

王永慶辭世新聞報導框架分析

曾韻如、汪睿祥

E-mail: 363563@mail.dyu.edu.tw

摘要

了解媒體報導框架有助於面對類似情境的公關人員擬訂傳播策略，本研究探討王永慶過世後新聞報導框架。研究顯示，王永慶過世後的新聞報導偏向衝突框架、人類利益框架與道德框架。國內三大報紙對的後續報導都偏向於遺產分配議題，而新聞框架則偏向責任歸因框架、人類利益框架。研究結果有助於大企業遇到此問題事件時，了解新聞媒體的報導取向，有助於公關人員擬訂有效的危機傳播策略。

關鍵詞：框架理論、新聞框架、台塑、企業家

目錄

中文摘要	i	英文摘要	i
ii 誌謝辭		iii 內容目錄	
iv 表目錄		v 第一章 緒論	
1 第一節 研究動機		1 第二節 研究目的	
2 第二章 文獻探討		4 第一節 危機傳播	
4 第二節 媒體框架		7 第三節 企業人物	
14 第四節 框架分類與測量		21 第五節 國內新聞框架研究	
27 第三章 研究方法		27 第一節 研究問題	
27 第二節 研究程序		27 第四章 資料分析	
36 第一節 資料描述		36 第二節 資料分析	
46 第五章 結論與建議		46 第一節 研究結果與實務建議	
51 第二節 研究限制		51 參考文獻	
53 附錄A 王永慶辭世新聞報導媒體框架量表		60 表目錄 表 3-1 編碼員相互同意度與信度表	
34 表 4-1 新聞數量與百分比		37 表 4-2 報別與報導類型之交叉比對表	
38 表 4-3 報別與議題之交叉比對表		38 表 4-4 報別與框架功能之交叉比對表	
39 表 4-5 議題與框架之變異數分析		40 表 4-6 報別與框架之變異數分析	
42 表 4-7 框架功能與框架之變異數分析		43 表 4-8 報別、議題二階組間與框架之變異數分析	
44 表 4-9 議題、框架功能二階組間與框架之變異數分析		45	

參考文獻

一、中文部分 王石番(1991)，傳播內容分析法 - 理論與實證，臺北：幼獅。王嵩音(1998)，台灣原住民與新聞媒介：形象與再現，臺北：時英。江孟穎(2003)，首長形象建構之研究 - 以台北市與高雄市政府新聞稿為例，私立銘傳大學傳播管理研究所碩士論文，未出版，臺北市。吳蕙芬(1999)，候選人形象研究：以83年與87年台北市長候選人陳水扁為例，國立政治大學新聞研究所碩士論文，未出版，臺北市。吳芳如(2002)，消息來源、新聞框架與媒介真實之建構：以政黨輪替後之核四爭議案為例，私立世新大學傳播研究所碩士論文，未出版，臺北市。吳宜蓁(2002)，危機傳播，臺北：五南書局。吳璧如(2004)，總統形象塑造之研究—以陳水扁總統之媒體呈現為例，私立東吳大學政治研究所碩士論文，未出版，臺北市。吳碧娥(2005)，財經專業報紙失業議題的框架分析，國立政治大學新聞研究所碩士論文，未出版，臺北市。吳立婷(2007)，政治人物形象與媒體框架研究-以報紙報導謝長廷為例，私立世新大學公共關係暨廣告研究所碩士論文，未出版，臺北市。李茂政(1984)，大眾傳播新論，臺北：三民書局。李郁青(1996)，媒介議題設定效果的第二面向 - 候選人形象設定效果研究，國立政治大學新聞研究所碩士論文，未出版，臺北市。李金山(2000)，許佑生同性婚禮新聞之框架、框架化及讀者詮釋分析，私立世新大學新聞研究所碩士論文，未出版，臺北市。李祖舜(2003)，擺盪在政治與專業之間：報紙政治記者對新聞實務與專業角色的認知，國立政治大學傳播學院碩士論文，未出版，臺北市。林炳宏(2003)，爭議性政治議題的新聞文本框架分析：以「林毅夫返臺奔喪」事件為例，國立台灣師範大學大眾傳播所碩士論文，未出版，臺北市。林常富(2010)，電視新聞框架研究 - 以電視新聞報導集會遊行事件為例，國立政治大學新聞學系研究所碩士論文，未出版，臺北市。邱宜儀、蘇蘅(2009)，政治名人與媒體：馬英九報導的新聞框架初探，新聞學研究，99，1-45。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，55，203-223。金海濤(2004)，菸害新聞報導內容之分析 - 以台灣報紙為例，私立靜宜大學企業管理研究所碩士論文，未出版，臺中市。胡淑裕(1987)，大

眾傳播媒介塑造政治人物形象之研究，私立中國文化大學新聞研究所碩士論文，未出版，臺北市。郁嬾如(1996)，國際媒體對中華民國總統大選的報導 - 以紐約時報、國際論壇報為例，私立淡江大學大眾傳播學系碩士論文，未出版，新北市。孫秀蕙(1997)，公共關係:理論、策略與研究實例，臺北:正中書局。祝基溼(1973)，大眾傳播學，臺北:學生書局。張春興(1989)，張氏心理學辭典，臺北:東華書局。張錦華(1994)，傳播批判理論，臺北:黎明文化。張祐齊(2003)，報紙對公民投票活動報導之研究 - 聯合報、中國時報、自由時報的內容分析，私立世新大學傳播研究所碩士論文，未出版，臺北市。郭及天(2002)，我國第一夫人報紙形象研究，私立淡江大學大眾傳播研究所碩士論文，未出版，新北市。陳麗香(1976)，傳播行為與映象形成關連性之研究性，國立政治大學新聞研究所碩士論文，未出版，臺北市。陳韻如(1993)，新聞事件的意義建構與受眾認知關係之研究—從受眾推論看新聞框架之影響，國立政治大學新聞研究所碩士論文，未出版，臺北市。陳韻如(2011)，保護誰的生命？秘魯「婦女運動」公共議題的新聞框架，新聞學研究，109，121-166。臧國仁、鍾蔚文(1997)，框架概念與公共關係策略---有關運用媒介框架探析，廣告學研究，9，99-130。臧國仁、鍾蔚文、黃懿慧(1997)，新聞媒體與公共關係(消息來源)的互動:新聞框架理論的再省 - 大眾傳播與市場經濟，141-184，香港:鐘峰學會。臧國仁(1998)，新聞報導與真實建構:新聞框架理論的觀點，傳播研究集刊，3，1-102。臧國仁(1999)，新聞媒體與消息來源---媒介框架與真實建構之論述，臺北:三民書局。劉大華(2007)，我國報紙對胡錦濤形象報導之研究 - 以聯合報、自由時報為例，國防大學政治作戰管理學院新聞研究所碩士論文，未出版，桃園縣。蕭永勝(1991)，議題設定功能之研究 - 以第八次國大代表集會為例，國立政治大學新聞研究所碩士論文，未出版，臺北市。韓享良(2002)，國內報紙內容對失業議題之報導框架研究—以聯合報、中國時報、自由時報為例，私立世新大學傳播研究所碩士論文，未出版，臺北市。簡麗婉(1992)，我國報紙對民進黨形象塑造之趨勢分析 - 以中國時報為例，私立輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文，未出版，新北市。簡佳偉(2005)，醫療糾紛新聞報導的框架與比較—以北城醫院新生兒打錯針事件與仁愛醫院邱姓女童轉診事件為例，國立政治大學新聞研究所碩士論文，未出版，臺北市。羅世宏(1994)，後蔣經國時代的國家、大眾媒介與反對運動:國家認同議題的媒介框架分析，國立政治大學新聞研究所碩士論文，未出版，臺北市。羅元君(1999)，媒體建構「精省」議題之框架分析—以中央日報、中國時報、台灣新生報為例，私立淡江大學大眾傳播學系傳播研究所碩士論文，未出版，新北市。羅文輝(2000)，2000年總統選舉公民營報紙新聞之比較研究，選舉研究，7，1-20。羅權樞(2010)，企業名人的媒體形象與框架:辜濂松研究，私立世新大學公共關係暨廣告研究所碩士論文，未出版，臺北市。

二、英文部分

Andsager, J. L. (2000). How interest groups attempt to shape public opinion with competing news frames. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 77(3), 577-592.

Aday, S. (2006). The framesetting effects of news: An experimental test of advocacy versus objectivist frames. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 83(4), 767-784.

Benoit, W. L., Gullifor, P., & Panici, D. A. (1991). President Reagan's defensive discourse on the Iran-contra affair. *Communication Studies*, 42(3), 272-294.

Benoit, W. L. (1997). Image repair discourse and crisis communication. *Public Relations Review*, 23(2), 177-186.

Coombs, W. T. (1995). Choosing the right words: the development of guidelines for the selection of the "appropriate" crisis-response strategies. *Management Communication Quarterly*, 8(4), 447-476.

Coombs, W. T. (1999). *Ongoing crisis communication*. London: Sage.

Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (2005). Exploratory study of stakeholder emotions: Affect and crisis. In N. M. Ashkanasy, W. J. Zerbe, & C. E. J. Hartel (Eds.), *Research on emotion in organizations: The effect of affect in organizational settings*, 271-288. New York: Elsevier.

Coombs, W. T. (2007). Academic research protecting organization reputations during a crisis: The development and application of situational crisis communication theory. *Corporate Reputation Review*, 10(3), 163-176.

De Vreese, C. H. (2005). News framing: Theory and typology. *Information Design Journals Document Designing*, 13(1), 51-62.

Entman, R. M. (1991). Framing U.S. coverage of international news: Contrasts in narratives of the KAL and Iran air incidents. *Journal of Communication*, 41(4), 6-27.

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.

Elliott, G., & Charlebois, S. (2007). How Mosaic-Esterhazy applied a crisis communication strategy when it suddenly had the world's attention. *Public Relations Review*, 33(3), 319-325.

Gans, H. (1979). *Deciding what's news: A study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek, and Time*. New York: Pantheon Books.

Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Cambridge: Harvard University Press.

Gamson, W. A. (1984). *What's News: A game stimulation of TV news*. New York: The Free Press.

Gamson, W. A. (1988). Political discourse and collective action. In B. Klandermans, H. Kriesi & S. Tarrow (Eds.), *From structure to action: Comparing social movement research across cultures*, 219-244. Greenwich, CT: Jai Press.

Gamson, W. A., & Modigliani, A. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power: A construction approach. *American Journal of Sociology*, 95, 1-37.

Gamson, W. A., et al. (1992). Media images & the social construction of reality. *Annual Review of Sociology*, 18, 373-393.

Gitlin, T. (1980). *The whole world is watching*. Berkeley, CA: The University of California Press.

Hearit, K. M. (1996). The use of counter-attack in apologetic public relations crises: The case of General Motors vs. Dateline NBC. *Public relations Review*, 22(3), 233-248.

Hallahan, K. (1999). Seven models of framing: Implications for public relations. *Journal of Public Relations Research*, 11(3), 205-242.

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.

Iyengar, S. (1991). *Is anyone responsible? How television frames political issues*. Chicago: University of Chicago Press.

Pan, Z. & Kosicki, G. M. (1993). Framing analysis: An approach to news discourse. *Political Communication*, 10(1), 55-76.

Riechert, B. P. (1996). Advocacy group and news media framing of public policy issues: Frame mapping the wetlands debates. University of Tennessee, Knoxville.

Rojek, C. (2001). *Celebrity*. London: Reaktion Books Ltd.

Snow, D. A., & Benford, R. D. (1988). Ideology, frame resonance, and participatory mobilization. *International Social Movement Research*, 1, 197-217.

Semetko, H. A., & Valkenburg, P. M. (2000). Framing European politics: A Content analysis of press and television news. *Journal of Communication*, 50(2), 93-109.

Tuchman, G. (1978). *Making News: A study in the construction of reality*. New York: The Free Press.

Tankard, J. W., Jr., Hendrickson L., Silberman J., Bliss K., & Ghanem S. (1991). Media frames: Approaches to conceptualization and measurement. Paper presented at the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Boston, MA.

Van Dijk, T. A. (1988). *News as discourse*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Ware, B. L., & Linkugel, A.

W. A. (1973). They spoke in defense of themselves: On the generic criticism of apologia. *Quarterly Journal of Speech*, 59, 273-283.