

選舉制度、選舉競爭與選舉策略： 八十四年北市南區立委選舉策略之個案研究*

游清鑫**

《本文摘要》

本文經由對民國84年北市南區立委選舉過程中，有關選舉策略的制訂與運用情形的個案研究。文中除了相關的文獻檢閱與探討之外，也藉由對研究目標的實地觀察與重要行動者的訪談，尋求理論與實際的相互印證。研究結果顯示，選舉策略的制訂必須考量選舉過程中的種種影響因素，諸如選舉制度的作用，候選人對選舉的認知，候選人特質，政黨的角色，選區人口的特性，特殊議題的影響等。此外，本研究並就我國民意代表選舉的單記非讓渡投票制（SNTV）所衍生出的「配票」策略之運用及其限制作一深入探討，認為「配票」雖是此種選舉制度之下所具有的特性，但其運用的成功需要多方面條件的配合，諸如政黨的協調，候選人之間的合作，以及選民的配合等，皆是缺一不可。

關鍵詞：選舉制度、選舉競爭、選舉策略、配票

* 本文初稿首先發表於政治大學選舉研究中心於民國八十五年十一月主辦之「選舉制度、選舉行為與台灣地區政治民主化」學術研討會。本文經東吳大學游盈隆教授與會中多位學者之批評與建議，並於出版前獲本刊兩名評審人寶貴意見作修訂參考，在此一併感謝，惟本文論點謹代表作者淺見，缺失之處亦由作者自負責任。

** 作者現為國立政治大學選舉研究中心副研究員。

壹、前言

在民主政治的運作中，政治參與是相當重要的一環，而在各種不同類型的政治參與中，選舉是其中最普遍且具體的措施。選舉一方面提供大眾參與政治的機會，一方面也將代議政府統治的基礎合法化，因此，選舉已成為民主政治運作的要素之一，學術界對選舉的研究也逐漸重視。尤其是自第二次世界大戰後，行為主義的興起，使選舉活動的研究產生質與量的變化，其中，有關選民投票行為的研究，伴隨著各種學派與研究途徑的出現，如社會學途徑、社會心理學途徑、經濟學途徑等，不僅展現出具體的研究成果，也有助於選舉研究的理論建構（Harrop and Miller, 1987:130-62）。

但是，當學術界對選民投票行為的研究藉由新途徑與更成熟研究方法，將研究成果向前推展時，對其它面向的選舉研究卻出現質與量上的不足，例如有關候選人（或政黨）選舉策略的研究，雖然是與選民投票決定同屬選舉研究的範疇，但在研究成果的累積（不論是個案研究或是跨國性的比較研究）與理論建構的進展卻顯得相對不足（Rose, 1967: 23; Martz and Baloyra, 1976:xv-xxiv; Harrop and Miller, 1987:240; Bowler and Farrell, 1992:1-2; Baer, 1995:48-49）。同時，由於相關理論的不足，使得多數有關選舉策略的著作是來自作者對實際選舉的參與，或是實地的觀察所得，對候選人或政黨在選舉中活動的研究經常停留在瑣碎的表面敘述，或是從觀察對象中歸納出各種選舉的「武功秘笈」（註一），雖然精彩有餘卻內容分析不夠深入，更遑論系統性的比較研究。

就選舉策略研究而言，其與選民投票決定研究的根本差異在於選舉策略研究的對象並不限於選民本身，其更強調以個別的候選人或政黨在選舉活動中的表現為主體，而候選人或政黨在選舉中的活動是一個繁複的過程，對於此一過程的觀察與了解，無法採用諸如民意調查等具有普遍性的調查方法來了解，而必須認清個別候選人或政黨在各種條件上的異同點，並在這些異同點上先從事個別案例的研究，才能進一步作比較與理論建構的探討。

事實上，候選人或政黨在選舉過程中，如何去從事競選（campaign），不僅直接影響選舉結果，也同時影響政黨勢力的消長。在整體選舉理論的研究當中，選舉策略研究與選民投票行為的研究，同是構成研究選舉過程的兩個主要面向，一方面候選人或政黨必須用各種方法爭取選民的支持，在此情況下，選民成為接受候選人或政黨訊息影響的依變數；在另一方面，選民的特性與偏好分布也形塑候選人或政黨在選舉中的行動策略，在此情況下，政黨或候選人也成為受選民態度影響的依變數。所以就選民與候選人，或是選民與政黨而言，兩者在選舉中相互影響，也因此必須受到同等的看待。

就台灣而言，有系統的選舉研究也是偏重在選民投票行為的研究上，並藉由援引國外相關研究成果，與台灣選民的投票行為相互比較印證。但是對於選舉策略的研究，雖有少數研究出現，卻多數集中在探討影響選舉競爭的某一面向，如選舉制度的影響或是競選文宣的效果等，而全面性的選舉策略研究仍然付諸闕如。本研究以民國84年立法委員選舉為研究對象，探討候選人或政黨在選舉中策略的制定與執行情形，同時，藉由對相關理論的探索、個案的深入分析、以及對實際參選者的訪談，以全程了解整個選舉競爭的動態過程，希望藉由此項研究，可以進一步了解目前立委選舉競爭的本質，同時也為日後系統性的研究累積有用的參考素材。

貳、相關理論與文獻探討

在討論選舉策略的相關文獻之前，必須先考慮有關策略制定的概念問題：政黨或候選人選舉策略的制定是在特定的環境下產生，而不是憑空而來，因此，了解整體大環境與政治體系的影響是必要的步驟；但是在另一方面，環境因素雖然構成參選人決策時的重要條件，卻也無法完全決定參選者的選舉成敗，政黨或候選人對選舉策略的執行與修訂也是決定選舉成敗的重要因素。所以，在探討選舉策略時，環境與參選人（包含政黨組織及個人）互動之間的各種可能狀況，皆成為研究選舉策略時必須涵蓋的範疇。

在這樣的認識之下，Dawson與Zinser指出選舉策略的制定無法免除四項因素的限制：(1)選區的政治特徵，包含政黨的組織形態與功能，以及選區的競爭程度（competitiveness）；(2)候選人的政治特徵，如是否為現任者或是挑戰者；(3)選區人口特性（demographic characteristics），如經濟條件、流動性；以及(4)競選資源的運用情形（Dawson and Zinser, 1976:96-103）。同樣的，Jacobson（1983:8-24）在其研究中也指出相似的觀點，認為候選人從事選舉競爭時，必須面對既有的社會和政治系絡的影響，並在這些基礎之上，制定與執行選舉策略。

Martz與Baloyra則針對1973年委內瑞拉總統選舉的觀察，提出了一個「競選體系」（campaign system）的概念來說明選舉策略的制定與執行過程，在整個競選體系中，有三個主要的階段與因素影響選舉策略的成敗：(1)政治或制度環境因素，如憲法規定或是選舉規則；(2)各種勢力的動員（mobilization of forces），如候選人的選擇、競選組織的組成、策略的制定等；以及(3)競選的過程（processes of campaign），如與選民接觸、傳播競選訊息、拉票等（Martz and Baloyra, 1976:xxv-xxxvix）。類似於與Martz及Baloyra兩人的競選體系相似的嘗試，Bowler與Farrell認為在研究選舉競爭時，必須首先考慮到選舉競爭所發生的背景與系絡，再經過競選的準備與計畫、組織與控制、以及競

選議題與（政黨）形象的塑造等階段，如此構成一個簡單的競選過程。與上述Dawson與Zinser以及Jacobson的研究相比較時，可以發現Martz與Baloyra以及Bowler與Farrell的研究對象有別於當時以美國為對象的研究潮流，同時也有更強的理論建構企圖，並藉此從事選舉競爭的類型分析。此種研究旨趣在近來受到更多學者的注意，並採取跨國性的比較研究，包括對不同政治體系、選舉制度、傳播媒體系統、以及政黨系統的研究，使得以往因研究對象過份集中在美國，導致理論適用上的困難情形，得以稍有改善（Bowler and Farrell, 1992:1-24）。

基於同樣的努力，游盈隆借用Martz與Baloyra（1976:xli）有關「競選效能」（campaign efficacy）的概念，並將其定義為候選人獲得選票的能力，提出一套候選人的競選策略與競選效能的分析架構。在其架構中，作者提出三項假設：（一）間接影響候選人得票數的因素有五：包括候選人的社經背景、政黨背景、派系背景、候選人對選民的認知與評價、與候選人的政治取向；直接影響候選人得票數的因素有三：候選人的競選策略與訴求、組織動員的能力、與競選花費等。（二）決定候選人競選策略與訴求的主要因素有二：候選人對選民的認知與評價和候選人的政治取向；而候選人的政黨、派系、與社經背景則對候選人的競選策略與訴求有間接的影響。（三）候選人組織動員能力的強弱是由四個變數所決定：競選費用、政黨背景、派系背景、與候選人競選策略與訴求（游盈隆，民國82年，頁381-86）。游盈隆對於影響候選人選舉策略的因素探討，與Martz與Baloyra的研究企圖大致相同：尋求影響候選人選舉策略的因素及其互動關係。但是在比較之下可以發現：兩項研究皆同樣強調候選人個人因素及其所屬競選組織的運作，但Martz與Baloyra也同時強調政治與制度的影響，而游盈隆的研究中雖有論及選舉制度的政治後果，卻未在分析架構中提出，導致分析與解釋上的不足。因此，探討影響選舉策略的因素時，制度因素的探討可視為選舉策略研究的第一步。

有關制度對選舉競爭的影響，Duverger認為選舉制度透過兩種作用影響選舉競爭：機械因素（mechanical factor）與心理因素（psychological factor）。前者意指選舉制度將選民的選票轉換成政黨或候選人的議會席次，由於選舉規則的採用，導致選票與席次間比例性的偏差，並經常有利於較大的政黨而不利較小政黨，此種偏差在單一選區相對多數決的選舉制度中最為明顯；後者指的是當選民了解到，如果將其選票投給不易贏得選舉的小黨將使其選票形同浪費，為避免此種狀況，除非其不投票，否則將傾向於在兩大黨之間作選擇，以使其選票發生作用，同時也間接促成兩黨制的形成（Duverger, 1965:226）。Duverger的論點受到後續學者進一步的探討，這些學者雖然對Duverger提出有關選舉制度心理因素的作用有所修正與補充，但是對於選舉制度的機械作用則有較一致的看法（Rae, 1971:133-44；Riker, 1982；Sartori, 1986）。

相對於多數代表制下的選舉制度，比例代表制下的選舉競爭則呈現出另一種不同的風貌。本質上，比例代表制的精神乃是儘量將選票與席次間的比例性作到最公平的轉化，減輕多數代表制偏袒大黨的程度，並有利於小黨的生存（雷競旋，民國78年：97-103）。由於比例代表制的選區規模（即選區應選名額）通常較大，有時甚至是以全國為一個選區，如以色列，參選的政黨或候選人所獲得的席次是依其在各個選區的得票總數來決定，沒有嚴重浪費選票的情形，同時選票的積少成多是獲得席次的憑藉，並不一定要在每一個選區贏得多數的選票才能獲得席次，因此參選的政黨或候選人如果因其意識型態或其他因素，無法制定一套可以被大多數選民接受的政策時，將傾向於針對該選區中某一部份的選民，提出較具體但通常是較狹隘的政見訴求。因此，政黨的選舉策略將是在各種政策立場中採取一個明確的「點」（point）而不是一種模糊的「傾向」（trend）（Katz, 1980:40-41）。

雖然多數代表制與比例代表制是選舉制度的兩個主要類別，但是就目前台灣的國會選舉而言，除了部份全國不分區及少數海外代表是由政黨得票比例分配外，所實施的卻是一較為獨特的單記不可讓渡投票制（single-nontransferable-vote, SNTV）：選區應選名額常多於一（複數選區）、選民只有一張選票（單記）且不可轉移、計票方式是先確定選區應選名額再依候選人得票高低依次當選（比較多數）。基本上，此一制度乃可視為介於上述兩大選舉類型之間，其對選舉競爭的影響亦可從與上述兩者的比較中了解。

首先，就選票與席次間的比例性而言，SNTV由於選區規模較單一選區的規模大，各個候選人或政黨在選舉過程中獲得席次所需的票數要比在單一選區所需者來得少，候選人只要掌握到相當數量的票數即可當選，不會如單選區制度造成選票的浪費，因此，此種SNTV的制度在選票與席次的關係上要比單一選區的制度來得具比例性。但是，SNTV又不若比例代表制下的大選區制度可以比較忠實反映出選票與席次間的關係，故而其比例性仍低於比例代表制。由於此種比例性的程度是介於單一選區多數代表制與比例代表制之間，使其對政黨的作用亦有別於其他兩類型的選舉制度，第三勢力政黨或獨立人士較有機會可以在選舉中贏取席位，但有利的程度仍低於比例代表制的作用。

除了選票與席次之間的關係外，在SNTV制度下的選舉過程中必須強調政黨的提名與配票問題（Hsieh, 1984:5）。由於選區規模經常多於一，而且選民所擁有的選票不能轉移，當選席次的計算又是以候選人個人的得票為依據，如果政黨未能在事先作好估票的工作，提出適量的候選人數，則既使有眾多的選票，也將因選票分配的不均，使同黨候選人中有「明星級」候選人高票當選，而有人卻高票落選，雖然就政黨而言，選票所得還是一樣，但由於分配的不平均，使得總席次減少。

另一方面，緊接著提名配票問題而來的是同黨候選人之間的競爭問題。在SNTV之

下，如果政黨在某選區中提出二位以上候選人時，由於選民所擁有的票數只有一張，而且投票選擇的對象是個別候選人而非政黨，對候選人而言，其競爭的對手不僅來自其他政黨的候選人，也來自同一政黨的候選人，尤其是所屬政黨在該選區的實力相當穩定時，如果同黨其他候選人的得票數過高，將相對減少該候選人的得票，使得政黨配票的功用受到挑戰，再加上如果政黨在提名過程中提出超過其票源所能支持的候選人名額時，導致同黨候選人間票源重疊，黨內競爭將更加激烈。同時，候選人在競選過程中將不以政黨所提出的共同意見為滿足，而必須強調本身與其他候選人不同的特質，並加強其以個人為中心的組織，甚至取代政黨所提供的競選輔助架構，其結果常常是導致同黨內敵對派系或個人間的競爭（Johnston, 1967; Thayer, 1969:111-19; Curtis, 1971:46; Hrebenar, 1992:36-37）。在此情況下，個別候選人在選舉中將更強調個人性的色彩，政黨的角色反而成為次要。

在這些制度因素之外，理性選擇學派（Rational Choice）學者自政黨與選民間的關係中指出，如果選民的偏好排列呈現出單峰（single-peaked）（即偏好可在同一方向依序排列出來），則位於中間位置的選民所偏好的政策便是政黨或是候選人用來贏得選舉所應採取的最佳策略，「趨中」的競選策略便成政黨或候選人在競選中所採用的策略，而「中間選民」（median voter）的存在也將使政黨或是候選人在選戰策略的分野上趨於模糊（Downs, 1957; Enelow and Hinich, 1982）。這些論點相當程度解釋了美國政黨的政策立場因傾向「中間選民」的策略，使得政黨在重大議題間的差異模糊不清；同時，理性選擇途徑提供研究者一個簡單有力的理性（rationality）概念來了解選舉競爭中政黨或候選人與選民之間的互動情形，其邏輯推論的嚴謹性對於選舉競爭的理論建構有很大助益。但是在實際的應用上卻遭受學者的質疑，這些質疑包含對理論本身單面向議題的假設、不同的選區特性導致不同於「趨中」的選舉策略等（Converse, 1966; Robertson, 1976）。顯示理性選擇途徑用在解釋單純的選舉競爭，如單一選區相對多數決以及選民有大致上的政策偏好時，可以作為了解選舉競爭的有用工具，但用在美國型態之外的選舉時，仍需考慮其侷限性。

此外，就參選者（不論是政黨或個別候選人）之間及參選者與選民之間的關係而言，Schneider（1980:75-100）提出兩種型態的選舉競爭：一種是意識型態式的選舉競爭：選舉競爭的訴求對象，並非全部的選民，選舉策略的訂定常利用某些特定的議題來吸引部份的選民，其目的只是將其有限的支持者團結起來，不在於開拓新的群眾支持；另一類選舉競爭乃是聯盟式的選舉競爭：候選人或政黨將所有的選民皆視為其潛在支持者，選舉策略則是利用立場較模糊或訴求對象較廣泛的議題來尋求支持者。Schneider的論點雖然沒有刻意強調選舉制度的重要性，但在實際的觀察中，選舉制度的不同將影響參選者

對選舉策略的制定與執行，是不可否認的事實。

除了運用政策立場來吸引支持者之外，政黨也需利用文宣策略來增加其勝選的機會。林武雄（1993）運用企業界所常用的「企業識別」（corporate identity, CI）的概念，來闡述日本的政黨如何在選舉中塑造政黨形象及定位，並以自民黨為例，說明自民黨如何應用選舉策略，以及如何與挑戰者互動而修正其策略的動態過程。例如1989年所成立的海部內閣如何運用文宣策略，扭轉當時的自民黨因「瑞特魯克」醜聞案、前任內閣的加稅政策、開放美國農產品進口、以及前任首相（宇野）個人醜聞等事件，對自民黨所造成的傷害，使自民黨得以再次贏得隨之而來的選舉而繼續執政（pp.70-101）。林武雄的研究針對日本自1950年代以來的選舉活動提供一個歷史性的描述，雖然沒有系統性的理論架構與分析，也較少提及候選人與政黨在選舉時的互動關係，但其評論及豐富的文宣範例，不僅是有意從事實際選舉者的有用的參考，也給予選舉策略的研究提供一個理論驗證的場合。

在上述因素之外，選舉策略的研究也受到其他學科發展的影響而充實其內容，其中尤其以政治傳播（political communication）與政治行銷（political marketing）兩個研究途徑對選舉策略研究的影響最大（註二）。政治傳播被引入選舉競爭的研究可溯自七〇年代早期，當傳播媒體逐漸在現代社會中扮演重要角色時，Nimmo即指出進步的傳播工具，如電視，在說服選民參與政治活動的角色將愈來愈重要（Nimmo, 1970:192-193）。而隨著科技的進步，政黨或候選人更可利用更多的溝通技巧與傳播媒體，宣揚自身的主張、塑造形象、甚至是攻擊競選對手。這樣的改變，使得現代的選舉過程中，政治傳播的重要性大幅提升。

雖然學者間對於傳播效果與選民投票決定之間是否有因果上的關聯性仍無一致的結論，同時，在不同的選舉中，影響傳播效果的因素有時會共同呈現與相互影響，並會造成不同的效果。但是這些因素只能說明傳播行為影響選舉的多種可能性，並無法否定傳播行為對選民投票決定的影響。一般而言，將政治傳播用在選舉競爭的過程中，基本上涵蓋三個層次的效果：建立認知，經由傳播媒介提升參選者的知名度，使選民可以認識參選者及其政治訴求；產生感情，選民對參選人產生正面或負面的評價；最後則是依此評價產生行為，決定選民的投票。而主要的研究內容包含有政治議程的設定（agenda-setting）、政治言辭的分析、以及政治廣告的分析等（McCombs, 1981；Bitzer, 1981；Kaid, 1981；鄭自隆，民國84年），這些研究皆嘗試去探討各種不同的選舉訊息如何去影響選民的知識、感情、及投票行為。

鄭自隆（民國84年）結合大眾傳播與廣告理論，以實際選舉為研究案例，分析選舉過程中，政黨與候選人競選廣告所扮演的角色。在研究中，作者指出在競選期間影響傳

播效果的因素的四個來源：(1)傳播者因素：即傳播者的人格特質、參選經驗、以及傳播者間的互動；(2)訊息因素：即傳播的訴求型態、內容、與結構；(3)媒體因素：即不同傳播的效果、媒體情境效果、及候選人與媒體間的互動；(4)選民因素：即選民對訊息的反應過程與選民特質（鄭自隆，民國84年，頁259-62）；同時，如同作者在自序中所言，本書的概念與理論基礎雖然多數借自歐美國家的研究，但是在研究的對象上卻全然是以台灣為主。因此，文中對某些現象的闡述觀點，不致流於單純事件的描述，相反的，作者更將台灣自解嚴以來，政治社會快速變遷所造就出特定的文化背景，例如社會的多元化、政治參與的提升、金權政治的深化、傳播媒體的科技革命、以及本土運動的興起等，放在探討競選廣告的系絡之中，使讀者可以立足於整個大環境的變遷上，了解競選廣告的影響。本書的另一個優點是研究的焦點非常集中，使得分析可以深入有力，作者並不企圖將整個選舉過程或是全盤的選舉傳播理論納入研究範圍，而僅選取其中的競選廣告作為題材，因此對競選廣告的定義及其各種面向，如負面廣告、證言廣告、辯論、傳播效果、策略分析、及未來發展等皆能有所觸及，對於日後有志於競選廣告的研究者而言，本書提供一個有用參考架構。

但是，在這些優點之外，本書仍有一點值得提出來討論的問題。作者論及競選廣告的提出必須呼應當時整體的社會文化背景，同時就1989年至1994年民意代表與省縣市長選舉的文宣策略作分析。可惜作者並未進一步比較分析不同型態的選舉中，競選廣告的差異及其效果，如行政首長的選舉和民意代表的選舉，由於競爭對手的不同、選民的差異、地區性差異等因素所造成的影響為何。雖然作者在書中援引Rothschild(1978)、Johnson-Cartee與Copeland(1991)等人有關選民對選舉活動的涉入感，與競選廣告的運用關係（頁83-85），卻僅是「點到為止」，如果能比較過去幾年的選舉經驗，將競選廣告的運用方式與效果評估，依不同選舉型態作類型建構，將有助台灣競選廣告作系統性與比較性的研究。

在政治傳播之外，政治行銷理論也藉由對市場競爭的了解來研究選舉競爭。行銷的概念源自商業行為中，廠商在市場上與其他廠商作競爭，利用各種技巧，如市場調查、廣告宣傳、登門銷售、與售後服務等，突出自身產品的競爭性優勢（competitive advantage），向消費者推銷其產品。廠商的一切努力與過程，猶如政黨或候選人為求勝選而向選民推銷其政績或政治理想。這些相似性使得行銷理論經常可以在競選過程中提供有用的參考價值（Kolter, 1972；賴東明，民國82年：205-06）。基於此種相似性，Mauser指出一個行銷途徑下的選舉策略必須包含三個主要步驟：(1)評估當時政治情勢，包含內在與外在的因素：內在因素主要是候選人及其組織的本質、確認競選目標與評估可運用的資源，與個人及組織的優劣；外在因素是對競爭對手、選民特性及其他諸如當時國內

主要政治風氣與趨勢的評估。(2)決定競選策略 (strategy)，主要的工作是認清候選人所面臨的機會與問題、考慮各種不同的方案、定位目標選民 (targeted groups) 與競選主題。(3)經營競選活動，主要是募款、發展組織、排定選舉行程、廣告、演講等活動 (Mauser, 1983:11-14)。

當然，在相似性之外，市場行銷與選舉競爭之間一些本質上的差異，使得行銷概念在選舉競爭的應用上有其限制。例如，行銷理論在解釋選舉競爭時的過度簡化，以及只能用來作事後對選舉結果合理化，對於理論的預測功能有其限制 (Arndt, 1978; Bowler and Farrell, 1992:5-6)。因此，雖然行銷理論當中的許多詞語與概念，能很適切的表達選舉競爭中的某些環節，在實際應用與理論建構的過程中，仍需注意其侷限性。

在實際個案研究上，陳鴻基 (民國84年) 將市場競爭中廠商對商品的行銷，運用到國內三個主要政黨在選舉競爭中的行為，而將商品行銷與選舉行銷聯結。作者以國民黨、民進黨、新黨在以往選舉中的得票率多寡為標準，將三個政黨比擬成三個大小規模不同的公司，最大的政黨 (公司) 在選舉過程 (市場中) 主要的戰略是採取防禦戰，以保住其原有的得票率 (市場佔有率)；第二大黨主要目的是要取代前者而成為最大黨，因此在戰略上將採取主動攻擊的策略；而較小的政黨由於在資源上較為不足，因此採取「以小博大」的游擊戰。在決定戰略原則之後，接下來要決定的是戰略底下的各種戰術運用：包括(1)政黨或候選人 (產品) 的規劃，如特性定位、識別標誌、形象塑造等；(2)動員支持與開拓選票 (產品流通路線) 的方法，如利用地方派系、民間團體、政黨組織等；(3)宣傳文宣的運用 (產品推廣)，如大小眾媒體的運用、演講募款、造勢活動等。在這些戰略與戰術下，作者以82年縣市長選舉為例，分析三個政黨如何制定贏的選戰策略，以及評估這些策略的效果。

在本書中可以看出作者一個很大的企圖：將行銷理論與實際選舉競爭結合，企圖將理論所提供的論點，印證在實際的競選活動上，並藉此評斷理論的效用。這樣的企圖，從研究架構的設定、資料的蒐集、以及案例的分析上來講，算是相當成功。尤其是論及行銷理論用於選舉競爭上的限制問題，相較於其他只注重行銷與選舉相似性，卻忽略其相異性的研究，有學術上的貢獻。但是，或許是由於此一企圖，使其分析的內容與論點過於簡化。在理論上，政黨競爭雖是選舉競爭的主體之一，但是，在實際上，候選人個人有時更是主要的參與者，而且政黨與候選人對選舉策略的認知也不一定一致，例如在該次 (82年縣市長選舉) 選舉中，國民黨與民進黨分別在嘉義縣與台南市同時推出兩名候選人 (註三)，就政黨立場而言，只要是黨籍候選人當選即可，因此必須同時對兩名候選人進行輔選工作，而競爭的對象是其他政黨的候選人。但就候選人立場而言，不僅其他政黨的候選人會影響自己的選舉結果，同黨的候選人有時更比敵對政黨候選人更具

威脅性，在此情況下，候選人雖也接受政黨的輔選，卻並非獨享所有的政黨資源，在策略的應用上，自然也會將同黨的候選人也列為競爭對象。其次，就政黨立場而言，雖然理論上國民黨應採取防禦性競選策略，但在某些非其執政的縣市，國民黨的候選人變成挑戰者，而其他較小黨派的候選人則成了現任者，此種不同條件造成同是國民黨候選人，可資運用的策略卻不相同；同樣的，在民進黨執政的地方，也面臨同樣的問題。因此，不論是防禦性策略、攻擊性策略、或是游擊戰策略，必須依地區特性的不同而改變，而此種地區差異因素並未在文中被探討。

綜合上述研究論點，可以了解到影響選舉策略的制定與執行的因素影響將隨不同的政治制度、選舉型態、選舉時間、以及不同的參選者而有所不同，有時環境或制度因素扮演重要角色；有時則是候選人或其他事件的影響而改變選舉結果。此種情況使研究者 in 解釋與分析的過程中需要考慮到個案之間的差異（Martz and Baloyra, 1976:xxiv），並結合總體性的研究成果與個別性的探討結合，才能提供完整的理論背景，進一步幫助分析架構的建立。

參、分析架構的建立

候選人的選戰目標當然是決定其選舉策略的最主要因素。一般而言，候選人參選的主要目標是希望能當選，但是，就當選的結果而言，仍有許多不同的情況，有些候選人希望能高票當選；有些則因經費及人力等其他因素而只求獲得一席之地；有些則是希望藉由自己的當選可以使其他候選人當選或落選等。當然，有些候選人參選的目的並不在於求得當選，而是藉選舉場合宣揚其政治理念，或是突顯某項特定議題，如日本共產主義政黨的候選人在多數情形下，其參選的目標不在勝選，而是在宣揚其理念；而目前我國中央民意代表的選舉已經加上全國不分區的政黨名單比例代表制，使得政黨希望在全國每一個選區不論其實力高低都有候選人出馬競選，以「積少成多」的方式增加分配不分區代表的總票數，這些選區的候選人本身勝選的預期便不高，而累積所屬政黨票源才是主要目的。因此，由於目標的不同，候選人所設定的選舉策略亦將不同，但一般而言，勝選常是最主要的目標。

但是，一個明顯的事實是，選舉過程經常是由眾多的候選人角逐有限的席位，而且每個候選人因本身的條件及其所處競爭場合的不同，選舉競爭與選舉策略便由此而產生，如何參酌各項因素而採取「贏的策略」便是所有候選人所關切的中心議題。但何謂「贏的策略」？或者說如何去設計出一套「贏的策略」來保障候選人的當選？綜合上述理論文獻，候選人的選舉策略常依下列五項因素間的互動而決定其成效：

- (一) 政治制度，尤其是選舉制度的作用：包含選區的規模(magnitude)、計票規則(formula)、選票結構(ballot structure)及代表門檻(threshold)等遊戲規則對政黨以及候選人選舉策略之影響。
- (二) 候選人政黨的影響：包含政黨對候選人在選舉時的財力及人力上的支援，提名策略的運作(是否提出最適的候選人名額)、政黨在該選區所擁有的忠誠支持者的多寡，政黨意識型態對候選人政見的影響等因素。
- (三) 候選人本身的條件：包含候選人特有的形象、特質、地區影響力、現任或非現任、財力狀況、競選時的組織架構及其運作情形(如何與選民溝通)等屬於候選人本身的因素。
- (四) 選區選民的特性，包含過去該選區選民的投票習慣，或是因特殊的人口組成、歷史經驗、地理因素等其他特殊因素的影響。
- (五) 其他特殊事件，諸如競爭對手的選舉策略或是當時整個政治環境所經歷的發展趨勢(trends)等。

在這些因素中，選舉制度而言，本質上是影響選舉策略的長期結構性因素，其政治作用可以自過去的選舉經驗得到理解(同時，在某種程度上選區選民結構也是如此)；而政黨因素、候選人條件及競爭對手與政治趨勢等則是較屬於短期因素，將隨每次選舉的不同而有變化。這些因素與選舉策略間的關係可以如下圖1表示。

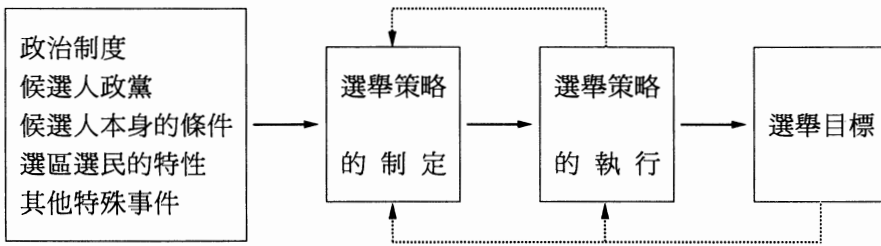


圖1：選舉策略制定與執行之分析架構

選舉制度的作用是最基本的影響來源，藉由遊戲規則的制定，提供了候選人及政黨在競選過程中的背景結構，相對於此結構，候選人或政黨所採取的選舉策略必須是源於對此遊戲規則的了解，也唯有事先了解遊戲規則所帶來的作用，才能善加利用此種制度上的特性增進自身在選舉時的獲勝機會。綜合前文論點，可以了解到目前我國立委選舉制度對選舉競爭所可能造成的影響，包含對新興勢力有利的生存空間、政黨估票與配票的重要性，同黨候選人競爭的可能性，以及強調個人特色的選舉競爭等，皆構成候選人

在設計其選舉策略所必須考慮的結構因素。如果候選人對這些作用越了解，將越有利其選舉策略的制定與執行，也越能提升其勝選的機會。當然，不同的候選人對這些結構因素所回應的策略也將不同，必須視其他非結構性因素的配合，才能決定其「贏的策略」。

就政黨因素而言，隨著不同的政黨體系而有不同的影響。就台灣而言，早期的選舉過程中，政黨通常居於重要的地位，其不僅提名候選人，更為該候選人提供主要的人力與財力資源，此種情形尤其是在執政黨的候選人中更為明顯。但是在反對陣營中，政黨標籤的作用則較不明顯，在競選時主要是憑藉個人因素或派系的作用。而在近期的選舉中，一方面由於執政黨黨紀的衰落，一方面也由於組織動員的能力不足，使得執政黨的候選人在競選時，逐漸減輕對政黨的依賴，而以候選人為中心(candidate centered)的競選型態逐漸吃重。但儘管如此，候選人在競選過程中，不論是執政黨或是反對黨，皆相當程度的承襲政黨的既有資產(assets)，也同時負擔所屬政黨的負債(liabilities)，同時，藉由政黨對統一政見的制定，以及人力及財力的支援（雖然有時可能是杯水車薪），仍能對候選人的競選策略有所影響。在此情形下，政黨與候選人如能在選舉中採取一致性的行動，將有助於整體選舉策略的制定與執行，同時也較能避免黨內競爭的出現。

就候選人本身特性而言，影響其制定選舉策略的因素主要有兩部份，一是其特有的形象、領導能力、是否擁有連任優勢、所抱持的政治立場、知名度與財力來源等，其中，財力因素在現代傳播媒體，以及新興競選專家與機構興起後更形重要；另一部份是因應其競選所成立的競選組織及其運作功能，包含其人力的應用、組織的型態及資源，以及動員群眾的能力等。此種候選人因素在以往的選舉中，對選舉結果常有重大的影響力，此兩部份是相輔相成，且二者配合度愈高，愈容易制定出一致的選戰策略。

選區選民之特性亦是影響候選人選舉策略制定的因素之一。這些特性包含選民的基本人口及社會特徵，如年齡層、教育程度、經濟地位等；也包含以往所表現出來的政治態度，如政黨認同的方向與強度等。對這些特性的了解，候選人才能「投其所好」地制定其選舉策略，尤其是候選人在制定其政見時，如何避免制定與其選區選民的利益相違背的政見內容，是其獲得支持的最基本條件；另一個重要的考慮便是藉由民意調查了解該選區選民中，有多大的比例是屬於所謂的「獨立選民」，以及可能影響這些人投票的因素，才能在票源的開拓上有所幫助。

候選人的競爭對手，不論來自同一政黨或其他政黨，都是競爭的主體，尤其是候選人的條件與其競爭者相當時，或是這些競爭者與候選人本身的特性無法作明顯的區隔時，將對候選人造成更大的威脅。但如候選人的條件可與其競爭者作區隔時，在選舉策略的採用上，應有較大的空間，在票源的開拓上亦較容易。

選舉期間的國內外重大情勢亦將影響候選人選舉策略的制定，例如重大社會、經濟

與政治議題，或重大的施政弊端，都將在選舉期間成爲各個候選人討論與批評的焦點，而選民亦將因候選人的強調以及傳播媒體的報導而對這些議題產生興趣，有時這些重大議題，可被塑造成更具爆炸性的爭論，迫使候選人不得不加入論戰並表明立場。而在另一方面，國際上重大情勢的變化，如全球民主化的推展以及威權政體普遍在選舉中的挫敗，都可能影響國內政治局勢的變化，也隨之影響到候選人選舉策略的制定。

上述的結構性與非結構性因素的作用，影響候選人採取一套最佳的選舉策略，但是，如前文所述，選舉制度雖然限制候選人策略選擇的空間，卻並非意味其可以完全主宰候選人的策略內容，實際上，這樣的制度只是提供一套固定的遊戲規則，對某些候選人而言，是一種限制，但對某些候選人而言，卻提供有利的操縱空間，例如SNTV的配票作用以及強調個人性的特色，同樣可以減低同黨競爭的程度或給予新人出頭的機會。同樣的，非制度因素對候選人選舉策略的選擇而言，亦是因人而異，且每一項因素對不同候選人的比重必然不同，因此，在探討候選人選舉策略時，必須認識到無法歸納出一個放諸四海皆準的策略選擇模式。

在評估各種影響因素之後，選舉策略的執行必須先設定競選的主題（themes）與主要競選議程（agenda）。競選主題依據選舉目標而定，用以達成最後的目標的手段，同時也是候選人取得選民支持並藉以擊敗對手的主要依據（Bradshaw, 1995:42）。競選主題通常是最簡單的詞語或概念，使候選人在選舉中向選民表達其競選理念，並且使選民得以藉此區分該候選人與其他競爭者之間的差異。如1992年美國總統選舉時，民主黨的挑戰者Clinton鑑於人民已經對共和黨連續12年的執政感到厭煩，同時也對當時共和黨久久不能解決的國內經濟問題失去耐心，因此，在競選的過程中提出一個簡潔的選戰主題「變」（change）來強調自身的特性而深受當時選民的支持。

競選議程強調競選型態是以政黨爲中心（party-centered），或是候選人爲中心（candidate-centered）、或是以議題（或政見）爲中心（issue-centered），或是三者混合使用（Salmore and Salmore, 1985:），或是有其他考慮，如聯盟競選等。這些不同的議程所訴諸的對象皆有不同，如以政黨爲中心是強調政黨的標籤，對具有相當程度政黨認同的選民有吸引的作用；如以候選人爲中心的競選策略便強調候選人的個別特質或政績，或是地域性的支持基礎；如以議題爲取向則強調候選人的政治立場，或是其對政策制定的承諾等。這三種不同的競選策略在實際的運用上常是交互使用，強調的重點全賴上述有關候選人制定其競選目標以及與其他因素之間的影响而定。例如在美國國會議員的選舉中，候選人與所屬政黨在競選過程中的角色已與以往有很大的差別，在早期黨機器功能仍有影響力時，個別候選人競選策略的制定與執行常依附在政黨機器中，但是由於候選人個人財力以及其他條件的提升，以及現代先進資訊及傳播媒體的興起，使得候選人

本身自我推銷的成份加重，相對的，也減少對政黨的依賴程度。又如前述在SNTV的制度作用之下，選民所據以投票的直接對象乃是候選人個人，而非政黨標籤，如果政黨無法在事前協調所屬各候選人的選舉策略，則以候選人為中心的選舉策略將跨越政黨間的界限而主宰整個選舉過程。

在決定選舉策略的主題與議程之後，接下來便是如何去突顯候選人在選民心目中的地位。不論是經由政黨的推介，或是候選人的自我推銷，或是提出重要的政策方針，選舉策略的運用重點乃是在於突出候選人與其他競爭者之間的「比較優勢」(comparative advantage)，亦即向選民說服該候選人較其他競爭者有更多的優點與能力，使選民認為投票給該候選人是當時最佳的選擇。在這樣的過程中，不論是候選人或是政黨，首先的作法是使選民認知到該候選人的存在，亦即擴展該候選人的知名度；其次則是使選民對該候選人產生情感，使選民對該候選人產生認同；最後則是塑造候選人在選民中的有利評價，可以打敗其他競爭者，如此經由認知(recognition)、情感(affect)與評價(evaluation)建立候選人的「比較優勢」。同時，在塑造候選人的「比較優勢」之時，如何了解候選人與其他競爭者在選民心目中的相對位置，亦即選民對候選人的總體評價，是塑造候選人「比較優勢」的關鍵。欲達到此一目的，運用各種民意調查(polls)的結果是相當重要的一環，調查結果將成為調整選舉策略的重要參考，同時，經由多次民意調查，也可大致了解該候選人在整個選舉中領先或落後的變化情形，對於選舉策略的持續評估提供及時的回饋資訊。在目前科技與調查方法的改進下，民意調查將扮演日益吃重的角色，但是，此種現代的調查方法常需要花費相當多的金錢與人力，尤其是作持續性的調查時，對候選人的財力也將是一種負擔。

執行選舉策略最直接的方式便是從事實際性的競選工作：走向選民、發表演講、登廣告、募款等活動，以及在投票日當天的「催票活動」(get-out-the-vote)，其中的重點在於成立各種的次級組織與募集人力來執行各種選舉策略。同樣的，在執行這些選舉策略時，首先要認清選舉訊息所要傳遞的對象（如選民的地區特性），訊息內容（如自我形象推銷），以及用何種方式傳達（用電視、報紙或街頭遊行）等。這些活動並非是競選過程的最後階段，也不是純粹執行選舉策略的階段而已，因為在執行的過程中亦同時看到許多由民意調查所無法偵測到的實際現象，例如可以及時搜集到其他候選人的負面競選(negative campaign)的內容，以提供候選人制定選舉策略的資訊參考，如此持續到選舉結束，才構成完整的選舉策略制定過程。

上述的概念架構可提供研究者從事競選策略研究的一個出發點。其中，值得注意的是此一架構的提出只是一種初步的嘗試，藉由對相關理論的綜合歸納，理出其間的邏輯關聯性，主要目的乃是用來作為實地觀察候選人競選過程時的一個憑藉，因此，理論上

所推論出的所有可能的步驟與結果，常只有部份是真正發生在實際的過程當中。同時，經由不斷地從實地的選舉過程中得到的觀察，也將對原先採用的研究架構提出一次又一次的修正，尤其是不同類型的候選人面臨各種不同的制度性與非制度性影響因素時，選舉策略的研究將展現出各種不同的面貌。

肆、實際案例的分析

基於上述研究架構所提供的各項訊息，本研究針對民國84年立委選舉台北市南區立委候選人沈富雄的競選策略作一分析探討，並藉由對沈富雄本人及其主要競選幕僚作深入的訪談，以解該次立委選舉的動態過程。

首先，就沈富雄在該次選舉中所訂立的目標而言，有別於其他候選人僅將競選目標放在贏得席位，沈富雄更進一步將競選的目標設定在經由與同黨候選人的聯合競選，不僅使自己能當選，也同時要使其他同黨候選人能當選。換言之，其目標是要使本人與所屬政黨在選舉中皆能獲勝。此種意念早在民國84年5月民進黨黨內初選之時，便已針對此次立委選舉主張「共同文宣、同台演講、平均配票、一齊當選」的選戰目標與策略（參見附錄二）。在此目標及策略下，顯然隱含沈富雄個人對整個台北市南區選舉生態的認識：其認為民進黨在該選區應有足夠的實力可以支持四位民進黨籍候選人當選，而非只有以往二至三名，而且只要能將選民對民進黨立委候選人的支持稍作平均分配，即可達成此一目標。因此，藉由對政黨實力以及選舉制度運作的了解，沈富雄希望本區民進黨候選人可以採取聯合競選的策略，增加民進黨在立法院的實力。而達成此一目標的主要策略則在於聯合競選與配票的實施：改變以往民進黨候選人單打獨鬥，甚至同黨候選人相互競爭的場面，並制定一套配票方法，說服支持者依指示投票。

在這樣一個「聯合競選、平均配票」競選主軸的背後，隱含著兩項達成目標的背景條件，使得配票策略與多贏一席的期待可以實現。一是對民進黨支持者的認識，此項工作可說是進行配票的第一步，包含支持者人數的多寡，以決定是否真有足夠選票支持四人同時當選；另一項是支持者的忠誠度問題，以了解選民能否順利將原來由支持某位特定候選人的投票型態，說服去支持與原來候選人結盟的其他同黨候選人，此種作法在本質上是打破以往「選人不選黨」的投票模式（王業立，民國84年，頁156）。

欲因應上述條件要求，一個有用的方法便是尋找近來民進黨在本區類似選舉的政黨實力分布，如立委與市議員選舉的得票記錄，從這些記錄當中找出民進黨是否有配票的本錢，以作為配票策略的憑藉。

表1 八十一年台北市南區立委選舉各政黨得票之行政區分佈

行政區	[81]立委國民黨			[81]立委民進黨			[81]立委其他			[81]立委有效票數	
	得票數	直%	橫%	得票數	直%	橫%	得票數	直%	橫%	得票數	直%
大安區	83922	26.8%	57.0%	40000	21.8%	27.2%	23183	25.4%	15.8%	147105	25.0%
中山區	46189	14.7%	47.7%	35984	19.6%	37.2%	14656	16.0%	15.1%	96829	16.4%
中正區	43008	13.7%	55.1%	22968	12.5%	29.4%	12023	13.1%	15.4%	77999	13.2%
大同區	24795	7.9%	38.8%	28718	15.6%	44.9%	10384	11.4%	16.3%	63897	10.9%
萬華區	53640	17.1%	52.6%	34601	18.8%	33.9%	13727	15.0%	13.5%	101968	17.3%
文山區	62121	19.8%	61.6%	21311	11.6%	21.1%	17475	19.1%	17.3%	100907	17.1%
全體	313675	100.0%	53.3%	183582	100.0%	31.2%	91448	100.0%	15.5%	588705	100.0%

資料來源：台北市選舉委員會，第二屆立法委員選舉台北市選舉實錄，民國八十一年。

表2 八十三年台北市南區市議員選舉各政黨得票之行政區分佈

行政區	[83]議員國民黨			[83]議員民進黨			[83]議員新黨			[83]議員其他			[83]議員有效票數	
	得票數	直%	橫%	得票數	直%	橫%	得票數	直%	橫%	得票數	直%	橫%	得票數	直%
大安區	63726	24.2%	37.4%	39011	19.3%	22.9%	47853	30.9%	28.1%	19798	30.4%	11.6%	170388	24.9%
中山區	37953	14.4%	33.3%	44642	22.0%	39.2%	20558	13.3%	18.1%	10705	16.4%	9.4%	113858	16.6%
中正區	34519	13.1%	38.9%	23945	11.8%	27.0%	24971	16.1%	28.1%	5359	8.2%	6.0%	88794	13.0%
大同區	23698	9.0%	32.0%	33908	16.7%	45.8%	7110	4.6%	9.6%	9342	14.3%	12.6%	74058	10.8%
萬華區	52513	20.0%	44.3%	37726	18.6%	31.9%	20492	13.2%	17.3%	7715	11.8%	6.5%	118446	17.3%
文山區	50447	19.2%	42.1%	23280	11.5%	19.4%	33942	21.9%	28.3%	12276	18.8%	10.2%	119945	17.5%
全體	262856	100.0%	38.3%	202512	100.0%	29.5%	154926	100.0%	22.6%	65195	100.0%	9.5%	685489	100.0%

資料來源：台北市選舉委員會，台北市議會第七屆議員選舉實錄，民國八十三年。

從整體的選舉結果來看，民進黨在81年及83年的民意代表選舉中的表現尚稱穩定，約獲得百分之三十的支持，在這樣一個實力分布之下，民進黨以平均百分之三十的得票能力贏得九席立委中的三席，是一個合乎常理的結果。但是，如果純粹以這些總體的投票結果來推論民進黨所可能獲得席次的多寡，將忽略二項重要的因素：選舉制度的作用與政黨體系的變遷。在政黨體系的變化方面，以往國民黨一黨獨大的優勢已隨台灣政治民主化的進展而逐漸消失，國民黨雖仍在國會中佔有多數地位，但歷次的選舉結果顯示其受群眾支持的比例正日益降低，此種趨勢給予反對黨較大的空間爭取選民的支持，尤

其是新黨的成立更加削減國民黨的實力、民進黨贏得台北市市長選舉、再加上立委選舉期間國民黨因多組候選人宣布參選總統，使反對勢力普遍認為國民黨將因此問題所引起的黨內爭執，進一步抵消其立委選舉的力量。這些情勢的變化一方面固然反映出國民黨自威權體制走向民主過程中，逐漸減少其群眾基礎事實，另一方面也給予反對黨對選舉結果一個「樂觀」的信心，認為國民黨將在此次的立委選舉中持續失去人民的支持，增加反對黨的實力。

其次，如表3所示，在SNTV選舉制度下，81年立委選舉所造就出來的「明星」候選人的得票情形，也給予民進黨在84年選舉時增加一個席次的機會。就81年立委選舉而言，民進黨的四位候選人中，沈富雄得票數為73726張，張俊宏得票數為67295張，位居所有候選人中的前二名，遠遠超過最低當選票數28048張；同時，二人的票數亦分別比同黨的落選人高出5.2倍與4.8倍。此種選舉結果部份解釋了雖然民進黨在81年選舉中具有使四名候選人全部當選的實力，但因選票過度集中而喪失一席的結果；同時，也強化了在下次立委選舉時，配票的重要性。

因此，從以往的投票結果及當時的政治氣氛來看，民進黨如能妥善採用配票的策略，將有助其在84年選舉時多增加一個席位。就此觀點而言，沈富雄所設定的「平均配票，一齊當選」的目標並非不可能實現，接下來的問題乃在於如何去規劃與執行配票策略與聯合競選工作。首先就聯合競選而言，對於候選人組成聯合競選型態的問題，有幾個因素將會影響其運作的成敗：包含對聯盟中各個候選人本身的條件，及既有的勢力範圍的了解；成員對聯盟策略共識的建立(consensus building)；以及成員對合作誘因或制裁的提出與制定等問題。

對於聯合競選型態的組成問題，依照沈富雄最初的觀點而言，組成聯盟的四個成員必須是「強棒」或是「鑽石陣容」，意即聯盟中的四個人在個人聲望與獲票能力上必須旗鼓相當，才能較容易說服支持者按配票方式投票，如果四個候選人的實力相差太大，將增加配票的困難度。但是，就沈富雄的標準來看，民進黨在本區所提的四位候選人的陣容，並非百分之百的「鑽石陣容」（註四）。在四人當中，沈本人是競選連任，且在上次選舉中獲得最高票當選，應是本次聯盟中最強的一個；葉菊蘭也是競選連任，雖然她是現任不分區立委，在81年到84年之間並未有固定的選區，但其乃是本區78年到81年間的立委，在此地區有固定的支持群眾且有相當高的知名度。顏錦福也是競選連任，但在81年選舉時得票遠落於同黨的沈富雄與張俊宏之後；黃天福曾在81年選舉時落選，雖有擔任過國大代表的經驗，但在聲望與實力方面則遠不如前面三者。整體上而言，四人之中，沈、葉、顏三人由於具有較高知名度及有較多資源經營選區等各種現任優勢，在條件上要優於黃天福。如欲使四人可以同時當選，如何增加黃天福的實力將是一個重要

表3 民進黨台北市南區81年與84年立委選舉得票記錄

	沈富雄			顏錦福			黃天福			張俊宏
	81年	84年	兩次差距	81年	84年	兩次差距	81年	84年	兩次差距	81年
候選人總得票數	73726	48275	-25451	28485	56848	28363	14120	50072	35952	67295
中山區總票數	96829	95903	-926	96829	95903	-926	96829	95903	-926	96829
該區總票數佔全南區總票數%	16.44	16.41	-0.03	16.44	16.41	-0.03	16.44	16.41	-0.03	16.44
候選人得票數	16471	9080	-7391	3501	8659	5158	3361	10246	6885	12651
候選人得票佔該區總票數%	17.01	9.47	-7.54	3.62	9.03	5.41	3.47	10.68	7.21	13.07
佔候選人總得票%	22.34	18.81	-3.53	12.29	15.23	2.94	23.8	20.46	3.34	18.8
大同區總票數	63897	60913	-2984	63897	60913	-2984	63897	60913	-2984	63897
該區總票數佔全南區總票數%	10.85	10.42	-0.43	10.85	10.42	-0.43	10.85	10.42	-0.43	10.85
候選人得票數	11049	5841	-5248	3226	6068	2842	4794	13181	8387	9649
候選人得票佔該區總票數%	17.29	9.059	-7.7	5.05	9.96	4.91	7.5	21.64	14.14	14.82
佔候選人總得票%	14.99	12.1	-2.98	11.33	10.67	-0.66	33.95	26.32	-7.63	14.34
大安區總票數	14733	14875	1423	14733	14875	1423	14733	14875	1423	14733
該區總票數佔全南區總票數%	25.02	25.45	0.43	25.02	25.45	0.43	25.02	25.45	0.43	25.02
候選人得票數	17520	12082	-5438	3970	10575	6605	1893	9247	7354	16661
候選人得票佔該區總票數%	11.89	8.12	-3.77	2.69	7.11	4.42	1.28	6.22	4.94	11.31
佔候選人總得票%	23.76	25.03	1.27	13.94	18.6	4.66	0.13	18.47	18.34	24.76
中正區總票數	77999	16895	-1104	77999	16895	-1104	77999	16895	-1104	77999
該區總票數佔全南區總票數%	13.24	13.16	-0.08	13.24	13.16	-0.08	13.24	13.16	-0.08	13.24
候選人得票數	8458	6109	-2349	5023	8270	3247	1241	4807	3566	8246
候選人得票佔該區總票數%	10.84	7.94	-2.9	6.44	10.75	4.31	1.59	6.25	4.66	10.57
佔候選人總得票%	11.47	12.65	1.18	17.63	14.55	-3.08	8.79	9.6	0.81	12.25
萬華區總票數	10196	97436	-4532	10196	97436	-4532	10196	97436	-4532	10196
該區總票數佔全南區總票數%	17.31	16.67	-0.64	17.31	16.67	-0.64	17.31	16.67	-0.64	17.31
候選人得票數	12317	9453	-2864	7947	13704	5757	1696	7299	5603	12641
候選人得票佔該區總票數%	12.08	9.7	-2.38	7.79	14.06	6.27	1.66	7.49	5.83	12.4
佔候選人總得票%	16.71	19.58	2.87	27.9	24.11	-3.79	12.01	14.58	2.57	18.78
文山區總票數	100907	104549	3642	100907	104549	3642	100907	104549	3642	100907
該區總票數佔全南區總票數%	17.13	17.89	0.76	17.13	17.89	0.76	17.13	17.89	0.76	17.13
候選人得票數	7911	5710	-2201	4818	9572	4754	1135	5292	4157	7447
候選人得票佔該區總票數%	7.84	5.46	-2.38	4.77	9.16	4.39	1.12	5.06	3.94	7.38
佔候選人總得票%	10.73	11.83	1.1	16.91	16.84	-0.07	8.04	10.57	2.53	11.07
南區總有效票數	58893	58444	-449							
本區最高票當選者之票數	73726	60485	-13241							
本區最低票當選者之票數	28048	41177	13129							
最高票與最低票當選者之比例	2.63	1.47	-1.16							
同黨最高票當選者之票數	73726	56848	-16878							
同黨最高票落選者之票數	14120	48275(同黨最低票當選票數)								
同黨最高票與最低票者之比例	5.22	1.18	-4.04							

資料來源：1. 台北市選舉委員會，第二屆立法委員選舉台北市選舉實錄，民國八十一年。

2. 台北市選舉委員會，第三屆立法委員選舉台北市選舉實錄，民國八十四年。

的關鍵。

在另一方面，聯合競選與配票應有其更積極的涵義：利用四人各自不同的特性，開拓比以往更多的票源，而非只是分享既有的票源。由於聯盟成員中除黃天福外，顏、沈、葉皆是現任立委，一般民眾對其任內的政績有相當正面的評價，因此，黃天福的政見刻意強調其忠實、正直的形象性格，並藉助其妻藍美津擔任市議員所贏得的服务口碑來加強。換言之，以四人各自不同的條件作區隔，並且集四人之長去吸引更多的非民進黨的支持者，給選民一個「支持配票，四人服務」的強烈訊息，使選民覺得投票給其中一人便如同可以得到四倍的價值，如此，配票的策略才有更高的價值，更重要的是，可進一步開拓更多的票源，以補足既有票源的不足，增加四人同時勝選的機會。

除了聯盟成員本身條件的差異，成員之間對組成聯合競選與配票的合作情形也進一步考驗聯合競選的成敗。首先，聯盟其他成員對沈富雄所提出的目標是否具有共識並願意支持是決定聯盟成立的重要條件。但是，要其他成員皆能認同沈所提出之目標及策略，在本質可能遭遇「囚犯困境」的困擾：每一成員皆在為自己利益著想的情況下，企圖背叛彼此約定而終究無法達成集體的最佳利益。就聯盟中的個別成員而言，在此次選舉中面臨了一個與以往選舉時截然不同的情況：在以往的選舉中，個別候選人只需要為自己的當選與否奮鬥，因此，如何強調自身的條件常是主要的選舉策略，至於其他候選人，不論是同一政黨或其他政黨，在本質上都是競爭對手，在此情況下，個人化的競選型態成為主要的運作方式。但是，在聯合競選的情況下，聯盟成員所關切的，不僅是個別的當選問題，更須避免過度的同黨競爭，才能使聯盟中的其他成員亦能當選。

因此，聯盟成員必須藉由對本身及其他成員的實力與合作意願作的評估，預期聯合競選下各種可能結果的出現：結果(1)是自己及聯盟其他成員皆當選，是聯合競選的最好結果；結果(2)是自己與聯盟其他成員皆落選，是聯合競選最壞的結果；在這兩者之間的結果還有可能是結果(3)自己當選而聯盟其他成員落選；與結果(4)自己落選而其他聯盟成員當選（註五）。

在這四種可能結果中，如果四人的得票真能如沈富雄所期待的可以平均分配，則結果(1)的狀況便可實現。但是除沈富雄外，如果聯盟其他成員與沈富雄對選舉結果的預期不一樣，認為民進黨最多只能當選兩席，或是自己想藉此次選舉中拉高個人聲勢而高票當選，則結果(1)出現的可能性便遭到破壞。更進一步說，雖然理論上以往投票結果可以支持沈富雄「平均配票，一齊當選」的構想，但是，在南區立委的選舉歷史中，民進黨最多只會贏得三席，而且，在以往的選舉中，即使了解避免同黨競爭的必要性，也曾提出配票的口號（如75年北市北區的謝長廷），但卻沒有成功的記錄。因此，如果其他聯盟成員具有不同的認知及利益考量時，是可以被理解的，但是，此種認知卻也暗示出聯

合競選與配票的合作基礎的脆弱性。而假如結果(1)無法獲得實現，成員的第二個考慮便是如何達成結果(3)或是結果(4)，雖然此二種結果只是成員的次優選擇(second best)，卻可能是聯盟成員必須認真思考的地方。如果成員認定選舉結果仍然一如往昔只能贏得三席，甚至懷疑配票方式將降低所有成員的得票而使席次低於三席，其所面臨的抉擇便可能是背叛聯盟並剝削其他合作成員所提供的利益（配票）。但聯盟成員也可能不論其他成員如何作選擇，自己採行合作行爲，嚴格遵守配票規定。前者純粹站在自身的利益作出發點《結果(3)》，後者則以聯盟利益爲考量《結果(4)》。但是，不論成員採取前者或後者，其結果顯示配票與聯合等選策略的失敗。

因此，爲了解決「囚犯困境」的問題，聯盟的成員首先必須放棄以往以個人單打獨鬥、甚至是同黨競爭的競選型態，而採取統一的競選策略；同時，聯盟必須提供成員各種誘因（或制裁）以引導成員沒有嚴重的「偷跑」行爲。因此，一個形諸文字的「聯合競選合作規章」便成爲規範成員從事集體行動的主要依據。此規章的主要重點在於強調聯合競選的優先性，規定各候選人不得設置個人的競選總部；除競選總部所印製的候選人共同文宣之外，候選人不得印製個人文宣品；所有競選活動一律由競選總部統籌規劃執行等（參見附錄三）。在規章的規定下，以往候選人用來驅動整個競選活動的個人後援會、聯絡處、及募款餐會等組織與活動，都受到嚴格的限制。從此一角度來看，「合作規章」的設計將產生一個以集體來取代個人的競選方式，以保障聯合競選與配票的成功。

在這樣一個「聯盟重於個人」的精神下，「合作規章」的規定能否達到預期的效果，仍是一個值得討論的問題，因爲在「合作規章」中雖有訂出候選人不可以進行的活動，但卻對於候選人違反規定時的處理方法不夠明確具體，雖然有所謂的「仲裁委員會」來處理經過勸阻無效的成員，但「仲裁委員會」的權限以及如何執行仲裁決定卻無明定。「合作規章」對此方面規定的不足，使其角色與功能是規範面重於實然面：「合作規章」能否被遵守的主要關鍵在於聯盟成員的善意，如果成員違反規定，聯盟並無真正有用的作法來處置。所幸在整個選舉過程中，聯盟成員對於總部的活動安排，大致上皆能配合，雖有不同意見，仍能藉由溝通協調以及「容忍」，來維持聯盟的運作（註六）。

在認清聯合競選與配票所具有的潛在困難及因應之道後，聯盟成員接下來所要做的便是如何去執行既定的選舉策略，其中包含下列幾個要項：既然目標是要使四人同時當選，使用的手段是聯合競選與配票，則整個聯盟開始競選的第一步，借用市場行銷的觀點來講，便是向選民推銷聯合競選與配票的必要性。推銷的對象一般而言，主要可分成三大類：第一種是核心的支持者，這些人既支持民進黨，但更支持某一位個別候選人，這些人在選舉中早已有相當固定的支持對象與投票模式，而且相當堅持自己的支持者必

須當選，所以是比較難說服其配合配票方式而投票給其支持者以外的聯盟成員。第二類是認同民進黨的支持者，這一類選民主要是支持整體的民進黨，但並未將其支持對象固定在那一位候選人身上，在選舉過程是比較願意去配合配票的策略。第三類是候選人本身的支持者，但並非民進黨的支持者，這些支持者願意跟隨候選人的腳步，在一般情形下，也會回應候選人所提出的要求，在整體上要比第一類的支持者容易說服。因此，在整個推銷對象上，是以第二類及部份第三類的支持者為主（註七）。當然，在這三類選民之外，聯盟成員也應將其他較具獨立、非黨派色彩的選民當作潛在的支持者，向其推銷配票策略，如此才能使整體的得票增加。

在確定訴求對象之後，如何使支持者接觸、了解，並依照指示投票便是下一個競選重點。首先，聯盟必須使支持者認識到聯合競選的必要性，於是，一個超越聯盟成員，並以（市）黨部名義成立的聯合競選總部，取代以往的個人競選總部，並規劃所有的競選活動。在組織結構上，聯合競選總部包含各種決策規劃與執行的功能性組織（參見附錄四）。其中，決策小組、文宣部、新聞部、及民意調查中心是值得注意的幾個單位：決策小組的設置扮演主要的決策單位，其成員計有黨部代表、競選總幹事（由市黨部主委擔任），執行總幹事，四位候選人（或其授權代表）等7人組成。主要功能包含維持「合作規章」的被遵行，並且在選舉期間定其開會，決定活動內容及選舉策略，分配給其他執行部門執行，檢討各種競選活動的成效，同時也是聯盟成員相互溝通協調的主要場合，實質上，決策小組即等於聯合競選總部的發動機，驅動整個選舉活動。

民意調查的應用，更提供執行競選策略的參考，藉由民意調查探測四位成員在整個選舉過程中的相對位置（居於領先群或在當選與落選邊緣），並了解選民對配票策略的了解及認同情形，這些調查結果給予聯合競選總部直接而有用的訊息，以調整競選策略。

例如在第一次民調中（11月16日到19日）顯示，南區選民比較看好的民進黨候選人依序是沈富雄、葉菊蘭、顏錦福、黃天福，其中沈以相當大的差距領先其他三人，黃則遠遠落後在三人之後。而且如果在將民進黨四位候選人與其他所有的候選人一同比較，在前九名（本區的應選名額）的領先群中，只有沈（居第一位）與葉（居第六位）列名其中，顏與黃則居於落後地位；同時，只有約兩成一的選民對民進黨的配票策略有信心，同樣約有兩成二的選民不看好配票策略可以成功，而有五成六的選民則無法判斷配票能否成功；而在民進黨的支持者中，只有四成八的選民願意主動教導其親友配票支持民進黨的候選人，這樣的結果當然給予競選總部一個強烈的警訊，說明四人之間的實力差距以及選民對配票策略仍不具興趣與信心，因此加強配票宣導與增強顏與黃的實力便成為競選活動的當急之務。而到第二次的民意調查（11月22日到25日）時，結果顯示沈及葉仍穩居當選的安全名單中，分居第一位與第六位，顏的名次則上升至第八位，而黃的位

置雖有上升，但仍在九名外，居第十三位；而針對配票方面，本次的調查中顯示選民對配票有信心的比例上升至四成三，認為配票不會成功者佔兩成一，而無法判斷者降為三成五（參見附錄五）。此兩段的民意調查的結果變化，雖然無法直接證明成員領先順序的變化以及選民願意接受配票策略是導因於總部的宣導，但卻可以了解到已經有相當多的選民對配票的策略有認識，同時，聯盟成員也將調查結果作為調整競選策略的重要參考，例如沈富雄鑑於黃天福於投票前夕仍然落在安全名單之外，便要求其中山區與大同區的支持者轉向支持黃天福，同時也要求文山區的支持者轉向支持顏錦福。此外，藉由公布民意調查的結果，告知選民各候選人在選舉中的落後或領先情形，強化民進黨支持者的憂患意識，進而接受配票的指令（註八）。

在文宣與新聞方面，由於經費的限制，處理方式大體上傾向於平面報導，藉由簡單的傳單、報紙廣告及新聞稿等媒介傳播訊息，對於日益普及且重要的電子媒體廣告則由於成本過高而無法大量採用。同樣的，這些媒體所傳達的訊息也是以告知選民各種競選活動及配票宣導為主。為了推銷配票方式，競選總部除利用各種文宣資料與媒介（如藉由候選人上電視的機會），宣導配票的必要性。同時，除了總部所設計的方法外，更利用報紙與傳單廣泛徵求配票方法，一方面尋求方法上的共識，一方面更藉此增加選民的參與感，聯盟成員甚至利用活動場合向選民「考試」其對配票方法的瞭解程度（自由時報，民國84年11月23日，11版），希望強化選民對配票策略的認識，使選民能認真地看待配票的策略。其中，最主要的配票方式是由四名選民自行組成一個投票小組而分別投給四位候選人，如無法組成四人，則依選民的出生月份，分成春夏秋冬四季，依序配給顏、沈、黃、葉四人，此即所謂的「四人行、四季紅」的配票方式。

而文宣的內容以及處理方式和81年立委選舉時也有很大的差異。首先，就文宣的內容來講，為突顯聯盟成員的合作關係，競選活動的策劃強調四人聯合競選的團結形象，包含文宣圖樣的設計與文宣口號的提出，如「四在必得」、「四季紅」、「四人行」，以及十二項共同政見等，皆刻意以聯盟形式提出，減少個人色彩。由於強調四人聯合競選的團結形象，個人文宣也同時列出其他成員的名號，在內容取材上偏向正面的廣告訴求，如強調候選人的專業、正直、對婦女、兒童、青年等群體的照顧；也強調成員溫柔軟性的特色，如訴說聯盟成員愛情觀的「台北愛情故事」、著重家庭倫理的親子園遊會、以及懷舊不忘歷史的「終戰50週年」等活動。同時，在的政見宣傳上，也是在具體的文教、環境、經濟等問題上提出主張，對於昔日常用負面競選策略則較為少見（參見附錄六）。

整體而言，文宣所採用的策略不僅僅是告知選民一個「支持配票」的強烈訊息，並配合各種選民的參與活動，企圖強化其認同與支持，使得配票的構想從沈富雄一開始倡

導，便不斷地成爲隨時可以接觸到的訊息，既使無法驗證選民是否在最後投票時刻願意遵照配票指令，其對配票策略已達到相當的認識是可以確定的。從此一觀點而言，文宣作用是有其效果的。

在最後的選舉結果上，聯盟成員的確達到他們所設定的目標：四人同時當選。從表3中可以看出，在81年與84年的選舉中，在總體上民進黨的總得票較前次增加五個百分點，已經遠超過本區總票數的三分之一，使其增加多贏一席的本錢，而更重要的差異是，民進黨候選人在84年的得票結果遠比81年來的平均，最高得票與最低得票比例由81年的5.22倍降至84年的1.18倍，此種結果顯示出民進黨在84年的選舉中較能充分利用每一張得來的選票，沒有作過多的浪費。再進一步來看個別候選人的得票情形而言，81年最高票的沈富雄在84年的得票呈現出全面性的減少，而顏錦福與黃天福則是全面性的增加，此種消長的原因可能來自三方面，其一是前次選舉第二高票當選的張俊宏在本次選舉中轉任不分區立委，使得其原來的支持者轉而支持其他民進黨的候選人；其二是沈富雄其本人極力倡導配票，並願意將其既有票源區轉給其他同黨候選人，使其得票數不致於過高，並可以增加其他候選人的得票數；其三是民進黨總體選票的增加，使得顏與黃兩人得以增加選票數。換言之，在總票數增加以及候選人得票平均的情況下，使得民進黨四名候選人得以全數當選。

然而，雖然推銷配票與聯合競選被認爲是勝選的一個關鍵，此項策略在執行的過程中卻也出現一些值得進一步思考的問題。首先，定下這樣的配票方式之後，由於強調配票的重要性，使得政見的訴求雖然也有被提出，卻不易成爲重點訴求，而且參與競選的人亦是將配票的訴求放在第一順位（註九），因此，在整個選舉過程中，看不出在配票之外，還有那些政策主張是與其他政黨候選人有明確的差異，同時，配票只是候選人爲求當選的手段，對選民而言，真正的關切所在應是對候選人本身、候選人所屬政黨、以及候選人的政策作評估，而認同配票就將等於是認同這一切，此種在手段與目的上的倒置，與民主政治的基本精神有所出入。

其次，聯合競選使得個別的聯盟成員的特色被壓抑，加上聯合總部刻意強調配票的重要性，更使成員以往所擅長的個別造勢活動無法盡情施展。受限於「合作規章」中訂定個別成員不得以個人名義舉辦大型活動，使得整個競選過程除了配票訴求之外顯得平淡無奇（自立早報，民國84年11月24日，15版）。這些強調整體與壓抑個人的作爲也產生一個負面的結果：造成聯盟成員「齊頭式」平等，使原先自身條件較好的候選人無法發揮其長處。對於昔日以個人魅力贏得群眾支持的候選人，及其藉此與群眾所建立的關係，將面臨一個新的調整階段。

第三、由於個人實力的不平均，使得聯盟中強者與弱者間的互動不易掌握，例如民

意調查結果促使沈富雄公開聲稱願意將票源分割給黃天福與顏錦福之後，卻引來顏錦福的拒絕（自由時報，民國84年11月28日，11版）。此種結果不僅透露出成員之間對配票方式的認知差距，也牽涉到個別成員是否願意接受民意調查的結果而接受其他成員的「協助」。從聯盟成員的角度來看，既然聯合競選的主要工作是推銷配票，並利用「廣徵民意」的方式讓選民對配票方式表示意見，則配票方式的設計不僅在表面上有宣傳效果，在實際上也決定聯盟成員之間以及聯盟成員及其支持者之間的遊戲規則。但是，不論當事人的意願為何，配票的作法最後將導致使較強成員的選票轉移給較弱的成員，但是此種轉移一方面又要顧及其效果，一方面又要使各個成員皆能接受，不會感覺到被「強迫剝削」或是被「施捨」，對聯盟成員而言，的確是一大挑戰。

第四、即使是經由對選民出生月份的分布統計，以及採用「四人行」的配票準則，再加上文宣的宣導作用，配票的倡導人沈富雄仍然在投票前夕，將其票源採取「分區割票」，將其在中山與大同兩區依配票原則所可能得到的票數撥予黃天福，而將其在文山區所分配到的票給予顏錦福（自主早報，民國84年12月2日，15版），此種作法無疑是對「四人行，四季紅」的配票原則作重大的修正，在某種程度上已經類似國民黨的「責任區」配票方式，也進一步透露出候選人之間由於實力上的差距過大，造成配票上的困難。

伍、結論

系統性的探討候選人或政黨的競選策略，不論是在國內或國外，仍是學術界應持續的努力。在本研究中，理論上的探討與實際案例的驗證構成兩個最主要部份，其中，理論的探討提供本研究觀察實際案例時有用的參考，而實際的案例的分析則進一步標示出本次立委選舉過程中的重要面向，兩者實為相輔相成。在這樣的研究旨趣之下，本研究得到以下幾項暫時性的分析所得與相關問題，作為日後研究時的參考。

第一、從本研究的案例中，選舉結果顯示聯盟四個成員的得票相當平均，也達到四人同時當選的既定目標，以此觀點而言，此項選舉策略是成功的。但是，如果排除此種以「成敗論英雄」的推論方式，則配票策略仍有許多值得進一步討論地方。

- (一) 採用配票策略是否為目前我國民意代表選舉制度之下競選策略的常態，或者只是一種偶然的現象？雖然本次立委選舉，民進黨與新黨同時採取明顯的配票策略，以求取席次獲得的最大化。但是，在此之前，國民黨在以往的選舉中，皆有依照所謂候選人的「責任區」進行輔選工作，且也有相當不錯的成績（劉義周，民國75年）。此種責任區的分配即是一種配票的行為，只是其運用的方式多經由組織

動員，同時，在候選人之間的責任區有時會相互重疊，不像民新兩黨運用選民的出生月份的方式來區分。因此，配票策略似已成為政黨勝選的重要手段已成為各政黨間的共識。

(二) 但是，一個明顯的事實是：除非政黨在選舉中採取保守的提名策略，講求少輸為贏的目標，否則，當各政黨都意識到配票的必要性，並為達到增加席次的目的而採取配票策略時（如同本次台北市立委選舉），配票策略顯然不是政黨勝選的萬靈丹。配票雖然重要，但並非隨意可成，相反的，成功的配票至少需考慮四個要素：(1)依據政黨的票源實力與分布狀況，正確的提出候選人名額，以免造成選票不足分配的情形；(2)判定政黨在該次選舉的得票與前幾次選舉的得票是否會有劇烈的變化，或是該次選舉是否為一個沒有高度刺激性（high stimulus）的議題或個人出現的常態性選舉（Campbell, 1967）。如果預期該次選舉的結果將有大的變動，將替選舉帶來更多的不確定性，造成估票及配票的困難；(3)候選人之間必須在主觀上有強烈的意願支持配票策略，不會因想成為「選舉明星」而違反配票規則。高票當選可使候選人當上政治明星，並為其更高一層的政治前途鋪路，應該是每一個候選人所期待的。但是，此種心態卻可能造成配票策略的失敗，因為配票策略是講求同一政黨的候選人因得票平均而當選，強調整體的成功，如果總體的得票無法顯著增加，在某種程度上必然是要犧牲強者的部份利益來扶助弱者以達成此目的。因此，候選人的配合程度是一個重要的關鍵；(4)同黨候選人之間不僅要有意願配合，彼此之間也要有相稱的條件與實力。如果候選人之間在實力上相差太懸殊，暗示出選民對候選人的支持強度有很大差異，在此情況下，如欲向選民要求支持某位其認為沒有希望當選的候選人時，在說服的過程中將遭到較大的困難。

(三) 配票的行為同時也挑戰學術界主流中，以政黨、候選人、與政見三種取向決定選民投票行為的主要模式。因為配票行為是一個以強化選民的政黨認同，同時減輕候選人取向或是政見取向的重要性，對以往依候選人或政見取向投票的選民而言，政黨、候選人、與政見三者對其而言，可能代表三個截然不同的意義，配票的指令卻是要改變其以往的決定政治忠誠的憑藉。因此，需要更大的誘因促使選民改變其投票傾向，才能進而支持配票。

第二，受到科技革命的影響所及，傳統著重組織動員的競選模式逐漸受到衝擊，雖然既有的社會組織與動員系絡仍舊有其地位，但在現代選舉中，各種新興傳播媒體與調查技術的應用，非常有效率的加速選舉訊息的流通，成為選民了解選舉消息的主要來源之一（翁秀琪、孫秀蕙，民國83年，頁6），並深切的改變了原來的競選面貌。電視廣

告所具有的廣大觸角，經常是候選人或政黨提高本身知名度、宣揚政見與理想、以及打擊競爭對手的主要場合之一。而電視辯論（尤其是地區性的有線電視）加上目前極為流行的電話「叩應」（call in），不僅使參選人得以同台辯論，更可藉此與民眾作直接的溝通，其作用有逐漸取代昔日公辦政見會的趨勢。

新興科技對選舉競爭的另一個影響，便是選舉專家與公關公司的興起。雖然在本研究的案例中，選舉專家介入的程度並不顯著，但隨著科技的應用、分工的專業化、與行銷技巧的採用，專業的選舉人員或機構將在台灣的選舉中逐漸重要。同樣的，在本次選舉中，更簡便進步的民意調查技術（如電話訪問），將選民對選舉的認知與態度及時回饋給參選者，提供參選者評估與修正選舉策略的重要參考。雖然調查結果可能因執行機構或執行方法的不同而有差異，但在可預見的未來，民意調查將被更廣泛的用在選舉過程中(Kavanagh, 1981: 199-206)。

第三，目前我國民意代表的選舉制度正處於改革的過程當中，研議中的改革方案強調單一選區與全國不分區政黨名單比例代表並行的兩票制。此項方案如果得以實施，將對目前的選舉競爭作重大的改變，此種影響大致可在三方面表現出來：（一）如果將目前的複數選區改成單一選區，則以往候選人只要吸引選區中部份選票即可當選的競爭邏輯將不再適用。在只有一席應選名額的情況下，候選人的政見上將趨向於以較不具爭議性的議題為立場，而在具爭議性的議題上，則保持一個模糊的立場，避免引起選民的不悅，所謂的「中間選民」的定位將趨重要。（二）政黨比例代表制的實施，將提供選民更多「分裂投票」的機會。由於台灣選民的投票傾向中，以候選人取向投票的比例一向不低，在兩票制下，選民可能著眼於某種原因（如「制衡」觀點），而在區域選舉上投給甲黨，但在政黨名單上卻投給乙黨，此情況也是另一種型式的配票，只是在此過程中選民握有更多的選擇。（三）兩票制的實施雖然不一定會減低個別候選人在選舉中的角色，卻會使政黨藉由決定比例名單及順序，與輔選不分區的候選人，逐漸增加其在選舉中的自主性，在目前一票制下，政黨只要傾其全力協助區域的候選人當選，自然也同時增加不分區代表的名額；但兩票制的實施，使得政黨必須兩面作戰，一方面需為區域代表輔選，一方面又需為不分區代表輔選，使得政黨必須重新調整定位其作為選舉機器的定位與功能。

最後，作為競選策略研究的一部份，本研究雖是個案研究，但藉由理論上的輔助，與實際的觀察及訪談，得到一個粗淺的結論：那就是在對照理論內涵下，每一個實際案例皆有其影響選舉策略的特殊背景與因素，諸如在本研究中，基於參選人本身的意識型態與對選舉制度的了解、目前正處於民主轉型的政治生態、配票策略與聯合競選的運作、及選民的特性等，皆很難在其他的研究中找到完全一樣的案例。但是，儘管此種個案上

的差異，卻無害於理論的建構過程，因為這些差異乃是比較研究的起步，從本研究中了了解到制度性因素與候選人因素（包含其主觀意願與客觀能力）的重要性，同時也了解到整體選舉策略對選舉結果的影響程度（或是Martz與Baloyra的競選效能），這些了解皆有助於選舉競爭類型的建立與分析，及最終的理論建構。

註 釋

- 註一：典型的例證如由美國競選與公關專家所支持的Campaigns & Elections 月刊，或是台灣的威肯公關公司所出版，共計六冊的選戰叢書等，其作者多曾參與實際選舉活動，而將其心得歸納而成，較少顧及嚴謹的理論內涵。
- 註二：以台灣為研究對象的相關研究可參閱附錄一，以下僅就近來較有系統的兩份研究作較詳細的探討。
- 註三：此次國民黨在嘉義縣因派系考量與策略運用，同時提名現任的陳適庸與李雅景；民進黨則在台南市是提名蔡介雄競選市長，但同黨的郭倍宏雖然在黨內初選提名時失敗，卻仍執意脫黨競選，造成對蔡介雄票源的分割。
- 註四：訪談結果。
- 註五：在訪談過程中，沈富雄曾表示最希望的是結果(1)，而最不希望的是結果(2)，同時如果能實現結果(1)，則整個選舉結果是「完美」，但如藉由配票導致選舉結果是其他人皆當選，而只有他落選，此種結果也是他也可以接受的「淒美」。
- 註六：由訪談過程中了解到，聯盟成員有時有會刻意強調個人而忽略聯盟的動作，如有此情況出現時，則隨時在固定的決策小組會議中提出，要求其節制，以避免因此而引發成員間的衝突。
- 註七：訪談結果。
- 註八：訪談結果。
- 註九：訪談結果。

參考書目

游盈隆

- 民82 「政治信念、選策略與選舉動員：台灣地區二屆立委候選人競選模式之研究」，
東吳政治學報，第二期，頁375-395。

翁秀琪、孫秀蕙

- 民83 「選民的媒介使用行爲及其政治知識、政黨偏好與投票行爲之間的關聯——兼
論台灣媒體壟斷對政治認知與行爲之影響」，**選舉研究**，第一卷第二期，頁1-
26。

賴東明

- 民82 「競選文宣的媒體選擇與運用」，黃俊英等，**選舉贏家——選舉行銷理念與實
戰智慧**。台北市：管理科學學會，頁203-226。

鄭自隆

- 民84 **競選廣告：理論、策略、研究案例**，台北市：正中書局。

劉義周

- 民75 「國民黨責任區輔選制的效果：七十四年台北市議員選舉候選人得票率之分
析」，中國政治學會「投票行爲與選舉文化」學術研討會論文。

Baer, Denise

- 1995 "Contemporary Strategy and Agenda Setting," In James A. Thurber and Candice
J. Nelson, (eds.), *Campaigns and Elections American Style*. Boulder, Col.:
Westview Press, pp. 47-61).

Bitzer, L. F.

- 1981 "Political Rhetoric," In D. D. Nimmo and K. R. Sanders (eds.), *Handbook of Pol-
itical Communication*. Beverly Hills, CA.: Sage Publishing Company. pp. 225-
48.

Bowler, Shaun and David M. Farrell

- 1992 *Electoral Strategies and Political Marketing*. New York: St. Martin's Press.

Campbell, Angus

- 1967 "Surge and Decline: A Study of Electoral Change," In A. Campbell, P. Converse,
W. Miller, and D. Stokes, et al., *Elections and the Political Order*. New York:
John Wiley & Sons, Inc., pp. 40-62.

Converse, Philip E.

- 1966 "The Problem of Party Distances in Models of Voting Change," In M. K. Jennings and L. H. Ziegler (eds.), *The Electoral Process*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-hall, pp. 175-207.

Dawson, Paul A., and James E. Zinser

- 1976 "Characteristics of Campaign Resource Allocation in the 1972 Congressional Elections," In Louis Maisel, (ed.), *Changing Campaign Techniques: Elections and Values in Contemporary Democracies*. Sage Publications, Inc., pp. 93-138.

Downs, Anthony

- 1957 *An Economic Theory of Democracy*. Harper and Row.

Enelow, James M. and Melvin J. Hinich

- 1982 "Ideology, Issues, and the Spatial Theory of Elections," *American Political Science Review*, Vol. 76, No. 3, pp. 493-501.

Harrop, Martin and Miller, William L.

- 1987 *Elections and Voters: A Comparative Introduction*. New York: The Meredith Press.

Hsieh, John Fuh-sheng.

- 1984 "The Political Consequene of the Limited Vote Systems: The Case of the Republic of China on Taiwan," Paper presented in the 1st Conference of Asia-Pacific Political Science Association.

Johnston, Scott D.

- 1967 "A Comparative Study fo Intra-Party Factionalism in Israel and Japan," *The Western Political Quarterly*, Vol. 20, pp. 288-307.

Kaid, L. L.

- 1981 "Political Advertising," In D. D. Nimmo and K. R. Sanders (eds.), *Handbook of Political Communication*. Beverly Hills, CA.: Sage Publishing Company. pp. 249-72.

Katz, Richard S.

- 1980 *A Theory of Parties and Electoral Systems*. The Johns Hopkins University Press.

Kavanagh, Dennis

- 1981 "Public Opinion Polls," In David Butler, Howard R. Penniman, and Austin Ranney, eds., *Democracy at the Polls: A Comparative Study of Competitive*

National Elections. Washington, D.C.: American Enterprise Institute for Public Policy Research, pp. 196-215)

Kotler, Philip

1972 "A Generic Concept of Marketing," *Journal of Marketing*, No. 36, pp. 46-54.

Martz, John D. and Enrique A. Baloyra

1976 *Electoral Mobilization and Public Opinion: The Venequelan Campaign of 1973*. The University of North Carolina Press.

Mauser, Gary A.

1983 *Political Marketing: An Approach to Campaign Strategy*. New York: Praeger Publishers.

McCombs, M. E.

1981 "The Agenda-Setting Approach," In D. D. Nimmo and K. R. Sanders (eds.), *Handbook of Political Communication*. Beverly Hills, CA.: Sage Publishing Company. pp. 121-40.

Riker, William H.

1982 "The Two-party System and the Duverger's Law: An Essay on the History of Political Science," *American Political Science Review*, Vol. 76, No. 4, pp. 753-66.

Robertson, David B.

1976 *A Theory of Party Competition*. New York: John Wiley & Sons.

Sartori, Giovanni

1986 "The Influence of Electoral System: Faulty Laws of Faulty Methods," In B. Grofman and A. Lijphart, (eds.), *Electoral Laws and Their Political Consequences*. New York: Agathon Press, pp. 43-63.

Schneider, William

1980 "Styles of Electoral Competiton," In R. Rose (ed.), *Electoral Participation: A Comparative Analysis*. Sage Publication, pp. 75-100.

Thayer, Nathaniel B.

1969 *How the Conervative Rule Japan*. Princeton, N.J.: Princeton University Press.

附錄一：國內近來有關候選人或政黨選舉文宣與策略學術研究摘要

作者	題目	研究特色與論點	出版地與時間
黃紀	無黨籍人士競選言論之分析	<ol style="list-style-type: none"> 1.以民國67年增額中央民代選舉，無黨籍人士的傳單、小冊及書籍為分析對象。 2.無黨籍人士運用「二分社群」、及擴大信任差距為競選策略、扭曲國民黨形象並塑造無黨籍形象。 	政治大學政治研究所碩士論文，民國68年。
李蓉姣	政治廣告策略之研究—民國七十四年台北市議員競選傳單之內容分析	<ol style="list-style-type: none"> 1.探討民國74年北市議員選舉時，政治廣告的內容與採用方式，以及候選人之文宣策略。 2.在政見內容上，候選人普遍強調地方建設與個人服務精神與道德操守，其中，國民黨籍候選人較強調服務政績，而無黨籍候選人則較強調問政經驗與批判國民黨的政策。 	文化大學新聞研究所碩士論文，民國75年。
夏珍	地方公職人員選舉候選人宣傳單之論題結構與策略分析——以七十四年縣、市長選舉為例	<ol style="list-style-type: none"> 1.分析不同條件的參選者，如年齡、性別、學歷、黨派、現任或新人、選區競爭程度等對文宣論題與策略運用的差異。 2.提出政見、形象塑造、攻擊他人是候選人主要的文宣策略，其中，當選者傾向以塑造形象和提出政見相輔相成，落選者則是同時採用攻擊與政見訴求。 	政治大學新聞研究所碩士論文，民國76年。
任宜誠	選舉行銷策略規劃理論、實務與應用—以國內主要政黨及增額立委為例	<ol style="list-style-type: none"> 1.由策略規劃觀點對既有的政黨與候選人的競選活動，比較一般商業行銷與選舉行銷的異同點，並建立一假設性的競選活動策略規劃架構。 2.五個國內的主要政黨（國民黨、民進黨、工黨、民社黨、與青年黨）及其所屬黨籍立委在選民心目中的認知地位有所差異，而採用的行銷方式也有所不同。 	中興大學企業管理研究所碩士論文，民國78年。
黃佳樺	大眾傳播與政治說服—七十八年三項公職人員選舉之政見內容分析	<ol style="list-style-type: none"> 1.以78年三項公職選舉候選人的政見為分析對象，探討不同黨派候選人政見的差異。 2.不論何種黨籍的所有候選人，其政見皆相當空洞，缺乏具體內容。相較之下，國民黨候選人政見較為溫和，傾向闡述未來施政理想，但較少提出對當前社會弊端的批評；反對黨候選人則集中批判國民黨執政的弊病。 	師範大學三民主義研究所碩士論文，民國79年。

作者	題目	研究特色與論點	出版地與時間
鄭自隆	民國七十八年選舉政治廣告訊息策略及效果檢驗之研究	<ol style="list-style-type: none"> 1. 以民國78年10月30日至12月2日之自立早報、中國時報、聯合報、自由時報、自立晚報的政治廣告為分析對象，比較不同政黨候選人政治廣告策略。 2. 國民黨廣告傾向溫和保守，但個人形象的強調高於政黨；而民進黨候選人則富攻擊性，且同時強調政黨標籤；國民黨的廣告訴求是感性與理性並存，民進黨則著重感性訴求。 	政治大學新聞研究所博士論文，民國80年。
莊宜昌	1994年省市長選舉報紙負面競選廣告之內容分析	<ol style="list-style-type: none"> 1. 分析民國83年10月2日至12月31日，各候選人與政黨在聯合報等20份報紙中，負面廣告的應用情形。 2. 研究結果顯示候選人負面競選廣告與政黨負面競選廣告在傳播來源、訴求型態及攻擊方式等7個面向有所差異。不同的參選類別的候選人，不同黨籍的候選人、及不同的政黨，運用負面競選廣告方式有差異。 	政治大學廣告學系第五屆畢業展論文，民國84年
陳靜儀	民主進步黨在歷屆選舉中政治廣告之內容分析	<ol style="list-style-type: none"> 1. 分析自民國78年至83年各次選舉中，民進黨在報紙上文宣策略之變動情形。 2. 將民進黨政治廣告策略分為政黨形象塑造、攻擊廣告提出政見、活動告知及其他，其中，早期的文宣主要是以活動告知為主，但攻擊廣告的數量則隨選舉急速增加。 	政治大學政治研究所碩士論文，民國84年。
陳陸輝	中國國民黨黃復興黨部輔選效果之研究	<ol style="list-style-type: none"> 1. 針對台北市北區78年與81年立委選舉、83市長及市議員選舉期間，研究國民黨黃復興黨部如何動員民眾支持所提名的候選人。 2. 研究結論指出，在78年與81年立委選舉時，黃復興對候選人的提名與輔選，對該候選人在眷村的得票高低有密切關係，但在83市長及市議員選舉時，黃復興黨部對其所提名候選人的成敗影響力逐漸降低。 	政治大學政治研究所碩士論文，民國84年。

附錄二：沈富雄有關聯合競選與配票的說明

沈富雄國會辦公室

辦公室：台北市忠孝東路一段54號5樓
TEL: 395-2560 FAX: 397-1803

服務處：台北市中華路二段40號
TEL: 336-2699 FAX: 336-2698

敬愛的黨內先進同志：

本黨要執政，唯有在明年選贏總統，或是年底立法院席次过半，環顧國內，能為本黨增加席次的選區不多，台北市南區是我們大有可為的選區之一。

富雄早於一年前心中即勾勒出一個大公無私的選戰策略：我認為只有作出四強一弱，避免三強一弱或三強二弱，才會被選民因默契而提前加以淘汰。我主張最省力而有效的做法是「共同黨員，同名演講，平均配票，一齊參選」為此，富雄曾徵詢蘇貞昌、洪奇昌及張燦奎等諸位黨內高手到台北市南區參選，以期帶動高潮，共打一場漂亮的選戰，後來雖事與願違，但富雄抱望本區多添一席之地之心未嘗稍減，因此對黨中央北五南四的決定，若或有人對其過程及動機存疑，但我絕無怨言。

猶憶兩年前，富雄剛當選之時，也曾滿懷熱忱地發起「千人入黨」運動，然後天真爛漫地帶這些新同志去市黨部報到，把他們看成是本黨的公產而不據為一己之私，連入黨文件也沒有留底，雖然數目不多，但在初選陷入苦戰的此刻却使我不得不想念起這批失聯黨員，也許您會責備我疏於經營，但是我的一片赤子之心，依然相信只有自主的黨員，本黨才有盎然的生机。

上任以來，我每天工作十五小時，一年倒貼新台幣五百萬，真是所為可樂？雖然我同意施振榮所說「沒有任何一個人是這個社會所不可或缺的」，但是我剛政及服務的品質是有目共睹的。這些日子當我初選面臨危機的消息傳出來後，新黨及國民黨的同仁紛紛表示難以置信，他們幾乎都忘了我是他們的頭號敵手而開始對我的可能落選表示惋惜，對手尚且如此，同志們何忍將我丟棄，我需要您的支持，讓我繼續為您服務！謝謝

富雄 敬上

5-30-95

附錄三：民主進步黨台北市南區立委聯合競選總部合作規章



1995/9/8

一、各候選人不可進行的部分：

1. 競選總部：

各候選人不得設置個人的競選總部，現有個人之服務處，最遲應在 1995 年 9 月 20 日之前關閉（分區之設立辦法，由決策小組研議之）。

2. 文宣品之製作：

除競選總部所製作的共同文宣外，候選人不得印製個人文宣品，已印製之個人文宣品（例如：拜訪名片、問政通訊.....），應於 1995 年 9 月 12 日之後禁止使用。

3. 所有競選活動一律由競選總部決策小組統籌規劃執行。

二、候選人可進行的部分：

1. 聯絡處之設置：

候選人可設置一聯絡處，並可公佈電話及傳真。

2. 募款餐會：

候選人得舉辦募款餐會，原則上不能在媒體上公開廣告宣傳（只能印募款券、邀請卡或信件）。

3. 後援會：

候選人可設置後援會，但後援會為非常設機構，對外不得有常設地點，不得自行刊登廣告或印製、散發文宣品。

三、違反本規章之程序處理：

若有候選人違反以上規章內容之規範，應由

1. 決策小組出面制止。

2. 決策小組制止無效時，應由主委予以協調溝通。

3. 主委協調溝通無效時，應交由仲裁委員會仲裁。

協議簽署人：高志鵬

沈富雄

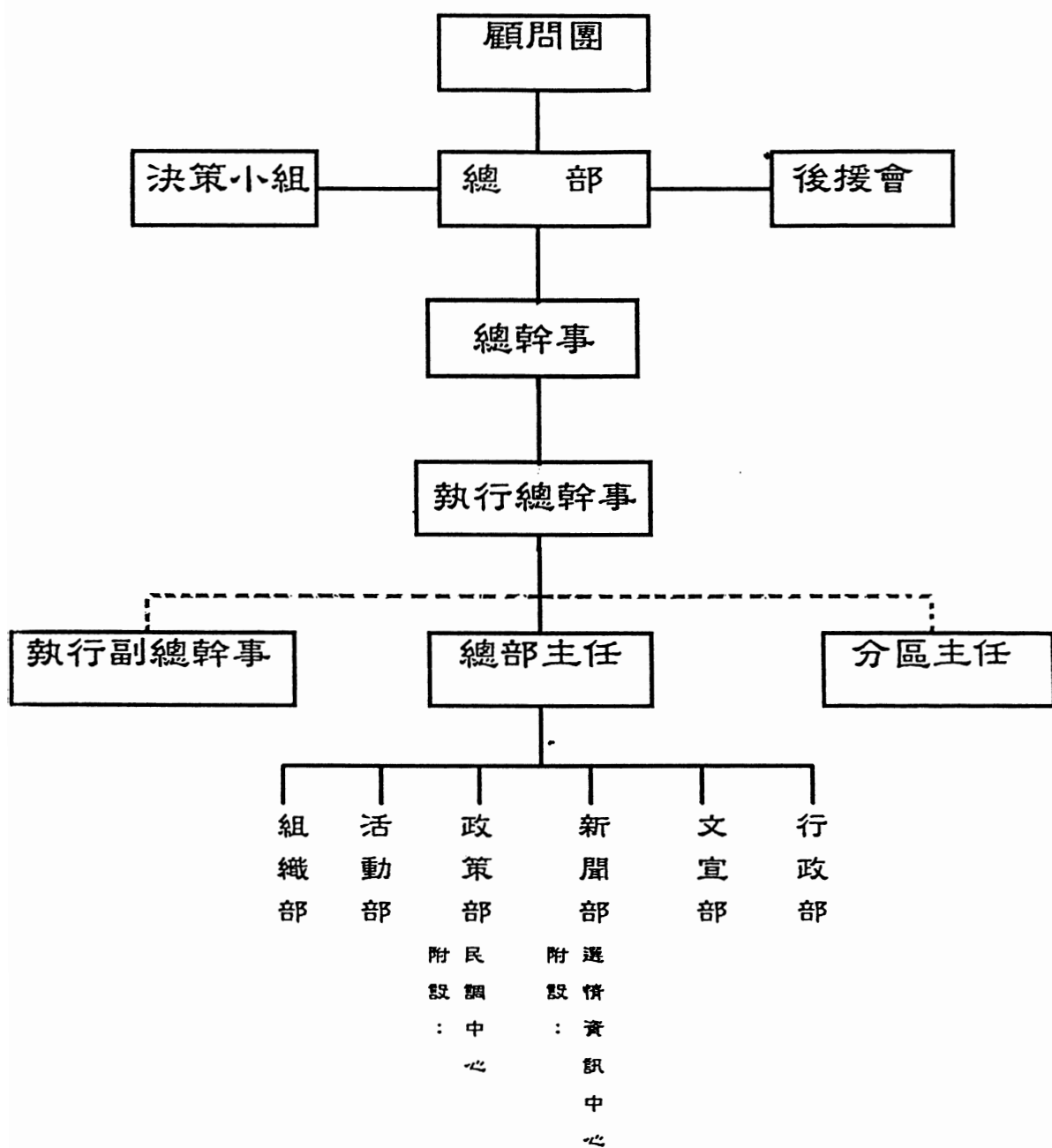
黃天福

葉菊蘭

顏錦福

簽署日期：1995 年 9 月 12 日

附錄四：競選組織架構圖



附錄五：兩次民調結果部份內容（一）

第一次民調部份結果

本題回答人數：1059 欄位：27-30

5 請問，在台北市南區的民進黨立委候選人當中，您認為那幾位比較被看好當選？

<請依電腦螢幕順序提示前四個選項>

(1)沈富雄 43.72 (2)葉菊蘭 35.13 (3)顏錦福 22.66 (4)黃天福 11.52

(6)其他 0.38 (7)不知道 42.68 (8)拒答 0.85

本題回答人數：1059 欄位：37-38

8 如果明天就是立委選舉投票日，除了剛才所提三黨候選人再加上無黨籍的候選人，請問您會投給哪一位候選人？

(回答不知道者請追問是否傾向投某黨候選人)

(01)魏鏞 1.79 (02)潘維剛 4.53 (03)趙寧 4.91 (04)陳鴻基 0.94

(05)邵宗海 0.76 (06)沈富雄 6.23 (07)葉菊蘭 1.98 (08)顏錦福 0.38

(09)黃天福 0.19 (10)李慶華 4.44 (11)周陽山 1.70 (12)朱惠良 1.32

(13)邱彰 3.12 (14)尤英夫 0.47 (15)蔡冠倫 0.00 (16)張婉君 0.19

(17)羅世和 0.57 (18)廖立宇 0.09 (19)不會去投票 1.89

(92)無黨籍候選人 0.66 (93)國民黨候選人 8.97

(94)新黨候選人 5.67 (95)民進黨候選人 5.38

(96)其他_____ 2.27 (97)不知道 37.39 (98)拒答 4.25

本題回答人數：1059 欄位：39

9 民進黨在臺北市南區的四位候選人今年採取聯合競選的方式，希望選民平均配票，讓四個人當選。您認為民進黨這種選舉策略會不會成功？

(1)會 21.06 (2)不會 22.38 (7)不知道、很難說 55.90 (8)拒答 0.66

本題回答人數：150 欄位：40

10 請問您會不會主動教親友配票支持民進黨南區的其他候選人？<只問第八題中

支持民進黨候選人者>

(1)會 48.67 (2)不會 43.33 (7)不知道、很難說 7.33 (8)拒答 0.67

附錄五：兩次民調結果部份內容（二）

第二次民調部份結果

- 6、目前臺北市南區登記參加立委選舉有十幾個人，沈富雄、葉菊蘭、黃天福、顏錦福、魏鏞、潘維剛、邵宗海、陳鴻基、趙寧、李慶華、周陽山、朱惠民。比較起來，在這幾個人當中，您最希望哪一位當選立法委員？

(01) 沈富雄 11.2%	(02) 葉菊蘭 2.5%	(03) 黃天福 0.7%	(04) 顏錦福 1.8%
(05) 魏鏞 2.4%	(06) 潘維剛 8.4%	(07) 邵宗海 0.8%	(08) 陳鴻基 0.8%
(09) 趙寧 5.8%	(10) 李慶華 4.4%	(11) 周陽山 2.7%	(12) 朱惠民 1.2%
(18) 羅世和 0.1%	(34) 邱彰 1.5%	(38) 國民黨的候選人 2.8%	
(39) 民進黨的候選人 4.0%	(40) 新黨的候選人 4.2%	(95) 不知道 32.2%	
(96) 沒意見/都很好 6.2%	(97) 其他 2.5%	(98) 拒答 3.6%	

- 8、假如明天是投票日，您會投給誰？

(01) 沈富雄 8.8%	(02) 葉菊蘭 2.8%	(03) 黃天福 1.0%	(04) 顏錦福 2.2%
(05) 魏鏞 2.3%	(06) 潘維剛 5.4%	(07) 邵宗海 0.9%	(08) 陳鴻基 1.0%
(09) 趙寧 4.5%	(10) 李慶華 3.8%	(11) 周陽山 3.4%	(12) 朱惠民 2.2%
(18) 羅世和 0.1%	(34) 邱彰 1.7%	(95) 不知道/尚未決定 45.6%	
(96) 不會去投票 2.7%	(97) 其他 6.0%	(98) 拒答 5.8%	

- 10、民進黨在臺北市南區的四位候選人今年採取聯合競選的方式，希望選民平均配票，讓四個人當選。請問您覺得民進黨這種選舉策略會不會成功？

(01) 一定會 11.9%	(02) 可能會 31.4%	(03) 可能不會 14.6%
(04) 一定不會 6.2%	(95) 不知道/很難說 34.1%	(96) 沒意見 0.9%
(97) 其他 0.6%	(98) 拒答 0.4%	

- 11、請問您會不會主動教親友配票支持民進黨南區的其他候選人？

(01) 一定會 23.2%	(02) 可能會 11.6%	(03) 可能不會 13.4%
(04) 一定不會 44.2%	(95) 不知道/很難說 5.7%	(96) 沒意見 0.5%
(97) 其他 0.7%	(98) 拒答 0.7%	

附錄六：個人募款餐券及聯合競選傳單樣本（一）

請共同配票支持民進黨立委候選人：葉菊蘭、黃天福、顏錦福、沈富雄

沈富雄競選募款餐會

時間：1995年10月14日（星期六）下午6:30

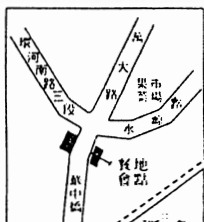
地點：延中河濱公園（萊南路底）

演講者：黃天福、顏錦福、葉菊蘭、沈富雄

餐券：每張1,000元（持本券入場）

連絡電話：336-2699、556-6709

NO: 001159 桌號：



撕角無效

請共同配票支持：顏錦福、葉菊蘭、黃天福、沈富雄



進步團結適向執政

四在必得 敬請配票

葉菊蘭 顏錦福


黃天福 沈富雄

共同政見

- 一、普及福利、促進文教
- 二、改造國土、強化台地
- 三、革新政治、盤據經濟
- 四、確保三民主義

附錄六：聯合競選廣告樣本（二）

民主進步黨 台北市南區立委聯合競選
(中山、大同、萬華、中正、大安、文山)



10 顏錦福 21 沈富雄
23 黃天福 33 葉菊蘭

配票密方詳細說明

一、死忠的、勤奮力超強者
超級強超推薦「四人行」

5 參加辦法：四人一組，由配票四天王「一人一票」。
其只有一組人：在配票四天王中，由配票四天王。
10 票四張，由這四一組，算成四人小組。
三票一組，由這四一組，算成四人小組。
四人一組，由這四一組，算成四人小組。

四大天王，完全配票

再來大力推薦「四季紅」

5 參加辦法：1. 投票者不限四人，可多參加「四季紅」計劃。
2. 由這四一組，算成四人小組。
5 投票方式：1、2、3 月出紅 2 票 10 票 10 票
4、5、6 月出紅 2 票 2 票 2 票
7、8、9 月出紅 2 票 2 票 2 票
10、11、12 月出紅 2 票 2 票 2 票

◎特別注意：千萬叮嚀
1. 投票者請認準：本黨配票四天王！

打贏山頭

5 參加辦法：1. 投票者不限四人，可多參加「四季紅」計劃。
2. 由這四一組，算成四人小組。
5 投票方式：1、2、3 月出紅 2 票 10 票 10 票
4、5、6 月出紅 2 票 2 票 2 票
7、8、9 月出紅 2 票 2 票 2 票
10、11、12 月出紅 2 票 2 票 2 票

◎特別注意：千萬叮嚀
1. 投票者請認準：本黨配票四天王！

台北市南區立委聯合競選
活動一覽表 (每晚 7:30 起)

決勝關鍵，最後 4 日

時間	地點
11月28日(周二)	中國英國小文山區·新開張路六號·新華分黨部·原支社108號
11月29日(周三)	2017 宏國慶慶典·泰山分黨部
11月30日(周四)	中央平陽村大開爐·昌平路二段·王爺公廟門口

總公發總服務：台北市南區中山路 140 號 電話：02-2709 4979
並發總服務：歡迎到訪 傳真：18749816 高志鵬

打贏山頭

5 參加辦法：1. 投票者不限四人，可多參加「四季紅」計劃。
2. 由這四一組，算成四人小組。
5 投票方式：1、2、3 月出紅 2 票 10 票 10 票
4、5、6 月出紅 2 票 2 票 2 票
7、8、9 月出紅 2 票 2 票 2 票
10、11、12 月出紅 2 票 2 票 2 票

◎特別注意：千萬叮嚀
1. 投票者請認準：本黨配票四天王！

民主進步黨 台北市南區立委聯合競選
(中山、大同、萬華、中正、大安、文山)



10 顏錦福 21 沈富雄
23 黃天福 33 葉菊蘭

配票密方詳細說明

一、死忠的、勤奮力超強者
超級強超推薦「四人行」

5 參加辦法：四人一組，由配票四天王「一人一票」。
其只有一組人：在配票四天王中，由配票四天王。
10 票四張，由這四一組，算成四人小組。
三票一組，由這四一組，算成四人小組。
四人一組，由這四一組，算成四人小組。

四大天王，完全配票

再來大力推薦「四季紅」

5 參加辦法：1. 投票者不限四人，可多參加「四季紅」計劃。
2. 由這四一組，算成四人小組。
5 投票方式：1、2、3 月出紅 2 票 10 票 10 票
4、5、6 月出紅 2 票 2 票 2 票
7、8、9 月出紅 2 票 2 票 2 票
10、11、12 月出紅 2 票 2 票 2 票

◎特別注意：千萬叮嚀
1. 投票者請認準：本黨配票四天王！

打贏山頭

5 參加辦法：1. 投票者不限四人，可多參加「四季紅」計劃。
2. 由這四一組，算成四人小組。
5 投票方式：1、2、3 月出紅 2 票 10 票 10 票
4、5、6 月出紅 2 票 2 票 2 票
7、8、9 月出紅 2 票 2 票 2 票
10、11、12 月出紅 2 票 2 票 2 票

◎特別注意：千萬叮嚀
1. 投票者請認準：本黨配票四天王！

台北市南區立委聯合競選
活動一覽表 (每晚 7:30 起)

決勝關鍵，最後 4 日

時間	地點
11月28日(周二)	中國英國小文山區·新開張路六號·新華分黨部·原支社108號
11月29日(周三)	2017 宏國慶慶典·泰山分黨部
11月30日(周四)	中央平陽村大開爐·昌平路二段·王爺公廟門口

總公發總服務：台北市南區中山路 140 號 電話：02-2709 4979
並發總服務：歡迎到訪 傳真：18749816 高志鵬

打贏山頭

5 參加辦法：1. 投票者不限四人，可多參加「四季紅」計劃。
2. 由這四一組，算成四人小組。
5 投票方式：1、2、3 月出紅 2 票 10 票 10 票
4、5、6 月出紅 2 票 2 票 2 票
7、8、9 月出紅 2 票 2 票 2 票
10、11、12 月出紅 2 票 2 票 2 票

◎特別注意：千萬叮嚀
1. 投票者請認準：本黨配票四天王！

Electoral System, Electoral Competition, and Electoral Strategies: A Case Study of Electoral Strategies of the 1995 Election for Legislator in the South District in Taipei City.

Ching-hsin Yu

Abstract

This paper is a case study aimed at exploring the dynamic process of electoral campaign in the 1995 election for Legislator in the South District (2nd District) of Taipei City. After reviewing relevant literature, this paper constructs a research framework for the analysis of candidate's campaign strategies. Several factors are of special importance that influencing the designing a candidate's campaign strategies: electoral system, the political party, the candidate, the electorate, and the special events in election process. In addition, this paper also discusses the effects of "allocation of votes," one feature under current single-nontransferable-vote (SNTV) system and suggests that the strategy of "allocation of votes" will not work without certain contributing factors. Among those contributing factors, the interaction among political party, candidates, and the electorate plays a key role facilitating one party's optimization of its share of seats corresponding to its popular votes received.

Keywords: Electoral System, Electoral Competition. Electoral Strategies, Allocation of Votes