

調整宣傳訊息提高捐贈意願



嶺大視角

近年香港在血液捐贈和器官

捐贈兩個議題上有不少討論：先有女病人鄧桂思急需捐肝一事，令社會廣泛關注器官捐贈供不應求的問題，後有市民不滿香港紅十字會於社交媒體上呼籲市民捐血的用詞不恰當。血液和器官捐贈屬於無償和自願的利他行為，為確保其供應能應付未來人口老化所帶來的需求，相關部門的宣傳和推廣工作顯得相當重要。心理學的理論和研究結果或許可幫助我們制定和評估推廣活動中所用到的訊息。

以捐血為例，在本質上它是典型的利他行為，其目的在於幫助有需要的病人，但捐血者的動機卻因人而異：有人認為捐血是對社會作出貢獻；亦有人認為捐血是為了令自己生活有意義。從眾多的動機中我們大致可歸納出利他和利己的動機，兩者看似相反但並不相斥，捐贈者同時持有兩種動機並不罕見。

華人重視滿足他人所需

香港紅十字會在推廣捐血的訊息上往往會針對這兩種動機，例如「捐血救人 坐言起行」（二〇一四年紅十字會輸血服務中心宣傳捐血的主題）、「每位捐血者都是英雄」（二〇一二年主題）。前者強調利他動機，後者強調利己動機。英國有研究發現，強調捐血對個人有利的訊息比強調捐血對社會有貢獻的訊息，往往更能誘出捐血者的捐血意願和實際的捐血行動。這是否意味我們的捐血宣傳訊息應跟隨研究結果而作出改變，如多些強調捐血的利己回報？然而，這樣的利己訊息在香港這個華人為主的社會又是否適用呢？

跨文化心理學研究告訴我們，相對於西方社會，華人社會更着重人與人之間的「互依性」，比起滿足個人欲望，更重視滿足他人所需，如對他人要有仁愛之心和對社會要有義務等。

就着以上背景，嶺南大學應用心理學系在二〇一六年進行了一項初步的研究，探討四種不同推廣捐血的訊息（正面/負面地強調捐血對社會/個人有利的訊息）與捐血意願的關係。實驗參加者為嶺大學生，他們隨機閱讀一個推廣捐血的訊息，然後表達其捐血意願。研究結果發現，四種訊息中正面地強調捐血對社會有利的訊息最能有效地提高參加者的捐血意願。希望這初步的研究結果能協助相關部門推廣捐血和器官捐贈。

註：小題為本報所加

嶺南大學應用心理學系助理教授 楊慧蘭
學生 譚沛全

嶺南大學在香港復校半世紀，乃本地博雅教育先驅。本欄由嶺大學者執筆，分享個人的學術和專業見解。讀者意見可電郵至ocpa@ln.edu.hk。