

第三章 研究方法

本章主要在說明本研究之架構、研究對象的選取、研究工具、研究步驟與進度、資料處理與統計分析及研究預期成果，共分六節：第一節為研究架構；第二節為研究對象；第三節為研究工具；第四節為研究步驟與進度；第五節為資料處理與統計分析；第六節為研究預期成果，分別說明如下：

第一節 研究架構

本研究為橫斷性調查研究，根據研究目的及文獻探討，提出本研究之研究架構圖如 3-1。

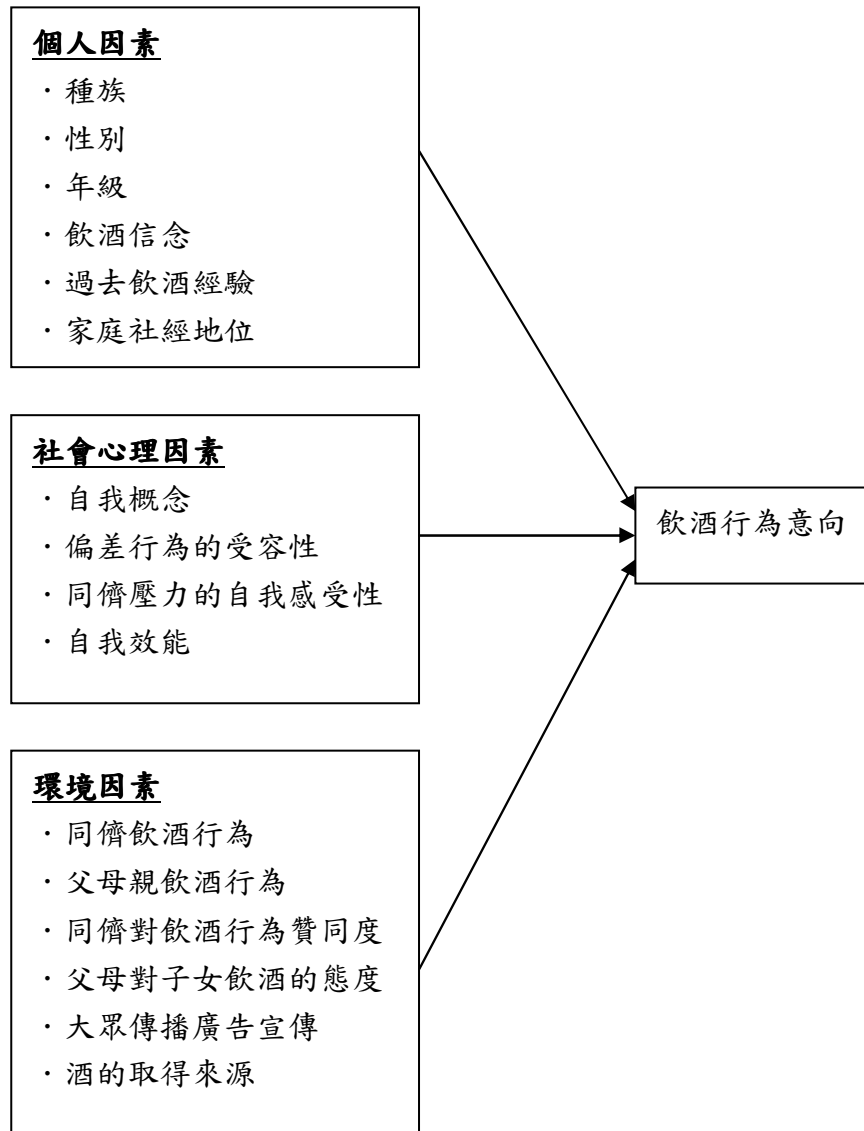


圖 3-1 國中生飲酒行為意向及相關因素之研究架構圖

根據此架構可知，本研究主要探討個人因素、社會心理因素及環境因素對研究對象飲酒行為意向的解釋力，其中個人因素、社會心理因素及環境因素為自變項，飲酒行為意向為依變項。

第二節 研究對象

壹、母群體

本研究以屏東市九十五學年度縣立國民中學一至三年級全體學生為母群體，依據屏東縣政府學務課資料顯示九十五學年度屏東市計有 6 所縣立國民中學，共計 297 班，每班平均人數 35 人，其中男生有 5,690 名，女生 5,192 名，學生總人數為 10,882 人，其性別與年級分佈見表 3-1；各校班級數及人數分佈見表 3-2。

表 3-1 九十五學年度屏東市國中生總人數

年級	男	女	合計
一年級	1,976	1,763	3,739
二年級	1,849	1,761	3,610
三年級	1,865	1,668	3,533
合計	5,690	5,192	10,882

表 3-2 九十五學年度屏東市各所國民中學之人數分佈

學校名稱	年級	班級數	人數
明正國中	一年級	29	1,105
	二年級	34	1,250
	三年級	29	1,175
中正國中	一年級	27	1,027
	二年級	28	1,070
	三年級	27	1,075
鶴聲國中	一年級	9	414
	二年級	8	377
	三年級	8	378
至正國中	一年級	10	337
	二年級	9	282
	三年級	9	320
大同國中 (國中部)	一年級	12	450
	二年級	11	401
	三年級	11	382
公正中學	一年級	9	261
	二年級	8	305
	三年級	8	273
合計		297	10,882

貳、研究樣本

一、所需樣本

參考抽樣曲線標準(Krejcie and Morgan, 1970), 在母群體 10000~15000 人時, 需要樣本數 370~375 人。以回收率 95% 推估, 至少要抽樣 395 人, 隨機抽出之樣本學生代表屏東市縣立國中生。

二、抽樣單位與抽樣方法

基於時間及人力考量，本研究採用機率比率抽樣調查法。本研究樣本人數設為630人，以每班平均人數35人為單位，共抽出18班。以學校班級為抽樣單位，用機率比率抽樣（Probability Proportionate to Size, PPS）進行抽樣，抽出3所學校，於各樣本學校一至三年級，隨機各抽出2個樣本班級，再以該班全體學生為對象，抽得樣本數為630人。

表 3-3 屏東市國中生 PPS 的抽樣對照表

學校名稱	學生人數	班級數	累計學生人數	累計班級數
公正中學	839	25	839	25
至正國中	939	28	1778	53
鶴聲國中	1,169	25	2947	78
大同國中 (國中部)	1,233	34	4180	112
中正國中	3,172	82	7352	194
明正國中	3,530	92	10882	286

第三節 研究工具

本研究以自編的結構式問卷為研究工具，係研究者參考國內外文獻，並依研究目的及研究架構編制而成。以下說明問卷編製過程。

壹、研究工具的初擬

根據研究架構，將問卷分成三大部分，包括「個人因素」、「社會心理因素」和「環境因素」，再參考相關文獻決定各部分應包含之內容、形式。以下針對問卷初稿的三個部份，分別予以說明：

一、個人因素：此部分依本研究所需而設計，主要目的在蒐集國中學生之「個人因素」包括：包括種族、性別、年級、飲酒信念及過去飲酒經驗、家庭社經地位等六部份。

(一) 飲酒信念量表：

採用國內相關研究之問卷編撰而成（姜逸群等，2002；黃世雅，2003；李豪傑，2004），依據研究目的，擷取量表中涵蓋『抒解壓力』、『有助於人際互動』、『危害健康』、『違反法律』等，正、負向飲酒信念的部份，則採 Likert 氏量表形式，分為「非常不同意」、「不同意」、「中立意見」、「同意」、「非常同意」等五個向度，其中得分依次為 1、2、3、4、5 來計分，分數愈高則代表飲酒信念愈正向，分數愈低則反之。

(二) 過去飲酒經驗：

採用國內相關研究之問卷編撰而成（陳順利，2000；張芳慈，2004；吳麗玉、黃乾全，2003）。題目分別是「飲酒經驗」、「第一次飲酒的年齡」。在「飲酒的情況」則分成六類，以「從來沒有喝過」作為「無飲酒經驗」；而「很少」、「半年內 1~2

次」、「三個月內 1~2 次」、「一個月內 1~2 次」、「一星期內 1~2 次」則為「有飲酒經驗」。在「第一次飲酒的年齡」則是分為「國小以前」、「國小階段」、「國中階段」等三個階段。

(三) 家庭社經地位

本研究參照 Hollingshead & Redlich (1958) 兩因素社會地位指數，以教育程度及職業等級，應用公式（社會地位指數 = 教育程度指數×4 + 職業等級指數×7）計算出家庭社經地位。以受試者家長的教育程度與職業等級為指標，加乘教育程度與職業等級均細分為五個等級。計算時採用兩因素社會地位指數方法，將教育程度乘以 4，職業等級乘以 7 後相加，得到社會地位指數，依照指數高低，將家庭社經地位區分為五個等級，第一級：52-55，第二級：41-51，第三級：30-40，第四級：19-29，第五級：11-18。以父母中職業和教育程度指數較高者為代表，社經地位指數高，其社經地位高。詳如下表（表 3-4）：

表 3-4 家庭社會地位計分方式

	等級	內容	指數
教育程度	一	研究所畢（肄）業（碩、博士）	5
	二	大學（專科）畢業	4
	三	高（初）中、職畢業或大專肄業	3
	四	國小畢（肄）業、識字	2
	五	未受教育（不識字）	1
職業類別	一	高級專業人員或行政人員	5
	二	專業人員或中級行政人員	4
	三	半專業或一般技術人員	3
	四	技術性員工	2
	五	半技術員工、非技術性工人及無業者	1
家庭社經地位	一		52-55
	二		41-51
	三		30-40
	四		19-29
	五		11-18

二、社會心理因素：此部分依本研究所需而設計，主要包括自我概念、偏差行為的受容性、同儕壓力的自我感受性、自我效能等四部份。

（一）自我概念量表：

就自我概念定義而言，從參考文獻中可發現諸位學者對其都有不同的詮釋，如：Carl Rogers（羅吉斯）認為在個人思想和經驗中最重要部份是對「我」的看法，即自我概念。Byrne

(1974)認為自我概念是個人對其行為、身體、個人價值所抱持的態度，及個人對自己知覺的評估。張淑美(1995)認為自我概念即是自己對自己的看法，是知覺、思考、行動的主體對自己的態度、看法和感情等等之總和。張春興(1989)指出自我概念是個人對自己多方面知覺的總合；其中包括了個人對自己性格、能力、興趣、欲望的了解，個人與別和環境的關係，個人對處理事物的經驗，以及對生活目標的認識及評價等。

自我概念為一統整性的概念，整體自我概念雖然存在，卻非一個評量分數或指標可以概括顯示，因此，欲分析與評量自我概念時，了解自我概念的多層面乃具重要性。歷年來對自我概念的結構，各學者亦有不同觀點，如：Fitt(1965)將自我分成外在參考架構包含生理自我、倫理自我、心理自我、家庭自我、社會自我；內在參考架構包括自我認同、自我接受和自我行動。Roid&Fitts(1988)編製的田納西自我概念量表則將自我概念分成五個次領域(賴朝暉，1998)：生理自我、心理自我、社會自我、道德倫理自我、與社會自我，而每個領域又分為三個層次(自我認同、自我滿意和自我行動)。林邦傑(1979)將自我概念分為：生理我、道德倫理我、心理我、家庭我、社會我、自我批評、自我認同、自我接納及行動。郭為

藩（1996）提出自我概念層面結構分析，應由自我組成分析探討，自我包括了三部份：其一、團體我，對自己的軀體及其生理需求的認定；其二、社會我，對於個人在社會生活中所擔任各種角色的認定；其三、心理我，對於某些意願、信念、價值體系的認定。

綜合上述學者之觀點，並參考國內相關研究（林素霞，2003；郭妙雪，2003；莊榮俊，2002；陳怡君，2003），依據本研究之目的，將自我概念限定在生理、心理、家庭、社會等方面的自我看法，主要用以探討研究對象之自我概念與飲酒行為意向之關係。亦參考由林邦傑國內修訂版的「田納西自我概念量表」之自我概念量表，擬擷取量表中的生理自我、心理自我、家庭自我和社會自我等四部分，加以修改、自編，計分方法採Likert氏量表形式，分為「完全不符合」、「大部分不符合」、「部份符合」、「大部分符合」、「完全符合」等五個向度，其中得分依次為1、2、3、4、5來計分，測得分數愈高則代表自我概念愈正向，分數愈低則反之。

（二）偏差行為的受容性之測量：

參考國內相關研究，評估研究對象對於偏差行為，包括：偷竊、恐嚇同學、說謊等的接受度。以研究者自編「偏差行為

的受容性問卷」作為評估工具，採 Likert 五點計分方式計，分為「非常不同意」、「不同意」、「中立意見」、「同意」、「非常同意」，其中得分依次為 5、4、3、2、1 來計分測得分數愈高則代表對於偏差行為的受容性愈高，分數低則反之。

(三) 同儕壓力的自我感受性之測量：

參考國內相關研究（姜逸群等，2002），主要測量研究對象對於同學、朋友等同儕之自我感受程度。以本研究自編「同儕壓力的自我感受性問卷」作為評估工具，採 Likert 五點計分方式，分為「非常不同意」、「不同意」、「中立意見」、「同意」、「非常同意」，其中得分依次為 1、2、3、4、5 來計分，得分愈高則代表愈會屈從於同儕壓力，向同儕行為靠齊，分數低則反之。

(四) 自我效能量表：

班杜拉（Bandura, 1982）所提出「自我效能」係指個人對於自己完成特定任務或行為，所持的信心或有把握的程度；換言之，即採取某一行動前，個人的”達成可能感”，對自己想做的事，實現的可能性的認識，或自己對這件事能把握的程度之想法。參考國內相關研究（姜逸群等，2002；葉美玉等，2003），本研究主要評估研究對象能否拒絕朋友、同學、家人於平時、

假日聚會、特別日子等的情況下邀約飲酒的把握度。以本研究自編「拒絕飲酒自我效能量表」作為評估工具，採 Likert 五點計分方式，分為「非常沒把握」、「沒有把握」、「不一定」、「有把握」、「非常有把握」，其中得分依次為 1、2、3、4、5 來計分，得分愈高則代表自我效能愈好，愈能拒絕飲酒行為，分數則反之。

三、環境因素：此部分依本研究所需而設計，主要包括同儕飲酒行為、父母親飲酒行為、同儕對飲酒行為贊同度、父母對子女飲酒的態度、大眾傳播廣告宣傳、酒的易取得性等六部份。

(一) 同儕及父母親飲酒行為頻率之測量：

參考國內相關研究之問卷編撰而成（陳順利，2000），將同儕及父母親的飲酒行為量表，題目為「飲酒的情況」，例如：「大約多久喝一次酒」代表飲酒頻率，將飲酒的情況分為「從來沒有喝過」為 0 分、「很少」為 1 分、「半年內 1~2 次」為 2 分、「三個月內 1~2 次」為 3 分、「一個月內 1~2 次」為 4 分、「一星期內 1~2 次」為 5 分，得分愈高則代表其過去曾經飲酒行為頻率愈高，分數低則反之。

(二) 同儕對飲酒行為贊同度之測量：

參考國內相關研究之問卷編撰而成（李孟澂，2000）。透

過研究對象自填週遭好朋友對其在平時、和家人在一起時、特別的日子三種情況下飲酒的贊同程度；計分方法採Likert氏量表形式，分為「非常不贊同」、「不贊同」、「中立意見」、「贊同」、「非常贊同」其中得分依次為1、2、3、4、5來計分，得分愈高則代表同儕對飲酒行為愈贊同，分數低則反之。

(三) 父母對子女飲酒的態度之測量：

參考國內相關研究之問卷編撰而成（李孟澂，2000；姜逸群等，2002；李豪傑，2004；林怡貞，2004）。問卷之設計方式是以評量研究對象之父母對其在平時、和家人在一起時、特別的日子三種情況下飲酒的贊同程度；計分方法採Likert氏量表形式，分為「非常不贊同」、「不贊同」、「中立意見」、「贊同」、「非常贊同」其中得分依次為1、2、3、4、5來計分，得分愈高則代表父母對子女的飲酒態度愈開放，分數低則反之。

。

(四) 大眾傳播廣告宣傳之測量：

評估研究對象對於酒類廣告內容之看法，針對廣告宣傳之形象與評價作測量，採Likert五點計分方式，分為「非常不同意」、「不同意」、「中立意見」、「同意」、「非常同意」，其中得分依次為1、2、3、4、5來計分，分數愈高則代表對廣告

宣傳形象與評價愈高，即接受程度愈高，分數低則反之；就接受廣告宣傳頻率方面，則分類為：「每週 0 次」、「每週 1-2 次」、「每週 3-4 次」、「每週 5-6 次」、「每週 7-8 次」、「每週 9 次以上」，其中得分依次為 0、1、2、3、4、5 來計分，分數愈高則代表接受頻率愈高，分數低則反之；就對廣告內容的態度，則分類為：「非常不喜歡」、「不喜歡」、「中立意見」、「喜歡」、「非常喜歡」，其中得分依次為 1、2、3、4、5 分，分數愈高則代表喜歡程度愈高，分數低則反之。

(五) 酒的取得來源之測量：

在「酒的取得來源」之測量方面，擬採基本問卷方式，評估研究對象過去是否曾經私自購買酒和酒的取得來源（如：家中、餐廳、便利商店、一般飲料店或其他等，可重複勾選，勾選一項為一分，採累計方式計分，測得分數愈高則代表酒的取得來源愈多）。

四、飲酒行為意向量表：參考國內相關研究（李孟澂，2000），用以評估研究對象對於未來六個月於不同情境下，如：歡樂時刻、負向情緒、日常生活等，是否發生飲酒行為之可能性的主觀判斷，採 Likert 五點計分方式，分為「非常不可能」、「不可能」、「一半一半」、「可能」、「非常可能」，其中得分依次為 1、2、3、4

、5 來計分，得分愈高則代表發生飲酒行為之可能性愈高，分數低則反之。

貳、研究工具之效度處理

問卷初稿擬定後，為提升問卷內容之正確性與適用性，邀請衛生教育、公共衛生及相關的專家學者及國中教師共計七人，進行內容效度處理，請專家就問卷題目對研究變項的適用性、需要性及內容予以評等與建議，每道題目皆有三項評定標準：「完全同意應予保留（採用）」、「應予部份修改（修正後採用）」、「題目不適合應予刪除（不採用）」，爾後綜合專家之建議修改問卷，以使問卷更符合研究所需。

參、預試與信度分析

為實地了解受測學生對填答問卷的反應、問卷的適用性、預估施測所需時間及正式施測時可能出現的問題，研究者於民國 96 年 3 月選擇一所非樣本之屏東市縣立國民中學的學校進行問卷預試，以避免樣本學校受到汙染，針對該校一、二、三年級學生各抽出一班為預試對象，預試時間約 25~30 分鐘。預試過程鼓勵學生提出問題，標示出題意不輕或難以作答的題目並加以記錄，以確切了解學生填答的困難所在，填答完畢後，總共收回 104 份問卷，有效問卷為 103 份。

將所蒐集的預試問卷資料輸入電腦進行 Chronbach α 分析內部

一致性之信度分析。預試結果測量內部一致性，由表 3-5 之結果得知：飲酒信念的信度為 0.81；自我概念的信度為 0.93；偏差行為受容性的信度為 0.72；同儕壓力自我感受性的信度為 0.80；自我效能的信度為 0.94；同儕對飲酒行為贊同度的信度為 0.91；父母對子女飲酒的態度的信度為 0.90；對大眾傳播廣告內容的看法的信度為 0.91；飲酒行為意向的信度為 0.94，而根據 Nunnally 對於量表使用之建議標準，Chronbach α 值最好於 0.6 以上 (Scherer et al., 1982)，故本問卷的內容一致性尚佳。

表 3-5 預試問卷內部一致性之信度分析情形

量表名稱	Chronbach α
飲酒信念	0.81
自我概念	0.93
偏差行為受容性	0.72
同儕壓力自我感受性	0.80
自我效能	0.94
同儕對飲酒行為贊同度	0.91
父母對子女飲酒的態度	0.90
對大眾傳播廣告內容的看法	0.91
飲酒行為意向	0.94

第四節 研究步驟

本研究進行步驟自研究計畫擬定、文獻蒐集與整理、研究工具的編製、行政聯繫、預試、正式施測、資料整理和統計分析及結果的撰寫，循序完成。

一、文獻蒐集（95年7月-96年12月）

在研究中持續進行相關文獻的資料蒐集與整理，作為研究問卷編製、結果討論等的參考。

二、問卷設計（95年12月-96年2月）

參考國內外相關文獻研究問卷，並依據研究目的的經過初稿擬定、信效度分析等過程，最後完成正式問卷。

三、行政聯繫（96年3月-96年4月）

首先，至屏東縣教育局統計室取得屏東市縣立國民中學之班級、學生人數等相關統計資料，進行抽樣，抽樣學校確定後，以電話聯繫學校教務主任及教學組長，取得施測學校之同意後，請學校提供行政協助，依據各個樣本班級之排課時間，徵詢導師或健康與體育老師的配合意願後，安排施測日期及時間（盡可能安排於早修時間）。

四、問卷預試與修改（96年3月-96年4月）

選擇一所非樣本之屏東市縣立學校，由研究者對學生說明問卷施測目的以進行問卷預試施測，當場發下問卷，並依據問卷施測程序說

明填答的注意事項，並當場將問卷收回。再針對預試結果，進行問卷修改，成為正式問卷。

五、正式調查（96年5月）

正式調查時間預計民國九十六年五月，利用一個月的時間完成。

正式施測的過程與預試相同。

六、問卷回收與資料整理（96年6月- 96年10月）

問卷回收之後，逐一詳細檢查審閱，剔除漏答太多或明顯錯誤的問卷，並做整理。計算有效問卷數及回收率，再將問卷資料譯碼、校對並輸入電腦以建立資料檔案，之後再進行統計分析。

第五節 資料處理與分析

本節共分成二部份來說明資料處理分析的內容，第一部分說明資料處理，包含資料編碼方式及意義，第二部份說明正式問卷資料的統計方法。

壹、資料處理

一、問卷回收後，隨即將有效問卷編碼。

二、進行資料譯碼，輸入電腦建立資料檔後重複校對。

三、以 SPSS for windows 14.0 統計套裝軟體進行統計分析。

貳、資料統計分析

依據研究之目的與研究架構，採用下列統計方法加以分析：

一、描述性統計

在描述變項之分佈情形時，類別資料以次數分配及百分比進行描述，等距資料以最大值、最小值、平均值、標準差等敘述之。

二、推論性統計

本研究依據研究目的、待答問題與研究假設所使用之統計方法，其摘要如下表 3-6：

	飲酒行為意向有顯著的相關	
	(二)研究對象之偏差行為的受容性與飲酒行為意向有顯著的相關	
	(三)研究對象之同儕壓力的自我感受性與飲酒行為意向有顯著的相關	
	(四)研究對象之自我效能與飲酒行為意向有顯著的相關	
(三)研究對象之環境因素與飲酒行為意向是否相關?	三、研究對象之環境因素與飲酒行為意向有顯著的相關	皮爾遜基差相關
	(一)研究對象之同儕飲酒行為與飲酒行為意向有顯著的相關	
	(二)研究對象之父母親飲酒行為與飲酒行為意向有顯著的相關	
	(三)研究對象之同儕對飲酒行為贊同度與飲酒行為意向有顯著的相關	
	(四)研究對象之父母親對子女飲酒的態度與飲酒行為意向有顯著的相關	
	(五)研究對象之大眾傳播廣告宣傳與飲酒行為意向有顯著的相關	
	(六)研究對象之酒的取得來源與飲酒行為意向有顯著的相關	
(四)個人因素、社會心理因素及環境因素對研究對象飲酒行為意向的解釋力如何?	(七)研究對象之個人因素、社會心理因素及環境因素能顯著有效解釋飲酒行為意向。	複迴歸分析、皮爾遜積差相關