

重返風芒縣： 國民黨選舉機器的成功與失敗

王金壽

美國北卡羅萊納大學社會學系

博士候選人

摘要

本研究透過同一地點但不同的兩次選舉（1993 年縣市長和 2000 年總統大選），來討論買票對於國民黨選舉機器的重要性。筆者將論證，買票對於國民黨的選舉機器而言，有如潤滑油對於引擎般重要。沒有買票，國民黨的選舉動員不僅無法透過買票的金錢效果達到動員選民的目的，更重要的是，國民黨地方的選舉機器根本無法有效運作。

筆者將重新檢討 1993 年國民黨選舉機器動員的過程。雖然，該次選舉被許多當事人認為是國民黨最成功的一次選舉動員，但筆者發現該次選舉中也出現了許多選舉動員問題。這些問題包括樁腳是相對稀少的資源、樁腳是否適任、派系主義、侍從網絡的重疊性、派系領導者和樁腳會吃錢、不易找到適當選舉動員操盤者、買票效果的有限性。在該次選舉中，高達 45% 的選民拿了買票錢，卻沒有

本文發表於 2002 年台灣政治學年會。嘉義：中正大學，12/14-15/2002。筆者要感謝評論者丁仁方教授、《台灣政治學刊》兩位評審、余榮耀、以及林志銘所給予的寶貴意見。最後，筆者要特別感謝《台灣政治學刊》執行編輯湯京平教授，他對本文的付出遠超過執行編輯所該負的責任。

©《台灣政治學刊》第八卷第一期，頁 99-146，2004 年 6 月出版。

投票給國民黨候選人。

在 2000 年的總統大選中，「表面」上（或書面）國民黨動員了許多樁腳，但因為在不買票的情況下，「名單」上的樁腳並不一定認為自己是樁腳，即使這些人認為自己是樁腳，也不知該向哪些特定選民拉票。同時，在沒買票的情況下，國民黨的輔選幹部也無法瞭解和監督樁腳是否確實動員。簡而言之，沒有買票，國民黨的樁腳根本不知道如何為其候選人動員。

關鍵詞：選舉、選舉動員、買票、選舉機器、樁腳、國民黨

動員就是佈置買票系統----1993 年國民黨輔選幹部

金錢就好像是派系骨架上的肉；沒有了金錢，派系只是沒有用的骨頭-----一位民進黨籍候選人（引自 Bosco 1994, 40-41）

壹、前言

兩千年總統大選中，讓人驚訝的是國民黨候選人連戰得到如此少的票，雖然連戰在選前的民調一直都不高，但是還是有多數選民認為連戰會勝選。一些學者或是國民黨的高階輔選幹部也有相同的看法，他們所持理由就是國民黨的基層組織（或是地方派系）將是一重要關鍵（Diamond 2001）。會有這樣的預期很容易理解，過去國民黨使用地方派系作為它威權統治的工具，而地方派系所形成的選舉機器也讓國民黨在民主化之後舉辦的選舉中保住政權，並維持多年。顯然的，國民黨的基層

組織和選舉機器在 2000 年大選中並沒有發揮被期待的功能，本文最基本的目的在於瞭解該次選舉國民黨的基層組織如何動員以及為何失敗。

要瞭解國民黨的基層組織為何在二千年總統大選動員失敗之前，必須先瞭解它過去是如何成功的動員。關於國民黨地方派系和選舉機器動員成功的結果，現有學術已經有相當豐富的研究成果，但對於它的動員過程，不管成功或失敗，我們對此所知不多。

本研究透過同一地點但不同的兩次選舉觀察(1993 年縣市長和 2000 年總統大選)，來討論買票對於國民黨選舉機器的重要性。本文有兩個基本論點：第一、國民黨要建立一個成功的選舉機器相當困難，必須動員相當大的人力、物力才有可能成功。即使如此，一個成功的國民黨選舉機器或許能讓國民黨的候選人贏得選舉，但它的動員效率並沒有一般想像的高。其次，筆者將論證，買票對於國民黨的選舉機器而言，有如潤滑油對於引擎般重要。沒有買票，國民黨的選舉動員不僅無法透過買票的金錢效果達到動員選民的目的，更重要的是，國民黨地方上的選舉機器根本無法有效運作。

本文另一個研究企圖，是要解釋國民黨在 2000 年大選失敗一個較被忽略的因素：選舉動員過程。一些重要的因素已有研究者深入的探討，例如國民黨的分裂、興票案、候選人的特質、國民黨黑金政治的包袱、李遠哲效應等（詳細討論見 Diamond 2001; Niou and Paolina 2001; Solinger 2001）。筆者沒有意圖去論證選舉動員過程可以更改或決定兩千年選舉結

果。作者要強調的是，如果沒有加入選舉動員過程的討論，我們將無法理解為何只有少數人預測陳水扁能夠贏得選舉，以及為何如此多人選前仍看好連戰，但他卻獲得如此少的票。¹

本研究將描述兩次國民黨的選舉動員過程，包括樁腳組織分析及樁腳會議過程。首先，筆者將重新檢討 1993 年國民黨選舉機器動員的過程。雖然，該次選舉被許多當事者認為是國民黨最成功的一次選舉動員，但筆者發現該次選舉也出現許多選舉動員問題。這些問題包括樁腳是相對稀少的資源、樁腳是否適任、派系主義、侍從網絡的重疊性、派系領導者和樁腳會吃錢、不易找到適當選舉動員操盤者、買票效果的有限性。在該次選舉中，高達 45% 的選民拿了買票錢，但並沒投票給國民黨候選人。

在 2000 年的總統大選中，「表面」上（或書面）國民黨動員了許多樁腳。但是，在不買票的情況下，「名單」上的樁腳並不一定認為自己是樁腳，即使這些人認為自己是樁腳，也不知該向哪些特定選民拉票。同時，在沒買票的情況下，國民黨的輔選幹部也無法瞭解和監督樁腳是否確實動員。簡而言之，沒有買票，國民黨的樁腳根本不知道如何為其候選人動員。

¹ Larry Diamond (2001, 65) 用選舉地震來形容此次選舉。他接觸一些臺灣的政治學者和國民黨高層輔選幹部，很少人可以預測這選舉結果。一位國民黨高層輔選幹部說：「我們相當驚訝我們輸了這麼多。我們不敢相信」。筆者在風芒縣選舉觀察時，國民黨和民進黨的基層輔選幹部都沒有預測到連戰得票率會如此低。相對於事前的樂觀評估，國民黨的基層輔選幹部後將失敗責任歸於「產品」（連戰個人特質）而不是「行銷者」（選舉機器）（受訪者 I34；I35；I39）。

貳、選舉動員

相對於台灣選民投票行為研究的豐碩成果，臺灣的選舉動員研究顯然是嚴重不足（游盈隆 1993）。² 但是，臺灣選舉中的參選者和助選者，則是有相當不同的看法，選舉動員是實際競選中最重要的工作之一。

關於選舉動員研究一個最根本的問題，就是選舉動員到底會不會影響選舉結果（Gerber and Green 1999; Stevenson and Vavreck 2000）。如果選舉動員對選舉結果只有很小或是沒有任何影響的話，選舉參與者不應該將時間和資源放在選舉動員上。學界和實際參與政治者對此有相當不同的看法。實際參與者強調選舉動員的重要性，但是學界對此意見相當保留（Stevenson and Vavreck 2000, 219）。Gelman and King（1993）嘗試回答一個表面上看起來相當矛盾的難題：為何在美國總統選舉中，隨著選舉過程的展開，候選人的民調會有高低起伏的變化（也就是受競選活動的影響），但是同時總統選舉結果又是相當的可以預測（也就是競選活動不會影響選舉結果）。他們的解釋是選舉競選活動增加了選民可以獲得相關資訊的機會和管道，它幫助選民瞭解一些基本議題（如經濟議題）也同時讓選民得知候選人對於這些重要議題的立場。因此，只要當各候選人都花費一定的時間和資源在選舉動員使得選民獲得足夠的資訊，競選活動並不會影響選舉結果。如果一候選人花費相當時間和資源在選舉動員使得選民獲得足夠的資訊，而另一候選人沒有時，則競選活動將會影響選舉結果。

² 劉義周 1992; 陳陸輝 1994; 包正豪 1997 的研究是少數的例外。

一些對於第三波民主化國家和日本 (Cox, Rosenbluth, and Thies 1998) 選舉動員的研究, 不強調選舉動員在傳遞資訊上的重要性。相反的, 他們強調政黨在地方上或候選人個人組織的重要性。Barry Ames (1994) 指出地方政黨組織仍在巴西總統選舉中扮演相當重要的角色。和國民黨命運相當接近的是墨西哥的人民行動黨 (PRI)。Wayne A. Cornelius (2004) 指出 PRI 在 2000 年總統選舉中, 無法像過去透過買票和暴力有效的動員選民, 是其選舉失敗的主要因素之一。

選舉動員研究至今尚無法克服的一個難題, 是無法找到一個直接測量選舉動員的指標 (Cox, Rosenbluth, and Thies 1998, 454)。學者經常只能以競選經費來作為測量選舉動員的間接指標。對於一些有嚴格管制和查核選舉競選經費制度的國家, 以競選經費來作為選舉動員指標其所導致的問題並不嚴重。但在缺乏嚴格管制和查核選舉競選經費制度的國家, 這顯然是學術研究上一大挑戰。Cox 等人 (Cox, Rosenbluth, and Thies 1998; Cox and Thies 2000) 對於日本選舉動員的研究顯得相當特別。雖然一般相信日本候選人低報他們的競選經費, Cox 等人還是以候選人向官方申報的競選經費作為研究資料。他們認為即使這些申報競選經費資料經常是候選人捏造出來, 從這些資料所得出的模式, 不太可能是候選人特別捏照出來以吻合政治學者的理論 (Cox and Thies 2000, 45)。

如果我們要以 Cox 等人的方式來研究臺灣的選舉動員, 顯然研究者對臺灣政治現實有相當的誤解。在 1998 年第四屆立法委員選舉, 397 位在期限內向中選會申報競選經費的候選人中, 有高達 43 位候選人其申報支出總額和選委會公告競選經

費最高限額相同，而有 173 位其申報收入總額和支出總額完全相同，而只有 2 位其競選申報支出總額超出選委會公告競選經費最高限額。而許多立委候選人也承認自己實際競選支出遠高於申報數目（鄭維宏 2001，第五章）。簡而言之，幾乎所有候選人都在作假帳。

筆者找不到任何理由相信陳水扁、宋楚瑜、連戰比起其他臺灣政治人物更誠實，因此在研究方法上，我們放棄以競選經費作為選舉動員的指標。除了競選經費資料的不可靠之外，有另一因素使我們放棄以競選經費作為選舉動員的指標：以競選經費作為選舉動員的指標，預設了選舉動員過程基本上是量的不同，而不是質的不同。在我們還未對選舉動員過程中本質上的差異作進一步瞭解時，即進入量化的討論，顯然是相當冒險。

在理論的位階上，本文採取較為保守的立場。此有兩個理由：一是台灣現有關於選舉動員研究成果和理論實在過少，無法在現有基礎上作進一步理論的建構；二是即使我們有相當好的理論建構，但是卻無法有效的收集到適當資料，那麼這個理論對我們理解現實可能相當有限。³ 因此，筆者採取的方式是「描述性的因果推論」（descriptive inference）。雖然 King 等（1994，75）認為描述性的因果分析經常是不完整和無法使人滿意的，但是他們也一再強調，對於重要事件的好的描述還是勝過壞的解釋。

³ 就筆者所知，台灣學者對於台灣選舉動員作最完整的理論建構，應該屬於游盈隆 1993，只是相當可惜的，其後來所收集資料和研究成果（游盈隆 1995），與原先完整理論架構有不小的落差。

本文資料來自於參與觀察（時間為 1993 年長達兩個月及 2000 年為期三週）及選舉後對國民黨和民進黨輔選幹部的深度訪談，包括鄉鎮操盤者、投票所負責人及國民黨黨工。較好的個案比較基礎應該是 1996 年和 2000 年總統大選。筆者無法進行此比較研究是因有現實上的困難。⁴ 但是即使我們使用 1996 年選舉作為和 2000 年選舉比較的個案，我們還是無法克服因果推論不確定性的問題。⁵ 2000 年有李遠哲效應、1996 年有國大選舉、兩次選舉候選人的不同等這些因素，都是我們無法克服的難題，即使將 1996 年和 2000 年選舉作為比較個案，我們還是無法排除這些特定事件的影響。

參、1993 年縣長選舉

一、佈樁：買票機器的建立與運作⁶

1993 年風芒縣縣長選舉，國民黨在投票前三個月由民眾服務社召開黨內基層幹部工作研討會，黨部利用此機會介紹候選人給黨員認識，並宣傳其政見。投票前二個月由民眾服務社主導召開後援會籌備會，在會中經由討論推選出後援會會長、副

⁴ 筆者在 1996 年總統大選時正在服役。而 2000 年的選舉觀察雖然只有三週，過去的參與觀察經驗及所建立的社會關係多少彌補無法進行更長時間的觀察的缺失。在另一方面，這三週的選舉觀察已包括了最重要的樁腳會議和按戶拜票。

⁵ 關於這問題的討論見 King, Keohane, and Verba 1994, Chapter 3。簡而言之，在社會科學研究中，無論研究設計如何完美都無法完全克服這難題（1994, 79）。

⁶ 筆者在這描述 1993 年選舉動員過程只為了後面的討論。關於該次選舉動員的詳細過程請見王金壽 1997。

會長，其中副會長依三個部落選出。至此民眾服務社對選舉動員的主導權告一個段落，但是關於後來民眾服務社所扮演角色，民眾服務社與後援會幹部看法有相當大的差異性。後援會幹部認為民眾服務社應該主動積極參與各項活動，但民眾服務社主任認為整個選舉動員以後援會為主、民眾服務社為輔。即使如此，民眾服務社仍然無法有效配合後援會的活動（受訪者 I2；I6），就選舉動員而言，黨機器已經喪失其主導的力量。⁷

但是地方政治勢力的動員網路替補了黨機器在選舉動員的功能，國民黨或是地方政治勢力的選舉動員相對於民進黨有兩個特色：一是由上往下的動員；二是組織化。

（一）由上往下的動員

就該次選舉而言，在 C20 鄉成立國民黨候選人的競選後援會，後援會組織架構如下：

**一名會長、七名副會長、十二名顧問、兩名執行幹部 →
一百二十五名投票所輔選正、副負責人 → 五百二十二名
基層樁腳**

國民黨籍候選人成立後援會的目的，在於候選人和當地幾乎沒有任何關聯或是社會關係，因此得用後援會去吸收支持者，同時利用後援會成立的機會予以造勢。後援會的會長、副

⁷ 這不僅在 C20 鄉如此，某國民黨高級黨工告知筆者：競選總部的大老與動員部負責人眼中只有地方派系。另一名黨工告知筆者：民眾服務社或是黨部在選戰中最重要的角色是動員社會團體。另有兩名不同鄉鎮的地方派系人士，亦對該鄉民眾服務社作了幾乎相同的評價（受訪者 I8；I14）。

會長經由討論推選而出，該鄉一些重要、有聲望人士但未被選為副會長者，由會長聘為顧問。

因為大規模選舉（縣長、立委、國代、省議員）候選人除非是當地人，否則多半缺乏小規模選舉（鄉鎮長、農漁會、縣議員、鄉民代表、村長）可應用的社會關係與地緣關係，因此更顯示出大樁腳（正、副負責人）的重要性。正負責人是由後援會策略執行幹部分別與各部落副會長討論挑選而出，副負責人再由正負責人挑選（受訪者 I1）。二十六名正負責人中，有二十五名與後援會重要成員（會長、副會長、執行幹部）有各種程度不同的社會關係。

最基層的樁腳，由後援會聘為會員，樁腳負責直接和選民接觸的各項工作，主要由正、副負責人挑選，但會經過後援會幹部的篩選和補充（受訪者 I1；會議記錄 03；會議記錄 06）。

（二）組織化與買票

樁腳的作用與重要性，不止於送錢買票，買票只是動員過程的倒數第二道手續，最後一道手續是投票當天的催票。樁腳的重要性在於拜訪選民、拉票與回報選民反應，以及透過動員樁腳與選民之間的社會關係，使得動員選民及買票的效果達到最大。這包括選民有幾人在家、出外的人是否回來投票、是否會投給樁腳所推薦的候選人（俗稱會“入”與否）。如果該名選民不接受某名樁腳的推薦時，後援會幹部或是大樁腳就得另尋和該名選民有更密切社會關係的樁腳去說服選民。就選舉動員而言，樁腳與其所負責的選民甚少只有單純買票關係；更重

要的反而是樁腳與選民之間的社會關係的動員。從後援會經過大樁腳、基層樁腳到選民，是一次又一次的社會關係動員。

由於過去的選舉經驗，輔選幹部在找樁腳時，樁腳就有心理準備要幫忙買票（受訪者 I1；I5；I6；I7），大部分投票所全部的樁腳均參與買票（受訪者 I6；I7）。至於沒有全部樁腳參與買票是因為有些樁腳被有更密切社會關係的人拉走了（受訪者 I5）、或是有些經過篩選只選擇較可靠的樁腳從事買票作業（受訪者 I1）。一般買票作業過程如下：

樁腳列出自己能掌握的選民名單 → 送回正、副負責人或是後援會比對核定 → 再把名單送回基層樁腳手上

但是這樣的處理作業方式有兩個缺點：（一）樁腳並不一定對他所列名單上的選民有那麼大的影響力，如果後援會幹部或是大樁腳要刪掉名單中的一些人，可能會引起基層樁腳的無法接受與不滿；（二）名單可能重複，要比對核定也要花費相當的人力與物力。更進步的作法是，把該區樁腳全部找來，然後一戶一戶討論由那個樁腳負責。原則上，樁腳以負責住在其附近住戶的選民為原則，除非附近找不到適當的樁腳（受訪者 I1）。在這樣的分配過程中，每個樁腳與其負責的選民必然早就存在某種社會關係（親戚、朋友、鄰居），而且是與該選民最有親密社會關係的樁腳，被分配到負責動員該選民。這樣的作法，不僅保障了賄選的安全性，更重要的是透過樁腳與該選民親密的社會關係，使得樁腳動員選民的效果達到最大。

在 C20 鄉整個買票發放作業的對象分成二部份：（1）黃復

興黨員及其家人部份；⁸（2）一般民眾。黃復興黨員及其家人部份由黨工列出名單，交給後援會執行幹部刪掉出外者，然後把錢交由黨工自行發放。其餘部份，完全由基層樁腳發放（受訪者 I1）。如果黨部在選戰動員中有任何作用的話，那就是動員這些「鐵票」。後援會策略執行幹部如此評論：「民眾服務社主任是外地人，大概只跟“老芋仔”較有關係」（受訪者 I1）。關於各村或投票所的正、副負責人、基層樁腳人數，請參考表一。若假設每個樁腳均參與買票作業，每個村或投票所買票總人數除以樁腳數（大樁腳加基層樁腳），便得到平均一個樁腳所負責的人數。在一個公民數只有二萬一千人的農業鄉，共有 647 個樁腳，就其實際買票數目而言，平均一個樁腳只負責 20.6 人。就單一村或投票所而言，平均一個樁腳所負責的人數最低的只有 11.9 人，最高的不過是 31.1 人。不過我們不可把此結果類推於其他大規模選舉，因為雖然這是一項大規模選舉，但是後援會的執行幹部是以「小規模選舉動員方式」來從事這一項大規模選舉動員（受訪者 I1；I2）。以前後兩屆同一項選舉而言，V6 投票所上一屆只有十幾個樁腳，這一屆是 25 個樁腳；V6、V7 在上一屆樁腳一共約為 60 人，這一屆共有 116 個樁腳（受訪者 I5；I7）。我們或許可以做一個暫時性的論點：這個從大規模選舉中調查得到的數字與結果，是較接近一般小規模選舉的情況。⁹

⁸ 黃復興黨部的票源，一般而言較少買票，只有工作費（受訪者 I10）。而在黃復興黨部票數較少的鄉鎮即交由後援會處理，黃復興黨部不插手（受訪者 I8；I10）。

⁹ 並不是所有的選舉樁腳動員均如上面描述一般的積極與確實，另一種極端的例子俗稱「桌面作業」：不開樁腳會議、樁腳不用拜訪選民及回報選民反

表一：C20 鄉樁腳買票作業分配表

投票所	正負責人	副負責人	一般樁腳	總計	買票數	平均(人)
V1	2	8	39	49	1,193	24.3
V2	1	4	20	25	421	16.8
V3	2	9	37	48	720	15.0
V4	2	3	27	32	506	15.8
V5	2	5	35	42	1,063	25.3
V6	3	10	45	58	1,226	21.1
V7	3	6	49	58	766	13.2
V8	1	6	38	45	1,200	26.7
V9	1	8	28	37	850	23.0
V10/V11	2	7	36	45	1,400	31.1
V12	1	5	20	26	520	20.0
V13	1	4	30	35	670	19.1
V14/V15	2	13	65	80	1,650	20.6
V16	1	5	9	15	350	23.3
V17	1	2	39	42	500	11.9
V18	1	4	5*	10	300	30.0
總計	26	99	522	647	13,335	20.6

說明：V6、V7為同一個村。V10/V11、V14/V15表示同一村內有兩個投票所。每個投票所的買票數不包括黃復興黨部的鐵票。

*V18的一般樁腳數缺書面資料，此數字由訪問受訪者I11而得。其餘資料來源為C20鄉國民黨候選人後援會內部書面資料。

應。也就是樁腳除了負責送出買票的錢之外，其餘的工作均不做。這種桌面作業方式在越都市化地區越容易產生。筆者曾訪問在都市地區的某名樁腳，其替某市議員候選人當樁腳。只列出二十人的名單，沒有參加樁腳會議，不用拜訪選民及回報選民反應，只須投票前送出買票的錢，事後獲得報酬三千元（受訪者 I9）。這種桌面作業動員方式，某種程度而言，樁腳已經喪失其在選舉動員中最重要的功能（受訪者 I14）。

我們以 V16 投票所的基層樁腳 I20 為例，來說明樁腳與選民的關係。I20 除了自己家裡之外，在該投票所一共負責十戶選民的買票作業。買票對象依社會關係可分為四類：(1) 朋友關係：該名選民同時幫忙 I20 發送其另外三個兄弟之戶的買票錢；(2) 兄弟關係：樁腳與該名選民是堂兄弟關係，該名選民同時幫樁腳發送其弟弟與女兒兩戶的買票錢；(3) 叔侄關係：該名選民同時幫樁腳發送其鄰居的買票錢；(4) 鄰居關係：只有一戶。樁腳與選民之間存在著各種不同的社會關係，靠著各種不同程度的社會關係，不僅達到選舉動員的目的，同時也確保買票作業的隱密性與安全性。

雖然如此密集的樁腳組織有如此多優點，但在事先的樁腳動員得付出相當大的人力、物力。一般情形而言，在大規模的選舉中，基於人力物力與時效問題，不易見到如此嚴謹密集的樁腳作業。¹⁰

二、國民黨選舉機器動員的難題

在 1993 年選舉時，國民黨靠著選舉機器動員的成功，擊敗了當時尋求連任的民進黨籍縣長，該次選舉動員被當地政界人士譽為世紀之爭。即使在數年之後，一些當地政治人物，包括民進黨籍人士，對於國民黨的動員成功還是驚嘆不已。

即使在如此成功的例子，我們還是可以發現國民黨選舉機器必須面對的難題，筆者在先前的論文中並沒有詳細探討這些

¹⁰ 但是在該次選舉，由於面對民進黨強勁候選人，許多鄉鎮均使用小規模選舉動員方式，來從事該次大規模選舉動員。

難題。兩個理由阻礙了筆者對這方面的思考，一是現實上的因素，另一則為理論上的因素。就現實而言，國民黨的長期執政，特別是在民主化之後的選舉成功，讓筆者只思考國民黨選舉機器動員成功之處。就理論而言，筆者的研究在侍從主義理論下發展，然而侍從主義理論幾乎只專注於資源分配，認定侍從對於恩主的政治支持視為理所當然，大部分研究將侍從視為恩主的“被監禁的選票”（captive votes）（Ames 1994, 96; Coppedge 1993, 262-63; Graziano 1977, 370; Guterbock 1980, 10; Mouzelis 1985, 337; Rouquie 1978, 24-25）。因此對於侍從主義的選舉動員的討論就幾乎完全被忽略了。¹¹

一些關於台灣買票的研究多少都受到侍從主義這種看法的影響，即使這些著作並沒有提供足夠的證據，他們仍然宣稱，選民只有在會投票給某一名候選人的情況下，才會接受該名候選人買票的錢（Crissman 1981, 111; Jacobs 1980, 148; Liu 1999, 199）。1993年風芒縣選舉的例子所顯現的經驗和這些過去的研究相差甚遠。即使在動員史無前例的政治、經濟和人力資源，在國民黨選舉機器成功動員的情況下，國民黨的買票回收率只有 54.6%（見表二）。也就是將近一半的選民拿了國民黨候選人的錢，並沒有將票投給國民黨候選人。¹²

¹¹ 請見 Wang 2001 進一步討論。

¹² 這只是一個參考數字。有一些選民可能沒拿到錢，但還是投給國民黨候選人，另外有些選民的錢被樁腳吃掉。不過，依 C20 鄉的動員過程而言，這兩個情形都不嚴重（受訪者 I1）。學界關於買票回收率一直沒有定見。上面所提及較接近民族誌的研究認定選民一定會投給向他們買票的候選人。而以問卷方式所得之研究成果則有相當不同的看法。何金銘（1995）針對 1992 年立委選舉的研究指出，只有 10.3% 受訪者投票給向他們買票的候選人。不過即使像何金銘經過詳細設計的問卷研究，還是無法完全解決敏感性問題。在

表二：買票有效率表

投票所	買票數	國民黨候選人 得票數	買票有效率 (%)
V1	1,261	640	50.8
V2	576	455	79.0
V3	754	409	54.2
V4	507	287	56.6
V5	1,077	659	61.2
V6	1,286	676	52.6
V7	826	437	52.9
V8	1,217	611	50.2
V9	881	537	61.0
V10	685	343	50.1
V11	785	383	48.8
V12	522	193	37.0
V13	804	384	47.8
V14/V15	1,675	1,006	60.1
V16	380	216	56.8
V17	519	291	56.1
V18	335	164	49.0
Total	14,090	7,691	54.6

說明：表一和表二中在1993年選舉買票數的不同在於，一部份黃復興黨員買票的錢是經由黃復興黨部負責而不是地方後援會。

1993 年的個案，除了顯示出買票並沒有如過去研究所言如此有效之外，也凸顯出國民黨選舉機器動員所必須面對之難題。

此 1263 份有效問卷，竟然可以得出四種不同的買票數字（表七 562、表十五 720、表十八 660、表二十三 641）。

（一）樁腳數目的有限性

國民黨候選人若要全面買票（除了民進黨的鐵票之外），必須建立一龐大的樁腳組織。如此龐大的樁腳數目有下列幾個優點：（一）基本票數的保障：樁腳及其家人與至親的票數，是候選人的保障票數，樁腳人數越多，基本票數亦越多；（二）票源掌握更準確：每個樁腳負責的人數相當有限，可以更清楚掌握每個選民的反應。同時降低把買票的錢拿給不可能投給該名候選人的選民的機率，使買票作用達到最大；（三）降低被樁腳吃錢或其他的風險（見下面討論）。眾多的樁腳，降低了每一個樁腳所負責的人數，同時也降低被樁腳吃錢的風險；（四）降低買票被抓的風險：大部分的樁腳或後援會幹部認為買票之所以不怕被抓，主要有兩個理由：（1）政府不會抓；（2）所有的候選人幾乎都有買票（受訪者 I1；I7）。上面這兩個理由不足以解釋何以一般選民不會檢舉買票，一般選民之所以不會檢舉或願意接受樁腳的買票，是因為向他們買票的樁腳和選民有某種程度的社會關係（親戚、朋友、鄰居）。檢舉買票代表檢舉者與樁腳之間社會關係的絕裂。當每一個樁腳只負責近親或是社會關係密切者，就同時替買票建立了穩固的防護網。

雖然一個龐大的樁腳組織有如此多的優點，但建立如此龐大的組織卻相當困難。首先要面臨的問題就是如何去尋找夠多的樁腳，這問題在沒有派系的鄉鎮特別嚴重，因為派系內部本身就有一群固定的樁腳。

每個地方願意當樁腳的人數是有限的，並不是每一個人都對選舉或是政治有興趣。因此當有很多候選人時，樁腳變成眾

多候選人搶奪的重要資源（受訪者 I5；I7）。因此當選戰越激烈時，就必須越早確定樁腳名單，否則可能因為樁腳被其他人抓走而找不到樁腳（受訪者 I5；I7）。一名受訪者即表示，在 1994 年選舉時，C20 鄉出身的縣議員與鄉長候選人，不分黨派全部共八人均來找過他，請他幫忙（受訪者 I5）。

（二）樁腳的能力不足

如何選擇基層樁腳，雖然各大樁腳有自己的標準，但基本上有下列幾個標準：（一）能力問題：（1）聲望與人脈：樁腳是否有較好的社會地位或聲望，是影響到選民是否接受樁腳意見的重要關鍵；（2）衝勁（積極與否）：樁腳的重要作用不止於買票而已，更重要的是平時的拜訪選民與拉票以及回報選民的反應（受訪者 I1）。這些都得靠樁腳的積極參與才能完成。因此，年齡因素亦是挑選樁腳的考量之一，年輕者會被優先考慮（受訪者 I1；會議記錄 06）。（二）是否能配合：如果一個樁腳無法配合後援會各項活動，即使樁腳本身有各項優點，也是無法發揮其作用。因此同屬一個動員系統（例如：農、漁會系統）會被優先考慮（受訪者 I6）；（三）政黨因素：雖然有大樁腳提及選擇樁腳應以「才幹」為主、「不拘黨派」（會議記錄 06）。但在越來越多雖是國民黨員卻支持民進黨的情況下，政黨的忠誠度對許多大樁腳而言，是挑選基層樁腳最優先的考量（受訪者 I7；會議記錄 06）。

但是即使 C20 鄉輔選幹部如此用心篩選樁腳，仍然有一些樁腳並沒有盡心替國民黨候選人動員，例如沒有拜訪選民、回報選民反應。更嚴重的是，沒把買票的錢在投票前一天送至

選民手中。

（三）派系衝突

雖然在有派系的鄉鎮較容易動員足夠的樁腳，但是在這些鄉鎮必須面臨另一個動員難題：派系衝突。派系主義經常是在侍從主義體系中可以觀察得到的現象（Scott 1977），派系主義所帶來嚴重後果之一就是政黨內部的分裂（Warner 1997, 540-41）。

敵對地方派系根本無法在樁腳動員與買票作業上合作（受訪者 I8；I10；I14）。各鄉鎮內的敵對派系，由於其平時地方選舉的衝突根本無法促成其在選舉期間合作，尤其是牽涉到彼此實力消長的重要關鍵因素：樁腳動員與買票作業。在一些鄉鎮，即可能因為敵對派系支持某一政黨候選人，而促成該派系支持另一政黨候選人（受訪者 I10）。所謂的「地方派系整合」並不是促成兩敵對派系在樁腳動員與買票作業完全合作，而是要讓兩敵對派系支持同一位候選人。因此，面對一個存在地方派系的鄉鎮，即使必須花費更多人力、時間與金錢在派系整合上，使用兩個或兩個以上動員系統是唯一的選擇。

（四）派系網路和樁腳網路的重疊性

最有效分配買票責任區的方式是每一選民將被單一樁腳動員和買票，但現實的運作並不是如此，因為買票動員網路在派系層次和樁腳層次經常會重疊，因此會增加買票成本。

即使在一些派系競爭非常激烈的鄉鎮，還是會有一些中間

選民。由於這兩敵對派系在動員過程中並沒有互動協調，更沒有互相確認買票名單，因此這些中間選民經常會同時被兩敵對派系動員，也就是一部分選民會拿到來自敵對派系替同一國民黨候選人買票的錢。例如在選民數只有一萬八千多人的鄉鎮 C5，A 派負責買 14,000 票，B 派買 6000 票。也就是在該鄉有不少選民，同時拿到由 A 派與 B 派所發出買票的錢。而在沒有派系的鄉鎮，樁腳網路也會重疊，因此動員負責人必須花更多的時間介入協調買票名單分配過程。

（五）吃錢

樁腳或派系吃錢是一相當常見的現象。即使在 C20 鄉因為是在鄉下靠著傳統社會關係，仍然有極少數的樁腳吃錢（受訪者 I1；I5；I7）。另一個風險是樁腳拿該名候選人的錢卻叫選民把票投給另一名候選人。¹³ 大部分吃錢的情況，樁腳會把一部份的錢依照後援會指示發放，另一部份才依其個人意願處理，樁腳不會把其負責部份的錢全部吃掉（受訪者 I1）。眾多的樁腳，降低了每一個樁腳所負責的人數，同時也降低被樁腳吃錢的風險。不過，我們已經在前面提及，要建立一個龐大的樁腳組織並不是一件容易的事。

整個地方動員系統也可能在買票作業中吃錢，甚至有些動員路線，競選總部並不寄望他們能動員多少選票，仍然給予這些動員系統買票的錢，只是為了擺平這些動員系統，希望他們

¹³ 即使在 C20 鄉這一次執行幹部如此用心挑選樁腳，這些情況仍然發生（受訪者 I1；I3）。

不要轉而支持民進黨候選人（受訪者 I18），C16 鎮 B 派即為一例。面對這種情況，限於人力問題，只有在少數鄉鎮競選總部幹部介入樁腳佈置與買票的作業，以防止大規模吃錢情況的出現，例如 C1 市。在大部分鄉鎮，競選總部幹部只能透過利用交給各鄉鎮動員系統買票的錢時，同時讓數名重要份子（地方派系領導者、民眾服務社主任等）集體在場的方式，防止大規模吃錢的情形發生（受訪者 I18）。例如 C2 鄉，交給買票錢時，除了競選總部幹部之外，有四人同時在場；C7 鄉的例子則有五人在場。雖然這種方式仍然無法確保不會發生吃錢的情形，但至少在各鄉鎮重要負責人這個層級，增加大規模吃錢的困難度。

（六）動員負責人難尋

筆者已經在上面提及，國民黨選舉機器在動員樁腳和派系及分配買票名單所必須面對的難題。在有派系的鄉鎮，國民黨須說服敵對的鄉鎮級派系去共同支持國民黨候選人，必要時還得操縱這些地方派系；在無派系的鄉鎮，國民黨必須動員大量且無組織性的樁腳。競選總部動員部負責整合、協調、說服這些動員系統，這些都是相當困難的工作，需要相當高明的政治技巧以及對各鄉鎮政治勢力相當的認識才能完成。因此競選總部動員部負責人和各鄉鎮後援會動員負責人扮演了關鍵角色。

C3 鄉 A 派的例子可以讓我們更了解派系動員。A 派雖然在政黨立場上較傾向國民黨，但因為國民黨先找上 B 派尋求支持（B 派剛贏得農會選舉，因而被認為是實力較強的一派），因此 A 派本欲支持民進黨候選人，況且民進黨候選人也曾尋求

A 派的支持（受訪者 I13）。國民黨動用各種關係均無法說服 A 派，最後動用一名與 A 派掌門人有著兩代深厚交情的政治人物出面說服 A 派。一開始國民黨說服 A 派至少保持中立，接著再進一步說服 A 派支持國民黨候選人。動員部負責人在這個案中所使用動員策略的轉變，顯示出他對地方政治的瞭解及高明的政治技巧，如果缺乏這些政治技巧的話，將無法有效動員地方派系。

C20 鄉動員負責人又是另一個例子。在選前沒人看好國民黨候選人在該鄉得票數會超過民進黨候選人。後援會會長花了相當長的時間尋找及說服一名號稱當地「第一軍師」的人士幫忙操盤，¹⁴ 在這名人士操盤下，國民黨候選人在該鄉才能勝過民進黨候選人。

（七）有限的買票金錢

在該次選舉國民黨候選人買票一票 300 元，買票的金額應當不高，但是因為國民黨全面買票，所以它仍必須花費一筆相當大數目的金錢。筆者估計如果國民黨全縣買 75% 的選票，需花費一億四千萬，不包括一成工作費以及競選過程中的文宣、行政費用。不管國民黨有多少資源，它可用來買票的資源絕對是有限的。

（八）小結

在 1993 年選舉，國民黨面臨強勁的對手，動員了史無前

¹⁴ 這名人士幾十年來幫人輔選從沒敗過。

例的政治、經濟和人力資源，並克服了上面所提及的一些難題，例如尋找合適的操盤人士、足夠的選舉經費，但也有些難題無法克服，例如出現地方派系領導者和樁腳吃錢的情況。

國民黨選舉機器不是一夕之間、一個指令就可完成，它須要投入大量的政治和經濟資源以及高明的政治技巧，才能克服許多難題達到動員目的，不過這些難題比起不買票顯然是輕微了許多。我們將透過 2000 年總統大選來討論買票對國民黨選舉機器的重要性。

肆、2000 年總統選舉

在描述 2000 年總統大選國民黨選舉機器之前，我們須先釐清兩個問題。一、2000 年和 1996 年選舉不同之處在於 2000 年時並沒有國大選舉。國民黨無法利用國大候選人來「間接」替總統候選人動員（或買票）。不同選舉候選人搭配競選，特別是買票，並不是一罕見的現象。在鄉鎮長、縣議員選舉中經常可見候選人搭配競選，也就是同一樁腳幫鄉長候選人、縣議員候選人同時買票（受訪者 I8；I14；I51）。這種情況大部分發生「同一派系」所推出的候選人。但是兩個不同選舉候選人一起動員樁腳買票不易發生於無派系地區。因為在非派系鄉鎮，一位參與地方首長選舉的候選人如果只跟其中一位參選民意代表的候選人結合，會得罪其他參選民意代表候選人。這種結合在非派系鄉鎮相當困難。相反的，如果在派系鄉鎮裡，經常是甲派推出的鄉長和縣議員候選人對抗乙派推出的鄉長和縣議員候選人。

不過，這裡所要論及的「間接」買票動員和前述「直接」買票動員有點不同。¹⁵ 參選民意代表的候選人和參選行政首長的候選人，並沒有正式直接的在樁腳動員上結盟。但是因為這兩候選人面對是性質較接近的選民，因此當一候選人買票時有替另一候選人「間接」動員的效果。¹⁶ 這種「間接」動員效果在兩個候選人「表面」上有共同造勢的情況下會加大。例如 1994 年許多國民黨省議員候選人在作文宣時，就將國民黨省長候選人宋楚瑜的照片放進。如果國民黨省議員的樁腳在買票和拉票時，也「順便」拜託選民支持宋楚瑜時，這種間接買票動員效果會最大。

如果 2000 年同時舉行國大選舉，即使國民黨總統候選人不買票而國大候選人買票，對於選民而言並不是如此容易辨別買票的錢來自國大候選人或是總統候選人。在 1996 年總統與國大、1994 年省長與省議員的兩次全島性大選中，國民黨都有這種間接買票動員效果。國民黨顯然相當清楚這種買票間接動員效果，選前就有國民黨人士表示如果國大不停選而連戰選情不看好時，還可透過國大候選人發動「銀彈」攻勢（時報週刊一一二五期，轉引自鈕則勳 2002, 233）；選後國民黨將國大代表選舉沒有同時舉行列為選舉失敗因素之一（張青、何振忠 2000）。

¹⁵ 筆者要感謝一位評審指出，參選民意代表的候選人和參選行政首長的候選人，正式直接在樁腳動員上結盟的困難。

¹⁶ 2002 年選舉時，在 C20 鄉民進黨鄉長候選人並沒有和任何縣議員候選人結盟，也沒有買票的計畫。但是他的輔選幹部一直催促同鄉一位親緣的縣議員候選人在該鄉大量買票。

二、許多人高估地方派系在總統大選中所能發揮的動員功能。國民黨過去利用地方派系來鞏固政權（Wu 1987）以及在民主化之後繼續維持政權相當長的一段時間（吳乃德 1993），多少讓許多人高估了地方派系的動員能力。除了 1994 年省長選舉、1996 年總統選舉之外，地方派系動員支持的對象範圍沒超過一個縣，¹⁷ 選民、樁腳、派系較容易接觸到他們所支持的候選人；在總統大選中，選民要透過樁腳組織接觸到候選人是很困難的。過去研究台灣地方派系所常用的侍從主義理論無法解釋這個現象，較好的理解觀點應該是從 principal-agent 理論出發。

如果 1993 年風芒縣長選舉對於研究者是個天堂的話，那 2000 年總統大選顯然是個夢魘。1993 年的選舉，國民黨的輔選幹部不僅有非常詳密的計畫，而且在動員過程中顯示出其樁腳的組織性；2000 年總統選舉則是完全相反，雖然國民黨依照過去的方式將許多政治人物列為「台面上」的輔選幹部，講求「派系整合」，但在實際上不僅國民黨輔選幹部沒有詳細的動員計畫，更重要的是，無法在動員過程中顯示出其組織性。

我們首先討論，國民黨的選舉機器如何面對，我們在上面所討論的幾個動員難題。由於國民黨不買票，幾個因買票產生的問題就不會出現。這包括：派系網路和樁腳網路的重疊性和有限的買票金錢。吃錢的問題也不是那麼重要了，不過還是有可能動員負責人吃下工作費。派系衝突還是有可能發生，因為

¹⁷ 解嚴前的增額立委、國代選舉是例外。比起省議員和縣長選舉，這些選舉對地方派系而言較不重要。

一個派系如果取得主導權，那麼另一個派系或許不願意強烈動員。不過這個問題在不買票的情況下，因為沒有牽涉買票區域的劃分，它的嚴重性大大的降低。關於選舉動員負責人難尋這問題，國民黨雖然在 C20 鄉沒有動員到在 1993 年幫國民黨操盤的人士，但是也動員一名相當優秀的總幹事。¹⁸ 最後只剩下樁腳數目的有限性和樁腳能力不足兩個問題。在表面數字上，樁腳數目有限性似乎得到解決。但是，樁腳能力不足問題卻變嚴重，之所以如此是來自於國民黨不買票的決定。下面，我們針對這兩個關鍵問題作進一步討論。

國民黨在 C20 鄉的動員工作大概有下列工作：總部成立、連戰至該鄉拜票、「紅不讓」和樁腳的拜票及樁腳會議，我們將只討論最重要的樁腳按戶拜票與樁腳會議。關於 1993 年和 2000 年選舉 C20 鄉各投票所樁腳數目及密度請見表三。2000 年選舉國民黨在 C20 鄉動員了 769 名「樁腳」¹⁹ 來向 21,962 名選民拉票，也就是一百名選民中有 3.5 名樁腳，平均一名樁腳負責動員 28.6 名選民。筆者參與觀察的另一個鄉鎮 C16 則動員了 1,016 名樁腳來向 34,042 名選民拉票，也就是一百名選民中有將近 3 名樁腳，平均一名樁腳負責 33.5 名選民。我們將此數目和 1993 年動員做比較，因為 2000 年沒有買票，我們無法將 2000 年的數目和 1993 年樁腳負責買票數做比較，較好的方式是直接比較樁腳的密度。在 1993 的年選舉中，國民黨在

¹⁸ 該名總幹事在 1994 鄉長選舉時，幫國民黨候選人擊敗尋求連任的民進黨候選人。

¹⁹ 國民黨對這次基層輔選人員正式的稱呼是「宣傳點」，而不是樁腳，因為此次選舉國民黨在 C20 鄉並沒有買票。

C20 鄉動員了 647 名樁腳向 21,161 名選民拉票，也就是一百名選民中有 3.06 名樁腳，平均一名樁腳負責 32.7 名選民。比較 1993 年和 2000 年的樁腳密度，印證了國民黨一名黨工的說法：「這一次總統大選的宣傳點（樁腳）比以前的選舉的樁腳人數還多」。

表三：樁腳密度表

投票所	1993 年		2000年	
	選民	樁腳數	選民	樁腳數
V1	1465	49	1331	47
V2	801	25	881	33
V3	1051	48	950	29
V4	785	32	709	22
V5	1803	42	1856	33
V6	1787	58	1840	43
V7	1378	58	1840	26
V8	1909	45	964	50
V8-1*			1070	61
V9	1731	37	1711	67
V10#	2209	45	1073	43
V11#			1175	54
V12	799	26	768	23
V13	1052	35	1019	68
V14#	2487	80	1156	37
V15#			1605	54
V16	545	15	606	25
V17	910	42	977	27
V18	449	10	433	27
總計	21161	647	21964	769
樁腳密度	0.031		0.035	

說明：*V8於2000年分為兩個投票所。

#V10和V11、V14和V15為同一村。在1993年資料中同村資料合而為一。

看了這些「書面」資料，很難理解為何國民黨會在 2000 年大選中大敗，國民黨得票率在 C20 只有 28.6%，在 C16 只有 27.8%。我們不應被這些表面的數字所迷惑，而應觀察實際動員情況，我們以「按戶拜票」和樁腳會議中樁腳參與的情形來討論。

C20 和 C16 均安排了每一村里的按戶拜票。在 C16 分為兩組，一組以婦女會為主，另一組以地方政治人物為主，主要是由代表會主席帶隊，這兩隊人馬基本上分開拜票。在 C20 則是以婦女會（紅不讓）為主，以各村樁腳為輔，只有一個拜票隊伍。可是他們均有一個共同現象：村里的樁腳參加人數相當的少。以 C20 鄉為例，三月六日晚上的按戶拜票是在村里 V4 和 V5 進行，參加人數只有大約 35 人，這其中還包括婦女會所動員的 25 人，所以只有約 10 人是來自 V4 和 V5 兩村的樁腳，但是在「書面」資料顯示 V4 有 22 名樁腳、V5 有 33 名樁腳，也就是不到五分之一的樁腳參與按戶拜票。這種動員不力不僅顯示在基層樁腳層次，也顯示在政治菁英層次。當地出身的鄉長、鄉民代表、村長、農漁會理監事中，只有 V4 村長參與了這次活動，其他政治人物全部缺席。

就樁腳會議而言，請參考附錄 1993 年和 2000 年筆者所參加記下的會議記錄。樁腳會議除了讓樁腳認識候選人之外，更有讓樁腳增加參與感的重要性。1993 年和 2000 年的樁腳會議顯示出樁腳參與輔選的顯著差別。在 1993 年該次樁腳會議中應到 45 名樁腳，實到 43 名，兩名缺席者已事先請假。在會議過程中，沒有人中途離席，而且發言相當踴躍，一共有 17 名基層樁腳發言，不包括其他重要幹部的發言。2000 年的樁腳會

議則呈現完全不同的情形。當天晚上預定 7：30 開樁腳會議，時間一到只有一名樁腳和筆者準時到會場。V9 樁腳數是 67 人，但參加人數在會議一開始的時候包括後援會重要幹部只有 41 人，人數最多的時候也只有 60 人，還有十名婦女在會議中間離席去跳土風舞，結束時會議人數只剩下約 30 人。而在該次會議中，也只有 5 名樁腳發言。除了樁腳參與會議不踴躍之外，更誇張的是，在一些村中，例如 V14、V15，竟然沒有召開樁腳會議。

簡而言之，雖然國民黨在表面上動員了比過去還多的樁腳，但事實上國民黨的選舉機器根本沒有動員起來，在下面的討論中，筆者將嘗試從買票的觀點來解釋為何國民黨的選舉機器無法動員起來。

伍、討論

本文並沒有意圖去論證選舉動員可以決定選舉結果，相反的，選舉動員只是許多影響選舉結果的其中一個因素。本文的主要論點是：即使考慮了其他重要因素之後，例如國民黨的分裂、李遠哲效應、策略投票等，除非我們加入選舉動員這個變項的討論，我們還是無法理解為何這麼多的選民、學者和國民黨的輔選幹部在選前看好連戰而他卻得到如此少的票。

筆者在談及國民黨在 2000 年選舉並沒有「買票」時，特別將買票打上引號。筆者參與觀察 C20 鄉時，特別在投票當天詢問數名該鄉民進黨輔選幹部，國民黨是否買票，答案一致都是：沒有。在 C16 鄉，事後國民黨一位輔選幹部告知筆者，雖

然在該鄉原則上不買票，但一些投票所的樁腳將工作費拿去買票。²⁰ 不過在 C21 鄉筆者遇到兩位選民拿到國民黨的買票錢。他們有一共同特色：樁腳在選舉過程中並沒有拜訪過他們，一位是在投票前一天收到買票錢，另一位則是投票當天收到買票錢。在員林鎮被抓到的賄選案，似乎和 C21 鄉的例子接近，樁腳只剩下送錢的功能而已，已喪失選舉動員中最重要的功能。

1993 年的風芒縣個案顯示出選舉機器的建立與運作是一龐大政治工程。它需要投入大量的政治和經濟資源以及高明的政治技巧，才能克服許多難題達到動員目的。同時，誠如許多受訪者所言，一個好的選舉機器很難讓人抓到賄選，國民黨在員林鎮賄選案的個案只是突顯出國民黨動員失敗的結果而不是原因。

筆者認為 2000 年總統大選幾乎是歷年來最乾淨的一次選舉，雖然筆者無法提出證據。而國民黨為何選擇不在 2000 年大選中全面買票，筆者無法得知。除了少數國民黨高層之外，很少人可以得知這決定的真正考量因素。但重要的是，在基層的輔選幹部如果不是早知道或決定不買票（C20 鄉的受訪者 I22 和 I25；C16 鄉的受訪者 I28），就是完全沒接收到國民黨是否要買票的指令。C20 鄉 V13 投票所負責人在投票前五天拿到十萬元的工作費，沒有人告訴他要如何處理這筆錢以及是否要買票。如果要買票的話，這筆錢顯然相當不足，最後他發給每一名樁腳 2,000 元工作費。

²⁰ 在 C16，一名樁腳基本上獲得一千元的工作費。

無論國民黨不全面買票的理由為何，國民黨沒有下令它的組織動員系統準備買票是無庸置疑的。它影響的不只是選民是否有收到國民黨的買票錢，更重要的是，它影響了整個選舉機器的動員過程。1993年國民黨的一位輔選幹部道出國民黨選舉機器動員的關鍵：「動員就是佈置買票系統」。如果一開始就決定買票，在尋找、動員樁腳時就會經過篩選，這些被動員的樁腳在心理上也就相當清楚就是要負責買票。等到買票責任區分配之後，樁腳很清楚知道他要負責買票、動員的就是那些特定的、和他有強烈社會關係的少數選民。同時，買票也可以作為回報選情和樁腳動員情況的機制，如果一名樁腳沒有拜訪他所負責的選民或向這選民買票，後援會幹部在拜訪一般選民時相當可能知道這情況並進一步採取補救措施。²¹ 簡而言之，樁腳將會很清楚他的選舉動員角色和責任分配區。

相反的，國民黨決定不買票時，一切動員過程就不同了。第一個出現的問題就是「誰是樁腳？」樁腳的任務就是要買票和動員選民。樁腳的重要性在於拜訪選民、拉票與回報選民反應，以及透過動員樁腳與選民之間的社會關係，使得動員選民及買票的效果達到最大。如今在國民黨不買票的情況下，這些在樁腳名單上的人或是參加樁腳會議的人，並不一定認為自己就是樁腳，也不知道自己的選舉動員責任為何。在 C20 鄉 V9 樁腳會議中途離開去跳土風舞的人，以及在 V3、V4 樁腳會議上打瞌睡的年老婦女，應該不會認為他們自己是樁腳，即使自認是樁腳，他們也不能發揮多大的功能。其次，在沒買票之下，

²¹ C20 鄉一名重要輔選幹部承認：「沒有買票，很難評估選情」(受訪者 I35)。

樁腳不會分配選民名單，樁腳無法確定他們的責任區是那些特定選民。事實上，在 V3、V4 的樁腳會議上有發放過去買票抄名單所需的空白單子，但國民黨並沒有回收這些單子，也沒分配選民責任區給這些樁腳（受訪者 I35；I39）。²² 在沒有分配樁腳動員責任區之下，後援會也無法有效監督樁腳是否真的去動員選民。簡而言之，在沒有買票的情況下，國民黨並沒有篩選這些樁腳、樁腳也沒有認知自己的動員角色和責任、而樁腳與選民的關係也不清楚，這一連串的動員過程才是導致選舉機器動員失敗的主因。1993 年國民黨一位重要輔選幹部說：「有組織，就是要買票」。2000 年選舉的經驗應該是「不買票，就沒有組織」。買票對於國民黨的選舉機器就好像是引擎的潤滑油一樣，少了買票，國民黨的選舉機器就無法有效運轉。

2001 年選舉再一次印證買票對於國民黨選舉機器的重要性，如果 2000 年國民黨自己決定不買票，那麼 2001 年是「被迫」不能買票。和以前不同的是，國民黨在 2001 年已經完全喪失對檢察體系的控制。²³ 民進黨政府一方面在電視媒體上宣傳反賄選，特別是針對樁腳；另一方面，各地檢察署查賄方式也與過去不同，過去都是等待檢舉，而這一次則是鎖定幾個特定對象（受訪者 I61；I66；I85）。²⁴ 而這些被鎖定的對象大部

²² C16 鄉的樁腳也一樣沒有分配選民動員名單（受訪者 I33；I34）。

²³ 國民黨對於檢察體系的失去控制，不是從 2000 年失去政權才開始。自一九九零年代開始，國民黨就逐漸失去對檢察體系的控制。關於台灣司法對於國民黨侍從體系的重要性以及司法改革對於此體系的衝擊，請見 Wang Forthcoming。

²⁴ 台灣檢察體系人力相當不足，根本無法全面鎖定所有候選人和他們的主要輔選幹部。

分是國民黨籍，理由相當簡單：國民黨候選人「前科」較多。許多被鎖定的候選人因此不敢買票或是錢根本發不出去，以風芒縣為例，兩位選前相當被看好的候選人因無法成功建立買票樁腳組織，以及自認被鎖定而決定不買票而落選。²⁵ 國民黨秘書長林豐正表示：「國民黨有基層但無組織」（單厚之，2001）。在缺乏買票作為媒介之下，國民黨的基層無法動員成為組織。

本文最主要的發現是買票對於國民黨選舉機器的重要性。沒有買票，它的運作將會相當困難的。買票是違反民主政治，任何政黨或候選人透過買票來動員選民都是不公平的。因此，我們需探討如何減少候選人在選舉中買票。一是選民拒絕接受買票，另一是候選人主動或是被迫放棄買票。在戒嚴時期，檢察體系的「不作為」變成候選人買票的保護網；²⁶ 而2001年檢察體系的牛刀小試就讓許多候選人的買票機器無法運作。要候選人自願放棄買票是一相當天真的想法，一個健全中立的檢察體系才是嚇阻買票行為的有效方法。

（收件：2003年7月29日，修正：2003年10月17日，再修正：2003年11月10日，接受：2003年11月18日）

²⁵ 他們落選的另一個因素是在所有當選人中除了一名民進黨候選人之外，其餘當選者，包括民進黨、國民黨和無黨籍，全部買票。

²⁶ 有時檢察體系不僅對於買票沒有任何作為，甚至阻礙具有司法獨立觀念的檢察官對於買票的調查。一位檢察官在追查一件賄選案時，在已經連追五人之後，準備追查國民黨候選人之時，被他的檢察長所阻撓（受訪者 I116）。

附錄

附錄一：1993年選舉 C20 鄉 V6 投票所樁腳會議記錄

說明：8:00 會議開始，10:30 結束，會議結束之後每人發一份餐點及數種文宣（爲了回去向選民介紹和拉票的資料）。

下面會議記錄中的"候選人"與"對手"分別代表國民黨與民進黨的候選人。

會議過程：

正負責人甲（以下簡稱"甲"）請大家互相敬禮。

正負責人乙（以下簡稱"乙"）致詞：

今天會議的目的，就是要討論如何爭取選票？

我和候選人並沒有任何關係。爲了建設、看法一致，才出來幫忙。

甲邀請參與者發言：

樁腳 1：大家拉票時要替候選人說好話。

樁腳 2：大家要用心去做，不要只用說的（PS.意指只做表面功夫）。DPP 很會說（造勢），KMT 較單純。我們如果答應了就要全力以赴，要不然就不要答應。

乙補充：大家要衝啊！

樁腳 3：兩黨等於兩派。不用怕 DPP 的攻擊和造謠。

樁腳 4：不用怕 DPP 的造勢，大家要努力。

甲補充：有兩名會員其母親剛過世，仍然來參加會議。請大家鼓掌以示鼓勵。

樁腳 5：可以用明信片寄文宣。

樁腳 6：大家要把帽子（PS.印有國民黨候選人名字的帽子）要帶出來，要出來拉票。

樁腳 7：不要怕 DPP 的壓力，不要信 DPP 那一套。

乙補充：我們不用強調政黨色彩。

樁腳 8：大家要衝！不用怕！心連心！縣長換人做做看！

樁腳 9：今天要討論選票從何處來？如何破對方的武器？

樁腳 10：大家要盡量去拉票，提高投票率。

樁腳 11：努力拉人（PS.意指拉票）。

樁腳 12：找個時間每一戶均去拜訪。

樁腳 13：去搶游離票是最重要的！

樁腳 14：大家要忍耐，不要發生暴力事件。有衝突事件立即報告總部，不要在投票所發生衝突事件。

樁腳 15：大家要盡力拉票，不只是本鄉，也包括其他鄉鎮。

樁腳 16：不用怕 DPP 的造勢。

樁腳 17：（唯一一名"外省人"）：？？？（PS：因為鄉音太重，筆者無法聽懂他說什麼）。

後援會行政幹部：

自我介紹。

認識候選人才能推銷候選人。

候選人爭取本鄉建設相當多，人脈相當好。

選人才不是選黨。敘述對方的缺點。

DPP 的口號是清廉的 DPP 對抗歪哥的 KMT。但候選人認為清廉本來就是應該的。

澄清"沒有買票"。

述說對手的弊案。

大家要去拉游離票（六成）。

候選人的參選是天意，非爲了當縣長參加選舉。舉例說明。

註：9:20 民眾服務社主任及兩名鄉黨部常委到。

對手可能不適合行政長官，而較適合民意代表。

請常至後援會走走，把聲勢造起來。

鄉黨部常委：

介紹候選人的出身。

每個部落均和現在這個會議一樣，很主動積極。

民眾服務站主任：

感謝大家。

鄉黨部另一名常委：

四百年來，李登輝是台灣人第一位總統。

李登輝是經由投票產生。

攻擊臺獨。

現在的生活和政治水準都已經提昇了。

對手很好，但候選人更好。

候選人很會爭取建設（同時舉該鄉的例子）。

後援會策略執行幹部：

代表會長謝謝大家。

V6 聲勢大漲，必定得勝。

抽籤後，新的帽子、名片（有號碼）會馬上做出來。

現在進行分區拜訪。

投票前四、五天再進行每一戶的拜訪（聯合拜訪）。

司儀：

某項工程建設補償：對手根本沒幫忙。

對手沒服務，常常跑掉。
 對手對本鄉沒關心。
 對手參加村里民會議是爲了作秀。
 對手的縣民時間根本沒有實際處理問題。

附錄二：2000 年選舉 C20 鄉 V9 投票所樁腳會議記錄

說明：會議原訂 7：30 開始。7：30 只有筆者和一名樁腳準時到。代表會主席約 7：35 到。鄉公所秘書 7：45 到。代表會主席、公所秘書用電話催人。現場有發礦泉水、煙、檳榔。會議一開始人數爲 41 人，最高達 60 人。

會議過程：

8：10 正式開始。介紹重要幹部：村長、鄉代主席、公所秘書、社區發展協會理事長、長壽俱樂部會長、副會長、農會前會長。公所秘書（本村召集人）：代表工作人員感謝大家，希望大家盡心盡力幫連蕭輔選。

村長：大家要打拼，同時一起研究如何將助選工作做的實在。

宋楚瑜（簡稱宋）污錢。陳水扁（簡稱陳）選舉賺錢。

公所秘書：宋、陳都是人才，但火候仍是不夠。

農會前理事長：連、蕭最可靠，經驗豐富。

公所秘書：下星期三辦雞尾酒會，請大家踴躍參加。宋一兒孫都拿綠卡。扁一話常變、一日三變。

社區理事長：國民黨人才很多。

公所秘書：過去社區理事長也是支持民進黨。但現只要是最好的，就支持。所以他這一次支持連戰。

鄉代會主席：

一開始出席不好，但現人滿滿的。

前民進黨鄉黨部主委說要在本地區拿七成，但我在這也是最高票當選、公所秘書在這也是大家族、理事長也在本村……這麼多人出席，我們會輸嗎？

曾尋問過去的支持者，總統大選要支持誰。大部分人都說要支持連戰。

本地區沒建設。年輕人要加油，團結對抗其他地區。在本鄉的資源都是其他人拿完之後，才輪到本地區。本地區付出是一流的，但得到的不是一流的。

鄉長會去開道路，修改都市計畫。本地區會有好的發展。

甘苦談。鄉代主席的薪水才一萬八千。

支持連戰，可爭取更多的建設。

這一次幫忙連戰輔選比自己選舉還要出力。

報告連戰到青年後援會的情況。

亞洲金融風暴，台灣很好。

(PS、8：45 這時婦女會走了約十人，跑去跳土風舞)。

爲了大家共同利益而支持連戰。

如果本鄉沒有開出票，是會要不到建設。

中間選民仍很多，如果不知道要支持誰，就支持我。一人拉十票、一天多拉一票。

公所秘書：什麼叫做民主？只要是對的，就要去支持。菲律賓的情形，總統選錯了，就完蛋了。總統大選，跟地方也是有關係。

(PS、9：00 國民黨縣黨部副主委到場)

國民黨副主委：

祝福大家兩千年快樂。

蕭萬長今天到風芒縣。社會要安定，國家要發展。

拿菲律賓為例。

拿甘蔗做比喻。宋—甘蔗頭、扁—甘蔗尾。宋的兒孫都是美國人，匯錢至美國。哪有兒子當美國人，老爸要當台灣總統？舉外國拿獻金的例子。A 錢，一號不要半票給他。甘蔗尾較韌，以後再說，行政經驗較少。舉證（一日三變）。我在廟裡，不能亂說謊。舉李敖、許信良的話：阿扁當選，台灣最危險。阿扁討厭風芒縣。若阿扁當選總統，風芒縣青年人無法出頭天。甘蔗頭、尾都不好，中間最好。支持我就支持連。支持鄉代主席，就支持連。

公所秘書：現用十分鐘討論如何來助選。

樁腳 1：要文宣給選民（PS、筆者在 2000 選舉時參加三場樁腳會議，沒有一場有發文宣）。

公所秘書：請黨部副主委解釋一下。

黨部副主委：我是縣級文宣負責人。連蕭經驗最豐富。等一下和其他人來討論，如何做文宣。全民健保，連的功勞。外匯蕭的功勞。

樁腳 2：以我舅舅要求有人去載他為例，是否有成立機動組？

公所秘書：已成立機動組。（順便介紹機動組長）。

樁腳 3：支持連的人活動力較弱。希望工作人員能帶動大家，不用怕。

公所秘書：我們比較溫存，比較弱。因不分黨派，比較候選人的政見好壞。

樁腳 4：不分黨派支持連戰，舉鄉代會主席為例，他不是國民

黨籍但也支持連戰。

樁腳 5：有人說國民黨管太久，要換。這是非常危險的說法。

國家的領導者就像一家之主一樣是很重要的。

9：40 會議結束。剩下 30 人左右。

參考文獻

- 王金壽，1997，〈國民黨候選人買票機器的建立與運作：一九九三年風芒縣長選舉的個案研究〉，《台灣政治學刊》，2：3-62。
- 包正豪，1997，〈第三屆立法委員選舉新黨競選策略之研究：以台北市、台北縣與桃園縣為例〉，台北：國立政治大學政治學研究所碩士論文。
- 何金銘，1995，〈賄選現象與賄選效果：高雄市第二屆立委選舉的個案分析〉，《政治科學論叢》，6：109-144。
- 吳乃德，1993，〈地方勢力坐大，可能成為政經怪獸〉，《中國時報》，5月24日：第四版。
- 陳陸輝，1994，〈中國國民黨『黃復興黨部』的輔選效果分析〉，《選舉研究》，1（2）：53-96。
- 單厚之，2001，〈趙守博：黨應擺脫派系糾葛〉，《聯合報》，12月8日：第四版。
- 張青、何振忠，2000，〈國民黨檢討：敗選主因怪宋楚瑜〉，《聯合報》，3月20日，第三版。
- 游盈隆，1993，〈政治信念、競選策略與選舉動員：臺灣地區二屆立委候選人競選模式之研究〉，《東吳政治學報》，2：375-395。
- 游盈隆，1995，《政治信念、競選策略與選舉動員：臺灣地區二屆立委候選人競選模式之研究》，行政院國家科學委員

會 專 題 研 究 計 畫 報 告 。 計 畫 編 號 ：
NSC84-2414-H031-001-Q3。

鈕則勳，2002，《競選傳播策略：理論與實務》，台北：韋伯文化。

劉義周，1992，〈國民黨責任區輔選活動之參與觀察研究〉，《國立政治大學學報》，64：209-233。

鄭維宏，2001，〈我國公職人員選舉競選經費制度之研究〉，桃園：銘傳大學公共管理事務與社區發展研究所碩士論文。

Ames, Barry. 1994. "The Reverse Coattails Effect: Local Party Organization in the 1989 Brazilian Presidential Election." *American Political Science Review* 88 (1): 95-111.

Bosco, Joseph. 1994. "Faction versus Ideology: Mobilization Strategies in Taiwan's Elections." *The China Quarterly* 138: 28-62.

Coppedge, Michael. 1993. "Parties and Society in Mexico and Venezuela: Why Competition Matters." *Comparative Politics* 25: 253-74.

Cornelius, Wayne A. 2004. "Mobilized Voting in the 2000 Elections: The Changing Efficacy of Vote-buying in Mexican Electoral Politics." In *Mexico's Pivotal Democratic Election*, eds. Jorge I. Dominguez and Chappell Lawson. Stanford and La Jolla, CA: Stanford University Press and Center for U.S.-Mexican Studies, UCSD.

- Cox, Gary W., Frances M. Rosenbluth, and Michael F. Thies. 1998. "Mobilization, Social Networks, and Turnout: Evidence From Japan." *World Politics* 50 (3): 447-74.
- Cox, Gary W., and Michael F. Thies. 2000. "How Much Does Money Matter? 'Buying' Votes in Japan, 1967-1990." *Comparative Political Studies* 33 (1): 37-57.
- Crissman, Lawrence W. 1981. "The Structure of Local and Regional Systems." In *The Anthropology of Taiwanese Society*, eds. Emily Martin Ahern and Hill Gates. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Diamond, Larry. 2001. "Anatomy of an Electoral Earthquake: How the KMT Lost and the DPP Won the 2000 Presidential Election." In *Taiwan's Presidential Politics: Democratization and Cross-Strait Relations in the Twenty-first Century*, ed. Muthiah Alagappa. Armonk, NY: M. E. Sharpe.
- Gelman, Andrew, and Gary King. 1993. "Why are American Presidential Election Polls so Variable When Votes are so Predictable?" *British Journal of Political Science* 23: 409-51.
- Gerber, Alan S., and Donald P. Green. 1999. "Does Canvassing Increase Vote Turnout? A Field Experiment." *Proceedings of the National Academy of Science of the United State of America* 99: 10939-42.
- Graziano, Luigi. 1977. "Patron-Client Relationships in Southern Italy." In *Friends, Followers, and Factions: A Reader in*

Political Clientelism, eds. S. W. Schmidt, L. Guasti, C. H. Lande, and J. S. Scott. Berkeley and Los Angeles, CA: University of California Press.

Guterbock, Thomas M. 1980. *Machine Politics in Transition*. Chicago, IL: University of Chicago Press.

Jacobs, J. Bruce. 1980. *Local Politics in a Rural Chinese Cultural Setting: A Field Study of Mazu Township, Taiwan*. Contemporary China Center, Canberra: Australian National University.

King, Gary, Robert Keohane, and Sidney Verba. 1994. *Designing Social Inquiry: Scientific Inference in Qualitative Research*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Liu, I-Chou. 1999. "Campaigning in an SNTV System: The Case of the Kuomintang in Taiwan." In *Elections in Japan, Korea, and Taiwan under the Single Non-Transferable Vote: The Comparative Study of an Embedded Institution*, eds. Bernard Grofman, Sung-Chull Lee, Edwin A. Winckler, and Brian Woodall. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press.

Mouzelis, Nicos. 1985. "On the Concept of Populism: Populist and Clientelist Modes of Incorporation in Semiperipheral Politics." *Politics and Society* 14 (3): 329-48.

Niou, Emerson, and Philip Paolina. 2001. "Explaining Chen Shui-bian's Victory in the 2000 Presidential Election." Presented at Conference on the Rise of DPP and PAN in

Taiwan and in Mexico. Durham, NC: Duke University.

Rouquie, Alain. 1978. "Clientelist Control and Authoritarian Contexts." In *Elections without Choice*, eds. G. Hermet, R. Rose, and A. Rouquie. London: Macmillan.

Scott, James C. 1977. "Political Clientelism: A Bibliographical Essay." In *Friends, Followers, and Factions: A Reader in Political Clientelism*, eds. S. W. Schmidt, L. Guasti, C. H. Lande, and J. S. Scott. Berkeley and Los Angeles, CA: University of California Press.

Solinger, Dorothy J. 2001. "Ending One-party Dominance: Korea, Taiwan, Mexico." *Journal of Democracy* 12 (1): 30-42.

Stevenson, Randolph T., and Lynn Vavreck. 2000. "Does Campaign Length Matter? Testing for Cross-National Effect." *British Journal Political Science* 30: 217-35.

Wang, Chin-shou. 2001. "The Dilemmas of Clientelism: Electoral Mobilization of Clientelism in Taiwan, 1993." Carolina Papers in Democracy and Human Rights, No.1, University Center for International Studies, University of North Carolina at Chapel Hill.

Wang, Chin-shou. Forthcoming. "Democratization and the Breakdown of Clientelism in Taiwan, 1987-2001." Ph.D. diss. University of North Carolina at Chapel Hill.

Warner, Carolyn M. 1997. "Political Parties and the Opportunity

Costs of Patronage.” *Party Politics* 3 (4): 533-48.

Wu, Nai-teh. 1987. “The Politics of a Regime Patronage System: Mobilization and Control within an Authoritarian Regime.” Ph.D. diss. University of Chicago.

Returning to Feng-Mang County: The Success and Failure of the Kuomintang Political Machine

Chin-shou Wang

Ph. D. Candidate

Department of Sociology

University of North Carolina at Chapel Hill

Abstract

With two elections in the same locale, this paper studies the importance of vote-buying to the Kuomintang political machine. The author argues that the role of vote-buying in the KMT political machine is similar to that of lubricating oil in an engine. Without vote-buying, the KMT political machine can not function well.

In the successful election of 1993, there were seven serious obstacles faced by the KMT on the way to building a successful political machine: (1) the scarcity of brokers, (2) the potential incompetence of brokers, (3) factionalism within clientelistic networks, (4) overlaps in factional and broker-level networks, (5) embezzlement, (6) unpredictable managers of mobilizations, and (7) limited funds for vote-buying. Forty-five percent of the voters who accepted the money for vote-buying did not vote for the KMT candidate. However, the obstacles' importance was less than vote-buying.

In the 2000 presidential election, the KMT documents showed that the party used many brokers to mobilize voters. However, without votes-buying, these people in the KMT broker list would not have

regarded themselves as brokers, and did not know how to mobilize voters.

Keywords: election, vote-buying, electoral mobilization, broker, KMT