

# 行政組織危機傳播策略之研究：以臺中市政府爭取古根漢美術館為例

林秋萬、姚惠忠

E-mail: 9601114@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

現代行政組織所面對的是變動劇烈難以預測的社會政經環境，政府危機已不再侷限災難事件，公共政策的挫敗也可能引發民眾對政府之不信任而造成執政危機，如何轉移失敗焦點爭取公眾支持及維護組織良好形象，已成了行政組織應面對的重要課題。本研究以臺中市政府為研究主體，探討臺中市政府自2002年初提出爭取古根漢美術館設立台中分館，至2004年12月臺中市議會正式決議擱置古根漢案期間，臺中市政府面對臺中市議會、文化界、中央政府、媒體及臺中市民等不同目標公眾時所遭遇的施政危機，以危機語藝的研究取向探討臺中市政府面臨的危機情境、在面對不同危機議題時是否會順應調整危機反應策略、及危機反應策略成效；亦即探討市府在古根漢施政危機中「危機情境 - 反應策略 - 媒體效果」三者間的關係。本研究以「內容分析法」及「深入訪談法」並行；在危機情境上，以Bradford與Garrett(1995)的情境與策略對應理論為分析架構，在危機反應策略上，以Benoit(1997)的五大形象修護策略為分析架構。研究結果發現公共政策危機與災難事件危機特性具有差異，公共政策危機情境集中在標準情境及控制情境；採用之危機傳播策略以降低危機衝擊性為主；且媒體效果與議題性質有關。

關鍵詞：政府危機；危機傳播；危機語藝

## 目錄

封面內頁 簽名頁 授權書.....	iii	中文摘要.....	iii
.....iv	英文摘要.....	.....v	誌謝.....
.....vi	目錄.....	.....vii	圖目錄.....
.....ix	表目錄.....	.....x	第一章 緒論.....
.....1	第一節 研究背景.....	.....1	第二節 研究動機.....
.....2	第三節 研究目的.....	.....5	第二章 文獻探討.....
.....7	第一節 危機.....	.....7	第二節 危機傳播.....
.....11	第三節 危機傳播理論.....	.....13	第三章 研究方法.....
.....26	第一節 內容分析法.....	.....27	第二節 訪談法.....
.....35	第四章 分析結果.....	.....38	第一節 古根漢美術館危機背景.....
.....38	第二節 危機議題分析.....	.....39	第三節 情境、反應策略分析.....
.....82	第四節 成效分析.....	.....88	第五章 結論.....
.....100	第一節 研究發現與結論.....	.....101	第二節 限制與建議.....
.....105	參考文獻.....	.....108	附錄.....
.....112	圖目錄 圖2.1 組織回應溝通模型.....	.....22	圖3.1 研究流程.....
.....27	表目錄 表1.1 以「政府危機」為研究主題之論文.....	.....4	表2.1 危機公關與危機語藝研究取向之綜合比較.....
.....12	表2.2 Benoit形象修護策略說明.....	.....17	表2.3 Coombs危機傳播策略的定義.....
.....19	表2.4 Coombs對選擇危機傳播策略之建議.....	.....20	表2.5 Benoit及Bradford & Garrett策略對應表.....
.....23	表3.1 信度檢驗結果.....	.....35	表4.1 府會考察團行程及經費受質疑議題發展.....
.....41	表4.2 臺中市政府回應考察行程及經費一覽表.....	.....42	表4.3 惠來遺址議題發展.....
.....46	表4.4 臺中市政府回應惠來遺址一覽表.....	.....47	表4.5 可行性評估報告延遲事件始末.....
.....51	表4.6 市府回應可行性評估報告延遲事件一覽表.....	.....53	表4.7 文化界反彈及負面形象事件發展.....
.....56	表4.8 市府回應文化界反彈內容一覽表.....	.....59	表4.9 營運能力爭議事件始末.....
.....63	表4.10 營運能力爭議回應一覽表.....	.....65	表4.11 中央補助款爭議事件一覽表.....
.....70	表4.12 市府回應中央補助款爭議一覽表.....	.....73	表4.13 臺中市議會質疑與掣肘事件一覽表.....
.....76	表4.14 市府回應市議會質疑與掣肘內容一覽表.....	.....79	表4.15 危機情境、回應策略分析表.....
.....86	表4.16 臺中市政府回應策略分析表.....	.....87	表4.17 媒體成效分析表.....
.....92	表4.18 危機情境、回應策略、效果評估分析表.....	.....95	

## 參考文獻

- 一、中文部分
- 1.于鳳娟 譯(2001), Otto Lerbinger。台北市:五南。
  - 2.王石番(1991)。傳播內容分析法:理論與實證。台北市:幼獅。
  - 3.丘昌泰(2000)。公共管理 - 理論與實務手冊。台北市:元照。
  - 4.朱愛群(2002)。危機管理 - 解讀災難謎咒。台北市:五南。
  - 5.朱鎮明(2003)。政治管理。台北市:聯經。
  - 6.江岷欽(1998)。危機管理與集體盲思。公訊報導,第七十九期:頁3-4。未出版,台北。
  - 7.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。
  - 8.吳宜蓁、徐詠絮 譯(1996), Ian I Mitroff、Christine M. Pearson著。危機管理診斷手冊。台北市:五南。
  - 9.吳思華(1996)。策略九說。台北市:麥田。
  - 10.金海濤(2004)。菸害新聞報導內容之分析 - 以台灣報紙為例。靜宜大學企業管理所碩士論文,未出版,台中。
  - 11.邱志淳。危機管理與應變機制。未出版,台北。
  - 12.姚惠忠(2004)。公關基本教練。台北市:威肯公關顧問。
  - 13.紀華強(1996)。公關基本教練。台北縣:世界商業文庫。
  - 14.高菁黛(2001)。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。
  - 15.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。
  - 16.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。世新大學傳播研究所碩士論文,未出版,台北。
  - 17.許嘉仁、謝采寧(2005)。企業危機公關及形象修復策略研究:以NINK「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。
  - 18.陳敦源(2002)。公部門政策行銷五問。公訊報導,第一〇二期:頁1。未出版,台北。
  - 19.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。
  - 20.粘淑菁(2006)。候選人競選期間危機傳播策略之研究 - 以2005年台北縣周錫璋與台中市胡志強為例。大葉大學管理學院碩士論文。
  - 21.張任明(2003)。迅速開放傳播通道 - 公共危機中政府傳播對策。公關世界,新華網。
  - 22.游梓翔、溫偉群(2002)。從語藝取經評析《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期,頁209-231。
  - 23.黃榮護(1998)主編。公共管理。台北市:商鼎文化。
  - 24.黃懿慧(1994)。科技風險與環保抗爭 - 台灣民眾風險認知個案研究。台北市:五南。
  - 25.葉至誠、葉立誠(2001)。研究方法與論文寫作。台北市:商鼎文化。
  - 26.楊孝?(1991)。傳播內容方法總論。台北:三民書局。
  - 27.熊源偉(2002)主編。公共關係學。台北市:揚智文化。
  - 28.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。
  - 29.簡守邦(2002)譯, Derek Layder著。社會科學研究的理論與方法。台北縣:韋伯文化。
  - 30.韓應寧(1987)譯, Steve Fink著。危機管理。
  - 31.羅文輝(1991)。精確新聞報導。台北市:正中。
- 二、英文部分
1. Barton, L. (1993). Crisis in organizations: Managing and communicating in the heat of chaos. Cincinnati, OH: College Divisions South-Western.
  2. Benoit, William L. (1997). Image repair discourse and crisis communication. *Public Relations Review*, 23, 177-186.
  3. Bradford, Jeffrey L. & Garrett, Dennis E. (1995). The Effectiveness of Corporate Communicative Responses to Accusations of Unethical Behavior. *Journal of Business Ethics*, 14, 875-892.
  4. Coombs, W. Timothy (1999). *Ongoing Crisis Communication-Planning, Management, and Responding*. CA: Sage Publications.
  5. Hearit, Keith Michael (2000). Corporate Apologia- When an Organization Speaks in Defense of Itself. *Handbook of Public Relations*, Sage Publications Inc. 501-511.
  6. James E. Grunig (1999). *Two-Way Symmetrical Pulations: Past, Present, and Future*.
  7. Lerbinger, O. (1997). *The Crisis Manager: Facing Risk and Responsibility*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
  8. Orlaniran & Williams (2001). *Anticipatory Model of Crisis Management: A Vigilant Response to Technological Crises*.
  9. Ray, S. J. (1999). *Strategic Communication in Crisis Management: Lessons from the Airline Industry*. Westport, CT: Quorum Books.
  10. Ronald D. Smith (2005). *Strategic Planning for Public Relations*.