

選舉危機情境分類之探討^{*}

姚惠忠^{**}、汪睿祥^{***}

《本文摘要》

本研究以 2005 年至 2006 年間，台灣地區地方首長選舉九位候選人，24 個遭指控或質疑的危機案例為研究對象，以因素分析與內容分析法，依選民對危機事件之厭惡程度與證據揭露程度兩變項，建構候選人競選危機之情境類型，並探討不同危機情境下，候選人傾向使用的反應策略。

本研究發現，選民厭惡程度最高的危機類型是貪腐或施政問題，其次是政黨或競選策略，最不在乎的是候選人身心健康或選舉技術型危機。本研究也發現，在「厭惡程度高、證據揭露程度高」情境，候選人傾向使用「反擊對手」策略；在「厭惡程度高、證據揭露程度低」情境，候選人傾向使用「否認」策略；在「厭惡程度中、證據揭露程度高」情境，候選人傾向使用「降低危機衝擊性」策略。本研究的發現能做為進一步建構選舉危機傳播理論的基礎。

關鍵詞：危機反應策略、危機傳播、形象修護、選舉危機情境

* 本文根據國科會研究計畫《候選人競選危機情境、形象修護策略與效果之研究》(編號：NSC 96-2412-H-212-001-SSS) 部份研究成果改寫而成。對於兩位匿名審查人提供的寶貴意見，作者謹此致上由衷的感謝。

** 大葉大學人力資源暨公共關係系副教授。E-Mail: yao@mail.dyu.edu.tw。

*** 大葉大學人力資源暨公共關係系助理教授。E-Mail: wang29@mail.dyu.edu.tw。

壹、研究動機與目的

2000年台灣總統大選，選前看好的候選人宋楚瑜，在投票前爆出興票案事件，原本領先的選民支持度大幅下滑，最後更以不大的差距敗選；2006年高雄市長選舉，黃俊英在投票日前一天晚上遭陳菊陣營指控賄選，原本民調領先的黃俊英，最後竟以一千多票些微差距敗北。這些現象顯示：候選人遭受對手指控或攻擊，必然會威脅候選人信譽或形象，從而形成候選人的競選危機。候選人如何因應這些危機，以捍衛形象並獲得選民的諒解與支持，很可能就是選舉勝敗的關鍵。

在捉對廝打的地方首長選舉中，候選人被對手指控抹黑是常態，如何應付對手的指控，究實是候選人危機傳播的必備知識。國外雖然已經有不少研究將企業或政府的危機研究成果應用到政治人物，如 Kennedy 與 Benoit(1997) 指出政治人物和商業公司、運動明星與演藝人員一樣，面對危機時會採行形象修復策略。Benoit 與 Brinson(1999) 研究黛安娜王妃意外身亡後，飽受謠言困擾的女王所採行的形象修復策略。但針對候選人在「競選期間」所遭遇到之危機的研究還很少見。

台灣在 2005 年以前，除了王淑秋（1996）研究 1995 年台北市長選舉候選人的危機公關之外，其他針對候選人危機的研究，多集中在 2000 年總統大選宋楚瑜的興票案事件。如吳宜蓁（2002a）研究興票案危機情境的變化與策略轉變的關連性，指出危機傳播學者的情境策略指南沒有放諸四海皆準的效果，也指出宋楚瑜有些應對策略在學者的策略類型之外。唐福春（2000）研究興票案的危機歷程，以及高菁黛（2001）以 Benoit 與 Brinson 的形象修復策略檢視宋楚瑜在興票案中的辯解策略，研究者已經發現文獻建議的「情境一策略」似不能窮盡選戰中的策略，但這些研究基本上不懷疑所引用的策略情境分類。

針對候選人危機傳播的研究，在 2006 年大幅成長。Huang(2006) 以 Bradford 與 Garrett(1995) 的危機情境類型評估四位候選人反應策略的媒體效果。姚惠忠與粘淑菁（2006a；2006b）以 Bradford 與 Garrett 模型研究胡志強、周錫瑋在縣市長選舉中的危機反應策略，發現兩位候選人有「不回應」、「自清」、「扮演受害者」三個策略不在模型建議之列。姚惠忠與蕭伊君（2007）研究黃俊英、陳菊的高雄市長選舉，已發現選民對危機的厭惡程度會影響策略修護效果，也不在模型建議之列。姚惠忠、朱沛淳與謝昀真（2008）以 Bradford 與 Garrett 的危機情境類型評估翁金珠與卓伯源競選彰化縣長時的危機反應策略。

綜觀這些個案研究，大都以一般商業組織為材料所建立的一般模型，來評估候選人反應策略。然而，商業組織運作中面對的危機，與候選人選戰過程中面對的危機，性質與範圍都有差異極大，據商業組織危機而建立的危機情境類型，並不能適切反應候選人的危

機。這正是上述研究不斷發現模型列舉之外的反應類型，與模型列舉之外的效果影響因素的原因。危機情境分類不適當，反應策略成效評估自然落空，無助於理論發展，也不能對候選人提供策略建議。

為健全危機傳播理論的發展，俾能提出有效的策略建議，有必要以競選情境為對象，重新建立適合分析選舉危機的類型 (typology)。在理論上，修正選舉危機引用商業危機類型的缺失，做為進一步發展選舉危機傳播理論的基礎。在實務上，則能做為評估候選人反應成效，以為對候選人提供實務建議的基礎。以此，本研究暫不考量候選人反應策略的效果，專注於選舉的危機情境。期能建立一個適用選舉情境的危機情境類型。

貳、文獻探討

公關學者所探討的危機，通常以企業或組織為主體，以企業組織的日常運作為範圍，危機指企業組織常態運作面臨的意外事件。例如：「某一主要的、不可預測的事件，具有潛在的負面結果，事件及其結果可能顯著地傷害到組織及其員工、產品、服務、財務及聲譽」(Barton 2001, 2)，或是「危機就是毫無預警下爆發的緊急事件，若不在短時間內作成決策，就可能對企業或組織的生存與發展造成重大的威脅」(吳宜蓁 2002b, 24)。

然而，在選舉中，危機之主體與範圍都有別於企業組織的危機，危機的定義需要稍稍修正。選舉，尤其是地方政府首長選舉，大多為兩候選人爭奪一個職位，在超過兩位候選人的情況下，第三位候選人通常實力相差較遠，帶有陪襯插花的性質，選戰發生在實力伯仲的兩位候選人之間，實質上是兩位候選人的戰爭。其間，攻擊對手乃是選戰常態，候選人在選戰中不斷遭遇對手的指控與選民的質疑，不論指控與質疑是否有根據，候選人應對良窳，往往就是選戰成敗的關鍵。也就是說，指控構成候選人的危機。援用危機定義的精神，本文所說的「選舉危機」指：「因對手指控或選民質疑，損及候選人形象，從而對選票有負面影響的事件」。這個定義強調選戰中出現的控訴或質疑本身就會影響候選人的選票，不論這個控訴質疑有沒有事實根據，或是訴求合不合理，只要有人提出來就有影響。這種先說先贏的特性，正是選戰的特徵。候選人在政治生涯中，有各式各樣的事件會影響其政治生涯，如果碰巧在選舉期間爆發，當然會影響選情。如果這些事件不是因為選舉而爆發，性質上較接近一般的政治危機，不在嚴格定義的選舉危機之列。但如果事件之爆發，引起對手訴諸選民炒作，對手之炒作就應包括在選舉危機之類。

針對危機的研究，早先都置焦於「危機管理」，但如 Coombs 與 Holladay(2002, 166) 所言：「危機不僅會妨礙組織的運作，對組織形象也具有損害的威脅」，危機發生時，如何與外界溝通也是重要的課題。就競選情境來說，候選人面對指控，主要的問題如何對選民

溝通，乃是「危機傳播」的問題。

危機傳播策略有公關與語藝兩個研究觀點 (Seeger, Sellnow, and Ulmer 2001)。公關取向的危機傳播研究，討論組織的危機溝通策略（尤其是媒體溝通）、策略成效，也檢視危機管理情境中公關部門自主性、專業性與決策權力等問題。語藝批評主要探討危機發生後組織的形象管理、辯解 (apologia) 策略及危機反應策略 (crisis response strategies)，希望了解組織決策者如何運用各種符號資源，也就是危機言說 (crisis discourse)，來解決危機和挽救組織形象 (吳宜蓁 2002b)。

在語藝取向的危機研究中，Benson(1988) 主張組織面臨危機時，必須針對不同的危機情境，擬定不同的反應策略，才能有效解決危機。據 Benson 的主張，候選人面對指控，足以損及形象時，便需要因危機情境擬定反應策略。然而，候選人面對的選舉危機有那些類型？在不同的危機情境下，候選人的反應策略有沒有可以辨認的傾向或模式？

一、危機類型與危機情境

Coombs(1995) 主張依組織責任之輕重來選擇因應策略，也就是以組織責任來區分危機情境。他認為，危機情境隨著公眾對危機的歸因而定，而影響公眾對危機歸因的因素則包括：1. 危機類型 (crisis type)、2. 證據真實度 (veracity of evidence)、3. 損害程度 (damage) 及 4. 組織過去表現 (performance history)。假使危機的形成是因為外部不可控制因素而引起、證明組織的確犯錯之證據薄弱、危機損害程度不大或組織過去表現良好，那麼公眾就會認為組織應負的責任相對較輕。組織管理者對上述四項情境因素愈了解，就愈能選擇正確的策略對外傳播有效訊息。

依 Coombs 的看法，危機類型是決定危機情境的要素之一，Pearson 與 Mitroff(1993) 也指出，相似的危機可以用相似的方式管理，危機分類在理論與實務都有其必要。Coombs(1995) 先以「內部—外部的」與「故意的—非故意的」兩面向為判準，將組織危機分為內部—故意、內部—非故意、外部—故意、外部—非故意等四類。再合併考慮組織可能面對的基本九種危機與組織責任輕重，將危機區分為：謠言、自然災害、惡意 (malevolence)、意外事故與不當行為 (misdeeds) 等五類 (Coombs, 1999)。稍後進一步將基本危機擴大為 13 種，並用集群分析 (cluster analysis) 將 13 種危機區分為三個危機群 (crisis clusters)：1. 組織為受害者群 (the victim cluster)；2. 意外事故群 (the accidental cluster)；3. 可預防事件群 (the preventable cluster)(Coombs and Holladay 2002)。這些危機類型都是以組織為主體，以組織日常運作為範圍的客觀分類，不但有許多危機類型和選舉情境不相干，也有些足以影響選戰結果的議題不在其類型之列。顯然不適用於本文討論選舉危機。

首先，選舉危機主要來自於指控，不管這個指控來自於對手、媒體或是選民，都是指

控。但候選人面對的指控可以區分為哪些類型，現有的危機分類沒有答案。區分選舉危機的類型，必得要考慮選舉中「指控」的性質。指控的目的，就是打擊候選人的公信，疏離選民對候選人的支持，簡單地說，就是要讓選民厭惡候選人，選民的厭惡程度，決定了指控的成敗。更重要的是，候選人和選民來自相同的社會文化背景，秉持相同的價值觀念，因而對選民的厭惡程度有一般性的理解。因此，候選人對選民的厭惡程度的判斷，可能會影響候選人的反應策略。由此，本文第一個研究問題：候選人可能遭遇哪些競選危機之威脅？這些危機是否能夠依照選民的厭惡程度來區分？

其次，Coombs 以危機責任來定義危機情境，而影響危機責任的因素除了危機類型之外，還有證據真實度、組織對危機起因的控制能力與組織過去表現等三個因素。危機責任是學者最重視的焦點 (Coombs 1995; 1998; 1999; Coombs and Holladay 1996; 2002)，研究結果也支持，危機責任的程度是導致組織聲譽損害的關鍵指標 (Coombs and Schmidt 2000)；組織對危機發生的控制程度 (personal control) 越大，公眾對組織應負之危機責任的認知會越高 (Coombs 1998)。Coombs 與 Holladay(2002) 更以實驗法證明危機損害嚴重程度與組織過去表現，會影響公眾對危機責任的歸因，從而影響組織聲譽。

如此，區分危機情境的四個主要概念：責任、證據、控制能力與過去表現。問題是，這四個因素是否適用於選舉情境？按這四個標準所建立的情境分類，是組織運作客觀的分類，而不是候選人面對指控危機時，據以決定反應策略的分類。並不能說明候選人選擇策略時的考量。何況，即使要建立客觀的選舉危機情境類別，這四個因素也有適用上的問題。

首先，組織危機之所以是危機，正是因為社會要追究組織的責任，以責任程度來區分危機實所當宜。然則，選舉危機之所以成爲危機，固然也有追究候選人責任的意思，但在選舉情境中彼此指控是常態，你來我往各說各話，責任誰屬、責任輕重通常無從判斷。何況，選民也可能沒這麼理想主義，也沒這麼理性，尤其在涉及意識型態的選戰下，候選人對危機議題有沒有責任，往往不是選民投票的決定性因素。如此，客觀責任無法判斷，選民所認定的責任程度又不見得重要，以責任程度來區分危機類型，實有不宜。

其次，證據的真實度，就選民來說是與責任輕重一樣，面對雙方各說各話，沒法判斷證據的真假。即或不論選民的判斷，選戰中指控方所提出證據的客觀真實性也沒法判斷。對候選人來說，危機議題中，證據揭露了幾分，其實候選人心裡有數，候選人其實根據證據揭露程度來決定反應策略。也就是說，真正影響候選人因應策略的，並不是選民所認知的證據真實度，也不是客觀的證據真實度，而是呈現在公眾面前或媒體上，具體證據之有無、多寡與可信程度。報導中出現了具體可信的證據，即使不是事實，候選人都不容易否認；相反的，即使是真實的指控，若沒有具體可信的證據呈現，候選人還是很容易否認。

換言之，證據揭露程度決定了否認的難易程度，從而成爲候選人反應策略選擇之依據。

第三，選舉中衆聲喧嘩，真相難明，就算是候選人控制程度很高，卻不必也不能承認。對控制程度，候選人其實只有否認一個策略，沒得選擇，當然也就不構成危機情境的分類因素。

第四，過去表現涉及候選人的形象或公信。候選人拿形象或公信來決定反應策略，其實是在押注冒險，一旦失算，後果難料。雖然會有候選人以之決定策略，但這顯然不是切事理性的態度。理性的候選人評估的是事實狀態，而不是自己的魅力。關於控制程度與過去表現，我們已經有初步證據顯示，這兩個因素的確會影響候選人危機因應策略的效果（姚惠忠與蕭伊君 2007）。但就候選人選擇策略來說，這兩個因素沒多大作用。

Bradford 與 Garrett(1995) 以「基本歸因謬誤」(fundamental attribution error) 及「折扣原則」(discounting principle) 爲依據，提出另一套「組織回應傳播模型」(The corporate communication response model)。區分類型的主要原則爲「有沒有證據證明組織犯錯，有沒有證據證明組織能控制……等等」，當中的證據指客觀的證據，而且是全有或全無的證據。這是純粹觀念世界，理想的情境分類，在現實世界完全行不通。現實世界裡，證據認定通常有疑義，就算是衆所接受的證據，證據力也有等差，現實世界裡沒有全有或全無的證據。推詳 Bradford 與 Garrett 分類的精神，其分類之要點在社會公眾對組織責任的認定，但如上文之討論，選舉情境中，候選人的責任未必重要，選戰中顏色泥巴亂飛的情境，選民也沒法認定證據的真假，候選人能據以確定選民認定的責任程度嗎？恐怕不容易。

據上，現有的危機情境分類不適用於選舉情境，在選舉中應注意選民對指控議題的厭惡程度與證據的揭露程度。由此，本文第二個研究問題是：用證據揭露度與選民厭惡程度來區分，候選人可能面對那些選舉危機情境？

二、形象修護策略

組織面臨危機侵襲時，可以進行危機言說或採取一些辯解 (apologia) 策略，以維護組織形象或信譽。Kruse(1981) 指出，組織做錯事遭受道德指控，想要澄清組織的信譽，而且必須由受控的自己傳遞防衛訊息時，組織就進入辯解情境。換言之，陷入危機中之組織，辯解的目的在修復或維護組織的形象。學者所討論的形象修復策略、辯解策略、反應策略或傳播策略，主要目的都是修復或維護組織形象與信譽，本文統稱爲形象修護策略，將危機反應策略、危機傳播策略視爲形象修護策略之同義詞。

由於組織修護形象之需要，危機傳播研究，最多產的就是訊息策略的分類 (Hearit 2001, 503)。1973 年 Ware 與 Linkugel 提出辯解者可運用的四種訊息策略以後，迭經

學者發展 (Benoit, Gullifor, and Panici 1991; Benoit and Brinson 1994; Coombs 1995)。最後，Benoit(1997) 整併為否認 (denial)、推諉責任 (evading responsibility)、降低危機衝擊 (reducing offensiveness)、修正行動 (corrective action) 與後悔道歉 (mortification) 等五大策略以及 14 項子策略後粲然大備，便為後來學者所通用。

本文依 Benoit 的分類討論第三個研究問題：候選人面對競選危機，經常或偏好使用哪些形象修護策略？

三、危機情境與形象修護策略

關於各種不同情境下的應用策略，學者關注的是策略效果。為保護組織信譽，組織面對危機時，需評估危機類型或情境，選擇適合的危機反應策略 (Coombs and Holladay 2002)。危機管理學者多依其危機情境類別，建議適用的反應策略 (Bradford and Garrett 1995; Coombs 1999)。Coombs(1999) 也主張，在一個危機情境下，有時候可能需要運用到兩個以上的策略，例如組織面臨不當行為危機類型時，可能同時採取誠意道歉、修正行動以及逢迎或討好等多種策略。Huang(2006) 以 Bradford 與 Garrett(1995) 的模型分析台灣四個政治人物的婚外情案例，發現除同意情境外，傳播策略搭配運用對政治人物的形象修護效果最有效，而且「合理化」策略是政治人物最常搭配使用的策略。真實世界中，候選人也不會以單一策略應付危機，而會採取多重策略組合。

既然現有的危機分類不適用於選舉危機，現有策略建議也就不能適用。這就引伸出兩個問題，一，在特定危機情境中，候選人根據他所處的社會文化與危機情境，會如何因應危機，採取那些策略組合？候選人傾向採取的形象修護策略和面對的類型有沒有關聯？二，了解候選人在特定情境下傾向選用的反應策略，便可以評估形象修護效果，進一步可以回答，最適合此一情境的策略組合是什麼？

據之，本文的第四個研究問題：候選人競選危機情境與其形象修護策略之關連性為何？候選人偏好使用的策略，與前述選民的厭惡程度和證據揭露程度有什麼關聯？

參、研究方法

本研究收集 2005 年迄 2006 年間台灣地區地方首長選舉九位候選人，24 個遭指控或質疑的危機案例為主要研究材料。危機案例選擇步驟如下：首先選擇候選人，2005 年縣市市長部分，以競爭激烈程度較高地區且具全國知名度之候選人為對象，共計選取台北縣、台中市和彰化縣五位候選人，分別為周錫璋、羅文嘉、胡志強、翁金珠與卓伯源。2006 年北高市長部分，則選取實力較強之主要候選人，分別為郝龍斌、謝長廷、陳菊與黃俊

英。其次選擇危機事件，以候選人遭指控或質疑之報導比例較高的事件為分析樣本，選取之危機案例如附錄一所示。

針對第一個研究問題，首先將 24 個危機案例根據其性質，也就是候選人遭指控或質疑的內容加以歸類成 11 種類型，例如翁金珠後援會賄選案、羅文嘉走路工與黃俊英走路工，歸類為「候選人涉及賄選」；周錫璋股條案、永洲 / 偉士案、郝龍斌佔用官舍，歸類為「候選人濫用特權」；又如馬英九特別費對黃俊英之衝擊、國務機要費對陳菊與謝長廷之衝擊，歸類為「候選人所屬政黨表現令人失望」。

綜觀九位候選人、24 個危機案例，可將這些足以影響選舉結果的指控或質疑議題分成以下 11 種類型：1. 候選人貪污、2. 候選人濫用特權、3. 候選人涉及賄選、4. 候選人施政失誤、5. 候選人健康狀況、6. 候選人選舉技術疏失、7. 候選人故意抹黑對手、8. 候選人所屬政黨表現令人失望、9. 候選人提出可能性低的政見、10. 候選人缺乏政黨忠誠度、11. 候選人遭遇棄保危機。

將以上 11 種危機類型，加上曾經在其他競選過程發生過、但不在本研究 24 個案例中的緋聞事件，合計 12 種危機類型，針對北高兩市選民實問卷調查，詢問選民對這些危機類型的厭惡程度。選民最厭惡的危機類型給 10 分、最不厭惡的危機類型給 1 分。本問卷針對北高兩市之行政區，採用配額抽樣法，於 2007 年 4 月 16 日至 4 月 30 日，共發出 1150 份問卷，回收問卷 1077 份，回收率 93.65%，有效問卷 937 份，有效問卷率 87%。本研究將根據選民對危機議題的厭惡程度，針對 12 種危機進行因素分析，觀察能否將 12 種危機劃分為不同群集。

針對第二個研究問題，本研究以選戰中揭露之證據程度以及選民對危機議題之厭惡程度兩個變項，建立候選人面對危機之情境類型。「證據揭露程度」之操作型定義：候選人遭指控或質疑之內容，在媒體報導中呈現具體、可信證據之多寡與可信程度。媒體報導中呈現具體、可信證據時，將此事件列為「證據揭露程度高」，媒體未報導具體、可信證據時，則將之列為「證據揭露程度低」。以卓伯源文宣擅自使用日本女星照片充當其學妹事件為例，文宣品確實使用日本女星照片，所以將其歸類「證據揭露程度高」；又如郝龍斌拉法葉案，因報導中沒有具體證據呈現郝柏村涉案，所以將其歸類「證據揭露程度低」。「選民厭惡程度」之操作型定義：受測選民對候選人遭指控事件之厭惡程度。本研究將透過問卷調查方式，調查選民對上述危機事件之厭惡程度。

針對第三個研究問題，本研究以內容分析法，分析候選人所使用的形象修護策略。針對第四個研究問題，本研究將前述之情境與形象修護策略合併討論，藉以探討情境與策略之對應關係。

本研究以媒體報導內容為資料，用內容分析法分析候選人面對危機之證據揭露程度、

與候選人所採取的危機反應策略。取 A. C. Nielson 2006 年第三季「媒體調查」閱報率最高的前四家報紙：自由時報、蘋果日報、聯合報及中國時報的報導為資料來源。研究分析期間以中央選舉委員會公告之候選人登記日期到選舉投票日為止。但因黃俊英走路工事件一直有後續發展，分析期間延至中央選委會公告陳菊當選日為止，亦即從 2006 年 10 月 15 日至 2006 年 12 月 15 日止。

類目建構常用的方式有兩種，一是依據理論或過去的研究結果來建構類目；另一種是由研究者自行建構（羅文輝 2000）。依據理論或是過去的研究結果來進行類目建構，因已通過考驗所以較為精確可靠，所以本研究採用 Benoit(1997) 的形象修護策略作為本研究的主要分析類目。為期分析類目符合「窮盡」原則，也加入 Huang、Lin 與 Su (2005) 提出之「扮演受害者」策略。本研究的分析類目包括：

(一) 基本資料類目

1. **新聞日期**：指該則新聞刊登的日期，登錄年、月、日，一共八碼數字。例如：2005 年 10 月 25 日，則登錄為 20051025。
2. **刊登報別**：指該則新聞是刊登於哪家報紙：(1) 自由；(2) 蘋果；(3) 聯合；(4) 中時。

(二) 分析資料類目

1. **新聞報導主角**：(1) 周錫璋；(2) 羅文嘉；(3) 胡志強；(4) 卓伯源；(5) 翁金珠；(6) 郝龍斌；(7) 謝長廷；(8) 陳菊；(9) 黃俊英。
2. **危機類型**：(1) 候選人貪污；(2) 候選人濫用特權；(3) 候選人涉及賄選；(4) 候選人施政失誤；(5) 候選人健康狀況；(6) 候選人選舉技術疏失；(7) 候選人故意抹黑對手；(8) 候選人所屬政黨表現令人失望；(9) 候選人提出可能性低的政見；(10) 候選人缺乏政黨忠誠度 (11) 候選人遭遇棄保危機。
3. **形象修護策略**：(1) 否認：A. 單純否認；B. 推給他人。
 - (2) 推諉責任：A. 受挑撥、煽動；B. 無力控制 C. 純屬意外；D. 動機良善。
 - (3) 降低危機衝擊性：A. 道己之長/尋求奧援；B. 淡化傷害 C. 區隔化/差異化；D. 提高層次；E. 反擊對手；F. 給予補償。
 - (4) 修正行動：A. 復原；B. 預防。
 - (5) 後悔道歉。
 - (6) 扮演受害者。
 - (7) 不回應。

形象修護策略各類目之定義如附錄二所示，過錄員根據這些策略定義過錄。過錄信度採取「分析者校正」原則，以兩位過錄員進行過錄，對於有爭議的類目，透過討論與辨證，取「編碼者間共識」類目。在證據揭露程度高低的判別上，24 個危機案例的編碼員相互同意度為 0.875，編碼員間信度係數為 0.93，在危機反應策略歸類上，編碼員相互同意度在 0.83 至 0.90 之間，編碼員間信度係數在 0.90 至 0.94 之間，皆達可接受水準。

肆、研究分析

一、候選人面對之危機類型

針對北、高兩市選民所做的事件厭惡程度調查，回收問卷的 KMO 值為 0.710，適合進行因素分析。本研究利用主成分分析法抽取共同因素，選取特徵值大於 1 的因素，得到三個因素，各因素的特徵值分別為：4.655、2.562、1.395；各因素的可解釋變異量分別為：29.422%、25.774%、16.570%，累積可解釋變異量為 71.766%，各因素之因素負荷量 (factor loadings) 如表 1 所示。

表 1 選民厭惡程度因素分析

問卷題目	因素一	因素二	因素三
11. 候選人缺乏政黨忠誠度	.886	-.181	.131
12. 候選人遭遇棄保危機	.879	<.1	.208
8. 候選人所屬政黨表現令人失望	.788	.151	.187
9. 候選人提出可能性低的政見	.781	.237	<.1
7. 候選人故意抹黑對手	.614	.514	-.148
3. 候選人涉及賄選	<.1	.924	.136
2. 候選人濫用特權	<.1	.908	.202
1. 候選人貪污	<.1	.864	.198
4. 候選人施政失誤	.196	.426	.348
5. 候選人健康狀況	<.1	.132	.908
10. 候選人誹聞事件	.159	.189	.695
6. 候選人選舉技術疏失	.541	.237	.585
初始特徵值	4.655	2.562	1.395
可解釋變異量	29.422%	25.774%	16.570%
累積可解釋變異量	71.766%		
KMO 值	0.710		

資料來源：作者自行整理。

據上因素分析結果，選民對候選人的危機議題的確可以依厭惡程度來分組，而且厭惡程度各有其特徵。因素一，「缺乏政黨忠誠度」、「所屬政黨表現令人失望」與「棄保危機」共同特徵是涉及候選人所屬之政黨；「提出可能性低的政見」、「故意抹黑對手」、「棄保危機」則與競選策略相關，故將因素一命名為「政黨或競選策略」型危機。因素二，「貪污」、「涉及賄選」、「濫用特權」，皆屬利用政治職權謀私、貪腐之性質，至於施政失誤，所謂「錯誤的政策比貪污更可怕」，因素二可命名為「貪腐或施政問題」型危機。因素三中，「健康狀況」、「緋聞」屬身心健康方面的缺失，這兩項危機與「選舉技術疏失」可合稱為「身心健康或選技」型危機。

依此，在選舉中候選人遭遇的各種指控質疑中，選民最厭惡程度的是「貪腐或施政問題」型危機，候選人遭遇這類議題指控時，危機最為嚴重，不可輕忽。這也是攻擊力最大的議題。其次是「政黨或競選策略」型危機，選民厭惡程度不及「貪腐或施政問題」。選民最不在乎的是「身心健康或選技」型危機，候選人面對身心健康或選舉技術疏失的指控質疑，並不至於引起選民絕對的反感，從調查中發現，相較於「貪腐或施政問題」與「政黨或競選策略」，「身心健康或選技」議題是選戰中攻擊力最小的議題。

二、候選人使用之形象修護策略

根據 Benoit(1997) 所提的 14 項子策略作為分析類目，九位候選人在 24 個危機事件中所使用的形象修護策略百分比，整理如附錄三所示。從附錄三可發現，「反擊對手」(23/24) 與「否認」(19/24) 是候選人使用最頻繁的策略。候選人幾乎在所有案例中都使用「反擊對手」策略來反應危機；另外「提高層次」(17/24) 與「道己之長 / 尋求奧援」(16/24) 也是候選人經常使用的反應策略。

附錄三所呈現的形象修護策略，似乎過於複雜。為簡化起見，我們嘗試運用 Benoit(1997) 五大主策略作為分析類目，結果如表 2 所示。從表 2 觀察，「降低危機衝擊性」（類似 Bradford 與 Garrett 的合理化策略）是候選人最常搭配使用的策略。而且，候選人也不會以單一策略應付危機，而會採取多重策略組合（24 個危機案例中，除 I,R 兩案例外，其餘 22 個案例皆採取多重策略組合）。這樣的結果，與 Huang(2006) 的發現大致相符。

表 2 候選人在各危機事件中使用形象修護策略之百分比（以主策略分）

策略個案	否認	推諉責任	降低危機 衝擊性	修正行動	後悔道歉	不回應
A	44		56			
B	53		44			
C	46		51			3
D	8	17	74			
E	32		60			8
F	28	11	45			16
G	21	21	47	11		
H	26	16	58			
I			100			
J	18		82			
K	29		71			
L	18		82			
M	20	10	70			
N	37	2	61			
O	8	20	70			3
P	58		42			
Q		37	63			
R			100			
S	75		25			
T			43	57		
U	32		57	9	1	1
V	28		71			
W	58		42			
X	36		50			14

資料來源：作者自行整理。

伍、討論與建議

一、危機情境類型

本研究假定候選人之所以遭遇指控，是因為指控者想讓選民厭惡該候選人。研究發現候選人的危機可以依選民的厭惡程度分為三大類，選民厭惡程度最高的是「貪腐或施政問題」型危機，其次是「政黨或競選策略」型危機，選民最不在乎的是「身心健康或選

技」型危機。問題是，如果指控屬實，候選人可以承認嗎？危機傳播的經典教訓「誠實是最好的政策」，對候選人成立嗎？候選人會這樣做嗎？

候選人是追求權力與利益的政治人，不是追求真理的哲學家，也不是追求道德成就的倫理人。我們可以假定多數候選人在選舉中面對質疑或指控時，首先考慮的是選舉成敗，事實真相與道德堅持比不上勝選的欲求。依此推論，候選人面對指控時考量的是：會不會影響選票？據之，候選人面對選民高厭惡程度的指控時，承認了直入對手下懷，不管事實如何，絕對不能承認。反之，對選民低厭惡程度的指控，於選舉大局無傷，承認無妨。至於選民厭惡程度上不下的議題，雖不至於絕對不能承認，但承認的後果卻也不太好掌握，有出狀況的可能。以候選人選擇修護策略的立場考量，能不能承認是考慮要項之一，以選民的厭惡程度來區分危機應該是合理的。

依此，面對選民厭惡程度最高的「貪腐或施政問題」型危機，候選人主觀傾向於「不能承認」；面對選民厭惡程度最低的「身心健康或選技」型危機，對選舉殺傷力比較小，候選人比較願意誠實以對；面對「政黨或競選策略」型危機，候選人會有顧忌，覺得「承認可能不好」。

不能承認卻不一定容易否認，這涉及證據揭露程度。我們也可以假定，指控議題實情如何，其實候選人最清楚，如果指控方提出的證據離事實太遠，很容易以事實證據否認，同時也表示指控者不了解實際狀況，候選人心中篤定，主觀上傾向直接否認。如果指控方提出的證據接近核心事實，人證物證俱在，想要否認不容易，如何反應便費思量。

整體而言，候選人選擇策略時，同時面對「能不能承認」、「容不容易否認」兩個考慮。這兩個考慮，構成候選人面對危機的特徵，可以用來定義選舉危機情境類型。若將指控方所提證據揭露程度區分為「證據揭露程度高」與「證據揭露程度低」兩組，合併選民對危機議題的厭惡程度，可以將危機情境區分為六種，各有其情境特徵，如表 3 所示。

表 3 危機情境類型特徵

	「貪腐或施政問題」 型危機	「政黨或競選策略」 型危機	「身心健康或選技」 型危機
證據揭露程度高	不能承認 難以否認	承認可能不好 難以否認	可以承認 難以否認
證據揭露程度低	不能承認 容易否認	承認可能不好 容易否認	可以承認 容易否認

資料來源：作者自行整理。

候選人面對的指控如果是涉及以政治權力謀取私利、涉及貪污特權等議題，承認馬上

會造成選民的厭惡疏離，如果指控者揭露高度證據，候選人面對的情境特徵是：既不能承認又難以否認。可以稱之為「兩難情境」。相反的，如果指控的證據揭露程度低，情境特徵是：不能承認卻很容易否認，決策容易。可以稱為「負面輕易情境」。

相較於「貪腐或施政問題」型危機，選民對「政黨或競選策略」型危機的厭惡感稍次，但承認後事態卻有失控的可能，不好掌握。如果證據程度高，情境特徵是：承認可能不好，但難以否認。如何反應費思量，可以稱為「曖昧情境」。如果證據揭露程度低，承認固然可能不好，但容易否認。因決策容易，是另一種「負面輕易情境」。

候選人面對「身心健康或選技」型危機時，選民不太在乎。如果指控者揭露高度證據，情境特徵是：難以否認，卻可以承認，決策容易。可以稱為「正面輕易情境」。相反的，如果指控的證據揭露程度低，情境特徵是：可以承認，卻也容易否認。候選人怎麼做都對，可以稱為「兩易情境」。

依選民對危機議題的厭惡程度與指控者證據揭露程度兩個變項，能建立候選人的危機情境類型 (typology)，危機情境類型之命名如表 4。這個情境分類有沒有用，要看它能不能解釋候選人的策略傾向。

表 4 危機情境類型命名

	「貪腐或施政問題」 型危機	「政黨或競選策略」 型危機	「身心健康或選技」 型危機
證據揭露程度高	兩難情境	曖昧情境	正面輕易情境
證據揭露程度低	負面輕易情境	負面輕易情境	兩易情境

資料來源：作者自行整理。

二、危機情境與策略

將 24 個危機案例依危機類型分組後，再依媒體報導內容，判斷控方所呈現或揭露的證據程度，分為證據揭露程度高、證據揭露程度低二組，最後再將 24 個案例歸入所屬的危機情境，如表 5 所示：

表 5 候選人危機情境

	「貪腐或施政問題」 型危機	「政黨或競選策略」 型危機	「身心健康或選技」 型危機
證據揭露程度高	G, J, K, L, N, U	M, O, Q, R, X, V	T, D
證據揭露程度低	A, B, C, F, H, P, W	S	I, E

資料來源：作者自行整理。

據表 5 觀察候選人危機修護策略，候選人所採取的反應策略很明顯依照危機情境而異，而且不同候選人在相同的危機情境中會用類似的修護策略。情境與策略之對應關係如表 6 所示：

表 6 危機情境與形象修護策略

	「貪腐或施政問題」 型危機	「政黨或競選策略」 型危機	「身心健康或選技」 型危機
證據揭露程度高	反擊對手	降低危機衝擊性	修正行動 提高層次
證據揭露程度低	否認	否認	反擊對手

資料來源：作者自行整理。

根據本研究收集的資料，候選人面對「貪腐或施政問題」型危機，且證據揭露程度很高的「兩難情境」，主要策略是反擊對手。這個情境下，證據確鑿無可否認，同時選民厭惡程度高，不能承認，不管是候選人惱羞成怒，或是基於實作利害考量意圖轉移話題，攻擊對手都是合理的反應。

其次，候選人面對「政黨或競選策略」型危機，且證據揭露程度高的「曖昧情境」時，最常使用的策略是：降低危機衝擊性。這個情境下，證據明確無從否認，承認又有不測之憂，情勢不明，以安全為原則自是合理的反應。候選人所用的策略如提出自己的政績、告訴選民自己的貢獻（道己之長）、說明自己的作為是為了更崇高的目標（提高層次）、攻擊對手模糊焦點（反擊對手），或者說事情是自己無法控制的（無力控制），都帶有些既不承認也沒有否認的模糊特性。

第三，候選人面對「身心健康或選技」型危機，且證據揭露程度高的「正面輕易情境」時，候選人大都會承認，承認了再帶一點補救措施或說明。修正行動是承認後的補救措施，強調事件另有意義（提高層次）就是承認後的說明。這個情境下，承認的傷害性不高，承認是可以選擇的策略，但承認是不夠的，承認後用補救或說明撈點形象回來，十分符合政治理性。

第四，在證據揭露程度低的情境下，面對「貪腐或施政問題」和「政黨或競選策略」型危機時，候選人的策略都是否認。這兩個情境都不能承認，否認是合理的策略。但面對「身心健康或選技」型危機時，候選人的策略是反擊對手。這個情境下，選民厭惡程度低，承認不承認都無所謂，沒有出狀況的顧忌，利用來羞辱對手（反擊對手）借機賺點好處，也符合政治理性。

由候選人所採取的形象修護策略來看，用選民厭惡程度與證據揭露程度兩個向度來建

立選舉危機情境類型，應該站得住腳。

三、貢獻與未來研究建議

危機傳播理論的主要關懷是：在特定危機情境中，那種修護策略最有效果。這個關懷可以簡化為「情境—策略—效果」三個環節。確定危機情境，可以說是整個理論發展的基礎。過去的選舉危機傳播研究，大都援用商業組織的危機情境類型，不能觀照到選舉情境的特殊性，其回應策略效果的評估與策略建議常常不能窮盡選舉危機的情境。本研究從頭開始，依選舉情境的特殊性建立選舉危機情境類型，期望能做為選舉危機傳播研究的基礎。如果我們建立的類型可用，將來的研究者，不必再援用商業組織的危機類型來研究選舉危機，研究者可以在這個基礎上評估候選人修護策略的效果，理論上能發展自足自主的選舉危機傳播理論，實務上也能做為選舉策略的建議。本研究初步證實我們提出來的危機情境類型，能夠合理說明選舉危機中候選人的反應，是個好的開始。

此外，本研究也由選民對事件的厭惡認知或反應，建立了選舉危機類型。本研究發現選民最在乎的是權力運用瑕疵，政治人物濫用政治權力貪污謀私，選民最為痛惡。選民最不在乎的是候選人的健康、緋聞、選舉技術疏失等事件，都不是選民所要問，因此在選舉中以健康因素或緋聞攻擊對手，可能不是好主意。至於政黨與選舉策略議題，例如政黨忠誠、棄保危機、所屬政黨表現不理想等，選民的態度在兩可之間。我們還不太清楚這個發現的理論意涵，有待進一步深究。實務上，這個發現有助於候選人理解選民期待。

本研究看似合理，但依然有四個限制，我們期待未來的研究者能一起來解決：

其一，本研究由研究者就媒體報導內容，判斷指控的證據揭露程度，雖然發現符合預期，但就研究程序來說，依賴研究者主觀的判斷總是個瑕疵。目前，我們還沒有適當的方法解決這個困難，未來必需設法設計出可以客觀判斷證據揭露程度的方法。

其二，選舉情境中，候選人互相指控抹黑，議題五花八門、千奇百怪，本研究將 24 危機案例整理成 11 個危機議題，勢不能窮盡選舉危機議題。以選民的厭惡程度分三大類，方法上固然沒有問題，但各類型中可能會出現其他的危機議題，加入其他危機議題後，危機情境類型的性質可能會改變。也就是說，本文把三大類型命名為「貪腐或施政問題」、「政黨或競選策略」、「身心健康或選技」型危機只是暫時的結論，有待未來研究繼續補強。

其三，「政黨或競選策略型危機（厭惡程度中）、證據揭露程度低」、「身心健康或選技型危機（厭惡程度低）、證據揭露程度高」與「身心健康或選技型危機（厭惡程度低）、證據揭露程度低」等情境的分析案例只有一至二個，說服力仍嫌薄弱，有待繼續驗證。

其四，本研究只就形象修護策略之「頻率」做分析，未考慮策略之「強度」，也略有

遺憾，未來研究可透過形象修護策略「強度」之分析，以深化危機情境－策略－效果之理論與應用上的價值

最後，本文提出的「情境－反應」類型是實徵類型，不是規範類型，是候選人在危機情境中的反應，而不是危機情境的最適反應。危機情境下的最適反應，有待檢查這些修護策略的效果才能討論。本研究的成果，還不足以對候選人提出修護策略的建議。我們也期望未來的研究者就這個類型來評估候選人的反應效果，不但能發展選舉危機傳播理論，也能提出對候選人面對危機的實作建議。

* * *

投稿日期：97.01.09；修改日期：97.03.26；接受日期：97.08.31

附錄一、選舉危機案例

- A 翁金珠 --- 花博會弊案
 - B 翁金珠 --- 後援會賄選
 - C 卓伯源 --- 計軸器弊案
 - D 卓伯源 --- 文宣不實事件
 - E 胡志強 --- 健康問題
 - F 胡志強 --- 黨職併公職
 - G 胡志強 --- 自來水石綿管線
 - H 周錫瑋 --- 永洲 / 偉土案
 - I 周錫瑋 --- 瑋哥部落格事件
 - J 周錫瑋 --- 股條案
 - K 羅文嘉 --- 走路工事件
 - L 黃俊英 --- 走路工事件
 - M 黃俊英 --- 馬英九特別費事件衝擊黃俊英選情
 - N 陳 菊 --- 高捷弊案
 - O 陳 菊 --- 國務機要費衝擊陳菊選情
 - P 謝長廷 --- 高捷弊案
 - Q 謝長廷 --- 國務機要費引發民進黨信任危機
 - R 謝長廷 --- 申辦 2020 奧運政見
 - S 謝長廷 --- 遭指控偽造 1998 年「吳敦義緋聞錄音帶」事件
 - T 謝長廷 --- 文宣盜用奧運會徽
 - U 郝龍斌 --- 特權質疑
 - V 郝龍斌 --- 馬宋會風波
 - W 郝龍斌 --- 拉法葉案
 - X 郝龍斌 --- 政黨忠誠問題
-

附錄二、Benoit 形象修護策略定義

主策略	子策略
否認 (denial)：表明惡行與自己無關	<ul style="list-style-type: none"> ◆單純否認：表明自己沒有做過此事 ◆推給他人 (shift the blame)：表明自己沒做，也指出是誰做的
推諉責任 (evading responsibility)：舉出理由降低自己應負的責任	<ul style="list-style-type: none"> ◆受挑撥、煽動 (provoked)：錯誤行為是受到他人煽動或激怒而做出的反應 ◆無力控制 (defeasibility)：錯誤行為是欠缺重要資訊或是無法控制的因素造成的 ◆純屬意外 (accident)：錯誤行為不是有意造成的 ◆動機良善 (good motives or intentions)：錯誤行為的本意、動機是善良的
降低危機衝擊性 (reducing offensiveness)：說詞是為降低錯誤行為中「惡」的程度	<ul style="list-style-type: none"> ◆道己之長 / 尋求奧援 (bolster)：強調個人或組織的長處或善舉 ◆淡化傷害 (minimization)：輕描淡寫錯誤行為的後果（沒那麼嚴重） ◆區隔化 / 差異化 (differentiation)：指出錯誤行為與傷害性更大的行為有所不同 ◆提高層次 (transcendence)：從組織更有利的角度或更大的方向來看問題 ◆反擊對手 (attack accuser)：攻擊指控者以降低自己的責任 ◆給予補償 (compensation)：以物質補償或收買受害者，以降低錯誤行為的傷害程度
修正行動 (corrective action)：承諾採取措施，使錯誤行為不再持續或不再發生	<ul style="list-style-type: none"> ◆復原：承諾將事情回復原狀 ◆預防：承諾會做某事來避免惡行再度發生
後悔道歉 (mortification)：承認錯誤行為與責任來尋求他人的諒解	<ul style="list-style-type: none"> ◆道歉：向社會大眾或受害者道歉並請求原諒

附錄三、候選人在各危機事件中使用的形象修護策略之百分比 (以子策略分)

策略 個案	否認	推給 他人	無力 控制	動機 良善	道己之 長 / 尋 求奧援	淡化 傷害	區隔 差異化	提高 層次	反擊 對手	給予 補償	修正 行動	道歉	扮演 受害者	不回應
A	44				20			20	16					
B	53				14				33					
C	46				3			8	40					3
D	8			17	8	8		33	25					
E	32				8	14			38					8
F	28		11			2		17	25				1	16
G		21	21			3		6	26	9	11		3	
H	26		16		8	17		14	19					
I								8	92					
J	18					41			41					
K	29				12			6	53					
L	17	1			3			5	74					
M	20		10		15			15	40					
N	28	9	2		16			7	38					
O	8		20		43	3	8	8	8					3
P	58				11	11			20					
Q			37			6	27	30						
R					20			50	30					
S	75								25					
T									43		57			
U	29	3					7	11	39		9	1		1
V	28				31	5	20	5	10					
W	58				2		5	2	33					
X	36				21				29					14

參考文獻

I. 中文部分

- 王淑秋，1996，〈三黨臺北市長候選人之危機公關〉，銘傳管理學院大眾傳播研究所碩士學位論文。
- 吳宜蓁，2002a，〈「A 錢」與「清廉」之間——解讀興票案的危機情境、危機反應策略與媒體效能〉，《傳播文化》，9: 203-238。
- ，2002b，《危機傳播——公共關係與語藝觀點的論點與實證》，台北：五南。
- 姚惠忠、朱沛淳、謝昀真，2008，〈候選人危機反應策略之研究——以 2005 年彰化縣長選舉為例〉，《建國科技大學學報》，27(3): 77-102。
- 姚惠忠、粘淑菁，2006a，〈候選人危機反應策略之探討——以胡志強競選 2005 年台中市長為例〉，《選舉評論》，1: 1-23。
- ，2006b，〈候選人競選期間形象修護策略之研究——以 2005 年台北縣長候選人周錫璋為例〉，《關係管理研究》，4: 111-132。
- 姚惠忠、蕭伊君，2007，〈2006 年高雄市長選舉危機反應策略與形象修護效果之研究〉，《選舉評論》，3: 72-92。
- 唐福春，2000，〈危機管理個案之研究——以興票案為例〉，大葉大學工業關係學系碩士學位論文。
- 高菁黛，2001，〈政治人物的辯解類型——以宋楚瑜在興票案的辯解策略為例〉，輔仁大學大眾傳播研究所碩士學位論文。
- 羅文輝，2000，《精確新聞報導》，台北：正中。

II. 外文部分

- Barton, L. 2001. *Crisis in Organization II* (2nd ed.). O.H.: College Division South Western.
- Benoit, W. L. 1997. "Image Repair Discourse and Crisis Communication." *Public Relations Review* 23(2): 177-186.
- Benoit, W. L., P. Gullifor, and D. A. Panici. 1991. "President Reagan's Defensive Discourse on the Iran-contra Affair." *Communication Studies* 42: 272-294.
- Benoit W. L., and S. L. Brinson. 1994. "AT and T: Apologies are not Enough." *Communication Quarterly* 42: 75-88.
- , 1999. "Queen Elizabeth's Image Repair Discourse: Insensitive Royal or Compassionate

- Queen?" *Public Relations Review* 25(2): 145-156.
- Benson, J. A. 1988. "Crisis revised: An Analysis of Strategies Used by Tylenol in the second Tampering Episode." *Central States Speech Journal* 39: 49-66.
- Bradford, Jeffrey L., and Dennis E. Garrett. 1995. "The Effectiveness of Corporate Communicative Responses to Accusations of Unethical Behavior." *Journal of Business Ethics* 14: 875-892.
- Coombs, W. Timothy. 1995. "Choosing the Right Words: The Development of Guidelines for the Selection of the 'Appropriate' Crisis-Response Strategies." *Management Communication Quarterly* 4: 447-476.
- , 1998. "An Analytic Framework for Crisis Situations: Better Responses from a Better Understanding of the Situation." *Journal of Public Relations Research* 10(3): 177-191.
- , 1999. *Ongoing Crisis Communication: Planning, management, and Responding*. CA: Sage Publications.
- Coombs, W. Timothy, and L. Schmidt. 2000. "An Empirical Analysis of Image Restoration: Texaco's Racism Crisis." *Journal of Public Relations Research* 12: 163-178.
- Coombs, W. Timothy, and S. J. Holladay. 1996. "Communication and Attributions in a Crisis: An Experimental Study in Crisis Communication." *Journal of Public Relations Research* 8(4): 279-295.
- , 2002. "Helping Crisis Managers Protect Reputational Assets: Initial Tests of the Situational Crisis Communication Theory." *Management Communication Quarterly* 16(2): 165-186.
- Hearit, Keith M. 2001. "Corporate Apologia: When an Organization Speaks in Defense of Itself." In *Handbook of Public Relations*, ed. R. L. Heath. C.A.: Sage Publications.
- Huang, Y. H. 2006. "Crisis Situation, Communication Strategies, and Media Coverage: A Multicast Study Revisiting the Communicative Response Model." *Communication Research* 33(3): 180-205.
- Huang, Y. H., Y. H. Lin, and S. H. Su. 2005. "Crisis Communicative Strategies: Category, Continuum, and Cultural Implication in Taiwan." *Public Relations Review* 31: 229-238.
- Kennedy, K. A., and W. L. Benoit. 1997. "The Newt Gingrich Book Deal Controversy: Self Defense Rhetoric." *Southern Communication Journal* 62: 197-216.
- Kruse, N. 1981. "The Scope of Apologetic Discourse: Establishing Generic Parameters." *Southern Speech Communication Journal* 46: 278-291.

- Pearson, Christine M., and Ian I. Mitroff. 1993. "From Crisis Prone to Crisis Prepared :A Framework for Crisis Management." *The Executive* 7(1): 48-59.
- Seeger, Matthew W., Sellnow Timothy L., and Ulmer Robert R. 2001. "Public relations and Crisis Communication: Organizing and Chaos." In *Handbook of Public Relations*, ed. R. L. Heath. C.A.: Sage Publications.

Responding to Political Crisis During Campaigns: A Classification of Political Crisis Situations

Hui-chung Yao^{*} · Rui-xiang Wang^{**}

Abstract

The purpose of this study is to construct a classification of political crisis situations that candidates face and to discuss the situation-response relationship by exploring candidates' probable response strategies with respect to every type of situations of political crises during campaigns. Data is collected through 24 individual cases which present nine candidates subject to public accusations and suspicions in Taiwan's local political elections during 2005-2006. Content analysis and factor analysis are both used to analyze the data based on two variables: electorates' degree of antipathy to the crisis events and the degree of evidence disclosure.

It is found that in "high antipathy and high disclosure of evidence", "attack accuser" is candidates' most probable response; in "high antipathy and low disclosure of evidence", "denial" is candidates' most probable choose; in "middle antipathy and high disclosure of evidence", candidates tend to "reduce offensiveness of crisis".

Keywords: political crisis situations in campaigns, response strategies to crisis, image repairing, crisis communication

^{*} Associate Professor, Department of Human Resource and Public Relations, Da-Yeh University.

^{**} Assistant Professor, Department of Human Resource and Public Relations, Da-Yeh University.