

候選人競選期間危機傳播策略之研究:以2006年台北市長候選人謝長廷為例

馮毓芳、姚惠忠

E-mail: 9607575@mail.dyu.edu.tw

摘要

本研究從語藝觀點探討台北市長候選人謝長廷在競選期間面臨危機的言說反應，以及運用的反應策略，得到的效果；運用Bradford and Garrett(1995)的情境策略溝通模型，以及Benoit(1997)的形象修護策略為分析架構，探討情境-策略-效果之間的關係；另外，透過Coombs and Holladay(2002)情境式危機傳播理論(SCCT)，檢驗選民對候選人形象修護的認知與評價。本研究研究方法以「內容分析」以及「量化研究」方法，了解候選人謝長廷的危機反應策略與形象修護成效；研究發現：1.「降低危機衝擊性」與「否認」為候選人最常使用的策略；2.情境策略的對應模式，大致與Bradford and Garrett(1995)的情境策略溝通模型建議之策略相符，但策略-效果並不明顯；3.選民對候選人的形象修護效果方面，在證據愈真實的情形下，順應型策略應是危機中最好的選擇；4.候選人形象修護效果會因選民政黨傾向不同而有差異，且對於有相同政黨傾向的選民具有鞏固票源的效果。5.候選人形象修護效果可判斷未表態選民的政黨立場。6.候選人形象修護效果會因候選人過去表現愈好，獲得選民愈正面的評價。

關鍵詞：危機傳播；危機反應策略；台北市長選舉；候選人危機

目錄

| | | | |
|--------------------|-----|-------------------------|-----|
| 中文摘要 | iii | 英文摘要 | iii |
| iv 誌謝辭 | | vi 內容目錄 | |
| vii 表目錄 | | ix 圖目錄 | |
| xiii 第一章 緒論 | 1 | 第一節 研究背景 | 1 |
| 1 第二節 研究動機 | 3 | 第三節 研究目的 | 3 |
| 5 第二章 文獻探討 | 6 | 第一節 危機與危機傳播 | 6 |
| 6 第二節 危機反應策略 | 15 | 第三節 危機情境 | 15 |
| 25 第四節 危機反應策略之效能 | 33 | 第三章 研究方法 | 33 |
| 38 第一節 內容分析 | 40 | 第二節 量化研究 | 40 |
| 48 第四章 研究資料分析 | 53 | 第一節 危機事件 | 53 |
| 53 第二節 候選人形象修護策略分析 | 63 | 第二節 候選人危機情境-形象修護策略之對應及其 | 63 |
| 77 效果分析 | 73 | 第三節 統計 | 73 |
| 92 第五章 結論與建議 | 92 | 第一節 | 92 |
| 92 第二節 研究限制與建議 | 99 | 參考文獻 | 99 |
| 103 附錄A 問卷 | 109 | | 109 |

參考文獻

一、中文部份 Lerbinger(1997), 危機管理 (于鳳娟譯), 台北:五南, (原文於1997年出版)。王石番(1991), 傳播內容分析法:理論與實證, 台北:幼獅發行。朱愛群(2002), 危機管理, 台北市:五南。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, 私立世新大學傳播研究所未出版碩士論文。朱沛淳(2006), 候選人競選期間危機傳播策略之研究-以2005年彰化縣長選舉為例, 私立大葉大學人力資源暨公共關係未出版碩士論文。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, 私立世新大學傳播研究所未出版碩士論文。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興票案與彩券案為例, 私立世新大學傳播研究所碩士未出版論文。邱毅(1999), 危機管理 - 二十一世紀新顯學, 台北市:中華徵信。高菁黨(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, 私立輔仁大學大眾傳播研究所未出版碩士論文。姚惠忠, 粘淑菁(2006a), 候選人競選期間形象修護策略之研究-以2005年台北縣長周錫璋為例, 關係管理研究, 4(December), 111-132。姚惠忠, 粘淑菁(2006b), 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。唐福春(2000), 危機管理個案之研究-以興票案為例, 私立大葉大學工業關係學系未出版碩士論文。粘淑菁(2006), 候選人競選期間危機傳播策略之研究-以2005年臺北縣周錫璋與台中市胡志強為例, 私立大葉大學人力資源暨公共關係學系未出版碩士論文。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。私立世新大學傳播研究所未出版碩士論文台北市。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, 私立世新大學傳播研究所未出版碩士論文。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。黃懿慧(2001)，危機回應 - 淺談形象修復策略，公關雜誌，42，38-41。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，私立世新大學傳播研究所未出版碩士論文。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，私立世新大學傳播研究所未出版碩士論文。羅文輝(2000)，精確新聞報導，台北市:中正書局。蘇世欣(2002)，企業危機溝通管理初探:以台灣企業公關業務負責人調查為例，私立世新大學傳播研究所未出版碩士論文。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。

二、英文部份 Benoit, W. L. (1997). Imagerepairdiscourse and crisis communicat- ion. *Public Relations Review*, 23(2), 177-186. Benoit, W. L. & Brinson, S. L. (1999). Queen elizabeth ' s image repair discourse:insensitive royal or compassionate queen? *Public Relations Review*, 25(2), 145-156. Bradford, J. L. & Garrett, D. E. (1995). The effectiveness of corpo- ate communicative responses to accusations of unethical behavior. *Journal of Business Ethics*, 14, 875-892. 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), 447-44 6. Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (1996). Communication and attribut- ons in a crisis: an experimental study in crisis communication. *Journal of Public Relations Reserch*, 8(4), 279-295. Coombs, W. T. (1998). An analytic framework for crisis situations: better responses from a better understanding of the situation. *Journal of Public Relations Reserch*, 10(3), 177-191. Coombs, W. T. (1999). Information and compassion in crisis responses : a test of their effect. *Journal of Public Relations Reserch*, 11 (2), 125-142. Coombs, W. T. & Holladay, S. J. (2002). Helping crisis managers pro- tect reputational assets: initial tests of the situational crisis com- munication theory. *Management Communication Quarterly*, 16(2), 165-186. Coombs, W. T. (2004). West pharmaceutical ' s explosion : structuring crisis discourse knowledge. *Public Relations Review*, 30, 467-473. 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. Hearit, K. M. (1997). On the use of transcendence as an apologia strategy: the case of Johnson controls and its Fetal protection policy. *Public Relations Review*, 23(3), 217-231. Huang, Y. H., Lin, Y. H., & Su, S. H. (2005). Crisis communicative strategies in Taiwan : category, continuum, and cultural implica- tion. *Public Relations Review*, 31, 229-238. Huang, Y. H. (2006). Crisis situation, communication strategies, and media coverage : a multicase study revisiting the communic- ative response model. *Communication Research*, 33(3), 180-205. Pearson, C. M., & Mitroff, I. I. (1993). From crisis prone to crisis pre- pared : a framework for crisis management. *The Executive*, 7(1), 48-59. Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations* New York: CBS College Publishing. Heath, R. L. (1994). *Management of Corporate Communication: From Interpersonal Contacts to External Affairs* Hillsdale, NJ: Laurence Erlbaum Association. Hermann, C. F. (1969). Some consequences of crisis which limit theviability of organizations. *Administrative Sciences Quarterly*, 8, 61-82. Lerbinger, O. (1997). *The Crisis Manager Facing Riskand Responsib- ility*. NJ:Lawrence Erlbaum Associates. Seeger, M. W., Sellnow T. L., & Ulmer R. R. (2001). Public relation and crisis communication: organizing and chaos. *Hand- book of Public Relations*, 155-165. Thomas, A., & Williams, G. R. (1991). A strategy to provide retire -ment Benefits for International Transferees in a Global Compa ny. *Benefits & Compensation International*, 2-7.