

當理論遇見實務 ——解讀健康傳播訊息設計完全攻略讀本

黃振家*

書名：Designing Health Messages--Approaches From Communication Theory and Public Health Practice.

編者：Maibach, Edward; Parrott, Roxanne Louiselle.

出版日期：1995年

出版社：Sage

“再也沒有比一個好的理論更接近實務”

-Lewin, Kurt-

實務理論家

在傳播的領域當中，似乎沒有專業術語能夠像「理論」一般，受到學術研究者與實務工作者的普遍關心，並且意見如此分歧。不少學術研究者認為理論能夠指引研究，但也有很多的實務工作者卻認為理論與實務世界沒有太大的關聯性，因此認為理論具有價值的傳播實務工作者，不免經常受到周遭非學院取向同事的質疑與挑戰。同樣地，對於理論的兩極化觀點也存在於老師與學生之間，老師傾向抽象地論述理論的重要性，不過學生們卻偏好那些能夠具體告訴他們如何完成傳播目標的操作手冊。

而在健康傳播的領域當中，許多的研究者同樣地關心理論與實務之間的分野，並且試圖去打破此一深植於健康傳播領域當中，將理論與實務截然二分的成見，希望能

* 黃振家為國立政治大學新聞系博士候選人，E-mail: g4451501@grad.cc.nccu.edu.tw。

夠透過理論應用性質的提升，例如從實務的觀點，揭示理論的價值來詮釋理論內容，擁抱Lewin所言「再也沒有比一個好的理論更接近實務」的觀點，來提出所謂「好的」理論。基本上，Maibach與Parrott就是在這樣的前提之下，集結整合當代健康傳播研究者的理論觀點與實務工作者的經驗論述，編著出兼具理論基礎與閱聽人取向的訊息設計完全攻略讀本。

閱讀本書，似乎不難發現Maibach與Parrott的主要目的：一是以證明理論的價值，來解釋理論，揭示健康傳播理論當中有關訊息設計的意涵；二是希望從當代健康傳播實務的觀點，建議並且描繪出一系列資訊蒐集策略，以幫助致力於健康傳播研究／實務工作者能夠企劃出閱聽人導向（audience-centered）的傳播活動。因此Maibach與Parrott依循前述兩大目的來鋪陳本書三大架構——〈健康訊息設計之理論取向〉（Theory-driven Approaches to Health Message Design）、〈健康訊息設計之閱聽人導向策略〉（Audience-centered Strategies to Health Message Design）、〈結合理論與實務：其他考量〉（Combining Theory and Practice：Additional Considerations）。

首先，在〈健康訊息設計之理論取向〉單元，Maibach與Parrott認為理論基本上扮演四種角色，分別是描述（description）、預測（prediction）、解釋（explanation）與規範（prescriptive），這四種角色可以提供人們對周遭世界的不同程度的瞭解（comprehensibility）；其中以理論的規範性角色，最具實用性，因此可以看出Maibach與Parrott希望透過此一單元，來擴展行為理論的規範性價值。大體來說，本單元文章的作者分別從不同的健康傳播基礎理論來論述訊息設計的取向。例如，Parrott應用在傳播與心理學領域當中已有相當進展的語言學理論，希望能找出有哪些規範，可以幫助選擇出精準的語言來增加閱聽人對重要健康訊息內容的注意；其次Holtgrave、Tinsley與Kay檢視行為理論中相當重要的決策（decision-making）構念，針對如何使目標閱聽人在行為改變的初期即採取行動，提出建議。此外，Maibach與Cotton則從Bandura的社會認知理論，來瞭解閱聽人在行為改變過程當中不同階段的經驗感受。Hale與Dillard則整合既有理論的觀點來解釋負面情感在健康訊息設計當中所扮演的角色，並且透過不同個案的比較，提供健康訊息設計者，拿捏使用恐懼訴求的分寸；相反的，Monahan則探討正面情感在健康訊息設計當中所扮演的角色，一方面提出如何將與行為相連結的利益等相關知識放入健康訊息中的方法，一方面也比較各種使用正面情感訴求方法之間的優缺點。另一方面，Pfau則以青少年拒煙運動為例，來說明如何透過正面強化（positive reinforcement）既有的行為——行

為預防接種 (behavioral inoculation) 來進行初始預防 (primary prevention)，同時針對如何設計出具有預防接種免疫功能與促進行動的訊息提供建議；而Austin整合發展理論與青少年相關的文獻，針對有關青少年的健康訊息設計，提出四點建議，分別是早期開始、以年齡與環境差異作為區隔目標對象的標準、長期透過不同的來源傳遞一致的訊息、強調給予青少年對自身命運的控制與所有權。最後，Witte則提出其跨理論的模式作為訊息設計的規範，強調訊息內容設計與選擇特定閱聽人之間的關係。

其次，在健康訊息設計之閱聽人導向策略單元，Maibach與Parrott主張健康訊息設計是閱聽人導向的過程，因此認為閱聽人的需求與所置身的情境是相當值得重視，所以本單元文章多半將焦點放在實務工作中，有關閱聽人相關資料蒐集與發展有效的健康訊息的活動上。例如，Nowak與Siska以「美國對AIDS的響應」(America Response to AIDS)活動，來說明如何在健康傳播活動的生命週期當中，進行形式、過程、衝擊與結果評估研究；而Slater針對閱聽人的區隔提出精闢的見解，並且依據資源高低情況，提出如何區隔閱聽人的建議。另一方面McGrath則指出在訊息設計者與閱聽人之間所存在的守門人 (gatekeeper)，在成功健康傳播活動個案裏所扮演的角色，並且提出一些能夠在訊息設計過程中，確保守門人配合提供接近目標閱聽人機會的建議；此外，Lefebvre等人則說明其在為國家癌症中心設計「每天五秒更健康」(5 A Day for Better Health)活動訊息時，使用行銷資料庫名單的情況。

而在結合理論與實務：其他考量單元當中，Maibach與Parrott則強調任何形式的健康傳播活動，似乎多半是強化人們既存的健康資訊，或是試圖以不同的影響來源來提供相同主題的健康訊息。因此本單元內的文章主要陳述健康訊息設計者在訊息設計活動設計之前或是活動進行期間，必須思考的議題，例如，Hammond檢視一些曾經用來增進病人瞭解醫藥保健的方法，發現大眾傳播與人際傳播在健康訊息設計上的重要性與侷限性；Parrott、Kahl與Maibach則呈現出若干健康或是其他行政措施上對於訊息設計工作者的限制，希望訊息設計工作者在進行訊息設計活動之前，能夠從傳統健康傳播概念之外，以政治傳播與社會運動的角度思考影響訊息設計活動的相關政策之意涵。

基本上，在閱讀本書的過程當中，似乎看不到理論與實務之間的界限，常常會發現理論原來是實務，而實務其實有理論；同時可以看出Maibach與Parrott希望藉此鼓勵置身於健康傳播環境當中的研究者與工作者，去實踐「好理論」所提供的訊息設計原則，藉由成功的健康傳播活動，使大眾能夠生活地更健康，並且透過本書來帶動後續的相關研究，增進對於有效健康傳播活動的機制 (mechanisms) 與原動力 (

dynamics) 的瞭解。因此對於致力從事健康傳播的教授、學生與實務工作者來說，本書一方面無疑是不可缺少的理論性質的參考書，另一方面也是進行健康傳播活動的最佳實務攻略讀本。

如何為健康傳播活動設計出有效的訊息？可能的答案就在本書中。