

計畫編號：MOHW103-CDC-C-114-133107

衛生福利部疾病管制署 103 年委託科技研究計畫

防疫訊息結合娛樂傳播產業之平台建立及成果效益評估

Establishing An Entertainment- Education Platform to
Promote Communicable Diseases Prevention

全 程 計 畫 總 報 告

執行機構：世新大學口語傳播學系

計畫主持人：劉文英

協同主持人：章光國

研究人員：楊庭歡、李彤芯、黃巧伶、陳際勇、邱雯欣

執行期間：101 年 1 月 1 日至 103 年 12 月 31 日

* 本研究報告僅供參考，不代表本局意見，如對媒體發布研究成果應
事先徵求本局同意*

目錄

摘要.....	4
壹、中文摘要.....	4
貳、英文摘要.....	6
本文.....	8
壹、前言.....	8
貳、研究背景.....	10
一、本計畫與防疫工作之相關性.....	10
二、何謂娛樂教育宣導（Entertainment-Education）.....	10
三、使用 E-E 做宣導活動的實績及效果評估.....	12
參、研究目的.....	14
肆、執行方式.....	18
一、第一年（101 年）計畫內容說明.....	19
二、第二年（102 年）計畫內容說明.....	20
三、第三年（103 年）計畫內容說明.....	22
伍、執行結果.....	24
一、文獻整理.....	24
二、專家（編劇/導演/製作人）會議精華彙整.....	81
三、建置媒合平台網頁及臉書粉絲團.....	96
四、歷年媒合會議及成效.....	106
五、「疫病故事工作坊」執行成效.....	109
六、學者專家意見交流會議側記.....	112

七、「國際交流工作坊」活動回顧.....	115
陸、結論與建議事項.....	118
一、結論.....	118
二、建議事項.....	120
柒、參考文獻：.....	124
附錄一 聯繫過之編劇／製作人名單.....	126
附錄二 「疫病故事工作坊」新聞稿.....	127
附錄三 相關媒體報導露出.....	130
附錄四 媒合平台預期效應.....	142

表 次

表一 101-103 年度執行工作項目簡表	18
表二 指定司機比率	56
表三 Squash It 調查研究	60
表四 以疾病為情節之台灣連劇劇收視率	72
表五 歷年成功媒合之案例簡表	106

圖 次

圖一 「娛樂與健康宣導媒合平台」媒合流程圖	23
圖二 層次敘事特徵中介因素	27
圖三 哈佛大學遠離暴力計劃主視覺	58
圖四 「娛樂與健康宣導媒合平台」入口首頁	99
圖五 「娛樂與健康宣導媒合平台」內容頁	100
圖六 「娛樂與健康宣導媒合平台粉絲團」入口頁面	103
圖七 疫病故事工作坊「愛滋疫病故事分享」實況	110
圖八 國際交流工作坊實況	117

摘要

壹、中文摘要

當疫病來襲時，事先準備工作固然重要，然而如何「及時」知會民眾，將正確的防疫資訊傳達給一般大眾，讓民眾獲得重要的防疫資訊，將損害降到最低，也是極為重要的課題。在忙碌的現代社會中，電視戲劇節目因其收看人數多、內容感染力強等因素，無論中外，都被視為傳達疫情資訊的最有利管道之一。

為了達到上述目的，本計畫研議結合產官學界三方能量，成立一個以娛樂化學習（Entertainment-Education）為理論基礎並之諮詢平台，協助國內的編劇工作者免費透過媒合平台所推薦的疫病專家學者，獲取精準且符合公共衛生宣導標準之疫病資訊，並編寫入劇本裡，達到寓教於樂，悅趣化學習的目的。

對業界而言，此合作模式除了可增添戲劇內容的準確度，提升戲劇效果和製作品質外，更可以呼應大眾對媒體社會責任的要求；對主掌疫病防治的疾病管制署來說，本計畫可替政府單位開闢另一重要且收效廣大的免費疫病宣導管道；對從事媒體效應相關研究的學者而言，則可提供整合媒體效果與健康傳播主題之學術研究資料。

本工作計畫以三年時間建構此一媒合平台，其工作目標大致如下：第一年為籌備期：主要工作為整理國際上的相關文獻記錄，並彙整學者專家之意見；第二年為試辦期：此階段將根據第一年彙整之營運建議，正式成立媒合諮詢平台並試辦營運，同時也建置專屬網頁，提供線上媒合服務；第三階段為正式上線期：以前二期之營運經驗為基礎，修訂出一套合宜的

標準作業模式，除了主動將疫病相關之健康傳播訊息提供給戲劇從業者，也為各類戲劇節目和疫病專家牽線，提供多元的媒合服務。此外，也舉辦國內外各類交流活動，廣泛聽取中外各界的寶貴經驗和建言，作為未來改進和進階研發之基礎。

在計畫執行期間，本計畫辦公室共拜訪了 98 位編劇，促成 6 部正在拍攝或是已經播出之戲劇節目使用疾病管制署所提供之疫病資訊。透過三年的基礎耕耘，期能為此一媒合模式奠下厚實基礎，促進產官學三方長期的良好互動。

關鍵詞：教育性娛樂、健康傳播、電視戲劇節目

貳、英文摘要

Fighting a disease is like fighting a battle. When an epidemic strikes, it is important to be prepared in advance. However, what is more important is the “timely” notification of the public, giving people access to essential information of prevention. Therefore, in order for the information of the epidemic to be received by the public, TV drama programs are considered to be one of the most effective channels to disseminate information for disease prevention, due to its wide range of viewership and affecting content.

To achieve the above-mentioned goals, this project proposes a consultation platform which combines the resources from the industry, government and academia. The platform is based on the Entertainment-Education theory. When scriptwriters are interested in integrating a disease into the script, to dramatize the content (or to meet the needs of media social responsibility), they may go through this platform to obtain free and accurate information of the disease from professionals and scholars that meet the standards of public health promotion. The platform will be designed to integrate education with entertainment in order to achieve the purpose of joyful learning.

In addition to increasing the accuracy of the content and dramatic effects, this collaboration model will furthermore answer to the demands of the public of the media’s social responsibility for the industry. For the Center of Disease Control, this project may open up another path for free propaganda. For scholars that specialize in media effects, it provides research data for the

academic fields of integrated media effectiveness and health communication.

This project is looking to create such a platform in three years. The first year will be focusing on the setup. In the first year, the work team mainly focuses on organizing and reviewing literature. We will convene meetings with professionals and scholars to gather their suggestions on the establishment of the platform. The second year will be a trial run of the website that provides online services. Constructive criticism from the first year will be collected to establish the consultation platform for a trail run during the period of time. The third stage will be official running of the website. Based on the experience from the first two years, we will revise the standard operation procedure for the platform and provide disease related health information for TV drama programs in the third year. The project office has contacted 98 scriptwriters and helped include disease information provided by the Center of Disease Control in six drama programs that either have been broadcast or are still in production.

Keyword: Entertainment Education, health communication, TV drama

本文

壹、前言

自古以來，中西哲人、教育家不約而同都注意到「寓教於樂」的社會教育功能。孔子在《論語·雍也第六》提出「知之者，不如好之者；好之者，不如樂之者。」的觀點；古羅馬哲人賀拉斯在《詩藝》中也認為詩除了帶給人樂趣和益處，也應該對受眾有所勸諭和助益。

邁入二十世紀的今日，媒體的巨大變革改變了一般大眾的娛樂和接收訊息的方式，為了提高一般大眾對社會重要議題的認識與理解，**教育性娛樂 (Entertainment-Education，簡稱 E-E)** 被普遍認為是應用於發展傳播領域的重要傳播策略，尤其在各種媒介當中，深入大眾日常生活的電視節目，更被視為是最強大的傳播利器。

防疫如作戰，當疫病來襲時，事先準備工作當然重要，更重要的是與時間賽跑，能「及時」知會民眾，讓民眾獲得重要的正確防疫資訊，作好相關因應工作，卻不會對疫病產生不必要的恐慌感及焦慮感，就成為政府防疫單位最重要的工作之一。因此，為了達到疫情資訊能夠以「快、狠、準」的方式傳讓民眾接收，大眾傳播媒內容之一的戲劇節目，因其收看人數多，內容感染力強等因素，便可能成為傳達疫情資訊的最有利管道。

為了達到上述目的，本計畫建議成立一個結合產官學界三方之諮詢平台，以教育性娛樂 (E-E) 相關理論為基礎，當戲劇節目劇本寫作者或是製作公司有興趣將某疫病寫入劇本中，以增加戲劇內容之戲劇性（或滿足媒體社會責任之需求），便可以透過此一平台，免費從專家學者處獲取精準且

符合民眾利益之疫病資訊。

此合作模式對業界而言，除了增添戲劇內容準確度及提升戲劇效果外，更可以滿足大眾對傳播媒體應負之社會責任的期待；對主管疫病的疾病管制署而言，本計劃可替政府單位開闢另一重要宣導管道；對從事媒體效應相關研究的學術單位而言，則可提供整合媒體與健康主題之學術研究資料。

以下章節乃是本計畫自 101 年 1 月 1 日至 103 年 12 月 31 日執行概況之概述。

貳、研究背景

一、本計畫與防疫工作之相關性

娛樂性節目除了滿足娛樂大眾的目的外，其實還具有教育大眾，宣導健康議題的功能。許多國家（例如美國、印度、南非）的公共衛生機構，都已經開始與戲劇節目合作，藉由以娛樂目的戲劇節目之普及性及影響力，透過其情節，間接教導民眾，傳播重要公共宣導訊息(Singhal & Rogers, 1999)。然而戲劇性娛樂節目如何能夠將對公眾有利的健康宣導議題，藉由戲劇性的表達方式深入人心？這些娛樂節目影響力有多大？本計畫書將在下文中摘要說明。

二、何謂娛樂教育宣導 (Entertainment-Education)

根據學者 Singhal 及 Rogers (1999) 的定義，所謂娛樂性育 Entertainment-Education (也稱為 enter-educate, edutainment 或是 infotainment) 是一種用以知會大眾社會的議題或是觀點的方法。通常 E-E 所採用策略是將需要知會大眾的訊息，與受歡迎媒體內容結合，以達到增加大眾對議題的感知度 (awareness)、提升相關知識 (knowledge)、創造對議題的正向態度 (favorable attitude)，以及達到改變目標行為，讓民眾能夠從事合乎社會規範的行為 (socially responsible behaviors)。以美國為例，最常用來傳達 E-E 訊息的方式就是電視節目。到目前為止，曾經使用 E-E 來宣導健康相關的主題包括藥物濫用防制、推廣疫苗接種、青少年懷孕防制、酒駕防制、HIV/AIDS 和癌症防制等。以美國為例，只要是受到大眾

歡迎的戲劇類節目，無論是肥皂劇（soap opera）、情境喜劇（sitcom）或一般性劇情類節目（drama）都是 E-E 可以應用的媒體內容。然而 E-E 的做法與另一種常用於宣導健康議題的公共服務宣導（Public Service Announcements）模式不同。PSA 當然也是一種非常重要的宣傳手段，但是當大眾接收到 PSA 訊息時，大部分的人通常會明確地知曉自己正在收看宣導短片或短片。因為宣導內容通常在短時間中自成段落，並且明確的指出某些錯誤健康相關行為或觀念，以及如何導正錯誤行為及觀念。在片頭片尾通常也會羅列出贊助單位的頭銜，讓人直接了當分辨出 PSA 與傳統商業廣告的差異。但是以 E-E 為主要策略的宣導內容，通常是「隱藏」在劇情中，讓觀眾不知不覺接受宣導內容，卻不會明確感受到「政令宣導」的壓力，同時也可以降低抗拒訊息的狀況。

其實，將健康宣導訊息與戲劇內容結合的方式有許多種類，以美國為例，有時戲劇節目的製作人或是劇本創作者自身特別關注某些議題，便透過管道商請媒合學者專家給予相關意見，同時加入健康議題以增加戲劇張力，以更加寫實的表達形式融入劇情中，達到娛樂性、知識性、教育性兼顧的結果。例如近期在台灣即將上映的一部講述疫病蔓延、公衛單位如何因應度過難關的好萊塢電影“Contagion“（台譯為「全境擴散」），即是透過美國國家科學院中的 The Science & Entertainment Exchange 委員會的協助，媒合到哥倫比亞大學醫學院的流行病學教授 Dr. W. Ian Lipkin，做為該片的疫病相關專家諮詢委員。Dr. Lipkin 在劇本發展階段就開始協助劇組及導演找出既能吸引觀眾來觀賞的電影的虛構病毒，並且確認劇中所引用之公共衛生、流行病學的訊息為真。讓閱聽眾在享受電影劇情帶來的娛樂之餘，同時也能吸收有關疫病的新知。

除了製作公司從劇本發想期就找專家諮詢外，另外一種常見的模式則是透過與好萊塢關係密切的公益團體（例如附屬於南加大 Anneberg 傳播學院中的 Hollywood Health & Society Project），扮演媒合，或是利用舉辦研討會、專家學者座談會、健康議題劇本寫作工作坊的方式，吸引娛樂產業界人士的注意，讓業界人士知道，如果某段劇情「需要」加入與疾病（或其他健康相關）議題，製作單位不用絞盡腦汁，自行去想出能夠感動人增加收視率的「疾病」，只要透過媒合平台，就可以讓劇作家與特定醫學專業人士交流，讓那些對於某些特殊疫病有研究的醫界專家學者提供精彩的故事及正確防疫資訊，協助劇作家取得既真實又具有戲劇張力的劇本寫作資訊。創造產業界、官方機構甚至加上民眾三贏的機會。

三、使用 E-E 做宣導活動的實績及效果評估

許多採用 E-E 模式做宣導活動的結果皆可供檢視。例如研究指出從 1970 年代開始，美國的娛樂節目就被認為是一種具有強大影響力的傳播管道。例如美國於 1974 年首播的著名影集“Happy Days”，其中的男主角 Fonz 只不過是跟女朋友約在圖書館裡見面，然後順便申辦了圖書館的借書卡。然而當該集內容放映之後，全美國申請圖書館借書卡的人數，相較於上演這集連續劇之前，突然上升了 500 倍之多，（轉引自”From the desk of Norman Lear: the Fonz, Drunk Drivers and Trash.”）。此一現象，充分展現利用娛樂性媒體來宣導公共議題的效果十分驚人。

事實上，這股利用具有高影響力的大眾傳媒來做宣導工作的潮流並未停歇，各項推廣或是採用娛樂性節目內容來作宣導工作的組織越來越多，內容包羅萬象。這些節目的宣導效果基本上都十分令人滿意。例如 Kaiser Family

Foundation 專門為 NBC 的“ER“（“急診室春天“）的團隊，提供年度劇作家及製作人關於性傳染病如 HIV 檢測、緊急避孕、淋病衣原體等主題的工作坊，這些主題後來也都一一呈現出現在螢幕上。根據 Kaiser Family Foundation 在 2000 年的效果評估結果顯示，被抽樣出來的 3500 名觀眾中，將近 53% 經常觀賞影集者，提及他們從影集中學習到重要的健康資訊，有 51% 的受訪者說，他們因為看了影集，所以會跟家人談論這些影集中提到的健康議題；32% 左右的受訪者說，因為觀賞了這些影集的關係，他們得到幫助自己及家人做出健康決策的資訊。這項研究也發現越是教育程度低的人，越有可能藉由影集中的資訊做出與健康相關的決定。就算是諸如 HPV 這種對許多人來說，都算是複雜的性病類型。看完某集特別為 HPV 議題製作的影集後，知曉這種性病的人數幾乎提高一倍（相較於這集演出之前），知道如何定義 HPV 的人從 9% 提高到 28%，在這些宣稱他們首次知道什麼是 HPV 病毒的人當中，有 32% 說他們是因為看了 ER 才知道的（“Health Affairs” ,Jan/Feb 2001）。

如果 ER 可以創造這種大量的、有效的宣導訊息，我們不禁期待，未來若有一天能將有關性傳染病的衛教資訊，與諸如「犀利人妻」這樣的高收視戲劇情節結合在一起，想必國內有關性病防制的工作，必定可以一日千里。

參、研究目的

防疫如作戰，當疫病來襲時，事先準備工作當然重要；然而更重要的則是如何能夠「及時」知會民眾，讓民眾獲得重要的防疫資訊，作好面對疫病來襲時的準備，且不會讓民眾對疫病產生不必要的恐慌及焦慮。為了達到疫情資訊能夠以「快、狠、準」的方式傳讓民眾接收，大眾傳播媒介（尤其是電視戲劇節目），因其內容感染影響力強，閱聽眾人數眾多的特性，便可能成為傳達疫情資訊的最有利管道。

然而光是擁有傳播管道並不夠，還需要能夠有效地將這類重大健康資訊與媒體內容結合，達到宣導正確知識，進而影響態度、改變有害健康行為的目的。弔詭的是，社會越民主，民眾對政府之管理能力的期待越高，當疫病來襲時，更會要求政府能夠及時知會及提供對應之策。另一方面，生活在民主社會中的人們，卻不喜歡政府機關大刺刺花錢買時段做宣導（例如置入性行銷），或是到處貼海報下指導棋，以帶有強迫意味的宣傳手段，來「教育」民眾面對疫病時應具備的態度。

在這股社會氛圍推波助瀾下，2011年1月12日立法院三讀通過，限制政府機關採用公務預算購買媒體時段播放宣導訊息的機會。然而，疫病防治訊息宣導之特性，在於其急迫性。如果疫病或是健康議題因傳播方式受限而延誤民眾知曉、採取行動的時機，此時受到影響的不只是延誤時間而已，更可能會付出造成人命損失的重大代價。既然主動置入形式不可為（效果有時候也未達目標），本計畫建議仿效國外行之有年之因應方式，成立一個非營利性、且具有研究為特色之跨平台媒合組織，主動免費提供媒體可供戲劇表達之有關疫病議題資料。無論是否為疫病蔓延時期，只要戲

劇製作單位有需求，平台馬上媒合相關主題之專家以供諮詢。例如劇作家在開完編劇會議後，產生讓戲劇節目中出現有關流感的需求時，本媒合平台便可以立即媒合流感疫情的專家，讓劇作家與流感專家聯繫，快速提供劇作所需之醫療資訊，及時讓大量民眾有機會接收到重要的疫情資訊。這種做法一則可以協助製作單位豐富戲劇內容，讓製作單位不必擔心是否劇情傳送錯誤疫病資訊，造成製作單位與民眾的困擾，二則疾病管制署可以「利用」此一免費宣導機會，藉由劇本本身的戲劇張力，把重要健康資訊傳遞給民眾，達到疫病防治宣導之目的。

這套理論立基於利用娛樂性質的媒體內容達到教育社會大眾之目的，乃出自「娛樂性教育」(Entertainment-Education, E-E) 旗下之相關理論。做法為利用戲劇節目製作單位的協助，主動將防疫訊息轉換成引人注意的媒體內容，將與疫病相關的衛教訊息，藉由編劇之手寫入劇本，與劇情自然結合，讓劇中人不著痕跡、順理成章藉由敘事轉換 (Narrative Transportation, Green & Brock, 2004) 的作用，接收正確疫情衛教資訊，使得重大防疫訊息，能夠藉由媒體的說服力，深入人心，潛移默化地改變受眾的觀念與行為，達到「寓教於樂」產官學三贏的目的。

本研究計畫的總目標為建議設置一個兼具跨越「產」「官」「學」三界特性之工作平台，藉由結合(一)、各家戲劇節目製作公司及劇作家，(二)、負責防疫工作的政府組織(例如疾病管制署)，(三)、與傳播產業關係密切及從事傳播研究的學術機構(例如擁有眾多從事於戲劇節目製作校友之世新大學)，將三方所擁有資源與效能結合在一起。讓戲劇節目不必擔心提供錯誤的防疫資訊，引發社會譴責甚或負擔法律責任，同時，讓負責防疫任務的官方機構多一個強效的防疫訊息傳播管道，提升一般大眾的疫病常識

和對疫病的重視程度。同時，對於以研究傳播現象為目標的學術單位來說，則可以藉由此一平台的建立，進行相關傳播理論之應用研究。除了平台能夠結合產官學三方人士外，本平台有三個主要特色：其一、如能順利運作，此平台之效益可謂相當多元，一則可讓主管機關增添一個可以宣導重要衛教資訊的管道，只要花費少量經費，就可達到宣導的目的。其二、讓戲劇節目製作單位能夠有機會，也不必以花費重大代價的方式來善盡企業社會責任。其三、對於從事於傳播理論應用研究的學者而言，這個平台提供了實驗、分析說服理論結合媒體效能的場域。

本計畫個別年度目標大致如下：

第一年為籌備期，本階段工作團隊將檢視整理文獻記錄，了解世界各國以及國內過去曾利用 E-E 概念結合媒體的方式及成效，並依國外經驗作成國內試行此一疫病媒體宣導平台之建議書之初稿。除此之外，並於此階段召開產官學三方學者專家會議，彙整國內產官學界對於此一平台的意見，並依據專家學者會議決策修改建議書，建立未來合作模式雛形。此外，本階段將製作媒合平台網頁（website），記錄各項以 E-E 概念應用在疫病宣導之實例以及其效果評估結果之相關文獻，同時作為本計劃專案資訊及交流的管道。

第二年為試辦期。本階段工作目標分為兩部分，其一，持續蒐集整理國內外有關疫病運用 E-E 相關資料及維護平台網頁外，本計畫也會根據過去一年執行計畫之結果，修改疫病媒體宣導平台設置建議書。除此之外，本階段另一項主要工作項目為主動出擊，持續拜訪國內績效良好的戲劇節目製作公司編劇，以面對面溝通的方式，向電視戲劇節目編劇、製作人甚至是導演、演員解說此本媒合平台計畫，說服編劇或是製作公司，願意透

過專業學者專家的協助，將與時疫相關宣導資訊寫入劇情。本計畫辦公室負責記錄並分析此一實驗性媒合過程，將整個媒合流程作為提供未來媒合方式之參考。此外，為了協助疫病學者專家找出最能有效協助戲劇界「表達」疾病的方式，本計畫也設計並籌辦了「疫病故事工作坊」，讓醫界人士和一線編劇、製作人面對面交流，由醫師主動將有用的疫病資訊和醫護事蹟整理成各類小故事提供給戲劇界人士參考，雙方反應良好，後續獲得極高的詢問度。

第三年是最後一個階段，也是正式上線運作期。本年度亦持續蒐集、分析 E-E 相關研究及案例，並將第二年試辦媒合案例之經驗，修訂媒合模式並持續與防疫醫師合作辦理「疫病故事工作坊」。此外也將延續前兩年之主要工作，持續聯絡各類戲劇節目編劇、導演、製作人以及國內提供自製戲劇節目的電視公司主管，向他們解說媒合平台運作的模式，並邀請他們使用本平台服務。除了持續前兩年活動外，為了進一步瞭解國內編劇對於採用「疾病」作為戲劇情節的模式，本計畫抽樣分析了七齣近幾年來由國人自製、並且於播出時期獲得高於平均收視率的優質電視連續劇。最後，本計畫成功舉辦一次國際交流工作坊，會中特邀美國健康傳播專家 Dr. Campo 教授來台進行中外交流，會中教授特別針對本計畫的執行方式以及成果提出建言，為此一媒合平台的工作方向及未來發展奠下堅實的基礎。

肆、執行方式

本計畫為三年計畫，執行時間為 101 年 1 月至 103 年 12 月，三年計畫之年度工作項目簡表見下表（表一），各年度工作執行方式分述如下各節。

表一 101-103年度執行工作項目簡表

項目	執行工作內容	101 年 度	102 年 度	103 年 度
1	蒐集整理娛樂化宣導（Entertainment-Education）之文獻紀錄	✓	✓	✓
2	聯絡拜訪電視電影編劇/導演/製作人，宣導平台業務	✓	✓	✓
3	編劇諮詢與媒合記錄分析	✓	✓	✓
4	與大型業界組織合作，推廣平台			✓
5	維護經營及分析記錄媒合平台官網及臉書粉絲團	✓	✓	✓
6	召開學者專家會議			✓
7	舉辦疫病故事工作坊		✓	✓
8	拜訪電視台戲劇部門主管及國內NGO組織，宣導平台業務			✓
9	整理國內與編劇相關之重要疫病資訊（含疫病小故事及電視連續劇分析）			✓
10	舉辦國際交流工作坊			✓

一、第一年（101 年）計畫內容說明

在三年計畫中的第一年，本計畫首先著眼於蒐集分析西方 E-E 相關文獻，內容涵蓋下列層面：蒐集分析目前學術資料庫中各國有關 E-E 的案例，及其相關施行方式及效果評估，並以美國十一個以 E-E 為核心精神，推廣結合媒體與健康宣導議題的非營利組織為主要研究對象。

這十一個案例包括：American Academy of Pediatrics、Entertainment Industries Council、Harvard School of Public Health: Center for Health Communication、The Henry J. Kaiser Family Foundation、Hollywood, Health & Society: USC Annenberg Norman Lear Center、Last Acts Writers Project、The Media Project-A program of Advocates for Youth、Mediascope、National Youth Anti-Drug Media Campaign: White House Office of National Drug Control Policy、Population Communications International, UCLA School of Public Health。在第一年，本計畫主要藉由文獻整理之歷程，並透過檢視上述組織與媒體合作的形態、主要目標受眾（成人或青少年？）、經常往來合作的媒體類型（是 sitcom 情境喜劇或警探影集？）、合作模式（自動連絡這些單位，還是經過這些單位長期經營後才願意配合？）等要項，進一步探知複雜的媒體特性與受眾特性相互交織後產生的宣導效果，並將其研究成果應用到台灣的媒體環境中，協助本土環境迅速有效地建構出一個媒合平台，以協助有關單位未來得以適時將重要防疫資訊傳遞給一般大眾。

關於媒合平台的網頁建置：媒合平台網頁的內容，主要是參考國外主要媒合平台網頁的規劃和內容，再加入國內戲劇工作者的使用習慣，設計出一個適合本土環境、並且容易上手、方便使用的網頁媒體。讓即使是首次瀏覽此媒合平台網站的訪客，無論背景為何，都能順暢的找到他／她們所需要的內容。

關於學者專家會議：召開學者專家會議的目的，在於希望藉由關心這個議題的人士，藉由出席這個會議的機會，讓產官學三方的有心人士，有個面對面溝通的管道，增進彼此的了解，分享彼此的理念。會議擬邀請的對象，包括疾病管制署中負責防疫宣導業務的官員；受歡迎的戲劇節目之製作人及編劇者、導演；專精於疫病知識的防疫醫師或是學者專家。利用圓桌會議的模式，在閱讀完利用戲劇節目傳達防疫訊息的相關資料後，提出各自的疑問跟想法。

二、第二年（102 年）計畫內容說明

延續第一年的文獻蒐集分析整理的工作，第二年除了持續 E-E 文獻蒐集分析，更進一步積極強化下列各工作項目：

維護網頁平台：此階段的主要工作，除了維護網路平台及 FB 提供資訊的功能外，還有每週至少更新一次網頁內容。如果時機成熟，也許網頁可以提供線上媒合的功能。讓有興趣透過媒合平台的服務獲得協助的戲劇

專業人士，隨時隨地都可以得到他／她們所需要的資訊。

成立電話諮詢專線：提供需要諮詢服務的對象，另一個可以透過電話迅速獲得協助並與醫療專業人士溝通的管道。

召開學者專家會議：持續產官學三方對話，說服三方有心人士加入 E-E 宣導的模式，當機會來臨時（例如某劇集播出後受到大家的歡迎），由於產業界與官方前期默契及溝通管道業已建立，水到渠成的機率可大幅提高，進而提升防疫訊息與媒體內容雙方媒合的機會。

邀請國外學者專家辦理交流工作坊：藉由邀請 Key organizations 負責人來台講習的機會，更深入的了解哪些是操作 E-E 宣導的技巧，如何讓產製媒體內容的製作公司得到適量的資訊而不覺得資訊超載或是擔心自己專業知識不夠而產生的尷尬感受。或是了解當 E-E 宣導案成功的導入媒體內容，我們可以用哪些標準來評鑑導入成功與否。才會真正達到三贏的目的。

聯繫拜訪戲劇節目製作人／劇作家／導演：本計畫在第二年最重要的工作項目之一，就是主動拜訪屆時當紅的戲劇節目團隊，利用世新大學傳播學院大量從事戲劇節目製作團隊的校友人口，結合校友力量，向編劇和製作人等戲劇專家介紹此一媒合平台的功能，並居中瞭解戲劇專家們的需求和問題，為此一重要的社會公益運動創造良好互動，達到防疫宣導和提升戲劇品質雙贏的良好效果。

三、第三年（103年）計畫內容說明

在前兩年耕耘的基礎上，在文獻整理方面，第三年除了持續蒐集分析西方 E-E 文獻外，主要以持續蒐集整理最新結合媒體與防疫宣導的訊息為目標，並在此階段歸納三年來蒐集之文獻，以期集結成一大型連續型計畫之完整報告，並做為未來辦理相關活動的參考基石。

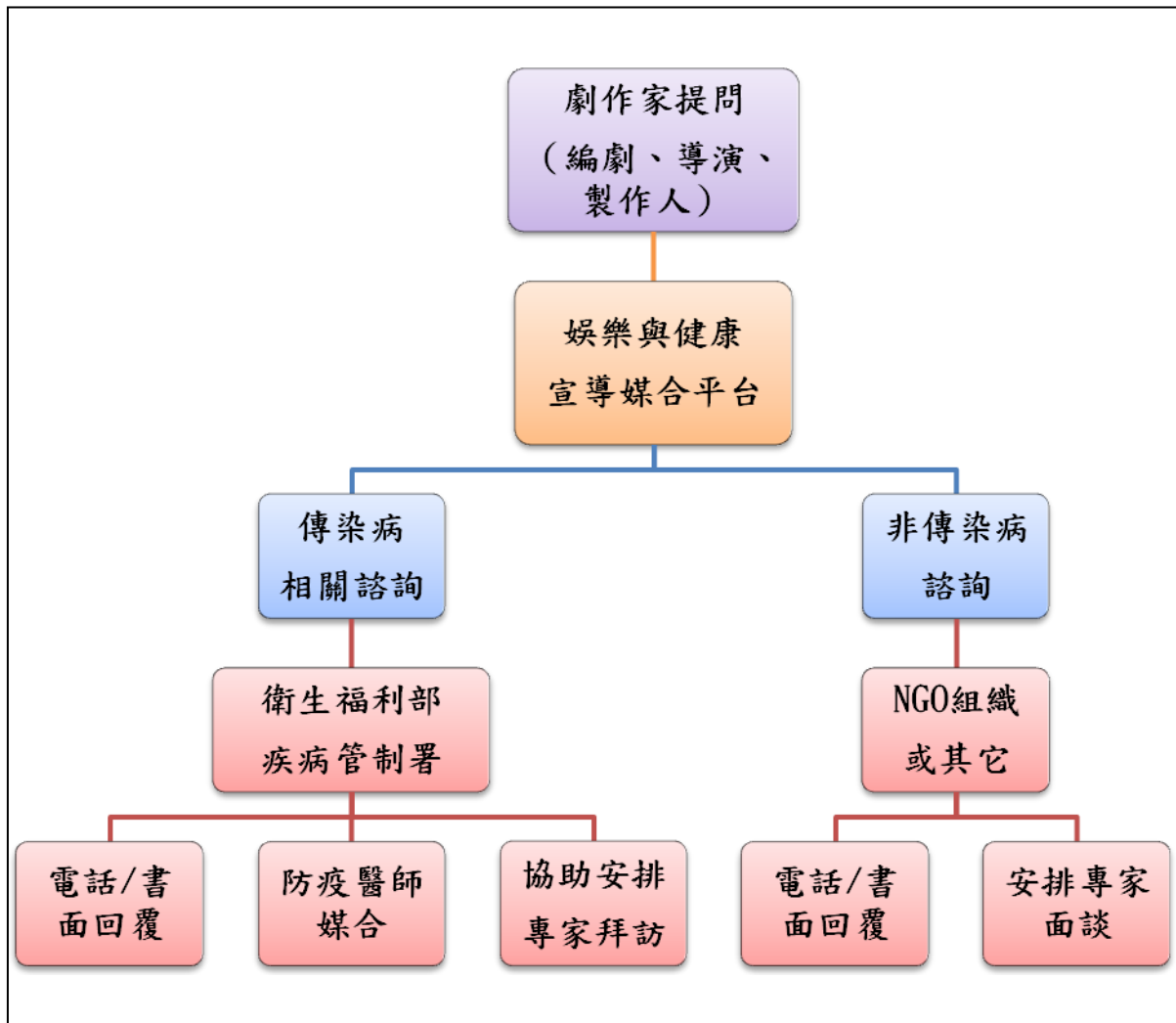
持續維護網頁平台並經營臉書粉絲團：除了修改調整媒合平台網頁之各項細部功能外，也接受戲劇業界之建議成立臉書粉絲團，讓網頁和粉絲團成為凝聚劇作家和防疫專家的媒合中樞。

召開學者專家會議：邀集產官學三方學者專家，針對此計畫目前成效提供意見。

辦理表揚活動：本計畫項目之目的，在於鼓勵過去三年中曾經參與媒合活動的戲劇節目代表以及提供資訊的醫界學者專家們，得以彼此交流、交換心得，使其感受到自身善行受到重視，激發其榮譽感，並在雙贏的友善環境下，未來願意主動繼續參與此一有意義的活動。

整體而言，本計畫的執行方式為先經由各類國外文獻整理爬梳，以期師法國外之有效範例，再廣泛接觸以編劇為首之國內眾多電視劇工作者，瞭解其需要，最後利用當前網路盛行之時代特性，建立「**娛樂與健康宣導媒合平台**」作為一有效溝通之媒合軸心，此媒合平台之運作流程可參考下圖（見圖一）：

圖一 「娛樂與健康宣導媒合平台」媒合流程圖



整體而言，本計畫先是從文獻整理爬梳出發，逐步建構出「娛樂與健康宣導媒合平台」此一概念，並以媒合平台做為交流的起點，再輔以面訪、電訪等各類方式，串連起產官學三方的溝通網絡，建立各方互信之基礎，以逐步發揮「寓教於樂」之疫病宣導功效，為防疫單位、戲劇專家和一般閱聽大眾三方架起友善橋樑，並將正確的疫病觀念傳遞給一般大眾。

伍、執行結果

一、文獻整理

(一)、E-E 相關核心理論

以 E-E 為概念的文獻，涵蓋層面極廣，如社會學習理論(Social learning theory) (Bandura, 1977)、行為意圖(Behavioral intention)、健康信念模式(Health belief model)、說服理論(Persuasion)、使用與滿足(Use and gratification)、議題設定(Agenda-setting)、創新傳播理論(Diffusion of innovation)、社會行銷理論 (Social marketing)及公共關係(Public relations)等理論，都與 E-E 有關，相關理論可參閱本報告第貳章之研究。

本計畫辦公室持續自學術檢索系統"EBESCOhost"中，設定以 Entertainment Education 以及 Health Communication 為關鍵字蒐集相關文獻，除了上述理論常用之於健康傳播研究作為相關參考架構外，我們發現近年還有兩個主要用來解釋疾病議題如何能夠在戲劇內容中發揮影響力的機制。下文將簡略說明此兩項核心理論的特性：

1、以文化為中之健康促進敘事模式

(A Model of Effects of Narrative as Culture-centric Health Promotion)

由學者Larkey及Hecht (2010)嘗試從社會心理學派之「敘事」角度觀點

出發，做為理論分析的根基。回顧健康傳播研究歷史，在傳統的研究方法上，大多以提供有關事實與統計學概率的資訊為主，相關研究者關注的是資訊的科學性、準確性，企圖讓人們透過科學及理性的推理過程，選擇並作出有益於健康的行為改變，整體說來，對於資訊的表現形式是忽略不究的。

然而，回到實際生活，卻發現人類往往是根據歷史、生活經歷、文化傾向和個人的社會角色做出行為改變的決定。一般來說，科學性陳述的傳播資訊，其效果往往不如以故事性或藝術性表達的傳播方式。根據研究證明，採取敘事方法的健康資訊，更能在可接受性、情緒和情感上打動或觸動溝通對象，進而對於改變和促進人們的健康行為，發揮正面影響（田向陽, 2012）。

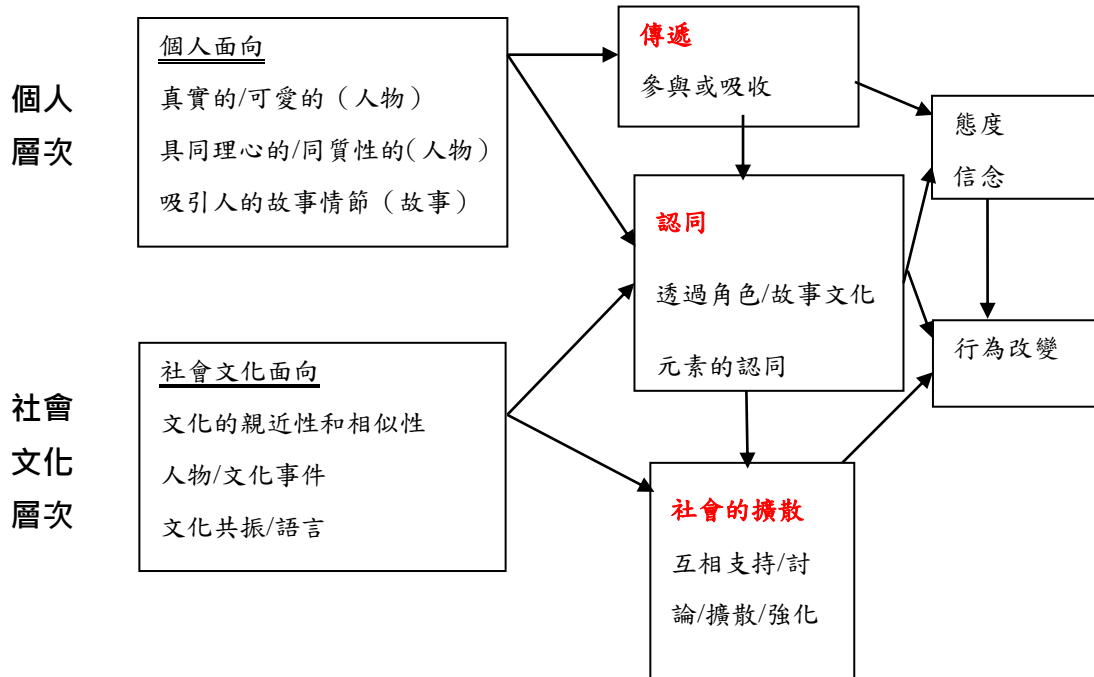
Fisher（1984）則為「敘事」的傳播下了註解，他認為，敘事傳播（談話、故事、文字等）是依附在文化內涵中編織的一組信念想法、準則和價值觀，透過溝通的互動，人們也不斷地建構生活經驗與文化。換句話說，是在既有社群與文化團體中，傳達關於健康行為的共享的價值、想法和規範。Larkey及Hecht（2010）所提出從「文化中心取徑」（culture-centric）的敘事觀點來看健康傳播，正與此概念呼應，著眼於目標受眾享有共同的價值觀、對事物的意義和行為規範，同樣聚焦在訊息的設計上必須切合受眾的「文化」本質。

此外，Larkey 與Gonzalez (2007) 亦指出，採用「說故事」(storytelling) 的敘事方法不僅符合目標受眾的世界觀，且說故事是自然的、帶有情感訴求的、易受人注目的，並能夠適當反應受眾的生活經驗。因此，許多實證研究結果顯示，說故事為主的健康促進宣導效果，較一般傳統的方法確實來得有效。

Larkey 及 Hecht 兩位學者所提出之「健康促進的文化中心敘事模式」(A model of Culture-Centric Narrative in Health Promotion) 揭示了，從事敘事為主的健康傳播行為時，就個人層次及社會文化層次言，敘事特徵的使用，對後續信念的建立及行為的改變，皆發揮了中介影響作用如下圖(見圖二)。

Larkey 及 Hecht 將敘事特徵區分為微觀的個人層次，以及巨觀的社會文化層次。前者微觀的「個人層次」尚可劃為兩塊區域：一是「人物」因素，主要以對劇中人物角色喜愛 (likeable) 接受度、其與現實生活的同理性 (generates empathy)、行為價值的同質性 (homophily) 等等；另一區域則為「故事」本身因素，包括劇情是否具有吸引人的故事情節 (appealing storyline)，以及在戲劇性順序 (dramatic sequencing) 的安排是否妥適流暢。

圖二 層次敘事特徵中介因素



*本圖譯自 A model of Culture-Centric Narrative in Health Promotion (Larkey, & Hecht, 2010)

此外，論及巨觀的社會文化層次，Larkey 及 Hecht 則溯及文化的親近性 (culturally familiar) 和相似性 (similar)，這也解釋了戲劇節目的內容，往往相當程度反映了固有的社群文化框架的敘事典範及主流情節。因著親近性和相似性，才能使目標對象產生共鳴，而有所謂的文化共振 (culturally resonant) 現象產生。透過語言 (language) 的使用，目標對象對劇中人物的行動、行動的動機、以及一連串行動背後所呈現的價值觀，接收、認同、演繹，最終納入文化活動項目之一，成為社群共在的經驗。

2、戲劇理論 (Drama Theory) 中的角色認同觀點

D. Laurence Kincaid (2002) 認為，觀眾如果能夠在觀賞戲劇節目時，對劇情產生情緒上的涉入 (emotionally involvement) 以及對角色產生認同 (identification)，戲劇內容將會對於觀眾產生強大的影響力。他解釋所謂對於戲劇內容產生情緒涉入指的是觀眾在觀賞戲劇過程中，沈醉於劇情之中並被故事所吸引。而「認同」是一個更加複雜的構念，包括閱聽眾想要成為戲劇中的角色以及對於角色的感覺能夠「感同身受」。因此當觀眾們越是情緒涉入劇情、越是認同劇中人物，觀眾們不再是被動的訊息接收者，他們從被動轉為對戲劇內容的主動回應者。此一機制，使得戲劇內容對觀眾產生影響力。

Kincaid (2002) 建議一齣戲最重要的元素就是劇情故事 (「喂」, plot) 以及角色。當觀眾們接受了故事的背景 (premise)，觀眾可能開始關心角色的生活，並跟隨著角色邁向他們的目標、完成角色的渴望。當角色遭遇困難卻必須克服時，此時戲劇開展張力。當角色一步一腳印憑著堅忍不拔的毅力克服眼前的困難，完成目標，此刻就是戲劇對觀眾產生強大影響力的時刻。當觀眾越是對於戲劇內容產生強烈的情緒涉入，他們也會更加認同劇中角色。通常主角所展現的強烈企圖心會製造讓觀眾沈醉 (absorb) 其中的情境。

上述閱聽眾可能經歷的心理過程與 Green 的研究團隊 (Green, Brock, &

Kaufman, 2004) 所提出的「transportation」(轉移) 觀念類似。當觀眾們迷失在由戲劇內容中而短暫遠離真實人生時，觀眾們可能失去對真實人生時空的掌握。然而在故事的世界中，觀眾可以經歷各種感受，甚至是代償性的潔淨 (catharsis)。Green 與其研究團隊 (2004) 認為，人們無需學習、無需任何特別指令，便自然地投入故事所建構的世界之中。

Kincaid (2002) 主張能夠讓人融入其中的故事具有兩種特色：其一、好的故事能夠公平地呈現兩種可能故事發展；主角希望的結果可能會發生；而主角害怕的結果也可能發生。而這種不知道哪一種結果所產生的張力，讓觀眾的情緒融入的程度增強。同時，當觀眾開始希望某一種結局，這種期望的心情會讓觀眾更加融入其中；其二、當劇中主角為了完成某種目標、夢想或是面對某種壓力，必須改變自己原來的言行舉止時，此刻觀眾可能會從中獲得有關於自身的情緒與信念的某種啟示 (revelation)。這種啟示會使得聽眾更加認同角色的處境和遭遇。

此外，Kincaid (2002) 也指出，當觀眾隨著劇集播出會越來越認同主角的觀點，發生在故事中的這些對抗、衝撞情節，將促使觀眾情緒涉入劇情，並且認同角色在劇中的思想行為。這些情緒上涉入戲劇程度頗深，並且相當認同劇中角色的觀眾，則多半會依照角色所建議的方法來解決問題，改變行為。因此，觀眾是否認同角色，將會直接影響觀眾是否會發生行為改變。換言之，我們可以從戲劇內容所引發的情緒反應、故事情節、

戲劇角色來推論觀眾在觀賞戲劇節目後，是否會依角色劇情建議產生行為改變。

Kincaid 的 Drama Theory 提供使用戲劇內容來教育觀眾的宣導活動一個明確的效果評估架構。也就是說，若要測量以戲劇內容為宣導管道的效果，將可以從觀賞該節目的觀眾，是否在觀賞過程當中產生情緒融入以及認同角色的現象，來推估未來觀眾仿效劇中人行為並改變自己原有行為的可能性。這個理論對於估算使用 E-E 宣導效能應是一項重要工具。

(二)、電視戲劇文本中的疾病以及媒合平台效果研究

於根據英文權威字典Merriam-Webster的記載，早在1973年，Edutainment (育樂)一字即開始被使用。該字的概念是包著娛樂外衣的教育手法，藉由人類趨樂尋歡的本性，提升教育功效的目的。無獨有偶的是美國Hollywood, Health & Society / HH&S對於各式醫療政策的宣導也立基於同樣的理論，結合黃金時段的電視影集，以扣人心弦的擬真劇情注入醫療知識和政令資訊，最後激發觀眾於無形中起而效尤的健康促進和標的行為(Kennedy, Murphy & Beck, 2004)。在進一步回顧當代相關研究，以及解釋其可能機制前，將對上述核心的基石Entertainment-Education之概念有所定義。

當前Entertainment-Education的領導研究學者Singhal在其一篇2005年討論與Becker, Dearing、Valente學者合作的論文中，以及與其同儕 Rogers

(Singhal & Rogers,2002)的論文中，均討論到Entertainment-Education此一概念的定義。Singhal 認為，E-E是有意圖的將教育內容置入娛樂訊息之中(the intentional placement of educational content in entertainment messages, p. 117)。在健康傳播的領域中，Entertainment-Education則被視為一種低花費高效益，能對普羅大眾溝通或傳遞健康資訊的手段(Brodie, Foehr, Rideout, Baer, Miller, Flournoy, & Altman, 2001; Valente, Murphy, Huang, Greene, Gusek, & Beck, 2007; Bouman, 2004)。然而以「樂」趨之，又是如何透過人類心理的機制來達到其行為轉變的成效呢？

根據Nahm, Le, Buffington, Schiman, Raider & Resko (2010)以及；Morganl, Movius & Cody (2009)兩篇論文中所提出的概念指出，健康知識交織於電視影集所創造的健康促進和標的行為，其實是符合Albert Bandura (1977)所提出之社會認知理論(Social Cognitive Theory)中有關行為改變的假說。Bandura 認為影響人類行為改變的因素中，最重要的力量是源於模仿示範者(model)的行為所產生的改變；也就是說人類學習甚或行為改變，不僅限於直接經驗所受到的獎賞或懲罰，也可以透過對他人範例的觀察來學習。具體的歷程是個體必須能注意和記憶示範者所表現出的關鍵行為，接著個體必須具有執行該行為的能力和動機以表現出所學習的行為。

如同前文所述，負責宣導公共衛生資訊的相關人士，如何有意圖地將醫療知識和政令資訊置入娛樂影集，其中最關鍵的機制即是媒合平台。以美國為例，附屬於南加大的Norman Lear Center 的Hollywood, Health & Society

計畫（簡稱為HH&S），該組織扮演者媒介醫療政令資訊推廣者和娛樂產業相關人士，讓彼此能夠有一個共同平台，更讓編劇作家接觸到醫療專家以及相關的健康資訊議題，進而促使電視影集之內容融入具故事張力甚或真人真事之娛樂劇本而不失其醫療專業資訊的正確性。「教育」與「樂」的概念必須是水乳交融的。接著藉由娛樂性質之影集內容呈現於閱聽人面前，閱聽人先觀察而後產生認同，最後產出健康促進或是相關預期之標的行為。下文將繼續根據此概念架構，回顧整合當前相關研究的現況，企圖勾勒出理論性的機制歷程，點明未來研究趨向，同時也希望做為直接應用的實證指引。

首先，在尚未涉入個體內部心理機制研究前，眾多研究已指出閱聽人暴露於健康議題相關之電視影集可以促成其知識、態度甚或行為取向的改變。以HIV和性傳染疾病而言，在知識層面上，Okamoto, Buffington, Cloum, Mendenhall, Toboni & Valente (2013) 指出，受試者在電視戲劇節目中所習得對HIV/AIDS之相關知識，將會正向影響其對全球健康重要議題的關注，這種關注進而也將正向中介對其所屬國家內發生之各式與HIV/AIDS議題的關心和注意。在態度層面上，透過觀看非汙名化、中性甚至是具人道觀點製作討論HIV相關電視影集後，閱聽人對HIV的汙名態度會顯著下降 (O'Leary, Kennedy, Pappas-DeLuca, Nkete, Beck, & Galavotti, 2007)。最後不只是觀看電視影集後，對於閱聽人其知識、態度有所改變，女性弱勢族群

在觀看討論到HIV和STD相關訊息的影集之後，願意採取行動，撥打S T D諮詢熱線的頻率也有非常顯著的增加(Kennedy, O'Leary, Beck, Pollard & Simpson, 2004)。同樣地，男同性戀觀眾在觀賞與梅毒相關電視影集之後，除了增加自身增加梅毒篩檢之行為意圖外，也會鼓勵他人進行梅毒篩檢(Wittier, Kennedy, St. Lawrence, Sheeley & Beck, 2005)。其他慢性疾病例如癌症，實驗結果顯示，受試者在觀看討論與癌症資訊有關的電視節目後，受試者會更加意識到諮詢「治療計畫諮商師」(patient navigators)的重要性(Marcus & Huang, Beck, & Miller, 2010)。最後，即便針對通常難以檢測之外顯健康促進行為，研究者也發現，當青少年觀看了與肥胖相關之電視影集後，出現更多自述行為改變降低體重的行為，電視影集的內容，也對肥胖的態度、知識和特定行為產生中等程度的影響(Murphy, Gusek, Greene, & Beck, 2007)。

雖然上述研究的結論也許可以做為電視影集具「寓教於樂」效益的間接證據，但近年研究的已焦點轉移至了解閱聽人受到媒體內容影響其行為，其中轉變的機制為何，並藉此做為有力的實徵證據，也才能讓結合醫療和娛樂兩方資源時有所依循。而本報告文獻探討中也提到學者Green and Brock (2000)認為，閱聽人的態度轉變乃源自於其對故事的感同身受。其定義是依個體深受到對角色著迷甚或自身「轉移」(transported)進入故事情境的程度，進而表現出故事對閱聽眾在真實世界信念上所造成的影響。兩位作者

將這種身臨其境於故事之中的概念，視作一種心智歷程，包括了注意力、想像力和情緒力的交互融合“*To the extent that individuals are absorbed into a story or transported into a narrative world, they may show effects of the story on their real-world beliefs. We conceptualize transportation into a narrative world as a distinct mental process, an integrative melding of attention, imagery, and feelings*” (p. 701))。相關的研究變項包括了對特定角色的涉入程度(對該角色喜歡、認為彼此相似、了解對方)，以及對故事腳本所激發之情緒反應(emotional response)。

學者Murphy, Frank, Meghan, Moran, & Patnoe-Woodley 則在2011發表的一篇論文中指出，針對淋巴瘤(lymphoma)的電視影集閱聽人的研究顯示，受試者對故事腳本的涉入程度，最能夠影響其知識、態度和行為的改變。而在非法移民和性侵受害者的影集議題上，Murphy, Heather, Hether, Felt, & De Castro Buffington 等人在2012年發表的一篇論文中指出，閱聽人對特定角色的涉入程度和對故事腳本的涉入程度都和其知識、態度和行為呈現正相關。如進一步比較檢驗角色涉入程度以及故事涉入程度的預測效力時，前者和閱聽人所持有的相關知識和未來會採取的行為相關，而後者則和對該議題的支持態度相關。Lapansky, Schuh, Movius, Cody, Woodly, & De Castro Buffington (2010)則是以個案研究的取向指出，受試者在觀賞出現「嚴重複合型免疫缺乏症」之電視影集後，增進其對於更多對相關疾病知識的了解。此外對故事腳本的涉入程度高低，也會促進其對於相關知識的了解

以及自身採取行動的可能。針對器官捐贈議題，學者Morgan, Movius2, & Cody 於 2007 年的研究發現，閱聽人對故事腳本的情緒涉入程度會影響知識學習和行為改變動機，而節目內容則可以反應出閱聽人對器官捐贈的信念。在乳癌議題上，Wilken, Valente, Murphy, & Cody(2007) 使用問卷和焦點團體訪談法，研究受試者對於提及乳癌訊息的電視影集後發現，受試者對特定角色的涉入程度越高，獲得相關知識的比例也越高，而男性觀眾如果針對特定角色涉入程度較高的話，這類男性觀眾將會鼓勵其女性親友接受乳癌篩檢；此外節目播映後之後，乳癌諮詢熱線的使用頻率也有顯著提升。而 Hether, Huang, Beck, Murphy, & Valente (2013)則是提出在媒體環境過度飽和(Media-Saturated Environment)的情況下，藉由多元媒體平台的使用更能夠增進閱聽人對乳癌議題的知識、態度和產生健康促進行為。上述研究除了證明Entertainment-Education在具有實證研究之效益的基礎下，也把焦點轉移回歸到實際執行面。無論是與醫療知識和或是與政令宣導資訊有關的戲劇內容，似乎都可以與戲劇情節結合、將娛樂與學習融合在一起。

Nahm, Le, De Castro Buffington, Schiman, Raider, & Resko (2010)等諸位學者則是從媒合機制，以個案研究法(case study)分析，指出 Hollywood, Health & Society 在 Entertainment Education 的機制中，扮演居中協調的角色，嘗試連結兩個大相逕庭的單位，促使醫療研究學者專家和電視影集娛樂產業之間能夠深入合作。Movius, Cody, Huang, Berkowitz, & Morgan (2007)

幾位學者則以電視影集鼓勵器官捐贈行為做為研究主題，採質性分析的方式，探討如何安排醫療專業顧問人員和編劇一同合作，以及評估所設計的劇情主角如何影響閱聽人知識、態度和行為的改變。

另一方面，Hether & Murphy (2010)藉由取樣分析十集當年度(2004—2006)最受歡迎之美國影集中共 1291 則故事情節(story line)後，發現在與健康醫療相關的議題呈現上，有非常顯著的性別角色差異。例如男性角色相對於女性角色而言，扮演更多患者或非照顧者；男性角色如果生病，他的病情通常比較嚴重、若劇情發展至醫療行為，該類醫療行為也比較會發生正式醫療場所。此外特定疾病也常和特定性別角色有很強的連結。該研究指出，類似這樣的戲劇文本可能會對女性閱聽人產生較差的示範醫療效果。因為女性閱聽眾會對於這些發生在戲劇內容中的疾病缺乏性別認同感。Hether 與 Murphy 的研究還發現，有些劇情內容甚或不符合性別角色和疾病罹患率的連結。這些呈現方式，可能促使另男性或女性閱聽眾習得錯誤或是忽略相關疾病的健康資訊。因此結合專業醫療資訊，提供提供正確的性別與疾病的角色設定，才能提高閱聽人願意接收、認同、模仿的效益。最後，從疾病預防健康推廣的角度來看美國的電視影集，Wilson & Beck (2002) 則引述美國疾病管制署的研究為例，說明黃金時段的電視影集內容的確影響閱聽人對 HIV、藥物濫用、墮胎、暴力犯罪或女性議題的態度和知識，但是如果電視影集內容中出現了與健康促進有關的行為模

範，閱聽眾也會出現與電視影集內容宣導之類似健康促進目標行為。

(三)、國際間已成立之媒合平台營運概況及相關績效

本工作項目之主要任務在於持續觀測並整理國外已成立之媒合平台營運概況及相關績效。因南加大的 HH&S 計畫已經提供一個常態性的媒合資訊的管道，本計畫除了在參考文獻部分整理經媒合戲劇節目內容以其相關效果之期刊論文外，也試圖從國外的研究建議中，找出對本國媒合機制的有用的資訊。

1、Hollywood, Health, and Society (HS&S)好萊塢媒體健康與社會中心

「好萊塢媒體健康與社會中心」為美國疾病預防管制中心（Center for Diseases Control and Prevention）及美國南加大的 Annenberg 傳播學院中的 Norman Lear 中心合作所成立的健康衛生宣導團體。其組織沿革回溯到 1994 年時，全美各地學者專家參與由美國疾病管制局所召開的愛滋病防治專題會議，提出希望能與娛樂產業合作，達到藉由媒體宣導愛滋病防治的目的。與會的學者專家們來自各產業，從娛樂產業、公共衛生單位、學術界到社運組織等，共同在研討會上集合討論及合作議題。當時的會議結論報告中提到，希望疾病管制局(Center for Disease Control, [CDC])能和娛樂產業合作推動愛滋病相關訊息推廣，並希望將更多健康衛生議題也納入這

個模式中宣導。1998 年，CDC 辦公室執行長發起了一個提供給好萊塢編劇或作家的專業知識諮詢 E-E 先導運行計畫，並且十分成功。於是在 2001 年 CDC 與南加大的 Anneberg 傳播學院 Norman Lear 中心開啟一個五年合作計畫，至此 HH&S 便成為一個專案計畫，由聯邦政府機構、夥伴組織、及私人企業共同贊助的健康議題推廣組織。

HH&S 深感娛樂產業對個人認知行為具強烈影響力，為影視從業人員提供媒合平台，了解與劇情有關，如：健康、氣候變遷等準確和及時之資訊。從 2002 年成立以來，藉由許多資助機構的合作夥伴，HH&S 提供相關資源，如：專家會晤諮詢、案例分享、有關健康問題的及時小組討論、季刊、戲劇故事諮詢、線上表單媒合、資料簡報等，提供廣泛的健康訊息及醫療資源。另外 HH&S 也積極和編劇們合作。曾經合作的主題有：孩童外傷主題於「急診室的春天」(E.R.) 播出、SARS 傳染議題於「法網遊龍 Law & Order」播出，以及乳癌議題於「The Young & the Restless」播出等等。從 2009 年到 2012 年，HH&S 已從 35 個頻道成功輔導 91 個節目、超過 550 個相關劇情，成果頗豐。

HH&S 提供劇作家、從事健康宣導的學者專家們及衛教專業人士們一個三方管道專案諮詢。若電視劇編劇對於某些議題有疑問時，好萊塢健康衛生社群將提供專業意見，並由專業人士提供的意見及真實故事來衡量如何在電視劇裡頭發展故事情節，以達到有效宣傳疾病管制的目的。內容包

含了皮膚癌、乳癌、肝炎、心臟疾病、化學中毒、性暴力、器官移植、流感、黴菌、天花、癌症、自閉症、車禍意外、肥胖、成人衛教、抗生素免疫、臨床實驗及其他相關主題之衛教諮詢等等。

對於專業衛生健康人士們，此中心也提供了以下的服務：

- 評量衛教故事在電視劇對觀眾的影響。透過戲劇，專家們希望了解敘事觀點將會在觀眾的知識、價值觀、態度及行為上產生哪些不同的效果。
- 分析黃金時段電視內容，測量健康議題及故事情節教育之盛行率。
- 利用媒體轉移理論，協助研究檢視娛樂化教育對不同類型閱聽眾所產生的效益。
- 娛樂化教育理論的整合與創新。協助研究者了解在新媒體中所呈現之娛樂性教育內容，及其對不同觀眾的知識、價值觀、態度及行為變化所產生的影響。

對於 HH&S 成立以來所提供的服務，編劇專業人士紛紛給予相當正面的評價，例如：NBC 電視台《重返犯罪現場》執行製作：「當我打給 HH&S 時，我對傳染病一無所知，才隔一天他們就為我媒合到國內最知名的專家及機構，為寫作進度提供莫大的幫助，可謂極其龐大的資源。」FOX 電視台《豪斯醫生》編劇統籌：「HH&S 昨天提供給的資料對我有極大幫助……

因為當我們的劇本要求準確性時，非常需要真實故事，而這些資料帶給我們莫大改變。此外，HH&S 回覆速度堪稱楷模，感謝有你們讓我們寫作時有所依靠。」NBC 電視台《法網遊龍：特殊受害者》執行製作：「研究顯示，觀眾從我們的劇中獲得健康資訊，對我們而言這是很棒的社會責任，數百萬人每週觀賞我們的戲劇，所以我們有義務在劇中提供正確衛教資訊，在教導民眾正確衛教資訊同時，也要對觀眾有所交代。」美國癌症研究中心 健康差異專科資深顧問：「我非常興奮得知我提供給電視編劇們的資訊和案例已被撰寫成劇情播出...我知道這些疫病劇情將為成為拯救許多性命的資訊，病人導向法已通過審定並具有法律效益，國會小組初步討論內容，則被《急診室的春天》納入劇情，實為媒體力量實踐的範例。」美國癌症研究中心新聞室 資深科學類作家：「自從 NCI(美國癌症研究中心) 開始資助 HH&S 以來，相關疾病情節諮詢有倍數性的成長，為 HH&S 奉獻和努力的最佳證明，這些努力也為美國電視觀眾帶來癌症有關的更多警告提示訊息。」

上述來自各界專家給予 HH&S 之評價，足以證明 HH&S 給予劇作家的幫助不容小覷，此類型的編劇諮詢媒合機構實有其存在之必要。

HH&S 除了協助媒合外，也在所協助的電視節目或電影官網上，放置正確的資訊連結，讓觀眾能獲得精準資訊。此外並與戲劇節目合作，利用劇中角色，為公共衛生宣導發聲。

除了娛樂產業，HH&S 也希望能向業界、大眾以及政策決策者推廣 HH&S 的服務，以及鼓勵學者參與針對媒合服務的效果做研究，以下是 HH&S 推廣理念概述：

(1)、向業界推廣

- 編劇即時諮商：透過免費專線，HH&S 邀請醫學專家在線上即時提供上百種健康議題的協助。
- 編劇簡報服務：邀請一些專家提供題材或研究結果，主動向編劇提供內容簡報。
- 「Storybus」參訪：帶領編劇或製片們，實地參訪當地機構或社區，讓專家或民眾可以說出真實、吸引人且具備正確健康及氣候訊息的故事。
- 海外研究考察：為真實了解關於衛生、文化的異地背景，HH&S 帶領編劇們至符合特定情節的國家參訪，如印度和南非等。
- 講座：邀請公共衛生專家、編劇、製片等人，探討與影視相關的健康議題。
- 劇作家版衛教單張 (Tip Sheets)：HH&S 與合作夥伴（美國疾病管制局、美國癌症研究中心、聯邦衛生資源與服務局器官移植科、衛生保健機構）聯合編寫劇作家版衛教單張，內容包括疾病健康與

安全、癌症、器官捐贈和移植、病患安全、醫療疏失等主題，以英文 A 到 Z 索引方式，讓劇作家能快速搜尋。此衛教單張網羅疾病基本資料、可應用於劇本之案例故事及進階資源等。

- Real to Reel 電子報：發送給超過 800 位編劇電子報，介紹健康相關最新頭條要聞。
- 最佳之最 (Best of the Best)：每年頒發 Sentinel for Health Awards 鼓勵製播健康議題的戲劇，評審皆為公共衛生和娛樂產業專家們。

(2)、向全民推廣

- 在電視、電影的劇情或新聞媒體報導中，加強傳達健康和氣候變遷的內容。
- 在 Facebook、Twitter 和數位內容放入劇情相關的健康資訊連結，此跨媒體應用也可再連結到線上遊戲或社群媒體。
- 公眾訊息服務節目 (PSA) 邀請和健康相關戲劇知名演員，除增加可信度，也幫助觀眾瞭解健康資訊。

(3)、接觸決策者

- 向國會簡報娛樂媒體教育大眾的力量。
- 和國會人士一對一會面，並對他們簡介有關健康的劇情的短片和其影響力。

- 舉辦教育活動，像是「Hollywood Meets the Hill」，邀請編劇、製片或名人，加強國會議員們對健康相關議題之認識。

(4)、學術評量研究

- 觀眾影響度評估：HH&S 使用調查為基礎的研究，評估觀眾看完與健康有關的劇情後，自身知識、態度和行為的變化。量化研究方法包括準實驗法（quasi-experimental）、實驗法（experimental）、相關性分析（correlational）、劑量效應（dosage effects）和行為模仿研究（modeling）。
- HH&S 電視監測計劃：藉由訓練有素的解碼員，對熱門電視節目的（頻率、準確性、主題分佈）進行長時間分析，同時也研究收視人口分布（性別、年齡、種族）等。
- 播映日追蹤：HH&S 追蹤相關查詢率、簡介及其放映日。
- 跨媒體評估研究：HH&S 藉分析網站點擊率和社群媒體討論，以評估上映後的健康相關戲劇之影響。

除了在媒體上正確傳達健康資訊相當重要外，HH&S 有感全球氣候暖化議題嚴重性，在 2010 年因著眾多機構的贊助，開始輔導及推廣氣候暖化議題之撰寫，希望製片和編劇們能更精準描繪氣候變遷主題，何況氣候也深深影響人類健康福祉。

有鑑於此，HH&S 在 2012 年執行了電視監測計劃，對 2012 年 1 月 1 日至 2012 年 5 月 31 日播出的節目進行追蹤研究，包含 Top 20 至 Top 30 的黃金時段節目，基準數據（baseline data）為 Top 10 喜劇和戲劇的所有集數，調查觀眾包括：一般大眾、非洲裔和西班牙裔觀眾（年齡 18 至 49 歲），研究總樣本有 28 個節目共 472 集，對近 360 小時關於健康和氣候變遷電視節目的內容進行編碼。

該研究結果總結如下：

- 共有超過 3000 項與健康、暴力或氣候變遷有關的劇情被追蹤，其中只有 24 項（小於 1%）探討到氣候變遷。
- 在這 24 項與氣候變遷有關劇情中，12 項為探討極端的天氣事件，11 項討論永續發展議題，只有一項討論氣候變遷對健康造成的影響。
- 探討極端天氣事件的劇情，存在於主要或次要故事架構中，通常不會明確提及氣候變遷。關於永續發展的劇情則傾向於簡短提及或視覺提示（visual cues）。

這些數據顯示，編劇們急需要被提醒和關注有關於氣候變遷的議題。為了要評量氣候變遷在電視劇中被呈現的程度，HH&S 修正其 2013 年電視監測計劃的編碼工具（coding instruments）加入劇情是否有針對極端天氣事件的描繪，以及出現有關氣候變遷劇情時，是否明確提到極端天候的

概念？電視劇情是否出現氣候變遷對健康影響的描繪？例如：極度高溫或是風暴是否會導致的人員死傷？或是由病媒傳播的疾病是否因極端天氣而產生變化？永續發展的做法和技術，例如：回收、搭乘大眾交通工具、共乘、採購當地食品，以及氣候變遷劇情是否明確提到這些做法；加上根據耶魯大學氣候變化通訊中心所制定之「六種美式反應 (Six Americas)」的研究框架，作為偵測民眾對於極端天氣變化之反應。

此外戲劇節目的佈景中是否出現和永續發展相關的道具、海報或佈景？或是其他對於氣候變遷的相關描繪像是：激進/抗議活動、針對極端氣候所產生之法律行動、嘗試影響決策的行為、是否有提及氣候正義、環保恐怖主義 (ecoterrorism)、替代能源、氣候科學/研究、氣候懷疑論和適應戰略等等主題的劇情。

隨著寶萊塢和奈萊塢 (Nollywood) 興起，娛樂產業在發展中的國家逐漸成形。有鑒於此，HH&S 提供這些新興的國家的娛樂產業中心協助，希望這些娛樂產業中心能夠為區域傳媒市場提供議題宣導的契機。換言之，藉由協助編劇撰寫對民眾生活有益的劇情，間接幫助當地人們改善生活，HH&S 在寶萊塢和奈萊塢都設有海外服務中心，提供好萊塢製片等級的資源給兩地的製作團隊。HH&S 也會針對寶萊塢以及奈萊塢提供有系統且持續性宣導推廣方案，希冀提高與健康和社會相關議題在當地電視、電影和新媒體上露出的頻率，寶萊塢以及奈萊塢也會仿效美國 HH&S 的作為，追

蹤觀眾對戲劇之偏好和測量閱聽行為之變化。

2、UCLA/HMRG（健康及媒體研究團體）

The UCLA School of Public Health是一個由UCLA電視電影學系與加州衛生服務署免疫部門合作發起的一個宣導組織，希望能夠利用娛樂化教育內容的宣傳，引起社會大眾關注疫苗接種的重要性。在1996-1998年間，UCLA公衛學院的計畫，曾經宣導季節性流感疫苗接種的重要性，並將此流感疫苗接種的議題，融入許多電視劇情節裡。包括ER, High Incident, Frasier, 7th Heaven, Step by Step, Sabrina the Teenage Witch, Guiding Light, Days of Our Lives, 及Mister Roger's Neighborhood等。在上述節目中，都曾出現關於接種流感疫苗的訊息。例如：在「歡樂一家親」(Frasier) 其中某一集，就曾出現過描述劇中主角之一如何克服他對注射針頭的恐懼，以及包含了討論流感如何傳播及治療等相關劇情。

UCLA健康及媒體研究團體（UCLA Health and Media Research Group, HMRG）成立於1997年，希望藉由產學合作進而將重要健康議題深入社區及社會各層面。該中心的主要活動除了媒體宣傳上述的疫苗接種活動以外，也致力於發展中學衛教課程的教材，該中心也製作許多衛生教育的教育光碟影片。此中心最大的任務及目的是在於提供具有前瞻性及主導性的媒體內容製播，並整合健康傳播宣導組織及健康傳播宣導研究發展團體之間的合作。該中心的主要業務在於彰顯衛生健康及環境科學主題可以造福

社會大眾及特定團體。HMRG認為現代媒體極具創造力，可以改變人們的價值系統，是一個終生學習的潛在資源，可以幫助健康衛生宣導以及對社會造成正向改變。

HMRG主要服務內容包括衛生傳播研究、策劃及評估。HMRG曾執行一系列的健康宣導活動，包括製作電視廣播節目、公益節目、光碟、教育網站、影片及印刷品。同時，HMRG 提供衛生傳播的進展及宣導案的效益評估。在媒體效果研究方面，HMRG提供健康及環境議題的背景內容研究給媒體製作公司，這類專業內容甚至包含特定或是具有時效議題的深度研究資料。除了成果研究導向的服務外，HMRG 也提供有關媒體企劃、劇本評論及媒體宣傳、甚至是個人或團體創作劇本時的議題諮詢服務。

HMRG 不只提供上游媒體產製工業或是官方學界在健康相關議題上所需要的協助，HMRG 也協助製作宣導成品。例如提供健康或是環境議題的網頁製作技巧、或是製作網站所需要的相關主題與內容。例如 HMRG 曾替美國小學的學童製作一系列以健康及生態教育為主題的互動測驗題目及生態網頁連結；另外 HMRG 也幫助各地衛生組織製作多媒體教育材料，提供公共衛生宣導議題之用。

3、The Last Acts Writers Project (臨終議題作家計劃)

這是一個由羅勃伍德強生基金會 (Robert Wood Johnson, RWJF) 所發

想的一個企劃案。這個計畫案「The Last Acts Writers Project」(臨終議題作家計畫)致力於改善電視劇及電影裡描述死亡及絕症的方式。此企劃提供專家的專業知識、背景資料,以及關於臨終照護、傷痛管理、醫學倫理與是否結束絕症病患生命的真實案例。包括「急診室的春天」(ER)、「紐約重案組」(NYPD BLUE)、「天羅地網重案組:情理法的春天」(Homicide: Life on the Street)、「The Guardian」、及 Hallmark Hall of Fame Telefilm 公司所出品的「姐姐的守護者」(My Sister's Keeper),也藉由與此計畫合作,將瀕死及死亡議題當做電影的主題。

此計畫曾經影響過的電視劇製播及相關活動有:

- 與多齣黃金時段電視劇編劇及製作人合作,包括《急診室的春天》(E.R.)、《Gideon's Crossing》、《City of Angels》及《Strong Medicine》。在與這些製作團隊合作期間,將六個不同與臨終相關議題帶入故事內容中。
- 提供 HBO 獨立製作的電影《心靈病房》(Wit) 中相關醫療專業知識諮詢。Wit 一片改編自普立茲獲獎劇本,描繪現代醫學面面臨絕症時的難題。
- 1999 年 10 月在紐約舉辦的臨終議題戲劇會議時,吸引高達 85 人次的作家、製作人及業界相關人士參與。

- 透過網路交流串連，陸續吸引對臨終議題企劃有興趣的作家、製作人、導演及學者等，總計已超過 350 人次。

RWJF 在作家計畫中主要的希望達成的目標有：

- (1)、增進健康照護專業知識和能力，及促使一般大眾關懷臨終病人。
- (2)、改善健康照護機構環境並致力改進公共政策及規範，讓臨終者有更好的照護。
- (3)、結合公共及專業知識努力提升臨終病患者醫療照護。

4、KNOW HIV/AIDS (了解 HIV/AIDS)

2003 年一月由 Kaiser Family Foundation (凱撒家庭基金會) 及維康傳媒集團(Viacom) 發起針對 HIV 及愛滋防治的宣傳組織。「Know HIV/AIDS」是一個結合 HIV/AIDS 訊息及電視節目和電影製作的機構。利用 Viacom 旗下的電視公司 (CBS, UPN, MTV 和 BET 及其他當地電視台)，傳遞愛滋防治訊息。為了能夠吸引廣大民眾以及針對特定高危險族群的注意，此宣導設計了多種給予特定觀眾接收的愛滋病相關訊息。這些族群包括年輕族群、有色族群、女性、及男同性戀者。透過這個計畫，許多知名的電視節目都將有 HIV/AIDS 愛滋病主題訊息發送出去。如 “Becker”、「區議員」「The District」、「星艦前傳」「Enterprise: Star Trek」、「與天使有約」「Touched by an Angel」「Girlfriends」、「Half and Half」、「One on One」、「Soul food」、「反

恐無間」“Presidio Med”、“Queer as Folk”。其中故事情節從教育青少年 HIV 及性病風險及要求男朋友（性伴侶）接受 HIV 帶原測試、及 HIV 帶原者對家人及朋友的影響等主題。

光是 2003 年一年，美國境內累積有超過 5800 萬人次的觀眾觀看過這個以此為宣傳相關娛樂節目，也有超過七百萬的觀眾曾造訪過宣導網站。此宣導活動的第一年就帶來了許多顯著的效果：例如超過七萬次的公益廣告在二十五台的電視節目露出、超過五萬次的公益廣告訊息（PSAs）在廣播中播出。另外，九個廣播節目及七個有線電視節目將其戲劇情節和 HIV/AIDS 訊息結合，吸引超過五千萬觀眾人次收看。另外，超過六百五十萬觀眾特別造訪 KNOW HIV/AIDS 官方網站，超過三十三萬六千通電話洽詢 Viacom 及 Kaiser 所提供的電話熱線；此外，十二萬七千名民眾要求 Viacom-Kaiser 提供 HIV/AIDS 之愛滋宣導手冊。由凱撒基金會所提供的問卷發現百分之四十四的美國成年民眾認識“KNOW HIV/AIDS”，也至少看過其中一個公益廣告。另有百分之五十一的非裔美人及拉丁裔美國人宣稱他們在節目中看過這些宣導訊息。

同年十月 Viacom 及凱撒基金會在英國也發行和 National AIDS Trust 所合作節目“Stay Alive”的旗幟。十一月時，英國電視台 BBC 也開始合作播放七種語言的教育知識節目給超過六千萬在非洲及加勒比海的觀眾收看。

KNOW HIV/AIDS 宣導案絕對是一個獨創及結合全球性的媒體共同宣傳的企劃活動。希望透過公益廣告宣傳、電視廣播節目，以及印刷品跟線上內容，來對抗愛滋病及宣導愛滋病相關知識。透過結合多年和公共健康專業合作的凱撒基金會及 Viacom 傳媒，民眾對愛滋病管制及預防的警覺得以有所增長。

5、Cover the Uninsured Week（人人有保險計劃）

這也是由羅勃伍德強生基金會（Robert Wood Johnson, RWJ）所發起的一個宣導活動。RWJ 帶頭發起的第一個「Cover the Uninsured Week」在美國 2003 年引起數百萬名沒有健保或是健保不足之美國民眾的廣大迴響及效益。其中一個宣傳策略為由編劇們所舉辦的工作坊裡所探討的健保資源分配議題，置入黃金時段戲劇的故事情節裡。共有七個電視劇涵蓋了關於這個一星期活動的議題，包括“Strong Medicine”、“Passions”、“Law & Order: Special Victims Unit”等... 此活動也開啟了其他類似企劃的風氣。

自從 2003 年以來，Cover the Uninsured 計劃啟發了上千組不同的活動，幫助眾多美國孩童及成年人加入可行的健保計畫，提升全國健保議題。雖然 Cover the Uninsured 企劃案已快結案，但八年來此活動所致力於的健保議題將會繼續發展下去。畢竟成功的實施計畫需要睿智的法案、公眾的努力及創新思考。Cover the Uninsured 計畫將繼續致力使在美國居住的所

有人享有可負擔且穩定的健康保險專案。

其成功案例「Cover the Uninsured Week」計畫在 2007 年有一個明確的目標：展示美國兒童健康保險計畫及幫助在美國沒有健保的孩童享有健保計畫。2007 年的 Cover the Uninsured Week 在五十個州帶領了一股風潮，激起大眾對兒童健康保險的認知，幫助孩童們享有公共計畫的權力，也包含未涵蓋健保的美國人。超過三千三百種不同的活動在全美五十州及哥倫比亞特區舉行，包括：

- 1848 項註冊申辦活動。
- 533 場健康醫療展覽。
- 135 場校園活動。
- 95 場宗教性及健保合作活動（超過一百場由宗教團體舉辦/提供場地的註冊活動）。
- 90 場社區論壇。
- 85 場小型企業活動
- 37 場學術研討會

美國人口普查局在 2005 年時修改未投保人口，從 4660 萬人下修為 4480 萬人。Robert Wood 基金會已根據美國人口普查局所提供的資料調整全美未投保人數，並將把正確人數提供給人口普查局建立官方資料。

6、Designated Driver Campaign (指定駕駛宣導計畫)

在美國，一群人參加了派對後，往往會指定朋友中一人為 Designated Driver(指定駕駛)。此人可以參加派對但是不能喝酒，也要全程保持清醒。因為他的功用在於活動結束後負責開車，保證把大家平安送回家。這位指定駕駛稱得上是「犧牲小我(喝酒的樂趣)，完成大我(保護一群人的生命安全)」。這個概念，是由哈佛大學公共衛生學院的健康傳播中心的酒駕防制計畫(The Athol Project)，於1988年所發展出的一個宣導主題。負責主導此一計畫的學者專家們，藉由希望「指定駕駛」這個概念能夠透過大眾傳播媒介，迅速地在美國社會裡擴散開來，以改變人們對於酒後可以開車的錯誤觀念，因為酒駕是15-24歲的美國年輕成人死亡的主要原因之一。而哈佛大學公共衛生學院成為「指定駕駛」這個概念在北美地區開枝散葉的開拓者，是該計畫把指定司機的概念從斯堪地那維亞引進美國本土。

然而「指定駕駛」這個宣導案能夠成功，其實跟傳媒的協助有直接的關係。娛樂性節目的內容不僅反映社會的真實情況，這些內容也會對人們的想法造成影響，甚至節目中的人物、角色還會影響閱聽眾對於特定行為的觀念。例如閱聽眾會藉由模仿傳媒內容中的特定角色或是人物的行為、觀念，鑒察自己是否合乎主流社會規範。利用這種傳播媒介宣導正向社會行為的優點，藉由劇情的媒介，非常不著痕跡的將需要宣導的訊息藉由閱

聽眾認同的角色表演出來，讓閱聽眾在不知不覺模仿角色行為的同時，也改變（導正）自己的行為。在這種宣導的形式下，哈佛大學的學者專家們設計出需要宣導的內容，演員及角色負責將這些重要健康訊息依照劇情演繹出來，而戲劇節目的創意還是保留在電視劇作家手中。產官學三方全贏。

「指定駕駛」酒駕防制計畫，學界普遍認為算是第一次成功地與好萊塢這些從事娛樂事業的從業人員合作，電視劇作家首次同意在黃金時段的節目中，有目的地置入健康促進訊息。在短短的 1988 年到 1992 年期間，就有 160 集以上在黃金時間播出的戲劇節目，例如《天才老爹》(The Cosby Show)、《歡樂酒店》(Cheers) 以及《洛城法網》(L.A. Law)，都在其插曲、畫面、對話，甚至將半個小時或整個小時的播映時間都環繞在推廣重要的健康議題上。

除了電視戲劇節目的配合，哈佛大學也要求 ABC、CBS、和 NBC 三個無線頻道在黃金時間播放同樣的酒駕防制公共衛生宣導訊息 (PSAs)，鼓勵觀眾在酒後讓指定駕駛開車回家。對於這三大電視網絡來說，這是有史以來第一次，三大頻道贊助相同的宣導信息，並且同時播放。讓全國的收視民眾不管選擇觀看哪一台，都會看到同樣的宣導訊息。再加上哈佛大學公共衛生學院利用各類公關關係同時大肆宣傳，造就此議題產出廣泛的新聞報導。

可想而知，這項計劃受到全國廣泛的注意，包括關於《ABC 今晚世界

新聞》主播彼得·詹寧斯都針對指定駕駛以及宣導活動的成功做出專題。甚至紐約時報也以頭版文章報導此一計畫的內容。本計劃另一個重要的成就是超高的成本效益。根據估算，每一億美元的媒體效應，只花費了三十萬以下美元的成本就達到了。

指定駕駛的宣導很快就成為全國活動，一系列的重量級人物和機構開始加入推廣指定駕駛的概念。例如：老布希總統、克林頓總統、美國國家公路交通安全管理局、聯邦政府的濫用藥物治療中心、母親反對酒後駕車組織、美國職棒大聯盟、美國國家籃球協會 NBA、美國國家農場保險公司等，此外，各地警察局甚至酒商和酒莊，也都紛紛加入推廣此一觀念的行列。不只是官員們，甚至是酒商，都願意支持此一宣導，民意調查結果顯示，指定駕駛的概念事實上在民眾當中，也非常受歡迎。1990 年的民意調查顯示，10 成人中有 9 個（89%）24 歲以上的成人以及 18—24 歲的年輕成人（97%）自稱知曉「指定駕駛」的概念，而給予好評。1991 年時「指定駕駛」這個名詞語甚至列入由藍燈書屋出版的《韋氏大學詞典》中。1991 年時的調查顯示，37% 的美國人宣稱自己當過指定駕駛。調查還發現，30 歲以下的美國人當中有 52% 曾經當過指定駕駛。在經常有機會飲酒者當中，有 54% 曾被指定駕駛護送回家過。

到了 1993 年 6 月，美國濫用藥物治療中心跟美國國家公路交通安全管理局攜手，發出一份官方聲明認可指定司機的概念。1998 年 Roper 調查結

果顯示，大多數的成年人曾經當過指定司機或者被一個指定司機送回家。在那些前 7 日喝過 5 杯或更多的經常性飲酒者當中，有 62% 曾經當過指定司機或者被指定司機送回家。

從成效來看，總而言之，哈佛大學預防酒駕宣導計劃指定駕駛之宣導，在宣導案中，算得上是第一個成功的大規模的活動。這個宣導活動能善用電視戲劇內容以及媒體效能來推廣健康相關訊息，甚至進一步促成更多的機構加入持續努力發展其他類似推廣計劃。紐約時報曾針對資深電視主播把指定駕駛的訊息加進電視新聞裡進行分析，此外，紐約時報還說明，這個哈佛大學的預防酒駕宣導計畫影響深遠，替未來好萊塢反毒宣導鋪路。

此項宣導案達成的效果可以參考下表（見表二），從此表中可看出：在不同性別、年齡層當中，曾擔任過指定司機者或被某位指定司機接送回家的比率大致都在百分之五十以上，成績可謂有目共睹。

表二 指定司機比率

	Ever Drinkers	Frequent Drinkers
Total	53%	62%
Men	55%	63%
Women	52%	61%
Adults aged 18-29	64%	65%
Adults aged 30-44	60%	67%
Adults aged 45-59	48%	62%
Adults aged 60+	29%	43%
Executives/Professionals	60%	70%
White collar workers	58%	66%
Blue collar workers	55%	63%
Influentials *	66%	75%

* 資料來源：Roper Starch Worldwide Inc., *Roper Reports 98-3*, 1998。

7、“Squash It!” 算了吧！哈佛大學遠離暴力計畫

1994年，哈佛大學公共衛生學院曾推出另一個相當成功的宣導案。此次宣導案的主題是要幫助居住在城市裡青少年遠離暴力行為，文宣的主軸名為“Squash It!”。

“Squash It!” 這個辭彙蘊含著壓制、壓抑的意思，加上說出這個辭彙時，搭配一個在運動時表示暫停的手勢。對於居住在紐約、洛杉磯、波士頓、費城、芝加哥、堪薩斯城、邁阿密等城市貧民區內（Inner City）的青少年來說，這一組口語／手勢訊息，是一種年輕人常用來表達放棄武力對抗的說法。以“Squash It!”為宣傳軸心之主視覺可參考下圖（圖三）。

圖三 哈佛大學遠離暴力計劃主視覺



為了打響"Squash It!"的概念，哈佛大學公共衛生學院的健康傳播中心（Center for Health Communication）的學者專家們利用一系列的戲劇影集的內容，將"Squash It!"的概念融入其中。例如《飛越比佛利》(Beverly Hills 90210)、《危險遊戲》(Dangerous Minds)、《急診室的春天》(ER)、《家務事》(Family Matters)、《Hanging with Mr. Cooper》、《Living Single》、《紐約臥底警探》(NY Undercover) 和《South Central》這許多青少年熱愛的熱門的影集中，就曾出現過"Squash It!"的概念。採用"Squash It!"為宣導主軸的目的有二：

(1)、使用這個很「酷」的辭彙加上有力的手勢，來推廣一個聰明對抗暴力行為的方法。

(2)、尋求以及組織大眾的力量，來支持這個幫助青少年抵抗暴力的無暴力策略。

"Squash It!"的宣導經費來源是由美國的大都會人壽保險公司 (Metropolitan Life Insurance Company)、大都會保險基金會 (MetLife Foundation) 和美國喬伊斯基金會 (The Joyce Foundation) 共同贊助的。計畫施行之初，為了找出青少年認同的社會規範和影響街頭文化的方法。哈佛大學公共衛生學院負責此計畫的學者專家們，針對居住在波士頓城內貧民區以及鄰近較為貧窮地區青少年進行焦點團體研究。

在這些初期的訪談中，研究人員發現 "Squash It!" 這個辭彙多次出現在受訪者口中。此外，在焦點團體訪談的過程中，學者們也理解到原來暴力行為與槍枝就是都市貧民區文化的一部分，不見得必然跟幫派或是毒品掛勾。舉例來說，當兩群來自不同社區的青少年在馬路上狹路相逢，如果其中一人的態度讓對方感到不友善，雙方開戰可能性很高。儘管根據一般人會覺得，如果一方對另外一方這麼不爽，雙方一定會開打。然而，令人意外的是，有時候這些人會決定放棄打架轉頭走人，而決定這樣做的一方不見得會覺得沒面子。因為當兩組人馬相遇時，其中一方的領導人可能會考量對方不知帶了什麼武器，萬一對方面武力強大，今天就要吃大虧了。反正跑得了和尚跑不了廟，明天報仇也不遲。而且就算今天開打，輸家隔天還是可能跑回來討公道。因此，領導人會說，“這沒意思。Let's Squash It!"，

此時，通常雙方就會分頭散開，化解一場武力衝突。

歸納"Squash It!"的宣傳策略，大致有以下三項主軸：

(1)、**全國媒體的宣導計畫**：這個宣導案是以城市貧民區內青少年為目標，結合好萊塢創意社群、音樂行業和甚至是大學的體育聯賽，將"Squash It!"這個宣導主軸透過電視娛樂節目、電影、音樂（尤其是城市內青少年之間的饒舌樂團）及公益廣告而置入流行文化中。

(2)、**配合宣導案執行效果評估所執行的研究案**：a.以調查焦點團體（城市內的青少年）來研究攻擊行為的社會學，測試"Squash It!"的訊息和宣傳的標誌之有效性；以及監測在城市青少年文化中的變化；b.採用調查研究來確認及引申焦點團體的研究結果，以及追蹤宣導案的進展。

(3)、**影響意見領袖對於青少年暴力行為的看法**：本計畫不只希望影響城市貧民區內青少年，改變他們對於暴力行為的認知及反應，也希望影響到具有影響力的成年人（例如意見領袖），讓成年民眾也認識到"Squash It!"反暴力行為宣導的重要性。而藉由哈佛大學的公信力及影響力，與贊助此活動的大都會保險公司（Metlife）舉辦領導論壇來支持邀請名人支持本

表三 Squash It 調查研究

1997 "Squash It" Survey Findings						
	Total	Male	Female	White	African-American	Hispanic
Heard of "Squash It!" Campaign	33%	38%	28%	23%	72%	37%
Used phrase "Squash It"	17%	18%	16%	6%	60%	14%
Used "Squash It" hand signal	10%	12%	8%	6%	29%	7%
Heard someone use phrase "Squash It!" in person	24%	26%	21%	10%	75%	28%
Saw someone use "Squash It!" hand signal in person	15%	17%	13%	7%	41%	18%
Heard someone on TV use the phrase "Squash It!"	31%	36%	25%	21%	68%	33%
Saw someone on TV use "Squash It!" hand signal	23%	28%	18%	16%	43%	30%

* 資料來源：<http://www.hsph.harvard.edu/research/chc/squash-it-campaign/>

計劃和政策，便保護青少年，提供積極的方法來代替暴力行為。

1997 年所執行的一項調查可見上表（表三），其結果顯示，受訪的國中及高中階段非洲裔美國人的青少年中，有將近宣稱他們 43% 在電視節目中，看過“Squash It!”的宣導訊息，顯見此一宣導案的收效甚佳。

8、Mediascope（媒體觀點基金會）

Mediascope 是一個非營利組織，這個組織成立的目的是在於從事關於媒體暴力對閱聽人尤其是兒童所產生的影響。根據該機構的研究結果顯示，人們暴露在媒體暴力內容後，可能產生三種有害的影響。

- (1)、學習攻擊性行為
- (2)、對現實世界中的暴力現象較不敏感
- (3)、可能會造成對他人產生不信任感，甚至發生欺騙他人的行為。

美國聯邦政府中負責督導在校園推廣內反暴力行為的計劃的「心理健康服務中心」(Center for Mental Health Services)出資協助 Mediascope 出版討論互動式電玩對使用者影響的專書「The Social Effects of Electronic Interactive Games」。除了上述這本討論有關互動式遊戲軟體對使用者影響的專書外，Mediascope 也集結其近年研究成果，出版了討論媒體倫理的研究報告「More Than a Movie: Ethics in Entertainment」。

整體而言，Mediascope 在過去的十多年中，一直在娛樂產業裡宣導著健康與社會議題的重要性。Mediascope 在社群中舉辦各類有創意的圓桌會議邀請各界加入對話、利用宣導計畫簡報、諮詢論壇、編劇諮詢服務和網路及娛樂產業的資源，利用娛樂產業的資源將健康及社會性議題帶入其中。例如為了執行「青少年暴力防制先導計畫」(Youth Violence Prevention Initiative)，Mediascope 成功地在影集《第七天堂》(7th Heaven) 和《法網遊龍》(Law and Order)，劇情中加入反霸凌與暴力防制的訊息。除了反暴力、反霸凌之外，Mediascope 也參與代言全國青少年反毒宣導活動，例如 Mediascope 曾參與策劃及執行一項「全國青少年藥物濫用控制宣導計畫」。這項宣導案的主要目的在於降低青年藥物濫用和推廣預防藥物策略。

Mediascope 不只參與規劃宣導計畫，也參與了發展劇情和角色工作，諸如參與「艾米律師」(Judging Amy)、《24》、《盾牌》(The Shield)、「第七天堂」(7th Heaven)、《高校風雲》(Boston Public)、《The Guardian》和《All My Children》等劇。

Mediascope 基金會不只是被動提供健康與社會議題資訊給需要的媒體社群，該基金會更致力於主動提供角色模版供媒體寫入劇情之中，強化推廣組織在媒體的影響力。

9、The Media Project (媒體宣導計畫，由青少年倡議組織執行)

從 1980 年開始，The Media Project 開始在好萊塢各娛樂媒體團體中持續活躍。這個宣導計畫是由一個總部設於華府，以關心美國青少年議題的重要倡導組織—「青少年倡議組織」(Advocates for Youth, AFY)負責執行。The Media Project 成立的目以在於與娛樂業合作，尋找與各類高收視率的電視節目配合播出該基金會所宣導的議題，主要以將對年輕人有效的性教育訊息融入廣受歡迎的戲劇節目為目標。前文所說明過的凱撒家庭基金會 (Kaiser Family Foundation) 也曾在 1997 您到 2000 年之間，協助過 AFY 執行 The Media Project 中的一些子計畫。

The Media Project 主要的工作包括在一年主辦三次說明會，回應編劇者和製片人透過諮詢熱線的來電，以及在媒體在編寫電視劇本之時提供一

對一的協助。The Media Project 的諮詢熱線平均每年大約收到 100 通以上來電。而透過諮詢熱線的連結，在幾十集的熱門影集中，順利劇情裡加進了強化青少年性教育的信息。

例如《大學生費莉希蒂》(Felicity, 1998-2002)的其中一集的節目裡，劇情描繪主角一位大一女學生費莉希蒂主動到學校的健康中心諮詢如何避孕、如何避免罹患性病的資訊。在這集內容裡，觀眾看到主角示範如何在學校的健康中心裡學習使用保險套的方式，以及如何請求伴侶參與檢測愛滋病或其他性傳播疾病的表達方式（話術）。

除了參與當年廣受歡迎的影集的《大學生費莉希蒂》的製播外，The Media Project 媒體計劃也協助了其他電視劇，例如《急診室的春天》(ER)、《戀愛時代》(Dawson's Creek)、《Moesha》、《高校風雲》(Boston Public)、《妙手良方》(Strong Medicine)、《艾米律師》(Judging Amy)。然而 The Media Project 不只提供健康資訊給現成戲劇節目，此團體也製作了一系列戲劇節目在電視頻道上播映。這些劇情片的目的是在於提供青春觀眾們，了解青春各類身心理變化，替一般人覺得十分「神祕」的青春「解密」。除了與性教育有關的主題外，本系列影片也針對家庭溝通，建立自尊等主題，也有涉獵。這一系列的特別製作的影集有《莉琪的異想世界》(Lizzie McGuire)、《指路姑娘》(As told by Ginger)、《驕傲家族》(The Proud Family)。

The Media Project 也將觸角深入了美洲的非主流媒體—西語媒體中，藉由提供與青少年有關的健康相關資源與編劇手法的諮詢，專門和美國及中南美洲的西語電視之編劇者和製片人合作。

The Media Project 的服務範圍包括：

(1)、諮詢熱線 (The HelpLine)

The Media Project 提供電視作家、電影編劇者、製片人和導演，關於性與優生保健等問題的即時支援。The Media Project 也提供各種資料（例如：統計與研究）、劇本諮詢和劇情設計等。這一切都有助於 The Media Project 和跟他們每年合作的 100 檔以上的節目。

(2)、針對傳媒工作者量身定做的小型會議 (Tailored Meetings)

The Media Project 會分析及識別哪些電視節目可以從該團體的服務中得到協助，因此 The Media Project 會與最熱門節目的編劇者、導演和製片人接觸。由 The Media Project 為他們提供適合的技術援助、劇情想法，以及關於性教育問題的最新資訊。此外，The Media Project 的工作人員也會邀請網路管理人員，鼓勵網管人員利用網路來傳播健康訊息。The Media Project 希望媒體能傳達尊重青少年對自己的行為有一定程度有主導權、但是也必須為自己的行為負責任的訊息，並呼籲提供性教育相關訊息和服務給青少年是一種社會責任。

(3)、媒體倡議說明會 (Informational Meetings)

為了縮小娛樂業、性教育專家和青少年的差距，The Media Project 每年主辦三次信息簡報。每次平均都有 50 多位的娛樂業專業人員參加。每次的媒體倡議說明會都有一個主題，分別深入地研究一個與青少年性教育有關的熱門話題。這些媒體倡議說明會讓好萊塢的編劇者、製片人和導演有機會可以直接跟青少年和其他性健康教育方面的專家談話，以便了解青少年的需求以及身為媒體人的企業社會責任。

10、The Science & Entertainment Exchange (娛樂科學交流計劃)

娛樂科學交流計畫是由美國國家科學院結合科學家、工程師及娛樂產業專業人士將電影及電視節目故事情節和自然科學理論結合的專案。從配對諮詢到針對特殊專業主題製作簡報，此單位提供一個快速又簡單的專業知識平台給傳播產業。而這個計畫的主要目的是以流行娛樂當做媒介，來傳遞精細卻重要的科學訊息。美國國家科學院成立於 1863 年，由美國國會提出成立此機構的建議，而後由林肯總統簽署通過。國家科學院是個非營利組織，共有上千位在不同領域傑出的男女科學家隸屬旗下。藉著國家科學院特有的管道及合作機關例如國家工程院、國家醫學研究院；The Exchange 交流計畫可簡單又快速的幫助聯絡適合的專業人士，提供好萊塢媒體工作人士有關科學專業知識的諮詢。

交流諮詢委員會副會長同時也是電視節目製作人 Janet Zucker 表示：

「我們希望編劇們跟導演們能夠盡可能的探索科學這個領域，這個媒合平台將會幫助製作人及編劇開啟創造無數故事情節的可能性。」科學是具有創造力及想像力的領域，可帶給未來無限新的發展及持續發展的可能。在電影跟電視裡，如果出現具有說服力的科學證據，可以塑造出精采的故事情節。科學觀點讓電影製片人在不用犧牲可信度的情況下，將敘事觀點更精準的呈現出來；除此之外，在戲劇中可以藉由加入新資訊與新知識將人類生活的樣貌，真實的展現出來。因此國家科學院的交流計畫就是利用科學及有創意的方法幫助娛樂產業與自然科學界結合，建構出一門具有創意的新藝術形式。

加州大學聖地牙哥分校腦神經認知中心執行長 V.S. Ramachandran 也提到，他發現在他的生活經驗中，對他產生影響的人很多，例如教過他的老師，他的朋友們，但是影響他最大的其實是那些看過的電影。可想而知，如果好萊塢電影的影響如此龐大，這種結合好萊塢媒體效能及科學新知的合作方式的好處顯而易見：對於電影製片者而言，科學家提供創作者具有真實性及合理的資訊，讓媒體作品得以更精采以及更貼近真實人生。然而更重要的是，這個合作計畫，讓科學家在現實生活中，開啟了闡述科學故事一扇大門，利用合理的、具啟發性的、特定的敘事觀點，告訴人們每天發生在我們生活周遭的大小事。對科學家而言，這類交流提供「擴張」他們工作版圖的機會，讓科學研究跨越原來幾乎無法穿透的實驗室藩籬，提

供社會大眾對於科學應具有的正確的態度，更重要的是，讓人們對於人類未來發展，充滿無限的希望。

（四）台灣電視戲劇文本中之疾病分析

本計畫在第一年（101年）的文獻整理工作中，著重檢視國際間曾經利用 E-E 概念所設計的提升公共衛生品質之宣導案，並分析他國的寶貴經驗以作為本計畫相關參考之用。依據 101 年文獻整理結果的建議，我國因整體媒體環境多元，節目收視率競爭激烈與美國較相似，故建議仿效美國的 E-E 策略，尤其是 HH&S 計畫模式可能最適合在台灣複製，利用編劇撰寫劇本時會對疫病資訊的有所需求之點切入，成立媒合平台，協助編劇取得所需資訊，同時增加疫病在戲劇曝光的機會，達到公共衛生宣導的目的。

綜觀前述國際間的研究結果顯示，以美國為主的研究者，對於利用電視戲劇節目的內容（例如故事情節、健康或生病角色比重分配、角色性別刻板印象）來傳遞具有教育意義訊息進而影響閱聽眾的相關行為，已經開始有系統性的觀察。進一步分析這些研究結果均顯示，大部分的戲劇節目中與健康或是其他重要社會議題有關的資訊，編劇們在將這些主題寫入劇本前，均需小心蒐集素材，不然，雖可能是無心之過，卻會對閱聽眾造成不利的影響。換言之，如果編劇們能夠在撰寫劇本前尋求媒合平台這一類由專業人士所提供的諮詢服務或是資訊，至少可大幅降低寫出錯誤的疾病相關資訊之可能性，甚至提高性別角色敏感度這一類細緻卻常被忽略，但

又對於健康議題有著重要影響力的因素。

因此在第二年，本計畫特別針對國內電視連續劇曾出現之戲劇情節進行文獻整理及分析探索，進而從個案探究國內戲劇節目以傳染病為主題的呈現方式，以下針對此兩大方向略作分析。

1、國內電視連續劇出現疾病類型以及呈現形式初探

因此，見賢思齊，本計畫檢索分析完國外的研究結果後，接著便以「電視、戲劇、疾病、故事」等關鍵字或是其他意義相似之字彙組合做為關鍵字，搜尋國內期刊論文系統，然而截至撰寫本工作報告為止，似乎搜尋不到任何討論有關台灣電視劇與疾病間的關係之期刊論文，更遑論從疾病情節（story line）的角度來分析戲劇內容對於閱聽眾所可能產生的影響。

如依照美國的研究結果推論，國內電視連續劇的內容，必然也有美方研究裡所提到的一些可能對看電視連續劇的閱聽眾造成不利影響的呈現方式。而美方的研究主題以及研究方法，應該可以幫助國內學者找出這些不利的呈現方式，提醒編劇們必須儘量尋求專業人士的協助，以避免這類無心之過。另一方面，這些分析電視連續劇中呈現疾病的方式，除幫助我們了解國內電視劇呈現健康議題的概況外，產出的研究成果也將會成為支持國內成立專業資訊媒合平台的重要理由。至於如何在國內的電視戲劇節目中，看到媒合案例發揮影響力，目前只能靜待媒合成果產出，以及有系統

的觀察閱聽眾的反應。

如前文所述，國內目前似乎尚無有關電視劇中疾病類型的研究，為了探索對於國內電視劇如何展現疾病情節的方式，在 102 年度時，施行簡略先導調查，以方便抽樣法，分析過去十年來國內較賣座的自製戲劇節目為研究目標，以其中出現之疾病為分析單位，檢視國內編劇偏好採的疾病種類。初步調查整理如下：2001 年的鄉土劇《台灣阿誠》中曾讓女配角得到愛滋病，同年的偶像劇《薰衣草》裡頭則讓女主角是心臟病的患者；2002 年鄉土劇《台灣霹靂火》中則出現漸凍人的角色；2003 年偶像劇《海豚灣戀人》中出現患有糖尿病的角色；2006 年偶像劇《白色巨塔》、《愛殺 17》、《深情密碼》、《白袍之戀》中各出現了血癌、憂鬱症、肝癌、拉木森氏症（腦炎的一種）等等疾病；2007 年偶像劇《我在墾丁，天氣晴》、《惡作劇 2 吻》、《換換愛》、《放羊的星星》等劇中則描繪了憂鬱症、夜盲症、威爾森氏症、帕金森氏症等疾病；2009 年偶像劇《下一站·幸福》中女主角的兒子得的是糖尿病、《心星的淚光》的女主角則是漸凍人；2012 年偶像劇《愛上巧克力》劇中男主角的母親，則是患有阿茲罕默症；此外八點檔連續劇《有愛 一家人》中，則出現了一位六歲的兒童愛滋病患者的角色。

依據上述先導調查顯示，台灣戲劇中出現的疾病大多是以不具傳染力的慢性病為主，像是漸凍人、心臟病、糖尿病、癌症、威爾森氏症、拉木森氏症、帕金森氏症、阿茲罕默症等等，或是精神上的疾病，例如：憂

鬱症，相較之下具傳染力的疫病出現在戲劇中則少許多，而同一疾病出現在不同的戲劇節目的比例頗高。甚至同一時間播出的電視劇裡，角色們都患有當時常被討論（也就是「流行」的疾病）的疾病。

2、國內連續劇採用疫病為劇情之個案分析

103 年度，為更詳細了解台灣連續劇疾病陳述概況，平台執行近五年內(99 年~103 年)於台灣已播出與疫病有關之連續劇劇情內容分析計畫，以其中出現之疾病為分析單位，檢視國內編劇偏好採的疾病種類。納入分析之連續劇，獲選主因有三：**(A)、該連續劇於台灣創下亮眼收視率**：如《風水世家》、《蘭陵王》、《真愛黑白配》、《真愛趁現在》、《兩個爸爸》、《有愛一家人》及《下一站幸福》。上述戲劇除《真愛趁現在》為該年度台灣電視劇排名第 13 名外，其餘皆有前 10 名高收視率，其中《風水世家》為 102 年電視劇收視冠軍、《下一站幸福》為 99 年電視劇收視冠軍。**(B)、該連續劇主要劇情或主角與疫病有關**：《媽，親一下》(急性白血病、肺結核)、《白袍下的高跟鞋》(帕金森氏症)、《你照亮我星球》(憂鬱症)。**(C) 可取得連續劇影集內容**：因分析連續劇需取得播出內容，平台曾洽戲劇製作公司詢問是否有 DVD 可取得，惟近年來之台灣連續劇甚少出版 DVD，為利研究之便，請世新大學之傳播科系相關學生協助，獲得學生先前因學術所需或個人喜好所側錄之連續劇影帶。目前經初步整理所得到的資訊及各部

連續劇收視率如下表（見表四）：

表四 以疾病為情節之台灣連劇收視率

戲劇名稱 播出頻道	播出時間 出現疾病名稱	收視率
風水世家 (民視)	2012年7月17日—2014年3月5日 週一至週五 20:00 至 22:30	全劇平均：5.36 ¹
	不孕症、癌症、眼疾失明、腎病、肝病、心臟病、身心症、感冒及其他罕見疾病等	
蘭陵王 (中視)	2013年8月23日—2013年9月23日 週一至週五 20:00 至 22:00	全劇平均：3.04 ²
	瘟疫、傷風、哮喘、中毒等	
媽，親一下 (中視) (TVBS 歡樂台)	2013年11月15日—2014年2月28日 每週五 22:00(中視) 每週六 21:00(TVBS 歡樂台)	單集： 0.38 ³
	急性白血病、併發肺結核及亂服減肥藥等	
白袍下的高跟鞋 (公視 HD 台) (公視)	2014年4月19日—2014年5月3日 週一至週四 21:00(公視 HD 台) 每週六 21:00(公視)	全劇平均：0.58 ⁴

	<p>帕金森氏症、肝腫瘤切除手術、脾臟出血、急性骨髓性白血病、懷孕及狂犬病等</p>	
<p>你照亮我星球 (民視) (八大綜合台)</p>	<p>2014年6月1日—2014年10月12日</p> <p>每週日 22:00-23:30(民視)</p> <p>每週五 22:00-23:35(八大綜合台)</p> <p>憂鬱症</p>	<p>全劇平均：約 0.4⁵</p>
<p>真愛黑白配 (台視) (三立都會台)</p>	<p>2013年6月9日—2013年10月27日</p> <p>每週日 22:00-23:30(台視)</p> <p>每週六 22:00-23:30(三立都會台)</p> <p>肝癌、卵巢癌</p>	<p>全劇平均：2.10⁶</p>
<p>真愛趁現在 (三立都會台) (東森綜合台)</p>	<p>2012年10月31日—2013年3月5日</p> <p>每週一至週五 21:00-22:00(三立都會台)</p> <p>每週一至週五 23:00-24:00(東森綜合台)</p> <p>罕見疾病 MLD 異染性腦白質退化症</p>	<p>第一集：2.3⁷</p> <p>大結局：1.75⁸</p>
<p>兩個爸爸 (三立都會台) (東森綜合台)</p>	<p>2013年3月26日—2013年7月22日</p> <p>每週一至週四 20:00-21:00(三立都會台)</p> <p>每週一至週四 22:00-23:00(東森綜合台)</p> <p>大腸癌</p>	<p>全劇平均：2.82⁹</p> <p>大結局：3.74¹⁰</p>

下一站幸福 (台視) (台視綜合台) (三立都會台)	2009年10月10日—2010年3月6日 每週日 13:00(台視) 每週六、日 10:00(台視綜合台) 每週一至四 20:00(三立都會台)	單季平 均：7.65 ¹¹
	腦瘤、第一型糖尿病、烏腳病	
有愛一家人 (三立都會台)	2013年10月29日-2014年2月10日 每週一至週四 20:00-21:00(三立都會台)	全劇平 均：1.72
	愛滋病	

¹ 取該劇於2012年第三季至2014年第一季的收視率平均值。引用自公共電視2012年第三季至2014年第一季收視率報告。

² 取該劇於2013年第三季的收視平均值。引用自公共電視2013年第三季收視率報告。

³ 取該劇2013年11月12日(週五)當日收視率。引用自蘋果日報2013年11月28日C9版/娛樂名人新聞之報導。

⁴ 取該劇於2014年4月至5月份收視率平均值。引用自公共電視2014年第二季收視率報告。

⁵ 取該劇全劇播出平均收視率。引用自中國時報2014年10月15日C2版/娛樂新聞之報導。

⁶ 取該劇於2013年第二季至第四季的平均收視率。引用自公共電視2013年第二季至第四季收視率報告。

⁷ 取該劇2012年10月31日(週三)當日收視率。引用自聯合報2012年11月2日C2版/星話題之報導。

⁸ 取該劇2013年3月5日(週一)當日收視率。引用自自由時報2013年3月7日D01版/影視藝文之報導。

⁹ 取該劇全劇播出平均收視率。引用自蘋果日報2013年9月27日C6版/電視金鐘獎之報導。

¹⁰ 引用自蘋果日報2013年9月27日C6版/電視金鐘獎之報導。

¹¹ 取該劇於2010年第一季平均收視率。引用自公共電視2010年第一季收視率報告。

經分析後，上述十齣連續劇與疾病相關內容概述如下：

(1)、《風水世家》

共有九大疾病主題：「罕見疾病」、「不孕症」、「癌症」、「眼疾失明」以及「腎病」、「肝病」、「心臟病」、「身心症」以及「感冒」等最常出現。有關健康議題之敘事情節，發現該劇以疾病創造劇情發展、年輕女性罹患不孕症比例偏高、慢性病情節偏向中高年齡層角色、身心症比例偏高、流行性感冒播出期恰巧均於流行高峰期、黃斑部病變之病徵與現實不符、罹病性別女性多於男性。

劇中有關健康議題及人物角色設定，劇中角色之罹病率、好發族群和臨床症狀都和實際情形符合，且罹病角色猶如身邊一般民眾，相當親民，讓民眾容易認同。專業面而言，宣告疾病者多為醫生，且劇中一生使用口語化陳述，使民眾容易理解劇中宣傳的健康情境。

(2)、《蘭陵王》

為兩岸合資古裝偶像劇，因時空背景在古代，所描的疾病多為瘟疫、傷風、哮喘，因古代並沒有現代這麼多種疾病，所以編劇在撰寫時為了要多點「戲」，安排劇中角色飲毒酒、毒茶、中毒箭、服毒藥丸等等，讓劇情更加迥異多變。

(3)、《媽，親一下》

為名作家九把刀親身經歷故事，有關疫病劇情主軸為男主角母親柯母罹患急性白血病，住院期間因咳血及不明原因發燒，被診斷出併發肺結核，而住進隔離病房，先治療肺結核再治療白血病，柯母於隔離病房住了四十

多天。劇中也旁及亂服減肥藥傷身的衛教訊息。

(4)、《白袍下的高跟鞋》

該劇為中國醫藥大學附設醫院協助拍攝，女主角亞凡為外科醫師，有帕金森氏症家族病史，醫院某天發現亞凡開刀時手輕微顫抖，便告訴亞凡該休息幾天別太累。學長多跟亞凡接觸後，發現亞凡應罹有病程進展十分緩慢的Park2 隱性遺傳帕金森氏症，積極說服亞凡趕緊服用低劑量左多巴，如有改善那麼 99%的機率就是帕金森氏症，學長並鼓勵亞凡以自身經歷和他出國參與研究。劇中也有許多疾病描述，包括肝腫瘤切除手術、脾臟出血、急性骨髓性白血病、懷孕及狂犬病等。

(5)、《你照亮我星球》：

男主角程偉是一位名演員，長期活在鎂光燈下失去自我，得到憂鬱症，並出現幻覺、對著不存在的人說話，也有消極想要往生的念頭，之後在醫生及周遭關心的人協助下，傾聽安慰和鼓勵，而一步一步走出來。

(6)、《真愛黑白配》：

女主角楊奕茹是名工作狂，父親為了讓她休息，騙她得了肝癌末期，奕茹決議出國散心，因而認識未來另一半藍仕德。奕茹懷孕時，卻被發現得了卵巢癌初期，全家人非常著急，問了許多醫師、找了很多資料，是朋友也是醫師的采蓉，非常幫助他們，采蓉學長孫啟鳴後決定幫奕茹動刀，且醫學上有許多文獻是寶寶平安出生、媽媽治癒的案例，激起家人信心。

(7)、《真愛趁現在》：

極少提到與疾病相關劇情，只有一位配角單親媽媽錢佩妮的八歲女兒芊芊，罹患罕見疾病 MLD 異染性腦白質退化症，因而智力發展只到六歲，芊芊後來出國醫病。

(8)、《兩個爸爸》：

少與疾病相關劇情，男主角的爸爸唐耀群罹患大腸癌末期，某日一人在家時因暈眩而昏倒，在治療半年後告知兒子唐翔希，對於在晚年還能跟兒子再聚首，表示已經死而無憾了。

(9)、《下一站幸福》

男主角光晞因時常暈眩、昏倒、頭痛，經檢查後發現腦內額葉及顳葉有顆五公分腦瘤，若不手術將只剩幾個月壽命。歷經多次手術後，光晞腦部掌管記憶區塊有大量損傷，而失去許多記憶，猶如新生兒般，連綁鞋帶都需從新學起。劇中男女主角兒子小樂則患有第一型糖尿病，劇中多次描述用血糖儀測血糖、施打胰島素情節。另有描繪因飲用被含重金屬砷之工廠廢水的深井水，導致村莊居民多人得到烏腳病。

(10)、《有愛一家人》

在描述一對母女投宿一家民宿的過程中，六歲小女孩罹患愛滋病，媽媽很擔憂環境衛生，後來小女孩不小心割傷手指、或是輕微發燒就必須送醫，民宿經營者討論愛滋病相關資訊等。

研究發現，台灣連續劇有關健康議題之敘事情節，仍以慢性病為主要範疇，尤其「癌症」為最大宗，和行政院衛生福利部所公佈國人前十大死因「惡性腫瘤」居首相符。《風水世家》、《媽，親一下》、《白袍下的高跟鞋》中均有角色罹患「血癌（白血病）」，比例偏高，編劇為何偏愛讓劇中角色罹患血癌，值得讓人討論。除《風水世家》因集數眾多，有九大疾病包括「罕見疾病」、「不孕症」、「癌症」、「眼疾失明」、「腎病」、「肝病」、「心臟病」、「身心症」以及「感冒」均有論述，其他連續劇主要陳述疾病有：帕金森氏症、糖尿病、憂鬱症、罕見疾病（MLD 異染性腦白質退化症）等。

《真愛趁現在》劇中只提及MLD罕病，發生率為四萬至十萬分之一，根據國外研究發現，若罕病提及率過高，容易分散觀眾對其他較好發疾病的注意力（Murphy, Hether&Rideout, 2008）。平台發現所分析之台灣連續劇描述罕病機率和國外相比，實屬正常，美國連續劇疫病劇情最多描述為罕病，對台灣觀眾而言，有與事實相符之疾病比例成述，對衛教宣傳有正向意義。

此一結果其實與本計畫編劇會議記錄分析結果一致；例如國內一位專職電視編劇表示，他們團隊基本上會儘量避免碰觸與疫病相關的主題，其一是因為這類議題無論是致病成因可能比較複雜，或是發病過程、醫療計畫都超越一般人常識所涉及的範圍，編劇要花較多的時間去蒐集資料，相較起來，慢性病則因幾乎每個人身旁或是個人都有親身經驗，編劇們多半

只要點到為止，稍微描述一下病情，就能讓觀眾知道編劇想要表達的疾病。特別是慢性病因為病程較長，就算拖個一段時間也不見得有變化，但是也有突然惡化的可能。對於編劇而言，讓編劇容易操縱掌控係劇情解的發展。其二則是有些編劇可能擔心國人對於疫病此一話題可能帶有「厭惡感」，而通常電視台主管也對於採用疫病做為劇情有些疑慮，所以大家有默契不願意去碰觸此一主題，免得寫出來之後還是被刪去，白費力氣。總而言之，據目前初步分析國內戲劇節目之內容顯示，慢性病還是連續劇中常見的疾病主題。

整理近五年內（99年～103年）於台灣已播出與疫病有關之連續劇劇情內容發現，雖然國內電視連續劇若有疾病出現，多半以慢性疾病為主，尤其「癌症」為最大宗，和行政院衛生福利部所公佈國人前十大死因「惡性腫瘤」居首相符。《風水世家》、《媽，親一下》、《白袍下的高跟鞋》中均有角色罹患「血癌（白血病）」，比例偏高，編劇為何偏愛讓劇中角色罹患血癌，值得讓人討論。除《風水世家》因集數眾多，有九大疾病包括「罕見疾病」、「不孕症」、「癌症」、「眼疾失明」、「腎病」、「肝病」、「心臟病」、「身心症」以及「感冒」均有論述，其他連續劇主要陳述疾病有：帕金森氏症、糖尿病、憂鬱症、罕見疾病（MLD 異染性腦白質退化症）等。

傳染病在戲劇中論述仍屬少數，但是偶而也有編劇願意嘗試將疫病寫入劇本中，綜觀分析連續劇中，《媽，親一下》柯母因急性白血病併發肺結

核有最多描述，包括「肺結核」之預防 prevention（勤洗手、戴口罩、減少訪客探訪）、症狀 symptoms（發燒、咳血）、診斷 diagnosis（結核菌潛伏，因罹患白血病抵抗力弱而發病）、併發症 complications（急性白血病併發肺結核）、預後 prognosis（各方面都很穩定，白血球升到四千以上便可從隔離病房轉一般病房）。

《風水世家》在 12 月流感高峰期有角色「感冒」，足見感冒流行高峰期有季節性，編劇將周遭盛行疾病納入劇中，提供衛教資訊提醒民眾留心。

《白袍下的高跟鞋》有簡單幾句對話陳述一位居民懷疑自己半年前被家犬咬到臀部疑似得到「狂犬病」，疾病症狀 symptoms（發燒、噁心、疲倦）有被陳述，後來診斷為「痔瘡」發作而非「狂犬病」，播出當時正值「狂犬病」恐慌期，此資訊也告知許多民眾勿因動物咬傷而感到恐慌懷疑得到「狂犬病」。平台一直持續追蹤，已與防疫醫師媒合過之編劇，所撰寫之疫病有關戲劇，確保疾病陳述真實性，傳達民眾最真實、正確之疫病資訊。

本計畫也發現，在 102 年世界愛滋日後三天，三立「有愛一家人」連續劇於 12 月四日曾播出一位六歲小女孩罹患愛滋病的劇情。這段故事是描述一對母女投宿一家民宿的過程中，媽媽這的角色很囉嗦的擔憂環境衛生問題，以及後來小女孩只不過不小心割傷手指、或是輕微發燒就必須送醫，因而引出說小女孩罹患愛滋病的隱情，以及經營民宿的這家人討論與愛滋病的相關資訊的經過。相關分鏡表詳細呈現了該劇如何表述「愛滋病」相

關訊息的過程，因篇幅較長，僅列入歷年之個別年度工作報告中，各方賢達可自行參考，此處不再另列。

二、專家（編劇/導演/製作人）會議精華彙整

（一）、與會編劇背景說明

因國內的戲劇製作大環境和國外不同，一般戲劇創作從業人員，無論是隸屬於電視公司節目部或私人製作公司，到目前為止尚未有一個定義明確，並且能夠號召大多數專業人士加入的公會組織。這也是本計畫在執行初期一直深感困擾之事。因為本計畫的目的是吸引正在（或是即將）撰寫劇本的編劇能夠使用計畫所提供之諮詢服務，達到藉由戲劇節目內容宣導正確疫病訊息的目的。然而要如何這些正在寫作的「線上」編劇，即是本計畫成功與否的最重要因素。

對於如何邀約尚不曾媒合過的編劇們，本計畫除了藉舉辦疫病故事工作坊吸引編劇參加外，也聽取訪問過之資深編劇的建議，利用編劇尋找編劇的方法，詢問編劇聯絡方式，並持續以滾雪球法提出邀訪，我們想法是找出近期上檔劇本的編劇。然後交叉比對媒合平台已經晤談過的編劇，針對尚未接觸過的編劇們，積極連絡並爭取面對面溝通的機會。

三年來，本計畫總計初步聯絡過的劇本工作者歷年與媒合平台聯繫交流過的編劇、製作人達 200 位以上，實際參與本計畫之編劇、製作人名單

及其作品背景可參考附錄一。

(二)、歷年編劇會議記錄摘要分析

為了瞭解台灣的戲劇生態以及以疾病入戲的現況與需求，本計畫自102年起，多次舉辦專家會議，和編劇、製作人面對面溝通交流，一方面將媒合平台的服務以滾雪球的方式推廣給第一線的戲劇工作者，另一方面也聽取編劇、製作人對此媒合平台的需求及建議，詳細的會議記錄收錄在歷年報告中，此處特別針對歷年參與過編劇會議之編劇所提出之寶貴意見，予以摘要分析，歸納後大致有下列幾大主題：**1、台灣編劇界對疾病情節的處理和需求；2、對媒合平台的看法和使用經驗；3、對媒合平台服務內容的疑問**，以下逐項予以詳細說明。

1、台灣編劇界對疾病情節的處理和需求

本計畫與眾多編劇、製作人接觸後，發現台灣的電視連續劇其實對疾病情節是有所需求的，不少編劇在對談的過程中，與工作同仁分享他們自己過去為了要尋找適當的疾病資訊而吃足苦頭的故事。對處理疾病情節，編劇們大致有下列幾項憂慮和需求：

(1) 擔心對疾病情節的描述錯誤

多位編劇們提到，曾為了要寫一個特定疾病，花了許多時間尋找以及

閱讀，儘管花了許多時間閱讀資料勤作「功課」，結果還是很擔心自己到底有沒有看懂那些專業的內容？也擔心萬一寫出來的劇本含有錯誤的資訊，導致觀眾觀看後學習到錯誤的資訊，那麻煩就大了。如編劇 writer102040 提到：「寫到女主角的小孩得了白血病所以需要有人捐骨髓，為了化解男主角的媽媽不喜歡女主角的危機，變成男主角的媽媽得捐骨髓給女主角的小孩，那時候我就有點擔心這樣劇情的安排會否有錯誤...所以我覺得這個媒合平台是真的可以幫到編劇。」

編劇 writer102052 也提到類似的心路歷程，：「這個平台真的很有意義，像當初我在寫某電視連續劇的時候為了劇情需求，不知道詢問了多少護士朋友，實在不敢亂寫，很怕會被觀眾罵」。

(2) 減輕尋找疾病及醫療資訊的壓力

由此看來，擔心錯誤的疾病資訊會傷害觀眾的健康，大概是許多編劇共同的擔憂。除了擔心劇本中的內容有誤外，部分編劇提到平台可以減輕他們在找尋題材時所負擔的時間壓力或是醫療資訊來源的壓力如編劇代號 writer102058 的編劇就說：「我是寫八點檔的，常常今天寫明天就拍，時程的緊迫讓我們很有壓力，常常會是上面決定要怎麼寫，知道有這個平台後，或許可以降低我們因為時程壓力而無法做的功課，如果日後有遇到需要的疫病，我一定會跟您請教，能讓劇情跟知識兼具這是再好不過的了！」。

如編劇 writer102050 就提到：「我自己是很希望做和別人不太一樣的東西，我團隊的人都蠻喜歡念書，做功課的，目前台灣戲劇的問題很多戲劇背景都不太準確，可能就是牽涉到錢跟訓練的問題，而且因為台灣的市場也不夠大，不像大陸可能就直接讓專家進入劇組，我們則是得靠自己去做功課。」

另一位編劇(writer102037)則是提到他曾負責拍攝有關 SARS 在台灣的狀況，他雖抱怨說台灣的片商很保守，不敢投資拍攝這類疫病電影，但是還是有人會做疫病的主題，所以特別是提供疫病資訊的媒合平台有存在的必要。

(3) 必須配合整體製作大環境的需要

除了描述自己對於撰寫劇本的經驗外，幾位編劇也提到整體電視連續劇（尤其是國人自製內容）的製作環境對於編劇的主導性不利，多半也很不利將疫病故事做為劇情的一部分。例如編劇代號 writer102046 的經驗大概算是很具代表性的說法。他提到：「之前我遇過電視台的主管都很強勢，只想讓我照著他說的寫就好，也不管合理性，像之前我在某某電視台寫過「換肝」，我們查到的資料是直系血親才能捐，但為了配合電視台的需求，只好硬是寫成其實他們是父子只是從小沒有生活在一起，為了這個又只好再多一條身世問題的線出來....」這位編劇的經驗，凸顯出能夠在電視戲

劇節目主導內容，當家作主的人不是編劇，而是電視製作人。

此外，這位編劇也分享他想藉由自己所寫的劇本，替某些特定議題發聲，但是碰到做決策的電視台高層後：「寫過那麼多戲，我發現很多電視台很不願意碰愛滋，就算我想把它放進去，電視台也只會把它（呈現）的很負面。我曾經很想寫愛滋，對於怎樣會傳染、怎樣不會傳染把它講清楚，不要讓大家有誤解。但電視台對於愛滋還是有點污名化，最後說服不了主管所以只好作罷……」

可見編劇其實也想做一些事情，但台灣編劇跟其他國家較為不同的是，在其他國家，編劇的主導權可能比較大，但台灣主導劇本發展方向的，主要還是在電視台和製作單位手中，比方有位編劇提到，某些製作團隊可能會不願意接受與劇情主題有關的專業人士進駐製作團隊，提供製作單位專業意見。

可見未來推廣平台業務時，除了與線上編劇溝通交流外，如何從上層宣導，讓電視台和製作單位也能樂意使用媒合平台服務，雙管齊下，才能提升台灣整體戲劇環境對疾病主題的專業知識。

2、對媒合平台的看法和使用經驗

絕大多數的戲劇節目編劇、製作人，對本計畫規劃建置出的媒合平台，都保持高度興趣，他們對媒合平台的反應大致可分為以下幾項：

(1)、對媒合平台感到新奇有趣

如編劇 writer102031 就表示：「聽完老師您的說明，我真的覺得這個計畫非常有趣，也非常樂意推薦我編劇、導演的朋友知道。」

編劇 writer102032：「我覺得這個計畫非常好，對我們(編劇)真的幫助很大。」；編劇 writer102057：「這個平台真的很有意義，我們真的很需要，有點不敢相信。」

(2)、感謝媒合平台提供的專業協助

編劇 writer102041：「我覺得這個平台真的是一個蠻好的幫助，幫編劇在寫作上面可以省很多事，又可以規避那個訊息的責任以及確保訊息的正確度。」；編劇 writer102040：「我覺得這個平台真的很不錯，將來案子有需要一定會來使用此媒合平台。」；編劇 writer102033：「希望這個平台能持續下去，並能擴展領域。」；編劇 writer102044：「很高興聽到有此媒合平台的成立，讓我們(編劇)可以省一些事，其實我們也很害怕被說寫的太外行。」

編劇 writer102049：「當我得知有此平台時，我真的非常高興，沒有把你們當作詐騙集團看待，而是很高興說台灣終於有一個這樣的平台給我們。」

「很高興聽到有此媒合平台的成立，讓編劇們可以省很多事。像我之

前寫 OOOO 時，也做過類似的事，當時透過請律師協助有關法律劇情編寫，台詞都是再三求証後才放入的。因為我先前是在出版業工作，對兒童文學拿手，所以我在寫本的時候，我習慣會為自己製作資料庫，像我現在寫台語劇，但我台語又不靈光，我會花時間去搜尋台語常用諺語、詞彙等等，編寫成屬於自己的資料庫，這樣在寫作時真的方便很多。

(3)、表示樂意使用媒合平台並保持聯繫

整體看來，多數編劇對於平台抱持相當正面與鼓勵平台繼續發展的態度。許多編劇甚至提到不敢相信政府部門願意提供這樣的服務。此外幾乎所有的編劇們都認同編劇也需負擔「社會責任」，並且希望這個平台能夠持續提供服務。如製作人 writer103176 就表示：「很高興得知這個訊息，怎麼沒能再早一點知道，我覺得這個平台訊息非常重要，可以讓我們更好了解並蒐集所需的資料，最近我在進行一個有關 ADHD 的紀錄片，主要是在講農藥對於小孩的影響，雖然農藥可以殺死害蟲，但是如果孕婦吃了殘留農藥的蔬菜，可能會對孩童造成影響，目前我們是跟台大醫院的醫生合作，日後如果有需要我一定會跟您聯繫的，我也會為這個平台做宣傳的。」

導演 writer103174：「這個平台很有趣，最近我對台灣老人醫療蠻有興趣的，在台灣老人所接受到的醫療照護我覺得是蠻不好的。如果之後我有需要的話，我會跟您聯繫的。」；編劇 writer102056：「我真的覺得這個媒

合平台很好，可以省去許多找資料的時間，又不用擔心正確性，而且還沒有有一定要使用的壓力，日後如果我有需要我一定會來跟老師聯絡。」

編劇 103017：「前年有跟您談過一次，這次連同兩位編劇和您見面，實在很高興得知此平台還有再繼續營運，對於我們(編劇)真的有一定的幫助，希望日後有機會可以使用到此平台的服務。」

編劇 103190：「我們現在所服務的公司是 OO 影像，主要籌拍一些微电影、廣告、影片等等，也有身兼經紀，先前從參加 2 月的疫病故事工作坊，認識到平台，現在在籌備有關失智的戲劇，謝謝平台提供資訊，若未來有需求會再諮詢。」

編劇 103105：「不久前第一次參加平台活動是《全境擴散》疫病電影賞析，我覺得那場活動舉辦的很好，醫師用活潑的方式說明讓我們了解到電影裡面有關類 SARS 疾病的相關知識，整體來說我很推崇平台舉辦的那場活動，以後若有相關我想聽到的訊息，我也會樂意參加。」

編劇 103195：「我很幸運可以踏入目前這家電視台合作寫台語劇，這家電視台的風氣很不一樣，是一種很像家庭的感覺，和之前配合的 OO 電視台不太一樣，他們是比較嚴謹、嚴肅的工作氣氛，我會將平台的資訊跟監製組長分享，讓他知道有這個免費資源可以運用，希望讓你們也可前往拜訪，但他們最近實在很忙，所以我們要喬一下時間。」

我們先以「目前就只能諮詢具有傳染性的疾病。未來希望能與其他官

方/民間機關合作，如國民健康局，或是邀請更多疾病的協會或其他基金會加入。」作為回答。目前已有參加媒合過之編劇，劇本已於今年獲得電視優良劇本，預計年底將有定案，屆時我們將邀請這些「使用者」親自現身說法，親自描述他們的經驗，以提高其他編劇參與的意願。

此外，許多編劇都提到，雖然他們都非常樂意使用諮詢服務，將正確的疫病諮詢寫入劇本中，但是他們非常擔心製作單位（尤其是電視台戲劇節目主管或是製作人），會因為刻板印象中擔憂疫病所帶來的負面形象（例如得了傳染病的人一定變醜，所有男女主角不可以得傳染病），引起觀眾不必要的負面情緒，影響收視率，因而刪除了疫病劇情。事實上，這些單位主管的擔憂疫病病情會影響收視率實情有可原，任何描述有關傳染病畫面，皆有可能引起擔憂、焦慮的情緒，然而根據國外影集（如“CSI”“Dr. House”）在台灣播出的經驗看來，如果能有技巧以具有戲劇性的表達呈現疫病資訊（如何「趨吉」以及如何「避凶」），但又不引起無法承受的恐懼感，其實並不會造成閱聽眾的恐慌。依照這些常常描述疫病的作品收視率來看，似乎反而因為疫病所帶來的新鮮感（相對於其他常見的失憶、罹患癌症等常見疾病），容易引起閱聽眾較強烈的情緒反應，啟動自我保護的機制，因此形成改變行為避免罹病的動機，達到「戲以載道」公衛宣導的目的。

3、對媒合平台服務內容的疑問

絕大多數編劇們所提出的疑問，多半還是圍繞在要如何「使用」媒合平台的服務上，例如要如何聯絡平台工作人員？平台提供服務的範圍等？歸納眾多的提問，大致可分為以下三類：

(1) 媒合的對象與管道：

- 我需要投遞什麼媒合申請資料嗎？
- 那您們是怎麼審核編劇的身分呢？
- 那是有跟您們面對面訪談的編劇才能使用此平台嗎？
- 那是一定要面對面的諮詢防疫醫師嗎？
- 有人使用過這個媒合平台了嗎？
- 那我該如何運用這個平台呢？
- 平台有網站或是粉絲團嗎？
- 要如何搜尋到這平台的網站？
- 那我可以有什麼方式和防疫醫師溝通呢？
- 平台有哪些管道可提供疾病資料給我呢？
- 是否有線上醫學資料庫，提供編劇有需求時馬上搜尋呢？
- 有無提供可運用到戲劇裡的小故事或素材呢？

(2)、媒合的疾病種類與專業協助

- 有哪些疫病可以媒合？
- 疾管署除了疫病跟流行病的資訊外，疾管署還提供些什麼訊息呢？
- 目前這個平台是主要是著重於傳染病而已嗎？

- 疾病管制署可以給我們不同時空的疫病資料嗎？
- 那疾病管制署可能會有中醫方面的資訊嗎？如果是古裝戲那也能媒合嗎？
- 我想要多了解環境賀爾蒙的相關議題，平台能提供什麼協助呢？
- 平台有辦法提供有關食品安全的訊息嗎？
- 是否有緩慢流行中，但大眾未警覺的傳染病呢？
- 若撰寫傳染病，會有因有引起大眾恐慌之虞而觸法嗎？
- 故事工作坊是否會有由畫面解釋劇情的賞析呢？
- 如果我們諮詢完之後，寫完劇本後，能請防疫醫師再看一遍檢查一下嗎？
- 如果我們(編劇)沒有諮詢而後寫錯有關疫病的訊息，這個平台會糾正我們嗎？

(3) 相關協助和獎勵

- 如果我這部戲合作的對象不只是台灣，播映可能是先在中國播，而後有可能透過網路或是電視台購入播放，那這樣我還可以使用這個服務嗎？
- 疾管署可以提供資訊協助外，或在拍攝現場上也能有一些協助？
- 如果明年您們沒有接到案子，那疾病管制署會繼續接手嗎？
- 是否可以申請編劇類的防疫獎章呢？

媒合平台經常都會收到不同的案例，因著社群網路發達，有多位編劇問到平台網站、粉絲團的相關問題，也有詢問是否有提供故事素材，我們

的答覆是目前平台粉絲頁只要上網搜尋「娛樂與健康宣導媒合平台」即可找到，粉絲頁會定期新增疫病小故事和許多疫病有關資訊讓編劇們以活潑生動方式認識疾病，醫師們也會在疫病故事工作坊中分享實際案例，若有任何撰寫需求，也會協助媒合專家及醫師，藉由一對一諮詢幫助撰寫有關劇情。

此外，和往年相同編劇們一樣會詢問是否有媒合傳染病以外資訊，像是有些編劇想知道食品安全、環境賀爾蒙、精神醫學、婦女疾病等等，我們的答覆是平台目前是疾管署委託的研究案，而疾管署內的防疫醫師主要是協助媒合傳染病資訊，不過平台現有接觸一些非營利組織，若編劇有需求，將盡力平台最大努力協助其他方面媒合。

如 102 年度約訪的編劇們提到，若合作團隊是跨國型團隊，不知疾管署是否仍願意提供疾病資訊？我們向他說明，相信只要對台灣民眾的健康有幫助，疾管署都會樂意支持協助。也有某位編劇提到如果他寫的劇本背景放在約 100 年前，不知道疾管署有無中醫防疫方面的資料可以提供？我們的答覆是，中醫歷史淵遠流長，一定有針對某些長期存在的時疫有所記錄，如果編劇有需求，疾管署應該也可以找到相關專家，提供正確資訊。

為了能快速解答編劇們的疑問以及增加使用平台的意願，本計畫陸續彙整編劇們所提到問題及對應之答案，並將這些資訊張貼於官網的「問與答」項目內，提供編劇們自行上網檢索參考。相關建議事項，則提給相關

單位研議參考。

(三)、編劇對媒合平台之意見彙整

多次會議下來，與編劇們頻繁的交流中，我們發現多數編劇、導演及製作人對平台多抱持「高度贊成」的態度，給予平台正面鼓勵及支持。在認識媒合平台之前，每當撰寫到疫病相關題材時，許多編劇會在網路上尋找疾病相關資料，或是向認識的醫生們打聽。得知媒合平台的服務後，多數編劇都表示，以往他們經常得耗費許多時間和精神過濾眾多資訊，且無法判斷網上的疾病相關資訊是否正確？以及苦於找不到相關疾病訊息等問題，媒合平台的協助，可大幅降低疾病相關資訊謬誤、以訛傳訛等問題，故絕大多數的編劇、製作人對於媒合平台的潛在效益之評估以正面居多。

然而，因為本平台是以美國的經驗為範本，編劇們在今年已知道有媒合平台存在，也對平台採樂觀其成的態度，不過編劇們都很好奇，尤其經常問到，「是所有的疾病都可以諮詢嗎？是什麼樣的傳染病都能諮詢的到嗎？」類似的問題居多。

整體來說，多數劇作家對媒合平台抱持著「高度贊成」的態度，樂意給予本平台正面的鼓勵與支持。並且認為藉由本平台所提供的媒合服務，可以有效並降低劇作家們在有限的時間內，不用耗費在過濾資訊正確性，以及解決苦無找不到相關疾病訊息的等問題，對於平台的可能效益之評估

以正面居多。

然而，因為本平台是以美國的經驗為範本，直到 102 年 11 月，本計畫才出現第一例媒合成果。因此幾乎 102 年度 11 月前所有參與過編劇會議的編劇們，都沒有機會「看得」的媒合實例。雖然計畫團隊努力採用美國戲劇節目作為範例，但是畢竟不是本地作品，引起仿效的動力可能因此稍嫌不足。因此編劇們雖對平台採用樂觀其成的態度，但也提出不少疑問，包含「如何使用此平台、平台何時正式上線？」等問題之外，尤其以「是所有的疾病都可以諮詢嗎？哪些類型的傳染病能夠安排諮詢服務？」類似的問題居多。我們除了回覆有關使用媒合服務的問題外，關於疾病的種類，我們的回應是：「目前就只能諮詢具有傳染病。未來希望能與其他官方/民間機關合作，如國民健康局，癌症希望基金會、罕病基金會加入，屆時即可提供疫病以外的資訊。」回覆。

為了增加編劇們願意「學習」使用媒合平台的動機，未來如有媒合成功的案例，我們會將邀請這些參與過媒合服務的「使用者」親自現身說法，分享描述他們的使用平台的經驗，甚至分享他們如何將疾病寫入劇本的技巧，以提高其他編劇參與的意願。此外也有許多編劇提到，雖然他們都非常樂意使用諮詢服務，將正確的疫病諮詢寫入劇本中，但是他們非常擔心製作單位（尤其是電視台戲劇節目主管或是製作人），會因為刻板印象中擔憂疫病所帶來的負面形象（例如得了傳染病的人一定變醜，所有男女主角

不可以得傳染病)，引起觀眾不必要的負面情緒，影響收視率，因而刪除了疫病劇情。事實上，這些單位主管的擔憂疫病病情會影響收視率實情有可原，任何描述有關傳染病畫面，皆有可能引起擔憂、焦慮的情緒。然而如果我們對照國外影集（如“CSI”“Dr. House”）在台灣播出的經驗看來，這些不時出現疫病的電視戲劇節目，反倒是因為這些不常見而通常引起驚悚反應的疾病，成為該劇的亮點。事實上，公共衛生理論如果能以技巧以具有戲劇性的表達呈現疫病資訊（如何「趨吉」加上如何「避凶」），但又不引起無法承受的恐懼感，其實並不會造成閱聽眾的恐慌。事實上，依照這些常常描述疫病的電視戲劇作品的收視率來看，似乎反而因為疫病所帶來的新鮮感（相對於其他常見的失憶、罹患癌症等常見疾病），更容易引起閱聽眾較強烈的情緒反應，啟動自我保護的機制，因此形成改變行為避免罹病的動機，達到「戲以載道」公衛宣導的目的。

編劇們除了分享他們對於媒合平台的感想外，也提出了幾個方式提供我們未來優化媒合平台宣導以及服務內容的方向：

1、和大型業界組織合作宣導媒合平台，此外，也可赴國內大學戲劇院所及電視台所開設的撰寫劇本課程，向選修課程的學生，宣導媒合平台的功能。

2、建議媒合平台在網頁建置「資料庫」，讓編劇們未來在撰寫疫病情節上網搜索資料，此外粉絲頁也可建置一個「勘誤」區，讓專家針對已經

播放戲劇節目內的疾病資訊，提出專業的看法及建議。讓編劇們未來在撰寫類似情節時做參考，有利降低編劇不小心傳達錯誤資訊的可能。

3、提供獎項或配套方式等誘因，鼓勵讓編劇和製作單位使用媒合平台。國外許多很好看的連續劇就是因為它背後有大量的資訊幫助，希望台灣日後的連續劇也能從這開始。例如 A 套餐：簡單的用電子信箱聯絡諮詢、B 套餐：面對面的和防疫醫師諮詢、C 套餐：除面對面跟醫師諮詢外再加訪問病友、D 套餐：除一切諮詢外再加上防疫醫師到場協拍或是道具、場地的租借……等等。就我所知現在很缺劇本，讓編劇們得知有此平台，也可以幫助他們開發更多新的故事題材。

4、或許可以建議疾管署成立一個協拍中心，writer 編劇 103175 建議：「協拍中心可直接隸屬於高層之下，這樣就不用走許多煩雜的行政流程，可以看看有協助拍片機關的章程參考一下。我也很贊成館長剛剛提到的誘因，可以想一下該如何提供，或許可以增加使用平台的編劇人數，現在真的很缺故事，關於新故事發想這一塊，疫病無疑是一片藍海。」

5、建加入非疫病媒合服務，有利於增加媒合平台使用機會。並且由媒合平台主動提供疫病故事做為編劇「鋪梗」的參考。

三、建置媒合平台網頁及臉書粉絲團

為了讓從事戲劇產製工作者在有需要的時候，能夠隨時隨地上網查

詢，經由媒合平台取得正確的相關疫病資訊，本計畫特別製作「**娛樂與健康宣導媒合平台**」，提供有興趣的人士瀏覽搜尋聯繫媒合平台之用，本平台內容至少每週更新一次。

後因多位資深編劇建議，網頁立意雖美，但以編劇工作習性而言，多半會先鎖定主題才會上網頁搜尋資料，一般網頁較難有立即、雙向之互動機會，若能成立臉書粉絲團，讓有興趣參與了解媒合平台動態之編劇能夠及時收到有關疫病或是相關訊息的最新資料，同時能夠與平台管理人員及時分享互動，將有助於維繫平台與編劇間的關係。因此自 102 年度起，我們以臉書粉絲團做為主要維繫編劇關係之主要管道，網頁為輔。嘗試找一種最有效率維持雙方關係的方式。下文並將簡單介紹網頁及臉書粉絲團的內容、瀏覽及互動狀況。

(一)、建置媒合平台網頁

1、成立宗旨

為提供演藝事業從業人員正確與及時的健康資訊，以納入故事情節編排之中，因為媒體對於個人知識與行為能夠產生深遠之影響。本計畫將提供包括**健康資訊概述、專家報告與諮詢、個案範例、討論當前之健康議題**，並且專為編劇與製作人設計之健康情報，可由網站下載。目前囊括之健康議題為肺結核與愛滋為主，總計自 101 年上線以來，已邁入第三年，總計

已有 1219 人次造訪網站，並瀏覽計有 6946 網頁數，總點擊數有 25,770 次
(註: 點擊數指參觀者點擊任一網頁之加總次數)。

2、目的及功能

媒合平台網站的主要目的及功能為：針對電視、電影等演藝產業之需求，提供各項免費服務與資訊。核心目標則期待能提供正確的資訊、可靠的專家意見，並融入實際案例。未來將預期與傳播研究者及電視台高層、電影製作人等合作，研究媒體中納入健康議題的內容與影響。

目前本媒合平台網址為：www.matchproject.shu.edu.tw，網頁首頁及內容頁見下圖（圖四、圖五）。

圖四 「娛樂與健康宣導媒合平台」入口首頁



娛樂與健康
ENTERTAINMENT & HEALTH
宣導媒合平台




世新大學新聞傳播學院
Shih Hsin University

腸病毒不是幼童的專利

—— 沒有好習慣，人人都有難 避免互感染，你要這樣做 ——

1 肥皂勤洗手，
擦乾後再走

2 正常作息，
增強個人免疫力。

3 生病在家休息，
不成為傳染源

4 新生兒可多餵食
母乳，以提高抵
抗力。

5 注意居家環境的
衛生清潔及通風。

6 兒童玩具 (尤其是
帶毛玩具) 經常清洗

TAMKANG UNIVERSITY

你知道咳嗽者 的安全距離是多少？

每咳嗽一次，可噴出 2 萬個病毒，
影響範圍長達約 **1公尺**

危險範圍

安全範圍

流感病毒傳播快速，有咳嗽症狀，請戴上口罩

每週健康星 | TAMKANG UNIVERSITY

關於本平台 | 給編劇 | 疫病新聞分享區 | 傳染病介紹 | 聯絡我們 | 平台首頁 |

首頁 > 關於本平台 > 專案說明

專案說明

本專案的目的致力於打造一個“媒合平台”，提供劇本創作者在撰寫劇本時，需要將某種疾病（傳染病）寫入劇情時，能利用這個非營利平台，快速媒合您與醫界專家們聯繫，並討論對您撰寫劇本所需的醫學相關資訊。服務是完全免費的。

媒合平台主要功能：

1. 提供防疫醫師諮詢：只要編劇在寫劇本時，因為劇情需要，想詢問任何有關疫病的資訊，疾管局就會提供相關的防疫醫師讓編劇諮詢。
2. 不強迫編劇置入：諮詢過後，編劇可以自由的運用所諮詢的訊息，並不強迫一定要寫入劇本。
3. 全部服務免費：所有諮詢服務都是免費的。

關於本平台

·Facebook

給編劇

·服務內容 ·常見問題
·最新消息 ·獎勵辦法
·疫病故事分享

相關聯接

·CDC
·Hollywood Health & Society

衛生福利部 疾病管制署 Copyright: All right reserved. 2012

圖五 「娛樂與健康宣導媒合平台」內容頁



3、執行單位與人力配置

網站健康知識團隊將由醫學、傳播、戲劇專家學者等研究人員合作，成員大都來自於政府衛生單位、民間非營利健康組織、附設醫學中心之大學等，而網站管理則由平台助理和一名世新學生負責。

4、網站內容

媒合平台網站提供豐富且多元的內容，其中包括與健康議題有關之資訊與案例、各種健康知識、當前健康議題之最新發展、相關的網路影集及網站等。網站的內容與資源亦免費提供給新媒體內容之製作者使用，如電視影集的網站、遊戲或社群媒體平台的經營者等。為迎合戲劇界人士之使用習慣，媒合平台網頁特別設計了方便好用的欄目，讓編劇、導演和製作團隊能樂於隨時前來參考諮詢，主要欄目如下：

「**給編劇**」是本網站主要負責提供編劇們所需之健康資訊的入口，除了提供簡單的健康知識、分享案例，視個案需要，平台也會引介醫學方面專家或病人與有需要的編劇們分享故事。

「**網站健康知識**」團隊由醫學、傳播、戲劇專家學者等研究人員合作，成員大都來自於政府衛生單位、民間非營利健康組織、附設醫學中心之大學等，而網站管理則由平台助理和一名世新學生負責。

「**最新消息**」提供多項與健康議題有關之資訊與案例。

「**健康知識更新**」會不定期提供當前健康議題之最新發展。

「**跨媒體推廣**」可免費提供本站之疫病資訊給網路影集、遊戲、網站等新媒體內容之製作者使用，如電視影集的網站、遊戲或社群媒體平台等。

期待藉由此一媒合平台的建置，在戲劇和醫學專家兩方架起溝通交流的橋樑，希望在建立良好互信基礎上，未來也能主動設定議題，陸續協助

編劇將各項疾病包括肝炎、乳癌、肺結核、SARS、器官移植等重大社會關心的疾病和疫病資訊融入劇情。

5、對編劇的幫助

網站會主動提供編劇所需之各類健康資訊，比方簡單的健康知識、案例分享等，並引介醫界專家和病患分享自身經歷和小故事。未來我們也計畫進一步協助編劇將各項疾病包括肝炎、乳癌、肺結核、SARS、器官移植等融入劇情。

為了讓平台與眾多線上編劇能更便利地聯繫，平台於民國 103 年申請一個專屬平台的 Gmail，電子信箱帳號為 eematchproject@gmail.com，至今透過官網和電子信箱已陸續收到不少編劇來信詢問，相關詢問事項請另行參見本計畫第三年報告，此處暫不贅述。

(二)、經營媒合平台臉書粉絲團

如前所述，在媒合平台網頁運作上線的基礎，以及資深編劇們的建議下，為了讓從事戲劇產製工作者能夠更隨時隨地在有需要諮詢與疫病相關資訊的時候，就能夠有機會即時與媒合平台增加互動，本計畫特別運用時下廣受使用的臉書網路社群，成立媒合平台的粉絲團，提供有興趣的人士瀏覽搜尋聯繫媒合平台之用。

1、成立宗旨

由於本計畫的粉絲團為非營利性質，作為一個維繫編劇與平台間「紐帶」的非正式組織，主旨乃在提供、提高戲劇產製工作者亦或製作人、導演們獲得疾病資訊以及尋求媒合服務的平台，經營方面著重定期更新資訊，提供媒合服務聯絡方式，而成員們與管理者們互動方式多以回覆貼文訊息、按讚、分享三者居多。本平台臉書粉絲團之入口頁面如下圖（見圖六），網址為：<https://www.facebook.com/matchproject?ref=hl>

圖六 「娛樂與健康宣導媒合平台粉絲團」入口頁面



2、目標及功能

「娛樂與健康宣導媒合平台粉絲團」之目標在於提供疫病相關有趣的資訊，讓從事戲劇產製工作者能夠輕鬆的接觸。透過粉絲團也可為戲劇產製工作者進行媒合服務。每週由專人負責上線更新動態，保持互動，提供之資源包括疫病資訊、疫病電影介紹、疫病新聞、討論當前之健康議題等。

3、粉絲團成效

本粉絲團於 102 年 11 月 13 日成立，102 年 3 月底開始正式上線經營，截止目前為止，粉絲專頁的按讚人數超過了 615 人。粉絲團成員幾乎全為與戲劇產製工作有相關的背景，並藉已加入成員們推薦給更多有興趣之人士加入與關注。目前粉絲團皆會每週定期更新動態，與編劇們保持互動，貼文主題在歷年報告中有詳盡的紀錄可供研究者自行參考，此處大致整理出幾項貼文主軸：(1) 娛樂與健康宣導媒合平台資訊、(2) 新聞資訊分享、(3) 傳染病資訊分享、(4) 疫病娛樂資訊分享、(5) 劇本建議操作傳染病、(6) 公共衛生資訊分享、(7) 疫病小故事分享。

平台很慶幸有更多人認識，並且透過平台了解醫療疫病知識，不過其實本計畫成立經營媒合平台的粉絲團的主要目的並非在於吸引多人造訪，多人按「讚」，而是作為一個維繫編劇與平台間「紐帶」的一個非正式組織。如前文所述，在執行計畫過程中，我們發現台灣的編劇們並沒有一個明確

的團體歸屬感，而許多編劇看來也不喜歡有明確的團體去規範、干擾他們的生活。編劇與編劇之間，多半維持一個若即若離的關係。因此一個像臉書粉絲團這樣非主動聯繫的人際網路機制，也許恰好可以滿足編劇們對於媒合平台的期待。在按讚數倍增後，我們維持一貫作風，非常低調的經營粉絲團，只邀請特定編劇（如一直都在從事創作工作）自發性加入。在粉絲團人數上我們重質不重量，希望低調的經營此平台，讓編劇們可以有個私密小園地和我們互動。透過媒合平台粉絲團貼文，歷年已逐漸凝聚起編劇群的向心力。

如前文所述，在執行計畫過程中，發現台灣編劇們並沒有明確團體歸屬感之現象，編劇們對於「團體歸屬感」認同與否也採取保留態度；編劇們間的連繫，多半維持一個若即若離的關係。因此屬於「非面對面式的社群網站」，或許恰好存在能夠滿足編劇們對於媒合平台心態的期待：既可接受訊息，亦無需強迫回應。分享的內容除了故事之外，還有相關的傳染病介紹、新聞、電影電視、公共衛生的資訊。

值得注意的是，103年3月7日疾管署長官受訪談及平台後，粉絲團造訪人數、按讚人數倍增，受訪前約有229個按讚數，報導逐漸露出後，於3月8日增為365個按讚數，3月9日再增為489個按讚數、3月10日破500。

整體而言，經營粉絲團一年多之後，這個社交平台雖然低調但算是婆

有成效。曝光度雖然因 Facebook 的限制而無法出現在所有按讚者的主頁上，但原本預期是希望能夠讓編劇知道有個平台提供他們，甚至在分享貼文時激發他們的寫作靈感，所以這部分還算是有達至的。往後若是有類似的計劃，希望能夠繼續使用社交媒體這個管道宣傳，甚至將它經營得更完善，以提高編劇使用平台之意願以及主動瀏覽平台為首要目標。

四、歷年媒合會議及成效

本計畫三年間共計正式召開過 10 次會議，詳細的會議紀錄和討論可另行參閱 101-103 年間之年度報告。媒合編劇的方式各有不同，有些採用面對面諮詢的方式，總計目前本計畫已成功媒合 13 位編劇，提供專業的疾病諮詢給 11 齣戲劇作品，為了不讓接受媒合諮詢的編劇產生不必要的困擾，在此我們暫不露出代表參與媒合服務的劇本創作者全名，截至 103 年 11 月份，案例之工作進度、播出頻道、媒合紀錄和對象可參見下表（表五）：

表五 歷年成功媒合之案例簡表

媒合日期	編劇/導演/ 製作人	預計播出之電視頻道(平台) 目前進度
101.10.22	呂 OO	出境事務所/客家電視台 修改劇本中
102.01.25	林 OO	籌拍電影中
102.03.13 103.03.28 103.07.17	黃 OO	小鎮醫生/客家電視台 電視拍攝中

102.04.09-20	張 OO	暫時擱置中
102.06.27	連 OO	電影籌備中
103.01.15	陳 OO	拍攝中
103.05.15	詹 OO	愛滋味 已於 104 年 2 月在水源劇場演出
103.05.26-06.04	劉 OO	畢業製作 已播
103.07.01	安 OO	長不大的爸爸/衛視中文台 拍攝中
103.07.01-08.15	陳 OO 謝 OO 王 OO	春梅/台視 拍攝中
103.10	陳 OO	劇本發想中

整體而言，媒合會議代表著不僅僅是一個單純供需資訊的場域，其實也是一個企業社會責任教育的過程。從歷年會議中，可以觀察到編劇們對疾病、疫病乃至醫療行為相當感興趣，比方醫護人員對愛滋的處理、照護者的身心調適或一般驗血、驗 DNA 的程序等，都在詢問的行列。透過媒合會議的問與答，我們觀察到幾個現象：

（一）媒合平台扮演雙向溝通的橋樑 改變既有刻板印象

媒合平台的主要任務，就是為戲劇和醫療防疫兩方的專家們架起交流橋樑，尤其若能事先聯繫，一方面可讓編劇對於疾管署防疫醫師/專家所能提供的資訊有合理的期待，另一方面，疾管署事先經由媒合平台取得溝通重點，可以更清楚掌握編劇的需求，進而特別安排具有所需之專業背景及經驗的專家回答編劇的問題。就算是有時候編劇的問題看似十分基本，疾

管署的代表們也都非常誠懇回應。這種互相信賴，誠心交流過程，讓編劇們點滴在心頭，改變刻板印象中民眾對於官方代表態度冷漠的誤解。

(二) 透過編劇意見領袖 傳遞正面影響力

不可諱言，這些嘗試媒合這種全新模式的編劇們，多半在編劇圈扮演著「意見領袖」、「領頭羊」的角色。因此如果能夠讓這批在「創新傳播」理論中所定義的 Early Adopters 在諮詢過程中有正面的經驗，對於建立主管公共衛生業務的政府單位與民間團體人士之間的溝通管道，可能有著重要的影響力(Rogers, 2014)。其他編劇可能依循這些「前輩」的經驗，決定未來是否使用媒合平台的服務。

(三) 提高戲劇的醫藥及防疫專業知識 觸發編劇的公民責任

在媒合會議後續與編劇的連絡過程中發現，接受過媒合諮詢會議的編劇們，多半對於「戲以載道」的公民責任更加強烈。甚至提到如果未來拍攝期間遭遇製作單位或是導演要求刪除特意寫入的疫病情節，他們也願意主動向製作單位說明加入宣導資訊的重要性。甚至建議導演、製作單位也能參與媒合會議。可見有效的溝通足以強化編劇們的對宣導正確疫病觀念的信念，有了強烈的信念與正向的態度（在劇本裡帶入正確醫療知識），未來繼續關注衛生宣導的行為改變，應是指日可待。

以上現象都說明媒合平台的成立和努力，對編劇、醫界人士以及政府

部門代表來說，都是三贏的局面，而最後受益最大的，則是透過戲劇此一休閒娛樂的重要媒體，在潛移默化中獲得正確疫病觀念的社會大眾。

五、「疫病故事工作坊」執行成效

本計劃共計舉辦七場疫病故事工作坊，分別於 102 年舉辦「都會中常見疫病」，103 年度舉辦「穿越劇疫病故事分享」、「愛滋疫病故事分享」、「《全境擴散》疫病電影賞析」、「流感疫病故事分享」、「《鐵線蟲》疫病電影賞析」和「動物接觸傳染病疫病故事分享」等場次。

與會除了醫師專家等，還包括電視劇編劇、電影編劇、電影導演、電視／電影製作人、選修編劇課程的學生參與此活動。在第一場以「都會中常見疫病」為題的分享交流會中，蘇醫師以生動幽默的方式，說明了數個特別是在都會中容易傳染的疾病例如肺結核、SARS、流感等疾病，其相關新聞稿可參考附錄二。

蘇醫師並且分享十年前親身抗煞第一線的工作的心路歷程，讓與會的編劇們感受到人性中共同的感受與情緒。部分與會的編劇表示，編劇們最需要聽真實人生中發生的故事，尤其是能夠有機會親自面對面的聆聽他人的生命經驗，有機會能夠發問，這樣的安排對寫劇本的幫助最大。而網路上的資訊多半只能說明疾病的成因以及治療方式，卻聽不到病人、醫師、照顧者（家人、朋友）三方如何詮釋疾病。編劇們紛紛表示有機會希望媒

合平台能夠多舉辦類似聽／說故事工作坊。

第二場次在 103 年於世新大學舉辦之「穿越劇疫病故事分享」，共有 22 名劇作家與會，活動後平台藉由面訪、電話或 e-mail 等方式，訪問參與編劇對於往後故事工作坊主題規劃，編劇們表示想要多加了解愛滋病、流感、狂犬病等疾病，或是可以加入疫病電影賞析，從實例中剖析撰寫疫病戲劇之要領。因此，在接下來的規劃中，便將編劇們需求納入。

第三場次於 3 月 27 日在疾管署舉辦「愛滋疫病故事分享」，計有 9 位編劇及導演與會；第四場次於 5 月 7 日下午四時三十分於疾管署之「《全境擴散》疫病電影賞析」，有 5 名編劇與會；第五場次於 6 月 4 日舉辦「流感疫病故事分享」，計有 7 名編劇及導演與會；第六場次於 7 月 16 日舉行，主題為「《鐵線蟲入侵》疫病電影賞析」，有 8 位編劇及導演與會；第七場次於 10 月 15 日辦理「人畜共通疫病故事分享」，共 9 位編劇及導演與會。7 場疫病故事工作坊，一共吸引計 82 人次國內資深或新銳劇作家與會，疫病故事工作坊會議記錄可參考歷年報告，相關實況見下圖（圖七）。

圖七 疫病故事工作坊「愛滋疫病故事分享」實況





在每次疫病故事工作坊後，我們都會訪問編劇參加感想，大部分編劇對每一場次的安排覺得恰當，並對防疫醫師們以深入淺出、生動活潑方式表示肯定，而其描述疾病、病徵和治療方式，對編寫劇本幫助極大，部分編劇表示會想要多聽到醫師說第一手防疫故事，但有時礙於時間或主題關係，醫師無法分享更多訊息。我們也回覆編劇們，當有想要進一步了解的題材時，可以再進一步洽詢平台提供媒合服務。其實編劇前來參加疫病故事工作坊，除了了解該場次主題外，有時編劇也會趁此機會向醫師討教其他醫療有關問題，編劇們表示獲益良多。

其中在訪問編劇過程中，有位編劇已編寫一部大製作醫務劇兩年多，該劇也有配合的醫院，讓編劇可前往諮詢，相對來說，該編劇在媒合經驗上非常豐富，她參加工作坊後，建議往後醫師介紹疾病前，假設編劇是病

人，先跟大家簡單介紹上述名詞，平台也可找資深醫務劇編劇跟大家分享，想要向醫師諮詢時，該如何「問」問題才可得到想要的答案等等。倘若編劇有些許基礎訓練，也能節省雙方時間。因此平台現也極力洽邀該資深編劇或其他有相關背景之編劇，來故事工作坊分享心路歷程，給有志撰寫醫務劇的編劇們一些建議。

六、學者專家意見交流會議側記

在經過多次專家會議的良好基礎上，為促進產官學三方的深度交流，媒合平台特於 103 年 5 月 9 日在世新大學舉辦「《風水世家》疾病議題分析及公共衛生宣導論文發表暨研討會」，邀請產官學三方的專家出席，一同與會探討公衛宣導議題。此次研討會由媒合平台與世新大學傳播博士生論文發表一同舉辦，會中發表主題為：「戲與道--台灣本土連續劇《風水世家》中的疾病議題分析以及在公共衛生宣導面向上之影響」，三位世新大學傳播博士生李貞怡、林嘉慧及林慧羚表示：「選擇《風水世家》為分析主題主因該具有極高收視率、播出時間長等特點」。

《風水世家》一般定義為鄉土劇，因鄉土劇傳遞訊息和生活貼近，有其刻板、標準化固定情節，有些文獻對鄉土劇有比較負面評價，有些文獻指出高收視率的鄉土劇是宣導訊息的最佳平台，而風水世家中描述許多與一併相關之情節。論文採用內容分析，對戲劇中提到之疾病、罹病角色、

治療過程等劇情描述進行分析，經立意抽樣後發現，《風水世家》劇中以「罕見疾病」、「不孕症」、「癌症」、「眼疾失明」以及「腎病」、「肝病」、「心臟病」、「身心症」以及「感冒」等九大類與「疾病」相關之主題最常出現。

研究中還發現，《風水世家》敘事特色包括了運用疾病創造劇情的發展、年輕女性罹患不孕症比例偏高、慢性病情節偏向中高年齡層角色、身心症的比率偏高、流行性感冒發生在流行高峰期、黃斑性病變的病徵引發質疑、罹病性別比例女性多於男性。

劇中角色與疾病之間的關係為：從罹病率、好發族群與臨床症狀大抵與劇中人符合、罹病角色酷似身邊民眾，相當親民，認同容易、宣告疾病者多為醫生、角色人物為扁平人物居多，少部分為圓形人物。該劇因貼近民眾生活，刻劃台灣家庭之大小事，除引起高收視率外，藉由故事劇情安排疾病有關之劇情，可成功喚起健康議題。

對此項研究，學界教授們給予肯定，比方 OOO 老師就表示：「很開心可以看到同學切入健康傳播主題，分享戲劇呈現之疾病內容並進行分析，此主題若能好好研究，將對台灣健康傳播是一大貢獻。」

對於戲劇中的疾病情節，疾管署科長除了針對一般民眾容易誤解的情節提出說明外，也提醒道：「就像安琪老師有提到，醫生如何向病人解釋病情是很重要的，醫生再跟病人提到致死率時是要很精確的提出數據，而不是很低、差不多等等的措辭。對於疾管署來說，看到播出後觀眾的反應，

對疾病接收程度將會幫助重大。」

業界與會編劇表示，在拍疫病有關劇情時，導演、編劇和醫生需要多方聯絡才能掌握正確訊息。對編劇來說撰寫疾病時，會重視病癥結果，編劇要撰寫疾病有關劇情，通常也是上網 Google 一下就寫進去了，尤其 ON 檔編劇來說時程緊迫，很難有時間一一查證後再寫入劇本裡，往往編劇統籌當天看到新聞或是收到訊息就放到當天的 outline 裡而寫入劇情。比方 writer 編劇 103157 提到：「今天我是以業界人士的角度來參加，其實十幾年前我有拍過《OOOOOO》，最近也有一部跟乳癌有關的影片在 O 視播出，對業界人士而言，在拍的過程中，為了一個乳癌傷口疤的鏡頭，導演、編劇和醫生需要多方聯絡才能掌握正確訊息。對編劇來說會撰寫疾病時，會重視病癥結果，比如因為失明，所以看不見對生活有何影響；因為失智認不得人，對家庭有何改變。……疾管署科長剛剛也有說到收視率跟疾病的關係，就像電視台追蹤高潮（例如男女主角接吻）的收視率一樣，如果可以追蹤某疾病從發病到治癒過程，了解到觀眾喜歡看什麼病、什麼劇情，對編劇來絕對有實質的幫助。」

對此專家學者建議媒合平台在尋訪劇作家時，或許可以告知編劇若有任何情境需要，都可隨時可以諮詢，並以鼓勵為原則讓編劇主動聯繫。也可提供一群專家電話，讓劇作家們可隨時談話。

代表政府機關的疾管署科長則表示，戲劇當中尤其是鄉土劇要呈現疾

病內容，讓大眾了解真是非常困難之事，現在政府有規定，主管機關不能在任何節目或戲劇內置入。建議往後編劇在搜尋時最好是找尋官方網站才有更正確資訊，或是有些醫師有部落格，上面的資訊比較正確。也可透過疾管署委託劉老師經營的媒合平台，讓大家快速得到正確資訊，因為時間趕所以當然更要有效搜尋正確資訊。

最後專家學者也提到，或許亦可研商有關單位規劃編列專家諮詢費的可能，或是讓有關單位直接出資協助節目製作人在籌資時就參與討論，若該節目內容正確地談論某種疾病，或許也可以補助之方式進行宣導推廣等。

總之，能在短暫的時間中讓產官學三方大家齊聚一堂討論交流，激盪出更多元的發想，實屬難得，更詳細的會議記錄可參閱 103 年年度報告，也期待未來還能有更多三方齊聚交流的機會。

七、「國際交流工作坊」活動回顧

本計畫為吸收他國在健康議題宣導以及利用 E-E 做為基礎的實務經驗，特別邀請美國愛荷華大學（University of Iowa）公共衛生研究所的副教授，同時也是美國國家衛生研究院顧問 Dr. Michelle L. Campo 來台針對我們平台的工作項目，予以指導以及建議。這次國際交流工作坊在 103 年 9 月 25、26 兩日假世新大學管理學院大樓舉辦。在這一天半的工作坊中，Dr. Campo 教授聽取我們介紹平台營運的概況以及平台目前執行成果；Dr.

Campo 並就美國最新疾病議題宣導方式，進行專題演講。接著由本計畫主持人劉文英助理教授向國內學界同儕說明媒合平台的概況以及執行成果。此外，透過同步翻譯的協助，實地參與我們為編劇、製作人所舉辦之「如何增進媒合平台功能」的觀點論壇活動。Dr. Campo 除了聽取國內編劇、導演和製作人對於媒合平台的建言，也與參加論壇的業界人士互動，分享她對於媒合平台計畫的想法。

根據美國的經驗，Dr.Campo 認為：第一、在台灣這個民主社會中，不太可能仿效未開發或是開發中國家的模式，由政府扮演主導的角色來介入戲劇內容的產製。因為民眾不會理會這類明顯的政府置入行動。就算政府的目的是友善的，一般來說比較成熟的民主社會裡，人民對於任何直接來政府所下的「指導棋」都有一定程度的抗拒及反感，因此如果希望民眾能夠接受一些來自於政府的建議，最好不要讓民眾產生被迫接受的感受而是以一種「順理成章」的引導民眾接受。第二、在一個媒體高度飽和的環境裡，戲劇內容的必須能夠吸引觀眾收看，不然就算是立意再良善的連續劇，也不會有人欣賞。戲劇節目若要好看，最重要的就是劇本要寫得好，讓編劇做為戲劇作品的主導者而非被動的內容生產者，將會使戲劇節目好看的機率提升。本媒合平台的操作模式十分符合讓戲好看的基本原則，讓編劇自覺有需要時，主動向平台尋求協助，自行決定取用資訊的範圍，以配合劇情發展需要為最高原則。第三、Dr. Campo 覺得建立編劇與媒合平台之

間的關係，需要花時間經營，培養。讓雙方建立一種互信互賴的關係不太可能一蹴可幾，特別需要業界的意見領袖願意首先發難出來使用媒合服務，建立範例讓其他編劇對平台產生信任感，產生使用平台服務的動機。

第四、Dr.Campo 認為任何計畫都應該要有一套評估機制，雖然我們的媒合平台成立不久，短期內不見得有可供學者研究分析的資料，但是平台應該開始規劃評估機制，保持動能伺機而動。

整體來說，透過此次國際交流工作坊的活動，讓媒合平台以及國內的從事戲劇製作的專業人士，有機會與國外從事宣導工作的學者們交換意見，讓我們知道「他山之石」的樣貌，截長補短，希望未來媒合平台的任務，可以更加貼近編劇的需求以及達到傳遞重要疫病資訊的目標。

圖八 國際交流工作坊實況



陸、結論與建議事項

回顧本計畫三年來的專案執行成果，我們發現，在大家的默默耕耘之下，透過資深編劇們在同儕之間口耳相傳的力量，以及實際使用後的成效，「娛樂與健康宣導媒合平台」提供的服務，已經開始逐漸被國內的戲劇業界所接受，並建立使用本媒合平台作為諮詢管道的概念。此外，借助國內主要媒體的報導，有關媒合平台的資訊，也慢慢向外擴散。三年來，「娛樂與健康宣導媒合平台」積累了很多寶貴工作經驗，並得到來自公部門、業界和學界三方的協助，簡要的工作心得如下：

一、結論

歷經三年的工作，媒合平台從文獻爬梳、資料分析、建構雛形、徵詢多方意見，到建置網路平台、經營粉絲團、召開各種媒合會議、專家交流會議和多次工作坊，並在產官學三方的協助下，終於逐漸成形。在工作人員的耕耘和各資深編劇們的陸續參與下，相關媒體也注意到電視劇中的疾病呈現和此一媒合平台的功能，相關媒體報導露出可參考附錄三。

在對媒合平台的預期效應中，可以看出媒合平台業已成功媒合多起戲劇節目，並協助多位編劇瞭解疫病，曾經媒合的疫病題材包括肺結核、SARS、HIV+愛滋、梅毒、腸病毒、流感併發症、多重抗藥性結核病、牛流行熱、破傷風、霍亂、傷寒等，其中尤其以肺結核、SARS、HIV+愛滋這三

種近年較常見的疫病最受編劇青睞。預估觸及人數 47 萬 4 千 5 百人，粗估健保於相關之傳染病患花費之個人年支出約為 382.6 萬，上述媒合平台的預期效應可參照附錄四，顯見媒合平台所達成的效益如同拋磚引玉，藉由為產官學三方架設橋樑的方式，盡可能達到最大的效益，造福一般社會民眾。至於其他觀察和對未來的期待，大致可歸納出下列各點和建議。

（一）、台灣編劇多數樂觀其成 但製作單位需要加強溝通

在多次的訪談經驗中，幾乎所有參與編劇專家會議的編劇都表達：很樂意在有需要時使用媒合平台做為重要的疫病資訊來源。編劇們也普遍認為適當的將重要疫病資訊帶入劇情中，達到「寓教於樂」的目的，也是編劇樂意承擔的社會責任之一。只是幾乎所有的編劇都會擔心，就算他們費神將疫病衛教資訊寫入劇情，也很可能會被導演或製作單位（尤其是電視台）主管打回票，因其很可能會擔心在戲劇節目裡提及傳染病，會驚嚇到一般觀眾或引起不必要的誤會，並因此拒絕收看甚或對傳染病的有一種血淋淋、染病的人會變醜的刻板印象。因此若能改變電視台高層或上層主管們對於時疫的刻板印象，就可增加時疫在戲劇節目裡曝光的可能。

（二）、持續增加媒合專業主題 強化平台宣導

經過媒合平台的探訪，與目前台灣編劇界的中堅份子取得聯繫，也建立初步的互信基礎。比方透過媒合平台釋出的善意和不厭其煩的有效說

明，許多編劇開始理解到傳染病並非都是表面上看起來那麼可怕的疾病，也不是都會致人於死。

不過，傳染病畢竟多半予人一種急症的刻板印象，如果被病媒傳染，很快就會發病，對於有些需要鋪陳、埋梗的劇情來說，傳染病並不容易寫入劇情中。雖然編劇們對於目前熱門的戲劇疾病主題：「三失」（失明、失智、失憶）、三跳（跳樓、跳海、跳車）也都感到很厭煩、無法給予觀眾新意，但是編劇們也表示他們實在不知道該如何取代這些在寫劇本時「好用」的疾病。

此外，幾位編劇也提到，他們發現台灣觀眾對於罕見疾病有很大的興趣，卻也最不容易被瞭解。由於罕病多半是慢性病，為了吸引觀眾，編劇們對於各類罕病相關知識的需求量也很大。因此，在傳染病之外，或許也可擴大疾病的衛教種類和範圍，主動增加媒合專業主題，強化平台宣導，以呼應一般民眾和編劇們的需求。

二、建議事項

（一）、南加大 HH&S 模式較適宜台灣戲劇環境

本計畫蒐集並分析美國境內數個能見度較高的娛樂性公衛宣導模式，結果顯示，南加大（University of Southern California）Anneberg School of Communication 下屬的 Hollywood, Health and Society 的媒合平台也許是目

前最適合台灣戲劇製作環境的做法。HH&S 計畫有幾個特色，其一，該媒合平台以提供電視戲劇節目編劇服務為主，因為電視編劇們通常沒有時間（或是資源）針對議題做長時間的搜尋，因此電視節目編劇最需要快速、立即準確的訊息可用。也因為在劇本殺青的壓力下，電視編劇（相較於電影、舞台劇本創作者）也許是最有興趣使用媒合平台服務的一群劇本創作者；其二，相較於其他大學（例如 UCLA）或是非營利組織（例如 Kaiser Foundation），他們的媒合計畫都是附屬於某個總計畫下的一個子計畫。因此當總計畫結束後，無論媒合的結果有多成功，就算編劇們回頭要再來找同樣的單位合作，但是計畫結束了，原來合作對象求助無門，使得合作能量無法延續。然而 HH&S 因為是常設於 Anneberg 傳播學院的機構，並非附屬於任何總計畫下的一個環節，HH&S 成立的目的是提供諮詢媒合服務，吸菸的主題功成身退後，該平台還是有人會接電話、還是會媒合下一個發燒議題；其三、HH&S 是傳播學院下屬的計畫，而戲劇效果的社會影響力研究本屬傳播學門研究的範疇，HH&S 不僅僅是提供編劇們一個諮詢的管道，從學術研究的觀點來說，媒合平台透過與傳播學者的研究、觀察以及調整，可以將戲劇的正面社會教化能量發揮出來，讓戲劇內容成為增進人類生活的工具。

(二)、保障戲劇工作者及受訪者權益

如同去年的訪談經驗，幾乎所有參與編劇專家會議的編劇多表達樂意有需要時使用媒合平台做為重要的疫病資訊來源，也覺得適當的將重要疫病資訊帶入劇情中，達到「育教於樂」的目的，也是編劇不可推諉的社會責任之一。然而幾乎所有的編劇都擔心就算他們花了力氣將疫病衛教資訊寫入劇情中，導演及製作單位（尤其是電視台）主管，往往都擔心在戲劇節目裡提到傳染病，會驚嚇到觀眾因而拒絕收看或是對於傳染病的有一種血淋淋、染病的人會變醜的刻板印象。因此如果能夠改變主管對於時疫的刻板印象，將會增加時疫在戲劇節目裡曝光的可能。

(三)、研議各項獎勵設施之可能

此外，對於媒體可以達到的社會宣導效果，所有的編劇都表示，如果能夠由政府機關出面定期敘獎，可以肯定編劇們把重要宣導內容寫入劇本的努力，許多劇作家會更有動機使用媒合平台，更樂意將訊息透過戲劇表達出來。然而編劇們擔心因為台灣在戲劇節目上的慣例以及法律規範，就算寫出對防疫有貢獻的作品並且播出後得到重大的迴響，但是製作單位可以決定是否願意讓某劇集參加公共衛生防疫宣導獎勵的評選活動。因此如何提供製作單位有誘因讓戲劇作品能夠參加評選活動很重要。

此外，這類鼓勵編劇的措施（例如防疫獎勵），應該廣為宣導，讓所有

的編劇們都知道，並且清楚說明參與評選資格（比方若台陸合資，在大陸和台灣都有播出的戲劇節目是否有資格參選？如果沒有接受媒合平台諮詢是否能夠參選？）。讓編劇們及製作單位甚至在籌劃發想階段，就為參賽預作準備。理論上如果是考慮參加評選比賽的作品，一定會更努力把疫病資訊帶入劇情中，有更多讓疫病宣導資訊曝光的機會。

柒、參考文獻：

- 田向陽 (2012)。〈健康教育理論探討〉，《中華預防醫學雜誌》。頁 10。
- Beck, V., Huang, G.C., Pollard, W.E., Johnson, T.J. (2003). Telenovela viewers and health information. Paper presented at the American Public Health Association 131st Annual Meeting and Exposition, San Francisco, CA.
- Buffington, S.C. (2012, June). The power of story: Global change through entertainment partnerships. Paper presented at the 2012 World Bank-Annenberg Summer Institute, Los Angeles, CA.
- Case Study of *ER* Viewers,” Survey Snapshot, June 2002.
- Centers for Disease Control and Prevention. (2005). National diabetes fact sheet: General information and national estimates on diabetes in the United States. Atlanta, GA: U.S. Department of Health and Human Services, Centers for Disease Control and Prevention. “From the Desk of Norman Lear: The Fonz, Drunk Drivers, and Trash,” <http://www.ema-online.org/what_we_do_briefings.htm> (13 November 2003).
- Fisher, W. R. (1984). Narration as human communication paradigm: The case of public moral argument. *Communication Monographs*, 51, 1–22.
- Larkey, L. K. & Hecht, M.(2010).A model of effects of narrative as culture-centric health promotion,*Journal of Health Communication*, 15(2),114-35.
- Green, M. C., & Brock, T. C. (2002). "In the mind's eye: Transportation-imagery model of narrative persuasion". In M. C. Green, J. J. Strange, & T. C. Brock (eds.), *Narrative impact: Social and cognitive foundations*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Kennedy, M.G., O’Leary, A., Beck, V., Pollard, W. E. & Simpson, P. (2004). Increases in calls to the CDC National STD and AIDS hotline following AIDS-related episodes In a soap opera. *Journal of Communication*, 54, 287-301.
- Larkey, L.K. &Gonzalez, J.(2007). Storytelling for promoting colorectal cancer prevention and early detection among Latinos. *Patient Education and Counseling*,67(3),272-278.
- McGinley L. and Nelson E.(2003)., “Health Insurance Issues Get Scripted Into TV Shows,” March 4, 2003, as cited in David A. Ridenour, “Hollywood Goes Political Yet Again: ‘Issues Placement’ Strategy Promotes Government-Run Health Care,” *National PolicyAnalysis*, March 2003 <<http://www.nationalcenter.org/NPA456.html>> (13 November 2003). “Cover the UninsuredWeek 2003 Results,” <http://www.covertheuninsured.org/>

- [//covertheuninsuredweek.org/news/index.php?Next=199](http://covertheuninsuredweek.org/news/index.php?Next=199) (12 December 2003).
- Mollyann Brodie, Ursula Foehr, Vicky Rideout, Neal Baer, Carolyn Miller, Rebecca Flournoy and Drew Altman, "Communicating Health Information through the Entertainment Media," *Health Affairs* (Jan/Feb 2001): 192–199; Henry J. Kaiser Family Foundation, "Survey of *ER* Viewers: Summary of Results," <http://kff.org/womenshealth/1358-ers.cfm> (12 December 2003); "The Impact of TVs Health Content.
- Movius, L., Cody, M., Huang, G. & Berkowitz, M. (2007, June). Motivating television viewers to become organ donors. *Cases in Public Health Communication & Marketing, 1*. Available from: http://www.casesjournal.org/volume1/peer-reviewed/cases_1_08.cfm.
- Murphy, S., Hether, H., & Rideout, V. (2008). HOW HEALTHY IS PRIME TIME? An Analysis of Health Content in Popular Prime Time Television Programs. Retrieved November 6, 2014, from <https://d7u26mna0h44b.cloudfront.net/sites/default/files/attachments/page/primetime.pdf>
- Murphy, S., Frank, L., Moran, M., & Woodley, P. (2011). Involved, Transported or Emotional? Exploring the Determinants of Change in Knowledge, Attitudes and Behavior In Entertainment Education. *Journal of Communication, 61*, 407-431.
- Murphy, S.T., Hether, H.J., Felt, L.J., & Buffington, S.C. (2012). Public Diplomacy in Prime Time: Exploring the Potential of Entertainment Education in International Public Diplomacy. *American Journal of Media Psychology, 5*, 5-32.
- Rosenthal, E.L., Buffington, S.C., & Cole, G. (2013). Evaluation of a multiple episode television storyline on genetic risk factors for breast cancer. Manuscript in preparation.
- Rogers, E. (2014). Ch. 7 Innovativeness and Adopter Categories. In *Diffusion of Innovations* (5th ed., p. 283). S.l.: Simon & Schuster, U.S.
- Singhal, A. and Rogers, E. (1999). *Entertainment-Education: A Communication Strategy for Social Change*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Whittier, D.K., Kennedy, M.G., Seeley, S., St. Lawrence, J.S. & Beck, V. (2005). Embedding health messages into entertainment television: Effect on gay men's response to a syphilis outbreak. *Journal of Health Communication, 10*, 251-259.

附錄

附錄一 聯繫過之編劇／製作人名單

*因此表內容包含編劇之電話、地址等多項個資，僅附於書面報告中作審查之用，不另附於審查後上傳至國家研究資料系統（GRB）之報告。

附錄二 「疫病故事工作坊」新聞稿

亞洲首創娛樂、健康媒合平台 疾病故事工作坊教你不再老梗！



- 文／實習校園記者 洪夢萍
- 圖／實習校園記者 吳妹叡
- 編輯／公共事務處 林書毅

由口傳系助理教授劉文英一手打造，亞洲首創結合娛樂與健康的媒合平台，於本月十三日舉辦故事工作坊活動，邀集國內數十名業界導演、編劇們與疾管署專家、防疫醫師互動，透過分享實際案例，幫助創作者未來能用新梗寫出新題材。

由於過去許多電影、連續劇都不斷出現老梗劇情，包括三失（失憶、

失明、失智）、三癌（血癌、骨癌、腦癌）的框架，大大影響觀眾收看意願。劉文英表示，該平台希望成為公共衛生宣導的管道，透過導演、編劇們的新梗包裝，增加國人對於健康傳播有進一步了解與認識。

曾經處理 SARS 疾病的防疫醫師蘇迎士用說故事方式，分享常見的重大都會疾病，包括 SARS、狂犬病、禽流感、肺結核等。蘇迎士回想當年抗 SARS 時期，看著台北市空蕩街道、被封閉的醫院、被隔離的病房與病人，那深刻而真實的感受正是拍攝生命教育的最佳題材。

平時喜歡創作的口傳系學生王柏融認為，透過故事工作坊與專業人士進行諮商與溝通，不但有助於劇本創作與取材，也能培養媒體識讀、探索真相的能力與習慣。



圖為醫師蘇迎士分享防疫經驗及疾病的基本知識



圖為疾管署技正王貴鳳描述多重抗藥性結核病對感染者的影響



圖為工作坊團隊希望幫助有潛力的創作人才找到新的劇本素材。

附錄三 相關媒體報導露出

媒體露出 1：

報導媒體：	中視午間新聞
報導主題：	本土劇悲情炒收視 罹癌染愛滋亂演
報導時間：	103年3月9日(星期日)
報導連結：	https://www.youtube.com/watch?v=R1i1S6Yt1Nw
報導記者：	周亭羽、丁名杰
新聞截圖：	<p>The first screenshot shows a news anchor, Lin Huirong, reporting on a topic related to local dramas and health. The text on the screen includes: "本土劇悲情炒收視 罹癌染愛滋亂演" and "素人高手秀才藝 手影演出求婚記".</p> <p>The second screenshot shows a Facebook post from the same news outlet, discussing a mode of entertainment education. The text on the screen includes: "寓教於樂這種娛樂宣導的模式" and "台劇悲情炒收視 罹癌染愛滋亂演".</p>

新聞摘要：

在國內很多電視劇為了拚收視率，亂加入憂鬱症、血癌、或者是愛滋病等誇大情節，不合常理。疾管署在臉書上頭特別成立宣導平台，希望這些編劇能來學編出正確的劇情。

電影「藥命俱樂部」裡，醫生告訴病患他的愛滋病病毒檢測呈現陽性反應，並詢問他是否有親密的同性性行為等。馬修麥康納以此部片拿下最佳男主角獎，但這部戲卻被批評傳遞錯誤的愛滋病用藥觀念。而國內本土劇為了拉高收視，出現荒腔走板的急救劇情。台灣本土劇急救片段中，男主角為了救活女主角，在野外自己輸血，準備搶救生命。但血液分成很多種類，輸錯血不但會增加腎臟負擔，更有致命風險。誇張的劇情民眾痛批看不下去。民眾「對啊本土劇最常出現奇怪的劇情，一看就知道是假的」更有民眾表示「就直接轉台了」

對此，疾管署更利用臉書好好宣傳正確的疾病知識。疾管署主劉士豪表示，寓教於樂這種娛樂宣導的模式，在美國或是其他國家已經行之有年，希望在台灣也建立一個像美國這樣，娛樂教育的平台。疾管署呼籲，就算再怎麼灑狗血，編劇還是得傳達正確的醫藥知識，觀眾也記得別太入戲，才能保持自己的判斷能力。

媒體露出 2：

報導媒體：	華視新聞網
報導主題：	防誤導？疾管署臉書教傳染病知識 歡迎台灣編劇
報導時間：	103年3月9日(星期日) 12:31
報導連結：	http://news.cts.com.tw/nownews/life/201403/201403091388906.html
報導記者：	略
報導內容：	<p>防誤導？疾管署臉書教傳染病知識 歡迎台灣編劇</p> <p>2014/03/09 12:31 生活中心 / 綜合報導 字級 ㄞ ㄛ ㄜ ㄝ ㄟ</p> <p> fb 推薦 分享 0 g+ 0 推文 0 fb tw p 🏆 💬 📄 </p> <p style="text-align: center;">ERROR</p> <p>近來許多偶像劇常有主角生病的情節，包含糖尿病、憂鬱症、法定傳染病愛滋病也入戲，不過有時會因劇情誇張以博戲劇效果與張力，造成民眾對這些疾病的誤解。對此，疾管署開設臉書粉絲專頁，介紹部分疾病知識，更呼籲導演、編劇前來閱覽搜尋。疾管署委託世新大學口語傳播系分析台灣的本土戲劇曾出現哪些疾病（從2001年起算），統計發現糖尿病、癌症、憂鬱症、漸凍人都有，法定傳染病則為愛滋病。偶像劇《我在墾丁'天氣晴》的女主角為憂鬱症病友；《下一站'幸福》的女主角兒子則罹患糖尿病。更有戲劇出現6歲愛滋病童。戲劇對於民眾對於疾病的想法影響不容小覷，例如美國的影集在介紹糖尿病後，美國民眾爭相詢問醫師糖尿病的相關資訊。因此，疾管署成立「娛樂與健康宣導媒合平台」臉書粉絲專頁，以期民眾看電視知道這個病之餘，更能透過這網頁來深入了解此疾病，同時歡迎編劇在撰寫劇本前，更加了解該疾病各項細節，以免劇情太扯，給觀眾錯誤的觀念。首先會介紹法定傳染病，日後會加入一般疾病。</p>
備註：	

媒體露出 3：

報導媒體：	TVBS 新聞台
報導主題：	本土劇灑狗血 主角常罹癌症愛滋
報導時間：	103年3月9日(星期日) 13:07
報導連結：	http://news.tvbs.com.tw/entry/523778
報導記者：	蔡宜靜
報導內容：	<p>台劇多病！衛福部統計 癌症、愛滋常入戲</p> <p>時間：2014/03/09 13:07</p> <p>記者：蔡宜靜</p> <p>攝影：周宗霖</p> <p>標籤：戲劇</p> <p>熱門度：166</p> <p>搜尋... 字型大小：小 中 大 特大</p> <p>43k 0 0</p> <p>Like 分享 Recommend</p>  <p>要讓觀眾有共鳴，戲劇節目少不了生離死別的元素，其中又以生病梗最多，衛福部委託世新大學研究統計，近10年本土戲劇，最愛加入癌症、愛滋病、憂鬱症等疾病橋段，雖然增加戲劇張力，牽動觀眾情緒，但就怕編劇把病症誇大成絕症，或有錯誤的醫療觀念，現在特別開了粉絲專業，要提供正確醫病資訊，讓編劇導演們有參考。</p> <p>除了甜蜜浪漫，台灣偶像劇還很愛生病橋段。《有愛一家人》片</p>

段：「既然你知道，你為什麼要隱瞞我，因為舅舅的阿茲海默症是家族遺傳。」

得知舅舅罹患阿茲海默症，男主角擔心會拖累女主角幸福，堅決分手，甚至還要搶回兩人愛的結晶。

《有愛一家人》片段：「這孩子有一半的血統是我的，有我們家族遺傳基因。」

為了阿茲海默症，感情面臨破局，有這麼嚴重嗎。恩主公醫院神內主任孫瑜：「不一定家庭成員有，你就會遺傳到這個病，還是要做確認。」

醫師表示，阿茲海默症只有5%是因家族遺傳，40至50歲發病，比例極小，無須過度反應，衛福部委託世新大學研究，發現近10年本土連續劇最愛玩生病梗，包括癌症、愛滋病、憂鬱症，還有糖尿病，通通出現過，大打悲情牌，炒高收視率，擔心編劇醫學知識不足，特別開疾病宣導粉絲頁，貼出各種疾病的正確資訊，提供諮詢，希望編劇、導演們，多多參考，免得劇本出現謬誤。

《天下父母心》片段：「你的意思是說，我老婆得了子宮頸癌。」

發現子宮癌卻不看病，只等奇蹟，戲劇挨批錯誤示範，就怕觀眾被誤導，編劇想要加入疾病元素，創造高潮，還是得做點功課。

簡介

TVBS新聞台

媒合平台主要功能：

提供防疫醫師諮詢：只要編劇在寫劇本時，因劇情需要，想詢問任何有關傳染病的資訊，疾管署就會提供相關的防疫醫師讓編劇諮詢。

不強迫編劇置入：諮詢過後，編劇可以自由的運用所諮詢的訊息，並不強迫一定要寫入劇本。

馬航搜救 墜毀?發現殘骸?馬國政府駁不實

台北

現在溫度 嘉義 16.0°C

基隆 13~15

避謬誤! 疾管署開粉絲頁 供編劇參考

備註：

媒體露出

4

報導媒體：	自由時報電子報
報導主題：	本土劇灑狗血 主角常罹癌症愛滋
報導時間：	103年3月9日(星期日)
報導連結：	http://news.ltn.com.tw/news/life/breakingnews/964529
報導記者：	略
報導內容：	<p>本土劇灑狗血 主角常罹癌症愛滋</p> <p>Ads by Google Find Cancer Treatment medicalcurator.com Fight against life threatening cancer with best surgeons in Korea</p> <p> </p> <p>2014-03-09 13:06</p> <p>〔本報訊〕台灣本土劇經常以灑狗血的方式刺激收視率，主角們動輒罹患絕症，甚至亂編劇情引發民眾疑慮，為此疾管署日前開立粉絲專頁，提供導演、編劇諮詢平台，瞭解傳染病知識。</p> <div data-bbox="470 1310 922 1713"> </div> <p>疾管署委託世新大學口語傳播系助理教授劉文英及其研究團隊，分析2001年起台灣賣座本土戲劇演出過哪些疾病，統計發現，最常出現的病症為糖尿病、癌症、憂鬱症、漸凍人，法定傳染病則有愛滋病。</p> <p>防劇情誤導 疾管署開粉絲頁談觀念</p> <p>連續劇收視群眾廣大，不少民眾深受劇情影響，有劇情甚至指出，「罹患子宮頸癌的女主角，堅持不願意接受治療」，疾管署憂心民眾遭部分劇情誤導，遂成立「娛樂與健康宣導媒合平台」臉書粉絲專頁，盼導演、編劇能加入，瞭解疾病、傳染病知識及細節，避免給與民眾錯誤觀念。</p> <p>相關連結請見： 娛樂與健康宣導媒合平台」臉書粉絲專頁</p>

備註：

媒體露出 5：

報導媒體：	蘋果日報
報導主題：	台劇主角 常罹癌染愛滋 防演錯誤導 疾管署開粉絲頁 po 知識
報導時間：	103 年 3 月 9 日 (星期日)
報導連結：	http://www.appledaily.com.tw/appledaily/article/headline/20140309/35688755/
報導記者：	邱俊吉
報導內容：	<p>台劇主角 常罹癌染愛滋 防演錯誤導 疾管署開粉絲頁po知識</p> <p>2014年03月09日  讚 234  8+1  0</p> <div style="display: flex; align-items: flex-start;"> <div style="flex: 1;">  <p>偶像劇《我在墾丁*天氣晴》，張鈞甯飾演有憂鬱症的女主角。資料照片</p> </div> <div style="flex: 2;"> <p>【邱俊吉／台北報導】戲劇節目常安排主角生病，靠悲情牌炒高收視率，根據衛生福利部疾病管制署的委外研究報告，近10多年來本土連續劇最愛演糖尿病、癌症、憂鬱症，法定傳染病愛滋病也入戲；為避免連續劇亂演誤導民眾，疾管署已成立粉絲專頁，方便導演、編劇搜尋傳染病相關知識，且未來還將擴充內容，加入一般疾病的資訊。</p> <p>疾管署委託世新大學口語傳播系助理教授劉文英的研究團隊，分析台灣賣座本土戲劇從2001年起演出過哪些疾病，統計發現最常入戲的病症包括糖尿病、癌症、憂鬱症、漸凍人，法定傳染病則有愛滋病。</p> </div> </div>

僅229人按讚

例如偶像劇《我在墾丁*天氣晴》女主角有憂鬱症；《下一站*幸福》女主角的兒子罹患糖尿病；上月剛下檔的8點檔連續劇《有愛一家人》則出現6歲愛滋病童。但該研究並未就劇中病症是否演錯做統計。

劉說，戲劇影響民眾很深，如美國知名影集《慾望師奶》，某集對糖尿病有較多劇情介紹，結果全美內科醫師，半年內接到的糖尿病詢問次數增1到2成。

有鑑於此，為了避免編劇亂編劇情，疾管署優先鎖定最易引發民眾恐慌的傳染病，前年已成立「娛樂與健康宣導媒合平台」臉書粉絲專頁 (<http://goo.gl/hy7PcC>)，供導演、編劇搜尋傳染病知識，但目前按讚的粉絲僅229人。



小小彬（左）在偶像劇《下一站*幸福》裡飾演女主角患有糖尿病的儿子。資料照片

主要針對編導

疾管署副署長周志浩昨說，該粉絲專頁主要針對導演、編劇，非一般民眾，不在意粉絲人數，未來還擬增加糖尿病等一般疾病知識。

電影《南方小羊牧場》的編劇何昕明說，生老病死是戲劇4大元素，疾病自然常入戲，官方提供該諮詢平台很好。

醫：支持衛教

感染症醫學會發言人、感染科醫師李秉穎說，剛看過電影《藥命俱樂部》，發現劇情扭曲事實，因高劑量的愛滋病藥物AZT雖會造成較大副作用，但不會提高患者死亡率；該片會讓人誤認AZT害死人，因此他支持疾管署針對編劇、導演進行衛教。

本土熱門電視劇常見疾病舉例

病症／劇名

癌症 《白色巨塔》：血癌、《深情密碼》：肝癌

愛滋病 《台灣阿誠》、《有愛一家人》

憂鬱症 《愛殺17》、《我在墾丁*天氣晴》

糖尿病 《海豚灣戀人》、《下一站*幸福》

漸凍人 《台灣霹靂火》、《心星的淚光》

註：上列僅愛滋病是法定傳染病

資料來源：疾病管制署

媒體露出 6：

報導媒體：	中央廣播電台 台灣 APP 節目
報導主題：	看戲不再「空空」 娛樂與健康平台把醫藥知識帶進戲劇中
播出時間：	103 年 3 月 17 日（星期一）
節目連結：	http://news.rti.org.tw/index_show_2012.aspx?id=795
節目主持：	詹舒涵
報導內容：	<p>最近電視劇非常流行，除了大家所熟知的韓劇、日劇，當然也有台灣自己的本土戲劇，如果你也是個戲迷，那或許不難發現戲劇常會穿插角色生病的橋段，卻也時常鬧出大笑話。</p> <p>現在台灣就有娛樂與健康宣導媒合平台，希望戲劇節目汗大眾都能透過這個平台來獲得正確的醫療資訊，讓你看戲不會腦袋空空，今天我們就請到這個平台的計劃主持人，同時是台灣世新大學助理教授的劉文英老師來接受我們的訪問。</p>
備註：	

媒體露出 7：

報導媒體：	Yahoo 奇摩新聞 - 休閒風尚
報導主題：	疾病的浪漫與現實
報導時間：	103 年 4 月 25 日 (星期五)
文章連結：	https://tw.news.yahoo.com/blogs/culture/疾病的浪漫與現實-102816677.html
文章作者：	劉凱西
文章內容：	<p>疾病的浪漫與現實</p> <p> 作者：劉凱西 休閒風尚 - 2014年4月25日 下午6:28 字 字</p> <p>寄給朋友 登入 Tweet 0 Plurk! G+ 0 列印</p>  <p>電影《愛·慕》。(圖/海鵬影業提供)</p> <p>「男子娶癌末女友」絕對是這陣子低迷氛圍中最浪漫的新聞！不仔細看還會以為是韓劇的介紹。癌症的確是韓劇裡最常出現的疾病之一，搞不好比感冒胃痛還常發生，但是這病要在現實之中面對，可不是那麼輕鬆，這也是這個新聞的男生在女友癌末時，依然堅持要把她娶進門的偉大之處：當所有人都覺得這事根本不可能在現實中發生，他卻義無反顧地為了愛，堅持陪她走到生命盡頭。</p> <p>坊間流傳韓劇有三寶：車禍、癌症、治不好。<u>台灣偶像劇裡也常出現各式不治之症，疾病管理局還特別針對此，專為娛樂圈設置宣導平台，以免劇情亂亂寫，誤導觀眾對疾病的認知，可見這簡直是世界通用的萬年老梗！</u></p> <p>戲劇裡的愛侶，如果其中一方罹患不治之症，堅持必須分手的原因，通常是不願讓對方承受「我會先走」的苦痛。不過，如果對方早已做好心理準備，一定要愛到底時，剝奪他繼續愛的權力，簡直相當殘忍。因此這樣的情節安排，到最後一定是兩人繼續相愛，</p>

直到一方奇蹟似痊癒，或是安然離開世界，才微笑送走對方：「在另一個世界也要過得好喔！」笑著流淚的那一剎那，電視機前的觀眾也跟著感動哭泣。

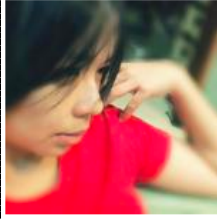
這樣的故事，當然是浪漫的，可是在現實裡，面對疾病卻是殘酷的。之前獲得坎城金棕櫚的電影《愛·慕》，就是用相當真實的角度，去呈現一名丈夫，看著心愛的妻子被疾病折磨得毫無尊嚴，自己的精神狀態也受到扭曲。照顧臨終的病人絕對充滿了壓力，因為面對死亡從來不容易，這時候其實需要很多人的支持。浪漫只是顯露在外的焦糖與玫瑰，長期的照顧與陪伴，才是只有當事人才看得到的真心。

不過在現實裡，如果角色對調，生病的是男人，陪伴的是女性，她所要面對的壓力成分，就複雜了許多。一個男人如果真的愛他的女人，自己要得了不治之症，絕對要堅持對方不能與自己結婚。

首先，我們必須考慮到華人社會裡，女性在家庭裡的功能與地位。不可否認，傳統家庭還是把「傳宗接代」的責任歸在女人身上，媳婦嫁進門，就算夫妻與婆家根本除了逢年過節很少見面，但只要一逮到機會，公婆就會跟媳婦曉以大義，要他們「趁年輕」趕快生，好像結了婚不生小孩就是違反人道，甚至會遭到「是不是生不出來」的質疑。

一個男人得了不治之症，還硬要把交往多年的女友給娶進門，除非這個家的家長相當開明，否則這女人第一個要面對的難題，恐怕就是要替這個男人「留種」。當然，相愛到很深，女人自然會希望替所愛的人生下愛的結晶，不過這背後如果有家庭壓力的驅使，對女性未免也太不公平。想想，當丈夫走了，這女人得要獨自面對教養與社會上的雙重壓力。再說，如果一個女人帶著一個孩子，想要再找到第二春，簡直是難上加難。在這個社會裡，結過婚的女人依然受到無形的歧視，大多數的男人依然有種變相的「處女情結」，女人要找到第二春十分不容易，就算找到了，所要承受的公婆與家庭壓力，也足以讓人筋疲力竭。這個社會面對女性的方式，依舊是被傳統與保守給主宰著。

那個癌末被心愛男人給娶進門的女人，的確是幸福的，雖然時間不一定會很長，但一個男人願意給這樣的承諾，真的十分難得，也希望他們的家人朋友，可以給他們最多的支持，因為面對疾病，不管是罹病者或是陪伴者，都承受著龐大的壓力。雖然人生不可能如戲，但也希望這對男女，能夠抓著難得的幸福，直到最後一刻。



劉凱西

專欄作家



任職電影公司，撰寫兩性與電影專欄，致力文字創作，以翻譯電影字幕為樂。

備註：

附錄四 媒合平台預期效應

媒合日期 /期程	編劇 編號	劇名/類型/預計播出平台 ² /進度	情節預計出現之 傳染病名稱	該傳染病 之盛行率 (%) ⁵	預估 收視 人數	健保於此傳 染病之個人 年支出估算 ¹⁶
101.10.22	編劇03	出境事務所/電視劇/客家電視台/拍攝中	肺結核	0.089 ⁶	1.5萬 ¹⁰	5.3萬 ¹⁷
102.01.25	編劇25	未定/電影/未定/籌備中	SARS	-- ⁷	-- ¹¹	100萬 ¹⁸
102.03.13	編劇36	小鎮醫生/電視劇/客家電視台/拍攝中	肺結核	0.089 ⁶	1.5萬 ¹⁰	5.3萬 ¹⁷
103.03.28			HIV+愛滋	0.1 ⁸		30萬 ¹⁹
103.07.17			梅毒	0.033 ⁹		-- ²⁰
			腸病毒	0.00089 ⁹		12.5萬 ²¹
		SARS	-- ⁷		100萬 ¹⁸	
102.04.09-20	編劇50	暫時擱置 ³	流感併發症			
102.04	編劇158	雲端上飛舞的女孩/微電影/網路/已播出	肺結核	0.089 ⁶	869 ¹²	5.3萬 ¹⁷
102.06.27	編劇117	未定/電影/未定/籌備中	SARS	-- ⁷	-- ¹¹	100萬 ¹⁸
103.01.15	編劇128	未定/電視劇/未定/籌備中 ⁴	監所急性傳染病			
103.05.15	編劇177	愛滋味/舞台劇/水源劇場/104年2月演出	HIV+愛滋	0.1 ⁸	1200 ¹³	30萬 ¹⁹
103.05.26-06.04	編劇197	漲潮/微電影/未定/劇本撰寫中	多重抗藥性結核 病	0.0008 ⁹	-- ¹¹	-- ²⁰
103.06.29-07.01	編劇157	長不大的爸爸/電視劇/衛視中文台/拍攝	牛流行熱	0.0003 ⁹	5.3萬 ¹⁴	-- ²²

		中				
103.06.30-09.12	編劇201	春梅/電視劇/台視/拍攝中	破傷風	0.00009 ⁹	39萬 ¹⁵	-- ²²
			霍亂	0.00003 ⁹		-- ²²
			傷寒	0.00011 ⁹		-- ²²
103.10.08-22	編劇159	未定/未定/未定/劇本構思中 ²³	病毒性肝炎			4萬 ²⁴
			急性心肌炎			25萬 ²⁵

備註：本表僅將與疫病相關之媒合紀錄列出，其他非關疫病之媒合紀錄(如慢性病、遺傳病或其他醫療相關細節)請參閱附件中的「媒合會議記錄」。

¹ 本表僅將與疫病相關之媒合紀錄列出，其他非關疫病之媒合紀錄(如慢性病、遺傳病或其他醫療相關細節)請參閱本報告附錄七「媒合會議記錄」。

² 以此表製作時向各位編劇確認的平台為準，後續因各種因素可能變動。

³ 因編劇表示目前未將媒合之內容寫入劇本，故此處不做相關估算。

⁴ 該編劇僅來信詢問監所發生之急性傳染病，以及罹患急性傳染病患者是否會被拒絕受監等問題，並未針對特定傳染病向防疫醫師請教細節，故無法進行詳細估算。

⁵ 盛行率(prevalence) 係指單一時點或一段期間內罹患疾病人數佔總人口數的比例。

⁶ 引用自衛生福利部疾病管制署於 2014 年 4 月所出版之《台灣結核病防治年報 2013》。

⁷ 101 年未有任何確診案例。

⁸ 引用自中國時報 2013 年 11 月 25 日之報導：<http://www.chinatimes.com/realtimenews/20131125003608-260405> (上網日期：103 年 11 月 5 日)

⁹ 由於此疾病並無可供參考之官方盛行率統計，故此處參照衛生福利部疾病管制署之《台灣結核病防治年報 2013》中結核病之盛行率估算公式(WHO 之計算公式)，以「中華民國 101 年傳染病統計既監視年報」所公告之發生率(每 10 萬人口確定病例發生率)乘以 1.3 倍推估為其盛行率。

¹⁰ 依中央大學客家學院電子報第 88 期調查顯示，客台八點檔連續劇之平均收視率為 0.07，若以尼爾森電視收視率調查之母群體人數計算，則收視人數可推估為 1.5 萬人。

¹¹ 電影(微電影)未上映(播出)，觀影人數難以估算。

¹² 該作品於網路平台播放，截至 103 年 11 月 13 日，共有 869 觀賞人次。

¹³ 該劇係為舞台劇，觀賞人次由編劇依表演場地與場次自行推估。

¹⁴ 取衛視中文台 2014 年第二季平均收視人數。(尼爾森 2014 第二季收視調查，引用自《公共電視 103 年第二季收視報告》。)

¹⁵ 取台視週間戲劇《雨後驕陽》103 年第二季平均收視人數為推估值。(尼爾森 2014 第二季收視調查，引自《公共電視 103 年第二季收視報告》。)

¹⁶ 經向健保署與國際衛生研究院詢問，相關單位並無此項現成統計資料。此欄目數字為研究者據現有參考資料推估。

¹⁷ 依健保署 91 年 1-12 月份統計，結核病健保支付總額(含門診及住院)為 9.62 億，除以當年度確診病例數 18,013，得出 5.3 萬。此統計資料引用自「全民健

康保險結核病醫療給付改善方案試辦計畫」內容。

¹⁸ 引用自 2003 年 04 月 15 日聯合晚報之報導 <http://web.ntpu.edu.tw/~sars/action/ba060.html> (上網日期：103 年 11 月 5 日)。

¹⁹ 引用疾管署署長張峰義接受中國時報訪問時所推估之數字：http://mag.udn.com/mag/life/storypage.jsp?f_ART_ID=402355 (上網日期：103 年 11 月 5 日)。

²⁰ 查無相關資料。

²¹ 腸病毒絕大多數患者在就醫後會自行痊癒，對於重症患者，依健保署統計，96 年使用葉克膜治療腸病毒重症，每人平均花費 12 萬 5 千元。該年度使用葉克膜治療的腸病毒重症患者為 730 人。此統計資料引用自聯合晚報 2008 年 7 月 16 日之報導：http://mag.udn.com/mag/reading/storypage.jsp?f_ART_ID=136652 (上網日期：103 年 11 月 5 日)。

²² 因此傳染病在台灣較不常見，相關數字亦難查證。

²³ 編劇表示劇本仍在構思階段，經媒合後，疾管署建議角色設定需有更換器官之疾病，病毒性肝炎及急性心肌炎為符合之傳染病，供編劇參考。

²⁴ 此數據為粗估值，因資料僅查到病毒性肝炎(猛爆型肝炎)，若以洗肝機器治療一次費用為 4 萬元，且只能延續 5 天壽命。引用自康健雜誌 32 期 2001 年 7 月 1 日報導：<http://www.commonhealth.com.tw/article/article.action?nid=64498&fullpage=true> (上網日期：103 年 11 月 13 日)。

²⁵ 台大醫院外科加護病房主任柯文哲表示，葉克膜使用兩星期得花二、三十萬元，目前有健保給付，適用對象為心臟手術後心臟暫時功能變差、急性心肌炎等，因此 25 萬為概估花費。引自 2006 年 11 月 22 日蘋果日報之報導：<http://www.appledaily.com.tw/appledaily/article/headline/20061122/3049790> (上網日期：103 年 11 月 13 日)。