

第五章 結論

金錢與選舉動員的關係是個引人好奇卻難以有系統研究的問題。在國外的文獻中，研究者大多以候選人競選經費與選舉得票的關係來測量金錢動員的影響力。但在台灣的選舉制度與文化下，選舉長期流傳著候選人買票的報導，這種直接以金錢影響選民投票的動員策略，其實是探討台灣選舉時更須重視的問題。簡單地說，在台灣選舉中買票行為對候選人得票的影響力遠大於單純競選經費的討論。而要精確探討金錢與選舉動員間的關係，候選人買票行為是不得不探究的問題。台灣坊間常將金錢戲稱為銀彈，意指在選舉中金錢如同子彈，可以打下一張張的選票。如果買票真如同射擊，那銀彈如何擊發、如何命中就是研究買票時最為重要的問題所在。因此，本研究欲針對台灣金錢動員的核心——買票行為進行討論，試著解答的問題為：候選人在選舉中到底如何買票？買票效果究竟如何？反過來說，不買票又會有什麼影響呢？

因為買票是觸法的行為，所以研究上首要的難處即在資料取得及不易得到候選人配合。過去的相關研究大多是利用選後訪談的方式，以候選人或樁腳等陳述的內容拼湊出買票行為及買票效果的點點滴滴。此方法所得到的資料，大部分會受到候選人或樁腳個人主觀的選擇或隱瞞而產生偏差。因此，除了常見的訪問之外，本研究加採兩項未曾利用的方式，量化分析與準實驗設計，以補強過去訪談式的質化研究。在量化分析上，筆者幸運取得候選人長年累積的競選資料，因此有機會嘗試以數據呈現候選人歷次的買票效果，並進一步檢視影響買票效果高低的因素。又因為本文研究對象分別擁有三次買票與一次不買票的選舉記錄，所以筆者可以透過準實驗設計的方法，試著找出在買票不買票情況下，候選人競選方式有何差異，並借用政治版圖概念來測量買票與不買票對候選人得票的影響。除了上述研究方法外，筆者更實地參與過候選人三次競選過程，並於本文撰寫期間針對候選人、競選幹部、部分樁腳等各進行一次以上的訪談對話，希望利用訪談記錄印證以及補強數據資料的不足，並藉此比較候選人認知與統計數字上的差異。

本文探討議題特殊，所需資料難得，故在研究上實在無法進行大樣本的分析。不過研究對象所提供的資料精細，各訪談對象對筆者亦相當友善，配合度高。

所有分析都期望以重質不重量的態度，深入挖掘買票行為的相關問題。以下先歸納本研究之主要研究發現後，再檢討本研究的缺失與不足，以作為日後研究者之參考。

第一節 研究發現

綜合前幾章的討論，本文針對候選人的買票行為、影響買票效果的因素、買票與不買票的差異等主題提出以下研究發現：

一、候選人的買票模式

1. 本研究個案的買票行為

在林哖參選而且進行買票的三次選舉中皆採取傳統式買票為主；但在少數的票櫃裡，林哖曾安排一位至三位樁腳以方塊式買票進行補強。在傳統式買票中，林哖以個人的人際圈為出發點，逐次納入他人的人際圈，最後擴展成一個買票系統。而從報票、發錢、催票都是透過這個網絡進行。此運作的特點在於買票是透過無數的小樁腳進行，而這些樁腳大多數是自願前來幫忙的親友，每個人提供身邊可以掌握的幾張選票，透過小量選票的累積來達成原先設定的買票成數。許多樁腳不足或買票成數未滿的地區，林哖才轉而尋找較為可靠的地方人士，交付一定的金額要求補買選票。通常補買的數字都在一百票以上，在平均一位樁腳只負責 8.4 票的動員系統中，這樣的補強數量十分龐大。

2. 選擇買票模式的考量

候選人買票模式的決定受到其競選條件、選區特性、選情評估等因素影響。在候選人條件上，林哖評估自己乃經商起家，並不是由基層做起的地方型人物，朋友與支持者遍布全雪牛市。因此，比較適合採用以人際關係為主軸的傳統買票方式，而不適用以地域為動員範圍的方塊式買票。選區特性上，林哖選區存在一位重量級候選人，因為此對手身份特殊，因此選區內所有的地方樁腳與大多數的

團體組織都自動靠攏該候選人陣營。這使得林哖在選區內尋求地方樁腳的困難性大大提升。選情評估上，林哖自視基本票源雄厚，無須過多的買票助益。所以在傳統式買票外，並不考慮大量地運用方塊式買票進行補強，只在零星票櫃裡同時動用兩種買票方式。而在本文的分析發現，這樣的補強動作對於林哖的動員效果不全然有所幫助。

二、影響買票效果之因素

買票效果的高低會受到買票模式、買票作業、樁腳類型、選區環境等因素的影響。其中買票作業含包括樁腳數目、票數分配、發錢方式等；樁腳類型包括樁腳身份、樁腳與候選人的關係；選區環境包括性別比、老年人比例、人口流動率等項目。值得一提的是，若將量化分析與訪談資料進行比較，可以發現在買票模式、樁腳數目、票數分配、樁腳身份等方面，統計數據與候選人認知有相異之處。候選人認為有效的策略，在動員效果上並未得到數據的支持，可知研究個案的買票策略仍有可以改進之處。

1. 買票模式與動員效果

如前所述，本研究中的候選人曾有傳統式買票與傳統式與方塊式並行的兩種買票模式。候選人採取複數買票方式的目的不外乎希望補足買票成數並提高動員效果。可見在林哖的認知中，複數買票方式會比傳統式買票效果更佳。但數據的統計顯示：在傳統式與方塊式並行的票櫃中，動員效果會受到方塊式運作的方式影響。如果方塊式買票運用的樁腳數越多，則方塊式買票對於動員效果是有正面的幫助。而若一個票櫃只以一位樁腳進行方塊式買票，則動員效果可能不如純粹傳統式買票的方式。

2. 買票作業與動員效果

買票的作業可分為三部分討論：樁腳數目、每一位樁腳負責的規模、金錢的發放方式。首先在樁腳數目方面，由於林哖的動員方式傾向以無數的小樁腳為主體，因此其樁腳數目較一般的候選人來的龐大。且林哖與以往研究中訪問的候選人、樁腳同樣深信樁腳數目越多，買票效果越好。不過本研究發現樁腳數目與動

員效果的相關分析顯示負向關連。可見樁腳數目越多對於動員效果非但無幫助，甚至可能有所損害。

其次在樁腳負責票數方面，林哖螞蟻雄兵式的買票方式下，每位樁腳平均負責的買票數並不多。雖然林哖在核對樁腳所提名單時，通常採取來者不拒的態度，但對於一次報了數十票的樁腳，林哖還是抱持懷疑態度。林哖認為如果每個人負責的票數若能控制在 6 至 10 票（約為一個家庭到兩個家庭的選民數），則動員效果將會最大。然而在本研究的統計分析顯示平均每位樁腳負責的票數與動員效果間呈現正相關關係。換句話說，在林哖的個案中，平均每位樁腳負責的票數越多，該票櫃的動員效果可能越好。此與林哖的認定其實是相反的。

最後，在錢的發放方式上本研究個案並無較精細的數據可供分析。但在林哖三次金錢動員的選舉中，第五屆是唯一採用把錢交由樁腳獨自發放的選舉，第六及第七屆選舉林哖都派專人陪同發放。若比較三次選舉的整體動員效果，可發現第五屆選舉的動員效果遠低於其他兩屆。可知如果能確定買票錢確實交到選民手中，那對於動員效果的提升必有明顯幫助。

3. 樁腳類型與動員效果

樁腳類型與動員效果可分成樁腳身份、樁腳與候選人關係兩方面討論。關於樁腳身份，本文依樁腳身份將所有樁腳過錄為政治型樁腳、社會型樁腳與組織型樁腳。在林哖的買票系統中，社會型樁腳數量最多，其次是組織型樁腳，政治型樁腳為數最少。據林哖表示：三種樁腳在買票系統中同樣重要，但相較之下社會型樁腳對於動員效果的幫助最大。不過量化分析顯示：當一個票櫃中，政治型樁腳的比例越高，則該票櫃的動員效果越高；而社會性樁腳的比例如果越高，對於動員效果則有負面影響。至於組織型樁腳比例與動員效果則較無關連。

樁腳與候選人關係則是另一項顯著影響動員效果的因素。根據林哖主觀判斷，所有樁腳可以區分為親戚摯友、普通朋友、他人引介、無交情等四類。由於林哖的買票系統為自身人際圈的延伸，所以這四類樁腳的分佈上以林哖的親戚摯友的比例最高，普通朋友與他人引介的比例相仿，無交情的比例則最低。而四種樁腳對動員效果的影響，親戚摯友與動員效果呈現顯著的正相關，而無交情者與動員效果則為顯著負相關。此代表由候選人本身出發的第一層人際圈所發揮的動

員效果最佳；而位於候選人人際關係外的樁腳對於動員效果則有所損害。簡單地說，買票動員還是要用自己人比較可靠。

4.選區環境與動員效果

選區環境對動員效果最顯著的影響在於地緣因素。林吟的地緣不像一般候選人以居住地為範圍，而藉由文宣的力量，將住家周遭的十一個里皆納入自己的地緣。雖然受文宣效力及各里人口組成影響，成功運作地緣策略的里只有九個，但在這九個里中林吟的動員效果皆顯著地高於其他地區。而地緣區動員效果偏高的原因則在於傳統上人親土親的觀念、鄰里對候選人的熟悉度高、候選人的在地的實力較強、樁腳可用地緣為由推薦候選人等。換句話說，地緣關係強化了候選人的動員效果。

受到資料的限制，本文對於選區人文區位數據與動員效果的影響只比較了性別比、老年人口比、人口流動率三項。在性別上，男性人口比例較高的地區，候選人的動員效果較高。在買票動員中，老年人被視為是比較會乖乖拿錢投票的一群，研究顯示當一個里中老年人口比例約高，林吟在該里的動員效果即越佳。在人口流動率方面，林吟曾表示，如果一個地區的遷出遷入過於頻繁，樁腳與居民尚未熟悉，人際關係尚未穩固，此將影響樁腳在發放買票錢時的困難度。數據上也證實，在人口流動率越高的里，林吟的動員效果顯著偏低。

三、買票與不買票的差異

買票對於一位候選人的影響究竟有多大呢？林吟在第八屆選舉中，因為檢調的查賄行動不得不放棄買票動員。而本文觀察林吟買票與不買票兩類型選舉，得到競選策略轉變、選舉得票變動等兩項發現。

1.競選策略的轉變

在過去三次買票的選舉中，林吟將所有的競選資源集中在買票作業上；競選策略的設計也以買票作業為核心，諸如文宣傳單、鄰里拜訪等工作皆只做為點綴效果。然而在不買票的選舉中，林吟評估各項因素後確立「與民同在」、「與民

為友」的競選主軸。其在競選活動中加入全選區挨家挨戶的鄰里拜訪，拉近與選民的關係。文宣傳單上提高發放的件次與數量，以增加選民印象。並利用青年與殘障人士組織遊行車隊，塑造關懷弱勢的形象。這些看似普通的競選方式，卻是林哞不擅長且從未採用過的活動。據林哞表示，不買票後最大的難題即在於：不知道票從哪裡來。可見不買票對於候選人心理層面的影響相當巨大。

2.選舉得票的變動

買票與不買票的選票變動是本文關切的重點之一。若與三次買票選舉的平均得票比較，在不買票的選舉中，約有七成左右的里得票表現下降，另外，三成的里得票提升。但無論是得票流失或增加，近九成的里選票變動都在5%左右。

若以選票版圖的分佈來觀察可以發現：不論買票與不買票，林哞的票源結構分佈都相當類似。而除了第五屆選舉為一次失敗的買票動員而因難以比較外，不買票時，不同集群的選票變動情況與該集群金錢動員的特徵有關。其中次核心地區因為動員效果最低，所以買不買票的影響最小。核心地區則因為是候選人的鐵票分佈區，所以受買票不買票的影響也相對較小。至於中間地區與邊緣地區則因為候選人選票實力相對較弱，所以一旦不買票後，選票的流失幅度相當嚴重。整體來說，越接近選票版圖的核心地區，候選人的選票實力越強，不買票所造成的影響越小。

3.候選人的買票效益

若以買票與不買票的得票差距來衡量買票效益可以發現：候選人的買票效益因動員效果而有所不同。當動員效果高時，買票可以全面提升候選人的得票率。但動員效果過低時，買票的得票率還不如不買票。

集群間的比較顯示：核心地盤與環心地盤的買票效益相對較低。候選人在這兩區所得到的選票也以「關係票」為主，「金錢票」較少。相反地，在指標地盤與盤外地區，候選人的選票大多是「金錢票」。且單以買票不買票的得票差距為表準，指標地盤的買票效益是全選區內最高的地區。

第二節 研究限制與建議

國內對於買票行爲的研究並不多見，詳細分析金錢與選舉動員關係的文獻更幾乎沒有。本文嘗試對買票行爲進行較深入的探討，並藉此瞭解台灣選舉中金錢與選舉動員的關係。雖得到不少可供參考之發現，但在研究方法、研究方向、資料處理等方面，尚有諸多不足待修之處。筆者於本節分述這些缺失，期待日後研究者改正補益。

一、研究方法

1.個案類型再擴充

個案研究法一向受到代表性不足的批評。本文研究金錢動員主題，亦深知候選人的買票方式五花八門，甚至同一位候選人在不同屆選舉所採用的方式也可能迥然不同。本研究鎖定單一研究個案的深入探討，雖擁有四個時間點的資料可供貫時性的比較，研究發現在質的部分也有所突破。然而，一個個案到底是不能代表台灣所有的買票類型。因此，在可能的情況下，尋求其他類型樣本的研究仍是可以努力的方向。

2.量化分析的改進

過去的買票研究採用量化分析的文獻極其罕見。本文在探討動員效果與不買票的選票變動時，皆運用了大量的統計技巧以分析影響金錢動員的種種因素。然而，在比對深度訪談所得到的質化資料時，經常發現量化分析結果與質化分析的有所落差。誠然結合質化與量化的研究是很好的研究方向，但在本文這類探索性的研究中，量化分析會面臨到許多資料處理的困難。這些難題大至動員效果測量，小至樁腳類型的過錄；甚至記量單位該用里或是票櫃，都是後續研究者可以重新思考界定的項目。

二、研究方向

1.由樁腳層面的切入觀察

本文訪談對象雖涵蓋候選人、競選幹部、各級樁腳等，但在討論與行文上，多以候選人觀點出發，著重候選人的認知與決策原因。這樣的分析過度犧牲了以樁腳或競選幹部的角度觀察買票行爲的機會。雖然一般認爲候選人是競選活動的主人，許多競選資料也是爲候選人而建立；但筆者認爲所有的候選人應該都同意，在買票行爲中，樁腳才是真正的主角。因此，日後的研究者可以加強樁腳層面的觀察，以補本研究之不足。

2.不同層級選舉之比較

台灣選舉的模式受到選舉層級影響甚大。在不同層級選舉中，候選人的買票行爲絕對有明顯差異。但現有文獻及本研究都屬於單一層級選舉的研究，並未出現跨層級的比較研究。因此，在買票行爲不易進行大樣本研究的情況下，小規模地挑選不同層級候選人進行買票行爲的比較，或許可更清楚地建立台灣選舉的買票模型。

3.結合選舉經費的研究

儘管台灣選舉買票盛行，但僅以買票行爲分析金錢與選舉動員的關係可能過於粗糙。許多不買票的候選人，其以金錢換取選票的模式與買票候選人即完全不同。若要真正徹底探討金錢與選舉動員的關係，買票行爲的研究是一塊，競選經費與選舉得票的關係則是另一個不可忽視的研究主題。