

南華大學出版與文化事業管理研究所碩士論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION GRADUATE

INSTITUTE OF PUBLISHING & CULTURAL ENTERPRISE MANAGEMENT

NAN HUA UNIVERSITY

體育教師觀賞運動媒介使用動機與滿意度之研究

以雲嘉南地區國中教師為例

A Study of Motivation and Satisfaction After PE Teachers Watched the Sporting Medias.

A Case of Junior High School Teachers in Yunlin, Chia-yi, and Tainan Area

指導教授：郭進財 博士

ADVISOR : CHIN-TSAI, KUO Ph.D.

研究生：侯千惠

GRADUATE STUDENT : CHIAN-HUEI, HOU

中 華 民 國 1 0 1 年 6 月

南 華 大 學

出版與文化事業管理研究所

碩士學位論文

體育教師觀賞運動媒介使用動機與滿意度之研究

—以雲嘉南地區國中教師為例

研究生：侯千惠

經考試合格特此證明

口試委員：楊聰平
李俊惠
鄧進財

指導教授：鄧進財

所 長：楊聰平

口試日期：中華民國 101 年 6 月 16 日

準碩士推薦函

本校出版與文化事業管理研究所(碩士專班)研究生侯千惠君在本所修業2年，已經完成本所碩士班規定之修業課程及論文研究之訓練。

1、在修業課程方面：侯千惠君已修滿36學分，其中必修科目：論文導讀與討論、研究方法、出版與文化事業管理等科目，成績及格。

2、在論文研究方面：侯千惠君在學期間已完成下列論文：

(1) 碩士論文：體育教師觀賞運動媒介使用動機與滿意度之研究
以雲嘉南地區國中教師為例

(2) 期 刊：體育教師觀賞運動媒介使用動機與滿意度之研究
以雲嘉南地區國中教師為例

本人認為侯千惠君已完成南華大學出版事業管理研究所之碩士養成教育，符合訓練水準，並具備本校碩士學位考試之申請資格，特向碩士資格審查小組推薦其初稿，名稱：體育教師觀賞運動媒介使用動機與滿意度之研究以雲嘉南地區國中教師為例，以參加碩士論文口試。

指導教授：鄧進財 簽章

中華民國101年5月7日

謝 誌

在職進修對一位老師來說既是權利也是義務，因緣際會下參加了碩士班甄試，也順利的考取進入南華就讀，更也因此認識了來自不同職場的同學，彼此相處融洽，互動良好。

在忙碌的工作中給自己二年內的期限完成論文，對我來說實在是吃不消，就在開心的上課氣氛中，同班的同學們待開心的訴說有所成時，而我卻是一無所成，於是我就在心裡自動為自己延長為三年的時間去完成。

當一位老師在教學過程中只要其中一句話能影響學生正面思考的話，那就算成功了。很幸運的我遇到了，就在研二上學期昱凱老師的課堂中，詢問每位同學的論文進度，當下的我，是完全沒進度，很沮喪。就在當下昱凱老師打了個比喻：現在忙跟明年忙的東西不是都一樣嗎？當自己叫學生別放棄時，自己卻先放棄了，這樣好嗎？於是運動員的韌性就回來了，而我也開始動筆了。

有韌性也要有進度，這進度需要有人來畫龍點睛，而這位為我畫龍點睛超前進度的貴人就是阿財老師，他讓我從馬拉松的最後一名壓倒性晉升進入終點完成學業，對我來說，是完成了一件不可能的任務，真的很感謝阿財老師。另外在與阿財老師的對話中也學習到在逆境中要更努力才能脫穎而出，一時的不如意也會雨過天晴，真是讓我受益良多。

在此我要感謝我的指導教授郭進財教授與口考委員李俊杰教授及楊聰仁所長的指教，以及在研究所就讀中感謝萬榮水、洪林伯、黃昱凱、黃淑基、趙家民老師們的教導，還有助理王采瑩小姐的協助；另外還要感謝在嘉義國中的范貴玉校長、陳巧梅主任及學務處的夥伴映青、博議、淑敏、秀霞、菁琇、宜均、莊姐們的鼓勵；還有一直幫忙我的淑峰與小柯；最後要感謝我的家人無限的付出、關懷與包容讓我有後盾的完成學業。

千惠 謹誌 2012.06.12

南華大學出版與文化事業管理研究所 100 學年度第二學期碩士論文摘要

論文題目：體育教師觀賞運動媒介使用動機與滿意度之研究以雲嘉南
地區國中教師為例

研 究 生：侯千惠

指導教授：郭進財 博士

論文摘要內容：

本研究主要目的：在於探討雲嘉南地區體育教師觀賞運動媒介使用動機與滿意度之關聯性。本研究受試對象為雲嘉南地區國中體育教師，共發放 300 份問卷，回收有效問卷 229 份，有效量表回收率為 76.33%。並以 t 考驗、單因子變異數分析及典型相關等統計方法進行驗證分析，本研究結果如下所述：

- 一、 體育教師觀賞運動媒介使用動機之差異情形，在性別、任教縣市、擔任職務、年齡、教學年資、資訊來源等層面有差異存在。
- 二、 體育教師觀賞運動媒介的滿意度之差異情形，在性別、擔任職務、年齡、教學年資、資訊來源等層面有差異存在。
- 三、 雲嘉南地區體育教師觀賞運動媒介使用動機與滿意度有關聯性存在。

關鍵詞：體育教師、媒介使用、使用動機、使用滿意度

Title of Thesis: A Study of Motivation and Satisfaction After PE Teachers Watched the Sporting Medias. A Case of Junior High School Teachers in Yunlin, Chia-yi, and Tainan Area

Name of Institute: Graduate Institute of Publishing & Cultural Enterprise Management, Nan Hua University

Graduate Date: June 2012

Degree Conferred: M.B.A

Name of Student: CHIAN-HUEI, HOU **Advisor:** Ph.D. CHIN-TSAI, KUO

Abstract

Aiming at discussing the correlations between the motives and satisfaction of PE teachers watching sport media, junior-high school PE teachers in Yunlin, Chiayi, and Tainan is studied. Total 300 questionnaires are distributed, and 229 valid copies are retrieved, with the retrieval rate 76.33%. T-test, One-way ANOVA, and Canonical Analysis are utilized for confirmatory analyses. The research outcomes are summarized as below. First, the difference of motives in PE teachers watching sport media is presented on gender, location of school, post at school, age, teaching experience, and information source. Second, the difference of satisfaction in PE teachers watching sport media is revealed on gender, post at school, age, teaching experience, and information source. Third, there are correlations between the motives and satisfaction of PE teachers watching sport media in Yunlin, Chiayi, and Tainan.

Key words: PE teachers, medium use, motives, satisfaction

目錄

| | |
|-------------------------------|----------|
| 中文摘要 | i |
| 英文摘要 | ii |
| 目錄 | iii |
| 表目錄 | vi |
| 圖目錄 | ix |
| | |
| 第一章 緒論 | 1 |
| 1.1 研究動機 | 1 |
| 1.2 研究目的 | 5 |
| 1.3 研究問題 | 5 |
| 1.4 研究範圍與限制 | 5 |
| 1.5 名詞解釋 | 6 |
| | |
| 第二章 文獻探討 | 8 |
| 2.1 運動欣賞的路徑及運動與媒體之關係發展 | 8 |
| 2.2 觀賞運動媒介使用動機的相關理論與研究 | 13 |
| 2.3 觀賞運動媒介使用滿意度的相關理論與研究 | 26 |

| | | |
|------------|-----------------------------------|-----------|
| 第三章 | 研究方法與步驟 | 35 |
| 3.1 | 研究架構 | 35 |
| 3.2 | 研究假設 | 36 |
| 3.3 | 研究流程 | 37 |
| 3.4 | 研究對象與抽樣方法 | 38 |
| 3.5 | 本研究受試對象基本資料 | 39 |
| 3.6 | 研究工具 | 40 |
| 3.7 | 資料處理 | 48 |
| 第四章 | 結果與討論 | 49 |
| 4.1 | 不同人口統計變項體育教師觀賞運動媒介使用動機的差異性分析 | 49 |
| 4.2 | 不同人口統計變項滿意度的差異性分析 | 56 |
| 4.3 | 不同人口統計變項體育教師觀賞運動媒介使用動機與滿意度之典型相關分析 | 62 |
| 第五章 | 結論與建議 | 67 |
| 5.1 | 結論 | 67 |
| 5.2 | 建議 | 70 |

| | |
|----------------|----|
| 參考文獻 | 71 |
| 中文部份 | 71 |
| 英文部分 | 77 |
| 附錄 | 81 |
| 附錄一 預試問卷 | 81 |
| 附錄二 正式問卷 | 84 |

表目錄

| | | |
|---------|------------------------------|----|
| 表 2.2.1 | 動機定義彙整表 | 13 |
| 表 2.2.2 | 觀賞動機相關構面 | 21 |
| 表 2.3.1 | 滿意度定義彙整表 | 26 |
| 表 2.3.2 | 滿意度相關構面 | 33 |
| 表 3.4.1 | 預試問卷發放回收情形 | 38 |
| 表 3.4.2 | 正式問卷發放回收情形 | 38 |
| 表 3.5.1 | 受試對象基本資料 | 39 |
| 表 3.6.1 | 使用動機預試量表項目分析摘要表 | 42 |
| 表 3.6.2 | 使用滿意度預試量表項目分析摘要表 | 43 |
| 表 3.6.3 | 使用動機預試量表因素結構摘要表(N=201) | 45 |
| 表 3.6.4 | 使用滿意度預試量表因素結構摘要表(N=201) | 46 |
| 表 3.6.5 | 使用動機量表預試量表信度分析摘要表 | 47 |
| 表 3.6.6 | 使用滿意度量表預試量表信度分析摘要表 | 47 |
| 表 4.1.1 | 不同性別體育教師觀賞運動媒介使用動機 t 考驗摘要表 | 50 |
| 表 4.1.2 | 不同任教縣市體育教師觀賞運動媒介使用動機變異數分析摘要表 | 51 |
| 表 4.1.3 | 不同擔任職務觀賞運動媒介使用動機變異數分析摘要表 | 52 |

| | | |
|---------|------------------------------------|----|
| 表 4.1.4 | 不同年齡體育教師觀賞運動媒介使用動機變異數分析摘要表 | 53 |
| 表 4.1.5 | 不同教學年資體育教師觀賞運動媒介使用動機變異數分析摘要表 | 54 |
| 表 4.1.6 | 不同教師觀賞運動媒介資訊來源使用動機變異數分析摘要表 | 55 |
| 表 4.2.1 | 不同性別體育教師觀賞運動媒介的滿意度 t 考驗摘要表 | 56 |
| 表 4.2.2 | 不同任教縣市體育教師觀賞運動媒介的滿意度變異數分析摘要表 | 57 |
| 表 4.2.3 | 不同擔任職務體育教師觀賞運動媒介的滿意度變異數分析摘要表 | 58 |
| 表 4.2.4 | 不同年齡體育教師觀賞運動媒介的滿意度變異數分析摘要表 | 59 |
| 表 4.2.5 | 不同教學年資體育教師觀賞運動媒介的滿意度變異數分析摘要表 | 60 |
| 表 4.2.6 | 不同教師觀賞運動媒介資訊來源使用滿意度變異數分析摘要表 | 61 |
| 表 4.3.1 | 體育教師觀賞運動媒介的使用動機與滿意度之典型相關 | |

| | |
|-------------|----|
| 分析摘要表 | 63 |
|-------------|----|

圖目錄

| | |
|---|----|
| 圖 2.3.1 顧客滿意之前置因子與結果之模式 | 32 |
| 圖 3.1.1 本研究架構圖 | 35 |
| 圖 3.3.1 本研究流程圖 | 37 |
| 圖 4.3.1 體育教師觀賞運動媒介的使用動機與滿意度之典型相關 路徑圖 | 62 |

第一章 緒論

本章共分爲五節，首先說明研究動機，進而針對研究動機說明研究目的，第三節根據研究目的的提出研究需要解決的問題；第四節爲研究範圍與限制；第五節爲名詞解釋。

1.1 研究動機

林書豪，第一位台灣華裔美籍球員，2012年2月4日，紐約尼克在主場面對新澤西籃網，帶領尼克隊以99比92擊敗新澤西籃網；林書豪開始受到矚目，並得到先發機會；2012年2月6日，主場對戰猶他爵士，林書豪職業生涯首度先發，帶領尼克隊以99比88擊敗對手；2012年2月9日，紐約尼克客場出戰華盛頓巫師隊，林書豪第二次先發，幫助球隊以107:93擊敗對手，取得三連勝；前三場優秀的表現，除了讓林書豪在短短幾天成爲當週最受注目的NBA球員外，美國也開始出現以林書豪「林」的英文名「Lin」；搭配「癡迷熱潮」的英文單字「insanity」所組合出來的新詞彙「Linsanity」(林來瘋)(維基百科)。林書豪旋風所帶來的效應是讓更多人喜歡籃球運動，透過電視新聞的大幅報導以及現場直播球賽，讓觀賞運動節目的收視率提高，進而發現增加運動的人口也提升了。

根據國內運動觀賞的現況調查指出，台閩地區有43.83%民眾經常或偶爾收看、觀賞運動賽事，其主要管道以電視轉播觀看賽事居多，高達42.23%；而現場購買門票觀賽者，僅有5.12%之比例，佔運動觀賞全部人口之11.68%(行政院體育委員會，體委會，2002)。中華民國100年運動城市調查指出觀賞運動比賽項目以「棒球」(43.8%)與「籃球」(24.8%)的比例最高，其他運動項目的比例皆低於一成；另外有42.2%民眾表示沒有收看。調查有56.2%民眾主要透過電視觀賞運動比賽，其次是網路(17.1%)和現場觀賞(16.3%)，從廣播和MOD付費頻道觀賞的比例較低。表示都沒有收看運動相關比賽的比例爲42.2%(行政院體育委員會，體委會，2011)。謝季燕更以「運動人口金字塔」來說明，運動觀賞人口是分布在金字塔最底層的，因此具有厚實運動觀

賞人口，才能往金字塔上層推進，培養更多規律運動人口、甚至是運動選手(引自林靜宜和李建生，2005)。

學校體育階段是培育觀賞性運動人口的最佳場所與時機。國內目前中小學以下學生體育是必修課程，大專院校則是視狀況開設必修或選修課程。在這麼多學生人口接觸體育課的情勢下，學校體育課程除了教授學生基礎的運動技巧外，最重要的是要學生從中找到自己喜愛的項目持之以恆，並能養成終身運動的習慣。其實學校體育並不是要培育學生成為運動競技選手，而是教導學生運動的基礎、帶領學生認識運動的好處、指引學生找到自己的運動興趣、最重要的是指導學生學會欣賞運動。

以觀賞運動賽事而言，觀賞性運動提供的是具有競賽性、技巧性、規則性或體能性的活動、體驗或娛樂，其消費的主體是運動觀賞者(承立平，2008)。所以，運動賽事的吸引力、精彩度與娛樂性，都會成為影響運動觀賞者願意觀賞的關鍵因素陳黃鶯(2010)。簡而言之，運動觀賞者已成為任何運動競賽活動中不可或缺的一部分(蔡博任，2005)、彭臨台(2004)指出運動不論是親身參與或是觀賞，總可在其中親身享受樂趣，且在運動中找到歸屬與成就感，這種感覺就是運動的核心價值，而運動產業是以運動活動為核心，吸引消費者觀賞和親自參與運動活動，是有利身心的健康產業。而運動欣賞是學習體育的入門，懂得欣賞可延續終身從事體育的活動，使用運動媒介觀賞運動賽事是取得體育資訊也是提升參與體育活動的最佳管道，所以運動觀賞人口的提升是很重要的(彭小惠，2001)。

Duncan & Brunmett(1989)指出運動觀賞的經驗是藉由不同方式的接觸運動而形成的。球迷到運動場地觀賞球賽，並同時接觸電視、報紙、廣播及網際資訊的運動報導方式，而形成個人獨特的運動觀賞經驗(周靈山，2002)。運動與大眾傳播媒介的結合行之已久，全世界第一則正式的運動新聞始之於 1819 年美國定期的運動刊物「美國農夫(The American Farmer)」，自此之後，運動與大眾媒介就像血緣兄弟一般，密不可分(周靈山，2002)。媒介所提供的題材，可以幫助閱聽人發展興趣、期望及提供題材與認同的機會；就算是娛樂性的題材，也可滿足閱聽人的需求，如傳遞有用訊息、提供娛樂材料、增加人際間的接觸(潘偉洪，1989)。媒介與運動的結合，更是讓大眾傳播的領域再延伸，運動的發展需要大眾傳播媒介的推波助瀾，

提高曝光率與能見度，加速體育運動的推廣，體育運動的精彩表現提供媒體播報的材料(周靈山，2002)。閱聽人透過其它管道及媒介；有的從平面媒體(報紙及雜誌)閱讀比賽的戰術解析及專家評論分析，有的從電子媒介(電視或廣播)現場播映的精彩畫面或廣播播報現場實況，更有藉由新媒介(網際網路)在線上同步觀賞現場轉播及閱讀線上新聞資訊等(周靈山，2002)。媒介所提供的題材，可以幫助閱聽人發展興趣、期望及提供整合的題材與認同的機會；就算是娛樂性的題材，也可滿足閱聽人自主及整合的需求，媒介的內容會提供許多報酬，以鼓勵閱聽人繼續的使用，如：傳遞有用訊息、提供娛樂材料、增加人際間的接觸(潘偉洪，1989)。運動藉著文字、圖片、口述、影像畫面等方式，透過報紙、雜誌、廣播、網路、電視等媒介，生動的傳遞運動的內涵、運動的美學與運動的激情；而大眾傳播媒介則透過運動員完美的演出，提供最精采的節目、最詳盡的報導(鄭文蕊，2008)。Mechikoff and Estes(2002)以目的論來看運動的定義包括以下幾個特徵：連續的狀態、角色有所區別、與觀眾有互動的關係、支持運動制度化等。因為有如以下組織的存在，使得運動更具制度化，例如大學籃球 NCAA 聯盟、美式足球 NFL 聯盟、主要電視網、雜誌及報紙等，所以大眾傳播媒體對運動的發展是極具影響力的。Duncan and Brunmett(1989)指出運動觀賞的經驗是藉由不同方式的接觸運動而形成的。球迷到運動場地觀賞球賽，並同時接觸電視、報紙、廣播及網際資訊的運動報導方式，而形成個人獨特的運動觀賞經驗。許多人生活中常伴隨著運動聯盟、運動明星、運動節目及運動報紙等，讓生活娛樂變成多采多姿(林淑娟、林房儂，2004)。運動觀賞的經驗，是藉由不同方式接觸運動而形成。球迷到運動場看球賽，並且同時接觸電視、報紙及廣播的運動報導內容，而形成個人獨特的運動觀賞經驗(周力強，2003)。由此可知，體育運動可藉著文字、圖片、口述、影像畫面等方式透過報紙及雜誌、電視或廣播、網際網路媒介提高曝光率與能見度，加速體育運動的運動行銷與運動推廣。Kelly(1996)認為運動觀賞是一種與觀眾分享，具有力與美展示之特性的藝術鑑賞，而運動本身也因為觀賞者的增加而將其中的競爭色彩轉換為一種觀賞的娛樂，觀賞者從對運動員的心理投射而獲得了滿足，滿足無法親自上場的缺憾或是因疏離感所造成欲加強與他人社會聯繫的渴望上。Cordes and Ibrahim(2003)指出觀賞動機可以算是休閒動機

的一類。以休閒行為層面來看，休閒娛樂活動的動機有跳脫日常生活的一成不變、放鬆身心、社交活動、尋求刺激、自我實現、美學等。林嵩棧(2008)觀賞動機是引起球迷到現場觀看比賽內在的驅力。今研究者欲討論觀賞運動媒介使用趨勢，期能經本研究的發現，提供大眾傳播媒介公司節目製作以及報刊雜誌專題報導編輯。此為研究者從事本研究之動機一。

楊祖珺譯(1998)指出此研究重點是，當我們看電視、電影或讀報紙、書刊等媒介的時候，事實上我們是主動或被動的滿足些不同程度的需求之中，像是看一本工具書可以回答或滿足我們對特定資訊的「需要」。觀賞動機因人而異，可分為幾大類，有些動機跟個人需求有關，如逃離、壓力釋放、娛樂價值與經濟能力；有些動機與社交有關係，如家庭聯繫與團體關係；有些動機跟心理需求有關，如自尊、自我實現與價值發展；有些動機則是運動基本需求，如運動知識、運動美感和成就感 (McDonald & Milne, 1999；James & Trail, 2001)。Kleiber and Mannell (1997)曾指出，滿意及動機是以心理性的需求為出發，當個人的信念和預期參與某種活動失去平衡時，目標和動機因素將會減少，如果行為或參與活動結果是達到需求滿意，所提供正向回饋是有益的，即個體在參與活動，是否滿意會影響需求或動機，也會影響參與行為或活動，或停止行為或活動。Godbey and Robinson(1979)發現那些最可能到達現場觀賞運動賽事的人也是最有可能成為運動中積極的參與者(引自 Kelly & Godbey, 1992)。因此，本研究欲討論觀賞運動媒介的滿意度之差異性，此為本研究之動機二。

現代的社會可謂是充滿競爭的社會，擁有才華者才能出類拔萃的脫穎而出，並獲得良好的工作(郭進財等，2010)。因而十二年國民教育即將實施，也更激起家長對孩子的期待與督促，也映出孩子需承受的壓力也相對提高。今大學院校學生面臨課業壓力，也經常有學生無法適應課業壓力，而導致自殺事件，使校園充滿低迷的氣氛，進而影響學生的學習情緒(郭進財與高俊雄，2008)。因此運動休閒之效益漸漸被大眾的認同，並從運動觀賞的階段，進入運動參與的情境，進而達到個人需求的目標。林靈宏(1994)指出參與動機是指一種促使人類採取某種特定行為，以滿足某種需求的動力。郭進財、莊貽寧、孫美蓮(2010)運動媒介觀賞涉入愈高者，其觀賞後的滿意度也愈高。因此，本研究欲討論觀賞運動媒介使用之動機與滿意度之間的關聯性，

以提高體育教師對觀賞運動媒介後能提昇其教學及實作的能力，此為本研究之動機三。

1.2 研究目的

基於上述的研究動機，本研究將針對雲嘉南地區體育教師為研究對象，藉由文獻分析探討雲嘉南地區體育教師對於運動媒介使用動機與滿意度的理論基礎，為本研究有系統的資料收集，以了解雲嘉南地區體育教師運動媒介使用動機與滿意度的內涵、趨勢及其關聯性。本研究主要具體研究目的如下：

- 一、探討不同人口統計變項之體育教師觀賞運動媒介的使用動機之趨勢。
- 二、探討不同人口統計變項之體育教師觀賞運動媒介的使用滿意度之傾向。
- 三、探討不同人口統計變項之體育教師觀賞運動媒介的使用動機與滿意度之關聯。

1.3 研究問題

基於上述研究目的，本研究提出下列待答問題，作為資料搜集的依據：

- 一、探討不同人口統計變項之體育教師觀賞運動媒介的使用動機為何？
- 二、探討不同人口統計變項之體育教師觀賞運動媒介的使用滿意度為何？
- 三、探討不同人口統計變項之體育教師觀賞運動媒介的使用動機與滿意度之關聯為何？

1.4 研究範圍與限制

本研究依其研究目的而界定之研究範圍與研究限制如下：

- 一、研究範圍：

本研究針對雲嘉南國中體育教師為研究樣本，調查時間為民國100年12月至101年1月。

- 二、研究限制：

本研究抽樣地點雖涵蓋雲嘉南地區，但無法詳細涵蓋全國各區的觀眾，例如：

來自北、中、南、東各地區的國中體育教師，可能對於各地區的也可能有所異同，因此在研究結果上可能產生些許誤差，此為本研究之限制一。

因本問卷使用郵寄方式，研究者無法當場解釋問卷內容問題，因此在研究結果上可能產生些許誤差，此為本研究之限制二。

本研究僅以量化方式推論體育教師觀賞運動媒介的使用動機與滿意度之間的關係，未來建議以質化方式補足量化研究的不足，因此在研究結果上可能產生些許誤差，此為本研究之限制三。

1.5 名詞解釋

歸納各學者的相關文獻資料後，研究者針對本研究涉及的主要名詞，做以下說明：

一、運動媒介：

McPherson et al(1989)也指出，媒介可以提供資訊，生產出一種美感，對閱聽人提供替代性的感動與興奮，以便填滿我們的休閒時間。大眾傳播媒介透過熱門運動賽事的轉播、報導及討論，提供最佳之新聞題材，並增加閱聽眾及廣告收入(林淑娟、林房儂，2005)。媒介包含種類相當的廣泛例如：無線廣播、無線電視、有線電視、電影、電腦網路、報紙、雜誌、廣告、行銷、公共關係等(陳萬達，2005)。本研究所指運動媒介是指體育運動可藉著文字、圖片、口述、影像畫面等方式透過報紙及雜誌、電視或廣播、網際網路媒介提高曝光率與能見度。

二、使用動機：

Katz, Blumler and Gurevitch (1974)定義為「源自社會及心理的需求，產生對大眾傳播媒介或其他來源的期望」。本研究之「使用動機」是指體育教師觀賞運動媒介使用動機，也就是想觀看運動節目的慾望。分為四個因素：「獲得資訊」是指喜歡的運動消息、瞭解運動時事、及時知道比賽結果、培養欣賞能力、欣賞不同運動型態、關心體育運動、喜歡運動競賽氣氛、放鬆心情；「獲得知識」是指學到運動技術、瞭解如何預防運動傷害、瞭解運動安全、豐富教學內容、提升教學品質、藉由比賽了解更多運動設施；「休閒消遣」是指增加休閒、娛樂、競賽戲劇性的刺激、打

發時間、排遣寂寞、增加與別人談話的題材、可以與朋友、家人一同觀賞；「教學內容」是指表達愛國情操、提供學生更多的運動相關資訊、欣賞空間等因素構成體育教師的觀賞運動媒介使用動機。

三、使用滿意度：

Martin(1988)認為滿意是指個人在獲得經驗的期望，以及他所感受到該驗實際結果之間的一致性，當所感受到的等於或超出所期望的，便覺得滿意；反之則不滿意。「收看滿意度」是指觀眾在使用媒體後，自己認知從中獲得的結果(Gurevitch, 1974)，亦是觀賞後所產生的滿意程度（引自鄭佳宜，2008）。本研究之「使用滿意度」是指體育教師觀賞運動媒介使用滿意度，也就是觀看運動節目後的感受。分為四個因素：「觀賞情境」是指增加運動興趣、與朋友家人一同觀賞、培養自己的欣賞能力、放鬆心情、瞭解專家對賽事的看法與評論、表示對體育運動發展的關心、欣賞到不同的運動類型、喜歡運動競賽的氣氛、及時知道比賽結果、瞭解運動時事；「運動知識」是指學到運動技術、瞭解如何預防運動傷害、瞭解運動安全；「娛樂效益」是指增加休閒、娛樂、競賽戲劇性的刺激、打發時間、排遣寂寞、表達愛國情操；「教學效益」是指提升教學品質、提供學生更多的運動相關資訊、欣賞空間、了解運動設施等因素構成體育教師的觀賞運動媒介使用滿意度。

第二章 文獻探討

本章共分為三節，首先探討運動欣賞的路徑及運動與媒體之關係發展；第二節探討觀賞運動媒介使用動機的相關理論與研究；第三節探討觀賞運動媒介使用滿意度的相關理論與研究

2.1 運動欣賞的路徑及運動與媒體之關係發展

本節主要在探討運動欣賞可能途徑、媒體的定義、運動與媒體之關係發展，最後將相關研究做綜合整理。

2.1.1 運動欣賞的可能路徑

看、聽、見、聞是欣賞之基本元素，而透過不同的行動模式，多元的媒介管道，加以日新月異的科技發展，拓展了廣闊的運動欣賞路徑。狹義的運動欣賞或許會被限定在：觀看運動競賽、運動影片或書報等媒體的範圍之中；事實上，廣義的運動欣賞內涵，在現代化的社會環境中，無論是平面的報紙、流行雜誌、運動刊物、書籍或海報，電視媒體，網路平臺，電訊服務，廣播節目，電影，旅遊見學等，都可列入運動欣賞的範疇。由於中介媒體的多樣化，社會大眾不再滿足於侷限在單一的媒介來欣賞運動的節目。

一、體驗式運動欣賞

各種環境與設備的快速更新，提供閱聽者有更多交叉欣賞運動情境的機會。例如，近年來國人流行單車運動，無論鄉間或海外，不分男女性別及年齡，大眾狂熱地追求這項戶外休閒運動的愉悅感，期間對於身體苦痛的承受，兼以徜徉大自然的自在與欣賞山川之美的感性體驗，歷程中尋求各種支持資源的規劃，親身經歷運動期間的深刻體驗，無論透過個人部落格或出書的分享，都可說是體驗式運動欣賞的形式，另外，例如運動觀光、運動冒險、運動營隊及賽會參與，都可歸納在此範圍

中。

二、視覺化運動欣賞

例如，運動文學作品的鑑賞，其中或論身體美學，或有評述奧運觀戰事件的小說，或者是運動史詩的吟詠，以及運動攝影及電影作品的閱覽，在作者經過內觀的創作鋪陳之導引下，欣賞儼然成爲一種無聲無形的運動文化交流。不同生活背景的人，在靜態的文字與圖片裡，動態的影片與傳播聲中，可以默默進行對同一所見創作之體驗與評斷的學習。以日本的体育科教育期刊爲例，每一期都有連載「從電影學習運動文化」（映画に學ぶスポーツ文化）的專欄（体育科教育，1998），透過問題的提問，理論背景的剖析，邀請學者對電影內容發表評論與觀感，將跨文化的運動世界與現象，借助教育刊物的發行，提供教師教授運動文化的素材。因此，如果延伸這種運動欣賞的視野，那麼運動繪畫、雕塑也都是運動之美的觀賞要角。歐美國家的學生經常安排到博物館或運動比賽現場遠足，在各地區設有各種不同專項運動博物館、名人堂、運動設施、賽會時間表或是相關美術館，提供作爲延伸學校體育教學場域的資源。臺灣近年來，積極於運動文化產業的推展，各地運動博物館、運動賽會的欣賞網絡，亦能提供學習者與教學者良好的素材，如能有計畫的進行資訊建構，無論城鄉都將有機會接受到區域性、全國性及全球性相關設施及資源之欣賞機會。

三、內觀形式的運動欣賞

跨出外在有形欣賞因素的限制，另一種以生活哲學的觀點來詮釋運動欣賞的意涵。「動中悟」——這種身體美學之體現，成爲近代運動人文思潮的顯學。人們透過各種身心平衡的技法覺察身體，在冥想與內觀的情境，喚起人們對東方身體內在世界觀想的對話，這種運動形式的進行，操作者也是欣賞者的禪思，常在瑜珈、武術、舞蹈或訓練中被感受，而從這條路徑出發的「觀看」，是另一條通往沈定與極致的身心教養之道，往往對於運動競技的菁英選手而言，這另類的運動內觀賞析能力，可以喚醒個人內在潛藏的能力。

四、科技化的運動欣賞

日新月異的資訊系統發展，將網路無遠弗屆的散播力展露無疑。網路平臺上的

運動訊息，由於便利與快捷的傳輸效率，成為現代人運動欣賞的重要路徑。也由於科技的效能，讓運動觀賞成為無國界的世界共同語言，同時也造就2008北京奧運成為歷年觀賞人口最多的一屆。而我們也能經由這條管道，間接目睹各項運動菁英的精彩演出，在觀賞中吶喊、流淚、慷慨激昂。藉由它的功能，人們能在瞬間交流心得，提出評論，更能快速取得各種數據結果。因此，無可避免地，運動透過科技化來欣賞，已成為生活的一種模式，相較於其他生活形態的改變，如飲食習慣、規律運動行為等，科技的嵌入特質特別明顯。在教育環境中如何有效加以利用，建立正面、具有教育價值的資訊化運動欣賞方案，是開設相關課程，以及規劃公開欣賞活動的思考課題（引自蔡秀華，2008）。

2.1.2 運動與媒體之關係發展

一、媒體的定義

隨著科技進步與社會變遷，現在是由閱聽者選擇訊息的時代，像部落格的泛紅即是現今型態的直接反應。於是，如何在生活中創造關鍵性的影響與資訊的傳遞，亦成為今日媒體溝通所面對的新課題。本文採取廣泛的定義，只要能和閱聽者接觸的就是媒體。為達到長期擴展運動之目的，則有賴於媒體運作的基本要素，包括整合大量且複雜的媒體資源，如報紙、雜誌、廣播、電影、電視、網際網絡等。

二、運動與媒體之關係發展

1895年，在一場《紐約日報》與《紐約世界報》的銷售戰中，使得《紐約日報》出現第一個獨立的體育版面。1920年代，體育版已成為各大報得以受歡迎的原因之一，報紙提供運動的「活動報導」，廣播則提供「立即性」。1926年，英國BBC電台在成為公共廣播電台後（早期BBC為私人電台，為避免影響報紙的銷售，因此不得轉播運動比賽），便開始立即轉播運動；從此，人們可以在家中收聽重要的運動賽事。至於第一次的衛星電視轉播，則是東京奧運會（1964年）由美國衛星向全世界傳送。電視轉

播於 1972 年慕尼黑奧運中，正式成為奧運會的伙伴；1980 年，ESPN 成為第一個二十四小時全年無休、獨家轉播運動的有線電視網。而為增加奧運會的可看性，奧運會從原本強調業餘精神的比賽，在不可避免的浪潮下，開放職業選手的參加。1989 年亞利安火箭升空，把英國電視業帶向衛星傳播時代，當年英國四個電視頻道每年提供 2,800 小時的運動節目，現在光是足球比賽就有 5,000 個小時，全部運動節目共計 25,000 小時，也就是每天至少有六十八個小時的運動節目可供觀賞，世界上較先進的國家運動節目成長速度大約如此（莫季雍，2003）。

全球化發展快速的今日，以美國為首的大眾傳播媒體與運動間存在著相當密切的網絡與電視等媒介，讓各地資訊得以迅速整合與流通。奧運會、世界盃足球賽、NBA 等國際賽事，透過媒體傳播成為全球運動迷所普遍接納的世界性形象。因此對於舉辦大型運動賽會的國家或城市而言，這是將自己的城市文化與特色行銷世界的最佳途徑，更使得落後與貧窮國家的傑出運動員，能獲得全球運動舞台曝光的機會。隨著媒體傳播力量，得以讓全球觀眾對於跨國運動賽事隨時獲得訊息，運動組織藉由媒體力量，吸引更多觀眾收視，進而擴大其組織規模與全球影響範圍。媒體也藉由轉播國際運動賽事，賺取龐大的轉播權利金與廣告費用，因此運動與媒體形成複雜的共同體。

2008 年的北京奧運電視轉播權利金高達近 8 億美金的天價，便呈現出媒體與運動賽事關係的蓬勃發展。今日運動產業已成為整體經濟活動中的重要部分，20 世紀末美國運動產業年營收額高達 2130 億美元，讓運動產業足以躍升全美第六大產業。另外大型國際運動賽會，例如 2000 年雪梨奧運期間，全球共有超過約 35 億人口觀賞電視轉播，雪梨當局並獲得 11 家跨國贊助廠商支付 5500 萬美元的權利金；2002 年世界盃足球賽累計的電視觀賞者人次更超過 400 億，其電視轉播權利金為 7 億 8900 萬美元。

劉維公（2001）指出，媒體願意花費天價般的轉播權利金來轉播以及再現運動，其深層原因在於媒體生存植基於製造符號供閱聽者消費，它不

斷需要題材，尤其新聞報導更是如此，一直需要「新」的事件，提供給閱聽者。在花建主編（2003）的《文化金礦》一書中即以韓國為實例，指出韓國將體育當作重要文化來投資，他們認為透過傳播媒介，可以無遠弗屆地將運動文化、運動價值觀、運動行為模式、運動影像、運動物質條件傳播到世界任何一個角落。其中，大型國際運動賽事被認為是投資報酬率最高的行業之一，能夠舉辦大型運動集會也被韓國政府、社會各界視為韓國服務業具備國際競爭力的象徵。而投資回收則是韓國人經營國際大型賽事的首要目的（引自王梅香，2009）。

2.1.3 本節結語

由以上文獻可知，大量且複雜的媒體資源，如報紙、雜誌、廣播、電影、電視、網際網絡等皆可獲的資訊。從觀看運動的積極面出發來看，若是以教育的角度而言，可以將單純觀看的行為，提升到更高的學習層次，亦即期望觀賞者從運動的概念中，不僅是看或只是觀戰，也能在欣賞運動同時，專注其中並加以審視所見所聞的訊息，進入到鑑賞的境界。

2.2 觀賞運動媒介使用動機的相關理論與研究

本節主要在探討動機的定義、動機的相關理論、觀賞動機的相關構面研究，最後將運動媒介使用動機之相關研究做綜合整理。

2.2.1 動機的定義

Lepper & Malone (1987) 將動機分成個人內在動機與群體內在動機；個人內在動機包括好奇心、挑戰性、控制力、幻想力；群體內在動機包括競爭性、合作、認知。

動機(motive)是指個體驅使自己作某些行為或追求此目標的一種狀態或情境或協助個體選擇目標，並使其行為朝向此目標的內在歷程（張春興，1994）。

動機是一種假設性的概念，用來解釋引發個體有目標導向之行為的方向、起點與強度持續等的內在狀態，它是促使個體從事某種行為的內在原因（林生傳，1996）。

從過去到現在的研究者在動機的上可能因為個人觀點及研究方向的不同而產生了許多不同的研究結果，表2.2.1為各研究者及學者對於觀賞動機所詮釋之定義。

表 2.2.1 動機定義彙整表

| 研究者 | 年代 | 研究結果 |
|---------|------|--|
| 張春興 | 1987 | 動機是屬於個人心理與行為間的一種狀態，任何人在意識面下所發生的行為皆有其目的，而引發這些行為。 |
| 教育百科辭典 | 1994 | 動機是行動的直接動力，激勵人去行動以達到一定目的的內在原因，是個體發動和維持其行動的一種心理狀態 |
| 馬啓偉 張力為 | 1996 | 認為動機是推動一個人進行活動的心理動因或內部動力。 |
| 張春興 | 1998 | 動機是指引起個體活動，維持已引起的活動，並導使該種活動朝某一目標進行的一種內在歷程。 |
| 黃俊英 | 2001 | 動機是一種被刺激的需要，他足以促使一個人去採取某項行動以滿足需要。 |

| | | |
|--------|------|---|
| 曹勝雄 | 2001 | 動機的發生事由個體內在的某一種需求而來，一旦需要的強度提昇到一定程度後，對會轉化爲一種動機，進而促使每一個人尋找滿足需要的東西。 |
| 榮泰生 | 2001 | 動機乃是一種引導個人活動朝向需求或目標達成的驅力。 |
| 王沛泳 | 2001 | 觀賞動機即是球迷進場看比賽的驅力。 |
| 趙斌 | 2002 | 發動與維持個體活動，並促發該活動朝某一目標之內在動力。 |
| 李宗倫 | 2004 | 認爲動機是指個人受到個體內在與外在環境因素之影響，於實際行動之前的一種心理歷程的結果，是一種動態且持續改變的過程，等到這歷程累積到某一種程度的時候，將會引發個體採取實際行動或者消滅該實際行動的發生，並且同時決定其實際行動的形式、方向、強度以及持續的時間。 |
| 蔡博任 | 2005 | 觀賞動機是運動觀賞者爲了達到滿足的需求所引起想要到現場觀賞比賽的驅力。 |
| 林生傳 | 2007 | 動機「爲一種假設性的概念，用來解釋引發個體表現有目標導向之行爲，包含起始、方向、強度以及持續的內在狀態，它是促使個體從事各種活動的內在原因」。 |
| 林嵩棧 | 2008 | 動機是指促使個體從事某種活動的內在驅力。 |
| 梁業隆 | 2010 | 動機是指個體爲達成某一目的而促使個體本身從事某種活動的內在驅力。 |
| 溫智璇 | 2010 | 動機定義是由於生理或心理上的需求未被滿足，而引起個體去從事行動的意願，爲行爲的主要原因。 |
| Maslow | 1970 | 動機是有層次的，依次是生理需要、安全需要、愛的需要、受尊重的需要以及自我實現。只有較低的需要得到滿足，才會表現出較高的需要。 |

| | | |
|------------------------------------|------|--|
| Leon & Leslie | 2000 | 意指個人內在的驅動力，其促使人們付諸行動，此驅動力是由於存有未獲滿足的需求，而引發的緊張狀態所致，人們有意識或下意識地藉由能滿足需求的行為，以降低此緊張狀態，並釋放他們所感受到的壓力。 |
| Arnould, Price and Zinkhan | 2003 | 動機是指喚起目標導向反應之一種驅力，也對是會驅動消費者行為與目標一致，同時催化人們投入時間能量達到目標的意願。 |
| Lough and Kim | 2004 | 動機不是唯一造成行為的原因，而是對於為何某些行為發生的解釋。 |
| Kotler, Keller, Ang, Leong and Tan | 2007 | 認為動機是當一個人的生理或心理需要達到某個令人緊張的程度時，對成為動機，動機對是需要強烈到會驅策採取行動。 |
| Maslow | 2008 | 動機的來源是由於某些需求未被滿足，這些需求可能是來自生理方面，或稱之為一種驅力，它們普遍存在於人類的特質中並有遺傳性。 |
| Kotler and Keller | 2009 | 動機是促使人們採取行動的一種動力 (intensity) ，達成想要的目標 (goal) 。 |

資料來源：引自（黃美珍，2011）及本研究補充

2.2.2 動機的理论

有關動機理論相當紛歧，因此本研究將其整理如下：

一、心理分析論

以奧地利心理分析學家及精神病學家 Freud (1923) 為代表，其對動機之解釋為，人類的一切行為導源於「性」與「攻擊」兩種本能的衝動；另外則是以潛意識動機(unconscious motive)來解釋人的行為，以潛意識解釋行為時，多偏向於人的失常、失態等行為（引自謝清秀，2004）。

二、行為論

以 Child 與 Whiting (1953) 等人為代表，認為成人的行為可區分五類：吃的行為、排泄的行為、性的行為、依賴的行為、攻擊的行為；相對於這五類行為的動機是飢餓、排泄、性、依賴與攻擊。於是產生此一模式「需要→動機→行為」。

三、需求層次論

美國著名人本心理學家 Maslow (1970) 對人類的動機，持一種整體又分層的看法，他認為人類的各種動機是彼此關聯的，人類的行為係由需求所引起，需求又有高低之分，Maslow 將人類的需求分成生理需求(physiological needs)、安全需求(safety needs)、愛與隸屬需求(love needs)、尊重需求(esteem needs)及自我實現需求(self actualization needs)等五個層次，前四種需求，定義為「基本需求」，自我實現的需求則定義為「成長需求」，每當較低層次的需求獲得滿足時，較高一層的需求將隨之而生，因此，Maslow 的動機理論被稱為需求層次論(Hierarchy of needs theory)，包括三個基本觀念：第一、動機是內發性動機；是人類身心生長發展的內在力量。他認為人類本來就有積極努力追求向上的內在傾向。第二、人類各種動機之間有層次的關係；每當較低層次的需求因目的達到獲得滿足時，高一層次的需求自然而生，低層需求如不能滿足時，不可能發展到高層次的需求。第三、人類的各類需求中，愈是居於低層次者，其普遍性也愈大，其彈性愈小，人與人之間的個別差異也愈少。需求居於高層次者，其變化多，其個別差異也大（張春興，1998）。

四、認知論

認為個體有自我能力的肯定及自己做決定的需求，且外在誘因會使個人失去自

我控自感，而將行爲歸因爲受外部驅使使然，故內部動機下降。

此外 Vroom (1964) 所提出的期望理論，是一種以個人期望爲著眼點的動機理論，認爲個人採取某種行爲是一種審慎理性的意識選擇過程。Vroom 認爲個體對未來所採行的某種行爲是有信念與預想，並預期這樣的行爲後能得到所期望的結果，且該結果對於個體具有其吸引力（林素真，2009）。以上論點引自(梁業隆，2010)

五、張春興(2002)對動機的相關概念：

(一)需求與驅力

廣義來說，需求、驅力與動機三者涵義相同，都是用來表達個體行爲的內在原因或者內在動力。行爲主義與人本主義兩大學派所提出的學習動機理論，就是分別以驅力和需求兩個概念代替動機。

狹義來說，這三個詞則稍有不同。驅力多半用來表示屬於原始性的或者生理的動機，至於需求的涵義則不甚確定，有時用來表示形成驅力的原因，如身體需求水分而有口渴的驅力；有時用來表示各種不同的動機，如生理需求、心理需求、成就需求、親和需求。

(二)好奇與習慣

好奇是指促使個體對新奇的事物去觀察、探索、操弄、詢問，從而獲得對環境中諸般事物的一種原始性內在衝動。

習慣則有兩種涵義，其一指習得性的行爲反應，這種習得性的行爲反應是在生活中經長期訓練而養成的，而有所謂的習慣成自然之說。其二是習得性的動機，這種習得性動機在性質上對個人的行爲具有內驅力的作用。一但習得性動機形成，在類似的情境下，就會驅使個體出現某種行爲活動，去追求滿足藉以消除內在驅力所引起的不安。

(三)態度與興趣

態度是指個人對人、對事、對周圍世界所持有的一種具有一致性與持久性的傾向。態度內涵中除行爲的成分之外，還包含情感與認知，只是這三種成份的多寡，隨著個體年齡、性別、性格等有所不同。

興趣一詞有二種涵義：其一指個體對某人或者某事物所表現的選擇時注意的內

在心向；其二是興趣與動機大同小異，兩者相同之處，是兩者都可視為引起個體行為的內在原因。

(四)意志與價值觀

意志是個人對自願選定的與自認為有價值的目標，全力以赴的內在心理歷程。意志具有促動行為的動機作用，為意志比動機更具有選擇性與堅持性，所以意志可視為高層次動機。

價值觀，是個人自認（或社會共識）正當並依據以為價值是非善惡的標準者；合於該標準即判為有價值，不合乎標準則判為無價值。

(五)刺激與誘因

誘因是指誘發個體行為的外在原因，而外在原因所指的就是刺激。不過並非任何刺激都可以引起行為反應，只有個體曾經有過該刺激反應的經驗，因為經驗產生了刺激與反應的連結式學習，以後該刺激再出現時，就可能引起個體該行為反應。此一因經驗過而後能引發反應的刺激，就稱為誘因。

六、根據Sloan（1989）與Lagace（1996）文中所提到與運動觀賞有密切關係的心理學理論如下：由（陳怡達，2008）整理之。

(一)有益健康效果理論（Salubrious Effects Theory）：

因為活動或運動提供一種愉悅感與增加生理和心理的健康，因此對其涉入是具吸引力的。換句話說運動觀賞對於觀賞者的生理與心理健康帶來益處，而在此理論之下包含了有兩個主要理論的概念—遊憩理論（Recreation Theory）與消遣理論（Diversion Theory）：

- 1.遊憩理論主張透過玩樂(playing)，能量會被儲存與恢復，使得人們更能面對一般的工作與生活。
- 2.消遣理論是指從工作與其他無趣生活中遠離，滿足與解放可以經由運動產生的遠離過程而找到。

(二)壓力與刺激尋求理論（Stress and Stimulation Seeking Theory）

其基本前提來自於個人對於日常生活體驗的緊張、風險與壓力感到不足，因此壓力與刺激尋求理論對於人類生理、社會與心理的基本需求是很重要的。運動與休

閒活動在自我期望層面被視為可以提升刺激、激力與緊張的來源。因此運動與運動觀賞行為使得人們可以在社會可接受的範圍中體驗風險、壓力、刺激與激力並且免於社會與個人真實的危險。

而此理論其實是來自於許多不同的理論，包括風險鍛鍊、緊張需求、激力尋求與縮張理論等等，其中緊張需求理論主張在生活中因為缺乏緊張而產生無意義的生活，而使人們利用社會受歡迎與不歡迎的方式來創造緊張氣氛。激力尋求理論則是藉著增加對於某理想層級激力的需求，將演出當做行為激勵。

(三)淨化與侵略理論 (Catharsis and Aggression theory)

此心理學理論包括許多支派的理論，其企圖解釋運動、運動觀賞行為與侵略之間的關係。包括淨化作用論、本能論、挫折-侵略論、社會學習與去抑制論。

- 1.淨化作用論 (Catharsis theory) 指出侵略層級的淨化或簡化將透過參與侵略性行為或透過觀看其他人侵略的行為而發生。因此這理論其實與藉以攻擊所達到無論勝利或失敗結果之效果是無差異的，主要是指觀看暴力與攻擊的行為以舒緩攻擊性的傾向。
- 2.本能論 (Instinct theory) 是指人類的侵略行為是與生俱來的生物本能，其與淨化作用相關的部分在於本能論主張侵略行為被認為應該要淨化個人受到抑制的情感。
- 3.挫敗-侵略論 (Frustration-Aggression theory) 認為侵略是挫敗的產出，當一個人的驅力或期望的產出被阻礙 (例如：喜愛的隊伍輸了)，個人會感到挫敗。而這個挫敗感會引導出侵略與敵意的感覺。
- 4.社會學習理論 (Social learning theory) 主張人們藉由觀看運動而學習侵略性與敵意的行為。此延伸到觀看者的侵略行為會依據他們對於這些行為要如何被懲罰(抑制)或獎勵(解禁)的觀點而表現在未來的暴力行為上。
- 5.去抑制論 (Disinhibition theory) 與社會學習理論很相似。此理論認為觀看侵略性行為會使得抑制侵略行為的力量減少。

(四)娛樂理論 (Entertainment theory)

此理論主張人們因為賽事的娛樂價值與賽事引起人們注意的能力而受到吸引，關係到賽事的在比賽、行為、演出與運動員中的實際內容或意義。人們藉由社會化

過程的方式將觀看運動當作娛樂，學習關於不同的社會角色—性別角色、工作角色與休閒角色，因此被社會化為運動參與者的角色，同時也是運動觀賞者角色。而娛樂理論的核心主題在於樂趣（enjoyment）、娛樂（fun）與愉悅感（pleasure），而在娛樂理論中提升這些核心主題的因素可能來自於戲劇性、緊張、懸疑感、侵略性演出或與敵人比賽、價值或文化的反射、審美觀、美麗與傑出、新奇的演出、勢均力敵與關於比賽與選手的學習。而這些因素是來自於下列三種不同的娛樂概念：

1. 審美（Aesthetic）：透過演出或比賽的美感、卓越與品質得到愉悅感與樂趣。
2. 價值（Value）：將運動的理想視為文化傳播者、價值導師與常模的借鏡，藉此得到愉悅感與樂趣。
3. 學習（Learning）：觀賞者從獲取與尋找關於比賽資訊中得到的愉悅感與樂趣。

(五) 歡樂傾向理論（Disposition Theory）

主張觀賞者對於運動員或隊伍的傾向似乎決定了個人將享受一場好或壞的演出，而敵人所損失的價值與好友得到的價值將受到讚許，而若是相反的情況則會感到悲痛。

(六) 成就感追求理論（Achievement Seeking Theory）

對於成就感的需求，其藉由對於名聲、成果、尊重與克服阻礙的渴望來表達，而對於運動觀賞來說，人們可以藉由與其他人分享勝利的榮耀來得到共鳴而獲得。而成就感追求理論是依賴著平衡理論（Balance Theory）的假定。

平衡理論其主要認為人們在對於其他人與事物的看法中努力維持認知的一致與和諧。因為觀察者試圖得到認知上和諧的傾向。研究者確立了兩種人們提升自我印象的策略，而這兩個策略仰賴人們運用與他人或對象連結的能力。

1. 沉浸在反映出的榮耀中（BIRGing, basking-in-reflected-glory）：

人們希望別人瞭解他們的成就，而人們透過公開地表達支持特別球員或隊伍的傾向來提升自我形象、尊重與名聲，並且渴望增加與球員或隊伍的關連性，因此透過分享所認同目標的勝利，而具備塑造自我或自尊的能力。

2. 停止反映出的失敗（CORFing, cutting-off-reflected-failure）：

相對於BIRGing，此概念是一個形象保護的策略，使得人們免於別人的負面評

價，努力使自己遠離他人的不成功，並具備保護自我或自尊的功能。

2.2.3 觀賞動機的相關構面

Cordes and Ibrahim(2003)指出觀賞動機可以算是休閒動機的一類。以休閒行為層面來看，休閒娛樂活動的動機有跳脫日常生活的一成不變、放鬆身心、社交活動、尋求刺激、自我實現、美學等。Kelly(1996)認為運動觀賞是一種與觀眾分享，具有力與美展示之特性的藝術鑑賞，而運動本身也因為觀賞者的增加而將其中的競爭色彩轉換為一種觀賞的娛樂，觀賞者從對運動員的心理投射而獲得了滿足，滿足無法親自上場的缺憾或是因疏離感所造成欲加強與他人社會聯繫的渴望上。

湯擷嘉(2002)指運動觀賞者為了達到滿足的需求所引起想要出國看比賽的驅力。蔡博任(2005)觀賞動機是指運動觀賞者為了達到滿足的需求所引起想要到現場觀賞比賽的驅力。林嵩棧(2008)觀賞動機是引起球迷到現場觀看比賽內在的驅力。

曾嘉聖(2008)驅使觀眾或球迷到現場觀看比賽的因素。郭同堯(2009)觀賞動機是指觀賞者因為某些誘因或為了滿足特定需求而產生的觀賞動力。梁業隆 2010 觀賞動機是指引起觀眾到現場觀看比賽的內在驅力，它是為了滿足個人內在需求及達到休閒娛樂的目的，而此一驅力會持續個體活動直到狀況結束為止。

從過去到現在的研究者在動機的構面上可能因為個人觀點及研究方向的不同而產生了許多不同的研究結果，表2.2.2為各研究者及學者對於觀賞動機所詮釋之構面。

表 2.2.2 觀賞動機相關構面

| 作者 | 年代 | 動機構面 |
|-----|------|--|
| 謝智謀 | 1991 | 1.休閒娛樂與好奇 2.豐富生活與訊息吸引 3.球賽吸引與個人偏好 |
| 林千源 | 1995 | 1.比賽吸引與個人認同 2.球團形象吸引 3.社會需求與人際互動 |
| 林世昆 | 1997 | 1.充實休閒生活 2.消遣娛樂 3.追求個人喜好 4.人際互動 5.比賽吸引人。 |

| | | |
|-----|------|--|
| 簡秋暖 | 1998 | 1.尋求體育運動訊息2.轉移 3.深入瞭解體育運動4.娛樂與人際互動 5.滿足個人偏好。 |
| 趙政諭 | 2000 | 1.良好的球場設備2.良好的服務品質 3.精彩的比賽氣氛 |
| 王沛泳 | 2001 | 1.知性的追求2.社會需求3.成對需求 4.健康與適能5.壓力的避免 |
| 周靈山 | 2002 | 1.資訊獲得2.認同3.消遣娛樂4.打發時間 |
| 湯擷嘉 | 2003 | 1.娛樂性2.壓力性3.逃離壓力4.社交行爲 4.關係5.周遭環境6.自尊7.運動之美 |
| 張家榮 | 2004 | 1.比賽吸引人2.滿足個人偏好3.豐富生活 4.人際互動與個人需求5.休閒消遣 |
| 陳嘉弘 | 2007 | 1. 對棒球的興趣2.對特定球員感興趣 3. 國家榮耀4.比賽水準 |
| 鄭佳宜 | 2008 | 1.滿足個人偏好2.比賽吸引人3.休閒消遣 |
| 林嵩棧 | 2008 | 1. 社會需求與人際互動 2.比賽吸引與個人認同3.休閒娛樂 |
| 曾嘉聖 | 2008 | 1.成就感2.運動知識3.運動美感4.戲劇性 5.逃離6.球員魅力7.運動技巧8.社會聯繫 |
| 許耿豪 | 2009 | 1.專業成長2.個人喜好3.情感滿足4.特殊體驗 |
| 郭同堯 | 2009 | 1.知識動機2.自尊動機3.社會動機4.娛樂動機 |
| 羅可強 | 2009 | 1.休閒娛樂2.現場體驗性參與 3.對球隊/球員的喜好 4.個人偏好取向5.紓解壓力 |

| | | |
|----------------------------|------|--|
| 梁業隆 | 2010 | 1.賽事吸引與個人因素 2.休閒娛樂及參與體驗 3.人際互動與情感需求 4.便利因素及被動行爲 |
| 溫智璇 | 2010 | 1.運動欣賞與學習2.成就感與互動 3.球賽吸引力 |
| Wann | 1995 | 1.釋放壓力2.自尊利益3.逃離日常生活 4.娛樂5.經濟6.美學7.群體需求8.家庭需求 |
| Whannel | 1998 | 1.獲得資訊2.娛樂消遣 |
| Trail and Jarres | 2001 | 1.成就感2.知識學習3.運動美感4.逃避 5.社會影響6.參賽者身材吸引 |
| Zhang et al | 2001 | 1.尋求成就感2.精神發洩和侵略3.社區形象 4.壓力和娛樂5.健康的效益 |
| Kwon and Trail | 2001 | 1.運動之美2.釋放壓力3.團體聯繫 4.經濟（運動賭博）5.自尊（替代性成就感） 6.認同感 |
| Funk, Mahony and Ridinger | 2002 | 1.戲劇性替代性成就感2.運動美感 3.對球隊的喜好4.對球員的喜好 5.對足球的喜好6.國家榮譽7.刺激性、 8.社交機會9.球員模範10.支持女性的機會 11.娛樂價值12.家庭聯繫13.有益健康的環境 |
| Funk, Ridinger and Moorman | 2003 | 1.戲劇性2.替代性成對感3.運動美感 4.對球隊的喜好5.對球員的喜好 6.對運動的喜好7.刺激性8.朋友聯繫 9.家庭聯繫10.模範角色11.支持女性的機會 12.娛樂價值13.有益健康的環境14.運動知識 15.顧客服務16.社會化17.社區支持18.逃離 |

| | | |
|---------------------------------------|------|--|
| Swanson, Gwinner, Larson and Janda | 2003 | 1.團隊認同感2.釋放壓力 3.團體聯繫4.增加自尊 |
| Trail, Fink and Anderson | 2003 | 1.成就感2.運動之美3.戲劇性4.逃離5.知識 6.身體的技巧7.社會互動8.家庭 |
| James and Ross | 2004 | 1.同理心2.社會互動3.家庭4.球隊努力 5.球隊聯繫6.成就感7.娛樂8.技巧9.戲劇性 |
| Lough and Kim | 2004 | 1.球迷認同感2.球隊形象3.有益健康的吸引力 4.娛樂價值 |
| Robinson and Trail | 2005 | 1.成就感2.運動美感3.戲劇性4.逃避 5.知識6.身體的技巧7.社會 |
| Won and Kitamura | 2007 | 1.對球員的喜好2.社區榮譽3.娛樂 4.戲劇性5.逃離6.身體的技巧7.社會互動 8.家庭9.替代性成就 |
| Koo and Hardin | 2008 | 1.替代性成就感2.球隊表現3.逃離 4.支持女性的機會5.家庭6.釋放壓力 7.運動之美8.娛樂價值9.社交機會 |
| Fink and Parker | 2009 | 1.成就感2.運動美感3.戲劇性4.逃離5.家庭 6.知識7.參賽者體格吸引力8.身體的技巧 9.社會 |
| Kim and Trail | 2010 | 內在： 1.成就感2.逃離3.社會4.支持女性的機會 5.社區依附6.教練依附7.運動程度的依附 8.選手的依附9.運動的依附10.球隊的依附 外在： 1.運動美感2.戲劇性3.媒體4.球員行爲 5.促銷6.角色模範 |

資料來源：本研究引自(許耿豪，2009)及(蕭硯哲，2011) 及本研究補充

2.2.4 本節結語

由以上理論可知，不同的時期有不同動機論產生，動機是指最能依自己的想法，選擇不同的媒介來觀賞自己喜歡的各種運動，如選擇電視實況轉播澳洲網球公開賽；閱讀報紙新聞報導奧運會；雜誌專訪棒球明星；透過網際網路世界運動會等，以便獲得各項運動資訊、自我的充實、產生愉悅的滿足感，此為本研究的運動媒介使用動機論點。

2.3 觀賞運動媒介使用滿意度的相關理論與研究

本節主要在探討滿意度的定義、滿意度的相關理論、觀賞滿意度的相關構面最後將運動媒介使用滿意度之相關研究做綜合整理。

2.3.1 滿意度的定義

從過去到現在的研究者在滿意度的定義上可能因為個人觀點及研究方向的不同而產生了許多不同的解釋，表2.3.1為各研究者及學者對於滿意度所詮釋之定義。

表 2.3.1 滿意度定義彙整表

| 研究者 | 年代 | 定義 |
|-----|------|---|
| 張春興 | 1989 | 對滿意度的解釋為：個體動機（生理的或心理的）促動下的行為，在達到所追求目標時產生的一種內在狀態，是個體慾望實現的心理感受。 |
| 方三保 | 1998 | 將滿意度視為是一種事前期望與事後知覺績效的比較過程。 |
| 陳耀茂 | 1998 | 指出滿意度是顧客使用商品或服務的某種形式期望的充足感。 |
| 王沛泳 | 2001 | 認為滿意度是指觀眾觀賞球賽之後的心理正向幸福感。 |
| 楊錦洲 | 2001 | 認為顧客滿意是指顧客在接受某一特定交易或是服務時，所需感受到的一種合乎我意的愉悅態度。 |
| 游宗仁 | 2002 | 滿意度為接受服務前的期望與實際接受服務的過程或結果，經主觀評估後所產生正向或負向的感受。 |
| 闕芝穎 | 2004 | 滿意度為某次交易後所體會之價值感受，與對此交易過程所接受的服務實際感受到的滿意程度。 |

| | | |
|--------------|------|---|
| 黃俊英 | 2007 | 滿意度是指一個人感覺到愉快或失望的程度。而高低通常取決於顧客感受的知覺價值和顧客的期望水準。 |
| 趙大志 | 2007 | 滿意度為使用及感受「產品」或「服務」後，經過評價與比較，由心理直接反應出來喜好與否的一種態度。 |
| 林嵩棧 | 2008 | 滿意度的意涵是消費者購買前後，個人認知、期望與消費服務結果差距程度，後者大於前者則滿意度高，反之則為滿意度低。 |
| 曾嘉聖 | 2008 | 滿意度意指期望與實際購買感受兩者相互比較所得到之結果。 |
| Victor Vroom | 1964 | 認為，個人獲得到他所需求的就會感到滿足，需求強度愈高，則就愈感到滿意。 |
| Tough | 1982 | 認為滿意是學生對學習活動的感覺或態度，高興的感覺或積極的態度是「滿意」，不高興的感覺或消極的態度是「不滿意」。 |
| Martin | 1988 | 認為滿意是指個人在獲得經驗的期望，以及他所感受到該經驗實際結果之間的一致性，當所感受到的等於或超出所期望的，便覺得滿意；反之則不滿意。 |
| Soloman | 1991 | 滿意度是指一個人所感覺的程度高低，源自於個人對產品功能性的知覺與期望作比較之後所形成。如果功能性知覺符合期望，則消費者感到滿意，反之則感到不滿意。 |
| Flammger | 1991 | 將滿意度界定為需求和需要的應驗；完滿的愉悅、足夠的感覺。 |

| | | |
|--------------------------------|------|--|
| Kolter | 1997 | 將滿意度定義為一個人所感覺的愉快程度，源自其對產品性能結果的知覺與個人對產品的期望。 |
| Blackwell,Miniard and Engel | 2001 | 顧客會將使用前的預期認知與使用後的事後效果作一評估，兩者間越一致，消費者越滿意。 |
| Parker and Mathews | 2001 | 滿意度可從兩個角度來看：顧客消費活動或經驗的結果及顧客消費活動可被視為是一種過程。 |
| Power and Associates | 2006 | 消費者使用業者所提供的產品或服務後，所產生的一種價值感受。 |

資料來源：由研究者整理之

2.3.2 滿意度的相關理論

有關滿意度相關理論由本研究整理如下：

一、期望不確認感理論 (Disconfirmation of Expectations, DEM)

期望不確認感理論為Oliver 於1977 年所提出，認為顧客滿意度與不確認感 (disconfirmation) 的大小與方向有關，而不確認感與個人最初期望有關。「不確認感」意指消費者在購前期望與購後知覺間的差異；也就是說，當消費者在消費前會對產品產生期望，並且將期望與對產品的績效認知 (Perceived performance) 進行比較，會產生三種結果：

(一) 對產品的績效認知低於個人最初期望時，稱之為負不確認感 (negative disconfirmation)，消費者感到不滿意。

(二) 對產品的績效認知等於個人最初期望時，稱之為無不確認感 (zero disconfirmation)，消費者感到滿意。

(三) 對產品的績效認知高於個人最初期望時，稱之為正不確認感 (positive disconfirmation)，消費者有較高的滿意度 (Leeuwen, Quick 與 Daniel, 2002)。

因此當消費者產生與期望一致的結果時，則感到滿意；而產生正面不一致時，則有高的滿意度；產生負面不一致的結果則會導致不滿意。

二、球迷滿意度假定模式 (Hypothesized Model of Fan Satisfaction)

Madrigal (1995) 研究球迷對比賽滿意度的認知及情感的決定因素，包含三個認知決定因素，分別為不確認感、團隊認同及對手程度 (quality of opponent)，認知因素與個人情感狀態有關；情感決定因素包括沉浸在反映出的榮耀中 (basking in reflected glory, BIRGing) 及個人樂趣。沉浸在反映出的榮耀中意指認同他人的成功，並從別人的成功當中塑造自我或自尊的功能。個人情感的狀態進而影響到個體的滿意度。

三、運動觀眾滿意度模式 (The Sport Spectator Satisfaction Model, SSSM)

Leeuwen等 (2002) 以期望不確認感理論、運動行銷理論、社會認同理論及服務行銷理論為基礎，提出運動觀眾滿意度模式，此理論以運動觀眾的觀點，修正DEM模式，加入運動獨有的特徵因素，完整描述了運動觀眾獲得滿意的過程。SSSM 模

式除了維持DEM 模式的消費者期望、績效認知及不確認感期望等因素，並加入了俱樂部認同 (Club identification) 及贏/輸現象 (Win/Lose phenomenon)兩個因素，此為運動觀眾服務不同於一般企業客戶服務的獨特特徵因素。

俱樂部認同是基於社會認同理論的一種組織認同感，指個體將自己定義為某個俱樂部的一部分，可以是對個別運動員、球隊或球隊制度等的認同；當個體對一個組織的認同越強，他就越可能被激勵來保護組織的利益。俱樂部認同對觀眾期望、績效認知、不確認感期望和觀眾滿意度都有影響。觀眾對一個俱樂部的認同感越高，對其期望就越高，對其表現也就越容易滿意，也越容易得到更高的滿意度。不確認感團隊認同對手程度沉浸在反映出的榮耀中樂趣滿意度贏/輸現象是指球隊的贏或輸的結局，對觀眾期望、績效認知、不確認感期望和觀眾滿意度都有影響。也就是說，當觀眾看到自己支持的球隊獲得勝利時，不論是對某個運動員或整場比賽水準的評價，都會比輸球時的評價更高。不確認感是將期望與績效認知比較出的結果，因此當對球隊的績效認知越高，就越容易得到正不確認感，進而得到更高的滿意度。

四、Oliver (1997)認為衡量整體性態度的方法，是讓消費者將其所重視的屬性加權，能夠較為準確地反應出消費者真實的滿意程度。衡量顧客滿意度的尺度，可分為以下五類：

(一) 簡單滿意尺度(simple satisfaction scale)：

從完全滿意度、非常滿意、… 很少滿意、沒有滿意等分成三個、五個或七個尺度。此一尺度隱含了一個假設，很少滿意發生或沒有滿意發生即代表了不滿意。

(二) 混合尺度(mixed scale)：

從非常滿意、滿意、普通、不滿意、非常不滿意等分成三到七個尺度。

(三) 期望尺度(expectation scale)：

此尺度的主要功能在於衡量期望與實際績效間的差距，若是實際績效比顧客期望好，消費者會感到滿意，反之，消費者就會感到不滿意。

(四) 態度尺度(attitude scale)：

非常喜歡、喜歡、… 不喜歡、非常不喜歡等分成三個到七個尺度，此尺度消費者若是越喜歡某一產品，則該項產品的態度尺度就會越高。

(五) 情感尺度(affect scale)：

正面的情感反應代表顧客對產品的滿足，而負面的情感反應代表顧客對產品的不滿意。

五、Churchill and Surprenant(1982)將過去學者對於顧客滿意的研究加以整理，並將影響「顧客滿意」的四個構面區分如下：

(一) 期望(Expectations)：

「期望」是指顧客在購買前所預期產品或服務所會達到的績效。Miller(1979)將「期望」區分為四種類型，分別為理想的、預期的、最小容忍的及想要得到的。

(二) 績效(Performance)：

「績效」是指顧客在購買後對於產品或服務實際績效的知覺，並以此作為與購前期望比較之基準。

(三) 不一致(Disconfirmation)：

「不一致」是指顧客在購前對於產品或服務的期望與購後實際績效表現差距的程度。

(四) 滿意(Satisfaction)：

在概念性上，「滿意」是由於顧客在購買或使用過後，對於其所獲得之利益及其付出之成本相較而得。在操作性上，「滿意」是對於產品或服務的多種屬性的滿意度加總起來所得到之態度。

六、Szymanski and Henard(2001)根據 Oliver(1997)的顧客滿意觀念性架構為基礎，將顧客滿意的前置因子與產生結果的整理如下：

(一) 在顧客滿意的前置因子方面，除了期望、績效與不一致之外，還包括情感與公平兩個變數。「情感」：是指一種購買後情緒性的表現，是取決於顧客的消費經驗是否成功，而此一情緒性反應對於顧客滿意度的衡量有正向相關。「公平」：則是指顧客就其本身所得到的結果與其所投入之比例，相較於其他人結果與投入之比例後，本身是否有被公平對待之感受。當顧客感受到被公平對待時，則會感到滿意；反之，則會感到不滿意。

(二) 在顧客滿意的結果方面，則探討了抱怨行為、負面口碑及再購行為。「抱怨行

為」被認為是當顧客有不滿意的消費經驗時，所能夠採取的一種機制，藉由抱怨的行為來減輕其內心認知失調的程度；另外，「抱怨行為」亦被認為是一種讓顧客發抒氣憤與挫折的機制，並藉此尋求此次失敗消費經驗的補償。「負面口碑」是另一種形式的抱怨行為，顧客可以利用將其不滿意的消費經驗告知其他顧客或潛在顧客，以降低內心的緊張狀態、獲得別人的同情，並讓他人認為自己是一個要求很高的消費者。

因此，「抱怨行為」與「負面口碑」乃與顧客滿意度間呈現負相關的因素，這表示顧客的消費過程經驗越不滿意，越有可能產生此兩種負面行為。反之，當顧客對於消費經驗越滿意時，顧客對於此項產品或服務則將會產生再購買的意願與行為，亦即對於產品或服務產生忠誠。顧客滿意度越高，顧客忠誠度也就越高，因此，顧客滿意與再購意願為一正向關係。Szymanski and Henard(2001)整理之顧客滿意前置因子與結果之模式如圖 2.3.1 所示：

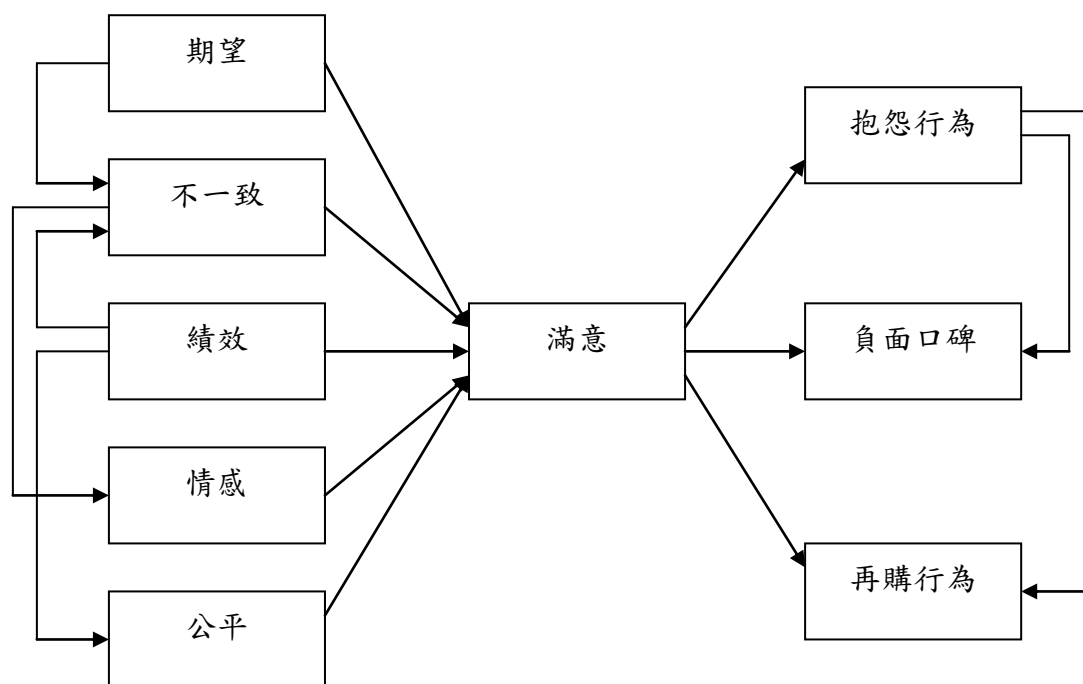


圖 2.3.1 顧客滿意之前置因子與結果之模式

2.3.3 觀賞滿意度的相關構面

從過去到現在的研究者在滿意度的構面上可能因為個人觀點及研究方向的不同而產生了許多不同的研究結果，表2.3.2為各研究者及學者對於滿意度所詮釋之構面。

表 2.3.2 滿意度相關構面

| 研究者/ | 年代 | 構面 |
|--------------------------|------|--|
| 蔡博任 | 2005 | 反應力、可靠性、有形性、關懷性、正確性 |
| 林嵩棧 | 2008 | 觀賞滿意度單一構面 |
| 陳瑞辰 | 2008 | 軟體設施、硬體設施、行銷策略 |
| 曾嘉聖 | 2008 | 整體性、周邊性 |
| 吳柏勸 | 2009 | 人力資源、賽事精彩度、場地設施、球員的表現 |
| 許耿豪 | 2009 | 球賽本身、球場硬體、球場氣氛、賽會服務 |
| 羅可強 | 2009 | 有形性、可靠性、反應性、確實性、關懷性 |
| 林偉智 | 2010 | 硬體設施、軟體設施、行銷策略 |
| 吳亮頤 | 2010 | 環境品質、服務體驗、設施提供 |
| 梁業隆 | 2010 | 現場及周邊環境體驗、人員訓練及場館管理、場地空間及設施規劃、便利性及資訊提供 |
| 溫智璇 | 2010 | 整體性、周邊性 |
| Tsuji, Bennett and Zhang | 2007 | 滿意度單一構面 |
| Yoshida and James | 2010 | 服務滿意度（場館員工、設施使用、設施空間） |

賽會滿意度（對手特性、選手表現、比賽氣氛）

資料來源：引自（蕭硯哲，2011）及本研究補充之

2.3.4 本節結語

綜合上述各學者研究，影響運動媒介使用動機的層面甚廣，本研究之動機構面定為：獲得資訊、獲得知識、休閒消遣、教學內容。影響運動媒介使用滿意度的層面甚廣，本研究之滿意度層面定為：觀賞情境、運動知識、娛樂效益、教學效益。

第三章 研究方法與步驟

本章共分爲六節，首先介紹本研究架構；第二節根據文獻探討提出本研究之假設；第三節介紹本研究之流程；第四節介紹本研究之研究對象與抽樣方法；第五節爲研究工具；第六節爲資料處理方法。

3.1 研究架構

本研究旨在探討體育教師觀賞運動媒介使用動機與滿意度之間的關係。本研究將以不同的人口統計變項（性別、任教縣市、擔任職務、年齡、教學年資及觀賞運動媒介）去探討其使用動機及滿意度之間的差異性及關聯性。圖 3.1.1 爲本研究架構。

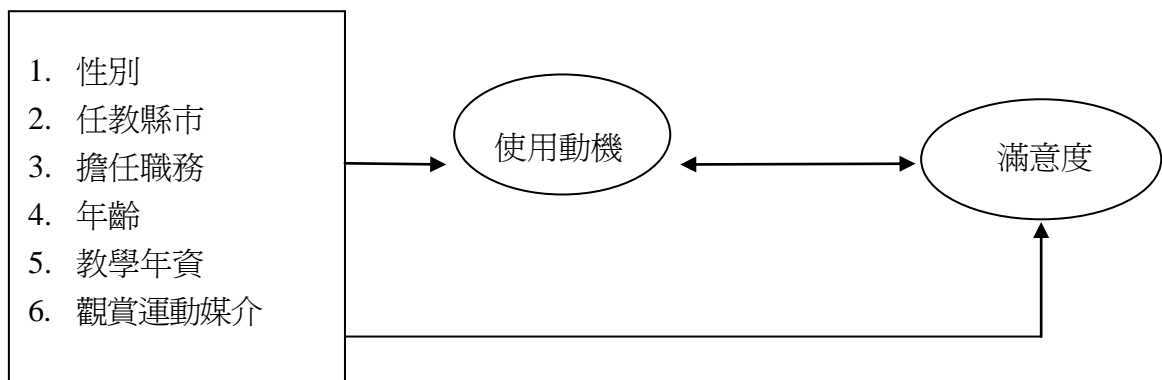


圖 3.1.1 本研究架構圖

3.2 研究假設

根據以上各節文獻探討的分析、本研究目的、研究問題及研究架構，提出本研究的假設進行驗證分析。

假設一：不同人口統計變項之體育教師觀賞運動媒介的使用動機有差異存在。

1-1：不同性別體育教師觀賞運動媒介的使用動機之有差異存在。

1-2：不同任教縣市體育教師觀賞運動媒介的使用動機之有差異存在。

1-3：不同擔任職務體育教師觀賞運動媒介的使用動機之有差異存在。

1-4：不同年齡體育教師觀賞運動媒介的使用動機之有差異存在。

1-5：不同教學年資體育教師觀賞運動媒介的使用動機之有差異存在。

1-6：不同觀賞運動媒介體育教師觀賞運動媒介的使用動機之有差異存在。

假設二：不同人口統計變項之體育教師觀賞運動媒介的滿意度有差異存在。

2-1：不同性別體育教師觀賞運動媒介的滿意度之有差異存在。

2-2：不同任教縣市體育教師觀賞運動媒介的滿意度之有差異存在。

2-3：不同擔任職務體育教師觀賞運動媒介的滿意度之有差異存在。

2-4：不同年齡體育教師觀賞運動媒介的滿意度之有差異存在。

2-5：不同教學年資體育教師觀賞運動媒介的滿意度之有差異存在。

2-6：不同觀賞運動媒介體育教師觀賞運動媒介的滿意度之有差異存在。

假設三：體育教師觀賞運動媒介的使用動機與滿意度有影響關係。

3.3 研究流程

本研究流程，首先由指導教授指導學生閱讀與研究領域相關文獻，閱讀文獻之後，請教指導教授再確認研究題目，根據研究題目蒐集相關文獻，並閱讀相關文獻是否能佐證本論文所欲研究的問題，接著蒐集與題目相關文獻量表，完成量表修正與預試問卷測試與回收，正式問卷測試與回收，資料統計與分析，研究結果與討論，結論與建議。圖 3.3.1 為本研究流程。

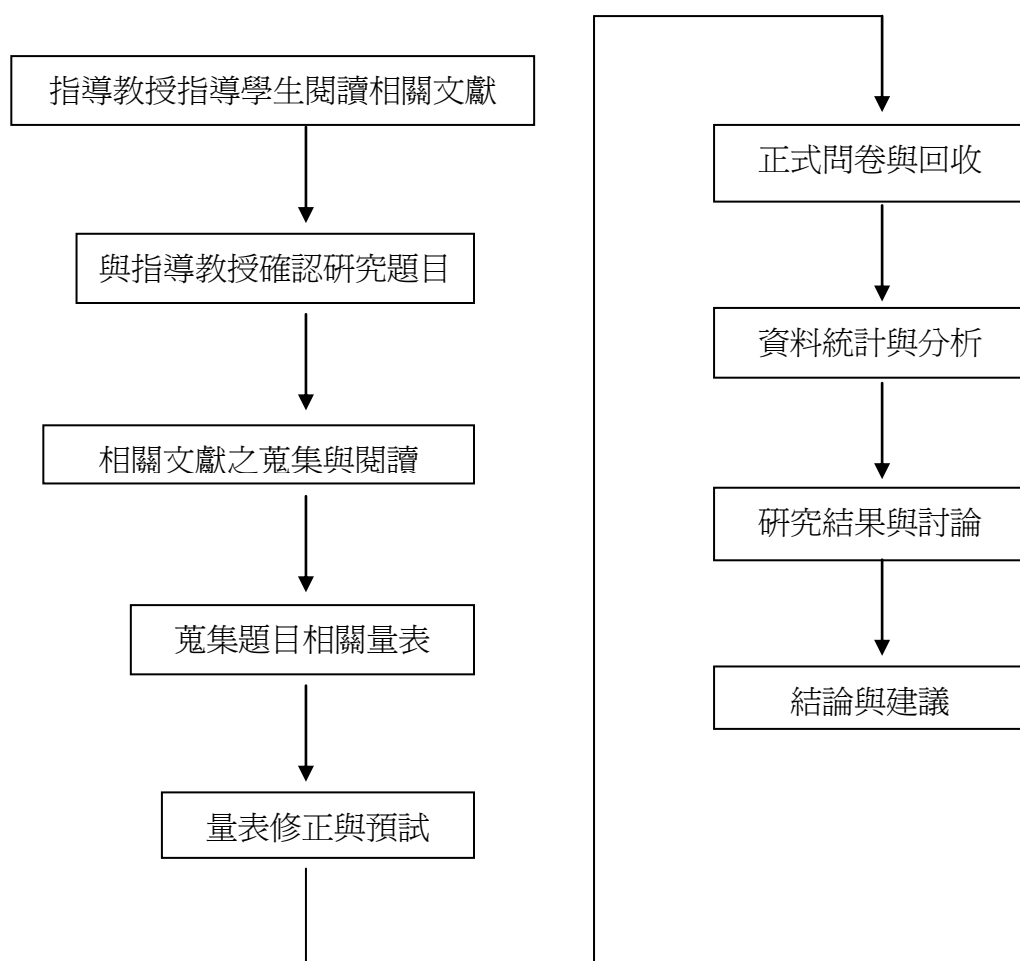


圖 3.3.1 本研究流程圖

3.4 研究對象與抽樣方法

本研究以雲嘉南地區國中體育教師為研究對象，並依縣市別進行分層隨機抽樣。本研究於民國 100 年 10 月間進行預試問卷調查，共計於 100 年 10 月底前進行預試問卷發放與回收，預試問卷發放日期與回收情形如表 3.4.1 所示，總共發放 300 份問卷，回收 213 份問卷，扣除無效問卷 12 份，有效問卷 201 份，有效問卷回收率為 67%。預試量表去除無效量表後編碼，再經項目分析、信度分析及效度分析，製作正式量表。正式問卷發放日期為民國 100 年 12 月，於 101 年 1 月底前進行正試問卷回收，正式問卷發放日期與回收情形如表 3.4.2 所示，總共發放 300 份問卷，回收 239 份問卷，扣除無效問卷 10 份，有效問卷 229 份，有效回收率為 76.33%。Babbie(1973)認為，調查資料能做為分析和報告，其回收率至少必須達 50%，才算適當；60%視為良好；70%非常良好(引自郭生玉，1993)。因此，本量表回收率非常良好之階段，應可實施統計及分析。

表 3.4.1 預試問卷發放回收情形

| 縣市別 | 健體領域 教師人數 | 發放數量 | 回收數量 | 無效數量 | 有效數量 | 有效量表% |
|-----|--------------|-------|-------|------|-------|-------|
| 雲林縣 | 110 | 77 份 | 47 份 | 3 份 | 44 份 | 57% |
| 嘉義市 | 58 | 40 份 | 33 份 | 2 份 | 31 份 | 77% |
| 嘉義縣 | 76 | 53 份 | 40 份 | 1 份 | 39 份 | 73% |
| 台南市 | 186 | 130 份 | 93 份 | 6 份 | 87 份 | 66% |
| 總計 | 430 | 300 份 | 213 份 | 12 份 | 201 份 | 67% |

表 3.4.2 正式問卷發放回收情形

| 縣市別 | 健體領域 教師人數 | 發放數量 | 回收數量 | 無效數量 | 有效數量 | 有效量表% |
|-----|--------------|-------|-------|------|-------|-------|
| 雲林縣 | 110 | 77 份 | 56 份 | 3 份 | 53 份 | 68% |
| 嘉義市 | 58 | 40 份 | 35 份 | 1 份 | 34 份 | 85% |
| 嘉義縣 | 76 | 53 份 | 40 份 | 2 份 | 38 份 | 71% |
| 台南市 | 186 | 130 份 | 103 份 | 4 份 | 99 份 | 76% |
| 總計 | 430 | 300 份 | 239 份 | 10 份 | 229 份 | 76% |

3.5 本研究受試對象基本資料

表 3.5.1 受試對象基本資料

| 類 | 別 | 人數 | 百分比 |
|--------|---------|-----|-------|
| 性別 | 男 | 127 | 55.45 |
| | 女 | 102 | 44.55 |
| 縣市 | 雲林縣 | 53 | 23.14 |
| | 嘉義市 | 34 | 14.85 |
| | 嘉義縣 | 43 | 18.78 |
| | 台南市 | 99 | 43.23 |
| 職務 | 導師 | 46 | 20.09 |
| | 專任教師 | 81 | 35.37 |
| | 組長 | 81 | 35.37 |
| | 主任 | 21 | 9.17 |
| 年齡 | 30 歲以下 | 43 | 18.78 |
| | 31-40 歲 | 109 | 47.60 |
| | 41-50 歲 | 59 | 26.11 |
| | 51 歲以上 | 18 | 7.87 |
| 年資 | 5 年以下 | 56 | 24.45 |
| | 6-10 年 | 79 | 34.50 |
| | 11-15 年 | 35 | 15.28 |
| | 16-20 年 | 32 | 13.97 |
| | 21 年以上 | 27 | 11.79 |
| 媒介資訊來源 | 報刊 | 26 | 11.35 |
| | 雜誌 | 26 | 11.35 |
| | 電視 | 123 | 53.71 |
| | 電腦資訊 | 54 | 23.58 |

3.6 研究工具

本研究所使用的工具為研究者參考「觀賞運動媒介使用動機」、「觀賞運動媒介使用滿意度」等二種量表，其編製過程分述如下：

3.6.1 觀賞運動媒介使用動機量表及滿意度量表編製

(一)問卷的編製

本研究所用觀賞運動媒介使用動機量表是參考周靈山(2002)、鄭佳宜(2008)的動機量表及與指導教授共同修訂而成修訂而成的觀賞運動媒介使用動機量表。觀賞運動媒介使用動機量表分為「獲得資訊」、「獲得知識」、「休閒消遣」、「教學內容」四個構面。觀賞運動媒介使用滿意度量表是參考、林嵩棧(2008)的滿意度量表及與指導教授共同修訂而成的觀賞運動媒介使用之滿意度量表。滿意度量表分為「觀賞情境」、「運動知識」、「娛樂效益」、「教學效益」四個構面。修訂後，依本研究動機、研究假設及研究架構所欲探討的問題而編制「觀賞運動媒介使用動機量表」、「觀賞運動媒介使用滿意度量表」等二種量表。本量表採 Likert Scale 五點計分評量法，根據受試者填答，在「觀賞運動媒介使用動機」及「觀賞運動媒介使用滿意度」量表分為非常符合計 5 分、很符合計 4 分、符合計 3 分、有點符合計 2 分及一點也不符合計 1 分；「觀賞運動媒介使用動機」量表將分為四個因素、「觀賞運動媒介使用滿意度」分為四個因素，各因素之定義及編制題數如下：

(1) 觀賞運動媒介使用動機量表之因素：

1. 獲得資訊： 10、15、14、12、11、13、8、7
2. 獲得知識： 18、17、19、20、23、16
3. 休閒消遣： 2、3、1、6
4. 教學內容： 4、21、22

(2) 觀賞運動媒介使用滿意度量表之因素：

1. 觀賞情境： 5、6、7、8、9、11、12、13、14、15
2. 運動知識： 16、17、18

3. 娛樂效益： 1、2、4
4. 教學效益： 20、21、22、23

3.6.2 項目分析

初擬量表項目之後，如何從所有項目之中挑選適當的項目，研究者必須要選出代表性的樣本來實施預試，並依據預試所獲得之資料進行項目分析與信度分析(何榮桂，1990)。至於預試量表進行項目分析的方法通常分為兩種，一為相關分析的方法(Correlation)，另為內部一致性效標法(Criterion of consistency)，(李金泉，1993)；本量表採用內部一致性效標法及相關分析法，利用 SPSS for Windows 16.0 套裝軟體統計分析，以進行量表題目的篩選，敘述如下：

內部一致性效標法是將所有受試者在預試量表的得分總和依高低排列，然後得分高者約 25% 為高分組，得分低者約 25% 為低分組，最後以高分組受試者在某一項目得分之平均數，減低分組受試者在某一項目得分之平均數，其差即代表該題的鑑別力(李金泉，1993)。通常 CR 值大者且達差異顯著水準($\alpha < 0.05$)時，即表示該題能鑑別不同受試者的反應程度，此即為選題的依據，反之則應予刪除(李金泉，1993)。體育教師觀賞運動媒介的使用動機與滿意度量表在內部一致性效標法分析結果，發現每一題的 CR 值均達到顯著水準，因此每一題均給保留。(如表 3.6.1、3.6.2、3.6.3 及 3.6.4 所示)。

表 3.6.1 使用動機預試量表項目分析摘要表

| 題號 | 題 目 | 決斷值 |
|----|------------------|--------|
| 1 | 增加休閒、娛樂、競賽戲劇性的刺激 | 8.30* |
| 2 | 打發時間、排遣寂寞 | 5.12* |
| 3 | 增加與別人談話的題材 | 7.79* |
| 4 | 表達愛國情緒 | 5.24* |
| 5 | 增加運動興趣 | 13.88* |
| 6 | 與朋友、家人一同觀賞 | 7.60* |
| 7 | 培養自己的欣賞的能力 | 11.46* |
| 8 | 放鬆心情 | 7.55* |
| 9 | 瞭解專家對賽事的看法與評論 | 6.94* |
| 10 | 獲得自己喜歡的運動員消息 | 6.88* |
| 11 | 表示對體育運動發展的關心 | 9.57* |
| 12 | 欣賞到不同的運動型態 | 11.08* |
| 13 | 喜歡運動競賽的氣氛 | 9.85* |
| 14 | 及時知道比賽結果 | 7.64* |
| 15 | 瞭解運動時事 | 13.16* |
| 16 | 學到運動技術 | 12.08* |
| 17 | 瞭解如何預防運動傷害 | 9.32* |
| 18 | 瞭解運動安全 | 4.40* |
| 19 | 豐富教學內容 | 13.85* |
| 20 | 提升教學品質 | 14.25* |
| 21 | 提供學生更多的運動相關資訊 | 10.57* |
| 22 | 提供學生更多的欣賞空間 | 9.04* |
| 23 | 藉由比賽了解更多運動設施 | 9.97* |

*p<.05

表 3.6.2 使用滿意度預試量表項目分析摘要表

| 題號 | 題 目 | 決斷值 |
|----|------------------|--------|
| 1 | 增加休閒、娛樂、競賽戲劇性的刺激 | 8.23* |
| 2 | 打發時間、排遣寂寞 | 6.23* |
| 3 | 增加與別人談話的題材 | 9.57* |
| 4 | 表達愛國情緒 | 4.97* |
| 5 | 增加運動興趣 | 16.27* |
| 6 | 與朋友、家人一同觀賞 | 10.08* |
| 7 | 培養自己的欣賞的能力 | 14.51* |
| 8 | 放鬆心情 | 9.04* |
| 9 | 瞭解專家對賽事的看法與評論 | 9.06* |
| 10 | 獲得自己喜歡的運動員消息 | 8.61* |
| 11 | 表示對體育運動發展的關心 | 11.89* |
| 12 | 欣賞到不同的運動型態 | 13.51* |
| 13 | 喜歡運動競賽的氣氛 | 10.22* |
| 14 | 及時知道比賽結果 | 8.07* |
| 15 | 瞭解運動時事 | 10.85* |
| 16 | 學到運動技術 | 13.21* |
| 17 | 瞭解如何預防運動傷害 | 10.31* |
| 18 | 瞭解運動安全 | 11.84* |
| 19 | 豐富教學內容 | 14.06* |
| 20 | 提升教學品質 | 14.60* |
| 21 | 提供學生更多的運動相關資訊 | 11.47* |
| 22 | 提供學生更多的欣賞空間 | 9.58* |
| 23 | 藉由比賽了解更多運動設施 | 10.06* |

*p<.05

3.6.3 因素分析

觀賞運動媒介使用動機量表，經上述項目分析後，每題 CR 值均達到顯著水準，全部題目進行因素分析。觀賞運動媒介使用動機量表因素建構結果如表 3-9，其中第 10、15、14、12、11、13、8、7 屬於第一因素(獲得資訊)；第 18、17、19、20、23、16 屬於第二因素(獲得知識)；第 2、3、1、6 屬於第三因素(休閒消遣) 第 4、21、22 屬於第四因素(教學內容)。其中第 5、9 題跨越二個因素均給予刪除。其中四個構面的特徵值均大於 1，符合因素分析的要求，而且其解釋可變異量達 62.71%以上，可見本量表具有好的效度。

觀賞運動媒介使用滿意度量表，經上述項目分析後，每題 CR 值均達到顯著水準，全部題目進行因素分析。觀賞運動媒介使用滿意度量表因素建構結果如表 3-10，其中第 5、6、7、8、9、11、12、13、14、15 屬於第一因素(觀賞情境)；第 16、17、18 屬於第二因素(運動知識)；第 1、2、4 屬於第三因素(娛樂效益)；第 20、21、22、23 屬於第四因素(教學效益)。其中第 3、10、19 題跨越二個因素均給予刪除。其中四個構面的特徵值均大於 1，符合因素分析的要求，而且其解釋可變異量達 65.88%以上，可見本量表具有好的效度。

表 3.6.3 使用動機預試量表因素結構摘要表(N=201)

| 題目 | 獲得資訊 | 獲得知識 | 休閒消遣 | 教學內容 | 共同性 |
|-------|-------|-------|-------|-------|------|
| 10 | .823 | | | | .562 |
| 15 | .800 | | | | .760 |
| 14 | .743 | | | | .566 |
| 12 | .737 | | | | .659 |
| 11 | .735 | | | | .577 |
| 13 | .700 | | | | .616 |
| 8 | .441 | | | | .428 |
| 7 | .425 | | | | .555 |
| 18 | | .896 | | | .809 |
| 17 | | .879 | | | .805 |
| 19 | | .806 | | | .784 |
| 20 | | .756 | | | .763 |
| 23 | | .667 | | | .746 |
| 16 | | .597 | | | .637 |
| 2 | | | .881 | | .674 |
| 3 | | | .788 | | .707 |
| 1 | | | .537 | | .501 |
| 6 | | | .505 | | .415 |
| 4 | | | | .566 | .810 |
| 21 | | | | .545 | .813 |
| 22 | | | | .439 | .594 |
| 特徵值 | 9.57 | 2.00 | 1.57 | 1.28 | |
| 總變異量 | | | | | |
| 百分比 | 41.63 | 8.72 | 6.81 | 5.57 | |
| 總變異量累 | | | | | |
| 積百分比 | 41.63 | 50.34 | 57.15 | 62.71 | |

表 3.6.4 使用滿意度預試量表因素結構摘要表(N=201)

| 題目 | 觀賞情境 | 運動知識 | 娛樂效益 | 教學效益 | 共同性 |
|-------|-------|-------|-------|-------|------|
| 5 | .696 | | | | .612 |
| 6 | .564 | | | | .515 |
| 7 | .687 | | | | .694 |
| 8 | .799 | | | | .647 |
| 9 | .573 | | | | .467 |
| 11 | .707 | | | | .639 |
| 12 | .810 | | | | .727 |
| 13 | .659 | | | | .637 |
| 14 | .609 | | | | .532 |
| 15 | .665 | | | | .641 |
| 16 | | .547 | | | .658 |
| 17 | | .832 | | | .779 |
| 18 | | .776 | | | .796 |
| 1 | | | .622 | | .600 |
| 2 | | | .841 | | .799 |
| 4 | | | .451 | | .514 |
| 20 | | | | .565 | .737 |
| 21 | | | | .774 | .795 |
| 22 | | | | .813 | .774 |
| 23 | | | | .574 | .648 |
| 特徵值 | 10.61 | 2.01 | 1.50 | 1.03 | |
| 總變異量 | | | | | |
| 百分比 | 46.14 | 8.75 | 6.52 | 4.46 | |
| 總變異量累 | | | | | |
| 積百分比 | 46.14 | 54.89 | 61.42 | 65.88 | |

3.6.4 信度分析

觀賞運動媒介的使用動機量表經因素分析後，已刪除二題，並且建構成四個分量表，其中第 10、15、14、12、11、13、8、7 屬於第一因素(獲得資訊)；第 18、17、19、20、23、16 屬於第二因素(獲得知識)；第 2、3、1、6 屬於第三因素(休閒消遣)；第 4、21、22 屬於第四因素(教學內容)。並求出各分量表與總量表的信度。本研究選用因素量表 Cronbach α 值介於.679 至.892 之間，因此，本量表各因素具有好信度。如表 3.6.5 所示。

表 3.6.5 使用動機量表預試量表信度分析摘要表

| 使用因素 | 量表題目 | Cronbach' s α |
|--------|-----------------------|----------------------|
| 一、獲得資訊 | 10、15、14、12、11、13、8、7 | .888 |
| 二、獲得知識 | 18、17、19、20、23、16 | .892 |
| 三、休閒消遣 | 2、3、1、6 | .734 |
| 四、教學內容 | 4、21、22 | .679 |
| 總量表 | 共二十一題 | .926 |

觀賞運動媒介的使用滿意度量表經因素分析後，已刪除一題，並且建構成四個分量表，其中第 5、6、7、8、9、11、12、13、14、15 屬於第一因素(觀賞情境)；第 16、17、18 屬於第二因素(運動知識)；第 1、2、4 屬於第三因素(娛樂效益)；第 20、21、22、23 屬於第四因素(教學效益)。並求出各分量表與總量表的信度。本研究使用滿意度量表 Cronbach α 值介於.615 至.917 之間，因此，本量表各因素具有好信度。如表 3.6.6 所示。

表 3.6.6 使用滿意度量表預試量表信度分析摘要表

| 使用因素 | 量表題目 | Cronbach' s α |
|--------|--------------------------|----------------------|
| 一、觀賞情境 | 5、6、7、8、9、11、12、13、14、15 | .917 |
| 二、運動知識 | 16、17、18 | .859 |
| 三、娛樂效益 | 1、2、4 | .615 |
| 四、教學效益 | 20、21、22、23 | .882 |
| 總量表 | 共二十題 | .936 |

3.7 資料處理

本研究問卷施測回收後刪除無效問卷，經整理及分析並藉 SPSS for Windows 16.0 套裝軟體進行統計分析。根據本研究假設所使用統計方法分別加以敘述：

- 一、以 t 考驗驗證：假設 1-1、2-1。
- 二、以獨立樣本單因子變異數分析考驗：假設 1-2、1-3、1-4、1-5、1-6、2-2、2-3、2-4、2-5、2-6。
- 三、以典型相關探討假設三。
- 四、本研究各項統計考驗之顯著水準均定為： $\alpha < .05$ 。

第四章 結果與討論

本章依照問卷調查所得各項資料進行統計分析處理，以便撰寫研究之結果分析與討論。本章共分爲五節來加以敘述：第一節、不同人口統計變項體育教師觀賞運動媒介使用動機的差異性分析；第二節、不同人口統計變項滿意度的差異性分析；第三節、體育教師觀賞運動媒介的使用動機與滿意度之典型相關分析

4.1 不同人口統計變項體育教師觀賞運動媒介使用動機的差異性分析

爲探討不同人口統計變項體育教師觀賞運動媒介使用動機的差異情形。將運動媒介使用動機的層面分爲「獲得資訊」、「獲得知識」、「休閒消遣」及「教學內容」等四個層面。並以 t 考驗、單因子變異數分析等統計方法去探討各層面的差異情形。

4.1.1 不同性別體育教師觀賞運動媒介使用動機差異比較

為探討不同性別體育教師觀賞運動媒介使用動機之差異情形，將運動媒介使用動機的教師的性別區分為男性及女性，並以 t 考驗分析不同性別體育教師的差異情形。如表 4.1.1 所示。

表 4.1.1 不同性別體育教師觀賞運動媒介使用動機 t 考驗摘要表

| 項 目 | 男性(n=127) | 女性(n=102) | t 值 | p 值 |
|------|-----------|-----------|-------|-----|
| | M(SD) | M(SD) | | |
| 獲得資訊 | 3.87(.73) | 3.92(.45) | .36 | .72 |
| 獲得知識 | 3.61(.79) | 3.34(.78) | 2.64* | .01 |
| 休閒消遣 | 3.49(.79) | 3.48(.71) | .10 | .92 |
| 教學內容 | 3.51(.69) | 3.50(.67) | .14 | .89 |

*p<.05

由表4.1.1分析得知，不同性別體育教師觀賞運動媒介使用動機的差異情形，在「獲得知識」層面有差異性存在，在「獲得資訊」、「休閒消遣」、「教學內容」層面則無差異性存在。經事後比較在「獲得知識」層面顯示「男性」教師之使用動機高於「女性」教師。這樣結果與周靈山(2002)指出媒介使用在資訊獲得與認同動機上「男性」平均數大於「女性」與本研究相同。本研究推論其可能原因是在「男性」較「女性」對運動更有興趣。

4.1.2 不同任教縣市體育教師觀賞運動媒介使用動機差異比較

為探討不同任教縣市體育教師觀賞運動媒介使用動機之差異情形，將體育教師的任教縣市區分為雲林縣、嘉義市、嘉義縣及台南市，並以單因子變異數分析不同任教縣市體育教師的差異情形。如表 4.1.2 所示。

表 4.1.2 不同任教縣市體育教師觀賞運動媒介使用動機變異數分析摘要表

| 因素層面 背景變項 | N | 獲得資訊 | | 獲得知識 | | 休閒消遣 | | 教學內容 | |
|--------------|----|------|-----|-------|-----|------|-----|------|-----|
| | | M | SD | M | SD | M | SD | M | SD |
| 雲林縣(1) | 53 | 3.81 | .87 | 3.52 | .81 | 3.37 | .77 | 3.42 | .65 |
| 嘉義市(2) | 34 | 3.66 | .72 | 3.04 | .88 | 3.49 | .77 | 3.42 | .76 |
| 嘉義縣(3) | 43 | 3.83 | .83 | 3.49 | .85 | 3.48 | .84 | 3.52 | .77 |
| 台南市(4) | 99 | 3.95 | .50 | 3.63 | .70 | 3.55 | .72 | 3.57 | .63 |
| F 值 | | 1.54 | | 4.77* | | .60 | | .73 | |
| p 值 | | .20 | | .01 | | .62 | | .54 | |
| 事後比較 | | | | 4>2 | | | | | |

*p<.05

由表4.1.2分析得知，不同任教縣市體育教師觀賞運動媒介使用動機的差異情形，在「獲得知識」層面有差異性存在，在「獲得資訊」、「休閒消遣」、「教學內容」層面則無差異性存在。經事後比較在「獲得知識」層面顯示「台南市」之使用動機高於「嘉義市」。

4.1.3 不同擔任職務體育教師觀賞運動媒介使用動機差異比較

為探討不同擔任職務體育觀賞運動媒介使用動機之差異情形，將體育教師的現任職務區分為導師、專任教師、組長及主任，並以單因子變異數分析，探討不同擔任職務體育觀賞運動媒介使用動機的差異情形。如表 4.1.3 所示。

表 4.1.3 不同擔任職務觀賞運動媒介使用動機變異數分析摘要表

| 因素層面 | 獲得資訊 | | | 獲得知識 | | 休閒消遣 | | 教學內容 | |
|---------|------|------|-----|------|-----|------|-----|-------|-----|
| 背景變項 | N | M | SD | M | SD | M | SD | M | SD |
| 導師(1) | 46 | 3.64 | .79 | 3.52 | .86 | 3.53 | .55 | 3.59 | .61 |
| 專任教師(2) | 81 | 3.94 | .65 | 3.42 | .81 | 3.46 | .83 | 3.54 | .64 |
| 組長(3) | 81 | 3.92 | .65 | 3.50 | .74 | 3.55 | .82 | 3.54 | .72 |
| 主任(4) | 21 | 3.72 | .83 | 3.43 | .90 | 3.21 | .63 | 3.05 | .72 |
| F 值 | | 2.28 | | .07 | | 1.15 | | 3.63* | |
| p 值 | | .08 | | .97 | | .33 | | .01 | |
| 事後比較 | | | | | | | | 1,2>4 | |

*p<.05

由表4.1.3分析得知，不同擔任職務體育教師觀賞運動媒介使用動機的差異情形，在「個人偏好」層面有差異性存在，在「獲得資訊」、「獲得知識」、「休閒消遣」層面則無差異性存在。經事後比較在「教學內容」層面顯示「主任」之使用動機低於「導師」及「專任教師」。這樣結果與蔡博任(2005)、羅可強(2009)研究相同，本研究推究包含提升教學、了解更多運動相關資訊與設備等，而「導師」及「專任教師」在這方面比主任更有興趣，因此在「教學內容」層面上，職務為「主任」的動機會比職務為「導師」及「專任教師」低。發現「教學內容」層面中，「主任」的觀賞動機低於「導師」及「專任教師」的觀賞動機，其可能原因是「主任」比「導師」及「專任教師」閱歷過無數資訊，以對教學及運動資訊上有相當的知識與技能，因此在「教學內容」層面上，職務為「主任」的動機會比職務為「導師」及「專任教師」低。

4.1.4 不同年齡體育教師觀賞運動媒介使用動機差異比較

為探討不同年齡體育教師觀賞運動媒介使用動機之差異情形，將體育教師的年齡區分為 30 歲以下、31~40 歲、41~50 歲及 51 歲以上，並以單因子變異數分析，探討不同年齡體育教師的差異情形。如表 4.1.4 所示。

表 4.1.4 不同年齡體育教師觀賞運動媒介使用動機變異數分析摘要表

| 因素層面 | 獲得資訊 | | | 獲得知識 | | 休閒消遣 | | 教學內容 | |
|-------------|------|-------|-----|------|-----|------|-----|------|-----|
| 背景變項 | N | M | SD | M | SD | M | SD | M | SD |
| 30 歲以下(1) | 43 | 4.00 | .69 | 3.48 | .81 | 3.56 | .78 | 3.62 | .60 |
| 31-40 歲 (2) | 109 | 3.93 | .70 | 2.50 | .83 | 3.52 | .77 | 3.58 | .70 |
| 41-50 歲 (3) | 59 | 3.72 | .58 | 3.41 | .78 | 3.44 | .70 | 3.31 | .65 |
| 51 歲以上(4) | 18 | 3.48 | .92 | 3.71 | .65 | 3.24 | .85 | 3.39 | .76 |
| F 值 | | 3.57* | | .65 | | .93 | | 2.69 | |
| p 值 | | .02 | | .58 | | .43 | | .05 | |
| 事後比較 | | 1>3,4 | | | | | | | |

*p<.05

由表4.1.4分析得知，不同年齡體育教師觀賞運動媒介使用動機的差異情形，在「獲得資訊」層面有差異性存在，在「獲得知識」、「休閒消遣」、「教學內容」層面則無差異性存在。經事後比較在「獲得資訊」層面顯示在「30歲以下」之使用動機高於「41歲-50歲」及「51歲以上」。這樣結果與余展群(2006) 指出「由媒體獲得相關資訊(電視、報紙、雜誌)」這題選項上，年齡「30 歲以下」體育教師對年齡「41~50 歲」及「51歲至60歲」體育教師也達到顯著差異，顯示出年齡「30 歲以下」體育教師對於這個選項資訊尋求行為程度比年齡「41~50歲」及「51歲至60歲」體育教師使用動機高與本研究相同。

4.1.5 不同教學年資體育教師觀賞運動媒介使用動機差異比較

為探討不同教學年資體育教師觀賞運動媒介使用動機之差異情形，將體育教師的教學年資區分為 5 年以內、6~10 年、11~15 年、16~20 年及 21 年以上，並以單因子變異數分析，探討不同教學年資體育教師的差異情形。如表 4.1.5 所示。

表 4.1.5 不同教學年資體育教師觀賞運動媒介使用動機變異數分析摘要表

| 因素層面 | 獲得資訊 | | | 獲得知識 | | 休閒消遣 | | 教學內容 | |
|-------------|------|--------|-----|------|-----|------|-----|------|-----|
| 背景變項 | N | M | SD | M | SD | M | SD | M | SD |
| 5 年以內 (1) | 56 | 4.00 | .70 | 3.54 | .87 | 3.54 | .75 | 3.58 | .65 |
| 6-10 年 (2) | 79 | 3.98 | .65 | 3.52 | .76 | 3.48 | .76 | 3.60 | .65 |
| 11-15 年 (3) | 35 | 3.74 | .70 | 3.31 | .85 | 3.49 | .71 | 3.43 | .76 |
| 16-20 年 (4) | 32 | 3.78 | .54 | 3.44 | .79 | 3.62 | .80 | 3.34 | .64 |
| 21 年以上(5) | 27 | 3.46 | .88 | 3.58 | .73 | 3.20 | .76 | 3.33 | .77 |
| F 值 | | 3.64* | | .65 | | 1.26 | | 1.60 | |
| p 值 | | .01 | | .63 | | .29 | | .18 | |
| 事後比較 | | 1, 2>5 | | | | | | | |

*p<.05

由表 4.1.5 分析得知，不同教學年資體育教師觀賞運動媒介使用動機的差異情形，在「獲得資訊」層面有差異性存在，在「獲得知識」、「休閒消遣」、「教學內容」層面則無差異性存在。經事後比較在「獲得資訊」層面顯示「5 年以內」和「6~10 年」之使用動機高於「21 年以上」。

4.1.6 不同教師觀賞運動媒介資訊來源的使用動機差異比較

為探討不同教師觀賞運動媒介資訊來源使用動機之差異情形，將體育教師觀賞運動媒介資訊來源區分為報刊、雜誌、電視、電腦資訊，並以單因子變異數分析，探討不同教師觀賞運動媒介資訊來源使用動機之差異情形。如表 4.1.6 所示。

表 4.1.6 不同教師觀賞運動媒介資訊來源使用動機變異數分析摘要表

| 因素層面 背景變項 | N | 獲得資訊 | | 獲得知識 | | 休閒消遣 | | 教學內容 | |
|--------------|-----|--------|-----|------|-----|------|-----|-------|-----|
| | | M | SD | M | SD | M | SD | M | SD |
| (1)報刊 | 26 | 3.99 | .75 | 3.53 | .91 | 3.43 | .61 | 3.62 | .65 |
| (2)雜誌 | 26 | 4.04 | .61 | 3.73 | .83 | 3.57 | .74 | 3.65 | .71 |
| (3)電視 | 123 | 3.73 | .74 | 3.38 | .79 | 3.43 | .78 | 3.38 | .69 |
| (4)電腦資訊 | 54 | 3.98 | .58 | 3.61 | .71 | 3.60 | .79 | 3.65 | .63 |
| F 值 | | 2.90* | | 2.09 | | .78 | | 2.77* | |
| p 值 | | .04 | | .10 | | .51 | | .04 | |
| 事後比較 | | 2, 4>3 | | | | | | 4>3 | |

*p<.05

由表 4.1.6 分析得知，不同教師觀賞運動媒介資訊來源使用動機之差異情形，在「獲得資訊」、「教學內容」層面有差異性存在，在「獲得知識」、「休閒消遣」層面則無差異性存在。經事後比較在「獲得資訊」層面顯示「雜誌」和「電腦資訊」之使用動機高於「電視」。經事後比較在「教學內容」層面顯示「電腦資訊」之使用動機高於「電視」。

4.2 不同人口統計變項滿意度的差異性分析

為探討不同人口統計變項體育教師觀賞運動媒介使用滿意度的差異情形。將使用滿意度因素的層面分爲「觀賞情境」、「運動知識」、「娛樂效益」及「教學效益」等四個層面。並以 t 考驗、單因子變異數分析等統計方法去探討各層面的差異情形。

4.2.1 不同性別體育教師觀賞運動媒介的滿意度差異比較

為探討不同性別體育教師觀賞運動媒介滿意度之差異情形，將體育教師觀賞運動媒介滿意度的教師性別區分爲男性及女性，並以 t 考驗分析不同性別體育教師觀賞運動媒介滿意度的差異情形。如表 4.2.1 所示。

表 4.2.1 不同性別體育教師觀賞運動媒介的滿意度 t 考驗摘要表

| 項 目 | 男性(n=127) | 女性(n=102) | t 值 | p 值 |
|------|-----------|-----------|-------|-----|
| | M(SD) | M(SD) | | |
| 觀賞情境 | 3.75(.70) | 3.74(.69) | .05 | .96 |
| 運動知識 | 3.42(.90) | 2.99(.85) | 3.66* | .01 |
| 娛樂效益 | 3.33(.78) | 3.24(.79) | .88 | .38 |
| 教學效益 | 3.64(.77) | 3.79(.76) | -1.40 | .16 |

*p<.05

由表 4.2.1 分析得知，不同性別體育教師觀賞運動媒介的滿意度，在「運動知識」層面有差異性存在，在「觀賞情境」、「娛樂效益」、「教學效益」層面則無差異性存在。經事後比較在「運動知識」層面顯示「男性」教師之滿意度高於「女性」教師。

4.2.2 不同任教縣市教師觀賞運動媒介的滿意度差異比較

為探討不同任教縣市體育教師觀賞運動媒介滿意度之差異情形，將體育教師觀賞運動媒介滿意度的任教縣市區分為雲林縣、嘉義市、嘉義縣及台南市，並以單因子變異數分析不同任教縣市體育教師觀賞運動媒介滿意度的差異情形。如表 4.2.2 所示。

表 4.2.2 不同任教縣市體育教師觀賞運動媒介的滿意度變異數分析摘要表

| 因素層面 背景變項 | N | 觀賞情境 | | 運動知識 | | 娛樂效益 | | 教學效益 | |
|--------------|----|------|-----|------|------|------|-----|------|-----|
| | | M | SD | M | SD | M | SD | M | SD |
| 雲林縣(1) | 53 | 3.76 | .80 | 3.27 | .81 | 3.24 | .89 | 3.69 | .86 |
| 嘉義市(2) | 34 | 3.58 | .65 | 3.04 | .88 | 3.29 | .86 | 3.53 | .82 |
| 嘉義縣(3) | 43 | 3.61 | .73 | 3.05 | 1.04 | 3.32 | .85 | 3.66 | .69 |
| 台南市(4) | 99 | 3.85 | .63 | 3.35 | .88 | 3.30 | .67 | 3.80 | .73 |
| F 值 | | 2.04 | | 1.70 | | .10 | | 1.10 | |
| p 值 | | .11 | | .17 | | .96 | | .35 | |
| 事後比較 | | | | | | | | | |

*p<.05

由表 4.2.2 分析得知，不同任教縣市體育教師觀賞運動媒介的滿意度，在「觀賞情境」、「運動知識」、「娛樂效益」及「教學效益」等層面均無差異存在。顯示雲林縣、嘉義市及嘉義縣與台南市體育教師觀賞運動媒介的滿意度是一致性。

4.2.3 不同擔任職務教師觀賞運動媒介的滿意度差異比較

為探討不同擔任職務體育教師觀賞運動媒介滿意度差異情形，將體育教師觀賞運動媒介滿意度的現任職務區分為導師、專任教師、組長及主任，並以單因子變異數分析，探討體育教師觀賞運動媒介滿意度的差異情形。如表 4.2.3 所示。

表 4.2.3 不同擔任職務體育教師觀賞運動媒介的滿意度變異數分析摘要表

| 因素層面 背景變項 | N | 觀賞情境 | | 運動知識 | | 娛樂效益 | | 教學效益 | |
|--------------|----|-------|-----|------|------|------|-----|------|-----|
| | | M | SD | M | SD | M | SD | M | SD |
| 導師(1) | 46 | 3.68 | .68 | 3.27 | .90 | 3.33 | .87 | 3.75 | .88 |
| 專任教師(2) | 81 | 3.79 | .70 | 3.29 | .89 | 3.25 | .72 | 3.77 | .68 |
| 組長(3) | 81 | 3.85 | .62 | 3.16 | .89 | 3.37 | .78 | 3.70 | .75 |
| 主任(4) | 21 | 3.34 | .86 | 3.17 | 1.03 | 3.05 | .83 | 3.42 | .88 |
| F 值 | | 3.40* | | .31 | | 1.08 | | 1.21 | |
| p 值 | | .02 | | .82 | | .36 | | .31 | |
| 事後比較 | | 3>4 | | | | | | | |

*p<.05

由表 4.2.3 分析得知，不同擔任職務體育教師觀賞運動媒介的滿意度，在「觀賞情境」層面有差異性存在，在「運動知識」、「娛樂效益」、「教學效益」層面則無差異性存在。經事後比較在「觀賞情境」層面顯示「組長」之滿意度高於「主任」。顯示職級為主任的教師其觀賞運動媒介的需求標準，呈現較高的層次。

4.2.4 不同年齡體育教師觀賞運動媒介的滿意度差異比較

為探討不同年齡體育教師觀賞運動媒介滿意度之差異情形，將體育教師觀賞運動媒介滿意度的年齡區分為 30 歲以下、31~40 歲、41~50 歲及 51 歲以上，並以單因子變異數分析，探討不同年齡體育教師觀賞運動媒介滿意度的差異情形。如表 4.2.4 所示。

表 4.2.4 不同年齡體育教師觀賞運動媒介的滿意度變異數分析摘要表

| 因素層面 背景變項 | N | 觀賞情境 | | 運動知識 | | 娛樂效益 | | 教學效益 | |
|--------------|-----|------|-----|------|-----|-------|-----|-------|-----|
| | | M | SD | M | SD | M | SD | M | SD |
| 30 歲以下(1) | 43 | 3.94 | .69 | 3.36 | .85 | 3.40 | .77 | 3.88 | .65 |
| 31-40 歲 (2) | 109 | 3.77 | .68 | 3.21 | .91 | 3.39 | .79 | 3.80 | .75 |
| 41-50 歲 (3) | 59 | 3.65 | .74 | 3.15 | .90 | 3.03 | .73 | 3.58 | .77 |
| 51 歲以上(4) | 18 | 3.47 | .61 | 3.33 | .96 | 3.30 | .84 | 3.18 | .89 |
| F 值 | | 2.48 | | .55 | | 2.96* | | 4.84* | |
| p 值 | | .06 | | .65 | | .03 | | .01 | |
| 事後比較 | | | | | | 1,2>3 | | 1,2>4 | |

*p<.05

由表 4.2.4 分析得知，不同年齡體育教師觀賞運動媒介的滿意度，在「娛樂效益」及「教學效益」層面有差異性存在，在「觀賞情境」、「運動知識」層面則無差異性存在。經事後比較在「娛樂效益」層面顯示「30 歲以下」及「31-40 歲」之滿意度高於「41-50 歲」。經事後比較在「教學效益」層面顯示「30 歲以下」及「31-40 歲」之滿意度高於「51 歲以上」。

4.2.5 不同教學年資教師觀賞運動媒介的滿意度差異比較

為探討不同教學年資體育教師觀賞運動媒介的滿意度之差異情形，將體育教師觀賞運動媒介的滿意度的教學年資區分為 5 年以下、6~10 年、11~15 年、16~20 年及 21 年以上，並以單因子變異數分析，探討不同教學年資體育教師觀賞運動媒介的滿意度的差異情形。如表 4.2.5 所示。

表 4.2.5 不同教學年資體育教師觀賞運動媒介的滿意度變異數分析摘要表

| 因素層面 | 觀賞情境 | | 運動知識 | | 娛樂效益 | | 教學效益 | | |
|------------|------|--------|------|------|------|------|------|------|-----|
| 背景變項 | N | M | SD | M | SD | M | SD | M | SD |
| (1)5 年以下 | 56 | 3.97 | .70 | 3.54 | .87 | 3.54 | .75 | 3.58 | .65 |
| (2)6-10 年 | 79 | 3.98 | .65 | 3.52 | .76 | 3.48 | .76 | 3.60 | .65 |
| (3)11-15 年 | 35 | 3.74 | .70 | 3.31 | .85 | 3.49 | .71 | 3.43 | .76 |
| (4)16-20 年 | 32 | 3.78 | .54 | 3.44 | .79 | 3.62 | .80 | 3.34 | .64 |
| (5)21 年以上 | 27 | 3.46 | .88 | 3.58 | .73 | 3.20 | .76 | 3.33 | .77 |
| F 值 | | 3.64 | | .65 | | 1.26 | | 1.60 | |
| p 值 | | .01* | | .63 | | .29 | | .18 | |
| 事後比較 | | 1, 2>5 | | | | | | | |

*p<.05

由表 4.2.5 分析得知，不同教學年資體育教師觀賞運動媒介的滿意度，在「觀賞情境」層面有差異性存在，在「運動知識」、「娛樂效益」、「教學效益」層面則無差異性存在。經事後比較在「觀賞情境」層面顯示「5 年以下」及「6~10 年」之滿意度高於「21 年以上」。顯示教學年資愈低的體育教師其觀賞運動媒介的需求愈高。

4.2.6 不同教師觀賞運動媒介資訊來源的滿意度差異比較

為探討不同教師觀賞運動媒介資訊來源的滿意度之差異情形，將體育教師觀賞運動媒介資訊來源區分為報刊、雜誌、電視、電腦資訊，並以單因子變異數分析，探討不同教師觀賞運動媒介資訊來源的滿意度之差異情形。如表 4.2.6 所示。

表 4.2.6 不同教師觀賞運動媒介資訊來源的滿意度變異數分析摘要表

| 因素層面 背景變項 | N | 觀賞情境 | | 運動知識 | | 娛樂效益 | | 教學效益 | |
|--------------|-----|--------|-----|--------|-----|------|-----|------|-----|
| | | M | SD | M | SD | M | SD | M | SD |
| (1)報刊 | 26 | 3.85 | .57 | 3.24 | .89 | 3.85 | .66 | 3.64 | .64 |
| (2)雜誌 | 26 | 3.92 | .62 | 3.49 | .85 | 3.44 | .76 | 3.98 | .69 |
| (3)電視 | 123 | 3.62 | .72 | 3.08 | .89 | 3.21 | .78 | 3.63 | .79 |
| (4)電腦資訊 | 54 | 3.91 | .68 | 3.44 | .89 | 3.37 | .86 | 3.78 | .79 |
| F 值 | | 3.21* | | 2.97* | | .94 | | 1.76 | |
| p 值 | | .02 | | .03 | | .42 | | .16 | |
| 事後比較 | | 2, 4>3 | | 2, 4>3 | | | | | |

*p<.05

由表 4.2.6 分析得知，不同教師觀賞運動媒介資訊來源的滿意度，在「觀賞情境」、「運動知識」層面有差異性存在，在「娛樂效益」、「教學效益」層面則無差異性存在。經事後比較在「」層面顯示「雜誌」及「電腦資訊」之滿意度高於「電視」。經事後比較在「觀賞情境」及「運動知識」層面均顯示「雜誌」及「電腦資訊」之滿意度高於「電視」。

4.3 體育教師觀賞運動媒介的使用動機與滿意度之典型相關分析

探討體育教師觀賞運動媒介的使用動機(獲得資訊、獲得知識、休閒消遣、教學內容)與其對觀賞運動媒介的滿意度(觀賞情境、運動知識、娛樂效益、教學效益)之間的典型相關，如圖 4.3.1 和表 4.3.1 所示。

(一)典型相關路徑圖

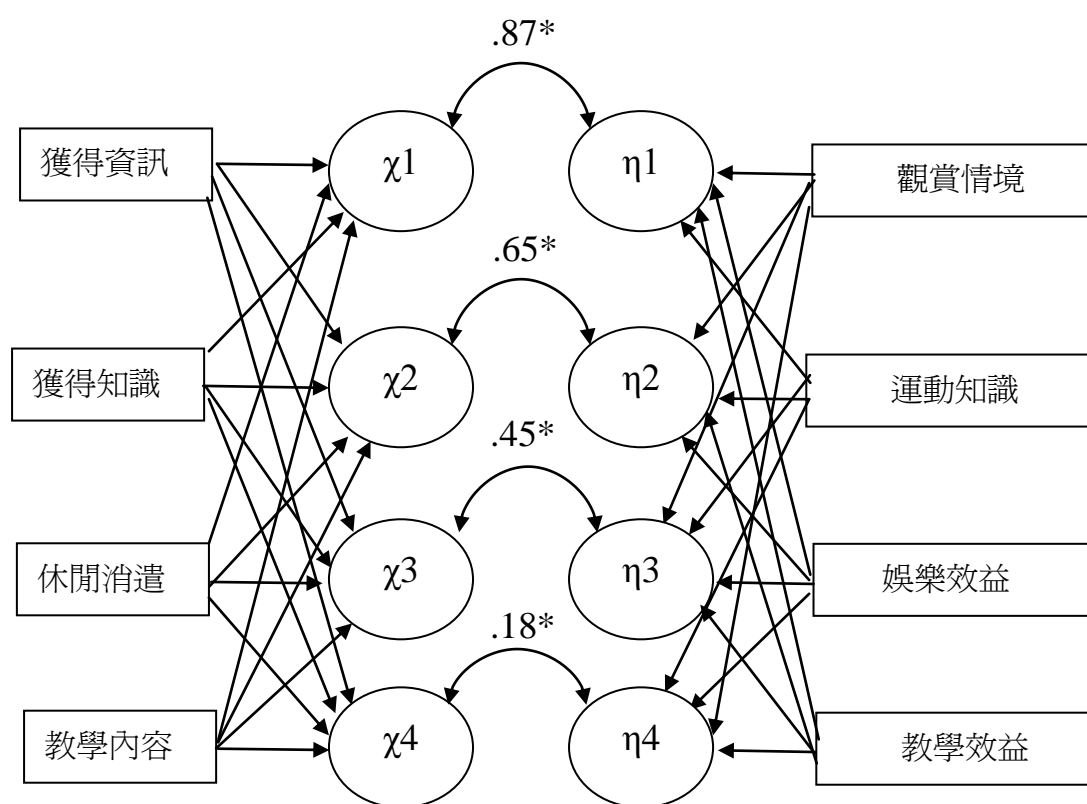


圖 4.3.1 體育教師觀賞運動媒介的使用動機與滿意度之典型相關路徑圖

(二)統計結果分析

1.典型相關程度分析

由圖 4.3.1 和表 4.3.1，得知本研究體育教師觀賞運動媒介的使用動機 X 組變項(X1=獲得資訊、X2=獲得知識、X3=休閒消遣、X4=教學內容)，另外 Y 組變項為體育教師觀賞運動媒介的滿意度(Y1=觀賞情%、Y2=運動知識、Y3=娛樂效益、Y4=教學效益)，進行 X 組與 Y 組之間典型分析結果：X 組變項抽出四組典型因素(X 1、X 2、X 3、X 4)，Y 組變項抽出四組典型因素(η 1、 η 2、 η 3、 η 4)。抽出第一組典型因素X 1 與 η 1 之典型相關為.87(P<.05)；抽出第二組典型因素X 2 與 η 2 之典型相關為.65(P<.05)；抽出第三組典型因素X 3 與 η 3 之典型相關為.45(P<.05)；抽出第四組典型因素X 4 與 η 4 之典型相關為.18(P<.05)。

表 4.3.1 體育教師觀賞運動媒介的使用動機與滿意度之典型相關分析摘要表

| X 變項 | 典型相關 | | | | Y 變項 | 典型相關 | | | |
|-----------|-------|-------|-------|-------|-----------|----------|----------|----------|----------|
| | X 1 | X 2 | X 3 | X 4 | | η 1 | η 2 | η 3 | η 4 |
| 使用動機 | X 1 | X 2 | X 3 | X 4 | 滿意度 | η 1 | η 2 | η 3 | η 4 |
| 獲得資訊 | .805 | .096 | .536 | -.236 | 觀賞情境 | .870 | .111 | .462 | -.134 |
| 獲得知識 | .824 | -.555 | -.094 | .060 | 運動知識 | .776 | -.602 | -.096 | .159 |
| 休閒消遣 | .733 | .567 | -.107 | .360 | 娛樂效益 | .699 | .518 | -.320 | .375 |
| 教學內容 | .776 | .287 | -.390 | -.403 | 教學效益 | .759 | .018 | -.236 | -.607 |
| 抽出變異量數百分比 | 61.66 | 18.06 | 11.50 | 8.78 | 抽出變異量數百分比 | 60.59 | 16.09 | 9.52 | 13.80 |
| 重疊(%) | 46.85 | 7.55 | 2.32 | .28 | 重疊(%) | 46.03 | 6.73 | 1.92 | .44 |
| | | | | | ρ^2 | .760 | .418 | .201 | .032 |
| | | | | | ρ | .872 | .646 | .449 | .178 |

*p<.05

2. 典型因素的解釋變異量分析

由表四得知，體育教師觀賞運動媒介的使用動機與滿意度之典型相關，有四組達到顯著的典型因素。

(1) 第一組典型因素

X 組變項的第一個典型因素(χ_1)可以說明 Y 變項的第一個典型因素(η_1)總變異量的 87.20% ($\rho^2 = .760$)；而 Y 變項的第一個典型因素(η_1)又可解釋 X 組變異量的 60.59%，因此 X 組變項透過第一組典型因素(χ_1 與 η_1)可以解釋 Y 組總變異量 46.03%。

(2) 第二組典型因素

X 組變項的第二個典型因素(χ_2)可以說明 Y 變項的第二個典型因素(η_2)總變異量的 64.60% ($\rho^2 = .418$)；而 Y 變項的第二個典型因素(η_2)又可解釋 X 組變異量的 16.09%，因此 X 組變項透過第二組典型因素(χ_2 與 η_2)可以解釋 Y 組總變異量 6.73%。

(3) 第三組典型因素

X 組變項的第三個典型因素(χ_3)可以說明 Y 變項的第二個典型因素(η_2)總變異量的 44.90% ($\rho^2 = .201$)；而 Y 變項的第二個典型因素(η_3)又可解釋 X 組變異量的 9.52%，因此 X 組變項透過第二組典型因素(χ_2 與 η_2)可以解釋 Y 組總變異量 1.92%。

(4) 第四組典型因素

X 組變項的第四個典型因素(χ_4)可以說明 Y 變項的第二個典型因素(η_2)總變異量的 17.80% ($\rho^2 = .032$)；而 Y 變項的第二個典型因素(η_4)又可解釋 X 組變異量的 13.80%，因此 X 組變項透過第二組典型因素(χ_2 與 η_2)可以解釋 Y 組總變異量 .44%。

3. 典型因素相關結構係數(負荷量分析)

經由以上統計分析結果，得知體育教師觀賞運動媒介的使用動機與滿意度由四組典型因素組成，其中 87.20% 解釋力由第一組因素組成；64.60% 解釋力由第二組因素組成；44.90% 解釋力由第三組因素組

成；17.80%解釋力由第四組因素組成。

在體育教師觀賞運動媒介的使用動機與滿意度(X組)變項中，第一個典型因素(χ_1)的四個相關變項，「獲得資訊」、「獲得知識」、「休閒消遣」及「教學內容」其係數分別為.805、.824、.733、.776。在滿意度(Y組)變項中，第一個典型因素(η_1)的相關變項「觀賞情境」、「運動知識」、「娛樂效益」及「教學效益」的係數分別.870、.776、.699、.759。由第一組典型相關係數可看出，X組變項中，以「獲得資訊」及「獲得知識」，經由第一組典型因素對Y組之「觀賞情境」的解釋力較大；第二個典型因素(χ_2)的四相關變項「獲得資訊」、「獲得知識」、「休閒消遣」及「教學內容」的係數分別.096、-.555、.567、.287。在滿意度(Y組)變項中，第二個典型因素(η_2)的相關變項「觀賞情境」、「運動知識」、「娛樂效益」及「教學效益」的係數分別.111、-.602、.518、.018。由第二組典型相關係數可看出，X組變項中，以「獲得知識」及「休閒消遣」，經由第二組典型因素對Y組之「運動知識」及「娛樂效益」的解釋力較大；

第三個典型因素(χ_3)的四相關變項「獲得資訊」、「獲得知識」、「休閒消遣」及「教學內容」的係數分別.536、-.094、-.107、-.390。在滿意度(Y組)變項中，第三個典型因素(η_3)的相關變項「觀賞情境」、「運動知識」、「娛樂效益」及「教學效益」係數分別.462、-.096、-.320、-.236。由第三組典型相關係數可看出，X組變項中，以「獲得資訊」，經由第三組典型因素對Y組之「觀賞情境」的解釋力較大；

第四個典型因素(χ_4)的四相關變項「獲得資訊」、「獲得知識」、「休閒消遣」及「教學內容」的係數分別-.236、.060、.360、-.403。在滿意度(Y組)變項中，第四個典型因素(η_4)的相關變項「觀賞情境」、「運動知識」、「娛樂效益」及「教學效益」的係數分別-.134、.159、.375、-.607。由第四組典型相關係數可看出，X組變項中，以「教學內容」，經由第四組典型因素對Y組之「教學效益」的解釋力較大。

經由以上統計分析結果，得知體育教師觀賞運動媒介的使用動機，由四組典型因素所組成，對滿意度的總解釋變異量為55.12%(46.03% +6.73%+1.92%+0.44%)，其中大部分解釋力由第一組典型因素組成。研究結果顯示體育教師觀賞運動媒介的使用動機與滿意度有關聯性存在，得知體育教師觀賞運動媒介的使用動機會影響體育教師的滿意度，顯示體育教師觀賞運動媒介的「使用動機」愈高時，體育教師的「滿意度」愈高。本研究結果與王沛泳(2001)、張家豪(2004)、蔡博任(2005)、賴昇宏(2006)的研究發現相同。換言之，體育教師對運動媒介使用動機與滿意度間具有正面的關聯性存在。因此，欲提高國中體育教師運動媒介的滿意度之前，應先提高體育教師的媒介使用動機。

由以上典型相關分析得知，體育教師觀賞運動媒介的使用動機會影響體育教師觀賞運動媒介的滿意度。因此，運動媒介如欲提高體育教師觀賞運動媒介滿意度之前應加強運動媒介內容，使體育教師觀賞運動媒介後能產生較高的滿意度。

第五章 結論與建議

本研究旨在探討體育教師觀賞運動媒介使用動機與滿意度，其次探討不同人口統計變項體育教師觀賞運動媒介使用動機與滿意度的差異性分析的影響關係，以及體育教師觀賞運動媒介使用動機與滿意度之事前期望與事後體驗的差異情況。

本研究之程序為首先蒐集資料、閱讀資料、歸納及整理動機、滿意度的理論與相關研究資料；再提出研究架構、確定本研究問卷、問卷調查、資料處理、統計分析；接著將研究結果分析與討論，再做成結論、提出本研究建議，提供大眾傳播媒介公司節目製作以及報刊雜誌專題報導編輯；提高體育教師對觀賞運動媒介使用所提昇的教學及實作為參考以及相關學術研究。

5.1 結論

5.1.1 不同人口統計變項體育教師觀賞運動媒介使用動機與的差異情形

一、不同性別體育教師觀賞運動媒介使用動機差異情形

不同性別體育教師觀賞運動媒介使用動機的差異情形，在「獲得知識」層面有差異性存在，在「獲得資訊」、「休閒消遣」、「教學內容」層面則無差異性存在。經事後比較在「獲得知識」層面顯示「男性」教師之使用動機高於「女性」教師。

二、不同任教縣市體育教師觀賞運動媒介使用動機差異情形

不同任教縣市體育教師觀賞運動媒介使用動機的差異情形，在「獲得知識」層面有差異性存在，在「獲得資訊」、「休閒消遣」、「教學內容」層面則無差異性存在。經事後比較在「獲得知識」層面顯示「台南市」之使用動機高於「嘉義市」。

三、不同擔任職務體育觀賞運動媒介使用動機之差異情形

不同擔任職務體育教師觀賞運動媒介使用動機的差異情形，在「教學內容」層

面有差異性存在，在「獲得資訊」、「獲得知識」、「休閒消遣」層面則無差異性存在。經事後比較在「教學內容」層面顯示「主任」之使用動機低於「導師」及「專任教師」。

四、不同年齡體育教師觀賞運動媒介使用動機之差異情形

不同年齡體育教師觀賞運動媒介使用動機的差異情形，在「獲得資訊」層面有差異性存在，在「獲得知識」、「休閒消遣」、「教學內容」層面則無差異性存在。經事後比較在「獲得資訊」層面顯示在「30歲以下」之使用動機高於「41歲-50歲」及「51歲以上」。

五、不同教學年資體育教師觀賞運動媒介使用動機之差異情形

不同教學年資體育教師觀賞運動媒介使用動機的差異情形，在「獲得資訊」層面有差異性存在，在「獲得知識」、「休閒消遣」、「教學內容」層面則無差異性存在。經事後比較在「獲得資訊」層面顯示「5年以內」和「6~10年」之使用動機高於「21年以上」。

六、不同教師觀賞運動媒介資訊來源使用動機之差異情形

不同教師觀賞運動媒介資訊來源使用動機之差異情形，在「獲得資訊」、「教學內容」層面有差異性存在，在「獲得知識」、「休閒消遣」層面則無差異性存在。經事後比較在「獲得資訊」層面顯示「雜誌」和「電腦資訊」之使用動機高於「電視」。經事後比較在「教學內容」層面顯示「電腦資訊」之使用動機高於「電視」。

5.1.2 不同人口統計變項滿意度的差異情形

一、不同性別體育教師觀賞運動媒介滿意度之差異情形

不同性別體育教師觀賞運動媒介的滿意度，在「運動知識」層面有差異性存在，在「觀賞情境」、「娛樂效益」、「教學效益」層面則無差異性存在。經事後比較在「獲得知識滿意度」層面顯示「男性」教師之滿意度高於「女性」教師。

二、不同任教縣市體育教師觀賞運動媒介滿意度之差異情形

不同任教縣市體育教師觀賞運動媒介的滿意度，在「觀賞情境」、「運動知識」、「娛樂效益」、「教學效益」層面均無差異性存在。

三、不同擔任職務體育教師觀賞運動媒介滿意度差異情形

不同擔任職務體育教師觀賞運動媒介的滿意度，在「觀賞情境」層面有差異性存在，在「運動知識」、「娛樂效益」、「教學效益」層面則無差異性存在。經事後比較在「觀賞情境」層面顯示「組長」之滿意度高於「主任」。

四、不同年齡體育教師觀賞運動媒介滿意度之差異情形

不同年齡體育教師觀賞運動媒介的滿意度，在「娛樂效益」及「教學效益」層面有差異性存在，在「觀賞情境」、「運動知識」層面則無差異性存在。經事後比較在「娛樂效益」層面顯示「30歲以下」及「31-40歲」之滿意度高於「41-50歲」。經事後比較在「教學效益」層面顯示「30歲以下」及「31-40歲」之滿意度高於「51歲以上」。

五、不同教學年資體育教師觀賞運動媒介的滿意度之差異情形

不同教學年資體育教師觀賞運動媒介的滿意度，在「教學效益」層面有差異性存在，在「觀賞情境」、「運動知識」、「娛樂效益」層面則無差異性存在。經事後比較在「觀賞情境」層面顯示「5年以下」及「6~10年」之滿意度高於「21年以上」。

六、不同教師觀賞運動媒介資訊來源的滿意度之差異情形

不同教師觀賞運動媒介資訊來源的滿意度，在「觀賞情境」、「運動知識」層面有差異性存在，在「娛樂效益」、「教學效益」層面則無差異性存在。在「觀賞情境」層面顯示「雜誌」及「電腦資訊」之滿意度高於「電視」。在「運動知識」層面顯示「雜誌」及「電腦資訊」之滿意度高於「電視」。

七、體育教師觀賞運動媒介的使用動機與滿意度有關聯性存在。

從典型相關研究結果看出，顯示體育教師觀賞運動媒介的使用動機與滿意度有關聯性存在，得知體育教師觀賞運動媒介的使用動機會影響體育教師的滿意度，顯示體育教師觀賞運動媒介的「使用動機」愈高時，體育教師的「滿意度」愈高。

5.2 建議

5.2.1 實務建議

- 一、本研究發現女性教師使用動機低於男性教師。因此，建議設計較符合女性教師需求的運動節目內容，讓更多的女性教師有較高動機去獲得資訊。
- 二、本研究發現欲提高體育教師觀賞運動媒介使用滿意度之前應先提高其運動媒介使用動機。因此，建議媒體報導及報章雜誌應製作符合體育教師喜愛觀賞的運動節目與內容，以提高體育教師對運動媒介的使用動機。

5.2.2 後續研究建議

- 一、建議後續研究者，需使用質性研究去深入探討現擔任職務為主任的體育教師運動媒介使用動機的偏低因素。
- 二、建議後續研究者，需使用質性研究去深入探討現擔任職務為主任的體育教師運動媒介使用滿意度的偏低因素。

參考文獻

壹、中文部分

- 王沛泳(2001)。球迷參與行為及參與滿意度之影響因素—統一獅實証研究。未出版碩士論文，台南市，國立成功大學企業管理研究所。
- 王梅香(2009)。以閱聽者角度看舉辦國際賽會的媒體運作趨勢。國民體育季刊，第38卷第四期。
- 方三保(1998)。顧客滿意與再次購買關係之研究—以大台北地區量販店為例。未出版碩士論文，臺北縣，淡江大學管理科學研究所。
- 行政院體育委員會(2002)。2002年運動人口倍增計畫的體育統計。台北市：行政院體育委員會綜合計畫處。
- 行政院體育委員會(2011)。中華民國100年運動城市調查。台北市：行政院體育委員會。
- 何榮桂(1990)。測驗電腦化與電腦化測驗。載於台灣師大心理與輔導系主辦改進學校輔導工作研討會引言專輯，116-136。
- 李展源、林房儻(2004)。觀賞性運動之參與動機分析與探討。大專體育，第73期，第108-112。
- 李金泉(1993)。SPSS/PC+實務與應用統計分析。臺北：松崗。
- 余展群(2006)。彰化縣國民中學體育教師體育教學資訊行為之研究。未出版碩士論，台北市，國立臺灣師範大學體育學系在職進修碩士班。
- 邱均鈺(2010)。探討免費線上遊戲使用者之使用動機及消費行為。未出版碩士論文，高雄市，義守大學資訊管理研究所。
- 林靈宏(1994)。消費者行為學。台北：五南圖書。
- 林淑娟、林房儻(2004)。台灣職棒運動產業的經濟產值分析。運動管理學報，第6期。
- 林淑娟、林房儻(2005)。職業棒球與運動傳播媒體關係之研究。大專體育，78，130-135。

- 林嵩棧(2008)。職棒觀賞體驗、觀賞動機對觀賞滿意度影響之研究-以米迪亞暴龍與La new熊對戰組合賽為例。未出版碩士論文，台北市，國立台灣師範大學體育研究所。
- 林靜宜、李建生(2005)。運動-健康的原動力，遠見雜誌，228，1-16。
- 林建言(2006)。公教退休人員之觀光動機、觀光阻礙與未來國外觀光意願之研究-以南投縣為例。未出版碩士論文，彰化縣，大葉大學休閒事業管理學研究所。
- 林千源(1995)。兄弟象職業棒球對消費行為之研究。未出版碩士論文，台北市，國立台灣師範大學。
- 林偉智(2010)。國立臺灣大學綜合體育館服務品質、顧客滿意度與再購意願之研究。未出版碩士論文，臺北市，國立臺灣師範大學體育學系。
- 吳柏叡(2009)。服務品質、觀眾滿意度及忠誠度之關聯性研究—以 2008 年企業排球聯賽為例。台中市，國立台灣體育大學運動管理學系研究所。
- 吳亮頤(2010)。運動賽會觀賞者觀光意象及滿意度之相關研究--以 2009 世界運動會為例。未出版碩士論文，臺北市，國立臺灣師範大學體育學系。
- 承立平(2008)。運動產業發展政策及法制規劃之研究。台北市：行政院體育委員會。
- 周力強(2003)。運動新聞的國際傳播研究-以台灣主要報紙報導釜山亞運新聞為例。未出版碩士論文，台北市，台北市立體育學院運動科學研究所。
- 周靈山(2002)。大學生觀賞運動競賽的媒介使用動機、行為與評價研究--以第 34 屆世界盃棒球錦標賽為例。未出版碩士論文，桃園縣，國立體育學院體育研究所。
- 周靈山(2001)。大眾傳播媒體與大專籃球運動聯賽之初探。大專體育，52，81-87。
- 周靈山(2002a)。大學生觀賞運動競賽節目之動機與行為。大專體育，59，144-150。
- 周靈山(2002)。大學生觀賞運動競賽的媒介使用動機、行為與評價研究--以第 34 屆世界盃棒球錦標賽為例。未出版碩士論文，桃園縣，國立體育學院體育研究所。
- 侯欣圻(2010)。2009 年世界運動會遊客觀賞動機、體驗行銷與滿意度之研究。未出版碩士論文，台中市，國立臺灣體育學院運動管理學系碩士班。

- 施致平(1998)。運動管理學論文選輯(一)。台北市：師大書苑。
- 馬啓偉、張力爲(1996)。體育運動心理學。臺北市：東華。
- 梁業隆(2010)。2009 高雄世運會撞球賽現場觀眾觀賞動機與滿意度之研究。未出版碩士論文，屏東市，國立屏東教育大學。
- 陳萬達(2005)。媒介管理。台北市：揚智文化。
- 陳雪霞(2003)。台北市觀眾收看電視烹飪節目的動機與滿足之研究。未出版碩士論文，台北市，中國文化大學生活應用科學研究所。
- 陳怡達(2007)。運動觀賞者之持續性涉入、情境涉入與涉入反應關係之研究—以棒球賽事為例。未出版碩士論文，台中縣，靜宜大學觀光事業學系研究所。
- 陳黃鶯(2010)。UBA 主場運動觀眾生活型態與觀賞動機之研究。未出版碩士論文，台南，國立臺南大學體育研究所。
- 陳耀茂(1998)。顧客滿意會改變您的公司。品質管理月刊，34(9)47-52。
- 陳瑞辰(2008)。游泳池服務品質、顧客滿意度與再購意願之研究-以臺北縣三重市地區游泳池為例。未出版碩士論文，臺北市，國立臺灣師範大學體育學系。
- 郭生玉(1993)。心理與教育研究法。台北市：精華。
- 郭同堯(2009)。籃球運動專業化與籃球比賽觀賞動機及觀賞行爲。未出版碩士論文，臺中市，亞洲大學休閒與遊憩管理學系碩士班。
- 郭進財、高俊雄(2008)。休閒阻礙、課業壓力、運動休閒調適策略與運動調適結果之研究。國立體育大學論叢，19 卷 1 期 1-18。
- 郭進財、黃文成、孫美蓮(2010)。大學院校學生運動社團參與者的休閒效益與學業成就之研究。嶺東體育暨休閒學刊，8 期 73-86。
- 郭進財、莊貽寧、孫美蓮(2010)。中華職棒觀眾的涉入程度、滿意度、忠誠度與運動觀光意願之研究。運動休閒學報，7 卷 1 期 70-91。
- 張春興(1987)。心理學。台北：東華書局。
- 張春興(1994)。教育心理學。台北市：東華。
- 張春興(1998)。教育心理學。臺北市：東華。
- 張春興(1996)。教育心理學。台北市：東華書局出版社。

- 張春興(2002)。現代心理學。臺北：東華書局。
- 張春興(2007)。教育心理學：三化取向的理論與實踐。臺北市：臺灣東華。
- 張家榮(2004)。台北市大學生對職棒轉播的收視動機與行為及評價之研究。未出版碩士論文，台北市，國立台灣師範大學運動休閒與管理研究所。
- 張家豪(2004)。2003SBL超級籃球聯賽現場觀眾參與動機與滿意度之研究。未出版碩士論文，台北市，國立台灣師範大學體育研究所。
- 許耿豪(2009)。觀眾觀賞動機、滿意度對忠誠度影響之研究-以 2008 年世界女子排球大獎賽台北站為例。未出版碩士論文，臺中市，國立臺灣體育大學運動管理學系碩士班。
- 彭小惠(2001)。淺談運動管理-揭開運動管理神秘的面紗系列之一。國立臺南大學體育學系期刊，(9)，15-22。
- 彭小惠(2007)。94 學年度 UBA 主場運動觀眾消費頻率、觀賞動機與滿意度之係研究。台灣體育運動管理學報，3，1-24。
- 彭台臨(2004)。提升運動產業品質的理念。國民體育季刊，33 (4)，1-2。
- 黃美珍 (2009)。全國性桌球賽現場觀眾觀賞之決定因素及其滿意度研究。高雄市：復文。
- 黃俊英(2007)。世界。臺北市：天下遠見。
- 溫智璇(2010)。2009 年臺北聽障奧運會桌球現場觀眾之觀賞動機與滿意度研究。未出版碩士論文，高雄市，國立高雄師範大學體育學系。
- 曾嘉聖(2008)。超級籃球聯賽(SBL)現場觀眾觀賞動機、認同感與滿意度之研究。未出版碩士論文，桃園縣，國立台灣體育大學。
- 湯擷嘉(2002)。運動觀賞者對出國觀賞運動的旅遊需求、動機及期望之研究。未出版碩士論文，臺北市，中國文化大學觀光事業研究所。
- 游宗仁(2002)。全國 YMCA 運動休閒課程知覺服務品質與滿意度之研究。未出版碩士論文，臺中縣，朝陽科技大學休閒事業管理系碩士班。
- 楊祖珺譯(1998)。傳播及文化研究主要概念。台北：遠流。
- 楊錦洲(2001)。顧客服務創新價值。台北：中衛。

- 蔡博任(2005)。2004年世界盃室內五人制足球賽現場觀眾觀賞動機、觀賞行為及觀賞滿意度之研究。未出版碩士論文，桃園縣，國立體育學院休閒產業經營所。
- 蔡秀華(2008)。運動欣賞能力。《學校體育》，18(4)39-42。
- 鄭文蕊(2008)。臺北市 Y 世代學生觀賞 SBL 之媒介使用動機與使用行為研究。未出版碩士論文，台北市，國立臺灣師範大學體育研究所。
- 鄭佳宜(2008)。台南縣市大學生收看電視運動節目的動機與行為及滿意度之分析。未出版碩士論文，台南，國立臺南大學體育研究所。
- 趙政諭(2000)。公營與公辦民營職棒球場現場觀眾顧客滿意度之比較研究—以台北市立棒球场、台南市立棒球场為例。未出版碩士論文，台北市，台灣師範大學體育研究所。
- 維基百科(2012.3.11)。林書豪，計1頁。
http://zh.wikipedia.org/wiki/%E6%9E%97%E6%9B%B8%E8%B1%AA#cite_note-83
- 趙大志(2007)。泳池委外經營之顧客參與行為與滿意度研究—以政大附中游泳池為例。未出版碩士論文，臺北縣，輔仁大學體育學系碩士班。
- 潘偉洪(1989)。國內英文報紙讀者使用動機、行為及滿意度之研究。未出版碩士論文，台北市，輔仁大學大眾傳播研究所。
- 賴昇宏(2006)。籃球聯賽現場觀眾滿意度、涉入程度與品牌權益之相關研究。未出版碩士論文，台南市，國立臺南大學體育研究所。
- 蕭硯哲(2011)。2010年世界女子排球大獎賽現場觀眾觀賞動機與滿意度對再購意願影響之研究。未出版碩士論文，高雄市，高雄師範大學體育研究所。
- 簡秋暖(民 87)。體育科系學生閱讀運動新聞的動機與行為。未出版碩士論文，桃園縣，國立體育學院體育研究所。
- 闕芝穎(2004)。百貨公司服務品質、顧客滿意度、顧客忠誠度與消費者生活型態關—以台北市地區為例。未出版碩士論文，花蓮縣，國立東華大學企業管理學系。
- 羅可強(2008)。觀賞動機、球隊認同感及滿意度對再購意願影響之研究—以超級籃球聯賽現場觀眾為例。台中市，國立台灣體育大學運動管理學系研究所。

鍾志強(1990)。休閒運動參與動機理論。雲林科技大學體育季刊，3期 63-68。

體育大辭典(1984)。教育部體育大辭典編訂委員會主編。台北市：台灣商務印書館股份有限公司。

貳、英文部分

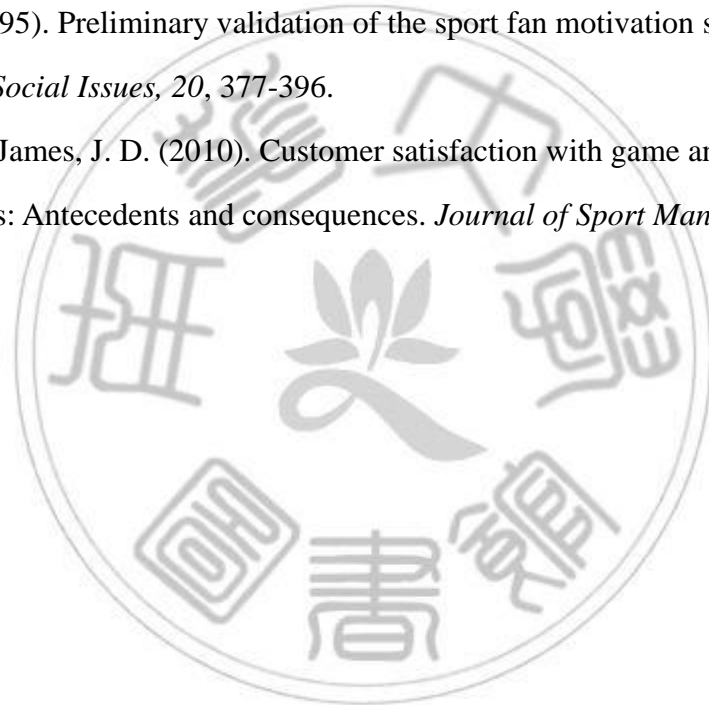
- Blackwell, Miniard, & Engel. J. F. (2001). Consumer Behavior, economics and Management, 126-134.
- Duncan, M. C., & Brummett, B. (1989). Types and sources of spectating pleasure in televised sports. *Sociology of Sport Journal*, 6, 195-211.
- Flammger, D. M. (1991). Nontraditional students and postsecondary school satisfaction. (ERIC Document Reproduction Service. No. ED 362 077
- Katz, E., Blumler, J. G. & Gurevitch, M. (1974). Utilization of Mass Communication by the Individual: An Overview. In J. G. Blumler & E. Katz (eds.). *The Uses of Mass Communications: Current Perspective on Gratifications Research*. Beverly Hills: Sage.
- Kelly, J. R., & Gobey, G. (1992). *The sociology of leisure*. State College, PA :Venture.
- Kelly, J. R. (1996). *Leisure (3rded)*. Needham Heights, MA: Allyn & Bacon.
- Kwon, H., & Trail, G. (2001). Sport fan motivation: A comparison of American students and international students. *Sport Marketing Quarterly*, 10(2), 147-155.
- Kim, Y. K., & Trail, G. T. (2010). Constraints and motivators: A new model to explain sport consumer behavior. *Journal of Sport Management*, 24, 190-210.
- Kolter, P. (1997). *Marketing Management Analysis Planning, Implementation and Control*. Prentice-Hall.
- Lagace, D. (1996). Sports spectatorship theories and spectator views of LPGA golf product. Dissertation.
- Leeuwen, L.V., Quick, S., & Daniel, K. (2002). The Sport Spectators Satisfaction Model: A Conceptual Framework for Understanding the Satisfaction of Spectators. *Sport Management Review*, 5, 99-128.
- Mannell, R. C., & Kleiber, D. A. (1997). *A social psychology of Leisure*. State College, PA: Venture Publishing.
- Martin, C. L. (1988). Enhancing children's satisfaction and participation: Using a

- predictive regression model of bowling performance norms. *The physical Educator*, 45(4), 196-209.
- McPherson, B. D., Cruits, J. E., & Loy, J. W. (1989). *The social significance of sport*. Champaign, IL : Human Kinetics.
- Mechikoff, R. A., & Estes, S. G. (2002). *A history and philosophy of sport and physical education: From ancient civilizations to the modern world* . (3rd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Milen, G. R., & McDonald, M. A. (1999). Motivations of the sport consumer. *Sport Marketing: Managing the exchange process*. Sudbury, MA: Jones and Bartlett Publishers.
- Madrigal, R. (1995). Cognitive and affective determinants of fan satisfaction. *Journal of Leisure Research*, 27(3), p. 212.
- Maslow, A. H. (1970). *Motivation and personality*. NY: Harper and Row.
- Madrigal, R. (1995). Cognitive and affective determinants of fan satisfaction with sporting event attendance. *Journal of Leisure Research*, 27.
- Maslow, A. H. (1943). A Theory of human motivation", *Psychological Review*, 50(2), 370-396.
- Martin, C.L.(1988). Enhancing children's satisfaction and participation: Using a predictive regression model of bowling performance norms. *The physical Educator*, 45(4), 196-209.
- Oliver, R.L (1997), *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*, New York: Irwin/McGraw-Hill.
- Parker, C., & Mathews, B. P. (2001). *Marketing intelligence & planning*. Bradford, 19(1), 38.
- Power, J. D., & Associates. (2006). *Platinum award honors excellence in customer satisfaction*. Retrieved November 30, 2007, from

<http://www.centexhomes.com/Satisfaction2006.asp>.

- Sloan, L. R. (1989). The motives of sports fans. *In Sports, games, and play: Social and psychological*
- Sloan, L. R. (1989). The motives of sports fans. In *Sports, games, and play: Social and psychological*
- Soloway E., Grant W., Tinker R., Roschelle J., Mills M., Resnick M., Berg R., and Eisenberg Michael. (1999). Science in the Palms of Their Hands. *Communications of the ACM*. 42(8), 21-26.
- Szymanski, D. M. & Henard, D. H. (2001). Consumer Satisfaction: A Meta- Analysis of the Empirical Evidence. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 29(1), 16-35
- Szymanski, D. M., & Henard, D. H. (2001). Customer Satisfaction: A Meta-Analysis of the Empirical Evidence. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 29(1), 16-35.
- Trail, G. T., & James, J. (2001). The motivation scale for sport consumption: *Assessment of the scale psychometric properties. Journal of Sport Behavior*, 24, viewpoints (pp.175-240). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Trail, G. T., Anderson, D. F., & Fink, J. S. (2002). Examination of gender differences in importance of and satisfaction with venue factors at intercollegiate basketball games. *International Sports Journal*, 6(1), 51-64.
- Trail, G. T., Fink, J. S., & Anderson, D. F. (2003). Sport spectator consumption behavior. *Sport Marketing Quarterly*, 12(1), 8-17.
- Trail, G. T., Fink, J. S., & Anderson, D. F. (2005). Consumer satisfaction and identity theory: A model of sport spectator conative loyalty. *Sport Marketing Quarterly*, 14(2), 98-111.
- Trail, G. T., & James, J. D. (2001). The motivation scale for sport consumption: Assessment of the scale's psychometric properties. *Journal of Sport Behavior*, 24(1), 108-127.
- Tsuji, Y., Bennett, G., & Zhang, J. (2007). Consumer satisfaction with an action sports

- event. *Sport Marketing Quarterly*, 16, 199-208.
- Victor, V. (1964). *Management and Motivation*, New York: Job Wiley
- Wann, D. L. (1995). Preliminary validation of the sport fan motivation scale. *Journal of Sport and Social Issues*, 20, 377-396.
- Whannel, G. (1998). Reading the sports media audience. In L.A.
- Whiting, J. W. M., & Child, I. L. (1953). *Training and personality: A Cross-culture Study*.
New Haven, Conn: Yale University Press.
- Whannel, G. (1998). Reading the sports media audience. In L.A.
- Wann, D. L. (1995). Preliminary validation of the sport fan motivation scale. *Journal of Sport and Social Issues*, 20, 377-396.
- Yoshida, M., & James, J. D. (2010). Customer satisfaction with game and service experiences: Antecedents and consequences. *Journal of Sport Management*, 24, 338-361.



附錄一 預試問卷

體育教師觀賞運動媒介使用動機與滿意度之研究

以雲嘉南地區國中教師為例

敬愛的教育先進，您好：

後學為南華大學出版與文化事業管理研究所系研究生，現任職於嘉義市嘉義國民中學專任體育教師，目前正在研究「體育教師觀賞運動媒介使用動機與滿意度之研究」。期能藉本研究之結果，深入瞭解體育教師觀賞運動媒介使用動機與滿意度之間的關聯性。

盼望您能協助填寫本問卷。使本研究的結果能確實瞭解國中體育教師觀賞運動媒介使用動機與滿意度。本問卷所得資料僅做為研究分析，為確保個人隱私，本研究採不記名方式，所有資料僅供研究分析，絕不外洩，懇請您惠予填答。

敬祝 健康快樂

南華大學出版與文化事業管理研究所系

指導教授：郭進財博士

研究生：侯千惠敬上

填寫說明：請在您認為最適當的空格「」打「」或在空白處填寫___資料。

壹、基本資料：

一、性別：

1. 男 2. 女

二、您目前任職縣市：

1. 雲林縣 2. 嘉義市 3. 嘉義縣 4. 台南市

三、學校：

1. 公立 2. 私立

四、您目前擔任職務：

1. 導師 2. 專任教師 3. 組長 4. 主任

五、年齡：

1. 30歲以下 2. 31~40歲 3. 41~50歲 4. 51歲以上

六、教學年資：

1. 5年以下 2. 6~10年 3. 11~15年 4. 16~20年 5. 21年以上

七、觀賞運動媒介：

1. 報刊 2. 雜誌 3. 電視 4. 電腦資訊 5. 其他_____

貳、觀賞運動媒介使用動機

| | 非常 符合 | 很 符合 | 符 合 | 有 點 符 合 | 一 點 也 不 符 合 |
|-------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|----------------------------|
| 1、增加休閒、娛樂、競賽戲劇性的刺激----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2、打發時間、排遣寂寞----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3、增加與別人談話的題材----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4、表達愛國情緒----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5、增加運動興趣----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6、與朋友、家人一同觀賞----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 7、培養自己的欣賞的能力----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 8、放鬆心情----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 9、瞭解專家對賽事的看法與評論----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 10、獲得自己喜歡的運動員消息----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 11、表示對體育運動發展的關心----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 12、欣賞到不同的運動型態----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 13、喜歡運動競賽的氣氛----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 14、及時知道比賽結果----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 15、瞭解運動時事----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 16、學到運動技術----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 17、瞭解如何預防運動傷害----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 18、瞭解運動安全----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 19、豐富教學內容----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 20、提升教學品質----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 21、提供學生更多的運動相關資訊----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 22、提供學生更多的欣賞空間----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 23、藉由比賽了解更多運動設施----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

參、觀賞運動媒介使用滿意度

| | 非常 符合 | 很 符合 | 符 合 | 有 點 符 合 | 一 點 也 不 符 合 |
|-------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|----------------------------|
| 1、增加休閒、娛樂、競賽戲劇性的刺激----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2、打發時間、排遣寂寞----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3、增加與別人談話的題材----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4、表達愛國情緒----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5、加運動興趣----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6、可以與朋友、家人一同觀賞----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 7、培養自己的欣賞的能力----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 8、放鬆心情----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 9、瞭解專家對賽事的看法與評論----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 10、獲得自己喜歡的運動員消息----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 11、表示對體育運動發展的關心----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 12、欣賞到不同的運動型態----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 13、喜歡運動競賽的氣氛----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 14、及時知道比賽結果----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 15、瞭解運動時事----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 16、學到運動技術----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 17、瞭解如何預防運動傷害----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 18、瞭解運動安全----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 19、豐富教學內容----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 20、提升教學品質----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 21、提供學生更多的運動相關資訊----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 22、提供學生更多的欣賞空間----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 23、藉由比賽了解更多運動設施----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

本問卷至此全部結束，煩請再檢查一次以免遺漏，謝謝您的合作。

附錄二 正試問卷

體育教師觀賞運動媒介使用動機與滿意度之研究

以雲嘉南地區國中教師為例

敬愛的教育先進，您好：

後學為南華大學出版與文化事業管理研究所系研究生，現任職於嘉義市嘉義國民中學專任體育教師，目前正在研究「體育教師觀賞運動媒介使用動機與滿意度之研究」。期能藉本研究之結果，深入瞭解體育教師觀賞運動媒介使用動機與滿意度之間的關聯性。

盼望您能協助填寫本問卷。使本研究的結果能確實瞭解國中體育教師觀賞運動媒介使用動機與滿意度。本問卷所得資料僅做為研究分析，為確保個人隱私，本研究採不記名方式，所有資料僅供研究分析，絕不外洩，懇請您惠予填答。

敬祝 健康快樂

南華大學出版與文化事業管理研究所系

指導教授：郭進財博士

研究生：侯千惠敬上

填寫說明：請在您認為最適當的空格「」打「」或在空白處填寫___資料。

壹、基本資料：

一、性別：

1. 男 2. 女

二、您目前任職縣市：

1. 雲林縣 2. 嘉義市 3. 嘉義縣 4. 台南市

三、您目前擔任職務：

1. 導師 2. 專任教師 3. 組長 4. 主任

四、年齡：

1. 30歲以下 2. 31~40歲 3. 41~50歲 4. 51歲以上

五、教學年資：

1. 5年以下 2. 6~10年 3. 11~15年 4. 16~20年 5. 21年以上

六、媒介資訊來源：

1. 報刊 2. 雜誌 3. 電視 4. 電腦資訊

貳、觀賞運動媒介使用動機

| | 非常 符合 | 很 符合 | 符 合 | 有 點 符 合 | 一 點 也 不 符 合 |
|-------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|----------------------------|
| 1、增加休閒、娛樂、競賽戲劇性的刺激----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2、打發時間、排遣寂寞----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3、增加與別人談話的題材----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4、表達愛國情緒----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5、與朋友、家人一同觀賞----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6、培養自己的欣賞的能力----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 7、放鬆心情----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 8、獲得自己喜歡的運動員消息----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 9、表示對體育運動發展的關心----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 10、欣賞到不同的運動型態----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 11、喜歡運動競賽的氣氛----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 12、及時知道比賽結果----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 13、瞭解運動時事----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 14、學到運動技術----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 15、瞭解如何預防運動傷害----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 16、瞭解運動安全----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 17、豐富教學內容----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 18、提升教學品質----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 19、提供學生更多的運動相關資訊----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 20、提供學生更多的欣賞空間----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 21、藉由比賽了解更多運動設施----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

參、觀賞運動媒介使用滿意度

| | 非常 符合 | 很 符合 | 符 合 | 有 點 符 合 | 一 點 也 不 符 合 |
|-------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|----------------------------|
| 1、增加休閒、娛樂、競賽戲劇性的刺激----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2、打發時間、排遣寂寞----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3、表達愛國情緒----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4、增加運動興趣----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5、可以與朋友、家人一同觀賞----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6、培養自己的欣賞的能力----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 7、放鬆心情----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 8、瞭解專家對賽事的看法與評論----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 9、表示對體育運動發展的關心----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 10、欣賞到不同的運動型態----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 11、喜歡運動競賽的氣氛----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 12、及時知道比賽結果----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 13、瞭解運動時事----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 14、學到運動技術----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 15、瞭解如何預防運動傷害----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 16、瞭解運動安全----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 17、提升教學品質----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 18、提供學生更多的運動相關資訊----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 19、提供學生更多的欣賞空間----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 20、藉由比賽了解更多運動設施----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

本問卷至此全部結束，煩請再檢查一次以免遺漏，謝謝您的合作。