

網球比賽電視轉播節目觀賞行為之研究 —以2006年溫布頓網球公開賽為例

美和技術學院/李森源
義守大學/鄭振洋
南榮技術學院/鄭道隆

摘要

本研究旨在探討台灣民眾觀賞電視轉播溫布頓網球公開賽節目時，在觀賞行為的因素與觀賞因素之間的關係。其中，在樣本分布上男女約各佔一半，未婚者、大專以上學歷、學生族群、月收入在30001-45000元，和北部民眾則佔較高的比例。而在統計分析方面，運用因素分析萃取出「選手表現」、「觀賞感受」、「轉播品質」，與「球評表現」等4個電視轉播觀賞行為因子，且4個因子間彼此具有顯著的相關性，男性、已婚者、大專院校學歷、軍公教職業、月收入在30001-45000元的觀眾，在t檢定，和單因子變異數分析上具有顯著差異。依據研究結果建議在網球活動推廣，以及運動行銷工作上，可針對男性、已婚、軍公教，或是月收入在30001-45000元的觀眾族群，強化在「選手表現」或「觀賞感受」方面的觀賞需求。其次，為發揮最大的觀賞效果，可同時運用「選手表現」、「觀賞感受」、「轉播品質」，與「球評表現」等4個電視轉播觀賞行為因子，以求取事半功倍之成果。再者，在後續研究建議上，可針對較投入電視轉播的觀賞者，是否為運動主流支持者；電視媒介觀看品質，是否影響觀賞評價；以及在球評解說服務與觀看評價之關係等議題上，做進一步的探討與驗證。

關鍵詞：網球、溫布頓網球公開賽、電視轉播節目觀賞行為。

A Study of Television Broadcasting Spectators' Behaviors on Tennis Competition: 2006 The Championship at Wimbledon for Example

Abstract

The purpose of this study was to discuss the relationship among factors of spectators' behaviors and factors of watching while Taiwanese people watch Tennis Championship at Wimbledon on television. Collected samples showed that the percentage of male and female spectators were half and half. Most spectators were single, with college education, students, made 30,001~45,000 per month and reside from Northern of Taiwan. Factors of television broadcasting spectators' behavior were "player's performance", "watching experience", "broadcasting quality" and "commentator's performance". There were significant correlations among these four factors during factor analysis. In the results of t-test and ANOVA analysis, there were significant differences among male spectators, married spectators, spectators with

college education, spectators serving in the military/ public organization/ education field and spectators making 30001~45000 per month. According to the results of this research, it is suggested that promotion activities for tennis and sports marketing can focus on this specific segment of people (male, married, serving in the military/ public organization/ education field or making 30001~45000 per month) in order to enforce their watching needs for “player’s performance” or “watching experience”. Secondly, for maximizing the effect of watching live sports program, four factors of television broadcasting spectators’ behavior, namely “play’s performance”, “watching experience”, “broadcasting quality” and “commentator’s performance”, can be applied at the same time in order to yield twice the results with the half efforts. Furthermore, subjects, such as whether spectators who have more involvement in television broadcasting are main sports fans; whether the quality of television broadcasting has influence on spectator’s feedback; and issues, like the relationship between the commentator’s comment service and spectator’s feedback, can be further discussed and verified in the continuous researches.

Key words : Tennis, The Championship at Wimbledon, Television broadcasting spectator’s behaviors.

壹、緒論

一、研究動機

網球是個相當能突顯運動員個人特質，且廣受球迷歡迎的運動項目，選手在球場上除了展現高超的打球技巧外，也考驗著選手的耐力與毅力，特別是雙方你來我往、不分軒輊，相互對恃的時候，才是另一個鬥智、鬥力，比臨場穩定度的戰場的開始，也最是將觀眾的情緒推向緊張、刺激，和扣人心弦高峰的時候（陳啓森，2001）。

相較於國外，環顧國內對網球的喜愛程度，也不遑多讓，這可從網球俱樂部的成立、網球場數量的增設，華人在國際舞台有亮眼成績等狀況中反應出來（李堂立，2004；吳章明，2005；林哲生，2004）。雖然從事網球運動的人口不在少數，但畢竟以網球競賽活動來說，仍以國外的網球比賽較具規模與知名度，特別是網球四個大滿貫公開賽，一起被世界各地的球迷所認同，並且視為是要特別投注關心、注意力的網壇盛事。

這四個網壇的大滿貫公開賽分別是，每年第一個登場於一月下旬（一月的第三個周一起），在澳洲墨爾本舉辦的澳洲公開賽(Australia Open)，比賽場地的特色為硬地球場；第二個是在每年五月底（五月的最後一個周一起），在法國巴黎的羅蘭蓋洛高地舉辦的法國公開賽(Roland Garros)，其場地特色為紅土球場；第三個是在每年六月底（六月的最後一個周一起），在英國舉辦的溫布頓公開賽(The

Championships at Wimbledon)，場地特色是草地球場，第四個也是一年之中最後舉辦的比賽，則是於每年八月底（八月的最後一個周一起），在美國紐約舉辦的美國公開賽(US Open)，所舉辦的比賽是在硬地球場上進行(麗台運動報，2006)。

其中，以溫布頓公開賽在現代網球史上為最古老的比賽，這個比賽不但擁有超過百年的悠久歷史（由全英俱樂部和英國草地網球協會於 1877 年創辦「全英草地網球錦標賽」），還保留相當具有特色的傳統，像是務必穿著白色系的球衣打球，網球比賽場地為草地，每逢周日皆休兵不比賽等等皆是其獨有的特色，而最早期的溫布頓球賽，還只有男性單打這個比賽項目。2006 年溫布頓網球公開賽當地時間從 6 月 26 日開始比賽至 7 月 9 日，總獎金高達美金 4,890,390 元，女子單打由法國選手莫瑞絲摩 (Amelie Mauresmo) 擊敗比利時海寧 (Justine Henin-Hardenne) 摘下后冠，男子單打由費德勒 (Roger Federer) 擊退納達爾 (Rafael Nadal)，連續 4 年在溫布頓奪冠，草地連勝紀錄推進到 48 場(麗台運動報，2006)。

國外的職業運動發展蓬勃，近年來台灣電視的體育台頻道也在運動用品等廠商的贊助下轉播各種職業比賽，像是高爾夫球、網球、籃球、棒球、賽車等等，吸引許多民眾觀賞電視轉播（例如：ESPN、衛視體育台、緯來體育台）。換個角度來看，透過電視轉播觀賞比賽，比現場觀賞球賽，在時間、空間和周邊等觀賞條件上更具彈性與自由。例如說，透過電視轉播不用擔心下雨、天氣冷等天候問題，可避免塞車、停車、迷路、球場太遠、交通工具拋錨等可能影響觀賞興緻的狀況，加上衛星同步連線轉播已有一定的技術水準，並且電視台攝影機所架設的拍攝位置，多半是最佳視野所以沒有視線死角的困擾，也不用面對比賽場地或洗手間簡陋、擁擠、髒亂、離座後位子被佔走等的問題...，雖然無法充份體驗現場觀賞的臨場感，但無形中節省了許多時間與金錢，也能夠心無旁騖的觀賞比賽(忻雅蕾，2005；周靈山，2005；張家榮，2004；Wenner & Ganz, 1989)。

溫布頓網球公開賽，今年不例外也在英國舉行，由於距離遙遠，因此國內球迷多半只能選擇電視觀賞球賽轉播，雖然無法身歷其境，但透過電視螢幕，也算沒有錯過精彩鏡頭，甚至電視台在經典畫面還有特寫與重覆播放服務，選手的戰力、戰況也有在第一時間做分析、解說，就算錯過直播時段，也可用錄影機錄下來，或在重播時段觀賞比賽，相當方便。

從學理的角度來看，電視等媒體由於普及率高，因此具有發展職業運動的推力，由於觀賞比賽的球迷可能受制於個人在時間、距離、金錢等方面的限制，而無法參與每一場現場球賽，因此球迷會選擇以電視轉播方式，做為補償自己無法親自到現場參與的遺憾，以及做為仍然能夠觀賞比賽、獲得資訊的最佳替選管道 (Ozianian etc., 1995; Whannel, 1992)。

另外，一個運動要能持續成長，運動員和觀眾的參與有不可磨滅的重要性，對運動員來說在運動場上感受到觀眾立即的歡呼、喝采與掌聲，則能產生力量發揮潛能；對觀眾來說，能看到運動員在運動場上的技巧展現和拚鬥精神是得迷人、過癮和開心的事，簡單的說一個運動的發展，需要運動員和觀眾的相互交流與支持，得以永續進行 (施致平，2001；程紹同，2002)。

再以體育贊助商的角度來說，贊助商投入金援、相關用品的目的，不外乎是提升企業形象，增加或刺激商品銷售量，然而吸引贊助商的利基在於觀賞比賽的觀眾群（吳章明，2005；黃金柱，1993；程紹同，1998 & 1999；Stotlar, 2001）。而對溫布頓網球公開賽來說，國內球迷大都只能透過電視觀賞此一網壇盛事，換句話說，會觀賞網球公開賽電視轉播的觀眾，都是球迷，也都是潛在消費群，甚至可以將此類觀眾群，視為是已經自動完成市場區隔的網球相關用品的目標市場。在這種情況下，體育贊助商就能更精準的掌握消費者，並透過電視廣告或現場看板等方式進行自我行銷的工作。

根據上述，國人喜歡網球運動，但環顧國內，民眾在沒有太多機會現場參與大型（國際）網球賽事活動的情況下，球迷只能憑藉對電視轉播的瞭解、觀賞網球比賽或活動。相對的，國人在觀賞電視轉播網球比賽的行為狀況，成為網球推廣、運動行銷工作上的重要參考指標，因此，有必要對相關議題作一探討。

二、研究目的

根據上述的研究動機，本研究之目的歸納如下：

- (一) 瞭解 2006 年溫布頓網球公開賽電視轉播觀賞之人口統計變項。
- (二) 探討 2006 年溫布頓網球公開賽電視轉播觀賞行為之因素。
- (三) 分析人口統計變項在 2006 年溫布頓網球公開賽電視轉播觀賞行為因素之差異。
- (四) 分析 2006 年溫布頓網球公開賽電視轉播觀賞行為之間的關係。

三、研究範圍與限制

本研究範圍運用問卷調查方式諮詢 2006 年溫布頓網球公開賽電視轉播之觀賞者的意見，以調查 2006 年溫布頓網球公開賽電視轉播之觀賞行為為研究範圍，分析電視轉播觀賞行為因素與了解這些因素之間的關係。

本研究採用問卷調查法為研究方法，只能假定所有受訪對象皆能夠依據實際狀況填答問項，對於受訪者都是否真實填答則無法追究。並且在有限的人力、時間，和預算上的限制，本研究僅能以 2006 年的溫布頓網球公開賽電視轉播之觀賞者為研究對象，無法追蹤以往或以後的觀眾資料。另外，在樣本的選取上較難應用名單進行抽樣，遂採用便利抽樣方法抽取研究樣本，因此在樣本代表性方面稍顯薄弱，以上均為本研究之限制。

貳、方法

一、發展量表與信效度分析

根據上述研究目的探討網球比賽電視轉播節目觀賞行為，設計「網球比賽電視轉播節目觀賞行為問卷」，採李克特尺度（Likert Type Scale）五點量表結構封閉式答案勾選題方式，在尺度代表意義方面，數字 5 表示非常同意，數字 3 表示普通，數字 1 表示非常不同意）。

本研究調查問卷之題項係參考以往相關研究。其中，彙整忻雅蕾（2005）、施致平（1998 & 2001）、陳永宜（2005）、張家榮（2004）、蔡明達（1989）、Gantz

(1981)、Wenner & Gantz (1989&1991) 等與「選手表現」議題有關之文獻。綜觀李淑珍 (1993)、忻雅蕾 (2005)、林千源 (1994)、施致平 (1998&2001)、陳永宜 (2005)、張家豪 (2004)、Wenner & Gantz (1989& 1991) 以及 Wenner (1998) 等與「觀賞感受」議題有關之文獻。整合李淑珍 (1993)、忻雅蕾 (2005)、周靈山 (2005)、陳永宜 (2005) 以及曠湘霞 (1986) 等與「轉播品質」議題有關之文獻。參考林志翰 (2005)、施致平 (1998)、張家豪 (2004)、張家榮 (2004) 等與「球評表現」議題有關之文獻。本研究問卷有關電視轉播觀賞行為部份計有 20 個題項，以及人口統計變項部份計有 6 個題項。

本研究預試樣本收集的時間在 2006 年 6 月 26-30 日，於高雄市火車站前廣場進行便利抽樣方式，選取 100 位受訪者為預試之樣本，預試信度檢定結果顯示 Cronbach's α 值達到.87，超過 Gay (1996)、Nunnally (1978) 在信度檢定結果達.7 以上的標準。

二、研究對象、樣本數與抽樣方法

- (一) 本研究以北部、中部、南部與東部之民眾為研究對象。
- (二) 基於時間與時效之考量，以便利抽樣方法委託相關人員發放與回收的方式，進行問卷的發放與回收。
- (三) 樣本數參考榮泰生 (2000) 之樣本數許可範圍，以 1000 人為本研究之樣本數。

三、資料收集

1000 份問卷於 2006 年 7 月 1 日、7 月 2 日、7 月 5 日、7 月 8 日與 7 月 9 日在北部、中部、南部與東部同時分成 5 次在火車站附近進行抽樣 (4 地區 \times 50 份 \times 5 次)。在 2006 年 7 月 9 日整理 1000 份問卷，其中 189 份沒有填寫完整而作廢，有效問卷為 811 份，有效問卷回收率為 81.1%，資料進行編碼並用統計軟體 SPSS 10.0 建檔分析。

四、資料分析處理

以次數和百分比表達結果，因素分析以主成份並運用最大變異法，以達到因素萃取之目的，獨立樣本 t 檢定分析性別與婚姻在因素之間的差異，單因子變異數分析學歷、職業、月收入與地區在因素之間的差異，事後比較採雪費法， α 檢定數值為.05，皮爾遜相關分析因素之間的關係。

參、結果

一、人口統計變項

- (一) 性別：男性有 415 位，佔 51.2%，女性有 396 位，佔 48.8%，表一顯示各項基本資料。
- (二) 婚姻：已婚有 306 位，佔 37.7%，未婚有 505 位，佔 62.3%。
- (三) 學歷：高中職以下有 233 位，佔 28.7%，大專院校有 511 位，佔 63%，研究所以上有 67 位，佔 8.3%，
- (四) 職業：學生有 280 位，佔 34.5%，商業有 200 位，佔 24.7%，軍公教有

- 152 位，佔 18.7%，工業有 89 位，佔 11%，自由業有 90 位，佔 11.1%。
- (五) 月收入：30000 元及以下有 262 位，佔 32.3%，30001-45000 元有 430 位，佔 53%，45001-60000 元有 83 位，佔 10.2%，60001-75000 元有 26 位，佔 3.2%，75001 以上有 10 位，佔 1.2%，
- (六) 地區：北部（台北、桃、竹、苗）有 234 位，佔 28.9%，中部（中、彰、雲、嘉）有 212 位，佔 26.1%，南部（台南、高、屏）有 184 位，佔 22.7%，東部（宜、花、東）有 181 位，佔 22.3%。

表一 人口統計資料摘要表

項目	次數	百分比
(一) 性別：男性	415	51.2
女性	396	48.8
(二) 婚姻：已婚	306	37.7
未婚	505	62.3
(三) 學歷：高中職以下	233	28.7
大專院校	511	63.0
研究所以上	67	8.3
(四) 職業：學生	280	34.5
商業	200	24.7
軍公教	152	18.7
工業	89	11.0
自由業	90	11.1
(五) 月收入：30000 元及以下	262	32.3
30001-45000 元	430	53.0
45001-60000 元	83	10.2
60001-75000 元	26	3.2
75001 以上	10	1.2
(六) 地區：北部（台北、桃、竹、苗）	234	28.9
中部（中、彰、雲、嘉）	212	26.1
南部（台南、高、屏）	184	22.7
東部（宜、花、東）	181	22.3

二、因素分析

根據研究目的與量表之設計總共萃取 4 個因素，因素分析以主成分並應用最大變異法，因素分別命名為「選手表現」、「觀賞感受」、「轉播品質」與「球評表現」，累積解釋變異量達 61.53%，以 Cronbach's α 值檢驗構面因素內部一致性，各構面 Cronbach's α 值均超過.76，請參閱表二。

表二 因素分析摘要表

構面名稱	問 項	因素 負荷量	特徵值	變異量	累積 變異量	內部一 致性 係數
選手表現	3 選手攻擊表現積極	.79	3.45	17.26	17.26	.92
	1 選手能沉穩應戰	.78				
	5 選手打球力道掌控得當	.76				
	4 選手防守表現突出	.75				
	2 選手打球技巧高超	.74				
觀賞感受	10 看到自己支持的選手超水準，感到開心	.77	3.11	15.57	32.83	.89
	7 比賽過程過癮、不冷場	.76				
	9 看到選手情緒、表情變化，感到有趣	.74				
	8 現場觀眾互動良好	.64				
	6 現場氣氛熱鬧、加油聲熱絡	.61				
轉播品質	12 精彩畫面有特寫	.81	2.96	14.84	47.68	.87
	13 畫面清晰、訊號穩定	.81				
	11 精彩鏡頭有重播	.78				

構面名稱	問 項	因素 負荷量	特徵值	變異量	累積 變異量	內部一 致性 係數
球評表現	14 計分設備清楚呈現	.64				
	15 轉播、重播時段適宜性	.48				
	19 球評評論時機適當	.80	2.77	13.85	61.53	.76
	20 球評評論也能增進我的知識	.74				
	18 球評評論很專業	.65				
	17 球評評論深入淺出	.61				
	16 球評評論活潑不呆板	.53				

三、性別與婚姻在觀賞行為因素差異比較

(一) 性別：性別在「選手表現」、「轉播品質」與「球評表現」等項目之獨立樣本 t 檢定未達顯著水準，顯示男性或女性在這些因素之分析沒有顯著的差異。性別在「觀賞感受」之獨立樣本 t 檢定達顯著水準 (t 值為 2.47)，男性比女性觀賞者更同意「觀賞感受」的觀點，達到顯著差異，請參閱表三。

表三 性別在因素的獨立樣本 t 檢定摘要表

因素	男性平均數 女性平均數	男性標準差 女性標準差	t 值	顯著性	比較
選手表現	16.54	4.41	.67	.500	
	16.34	3.95			
觀賞感受	17.04	3.58	2.47*	.014	男性 > 女性
	16.42	3.63			
轉播品質	18.29	3.43	1.61	.106	
	17.90	3.38			
球評表現	17.64	3.58	-1.44	.148	
	18.00	3.41			

*p<.05

(二) 婚姻在「轉播品質」與「球評表現」之獨立樣本 t 檢定未達顯著水準，顯示已婚或是未婚觀賞者在這些因素之分析沒有顯著的差異。婚姻在「選手表現」與「觀賞感受」之獨立樣本 t 檢定達顯著水準 (t 值為 4.41 與 2.85)，已婚比未婚觀賞者更同意「選手表現」與「觀賞感受」的觀點，達到顯著差異，請參閱表四。

表四 婚姻在因素的獨立樣本 t 檢定摘要表

因素	已婚平均數 未婚平均數	已婚標準差 未婚標準差	t 值	顯著性	比較
選手表現	17.27	3.97	4.41*	.000	已婚 > 未婚
	15.94	4.25			
觀賞感受	17.20	3.62	2.85*	.004	已婚 > 未婚
	16.46	3.59			
轉播品質	18.37	3.46	1.74	.081	
	17.94	3.36			
球評表現	18.06	3.41	1.53	.126	
	17.67	3.55			

*p<.05

四、學歷、職業、月收入與地區在觀賞行為單因子變異數分析

(一) 學歷：在「觀賞感受」、「轉播品質」與「球評表現」的單因子變異數分析沒有達到顯著水準，顯示不同學歷的觀賞者在「觀賞感受」、「轉播品質」與「球評表現」之間沒有顯著差異。學歷在「選手表現」的單因子變異數分析顯示 F 檢定值為 12.65，達到顯著水準。大專院校比高中職以下與研究所以上的觀賞者更同意在「選手表現」的觀點，達到顯著差異，請參閱表五。

表五 學歷在因素單因子變異數分析摘要表

因素		平方和	自由度	平均平方和	F檢定	比較
選手表現	組間	433.27	2	216.63	12.65*	2>1、3
	組內	13831.03	808	17.11		
觀賞感受	組間	76.80	2	38.40	2.94	
	組內	10536.33	808	13.04		
轉播品質	組間	4.51	2	2.25	.19	
	組內	9423.15	808	11.66		
球評表現	組間	12.91	2	6.45	.52	
	組內	9952.80	808	12.31		

註：*p<.05。1 為高中職（含）以下，2 為大專院校，3 為研究所以上。

(二) 職業：在「觀賞感受」、「轉播品質」與「球評表現」的單因子變異數分析沒有達到顯著水準，顯示不同觀賞者在「觀賞感受」、「轉播品質」與「球評表現」之間沒有顯著差異。職業在「選手表現」的單因子變異數分析顯示 F 檢定值為 6.75，達到顯著水準。軍公教比學生、從商者，和自由業更同意在「選手表現」的觀點，達到顯著差異，請參閱表六。

表六 職業在因素單因子變異數分析摘要表

因素		平方和	自由度	平均平方和	F檢定	比較
選手表現	組間	462.96	4	115.74	6.75*	3>1、2、5
	組內	13801.34	806	17.12		
觀賞感受	組間	69.50	4	17.37	1.32	
	組內	10543.63	806	13.08		
轉播品質	組間	103.50	4	25.87	2.23	
	組內	9324.16	806	11.56		
球評表現	組間	72.52	4	18.13	1.47	
	組內	9893.193	806	12.27		

註：*p<.05。1 為學生，2 為商，3 為軍公教，4 為工業，5 為自由業。

(三) 月收入：月收入在「轉播品質」與「球評表現」的單因子變異數分析沒有達到顯著水準，顯示不同月收入的觀賞者在「轉播品質」與「球評表現」之間沒有顯著差異。月收入在「選手表現」與「觀賞感受」的單因子變異數分析顯示 F 檢定值為 5.56 與 3.02，達到顯著水準。月收入 30001-45000 元比 30000 元及以下的觀賞者更同意在「選手表現」的觀點，月收入 30001-45000 元比 75001 元以上的觀賞者更同意在「觀賞感受」的觀點，均達到顯著差異，請參閱表七。

表七 月收入在因素單因子變異數分析摘要表

因素		平方和	自由度	平均平方和	F檢定	比較
選手表現	組間	383.18	4	95.79	5.56*	2>1
	組內	13881.12	806	17.22		
觀賞感受	組間	157.31	4	39.32	3.02*	2>5
	組內	10455.82	806	12.97		
轉播品質	組間	64.37	4	16.09	1.38	
	組內	9363.28	806	11.61		
球評表現	組間	107.74	4	26.93	2.20	
	組內	9857.97	806	12.23		

註：*p<.05。1 為 30000 元及以下，2 為 30001-45000 元，3 為 45001-60000 元，

4 為 60001-75000 元，5 為 75001 以上。

(四) 地區：地區在「轉播品質」的單因子變異數分析沒有達到顯著水準，顯示不同地區觀賞者在「轉播品質」之間沒有顯著差異。地區在「選手表現」、「觀賞感受」與「球評表現」的單因子變異數分析顯示 F 檢定值為 7.45、6.32 與 2.79，達到顯著水準，北部比中部與南部的觀賞者更同意在「選手表現」與「觀賞感受」的觀點，達到顯著差異，但是「球評表現」事後比較未達顯著差異，請參閱表八。

表八 地區在因素單因子變異數分析摘要表

因素		平方和	自由度	平均平方和	F檢定	比較
選手表現	組間	384.54	3	128.18	7.45*	1>2、4
	組內	13879.76	807	17.19		
觀賞感受	組間	243.65	3	81.21	6.32*	1>2、4
	組內	10369.49	807	12.84		
轉播品質	組間	74.05	3	24.68	2.13	
	組內	9353.61	807	11.59		
球評表現	組間	102.29	3	34.09	2.79*	事後比較未發現 顯著差異
	組內	9965.71	807	12.22		

註：*p<.05。1 為北部，2 為中部，3 為南部，4 為東部。

五、相關分析

皮爾遜相關分析顯示「選手表現」、「觀賞感受」、「轉播品質」與「球評表現」的相關分析都達到顯著水準，尤其以「觀賞感受」與「球評表現」的關係最高（係數為.55），「選手表現」與「轉播品質」的關係次之（係數為.52），請參閱表九。

表九 相關分析摘要表

因素	選手表現	觀賞感受	轉播品質	球評表現
選手表現	1.00			
觀賞感受	.40*	1.00		
轉播品質	.52*	.41*	1.00	
球評表現	.33*	.55*	.46*	1.00

*p<.05

肆、討論

一、討論

- (一) 性別與婚姻在觀賞行為因素差異比較，男性比女性觀賞者更同意「觀賞感受」的觀點，已婚比未婚觀賞者更同意「選手表現」與「觀賞感受」的觀點，均達到顯著差異。此研究結果發現男性對於比賽過程的緊湊、選手情緒反應，和現場的氣氛、互動等項目有較高的專注力。此與張家榮（2004）、張家豪（2004）、蔡佳容（1991），以及 Wenner & Gantz（1991）的研究結果相近，皆認為男生偏好緊湊、有互動感的比賽。婚姻方面顯示已婚者有較著重人際互動的傾向，相較於未婚者可以獨來獨往的狀況，已婚者可能是因為對家庭成員有責任等緣故，會較積極地投入與家人等群體的互動活動。而在吳珩潔（2002），以及陳永宜（2005）的研究有類似的看法，認為已婚者有注重人際互動的特質。
- (二) 學歷在「選手表現」的單因子變異數分析顯示達到顯著水準，大專院校比高中職以下與研究所以上的觀賞者更同意在「選手表現」的觀點，達到顯著差異，此研究結果顯示學歷高者，對選手的表現要求較高，也比較重視專業表現，故對於國際水準的網球比賽中，選手的表現有較高的評價，此與陳永宜（2005）、楊人智（1996）的研究成果一致。
- (三) 職業在「選手表現」的單因子變異數分析達到顯著水準，軍公教比學生、從商者，和自由業更同意在「選手表現」的觀點，達到顯著差異，在李堂立（2004）、吳章明（2005），以及林哲生（2004）的研究中曾指出早期網球運動係由軍隊參與而帶動此一運動，另外，公教人員亦因為生活安定、球場增設等原因，而以網球為較固定、有社交或健身功能的運動，此看法與本研究結果相互呼應。
- (四) 月收入 30001-45000 元比 30000 元及以下的觀賞者更同意在「選手表現」的觀點，月收入 30001-45000 元比 75001 元以上的觀賞者更同意在「觀賞感受」的觀點，均達到顯著差異，相較而言，月收入在 30001-45000 元的觀眾，在「選手表現」與「觀賞感受」觀點的評價較高，表示他們在網球比賽觀賞中顯得較其他收入觀賞者更投入，然而此一結果是否意味著月收入在 30001-45000 元的民眾是網球主要支持族群，則有待往後研究進一步探討。不過可以肯定的是，此一族群的民眾，可藉由「選手表現」與「觀賞感受」等方面觀賞需求的刺激，提高觀賞滿意度或認同感，甚至是引發相關的消費行為（林千源，1994；林哲生，2004；劉美稚，1998）。
- (五) 北部比中部與南部的觀賞者更同意在「選手表現」與「觀賞感受」的觀點，達到顯著差異，但是「球評表現」事後比較未達顯著差異。雖然觀賞溫布頓網球公開賽都必須經由電視轉播，每個人看到的畫面都一樣，但對北部觀眾來說，仍對「選手表現」與「觀賞感受」觀點評價較高，推論原因可能是因為北部觀眾普遍來說比較有機會參與現場接觸體育運動，故而會著重球技與看球時的感受等方面因素的緣故（陳永宜，2005；張家榮，2004）。
- (六) 相關分析：皮爾森相關分析顯示「選手表現」、「觀賞感受」、「轉播品質」與「球評表現」的相關分析都達到顯著水準，尤其以「觀賞感受」與「球評表現」的關係最高，「選手表現」與「轉播品質」的關係次之，從分析當中以及許多研究顯示「選手表現」、「觀賞感受」、「轉播品質」與「球評表現」的關係相當密切。觀眾在網球公開賽電視轉播的觀賞行為因素上，並非只受某一個因素影響，而是受到「選手表現」、「觀賞感受」、「轉播品

質」，與「球評表現」等因素交互作用、相互影響的。也就是說，觀眾觀賞網球公開賽電視轉播時，會同時注重、考量「選手表現」、「觀賞感受」、「轉播品質」，與「球評表現」方面的電視轉播觀賞行為因素，此結果亦驗證李淑珍（1993）、張家榮（2004）、游進忠（1996），以及 Rubin（1981）研究中，收視行為與收視評價之間有正向相關關聯的論點。

二、建議

- （一）由於男性較著重「觀賞感受」的觀點，已婚者較著重「選手表現」與「觀賞感受」的觀點，軍公教者較著重「選手表現」的觀點，月收入 30001-45000 元的觀眾較著重「選手表現」與「觀賞感受」的觀點。故而建議針對男性球迷，在網球活動推廣，以及運動行銷工作上，可在「觀賞感受」方面的觀賞需求予以強化。針對已婚球迷，可加強在「選手表現」與「觀賞感受」方面的觀賞需求，針對職業為軍公教的球迷，則可強調在「選手表現」方面的觀賞需求，針對月收入 30001-45000 元的觀眾，則可著重在「選手表現」與「觀賞感受」方面的觀賞需求。
- （二）觀賞行為因素之間具有關聯性，表示觀眾觀賞電視轉播球賽時，受到多個面向的共同影響。因此建議在提昇網球運動節目觀賞人口的工作上，應全盤考量運用「選手表現」、「觀賞感受」、「轉播品質」，與「球評表現」等因素，才能相互影響發揮最大的乘數效果，達到事半功倍的推廣效果。
- （三）本研究在觀眾月收入與觀賞行為因子方面的研究結果上，在月收入 30001-45000 元的觀眾有較投入球賽觀賞的傾向，但是否此一族群即代表為網球運動支持者的主流，則有待後續研究的進一步驗證。
- （四）觀眾在「轉播品質」觀點的評價，似乎在本研究中無顯著差異，推論原因，可能是觀眾對於看電視此一活動，視為生活中理所當然的一部份，加上現今電視機製作品質，和轉播的訊號傳送技術皆有一定水準，因此並不會特別去顧慮觀賞時斷訊、畫質不清晰等問題。但本研究仍要強調觀賞球賽時此一基本的條件，仍不應該缺少或忽視。甚至可進一步比較透過不同電視機種類，例如：平面電視、液晶電視、電漿電視等，在觀賞畫質滿意度上的看異，以作為提昇觀賞者觀賞品質的參考依據。
- （五）雖然觀眾在「球評表現」觀點的評價，在本研究中的影響並不明顯，但精關、專業的球評解說，仍能與電視轉播球賽各觀賞行為因子，發揮相得益彰之效（請參考本研究皮爾遜相關分析之結果）。因此，本研究仍肯定各體育台提供球評解說的相關服務，本研究亦不排除在題項選取上，有不甚周全，或是球評的水準未能獲得觀眾認同等狀況的可能性。故而，建議後續研究可嘗試針對此一議題，進一步深入研討與探究，以提供更完善、更專業的球評解說服務面向。

參考文獻

李堂立（2004）。*台灣網球運動發展之研究（1945－2000）*。未出版碩士論文，國

- 立臺東大學，台東市。
- 李淑珍（1993）。*台北市大學生收看體育運動電視節目的動機與行為及相關因素之研究*。未出版碩士論文，國立體育學院，桃園縣。
- 忻雅蕾（2005）。*電視媒體運動觀賞者觀賞動機、人格特質與情感反應之研究*。未出版碩士論文，國立政治大學，台北市。
- 吳珩潔（2002）。*大台北地區民眾休閒滿意度與幸福感之研究*。未出版碩士論文，國立臺灣師範大學，台北市。
- 吳章明（2005）。*台灣企業贊助運動賽會效益之研究—以第九屆東方錶盃大專網球賽為例*。未出版碩士論文，國立體育學院，桃園縣。
- 周靈山（2005）。*大學生觀賞電視轉播運動競賽動機、行為與滿意度研究—以2004年雅典奧林匹克運動會為例*。台北：小豆芽文化。
- 林千源（1994）。*兄弟象職業棒球隊消費者行為之研究*。未出版碩士論文，國立臺灣師範大學，台北市。
- 林志翰（2005）。*電視棒球球評之資訊行為研究*。未出版碩士論文，世新大學，台北市。
- 林哲生（2004）。*大台北地區網球運動消費者行為研究*。未出版碩士論文，輔仁大學，台北縣。
- 施致平（1998）。*運動管理學論文選輯*。台北：師大書苑。
- 施致平（2001）。中華職籃觀眾參與之預測模式研究。*體育學報*，30，131-142。
- 陳啓森（2001）。*高雄市特殊學校國中階段智能障礙學生暑假期間休閒運動現況調查研究*。未出版碩士論文，國立臺灣體育學院，台中市。
- 陳永宜（2005）。*超級籃球聯賽消費者行為之研究*。未出版碩士論文，國立臺灣師範大學，台北市。
- 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，國立臺灣師範大學，台北市。
- 張家豪（2004）。*2003 SBL 現場觀眾參與動機與滿意度之研究*。未出版碩士論文，國立臺灣師範大學，台北市。
- 黃金柱（1993）。*體育運動策略性行銷*。台北：師大書苑。
- 游進忠（1996）。*台北市民眾收看有線電視新聞之動機與滿足研究*。未出版碩士論文，國立政治大學，台北市。
- 程紹同（1998）。*運動贊助策略學*。台北：漢文書店。
- 程紹同（1999）。第五促銷元素—跨世紀百億美元的贊助理念解析。*廣告雜誌*，101，82-88。
- 程紹同（2002）。*運動管理學導論*。台北：華泰文化事業公司。
- 榮泰生（2000）。*企業研究方法*。台北：五南。
- 楊人智（1996）。*中華職籃公司現場比賽服務品質之研究*。未出版碩士論文，國立體育學院，桃園縣。
- 蔡佳容（1991）。*國中生刺激尋求動機與休閒取向之相關研究*。未出版碩士論文，

- 國立彰化師範大學，彰化市。
- 蔡明達（1989）。*體育競賽活動觀賞行為之研究*。未出版碩士論文，國立台灣大學，台北市。
- 劉美稚（1998）。*台灣職業棒球消費行為之研究*。未出版碩士論文，國立政治大學，台北市。
- 曠湘霞（1986）。台灣地區成年民眾電視節目收視動機研究。*新聞學研究*，53，77-133。
- 溫布頓網球公開賽官方網站 http://www.wimbledon.org/en_GB/index.html。
- 緯來體育台 <http://sport.videoland.com.tw/chn/jc.asp>。
- 麗台運動報（2006年7月10日）。*溫布頓網球賽—費德勒4連霸，草地48連勝*。
http://www.ltsports.com.tw/NewWeb/news.asp?no=48619&N_Class=6。
- Gantz, W. (1981). An exploration of viewing motives and behaviors associated with television sports. *Journal of Broadcasting*, 25, 263-275.
- Gay, L. R. (1996). *Educational research: Competencies for analysis and application*. Englewood Cliffs, NJ: Merrill, Prentice-Hall.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill.
- Ozanian, M. E., Atre, T., Fink, R., Reingold, J., Kimelman, J., Osterland, A., & Sklar, J. (1995). Suite deals: why the new stadiums are shaking up the pecking order of sports franchises. *Financial World*, 9, 42-56.
- Rubin, A. M. (1981). An examination of television viewing motivations. *Communication Research*, 8, 141-167.
- Stotlar, David K. (2001). *Developing Successful Sport Sponsorship Plans*. Morgantown, WV: Fitness Information Technology, Inc.
- Wenner, L. A. (1998). (Ed). *MediaSport*. London: Routledge.
- Wenner, L.A., & Gantz, W. (1989). The audience experience with sports on television. In Wenner, L. A. (Ed.), *Media, sports, & society* (pp.241-269). Newbury Park, CA: Sage.
- Wenner, L. A. & Gantz, W. (1991). Men, women, and sports: Audience experiences and effects. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 35, 233-243.
- Whannel, G. (1992). *Fields in Vision: Television Sport and Cultural Transformation*. Routledge, London.