

2014 臺灣地方選舉「柯文哲現象」的外溢效果：民進黨新竹市長候選人林智堅的個案分析

陳明通*、楊喜慧**

《本文摘要》

2014年11月29日「九合一」選舉結果，國民黨遭受臺灣自有地方選舉以來最嚴重的挫敗。在全部22個地方首長中，從過去超過三分之二的15席，減少到不及三分之一的6席。最令人矚目的是代表「在野大聯盟」角逐臺北市長的柯文哲，打敗國民黨提名的連勝文，大贏連勝文將近25萬票，並中止了國民黨在臺北市長達16年的執政地位，這是前未有過的紀錄。選後國民黨的一份檢討報告指出，國民黨如此慘敗的原因之一是「首都選戰影響外溢擴及其他縣市」。換言之，「柯文哲現象」讓國民黨其他縣市選情連帶受到影響。

「柯文哲現象」是否真有如此外溢效應？本文以新竹市長選情為例，透過一系列實證資料，運用「複層次結構非線性模型」結合個體與總體資料分析，驗證「柯文哲現象」對民進黨新竹市長候選人林智堅的外溢效果。研究結果顯示，在個體層次的變項上，新竹市選民對林智堅的偏好、政黨取向及年齡，顯著地影響對林智堅的支持度。在總體層次的變項上，柯文哲的支持度、媒體曝光度及電視新聞評論節目對柯文哲的正面或負面批評，都顯著地影響新竹市選民對林智堅的支持度。研究發現證實「柯文哲現象」的外溢效果，也就是所謂的「衣擺效應」(coattail effects)或「母雞帶小雞效應」存在。

關鍵詞：柯文哲現象、衣擺效應、母雞帶小雞效應、2014臺灣地方選舉

* 國立臺灣大學國家發展研究所教授。E-mail: mingtung@ntu.edu.tw。

** 國立臺灣大學國家發展研究所博士候選人。E-mail: f00341051@ntu.edu.tw。

壹、前言

2014年11月29日「九合一」選舉結果，國民黨遭受臺灣自有地方選舉以來最嚴重的挫敗。根據中央選委會所公布的選舉結果顯示（詳見表1），在6個直轄市長中，國民黨僅保住了新北市1席，相對於前一次2010年選舉的3席，減損了2席。在非直轄市的16縣市長中，國民黨僅得5席，相對於2009年的12席，減少了7席。合計在全部22個地方首長中，國民黨僅保住了6席，相對於民進黨及「在野大聯盟」，則有14席，超過國民黨一倍以上。換言之，國民黨在地方執政的縣市嚴重萎縮，從過去超過三分之二的15席，減少到不及三分之一的6席。

最令人矚目的是代表「在野大聯盟」角逐臺北市長的柯文哲，打敗國民黨提名的連勝文，獲得853,983票，占總得票數的57.15%，連勝文僅得609,932票，占40.82%，柯大贏連將近25萬票，並中止了國民黨在臺北市長達16年的執政地位，這是前未有過的紀錄。

表1 最近兩次地方首長選舉國民兩黨勢力消長

類型	直轄市市長		縣市長		
	2010		2009		
選舉年	2010		2009		
政黨	國民黨	民進黨	國民黨	民進黨	無黨籍*
政黨得票數*	3,369,052	3,772,373	2,094,518	1,982,914	85,532
得票率	44.54%	49.87%	47.88%	45.32%	1.96%
總得票數	7,564,117		4,374,932		
席次	3	2	12	4	1
席次率	60.00%	40.00%	70.59%	23.52%	5.88%
總席次	5		17		
選舉年	2014		2014		
政黨	國民黨	民進黨**	國民黨	民進黨	無黨籍*
政黨得票數*	3,385,081	3,979,329	1,605,596	1,850,777	113,013
得票率	40.81%	47.97%	40.48%	46.66%	2.85%
總得票數	8,295,599		3,966,185		
席次	1	5	5	9	2
席次率	16.67%	83.33%	31.25%	56.25%	12.50%
總席次	6		16		

資料來源：作者自行整理自中央選舉委員會。

說明：* 限當選者；** 含臺北市在野大聯盟。

選後一份在國民黨中常會中討論的〈103年地方公職九合一選舉輔選工作檢討報告〉，列舉了造成選舉失利的六大原因。其中之一就是「首都選戰影響外溢擴及其他縣市」。針對於此，該報告指出，臺北市長選戰成爲所有媒體與網路平臺的焦點，國民黨候選人與柯文哲團隊在臺北市選戰中的表現，每天均被密集報導、放大檢視，並透過電視、報紙及智慧型手機廣泛流傳。年輕人不認識家鄉的候選人，卻帶著對臺北市選戰的印象返鄉投票；許多在地選民透過媒體播送的臺北市選戰狀況，來判斷支持國民黨或民進黨，如此外溢效應也讓國民黨其他縣市選情連帶受到若干負面影響（中央日報網路報，2014年12月10日）。¹換言之，「柯文哲現象」不僅造成臺北市長選情沸騰，讓其獲得空前的勝利，而這種沸騰的選情更影響到其他縣市長的選舉，讓國民黨大輸，民進黨出乎意料的大贏，這就是「柯文哲現象」的外溢效果。

「首都選戰影響外溢擴及其他縣市」這不僅是國民黨深深的感受，也是社會大眾普遍的看法，不過不管是感受也好，看法也好，仍有待更嚴謹的科學檢驗。本論文基於上述的研究動機，試圖透過一系列的實證資料，選擇以新竹市長的選情爲例，運用「複層次結構非線性模型」(hierarchical nonlinear modeling, HLM)，分析「柯文哲現象」對新竹市長候選人林智堅的外溢效果。

貳、「柯文哲現象」：政治素人所刮起的旋風

什麼是「柯文哲現象」？坦白講，對於這個2014年地方選舉所產生的現象，各家說法不一，目前尙無定論，請先聽聽當事人柯文哲自己的說法。2013年11月7日柯文哲接受電視談話性節目「新聞看透透」主持人鄭弘儀訪問，當被問到什麼是「柯文哲現象」時，柯表示：社會都在問這個人（指柯）爲什麼還沒有宣布要參選，民調卻那麼高？爲什麼整個臺灣都在關注他？照以前的操作，純粹靠媒體就要花幾百萬，甚至上千萬的錢，才能達到這樣的宣傳效果，塑造這樣的高民調。爲什麼他也沒有說要選，大家都在拱他出來？而他是否要出來選，民進黨比國民黨還緊張，因爲民調最高的不是民進黨內的人，而是他，這讓民進黨很頭痛。顯然在柯文哲的眼中，所謂「柯文哲現象」就是未宣布參選就先轟動社會、轟動政壇，讓民進黨緊張，國民黨側目的選舉熱潮。對於這樣的「柯文哲現象」，柯在訪談中很自信的表示，將來在學術上，在社會學或政治學上都是一個很好的研究題目。²

¹ 閻光濤，2014，〈國民黨敗選檢討6重點，未來改革定6大方向〉，中央日報網路報，12月10日，<http://goo.gl/82YCpD>，檢索日期：2015年8月10日。

² 高點電視臺，2013，〈專訪臺大創傷醫學部主任柯文哲〉，YouTube網站，11月7日，<https://goo>.

的確，不談選舉結果，僅看選舉過程，「柯文哲現象」就有其學術研究的價值。「柯文哲現象」或「柯 P 現象」³ 作為一個政治社會現象被標示出來，媒體記者可以說最敏銳。記者吳燕玲（2014）⁴ 在 BBC 中文網站上，對於柯文哲這樣政治素人快速竄起，有著一篇生動描述的報導：

2014 臺北市長選舉，藍綠尚未推出候選人，但連續幾個臺灣媒體所做的民調，其結果卻頗出人意料。政治立場偏綠但至今並未加入民進黨籍的臺大醫師柯文哲，與連戰長子連勝文，幾乎在伯仲之間，讓藍營不得不開始憂慮臺北市長的選情。無疑地，柯文哲現象，截至目前，已成為 2014 年五都選舉最有趣的話題。一個臺大醫師，雖然與綠營關係密切，但他過去的經歷，不是教學就是在急診室中，從未參選過任何公職，竟然能引起廣泛的注目，一些原本認為「柯文哲現象」是泡沫的人，也開始對他另眼相看，好奇他能不能在未來的選舉過程中，捲起千堆雪。

吳燕玲的描述可以確認，「柯文哲現象」在 2014 年「九合一」選舉伊始就已經存在，並受到臺灣社會相當的矚目。但是「柯文哲現象」的內容是什麼？本論文試著提出一項較具體的定義。所謂「現象」，指的是一種外顯、可被觀察到的事實，從上述對「柯文哲現象」的說法及作者的觀察，本論文認為「柯文哲現象」有下列幾個特點：

（一）高媒體曝光度，整個選戰期間竟日都在報導他。以「三立電視新聞臺」為例，根據作者洽詢該臺所提供的統計資料顯示，2014 年 1 月 1 日至 12 月 31 日期間，三立新聞臺報導涉及柯文哲的新聞共有 1,952 則，平均每日有 5.3 則。這些報導出現在晨間、午間及晚間新聞，重播以及政論性節目則不計算在內。如以三立新聞臺每日平均國內新聞產出量約 45 則計算，5.3 則柯文哲新聞占全日新聞比例約為 11.8%。一個單獨的個人，僅僅在一家電視新聞臺，一整年平均每天就有超過一成的新聞報導量，媒體曝光度實在驚人。

（二）高人氣，所謂「高人氣」就是到處受到歡迎，群眾不斷地向其簇擁。這項人氣隨著選戰逐步升高，持續到投票日，高票當選後，形成另一個高潮。對於這樣的高人氣，柯在上述受訪時自認不用作民調也知道，因為他有一次去高雄演講，演講完觀眾排隊要跟他照相的時間比演講的時間還長，整整拍了 50 多分鐘才結束。

gl/MfoF5H，檢索日期：2015 年 8 月 10 日。

³ P 是指 professor，因為柯文哲不僅是臺大醫生，也是臺大教授，因此習慣上被稱為「柯 P」。

⁴ 吳燕玲，2014，〈臺灣來鴻：柯文哲現象〉，BBC 中文網，1 月 9 日，<http://goo.gl/PwecIU>，檢索日期：2015 年 8 月 10 日。

(三) 社會評價正面多於負面，柯雖然有許多獨特的言行，也常常講錯話而道歉，但整體來講，正面評價多於負面，因為他講出實話，不虛偽做作。臺大醫院金山分院院長黃勝堅（2014, 4）就曾經表示：

初認識柯文哲（柯 P）的人會覺得他「怪怪的」、「嘴很賤」、「很兇」、「不太理人」、「不盡人情」。認識久了，就知道他是「很有想法」、「心很軟」、「實話實說」、「好老闆」、「很正直」、「真醫者」。

記者吳燕玲（2014）⁵認為，柯文哲之所以能引起許多人好感，最大的因素，是他以一個政治旁觀者的姿態發言，毫無包袱又一針見血。例如，當時民進黨立委柯建銘因為「關說」立法院長王金平，而引起「馬王政爭」時，柯文哲接受電臺節目主持人周玉蔻訪問時，竟自我爆料柯建銘也常打電話給他，幫選民關說臺大醫院的病房。柯認為「是制度的問題才讓關說存在，要檢討的是制度！」此點的確直指問題的核心。

柯文哲的競選總幹事姚立明則認為，柯文哲所以受到年輕人支持的原因，除了比較連柯兩位候選人條件，所形成的反差太大之外，年輕人喜歡柯文哲一步一腳印的努力過程，而且柯文哲的奮鬥模式是我們傳統教育所肯定的價值，柯講的話、做的事，符合年輕人的口味。柯文哲的崛起代表一股新興力量跟新興科技的結合，像 FB 和 PTT 這些社群工具是 2012 年以後的產品，透過智慧型手機和網路連結才在臺灣蓬勃的發展（劉坤體 2015, 204）。網友把柯文哲上課時，所講出來的名言整理成「柯語錄」，許多話都坦白地讓人捧腹大笑，很快速的在網路上流傳，更受年輕人歡迎。為此，柯文哲（2014）還特別將這些「柯語錄」收錄在他所撰寫的《白色的力量》一書中。

(四) 追隨者愈來愈多，由於柯支持度持續不墜，相當受群眾歡迎，因此開始有其他候選人邀請他來站臺助選或出席他的競選場合。根據柯文哲競選總部所提供的資訊顯示，2014 年柯文哲站臺輔選相關候選人共有 32 件，遍及全島 11 個縣市。不過主要仍集中在臺北市，且以民進黨縣市議員為主，少量為臺聯、親民黨及無黨籍候選人。（詳見附錄一）以柯一個政治素人，卻扮演近似政黨重量級政治人物的輔選角色，實屬罕見的現象。

(五) 在其選區有大量的支持者，選舉結果獲得壓倒性的勝利，大贏對手連勝文 25 萬票。這是前所未有的結果，也是「在野大聯盟」在首都市長選舉首次的成功，打破國民黨長達 16 年在臺北市的執政。

以上是本論文對「柯文哲現象」的具體描述，但是為什麼會有「柯文哲現象」？柯

⁵ 吳燕玲，2014，〈臺灣來鴻：柯文哲現象〉，BBC 中文網，1 月 9 日，<http://goo.gl/PwecIU>，檢索日期：2015 年 8 月 10 日。

文哲（2015, I）自己的觀察認為：「九合一選舉並非獨立事件，臺灣在此選舉的前 2 年之間，華光社區、紹興社區、苗栗大埔事件、反旺中媒體壟斷、反核四、洪仲丘事件、太陽花學運，一次又一次的社會運動逐漸累積能量，最後爆發在 2014 年底的九合一選舉。有時候只是你剛好站在潮流之前，明明是潮流推著你前進，但外人看來卻以為是你在領導潮流。」

柯文哲的競選總幹事姚立明借用施明德有關群眾運動的「海浪說」和「衝浪說」，認為「柯文哲現象」也不是柯文哲發動的，而是從 2008 年馬英九政府執政以來的無能表現所累積的民怨，已經有如海浪般的洶湧澎湃。2013 年的「洪仲丘事件」，2014 年的「318 太陽花學運」，就像火種一樣地點燃了民怨，柯文哲的言行和主張是這股民怨力量的出口，柯順勢而為變成了衝浪者。「柯文哲現象」的擴散，就是臺灣人民用選票表達對馬英九路線的總批判，從社會正義到中國政策的全部否定。短短三年不到的時間，這股浪潮起來了，不只馬英九政府沒有看到，連對手連勝文也沒有看到，直接跟這股浪潮對抗，當然就被海嘯吞沒！（劉坤鱧 2015, 209-211）。

柯文哲的競選顧問許隆俊則從「解構與再建構」的角度，來看待「柯文哲現象」的成因。他認為，2013 年洪仲丘命案發生後，鄉民們在網路上發起「公民 1985 行動聯盟」分別在 7 月 20 日和 8 月 3 日號召了超過 3 萬人到國防部抗議以及 20 萬人到凱道參加活動，這兩次活動都不是過去熟悉的政黨或名人所號召、組織和動員的，一股年輕人對臺灣社會現況的不滿所累積的巨大能量，正試圖透過網路醞釀、動員和集結，對臺灣現有的政治結構進行「解構」，進而「再建構」以塑造臺灣政治的新面貌。這兩次群眾運動柯文哲皆有參與，並上臺發言直指問題核心，表現讓臺下年輕人產生很大的共鳴，成為「再建構」社會力量的集體出口（劉坤鱧 2015, 229-230）。

但是「柯文哲現象」都是如此正面評價嗎？美國伊利諾州立大學教授李中志（2013）認為，「柯文哲現象」和「連勝文現象」其實是一體兩面，柯文哲的正面高人氣，是被連勝文所凸顯。他表示：

從正面來看，「柯文哲現象」或可以解釋為社會長期對政治人物的不滿，禮失求諸野，民眾希望透過柯文哲素樸的正義觀來找回政治的目的；但若從負面來看，這綠營的「柯文哲現象」和藍營的「連勝文現象」其實是一體兩面，反映出臺灣社會驚人的淺碟型文化，只為打擊另一面，凡有實力者都會被捧為天人。

不過《中國時報》則在從另一個角度來探討「柯文哲現象」，2014 年 11 月 23 日的社論以〈「柯文哲現象」是迷幻藥或是警報器？〉為題，開宗明義即指出：柯文哲參政，颯

起一道旋風，如何解釋「柯文哲現象」，已是朝野政黨、學者、乃至於全民都在思考的課題，這不僅考驗著朝野政黨的未來發展，更牽動了臺灣前途。該社論不同意有人認為「柯文哲現象」無非就是「披著白皮的綠」，所以在綠營支持者之外又吸引了一些中間選民，因而創下高支持度，認為這種解釋太過表面；更不同意當時呂秀蓮以「柯 P 迷幻藥」來形容「柯文哲現象」，認為呂的解釋或許符合民進黨內實情，卻無法解釋柯文哲何以持續保有高支持度。一種比較有說服力的解釋是，因為選民對於藍綠政治人物的表現感到不滿，才將希望投射於「政治素人」。最後該社論認為，柯文哲是否墨綠、以後是否投綠，其實不是重點。柯文哲現象是一種警報，反映臺灣民衆的期待與想像，和國際與兩岸政治經濟現狀與臺灣真實處境之間的困境（中時電子報，2014 年 11 月 23 日）。⁶

以上僅簡單摘錄各方對「柯文哲現象」成因的看法，實際的情況可能更為複雜，需要用更嚴謹的科學方法去驗證，不過此並非本論文的重點，為節省篇幅不擬進一步討論。

參、「柯文哲現象」的外溢效果： 「母雞帶小雞」效應的另一種變型

國民黨有關九合一選舉輔選工作檢討報告，將敗選原因歸諸於「首都選戰影響外溢擴及其他縣市」，是敗選一方深刻地體會了「柯文哲現象」的外溢效果。勝選一方的柯文哲競選團隊，其組織群總幹事林宜正則認為，雖然「柯文哲現象」的外溢是影響這次「九合一」選舉的重要因素，但「柯文哲現象」的外溢，包含很多元素在內，這些元素的交互作用影響了選舉輸贏（劉坤鰲 2015, 274）。

上述的引言說明了勝負雙方都感受到「柯文哲現象」的外溢效果，但是「柯文哲現象」的外溢效應其具體內涵為何？如何進行研究？底下是我們在理論層次及個案選擇上的說明：

一、競選策略中的「母雞帶小雞」效應

臺灣的選舉過程中，最常被提到的有兩種效應：「西瓜效應」與「母雞效應」。例如 2015 年 7 月 23 日《聯合晚報》在報導宋楚瑜可能投入 2016 年的總統大選，對國民黨所可能造成的衝擊時，就同時用上這兩個概念。2015 年 7 月 19 日國民黨全國代表大會剛剛通過提名洪秀柱成為總統候選人，由於洪的選情一直無法提升，宋可能因此投入競爭（宋果然在 8 月 6 日宣布參選），該報導指出「會對藍營的樁腳產生『西瓜效應』，立委就只能

⁶ 中時電子報，2014，〈社論—柯文哲現象：迷幻藥或警報器〉，中時電子報，11 月 23 日，<http://goo.gl/xahBUe>，檢索日期：2015 年 8 月 10 日。

靠選民分裂投票」。另外，「也有國民黨立委表示，如果洪秀柱的後勢衝不出來，『母雞效應』擴大，再加上宋楚瑜的變數，分走藍營票，他擔心國、民兩黨差距會拉大，到時候民進黨恐怕會在區域立委全面提名，連北市的立委選情都會吃緊」（聯合晚報，2015年7月23日，版A2）。⁷

所謂「西瓜效應」是臺灣俗語中「西瓜偎大邊」的「靠勢」、「勢利眼」行徑，基本上是一種負面的形容詞。但用在選舉情境上則指的是，選民在選舉的最後關頭會拋棄原本屬意卻是拉抬不起選情的候選人，投向較有贏面的候選人，而發生所謂的「棄保現象」，類似美國選舉中的「花車效應」(bandwagon effects)，因為選民總希望投票給一位會贏的候選人，而不是會輸的候選人(McKelvey and Ordeshook 1985; Myerson and Weber 1993; Simon 1954)。不過此並非本論文的重點，且限於篇幅不擬進一步討論。

所謂「母雞效應」則是「母雞帶小雞效應」的簡稱，也就是在臺灣，一個條件好且行情看漲的「強候選人」(strong candidate)，幫忙其他候選人助選，將有助於拉抬被助選人的選情，其關係就好像母雞帶一群小雞，小雞受到母雞的庇蔭，也跟著水漲船高。母雞通常是選行政首長，例如縣市長、總統；小雞則選民意代表，例如縣市議員或立法委員。

這種所謂「母雞帶小雞」的做法，在民主國家的選舉中並不罕見，例如美國總統在選舉時，常常奔赴各地為該黨參眾議員候選人助選，由於總統的高聲望，議員們因而獲得加持效果而當選，被稱為「衣擺效應」或「衣尾效應」(coattail effect)。有關此一效應在美國的選舉研究中，有很悠久的傳統。早在1948年Louis H. Bean(1948, 31-35)就以「一根針頭可供幾個天使跳舞？」來比喻有多少國會議員可以靠總統的「衣擺效應」當選？說明總統的「衣擺效應」對國會議員的選情具有「拉抬的力量」(pulling power)，但也不是人人都可以雨露均霑。Malcolm Moos(1952)在*Politics, Presidents and Coattails*一書中更具體指出，在一項總統與國會議員同時進行的全國性選舉中，如果總統的得票數多於所有同黨國會議員的得票數，那麼這位總統對國會選舉具有「拉抬的力量」，他是這個政黨的資產；反之，如果總統的得票數少於所有同黨國會議員的得票數，則他是一個「弱候選人」(weak candidate)，會是國會選舉的障礙，不僅不是「母雞帶小雞」，反而有可能「母雞壓死小雞」。以國內最近的總統選情為例，2015年10月7日國民黨召開中常會，通過中常委江碩平提案召開臨時全代會，換下原黨提名的總統候選人洪秀柱，就是因為洪秀柱獲國民黨正式提名以來，發言爭議不斷，民調聲勢屢創新低，國民黨立委選情已受到波及，擔心「母雞壓死小雞」，黨內「換柱」聲浪因此越來越多，希望換由黨主席朱立倫親自出

⁷ 程平，2015，〈宋可能再選總統北部藍委憂西瓜效應只能「分裂投票」〉，《聯合晚報》，7月23日，版A2。

馬，以挽救低迷的選情（自由時報電子報，2015年10月6日）。⁸

Angus Campbell 與 Warren E. Miller(1957, 309) 則指出，「衣擺效應」是候選人個人特質所造成，有別於政黨認同與議題取向對投票行為的影響。由於總統候選人的長相、魅力，可以轉化成一種大眾支持的力量，進而召喚支持他的選民，在投給他的同時也投票給他的同黨國會議員。Gerald H. Kramer(1971, 136) 分析 1896-1964 年長達將近 70 年的美國全國性選舉，短期因素對選民投票行為的起伏效果時指出，高層級（即全國性）的選舉必須考慮到「衣擺效應」的可能性。在更重要和更高層級的選舉中（通常指的是總統選舉），如果一個總統候選人，由於他個人的魅力及競選的能力，使選情遙遙領先，並獲得壓倒性的勝利，那麼他的勝利將會帶給較低層級的國會選舉，同黨候選人一些額外的選票。理由很簡單，選民在理智上或心理上很難分裂投票，也就是喜歡這位總統候選人，卻不喜歡他的同黨國會議員候選人，而出現投給不同黨的分裂投票情形。Jeffery J. Mondak 與 Carl McCurley(1994) 稱此為「認知效能」(cognitive efficiency)，也就是選民基於經濟的考量，讓認知更有效能，接受總統推薦的國會議員候選人。因為就一個理性選民而言，在諸多候選人中要投票選擇其中的一位，必須掌握所有候選人的個資，加以評比後再選擇最理想者，但是蒐集候選人的個資是一件消耗成本的事，即使是自動送上門的，也需花時間加以整理。因此當選民透過各種資訊管道瞭解並認同一位總統候選人時，對其所推薦的同黨國會議員候選人，基於效能的考慮，就不會再花費成本去蒐集情資，而是接受推薦直接把票投給他。

James E. Campbell(1986a, 46) 更具體的指出，所謂的「衣擺理論」(coattails thesis) 指的是在總統與國會議員同時舉行的選舉年，一個成功的總統候選人可以幫助該黨的參眾議員當選，但這些議員在後來的期中選舉尋求連任時，因為沒有總統候選人的加持，結果失去了席位，此一現象可以證明「衣擺效應」的存在。

Robert E. Hogan(2005, 587-592) 則將「衣擺效應」定義為一種「外溢效應」(spillover effect)，從一個選舉「外溢」到另一個選舉，也就是高層級的官員選舉影響到低層級的選舉。他認為許多選民因為高層級選舉（如總統或州長）而去投票，但同時也會投給低層級（如國會或州議會議員）。因此，對一個選區某政黨高階官員的強力支持，也會增強對同一政黨低層級候選人的選票，這是高層級候選人的選票「外溢」給低層級的同黨候選人。

Chi Huang 與 T. Y. Wang(2014) 歸納「衣擺效應」在選舉過程中可能帶來兩種效果，其一是動員平常不太投票的選民出來投票，在投給高一層級的候選人時，同時投給低一層級的同黨候選人。其二是把原本要投給其他政黨的候選人，扭轉過來改變支持對象。

⁸ 彭顯鈞、陳煥軒、蘇永耀、賴筱桐，2015，〈國民黨換柱拱朱，本月就開臨全會〉，自由時報電子報，10月6日，<http://goo.gl/zT5jAp>，檢索日期：2015年10月8日。

「衣擺效應」既如上述早已存在，而美國學界對此研究亦屬汗牛充棟，茲簡要說明其研究成果：

(一) 美國學界對「衣擺效應」的研究可以說源自於對「一致投票」(straight-ticket voting) 或「分裂投票」(split-ticket voting) 的探討。所謂「一致投票」指的是在兩種或兩種以上不同的公職選舉中，選民都把票投給同一政黨的候選人；反之，分別投給不同政黨者則為「分裂投票」。Warren E. Miller(1955) 在一篇從政治神話及方法論探討總統「衣擺效應」的文章中，對「一致投票」與「衣擺效應」間的關係有著相當詳細的討論，特別強調「衣擺效應」對「一致投票」的貢獻，成為該研究主題的經典，影響許多後來的研究。例如：Campbell 與 Miller(1957)、Kernell(1977)、Calvert 與 Ferejohn(1983)、Campbell(1986a; 1986b)、Gschwend 與 Leuffen(2005)、Mattei 與 Glasgow(2005)、Huang 與 Wang(2014)。我國學者林長志與黃紀(2007) 在探討國內不同層級選舉中的一致與分裂投票，也提到了「衣擺效應」。

(二) 美國學界對「衣擺效應」的研究首先從總統對國會議員的選舉作用開始。Hogan(2005, 587) 歸納 Born(1984)、Campbell(1986a)、Campbell 與 Sumners(1990)、Flemming(1995)、Jacobson(1976)、Mondak(1993) 等人的研究發現，證明總統這項「衣擺效應」確實存在。不過 Hogan 也注意到，隨著時間的推移，Calvert 與 Ferejohn(1983)、Edwards(1979)、Ferejohn 與 Calvert(1984) 等人的研究都證明總統的「衣擺效應」在減弱；至於影響力的程度 Fleming(1995)、Mondak(1993) 的研究顯示有賴於候選人的條件，Mondak(1990)、Mondak 與 McCurley(1994) 的研究發現則要看選民的態度。更重要的是，Campbell 與 Sumners(1990)、Edwards(1979) 的研究顯示，儘管總統的「衣擺效應」對國會議員的選舉扮演一定的角色，但很少是決定勝負的關鍵角色。Kritzer 與 Eubank(1979)、Thorson 與 Stambough(1995) 的研究亦有同樣的發現。

(三) 除了全國層級的總統與國會議員選舉外，美國學界對「衣擺效應」的研究也擴及全國層級對地方層級，這種跨層級(inter-level) 影響的研究。例如 Bibby(1983)、Campbell(1986b) 的研究顯示，美國的期中選舉，總統的黨如同在眾議院減損席次一樣，在州議會選舉中也會降低席次，以至於喪失州議會議長寶座。從這個角度看來，總統的「衣擺效應」可以擴及州議會的選舉。Chubb(1988) 則認為不僅僅總統，國會議員(特別是參議員)、州長也可以產生州議會選舉的「衣擺效應」。Golder(2006) 則探討總統的「衣擺效應」對州議會碎裂程度(fragmentation) 的影響，Giles 與 Pritchard(1985) 更細算了總統卡特總統及雷根總統對佛羅里達州議會選舉的「衣擺效應」。凡此種種皆屬跨層級的「衣擺效應」研究。

(四) 另外，亦有針對地方層級選舉的「衣擺效應」研究，主要是州長對州議會選

舉的影響，類似總統對國會選舉的「衣擺效應」。Hogan(2005)指出，早在二十多年前 Ronald Weber(1980)的一篇文章〈州長選舉的「衣擺效應」：消失現象嗎？〉即證實州長對州議會選舉的「衣擺效應」存在，不過此一效應會隨著選舉環境的變化而消長。例如，選民的政黨偏好減弱、競選過程的效果增強、既任者對尋求連任所帶來的鉅大影響等等。Hogan 認為選民往往是因為州長這種全州型的高度選舉競爭，才會去投票，同時順便投下低競爭的州議員選票。由於選民能獲取州議會選舉的資訊較少，這種與州長同時舉行的選舉，非常有助於觀察以政黨為基礎的「衣擺效應」，也就是因為喜歡某一政黨的州長候選人，而同時投票給該黨的州議會議員。Campbell(1986b, 58)在所研究的四個州中，發現三個州有州長「衣擺效應」的存在。在這些州中，州長每多獲得 5% 的選票，將使該黨在州議會的席次增加大約 2%。總體而言，Campbell 認為，州長的「衣擺效應」類似於總統的「衣擺效應」對立法機構選舉的影響。其他如 Bibby(1983)、Chubb(1988)、Berry、Berkman 與 Schneiderman(2000)的研究也都發現州長的「衣擺效應」的確顯著地影響州議會的選舉。

(五) 最後，就研究方法而言，George C. Edwards III(1979) 曾歸納美國學界早期的總統「衣擺效應」研究，可分為兩個基本類型：(1) 基於總體投票資料 (aggregate voting data) 的研究，以及 (2) 基於民調資料 (survey data) 的研究。首就基於總體投票資料的研究而言，主要探討在國會選區中，同黨的總統候選人及國會議員的得票數，從比較其間的差異來證實「衣擺效應」的存在，這些研究成果見諸於 Bean(1948)、Moos(1952)、Press(1958; 1963)、Cummings(1966) 所發表的作品中。

其次，就基於民調資料的研究而言，由於總體投票資料雖然很精確，但是這些研究無法驗證投票者的動機，因此而有了選民的民意調查研究。畢竟，「衣擺效應」是選民的心理反應，選民接受「衣擺效應」的理由是什麼？才是「衣擺效應」的真正因果解釋。不同的動機因素可能產生相同的選舉結果，因此有必要透過對選民的民調加以釐清，此一方面的研究最早見諸於 Miller(1955) 及 Campbell 與 Miller(1957) 的著作中。

「衣擺效應」的選民動機研究，有總體投票資料研究所不及之處，也彌補的總體投票資料研究的弱點。不過投票行為的動機，有時還是很難釐清的，在傳統解釋投票行為的調查研究中，主要有政黨認同、候選人取向、及議題取向三大心理動機 (Campbell, Converse, Miller, and Stokes 1960; Campbell, Gurin, and Miller 1954)。「衣擺效應」雖被歸類為候選人取向的心理因素，但是有時也會與政黨認同因素混淆不清，或者與支持議題的心理糾結在一起。例如在臺灣，統獨議題常常與候選人特質連結在一起，「統派候選人」或「獨派候選人」的稱謂就是指涉統獨議題色彩相當濃厚的候選人；柯文哲在選戰中被對手認為是「墨綠色」，柯的個人魅力就兼具政黨色彩。不過這並非本論文所欲釐清的重點。

國內有關「衣擺效應」的研究並不多見，在全國層次的選舉，由於 2012 年才首次有總統與立法委員合併舉行的情形，Huang 與 Wang(2014) 的文章算是第一篇有關臺灣總統選舉對立委選舉的「衣擺效應」研究。蕭怡靖與黃紀（2010, 7）的文章則略為提到 2009 年的雲林地方選舉，民進黨縣長候選人蘇治芬以 65.37% 的高得票率連任，並發揮「母雞帶小雞」的效果，使得民進黨的縣議員 13 位提名者皆當選，鄉鎮市長席次由 2 席增加到 6 席。另外，王鼎銘（2005）則以 2002 年高雄市長及市議員選舉，從負面競選的角度探討「母雞壓死小雞」的「衣擺」負面效應。陳宏銘與蔡榮祥（2008）探討包括臺灣的 23 個半總統制國家，蜜月期選舉可能帶來的「衣擺效應」，對政府組成形態的影響；郝培芝（2014）則以法國為例，研究蜜月期選舉時程與「衣尾效應」的關聯。這些零星的研究成果，正凸顯此一研究主題有進一步耕耘的必要。

同時，不管是國外的研究或國內的研究，「衣擺效應」的研究都發生在同一選區中，高層級選舉對低層級的影響，也就是一種「垂直的」(vertical)「衣擺效應」。但「柯文哲現象」所帶來的「衣擺效應」，卻是一種「水平的」(horizontal)「衣擺效應」，也就是由臺北市外溢到其他選區，甚至全臺灣十幾個縣市長選區，是「母雞帶小雞」效應的另一種變型。本論文選擇此一個案，在研究上可以說具有相當的創新意義，特再進一步說明如下：

首先，前文曾經提及，早在 1957 年 Campbell 與 Miller 的研究即指出，「衣擺效應」是候選人個人特質所造成，由於總統候選人的長相、魅力，可以轉化成一種大眾支持的力量，進而召喚支持他的選民，在投票給他的同時也投給他的同黨國會議員。這種心理機轉可以運用「名人推薦」(celebrity endorse) 理論來加以說明。所謂「名人推薦」，根據 Grant MaCracken(1989) 的定義，任何享有公眾知名度的個人，運用其知名度為某一消費產品推薦、打廣告即屬之。而消費者所以會接受名人的推薦，MaCracken 歸納出「信任」(credibility) 與「吸引力」(attractiveness) 兩種模式。就「信任模式」而言，Hovland 與 Weiss(1951) 的研究發現，主要基於兩種心理基礎，一是該名人是該類產品的專家，另一是該名人是一個值得信賴的人。就「吸引力模式」而言，根據 William J. McGuire(1985) 的研究有「熟悉」(familiarity)、「喜歡」(likability) 及「相似性」(similarity) 三種來源。所謂「熟悉」是因為名人的揭露引起消費者的注意，而讓消費者有足夠的信息；所謂「喜歡」是因為名人的長相或作為帶給消費者一種感情偏好；所謂「相似性」指的是名人所提供的資訊與消費者的認知相近或一致。上述不管是「信任模式」或「吸引力模式」，其社會心理基礎都歸功於名人的特質或魅力，讓名人的推薦發生「效果」(effectiveness)。運用在總統「衣擺效應」上，意味著一個具高度知名度的總統候選人，也就是一位「名人」，他的長相、魅力等個人特質，可以贏取信任感或散發一種吸引力，選民因此不僅投票給他，同時也把票投給他所推薦的候選人。

但是，上述的理論與研究發現是奠定在總統與國會議員同一選區，可是本論文所要探討的是「首都選戰影響外溢擴及其他縣市」，也就是柯文哲的影響力為什麼會發生在不同的選區中。這是過去的研究所沒有的，其理論基礎又如何？事實上，我們認為「衣擺效應」的核心內涵，不在推薦者與被推薦者是否同屬同一選區，而在推薦者的個人特質是否能贏取選民的信任或散發對選民的吸引力，也就是「名人推薦」所帶來的效果，因此本來就不受選區的限制，過去的研究只是缺少外溢到其他選區的研究，不能以此來限制「衣擺效應」的範疇。

就本論文的主題而言，「柯文哲現象」作為一個研究的個案，我們認為毫無疑問地，2014年這場地方選舉，柯文哲從一個「政治素人」，很快地竄紅成為一位眾所皆知、家喻戶曉的「名人」。前文曾經歸納「柯文哲現象」有幾個特點：高媒體曝光度、高人氣、一定的正面社會評價、追隨者愈來愈多、在其選區有大量的支持者。他的推薦所以能發生效果，可以說兼具「信任模式」與「吸引力模式」，特別是前者。柯文哲第一次出來選市長，絕對不是市政專家，但是多年從醫，被譽稱為「臺灣葉克膜之父」，救人無數，言語直白不虛偽，社會評價正面多於負面，是一個可以信任的人。選民一旦信任柯文哲這個人，對於他所推薦、背書的候選人，在「名人推薦」的心理機轉運作下，很自然地就把票投了出去。選區的界線對柯文哲這樣一位普遍受到信任，又具有高人氣吸引力的名人而言，根本就不是界線，「柯文哲現象」也因此得以外溢到其他縣市。

為了驗證上述的看法，本論文特別選擇新竹市選區的民進黨市長候選人林智堅作為個案，透過一系列的實證分析，來證成此一論證。

二、為何選擇林智堅個案？

林智堅原為民進黨立法委員柯建銘的國會議員助理，2009年首次參選新竹市議員就當選，原本欲尋求連任，但是在選前百餘天臨時獲得民進黨徵召，出馬角逐新竹市長，挑戰尋求連任的國民黨市長許明財，當時年僅39歲的他，在選前幾乎沒有人看好。選舉結果，根據中央選舉委員會的公告，林智堅獲得76,578票，許明財75,564票，林以1,014票的些微差距獲勝。

林智堅獲勝的原因可能很多，包括民進黨的提名、林智堅個人的形象、所提出的政見及競選努力等等。不過，因為林智堅與柯文哲都是新竹人，選前柯文哲曾透過各種方式幫林智堅助選，讓一個原本不被看好的候選人最後能夠勝出，正是檢驗柯文哲「衣擺效應」的有效個案，底下是作者所蒐集到柯文哲為林智堅四次公開助選情形：

（一）2014年9月1日柯文哲特地回到新竹，陪同民進黨新竹市長提名人林智堅登記參選，並出席林的後援會成立大會。根據媒體報導，林智堅還親自開著競選宣傳車「胖

卡」，載著柯文哲繞行市區，聊家鄉、談市政，及他與妻子陳佩琪約會的小八卦，表示柯林兩人相當熟識。隨後林智堅還上傳一段他與柯文哲在「胖卡」上閒聊的影片，影片中柯文哲提到「臺北交給我，新竹就交給你了，方向盤抓穩，我們就上路了」，「我覺得新竹是一個高科技城市，應該交由年輕人來做，老人家可以回去休息了。」柯文哲公開支持林智堅的訊息相當清晰明確（ETtoday 東森新聞雲，2014 年 9 月 2 日）。⁹

（二）2014 年 9 月 22 日林智堅上傳一段柯文哲公開支持他的競選文宣短片到 YouTube 網站，影片中柯文哲表示：¹⁰

以一個醫生的角度來看，新竹市這十幾年來，毫無進展，就好像一個病入膏肓的病人一樣，過度依賴來路不明的成藥，高喊經濟發展，但硬體建設，都是包著糖衣的毒藥，市民真的需要這些大建設嗎？去看看世博館，去看看衰退的市容。年輕、創意、行動力是新竹市不可或缺的三大要素，這個城市需要能夠發自內心去為市民著想的市長，用嶄新的思維去喚醒這座城市的生命力，我是柯文哲，我挺林智堅。

這段影片隨即被三立電視臺製作成新聞報導事件，主播陳雅玲旁白著：「新竹人柯文哲回到新竹，特別以醫生的身分說，現在的新竹就像病入膏肓的病人，他要力挺新竹市長參選人林智堅，要以年輕、創意、行動力來為新竹治病」，在三立新聞一再播放。¹¹

（三）2014 年 10 月 31 日林智堅特別到臺北，以「2020 新竹科技首都」為名，召開有關新竹市建設的記者會，柯文哲特來相挺，兩個新竹人在臺北合體拉票。¹² 柯文哲公開讚揚林智堅勇於實現夢想，認為新竹因為有科學園區的關係，那個地方有最多的人才，最先進的產業，和最高的國民所得，理論上可以成為「智慧性城市」(Smart City)，尤其它的 size 比較小，更有可能打造成為智慧性城市。¹³

（四）2014 年 11 月 23 日柯文哲夫婦與柯爸柯媽，在民進黨新竹市長候選人林智堅

⁹ 劉康彥，2014，〈林智堅開胖卡兜風，柯文哲：新竹的方向盤交給你了〉，ETtoday 東森新聞雲，9 月 2 日，<http://goo.gl/7zfiUO>，檢索日期：2015 年 08 月 10 日。

¹⁰ 林智堅，2014，〈with 新竹人 - 名人推薦影片首映，柯 P 相挺林智堅〉，YouTube 網站，9 月 22 日，<https://goo.gl/4rfLLT>，檢索日期：2015 年 10 月 8 日。

¹¹ 三立新聞臺，2014，〈新竹人惜英雄，柯文哲拍片挺林智堅〉，YouTube 網站，9 月 24 日，<https://goo.gl/f6t9vE>，檢索日期：2015 年 10 月 8 日。

¹² 壹電視，2014，〈打造新竹科技首都，柯文哲挺林智堅〉，YouTube 網站，10 月 31 日，<https://goo.gl/O0mQLb>，檢索日期：2015 年 10 月 8 日。

¹³ 三立新聞臺，2014，〈柯文哲挺！林智堅：2020 新竹科技首都〉，YouTube 網站，11 月 1 日，<https://goo.gl/0pphYp>，檢索日期：2015 年 10 月 8 日。

陪同下，回到故鄉新竹市，到城隍廟上香祈福，他盛讚林智堅做事認真、誠懇，柯文哲說，「在這樣的新時代做事，就是要給這樣的年輕人一個機會！」又說，「事實上，林智堅等於是我的分身！是他代替我出來選新竹市長的！」柯文哲提到自己的狀況說，本來有人叫他回來選新竹市長，但他後來決定要選臺北市長，所以這次二人分頭努力，他當然全力挺林智堅到底（自由時報電子報，2014年11月23日）。¹⁴ 這段話可以說是對林智堅大大地背書，最高級的「名人推薦」。

前文提到「柯文哲現象」的主要內涵，特別是柯文哲在大眾的形象是正面多於負面，並且是高人氣，他數度替林智堅背書、站臺助選，而林智堅成了「柯文哲現象」外溢效應的載體，林智堅是柯文哲的分身，投林智堅等於支持柯文哲。林智堅也因此從選前幾乎不被看好，最後能夠出乎大家意料地勝出，這種勝利柯文哲功不可滅，是「柯文哲現象」的外溢，因此選擇林智堅作為檢驗柯文哲「衣擺效應」，毫無疑問是一個有力個案。

肆、研究設計與資料來源

一、研究設計

（一）「衣擺效應」或「母雞效應」如何測量？

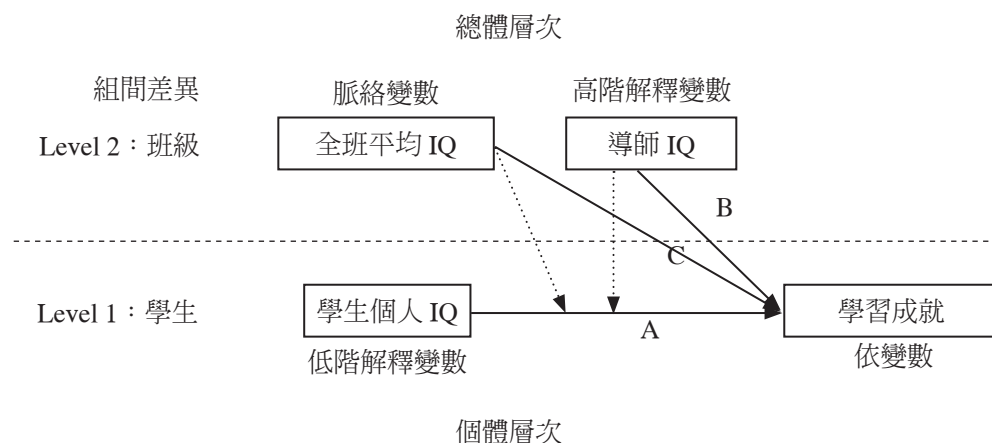
要瞭解「母雞效應」如何測量，請先看看美國學者對「衣擺效應」的測量方式。前文曾經提及美國學界對總統「衣擺效應」研究，可分為基於總體投票資料，以及基於民調資料兩個基本類型。在總體投票資料方面，最簡單的計算方法就是比較總統大選年與期中選舉年，總統所屬的政黨在國會席次及得票率的增減，以推算「衣擺效應」的存在 (Bean 1948; Moos 1952)。有些研究會加上選區資料，如政黨過去的得票數、人口統計變數、當選席次比、屆數、選區代號等等 (Campbell 1986b; Hogan 2005; Moos 1952; Press 1958)；有些研究會考慮到候選人的特徵，如是否為在任者、是否為沒有現任者競爭連任的「開放選舉」(open seat)、候選人競選支出等等 (Born 1984; Hogan 2005)。

基於民調的選民個體資料，主要奠基在密西根大學「社會研究中心」(SRC)對美國總統與國會選舉的長期民意調查，這項由 Angus Campbell、Gerald Gurin 與 Warren E. Miller(1954) 等人所主持的研究，主要檢測的是：誰？（怎樣的選民）有無去投票？（投票或不投票的理由）為什麼？（投票抉擇的原因，主要有政黨取向、候選人取向、議題取向等）。Miller(1955) 就利用上述的研究資料，從投票者的動機或投票原因去尋找「衣擺

¹⁴ 蔡彰盛，2014，〈柯文哲返新竹拜城隍爺，大讚「分身」林智堅〉，自由時報電子報，11月23日，<http://goo.gl/DII10R>，檢索日期：2015年8月10日。

效應」的影響。他假定如果選民的投票抉擇優先考量政黨取向，則最有可能受到「衣擺效應」影響；如果除了政黨取向外，還伴有其他因素，則有可能受「衣擺效應」影響；如果投票抉擇不以政黨取向或與政黨取向相衝突，則不會受「衣擺效應」影響。後續的研究者如 Campbell 與 Miller(1957)、Jacobson(1976; 2009)、Calvert 與 Ferejohn(1983)、Ferejohn 與 Calvert(1984) 也都運用這套個體投票行為的動機，來檢測「衣擺效應」的存在。

本論文則運用「複層次結構非線性模型」，另外發展一套兼有個體與總體資料的測量「衣擺效應」方式。在個體資料方面，不脫前述 SRC 所發展的投票抉擇變數；在總體資料方面，主要建構在三個「高階變數」(high-level variable) 上。所謂的「高階變數」是相對於個體層次的「低階變數」(low-level variable)。邱皓政與溫福星(2007)曾指出複層次資料在高階層次的變數有三種不同的來源：(一) 反映樣本叢集結構的組別差異，是一個具有隨機效果的類別自變數，如同一班級的學生在第二階屬於同一組，不同班級屬不同組，組類別可形成一個高階變數。(二) 由低階層的解釋變數聚合 (aggregate) 而來的「脈絡變數」(contextual variable)，可做為高階解釋變數。例如，學生 IQ 可以聚合成為班級 IQ，此時各班的 IQ 為個體 IQ 的平均數，但在班級層次中，則以班級為分析單位。由於高階變數觀察值為低階變數平均值，在分析時，高階變數對於低階分析單位提供了背景值或脈絡的影響，因此稱為「脈絡變數」。(三) 與個體層次解釋變數不同的高階層解釋變數，也就是非個體層次聚合而成的解釋變數，例如：學校規模、校長年齡等等。三類高階變數來源，第一類形成組間差異的分組效果必然存在，第二類「脈絡變數」則是隨著低階層採用的解釋變數而自然形成，只有第三類的解釋變數隨著研究者的研究興趣可以自由選用(詳見圖 1)。



資料來源：邱皓政與溫福星(2007, 7)。

圖 1 二階層 HLM 的階層結構變數型態與關係

本論文爲了簡化分析模型，僅選擇第三類的高階變數，分別是：柯文哲的民調支持度、媒體曝光度、電視新聞談話性節目對柯文哲的評價程度，作爲檢測「柯文哲現象」衣擺效應的高階變數，詳後文的說明及討論。

（二）研究假設

本論文的主要研究假設爲：「柯文哲現象」對新竹市長林智堅的選情具有外溢效果。此一研究假設以「林智堅的支持度」爲被解釋項，解釋項分爲總體層次以及個體層次。總體層次有三個高階變數，分別是：「柯文哲的支持度」、「柯文哲的媒體曝光度」、「電視新聞談話性節目對柯文哲的評價程度」。個體層次爲：受訪者「與聞欣賞林智堅」、「戶籍行政區」、「政治陣營」、「籍貫」、「性別」、「年齡」、「教育程度」等七個變數。

根據「衣擺效應」理論，此一主要假設可以細項爲三個子假設：

1. 如果柯文哲的民調支持度上升，則林智堅的民調支持度也會隨之上升，反之亦然。其理由是由於柯公開挺林，對柯文哲的支持會外溢到對林智堅的支持。
2. 如果柯文哲的媒體曝光度增加，則林智堅的民調支持度也會隨之上升，反之亦然。其理由是柯文哲的能見度愈高，愈成爲知名人物，替林智堅站臺，公開支持林智堅，將有助於林智堅支持度的提升。
3. 如果柯文哲在電視新聞談話性節目的評價上升，則林智堅的民調支持度也會隨之上升，反之亦然。其理由爲由於柯公開挺林，電視新聞談話性節目對柯文哲的評價愈高，選民對柯愈有好感，進而外溢到對林智堅的支持。

（三）被解釋變項的概念化與操作性定義

本論文的被解釋變項：「林智堅的支持度」指的是支持林智堅擔任新竹市長與否的情形。在操作定義上，是選取 6 次「新竹市長選情民調問卷」中「如果目前參選新竹市長的有林智堅和許明財這兩位，您比較希望哪一位來擔任我們的市長？」此一題目，採「二進位」(binary) 編碼方式，即選擇林智堅者爲 1，其餘爲 0。

（四）個體層次解釋變項的概念化與操作性定義

本論文在個體層次的解釋變項有：「與聞欣賞林智堅」、「戶籍行政區」、「政治陣營」、「籍貫」、「性別」、「年齡」、「教育程度」七個變數。

所謂「與聞欣賞林智堅」，指的是有沒有聽過、欣不欣賞林智堅？在操作性定義上，第一次民調，選取「請問您有沒有聽過林智堅這個人？」此一問卷題目，採「二進位」編碼方式，即選擇有者爲 1，其餘爲 0。之後的 5 次民調，選取問卷中「請問您有沒有聽過林智堅這個人？整體來說，您欣不欣賞他？」此一題目，採「二進位」編碼方式，即選擇非常欣賞、欣賞者爲 1，其餘爲 0。

所謂的「戶籍行政區」，指的是受訪者的戶籍所在地，新竹市在行政上共劃分爲「東

區」、「北區」、「香山區」三區，在操作定義上這三個選項皆單獨各自成一題，並採「二進位」編碼方式，例如受訪者如果在「東區」，則登錄為 1，其餘為 0。餘者類推。不過在迴歸分析上僅擺入「東區」及「北區」，而以「香山區」作為對照基礎。

所謂的「政治陣營」指的是受訪者的政黨取向，在操作定義上是選取問卷中「目前國內有幾個常聽到的政黨，民進黨、國民黨、親民黨、臺聯黨、新黨，請問哪一個政黨的理念和主張與您較接近？」此一題目。並將選擇民進黨、臺聯黨者歸納為「綠營者」，編碼為 1，其餘為「非綠營者」，編碼為 0。

所謂的「籍貫」指的是以受訪者的祖籍來定義族群，在操作定義上是選取問卷中「請問您是閩南人、客家人、外省人或是原住民？」此一題目，並將閩南人、客家人、外省人、原住民（若有「其他」亦歸入）四個選項，單獨各自成一題，並採「二進位」編碼方式，例如閩南人這一選項上，受訪者如果為閩南人，則登錄為 1，其餘為 0。餘者類推。不過在迴歸分析上僅擺入閩南人、客家人、及省人，而以「原住民及其他」作為對照基礎。

在「性別」變數上，亦採「二進位」編碼方式，選擇男性登錄為 1，女性者為 0。

在「年齡」變數上，則採 10 歲等距編碼，20-29 歲登錄為 0，30-39 歲登錄為 1，40-49 歲為 2，50-59 歲為 3，60-69 歲為 4，70 歲及以上登錄為 5。

在「教育程度」變數上，由低至高，將「小學及以下」編碼為 0，「國中（初中）」為 1，「高中、高職」為 2，「專科」為 3，「大學」為 4，「碩士」為 5，「博士」為 6。

這些編碼皆有最小值為 0，主要是為了設定個體層次模型的基線模型 (baseline model) 值 $x\beta$ 為零，以便直接採用獨立變項的 $\text{Exp}(B)$ 值，對依變項的解釋。

(五) 總體層次的解釋變項的概念化與操作性定義

本論文在總體層次有三個高階變數，分別是：「柯文哲的支持度」、「柯文哲的媒體曝光度」、「電視新聞談話性節目對柯文哲的評價程度」。本論文曾列舉「柯文哲現象」的主要特徵為：高媒體曝光度、高人氣、社會評價正面多於負面、追隨者愈來愈多、在其選區有大量的支持者，選舉結果獲得壓倒性的勝利。上述三個高階變數是本論文設計用來代表「柯文哲現象」的具體指標。

所謂「柯文哲的支持度」指的是臺北市的受訪者對柯文哲的支持情形，可以視為「柯文哲現象」的一項綜合性指標，因為高人氣、正面評價、追隨者眾都可以轉化成支持度。在操作定義上是選取柯陣營所提供的「臺北市長選情民調問卷」中，「如果明天就是投票日，在柯文哲與連勝文這兩位中，請問您會投給誰？」此一題目，採「二進位」編碼方式，即選擇柯文哲為 1，其餘為 0。

所謂的「柯文哲的媒體曝光度」，指的是媒體對柯文哲的報導情形，是高媒體曝光度

及高人氣的具體指標。在操作定義上是以「三立電視新聞臺」所提供的資料為憑，統計每次林智堅進行民調期間及民調前一天，「三立電視新聞臺」報導柯文哲的新聞則數，這些報導出現在晨間、午間及晚間新聞，重播以及政論性節目則不計算在內。首先，所以選擇「三立電視新聞臺」主要是該電視臺仍保有 2014 年一整年的統計資料，且願意提供（筆者曾另洽詢 TVBS 新聞臺，惜該臺的相關資料在報導後三個月內就已銷毀）。另外「三立電視新聞臺」曾經舉辦柯文哲與連勝文唯一的一場電視辯論，顯示該電視臺對 2014 年臺北市長選舉的高度重視，可以將該臺視為對柯文哲高度曝光的電視臺，從提高柯文哲的能見度來看，應具有研究上的意義。其次，所以將林智堅民調前一天的「三立電視新聞臺」報導則數亦列入計算，主要是假設民調受訪者對柯文哲的印象會受民調前一天殘留印象的影響。

所謂的「電視新聞談話性節目對柯文哲的評價程度」，指的是電視新聞談話性節目中，受邀來賓或電視評論員對柯文哲的評價情形，是用來檢測柯文哲正面社會評價的具體指標。在操作定義上，本論文選擇了「中天新聞龍捲風」、「東森關鍵時刻」、「TVBS 少康戰情室」、「年代新聞面對面」、「年代新聞追追追」、「民視頭家來開講」、「三立新臺灣加油」等 7 個電視新聞談話性節目，¹⁵ 在林智堅進行民調期間及民調前一天，這些談話性節目來賓對柯文哲的評價。這 7 個談話性節目的選擇標準，儘可能以一家電視臺一個節目，且晚上首播者為主，因為晚上的收視率較高，影響的層面較大。所以往前多加一天，主要假設是民調受訪者先看了這些談話性節目，受這些節目的內容影響，才決定對柯文哲的支持與否。

評價的取得是每一個節目請兩位具有相當社會經驗的在職專班研究生，協助觀看這些節目來賓的發言，一一記下每位發言者對柯文哲的評價，分正反兩面，刻度則 1 到 5 分。也就是，如果是正面評價，最高為 5 分，最低為 1 分；如果是負面評價，最高為 -5 分，最低為 -1 分。未有評價則登錄為 0，最後再加總這些分數，並加以標準化，求取 Z-Score。

二、資料來源與分析

本論文論證首要資料為林智堅及柯文哲的民調，來源是林智堅及柯文哲兩人所提供，其等在選舉期間所做的內部參考民調原始資料。在此要特別感謝林、柯兩位市長基於學

¹⁵ 根據筆者最近委託「臺灣指標調查研究公司」所作的民意調查，臺灣民眾平常最常看電視新聞臺，上述六家所占比例分別為：TVBS 16.4%、民視 11.7%、三立 9.6%、東森 9.0%、中天 6.5%、年代 3.5%，合計 56.7%，因此以這六家電視臺合計超過半數的收視占有率，來推論後續的總體變項與依變項的關係應屬合理。

術研究目的，慷慨提供相關資料，使本論文得以順利完成。林智堅部分的民調，係由「MSRC 精湛民意調查顧問股份有限公司」所執行的 6 次民調原始資料；柯文哲部分的民調，則是由「山水民意研究股份有限公司」所執行的多次民調原始資料。本論文對柯文哲的民調，僅選取相對應於林智堅民調時間的 6 次資料，這 6 次民調日期參見表 2。這些民調都是 2014 年選舉期間，林柯兩人沒有對外公布、僅供內部參考的資料。由於沒有對外公布，因此可以排除爲了操作選情的文宣「假民調」；由於是作爲內部擬定選戰策略的民調，因此相當要求準確性。而精湛、山水兩家民調公司都是國內相當專業的民調公司，其準確性應是可以信賴的。¹⁶

表 2 林智堅與柯文哲民調執行日期、樣本數與支持度對照表

新竹市 民調日期	林智堅 支持度	N	臺北市 民調日期	柯文哲 支持度	N
2014.07.21	19.20%	849	2014.07.21-24	43.60%	1,073
2014.09.11-12	33.30%	786	2014.09.01-03	43.10%	1,068
2014.10.06-07	33.60%	878	2014.09.29-01	44.40%	1,073
2014.10.26-28	39.20%	1,007	2014.10.20-22	45.00%	1,070
2014.11.12-14	39.00%	1,070	2014.11.03-05	46.20%	1,071
2014.11.20-21	36.30%	1,072	2014.11.17-19	44.90%	1,521

資料來源：作者自行整理。

本論文第二組資料「柯文哲的媒體曝光度」，係統計每次林智堅進行民調期間及民調前一天，「三立電視新聞臺」報導柯文哲的新聞則數，占該臺總新聞則數的百分比，資料由該臺所提供，詳如表 3。

本論文第三組資料：電視新聞談話性節目對柯文哲的評價程度。其資料來源係取材網路所公開存放的電視新聞談話性節目錄影，共選取「中天新聞龍捲風」等 7 個電視節目。每個節目由兩位共 14 位具有相當社會經驗的在職專班研究生，就來賓對柯文哲的評論進行評分，最後再加總這些分數，並加以標準化，求取 Z-Score，詳如表 4。¹⁷

¹⁶ 在此必須特別說明的是，作者瞭解候選人做此民調主要興趣在選區層次的點估計，而不是個體層次變量的相關性。因此，作者取得這兩組資料係將其當作「cross-sectional 的六個重覆樣本」，而不將候選人支持度，這個有可能有時間趨勢性的依變量，進行時間序列的處理。換言之，作者係定性在 cross-sectional data 而不是 panel data 來處理這兩組資料。

¹⁷ 作者選擇研究生來加以評價，這些研究生並非一般的研究生，而都是修習過作者之一所開設「社會科學研究法」課程一個學期的學生，有一定的研究方法訓練。更重要的是，作者要求這些研究生評價的不是個人對電視評論節目的感受，而是客觀地評估這些節目來賓的發言，對柯文哲是正面的還是負面的評價，雖然受託的研究生在評估此一應屬客觀的事實不可能做到百分

表 3 林智堅民調執行期間柯文哲媒體曝光度（以三立新聞臺為例）

林智堅 民調日期	柯文哲 新聞則數	三立新聞臺 總新聞則數	%
2014.07.21	9	167	5.39
2014.09.11-12	33	186	17.74
2014.10.06-07	12	177	6.78
2014.10.26-28	18	234	7.69
2014.11.12-14	28	248	11.29
2014.11.20-21	30	173	17.34

資料來源：作者自行整理。

表 4 林智堅民調執行期間電視新聞評論節目對柯文哲的評價 Z-Score

林智堅 民調日期	中天 新聞 龍捲風	東森 關鍵 時刻	TVBS 少康 戰情室	年代 新聞 面對面	年代 新聞 追追追	民視 頭家 來開講	三立 新臺灣 加油
2014.07.21	1.14405	0.09293	1.35796	0.29447	-0.30806	-1.23166	-1.32310
2014.09.11-12	1.14405	0.59103	0.58749	1.22113	-1.58381	-0.72675	-0.12358
2014.10.06-07	-1.37341	0.09293	-0.61585	0.53540	0.53125	0.77235	-0.04698
2014.10.26-28	-0.39440	0.09293	0.52552	-0.58070	-0.44794	-0.58905	-0.67202
2014.11.12-14	0.06014	1.02222	-1.39373	-1.66180	1.27731	0.42075	1.54932
2014.11.20-21	-0.58041	-1.89204	-0.46139	0.19151	0.53125	1.35437	0.61636

資料來源：作者自行整理。

最後在資料分析上，有關個體層次的分析將運用 SPSS 統計套裝軟體，就獨立變項與依變項間進行 Logistic Regression 分析；在合併總體與個體層次的「複層次結構非線性模型」分析上，將運用 HLM 7.0 套裝軟體來完成。

之百的“value free”，但作者事先已對這些研究生做此要求，符合一定程度的研究倫理，同時為避免一人獨斷的評論，作者還是要求有兩位研究生進行評價，再取其平均值，如此應可避免極端偏頗的情形發生。

伍、研究結果與討論

一、林智堅支持度的個體層次解釋

本論文運用 Logistic Regression 分析個體層次變數與支持林智堅擔任新竹市長的關係，結果列於表 5。表 5 顯示在「與聞欣賞林智堅」等七個變數中，有「與聞欣賞林智堅」、戶籍、政黨偏好、年齡四個變數達顯著水準外，其餘籍貫、性別、教育程度三個變數未達顯著水準，茲再說明如下：

就「與聞欣賞林智堅」而言，在基線模型值 $x\beta$ 為零的情形下，欣賞林智堅的受訪者，支持林智堅擔任新竹市長是不欣賞林智堅者的 2.525 倍 [Exp(B)=2.525, $p<0.001^{***}$]。因為欣賞林智堅進而支持他擔任新竹市長，這是一項很符合邏輯的結果，也就是所謂的「候選人取向」。

就戶籍而言，新竹市共有東區、北區及香山區，在迴歸方程式中我們擺入東區及北區，而以香山區作為對照。表 5 顯示，設籍在東區者支持林智堅擔任新竹市長，是香山區的 1.186 倍 ($p=0.057$)、在北區者是香山區的 1.221 倍 ($p=0.029^*$)。林智堅本為新竹市香山區人，但設籍東區長期在此經營，東區是新竹的第一選區，2009 年林首次在此區參選新竹市議員，結果以第二高票當選，充分展現其在此區的政治實力，因此東區的受訪者比原來出身的香山區更支持他，是相當合理的結果，不過 $p=0.057$ ，未達一般所設定的 $p<0.05$ 的顯著水準，僅屬接近顯著的邊緣，不過 p 值是犯「第二類誤差」的機率，5.7% 比 5% 其實也只是風險大 0.7% 而已，因此 1.186 倍仍有參考價值。北區是無黨籍的大本營，國民黨勢力相對較弱，根據中選會所公布的資料，¹⁸2009 年市議員選舉統計國民黨在北區（第三及四選區）僅得 31.62% 選票，因此北區的受訪者比香山區，更支持林智堅亦屬合理的結果。

就政黨偏好而言，偏向綠陣營者支持林智堅擔任新竹市長，是非綠陣營者的 5.699 倍 ($p<0.001^{***}$)，此一結果相當合理，但也顯示新竹市的綠營受訪者是一群政黨取向相當濃烈的選民 (partisan voter)。

就年齡而言，Beta 值為 -.176，Exp(B)=0.838，顯示愈年輕的選民愈支持林智堅，由於林智堅相當年輕，競選市長當時僅有 39 歲，自然能夠吸引年輕選民的支持。

¹⁸ 中央選舉委員會，2009，〈98 年縣市議員選舉（區域）候選人得票數〉，選舉資料庫網站：<http://goo.gl/pdzTQO>，檢索日期：2015 年 10 月 8 日。

表 5 個體層次變數與支持林智堅 Logistic Regression 分析

林智堅擔任市長（支持 =1，不支持 =0）	B	S.E.	df	Sig.	Exp(B)
與聞欣賞林智堅（是 =1，其餘 =0）	.926	.064	1	.000***	2.525
戶籍（東區 =1，其餘 =0）	.171	.090	1	.057	1.186
戶籍（北區 =1，其餘 =0）	.200	.092	1	.029*	1.221
偏向綠陣營（是 =1，其餘 =0）	1.740	.067	1	.000***	5.699
籍貫（閩南 =1，其餘 =0）	.339	.287	1	.237	1.404
籍貫（客家 =1，其餘 =0）	.180	.294	1	.541	1.197
籍貫（大陸各省市 =1，其餘 =0）	-.010	.305	1	.975	0.990
性別（男性 =1，女性 =0）	.099	.064	1	.121	1.105
年齡（0-5）	-.176	.027	1	.000***	0.838
教育程度（0-6）	-.005	.030	1	.864	0.995
Constant	-1.835	.310	1	.000***	0.160

Omnibus Tests of Model Coefficients
Chi-square = 1264.138 df=10 $p < 0.001$

Model Summary
-2 Log likelihood = 5959.536
Cox & Snell R Square = .201
Nagelkerke R Square = .278

資料來源：作者自行整理。

另外，籍貫、性別、教育程度對支持林智堅擔任新竹市長並無顯著的差異，顯示族群與性別的社會分歧在支持林智堅與否上並不生作用，黨派及地緣的差異才是支持與否的原因。教育程度無顯著差異，意味著林智堅在各種教育程度的新竹市民中所獲得的支持度是一致的。林智堅之前的學歷雖僅為中華大學，但 2014 年競選市長當時已晉升為臺灣大學國家發展研究所的碩士生，成為名校的研究生，因此可以跨越各層級學歷者的支持。

二、「柯文哲現象」對林智堅支持度的加持效果

其次就本論文的主題，「柯文哲現象」是否外溢到新竹市選民對林智堅支持度加以分析。一個簡單的做法是柯文哲公開支持林智堅後，林智堅的民調是否明顯上升。前文曾經提及，柯文哲陪同或公開為林智堅站臺或背書共有四次，分別是：2014 年 9 月 1 日、9 月 22 日、10 月 31 日、11 月 23 日。由於林陣營並未每次柯為其公開背書後即做民調，同時林陣營總共也只做過六次民調，我們只能選擇比較接近活動的事後民調，共有三次，以此來歸因柯文哲公開背書對林智堅民調的影響。另外三次民調，在進行之前並未有柯文哲的公開背書活動（詳見表 6）。如此剛好形成一種對照，達到類似實驗設計的「實驗前後差異」，對此進行了平均數考驗，及「變異數分析」(ANOVA)，結果列於表 7。不過，這樣的做法是將原本具有時間特性的資料，假定為沒有時間上的相關存在，同時假定受訪者在

這六次訪問中重複被訪問到的可能性很低，進而將受訪的新竹市選民劃分為：「柯文哲為林智堅站臺前」及「柯文哲為林智堅站臺後」兩個不同的「類別」或「組別」，進行不同組別對林智堅支持度的平均數考驗。

表 6 柯文哲公開支持林智堅後林的民調整理

柯文哲公開支持林智堅日期	支持活動簡介	新竹市民調日期	林智堅支持度	N
		2014.07.21	19.20%	849
2014.09.01	陪同林智堅登記參選，並出席林的後援會成立大會。	2014.09.11-12	33.30%	786
2014.09.22	林智堅公開柯文哲支持他的競選文宣短片。	2014.10.06-07	33.60%	878
		2014.10.26-28	39.20%	1,007
2014.10.31	林智堅到臺北，以「2020 新竹科技首都」為名，召開有關新竹市建設的記者會，柯文哲特來相挺，兩個新竹人在臺北合體拉票。	2014.11.12-14	39.00%	1,070
		2014.11.20-21	36.30%	1,072
2014.11.23	林智堅陪同柯文哲夫婦與柯父母至新竹城隍廟上香祈福，柯盛讚林智堅做事認真、誠懇，並表示：「林智堅等於是我的分身！是他代替我出來選新竹市長的！」	未做民調		

資料來源：作者自行整理。

表 7 顯示，柯文哲公開支持林智堅顯著地拉抬了林智堅的民調，相對於未有柯文哲公開支持時的民調，兩組民調平均數分別是 36%：32%，達 4% 的差距。對此進行變異數分析的結果， $F=6.825$ ， $p=0.009^{**}$ ，差異相當顯著，證明了「柯文哲現象」的外溢效果在林智堅身上的確存在。

表 7 柯文哲公開支持對林智堅民調支持度的影響分析

	支持度	N	標準差		
有柯文哲公開支持活動後的林智堅民調	36%	2,734	0.479		
無柯文哲公開支持活動後的林智堅民調	32%	2,928	0.468		
合計	34%	5,662	0.474		
變異數分析 (ANOVA)					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
組間	1.529	1	1.529	6.825	.009**
組內	1267.744	5660	0.224		
合計	1269.273	5661			

資料來源：作者自行整理。

除上述的統計分析外，本論文進一步運用「複層次結構非線性模型」，就「柯文哲現象」是否外溢到新竹市選民對林智堅支持度加以分析。由於「複層次結構非線性模型」分析，在個體和總體層次的單位數最好都有 30 個以上，否則分析的結果會有不穩定的問題。(Hox 2010) 但是本論文受限於取得的資料，有關林智堅支持度的民調，林的競選總部總共僅做了 6 次，與 30 次的標準有相當的差距。針對此一問題，學者黃旻華（2006）建議，每次僅在總體層次中放入一個高階變數。因此，本論文首先擺入「柯文哲的民調支持度」此一高階變數，同時設定依變項 η_{ij} 為 Bernoulli 分配，即支持林智堅擔任新竹市長為 1，非此為 0，形成二分類別依變項。據此，複層次模型中的個體層次 (Level-1 Model) 模型設定公式如下，其中的獨立變項為表 5 中「與聞欣賞林智堅」等七個變數。¹⁹

$\eta_{ij} = \log[\phi_{ij}/(1 - \phi_{ij})]$ ，其中 $i=1,2,\dots,5662$ 個受訪者， $j=1,2,\dots,6$ 波民調， $\phi_{ij} = \text{Prob}(\text{LINMAYOR}_{ij} = 1|\beta_j)$ ，即「支持林智堅擔任新竹市長」(LINMAYOR) 的機率。(公式 1)

$\eta_{ij} = \beta_{0j} + \beta_{1j}*(\text{APPLIN}_{ij}) + \beta_{2j}*(\text{EASTERN}_{ij}) + \beta_{3j}*(\text{NORTH}_{ij}) + \beta_{4j}*(\text{GREENCAM}_{ij}) + \beta_{5j}*(\text{MINNAN}_{ij}) + \beta_{6j}*(\text{HAKKA}_{ij}) + \beta_{7j}*(\text{MAINLAND}_{ij}) + \beta_{8j}*(\text{GENDER}_{ij}) + \beta_{9j}*(\text{AGE}_{ij}) + \beta_{10j}*(\text{EDU}_{ij})$ (公式 2)

APPLIN：與聞欣賞林智堅

EASTERN：戶籍東區；NORTH：戶籍北區

GREENCAM：政黨取向偏向綠陣營

MINNAN：籍貫閩南；HAKKA：籍貫客家；MAINLAND：籍貫大陸各省

GENDER：性別

AGE：年齡

EDU：教育程度

複層次模型中的總體層次 (Level-2 Model) 模型設定公式如下，其中的獨立變項 KAOMAYOR 為「柯文哲的民調支持度」。

$$\beta_{0j} = \gamma_{00} + \gamma_{01}*(\text{KAOMAYOR}_j) + u_{0j}$$

$$\beta_{1j} = \gamma_{10} + u_{1j}$$

¹⁹ 為節省篇幅僅將同質性模型擇一列於公式 1 至 4，以及後來增加總體變量與個體變量交叉效果 (cross-over effect) 的模型擇一列於公式 5 至 8。

$$\begin{aligned}
\beta_{2j} &= \gamma_{20} + u_{2j} \\
\beta_{3j} &= \gamma_{30} + u_{3j} \\
\beta_{4j} &= \gamma_{40} + u_{4j} \\
\beta_{5j} &= \gamma_{50} + u_{5j} \\
\beta_{6j} &= \gamma_{60} + u_{6j} \\
\beta_{7j} &= \gamma_{70} + u_{7j} \\
\beta_{8j} &= \gamma_{80} + u_{8j} \\
\beta_{9j} &= \gamma_{90} + u_{9j} \\
\beta_{10j} &= \gamma_{100} + u_{10j} \text{ (公式 3)}
\end{aligned}$$

再將上述影響新竹選民支持林智堅擔任新竹市長的第一層（選民個體層次），與第二層（總體層次）相結合，建構混合兩階層模型 (Mixed Model) 如下：

$$\begin{aligned}
\eta_{ij} &= \gamma_{00} + \gamma_{01} * KAOMAYOR_j \\
&+ \gamma_{10} * APPLIN_{ij} \\
&+ \gamma_{20} * EASTERN_{ij} \\
&+ \gamma_{30} * NORTH_{ij} \\
&+ \gamma_{40} * GREENCAM_{ij} \\
&+ \gamma_{50} * MINNAN_{ij} \\
&+ \gamma_{60} * HAKKA_{ij} \\
&+ \gamma_{70} * MAINLAND_{ij} \\
&+ \gamma_{80} * GENDER_{ij} \\
&+ \gamma_{90} * AGE_{ij} \\
&+ \gamma_{100} * EDU_{ij} \\
&+ u_{0j} + u_{1j} * APPLIN_{ij} + u_{2j} * EASTERN_{ij} + u_{3j} * NORTH_{ij} \\
&+ u_{4j} * GREENCAM_{ij} + u_{5j} * MINNAN_{ij} + u_{6j} * HAKKA_{ij} + u_{7j} * MAINLAND_{ij} \\
&+ u_{8j} * GENDER_{ij} + u_{9j} * AGE_{ij} + u_{10j} * EDU_{ij} \text{ (公式 4)}
\end{aligned}$$

上述複層次模型分析結果詳見表 8。表 8 顯示，柯文哲的支持度與林智堅的支持度有顯著的正相關 (Beta=0.3005; $p=0.007^{**}$)，也就是當柯文哲的支持度愈高時，林智堅的支持度也跟著高起來，顯示「柯文哲現象」在林智堅的支持度上出現了外溢效果，證實了本論文的研究假設一，也說明了「衣擺效應」的存在。在此一模型中，個體層次的變數對林

智堅的支持度具有顯著的相關僅剩「與聞欣賞林智堅」、「偏向綠陣營」及「年齡」三個變數，原先的戶籍地已變得不顯著。「與聞欣賞林智堅」是候選人取向，「偏向綠陣營」是政黨取向，這種顯著相當符合密西根學派解釋投票抉擇的理論。年齡變數所以能有顯著的相關，主要是林智堅年紀輕是相當突出的現象，而他的競選策略也緊抓這一點，因此愈年輕的選民愈支持他，不過以一般縣市長候選人的平均年齡來講，林的個案應屬特例。

表 8 「柯文哲現象」（柯文哲支持度）與林智堅支持度複層次非線性模型分析

Covariates	林智堅支持度		
	B	SE	P-value
<i>Individual-level effects</i>			
與聞欣賞林智堅（是=1，其餘=0） γ_{10}	1.0343	0.0936	<0.001***
戶籍（東區=1，其餘=0） γ_{20}	0.1915	0.1635	0.294
戶籍（北區=1，其餘=0） γ_{30}	0.2398	0.1768	0.233
偏向綠陣營（是=1，其餘=0） γ_{40}	1.6922	0.1103	<0.001***
籍貫（閩南=1，其餘=0） γ_{50}	0.1704	0.4169	0.700
籍貫（客家=1，其餘=0） γ_{60}	0.0269	0.4591	0.955
籍貫（大陸各省市=1，其餘=0） γ_{70}	-0.0812	0.4938	0.876
性別（男性=1，女性=0） γ_{80}	0.0765	0.0921	0.444
年齡（0-5） γ_{90}	-0.1783	0.0517	0.018*
教育程度（0-6） γ_{100}	-0.0156	0.0553	0.789
<i>Contextual effects</i>			
For β_0			
Intercept γ_{00}	-0.9879	0.1101	0.001***
柯文哲支持度 γ_{01}	0.3005	0.0589	0.007**
N	5,662		

資料來源：作者自行整理。

其次擺入「柯文哲媒體曝光度」此一高階變數，結果詳見表 9。表 9 顯示，柯文哲的媒體曝光度與林智堅的支持度有顯著的正相關 (Beta=0.3655; $p=0.015^*$)，也就是當柯文哲的媒體曝光度愈高時，林智堅的支持度也跟著高起來，證實了本論文的研究假設二。在此一模型中，個體層次變數與林智堅支持度的關聯並無變動，與上一個模型一樣，都僅剩「與聞欣賞林智堅」、「偏向綠陣營」及年齡三個變數。

不過在此必須特別說明的是，林智堅競選總部進行第二次民調時 (2014.9.11-12)，正值國民黨立委羅淑蕾在打柯文哲的「MG149 案」，「三立新聞臺」報導柯文哲新聞的則數因而爆量，達 33 則，占新聞總量的 17.74% (詳見表 3)。這一異常的現象影響了整個模型，使得「柯文哲媒體曝光度」此一高階變數變得不顯著，經調整為前後兩次民調新聞報

導百分比的平均數 6.09% [(5.39+6.78)/2=6.09]，才使「柯文哲媒體曝光度」變成顯著，這種做法雖有些武斷，但為避免極端值影響一般的狀況，這種調整應屬可接受的不得已做法。

表 9 「柯文哲現象」(柯文哲媒體曝光度) 與林智堅支持度複層次非線性模型分析

Covariates	林智堅支持度		
	B	SE	P-value
<i>Individual-level effects</i>			
與聞欣賞林智堅 (是 =1, 其餘 =0) γ_{10}	1.0082	0.0962	<0.001***
戶籍 (東區 =1, 其餘 =0) γ_{20}	0.1771	0.1518	0.296
戶籍 (北區 =1, 其餘 =0) γ_{30}	0.2391	0.1684	0.215
偏向綠陣營 (是 =1, 其餘 =0) γ_{40}	1.6668	0.1046	<0.001***
籍貫 (閩南 =1, 其餘 =0) γ_{50}	0.1012	0.3859	0.804
籍貫 (客家 =1, 其餘 =0) γ_{60}	-0.0338	0.4311	0.940
籍貫 (大陸各省市 =1, 其餘 =0) γ_{70}	-0.1705	0.4576	0.725
性別 (男性 =1, 女性 =0) γ_{80}	0.0762	0.0889	0.431
年齡 (0-5) γ_{90}	-0.1773	0.0496	0.016*
教育程度 (0-6) γ_{100}	-0.0156	0.0524	0.778
<i>Contextual effects</i>			
For β_0			
Intercept γ_{00}	-0.9655	0.1433	0.003**
柯文哲媒體曝光度 γ_{01}	0.3655	0.0888	0.015*
N	5,662		

資料來源：作者自行整理。

最後擺入「電視新聞談話性節目對柯文哲的評價程度」此一高階變數，由於總共有 7 個節目，因此先就「中天新聞龍捲風」節目加以分析，結果詳見表 10。表 10 顯示，該節目對柯文哲的評價與新竹市選民對林智堅的支持度，呈顯著的負向關聯 (Beta=-0.2734; $p=0.032^*$)。換言之，該節目對柯文哲愈負面批評，新竹市選民愈支持林智堅。這的確是一件有趣的現象，不僅「中天新聞龍捲風」，就連「TVBS 少康戰情室」(Beta=-0.3520; $p=0.006^{**}$)、「年代新聞面對面」(Beta=-0.3212; $p=0.015^*$) 也都顯著地呈現這樣的負向關聯 (詳見表 11)。「中天新聞龍捲風」、「TVBS 少康戰情室」是一般所謂的「藍媒」節目，對柯文哲持批判的立場不足為奇，因此愈批評愈引起觀眾的反感，反而同情或認同柯文哲，進而外溢到新竹市民對林智堅的支持，從這個意義來看，應該證實了本論文的研究假設三。

表 10 「柯文哲現象」（「中天新聞龍捲風」對柯文哲的評價）與林智堅支持度
 複層次非線性模型分析

Covariates	林智堅支持度		
	B	SE	P-value
<i>Individual-level effects</i>			
與聞欣賞林智堅（是 =1，其餘 =0） γ_{10}	1.0360	0.0961	<0.001***
戶籍（東區 =1，其餘 =0） γ_{20}	0.1688	0.1532	0.321
戶籍（北區 =1，其餘 =0） γ_{30}	0.2195	0.1686	0.250
偏向綠陣營（是 =1，其餘 =0） γ_{40}	1.6792	0.1063	<0.001***
籍貫（閩南 =1，其餘 =0） γ_{50}	0.1407	0.4174	0.750
籍貫（客家 =1，其餘 =0） γ_{60}	0.0055	0.4683	0.991
籍貫（大陸各省市 =1，其餘 =0） γ_{70}	-0.1247	0.4944	0.811
性別（男性 =1，女性 =0） γ_{80}	0.0866	0.0930	0.395
年齡（0-5） γ_{90}	-0.1737	0.0508	0.019*
教育程度（0-6） γ_{100}	-0.0092	0.0524	0.868
<i>Contextual effects</i>			
For β_0			
Intercept γ_{00}	-0.9986	0.1154	0.001***
「中天新聞龍捲風」對柯文哲的評價 γ_{01}	-0.2734	0.0842	0.032*
N	5,662		

資料來源：作者自行整理。

至於「年代新聞面對面」為何會呈現顯著的負向關聯，的確令人好奇，因為同樣是年代新聞臺，「年代新聞追追追」就呈現正向關聯 (Beta=0.3240; $p=0.018^*$)（詳見表 11）。年代電視臺董事長兼總經理練臺生先生出生於所謂的「外省家庭」，畢業於陸軍官校，軍人出身加上「外省人」身分，藍營色彩相當濃厚，不過練某深諳「在商言商」之道，同時開闢兩個新聞談話性節目，一個節目「新聞面對面」邀請的來賓批評柯文哲的比較多，如羅淑蕾、蔡正元、陳學聖、蔡錦隆、李新、紀國棟、王鴻薇、李猶隆、康仁俊、鄭佩芬、黃光芹、周守訓、楊永明等等；另一個節目「新聞追追追」邀請的來賓讚許柯文哲的比較多，如胡忠信、周玉蔻、鍾年晃、黃偉哲、羅致政、段宜康、楊實秋、林俊憲、郭正亮、徐佳青、陳立宏、蔡其昌等等。因此呈現「新聞面對面」愈批評柯文哲，觀眾愈同情或認同柯文哲；「新聞追追追」愈稱許柯文哲，觀眾愈認同或支持柯文哲，兩種反差。不過不管對柯文哲的批評或讚許，這樣的效果都顯著地外溢到新竹市選民，成為支持林智堅的力量來源。

表 11 中另外兩個電視談話性節目「民視頭家來開講」、「三立新臺灣加油」，對柯

文哲的評價都與林智堅的支持度顯著地呈正向的關聯，證實了本論文的研究假設三。其中，「民視頭家來開講」Beta=0.3502， $p=0.012^*$ ；「三立新臺灣加油」Beta=0.3727， $p=0.009^{**}$ 。民視及三立電視臺都屬於所謂的「綠媒」，這兩個談話性節目所邀請的來賓當然以稱許柯文哲的較多，這種正面評價的效果顯著地影響了新竹市民，讓林智堅因此而提昇了支持度。

表 11 中的「東森關鍵時刻」則未有顯著的關聯，主要是該節目較少以柯文哲為談話的主題，主持人劉寶傑大部分的時間都在談天文地理、奇聞新知，僅在選前幾週略為觸及選舉議題，因此未達顯著水準。另外，上述的模式中個體層次變數與林智堅支持度的關聯並無變化，與先前的模型一樣，都僅剩「與聞欣賞林智堅」、「偏向綠陣營」及年齡三個變數有顯著的相關。

表 11 「柯文哲現象」（其他六個新聞評論節目對柯文哲的評價）與林智堅支持度
複層次非線性模型分析摘要表

Covariates	林智堅支持度		
	B	SE	P-value
<i>Contextual effects</i>			
「東森關鍵時刻」對柯文哲的評價	0.0013	0.1076	0.991
「TVBS 少康戰情室」對柯文哲的評價	-0.3520	0.0669	0.006 ^{**}
「年代新聞面對面」對柯文哲的評價	-0.3212	0.0789	0.015 [*]
「年代新聞追追追」對柯文哲的評價	0.3240	0.0833	0.018 [*]
「民視頭家來開講」對柯文哲的評價	0.3502	0.0811	0.012 [*]
「三立新臺灣加油」對柯文哲的評價	0.3727	0.0784	0.009 ^{**}
N		5,662	

資料來源：作者自行整理。

三、「柯文哲現象」對林智堅支持度加持效果的進一步討論

上述總體層次的柯文哲現象與個體層次的林智堅支持度有顯著的相關，但是這種相關純粹是柯文哲現象的效果造成林智堅支持度的上升；還是柯文哲現象影響了新竹市民對於林智堅的欣賞，進而提昇了對林智堅的支持度。要回答這樣的問題，最簡單且符合邏輯的做法是設計一組類似這樣的三道問卷題目：（一）您是否欣賞柯文哲？（二）您是否注意到選舉期間柯文哲公開推薦林智堅？（三）您是否因為柯文哲的推薦而把票投給林智堅？或者是：（一）您是否認同電視評論節目對柯文哲的正面評價？（二）您是否注意到選舉期間柯文哲公開推薦林智堅？（三）您是否因為從電視評論節目看來柯文哲是一個很正面

的人，他推薦林智堅，因此把票投給林智堅？這是一種個體層次的分析，奠定在受訪者的自我陳述基礎上，需要一一訪問受訪者的看法，惟選舉期間的訪問已經不可能了，因此只能做選後的調查研究。但是本論文運用的是選舉期間的資料，在個體層次的林智堅六次內部民調上，該競選團隊雖四次找柯文哲來站臺或公開背書，希望獲得「柯文哲現象」的外溢效應，卻未在民調問卷上設計如上述的一組三道題目，以探詢柯文哲公開背書的效果。

由於過去已往矣，不復可得，所幸透過 HLM 統計模型的建構，將總體變量和個體變量設定為交叉效果 (cross-over effect)，可以簡單檢測這個影響，增加對於「柯文哲現象外溢效果」內涵的理解。換言之，先前的簡單脈絡效果，係將與聞欣賞林智堅與支持林智堅的個體效果視為固定的 (fixed)，現在我們將其設為隨機變動的，然後首先擺入柯文哲的民調支持度，同時檢證柯文哲支持度對林智堅支持度的脈絡效果，以及柯文哲支持度與與聞欣賞林智堅的交叉效果，進而影響對林智堅的支持度，其公式如下。其中依變項 η_{ij} 設定為 Bernoulli 分配，即支持林智堅擔任新竹市長為 1，非此為 0，形成二分類別依變項。複層次模型中的個體層次 (Level-1 Model) 模型設定公式如下，其中的獨立變項為表 5 中「與聞欣賞林智堅」等七個變數。

$\eta_{ij} = \log[\phi_{ij}/(1 - \phi_{ij})]$ ，其中 $i=1,2,\dots,5662$ 個受訪者， $j=1,2,\dots,6$ 波民調， $\phi_{ij} = \text{Prob}(\text{LINMAYOR}_{ij} = 1|\beta_j)$ ，即「支持林智堅擔任新竹市長」(LINMAYOR) 的機率。(公式 5)

$\eta_{ij} = \beta_{0j} + \beta_{1j}*(\text{APPLIN}_{ij}) + \beta_{2j}*(\text{EASTERN}_{ij}) + \beta_{3j}*(\text{NORTH}_{ij}) + \beta_{4j}*(\text{GREENCAM}_{ij}) + \beta_{5j}*(\text{MINNAN}_{ij}) + \beta_{6j}*(\text{HAKKA}_{ij}) + \beta_{7j}*(\text{MAINLAND}_{ij}) + \beta_{8j}*(\text{GENDER}_{ij}) + \beta_{9j}*(\text{AGE}_{ij}) + \beta_{10j}*(\text{EDU}_{ij})$ (公式 6)

APPLIN：與聞欣賞林智堅

EASTERN：戶籍東區；NORTH：戶籍北區

GREENCAM：政黨取向偏向綠陣營

MINNAN：籍貫閩南；HAKKA：籍貫客家；MAINLAND：籍貫大陸各省

GENDER：性別

AGE：年齡

EDU：教育程度

複層次模型中的總體層次 (Level-2 Model) 模型設定公式如下，其中的獨立變項 KAOMAYOR 為「柯文哲的民調支持度」。

$$\beta_{0j} = \gamma_{00} + \gamma_{01} * (KAOMAYOR_j) + u_{0j}$$

$$\beta_{1j} = \gamma_{10} + \gamma_{11} * (KAOMAYOR_j) + u_{1j}$$

$$\beta_{2j} = \gamma_{20} + u_{2j}$$

$$\beta_{3j} = \gamma_{30} + u_{3j}$$

$$\beta_{4j} = \gamma_{40} + u_{4j}$$

$$\beta_{5j} = \gamma_{50} + u_{5j}$$

$$\beta_{6j} = \gamma_{60} + u_{6j}$$

$$\beta_{7j} = \gamma_{70} + u_{7j}$$

$$\beta_{8j} = \gamma_{80} + u_{8j}$$

$$\beta_{9j} = \gamma_{90} + u_{9j}$$

$$\beta_{10j} = \gamma_{100} + u_{10j} \text{ (公式 7)}$$

再將上述影響新竹選民支持林智堅擔任新竹市長的第一層（選民個體層次），與第二層（總體層次）相結合，建構混合兩階層模型 (Mixed Model) 如下：

$$\begin{aligned} \eta_{ij} = & \gamma_{00} + \gamma_{01} * KAOMAYOR_j \\ & + \gamma_{10} * APPLIN_{ij} + \gamma_{11} * KAOMAYOR_j * APPLIN_{ij} \\ & + \gamma_{20} * EASTERN_{ij} \\ & + \gamma_{30} * NORTH_{ij} \\ & + \gamma_{40} * GREENCAM_{ij} \\ & + \gamma_{50} * MINNAN_{ij} \\ & + \gamma_{60} * HAKKA_{ij} \\ & + \gamma_{70} * MAINLAND_{ij} \\ & + \gamma_{80} * GENDER_{ij} \\ & + \gamma_{90} * AGE_{ij} \\ & + \gamma_{100} * EDU_{ij} \\ & + u_{0j} + u_{1j} * APPLIN_{ij} + u_{2j} * EASTERN_{ij} + u_{3j} * NORTH_{ij} \\ & + u_{4j} * GREENCAM_{ij} + u_{5j} * MINNAN_{ij} + u_{6j} * HAKKA_{ij} + u_{7j} * MAINLAND_{ij} \\ & + u_{8j} * GENDER_{ij} + u_{9j} * AGE_{ij} + u_{10j} * EDU_{ij} \text{ (公式 8)} \end{aligned}$$

上述複層次模型分析結果詳見表 12。表 12 顯示，柯文哲支持度提昇與聞欣賞林智堅，進而影響對林智堅的支持度，這種交叉效果並不顯著 ($\text{Beta}=0.0188$; $p=0.8440$)。進一步檢測「柯文哲現象」的其他總體變項，也都不顯著（詳見表 13）。顯示「柯文哲現象」與林智堅的支持度間另有其他中介變項，例如「柯文哲現象」可能造成新竹選民認同柯文哲「改變臺灣從首都開始，改變臺北從文化開始」的主張，²⁰ 不喜歡國民黨長期壟斷新竹市政府，認為新竹也可以迎接這波改變，因此轉而支持民進黨提名的候選人林智堅，不過這種假設還有待進一步驗證。

表 13 中唯一接近顯著水準邊緣的是柯文哲的媒體曝光度，似乎影響了新竹市選民與聞欣賞林智堅，進而支持林智堅 ($\text{Beta}=0.2127$; $p=0.070$)。當然如果把標準再放寬一些，「三立新臺灣加油」對柯文哲的評價似乎也影響了新竹市選民與聞欣賞林智堅，進而支持林智堅 ($\text{Beta}=0.2193$; $p=0.086$)。

在研究設計中我們曾經提到，我們對柯文哲媒體曝光度的操作性定義是採用「三立電視新聞臺」報導柯文哲的新聞則數，再加上「新臺灣加油」也是「三立電視新聞臺」的新聞評論節目，如此看來對「三立」對柯文哲的媒體效果，似乎提高了新竹市民對林智堅的與聞或欣賞程度，進而支持林智堅。不過這種交叉效果皆未達顯著水準，所以只能提供進一步研究的參考，本論文不擬也無法進一步討論。

²⁰「改變臺灣從首都開始，改變臺北從文化開始」是柯文哲的競選口號。參見〈2014 年臺北市長候選人首場電視辯論會逐字稿〉，<http://goo.gl/H8itRe>，檢索日期：2015 年 10 月 8 日。

表 12 「柯文哲現象」(柯文哲支持度) 與林智堅支持度
複層次非線性模型分析 (含 Cross-over effect)

Covariates	林智堅支持度		
	B	SE	P-value
<i>Individual-level effects</i>			
與聞欣賞林智堅 (是 =1, 其餘 =0) γ_{10}	1.0327	0.0952	<0.001***
戶籍 (東區 =1, 其餘 =0) γ_{20}	0.1919	0.1635	0.293
戶籍 (北區 =1, 其餘 =0) γ_{30}	0.2399	0.1768	0.233
偏向綠陣營 (是 =1, 其餘 =0) γ_{40}	1.6918	0.1102	<0.001***
籍貫 (閩南 =1, 其餘 =0) γ_{50}	0.1709	0.4176	0.699
籍貫 (客家 =1, 其餘 =0) γ_{60}	0.0273	0.4596	0.955
籍貫 (大陸各省市 =1, 其餘 =0) γ_{70}	-0.0802	0.4947	0.878
性別 (男性 =1, 女性 =0) γ_{80}	0.0770	0.0922	0.442
年齡 (0-5) γ_{90}	-0.1780	0.0518	0.018*
教育程度 (0-6) γ_{100}	0.1919	0.1635	0.293
<i>Contextual effects</i>			
For β_0			
Intercept γ_{00}	-0.9873	0.1101	0.001***
柯文哲支持度 γ_{01}	0.2999	0.0589	0.007**
<i>Cross-over effect</i>			
For β_1			
與聞欣賞林智堅 * 柯文哲支持度 γ_{11}	0.0188	0.0896	0.844
N		5,662	

資料來源：作者自行整理。

表 13 「柯文哲現象」與林智堅支持度複層次非線性模型分析
與聞欣賞林智堅與其他總體變數 Cross-over effect 摘要表

Covariates	林智堅支持度		
	B	SE	P-value
<i>Cross-over effects</i>			
與聞欣賞林智堅 * 柯文哲媒體曝光度	0.2127	0.0865	0.070
與聞欣賞林智堅 * 「中天新聞龍捲風」對柯文哲的評價	0.0325	0.1102	0.783
與聞欣賞林智堅 * 「東森關鍵時刻」對柯文哲的評價	-0.1802	0.0856	0.103
與聞欣賞林智堅 * 「TVBS 少康戰情室」對柯文哲的評價	-0.0901	0.1010	0.423
與聞欣賞林智堅 * 「年代新聞面對面」對柯文哲的評價	0.0237	0.0906	0.807
與聞欣賞林智堅 * 「年代新聞追追追」對柯文哲的評價	0.0155	0.0945	0.877
與聞欣賞林智堅 * 「民視頭家來開講」對柯文哲的評價	0.1127	0.0944	0.298
與聞欣賞林智堅 * 「三立新臺灣加油」對柯文哲的評價	0.2193	0.0965	0.086
N		5,662	

資料來源：作者自行整理。

陸、結論

2014 年臺灣「九合一」地方選舉結果，國民黨遭受自有地方選舉以來最嚴重的挫敗。選後國民黨的一份檢討報告指出，國民黨所以如此慘敗原因之一是「首都選戰影響外溢擴及其他縣市」，也就是「柯文哲現象」的外溢效應，讓國民黨其他縣市選情連帶受到若干負面影響。

「柯文哲現象」是否真有如此外溢效果？本論文選擇以新竹市長的選情為例，透過一系列的實證資料，運用「複層次結構非線性模型」結合個體與總體層次分析，驗證「柯文哲現象」對民進黨新竹市長候選人林智堅的外溢效果。研究結果顯示，在個體層次的變項上，新竹市選民對林智堅的偏好、政黨取向及年齡，顯著地影響對林智堅的支持度，符合密西根學派對投票抉擇原因的傳統解釋。

在總體層次的變項上，本論文建構了三個高階變數：柯文哲的支持度、媒體曝光度以及電視新聞評論節目對柯文哲的正面或負面批評。研究結果這三個變數都顯著地影響新竹市選民對林智堅的支持度。此一研究發現證實了「柯文哲現象」的外溢效果，也就是所謂的「衣擺效應」或「母雞帶小雞效應」存在。

在方法論上，本論文認為過去不管是國外或國內有關「衣擺效應」的研究，都是探討同一選區中高層級選舉對低層級的影響，這是一種垂直的「衣擺效應」研究。但是本研究選擇以臺北市及新竹市不同選區，探討「柯文哲現象」所帶來的「衣擺效應」，卻是一種水平的「衣擺效應」研究。研究結果證實這種效應亦能存在，可以說在方法論上的一項突破，更說明「衣擺效應」的本質是屬於政治人物的個人魅力，可以同區垂直展現，亦可以跨區水平展現。

在研究方法上，本論文雖然透過「複層次結構非線性模型」分析，證實三個高階變數具有「衣擺效應」。不過，此一研究並非根據一開始的研究設計去建構解釋變項並蒐集資料，而是遷就既有資料的後設研究，雖然這些資料的取得相當難能可貴，不過也受限於所取得的資料，而必須在檢定方法上有所妥協。例如，「複層次結構非線性模型」分析，在個體和總體層次的單位數最好都有 30 個以上，否則分析的結果會有不穩定的問題。但是本論文受限於取得的資料，有關林智堅支持度的民調僅有 6 次，與 30 次的標準有相當的差距，因此只好採用黃旻華（2006）的建議，每次僅在總體層次中放入一個高階變數，無法將所有的高階變數一次擺入，檢驗這些高階變數何者的關聯性較強。

因此，本論文寧願將這樣的研究視為一種探索性的研究，研究結果可以作為後續研究的參考，期待未來在這一主題的研究能有更好的成果發表出來。

* * *

附錄一 柯文哲參與臺北市長選舉期間 輔選相關候選人一覽表

縣市 / 時間	姓名	政黨	說明
臺北市			
2014-09-13	梁文傑	民進黨	臺北市長參選人柯文哲為市議員梁文傑站臺。
2014-09-13	簡聖哲	臺聯	柯文哲下午為臺北市臺聯議員參選人簡聖哲站臺。
2014-09-15	吳思瑤	民進黨	
2014-09-19	何啓聖	親民黨	柯文哲親自出席親民黨臺北市大安文山區議員參選人何啓聖總部，為他站臺。
2014-09-29	謝維洲	民進黨	柯文哲為謝長廷子謝維洲站臺 自稱變「政治超人」。
2014-10-05	許淑華	民進黨	許淑華今成立競選總部，並邀來柯文哲站臺。
2014-10-18	李慶鋒	民進黨	民進黨市議員參選人李慶鋒總部成立活動。
2014-10-18	童仲彥	民進黨	柯文哲上午替民進黨市議員參選人童仲彥競選總部成立站臺。
2014-10-26	徐世勳	無黨籍	無黨籍臺北市長參選人柯文哲今傍晚為國民黨立委、中常委徐欣瑩的弟弟、無黨籍市議員參選人徐世勳站臺。
2014-10-26	阮昭雄 何志偉	民進黨	民進黨市議員阮昭雄、何志偉昨天成立競選總部，無黨籍市長候選人柯文哲站臺支持。
2014-10-30	顏聖冠 謝維洲	民進黨	柯文哲、顏聖冠、謝維洲聯合後援會成立。
2014-11-02	張茂楠	民進黨	柯文哲今天為民進黨臺北市議員張茂楠站臺。
2014-11-02	高嘉瑜 陳慈慧 洪健益	民進黨	柯文哲昨早分別出席高嘉瑜與陳慈慧的競選總部成立活動。尋求連任的洪健益，則請來小型閱兵儀隊迎接柯文哲。
2014-11-02	陳嘉霖	臺聯	港湖區臺聯候選人陳嘉霖則穿上學士服，與柯共推港湖幸福社區政策研究。
2014-11-16	羅村雄 孫愷		無黨籍臺北市長候選人柯文哲今天中午連趕兩場，分別為因挺柯遭國民黨開除黨籍的港墘里長候選人羅村雄、西村里長候選人孫愷站臺。
新北市			
2014-06-19	游錫堃	民進黨	柯文哲首度站臺！游錫堃：「柯游連線」新北會更好。
2014-10-19	黃俊哲	民進黨	無黨籍臺北市長候選人柯文哲特別跨河到板橋為黃俊哲站臺。
2014-11-26	李坤城	民進黨	新北市第3選區候選人李坤城表示，柯文哲具全國知名度，相較其他政黨大老較有新鮮感，才透過關係請柯文哲合照拉票。
桃園市			
2014-02-17	鄭寶清	民進黨	前臺鹽董事長鄭寶清 16 日宣布參選首屆直轄市的桃園市長，他找來柯文哲站臺。
2014-11-26	鄭文燦	民進黨	民進黨桃園市長候選人鄭文燦昨天公布，無黨籍臺北市長候選人柯文哲的推薦信與錄音。

新竹市

- | | | | |
|------------|-----|-----|---|
| 2014-09-01 | 林智堅 | 民進黨 | 柯文哲現身力挺民進黨新竹市長參選人林智堅。 |
| 2014-09-21 | 李妍慧 | 無黨籍 | 柯文哲挺新竹市李妍慧！「柯語錄 - 妍慧篇」。 |
| 2014-09-22 | 林智堅 | 民進黨 | 林智堅發布柯文哲公開支持其的競選文宣短片。 |
| 2014-10-31 | 林智堅 | 民進黨 | 柯文哲出席林智堅以「2020 新竹科技首都」為名，在臺北舉行的記者會。 |
| 2014-11-23 | 林智堅 | 民進黨 | 柯文哲夫婦、父母與林智堅一同到新竹城隍廟上香祈福，並盛讚林智堅做事認真、誠懇。 |

臺中市

- | | | | |
|------------|-----|-----|------------------------------|
| 2013-12-21 | 林佳龍 | 民進黨 | 林佳龍與臺大醫院外科醫師柯文哲，在臺中進行「雙城對話」。 |
|------------|-----|-----|------------------------------|

雲林縣

- | | | | |
|------------|-----|-----|----------------------|
| 2014-09-06 | 張勝智 | 民進黨 | 柯文哲今晚到北港鎮幫民進黨候選人張勝智。 |
|------------|-----|-----|----------------------|

嘉義市

- | | | | |
|------------|-----|-----|---|
| 2014-09-06 | 涂醒哲 | 民進黨 | 臺北市長候選人柯文哲 6 日南下嘉義，與母喪後首日復出跑行程的嘉義市長候選人涂醒哲展開「南北雙哲大戰權貴」座談會。 |
|------------|-----|-----|---|

高雄市

- | | | | |
|------------|-----|-----|-----------------------|
| 2014-08-29 | 王慧玲 | 無黨籍 | 柯文哲全力推薦的高雄市第五選區議員王慧玲。 |
|------------|-----|-----|-----------------------|

澎湖縣

- | | | | |
|------------|-----|-----|-------------------------|
| 2014-11-26 | 陳光復 | 民進黨 | 「選擇陳光復，讓澎湖更進步」柯文哲推薦陳光復。 |
|------------|-----|-----|-------------------------|

宜蘭市

- | | | | |
|------------|-----|-----|--|
| 2014-10-19 | 賴瑞鼎 | 無黨籍 | 無黨籍宜蘭市長參選人賴瑞鼎，昨天競選總部成立，臺北市長參選人柯文哲受邀站臺。 |
|------------|-----|-----|--|

臺東市

- | | | | |
|------------|-----|-----|--|
| 2014-10-31 | 賴坤成 | 民進黨 | 民進黨臺東市長候選人賴坤成 29 日晚間在臺北舉辦募款餐會，無黨籍臺北市長參選人柯文哲專程前往站臺造勢。 |
|------------|-----|-----|--|

資料來源：柯文哲競選總部。

參考文獻

I. 中文部分

- 王鼎銘，2005，〈負面競選對2002年高雄市選情影響的探討〉，《東吳政治學報》，20: 83-114。
- (Wang, Ding-ming. 2005. "Fu mian jing xuan dui er ling ling er nian gao xiong shi xuan qing ying xiang de tan tao" [Impact of Negative Campaigning on the 2002 Kaohsiung City Election]. *Soochow Journal of Political Science* 20: 83-114.)
- 李中志，2013，〈「柯文哲現象」代表什麼？〉，想想論壇：<http://goo.gl/iIaAsA>，檢索日期：2015年8月10日。
- (Lee, Chung-chih. 2013. "Ke wen zhe xian xiang dai biao shen me?" [What did the "Phenomenon of Ko Wen-je" Represent?]. *Thinking Taiwan*. <http://goo.gl/iIaAsA> [accessed August 10, 2015].)
- 林長志、黃紀，2007，〈不同層級選舉中之一致與分裂投票：2005年臺北縣之分析〉，《問題與研究》，46(1): 1-32。
- (Lin, Chang-chih, and Chi Huang. 2007. "Bu tung tseng ji shiuan jiu jung jr yi jr yu fen lie tou piau: Er ling ling wu nian tai bei shian jr fen shi" [Inter-Level Ticket Splitting: A Study of the Taipei County Elections in 2005]. *Wenti Yu Yanjiu* 46(1): 1-32.)
- 邱皓政、溫福星，2007，〈脈絡效果的階層線性模型分析：以學校組織創新氣氛與教師創意表現為例〉，《教育與心理研究》，30(1): 1-35。
- (Chiou, Haw-jeng, and Fur-hsing Wen. 2007. "Mai luo shiau guo di jie tseng shian shing mo shing fen shi: Yi shiue shiau tzu jr chuang shin chi fen yu jiau shr chuang yi biao shian wei li" [Hierarchical Linear Modeling of Contextual Effects: An Example of Organizational Climate of Creativity at Schools and Teachers' Creative Performance]. *Journal of Education & Psychology* 30(1): 1-35.)
- 柯文哲，2014，《白色的力量——柯文哲：我改變不了四季的變化，只能盡力讓其盡善盡美》，臺北：三采文化出版公司。
- (Ko, Wen-je. 2014. *Bai se di li liang- Ke wen je: Wo gai bian bu liau sz ji di bian hua jr neng jin li rang chi jin shan jin* [The White Force- Ko Wen-je: I Can't Alter the Four Seasons, I Can Only Try to Make Them More Splendid]. Taipei: Sun Color Culture Publishing.)
- ，2015，《翻轉選戰的流浪狗團隊：柯文哲核心幕僚談勝選關鍵》序，劉坤鰲，新北

市：藍海文化事業公司。

(-----, 2015. *Fan juan shiuan jan di liou lang gou tuan duei: Ke wen je he shin mu liau tan sheng shiuan guan jian xu* [Foreword to *The “Stray Dogs” Team that Turned the Election: Ko Wen-je’s Core Advisers Discuss the Keys to His Election Victory*]. Kun-li Liu. New Taipei City: Blue Ocean Educational Publishing.)

郝培芝，2014，〈蜜月期選舉時程與衣尾效應：法國半總統制下總統與國會選舉之分析〉，《東吳政治學報》，32(2): 1-64。

(Hao, Pei-chih. 2014. “Mi yue chi shiuan jiu shr cheng yu yi wei shiau ying: Fa guo ban tzung tung jr shia tzung tung yu guo hwei shiuan jiu jr fen shi” [Honeymoon Election and Coattail Effect: An Analysis of Presidential and Parliamentary Elections in the French Semi-Presidential System]. *Soochow Journal of Political Science* 32(2): 1-64.)

陳宏銘、蔡榮祥，2008，〈選舉時程對政府組成型態的牽引力：半總統制經驗之探討〉，《東吳政治學報》，26(2): 117-180。

(Chen, Hong-ming, and Jung-hsiang Tsai. 2008. “Shiuan jiu shr cheng duei jeng fu tzu cheng shing tai di chian yin li: Ban tzung tung jr jing yan jr tan tau” [Impact of the Electoral Cycles on Government Formation in Semi-Presidentialism: A Comparative Study]. *Soochow Journal of Political Science* 26(2): 117-180.)

黃旻華，2006，〈如何看待穆斯林社會中政治伊斯蘭的民意支持？複層次迴歸模型的實證分析〉，《人文及社會科學集刊》，18(1): 119-169。

(Huang, Min-hua. 2006. “Ru he kan dai mu sz lin she hwei jung jeng jr yi sz lan di min yi jr chr? Fu tseng tsz hwei guei mo shing di shr jeng fen shi” [How Do We Interpret the Popular Support of Political Islam in the Muslim Societies? A Multilevel Analysis]. *Journal of Social Sciences and Philosophy* 18(1): 119-169.)

黃勝堅，2014，〈白色的力量——柯文哲：我改變不了四季的變化，只能盡力讓其盡善盡美〉序，柯文哲，臺北：三采文化出版公司。

(Huang, Sheng-jean. 2014. *Bai se di li liang- Ke wen je: Wo gai bian bu liau sz ji di bian hua jr neng jin li rang chi jin shan jin xu* [Foreword to *The White Force- Ko Wen-je: I Can’t Alter the Four Seasons, I Can Only Try to Make Them More Splendid*]. Wen-je Ko. Taipei: Sun Color Culture Publishing.)

劉坤鱧，2015，〈翻轉選戰的流浪狗團隊：柯文哲核心幕僚談勝選關鍵〉，新北市：藍海文化出版社。

(Liu, Kun-li. 2015. *Fan juan shiuan jan di liou lang gou tuan duei: Ke wen je he shin mu liau*

tan sheng shiuan guan jian [The “Stray Dogs” Team that Turned the Election: Ko Wen-je’s Core Advisers Discuss the Keys to His Election Victory]. New Taipei City: Blue Ocean Educational Publishing.)

蕭怡靖、黃紀，2010，〈政治課責與投票抉擇：2009年雲林縣縣長及鄉鎮市長選舉之分析〉，臺灣選舉與民主化調查2010年國際學術研討會：基層選舉與基層治理，10月30日，臺北：政治大學。

(Hsiao, Yi-ching, and Chi Huang. 2010. “Jeng jr ke tze yu tou piau jiue tze: Er ling ling jiu nian yun lin shian shian chang ji shiang jen shr chang shiuan jiu jr fen shi” [Political Accountability and Voter Choice: Analysis of the 2009 Yunlin County and Township Executive Elections]. Presented at Taiwan’s Election and Democracy Survey (TEDS) 2010 International Conference: Grassroots Elections and Grassroots Governance, Taipei.)

II. 外文部分

Bean, Louis H. 1948. *How to Predict Elections?* New York: Alfred A. Knopf, Inc.

Berry, William D., Michael B. Berkman, and Stuart Schneiderman. 2000. “Legislative Professionalism and Incumbent Reelection: The Development of Institutional Boundaries.” *American Political Science Review* 94(4): 859-874.

Bibby, John F. 1983. “Patterns in Midterm Gubernatorial and State Legislative Elections.” *Public Opinion* 6: 41-46.

Born, Richard. 1984. “Reassessing the Decline of Presidential Coattails: U.S. House Elections from 1952-80.” *The Journal of Politics* 46(1): 60-79.

Calvert, Randall L., and John A. Ferejohn. 1983. “Coattail Voting in Recent Presidential Elections.” *The American Political Science Review* 77(2): 407-419.

Campbell, Angus, Philip E. Converse, Warren E. Miller, and Donald E. Stokes. 1960. *The American Voter*. New York: John Wiley and Sons, Inc.

Campbell, Angus, Gerald Gurin, and Warren E. Miller. 1954. *The Voter Decides*. Evanston, IL: Row, Peterson & Company.

Campbell, Angus, and Warren E. Miller. 1957. “The Motivational Basis of Straight and Split Ticket Voting.” *The American Political Science Review* 51(2): 293-312.

Campbell, James E. 1986a. “Presidential Coattails and Midterm Losses in State Legislative Elections.” *American Political Science Review* 80(1): 45-63.

-----, 1986b. “Predicting Seat Gains from Presidential Coattails.” *American Journal of Political*

- Science* 30(1): 165-183.
- Campbell, James E., and Joe A. Sumners. 1990. "Presidential Coattails in Senate Elections." *The American Political Science Review* 84(2): 513-524.
- Chubb, John E. 1988. "Institutions, the Economy, and the Dynamics of State Elections." *The American Political Science Review* 82(1): 133-154.
- Cummings, Milton C., Jr. 1966. *Congressmen and the Electorate: Elections for the U.S. House and the President, 1920-1964*. New York: Free Press.
- Edwards, George C. III. 1979. "The Impact of Presidential Coattails on Outcomes of Congressional Elections." *American Politics Quarterly* 7: 94-107.
- Ferejohn, John A., and Randall L. Calvert. 1984. "Presidential Coattails in Historical Perspective." *American Journal of Political Science* 47: 127-146.
- Flemming, Gregory N. 1995. "Presidential Coattails in Open-Seat Elections." *Legislative Studies Quarterly* 20(2): 197-211.
- Giles, Michael W., and Anita Pritchard. 1985. "Campaign Spending and Legislative Elections in Florida." *Legislative Studies Quarterly* 10(1): 71-88.
- Golder, Matt. 2006. "Presidential Coattails and Legislative Fragmentation." *American Journal of Political Science* 50(1): 34-48.
- Gschwend, Thomas, and Dirk Leuffen. 2005. "Divided We Stand: Unified We Govern? Cohabitation and Regime Voting in the 2002 French Elections." *British Journal of Political Science* 35(4): 691-712.
- Hogan, Robert E. 2005. "Gubernatorial Coattail Effects in State Legislative Elections." *Political Research Quarterly* 58(4): 587-597.
- Hovland, Carl I., and Walter Weiss. 1951. "The Influence of Source Credibility on Communication Effectiveness." *Public Opinion Quarterly* 15(4): 635-650.
- Hox, Joop J. 2010. *Multilevel Analysis: Techniques and Applications*. New York: Routledge.
- Huang, Chi, and T. Y. Wang. 2014. "Presidential Coattails in Taiwan: An Analysis of Voter- and Candidate-Specific Data." *Electoral Studies* 33: 175-185.
- Jacobson, Gary C. 1976. "Presidential Coattails in 1972." *The Public Opinion Quarterly* 40(2): 194-200.
- , 2009. "The 2008 Presidential and Congressional Elections: Anti-Bush Referendum and Prospects for the Democratic Majority." *Political Science Quarterly* 124(1): 1-30.
- Kernell, Samuel. 1977. "Presidential Popularity and Negative Voting: An Alternative

- Explanation of the Midterm Congressional Decline of the President's Party." *The American Political Science Review* 71(1): 44-66.
- Kramer, Gerald H. 1971. "Short-Term Fluctuations in U.S. Voting Behavior, 1896-1964." *The American Political Science Review* 65(1): 131-143.
- Kritzer, Herbert M., and Robert B. Eubank. 1979. "Presidential Coattails Revisited: Partisanship and Incumbency Effects." *American Journal of Political Science* 23(3): 615-626.
- Mattei, Franco, and Joshua Glasgow. 2005. "Presidential Coattails, Incumbency Advantage, and Open Seats: A District-level Analysis of the 1976-2000 U.S. House Elections." *Electoral Studies* 24(4): 619-641.
- McCracken, Grant. 1989. "Who is the Celebrity Endorser? Cultural Foundations of the Endorsement Process." *Journal of Consumer Research* 16(3): 310-321.
- McGuire, William J. 1985. "Attitudes and Attitude Change." In *Handbook of Social Psychology*, Vol. 2, eds. Gardner Lindzey and Elliot Aronson. New York: Random House.
- McKelvey, Richard D., and Peter C. Ordeshook. 1985. "Elections with Limited Information: A Fulfilled Expectations Model Using Contemporaneous Poll and Endorsement Data as Information Sources." *Journal of Economic Theory* 36: 55-85.
- Miller, Warren E. 1955. "Presidential Coattails: A Study in Political Myth and Methodology." *The Public Opinion Quarterly* 19(4): 353-368.
- Mondak, Jeffrey J. 1990. "Determinants of Coattail Voting." *Political Behavior* 12(3): 265-288.
- , 1993. "Presidential Coattails and Open Seats." *American Politics Quarterly* 21(3): 307-310.
- Mondak, Jeffery J., and Carl McCurley. 1994. "Cognitive Efficiency and the Congressional Vote: The Psychology of Coattail Voting." *Political Research Quarterly* 47(1): 151-175.
- Moos, Malcolm. 1952. *Politics, Presidents and Coattails*. Baltimore: The Johns Hopkins Press.
- Myerson, Roger B., and Robert J. Weber. 1993. "A Theory of Voting Equilibria." *The American Political Science Review* 87(1): 102-114.
- Press, Charles. 1958. "Voting Statistics and Presidential Coattails." *The American Political Science Review* 52(4): 1041-1050.
- , 1963. "Presidential Coattails and Party Cohesion." *Midwest Journal of Political Science* 7(4): 320-335.
- Simon, Herbert A. 1954. "Bandwagon and Underdog Effects and the Possibility of Election Predictions." *The Public Opinion Quarterly* 18(3): 245-253.

- Thorson, Gregory R., and Stephen J. Stambough. 1995. "Anti-Incumbency and the 1992 Elections: The Changing Face of Presidential Coattails." *The Journal of Politics* 57(1): 210-220.
- Weber, Ronald E. 1980. "Gubernatorial Coattails: A Vanishing Phenomenon?" *State Government* 53: 153-156.

Spill-over Effects of the “Ko Wen-je Phenomenon” in Taiwan’s 2014 Local Elections: Case Study of Potential Coattail Effects on DPP Hsinchu City Mayoral Candidate Lin Chi-jian

Ming-tong Chen^{*} · Shi-huei Yang^{**}

Abstract

In nation-wide local elections held on November 29, 2014, the Kuomintang (KMT) suffered its worst defeat in the post-war history of local elections in Taiwan. The party saw its control of the country’s 22 local executive posts dwindle from 15 to only 6. Most notable among the KMT’s setbacks was its mayoral election defeat in the Taipei City, which had been run by a KMT mayor for 16 years. Ko Wen-je, an independent who ran under the banner of a “grand opposition alliance,” defeated KMT candidate Sean Lien by nearly 250,000 votes. The KMT’s post-election review report pointed to spill-over effects from the Taipei election to other local contests as one of the reasons for its crushing defeat nation-wide.

Did the “Ko Wen-je phenomenon” truly produce such spill-over effects? This study looks at the Hsinchu City mayoral election, using various empirical data to assess potential spill-over effects from Ko’s Taipei candidacy to that of DPP Hsinchu City mayoral candidate Lin Chi-jian. Hierarchical non-linear modeling is applied to analyze a combination of individual-level and macro-level data. The data analysis shows that with respect to individual-level variables, voters’ preference for Lin Chi-jian, party-orientation, and age clearly influenced the level of support for Lin’s

^{*} Professor, Graduate Institute of National Development, National Taiwan University.

^{**} Ph.D. candidate, Graduate Institute of National Development, National Taiwan University.

candidacy. At the macro-level, support for Lin was positively correlated with Ko Wen-je's level of support and media exposure as well as positive commentary on Ko's candidacy on television news programs. The results of the study confirm the existence of coattail effects of the Ko Wen-je phenomenon in Taiwan's 2014 local elections.

Keywords: Ko Wen-je phenomenon, coattail effects, bandwagon effects, 2014 Taiwan local elections