政治表現上抱有高度期待，政治人物應將民意視為施政基礎，努力完成人民所託，落實「為民喉舌」的民主理念。因此，社會大眾常態將選舉行為定義成「選拔有能力之人並託付其完成國家政事」。對擁有選舉投票權的公民而言，「投票」行為不僅能視為參與政治活動的手段，其還代表著人民利用選票對國家及自身未來負責之態度。

近年來許多民主國家的「年輕世代」選民一甩過去常被外界認定對政治冷漠的消極態度，以主動參與的積極態度改變過去易受意識形態影響的選戰風氣，而許多政黨與候選人也逐漸意識到這群年輕世代的選民將直接影響選戰的最終結果，因此紛紛修改過去傳統的選戰模式，期望藉此提高年輕選民階層的支持率。以下，將藉由部分國內外的選舉案例，映證「年輕世代」選民對現今政治環境所帶來的重要影響。

第一個案例為印尼 2014 年總統大選。於選戰前夕，印尼媒體大幅報導此次大選將會是國內新舊政治勢力對決的重頭戲。舊政治勢力代表以普拉波沃（Prabowo Subianto）為候選人；而新政治勢力方，則是印尼鬥爭派民主黨（PDI - P, Partai Demokrasi Indonesia - Perjuangan）所推派的候選人-佐科威（Joko Widodo）。兩大勢力所推

派之候選人的個人背景與形象大相逕庭，前者成長背景為政二代出生，在國內擁有良好的政商關係，社會地位極高；後者出生於一般家庭，過去曾擔任地方省長，在許多民眾心中建立「親政愛民」的好印象，塑造出有別傳統政治人物的「草根」和「非典型」的候選人形象。¹⁰¹最後的選舉結果由較受基層民眾和年輕族群們所擁戴的佐科威以53.2%的得票率成功當選，其中年齡層30歲以下的年輕世代選民，約佔所有選民的總比例三分之一，¹⁰²是影響這波政治改革浪潮的主要推手，他們期盼象徵政壇新氣象的佐科威上任後，能一改過去印尼政府威權式的領導，將印尼帶向更多元開放的社會；另一方面，普拉波沃過去在人權方面曾有不佳的紀錄，也曾經涉及1998年震驚社會的綁架學運青年事件，使這些受過不當對待的前學運青壯年領袖，動員「年輕世代」選民熱烈響應，終結印尼的獨裁政權，最終也成功透過實際行動消滅強權政治再興的機會。因此，2014年的該屆總統大選，年輕世代選民的積極參與，是促使印尼政治生態轉變的重要原因之一。¹⁰³

第二個案例為馬來西亞（簡稱馬國）於2013年的第13屆國會下議院議員選舉。此次選舉最終的結果，在野黨的人民聯盟（簡稱民聯，PR）最終雖然無法順利取代國民陣線（簡稱國陣，BN）在國內長期以來的執政地位，然而人民聯盟在下議院的議員席次，從上屆的82席增

¹⁰¹ 周永捷，〈十年磨一劍 印尼民主化看今朝〉，《中央通訊社》，2014年10月15日，參見 <http://www.cna.com.tw/news/firstnews/201407080184-1.aspx>。（瀏覽日期：2020年3月22日）。

¹⁰² 林怡廷，〈印尼呼喚〉，《天下雜誌》，2014年11月20日，參見 <http://opinion.cw.com.tw/blog/profile/280/article/1963>。（瀏覽日期：2020年3月22日）。

¹⁰³ 陳文和，〈印尼首投族 左右總統誰屬〉，《中時電子報》，2014年11月26日，參見 <http://www.chinatimes.com/newspapers/20140709001495-260108>。（瀏覽日期：2020年3月22日）。

加到89席，相對的，取得執政實權的國民陣線，席次則從原本的140席減少為 133席，兩方政治勢力會有如此的轉變，「年輕世代」選民的積極參與是一項重要的原因。¹⁰⁴ 學者Pandian在研究馬國大學生族群的投票行為中發現，年輕族群近年來的政治態度從過往被動冷漠的心態，開始轉化為主動積極的投身其中，¹⁰⁵他們開始主動關心與自身權益相關的重要政治議題，或在選戰期間，透過網路平臺，談論各個候選人在過去政治圈中的評價與事蹟。馬國年輕選民所希望看到的是候選人在競選期間能針對相關迫切待解決的問題，提出實際有效的政見或施政建議，而非一再把選戰的重點限縮於過去民族對立的意識型態上。

第三個案例為美國2008年的第44任總統大選。此次選舉最特別之處是年輕選民成功改變美國政壇傳統的選戰模式。根據民主黨籍候選人歐巴馬的競選團隊評估，美國境內18到30歲的年輕選民約有4,400萬人口，占全美選民人數的22%。歐巴馬團隊意識到掌握年輕選民方有機會拿下勝利，一方面喊出「Yes, We Can!」、「Change」等簡潔易懂的競選口號，對年輕選民們強調手中神聖的一票足以改變美國的未來。¹⁰⁶此外，歐巴馬團隊也善於整合各項選戰資源與平台，除了建立

¹⁰⁴ 林友順，〈大馬首投族決定朝野命運〉，《亞洲週刊》，2012年10月3日，參見 http://www.yzzk.com/cfm/content_archive.cfm?id=1363675041573anddocissue=2012-40。(瀏覽日期:2020年3月22日)。

¹⁰⁵ Pandian, Sivamurugan.. “University Students and Voting Behavior in General Elections: Perception on Malaysian Political Parties Leadership”, “*Asian Social Science*”, Vol.10, No.18, 2014, pp.225-231.

¹⁰⁶ Bomberg, Elizabeth, and Betsy Super., “The 2008 US Presidential Election: Obama and The Environment”, “*Environmental Politics*”, Vol.18, No.3, 2009, pp.424-430.

競選網站作為與年輕選民互動的平臺，也同時動員學生族群到全國各地主動為歐巴馬宣傳，歐巴馬競選團隊更重點投入年輕人喜好的社群網站或影音媒體（例如Facebook、YouTube、Twitter等），以這些主流的網路媒體作為宣傳媒介，經常發佈歐巴馬的相關競選動態或對於國家的執政理念，拓展與全國年輕選民互動的機會，這般新穎的競選策略成功吸引年輕選民的目光，並使歐巴馬在年輕族群的支持度遠遠勝過其競爭對手。¹⁰⁷此次大選的最後結果顯示，全國總投票人口中占18%的「年輕世代」選民，有高達三分之二的比例將選票投給歐巴馬，由此可見這股年輕選民的影響力，是促使歐巴馬順利當選，成為美國開國以來第一位黑人總統的主要推手之一。

最後，回顧我國2012年的第13任總統選舉，在民進黨的黨內初選階段，欲爭取勝出的蔡英文以爭取「年輕世代」選民選票為主要號召，在初選過程中特別以青年族群為重，¹⁰⁸並持續喊出「不能沒有你」、「召喚新世代，把未來扛起來」等拉攏年輕族群的口號，¹⁰⁹其輔選團隊也動員許多學生陪同蔡英文前往登記，如此積極且有別以往的造勢在政治圈引起熱烈的關注與回饋。而面對競爭對手猛烈的攻勢，國民黨籍候選人馬英九也注意到青年族群的重要性，找來青年學生陪

¹⁰⁷ Kiyohara, Shoko, "A Study on How Technological Innovation Affected the 2008 US Presidential Election", "Age", Vol.18, No.24, 2009, pp.75-77.

¹⁰⁸ 王敏為，〈登記黨內總統初選 蔡英文盼與首投族挑起未來責任〉，《自由時報》，2011年，參見<http://news.ltn.com.tw/news/politics/breakingnews/476950>。（瀏覽日期：2020年3月22日）。

¹⁰⁹ 陳文信，〈蔡英文參選主軸：召喚新世代扛重擔〉，《中時電子報》，2011年，參見<http://video.chinatimes.com/video-cate-cnt.aspx?cid=1&nid=51224>。（瀏覽日期：2020年3月22日）。

同其至國民黨中央黨部登記參選，藉此經營自己在年輕族群的支持度。馬英九競選團隊在競選作戰策略的擬定上，將拉攏青年族群的支持視為重要方針，國民黨中常會也特別召開相關會議，研議有關青年的政策方向。當選戰進入最後白熱化的階段，馬英九多次在全國各地舉辦校園演講，試著透過與青年近距離的互動，提升他們對自己的認同感度，並且於時下深受青年熱愛的網路社群媒體—Facebook上開設專屬的粉絲專頁，不時上傳個人動態及參選行程與網友分享，營造與青年族群互動融洽之氛圍，最後，甚至特別將就職三週年的記者會場所改至臺南大學舉辦。各組候選人皆在青年族群上投入不少心力，正是他們已經意識到在未來的選舉生態上，「年輕世代選民」的選票將成為左右選舉結果的重要因素之一。

經由上述幾個國內外選舉案例的闡述，可以讓我們體認到，年輕世代的選民雖然年紀較輕，且缺乏實際參與政治活動的經驗，在政治態度及政黨認同上也可能較年長選民更容易處在不穩定的狀態，然而他們在政治參與及投票意願的高低，將可能直接影響國家日後民主制度的發展。我國近年來在深藍、深綠兩大勢力的選民結構上日漸穩固，使得已經擁有固定政黨傾向和投票習慣的年長輩選民，他們的投票意向相對容易判斷，而在年輕選民身上因尚未培養出固定的政黨傾向與投票習慣，因此，若當這群變動性極高的「年輕世代選民」積極投入選舉活動，最後的選舉結果將變得更有變換性及不易預測。

參、非典型政治人物對年輕世代選民之影響

我國原生在臺灣這塊土地上的「年輕世代選民」，從小成長於多元開放的社會風氣中，且長時間受到國內外民主政治的啟迪與教育，對於未來國家或自身的發展都存在著一定的理想與抱負，從他們身上，我們可以觀察出相異於過去的獨有特質，舉凡善於表達自身的看法及注重個人權益，在個人思想上也較不受年長選民們普遍擁有的族群認同或固有的意識形態所影響。¹¹⁰在選戰期間，各競選團隊或媒體所發出的大量政治訊息，年輕選民也較能在短時間內加以吸收思考，並透過其他參與政治的方式，型塑自身的政治態度及對政治環境的瞭解，藉此發展出自身的投票態度。¹¹¹

這幾年因為許多國家重大公共議題在社會的發酵，令人觀察到年輕世代對於民主觀念及對國家未來發展的責任感日漸提升，年輕世代的崛起確實為我國政治環境導入全新的氣象，在近幾年發生的太陽花學運或其他重大社會運動中，¹¹²其表現出比過往更實質的執行力與影響力，當面對與自身權益相關的社會議題時，例如房價、薪資、食安等問題，也更勇於表明自己的態度與立場。在這些由年輕世代所發起的社會運動結束後所引起的外溢效應（spill-over benefit），也連帶影響了我國日後的選舉生態，以2014年的九合一地方選舉為例，觀

¹¹⁰ 陳義彥、陳陸輝，〈台灣大學生政治定向的持續與變遷〉，《東吳政治學報》，第18卷，2004年，頁1-39。（瀏覽日期：2020年3月22日）。

¹¹¹ 游清鑫、蕭怡靖，〈以新選民的政治態度論臺灣民主政治的未來〉，《臺灣民主季刊》，第4卷第3期，2007年，頁109-151。（瀏覽日期：2020年3月22日）。

¹¹² 林倖妃、鄧凱元，〈太陽花不潰散，靠什麼樣的組織力和動員力？〉，《天下雜誌》，2014年，參見<http://www.cw.com.tw/article/article.action?id=5056813>。（瀏覽日期：2020年3月22日）。

察選戰期間的變化和最終投票結果後可發現，年輕選民在選擇心目中理想候選人時，過去單純依照候選人所屬黨派而投票的習慣已逐漸減少，取而代之的是，候選人的個人魅力、形象以及所提出的施政方向與競選政見，才是年輕選民投出神聖一票的關鍵因素。¹¹³

在這個權力至上、唯利是圖的時代，每個投入選戰的候選人，為求贏得最終的勝利，常常在選戰期間不擇手段的開出各種政見牛肉爭取選票，惟隨著近年來年輕世代左右選戰的影響力大增，許多學者與政治觀察家認為，¹¹⁴候選人在未來選戰中若欲順利當選，除了要鞏固原本所屬於自身的基本盤選民外，也必須下更多功夫爭取年輕選民的選票。

根據林哲揚的研究結果顯示：年輕選民在選舉過程中的投票意向，候選人評價傾向相對於政黨認同方向，著實發揮了更顯著且持續的影響力，雖然政黨認同也帶來了一定程度之影響，但整體的效果並不如候選人評價這般強烈。¹¹⁵

在過去許多研究中很常將「政黨認同」及「候選人評價」兩項投票因素做不同之比較，大部分學者也認同左右選民投票行為之因素能區分為長期和短期等兩種，其中，「政黨認同」被歸類為選民培養政

¹¹³ 趙永茂、高順德，〈從九合一選舉結果看選民期待的台灣〉，《財團法人國家政策研究基金會》，2015年，參見<http://www.npf.org.tw/1/14679>。(瀏覽日期:2020年3月22日)。

¹¹⁴ 李華球，〈HOLD住首投族就能贏！〉，《財團法人國家政策研究基金會》，2011年，參見<http://www.npf.org.tw/1/10012>。(瀏覽日期:2020年3月22日)。

¹¹⁵ 林哲揚，2016。《臺灣年輕選民投票行為之研究》，臺北:淡江大學公共行政學系公共政策碩士班論文。(瀏覽日期:2020年3月23日)。

治態度及決定投票意向的長期心理因素，而「候選人評價」則被視為選民在選戰階段，透由候選人對外表現出的形象所建立而成的短期心理因素，這兩種投票因素究竟是哪一方對選民投票選擇時的影響程度較深，仍是學者間互相爭論及持續研究中的議題。

對於出生在1980年代後期的年輕世代選民而言，他們的成長過程正值我國政治環境進入民主化的改革轉型階段，在這世代的選民取得公民權之前，我國的政治環境歷經了解嚴、解除黨禁、國會全面改選、總統直選等一連串的新政治改革，政黨體系也從以往的一黨獨大至各黨競爭，時至今日，形成泛藍、泛綠兩大陣營對立的局勢，現今年輕世代的選民參與政治的管道也越來越多樣化，社會上對各種議題的討論也更為開放多元，隨著2000年總統大選，民進黨首度取得總統大選勝利，並完成我國政治史上第一次政黨輪替，年輕世代選民面對如此民主改革所形成的政治態度及理念，與過去曾經身處在國民黨威權統治時期的年長選民們相異甚大，在決定投票候選人對象的考量因素上也大不相同。

不同世代的選民們對每段時期的政治人物有著不同程度的要求和期待，且我國政權至今已經歷過三次和平輪替的經驗，每次政權的移轉均可視為一個新舊世代交替的開端，在新舊世代交替中，越年輕世代的選民選擇候選人的條件，越強調應具備個人魅力、願意與基層溝通協調、採納社會各界意見、實際行動力等領導特質，因此新世代的年輕選民們在候選人的選擇上，似乎更趨向看重非典型政治人物所具備的條件。觀察我國近年來的選舉生態，非典型政治人物在競選策略

上越趨強調以候選人的個人特質為核心，在競選過程中，非典型政治人物有更多機會直接與年輕選民接觸，年輕選民也透過網路或其他管道進一步了解候選人，透過雙向互動的模式，非典型政治人物的人格特質及在選民心中的定位將更加地清晰。

綜觀近幾年新世代年輕選民們的投票抉擇驗證，確實符合近期研究的發現，年紀越輕的選民在決定投票意向上確實會偏好優先考量候選人「個人的因素」，其次考量的才是其「政黨因素」的傾向。¹¹⁶

非典型政治人物的人格特質以及各方面的能力，在這些立場較中立、投票態度及習慣尚未固定的年輕選民來說，更具有決定最終選擇投票對象的影響力，¹¹⁷因此相關的研究結論可歸納出，年輕世代選民在決定理想候選人的選擇上，會比年長一輩的選民更能跳脫傳統政治文化中政黨認同與意識型態的框架，不看黨派、單純以就事論事的角度去判斷政治人物個人的能力操守及其所提出的政見好壞，並選擇出一位表現相對符合人民期望的候選人。¹¹⁸

第三節 非典型政治人物對我國政治文化之影響

壹、政治文化之內涵與發展

就政治學的觀點，政治文化乃是政治體系中的成員之生命史及集體歷史的共同產物，而個人的經驗與發生的公共事件則是兩項重要之

¹¹⁶ Brady, David W., and Craig Volden. (2005). *Revolving Gridlock: Politics And Policy From Jimmy Carter to George W. Bush (Transforming American Politics)*. Boulder, CO: Westview Press.

¹¹⁷ 劉嘉薇，〈社群、典則與當局：大學生政治支持穩定與變遷的邏輯〉，《中國行政評論》，2013年，第19卷第2期，頁121-155。(瀏覽日期:2020年3月24日)。

¹¹⁸ 鄭夙芬，〈候選人因素與投票抉擇—以 2012 年臺灣總統選舉為例〉，《臺灣民主季刊》，2014年，第11卷第1期，頁103-151。(瀏覽日期:2020年3月24日)。

基礎。因此，政治文化也可以被視為人民在賦予政治過程與秩序中的一種信仰、感情與態度，其中也包含了政治體系的運作規範與理想狀態。¹¹⁹早在距今約 2400 年前的希臘時代，著名古希臘哲學家柏拉圖即認為政府的型態須隨著人民的性格不同而有所差異。¹²⁰無論是貴族政治、富人政治、強人政治或民主政治皆是由人民對政治之經驗、態度和價值觀轉變而來。著名哲學家亞里斯多德(Aristotle)也認為一個國家的政治穩定度與國民之心態有著密不可分的關係。其後，部分學者認為社會習俗和情勢會影響一國政治制度之發展與內涵；也有部分學者認為人民之價值觀及對國家政治治理的感受度，將影響政治的發展。

到了 21 世紀，由於韋伯(Max.Weber)等社會學家對政治型態與社會因素之關係，進行更深入之研究；另外，心理人類學家也提出民族性或國民性之相關理論。並且由於近代的統計技術越趨成熟，於是促成了政治文化研究的系統化實證。有關政治文化的研究是政治學開始廣泛運用社會科學後所產生的新概念，也是一個新的研究途徑與取向，其最初發展於 1960 年代初期。主要從心理學的角度研究政治與個體間的互動關係，從個人情感、態度、認知、價值觀等面向，解釋

¹¹⁹ 譚光鼎、張鎧焜，〈政治文化〉，《國家教育研究會》，2000年12月，參見

<http://terms.naer.edu.tw/detail/1307452/>。(瀏覽日期:2020年3月25日)。

¹²⁰ 01哲學團隊，〈柏拉圖:政治與人生-EP11〉，《香港01》，2017年2月14日，參見

<https://www.hk01.com/%E5%93%B2%E5%AD%B8/42130/%E6%9F%8F%E6%8B%89%E5%9C%96-%E6%94%BF%E6%B2%BB%E8%88%87%E4%BA%BA%E7%94%9F-ep11>。(瀏覽日期:2020年3月24日)。

政治發展與穩固的基礎。

政治文化可以從兩層面加以探討：從個人角度來說，是指個人在主觀意識上對於「各種政治規則、符號和機構」的認知、感覺和反應等；從系統層次而論，政治文化則是指人民對政治要素的共同態度取向，即社會大眾對於「政治結構、制度以及所有政治人物（包含官員、議員）」的認知、態度與感情等。若再將政治文化細分之，可區分為三大方面：1. 對自身政治行動的態度：政治能力、政治效能。2. 對政治系統內他人之態度：政治信任、規則、認同等。3. 對政府組織結構的態度：政權取向、民眾對各項公共政策與政府決策的意見。

國外政治學者阿爾蒙德(Cabriel A. Almond)在 1956 年的《比較政治制度》一書中提到，政治文化是由情感、認知、評估等三個基本面向所構成。「情感」意指民眾對政治事物之表現的好惡程度，「認知」是對政治事物所擁有之瞭解，「評估」則是對政治事物之意見及判斷。根據上述三種面向的架構，可區分為三種理念類型：

一. 地方型政治文化：特徵是該體系中的成員沒有明確的政治角色之觀念，對體系能為自身帶來之效益不抱期望，沒有認知到政治體系應顧及人們的需求。在非洲、南美洲之許多原始部落的政治文化為此類之典型。

二. 臣屬型政治文化：在君主專政時代之政治文化大致都被歸類為此一類型，其特徵是成員對體系本身及體系對外輸出過程具有高度行動取向，但對輸入的過程和個人角色則缺乏取向。

三. 參與者的政治文化：在此類政治文化中，體系內成員對政治體系

的各方面均有明確的取向，成員的評估與情感取向可能是完全接受，或是徹底排斥，亦可能介於兩者間，但不會完全無動於衷。¹²¹

上述分類較為單純的三種類型，在現實社會中並不復存在。實際的政治文化因受到歷史背景與個人因素之影響，演變而成的是這三種類型的混合體。就政治文化的發展而言，各種類型皆會互相交疊影響不會單獨存在著，而衍生出的新政治文化將漸漸取代舊的政治文化。

而在不同歷史背景、地理環境、語言、生活習慣等因素的影響下，各個社會有各自的政治文化類型，在同一個社會中也可能同時有包含三種取向的個人。美國政治學者阿爾蒙德和魏巴(S.Verba)在《公民文化》(*Civil Culture*, 1965)一書中，將政治文化定義為民眾對於憲法、國史、政黨、法庭等政治體制所抱持之「導向模式」(Pattern of Orientations)。導向模式分為三個方面：

一、評價方面：指政治事務上的價值衡量，及在政治層面上之價值觀的偏好程度。

二、情意方面：對政治事務的好惡感受與心態。

三、認知方面：即對政治事務的一般印象和看法，以及對自身所處的政治環境之經驗認知。¹²²

上述三種取向是相互關聯的，例如民眾對於政黨的印象和認識的程度，會影響其對政治制度之評價，進而影響政黨制度的發展型態。

¹²¹ Gabriel A. Almond, "Comparative Political Systems", *The Journal of Politics*, Vol.18, No.3, 1956, pp.391-409.

¹²² Gabriel A. Almond and Sidney Verba著，徐湘林、戴龍基、唐亮、胡甦薇、周志忍、凌岩等譯，2008。《公民文化：五個國家的政治態度和民主制》(*Civil Culture*)。大陸：東方出版社。

又如大部分民眾認為社會秩序穩定應該優先於對個人自由的尊重，當政府採取較放任的政策時，使社會秩序產生紊亂，將引起民眾不滿聲浪，而促使政府改採取較多管制的政策。

政治文化中常包含許多次級文化，這些次級文化因社會成員所受教育、居住地區、社會地位、宗教、職業、種族等因素差異而形成。次級文化中的社會成員之政治取向與主流文化有部分程度上不同，並且帶有特別的態度。舉例來說，由於經濟問題或文化差異，使某些次級團體與社會主流的政治文化互相產生衝突和對立；由於居住地區或受到地方主義影響，而形成強烈的地方忠誠態度。次級團體也可能受到民族主義情感之影響，而向其他中央政府輸誠，或者不認同現行中央政府為合法政權。另外，嚴重的政治疏離感也可能造成分離主義的產生，造成政治體系之分裂。

政治文化是體系成員透過社會化的過程，教導在此社會的下一代學習接受其政治信仰、價值、態度與行為等。政治社會化的最主要效果即是「誘導並形成政治文化」，在社會化過程中，最能發揮影響力的機構非家庭與學校莫屬。政治文化之發展也時常產生變遷，最能影響政治文化發展的是直接影響大多數人的社會事件，例如戰爭爆發、經濟萎靡或是其他的重大社會危機。這些重大社會事件能反映出政府的處事能力，將民眾無一避免地涉入政治活動中，並且能藉此測量並檢視民眾對政治生活的基本信仰、感情等。其結果可能使民眾產生對現行政治文化不滿之行為與態度，進而使政治文化發生改變。此外，由於政權、政黨、家庭、種族、階級、職業、教育等因素影響下，政

治文化也會受到相關影響而產生變遷。

貳、非典型政治人物對我國政治文化之影響

以我國近年大選作為指標，觀察政治情事的變化，民進黨籍蔡英文在2016年以689萬票、56.12%的得票率脫穎而出，成為我國政治史上首位女性總統。然而，不過兩年半的時間，以改革為號召的蔡英文，在被視為「期中考」的2018年九合一大選中，其所領導的民進黨以39%的得票率在許多縣市讓出執政權，顯然踏入民心背離的困境，加上執政滿意度每況愈下，對其政治生涯而言，面臨相當大的挑戰。

我國民主政治的發展始終都是在逆風中前進。「臺灣與其他民主國家面臨著同樣的發展困境，既有的制度並無法解決所面臨的難題」政治大學政治系教授陳陸輝坦言，民眾既期待經濟穩定發展，又希望能終止泛藍、泛綠的政黨惡性對立，自然造成主打「無分藍綠」中間力量的崛起，或非典型政治人物的崛起。¹²³社會上民怨的高漲造就了柯文哲首度投入參選時的高聲勢，以及後來韓國瑜在高雄的崛起，年輕世代偏愛柯文哲的有話直說、做事執著的個人特質，而中壯年世代的基層選民「討厭民進黨」以及「庶民理念」成為韓流崛起的主因。

從《天下雜誌》的「國情調查」進一步分析，若以年齡40歲為分界線，柯文哲的支持群眾多為40歲以下的青少年，他們的政治態度不走傳統的意識形態路線，對柯文哲的論述也較為認同。而支持韓國瑜的年齡層大部分為40歲以上的中壯年選民，在投票意向上較有固定的

¹²³ 林倖妃，〈【2019國情調查】小英招怨、藍綠降溫，柯p、韓流炒熱「網紅政治」〉，《天下雜誌》，2018年12月31日，參見<https://www.cw.com.tw/article/article.action?id=5093498>。(瀏覽日期:2020年3月25日)。

政黨傾向，也是投票率最高的世代。「他們抱持追星的心態，追星有理性嗎？沒有，靠的就是熱情，」中山大學政治學研究所教授劉正山針對非典型政治人物崛起的現象，如此分析道。¹²⁴當民主制度的發展陷入惡性循環的困境，無論哪個黨派的政治菁英都無法實際解決問題，非典型政治人物便成為另一種選擇。「選民願意將執政權力託付給非典型政治人物，認為只有他們才可能改變沉積已久的現況，」身兼民進黨智庫以及臺灣世代教育基金會執行長的洪耀南明白的指出，選民認為投給傳統政治人物的實質狀況可以預期，且已失去信心；投給非典型政治人物的柯文哲、韓國瑜即是希望我國政壇可以實質發生改變。

而在民主制度下，即使曾經頂著耀眼「明星光環」的政治人物，一旦行事作風被認為背離民心或沒有謹守本分，也會面臨過氣、淘汰的下場。從陳水扁、馬英九、朱立倫、蔡英文、賴清德等人，雖然這些政治菁英資歷完整，也都有過風光的時刻，但其成功的背後仍有政黨的龐大資源作為靠山。當人民開始對政黨感到失望，討厭傳統政治菁英的道貌岸然，並且拒絕再相信政治專業。隨著近年來網路的更廣泛應用，候選人也紛紛調整競選策略，開始經營社群平台或自媒體，另一個新興選舉戰場因此而生，透過網路也更加快「非典型政治人物」崛起的速度。

¹²⁴ 林倖妃，〈【2019國情調查】小英招怨、藍綠降溫，柯p、韓流炒熱「網紅政治」〉，《天下雜誌》，2018年12月31日，參見<https://www.cw.com.tw/article/article.action?id=5093498>。(瀏覽日期:2020年3月25日)。

從一位外科重症醫師的「政治素人」投入政治，臺北市長柯文哲的從政資歷至今才約6年餘；韓國瑜雖然政治生涯上曾經擔任過國民黨籍議員及立委，但自2002年卸任後隨即消失於政壇，一直到2018年以閃電暴紅的驚人之勢贏下高雄市長選戰，兩位成功的背後皆是依賴網路拉近與基層選民的心。有人認為網路的普及，民眾在網路上恣意的輿論使民粹現象再現，在許多事物的認同與否都講究「感覺」。曾經協助韓國瑜經營選戰的林祖嘉說道：「網路改變大家對菁英的看法，以前是菁英講話，現在是每個人都有講話的權力，並且被看見。」¹²⁵。我國政治走向憑感覺的時代，也改變未來的選舉形態，要為人所知需先在網路取得一定聲勢，獲得曝光度、發言權，然而，如此崛起的方式不一定是好的，林祖嘉也不諱言評論，韓國瑜所提出之政策，在後續的執行階段需要很多縝密的規劃和細節處理，才不至於被人詬病成天馬行空、畫餅充飢。「就像美國現任總統川普一般，對外說出許多政策或言論，其幕僚團隊常無法為其言論或作為實際化。」最重要的是，民眾對現今政治人物所需擔負起的角色和責任之期待，已經跳脫出傳統政治文化的觀念。

由於民眾對政黨政治的失望，間接開放更多政治素人參政的可能，這些非典型政治人物不一定需要政黨的援助，候選人過去要依賴政黨經營地方基層，現在可能只須藉由網路的推波助瀾，短短幾個月

¹²⁵ 林祖嘉，〈韓國瑜現象是時勢造英雄〉，《臺灣中評網》，2018年10月30日，參見

<http://www.cmntt.tw/doc/1052/3/2/7/105232720.html?coluid=93&kindid=13691&docid=105232720>。(瀏覽日期:2020年3月25日)。

就能選上民意代表甚至更高層級的地方首長。無疑地，在網路時代的特色便是「傳播速度快」，然而速度本身是相對地，候選人可能在短時間內崛起，也可能很快就跌落谷底。我國民主經歷過多年來的洗禮，民眾為了行使投票權表達對國家發展之意見，能井然有序地排隊2、3小時而不發生大規模衝突；每2-4年就有可能產生政權的輪替，社會亦沒有發生嚴重的動盪，顯見我國民眾已經具備相當程度的民主素養。然而深化民主素養是無止盡的學習和發展，在現階段人民有權力用選票選擇政治人物，卻不容易找到真正願意為國家全心付出的政治家或者領導群體。

在2018年九合一選舉後，藍綠兩黨都體認到，我國民眾對民進黨的執政投下了不信任票，也藉此警惕國民黨必須夙夜匪懈、持續改革；而很快地在2020總統大選當中，民進黨又順利鞏固執政地位，國民黨持續屈居在野。因為現今研究普遍發現，年齡45歲以下的選民投票意向的產生不再是藉由黨派、意識立場，而是根據候選人的人格特質、所提出之政見以及可信賴度。民眾不再完全認同任何政黨，討厭政黨鬥爭的惡性循環，非典型政治人物在未來將有更多參政的機會。未來我國的政治變遷可能更加快速，政黨輪替將愈趨頻繁，過去每8年經歷一次政黨輪替，在現今政治文化下，可能縮短到4年就產生執政的替換，我國政治秩序勢必將更加複雜多變。

第五章 結論

在我國這片熱愛表達與闡述自我想法和意見的土地上，政治明星作為公眾人物，一方面受到民眾崇拜，另一方面也承受著兩極化之評價與不同的看法。選舉文化對我國民眾的日常生活有相當大的影響力，無論近年崛起之非典型政治人物來自「菁英階級」或「庶民階級」，或個人對這類非典型政治人物之好惡，這些人物的一言一行都在我國的政治文化上留下痕跡，影響著每個人對政治的認知與生活中的改變。

既然非典型政治人物為我國政治帶來許多層面的影響力，我們可以從多項角度，觀察這類對我國產生極具影響力的新興政壇領袖們，理解他們如何發揮個人魅力，並以此發揮影響力，使我國民眾在參與政治活動時，能擺脫意識形態，用更客觀的視角認識政治人物。

儘管在部分民眾心目中的偶像或素人參政，最終也隨波逐流，變成我國政治大染缸的一份子，心態從「期待改變」變回「看清現實」，然而，不可否認的是這類非典型政治人物能在我國政壇掀起滿城風雨，絕對有其長處。批評他人相對容易，若要從其身上學習事物，則相對不簡單。非典型政治人物成功的個人魅力發揮與形象經營，在現今網路發達的年代，是每個人皆值得學習之處。

第一節 研究發現

我國在實行民主制度的時間上，雖然不若其他歐美民主國家，已有數百年的歷史，然而在部分民主發展歷程上，皆有著相似的狀況，如個人或黨派為了權力和利益，而惡性循環的互相攻訐，造成社會動

盪及紛擾。在傳統觀念上，當民眾認為當前執政黨不符合人民期望時，便會選擇其他政黨希望可以有所改變；然而我國已經歷過三次政黨輪替，許多社會問題或國家發展困難依然存在，民眾對政黨輪替之信心已不復存在，因而造就近年來許多非典型人物之崛起，也反映出我國選民已經厭倦傳統的藍綠惡鬥，取而代之的是，非典型政治人物成功在我國政壇上佔有一席之地。

以下綜整本研究，並歸納後提出研究發現，期能對後繼非典型政治人物相關研究者有所啟發，俾提供我國政治文化發展之參考。

壹、選民對非典型政治人物之形象要求不同於典型政治人物

典型政治人物的形象建立，大部分與政治事務方面有高度相關性，並且著重在民眾對政治人物所要求的高操守品格與優秀的工作能力，其個人所表現之行為談吐都在固有的框架範圍中，且符合大部分社會群體對於政治人物既有的認知。

非典型政治人物之形象則與過往的典型政治人物大相逕庭，民眾不再特別要求其必須具備聖人之操守或言行，即使常失言，也被視為不做作之展現，即使其坦言過往曾有不符合社會期待之行為，亦不減民眾對其之支持，非典型政治人物對形象之建立，所看重的是如何藉由理解民眾的內心想法，並發覺候選人與選民間可產生互相共鳴的特殊之處，從中產生關聯性，藉此爭取選民的青睞。

貳、非典型政治人物有別於典型政治人物之領導特質

綜合本研究所探討之非典型政治人物之領導特質後，可歸納出三項共同具備特質：

一、政治素人的清晰感:由於非典型政治人物之政治背景不是未曾投入政治領域便是離開政壇已久，民眾普遍認為其沒有遭受我國當前政治生態之惡習影響，對於政治理念有著一本初衷的堅持，並且不受黨派權力之利誘，對於非典型政治人物若取得執政權，較有信心能改變政治文化

二、平易近人的距離感:非典型政治人物給予民眾之印象，有如與其一同生活在相同社會階層之平凡人物，有別於傳統政治菁英在意的是謹慎的言行，非典型政治人物更強調的是做自己，在言語上使用直白的日常用語，即使語出不雅，仍有許多人認為正符合素人之形象；在日常行為上，無論食衣住行，皆與大眾之生活方式相似，使民眾認為非典型政治人物更能因此產生同理心之感。

三、有別傳統的新鮮感:在過去社會中，僅能透過電視、報紙等媒體接觸政治人物相關訊息，或者在選舉期間，政治人物才會掃街拜票接觸人群；而非典型政治人物藉著網路之發達，使民眾容易有更多機會認識其個人，在選舉成本方面也降低許多，也透過舉辦其他活動，如簽書會、舉辦運動賽事、小型演唱會等，使民眾能共同參與，使政治參與之距離不在遙遠。

參、選民投票意向喜好與非典型政治人物個人特質相符

以往選民在投票意向上之選擇不外乎受到黨派、意識形態、職業、原生家庭等影響，即使候選人形象或行為操守符合社會期待，也往往不是選民考慮的首要因素。而歷經三次政黨輪替後，民眾發現無論哪個政黨都無法真正解決國家發展或社會重大議題，選舉淪為政黨

惡鬥或政黨戀棧權力之方式，選民逐漸對固有的政治生態失去信心。

在投票意向上之改變，從過去即使候選人呼籲選民「含淚投票」，為了確保其所認同之政黨能順利取得執政權利，仍願意投給心目中不認同之對象；而現今選民在候選人選擇上，則偏好看重候選人之個人特質，非典型政治人物在選戰當中所強調「做自己」的形象優勢，不刻意包裝自己來尋求支持，反而是彰顯自身價值理念，展露獨特的人格特質，吸引民眾主動支持，兩者恰能相互呼應，因而造就非典型政治人物之崛起。

肆、世代變遷對非典型政治人物之崛起確實存在影響

研究結果顯示，年輕世代選民在選舉過程中的投票意向，候選人評價傾向相對於政黨認同，發揮了更顯著的影響。現今年輕世代的選民能夠參與政治的管道越來越多元，社會上對各議題之討論也更為開放。隨著每次的政黨輪替皆順利完成，年輕世代選民面對民主改革所形成的政治態度及理念，與過去曾經歷威權統治時期的年長選民們相異甚大，在決定投票候選人對象的考量因素上也有所相異。在新舊世代交替中，越年輕世代的選民選擇候選人的條件，越強調應具備個人魅力、願意與基層溝通協調、採納社會各界意見、實際行動力等領導特質，因此新世代的年輕選民們在候選人的選擇上，更趨向看重非典型政治人物所具備的個人條件。

我國非典型政治人物在競選策略上皆強調以候選人的個人特質為核心，在競選過程中，非典型政治人物有更多機會直接與年輕選民互動，年輕選民也透過更多元的管道了解候選人，透過此模式，非典型

政治人物的人格特質及在選民心中的定位將更加鞏固。

綜觀近期相關研究之發現，年紀越輕的選民在決定投票意向上確實會偏好優先考量候選人「個人的因素」，其次考量的才是其「政黨因素」的傾向。非典型政治人物的個人特質以及處事能力，對於立場較保持中立、投票習慣尚未固定的年輕選民而言，更具有最終選擇候選人的影響力，因此可歸納出，年輕世代選民在決定理想候選人的選擇上，會比年長一輩的選民更能跳脫傳統政治文化中政黨認同與意識型態的框架，不看黨派、客觀以實事求是的角度評價政治人物個人的能力操守及其所提出的政見好壞。

伍、非典型政治人物對我國政治文化提供更多發展選擇

有鑒於民眾對現今政治人物所需承擔的社會角色和責任之期待，已經有別於傳統政治文化，且由於民眾對政黨惡鬥的失望，間接促使更多政治素人參政的機會，非典型政治人物不一定需要政黨的援助，可能只須透過網路的推波助瀾，在短時間內就能暴紅，選上民意代表或更高階的官員。

在分析近年之選舉結果後，選民投票意向的產生，黨派、意識立場不再是主流選項，而是根據候選人的人格特質、施政理念以及可信賴度。民眾不再完全認同任何政黨，討厭政黨鬥爭的惡性循環，非典型政治人物在未來將有更多參政的機會。未來我國的政治變遷可能更加快速，政黨輪替愈趨頻繁，民眾也更有機會選擇主要黨派之外的候選人，對我國政治發展提供更佳的良性競爭。

第二節 研究建議

透過研究非典型政治人物之領導特質，除了瞭解其與典型政治人物之差異外，也同時剖析其對選民投票意向、世代變遷甚至政治文化之影響，非典型政治人物之崛起確實在短時間內對我國政治文化有所影響，然而其聲望及支持度是否能隨著時間推移而延續，亦或者只是曇花一現，本研究提出下列幾點建議，俾提供我國政治文化在非典型政治人物崛起下之發展方向。

壹、非典型政治人物回歸政治常規後，須做出適當因應及調適

非典型政治人物之崛起在於其具備不同於典型政治人物之領導特質，在現今政黨惡鬥的政治環境中，因而受到選民青睞；然而非典型政治人物在部分政治資源不足的情況下，若無法堅持選戰初衷的理念，因而改變其自身領導特質，回歸與典型政治人物相似之作風，將可能促使原本因受其個人風格吸引的擁戴者棄之而去。

貳、非典型政治人物之實際政治能力，決定選民是否能維持對其信任度

非典型政治人物之當選有相當大的因素在於其個人特質，然而其是否具備合格的施政、問政能力則有待當選後的檢驗；倘若其政治能力表現不佳，將使支持者降低對其的信任度，聲勢勢必受到影響，若要延續政治生涯將受到更大的挑戰。

參、我國政治文化在非典型政治人物崛起下，候選人維持良性競爭之重要性

隨著非典型政治人物崛起改變選舉生態，無論典型或非典型候選

人在競選策略上勢必有所調整，各候選人間若因此批評對手的個人特質或散佈不實指控，將使選民原本所期待藉由改變政治文化所帶來的良性競爭因而變調。

肆、非典型政治人物崛起對我國政黨政治產生轉變

民眾對非典型政治人物的支持來自於其個人魅力或所提出的政策及願景，在選擇候選人的考量上，政黨因素隨之下降。政黨在選舉的過程中勢必要為此作出選戰上的調整，才得以維持競爭力。

第三節 未來研究方向

本文的討論方向聚焦於「非典型政治人物之領導特質，與其對我國政治文化發展之相關影響」，其中分析典型政治人物與非典型政治人物之特質差異，並藉由觀察近年選舉結果，瞭解非典型政治人物對我國民眾、社會、政治文化之實質正面影響；然而非典型政治人物能否在政壇中持續帶來影響力，以及其可能對政治文化所帶來之負面影響，是往後持續投入此研究可觀察的重點。

在未來，無論全球或我國的政治情勢仍然詭譎多變，非典型政治人物對民主制度的發展，到底是意謂著進步亦或者是衰退，仍需要隨著時間之推移而持續觀察。非典型政治人物支持度的延續性及對民主制度的正負影響之比較，皆可以作為爾後投入此研究的方向。

參考文獻

壹、中文部分

一、專書

Gabriel A · Almond and Sidney Verba 著，徐湘林、戴龍基、唐亮、胡甦薇、周志忍、凌岩等譯，2008 年。《公民文化：五個國家的政治態度和民主制》（Civil Culture）。大陸：東方出版社。

James H. McMillan, Sally Schumacher 著，王文科編譯，2000 年。《質的教育研究法》。臺北：師大書苑。

Ranjit Kumar 著，謝雨生，黃國光譯，2016 年。《研究方法-入門與實務（二版）》。臺北：雙葉書廊有限公司。

王玉民，1994 年。《社會科學研究方法原理》。臺北：洪葉出版社。

古斯塔夫·勒龐，2011 年。《烏合之眾：為什麼我們會變得瘋狂、盲目、衝動？讓你看透群眾心理的第一書》。臺北：臉譜出版社。

史帝芬·金恩著，吳煒聲譯，2018 年。《大退潮：全球化的終結與歷史的回歸》。臺北：寶鼎出版。

石之瑜，2003 年。《政治文化與政治人格》。臺北：揚智。

安東尼·唐斯，1957 年。《民主的經濟理論》。上海：上海人民出版社。

朱浚源，2002 年。《撰寫博碩士論文實戰手冊》。臺北：正中書局。

江炳倫著，2002 年。《政治文化導論：理論與個案研究》。臺北：韋伯。

吳重禮，2008 年。《政黨與選舉：理論與實踐》。臺北：三民書局。

呂亞力，2000 年。《政治學方法論》。臺北：三民書局。

周春塘，2002年。《撰寫論文的第一本書-一步步教你如何寫，讓論文輕鬆過關》。臺北：五南圖書出版股份有限公司。

周偉航，2015年。《選舉，不是你想的那樣！人渣文本的48堂公民實戰課》。臺北：臺灣商務印書館股份有限公司。

孟樊，2013年。《寫論文，其實不難：學術新鮮人必讀本》。高雄：巨流圖書股份有限公司。

彼得·德魯克，2005年。《超越權力-領導魅力縱橫談》。北京：機械工業出版社。

威爾弗雷德·德萊斯，2002年。《卓越領導魅力》。上海：上海交通大學出版社。

洪永泰，2014年。《誰會勝選？誰能凍蒜？：預知政治版圖，讓民調數字告訴你》。臺北：遠見天下文化出版股份有限公司。

胡佛著，1998年。《政治變遷與民主化》。臺北：三民書局。

胡佛著，2000年。《政治文化與政治生活》。臺北：三民書局。

馬克思·韋伯，1996年。《支配的類型：韋伯選集(III)》。臺北：遠流出版社。

張芳全，2017年。《論文就是要這樣寫》。新北：心理出版社。

張紹勳，2004年。《研究方法》。臺北：滄海書局。

張慶勳，2016年。《論文寫作軟實力：悠遊在研究寫作天地中》。臺北：五南圖書出版股份有限公司。

張稼人，1997年。《超越權力-領導魅力縱橫談》。北京：京華出版社。

敖國珠、楊惠蘭，2019年。《我的世代我作主》。臺北：時報出版社。

陳健，2012 年。《臺灣選舉制度的政治學分析》。臺北：博揚文化事業有限公司。

傅恆德，2003年。《政治文化與政治參與》。臺北：韋伯。

塞繆爾·亨廷頓，1998年。《第三波—20世紀後期民主化浪潮》。大陸：中國社會科學出版社。

楊方儒、何渝婷、張詠晴，2019年。《2020立委空戰學》。臺北：Knowing先知資訊。

葉至誠，2011 年。《研究方法與論文寫作》。臺北：商鼎。

葉至誠，葉立誠，2011年。《研究方法與寫作》。臺北：商文化出版社。

葛永光，2004年。《政黨與選舉的研究重點與議題》。臺北：空大學訊。

鄭欽模，翁明賢，李志強等著，《2018年。全球化的挑戰與發展》。臺北：淡江大學出版社。

羅森邦著，陳鴻瑜譯，1989年。《政治文化》。臺北：桂冠。

二、期刊論文

王中天，2010。〈當社會信任遇見政治信任—對政治文化的觀點與檢驗〉，《臺灣民主季刊》，第7卷第4期，頁47-83。

王嵩音，2010年。〈臺灣選民媒介使用對於候選人形象與評價之影響—傳統媒介vs. 新媒介〉，《傳播與管理研究》，第10卷第3期，頁36。

何銓、葉余建、馬劍虹，2005年。〈魅力型領導方式研究綜述〉，《人

類功效學》，第11卷第4期，頁68。

吳親恩，2007。〈臺灣民眾的政治信任差異：政治人物、政府與民主體制三個面向的觀察〉，《臺灣政治學刊》，第11卷，頁147-200。

金溥聰，1997年。〈報紙的形象設定效果研究-以民國八十三年臺北市市長選舉為例〉，《新聞學研究》，第55卷，頁203-223。

崔曉倩、吳重禮，2011年。〈年齡與選舉參與：2008年總統選舉的實證分析〉，《調查研究：方法與應用》，第26期，頁7-44。

張宇薇，2006年。〈魅力型領導之我見〉，《廣東工業大學學報社會科學版》，第6卷第4期，頁37-38。

盛杏媛，2008年。〈政黨的國會領導與凝聚力—2000年政黨輪替前後的觀察〉，《臺灣民主季刊》，第5卷第4期，頁1-46。

盛治仁，2003年。〈臺灣民眾民主價值及政治信任感研究—政黨輪替前後的比較〉，《選舉研究》，第10卷第1期，頁115-169。

盛治仁，2004年。〈媒體、民調和議題-談競選過程中民意的變動性和穩定性〉，《選舉研究》，第11卷第1期。

莊天憐，2001年。〈我國「獨立選民」的發展與變遷（1989-1999）〉，《選舉研究》第8期，頁71-116。

陳世敏，1992年。〈候選人形象與選民投票行為〉，《新聞學研究》，第46卷，頁151-167。

陳金貴，1992年。〈公民參與的研究〉，《行政學報》，第24期，頁95-128。

陳陸輝，2000年。〈臺灣選民政黨認同的持續與變遷〉，《選舉研究》，第7卷第2期，頁109-141。

陳義彥，1996年。〈不同族群政治文化的世代分析〉，《政治學報》第27期。

陳義彥、陳陸輝，2004年。〈台灣大學生政治定向的持續與變遷〉，《東吳政治學報》，第18卷，頁1-39。

傅恆德，1994年。〈政治文化與投票行為：民國七十八年立委和八十年國大代表選舉〉，《選舉研究》，第1卷第2期，頁27-51。

游清鑫，2000年。〈競選策略的個案研究：1998年民進黨台北市南區立法委員選舉的探討〉，《選舉研究》，第6卷第2期，頁163-190。

游清鑫、蕭怡靖，2007年。〈以新選民的政治態度論臺灣民主政治的未來〉，《臺灣民主季刊》，第4卷第3期，頁109-151。

黃秀端，1997年。〈政治文化：過去、現在、未來〉，《東吳政治學報》，第八期，頁47-85。

黃俊龍，2003年。〈民主社會的菁英統治：對密爾《論代議政府》的一個詮釋〉，《政治科學論叢》，第18卷，頁217-240。

劉義周，1993年。〈台灣的政治世代〉，《政治學報》，第21期，頁99-120。

劉義周，1994年。〈台灣選民政黨形象的世代差異〉，《選舉研究》，第1卷第1期，頁53-73。

劉嘉薇，2013年。〈社群、典則與當局：大學生政治支持穩定與變遷的邏輯〉，《中國行政評論》，第19卷第2期，頁121-155。

鄭夙芬，2014年。〈候選人因素與投票抉擇－以 2012 年臺灣總統選舉為例〉，《臺灣民主季刊》，第11卷第1期，頁103-151。

薛健吾，2014年。〈全球化了臺灣得什麼？國際化與臺灣的政治經濟變遷〉，《臺灣政治學刊》。

三、學位論文

古清德，2012 年。《魅力領導風格、影響效果、及情境分析－以一家知名的網通公司創辦人為個案》。桃園：元智大學管理碩士在職專班碩士論文。

吳林桂，2014 年。《臺灣政黨輪替及其政治文化發展之研究－以雲林縣為例》。雲林：環球科技大學公共事務管理研究所碩士論文。

林哲揚，2016。《臺灣年輕選民投票行為之研究》，臺北：淡江大學公共行政學系公共政策碩士班論文。

林國棟，2004 年。《民主政治與政治文化的關係》。臺北：中國文化大學政治學研究所碩士論文。

唐玉禮，2011 年。《全球化浪潮下的民族國家：衝擊與回應》。臺北：國立政治大學國家發展研究所博士論文。

張榮彰，2008 年。《臺灣政治文化與民主化程度之研究》。嘉義：國立中正大學政治學研究所碩士論文。

陳信助，2000 年。《候選人形象研究－以兩千年總統大選候選人連戰、宋楚瑜、陳水扁為例》。臺北：淡江大學大眾傳播學系碩士班論文。

陳雅空，2016 年。《正念對魅力領導之探討》。臺北：輔仁大學國際創

業與經營管理學程碩士在職專班碩士論文。

陳篩遐，2015 年。《全球化對知識外溢與民主化之影響》。高雄：國立

中山大學中國與亞太區域研究所博士論文。

傅雅伶，2005 年。《全球化下臺灣民主轉型後之政經發展分析》。臺

中：東海大學政治學系研究所碩士論文。

溫青鳳，2015 年。《從「政治素人」到「首都市長」：柯文哲的政治語言分析》。嘉義：中正大學語言學研究所碩士論文。

湯于冬，2012 年。《華人魅力領導的影響效果：不同形塑行為的作用機制》。臺北：臺灣大學心理學研究所碩士論文。

黃敏萍，1994 年。《魅力領導與企業文化之實證研究》。臺中：東海大學企業管理研究所碩士論文。

黃薇舫，2018 年。《全球化的挑戰與在地回應：以美國川普、英國脫歐為例》。臺南：國立成功大學政治經濟研究所碩士論文。

葉常虹，2008 年。《英雄：一種流行於亂世的政治文化現象——以漢魏為考察範圍》。臺南：國立成功大學中國文學系研究所碩士論文。

廖育信，2007 年。《全球化對臺灣國家認同的影響》。臺北：國立臺灣大學國家發展研究所博士論文。

謝曉芬，2002 年。《全球化衝擊－政治、經濟與文化面探討》。嘉義：南華大學亞洲太平洋研究所碩士論文。

簡士偉，2004 年。《從臺灣政權輪替論政治文化之發展》。臺北：中國文化大學政治學研究所碩士論文。

蘇珊那，2018 年。《魅力領導在現今管理之探討》。臺北：輔仁大學國

際創業與經營管理學程碩士在職專班碩士論文。

四、網際網路

01 哲學團隊，〈柏拉圖：政治與人生-EP11〉，《香港 01》，參見

<https://www.hk01.com/%E5%93%B2%E5%AD%B8/42130/%E6%9F%8F%E6%8B%89%E5%9C%96-%E6%94%BF%E6%B2%BB%E8%88%87%E4%BA%BA%E7%94%9F-ep11>(瀏覽日期:2020 年 3 月 24 日)。

Adam，〈google 趨勢-你一定要會用的四大實用功能〉，《growth》，參見 <https://growthmarketing.tw/google-trends/>(瀏覽日期:2020 年 3 月 1 日)。

PTT 鄉民編輯群，〈垃圾不分藍綠〉，《PTT 鄉民百科》，參見

<https://pttpedia.fandom.com/zh/wiki/%E5%9E%83%E5%9C%BE%E4%B8%8D%E5%88%86%E8%97%8D%E7%B6%A0>(瀏覽日期:2020 年 3 月 11 日)。

中央選舉委員會，〈107 年直轄市選舉候選人得票數〉，《中央選舉委員會》，參見

<https://db.cec.gov.tw/histQuery.jsp?voteCode=20181101A1B1&qryType=ctks>(瀏覽日期:2020 年 2 月 23 日)。

中選會，〈組織職掌〉，《中央選舉委員會》，參見

<https://www.cec.gov.tw/>(瀏覽日期:2020 年 3 月 1 日)。

今日新聞編輯中心，〈韓國瑜含淚發表勝選感言!高呼:一起為高雄打拼〉，《今日新聞》，參見

<https://www.nownews.com/news/20181124/3087567/>(瀏覽日

期:2020 年 3 月 15 日)。

方炳超，〈柯文哲發表當選感言:成見留在選舉結束那刻，未來 4 年請大家繼續監督〉，《風傳媒》，參見

<https://www.storm.mg/article/650743>(瀏覽日期:2020 年 3 月 10 日)。

王敏為，〈登記黨內總統初選 蔡英文盼與首投族挑起未來責任〉，《自由時報》，參見

<http://news.ltn.com.tw/news/politics/breakingnews/476950>(瀏覽日期:2020 年 3 月 22 日)。

可為商學院，〈馬雲、喬布斯都推薦的魅力型領導力，究竟有什麼神奇之處?〉，《商業新知》，參見

<https://www.shangyexinzi.com/article/details/id-364208/>(瀏覽日期:2020 年 1 月 12 日)。

百度百科，〈共和國前進運動〉，《百度百科》，參見

<https://baike.baidu.com/item/%E2%80%9C%E5%85%B1%E5%92%8C%E5%9B%BD%E5%89%8D%E8%BF%9B%E2%80%9D%E8%BF%90%E5%8A%A8>(瀏覽日期:2020 年 3 月 16 日)。

艾·里斯，傑克·特勞特，〈定位理論〉，《MBA 智庫》，參見

<https://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E5%AE%9A%E4%BD%8D%E7%90%86%E8%AE%BA>(瀏覽日期:2020 年 1 月 14 日)。

行政院年金改革辦公室，〈澄清稿-回應前勞委會勞保處處長孟藹倫女士針對年金改革之論點〉，《國家年金改革委員會》，參見 <https://pension.president.gov.tw/cp.aspx?n=1421651C5BEDCE63&s=3C559C1836C4D5A0>(瀏覽日期:2020 年 2 月 24 日)。

余如婕，〈貧戶阿扁為何選贏權貴連戰?唯一能跟希特勒相比的選舉戰神〉，《報橘》，參見 <https://buzzorange.com/2017/09/28/a-bian-election/>(瀏覽日期:2020 年 2 月 19 日)。

呂佳峻，〈自由之家:全球自由程度連續 10 年倒退〉，《新頭殼》，參見 <https://newtalk.tw/news/view/2016-01-27/69693>(瀏覽日期:2020 年 1 月 20 日)。

李俊毅，〈非典型政治人物出頭天?2 份民調曝選民最愛他〉，《中時電子報》，參見 <https://www.chinatimes.com/realtimenews/20181203001043-260407?chdtv>(瀏覽日期:2019 年 7 月 2 日)。

李彥謀，〈誰在帶風向?韓國瑜、柯文哲陸空戰略大揭密〉，《信傳媒》，參見 <https://www.cmmedia.com.tw/home/articles/12934>(瀏覽日期:2019 年 4 月 25 日)。

李桐豪，〈2018 年度風雲人物，進擊的政治素人〉，《鏡周刊》，參見 <https://www.mirrormedia.mg/story/20181228pol001/>(瀏覽日期:2020 年 1 月 19 日)。

李桐豪，〈非典型政治人物興起全因選民對藍綠失望〉，《鏡周刊》，參見 <https://www.mirrormedia.mg/story/20181228pol004/>(瀏覽日

期:2020 年 1 月 19 日)。

李華球，〈HOLD 住首投族就能贏！〉，《財團法人國家政策研究基金會》，參見 <http://www.npf.org.tw/1/10012>(瀏覽日期:2020 年 3 月 22 日)。

周永捷，〈十年磨一劍 印尼民主化看今朝〉，《中央通訊社》，參見 <http://www.cna.com.tw/news/firstnews/201407080184-1.aspx>(瀏覽日期:2020 年 3 月 22 日)。

周怡孜，〈韓國瑜怒批吳敦義發炎不適當:寧願乾淨的輸，也不要骯髒的贏〉，《風傳媒》，參見 <https://www.storm.mg/article/632087>(瀏覽日期:2020 年 3 月 10 日)。

林口長庚兒童心智科，〈亞斯伯格症簡介〉，《台灣兒童青少年精神醫學會》，參見 http://www.tscap.org.tw/TW/NewsColumn/ugC_News_Detail.asp?hidNewsCatID=7&hidNewsID=130(瀏覽日期:2020 年 2 月 20 日)。

林友順，〈大馬首投族決定朝野命運〉，《亞洲週刊》，參見 http://www.yzzk.com/cfm/content_archive.cfm?id=1363675041573anddocissue=2012-40(瀏覽日期:2020 年 3 月 22 日)。

林怡廷，〈印尼呼喚〉，《天下雜誌》，參見 <http://opinion.cw.com.tw/blog/profile/280/article/1963>(瀏覽日期:2020 年 3 月 22 日)。

林倖妃，〈【2019 國情調查】小英招怨、藍綠降溫，柯 p、韓流炒熱「網紅政治」〉，《天下雜誌》，參見

<https://www.cw.com.tw/article/article.action?id=5093498>(瀏覽日期:2020 年 3 月 25 日)。

林偉妃、鄧凱元，〈太陽花不潰散，靠什麼樣的組織力和動員力?〉，《天下雜誌》，參見

<http://www.cw.com.tw/article/article.action?id=5056813>(瀏覽日期:2020 年 3 月 22 日)。

林祖嘉，〈韓國瑜現象是時勢造英雄〉，《臺灣中評網》，參見

<http://www.crntt.tw/doc/1052/3/2/7/105232720.html?coluid=93&kindid=13691&docid=105232720>(瀏覽日期:2020 年 3 月 25 日)。

林淑玲，〈社評：臺灣進入合縱連橫新政治〉，《中國評論新聞網》，參見 <http://hk.crntt.com/doc/1052/7/0/5/105270599.html>(瀏覽日期:2019 年 7 月 2 日)。

邱威傑，〈民主開箱，未來城市〉，《市議員候選人邱威傑競選專頁》，參見 <http://www.froggy.tw/unbox>(瀏覽日期:2020 年 1 月 20 日)。

政治中心，〈「改變成真，向偉大的市民致敬！」柯文哲勝選感言〉，《ETtoday 新聞雲》，參見

<https://www.ettoday.net/news/20141129/432657.htm>(瀏覽日期:2020 年 2 月 23 日)。

柯文哲競選團隊，〈青年海選徵才計畫〉，《柯 p 新政》，參見

<http://open.kptaipei.tw/>(瀏覽日期:2020 年 2 月 21 日)。

為什麼知識網，〈草根是什麼意思?草根一詞怎麼來的?〉，《zi 字媒體》，參見 <https://zi.media/@whyhtd01com/post/YrhPYt>(瀏覽日

期:2020 年 2 月 26 日)。

張瑞村，〈領導理論淺探〉，《隨意窩》，參見

<https://blog.xuite.net/kc6191/study/19651526->

[https://blog.xuite.net/kc6191/study/19651526-%E9%A0%98%E5%B0%8E%E7%90%86%E8%AB%96%E6%B7%](https://blog.xuite.net/kc6191/study/19651526-%E9%A0%98%E5%B0%8E%E7%90%86%E8%AB%96%E6%B7%BA%E6%8E%A2)

[BA%E6%8E%A2](https://blog.xuite.net/kc6191/study/19651526-%E9%A0%98%E5%B0%8E%E7%90%86%E8%AB%96%E6%B7%BA%E6%8E%A2)(瀏覽日期:2019 年 9 月 15 日)。

張瀞文，〈全球政壇吹狂人風?跟傳統政客 say no〉，《信傳媒》，參見

<https://www.cmmedia.com.tw/home/articles/96>(瀏覽日期:2019 年

4 月 10 日)。

郭靖，〈政府應怎麼做才能凝聚國家認同?〉，《自由時報》，參見

<http://talk.ltn.com.tw/article/breakingnews/2383237>(瀏覽日期:2018

[年 4 月 2](http://talk.ltn.com.tw/article/breakingnews/2383237) 日)。

陳文和，〈印尼首投族 左右總統誰屬〉，《中時電子報》，參見

<http://www.chinatimes.com/newspapers/20140709001495-260108>(瀏

覽日期:2020 年 3 月 22 日)。

陳文信，〈蔡英文參選主軸：召喚新世代扛重擔〉，《中時電子報》，參

見 <http://video.chinatimes.com/video-cate->

[cnt.aspx?cid=1&nid=51224](http://video.chinatimes.com/video-cate-cnt.aspx?cid=1&nid=51224)(瀏覽日期:2020 年 3 月 22 日)。

陳怡如，〈[專訪] 柯文哲:科技讓這場選戰從不可能變成可能〉，《數

位時代》，參見 <https://www.bnext.com.tw/article/31684/BN->

[ARTICLE-31684](https://www.bnext.com.tw/article/31684/BN-ARTICLE-31684)(瀏覽日期:2020 年 2 月 21 日)。

陳亮宇，〈代議士代表著誰?黨意凌駕代議政治?〉，《菜市場政治學》，

參見 <https://whogovernstw.org/2014/08/02/liangyuchen1/>(瀏覽日

期:2020 年 1 月 12 日)。

陳冠安，〈「外溢效應」只是洪耀福為禮讓柯文哲而呼嚨民進黨基層的話術〉，《國政評論》，參見 <https://www.npf.org.tw/1/18304>(瀏覽日期:2020 年 2 月 23 日)。

尋意，〈心理學催眠與 NLP〉，《尋意的潛意識空間》，參見 <https://www.twnlper.com/2017/07/Class-Millton01.html>(瀏覽日期:2020 年 2 月 23 日)。

隋昊志，〈2020 奪總統大位，國民黨 4 大太陽動向成焦點〉，《TVBS NEWS》，參見 <https://news.tvbs.com.tw/politics/1043062>(瀏覽日期:2020 年 2 月 23 日)。

黃維德，〈經濟學人:馬克宏，抓住了民眾的幻滅知情〉，《天下雜誌》，參見 <https://www.cw.com.tw/article/article.action?id=5082372>(瀏覽日期:2020 年 1 月 16 日)。

經濟學人，〈非典型政治明星崛起〉，《天下雜誌》，參見 <https://www.cw.com.tw/article/article.action?id=5043900> (瀏覽日期:2019 年 3 月 27 日)。

管嫫媛，〈韓國瑜爆紅憑什麼〉，《商業周刊》，參見 https://www.businessweekly.com.tw/magazine/Article_mag_page.aspx?id=68145(瀏覽日期:2020 年 3 月 1 日)。

維基百科，〈中興票券事件〉，《維基百科》，參見 <https://zh.wikipedia.org/wiki/%E4%B8%AD%E8%88%88%E7%A5>

%A8%E5%88%B8%E4%BA%8B%E4%BB%B6(瀏覽日期:2020年2月20日)。

維基百科，〈政治人物〉，《維基百科》，參見 <https://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E6%94%BF%E6%B2%BB%E4%BA%BA%E7%89%A9>(瀏覽日期:2020年1月12日)。

趙永茂、高順德，〈從九合一選舉結果看選民期待的台灣〉，《財團法人國家政策研究基金會》，參見 <http://www.npf.org.tw/1/14679>(瀏覽日期:2020年3月22日)。

齊勇明，〈自由之家2010年度評定:中國不自由〉，《美國之音》，參見 <https://www.voachinese.com/a/freedom-house-rating-20100113-81311157/459130.html>(瀏覽日期:2020年1月20日)

劉宛琳，〈政治網紅當道這些人靠空戰當選〉，《聯合新聞網》，參見 <https://news.housefun.com.tw/news/article/396400214203.html>(瀏覽日期:2019年8月4日)。

蔡明芳，〈韓國瑜市長的說服之道大解析〉，《FACEBOOK》，參見 <https://www.facebook.com/hashtag/%E9%9F%93%E5%9C%8B%E7%91%9C%E5%B8%82%E9%95%B7%E7%9A%84%E8%AA%AA%E6%9C%8D%E4%B9%8B%E9%81%93%E5%A4%A7%E8%A7%A3%E6%9E%90?fref=mentions>(瀏覽日期:2020年2月23日)。

蔣婕妤，〈影／還原現場！「拍肚」惹怒里長 蘇貞昌親擬聲明：表達最誠摯歉意〉，《ETtoday新聞雲》，參見 <https://www.ettoday.net/news/20180924/1265528.htm>(瀏覽日

期:2020 年 3 月 2 日)。

曉楓說，〈突變的超強領導者！以馬雲為例，談魅力型領導者的四大

特質〉，《商業新知》，參見

<https://meet.bnext.com.tw/articles/view/45506>(瀏覽日期:2020 年 1

月 12 日)。

韓國瑜，〈1026 鳳山造勢演講逐字稿〉，《HatePolitics》，參見

<https://www.youtube.com/watch?v=ASoM157hcof>(瀏覽日期:2020

年 2 月 23 日)。

韓國瑜，〈1026 韓國瑜鳳山造勢〉，《udn video》，參見

<https://www.youtube.com/watch?v=ASoM8UBhhpc>(瀏覽日期:2020

年 2 月 23 日)。

羅清俊，〈如何讓博碩士論文更有說服力？〉，《「撰寫碩博士論文與投

稿學術期刊」論壇》參見

<http://www.ntpu.edu.tw/~pa/admission/960106-1.pdf> (瀏覽日期：

2019 年 9 月 17 日)。

譚光鼎、張鎧焜，〈政治文化〉，《國家教育研究會》，參見

<http://terms.naer.edu.tw/detail/1307452/>(瀏覽日期:2020 年 3 月 25

日)。

龔雋幃，〈選舉裡的「網路聲量」是什麼真有「勝利方程式」嗎〉，

《端傳媒》，參見 [https://theinitium.com/article/20181206-taiwan-](https://theinitium.com/article/20181206-taiwan-election-internet-fans/)

[election-internet-fans/](https://theinitium.com/article/20181206-taiwan-election-internet-fans/)(瀏覽日期：2019 年 5 月 2 日)。

貳、英文文獻

一、專書

- Almond, Gabriel A. & Sideny Verba, 1963. *The Civic Culture: Political Attitude and Democracy in Five Nations*. Princeton University Press.
- Bass BM, 1985. *Leadership and Performance Beyond Expectations*. New York: Free Press.
- Bass BM, Avolio B, 1993. *Transformational Leadership : A Response to Critiques*. New York: Academic Press.
- Brady, David W., and Craig Volden. ,2005. *Revolving Gridlock: Politics and Policy From Jimmy Carter to George W. Bush (Transforming American Politics)*. Boulder, CO: Westview Press.
- Buckingham, M. ,2005. *The One Thing You Need to Know About Great Managing, Great Leading, and Sustained Individual Success (1st ed.)*. New York, NY: Simon and Schuster Inc.
- Conger JA, Kanungo RN, 1998. *Charismatic Leadership in Organizations*. Thousand Oaks: Sage.
- David Nachmias, & Chava Frankfort-nachmias, 1976. *Content Analysis”, Research Methods in The Social Sciences*. UK: Edward Arnold.
- House RJ, A, 1976. *Theory of Charismatic Leadership*. Carbondale: Southern Illinois University Press.

Kotter, J.,1999. *What Leaders Really Do Harvard Business Review Book Series*. Boston, MA: Harvard Business Press.

Nimmo, D. D., & Savage, R. L,1976. *Candidates And Their Images: Concepts, Methods, And Findings*.Goodyear Publishing Company.

Willis, G. ,1994. *Certain Trumpets The Call of Leaders*. New York, NY: Simon & Shuster Paperbacks.

二、期刊

Balmas, M., & Sheafer, T. ,2010.“Candidate Image in Election Campaigns: Attribute Agenda Setting, Affective Priming, And Voting Intentions” ,*International Journal of Public Opinion Research*, Vol.22,No2,pp.204-229.

Bomberg, Elizabeth, and Betsy Super.,2009. “ The 2008 US presidential Election:Obama and The Environment” ,*Environmental Politics*,Vol.18,No.3,pp.424-430.

Bowes, J. E., & Strentz, H. , 1978. “ Candidate Images: Stereotyping and The 1976 Debates” , *Annals of The International Communication Association*, Vol.2 ,No 1, pp.391-406.

Braungart, Richard G., and Margaret M. Braungart , 1989. “Political Generations” , *Research in Political Sociology*, Vol.4, No.1,pp.281-319.

Conger JA,1999.“Charismatic and Transformational in Organizations:an Insider’s Perspective on These Developing Streams of

- Research” ,*Leadership Quarterly*, Vol.10, No.2, pp.145-176 .
- Conger JA. Kanungo RN, 1987 . “Towards a Behavior Theory of Charismatic Leadership in Organizational Settings” ,*Academy of Management Review*, Vol.12, No.4, pp.637-647.
- Conger, J. , 1999. “Charismatic and Transformational Leadership in Organizations: Perceived Behavioral Attributes and Their Measurement” , *The Leadership Quarterly*, pp.145-179.
- Conger, J., 2000. “Charismatic Leader and Follower Effects” ,*Journal Of Organizational Behavior* , pp.747-767.
- Dow, T., 1969. “The Theory of Charisma” ,*Sociological Quarterly*, Vol.10, pp.306-318.
- Gabriel A. Almond, 1956 . “Comparative Political Systems” ,*The Journal of Politics*, Vol.18, No.3, pp.391-409.
- Hahn, D. F., & Gonchar, R. M. , 1972. “ Political Myth: The Image and The Tissue” ,*Communication Quarterly*, Vol.20, No 3, pp.57-65.
- Jacobsen C. House RJ, 2001. “Dynamics of Charismatic Leadership: A process theory, Simulation model, and Tests” ,*The Leadership Quarterly*, Vol.12, No.1 , pp.75-112.
- Kinder, D. R, 1986. “Presidential Character Revisited” ,*Political Cognition*, Vol.19, pp.474.
- Kiyohara, Shoko, “A Study on How Technological Innovation Affected the 2008 US Presidential Election” , *Age*, Vol.18, No.24, 2009, pp.75-

Pandian, Sivamurugan.2014, “University Students and Voting Behavior in General Elections:Perceptionson Malaysian Political Parties Leadership” , *Asian Social Science*, Vol.10, No.18, pp.225-231.

Rahat, G., & Sheafer, T,2007. “ The Personalization of Politics: Israel, 1949–2003” ,*Political Communication*, Vol.24,No 1,pp.65-80.

Sears, D. O.,1983.“The Person-Positivity Bias” ,*Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.44,No 2,pp.233.

Shamir B.House R.Arther MB,1993.“The Motivation Effects of Charismatic Leadership:A Self-Concept Based Theory” ,*Organization Science*,Vol.4,No.4,pp.577-594.

Young C. Kim,1964.“The Concept of Political Culture in Comparative Politics” ,*Journal of Politics*,Vol.26.

Zuquete, J. P. ,2008.“The Missionary Politics of Hugo Chavez” ,*Latin American Politics And Society*, Vol.50,No.1,pp.91-121.

三、網際網路

Engel, P. ,2017. “How Trump Came Up With His Slogan Make America Great Again” , *Business Insider*. At <http://www.businessinsider.com/trump-make- america-great-again-slogan-history-2017-1>.(Accessed 2019/12/25).