

影響大學生預防及資訊尋求行為意圖的因素： 以毒奶粉事件為例

侯心雅*

摘要

本研究以「毒奶粉」報導為例，結合「計畫行為理論」及傳播研究的「第三人效果」，瞭解消費者面臨食用安全威脅時，那些因素會影響其採取預防與資訊尋求行為意圖。研究以橫斷面調查方式進行，以大學生作為研究對象，共收集1,213份有效問卷。經由多元階層迴歸分析發現：（一）當受訪者面對毒奶粉的威脅時，主觀的社會規範、態度與感知的行為控制（即「自我效能」）顯著地預測其預防行為意圖；（二）主觀的社會規範與感知的行為控制正向地預測受訪大學生的資訊尋求行為意圖；（三）受訪者認為毒奶粉相關報導「對自己的影響」愈強，愈會採取預防行為及尋求相關資訊；同時，其預測能力也大於毒奶粉報導「對一般其他人的影響」。研究建議未來研究者可以結合計畫行為理論的前置變項、媒介第三人效果與其他可能的影響變項（例如可信度、知識、資訊充足感等），進一步探討其對消費者預防、資訊尋求或支持限制產品進口行為意圖的影響，以擴展食品安全研究領域的範疇。

關鍵字：毒奶粉事件、計畫行為理論、第三人效果

*國立政治大學新聞學系博士班學生

通訊作者：侯心雅

聯絡地址：台北市文山區指南路二段64號

聯絡電話：02-29393091

E-mail：clarehou@gmail.com

壹、前言

台灣對大陸食品的依賴度愈來愈高。經濟部國際貿易局統計指出，台灣每年從中國大陸進口的食品高達200多億美元（國際貿易局〔國貿局〕，2008）；所以，當2008年底中國大陸爆發「毒奶粉」事件時，台灣消費者一陣譁然。

近年來，食品業面臨食品安全危機的事件比例日益攀升（Lobb, Mazzocchi, & Traill, 2007），受三聚氰胺污染的毒奶粉事件雖然僅是食品安全危機的個案之一，但是食品安全問題對消費者來說卻已經成為重要且敏感的議題（Coulson, 2002），一旦食品爆發安全疑慮，就可能引發價格波動、消費者拒絕食用或抵制進口，該食品品牌也可能造成聲譽受損（de Jonge, van Trijp, Renes, & Frewer, 2007）。因此，當台灣政府發佈新聞指出，中國大陸官方證實三鹿集團生產含有三聚氰胺（melamine）的乳製品已經流入台灣消費市場後，台灣民眾紛紛要求政府應該對大陸進口奶粉或奶製品嚴格把關，必要時要求其產品下架或禁止進口。

由於「毒奶粉」案爆發後，台灣媒體不斷地報導，引發民眾的恐慌，也導致台灣民眾對中國大陸進口食品產生信心危機；在此情況下，「毒奶粉」事件正可提供台灣學術界一個深入研究消費者行為及媒介效果的機會。

就消費者行為而言，過去研究例如：Armitage & Conner, (2001) 發現，「計畫行為理論」（Theory of Planned Behavior, TPB）所強調的「主觀的社會規範」、「態度」與「感知的行為控制」（即「自我效能」）會影響一個人的消費行為，「計畫行為理論」所強調的三個前置變項（antecedent variable）甚至可以解釋預測行為意圖或實際行為27%至39%的變異量。其中，主觀的社會規範強調，個人採取某行為時，與其受到的社會壓力（Ajzen & Fishbein, 1980）與他人期望所影響（Keats, Culos-Reed, Courneya, & McBride, 2007）。「態度」則是一個人對目標、行為與過程所持續擁有的情感傾向（Oliver, 1981）；由計畫行為理論來看，態度是影響一個人的行為意圖與實際行為的重要決定因素之一（Fishbein & Ajzen, 1975）。而Bandura（1986）的「社會認知理論」指出，感知的行為控制（即「自我效能」）是指個人相信自己有能力克服障礙完成某一行為，且感知的行為控制會影響一個人的行為表現；所以，行為科學多年來也相當重視感知的行為控制對行為的影響（Noar, Zimmerman, Palmgreen, Lustria, & Horosewski, 2006）。過去的研究也發現，主觀的社會規範（Moser, Green, Weber, & Doyle, 2005）、態度（Cook, Kerr, & Moore, 2002）與感知的行為控制（即「自我效能」）（Haapala & Probart, 2004）影響個人對食物的選擇與消費行為意圖，顯示「計畫行為理論」是一個

適合作為研究個人行為意圖的重要模式之一。基於上述的討論，發現計畫行為理論的三個前置變項雖然會影響消費者的行為意圖；但是，當食品安全爆發危機時，消費者是否會進一步採取預防行為與尋求相關資訊？值得本研究進一步討論。

然而，面對「毒奶粉」的大幅新聞報導，本研究也認為媒介效果對消費者行為的影響不容忽視。倍受傳播學者關注的媒介「第三人效果」研究強調，閱聽人面對負面的新聞報導時，傾向認為這些報導對他身邊其他人造成的影響比較大，對自己造成的影響比較小，於是個人傾向支持限制媒介刊播負面新聞報導，以免對身旁其他人產生負面影響。本研究回顧過去文獻發現，多年來「第三人效果」研究的學者不斷擴展可能的研究議題，其中不乏色情內容（Lee & Tamborini, 2005）、廣告說服訊息（Cho & Boster, 2008）、政治攻擊性廣告（Cheng & Riffe, 2008）、媒介中的身體意象（Park, Yun, McSweeney, & Gunther, 2007）及電視內容對精神疾病的描述（Diefenbach & West, 2007），但與民衆生活密切相關的食品安全問題卻較少著墨；此外，第三人效果研究中相當在意報導訊息的品質（即報導內容偏向正面或是負面的效果），學者（Wei, Lo, & Lu, 2011）建議，過去有關第三人效果研究，大多針對負面效果（例如網路色情內容）或正面效果（例如公共服務宣導廣告）進行研究，但是當新聞報導內容處於灰色地帶時（兼具正面及負面效果），是否也會產生第三人效果，值得關切。而毒奶粉報導正好同時具備正面（例如幫助消費者瞭解食品安全風險）、負面（例如不正確的毒奶粉報導可能引發民衆過度焦慮）報導效果兩種特性，可成為第三人效果研究的新領域；更重要的是，第三人效果一向重視媒介效果，但學界如果要擴展第三人效果的研究領域，有必要進一步轉向討論媒介第三人效果可能引發的其他行為反應（例如資訊尋求或預防行為）（Wei, Lo, & Lu, 2008），毒奶粉案爆發後，台灣地區民衆面對食品安全疑慮，主動尋求資訊及採取預防行為成為首要之急，這也提供對第三人效果研究感興趣的學者一個延伸第三人效果研究範疇的機會。

由於台灣地區大學生外食比例高，其喜愛的飲食種類（例如冷飲冰品、速食）添加奶製品的可能性又相對較高（陳雅君，2008）；加上大學生的教育程度高，比其他族群來得有自信，自尊心又比較強，媒介報導對其產生的「第三人效果」可能比較明顯（Perloff, 2002）。基於上述論點，本研究目的主要以「計畫行為理論」作為理論基礎，並結合傳播研究的「第三人效果」，瞭解大學生面臨三聚氰胺危害乳製品食用安全的威脅時，那些因素會影響其採取預防與資訊尋求行為的意圖。

研究於是提出下列假設：

H1a：受訪者愈覺得社會規範傾向不鼓勵食用受三聚氰胺污染的奶製品，愈會採

取預防行爲。

H1b：受訪者愈覺得社會規範傾向不鼓勵食用受三聚氰胺污染的奶製品，愈會尋求與毒奶粉有關的資訊。

H2a：受訪者對食用受三聚氰胺污染的奶製品的態度愈正向，愈不會採取預防行爲。

H2b：受訪者對食用受三聚氰胺污染的奶製品的態度愈正向，愈不會尋求與毒奶粉有關的資訊。

H3a：受訪者對於避免食用毒奶粉製品的自我效能愈高，愈可能採取預防行爲。

H3b：受訪者對於避免食用毒奶粉製品的自我效能愈高，愈會尋求與毒奶粉有關的資訊。

H4a：受訪者一旦認為毒奶粉報導對自己的影響愈大時，愈可能採取預防行爲。

H4b：受訪者一旦認為毒奶粉報導對自己的影響愈大時，愈會尋求與毒奶粉有關的資訊。

H5a：受訪者一旦認為毒奶粉報導對一般其他人的影響愈大時，其採取預防行爲的可能性就愈高。

H5b：受訪者一旦認為毒奶粉報導對一般其他人的影響愈大時，愈會尋求與毒奶粉有關的資訊。

H6a：「毒奶粉報導對自己的影響」對受訪者採取預防行爲的預測能力大於「毒奶粉報導對一般其他人的影響」。

H6b：「毒奶粉報導對自己的影響」對受訪者尋求毒奶粉相關資訊的預測能力大於「毒奶粉報導對一般其他人的影響」。

貳、材料與方法

一、研究對象及設計

本橫斷面研究以大學生作為研究對象，透過問卷調查分別測量受訪者的「主觀社會規範」、「態度」、「自我效能」；受訪者認為毒奶粉相關報導「對自己的影響」與「對一般其他人的影響」；以及其面對毒奶粉事件所採取的「預防」與「資訊尋求」行為意圖。研究架構如下：

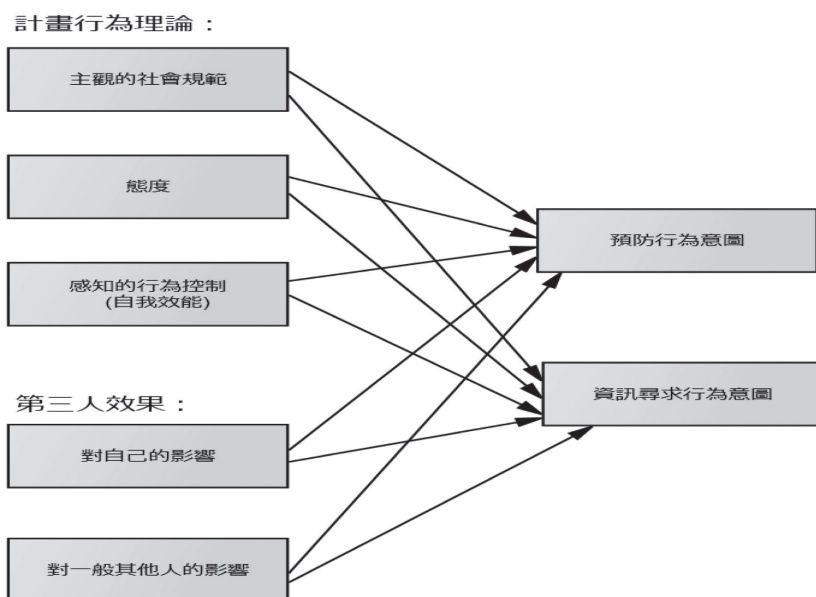


圖1 影響大學生預防及資訊尋求行為意圖的因素：以毒奶粉事件為例架構圖

二、抽樣方法與資料收集

由於台灣在地理區域上分為北、中、南、東四個區域；因此，本研究採取多階集群抽樣（multi-stage cluster sampling），研究分別在四個不同的地理區域中隨機抽取兩所大學院校，再從抽中的大學院校中隨機抽取兩班通識課程中的學生進行施測，避免樣本因集中於特定科系與特定年級而產生偏差。

正式訪問於2008年11月13日至2008年12月12日進行，共收集1,213份有效問卷。其中男生有537人（44.3%）、女生有675人（55.6%）（一位填答者未作答）；就年級別而言，一年級學生有313人（25.8%）、二年級學生有421人（34.7%）、三年級學生有288人（23.7%）、四年級學生有172人（14.2%）、延畢生則有17人（1.4%），未作答者有2人（0.2%）；平均年齡19.9歲（ $SD=1.85$ ）。

三、研究變項

（一）自變項

主觀社會規範：為瞭解受訪者所感知的「主觀社會規範」，本研究修改Ajzen與Fishbein（1980）發展的「主觀社會規範」量表，主要詢問受訪者身邊的人對於其食用受三聚氰胺污染的奶製品後的看法，包括「我的父母建議我不要食用受三聚氰胺污染

的奶製品」、「我的兄弟姐妹建議我不要食用受三聚氰胺污染的奶製品」及「我的朋友建議我不要食用受三聚氰胺污染的奶製品」，每一個題項的答案範圍從「非常不同意」（一分）到「非常同意」（七分），由受訪者選擇一個最適合的答案。

透過主要因素分析法（principle component analysis）進行分析，配合最大變異法（Varimax）轉軸，本研究發現這三個測量「主觀社會規範」的題項僅呈現一個因素，每一個題項的因素負荷量均在 .85 以上，此一單一因素的愛根值（Eigen value）為 2.34，可解釋 77.93% 的變異量。本研究再針對此量表進行信度檢定，Cronbach's α 值為 .86。基於因素分析與信度檢驗分析結果，本研究將受訪者「主觀社會規範」量表的三個題項得分加總後除以三，構成「主觀社會規範」的分數（ $M=4.21, SD=1.64$ ）。

態度：本研究的「態度」量表主要參考 Huh, Delorme 與 Reid (2004) 的態度量表修改而成，詢問受訪者下列問題：「對我而言，食用受三聚氰胺污染的奶製品是…」。

此語意量表分別由幾項語意極端的形容詞組成，包括「不好的（一分）及好的（七分）」（ $M_{\text{不好的/好的}} = 5.01, SD_{\text{不好的/好的}} = 1.57$ ）、「有害健康的（一分）及有益健康的（七分）」（ $M_{\text{有害健康的/有益健康的}} = 4.89, SD_{\text{不好的/好的}} = 1.64$ ）、「危險的（一分）及安全的（七分）」（ $M_{\text{危險的/安全的}} = 4.45, SD_{\text{危險的/安全的}} = 1.55$ ）。

透過主成份因素分析與最大變異法轉軸，本研究發現此量表只萃取出一個因素，每個題項的因素負荷量介於 .87 至 .93 之間，單一因素的愛根值為 2.44，共可解釋 81.25% 的變異量；之後，本研究再針對此量表進行信度檢定，Cronbach's α 值為 .89。基於上述因素分析與信度檢驗結果，本研究將受訪者在「態度」語意量表三個題項上的得分加總除以三，即構成「態度」的分數（ $M=4.80, SD=1.43$ ）。

自我效能：本研究參考 Wei, Lo 與 Lu (2007) 建構的「自我效能」量表，透過下列幾項陳述來測量受訪者的「自我效能」。此一七等分「自我效能」量表問題包括：「我相信自己有能力避免吃到毒奶粉製品」、「我相信自己有多種方法來避免吃到毒奶粉製品」、「我相信自己會主動採取預防措施避免吃到毒奶粉製品」與「我相信自己會提高警覺避免吃到毒奶粉製品」。

本研究以主成份因素分析法進行探索性因素分析，配合最大變異法轉軸，發現此量表僅萃取出一個因素，每個題項的因素負荷量介於 .86 至 .90 之間，單一因素的愛根值為 3.04，共可解釋 76.04% 的變異量。本研究再針對此量表進行信度檢定，Cronbach's α 值為 .90。基於以上因素分析與信度檢驗的結果，本研究將這四個題項的得分加總除以四，便是受訪者在「自我效能」這個變項所得的分數（ $M=4.37, SD=1.37$ ）。

對自己的影響：為瞭解「毒奶粉」事件報導對閱聽人本身產生的效果，本研究參

考Wei等（2007）採用的量表，詢問受訪者下列問題：「收看媒介上的毒奶粉事件報導後，您自己會…」，再由受訪者針對不同的陳述句（包括「擔心奶製品的食用安全問題」、「擔心自己誤食毒奶粉製品」與「擔心家人誤食毒奶粉製品」）回答其同意程度。每一個題項的答案選項包括非常不同意（一分）至非常同意（七分），由受訪者自七個選項中選擇一個最適合的答案。

透過主成份因素分析與最大變異法轉軸，發現此量表只萃取出一個因素，每一個題項的因素負荷量均在 .93以上，此一單一因素的愛根值為2.64，其可解釋87.92%的變異量。本研究再針對此量表進行信度檢定，*Cronbach's α* 值為 .93。基於上述因素分析與信度檢驗結果，本研究將受訪者在這三個題項的得分加總除以三，即構成受訪者在媒介報導「對自己的影響」的分數（ $M=4.81, SD=1.63$ ）。

對一般其他人的影響：除了測量媒介效果對閱聽人本身產生的影響之外，本研究也進一步參考Wei等（2007）採用的量表，詢問受訪者認為媒介針對「毒奶粉」的報導內容「對一般其他人的影響」程度。本研究於是詢問受訪者下列問題：「收看媒介上的毒奶粉事件報導後，您認為一般其他人會…」，並要求受訪者針對不同陳述（包括「擔心奶製品的食用安全問題」、「擔心自己誤食毒奶粉製品」及「擔心家人誤食毒奶粉製品」）等回答其同意程度。

本研究透過主要因素分析法進行因素分析，配合最大變異法轉軸發現，三個題項僅呈現一個因素，其因素負荷量均介於 .93至 .96之間，此一單一因素的愛根值為2.68，可解釋89.25%的變異量。本研究再針對此量表進行信度檢定，*Cronbach's α* 值為 .94。基於上述因素分析與信度檢驗分析結果，我們將受訪者在這三個題項上的得分加總除以三，構成媒介報導「對一般其他人的影響」的分數（ $M=5.69, SD=1.17$ ）。

（二）依變項

預防行為意圖：為瞭解受訪者在毒奶粉事件發生之後採取相關預防行為的意圖，研究詢問下列問題：「我會盡量避免食用受三聚氰胺污染的奶製品」、「我會建議我的家人盡量避免食用受三聚氰胺污染的奶製品」、「我會主動尋求資訊以慎選安全的奶製品」，答案範圍從「一定不會」（一分）到「一定會」（七分），由受訪者選擇一個最適合的答案。

本研究透過主要因素分析法進行探索性因素分析，配合最大變異法轉軸發現，這三個題項僅呈現一個因素，每一個題項的因素負荷量均在 .79以上，此一單一因素的愛根值為2.30，可解釋76.77%的變異量。其信度檢定的結果，*Cronbach's α* 為 .85。

基於上述因素分析與信度檢驗分析結果，本研究將受訪者在這三個題項上的得分加總除以三，便是受訪者在「預防行為意圖」這個變項中所得的分數（ $M = 4.41$, $SD = 1.43$ ）。

資訊尋求行為意圖：為瞭解受訪者在毒奶粉事件發生之後的資訊尋求行為意圖，本研究詢問受訪者下列問題：「接下來三個月，我會搜尋…」，並要求受訪者針對下列陳述，包括「與毒奶粉成份有關的資訊」、「吃到毒奶粉製品會引發那些健康問題的相關資訊」、「如何避免吃到毒奶粉的相關資訊」與「那些食品可能摻有毒奶粉的相關資訊」回答其同意程度，答案範圍包括非常不同意（一分）至非常同意（七分）。

透過主成份因素分析與最大變異法轉軸，發現此量表只萃取出一個因素，每一個題項的因素負荷量均在 .86 以上，此一單一因素的愛根值為 3.21，可解釋 80.15% 的變異量。本研究再針對此量表進行信度檢定，*Cronbach's α* 值為 .92。基於因素分析與信度檢驗結果，本研究將受訪者在這四個題項上的得分加總除以四，構成「資訊尋求行為意圖」的分數（ $M = 3.96$, $SD = 1.47$ ）。

（三）控制變項

過去研究發現，人口變項（例如性別、年齡及收入）會影響一個人的行為意圖表現（Johansson, 2005）；因此，本研究將性別、年齡與收入列為控制變項。

性別：有關性別部份，本研究請受訪者就「男性」與「女性」兩個選項勾選最合適的答案。其中，性別編碼方式為：「男性」= “0”，「女性」= “1”。

年齡：為瞭解受訪者的「年齡」，本研究在問卷的基本資料欄中要求受訪者填具實際年齡（ $M = 19.91$, $SD = 1.85$ ）。

收入：為瞭解受訪者的家庭收入情況，本研究請受訪者估算並選填其平均家庭月收入。

四、統計方法

本研究運用 SPSS for windows 15.0 進行統計分析，以多元階層迴歸分析（multiple hierarchical regression analysis）驗證假設，其優點是研究結果得以將迴歸分析建立於一個因果模式上，並且透過將控制變項及自變項逐一加入迴歸模式的過程中，觀察不同階段迴歸模式的整體解釋力與各個控制變項及自變項解釋力之間的變化。在本研究中， $p < .05$ 即達到統計顯著水準。

參、結果

本研究試圖瞭解面對「毒奶粉」事件，哪些因素會影響大學生的預防及資訊尋求行為意圖？研究中的自變項為「主觀的社會規範」、「態度」、「自我效能」、「對自己的影響」與「對一般其他人的影響」，控制變項為「性別」、「年齡」與「收入」，依變項則為「採取預防行為意圖」以及「資訊尋求行為意圖」。自變項、控制變項彼此之間的相關程度詳如表一所示。

表1 自變項與控制變項之相關分析

	性別	年齡	收入	主觀社會規範	態度	自我效能	對自己的影響
年齡	-.10***						
收入	-.04	.04					
主觀社會規範	.15***	-.02	.01				
態度	-.09**	.03	.01	-.03			
自我效能	-.03	.02	.06	.18***	.10***		
對自己的影響	.13***	.02	-.03	.44***	.01	.21***	
對一般其他人的影響	.09**	.03	-.04	.21***	.12***	.14***	.50***

*** $p < .001$ ** $p < .01$ * $p < .05$

針對「預防行為意圖」部份，本研究提出的假設為H1a：受訪者愈覺得社會規範傾向不鼓勵食用受三聚氰胺污染的奶製品，愈會採取預防行為；H2a：受訪者對食用受三聚氰胺污染的奶製品的態度愈正向，愈不會採取預防行為；H3a：受訪者對於避免食用毒奶粉製品的自我效能愈高，愈可能採取預防行為；H4a：受訪者一旦認為毒奶粉報導對自己的影響愈大時，愈可能採取預防行為；及H5a：受訪者一旦認為毒奶粉報導對一般其他人的影響愈大時，其採取預防行為的可能性就愈高。本研究採用多元階層迴歸分析驗證上述五個假設，其中第一階層輸入「性別」、「年齡」、「收入」（控制變項），第二階層輸入「主觀的社會規範」、「態度」與「自我效能」，第三階層則輸入「對自己的影響」與「對一般其他人的影響」。

分析結果發現，在控制其他變項後，「主觀的社會規範」（ $\beta = .29, p < .001$ ）、「自我效能」（ $\beta = .21, p < .001$ ）與「對自己的影響」（ $\beta = .37, p < .001$ ）分別正向地預測受訪者對毒奶粉的預防行為意圖；而「態度」（ $\beta = -.09, p < .001$ ）則負向地預測受訪者對毒奶粉的預防行為意圖，即受訪者對食用受三聚氰胺污染的奶製品所抱持的

態度愈正面，愈不會採取預防行為。因此，假設H1a、H2a、H3a、H4a均獲得支持，但H5a未獲支持（請見表2）。整體而言，人口變項、主觀的社會規範、態度、自我效能、對自己的影響、對一般其他人的影響，共可解釋「預防行為意圖」40%的變異量。

此外，為進一步瞭解影響資訊尋求行為意圖的因素，本研究提出的假設分別為H1b：受訪者愈覺得社會規範傾向不鼓勵食用受三聚氰胺污染的奶製品，愈會尋求與毒奶粉有關的資訊；H2b：受訪者對食用受三聚氰胺污染的奶製品的態度愈正向，愈不會尋求與毒奶粉有關的資訊；H3b：受訪者對於避免食用毒奶粉製品的自我效能愈高，愈會尋求與毒奶粉有關的資訊；H4b：受訪者一旦認為毒奶粉報導對自己的影響愈大時，愈會尋求與毒奶粉有關的資訊；及H5b：受訪者一旦認為毒奶粉報導對一般其他人的影響愈大時，愈會尋求與毒奶粉有關的資訊。本研究採用多元階層迴歸分析，第一階層輸入控制變項（性別、年齡與收入）；第二階層輸入「主觀的社會規範」、「態度」與「自我效能」；第三階層則輸入「對自己的影響」與「對一般其他人的影響」。在控制其他變項的情況下，受訪者的「主觀的社會規範」（ $\beta = .22, p < .001$ ）、「自我效能」（ $\beta = .25, p < .001$ ）及「對自己的影響」（ $\beta = .34, p < .001$ ）分別正向地預測受訪者的資訊尋求行為意圖；但「態度」與「對一般其他人的影響」對「資訊尋求行為意圖」沒有顯著的預測能力。所以，假設H2b與H5b未獲得支持，H1b、H3b與H4b則獲得支持（請見表2）。整體而言，人口變項、主觀的社會規範、態度、自我效能、對自己的影響、對一般其他人的影響，共可解釋「資訊尋求行為意圖」35%的變異量。

此外，本研究也試圖驗證下列兩個假設為H6a：「毒奶粉報導對自己的影響」對受訪者採取預防行為的預測能力大於「毒奶粉報導對一般其他人的影響」與H6b：「毒奶粉報導對自己的影響」對受訪者尋求毒奶粉相關資訊的預測能力大於「毒奶粉報導對一般其他人的影響」。從多元階層迴歸分析結果來看，在控制其他變項（性別、年齡、收入、主觀社會規範、態度及自我效能）情況下，「毒奶粉報導對自己的影響」（ $\beta = .37, p < .001$ ）對受訪者採取預防行為意圖的預測能力的確大於「毒奶粉報導對一般其他人的影響」（ $\beta = -.05, p = .09$ ），所以假設H6a獲得支持；同樣在控制其他變項（性別、年齡、收入、主觀社會規範、態度及自我效能）情況下，本研究發現「毒奶粉報導對自己的影響」（ $\beta = .34, p < .001$ ）對受訪者尋求與毒奶粉相關資訊的預測能力也同樣大於「毒奶粉報導對一般其他人的影響」（ $\beta = -.02, p = .51$ ），假設H6b也同樣獲得支持。

表2 影響採取預防及資訊尋求行為意圖因素之多元階層迴歸分析

自變項	依變項	
	預防行為意圖	資訊尋求行為意圖
第一階層：		
性別 (男生=0) (女生=1)	.03	.06*
年齡	.07**	.07**
收入	-.01	-.01
Adjusted R ²	.02	.01
第二階層：		
主觀社會規範	.29***	.22***
態度	-.09***	.03
自我效能	.21***	.25***
Incremental adjusted R ²	.29	.25
第三階層：		
對自己的影響	.37***	.34***
對一般其他人的影響	-.05	-.02
Incremental adjusted R ²	.09	.09
Total adjusted R ²	.40	.35

*** $p < .001$ ** $p < .01$ * $p < .05$

肆、研究討論

近年來，計畫行為理論已經廣泛運用於解釋各種不同面向（例如抽菸、毒品使用、口腔衛生、食品選擇與健康飲食）的行為意圖，這些研究結果發現，主觀的社會規範、態度與感知的行為控制（自我效能）顯著地預測行為意圖的產生；此外，媒介「第三人效果」研究也發現，第三人效果會影響閱聽人的行為。本研究於是以「計畫行為理論」與「第三人效果」作為理論框架，瞭解大學生採取預防行為及資訊尋求行為意圖的因素。

經由多元階層迴歸分析，本研究發現，當受訪者面對毒奶粉的威脅，主觀的社會規範、態度與感知的行為控制顯著地預測其預防行為意圖；同樣地，主觀的社會規範與感知的行為控制也顯著地預測受訪者的資訊尋求行為意圖，但態度並未顯著地預測受訪者的資訊尋求行為意圖。整體而言，在控制人口變項（包括性別、年齡與收入）

的情況下，受訪大學生的主觀社會規範、態度與感知的行為控制分別可解釋「預防行為意圖」29%與「資訊尋求行為意圖」25%的變異量，本研究發現與過去學者所進行的後設研究分析結果（例如Notani, 1998；Rivis & Sheeran, 2003）相呼應，即計畫行為理論的前置變項（主觀的社會規範、態度與感知的行為控制）對個人行為表現具一定程度的解釋力。

計畫行為理論從Ajzen與Fishbein（1980）提出以來，受各個不同領域（例如健康行為、消費行為、教育、運動休閒及傳播等）學者的注意（Notani, 1998），沒多久時間就在心理學研究文獻中佔有一席之地（Eagly & Chaiken, 1993）。本研究再度提供一個驗證計畫行為理論適用性的機會，也再度支持「計畫行為理論」作為預測個人行為理論的適切性。

另一方面，過去學者針對引用「計畫行為理論」的研究進行的後設分析（meta-analysis）（例如Notani, 1998；Rivis & Sheeran, 2003；Armitage & Conner, 2001）發現，相較於「主觀的社會規範」及「感知的行為控制」，「態度」是預測行為意圖較強的變項；但本研究發現卻與之前的研究結果有所出入，反而是「主觀的社會規範」與「感知的行為控制」兩個變項對行為意圖的預測能力都大過於「態度」。這樣的研究結果歧異，可能必須從「研究議題不同」、「集體社會」與「自尊」等面向談起。

就「研究議題不同」而言，過去研究發現「態度」的預測能力比較強的研究，比較多的議題可能偏向非消費性行為（例如健康行為、教育學習行為等），但是本研究的議題比較偏向消費行為，消費行為研究即指出，要改變一個人的消費行為時，社會大眾對其消費行為的同意與否（即社會規範）扮演相當重要的角色（Smith等，2008）；另外，由於台灣屬於集體社會，在集體主義社會中，社會規範一直是影響個人行為的重要因素（也就是個人會相當在意身邊他人所給的壓力），加上「吃」對台灣人而言，其重要程度大過其他行為（例如癌症篩檢、線上購物、玩線上遊戲），為了得到他人接納，受訪者可能傾向於順從社會規範的要求，儘量不要食用不安全的食物（Hofstede, 1983），在此情況下，態度的影響力也就比不過社會規範的要求，這也難怪受訪者所感知的「主觀社會規範」對個人行為意圖的預測能力大於「態度」。

同樣地，食品安全領域的研究中，「感知的行為控制」（自我效能）也是一個相當受重視的變項。本研究發現「感知的行為控制」對行為意圖的預測能力也大於「態度」，這部份可能與本研究的研究對象選取有關，本研究以全台灣的大學生為研究對象，大學生教育程度偏高，他們較有信心認為自己有辦法避免風險，所以他們所感知的行為控制對行為意圖的預測能力也就大過於「態度」。

有關媒介「第三人效果」對行為意圖的影響部份，本研究發現，在控制人口變項（例如性別、年齡及收入）、主觀的社會規範、態度及感知的行為控制後，受訪者認為毒奶粉相關報導「對自己的影響」愈大，其採取預防行為的可能性愈高，但「對一般其他人的影響」部份未顯著地預測受訪者的預防行為意圖（但 β 值為負）；同樣地，受訪者認為毒奶粉相關報導「對自己的影響」對受訪者資訊尋求行為具有顯著的預測能力，但「對一般其他人的影響」則無法顯著地預測其資訊尋求行為意圖（但 β 值為負）。這樣的研究結果呼應Nathanson, Eveland, Park與Paul（2002）的研究，其以美國西部二年級至八年級學生的家長進行調查，以瞭解第三人效果與預防行為之間的關聯性為何，他們的調查結果發現，受訪者家長如果覺得電視上有害孩童的內容對他們自己的小孩會造成影響，他們就會告誡自己的小孩「電視上所刊播的內容不會在真實世界中發生」、「不要模仿電視節目中人物的行為舉止」及「限制家中小孩看電視的時間」；當禽流感新聞在國內媒體被大幅報導之後，學者Wei等（2008）也針對台北地區的大學生（ $n = 1,107$ ）進行調查，發現「對自己本身的影響」與「對身旁他人的影響」兩者都顯著地預測受訪者尋求禽流感相關資訊的意願，但值得注意的是，相較於受訪者認為「禽流感新聞報導對身旁他人的影響」，「對自己本身的影響」對受訪者採取尋求禽流感疫苗意願的預測力比較高。由此可知，當受訪者面對風險（risk）或是威脅（threat）時，如果媒介報導的內容是屬於閱聽人迫切需要的資訊（例如毒奶粉或流行疾病等相關資訊），媒介報導「對自己的影響」會顯著地影響受訪者的行為意圖。

但值得注意的是，為何過去有關禽流感的研究發現新聞報導「對一般其他人的影響」也會影響受訪者的健康行為表現（Wei et al., 2008），但當議題轉換成食品安全時，毒奶粉相關新聞報導「對一般其他人的影響」卻無法對受訪者的行為意圖產生顯著的影響？究其原因，可能必須從議題的屬性來思考。禽流感為一種人畜共通傳染的疾病，任何一個人罹病都可能對受訪者的生命安全產生威脅，所以新聞報導一旦對受訪者個人或是身邊他人產生影響（特別是負面的影響），自然而然都會受到高程度的關注；相較之下，毒奶粉問題並不會爆發傳染病，個人比較關切的是新聞報導對其本身的影響，一旦涉及新聞報導「對一般其他人的影響」，消費者可能會產生「與我沒有直接相關」，甚至是「個人自掃門前雪」的想法，認為只要我自己不要食用相關產品就好，毒奶粉相關報導「對一般人其他人的影響」與自己有何相干？在此情況下，也難怪毒奶粉相關報導「對自己的影響」顯著地影響受訪者的預防及資訊尋求行為意圖，但「對一般其他人的影響」部份無法對受訪者的行為意圖產生顯著的影響。

伍、研究限制與建議

一、研究限制

本研究透過問卷調查法，瞭解毒奶粉事件爆發時，影響大學生採取預防與資訊尋求行為意圖的因素，但是由受訪者自填問卷的方式，受訪者的個人主觀感知與實際行為之間可能產生一些落差。

此外，本研究受經費限制，只針對大學生進行調查，使研究結果無法類推到台灣地區民衆的消費行為。

二、未來研究建議

本研究結合「計畫行為理論」與媒介「第三人效果」觀點，探討大學生面對毒奶粉事件，究竟那些因素會影響其採取預防及資訊尋求行為的意圖。雖然所有納入考量的人口變項、主觀的社會規範、態度、自我效能、對自己的影響與對一般其他人的影響可分別解釋「預防行為意圖」及「資訊尋求行為意圖」40%與35%的變異量，但也意味還有其他影響因素在研究中是被遺漏的。媒介內容的可信度（Sweetser, Porter, Chung, & Kim, 2008）、知識、資訊充足感等，或許也是影響採取預防行為與資訊尋求行為意圖的因素；因此，本研究建議未來研究者可以結合計畫行為理論的前置變項、媒介第三人效果與其他可能的影響變項（例如可信度、知識、資訊充足感等），進一步探討其對消費者採取預防、資訊尋求或支持限制產品進口行為的影響，以擴展食品安全研究領域的範疇。

參考文獻

一、中文部分

國際貿易局（2008）。中華民國進出口貿易統計。2008年12月23日，取自 <http://cus93.trade.gov.tw/bftweb/fsci/>

陳雅君（2008）。三餐外食6成5大學生每天只吃一份蔬菜量。2008年12月15日，取自<http://news.sina.com/oth/bcc/301-102-101-103/2008-03-20/21532751909.html>

二、英文部分

- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Inc.
- Armitage, C. J., & Conner, M. (2001). Efficacy of the theory of planned behaviour: A meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology*, 40, 471-499.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Cheng, H., & Riffe, D. (2008). Attention, perception, and perceived effects: Negative political advertising in a battleground state of the 2004 presidential election. *Mass Communication & Society*, 11(2), 177-196.
- Cho, H., & Boster, F. J. (2008). First and third person perceptions on anti-drug ads among adolescents. *Communication Research*, 35(2), 169-189.
- Cook, A. J., Kerr, G. N., & Moore, K. (2002). Attitudes and intentions towards purchasing GM food. *Journal of Economic Psychology*, 23(5), 557-572.
- Coulson, N. S. (2002). Source of food safety information: Whom do adolescents trust? *Appetite*, 38(3), 199-200.
- Diefenbach, D. L., & West, M. D. (2007). Television and attitudes toward mental health issues: Cultivation analysis and the third-person effect. *Journal of Community Psychology*, 35(2), 181-195.
- de Jonge, J., van Trijp, H., Renes, R. J., & Frewer, L. (2007). Understanding consumer confidence in the safety of food: Its two-dimensional structure and determinants. *Risk Analysis*, 27(3), 729-740.
- Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitudes*. Fort Worth, TX: Harcourt Brace Jovanovich.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Haapala, I., & Probart, C. (2004). Food safety knowledge, perceptions, and behaviors among middle school students. *Journal Nutrition Education and Behavior*, 36(2), 71-76.
- Huh, J., Delorme, D. E., & Reid, L. N. (2004). The third-person effect and its influence on behavioral outcomes in a product advertising context: The case of direct-to-consumer prescription drug advertising. *Communication Research*, 31(5), 568-590.

- Hofstede, G. (1983). The cultural relativity of organizational practices and theories. *Journal of International Business Studies*, 14(2), 75-89.
- Johansson, B. (2005). The third-person effect: Only a media perception? *Nordicom Review*, 26(1), 81-94.
- Keats, M. R., Culos-Reed, S. N., Courneya, K. S., & McBride, M. (2007). Understanding physical activity in adolescent cancer survivors: An application of the theory of planned behavior. *Psycho-Oncology*, 16(5), 448-457.
- Lee, B., & Tamborini, R. (2005). Third-person effect and Internet pornography: The influence of collectivism and Internet self-efficacy. *Journal of Communication*, 55(2), 292-310.
- Lobb, A. E., Mazzocchi, M., & Traill, W. B. (2007). Modelling risk perception and trust in food safety information within the theory of planned behaviour. *Food Quality and Preference*, 18(2), 384-395.
- Moser, R. P., Green, V., Weber, D., & Doyle, C. (2005). Psychosocial correlates of fruit and vegetable consumption among African American men. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 37(6), 306-314.
- Nathanson, A. I., Eveland, W. P., Jr., Park, H-S., & Paul, B. (2002). Perceived media influence and efficacy as predictors of caregivers' protective behaviors. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 46(3), 385-410.
- Noar, S. M., Zimmerman, R. S., Palmgreen, P., Lustria, M., & Horosewski, M. L. (2006). Integrating personality and psychosocial theoretical approaches to understanding safer sexual behavior: Implications for message design. *Health Communication*, 19(2), 165-174.
- Notani, A. S. (1998). Moderators of perceived behavioral control's predictiveness in the theory of planned behavior: A meta-analysis. *Journal of Consumer Psychology*, 7(3), 247-271.
- Oliver, R. L. (1981). Measurement and evaluation of satisfaction processes in retail settings. *Journal of Retailing*, 57(3), 25-48.
- Park, S-Y., Yun, G. W., McSweeney, J. H., & Gunther, A. C. (2007). Do third-person perceptions of media influence contribute to pluralistic ignorance on the norm of ideal female thinness? *Sex Roles*, 57(7-8), 569-578.
- Perloff, R. M. (2002). The third-person effect. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (pp. 489-506). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Rivis, A., & Sheeran, P. (2003). Descriptive norms as an additional predictor in the theory of planned behavior: A meta-analysis. *Current Psychology*, 22(3), 218-233.

- Smith, J. R., Terry, D. J., Manstead, A. R., Louis, W. R., Kotterman, D., & Wolfs, J.(2008). The attitude-behavior relationship in consumer conduct: The role of norms, past behavior, and self-identity. *The Journal of Social Psychology, 148*(3), 311-333.
- Sweetser, K. D., Porter, L. V., Chung, D. S., & Kim, E. (2008). Credibility and the use of blogs among professionals in the communication industry. *Journalism & Mass Communication Quarterly, 85*(1), 169-185.
- Wei, R., Lo, V. H., & Lu, H. Y. (2007). Reconsidering the relationship between the third-person perception and optimistic bias. *Communication Research, 34*(6), 665-684.
- Wei, R., Lo, V. H., & Lu, H. Y. (2008). Third-person effects of health news: Exploring the relationships among media exposure, presumed media influence, and behavioral intentions. *American Behavioral Scientist, 52*(2), 261-277.
- Wei, R., Lo, V. H., & Lu, H. Y. (2011). Examining the perceptual gap and behavioral intention in the perceived effects of polling news in the 2008 Taiwan presidential election. *Communication Research, 38*(2), 206-227.

投稿日期：100年7月20日

修改日期：100年12月13日

接受日期：101年5月8日

Factors Influencing College Students' Precautionary and Information-seeking Behavior Intention: A Study on Tainted Milk

Hsin-Ya Hou*

Abstract

This cross-sectional study, based on the perspective of theory of planned behavior and the third-person effect, attempts to investigate factors influencing precautionary behavior taking and information-seeking behavior among college students while facing the threat of milk scandal. 1,213 respondents were recruited to participate in this study. The hierarchical multiple regression analyses showed that (1) subjective social norms, attitude, and perceived behavioral control significantly predicted precautionary behavior taking; (2) subjective social norms and perceived behavioral control significantly and positively predicted information-seeking behavior; (3) perceived effects of milk scandal news on self significantly and positively predicted precautionary behavior taking and information-seeking behavior; and perceived effects of milk scandal news on others was a stronger predictors of precautionary behavior taking and information-seeking behavior than were the effects of such news on others.

Key words: milk scandal, theory of planned behavior, third-person effect

*National Chengchi University, Doctoral Student

Corresponding author: Hsin-Ya Hou

Phone: 02-29393091

E-mail: clarehou@gmail.com