

2004 年總統大選民進黨團隊設定 連宋形象所使用的隱喻策略分析

《中文摘要》

本研究以二領域模式(two-domain model)分析，對《聯合報》與《自由時報》所引述、民進黨競選團隊在 2004 年總統大選談及對手候選人形象所用的隱喻進行系統分析。研究發現，民進黨使用位置性隱喻、時間性隱喻、婚配隱喻、偷拐搶騙隱喻與複製隱喻五大系統設定連宋形象。此外，對以上文本進行內容分析，發現兩報所採納的引述均以時間性隱喻最多，位置性隱喻則在《自由時報》引述中出現較多。由此推論，民進黨可能採取時間性與位置性隱喻為選戰策略主軸。

關鍵詞：位置性隱喻、形象設定、時間性隱喻、策略

《Abstract》

This research aims to find out the metaphorical systems used by the DPP campaign team as a strategy against its counterpart in Taiwan's presidential election in 2004. Analyzing the DPP quotations from two major newspapers in Taiwan by using two-domain model, the researcher found the DPP used five metaphorical systems to define the KMT and PFP's candidates, Lien Chan and James Soong. The systems include positional metaphor, temporal metaphor, marriage metaphor, deceptive metaphor and reduplicate metaphor. In addition, after a content analysis of the quotations, the researcher also found both papers' quotations contain more temporal metaphor, while positional metaphor appears more in the Liberty Times' text. It can be reasonably inferred that the DPP might have used temporal metaphor and positional metaphor as its main metaphorical strategy.

Key words: image defining, positional metaphor, strategy, temporal metaphor

壹、文獻探討:為什麼要研究政治隱喻

一、隱喻有普遍性 (pervasiveness)

早在古希臘時期，哲學家如亞里斯多德 (Aristotle) 就注意到隱喻在修辭言語 (rhetoric) 中無所不在。傳統上，隱喻被定位成「暗示兩個不相似客體之間的比較」，它被賦予「建構、轉變、創造新意義、挑起情感與影響評價」的功能 (Sopory&Dillard, 2002)，鄧育仁與孫式文 (2001) 也說明了隱喻是「以一類事物來了解另一類事物的認知歷程或構思方式」。因此，在任何試圖說服的文本中，或是日常生活用語中，隱喻俯拾即是 (Sopory&Dillard, 2002; Benoit, 2001)。套句 Lakoff&Johnson (1980) 的話，隱喻不僅存在於我們的日常語言使用，它也存在在我們的思考與行動中，當我們認知周遭環境時，使用的就是基本的空間向量性—上下左右前後，所以某些概念多半與特定方向形成隱喻關係，例如「快樂與上 (Happiness is up.)」、「多與上 (More is up.)」。簡而言之，我們看似乎平常的概念系統本質上是十分隱喻式的 (metaphorical in nature)。即使在我剛才使用的句子中，也富有隱喻訊息，比方說，在「隱喻俯拾即是」這個句子裡，我下意識地將隱喻的抽象特質轉化成了具體的物，它可以是散落一地的落葉，可以是任何我們生活經驗中到處都存在的物，它可以被「撿拾」起來，輕鬆易得。

二、隱喻有框限性 (entailment)

但這種用一個概念的某一向來理解另一概念的方式無可避免地會讓這個概念其他的面向被視而不見。這種理解是部分的 (partial)，並沒有辦法讓兩個概念擁有全部一模一樣的特質，否則兩者就不會是隱喻關係，而是相同身份 (be the other) (Lakoff&Johnson, 1980)。鄧育仁與孫式文 (2001) 提到，當我們使用隱喻時，實際上是在做重點取捨，用隱喻來「架設事件而帶入對該事件在這構思下會有的意義解讀、推理形態和評價方式」；而宋惠貞 (2001) 則認為隱喻是種「凸顯、強調」；Thompson (1996) 更認為隱喻是「一種濃縮過的符號，用來傳遞意

義、蘊含價值、情緒與意識型態，最後引導至行動」。

拿選舉做例子。報紙上常見關於「選舉」二字已漸漸被「選戰」代替的現象，當媒體使用「戰爭」這個隱喻來談及選舉，基本上是在提倡選舉裡「戰」、「衝突」、「競爭」的面向，而忽略（不論是有意或無意）了「合作」、「君子之爭」或其他選舉可能包含的面向。

於是，因為隱喻的框限性，隱喻可以被拿來進行文字認知的曲解或思考途徑的限制，此現象在政治言談中尤其明顯，以下將就政治隱喻做說明。

三、當政治碰到隱喻—如魚得水

不論是否在競選期間，政治人物多會透過語言使用來達到說服大眾，以得到最大支持（Mio，1996），而在選舉過程中，因涉及選舉的成敗利益等複雜因素，此現象在選舉的各式活動中特別明顯，政治人物關心的，是如何把複雜的議題簡化為一般大眾所能理解的形式（宋惠貞，2001）。據 Zaller（1996）的媒體政治理論，公眾是一群生活忙碌、有自己的事情要關注的人，能再分給自身以外議題的時間實在不多。因此，對公眾來說，他們希望能用最經濟的方式迅速理解政治人物或現狀，提供過多的細節，公眾反而會感到厭煩；Thompson（1996）提到，對一般人來說，要處理整合的訊息實在太多了，所以必須要政治菁英的引導才能形成他們對議題的意見。在這樣的前提下，「簡化」議題成了政治人物發表言論的首要課題，而隱喻正是幫助政治人物達成這項任務的利器。Thompson（1996）更認為，沒有隱喻的政治就像沒有水的魚，隱喻不存在了，個人難以和抽象、複雜的政治做連結。

政治人物使用隱喻來簡化所要傳達的事情還有一個好處，生動的隱喻能創造出形塑特定人事物成敗的判斷基準，幫大眾過濾訊息（轉引自 Mio，1996）。此外，隱喻本身是間接的語言，所以政治人物能夠避免用太尖銳的言語描述對手以致破壞自身正面形象（郭賽華，2001）。另外，隱喻還能完成三項主要的政治功能，包括「以簡約的形式表達複雜的政治言論」、「挑起對手的情緒反應並強化特

定觀點」與「引出可笑的意象來嘲弄對手」(轉引自宋惠貞, 2001)。由實務界威肯公關公司編著、關於選戰策略的《擊人之短》中提到,「簡單明瞭、朗朗上口的宣傳詞語,易記、易懂、易傳且較易為選民所接受」,因此在打擊對方時,應借用各式成語諺語新語詞等,「將對手不好的特色混入思考,以便將對手以反形象塑造,並比較出自己的優點」。也就是說,使用隱喻來攻擊對手是種藝術,它既間接維持自身形象,還能直接破壞對方形象。

最後必須要提到,隱喻在政治傳播中還有一主要功能—挑起情緒(stir emotion)。Gross認為,政治領域的隱喻是設計來挑動情緒的,與其他領域的隱喻,如科學,用來分析情況與計算特定變數之間關係,是不同的(轉引自Mio, 1996);Thompson(1996)認為這種差異還來自於,使用隱喻的主要人物都有意識地認知到隱喻的框架功能,並且非常認真地要藉由控制隱喻來掌控政治議題。Goodall則提出,隱喻能在說者與聽者間建立起關係,因為當說者在使用隱喻時,也同時在邀請聽者同意說者隱喻背後的假設與前提,而雙方之間的關係是情緒性的,而非理性的(轉引自Mio, 1996)。

貳、問題意識

以上的論述都說明了政治人物為何在政治傳播中如此喜愛運用隱喻,這種能簡化並框架議題的語言就普遍存在於我們的文化中,俯拾即是,利用它們,政治人物幾乎毫不費力地賦予了無形抽象概念實體生命(Thompson, 1996),也因此與公眾建立起關係。

因此,在選舉策略實行上,競選團隊必須利用隱喻設計出簡而易懂的訊息,所使用的隱喻最好是與選民日常生活經驗相近的,在整過競選過程中,競選團隊必須不斷地重複傳達該訊息給選民,而且不能有前後不一致的情形發生。再者,隱喻能在選民心中留下長時間的印象,數年過去,或許選民並不記得候選人的政見,卻能很清楚地記得他與對手使用來設定他形象的隱喻。選民除了使用隱喻在

認知中處理相關資訊，還可能延續使用該隱喻來指涉其他事物 (Weaver, 1996)。

2004 總統大選在歷年總統選舉中，因其投票率僅次 2000 總統大選，為第二高（八成二），以及兩組候選人間的得票率差距之微小（扁呂 50.11%:連宋 49.89%），具有歷史性的意義。雙方陣營攻防激烈，扁陣營文宣設計人吳乃仁在選舉後期曾表示此次選舉雙方負面文宣使用相當多，連宋更因差距太小、不滿選舉結果而在選後提出當選無效之訴。

在這樣的攻防戰中，任何策略都必須經過精心設計，「理想上」競選團隊花在討論如何設定對手形象的時間跟精力上都很可觀，且就如同先前提到 Weaver 的看法，這些訊息設計必須含有一致性，也就是說從上到下都應該口徑一致。因此，抓住重要人物隱喻使用的動態 (dynamics)，也就可能是抓住了整個團隊的策略。

而民進黨向來以選舉文宣見長，其文宣能手包括副總幹事吳乃仁、新聞暨媒體公關鄭文燦，文宣部鄭運鵬，政策協調部梁文傑、立法委員羅文嘉，以及民間創意人郝廣才、紙風車劇團執行長李永豐等。《財訊月刊》262 期就做了一個比較藍綠文宣運作的專題，其中提到，「這個『創意小組』最大特色，就是有多次共同作戰的革命情感，彼此有良好合作默契，能把政治專業和藝術專業結合，透過辦活動的方式激發選民熱情，鞏固基本票源；並以訴求明確、表意抽象的電視文宣打動人心，爭取中間選民」。因此，相較於連宋陣營的文宣小組，民進黨的小組多了長年的默契，生產出來的隱喻也可能較藍營的有組織性、系統性。

本研究即旨在分析民進黨 2004 總統大選中設定連宋兩人形象所使用的隱喻，假設能如 Lakoff&Johnson 所言，看出這些隱喻之間的系統性，因此本研究屬描述性質，並不涉及效果如何的討論，亦不進行隱喻的評估與批判。

參、研究方法

一、資料蒐集

(一) 為何從報紙電子新聞庫蒐集資料

本研究想進行的是民進黨團隊設定對手形象隱喻之系統性分析，故需要來自民進黨團隊關於對手連戰與宋楚瑜形象的評論，但因候選人及其團隊人物發言全文取得不易，且若將從對外發出之新聞稿作為分析資料，恐錯失候選人及其團隊在公開場合發表言論的多樣性 (dynamics)，再者，因為媒體著重於報導兩造候選人賽馬式情節 (Thompson, 1996)，對候選人說的話會格外注意並收錄，而大眾接觸政治人物言論亦多半來自媒體報導，因此研究者選擇從報紙報導中擷取相關人物之直接與間接引述，原因有二，一來記者作為政治人物與公眾訊息橋樑，且記者會依自己預估的重要性，將政治人物發言精華以直接或間接引述方式寫在報導中 (Zaller, 1996) 二來公眾對於人物或事物印象多來自新聞報導，在形象設定上較有影響力 (金溥聰, 1997)。另外，由於報社多將第一落重點新聞放入線上資料庫，故相關新聞報導得自聯合新聞網上，標明第一落要聞 (A) 的聯合報報導，與自由時報電子新聞網上頭版新聞、焦點新聞與政治新聞報導。

(二) 資料的時間起始

選戰正式起跑時間並不容易斷定，有時政黨佈局早在兩三年前，或是上次選後就已開始，但是若從上次選後開始蒐集資料，蒐集到的資料可能僅是個人發言，並無團隊組織概念在其中。因此，必須找到一個可看出競選團隊正式開始運作的時間點，作為蒐集資料起點。由於登記參選時間點太接近選舉日，然而許多形象設定的隱喻使用需要發酵時間，因此，開始蒐集資料時間點必須再往前挪。最具公開性之時間點莫過於候選人宣布副手與組成團隊之時，搜尋聯合知識庫後正式判定，2003年12月11日陳水扁正式對外宣布呂秀蓮為其副手，但因報紙報導多延後一日刊出，故蒐集資料起始時間為2003年12月12日。為求詳盡，

蒐集資料結束點訂為選舉前一日，亦即 2004 年 3 月 19 日。

（三）誰的言論應該被納入

由於政治隱喻使用理想上是競選團隊開會商討出來的，具有綿密組織性，因此應從團隊最上層到最下層，對外口徑皆一致，因此資料蒐集聚焦在有掛名陳水扁全國競選總部團隊幹部者，包括競選總部總幹事蘇貞昌、競選總部副幹事吳乃仁、競選總部執行總幹事邱義仁、競選主委游錫堃、總指揮張俊雄、副主委兼南部總督導謝長廷、陳呂競選總部發言人陳其邁、北市競選總部負責人段宜康、蔡英文，以及陳水扁與吳淑珍、李登輝談論連宋的言論。

（四）形象的定義

因為進行的是與形象相關的隱喻分析，故在蒐集資料時必須判定該引述是否指稱的是連宋的形象。在過去形象相關研究，Sigel (1964) 認為候選人的形象特質可分為「與職務特性有關的特質 (job-crucial candidate attributes)」及「和職務無關的個人特質 (personal attributes)」，Nimmo & Savage (1976) 也發現候選人的特質是多層次的 (轉引自金溥聰，1997)。因此，即使看似是與個人個性無直接相關的用語，也有可能被列入「形象」範疇。

金溥聰 (1997) 在分析民國八十三年台北市長選舉報紙的形象設定效果研究時，將候選人形象屬性分類登錄於三大類項下：個人特質、政黨背景與政見立場，其中個人特質又被細分為「四個與政治有關的個人特質」，包括能力、經驗、領導才能／魄力與政治風格，以及「六個與政治無關的個人特質」，包括品德、個性、儀表、聰明才智、教育背景、家庭背景與口才。依據 Sigel (1964) 與 Nimmo & Savage (1976) 關於形象多層次的看法，研究者在判別資料時選擇與金溥聰 (1997) 的類似分類標準，唯認為能力、領導才能／魄力、聰明才智均屬能力項目，在本研究中似乎無再細分之必要，故僅根據能力、個性、政見立場、口才、品德、政黨背景、經驗、教育與成長背景、政治風格及儀表等十個項目進行資料

篩選。

(五)「隱喻」的操作型定義

隱喻的辨識，一直不是件容易的事，但卻極其重要，尤其是在面對大量需要分析的論述，因此，如何發展出一個可信的基準，是主要的問題 (Steen, 2002)。由十個語言學家組成的 Pragglejazz 團體利用五首詩、一篇新聞報導與兩段言詞互動，依照認知語言學的本質與行為社會科學取向，採取了以下幾樣對隱喻的假設：

1. 隱喻植基在人的知識中。
2. 隱喻的意義是間接的。
3. 隱喻基本上是一種概念結構。
4. 隱喻是兩個不同領域概念的相互呼應。
5. 隱喻可能是傳統的、有系統性的。
6. 隱喻可能是深思熟慮或突然的。
7. 隱喻可能會在不同層次的語言組織或不同的修辭形式中展現。

(Steen, 2002)

Pragglejazz 的預設基本上傳承 Lakoff&Johnson 的看法，但其中有一點必須再詳細說明，也就是，儘管隱喻的使用看來或許突然，可能是情急之下逼迫出來的，這種「選擇」的意志在論述分析的傳統上，如 Fairclough 的批判言說分析，或是 Garfinkel、Sacks 等人的對話分析，都扮演一種不自覺的結構限制，也就是，選擇哪些語彙反映了說話者背後的論述結構、文化結構。因此，即使是說溜嘴 (slip of tongue)，也不應忽視其背後的系統性。

Pragglejazz 經過語言學家彼此之間的討論，決定分析單位為半獨立的子句或有向外指涉某種事務的句子，並經由五個步驟辨識隱喻：

1. 辨識隱喻焦點 (metaphorical focus)，亦即被拿來當隱喻的字彙。
2. 辨識隱喻的概念 (metaphorical idea)。
3. 辨識隱喻性的比較 (metaphorical comparison)。
4. 辨識隱喻性的類推 (metaphorical analogy)。
5. 辨識隱喻性的映射 (metaphorical mapping)。

(Steen, 2002)

Pragglejaz 發現，隱喻焦點的辨識適用並不限用於分析詩，反而可用於不同的論述層級，因此可以當作不同文類隱喻的比較性研究。

Ivie 則曾針對隱喻分析提出五個步驟 (轉引自張玉佩, 2000)：

1. 須先對文本的脈絡情境有全盤了解。
2. 從相關文本中選出具有代表性者，並找出說者所使用的載具 (來源域)，歸檔與註明其所屬的立即情境。
3. 根據來源域所擁有的框限角度 (entailment) 加以區分，每一次群體假設均有一「隱喻概念」，而所有的次群體就代表此隱喻的概念系統。
4. 將每一個來源域都歸類到次群體中，並詮釋其呈現出的概念。
5. 詮釋整體的隱喻系統。

Steen (2002) 在文中提出的分析單位與假設看似精細，也注意到意義不能自外於當下情境與客觀情境而獨立存在，意義必須是經由情境來輔助營造的，跳脫情境來分析隱喻就看不出它的運用了。而 Ivie 的分析步驟與 Steen 有異曲同工之妙，唯 Ivie 的分析單位為隱喻本身，僅以句子片語等情境為輔，因此，彌補了 Steen 分析單位過於繁瑣的缺憾。所以，本研究中蒐集來的直接與間接引述將依照 Ivie 提出的標準再做細部區分，但分析上仍十分重視兩人所提到的「當下情境」。

由以上的分析原則為準，在聯合新聞網蒐集到相關引述（直接與間接）64則；在自由時報電子新聞網依前述天數起始，一一瀏覽頭版新聞、焦點新聞與政治新聞，蒐集到相關引述（直接與間接）78則。在資料呈現上，第一步將進行簡單的文本分析分類，挑出隱喻部分，主要是要看出 2004 總統大選民進黨團隊評連宋所使用的隱喻多分佈在前述形象的哪一類項之下，而因隱喻是間接的語言，故若引述並沒有跨領域的映射，如指明「連戰不誠實」，並不會被納入分析資料中。

第二部分將利用 Lakoff & Johnson (1980) 的二領域模式 (two-domain model) 進行隱喻映射關係與內涵解讀，試圖找出這次選舉民進黨團隊利用隱喻所營造關於連宋形象的系統性思考。此部分將以解讀隱喻概念為主，輔以具代表性文本為例，並將隱喻概念出現部分加以粗黑體並畫線，而之中若有不涉分析重點的文字，則以刪節號略去。

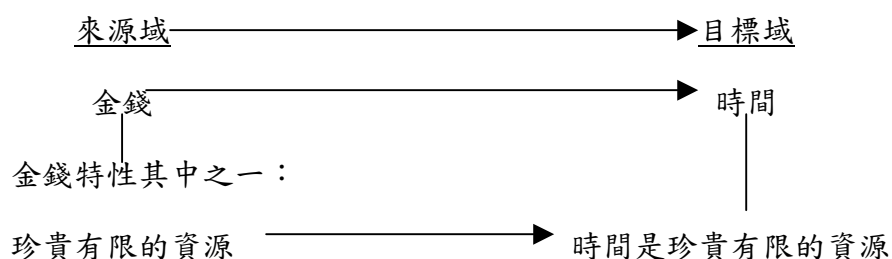
第三部分將利用簡單的內容分析，試圖從次數分配表上看出各隱喻系統在文本中出現的次數，亦可藉此看出民進黨團隊發言時談論連宋形象所使用的隱喻多朝哪個隱喻系統設定。

二、二領域模式 (Two-domain Model)

Lakoff & Johnson (1980) 在其著作 *Metaphors We Live By* 中，首次提到了隱喻認知運作的過程。他們認為，當人利用隱喻將外在世界概念化時，實際上就是在進行一種跨領域的概念映射 (cross-domain mapping) (宋惠貞, 2001)，從「某個領域的事物、事件、經驗」(來源域)，以部分相似結構有所選擇地 (亦即前述提到的隱喻的框限性) 投射到另一領域的事物、事件和經驗 (目標域)。而來源域相對地會比目標域清晰、具體，這樣的跨領域映射可以讓人重新「解讀或解構目標域已有的經驗秩序」，因此隱喻是「跨領域、有方向 (從來源域到目標域)、有所取舍的系統性了解」(鄧育仁與孫式文, 2000)。例如，最常見的隱喻「時間

就是金錢 (Time is money)」中，來源域是金錢，而目標域是時間，用

Lakoff&Johnson 的二領域模式表示即如下：



圖一

時間被部分理解成珍貴有限的資源，而它其他的角度，如時間的巡迴性 (recurrent)，則在隱喻運作過程中被掩蓋，所以我們會認為浪費時間是一件不好的事，所以我們會被時間趕著跑，所以我們會在不同人的口中聽到類似「珍惜時間」之類的話一再被複製。

政治隱喻被設計出來的目的就與前述雷同，藉由這樣的部分投射，民眾會被導引至來源域的某個層面，而根據競選文宣團隊所欲去判斷目標域(對手候選人)的特質。

肆、分析

一、民進黨團隊設定連宋形象使用的隱喻分類

根據金溥聰 (1997) 發展出來的形象指標為基礎，我試圖將蒐集到的新聞中辨識出的民進黨 2004 總統大選設定連宋所使用的隱喻歸類到能力、個性、政見立場、口才、品德、政黨背景、經驗、教育與成長背景、政治風格及儀表十個類項中，研究發現，民進黨陣營隱喻使用多集中在談及連宋的政見立場、政黨背景、個性與政治風格，較少放至能力、品德、經驗、教育與成長背景，未談及的為儀表與口才。稍做整理後如下 (N/A 代表 not available)：

形象類別	使用隱喻
能力	鸚鵡、錄音機、影印機
個性	烏龜、隔空抓藥、乖乖牌小孩（母親為中國）
政見立場	沒有責任的母親、兒童（兒戲）、疊床架屋、荒腔走板的歌手、中國、台灣輸、外來、下圍棋、奴欺主、各懷鬼胎
口才	N/A
品德	五鬼搬運、左手換右手、自肥、家暴的男人
政黨背景	黑金、舊勢力、舊窗簾、舊黑金映像管、曹錕、袁世凱、外來政權的殘餘勢力、連宋相打電（台語）、假情結合的夫妻、小偷、強盜
經驗	留給台灣一堆垃圾、危樓、獨裁政權化妝師（宋）
教育與成長背景	劫收財富的強盜（連）
政治風格	小人（攻訐）、自命大法官、演員、美國人的爸爸、烏賊、亂臣賊子（逼宮）
儀表	N/A

表一

配合主要議題來看，從 2003 年 12 月 12 日至 2004 年 3 月 19 日選前一天，民進黨在媒體上設定與連宋形象相關議題包括：12 月 20 日開始攻擊連宋國家定位不清、12 月 26 日開始以「兩個公務人員的致富傳奇」批連戰家產與國民黨黨產問題、1 月 4 日起批連戰區域政府主張、1 月 17 日呂秀蓮開始以「五大不同」積極在媒體上比較兩組候選人的不同處、2 月初開始因應陳由豪事件而重批連宋與黑金同一國、2 月中第一次電視辯論會後暗批連戰毆妻、2 月下旬開始砲火猛烈攻擊連宋國家定位不清與親中、2 月底副手辯論會上呂秀蓮批宋楚瑜過去的政

治生涯、3月初開始集中攻擊連宋不和以及連宋選上等於袁世凱復辟等，其中，國家定位與親中議題貫穿整個資料蒐集時間。因此，以議題分，結果如下：

議題	隱喻
連戰家產 (自12月26日)	五鬼搬運、左手換右手、自肥、劫收財富的強盜(連)
連戰毆妻 (自2月中)	家暴的男人
發展區域政府 (自1月4日)	沒有責任的母親、兒童(兒戲)、疊床架屋
連宋結合 (自3月初)	連宋相打電(台語)、假情結合的夫妻、各懷鬼胎
國民黨包袱(包括黨產及政治獻金) (貫穿整體時間)	黑金、舊勢力、舊窗簾、舊黑金映像管、曹錕、袁世凱、小偷、強盜、留給台灣一堆垃圾、危樓、獨裁政權化妝師(宋)
國家主權 (貫穿整體時間)	鸚鵡、錄音機、影印機、烏龜、荒腔走板的歌手、中國、台灣輸、外來、下圍棋、奴欺主、乖乖牌小孩(母親為中國)
公投 (公投概念提出後)	小人(攻訐)、自命大法官、烏賊
與李登輝關係 (選舉後期)	亂臣賊子(逼宮)

表二

二、文本情境

綜觀蒐集來的文本，整體情境可大抵分內外來看：台灣內部正面臨是否要第二次政黨輪替的抉擇，眼前兩個選擇似乎分別帶有不同的時代意義。國民黨執政五十五年的威權陰影未散，人民對於過去的政治弊病還記憶猶新，但民進黨在執政上能否有更大的突破還值得觀望。而這種分野亦隱含了省籍族群因為差異而生的隔閡，因而在文本中會不斷地見到民進黨相關人士稱國民黨(連宋)外來政權：

民進黨(蘇貞昌)指出，希望藉此說明二〇〇四年總統大選的意義，是一場「相信台灣，堅持改革」與「唱衰台灣，反對改革」之戰，台灣站在歷史的分水嶺，陳水扁若連任成功，台灣民主得以鞏固、改革可以繼續。(2003-12-13/《聯合報》/A11 版/綜合)

陳水扁強調，台灣絕不能讓黑金再回來，他執政以來，好不容易把國民黨五十年來所累積垃圾清理得差不多，絕不能讓舊窗簾又被裝回去，讓黑金又回復，戕害台灣生機。(2004-2-26/《自由時報》/政治新聞)

此外，因中國布署飛彈威脅台海安全，對外台灣與中國大陸的關係降到谷底，台灣在國際社會的發聲空間也受到中國大陸大幅擠壓，台灣社會「台灣意識」因而抬頭，致使民進黨得以打出「相信台灣」的競選主軸，以自別於前述訴求的連宋外來政權形象：

二二八牽手護台灣活動當天，站在苗栗舞台後方的總統候選人特助羅文嘉說，……兩大陣營已明顯區隔為「支持公投VS.反公投」、「台灣意識VS.中國意識」，原先糾纏在一起的兩條線，已清楚走向兩個不同的方向。(2004.3.8/《自由時報》/焦點新聞)

面對中國的飛彈部署、武力威脅及在國際舞台打壓台灣，包括台灣要參加世衛組織，中國官員竟然說出誰理你們，在那個時候，大家也沒有聽到泛藍陣營、連先生、宋先生敢對中國噙聲，他們只會「牛欄裡鬥母牛」，向阿扁一個人噙聲而已...面對中國的武力威脅，面對中國的飛彈部署，台灣二千三百萬人有權利說「NO」，大家反飛彈，要和平，這點非常重要。(2004-3-14/《自由時報》/總統候選人電視政見發表會 陳水扁政見摘要)

陳總統接著把矛頭指向連宋，他表示，「為何這些通緝犯、經濟犯全力支持那一組？這是因為他們同一國」，「為什麼那一組可以在上海成立競選總部，因為同一國嘛」！陳總統說，「中國共產黨支持那兩個人，台灣人民支持水蓮再配」，同樣的，讓通緝犯、經濟犯支持那一組，善良的老百姓支持水蓮配。(2004-02-11/《聯合報》/A4版/選聞專頁)

三、以二元模式來看民進黨團隊設定連宋形象使用的隱喻內涵

(一) 時間性隱喻 (temporal metaphor)

先從巨觀支配整體競選主軸的隱喻概念下手，民進黨在此次總統大選使用「相信台灣，堅持改革」的主軸，故在對手及自己的形象設定上，使用了時間性的隱喻 (temporal metaphor)，一眼觀照過去，拿對手的政黨當作對照點 (point of reference) 一眼望向未來，想當然爾，過去勢必被刻畫得為人所不欲，並具有悲情的特質，包括國民黨政治獻金問題、行政效率不彰問題等，而未來則被描繪成可以創造、有希望的，由民進黨帶領台灣創造未來榮景。因此，為了要區別出陳呂與連宋的差別，「老」、「舊」、「黑」的隱喻在蒐集來的引述中一再出現，將連宋區形象隔為屬於過去的，此隱喻貫穿陳水扁宣布副手到選舉末期，尤以選舉後期攻勢猛烈：

呂秀蓮則表示，扁連配與連宋配有「五大不同」：第一個不同，連宋過去依附威權統治，參與迫害台灣人民，代表保守勢力；扁連在威權時代對抗不公不義，代表民主進步、革新前進。（2004-01-18/《聯合報》/A4 版/要聞）

針對國民黨總統提名人連戰在國際記者會中表示歷史不能被推動，只能按自己的規律來發展進化，副總統呂秀蓮回應指出，這句話可以讓國人看清楚，未來的國家領導人是要一個被動、消極的總統如連戰，還是另外一個專門創造歷史的領導人，他的名字叫做陳水扁。（2003.12.17/《自由時報》/政治新聞）

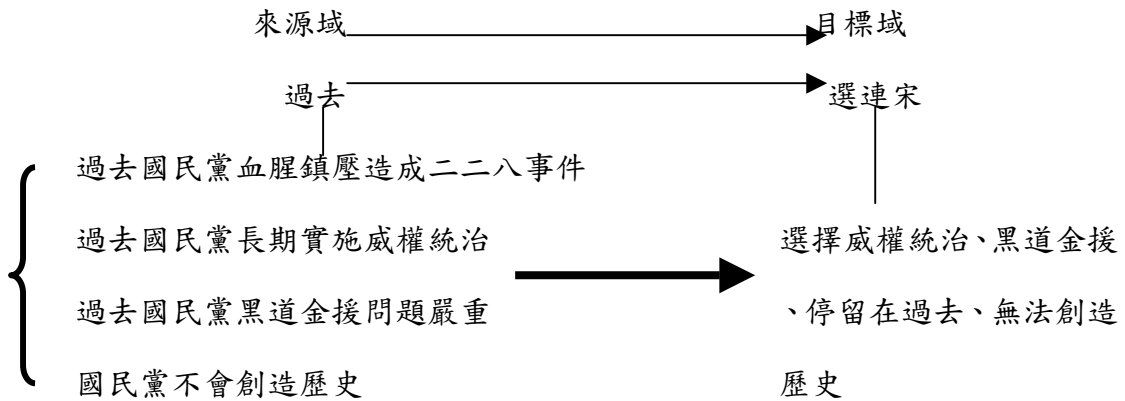
呂秀蓮強調，民進黨前身多少民主先進心手相連，在每個歷史關頭從不缺席，不斷推演讓民主進步，敲響台灣的足跡，所以我們要創造歷史，絕對不像連戰，連戰說歷史不要創造、歷史會自然演繹的，那就讓連戰停留在過去的歷史，而所有台灣人民都會繼承先烈勇於奮戰的精神，不但要結束悲哀的歷史，更要開創美麗雄偉的歷史。（2003.12.17/《自由時報》/政治新聞）

陳水扁則向選民強調自己的人格特質為不怕困難、永不放棄，……如果二次政黨輪替，將會是「新的電視機卻把舊的黑金映像管裝回來」。（2004.2.22/《自由時報》/頭版新聞）

今天是二二八，一個台灣人用血淚編織的歷史紀念日，同台發表政見的兩位候選人，在台灣民主過程中的歷史角色對比，恰恰凸顯三二〇選舉結果，對台灣的過去與未來所具有的特殊意義。（2004-02-29/《聯合報》/A11 版/呂秀蓮在政見會的重點內容）

蔡英文引述某報社論內容，指「另外一組人」是過了站還沒有下車，屬於上一個世紀的人。（2004-03-06/聯合報/A4 版/選聞專頁）

用二領域模式可將「過去」與「選擇連宋」兩領域的部分特性映射表示如下：



圖二

這樣的時間性隱喻在政治論述中常出現，比較有名的例子為 1996 年美國總統大選。當民主黨被提名者 Clinton 與共和黨被提名者 Dole 分別發表接受提名演說時，晚一個星期發表的 Clinton 在其講稿中不斷地借一週前 Dole 所用的「橋樑」的隱喻，來劃分對手是連向過去的橋樑，代表美國舊時代，而自己則是通往光明未來的橋樑。相較之下，Dole 似乎就缺乏了 Clinton 能提供的願景，而呈現出一種被動、如一灘死水的形象（Benoit，2001）。而從上所舉的例子可看出，民進黨團隊積極想把連宋定格在過去，清楚劃分他們存在的時間點，讓他們無法和未來做連結，因此，在時間軸線上，連宋屬於軸線的左端，亦即過去端。

另外，此時間性隱喻還跟「威權人物」的隱喻相唱和。在文本中，民進黨團隊多次用「復辟」兩字來詮釋連宋參選的動機，將連宋塑造成前朝人物、亂臣賊子，此外也引進歷史人物袁世凱與曹錕作為隱喻（前者民國初年當選第一任大總統後，試圖恢復帝制；後者為袁世凱手下，在袁恢復帝制失敗後，買票賄選國會議員以當選大總統），將袁與曹的特性部分映射到連宋身上：

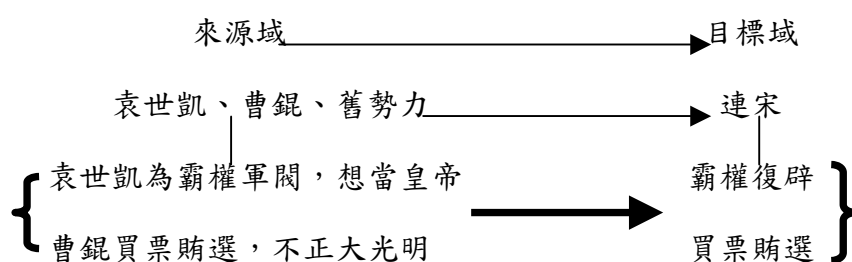
她（呂秀蓮）以歷史提醒國人，孫中山創建民國四年多，就有人懷念帝制，袁世凱自命為皇帝，但時代潮流是容不下這種事的。（2004.3.14/《自由時報》/政治新聞）

陳水扁總統昨天公開指控國民黨四年前在買票，四年後照常買，而且是透過黑道買票。他形容連戰行徑類似民國初年的「豬仔總統」曹錕。（2004.3.18/《自由時報》/頭版新聞）

陳水扁說，「三一三」活動就像袁世凱準備復辟一樣，選民一定要認清「三一三」的本質，不能選擇反民主的袁世凱。（2004-03-16/《聯合報》/A5版/選聞專頁）

她(呂秀蓮)說，舊勢力復辟會是台灣人民的不幸，台灣人民應該給陳總統連任的機會，讓「政黨輪替的功效能夠真正的實現」。（2003.12.13/《自由時報》/焦點新聞）

因此，用二領域模式可將「舊勢力」、「威權人物」與「連宋」的跨領域部分映射關係表達如下：



圖三

(二) 位置性隱喻 (orientational metaphors)

除了時間性隱喻，大量的位置性隱喻也在文本中出現。所謂位置性隱喻在此指的是與方向性 (directional) 有關的隱喻，包含上下左右前後內外等，Lakoff&Johnson (1980) 曾提到，位置性隱喻是人類用以經驗外在世界所發展出來的隱喻型態，而這些方向性與某些概念的關係存在文化之中，人不一定平常就意識得到。比方說「快樂」與「向上」總是被置放在一起來描述那種愉快到快飛上雲霄的經驗。而在台灣的政治論述中，最常見的位置性隱喻屬「內」與「外」最多。

所謂「內」，就包含了有「我群」(we-group) 的概念，位置上是離自我比較近的；而「外」則相反，扮演了不熟悉、無法親近、與「我群」衝突的概念。民進黨在此次選舉大量地運用「內」、「外」的隱喻，將連宋設定為「親中」、「外來政權」、「與中共及通緝犯一國」，也可進而衍伸為「與台灣不同路」，在情感上採取「排除」(exclusion) 的訴求：

台北縣長蘇貞昌昨天抨擊國民黨是「大陸人跑來台灣，成為全世界最有錢的黨，提名最有錢的黨主席參選總統」，他呼籲選民不能再讓這樣的黑金復辟，一定要支持阿扁的「相信台灣、堅持改革」。(2004.1.4/《自由時報》/焦點新聞)

陳總統表示，選舉至今，「有人甚至把競選總部設到上海」，難道是那一邊在選總統嗎？那一邊的國家主席也不是人民選的，為何有人在這一邊選總統，卻到上海設立競選總部？(2004.2.11/《自由時報》/政治新聞)

呂秀蓮則表示，來自中國的國民黨及連宋，對中國感情比台灣還要深...
(2004.3.3/《自由時報》/政治新聞)

他(李登輝)強調，台灣人不要當外來政權的「長工」，我們要建立本土政權，

終結外來政權的歷史，我們的子孫才有希望，台灣人也才能有尊嚴地站起來。

(2004.3.12/《自由時報》/焦點新聞)

他(陳水扁)批對手喜歡路跑、喜歡「跑路」，從中國大陸「跑路」到台灣，現在如果台灣又輸掉，他們也已經做好準備，要跑到美國去，跑到國外去。

(2004.3.12/《自由時報》/焦點新聞)

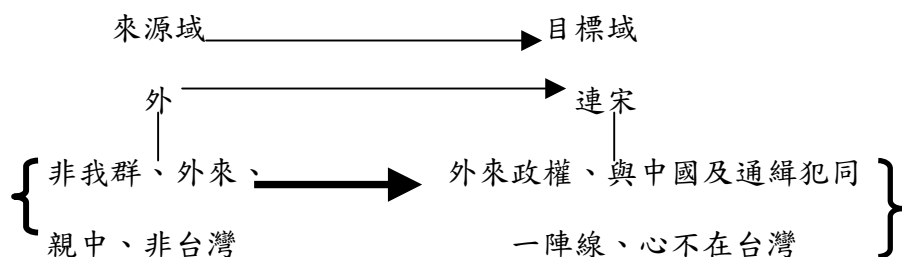
五十七年前的今天的二二八事件至少具有兩項重大意義：……第二、那是「外來政權」攻城掠地慣技。滿清入關，揚州屠城十日；中國國民黨接收台灣，血流遍地，朝代儘管不同，血腥殘暴如一。(2004-02-29/《聯合報》/A11 版/呂秀蓮在政見會的重點內容)

李登輝指出國民黨是外來政權，連宋主張多傾向中國，只有陳水扁真正愛台灣。

(2004-03-19/《聯合報》/A6 版/選聞專頁)

連先生，我真的非常遺憾，你考慮的是票要投給你，但不能投給台灣，好像你贏就好了，台灣輸了沒關係，不知道台灣若輸了，就什麼都沒了。(2004-02-22/《聯合報》/A5 版/總統大選辯論申論結論)

用二領域模式可將「外」與「連宋」的跨領域部分映射圖示如下：



圖四

透過「外來」的隱喻，配合陳水扁的發言，連宋被塑造成「台灣的敵人」，「連宋贏得選戰」的意象與「台灣輸」的意象有了相互連結。這個「外來」、「外人」的隱喻更受三層有比較性意味的「母與子」隱喻所強化。民進黨利用「母親與小孩」的說法，一意欲塑造連戰為「乖乖牌小孩」、怯懦，不敢違逆母親「中國大陸」的心意，此外，藉由候選人的電視政見發表會，將台灣與自己營造成「母與子」的關係，強烈對比連戰的形象，連戰似乎就變成了「別人家的小孩」；第三則將過去執政的國民黨描述為不負責任的母親，沒有盡到照顧「嗷嗷待哺」的孩子的責任：

陳水扁則向選民強調自己的人格特質為不怕困難、永不放棄，不像連戰只是「乖乖牌」……（2004.2.22/《自由時報》/頭版新聞）

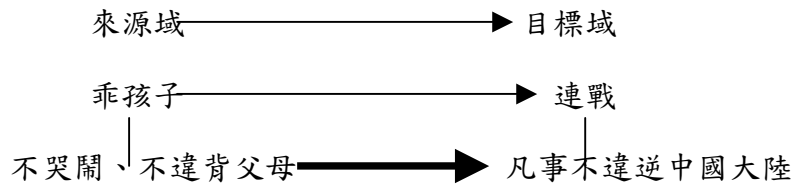
台灣，這個數百年來一再被異族蹂躪，被外來政權統治的美麗寶島，恰似百劫滄桑一紅顏，她依然屹立不搖，依然嫵媚驕傲。五十多年前被日本殖民的台灣人尋找虛幻的祖國而魂斷二二八，五十多年後，迎戰全球化的台灣人腳踏台灣土，頭頂台灣天，發現真正的祖國就在眼前。讓我們大家齊聲吶喊：祖國的名字叫台灣！（2004-02-29/《聯合報》/A11 版/選聞）

他（蘇貞昌）強調，……以前國民黨執政五十年，始終對政府層級及行政區劃法不用心，使縣市貧富差距大，許多縣市「嗷嗷待哺」、「堤防沒有、教室沒有、馬路也沒有」，現在選前不到一百天才「急就章」，顯然是「騙選票、沒誠意」。（2003.12.14/《自由時報》/焦點新聞）

所以這三層映射關係用二領域模式表示就會像下面圖示一般，其中值得注意

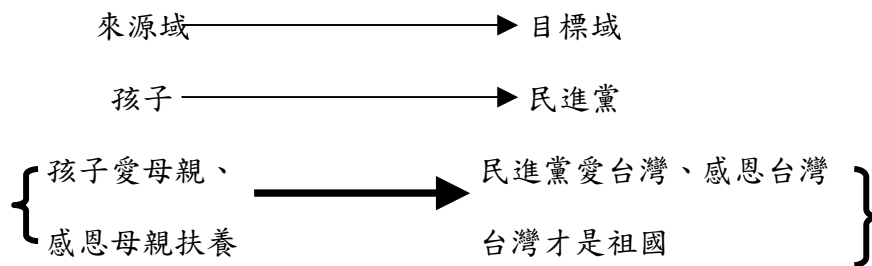
的是，第三層映射關係使用了矛盾性思考，亦即，若將國民黨當作母親，「她」應該會盡心盡力照顧自己的小孩，即台灣，但此母親卻沒有盡到身為母親的責任，這樣的落差與矛盾讓此隱喻更令人印象深刻：

第一層：



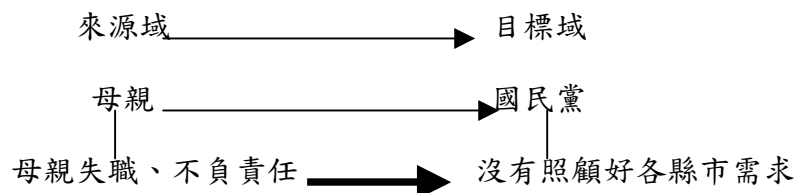
圖五

第二層：



圖六

第三層：



圖七

(三) 婚配的隱喻

除了塑造連宋整體形象為過時的、非我群之外，民進黨在選舉後期亦花了許多功夫形塑連宋搭檔的形象，順勢利用「合作」的意象，推出「怨偶」的隱喻，

使用「貌合神離」、「苟合」、「送作堆」、「各懷鬼胎」等語彙，指稱連宋表面上合作，但私底下不和、兩人合作定有內幕，欲引發大眾對兩人利益交換的聯想：

游錫堃強調，陳總統副手人選確定後，檯面上就有兩組人馬競逐二〇〇四年總統大選，陳呂搭檔是「團結一致的團隊」對抗連宋「貌合神離」團隊。(2003-12-12/《聯合報》/A4 版/要聞)

陳水扁同時批評連宋兩人如當選，三二〇以後一定不合。連宋兩人「相打電」 (電線走火之意)，大家會被電死。(2004-03-09/《聯合報》/A4 版/選聞專頁)

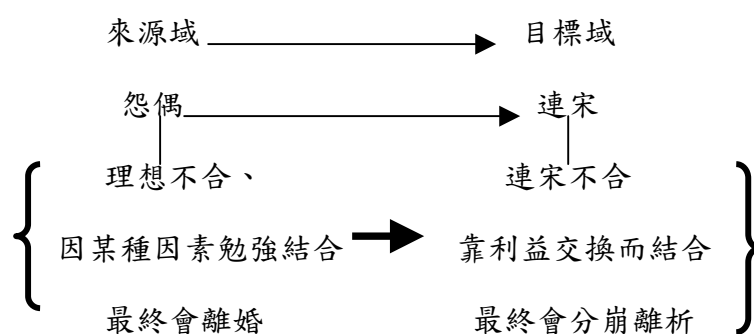
陳水扁說，大法官會議早已表明副總統不可兼任閣揆，但因連宋兩人「送作堆」時，已經有暗盤、有條件，連戰怕得罪宋楚瑜，不敢表示意見，宋楚瑜心裡想做，嘴裡也不會說不要。(2004-03-09/《聯合報》/A4 版/選聞專頁)

晚上到南投縣立體育場參加造勢大會時，陳水扁再批連宋合是一種苟合；現在是連宋合，三二〇就是連宋不合。(2004-03-12/《聯合報》/A6 版/選聞專頁)

如果連宋合得起來，為什麼現在兩黨不能成爲一個政黨？.....這也象徵代表連宋在很多理念和很多的想法南轅北轍，而且各懷鬼胎，這是非常危險的事情，也是大家非常擔心的事情。(2004.3.14/《自由時報》/焦點新聞/總統候選人電視政見發表會 陳水扁政見摘要)

陳水扁說，國親、連宋合，只是一時的苟合，沒有感情理念基礎，選前是連宋「合」，但選後阿扁保證，連宋一定「不合」。(2004.3.9/《自由時報》/政治新聞)

用二領域模式解釋則如下：



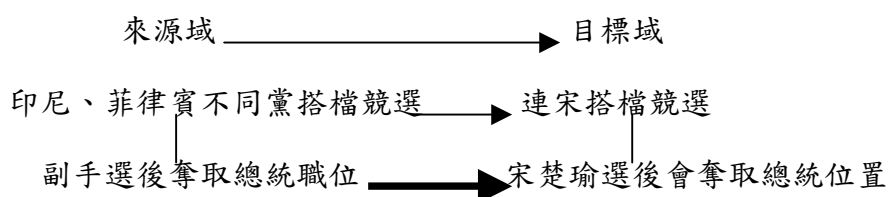
圖八

另外，陳水扁還在選前一週電視政見發表會將連宋比喻成菲律賓與印尼正副總統候選人，暗指兩人選後必定因政治利益衝突而互生嫌隙，副手進而奪權，取而代之，呼應前述連宋「貌合神離」、「各懷鬼胎」的隱喻：

因為總統候選人跟副總統候選人竟然不是同屬一個政黨，在菲律賓和在印尼已經發生過，這些殷鑑不遠，大家能夠不警惕嗎？今天由於副總統跟總統分屬不同政黨，所以菲律賓也好，印尼也好，現在都是由副總統取總統而代之，這個就是大家對於另外一組候選人，當前很多的國人同胞非常不放心的地方。

(2004.3.14/《自由時報》/焦點新聞/總統候選人電視政見發表會 陳水扁政見摘要)

亦即，陳水扁試圖將菲律賓、印尼的政治權謀映射到連宋搭檔競選上，加深連宋不僅是對怨偶，這怨偶中的副手還會像印、菲過去的副手一樣，謀奪元首位置：



圖九

而這樣的「奪權」結構性映射也與民進黨競選團隊其他人的發言一致，與「亂臣賊子」相關的詞彙，如「居心叵測」、「搶」、「奪權」被大量應用在團隊相關人士發言中：

吳乃仁並說，宋楚瑜在選舉公報中，把他在省長及總統選舉的得票數及得票率列為「學經歷」，真是史無前例，居心叵測，而且在連戰趴下去之前，宋楚瑜就已經跪下去了，在在可見宋積極搶攻選後與連戰的競爭籌碼，準備好所有的奪權動作。（2004-03-14/《聯合報》/A2 版/313 牽手公投）

（四）偷拐搶騙的隱喻（deceptive metaphor）

雖然「騙」、「搶」等看似是平常的用語，並非隱喻，但研究者在此處必須要指出的是，這些性質並非一開始就存在於候選人的個人形象中，而是藉由語言映射到其形象域裡去的，只是我們太習慣這層映射關係，並不認為它有何特別之處。但是這個映射亦展現了一開始在文獻探討中研究者所提到的「部分映射」的特質，因此被視為隱喻來探討。

所謂「部分映射的偷拐搶騙」指的是，賊有許多種類，如台灣早期的義賊廖添丁劫富濟貧，形象就偏向正面，而「騙」也有所謂善意的謊言，並不全是負面的形象。但在文本中，民進黨團隊利用「偷拐搶騙」的隱喻，僅利用其負面的特質，映射到連宋兩人身上，欲塑造連宋「強盜」、「騙子」的形象：

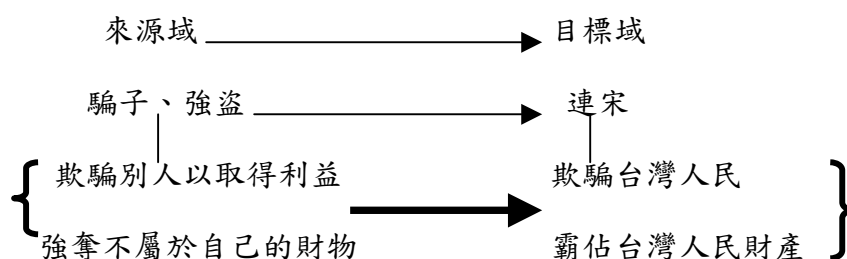
陳水扁指出，連戰說要為國民黨五十年道歉，「為哪一條錯誤道歉可否說清楚？」黨產都是霸佔的，連戰說要信託是騙自己、全國同胞，他質疑黨產是花在這次選舉上。（2003.12.14/《自由時報》/焦點新聞）

段宜康指出，連戰透過人頭設立的迎祿實業公司，購買自己名下有爭議的土

地，再賣給財團圖利，可說是五鬼搬運法、左手換右手，涉及脫產及申報不實等違反公職人員財產申報相關法令。(2004-01-14/《聯合報》/A4 版/要聞)

陳水扁演講時強調，台灣人「不可以被人騙不知」，對手要贏已經不擇手段，拚命開選舉支票。(2004-03-16/《聯合報》/A5 版/選聞專頁)

用二領域模式可表示如下：



圖十

這個騙子、強盜的隱喻另跟出現在選舉後期的「化妝師」、「演員」、「歌手」的隱喻相呼應，意指連宋兩人粉墨登場，所作所為皆為表演，並非真實，並嘲諷連宋於3月13日造勢晚會趴下親吻土地的動作純為演出，呂秀蓮並輔以「奧斯卡金像獎」的說法，凸顯連宋心口不一：

她（呂秀蓮）也批評連宋兩人昨天演出下跪、親吻土地的戲碼，演技精湛，簡直可以得奧斯卡金像獎。(2004.3.14/《自由時報》/政治新聞)

李登輝觀察，宋楚瑜野心很大，「很會賣人情」，對台灣民眾一般的習慣也很清楚，就像弔唁時「會哭、會啼、會磕頭、會下跪，表演起來真情流露」。(2004.3.14/《自由時報》/政治新聞)

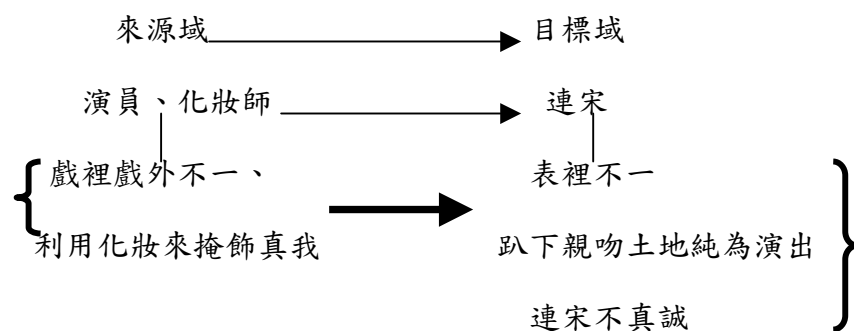
陳呂競選總部發言人吳乃仁表示，如果連宋認為「三個趴兩個跪」就能取信於民，未免把台灣選民看得太扁；選舉時，總有一方會有激情的表演，台灣選舉已經二、三十年歷史，選民已經習慣激情演出，而且通常是不看好的一方，才會採取激情演出的方式。（2004-03-14/《聯合報》/A2版/313牽手公投）

呂秀蓮在黑牢飽受母親喪亡，癌症復發與財產沒收等哀痛，而宋楚瑜先生則乘著權力的階梯官運亨通。在他主掌新聞局及國民黨文工會那幾年，他充當獨裁政權的化妝師，箝制言論自由，停刊查禁出版物不計其數，並且嚴格管制國際媒體資訊。（2004-02-29/《聯合報》/A11版/選聞/副總統候選人政見發表）

陳呂競選總部發言人陳其邁表示，外資看好台灣，從去年初就已持續加碼，才不是所謂看好連宋；連宋只會唱衰台灣，現在又往自己臉上貼金，臉皮比犀牛皮還厚。（2004-01-29/《聯合報》/A3版/焦點）

高雄市長謝長廷說，連宋趴地、跪地，他早預料有這一齣，但連宋兩人連跪、趴都不一致。（2004-03-14/《聯合報》/A2版/313牽手公投）

以二領域模式分析之，其映射關係如下：



圖十一

(五)「複製」的隱喻 (reduplicate metaphor)

此隱喻出現在競選早期，被民進黨團隊使用來刻畫連戰提出政策及議題的能力，指明連戰無法提出新的議題，所有的想法都是抄襲民進黨而來，另外，指明宋楚瑜缺乏獨立思考能力，言論與通緝犯一致，因此有「複製」含意的詞彙，如「鸚鵡」、「影印機」、「錄音機」、「下圍棋」等，被多次使用。另外，台灣宗教拿香拜神的意象也被使用來指出連戰沒有主見，只會跟在別人後面：

李應元表示，國民黨亦步亦趨的跟隨著民進黨的腳步，讓人覺得好笑，如民進黨說：Yes台灣，國民黨就跟著說：Yes Peace，現在連戰又跟著民進黨說一邊一國，但問題是學得不乾不脆，講起來「驚驚的」，說什麼一邊一國「也可以」。這段談話充分反應他的性格缺乏決斷力。(2003-12-21/《聯合報》/A4版/要聞)

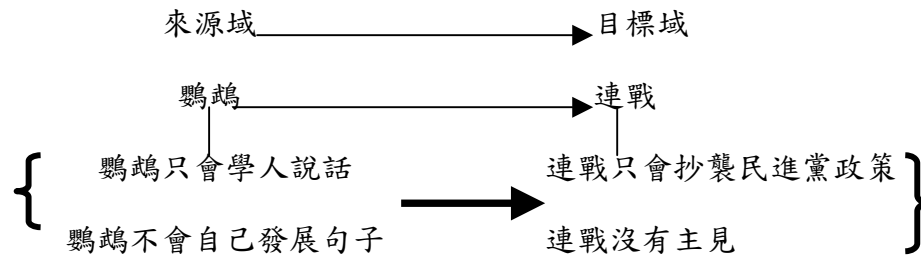
但如今國民黨主席連戰卻說一邊一國沒問題，「從過去的反對到如今跟著我走」，代表台灣與中國一邊一國是主流民意、歷史潮流，連戰不得不跟進。陳水扁諷刺地說，一個人要有自己的主張，明年三月台灣是要選國家領導人，不是選一隻「跟班鸚鵡」。(2003.12.22./《自由時報》/焦點新聞)

李登輝表示，李登輝學校希望藉由教育喚醒台灣人民的主體意識，人民當家作主已是主流民意，國親也了解這個道理，因此拿香跟著拜，高唱公投，說要修憲，甚至有人說「台獨也沒關係」，這就像是下圍棋，你走一步、我走一步，沒輸沒贏，這種伎倆或許有人看不懂，但「搞什麼鬼，我很清楚」。(2003.12.29/《自由時報》/焦點新聞)

針對宋楚瑜指「總統府是黑金中心」是引述陳由豪談話，陳呂競選總部發言人吳乃仁昨天指出，「一個只會引述通緝犯談話、沒有獨立思考能力的人，選民會選出這樣一個『錄音機』、『影印機』的副總統嗎？」(2004.2.13/《自由時報》)

/焦點新聞)

因此，不論是「鸚鵡」、「影印機」、「錄音機」、「下圍棋」或「祭拜」，都可以從以下的二領域模式看出相似的部分結構性映射：



圖十二

(六) 其他零星的隱喻

其他零星出現在民進黨團隊人物言語中的隱喻包括了「烏龜」(意指連戰縮頭縮尾、怯懦)、烏賊(意指連宋抹黑扁呂)、家暴的男人(指稱連戰歐妻)、大法官(指連宋評論公投宛如自己為大法官,實則僭越職權)、兒童(指連宋提出的政見亂七八糟,宛如兒童在嬉戲),以及隔空抓藥(意指連宋妄想贏超過百萬票、不切實際)。因非一再出現在選舉前中後期,因此並不多著墨處理,僅此列出。

四、各隱喻系統出現在文本中的次數

若對蒐集而來的引述進行內容分析,若有出現某隱喻系統,則給予編碼分數一分,若無,則給予○分,若同時有兩個以上隱喻,因主要想看出隱喻系統在文本中出現的次數,同一文本有兩則以上隱喻並不對計算次數造成妨礙,則都分配分數給個別隱喻。編碼員除研究者外,還有一位政治大學的碩士班研究生,兩者間編碼者信度為.90,符合信度標準。

以簡單的次數分配表來看各隱喻系統在文本中出現的次數,從下表中可看

出，在自由時報的引述中，時間性隱喻出現最多，佔次數分配上 31 次，百分比為 39.7%，其次為位置性隱喻與偷拐搶騙的隱喻，各佔 20 次（25.6%）與 18 次（23.1%），複製的隱喻最少，僅佔 3 次（3.8%）。

隱喻		時間性	位置性	婚配	偷拐搶騙	複製	其他
分佈							
出現在 本文 的 次數	自由 (N=78)	31	20	9	18	3	9
	聯合 (N=64)	21	11	10	13	2	5
佔總 文本 中的 比例	自由	39.7%	25.6%	11.5%	23.1%	3.8%	11.5%
	聯合	32.8%	17.8%	15.6%	20.3%	3.1%	7.8%

* 同一文本中可能同時有兩個以上的隱喻系統，在編碼時兩者皆登錄，故個別次數相加可能大於 N

表三

而在聯合報的引述中也以時間性隱喻最多，佔 21 次（32.8%），其次為偷拐搶騙的隱喻，佔 13 次（20.3%），以及位置性隱喻，佔 11 次（17.8%），最少的亦為複製的隱喻，僅佔 2 次（3.1%）。

兩報的引述文本均以時間性隱喻居多，位置性隱喻居次或第三位，可看出民進黨團隊在設定連宋形象時使用的發言，的確多朝向這兩個系統進行。

伍、結論

由以上分析，可看出 2004 年總統大選民進黨團隊在設定對手連宋形象時所使用的隱喻朝向五個固定系統：時間性隱喻（temporal metaphor）、位置性隱喻（orientational metaphor）、婚配的隱喻（marriage metaphor）、偷拐搶騙的隱喻（receptive metaphor）與複製的隱喻（reduplicate metaphor）。利用這五個隱喻系

統，連宋在選民心中的形象被刻畫成與當下和未來脫節的權威人物，並在我族與他群之分被清楚地劃分到他群的範疇，此外，加上不負責任母親形象產生的矛盾，在關係上和台灣民眾更產生疏離。至於婚配的隱喻則暗示兩人並非真情真意，連結到偷拐搶騙的隱喻，連宋則化身為騙子、強盜、演員、化妝師、歌手，在民眾面前粉墨登場，隱匿真我。複製的隱喻則被用來暗示連宋無法提出好政策的能力問題。

隱喻系統	隱喻概念
時間性隱喻	過時的
	舊威權人物
位置性隱喻	外人
	母與子
婚配的隱喻	怨偶
	印菲不同黨的正副總統
偷拐搶騙	騙子、強盜
	化妝師、演員、歌手
複製的隱喻	鸚鵡、影印機、錄音機、拿香跟著祭拜
其他隱喻：烏龜、烏賊、大法官、兒童、隔空抓藥	

表四

前述在文獻探討曾提及隱喻是具有框限性的，這是在觀看分析部分呈現的文本時，必須要銘記於心的。換個角度想，民進黨所使用的隱喻概念均含有沒有被強調（highlight）的部分，比方說，「舊」也可以擁有「流行的」、「舊美好時光」的含意；而「外」的概念雖代表了「不熟悉」、「非我群」，它也能被解讀為「帶來挑戰的」、「帶來革變的」。

一言以蔽之，從這些文本的分析可看出競選時，團隊如何運用隱喻的框限性促成某種方向的形象設定。

陸、未來研究方向

由於本研究僅止於文本分析，並不跨足隱喻效果的評估，在研究結果貢獻上是單向的。建議未來利用調查法進行選民認知調查，可進一步探測這些隱喻使用是否有效果。此外，還可對競選團隊進行深訪，描繪隱喻使用的決策過程。另，若要對 2004 總統大選雙方政黨策略運作有較全盤的了解，亦應對國民黨發言進行分析。

柒、參考文獻

中文部分

宋惠貞 (2001) :《政治文宣的隱喻：西元兩千年總統選舉的競選文宣》。國立中正大學語言學研究所碩士論文。

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市長選舉為例〉，《新聞學研究》，55: p.203-223。

姚惠忠 & 林志鴻 (1993) :《擊人之短：選舉文宣的攻擊戰術》。台北：書泉。

張玉佩 (2000) :〈當隱喻遇到認同：談隱喻在認同塑造的運作〉，《新聞學研究》，64: p.73-101。

鄧育仁 & 孫式文 (2000) :〈廣告理的圖象隱喻：從多空間模式分析〉，《新聞學研究》，62: p.35-71。

鄧育仁 & 孫式文 (2001) :〈隱喻框架：台灣政治新聞裡的路途隱喻〉，《新聞學研究》，67: p.87-112。

英文部分

Anderson, Karrin V.(2002). Hillary Rodham Clinton as “Madonna”: The role of metaphor and oxymoron in image restoration. *Women’s Studies in Communication*: 25(1), p.1-24.

Benoit, William L. (2001). Framing through temporal metaphor: The “bridges” of

- Bob Dole and Bill Clinton in their 1996 acceptance addresses. *Communication Studies*: 52(1), p.70-84.
- Boyd, Josh. (2003). A Quest for Cinergy: The war metaphor and the construction of identity. *Communication Studies*: 54(3), p.249
- Lakoff G. & Johnson M. (1980). *Metaphors We Live By*. U.S.A.: The University of Chicago Press.
- Mio, Jeffery S. (1996). Metaphor, Politics, and Persuasion. in *Metaphor: Implications and Applications*, p.127-146.
- Paris, Roland. (2002). Kosovo and the metaphor war. *Political Science Quarterly*: 117(3), p.423-450.
- Schlesinger, Mark & Lau, Richard R. (2000). The meaning and measure of policy metaphors. *The American Political Science Review*: 94(3), p.611-626.
- Sopory, Pradeep & Dillard, James P. (2000). The Persuasive Effects of Metaphor: A Meta-Analysis. *Human Communication Research*: 28(3), p.382-419.
- Thompson, Seth. (1996). Politics without Metaphors is Like a Fish without Water. in *Metaphor: Implications and Applications*, p.185-201.
- Weaver, Mark R. (1996). Paid Media. in *Campaign Craft: The Strategies, Tactics, and Art of Political Campaign Management*, p.201-216. U.S.A: Praeger.
- Wilson, John. (1990). Power to the People: Political Metaphors. in *Politically Speaking*, p.104-130. U.S.A.: Basil Blackwell.