



國北教大體育第八期

活力、卓越、創新

目錄

壹、實證研究

不同球體對桌球反手推擋學習之研究.....3

林建豪

營利性公辦民營游泳池之顧客滿意度研究-以國立臺北教育大學

泳健館為例.....11

黃志騏、郭妍麟、楊啟文、蔡貴蘭、鍾任翔、陳志福

貳、文獻評述

思考體育運動時的體罰及暴力問題.....21

吳萬福

論田徑的跑步運動教學取向.....26

水心蓓

美國職棒獨立聯盟門票訂價策略之探討-以糖城蚊子隊為例.....36

尤欽弘、林顯丞、楊啟文

多功能巨蛋體育館餐飲零售營運管理實務探討-以東森經營時期

之臺北小巨蛋為例.....42

臧國帆、黃蕙娟

探究運動熱情、運動員認同與運動承諾之相關.....	54
---------------------------	----

胡凱揚、周嘉琪、王聖文

青少年休閒運動價值觀養成之探討—以資訊融入教學網路短片欣賞為媒介.....	62
---------------------------------------	----

林顯丞、林俊傑、黃瑞臻

附錄

國立臺北教育大學「國北教大體育」投稿須知.....	72
---------------------------	----

不同球體對桌球反手推擋學習之研究

The research of the table tennis backhand block learning on different ball size

林建豪
中原大學

摘要

本研究目的在探討大學學生桌球反手推擋學習是否會受到40mm與44mm不同球體所影響？方法：本研究為準實驗研究，採不等組前後測設計，針對二班大學二至四年級選修初級桌球課程學生，每班兩人配對編組後，隨機分成「40mm球組」、「40與44mm混合球組」與「44mm球組」等三組，實際所得後測有效樣本為40mm球20組40名、混合球19組38名與44mm球16組32名，共55組110名學生為研究對象，三組學生皆接受前測、實驗處理、後測等實驗程序，並以成對樣本 t 檢定、單因子共變數分析等統計方法進行考驗。結果：1、40mm球、混合球與44mm球三組不同球體在反手推擋學習均有顯著的進步；2、三組不同球體之間在反手推擋學習達顯著差異，事後比較的結果，44mm球組顯著優於40mm球組，其他組別之間未達顯著差異。結論：大專初級桌球課程中不管使用40mm球、44mm球，或是兩種球體混合教學，在反手推擋的學習皆會有顯著的進步，但使用60分鐘，也就是整節課採用44mm球體教學，在反手推擋的學習可以獲得最好的教學效果。

關鍵詞：球體大小、動作技能

Key words: ball size、motor skill

壹、緒論

一、問題背景

桌球是一項受歡迎且入門簡單的運動項目，但因為桌球的球體較小、速度較快、旋轉角度的拿捏若沒有經過有效的指導與訓練，球體的控制並不容易，造成初學者在欠缺對球的敏感度與動作熟練的情況下，無法正確有效的啟動揮拍，或因為配合的對象在對打練習時，無法控制力道和方向，進而降低學習興趣並影響學習表現(石昌益，2004；陳光紫、陳淑滿，2007；陳金海、吳燕貴、侯淑玲，2006)。因此提供良好的教學工具與策略，讓學習者能儘快掌握正確的桌球動作技能，是每一位教師應盡的責任。

桌球教學時，球速是影響學習者擊球動作反應時間與動作時間的關鍵因素(王季瑜，2009)，因為技能的獲取是經過正確技術過程的重覆學習及演練，才能固定技術水準及要求，完成技能的攝取(張博夫，1992)。因此初學者在不熟悉基本動作的情形下，若能降低球的飛行與旋轉速度，這樣不僅可以爭取較多的反應時間來完成正確的擊球動作，也可以避免運動傷害的發生(謝麗娟、劉研秀、林育田，2003)。此外，教師教導初學者學習桌球基本動作時，初期動作的連貫性與穩定性較差，進行練習時極易受外界因素的干擾，因此在這一階段經常採用減低難度的訓練方法，在練習時給予助力或利用輔助器械，使得初學者較容易獲得良好的本體感覺，迅速建立中樞神經系統與運動系統的良好聯繫，而習得基本的動作技能，並隨著初學者掌握技術狀況的不斷提高，便逐漸去掉助力與修正動作，使初學者在正常條件下掌握正確的技術動作(田麥久，1998)。在此前提下，改變器材的材質與尺寸，來幫助運動訓練與教學，是許多運動項目中常見的事情，例如：44mm 桌球、海綿網球、塑膠空心高爾夫球、橡膠棒球等。

44mm 桌球由於球體直徑的加大，造成球體飛行與旋轉速度變慢(吳文嘉、馮聖欽、謝文堂、蔡憲國，2005；陳裕芬，2007；Tang, Mizoguchi & Toyoshima, 2002；Zhang, 2002)，提高了初學者擊球的準確度(王婷姿，2012)，進而增加正手擊球(陳光紫，2008)與反手推擋的來回擊球拍數(林建豪、蔡宗憲、吳德成、李玉麟、陳秋丹，2013a、2013b)，使得桌球擊球的基本動作學習得以確實完成，而提高對桌球運動的興趣(陳光紫、曾瑞城，2005；陳光紫、陳淑滿，2007)。但在這些文獻中的實驗控制皆為 40mm 與 44mm 球體獨立教學的比較研究，然而桌球規則採用的是 40mm 球體，因此 44mm 球體只能做為一種教學工具，最後仍回到實際 40mm 的球體教學。那麼 44mm 球體在實際的教學情況中，是否有必要整節課程中實施？還是 44mm 球體在課堂上只介入部分時間，在同一節課中和 40mm 球體的混合教學也可以達到相同的學習成效？因此本研究除了以 40mm 和 44mm 球體兩組實驗對象外，另增加一組 40mm 與 44mm 兩種球體教學的混合組，來探討不同球體對桌球反手推擋學習的影響。

二、研究目的

- (一)瞭解不同球體對學生桌球反手推擋學習的影響
- (二)分析不同球體之間學生桌球反手推擋學習的差異情形

貳、方法

一、研究對象

本研究以大學二至四年級選修初級桌球課程二班 144 名學生為研究對象，每班兩人配對編組後，隨機分成使用 40mm 球體教學的「40mm 球組」、40mm 與 44mm 球體各 30 分鐘教學的「混合球組」與 60 分鐘 44mm 球體教學的「44mm 球組」等三組不同球體的教學。為求實驗的嚴謹性，因此扣除實驗期間二次(含)以上缺課人員組別，以及前、後測驗時的缺課人員組別，實際所得後測有效樣本為 40mm 球體 20 組 40 名、混合球體 19 組 38 名與 44mm 球體 16 組 32 名，共 55 組 110 名學生為研究對象。

二、研究工具

本研究所使用的工具為 18 桌 Donic 桌球檯，桌球拍為 72 支 Butterfly 球拍，18 盒(40 mm)Donic 牌桌球與 18 盒(44 mm)Nittaku 牌桌球。

三、研究步驟

(一)實驗控制

實驗時，每張球桌分配四人，且兩人配對做為反手推擋組合，以球檯直線作為反手連續推擋擊球範圍。在施測時（包含前、後測），三組不同球體教學均使用現在桌球規則規定的 40 mm 球進行施測，以免因球體不同而產生測驗上的誤差。而在實驗開始後，不論是教學或是練習，「40mm 球組」固定使用 40 mm 球練習 60 分鐘，而「混合球組」先以 44mm 球練習 30 分鐘，接著再以 40 mm 球練習 30 分鐘，第三組「44mm 球組」則是固定使用 44mm 球練習 60 分鐘。而每節課程結束前，學生也必須填寫教學記錄表，做為教學過程的追蹤記錄，

(二)練習方式

本研究教學以 Mosston 之練習式教學法為主，包含 (1)課程的決定：引起興趣。(2)課中的執行：教師示範、學生模仿、批評矯正、反覆練習。(3)課後的評估：考查成績等三個步驟(陳偉瑀、張宏明，1997)。且為了有效控制課程進度與了解學習者的個別差異，每位學生發給作業卡(task cards)記錄學習者的學習進度，以提高課程活動進行的精確性(周宏室，1995)。另外在實驗過程中，嚴格要求受試者儘量不做課後練習，以達實驗控制。

(三)研究流程

本研究共分三階段八週進行實驗：第一階段在實驗第一週取得學生同意後，先進行實驗說明、分組與填寫基本資料後，先講解正確桌球反手推擋擊球動作要領，然後告知受試者有關反手連續推擋擊球規定及施測方式，再施以反手連續推擋擊球前測，測驗工具仍以 40mm 球體為主；第二階段，三組每週在課堂時間進

行兩節100分鐘的教學與練習，共計六週；第三階段，最後一週進行桌球反手推擋學習後測，測驗工具仍為40mm球體，並登錄成績。

1.測驗方法：受試者使用反手連續推擋擊球，擊球成功過網一次算一拍，可允許失誤，累計雙方連續擊球一分鐘之拍數總和。受試者有2次連續推擋機會，並取較高拍數做為前、後測之依據。

2.記錄：教師記錄一分鐘來回連續擊球次數，將2次成績登錄至「反手推擋」測量記錄表，並將後測拍數減去前測拍數較高的數據登記在進步幅度的欄位中。

3.注意事項：施測過程中只允許使用反手推擋擊球，不可使用其他技術，如正手擊球、搓球...等，一旦使用其他技術該球將不予計拍，但仍繼續施測至一分鐘結束為止。

四、資料處理

本研究將蒐集的資料，以 SPSS for Windows 18 統計軟體程式處理，使用的統計方法如下：

(一)描述統計分析三組桌球反手推擋前、後測與進步幅度的平均數、標準差等敘述統計量。

(二)以成對樣本 t 檢定考驗三組不同球體對學生反手推擋學習的影響。

(三)本研究以前測反手推擋拍數為共變數，後測反手推擋拍數為依變數，利用獨立樣本單因子共變數分析考驗三組不同球體對桌球反手推擋學習之差異情形。

(四)本研究統計顯著水準定為 $\alpha=.05$ 。

參、結果

一、不同球體對學生桌球反手推擋學習的影響

為檢驗大學學生桌球反手推擋學習是否會受到不同球體所影響。本研究先將樣本區分為40mm球、40+44mm混合球與44mm球等三組，經前測、六週教學與後測後，其敘述統計摘要如表1。

由表1得知，三組學生在桌球反手推擋後測拍數皆優於前測，經成對樣本 t 檢定發現，在40mm球、混合球與44mm球三組， t 值分別為7.390、6.250、4.883, $p<.05$ ，達顯著水準，表示40mm球、40+44mm混合球與44mm球三組學生經不同球體教學後，在桌球反手推擋學習均有顯著的進步。

表1 三組學生桌球反手推擋敘述統計與成對樣本統計摘要表

球體大小	組數	前測		後測		進步幅度		調整平均數	前後測 t 值
		M	SD	M	SD	M	SD		
40mm 球組	20	55.10	15.79	68.00	12.87	12.90	7.81	69.539 ^a	7.390*
40+44mm 混合組	19	63.37	12.64	76.58	13.30	13.21	11.79	73.405 ^a	4.883*
44mm 球組	16	54.56	14.76	75.75	10.37	21.19	13.56	77.595 ^a	6.250*

^a為使用下列值估計出現在模式的共變量：前測=57.8

* $p < .05$

二、不同球體對桌球反手推擋學習之間的差異情形

本研究係採準實驗設計，為避免因其他變項對依變項所產生的混淆效果，除採實驗控制的方法儘量將其他變項加以控制外，並以共變數分析的方法將上述變項的影響予以排除，組內迴歸係數同質性考驗結果(表2)，反手推擋測驗組別的自變項與共變項前測成績的交互作用項考驗的 $F(2,49)=1.765$, $p > .05$ ，未達顯著水準，表示三組迴歸線的斜率相同，亦即共變項前測分數與依變項後測成績間的關係不會因自變項各處理水準的不同而有所差異，以各實驗處理組的共變項前測拍數來預測依變項後測拍數所得到的各條迴歸線之迴歸係數並無不同，符合共變數分析中組內迴歸係數同質性的假定，因此可繼續進行變共變數的分析。

表2 反手推擋組內迴歸係數同質性考驗結果分析摘要表

來源	SS	df	MS	F 值	p 值
組別×前測拍數	296.129	2	148.064	1.765 ^{n.s.}	.182
誤差	4111.471	49	83.908		

^{n.s.} $p > .05$

由表3共變數摘要表中可看出，排除共變項前測拍數對依變項後測拍數的影響力之後，自變項組別(不同球體)對依變項後測拍數所造成的實驗效果顯著，組間效果項考驗的值， $F(2,51)=3.344$, $p < .05$, $\eta^2=.116$ ，達顯著水準，表示後測拍數的高低會因受試樣本所接受實驗處理自變項的不同，而有顯著的差異存在，即排除前測拍數的影響後，三種不同球體教學實驗處理效果項顯著，效果量 η^2 為.116，顯示自變項在排除共變項的影響後，對依變項的解釋變異為11.6%。由於自變組別的水準有三組，在其共變數分析檢定結果達到.05的顯著水準後，必須進一步進行事後比較，以得知是那幾組受試樣本在依變項的平均數有顯著差異存在。

三個處理水準調整後的平均數之事後比較。其中40mm球與44mm球兩組之間的實驗處理效果顯著， $p < .05$ ，其平均的差異值為8.056；至於44mm組與混合組和40mm組與混合組之間，學生的反手推擋學習則沒有顯著的影響。

表3 單因子共變數分析摘要表

來源	SS	df	MS	F 值	p 值	η^2 值	事後比較
共變項(前測拍數)	3536.032	1	3536.032	40.915	.000	.445	
組間效果(不同球體)	577.942	2	288.971	3.344	.043*	.116	44mm 球>40mm 球
組內(誤差)	4407.600	51	86.424				
總數	303655.000	55					

$p < .05$

肆、討論

一、不同球體對學生學習桌球反手推擋的影響

不同球體對學生桌球反手推擋學習的影響，經前測、六週教學與後測後，得到研究結果：亦即不管接受的40mm球、40+44mm混合球與44mm球體教學後，其桌球反手推擋學習皆有顯著性進步，這與林建豪等(2013a、2013b)研究中以40mm與44mm球教學對桌球反手推擋有顯著進步，以及陳光紫(2008)研究中以40mm與44mm球教學對桌球正手擊球有顯著進步的結果是一致的，可見不管用40mm球、40+44mm混合球與44mm球體教學，對於桌球初學者來說，反手推擋都會有顯著的學習成效。

二、不同球體對桌球反手推擋學習之間的差異情形

三組不同球體在桌球反手推擋學習之間達顯著差異，事後比較的結果，發現40mm球與44mm球組在學生反手推擋學習之間達顯著差異。這與林建豪等(2013a、2013b)研究中以40mm與44mm球體教學在桌球反手推擋學習之間達顯著差異，以及陳光紫(2008)研究中以40mm與44mm球體教學在桌球正手擊球之間有顯著差異的結果相同，可見44mm球確實對初學者桌球反手推擋學習有實質上的幫助。

此外，40mm球與混合球兩組未達顯著差異，從表1的進步幅度來看，兩組之間的進步幅度差異不大，未見到30分鐘的44mm球練習對學生反手推擋的幫助。此一原因，從干擾理論來看，可能初學者動作記憶因兩種球體的速差，造成動作記憶本身被儲存的訊息所干擾(林清和，1996)，也可能是初學者早期動作的連貫性與穩定性較差，進行練習時因兩種球體速度的差異，造成擊球動作時間不同所影響，以至於無法建立良好的本體感覺，導致中樞神經系統與運動系統的連繫不佳(田麥久，1998)，因此達不到44mm球應有的教學效果，還是有其他的原因，或者只是本研究樣本的個別案例，則有待後續研究。

三、結論與建議

綜合而言，大專初級桌球課程中不管使用40mm球、40+44mm混合球或44mm球教學後，在反手推擋的學習皆會有顯著的進步，但使用60分鐘，也就是整節課採用44mm球教學的方法，在反手推擋可以獲得最好的學習成效。因此建議從事桌球教學的教師與專業人員可以使用44mm球做為反手推擋的教學工具。而對於後續研究方面建議則有兩項：(一)混合球體教學是否會造成初學者學習的干擾，此一部分仍待後續人員進行研究；(二)在桌初級課程中，44mm球體介入教學週數的長短，幾週可獲最大教學效果？以幫助教師獲得最佳回歸40mm球體的教學時間，而達到最好的學習成效。

參考文獻

- 石昌益 (2004)。成就動機、結果回饋對桌球正手擊球動作表現之影響研究。吳鳳學報，12，157-165。
- 王季瑜 (2009)。照度與球速對桌球擊球動作反應時間與動作時間之影響 (未出版碩士論文)。屏東教育大學，屏東縣。
- 王婷姿 (2012)。不同技術能力大專學生對桌球不同直徑球體擊球準確度之影響 (未出版碩士論文)。聖約翰科技大學工業工程與管理，新北市。
- 田麥久 (1998)。論運動訓練計畫。臺北：中國文化大學。
- 周宏室 (1995)。Mosston (摩斯登) 體育教學光譜的理論與應用。臺北：師大書苑。
- 林建豪、蔡宗憲、吳德成、李玉麟、陳秋丹 (2013a)。球體大小對桌球反手推擋學習表現之研究。中原體育學報，2，58-65。
- 林建豪、蔡宗憲、吳德成、李玉麟、陳秋丹 (2013b)。球體大小與能力對桌球反手推擋學習之影響。大專體育學刊，15(3)，269-276。
- 林清和 (1996)。運動學習程式學。台北，文史哲。
- 吳文嘉、馮聖欽、謝文堂、蔡憲國 (2005)。桌球直徑增大及11分賽制對訓練的影響。文化體育學刊，3，84-87。
- 陳光紫 (2008)。球體大小與選修次數對桌球正手擊球連續對打表現之影響。大專體育學刊，10(4)，17-29頁。
- 陳光紫、曾瑞成 (2005)。44 毫米桌球運動初探。中華體育季刊，19(4)，92-99。
- 陳光紫、陳淑滿 (2007)。樂趣化教學—44 毫米球在桌球課程上之應用。大專體育，90，19-25。
- 陳金海、吳燕貴、侯淑玲 (2006)。目標難度與回饋方式對大學生桌球發球學習效果及內在動機的影響。長榮大學學報，10(2)，39-49。
- 陳裕芬 (2007)。桌球運動規則修改後技術及戰術之發展趨勢探討。大專體育，88，132-136。

- 陳偉瑤、張宏明 (1997)。傳統體育教學的革新－談Mosston 練習式教學法。大專體育，33，122-128。
- 張博夫 (1992)。運動訓練理論與方法。臺北：盈泰。
- 謝麗娟、劉研秀、林育田 (2003)。九十一年度全國大專桌球選手運動傷害調查分析。北體學報，11，143-149。
- Tang, H. P., Mizoguchi, M. & Tooshima, S. (2002). Speed and spin characteristics of the 40mm table tennis ball. *International Journal of Table Tennis Sciences*, 5, 278-284.
- Zhang, X. (2002). A technical investigation into the ITTF Large Ball Tournament in Suzhou. *International Journal of Table Tennis Sciences*, 4, 54-58.

**營利性公辦民營游泳池之顧客滿意度研究—
以國立臺北教育大學泳健館為例**

**Customer satisfaction of profit operate-transfer
swimming pool—A case of National Taipei University
of Education sports center**

黃志騏¹、郭妍麟¹、*楊啟文¹、蔡貴蘭²、鍾任翔³、陳志福⁴

國立臺北教育大學¹、高雄醫學大學²、長佳機電工程公司³

臺中市立惠文高級中學⁴

摘要

營利性公辦民營游泳池的數量在臺灣逐漸的成長，但文獻對於其消費者的研究還有所不足。因此，本研究的目的在探討營利性公辦民營游泳池消費者之人口統計變項、生活型態、滿意度及人口統計變項與生活型態對於滿意度的影響。研究採用問卷發放的方式來收集資料，研究對象為國立臺北教育大學泳健館之消費者，共發出 320 份問卷，回收有效問卷有 297 份。研究結果發現：一、泳健館整體滿意度的平均分數為 3.8，滿意度接近「滿意」，而消費者感到滿意的構面依平均分數排序為「價格與方便性」、「服務品質」、「環境與硬體設施」、「行銷策略」和「場館設計」。二、生活型態的「消費方式」構面在滿意度方面有顯著的差異，「購買課程」的消費者在滿意度方面顯著的高於「購買會員」的消費者。因此，本研究建議：一、強化消費者體驗價值。二、開發多元行銷策略。三、建立完備客訴系統。

關鍵詞：運動行銷、顧客滿意度、營利性公辦民營游泳池、市場區隔

Key words: sport marketing, customers satisfaction, profit operate-transfer swimming pool, marketing segmentation

通訊作者* 姓名：楊啟文 地址：臺北市大安區和平東路二段 134 號體育學系

E-mail: cyang1@tea.ntue.edu.tw 電話: (02)2737-3309

壹、緒論

一、問題背景

游泳是臺灣民眾追求健康人生與享受生活樂趣的休閒選項之一，這項運動是作為舒解壓力、全身性運動、復健運動以及增進身體健康與生活情趣的休閒運動，深受全民所喜愛（陳和睦，1993）。近年來，在政府的法令推動之下，國內的游泳池設備數量有逐漸的成長情形（許家榮，2002），許多的學校也不斷的在建置游泳池，但由於有限的人力資源與經費的狀況之下，許多游泳池都開始委外經營，根據教育部（2007）的資料顯示，2005年有53所（佔12.41%）學校的游泳池供委外經營，到了2007年，成長至76所（佔17.17%），由此可知，委外經營的游泳池數量與百分比都有所成長，游泳池委外經營的模式在臺灣是個趨勢。

本研究的目的是在於探討營利性公辦民營游泳池消費者之人口統計變項、生活型態、滿意度及人口統計變項與生活型態對於滿意度的影響，期盼研究結果有助於這類型運動場館經營的行銷者更瞭解他們的消費者；另外，本研究也嘗試提供一些行銷策略的建議，希望有助於業者提升其行銷策略的效率。

貳、文獻探討

一、顧客滿意度

Cardozo (1965) 是最早提出顧客滿意度觀念的學者，該學者認為顧客滿意度會增加顧客再次購買的行為，且會購買相同品牌的其他產品。Howard 與 Sheth (1969) 指出從顧客的評價與比較兩種成份來定義顧客滿意度，他們認為顧客滿意度是對其購買付出與獲得的報酬是否適當的一種認知狀態，並視顧客滿意度為消費者所期望的產品利益實現的程度。在市場高度競爭的環境中，提高顧客滿意度是業者維繫顧客、業者獲利與達成永續經營的最佳指標（Fonvielle, 1997; Kotler, 1991）。在國內學者方面，方信淵（1997）認為顧客滿意度是消費者或顧客所付出與實際所得到的價值是否合理的一種感覺。李宗鴻（2003）則認為滿意度係指消費者使用產品後個人對產品評量整體滿意度的感覺，是一種整體性、概括性的表現。張佩婷與林玫萱（2012）則認為顧客滿意是顧客對某一服務的期望（Expectation）與服務提供者實際提供出的知覺績效（Perceived Performance）相比較之結果，顧客在比較了對服務或產品的績效認知與自身的期望之後，所產生的一種愉快或失望的感知狀態。

二、市場區隔之基礎

市場區隔最早由 Smith (1956) 所提出，Smith 認為市場區隔的基礎是建立在市場需求面的發展上，並針對產品和行銷活動做更合理和確實的調整，以使其適合消費者或使用者之需要。Kotler (2000) 將消費者市場主要的區隔變數分為四類：（一）地理性變數：將市場區分為不同的地理單位，例如地區、城鄉、城市大小、人、密度或氣候等；（二）人口統計變數：以一些基本的人口統計變數作為區隔，

例如性別、年齡、家庭人數、所得、職業、宗教信仰、種族、國籍等；(三) 心理變數：依心理特質變數來區隔，例如生活型態、人格、個性、價值觀等；(四) 行為變數：依消費者的行為來區隔，例如購買時機、追求利益、使用狀況、使用率、忠誠度等。而國內學者周文賢 (2001)則將消費市場區隔變數依性質分為五類：(一)基本變數：性別、年齡、教育程度、所得、籍貫、婚姻狀況、家庭生命週期等；(二)地理區域：行政區、氣候區、人口密度等；(三)生活型態：活動、興趣、意見等；(四) 人格特質：個性、性向；(五)消費情境：購買動機、使用時機、考慮因素、未滿足需求、使用利益等。

三、游泳池顧客滿意度之相關研究

根據文獻回顧得知，過去已經有許多有關人口統計變項或生活型態對於游泳池滿意度影響的研究，這些研究結果發現年齡 (李俞麟，2004；康正男等，2008；陳亦伸，2011；莊涵文等，2011)、職業 (李俞麟，2004)、教育程度 (李俞麟，2004；張國忠，2007；莊涵文等，2011)、收入 (葉美玲，2006；莊惟臣，2011)、性別 (陳瑞辰，2008；莊惟臣，2011)、活動時段 (陳瑞辰，2008；陳亦伸，2011；莊涵文等，2011)、使用頻率 (陳瑞辰，2008；康正男等，2008)、每月游泳池花費 (陳瑞辰，2008)、至游泳所花費時間 (陳瑞辰，2008)及繳費方式 (康正男等，2008；莊涵文等，2011)在消費者滿意度方面都有影響。

其中有幾篇是研究人口統計變項或生活型態對公辦民營游泳池消費者之滿意度的影響，康正男、胡林煥、黃欽永、葉正與陳國華 (2008)的臺大綜合體育館服務滿意度之研究顯示，年齡、繳費方式及使用頻率在場館滿意度有影響，在年齡方面，年齡20歲以下、31-40歲、41-50歲和 51-60歲的會員其對於場館「軟硬體設施」滿意度高於 61-70 歲以上的會員，31-40歲的會員對「服務品質」滿意度低於 61-70歲會員；在繳費方式方面，半年繳費的會員其對於場館「軟硬體設施」及「環境氣氛」滿意度明顯高於單次繳費會員；在使用頻率方面，使用頻率高的會員(一週 1次以上、一週2-3次、一週4次以上)在場館「軟硬體設施」滿意度高於使用頻率較低的會員(兩週1次)。

陳瑞辰 (2008)的臺北縣三重市地區游泳池消費者滿意度之研究顯示，性別、活動時段、月活動次數、月游泳池花費及至游泳所花費時間對顧客滿意度有影響，在性別方面，男泳客在「軟體設施」之滿意度高於女性泳客；在活動時段方面，以晨泳場(8點以前)為主的泳客在「游泳池經營」構面的滿意度高於上午場(08:00-12:00)與下午場(12:00-17:00)；在月活動次數方面，平均每月活動次數 21 次以上的泳客在「軟體設施」之滿意度高於每月活動次數在 11-15 次的泳客；在平均月花費方面，平均月花費 500 元以下的泳客在「軟體設施」之滿意度高於平均每月花費 1001-2000 元的泳客，另外在「硬體設施」與「游泳池經營」也是高於平均每月花費 501-1000 元、1001-2000 元、2001-3000 元以上的泳客；在花費時間方面，花費 10 分鐘以內至游泳池的泳客對「軟體設施」、「硬體設施」與「游泳池經營」的滿意度顯著高於 11-20 分鐘的泳客。

葉美玲 (2006)的臺北市立北投區運動中心消費者滿意度之研究顯示，不同月收入的消費者在整體顧客滿意度有顯著差異，月收入在 50000 元以下的消費者在整體顧客滿意度中高於月收入在 50001-90000 的消費者。

參、研究方法

一、資料的收集

本研究使用問卷的發放來收集資料，抽樣的方式採取立意抽樣，預試問卷發放的時間為 2013 年 5 月 21 至 5 月 27 日，正式問卷發放時間為 2013 年 6 月 16 至 6 月 23。研究的對象為國立臺北教育大學泳健館之泳客，目前泳健館委託長佳機電工程股份有限公司來經營，該公司為達欣工程之關係企業，長佳機電在原本的 50 公尺室內溫水泳池、兒童池、SPA、蒸氣室及烤箱等設備之外，在游泳池旁增資了 450 萬新建健身房。

二、研究工具

本研究使用自編的問卷「國立臺北教育大學泳健館顧客滿意度問卷」來收集資料，該問卷的編製是參考邱裕新 (2008)、徐永億 (2007)、陳文銓 (2009)、陳亦伸 (2011)、康正男、葉允棋與林謙如 (2011) 及張國忠 (2009) 之游泳池滿意度量表，問卷編製完成之後，交由專家修正，並且實施預測。量表採用李克特式量表 (Likert scale) 五點計分法，受試者針對題目所陳述語句，從「非常不滿意」(以1表示)、「不滿意」(以2表示)、「普通」(以3表示)、「滿意」(以4表示)、「非常滿意」(以5表示)五個選項中勾選適合的選項，分數越高者代表對題目同意度的程度越高。量表分為四個部分，第一部分為消費者人口統計變項，共11題；第二部分為消費者生活型態，共12題；第三部分為顧客滿意度，共43題；第四部分為開放性的問題，詢問消費者對游泳池的建議。

(一) 預試量表之信效分析

為收集不同時段之受試者，預試問卷所發放的時間為2013年5月21至5月27日之三個尖峰時段，分別為上午8:00-10:00、下午16:00-18:00與晚上20:00-22:00，資料收集者以口頭的方式詢問受試者填寫問卷，如已做過問卷，則不再重複問卷的實測。總計回收130份問卷，扣除15份無效問卷，共有115份有效問卷。

問卷進行探索性的因素分析與信度分析來考驗本研究之顧客滿意度量表。探索性的因素分析方面採用「主成分因素分析」並以最大變異法(Varimax)進行直交轉軸來萃取因素，以確定問卷各部份之因素構面，因素個數的決定主要是依據特徵值的大小，特徵值越大，代表該量表的解釋力越強，一般而言，特徵值需大於1，才可視為一個因素。因素分析結果其KMO值取樣適切性達0.916，接近1，球形檢定卡方值為4802.716 ($p < .05$)，達顯著水準，表示資料適宜進行因素分析，所得結果共萃取出五個因素，檢視各因素內之題項後將其分別命名為服務品質(11題)、環境與硬體設備(12題)、行銷策略(10題)、場館設計(6題)與價格與方便性(4題)，解釋變異量分別為49.01%、8.78%、6.22%、3.85%、3.09%，全量

表的解釋變異量為70.96%。

信度考驗方面以 Cronbach's α 檢定量表的內部一致性，所得結果 Cronbach's α 係數分別為服務品質.96、環境與硬體設備.95、行銷策略.94、場館設計.94、價格與方便性.81，總量表的 Cronbach's α 係數為.97，顯示本量表具有良好的信效度。

(二)正式量表信效分析

正式量表於 2013 年 6 月 16-6 月 23 日施測，同樣也是在三個尖峰時段收集資料，共回收 320 份問卷，剔除填答不完整與隨意填寫共 23 份，有效問卷回收 297 份。問卷進行探索性的因素分析與信度分析來考驗本研究之顧客滿意度量表。探索性的因素分析方面採用「主成分因素分析」並以最大變異法(Varimax)進行直交轉軸來萃取因素，以確定問卷各部份之因素構面。因素分析結果其 KMO 值取樣適切性達 0.944，接近 1，球形檢定卡方值為 9750.019 ($p < .05$)，達顯著水準，表示資料適宜進行因素分析，所得結果共萃取出五個因素，符合預試結果。服務品質(11 題)、環境與硬體設備(12 題)、行銷策略(10 題)、場館設計(6 題)、價格與方便性(4 題)，解釋變異量分別為 41.67%、7.33%、6.28%、5.35%、3.21%，全量表的解釋變異量為 63.66%。

信度考驗方面以 Cronbach's α 檢定量表的內部一致性，所得結果 Cronbach's α 係數分別為服務品質.93、環境與硬體設備.92、行銷策略.93、場館設計.95、價格與方便性.78，總量表的 Cronbach's α 係數為.97，顯示本量表具有良好的信效度。

三、資料處理與分析

本研究使用 SPSS20.0 統計套裝軟體處理資料統計與分析，茲就本研究各部份所使用之統計方法說明如下：

(一)以描述性統計呈現人口統計變項、生活型態及顧客滿意度。

(二)以獨立樣本 t 檢定性別、婚姻及居住地對於顧客滿意度是否有顯著的差異。

(三)以單因子變異數分析(One-Way ANOVA)檢驗家庭人數、教育程度、家庭月收入、職業、年齡、家庭月娛樂費支出、每月消費次數、消費方式、使用時間、消費原因在顧客滿意度中是否具有顯著的差異，事後比較(Post Hoc Tests)則採用杜凱法， α 檢定數值為.05。

肆、研究結果

一、人口統計變項

如表一所示，受試者以女性居多，共 160 人佔 53.9%，男性有 137 人佔 46.1%。婚姻狀況，已婚 157 人佔 52.9%，未婚 140 人佔 47.1%。居住地以臺北市大安區為主，共 182 人佔 61.3%，其他地區 115 人佔 38.7%。家庭人口部分，1-2 人有 19 人佔 6.4%，3-4 人有 191 人佔 64.3%，5-6 人有 78 人佔 26.3%，7-10 人有 9 人佔 3.0%。教育

程度方面，國中以下6人佔2.0%，初中或國中有8人佔2.7%，高中或高職31人佔10.4%，大專或大學167人佔56.2%，研究所以上85人佔28.6%。職業方面，學生人59人佔19.9%，家管41人佔13.8%，工類13人佔4.4%，商類32人佔10.8%，資訊業13人佔4.4%，自由業14人佔4.7%，服務業42人佔14.1%，軍公教28人佔9.4%，金融保險業23人佔7.7%，其他32人佔10.8%。年齡20歲以下25人佔8.4%，21-30歲82人佔27.6%，31-40歲76人佔25.5%，41-50歲64人佔21.5%，51-60歲31人佔10.4%，61-70歲16人佔5.4%，70歲以上3人佔1%。家庭月收入60000以下有100人佔33.7%，60001-80000有55人佔18.5%，80001-100000有46人佔15.5%，100001-120000有36人佔12.1%，120001以上60人佔20.2%。

表1 泳健館消費者之人口統計變項資料

項目	百分比	次數	項目	百分比	次數
一、性別			五、居住地		
男	46.1%	137	大安區	61.3%	182
女	53.9%	160	其他	38.7%	115
二、婚姻			六、家庭人數		
已婚	52.9%	157	1-2 人	6.4%	19
未婚	47.1%	140	3-4 人	64.3%	191
五、三、教育程度			5-6 人	26.3%	78
國中以下	2.0%	6	7-10人	0.9%	9
初中或國中	2.7%	8	七、家庭月收入		
高中或高職	10.4%	31	60000以下	33.7%	100
大專或大學	56.2%	167	60001-80000	18.5%	55
研究所以上	28.6%	85	80001-100000	15.5%	46
四、職業			100001-12000	12.1%	36
學生	19.9%	59	120001以上	20.2%	60
家管	13.8%	41	八、年齡		
工類	4.4%	13	20歲以下	8.4%	25
商類	10.8%	32	21-30歲	27.6%	82
資訊業	4.4%	13	31-40歲	25.6%	76
自由業	4.7%	14	41-50歲	21.5%	64
服務業	14.1%	42	51-60歲	10.4%	31
軍公教	9.4%	28	61-70歲	5.4%	16
金融保險業	7.7%	23	71歲以上	1.0%	3
其他	10.8%	32			

二、生活型態

表二為泳健館消費者之生活型態，受試者有80.5%每月娛樂費用支出在2萬元以下。50.8%的受試者每月於泳健館消費次數為1-5次，18.5%的受試者於泳健館消費次數為6-10次，30.6%的受試者每月於泳健館消費次數在11次以上。最主要於泳健館消費的原因是離家近(21.7%)、設備優良(17.2%)與價格便宜(15.7%)。46.5%的受試者是使用單次購票，24.2%的受試者是使用票卷，23.2%的受試者有購買會員，只有6.1%的受試者曾經購買過課程。43.1%的受試者有固定使用時段，56.9%的受試者沒有固定使用時段。有固定使用時段的受試者最常使用時段為下午13:30-18:00(30.8%)，而沒有固定時段使用者較長使用時段同樣為下午13:30-18:00(37.3%)。43.1%受試者單次使用時間在60分鐘以內，51.2%受試者單次使用時間在61-120分鐘。泳健館若開設新課程最想參加的項目前三名分別為瑜珈(25.8%)、水中體適能(20.1%)及舞蹈(12.1%)。

表2 泳健館消費者之生活型態資料

項目	百分比	次數	項目	百分比	次數
一、家庭月娛樂費支出			五、使用時間		
20000以下	80.5%	239	60分以內	43.1%	128
20001-30000	11.4%	34	61-120分	51.2%	152
30001-40000	4.4%	13	121分以上	5.7%	17
40001以上	3.7%	11	六、最想參加之新課程		
二、每月消費次數			瑜珈	25.8%	68
1-5次	50.8%	151	舞蹈	20.1%	53
6-10次	18.5%	55	籃球	12.1%	32
11次以上	30.6%	91	七、消費原因		
三、消費方式			離家近	21.7%	65
單次購票	46.5%	138	設備優良	17.2%	52
使用票卷	24.2%	72	價格便宜	15.7%	47
購買會員	23.2%	69	其他	46.4%	135
購買課程	6.1%	18			
四、是否有固定使用時段					
有	43.1%	128			
無	56.9%	169			

三、顧客滿意度之現況分析

(一)顧客滿意度

由表三得知，滿意度平均分數高低依序為「價格與方便性」(M=3.89)、「服務品質」(M=3.88)、「環境與硬體設施」(M=3.83)、「行銷策略」(M=3.76)、「場館設計」(M=3.62)。

表3 顧客滿意度平均數與標準差

	個數	最小值	最大值	平均數	標準差
價格與方便性	297	2.00	5.00	3.89	.50
服務品質平均	297	2.55	5.00	3.88	.50
環境與硬體設備平均	297	2.08	5.00	3.83	.49
行銷策略平均	297	2.00	5.00	3.76	.50
場館設計平均	297	2.30	5.00	3.62	.50
滿意度總分	297	114.0	215.0	163.0	18.30

(二)人口統計變項與生活型態對顧客滿意度的影響

根據獨立樣本 t 檢定的結果顯示，「性別」、「婚姻狀況」與「居住地」對於顧客滿意度皆沒有顯著的影響。而根據單因子變異數分析結果顯示，「家庭人數」、「教育程度」、「家庭月收入」、「職業」、「年齡」、「家庭月娛樂費支出」、「每月消費次數」、「使用時間」與「消費原因」對於顧客滿意度也沒有顯著的影響，只有「消費方式」在顧客滿意度方面有顯著的影響($F(3,293)=3.170$, $p<.05$)，經杜凱法事後比較後，結果顯示「購買課程」的消費者 ($M=3.96$) 在滿意度方面明顯的高於「購買會員」的消費者 ($M=3.67$)。

伍、討論與建議

本研究結果發現，消費者各個滿意度構面的排名依序為「價格與方便性」、「服務品質」、「環境與硬體設施」、「行銷策略」、「場館設計」，其滿意度的平均分數範圍介於3.62-3.89之間，所以可以推論消費者對於游泳池的滿意度指數接近於滿意。另外，本研究結果與康正男等 (2008)與莊涵文等 (2011)的研究結果相同，顯示生活型態對於消費者滿意度有所影響，本研究結果顯示購買課程的消費者滿意度高於購買會員的消費者，通常購買會員的消費者為使用頻率與忠誠度較高的消費者，根據本研究結果的推論，游泳池的游泳課程可能非常的成功，造成該類型的消費者滿意度高於高頻率使用與高忠誠度的消費者。另外，從開放性的問卷得知，部分消費者提到泳健館在游泳池採光的部分、人員服務的方面、冬天熱水供應的部分及促銷活動的吸引力部分都還可改善；因此，本研究提出一些改善建議如下：

(一)強化消費者體驗價值

大部分的消費者還是介意自己金錢上面的花費是否能夠與所獲得的體

驗成正比。因此建議泳健館在門票價格方面應該與所提供的場地設施要能夠互相配合，例如室外休息區所提供的桌椅應隨時保持清潔並放置驅蚊劑、夜晚燈光保持明亮、提供免費吹風機以及沐浴乳等盥洗用具，在游泳池水質的檢查，地面的整潔，或是救生員的巡邏等服務均要時時刻刻重複檢查，以加強消費者體驗價值的感受。

(二)開發多元行銷策略

為掌握不同消費方式的客群的需求，進而制定符合顧客需求之行銷策有助於提升泳健館顧客整體滿意度，例如：

1.單次購票、使用票卷：對單次購票及使用票卷的消費者可採用新鮮、創意的行銷手法吸引消費者，例如主題行銷(彩色泳裝、角色扮演)、價格行銷(特定時段開放半價門票、臉書打卡折扣優惠)、異業合作(優惠卷、抽獎活動)。

2.購買課程：針對購買課程之消費者可於特殊節日(母親節、父親節、兒童節)推出課程優惠、套餐課程(課程A+B或是父母+小孩的系列課程)，讓消費者有物超所值的感受。

3.購買會員：購買會員之消費者應由以「量」取勝之模式，轉變為「質」之提昇，與顧客建立長期的互惠關係，例如推行金卡或白金卡制度、個人化商品(專屬置物櫃、吹風機、提袋、毛巾、杯子)、生日(生日獻禮、免費攜伴一名)、預約停車位等，使消費者有身為會員的尊榮感。

(三)建立完備客訴系統

為建構顧客與場館暢通的溝通管道，可於場館內放置顧客意見投遞箱、設置線上顧客意見諮詢系統，使顧客能更方便掌握泳健館各項資訊並能即時的傳遞各種建議與缺失。

參考文獻

- 方信淵 (1997)。公立大學游泳池對外開放顧客滿意度之比較研究-以臺灣師大、清華大學為例 (未出版碩士論文)。國立臺灣師範大學，臺北市。
- 李宗鴻 (2003)。全國大專校院運動場館現況調查與學生使用滿意度之研究 (未出版碩士論文)。國立屏東師範學院，屏東縣。
- 李俞麟 (2004)。游泳俱樂部會員參與行為與滿意度之研究-以寬明游泳俱樂部為例 (未出版碩士論文)。輔仁大學，臺北市。
- 吳玫琪 (2005)。臺北縣烏來風景區民宿遊客之動機與滿意度相關研究 (未出版碩士論文)。國立臺灣師範大學，臺北市。
- 周文賢 (2001)。多變量統計分析SAS/STAT之應用。臺北市：智勝。
- 邱裕新 (2008)。公立大學校院溫水游泳池對冬季使用者參與動機與滿意度之研究-台北地區為例。台灣水域運動學報，(1)，51-70。
- 徐永億 (2007)。室內游泳池體驗行銷之研究-以臺灣中部地區為例。嘉大體育健康休閒期刊，6(2)，24-35
- 陳文銓 (2009)。游泳池消費者服務品質與消費忠誠度之影響。屏東教大運動科學學刊。(5)，153-166。
- 陳亦伸 (2011)。臺中市室內溫水游泳池顧客背景變項對滿意度影響研究。休閒保健，(5)，211-218
- 陳和睦 (1993)。游泳池的經營管理。國民體育季刊，22(1)，76-85。

- 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)。國立臺灣師範大學，臺北市。
- 康正男、胡林煥、黃欽永、葉正、陳國華 (2008)。顧客對臺大綜合體育館服務滿意度之研究。臺大體育學報，11，51-76。
- 康正男、葉允棋、林謙如 (2010)。消費體驗、參與動機、顧客滿意及顧客忠誠之研究-以臺灣大學溫水游泳池為例。臺灣體育運動管理學報，10(2)，65-85。
- 教育部 (2007)。96學校體育統計年報。臺北市：國立臺灣師範大學體育研究與發展中心。
- 教育部 (2011)。99學校體育統計年報。臺北市：國立臺灣師範大學體育研究與發展中心。
- 張佩婷、林玫萱 (2012)。服務品質、顧客滿意度與購買動機-以土城區北城游泳池為例。休閒保健，(7)，131-142。
- 張國忠 (2009)。高雄市游泳池參與者消費選擇因素之研究。嘉大體育健康休閒期刊，8(3)，73-83。
- 莊惟臣 (2011)。游泳俱樂部服務品質、顧客滿意度與忠誠度之研究-以臺中市鄉村游泳俱樂部為例 (未出版碩士論文)。國立臺灣體育學院，臺中市。
- 莊涵文、童蘭琪、黃俊彥 (2011) 室內游泳池服務品質與顧客滿意度之相關性研究-以傳盈溫水活水養生休閒館為例。臺灣水域運動學報，(2)，90-105。
- 許家榮 (2002)。消費者選擇游泳池之考量因素與泳池價格彈性之研究 (未出版碩士論文)。國立臺灣體育學院，臺中市。
- 葉美玲 (2006)。體驗行銷、體驗價值、顧客滿意度與忠誠度關係探討-以臺北市立北投區運動中心為例 (未出版碩士論文)。國立臺南大學，臺南市。
- Cardozo, R. N. (1965). An experimental study of customer effort, expectation and satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 2(3), 244-249.
- Fonvielle, W. (1997). How to know what customers really want. *Training and Development*, 51, 40-44.
- Howard, J. A., & Sheth, J. N. (1969). *The theory of buyer behavior*. New York: John Willy & Sons.
- Kotler, P. (1991). *Marketing management: Analysis, planning, implementation, and control* (7th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Kolter, P. (2000). *Marketing management*. New Jersey: Prentice Hall International.
- Praff, M. (1977). The index of customer satisfaction measurement and opportunity: The conceptualization of consumer satisfaction and dissatisfaction. In H. K. Hunt (Ed.), *Consumer satisfaction/dissatisfaction* (pp. 24-27). Cambridge, MA: Marketing Science Institute.
- Smith, W. R. (1956). Product different and market segmentation as alternative marketing strategies. *Journal of Market*, 12, 3-8.

思考體育運動時的體罰及暴力問題

The discussion of corporal punishment and violence in Physical Education

吳萬福

國立臺北教育大學

壹、前言

光復前，台灣的中、小學教育中，已存在體罰暴力問題不論在體育教學，課外運動，甚至其他各科教學或社團活動，均難免發生或多或少的體罰及暴力事件。但是台灣光復以後，上述體罰及暴力行為似乎有減少或變化。但是在國小階段仍然存在。調皮不守常規的學生被任課教師罰站、罰跪，自打耳光、伏地臂屈伸，甚至以竹片鞭打等體罰行為。

經半世紀後的民國八十年代，歷若干次教育改革後我國中、小學在各科教學或課外活動指導時已少見指導者的體罰及暴力行為。雖然如此，仍有若干學校的運動代表隊在平時訓練或參加比賽時，仍可發現教師或教練採用體罰行為，甚至學長或資深社員(選手)以暴力對付學弟或資淺社員。其目的雖說是為矯正學生、選手的不當言行，使其參賽時能克敵致勝，或創造優異紀錄，但其體罰行為或施暴卻會使學生、選手極大的衝擊。

筆者在台灣光復前經過六年的尋常小學、二年的高等小學、半年有餘的師範學校預科的日據時期教育，而親眼看到教師在正課教學式、課外活動指導時執行體罰的實況與學長對學弟施暴的情形。但是台灣光復後再接受師範學校普師科及師範學院(現台灣師大)計七年時幾乎未遇見學生遭受師長的體罰行為。師院畢業後，自民國四十四年奉派至國立台北師範學校擔任教職迄今已歷五十八載有餘，其間對小、中、大學等各級學校的體育課、運動訓練(包括社團與代表隊)實況予以留意，但未曾撰文論述其利弊。此次研閱日本大修館書店出版之月刊「體育科教育」(江森一郎，2013；森川順夫、中塚義實、溝口紀子，2013)，杏林學院出版之「體育之科學」(束原文郎，2013；黃順姬，2013)，加上今年8月26~28日出席日本體育學會的64屆大會時聆聽大會所舉辦的緊急專題研討會「體育・sports的體罰、暴力」研討會後深感有必要撰寫一篇論說以供我國體育・sports

屈同仁參考而執筆本篇文章。

貳、何謂體罰・暴力？

依據行為理論，「罰」是減少或消除人的不良行為的方法，而這種方法伴隨身體痛苦的稱謂「體罰」，而「暴力」是指「毆打」「踢」「咬」等以身體行為做核心的具有組織性的施暴行為。「體罰」「暴力」起源的演變在日本相當顯著。自中古迄今日本民族享受武士階級的統治，其統治手段多靠武力甚至暴力，少有愛民仁政的時期，著名的江戶時代是保持 240 餘年的和平狀態，但是統治者仍屬於武士頭領的德川幕府。至十九世紀中後期，日本勤皇之士推翻德川幕府後建立明治政府而由非幕府人材主持國政，不斷仿效歐美先進國家革新日本。

此時為提升國民素養，實施品德教育，使會體國民必須在幼少年期接受六年教育，然後鼓勵有能力者繼續升學就讀舊制中學。

此時的學校教育仍以儒教精神為依據重視人倫、生活知識、技能的提升為主，以便趕上歐美先進國家的水準。除外，特別重視人倫上下關係……命令、服從，以便來日為國家、社會效勞，加上長年受武士階級的統治與封建社會的道德思想，在家庭、學校(寺小屋)受教育時，屢受教師、學生們的教誨甚至施展暴力、推展體罰，使學生致力提升學習效果。而這種傳統性思想與行為一至流傳至第二次世界大戰結束時。至於受日本統治五十年的台灣學校教育中的體罰及暴力行為來說，只要受過日據時期的中、小學教育者必有深刻的體驗。被統治者接受教育時只能聽從統治者所派任的教師指導。專心從事學習活動，其間若有散心、偷懶、閒談或其他違規言行時必受教師的懲罰，其懲罰不外乎罰站打耳光、竹片抽屁股、原地蹲坐、課外打掃等。目的是透過懲罰行為使學生能知過改善不再違犯校規或了解應遵守的事項，以奠訂良好學習生活的基礎。

至台灣光復迄今已歷六十八年有餘其間經多次教改，學校教育的目標、課程、設備、方法等改進不少。但在各種教學中，教師執行體罰事件卻仍然不斷發生。據近日媒體報導 (聯合報 102 年 11 月 22 日教育版)，依據人本教育基金會針對五都國中、小學的現場調查，發現台北市國小體罰率 37.7% 最高，國中以台南市 66.8% 排第一，其他直轄市的體罰率亦破兩成，亦發現體罰以「罰站」最多，其次是「持續做某種特定的動作」(例如交互蹲跳、半蹲一段時間等)，甚至是教師直接打學生或學生互打等。

由上述調查結果，脫離殖民地教育並以自由民主自誇會的中華民國台灣的中、小學教育仍存在相當比例的體罰件數。對此現象，不知教育行政主管、教師、家長、各級民意代表，有何感想？

參、在體育教學或課外社團活動(代表隊訓練)所發現的體罰、暴力有

哪些？其原因何在？

列為學校教育課程的「體育」，包括正課教學與課外活動教學兩類。兩者均有指導教師階段擔任指導，尤其前者屬必修課程，不論體能的良莠，運動技能的高低，任何學生均需接受教學。此時身為教師者必須考量學生的身心狀況、教學場地、設備、器材的實況選配合適的教材，並擬定教學計畫與進度實施教學。並且在教學時需環顧所有學生的學習行為，不斷的給予指示、鼓勵，甚至鞭打任性的學生。而這種鞭打任性學生的行為便是體罰之一，也是暴力性行為。當然在上體育課或從事課外運動時，擔任指導的教師所認定並採用的體罰不一定相同，有些體罰行為是起於愛心，所施體罰較輕，並不會構成身心的傷害。但是有些教師(極少數)所採取的體罰，例如打耳光、鞭打、抽打、罰跪、罰跑等過度激烈的是會傷害學生的身心，並且對體育課會產生懼怕及厭惡感。這種現象有時也會發生在運動社團(課外運動)的學(練)習上。高年級或資深學生在練習或比賽時無理壓迫資淺或低年級生甚至施暴，徒其不再參加社團活動從事練習或比賽，探究其原因可能起於下列幾點：

一、教師在教導學生時，為求教學效率，盼望學生全力學習時，發現有若干學生不盡力學習並且擾亂學習情境，而以言行責備或體罰學生。而受體罰學生可能有兩種反應，一是立即全力以赴不斷反覆學習，二是不得不採用應付方式繼續學習，並且對體育課產生厭惡感。

二、平時就討厭上體育課，主要理由是體育老師太過嚴格，加上學生本身不善各種運動技能，常受老師指責，加上同學們的譏笑，已引起上體育課違規的行為。

三、教師上課時採用自由學習方式，使學生自行遊戲或運動，不會從旁予以指導或改進，並使其自行組隊遊戲或比賽，以致發生紊亂無序狀態，另少數調皮、自我中心、專愛表現自我的學生任意表現自我，並且不斷違規以影響整個學習型態與實況。此時有些放任的教師會發現這種現象而對使作亂者的學生予以處罰。

四、體育課或運動社團的學習活動是透過思考、分析與身體的反應所從事的學習(練習)活動。在反覆學習(練習)過程中，不少學生會用腦思考所學的主題，學習得失而使心裡產生喜悅、失意、興奮、驚喜、憤怒與哀傷等情緒，尤其具外向性格者立即會以行為顯現出情緒，甚至影響全班(小組)的學習行為。此時擔任指導的教師或班長、組長會予以肯定或矯正其言行。但是若發現言行過於不當並且妨礙整個學習活動時，教師會採取若干措施，而其中之一便是對主謀者採取體罰措施。

肆、如何消除體罰、暴力，以提升體育教學或社團活動的指導效力？

由上述例子可知在體育教學或運動社團活動所展現的體罰或暴力，多與教師、指導員及學生的情緒、意願、人際關係等因素有關。為此身為教育當局者或現任指導的教師應留意研改下列認知與指導要點：

一、由教育部組織或委託人本教育基金會進一步進行全國各級學校體罰實況調查，以便了解目前在各級學校所採用的體罰現況及施暴情形。

二、經整理上述調查結果後，削減體罰、暴力規程及實施辦法、頒布給各級教育行政機關、學校。

三、由教育部通令各縣市，令各級學校(尤其高中、國中、國小)定期舉辦消滅「體罰、暴力」的研習會或講習會，介紹各國的體罰、暴力實況與預防、消滅方法。

四、由教育部、各縣市教育局(處)通令各級學校，每一學年至少舉辦一次預防或消滅體罰、暴力教學、指導觀摩會，並且事後舉辦座談會。

五、在師資培育課程中，加上學生體罰與暴力的預防及消滅課程，使選修師資課程中有基本思考能力，並且在師資培育大學裡應多蒐集各國及國內各級學校有關體罰、暴力的相關文獻、論說以供師生，甚至家長，利用空閒時間研讀。

伍、結語

體罰、暴力在學校教育中流行相當長的時間而仍然成為我國教育中嚴重問題之一，究其原因可能區分為歷史的背景、成年人的教育觀、現實的需要三點。

台灣於 1895 年曾陷為日本殖民地，而一般民眾自幼年接受日式由上而下的壓迫式教育。就學的學生只要順從教師的指導好好學習即沒事，但若在學習過程中有不當行為或違規時立即會受處罰，而這些處罰包括不少體罰，甚至教師對學生的暴力行為。

至 1945 年台灣光復迄今已歷六十八年有餘，其間義務教育由六年延長至九年，甚至自後年(2015)開始實要延長至高中(12 年)。站在提升一般國民的教育素養，延長義務教育(只要各種條件齊備時)是件好事，但需不需要考慮教育的品質、未來需求？在這種情況下，需不需要先了解我國教育的「得與失」的現況，然後進一步探討未來教育的措施？筆者有感於此，此次將主題放在「體育運動時的處罰、暴力問題」予以論述，以提醒留意我國學校教育問題的人士做參考。

參考文獻

北市國小體罰率。37.7%全國最高。(2013，11 月 22 日)。聯合報，教育版。
江森一郎 (2013)。體罰の社会史。体育科教育，11，10-13。

- 束原文郎 (2013)。社会的文化的体罰の日本・韓國の比較。『*体育の科學*』, 63(10), 775-781。
- 森川順夫、中塚義実、溝口紀子 (2013)。体罰、暴力問題の本質を問う。『*体育科教育*』, 11, 18-28。
- 黃順姬 (2013)。社会的文化的体罰の日本・韓國の比較。『*体育の科學*』, 63(10), 797- 805。

論田徑的跑步運動教學取向

The discussion of the orientation of teaching method in
running in track and field

水心蓓

國立臺北教育大學

摘要

本文首先舉例描述當前田徑課的跑步運動教學現象，接著表明跑步運動教學的存在意義，然後本於應用的觀點，從教材、運動之母等面向闡述跑步運動教學取向。期盼本文內容對未來的田徑運動教學及課程發展能有微薄貢獻。

關鍵詞：田徑運動、田徑教學、跑步運動、體育教學

Keywords: track and field sports, teaching in track and field, running, teaching in physical education

壹、前言

除了培訓專業人力的大學校院體育運動相關學系，自實施興趣選項教學以來(蔡長啟，1984)，田徑課已逐漸退出大學校院的體育運動教學。不論從教師專長(中華民國大專院校體育總會，2013)，田徑運動本質(許樹淵，1992)，民間各種運動項目的參與人數(註：例如對照民間企業舉辦的路跑和各縣市年度運動會的田徑比賽之參與人數)，年度運動比賽舉辦次數(註：例如對照每年度的路跑比賽舉辦次數和縣市以上舉辦的田徑比賽次數)來看，田徑中的跑步運動課應該不至於吸引不了年青學子，事實卻相反。顯然這是一個值得究竟的問題。

若從專業的角度來看，學者專家曾發表大量探究田徑運動課題的論文(杜光玉，1996；吳萬福，1975；陳金春，1999；黃泰源，2005；葉憲清 1973)，也見多位學者撰寫專門著作(許樹淵，1992；翁志成，2006)，所以，田徑運動教學應該難不倒非田徑專長的大學體育教師，也不必擔心年青學子學不到跑步運動技能與知能。再從體育課程面來看，高中(職)及以下體育課，均可見田徑的跑步運動教學(龍騰文化，2007)，所以普遍大學生應該都具備從事田徑各個單項的跑步運動能力，大學校院的田徑跑步課程理應吸引眾多學子選修，然而事實卻非如此，不禁令人懷疑到底是大學之前的田徑運動教學敷衍了事呢？還是教學內容得不到學生認同？不論何種原因，田徑課不再是普遍大學生選修的課程代表田徑運動教學已到了省思改弦更張的時刻。

「跑步」是田徑運動教學的主要構成，雖然田徑運動專業書籍與高中(職)及以下教科書都編列「欣賞」教材，但是，從這些和田徑運動教學有關的專業資料編列的教材教法卻可看出下列端倪：

「以發展速度，縮短跑步時間為核心目標。方法上，把競技運動項目當作編列教材與教法的對象。實施教學時，偏重熟練化單一項目〈群〉的操作技能與需求體能」。

長期接受上述取向編製的教材教法的高中(職)學生，一進入大學之後不願意把田徑運動當作興趣選項之一就不足為奇。因為田徑運動已不足以讓普遍學生感興趣，究其原因即可能和教學取向有關，所以引發筆者以田徑運動的主要構成「跑步運動」為例申論其教學取向。撰文程序上，首先採取舉例描述當前的跑步運動教學現象，接著表明跑步教學的存在意義，然後本於應用的觀點，從教材、運動之母等面向闡述本文主張的跑步運動教學取向。

貳、跑步運動教學現象描述

接受體育運動專業教育者多認同「田徑是一切運動之母」的概念，究其因，田徑的每一單項都由跑跳擲等基本運動能力構成（楊基榮，1982），換句話說，田徑的每一單項雖有其特殊性（金原勇，1981），但終極目標都在遂行本能的競技。也因為都是定型化的比賽項目，在實踐與科學研究相互整合之下累積起來的訓練指導專業知能與技能是為了開發田徑運動員的本能運動能力，以期在單項競技中名列前茅。因此，針對單一項目（群）（例如短距離）的訓練指導知能與技能轉換成跑步運動教材與教法（從高中職體育教科書可資印證），其結果極可能讓普遍學生感受不到學以致用。長久以來，跑步運動教學就存在下列現象：

一、目標設定

跑步運動的教學目標已經從提升跑步能力逐漸轉向提升定型化項目（群）的跑步能力。以百公尺跑為例，本來它的教學目標在提升人們短距離的快速跑能力，但是從教案及教科書資料卻可以明顯窺出教學目標已聚焦在提升百公尺跑能力。事實上，人們需要具備的快速跑能力之多遠非百公尺這個單一項目所能含括，將教學目標定位在提升百公尺跑能力時，學生就喪失學習並涵養其它快速跑能力。

二、教材教法

把定型化跑步項目當作一個教學單元，執教的教師編排在教案中的教材以及教法很直接的就採擷自該單項運動的技能指導法與體能訓練法，如上的指陳可以從高中〈職〉體育教科書及田徑運動專業書籍的對照獲得印證。由於教材教法已圈限在單一跑步運動項目，自然喪失利用教學來發展該單項之外的跑步運動能力。以百公尺跑為例，當教材教法都圈限在提升百公尺跑能力時，學生的直線快跑能力進步了，可是直線快跑只是快跑能力之一，諸如籃球運球快跑、橄欖球持球快跑、足球運球快跑...等，乃至學生背著書包快跑追公車...等等，都不見得學會百公尺項目的快跑技能就能夠應付自如的。

三、評量衍生的負面效應

絕大多數教學後的評量從「時間」著手，跑步所耗時間愈短成績愈高，為了得高分並在同儕之間取得競爭優勢，受測學生當然盡力跑。但是，含有濃厚競技性的跑步測驗結果直接就區分高下，因為冠軍只有一位，再加上全速跑之後的身心疲憊，想來，除了少數擁有強烈競爭樂趣的學生之外，多少學生願意在進入大學之後又把每競(測)必輸的跑步當作興趣選項之一是可想而知的。

四、學習與應用

源自定型化項目的教材教法，當普遍學生從跑步課程中學到的跑步技能難以應用到日常動態生活中時，跑步的實用附加價值就不存在。以百公尺跑教學為例，經過教學，學生的速度進步了，卻不代表課堂學到的技能能滿足日常生活中經常面臨的上下坡、上下階梯跑。這種學習與應用之間無法有效聯結的現象愈顯著則愈容易令學生產生學而無用的意識。試想，當學生花費時間與精力學習的跑步技能不具有日常生活應用價值時，跑步教學如何能得到廣泛學生認同進而選修。

參、跑步運動教學的存在意義

從教學目標、教材教法、評量乃至應用價值等面向來看目前的田徑跑步運動教學確實存在悖離時代潮流；不符普遍國民需求的現象，如此，很自然被多數大學生排除在興趣選項之外。然而，跑步對人們從事各種身體運動或日常動態生活卻有其不可抹殺的存在意義，茲表明如下：

一、應用科學

「體育是應用學門」乃普遍從業者共識，把田徑運動中的跑步當作教學項目，自然應強調「應用」。試將當前的社會區分為校園內外並作對照即可發現「校園內和校園外之間的跑步運動風氣呈強烈落差」。校園外的公園或馬路隨時可見慢跑運動者，每年度所舉辦的路跑比賽次數及參與人數冠居各種運動賽事，參與者的年齡層分布也極廣，顯然，年青學子並非厭惡跑步運動而不在學校體育課中選修田徑的跑步課程，而是編列的教材、教師的施教方法...等欠缺吸引力。舉例來說，從小學到高中，國內學生不乏學習文言文的國文課，到了大學卻殊少見國文系之外的大學生選修文言文。當跑步課程被普遍學生認為類似文言文般缺乏應用價值時，普遍學生願意選修的意願自然不高（註：雖然我們都認知語言表達或寫作缺不了文言文，也了解跑步能力的提升缺不了田徑的各種跑步技術和體能，但是當教材內容已深化到脫離一般人日常活動需求，成為多數人欣賞而不是實踐的實體時，就難以期待多數人會願意參與，在此以文言文為例非貶抑其存在價值，而是純粹從個人認知出發）。因此本文主張「應用，有助於提升日常動態生活能力」是跑步運動存在體育教學的基本條件之一。

二、運動之母

田徑是所有運動之母意指它是所有運動的基本構成，跑步運動的教材教法必需讓學生明顯感到對其學習其它運動有正向貢獻，以百公尺跑為例，當前的教材（詳參閱高中職體育教科書）對提升直線跑速度有正向貢獻，但這個貢獻只是提升速度的一小部分，如果再加上教材與實際教學都鎖定在日常生活中應用性不高

的百公尺跑技術與體能，則田徑的跑步教學已失去扮演一切運動之母的角色。因此本文主張突顯「扮演一切運動之母」的角色也是跑步運動存在體育運動教學的另一基本條件。

三、多元教材

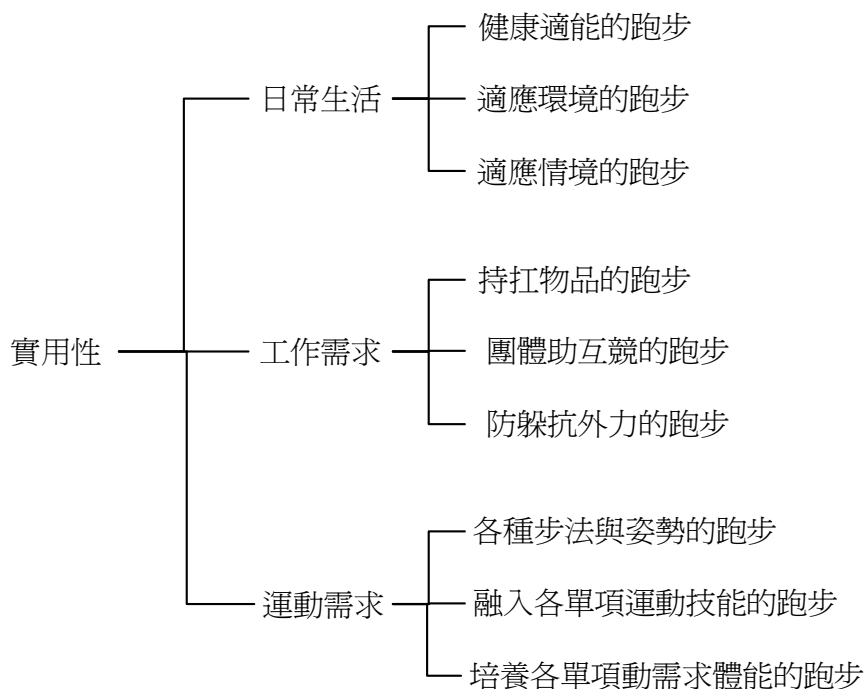
一般學生都具備跑步能力（雖然能力差異大），若要以這種不需要經過教導就會表現的身體運動能力作為體育教學項目，勢必讓學生明顯感覺這項教材有應用價值的前提下源生學習興趣，因此設計並實施多元教材勢必所需。以百公尺跑為例，將競技需求的技術體能列為欣賞與講解教材，臨場實施各種實用性的速度跑教學將更有利於學生發展及應用跑步能力，例如，提或扛重物快速跑的教材，或是團體性的快速跑教材，或是兩人牽手快速跑教材，甚至結合其它運動（例如籃球、足球、棒壘球）的快速跑教材，...等等可能比目前的教材更有利於學生。因此本文主張教材多元化，強調實用性亦是跑步運動存在體育運動教學的另一項基本條件。

肆、跑步運動教學取向

當前的跑步運動慣常被當作「參與某特定運動之前的熱身手段」、「維持或提升健康適能的一種手段」、「參加路跑驗證自我或者同儕聯誼的一種手段」。如果未來的跑步運動在普遍國民意識中的位階仍然如目前，不但其發展受限，對提升國人的跑步能力或者運動風氣都缺乏積極貢獻。將跑步運動落實在學校體育運動教學雖然無助於迅速提升跑步運動風氣，卻是永續發展並提高跑步運動品質的基礎，本文主張實用、多元、突顯運動之母是跑步運動得以存在體育教學並發展為學生願意選修的基本條件，為滿足這些基本條件，就得對目前的跑步運動教學取向作下列調整。

一、以實用為核心編創教材

雖然「效率」才是發展跑步運動技能的核心，也是提升跑步速度、縮短跑步時間的唯一目標，編創任何教材都應該以促進跑步效率為依據，然而，除非培訓競技運動員，否則一味從效率面向編創教材將很容易設限並脫離實用性。本文主張適用於學校體育課跑步教學的教材應該從「實用」的面向來作編創。圖一是編創實用性教材的考量因素，茲以日常生活為例解說如下：



圖一 實用性的跑步運動教材編創取向示意圖

(一)、健康適能的跑步

從國小到大學的每位學生都曾接受健康適能檢測，甚至畢業之後任公職也需通過檢測，這些測驗都含括跑步項目（例如 800、1600、3000 公尺），每位學生都能夠執行這些測驗項目，但是，學生平時缺乏練習，教師沒有利用跑步課程傳授學生配速、呼吸，乃至安全性的跑步技巧（例如監測心跳次數、過程中的步幅步頻調控...等），那麼，年青氣盛的學生一接受完測驗就出現身心疲憊，從而衍生不願意接觸跑步運動的意識，其結果，利用測驗獲知當前各年齡層學生的健康適能水準的同時，卻因為檢測與教學缺乏連結而引起負面效應。因此本文提出編創跑步運動教材應該將健康適能的跑步納入考量。

(二)、適應環境的跑步

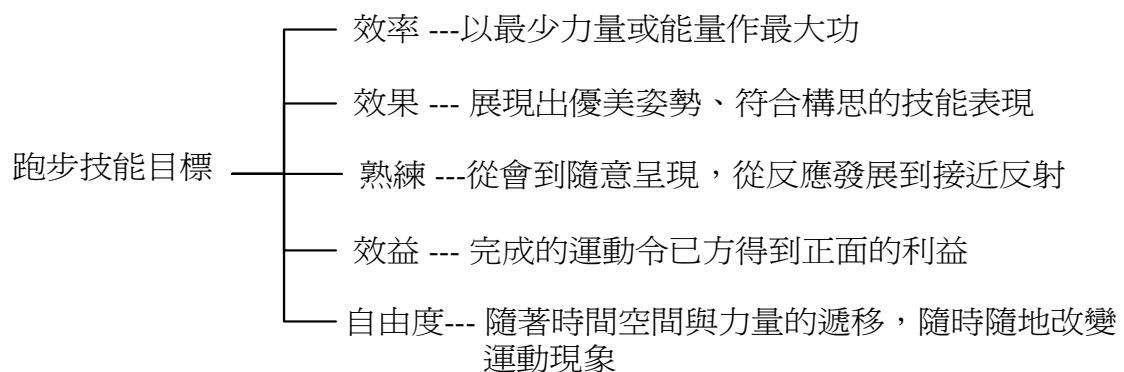
現代人的居住環境立體化，行動機械化，攝取營養超過身體所需，娛樂或休閒生活靜態化...等，生活環境與生活形態缺乏安全動態活動已是常態。如果田徑的跑步運動教學能夠滿足學生適應環境的需求，例如教導學生在人行道跑步的技能；上下坡道或階梯的跑步技能，...等。學生從跑步課程中學習的技能與知能令其有能力應付並適應生活環境，自然會烙下學以致用的意識，從而選修跑步課程。

(三)、適應情境的跑步

人們利用跑步來移動身體均為各種特殊需求（非常態生活），例如和同儕相約跑步，或是應付緊急或突發狀況而跑步，以及維護健康適能或塑身美容，...等。絕大部分跑步行為都帶有目的，所以，跑步過程中必然出現影響達到目的的情境。以規避對面突如其來的機車為例，如何讓學生在瞬息間就判斷來車車速、車行方向、騎車者意圖...等等，進而直覺反應並表現出安全的跑動方向與技巧...等。如果這些都能夠在跑步課程中學到，這種適應情境的教學理應受到廣泛學生認同進而選修。再以提升心肺適能的長距離跑為例，如何教導學生在跑步過程中善用六感來感知自身狀況、個人負荷能力，乃至感應外界空氣品質的技術...等等，學生從課堂上學到這些有助於其日常生活適應情境的技能與知能至少不會排斥跑步運動課，跑步成為體育課興趣選項之一就變成可能。

二、體現運動之母

不堅守「效率」的跑步教材教法，多元化教學目標，滿足各種單項運動需求的編創教材與教法，跑步教學就成為打造學生參與各種單項運動的基礎，而且這個基礎將顯得紮實又多樣化（學生能具備多種跑步運動技能），當田徑的跑步運動教學被各種單項運動的教師認同有助於其教授的單項運動發展時，跑步運動項目在學校體育教學中的地位就穩固，因此體現運動之母應納入編創教材的考量因素。圖二是運動技能發展目標示意圖，茲解說如下：



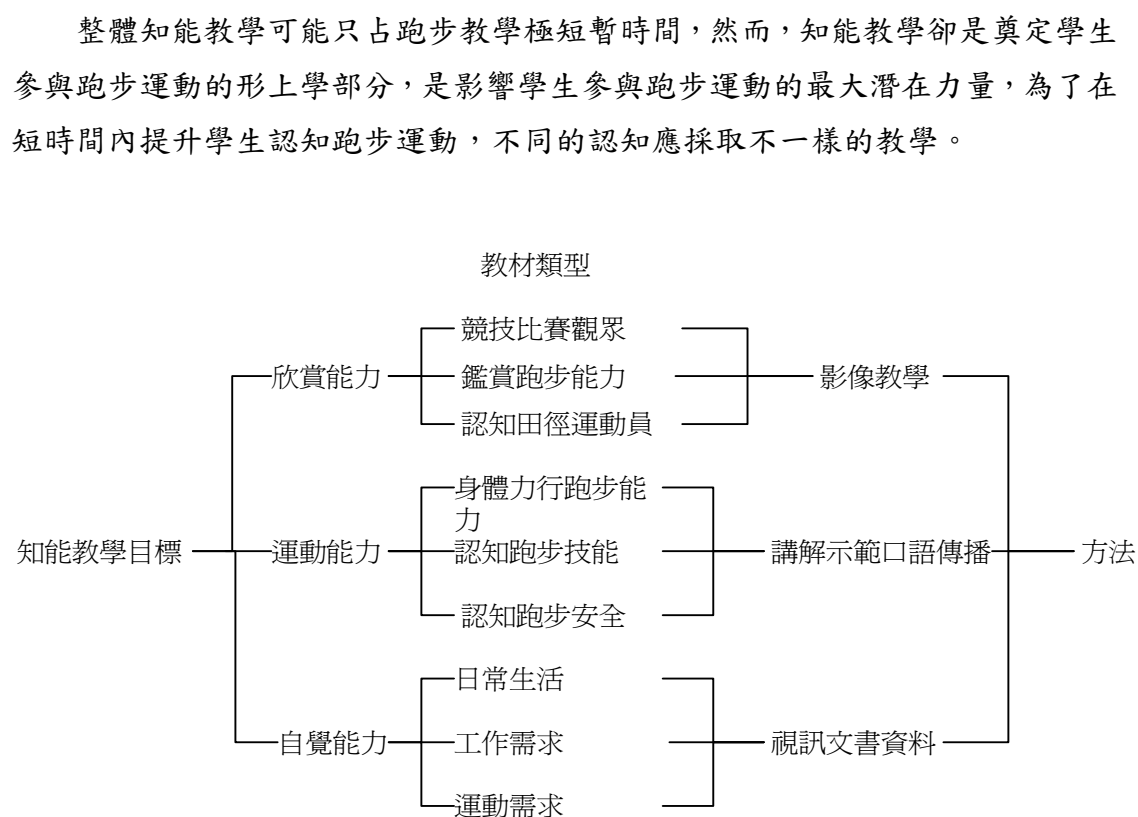
圖二 跑步運動技能目標發展示意圖

田徑的跑步競賽項目之技能目標是效率，相對的，舞蹈、體操等運動的跑步技能首重效果，所有運動的跑步技能均需要熟練，籃排球的運球跑動或助跑扣球技能目標在於獲益，而且要有充分的自由度，如果田徑的跑步運動教學目標能夠如圖二般多目標化，利用跑步課程教導學生厚實各種技能目標的跑步技能，那麼，

學生在跑步課程中已學會參與各種運動的基本跑步技能，從事特定運動的能力自然提升，單項運動的教師也能夠因此而編排更高層次運動技能，使得體育教學獲得加乘效益。

三、跑步知能教學

向來，「認知」就是跑步教學重要構成之一，然而極少研究或論述文獻探討認知課題，傳統的跑步教學多由教師利用講解示範來傳播認知，目前的科技已相當發達，許多跑步知能均能從網路得到。教師利用口語傳播的效果顯然無法滿足學生需求，因此，在跑步知能的教學目標、教材教法方面也應該因應時勢做調整，圖三是跑步知能的教學目標及教材教法示意圖，茲對圖三解說如下：



圖三 跑步知能教學示意圖

圖三示出認知教材及教法，以欣賞能力為例，教師口語講解跑步的歷史發展遠不如播放影片予學生觀賞，並臨場伴隨影片播放講解，當學生從影片播放中認知如何欣賞跑步競技項目，具備欣賞能力之後，無形中已在替未來的田徑賽培養欣賞競賽者。至於培養學生的跑步技能，最好採取臨場講解示範演練的教法，從實際操作中認知並體驗各種跑步技能最易讓學生有所得。而所謂自覺能力則是指當學生因應需求而必須選擇跑步運動時，他能夠在自我意識中產生從事何種跑步運動的意識以及為何從事這種跑步運動的理由，在這方面，並不是教師一味灌輸

跑步知能可儗，要求學生蒐集研閱視訊文書資訊，甚至分組編寫資料更是強化認知深度的教法。

伍、結語

因為發覺目前的跑步教學已出現瓶頸，因此著手論述其教學取向，分別描述當前的現象，敘述其存在意義之後，具體示意教學發展取向，茲總結全文具體結語如下：

一、長期以來的跑步運動教學將目標設定單一項目〈群〉，教材教法就侷限在一個範圍內，再加上評量衍生的負面效應等，終於得不到廣泛學生認同從而一步步消失在興趣選項教學平台上。跑步教學不能滿足學生需求，其教學取向應該是導因。

二、跑步運動有意義存在學校體育運動教學中至少要因應時代潮流強調應用性、恢復運動之母角色、教材與教法也應該側重實用且多元化。

三、學校的跑步運動教學取向有必要朝下列面向調整：

(一)健康適能的跑步、應付並適應生活環境與情境，另外因應工作需求以及從事其它身體運動需求等應該納入跑步運動教材。

(二)跑步運動教學應該突顯到運動之母的位階，教學目標定在提升學生從事各種運動所需的跑步運動能力。

(三)嚴謹看待跑步知能教學，厚植學生從事跑步運動的形上學。

參考文獻

- 中華民國大專院校體育總會(2013)。102 年體育教師名錄。臺北市：作者。
- 杜光玉 (1996)。田徑教學授課時間之模式分析研究。國立體育學院論叢，7(1)，55-71。
- 吳萬福 (1975)。田徑教學活動設計。國民教育，20(5)，19-21。
- 金原勇 (1981)。陸上競技のユ%oチング(I)。東京：大修館。
- 翁志成 (2006)。田徑教材教學與訓練。臺北市：師大書苑。
- 陳金春 (1999)。國民小學田徑教學探究。北縣國教輔導，(9)，24-28。
- 許樹淵 (1992)。田徑論。臺北市：偉彬。
- 黃泰源 (2005)。創意體育教學-以國小田徑教學為例，學校體育，15(1)，55-58。
- 楊基榮 (1982)。體育測驗與統計。台北市：正中。
- 葉憲清 (1973)。國民小學田徑教學活動設計之理論與實際。國教天地，(3)，34-36。

蔡長啟 (1984)。中等學校體育課程修訂標準的意義。《國民體育季刊》，13(2)，7-10。

龍騰文化 (2007)。《高職體育》。台北市：作者。

美國職棒獨立聯盟門票訂價策略之探討---

以糖城蚊子隊為例

Ticket pricing strategies in Independent League

Baseball—A case of Sugar Land Skeeters

尤欽弘¹、林顯丞²、楊啟文²

德州女子大學¹、國立臺北教育大學²

摘要

適當的門票訂價除了可以提升球隊的門票銷售之外，還可能間接的提高其贊助、球隊商品、食物、飲料、停車等的銷售。本研究以美國職棒獨立聯盟糖城蚊子隊為研究對象，探討其門票訂價策略，所謂的獨立聯盟就是沒有依附在MLB的球隊，這意味著這些球隊的產品就沒有大聯盟的光環與資源，但它們的門票銷售策略還是有辦法讓他們在這競爭激烈的職業運動環境中生存。研究發現糖城蚊子隊使用四種門票訂價策略：一、變動定價；二、非線性定價；三、產品組合定價；四、促銷定價，其門票定價策略有做市場區隔化的行銷、提供獎勵制度來鼓勵高忠誠度的球迷、與贊助商做聯結來提高贊助效益、與慈善結合來提升球隊形象。

關鍵字：定價策略、運動行銷、獨立聯盟

Key words: pricing strategy, sport marketing, Independent League Baseball

通訊作者* 姓名:楊啟文 地址:台北市大安區和平東路二段 134 號體育學系

E-mail: cyang1@tea.ntue.edu.tw **電話:** (02)2737-3309

壹、前言

對於職業運動而言，門票的銷售一直是球隊重要的收入來源之一，就美國職棒大聯盟(Major League Baseball, MLB)與中華職棒的收入百分比得知，從 2006 年至 2010 年球季，MLB 的門票收入一直穩定的占 MLB 所有收入的 35% (Statista, 2012)，而在中華職棒中信兄弟象隊的門票收入方面也占有所有球隊收入的 1/3 (Huang & Tsai, 2005)。除此之外，好的門票銷售代表有較多的球迷進場觀看比賽，有較多的現場觀看球迷，球隊就有較高的籌碼來與贊助商談判贊助的金額，而較多的現場觀看球迷還有可能帶動球隊商品、食物、飲料、停車等的銷售，所以好的門票銷售不只是帶來更多的直接收入，也間接的提升球隊其他的重要收入。

在行銷 4P 中，價錢是最容易操作的行銷策略來改善產品的銷售，過去的研究指出，適當的門票訂價策略將有助於門票的銷售 (Howard & Crompton, 2004; Rascher, McEvoy, Nagel, & Brown, 2007; Venkatesh & Mahajan, 1993)。但根據門票訂價策略的文獻回顧，發現過去的文獻著重於大聯盟職業球隊 (Howard & Crompton, 2004; Yang & Lee, 2013)，有關於其它較弱勢的職業聯盟 (例如獨立聯盟棒球隊)卻較少著墨。本研究的目的是在於介紹美國職棒獨立聯盟糖城蚊子隊 (Sugar Land Skeeters)的門票訂價策略，所謂的獨立聯盟就是沒有依附在 MLB 的球隊，這意味著這些球隊的產品就沒有大聯盟的光環與資源，但他們還是需要銷售大量的比賽；因此，美國獨立聯盟棒球隊的門票訂價策略有值得探討的地方。

貳、糖城蚊子隊

糖城蚊子隊成立於 2012 年，隸屬於大西洋獨立聯盟 (Atlantic League of Professional Baseball)，該聯盟被稱為有 AAA 等級的實力水準，在過去的 15 年中有高達 600 位球員來自於大聯盟球隊，其中不乏獲得七座 MLB 賽揚獎的 Roger Clemens、我國旅美好手(胡金龍、羅錦龍、郭勝安)及過去中華職棒的前洋將(將軍、羅伯特)。

糖城蚊子隊每年需要打 140 場的比賽(主、客場各 70 場)，目前糖城蚊子隊由前大聯盟明星球員 Gary Gaetti 所經營管理，主場體育館為三千七百萬美元所建造的星座球場 (Constellation Field)，一共可容納 7,500 名觀眾，球場擁有傲視全美小聯盟的計分板，其形狀似地圖上之德州形狀，所在位置距離休士頓市中心約 20 分鐘車程的近郊糖城市，是整個大休士頓地區唯一的一支小聯盟等級的職業球隊。

參、糖城蚊子隊的門票定價策略

一、變動定價(variable ticket pricing)

變動定價是一種根據消費者對於賽會不同的需求而調整票價的訂價策略(Rascher et al., 2007)，糖城蚊子隊的門票訂價策略就有使用變動定價。在個人門票方面，糖城蚊子隊依照不同的座位位置與消費者身分調整票價。基本上，糖城蚊子隊將個人門票位置分為三區，分別為外野(grass land)、內野(field box seat)與個人野餐區(individual picnic area)，價錢依序為\$8、\$12 與\$37.5。另外，糖城蚊子隊給予三歲以下的小孩與穿校隊制服的青少年免費的優惠，並給予青少年在個人野餐區\$27.5 優惠。

二、非線性定價(non-linear pricing)

非線性定價是指產品的平均單價會因為產品銷售的數量增加而減少的一種訂價方式(張鐸瀚, 2002)。在非線性定價策略方面，糖城蚊子隊使用季票組合(season tickets)、迷你套票組合(8-games ticket plans)及團體票組合(group tickets)，這些門票組合都有一個共同的特點就是量越大單價越便宜。季票組合方面，球隊推出一年、三年及五年的季票組合方案，一年份的季票票價為\$600 起跳，平均每張門票約 9 塊美金，位置都在內野或包廂；迷你套票組合的價錢為八張票\$80，平均每張門票只有\$10，且位置品質也比內野位置好；內野 20 張團體門票定價平日(周一至周四)\$10，周末(周五至周日)\$12，野餐區團體門票定價為平日(周一至周四)成人\$30，青少年\$25，周末(周五至周日) 成人\$35，青少年\$30。

三、產品組合定價(bundling pricing)

產品組合定價的策略分為兩種，分別為價錢組合與產品組合，價錢組合就是以折扣的價錢來銷售產品組合，而產品組合就是在產品組合加入新的價值元素，但價錢不一定要折扣 (Stremersch & Tellis, 2002)。糖城蚊子隊的價錢組合策略為個人野餐區個人票，這個產品組合內容包含門票、食物與飲料，球隊以較便宜的價錢來銷售這個產品組合；而糖城蚊子隊的產品組合策略為團體票組合、迷你票組合及季票組合團體票組合，糖城蚊子隊推出兩種團體票組合，分別為全明星慶生團體票組合與大滿貫慶生團體票組合，這兩種團體票組合除了提供十張以上的門票組合以外也加入了許多價值元素，全明星慶生團體票組合新增的價值元素包含內野座位區、兒童餐的食物兌換卷(包含熱狗、薯條、汽水)、電子螢幕的生日快樂祝賀、專屬禮物包裹、壽星的客製化球衣及壽星的客製化生日杯子蛋糕，而大滿貫慶生團體票組合(最少十人)提供的新價值元素為游泳池區的座位、2 小時的吃到飽、電子螢幕的生日快樂祝賀、專屬禮物包裹、壽星的客製化球衣、壽星的客製化生日杯子蛋糕及壽星當任比賽開球嘉賓。

迷你套票組合為 8 場主場比賽同樣座位的套票組合，這些套票提供品質較好的座位(座位較寬、附杯架、與前座位較遠因此腳空間較大)，且價錢較便宜，其中有兩種迷你套票在內容中加入了許多價值元素，「禮拜五的煙火門票組合」加入煙火秀、Ticket Return 線上門票管理帳號(透過此帳戶季票擁有者可以交換、

銷售與捐贈其門票)、賽季中有野餐的機會、季後賽的歡樂會及至 Texas Direct Auto Buzz Shop 買車的九折優惠,而「禮拜六蚊子隊的演唱會組合」所提供的新價值元素則為八場的週末比賽、演唱會、贈品、Ticket Return 線上門票管理帳號、賽季中有野餐的機會、季後賽的歡樂會及至 Texas Direct Auto Buzz Shop 買車的九折優惠。

季票組合為整季的門票組合,所提供的新價值元素為 Ticket Return 線上門票管理帳戶、專屬的員工來處理所有季票的事務、季後賽、明星賽與非棒球相關賽會的優先購買權、客製化的專屬座位(多年季票合約的擁有者才符合條件)及季票擁有者專屬活動的邀請。除此之外,球隊還推出季票持有者獎勵計畫,此獎勵計畫是以出席率作為獎勵的基準,球隊將 70 場主場分為兩半,區分為開季至明星賽(35 場)與明星賽後至季賽結束(35 場),季票持有者可自行選擇時間區塊來評分,一季最多只能獲得一次獎勵,獎勵分成四種如下:

(一)出席 70%-80%(25-28 場),獲獎者四位,獲得的利益包含兩次從球員休息區觀賞賽前打擊練習的機會、球隊吉祥物專屬的互動時間、擁有親自操控比賽計分板一局的機會。

(二)出席 81%-90%(29-31 場),獲獎者三位,獲得的利益包含一次 25 人包廂(沒有包含餐點)的使用權、球隊主場打擊練習的機會(最多可八人參加)、現場或廣播主持的機會(一局)。

(三)出席 91%-100%(32-35 場),獲獎者二位,獲得的利益包含一堂由糖城蚊子隊員教導投球或打擊的課程、一次當任比賽場地維護者的機會、一次 50 人包廂(沒有包含餐點)的使用權。

(四)全程參與俱樂部,球隊將會在最後一場比賽,現場表揚所有的全程參與者。

四、促銷定價(promotion pricing)

糖城蚊子隊使用的促銷訂價策略包含贈品、價錢的折扣及主題活動的舉辦。糖城蚊子隊所推出的贈品種類包含磁鐵賽程表、棒球、球衣、棒球帽、飛盤、T-shirt 及大頭娃娃。至於價錢折扣方面,糖城蚊子隊給予青少年在個人野餐區\$27.5 的門票優惠,且給予三歲以下的小孩與穿校隊制服的青少年免費的優惠。至於主題日的活動方面,糖城蚊子隊舉辦家庭日、慈善日(例如自閉症三振日、癌症三振日)、學校日(例如 Kempner HS Spirit Night、University of Texas Night)、粉紅日、淑女日、軍人日、童軍日、城市日、贊助商日(Texas Direct Auto Night)、種族日(猶太人日、黑人日、西班牙人日)、回收日、父親日、功夫日、球迷感謝日及煙火日。

肆、結論

本研究結果顯示糖城蚊子隊使用四種門票訂價策略，分別為變動定價、非線性定價、產品組合定價及促銷定價，與 MLB 所使用的策略相同 (Yang & Lee, 2013)，但相對於中華職棒大聯盟 (黃煜、魏文聰，2007)，糖城蚊子隊所使用的門票訂價策略就顯的更多元，其訂價策略有做市場區隔化的行銷、提供獎勵制度來鼓勵高忠誠度的球迷、與贊助商做聯結來提高贊助效益、與慈善結合來提升球隊形象。在市場區隔化的行銷方面，針對家庭市場，糖城蚊子隊提供三歲以下的小孩與穿校隊制服的青少年門票的優惠，較幼小的小孩或青少年通常由父母親攜帶觀看比賽，所以這類型的優惠可鼓勵家庭來觀賽，除此之外，球隊更直接的設立家庭日與父親日等促銷主題來吸引家庭的拜訪；針對種族方面，糖城蚊子隊設立個多元的種族主題促銷日，例如猶太人日、黑人日、西班牙人日、亞洲日等，來吸引各種不同種族的參與。至於鼓勵高忠誠度的球迷制度方面，糖城蚊子隊除了跟 MLB 一樣提供許多非賣品的難忘經驗之外(例如客製化的專屬座位與專屬的季票持有者特別活動) (Yang & Lee, 2013)，還制訂了季票持有者獎勵計畫，鼓勵這些高忠誠度球迷的出席率。而在主題日方面，相同於 MLB 的做法 (Yang & Lee, 2013)，糖城蚊子隊也將促銷主題日與贊助商的名子做聯結，此做法有助於讓球隊贊助商的品牌增加曝光。另外，糖城蚊子隊也嘗試將促銷主題與慈善做結合，例如自閉症三振日、癌症三振日等，這些做法將有助於提升球隊的形象。近年來，中華職棒開始採取各種新穎的行銷方式，本研究結果供中華職棒在門票訂價策略方面的參考，希望有助於讓中華職棒繼續蓬勃發長。

參考文獻

- 張鐸瀚 (2002)。價格調整限制下非線性定價分析 (未出版博碩士論文)。國立中央大學，桃園縣。
- 黃煜、魏文聰 (2007)。中華職業棒球球團門票定價類型之研究。《體育學報》，40(3)，101-114。
- Howard, D. R., & Crompton, J. L. (2004). Tactics used by sports organizations in the United States to increase ticket sales. *Managing Leisure*, 9, 87-95.
- Huang, Y., & Tsai, M. (2005). Demand and development of managerial personnel in professional sport organizations. *National Sports Quarterly*, 34(2), 44-51.
- Rascher, D. A., McEvoy, C. D., Nagel, M. S., & Brown, M. T. (2007). Variable ticket pricing in Major League Baseball. *Journal of Sport Management*, 21, 407-437.
- Statista (2012). MLB: Regular season ticketing revenue as percentage of total revenue from 2006 to 2010. Retrieved from Statista Website:
<http://www.statista.com/statistics/193408/percentage-of-ticketing-revenue-in-the-mlb-since-2006/>

- Stremersch, S., & Tellis, G. J. (2002). Strategic bundling of products and prices: A new synthesis for marketing. *Journal of Marketing*, 66, 55-72.
- Venkatesh, R., & Mahajan, V. (1993). A probabilistic approach to pricing a bundle of products or services. *Journal of Marketing Research*, 30(4), 494-508.
- Yang, C. W., & Lee, K. W. (2013). Case study of ticket sales strategies in Major League Baseball. *Quarterly of Chinese Physical Education*, 27(4), 309-322.

多功能巨蛋體育館餐飲零售營運管理實務探討

-以東森經營時期之臺北小巨蛋為例

The study of restaurant management in multi-functional stadium-A case of Taipei Arena during the management of Eastern Multimedia Group

臧國帆¹、黃蕙娟²

國立臺北教育大學¹、育達科技大學²

摘要

由於大型多功能體育館場館，場地功能較一般場館齊備，使得活動舉辦類型具有多變的特性，例如演唱會、歌舞劇、運動競賽、競技性與觀賞性的冰上活動、商業性展覽會、宗教及政治集會等，使得前來參加活動的人，會隨著活動類型的不同，而產生參與活動人數差異，而其人流量在不同的時段上，亦產生入場參與人數的差異，因此場館在活動與非活動時期，對於場館餐飲零售的規劃，就會有不同的規劃方式，這是在經營大型多功能體育場館餐飲與零售規劃管理，與一般商場、娛樂購物中心、音樂廳、歌劇院、電影院、飯店餐飲服務及高級商務俱樂部餐飲經營之間，所發現相異且特有的營運管理模式，本研究以東森經營時期的臺北小巨蛋為主要個案，輔以文獻分析法及參與觀察法及網路檢索等發法進行探討研究。

關鍵詞：臺北小巨蛋、場館經營管理、餐飲管理、多功能體育館

Key words: Taipei arena, facility management, restaurant management, multi-functional stadium

壹、前言

多功能巨蛋體育場館為因應每次活動期間大量人潮流入，此時需要臨時便利又快速的餐飲服務來滿足民眾其餐飲需求，因此場館的餐飲服務空間要夠大，座位數要有一定的比例及數量，並且設計可提升翻桌率的服務作業模式，這都是場館必要規劃設置，並提供基礎的餐飲服務，以滿足顧客基本餐飲需求。

所以類似購物中心的美食街，以及獨立經營的主題餐廳，就會在館內，但觀眾尚未入場的空間場域孕育而生，這部分我們可稱之為場館外的餐飲零售服務，通常規劃這類快速餐飲服務設施的目的，主要在於服務演唱會或歌劇等類型活動前來觀眾的餐飲需求，而在非活動期間，館外餐廳餐飲的零售服務，也可服務一般民眾的休閒娛樂飲食需求。

東森巨蛋經營管理股份有限公司 (2005b)指出，有關館內的餐飲服務零售規劃，主要是因活動期間館內臨時的餐飲需求，但礙於場館場地消防安全規定，均會實施明火管制，於是會衍生規劃臨時的輕食餐飲服務，這類服務規劃目的，主要是在服務已入場的等待活動開始前的觀眾，或是活動進行中及中場休息時間的餐飲臨時需求。

此外為因應大型場館貴賓包廂貴客的服務，於是類似五星級飯店及高級商務俱樂部的餐飲服務管理，此時就會被規劃設置在場館包廂的場域裏，以滿足 VIP 高級餐飲的服務需求，這類服務須具備更高度餐飲及服務的專業性，不論在硬體空間或是服務人員素質及所提供的餐品，通常這也是大型多功能體育場館經營的特色之一，也會為館方帶來不錯的收益 (東森休閒育樂股份有限公司，2005)。

而場館除了餐飲服務的規劃外，也會有一些附屬事業設施空間的規劃，例如商品專賣店、商店街、休閒娛樂空間、停車場等，像台北小巨蛋副館的溜冰場，就設置冰上樂園，平時成為提供臺北市民溜冰的休閒娛樂場所，也兼具訓練臺灣溜冰人才的功能，也設置幼兒故事屋，可滿足市民親子活動的需求，另外還設置健身休閒俱樂部，提供市民運動休閒健康管理的空間。

李柏熹 (2009)指出其實每個場館也可為自己設立場館文物的博物館，在國外每個有經營特色的場館，會隨著場館經營的時間與活動的累積，每次都可留下紀念文物，有系統的整理與保存，並定期對外展示，或成為場館裝置藝術的一部分，同時與當地文化融入，成為城市文化與人們生命記憶的一部分，然而這些規劃經營方式，都是值得參考學習的，除了讓場館具有社會文化教育意義，最後也會讓場館彷彿賦予了特殊的生命。

貳、場館外之餐飲零售規劃實務

場館外的餐飲零售規劃，主要服務場館活動期間及非活動期間前來的消費者，活動期間，為因應大量人潮，就必須有快速的餐飲服務，而美食廣場就是必要的設置與規劃，此外場館當然也會有獨立的餐飲店及主題餐廳，一同協助紓解

服務活動期間的人潮需求，在非活動期間則服務前來休閒的消費者，以及週邊社區有餐飲服務需求的消費者。

一、美食廣場的餐飲零售

(一)美食廣場的前臺餐飲服務空間與零售規劃

(1)用餐區規劃須採自助式的服務，以吸納大量湧入人潮，而主場館座位數若超過一萬人以上，則美食廣場座位數，建議至少不低於 500 人以下，用餐空間坪數，建議不要少於 1500 平方米或 500 臺坪。

(2)用餐區的桌椅選用，建議材質以容易清理、耐用、保養、搬運為主。

(3)地板以防水防滑及易清理為主，而空間照明亮度，以不低於 200 LUX 為限度，裝修建材必須為防火建材。

(4)零售規劃包含：多元化餐飲店家招商規劃，各商家店招設計、館內指標引導、全年場館餐飲活動企劃、POS 系統設備建置，而租金方式通常以拆帳為主。

二、美食廣場的消防演練及設備安檢

(1)每半年配合政府消防單位進行人員消防演練。

(2)每年配合政府消防單位進行美食廣場消防系統設施設備安檢。

(3)每場活動進行前，進行消防設備最後日常運作功能確認。

三、美食廣場的後臺餐飲服務空間規劃與安檢

(1)確認商家設備用電總負載，並設立獨立電錶及冷、熱水錶，以便館方進行管理水電費用紀錄，用以計算與收取相關服務費用。

(2)進行排煙設備與水洗機的設置容量確認，防止空汙排放問題產生。

(3)設置自動清洗餐飲器皿設備系統，統一服務進駐美食廣場的商家。

(4)設置清潔人員協助美食廣場場地清潔與器皿清洗與遞送。

(5)餐飲區廚房個別設置油脂截留槽，先經截留後再接至專屬排水幹管，至餐飲處理設施，再次將廢水集中於筏基內，以幫浦打至調節池後接入下水道。

參、場館各主題餐廳的餐飲零售

一、主題餐廳的前臺餐飲服務空間與零售規劃

(一)用餐區規劃就由各進駐業者自行規劃其餐飲服務模式，並依其構想概念進行裝修。

(二)協助設置 POS 系統設備裝置，餐廳租金收取方式，通常以固定或包底抽成為主。

(三)裝修建材必須為防火建材，裝修須向館方申請核備，並接受館方督導施工與時程管制。

(四)零售規劃包含協助店招位置規劃設計與設置、館內及館外指標引導、場館整體餐飲活動企劃。

(五)各主題餐廳營業時段規劃與宣傳及營運服務。

二、主題餐廳的消防演練及設備安檢

- (一)每半年配合政府消防單位進行人員消防演練。
- (二)每年配合政府消防單位進行美食廣場消防系統設施設備安檢。
- (三)每場活動進行前，進行消防設備最後日常運作功能確認。

三、主題餐廳的後臺餐飲服務空間規劃與安檢

- (一)確認商家設備用電總負載，並設立獨立電錶及冷、熱水錶，以便館方進行管理水電費用紀錄，用以計算與收取相關服務費用。
- (二)進行排煙設備與水洗機的設置容量確認，防止空汙排放問題產生。
- (三)設置自動清洗餐飲器皿設備系統，統一服務進駐主題餐廳的商家。
- (四)設置清潔人員協助場地清潔與器皿清洗與遞送。
- (五)餐飲區廚房個別設置油脂截留槽，先經截留後再接至專屬排水幹管，至餐飲處理設施，再次將廢水集中於筏基內，以幫浦打至調節池後接入下水水道。

肆、場館內之餐飲零售規劃實務

場館內的餐飲零售規劃，主要服務場館活動期間已入活動場域內的消費者，在每場活動進行期間，為因應大量人潮，在入場後，活動進行的前中後，所必須有的快速餐飲服務，由於是配合每場活動前才規劃臨時設置，並不是每場活動性質都會有館內餐飲服務需求，加上場館消防明火管制，通常僅能提供輕食服務，在非活動期間並無營業。

一、場館內的餐飲零售

(一)場館內餐飲零售的前臺服務空間與零售規劃

- (1)用餐區規劃因在館內活動場域，故無設置，餐品以易攜帶為主。
- (2)座椅以容易清理、耐用、保養、搬運，通常為場館設置座椅為主。
- (3)地板以防水防滑及易清理為主，空間照明亮度不低於 200 LUX，裝修建材必須為防火建材。
- (4)零售規劃包含：臨時餐飲店家招商規劃，但無固定店招設計、可設臨時店招，館內商店指標引導、場館活動企劃及全年時程安排與協調、POS 系統設備臨時裝置，而租金方式通常以拆帳為主。
- (5)某些體育活動執行，會允許場內擁有配送飲食服務，例如籃球項目，但像網球項目又不行，故還是以主辦單位需求考量並配合執行較妥適。

(二)館內餐飲服務商店的消防演練及設備安檢

- (1)每年配合政府消防單位進行館內商店消防系統設施設備安檢。
- (2)每場活動進行前，進行消防設備最後日常運作功能確認。

(三)館內餐飲服務商店的後臺餐飲服務空間規劃與安檢

- (1)告知商家每間商店場域原設備供電總負載量，設立獨立電錶及冷、熱水錶，以便館方進行管理水電費用紀錄，用以計算與收取相關服務費用。

(2)進行商家餐飲服務內容及處理確認，以防止館內空汙排放及消防安全問題產生。

(3)確認進駐館內餐飲服務臨時商家，均使用環保拋棄式器皿。

(4)機動配置清潔人員，以協助場地清潔與垃圾清運。

(5)本區為輕食餐飲服務區域，其廚房料理區，無須個別設置油脂截留槽。

伍、場館內貴賓包廂之餐飲零售規劃實務

場館內貴賓包廂的餐飲零售規劃，主要服務場館活動期間前來使用貴賓包廂的消費者，活動期間，為因應包廂使用者特殊餐飲服務型態需求，場館就必須規劃提供包廂內高級桌邊餐飲服務，其形式類似五星級飯店提供的房內餐飲服務，若場館本身具備高級商務俱樂部規劃與經營，就可在活動期間，直接由專業團隊服務人員進行服務，當然若無此經營規劃，也可透過場館的主題餐廳，或飯店外燴部門合作，一同協助服務活動期間包廂貴客的餐飲服務需求，但無論是直接或間接服務方式，包廂內外的餐飲基本空間設施及設備，仍必須要齊備的，否則無法提供完整的餐飲服務。

一、包廂的餐飲零售

(一)包廂餐飲的前臺餐飲服務空間與零售規劃

(1)包廂區內部規劃：基於餐飲需求，內部須規劃用餐服務的備餐檯，備餐區設置迷你吧(小冰箱)，並設置簡易流理台與水槽，提供餐飲服務人員入內做最後簡易食物備餐處理。根據東森巨蛋經營管理股份有限公司 (2006b)的美國 2006 NBA ALL STAR & TOYOTA CENTER 參訪報告指出，以美國 Toyota Center 場館為例，房間內設施良好，備有自助餐、吧台高腳椅、房間服務（比照飯店的菜單、服務及電話設施）、液晶電視、DVD、沙發座椅、洗手檯、冰箱等設施設備，室內連通戶外座椅區約 12-15 張座椅，最前面座椅欄杆以高度約 80CM 之透明強化玻璃（無支架設計）進行保護，遠低於目前台北小巨蛋包廂之高度，自外面迴廊通道到內部房間規劃設施整體感覺舒適良好。其包廂銷售方式是以 NBA 休士頓火箭隊籃球季賽之方式進行包廂銷售，亦針對各單一活動或企業單位單獨銷售。包廂實景如圖 1 至圖 6：

(2)用餐桌椅材質以容易清理、耐用、保養、搬運為主。

(3)地板材質以防水、防汙、防滑及易清理為主，空間照明不低於 200 LUX，但須設置可進行亮度調控的控制開關及面板，包廂整體裝修建材必須為防火建材。



圖 1 貴賓包廂外面通道



圖 2 貴賓包廂內部設施與裝潢



圖 3 貴賓包廂內液晶電視及自助用餐區



圖 4 貴賓包廂服務櫃檯下之冰櫃、冰箱

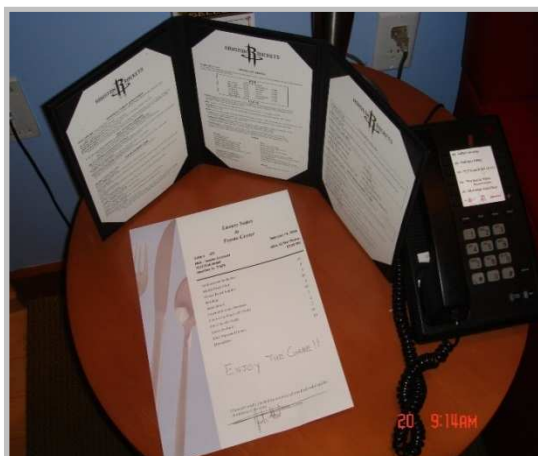


圖 5 貴賓包廂：飯店式之 ROOM SERVICES



圖 6 貴賓包廂外部看臺座位區之安全玻璃

資料來源：東森巨蛋經營管理股份有限公司 (2006b)。美國2006 NBA ALL STAR & TOYOTA CENTER 參訪報告。臺北市：作者。

(二)包廂區的消防演練及設備安檢 (東京都保全股份有限公司，2006))

(1)每半年配合政府消防單位進行人員消防演練。

- (2)每年配合政府消防單位進行美食廣場消防系統設施設備安檢。
- (3)每場活動進行前，進行消防設備最後日常運作功能確認。
- (4)遇國家元首及外國元首蒞臨，配合國家安全單位進行臨時性全館安檢。

(三)包廂區的後臺餐飲服務空間規劃與安檢

- (1)確認每間包廂設備用電總負載，設立獨立電錶及冷、熱水錶，以便館方 進行管理水電費用紀錄，用以計算與收取相關服務費用。
- (2)設置食物二次加熱處理區。
- (3)設置自動清洗餐飲器皿設備區，統一處理場館包廂餐飲器皿使用需求。
- (4)設置清潔人員協助包廂場地清潔、垃圾清運與器皿清洗及遞送。
- (5)包廂餐飲區中央廚房，須個別設置油脂截留槽，先經截留後再接至專用排水幹管，至餐飲處理設施，再次將廢水集中於筏基內，以幫浦打至調節池後接入下水道。

陸、場館附屬事業規劃

場館的附屬事業規劃，主要服務場館活動期間及非活動期間前來的消費者，滿足消費者在餐飲服務需求外，提供休閒娛樂購物基本需求，基於場館肩負提供餐飲以外的其他休閒需求，通常會規劃與場館及活動相關的商品及紀念品專賣店、小型商店街、親子娛樂空間、健身休閒俱樂部、短期商品展示空間、小型會議及記者會與演講場地空間提供、場館停車場。當然也會規劃其他特殊性設施，如溜冰場館、國際級飯店式商務俱樂部或招待所、大型的中央廚房等，也都屬場館附屬事業規劃範圍。這些規劃會為場館帶來不錯的營運收益，也讓場館不論在活動期間及非活動期間，都能為場館提供多元休閒娛樂功能，提高場館空間使用坪效的營運效率。

一、商店街及專賣店

(一)商店街及專賣店服務空間與零售規劃

(1)商店街及專賣店規劃，必須將店面集中規劃，廊道寬敞，建議寬度不少於 5 米設計，以形成一個開闊區域，在館內有如一個小街廓，同時吸納場館活動期間大量湧入人潮，予以分流導客功能，場館內總商店數規劃不要少於三十五間，尤其在平時對外開放區域商店數不要少於二十間，每間營業面積建議不要少於五十平方米，約十五臺坪，例如運動用品專賣店、健康保健用品專賣店、活動紀念品專賣店、品牌商品專賣店等，可與美食廣場，主題餐廳連結規劃，形成餐飲休購物環境。圖 7 與圖 8 為臺北小巨蛋舉辦 2012 年臺北海碩女子網球公開賽，館內活動相關商品臨時攤位零售規劃情形：

(2)賣店空間裝修建材必須為防火建材。

(3)零售規劃包含，多元品牌店家招商規劃，店招設計、館內指標引導、

商品活動企劃、POS 系統設備裝置。

(二)商店街及專賣店的消防演練及設備安檢

(1)每半年配合政府消防單位進行人員消防演練。

(2)每年配合政府消防單位進行商店消防系統設施設備安檢。

(三)商店街及專賣店館方服務規劃與安檢

(1)確認商家設備用電總負載，設立獨立電錶，以便館方進行管理電力費用紀錄，用以計算與收取相關服務費用。

(2)設置清潔人員協助美食廣場場地清潔與器皿清洗與遞送。

二、館內活動相關商品臨時攤位零售規劃

(一)依活動主辦單位申請租用。

(二)二明定攤位位置及範圍。

(三)提供必要照明與臨時電源及桌椅。

(四)租金以固定為主，但臨時用電仍須設置電錶，按次計費收取用電費用。



圖 7 臺北小巨蛋舉辦 2012 年臺北海碩女子網球公開賽，館內活動相關商品臨時攤位零售規劃



圖 8 2012 臺北海碩女子網球公開賽，館內活動相關商品臨時攤位零售規劃

柒、場館停車場規劃與管理

一、一般停車場空間規劃與管理

(一)一般停車場規劃，必須將停車動線集中規劃，包含停車格寬度、長度與高度作統一規劃，還必須考慮身心障礙者專用停車區設置與下車後進館動線的考量，車廊道必須寬敞，以利迴車，建議車格寬度不少於 2 米、長度不少於 6 米、高度不低於 3 米設計為優，以臺北小巨蛋停車場規劃為例，主場館座位數在一萬人以上，停車位最好不低於 500 輛以下，機車停車位不低於 700 輛以下，就實務上的營運需求來說，停車位再增加一倍都絕對可行，尤其市場館位於人口密度高的都會區中，不論活動期間及平時皆有停車需求，日夜間還可規劃長期出租車位，給週邊區域使用。

(二)停車空間裝修建材必須為防火建材，並設置消防自動滅火系統。

(三)營運規劃包含，委外管理招商規劃，或自行營運管理規劃，停車場店招設計、停車場內動線指標系統規劃、館內指標引導、活動協調、停車繳費系統設備裝置，活動期間場館內停車交通疏導。

二、停車場的消防演練及設備安檢

(一)每半年配合政府消防單位進行人員消防演練。

(二)每年配合政府消防單位進行停車場消防系統設施設備安檢。

三、停車場館方服務規劃與安檢

(一)確認設備用電總負載，設立獨立電錶，以便館方進行管理電力費用紀錄，

用以計算與收取相關服務費用。

(二)設置清潔人員協助停車場地清潔維護與垃圾清運。

(三)設置安管人員於活動期間，協助場館週邊交通疏導。

捌、場館健身休閒俱樂部規劃與管理

一、健身休閒俱樂部的前臺服務空間與使用規劃

(一)健身休閒區規劃:由專業進駐業者自行規劃其服務模式，並依其構想概念進行裝修，以臺北小巨蛋為例，其內部規畫包含會員接待區、健身區、舞蹈教室、瑜珈教室、飛輪運動專用教室、避球場、會員交誼廳、更衣區，三溫暖淋浴區、員工休息室、行政辦公室，設備機房與倉庫。而通常健身休閒俱樂部規劃也就大都雷同，設施有增有減，例如游泳池、水療池、人工攀岩場、幼兒親子遊戲空間等。

(二)招商租金收取方式，通常以固定金額為主。

(三)裝修建材必須為防火建材，裝修須向館方申請核備，並接受館方督導施工與時程管制。

(四)銷售規劃包含:協助店招位置規劃設計與設置、館內及館外指標引導、場館整體活動行銷企劃。

(五)營業時段規劃與宣傳及公共空間營運服務。

二、健身休閒俱樂部的消防演練及設備安檢

(一)每半年配合政府消防單位進行人員消防演練。

(二)每年配合政府消防單位進行美食廣場消防系統設施設備安檢。

三、健身休閒俱樂部的館方服務規劃與安檢

(一)確認商家設備用電總負載，並設立獨立電錶及冷、熱水錶，以便館方進行管理水電費用紀錄，用以計算與收取相關服務費用。

(二)設置清潔人員協助場地清潔與垃圾清運。

(三)三溫暖淋浴區個別設置廢水截留槽，先經截留後再接至專屬排水幹管，至廢水處理設施，再次將廢水集中於筏基內，以幫浦打至調節池後接入下水道。

玖、溜冰場館規劃與管理

一、溜冰場館的前臺服務空間與零售規劃

(一)冰場使用服務區規劃就由各進駐業者自行規劃其服務模式，並依其構想概念進行裝修，通常會設置溜冰運動相關商品專賣店，顧客接待區、更鞋區、更衣間、淋浴間、廁所、場內休息區、行政辦公室、醫務室、教練休息室。

(二)協助設置 POS 系統設備裝置，出入口管制設備設置，租金收取方式，通常以固定或包底抽成為主。

(三)裝修建材必須為防火及耐潮建材，裝修須向館方申請核備，並接受館方

督導施工與時程管制。

(四)零售規劃包含:協助店招位置規劃設計與設置、館內及館外指標引導、場館整體活動企劃。

(五)營業時段規劃與宣傳及營運服務。

二、溜冰場館的消防演練及設備安檢

(一)每半年配合政府消防單位進行人員消防演練。

(二)每年配合政府消防單位進行溜冰場館場域的消防系統設施設備安檢。

三、溜冰場館的後臺空間規劃與安檢

(一)確認場域設備用電總負載，並設立獨立電錶及冷、熱水錶，以便館方進行管理水電費用紀錄，用以計算與收取相關服務費用。

(二)除冰設備與洗冰車機的設置與停放，除冰槽容量確認，防止除冰排放問題產生。

(三)設置清潔人員協助場地清潔與垃圾清運。

拾、結論與建議

場館附屬商業設施的規劃與管理，是為提供所有使用者在餐飲、休閒、購物、娛樂、健康運動、商務等方面，提供最佳的休閒育樂設施及空間服務品質，為達到此目的，還必須有良好招商的作業規劃與執行作業管理，引進專業商家進駐服務。

每個大型商業運轉的運動場館，皆會規劃附屬商業設施，以滿足餐飲基本需求、商品購物、包廂、俱樂部會員、親子娛樂等，這些商業設施規劃與營運效益是否優劣，又與場館經營型態及效能息息相關，所以場館附屬事業營運收入良否，則建立在活動舉辦的密度，以及商家規劃位置，是否能於場館活動期間與與非活動期間，進行館外獨立經營。

東森巨蛋經營管理股份有限公司 (2005a)的會議記錄指出，以新加坡室內體育館開館十二年後進行硬體大幅度修改為例，原來行政辦公室所在的位置，位於場館可對外服務的位置，這是場館原始設計，但後來全部修改成附屬商業空間，且大都進駐主題餐廳居多，也可獨立對外營業，這對館方附屬事業營運租金收益來說，可謂不無小補，使場館長期收益的財務更加健全，降低了經營風險，當然由這點也看出新加坡政府，對於場館營運效益及效能的重視，其建築法規及使用管制皆可配合修改，只為了場館營運與服務品質的提升。

此外新加坡室內體育館還有一項制度值得參考，其場租制度頗為合理，就是主場館售票性活動場租，租金有下限，抽成無上限，典型的包底抽成模式，又可讓館方有多餘的收益，投資硬體採購更新，進行良好的軟硬體維護，進行人員在職教育訓練，提升場館整體服務品質，這點台北市政府就無法規劃定案 (東森巨蛋經營管理股份有限公司，2006a)。

蘇維杉 (2007)指出美國因為四大職業運動蓬勃發展，大型體育館林立，且

營運都相當成功，而日本營運方向則大不同，以橫濱體育館為例，該館使用率最高的是比率超過一半的藝文展覽活動。新加坡室內體育館及台北小巨蛋與高雄巨蛋因屬同一使用型態，設施建議政府對於營運一段期間的場館，在其營運及活動類型使用型態穩定後，可進行附屬商業設施使用面積、類型檢討，與經營者討論可進行轉型模式，以利場館經營的整體服務品質，不斷的進行提升，使場館園區商業的附屬設施，成為城市的亮點地標，使民眾有高品質餐飲、娛樂、休閒、健身設施使用的去處。

參考文獻

- 李柏熹 (2009)。《巨型多功能運動場館關鍵成功因素之探討-以臺北大巨蛋規劃為例》(未出版碩士論文)。世新大學，臺北市。
- 東森休閒育樂股份有限公司 (2005)。《巨蛋專案會會議紀錄》。臺北市：作者。
- 東森巨蛋經營管理股份有限公司 (2005a)。《新加坡室內體育館經營研討會議會議紀錄》。臺北市：作者。
- 東森巨蛋經營管理股份有限公司 (2005b)。《臺北市一萬五千席多功能體育館營運計畫書》。臺北市：作者。
- 東森巨蛋經營管理股份有限公司 (2006a)。《2006 年年度經營檢討會議會議紀錄》。臺北市：作者。
- 東森巨蛋經營管理股份有限公司 (2006b)。《美國 2006 NBA ALL STAR & TOYOTA CENTER 參訪報告》。臺北市：作者。
- 東京都保全股份有限公司 (2006)。《臺北巨蛋綜合管理方案提報資料》。臺北市：作者。
- 蘇維杉 (2007)。《運動產業概論》。臺北市：揚智。

探究運動熱情、運動員認同與運動承諾之相關

The relationship among passion of sport, athletic identity, and sport commitment

*胡凱揚¹、周嘉琪²、王聖文²

慈濟技術學院通識教育中心¹、臺北海洋技術學院海洋運動休閒系²

摘要

熱情是支持運動員繼續向前的最大動力，但並非每位運動選手都具備對於該項運動的熱情，運動員是否對自我角色有所認同，會是影響個體是否產生對這項活動熱情的重要因素之一。此外，個體投入的時間、金錢、精力、心血，都會影響個體是否能轉化熱情的重要關鍵，運動承諾也就成為影響個體運動熱情的關鍵因素之一。文末建議，在未來的研究中，除了釐清更完整關於運動熱情的構念外，也需要更多實徵研究來探討承諾、認同與熱情間相互影響的情形，進而深入研究其變項在認知、情意、行為上所扮演的角色。

關鍵詞：調和式熱情、強迫式熱情、角色認同

Key words: harmonious passion, autonomous internalization, role identity

通訊作者* 姓名：胡凱揚 地址：花蓮市建國路二段 880 號

E-mail: ss209@tccn.edu.tw 電話: 0910-097530

壹、前言

每每在奧運競技場上看著每位選手燃燒對運動的熱情，綻放出一幕幕令人動容的光芒，這些故事裡都有著運動員對於運動的執著、堅持與熱愛，醞釀出奧運的精神。而究竟是什麼樣的因素讓這些選手能夠產生如此強大的動力持續著同樣一件事情永不放棄呢？又是哪些因素讓他們可以擁有這樣的毅力與決心堅持到底呢？我們可能很難解釋為什麼這些運動員願意花上大部分的時間、精力及心血投入其中卻又不厭倦，對他們來說，運動不只是運動，而是生活的一部分，所有的行為、舉止甚至思想都會受到影響，而這種讓他們可以保持全心投入並且喜愛這項運動的心理因素我們可以稱之為「熱情(passion)」。熱情可以增加個體去從事某件事的動機，並使他們的生活更加有意義，但是熱情也可能會有負面的情緒產生，亦可能使人過度執著或熱衷於此而無法找到生活中的平衡點，因而對生活產生負面影響 (Vallerand et al., 2003)。熱情是支持運動員繼續向前的最大動力，但並非每位運動選手都具備對於該項運動的熱情，根據 Deci 與 Ryan (1991) 運動參與動機的觀點來看，屬於外在動機與無動機的運動選手其參與動機來源較不受自身內化動力的影響，從這樣的角度看來，具備運動熱情的情形就相對的較低；因為運動員必須經歷將運動內化成自我認同，才可能產生熱情 (Vallerand & Miquelon, 2007)，因此，運動員是否對自我角色有所認同，這可能會影響到個體是否能產生對這項活動熱情的重要因素之一。

此外，根據 Vallerand 等人(2003) 的看法，熱情是個體對於某個自己喜愛、感覺重要的活動，並且對其投入大量的時間和精力所產生的強烈傾向。而過去也有許多文獻發現個體花費的時間和精力和對該項活動的喜歡程度有關 (Emmons, 1999)，顯示個體會因為喜愛該項活動並且無怨無悔的對其投入時間、精神和物質，如此熱情才可能蘊育而生。因此，個體投入的時間、金錢、精力、心血，都是影響個體是否能轉化熱情的重要關鍵；早期 Kanter (1968) 認為，承諾是行動者投資精力與忠誠到社會體系的意願，承諾是成就個體持續行為的內在動力；日後 Scanlan, Carpenter, Schmidt, Simons 與 Keeler (1993) 才依循這樣的觀點進一步的建構出運動承諾模式。因此，個體能否對該項運動產生出運動熱情，會因為對於該項運動的承諾或投入而有所影響。而本文就上述的思維，欲先概述運動熱情、運動員認同以及運動承諾的定義與內容，再就其理論架構演進脈絡及相關研究進行探討，並歸納整理三者間的相互關聯性。

貳、運動熱情

什麼是熱情？有許多類似的概念存在，例如：運動成癮、喜愛、興趣等，但皆與熱情有所區別 (Vallerand & Miquelon, 2007)，最早提出運動熱情模式的學者 Vallerand 等人(2003) 認為，運動熱情是指個體對自己喜愛的運動會展現強烈

的心理傾向，並且願意投入金錢、時間與精力去從事該活動，此種心理狀態與動機有些許的不同；但由於個體對於熱情內化歷程的不同影響而有所差異，因此還可以將「熱情」細分為兩種類：一、調和式熱情(harmonious passion)：代表此種熱情源自於個人自主內化 (autonomous internalization) 所形成的認同，參與活動是自己可以控制的、有彈性的，個體可以決定是否繼續從事該項運動；二、強迫式熱情 (compulsive passion)：它源自個人控制內化特定活動所形成的認同，同時也賦予熱情活動特定的意涵，例如自尊、成就、能力感等，進而形成人際間和個體內在的壓力，而促使個體履行該活動；換言之，表示運動者受到內、外在壓力去從事某項運動，該行為控制了個體，對個體而言從事該活動是一種既定的行為模式，個體感受到不得不從事該項活動的情緒。國內學者蔡淑莉 (2009) 認為，無論是調和式熱情或強迫式熱情都必須對活動有樂趣，只是對該項運動的價值與調節被內化為自主性的形式，稱之為調和式熱情；而對該項運動的價值與調節被內化為控制性的形式，則稱為強迫式熱情。

Vallerand 等人 (2003) 的研究發現，調和式熱情與活動中的流暢、正面情緒和專注、活動後的正面情緒、爾後的正面情緒呈現正相關，但與活動中的羞愧感呈負向關聯；而強迫式熱情與衝突其他活動、活動中的羞愧感、不能參與活動時的負面認知與情緒、爾後的負面情緒與參與意圖、高風險環境下的參與行為呈正相關。此外，該研究中也發現調和式熱情與強迫式熱情因具有熱情的基本共同構念，因此兩者間呈現中等程度的正相關，顯示熱情不是單一構念，而是兩者間屬於多元、多向性，不僅會影響活動者的認知、情意與行為，還可能會影響成就水準的發展。陳建瑋和游鎮安 (2007) 認為，調和式熱情可以讓該項運動在個人認同中佔有重要地位，但不會影響到生活其他層面，並且能夠經驗到更多的正面情緒，包括專注、流暢、正向情緒等；而強迫式熱情可能會讓個體變成在不得不的情況下參與喜歡或是享受的運動，因此變得缺乏調節生活其他事件的能力，甚至可能會經驗到衝突或是負向的情緒、認知、行為而不知所措。然而，雖然這兩種熱情對於個體參與活動都是有利的，兩種熱情也都能發揮堅持到底的力量，但當個體察覺若繼續參與活動會導致危險或傷害產生時，唯有強迫式熱情會不顧後果成敗持續從事該項活動 (Vallerand & Miquelon, 2007)，由此可知，兩種熱情態度最大的差異在於因應實際情況所產生的決策行為。

參、運動員認同

熱情可以幫助個體保持持續參與活動的動機，但是並非所有人都會對所選擇的活動產生熱情，轉化為熱情必須經歷三個階段，首先是活動的選擇，再來是對活動的評量，最後是將活動內化成自我認同 (Vallerand & Miquelon, 2007)。因此內化成為自我認同對於各體產生熱情來說，是十分關鍵的一環，因此運動員是否能將運動內化並且認同自我，甚至包含角色認同以及社會認同，對於個體的運動熱情的產生佔有舉足輕重的影響力。什麼是我？什麼又是自我角色？當自我

認識不清時，就無法真正的了解自己，而個人的定位就會不明確，對於角色的認同情形就會混淆；由於每個人所扮演的角色會隨著年齡發展和個體與社會網絡的關係產生改變，因此角色認同 (role identity) 是指一個人對於某個特定角色的認同程度，角色認同不僅賦予過去的行為意義和價值，也會影響未來行為動機和努力方向，是一個行為和動機的主要預測因素 (Anderson & Cychosz, 1994)，此外，個體對於不同角色的知覺重要性則會影響活動選擇及行為投入的優先順序。對於運動員來說，也有所謂的運動員認同 (athletic identity)，Brewer, Van Raalte, 與 Linder (1993) 認為運動員認同是指一個人認為自己是運動員的程度，以及察覺自己像一位運動員角色扮演的心理傾向。個體是否能夠對於自我角色認同，認同程度的高低會影響到個體的認知、情意甚至行為上的改變。

運動員認同程度的高低對於運動員本身的影響有正面也有可能是負面的。何進全與盧俊宏 (2002) 認為，運動員認同度越高，較容易全心投入運動訓練，也較能專注於運動表現上，但相對的也較少時間去吸收其他領域的知識與技能；Webb, Nasco, Riley 與 Headrick (1998) 的研究發現，運動員認同越高，在退休後適應困難度上也就越高，尤其是因受傷被迫退休的運動員；因此運動員認同較高的選手也許在訓練上與表現上會較為投入與執著，但相對的在轉換職涯跑道時可能會遇上較多的阻礙與困難。此外，國內外學者均發現性別可能會影響運動員認同的程度，男性與運動員有較高的關聯性，並且也因此有較高的認同度和期望 (何進全、盧俊宏，2002；Wiechman & Williams, 1997)，這除了跟個體自我認同有關外，也顯示個體仍舊會因為社會刻板印象的影響下產生性別角色衝突，因而改變對於角色的認同程度。因此，個體對於自我角色認同程度的高低可能會影響到個體對於該活動的專注與投入，亦可能會影響到個體是否能將其內化而產生熱情。

肆、運動承諾

個體會將有些活動視為個人認同的重要成分，此時個體便會對該活動產生強烈的認同，此一轉變便是熱情的內化過程 (Deci & Ryan, 2000)，而過去也有文獻發現個體花費的時間和精力和對該項活動的喜歡程度有關 (Emmons, 1999)。個體對於某件事物投資精力、心血、金錢甚至對其產生忠誠的意願稱之為「承諾」(Kanter, 1968)；早期研究的方向主要在探討影響個體在職場上對工作的承諾 (Farrell & Rusbult, 1981)和人際關係的承諾 (Rusbult, 1980)，而承諾應包含三種內涵：認同、投入與忠誠 (Buchanan, 1974)。將其推論至運動情境中，Scanlan 等人 (1993) 定義運動承諾為持續運動慾望和決心，代表運動員依賴於運動本身的心理狀態，反應支持持續涉入背後的動機力量，是一種主觀的知覺；後來，Wilson 等人 (2004) 依據 Scanlan 等人 (1993) 的運動承諾量表延伸出健身運動承諾量表，其中將承諾區分為兩種特性，一為想要的承諾，代表個人不受任何外力控制，決心要持續參與該項運動；另一為必需的承諾，代表個人因責任、義

務等因素而要繼續參與該項運動。簡后淑與季力康 (2005) 從心理性態度的觀點來看承諾的心理歷程，當個體持續參與一項工作或活動時，個體會因為他們想要去做且必須要去做，而因此持續這樣的行為，如此的心理歷程變化與之前談到的運動熱情與運動員認同極為相近；盧俊宏、許雅雯、蔡鳳純和陳聖芝 (2010) 也認為運動員認同與運動承諾兩者間的概念非常相似卻又不盡相同。

根據 Carpenter 與 Coleman (1998)、Scanlan 等人 (1993)、Weiss, Kimmel, 與 Smith (2001) 以及 Wilson 等人 (2004) 陸續所發展出的運動承諾相關模式中，發現會影響或中介運動承諾的前置因素包括：社會規範、運動樂趣、吸引選項、個人投資、社會支持、知覺能力、滿足感等，皆可能影響個體對於該項運動的承諾甚至改變其運動行為，其中樂趣感是最有影響力的因子。此外，由於在過去許多研究認為，運動承諾程度的高低會影響運動員是否持續參與該項運動，是否願意投入精神精力於其中，因此運動承諾被認為是影響運動參與及持續運動的重要因素 (何肇益、林如瀚，2009；Wilson et al., 2004)；而當運動員運動承諾逐漸低落時，個體便不再享受運動參與的樂趣，並顯示出運動陷入(sport entrapment)的心理狀態以及呈現較高的倦怠感，以致無法堅持在運動中 (Raedeke, 1997)，對於教練或運動員本身來說，運動承諾程度的高低對於其生涯有著關鍵的影響，因此探究如何能夠持續或提升運動員對於該項運動的承諾，便有著重要的意義存在。

伍、運動員認同、運動承諾與運動熱情之相關研究

根據上述的三個心理因素，不難看出其中相似並且相關聯的所在，Anderson 與 Cychosz (1994) 發現健身運動者每週參與運動的時間和形式皆與健身運動者認同有密切關係，而由於運動承諾包含了認同的因素，因此運動承諾與運動員認同之間會有高度相關的存在，因此在盧俊宏等人 (2010) 的研究中也証實了這個觀點，顯示運動者對運動員角色認同的程度會和每週個體願意付出、投入的時間以及參與的次數有關。王明瑞與卓國雄 (2010) 以大學體育志工為研究對象，其研究發現，大學體育志工的組織承諾與運動員認同有正向關係存在，越是對自我角色認同感高的學生，對於組織的承諾感、滿意度也會越高；根據上述文獻中，我們不難發現當個體對於對自我角色認同時，會對於該項活動有著較高程度的投入以及承諾感。此外，Martin (2006) 的研究發現，運動承諾與運動參與樂趣有高度的相關存在，並且運動參與樂趣是預測運動承諾最主要的預測因子，顯示個體是否願意投入時間、金錢、精力在該項運動上，運動參與樂趣則佔了相當重要的決定因素，而無論是何種型態的熱情，其先決條件都必須是個體要對其活動產生樂趣 (蔡淑莉，2009)；胡婉玲 (2009) 曾針對大專院校競技啦啦隊選手所作的研究，發現運動熱情會受到參與活動的資歷以及投注的時間影響。因此個體對於該項活動的承諾也會與本身對於該活動的熱情程度有所關聯。根據 Vallerand 等人 (2003) 的看法，熱情是個體對於某個自己喜愛、感覺重要的活動，並且對其投入大量的時間和精力所產生的強烈傾向，因此熱情會影響個體決定願意對一件

事物投入多少承諾，相對的，人們也會依據重視該項活動的程度內化為自我認同的一部分，並且產生對該活動的熱情 (Aron, Aron, & Smolan, 1992)；而許雅雯與盧俊宏 (2010) 也認為，較高的健身運動自我認同者，可能對於健身運動或身體活動有較高的熱情存在，也會願意投入較多的時間和努力在該項活動上，並且發現健身運動認同與健身運動承諾可有效預測調和式熱情。由此可知，認同、承諾以及熱情三者之間會相互影響也相互繫絆，而由上述的文獻中可以略為發現，當個體開始對於自我角色認同時，便會開始產生對於該項活動持續投入的決心以及持續參與的動力，而當這些投入與承諾不斷的提高時，個體便會開始對其產生熱情，此後個體會對於自我角色更加認同，對該活動的承諾也更加提升，三者之間便形成密不可分的循環連結；因此，若能滿足個體對於角色的認同，提高對該項運動的承諾，便會產生對該項運動的熱情，增加持續參與運動的行為。

陸、未來研究之建議

近年來越來越多學者開始重視正面心理學的發展，並且探索如何使人活得更具價值與意義，而在運動領域中探究運動熱情的研究也逐漸受到關注，除了顯示其重要性外，也突顯其他相關因素被探討的必要性。在未來的研究中除了企盼能夠釐清更完整有關於運動熱情的構念外，也需要更多實徵研究來探討承諾、認同與熱情間相互影響的情形，進而深入研究其變項在認知、情意、行為上所扮演的角色，包括運動員倦怠、運動依賴、運動員退休後心理調適、運動員職涯轉換、運動傷害等影響因素。此外，未來研究者亦可結合運動員人格特質的部份加以探討，例如目標取向、參與動機等，這些都有助於讓運動心理的研究人員更了解其中的影響，並也能讓運動熱情的理論更加完備，最重要的是，藉由這些理論與實徵研究引發閱讀者的共鳴，產生對運動的喜愛，喚起從事運動的熱情，持續參與運動的堅持，讓運動帶給人們更美好的人生。

參考文獻

- 王明瑞、卓國雄 (2010)。組織承諾和工作滿意度對運動員認同與組織公民行為關係之中介效果研究-以大學體育志工為例。《屏東教大運動科學學刊》，6，245-256。
- 何進全、盧俊宏 (2002)。運動員認同概念與測驗初探。《體育學報》，33，147-154。
- 何肇益、林如瀚 (2009)。運動承諾模式在競技與健身運動之探討。《中華體育季刊》，23(4)，85-95。
- 胡婉玲 (2009)。雙元熱情隊競技啦啦隊員之影響。《台灣體育運動管理學報》，8，55-74。
- 陳建瑋、游鎮安 (2007)。運動熱情之探討。《大專體育》，93，113-118。

- 許雅雯、盧俊宏 (2010)。健身運動認定量表心理計量檢定與效度驗證。 *體育學報*, 43(3), 47-62。
- 蔡淑莉 (2009)。 *健身運動者的運動熱情與運動幸福感及幸福感之關係研究*(未出版之碩士論文)。國立台北教育大學體育系，台北市。
- 簡后淑、李力康 (2005)。運動承諾模式與運動行為之探討。 *大專體育*, 81, 153-158。
- 盧俊宏、許雅雯、蔡鳳純、陳聖芝 (2010)。健身運動依賴、承諾、認同和行為之關係。 *大專體育學刊*, 12(2), 23-31。
- Anderson, B., & Cychosz, C. M. (1994). Develop of an exercise identity scale. *Perceptual and Motor Skills*, 78, 745-751.
- Aron, A., Aron, E. N., & Smolan, D. (1992). Inclusion of other in the self scale and the structure of interpersonal closeness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 63, 596-612.
- Brewer, B. W., Van Raalte, J. L., & Linder, D. W. (1993). Athletic identity: Hercules' muscles or achilles heel? *International Journal Sport Psychology*, 24, 237-254.
- Buchanan, B. (1974). Building organizational commitment: The socialization of managers in work organizations. *Administration Science Quarterly*, 19, 533-546.
- Carpenter, P. J., & Coleman, R. (1998). A longitudinal study of elite youth cricketers' commitment. *International Journal of Sport Psychology*, 29, 195-210.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1991). A motivational approach to self: Integration in personality. In R. Dienstbier (Ed.), *Nebraska symposium on motivation: perspectives on motivation* (Vol. 38, pp. 237-288). Lincoln: university of Nebraska Press.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The "what" and "way" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11, 227-268.
- Emmons, R. A. (1999). *The psychology of ultimate concerns: Motivation and spirituality in personality*. NY: Guilford.
- Farrell, D., & Rusbult, C. E. (1981). Exchange variables as predictors of job satisfaction, job commitment, and turnover: The impact of rewards, costs, alternatives and investments. *Organizational Behavior and Human Performance*, 27, 78-95.
- Kanter, M. (1968). Commitment and social organization: A study of commitment mechanisms in auatopian communities. *American Sociological Review*, 33, 499-517.
- Martin, J. J. (2006). Psychosocial aspects of youth disability sport. *Adapted Physical Activity Quarterly*, 23(1), 65-77.

- Raedeke, T. D. (1997). Is athlete burnout more than just stress? A sport commitment perspective. *Journal of Sport & Exercise Psychology*, 19, 396-417.
- Rusbult, C. E. (1980). Commitment and satisfaction in romantic associations: A test of the investment model. *Journal of Experimental Social Psychology*, 16, 172-186.
- Scanlan, T. K., Carpenter, P. J., Schmidt, G. W., Simons, J. P., & Keeler, B. (1993). An introduction to the sport commitment model. *Journal of Sport & Exercise Psychology*, 15, 1-15.
- Vallerand R. J., & Miquelon, P. (2007). Passion in sport: Theory, research, and applications. In D. Lavallee & S. Jowett (Eds.), *Social psychology in sport* (pp. 175-204). Champaign, IL: Human Kinetics.
- Vallerand, R. J., Blanchard, C. M., Mageau, G. A., Koestner, R., Ratelle, C., Leonard, M., Gagne, M., & Marsolais, J. (2003). Les passions de l'ame: On obsessive and harmonious passion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85, 756-767.
- Webb, W. M., Nasco, S. A., Riley, S., & Headrick, B. (1998). Athletic identity and reactions to retirement from sports. *Journal of Sport Behavior*, 21, 338-362.
- Weiss, M. R., Kimmel, L. A., & Smith, A. L. (2001). Determinants of sport commitment among junior tennis players: Enjoyment as a mediating variable. *Pediatric Exercise Science*, 13, 131-144.
- Wiechman, S. A., & Williams, J. (1997). Relation of athletic identity to injury and mood disturbance. *Journal of Sport Behavior*, 20, 199-210.
- Wilson, P. M., Rodgers, W. M., Carpenter, P. J., Hall, C., Hardy, J., & Fraser, S. N. (2004). The relationship between commitment and exercise behavior. *Psychology of Sport and Exercise*, 5, 405-421.

青少年休閒運動價值觀養成之探討

—以資訊融入教學網路短片欣賞為媒介

A discussion on the development of recreational exercise values of adolescence: Internet video clip of technology integration as a means

林顯丞¹、林俊傑²、黃瑞臻³

國立臺北教育大學¹、臺中市健行國小²、中華醫事科技大學³

摘 要

本研究旨在探討透過資訊融入教學進一步養成青少年休閒運動價值觀。運動是絕大多數青少年主要的休閒活動，而在運動的情境中可以提供個體與他人產生關聯，與社會產生互動的機會，藉以培養終身運動的習慣。因個人的價值觀是影響其行為的主因，而休閒運動價值觀是青少年價值文化的一部分。了解其休閒運動價值觀有助於透過學校、家庭的教育力量來幫助青少年建立健康且正確的價值觀。時下青少年，習慣透過影音媒體獲得相關資訊；身為教師，亦應善用資訊媒體作為教學理念傳達之媒介。為達成本研究目的，研究者期以文獻探討、學理論述的方式，探究青少年休閒運動價值觀之養成發展。研究結果顯示：青少年休閒運動價值觀之養成可透過資訊融入教學加以落實，希望藉由健康行為的養成，運動行為的培養，透過家庭中互動的過程達到全人健康的目的。

關鍵詞：青少年、運動價值觀、資訊融入

Key words: adolescence、recreational exercise values、technology integration

通訊作者* 姓名：林顯丞 地址：臺北市大安區和平東路二段 134 號體育學系

E-mail: ansi0126@tea.ntue.edu.tw **電話:** (02)2737-3309

壹、前言

休閒(leisure)是國民基本權利之一。時至今日，國家人民的休閒生活品質常被用為衡量國民生活素質的依據之一。換言之，人類對於閒暇時間的利用方式，決定了社會文明的品質，也影響了個人生活的每一層面。

而休閒性質的健身運動(exercise)是絕大多數青少年主要的休閒活動之一(Kraus, 1990)，近年來各級學校無不積極辦理各項課後休閒運動社團活動、周休二日的育樂營及寒暑假的運動性營隊，更多民間團體規劃之路跑、健行、自行車等活動如雨後春筍一般於臺灣各地舉行，無非是希望利用活動的舉辦，增加社會大眾參與休閒運動的機會，藉以建立正確的運動休閒觀念。

2007 年，教育部提出「210 快活計劃」的口號，希望學校藉由妥善規劃，指導學童每日累積 30 分鐘的身體活動，每週達 210 分鐘的活動量，期望達成健康促進的效果，強調「每日」運動的觀念，且在日常生活中累積運動時數。這樣的觀點與作法，也已經在國民中小學課程綱要修正草案中針對能力指標的部分加以修訂，希望藉由能力指標的落實，而達成此目的（教育部，2009）。

在運動的情境中可以進一步與同儕或社會環境之間產生互動及關聯，運動參與會影響個體的身心健康，可以提高自律修養、人格特質、社會發展及價值觀等方面的益處 (Gill, 2000)。動態生活形式，輔以規律活動，確能促進個人的健康並提升生活品質。

這樣的觀點，早在 Morris 與 Paffenbarger 於 1950 年代以後運用運動流行病學(Epidemiology)的角度所進行的研究中得到證實。所以，規律的身體活動與兒童及青少年的健康情形與有密切的關係，其中包括：減少肥胖、降低心理壓力、增加體適能並促進運動表現及抑制心血管疾病發生的危險因子等。藉著參與身體活動的行為不但可以促進兒童的身體發展，而且能提高兒童的自尊、幫助集中注意力及培養較佳的學習行為 (Tremblay, Inman, & Williams, 2000)。

因此，規律的身體活動可以促進青少年的身心發展，增進健康與身體適能，並影響未來長大後持續從事休閒性身體活動行為的參與機率。了解其休閒運動價值觀有助於透過學校、家庭的教育力量來幫助青少年建立健康且正確的價值觀念，並進一步導引其從事健康身體活動。

貳、休閒運動價值觀的培養

Kluckhohn (1951) 對價值觀所下的定義是：「價值觀是個人或團體對可欲求事物的特殊概念，這種概念可能是外顯的或內隱的，會影響個人或團體對行為方式、採取手段和行動目標的選擇」。

另一位學者 Rokeach (1973) 更進一步將 Kluckhohn 的理論加以演繹，將價值觀定義為：「一種持久的信念，它居於人格結構和認知結構的核心；此種持久信念是個體對特定的『行為方式』或『存在的最終狀態』的偏好，並成為個體大部份態度和行為的決定力量」。

所以，價值觀可以被認為是一種可以促動人類採取積極行動的事物，在個體人格中具有重要的地位，也是人類文化活動的主要內容；價值觀亦是在文化環境、社會條件以及人格特性三方面的因素共同影響之下形成的，俟價值觀念形成之後，就成為一種影響力量，決定人的態度與行為（文崇一，1973；吳明清，1983）。由以上學者的看法得知價值觀視為個體追求事物的持久性信念，這種對於什麼是重要、值得的信念不僅引發人們的情意感受，甚至影響人們所要採取的行為。有人認為休閒性身體活動的價值在增進技術層面，有人認為是獲取勝利，有人認為可以使身體健康，甚至增進人際關係、發展友誼等等，在參與過程中個體因其持有之信念選擇參加與否，甚至是值不值得，應不應該參加。是故，休閒運動價值觀此一獨特的信念將影響其所有從事、參與休閒性身體活動的行為。

從上述的文獻探討得知，個體所持之休閒運動價值觀實為影響其休閒運動參與行為的因素之一；而價值觀念的養成是一社會化過程，亦是在社會環境、家庭生活與個人互動之中所產生。

諸多學者從休閒教育的觀點來探討休閒運動行為的增進。廣泛而言是指家庭、學校、社會三者之中，能提供正確資訊且協助釐清真正休閒價值者（詹明倫，2001）。林敬銘與張家昌（2006）更進一步針對休閒教育的實施方式提出建議，可落實於教育面來實施。在青少年的發展過程中，學校扮演的角色與功能尤其重要；學校透過各領域內的課程規劃，希望經由能力指標的落實，在教學活動中培養青少年正確的行為能力與價值觀念（楊銀興，2003）。陳俊民（2002）也提到一個好的體育課程設計應當滿足及延續學生對運動的渴望與需求，並透過教學的手段，建立學生健康的運動休閒人生觀。

學校除了將課外活動與運動競技比賽列為必要的休閒課程之外，更應將休閒教育列為學校學習的範疇中，直接規劃相關休閒教育課程（劉照金，1992），提供學生學習，清楚地了解到目標與目的的重要性，進一步著手認知與實踐。

九年一貫課程實施至今，國民中小學課程綱要研究發展團隊組成健康與體育學習領域研修小組，以進行課程綱要的微調工作。其間經過數次焦點團體(包括教科書編輯者、北中南各區輔導員)會談，針對各項能力指標加以修正補充。

舉例而言，能力指標『4-1-3 養成規律運動習慣，保持良好體適能』之補充說明中將原先運動 333 的概念，修正為依據個人興趣及生活作息，安排每天至少運動 30 分鐘，每週至少運動 210 分鐘以上並利用課後或假日時間，邀集家人或朋友，一同到戶外從事身體活動；其緣由為：現階段體適能概念應強調「每日」運動，且在日常生活中累積運動時數，即可達到增進健康之目的。中小學階段應可灌輸學生此項觀念，並鼓勵實行。能力指標『4-2-2 評估社區休閒運動環境並選擇參與』之補充說明除強調原先積極參與社區所舉辦之各類運動及競賽或體育相關活動外，更進一步加強「休閒」活動概念而加入：利用假日期間，選擇適合個人休閒項目，從事身體活動。

另外，在主題軸六一「健康心理」的部份，有更多的補充說明加以修訂，如：與家人一同參與運動、參與各種團體休閒活動以增進人際關係、遵守團體活動規範、瞭解多元價值、尊重與欣賞、運動精神、分析自我與他人的差異，從中學會關心自己，並建立個人價值感等。

由此可見，學校方面若能將能力指標之內容精神落實於課程設計之中，經由教學活動的進行，引起學生的興趣，不僅達到運動參與的效果，也較容易讓學生體驗到休閒的經驗。透過學校課程的安排，發展個人與團體的運動經驗，不僅在體育課程中享受到運動樂趣，課餘時間也能引起個體自發性的參與，這是體會身體活動與休閒行為結合的最佳機會。

參、運用資訊融入教學培養正確價值觀

資訊科技(information technology)時至今日，發展之速度，日新月異，對人類的生活已產生極重大的影響。資訊科技的應用，已成為現代人必備的生活技能（郭瑞庭、蘇金德，2000）。身為教育工作者，更應該善用資訊科技融入教學活動進而提升教學品質。

以中小學的課程學習角度切入，依據九年一貫課程之精神，七大學習領域均應使用資訊科技為輔助學習之工具，進而拓展領域學習的深度及廣度，提升學生解決問題的能力（教育部，2003）。而電腦豐富多變的聲光效果，在教學上更可以達到吸引學生學習動機，進而提升其學習效果(Means, Haertel, & Moses, 2003)。資訊融入教學活動已不僅限於軟體上的應用，藉著網路的普及，使用網路的資料搜尋功能，透過即時或非即時的討論方式，均能達到資訊教育的願景（郭吉模，2003）。就網路的資源應用而言，數位教材內容的製作及網路現有資源的擷取是相當基本的模式，教師可透過基本操作技巧，經過有效的教學設計達到教學的目的。

資訊科技已經逐漸取代過去平面式的教材及教具，將抽象化的觀念及動作轉化為具象的影像，透過視覺化且具實際感的教材，將傳統單向式的教學感受，轉化為互動式的體驗。不可否認，透過資訊融入的教材設計，得以讓學生體驗明確且有利的佐證，進而建立有效的經驗。Karchmer (2000)指出，網路資訊豐富，學生可以藉此接觸到社區以外的人事物，可以提供大部分教科書及學校圖書館都無法提供的最新資訊。吳明德、陳世娟與謝孟君 (2005)的研究也顯示，多數受訪教師對於學生的學習效果持正面的肯定，認為網際網路的教學資源融入教學活動學生較易受到吸引，並能有效理解與領悟抽象觀念及內容。該研究受訪教師亦認為教學資源之使用目的要能吸引學生的注意力，進而引起其學習動機與注意力，符合受教者的認知程度才是良好的教學資源。對教師而言，呈現方式多數為 Word 文件、PowerPoint 簡報檔及直接上網播放三種，由於這三種方式操作簡單且方便，更容易在教學上進行資訊融入。

隨著網際網路的興起，越來越多人將上網作為主要的休閒管道，也形成所謂的現代化休閒 (Bryce, 2001)，其中收看線上影音更是主要的網路參與行為。透過超連結、標籤連結或嵌入平台功能將不同平台連結，YouTube 影音短片廣泛嵌入至各個不同社群平台上就是最好的例子(何振誠、邱張名琪、陳威助，2009)。YouTube 成立於 2005 年 2 月，創辦至今已經成為全球用戶透過網路觀看和分享原創影片的主要網站，每段影片皆有數十字到百字的文字說明，透相關文字說明及超連結的支援，方便授課教師在網際網路上搜尋關鍵字詞，並進一步能直接運用資訊設備播放影片內容，進行教學內容。

九年一貫課程中，體育教師已經面臨不同以往的教學環境，在現下的時空背

景中，課程教學融合了健康教育；而健康與體育兩個領域的結合，也讓體育授課教師針對二者相異的課程內容得以由資訊融入的觀點進行整合及呈現。對於健康的教學強調由知覺形成價值觀，進而達到行為上的表現（洪祥偉、陳五洲，2006）。為了落實行為的養成，透過教學多媒體的運用可以強化學習者對於健康教育及體育兩者的關聯，進而促成學生對此二領域的整合。

舉例而言，有關健體領域分段能力指標【6-2-5】：了解並培養健全的生活態度與運動精神。其中，具體補充說明便提到教導學生重視個人與群體關係，在團體(體育)活動中，表現尊重與欣賞的運動精神。

此時，便要提到一位令大家感動落淚的運動員—蘇麗文；2008年北京奧運跆拳道項目，蘇麗文跌倒爬起10多次，卻始終沒有放棄比賽，即便左膝十字韌帶已撕裂，她仍奮力一次又一次的爬起再踢再戰，受傷當下，所有人都勸她放棄，只有自己仍繼續堅持。蘇麗文雖然受傷落敗沒有贏得任何獎牌，但是她奮戰到底的不敗精神，深深烙印在全國為她加油喝采的民眾心中。有關「全力以赴」、「個人成就」、「勝利」、「運動精神」及「自我實現」等休閒運動價值觀，在此一事例中均可完整呈現。而透過YouTube影音短片的連結，教學者更能輕易取得教學資源，進而傳遞與教授良善之休閒運動價值觀。

肆、資訊融入教學影音短片舉隅

運動場上激勵人心，令人感動的畫面，不勝枚舉。網路科技發達的今日，藉由YouTube之類的影音串流平台，讓資訊使用者不受時空限制，更容易可取得此類資源，並在教學安排中呈現。以下，列舉3段影音短片為例，在YouTube上均可搜尋到，且點閱率均超過50萬以上。

永不放棄(Facing The Giants)，是哥倫比亞電影公司於2007年推出的一部校園美式足球勵志電影(圖1)。在網路上被廣泛點閱的是一段約8分鐘的片段，教練葛蘭特在指導球員對於比賽的「基本態度」，而主力選手布洛克卻相當不以為意；所以，教練要布洛克背著另一名隊員進行50碼「死亡爬行」的美式



圖1 永不放棄 (Facing The Giants)

足球訓練。在完成過程中，布洛克幾乎因為痛苦難耐、精疲力竭而要放棄，最後在教練的言語及肢體行為鼓勵下，他背著一個 160 磅的選手完成爬行將近 110 碼的艱難任務。

這個過程中教練喊了 13 次「對了！加油！就是這樣！」，喊了 23 次「別放棄」，喊了 3 次「不要停」，喊了 48 次「繼續...繼續」。

短片中希望傳達一個信念：一個人不成功，是因為沒目標、沒夢想、沒自信、沒教練，不知道自己的潛能有多大。同樣的，「自信」、「堅持」、「團隊凝聚力」、「服從指導」、「個人成就」此類的價值觀念均在短片中得以呈現。

2008 年的北京奧運舉重場上，同樣有個令人動容的故事：德國運動員馬蒂亞斯·施泰納（Matthias Steiner）奪得了舉重項目的最後一枚金牌。在這之前，他因為罹患糖尿病在雅典奧運表現不佳而引起奧地利媒體不滿，人生谷底時，遇到了一生摯愛—蘇珊，熱戀、結婚，進而遷居德國定居養病。蘇珊用無私的愛鼓勵有病在身的施泰納，幫助他度過每一個難關。北京奧運會成為施泰納與妻子蘇珊共同約定的目標，一場意外的車禍改變了這一切。2007 年 7 月，蘇珊在海德堡遇到一起嚴重車禍，趕到醫院的施泰納知道，他將永遠失去愛妻。在蘇珊彌留之際，她用微弱的氣力向施泰納道出這一生最大的願望：「希望他，可以奪下奧運金牌」。



圖 2 京奧 105 公斤級舉重冠軍 M. Steiner

短片中，可以看到不斷努力的施泰納，背負著極大的痛苦，喪失愛妻，在酗酒跟自暴自棄中再度站起來，只希望一圓兩人共同的夢想。在京奧賽場上，一路落後的施泰納，保持與蘇珊共同的信念，挑戰幾乎不可能的 258 公斤。

最後，奇蹟發生了，施泰納以總成績 461 公斤，超出亞軍 1 公斤的成績奪冠。

頒獎台上，他拿著妻子的照片一同讓媒體拍照(圖 2)，「關懷」、「技巧表現」、「個人成就」、「自我實現」、「運動精神」等運動價值觀在影音的傳達中表露無遺。

田徑，是運動之母；奧運田徑場上的令人難忘的片段，更是極富教育意義。1992 年巴塞隆納奧運會男子 400 公尺項目，749 號雷德蒙(Derek Redmond)，黑人運動員，英國 400 公尺紀錄保持人，在兩輪預賽均獲小組第一的成績。4 年前

漢城奧運，他因為腳傷賽前 2 分鐘退出比賽；為了備戰本屆奧運會，他進行 5 次手術，這是他最後一次的機會。在準決賽場上，鳴槍起跑，剛跑過 250 公尺左右，他的舊傷復發—右大腿肌肉撕裂，此時距離終點僅 100 餘公尺，但苦等 8 年的奧運金牌已提前宣告終結。

他因為無法站立而倒在賽場上，當他看見醫護人員拿著擔架朝他奔來的時候，他下決心一定要完成比賽，他跳著站起來，回到他的跑道，強忍著疼痛，但他已經沒有辦法再跑，只能一拐一拐的慢步向前，他要把這段賽程比完(圖 3)。他的父親也跑到賽道旁邊，父子兩人緩慢的走向終點。就在離終點前不遠處，父親放手讓兒子自己來完成最後一段，自己通過終點線。



圖 3 沒有冠軍頭銜的偉大運動員 D. Redmond

現場 65000 名觀眾被這畫面所感動，所有人都起立為這位堅持奧林匹克精神的運動員鼓掌致敬。

如此崇高的運動精神，隨著影音串流的播放，成為跨越時空的典範，更為運動價值取向的建立，提供良好的素材。

伍、結論

新世紀的來臨，健康的取向已是現代國民所重視的區塊。休閒運動是時代進步的產物，運動是休閒活動的一種類型，以休閒的心去從事運動，才能夠自由自在的運動，從運動中獲得樂趣與幸福感，讓自己的心靈獲得多采多姿的經驗 (徐元民，2003)。

青少年時期有著旺盛的精力，良好的記性，豐富的情感表現以及未見成熟的定性，處於人生之『塑型』的階段。在此一時期中，若能透過學校教育、家庭互動對其產生正確之影響，培養正確之健身運動(exercise)價值觀，提高休閒運動參與的興趣，不僅對將來之休閒運動參與樂意實施，更有機會因為持續的興趣而『擇善固執』，成為優秀的運動員。

參考文獻

- 文崇一 (1973)。人類學與價值問題。《人與社會》，1(4)，74-89。
- 何振誠、邱張名琪、陳威助 (2009)。從網誌到微網誌：網路社會參與形態的演變介紹。《資訊社會研究》，17，1-51。
- 吳明清 (1983)。我國青少年價值觀念及其相關因素之研究(未出版博士論文)。國立臺灣師範大學，臺北市。
- 吳明德、陳世娟、謝孟君 (2005)。小學教師網際網路教學資源尋求及使用行為之研究。《教育資料與圖書館學》，42(4)，481-498。
- 林敬銘、張家昌 (2006)。休閒教育對提升休閒運動參與之重要性。《大專體育》，82，104-108。
- 洪祥偉、陳五洲 (2006)。從資訊融入教學觀點探討中小學體育教師應具備的資訊素養。《國立體育學院論叢》，16(2)，333-345。
- 徐元民 (2003)。《體育學導論》。臺北市：品度。
- 教育部 (2003)。《國民中小學九年一貫課程綱要》。臺北市：作者。
- 教育部 (2009)。《教育部電子報第350期》。2009年3月19日。取自 http://epaper.edu.tw/e9617_epaper/topical.aspx?topical_sn=305
- 郭瑞庭、蘇金德 (2000)。網路資訊融入體育科教學之應用。《國立臺灣體育學院學報》，7，21-36。
- 郭吉模 (2003)。現行資訊融入教學推展的問題及因應策略。《學校行政雙月刊》，28，86-95。
- 陳俊民 (2002)。從休閒與運動的關係談學校體育的發展方向。《中華體育》，16(4)，118-124。
- 詹明倫 (2001)。談青少年休閒活動與教育。《國立台灣體育學院學報》，9，183-190。
- 楊銀興 (2003)。中小學學生價值觀的分析與導正。《國教輔導雙月刊》，43(2)，50-55。
- 劉照金 (1992)。休閒教育之探討。《國立體育學院論叢》，(2)，69-78。
- Bryce, J. (2001). The technological transformation of leisure. *Social Science Computer Review*, 19(1), 7-16.

- Gill, D. L. (2000). *Psychological dynamics of sport and exercise*. Champaign, IL: Human Kinetics.
- Karchmer, R. A. (2000). Understanding teachers' perspectives of internet use in the classroom: Implications for teacher education and staff development. *Reading & Writing Quarterly*, 16, 81-85.
- Kluckhohn, C. (1951). Values and value orientation in the theory of action: An exploration in definition and classification. In T. Parsons & E. A. Shils (Eds.), *Toward a general theory of action* (pp. 388-433). Cambridge, Mass: Harvard University Press.
- Kraus, R. G. (1990). *Recreation and leisure in the modern society* (4th Ed.). NY: Harper Collins Publishers.
- Means, B., Haertel, G. D., & Moses, L.(2003). Evaluating the effects of learning technologies. In G. D. Haertel & B. Means (Eds.). *Evaluating educational technology: Effective research designs for improving learning* (pp.1-14). NY: Teachers College.
- Rokeach, M. (1973). *The natural of human values*. New York: Free Press.
- Tremblay, M. S., Inman, J. W., & Williams, J. D. (2000). The relationship between physical activity, self-esteem, and academic achievement in 12-year-old children. *Periartic Exercise Science*, 12, 312-324.

國立臺北教育大學「國北教大體育」投稿須知

一、性質：提供一個身體活動經驗與體育學術交流的平台。本刊於每年 3 月定期出版，投稿截止日為每年 12 月 01 日，主要徵稿的範圍如下：

(一)「論著」部分：刊載身體活動領域理論與實務之相關研究；每篇字數以 6000 字內為原則。

(二)「運動經驗」部分：刊載體育工作者相關之心得與經驗，及報導世界先進國家有關身體活動之最新作法；每篇字數以 3000 字內為原則。

(三)「運動教室」部分：刊載身體活動之相關技術指導策略與重要觀念之分析；每篇字數以 2500 字內為原則。

(四)「其他」部分：體育領域之相關稿件。

二、內容格式：

(一)來稿必須為 Microsoft Word 格式，並採用標楷體 12 號字用 A4 紙打字，單間行距，內文請加上頁碼，以利審查。

(二)來稿均須含中文題目、中文摘要(以 150-300 字為限)、中文關鍵詞 3-5 詞、內文及引用文獻。

(三)中文次標題表示法依序如：壹、一、(一)、1、(1)、a、(a)。

(四)圖表需附上標題，標題依序標示表 1、表 2、...及圖 1、圖 2、...等。圖表內容應力求簡潔易懂，可附加必要之說明。

(五)詳細內容格式請見「國北教大體育投稿自我檢查表」，此表參考「體育學報投稿自我檢查表」。

三、文獻註解：在內文中註解及文末引用文獻，必須遵守 2010 年第 6 版美國心理學 (APA) 格式書寫，或參考中華民國體育學會 (www.rocnspe.org.tw) 之 APA 書寫格式說明。

四、版權：凡刊載本刊之文章，必須簽署版權轉讓同意書。

五、審查費用：無須繳交審查費用，文章刊登後，贈送「國北教大體育期刊」PDF 一份。

六、投稿文件：來稿請備齊投稿申請表、投稿自我檢查表及著作授權同意書。稿件之全文電子檔案，傳至體育系楊啟文老師 ntuepejournal@gmail.com。聯絡電話：(02) 2732-1104 轉 63414。傳真：(02) 2737-3309。

國北教大體育 第八期

出 版 者：國立臺北教育大學體育學系

地 址：106 臺北市和平東路 2 段 134 號

電 話：(02)27321104 轉 63504

網 址：<http://pe.ntue.edu.tw/>

發 行 人：水心蓓

總 編 輯：楊啟文

副 編 輯：林顯丞

助 理 編 輯：郭育華、郭妍麟、黃志騏

校內審查委員：李水碧、李加耀、吳忠誼、胡天玫、陳益祥、翁梓林

黃英哲、楊忠祥、楊啟文、蔡政杰、蔡葉榮、鐘敏華

（依姓氏筆劃排列）

校外審查委員：李國維、金湘斌、陳建瑋、鄭漢吾（依姓氏筆劃排列）

出 版 日 期：2014 年 3 月 28 日

ISSN：0211-9153

