



文化事業與管理研究
第 九 期
2 0 1 2 年 0 6 月
頁 9 7 ~ 1 2 3 頁

Journal of Cultural Enterprise
and Management No.9
June, 2012
P. 97~123

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

郭進財* 侯千惠**

摘 要

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 76.63%。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、不同性別體育教師觀賞運動媒介使用動機有差異存在，在「獲得資訊」層面，顯示男性教師高於女性教師。二、不同擔任職務體育教師觀賞運動媒介使用動機有差異存在，在「個人偏好」層面顯示主任低於導師及專任教師。三、不同擔任職務體育教師觀賞運動媒介滿意度有差異存在，在「觀賞滿意度」層面顯示組長高於主任。四、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：觀賞、媒介使用、動機、滿意度

*南華大學 專任副教授

**南華大學出版與文化事業管理研究所研究生



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

Chin-Tsai, Kuo Chian-Huei, Hou

Abstract

The purpose of this research was to investigate the correlation of using motivation and satisfaction which the PE teachers who were in junior high schools in Yunlin, Chaiyi and Tainan watched the sporting medias. The samples were the PE teachers in Yunlin, Chaiyi and Tainan. A total of 300 questionnaires were sent out and 239 valid questionnaires were received. The response rate of valid questionnaires was 76.33%. The t-test, one-way ANOVA, canonical analysis and other statistics were used to analyze the collected data. The findings of this study are stated as follows: first, there were difference in using motivation of medium of PE teachers watch sport media between male and female. The teachers of male had a higher motivation than female in Receive Information. Second, there were different in using motivation of medium of PE teachers watch sport media among different position. The teachers of director had a lower motivation than teachers of grade and teachers of full-time in Personal preference. Third, there were different in satisfaction of medium of PE teachers watch sport media among different position. The section chiefs are higher than director teachers in Watch satisfaction. Fourth, the significant correlation between using motivation and satisfaction was obtained.

Keywords: PE Teachers, Medias Usage, Using Motivation, Satisfaction



壹、緒論

一、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為當週最受注目的NBA球員外，美國也開始出現以林書豪「林」的英文名「Lin」；搭配「瘋迷熱潮」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為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 & Brunmatt(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 Brunmmett(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。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。

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。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使用所提昇的教學及實作為參考，此為本研究之動機二。

二、 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？
- (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？
- (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性？

三、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。本研究使用動機量表分為四個因素：「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；「個人偏好」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(Gurevitch1974)，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。本研究使用滿意度量表分為四個因素：「觀賞滿意度」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；「獲得知識滿意度」是指學到運動技術、瞭解如何預防運動傷害、瞭解運動安全；「休閒消遣滿意度」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；「個人偏好滿意度」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。

貳、研究方法

一、研究對象

本研究以雲嘉南地區國中體育教師為研究對象，並依縣市別進行立意抽樣。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，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，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。

二、研究工具

(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」、「個人偏好」四個構面。觀賞運動媒介使用滿意度量表是參考周靈山(2002)、鄭佳宜(2008)、林嵩棧(2008)與吳柏叡(2009)的滿意度量表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「觀賞滿意度」、「獲得知識滿意度」、「休閒消



遣滿意度」、「個人偏好滿意度」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. 個人偏好： 4、21、22

(2) 觀賞運動媒介使用滿意度量表之因素：

1. 觀賞滿意度滿意度： 5、6、7、8、9、11、12、13、14、15
2. 獲得知識滿意度： 16、17、18
3. 休閒消遣滿意度： 1、2、4
4. 個人偏好滿意度： 20、21、22、23

(二) 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。

(三)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(個人偏好)。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(觀賞滿意度)；第 16、17、18 屬於第二因素(獲得知識滿意度)；第 1、2、4 屬於第三因素(休閒消遣滿意度)；第 20、21、22、23



屬於第四因素(個人偏好滿意度)。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。

(四)信度分析：

觀賞運動媒介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(個人偏好)。並求出各分量表與總量表的信度。本研究媒介使用動機因素量表 Cronbach α 值介於.679 至.892 之間，因此，本量表各因素具有好信度。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(觀賞滿意度)；第 16、17、18 屬於第二因素(獲得知識滿意度)；第 1、2、4 屬於第三因素(休閒消遣滿意度)；第 20、21、22、23 屬於第四因素(個人偏好滿意度)。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。

三、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。並以 t 考驗、獨立樣本單因子變異數分析、典型相關探討問題。本研究各項統計考驗之顯著水準均定為.05。



參、結果與討論

一、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。如表一所示。

表一 不同性別體育教師觀賞運動媒介的使用動機差異 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 |
| 個人偏好 | 3.51(.69) | 3.50(.67) | .14 | .89 |

*p<.05

由表一分析得知，不同性別體育教師觀賞運動媒介使用動機的差異比較，在「獲得知識」方面有差異性存在，在「獲得資訊」、「休閒消遣」、「個人偏好」方面則無差異性存在。經事後比較顯示男性之使用動機在「獲得知識」層面高於女性。在「獲得知識」層面上男性較女性使用動機較高，這樣結果與周靈山(2002)研究相同。本研究發現「獲得知識」構面的使用動機，男性的觀賞動機高於女性的觀賞動機，本研究推論其可能原因是在「獲得知識」構面中，包含有技巧、安全、預防傷害等，而男性在這方面比女性更有興趣，因此在獲得資訊構面上，男性的動機會比女性高。

二、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。如表二所示。

表二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 | | 個人偏好 | |
|----------|----|------|-----|------|------|------|------|------|-------|-------|
| 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

由表二分析得知，不同擔任職務觀賞運動媒介使用動機的差異比較，在「個人偏好」方面有差異性存在，在「獲得資訊」、「獲得知識」、「休閒消遣」、方面則無差異性存在。「個人偏好」層面經事後比較顯示主任之使用動機在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「個人偏好」構面上，職務為主任的動機會比職務為導師及專任教師低。發現「個人偏好」構面中，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，因此在個人偏好構面上，職務為主任的動機會比職務為導師及專任教師低。

三、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之差異情形，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。如表三所示。

表三 不同擔任職務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 | | 獲得知識 | | 休閒消遣 | | 個人偏好 | |
|----------|----|-------|-----|------|------|------|-----|------|-----|
| | | 滿意度 | | 滿意度 | | 滿意度 | | 滿意度 | |
| 背景變項 | N | 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

由表三分析得知，不同現擔任職務教師觀賞運動媒介的滿意度的差異比較，在「觀賞滿意度」方面有差異性存在，在「獲得知識滿意度」、「休閒消遣滿意度」、「個人偏好滿意度」、方面則無差異性存在。經事後比較顯示組長之使用動機在「觀賞滿意度」層面高於



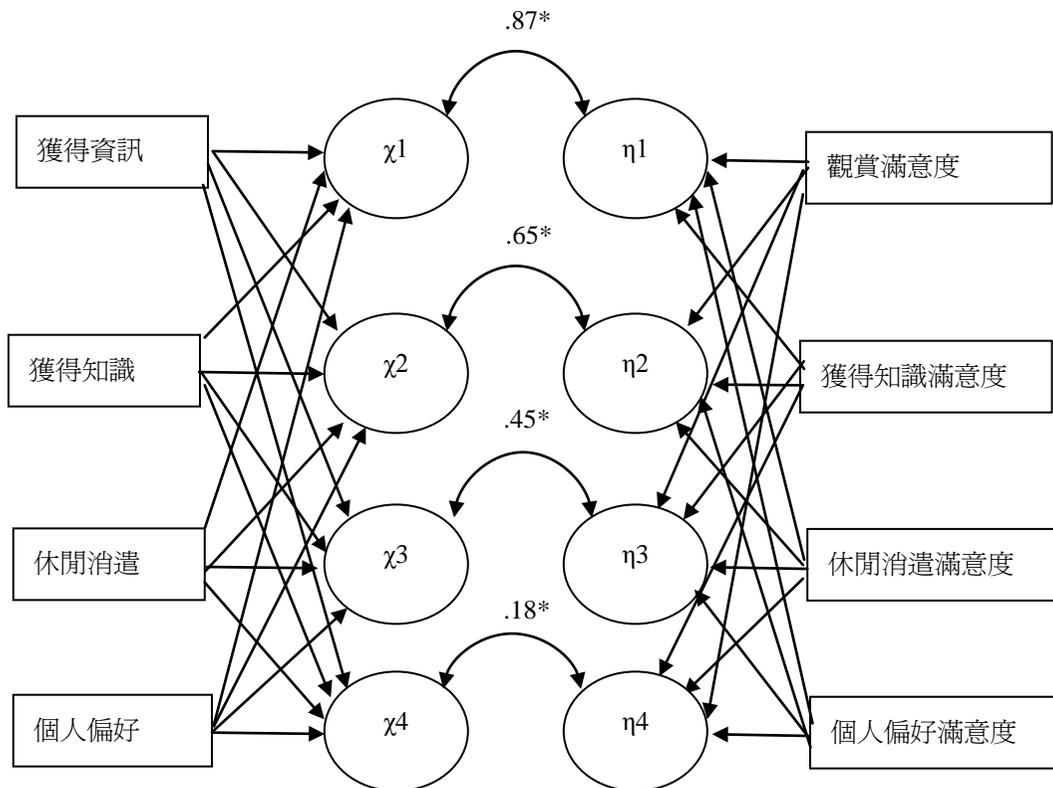
主任。本研究結果與林嵩棧(2008)。研究相同，本研究推論包含提升欣賞能力、對賽事的看法、喜歡運動競賽氣氛、對體育運動發展的關心等，而組長在這方面比主任更有興趣及滿意，因此在「觀賞滿意度」構面上，職務為主任的觀賞滿意度會比職務為組長的低。發現「觀賞滿意度」構面中，主任的滿意度低於導師及專任教師的滿意度，其可能原因是主任做事態度較為嚴謹，要求甚高，因此在觀賞滿意度構面上，職務為主任的觀賞滿意度會比職務為組長的低。

四、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、個人偏好)與其對觀賞運動媒介的滿意度(觀賞滿意度、獲得知識滿意度、休閒消遣滿意度、個人偏好滿意度)之間的典型相關，如典型相關路徑圖和表四所示。



(一) 典型相關路徑圖



圖四 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

由圖四和表四，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=個人偏好)，另外 Y 組變項為體育教師觀賞運動媒介的滿意度(Y1=觀賞滿意度、Y2=獲得知識滿意度、Y3=休閒消遣滿意度、Y4=個人偏好滿意度)，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(χ 1、



X 2、X 3、X 4)，Y 組變項抽出四組典型因素($\eta 1$ 、 $\eta 2$ 、 $\eta 3$ 、 $\eta 4$)。抽出第一組典型因素 $\chi 1$ 與 $\eta 1$ 之典型相關為.87($P<.05$)；抽出第二組典型因素 $\chi 2$ 與 $\eta 2$ 之典型相關為.65($P<.05$)；抽出第三組典型因素 $\chi 3$ 與 $\eta 3$ 之典型相為.45($P<.05$)；抽出第四組典型因素 $\chi 4$ 與 $\eta 4$ 之典型相關為.18($P<.05$)。

表四 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 | | | |
|-----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| | $\chi 1$ | $\chi 2$ | $\chi 3$ | $\chi 4$ | | $\eta 1$ | $\eta 2$ | $\eta 3$ | $\eta 4$ |
| 使用動機 | | | | | 滿意度 | | | | |
| 獲得資訊 | .805 | .096 | .536 | -.236 | 觀賞滿意度 | .870 | .111 | .462 | -.134 |
| 獲得知識 | .824 | -.555 | -.094 | .060 | 獲得知識 | .776 | -.602 | -.096 | .159 |
| | | | | | 滿意度 | | | | |
| 休閒消遣 | .733 | .567 | -.107 | .360 | 休閒消遣 | .699 | .518 | -.320 | .375 |
| | | | | | 滿意度 | | | | |
| 個人偏好 | .776 | .287 | -.390 | -.403 | 個人偏好 | .759 | .018 | -.236 | -.607 |
| | | | | | 滿意度 | | | | |
| 抽出變異量數百分比 | 61.66 | 18.06 | 11.50 | 8.78 | 抽出變異量 | 60.59 | 16.09 | 9.52 | 13.80 |
| | | | | | 數百分比 | | | | |
| 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%($p^2 = .760$)；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%($p^2 = .418$)；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%($p^2 = .201$)；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%($p^2 = .032$)；而 Y 變項的第二個典型因素(η_4)又



可解釋 Y 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「個人偏好」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「觀賞滿意度」、「獲得知識滿意度」、「休閒消遣滿意度」及「個人偏好滿意度」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「觀賞滿意度」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「個人偏好」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「觀賞滿意度」、「獲得知識滿意度」、「休閒消遣滿意度」及「個人偏好滿意度」的係數別 .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「獲得知識滿意



度」及「休閒消遣滿意度」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「個人偏好」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「觀賞滿意度」、「獲得知識滿意度」、「休閒消遣滿意度」及「個人偏好滿意度」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「觀賞滿意度」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「個人偏好」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「觀賞滿意度」、「獲得知識滿意度」、「休閒消遣滿意度」及「個人偏好滿意度」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「個人偏好」，經由第四組典型因素對Y組之「個人偏好」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。

肆、結論與建議

一、結論

- (一) 不同性別體育教師觀賞運動媒介使用動機有差異存在，在「獲得資訊」方面有差異性存在，顯示男性之使用動機在「獲得資訊」方面高於女性。
- (二) 不同擔任職務體育觀賞運動媒介使用動機有差異存在，在「個人偏好」層面顯示主任在使用動機低於導師及專任教師。
- (三) 不同擔任職務體育教師觀賞運動媒介滿意度有差異存在，顯示組長在「觀賞滿意度」層面之使用滿意度高於主任。
- (四) 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，顯示體育教師對運動媒介的使用動機愈高時與體育教師的滿意度也愈高。

二、建議

- (一) 設計較符合女性教師需求的運動節目內容，讓更多的女教師有較高動機去獲得資訊。
- (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



介使用動機的偏低因素。

(三) 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。

(四) 本研究發現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，建議媒體及報章雜誌應製作符合體育教師喜愛觀賞的運動節目，以提

高體育教師對運動媒介的使用動機。



參考文獻

中文部分

- 王沛泳(2001)。球迷參與行爲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。
- 林靈宏(1994)。消費者行爲學。台北：五南圖書。
- 林淑娟、林房儂(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、林房儂(2005)。職業棒球與運動傳播媒體關係之研究。大專體育，78，130-135。
- 林高棧(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 熊對戰組合賽爲例。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。
- 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、林房儂(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頁。
- 李金泉(1993)。SPSS/PC+實務與應用統計分析。臺北：松崗。
- 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年企業排球聯賽爲例。台中市，國立台灣體育大學運動管理學系研究所。
- 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爲例。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、行爲與評價研究--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。
- 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。
- 郭生玉(1993)。**心理與教育研究法**。台北市：精華。
- 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。
- 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**。
- 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。
- 楊祖珺譯(1998)。**傳播及文化研究主要概念**。台北：遠流。
- 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。
- 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，國立台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。

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，國立臺南大學體育研究所。

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。

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。

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

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。

英文部分

Duncan, M. C., & Brummett, B. (1989). Types and sources of spectating pleasure in televised sports. *Sociology of Sport Journal*, 6, 195-211.

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.
- Mannell, R. C., & Kleiber, D. A. (1997). *Asocial 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
physicaleducation: 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.
- Trail, G. T., & James, J. (2001). The motivation scale for sport consumption: *Assessment of the
scale psychometric properties*. *Journal of Sport Behavior*, 24,
- Wann, D. L. (1995). Preliminary validation of the sport fan motivation scale. *Journal of
Sport and Social Issues*, 20, 377-396.

