

# 主要參考書目

## 中文部分

- 王甫昌, 1994, 「族群同化與動員：台灣民眾政黨支持之分析」。中央研究院民族學研究所集刊, 第 77 期, 頁 1-34。
- 王甫昌, 1996, 「台灣反對運動的共識動員：一九七九年至一九八九年兩次挑戰高峰的比較」。台灣政治學刊, 創刊號, 頁 129-209。
- 王金壽, 1997, 「國民黨候選人買票機器的建立與運作：1993 年風芒縣長選舉的個案研究」。台灣政治學刊, 第二期, 頁 3-62。
- 王業立, 1994, 「相對多數決下的政黨競爭：八十二年縣市長選舉觀察」。理論與政策, 第八卷第二期, 頁 14-28。
- 王業立, 1996, 「相對多數 VS. 絕對多數：各國總統直選方式的比較研究」。選舉研究, 第三卷第一期, 頁 49-67。
- 王鼎銘, 2001, 「台灣政黨政策與投票行為：混合型洛基模型之實證分析」。台灣政治學會主辦 2001 台灣政治學會年會暨『政黨輪替後之台灣政治』研討會論文。
- 朱雲漢, 1996, 「台灣選民在國會選舉中的政黨選擇：二屆國大選舉之個案分析」。選舉研究, 第三卷第一期, 頁 17-48。
- 何金銘, 1994, 「候選人勝選因素分析模型初探：第十一屆縣市長選舉的個案研究」。選舉研究, 第一卷第一期, 頁 111-146。
- 何金銘, 1999, 第十三屆縣市長選舉候選人勝選因素分析。國科會補助研究計劃, 編號 NSC87-2414-H110-004。
- 何思因, 1994, 「台灣地區選民政黨偏好的變遷：1989-1992」。選舉研究, 第三卷第一期, 頁 1-16。
- 何思因、吳釗燮, 1996, 「台灣政黨體系之下政黨認同的測量方法」。選舉研究, 第一卷第一期, 頁 39-52。
- 吳乃德, 1993, 「省籍意識、政治支持和國家認同 - 台灣族群政治理論的初探」。張茂桂編, 族群關係和國家認同。台北：業強出版社, 頁 27-51。
- 吳乃德, 1995a, 「社會分歧與政黨競爭：解釋國民黨為何繼續執政」。中央研究院民族學研究所集刊, 第 78 期, 頁 101-130。
- 吳乃德, 1995b, 「黨同與黨性？搜尋台灣選民的『政黨認同』」。台灣政治學會主辦台灣政治學會第一屆年會學術研討會論文。
- 吳乃德, 1997, 「國家認同與民主鞏固：衝突、共生與解決」。游盈隆編, 民主鞏固與崩潰。台北：月旦出版社, 頁 15-30。
- 吳乃德, 1999, 「家庭社會化和意識型態：台灣選民政黨認同的世代差異」。台灣社會學研究, 第三期, 頁 53-85。
- 吳玉山, 2000, 「政治與知識的互動：台灣的政治學在九〇年代的發展」。何思因、吳玉山主編, 邁入二十一世紀的政治學。台北市：中國政治學會, 頁 3-35。
- 吳釗燮、陳義彥, 1994, 「投票行為與民主轉型：台灣地區歷年選舉競爭程度決定因素的分析」。國科會研究計劃, 編號 NSC81-0301-H-004-525。
- 李永熾等, 1994, 會診宋楚瑜。台北：前衛出版社。

- 李信達，1998，「區域發展與政黨競爭：台灣立法委員選舉之研究」（1989~1995）。政大政治研究所碩士論文。
- 李建榮，1998，**連戰風雲**。台北：時報文化。
- 李郁青，1996，「媒介議題設定的第二個面向：候選人形象設定效果研究」。政大新聞研究所碩士論文。
- 李登輝，1999，**台灣的主張**。台北：遠流出版社。
- 李寬芳、鄭俊昇，2000，「獨立選民性質之研究：『積極獨立選民』與『消極獨立選民』的區隔與投票行為研究」。政治大學選舉研究中心主辦 2000 年選舉研究學術研討會論文。
- 李錦河、溫敏杰，1998，「從行銷學『產品屬性』角度建構『選民需求指標』選舉預測模式 - 以 1997 年台南市長選舉為例」。 **選舉研究**，第五卷第二期，頁 35-72。
- 周大員，1999，**大內高手的蔣總統秘書**。台北：格蘭文化工作室。
- 林天明，1999，**阿扁百分百**。台北：大屯出版社。
- 林佳龍，1999，「總統選制的選擇與效應」。 **新世紀智庫論壇**，第 6 期，頁 44-65。
- 林添貴譯，1999，**選戰大謀略：柯林頓二度入主白宮之路**。台北：智庫文化出版。
- 林靜伶，1996，以語藝分析探討報紙競選廣告之意涵：以民國 83 年台灣省長與台北市長選舉為分析對象。國科會補助研究計劃，編號 NSC85-2412-H030-003。
- 林靜伶，1997，民國八十五年總統選舉報紙競選廣告之語藝分析。國科會補助研究計劃，編號 NSC86-2412-H030-004。
- 林黛嫻，1996，**我心永平：連戰從政之路**。台北：天下文化出版。
- 林繼文，1998，「地盤劃分與選舉競爭：對應分析法在多席次選舉研究上之應用」。 **選舉研究**，第五卷第二期，頁 103-128。
- 金溥聰，1997，「報紙的形象設定效果研究：以民國八十三年台北市長選舉為例」。 **新聞學研究**，第 55 期，頁 203-223。
- 金溥聰、羅文輝，1997，「新聞媒體在總統選舉中的議題設定功能」。國科會補助研究計劃，編號 NSC85-2412-H004-006。
- 俞龍通，1993，「一九八四年美國總統選舉 - 共和與民主兩黨競選策略比較分析」。東海大學政治研究所碩士論文。
- 胡 佛等，1993，**選民的投票行為—民國七十八年增額立法委員選舉的分析**。台北：中央選舉委員會印行。
- 胡 佛等，2001，**投票行為與選舉實務的評估—第四屆（1998）立法委員選舉的分析**。台北：中央選舉委員會印行。
- 洪永泰，1994，「選舉預測：一個以整體資料為輔助工具的模型」。 **選舉研究**，第一卷第一期，頁 93-110。
- 洪永泰，1995a，「分裂投票：一九九四年台北市選舉的實證分析」。 **選舉研究**，第二卷第一期，頁 119-146。
- 洪永泰，1995b，「抽樣調查中戶籍資料適用性之探討」。 **選舉研究**，第二卷第二期，頁 83-97。
- 洪永泰，1999，「傳統與現代：一九九七年桃園縣長選舉的選後評估」。 **選舉研究**，第六卷第二期，頁 1-21。
- 洪永泰，2000，「政治版圖重組：2000 總統選舉的選後評估」。政治大學選舉研究中心主辦 2000 年選舉研究學術研討會論文。

- 夏珍, 1997, **政海沉沉楚天闊：宋楚瑜二十三年政壇紀實**。台北：商周出版。
- 夏珍, 1998, **自由自在宋楚瑜**。台北：時報出版。
- 孫秀蕙, 1995, 「比較臺灣省選民傳統媒體與新媒體的使用對政治行為的影響 - 以民國八十三年臺灣省長選舉為例」。 **選舉研究**, 第二卷第一期, 頁 99-118。
- 徐火炎, 1991, 「政黨認同與投票抉擇：台灣地區選民對政黨的印象及偏好與黨派的投票行為分析」。 **人文及社會科學集刊**, 第四卷第一期, 頁 1-57。
- 徐火炎, 1992a, 「美國選舉政治中政黨認同票的式微」。 **美國月刊**, 第七卷第六期, 頁 30-39。
- 徐火炎, 1992b, 「民主轉型過程中的政黨重組：台灣地區選民的民主價值取向、政黨偏好與黨派投票改變之研究」。 **人文及社會科學集刊**, 第五卷第一期, 頁 213-263。
- 徐火炎, 1993a, 「選民的政黨政治價值取向、政黨認同與黨派投票抉擇：第二屆國大代表選舉選民的投票行為分析」。 **國家科學委員會研究彙刊：人文及社會科學**, 第三卷第二期, 頁 144-166。
- 徐火炎, 1993b, 「選舉競爭與政治分歧結構的變遷：國民黨與民進黨勢力的消長」。 **人文及社會科學集刊**, 第六卷第一期, 頁 37-75。
- 徐火炎, 1994, 「認知動員 選舉動員類型與選民的投票行為：第二屆國民大會代表選舉的分析」。 **社會科學論叢**, 第 42 輯, 頁 101-147。
- 徐火炎, 1995, 「選民的政治認知與投票行為」。 **人文及社會科學集刊**, 第七卷第一期, 頁 247-288。
- 徐火炎, 1996a, 「台灣選民的國家認同與黨派投票行為：一九九一至一九九三年間的實證研究結果」。 **台灣政治學刊**, 創刊號, 頁 85-127。
- 徐火炎, 1996b, 「『李登輝情結』與省市長選舉的選民投票行為：一項政治心理學的分析」。 **選舉研究**, 第二卷二期, 頁 1-36。
- 徐火炎, 1998, 「台灣的選舉與社會分歧結構：政黨競爭與民主化」。陳明通、鄭永年主編, **兩岸基層選舉與政治社會變遷**。台北：月旦出版社, 頁 127-198。
- 徐火炎, 1999, 「李登輝情結的政治心理與選民的投票行為」。 **選舉研究**, 第五卷二期, 頁 35-71。
- 徐火炎, 2001a, 「1998 年二屆台北市長選舉選民投票行為之分析：選民的黨派抉擇與分裂投票」。 **東吳政治學報**, 第 13 期, 頁 77-127。
- 徐火炎, 2001b, 「台灣政黨版圖的重劃：民進黨、國民黨與親民黨的選民基礎比較」。台灣政治學會主辦 2001 台灣政治學會年會暨『政黨輪替後之台灣政治』研討會論文。
- 徐永明, 2000a, 「台灣選民的政治認同與投票行為：1983-1998」。政治大學選舉研究中心主辦 2000 年選舉研究學術研討會論文。
- 徐永明, 2000b, 「宋楚瑜現象：菁英分裂、選票動員與政黨重組」。 **理論與政策**, 第十四卷第二期, 頁 93-118。
- 徐永明, 2001a, 「九四、九八台北雙城記：不確定中大眾選擇的分流點」。 **東吳政治學報**, 第 12 期, 頁 75-112。
- 徐永明, 2001b, 「民調在競選中的角色：以兩千年台灣總統大選中『未表態選民』為例」。 **問題與研究**, 第 40 卷第 5 期, 頁 105-119。
- 徐永明, 2001c, 「事件與議題：台灣二千年總統選舉中的興票案與兩岸關係」。 **民意研究季刊**, 215 期, 頁 67-102。
- 徐永明, 2001d, 「南方政治的形成？台灣政黨支持的地域差別, 1994-2000」。 **社會科學季刊**, 第二卷第四期, 頁 167-196。

- 徐永明, 2001e, 「測量族群投票的幾種方法」。台灣政治學會主辦台灣政治學會 2001 年會暨『政黨輪替後之台灣政治』研討會論文。
- 徐永明 陳明通, 1998, 「搜尋台灣民眾統獨態度的動力：一個個體模型的建立」。《台灣政治學刊》, 第 3 期, 頁 65-114。
- 徐珮君、陳東龍, 2000, **不能輸的任務：連蕭選戰的王牌謀略**。台北：英特發出版社。
- 翁秀琪、孫秀蕙, 1994, 「選民的媒介使用行為及其政治知識、政黨偏好與投票行為之間的關聯 - 兼論台灣媒體壟斷對政治認知與行為的影響」。《選舉研究》, 第一卷第二期, 頁 1-26。
- 張世澤, 2000, 「都市化、派系得票率及選舉投票率關係之研究：新竹縣(市)的個案分析。國立政治大學中山人文社會科學研究所碩士論文。
- 張佑宗, 1996, 「族群衝突與民主鞏固：台灣民族國家政策與民主政策的政治邏輯」。《選舉研究》, 第三卷第一期, 頁 179-202。
- 張俊雄等策劃, 2000, **破曉：2000 陳水扁勝選大策略**。台北：時報文化出版。
- 張卿卿, 1999, 「政治競選廣告對選民議題設定與預示的效果研究」。《廣告學研究》, 第 12 集, 頁 39-64。
- 張卿卿, 2000, 「美國政治競選廣告效果的回顧」。《廣告學研究》, 第 14 集, 頁 1-29。
- 梁世武, 1994, 「一九九四年台北市長選舉之預測：候選人形象指標預測模式之驗證」。《選舉研究》, 第一卷第二期, 頁 97-130。
- 梅雪松, 1986, 「選舉競爭之空間理論」。政治大學政治研究所碩士論文。
- 盛杏媛, 1994, 「Selection Bias in Vote Choice」。《選舉研究》, 第一卷第二期, 頁 221-250。
- 盛杏媛, 1998a, 「選民的投票決定與選舉預測」。《選舉研究》, 第五卷第一期, 頁 37-76。
- 盛杏媛, 1998b, 「政黨配票與候選人的票源集散度：一九八三至一九九五年台灣地區立法委員選舉的分析」。《選舉研究》, 第五卷第二期, 頁 73-102。
- 盛杏媛, 2002, 「統獨議題與台灣選民的投票行為」。《選舉研究》, 第九卷第一期, 頁 41-80。
- 盛治仁, 1999, 「影響美國總統選舉投票行為的因素：政策、政黨及候選人之相對重要性」。《選舉研究》, 第六卷第一期, 頁 67-110。
- 盛治仁, 2000, 「總統選舉預測探討：以情感溫度計預測未表態選民的應用」。《選舉研究》, 第七卷第二期, 頁 75-108。
- 盛治仁, 2001a, 「議題投票與投射作用的探討—以台灣二千年總統選舉為例」。台灣政治學會主辦 2001 台灣政治學會年會暨『政黨輪替後之台灣政治』研討會論文。
- 盛治仁, 2001b, 「議題態度改變的實驗研究」。《民意研究季刊》, 第 215 期, 頁 103-144。
- 莊天憐, 2000, 「我國獨立選民的發展與變遷」。政治大學政治研究所碩士論文。
- 莊文忠, 2000, 「選舉預測與策略性投票：以二千年總統選舉為例」。《理論與政策》, 第十四卷第二期, 頁 55-91。
- 許勝懋, 2001, 「台北市選民的分裂投票行為：一九九八年市長選舉之分析」。《選舉研究》, 第八卷第一期, 頁 117-158。
- 許超俊, 1995, 「選舉制度與選舉策略的研究：一個空間理論的分析」。政治大學政治研究所碩士論文。
- 連 戰, 1999, **相約新世紀：連戰的願景與承諾**。台北：正中書局出版。
- 連 戰, 2000, **連戰的主張**。台北：天下文化出版。

- 郭于中，2000，「2000年總統選舉三組候選人競選文宣策略與電視廣告表現相關性研究」。中山大學政治學研究所碩士論文。
- 郭正亮，1998，**民進黨轉型之痛**。台北：天下文化。
- 郭正亮，2000，**變天與挑戰**。台北：天下文化。
- 郭岱君譯，1999，**選戰必勝方程式：美式選戰揭密**。台北：智庫文化出版。
- 陳水扁，1999，**台灣之子**。台中：晨星出版。
- 陳世敏，1991，「候選人形象與選民投票行為」，行政院國科會計劃，編號 NSC79-0301-H004-12，頁 39-62。
- 陳宏銘，1996，「競選策略與競選效能：一九九四年台北市長選舉三黨候選人競選行為研究」。東吳政治學報，第 5 期，頁 103-31。
- 陳明通，1990，「威權政體下台灣地方政治菁英的流動（1945-1986）」。台灣大學政治學研究所博士論文。
- 陳明通，1995，**派系政治與台灣政治變遷**。台北：月旦出版社。
- 陳秋旭，1997，「政治行銷之概念與實踐：一九九二年美國總統大選柯林頓競選策略之研析」。淡江大學美國研究所碩士論文。
- 陳陸輝，1994，「中國國民黨黃復興黨部輔選效果之研究」。選舉研究，第一卷第二期，頁 53-96。
- 陳陸輝，1998，「台灣一九九六年總統選舉之分析」。選舉研究，第五卷第一期，頁 139-160。
- 陳陸輝，2000，「台灣選民政黨認同的持續與變遷」。選舉研究，第七卷第二期，頁 109-142。
- 陳敦源，2000，「人為何投票？理性選擇觀點的緣起與發展」。民意研究季刊，第 212 期，頁 31-64。
- 陳義彥，1986，「我國投票行為研究的回顧與展望」。思與言，23 卷 6 期，頁 557-585。
- 陳義彥，1994，「我國選民的集群分析及其投票傾向的預測」。選舉研究，第一卷第一期，頁 1-37。
- 陳義彥、陳世敏，1992，**七十八年選舉的報紙新聞與廣告內容分析**。台北：業強出版社。
- 陳鳳馨，1999，**遇見百分百連戰**。台北：天下文化。
- 陳憶寧，2001，「總統候選人攻擊性新聞報導與其支持度的關聯：以公元二千年總統大選為例」。新聞學研究，第 69 期，頁 113-140。
- 陳靜芬，1997，「一九九六年總統大選期間之議題探析：議題設定理論的觀點」。政大新聞研究所碩士論文。
- 傅恆德，1996，「決定投票選擇的結構、心理和理性因素：一九九六年總統選舉研究」。選舉研究，第三卷第二期，頁 157-186。
- 彭 芸，2000，「二千年總統大選的媒介使用、選舉參與及投票對象」。選舉研究，第七卷第一期，頁 21-54。
- 彭文正，1996，「樂隊花車、投射效應及策略性投票：一九九二年美國總統大選個案研究」。選舉研究，第三卷第二期，頁 33-70。
- 游盈隆，1993，「政治信念、競選策略與選舉動員：台灣地區二屆立委候選人競選模式研究」。東吳政治學報，第 2 期，頁 375-395。
- 游盈隆，1996a，「台灣族群認同的心理分析」。台灣政治學刊，創刊號，頁 41-84。
- 游盈隆，1996b，**民意與台灣政治變遷：一九九一年代台灣民意與選舉政治的解析**。台北：月旦出版社。

- 游清鑫, 1994, 「選區規劃與選舉競爭」。 **選舉研究**, 第一卷第一期, 頁 147-170。
- 游清鑫, 1996, 「選舉制度、選舉競爭與選舉策略」。 **選舉研究**, 第三卷第一期, 頁 137-178。
- 游清鑫, 1998, 「民國八十六年台北縣縣長選舉策略之研究」。國科會補助研究計劃, 編號 NSC87-2414-H004-010。
- 游清鑫, 1999, 「競選策略的個案研究: 一九九八年民進黨台北市南區立法委員選舉之探討」。 **選舉研究**, 第六卷第二期, 頁 163-190。
- 游清鑫, 2000, 「競選策略效果的探討: 兼論 2000 年總統選舉之『興票案』」。政治大學選舉研究中心主辦 2000 年選舉研究學術研討會論文。
- 黃秀端, 1995a, 「一九九四年台灣地區省市長候選人競選策略之研究」。國科會補助研究計劃, 編號 NSC84-2414-H031-003-Q3。
- 黃秀端, 1995b, 「一九九四年省市長選舉選民參與競選活動之分析」。 **選舉研究**, 第二卷第一期, 頁 51-76。
- 黃秀端, 1996, 「決定勝負的關鍵: 候選人特質與能力在總統選舉中的重要性」。 **選舉研究**, 第三卷第一期, 頁 103-136。
- 黃秀端, 2001, 「單一選區與複數選區相對多數制下的選民策略投票」。 **東吳政治學報**, 第 13 期, 頁 37-75。
- 黃紀, 1979, 「無黨籍人士競選言論之分析」。政治大學新聞研究所碩士論文。
- 黃紀, 2001, 「論投票穩定與變遷之估計方法」。台灣政治學會主辦 2001 台灣政治學會年會暨『政黨輪替後之台灣政治』研討會論文。
- 黃德福, 1992, **民主進步黨與台灣地區政治民主化**。台北: 時英出版社。
- 黃德福, 1994a, 「現代化、選舉競爭與地方派系」。 **選舉研究**, 第一卷第一期, 頁 75-92。
- 黃德福, 1994b, 「政黨競爭與政治民主化: 台灣地區政黨體系的新挑戰」。 **選舉研究**, 第一卷第二期, 頁 199-220。
- 黃德福、張佑宗, 2000, 「族群動員、李登輝因素與策略性投票: 台灣二千年總統選舉投票行為分析」。政治大學選舉研究中心主辦 2000 年選舉研究學術研討會論文。
- 黃德福、劉華宗, 1995, 「農會與地方政治: 以台中縣與高雄縣為例」。 **選舉研究**, 第二卷第二期, 頁 63-82。
- 楊力宇, 2000, **打造新台灣開創新紀元**。台北: 流傳文化出版。
- 葉俊麟, 2000, 「從博奕理論觀點解析總統大選: 以國民黨連宋衝突互動為例」。 **公共行政學報**, 第 4 期, 頁 403-420。
- 鄒景雯, 2001, **李登輝執政告白實錄**。台北: 印刻出版有限公司。
- 雷顯威, 1998, **宋楚瑜霧峰大謀略: 核心紀錄宋家軍**。台北: 爾能文化出版。
- 廖益興, 1993, 「台灣地區威權統治下的政經體制」。政治大學政治研究所碩士論文
- 廖益興, 1996, 「影響選民投票支持李登輝與否的因素」。 **選舉研究**, 第三卷第二期, 頁 187-210。
- 廖唯超, 2001, 「二千年總統大選候選人報紙競選廣告之形象塑造」。政治大學政治研究所碩士論文。
- 劉文卿, 1995, 「台北市長選舉之基因預測模型」。 **選舉研究**, 第二卷第一期, 頁 1-16。
- 劉念夏, 1996, 「一九九六年總統大選選舉預測: 民意調查中未表態選民投票行為規則假設的提出與驗證」。 **選舉研究**, 第三卷第二期, 頁 131-156。

- 劉義周, 1992, 「國民黨責任區輔選活動之參與觀察研究」, **政治大學學報**, 第 64 期, 頁 209-233。
- 劉義周, 1993, 「臺灣的政治世代」, **政治學報**, 第 21 期, 頁 99-120。
- 劉義周, 1994, 「台灣選民政黨形象的世代差異」, **選舉研究**, 第一卷第一期, 頁 53-74。
- 劉義周, 1995, 「台灣的新政黨體系」, **問題與研究**, 34 ( 11 ), 頁 1-10。
- 劉義周, 1996a, 「一九九六年美國總統選舉中的選民行為: 柯林頓勝選因素之分析」, **美歐月刊**, 11 ( 12 ), 頁 75-92。
- 劉義周, 1996b, 「選舉預測: 一組簡單理論的檢證」, **選舉研究**, 第三卷第二期, 頁 107-130。
- 劉義周, 1996c, 「一九九五年立法委員選舉策略之研究」, 國科會補助研究計劃, 編號 NSC85-2414-H004-016-Q3 。
- 劉義周, 1998, 「行政首長選舉與選民投票行為」, **國策專刊**, 第一期, 頁 12-14。
- 劉義周, 2000, 「二千年總統選舉棄保策略之分析」, 政治大學選舉研究中心主辦 2000 年選舉研究學術研討會論文。
- 潘律民, 1993, 「選戰候選人策略性定位一致性之研究」, 台灣大學商學研究所碩士論文。
- 蔡佳洄, 1998, 「候選人競選策略之研究 - 以 1998 年台北市長選舉馬英九為例」, 政治大學政治研究所碩士論文。
- 鄭自隆, 1992, **競選文宣策略: 廣告、傳播與政治行銷**。台北: 遠流出版社。
- 鄭自隆, 1995, **競選廣告: 理論、策略、研究案例**。台北: 正中書局。
- 鄭自隆, 1996a, 「一九九五年三屆立法委員選舉: 政黨報紙競選廣告訊息與媒體策略研究」, **選舉研究**, 第三卷第二期, 頁 1-32。
- 鄭自隆, 1996b, 「一九九五年三屆立法委員選舉三黨文宣策略研究」, 國科會專題研究計劃 NSC85-2414-H-004-016-Q3, 頁 45-123。
- 鄭自隆, 1997, 「一九九五年三屆立法委員選舉三黨新聞發布策略分析」, **廣告學研究**, 第 9 集, 頁 131-157。
- 鄭聲、陳雪, 1995, **陳水扁兵法: 一九九四年台北市長勝選密笈**。台北: 月旦出版社。
- 謝公秉, 1994, **挑戰: 宋楚瑜傳奇**。台北: 日臻出版。
- 謝復生, 1990, **民意、制衡與效率 - 論民主的價值**。台北: 敦煌書局。
- 謝復生、牛銘實、林慧萍, 1995, 「一九九四年省市長選舉中的議題投票: 理性抉擇理論之分析」, **選舉研究**, 第二卷第一期, 頁 77-92。
- 羅文輝、黃葳葳, 2000, 「2000 年總統選舉公民營報紙比較研究」, **選舉研究**, 第七卷第一期, 頁 1-21。

## 英文部分

- Abramowitz, A. I. and Saunders, K. L. 1998. "Ideological Realignment in the U.S. Electorate," *The Journal of Politics*, 60: 634-652.
- Abramson, et al. 1995. *Change and Continuity in the 1992 Elections*. Washington, D.C.: Congressional Quarterly Press.
- Abramson, P. R. 1983. *Political Attitudes in American: Formation and Change*. San Francisco: W. H. Freeman and Company Press.
- Acemoglu, D. and Robinson, J. A. 2001. "Inefficient Redistribution." *American Political Science Review*, 95 (September): 649-661.
- Adams, J. and Merrill, S. 2000. "Spatial Models of Candidate Competition and the 1988 French Presidential Election: Are Presidential Candidate Voter-Maximizers?" *The Journal of Politics*, 62: 729-756.
- Adams, J. and Merrill, S. 2003. "Voter Turnout and Candidate Strategies in American Elections." *The Journal of Politics*, 65: 161-189.
- Agranoff, R. ed. 1976. *The New Style in Election Campaigns*. Boston: Halbrook.
- Anderson, C. J. and Guillory, C. A. 1997. "Political Institutions and Satisfaction with Democracy: A Cross-National Analysis of Consensus and Majoritarian Systems." *American Political Science Review*, 91(March): 66-81.
- Anibal, Perez-Linan. 2001. "Neo-institutional Accounts of Voter Turnout: Moving Beyond Industrial Democracies." *Electoral Studies*, 20: 281-297.
- Asher, H. 1988. *Presidential Elections and American Politics: Voters, Candidates, and Campaigns Since 1952*. California : Wadsworth.
- Asher, H. 1992. *Presidential Elections and American Politics*, 5<sup>th</sup> ed. California: Wadsworth.
- Baines, P. R. 1999. "Voter Segmentation and Candidate Positioning." in Newman, B. I. ed. *Handbook of Political Marketing*. Thousand Oaks: Sage, pp. 403-420
- Banducci, S. A. and Karp, J. A. 2003. "How Elections Change the Way Citizens View the Political System: Campaigns, Media Effects and Electoral Outcomes in Comparative Perspective." *British Journal of Political Science*, 33: 443-467.
- Bartels, L. 1993. "Messages Received: The Political Impact of Media Exposure." *American Political Science Review*, 87(March): 267-286.
- Benham, T. W. 1965. "Polling for a Presidential Candidate: Some Observations on the 1964 Campaign." *Opinion Quarterly*, 29: 185-199.
- Bennett, W. L. 1992. *The Governing Crisis: Media, Money, and Marketing in American Elections*. New York: St. Martin's.
- Benoit, K. 2002. "The Endogeneity Problem in Electoral Studies: A Critical Reexamination of Duverger's Mechanical Effect." *Electoral Studies*, 21: 35-46.
- Berelson, et al. 1954. *Voting: A Study of Opinion Formation in Presidential Campaign*. Chicago: Chicago University Press.



- Black, D. 1958. *The Theory of Committees and Election*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Blais, et al. 2001. "Measuring Strategic Voting in Multiparty Plurality Elections." *Electoral Studies*, 20: 343-352.
- Blumethal, S. 1982. *The Permanent Campaign*. New York: Simon Schuster.
- Bowler, S. and Farrell, D. M. eds. 1992. *Electoral Strategies and Political Marketing*. New York: St. Martin's.
- Brams, S. J. 1985. *Rational Politics: Decisions, Games, and Strategy*. Washington, D. C.: Congressional Quarterly Press.
- Brody, R. and Page, B. 1972. "The Assessment of Policy Voting." *American Political Science Review*, 66(June): 450-458
- Budge, I., Robertson, D., and Hearl, D. eds. 1987. *Ideology, Strategy, and Party Change: Spatial Analyses of Post-war Election Programmers in 19 Democracies*. Cambridge : Cambridge University Press.
- Butler, P. and Collins, N. 1999. "A Conceptual Framework for Political Marketing." in Newman, B. I. ed. *Handbook of Political Marketing*. Thousand Oaks: Sage, pp. 55-72.
- Butler, D. and Ranney, A. 1992. *Electioneering*. Oxford: Oxford University Press.
- Campbell, et al. 1960. *The American Voter*. New York: John Wiley & Sons.
- Campbell, J. E. 1993. *The Presidential Pulse of Congressional Elections*. Lexington: Kentucky University Press.
- Carmines, E. G. and Huckfeldt, R. 1996. "Political Behavior: An Overview." in Goodin and Klingemann eds. *A New Handbook of Political Science*. Oxford: Oxford University Press, pp.205-254.
- Clotfelter, J. and Prysby, C. L. 1980. *Political Choices: A Study of Elections and Voters*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Collins, N. and Butler, P. 1996. "Positioning Political Parties: A Market Analysis." *Harvard International Journal of Press/Politics*, 1:63-77.
- Covington, et al. 1993. "Shaping a Candidate's Image in the Press: Ronald Reagan and the 1980 Presidential Election." *Political Research Quarterly*, 46: 783-98.
- Cox, G. W. 1990. " Multicandidate Spatial Competition." in J. M. Enelow and M. J. Hinich eds. *The Spatial Theory of Voting*. Cambridge: Cambridge University Press, pp.179-98.
- Cox, G. W. 1997. *Making Votes Count*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Cutler, F. 2002. "The Simplest Shortcut of All: Socio-demographic Characteristics and Electoral Choice." *The Journal of Politics*, 64: 466-490.
- Dalton, R. J. Beck, P. A, and Huckfeldt, R. 1998. "Partisan Cues and the Media: Information Flows in the 1992 Presidential Election." *American Political Science Review*, 92(March): 111-126
- David, H. K. 2001. "Convergence and Restricted Preference Maximizing under Simple Majority Rule: Results from a Computer Simulation of Committee Choice in Two-Dimensional Space." *American Political Science Review*, 95 (March): 155-167.

- Dean, D. and Croft, R. 2001. "Friends and Relations: Long-term Approaches to **Political** Campaigning." *European Journal of Marketing*, 35(11/12): 1197-1216.
- Devries, W. and Tarrance, V. L 1972. *The Ticket Splitter: A New Force in American Politics*. Grand Rapids, Mich.: Eerdmans.
- Dorussen, H. and Taylor, M. 2001. "The Political Context of Issue-priority Voting: Coalitions and Economic Voting in the Netherlands, 1970-1999." *Electoral Studies*, 20: 399-426.
- Dow, J. K. 2001. "A Comparative Spatial Analysis of Majoritarian and Proportional Elections." *Electoral Studies*, 20: 109-125.
- Downs, A. 1957. *An Economic Theory of Democracy*. New York: Harper & Row.
- Duverger, M. 1955. *Political Party: Their Organization and Activity in the Modern State*. New York: Wiley.
- Duverger, M. 1972. *Party Politics and Pressure Groups: A Comparative Introduction*. New York: Thomas Y. Crowell.
- Endersby, J. W., Galatas, S. E., and Rackaway, C. B. 2002. "Closeness Counts in Canada: Voter Participation in the 1993 and 1997 Federal Elections." *The Journal of Politics*, 64: 610-631.
- Enelow, J. M. and Hinich, M. J. 1984. *The Spatial Theory of Voting: An Introduction*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Erbring, L., Goldenberg, E., and Millrt, A. H. 1980. "Front-page News and Real-world Cues: A New Look at Agenda Setting by the Media." *American Journal of Political Science*, 24:16-49.
- Erickson, G. M. 1991. *Dynamic Models of Advertising Competition: Open and Close-loop Extension*. Boston: Kluwer Academic Publishers.
- Erikson, R. S. and Palfrey, T. R. 1998. "Campaign Spending and Incumbency: An Alternative Simultaneous Equations Approach." *The Journal of Politics*, 60: 355-373.
- Eulau, H. 1986. *Politics, Self and Society*. Cambridge: Harvard University Press.
- Farrell, D. 1996. "Campaign Strategies and Tactics." in L. LeDuc, R. Niemi, and P. Norris. eds. *Comparing Democracies: Elections and Voting in Global Perspective*. Thousand Oaks.: Sage.
- Faucheux, R. ed. 1995. *The Road to Victory: the Complete Guide to Winning in Politics*. Washington, D. C.: Campaigns and Elections.
- Finkel, S. E. 1993. "Reexamining the Minimal Effects Model in Recent Presidential Campaigns." *The Journal of Politics*, 55: 1-21.
- Fiorina, M. P. 1990. "Information and Rationality in Elections." in J. A. Ferejohn, and J. K. Kuklinski. eds. *Information and Democratic Process*. Urbana: Illinois University Press.
- Franklin, B. 1995. *Packaging Politics*. London: Edward Arnold.
- Funk, C. 1999. "Bringing the Candidate into Models of Candidate Evaluation." *The Journal of Politics*, 61: 700-720.

- Golden, M. A. 2003. "Electoral Connections: The Effects of the Personal Vote on Political Patronage, Bureaucracy and Legislation in Postwar Italy." *British Journal of Political Science*, 33: 189-212.
- Goldstein, K. and Freedman, P. 2002. "Campaign Advertising and Voter Turnout: New Evidence for a Stimulation Effect." *The Journal of Politics*, 64: 721-740.
- Graber, D. A. 1980. *Mass media and American Politics*. Washington, D. C.: Congressional Quarterly Press.
- Graber, D. A. 1997. *Mass Media and American Politics*. 5<sup>th</sup> ed. Washington, D. C.: Congressional Quarterly Press.
- Greedfield, J. 1980. *Playing to Win: An Insider's Guide to Politics*. New York: Simon & Schuster.
- Groeling, T. and Kernell, S. 1998. "Is Network News Coverage of the President Biased?" *The Journal of Politics*, 60: 1063-1087.
- Grofman, B., Koetzle, W., McDonald, M. P., and Brunell, T. L. 2000. "A New Look at Split-Ticket Outcomes for House and President: The Comparative Midpoints Model." *The Journal of Politics*, 62: 34-50.
- Hacker, K. L. ed. 1995. *Candidate Images in Presidential Elections*. New York: Praeger Publishers.
- Harrop, M. 1990, "Political Marketing." *Parliamentary Affairs*, 43:277-91.
- Harrop, M. and Miller, W. L. 1987. *Elections and Voters: A Comparative Introduction*. Basingstoke, Macmillan: New Amsterdam Books.
- Hellweg, S. A., Dionisopoulos, G. N., and Kugler, D. B. 1989. "Political Candidate Image: A State-of-the-Art Review." in B. Dervin and M. J. Voigt eds. *Progress in Communication Science IX*. Norwood: Ablex publishing Corp., pp.43-78.
- Henneberg, S. C. 2002. "Understanding Political Marketing." in N. O'Shaughnessy, and S. C. Henneberg eds. *The Idea of Political Marketing*. Westport, Conn.: Praeger, pp.93-171.
- Herr, J. P. 2002. "The Impact of Campaign Appearances in the 1996 Election," *The Journal of politics*, 64: 904-913.
- Hershey, M. R. 1974. *The Making of Campaign Strategy*. Lexington, Mass.: D. C. Heath.
- Hetherington, M. J. 2001. "Resurgent Mass Partisanship: The Role of Elite Polarization." *American Political Science Review*, 95 (September): 619-631.
- Holbrook, T. M. 1996. *Do Campaigns Matter?* Thousand Oaks: Sage.
- Huckfeldt, R. 1986. *Politics in Context: Assimilation and Conflict in Urban Neighborhood*. New York: Agathon .
- Huckfeldt, R., Johnson, P. E., and Sprague, J. 2002. "Political Environments, Political Dynamics and the Survival of Disagreement," *The Journal of Politics*, 64: 1-21.
- Huckfeldt, R. and Kohfeld, C. 1989. *Race and the Decline of Class in American Politics*. Urbana: Illinois University Press.

- Huckfeldt, R. and Sprague, J. 1995. *Citizens, Politics, and Social Communication: Information and Influence in an Election Campaign*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Huckfeldt, et al. 1998. "Ambiguity, Distorted Messages, and Nested Environmental Effects on Political Communication." *The Journal of Politics*, 60: 996-1030.
- Husson, et al. 1988. "A Interpersonal Communication Perspective on Images of Political Candidates." *Human Communication Research*, 14 ( 3 ) : 397-421.
- Jacobs, L. R. and Shapiro, R. Y. 1994. "Issue, Candidate Image, and Priming: The Use of Private Polls in Kennedy's 1960 Presidential Campaign," *The American Political Science Review*, 88(June): 527-540.
- Jamieson, K. H. 1984. *Packaging the Presidency*. Oxford: Oxford University Press.
- Johnson, D. W. 2001. *No Place for Amateurs*. New York: Routledge.
- Johnson, M., Shively, W. P., and Stein, R. M. 2002. "Contextual Data and the Study of Elections and Voting Behavior: Connecting Individuals to Environments." *Electoral Studies*, 21: 219-233.
- Johnson-Cartee, K. S. and Copeland, G. A. 1991. *Negative Political Advertising: Coming of Age*. New York: Erlbaum.
- Johnston, R., Fournier, P., and Jenkins, R. 2000. "Party Location and Party Support: Unpacking Competing Models," *The Journal of Politics*, 62: 1145-1160.
- Jones, M. P. 1999. "Electoral Law and the Effective Number of Candidates in Presidential Elections." *The Journal of Politics*, 61: 171-84.
- Joslyn, R. 1984. *Mass Media and Elections*. Reading, Mass.: Wesley.
- Joslyn, R. and Ceccoli, S. 1996. "Attentiveness to Television News and Opinion Change in the Fall 1992 Presidential Campaign." *Political Behavior*, 18:141-70
- Kabashima, I. and Reed, S. R. 2001. "The Effect of the Choices Available on Voting Behavior: The Two Japanese Elections of 1993," *Electoral Studies*, 20: 627-640.
- Kahn, K. F. and Kenney, P. J. 1999. "Do Negative Campaigns Mobilize or Suppress Turnout? Clarifying the Relationship between Negativity and Participation." *American Political Science Review*, 93(September): 877-889.
- Kanazawa, S. 1998. "A Possible Solution to the Paradox of Voter Turnout," *The Journal of Politics*, 60: 974-995.
- Katz, E. and Feldman, J. J. 1971. "The Debates in Light of Research: A Survey of Surveys. " in Wilbur Schramm and Donald Roberts eds. *The Process and Effects of Mass Communication*. Urbana: Illinois University Press, pp. 701-753.
- Kavanagh, D. 1995. *Election Campaigning: The New Marketing of Politics*. Oxford: Oxford University Press.
- Kelley, S. 1960. *Political Campaigning: Problems in Creating an Informed Electorate*. Washington, D. C.: Brookings Institution.
- Kenny, C. B. 1998. "The Behavioral Consequences of Political Discussion: Another Look at Discussant Effects on Vote Choice." *The Journal of Politics*, 60: 231-244.

- Key, H. H. 1949. *Southern Politics*. New York: Alfred A. Knopf.
- Kim, H. and Fording, R. C. 2001. "Does Tactical Voting Matter? The Political Impact of Tactical Voting in Recent British Elections." *Comparative Political Studies*, 34(3): 294-311.
- Kingdon, J. W. 1968. *Candidates for Office: Beliefs and Strategies*. New York: Random House.
- Klapper, J. T. 1960. *The Effects of Mass Communication*. Illinois: Free Press of Glencoe.
- Knight, K. and Marsh, M. 2002. "Varieties of Election studies," *Electoral Studies*, 21: 169-187.
- Kotler, P. and Neil, K. 1999. "Political Marketing: Generating Effective Candidates, Campaign, and Causes." in Newman, Bruce I. ed. *Handbook of Political Marketing*. Thousand Oaks: Sage, pp: 3-18.
- Kraus, S. 1988. *Televised Presidential Debates and Public Policy*. Hillsdale, N. J.: Lawrence Erlbaum.
- Krehbiel, K. 1999. "The Party Effect From A-to-Z and Beyond." *The Journal of Politics*, 61: 832-840.
- Lazarsfeld, P. F., Berelson, B. R., and Gaudet, H. 1944. *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*. New York: Columbia University Press.
- Leighley, J. E. and Vedlitz, A. 1999. "Race, Ethnicity, and Political Participation: Competing Models and Contrasting Explanations," *The Journal of Politics*, 61: 1092-1114.
- Lichtman, A. J. 1996. *The Keys to the White House, 1996: A Surefire Guide to Predicting the Next President*. New York: Madison Books.
- Lock, A. and Harris, P. 1996. "Political Marketing – vive la difference!." *European Journal of Marketing*, 30: 21-31.
- Lodge, M. and Steenbergen, M. R. and Brau, S. 1995. "The Responsive Voter: Campaign Information and the Dynamics of Candidate Evaluation." *American Political Science Review*, 89 ( June ) :309-326.
- Lubbers, M. and Scheepers, P. 2000. "Individual and Contextual Characteristics of the German Extreme Right-Wing Vote in the 1990s. A Test of Complementary Theories." *European Journal of Political Research*, 38: 63-94.
- Luntz, F. I. 1988. *Candidates, Consultants, and Campaigns: The Style and Substance of American Electioneering*. Oxford: Basil Blackwell.
- Maarek, P. J. 1995. *Political Marketing and Communication*. London: John Libbey.
- MacKuen, M. and Brown, C. 1987. "Political Context and Attitude Change." *American Political Science Review*, 81 ( June ) : 471-490.
- Maddens, B. and Hajnal, I. 2001. "Alternative Models of Issue Voting: The Case of the 1991 and 1995 Elections in Belgium." *European Journal of Political Research*, 39: 319-346.
- Maisel, L. S. 1993. *Parties and Elections in America*. New York: McGraw-Hill.

- Maisel, L. S. ed. 1976. *Changing Campaign Techniques: Elections and Values in Contemporary Democracies*. Thousand Oaks.: Sage.
- Marsh, M. 2002. "Electoral context." *Electoral Studies*, 21:207-217.
- Mauser, G. A. 1983. *Political Marketing: An Approach to Campaign Strategy*. New York: Praeger Publishers.
- McGinnis, J. 1969. *The Selling of the President, 1968*. New York: Trident.
- McNair, B. 1995. *An Introduction to Political Communication*. New York: Routledge.
- Merrill, S. and Grofman, B. 1999. *A Unified Theory of Voting: Directional and Proximity Models*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Merrill, S., Grofman, B., and Adams, J. 2001. "Assimilation and Contrast Effects in Voter Projections of Party Locations: Evidence from Norway, France, and the USA," *European Journal of Political Research*, 40: 199-221.
- Mesquita, E. B. 2000. "Strategic and Nonpolicy Voting: A Coalitional Analysis of Israeli Electoral Reform." *Comparative Politics*, ( October 2000 ) :63-80.
- Milbrath, L. W. and Goel, M. L. 1977. *Political Participation: How and Why Do People Get Involved in Politics*. Chicago: Rand McNally.
- Miller, A., Wattenberg, M. P., and Malanchuk, O. 1986. "Schematic Assessments of Presidential Candidates." *American Political Science Review*, 80 (June): 521-540.
- Miller, W. E. and Shanks, J. M. 1996. *The New American Voter*. Cambridge: Harvard University Press.
- Monroe, K. R. 2001. "Paradigm Shift: From Rational Choice to Perspective," *International Political Science Review*, 22(2): 151-172.
- Morton, R. B. 1991. "Groups in Rational Turnout Model," *American Journal of Political Science* , 35: 758-776.
- Napolitan, J. 1972. *The Election Game and How to Win It*. New York: Doubleday.
- Nelson, T. E. and Oxley, Z. M. 1999. "Issue Framing Effects on Belief Importance and Opinion," *The Journal of Politics*, 61: 1040-1067.
- Newman, B. ed. 1999. *Handbook of political marketing*. Thousand Oaks: Sage.
- Newman, B. 1994. *The marketing of the president: political marketing as campaign strategy*. Thousand Oaks: Sage.
- Nie, N. H., Verba, S., and Petrocik, J. R. 1976. *The Changing American Voter*. Cambridge: Harvard University Press.
- Niemi, R. G. and Weisberg, H. F. 1984. *Controversies in Voting Behavior*. Washington D.C.: Congressional Quarterly Inc.
- Nieuwbeerta, P. and Flap, H. 2000. "Crosscutting Social Circles and Political Choice: Effects of Personal Network Composition on Voting Behavior in The Netherlands." *Social Networks*, 22: 313-35.
- Nimmo, D. D. 1970. *The Political Persuaders: The Techniques of Modern Election Campaigns*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.

- Nimmo, D. D. and Savage, R. L. 1976. *Candidates and their images: concepts, methods, and findings*. Pacific Palisades, Calif.: Goodyear Pub. Co.
- Ordeshook, P. C. 1986. *Game Theory and Political Theory: A Introduction*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Ordeshook, P. C. 1989. *Models of strategic choice in politics*. Michigan: Michigan University Press.
- O'Shaughnessy, N. J. 1990. *The phenomenon of political marketing*. New York: St. Martin's Press.
- Ostrom, E. 1998. "A Behavioral Approach to the Rational Theory of Collective Action." *American Political Science Review*, 92(march): 1-22.
- Pappi, F. U. 1996. "Political Behavior: Reasoning Voters and Multi-party System." in Goodin and Klingemann eds. *A New Handbook of Political Science*. New York: Oxford University Press. pp255-275.
- Pattie, C. J. and Johnston, R. J. 2001a. "Routes to party choice: Ideology, economic evaluations and voting at the 1997 British General Election," *European Journal of Political Research*, 39: 373-389.
- Pattie, C. J. and Johnston, R. J. 2001b. "Talk as Political Context: Conversation and Electoral Change in British Elections, 1992-1997", *Electoral Studies*, 20: 17-40.
- Perloff, R. M. 1999. "Elite, Popular, and Merchandised Politics." in Newman, B. I. ed. *Handbook of Political Marketing*, Thousand Oaks: Sage, pp. 19-40.
- Peterson, S. A. 1992. "Church Participation and Political Participation." *American Politics Quarterly*, 20: 123-139.
- Reed, S. R. 2001. "Duverger's Law is Working in Italy." *Comparative Political Studies*, 34(3): 312-327.
- Riker, W. H. 1977. "The Future of a Science of Politics," *American Behavioral Scientist*, 21(1): 11-38.
- Rohrschneider, R. 2002. "Mobilizing versus Chasing: How do parties target voters in election campaigns?" *Electoral Studies*, 21:367-382.
- Rosenstone, S. J. 1983. *Forecasting Presidential Elections*. New Haven: Yale University Press.
- Rosenstone, S. J. and Hansen, J. M. 1993. *Mobilization, Participation, and Democracy in American*. New York: Macmillan.
- Rudolph, T. J., Gangl, A., and Stevens, D. 2000. "The Effects of Efficacy and Emotions on Campaign Involvement." *The Journal of Politics*, 62: 1189-1197.
- Sabato, L. 1981. *The Rise of Political Consultants*. New York: Basic.
- Salmore, S. A. and Salmore, B. G. 1985. *Candidates, Parties, and Campaigns*. Washington, D.C.: Congressional Quarterly Inc.
- Samuels, D. 2001. "Does Money Matter? Credible Commitments and Campaign Finance in New Democracies: Theory and Evidence from Brazil." *Comparative Politics*, (October 2001): 23-42.

- Sartori, G. 1994. *Comparative Constitutional Engineering: An Inquiry into Structures, Incentives and Outcomes*. New York: New York University Press.
- Scammell, M. 1998. "The Wisdom of the War Room: US Campaigning and Americanization." *Media, Culture and Society*, 20: 251-75.
- Scammell, M. 1999. "Political Marketing: Lessons for Political Science." *Political Studies*, 47: 718-739.
- Schmitt-Beck. R. 2003. "Mass Communication, Personal Communication and Vote Choice: The Filter Hypothesis of Media Influence in Comparative Perspective." *British Journal of Political Science*, 33: 233-59.
- Schmitt, H. and Holmberg, S., 1995. "Political Parties in Decline?" in Klingemann, H. D., and Fuchs, D. eds., *Citizens and the State*. Oxford: Oxford University Press, pp. 95-133.
- Sears, D. O. 1969. "Political Behavior." in Lindzey, G. and Aronson, E. eds. *Handbook of Social Psychology*, Vol.V. 2<sup>nd</sup> ed. Reading, Mass.: Wesley. pp.315-458.
- Sears, D. O. and Funk, C .J. 1999. "Evidence of the Long-Term Persistence of Adults' Political Predispositions," *The Journal of Politics*, 61: 1-28.
- Shah, et al. 1999. "News Coverage, Economic Cues, and the Public's Presidential Preferences, 1984-1996." *The Journal of Politics*, 61: 914-943.
- Shaw, D. R. 1999a. "A Study of Presidential Campaign Effects from 1952-1992," *The Journal of Politics*, 61:387-422.
- Shaw, D. R. 1999b. "The Methods Behind the Madness: Presidential Electoral College Strategies, 1988-1996," *The Journal of Politics*, 61: 893-913.
- Shea, D. M. 1996. *Campaign Craft: The Strategies, Tactics, and Art of Political Campaign*. Westport, Conn.: Praeger.
- Sheng, chih-jen. 1998. *Information Processing and the Evaluation of Presidential Candidates: Issue, Candidates, and Partisanship*. Dissertation for the PHD. Northwestern University.
- Shepsle, K. A. 1991. *Models of Multiparty Electoral Competition*. New York: Harwood.
- Shepsle, K. A. and Cohen, R. 1990. "Multiparty Competition Entry, and Entry Deterrence in Spatial Models of Elections." in J. M. Enelow and M. J. Hinich, eds. *Advances in the Spatial Theory and Voting*. New York: Cambridge University Press, pp.12-45.
- Shields, T. G. and Goidel, R. K. 1997. "Participation Rates, Socioeconomic Class Biases, and Congressional Elections: A Cross validation," *American Journal of Political Science*, 41: 683-91.
- Shyu, Huo-yan . 1997. "Political Ambivalence in South Korea and Taiwan." *Journal of Democracy*, 8 (3): 109-124.
- Sigelman, L. and Shiraev, E. 2002. "The Rational Attacker in Russia? Negative Campaigning in Russian Presidential Elections." *The Journal of Politics*, 64: 45-62.
- Sigelman, L. and Kugler, M. 2003. "Why is Research on the Effects of Negative Campaigning so Inconclusive? Understanding Citizens' Perceptions of Negative." *The Journal of Politics*, 65: 142-160.



- Sniderman, P. M. and Griffin, R. 1990. "Information and Electoral Choice." in J. A. Ferejohn and J. H. Kuklinski eds. *Information and Democratic Processes*. Urbana: Illinois University Press.
- Sniderman, P. M., Brody, R. A., and Tetlock, P. E. 1991. *Reasoning and Choice: Explorations in Political Psychology*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Spiliotes, C. J. and Vavreck, L. 2002. "Campaign Advertising: Partisan Convergence or Divergence?" *The Journal of Politics*, 64: 249-261.
- Steinberg, A. 1976. *Political Campaign Management: A Systems Approach*. Lexington, Mass.: Lexington Books.
- Stokes, D. E., 1966. "Party Loyalty and the Likelihood of Deviating Elections." in Campbell, et al. eds. *Elections and Political Order*. New York: Wiley.
- Strom, K. 1990. "A Behavioral Theory of Competitive Political Parties." *American Journal of Political Science*, 34: 565-598.
- Swanson, D. L. and Mancini, P. eds. 1996. *Politics, Media, and Modern Democracy: an International Study of Innovations in Electoral Campaigning and Their Consequences*. Westport, Conn.: Praeger.
- Tan, Alan C. 1998. "The Impacts of Party Membership Size: A Cross-national Analysis." *The Journal of Politics*, 60: 188-198.
- Teixeira, R. A. 1992. *The Disappearing American Voter*. Washington, D.C.: Brookings Institution.
- Theilmann, J. and Wilhite, A. 1998. "Campaign Tactics and the Decision to Attack." *The Journal of Politics*, 60: 1050-1062.
- Trent, J. S. and Friedenberg, R. V. 1983. *Political Campaign Communication: Principles and Practices*. New York: Praeger Publishers.
- Volden, C. 1998. "Sophisticated Voting in Supermajoritarian Settings." *The Journal of Politics*, 60: 149-173.
- Waterman, et al. 1999. "The Expectations Gap Thesis: Public Attitudes Toward an Incumbent President," *The Journal of Politics*, 61: 944-966.
- Wattenberg, M. P. 1991. *The Rise of Candidate-Centered Politics: Presidential Elections of the 1980s*. Cambridge: Harvard University Press.
- Wattenberg, M. P. 1998. *The Decline of American Political Parties, 1952-1996*. Cambridge: Harvard University Press.
- Weaver, et al. 1981. *Media Agenda-Setting in a Presidential Election*. Westport, Conn.: Praeger.
- Weaver, D. H. and Drew, D. 1995. "Voter Learning in the 1992 Presidential Election: Did the 'Nontraditional' Media and Debates Matter?" *Journalism Mass Communication Quarterly*, 72(1): 7-17.
- Zaller, J. 1990. "Political Awareness, Elite Opinion Leadership, and the Mass Survey Response," *Social Cognition*, 8: 125-153.
- Zaller, J. 1992. *The Nature and Origins of Mass Opinion*. Cambridge: Cambridge University Press.

Zaller, J. 1996. "The Myth of Massive Median Impact Reviewed: New Support for a Discredited Idea," in Diana, et al. eds, *Political Persuasion and Attitude Change*. Michigan: Michigan University Press, pp: 17-78.

Zaller, J. 2002. "The Statistical Power of Election Studies to Detect Media Exposure Effects in Political Campaigns." *Electoral Studies*, 21: 297-329.