

「高齡化社會研究」計畫書

一、研究主題名稱：從賣藥節目談社會支持：以老年人為研究對象

二、教師姓名：盧鴻毅

三、研究之背景及目的：

聯合報 2002 年的一則報導指出，台灣的合法電台中，有三分之二已經淪為「賣藥電台」；「隔空」賣藥的現象在台灣不足為奇（馮素蘭，2007）。

縱觀過去有關賣藥節目的相關研究，學者引用 Bormann 所提出的「幻想主題分析」(Fantasy Theme Analysis)、「使用與滿足理論」(Uses & Gratifications Theory) 與「媒介依賴理論」(Media System Dependency Theory) 等探討賣藥節目的營運與賣藥脈絡的分析和對節目內容的探討為主，例如分析廣播賣藥產業中的生產單位、販售單位及傳播媒之間的關係（王舜偉，2004）、探討買藥者與節目主持人針對病灶的討論（郭俊池，2004）、「賣藥電台」節目與廣告營運之研究（蔡煌元，2004）與廣播賣藥節目的閱聽人分析（王舜偉、陳婷玉，2006）等；相較之下，廣播主持人與聽眾之間的情感互動，較少受到關注；換言之，電台主持人在聽眾 Call-in 進節目時，所回應的噓寒問暖、服藥需知、藥物作用等說明，是否對聽眾提供不同的社會支持需求？這些不同的社會支持是否成為聽眾購藥或持續收聽節目的動力？

過去研究發現，社會支持可以區分為情感性支持 (emotional support)、工具性支持 (instrumental support)、資訊性支持 (informational support) 以及讚美支持 (appraisal support)，且從心理健康、心理異常或心理困擾的相關研究結果來看，社會支持與個體身心適應的存在顯著關聯性（邱文彬，2001）；台灣地區電視賣藥節目的主要閱聽人以老年人居多，許多節目主持人會透過噓寒問暖、歡唱 KTV、贈獎等方式吸引老年人購買該節目販售的藥物，在此情況下，本研究將採用社會支持理論，分析消費者與節目主持人互動過程中所展現的情感性支持 (emotional support)、工具性支持 (instrumental support)、資訊性支持 (informational support) 以及讚美支持 (appraisal support)，並分析這些不同類型的社會支持對老人的購藥行為影響何在？

四、研究主題對國家發展的必要性與重要性：

臺灣人口結構中，六十五歲以上的老年人口達 235.5 萬多人，佔總人口的 10.25%。經建會估算，台灣在民國一百一十年的老年人口將成長至 392 萬人。學者指出，老年人口暴增，老年人健康問題如果不加重視，台灣社會恐自食惡果。

學者強調，未來三到五年內將是台灣規劃老年人問題的關鍵期。但規劃老年人健康問題的專家，比較在意長期照護或是成功老化等問題，老年人傳播問題似乎比較不受重視，殊不知老年人透過電台買藥的傳播與消費行為，也是加重台灣未來健保給付的潛在因子之一。

電台買藥的主要消費族群為老年人，購買方式包括打電話到節目中訂購藥品、郵購藥品，或者直接到主持人服務處、廣播賣藥電台或指定藥房購買，有些節目甚至有派人專送到家的宅配服務；因此，服用賣藥電台販售藥品在老年人族群中並不奇特。特別是嘉、雲、南地區的老年人，

透過電台買藥的行為相當普遍，這也使得嘉、雲、南地區的洗腎人口與日俱增。台灣腎臟醫學會即指出，南台灣洗腎人口偏多，與當地民眾服成藥及購買地下電台不合格的成藥有關；台大醫院雲林分院腎臟內科主任陳世宜也表示，雲林縣洗腎人口逼近二千，雲嘉南洗腎人口高居全台之冠，近十年來國人洗腎人口成長三倍，目前約六萬三千多人，發生率與盛行率均居世界第一，這與台灣民眾濫用藥物有絕對關係，不應輕忽。

如果政府單位能夠瞭解老年人為何捨棄正統的就醫途徑，選擇賣藥電台的販售的藥物服用，應該就可以規劃相關宣導方案，導正台灣地區老年人的用藥習慣，並藉此提升老年人健康，減低台灣健保負擔。

