

第四章 資料分析

本章將先敘述「杜邦鐵氟龍事件」個案的背景、以及該事件在中國和台灣的發展情形，接著呈現研究結果，依本研究的問題架構，進行回應和討論。

第一節 「杜邦鐵氟龍事件」之背景

本事件在海峽兩岸的發展大可分為四個階段：第一階段是 2004 年 7 月 8 日～2004 年 1 月 11 日，美國環保署(又稱 EPA, Environmental Protection Agency)指稱杜邦二十年來未盡通報之責，隱瞞製造鐵氟龍(Teflon)產品所需主要原料全氟辛酸鉍(PFOA)，對人體健康或環境風險的資訊，第二階段為 2005 年 1 月 12 日～2005 年 6 月 29 日，EPA 發表 PFOA 危險性評估初稿的結論，認為 PFOA 的致癌風險可能比報告中所言嚴重，第三階段則是 2005 年 6 月 30 日～2005 年 12 月 14 日，EPA 轄下的獨立科學評估小組研究發現，PFOA 比原先美國政府認定的更具致癌性，建議 EPA 針對癌症風險評估進行動物實驗。第四階段為 2005 年 12 月 14 日以後，杜邦以賠償與美國環境保護署和解。本事件重要記事如表 4-1 所列：

表 4-1 「杜邦鐵氟龍事件」大事紀

2001 年	西維吉尼亞州和俄亥俄州居民以集體訴訟方式控告杜邦，主張杜邦工廠排放的化學物質全氟辛酸鉍(PFOA)有害人體健康，污染了附近的土壤及飲用水，導致當地社區居民罹患呼吸道疾病及癌症。
2003 年 4 月	美國環保署(EPA)宣佈將對全氟辛酸鉍進行審查。
第一階段 EPA 指稱杜邦未盡通報之責	
2004/7/8	EPA 聲稱，杜邦自 1981 年 6 月到 2001 年 3 月期間以來，一直隱瞞未報製造鐵氟龍(Teflon)產品所需主要原料 PFOA，對人體健康或環境風險的資訊，違反了“有毒物質控制法”和“資源修復法”的規定，如果指控成立，該署有權對杜邦開出最高可達約 3 億美元的罰單，可能成為美國歷史上最高額的一項環保罰金。但 EPA 亦表明此事與杜邦公司相關產品的安全性無關。
2004/7/12	杜邦堅稱已完全遵守通報制度的規定，並反對任何有關 PFOA 有害人體健康或環境的說法，強調這並非是產品安全性的問題，而是有關行政彙報程序的問題，將在 30 日內提出答辯狀，否認 EPA 的指責。

2004/7/12	中國國家質檢總局宣布，高度關注不沾鍋材料危害人體健康的相關消息，將彙請專家進行論證。
2004/7/15	中國杜邦副總裁任亞芬至新浪網聊天室，回應外界對鐵氟龍的質疑，認為許多中國媒體在事件中作了誤導。
2004/7/16	杜邦總裁兼執行長賀利德接受《人民日報》專訪。
2004/7/20	中國杜邦高層和美國總部的技術專家在北京召開記者會，否認 PFOA 對人體的害處，並強調不沾鍋不含 PFOA 殘留。
2004/7/29	立邦電器是廣東的一家以生產廚具為主的小型電器公司，該公司宣布停止生產銷售鐵氟龍產品，如果證明鐵氟龍確實有毒，立邦公司將向杜邦公司提出索賠 1000 萬美元。
2004/8/2	美國化學學會出版的《環境科學與技術》在 EPA 資助下進行的研究發現，來自 10 國的志願者血液中，無一例外地都含有 PFOA 殘留物，且肯定 PFOA 對人體的害處。
2004/8/10	杜邦正式回應 EPA 對於杜邦匯報程序的指責：(一)不能將 PFOA 與人體健康的任何風險相聯繫，根據法令，PFOA 沒有達到需要彙報的級別，(二)杜邦內部標準比環保署飲用水安全標準還要嚴格 150 倍，(三)杜邦已向環保署提交了 22 份毒理學研究報告，包括急性、慢性、發育、基因和水毒理研究，完全、準確地按照環保署的要求提交了所有的相關資料。 杜邦也強調，杜邦「已經了解針對全氟辛酸鈹殘留週期長而產生的憂慮」。因此，杜邦已經開發出最先進的製造技術和排放控制技術，並已在實施當中，「將 PFOA 的排放減少了 99%」，正廣泛向其他廠商分享減少排放技術，「以減少全球的 PFOA 排放量」。
2004/8/17	受鐵氟龍事件影響，中國炊具研發製造商蘇泊爾掛牌上市第一天，就跌破掛牌價。

2004/8/18	中國杜邦公司 8 月 18 日在北京再次舉行媒體說明會，中國杜邦總裁 Thomas Powell 再次強調鐵氟龍不沾鍋是安全的，PFOA 只是生產氟聚合物過程中一種基本的加工助劑，在生產過程已經被排放了，因而鐵氟龍不沾鍋不含 PFOA。杜邦總裁兼執行長賀利德亦出席在美對中國媒體的見面會，否認將「PFOA 的排放減少了 99%」是默認 PFOA 對人體會造成危害，並表示「願以整個杜邦的名譽作擔保」。
2004/8/25	中國一民眾狀告杜邦不沾鍋製造商蘇泊爾及銷售商詐欺，控告其未在產品上標示使用不沾鍋的溫度限制。
2004/9/9	2001 年杜邦遭西維吉尼亞州和俄亥俄州居民控告污染環境，杜邦同意以支付 3 億 4300 萬美元（約合台幣 116 億元）和解，但堅稱不代表暗示杜邦承認任何疏失，強調鐵氟龍鍋無害。
2004/10/14	中國檢驗檢疫科學研究院公布針對杜邦不沾炊具進行的檢測結果：所有被檢測的不沾鍋中均未檢出全氟辛酸銨 PFOA 殘留。
2004/11/3	有中國媒體指出，根據中國國家衛生標準不沾鍋不能處理酸性食物，「酸性食物」的定義，遭到當地媒體扭曲引申。
2004/11/18	中國國家質檢總局偕同中國五金協會召開新聞發布會，正式宣佈檢測結果，所有被檢測的不沾鍋中均未檢出 PFOA 殘留；同時 12 家不沾鍋企業公開發表宣言，所生產的不沾鍋材料完全符合中國國家標準。
第二階段 EPA 發表 PFOA 危險性評估初稿	
2005/1/12	EPA 發表 PFOA 危險性評估初稿的結論，認為 PFOA 的致癌風險可能比報告中所言嚴重，足以令實驗老鼠致癌，即使低劑量的 PFOA，也會造成傷害，有引發癌症、先天性缺陷及其他疾病的疑慮。
2005/1/20	台灣行政院環境保護署澄清，目前並無足夠證據支持這種說法，但強調，將進行安全評估作業，以判斷是否將全氟辛酸銨列入管制類毒化物，並會注意國際發展趨勢，以調整國內的管制腳步。 台灣消基會日用品委員吳家誠表示，鐵氟龍本身安全無毒性，但如果鍋子乾燒過久，就容易分解出有毒氣體，還會與食物相互反應，此氣體足以導致鳥類死亡。 台灣杜邦回應指出，一般正常鍋預熱不會超過三分鐘，攝氏 350 度以下的鐵氟龍都是安全的，正常狀況下要達到這個溫度幾乎不可能。

2005/1/26	台灣杜邦舉行記者會，請來美國杜邦氟產品資深技術專家傳達維說明不沾鍋的生產過程和 PFOA 的特性。針對外界有所疑慮的 PFOA 提出澄清說明，並宣導正常使用鐵氟龍（使用溫度在 260 度以下）。
2005/4	杜邦表示，由哈佛大學風險分析中心執行主任 George Gray 博士完成的一項綜合性科學研究指出，使用採杜邦材料的消費品是安全的。
2005/5	杜邦收到美國司法部轄下環保犯罪科的傳票，要求提交有關 PFOA 使用的文件。
第三階段 EPA 科學評估小組指稱 PFOA 具致癌性	
2005/6/30	EPA 轄下一個獨立的科學評估小組研究發現，製作鐵氟龍、防水透氣與防沾污塗層的化學原料 PFOA 比原先美國政府認定的更具致癌性，問題嚴重，建議 EPA 針對癌症風險評估進行動物實驗。
2005/7/1	美國杜邦總部表示，該科學評估小組目前的報告只是一個草案，或者說只是一份工作性文件，並未得到 EPA 科學顧問委員會最終確認，無法反映委員會成員的共同意見或建議，也不能代表 EPA 的政策。
2005/7/19	八個州代表 14 人向聯邦地方法院提出集體訴訟，控告杜邦公司數十年來隱瞞該公司炊具使用鐵氟龍不沾鍋塗料可能導致使用者致癌的事實，並要求賠償 50 億美元。
2005/12/10	台灣杜邦公司舉辦了鐵氟龍「健康安全新煮張」歡樂派對，提倡來自「美國健康烹飪」的新概念「少用油、中溫烹煮、選擇適合的鍋具、確保通風良好」。
第四階段 杜邦與 EPA 和解	
2005/12/14	杜邦與 EPA 和解，將支付 1025 萬美元（約 3 億 4 千萬台幣）罰款，及 625 萬美元（約 2 億台幣）環保研究計劃的經費，此為 EPA 歷來收到最高額的行政罰款，不過杜邦強調，至今並無任何 PFOA 危害人體的案例。杜邦總裁兼執行長賀利德表示，此一和解協定，使杜邦能以無需承擔任何責任的方式了結此案，未來杜邦將全力降低 PFOA 的排放量。

主要參考來源：兩岸媒體報導

第二節 研究結果

首先就搜集的樣本，進行簡略的描述，接著將以文字搭以圖表的形式來回應研究問題。圖 4-1 為二地在危機四階段的報導數量分佈圖，從圖中可以判斷，台灣在四個階段的報導量上，較為平均，第一階段「EPA 指稱杜邦未盡通報之責」裡，EPA 指控杜邦自 1981 年，隱瞞製造鐵氟龍產品所需主要原料 PFOA，對人體健康或環境風險的資訊，媒體首次揭露該事件，然而，就報導量而言，比之中國大陸，杜邦鐵氟龍事件相對不那麼受到台灣媒體的重視，第二階段「EPA 發表 PFOA 危險性評估初稿」時，EPA 初步認為 PFOA 有引發癌症、先天性缺陷及其他疾病的疑慮，此時台灣方面，由於消基會公開質疑杜邦產品的安全問題，報導量略增；中國大陸在第一階段對事件關注力最大，而後報導量大減。

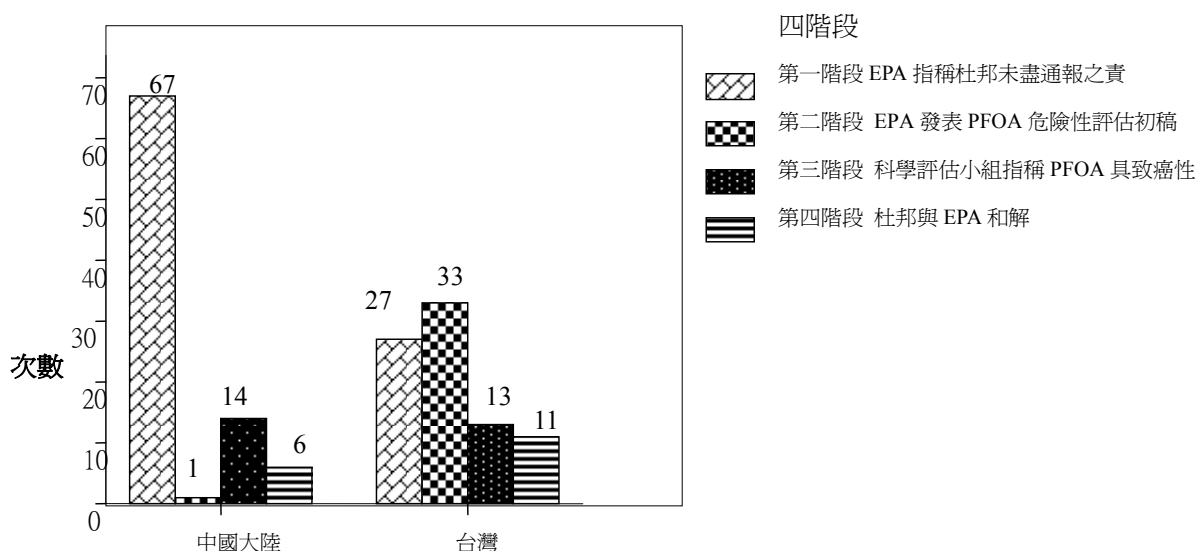


圖 4-1：危機四階段兩地報導量次數分配長條圖

資料來源：本研究整理

就研究者觀察，在「杜邦鐵氟龍事件」新聞爆發初期，中國大陸媒體反應是較為激烈的，台灣的媒體初期報導該事件，是以「該事件在中國大陸的發展情形」為報導的主軸，譬如說「去年七月上旬，大陸媒體紛紛報導…在大陸媒體監督下，大陸杜邦公司發言人出面澄清…」(聯合報，2005.1.20: A3)，消基會(2006)甚至還呼籲台灣的消費者與媒體「應該加把勁兒，看看對岸大陸民眾的反應及杜邦的回應」。不過中國大陸在 2004 年 11 月中國國家質檢總局正式宣佈所有被檢測的不沾鍋中均未檢出 PFOA 殘留之後，已風波漸息，第二、三、四階段檢測報告出爐，在中國大陸則並未掀起太大漣漪，反而此時台灣媒體才將之視為當地議題，消基會也積極針對該事件向媒體發言。

在杜邦發佈的新聞稿方面，台灣杜邦和中國杜邦，在危機第一階段「EPA 指稱杜邦未盡通報之責」，發佈的新聞稿則數都是最多（中國杜邦 4 則，台灣杜邦 3 則），第二階段「EPA 發表 PFOA 危險性評估初稿」與第四階段「杜邦與 EPA 和解」裡，台灣杜邦和中國杜邦皆只發佈一篇新聞稿，二地差異較大的是在第三階段「科學評估小組指稱 PFOA 具致癌性」中，中國杜邦發佈兩則新聞稿，台灣杜邦則並未發佈任何新聞稿。

圖 4-2 是兩地報導的消息來源分佈圖。不論海峽兩岸，杜邦都是首要的消息來源，中國大陸的報導引用的消息來源依序是：杜邦（269 次，39.4%）、政府（140 次，20.5%）、消費者（103 次，15.1%）、上下游廠商（70 次，10.2%）、學者專家（60 次，8.8%）、同業協會（21 次，3.1%）、環保團體（14 次，2.0%）、消費者協會（6 次，0.9%）。台灣的報導引用的消息來源則依序為：杜邦（133 次，35.8%）、政府（108 次，29.1%）、學者專家（75 次，20.2%）、消費者（24 次，6.5%）、消費者基金會（14 次，3.8%）、上下游廠商（10 次，2.7%）、環保團體（7 次，1.9%）。

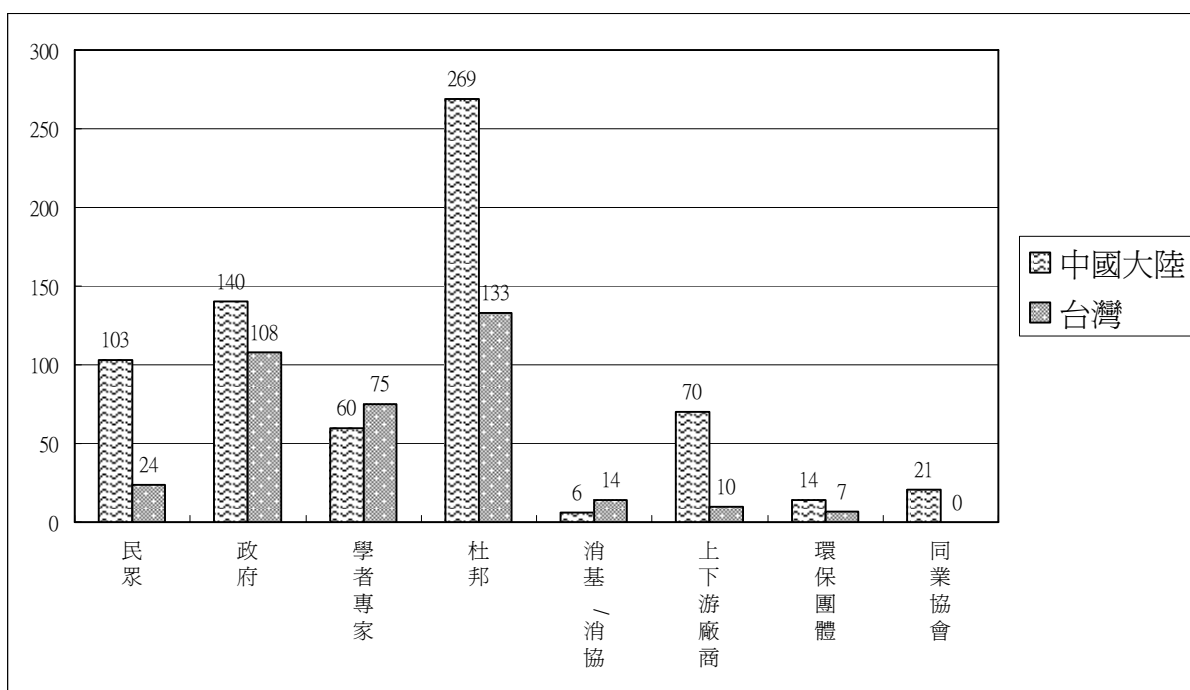


圖 4-2：兩地報導消息來源引用次數分配長條圖

資料來源：本研究整理

基於回應研究問題的需要，接下來的資料分析上，本研究將媒體報導消息來源區分為二類分析族群，（一）杜邦，和（二）杜邦的公眾（包括消費者、政府、學者專家、消基/消協、上下游廠商、環保團體、同業協會），以利觀察研究對象的風險認知、危機溝通策略與組織形象報導，此外，本研究也將分析新聞稿與

聲明稿中，杜邦運用危機溝通策略的情形，與媒體報導作交互印證(triangulation)。

以下針對各研究問題呈現研究結果，並加以說明與簡要討論。

一、 風險認知

(一) 媒體報導呈現出的風險認知

RQ1-1：「杜邦鐵氟龍事件」中，媒體所報導的杜邦公眾（媒體記者、消費者、政府單位、學者專家、同業公會、利益團體、上下游廠商）風險認知屬性為何？

本文以描述性統計呈現媒體報導陳述中杜邦公眾（媒體記者、消費者、政府單位、學者專家、同業公會、利益團體、上下游廠商）所提及的風險認知次數，以茲了解杜邦鐵氟龍事件最被重視的風險屬性。表 4-2 是杜邦公眾提及各風險屬性的次數分配表。¹172 篇報導中，一共出現 550「次」杜邦公眾有關「杜邦鐵氟龍事件」的風險認知陳述。「後果嚴重性」（141 次，25.6%）、「對於風險的知識」（105 次，19.1%）、「個人是否暴露於風險之中」（89 次，16.2%）是最受重視的三種屬性。

表 4-2：杜邦公眾對於各風險屬性的提及次數分配表

排名	風險屬性	提及次數 (N=550)	百分比
1	後果嚴重性	141	25.6%
2	對於風險的知識	105	19.1%
3	個人是否暴露於風險之中	89	16.2%
4	一般的可怖的	59	10.7%
5	自願非自願	43	7.8%
6	是否殃及後代	38	6.9%
7	對風險有控制權	30	5.5%
8	災害集中分散	23	4.2%
9	或然率	17	3.1%
10	引起災變的可能性	4	0.7%
11	風險承擔是否公平	1	0.2%
12	熟悉不熟悉	0	0
合計		550	99.9%

資料來源：本研究整理

¹ 本研究在風險屬性的登錄上，分成正負向計次，在進行次數分配時，將所有正負向次數合併處理為「提及次數」。

「杜邦鐵氟龍事件」最受公眾所重視的風險屬性，「後果嚴重性」、「個人是否暴露於風險之中」分列第一名和第三名，由此可知，公眾最關心的是杜邦鐵氟龍是否會對己身造成實際的傷害，相對而言，「引起災變的可能性」（4次，0.4%）、「災害集中/分散」（23次，2.6%）提及次數較少，代表公眾比較不在意「杜邦鐵氟龍事件」可能引發災變的死傷規模，對於該風險的空間/時間概念也不大重視。由此觀察，杜邦公眾大致認定「杜邦鐵氟龍事件」是個較為切身、個人化的風險，是否會損及「個人健康」是公眾最在乎的問題。

此外，「對於風險的知識」（包括當前科學和一般民眾對於 PFOA 的知識）也是民眾相當關切的風險屬性。前述曾提及，「杜邦鐵氟龍事件」整個事件的發展，往往是隨著「最新科學研究報告出爐」而有所轉折，每一次科學報告結果的發表，皆會衝擊公眾對於鐵氟龍的相關知識，「對於風險的知識」也就成為杜邦公眾認知與詮釋該風險的重要屬性。「風險承擔是否公平」（1次，0.1%）鮮少被提及，推測與危機事件本質有關，「公平」屬性著重利益分配與成本負擔的不均，此類公平正義的議題較常出現在公共政策的探討，較不適用於組織危機事件。

RQ 1-2：「杜邦鐵氟龍事件」的媒體報導中，哪些風險屬性（質化特質、量化數值）是報導所呈現的公眾認知危險度的有效預測變項？

由於逐步分析法比之同步輸入法更能找到最有預測力的變項，最適合探索性的研究使用（邱皓政，2000），研究採用多元迴歸逐步分析法，以十二種風險屬性「正負向認知得分」為自變項²、公眾認知危險度為依變項，進行逐步多元迴歸分析，此舉乃是為了了解哪些風險屬性能有效預測媒體報導所呈現的公眾認知危險度。

將 12 個風險屬性正負向計分輸入作為自變項的結果顯示，12 個預測變項（風險認知特質）預測依變項（認知危險度），進入迴歸分析方程式的顯著變項有三個，多元相關係數為 0.562，聯合解釋變異量為 0.316，即此三變項能聯合預測公眾認知危險度 31.6% 的變異量，就個別變項的預測量以「個人是否暴露於風險之中」的預測力為最佳，解釋量為 20.7%，其次為「後果嚴重性」的 8.5%、「對風險有控制權」的 2.4%，如表 4-3 所示。

²正、負向認知的認定，研究者依前述文獻探討，設定正負向，愈是可能讓人覺得危險的負向認知，得分就愈高，「正負向計分 = 負向認知次數×1 + 持平×0 + 正向認知次數×(-1)」，以此得到每一篇報導各項風險屬性的正負向計分。

表 4-3：「個人是否暴露於風險之中」、「後果嚴重性」、「對風險有控制權」預測公眾認知危險度之逐步多元迴歸分析

選出的變數順序	多元相關係數 (Multi R)	決定係數 (R ²)	R ² 改變量	未迴歸化迴歸係數 (B)	標準化迴歸係數 (Beta)	T 值	P 值
個人暴露	.455(a)	.207	.207	.147	.263	3.516	.001**
後果嚴重	.540(b)	.292	.085	.135	.347	4.853	.000***
控制權	.562(c)	.316	.024	.157	.163	2.400	.018*

常數 = 0.109

*為 p<.05；**為 p<.01；***為 p<.001

資料來源：本研究整理

標準化迴歸方程式為：認知危險度 = 0.109 + 0.263 × 個人暴露 + 0.347 × 後果嚴重性 + 0.163 × 控制權

自上述分析可知，在杜邦鐵氟龍事件的風險認知上，最會能讓公眾感到危險的前三項風險屬性是「後果嚴重性」（是否有害人體）、「對風險有控制權」（是否能藉由控制，降低風險的危險性）、「個人是否暴露於風險之中」（是否切身相關、危及個人）。而且，愈是覺得「個人暴露於風險之中」、愈是「後果嚴重」有害人體、覺得控制權不在己，就愈覺得危險，尤以危及個人，最令人覺得危險。

綜觀這三項屬性，皆有強調「風險對自己的實際災害 (hazard)」的傾向。即便公眾也重視「對於風險的知識」，關心此風險的「未知」程度，甚至是關切該風險是「一般的可怖的」、「自願非自願」等偏向情緒性的特質³，不過真正令公眾感到危險的還是「鐵氟龍可能有害人體」（後果嚴重性）、「自己也暴露在風險當中」（個人是否暴露於風險之中）、「自己沒有控制風險的力量」（對風險有控制權），換言之，「公眾是否感到危險」這個問題，仍是回歸到風險對公眾健康上的威脅，及公眾是否能藉由控制措施，降低威脅性。舉例來說，民眾可能覺得 SARS 是個新興傳染病，充滿了未知性（對於風險的知識低），可是最令民眾感到危險的可能是「即使戴口罩，也不能預防感染 SARS」（控制權低）。

（一）比較杜邦與其公眾的風險認知

RQ 1-3：「杜邦鐵氟龍事件」中，媒體所報導的杜邦風險認知屬性為何？

媒體報導裡出現杜邦 345「次」有關「杜邦鐵氟龍事件」的風險認知陳述，由表 4-4 可知杜邦著重的屬性次序。「後果嚴重性」（144 次，佔 41.7%）、「個人是否暴露於風險之中」（66 次，佔 19.1%）、「或然率」（59 次，佔 17.1%）、「對於風險的知識」（37 次，佔 10.7%）則是杜邦提及最多的四種屬性。

³請參見杜邦公眾對於各風險屬性的提及次數分配表。

表 4-4：杜邦對於各風險屬性的提及次數分配表

排名	風險屬性	提及次數 (N=345)	百分比
1	後果嚴重性	144	41.7%
2	個人是否暴露於風險之中	66	19.1%
3	或然率	59	17.1%
4	對於風險的知識	37	10.7%
5	對風險有控制權	27	7.8%
6	一般的可怖的	8	2.3%
7	災害集中分散	2	0.6%
8	是否殃及後代	1	0.3%
9	風險承擔是否公平	1	0.3%
10	引起災變的可能性	0	0%
11	自願非自願	0	0%
12	熟悉不熟悉	0	0%
合計		345	100%

資料來源：本研究整理

「杜邦鐵氟龍事件」最受杜邦所重視的風險屬性，以「後果嚴重性」為最，表示杜邦最關切的是鐵氟龍是否會致病。和杜邦公眾風險認知相同的是，杜邦亦相當重視「個人是否暴露於風險之中」、「對於風險的知識」。由此推知，在「杜邦鐵氟龍事件」中，杜邦有就公眾所關心的風險屬性做出說明或回應，且該風險相關知識的累積與辯證，是本事件發展的關鍵之一。

此外，杜邦對於或然率的重視，彰顯出組織藉由量化數據衡量風險的「科技理性」（黃懿慧，1994）。綜合觀之，可以發現杜邦較偏重風險的實際「災害面」（hazard），而非「憤怒面」（outrage）（Schmeidler & Sandman, 1988，轉引自黃懿慧，1994），如「風險承擔是否公平」、「自願非自願」等並非應風險本質而生，而是間接引發民眾不滿、不安情緒的屬性，皆未受到杜邦重視。

RQ 1-4：比較媒體報導所呈現的杜邦、與其公眾（媒體記者、消費者、政府單位、學者專家、同業公會、利益團體、上下游廠商）的風險認知，兩者有何差異？

本研究採用卡方分析比較杜邦與其公眾間的認知差異，⁴結果發現，杜邦與其公眾，在風險屬性的提及上，僅在「或然率」（ $\chi^2=6.233^b$ ， $df=1$ ， $p=.013$ ）有所差異。在 172 篇報導中，杜邦提及「或然率」的則數達 27.3%，但杜邦公眾僅有

⁴本研究在風險屬性的登錄上，分成正負向計次，而在進行交叉分析、雙因子變異數分析之統計作業時，研究者將該些類目分作「有提及」和「無提及」兩大類。

9.9%提及「或然率」。比之報導及各消息來源，杜邦較傾向採用量化科學機率來理解風險、表達風險，例如強調「過去五十年所積累的經驗和深入的科學研究表明，全氟辛酸鈹對人體和環境無害」等語句。

若採取質化方式觀察杜邦對於這些量化數值的引用，可以發現，杜邦並未採取量化數值作為「比較的參考點」，不過量化數值出現的時機，常是杜邦用於強調風險或然率低，作為澄清風險危害的證據，用數字表達該風險其實並不危險，增加說服力。

大體而言，單純就「風險屬性是否被提及」的層面上，除了量化數值外，杜邦與其公眾並未有顯著的差異，意味著杜邦大致有針對外界的疑慮作出回應與說明。

(二) 台灣與中國大陸公眾的風險認知

RQ 1-5：比較台灣與中國大陸的媒體報導，所呈現出的公眾（媒體記者、消費者、政府單位、學者專家、同業公會、利益團體、上下游廠商）風險認知有何差異？

誠如前述文獻探討所提及，不同社會的民眾可能會用不同的認知架構來認知同一風險，本研究以 T 檢定，檢驗二地的媒體報導間，杜邦公眾在風險屬性正負向計分上，是否具有差異，以比較兩地風險認知可能的差異。

本研究比較二地對於十二項風險屬性的計分，兩地在「一般的/可怖的」（ $t=3.754, p<.001$ ）、「對於風險的知識」（ $t=3.892, p<.001$ ）、「後果嚴重性」（ $t=-3.306, p=.001$ ）上的差異，達到顯著，結果如表 4-5 所示。進一步比較二地平均數可知，比起台灣媒體報導，中國大陸媒體報導顯示，該風險較為可怖（ $M_{大陸}=.59>.13$ ）、對於該風險的知識較為缺乏（ $M_{大陸}=.18>-.43$ ），台灣媒體報導比之中國大陸，認為風險的後果更為嚴重（ $M_{台灣}=1.82>.92$ ）。可能原因在於，中國大陸相對資訊較不開放，科技型危機在公共領域的討論上，仍偏向較非理性的認知方式，把科技風險視為「可怖、可怕的」、「未知的」，相形之下，台灣較習於面對產品安全問題，消費者意識比之中國大陸健全，比較不會以「可怖」、「未知」的角度來理解科技風險，相對的，同樣一種科技風險，與中國大陸相比，台灣公眾更容易覺得科技風險「有害人體、環境」，會造成實質的傷害。

表 4-5：兩地對風險屬性認知 T 檢定

	地區別		T值	顯著性 (雙尾)
	中國大陸 (n=88) 平均數	台灣 (n=84) 平均數		
自願非自願	.32	.44	-0.947	.345
一般的可怖的	.59	.13	3.754	.000***
對於風險的知識	.18	-.43	3.892	.000***
後果嚴重性	.92	1.82	-3.306	.001**
引起災變的可能性	.11	-.07	1.918	.057
對風險有控制權	.06	.00	1.655	.101
是否殃及後代	.23	.39	-1.538	.126
災害集中分散	-.10	-.08	-.254	.800
個人是否暴露於風險之中	.38	.64	-1.388	.167
風險承擔是否公平	.01	.00	1.000	.320
或然率	-.10	-.02	-1.224	.223

*為 p<.05；**為 p<.01；***為 p<.001

資料來源：本研究整理

RQ 1-6：比較台灣與中國大陸的媒體報導，所呈現出的公眾認知危險度有何差異？

根據 T 檢定的結果（如表 4-6 所示），台灣和中國大陸的媒體報導，在認知危險度上的差異，達到顯著（ $t=-2.544, p=.012<.05$ ），比起中國大陸，呈現在台灣媒體報導的公眾，認為危險度較高。

表4-6：兩地媒體報導所呈現的公眾認知危險度之T檢定

	地區別		T值	顯著性 (雙尾)
	中國大陸 (n=88) 平均數	台灣 (n=82) 平均數		
認知危險度	.24	.51	-2.544	.012*

*為 p<.05；**為 p<.01；***為 p<.001

資料來源：本研究整理

根據本文對「不確定性迴避」的討論，係屬高度不確定性迴避社會的台灣，其媒體報導所呈現的認知危險度，比不確定性迴避程度低的中國大陸媒體高，原因可能在於前者文化對風險容忍度較低所致，然而仍須特別指出的是，該研究結

果背後可能的因素很多，如兩地媒體的競爭型態不一，也有可能導致報導方式上的差異，例如台灣媒體競爭激烈，媒體慣用聳動的語調等等。

前文曾提及，中國大陸對於「杜邦鐵氟龍事件」反應較為激烈，然在認知危險度測量上的統計結果卻顯示，台灣媒體所呈現出的公眾認知危險度較高。就筆者觀察，中國大陸媒體在報導該事件時，雖然其間曾一度離譜到主張「不沾鍋不得放肉、蛋等食物」⁵，但大體而言，比之台灣媒體，中國大陸媒體更常出現多方查證、深入解析的報導，此點應與兩岸媒體結構相關，一為中國大陸的媒體生態不若台灣激烈，記者寫新聞較有時間與機會多方查詢，二為中國大陸官方對於媒體的管控嚴格，造成媒體有自我審查 (self-censorship) 的習慣 (Bishop, 1989)，在用字遣詞上，不若台灣自由，Bishop 認為在中國大陸，記者自我審查的情形相當普遍，甚至是當地最重要的媒體控制 (media control) 形式。

二地官方機構對於該事件的回應與重視亦不相同，中國國家質檢總局曾宣佈所有被檢測的不沾鍋中均未驗出 PFOA 殘留，接下來，中國大陸媒體對於相關事件的報導量就趨緩，報導內文批判語氣也溫和許多，然則台灣官方則未有主動調查檢驗的舉措，也可能造成台灣媒體報導裡，該事件的質疑、批判漸增之趨勢。

二、 危機溝通

(一) 危機溝通策略

RQ 2-1-1：在媒體報導與杜邦新聞稿中，杜邦使用的危機溝通策略為何？

本研究就媒體報導以及杜邦新聞稿中，危機溝通策略的運用情形進行描述性統計分析。在「杜邦鐵氟龍事件」中，杜邦最常使用的危機溝通策略前三項為：「否認」策略維護自己的立場 (243 次，37.7%)、並「提供資訊」以降低風險的不確定性 (195 次，30.3%)、和使用「討好」策略 (94 次，14.6%)，第四至第七名依序為攻擊 (54 次，8.4%)、修正行動 (35 次，5.4%)、藉口 (17 次，2.6%)、合理化 (3 次，0.5%) 與承認/道歉 (3 次，0.5%)，杜邦的危機溝通策略使用次數分配表如表 4-7 所示。

⁵ 中國衛生部指出不沾鍋最好不要長期存放醋酸類液體，但被當地媒體曲解為營養學上的酸性食物，如肉、蛋等。

表4-7：杜邦的危機溝通策略使用次數分配表

排名	危機溝通策略	使用次數 (N=644)	百分比
1	否認	243	37.7%
2	提供資訊	195	30.3%
3	討好	94	14.6%
4	攻擊	54	8.4%
5	修正行動	35	5.4%
6	藉口	17	2.6%
7	合理化	3	0.5%
7	承認/道歉	3	0.5%
合計		644	100%

資料來源：本研究整理

從描述性統計的結果觀之，在本事件中，杜邦主要採取「澄清」的立場，否認外界對於其產品安全的疑慮；此外，由於風險容易引發高度的不確定感，杜邦亦藉使用「提供資訊」策略，展現組織對於危機的控制程度，以紓緩利益關係人的憂慮（Coombs, 1999; Slovic, 2003）。杜邦也善用其環保績效卓著的成績，強調杜邦的正面特質，以討好公眾，降低公眾的對立或惡意。杜邦鮮少使用「降低事件嚴重性」和「比較和區辨」的「合理化」策略，在杜邦「相信，而不是原諒杜邦」的主訴求下，杜邦也很少採取完全接納責任的「承認/道歉」策略。

RQ 2-1-2：比較杜邦在台灣、中國大陸所使用的危機溝通策略，是否有差異？

由於危機溝通策略乃一序列（抗辯到接納）的概念，為利於對危機溝通策略的抗辯性進行分析，除了中性的「提供資訊」外，本研究將危機溝通策略各項類目依抗辯性高低進行計分，計算每篇報導的「抗辯性」（計分方式為：攻擊=7、否認=6、藉口=5、合理化=4、討好=3、道歉=2、修正行動=1，將每一則報導的抗辯性的分數相加，再除以該篇報導的危機溝通策略使用次數）。

由於媒體報導呈現的是經過媒體過濾、編輯甚至更動的訊息內容，若單採媒體報導來分析杜邦的危機溝通策略，可能形成偏差，因此本研究從兩種資料來源來了解杜邦危機溝通策略的運用情形，包括媒體報導與杜邦發佈的新聞稿，兩種資料來源可作交叉印證，以避免分析結果的偏頗。

在媒體與新聞稿交叉印證方面，統計結果顯示（表 4-8、表 4-9），不論是在中國大陸或是台灣，杜邦在媒體與新聞稿所呈現出的抗辯性，都存有差異（ $t=2.608, p=.012<.05$; $t=2.226, p=.029<.05$ ），兩地的媒體報導呈現出的杜邦抗辯

性，皆大於杜邦所發佈的新聞稿。有鑑於兩種資料來源間的差異，為免造成資料分析上的偏差，在比較杜邦於二地使用的危機溝通策略時，本研究將區隔新聞稿與媒體報導兩種資料來源的內容，再進行分析。

表4-8：杜邦在台灣媒體與新聞稿呈現的抗辯性之T檢定

	台灣		T值	顯著性 (雙尾)
	媒體報導 (n=51) 平均數	新聞稿 (n=5) 平均數		
杜邦的抗辯性	5.4239	4.1533	2.608	.012*

*為 $p<.05$ ；**為 $p<.01$ ；***為 $p<.001$

資料來源：本研究整理

表4-9：杜邦在中國大陸媒體與新聞稿呈現的抗辯性之T檢定

	中國大陸		T值	顯著性 (雙尾)
	媒體報導 (n=63) 平均數	新聞稿 (n=9) 平均數		
杜邦的抗辯性	5.4972	4.6262	2.226	.029*

*為 $p<.05$ ；**為 $p<.01$ ；***為 $p<.001$

資料來源：本研究整理

本研究分別就新聞稿與媒體報導的內容進行分析的結果發現，無論是媒體報導所呈現的杜邦抗辯性或是杜邦發佈的新聞稿，杜邦在二地所採取的抗辯性並無顯著差異 ($t=0.381, 0.600; p>.05$)，換言之，兩種資料來源皆顯示，杜邦在台灣、中國大陸所使用的危機溝通策略，差異不大 (如表 4-10、4-11 所示)。

表4-10：杜邦在兩地媒體報導呈現出的抗辯性之T檢定

	地區別		T值	顯著性 (雙尾)
	中國大陸 (n=63) 平均數	台灣 (n=51) 平均數		
抗辯性	5.4979	5.4239	.381	.704

資料來源：本研究整理

表4-11：杜邦在兩地發佈的新聞稿呈現的抗辯性之T檢定

	地區別		T值	顯著性 (雙尾)
	中國大陸 (n=9) 平均數	台灣 (n=5) 平均數		
抗辯性	4.6262	4.1533	.600	.560

資料來源：本研究整理

綜合上述，在媒體報導和杜邦新聞稿間的交叉映證上，研究發現在中、台二地，媒體報導中所呈現的杜邦抗辯性，皆大於杜邦發佈的新聞稿中所呈現的抗辯性，這樣的差異可能反映兩地媒體基於新聞價值，選擇呈現組織衝突性較高、抗辯性較強的說辭，也有可能是杜邦在接受記者訪談時，採取的抗辯性較強所導致的結果。

接著，本研究分別比較二地媒體報導與杜邦新聞稿，觀察杜邦在二地所採取的危機溝通策略是否有異，結果發現在兩種資料來源裡，都未見杜邦因應地區不同而改變溝通策略的跡象。由此可推斷跨國企業杜邦的策略管理，並未「因地制宜」地調整組織策略，或許在杜邦的策略管理之下，中國大陸與台灣被規劃在同一個區塊，因此杜邦在二地採行相同的策略。

雖然杜邦在二地發佈的新聞稿的抗辯性，在統計上並未達到顯著，但根據研究者的觀察，杜邦在二地所發佈的新聞稿，大多是來自美國杜邦總部，中國與台灣杜邦將英文翻譯成中文，再發佈在中國杜邦和台灣杜邦的網站上，許多新聞稿採取中英並陳的方式，二地有四則新聞稿相同，皆是總部新聞稿的「中文版」。據此點觀之，杜邦在其他地區的分公司，仍多遵循總公司的說法，在應對媒體的詢問上，分公司也是重在維持總公司的立場，常是傾向以美國總公司的姿態，對中國大陸、台灣消費者發言。例如「台灣杜邦公共事務部經理王韻儀說…每次美國環保團體有新的動作，亞洲尤其是大陸及台灣的反應都最為激烈…這是因為【大陸和台灣媒體與消費者】對鐵氟龍相關爭議瞭解較少的緣故…」(民生報，2005.7.22: A4)。

換言之，台灣杜邦、中國杜邦雖然身處亞洲當地，在此危機事件的處理上，扮演的角色偏向是美國杜邦總公司在中國大陸、台灣延伸的發言部門。

不過中國杜邦、台灣杜邦所發佈的其他新聞稿仍有差異，第三階段「EPA 科學評估小組指稱 PFOA 具致癌性」中，中國大陸媒體和台灣媒體報導則數相去不遠 (14 則/中國大陸，13 則/台灣)，意即媒體關注力相差不大，然而中國杜邦發佈了兩則新聞稿〈杜邦公司向美國國家環保署科學顧問委員會提供有關 PFOA 的最新人體健康研究數據〉、〈杜邦公司聲明有關環境工作小組新聞發佈會〉(皆為

美國杜邦新聞稿的中文譯版)，以回應 EPA 科學評估小組的指控，台灣杜邦卻並未發佈任何一則，中國杜邦和台灣杜邦所使用的策略也並非完全一致。

(二) 組織的形象報導

RQ 2-2-1：「杜邦鐵氟龍事件」中，媒體所呈現的杜邦形象為何？

本研究就杜邦的形象報導，包括企業是否道德、企業的經營管理能力、企業的信譽（可靠的／可信任的／誠實的）、企業的溝通情形（重溝通的／包容心強的／對等的）四個形象指標，以及本研究最主要的依變項「整體形象」，進行描述性統計。

杜邦呈現在媒體報導上的整體形象為負面的-0.19 ($SD=0.52$)，另外四個形象指標，唯有「企業的經營管理能力」是正面的 ($M=1.00$, $SD=.00$)，杜邦的「能力」形象並未因為「杜邦鐵氟龍事件」而轉趨負面，然在「企業是否道德」 ($M=-.63$, $SD=0.81$)、「企業的信譽」 ($M=-.70$, $SD=0.59$)、「企業的溝通情形」 ($M=-.10$) 的形象指標上，得分較低，尤以前二者得分最低，結果如表 4-12 所示。

表4-12：杜邦呈現在媒體報導上的各項形象指標之描述性統計

組織形象指標類目	平均數	標準差
企業是否道德	-0.63	0.81
企業的經營管理能力	1.00	0.00
企業的信譽（可靠的／可信任的／誠實的）	-0.70	0.59
企業的溝通情形（重溝通的／包容心強的／對等的）	-0.10	0.57
整體形象	-0.19	0.52

資料來源：本研究整理

從研究結果可以研判，在「杜邦鐵氟龍事件」中，杜邦在「道德」、「信譽」形象層面上受損，而其「能力」並未因此遭受質疑。本文認為，此結果可能與個案起因有關，報導直指杜邦並未善盡通報之責，一開始就讓杜邦在道德、信譽上遭受質疑，另一方面，本文認為也有可能是和危機被「道德化」有關，黃懿慧(1994)曾發現，民眾有將議題「道德化」的傾向，當民眾認定企業破壞道德、倫理，就不值得信賴 (Viklund, 2003)，杜邦為一知名的跨國企業，發生危機時，外界容易將問題道德化，認定該企業「財大氣粗」，指責其信譽及道德，而不會認為是企業成就和能力上的問題，危機的發生被解讀為是企業「非不能也，實不為也」下的結果。

RQ 2-2-2：比較台灣與中國大陸媒體報導所呈現的杜邦形象，兩者有何差異？

如表4-13所示，杜邦呈現在台、中二地媒體報導上的整體形象未有顯著差異（ $t=1.750, p>.05$ ），各項形象指標唯有在「企業的信譽」的差異上達到顯著，比之中國大陸媒體所呈現的杜邦形象，台灣媒體報導所呈現的杜邦，信譽較低、較不能信任（ $t=20.084, p=.025<.05$ ）。

表4-13：杜邦在二地形象報導的T檢定

	地區別		T值	顯著性 (雙尾)
	中國大陸 (n=88) 平均數	台灣 (n=83) 平均數		
組織的整體 形象報導	-0.13	-0.27	1.750	.082
信譽	-0.54	-0.85	20.084	.025*

*為 $p<.05$ ；**為 $p<.01$ ；***為 $p<.001$

資料來源：本研究整理

台、中二地媒體報導所呈現的杜邦整體形象，並未有差異，大致上杜邦在二地的媒體效能是沒有區別的。但在組織信譽的指標上，卻出現台灣報導呈現的杜邦信譽較低的現象，推敲其原因，本文認為可能源於台灣消費者意識較強的緣故。Mishra (1996)認為消費者是基於認定對方有能力(competent)、坦誠(open)、關懷(concerned)、可靠(reliable)，才採取信任的態度，當消費者採取信任態度時，便將自身置於較為劣勢的地位。反過來說，消費者意識強的社會，對於企業組織較傾向採取批判(critical)、質疑的姿態，因此相對而言，消費者意識較成熟的台灣公眾，會對企業抱持較不信任的態度。

三、 風險認知、危機溝通策略與組織形象報導間的關聯

(一) 危機溝通策略與組織形象報導間的關聯

RH1：在媒體報導中，杜邦採取低抗辯性（接近接納端）的危機溝通策略，相較於使用高抗辯性的危機溝通策略，會有較佳的形象報導。

為利於進一步分析統計，本研究將杜邦抗辯性分成低、中、高三組，經過四捨五入，抗辯性在3~4間的為「低抗辯組」，抗辯性為5的為「中抗辯組」，抗辯性6、7則為「高抗辯組」。⁶

⁶ 樣本中，杜邦的抗辯性得分，未有低於3分。

表 4-14：杜邦抗辯性的形象報導變異數分析

	危機溝通策略抗辯性			F值	顯著性 (雙尾)
	低 (n=18)	中 (n=17)	高 (n=78)		
組織的整體 形象報導	-.17	-.06	-.23	.634	0.533

資料來源：本研究整理

如表 4-14 所示，杜邦採取的危機溝通策略抗辯性與形象報導之間，並無顯著關聯 ($F_{(2,110)} = .634, p = 0.533 > 0.05$)，**研究假設 1 未獲得支持**。Coombs (1999) 認為各種危機溝通策略的效益是取決於危機情境，危機溝通策略不能完全解釋報導中的組織形象，Cancel、Cameron、Sallot、Mitrook (1999) 則是指出危機溝通過程中，應考量情境等權變變項，因此本研究認為，在個案中，危機溝通策略的抗辯性並不直接影響媒體對組織的形象報導，應加入其他情境因素作為考量，由於此一為科技型危機、且波及二地以上，所以本文又以地區差異和風險認知作為中介變項，檢驗其因果關係。

RQ 3-1：比較台灣與中國大陸媒體報導，杜邦使用的危機溝通策略與杜邦形象報導間的關聯，是否有差異？

前文提及，個案中危機溝通策略和組織形象報導間並未有關聯，因此本文加入地區差異作為考量，統計結果顯示 (表 4-15)，在中國大陸及台灣的媒體報導中，杜邦所呈現使用的危機溝通策略與杜邦形象報導皆無關聯 ($F = .333, p > .05$)。

表 4-15：杜邦的抗辯性與地區差異對組織形象報導之雙因子變異數分析

	中國大陸			台灣			地區效果		抗辯性效果		互動效果	
	抗辯性			抗辯性			F值	P值	F值	P值	F值	P值
	高	中	低	高	中	低						
組織的 整體形 象報導	.00	.00	-.17	-.31	-.10	-.38	2.133	.147	.754	.473	.333	.718

資料來源：本研究整理

根據此研究結果，本文推論，在海峽兩岸，組織不需改變危機溝通策略抗辯性的使用，以得到較佳的組織形象報導。原因可能在於台灣與中國大陸二地皆屬華人社會，文化差異不大，組織危機溝通策略抗辯性和組織形象報導間的關聯，並不會因為在中國大陸或在台灣而有所不同。

在以危機溝通策略為自變項、組織形象報導為依變項的模式裡，本研究研判尚有危機溝通策略之外的影響變項，但並非「地區差異」，因此，本研究將繼續就「風險認知」與危機溝通的關係，進一步作因果關係的檢驗。

(二) 風險認知與組織形象報導間的關聯

RH 2：相較於認知危險度低或持平，當報導所呈現出的公眾認知危險度高時，杜邦的形象報導較差。

為了方便統計，本研究將媒體所呈現的公眾認知危險度，依得分正負，分為「不危險」（低）、「持平」（中等）、「危險」（高）（不危險=-1、-2，持平=0，危險=1、2），以媒體對杜邦的整體形象報導作為依變項，進行變異數分析。統計結果達到顯著水準（ $F=24.177, p<.001$ ），Scheffe 檢定結果顯示，當媒體所呈現的認知危險度為「危險」時，比之認知程度「不危險」與「持平」時，杜邦的組織形象較差(見表 4-16)。

表 4-16：公眾的認知危險度對組織形象報導之變異數分析

	公眾的認知危險度			F值	顯著性 (雙尾)	Scheffe
	不危險 (n=15)	持平 (n=79)	危險 (n=75)			
組織的整體 形象報導	-0.20	-0.13	-.47	24.177	0.000***	危險<不危險， 危險<持平

*為 $p<.05$ ；**為 $p<.01$ ；***為 $p<.001$

資料來源：本研究整理

職此，在本個案中，媒體報導呈現出的公眾認知危險度為影響組織形象報導的重要因素，**研究假設 2 獲得支持**。當公眾感到危險，媒體所呈現的組織形象就會轉劣。本文認為當公眾認為危險度高的時候，可能連帶將其不安與焦慮，轉移至「使疑慮產生」的組織之上，組織的媒體效能形象面向可能因而受損。綜合上述分析，本研究發現，公眾的認知危險度對組織形象報導的影響力大於危機溝通策略，可能的解釋是當危機涉及風險時，會威脅至公眾的自身安全，相形之下，組織的危機溝通策略並不那麼重要；因此在科技型危機中，組織應重視公眾的風險認知，將降低公眾的認知危險度視為第一要務。

RQ 3-2：比較台灣與中國大陸媒體報導，報導所呈現的公眾認知危險度與杜邦形象報導間的關聯，是否有差異？

將組織形象報導作為依變項，以杜邦的抗辯性及二地區媒體報導所呈現的公眾認知危險度為自變項，進行雙因子變異數分析後，結果達到顯著

($F_{(2,163)}=5.074$ ， $p=.007$)，因此，地區差異和公眾認知危險度會交互影響組織形象報導（如表4-17所示）。

表 4-17：公眾認知危險度與地區差異對組織形象報導之雙因子變異數分析

	中國大陸			台灣		
	認知危險度			認知危險度		
	不危險	持平	危險	不危險	持平	危險
組織的整體 形象報導	.00	-.04	-.31	.50	.03	-.57

地區效果		認知危險度效果		互動效果	
F值	P值	F值	P值	F值	P值
1.264	.262	23.303	.000***	5.074	.007**

*為 $p<.05$ ；**為 $p<.01$ ；***為 $p<.001$

資料來源：本研究整理

由圖4-3可以清楚看出，台灣媒體所呈現出的公眾認知危險度，影響組織形象報導的程度，大於中國大陸。當公眾同樣認為危險度高時，杜邦在台灣所得到的形象報導明顯遜於在中國大陸，然而當公眾對於風險抱持持平的態度、或是認為該風險並不危險時，大陸媒體對於杜邦的形象報導仍為負面，台灣媒體所呈現的杜邦形象報導，則轉趨為正面。一言以蔽之，台灣媒體報導所呈現的公眾認知危險度與杜邦形象報導間的負相關程度，大於中國大陸媒體報導所呈現的公眾認知危險度與杜邦形象報導。

此結果大致符合Hofstede文化構面「不確定性迴避」的分類，中國大陸與台灣雖然同屬華人文化淵源，在各種文化指標上，都相當類似，但在「不確定性迴避」上，中國大陸係屬低迴避不確定的文化，台灣則是高度不確定性迴避的社會（Hofstede, 1997），即便此事件在中國大陸社會造成的反應似乎比台灣大（沈耀華，2005年4月），但若排除影響公眾對事件認知的社會關注度、記者採訪的驅動力、媒體互動關係、組織的危機動員能力等情境因素（吳宜蓁，2000），就研究結果觀之，在中國大陸低度不確定性迴避的文化裡，較能接受不確定的情境，相對不擔心面對不熟悉的風險，而台灣對於風險的情境，反應較為敏感，容易因為認知到危險，而降低對組織的信任與評價，導致媒體的組織形象報導轉為負面。

媒體效能（呈現在媒體報導上的組織形象）的估計邊緣平均數

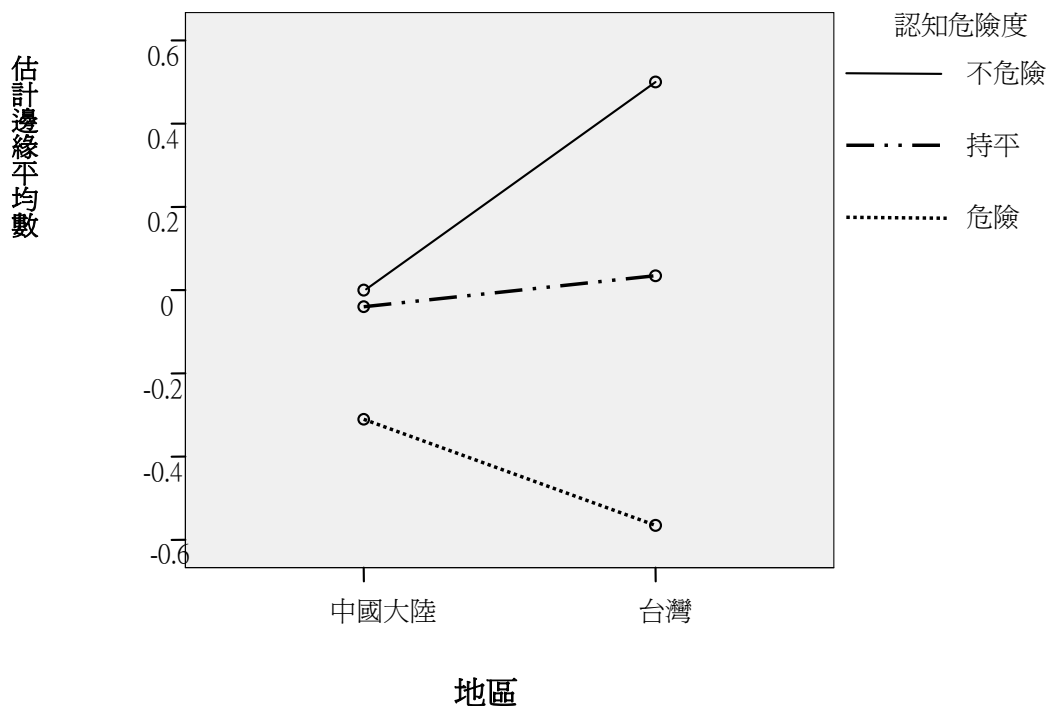


圖4-3：公眾認知危險度與地區差異對組織形象報導之剖面圖

資料來源：本研究整理

（三）風險認知作為危機溝通策略與組織形象報導的中介變項

RH 3a：在媒體報導中，當媒體呈現的公眾認知危險度高時，杜邦採取低抗辯性（接近接納端）的危機溝通策略，比之採用中與高抗辯性的危機溝通策略，杜邦的形象報導較佳。

RH 3b：在媒體報導中，當媒體呈現的公眾認知危險度低時，杜邦採取高抗辯性（接近抗辯端）的危機溝通策略，比之採用中與低抗辯性的危機溝通策略，杜邦的形象報導較佳。

基於欲了解危機溝通策略、風險認知與組織形象報導的關聯，本研究以媒體對組織形象的報導作為依變項，以杜邦的抗辯性（依前所述，分作高、中、低抗辯性三組）及媒體所呈現的公眾認知危險度（認知危險依得分正負，分為「不危險/低」、「持平/中」、「危險/高」三組）為可能的影響因子，進行雙因子變異數分析，目的在於探討面對不同的認知危險，杜邦所採取的危機溝通策略抗辯性，是否會得到不同的形象報導。

結果顯示，媒體報導呈現出的公眾認知危險度對於組織形象報導有主要效果 ($F_{(2,103)}=17.183, p=.000$)。更進一步地，統計結果顯示，認知危險度和杜邦抗辯

性的互動效果達到顯著水準，意即公眾的認知危險度和杜邦的抗辯性會交互影響組織形象報導($F_{(4,103)}=3.921$ ， $p=.005$)(表4-18所示)，從圖4-4，可進一步判別與說明交互影響的情形。

表 4-18：杜邦的抗辯性與公眾認知危險度對組織形象報導之雙因子變異數分析

	認知不危險			認知持平			認知危險		
	抗辯性			抗辯性			抗辯性		
	高	中	低	高	中	低	高	中	低
組織的整體 形象報導	.20	1.00	-.25	-.06	.13	.14	-.43	-.83	-.43

認知危險度效果		抗辯性效果		互動效果	
F值	P值	F值	P值	F值	P值
17.183	.000***	1.258	.288	3.921	.005**

*為 $p<.05$ ；**為 $p<.01$ ；***為 $p<.001$

資料來源：本研究整理

當公眾認為危險度低時，採用低抗辯性的危機溝通策略，如「討好策略」或「修正行動策略」，媒體報導的組織形象最差，如杜邦一度宣布將PFOA排放減少99%，反而被質疑「是否等於默認PFOA存在安全問題」，有欲蓋彌彰之嫌（法制日報，2004.8.14），杜邦還得再次出面解釋，「若干報導錯誤地將杜邦公司為減少全氟辛酸胺排放所做的努力，與全氟辛酸胺的安全聯繫起來了」（中國青年報，2004.8.18）；而在公眾認為危險度持平時，高抗辯性的「攻擊、否認」則會導致負面形象；當公眾覺得危險度高時，以「藉口」策略為大宗的中抗辯性，報導中的組織形象最差，例如面對杜邦不沾鍋溫度限制的質疑，杜邦在回應為何沒有在產品上加註溫度限制時表示，「因為消費者在使用時，不大可能真的拿溫度計來量」（北京日報，2004.7.28），此種說法受到責備。

媒體對杜邦的形象報導估計邊緣平均數

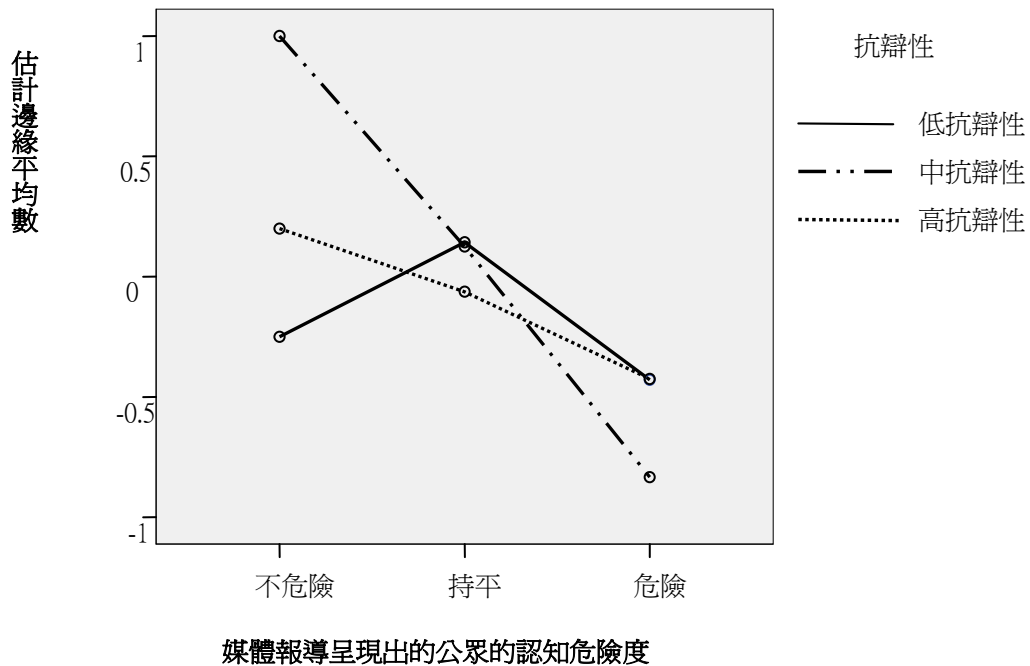


圖4-4：杜邦抗辯性與公眾認知危險度對杜邦形象報導之剖面圖

資料來源：本研究整理

依研究結果，檢視假設3a與3b，當呈現在媒體報導中的公眾，認為危險度高（危險）時，杜邦採取低抗辯性的危機溝通策略（ $M=-.43$ ），比之使用中抗辯性的策略（ $M=-.83$ ），確有較好的組織形象報導，但與使用高抗辯性的危機溝通策略時相比，卻沒有較佳的組織形象報導（ $M=-.43$ ），因此**研究假設3a獲得部分支持**。

再者，當公眾認為危險度低（不危險）時，杜邦採取高抗辯性的危機溝通策略（ $M=.20$ ），比之使用低抗辯性的策略（ $M=-.25$ ），確有較佳的組織形象報導，然而卻比不上使用中抗辯性的危機溝通策略（ $M=1.00$ ），因此**研究假設3b獲得部分支持**。