

Crisis Communication Strategies of Political Candidates-A Case Study of 2005 Magistrate Election in Changhua

朱沛淳、姚惠忠

E-mail: 9511701@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

Literature of crisis communication strategies mainly were based on the approaches of case studies of content analysis, leading to simplified evaluations of the effects of strategies. This study, with the magistrate election of 2005 as its background, attempts to understand the crisis situation defined by candidates, the responsive strategies used to tackle the crisis, and the effects of the responsive strategies. A consequential mode of CRISIS SITUATION-STRATEGY-EFFECT was structured to examine homogeneous issue conflicts to achieve the purpose. In this study, CRISIS SITUATION was defined by Bradford and Garrett's typology of crisis situations, STRATEGY by Benoit's image repair theory, and EFFECT by Wu yi-jen's definitions of media effect and social efficiency. A comprehensive evaluation of utilization of crisis communication strategies were anticipated through the efforts. Unlikely from the past literature, the study designed multi-ways to collect data, including content analysis, interviews and questionnaires, by which a comprehensive evaluation of crisis communication strategies used as well as the correlations among crisis situation, strategy and effects are anticipated. The results were as followed: 1. Denial and reducing offensiveness are the strategies most frequently used in the campaign. 2. The actual responsive strategy more in accorded with literature leads to more positive effect. 3. The use of crisis communication strategies should depend on other competitors' follow-up reaction. 4. The electorate's impression on certain candidate's performance is correlated to the truth of competing accusations and the effects of strategy. 5. The electorate's evaluation of the political party to which certain candidate belong is a potential resource of crisis beyond underestimation. 6. Agreement situation that Bradford and Garrett's presented was seldom witnessed in this campaign.

Keywords : crisis communication, crisis situation, image repair strategies

Table of Contents

封面內頁 簽名頁 授權書.....	iii	中文摘要.....	iv	英文摘要.....	vi	誌謝.....	viii	目錄.....	ix	圖目錄.....	xi	表目錄.....	xii																																								
第一章 緒論		第一節 研究背景.....	1	第二節 研究動機.....	2	第三節 研究目的.....	4	第二章 文獻探討		第一節 危機的定義與特性.....	6	第二節 危機傳播相關理論.....	10	第三節 形象修護理論與策略.....	21	第四節 危機反應策略效果評估.....	26	第三章 研究方法		第一節 研究範圍與對象.....	33	第二節 內容分析法.....	38	第三節 類目建構.....	41	第四節 深度訪談.....	43	第五節 問卷設計說明.....	44	第四章 研究分析與發現		第一節 問卷分析結果.....	51	第二節 花博會弊案事件.....	59	第三節 後援會賄選事件.....	71	第四節 台鐵計軸器弊案事件.....	84	第五節 文宣不實事件.....	101	第六節 個案比較與分析.....	109	第五章 結論與建議		第一節 結論.....	115	第二節 建議.....	121	參考文獻.....	124	附錄.....	131

REFERENCES

1. 王石番 (1991)。傳播內容分析法:理論與實證。台北市:幼獅。
2. 朱延智 (2003)。企業危機管理。台北市:五南。
3. 朱愛群 (2002)。危機管理。台北市:五南。
4. 朱慧君 (2003)。情境、形象修護策略與策略效果之關聯性研究-以男性政治人物性醜聞為例。世新大學傳播研究所碩士論文,未出版,台北市。
5. 吳宜蓁 (2002)。危機傳播—公共關係與語藝觀點的論點與實證。台北市:五南。
6. Ian I Mitroff & Chritine M. Pearson. (1996)。危機管理診斷手冊(吳宜蓁、徐詠絮譯)。台北市:五南。
7. 吳錫河 (2003)。政治人物的危機傳播研究 - 以高雄市長謝長廷為例。世新大學傳播研究所碩士論文,未出版,台北市。
8. 李瑞玉 (2001)。重大災難事件中央政府危機溝通策略之研究 - 以九二一大地震的新聞報導為例。國立台灣師範大學大眾傳播研究所碩士論文,未出版,台北市。
9. 李俊憲 (2005)。台灣報紙報導選舉新聞偏差現象研究—以2000與2004年總統大選為例。南華大學傳播管理研究所碩士論文,未出版,嘉義縣。
10. 杜慶承 (2003)。政權輪替對地方派系的影響--彰化縣個案研究。國立中正大學政治學研究所碩士論文,未出版,嘉義縣。
11. 周敏鴻 (2000)。選舉議題回應策略初探:以2000年總統大選陳水扁陣營處理與票案與彩券案為例。世新大學傳播研究所碩士論文,未出版,台北市。
12. Coombs, W.T. (2003)。危機傳播與溝通—計畫、管理與回應(林文益、鄭安鳳譯)。台北市:風雲論壇。
13. 林立才 (2005)。危機溝通成效與影響因素之探討 - 以軍方處理意外事件為例。大葉大學人力資源暨公共關係學系碩士

班碩士論文，未出版，彰化縣。14. 邱毅（1999）。危機管理 - 二十一世紀新顯學。台北市:中華 徵信。15. 姚惠忠（2004）。公關基本教練。台北市:威肯公關顧問。16. 高菁黛（2000）。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論文，未出版，台北縣。17. 張正杰（2005）。危機情境、危機反應策略及策略效果—以 台北市政府「捷運掀頭皮事件」及「邱小妹醫療人球事件」為例。世新大學傳播研究所碩士論文，未出版，台北市。18. 張祐齊（2004）。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。世新大學傳播研究所 碩士論文，未出版，台北市。19. 張德水（1996）。台灣政治、種族、地名沿革。台北市:前衛 出版社。20. 許嘉仁、謝采寧（2005，10月）。企業危機公關及形象修復策 略研究:以NIKE「喬丹快閃事件」與「恐懼鬥室」廣告 風波為例。第十三屆廣告暨公共關係研討會論文集。台 北市:國立政治大學。21. 陳靜華（2004）。企業危 機之形象修復策略與學習效果研究—以華航空難為例。輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文，未出版，台北縣。22. 曾昭中（2005，5月）。台北市政府危機反應策略分析—扁市 府與馬市府之比較。第二屆關係管理學術研討會—全球 化、在地化與公共關係管理論文集（頁37-57）。彰化縣:大葉大學。23. 游梓翔、溫偉群（2002）。從語藝取徑評析《獨家報導》在 璩 美鳳事件中的形象修護策略。世新大 學學報，12，209-231。24. 黃懿慧（2001）。危機回應 - 淺談形象修復策略。公關雜誌，42，38-41。25. 楊孝。（1989）。內容分析。載於楊國樞等編，社會及行為科 學研究法（809-831頁）。台北市:東華。。26. 詹乃璇（2003）。初探形象修復策略使用及口語表現之 文化意 涵-以黃義交緋聞案和柯林頓緋聞案為例。國立政治大學 廣告研究所碩士論文，未出版，台北市。27. 廖忠俊（2000）。台灣地 方派系及其主要領導人物。台北市:允晨文化。28. 歐振文（2003）。形象修護策略與危機情境 - 國軍危機傳播個 案研究。世新大學傳 播研究所碩士論文，未出版，台北 市。29. 謝妙玲（2003）。2002年台北市長選舉候選人報紙競選廣告之 研究---中國時報、自由時報、聯合報的內容分析。世新 大學傳播研究所碩士論文，未出版，台北市。30. 謝青宏（2004）。政府危機傳播之研究 - 以台北市政 府SARS 危機傳播為例。世新大學傳播研究所碩士論文，未出版，台北市。二、英文部分:1. Benoit, W. L. (1995). Accounts, excuses, and apologies: A theory of image restoration strategies. Albany, NY: State University of New York. 2. Benoit, W. L., & Brinson, S. L. (1994). AT & T: Apologies Are Not Enough. *Communication Quarterly*, 42(1),75-88. 3. Benoit, W. L., & Drew, S. (1997). Appropriateness and effectiveness of image repair strategies. *Communication Reports*, 10, 153-163. 4. Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*. NY :Free Press. 5. 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. 6. Budd , R. W. , Thorp , R. K. , & Donohew , L. (1967) .Content Analysis of Communication. New York:The Macmillan Co. 7. Coombs, W. T. (1995). Choosing the Right Words the Development of Guideline for the Selection of the “ Appropriate ” Crisis-Response Strategies. *Management Communication Quarterly*, Vol.8, No.4,447-476. 8. Coombs, W. T. (1998a). The internet as potential equalizer: New leverage for confronting social irresponsibility. *Public Relations Review*, 24(3), 289-303. 9. Coombs, W. T. (1998b). An Analytic Framework for Crisis Situations:Better Responses From a Better Understanding of the Situation. *Journal of Public Relations Research*, 10(3),177-191. 10. Coombs, W. T. (1999a). *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing and Responding*. CA: Sage. 11. Coombs, W. T. (1999b). Crisis management: Advantages of a relational perspective. In J. A. Ledingham & S. D. Bruning (Eds.), *Relationship Management: A Relational Approach to the Study and Practice of Public Relations*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc, 75-93. 12. Coombs, W. T. (2000). An Empirical analysis of Image Restoration: Texaco ' s Racism Crisis. *Journal of Public Relations Research*, 12(2),163-179. 13.Fearn-Banks, Kathleen(2001). Crisis Communication: A Review of Some Best Practices. In Heath, R. L.(Ed),*Handbook of Public Relations* (pp.479-485). California:SAGE Publication Inc. 14. Fink, S. (1986). *Crisis Management: Planning for Inevitable*. NY:American Management Association. 15. Holsti, O. (1969). *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*. Reading, 16. Kaplan,A. (1943) . Content Analysis and the Theory of Signs. *Philosophy of Science*,Vol.10,230-247. 17. Kerlinger, F. N. (1979). *Behavioral Research :A Conceptual Approach*. NY: Holt, Rinehart andWinston. 18. Krippendorf, K. (1980). *Content Analysis: An Introduction to its Methodology*. Beverly Hills, CA: Sage publications. Mass: Addison-Wesley Publishing Co. 19. Newman, W. L. (2000). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (4th ed.). Needham Heights, MA: Allyn and Bacon. 20. Lerbinger Otto. (1997). *The Crisis Manager: Facing Risk and Responsibility*. NJ:Lawrence Erlbaum Associates. 21. Pauchant, T. C., & Mitroff, I. I. (1992). *Transforming the Crisis-Prone Organization*. San Francisco,CA:Jossey-Bass. 22. Pearson, C. M. ,& Clair, J. A.(1998). Reframing Crisis Management. *Academy of Management Review*,23(1),59-76. 23. Ray, S. J.(1999). *Strategic Communication in Crisis Management: Lessons from the Airline Industry*. Westport, CT: Quorum Books. 24. Sturges, D. L.(1994) .Communicating through crisis : A strategy for organizational survival. *Management Communication Quarterly*, 7(3) ,297-316. 25. Walizer, M. H., & Wienir, P. L. (1978). *Research Methods and Analysis: Searching for Relationships*. NY:Harper & Row. 三、參考 網站:1. 中央選舉委員會網站。 <http://www.cec.gov.tw/> 2. 潤利 艾克曼國際事業有限公司 <http://www.rainmaker.com.tw/> 3. 中時新聞資 料庫。 http://www.tol.com.tw/CT_NS/ctsearch.aspx 4. 聯合知識庫。 <http://udndata.com/> 5. 自由電子報。 <http://www.libertytimes.com.tw/> 6. 蘋果日報。 <http://www.appledaily.com.tw/AppleNews/index.cfm>