

2018 年九合一選舉網路反政黨情緒： 大數據的面向與來源*

劉嘉薇**

國立臺北大學公共行政暨政策學系教授

2018 年九合一選舉期間，由於政治素人的參選，颳起了對素人政治討論的旋風，網路聲量上是否呈現了反政黨情緒？本研究發現，網路上「反政黨情緒」僅是溫和的反政黨情緒，即使網民厭倦藍綠，仍然接受政黨必須在當代民主政治中發揮作用，即使他們批評現有政黨或政黨制度的表現，還是接受第三勢力政黨。反政黨情緒與民粹主義息息相關，強調強而有力的領導的重要性，本文雖發現了「魅力領導」的聲量，卻未完全走向民粹主義。當網民對政黨政治的期望高於評價時，將造成民主赤字，也就形成了反政黨情緒，這是當前民主政治發展值得關注的面向。

關鍵字：大數據、反政黨、民粹主義、厭倦政黨、第三勢力、小黨、魅力、網紅、素人

* 作者感謝期刊匿名審查人和編輯委員會的建議，當然本文若有疏漏，文責由作者自負。

** E-mail: jwliu@mail.ntpu.edu.tw

收稿日期：109 年 2 月 24 日；接受刊登日期：109 年 11 月 9 日

壹、研究動機與目的

在「臺灣民眾政黨偏好分佈」（國立政治大學選舉研究中心，2021）民意調查的趨勢中，2015 年以來政黨偏好「中立無反應」的民眾持續攀升，從 2015 年的 41.2%，攀升至 2018 年的 48.5%，而民眾對國民黨和民進黨兩大政黨的政黨偏好卻在下降。無獨有偶地，2018 年九合一選舉無黨籍的柯文哲再次當選臺北市長，沉寂多年的韓國瑜也以當時幾乎是政治局外人的形象當選高雄市長。政壇上縈繞著厭倦藍綠和素人政治的氣氛，柯文哲的個人魅力和韓國瑜在選舉中對於國民黨的遠離，使這場選舉打成了討厭藍綠。然而，柯文哲或韓國瑜的當選只是一種現象，本文以此為引子，更重要的是討論現象背後民眾「反政黨情緒」（anti-party sentiment）的面向和可能的來源。

「反政黨情緒」從何而來？在多數民主國家中，選民的各種身分認同正逐漸減低，以黨派為基礎投票的人越來越少，這反映了社會分裂、個性化與教育水平的提高（Andeweg, 2003; Dalton, 2004; Saward, 2010）。許多人在每一次選舉之間轉換政黨，增加了選舉的不穩定性，導致政黨整合社會的能力下降，也影響選民對政黨的看法（Pedersen, 1979; Bartolini and Mair, 1990）。

從民主赤字與民主盈餘的角度來說，不難理解「反政黨情緒」。如果民眾對政治系統的期望與評價平衡，政治系統根據他們的期望執行，民眾較有可能投票支持主流政黨；當期望高於評價時，形成民主赤字，這是因為民眾認為政治系統不符合他們的期望；如果期望低於評價，形成民主盈餘，則是因為民眾認為政治系統超常發揮（over-performing）。當政黨偏離期望和評價的平衡點，往民主盈餘或民主赤字方向移動時，投票給主流政黨的可能性會降低，尤其在偏向民主赤字時更為明顯（Hernández, 2018）。

那些認為政府不會實現他們理想的民眾不太可能投票給主流政黨，當民眾認為民主赤字越大時，就越有可能投票給其他挑戰的政黨（Hernández, 2018）。民眾傾向將民主運作中的問題歸咎於「主流政黨」，挑戰政黨的行為反映出對民主運作、主要行動者和機構的不滿（dissatisfaction），形成了「民主抗議投票」（democratic protest voting）。民主抗議投票究竟是對代議制民主

運作的不滿，或是對「政策」不滿，便是值得討論的問題（Hernández, 2018）。民主政治基本上是以政黨政治來運作，基於以上「臺灣民眾政黨偏好分佈」（國立政治大學選舉研究中心，2021）的趨勢，民意調查資料透露出「中立無反應」的民眾比例的升高，那麼，經常與民調相提並論的網路聲量又是如何？本研究欲分析網路聲量中「反政黨情緒」的狀況，包括是否有「反政黨情緒」？若有，「反政黨情緒」有那些面向？以及「反政黨情緒」可能的來源為何？由於民主政治多以政黨政治運作，若反政黨情緒出現，便是值得重視的問題。

2018 年的選舉中，柯文哲個人魅力的展現和韓國瑜對於國民黨的遠離，使這場選舉打成了討厭藍綠。本研究第一個研究問題即好奇反政黨的情緒是否確實存在於這次選舉？從反政黨情緒的文獻中，我們可以找到不同的反政黨情緒面向。若此次選舉有反政黨情緒，本研究的第二個研究問題是，此次選舉的反政黨情緒皆呈現文獻上提及的面向嗎？或是有偏向的面向？抑或是有別於文獻上的面向？而這些反政黨情緒的來源為何，則是第三個研究問題。

綜上，第一個研究問題從現象而來，與政黨保持距離的政治人物當選，讓我們提出是否有反政黨情緒的問題。第二個問題發想於理論，即使理論對反政黨情緒有區分面向，此次選舉的情況是否符合？最後，本研究也試圖探討若網民有反政黨情緒，可能的原因會是什麼？這也是過去文獻已探討，但卻較少被實證研究的問題，並指出本文網路反政黨情緒實證研究在文獻中的位置。

貳、反政黨情緒

本節首先介紹反政黨情緒的意義與面向，再進一步探討反政黨情緒的來源。

一、反政黨情緒的意義

「反政黨情緒」主要是指民眾對主要政黨的拒絕和對其領導人的冷嘲熱諷，通常被用來表示「對政黨的不滿，甚至拒絕」（Poguntke and Scarrow, 1996:

257; Taggart, 2002)。Voerman 與 Lucardie (1992: 35) 將「反政黨情緒」區分為兩種：第一種是「極端反政黨情緒」(狹義定義)，意指政黨作為機構是被反對的，通常是基於它在統治者和被統治者之間形成障礙的事實。第二種是「溫和反政黨情緒」(廣義定義)，它批評特定運作不良或缺乏具團體代表性的政黨。極端的「反政黨情緒」論點攻擊了「良好政治需要競爭性政黨作為中介」的原則，而溫和的「反政黨情緒」論點接受政黨必須在當代民主政治中發揮作用，即使它批評現有政黨或政黨制度的表現 (Poguntke and Scarrow, 1996)。

在拉美國家的民粹主義中，民粹領袖還是會擔任一個政黨的領袖，只是不喜歡有制度化的政黨以及法治的約束，並往往會攻擊傳統菁英及其代表的政黨，這與普遍的反政黨情緒有所不同，它是「溫和反政黨情緒」(廣義定義)，它批評特定運作不良或缺乏具團體代表性的政黨 (Poguntke and Scarrow, 1996)。相對地，如果一個地方出現極端反政黨情緒，會出現那些行動與態度？一個重要的表徵就是厭惡、憎恨政黨表現或政黨體制 (政黨此一制度在政治中的作用)。

二、反政黨情緒的面向

如「反政黨情緒」的定義所示，「反政黨情緒」意謂著民眾對主要政黨的拒絕；因為對主要政黨的拒絕，因此反政黨情緒的第一個面向是「第三勢力 (無黨或小黨) 崛起」。

第三勢力 (無黨或小黨) 崛起試圖代表的是不被主流意見重視的選民，他們特別關注被現有政黨聯盟所壓制的問題。第三勢力菁英展示了「側翼機動」(flanking maneuver) 的選舉優勢，他們努力組建一個聯盟，進而創造出意識形態空間中的「側翼行動」，每個候選人都有動機試圖將民眾對其政黨的看法轉移到選票。第三勢力候選人有理由採取「側翼行動」，吸引一群心懷不滿的選民，如果成功，這將引發政黨內的積極分子 (party activists) 轉變對主流政黨的支持，從而重新定義民眾對政黨形象的認知 (Miller and Schofield, 2003)。

民眾有兩種表達不滿的選擇，分別是在現有政黨政治體制內和體制外。

中產階級通常選擇體制外的方式，他們是所謂社會運動的主要支持者（Dalton and Kuechler eds., 1990）。然而，社會中的失敗者沒有社會地位，他們必須實現「無聲革命」，他們沒有選擇，只能透過舊的、被鄙視的政黨表達不滿。此外，他們無法在體制外運作，反而會投票支持只是成功代理民粹主義（populism）的「反政黨的政黨」，亦即第三勢力的崛起（Mudde, 1996）。

除了第三勢力崛起，「反政黨情緒」更直接的表達就是「厭倦政黨」，屬於反政黨情緒的第二個面向。不只發生在選民身上，也出現在政黨本身，這些政黨將自己定位在「反政黨的政黨」（anti-party parties），它們通常是極右派政黨。這些極右派政黨真的是「終結所有政黨的政黨」嗎？或者它們只是利用被廣泛感受的反政黨情緒取代主流政黨的力量？因此聚焦兩個問題：極右派政黨抱持什麼樣的「反政黨情緒」？以及它們如何看待自己的政黨？研究發現不認為極右派政黨屬於「大眾層級」或狹義的「菁英層級」，而是處於第三層級——「庶民—菁英層級」（pariah-elite level）（Mudde, 1996），但它們的確主張「厭倦政黨」。

再者，反政黨情緒之所以與「魅力領導」有關，需要導入民粹主義的說法。民粹主義夾帶著大量反政黨情緒，「反政黨情緒」的塑造與領導者以個人魅力跨越既有機構的限制，吸引民眾的支持有關，因此魅力領導是反政黨情緒的第三個面向。以下從民粹主義說明起。

民粹主義意指一種政治策略，透過該策略，領導者在大量無組織的追隨者的直接、無中介或去機構化支持的基礎上，尋求或行使政府權力。這種直接的、準個人的關係繞過了既定的中介組織，或者將它們去機構化並使其服從於領導者的個人意願（Weyland, 2001）。這是在政治階層和人民之間建立政治分裂空間，用以讓領導者自身和人民為伍，並抵抗政治階層，這個過程非常仰賴政治領導者的魅力（Schedler, 1996）。

反政黨情緒也經常是民粹主義的要素，它並不欣賞一群可以獲取政治知識並將其應用於公共事務的人。反政黨情緒主張只有在壓制主流政黨之後，人民才會有共同的目標（Albertazzi and McDonnell eds., 2008）。在此過程中，反政黨情緒使一個善良的人民和危險的「他人」（主流政黨）對立，主流政黨被描述為剝奪人民的權利、價值觀、繁榮、身分和聲音（Albertazzi and

McDonnell eds., 2008)，構成了民粹主義的特徵，民粹主義者經常被視為「反建制」（anti-establishment）的同義字，與任何特定的政治理念無關（Müller, 2016）。

在民粹主義中，民眾投票支持激進右翼政黨的一個重要原因是表明對政治的不滿情緒，即抗議態度（Panizza, 2005; Laclau, 1977）。再者，民粹主義政黨中強而有力的個人領導相當重要，民眾很可能會考慮到黨領導人的「個人魅力」，而「個人魅力」可視為反政黨情緒的一個面向（Bélanger and Aarts, 2006; Swyngedouw, 2001）。

綜合上述文獻（Laclau, 1977; Dalton and Kuechler eds., 1990; Mudde, 1996; Schedler, 1996; Swyngedouw, 2001; Weyland, 2001; Miller and Schofield, 2003; Panizza, 2005; Bélanger and Aarts, 2006; Albertazzi and McDonnell eds., 2008; Müller, 2016），反政黨情緒的面向包括：「第三勢力（無黨或小黨）崛起」、「厭倦政黨」以及「魅力領導」，其相同處是都源自於「反政黨情緒」，厭倦政黨是「反政黨情緒」最直接的反應，也是「極端反政黨情緒」。「第三勢力（無黨或小黨）崛起」和「魅力領導」則是不完全反政黨，是容許政黨存在的「溫和反政黨情緒」，亦即容許第三勢力政黨存在，也容許魅力領導存在領導者和人民之間，此時政黨依舊存在，只是領導者有更多機會直接訴諸人民。

根據上述「反政黨情緒」意義和面向的文獻，我們發現這些研究多為理論上的討論，因為缺乏實證研究，無以瞭解反政黨情緒的現狀。國內學者林聰吉（2013）曾就以下四個面向測量反政黨情緒：「政治清廉」、¹「選舉公平」、²「執政能力」³與「民意反映」，⁴已有豐碩成果，至於反政黨情緒在當前網路世界中如何呈現，則未有深入討論，故這部分將可能是本文貢獻所在。

1 有人說：「只要有機會掌握政治權力，無論那一個政黨都會貪污」，請問您同不同意這種說法？（不同意 22.1%、同意 73.9%、無反應 4.0%）

2 有人說：「為了勝選，無論那一個政黨都會利用機會影響選舉的公平性」，請問您同不同意這種說法？（不同意 19.7%、同意 77.2%、無反應 3.1%）

3 有人說：「現在無論那一個政黨執政，都不可能把國家治理好」，請問您同不同意這種說法？（不同意 59.1%、同意 37.4%、無反應 3.5%）

4 有人說：「無論那一個政黨的政策，都沒有優先考慮多數民眾長遠的利益」，請問您同不同意這種說法？（不同意 38.7%、同意 57.9%、無反應 3.4%）

三、反政黨情緒的來源：不滿與抗議

為何民主政治「反政黨」情緒逐漸高漲？文獻上指出了重要的方向，主要是「政治不滿」思想的崛起，以及對政治產生「抗議」態度。

如果選民有極端的抗議態度並利用這種態度來決定他們的投票選擇，而不依賴政策偏好和對候選人的評價，稱之為「抗議投票」，如果抗議投票的對象和喜歡的候選人重疊，這意謂著選民投票支持他們，可能是因為這個候選人說的是反菁英主義的語言（Schumacher and Rooduijn, 2013）。

當民眾的抗議態度與他們對問題的偏好相結合時，會有什麼影響？這種情況下，民眾對政治菁英表現的不滿可能會產生更強的影響，亦即當選民表現出更強的不滿情緒時，這與純粹以議題作為抗議來源的情況大不相同。抗議導向的選民不會使用有關議題的資訊，而只會使用他們的「不信任」來決定（Passarelli and Tuorto, 2018）。除了「不信任」而反政黨，民眾對政府的感知績效（perceived performance）的負面評價也造成參與該政黨或投票給該政黨的人數下降，增加政府與被統治者之間的距離，降低政府效能（Poguntke and Scarrow, 1996）。

反政黨者對建制政黨（established political parties）有不少批評，建制政黨只對自己的利益感興趣，在選民投票給它們後便忽視選民。批評不只針對執政黨，在野黨同樣也是。極右翼政黨強調政治機構被錯誤地視為「真正的民主」，建制政黨也被指控其控制媒體和民調（Voerman and Lucardie, 1992）。

義大利反政黨運動的成功在很大程度上歸功於它能夠佔據抗議「舊政治」的空間。反政黨選民對政治不太感興趣，而他們從網路上得到的政治資訊較多，透過電視新聞得到的政治資訊則較少。他們大部分都是對政治高涉入的民眾，在這群民眾中大規模擴散對政治的不滿，此處在政治上純粹的不滿和抗議，與 Norris（1999）描述的「批判公民」（critical citizens）有些類似，亦即對民主的政黨、立法者或政治人物不滿，但對民主體制仍保有信心和支持。

在反政黨情緒實證研究方面，林聰吉（2013）認為反政黨情緒意指民眾對主要政黨不滿、對政黨不信任，或是對政黨的負面態度。他以政治清廉、選舉公平、執政能力和民意反映等四道題目，測量臺灣民眾的反政黨情緒，

多數民眾只在執政能力方面呈現對政黨正面的評價，在其他三個面向多數民眾皆對政黨持負面態度。年紀輕、教育程度高、白領階級或居住於城市者，會傾向具有較高的反政黨情緒。

國外研究則集中在「厭倦政黨」的測量，Torcal 等人（2002）曾提出以「政黨總是相互批評，但實際上它們沒有兩樣」、「政黨只會分裂民眾」、「沒有政黨，就沒有民主」、「政黨保衛各種團體和社會階級的利益」、「因為有政黨，民眾能夠過政治生活」與「政黨是無用的」作為厭倦政黨的測量。然而，儘管反政黨情緒過去已有相關測量，本文進行的研究是網路大數據的分析，與過去以調查研究進行的問卷設計仍不同，因此僅能取這些反政黨情緒面向的意義進行概念操作化。

以上文獻說明了不滿和抗議與反政黨情緒的來源，在國內相關研究中也曾探討民眾個人背景與反政黨情緒的關聯。然將不滿與抗議作為焦點來觀察反政黨情緒來源的實證研究則幾乎付之闕如，尤其在當前的網路世界中，反政黨情緒如果存在，它的來源會是什麼？這將可能是本研究的貢獻所在。

參、研究設計

本研究透過網路大數據分析回答反政黨情緒的面向，以及可能的來源，研究過程包括：第一部分為資料來源，第二部分說明分析架構圖，第三部分為關鍵字的形成過程，最後第四部分根據第三部分的關鍵字，列出反政黨情緒五面向定義、關鍵字與例子，分述如下。

一、資料來源

本研究以 2018 年九合一選舉前三個月之網路聲量為研究範圍，採用意藍資訊股份有限公司 OpView（社群口碑資料庫）分析 2018 年 8 月 23 日至 2018 年 11 月 23 日期間與「反政黨情緒」相關內容之網路聲量。由於選前的短期因素是影響選舉的關鍵之一（Campbell et al., 1960），媒體也經常以選前百日作為報導重點，故本研究選擇選前三個月作為觀察重點範圍。

本研究資料分析來源包含全臺灣最熱門的社群網站、討論區、部落格等

31,507 個網站頻道，已涵蓋重要和大型頻道。其中社群網站的網站數有 8 個，頻道數（討論版數）有 20,085 個，較具代表性的網站有 LineQ、Facebook 公眾訊息、Facebook 關鍵意見領袖、FB 粉絲團、Ptt 八卦版及其他版面、YouTube 關鍵字搜尋、Plurk 搜尋、Yahoo! 知識⁺……等。討論區的網站數有 114 個，頻道數（討論版數）有 5,949 個，較具代表性的網站有 Mobile01、卡提諾王國、伊莉討論區、捷克論壇、SOGO 論壇、Fashionguide……等。部落格的網站數有 28 個，頻道數（討論版數）有 1,815 個，較具代表性的網站有 PIXNET、udn 部落格、PChome 部落格、中國時報部落格、Blog Spot、樂多日誌 blog 等等。此外，OpView 還包括 385 個新聞網站（3,258 個頻道）以及 1 個問答網站（400 個頻道）（意藍資訊，2019，附件：監測資料源網站列表）。

OpView 自動擷取非結構性網站資料，作為全文檢索或文字探勘（text mining）之用，針對公開社群網站網頁資料內容，進行資料蒐整、儲存與分類，支援多種類型網站來源；蒐集的資料包括公開網頁之內容、標題、作者、發文日期與時間、主回文屬性以及網站經營者提供之熱度資訊，如回應數、點閱數或分享／轉貼數（意藍資訊，2019）。

二、分析架構圖

圖 1 為分析架構圖，本研究對反政黨情緒的分類面向以理論為主，大數據分析歸納為輔，區分為第三勢力（無黨或小黨）崛起、厭倦藍綠、魅力領導、網紅或素人政治以及白就是綠五個面向，針對五面向各自進行分析，並以量化分析為主，質化分析為輔。

量化分析方面，首先進行五面向聲量走勢分析，目的在瞭解五面向的基礎分布。第二進行五面向相關字詞分布分析，目的在瞭解五面向聲量如何形成，透過相關字詞分布分析可知聲量的結構。第三針對五面向分別進行正負面情緒與 P/N 比（P/N 比 = 正面則數 / 負面則數）分析，目的在瞭解聲量背後的情緒，洞悉這些反政黨情緒。第四針對五面向分別進行聲量來源與頻道分布的分析，反政黨情緒聲量雖都來自網路，但來源和頻道卻不同，何種來源和頻道有更多反政黨情緒？不同面向也可能有不同分布。

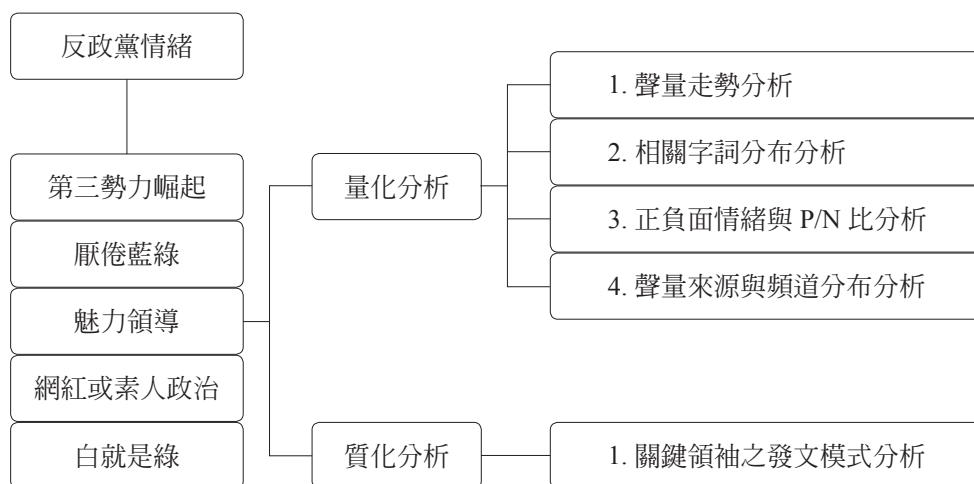


圖 1：分析架構圖

資料來源：本研究自製。

本研究使用的大數據分析包含聲量、情緒、P/N 比、來源頻道及關鍵領袖。聲量為依據設定之關鍵字所蒐集到的文章總篇數，範圍包含主文與回文。情緒指一則聲量中包含的情緒字詞，分為正面情緒字詞及負面情緒字詞，當一則聲量中的正面或負面情緒字詞超過或等於門檻值（門檻值=30），該則聲量就會被標記為正面或負面情緒聲量，若正面與負面字詞相當，則歸類為中立聲量。Lee（2019）指出：正面情緒包括快樂、喜愛和喜歡等，負面情緒包括憤怒、焦慮和悲傷等，情緒代表一種感覺和行為傾向。P/N 比為 positive 與 negative 之比值，意指正面情緒聲量與負面情緒聲量之比值，當 $P/N > 1$ ，表示正面情緒聲量大於負面情緒聲量，且 P/N 比越高，聲量越正面；反之，當 $P/N < 1$ ，表示正面情緒聲量小於負面情緒聲量，且 P/N 值越小，聲量越負面。當然，本研究也會抽檢上述的情緒判斷，確保機器學習過程的品質。

來源頻道即一則聲量產生之處，OpView 所觀測之範圍包含國內各大網站，並依據性質將其分為五大來源：討論區、社群網站、問答網站、部落格及新聞（含專欄），例如討論區包含之網站有 Ptt，社群網站包含之網站有 Facebook；而頻道則指來源網站之下的板塊，例如 Ptt 之下有八卦版、政黑版。關鍵領袖則指產生大量網路聲量之網友，或者發布文章之作者，依據作者發布之主文與回文文章的則數計算。

本文採用 LDA (Latent Dirichlet Allocation) 的概念，它是一種優化的統計程序，可以根據潛在主題的多項分布和相關單詞的主題分布對文檔進行解釋。這些分布允許將文本的集合表示為連續的空間，從而可以在文檔之間進行基於距離的關聯，還可以揭示基本主題 (Pérez et al., 2018)。這種方法的基本思想是將項目視為單詞 (words)，將用戶視為文檔 (documents)，和用戶項目反饋矩陣 (user-item feedback matrix) 構成了語料庫 (corpus) (Li, Zhang, and et al., 2018)。此方法提供了一種近似方法 (approximation method) 來對看不見的數據 (unseen data) 進行分類，並分析參數估計法的收斂性 (convergence) (Li, Ma, and et al., 2018)。

三、關鍵字的形成過程

根據文獻檢閱，反政黨情緒包括「第三勢力（無黨或小黨）崛起」、「厭倦政黨」和「魅力領導」三大面向，再觀察網民 (netizen) 對於這些面向的討論還包括：政治人物藉由網路社群平臺建立與發散個人魅力的現象，這也是在這三大面向中附帶可以觀測到的面向。因此，綜合理論和實際觀察，本研究將關鍵字設定分為以下面向：「第三勢力（無黨或小黨）崛起」、「厭倦政黨」、「魅力領導」，以及經由觀察網路聲量得知的第四面向「網紅或素人政治」。

在關鍵字形成過程中，首先本研究第一步驟以理論上的「反政黨」和「政黨式微」等為關鍵字，僅搜尋出些許聲量，原因是網民不會用「反政黨」和「政黨式微」這類學術上的字眼討論，因此為了更系統性地列出關鍵字，本研究第二步驟從相對比較「白話」的新聞用語中找出關鍵字。研究者瀏覽 2018 年 8 月 23 日至 2018 年 11 月 23 日期間選舉相關新聞，包括四大報網站和主要電視臺網站（臺視、中視、華視、民視、TVBS、三立、東森、中天、年代以及壹電視），找出反政黨情緒的關鍵字。

接著第三步驟進一步以臺灣民眾頻繁使用的 Facebook、Instagram、Ptt、Dcard 和 Line Today 為標的，分別針對這些社群平臺深入瀏覽九合一選舉期間的網民討論用語。之所以需要搭配網民用語，是因為網路討論不見得會「完全」使用學術和新聞用語，因此需要直接進入網路情境，以擴充關鍵字，更符合真實情境。

從網路直接找關鍵字是否會有看底牌的問題？本研究認為不會，因為本研究從理論上的關鍵字出發，再以新聞用語為輔，最後以網民的討論補充，僅是補充理論和新聞用字不夠「網民取向」的問題，若未以網路用語補充，將可能遺漏重要聲量。因此，從理論、新聞和網路用語而來的關鍵字，更能具備效度，且研究過程中，研究者之間會一再討論，確保對於關鍵字的看法完全一致，確保信度。

本研究將前三步驟擬出的關鍵字實際放入 OpView，第四步驟以人工方式瀏覽各主題搜尋結果的前一千則，從中蒐集原關鍵詞以外的其他相關用詞，作為關鍵字擴充的依據。以「第三勢力（無黨或小黨）崛起」此主題為例，研究前三步驟找出的關鍵字為：「無黨*參選|小黨*崛起|第三勢力*崛起|跳脫*政黨|選人*不選黨|中間選民」，實際放入 OpView 中搜尋，從相關度高的前一千則結果中另外找出：「無黨*崛起|小黨*參選|第三勢力*參選|無色*崛起|(無色*覺醒!《無色覺醒》)|跳脫*政黨|厭倦*政黨|政黨*惡鬥|政治*惡鬥|無色力量|無色*崛起|(第三勢力&(時*力))|不藍不綠|新興政黨|新興政治|討厭*政黨|沒政黨色彩|無色正義|民意覺醒|人民覺醒」等等。⁵

另外，柯文哲是當時無黨籍素人參選的顯著案例，在網路上的討論聲量較高，其中包含對於柯文哲是否真的與主要政黨毫無關係的質疑，因此研究再獨立出「白就是綠」面向，分析網民針對代表白色力量（白）的柯文哲與民進黨（綠）之間互動關係的看法，以探討網民支持或反對柯文哲的因素是否真的與政黨背景無關，並將新詞組納入第五面向「白就是綠」的聲量。

另外，研究將「無色力量」及「白色力量」個別相關的關鍵字分置在不同面向之下，在此說明兩者的不同。觀察網民用語，「白色力量」絕大多數指稱柯文哲，而「無色力量」則是柯文哲之外，其他非主要政黨的新興勢力。因此研究將「無色」相關的關鍵字置於「第三勢力（無黨或小黨）崛起」面向中，另將「白色」相關的關鍵字與其他柯文哲相關詞一併置於「魅力領導」面向中。

5 關鍵字設定中各符號表示如下：|：OR 聯集；&：AND 交集；!：NOT 差集，用於排除不相關字詞；*：前後的文字間可以有 0 到 5 個字元；（）：優先運算。

最後，第五步驟是「排除雜訊」，亦即排除與研究無關的內容。雜訊類型主要有兩種，一是電視節目或新聞報導的標題，包括關鍵字且出現在標題，但內容及（主文的）回文與面向不相關，例如本次分析排除掉電視節目名稱「這些話真的寫進民眾的心坎裡了」、「大政治大爆卦」、「直播會客室」，以及新聞報導「翁山蘇姬榮譽獎章 9 連撤」。二是雖然用語與關鍵字相同，但表達的意思與研究無關，例如：「政治網紅*毒」⁶——事件主角為多次參與抗爭運動的學生羅宜，且內文聚焦毒品問題，不符研究對「網紅」的定義以及所欲蒐集的聲量方向；「沒有白色力量了」——研究設定關鍵字「沒有白色力量」是為觀測該關鍵字所屬面向「白就是綠」的現象，然搜尋結果中「沒有白色力量了」皆表達出若柯文哲連任失敗，就沒有白色力量的意思，並非研究所欲蒐集的聲量方向。因本次研究出現的雜訊多為語言使用情境及主回文（主文與回文）間關係的結果，需要仰賴人工篩選。本次分析依照相關度，選取各面向相關度低的前五百則文章，人工判讀雜訊。

本研究在發想關鍵字時，已深入不同網路或社群媒體瀏覽，盡量擴大關鍵字數量，因此即使不同平臺的討論用語有所不同，透過不同的關鍵字，都可以搜尋出相關聲量。這些做法可在以下兩篇論著中找到依據。Klašnja 等人（2018）指出，僅使用理論或候選人名字作為關鍵字來搜尋民眾看法，容易遺漏重要聲量，因此需要從網路聲量中找到補充的關鍵字。蘇蘅（2019: 387）也指出，可以根據社群媒體的熱詞標籤和關鍵詞，歸納不同社群的關鍵字，透過關鍵字的擴充，使資料得以延展。

試想，若僅從理論出發，我們只會得到「反政黨情緒」的理論用語，不會得到「無黨崛起」這樣的用語，原因是網民不會採用「反政黨」如此學理上的用法，但「無黨崛起」卻是「反政黨情緒」此一學理概念的操作化，所以「無黨崛起」並非看底牌，而是在數據中找到「無黨崛起」等大量網民對於「反政黨情緒」的用語，其中所依歸的還是「反政黨情緒」此一理論的概念，且已有上述學理支持這樣的做法。

再者，「白就是綠」的理論依據可說是一種隱藏在反政黨情緒中的「反特

6 *號意義同註 5。

定政黨」情緒，實際上，「白就是綠」不是反政黨，而是本研究在分析反政黨情緒時，發現僅是反對國民黨的情緒，但不願意表明反國民黨，而以「白」來隱藏自身的綠，因而網友有「白就是綠」的說法。亦即「溫和反政黨情緒」（廣義定義），它批評特定運作不良或缺乏具團體代表性的政黨（Poguntke and Scarrow, 1996）。

「白就是綠」的出現是因為柯文哲是當時無黨籍素人參選的顯著案例，在網路上的討論聲量較高，其中包含對於柯文哲是否真的與主要政黨毫無關係的質疑，因此研究再獨立出「白就是綠」面向。之所以「白就是綠」也是反政黨的面向，是因為「白就是綠」是隱身在「白」中的「綠」，因而被網友質疑，因此僅能視為反（特定）政黨的面向。在當時的政治脈絡中，說自己是白比較符合政治正確，因為「綠」者會說自己是「白」，其實這些聲量是反國民黨，因而被歸為反政黨的一個面向。

四、反政黨情緒五面向定義、關鍵字與例子

根據以上的步驟，形成了五大面向的定義和關鍵字，並舉例如表 1。其中「網紅或素人政治」和「白就是綠」是文獻中沒有特別提及之處，然因大數據趨勢顯示此一方向，本研究也從數據挖掘補充文獻不足之處，一併納入討論，成為反政黨情緒的面向。一方面從理論出發歸納反政黨面向，一方面從大數據資料挖掘新的面向，也符合大數據分析的特色，不全然從理論出發，也從資料歸納出新面向。

過去反政黨情緒比較多的實證研究集中在「厭倦政黨」的測量，Torcal 等人（2002）曾提出以「政黨總是相互批評，但實際上它們沒有兩樣」、「政黨只會分裂民眾」、「沒有政黨，就沒有民主」、「政黨保衛各種團體和社會階級的利益」、「因為有政黨，民眾能夠過政治生活」與「政黨是無用的」作為厭倦政黨的測量。

然而，儘管過去已有相關測量，本文進行的研究是網路大數據的分析，與過去以調查研究進行的問卷設計仍不同，因此僅能取這些反政黨情緒面向的意義進行概念操作化。反政黨的主要概念「向主流政黨抗議」屬於表 1 中的「厭倦藍綠」，其定義在表 1 中為「不滿意國民黨和民進黨的批評聲浪，

以及選民厭倦兩黨長期惡性爭鬥的情況」，關鍵字也包括「向主流政黨抗議」的概念。

表 1：反政黨情緒五面向定義、關鍵字與例子

面向	定義	關鍵字	例子
第三勢力 (無黨或 小黨) 崛起	不信任主要政黨，傾向支持無政黨背景或以第三勢力政黨崛起的候選人，具有淡化政黨色彩、政治立場中立的表現。	無黨*崛起 小黨*崛起 無黨*參選 小黨*參選 第三勢力*崛起 第三勢力*參選 無色*崛起 (無色*覺醒!《無色覺醒》) 超越*政黨 跳脫*政黨 厭倦*政黨 政黨*惡鬥 政治*惡鬥 無色力量 無色*崛起 (第三勢力&(時*力)) 選人*不選黨 不藍不綠 新興政黨 新興政治 討厭*政黨 沒政黨色彩 無色正義 民意覺醒 人民覺醒 中間選民 中立選民!(93 人搶 22 席六都 & 縣市長候選人抽籤號全)!這些話真的寫進民眾的心坎裡了!大政治大爆卦!翁山蘇姬榮譽獎章 9 連撤!動漫 DJ 音樂節!無色崛起*節目!無黨籍*參選!促轉會主委黃煌雄*請辭!執政黨!黨內鬥	1. 無色崛起 選人材救臺灣
厭倦藍綠	不滿意國民黨和民進黨的批評聲浪，以及選民厭倦兩黨長期惡性爭鬥的情況。	打破*兩黨 打破*藍綠 不相信*藍綠 藍綠*惡鬥 超越*藍綠 拋棄*藍綠 厭倦*藍綠 兩黨*惡鬥 超越*兩黨 拋棄*兩黨 厭倦*兩黨 垃圾不分藍綠 討厭國民黨 討厭民進黨 全民最大黨*民進黨 綠*鬥藍 藍*鬥綠 藍綠互鬥 推倒藍綠!藍綠惡鬥怎解!龍戰四方	1. 寧願相信世上有鬼……也不相信藍綠的嘴 2. 厭倦藍綠就是要用選票淘汰藍綠

表 1：反政黨情緒五面向定義、關鍵字與例子（續）

面向	定 義	關 鍵 字	例 子
魅力領導	主要針對在選舉期間顯著發揮個人特質，利用其自身的魅力鼓勵追隨者並施行政治領導的政治人物，例如：柯文哲、邱威傑和韓國瑜，其非典型政治領導模式的討論度。	柯文哲模式 柯 P 模式 柯 p 模式 去意識形態 魅力*政治 柯文哲*魅力 呱吉*魅力 邱威傑*魅力 邱議員*魅力 韓國瑜*魅力 非傳統*政治人物 非典*政治人物 白色力量 白色*崛起 白衫軍 柯文哲現象 柯 P 現象 柯 p 現象 中道*力量 (不藍不綠&柯文哲) (不藍不綠&柯 P) (不藍不綠&柯 p) (柯粉&魅力) (韓粉&魅力)!Live/柯文哲	1. 好啦，你們任務完成了辛苦了，只有柯文哲而已，他所做的不只感動臺北市，也感動整個臺灣，臺灣有沒有民進黨還是國民黨那都不重要，但臺灣不能沒有他這種政治家。 2. 您才是真正在改變臺灣的政治素人！柯 P 加油 3. 萬歲中華民國他是網紅，現在臺灣是網紅政治，會不會做事不重要，會騙比較重要。
網紅或素人政治	「網紅」在此包含網路紅人以及透過網路媒介迅速提升知名度之人。網紅政治包含「政治人物網紅化」及「網紅政治化」兩種面向；前者探討政治人物如何運用網路平臺與社群媒體行銷自我並製造討論熱度，後者則指網路紅人挾線上知名度從政的現象。 「政治素人」指在 2018 年九合一選舉之前，未曾有過或只有少數從政經驗之人；「素人政治」指素人參政的現象與其所採取的政治模式。	網紅*參政 網紅*政治 網紅*內閣 政治*素人 素人*參政 網路政治*影響力 政治*網紅 (素人崛起!反骨!林素人!YouTuber!祕魯!偶像) 被政治耽誤的藝人 被政治耽誤的演員 被政治耽誤的綜藝 被政治耽誤的歌手!(氣爆&高雄市)!直播會客室!政治網紅*毒!美*期中選舉!(政治素人&吳音寧)	1. 因為柯 p 越來越多素人願意參政，這樣的改革文化要繼續不能斷。 2. 選前幾天，王牌是學姐和館長，這種新政治我看不懂，只能稱為網紅政治。

表 1：反政黨情緒五面向定義、關鍵字與例子（續）

面向	定 義	關 鍵 字	例 子
白就是綠	所謂柯文哲代表的「白色力量」並不存在，柯文哲與民進黨（綠）之間其實是合作關係或採取相同立場。	白就是綠 沒有*白色力量 白綠合作 白皮*綠骨 白綠分手 白綠分家 !沒有白色力量了	1. 沒有白色力量，所謂白色，其實都是綠色的。 2. 浪費臺北市市民 4 年白皮綠骨還不如搖文字。 3. 白皮綠骨的柯 p 已正式出局政治舞臺，即使西元 2022 年捲土重來，謀圖東山再起，也無力回天。

說明：關鍵字設定中各符號表示如下：|：OR 聯集；&：AND 交集；!：NOT 差集，用於排除不相關字詞；*：前後的文字間可以有 0 到 5 個字元；（）：優先運算。

肆、研究發現

根據分析架構圖，以下分析分為「五面向各自聲量走勢」、「五面向各自字詞分布狀況」、「五面向各自正負面情緒與 P/N 比」、「五面向各自聲量來源與頻道分布分析」以及「關鍵領袖的發文模式分析」等五項，分述如下。

一、五面向各自聲量走勢分析

在聲量走勢方面，從 2018 年 8 月 23 日至 2018 年 11 月 23 日為止，依據圖 2 的聲量統計長條圖，網路針對「第三勢力（無黨或小黨）崛起」的討論聲量，總計 106,771 篇，每週平均聲量 7,626.5 篇（每週平均聲量=106,771/14）；⁷「網紅或素人政治」的討論聲量，總計 20,951 篇，每週平均聲量 1,496.5 篇（每週平均聲量=20,951/14）；「厭倦藍綠」的討論聲量，總計 118,972 篇，每週平均聲量 8,498 篇（每週平均聲量=118,972/14）；「魅力領導」的討論聲量，總計 40,471 篇，每週平均聲量 2,890.8 篇（每週平均聲量=40,471/14）；「白就是綠」的討論聲量，總計 7,424 篇，每週平均聲量 530.3 篇（每週平均

7 本研究之分析自 2018 年 8 月 23 日至 2018 年 11 月 23 日為止，共有 13 週多，若以週為分析單位，需無條件進位為 14 週。

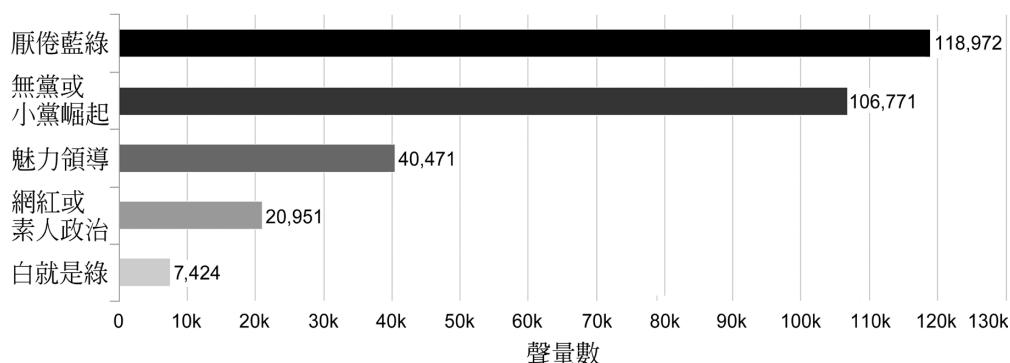


圖 2：聲量統計長條圖

資料來源：本研究自製。

聲量 = 7,424/14)。總聲量以「厭倦藍綠」最高，「第三勢力（無黨或小黨）崛起」次之，「魅力領導」第三，「網紅或素人政治」第四，「白就是綠」最低。

另外，由圖 3 的聲量統計直方圖可看出，「第三勢力（無黨或小黨）崛起」聲量在 2018 年 10 月 11 日至 2018 年 11 月 1 日期間超越「厭倦藍綠」聲量，接著「厭倦藍綠」聲量再次超越「第三勢力（無黨或小黨）崛起」，並且來到兩者的聲量高峰。「白就是綠」的網路聲量則是於 2018 年 11 月 1 日起大幅度增加。

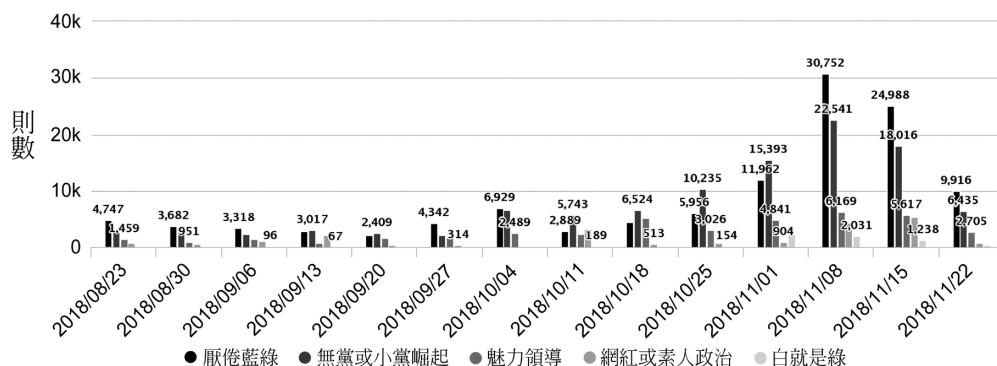


圖 3：聲量統計直方圖（以週統計）

資料來源：本研究自製。

整體而言，「白就是綠」是因為本研究以國外文獻為本之外，觀察到在國內發展出的特殊現象，一些稱自己為「白」的網民，實則為「綠」，這種聲量

在當時的時空背景下不是「厭倦藍綠」，而是「綠」，特殊之處在於用「白」包裝了「綠」，因此當我們在研究反政黨情緒時，如果沒有特別看到「白就是綠」，也就不會看到這些隱藏在「白」當中的反國民黨（特定政黨）情緒。

或許國外的理論沒有直接以「白就是綠」的方式來論述，但若細細琢磨本研究所提出的理論，可以發現「白就是綠」可置於「溫和反政黨情緒」中，即使聲量不如「厭倦藍綠」，仍屬「溫和反政黨情緒」下的一個面向，無法與「厭倦藍綠」合併，因為「厭倦藍綠」是厭倦兩個主要政黨，「白就是綠」沒有這種情況。

雖然 2018 年柯文哲連任，但是得票數少了 27 萬（ $580,663 - 853,983 = -273,320$ ）（中央選舉委員會，2018），可能是 2014 年支持他的部分選民在 2018 年選擇民進黨或不投票，也許我們可以說 2014 年和 2018 年的選舉都有反政黨情緒，只是 2018 年臺北市長選舉時不如 2014 年。至於如果討厭民進黨與支持國民黨並存，那麼這些民眾到底是反政黨還是反執政黨？依照本研究提出的理論，反執政黨可說是一種隱藏在反政黨情緒中的「反特定政黨」情緒，亦即「溫和反政黨情緒」（廣義定義），它批評特定運作不良或缺乏具團體代表性的政黨（Poguntke and Scarrow, 1996）。

二、五面向各自字詞分布分析

表 2-1 至表 2-5 分別為「第三勢力（無黨或小黨）崛起」、「厭倦藍綠」、「魅力領導」、「網紅或素人政治」及「白就是綠」五面向相關字詞分布狀況，相關字詞乃依據該字詞之詞頻分數進行排序，詞頻分數為字詞在分析內容出現之次數，並各自擷取前二十大常用字。相關字詞總提及次數為前二十大常用字提及次數之加總；比例計算方式為次數除以總篇數（即總聲量），而非次數除以總提及次數。

依據表 2-1，「第三勢力（無黨或小黨）崛起」的面向中，「選民」被提及 17,184 次，次數最多，每篇提到「第三勢力（無黨或小黨）崛起」前二十相關字詞的平均次數為 1.35 次（前二十相關字詞總次數除以總篇數， $144,075 / 106,724$ ）；依據表 2-2，「厭倦藍綠」的面向中，「民進黨」被提及 19,189 次，次數最多，每篇提到「厭倦藍綠」前二十相關字詞的平均次數為 0.83 次

表 2-1：「第三勢力（無黨或小黨）崛起」前二十相關字詞分布

	次數	比例（次數 / 總篇數）
選民	17,184	0.16
民進黨	13,627	0.13
韓國瑜	12,104	0.11
選人	11,893	0.11
民黨	11,399	0.11
國民黨	10,558	0.10
柯文哲	9,081	0.09
候選人	7,119	0.07
北市	6,415	0.06
民調	6,255	0.06
藍綠	4,953	0.05
政黨	4,712	0.04
陳其邁	4,474	0.04
高雄市	4,232	0.04
丁守中	3,642	0.03
支持度	3,615	0.03
選情	3,590	0.03
選戰	3,557	0.03
支持者	2,963	0.03
綠營	2,702	0.03
相關字詞總提及次數	144,075	1.35（總次數 / 總篇數）
相關字詞總提及篇數	106,724	

資料來源：本研究自製。

(98,741/118,972)；依據表 2-3，「魅力領導」的面向中，「柯文哲」被提及 13,876 次，次數最多，「韓國瑜」被提及 13,283 次，次多，每篇提到「魅力領導」前二十相關字詞的平均次數為 2.71 次（109,788/40,471）；依據表 2-4，「網紅或素人政治」的面向中，「柯文哲」被提及 4,521 次，次數最多，每篇提到「網紅或素人政治」前二十相關字詞的平均次數為 1.84 次（38,471/

表 2-2：「厭倦藍綠」前二十相關字詞分布

	次數	比例（次數 / 總篇數）
民進黨	19,189	0.16
藍綠	11,277	0.09
討厭民進黨	8,266	0.07
柯文哲	7,707	0.06
民黨	7,026	0.06
國民黨	6,677	0.06
韓國瑜	4,680	0.04
最大黨	4,243	0.04
惡鬥	3,864	0.03
選人	3,624	0.03
北市	3,470	0.03
候選人	2,757	0.02
臺北市	2,640	0.02
東廠	2,475	0.02
政黨	2,469	0.02
選民	1,789	0.02
蔡英文	1,744	0.01
高雄市	1,735	0.01
其邁	1,656	0.01
陳其邁	1,453	0.01
相關字詞總提及次數	98,741	0.83（總次數 / 總篇數）
相關字詞總提及篇數	118,972	

資料來源：本研究自製。

20,951)；依據表 2-5，「白就是綠」的面向中，「柯文哲」被提及 6,933 次，次數最多，每篇提到「白就是綠」前二十相關字詞的平均次數為 7.09 次 (52,605/7,424)。

綜上，「第三勢力（無黨或小黨）崛起」面向最高的字詞為「選民」；「厭倦藍綠」面向最高的字詞為「民進黨」；「魅力領導」面向最高的字詞為「柯

表 2-3：「魅力領導」前二十相關字詞分布

	次數	比例（次數 / 總篇數）
柯文哲	13,876	0.34
韓國瑜	13,283	0.33
民進黨	8,892	0.22
國民黨	8,264	0.20
力量	7,670	0.19
選人	6,730	0.17
白色	6,537	0.16
北市	6,247	0.15
藍綠	4,994	0.12
候選人	4,760	0.12
臺北市	4,428	0.11
選民	3,720	0.09
高雄市	3,152	0.08
政黨	3,014	0.07
陳其邁	2,862	0.07
選戰	2,721	0.07
網路	2,396	0.06
選情	2,311	0.06
民調	2,009	0.05
綠營	1,922	0.05
相關字詞總提及次數	109,788	2.71（總次數 / 總篇數）
相關字詞總提及篇數	40,471	

資料來源：本研究自製。

文哲」，和「韓國瑜」幾乎並列；「網紅或素人政治」面向最高的字詞為「柯文哲」；最後，「白就是綠」面向最高的字詞同樣也是「柯文哲」。從以上各面向的最高字詞可看出當次選舉中「選民」在反政黨情緒中是主角，可能因為討論第三勢力（無黨或小黨）時，「選民」的確是個重點，如下方『』之處。

「第三勢力（無黨或小黨）試圖代表的是不被主流意見重視的『選民』，

表 2-4：「網紅或素人政治」前二十相關字詞分布

	次數	比例（次數 / 總篇數）
柯文哲	4,521	0.22
素人	3,627	0.17
韓國瑜	3,382	0.16
選人	3,353	0.16
北市	2,997	0.14
民進黨	2,629	0.13
國民黨	2,457	0.12
候選人	2,261	0.11
臺北市	2,049	0.10
網路	1,546	0.07
選民	1,354	0.06
選戰	1,162	0.06
網紅	1,139	0.05
參選人	996	0.05
侯友宜	947	0.05
藍綠	913	0.04
政治人物	858	0.04
高雄市	837	0.04
民調	747	0.04
新北	696	0.03
相關字詞總提及次數	38,471	1.84（總次數 / 總篇數）
相關字詞總提及篇數	20,951	

資料來源：本研究自製。

他們特別關注被現有政黨聯盟所壓制的問題。……第三勢力候選人有理由採取「側翼行動」，吸引一群心懷不滿的『選民』。如果成功，這將引發政黨內的積極分子（party activists）轉變對主流政黨的支持，從而重新定義『選民』對政黨形象的認知。」（Miller and Schofield, 2003）

至於「民進黨」，則為反政黨情緒中常被提及的對象，說明民眾對執政

表 2-5：「白就是綠」前二十相關字詞分布

	次數	比例（次數／總篇數）
柯文哲	6,933	0.93
民進黨	4,987	0.67
小野	4,967	0.67
北市	3,451	0.46
其邁	2,906	0.39
白綠	2,780	0.37
白皮綠骨	2,536	0.34
丁守中	2,524	0.34
陳其邁	2,471	0.33
選人	2,376	0.32
韓國瑜	2,302	0.31
民黨	2,298	0.31
國民黨	2,189	0.29
候選人	1,944	0.26
姚文智	1,572	0.21
臺北市長	1,571	0.21
藍綠	1,542	0.21
總幹事	1,113	0.15
綠營	1,084	0.15
白色	1,059	0.14
相關字詞總提及次數	52,605	7.09（總次數／總篇數）
相關字詞總提及篇數	7,424	

資料來源：本研究自製。

黨的不滿。而「韓國瑜」和「柯文哲」則是反政黨情緒的出口，對於政黨的不滿情緒，轉移到這兩個不太標榜政黨標籤的候選人身上。

三、五面向各自正負面情緒與 P/N 比分析

情緒模組的功能主要透過一組標準一致的情緒模型，經由資料處理自動

將帶有重要情緒的資訊彙整提供，縮減使用者需大量閱讀觀測面向完整之資訊的時間。處理單位針對每篇單一文章（主文、回文獨自運算），進行文字內容的情緒辨識，辨識採納方式包含獨家情緒詞庫、詞彙模型、前後文以及文章長度等變數資訊，分析結果以情緒標籤呈現（意藍資訊，2019）。

在情緒分析方面，從2018年8月23日至2018年11月23日為止，依圖4所示，網路針對「第三勢力（無黨或小黨）崛起」的討論聲量，正面則數為16,006篇，負面則數為37,468篇，P/N比為0.43（ $P/N \text{ 比} = 16,006/37,468$ ）；針對「網紅或素人政治」的討論聲量，正面則數為3,331篇，負面則數為5,024篇，P/N比為0.66（ $P/N \text{ 比} = 3,331/5,024$ ）；針對「厭倦藍綠」的討論聲量，正面則數為10,524篇，負面則數為69,484篇，P/N比為0.15（ $P/N \text{ 比} = 10,524/69,484$ ）；針對「魅力領導」的討論聲量，正面則數為6,132篇，負面則數為13,006篇，P/N比為0.47（ $P/N \text{ 比} = 6,132/13,006$ ）；針對「白就是綠」的討論聲量，正面則數為683篇，負面則數為3,014篇，P/N比為0.23（ $P/N \text{ 比} = 683/3,014$ ）。以上負面聲量皆多於正面聲量，也與反政黨情緒的不滿、抗議和批判特質相符，特別是「厭倦藍綠」這個面向。

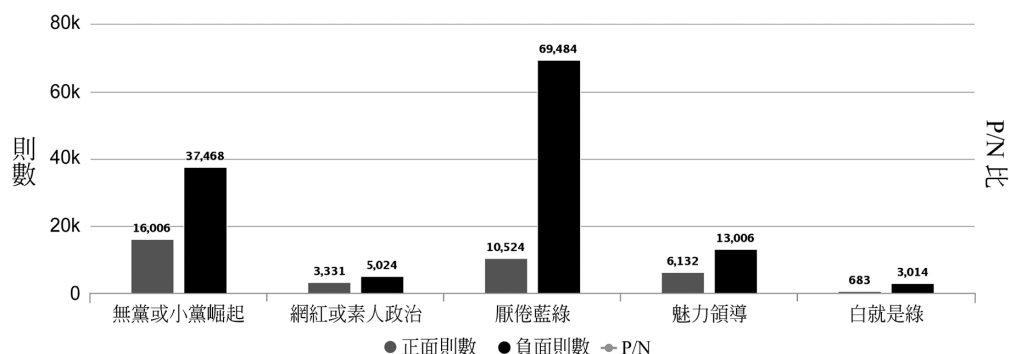


圖 4：聲量正負情緒比

資料來源：本研究自製。

「無黨或小黨崛起」也是負面比例較高，與所有政治討論的情緒都是負面多於正面的情況相同，幾乎沒有正面多於負面的政治討論，對任何政治人物的情緒也都是負面多於正面（從「網路溫度計」<https://dailyview.tw> 每日的聲量即可瞭解），亦即政治討論是負面情緒當道，多讓人陷入負面的失望

或憤怒情緒；即使主張「無黨或小黨崛起」，也是充滿反政黨情緒。既然是反對一個東西（政黨），情緒自然不是太正面，負面情緒高於正面情緒可以理解。

四、五面向各自聲量來源與頻道分析

依圖 5-1，「第三勢力（無黨或小黨）崛起」聲量共出現於 1,376 個頻道，主文 12,855 則，回文 93,916 則，總計 106,771 則。前十大頻道中，政黑版與 Ptt 八卦版分別佔據第一、二名。整體而言，「第三勢力（無黨或小黨）崛起」聲量來源頻道雖然以政黑版與 Ptt 八卦版兩個頻道位居第一、二名，但以回文比例來看，則低於 Yahoo! 奇摩新聞、China Times 及 udn.com 聯合新聞網的 Facebook 粉絲團。

依圖 5-2，「厭倦藍綠」聲量共出現於 1,342 個頻道，主文 8,641 則，回文 110,331 則，總計 118,972 則。前十大頻道中，Ptt 的八卦版與政黑版分別佔據第一與第四名。

依圖 5-3，「魅力領導」聲量共出現於 916 個頻道，主文 7,039 則，回文

共出現於 1,376 個頻道。主文 12,855 則，回文 93,916 則，總計 106,771 則。

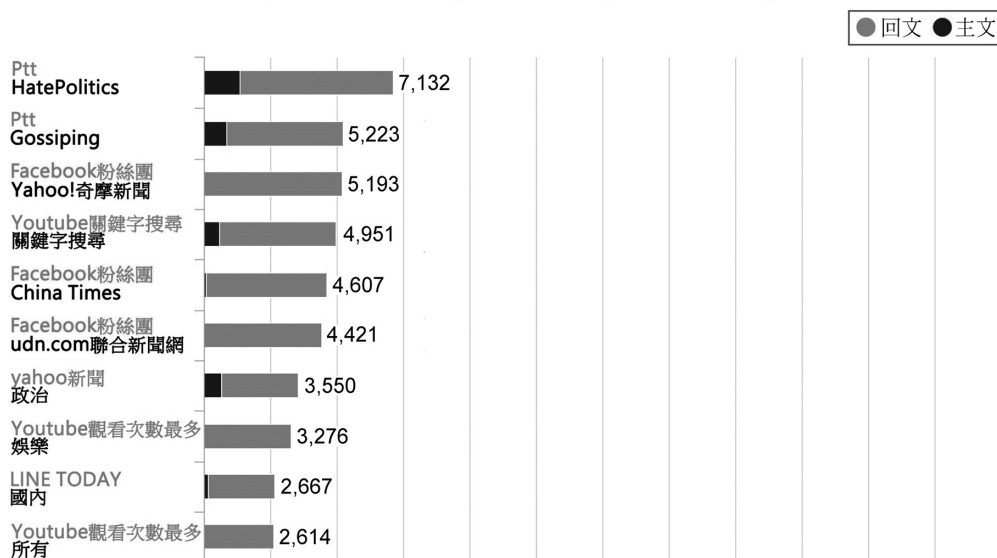


圖 5-1：「第三勢力（無黨或小黨）崛起」聲量前十大來源頻道分析

資料來源：本研究自製。

共出現於 1,342 個頻道。主文 8,641 則，回文 110,331 則，總計 118,972 則。

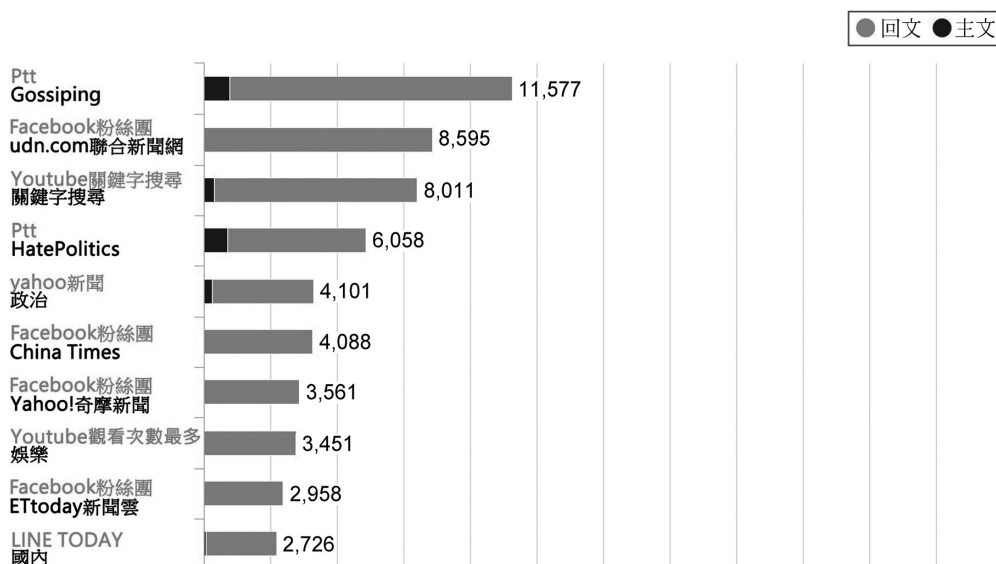


圖 5-2：「厭倦藍綠」聲量前十大來源頻道分析

資料來源：本研究自製。

共出現於 916 個頻道。主文 7,039 則，回文 33,432 則，總計 40,471 則。

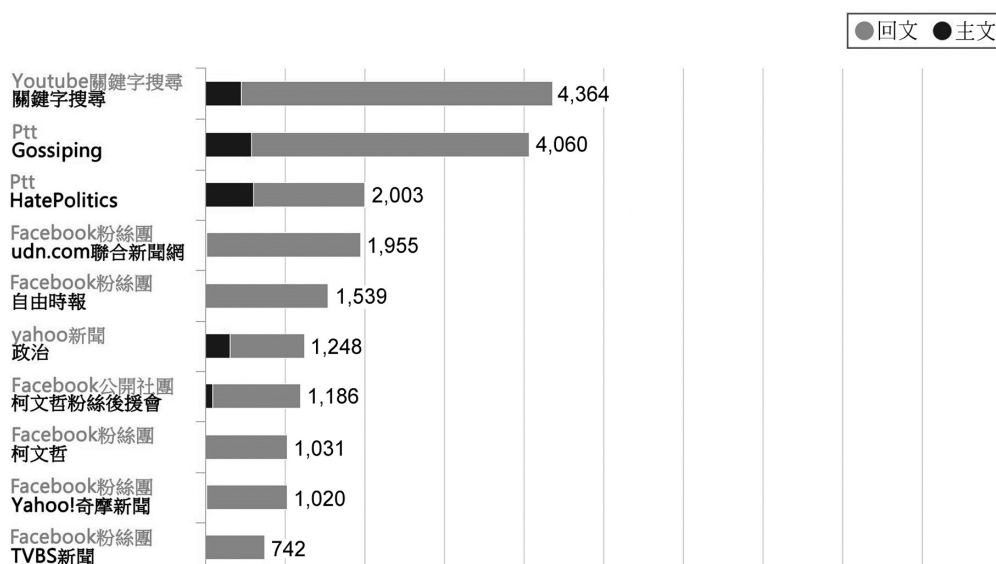


圖 5-3：「魅力領導」聲量前十大來源頻道分析

資料來源：本研究自製。

33,432 則，總計 40,471 則。前十大頻道中，「YouTube 關鍵字搜尋」為第一大來源頻道。

依圖 5-4，「網紅或素人政治」聲量共出現於 726 個頻道，主文 2,757 則，回文 18,194 則，總計 20,951 則。前十大頻道中，第一、二名分別為柯文哲、ETtoday 分享雲的 Facebook 粉絲團。整體而言，「網紅或素人政治」聲量以 Facebook 粉絲團為最主要來源頻道。

共出現於 726 個頻道。主文 2,757 則，回文 18,194 則，總計 20,951 則。

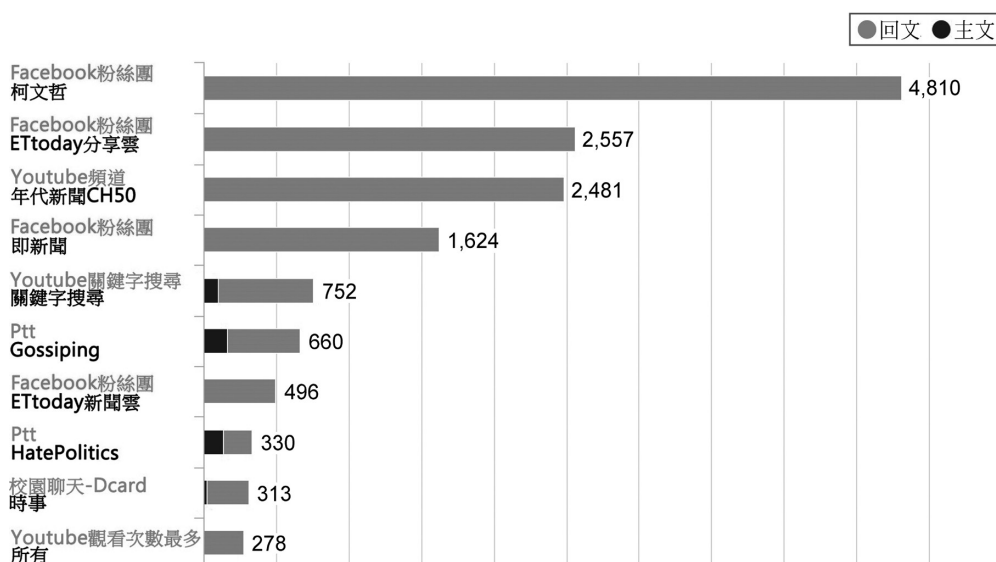


圖 5-4：「網紅或素人政治」聲量前十大來源頻道分析

資料來源：本研究自製。

依圖 5-5，「白就是綠」聲量共出現於 333 個頻道，主文 1,167 則，回文 6,257 則，總計 7,424 則。前十大頻道中，以「YouTube 關鍵字搜尋」為第一大來源頻道。整體而言，「白就是綠」聲量來源頻道以「YouTube 關鍵字搜尋」為主。

共出現於 333 個頻道。主文 1,167 則，回文 6,257 則，總計 7,424 則。

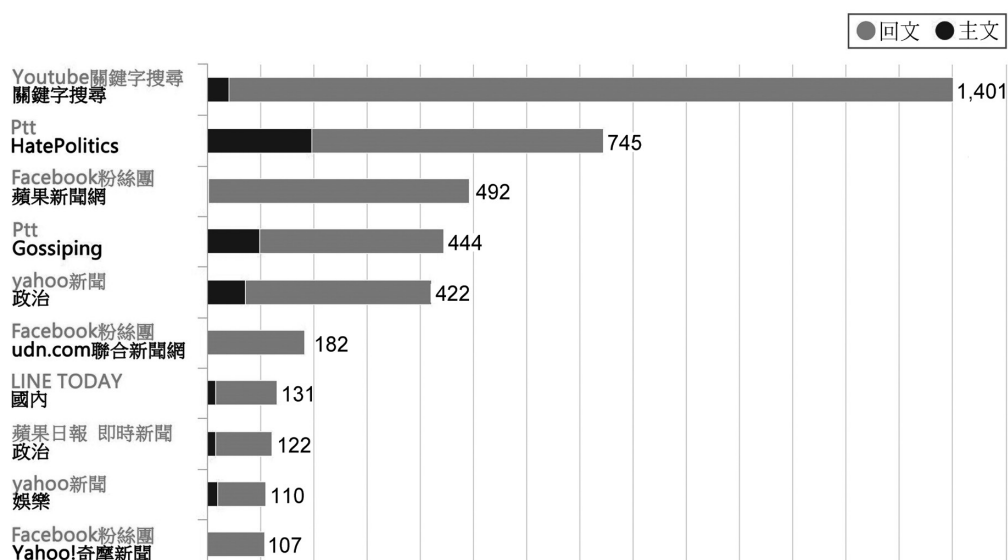


圖 5-5：「白就是綠」聲量前十大來源頻道分析

資料來源：本研究自製。

五、關鍵領袖的發文模式分析

關鍵領袖是指在「第三勢力（無黨或小黨）崛起」、「網紅或素人政治」、「厭倦藍綠」、「魅力領導」和「白就是綠」五個面向的聲量中，文章篇數分別最多的第一名作者 ID。關鍵領袖的發文模式則包括出沒頻道與發文範例。

「第三勢力（無黨或小黨）崛起」面向中聲量最高的是 MSN 新聞，發文篇數 827 則，為同一帳號統一發布不同作者的網路新聞，內容平均包含面向中的各項關鍵字。因為關鍵領袖應為同一作者發出最高聲量，因此新聞發布不符定義。聲量第二高的是小雲山，發文篇數 236 則，主要出沒在 Line Today 平臺，其中提及「人民覺醒」的回文佔 117 則，比例為 49.58%；提及「選人*不選黨」的回文佔 101 則，比例為 42.8%；提及「無色力量」的回文佔 13 則，比例為 5.51%。小雲山的討論範疇包括「要將選票投給誰」、「不論藍綠，選擇富強選擇良能」，呼籲選民放下傳統藍綠意識形態，選賢與能；在候選人方面則呼籲支持柯文哲、韓國瑜和丁守中，對民進黨政治人物評價不高。在「人民覺醒」的發文範例為「人民覺醒，人民作主，不分藍綠，我們

選擇富強向上、光明廉能的政府」；在「選人不選黨」的發文範例為「高雄人民們，選人不選黨」；在「無色力量」的發文範例為「白色力量無色力量大團結義助韓國瑜和票投丁守中」。

「網紅或素人政治」面向因為聲量排行較前的皆為新聞發布者，因此沒有具代表性的關鍵領袖。

「厭倦藍綠」面向中聲量最高的是 MSN 新聞，發文篇數 467 則，但因為關鍵領袖應為同一作者發出最高聲量，因此新聞發布不符定義。聲量第二高者是阿池，發文篇數 267 則，主要出沒在 Line Today 平臺，所用關鍵字皆為「討厭民進黨」。阿池的討論範疇皆為抨擊民進黨和其候選人的言論，政治立場顯著，在「討厭民進黨」的發文範例為「臺灣最大黨～～討厭民進黨」。

「魅力領導」面向中聲量最高的前三者是 MSN 新聞、Yahoo 新聞和中國評論新聞網，分別發布 427、131 和 111 則，但因為關鍵領袖應為同一作者發出最高聲量，因此新聞發布不符定義。發文篇數第四高者是 Sara Mu Humphries，發文篇數 101 則，主要出沒在 YouTube 平臺，所用關鍵字皆為「白色力量」。Sara Mu Humphries 的討論範疇皆為抨擊柯文哲，在「白色力量」的發文範例為「柯文哲自己就是最會抹黑、惡鬥異己的虛狡偽善的白色力量政客」。

「白就是綠」面向中聲量最高的是 MSN 新聞，發文篇數 73 則，但因為關鍵領袖應為同一作者發出最高聲量，因此新聞發布不符定義。聲量第二高者是無名，發文篇數 65 則，主要出沒在 Yahoo 新聞，所用關鍵字皆為「白皮綠骨」。無名的討論範疇皆為抨擊柯文哲，在「白就是綠」的發文範例為「柯猴一直都白皮綠骨，是漏尿扁和蔡老陰的暗樁，就一群低智腦弱的會被騙信牠是白圾力量」。

六、反政黨情緒的來源：不滿與抗議

至於反政黨情緒的來源，從這些發文不難看出網民的批判性格、抗議態度、對政治的不滿，以及對藍綠的厭惡、不相信藍綠，或認為垃圾不分藍綠。這些不滿或批判來自於政黨的施政表現或清廉與否，也來自於政黨虛偽的形象，以及藍綠互相抹黑的文化。以下舉出反政黨情緒的例證，顯示公民

對現有政黨的不滿、抗議與批判，但同時未見對民主的支持。

張軒瑜（2018-11-23 21:05）的發文指出：「討厭藍綠惡鬥，抹黑的政治文化，唯一支持柯文哲，科 P 加油～～」（華視新聞，2018）

Hsu yk（2018-11-17 07:11）的發文指出：「我討厭藍綠但是也更討厭偽君子，這個阿伯也沒能力，一開始只是比較直白，但是越來越虛偽，我是全國最大黨討厭民進黨，他偏綠太明顯了」（中廣新聞網，2018）

Lydia Chi（2018-11-21 19:32）的發文指出：「在我第一份工作的公司在做公共工程，我就已經不相信藍綠誰是清廉的，因為都是一樣的。換公司後更驗證以前知道的那些事實，因為老闆以前都是那些大企業老闆的員工，知道最內部的消息。所以真的——垃圾不分藍綠！」（陳嘉行，2018）

阿呆（2018-11-16 12:51）的發文指出：「寧願相信世上有鬼……也不相信藍綠的嘴」（自由時報電子報，2018）

美國隊長（2018-11-15 10:39）的發文指出：「Hsu Jen Chieh 從馬英九執政時期，我就再也不相信藍綠兩黨所謂的政客，當清廉這兩個字被藍綠政客踐踏在腳下，我就明白，選舉不過只是這些政客的一場表演，誰演的好誰就當選」（TVBS NEWS，2018）

如果選民有極端的抗議態度並利用這種態度來決定他們的投票選擇，而不依賴政策偏好和對候選人的評價，就沒有投票給政黨的理由，稱之為「抗議投票」（Schumacher and Rooduijn, 2013）。且當選民表現出更強的不滿情緒時，這與純粹以議題作為抗議來源的情況大不相同。抗議導向的選民不會使用有關議題的資訊，而只會使用他們的「不信任」來決定（Passarelli and Tuorto, 2018）。

從聲量內容發現與政策相關的對政黨的批判，絕大多數是針對執政當局（民進黨）或者針對提出政策的政黨，可視為「反特定政黨」，而不是普遍的反政黨情緒，且批判言論在政策議題相關聲量中佔比不高。

作者同時研究反政黨、支持第三勢力、民粹主義，其中的關聯容作者補充說明。在文獻中便指出，反政黨情緒也經常是民粹主義的要素，它並不讚賞一群可以獲取政治知識並將其應用於公共事務的人，主張只有在壓制現有的政治（主流政黨）之後，人民才會有共同的目標，才能和睦相處（Alber-

tazzi and McDonnell eds., 2008)。然而，社會中的失敗者沒有社會地位，他們必須實現「無聲革命」，他們沒有選擇，只能透過舊的、被鄙視的政黨表達不滿。此外，他們無法在體制外運作，反而會投票支持只是成功代理民粹主義（populism）的「反政黨的政黨」，亦即第三勢力的崛起（Mudde, 1996）。

作者引用以上文獻，說明反政黨情緒是民粹主義的要素，第三勢力是因為反政黨，亦即反對主要政黨。在臺灣民進黨可說是第一大黨，也可說民進黨與國民黨是兩大主要政黨。支持第三勢力與支持國民黨是否可以並存？在一些情況是可以的，例如「討厭民進黨」者支持第三勢力，便可能與國民黨並存。

本研究發現，「政策」很少與反政黨相關，那麼是什麼概念與反政黨相關？主要是與不滿和抗議的情緒有關。從聲量看不出直接討論政策，已是一種對主要政黨「算總帳」的方式，亦即印象驅動模型。

印象驅動模型（impression-driven model）運用於民眾對候選人評估的研究，此模型認為，人民對事物的評估是在遇到訊息時形成並在線（on line）更新的，為刻板印象（stereotyping）和投射偏見（projection biases）提供了證據，這些印象和偏見使記憶中可用的證據組合成民眾接觸訊息後的加總呈現（Lodge et al., 1989）。時至今日，Laustsen 與 Petersen（2020）仍然證明民眾在他們的長期記憶中儲存了非常耐用的候選人人格記錄，並且根據上下文檢索了不同的記錄。當上下文變得充滿衝突時，民眾對候選人的評估會迅速從與候選人印象的負向關係轉變為正向相關，讓訊息變得協調。

之所以引用「印象驅動模型」，是因為反政黨的緣由看不到反對或不支持候選人或政黨的政見或政策，而是一股腦地「火大」，因為不滿而不滿，因此可能肇因於網民對政黨「印象」不好的「驅動」，這是一種「算總帳」的模式，非理性地看待政黨，而是反對政黨的情感或情緒。

Hawkins 等人（2017）探討民粹主義的原因時，以「認同的失落」（identity loss）來形容這個不滿的情緒，民眾對政黨灰心，對政黨的認同低落。因為社會本應在個體和價值、規範（集體意識）的辯證中穩固，然工業化和網路社群使得人們改變與他人的互動方式，人際疏離，但資訊傳遞卻快速，易生不滿，社會變得「失範」（anomie），也就是「斷裂」（disconnection）和「失

序」(normlessness)，因為這些斷裂和失序，形成民眾集體的不滿。

再者，Gidengil 等人 (2001) 探討為何反政黨的修辭會引起一些公民的共鳴，以及這如何影響他們的選舉行為。數據取自 1997 年加拿大選舉研究。研究發現，社會背景特徵對反政黨情緒的影響很小。政治上的練達與對政黨的批判性看法不那麼相關，因為經濟上的挫敗感和感知到制度的缺陷，使人們更加持消極態度，但關鍵因素是與現有政黨疏遠的問題，這也是影響公民表達反政黨情緒的最重要因素。

伍、結論

2018 年九合一選舉期間，由於政治素人的參選，颳起了對素人政治討論的旋風，主要是針對柯文哲和韓國瑜，即使韓國瑜披著國民黨的戰袍，但選戰策略上不強調政黨，甚至最後一晚的選前之夜，韓國瑜也未邀請國民黨黨主席站臺。加上網民對主流政黨的不滿，網路聲量上呈現了反政黨情緒的氛圍，這些反政黨的情緒如同文獻所述，反映在「第三勢力（無黨或小黨）崛起」、「厭倦政黨」以及「魅力領導」，卻也出現了另外兩個新方向：「網紅或素人政治」以及「白就是綠」。

這兩項是在 2018 年九合一選舉中「反政黨情緒」出現的面向，可能是因為反政黨情緒發端甚早，而如今已經進入網路社群媒體的時代，「網紅或素人政治」自有其茁壯的空間，在「厭倦政黨」的氛圍下，「網紅或素人政治」便可能以其「魅力領導」發展獨特的政治論述。

至於九合一選舉中在網路世界所高舉的「白」，是否的確是「白」？經過本研究對這些「白」的剖析，發現「白」不見得是「白」，「白」有些時候是綠，也就是在反政黨的情緒中，不願說出的「綠」，隱身在「白」之中，這可能是一種「從眾」（從「白」）的心態，在網路上一些網民說出自己是「綠」並不見得能獲得認同，於是隱身於「白」之中，藉此展現自己在政治上的「批判」，也同時滿足在這個政治同溫層中不能喜歡主流政黨的「社會期待」。

為了回答研究問題：臺灣「反政黨情緒」有那些面向？以及「反政黨情緒」可能的來源為何？本研究依據反政黨情緒在理論、新聞以及網路上的面

向下關鍵字，並蒐羅網路上的關鍵字，進一步再擴充關鍵字，最後是排除雜訊。

關於反政黨情緒的網路聲量，網民是就整體選舉討論，沒有特別區分針對縣市長或縣市議員，即使縣市議員可能更多無黨籍人士參選，那也已在關鍵字的搜尋中被帶出，因此沒有特別區分選舉層級，而是以反政黨情緒作為本次九合一選舉的整體氛圍來觀察；實際以 OpView 搜尋資料的結果，所設定的關鍵字也有涵蓋到不同的平臺，在這些討論政黨的聲量裡，有多少反政黨情緒才是本研究觀察的重點，因此未區分選舉層級。

研究發現，在九合一選舉前三個月，「厭倦藍綠」和「第三勢力（無黨或小黨）崛起」的聲量都超過十萬，其他也能見到「魅力領導」、「網紅或素人政治」以及「白就是綠」的聲量，我們的目的不在比較這些面向聲量的多寡，而是關注到九合一選舉期間反政黨的情緒已經浮上檯面，甚至到越接近選舉的時間（週次），「厭倦藍綠」的聲量超過了「第三勢力（無黨或小黨）崛起」，而「白就是綠」的聲量也是在 11 月接近選舉時才出現。

其中各面向最常出現的字詞代表各面向聲量的結構，「第三勢力（無黨或小黨）崛起」最常出現的字詞是「選民」，「厭倦藍綠」最常出現的字詞是「民進黨」，「魅力領導」最常出現的字詞是「柯文哲」和「韓國瑜」，「網紅或素人政治」最常出現的字詞是「柯文哲」，「白就是綠」最常出現的字詞也是「柯文哲」。在這些面向中，僅有「網紅或素人政治」的負面聲量相對於正面聲量較低，其他面向的負面聲量相對於正面聲量都偏高；且「網紅或素人政治」由社群網站發出的聲量比例較其他面向高，相對地，從新聞發出的聲量比例較其他面向低。

至於五大面向聲量出現最多的頻道都不盡相同，「第三勢力（無黨或小黨）崛起」聲量在 Ptt 政黑版（HatePolitics）出現最多，「網紅或素人政治」聲量在柯文哲粉絲團出現最多，「厭倦藍綠」聲量在 Ptt 八卦版（Gossiping）出現最多，「魅力領導」和「白就是綠」聲量都是在 YouTube 出現最多。

整體而言，在 2018 年九合一選舉中，網路上出現了反政黨情緒，包括「第三勢力（無黨或小黨）崛起」和「魅力領導」，甚至有反建制（厭倦藍綠）的現象，卻也出現了另外兩個新方向：「網紅或素人政治」以及「白就是

綠」。而這些反政黨情緒的出現與「抗議態度」有關，從本研究分析的聲量可觀察到此一方向。至於對「網紅或素人政治」的討論熱度能持續多久，是否因為選舉而起，以及第三勢力在實際政治上是否崛起，值得後續觀察。

再者，「白」其實就是反政黨的意思，因為在政黨偏好上選擇無政黨，卻在聲量分析中發現，聲稱自己是「白」的聲量，其實是反國民黨的綠，但不願說自己是民進黨，而稱自己是中立，因此有「白就是綠」的說法，也是本文在研究反政黨情緒時發現網路聲量雖稱自己反政黨，其實只是溫和的反政黨情緒，討厭某一政黨，卻不是全部的政黨。

在不喜歡主流政黨的情況下，有可能選擇同一（同方向）政治意識形態的其他小黨，選民沒有放棄他們原來支持的政治意識形態，而是在同一（同方向）意識形態的政黨中選擇了其他非主流政黨。民眾如果對於民進黨不滿，他可能會去選擇時代力量或甚至是白色力量的候選人，所以這種情況下他並沒有跳脫出既有的政黨集團的框架。選民對政黨制度沒有完全反對，僅可說是一種溫和的反政黨情緒。

狹義的「反政黨情緒」意指政黨作為機構是被反對的，通常是基於它在統治者和被統治者之間形成障礙的事實。廣義的「反政黨情緒」僅是批評特定運作不良或缺乏具團體代表性的政黨（Poguntke and Scarrow, 1996）。本研究發現 2018 年的「反政黨情緒」僅是溫和的反政黨情緒，即使網民厭倦藍綠，仍然接受政黨必須在當代民主政治中發揮作用，即使他們批評現有政黨或政黨制度的表現，還是接受第三勢力政黨。

反政黨情緒真的是「終結所有政黨的情緒」嗎？溫和的「反政黨情緒」論點接受政黨必須在當代民主政治中發揮作用，即使他們批評現有政黨或政黨制度的表現（Poguntke and Scarrow, 1996）。本研究發現 2018 年的「反政黨情緒」僅是溫和的反政黨情緒，因為即使網民反政黨情緒中「厭倦藍綠」的聲量有 118,972 筆，仍然有 106,771 筆聲量是「無黨或小黨崛起」，亦即網民仍然認為「政黨」必須在當代民主政治中發揮作用，即使他們批評現有兩大政黨的表現，還是接受第三勢力政黨。所以「反政黨情緒真的是『終結所有政黨的情緒』嗎？」從本研究的聲量看來，網民只是利用被廣泛感受的反政黨情緒表達對藍綠的不滿，但仍期待第三勢力的興起。

此外，政府的評價肯定受民眾對它的感知績效影響（Poguntke and Scarrow, 1996）。反政黨情緒與民粹主義息息相關，強調強而有力的領導，本文雖發現「魅力領導」的聲量，卻未走向民粹，亦即沒有走向領導者在大量無組織的追隨者的直接、無中介、非機構化支持的基礎上尋求或行使政府權力，沒有明顯看到「人民」與「菁英」的對立。這種直接的、準個人關係繞過了既定的中介組織，或者將它們去機構化並使其服從於領導者的個人意願（Weyland, 2001）。

由於網民對第三勢力的討論頗多，我們可以歸納至 Mudde（1996）對此類民眾的看法。他們必須在現有政黨制度內實現「無聲反革命」，他們沒有選擇，只能透過舊的、被鄙視的政黨機構表達不滿；此外，他們將投票支持只是民粹主義成功代理人的「真正反政黨的政黨」，亦即第三勢力的崛起。然而，我國沒有真正的右派政黨，右派或民粹的說法僅是一種象徵。

關於 2018 年九合一選舉期間，在研究初始也問了一個問題，民主抗議投票究竟是對代議制民主運作的不滿，或是對「政策」（感知績效）（Poguntke and Scarrow, 1996）不滿。整體而言，我們看到了批判的公眾，而網民對於「政策」的不滿，卻非反政黨情緒的主要聲量，值得深思。網民的反政黨情緒看不出是因為對政策不滿，而是一種對政黨情緒的發洩，是一種對政黨「算總帳」的方式，或是對政黨已有整體印象，無法細數網民對政黨那些作為不滿。

至於調查方法與網路大數據研究的比較，參考林聰吉（2013）的論文，在「政治清廉」的測量中，同意「只要有機會掌握政治權力，無論那一個政黨都會貪污」者佔 73.9%；在「選舉公平」的測量中，同意「為了勝選，無論那一個政黨都會利用機會影響選舉的公平性」者佔 77.2%；在「執政能力」的測量中，同意「現在無論那一個政黨執政，都不可能把國家治理好」者僅佔 37.4%；在「民意反映」的測量中，同意「無論那一個政黨的政策，都沒有優先考慮多數民眾長遠的利益」者佔 57.9%。在「政治清廉」和「選舉公平」的測量中，民眾幾乎是反所有的政黨，但在「執政能力」和「民意反映」的面向中，民眾則會因評估的政黨而異。而本文的研究設計對於反政黨的面向分類與林聰吉（2013）不同，設計時考量了「厭倦藍綠」是極端反政黨情緒，「第三勢力崛起」、「魅力領導」、「網紅或素人政治」和「白就是綠」則

可能只是反對某些政黨的溫和反政黨情緒；兩者因為設計不同，雖無法貿然比較，但可以看到網路輿情中的不滿和抗議情緒來自於一種對政黨的印象驅動，與林聰吉（2013）所提及不同政黨的「執政能力」差異似乎關聯不明確。

整體而言，本研究發現的新意為何？本研究的結論得到的反政黨情緒與學理討論的有所不同，一方面是本研究發現此次選舉中的反政黨情緒並非反對所有的政黨，而是在對主要政黨失望後轉向支持第三勢力，同時也發現反政黨情緒是來自於「印象」的驅動，與執政黨具體的政策失敗並沒有直接關聯。再者，本研究還發現「白就是綠」此一獨特的反政黨分支現象。

當網民對政黨政治的期望高於評價時，造成民主赤字，也就形成了反政黨情緒。當網民的反政黨情緒來自於對政治的不滿、抗議和批判，卻未同時出現對民主仍舊支持的態度，也是當前民主政治發展值得關注的面向。本研究討論反政黨情緒的來源，未來將可以討論反政黨情緒的政治後果或影響。

參考資料

A. 中文部分

TVBS NEWS

- 2018 〈小野傷很大！衝擊柯 高嘉瑜：嚇跑淺藍選票〉。YouTube，2019 年 6 月 2 日，取自 <https://www.youtube.com/watch?v=0t6CzCgr4FY> (TVBS NEWS, 2018, “Siäoyě Hurts Badly! Shocking Ke and Gao Jia-yu: Scare away the Light Blue Votes,” YouTube, Retrieved June 2, 2019, from <https://www.youtube.com/watch?v=0t6CzCgr4FY>)

中央選舉委員會

- 2018 《選舉及公投資料庫》。2019 年 6 月 2 日，取自 <https://db.cec.gov.tw> (Central Election Commission, 2018, *Election and Referendum Database*. Retrieved June 2, 2019, from <https://db.cec.gov.tw>)

中廣新聞網

- 2018 〈2018 11 16 黃暉瀚時間：不抹、不會選？(抹黑、抹黃、抹紅)〉。YouTube，2019 年 6 月 2 日，取自 <https://www.youtube.com/watch?v=1x0xTPfCg-A> (BCC NEWS, 2018, “2018 11 16 Huang Wei-han Time: Don’t Smear or Vote? (Smear Black, Smear Yellow, Smear Red),” YouTube, Retrieved June 2, 2019, from <https://www.youtube.com/watch?v=1x0xTPfCg-A>)

自由時報電子報

- 2018 〈郝、丁路口拜票 游藝嗆：大巨蛋圖利財團怎麼解決？〉。YouTube，2019 年 6 月 2 日，取自 <https://www.youtube.com/watch?v=uEda-DRcjKA> (Liberty Times Net, 2018,

“Hao and Ding Call for Votes at the Intersection, and You Yi Questions about How to Solve the Case of Taipei Dome Lining Moguls’ Pockets,” YouTube, Retrieved June 2, 2019, from <https://www.youtube.com/watch?v=uEda-DRcjKA>)

林聰吉

- 2013 〈解析台灣民眾的反政黨情緒〉，《選舉研究》20(1): 47-72。(Lin, Tsong-jyi, 2013, “Analyzing Anti-Party Sentiment in Taiwan,” *Journal of Electoral Studies* 20(1): 47-72.)

國立政治大學選舉研究中心

- 2021 〈臺灣民眾政黨偏好趨勢分佈(1992年06月~2021年12月)〉。重要政治態度分佈趨勢圖，2022年3月3日，取自 <https://esc.nccu.edu.tw/PageDoc/Detail?fid=7806&id=6965> (Election Study Center, National Chengchi University, 2021, “Changes in the Party Identification of Taiwanese,” Trend Map of Distribution of Important Political Attitudes, Retrieved March 3, 2022, from <https://esc.nccu.edu.tw/PageDoc/Detail?fid=7806&id=6965>)

陳嘉行

- 2018 〈我第一次能投票剛好是總統大選，我滿心期待的把票投給馬英九前總統，覺得終於可以教訓民進黨了！……〉。Facebook 粉絲團，焦糖哥哥—陳嘉行，2019年6月2日，取自 <https://www.facebook.com/carson828/photos/a.661495097239877/2047482085307831/?type=3&theater> (Chen, Jia-xing, 2018, “The First Time I Was Able to Vote Was the President Election. I Was Looking Forward to Vote the Former President Ma Ying-jeou, and Felt That I Could Finally Revenge on DPP……,” Facebook, Brother Caramel Chen Jia-xing, Retrieved June 2, 2019, from <https://www.facebook.com/carson828/photos/a.661495097239877/2047482085307831/?type=3&theater>)

華視新聞

- 2018 〈柯文哲掃街 遇姚文智支持者倒讚嗆聲 | 華視新聞 20181122〉。YouTube，2019年6月2日，取自 https://www.youtube.com/watch?v=L0jgu_19CBk (CTS NEWS, 2018, “Ke Wen-zhe Swept the Street and Met Yao Wen-zhi’s Supporters Scolded | CTS NEWS 20181122,” YouTube, Retrieved June 2, 2019, from https://www.youtube.com/watch?v=L0jgu_19CBk)

意藍資訊

- 2019 《OpView Insight 4.4.1 服務說明書》。臺北：意藍資訊。(eLand, 2019, *OpView Insight 4.4.1 Service Manual*. Taipei: eLand.)

蘇 衡

- 2019 〈社群媒體研究方法〉，見蘇衡，《傳播研究方法新論》，頁377-414。臺北：雙葉。(Su, Heng, 2019, “Social Media Research Methods,” pp. 377-414 in Heng Su, *Communication Research Methods*. Taipei: Yeh Yeh.)

B. 外文部分

Albertazzi, Daniele and Duncan McDonnell (eds.)

- 2008 *Twenty-First Century Populism: The Spectre of Western European Democracy*. Basingstoke and New York: Palgrave Macmillan.

Andeweg, Rudy B.

- 2003 “Beyond Representativeness? Trends in Political Representation,” *European Review*

- 11(2): 147–161.
- Bartolini, Stefano and Peter Mair
1990 *Identity, Competition and Electoral Availability: The Stabilisation of European Electorates, 1885–1985*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bélanger, Eric and Kees Aarts
2006 “Explaining the Rise of the LPF: Issues, Discontent, and the 2002 Dutch Election,” *Acta Politica* 41(1): 4–20.
- Campbell, Angus, Philip E. Converse, Warren E. Miller, and Donald E. Stokes
1960 *The American Voter*. New York: Wiley.
- Dalton, Russell J.
2004 *Democratic Challenges, Democratic Choices: The Erosion of Political Support in Advanced Industrial Democracies*. Oxford: Oxford University Press.
- Dalton, Russell J. and Manfred Kuechler (eds.)
1990 *Challenging the Political Order: New Social and Political Movements in Western Democracies*. New York: Oxford University Press.
- Gidengil, Elisabeth, André Blais, Neil Nevitte, and Richard Nadeau
2001 “The Correlates and Consequences of Anti-Partyism in the 1997 Canadian Election,” *Party Politics* 7(4): 491–513.
- Hawkins, Kirk A., Madeleine Read, and Teun Pauwels
2017 “Populism and Its Causes,” pp. 267–286 in Cristóbal Rovira Kaltwasser, Paul Taggart, Paulina Ochoa Espejo, and Pierre Ostiguy (eds.), *The Oxford Handbook of Populism*. Oxford and New York: Oxford University Press.
- Hernández, Enrique
2018 “Democratic Discontent and Support for Mainstream and Challenger Parties: Democratic Protest Voting,” *European Union Politics* 19(3): 458–480.
- Klašnja, Marko, Pablo Barberá, Nick Beauchamp, Jonathan Nagler, and Joshua A. Tucker
2018 “Measuring Public Opinion with Social Media Data,” pp. 555–582 in L. R. Atkeson and R. M. Alvarez (eds.), *The Oxford Handbook of Polling and Survey Methods*. New York: Oxford University Press.
- Laclau, Ernesto
1977 *Politics and Ideology in Marxist Theory: Capitalism, Fascism, Populism*. London: New Left Books.
- Laustsen, Lasse and Michael Bang Petersen
2020 “Online Tallies and the Context of Politics: How Online Tallies Make Dominant Candidates Appear Competent in Contexts of Conflict,” *American Journal of Political Science* 64(2): 240–255.
- Lee, Sophia Yat Mei
2019 *Emotion and Cause: Linguistic Theory and Computational Implementation*. Singapore: Springer (online service).
- Li, Xiaoxu, Zhanyu Ma, Pai Peng, Xiaowei Guo, Feiyue Huang, Xiaojie Wang, and Jun Guo
2018 “Supervised Latent Dirichlet Allocation with a Mixture of Sparse Softmax,” *Neurocomputing* 312: 324–335.

- Li, Zhoujun, Haijun Zhang, Senzhang Wang, Feiran Huang, Zhenping Li, and Jianshe Zhou
2018 "Exploit Latent Dirichlet Allocation for Collaborative Filtering," *Frontiers of Computer Science* 12(3): 571–581.
- Lodge, Milton, Kathleen M. McGraw, and Patrick Stroh
1989 "An Impression-Driven Model of Candidate Evaluation," *American Political Science Review* 83(2): 399–419.
- Miller, Gary and Norman Schofield
2003 "Activists and Partisan Realignment in the United States," *American Political Science Review* 97(2): 245–260.
- Mudde, Cas
1996 "The Paradox of the Anti-Party Party: Insights from the Extreme Right," *Party Politics* 2(2): 265–276.
- Müller, Jan-Werner
2016 *What Is Populism?* Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Norris, Pippa
1999 "Introduction: The Growth of Critical Citizens?" pp. 1–27 in Pippa Norris (ed.), *Critical Citizens: Global Support for Democratic Governance*. Oxford: Oxford University Press.
- Panizza, Francisco
2005 "Introduction: Populism and the Mirror of Democracy," pp. 1–31 in Francisco Panizza (ed.), *Populism and the Mirror of Democracy*. London: Verso.
- Passarelli, Gianluca and Dario Tuorto
2018 "The Five Star Movement: Purely a Matter of Protest? The Rise of a New Party between Political Discontent and Reasoned Voting," *Party Politics* 24(2): 129–140.
- Pedersen, Mogens N.
1979 "The Dynamics of European Party Systems: Changing Patterns of Electoral Volatility," *European Journal of Political Research* 7(1): 1–26.
- Pérez, Jorge, Alicia Pérez, Arantza Casillas, and Koldo Gojenola
2018 "Cardiology Record Multi-Label Classification Using Latent Dirichlet Allocation," *Computer Methods and Programs in Biomedicine* 164: 111–119.
- Poguntke, Thomas and Susan E. Scarrow
1996 "The Politics of Anti-Party Sentiment: Introduction," *European Journal of Political Research* 29(3): 257–262.
- Saward, Michael
2010 *The Representative Claim*. Oxford: Oxford University Press.
- Schedler, Andreas
1996 "Anti-Political-Establishment Parties," *Party Politics* 2(3): 291–312.
- Schumacher, Gijs and Matthijs Rooduijn
2013 "Sympathy for the 'Devil'? Voting for Populists in the 2006 and 2010 Dutch General Elections," *Electoral Studies* 32(1): 124–133.
- Swyngedouw, Marc
2001 "The Subjective Cognitive and Affective Map of Extreme Right Voters: Using Open-

Ended Questions in Exit Polls,” *Electoral Studies* 20(2): 217-241.

Taggart, Paul

2002 “Populism and the Pathology of Representative Politics,” pp. 62-80 in Yves Mény and Yves Surel (eds.), *Democracies and the Populist Challenge*. London: Palgrave.

Torcal, Mariano, Richard Gunther, and José Ramón Montero

2002 “Anti-Party Sentiments in Southern Europe,” pp. 257-290 in Richard Gunther, José Ramón Montero, and Juan J. Linz (eds.), *Political Parties: Old Concepts and New Challenges*. Oxford: Oxford University Press.

Voerman, Gerrit and Paul Lucardie

1992 “The Extreme Right in the Netherlands: The Centrists and Their Radical Rivals,” *European Journal of Political Research* 22(1): 35-54.

Weyland, Kurt

2001 “Clarifying a Contested Concept: Populism in the Study of Latin American Politics,” *Comparative Politics* 34(1): 1-22.

Anti-Party Sentiment on the Internet in the Nine-in-One Election in 2018: Dimension and Source in Big Data

Jia-wei Liu

Professor

Department of Public Administration and Policy, National Taipei University

ABSTRACT

During the nine-in-one election in 2018, the participation of ordinary political people ignited a whirlwind of ordinary people politics. Do Internet users display an atmosphere of anti-party sentiment? This study finds only a moderate degree of anti-party sentiment. Even if people hate the blue or green parties, they still accept that political parties must play a role in contemporary democratic politics. Even if they criticize the performance of existing political parties or political parties' regimes, they still accept the third-force political parties.

Anti-party sentiment is closely related to populism, emphasizing the importance of strong leadership. Although this article has discovered users display an atmosphere of "charming leadership", it has not fully moved toward populism. Some people oppose the political parties, but they do not necessarily have the attitude of supporting democracy at the same time.

Key Words: big data, anti-party, populism, hate party, the third force, small party, charm, internet celebrity, ordinary people