

風險溝通與信任關係之研究

黃進德、劉莉玲

E-mail: 324331@mail.dyu.edu.tw

摘要

由消費者的觀點來看，若能事先瞭解醫療的過程以及醫療可能產生的風險，則有助於消費者決定採取何種醫療方式，而透過風險溝通，可有效降低消費者的疑慮，避免醫療糾紛產生。但是，有了良好的風險溝通，是否就能加強消費者就醫的意願，為本研究探討的議題。本研究架構以風險溝通為自變數，訊息認同為中介變數，消費者的信任為因變數，以便利取樣方式對台灣年滿十八歲以上的成年人進行問卷調查，回收有效問卷463份，並以SPSS17.0之階層迴歸等工具進行統計分析，驗證得知，風險溝通對訊息認同有正向影響，訊息認同對消費者信任有正向影響，但風險溝通-危害的認知對訊息認同的影響，因分析結果未顯著，檢定結果不成立。根據上述研究結果，本研究對政府醫療管理部門及醫療服務業者的建議為：一、政府醫療管理部門及醫療服務業者應與消費者建立完整的風險溝通之管道，使消費者對政府醫療管理部門或醫療服務業者，會產生認同感，進而信任其所提供之醫療服務。二、政府醫療管理部門及醫療服務業者在提供消費者所需的資訊時，須注意資料的完整性及正確性，因為惟有完整及正確的資訊，才能使對消費者產生認同，並進而提高信任感。

關鍵詞：風險溝通、訊息認同、信任

目錄

內容目錄 中文摘要.....	iii	英文摘要.....	iii
.....v 誌謝辭.....	vi	內容目錄.....	vi
.....vii 表目錄.....	ix	圖目錄.....	ix
.....xi 第一章 緒論.....	1	第一節 研究背景與動機.....	1
.....1 第二節 研究問題與目的.....	3	第三節 研究範圍與對象.....	3
.....5 第二章 文獻探討.....	6	第一節 風險溝通.....	6
.....6 第二節 訊息認同.....	11	第三節 信任.....	13
第四節 影響信任的因素.....	15	第三章 研究方法.....	17
第一節 研究架構.....	17	第二節 操作型定義與衡量工具.....	18
研究假設.....	23	第三節 研究假設.....	23
方法.....	27	第四節 樣本與資料蒐集.....	26
.....30 第四章 研究結果與分析.....	30	第五節 資料分析方法.....	27
.....30 第二節 因素分析.....	32	第一節 描述型統計分析.....	30
.....36 第四節 相關分析.....	37	第二節 信度分析.....	30
.....40 第六節 迴歸分析.....	50	第三節 信度分析.....	36
.....73 第一節 結論.....	73	第四節 相關分析.....	36
.....76 第三節 實務上的建議.....	77	第五節 平均數差異分析.....	37
.....78 參考文獻.....	79	第六章 結論與建議.....	40
.....79 英文部分.....	81	第一節 結論.....	73
.....88 表目錄 表3- 1 問卷發放及回收情形表.....	27	第二節 與先前文獻之異同說明.....	76
.....31 表4- 2 風險溝通因素分析表.....	31	第三節 實務上的建議.....	76
.....33 表4- 3 訊息認同因素分析表.....	34	第四節 研究限制與研究建議.....	77
.....35 表4- 4 信任因素分析表.....	3478 參考文獻.....	79
.....36 表4- 5 風險溝通信度分析表.....	3579 英文部分.....	81
.....36 表4- 6 訊息認同信度分析表.....	3788 表目錄 表3- 1 問卷發放及回收情形表.....	27
.....39 表4- 7 信任信度分析表.....	3731 表4- 2 風險溝通因素分析表.....	31
.....39 表4- 8 各變數、構面間相關係數表.....	3733 表4- 3 訊息認同因素分析表.....	34
.....41 表4- 9 施打疫苗對各變數之獨立樣本T檢定分析.....	4035 表4- 4 信任因素分析表.....	34
.....43 表4- 10 性別對各變數之獨立樣本T檢定分析.....	4136 表4- 5 風險溝通信度分析表.....	35
.....43 表4- 11 對醫療資訊的態度之平均數差異分析表.....	4436 表4- 6 訊息認同信度分析表.....	37
.....45 表4- 12 醫療資訊的說服力之平均數差異分析表.....	4439 表4- 7 信任信度分析表.....	37
.....47 表4- 13 對危害認知之平均數差異分析表.....	4539 表4- 8 各變數、構面間相關係數表.....	37
.....47 表4- 14 訊息認同之平均數差異分析表.....	4541 表4- 9 施打疫苗對各變數之獨立樣本T檢定分析.....	40
.....47 表4- 15 消費者信任之平均數差異分析表.....	4843 表4- 10 性別對各變數之獨立樣本T檢定分析.....	41
.....50 表4- 16 風險溝通、訊息認同與消費者信任之階層迴歸分析表.....	5043 表4- 11 對醫療資訊的態度之平均數差異分析表.....	44
.....51 表4- 17 風險溝通、訊息認同對消費者信任變異數膨脹因素VIF值與Durbin-Watson值分析表.....	5145 表4- 12 醫療資訊的說服力之平均數差異分析表.....	44
.....53 表4- 18 風險溝通與訊息認同之階層迴歸分析表.....	5347 表4- 13 對危害認知之平均數差異分析表.....	45
.....53 表4- 19 風險溝通對訊息	5347 表4- 14 訊息認同之平均數差異分析表.....	45

息認同變異數膨脹因素VIF值與Durbin-Watson值分析表 54 表4-20 風險溝通之對醫療資訊的態度、訊息認同與消費者信任之階層迴歸分析表56 表4-21 風險溝通-對醫療資訊的態度、訊息認同對消費者信任變異數膨脹因素VIF值與Durbin-Watson值分析表 57 表4-22 風險溝通之對醫療訊息的態度與訊息認同之階層迴歸分析表 59 表4-23 風險溝通-對醫療資訊的態度對訊息認同變異數膨脹因素VIF值與Durbin-Watson值分析表 60 表4-24 風險溝通-醫療資訊的說服力、訊息認同與消費者信任之階層迴歸分析表 . 62 表4-25 風險溝通-醫療資訊的說服力、訊息認同對消費者信任變異數膨脹因素VIF值與Durbin-Watson值分析表 63 表4-26 風險溝通-醫療訊息的說服力與訊息認同之階層迴歸分析表 65 表4-27 風險溝通-醫療資訊的說服力對訊息認同變異數膨脹因素VIF值與Durbin-Watson值分析表 66 表4-28 風險溝通-對危害的認知、訊息認同與消費者信任之階層迴歸分析表 68 表4-29 風險溝通-對危害的認知、訊息認同對消費者信任變異數膨脹因素VIF值與Durbin-Watson值分析 69 表4-30 風險溝通-對危害的認知與訊息認同之階層迴歸分析表 70 表4-31 風險溝通-對危害的認知對訊息認同變異數膨脹因素VIF值與Durbin-Watson值分析表 71 表5- 1 研究實證結果彙整表 75 圖目 錄 圖3- 1 研究架構圖 17 圖4- 1 風險溝通、訊息認同與消費者信任迴歸路徑係數分析圖 55 圖4- 2 風險溝通-對醫療訊息的態度、訊息認同與消費者信任迴歸路徑係數分析圖 61 圖4- 3 風險溝通-醫療資訊的說服力、訊息認同與消費者信任迴歸路徑係數分析圖 67

參考文獻

一、中文部份 丘昌泰 (1999), 公害社區風險溝通之問題與對策, 法商學報, 第34期, pp.17-48. 林東龍 (2004), 醫療糾紛之社會控制: 社會學的分析, 國立中山大學中山學術研究所博士論文. 林思偕 (2010), 新型流感(H1N1)疫苗事件的省思, 長庚醫訊, 第三十一卷第二期. 吳宜蓁 (2004), SARS風暴的危機溝通與現階段宣導策略檢視:以台灣政府為例, 遠景基金會季刊, 第5卷, 第4期, pp.107-148. 周桂田 (2003), 全球在地化風險下之風險溝通與風險評估 以SARS為Case分析, 疾病與社會:台灣歷經SARS風暴之醫學與人為反省學術研討會. 周桂田 (2009), 科學專業主義的治理問題SARS、H1N1、Dioxin、BSE、Melamine的管制科學與文化. 孫曼蘋 (2003), 全球化SARS風暴, 國際媒體風險呈現之初探, 全球化時代與新聞報導研討會. 陳英傑、陳英豪 (2008), 應用病患滿意度概念於醫療風險溝通之探析, 品質月, 第44卷, 第5期, pp. 14-17. 陳雅芃 (2009), 疫苗緩打期, 政府的危機處理不及格, 新新聞, 第1191期. 黃賀、蘇英芳 (2005), 我國銀行業人際信任度之研究, 人力資源管理學報, 第一卷, 第三期, pp. 1-20. 楊祖珺 譯(2002)著, 傳播及文化研究主要概念〔工具書〕. 台北:遠流. (原書:O’ Sullivan, T., Hartley, J., Saunders, D., Montgomery, M. & Fiske, J. [c1994]. Key concepts in communication and cultural studies (2nd ed.). London: Routledge.) 顧忠華 (1994), 風險社會的概念及其理論意涵, 今日社會理論學術研討會發表論文. 顧忠華 (2003), 風險社會中的風險治理 SARS事件的啟示, 當代, 第194期, pp.54-61. 中國時報(2009), 摘自網路 <http://life.chinatimes.com/2009Cti/Channel/Life/life-article/0,5047,100302+112009082900028,00.html> 二、英文部份 Anderson, J. C. and J. A. Narus, (1990), “ A model of Distributor Firm and Manufacturer Firm Working Partnerships, ” Journal of Marketing, Vol. 54, pp. 42-58. Ashforth, Blake E., Fred Mael (1989), “ Social identity theory and the organization ”, Academy of Management Review, 14, pp. 20-39. Baram M., (1989), Risk Communication: Moving from Theory to Law to Practice. In V. T. Covello, D. B. McCallum, and M. T. Pavlova (Eds.), Effective Risk Communication. New York: Plenum Press. Beck, U., (1995), Ecological Politics in an Age of Risk. London: Polity Press. Bhattacharya C. B. & Sankar Sen (2003), “ Consumer-Company Identification: A Framework for Understanding Consumers ’ Relationship With Companies. ” Journal of Marketing, 67, April, pp.76-88. Brewer, Marilyn B. ((1991), “ The Social Self: On Being the Same and Different at the same Time. ” Personality and Social Psychology, 78(1), pp. 38-52. Bergami, Massimo & Richard P. Bagozzi (2000), “ Self-Categorization, Affective Commitment and Group Self-Esteem as Distinct Aspects of Social Identity in the Organization. ” British Journal of Social Psychology, 39(4), pp. 555-577. Coleman, J. (1990). Foundations of Social Theory . Cambridge: Harvard University Press. Covello, V. T., David B. McCallum, and Maria Pavlova, (1989), Principles and Guidelines for Improving Risk Communication. In V. T. Covello, D. B. McCallum, and M. T. Pavlova(Eds.), Effective Risk Communication. New York: Plenum Press. Covello, V. T., (1992), Risk Communication: An Emerging Area of Health Communication Research. In S. A. Deetz(Ed.), Communication Yearbook, 15, 359-373. Newbury park, CA: Sage. Daggett, C. J. (1989), The role of risk communication in environmental gridlock. In V. T. Covello, D. B. McCallum, and M. T. Pavlova(Eds.), Effective Risk Communication. New York: Plenum Press. Davis, J. , Schorman , F. D. , Mayer , R. and Tan , H. (2000). Trusted Unit Manager and Business Unit Performance: Empirical Evidence of a Competitive Advantage . Strategic Management Journal . Vol. 21 , pp 563 – 576. De Dreu , C. , Giebels , E . and Van de Vliert , E . (1998) . Social Motives and Trust in Integrative Negotiation: The Disruptive Effects of Punitive Capability . Journal of Applied Psychology . Vol. 83 , pp 408 – 423. Dutton Jane E., Janet M. Dukerich & Celia V. Harquail (1994), “ Organizational Images and Member Identification. ” Administrative Science Quarterly, 39(34), pp. 239-263. Dwyer, F. R., P. H. Schurr, and S. On, (1987), Developing Buyer-Seller Relationships, Journal of Marketing, Vol. 51, pp. 11-27. Etgar, M., (1976), Channel Domination and Countervailing Power in Distributive Channels, Journal of Marketing Research, Vol.13, pp. 254-262. Feng, J., Lazar J., and Preece, J. (2004), “ Empathy and Online interpersonal Trust: A Fragile Relationship, ” Behavior & Information Technology, Vol. 23, No. 2, pp. 97-106. Fishbein ,

M. and Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.

Frewer, L. J., Howard, C., Hedderley, D. and Shepherd, R. (1996). What Determines Trust in Information About Food-Related Risk? *Risk Analysis*. Vol. 16, No. 4, pp 473 – 486.

Frewer, Lynn J. (1999), Public risk perceptions and risk communication, in Bennet, P & Calman S. K. (ed.) *Risk communication and public health*, p. 20-32.

Frith, S., (1996), Music and identity. In Stuart Hall & Paul du Gay (Eds.). *Questions of Cultural Identity*, pp. 108-127. London: Sage Publications.

Gambetta, D. (1998). *Trust: Making and Breaking Cooperative Relations*. Cambridge: UK, Basil Blackwell.

Hall, S., (1996), Introduction: who needs identity. In Stuart Hall & Paul du Gay (Eds.). *Questions of Cultural Identity*, pp. 1-17. London: Sage Publication.

Ickes, W. (1993), "Empathic Accuracy," *Journal of Personality*, Vol. 61, pp. 687-610.

Kasperson, E. E., & Palmlund, I., (1989), Evaluating Risk Communication. In V. T. Covello., D. B. McCallum., & M. T. Pavlova (Eds.) *Effective Risk Communication*. New York: Plenum Press.

Kelman, H. C. (1969), "Process of Opinion Change." *Public Opinion Quarterly*, 25, pp. 57-58.

Klimoski, R. J. and Karol, B. (1976). The Impact of Trust on Creative Problem Solving Groups. *Journal of Psychology*. Vol. 61, pp 630 – 633.

Larson, C. and LaFasto, F. (1989). *Teamwork*. Newbury Park, CA: Sage.

Lee, J. and Y. Kim, (1999), Effect of Partnership Quality on IS Outsourcing Success: Conceptual framework and Empirical Validation, *Journal of Management Information Systems*, Vol. 15, No. 4, pp. 29-61.

Lennart Sjöberg, (2008), Antagonism, Trust and Perceived Risk, *Risk Management* 2008, 10, pp. 32-55.

Mayer, R. C., Davis, J. H. and Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *Academy of Management Review*. Vol. 20, pp 709 – 734.

Mead, G. H. (1974), *Mind, Self and Society*. The University of Chicago Press.

Miller, David & Macintyre, Sally, (1999), The relationships between the media, public beliefs, and policy-making, in Bennet, P & Calman S. K. (ed.) *Risk communication and public health*, p. 229-240.

Morgan, R. M. and S.D. Hunt, (1994), "The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing," *Journal of Marketing* Vol.58, pp. 20-38.

Morgan and Hunt's (1994), "Customer empowerment and relationship outcomes in healthcare consultations." pp 1076

Otway, H. and Wynne, B., (1989), *Risk Communication: Paradigm and Paradox*. *Risk Analysis*. Vol. 9, No. 2, pp 141 – 145.

Putnam, L. L. (1983). The Interpretive Perspective: An Alternative to Functionalism. In Putnam, L.L. and Pacanowsky, M.E. (eds) *Communication and Organization*. Beverly Hills, CA: Sage, pp 31 – 54.

Renn, O. and Levine, D. (1991). Credibility and Trust in Risk Communication. In Kasperson, R.E. and Stallen, P.J.M. (eds) *Communicating Risks to the Public*. Dordrecht: Kluwer, pp 175 – 218.

Robyn Ouschan, Jillian Sweeney, Lester Johnson (2006). Customer empowerment and relationship outcomes in healthcare consultations. Pp 1078.

Rousseau, D., Sitkin, S., Burt, R. and Camerer, C. (1998). Not So Different After All: A Cross-Discipline View of Trust. *Academy of Management Review*. Vol. 23, pp 387 – 392.

Seeger, M. W., Sellnow, T. L., and Ulmer, R. R. (2001), *Public Relations and Crisis Communication: Organizing and Chaos*. In R. L. Heath(Ed), *Handbook of Public Relations* (pp. 156-166). London: Sage.

Slovic, Paul, (2000c), Perceived Risk, Trust and Democracy, in *The Perception of Risk*, Earthscan Publications Ltd, London and Sterling, VA, p. 316-326.

Slovic, Paul, (2000d), Trust, Emotion, Sex, Politics and Science: Surveying the Risk-assessment Battlefield, in *The Perception of Risk*, Earthscan Publications Ltd, London and Sterling, VA, p. 390-412.

Sucharita Chandran and Geeta Menon, (2004), *The Journal of Consumer Research*. Vol. 31, No. 2, pp. 375-389.

Tajfel, Henri, & J.C., Turner (1985), "The Social Identity Theory of Intergroup Behavior" *Psychology of Intergroup Relations*, 2, pp. 7-24.

Wynne, B. (1980), Technology, risk and participation: On the social treatment of uncertainty. In J. Conrad (Ed.) *Society, technology and risk assessment*. New York: Academic press. Pp. 173-208.