

第五章 連宋陳三陣營競選行為的分析

從環境系絡因素、選民因素及候選人因素的分析結果，顯現出二 年總統選戰開打前，連宋陳三人的形象差別利益、核心選民、目標選民內容，以及三人之間目標選民重疊的競爭狀態。根據本文提出的競選行為假設命題認為，連宋陳三人的概念定位和選舉訴求等自我形象塑造的競選行為，是反映其公眾形象的差別利益及游離選民的政治態度偏好；而攻擊對手的負面競舉行為則是反映競爭對手的公眾形象弱點及目標選民的重疊分佈狀態。

如果上述有關候選人競選行為的兩個假設命題是成立的，那麼根據選前的選民集群分析、連宋陳三人形象差別利益及目標選民集群的分布重疊結果，應可以推論出與連宋陳三陣營的實際競選行為內容。換言之，如果蒐集並分析連宋陳三陣營的實際競選行為表現，應該與分析架構所推論的競選行為內容相當符合。以下將根據競選行為分析架構，分別就連宋陳三人的形象差別利益、目標選民及目標選民重疊結果，對其可能採取的競選行為內容進行推演，並與連宋陳三陣營報紙競選廣告的內容分析資料做對照，驗證競選行為假設命題的成立與否來檢視本文所提競選行為分析架構的有效性。¹

第一節 連戰陣營的競選行為

選前連宋陳三人的人格特質和施政能力評價調查顯示，連戰具有國際觀、能促進經濟發展，以及在統獨光譜居於中間位置，是連戰形象內容的差別利益所在。相對地，連戰缺乏親和力、不知民間疾苦、沒有主見、黑金包袱及維護治安不力等，則是連戰形象弱點的所在。其次，選民集群分析顯示連戰是以國民黨選民為核心選民，向左可納入安定選民、游離選民，向右可納入反李不反連的新黨選民為目標選民。

再者，連戰的目標選民全部被宋楚瑜所涵蓋，顯示連戰和宋楚瑜票源的高度重疊性，並且除核心選民的國民黨選民集群外，連戰在其他目標選民集群的支持度均明顯不如宋楚瑜，預期連宋將因目標選民的高度重疊而有一場激烈的選戰攻防。此外，連戰不僅與宋楚瑜的票源高度重疊，在游離選民和安定選民集群部分連戰也與陳水扁相重疊。換言之，連戰在游離選民和安定選民集群部分，不僅面對宋楚瑜競爭也同時面對陳水扁的競爭，顯然連戰除右打宋楚瑜之外，也要左打陳水扁。

¹ 候選人陣營競選行為的呈現方式相當多元，有電視競選廣告、報紙競選廣告、媒體專訪、競選新聞等，都是候選人競選行為的表現面向。不過，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，認為是最有利於候選人選情的競選行為動作。其次，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，選擇以報紙競選廣告內容對候選人實際的競選行為進行內容分析統計。

壹、連戰陣營競選行為分析

如果假設命題一：「候選人自我形象塑造及選舉議題訴求行為是反映其差別利益和游離選民的態度偏好」成立，那麼根據連宋陳三人的形象差別利益調查結果，可以預期連戰陣營將主打穩健領航的安定牌訴求，將連戰行政歷練、具國際觀而有總統格的形象利基，結合國民黨百年老店在經濟和兩岸方面豐富的執政經驗。相對地，面對連戰不知民間疾苦、沒主見、不具親和力、無法掃除黑金的負面評價，連戰陣營如何在短時間內強化連戰的親和形象，喚醒民眾對連戰從政歷程重大施政建樹的回憶，並在不傷及李、連關係前提下突顯連戰的有主見，則是形象補救工作的重點所在。

如果假設命題二：「候選人的負面競選行為是反映對手的形象弱點和目標選民的重疊所在」成立，那麼根據連宋陳三人的形象差別利益調查結果及目標選民重疊情形，可以預期宋楚瑜的權謀私欲、外省親中色彩；陳水扁的鴨霸善變、缺乏國際觀、台獨主張等形象弱點，勢必成為連戰陣營對宋陳兩人負面攻擊的焦點所在。再者，連戰的目標選民與宋楚瑜完全重疊，並在游離選民及安定選民集群和陳水扁相重疊，連戰陣營為鞏固國民黨選民核心選民部分，將訴諸該集群選民對國民黨的政黨認同感，而把宋楚瑜塑造成基於個人利益而不顧黨的團結，執意脫黨參選是有負國民黨長期栽培，強化並形成國民黨選民對宋楚瑜的負面評價，以壓縮宋楚瑜在國民黨選民集群的支持比率。

在安定選民部分，連戰陣營攻擊宋楚瑜一人脫黨獨立參選，沒有政黨團隊作後盾，如果宋楚瑜當選將導致政府的癱瘓及政經局勢的不穩定；同時攻擊陳水扁和民進黨沒有執政經驗，以及民進黨和陳水扁的台獨主張帶來中共武力犯台的疑慮，強調陳水扁當選和政黨輪替結果將為台灣帶來不可預期的混亂和災害。在游離選民部分，連戰陣營則攻擊宋楚瑜的親中色彩，質疑宋楚瑜因「親中」而「不愛台灣」，把宋楚瑜往統獨光譜急統的方向推，推離開游離選民維持現狀的中間立場；同時打「恐獨安定牌」攻擊民進黨和陳水扁的台獨主張，指主張台獨的陳水扁當選可能引發台海戰爭，而危及二千三百萬台灣人民的身家性命和財產安全，把陳水扁往統獨光譜急獨的方向推，同時推離開游離選民維持現狀的中間立場。

最後，連宋目標選民重疊範圍的國民黨選民和新黨選民（兩集群合占受訪選民的 15.7%）均給予陳水扁最負面的評價，在三爭一的選戰最有可能為阻止陳水扁的當選，而採取「棄宋保連」或「棄連保宋」的策略投票行為。相對地，連戰和陳水扁目標選民重疊只有游離選民和安定選民（兩集群合占受訪選民的 58.6%），但這兩個選民集群對宋楚瑜並沒有負面評價，甚至安定選民集群對宋楚瑜的評價還高過連戰，明顯缺乏為阻止宋楚瑜當選而有「棄陳保連」的動機。唯一可能會阻擋宋楚瑜當選而「棄陳保連」的是，對宋楚瑜的評價最為負面的民進黨選民（占受訪選民的 5.8%）。

因此，若陳水扁被邊緣化呈現連宋對決的局面，部分民進黨選民可能為阻擋宋楚瑜當選而採取「棄陳保連」的策略投票行為。相對地，連戰陣營若能邊緣化宋楚瑜成功塑造連陳政黨對決的局面，則能引導新黨和國民黨選民集群的宋楚瑜支持者，採取「棄宋保連」的策略投票行為。雖然連戰陣營具有同時操作「棄宋保連」或「棄陳保連」的條件，但是基於棄保選票規模的計算「棄宋保連」的選票規模遠大於「棄陳保連」，所以連戰陣營會以「棄宋保連」作為主要的棄保操作內容。

表 5-1：連戰陣營競選行為的推論

競選行為面向	核心焦點
自我形象塑造	人格特質：行政歷練豐富、具有國際視野、溫和能容。
	議題選擇：促進經濟發展、不統不獨的兩岸立場。
消除負面形象	會做事有政績、有魄力有主見
對宋楚瑜的攻擊	權謀背叛、親中不愛台灣、沒有政黨後盾
對陳水扁的攻擊	鴨霸善變、歷練不足、視野有限、無執政經驗、台獨主張
棄保策略的操作	棄宋保連為主

貳、連戰陣營的實際競選作為

一、自我形象塑造與選舉議題訴求

根據表 5-2 連戰陣營報紙競選廣告內容分析統計，顯示連戰陣營在自我形象塑造的競選行為，是強調連戰歷任重要部會首長有完正的行政歷練，具有處理國家大政的「經驗與經歷」(47.7%)。其次是強調連戰個人穩健、溫和、包容的「政治風格」(46.8%)，是黨內主流和非主流人士都能共同接受的領導人。再其次是強調連戰具有國際觀和政策前瞻的「視野遠見」(45.3%)，能夠穩健領航將台灣帶領到幸福之地。另外，在消除負面形象部分，則強調連戰院長任內推動全民健保、開放電信的重要「政績表現」(25.7%)及「改革能力與魄力」(25.1%)。

換言之，連戰陣營強調連戰個人經驗豐富、穩健溫和、視野前瞻三者，其出現在報紙競選廣告的頻率均超過 45% 以上，與選前連戰形象差別利益調查結果相一致。而連戰過去「政績表現」與「改革魄力」，則分居廣告出現頻率的第四和第五順位，則與選前連戰的形象弱點相一致，反映連陣營替連戰的主要形象弱點進行消毒和補救。

其次，連戰陣營報紙競選廣告的議題訴求內容統計，顯示連戰陣營是以兩岸關係作為主要的議題訴求，兩岸議題出現的頻率最高(47.1%)，主要強調連戰「不統、不獨、不對立；要和平、要交流、要雙贏」的「三不三要」兩岸政策理念，而財經發展議題出現頻率居次(36.4%)，主要強調國民黨擁有最多的財經人才，不僅創造了世所稱羨的「經濟奇蹟」，也是最有能力維持台灣經濟繁榮的政黨。至於選前調查所顯示「黑金」和「治安」等連戰的弱勢議題，在連陣營

競選廣告出現的頻率相對非常低，分別只有 4.6%和 5.2%居所有議題倒數的第一、第二名。顯現出連戰陣營在選舉議題的競選作為，是明顯繼承國民黨在統獨和安改位置的主場優勢，積極爭取不統不獨維持現狀的游離選民和安定選民，同時在優劣議題的趨避動作十分明顯。

表 5-2：連戰陣營報紙競選廣告之自我形象塑造內容

		連戰自我形象塑造	
		出現頻率	則數
人格特質與施政能力	經驗與經歷	47.7%	156
	政治風格	46.8%	153
	視野遠見	45.3%	148
	施政表現	25.7%	84
	改革能力與魄力	25.1%	82
	關心基層	11.0%	36
	愛台灣	8.3%	27
	勤政	7.3%	24
	重視女性	2.8%	9
	家庭	1.8%	6
	操守清廉	1.5%	5
	省籍包容	1.5%	5
	年齡	0.0%	0
	財產	0.0%	0
選舉議題	兩岸關係	47.1%	154
	財經政策	36.4%	119
	社會福利	13.1%	43
	政治發展	8.0%	26
	社會治安	5.2%	17
	黑金改革	4.6%	15
	其他議題	9.8%	32

資料來源：廖唯超，2000年總統選舉連宋陳三陣營報紙競選廣告內容調查。

二、對宋楚瑜的負面攻擊行為

根據表 5-3 連戰陣營對宋楚瑜的負面攻擊內容分析統計，顯示連戰對宋楚瑜的攻擊，主要集中在宋楚瑜昨是今非、權謀作秀、說謊背叛的「政治風格」(43.7%)。其次為興票案發生之後，攻擊宋楚瑜的「改革能力與魄力」(28.4%)、「清廉」(27.8%)、「美國財產」(25.1%)、「愛台灣」(18.7%)等項目。在選舉議題對宋楚瑜的負面攻擊，則集中於「黑金改革」和「兩岸關係」兩大議題，黑金改革議題出現的攻擊頻率最高(19.0%)，藉由興票案質疑宋楚瑜改革黑金的決心；

其次為兩岸關係議題（18.3%），質疑宋楚瑜統獨立場曖昧不明，同時既無經驗也無團隊來處理複雜的兩岸關係。

表 5-3：連戰陣營報紙競選廣告攻擊宋楚瑜之內容分析

		對宋楚瑜的攻擊	
		出現頻率	則數
人格特質與施政能力	政治風格	43.7%	143
	改革能力與魄力	28.4%	93
	操守清廉	27.8%	91
	財產	25.1%	82
	愛台灣	18.7%	61
	家庭	16.8%	55
	經驗與經歷	6.7%	22
	關心基層	6.7%	22
	施政表現	5.2%	18
	勤政	4.3%	14
	視野遠見	3.7%	12
	省籍包容	0.3%	1
	重視女性	0.0%	0
	年齡	0.0%	0
選舉議題	黑金改革	19.0%	62
	兩岸關係	18.3%	60
	財經政策	6.1%	20
	政治發展	3.4%	11
	其他議題	2.8%	9
	社會福利	0.0%	0
	社會治安	0.0%	0

資料來源：廖唯超，2000年總統選舉連宋陳三陣營報紙競選廣告內容調查。

連戰陣營攻擊宋楚瑜權謀背試圖叛降低國民黨選民對宋楚瑜的支持，符合了國民黨選民是連宋目標選民重疊的調查內容。其次，連戰陣營質疑宋楚瑜統獨立場和處理兩岸關係的能力，試圖形塑安定選民和游離選民對宋楚瑜的負面評價，也符合連宋目標選民的重疊內容。但是質疑宋楚瑜的操守、置產海外，攻擊宋楚瑜不愛台灣，雖然有助於游離選民對宋楚瑜產生負面評價，同時也會導致改革選民對宋楚瑜的負面評價，但改革選民並不是連戰的目標選民，反倒是宋陳兩人在改革選民集群才有嚴重的重疊。

因此，連戰陣營質疑宋楚瑜的改革魄力與清廉操守，讓改革選民對宋楚瑜產生負面評價，反而是有利改革選民回流支持陳水扁。顯然，連戰營對宋楚瑜的

負面攻擊行為，並沒有完全契合假設命題二：「候選人的負面競選行為是反映對手形象弱點及目標選民重疊的所在」。若陳水扁攻擊宋楚瑜改革黑金的決心則假設命題二則獲得印證，但是連戰陣營攻擊宋楚瑜改革黑金的決心，無異是幫陳水扁作嫁而與假設命題二不完全相符合。

雖然，連戰陣營也認知到陳水扁將因國民黨打興票案而得利，宋楚瑜流失的改革選票大部分會轉而支持陳水扁。不過，當時國民黨中央和競選總部的幕僚，特別是李系幕僚普遍認為唯有壓低宋楚瑜居高不下的支持度，國民黨才能有效地拔樁和固樁來發揮組織戰優勢，讓地方樁腳不再心存觀望游移連宋之間；另一方面一舉將宋楚瑜邊緣化成功，則有助於最後階段連陳政黨對決選局的出現，讓反台獨反陳水扁的新黨選民、國民黨選民，甚至安定選民，為避免陳水扁當選的選舉結果產生，而作出「棄宋保連」的策略投票行為。

為此，國民黨高層在興票案放手打宋，並陸續揭發宋楚瑜之子宋鎮遠在美有五棟房子，希望一舉達成將宋楚瑜徹底邊緣化的目的，藉以塑造連陳對決的選局，引導連宋目標選民相重疊的新黨選民、國民黨選民採取「棄宋保連」的策略投票行為。因此，假設命題二：「候選人的負面競選行為是反映對手形象弱點和目標選民重疊的所在」，仍在連戰陣營攻擊宋楚瑜興票案的作為獲得初步印證，只不過是以三爭一選局中的「棄保操作」方式呈現。

三、對陳水扁的負面攻擊行為

根據表 5-4 連戰陣營對陳水扁的負面攻擊內容分析統計，顯示連戰陣營仍延續一九九八年台北市長選戰的負面攻擊行為模式，首要攻擊陳水扁行事鴨霸善變的「政治風格」(49.2%)。其次是攻擊陳水扁以選舉為考量，施政投機炒短線缺乏「政策視野」(36.4%)。再其次是攻擊陳水扁和民進黨不僅缺乏治國團隊，同時也無治國的「經驗與經歷」(32.7%)。顯然，連戰陣營對陳水扁形象弱點的掌握相當精準。

另外，對陳水扁的議題攻擊部分，則主要集中在「兩岸關係」(46.2%)，攻擊陳水扁和民進黨的台獨主張帶來中共武力犯台的疑慮，嚴重危及台灣人民生命財產的安全；其次則為「財經政策」議題(28.1%)，攻擊民進黨有強烈的反商情結，陳水扁和民進黨缺乏優秀的財經人才、相關財經政策主張不成熟，並指陳水扁的當選和民進黨的執政結果，將傷害包括外資在內企業在台灣進行投資的意願，而不利於台灣經濟的發展。顯然，連戰陣營對陳水扁和民進黨的攻擊仍主打傳統的「恐獨安定牌」。

整體而言，連戰陣營對陳水扁的負面攻擊行為，除攻擊陳水扁鴨霸善變的「政治風格」外，連戰陣營對陳水扁「政策視野」、「經驗與經歷」、「台獨主張」的攻擊，都與選前陳水扁歷練不足、視野有限、無執政經驗，及台獨主張引來中共武力犯台等形象弱點相契合。同時也顯示連戰陣營是以國民黨傳統的「恐獨安

定」牌，試圖將陳水扁推離開維持現狀的統獨中間立場，而符合連陳兩人在游離選民和安定選民的目標選民重疊分布情況。

表 5-4：連戰陣營報紙競選廣告攻擊陳水扁之內容分析

		對陳水扁的攻擊	
		出現頻率	則數
人格特質與施政能力	政治風格	49.2%	161
	視野遠見	36.4%	119
	經驗與經歷	32.7%	107
	愛台灣	19.9%	65
	施政表現	11.6%	38
	改革能力與魄力	8.3%	27
	操守清廉	8.0%	26
	財產	8.0%	26
	關心基層	6.4%	21
	勤政	6.1%	20
	家庭	5.5%	18
	省籍包容	4.3%	14
	年齡	1.5%	5
	重視女性	0.0%	0
選舉議題	兩岸關係	46.2%	151
	財經政策	28.1%	92
	政治發展	8.0%	26
	社會治安	7.6%	25
	黑金改革	7.0%	23
	社會福利	4.3%	14
	其他議題	0.0%	0

資料來源：廖唯超，2000年總統選舉連宋陳三陣營報紙競選廣告內容調查。

四、連戰陣營的棄保操作

雖然連戰陣營攻擊與票案會導致宋楚瑜的改革選票轉而支持陳水扁，但由於連宋票源重疊性遠高於陳宋之間，「棄宋保連」的棄保策略操作的成功與否，成為連戰最後階段勝選與否的關鍵。再者，在連宋票源高度重疊的情況下，唯有宋楚瑜支持度下降，連戰的支持度才有空間上升，且宋楚瑜出局後形成的連陳對決情勢，也是連戰陣營操作棄保的必要條件。為此，表 5-5 連戰陣營的棄保廣告內容統計分析，充分反應上述的選戰策略思考，強調連戰具有勝選希望的廣告總共有 53 則，廣告出現頻率達 16.2%，其中指宋楚瑜難以勝選的「棄宋保連」廣告有 48 則；相對地，指陳水扁難以勝選的「棄陳保連」的廣告有 17 則。換言之，

「棄宋保連」廣告出現的頻率是「棄陳保連」的 2.8 倍，顯示連戰陣營在選戰最後階段主要試圖營造宋楚瑜已經出局，藉由連陳對決的情勢發展要反陳水扁及民進黨的宋楚瑜支持者「棄宋保連」，集中選票投給連戰來阻止陳水扁當選結果的發生。

表 5-5：連戰陣營報紙競選廣告之棄保內容分析

	可能勝選		難以勝選	
	出現頻率	則數	出現頻率	則數
連 戰	16.2%	53	0.0%	0
宋楚瑜	0.3%	1	14.7%	48
陳水扁	13.8%	45	5.2%	17

資料來源：廖唯超，2000 年總統選舉連宋陳三陣營報紙競選廣告內容調查。

參、小結

從表 5-6 連戰陣營競選行為的驗證比較發現，連戰陣營在競選過程的候選人自我形象塑造，不論是對連戰「經驗豐富」、「穩健包容」、「政策視野」等人格特質的強調；以推動全民健保和開放電信自由化來強調「政績表現」與「改革魄力」，並為施政能力的負面評價消毒；以「兩岸關係」與「財經發展」等國民黨傳統優勢議題作為選戰議題的選擇等，都與根據假設命題一：「候選人自我形象塑造和選舉議題訴求行為是反映其差別利益和游離選民的態度偏好」所推論的內容相一致，假設命題一在連戰陣營的實際競選行為表現獲得初步的印證。

其次，連戰陣營對宋楚瑜和陳水扁的負面攻擊競選行為，不論攻擊宋楚瑜的「權謀背叛」、「不愛台灣」的人格特質，及攻擊宋楚瑜統獨立場曖昧的「兩岸關係」的議題選擇；攻擊陳水扁的「鴨霸善變」、「政策視野」、「經驗歷練」的人格特質，及「兩岸關係」和「財經發展」等議題的選擇，都與根據假設命題二：「候選人的負面競選行為是反映對手的形象弱點和目標選民重疊的所在」所推論的內容相一致，假設命題二在連戰陣營的實際競選行為表現獲得初步印證。特別是在兩岸議題，連戰陣營對宋、陳的攻擊是要把兩人的統獨立場極端化，試圖降低游離選民和安定選民對宋陳的支持。

值得注意的是，連宋在改革選民集群並沒有目標選民重疊的情況發生，因而連戰陣營攻擊宋楚瑜的「改革能力與魄力」、「清廉」的人格特質，以及「黑金政治」的選舉議題，似乎並不符合假設命題二。然而，從連戰陣營的棄保策略操作內容來看，連戰陣營是以興票案重擊宋楚瑜，後續接著打宋鎮遠在美有五棟房子，試圖全面邊緣化宋楚瑜，目的在於引發新黨選民、國民黨選民等反陳水扁選民進行「棄宋保連」的策略投票，而新黨及國民黨選民也就是連、宋兩人目標選民的重疊所在。因此，假設命題二在連戰陣營的「棄宋保連」的策略操作中仍可獲得初步的印證。

表 5-6：連戰陣營競選行為驗證比較表

競選行為面向	預期競選行為的核心焦點	實際競選行為的核心焦點
自我形象塑造	人格特質：行政歷練豐富 具有國際觀 溫和能容 議題選擇：經濟發展 兩岸關係	人格特質：經驗與經歷（47.7%） 穩健包容（46.8%） 政策視野（45.3%） 議題選擇：兩岸關係（47.1%） 財經發展（36.4%）
負面形象消除	會做事有政績 有魄力有主見	政績表現（25.7%） 能力與魄力（25.1%）
對宋楚瑜的攻擊	人格特質：背叛國民黨 不愛台灣 議題選擇：兩岸關係	人格特質：權謀背叛（43.7%） 改革能力（28.4%） 清廉（27.8%） 美國置產（25.1%） 不愛台灣（18.7%） 議題選擇：改革黑金（19.0%） 兩岸關係（18.3%）
對陳水扁的攻擊	人格特質：鴨霸善變 視野有限 無執政經驗 議題選擇：兩岸關係 財經發展	人格特質：鴨霸善變（49.2%） 政策視野（36.4%） 經驗歷練（32.7%） 議題選擇：兩岸關係（46.2%） 財經發展（28.1%）
棄保策略的操作	棄宋保連	棄保操作：棄宋保連（14.7%） 棄陳保連（5.2%）

資料來源：廖唯超，2000年總統選舉連宋陳三陣營報紙競選廣告內容調查。

第二節 宋楚瑜陣營的競選行為

連宋陳三人的人格特質與施政能力的評價調查，顯現宋楚瑜在候選人評價最具優勢，諸如領導力、有主見、親和力、知民間疾苦、促進族群和諧、具國際觀等，都是宋楚瑜形象的差別利益所在。顯示宮廷出身的宋楚瑜在經省長職務的歷練及表現後，已經獲得基層民眾相當程度的認同及肯定。然而，調查的結果也顯現宋楚瑜「外省籍」的出身背景，及被選民認為是中共最能接受的總統候選人，而新黨選民對宋楚瑜的核心支持也替宋楚瑜帶來「親中傾統」色彩，因而選戰過程宋楚瑜容易被貼上「不愛台灣」、「賣台」的標籤。

其次，選民集群分析顯示宋楚瑜是以新黨選民為核心選民，向左納入國民黨選民、安定選民、游離選民及改革選民集群。再者，宋楚瑜的目標選民範圍完全涵蓋連戰的目標選民，除在國民黨選民集群之外，宋楚瑜在各目標選民的支持度均明顯高過連戰。再者，宋楚瑜不僅與連戰目標選民完全重疊，在安定選民、游離選民及改革選民集群也與陳水扁相重疊，顯現出宋楚瑜在興票案發生前是具有跨國新、跨安改、跨族群的選票基礎。

壹、宋楚瑜陣營競選行為分析

如果假設命題一：「候選人自我形象塑造和選舉議題訴求行為是反映其差別利益和游離選民的態度偏好」成立，那麼根據連宋陳三人的形象差別利益調查結果，可以預期宋楚瑜陣營會強調宋楚瑜擔任省長時期所累積的勤政、愛民、會做事、炮打中央的形象評價，向選民訴求國民黨出身的宋楚瑜有執政的能力，但沒有國民黨沈重的黑金包袱，也沒有民進黨台獨主張引來中共武力犯台的疑慮，主打安定與改革兼具的安定改革牌，統合宋楚瑜穩健具執政能力的改革形象利基。

相對地，的兩岸關係所涉及的國家定位和統獨立場，也是宋楚瑜無可迴避的選舉議題，可以預期宋楚瑜陣營的候選人概念定位內容，除了具執政能力的改革者之外，宋楚瑜在兩岸統獨議題採取「趨中間反台獨」的立場，是最能夠整合民進黨選民以外的宋楚瑜目標選民。換言之，除攻擊民進黨和陳水扁的台獨主張將會台灣帶來戰爭外，也會朝維持現狀的游離選民集群的立場趨近，並強調台灣優先、愛台灣來為「親中傾統色彩」進行消毒。

因而，宋楚瑜陣營採取改革黑金政治及維持現狀反台獨的兩岸立場，主打「安定」中求「改革」的選舉訴求，將有利於宋楚瑜爭取除民進黨選民之外，包括新黨選民、國民黨選民、安定選民、游離選民、改革選民等目標選民的支持。換言之，可以預期宋楚瑜陣營在候選人自我概念定位，是以「有執政能力的國民黨改革派」作為候選人概念內容，除與連戰分享國民黨長期執政經驗豐富、人才眾多的傳統「安定牌」外，也強化選民對其省長任內不時炮打中央改革形象的認同。另外，在選舉議題的選擇則以改革黑金為主要議題，強化宋楚瑜的改革形象及脫黨參選的正當性。

如果假設命題二：「候選人的負面競選行為是反映對手形象弱點和目標選民重疊的所在」成立，那麼根據連宋陳三人的形象差別利益調查結果及目標選民重疊情形，可以預期連戰不食人間煙火、不知民間疾苦的形象弱點，以及國民黨高層以李連為首的黑金腐化負面形象；陳水扁的台獨色彩、缺乏國際觀及政策視野等形象弱點，應成為宋楚瑜對連、陳兩人負面攻擊的重點所在。

其次，因宋楚瑜與連戰的目標選民完全重疊，並與陳水扁在安定選民、游離選民及改革選民相重疊。在與連戰重疊的國民黨選民部分，宋楚瑜為爭取國民黨認同者的支持，不僅會以國民黨的改革者自居指控黨高層的腐化，及以不公平的手段對他進行的無情打壓，藉以爭取國民黨選民的認同和同情，並強化其脫黨參選的正當性。再者，宋楚瑜陣營藉由與李、連等國民黨高層的對抗，不僅可以確立宋楚瑜國民黨改革者的形象，同時也滿足新黨選民的「反李登輝情結」，以及改革選民的「反國民黨黑金政治」的態度立場，具有鞏固這兩目標選民集群對宋楚瑜既有的認同和支持。

另外，在與連戰和陳水扁重疊的安定選民與游離選民部分，宋陣營會攻擊連戰富家公子不食人間煙火、不具親和力、不知民間疾苦、沒有主見的形象弱點，攻擊連戰在行政院長任內台灣社會治安嚴重惡化；攻擊陳水扁作風鴨霸、缺乏行政歷練、政策視野有限等形象弱點，攻擊民進黨台獨主張帶來台海戰爭危機等。換言之，對連戰的攻擊，宋楚瑜陣營會強化連戰富貴出生且無能的阿斗形象；對陳水扁的攻擊，宋楚瑜陣營會強化陳水扁台獨主張禍台，及陳水扁視野歷練不足所帶來的不確定感和疑慮，藉以告訴安定和游離選民，無能的連戰和危險的陳水扁，兩人都不是理想的國家領導人。

最後，在與陳水扁單獨重疊的改革選民部分，面對民進黨和陳水扁長期的改革黑金形象，除非有類似興票案等重大選舉事件的發生，否則宋楚瑜陣營是難以摧毀陳水扁的改革形象。因此，宋楚瑜陣營爭取支持陳水扁的改革選民移轉支持的唯一可能是陳水扁被邊緣化，改革選民認為陳水扁勝選無望，在連宋對決的情況下，為阻擋連戰的當選而進行「棄陳保宋」的策略投票。同樣地邏輯思考，在與連戰相重疊的新黨選民和國民黨選民部分，若連戰被邊緣化則可呼籲連戰的支持者「棄連保宋」阻擋陳水扁漁翁得利。

不過，就觸發選民採取策略投票行為的必要條件，以及棄保效果的大小來看，選戰初期連戰的支持度最低最容易陷入被棄的情境，如果選民的策略投票行為真的發生，那麼連戰被支持者所棄的可能性最高。其次，新黨選民和國民黨選民（兩集群合占受訪選民的 15.7%），均給予陳水扁最負面的評價；相對地，就宋、陳目標選民重疊部分，只有改革選民（占受訪選民的 8.6%），其對連戰評價最為負面。如果假設其他條件都相同，「棄連保宋」的效果顯然是要比「棄陳保宋」的效果來得大。據此，可以預期宋楚瑜陣營操作「棄連保宋」的可能性，遠比操作「棄陳保宋」的可能性來得大。特別是興票案和美國置產案的爆發，宋楚

瑜將大量資產移往海外的行為，不僅坐實了對手「不愛台灣」的指控，也面臨過去「清廉形象」的否定，這時宋楚瑜陣營若要改革選民「棄陳保宋」，無異是緣木求魚的逆勢操作。

表 5-7：宋楚瑜陣營競選行為的推論

競選行為面向	預期競選行為的核心焦點
自我形象塑造	人格特質：勤政、親民、有主見、有能力、關懷基層
	議題選擇：改革黑金、改善兩岸關係
負面形象消除	愛台灣
對連戰的攻擊	沒有親和力、不知民間疾苦、不了解民眾需求、沒有主見、沒有能力、黑金腐化
對陳水扁的攻擊	鴨霸、歷練不足、視野有限、無執政經驗、台獨
棄保策略的操作	棄連保宋

貳、宋楚瑜陣營的實際競選行為

一、自我形象塑造與選舉議題訴求

根據表 5-8 宋楚瑜陣營的報紙競選廣告內容分析統計，顯示宋楚瑜陣營在自我形象塑造部分，首要是強調宋楚瑜有理念有能力認真打拼的「政治風格」(68.1%)。其次是全省走透透勤跑基層連夜指揮救災事事躬親的「勤政形象」(66.7%)。再其次是關心基層百姓照顧受災民眾的「關懷基層形象」(63.8%)。其他出現頻率超過 35% 的重點項目，尚有強調宋楚瑜「改革的能力與魄力」(46.4%)、「視野遠見」(40.6%)、「經驗與經歷」(37.0%)、「政績表現」(36.2%) 等。宋楚瑜陣營的實際競選行為是在喚醒並強化選民對宋楚瑜省長任內勤政愛民的印象評價。

另外，在消除負面形象部分則強調宋楚瑜具台灣主體意識，主張台灣優先及關心台灣土地人民的「愛台灣」特質(23.9%)，以及強調宋楚瑜主持省政不分本省、外省、客家、原住民的「省籍包容」特質(16.7%)。顯示宋楚瑜在消毒「最能被中共接受的總統候選人」之廣告出現頻率，與連戰消毒「政績不佳」、「缺乏改革能力與魄力」等負面形象的出現頻率相當，都是接近四分之一左右。這或許是因為考慮到負面形象消毒頻率過高的話，會給民眾「此地無銀三百兩」的聯想，反而坐實了負面形象內容。

表 5-8 宋楚瑜陣營在選舉議題訴求統計，顯示「改革黑金」議題訴求出現頻率最高(34.8%)，主要在強調宋楚瑜對改革黑金的看法和決心。其次為「兩岸關係」(27.5%)，主要強調宋楚瑜穩定兩岸關係的能力，並提出推動兩岸三通、簽訂兩岸和平協定的政見主張。再其次為「財經政策」(26.8%)，強調宋楚瑜有能力改善國內不良的財經環境及建立公平良好的投資環境。宋楚瑜陣營對改革黑金的強調，是要和背負國民黨黑金包袱的連戰進行區隔，藉以積極爭取游離選民

和改革選民對宋楚瑜的認同和支持；而宋楚瑜陣營對穩定兩岸關係能力的強調，則是要和背負民進黨台獨包袱的陳水扁進行區隔，用以鞏固新黨選民、國民黨選民、安定選民等傳統國民黨選票。

表 5-8：宋楚瑜陣營報紙競選廣告自我形象塑造之內容分析

		宋楚瑜形象塑造	
		出現頻率	則數
人格特質	政治風格	68.1%	94
	勤政	66.7%	92
	關懷基層	63.8%	88
	改革能力與魄力	46.4%	64
	視野遠見	40.6%	56
	經驗與經歷	37.0%	51
	施政表現	36.2%	50
	愛台灣	23.9%	33
	重視女性	18.1%	25
	省籍包容	16.7%	23
	家庭	6.5%	9
	財產	2.9%	4
	操守清廉	0.0%	0
	年齡	0.0%	0
議題	黑金改革	34.8%	48
	兩岸關係	27.5%	38
	財經政策	26.8%	37
	政治發展	18.1%	25
	社會福利	10.9%	15
	社會治安	4.3%	6
	其他議題	18.8%	26

資料來源：廖唯超，2000 年總統選舉連宋陳三陣營報紙競選廣告內容調查。

二、對連戰的負面攻擊

根據表 5-9 宋楚瑜陣營對連戰的負面攻擊內容分析統計，顯示宋楚瑜陣營對連戰的攻擊，首要強調連戰缺乏「改革的能力與魄力」(52.2%)，指連戰個性軟弱走不出李登輝的黑金陰影。其次為攻擊連戰擔任公職「政績表現」不佳(50.0%)，指連戰擔任台灣省主席沒有作為，而擔任行政院長也是政策跳票連連。再其次為攻擊連戰不食人間煙火的「政治風格」(49.3%)，指連戰作風官僚、辦事無能、不知民間疾苦。其餘攻擊連戰人格特質項目出現頻率接近 20%或超過 20%的項目，還有「勤政」(31.2%)、「家庭」(27.5%)、「財產」(24.6%)、「政治

清廉」(19.6%)，這些相關的攻擊內容都指連戰是愛打小白球而坐令社會治安惡化的懶老爺，連戰政商關係複雜家庭成員生活奢華，連家二代為官如何累積百億家產等，都是在強化或形成選民對連戰的負面評價。

表 5-9：宋楚瑜陣營報紙競選廣告對連戰攻擊之內容分析

		對連戰的攻擊	
		出現頻率	則數
人格特質	改革能力與魄力	52.2%	72
	施政表現	50.0%	69
	政治風格	49.3%	68
	勤政	31.2%	43
	家庭	27.5%	38
	財產	24.6%	34
	視野遠見	19.6%	27
	操守清廉	19.6%	27
	關懷基層	15.2%	21
	愛台灣	2.2%	3
	年齡	1.4%	2
	經驗與經歷	0.0%	0
	重視女性	0.0%	0
	省籍包容	0.0%	0
議題	黑金改革	48.6%	67
	政治發展	26.8%	37
	財經發展	15.2%	21
	兩岸關係	12.3%	17
	社會治安	7.2%	10
	社會福利	5.8%	8
	其他議題	8.7%	12

資料來源：廖唯超，2000年總統選舉連宋陳三陣營報紙競選廣告內容調查。

在表 5-9 的選舉議題負面攻擊則集中於「黑金改革」議題上(48.6%)，指國民黨在李登輝主政下讓台灣黑金政治勢力橫行，而身為李登輝指定接班人的連戰個性軟弱，不具備改革黑金所需的能力與魄力。其次為「政治發展」(26.8%)，指執政當局利用情治系統違法監聽其他候選人和支持者，讓台灣重回過去的白色恐怖時代，對台灣的民主政治發展構成嚴重的傷害。而其他宋陣營攻擊連戰的議題項目，依序為「財經發展」(15.2%)，指中央政府債台高築惡化政府財政收支；「兩岸關係」(12.3%)，批評李登輝戒急用忍的兩岸政策，以及宣布兩國論的決策過程粗糙盲動；「社會治安」(7.2%)，藉由白曉燕案與凡爾賽色情 KTV 租屋案，批評連戰維護社會治安不力並縱容色情氾濫。

整體而言，宋楚瑜陣營攻擊連戰不具改革的能力和魄力、個性軟弱沒主見、沒有政績表現、不知民間疾苦等人格特質，及攻擊國民黨在李、連主政下坐令黑金政治盛行等，都與選民對連戰的負面形象調查內容相一致。宋楚瑜陣營是以「腐化無能的爛蘋果」來定位連戰，一方面攻擊連戰豪奢無能不知民間疾苦，一方面攻擊國民黨高層搞黑金政治和白色恐怖，形成或強化新黨選民、國民黨選民、安定選民及游離選民對連戰的負面評價。

三、對陳水扁的負面攻擊

根據表 5-10 宋楚瑜陣營攻擊陳水扁的報紙競選廣告內容分析統計，宋楚瑜陣營對陳水扁人格特質的攻擊重點，首要是攻擊陳水扁缺乏寬廣的「政策視野」（42.8%），指陳水扁缺乏國際觀、兩岸政策不熟，以及財經政策主張反覆、炒短線等。其次攻擊陳水扁「經驗和歷練」不足（34.1%），指陳水扁只有立法委員和直轄市長的經歷而缺乏中央政務和涉外經驗，陳水扁的政務歷練不足以處理兩岸、外交、財經等國家大政，選民如果選擇陳水扁是選擇一個不確定的未來。再其次是攻擊陳水扁的「政治風格」（26.8%），指陳水扁燥進、鴨霸、善變、反覆、好鬥的行事作風，不但無法與在野黨合作來順利推動政務，也將讓台灣陷入政黨惡鬥的漩渦。

另外，其他宋楚瑜陣營攻擊陳水扁頻率超過 10% 的項目，還包括「政績表現」（11.6%）、「年輕」（10.9%）兩項。「政績表現」的攻擊內容主要是指陳水扁台北市長任內維護治安不力讓白案三嫌在台北市繼續流竄犯案；內湖連續兩年颱風淹水綠色執政成為災難保證。「年輕」的攻擊內容則與「政策視野」和「國際觀」攻擊相聯結，指陳水扁還年輕來日方長應多充實國際視野，以及熟悉兩岸事務運作。顯示陳水扁的「政策視野」及「經驗歷練」不足，是宋楚瑜對其形象弱點的攻擊重點所在。

表 5-10 對陳水扁攻擊的選舉議題部分，宋楚瑜陣營首要鎖定在「兩岸關係」（37.0%），指民進黨和陳水扁的台獨主張可能導致台海發生戰爭，主打「恐獨安定牌」，延續國民黨對民進黨候選人的傳統攻擊模式，將陳水扁的台獨立場極端化，推離開維持現狀的中間主流民意位置。其次為「財經政策」（13.8%），指陳水扁陣營的財經政策主張不成熟，同時民進黨的台獨主張也無法給民眾一個安定可以發展經濟的環境。顯現宋楚瑜陣營仍以「兩岸關係」的統獨議題為主，對陳水扁打國民黨傳統的「恐獨安定牌」，指民進黨的台獨主張對台海的安定和台灣的經濟發展帶來不利的影響，降低游離選民及安定選民對陳水扁支持的可能。

整體而言，宋楚瑜陣營攻擊陳水扁的政策視野狹窄、經驗歷練不足、鴨霸作風的人格特質，及攻擊陳水扁和民進黨的台獨主張為台灣帶來戰爭等競選行為內容，都與選民對陳水扁的負面形象調查內容相一致。宋楚瑜陣營是以「有毒的青蘋果」來定位陳水扁，一方面攻擊陳水扁年輕政務歷練不足的青澀，另一方面攻擊民進黨台獨主張對台灣的毒害，形成或強化游離選民和安定選民對陳水扁的

負面評價，降低他們投票支持陳水扁的可能性。

表 5-10：宋陣營報紙競選廣告對陳水扁攻擊之內容分析

		對陳水扁的攻擊	
		出現頻率	則數
人格特質	視野遠見	42.8%	59
	經驗與經歷	34.1%	47
	政治風格	26.8%	37
	施政表現	11.6%	16
	年齡	10.9%	15
	愛台灣	4.3%	6
	家庭	4.3%	6
	關懷基層	3.6%	5
	勤政	2.9%	4
	改革能力與魄力	2.9%	4
	省籍包容	1.4%	2
	財產	1.4%	2
	操守清廉	1.4%	2
	重視女性	0.0%	0
選舉議題	兩岸關係	37.0%	51
	財經發展	13.8%	19
	政治發展	8.7%	12
	其他議題	3.6%	5
	社會福利	2.9%	4
	社會治安	2.9%	4
	黑金改革	2.9%	4

資料來源：廖唯超，2000 年總統選舉連宋陳三陣營報紙競選廣告內容調查。

四、棄保策略操作

表 5-11 宋楚瑜陣營報紙競選廣告與棄保內容有關的共 43 則，其中強調連戰難以勝選，呼籲反對陳水扁的選票集中投給宋楚瑜的「棄連保宋」有 30 則，出現頻率為 21.7%。相對地，廣告中強調陳水扁難以勝選，呼籲反連戰的選票集中投給宋楚瑜的「棄陳保宋」有 11 則，其出現頻率為 8.0%。顯現宋楚瑜陣營操作「棄連保宋」的意圖和頻率遠高於「棄陳保宋」，前者的出現頻率是後者的 2.7 倍。特別是選戰後期連宋陣營出現「宋出局」和「連老三」的民調棄保大戰，兩陣營分別引述有利己方的民調數據，急欲證明對方已經在三爭一的選局中出局，希望對方的支持者能夠進行策略投票阻擋民進黨陳水扁的勝出，在選戰最後選擇操作「棄連保宋」的棄保策略。

表 5-11：宋楚瑜陣營報紙競選廣告之棄保內容分析

	可能勝選		難以勝選	
	出現頻率	則數	出現頻率	則數
宋楚瑜	31.2%	43	0.0%	0
連 戰	8.0%	11	21.7%	30
陳水扁	17.4%	24	8.0%	11

資料來源：廖唯超，2000 年總統選舉連宋陳三陣營報紙競選廣告內容調查。

參、小結

根據表 5-12 宋楚瑜陣營競選行為的驗證比較內容，發現宋楚瑜陣營對候選人的自我形象塑造，不論是對宋楚瑜「認真打拼」、「勤政愛民」、「關懷基層」等人格特質的強調；強調宋楚瑜「愛台灣」與「省籍包容」來為「親中傾統」的色彩消毒；以「改革黑金」與改善「兩岸關係」作為選戰議題的主要選擇等，都與假設命題一：「候選人自我形象塑造和選舉議題訴求行為是反映其差別利益和游離選民的態度偏好」所推論的內容高度契合，假設命題一在宋楚瑜陣營的實際競選行為獲得再一次的印證。

其次，宋楚瑜陣營對連戰和陳水扁的負面選舉攻擊行為，不論攻擊連戰的「改革魄力」、「政績表現」、「官僚腐化」的負面形象，以及「改革黑金」和「白色恐怖」攻擊議題的選擇；攻擊陳水扁的「政策視野」、「經驗歷練」、「躁進善變」的負面形象，以及「兩岸關係」和「財經政策」攻擊議題的選擇等，都與根據假設命題二：「候選人的負面競選策略行為是反映對手形象弱點和目標選民重疊的所在」所推論的內容高度相符合，示假設命題二同樣在宋楚瑜陣營的實際競選行為表現獲得再一次的印證。

綜合宋楚瑜陣營對連戰和陳水扁的選舉議題攻擊內容，顯現宋楚瑜陣營在「改革黑金」議題，是師法民進黨對國民黨候選人的傳統選戰攻擊模式，一方面強化連戰的黑金負面形象，一方面突顯自己是黑金的改革者定位；在「兩岸關係」和「財經發展」議題，則是師法國民黨對民進黨候選人的傳統選戰攻擊模式，一方面強化陳水扁主張台獨的負面形象，一方面彰顯自己具有穩定兩岸及國內政經環境的能力。顯示候選人的負面攻擊手法在攻擊別人弱點的時候，同時也具有強化自己優勢的功能作用。

除此之外，宋楚瑜陣營對陳水扁人格特質的主要攻擊項目順序，雖然與連戰陣營攻擊陳水扁的項目順序不完全一致，但連宋兩陣營均共同鎖定陳水扁「政策視野」、「經驗和經歷」、「政治風格」作為三大攻擊重點。另外，連宋在攻擊陳水扁的議題選擇則出現高度的一致性，均以「兩岸關係」和「財經政策」議題來打國民黨傳統「恐獨安定牌」。連、宋對陳水扁的攻擊內容反映陳水扁在選前調查所背負的台獨包袱，以及連宋陳三人在游離選民和安定選民的目標選民相重

疊，欲將陳水扁推離開維持現狀的統獨中間位置，降低游離選民和安定選民對陳水扁的支持度。

表 5-12：宋楚瑜陣營競選行為驗證比較表

競選行為面向	預期競選行為的核心焦點	實際競選行為的核心焦點
自我形象塑造	人格特質：勤政親民 有主見有能力 關懷基層 議題選擇：改革黑金 兩岸關係	人格特質：有理念有能力(68.1%) 勤政(66.7%) 關懷基層(66.7%) 議題選擇：改革黑金(34.8%) 兩岸關係(27.5%) 經濟發展(26.8%)
消除負面形象	愛台灣	愛台灣(23.9%) 省籍包容(16.7%)
對連戰的攻擊	人格特質：改革能力與魄力 不知民間疾苦 政績表現 議題選擇：改革黑金	人格特質：改革能力魄力(52.2%) 政績表現(50.0%) 官僚腐化(49.3%) 議題選擇：改革黑金(48.6%) 白色恐怖(26.8%)
對陳水扁的攻擊	人格特質：歷練不足 視野有限 無執政經驗 議題選擇：兩岸關係	人格特質：政策視野(42.8%) 經驗歷練(34.1%) 燥進善變(26.8%) 議題選擇：兩岸關係(37.0%) 財經發展(13.8%)
棄保策略的操作	棄連保宋	棄保操作：棄連保宋(21.7%) 棄陳保宋(8.0%)

資料來源：廖唯超，2000 年總統選舉連宋陳三陣營報紙競選廣告內容調查。

第三節 陳水扁陣營的競選行為

根據選前連宋陳三人的人格特質和施政能力的評價調查，顯現有主見、親和力、知民間疾苦、維護治安、改革黑金是陳水扁形象的差別利益所在。相對地，陳水扁僅有一屆直轄市長的行政經歷，明顯欠缺中央政府層級的決策歷練，同時也缺乏涉外關係的處理經驗，特別是兩岸關係的處理經驗，選前的民調結果也反映出，陳水扁在國際觀的評價明顯不如國民黨刻意栽培的連戰和宋楚瑜。再者，民進黨台獨主張可能引發台海戰爭的疑慮，長期以來是國民黨打「恐獨安定牌」的基礎條件，選民對民進黨台獨主張的疑慮也反映在，陳水扁是中共最不能接受的總統候選人的調查結果。

其次，選民集群分析顯示陳水扁的目標選民是以最左端的民進黨選民集群為核心選民，向右依序納入改革選民集群、游離選民集群，以及安定選民集群。相對地，最右端的新黨選民和國民黨選民集群均給予民進黨和陳水扁明顯的負面評價，可能投票支持陳水扁的百分比相當低，是陳水扁難以爭取支持的選民集群。值得注意的是，在投票行為較傾向支持國民黨的安定選民集群，這時也納入陳水扁的目標選民範圍內。雖然，陳水扁在安定選民集群的評價是低於連宋兩人，但安定選民並不討厭陳水扁而仍給予陳水扁傾向正面的評價，有相當比率的安定選民表示「中度可能」或「高度可能」投票給陳水扁，顯示安定選民集群是「安定中求改革」的選民集群。

壹、陳水扁陣營競選行為分析

如果假設命題一：「候選人自我形象塑造和選舉議題訴求行為是反映其差別利益和游離選民的態度偏好」成立，那麼根據選前連宋陳三人的形象差別利益調查結果，可以預期陳水扁陣營整體選戰策略目標應從民進黨選民出發，並擴大改革選民集群、游離選民對陳水扁的支持比率，而對仍給予陳水扁正面評價的安定選民，則是縮小和宋楚瑜、連戰之間的支持差距。因而，將陳水扁給人年輕活力、認真魄力的形象，結合民進黨扮演反對黨所累積的改革形象，在選戰過程主打「政黨輪替」、「改革黑金」建立「廉潔效率新政府」的訴求，是陳水扁陣營有效統合候選人形象、政黨認同和議題立場的三合一選戰主軸。

然而，能夠處理市政的陳水扁是否能夠處理國政？中共最不能接受的總統候選人陳水扁，在他當選後是否能夠穩定兩岸關係？選擇陳水扁是否等於選擇了不確定性？顯然這些疑慮在選民心中發酵的程度如何，勢必會影響到陳水扁陣營的競選效能表現。面對極需爭取支持的游離選民和安定選民集群，陳水扁如何在短時間內補足並展現他具有縱觀全局的政策視野和國際觀？如何去除民進黨台獨基本主張所帶的台海戰爭疑慮？進而建立游離選民和安定選民集群對民進黨籍陳水扁當選後的執政信心，這將是陳水扁陣營在選戰過程必須努力達成的重點目標。

因此，可以預期陳水扁陣營為爭取游離選民及安定選民的投票支持，會在統獨議題採取「由獨趨中間」的策略性定位，並延續民進黨內「革新保台」的台獨論述，在國家定位上主張「台灣已經是一個主權獨立的國家」，明白宣示民進黨陳水扁如果當選主政並沒有宣佈台灣獨立的必要。其次，根據上述台灣已經是一個主權獨立國家的國家定位，統獨立場的「維持現狀」就是「維持台灣主權獨立的現狀」，維持台灣主權獨立現狀不被對岸的中國統一或併吞，藉以向多數游離選民和安定選民「維持現狀」的統獨立場趨近，讓游離選民和安定選民不必在「安定」和「改革」之間作出二擇一的選擇。

如果假設命題二：「候選人的負面競選行為是反映對手的形象弱點和目標選民重疊的所在」成立，那麼根據連宋陳三人的形象差別利益調查結果及目標選民重疊情形，可以預期陳水扁陣營對連戰形象弱點的攻擊內容，會與宋楚瑜陣營對連戰的攻擊內容相近似，亦即連戰富家公子出生，不食人間煙火、不知民間疾苦、軟弱沒魄力、治安敗壞、官僚無能的負面形象，以及國民黨執政下的黑金政治腐化等現象，勢必成為陳水扁陣營對連戰的攻擊焦點所在。相對地，陳水扁陣營對宋楚瑜形象弱點攻擊，也將會與連戰對宋楚瑜的攻擊內容相近似，宋楚瑜的親中傾統色彩、興票案及美國置產，也必然成為陳水扁陣營攻擊宋楚瑜不愛台灣，以及質疑宋楚瑜清廉操守及改革魄力和能力的焦點所在。

除連宋兩人的上述形象弱點成為陳水扁陣營的攻擊焦點之外，選前連宋陳三人目標選民重疊的情況顯示，陳水扁在游離選民、安定選民、改革選民集群，都有和連戰或宋楚瑜的目標選民相重疊的情形。在陳連宋三人目標選民相重疊的游離選民部分，可以預期陳水扁陣營為壓縮連宋兩人在游離選民的支持度，會攻擊連戰和宋楚瑜的兩岸關係定位，背離了李登輝主政十二年來的本土化路線，將連宋兩人綁在一起往「親中傾統」的方向推。

在同列為陳連宋三人爭取支持目標的安定選民部分，在安定選民偏好政治社會秩序穩定的態度立場，可以預期陳水扁陣營將攻擊脫黨獨立參選的宋楚瑜，在無政黨作為執政人才的甄補和立法奧援之下，獨立候選人宋楚瑜的當選將破壞政黨政治的發展，並導致台灣政治運作的混亂及民主政治的倒退；攻擊連戰行政院長任內的施政表現不佳，社會治安嚴重惡化讓民眾兩度走上街頭遊行抗議。

其次，在同為陳水扁和宋楚瑜目標選民的改革選民集群部分，可以預期陳水扁會將系出同門的連宋兩人綁一起，一同質疑連宋兩人的清廉操守，攻擊兩人與國民黨黑金勢力的緊密關係，將連宋兩人一同定位成與黑金掛勾嚴重的國民黨腐惡既得利益者。特別是以興票案來質疑宋楚瑜的清廉操守及改革黑金的能力與魄力，將宋楚瑜推離開改革選民集群而獨占改革選民集群的選票支持。

由於連宋兩人的目標選民範圍高度重疊，其中國民黨選民和新黨選民（兩集群合占受訪選民的 15.7%）對陳水扁的拒斥感最為嚴重，在主要評分項目均給予陳水扁最負面且最低的評價，具備了為阻擋陳水扁當選而「棄連保宋」或「棄

宋保連」的操作條件。相對地，陳、宋兩人的目標選民重疊部分，只有改革選民（占受訪選民的 5.8%）對連戰評價最低且最為負面，具備了為阻擋連戰當選而「棄陳保宋」或「棄宋保陳」的棄保操作條件。至於陳連兩人目標選民重疊部分有游離選民和安定選民（兩集群合占受訪選民的 58.6%），但這兩個選民集群對宋楚瑜並沒有明顯的負面性評價，缺乏為阻擋宋楚瑜當選而「棄連保陳」的棄保操作條件。

據此，當陳水扁陣營在操作棄保策略時，改革選民的「棄宋保陳」應是主要可能的操作選項。但是陳水扁在爭取反對連戰的宋楚瑜改革選民，形成「陳連對決」的二爭一選局，可能觸發反對陳水扁的宋楚瑜國民黨選民和新黨選民，採取更大規模的「棄宋保連」的反向策略投票行為。因而，陳水扁陣營操作「棄宋保陳」的陳連對決結果提高了總統選舉的當選門檻，反而失去因連宋分裂國民黨選票一分為二，陳水扁能以相對多數選票當選的機會。因此，最符合陳水扁陣營利益的策略目標是促使連宋兩人的得票率盡量接近，降低總統選舉當選所需的得票率門檻，盡可能讓陳水扁能以民進黨的基本盤獲得當選。為此，可以預期陳水扁陣營在選戰過程應該不會主動操作棄保策略。

表 5-13：陳水扁陣營競選行為的推論

競選行為面向	預期競選行為的核心焦點
自我形象塑造	人格特質：改革能力與魄力、認真打拼、廉潔 議題選擇：改革黑金、政黨輪替、效率政府
消除負面形象	執政能力、國際觀、台獨主張
對連戰的攻擊	人格特質：不知民間疾苦、清廉操守、改革的能力和魄力、政績表現 議題選擇：改革黑金、兩岸關係、社會治安
對宋楚瑜的攻擊	人格特質：清廉操守、改革的能力與魄力 議題選擇：改革黑金、兩岸關係、沒有政黨奧援
棄保策略的操作	不操作棄保，維持連宋的均勢

貳、陳水扁陣營的實際競選行為

一、自我形象塑造與選舉議題訴求

根據表 5-14 陳水扁陣營報紙競選廣告內容分析統計，顯示陳水扁陣營在自我形象塑造部分，首要強調陳水扁反對黨出身所具備的「改革能力與魄力」，出現的頻率高達 58.4%。其次是強調陳水扁認真打拼積極任事的「政治風格」(40.1%)，及具有處理國家大政的「視野遠見」(37.2%)。再其次是強調陳水扁本土反對黨出身「操守清廉」不與黑金掛勾(29.9%)，具有「愛台灣」的台灣主體意識(24.8%)。其他廣告出現頻率超過 10%的項目還包括：關懷基層、經驗與經歷、施政表現、重視女性、年輕有活力等。

表 5-14：陳水扁報紙競選廣告之自我形象塑造內容分析

		陳水扁形象塑造	
		出現頻率	則數
人格特質	改革能力與魄力	58.4 %	80
	政治風格	40.1 %	55
	視野遠見	37.2 %	51
	操守清廉	29.9 %	41
	愛台灣	24.8 %	34
	關懷基層	19.0 %	26
	經驗與經歷	13.9 %	19
	施政表現	13.9 %	19
	重視女性	13.9 %	19
	年輕有活力	13.9 %	19
	家庭	5.8 %	8
	勤政	3.6 %	5
	省籍包容	0.0 %	0
	財產	0.0 %	0
選舉議題	黑金改革	43.1 %	59
	政治發展	33.6 %	46
	兩岸關係	21.9 %	30
	財經政策	19.7 %	27
	社會福利	19.0 %	26
	社會治安	2.2 %	3
	其他議題	1.5 %	2

資料來源：廖唯超，2000 年總統選舉連宋陳三陣營報紙競選廣告內容調查。

在選舉議題部分，陳水扁陣營主打「改革黑金」(43.1%)，強調自己操守清廉改革黑金沒包袱。其次是打政黨輪替為主要內容的「政治發展」(33.6%)，強調唯有政黨輪替才能進行黑金改革。第三則為「兩岸關係」(21.9%)，強調台灣已經是主權獨立的國家，他當選也沒有宣布台灣獨立的必要，兩岸應秉持善意和解、積極合作、永久和平的原則進行關係的正常化。在「財經政策」(19.7%) 是以「安定賺大錢」為口號，強調在台北市長任內有效提升台北市的競爭力，並減少市府負債健全台北市政府的財政狀況。在「社會福利」(19.0%) 則針對成家的青年和婦女選民，提出『333 安家專案』以及『555 安親照顧專案』²。在「社會治安」(2.2%) 則強調台北市長任內的治安成績比連宋好。

² 333 專案包括 1. 65 歲以上老人每月可領 3000 元老人年金 2.3 歲以下幼兒看病免費 3. 青年初次購屋貸款利息 3% ; 555 專案包括 1. 增加幼教老師 50% 2. 提高婦女就業率 50% 3. 降低中輟生發生率至 50% 4. 婦女照顧負擔降低 50% 5. 暴力犯罪降低 50%。

綜合觀之，陳水扁陣營在自我形象塑造仍延續民進黨候選人的傳統改革訴求基調，強調改革黑金、做事認真、操守清廉、認同本土、換黨換人作看看。其次，在形象弱點的補強則強調陳水扁的「視野遠見」(37.2%)，並具有處理涉外事務的「經驗與經歷」(13.9%)。顯然，陳水扁陣營確實掌握陳水扁形象弱點所在，但由於陳水扁缺乏中央政務的歷練和涉外經驗都是無法改變的事實，因而強調陳水扁具有處理國家大政的「視野遠見」，反而有較大著墨空間並給予選民未來的想像空間。因此，強調「視野遠見」的頻率是強調「經驗與經歷」的三倍左右。

同樣地，陳水扁陣營在選舉議題訴求除大打改革黑金、政黨輪替的民進黨傳統「改革牌」外，在陳水扁台獨罩門所在的兩岸議題也打出「消毒牌」，陳水扁陣營首先在香港《東方日報》和《蘋果日報》刊登「打拚不打仗，開放不開戰，競爭不鬥爭」的「新三不」競選廣告，向兩岸三地同時傳達陳水扁主張和平解決兩岸衝突的基本立場；並且援引美國是由反共的共和黨總統尼克森敲開中國大陸大門的歷史，示意兩岸關係可能是由最不被中共所受的民進黨總統陳水扁來突破；甚至最後推出陳水扁兒子陳致中從軍的廣告，強調陳水扁的至親好友都住在台灣沒有美國護照，兒子陳致中就要入伍去當兵，陳水扁不會讓台海發生戰爭而危及台灣人民的生命財產安全。上述對民進黨台獨黨綱的消毒廣告出現頻率為21.9%，僅次於「改革黑金」的43.1%與「政黨輪替」的33.6%。

除此之外，陳水扁陣營對於民進黨台獨公投黨綱的處理，也在一九九九年五月八日民進黨全代會，通過「總統初選提名辦法」為陳水扁參選資格解套的同時，也通過「台灣前途決議文」為民進黨的台獨公投黨綱解套。此後，陳水扁陣營隨著選戰的進程，陸續提出「不會宣布台獨」、「不會舉辦統獨公投」、「兩國論不入憲」、「不會更改國號」的「四不」。最後甚至宣布陳水扁當選後將作為「全民總統」，不再參與民進黨的政黨活動，藉以向選民彰顯陳水扁擺脫民進黨台獨黨綱束縛的意涵。顯現陳水扁陣營積極為「台獨罩門」解套的用心，並在台獨議題一直採取趨中化的防禦性選戰策略。

二、對連戰的負面攻擊

根據表 5-15 陳水扁陣營攻擊連戰的負面競選行為內容統計，顯示陳水扁陣營主要藉由連戰與黑金勢力的緊密關係來質疑連戰的「改革魄力與能力」(48.2%)。其次是連家兩代為官如何累積百億家產來質疑連戰的「操守清廉」(30.7%)。第三是攻擊連戰行政院長任內社會治安最差、財政赤字惡化、政見跳票連連，讓民眾連基本生活所需的米酒、蒜頭都買不到的「施政表現」(27.7%)。第四是攻擊連戰不知民間疾苦，作風官僚、濫用特權、不用心、無能，在白案三嫌流竄作案社會治安惡化人心惶惶時，還有閒情逸致去打小白球的「政治風格」(25.5%)。最後是攻擊連戰家財萬貫、生活奢糜、家庭成員享特權的家庭(13.1%)及財產問題(4.4%)，突顯官宦富豪的連家與基層民眾遙遠的距離感。

表 5-15：陳水扁陣營報紙競選廣告對連戰攻擊之內容分析

		對連戰的攻擊	
		出現頻率	則數
人格特質	改革能力與魄力	48.2 %	66
	操守清廉	30.7 %	42
	施政表現	27.7 %	38
	政治風格	25.5 %	35
	視野遠見	18.2 %	25
	家庭	13.1 %	18
	關懷基層	8.8 %	12
	愛台灣	8.0 %	11
	勤政	8.0 %	11
	財產	4.4 %	6
	經驗與經歷	0.0 %	0
	重視女性	0.0 %	0
	年齡	0.0 %	0
	省籍包容	0.0 %	0
選舉議題	黑金改革	43.1 %	59
	財經政策	19.0 %	26
	政治發展	16.1 %	22
	社會福利	8.0 %	11
	兩岸關係	3.6 %	5
	社會治安	2.2 %	3
	其他議題	2.2 %	3

資料來源：廖唯超，2000 年總統選舉連宋陳三陣營報紙競選廣告內容調查。

在選舉議題部分，陳水扁陣營主要以「黑金改革」議題（43.1%）來攻擊連戰，頻率明顯高於「財經政策」（19.0%）、「政治發展」（16.1%）、「社會福利」（8.0%）、「兩岸關係」（3.6%）、「社會治安」（2.2%）。陳水扁陣營攻擊連戰「黑金改革」，指連戰本身就是黑金體系的一員，無法冀望由連戰來改革黑金政治；攻擊「財經政策」，指國民黨執政下政府債台高築，並且惡質政商勢力所掏空的金融呆帳問題，卻要用人民的血汗錢來填補；「政治發展」議題攻擊國民黨一黨執政五十年，透過黑金政治鞏固政權，如果政黨不輪替是無法打破盤根錯節的黑金結構，是不利於台灣民主政治的常態發展；「社會福利」攻擊國民黨長期忽略青年購屋負擔和婦女育兒負擔；「兩岸關係」攻擊連戰的主張背離台灣主流民意；攻擊「社會治安」，指連戰任內治安表現最差。

整體而言，陳水扁陣營攻擊連戰的負面競選行為，是以黑金政治及其衍生的負面政經效應為主軸，並與攻擊連戰個人的「改革魄力與能力」、「施政能力」、

「操守清廉」相呼應，在在強化或形成游離選民和安定選民集群對「政黨輪替」是有必要的認知，降低游離選民和安定選民對連戰的支持率。

三、對宋楚瑜的負面攻擊

根據表 5-16 陳水扁陣營對宋楚瑜的人格形象攻擊，主要攻擊宋楚瑜的「改革能力與魄力」(29.9%)，其次依序為「操守清廉」(21.9%)、「政治風格」(16.8%)、「財產」(13.1%)、「愛台灣」(10.2%)、「家庭」(9.5%)。顯現陳水扁陣營對宋楚瑜的攻擊都圍繞在宋楚瑜的黑金關係和興票案，藉由宋楚瑜拉攏顏清標及興票案涉及的鉅額金錢，質疑宋楚瑜操守及改革黑金政治的魄力與能力，並攻擊宋楚瑜將鉅額金錢移往美國，宋張的子女入美國籍是對台灣沒信心、不忠誠、不愛台灣的行為表現。

表 5-16：陳水扁陣營報紙競選廣告對宋楚瑜攻擊之內容分析

		對宋楚瑜的攻擊	
		出現頻率	則數
人格特質	改革能力與魄力	29.9 %	41
	操守清廉	21.9 %	30
	政治風格	16.8 %	23
	財產	13.1 %	18
	愛台灣	10.2 %	14
	家庭	9.5 %	13
	視野遠見	6.6 %	9
	施政表現	5.8 %	8
	關懷基層	0.0 %	0
	經驗與經歷	0.0 %	0
	重視女性	0.0 %	0
	年齡	0.0 %	0
	勤政	0.0 %	0
	省籍包容	0.0	0
選舉議題	黑金改革	21.9 %	30
	政治發展	9.5 %	13
	兩岸關係	5.1 %	7
	財經政策	5.1 %	7
	社會治安	2.2 %	3
	社會福利	0.7 %	1
	其他議題	0.0 %	0

資料來源：廖唯超，2000 年總統選舉連宋陳三陣營報紙競選廣告內容調查。

在選舉議題部分，陳水扁陣營對宋楚瑜的攻擊焦點仍集中在「黑金改革」議題，出現頻率達 21.9%，其次依序為「政治發展」的 9.5%、「兩岸關係」的 5.1%、「財經政策」的 5.1%。陳水扁陣營對宋楚瑜「黑金改革」議題的攻擊內容，指宋楚瑜與地方黑金指標性人物有情有義稱兄道弟關係密切；「政治發展」與「財經政策」的攻擊內容，指宋楚瑜省長任內不惜大量舉債要五毛給一塊進行地方綁樁，不僅嚴重浪費人民納稅的血汗錢，同時也導致地方政治惡質化，反挫民主政治的進步與發展；「兩岸關係」議題的攻擊內容主要與興票案相呼應，質疑宋楚瑜對台灣的忠誠度，以及在兩岸關係定位的模糊以對，是無法捍衛台灣的主權地位與尊嚴。

四、棄保策略操作

從表 5-17 陳水扁陣營有關棄保策略操作的統計數據來看，陳水扁陣營在選戰過程確實沒有進行棄保策略的操作，雖然強調陳水扁可能勝選的廣告有 21 則出現頻率達 15.3%，但只有 1 則廣告提及連戰「難以勝選」，且沒有任何廣告提及宋楚瑜「難以勝選」。顯現廣告的目的在於鼓勵陳水扁的支持者要保持信心繼續挺扁。因此，陳水扁陣營不進行棄保策略的操作是符合先前所作的推論。因為，在連宋目標選民高度重疊的前提下，維持連宋兩陣營勢均力敵的選舉結果，是最符合陳水扁以相對多數當選勝出的利益。為此，陳水扁陣營在宋楚瑜興票案發生後，因擔心宋楚瑜可能因興票案而提早出局，原先黃復興黨部和地方派系的選票回歸連戰，而刻意調整打連和打宋的火力。³

表 5-17：陳水扁陣營報紙競選廣告之棄保內容

	可能勝選		難以勝選	
	出現頻率	則數	出現頻率	則數
陳水扁	15.3%	21	0.0%	0
連 戰	0.0%	0	0.7%	1
宋楚瑜	0.0%	0	0.0%	0

資料來源：廖唯超，2000 年總統選舉連宋陳三陣營報紙競選廣告內容調查。

陳水扁陣營維持連宋均勢的策略操作充分反映在攻擊連宋的廣告頻率上，統計數據顯示「改革能力與魄力」、「操守廉潔」、「改革黑金」，同為陳水扁陣營攻擊連戰和宋楚瑜的焦點，但是攻擊連戰頻率明顯高於攻擊宋楚瑜。在「改革能力與魄力」項目，陳水扁攻擊連戰和宋楚瑜的廣告則數為【66：41】，「操守廉潔」項目為【42：30】，「改革黑金」項目為【59：30】。顯現出當連戰陣營借興票案對宋楚瑜攻擊火力全開時，陳水扁陣營的「重打連輕打宋」攻擊火力分配模式，確實有刻意維持連宋均勢避免宋楚瑜提早出局的策略用意。

³ 當時陳水扁競選總部副總幹事游盈隆表示，興票案發生後「連打宋，我們就打連」，這樣不致於傷害到宋楚瑜支持者的感情，陳水扁就可能是最大的得利者，而民調顯示也是如此（張俊雄等編著，2000）。

參、小結

從表 5-18 陳水扁陣營競選行為的驗證比較發現，陳水扁陣營在競選過程的候選人自我形象塑造，不論是「改革能力與魄力」、「認真打拼」、「操守清廉」、「愛台灣」等人格特質的強調；以「視野遠見」與「兩岸安定牌」來為陳水扁處理國政的能力和台獨色彩消毒；以「改革黑金」與「政黨輪替」作為選戰議題的選擇等，都與根據假設命題一所作的推論內容大致相符，假設命題一在陳水扁陣營的實際正面競選行為表現獲得再一次的證實。

其次，陳水扁陣營對連、宋的負面選舉攻擊行為，不論攻擊連戰的「改革能力與魄力」、「清廉操守」、「政績表現」的人格特質，以及「改革黑金」的攻擊議題選擇；或攻擊宋楚瑜的「改革能力與魄力」、「清廉操守」、「不愛台灣」的人格特質，以及「改革黑金」的攻擊議題的選擇等，都與根據假設命題二所推論的主要內容高度相符。顯示陳水扁陣營對連、宋楚瑜的整體攻擊仍是以黑金議題為核心，質疑連、宋的改革能力與魄力，並以興票案來質疑宋楚瑜的操守清廉和對台灣的忠誠。

綜合陳水扁陣營對連戰和宋楚瑜的負面攻擊焦點，顯現陳水扁陣營延續民進黨對國民黨的傳統負面選舉手法，主打黑金改革議題把連宋視為國民黨黑金的連體嬰。陳水扁陣營首要質疑國民黨出身的連宋和黑金勢力有著濃的化不開的緊密關係，且連宋兩人操守有問題當官都累積龐大的家產，都不具備改革黑金的能力與魄力。其次分別根據連宋各自參政史所累積的負面公眾形象進行攻擊，攻擊連戰官僚無能、不知民間疾苦；攻擊宋楚瑜權謀、說謊、散財等。因而，陳水扁陣營在攻擊連宋的弱點同時，也具有強化自己形象上的差別利益。

雖然陳水扁陣營對連宋兩人的攻擊重點相同，但攻擊火力比率則有明顯的差距。陳水扁陣營攻擊連戰的「改革能力與魄力」和「改革黑金」的頻率，比攻擊宋楚瑜的頻率明顯偏高。顯示陳水扁陣營在興票案發生後，刻意調整對連宋的攻擊火力比率，避免宋楚瑜因興票案的重擊而提早出局。陳水扁陣營維持連宋均勢的策略目標，也反應在陳水扁陣營不操作「棄連保陳」或「棄宋保陳」的棄保策略上。顯示陳水扁陣營對於相關的情報訊息的掌握相當準確，並反應在相關的競選策略行為上。

換言之，陳水扁陣營攻擊宋楚瑜改革的能力與魄力、操守清廉，讓改革選民集群對宋楚瑜產生負面評價，有助於傳統的改革選票自宋楚瑜回流到陳水扁。其次，陳水扁陣營質疑宋楚瑜的親中、海外置產、子女入美國籍，攻擊宋楚瑜對台灣不忠誠、不愛台灣，讓游離選民對宋楚瑜產生負面評價，而有助於陳水扁拓展游離選票。最後，陳水扁陣營將宋楚瑜打成同連戰的黑金一掛，進而獨占「黑金改革」專利，對於「安定中求改革」的安定選民而言，在陳水扁有關兩岸關係的「四不」的保證下，陳水扁是唯一代表改革力量的候選人，假設命題二在陳水扁陣營的實際競選行為獲得再一次的印證。

表 5-18：陳水扁陣營競選行為驗證比較表

競選行為面向	預期競選行為的核心焦點	實際競選行為的核心焦點
自我形象塑造	人格特質：改革能力與魄力 認真打拼 廉潔 本土愛台灣 議題選擇：改革黑金 政黨輪替	人格特質：改革能力魄力(58.4%) 認真打拼 (40.1%) 操守清廉 (29.9%) 愛台灣 (24.8%) 議題選擇：改革黑金 (43.1%) 政黨輪替 (33.6%)
消除負面形象	處理國政能力 國際觀 台獨主張	視野遠見 (37.2%) 涉外經驗 (13.9%) 兩岸關係 (21.9%)
對連戰的攻擊	人格特質：改革的能力和魄力 清廉操守 政績表現 不知民間疾苦 議題選擇：改革黑金 兩岸關係	人格特質：改革魄力能力(48.2%) 操守清廉 (30.7%) 施政表現 (27.7%) 官僚無能 (25.5%) 議題選擇：黑金改革 (43.1%) 財經政策 (19.0%)
對宋楚瑜的攻擊	人格特質：改革的能力與魄力 清廉操守 愛台灣 議題選擇：改革黑金 兩岸關係 沒有政黨奧援	人格特質：改革魄力能力(29.9%) 操守清廉 (21.9%) 愛台灣 (10.2%) 議題選擇：黑金改革 (21.9%) 政治發展 (9.5%)
棄保策略的操作	不操作棄保 維持連宋的均勢	棄連保陳 (0.7%) 棄宋保陳 (0.0%)

資料來源：廖唯超，2000年總統選舉連宋陳三陣營報紙競選廣告內容調查。

第四節 結語

壹、環境系絡因素與競選行為

根據表 5-19 連宋陳三陣營報紙競選廣告的負面攻擊議題出現次數統計，連宋陳三陣營的報紙競選廣告分別以涉及統獨立場的「兩岸關係」來攻擊其他二位候選人的次數合計有 291 次，占有負面性議題攻擊次數的 30.5%，居第一順位。居第二順位則為「黑金改革」議題，出現次數為 245 次占有負面議題攻擊次數的 25.7%。但若再加上第四順位之「政治發展」的 12.7%，累計以政治改革發展的相關議題進行負面攻擊的次數為 366 次，占有負面議題攻擊次數的 38.4%。據此，涉及「統獨」和「安改」議題的負面攻擊廣告次數，合占三陣營負面議題攻擊廣告總次數的 68.9%，接近於七成。⁴

由於連宋陳三陣營報紙競選廣告的刊載數量落差相當大，連戰單一陣營的負面議題攻擊出現 493 次，大於宋陳兩陣營合計的 461 次。如果只看上述連宋陳三陣營整體的合計次數和百分比，其結果可能主要是反應了連戰陣營負面議題攻擊廣告在各議題的出現次數分布。因此，有必要審視連宋陳各陣營之負面攻擊議題廣告的次數分布。根據連宋陳三陣營報紙競選廣告負面攻擊議題次數分配統計，其中與統獨和安改議題有密切相關的「兩岸關係」、「黑金改革」、「政治發展」等三類議題，分別累占連戰陣營負面議題攻擊次數的 67.5%；宋楚瑜陣營負面議題攻擊次數的 69.4%；陳水扁陣營負面議題攻擊次數的 71.5%。據此，不論從連宋陳三陣營負面議題攻擊次數分配的整體合計或各別累計，均顯現兩岸關係的統獨議題和國內政治發展的安改議題，確實是二〇〇〇年總統選戰連宋陳三陣營相互攻伐的核心議題，二〇〇〇年總統選戰仍繼續被九〇年代政黨選舉競爭的環境系絡因素所制約。

其次，連宋陳三陣營的負面議題攻擊次數分的偏重情形，也反映連宋陳在統獨和安改議題光譜分別繼承國民新三黨的空間位置。其間繼承國民黨統獨光譜中間位置的連戰，是以涉及統獨立場的「兩岸關係」議題作為攻擊分居統獨光譜兩端之宋陳兩人的首要議題，其出現的攻擊次數達 211 次占負面議題攻擊總次數的 42.8%。相對地，繼承民進黨安改光譜改革一端位置的陳水扁，則是以「黑金改革」議題作為攻擊連宋兩人的首要議題，其出現次數 89 次占負面議題攻擊總次數的 46.8%。相對於國民黨連戰陣營獨重兩岸關係議題，以及民進黨陳水扁陣營獨重黑金改革議題，繼承新黨統獨光譜傾統位置和安改光譜中間位置的宋楚瑜陣營，則出現兩岸關係和黑金改革議題並重的情形，宋楚瑜陣營就兩岸關係議題發動的負面攻擊次數有 68 次，主要攻擊陳水扁台獨主張；就黑金改革議題發動

⁴ 若根據正面性議題次數進行統計會面臨到候選人為補強其弱勢議題的干擾。例如連戰強調其施政能力，陳水扁強調其政策視野都是形象弱點的補強，並非反應其比較利益的項目所在。因此，直接就負面攻擊議題出現次數進行統計，可以清楚呈現出候選人陣營所認知的對手重要弱點所在，清楚呈現總統選戰中的核心議題為何。

的攻擊次數則有 71 次，主要攻擊連戰的黑金包袱，兩者分占宋楚瑜陣營負面議題攻擊次數的 25.1% 及 26.2%。

表 5-19：連宋陳三陣營報紙競選廣告負面攻擊議題次數分配

議題 項目	連戰陣營		宋楚瑜陣營		陳水扁陣營		合計	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
兩岸關係	211	42.8%	68	25.1%	12	6.3%	291	30.5%
黑金改革	85	17.2%	71	26.2%	89	46.8%	245	25.7%
財經政策	112	22.7%	40	14.8%	33	17.4%	185	19.4%
政治發展	37	7.5%	49	18.1%	35	18.4%	121	12.7%
社會治安	25	5.1%	14	5.2%	6	3.2%	45	4.7%
社會福利	14	2.8%	12	4.4%	12	6.3%	38	4.0%
其他議題	9	1.8%	17	6.3%	3	1.6%	29	3.0%
累計	493	100.0%	271	100.0%	190	100.0%	954	100.0%

資料來源：廖唯超，2000 年總統選舉連宋陳三陣營報紙競選廣告內容調查。

貳、候選人因素與競選行為

選前的基礎民調顯示候選人處理國政的能力、誠實正直廉潔的人格屬性、積極任事的勤勉工作態度、吸引民眾追隨的領導力及親和力，都是過半數受訪選民認為是對總統候選人進行評價的「非常重要」項目。因此，總統候選人如果在能力、操守、勤政、領導力、親和力等項目出現負面的公眾評價內容，或者是選戰期間被揭露涉及重大醜聞事件，則會成為對手進行負面選舉攻擊的焦點所在。

一、宋陳兩陣營對連戰人格特質的攻擊

根據表 5-20 宋陳兩陣營對連戰候選人評價項目的攻擊次數分配，顯示連戰的施政表現、改革能力與魄力、操守清廉、官僚濫權，是宋陳兩陣營對連戰進行攻擊的重點項目。⁵這四個項目合占宋陳兩陣營對連戰攻擊次數的 76.5%；占宋楚瑜陣營對連戰攻擊次數的 77.4%；占陳水扁陣營對連戰攻擊次數的 75.1%。顯現出宋陳兩陣營攻擊連戰候選人評價項目的同質性非常高，都集中在對連戰施政能力、改革魄力、操守清廉、官僚濫權的質疑，明顯迎合並強化連戰及其家庭成員屢次涉及非政策事件而累積的負面公眾形象，同時也契合選前基礎民調所顯現連戰缺乏改革黑金的魄力、沒有主見、不具親和力，以及不知民間疾苦等負面評價內容。

⁵ 由於廖唯超登錄的候選人評價項目分類標準會有出現相容的情況，例如「操守清廉」和「財產」便有高度的相容性。因此，評價項目的「財產」併入「操守清廉」，「勤政」併入「施政表現」。

表 5-20：宋陳兩陣營對連戰候選人評價項目的攻擊次數分配

攻擊項目	宋楚瑜陣營的攻擊		陳水扁陣營的攻擊		合計	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
施政表現	112	27.7%	49	18.6%	161	24.1%
改革能力與魄力	72	17.8%	66	25.0%	138	20.7%
操守清廉	61	15.1%	48	18.2%	109	16.3%
官僚濫權	68	16.8%	35	13.3%	103	15.4%
家庭	38	9.4%	18	6.8%	56	8.4%
視野遠見	27	6.7%	25	9.5%	52	7.8%
關懷基層	21	5.2%	12	4.5%	33	4.9%
愛台灣	3	0.7%	11	4.2%	14	2.1%
年齡	2	0.5%	0	0.0%	2	0.3%
合計	404	100.0%	264	100.0%	668	100.0%

資料來源：廖唯超，2000 年總統選舉連宋陳三陣營報紙競選廣告內容調查。

二、連陳兩陣營對宋楚瑜人格特質的攻擊

根據表 5-21 連陳兩陣營對宋楚瑜候選人評價項目的攻擊次數分配，顯示宋楚瑜的操守清廉、權謀說謊、改革能力與魄力、愛台灣等，是連陳陣營對宋楚瑜的攻擊重點項目。上述項目合占連陳兩陣營對宋楚瑜候選人評價項目攻擊次數的 77.4%；占連戰陣營對宋楚瑜攻擊次數的 76.5%；占陳水扁陣營對宋楚瑜攻擊次數的 80.7%。顯現出連陳兩陣營攻擊宋楚瑜候選人評價項目的同質性非常高，都集中在對宋楚瑜的操守、誠信、改革魄力以及愛台灣上。連陳兩陣營的負面攻擊行為，除迎合並強化宋楚瑜出身官邸大內且屢次鬥敗政敵的權謀形象外，特別是興票案涉及鉅額金錢、人頭匯款、購置美國五棟房地產，以及宋楚瑜對興票案前後相關說辭反覆，強化選民對宋楚瑜操守、誠信、改革能力、愛台灣的負面評價。

三、連宋兩陣營對陳水扁人格特質的攻擊

根據表 5-22 連宋兩陣營對陳水扁候選人評價項目的攻擊次數分配，顯示陳水扁躁進善變鴨霸、視野遠見、經驗與經歷等，是連宋陣營對陳水扁候選人評價的攻擊重點項目。這三項候選人評價項目合占連宋兩陣營對陳水扁攻擊次數的 62.2%；占連戰陣營對陳水扁攻擊次數的 59.8%；占宋楚瑜陣營對陳水扁攻擊次數的 69.7%。顯現出連宋兩陣營攻擊陳水扁候選人評價項目的同質性相當高，除共同攻擊陳水扁善變鴨霸的政治風格外，主要攻擊陳水扁視野遠見和行政歷練不足，不具備處理國政的治國能力。連宋兩陣營在對陳水扁的負面攻擊行為，除迎合並強化陳水扁貫徹公權力過程所引發的負面公眾形象外，同時也契合選前基礎民調結果所顯現，陳水扁缺乏國際觀和行政歷練不足等負面評價內容。

表 5-21：連陳兩陣營對宋楚瑜候選人評價項目的攻擊次數分配

攻擊項目	連戰陣營的攻擊		陳水扁陣營的攻擊		合計	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
操守清廉	173	28.2%	48	30.7%	221	28.7%
權謀說謊	143	23.3%	23	14.7%	166	21.6%
改革能力與魄力	93	15.1%	41	26.3%	134	17.4%
愛台灣	61	9.9%	14	9.0%	75	9.7%
家庭	55	9.0%	13	8.3%	68	8.8%
施政表現	32	5.2%	8	5.1%	40	5.2%
經驗與經歷	22	3.6%	0	0.0%	22	2.9%
關懷基層	22	3.6%	0	0.0%	22	2.9%
視野遠見	12	2.0%	9	5.8%	21	2.7%
省籍包容	1	0.2%	0	0.0%	1	0.1%
累計	614	100.0%	156	100.0%	770	100.0%

資料來源：廖唯超，2000年總統選舉連宋陳三陣營報紙競選廣告內容調查。

表 5-22：連宋兩陣營對陳水扁候選人評價項目的攻擊次數分配

攻擊項目	連戰陣營的攻擊		宋楚瑜陣營的攻擊		合計	
	次數	百分比	次數	百分比	次數	百分比
躁進善變鴨霸	161	24.9%	37	18.0%	198	23.2%
視野遠見	119	18.4%	59	28.8%	178	20.9%
經驗與經歷	107	16.5%	47	22.9%	154	18.1%
施政表現	58	9.0%	20	9.8%	78	9.1%
愛台灣	65	10.0%	6	2.9%	71	8.3%
操守清廉	52	8.0%	4	2.0%	56	6.6%
改革能力與魄力	27	4.2%	4	2.0%	31	3.6%
關懷基層	21	3.2%	5	2.4%	26	3.1%
家庭	18	2.8%	6	2.9%	24	2.8%
年齡	5	0.8%	15	7.3%	20	2.3%
省籍包容	14	2.2%	2	1.0%	16	1.9%
累計	647	100.0%	205	100.0%	852	100.0%

資料來源：廖唯超，2000年總統選舉連宋陳三陣營報紙競選廣告內容調查。

綜合連宋陳三方陣營有關候選人評價項目的負面競選行為表現，有下列的發現：

第一、在三爭一的選舉競爭常會出現「二打一」的負面選舉行為，候選人的負面形象內容常成為其他競爭對手的共同攻擊焦點。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、改革能力與魄力、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，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。

第二、除官僚濫權、權謀說謊、善變鴨霸等涉及連宋陳三人長期參政所累積的個人政治風格，以及宋楚瑜親中傾統、海外置產所涉及的愛台灣與否之外，候選人評價因素之治國能力、操守清廉，以及改革魄力，是連宋陳三陣營進行負面選舉行為的攻擊重點項目所在。連戰在治國能力、操守清廉，以及改革魄力上，均遭宋陳兩位對手的嚴重質疑；宋楚瑜則在操守清廉、改革魄力上，遭連陳兩位對手的嚴重質疑；陳水扁則在治國能力遭二位對手的嚴重質疑。因此，操守清廉和改革魄力相對成為陳水扁的比較利益所在。

第三、對照連宋陳的支持者在各候選人評價項目，均給予自己所支持的候選人最高的評分。顯然，這些攻擊對手的治國能力、操守清廉、改革魄力等負面選舉行為，主要是以未表態的游離選民為影響目標對象，而游離選民集群的未表態率明顯偏高，是選前未表態選民的主要所在。換言之，對無特定政黨認同及相關議題立場傾向的游離選民而言，候選人評價將是影響其投票抉擇的關鍵因素。因而，候選人陣營透過負面選舉行為，如果能降低競爭對手在游離選民的評價，也就能降低對手在游離選民的得票。

參、選民因素與競選行為

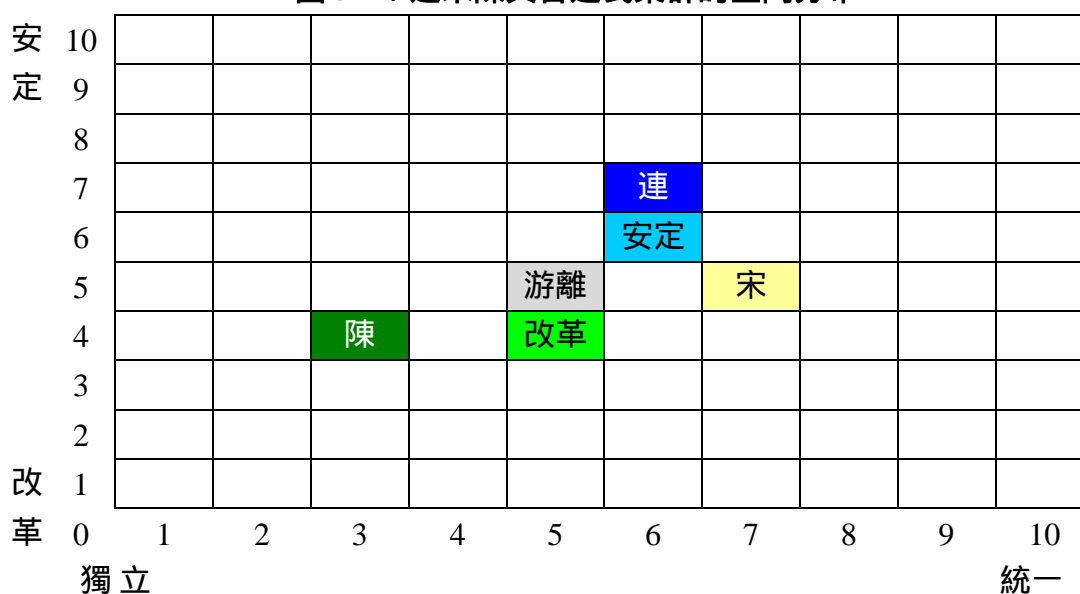
雖然，連宋陳三陣營在候選人評價的攻擊次數分布統計，都出現「二打一」的負面競選行為，因而部分驗證假設命題二：「候選人的負面競選行為是反映對手形象弱點所在」。但是比較各別陣營在主要攻擊項目的次數分布情形，仍出現有不同的攻擊比重情形，例如連陳兩陣營對宋楚瑜的攻擊項目，雖然都集中在操守清廉、權謀說謊、改革魄力及愛台灣，但連陳兩陣營在這四項目的攻擊次數多寡順序並不相同。連戰陣營的分布順序是操守清廉第一（28.2%）、權謀說謊第二（23.3%）、改革魄力第三（15.1%）、愛台灣第四（9.9%）；陳水扁陣營的分布順序則是，操守清廉第一（30.7%）、改革魄力第二（26.3%）、權謀說謊第三（14.7%）、愛台灣第四（9.0%）。

顯然連陳兩陣營除共同以宋楚瑜的「操守清廉」作為第一優先、「愛台灣」作為第四優先攻擊項目外，連戰陣營攻擊宋楚瑜的「權謀說謊」（23.3%）遠勝

於「改革魄力」(15.1%)，而陳水扁陣營攻擊宋楚瑜的「改革魄力」(26.3%)也遠勝於「權謀說謊」(14.7%)。該如何解釋和說明連陳兩陣營對宋楚瑜負面攻擊行為的上述差異？連宋和陳宋目標選民的重疊分布狀態是原因所在，因為目標選民分布調查顯示，連戰在國民黨選民集群與宋楚瑜單獨重疊，連戰陣營強調宋楚瑜的權謀說謊，是要降低宋楚瑜脫黨參選的正當性，降低國民黨認同者對宋楚瑜的支持，進而減緩連宋分裂對連戰造成的負面影響。相對地，陳水扁在改革選民集群與宋楚瑜單獨重疊，陳陣營攻擊宋楚瑜缺乏改革魄力，是要降低改革選民對宋楚瑜的支持，讓陳水扁保有民進黨的基本盤。

換言之，連陳兩陣營上述對宋楚瑜負面攻擊行為的差異，可以從連宋和陳宋的目標選民重疊因素獲得解釋。但是要如何進一步驗證目標選民重疊對候選人負面競選行為的解釋效力呢？根據選前基礎調查所作的選民集群分析顯示，除政黨認同和候選人評價因素外，統獨和安改兩大議題也是區別選民集群的兩條重要政治光譜軸線。如果連宋陳三人的目標選民發生重疊的情況，進而採取相關的負面議題攻擊行為時，應該會將對手推離開目標選民在統獨或安改議題的光譜位置，並反映在負面議題攻擊廣告的次數分布上。

圖 5-1：連宋陳與各選民集群的空間分布



其次，根據九〇年代國內主要政黨在統獨議題光譜和安改議題光譜的位置調查結果，以及選民集群分析和投票支持傾向的交叉分析調查結果，顯示連宋陳三人的核心選民的分布情況，其間連戰承繼國民黨在統獨光譜的居中傾統位置及在安改光譜的安定位置；陳水扁則承繼民進黨在統獨光譜的傾獨位置及在安改光譜上的改革位置；獨立參選人宋楚瑜承繼新黨在統獨光譜的傾統位置及在安改光譜的居中傾改位置。為此，連宋陳的核心選民和其他選民集群的分布情況如上圖 5-1。

第三、連戰陣營目標選民範圍是以國民黨選民集群為核心，納入傳統國民黨支持者的安定選民，並爭取游離選民和新黨選民的支持。宋楚瑜以新黨選民集群為核心，在統獨光譜上採取趨中的策略納入相鄰接的國民黨選民和安定選民集群，並爭取爭取游離選民和改革選民集群的支持。陳水扁陣營以民進黨選民集群為核心，在統獨光譜和安改光譜同時採取趨中策略，除納入傳統民進黨支持者的改革選民集群，並爭取游離選民和安定選民集群的支持。

第四、分占受訪選民人數 38.3% 和 20.3% 的游離選民集群和安定選民集群，是連宋陳三陣營目標選民重疊的重點所在。特別是受訪選民數最多且未表態選民最多的游離選民集群，更是連宋陳三陣營必須積極爭取的目標對象。再者，連宋兩陣營則在國民黨選民、新黨選民集群相重疊；宋陳兩陣營則在改革選民集群相重疊。其中連宋目標選民的重疊率最高，宋楚瑜的目標選民範圍完全涵蓋連戰的目標選民；連陳的目標選民重疊率最低，民進黨選民和改革選民集群完全拒斥連戰；新黨選民和國民黨選民集群則拒斥陳水扁，連陳只在游離選民和安定選民集群相重疊。

一、連戰陣營對宋陳的負面議題競選行為

根據表 5-23 連戰陣營對宋陳的負面議題攻擊次數分配，連戰陣營對宋楚瑜的議題攻擊，主要集中在「黑金改革」、「兩岸關係」、「財經政策」，這三大議題的攻擊次數合占連戰陣營對宋楚瑜議題總攻擊次數的 87.6%。其中「黑金改革」（38.3%）主要是藉由興票案來質疑宋楚瑜改革黑金的可能；「兩岸關係」（37.0%）是攻擊宋楚瑜兩岸關係定位主張模糊不清，無法確保國家主權地位和尊嚴，同時也缺乏處理兩岸關係的經驗和團隊；「財經政策」（12.3%）是攻擊宋楚瑜省長任內債務高築，宋楚瑜本人則缺乏財經政務的歷練，也沒財經團隊人才。

相對地，連戰陣營對陳水扁的議題攻擊，主要集中在「兩岸關係」、「財經政策」、「政治發展」，這三大議題的攻擊次數合占對陳水扁議題總攻擊次數的 81.3%。其中「兩岸關係」占總攻擊次數 45.6%，主要攻擊陳水扁的台獨主張會帶來戰爭；「財經政策」占 27.8%，主要攻擊陳水扁財經主張不成熟，指稱股民對陳水扁沒信心，陳水扁民調上揚股市就崩盤；「政治發展」占 7.9%，主要是指陳水扁的當選將導致政局的不穩定。

從連戰陣營對宋陳兩人的議題攻擊內容，顯現連戰陣營是以「反獨不統要安定」為基本選舉訴求，站在統獨和安改議題的既有主場優勢位置，來對陳水扁的台獨罩門及宋楚瑜的親中傾統色彩進行攻擊，將陳水扁和宋楚瑜往統獨光譜的兩個極端推，在安改光譜上則一起把宋陳往帶來政經局勢不穩定的端點推。換言之，連戰陣營的基本策略是將宋楚瑜往光譜圖的右下方推，推離開國民黨選民、安定選民以及游離選民集群；將陳水扁往光譜圖的左下方推開，推離開安定選民、游離選民集群，藉以擴大宋陳和上述目標選民之間的空間距離，降低兩集群選民投票支持宋陳的可能。

表 5-23：連戰陣營對宋陳的負面議題攻擊次數分配

連戰陣營對宋楚瑜的攻擊			連戰陣營對陳水扁的攻擊		
議題	次數	百分比	議題	次數	百分比
黑金改革	62	38.3%	兩岸關係	151	45.6%
兩岸關係	60	37.0%	財經政策	92	27.8%
財經政策	20	12.3%	政治發展	26	7.9%
政治發展	11	6.8%	社會治安	25	7.6%
其他議題	9	5.6%	黑金改革	23	6.9%
社會福利	0	0.0%	社會福利	14	4.2%
社會治安	0	0.0%	其他議題	0	0.0%
累計	162	100.0%	累計	331	100.0%

資料來源：廖唯超，2000年總統選舉連宋陳三陣營報紙競選廣告內容調查。

二、宋楚瑜陣營對連陳的負面議題競選行為

根據表 5-24 宋楚瑜陣營對連陳的負面議題攻擊次數分配，宋楚瑜陣營對連戰的議題攻擊，主要集中在「黑金改革」、「政治發展」、「財經政策」，這三大議題的攻擊次數合占對連戰議題總攻擊次數的 72.7%。其中「黑金改革」占 39.0%，指國民黨和連戰本身與黑金政治盤根錯節，國民黨提名的連戰根本無法達成民眾改革黑金政治的期望；「政治發展」占 21.5%，攻擊執政的國民黨當局運用白色恐怖打壓競爭對手，同時濫用國家資源對連戰進行輔選，讓台灣的民主政治出現倒退；「財經政策」占 12.3%，主要攻擊連戰行政院長任內中央政府債台高築，並以百姓血汗錢去填補政商勾結所掏空的金融機構。

表 5-24：宋楚瑜陣營對連陳的負面議題攻擊次數分配

宋楚瑜陣營對連戰的攻擊			宋楚瑜陣營對陳水扁的攻擊		
議題	次數	百分比	議題	次數	百分比
黑金改革	67	39.0%	兩岸關係	51	51.5%
政治發展	37	21.5%	財經政策	19	19.2%
財經政策	21	12.2%	政治發展	12	12.1%
兩岸關係	17	9.9%	其他議題	5	5.1%
其他議題	12	7.0%	社會治安	4	4.0%
社會治安	10	5.8%	黑金改革	4	4.0%
社會福利	8	4.7%	社會福利	4	4.0%
累計	172	100.0%	累計	99	100.0%

資料來源：廖唯超，2000年總統選舉連宋陳三陣營報紙競選廣告內容調查。

相對地，宋楚瑜陣營對陳水扁的議題攻擊，主要集中在「兩岸關係」、「財經政策」、「政治發展」，這三大議題的攻擊次數合占對陳水扁議題總攻擊次數的

82.8%。其中「兩岸關係」占總攻擊次數 51.5%，主要攻擊陳水扁的台獨言論主張會帶來戰爭；「財經政策」占 19.2%，主要攻擊民進黨和陳水扁反商、缺乏財經人才，無法提供企業穩定良好的投資環境；「政治發展」占 12.1%，主要是指陳水扁擔任台北市長府會衝突不斷，陳水扁的當選會使行政院和立法院重蹈台北市府會關係的覆轍導致政局的動蕩不安。

從宋楚瑜陣營對連陳兩人的議題攻擊內容，顯示繼承新黨在統獨光譜傾統位置和安改光譜居中傾改位置的宋楚瑜，是以「反獨要安定求改革」為基本選舉訴求。一方面遵循安改光譜的既有居中間傾改位置，針對連戰的黑金包袱進行攻擊，將連戰定位成保守腐化的國民黨既得利益者，指連戰的當選將不利於黑金政治的改革與民主政治的發展；另一方面則循統獨光譜將陳水扁定位成替兩岸帶來高度不確定的台獨主張者，陳水扁的當選不利於兩岸關係的穩定和台灣經濟的持續發展。宋楚瑜陣營的基本策略是把連戰往光譜圖的上方推，擴大安定選民和游離選民與連戰之間的空間距離；把陳水扁往光譜圖的左方推，擴大安定選民和游離選民與陳水扁之間的空間距離，策略目的都在降低安定選民和游離選民對連陳的支持度。

三、陳水扁陣營對連宋的負面議題競選行為

根據表 5-25 陳水扁陣營對連宋的負面議題攻擊次數分配，陳水扁陣營對連戰的議題攻擊，主要集中在「黑金改革」、「政治發展」、「財經政策」三議題，這三大議題的攻擊次數合占對連戰議題總攻擊次數的 83.0%。其中「黑金改革」占 45.7%，指國民黨是黑金政治的始作俑者，連戰本身就是黑金政治的一環，唯有政黨輪替成功讓國民黨下台，台灣的黑金政治才有改革的機會；「財經政策」占 21.5%，攻擊國民黨主政下中央政府債台高築，許多租稅金融政策和措施不符合社會公平正義原則；「政治發展」占 17.1%，主要攻擊國民黨長期執政違背民主國家政黨輪替執政的常態，不利於台灣民主政治的發展。

相對地，陳水扁陣營對宋楚瑜的議題攻擊主要集中在「黑金改革」、「政治發展」兩議題，這兩大議題的攻擊次數合占對宋楚瑜議題總攻擊次數的 70.5%。其中「黑金改革」占總攻擊次數 49.2%，主要是以興票案和宋楚瑜與地方黑金勢力稱兄道弟的緊密關係，來質疑宋楚瑜當選後改革黑金的決心和可能性。「政治發展」占 21.3%，主要攻擊宋楚瑜省長任內散財綁樁的行為，正是助長黑金政治惡質化發展的元凶，而宋楚瑜個人獨立參選沒有政黨奧援，也不利於台灣民主政治的發展。

表 5-25：陳水扁陣營對連宋的負面議題攻擊次數分配

陳水扁陣營對連戰的攻擊			陳水扁陣營對宋楚瑜的攻擊		
議題	次數	百分比	議題	次數	百分比
黑金改革	59	45.7%	黑金改革	30	49.2%
財經政策	26	20.2%	政治發展	13	21.3%
政治發展	22	17.1%	兩岸關係	7	11.5%
社會福利	11	8.5%	財經政策	7	11.5%
兩岸關係	5	3.9%	社會治安	3	4.9%
其他議題	3	2.3%	社會福利	1	1.6%
社會治安	3	2.3%	其他議題	0	0.0%
累計	129	100.0%	累計	61	100.0%

資料來源：廖唯超，2000年總統選舉連宋陳三陣營報紙競選廣告內容調查。

陳水扁陣營對連宋兩人的議題攻擊內容統計，顯示繼承民進黨在統獨光譜傾獨位置和安改光譜改革位置的陳水扁，是以「反統要改革求安定」為基本選舉訴求。陳水扁陣營遵循安改光譜對連戰和宋楚瑜的黑金包袱進行攻擊，並指國民黨長期執政與宋楚瑜的獨立參選缺乏政黨奧援，均不利於台灣民主政治和政黨政治的穩定發展。陳水扁陣營的基本策略是把連戰和宋楚瑜一起往光譜圖的上方推，循安改光譜把連宋推向保守腐化的端點，藉以擴大游離選民與連戰之間的空間距離，以及改革選民、游離選民與宋楚瑜之間的空間距離。

綜合連宋陳三陣營在負面議題的選戰攻伐行為有下列的發現：第一、連宋陳三陣營的競選行為仍以統獨議題和安改議題為選舉核心議題，被九一年代政黨選舉競爭的環境系絡因素所制約。第二、連宋陳三人基本上分別繼承國民黨、新黨、民進黨在統獨和安改光譜的相對空間位置。第三、連宋陳三陣營分別遵循統獨和安改兩議題光譜，將對手的議題立場極端化來進行負面的議題攻擊。第四、連宋陳三陣營將對手議題立場極端化的目的，是要把對手推離開占受訪選民數38.3%的游離選民集群，以及占受訪選民數20.3%的安定選民集群。第五、候選人的負面競選行為不僅反映對手形象弱點所在，同時也反映目標選民的主要重疊範圍所在。據此，從連宋陳三方陣營負面競選行為的分析發現，候選人的負面競選行為是反映對手的形象弱點及目標選民重疊的所在。

肆、候選人的自我概念定位和議題選擇

連宋陳三陣營的負面競選行為清楚呈現三位候選人的形象弱點及主要目標選民的重疊所在，連戰的施政能力表現、操守清廉，以及改革的魄力，是其候選人評價的主要弱點所在，並且對映到黑金改革的弱勢議題；與票按之後宋楚瑜的操守清廉、改革魄力，以及愛台灣，是其候選人評價的主要弱點所在，並且對映到兩岸關係和黑金改革的弱勢議題；陳水扁的治國能力是其候選人評價的主要弱

點所在，而涉及統獨的「兩岸關係」則為其弱勢議題所在。而候選人面對其他陣營的負面競選行為的回應方式，一則進行消極性的形象補強澄清動作，告訴選民自己並非如對手的指控那般，一則進行積極性的趨中改變動作，向游離選民的議題位置趨近來抵制對手的推離動作。但是，候選人陣營除採取防禦性的競選行為外，也必須鼓舞基本支持者的參與熱情來鞏固基本盤，並具體表現在候選人自我概念定位和選舉議題訴求。

一、連戰陣營的候選人自我概念定位與選舉議題訴求

根據表 5-26 連戰陣營報紙競選廣告有關候選人自我概念定位，以及選舉議題訴求的廣告次數分配，顯示連戰陣營是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。其中候選人評價項目的「經驗與經歷」、「穩健包容」、「視野遠見」等三項內容，合占連戰陣營候選人自我概念定位廣告次數的 62.1%，而「兩岸關係」、「財經政策」等議題，則合占連戰陣營選舉議題訴求廣告次數的 67.2%。

其次，面對宋陳陣營針對連戰施政表現、改革魄力、操守清廉，以及黑金改革議題的負面攻擊，連戰陣營側重對連戰施政表現（14.7%）和改革魄力（11.2%）的形象的補強，兩項合占連戰陣營候選人自我概念定位廣告次數的 25.9%。相對地，說明連戰操守清廉的廣告次數只有 5 次，占連戰陣營候選人自我概念定位廣告次數的 0.7%；強調改革黑金議題的廣告次數只有 15 次，占連戰陣營選舉議題訴求次數的 3.7%。顯然，長期以來連戰的多金和國民黨的黑金包袱都已經成為民眾熟知的刻板印象，在難以扭轉的情況下連戰陣營只有輕輕避開，給予冷處理。

二、宋楚瑜陣營的候選人自我概念定位與選舉議題訴求

根據表 5-26 宋楚瑜陣營報紙競選廣告有關候選人自我概念定位，以及選舉議題訴求的廣告次數分配，顯示宋楚瑜陣營是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。其中候選人評價項目的「施政表現」、「有理念主見」、「關懷基層」等三項內容，合占宋楚瑜陣營候選人自我概念定位廣告次數的 55.0%，而「黑金改革」和「兩岸關係」等議題，則合占宋楚瑜陣營選舉議題訴求廣告次數的 44.1%。

其次，面對連陳陣營針對宋楚瑜操守清廉、改革魄力的負面攻擊，宋楚瑜陣營側重對後者的形象的補強，強調宋楚瑜具備改革魄力的廣告出現有 64 次，占宋楚瑜陣營候選人自我概念定位廣告次數的 10.9%。相對地，描述宋楚瑜操守清廉的廣告次數有 4 次，只占候選人自我概念定位廣告次數的 0.7%。顯然，宋楚瑜因興票案牽扯出數億的金錢，正有如連家兩代為官如何累積億計的財產一般，都因累積龐大財產而讓民眾對其操守有所質疑。此刻，宋楚瑜陣營若再強調

操守清廉，反而重新掀起民眾和輿論對於興票案話題的討論。因此，宋楚瑜陣營正如連戰陣營一般，只有輕輕避開，給予冷處理。

表 5-26：連宋陳三陣營候選人自我概念定位次數分配

連戰陣營			宋楚瑜陣營			陳水扁陣營		
評價項目	次數	百分比	評價項目	次數	百分比	評價項目	次數	百分比
經驗與經歷	156	21.2%	施政表現	142	24.1%	改革魄力	80	21.3%
穩健包容	153	20.8%	有理念主見	94	16.0%	認真有活力	55	14.6%
視野遠見	148	20.1%	關懷基層	88	14.9%	視野遠見	51	13.6%
施政表現	108	14.7%	改革魄力	64	10.9%	操守清廉	41	10.9%
改革魄力	82	11.2%	視野遠見	56	9.5%	愛台灣	34	9.0%
關懷基層	36	4.9%	經驗與經歷	51	8.7%	關懷基層	26	6.9%
愛台灣	27	3.7%	愛台灣	33	5.6%	施政表現	24	6.4%
重視女性	9	1.2%	重視女性	25	4.2%	經驗與經歷	19	5.1%
家庭	6	0.8%	省籍包容	23	3.9%	重視女性	19	5.1%
操守清廉	5	0.7%	家庭	9	1.5%	年齡	19	5.1%
省籍包容	5	0.7%	操守清廉	4	0.7%	家庭	8	2.1%
年齡	0	0.0%	年齡	0	0.0%	省籍包容	0	0.0%
累計	735	100.0%	累計	589	100.0%	累計	376	100.0%
選舉議題	次數	百分比	選舉議題	次數	百分比	選舉議題	次數	百分比
兩岸關係	154	37.9%	黑金改革	48	24.6%	黑金改革	59	30.6%
財經政策	119	29.3%	兩岸關係	38	19.5%	政治發展	46	23.8%
社會福利	43	10.6%	財經政策	37	19.0%	兩岸關係	30	15.5%
其他議題	32	7.9%	其他議題	26	13.3%	財經政策	27	14.0%
政治發展	26	6.4%	政治發展	25	12.8%	社會福利	26	13.5%
社會治安	17	4.2%	社會福利	15	7.7%	社會治安	3	1.6%
黑金改革	15	3.7%	社會治安	6	3.1%	其他議題	2	1.0%
累計	406	100.0%	累計	195	100.0%	累計	193	100.0%

註： 代表候選人的弱點項目所在

資料來源：廖唯超，2000年總統選舉連宋陳三陣營報紙競選廣告內容調查。

最後，宋楚瑜陣營雖然是以能穩定兩岸關係，並進行國內黑金政治改革的唯一國家領導人作為自我定位，但是卻也面臨到連戰陣營循統獨光譜在兩岸議題，對其親中色彩和模糊的兩岸關係定位主張進行攻擊，要宋楚瑜說清楚講明白⁶；也面臨陳水扁陣營循安改光譜質疑宋楚瑜在興票案的角色，以及與地方黑金

⁶ 宋楚瑜陣營將兩岸關係定位為「互不隸屬 主權獨立，架構於兩岸政治現狀和國際現實下之『相對主權的準國際關係』」，並主張在國際社會見證下，兩岸簽訂30年的互不侵犯協議；30年後兩

勢力的密切共生關係。為此，宋楚瑜陣營在選舉議題訴求反而沒有明確的優劣勢議題存在，不像兩岸關係和黑金改革議題互為連戰和陳水扁陣營的優劣勢議題。因此之故，宋楚瑜陣營側重於宋楚瑜人格特質和施政能力的突顯，宋陣營的候選人形象廣告出現次數是其選舉議題訴求次數的 3.0 倍（589/195），遠高於連戰陣營的 1.8 倍（735/406）和陳水扁陣營的 1.9 倍（376/193）。⁷

三、陳水扁陣營的候選人自我概念定位與選舉議題訴求

根據表 5-26 陳水扁陣營報紙競選廣告有關候選人自我概念定位，以及選舉議題訴求的廣告次數分配，顯示陳水扁陣營是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。其中候選人評價項目的「改革魄力」、「認真有活力」、「操守清廉」、「愛台灣」等四項內容，合占陳水扁陣營候選人自我概念定位廣告次數的 55.8%，而「黑金改革」、「政黨輪替」等政治改革性議題，則合占陳水扁陣營選舉議題訴求廣告次數的 54.4%。

其次，面對連宋陣營針對陳水扁「視野遠見」、「經驗與經歷」等治國能力的質疑，以及民進黨台獨主張而在兩岸關係議題的負面攻擊行為，陳水扁陣營在競選廣告上，側重對陳水扁「視野遠見」（14.7%）的補強，和陳水扁「兩岸關係」七項主張（15.5%）的趨中宣傳⁸，說服選民相信陳水扁具有處理國家大政的能力，以及維持現狀穩定兩岸關係的誠意與能力。相對地，強調陳水扁「經驗與經歷」只出現 19 次，占 5.1%，不及強調「視野遠見」的 51 次占 14.7%。

顯然，陳水扁缺乏中央政務歷練和涉外經驗的事實，在面對其他陣營的攻擊和質疑治國能力時，陳陣營的補強重點是強調陳水扁的「視野遠見」，具有治理國家所需的能力條件。這如同連宋陣營對操守清廉負面攻擊的回應模式一般，當對手負面攻擊所揭露的事實越明確具體，被攻擊的一方在難以反駁回應的情況下，通常是採取規避態度並移轉焦點，選擇自己有利的點另闢戰場進行反攻。

綜合連宋陳三方陣營有關候選人自我概念定位及選舉議題訴求的競選行為，有下列發現：第一、候選人的自我概念定位與選舉議題訴求是依循「揚己之長為主，補己之短為輔」的差別利益原則。第二、候選人的優勢議題所在也就是

岸無任何改變現況之立場，則各以主權國家身份仿「歐盟」模式相處 20 年；兩岸關係最終解決方式，應由台灣人民共同決定。

⁷宋楚瑜在選前的民調支持度居明顯的領先地位，並同時獲得安定選民和改革選民的高度支持。在無明確優勢議題的存在的情況下，鞏固既有支持選民對宋楚瑜候個人的認同，顯然是比議題訴求來得重要。

⁸「陳七項」兩岸關係主張的重點內容：一、堅持「善意和解、積極合作、永久和平」的原則。二、台灣已經是主權獨立的國家，沒有宣告獨立或變更國號的問題，也沒有「兩國論」入憲的問題。三、推動兩岸關係全面正常化，建立全方位互動機制。四、在和平解決、平等對待的前提下，任何議題都可以進行協商與對話。五、台灣願意扮演積極角色，協助中國現代化民主化。六、以 WTO 模式，尋求兩岸平等參與國際社會、共存共榮。七、為了建立互信、增進了解，積極推動兩岸領導人互訪。

主要選舉議題訴求所在，同時也是攻擊對手的主要議題所在。第三、候選人負面評價內容越明確具體，該候選人陣營也就越傾向冷處理而放棄補強的努力。第四、候選人在弱勢議題的補強策略是趨中從眾，是向選民人數最多之游離選民集羣所在的議題空間位置趨近。第五、候選人陣營的選舉訴求是以候選人評價因素為主，強調候選人形象差別利益的次數遠高過於選舉議題訴求的次數。據此，三方陣營有關候選人自我概念定位和選舉議題訴求之選舉行為分析發現，候選人自我形象塑造和選舉議題訴求行為是反映其差別利益以及游離選民的議題立場。

本論文分析架構認為環境系絡因素、候選人因素、選民因素，形塑了個別候選人的議題位置、形象的差別利益與目標選民所在，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間的相對議題位置、差別利益內容，以及目標選民重疊範圍等競爭因素內容。因而包括候選人形象塑造、選舉議題訴求、弱點防衛、負面選舉、棄保操作等競選行為，是受到候選人自我概念定位因素和競爭因素的影響。

本章從連宋陳三陣營的報紙競選廣告內容分析切入，以連宋陳三陣營的實際競選行為，來檢視本論文所提研究分析架構，及競選行為相關假設命題的有效性。在分析連宋陳三陣營的實際競選行為內容後，證實候選人的競選行為確實受到候選人自我概念定位因素和競爭因素的影響，並且候選人自我概念定位內容和競爭因素內容，都可以明確追溯到環境系絡因素、候選人因素，以及選民因素的影響。其次，假設命題一：「候選人自我形象塑造和選舉議題訴求行為是反映其差別利益和游離選民的態度偏好」，以及假設命題二：「候選人的負面競選行為是反映對手形象弱點及目標選民的重疊所在」，都分別在連宋陳三陣營的實際競選行為獲得印證。第三、游離選民確實是連宋陳三陣營追逐選票的重點所在，宋陳兩陣營統獨議題立場都有明顯採取「趨中從眾」的策略行為，而連戰陣營則試圖將宋陳的統獨立場極端化。