

第七章 結論

選前擁有既定政黨認同及相關議題立場傾向的選民，他們對各候選人評價傾向及其投票支持傾向具有相當的一致性和穩定性，突顯了政黨認同及相關議題立場的長期因素對台灣選民投票行為的顯著影響，並構成各主要政黨候選人的選票基本盤。因此之故，在上述具有特定政黨認同及相關議題立場傾向者，心中早有屬意的支持候選人的情況下，選戰期間三到四成投票支持傾向浮動的游離選民，不僅左右著二○一六年總統選局不同階段的發展，同時也成為決定選舉勝負結果的最後關鍵性選票。顯示國內競選行為的可操作空間相當大，在政黨或候選人的基本盤相接近的情況下，競選行為對選舉結果的影響就顯得關鍵且重要。

面對這三到四成無特定政黨認同、統獨立場趨於維持現狀、沒有明顯候選人評價取向，未表態率明顯偏高且黨派投票行為又較為分歧的游離選民，連宋陳三方陣營都採取顧客導向的政治行銷競選行為模式，以候選人中心策略來爭取游離選民的認同和信任，並以攻擊對手的人格特質和議題立場來形成游離選民對競爭對手的拒斥和疑慮。顯示國內選舉市場在政黨選舉競爭日益激烈的清況下，供給需求權力結構確實逐漸由政黨供給的一方朝選民需求的一方傾斜，政黨或候選人為贏得選戰，除了必須鞏固自己的核心選民外，更必須正視並滿足游離選民的態度傾向與偏好。

換言之，未來政黨或候選人在選戰伊始，甚或在決定是否參選前，就必須對選民的相關政治態度和偏好需求進行基礎性調查，從而標定出主要核心支持選民、游離選民以及反對選民的所在，並以核心支持選民和游離選民作為目標選民，以滿足目標選民的需要來進行候選人自我概念的策略性定位，並透過大眾媒體進行文宣選舉訴求，爭取目標選民的投票支持。不過，這並不代表候選人可以任意選定自我概念定位，因為如果候選人選擇一個理論上可以打敗對手的立場或定位，但卻背離他核心支持者的意識型態傾向，不僅冒著失去信用及基本支持選票的危險，同時也無法獲得游離選民的信任與支持。因此，候選人過去公眾形象和聲譽的維持就十分重要，候選人競選行為操作如何降低目標選民的不確定感，就成為競選行為效能的主要關鍵所在。

為此，候選人選擇的策略性定位必須和其既有公眾形象相容，包括和他所屬黨派及過去重要議題立場相容，如果候選人的策略性定位與其既有公眾形象相衝突，則無法建立游離選民對他的信任，同時也有可能失去核心支持者的信任。因此，政黨和候選人在決定其競選策略時，必在鞏固既有核心支持者的「動員性策略」(mobilizing strategy)與爭取潛在支持者的「追逐性策略」(chasing strategy)之間取得平衡，如果為極大化候選人的得票率而採取過度的追逐性策略，相互衝突的競選行為表現，將導致選民對候選人自我形象定位的認知衝突，無法有效建

立目標選民對候選人的信任感，最後致使競選行為效能表現的低落。這也是導致連戰最後敗選的原因所在。

例如，雖因李、連候選人因素的不同，新黨選民集群反李而不反連，因而列為連戰的目標選民，然而連戰陣營在選戰第三階段的策略翻轉，積極爭取新黨選民的競選作為，不僅引發媒體對李連之間矛盾關係與「棄連保陳」傳聞的密集報導，也同時遭致競爭對手運用的離間策略的催化，陳水扁陣營一方操作連戰背離了李登輝本土路線，將連戰定位為非主流勢力重返國民黨的工具，引發本土游離選民對連戰不同於李登輝路線主張的疑慮，而成功爭取本土游離選民的支持；宋楚瑜一方則附和李登輝「棄連保陳」的傳聞，積極操作「棄連保宋」的棄保策略，成功吸納連戰支持者中反台獨、反民進黨的選票，以及具中國意識的游離選票。其結果不僅嚴重影響到連戰陣營在第三階段對未表態游離選票的開拓效能表現，甚至連戰支持者流失的部分也以親李或反李為有效區別指標，而分別流向陳水扁和宋楚瑜，終於導致連戰敗選結果的產生。

第一節 研究發現

壹、游離選民易受競選行為的影響

從九一年代三次立委選舉的選民黨派投票行為分析，或二〇〇〇年總統的固定樣本連續調查發現，台灣選民一直有三到四成無特定政黨認同、統獨立場趨於維持現狀、沒有明顯候選人評價取向且未表態率明顯偏高，而黨派投票行為又較為分歧游離選民的存在。相對地，選民具有特定政黨認同、議題立場趨於明確、候選人評價有明顯差距者，在選前即有既定投票支持對象的比率明顯偏高，且選舉期間的投票支持傾向明顯較游離選民穩定。因此，在實力較大的國民黨發生提名分裂的情況下，游離選民在二〇〇〇年總統選戰不僅成為選戰的兵家必爭之地，同時關乎候選人評價的施政能力、操守清廉，則成為連宋陳三陣營彼此負面文宣攻擊的焦點，而游離選民在統獨及安改議題的立場傾向也制約了候選人的競選行為表現，分處統獨光譜兩端的宋陳兩陣營紛紛向游離選民所處的維持現狀位置趨近靠攏，居統獨光譜中位置的連戰陣營則在兩岸議題對宋陳兩陣營展開激烈的負面攻擊。顯現出游離選民因素對競選行為的關鍵性影響。

值得注意的是，二〇〇〇年總統選舉之後國內政黨生態發生重組，藍綠二元對立的板塊逐漸浮現，如果台灣未來的政黨體系朝二元化政黨競爭方向發展，將更加提升游離選民對選舉結果的關鍵性影響力，游離選民將成為決定選戰勝負天平往哪一邊傾斜的最後一個法碼。如果未來立法委員選舉制度也朝單一選區兩票制方向修改而有助於兩黨制的形成。因此，未來政黨或候選人陣營對游離選票的爭取將會更加重視，對於游離選民的需求區隔將越加細緻，同時對民調工具和專業知識的依賴會越來越深，候選人的競選行為模式也將進一步朝專業化的方向

發展。同時主要政黨及其候選人基於過半選票的爭取，在國家定位及統獨立場主張往游離選民的台灣主體認同及維持現狀的中間主流立場靠攏，因而候選人人格特質、施政能力及公共政策主張等，將是未來候選人選舉訴求的主要區隔所在。

貳、差別利益原則的競選行為模型

二 年總統選戰連宋陳三陣營的競選行為模式，是依循「揚己之長，補己之短，攻敵之弱」的差別利益原則進行操作，顯現候選人自我概念定位因素及競爭因素對競選行為形成的直接影響。根據差別利益內容連戰陣營把連戰定位成具有豐富行政經歷、穩健包容及廣闊政策視野的總統候選人，同時也是處理兩岸關係和促進經濟成長的最佳國家領導人；宋楚瑜陣營把宋楚瑜定位成具有卓越施政表現、能堅持理念及關懷基層民眾的總統候選人，同時也是能穩定兩岸關係和進行國內黑金政治改革的唯一國家領導人；陳水扁陣營把陳水扁定位成具有改革魄力、做事認真、操守清廉、愛台灣的總統候選人，同時也是改革國內黑金政治和促進台灣民主政治發展的最佳國家領導人。

其次，連宋陳三人分別繼承國民黨、新黨、民進黨在統獨和安改光譜的相對空間位置，競選行為也是以統獨議題和安改議題為選舉核心議題，並依循統獨和安改兩議題光譜，將對手的立場主張予以極端化來進行負面的攻擊，而「趨中從眾」向游離選民所在的議題位置趨近，則是候選人在弱勢議題的補強策略，迎合游離選民的立場主張，縮減與游離選民的空間距離來降低其疑慮。為此，二

年總統選戰分處統獨光譜兩端點的宋陳兩陣營，在統獨議題立場都有明顯採取「趨中從眾」的行為，而居統獨光譜中間位置的連戰陣營則試圖將宋陳的統獨立場極端化來進行負面攻擊。

再者，候選人評價因素的治國能力、操守清廉，以及改革魄力，是連宋陳三方陣營進行負面競選行為的攻擊重點項目，據以指稱對手不具治國能力，或操守有問題，或不具改革的魄力。其間宋陳兩陣營對連戰候選人評價的攻擊，主要集中在連戰的施政表現、改革魄力、操守清廉、官僚濫權等四個項目；連陳兩陣營對宋楚瑜候選人評價的攻擊，主要集中在宋楚瑜的操守清廉、權謀說謊、改革魄力、愛台灣等四個項目；連宋兩陣營對陳水扁的候選人評價攻擊，則主要集中在陳水扁躁進善變鴨霸、視野遠見、經驗與經歷等三個項目。

綜合上述，從連宋陳三陣營實際競選行為分析所得內容，顯示環境系絡因素、候選人因素、選民因素，形塑了個別候選人的議題空間位置、形象的差別利益與目標選民的所在，構成了個別候選人的自我概念定位內容，同時也決定了候選人彼此間的差別利益內容，以及目標選民重疊範圍等競爭因素。而包括候選人形象塑造、選舉議題訴求、形象議題弱點防衛、負面選舉文宣、棄保操作等競選行為，都直接受到候選人自我概念定位因素和競爭因素的影響，驗證了本論文所

提競選行為研究分析架構的有效性。

參、過度追逐性策略導致連戰的敗選

候選人因素所衍生的自我概念定位及相關競選行為，是選戰期間影響候選人陣營競選效能表現的關鍵因素。李登輝和連戰相距四年前後代表國民黨參選總統，可是兩人面對非常近似的環境系絡與選民因素，顯示李連候選人概念定位及競選行為的差異，是因候選人因素的不同所導致。李登輝在選戰期間一貫其台灣人總統的自我概念定位，自始不將反李的新黨選民納為目標選民，最後是成功爭取到中間偏綠的本土游離選票，進而壓縮民進黨彭謝配的得票率。

相對地，連戰不介入黨內流派鬥爭的不沾鍋政治性格，讓黨內主流和非主流勢力都能接受他，而具有中國意識傾向的新黨選民也是反李而不反連。因此，讓「包容」、「跨族群」自始成為連戰候選人自我概念的重要元素，連戰陣營欲置李登輝和馬英九選票於一爐的極大化得票率戰略目標，在選戰最後階段透過積極拉攏新黨選民及「棄宋保連」的棄保策略進行戰術操作。不過，其戰術操作結果卻反而一再突顯李連之間路線和權力接班的矛盾，連戰陣營最後不僅無法固守選前的支持選票，同時也喪失對關鍵性本土游離選票的開拓能力。

最後政黨偏好民進黨及傾向主張台灣獨立的連戰支持者，在選舉投票的前一刻大幅轉向支持陳水扁；政黨偏好新黨及不滿意李登輝執政表現的連戰支持者則主要轉向支持宋楚瑜。連戰陣營積極拉攏反李新黨選民的動作不僅沒有獲得預期的效果，親李和反李反而成為區辨連戰選票流失方向的有效指標，選前親李的連戰支持者主要改投陳水扁，選前反李的連戰支持者主要改投宋楚瑜。連戰陣營第三階段的競選作為，不僅無法有效固守既有的支持者而兩面失血給宋陳，在未表態的游離選票開拓力也不如陳水扁和宋楚瑜，終於導致連戰陣營第三階段的競選行為效能表現最差，而遭致敗選的結果產生。

相對地，宋楚瑜在選前未表態的游離選民部分，只有在外省籍、政黨傾國新、統獨立場傾統一、不滿意李登輝部分領先陳水扁和連戰，並在 40 歲以下、國中以上學歷部分和陳水扁打平，其餘部分陳水扁都呈現領先的情形。特別是在男性、50 歲以上、小學以下學歷、本省閩南籍、雲嘉南地區以南、政黨認同傾民進黨、無政黨認同、統獨傾獨立或無反應、滿意李登輝執政表現的未表態游離選民，陳水扁更是具有絕對的支持優勢，顯示具本土認同的游離選民最後是以陳水扁作為投票支持對象。

因此，具有中國意識傾向的未表態游離選民最後大都投給宋楚瑜；具本土意識傾向的未表態游離選民最後大都投給陳水扁，而連戰在這兩方面分別競爭不過宋楚瑜和陳水扁。雖然，「雙棄保效應」是導致連戰流失選票給宋陳的顯著原

因，但是連戰在游離選民的選票開拓表現不佳才是導致連戰陣營競選行為效能低落的關鍵因素。為此，連戰在同時爭取游離選民和新黨選民失敗的情況下，最後只獲得 23% 選票而遭受敗選的結果。

肆、候選人自我概念定位一致性的重要

雖然候選人的專業化競選行為模式是以游離選民為主要爭取對象，並採取顧客導向的行銷性競選行為策略，但是候選人在採取顧客導向的競選行為模式，仍必須維持自我概念定位內容的一致性。從連戰陣營敗選的個案經驗研究發現，競選行為策略必須以核心選民集群的政黨認同及相關議題立場傾向為起點，循著政治光譜單一方向納入具有投票支持可能的不同選民集群作為目標選民，而不能同時朝左右方向納入不同選民集群作為爭取的目標選民，避免競選行為出現相互矛盾衝突的現象，以維持候選人自我概念定位內容的一致性。

其次，候選人自我概念定位不一致情況的產生，除因候選人陣營採取過度追逐選票策略所致，也有可能因對手陣營的負面攻擊行為奏效所致。宋楚瑜的清廉操守形象在興票案發生之後遭受重擊，讓改革黑金成為陳水扁在選戰第三階段近乎獨占的差別利益，對照第一階段宋楚瑜在改革選民集群的支持度明顯高過陳水扁，顯示傳統傾向支持民進黨的改革選民最後的有效回流，是讓陳水扁在最後以 3 個百分點的得票率勝出宋楚瑜的關鍵因素之一。

因此，在維持候選人自我概念定位內容一致性的前提下，連戰陣營對處於政治光譜極端的新黨選民集群，應是訴諸新黨選民對陳水扁的極端排斥感而以棄保策略爭取之，而不是呼應新黨選民的議題立場傾向來爭取支持。例如 921 地震後陳水扁核心選民集群所在的民進黨選民，對陳水扁的支持出現鬆動並改支持連戰，讓陳水扁陣營面臨相當大的被邊緣化壓力，而民進黨選民集群是排拒連戰和宋楚瑜的，只是排拒宋楚瑜的程度高過連戰。換言之，候選人陣營在三爭一的模式中，如果想要爭取處於政治光譜極端的選民集群，在競選策略的選擇上並非依循顧客導向原則，投其所好來滿足他們的態度立場需求，而是訴諸他們對另一候選人的強烈拒斥感，當他們認知到所支持候選人當選機會變小的情況下，就有為阻擋最討厭的候選人當選而採取策略投票的動機。

伍、候選人專業競選模式的確立

二 年總統選戰連宋陳三陣營的實際競選行為內容，與根據選前基礎調查的候選人差別利益內容所推演的競選行為相當一致，顯示連宋陳三陣營在選戰過程，都能夠透過調查工具充分掌握相關的選舉情報。再者，連宋陳三陣營的整體競選行為也都以候選人評價因素與議題立場為核心，針對連宋陳目標選民重

疊所在的游離選民採取顧客導向的競選行為。最後，連戰陣營的競選行為效能表現遠不如陳水扁及宋楚瑜陣營也突顯政黨組織動員力量的持續消退，行政資源和政黨組織資源對選舉結果影響力的逐漸弱化，顯示現代政治行銷競選行為模式的興起，就代表組織動員競選行為模式的時代已經逐漸過去，以候選人為中心的形象文宣戰是未來選戰模式的主流。

不過，在現代政治行銷競選行為模式之下，候選人即使採取正確的策略選擇也無法保證其當選，但是候選人錯誤的策略選擇則會導致敗選結果的產生。因為候選人在同為理性人且沒有資訊落差的前提下，所有候選人正確的競選策略選擇會導致彼此的策略效果相抵，選舉勝負結果因此而處於不確定狀態。因此之故，正確的策略選擇及衍生的競選行為，只讓候選人保有當選的機會，並不保證候選人的當選。據此，就候選人的競選行為對選舉結果的影響而言，候選人採取正確的策略，並非就具備了勝選的充分條件；而策略效果相抵之後對選舉結果的影響有限，也並不等於競選行為自始對選舉結果影響有限的傳統看法。

第二節 研究發現的意涵

在候選人的競選行為模式朝現代市場行銷導向演進的趨勢下，候選人的競選行為與選民的投票行為是構成選舉市場交易行為的一體之兩面，而影響選民投票行為的因素，同時也是影響候選人競選行為的因素，選舉研究的投票行為研究成果是未來競選行為研究的重要基礎。如同 Miller 及 Shanks 綜合美國選民投票行為研究發現，提列出影響九〇年代美國總統選舉選民投票行為的八大變項，並根據變項出現距離投票日的遠近而劃分出六個流程階段，且前後階段的變項之間有其因果關係存在：第一階段是社經背景的人口特徵，第二階是政黨認同及相關政策傾向，第三階段是對當前政策的偏好及對當前局勢的認知，第四階段是對現任者過去執政表現的回顧性評價，第五階段是對總統候選人個人特質的印象，第六階段是對候選人及其政黨的展望性評價（Miller & Shanks, 1996:192）。

其間第一階段的選民的社經背景及第二階段的政黨認同變項，是屬於長期性變項並構成了候選人的基本盤；至於第三至第六階段的變項則是屬於候選人作為可以影響的變項，候選人可以透過議題設定及候選人中心策略來影響選民的投票行為。然而，由於八個變項之間有其前後的因果關係存在，具有特定政黨認同及相關議題立場傾向者，其在後續的當前政策偏好、執政表現評價、候選人評價，都會受到政黨認同因素的影響。因此，就競選行為的效應來看，競選行為對具有政黨認同及相關政策傾向選民的影響相當有限。相對地，無特定政黨認同及相關政策傾向的游離選民，其對當前政策偏好、執政表現評價、候選人評價，便成為影響投票行為的直接變項，而成為選戰期間競選行為效應的主要影響對象。

同樣地，二〇〇四年總統選舉的選民集群分析發現，具有特定政黨認同及相關統獨立場傾向者，其對當前政策偏好、執政表現評價、候選人評價都有內在邏輯的一致性，同時在選戰期間的投票支持傾向最清楚且最為穩定。相對地，無特定政黨認同及相關統獨立場傾向維持現狀者，其對當前政策偏好、執政表現評價、候選人評價有都趨於中性，同時在選戰期間的投票支持傾向最分歧且最不穩定，成為連宋陳三方陣營共同爭取的游離選民，並左右三方陣營競選行為。

壹、向游離選民所在的主流民意靠攏

台灣自一九八七年解除戒嚴展開一連串民主改革工程，兩岸關係去內戰化以及統治權力結構的本土化，台灣民眾逐步發展出以台灣為主體的國家認同內涵。然而，自一九八七年解嚴和開放探親以來，中國大陸經濟的快速崛起對台灣經濟產生磁吸效應，台灣對中國大陸的經貿依賴越來越深，兩岸間的政治運作發

展與經濟運作發展出現兩相背離的狀況。為此，台灣是一個在國家認同問題面臨相當困擾的國家，其間中國大陸的存在及對台灣發展的影響也是無法忽略的，因而當認同困境混合政策性議題（兩岸三通）和國家忠誠問題（愛台或賣台）時，容易強化既有的社會分歧現象，並表現在不同族群選民的黨派投票行為上。

不過，台灣多數選民是理性務實的，雖然選民有三分之二的人具有明確的台灣認同內涵，認為兩岸是兩個不同的國家；但是基於不惹惱中共對台動武的現實考量，有七成多的人在統獨議題主張維持現狀，並拒絕中共的一國兩制主張。因此，如果說絕大多數選民維持現狀的統獨立場，是迫使民進黨內進行台獨論述轉化的壓力，那麼絕大多數選民的台灣國家認同內涵，則是鼓勵民進黨內進行台獨論述轉化的誘因。同時選戰期間連宋陳三方陣營的兩岸政策主張，均向維持現狀的主流民意趨近，顯示在單一選區三爭一模型中，當有明顯單峰主流民意分佈曲線出現的時候，居統獨光譜中間位置的連戰不僅不怕宋陳的左右兩邊夾殺，宋陳陣營面對主流民意還必須採取從眾的趨近策略。

貳、候選人個人形象的建立及維持的重要

展望未來，如此絕大多數台灣選民所持的態度和立場，將牽引國內主要政黨向其趨近，當國內各主要政黨的國家認同定位和統獨立場相互趨近之後，選民對執政黨施政表現的回顧性評價、對候選人印象及展望性評價，更將確立成為影響選民投票行為的關鍵變項。換言之，在選民對政黨認同的品牌忠誠度降低的趨勢下，候選人產品本身的人格特質和施政能力成為影響選民投票抉擇的關鍵因素；另一方面候選人因政黨基本盤的萎縮或無法擴大，而必須更加依賴對游離選票的爭取，在競選行為採取以「候選人為中心策略」，強調候選人的人格特質和施政能力，引導游離選民直接就候選人產品本身進行評價及作出投票抉擇。

據此，現代化和都市化的發展過程因零細化選民人數的增多與政黨組織動員力量的衰退，台灣候選人競選行為模式美國化的發展趨勢已經相當明顯，而候選人的形象評價將成為影響選民投票行為的關鍵性變項。為此，台灣朝野的政治菁英若要角逐公職而逐步登上權力結構的頂峰，則必須注意個人長期公眾形象的經營與維持。因為在民主國家的定期選舉之下，政治菁英維持其聲譽和形象不單是要回應蓬勃媒體所衍生的監督力量及政敵的攻擊，同時也是選戰期間候選人強化競選行為效能的必須，因為政治菁英從政歷程所累積的聲譽形象是他唯一可以向選民訴求的實質東西，特別是對無特定政黨認同及相關議題立場傾向的游離選民而言，短期性因素的候選人評價是影響其投票行為的關鍵性變項。

參、選民區隔分析在選舉研究的重要性

學界對選民投票行為研究大都採取抽樣調查法，並以相關的選民投票行為理論建構模型，再以不同的統計方法對模型的適合度和顯著度進行檢驗，以印證選民投票行為理論的有效與否，並找出影響選民投票行為的顯著變項，用以解釋選民的投票行為。由於一般選民投票行為的抽樣調查資料，都屬於超過一千樣本的大樣本調查資料，模型通常容易達到統計上的顯著度，但對投票行為的解釋變異量卻相當有限，通常只解釋變異量的二成到三成，其餘七到八成是模型所無法解釋的。因而，根據不同選民投票行為理論所建構的模型，即便使用同一筆調查資料也常會有不同的研究發現，突顯選民投票行為取向的多樣性和複雜性，同時也突顯以單一模型解釋全體選民投票行為的有限性。

特別是在競選行為相關的政治傳播效應研究，選民政治態度取向的多樣性和複雜性，不僅侷限單一模型對全體選民政治態度取向的解釋力，甚至會出現相互矛盾的研究發現內容。例如政治傳播研究發現報紙對候選人特質的新聞報導具有形象設定效果，不過政黨認同才是決定選民對候選人形象評價的關鍵因素。那麼到底是媒體的報導決定了選民對候選人形象的評價，還是選民既有的政治態度傾向決定了他對候選人形象的評價呢？

經過變異數和集群分析的結果顯示上述研究發現的矛盾，是因未將選民進行區隔分組比較而直接將個案投入模型分析所致，媒體對候選人形象設定效果其實是呈現多數非該候選人支持者及游離選民的認知及評價，掩蓋了相對少數該候選人支持者不同的認知和評價；而政黨認同才是決定選民對候選人形象評價的關鍵因素，則是候選人的支持者都有「情人眼裏出西施」的情結，在各項評價項目均給予支持的候選人最高評價，是反應多數已表態的政黨認同選民的認知和評價，而掩蓋了相對少數游離選民的認知和評價

因此，根據選舉研究目的而有效將全體受訪選民區隔成不同的選民集群，釐清不同選民集群的人口特徵、政治態度取向及投票行為傾向，不僅是競選行為效應研究的必需，同時也是投票行為研究細緻化的必需。具有不同黨派投票行為的不同的選民集群，極可能具有不同的投票抉擇行為模式，例如國民黨、民進黨、新黨等政黨認同選民集群，政黨認同是影響他們投票行為的關鍵變項，但對游離選民而言，候選人評價才是影響他們投票行為的關鍵變項。如果能夠釐清不同選民集群的投票抉擇行為模式，同時也可以對選舉預測研究奠立相關的研究基礎。換言之，在未來包括候選人競選行為及選民投票行為的選舉研究上，學術界不僅要釐清影響選民投票行為的重要變項有哪些？如政黨認同、議題立場、候選人評價等變項，更要進一步釐清不同重要變項在不同選民集群的影響力如何？

肆、固定樣本連續調查資料對選舉研究的重要性

在選戰期間競選陣營和媒體對於選情變化的掌握，大都透過獨立樣本連續調查的方式觀察前後民調支持度的變化情形，學界對於選民投票行為的研究也是如此。當然，獨立樣本連續調查方式可以透過前後兩次調查的交叉分析表，比對支持者分布的增減情形，而掌握一定程度的選情變化及選民投票支持傾向的改變。不過，如果選情的變動是發生在同類別選民內部中，獨立樣本連續調查方式就無法掌握這類的選情變化，因而無法有效應用於競選行為效能的檢視上。其次，當前選民投票行為的調查研究屬於靜態的橫剖面調查方式，是在探討選民在特定時點的投票抉擇行為，無法呈現選戰期間選民投票抉擇行為的動態變化過程。

固定樣本連續調查資料發現選民在選戰期間的投票支持傾向具有相當的浮動性，並且在不同選民集群之間有顯著的差異性存在，游離選民在選戰期間的投票支持傾向的變動幅度最大且比率明顯偏高。同樣地，針對影響游離選民投票支持傾向的具體原因，如果透過固定樣本連續調查而能有更進一步的釐清或掌握，這在選舉實務上不僅能夠有效提升競選行為的效能，同時也有助於區辨游離選民的投票行為傾向，讓選民投票行為研究由過去的描述，現在的解釋，能夠走向未來的預測，建構完整的選民投票行為理論。

伍、競選行為理論的初步性建構

在政黨選舉競爭業已制度化的成熟民主國家，選舉競爭市場的權力結構已經由選民消費需求的一方所主導，反映在候選人競選行為模式是採取顧客導向，並結合大眾傳播媒體的專業化政治行銷模式。因此，影響選民投票行為的變項同時也是影響候選人競選行為的變項，選民的人口特徵、政黨認同及相關政策傾向、對當前政策的偏好及對當前局勢的認知、對現任者過去執政表現的回顧性評價、對總統候選人個人特質的印象、對候選人及其政黨的展望性評價等內容，不僅影響選民的投票行為，能有效將選民區隔成不同黨派投票取向的集群，同時也構成個別候選人的差別利益內容及目標選民範圍，候選人的競選行為便是根據上述變項所形成的候選人差別利益內容，依「揚己之長、避己之短、攻敵之弱」的原則進行選戰攻防。

其間選民的政黨認同及相關政策傾向的政治分歧，是反映了社會長期存在的社會分歧，並影響選民對當前政策的偏好及對當前局勢的認知、對現任者過去執政表現的回顧性評價、對總統候選人個人特質的印象，以及對候選人及其政黨的展望性評價，是影響選民投票行為的長期性變項。因而選戰期間具有特定政黨認同及相關政策傾向者，其黨派投票支持傾向明確，投票支持傾向的變化幅度明

顯偏低，不容易受到競選行為的影響，是各政黨候選人的核心選民所在。

相對地，無特定政黨認同及相關政策傾向者，對當前政策的偏好及對當前局勢的認知、對現任者過去執政表現的回顧性評價、對總統候選人個人特質的印象，以及對候選人及其政黨的展望性評價趨於中性，其黨派投票支持傾向不明確，投票支持傾向的變化幅度及未表態比率明顯偏高，容易受到競選行為的影響，是各政黨候選人共同爭取的游離選民所在。

因此，候選人自我形象塑造及選舉議題訴求競選行為不僅反映其差別利益，同時也反映游離選民的議題中間立場及候選人評價偏好；候選人的負面競選行為不僅是反映對手的形象弱點，同時也反映候選人共同以游離選民為目標選民的競爭因素；而競選行為的效能不僅表現在新增支持者的開拓，同時也表現在既有支持者的鞏固。而目標選民對候選人自我概念定位內容認知不一致，不論是對手負面攻擊奏效所致，或候選人採取過度追逐性策略所致，不僅造成候選人既有支持者的流失，也會喪失對未表態游離選票的開拓能力，而降低其競選行為效能的表現。

第三節 研究的限制

壹、調查資料的限制

固定樣本連續調查資料是進行競選行為效能研究的必需，但是固定樣本連續訪問調查的樣本流失率超過五成，且前後訪問日期間隔越長樣本流失率越高，造成經驗研究調查的高昂成本。以本論文使用的三筆固定樣本連續訪問調查資料為例，前後調查日期間隔半年的天和水資料，其連續樣本流失率達 66.7%；間隔兩個月的政大選舉研究中心資料，其連續樣本的流失率為 54.6%；間隔一個月的革實院資料，其連續樣本流失率達 51.1%。因此，若要維持最後分析所需的樣本數，那麼選前第一次基礎調查的樣本數，將依連續調查的次數成等比級數的增加，其所需的研究成本將遠高過獨立樣本的選民投票行為研究。

因此之故，本論文所使用的三筆固定樣本連續訪問資料分別由三個不同的調查單位在不同時間所執行。雖然，三筆資料都符合選戰階段性的發展，可以有效分析連宋陳三陣營在不同階段的競選效能表現。但是，因欠缺事前的規劃不能延續各選民集群投票支持傾向變化分析，在二、三階段的研究發現比對上，只能援引第一階段的研究發現，或以選民的政黨認同變項來替代說明，總是有欠缺明確數據當佐證的遺憾。為此，未來在競選行為效能的研究上，國內學術研究單位可以成立專案研究計劃，以機構和國家預算資源來建立連續樣本資料，不僅能分析候選人的競選效能，同時也能以連續調查資料研究選民投票抉擇的形成和變化。

貳、參與觀察的限制

對李、連參選的競選行為比較是有個人參與觀察的經驗基礎，但是研究者有這樣親身參與觀察的機會並不多，通常僅能就候選人外顯的競選行為來推定其動機和策略目的為何。這時研究者可能把候選人過於「理性化」處理，反而可能模糊實際影響候選人競選行為的直接因素；而事後對候選人陣營的深度訪問調查，也很可能面臨受訪者對當時競選行為的事後「合理化」處理，掩藏當時實際影響候選人競選行為的直接因素。因此，當下的參與觀察記錄對競選行為研究是相當重要。不過，如果研究者無法參與觀察，那麼建立系統化的候選人競選行為資料庫，並根據「理性自利」的公設來推定候選人當時的策略目標和思維，反而是要比事後的訪談所得內容來得客觀和真確。

由於候選人的競選行為表現是相當多元化，競選文宣廣告、政見白皮書、新聞發言、選舉活動、口耳語傳播等等，都是競選行為表現的一環。雖然，本文基於候選人的競選廣告是以目標選民為直接溝通對象，廣告的推出都經競選陣營幕僚的思考評估，認為是有利於候選人選情的提升，因此能充分代表候選人陣營的策略思維表現。其次，在二〇一二年總統選舉的競選廣告中，三方陣營所刊載的報紙競選廣告則數最多，同時報紙競選廣告的內容也是最容易蒐集取得。因此，選擇連宋陳三陣營的報紙競選廣告內容分析統計資料，作為代表對候選人陣營的實際競選行為內容。但是，如何有系統地建立候選人競選行為資料，完整真確記錄候選人在不同階段的競選策略行為內容，特別是電子媒體的競選廣告內容是相當重要且必需解決的問題，唯有解決這個問題才能明顯確立不同階段候選人競選行為內容與競選效能之間的因果關係。

參、競選行為效能指標的限制

選戰過程就是所有參選陣營的策略互動過程，一方陣營的競選效能表現其實是各方策略互動之後的結果，能否把一方陣營的競選效能表現單獨歸因於其單方競選作為的影響呢？即是如興票案所造成的效應相當明確，宋楚瑜支持度的下挫與連戰陣營揭發興票案有密切的關係，但是宋楚瑜陣營的回應策略是減緩還是加深他支持度的下挫？再者，宋楚瑜陣營和陳水扁陣營在選戰三個階段的競選策略都維持一貫性，並沒有發生連戰陣營在第三階段策略翻轉的情形，對於陳水扁陣營在選戰三個階段的競選效能表現漸入佳境，因而可以合理歸因於陳水扁陣營競選策略正確，但對於宋楚瑜陣營在第一、二階段競選效能的殿後表現，卻在第三階段居次的效能表現，又該如何說明宋楚瑜陣營競選策略的正確與否？除非能在單一選舉事件發生後，馬上進行調查對選民投票支持傾向的影響，否則難以釐清競選行為效能。因此之故，固定樣本連續調查的時間點選擇變得相當重要，必需與候選人陣營的階段性競選行為相配合，而三筆固定樣本連續調查資料都是在重大選舉事件發生後，為瞭解對選民投票支持傾向的影響而針對選舉事件前已經受訪的選民進行第二次調查，因而影響三方陣營的競選行為效能的因果關係較為明確。

肆、抽樣調查方法的研究限制

雖然抽樣調查是選民投票行為經驗研究的主流方法，並累積出相當豐富的研究成果，而透過固定樣本的連續抽樣調查可以觀察到選戰期間選民投票支持傾向的變化情形，在控制影響選民投票支持傾向的其他變項之下，將選戰期間選民投票支持傾向的變化歸因於受到競選行為的影響所致。但是，抽樣調查方法基於資源成本考量和傾向封閉式的問卷設計，並無法真確瞭解和掌握選民投票傾向變

化的機轉所在及選民內在的思維模式。

因此，若要掌握選民在選戰期間改變其投票傾向的原因，除以抽樣調查的「量化」研究之外，也應結合「質化」研究，例如源起傳播效應的研究用以評估閱聽大眾對傳播訊息內容的正負向反應，以及形成正負向反應的背後理由的焦點團體（focus group）研究法等，透過深度訪談來掌握選戰期間選民投票傾向變化的背後原因，特別是游離選民投票傾向變化的背後原因。天和水行銷顧問公司在完成固定樣本連續調查之後，也曾採取焦點團體研究來瞭解選民對連宋陳投票支持改變的原因，發現 921 地震後選民投票傾向的改變，主要受到來自媒體訊息的影響，並對連宋陳三人的人格特質、施政表現、兩岸關係立場，以及政黨表現有過重新的評價。顯現選民投票支持傾向改變的背後原因相當複雜，個別的差異相當大，不容易以封閉式的問卷設計進行調查。

伍、未來研究建議

以候選人為中心的政治行銷競選模式已經在台灣逐漸成形，同時在藍綠政黨彼此實力趨近的情況下，游離選民的投票抉擇成為決定選戰最後勝負結果的關鍵因素。如果台灣未來的政黨選舉競爭模式是依循上述趨勢發展，那麼影響游離選民投票行為因素的釐清，或游離選民投票行為模型的建立，不論就實務應用或理論建構，將成為選舉研究的重要焦點之一。因為，競選行為的研究面向而言，候選人陣營如何解讀游離選民的投票傾向，將成為制約候選人陣營競選行為的關鍵因素，不論就選舉研究的競選行為研究或選民投票行為研究，游離選民的投票參與行為及投票抉擇，都將成為選舉研究的重要課題之一，如何找出游離選民的投票抉擇模式，將是未來選舉研究工作的一項挑戰。

其次，如何對選民進行更細緻的區隔，並找出不同選民集群屬性和投票行為模式，則是另一項值得進行的研究工作。例如，從選民集群的投票傾向變化調查發現，游離選民的投票傾向最為浮動且未表態率最高，但是從人口變項可以發現游離選民集群的組成具有相當的異質性，如何找出有效區隔變項對游離選民作進一步的區隔也是一項研究挑戰。再者，選戰期間各選民集群改變投票支持對象的幅度是有明顯差異，但是各選民集群仍有超過一半的成員沒有改變投票傾向，如何解釋同一集群成員不同的投票支持傾向浮動性？其間原因有可能是選民集群分析納入的有效變項不夠，或者還有尚未發現的重要區隔變項存在，這些都是未來值得進行的研究工作。