

Policy Crisis Communication of Government and Media Effectiveness

楊金運、姚惠忠

E-mail: 387210@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

This study employed the Content Analysis approach to discuss how Taiwan's government adopts the crisis communication strategies and communication effectiveness on the U.S. beef import issue. The result indicated strategies that were used by the Government included denial, differentiating, building new agenda, re-framing and corrective action as well as attacking accuser. For Media Effectiveness, TIFA gained the best evaluation. After TIFA the policy direction on U.S. beef was second and third was the Codex standard for Ractopamine residue. On the other hand, the re-frame of the Codex standard for Ractopamine residue was the most effective, following was building new agenda for TIFA and also, policy direction on US beef had less effect in social effectiveness. In addition, denial strategy was the least effective.

Keywords : U.S. beef import、Crisis communication strategies、Media Effectiveness、Social Effectiveness、Content analysis

Table of Contents

內容目錄 中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 致謝辭	v	內容目錄	v
vi 表目錄	vii	第一章緒論	1
第一節研究背景	1	第二節研究動機	4
第二節政府危機相關研究	6	第三節研究目的	7
第二章文獻回顧	7	第一節危機溝通策略	13
第二節危機溝通策略	13	第二節危機溝通效果	20
第三章研究方法	24	第三節新聞報導內容收集情況	24
第一節內容分析法	24	第四章研究分析	26
第二節樣本選取	25	第一節危機溝通策略分析	32
第三節類目建構	26	第二節媒體效能分析	37
第四章研究分析	32	第三節社會效能分析	40
第一節危機溝通策略分析	32	第五章研究結論與未來建議	44
第二節媒體效能分析	37	第一節研究結論與管理意涵	44
第三節社會效能分析	40	第二節研究限制與未來建議	47
第五章研究結論與未來建議	44	參考文獻	49
第一節研究結論與管理意涵	44	表目錄	49
第二節研究限制與未來建議	47	表2-1 Coombs危機類型矩陣表	9
參考文獻	49	表2-2 Lerbinger危機分類表	9
表目錄	49	表2-3 Huang et al.(2005)危機溝通策略	16
表2-1 Coombs危機類型矩陣表	9	表3-1 媒體報導內容收集情況	26
表2-2 Lerbinger危機分類表	9	表4-1 危機溝通策略分析	34
表2-3 Huang et al.(2005)危機溝通策略	16	表4-2 新聞評價分析	37
表3-1 媒體報導內容收集情況	26	表4-3 三階段民意調查情況分析	40
表4-1 危機溝通策略分析	34		
表4-2 新聞評價分析	37		
表4-3 三階段民意調查情況分析	40		

REFERENCES

- 一、中文部分 王石番（1992），傳播內容分析法:理論與實證，台北:幼獅書局。吳宜蓁（2000），危機溝通策略與媒體效能之模式建構-關於腸病毒風暴的個案研究，新聞學研究，62，1-34。吳宜蓁（2002），危機傳播 公共關係與語藝觀點的論點與實證，台北:五南出版社。吳宜蓁（2002），「A錢」與「清廉」之間一解讓與票案的危機情境、危機反應策略與媒體效能，傳播文化，9，203-298。吳宜蓁（2004），SARS 風暴的危機溝通與現階段宣導策略檢視:以臺灣政府為例，遠景基金會季刊，5，4。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年台中市市長為例，選舉評論，1，1-23。姚惠忠，粘淑菁（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，汪睿祥（2008），候選人危機情境分類之探討，選舉研究，15(2)，67-90。姚惠忠（2009），公共關係學 - 原理與實務，台北:五南出版社。姚惠忠、鄭婕妤（2011），危機溝通策略與溝通效果:以莫拉克颱風為例，傳播與管理研究，10(2)，37-68。陳憶寧（2001），總統候選人攻擊性新聞報導與其支持度的關聯:以公元兩千年總統大選為例，新聞學研究，69，113-140。羅文輝（2000），精確新聞報導，台北:正中出版社。吳聖彥、寸得杏（2010），「食用炸油危機」組織溝通與媒體效能分析-以麥當勞、頂呱呱為例，2010年中華傳播學會年會論文發表。劉蕙苓（2012），失?或回應?危機中的反應策略與媒體效能研究-以建國百年音樂劇《夢想家》事件為例，2012年第五屆公關與廣告國際學術論壇論文發表。葉嘉楠、徐文保（2006），從新聞報導的觀點評估政府危機處理能力-以SARS事件為例，中華行政學報，3，59-82。張正良（2009），我國公共危機管理機制中的府際合作研究-以桃園縣災害性缺水危機?例，中華人文社會學報，10，38-76。世新大學「世新傳播資料庫—2011媒體風雲排行榜」，世新大學傳播學院。蘋果日報民意調查: 如果政府對含瘦肉精的美國牛肉解禁，請問你的看法

? , 蘋果日報。TVBS民意調查: 美牛進口爭議民調 , TVBS民意調查中心。TVBS民意調查: 馬總統滿意度民調 (美牛、禽流感爭議) , TVBS民意調查中心。TVBS民意調查: 聯合國通過瘦肉精標準美牛民調 , TVBS民意調查中心。二、英文部分 Barton, L. (2001). *Crisis in Organizations*. Cincinnati, OH: South-Western College Publishing. Babbie, E. (2001). *The practice of social research*. Belmont, California: Wadsworth. 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., & Brinson, S. L. (1994). AT and T: Apologies are not enough. *Communication Quarterly*, 42(1), 75-88. Benoit, W. L. (1997). Image repair discourse and crisis communication. *Public Relations Review*, 23(2), 177-186. Bradford, J. L., & Garrett, D. E. (1995). The effectiveness of corporate communicative responses to accusations of unethical behavior. *Journal of Business Ethics*, 14, 875-892. Benoit, W. L., & Henson, J. R. (2009). President Bush ' s image repair discourse on Hurricane Katrina. *Public Relations Review*, 35, 40-46. Chua, A. & Pang, A. (2012). US government efforts to repair its image after the 2008 financial crisis. *Public Relation Review*, 38, 150-152. Coombs, W. T. (1995). Choosing the Right Words: The Development of the Guidelines for the selection of the ' Appropriate ' Crisis-Response Strategies. *Management Communication Quarterly*, 8(4), 447-476. Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (2002). Helping crisis managers protect reputational assets: Initial tests of the situational crisis communications theory. *Management Communication Quarterly*, 16(2), 165-186. 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. Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (2008). Comparing apology to equivalent crisis response strategies: Clarifying. *Public Relations Review*, 34, 252-257. 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. Fearn, B. K. (1996). *Crisis Communications — A Casebook Approach*. NY: Lawrence Erlbaum Associate. Huang, Y. H., Lin, Y. H., Su, S. H. (2005). Crisis communicative strategies: Category, continuum, and cultural implication in Taiwan. *Public Relations Review*, 31(2), 229-238. 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. (2008). Trust and relational commitment in corporate crises: The effects of crisis communicative strategy and form of crisis response. *Journal of Public Relations Research*, 20(2), 297-327. 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. Joanne Chen Lyu (2012). Comparative Study of Crisis Communication Strategies Between Mainland China and Taiwan: A Double-Case Study of Melamine-Tainted Milk Powder Crisis in the Chinese Context. *Public Relations Review*, 38, 779-791. Lerbinger, O. (1997). *The Crisis Manager Facing Risk and Responsibility*. NJ: Lawrence Erlbaum Associates. Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *The Journal of Marketing*, 58(3), 20-38. Rosenthal, U. & Kouzmin, A. (1993). Globalizing an Agenda for Contingencies and Crisis Management: An Editorial Statement " . *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 1(1), 1-12. Stern, E. (1997). Crisis and learning: A conceptual balance sheet. *Journal of contingencies and Crisis Management*, 5(2), 69-86. Ware, B. L., & Linkugel, W. A. (1973). They spoke in defense of themselves: On the generic criticism of apologia. *Quarterly Journal of Speech*, 59(3), 273-283.