

# 臺灣選民投票抉擇時間點的成因與 影響：以 2020 年總統選舉為例\*

蕭怡靖\*\*

壹、前言

貳、競選活動對選民投票抉擇的影響

參、研究方法與資料來源

肆、資料分析與結果詮釋

伍、結論

每逢選舉，部分選民很早即已決定屬意人選，部分選民則經過一段時日的考量後決定，但亦有部分選民直至投票當天才做出最終的抉擇。而不在同時間點做出投票決定的選民，其政治態度與投票抉擇的考量是否有所差異？對此，本文以臺灣 2020 年總統選舉為背景，利用民意調查資料來進行分析檢證。研究發

---

\* 本文使用的資料全部（部分）係採自「2016 年至 2020 年「選舉與民主化調查」四年期研究規劃（4/4）：2020 年總統與立法委員選舉面訪案」（TEDS2020）（MOST 105-2420-H-004-015-SS4）。「台灣選舉與民主化調查」（TEDS）多年期計畫總召集人為國立政治大學黃紀教授，TEDS2020 為針對 2020 年總統與立法委員選舉執行之年度計畫，計畫主持人為黃紀教授；詳細資料請參閱 TEDS 網頁：<http://teds.nccu.edu.tw>。作者感謝上述機構及人員提供資料協助，惟本文之內容概由作者自行負責。

\*\* 國立政治大學選舉研究中心研究員暨政治學系教授。E-mail: [yching@nccu.edu.tw](mailto:yching@nccu.edu.tw)

投稿日期：2022 年 5 月 12 日；接受刊登日期：2023 年 8 月 30 日。

東吳政治學報/2023/第四十一卷第一期/頁 197-242。

現，對政治愈疏離、對選舉愈冷漠、愈不具政黨認同、也對候選人的情感好惡難以區辨的選民，將會愈晚做出投票決定。而愈晚做出投票決定的選民，在投票抉擇時，政黨認同與候選人情感好惡的影響力顯著偏低，且投票抉擇的考量因素也相對難以捉摸。不過，延遲決定投票對象的選民，亦可能是左右選情勝負的關鍵少數，成為政黨或候選人必須爭取的對象。

**關鍵詞：**投票抉擇、政治競選、總統選舉、政黨認同

## 壹、前言

雖然有選舉未必就是民主國家，但有意義的選舉是民主國家不可或缺的必要條件。藉由選舉，不僅可以組成政府，獲致統治正當性，更透過選舉探詢民意，決定政策方向，落實主權在民的民主基石。再從實際政治運作的層面來考量，選舉也是一場資源爭奪與分配的競爭遊戲。政黨或候選人勝選後，掌握並主導行政資源的分配、決定重大政策或法案的走向，享受擁有及支配權力的慾望。因此，所有政黨及政治人物，無不希望參與選舉，並在競選期間擬定最適的選戰策略，透過各種管道進行動員及宣傳，爭取多數民眾的選票，以期獲得勝選。Schmitt-Beck 與 Farrell (2002a, pp.1) 即明白闡述：「政治行動者在競選期間，透過許多努力與資源投入，讓民眾了解公共政策及政治活動，並說服民眾接受其觀點，以尋求社會大眾的支持」。其強調競選活動的重要性，意味著，民眾投票抉擇的考量模式並非固定不變，或許不是所有人，但至少有一部分的民眾在競選期間，會受到政黨或候選人的競選策略、社會突發事件的影響，而形塑或改變其政治態度，進而做出最終的投票抉擇。

尤其，在不同的選舉進程中，從擬參選人的表態、黨內提名作業的進行、政黨提名人選的確定，到正式登記成為候選人，接續各項競選活動的擬定與展開。而政黨與候選人的競選策略，有從正面角度行銷自我，包括個人背景優勢的介紹，提出未來的施政藍圖或政見願景，亦或是宣揚過去的施政績效，無非是希望能形塑或強化其在選民心中的正向認知與偏好，爭取選民手中的選票。此時，選舉期間雖有競爭，但至少是理性平和，選民可藉此機會彼此之間充

分討論交換意見，甚至與政黨及候選人互動後，決定最後的投票對象。不過，亦有政黨或候選人採取負面競選（negative campaign）的策略，透過激情聳動的語言，以批判攻擊抹黑對手的方式，企圖藉此詆毀對方形象或形塑恐懼壓力，以期降低選民投票給敵對陣營的意願，但同時卻也挑起選民之間的衝突與對立，讓整體選戰氛圍日趨緊繃，甚至呈現出不理性的情緒對立。

2020年臺灣總統選舉，雖然民進黨提名的蔡英文以817萬票，57.13%的得票率，擊敗國民黨提名的韓國瑜及親民黨提名的宋楚瑜，順利獲得連任。但整體競選過程，並非早已勝負底定而平淡冷清，反倒是充滿政黨高度動員的激情對立。從國、民兩黨正式提名開始，韓國瑜即夾帶高雄市長勝選的光環，憑恃高度的群眾魅力，打出「庶民總統」的口號，吸引諸多死忠韓粉的支持。而蔡英文陣營也不遑多讓，藉由香港社會運動，訴求臺灣國家主權的維護，並以「辣台妹」的形象凸顯反中訴求。選舉期間，雙方陣營都透過大型的造勢晚會，動員支持群眾，拼人氣也炒熱度，讓整體選戰氛圍高度對立。

從以上對競選過程的學理討論與臺灣實際的總統選戰氛圍，本文核心的研究問題是，在資訊豐富且競爭激烈的選戰過程中，為何有些選民在選戰之初，甚至更早即已做出投票對象的決定，部分選民則遲遲無法決定，甚至到選舉投票日才決定投票對象？選民在政治態度與政治涉入上的差異，是否影響其在不同時間點做出投票決定？此外，在不同時間點決定投票對象的選民，其投票抉擇的考量因素是否有所異同？是否愈早做出投票決定的選民，對特定政黨具有強烈的心理依附情感，反應出明顯的候選人情感好惡，以致早就已決定投票對象？反之，愈晚決定投票對象的選民，相對較不具

政黨認同情感及候選人間的情感好惡差異，而是著重於議題立場上的比較，或施政表現上的評估？

對此，本文以 2020 年臺灣總統選舉為探討背景，針對上述研究問題，利用「臺灣選舉與民主化調查」（Taiwan's Election and Democratization Study；簡稱 TEDS）在 2020 年總統選舉結束之後的全國性面訪計畫，探詢選民在該次選舉中做出投票決定的時間點，同時檢視選民的政治態度與政治涉入如何影響其在不同時間點做出投票決定，並比較在不同時間點做出投票決定的選民，形塑投票抉擇考量因素的差異。在章節安排上，第二節針對過去有關競選活動對選民投票抉擇影響的相關文獻進行評析，進而導引出對本文學理討論與研究假設；第三節說明本文研究方法與資料來源；第四節則進行資料分析與詮釋；第五節為結論。

## 貳、競選活動對選民投票抉擇的影響

不可諱言的，選舉早已成為民主政治運作下不可或缺的核心要素，政黨及候選人為了爭取選民的選票，採取各種策略與活動，以期勝選獲取政府職位。但競選活動是否對選民的投票抉擇具有顯著影響力？即便政黨、候選人、利益團體、政府部門，乃至於傳播媒體及部分選民確信競選活動的確發揮一定的效用，但學界長期以來的研究並未獲得一致的見解，仍屬「未定之論」（undecided）（Schmitt-Beck & Farrell, 2002a）。而針對競選效果的系統性研究，最早可從傳播媒體的使用及人際網絡的動員兩途徑著手，這可溯及 Lazarsfeld 等學者在 1944 年所合著的 *The People's Choice* 一書，作者在書中提出「二階段傳播理論」（the two-step flow of

communications)，認為人際互動的競選效果要高於媒體傳播，且選民的投票抉擇受到政黨競選活動的影響，主要在於「強化」(reinforcement)其原本既定的投票意向，其次才是「催化」(activation)原本尚未決定投票意向的選民，至於要讓原本已有既定支持對象的選民，「轉化」(conversion)支持另一政黨候選人的比例則相當有限。

不過，*The People's Choice* 撰述的時空環境背景與現在大相逕庭，隨著科技的進步，現代民眾對於各項資訊可說垂手可得，生活習慣的改變，也讓人際間的互動日漸薄弱，故部分學者開始重新強調傳播媒體在競選活動中的重要性。Kotler et al. (1999) 強調媒體在競選活動時扮演重要的角色，認為它可以聚焦也可以削弱候選人的特定立場，且媒體所行形塑出來的形象也將影響著選民的投票意向。Kaid (1999) 則從美國歷年總統選舉電視廣告花費大幅上揚，並引用 Schwartz 所言「政黨是候選人及公民之間傳遞訊息的工具，而今日的政黨即是 ABC、NBC、CBS」，強調政治廣告在競選活動中的重要性不言可喻。Kinsey (1999) 則從競選實務的角度，說明不同傳播媒介的影響各不相同，其中，電視最受到重用，因為電視上的最佳廣告可以喚起選民感受及引發情感的聯繫；報紙則只較能吸引理性、政治知識較高的選民；而新興的網際網路可提供更多元的訊息給選民。尤其，自 21 世紀網際網路普及後，社群媒體更成為選戰中的重要資訊傳遞與動員工具，過去研究紛紛證實，政黨或候選人在社群媒體上的經營有助於選票的爭取，也有相對較高的勝選機率 (Barclay et al., 2015; Kruikemeier, 2014; Vepsäläinen & Suomi, 2017)。

臺灣自 1980 年代後期政治民主化以來，由於威權統治的歷史因

素，以及後續政治環境的變遷，部分報紙或電視台所傳遞的政治訊息，存在一定程度的政治偏差，傾向特定政黨或政治立場（林裕展、羅文輝，2010；郭及天、王嵩音，2001；羅文輝、黃蕨蕨，2000）。再加上，民眾在媒體的接觸上，也存在「選擇性暴露」（selective exposure），偏好接觸與自己政治立場較為接近的媒體（羅文輝，2004；蕭怡靖，2006）。也因此，過去的相關研究皆顯示，在選舉期間，臺灣選民的媒體接觸與投票行為確實存在統計上的關連性（王嵩音，2006；翁秀琪、孫秀蕙，1994；孫秀蕙，1995；莊伯仲、金志聿，2019；彭芸，2000；劉正山，2009）。

雖然傳播媒體在競選過程的重要性一再被強調，但人際互動的影響效果也持續被證實。Mendelsohn（1996）針對 1988 年加拿大國會選舉的研究即發現，人際之間對於某項議題的討論，會抵銷掉媒體暴露程度對選民投票抉擇的影響力。且相關研究也證實了，不論參與同質或異質團體，雖然民眾彼此討論時未必完全正確認知對方的政治傾向及態度，但參與社會團體或是人際網絡間的彼此討論，確實會影響選舉的投票抉擇（Huckfeldt & Sprague, 1987; Huckfeldt et al., 2005; Levine, 2005）。在臺灣，國民黨傳統上除了透過地方黨部組織動員外（陳陸輝，1994；劉義周，1992），也利用地方團體（例如：農漁會、水利會等）與派系掌控地方政治生態，並在選舉時組織動員，甚至以買票的方式爭取選民的選票。這種社會動員的競選策略，在後來選舉中仍是影響選民投票參與的重要因素（Tsai, 2001; 王金壽，1997）。後續臺灣隨著民主政治的開放，政黨在地方上的組織動員能力或許較為衰弱，但相關研究仍顯示，黨部、候選人、社團、親戚等管道的動員拉票，乃至於人際間的日常討論，仍會影響民眾的投票參與（吳重禮等，2006；林聰吉，2007；黃秀端，1995；

張佑宗、趙珮如，2006）。

上述文獻顯示，競選期間政黨及候選人透過傳播媒體的訊息傳遞，以及人際網路的組織動員，對選民的投票抉擇存在一定程度的關連性。但這樣的影響力，就如同 Schmitt-Beck 與 Farrell（2002b, pp.183）在 *Do Political Campaigns Matter?* 一書中，最後一章節所訂的篇章標題“Do Political Campaigns Matter? Yes, But It Depends.”，意即競選活動確實能夠對於選民的投票抉擇發揮一定的效果，只是必須依據其所著眼的面向而定，並且必須考量整體選舉的環境系絡因素及選民個人特質而有所差異。

Ruostetsaari 與 Mattila（2002）以芬蘭 1999 年的國會選舉為例，發現在「開放式政黨名單比例代表制」（open party-list）下，候選人的競選組織與活動較多者、花費在報紙上的競選廣告支出愈高者，皆有顯著較佳的得票表現。Lachat 與 Sciarini（2002）則以瑞士 1999 年全國性選舉為例，發現競選活動對選民投票抉擇的影響，主要是存在於不具政黨認同的選民，以及在競選期間才決定投票意向的選民身上。此外，在選情愈緊繃的選區，競選活動的效果愈明顯。但有時競選活動亦可能發生「回力鏢效果」（boomerang effect），Popescu 與 Tóka（2002）以 1994 及 1998 年匈牙利兩次國會選舉為例，1994 年時該國的公共電視為執政黨所獨佔壟斷，而民眾也相當清楚公共電視是政府壟斷宣傳的工具故在 1994 年的選舉中，民眾暴露在公共電視的頻率愈高，對執政黨的支持與經濟評價反而愈低，投票支持的機率隨之降低。但這種情形隨著媒體的開放而減緩，且在 1998 年的國會選舉中即不再出現這種反效果。

至於競選期間，選民的態度如何發生變化，進而做出投票決定？對此，Gelman 與 King（1993）所提出的「啟發偏好理論」（theory of



enlightened preferences) 認為，媒體對選民投票抉擇的影響，是媒體扮演資訊傳遞的角色，讓選民逐漸知悉與選舉有關的「基礎變數」(fundamental variables)，尤其是政黨及候選人的意識型態或議題立場，並在調整各項變數的「權重」(weight) 後，做出投票抉擇，並強化投票抉擇的群內同質性與群間異質性。<sup>1</sup>

此一論點提出後，受到諸多學者的研究證實。Andersen (2003) 利用英國 1992 及 1997 年兩次國會選舉的「定群追蹤」調查資料發現，在選舉年以選民的意識型態等基本變數來預測其政黨支持，要比非選舉年時的預測結果來的更佳，尤其對媒體接觸較為頻繁的選民而言更是如此。其後更進一步更利用英國工黨自 1994 年開始，意識型態立場逐漸往光譜中間移動的機會，探測選民對政黨政治立場的瞭解程度，結果發現，選民在選舉年的政治知識確實較非選舉年時來的高，且接觸媒體程度愈強者，政治知識也愈佳。另外，選民的政治知識愈高，其意識型態與投票抉擇間的關連性愈強，表示選民確實在競選期間學習到政黨的政治立場，並具以做出投票決定 (Andersen et al., 2005)。

同樣的，Stevenson 與 Vavreck (2000) 分析 13 個國家在 113 次選舉的總體資料，發現競選活動的時程愈長，選民愈能夠在選舉期間瞭解政府在經濟面向上的施政表現，以及候選人的經濟政策立場，進而協助他們做出投票決定。Arceneaux (2006) 則利用歐洲跨國民意調查資料，證實競選活動確實具有「啟發」選民投票抉擇的功能，且隨著投票日的到來，這種啟發效用愈高。尤其，對政治練

---

1. 也就是說，隨著競選活動的進行，支持 A 候選人的民眾，其基本特質與政治態度愈趨一致；相反的，與支持 B 候選人的選民相較，兩群體民眾之基本特質及政治態度的差異性則愈趨明顯。

達程度較低的選民，或是在採取政黨名單比例代表制的國家中，這種學習啟發效果更為明顯。此外，Gidengilet al. (2002) 以加拿大 1988、1993 及 1997 年三次國會議員選舉進行分析，發現隨著選舉活動的進行，選民的政黨領袖偏好及議題立場，對其投票抉擇的重要性隨之提升；反觀，政黨認同的影響力則逐漸下滑，尤其，媒體暴露的時間愈久，選民投票考量因素的變化機率也愈高。McAllister (2002) 分析美國、英國及澳洲歷年全國性選舉則發現，選民做出投票決定的時間點逐年延後，且這些「延遲決定的選民」(late deciders) 對關心選舉的比例也愈來愈高，不但有相對較強烈的政治參與，也較為關注傳播媒體的報導。

在臺灣，立法委員選舉制度在 2005 年修憲後變得較為複雜，以致選民對於新選制的内容相對陌生。不過，在競選期間，隨著競選活動的進行，愈接近投票日，選民正確認知選制内容的比例逐漸升高，並有助於其前往投票。但選舉結束後，選民正確認知新選制内容的比例隨之下滑，且離選舉投票日愈遠，正確認知的比例愈低。這顯示競選活動對於選民而言確實存在學習效果，並讓選民對選舉制度的認知呈現「選舉循環」(electoral cycle) 的態勢 (Huang & Yu, 2011; Huang et al., 2011, 2012, 2013; 游清鑫, 2012; 蕭怡靖, 2009)。但同時，蕭怡靖 (2017) 也曾以 2012 年臺灣總統選舉為背景，利用選前「滾動式橫斷面電話訪問」(rolling cross-sectional telephone interview) 的研究設計，針對選民的候選人評價及投票抉擇進行分析。研究發現，隨著競選活動的進行，愈接近投票日，選民對候選人的情感好惡確實愈趨明確與對立，尤其與自身政黨認同的關連性更是顯著提升，證實了競選期間選民政黨認同的影響力逐漸強化。

藉由以上的文獻討論，競選期間的各項競選策略或活動，讓選

民從中學習各項相關資訊，進而協助其做出投票決定。因此，資訊愈完備的選民，愈不需要藉由競選活動的資訊擷取來協助做出投票決定，也會愈早做出投票決定。而這類選民應該在政治資訊與政治涉入上相對豐富積極，不僅對媒體政治新聞的注意程度較高，具備較佳的政治知識，也對選舉較為關心，較願意從事競選相關活動，或被選舉動員，並相對具有政黨認同，也對候選人的情感好惡較為明顯。相反的，政治資訊與政治涉入相對消極的選民，在缺乏既有資訊及情感動員下，必須透過競選期間的資訊擷取來協助其做出投票決定，以致延遲投票決定的時間點，甚至在投票日前才做出投票決定。

此外，相對具備較完整且明確的政治態度的選民，將會愈早做出投票決定，尤其對政黨心理依附的認同感一旦建立即長期穩定，並是形塑候選人情感好惡的重要基礎，因此在投票抉擇上，相對傾向以政黨認同及候選人好惡等既存的情感因素為主。反觀，對於政治資訊相對缺乏，其政治態度也相對冷漠，對政黨及候選人也相對較不具備情感認同及好惡的選民，會愈晚做出投票抉擇，因此在選舉期間傾向藉由多元資訊的擷取，以重要的議題立場或施政評價等短期因素，做為形塑其投票抉擇的考量因素。

據此，本文所提出的研究假設如下：

一、政治資訊愈缺乏，政治涉入愈消極的選民，會愈晚做出投票決定；反之，政治資訊愈豐富，政治涉入愈積極的選民，會愈早做出投票決定。

二、愈晚做出投票決定的選民，愈傾向依據議題立場或施政評價等短期因素形塑投票抉擇；反之，愈早做出投票決定的選民，愈傾向依據政黨認同及候選人好惡來形塑投票抉擇。

## 參、研究方法與資料來源

由於民眾的政治態度與投票考量隱藏於內心，無法從外顯特徵窺探一二，故要回答本文所關切的研究問題，民意調查是最可行且適合的資料蒐集與分析方式。本文以臺灣 2020 年總統選舉為背景進行探究，藉由 TEDS 於 2020 年總統選舉結束後所進行的面訪計畫做為分析資料庫。2020 年總統選舉於 2020 年 1 月 11 日投票，該研究計畫正式訪問於同年 1 月 13 日開始執行，直至 5 月下旬結束，總計抽出並接觸 11,638 位民眾，最終完成 1,680 份，成功率為 14.44%。為使成功受訪樣本的特徵符合母體結構，讓統計推論更具有代表性，TEDS 即以 2019 年 12 月內政部公開之「內政部統計年報」作為母體參數的依據，針對「性別」、「年齡」、「教育程度」與「抽樣的地理區域」四個變數進行樣本代表性檢定，同時採用「多變數反覆加權法」（raking）進行檢定與加權。

至於本研究的核心問題，關於民眾決定投票對象時間點的問卷設計測量上，在 TEDS2020 的問卷中，先詢問受訪者在本次總統選舉有無去投票「每逢選舉，有人會去投票；有人因為太忙或其他原因不去投票，也有人對投票完全不感興趣，也有人用不投票來表達意見。請您仔細回想一下，在這一次（1 月 11 日）舉行的總統大選中，您有沒有去投票？」；其次，詢問受訪者將選票投哪一組候選人「請問您投票給哪一組候選人？」；最後，針對明確回答投給蔡英文、韓國瑜及宋楚瑜三位候選人的受訪者，進一步詢問其決定投票對象的時間點「請問您是在什麼時候決定您的總統投票人選？」，選項有「很早以前」、「兩個月以前」、「一個月以前」、「兩個

星期以前」、「投票前一兩天」以及「投票當天」等六類。<sup>2</sup> 而後續即以受訪者回答決定投票人選的時間點進行分析，除了呈現決定時間點的整體分布外，更進一步檢視選民在政治態度與政治涉入的差異，是否如研究假設所預期，會在不同時間點做出投票決定；而不同時間點做出投票決定的選民，又是否如研究假設所預期，在投票抉擇上有不同的考量。

## 肆、資料分析與結果詮釋

關於選民決定投票對象時間點的整體分布，表 1 的結果顯示，2020 年總統選舉，在明確投給蔡英文、韓國瑜及宋楚瑜三位候選人的選民中，有高達近六成的比例（58.1%）表示在「很早以前」就已經決定投票人選。如果再將回答「兩個月前」決定的 12.3% 算入，則有高達七成比例（70.4%）的選民，在政黨完成提名作業並確定候選人，但尚未正式完成候選人登記參選的法定程序時，即心有所屬，決定要將選票投給其所屬意的候選人。因為該次總統選舉的投票日是 2020 年 1 月 11 日，而正式登記參選的日期則是 2019 年 11 月 18 至 22 日，從登記到投票日距離不到兩個月，這表示在「兩個月前」即已決定投票對象的選民，極可能對政黨已存在心理依附情感，也對候選人具有高度的情感好惡，因此從政黨提名人選確定後，不待法定登記及競選活動開始，就已決定心中屬意的人選。尤其，有高

---

2. 利用選後民調的方式，詢問受訪者是在何時決定投票對象，是最簡單直接且普遍的做法，畢竟投票時的各項心理態度與決定都是隱藏於內心，也如同各項政治態度或最後的投票決定，都只能仰賴受訪者親自表達。至於此種測量方式是否具有效度，透過後續與其他變數的關連性分析即可探知，如果符合預期結果，即表示此一測量方式具備效度。

達七成選民如此早就決定投票對象，顯示臺灣民眾對選舉事務高度關心，也符合臺灣目前藍綠陣營高度競爭衝突的實際政治態勢。

**表 1**

選民決定總統投票人選的時間點分配表

	次數	百分比
很早以前	770	58.1
兩個月以前	163	12.3
一個月以前	144	10.9
兩個星期以前	94	7.1
投票前一兩天	85	6.4
投票當天	67	5.0
不知道	3	0.2
總計	1326	100.0

資料來源：黃紀（2020）。

除了有七成選民在選前兩個月即已決定投票對象外，另有三成的選民是在候選人正式登記參選後才做出支持對象的決定。只是愈接近選舉投票日才決定投票對象的比例愈來愈少，有 10.9% 的選民在投票前一個月決定投票人選；兩週前才決定要投給誰的占 7.1%；投票日前一兩天才決定的僅占 6.4%；而投票日當天決定的更只占 5.0%，整體比例呈現出逐漸遞減的趨勢。雖然在候選人正式登記後，才做出投票決定的選民比例僅占三成，表示候選人藉由競選活動爭取選票支持的選民對象並非如此全面廣泛，但在臺灣藍綠高度對立的政治氛圍下，這些尚未決定的選民，反而將成為左右選舉勝負的

關鍵少數，自然也就成為藍綠兵家必爭的對象，凸顯出競選活動的重要性。

然而，這群可能左右選舉結果，較晚做出投票支持的關鍵少數，其政治態度與政治涉入有何不同的特質？是否如同本文基於過去學理討論所提出的預期假設，認為對政治相對冷漠，政治涉入相對消極，在缺乏政治資訊及情感依附下的選民，會愈晚做出投票決定。為了驗證此一假設是否成立，接續即針對選民是否關注媒體上的政治新聞、政治知識的高低、是否關注競選過程、從事選舉相關活動的程度、選舉動員的情況，以及是否具有政黨認同及對候選人情感好惡的差異程度進行分析。上述各項變數的問卷測量語句及資料處理方式，請參閱附錄一。此外，若將選民不同政治態度與政治涉入，在投票抉擇時間點上的差異以圖表完整呈現，會占據相當大的篇幅。故接續將以在不同時間點做出投票決定的選民，其政治態度與政治涉入的分布差異來進行說明，不僅可精簡篇幅，亦可初步檢證本文所提出的第一項研究假設。

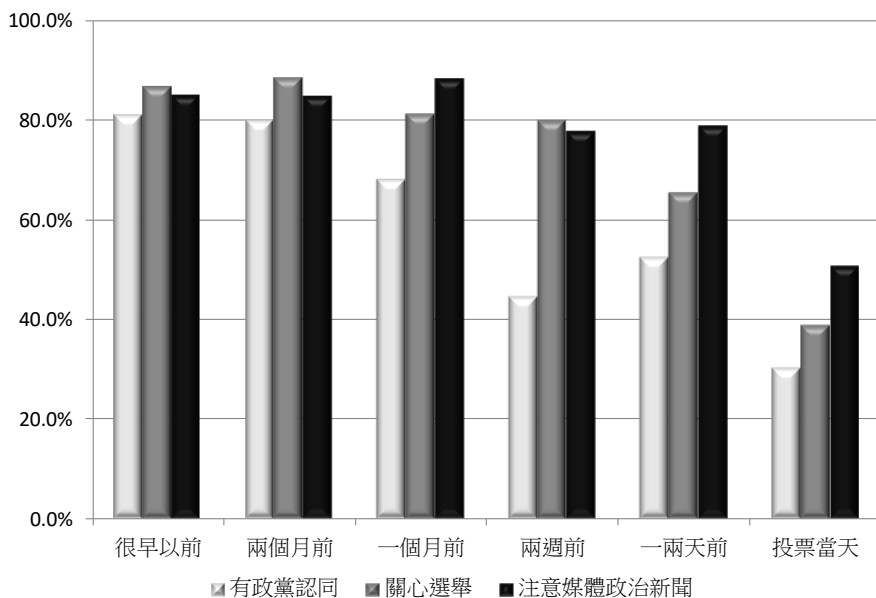
圖 1 顯示，愈晚決定投票對象的選民，注意媒體政治新聞、關心選舉競選過程及具有政黨認同的比例愈低。在注意媒體政治新聞方面，在投票日一個月前決定投票對象的選民，有八成五左右的比例平時即會注意媒體上的政治新聞，但選前一兩週或一兩天才決定投票的選民，注意媒體上政治新聞的比例下滑至八成以下，尤其，投票日當天才決定投票對象的選民，關注媒體政治新聞的比例更僅剩五成左右，顯見愈晚決定投票對象的選民，平時對於政治新聞相對不感興趣。而對政治的冷漠也反應在選舉期間對競選過程相對不關注，對於政黨也相對不具備心理上的情感依附。

圖 1 依舊顯示，選民對於競選過程的關心程度、具有政黨認同的比例，皆隨著投票對象愈晚決定而降低。兩個月前即決定投票對

象的選民，有超過八成五的比例關注競選過程，一個月前或兩週前決定投票對象的選民，關注競選過程的比例下滑至八成左右，一兩天前決定的選民更滑落至六成五，至於投票當天決定的選民只有四成不到的比例關注競選過程。同樣的，兩個月前決定投票對象的選民，有八成以上具有政黨認同，之後具政黨認同的比例隨著投票對象愈晚決定而下滑，至投票當天才決定的選民，具有政黨認同的比例僅三成左右。這樣的結果即意味著，選民在不關心競選過程又不具有政黨認同的情況下，自然無法及早決定要將選票投給哪位候選人，以致延遲到選前，甚至投票日當天才做出投票決定。

圖 1

不同時間點做出投票決定的選民其政治態度與政治涉入的差異(一)



資料來源：黃紀（2020）。

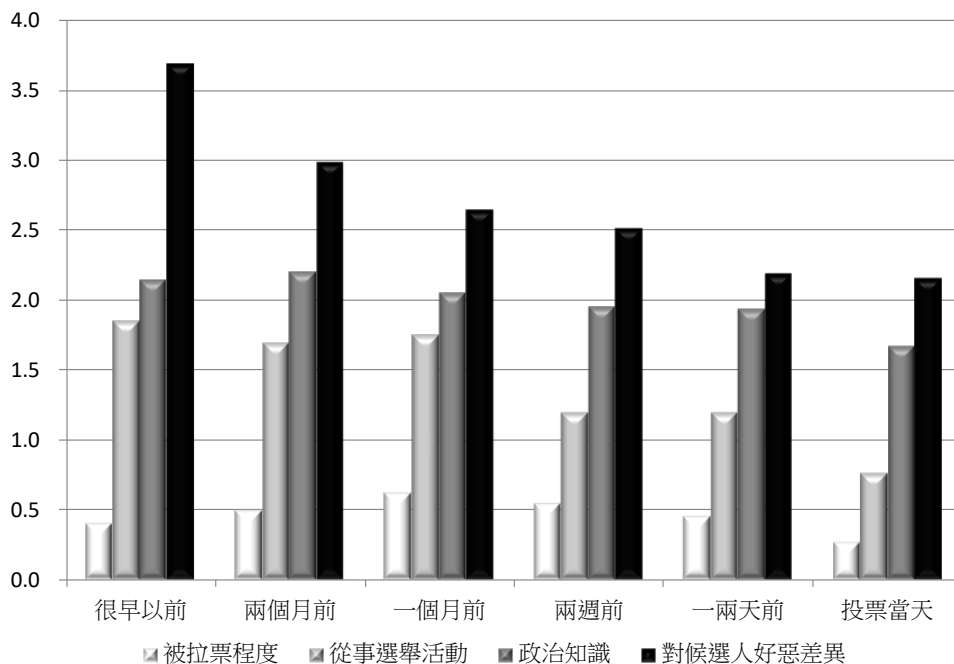


同樣的，我們也可以預期，選民在冷漠的政治態度下，其政治資訊與政治涉入應相對偏低。圖 2 即呈現在不同時間點做出投票決定的選民，其政治知識、從事選舉相關活動、被拉票的程度及對候選人的好惡程度如預期中的變化。圖中顯示，在一個月以前決定投票對象的選民，其政治知識皆在 2.0 以上，但之後隨著決定時間愈晚而愈滑落，至投票日才決定投票對象的選民，其政治知識僅 1.67。另外，競選活動的涉入上，在投票日前一個月決定投票對象的選民，對競選活動的涉入約在 1.7~1.8 之間，投票日前兩週或一兩天前決定的選民，競選活動的涉入約在 1.2 左右，但投票日當天才決定的選民，競選活動的涉入僅 0.76。

至於，愈晚決定投票對象的選民是否愈容易成為政黨或候選人拉票的對象，還是因為對政治疏離而不會被動員拉票？圖 2 呈現有趣的結果，即愈早決定投票對象的選民及愈晚決定投票對象的選民，被人際網絡拉票的程度愈低（僅 0.40 及 0.27）；反觀，在一個月前或兩週前決定投票對象的選民，被人際網絡拉票的程度則相對最高（0.62 及 0.55），呈現開口向下的曲線關係。之所以如此，亦符合實際上的選舉運作，畢竟政黨與候選人拉票與說服的對象主要是對選舉感到興趣但尚未決定的選民，如果選民已有明確的投票對象，自然不是政黨或候選人拉票的對象，而對政治或選舉趕到冷漠疏離的選民，其政治涉入低，政黨及候選人也相對不易透過人際網絡對其進行拉票。

圖 2

不同時間點做出投票決定的選民其政治態度與政治涉入的差異(二)



資料來源：黃紀（2020）。

最後，在對候選人的好惡差異上，我們可以預期，愈晚決定投票對象的選民，由於其政治態度與政治涉入愈消極，自然對於候選人間的好惡差異愈不明顯。反過來說，如果選民對於候選人間的好惡差異愈明確，即會愈早決定投票對象，無須處在不確定的投票狀態。圖 2 即呈現上述的結果，在不同時間點做出投票決定的選民，對三位候選人情感好惡的標準差有明顯的差別，愈早決定的選民，對候選人好惡的標準差超過 3.5，之後隨著決定時間點的延後，對候選人好惡的標準差隨之下滑，至投票前一兩天或當天決定者，對候選人好惡的標準差僅在 2.2 左右，有效解釋為何選民會遲遲無法做出

投票決定。<sup>3</sup>

從以上雙變數的關連性分析，初步證實本文第一項的研究假設，即在政治態度與政治涉入上相對消極，對該次選舉的選情與活動也相對冷漠與疏離的選民，會愈晚做出投票決定。但在沒有控制第三因的情況下，雙變數分析可能出現虛假相關，因此，作者接續藉由線性迴歸模型的建立，將上述各項變數一併納入模型，同時也將選民的性別、年齡及教育程度等人口變項納入控制，進一步檢視研究假設是否成立。其中，依變數仍保留表 1 中的 6 類時間點，1 至 6，從「很早以前就決定」到「投票當天決定」，數字愈大表示愈接近投票日才做出投票決定。再者，在雙變數分析中發現，不同時間點決定投票對象的選民，其被拉票的程度出現先升後降的曲線關係，因此在迴歸模型中，除了置入被拉票程度的連續變數外，也加入被拉票程度的二次方，以符合理論預期。

表 2 的迴歸分析結果顯示，大多數在雙變數分析中的結果亦在迴歸模型中再度獲得證實。除了對媒體政治新聞注意與否，可能因為與其他自變數存在較高度的關聯性，以致未達統計上 95% 的信心水準檢定要求外，其餘皆符合假設預期，即當選民的政治知識愈高、關心選舉、愈積極從事競選活動、具有政黨認同，以及對候選人的好惡差異愈大者，會愈早決定投票對象，決定的時間點距離投票日愈遠；反之，政治知識愈低、不關心選舉、愈不從事競選活動、不具政黨認同，以及對候選人的好惡差異愈小者，會愈晚決定投票對象，決定的時間點距離投票日愈近。此外，值得觀察的是，被拉票程度愈高的選民，其決定投票對象的時間點會愈晚，也愈接近投票日（係數為顯著的 0.153），但其效果出現先升後降的曲線關係並未

---

3. 圖中各項數據及統計檢定結果，請參閱附錄二。

達統計上的顯著性〔係數是-0.007，但  $p>0.05$ 〕，不過，未來能可透過不同年度的資料持續分析檢證。

再者，從政治社會化的理論觀點，選民的政治態度會隨著年齡的增長、對公共事務的關懷而逐漸確立，且豐富的政治經驗也有助於其及早做出政治決定，因此可預期在選舉期間，年輕選民需要較多且較久的考慮，才能做出投票對象的決定，而年長選民則會依據過往既有的政治立場及經驗，提早做出投票對象的決定。對此，表 2 的迴歸分析即證實了上述政治社會化的觀點，年輕選民相對於年長選民，確實會較接近投票日才做出投票決定。

**表 2**

影響選民投票抉擇時間點之迴歸分析表

	$\beta$	(S.E.)
常數	3.994***	(0.210)
注意媒體政治新聞 (不注意=0)	-0.159	(0.107)
政治知識	-0.104*	(0.052)
關心選舉 (不關心=0)	-0.439***	(0.108)
從事選舉活動	-0.063*	(0.025)
被拉票程度	0.153*	(0.073)
被拉票程度平方	-0.007	(0.015)
具有政黨認同 (沒有=0)	-0.732***	(0.089)
對候選人好惡差異的標準差	-0.286***	(0.027)
男性 (女性=0)	0.036	(0.077)
年齡層 (60 歲以上=0)		
20~39 歲	0.431***	(0.121)

40~59 歲	0.367***	( 0.102 )
教育程度 (大學及以上=0)		
國中及以下	-0.226	( 0.134 )
高中職及專科	0.047	( 0.098 )
模型資訊		
n		1313
F-value		32.998
P-value		<0.001
Adjusted- R <sup>2</sup>		0.241

資料來源：黃紀（2020）。

註 1：依變數為選民決定投票對象的時間點（1~6），數字愈大，表示愈接近投票日。

註 2：\*\*\*表  $p < 0.001$ ；\*\*表  $p < 0.01$ ；\*表  $p < 0.05$ 。

從以上針對不同時間點做出投票決定的選民，檢視其政治態度與政治涉入程度的差異，皆證實本文第一項研究假設的成立，即政治資訊愈缺乏，對政治及選舉的涉入也愈消極的選民，會愈晚決定投票對象。但值得進一步討論的是，這些愈晚決定投票對象的選民，最終還是在投票日當天走至投票所投下手中的選票，明確將選票投給特定候選人。只是，愈晚做出投票決定的選民，最終是如何形塑其投票決定？其主要的考量因素與較早做出決定的選民有何差異？對此，本文所提出的研究假設認為，愈晚做出投票決定的選民，因為較不具有既存的政治立場，應愈傾向依據議題立場或施政評價等短期因素形塑投票決定；反之，愈早做出投票決定的選民，則應愈

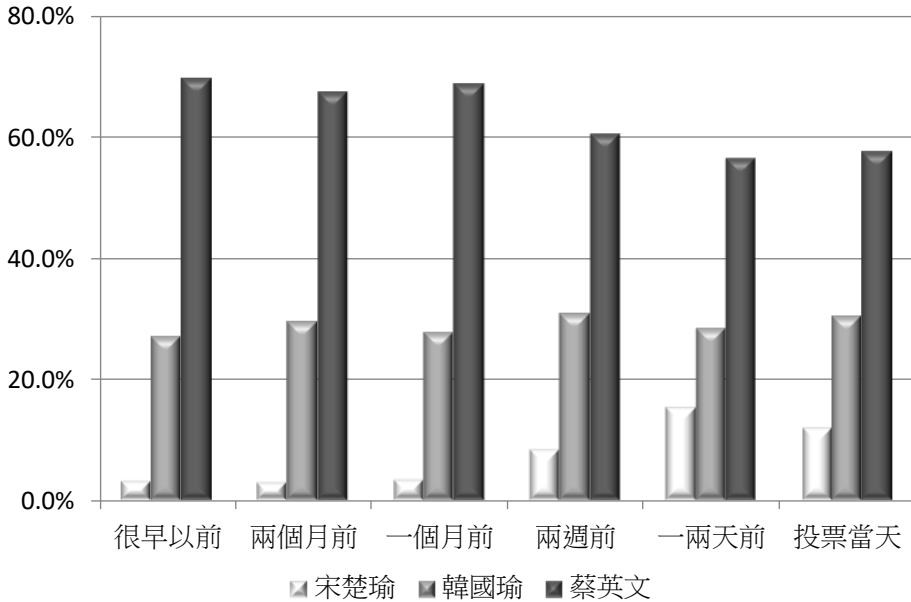
傾向依據政黨認同及候選人好惡來形塑投票決定。

為了回答上述研究問題，本文先呈現不同時間點做出投票決定的選民，其投票對象的差異。圖 3 的結果顯示，不論在哪一個時間點做出投票決定的選民，皆有相對最高的比例投給蔡英文，其次是韓國瑜，最後則是宋楚瑜。但從細緻變化來觀察，愈晚做出投票決定的民眾，投票給蔡英文的比例愈低，反觀投給宋楚瑜的比例相對提高，至於投給韓國瑜的比例並未有明顯的變化。尤其，變化的時間點主要出現在選前一個月，在投票日一個月前決定者，有七成左右投給蔡英文，投給宋楚瑜的比例不到 5%，但投票日前兩週內決定者，投給蔡英文的比例下滑至六成，反之，投給宋楚瑜的比例則上升至一成至一成五左右。

之所以如此，或許是因為在選戰如火如荼之際，國、民兩黨高度交鋒，但宋楚瑜的聲勢卻始終低迷，以致其支持者在擔心選票浪費的考量下，對於是否將選票投給宋楚瑜，仍持續觀望，不願做出最終決定。但在選戰後期，各民意調查機構所發布的民調皆呈現蔡英文穩定領先的局面（吳尚軒，2020），此時，宋楚瑜的支持者或許認為選舉結果已定，才決定將選票忠誠投給原屬意的宋楚瑜。反觀，蔡英文支持者或許相對忠誠，多數及早就已經做出投票決定，因此在選前一個月內才做出決定支持她的比例相對較少。

圖 3

投票決定時間點與最終投票對象關係圖



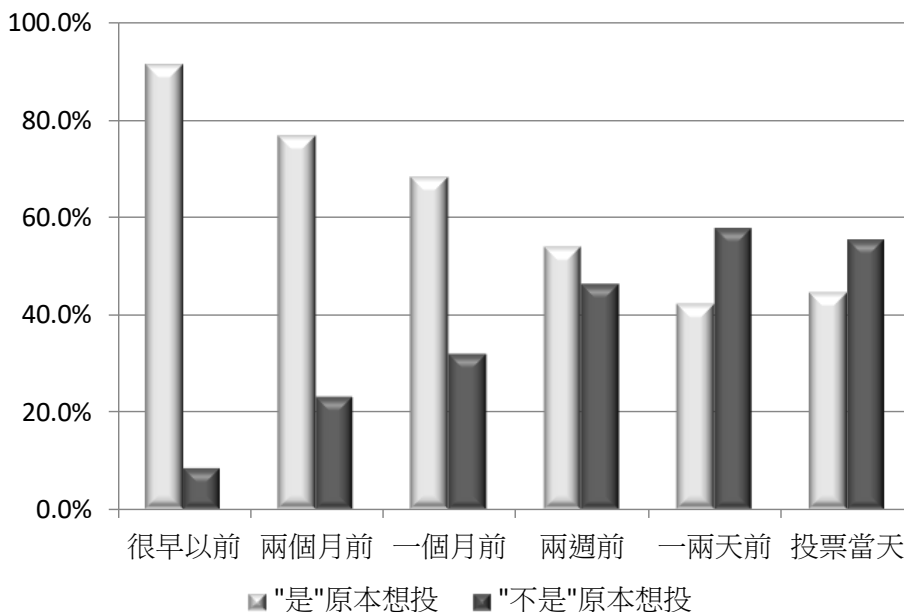
資料來源：黃紀（2020）。

此外，如前所述，愈早決定投票對象的選民，其政治態度與政治涉入愈積極，也較具有政黨認同及明顯的候選人好惡差異，故傾向堅定支持特定的候選人。反之，愈晚決定投票對象的選民，不僅較缺乏政黨認同，對候選人的好惡差異也較不明顯，不僅遲遲難以決定投票對象，也容易改變支持對象。圖 4 的結果即顯示，在很早以前就決定投票對象的選民中，有超過九成（91.3%）表示其支持的候選人原本就最想投的對象，只有不到一成（8.7%）的比例表示其非原本最想投的對象。但這樣的比例差異隨著投票決定時間愈晚而互為增減，至選前一兩天或當天才決定的選民，有五成五左右表示投票支持的對象並非原定最想投的候選人，僅四成左右表示是原來

最想投的對象。可見，愈晚做出投票決定的選民，其投票支持的對象較容易改變，似乎也表示其投票決定的考量因素較不穩定而難以掌握。

圖 4

投票決定時間點與最終投票對象是否為原本最想投之關係圖



資料來源：黃紀（2020）。

為了探知不同投票決定時間點的選民，其投票抉擇的考量因素是否符合本文所提出的第二項研究假設，接續將建構統計模型來進行檢證。由於 2020 年總統選舉有三位候選人參選角逐，除了爭取連任的蔡英文外，還包括國民黨提名的韓國瑜及親民黨提名的宋楚瑜。選舉結果，蔡英文以 57.13% 的得票率當選，連任成功，韓國瑜



及宋楚瑜的得票率則分別為 38.61% 及 4.26%。而在 TEDS2020 面訪資料庫中，有去投票且明確回答投票對象的受訪者計有 1,326 位，其中有 67.2%（891 位）表示投給蔡英文，有 27.8%（369 位）表示投給韓國瑜，另有 5.0%（66 位）表示投給宋楚瑜。<sup>4</sup>

由於資料檔中投給宋楚瑜的樣本數相當有限，若自成一類並不利統計模型的分析，再加上宋楚瑜與韓國瑜同為在野黨，挑戰蔡英文，且兩黨在統獨議題的立場上也相對接近，皆被歸屬為泛藍陣營，因此在統計模型的建構上，將投給韓國瑜及宋楚瑜的樣本合併為一類，視為投給挑戰者，另一類則是投給爭取連任的蔡英文。此外，在考量統計分析樣本數下，本文將民眾投票決定的時間點重新歸類為「很早以前」、「投票選前兩週至兩個月」及「投票當天或前一兩天」等三類，並分別建構「二元勝算對數模型」（binary logit model），檢測在不同時間點做出投票決定的選民，其投票抉擇的考量因素是否符合本文提出的第二項研究假設。

在模型的自變數部分，依據過去有關投票行為的學理及對臺灣選民投票抉擇的研究發現，除了納入「社會心理學」強調情感因素的政黨認同及候選人情感好惡外，也同時考量「理性抉擇」所關注的兩岸統獨議題立場及施政滿意度，並同時將「社會學」所重視的人口特徵，包括性別、年齡、教育程度及省籍背景納入模型進行控制。其中，在政黨認同上，由於依變數是投給民進黨提名爭取連任的蔡英文，與投給國民黨提名的韓國瑜或親民黨主席宋楚瑜兩分類，故採取傳統藍綠政黨的屬性，區分為「泛藍政黨」〔包括國民

---

4. 在選後民意調查結果，常見受訪者回答投給當選人的比例高於當選人實際得票率，在排除樣本代表性的干擾因素下，最常解釋原因在於受訪者為符合「社會期待」（social desirability）所做出的回答。

黨、親民黨與新黨）、「泛綠政黨」〔民進黨與時代力量〕及「中立與其他政黨」三分類，並依據認同的強弱度形成 -4 至 4 的連續變數，數字愈大，愈接近 4，表示愈認同泛綠政黨；數字愈小，愈接近 -4，表示愈認同泛藍政黨；0 則表示非泛藍或泛綠政黨的認同者。

在候選人的情感好惡部分，由於強調選民對候選人間的相對好惡，故將選民給蔡英文的好惡分數分別減去給韓國瑜及宋楚瑜的好惡分數，形成兩個-10 至 10 的連續變數。數字愈大，愈接近 10，表示愈喜歡蔡英文，同時愈厭惡韓國瑜或宋楚瑜；數字愈小，愈接近 -10，表示愈喜歡韓國瑜或宋楚瑜，同時愈厭惡蔡英文；至於 0 則表示選民對兩位候選人的情感好惡完全相同。在統獨議題立場上，問卷中是採 0 至 10 連續變數的測量方式，數字愈大，愈接近 10，表示選民愈偏向兩岸統一；數字愈小，愈接近 0，表示選民愈傾向臺灣獨立。在施政滿意度上，則將問卷中原來李克特（Likert）的四分類順序測量，重新歸類為滿意及不滿意兩類，並轉換成虛擬變數置入模型中。而上述各項自變數的問卷測量語句與變數處理方式，包括人口變項，請參閱附錄一的完整說明。

模型結果如表 3 所示，從主要自變數的係數結果及模型解釋力（Pseudo  $R^2$ ）的高低可以發現，很早以前做出投票決定的選民，政黨認同及候選人好惡差距的情感因素具有顯著影響力，而議題立場、施政評價及其他人口變數則不具統計上的顯著影響，模型解釋力更高達 87.7%，表示政黨認同與候選人好惡這兩項情感因素，幾乎完全主導甚早決定者的投票抉擇，只要所屬政黨提名誰，他們就決定投給誰，而議題立場與施政評價等短期因素並不會影響此類選民的投票決定，也符合此類選民的特質。不過，在投票前兩週至兩個月做出投票決定的選民，不僅受到政黨認同及候選人情感好惡的

影響，也會同時將施政評價納入考量後做出投票決定，模型解釋力亦達 74.9%，可見，這群選民投票抉擇的考量相對兼顧長期與短期因素，考慮也較為周詳。反觀，在投票當天或選前一兩天才決定投票對象的選民，在主要自變數中，僅候選人好惡差距有顯著影響，但係數偏低許多，且政黨認同、議題立場及施政評價都不具顯著性，模型解釋力更僅為 35.2%，表示這群最後才決定投票對象的選民，難以透過傳統的投票理論來預測或詮釋其投票抉擇。

表 3

不同投票決定時間點之投票抉擇二元勝算對數模型

	很早以前	投票前兩週 至兩個月	投票當天或 前一兩天
	$\hat{\beta}$	$\hat{\beta}$	$\hat{\beta}$
常數	-2.702 <sup>s</sup>	-4.167**	-3.077*
藍綠政黨認同 (-4~4)	0.664***	0.813***	0.316
對蔡韓好惡差距 (-10~10)	0.719***	0.751***	0.296*
對蔡宋好惡差距 (-10~10)	0.263**	-0.047	0.138
統獨立場 (0~10)	-0.108	-0.079	0.084
滿意施政表現 (不滿意=0)	0.683	1.251*	0.274
男性 (女性=0)	-0.190	-0.202	0.431
年齡層 (60歲以上=0)			
20 至 39 歲	-0.679	1.897*	0.729

40 至 59 歲	-0.543	1.285	-0.306
教育程度 (大學及以上=0)			
國中及以下	0.299	2.275*	1.794*
高中職、專科	0.080	1.030 <sup>\$</sup>	0.994 <sup>\$</sup>
省籍 (大陸各省市人=0)			
本省客家人	1.670	1.548	1.263
本省閩南人	1.722	1.008	1.522 <sup>\$</sup>
原住民及其他	1.848	-----	1.103
<hr/>			
模型資訊			
n	736	368	131
Pseudo R <sup>2</sup>	0.877	0.749	0.352
Log likelihood	-55.918	-60.325	-58.266
LR X <sup>2</sup>	799.22	359.71	63.35
df	13	12	13
p-value	<0.001	<0.001	<0.001

資料來源：黃紀（2020）。

註 1：依變數 1 表示「投給蔡英文」；0 表示「投給韓國瑜或宋楚瑜」。

註 2：<sup>\$</sup>表示  $p < 0.1$ ；\*表示  $p < 0.05$ ；\*\*表示  $p < 0.01$ ；\*\*\*表示  $p < 0.001$ 。

根據以上的模型結果，本文提出的第二項研究假設僅獲得部分成立，即愈早做出投票決定的選民，確實愈傾向依據自身的政黨認同及對候選人好惡來形塑投票抉擇。但愈晚做出投票決定的選民，則並未如預期的傾向依據議題立場或施政評價等短期因素來形塑投票抉擇，甚至難以捕捉其投票抉擇的考量因素。既然如此，又該如

何解釋最後才做出投票決定選民的投票抉擇？這部分，作者提出以下可能的解釋觀點。首先，由於這群選民的政治資訊較缺乏，對政治及選舉的涉入較消極，在資訊不充足的情況下，可能會主動或被動的依循家人或親近友人的指示或建議做出投票決定。再者，依據「樂隊花車效應」（bandwagon effect），當民眾沒有自己既定的立場，又必須前往投票時，可能會依循多數人的偏好，從眾地做出投票決定，而這一部分自然有利於選戰民調領先的候選人。最後，選前的偶發事件也可能影響選民的投票抉擇，尤其對政黨或候選人沒有情感基礎的選民而言，更容易受此影響而改變或做出投票決定。但可惜的是，上述各種可能的解釋因素，在本研究所採用的民意調查資料庫中，並沒有進行相關變數的蒐集，以致難以進行統計檢證。這也表示，釐清很晚做出投票決定選民的投票抉擇因素，將是未來相當值得探究的主題。畢竟在臺灣藍綠高度競爭的政治氛圍下，雖然尚未決定者的比例未必最高，但卻可能是左右選戰勝負的最後關鍵。

## 伍、結論

競選期間，有些選民早早即決定屬意支持的人選，有些考慮一段時日後才做出決定，當然亦有選民直至投票當天才做出決定。而在不同時間點做出投票決定的選民，其政治態度與投票抉擇背後的考量因素是否有所不同？是否如同本文依據學術理論所提出的研究假設，政治資訊愈缺乏，政治涉入愈消極的選民，會愈晚做出投票決定，也愈傾向依據議題立場或施政評價等短期因素形塑投票決定。反之，政治資訊愈豐富，政治涉入愈積極的選民，會愈早做出

投票決定，也愈傾向依據政黨認同及候選人好惡的情感因素來形塑投票決定？

本文以臺灣 2020 年總統選舉為探討背景，利用 TEDS 在選後所執行的全國性面訪計畫，除了探詢每一位受訪者的政治態度與最終的投票抉擇外，也詢問其做出投票決定的時間點。研究結果顯示，有高達七成的選民在候選人尚未正式登記參選，即已對投票對象做出決定，另外有三成的選民是在競選展開後才陸續做出投票抉擇，甚至有超過一成的選民是在投票前一兩天或投票當天才做出決定。此外，也證實本文研究假設的第一部分，即政治資訊愈不足，對政治及選舉涉入愈消極，同時在情感上缺乏對政黨的心理依附及對候選人的心理好惡的選民，確實會愈晚做出投票決定。

而上述的差異，是否反應在其投票抉擇的考量上？透過統計模型的建構，研究發現，在 2020 年總統選舉中，愈晚做出投票決定的選民，在情感層面的政黨認同與對候選人的好惡，對投票抉擇的影響力相對減弱，但在短期的議題立場與施政評價卻未有顯著提高，整體的模型解釋力也相對偏低許多。這表示本文的第二項研究假設只成立一半，雖然愈早做出投票決定的選民，確實愈傾向以對政黨及候選人的心理依附或情感好惡決定投票對象，但愈接近投票日才決定投票對象的選民，其投票考量也未傾向受到議題立場或施政評價等短期因素的影響，而是愈難以捉摸，愈無法從傳統的投票理論來預測或詮釋。雖然作者嘗試提出可能的解釋原因，但受限於資料上的限制，仍有待未來透過完整的資料蒐集來檢證。

本文的研究結果說明，對政治資訊的接受較低落、對政治與選舉的涉入較消極，同時缺乏對政黨的心理情感依附的選民，愈晚做出投票決定。雖然所占比例相對較少，但在臺灣藍綠競爭緊繃的政

治氛圍下，其投票抉擇卻足以影響選舉勝負，成為左右選戰結果的關鍵少數。從另一個角度來看，這群少數沒有特定政黨立場與政治態度的選民，在藍綠競爭高度衝突對立下，若政黨或候選人可以設法吸引這群消極選民對政治事務的關注，並採取相對溫和的競選策略，強化他們在政治資訊上的接收、形塑其政治態度，並在理性考量後作出投票決定，相信可降低臺灣藍綠政治的兩極對立，有助於提升臺灣民主政治運作的品質，對臺灣民主政治的發展未嘗不是一項正面的助益。

## 參考文獻

- 王金壽（1997）。國民黨候選人買票機器的建立與運作。 *台灣政治學刊*，(2)，3-62。[Wang, C.-S. (1997). The making and operation of a Kuomintang candidate's vote—Buying machine. *The Taiwanese Political Science Review*, (2), 3-62.]
- 王嵩音（2006）。網路使用與選舉參與之研究—以 2004 年立法委員選舉為例。 *臺灣民主季刊*，3(4)，72-102。[Wang, S.-I. (2006). The influence of the internet on political attitudes and campaign participation in the 2004 legislative election. *Taiwan Democracy Quarterly*, 3(4), 72-102.]
- 吳尚軒（2020）。民調真的有準嗎？風傳媒，1月12日。  
<https://www.storm.mg/article/2172807>。[Wu, S.-S. (2020). *Are the polls really accurate? The Storm Media*. January 12.]
- 吳重禮、鄭文智、崔曉倩（2006）。交叉網絡與政治參與：2001 年縣市長與立法委員選舉的實證研究。 *人文及社會科學集刊*，18(4)，599-638。[Wu, C.-L., Cheng, W.-C., & Tsui, H.-C. (2006). Cross-cutting networks and political participation—Lessons of the 2001 county magistrate, city mayoral and Legislative Yuan elections in Taiwan. *Journal of Social Sciences and Philosophy*, 18(4), 599-638.]
- 林裕展、羅文輝（2010）。臺灣電視公司四屆總統選舉新聞報導政黨偏差研究。 *選舉研究*，17(1)，55-90。[Lin, Y.-C., & Lo, V.-H. (2010). Partisan bias in Taiwan television enterprise's coverage of



the four presidential elections in Taiwan – 1996-2008. *Journal of Electoral Studies*, 17(1), 55-90.]

林聰吉 (2007)。社會網路、政治討論與投票參與。《選舉研究》，14 (2)，1-24。[Lin, T.-J. (2007). Social networks, political discussions, and voting participations. *Journal of Electoral Studies*, 14(2), 1-24.]

翁秀琪、孫秀蕙 (1994)。選民的媒介使用行為及其政治知識、政黨偏好與投票行為之間的關聯－兼論臺灣媒體壟斷對政治認知與行為之影響。《選舉研究》，1 (2)，1-26。[Weng, S.-C., & Sun, H.-H. (1994). Voters' media use behavior and the relationship between political knowledge, party preference and voting behavior – An analysis of the impact of media monopoly on political awareness and behavior in Taiwan. *Journal of Electoral Studies*, 1(2), 1-26.]

孫秀蕙 (1995)。比較台灣省選民傳統媒體與新媒體的使用對政治行為的影響－以民國 83 年台灣省長選舉為例。《選舉研究》，2 (1)，93-118。[Sun, H.-H. (1995). Comparing the impacts of traditional and new media usage on political behavior of voters in Taiwan province: A case study of Taiwan's 1994 gubernatorial election. *Journal of Electoral Studies*, 2(1), 93-118.]

郭及天、王嵩音 (2001)。總統參選人夫人媒介形象呈現之初探－以連方瑀、吳淑珍、陳萬水為例。《選舉研究》，8 (2)，65-94。[Kuo, C.-T., & Wang, S.-I. (2001). The image of the presidential candidates' wives in the newspapers. *Journal of Electoral Studies*, 8(2), 65-94.]

- 陳陸輝（1994）。中國國民黨「黃復興黨部」的輔選效果分析。《選舉研究》，1（2），53-96。[Chen, L.-H. (1994). Analysis of the effectiveness of the auxiliary election of the "Huang Fuxing" of the Kuomintang. *Journal of Electoral Studies*, 1(2), 53-96.]
- 張佑宗、趙珮如（2006）。社會脈絡、個人網絡與臺灣 2004 年立法委員選舉選民的投票抉擇。《臺灣民主季刊》，3（2），1-38。[Chang, Y.-T., & Chau, P.-R. (2006). Social context, individual network on vote choice – A study of the 2004 legislative elections in Taiwan. *Taiwan Democracy Quarterly*, 3(2), 1-38.]
- 莊伯仲、金志聿（2019）。候選人臉書經營和選舉結果之關聯分析：以 2016 年區域立法委員選舉為例。《選舉研究》，26（1），89-121。[Chuang, P.-C., & Chin, C.-Y. (2019). *Journal of Electoral Studies*, 26(1), 89-121.]
- 黃秀端（1995）。一九九四年省市長選舉選民參與競選活動之分析。《選舉研究》，2（1），51-76。[Hawang, S.-D. (1995). Analysis of voter participation in the 1994 provincial and mayoral elections. *Journal of Electoral Studies*, 2(1), 51-76.]
- 黃紀（2020）。2016 年至 2020 年「選舉與民主化調查」四年期研究規劃（4/4）：2020 年總統與立法委員選舉面訪案（編號：MOST 105-2420-H-004-015-SS4）。行政院科技部。[Huang, C. (2020). Taiwan's Election and Democratization Study, 2016-2020 (IV): The survey of presidential and legislative elections, 2020 (Project number: MOST 105-2420-H-004-015-SS4). Ministry of Science and Technology.]

- 彭芸（2000）。2000 年總統大選的媒介使用、選舉參與及投票對象。**選舉研究**，7（1），21-52。[Peng, B. (2000). Voters' media use, political participation and voting behavior in 2000 Taiwan presidential election. *Journal of Electoral Studies*, 7(1), 21-52.]
- 游清鑫（2012）。初體驗與粗體驗：臺灣民眾對立委新選制的認知、參與及評價。**選舉研究**，19（1），1-32。[Yu, C.-H. (2012). First and nascent experience—Citizen's perception, participation, and evaluation of the new legislative electoral system in Taiwan. *Journal of Electoral Studies*, 19(1), 1-32.]
- 劉正山（2009）。2008 年總統大選競選期間政黨支持者選擇性接觸媒體傾向的分析。**選舉研究**，16（2），51-70。[Liu, C.-S. (2009). Partisan orientation and selective exposure during Taiwan's 2008 presidential election campaign. *Journal of Electoral Studies*, 16(2), 51-70.]
- 劉義周（1992）。國民黨責任區輔選活動之參與觀察研究。**國立政治大學學報**，（64），209-234。[Liu, I-C. (1992). Election campaign in the Kuomintang's responsibility zone system: A participant observation. *Journal of National Chengchi University*, (64), 209-234.]
- 蕭怡靖（2006）。臺灣閱報民眾的人口結構及政治態度之變遷。**臺灣民主季刊**，3（4），37-70。[Hsiao, Y.-C. (2006). Changes in demographic characteristics and political attitudes of newspaper readers in Taiwan—1992~2004. *Taiwan Democracy Quarterly*, 3(4), 37-70.]
- 蕭怡靖（2009）。選制認知與投票參與：2008 年立法委員選舉的多層分析。**政治學報**，（47），29-58。[Hsiao, Y.-C. (2009). Perception

of electoral rules and voting participation – A multilevel analysis in 2008 Legislative Yuan election. *Chinese Political Science Review*, (47), 29-58.]

蕭怡靖 (2017)。競選期間選民對候選人評價的變化：以 2012 年台灣總統選舉為例。《選舉研究》，24(2)，1-38。[Hsiao, Y.-C. (2017). Change in voters' candidate evaluation during a political campaign – A case study of the 2012 presidential election in Taiwan. *Journal of Electoral Studies*, 24(2), 1-38.]

羅文輝 (2004)。選擇可信度：1992 及 2002 年報紙與電視新聞可信度的比較研究。《新聞學研究》，(80)，1-50。[Lo, V.-H. (2004). Selective credibility – A panel study of newspaper and television news credibility in 1992 and 2002. *Mass Communication Research*, (80), 1-50.]

羅文輝、黃葳威 (2000)。公民營報紙總統選舉新聞之公正性研究。《選舉研究》，7(1)，1-20。[Lo, V.-H., & Huang, W.-W. (2000). Newspaper coverage of the 2000 presidential election. *Journal of Electoral Studies*, 7(1), 1-20.]

Andersen, R. (2003). Do newspapers enlighten preferences? Personal ideology, party choice, and the electoral cycle: The United Kingdom, 1992-1997. *Canadian Journal of Political Science*, 36(3), 601-619.

Andersen, R., Tilley, J., & Heath, A. (2005). Political knowledge and enlightened preference: Party choice through the electoral cycle. *British Journal of Political Science*, 35(2), 285-302.

- Arceneaux, K. (2006). Do campaigns help voters learn? A cross-national analysis. *British Journal of Political Science*, 36(1), 159-173.
- Barclay, F., Pichandy, C., Venkat, A., & Sudhakaran, S. (2015). India 2014: Facebook 'Like' as a predictor of election outcomes. *Asian Journal of Political Science* 23(2), 134-160.
- Gelman, A., & King, G. (1993). Why are American presidential election campaign polls so variable when votes are so predictable? *British Journal of Political Science*, 23(4), 409-451.
- Gidengil, E., Blais, A., Nevitte, N., & Nadeau, R. (2002). Priming and campaign context: Evidence from recent Canadian elections." In D. M. Farrell & R. Schmitt-Beck (Eds.), *Do political campaigns matter? Campaign effects in elections and referendums* (pp. 76-91). Routledge Press.
- Huang, C., & Yu, C.-H. (2011). Political cycle of voters' understanding of the new electoral system: The case of Taiwan. *Japanese Journal of Electoral Studies*, 27(2), 60-76.
- Huang, C., Yu, C.-H., & Haiso, Y.-C. (2011). Citizens' awareness of the new MMM electoral system in Taiwan: A cohort analysis. *Election Studies* (선거연구), 1(2), 7-43.
- Huang, C., Wang, H.-C., & Lin, C.-C. (2012). Knowledge of the electoral system and voter turnout. *Taiwanese Political Science Review*, 16(1), 239-279.
- Huang, C., Wang, H.-C., & Lin, C.-C. (2013). Knowledge of the electoral system and voting: The case of Taiwan's 2012 legislative election. *Issues & Studies*, 49(4), 1-45.

- Huckfeldt, R., & Sprague, J. (1987). Networks in context: The social flow of political information. *American Political Science Review*, 81(4), 1197-1216.
- Huckfeldt, R., Johnson, P., & Sprague, J. (2005). Individuals, dyads, and networks: Autoregressive patterns of political inference. In A. S. Zuckerman (Ed.), *The social logic of politics: Personal networks as contexts for political behavior* (pp. 21-48). Temple University Press.
- Kaid, L. (1999). Political advertising: A summary of research findings. In B. I. Newman (Ed.), *Handbook of political marketing* (pp. 423-438). Sage Publications.
- Kinsey, D. (1999). Political consulting: Bridging the academic and practical perspectives. In B. I. Newman (Ed.), *Handbook of political marketing* (pp. 113-127). Sage Publications.
- Kotler, P., & Kotler, N. (1999). Political marketing: Generating effective candidates, campaigns, and causes. In B. I. Newman (Ed.), *Handbook of political marketing* (pp. 3-18). Sage Publications.
- Kruikemeier, S. (2014). How political candidates use Twitter and the impact on votes. *Computers in Human Behavior*, (34), 131-139.
- Lachat, R., & Sciarini, P. (2002). When do election campaigns matter, and to whom? Results from the 1999 Swiss election panel study.” In D. M. Farrell & R. Schmitt-Beck (Eds.), *Do political campaigns matter? Campaign effects in elections and referendums* (pp. 41-57). Routledge Press.
- Lazarsfeld, P., Berelson, B., & Gaudet, H. (1944). *The people's choice*. Columbia University Press.

- Levine, J. (2005). Choosing alone? The social network basis of model political choice.” In A. S. Zuckerman (Ed.), *The social logic of politics: Personal networks as contexts for political behavior* (pp. 132-151). Temple University Press.
- McAllister, I. (2002). Calculating or capricious? The new politics of late deciding voters.” In D. M. Farrell & R. Schmitt-Beck (Eds.), *Do political campaigns matter? Campaign effects in elections and referendums* (pp. 22-40). Routledge Press.
- Mendelsohn, M. (1996). The media and interpersonal communications: The priming of issues, leader, and party identification. *Journal of Politics*, 58(1), 112-125.
- Popescu, M., & Tóka, G. (2002). Campaign effects and media monopoly: The 1994 and 1998 parliamentary elections in Hungary. In D. M. Farrell & R. Schmitt-Beck (Eds.), *Do political campaigns matter? Campaign effects in elections and referendums* (pp. 58-75). Routledge Press.
- Ruostetsaari, I., & Mattila, M. (2002). Candidate-centred campaigns and their effects in an open list system: The case of Finland.” In D. M. Farrell & R. Schmitt-Beck (Eds.), *Do political campaigns matter? Campaign effects in elections and referendums* (pp. 92-107). Routledge Press.
- Schmitt-Beck, R., & Farrell, D. (2002a). Studying political campaigns and their effects. In D. M. Farrell & R. Schmitt-Beck (Eds.), *Do political campaigns matter? Campaign effects in elections and referendums* (pp. 1-21). Routledge Press.
- Schmitt-Beck, R., & Farrell, D. (2002b). Do political campaign matter?

Yes, but it depends.” In D. M. Farrell & R. Schmitt-Beck (Eds.), *Do political campaigns matter? Campaign effects in elections and referendums* (pp. 183-193). Routledge Press.

Stevenson, R., & Vavreck, L. (2000). Does campaign length matter? Testing for cross-national effects. *British Journal of Political Science*, 30(2), 217-235.

Tsai, C.-H. (2001). Why do Taiwanese vote? *Journal of Electoral Studies*, 8(2), 125-153.

Vepsäläinen, T., Li, H., & Suomi, R. (2017). Facebook likes and public opinion: Predicting the 2015 Finnish parliamentary elections. *Government Information Quarterly*, 34(3), 524-532.



附錄一 各變數測量語句與資料處理說明

變數	問卷題目內容	資料處理方式
投票對象與抉擇時間點	<p>J1. 每逢選舉，有人會去投票；有人因為太忙或其他原因不去投票，也有人對投票完全不感興趣，也有人用不投票來表達意見。請您仔細回想一下，在這一次（1 月 11 日）舉行的總統大選中，您有沒有去投票？</p> <p>J1a. 請問您投票給哪一組候選人？</p> <p>J1b2. 請問您是在什麼時候決定您的總統投票人選？</p>	<p>1. 選民的投票抉擇時間點，區分為「很早以前」、「兩個月以前」、「一個月以前」、「兩個星期以前」、「投票前一兩天」以及「投票當天」等六類。</p> <p>2. 投票對象則包括「蔡英文」、「韓國瑜」及「宋楚瑜」。</p>
對媒體政治新聞的注意程度	<p>A1. 請問您對電視、廣播、報紙或網路上的政治新聞是非常注意、偶爾注意、不太注意，還是完全不注意？</p>	<p>將選項中的「非常注意」及「偶爾注意」合併為「注意」；將「完全不注意」及「不太注意」合併為「不注意」。其他無反應的選項則設為遺漏值，不納入分析。</p>
政治知識	<p>I1. 請問您：美國現任的總統是誰？</p> <p>I2. 請問您：我國現任的行政院長是誰？</p> <p>I3. 請問您：在我國，誰或是哪個機關負責解釋憲法？</p>	<p>受訪者回答「正確」或「知道，但忘記名字」表示該對此題目有基本認知。計算受訪者在這三題具有基本認知的題數，建構 0~3 的指數，數字愈大，意味受訪者的政治知識愈高。</p>

選舉關心	<p>B3. 請問您對這次選舉的競選過程關不關心？是非常關心、還算關心、不太關心，還是非常不關心？</p>	<p>將選項中的「非常關心」及「還算關心」合併為「關心」；將「非常不關心」及「不太關心」合併為「不關心」。其他無反應的選項則設為遺漏值，不納入分析。</p>
從事與選舉相關的活動	<p>B6. 請問您在這次選舉期間，有沒有從事這些活動？</p>	<p>問卷中列出 14 個選項供受訪者複數勾選，形成 0~14 的指數，數字愈大，表示受訪者參與選舉活動愈積極。</p>
被拉票程度	<p>B4. 請問總統候選人或政黨有沒有透過這些人向您拉票？</p>	<p>問卷中列出 10 個選項供受訪者複數勾選，形成 0~10 的指數，數字愈大，表示受訪者被拉票的程度愈高。</p>
政黨認同及黨性強弱	<p>Q1. 在目前國內的政黨中，請問您有沒有偏向哪一個政黨？〔若未明確回答某政黨，則續問〕</p> <p>Q1a. 那相對來說，請問您有沒有稍微偏向哪一個政黨？〔若明確回答某一個政黨，則續問〕</p> <p>Q1b. 請問是哪一個政黨？</p> <p>Q1c. 請問，您偏向這個政黨的度是很強，普通，還是有一點？</p>	<p>1. 依據 Q1a 及 Q1c 劃分為「無黨性」、「有一點黨性」、「普通黨性」及「很強黨性」四分類，其餘無反應設為遺漏值，不納入分析。</p> <p>2. 在統計模型中，將認同「民進黨」及「時代力量」合併，視為泛綠政黨；將認同「國民黨」、「新黨」及「親民黨」合併，視為泛藍政黨；其餘則一律視為「其他政黨與中立無反應」。再配合認同的強弱度，建構-4~4 的藍綠政</p>

	<p>黨認同指數，數字愈接近 4，認同泛綠政黨愈強；數字愈接近 -4，認同泛藍政黨愈強；0 則表示沒有藍綠政黨的認同。</p>
<p>對候選人情感好惡的標準差</p>	<p>我們想要請您用 0 到 10 來表示您對這次總統選舉幾個候選人的看法，0 表示您「非常不喜歡」這個候選人，10 表示您「非常喜歡」這個候選人。</p> <p>K2a. 請問，0 到 10 您會給宋楚瑜多少？</p> <p>K2b. 那韓國瑜呢？</p> <p>K2c. 那蔡英文呢？</p> <p>1. 將拒答者設為遺漏值，排除在分析之外。其餘無反應者視同沒有好惡之分，歸類為「5」的中間值。</p> <p>2. 針對受訪者給予三位候選人的情感好惡分數取標準差，數字愈大，表示對於三位候選人的情感好惡差異愈大。</p>
<p>統獨立場</p>	<p>N1. 我們社會上的人常討論兩岸統一與臺灣獨立的問題，有人主張臺灣應該儘快宣布獨立；也有人認為兩岸應該儘快統一；還有人的看法是在於這兩種看法之間。如果主張臺灣應該儘快宣布獨立的看法在一邊，用 0 表示；認為兩岸應該儘快統一的看法在另一邊，用 10 表示。請問您比較靠哪裡？</p> <p>在模型中直接置入選民自身的統獨立場 0~10，並將無反應設為遺漏值，排除在分析之外。</p>

施政滿意度	C1. 請問您對蔡英文擔任總統期間的整體表現，您覺得是非常滿意、還算滿意、不太滿意、還是非常不滿意？	將選項中的「非常滿意」及「還算滿意」合併為「滿意」；將「非常不滿意」及「不滿意」合併為「不滿意」。其他無反應的選項則設為遺漏值，不納入分析。
年齡	S1. 請問您是民國那一年出生的？	重新歸類為「20 至 39 歲」、「40 至 59 歲」及「60 歲以上」。無反應則設為遺漏值，排除在分析之外。
教育程度	S4. 請問您的教育程度是什麼？	重新歸類為「國中及以下」、「高中職與專科」及「大學及以上」。無反應則設為遺漏值，排除在分析之外。
省籍	S2. 請問您的父親是本省客家人、本省閩南人、大陸各省市人、原住民，還是新住民？	重新歸類為「本省客家人」、「本省閩南人」及「大陸各省市人」及「原住民及其他」。無反應則設為遺漏值，排除在分析之外。

資料來源：黃紀（2020）。

## 附錄二 不同時間點做出投票決定的選民其政治態度與政治涉入的變化

### 附錄 2-1 相關政治態度與政治涉入的平均數檢定

	被拉票程度	從事選舉相關活動	政治知識	對候選人好惡的標準差
很早以前	0.400	1.852	2.138	3.687
兩個月前	0.498	1.697	2.195	2.985
一個月前	0.621	1.747	2.049	2.643
兩週前	0.546	1.195	1.945	2.508
一兩天前	0.452	1.201	1.934	2.191
投票當天	0.274	0.766	1.672	2.155
ANOVA Test (F-value)	2.228*	8.505***	5.606***	48.632***

資料來源：黃紀（2020）。

註：\*表示  $p < 0.05$ ；\*\*表示  $p < 0.01$ ；\*\*\*表示  $p < 0.001$ 。

### 附錄 2-2 相關政治態度與政治涉入的百分比檢定

	政黨認同	關心選舉	注意媒體的政治新聞
很早以前	80.9%	86.8%	84.9%
兩個月前	79.8%	88.3%	84.7%
一個月前	68.1%	81.3%	88.2%
兩週前	44.7%	79.8%	77.7%
一兩天前	52.4%	65.5%	78.8%
投票當天	30.3%	38.8%	50.7%
$\chi^2$ Test ( $\chi^2$ -value)	145.374***	117.191***	56.319***

資料來源：黃紀（2020）。

註：\*表示  $p < 0.05$ ；\*\*表示  $p < 0.01$ ；\*\*\*表示  $p < 0.001$ 。

# The Cause of Vote Decision Timing and Its Impact: A Case Study of the 2020 Taiwan Presidential Election

Yi-Ching Hsiao \*

During a political election, some voters make their vote decision at the beginning of the campaign, some voters need more time to make a decision and some voters delay their vote decision until the voting day. The research question of this paper is to detect what difference and impact there is between the voters who make the vote decision at different times. In order to answer this question, this article takes the 2020 Taiwan presidential election as an example and utilizes the TEDS survey data to carry out a statistical analysis. Our findings are that the voters who are more uninterested in politics and lack a feeling or attachment for any political party and/or the candidates make the vote decision later. Therefore, the effects of party identification and candidate preference on the vote decision are weaker for the later decision voter and it is more difficult in understanding how the later decision voter makes a vote decision. On the other hand, the later decision voters also could be a critical minority because the party or candidate will be the winner if he or she gains their ballots.

**Keywords:** vote decision, political campaign, presidential election, party identification

---

\* Research Fellow, Election Study Center; Professor, Department of Political Science, National Chengchi University.