

台灣公關研究版圖之研討：學術與非學術性文章之比較

黃梅芳、沈介文

E-mail: 9125883@mail.dyu.edu.tw

摘要

本研究蒐集國內公關學術與非學術性期刊文章，以文章屬性、文章主題及理論學派形成的三構面，用內容分析將資料整理歸納，經過統計分析後，描繪出公關學術性文章與非學術性文章在這三構面上的分佈狀況，針對兩者所呈現的版圖比較差異性，並且進一步探討兩者的發展是否有關聯性存在，期望能對國內公關領域的發展軌跡，有更深一層的瞭解。綜合學者們對公共關係學門的研究成果，形成本研究二個主要假設，公關學術文章的發展與非學術文章的發展有差異性；同時，有關公共關係的學術與非學術文章發展的關聯性方面，本研究亦認為公關實務的發展與公關學術的發展，彼此是有某種關聯性存在。蒐集國內有關公共關係之期刊文章，共得278篇文章，年代橫跨民國80年1月至90年11月，其中學術性文章123篇，非學術性文章155篇。本研究得到的研究結果為：一、在公共關係領域中，不同文章別（學術與非學術性文章），對於屬性、主題與理論學派分佈上之差異性，結果顯示的確是有差異性存在，即學術與非學術文章在屬性與理論學派的分佈上有差異。二、而在關聯性方面，根據研究結果，只有在文章目的為解決實務上的問題，及文章主題為與管理相關的主題這二類目上，學術與非學術文章的發展有關聯。探究原因，本研究認為，台灣公關產業近十年來的發展，非常的迅速，然而相較於實務界而言，台灣公關學術起步較晚，所以多數在學術期刊上刊登的文章還是偏向探討應用性，以解決實務上的問題為主，另外，研究主題多半緊扣著實務界的發展現況，因此應用性與公關管理主題，才會在學術與非學術文章主題發展上，有顯著相關性存在。

關鍵詞：公關；期刊文章；內容分析

目錄

| | | | |
|--------------------|----|------------------|----|
| 第一章 緒論 | 1 | 第一節 研究背景 | 1 |
| 第二節 研究動機 | 4 | 第三節 研究目的 | 4 |
| 第二章 文獻探討 | 7 | 第一節 公共關係文章之屬性 | 8 |
| 第二節 公共關係文章之主題 | 10 | 第三節 公共關係理論學派 | 14 |
| 第三章 研究方法 | 21 | 第一節 研究架構與假設 | 21 |
| 內容分析法 | 24 | 第二節 | |
| 單元與類目建構 | 26 | 第三節 研究設計 | 25 |
| 與效度 | 30 | 第四節 分析 | |
| 第四章 研究結果 | 32 | 第五節 統計分析方法 | 30 |
| 與非學術文章版圖分佈特性與差異性描述 | 32 | 第六節 研究信度 | |
| 文章發展之相關性分析 | 35 | 第五章 研究結論與建議 | |
| 第一節 研究結論 | 38 | 第一節 研究結論 | 38 |
| 第二節 研究限制 | 44 | 第二節 研究限制 | 44 |
| 第三節 未來研究趨勢 | 45 | 第三節 未來研究趨勢 | 45 |
| 附件一：台灣公關文章樣本搜尋策略 | 46 | 附件一：台灣公關文章樣本搜尋策略 | 46 |
| 附件二：文章登錄範例 | 47 | 附件二：文章登錄範例 | 47 |
| 參考文獻 | 49 | 參考文獻 | 49 |

參考文獻

1. 王石番 (1991)，《傳播內容分析法:理論與實證》，台北:幼獅。
2. 白崇亮 (1996)，〈公共關係與企業形象〉，《財團法人公關基金會》公關精修班第十二期演講詞。
3. 孔承志、臧國仁 (1991)，《公關手冊:公關原理與本土經驗》。台北:商周文化。
4. 孔誠志 (1998)。《形象公關》，台北:科技。
5. 李福蓉 (2001)。〈臺灣地區圖書出版之研究主題分析 以出版界季刊為例〉，《淡江大學資訊與圖書館研究所碩士論文》。
6. 吳宗權 (2000)。〈製造業公共關係策略之研討 以個案公司處理高屏溪事件為例〉，《國立中山大學高階經營碩士班論文》。
7. 孫秀蕙 (1997)，《公共關係 理論、策略與研究實例》，台北:正中。
8. 孫秀蕙 (1999)，〈網路時代的企業公關?格魯尼模式的理論性重構〉，《廣告學研究》，15:1-25。
9. 張在山 (1994)，《公共關係學》，初版，台北:五南。
10. 黃懿慧 (1994)，〈與你的關係人親密對談:2000年台灣公共關係發展趨勢剖析〉，《廣告雜誌》，1994年4月。
11. 黃懿慧 (1999)，〈西方公共關係理論學派之探討 90年代理論的競爭與辯論〉，《廣告學研究》，12:1-37。
12. 黃懿慧 (2001)，〈90年代公共關係研究之探討-版圖發展變化與趨勢〉，《新聞學研究》，67:51-86。
13. 楊聖怡 (2000)，〈公共關係人員訓練移轉態度之研究〉，《國立政治大學行政學系碩士論文》。
14. 楊孝榮 (1993)，《內容分析:社會及行為科學研究法》，台北:東華。
15. 蔡敦浩 (1991)

), < 產業網絡結構與策略分析 >, 《中國行政》, 20:1-12。 16. 蔡松齡 (1992), 《公關趨勢:公關時代企業必備的知識》, 台北:遠流。

17. 潘家慶、羅文輝、臧國仁, (1996)。 < 傳播教育課程規劃 >, 《新聞學研究》, 53:85-106。 18. 鍾榮凱編譯, Fraser Seitel 著, (1998), 《實用公共關係學》, 台北:天一。 19. 羅文輝 (1991)。 《精確新聞報導》, 台北:正中。

二、英文部分

1. Berelson, B. (1952). Content analysis in communication research. New York: Free Press.
2. Cambell. K. K. (1982). The Rhetorical act Belmont, CA: Wadsworth.
3. Chase, W. H. (1984). Issue Management: Origins of the Future. Stamford, ct: Issue Action Publications.
4. Gronstedt, A. (1997). The role of research in public relations strategy and planning, in Clarke L/ caywood (ed.). The handbook of strategic public relations & integrated communications. NY: McGraw-Hill.
5. Grunig, J. E., & Hickson, R. H. (1976). An evaluation of academic research in public relations. Public Relations Review, 2(1), 32-43.
6. Grunig, J. E. & Hunt, T. (1984). Managing public relations. New York: Holt Rinehart & Winston.
7. Ferguson, M. A. (1984). Building theory in public relations: international relationships, paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Gainesville, FL.
8. Forbes Ian & Hoffman Mark (1993). Political theory, international relations, and the ethic of intervention. New York: St. Martin ' s Press in association with the Mountbatten Centre for International Studies, Univ. of Southampton.
9. Harris, T. L. (1995). IMC: A concept for today. The public Relations Strategist, 1(3), 28, 30-31.
10. Hallahan, K. (1993). The paradigm struggle and public relations practice. Public Relations Review, 19(2), 197-205.
11. Heath, R. L. (1992b). Critical perspectives on public relations. In E. L. Toth & R. L. Heath (Eds.), Rhetorical and critical approaches to public relations. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
12. Johanson, J. & Lars-Gunnar Mattson (1984). Interorganization Relations in Industrial System:A Network Approach Compared with the Transactional Cost Approach. Paper Presented at the Prince Bertil Symposium Stockholm School of Economics, Stockholm Swiden.
13. Morton, L. P., & Lin, L. Y. (1995). Content and citation analyses of public relations review. Public Relations Review, 21, 337-349.
14. Pasadeos, Y., Renfro. R. B. (1992). A bibliometric analysis of public relations. Journal of Public Relations Research, 4, 167-187.
15. Pasadeos, Y., Renfro. R. B., & Hanily, M. L. (1999). Influential authors and works of the public relations scholarly literature: A network of recent research. Journal of Public Relations Research, 11(1), 29-52.
16. Pavlik, J. V. (1987). Public Relations: What research tells us . Newbury Park, CA: Sage.
17. Riffe, D. & Freitag, A. (1997). A content analysis of content analyses: Twenty-five years of Journalism Quarterly. Journalism & Mass Communication Quarterly, 74(4), 876-882.
18. Thorelli, H. B., (1986), Network: Between Markets and Hierarchies. Strategic Management Journal, Vol.7, pp37-51.
19. Toth, E. L., & Heath, R. L. (Eds.). (1992). Rhetorical and critical approaches to public relations. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
20. Schultz, D., Tannenbaum, S., & Lauterborn, R. (1993). Integrated marketing communications. Lincolnwood. Schultz, Tannenbaum & Lauterborn, IL: NTC Publishing Group.
21. Schultz, D. E. (1994a). The next step in IMC. Marketing News, 29(8), 5-6.