

南華大學  
文化創意事業管理學系碩士論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION  
DEPARTMENT OF CULTURAL & CREATIVE ENTERPRISE MANAGEMENT,  
NANHUA UNIVERSITY

國小低年級學童家長訂購兒童雜誌考量因素之研究

**Factors Affecting the Subscription of Children Magazines by Parents of Elementary  
School Lower Grade Students**

指導教授：黃昱凱 博士

**ADVISOR : Ph. D. Huang, Yu- Kai**

研究生：張勁梅

**GRADUATE STUDENT : Chang, Jing- Mei**

中 華 民 國 一 〇 二 年 六 月

## 中文摘要

### 南華大學文化創意事業管理學系 101 學年度第 2 學期碩士論文摘要

論文題目：國小低年級學童家長訂購兒童雜誌考量因素之研究

研究生：張勁梅

指導教授：黃昱凱 博士

#### 論文摘要內容：

面對全球化競爭的來臨，父母普遍希望孩子能多元化的學習，而閱讀是一切學習的基礎，兒童雜誌是一種能提供孩子多方面學習的讀物，因此本研究旨在探討國小低年級學童家長訂購兒童雜誌的消費動機、內容需求及其他考量因素，並探究家長對孩童使用平板電腦閱讀兒童雜誌的科技接受度。本研究採問卷調查法，以雲林縣國小低年級家長為研究對象，共分發 454 份，回收之有效問卷為 358 份，有效回收率為 78.9%。經統計分析結果，做出以下結論：

1. 在兒童雜誌消費經驗現況部分，受訪者在訂閱兒童雜誌優先考量類別以「綜合類」為最多，優先考量因素前三名分別為「孩子的興趣」、「內容的吸引力」、「具教育性」，訂購過的兒童雜誌以「小學生巧連智低年級版」最多，其次是「國語日報週刊」，主要決策者以「母親」最多，在續訂兒童雜誌時，則以「考量孩子的意願」為最多。
2. 家長訂購兒童雜誌消費動機得分最高的是「多元能力」構面，而在兒童雜誌內容需求上，則以「生動有趣」最為重要，其次「有生活常規方面指導」、「內容淺顯易懂」。
3. 國小低年級家長不同社經背景對於兒童雜誌消費動機之差異分析上，與學童不同之關係、家庭所得、低年級子女性別呈現顯著差異。
4. 國小低年級家長不同社經背景對於兒童雜誌內容需求之差異分析上，與學童不同之關係、年齡、教育程度、職業、家庭所得及低年級子女性別呈現顯著差異。
5. 國小低年級學童家長訂購兒童雜誌的消費動機與內容需求具有顯著相關，家長消費動機愈高，其對兒童雜誌內容的要求也愈高。
6. 家長對孩童使用平板電腦閱讀兒童雜誌的科技接受度部分，知覺易用性與知覺有用性會正向影響使用態度，而知覺易用性對知覺有用性也有正向的影響。
7. 對相關出版業者之建議，宜發行具多元化內容的「綜合性兒童雜誌」，題材應生動有趣，引發孩童閱讀興趣。面對數位化時代來臨，出版社規劃電子兒童雜誌時，應以操作介面簡單易學為首要考量，才能提高家長訂購電子兒童雜誌的意願。

**關鍵詞：** 兒童雜誌、消費動機、內容需求、平板電腦、科技接受模型

## 英文摘要

**Title of Thesis : Factors Affecting the Subscription of Children Magazines by  
Parents of Elementary School Lower Grade Students**

**Name of Institute : Department of Cultural & Creative Enterprise Management, Nanhua  
University**

**Graduate date : June 2013**

**Degree Conferred : M.B.A.**

**Name of student : Chang, Ching-Mei**

**Advisor : Ph.D. Huang, Yu-Kai**

## Abstract

With the more intensified global competition, it is every parent's wish for providing their children with a pluralistic learning environment. While reading has been regarded as the foundation of all learning, children magazines are an important type of reading materials facilitating diverse learning in children. The objective of this study is to investigate consumer motivation, learning requirement and other factors affecting the subscription of children magazine by parents of elementary school lower grade students. The investigators also explored technological acceptance of parents on children reading children magazine using tablet computers. The study used questionnaire survey to collect data from parents of elementary school lower grade students in Yulin County. A total of 454 questionnaires were sent out, and 358 of them were returned and valid (valid response rate = 78.9%). The data were analyzed statistically, and the following conclusions were drawn based on the statistical results.

1. For the current children magazine consumer experience, those comprehensive type of children magazines are prioritized by respondents for subscription, while the top three factors considered are children's interests, appealing contents, and educational orientation. The most commonly subscribed children magazine is Benesse Magazine for lower grade students, while the second popular one is Daily News. It is usually the mother making the decision on magazine subscription, while the decision on extending the subscription or not is mainly based on children's willingness.
2. For consumer motivation, the highest rated aspect for subscribing children magazines by parents is the aspect of "pluralistic competence". For the contents of children magazines, "lively and fun" is the most important consideration, followed by "giving instructions on daily routines" and "easy to understand".
3. For the effect of socioeconomic background of parents of elementary school lower grade students on children magazine consumer motivation, types of relationship with children, family income, and gender of low- grades students can lead to significantly different children magazine consumer motivation.

4. For the effect of socioeconomic background of parents of elementary school lower grade students on needs for children magazine contents, types of relationship with children, age parents' education and occupation, family income, and gender of children can lead to significantly different needs for children magazine contents.
5. For children magazine subscription, there is a significant correlation between consumer motivation and needs for magazine contents in parents of low- grades students. More specifically, a greater parental consumer motivation is associated with greater demands on children magazine contents.
6. For parents' technological acceptance on letting children reading magazines using tablet computers, usefulness and usability can both positively affect user attitude. Usability also has a positive effect on usefulness.
7. For publishers, it is recommended to provide a more comprehensive type of children magazines with pluralistic contents. To elicit reading, the topics should be lively and interesting. As we are entering into the digital age, publishers planning e-magazines for children need to make sure that the operational interface is easy to learn in order to increase parents' willingness for subscribing e-magazines for children.

Keywords: children magazine, consumer motivation, content needs, tablet computers, technology acceptance model

## 目 錄

中文摘要	.....	i
英文摘要	.....	ii
目 錄	.....	iv
表目錄	.....	vi
圖目錄	.....	viii
<b>第一章</b>	<b>緒論</b> .....	1
1.1	研究背景 .....	1
1.2	研究動機 .....	3
1.3	研究目的 .....	4
1.4	名詞釋義 .....	5
1.5	研究對象與限制 .....	6
1.6	研究流程 .....	6
<b>第二章</b>	<b>文獻探討</b> .....	8
2.1	兒童雜誌概述 .....	8
2.2	家長的消費動機 .....	16
2.3	電子兒童雜誌及數位閱讀載具 .....	24
2.4	科技接受模型 .....	29
<b>第三章</b>	<b>研究方法</b> .....	34
3.1	研究架構 .....	34
3.2	研究假設 .....	35
3.3	研究對象與工具 .....	36
3.4	研究變數與問卷設計 .....	36
3.5	資料處理與分析 .....	42
3.6	資料收集程序 .....	44
<b>第四章</b>	<b>資料分析與統計</b> .....	45
4.1	家長社經背景現況與消費經驗現況分析 .....	45
4.2	家長社經背景對於消費動機差異之探討 .....	51
4.3	家長社經背景對於雜誌內容差異之探討 .....	62

4.4	家長訂購兒童雜誌的消費動機與內容需求之相關情形.....	70
4.5	以結構方程模式分析家長對學童使用平板電腦閱讀兒童雜誌之科技接受度.....	78
4.6	家長社經背景對兒童雜誌優先考量類別之差異探討	85
4.7	研究假設驗證	92
<b>第五章</b>	<b>結論與建議</b> .....	94
5.1	結論.....	94
5.2	建議.....	99
參考文獻	.....	102
附錄一	國小低年級學童家長訂購兒童雜誌考量因素之研究問卷.....	109
附錄二	兒童雜誌內容各層面重要程度之差異分析表.....	113
個人簡歷	.....	128

## 表目錄

表 2.1	綜合性兒童雜誌	15
表 2.2	主題性兒童雜誌	16
表 2.3	消費之行為定義	16
表 2.4	家長對兒童讀物之消費動機	23
表 2.5	紙本兒童雜誌與兒童電子雜誌的比較	26
表 2.6	科技接受模式相關文獻之彙整	32
表 3.1	家長消費動機變量表	37
表 3.2	雜誌內容需求變量表	38
表 3.3	TAM 變數衡量量表	39
表 3.4	家長社經背景與消費經驗變量表	40
表 4.1	家長社經背景現況人數分配摘要表	45
表 4.2	家長消費經驗現況人數分配摘要表	48
表 4.3	家長消費動機 KMO 與 Bartlett 檢定	51
表 4.4	家長消費動機解說總變異量	52
表 4.5	家長消費動機轉軸後的成份矩陣	53
表 4.6	家長消費動機構面因素負荷量表	53
表 4.7	家長消費動機構面 Cronbachs' $\alpha$ 信度表	54
表 4.8	消費動機敘述性統計表	55
表 4.9	家長社經背景特性分類表	56
表 4.10	與學童關係對兒童雜誌消費動機各層面重要程度之差異 分析表	57
表 4.11	年齡對兒童雜誌消費動機各層面重要程度之差異分析表	58
表 4.12	教育程度對兒童雜誌消費動機各層面重要程度之差異分 析表	58
表 4.13	職業對兒童雜誌消費動機各層面重要程度之差異分析表	59
表 4.14	家庭所得對兒童雜誌消費動機各層面重要程度之差異分 析表	60

表 4.15	子女性別對兒童雜誌消費動機各層面重要程度之差異分析表	62
表 4.16	家長對兒童雜誌內容需求之重要程度描述統計表	63
表 4.17	與學童關係對兒童雜誌內容各層面重要程度之差異分析表	64
表 4.18	年齡對兒童雜誌內容各層面重要程度之差異摘要表	66
表 4.19	教育程度對兒童雜誌內容各層面重要程度之差異摘要表	67
表 4.20	職業對兒童雜誌內容各層面重要程度之差異摘要表	68
表 4.21	家庭所得對兒童雜誌內容各層面重要程度之差異摘要表	68
表 4.22	子女性別對兒童雜誌內容各層面重要程度之差異摘要表	70
表 4.23	家長訂購兒童雜誌的課業學習與內容需求相關性之分析表	71
表 4.24	家長訂購兒童雜誌的多元能力與內容需求相關性之分析表	73
表 4.25	家長訂購兒童雜誌的興趣與休閒與內容需求相關性之分析表	74
表 4.26	家長訂購兒童雜誌的閱讀環境與內容需求相關性之分析表	76
表 4.27	科技接受模型各構面 KMO 與 Bartlett 檢定	78
表 4.28	科技接受模型各構面解說總變異量	79
表 4.29	科技接受模型各構面轉軸後的成份矩陣	79
表 4.30	科技接受模型各構面之信、效度分析	81
表 4.31	結構模型適配度分析表	83
表 4.32	路徑各項效果分析表	85
表 4.33	與學童關係與優先考量兒童雜誌類別之卡方分析	86
表 4.34	年齡與優先考量兒童雜誌類別之卡方分析	87
表 4.35	教育程度與優先考量兒童雜誌類別之卡方分析	88
表 4.36	職業與優先考量兒童雜誌類別之卡方分析	89
表 4.37	家庭所得與優先考量兒童雜誌類別之卡方分析	90
表 4.38	低年級子女性別與優先考量兒童雜誌類別之卡方分析	91
表 4.39	研究假設驗證表	92



## 圖 目 錄

圖 1.1	研究流程	7
圖 2.1	動機歷程模式	18
圖 2.2	Maslow 需求理論	20
圖 2.3	科技接受模型	31
圖 3.1	研究架構	34
圖 3.2	資料收集流程圖	44
圖 4.1	測量模型初始結構	80
圖 4.2	易用性測量模式分析結果	82
圖 4.3	有用性測量模式分析結果	82
圖 4.4	態度測量模式分析結果	82
圖 4.5	結構模型分析圖	85

# 第一章 緒論

根據行政院新聞局統計，截至2009年，台灣共有5949家雜誌出版業，相較於其他國家，台灣是個雜誌出版興盛的國家。在過去，雜誌是傳統四大媒體中大同小異的「大眾媒體」，如今走向各具特色、風情萬種的「分眾媒體」。在每一種雜誌的背後，我們看到的是一片快速變化的閱讀族群，與隨趨勢興衰的市場(王彩雲，2010)。兒童雜誌的主要閱讀族群是兒童，但主要消費決定者卻是家長，兒童雜誌出版若能同時兼顧家長及兒童的需求，設計獨特的議題及無法取代的內容，如此面對競爭激烈的兒童雜誌市場，將更有機會勝出。

本章旨在敘述本研究的背景與動機，並提出研究目的，再解釋重要的名詞，最後說明研究方法與流程。全章共分成六節：第一節說明研究背景；第二節說明研究動機；第三節提出研究目的；第四節進行相關名詞釋義；第五節闡述研究對象與限制；第六節說明研究方法與研究流程。

## 1.1 研究背景

由於網路和資訊科技影響，臺灣紙本雜誌的閱讀率每年下滑，我們由各種統計數據中印證，傳統紙本雜誌無論是在閱讀人數、閱讀量、讀者消費額與廣告投注額都在衰退，因為新的載具與媒體形式的出現，傳統雜誌產業確實面臨挑戰與生存危機(葉君超，2012)。且臺灣僅有2,300萬人口，卻有5,000多種雜誌，在這競爭激烈的環境下，雜誌業者唯有不斷創新，秉持專業的素養，編輯真正好的內容才能在百家爭鳴之間衝出一條生路。媒體多元化並不會造成傳統雜誌消失，未來雜誌的內容可在電腦、手機、電視等不同媒介呈現，讀者將有更多元的方式閱讀雜誌。

近年來台灣出生率不斷下滑，但親子教育類雜誌的閱讀率卻有一定的規模，親子天下雜誌於2009年創刊至今，營業額的成長曲線，不斷攀升。而天下雜誌2005年進入童書出版市場，其營業額的成長曲線，也和少子化成反比。玩具工會幾年前也曾經做過統計，臺灣的玩具廠商，擺脫過去做低價玩具的策略，轉往益智遊

戲、高價玩具發展，近幾年營業額與出口量的成長，同樣和出生率成反比。很多人認為少子化會嚴重影響親子相關產品市場，但事實上，少子化卻使得父母更加重視孩子的教育和學習。如果產品品質和訴求，更能吸引這一代「看書養小孩」、重視教育與教養品質的父母，產品反而能夠逆轉勝出(王彩雲，2010)。

現今國內教育水準及生活素質大幅度提高，在一般家庭中，父母親除了對子女食、衣、住方面注意之外，同時更希望能在育、樂方面的讓子女獲得滿足，這一點從大小書店中所陳列琳琅滿目的兒童讀物及商品得到證明。父母親要給孩子最重要資產是「教育」，而不是「天賦」。台灣的父母向來注重自己子女的養育及教育，多數家長們「望子成龍」、「望女成鳳」的觀念根深蒂固，對於教育下一代，只要能力所及無不全力供給，對子女的學習成就當然也期望深切。父母親積極創造孩子的學習機會，希望孩子能擁有更多元的能力，以面對未來競爭激烈的環境。孩子從小接近兒童讀物，養成良好的閱讀態度與習慣，將來獲得自主終身學習的能力。兒童讀物是一個國家社會進步狀況的指標，同時也反映該國兒童教育的水平(張杏如，1998)。

閱讀即未來。一切知識的基礎都自閱讀開始，面對全球化的競爭，多數先進國家都已大力推廣閱讀運動，希望能培養出具有競爭能力的下一代。

「閱讀是教育的靈魂。」啟動英國閱讀年的前英國教育部長布朗奇(David Blunkett)指出：「每當我們翻開書頁，等於開啟了一扇通往世界的窗，閱讀是各種學習的基礎。在我們所做的事情中，最能解放我們心靈的，莫過於閱讀。」其表示要把英國「打造成為一個舉國皆是讀書人的國度」(Build a Nation of Readers)。日本從1960年就開始重視閱讀的影響力，鹿兒島縣立圖書館館長京鳩十發起了「親子二十分鐘讀書」運動，要求大人每天最少陪小孩看20分鐘的書。此一運動使整個日本社會開始重視閱讀，為日本戰後的「兒童文化」打下傲人的基礎。美國前任總統柯林頓的「美國閱讀挑戰運動」或前任總統布希的「閱讀優先方案」都大力提倡閱讀。讓美國所有學童在小學三年級以前具備基本閱讀能力，並要求三至八年級學生每年都要參加語文及數學測驗(柯華葳，2007)。國際兩大重要的教育評比PISA( Programme for International Student Assessment; PISA )和PIRLS( Progress

in International Reading Literacy Study； PIRLS），都不約而同的以閱讀能力為衡量指標，芬蘭連續兩次奪冠，他們之所以有如此卓越的成績，在於他們關心兒童的教育，將閱讀活動融入於教育體制中。

教育部自90年度起推動一系列的閱讀計畫：「全國兒童閱讀計畫」、「焦點三百一國民小學兒童閱讀推動計畫」、「偏遠地區國民中小學閱讀推廣計畫」、「悅讀101—教育部國民中小學提升閱讀計畫」，期望藉由各項閱讀活動的推動，及早培養學童閱讀的習慣和態度，並享受閱讀的喜悅，以建立家庭閱讀風氣，提昇兒童閱讀能力及國民人文素養。

閱讀是兒童一切學習的基礎，它決定孩子的學習競爭力，同時也是孩子獲得各種知識的方法。認知心理學暨神經心理學專家洪蘭教授認為說話是本能，閱讀是習慣，孩子聽別人講話，就會跟著講，但沒人教他閱讀，他就是文盲。洪蘭教授在談「閱讀的神經機制」文中也提到—腦部愈常受到外界刺激，神經愈能夠加強聯結發展，閱讀能力是文明的指標之一，它能使人的心靈得以昇華，孩子經由閱讀，可以激勵出創造力，別人費盡一生的心血寫一本書，我們卻只要讀完這一本書，就得到了他的經驗，正所謂「站在巨人的肩膀上」，透過閱讀能開啟視野、累積前人的智慧(洪蘭，2008)。

兒童雜誌是一種能提供孩子多方面知識來源的讀物，符合現代人閱讀趨勢，並能提供資訊幫助家長在教養上遭遇的問題，所以很能滿足大部分父母親的實際需要(康崇儀，2010)。在這百家爭鳴且少子化的年代，出版社如何在兒童雜誌市場獲得家長青睞，其瞭解家長購買動機及對雜誌內容的需求將更顯重要。

## 1.2 研究動機

在知識與資訊科技不斷進步下，家長獲得教育相關資訊也日趨多元化，家長會運用各種方式以提昇孩子的能力，除了讓孩子接受學校教育外，若能力許可，會安排孩子上補習班、才藝班或多方購買課外讀物，希望孩子能藉由各方面的學習，以獲得多元能力的提昇。根據最新一份由卡通頻道所舉辦的「台灣新世代 2011 兒童調查」結果指出，家長傾向花錢在孩子的教育投資議題上，68% 的受訪家長

計劃在未來 12 個月內讓孩子報讀補習課程或家教課程，49% 會購買課外學習教材如 DVD 或出版品，由此可知經濟再怎麼不景氣，家長仍會將金錢花費在孩子的教育上。

兒童習慣的養成最早是受家庭的影響，尤其是父母，父母若及早培養孩子閱讀的興趣，增加他的知識資料庫，對他的判斷及處理事情能力，必有很大幫助。國際研究顯示，父母每週閱讀時間愈多，孩子的閱讀成績愈好；父母與子女一起從事閱讀活動多，學生閱讀成績也愈高。父母對閱讀態度正面者，如喜歡和別人談論書籍、有空閒就讀書等，學生閱讀成績也較優異。家庭中的圖書資源也有關鍵影響。「促進國際閱讀素養研究」發現，家中兒童讀物有一百本以上的學生，比家中讀物少於十本的學生，成績幾乎多九十分。由此可知，父母對孩子閱讀習慣的培養占十分重要的地位。

現今家長也體認到閱讀對孩子的重要性，對購買兒童讀物的意願也相對提高。隨著學習日益多元化的趨勢，兒童雜誌的發行即提供一種多元的學習教材，讓學齡孩童家長在添購兒童讀物時，能有更多的選擇。出版品的發行大都以使用者（閱讀者）為對象，來執行編輯及行銷規劃，而兒童雜誌的使用者是學齡兒童，而出版社的行銷對象是兒童的父母親，基於學習要趁早與多元化學習的考量下，了解國小低年級家長對課外讀物—兒童雜誌內容需求導向、訂購動機之探討將為本研究動機之一。此外，面對數位時代的來臨，有許多平板電腦使用者認為數位出版將取代紙本出版。根據 2010 年波仕特線上市調網調查顯示，超過五成的消費者未來五年將會考慮購買平板電腦，平板電腦彩色螢幕能滿足雜誌眾多圖片顯示的需求，將最有潛力成為消費者閱讀電子雜誌的載體(2011，呂錦鳳)。因此，家長對學童使用平板電腦閱讀兒童雜誌的科技接受度為何將成為本研究動機之二。

### 1.3 研究目的

本研究依據研究動機，選擇雲林縣低年級學童家長為研究對象，透過問卷調查，分析低年級學童家長對兒童雜誌內容需求、訂購動機及學童使用平板電腦閱讀兒童雜誌的科技接受度之調查分析，研究目的如下：

- 1.瞭解低年級學童家長購買兒童雜誌的消費動機、內容需求與購買經驗之現況。
- 2.分析不同社經背景低年級學童家長購買兒童雜誌的消費動機、內容需求及對兒童雜誌考量類別之差異情形。
- 3.探討家長對兒童雜誌購買動機及內容需求之關聯性。
- 4.瞭解低年級學童家長對學童使用平板電腦閱讀兒童雜誌的科技接受度。

根據以上幾點簡單來說，本研究主要是探討影響雲林縣低年級學童家長訂購兒童雜誌的消費動機、內容需求和家長對學童使用平板電腦閱讀兒童雜誌的科技接受度，以提供出版公司作為編輯、行銷兒童雜誌及涉入數位化之參考。

## 1.4 名詞釋義

### 1. 兒童雜誌

依民國六十二年一月二十五日的「兒童福利法」第一章總則第二條謂「本法所謂兒童係指未滿十二歲之人」，而依「行政院新聞局輔導出版事業辦法」第二條規定雜誌係指用一定名稱，刊期為七日以上三月以下，且按期出版之刊物。本研究所指的兒童雜誌是指適合幼稚園至國小畢業階段學童閱讀的定期刊物，包含週刊、雙周刊、月刊及季刊，其內容具有綜合性及主題性兩大類。

### 2. 消費動機

消費者購買動機是指消費者為滿足某種需求，產生購買商品的慾望和意念。購買動機可分為兩類：生理性購買動機及心理性購買動機。生理性購買動機指由人們因生理需要而產生的購買動機，如飢思食、渴思飲、寒思衣，又稱本能動機。心理性購買動機是指人們由於心理需要而產生的購買動機(智庫百科)。本研究中兒童雜誌的家長消費動機分成「求知與學習」、「多元能力」、「興趣與休閒」、「閱讀環境」等四個向度，做為探討家長消費動機的重要向度。

### 3. 國小低年級學童

本研究將國小低年級學童定義為年滿六歲，就讀國小一、二年級之學生。

## 1.5 研究對象與限制

本研究之研究對象與研究限制分述如下：

1. 研究對象：本研究係以雲林縣低年級學童之家長為研究對象。
2. 研究限制：本研究的研究對象上僅針對低年級學童之家長做研討，且限於雲林縣，因此在研究的分析與結論僅代表「雲林縣國小低年級學童家長訂購兒童雜誌考量因素」，是否可以代表國小中高年段學童之家長訂購兒童雜誌考量因素，及是否適用於台灣各地區國小學童之家長訂購兒童雜誌考量因素，是本研究之限制。

## 1.6 研究流程

本研究之研究流程步驟如圖 1.1所示，分述如下：

1. 確立研究動機及目的：

面對少子化，父母更加關心孩子的教育及全球閱讀活動的推動，兒童圖書市場是可以值得期待。基於此研究動機，本研究擬藉由探討國小低年級學童家長訂購兒童雜誌的動機、對內容的需求及學童使用平板電腦閱讀兒童雜誌的科技接受度，以了解哪些因素會影響國小學童家長選購兒童雜誌。

2. 文獻蒐集與探討：

本研究依據研究目的，蒐集有關兒童雜誌、兒童讀物家長消費動機及有關科技接受模式等相關文獻，並將其整理出影響家長訂購兒童雜誌的要素分析。

3. 研究假設與架構：

本研究依據蒐集與整理相關文獻，建立研究假設與選定研究方法，並擬訂本研究之研究架構。

4. 問卷設計：

為取得進行實證研究之相關資料，本研究採用問卷調查方式，針對雲林縣國小低年級學童家長進行調查工作。問卷內容分別為家長訂購兒童雜誌的動機、家長對兒童雜誌的內容需求、對學童使用平板電腦閱讀兒童雜誌的看法及個人社經背景與訂購兒童雜誌之消費經驗等四部分。

## 5. 資料蒐集與分析統計：

利用問卷調查進行資料蒐集與整理分析，資料分析方法有：敘述性統計分析、因素分析、卡方檢定、T檢定、單因子變異數分析及信效度檢定，最後使用結構方程模式對本研究所提出的家長對學童使用平板電腦閱讀兒童雜誌之科技接受度進行驗證。

## 6. 結果與建議：

整合實證結果，提出本研究之結論與建議，以提供出版公司作為編輯、行銷兒童雜誌及涉入數位化之參考；同時亦期望能對後續研究者從事相關研究有所助益。

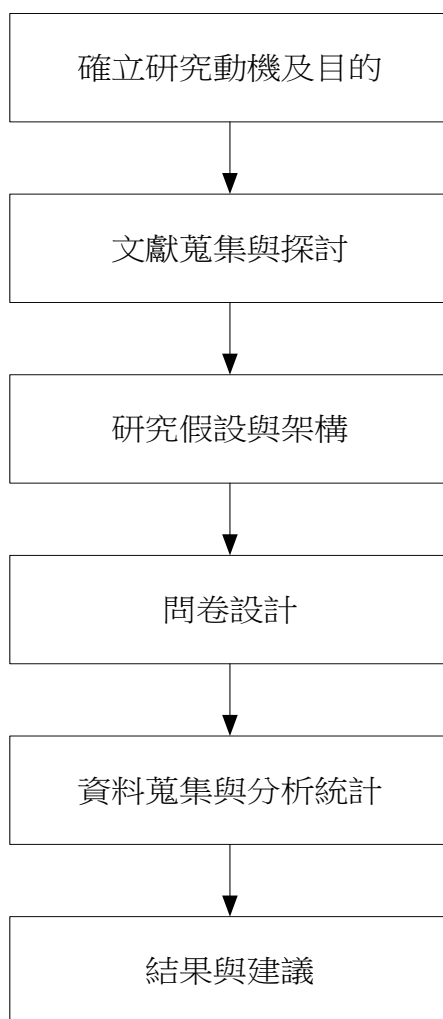


圖1.1 研究流程



## 第二章 文獻探討

基於本研究之目的，研究者蒐集相關理論及實證文獻進行整理、分析，以做為本研究之理論基礎。本章共分為四節，第一節為兒童雜誌概述、第二節為家長之兒童雜誌消費動機、第三節為電子兒童雜誌及數位閱讀載具、第四節為科技接受模式

### 2.1 兒童雜誌概述

兒童雜誌在台灣發展甚早，早期以文學類為主，後出現許多類別的兒童雜誌，隨著時代的進步，學習多元化的需求，多數出版社以編輯綜合性雜誌為主，也有部分出版業者分別出刊以科學、美語、藝術、歷史、數學邏輯等領域為主的主題性雜誌。本研究在此節將從兒童雜誌發展、定義、內容特色及分類來說明其對兒童閱讀的重要性。

#### 2.1.1 兒童雜誌發展概述

我國第一份兒童雜誌是清光緒元年(1875)由廣學會在上海發行的「小孩月報」，其後陸續有「蒙學報」、「求我報」、「啟蒙話報」、「兒童教育話」、「童話」等。這些刊物雖名為「報」，實際就是雜誌，內容多半以翻譯或改寫為主(邱各容，1987)。

民國 11 年 3 月商務書局率先發行以兒童為對象的兒童刊物---「兒童世界」及「兒童畫報」，其後陸續有許多書局發行以兒童為閱讀對象的刊物，如中華書局的「小朋友」、「小朋友畫報」，兒童書局的「兒童教育」，申報的「兒童之友」等(鄭雪玫，1989)。

五十年代的兒童刊物開始進入進入群雄並峙的局面，台灣省教育廳出版了「小學生」雜誌(40 年 3 月)，該雜誌為全省兩百萬小學生每人每年捐獻五毛錢資助出版的，以低年級兒童為對象，表現方式以圖畫為主，全省國小每班都有一份。兒童文學作家林良、蘇尚權、李畊、徐增淵等都曾先後主編該刊物。此時還有「兒童

生活」、「新兒童」，繼有「學友」雜誌，其內容包括名人箴言、傳記、名人軼事、童話、科學常識、幽默天地及學友樂園等。「東方少年」以國小及國中學生為對象，內容包括科學知識、歷史故事、人物介紹、世界名著、中外奇聞、笑話、趣味漫畫、讀者世界等，其編輯的三大原則編排藝術化、取材新穎化、文字趣味化，每期並附符合教育意義的附件。這幾份雜誌在五十年代極受歡迎且又各具特色(鄭雪玫，1989)。

六十年代兒童雜誌的特色是綜合性雜誌愈來愈多，且出現臺灣第一本青少年科學雜誌—「學生科學」雜誌，這是一份強調觀察與實驗、手腦並用的科學雜誌。七十年代兒童雜誌的印刷、裝訂技術進步，加上國外兒童讀物的引進，促成兒童雜誌的蓬勃發展。此時，值得注意的是於六十四年底，發行了第一本幼兒雜誌「紅蘋果」，內容有圖畫故事、幼兒勞作與父母篇等三部分(吳啟綜，2010)。

八十年代兒童刊物出版業便如雨後春筍，幾乎年年都有新刊物問世，此時是臺灣兒童雜誌的第二個黃金期。這年代以科學和知識刊物居多，文學刊物反而較少。「兒童圖書與教育」為國內第一本以兒童圖書與兒童教育為主題的專業性雜誌，以提升兒童讀物出版水準，爭取消費者利益，保障兒童福利及促進兒童教育素質為宗旨。民國七十八年創刊的《巧連智》，是一份精緻、新型、多媒體的幼兒月刊，它是日本福音館出版社的幼兒雜誌中文版，同時也開啟外文兒童雜誌在國內發行的先例。之後《米奇狄斯耐童年》、《紅蘋果》等美、法兒童雜誌，也陸續在臺灣出版中文版(鄭雪玫，1989)。

九十年代至今，兒童雜誌內容更加多元化，除了注重文學性外，還要有科學性、藝術性和知識性，並與國際接軌。另外，也十分重視兒童的視覺感受，一般報紙刊登的是新聞照片，兒童雜誌強調的則是插畫，以生動活潑，色彩鮮豔的插畫吸引兒童的目光。長期鑽研臺灣兒童文學的邱各容說，數位化及以市場為導向是未來發展的趨勢，但要永續經營，在內容編排上，必須更活潑，內容更貼近小讀者(吳啟綜，2010)。《未來少年》總編輯許耀雲認為，隨著電子書發展技術越來越成熟，它可以當讀者資料庫，可以提供立體學習，也可以延伸閱讀，它的功能性閱讀增加很多；不過，令人擔憂的是，電子書影音化會限制兒童的想像力、思

考力，例如透過文字可以想像到很多畫面，這是影像無法取代的，所以要訓練抽象思考，還是應該要回歸到文字閱讀（吳啟綜，2010）。所以兒童雜誌出版業者該如何編排一份優質的兒童刊物，是否應朝向數位化、電子化邁進，而家長選擇兒童雜誌考量的因素為何，將是本研究的重點。

### 2.1.2 兒童雜誌的定義和特色

兒童雜誌是指適合兒童階段閱讀的兒童刊物，其界定說明如下：

#### 1.兒童：

依據台灣的兒童福利法第一章總則第二條規定「所稱兒童，指未滿十二歲之人。」而今兒童文學所指的兒童泛指：四至十二歲的兒童，以能欣賞語文為傳達工具的文學作品為度(林守為，1988)。

#### 2.雜誌：

雜誌是一種介於報紙與書籍的淺型深度閱讀型態，由於它的報導快速及抓住讀者的口味，儼然成為讀者取得資訊情報的重要來源（鄭錦祥，2001）。「雜誌」一詞源起於阿拉伯Makhazin，後來逐漸演變為magazine，原義是指倉庫、知識的倉庫或軍用品供應庫，借用以比喻雜誌之內容廣泛、豐富之意，日本人首先應用，把各種定期出版品，統統都叫雜誌(張覺明，1980)。雜誌是一種是發表思想、宣揚文化的刊物，也是增進學術交流、知識傳播、推動社會進化的動力。雜誌出版是每個時代的生活方式及思想潮流之具體反應和表現，更是當時社會文化活動的總指標(林訓民，1984)。

#### 3.兒童雜誌：

兒童雜誌是一種適合兒童閱讀的雜誌，它也是兒童讀物的一部份，兒童讀物廣義的解釋是指兒童閱讀的一切優良讀物，教科書也包括在內。一般來說，兒童讀物是指課外所用的圖書，包括小說、故事、詩歌、劇本、謎語、報紙、雜誌以及工具書如地圖、字典百科全書等。兒童報紙和雜誌因具時效性，內容新穎，尤為兒童所喜愛(司琦，1983)。兒童雜誌通常具有圖文並茂的特點，憑藉著插圖來吸引讀者。兒童讀者可藉由雜誌獲得知識性與娛樂性的資訊，有助於課業或從事休

閒活動或做人處事的休養(鄭雪玫, 1987)。一本好的兒童雜誌應具有時效性、廣泛性、知識性、啟發性、美觀性、易讀性及創造性等內涵, 提供書本無法呈現的較新的資訊(林長嵩, 2007)。

人類的知識因一代代的累積, 逐漸增多, 而教科書需根據課程標準編輯, 其內容極為有限, 所以要指導兒童閱讀其他讀物, 以擴大經驗、補教科書不足之處。另外, 現在的知識技能突飛猛進, 世界情勢也不斷演進, 一本教科書的印刷發行需要一段時間, 很難隨時納入新的變化, 因此要兒童閱讀課外讀物, 特別是兒童報紙和雜誌, 就顯得特別重要(司琦, 1983)。

兒童雜誌應具有的特色為(鄭雪玫, 1987):

1. 定期出版。
2. 內容具時效性。
3. 配合其特定閱讀對象的性別、年齡、閱讀能力、興趣等加以企劃。
4. 內容、提供資訊的方式屬多樣性。
5. 各期有整體性設計, 內容有一貫性及相關性。
6. 訂閱者預定付費, 對它有一定的預期, 因此任何內容或設計上的更改, 必須獲得訂閱者的認同。
7. 雜誌的兩大關鍵部份是封面和讀者來函, 前者是雜誌與讀者間的環節, 他必須反映該雜誌的性質及內涵; 後者促使不同類型的讀者參與, 包括提供創作、投書、問答、建議、接受調查與訪問等。
8. 內容包括多種風格與主題的插畫及文字, 文字部分則包括故事性、知識性的長短文及定期刊載的各種遊戲、手工藝製作、實驗及活動等。

### **2.1.3 兒童雜誌的內容與功能**

#### **1. 兒童雜誌的內容**

一份優質的兒童雜誌, 內容應是多元的且兼趣味性, 議題能涵蓋古今中外, 時事話題、日常生活知識, 應豐富多元、新穎有趣能引發兒童學習及思考之興趣。文字圖畫編排生動活潑, 色彩、紙張質感佳、畫面構圖清晰、視覺感舒適, 若能

搭配真實的照片、影像和有趣的漫畫插圖穿插其間，畫面文字平衡，更能讓兒童充分享受到閱讀之樂趣。

一份好的雜誌能深入探討瞭解讀者的年齡、程度及特質，同時並能善加把握，並融入雜誌中，千萬不可提供太多「超齡」的內容，以免揠苗助長。好雜誌應有強而有力的創意團隊，結合美工設計、文字創作、整體規劃、教育心理者的力量，展現出視覺、文字及心靈之美(陳龍安，1994)。

司琦(1983)曾經對兒童讀物內容應具有的特質提出以下的看法：

- (1)內容要在兒童舊經驗生根，使能易於了解並有興趣。
- (2)詞句要淺顯明白，避免有艱深的字詞。
- (3)字體要大小適中，適合兒童閱讀，並酌加標點符號。
- (4)有賞心悅目的插圖、照片，以輔助文字說明。
- (5)紙張要潔白而無反光，印刷清楚，不傷眼睛。
- (6)裝訂要美觀牢固。

林守為(1988)在兒童文學一書中提到，兒童文學是專供兒童欣賞閱讀，那麼內容和形式上應注意：

- (1)能貼近兒童的生活，進而充實和改進兒童的生活。
- (2)能適應兒童的心理，進而增進兒童健全的心理。
- (3)能啟發兒童的意識，進而啟發兒童正確的意識。
- (4)能符合兒童的程度，進而提高兒童的程度。
- (5)能適合兒童的興趣，進而培養兒童的新興趣。
- (6)能運用兒童的語言，進而增進運用語言的能力。

而許義宗(1978)在兒童文學論一書中提到，選擇兒童文學的標準為：

- (1)內容方面宜適合兒童的需要並顧及兒童興趣，文字應淺顯易懂，思想純正積極，富有豐富想像力。
- (2)形式方面應裝訂堅牢耐久，紙張不宜反光，印刷精美清晰，排版勻稱和諧。

因此，一份優良的兒童雜誌在內容上，應絕對的要求知識的嚴謹性；在呈現

上，不論是專題的企劃力或圖文的編輯力，必須能「安於淺近」，所謂「淺」就是易讀、易懂、明瞭，所謂「近」就是貼近小讀者的生活、感受與美學趣味（李佩頻，2001）。

依據行政院新聞局推介中小學生優良讀物雜誌類評選標準，其內容應具備以下幾點：

- (1)取材兼顧本土化與國際化，開闊兒童的新視野。
- (2)具有教育意義，掌握社會脈動，讓兒童及青少年讀者能知天下事，展現時代精神。
- (3)主動思考、多元學習，取材廣泛涵蓋自然科學、社會人文、藝術各領域。
- (4)內容取材與生活相結合，具嶄新觀點，富有創意，激發好奇驚喜。
- (5)適合讀者程度，用字遣詞精確，內容淺顯易懂，文筆典雅流暢。
- (6)編排活潑生動易讀，印刷精美清晰，能引起讀者興趣。
- (7)勿過度與課業結合，成為教科書的附屬品。

兒童雜誌閱讀對象雖然是兒童，但消費支出由成人掌控，如何編輯一份優良的兒童雜誌，同時獲的家長及兒童的青睞，端看出版社編輯群的用心與創意規劃。兒童讀物出版的發達，代表了國家的進步繁榮及未來的競爭力。臺灣的童書出版，必須培養更多有創意的人才，有了更多創意產出，才能創造更具競爭力的下一代。

## 2. 兒童雜誌的功能

兒童雜誌是一個提供兒童休閒娛樂、快樂學習的園地，讓兒童能夠在無壓力的情況下吸收訊息，並對相關的題材產生好奇及學習的興趣，其應具有以下功能：

### (1) 娛樂功能：

兒童雜誌的主要功能在於希望能給孩子帶來快樂，同時也希望吸引兒童對閱讀產生樂趣。在傳統社會價值觀裡，對兒童的休閒與娛樂均採較消極的態度，尤其在升學主義及功利主義的影響下，父母對子女的休閒均採限制態度，使得兒童在成長的過程中缺乏一份純樸及率真的氣息。兒童雜誌可加強兒童的想像，以降低兒童心理的焦慮，充實其心靈生活娛樂的功能(陳娟娟，1996)。

### (2) 認知功能：

所謂「知識」是指語文、自然科學、社會科學等方面的成長，其最終目的是為十全十美的個體而預作準備。現今的兒童讀物主張「知識故事化」無論是語文、數字、形狀、動植物的成長，甚至是醫學、科學或自然界種種奇妙現象，都在文學作家與專業人員的知識結合下，成為一篇篇知識性、文章性、圖畫性兼具的故事，沒有教科書單調，卻有教科書功能(張劍鴻，1996)。兒童雜誌所提供的豐富思考題材、多元的思考方式，可幫助兒童獲得智慧的啟迪，知識方面的增長。

### (3) 語言發展功能：

藉由閱讀兒童讀物可以使兒童接觸各種詞彙、文句的機會，也提供許多語言表達的示範，以學習更複雜的語言，有助於兒童的語言發展(陳娟娟，1996)。

### (4) 想像創造功能：

想像、幻想都是創造力的來源，文學、音樂、藝術家藉以完成作品；科學家藉以發明事物；在精神及物質方面豐富及改善人類生活，因此想像力的啟發不容忽視，兒童讀物內的童話或幻想題材，除了可促進想像力與創造力，更能激發其解決問題，創造發明的潛能(陳娟娟，1996)。

### 5.美感功能：

兒童讀物包括了優美的文句，生動活潑的圖畫，置身於這種美感刺激中，足以怡情養性，自然發展出對美感的品味。

兒童雜誌的功能對兒童發展有十分重要的影響，它能幫助兒童提升認知、語言、想像創造等能力，但娛樂及美感功能也不容忽視，兒童喜不喜歡翻閱某一種兒童讀物，往往決定於這兩個功能。趣味性不足，不能引起兒童閱讀的興趣；文字使用淺顯加上插畫編排版面生動活潑都能吸引兒童翻閱，否則即使內容寫得再好，也不具意義(洪文珍，1991)。

## 2.1.4 兒童雜誌的分類

「兒童雜誌」，是介於書籍和報紙之間的一種定期性、連續性出版品。有其特定訴求的閱讀對象，且能明確的給予和引起閱讀對象的特定認知與興趣。有關其分類如下所述(洪文瓊，1989)：

1. 依讀者年齡區分：讀者適讀年齡為 13~15 歲（國中階段）的少年雜誌；6~12 歲（國小階段，又可細分為低、中、高年級）的兒童雜誌；6 歲以下的幼兒雜誌。
2. 依刊期時間區分：依刊期時間長短可分為週刊（一星期）、旬刊（十日）、半月刊（十五日）或、月刊（一個月）、雙月刊（二個月）、季刊（三個月）等。
3. 依出版型式區分：書本型（有獨立封面頁，且裝訂成書本型態）和報紙型（有刊頭頁，使用摺疊方式出刊但不加裝訂）。
4. 依刊載內容屬性：可分為綜合性兒童雜誌及主題性兒童雜誌，綜合性雜誌其內容包羅萬象，涵蓋文學、自然科學、藝術、數學邏輯、歷史等題材（如巧連智月刊）；而主題性雜誌內容是以某一學科或主題為主的專類兒童雜誌（如小典藏兒童藝術與人文雜誌）。茲列舉目前部分市售的兒童雜誌，其分類如表 2.1 及表 2.2。

表2.1 綜合性兒童雜誌

兒童雜誌名稱	出版週期	適讀年級	出版機構名稱
小學生巧連智低年級版	月刊	低年級	日商貝樂思股份有限公司
小學生巧連智中年級版	月刊	中年級	日商貝樂思股份有限公司
Top康軒學習雜誌初階版	半月刊	低年級	康軒文教事業股份有限公司
Top康軒學習雜誌進階版	半月刊	中.高年級	康軒文教事業股份有限公司
地球公民365	月刊	低.中.高.國中	地球公民文化出版事業有限公司
國語日報週刊	週刊	低年級	財團法人國語日報社
全國兒童樂園成長版	月刊	低年級	全國兒童樂園
益智國語週刊基礎版	週刊	低年級	益智國語週刊
小太陽雜誌	月刊	學齡前.低	財團法人信誼基金會出版社
國語週刊基礎版	週刊	低.中年級	國語週刊雜誌社
全國兒童週刊	週刊	低.中年級	全國兒童雜誌社
星期八幼兒月刊	月刊	學齡前.低	推守文化創意股份有限公司
小達西	月刊	低.中.高年級	莎士比亞文化事業股份有限公司
國語日報小作家月刊	月刊	高年級.國中	財團法人國語日報社
大嘴鳥親子教育雜誌	月刊	低.中.高年級	多緣文化事業股份有限公司

資料來源：本研究整理



表 2.2 主題性兒童雜誌

兒童雜誌名稱	出版週期	適讀年級	出版機構名稱
新小牛頓	月刊	低.中年級	好頭腦文教事業股份有限公司
少年牛頓	月刊	高年級.國中	好頭腦文教事業股份有限公司
小典藏兒童藝術與人文雜誌	雙週刊	低.中年級	典藏藝術家庭股份有限公司出版
Go For English全國兒童美語	月刊	低.中.高年級	全國兒童美語雜誌社
國語週刊－美語ABC	月刊	低.中年級	國廣興出版社
國語週刊－美語天地	月刊	中.高.國中	國廣興出版社
吉的堡數位雙週刊	雙週刊	學齡前.低	吉的堡網路科技股份有限公司
ABC互動英語雜誌	月刊	中.高.國中	希伯崙股份有限公司
親親自然	月刊	低年級	親親文化事業有限公司
再現世界歷史	月刊	高年級.國中	莎士比亞文化事業股份有限公司

資料來源：本研究整理

## 2.2 家長的消費動機

本節旨在探討家長對兒童雜誌的消費動機的理念與內涵，首先探討消費者行為的意義，次則分析消費動機，最後討論家長對兒童雜誌的消費動機。

### 2.2.1 消費者行為的意義

消費者行為主要探討的就是消費者對產品的反應，其中包括了當產品上市時，消費者從什麼管道得知該產品訊息；產品的廣告或產品的功能，對消費者有何影響；消費者的消費考量及消費模式為何等；針對不同的消費者、不同的產業或產品，加以探討的消費者行為(張魁峯、林靈宏，2012)。

消費者行為理論為一門跨領域的整合學科，其內涵包括了心理學、社會學、行銷學及經濟學等，許多學者根據自己研究領域對消費者行為提出闡釋，整理如表 2.3 所示：

表 2.3 消費者之行為定義

研究者	年代	定義內容
Nicosia	1968	消費即是以非轉售為目的之購買行為。此定義清楚區分中間商及製造商的消費購買與消費者購買行為之不同。

表 2.3 消費者之行為定義(續)

研究者	年代	定義內容
Williams	1982	一切與消費者購買產品或服務的過程中，相關的活動、意見與影響，就是消費者行為。
Schiffman	1991	消費者行為是指消費者為滿足其自身需求表現出對產品與服務，所進行一連串搜尋、購買、使用、評價等處理之行為表現。
Wilkie	1994	消費者為了滿足自身需求及慾望，因而進行產品與服務的選擇、購買、使用與處置，而所發生於內心、情緒上以及實體上的活動稱消費者行為。
Kolter	1997	消費者行為是指關於個人、群體與組織如何選擇、購買、使用及處置產品、服務、構想與經驗以滿足需求。
陳巧宜	2007	消費者為了滿足其需求，而對產品進行搜尋、購買、使用、評價等一連串與他人互動的行為。
林美玲	2008	消費者為了滿足需求，而對於產品之動機、資訊尋求、選擇、評價進行一連串決策過程的行為。
方怡珣	2008	消費者行為是一個連續的活動，包含內隱與外顯的歷程；亦即個體產生了需求，經過內在的認知、資訊的蒐集、思考評估後，外顯於執行購買決策與消費後對產品、服務、構想與經驗的處置與回饋等。
林建煌	2010	消費者如何制訂和執行其有關產品和服務的取得、消費與處置決策的過程，以及研究有哪些因素會影響這些相關的決策。
林靈宏&張魁峯	2012	消費者在搜尋、評估、購買、使用和處理一項產品、服務和理念時，所表現的各種行為。

資料來源：本研究整理

綜合上述學者對消費者行為的闡釋，研究者將消費者行為定義為「個體(或群體)為滿足需求，而對產品產生購買動機，並進行資訊的搜尋、思考評估、選擇購買、使用及使用後對產品、售後服務的評價等一連串的決策過程。」也就是說「消費者為滿足個人需求，對產品及服務產生各種決策的過程。」本研究擬探討消費者對產品的購買動機、內容需求及購買之考量因素。

## 2.2.2 消費動機的意義

在心理學上，『動機』被視為人類行為的原動力，是活動、行為或學習的原因，動機是一種內在的歷程，可以引起個體從事某些活動、行為或學習，並維持已經引發的活動能夠持續的進行。而消費者的消費動機即是引起消費者產生消費行為的主要因素，因此，探究消費者的消費動機即是了解消費者為何進行消費的原因。以下內容將探討有關動機之相關理論，並比較各相關理論之間的差異，從中選取符合本研究的理論基礎，以作為後續問卷設計之依據。

Hahha & Wozniak(2001)表示動機是一種狀態，在此狀態之下，人們會針對期望目標的選擇樣式做出適當的因應。Assael(1998)指出動機是一種引導消費者朝著滿足需求行為的驅動力。張春興(1994)認為動機是引起個體活動，維持已引起的活動，並導使該一活動朝向某一目標的內在歷程。Schiffman & Kanuk(2000)認為動機是個人內在的驅動力，促使人們採取行動，而導致此種驅動力的存在，乃是因為需求尚未滿足所引發的緊張狀態，故人們會藉由各種能滿足需求的行為，來降低此種緊張狀態，以釋放感覺到的壓力。在動機歷程模式中，動機是一種未滿足需求引發的緊張狀態，它會驅使個體從事某些行為活動，以滿足需求降低緊張，其歷程如圖 2.1。

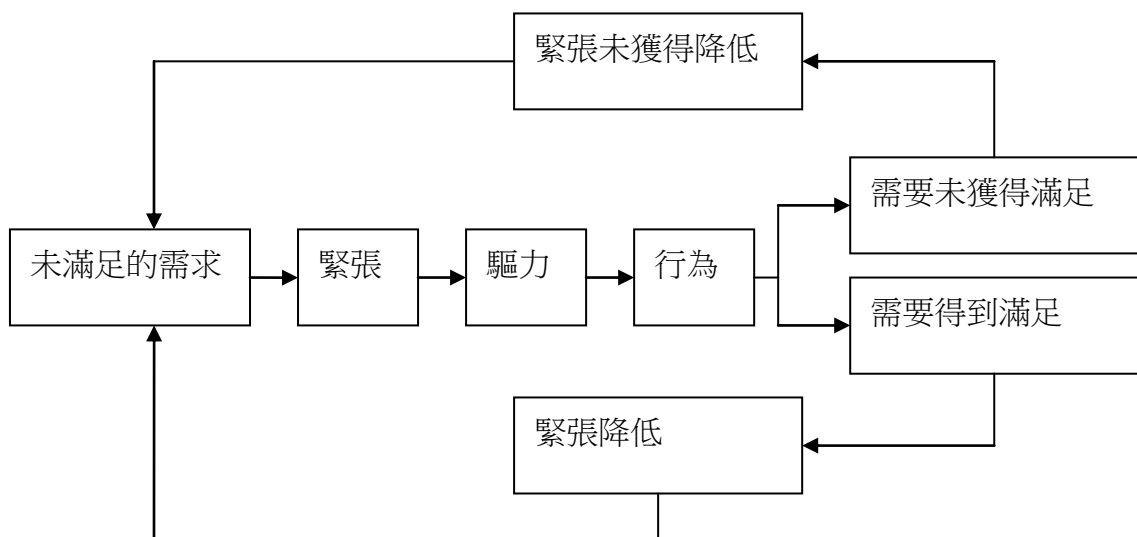


圖 2.1 動機歷程模式

資料來源：林建煌(2010)

綜合以上諸位學者對動機的闡釋，動機即為個體為滿足自身需求，而從事某一行為或活動，以滿足需求，而達成目標的驅動力。動機影響著人類生、心理的各種活動，是重要的心理機制，但人類動機是怎麼來的呢？心理學家對此有許多不同的觀點，主要的有(溫世頌，2007)：

#### 1.本能論(**instinct theory**)

本能論學者認為所有行為是基因程式的具體表現，是先天、不學而能、固定不變、普世共有的。本能論受生物學影響，多用以解釋人與動物相類似的行為，如交配、育嬰、攻擊、移棲等。

#### 2.驅力論(**drive theory**)

驅力論認為個體必須時刻維持生理的平衡狀態，如果一旦失衡，個體立即感到緊張，乃自動產生驅力、策動行為，以求平衡的恢復。

#### 3.刺激論(**arousal theory**)

刺激論認為人類有尋求與維持適量刺激的動機。「適量刺激」是指刺激力度的高低適合個體的滿足需求。而刺激力度是否適量，是有個別差異的。刺激論可以解釋人類進行好奇、探索、追求挑戰與快樂等活動的動機。

#### 4.誘因論(**incentive theory**)

誘因論認為環境中對個人引起正面或負面後果的刺激便是動機的來源。人類傾向從事產生正面結果的行為，避免產生負面結果的行為。

#### 5.需求階梯論(**hierarchy of needs**)

Maslow於1943年的人本心理學( Humanistic Psychology )中提出動機理論，主張人類有五個基本需求層次，其分別為生理需求、安全需求、愛與歸屬需求、尊重需求、自我實現需求等，較基本的需求滿足後，才能繼續向上追求需求。也就是說，當某層次的需求獲得滿足後，此需求便不再有任何激勵作用，下一個層次的需求便會呈現並主宰個人的行為。需求階梯論已被廣泛地應用於教育、諮商、商業界。其階梯由底層至最高層的排列如下：

- (1) 生理需求：對於食物、水、睡眠等生理需求。
- (2) 安全需求：對於實體安全、穩定的需求。

- (3) 社會需求：對於愛、擁有、友誼與團體接受等需求。
- (4) 尊重需求：對於自尊心、地位、優越感等需求。
- (5) 自我實現：發掘潛能，達成自己的目標。

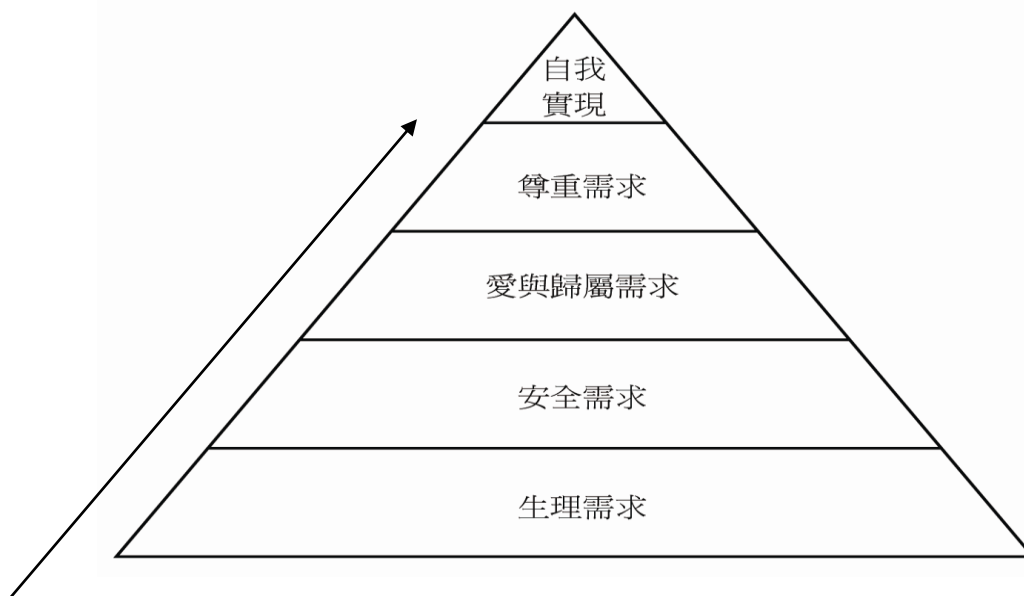


圖2.2 Maslow 需求理論

資料來源：劉燁譯 (2006)， Maslow.A.H 著，馬斯洛的智慧：馬斯洛人本哲學解讀

因此，在想要得到不同階段的需求中，人類為了滿足自己的需求，便會產生慾望去滿足自己，因而相對的出現動機行為，產生不同的動機意願去購買、學習、閱讀，以滿足自己的內在與外在需求。在上述動機理論中莫過於Maslow 所提出的需求動機理論影響最為深遠，且以需求理論來解釋消費者的消費動機最為適宜。

消費動機是指消費者從事購買或消費的原因和動力。消費者的消費行為是受動機支配的，指引購買活動去滿足某種需要的內部驅動力。消費動機可分為兩類：  
(智庫百科)

#### 1.生理性消費動機：

生理性消費動機指由人們因生理需要而產生的購買動機，如飢思食、渴思飲、寒思衣，又稱本能動機。生理動機具有經常性、習慣性和穩定性的特點。其包括：維持生命動機；保護生命動機動機及延續和發展生命的動機。

#### 2.心理性消費動機：

心理性消費動機是指人們由於心理需要而產生的購買動機。根據對人們心理

活動的認識，以及對情感、意志等心理活動過程的研究，可將心理動機歸納為以下三類：

(1) 感情動機：

指由於個人的情緒和情感心理方面的因素而引起的購買動機。根據感情不同的側重點，可以其分為三種消費心理傾向：求新、求美、求榮。

(2) 理智動機：

指建立在對商品的客觀認識的基礎上，經過充分的分析比較後產生的購買動機。理智動機具有客觀性、周密性的特點。在購買中表現為求實、求廉、求安全的心理

(3) 惠顧動機：

指對特定的商品或特定的商店產生特殊的信任和偏好而形成的習慣重覆光顧的購買動機。這種動機具有經常性和習慣性特點，表現為嗜好心理。

人們的購買動機不同，購買行為必然是多樣的、多變的。兒童雜誌出版業應深入細緻地分析消費者的各種需求和動機，針對不同的需求層次和購買動機設計符合兒童閱讀的雜誌和服務，制定有效的營銷策略，方能獲得營銷成功。

### 2.2.3 家長對兒童雜誌之消費動機

本研究為家長訂購兒童雜誌之考量因素探究，本小節主要探討家長訂購兒童雜誌之消費動機，綜觀國內對兒童雜誌的相關研究並不多，且兒童雜誌亦屬兒童讀物的一種，因此蒐集國內對於兒童讀物、雜誌等閱讀及消費者行為，做為相關論文研究之參考。

信誼基金會於1990所做的「幼兒讀物消費狀況調查研究」顯示，母親多數肯定閱讀對幼兒知識、生活習慣及語文等方面的發展有助益，母親購買幼兒圖書的原因包括主動選購好書、孩子要求、做為禮物與獎品、學校老師指定或推薦等。

簡莉芳(2008)以十二歲以下學童家庭為研究對象，進行兒童書及購買行為之研究發現，會替孩子選購兒童書籍的家長以女性家長居多，家長的年齡層主要介於30~49歲之間。消費者對於兒童書籍的涉入程度(帶來許多生活樂趣、陪孩子閱讀兒

童書籍是具有吸引力的親子活動)與消費態度(書籍內容圖文編輯、對兒童的課業是有助益的、對兒童的知識能力有啟發性)，會透過其滿意度間接影響到購買意願。

王祿旺、許雅惠(2008)曾為購買過童書的消費者做調查研究，家長購買童書的主要原因是為了吸收新知，佔36.73%，做為禮物佔13.59%，休閒娛樂則佔11.42%。

方怡珣(2008)分析高雄市學童家長對兒童讀物消費動機與決策型態之研究中指出家長對於兒童讀物之消費動機較重視「多元能力」，其次依序為「發展需求」、「教育期望」及「閱讀環境」；家長在為孩子購買兒童讀物時最常考慮的因素前三名分別為「孩子的興趣」(66.1%)、「內容的吸引力」(60.4%)及「具教育性」(55.3%)。

方麗芬(2000)以國小學童與家長為研究對象，進行科學類兒童讀物觀察點之調查研究發現，家長認為科學類兒童讀物之功用中，最主要為「幫助孩子接觸科學新知」、其次為「讓孩子增加一些課本中沒有的知識」、「增進孩子對自然科學的興趣」、「培養孩子閱讀的興趣」、「解決學校自然的疑問」、「可當作孩子做完功課後的消遣」。兒童的閱讀動機主要有：「可以增加我對科學的興趣」、「為了知道科學新知」、「為了知道課本中沒有的知識」、「為了解開疑問」、「為了幫助學校自然科學成績進步」等。從上述研究結果發現，家長及孩童對科學類讀物之閱讀動機皆以求取新知、輔助課業學習、培養其閱讀的興趣等為主要目的。

林長嵩(2007)以幼稚園大班家長為研究對象，進行綜合性兒童雜誌之購買決策研究中得知，受訪者購買動機前五名為以「增加孩子新知」、「提供孩子休閒時閱讀」、「培養孩子良好的學習習慣」、「讓孩子有課後學習的環境」、「老師指定之課外讀物」。

康崇儀(2010)分析國小教師在兒童雜誌對兒童幫助的各種層面上得知重要層面的前三名依序為：培養孩子的閱讀興趣、增加孩子的課外的知識和幫助於孩子學習新知、擴展視野、增廣見聞。顯示對國小教師而言，兒童雜誌最重要的目的在幫助培養孩子的閱讀興趣。茲將家長閱讀及消費兒童讀物的動機整理如表2.4所示：

表2.4 家長對兒童讀物之消費動機

購買動機	方麗芬 2000	謝美寶 2003	黃齡瑩 2003	林長嵩 2007	簡莉芳 2008	王祿旺 許雅惠 2008	方怡珣 2008	康崇儀 2010
學習新知 增廣見聞	v		v	v	v	v	v	v
輔助孩子的 課業學習					v		v	v
贏在起跑點上		v					v	
提供思考 的情境			v	v	v			v
學習課本 沒有的知識	v						v	v
增進生活知能							v	v
培養氣質， 健全人格發展							v	
創造力、觀察力 、想像力啟發			v				v	
時事介紹，培養 孩子的國際觀								v
提升語文能力			v					v
提供休閒娛樂	v			v		v		v
培養閱讀 興趣與習慣	v		v	v				v
取代看電視 及遊玩的時間				v				
與孩子分享 心得感想							v	
提供親子共讀 培養感情的機會		v	v		v		v	
讓孩子有課後 學習的環境				v				
充實家中 閱讀資源		v					v	
做為禮物						v		

根據上述文獻顯示，家長為孩子購買兒童讀物(雜誌)的消費動機為學習新知，增廣見聞，培養生活知能、國際觀，啟發創造力、想像力等(方麗芬，2000)；黃齡瑩，2003；林長嵩，2007；簡莉芳，2008；王祿旺、許雅惠，2008；方怡珣，2008；康崇儀，2010)，本研究將其歸納為「多元能力」的培養。



另外，謝美寶(2003)、黃齡瑩(2003)、簡莉芳(2008)、方怡珣(2008)、康崇儀(2010)等人認為家長在為孩子購買兒童讀物(雜誌)時會考量是否能輔助課業習、增強語文能力及讓孩子贏在起跑點上，本研究將其歸納為輔助「課業學習」。

而方麗芬(2000)、黃齡瑩(2003)、林長嵩(2007)、王祿旺&許雅惠(2008)、康崇儀(2010)等人則認為家長為孩子選購兒童讀物(雜誌)的原因是培養閱讀興趣與習慣，以提供休閒娛樂，並取代看電視及遊玩的時間，本研究將其歸納為「興趣與休閒」層面。

由上表可知，部份研究者認為家長為孩子購買兒童讀物(雜誌)是為了提供親子共讀，以分享心得，培養感情的機會(謝美寶，2003；黃齡瑩，2003；簡莉芳，2008；方怡珣，2008)。而謝美寶(2003)、林長嵩(2007)、方怡珣(2008)則認為購買兒童讀物(雜誌)能讓孩子有課後學習的環境，並能充實家中閱讀資源。閱讀環境乃是閱讀活動進行中的軟體和硬體的環境，軟體環境包含了閱讀時與他人的互動、討論及分享等；硬體環境則包括了閱讀的資源、場所、及書本的擺設布置等(王昕馨，2005)。因此，本研究將其歸納為「閱讀環境」層面。

綜合以上論述，本研究之低年級學童家長訂購兒童雜誌的消費動機分為「多元能力」、「課業學習」、「興趣與休閒」、「閱讀環境」等四個層面探討，以瞭解其消費動機現況及探討不同家庭背景之低年級學童家長其對兒童雜誌的消費動機之差異情形。

## 2.3 電子兒童雜誌及數位閱讀載具

隨著網路技術的發展及全球資訊化時代的來臨，台灣的網路使用率大增，兒童也成為「電子媒體族」(黃美玲，2003)。由於兒童提早接觸到資訊產品，電子故事書也因此成為現今兒童讀物的新方式。隨著兒童讀物電子化的趨勢，傳統的兒童雜誌也逐步朝電子化及多媒體互動形式邁進，有些更運用觸控螢幕技術於電子閱讀媒介上，提供兒童閱讀方式的另一選擇。本節就電子兒童雜誌之定義、特性及數位閱讀載具進行探討，期能對兒童雜誌電子化有所了解。

### 2.3.1 電子兒童雜誌定義及特性

依據台灣博客來網路書店之定義，電子雜誌 (electronicmagazine , e-magazine ) 指透過硬體配備與相關軟體的下載，以數位形式呈現雜誌內容，更便利於攜帶與保存，也能更加快速取得最新資訊，可以完整地呈現與紙本雜誌相同的內容，還可以呈現動態的影音、動畫等多媒體效果，具備下列的優點(李宜萍，2011)：

1. 與平面雜誌相同內容：電子雜誌完整呈現與實際雜誌相同的內容。
2. 快速取得電子雜誌：從訂購到下載完畢只需短暫的時間，下載完成後可隨時翻閱，無須上網。
3. 方便參考：當期雜誌可保留於電腦中，利於保存與日後參考。
4. 輕鬆保存：可於電腦中儲存多期雜誌，節省實際空間。

行政院新聞局(2006)將電子雜誌定義為「將媒體內容以虛擬形態存在於電子媒介中，其編排與閱讀方式仍盡量與紙本雜誌相似，具備攜帶與保存之便利性、無紙本、易於流通、便於管理與搜尋等數位化特質」。而目前大眾所謂的電子雜誌，簡單來說就是平面雜誌內容經過數位化處理，增加多媒體與互動，透過網路流通平台及數位版權保護措施加以銷售。目前新型態電子雜誌，不只將傳統雜誌內容數位化，連版面編排、色彩、呈現皆保持原貌，使讀者向在螢幕前翻閱一本雜誌 (游雅婷，2011)。因目前尚無學者對兒童電子雜誌下任何定義，就上述電子雜誌之定義，本研究將電子兒童雜誌定義為「紙本兒童雜誌經數位化處理，增加多媒體與互動功能，透過網路流通平台下載及閱讀，其內容以兒童為主要訴求對象，則此類雜誌即稱為兒童電子雜誌。」

目前發行的電子兒童雜誌並不多，且多數採紙本雜誌數位化的方式呈現。電子兒童雜誌社網路銷售平台多透過網路書店進行電子商務的開拓，如三民網路書局、數位閱讀網、遠傳 e 書城及 TAAZE 等，家長可透過這些網路書店購買下載適合孩子閱讀的當期或過期之兒童雜誌。目前網路書店較常見的電子兒童雜誌有：Top 康軒學習雜誌、新小牛頓、國語日報週刊、幼獅少年、彩虹時間及小典藏兒童藝術與人文雜誌等。另外，『Top945 康軒學習雜誌』ipad 版於 2011 年七月宣布上市，這是華文世界第一本具有互動學習經驗的兒童電子雜誌。書本中的知識透過

iPad 螢幕活靈活現的在讀者面前呈現，伴隨著生動活潑的音樂、清楚的解說動畫、比紙本內容更多的影像連結、互動遊戲……等，提供與紙本相同的學習內容，卻是全新的互動閱讀（聯合新聞網，2011）。

電子兒童雜誌與傳統紙本兒童雜誌最大的不同，是需要透過電子載體在螢幕上進行數位閱讀，透過電子載體所進行的數位閱讀優點為便於搜尋資訊，易於更新資訊，同時具備將文本資訊與其他媒體結合呈現的能力，且文本可動態呈現，具互動性及客製化特性（簡弘佑，2007）。兩者之比較如表 2.5 所示。

表 2.5 紙本兒童雜誌與兒童電子雜誌的比較

	紙本兒童雜誌	兒童電子雜誌
呈現形式	文字、圖片	文字、圖片、影音等多媒體形式
閱讀媒介	紙	桌上型電腦(PC)、筆記型電腦(NB)、平板電腦(Tablet)
傳播方式	紙張印刷、人工傳播	及時性的網路傳遞
互動性與超連結	無	有
取得成本	相同	相同（部分網路書城有折扣優惠）
呈現度	可全頁展開，版面大小無法隨意更動	內容呈現受螢幕大小限制，但可隨意縮小放大
閱讀性	可長時間進行閱讀，強光或黑暗中無法閱讀	長時間注視螢幕易造成眼睛疲勞及身體不舒適
便利性	無設備需求，隨時可閱讀	數位化體積小易於大量貯存、攜帶
媒體特性	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 擁有實體書本翻閱觸感及趣味，可任意畫線註記。</li> <li>· 線性閱讀</li> <li>· 查閱速度較慢</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 不具實體，內容可更新置換，可存取大量資訊，並可重複閱讀，依個人需求，亦能畫線註記。</li> <li>· 線性或非線性閱讀</li> <li>· 查閱速度較快</li> </ul>

資料來源: 林紹萍(2008)，呂錦鳳(2011)

### 2.3.2 數位閱讀載具

數位閱讀的普及與養成趨勢，與電腦的普及及網際網路的盛行有絕對的正向關係。電腦是數位閱讀載具的基地，他是許多企業人士、在學學生工作與學習的利器，同時亦為多數數位圖文閱讀裝置背後的推手(黃偉正，2008)。一般而論，電腦與出版領域的結合在於徹底改革傳統的機械式印刷與出版過程，由 1450 年代古騰堡的活字排版(Movable Printing Press)，至 1980 年代使用電腦文書處理器(word processor)來呈現「文字」內容，到 1990 年代陸續出現文字結合其他多媒體的光碟與網路出版革命，在這之間電腦扮演著極為重要的角色。西元 1968 年 Alan Kay 倡導能因應多媒體需求的個人電腦概念——"DynaBook"構想，依照 Kay 想像中的 Dynabook 將是一款如同書籍般，既為可攜式且具互動功能的多媒體個人式電腦，它的主要規格如下(邱炯友，2000)：

- 1.大小如 A4 紙張之易攜帶
- 2.顯示器的解析度必須優於報紙文字
- 3.必須具有聲音輸入的功能且易操作
- 4.必須能夠網路化和作無線通訊

從上述 DynaBook 之概念中，隱約已經浮現今日電子書平台的雛型。但由於技術的限制，此後 20 多年市場上並未出現以「閱讀」作為功能訴求的行動閱讀載具。直到 1990 年代後，技術的演進加上大環境的配合，行動閱讀載具逐漸呈現蓬勃發展氣象，自 PDA 個人數位助理(Personal Digital Assistant; PDA)這種可攜式的資訊終端機出現後，業者看見了新的數位出版商機，開始有適合在 PDA 閱讀的電子書出現。進入 21 世紀後，市場開始出現各式行動載具，使行動閱讀進入新境界(林惠愛，2012)。目前市面上較為普遍的數位閱讀載具包括個人電腦(Personal Computer; PC)、筆記型電腦(NoteBook Computer; NB)、電子閱讀器(e-reader)、智慧型手機(Smart Phone)及平板電腦(Tablet Computer; Tablet)。以下一一說明其發展與特色：

#### 1.個人電腦

數位圖文載具主要代表作—電腦，在 1960 年初期導入市場後，便成為許多大

型企業或政府機關的生財之器具或輔助管理工具，1980 年個人電腦出現後，讓較多的中小企業及個人的以較平價享用電腦所帶來的效率；再加上 1995 年代開始興盛的數位資訊交流大平台--網際網路的相輔相成下，造就了當前電腦與網路的全球應用風潮；至今個人電腦已成為個人或一般家庭工作、學習、通訊、閱讀與娛樂的重要平台(黃偉正，2008)。

## 2.筆記型電腦

筆記型電腦是一種小型、可以方便攜帶的個人電腦，通常重達 1 至 3 公斤，目前的發展趨勢是體積越來越小，重量越來越輕，而功能卻越發強大。為了縮小體積，筆記型電腦通常擁有液晶顯示器(智庫百科)。根據 2008 年 4 月資策會 MIC 數位生活消費需求之「2008 台灣行動娛樂行動閱讀偏好」調查指出，對於行動閱讀需求的受訪者中，有高達四分之一的比例(24%)選擇「筆記型電腦」為最喜歡的行動閱讀裝置，其次是「可撥放圖文的 PDA」(19%)。顯示這群行動閱讀需求的受訪者，對閱讀紙本報章雜誌的方式，已不再青睞，行動閱讀載具在未來的閱讀應用需求應更加受矚目(黃偉正，2008)。

## 3.智慧型手機

智慧型手機結合了一般手機與 PDA 事務整合的功能，能夠顯示與個人電腦一致的正常網頁，它能替代個人電腦處理辦公事務和其他事務，能隨時切入網路，並且能與電腦、筆記本電腦等其他設備同步資料。它具有獨立的操作系統以及良好的用戶介面，能方便隨意地安裝和刪除應用程式。智慧型手機的觸控式螢幕，能隨時調整鍵盤來進行觸摸手寫。自從智慧型手機出現後，大量的手機用戶給了出版業者龐大潛在讀者群的可能性，手機版的數位出版品呈現多樣化的趨勢，如電子書、電子雜誌等。但過小的螢幕尺寸，是其在數位閱讀方面的最大缺陷。

## 4.電子閱讀器

自 2007 年亞馬遜網路書店的電子書閱讀器 Kindle 問世，宣告了行動閱讀時代的來臨，打破了電子書只能在個人電腦上閱讀的限制，使電子書有了紙本書易於攜帶的方便，更多了輕巧的優勢(林惠愛，2012)。電子書閱讀器是一種以反射式電子紙為顯示面板的平板式閱讀器，具有輕薄、省電、螢幕大、不傷眼

的特性，適合長時間閱讀，一度被視為足以替代紙張的「書籍」載體。電子閱讀器一開始只有黑白介面，且會有殘影及反應速度慢等問題，功能上較為單調，著重在閱讀本身及相關附屬功能，如畫線、註記、字典及字體放大縮小等。但一般使用者較喜愛多功能的產品，也因此同樣具有閱讀功能，而具有色彩鮮艷、支援多媒體播放、玩遊戲等的平板電腦出現後，電子閱讀器數位的市場佔有率逐漸下滑(何薇玲，2011；周暉達，2011)。

## 5. 平板電腦

平板電腦是指一種小型的、方便攜帶平板形狀的電腦，體積介於 PDA 和一般筆記型電腦之間。它擁有的觸控式螢幕，允許使用者透過觸控筆或數位筆來進行作業而不是傳統的鍵盤或滑鼠。蘋果公司(Apple)在 2010 年 1 月推出 iPad 觸控式平板電腦，80 天賣出 300 萬台，隨著 iPad 熱賣，中國電子雜誌的下載量每月都以平均 50% 的速度增長(尚燁，2011)。iPad 的彩色螢幕、快速反應、多媒體內容呈現、Wi-Fi 或 3G 的連網，已超過大多數閱讀器的灰階螢幕、翻頁反應慢、無法呈現多媒體、簡易的 Wi-Fi 連網等，備受消費者喜愛(林惠愛，2012)。平板電腦幾乎取代電子閱讀器的所有功能，而且還能延展其它加值服務應用，平板電腦將最有潛力成為消費者閱讀電子雜誌的主要行動閱讀載體(呂錦鳳，2011)。

上述五種數位載具各有其特色，個人電腦與筆記型電腦因重量大，較缺乏輕便與移動的特質；智慧型手機螢幕太小，無法提供學童良好的閱讀體驗；電子閱讀器以 6~7 吋的灰階螢幕為主流，適合閱讀一般讀物，對於注重彩色圖片之雜誌的閱讀並不理想(呂錦鳳，2011)。由以上介紹與比較看來數位閱讀載具以平板電腦較具優勢。在數位閱讀的潮流中，低年級學童家長對學童以平板電腦作為載具，閱讀電子兒童雜誌的接受度如何，則為本研究的重點之一。

## 2.4 科技接受模型

科技接受模型 (Technology Acceptance Model; TAM) 是由 Davis 於 1989 年提出，主要是探討認知與情感因子與科技使用的關係，是目前最常用來研究使用者科技接受的理論模型之一。本節針對 TAM 的理論基礎與相關研究加以介紹，以探

討家長對孩童使用平板電腦閱讀兒童雜誌的科技接受度。

## 2.4.1 科技接受模式緣起及構念

### 1. 科技接受模式的緣起

科技接受模式 (Technology Acceptance Model; TAM) 是 Davis 以 Fishbein 和 Ajzen (1975) 的理性行為理論 (theory of reasoned action; TRA) 為基礎，加以修改而成。理性行為理論強調態度和主觀規範兩者都會影響個人意願，而個人意願會進而影響個體的行為。Davis 等人主張「主觀規範」此一構面具有相當的理論不確定性與心理測量的困難，因此將之排除在外 (Davis, Bagozzi & Warshaw, 1989)。

Davis 根據自我效能 (Self-efficacy Theory) 與決策理論的成本效益 (Cost-benefit) 觀念，主張使用者對新資訊系統之接受態度取決於知覺有用性 (Perceived Usefulness) 與知覺易用性 (Perceived Ease of Use) 兩個認知信念，希望提供一個基礎，為使用者之電腦接受度的決定因素提供一般性的解釋，並且能跨越使用者族群的界限解釋使用者的行為，同時兼顧最簡化的理論依據，使研究者能夠了解個人在使用新科技時，影響其內部信念 (Beliefs)、態度 (Attitude) 與意願 (Intention) 之外部因素為何，進而了解影響科技使用的情形 (Davis, 1986; Davis, 1989; Davis, Bagozzi & Warsaw, 1989)。

### 2. 科技接受模式的構念

科技接受模型以「知覺有用」和「知覺易用」為個人接受科技程度的主要的因素，會決定使用者對科技的態度 (Attitude toward Using; *ATU*)，而態度會再影響行為意願 (Behavioral Intention to Use; *BI*)，同時，知覺有用性也會對實際使用 (Actual System Use; *ASU*) 有直接的影響。其各主要構念描述如下 (林茂誠，2012)：

#### (1) 知覺易用性 (Perceived Ease of Use; *EOU*)：

知覺易用性是指使用者知覺到科技容易使用的程度。當科技愈容易使用，使用者對於自我效能與自我控制會更具信心，其對系統所持態度會更積極。而知覺易用性受外部變因 (External Variables) 之影響。

#### (2) 知覺有用性 (Perceived Usefulness; *U*)：

知覺有用性是指使用者主觀地認為使用此科技對於工作表現及未來的助益。

TAM 假設當使用者察覺系統容易被使用時，會促進使用者以相同的努力完成更多的工作，改善工作績效，因此知覺有用性同時受到知覺易用性與外部變因的影響。

(3)使用態度(Attitude toward Using ; A) :

使用態度為使用者使用資訊科技的態度同時受知覺有用與知覺易用性影響，其迴歸關係式可表示為： $A=U+EOU$ 。當使用者察覺到系統有用性愈高，則對系統所持的態度會趨向正面。

(4)行為意願(Behavioral Intention to Use ; BI) :

TAM假設資訊系統的使用決定於行為意願，行為意願同時受個人對使用系統的態度 (A) 與知覺有用 (U) 所影響，其迴歸關係式可表示為： $BI=A+U$ 。

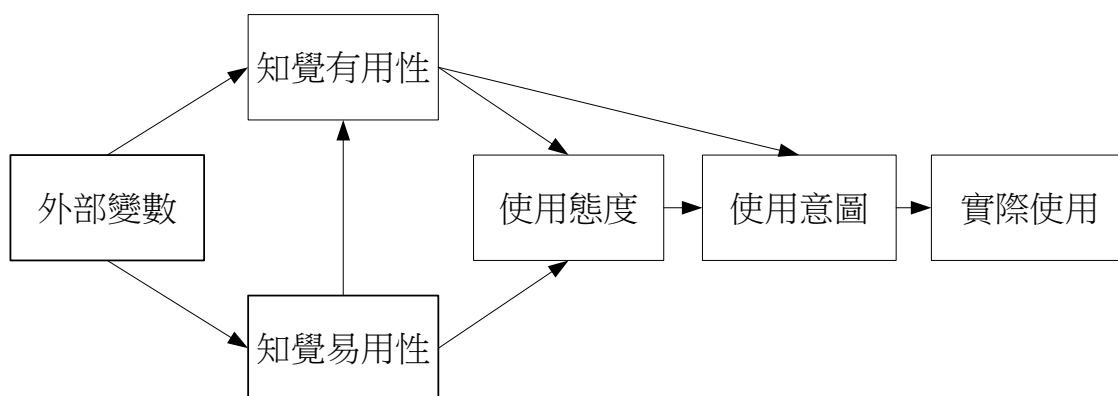


圖 2.3 科技接受模型

資料來源：Davis et al(1989)

## 2.4.2 科技接受模型之相關實證研究

在現今資訊科技發展快速，網路普及化的社會，使得相關的應用與服務不斷出現。TAM模型被許多實證研究用來檢定新科技系統是否為系統使用者所接受，並且結合不同理論加以擴展或應用於不同的領域的研究。茲將學者對科技接受模式驗證結果，整理如表2.6 所示：



表2.6 科技接受模式相關文獻之彙整

研究者	研究主題	研究內容概要
Davis (1989)	文書處理系統	以理性行為理論為基礎，研究使用者態度、意願與行為間的相關程度，結果證實，知覺易用與知覺有用有正向的影響關係；知覺有用與使用態度有正向的影響關係；使用態度與實際系統使用有正向的影響關係。
Davis Bagozzi and Warshaw (1989)	電子郵件系統及 文書處理軟體	以科技接受模型，研究使用者對於電子郵件系統及文書處理軟體的接受程度，結果證實，科技接受模式能以使用者的使用態度、知覺有用、知覺易用以及其他外部變數來解釋使用者的使用意願；使用者的使用意願可以用來預測使用者對於新科技的接受程度。
Ong, C. S., Lai, J. Y.& Wang, Y. S. (2004)	電子化學習系統	以科技接受模型，研究電子化學習系統，結果證實，電腦本身效能會對知覺有用、知覺易用產生影響；知覺易用會影響知覺有用；知覺有用及知覺易用會影響行為意願。
吳采芳 (2001)	線上遊戲	線上遊戲服務品質會正向影響使用者知覺與使用態度，而使用者對軟體容易使用、實用以及娛樂性的感覺會正向影響使用者的態度，態度將會影響到行為意向。
呂錦鳳 (2011)	平板電腦閱讀 電子雜誌	知覺有用性正向影響使用態度，知覺易用性會透過知覺有用性間接正向影響使用態度。知覺有用性為知覺易用性與使用態度的中介因素。

表 2.6 科技接受模式相關文獻之彙整(續)

<p>白秀青 (2009)</p>	<p>數位閱讀</p>	<p>使用科技接受模型來探討教師對於數位閱讀的態度及使用程度，使用數位閱讀之知覺易用性及知覺有用性，會正向影響其使用態度；使用數位閱讀的態度，會正向影響其使用程度；而使用數位閱讀之知覺易用性會正向影響其知覺有用性；在影響數位閱讀態度中，知覺易用性與知覺有用性相比較之下，知覺易用性對使用數位閱讀態度的影響高於知覺有用性。</p>
-----------------------	-------------	--

資料來源：彭建瀚(2010)，本研究整理

透過文獻探討顯示科技接受模型廣泛的被使用於使用者對新資訊科技接受的研究上，且具有良好的解釋力。本研究探討低年級家長對孩童使用平板電腦閱讀兒童雜誌的科技接受度，平板電腦是目前最具有潛力的電子雜誌載體，但運用於兒童雜誌的閱讀，家長的接受度如何將為本研究探討的重點。

### 第三章 研究方法

本研究旨在瞭解國小低年級家長訂購兒童雜誌動機與內容需求之現況及學童使用平板電腦閱讀兒童雜誌的科技接受度。全章共分為六節，包括研究架構、研究假設、研究樣本、研究工具、資料收集程序，以及資料處理與分析等，茲分節說明如下：

#### 3.1 研究架構

本節依據研究目的與文獻探討，提出本研究之研究架構，如圖3-1所示。圖中主要包括家庭背景變項、消費購買動機、內容需求、購買經驗與使用平板電腦閱讀兒童雜誌的科技接受度等五個部分，藉此探討不同家庭背景變項的學童家長，對購買兒童雜誌的動機、內容需求及購買經驗之差異情形，並分析購買動機及雜誌內容需求之相關情形。最後探討學童家長對學童使用平板電腦版閱讀電子兒童雜誌之科技接受。

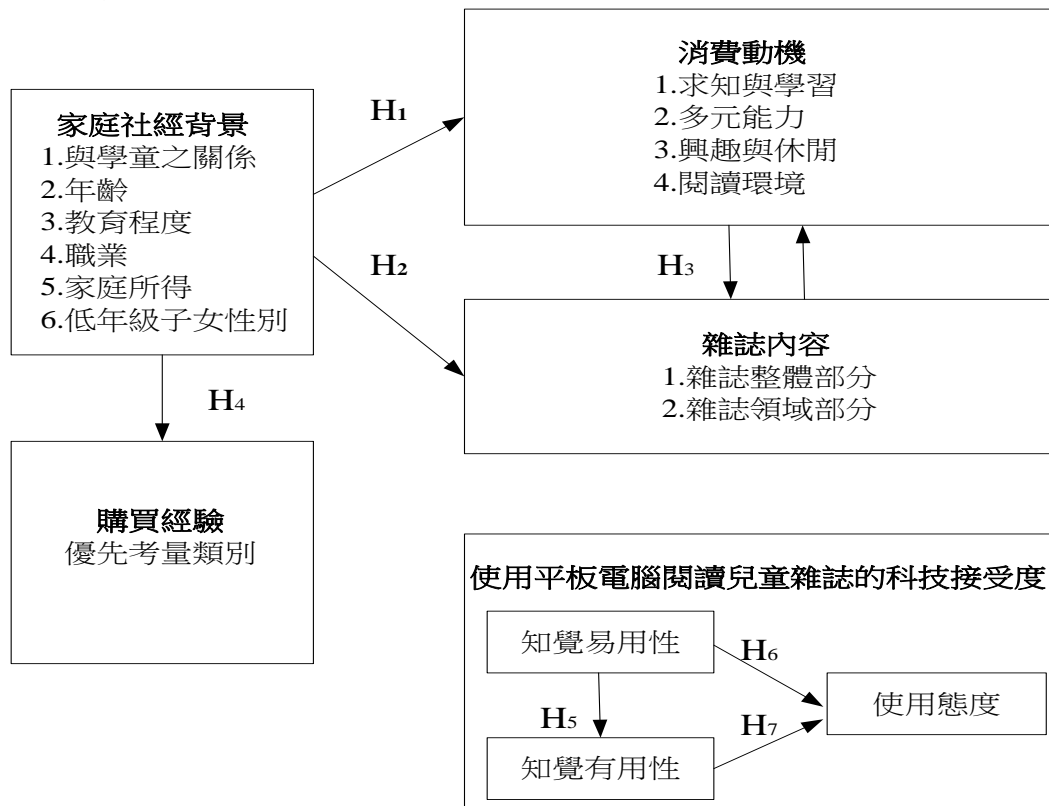


圖 3.1 研究架構

## 3.2 研究假設

根據前面章節所敘述之研究目的與問題、相關理論與文獻探討、研究架構等，本研究擬探討「國小低年級家長訂購兒童雜誌動機與內容需求之現況及學童使用平板電腦閱讀兒童雜誌的科技接受度」。以比較不同家庭背景變項之學童家長，為子女購買兒童雜誌的考量因素之差異。因此，提出下列的研究假設，茲分述說明如下：

**H1：不同家庭社經背景的低年級學童家長，訂購兒童雜誌的消費動機有顯著差異。**

- 1.1：不同「關係」之低年級學童家長，其兒童雜誌「消費動機」有顯著差異。
- 1.2：不同「年齡」之低年級學童家長，其兒童雜誌「消費動機」有顯著差異。
- 1.3：不同「教育程度」低年級學童家長，其兒童雜誌「消費動機」有顯著差異。
- 1.4：不同「職業」低年級學童家長，其兒童雜誌「消費動機」有顯著差異。
- 1.5：不同「每月家庭所得」低年級學童家長，其兒童雜誌「消費動機」有顯著差異。
- 1.6：不同「低年級子女性別」家長其兒童雜誌「消費動機」有顯著差異。

**H2 不同家庭社經背景的低年級學童家長，對兒童雜誌內容需求有顯著差異。**

- 2.1：不同「關係」之低年級學童家長其兒童雜誌「內容需求」有顯著差異。
- 2.2：不同「年齡」之低年級學童家長其兒童雜誌「內容需求」有顯著差異。
- 2.3：不同「教育程度」低年級學童家長其兒童雜誌「內容需求」有顯著差異。
- 2.4：不同「職業」低年級學童家長其兒童雜誌「內容需求」有顯著差異。
- 2.5：不同「每月家庭所得」低年級學童家長其兒童雜誌「內容需求」有顯著差異。
- 2.6：不同「低年級子女性別」家長其兒童雜誌「內容需求」有顯著差異。

**H3：低年級學童家長訂購兒童雜誌的消費動機及對內容的需求有顯著相關。**

**H4：不同家庭社經背景之低年級學童家長對兒童雜誌優先考量類別有顯著差異。**

**H5：低年級學童家長對學童使用平板電腦閱讀兒童雜誌之知覺易用性對知覺有用性有正向影響。**

**H6：低年級學童家長對學童使用平板電腦閱讀兒童雜誌之知覺易用性對使用態度**

有正向影響。

**H7：低年級學童家長對學童使用平板電腦閱讀兒童雜誌之知覺有用性對使用態度有正向影響。**

### **3.3 研究對象與工具**

#### **3.3.1 研究對象**

本研究以雲林縣國小低年級學童家長為研究對象，採便利抽樣方式蒐集資料，共抽出9所雲林縣公立國小共15個班級，進行學童家長問卷的填答、分析與說明，研究所得資料經 SPSS 統計套裝軟體處理，以進行資料分析。本研究共分發454份問卷，回收393份，回收率86.6%，其中經檢核與剔除填答不全問卷35份，共計有效問卷358份，有效回收率為78.9%。

#### **3.3.2 研究工具**

本研究以自編的「國小低年級學童家長訂購兒童雜誌考量因素之研究問卷」為本研究工具，問卷內容包括家長訂購兒童雜誌的動機、家長對兒童雜誌內容的需求、家長對學童使用平板電腦閱讀電子兒童雜誌的看法及個人基本資料和消費經驗等四部分。

### **3.4 研究變數與問卷設計**

本研究的研究變項總共分為四大部份，包括家長消費動機變項、雜誌內容需求變項、使用平板電腦閱讀兒童雜誌之科技接受度變項(知覺有用性、知覺易用性、使用態度)、家庭背景與消費經驗變項等。消費動機變項為問卷第一部份共設計問題 16 題，雜誌內容需求變項為問卷第二部份共設計問題 16 題、使用平板電腦閱讀兒童雜誌之科技接受度變項為問卷第三部份共設計問題 8 題、家庭背景與消費經驗變項為問卷第四部份，家庭背景變項共設計問題 6 題，消費經驗變項共設計問題 6 題，合計共 12 題，總計本研究問卷設計問題 53 題(詳如附錄一)，變項內容與問卷設計說明如下：

### 3.4.1 消費動機變項

本研究根據相關文獻探討，將家長消費動機分為課業學習、多元能力、興趣與休閒與閱讀環境等四個構面，依據上述四個家長消費動機構面，並參考方麗芬(2000)、謝美寶(2003)、黃齡瑩(2003)、林長嵩(2007)、方怡珣(2008)、康崇儀(2010)等人問卷為基礎，加以擬定編修，最後發展成本研究的消費動機變數量表，此量表採用 Likert 五點尺度量表格式，從非常重要、重要、普通、不重要、非常不重要依序給予 5~1 分的分數加以測量，變數整理如表 3.1。

表3.1 家長消費動機變數衡量量表

主構面	衡量問項	衡量尺度
課業學習	2.輔助孩子的課業學習 3.讓孩子贏在起跑點上 9.提升孩子語文能力	Likert 五點尺度 非常重要 重要 普通 不重要 非常不重要
多元能力	1.可以幫助孩子學習新知、增廣見聞 4.提供孩子思考的情境 5.增進孩子的生活知能 6.培養孩子的氣質，陶冶性情及健全人格發展 7.增進孩子的創造力、觀察力、想像力 8.藉由時事介紹，培養孩子的國際觀	
興趣與休閒	10.提供孩子平日休閒娛樂 11.培養閱讀興趣與習慣 12.取代孩子看電視及遊玩的時間	
閱讀環境	13.藉由兒童雜誌與孩子一起分享心得感想 14.提供親子共讀培養感情的機會 15.讓孩子有課後學習的環境 16.充實家中閱讀資源	

資料來源：本研究整理

### 3.4.2 雜誌內容需求變項

本研究根據相關文獻探討，將兒童雜誌內容需求變項分為「兒童雜誌整體」及「兒童雜誌領域」兩部分，採用Likert五點尺度量表格式，從非常重要、重

要、普通、不重要、非常不重要依序給予 5~1 分的分數加以測量，變數整理如表 3.2。

表3.2 雜誌內容需求變數衡量量表

分類項目	題目內容	衡量尺度
兒童雜誌整體	1.內容生動有趣，引發孩子閱讀興趣。 2.內容淺顯易懂，取材與生活相結合。 3.有賞心悅目的圖片及照片。 4.有優良的印刷、紙質及封面設計。 5.有輔助性的 CD 或 DVD，協助孩子自主學習。 6.有配合讀本的相關網站，提供孩子線上學習。 7.有配合讀本的操作性教具，輔助學習。 8.有互動式的電子版兒童雜誌。	Likert五點尺度 非常重要
兒童雜誌領域	9.有好看的繪本故事，增進孩子的閱讀能力。 10.有生活常規方面的指導，端正孩子的行為。 11.有繪畫及勞作指導，培養孩子的美術能力。 12.有藝術與人文方面介紹，培養孩子人文氣息 13.有數學及邏輯方面的情境內容，提升孩子思考及推理的能力。 14.有豐富的自然科學知識，引發孩子的好奇心。 15.有活潑的英語會話方面的教學，引發孩子學習英文的動機。 16.有音樂律動方面的教學，讓孩子快樂學習。	重要 普通 不重要 非常不重要

資料來源：本研究整理

### 3.4.3 科技接受模式

本研究第三部分以科技接受模式(Davis, 1989; Venkatesh and Davis, 2000; Venkatesh et al., 2003)為立論基礎，將知覺易用性定義為「家長相信學童使用平板電腦閱讀兒童雜誌之容易程度」；知覺有用性定義為「家長相信藉由使用平板電腦閱讀兒童雜誌能提升學童閱讀成效之程度」；使用意願定義為「家長對於學童未來使用平板電腦閱讀兒童雜誌之主觀意願或可能性」。本研究參考Davis(1989)、郭仲樺(2009)、呂錦鳳(2011)等人問卷為基礎，發展出家長對學童使用平板電腦閱讀兒童雜誌之科技接受度之量表，共有8個題項，分別為知覺有用性3題，知覺易用性3題，使用意願2題。並採用 Likert 五點尺度量表格式，從非常同意、同意、沒意見、不同意、非常不同意依序給予 5~1 分的分數加以測量，變數整理如表 3.3所示：

表3.3 TAM變數衡量量表

主構面	衡量問項	衡量尺度
知覺有用性	1.我認為使用平板電腦閱讀兒童雜誌，能引發孩子的閱讀興趣	Likert五點尺度 非常重要 重要 普通 不重要 非常不重要
	2.我認為孩子使用平板電腦閱讀兒童雜誌，能提升其專注力	
	3.我認為孩子使用平板電腦閱讀兒童雜誌，能增進其學習成效	
知覺易用性	4.對孩子來說，學習操作平板電腦來閱讀兒童雜誌是件容易的事。	
	5.我認為在平板電腦上的電子兒童雜誌其使用介面可以讓孩子很容易上手	
	6.平板電腦可以同時容納很多期的兒童雜誌，可增加孩子閱讀的方便性	
使用態度	7.整體而言，我對孩子使用平板電腦來閱讀兒童雜誌的效益抱持正面的看法	
	8.我願意讓孩子使用平板電腦來閱讀兒童雜誌	

資料來源：本研究整理



### 3.4.4 家長社經背景與消費經驗

本研究欲探討不同家庭背景變項的學童家長其訂購兒童雜誌考量因素之差異情形，因此本研究問卷的第四部分為個人基本資料及消費經驗，並選擇與本研究較相關個人基本資料變項6項及消費經驗變項6項，如表3.4 所示：

表3.4 家長社經背景與消費經驗變數衡量量表

分類項目	變項名稱	衡量尺度	選項內容
社經背景	1.關係	名義尺度	父親、母親、祖父、祖母、其他（需填答）
	2.年齡	次序尺度	20~29 歲、30~39 歲、40~49 歲、50（含）歲以上
	3.教育程度	名義尺度	國中（含）以下、高中職、專科、大學、研究所（含）以上
	4.職業	名義尺度	軍警、公務、教育人員、商業金融業、工業製造業、農漁牧業、服務業、自由業、醫療機構、退休人員、待業中、其他（需填答）
	5.家庭所得(包含配偶以及其他成員收入)	次序尺度	20,000 元（含）以下、20,001~40,000 元、40,001~60,000 元、60,001~80,000 元、80,001 元以上
	6.家中低年級小孩性別	名義尺度	男生、女生、男女都有
消費經驗	7.訂購兒童雜誌優先考量類別	名義尺度	綜合類、自然科學類、兒童美語類、藝術與人文類、歷史類、數學邏輯類
	8.會因小孩性別選擇不同類別的兒童雜誌	名義尺度	會、不會

表3.4 家長社經背景與消費經驗變數衡量量表(續)

分類項目	變項名稱	衡量尺度	選項內容
消費經驗	9.訂購兒童雜誌 優先考量的三項 因素	名義尺度	孩子的興趣、兒童雜誌的知名度、內容吸引力、具教育性、價格、促銷優惠活動
	10.訂購過(包含 現在)哪些兒童 雜誌	名義尺度	小學生巧連智低年級版 全國兒童週刊 Top945 康軒學習雜誌初階版 地球公民365 國語日報週刊 小達文西 益智國語週刊基礎版 星期八幼兒月刊 全國兒童樂園成長版 全國兒童美語 小典藏兒童藝術與人文雜誌 新小牛頓 全國兒童美語-Go for English 國語週刊—美語ABC 大嘴鳥親子教育雜誌 其他 沒有--原因是

表3.4 家長社經背景與消費經驗變數衡量量表(續)

分類項目	變項名稱	衡量尺度	選項內容
消費經驗	10-1沒有訂購過兒童雜誌的原因	名義尺度	孩子沒有閱讀的興趣 沒有接觸到相關的資訊 雜誌內容無法引起購買動機 價格考量 可以以其他兒童讀物替代 孩子沒有時間閱讀
	11.首次訂購兒童雜誌的決策者	名義尺度	孩子的父親 孩子的母親 孩子的父母親共同決策 孩子和父母親共同決策 其他(請填答)
	12.續訂兒童雜誌的決策者	名義尺度	孩子的父親 孩子的母親 孩子的父母親共同決策 考量孩子的意願

### 3.5 資料處理與分析

本研究為量化的研究，根據研究目的、研究假設及資料型態，對於回收之有效問卷，以 SPSS 及 LISREL 8.0 之統計分析軟體進行資料統計與分析。本研究採用之統計分析方法如下：

#### 3.5.1 敘述性統計分析

本研究針對受訪者的人口特徵及其他統計變項來進行次數分配統計分析，以

了解樣本屬性之基本狀況，統計結果呈現包括次數、百分比與平均數等，描述變數的分佈情況，並藉以學童家長之人口特徵、消費動機、內容需求之現況及離散情形。

### 3.5.2 因素分析

本研究採取主要成分分析法，選取最大變異量進行直交轉軸，以設定因素個數的方式，抽取所設定個數的共同因素，且保留特徵值大於或接近1的因素。目的在於將研究者所編製之題目進行因素分析，將相同因素成分之題目萃取出來，定義其名稱，將資料做有效簡化。

### 3.5.3 信度分析

信度分析即評估測量的可靠性。藉由信度測試所得的分數，以衡量該量表的穩定度（stability）及一致性（consistency）。本研究將採用Cronbach's  $\alpha$ 的信度檢驗，來檢驗消費動機、TAM量表，以求各因素之內部一致性係數。

### 3.5.4 效度分析

效度分析係指測量工具內容的適切性，若測量內容涵蓋本研究探討的架構及內容，就可以說具有優良的內容效度（Babbie, 1992）。本研究的問卷在設計之前及針對研究動機、目的及參考文獻等設計問卷內容，並與指導教授及國小教師討論，對其內容審慎檢視，最後經由預試，以力求符合內容效度之要求。

### 3.5.5 卡方檢定

卡方檢定是一種測定配合適度及檢定獨立性的方法，即檢定樣本的次數與某一預期次數分配是否相同。本研究用以檢定不同個人特徵之低年級學童家長在「消費經驗」研究變項上之差異情形。

### 3.5.6 T 檢定與單因子變異數分析

以獨立樣本T檢定，分析不同關係、年齡、教育程度、職業、所得及低年級子女性別等變數之低年級家長對於兒童雜誌的消費動機及內容需求之差異情形。三群以上(含三群)則使用單因子變異數分析。

### 3.5.7 結構方程模式分析（Structural Equation Modeling，SEM）

本研究將以結構方程式進行模型的建構及變數關係之檢驗，使用統計軟體 LISREL8.0版進行資料分析整理，以探討國小低年級家長對孩童使用平板電腦閱讀兒童雜誌知覺有用性、知覺易用性、使用態度等各變數之間的影响性以及中介效果，並且以多重指標來檢視假設模型的模型適合度。

## 3.6 資料收集程序

本研究根據研究目的，其資料收集程序分為以下八個步驟，首先進行文獻收集與整理，其次確定衡量之構面，依據衡量構面編制初步問卷，再與指導教授討論修改後進行預試施測，依據預試施測結果，修訂部分問項及題意，在正式問卷量表確定後，進行正式施測，最後回收問卷與整理。

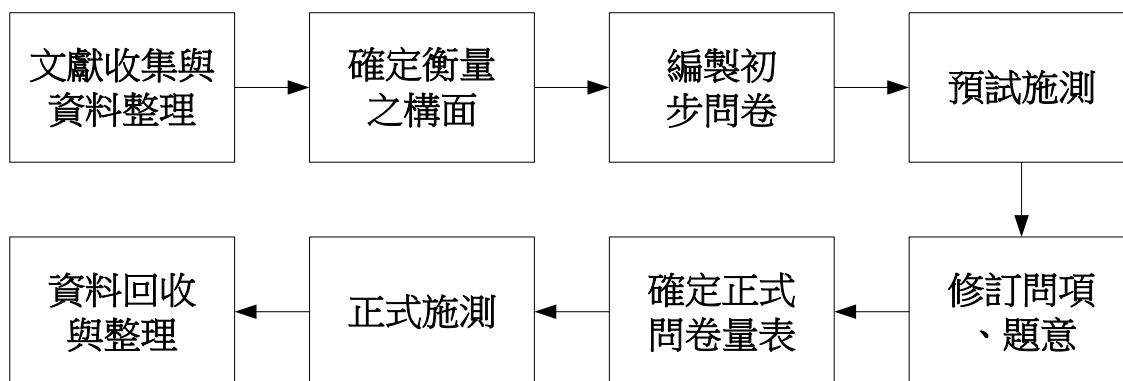


圖 3.2 資料收集流程图

## 第四章 資料分析與統計

本章節將回收之問卷資料運用樣本敘述分析、因素分析法、信效度分析、t 檢定法 (t-test)、卡方檢定 (Chi-square)、單因子變異數分析 (One-way ANOVA)、結構方程模式 (Structural Equation Modeling, SEM) 等方法實施檢定分析。

### 4.1 家長社經背景現況與消費經驗現況分析

本研究主要是以雲林縣的國小低年級學童家長為研究對象，採用問卷調查來蒐集所需資料，共歷時三週(2012/6/4— 2012/6/22)。本研究採便利抽樣方式蒐集資料，共分發454份問卷，回收393份，回收率86.6%，其中經檢核與剔除填答不全問卷35份，共計有效問卷358份，有效回收率為78.9%，根據本研究對象的358個樣本，分別依家長的家庭社經背景與消費經驗現況兩大類，使用次數分配、百分比分析樣本資料的分布情形。

#### 4.1.1 家長社經背景敘述分析

本小節依樣本與低年級學童關係、年齡、教育程度、職業、家庭所得、家中低年級小孩性別等項目，使用次數分配、百分比以了解受訪者的特性及分配情形，如表 4.1 所示。

表 4.1 國小低年級家長人口背景現況人數分配摘要表

基本資料項目	類別	人數	百分比%
與學童關係	父親	93	26.0
	母親	258	72.1
	祖父	1	0.3
	祖母	4	1.1
	其他	2	0.6
年齡	20~29 歲	11	3.1
	30~39 歲	232	64.8
	40~49 歲	104	29.1
	50 歲以上	11	3.1

表 4.1 國小低年級家長人口背景現況人數分配摘要表(續)

基本資料項目	類別	人數	百分比%
教育程度	國中(含)以下	11	3.1
	高中職	118	33.0
	專科	111	31.0
	大學	75	20.9
	研究所(含)以上	43	12.0
職業	軍警人員	3	0.8
	公務人員	33	9.2
	教育人員	63	17.6
	商業.金融業	26	7.3
	工業.製造業	67	18.7
	農漁牧業業	4	1.1
	服務業	67	18.7
	自由業	28	7.8
	醫療機構	12	3.4
	退休人員	2	0.6
	待業中	8	2.2
	其他(多數為家管)	45	12.6
家庭平均收入	20,000元(含)以下	22	6.1
	20,001~40,000元	86	24.0
	40,001~60,000元	90	25.1
	60,001~80,000元	84	23.5
	80,001元以上	76	21.2
低年級 小孩的性別	男生	163	45.5
	女生	163	45.5
	男女都有	32	8.9

1. 關係：

填答者與低年級學童關係而言，「父親」有93人（佔26.0%），「母親」有258人（佔72.1%），「祖父」有1人（佔0.3%），「祖母」有4人（佔1.1%），「其他」有2人（佔0.6%），顯示受訪者以「母親」為最多，「父母親」為主要對象。

2. 年齡：

在年齡分佈方面，「30~39歲」者有232人（佔64.8%）為最多，其次是「40~49

歲」者，有104人（佔29.1%），再其次為「20~29歲」及「50歲以上」者分別有11人（各佔3.1%）。顯示受訪者年齡「30~49歲」為主要對象，有336人（佔93.9%）。

### 3. 教育程度：

受訪者教育程度為「國中(含)以下」有 11 人(佔 3.1%)，「高中職」有 118 人（佔 33%），「專科」有 111 人（佔 31%），「大學」有 75 人（佔 20.9%），「研究所」有 43 人（佔 12%），顯示受訪者之教育程度以「高中職」為最多，其次是「專科」。

### 4. 職業：

就受訪者職業而言，「軍警人員」只有 3 人(佔 0.8%)，「公務人員」有 33 人(佔 9.2%)，「教育人員」有 63 人(佔 17.6%)，「商業.金融業」有 26 人(佔 7.3%)，「工業.製造業」有 67 人(佔 18.7%)，「農漁牧業業」有 4 人(佔 1.1%)，「服務業」有 67 人(佔 18.7%)，「自由業」有 28 人(佔 7.8%)，「醫療機構」有 12 人(佔 3.4%)，「退休人員」有 2 人(佔 0.6%)，「待業中」有 8 人(佔 2.2%)，「其他」有 45 人(佔 12.6%)，顯示受訪者以從事「工業.製造業」及「服務業」為最多，其次是「教育人員」。

### 5. 家庭平均收入：

受訪者家庭平均收入為「20,000 元(含)以下」有 22 人(佔 6.1%)，「20,001~40,000 元」有 86 人(佔 24%)，「40,001~60,000 元」有 90 人(佔 25.1%)，「60,001~80,000 元」有 84 人(佔 23.5%)，「80,001 元以上」有 76 人(佔 21.2%)。

### 6. 低年級小孩的性別：

就低年級小孩性別而言，「男生」、「女生」各有 163 人(各佔 45.5%)，而「男女都有的」佔 8.9%，有 32 人。

## 4.1.2 兒童雜誌消費經驗敘述分析

本小節主要描述國小低年級家長的消費經驗，消費經驗可分為優先考量之類別、是否會因性別選擇不同類別的兒童雜誌、優先考量因素、訂購過的兒童雜誌、首購決策者、續訂決策者等六項，使用次數分配、百分比以了解受訪者的消費經驗現況，如表 4.2 所示。



表 4.2 國小低年級家長消費經驗現況人數分配摘要表

變項	類別	人數	百分比(%)
訂購兒童雜誌 優先考量類別	綜合類	220	61.45
	自然科學類	67	18.72
	兒童美語類	29	8.10
	藝術人文類	15	4.19
	歷史類	3	0.84
	數學邏輯類	24	6.70
因小孩性別選擇 不同類別的兒童雜誌	會	112	31.28
	不會	246	68.72
訂購兒童雜誌 優先考量的三項原因	孩子的興趣	282	28.95
	兒童雜誌的知名度	31	3.18
	內容的吸引力	267	27.41
	具教育性	241	24.74
	價格	121	12.42
	促銷優惠活動	32	3.29
訂購過(包含現在) 哪些兒童雜誌	小學生巧連智低年級版	144	23.53
	全國兒童週刊	10	1.63
	Top945 康軒學習雜誌 初階版	38	6.21
	地球公民 365	21	3.43
	國語日報週刊	127	20.75
	小達文西	30	4.90
	益智國語週刊基礎版	20	3.27
	星期八幼兒月刊	4	0.65
	全國兒童樂園成長版	6	0.98
	全國兒童美語	6	0.98
	小典藏兒童藝術 與人文雜誌	3	0.49
	新小牛頓	50	8.17
	全國兒童美語 -Go for English	5	0.82
	國語週刊—美語 ABC	14	2.29
	大嘴鳥親子教育雜誌	13	2.12
	其他	11	1.80
	沒有	110	17.97

表 4.2 國小低年級家長消費經驗現況人數分配摘要表(續)

變項	類別	人數	百分比(%)
沒有訂購過兒童雜誌的原因	孩子沒有閱讀的興趣	18	11.32
	沒有接觸到相關的資訊	24	15.09
	雜誌內容無法引起購買動機	12	7.55
	價格考量	28	17.61
	可以以其他兒童讀物替代	64	40.25
	孩子沒有時間閱讀	13	8.18
首次訂購兒童雜誌的決策者	孩子的父親	32	8.94
	孩子的母親	153	42.74
	孩子的父母親共同決策	75	20.95
	孩子和父母親共同決策	88	24.58
	其他	10	2.79
續訂兒童雜誌的決策者	孩子的父親	23	6.42
	孩子的母親	105	29.33
	孩子的父母親共同決策	103	28.77
	考量孩子的意願	127	35.47

1. 兒童雜誌優先考量之類別：

受訪者在訂閱兒童雜誌優先考量類別以「綜合類」為最多，共有 220 人(佔 61.5%)，其次是「自然科學類」有 67 人(佔 18.7%)，在其次依序為「兒童美語類」29 人(佔 8.1%)，「數學邏輯類」24 人(佔 6.7%)，「藝術人文類」15 人(佔 4.2%) 及最少的「歷史類」3 人(佔 0.8%)

2. 會因性別選擇不同類別的兒童雜誌：

受訪者「不會因性別不同而選擇不同類別的兒童雜誌」有 246 人(佔 68.7%)，而「會因性別而選擇不同類別的兒童雜誌」有 112 人(佔 31.3%)，顯示多數父母不會因學童性別不同而選擇不同的兒童雜誌。

3. 訂購兒童雜誌優先考量因素：

由表 4.2 顯示，家長在為孩子購買兒童讀物時最常考慮的因素前三名分別為「孩子的興趣」有 282 人(佔 28.95%)、「內容的吸引力」有 267 人(佔 27.41%)、

「具教育性」有 241 人(佔 24.74%)，其餘影響的因素依序為「價格」121 人(佔 12.42%)、「促銷優惠活動」32 人(佔 3.29%)、「兒童雜誌知名度」31 人(佔 3.18%)。由此可知，家長在為孩子選擇兒童雜誌時，越來越注重孩子的意願，會將孩子的興趣和喜好作為考量的主要參考指標。

#### 4. 訂購過的兒童雜誌：

受訪者訂購過的兒童雜誌以「小學生巧連智低年級版」最多，有 144 人(佔 23.53%)，其次是「國語日報週刊」(127 人) (佔 20.75%)，這兩份兒童雜誌創辦時間最久，且知名度較高，所以較受家長青睞。

由表 4.2 可知，有 110 位家長不曾訂閱過兒童雜誌，其原因前三名分別為「可以以其他兒童讀物代替」64 人(佔 40.25%)、「價格考量」28 人(佔 17.61%)、「沒有接觸到相關訊息」24 人 (佔 15.09%)，其餘原因分別為「孩子沒有閱讀興趣」18 人(佔 11.32%)、「孩子沒有時間閱讀」13 人(佔 8.18%)、「雜誌內容無法引起購買動機」12 人(佔 7.55%)。由此可知，在這 110 位不曾訂閱兒童雜誌的家長中，有半數以上的家長認為兒童雜誌可被其他兒童讀物取代，所以出版社在編輯兒童雜誌時，其內容取材、呈現方式應具有獨特性，且有別於一般兒童讀物，才不易被取代。

#### 5. 首次訂購兒童雜誌的主要決策者：

由表4.2顯示，訂購兒童雜誌時的主要決策者第一名為「孩子的母親」有153 人(42.7%)，其次為「孩子和父母親共同決定」有88人( 24.6%)、「孩子的父母親共同決策」75人 (20.9%)、「父親」32人 (8.9%)、「其他」10人 (2.8%)。其中以母親決策最多，其原因應該和生活型態與家庭教養習慣有關，多數家庭中母親是子女的主要照顧或教養者，因此訂購兒童雜誌時，母親也自然成為主要的決策者。

#### 6. 續訂兒童雜誌的主要決策者：

首次訂購兒童雜誌時，多數家庭的決策者是母親，但在續訂時，以「考量孩子的意願」為最多，有 127 人(35.5%)，其次才是「孩子的母親」有 105 人(29.3%)，顯示家長會依照孩子閱讀兒童雜誌後的反應及興趣，決定續訂與否，而非一味依

照自己的想法為孩子準備其課外閱讀刊物。另外，值得注意的是，在續訂時「孩子的父母親共同決策」由原來的 75 人(20.9%)提高到 103 人(28.8%)，表示家長在續訂時除了考量孩子的意願外，父母雙方意見表達和溝通也十分重要。

## 4.2 家長社經背景對於消費動機差異之探討

本節主要探討不同社經背景變項國小低年級家長在消費動機是否有所差異，相關文獻探討，將家長消費動機分為「課業學習」、「多元能力」、「興趣與休閒」、「閱讀環境」等四個，以因素分析，求得問卷的建構效度。再使用獨立樣本 t 檢定、單因子變異數分析，探討不同社經背景變項國小低年級家長在消費動機是否有所差異。

### 4.2.1 家長訂購兒童雜誌的消費動機的構面因素分析

本小節先進行消費動機的因素分析，以Kaiser(1970；1974) 所提出的「取樣適切性量數」(簡稱KMO)為參考依據，KMO值介於 0 至 1 之間，其值愈接近 1 時，變項的相關性愈高，愈適合進行因素分析；KMO值的判斷準則如下：KMO值最好再 0.8 以上，KMO值如在 0.7 以上勉強可以接受，KMO 值在 0.6 以下，則量表不適合進行因素分析。以準則為判斷基礎，保留特徵值大於 1 的因素；再者以陡坡圖為輔助判斷保留的因素數目多寡。最後，取其因素負荷量絕對值大於0.5以上之變數，作為因素命名之依據。

依據因素分析結果，家長訂購兒童雜誌的消費動機之KMO 值為0.937，大於 0.70；近似卡方值為3,300.571；p 值小於0.05，因此本研究家長訂購兒童雜誌的消費動機的構面變數適合繼續進行因素分析，如表4.3所示。

表 4.3 家長消費動機 KMO 與 Bartlett 檢定

Kaiser-Meyer-Olkin 取樣適切性量數		0.937
Bartlett 球形檢定	近似卡方分配	3,300.571
	自由度	120
	顯著性	0.000

根據所參考的文獻設計16個題項，並設定4個因子個數，保留特徵值大於 1或接近 1 的因素，輔以陡坡圖的判斷，總共萃取出四個因素構面，個別的解釋變異量分別為50.225%、7.369%、6.963%、4.883%，四個共同因素累積解釋變異量為69.440%，已超過60%，故保留的因素是適合的。

表 4.4 家長消費動機解說總變異量

成份	初始特徵值			平方和負荷量萃取			轉軸平方和負荷量		
	總和	變異數 %	累積%	總和	變異數 %	累積%	總和	變異數 %	累積%
1	8.036	50.225	50.225	8.036	50.225	50.225	3.822	23.887	23.887
2	1.179	7.369	57.594	1.179	7.369	57.594	3.002	18.764	42.651
3	1.114	6.963	64.557	1.114	6.963	64.557	2.495	15.596	58.247
4	0.781	4.883	69.440	0.781	4.883	69.440	1.791	11.193	69.440
5	0.725	4.530	73.970						
6	0.586	3.661	77.631						
7	0.515	3.217	80.848						
8	0.499	3.120	83.968						
9	0.432	2.701	86.669						
10	0.401	2.503	89.173						
11	0.359	2.244	91.417						
12	0.343	2.141	93.558						
13	0.304	1.898	95.456						
14	0.267	1.671	97.127						
15	0.237	1.483	98.610						
16	0.222	1.390	100.000						

根據吳明隆(2003)表示，一個層面的題數最少應在三題以上，如此才具代表性，經過轉軸分析之後，這四個因素構面所包含的題項分別都在三個以上，因此皆能代表各層面的表達特質。第1個向度題目為1、4、5、6、7、8；第2個向度題目為13、14、15、16；第3個向度題目為10、11、12；第4個向度題目為2、3、9，累計共有16個題項。

表4.5 家長消費動機轉軸後的成份矩陣

	成份(Component)			
	1	2	3	4
5.增進孩子的生活知能	0.775	0.191	0.245	0.105
7.增進孩子的創造力、觀察力、想像力	0.749	0.374	0.087	0.160
1.可以幫助孩子學習新知、增廣見聞	0.703	0.119	0.269	0.209
4.提供孩子思考的情境	0.699	0.309	0.139	0.269
6.培養孩子的氣質，陶冶性情及健全人格發展	0.649	0.344	0.138	0.294
8.藉由時事介紹，培養孩子的國際觀	0.628	0.282	0.310	0.058
13.藉由兒童雜誌與孩子一起分享心得感想	0.298	0.810	0.224	0.180
14.提供親子共讀培養感情的機會	0.293	0.790	0.208	0.208
15.讓孩子有課後學習的環境	0.302	0.696	0.411	0.099
16.充實家中閱讀資源	0.215	0.590	0.507	0.147
10.提供孩子平日休閒娛樂	0.218	0.290	0.726	0.186
11.培養閱讀興趣與習慣	0.318	0.276	0.677	0.092
12.取代孩子看電視及遊玩的時間	0.257	0.414	0.515	0.081
3.讓孩子贏在起跑點上	0.115	0.130	0.136	0.856
2.輔助孩子的課業學習	0.256	0.198	0.191	0.755
9.提升孩子語文能力	0.291	0.125	0.618	0.504

茲將各構面的因素負荷量整理如表4.6，並參考各題項的因素負荷量，作為因素命名的參考。

表4.6 家長消費動機構面因素負荷量表

因素構面	題項	因素負荷量
課業學習	3.讓孩子贏在起跑點上	0.856
	2.輔助孩子的課業學習	0.755
	9.提升孩子語文能力	0.504
多元能力	5.增進孩子的生活知能	0.775
	7.增進孩子的創造力、觀察力、想像力	0.749
	1.可以幫助孩子學習新知、增廣見聞	0.703
	4.提供孩子思考的情境	0.699
	6.培養孩子的氣質，陶冶性情及健全人格發展	0.649
	8.藉由時事介紹，培養孩子的國際觀	0.628

表4.6 家長消費動機構面因素負荷量表(續)

因素構面	題項	因素負荷量
興趣與休閒	10.提供孩子平日休閒娛樂	0.726
	11.培養閱讀興趣與習慣	0.677
	12.取代孩子看電視及遊玩的時間	0.515
閱讀環境	13.藉由兒童雜誌與孩子一起分享心得感想	0.810
	14.提供親子共讀培養感情的機會	0.790
	15.讓孩子有課後學習的環境	0.696
	16.充實家中閱讀資源	0.590

#### 4.2.2 家長訂購兒童雜誌的消費動機的信度與效度分析

因素分析後，為進一步了解問卷的可靠性與有效性，要進行信度考驗。本研究採用Cronbach's  $\alpha$ 係數作為信度分析的方式。根據學者Gay(1992)觀點，任何測驗或量表的信度係數如果在0.9以上，表示測驗或量表的信度甚佳，在0.8以上是可接受的最小信度係數值。有些學者則認為在0.7以上是可接受的最小信度係數值，如DeVellis(1991)、Nunnally(1978)等人。如果低於0.6以下，應重新修訂研究工具或重新編制較為適宜。因此，因素層面的Cronbach's  $\alpha$ 係數最好在0.7以上，在0.6以上是勉強可以接受。本研究的總量表的Cronbach's  $\alpha$ 係數為0.88，各因素構面Cronbach's  $\alpha$ 係數皆大於0.7，表示信度是可接受的，分析如下表4.7 所示：

表4.7 家長消費動機構面 Cronbach's  $\alpha$  信度表

因素構面	題項	Cronbach's $\alpha$
課業學習	3.讓孩子贏在起跑點上	0.715
	2.輔助孩子的課業學習	
	10.提升孩子語文能力	
多元能力	6.增進孩子的生活知能	0.869
	8.增進孩子的創造力、觀察力、想像力	
	1.可以幫助孩子學習新知、增廣見聞	
	4.提供孩子思考的情境	
	7.培養孩子的氣質，陶冶性情及健全人格發展	
興趣與休閒	9.藉由時事介紹，培養孩子的國際觀	0.764
	11.提供孩子平日休閒娛樂	
	12.培養閱讀興趣與習慣	
閱讀環境	13.取代孩子看電視及遊玩的時間	0.891
	14.藉由兒童雜誌與孩子一起分享心得感想	
	15.提供親子共讀培養感情的機會	
	16.讓孩子有課後學習的環境	
	17.充實家中閱讀資源	

本研究之家長消費動機量表先參考以往的文獻，收集具良好效度的兒童讀物購買動機量表重新編製，並與指導教授反覆討論而成。根據吳明隆(2003)指出，「專家效度」是一種研究者可以將根據理論假設編制的測驗或量表，交給相關的學者專家加以檢視，學者專家包含有實務工作者、有此相關研究經驗者、有學術背景之學者等均可，學者專家會根據各構念所包含的題項逐一檢視，看題項內容是否能真正測出構念所代表的心理特質或所包括的內涵，看詞句是否適切並提供修正意見。研究者再根據專家學者的意見，統計分析適合的題項與不適合的題項，並修正若干不適切的詞句，爾後再編製成預試問卷，以考驗測驗或量表的效度，因此具有一定的內容效度。

另外，依據表4.5所示，家長消費動機量表結構與因素分析結果，各觀察變項間具有顯著之相關性；因素負荷量均大於0.5，顯示低年級家長對兒童雜誌之消費動機之各潛在變項具有良好之收斂效度及區別效度。

### 4.2.3 家長社經背景對於消費動機差異之探討

本小節主要探討不同社經背景變項國小低年級家長在消費動機是否有所差異，背景變項可分為與學童之關係、年齡、教育程度、職業、家庭所得與低年級子女性別六項，而消費動機可分為課業學習、多元能力、興趣與休閒、閱讀環境四個向度。以獨立樣本 t 檢定、單因子變異數分析，探討不同社經背景變項國小低年級家長在消費動機是否有所差異。

由表 4.8 可知，消費動機平均得分最高的是「多元能力」這個分向度，平均每題得分為 4.19；而「課業學習」向度則得分最低，平均每題得分為 3.83。顯示低年級家長訂購兒童雜誌主要的消費動機為培養學童多元的能力，而非以幫助課業學習為主要目的。

表 4.8 消費動機敘述性統計表

因素構面	平均數	標準差	題數	每題平均分數
課業學習	11.49	1.84	3	3.83
多元能力	25.14	3.15	6	4.19
興趣與休閒	12.47	1.69	3	4.16
閱讀環境	16.12	2.37	4	4.03



了解消費動機整體的描述後，本研究欲了解不同背景變項國小低年級家長在消費動機上的差異，因此將背景變項作為自變項，消費動機作為依變項，以獨立樣本t檢定及單因子變異數分析探討不同背景變項在消費動機是否有顯著差異，單因子變異數分析若達.05 顯著水準，則進一步以Scheffe 法進行多重考驗，以瞭解不同背景國小低年級家長在消費動機的差異情形。

分析前為避免群組間分類過細，因此將關係、年齡、教育程度、職業、每月家庭所得及低年級子女性別，予以歸納刪減，藉此再深入瞭解變數分佈的趨勢及彼此的關聯性，如表 4.9。

表 4.9 家長社經背景特性分類

分類方式	原始分類標準	合併後分類標準
關係	(1) 父親 (2) 母親 (3) 祖父 (4) 祖母 (5) 其他	(1) 父親 (2) 母親
年齡	(1) 20~29 歲 (2) 30~39 歲 (3) 40~49 歲 (4) 50歲以上	(1) 40 歲以下 (2) 40 歲以上
教育程度	(1) 國中(含)以下 (2) 高中職 (3) 專科 (4) 大學 (5) 研究所(含)以上	(1) 高中職以下 (2) 專科 (3) 大學以上
職業	(1) 軍警人員 (2) 公務人員 (3) 教育人員 (4) 商業、金融業 (5) 工業、製造業 (6) 服務業 (7) 農漁牧業 (8) 自由業 (9) 醫療機構 (10) 退休人員 (11) 待業中 (12) 其他	(1) 軍公教人員 (2) 商業、金融業 (3) 工業、製造業 (4) 服務業 (5) 其他
每月家庭所得	(1) 20,000 元(含)以下 (2) 20,001~40,000 元 (3) 40,001~60,000元 (4) 60,001~80,000 元 (5) 80,001 元以上	(1) 40000 元以下 (2) 40001~60000 元 (3) 60001~80000 元 (4) 80001 元以上
低年級子女性別	(1) 男生 (2) 女生 (3) 男女都有	(1) 男生 (2) 女生 (3) 男女都有

### 1. 與學童之關係

表 4.10 為與低年級學童不同關係之家長進行獨立樣本檢定的分析表，因關係變項為兩類，因此以 t 考驗檢核不同關係之家長對兒童雜誌定購消費動機是否有差

異。

表 4.10 與學童關係對兒童雜誌消費動機各層面重要程度之差異分析表

因素構面	與學童之關係	人數	平均數	標準差	t 值	顯著性
課業學習	父親(含祖父 5 人)	98	11.34	1.72	-0.997	0.320
	母親(含祖母 2 人)	260	11.55	1.88		
多元能力	父親(含祖父 5 人)	98	24.49	3.11	-2.413	0.016*
	母親(含祖母 2 人)	260	25.38	3.13		
興趣與休閒	父親(含祖父 5 人)	98	12.15	1.76	-2.162	0.031*
	母親(含祖母 2 人)	260	12.58	1.65		
閱讀環境	父親(含祖父 5 人)	98	15.46	2.31	-3.285	0.001**
	母親(含祖母 2 人)	260	16.37	2.35		

註：\* $P < .05$ ，\*\* $P < .01$ 。

由表 4.10 可知，與學童不同關係之國小低年級家長在消費動機中「多元能力」、「興趣與休閒」與「閱讀環境」各向度有顯著差異，在消費動機「多元能力」、「興趣與休閒」與「閱讀環境」各向度中，與學童之關係為母親(或祖母)國小低年級家長在得分顯著高於與學童之關係為父親(或祖父)國小低年級家長，顯示母親較希望藉由訂購兒童雜誌培養孩童多元的能力與興趣，以豐富其生活，同時營造家中優質的閱讀環境。而在「課業學習」向度與學童不同關係之國小低年級家長則沒有顯著差異，顯示低年級家長訂購兒童雜誌的主要目的較不傾向於增進課業方面的學習。

## 2. 年齡

表 4.11 為不同年齡之家長進行獨立樣本檢定的分析表，因年齡變項為兩類，因此以 t 考驗檢核不同年齡之家長對兒童雜誌訂購消費動機是否有差異。由 4.11 表可知，不同年齡國小低年級家長在消費動機中各個向度並沒有顯著差異，代表年齡並不是影響低年級家長消費動機的因素。

表 4.11 年齡對兒童雜誌消費動機各層面重要程度之差異分析表

因素構面	年齡	人數	平均數	標準差	t 值	顯著性
課業學習	40 歲以下	243	11.56	1.81	0.977	0.329
	40 歲以上	115	11.36	1.90		
多元能力	40 歲以下	243	25.25	3.08	0.936	0.350
	40 歲以上	115	24.91	3.29		
興趣與休閒	40 歲以下	243	12.51	1.64	0.778	0.437
	40 歲以上	115	12.37	1.80		
閱讀環境	40 歲以下	243	16.24	2.31	1.426	0.155
	40 歲以上	115	15.86	2.48		

註：\* $P < .05$ ，\*\* $P < .01$ 。

### 3. 教育程度

表 4.12 為不同教育程度之家長進行獨立樣本檢定的摘要表，因教育程度變項為三類，因此以變異數分析檢核不同教育程度之家長對兒童雜誌定購消費動機是否有差異。

表 4.12 教育程度對兒童雜誌消費動機各層面重要程度之差異分析表

因素構面	教育程度	人數	平均數	標準差	F 值	顯著性	事後比較
課業學習	1.高中職以下	129	11.59	1.86	0.853	0.427	N
	2.專科	111	11.58	1.83			
	3.大學以上	118	11.31	1.83			
多元能力	1.高中職以下	129	24.57	3.19	3.374	0.035*	NA
	2.專科	111	25.54	3.21			
	3.大學以上	118	25.38	2.98			
興趣與休閒	1.高中職以下	129	12.28	1.79	2.670	0.071	N
	2.專科	111	12.38	1.62			
	3.大學以上	118	12.75	1.63			

表 4.12 教育程度對兒童雜誌消費動機各層面重要程度之差異分析表(續)

因素面	教育程度	人數	平均數	標準差	F 值	顯著性	事後比較
閱讀環境	1.高中職以下	129	15.90	2.52	0.935	0.394	N
	2.專科	111	16.19	2.40			
	3.大學以上	118	16.30	2.17			

註： $*P < .05$ ， $**P < .01$ 。

由表 4.12 可知，不同教育程度國小低年級家長在消費動機中「多元能力」向度有顯著差異，但經由事後比較發現，不同教育程度國小低年級家長在「多元能力」向度並無差異，表示不同教育程度國小低年級家長在消費動機中各個向度並沒有顯著差異，代表教育程度並非影響消費動機的因素。

#### 4. 職業

表 4.13 為不同職業之家長進行獨立樣本檢定的摘要表，因職業變項為五類，因此以變異數分析檢核不同職業之家長對兒童雜誌定購消費動機是否有差異。

由表 4.13 可知，不同職業國小低年級家長在消費動機中各個向度並沒有顯著差異，代表職業並非影響消費動機的因素。

表 4.13 職業對兒童雜誌消費動機各層面重要程度之差異分析表

因素面	職業	人數	平均數	標準差	F 值	顯著性	事後比較
課業學習	1.軍公教人員	99	11.16	1.78	1.313	0.265	N
	2.商業.金融業	26	11.73	1.85			
	3.工業.製造業	67	11.54	1.85			
	4.服務業	67	11.76	1.92			
	5.其他	99	11.56	1.82			
多元能力	1.軍公教人員	99	25.53	2.94	0.562	0.690	N
	2.商業.金融業	26	25.15	3.29			
	3.工業.製造業	67	24.93	3.24			
	4.服務業	67	24.90	3.22			
	5.其他	99	25.06	3.23			

表 4.13 職業對兒童雜誌消費動機各層面重要程度之差異分析表(續)

因素面	職業	人數	平均數	標準差	F 值	顯著性	事後比較
興趣與休閒	1.軍公教人員	99	12.82	1.67	1.830	0.122	N
	2.商業.金融業	26	12.23	1.37			
	3.工業.製造業	67	12.21	1.67			
	4.服務業	67	12.27	1.80			
	5.其他	99	12.48	1.70			
閱讀環境	1.軍公教人員	99	16.25	2.34	0.512	0.727	N
	2.商業.金融業	26	16.27	1.99			
	3.工業.製造業	67	15.88	2.33			
	4.服務業	67	15.90	2.67			
	5.其他	99	16.26	2.32			

註：\* $P < .05$ . , \*\* $P < .01$ .

#### 5. 家庭所得

表 4.14 為不同家庭所得之家長進行獨立樣本檢定的摘要表，因家庭所得變項為五類，因此以變異數分析檢核不同家庭所得之家長對兒童雜誌定購消費動機是否有差異。

表 4.14 家庭所得對兒童雜誌消費動機各層面重要程度之差異分析表

因素面	家庭所得	人數	平均數	標準差	F 值	顯著性	事後比較
課業學習	1.40000 元以下	108	11.80	1.70	3.885	0.009**	1>3
	2.40001~60000 元	90	11.74	2.01			
	3.60001~80000 元	84	11.00	1.90			
	4.80001 元以上	76	11.32	1.63			

表 4.14 家庭所得對兒童雜誌消費動機各層面重要程度之差異分析表(續)

因素 構面	家庭所得	人數	平均數	標準差	F 值	顯著性	事後比較
多元 能力	1.40000 元以下	108	24.94	3.05	1.525	0.208	N
	2.40001~60000 元	90	25.36	3.28			
	3.60001~80000 元	84	24.70	3.39			
	4.80001 元以上	76	25.66	2.82			
興 趣 與 休 閒	1.40000 元以下	108	12.31	1.83	1.446	0.229	N
	2.40001~60000 元	90	12.42	1.76			
	3.60001~80000 元	84	12.39	1.61			
	4.80001 元以上	76	12.82	1.46			
閱 讀 環 境	1.40000 元以下	108	15.96	2.45	0.782	0.504	N
	2.40001~60000 元	90	16.22	2.36			
	3.60001~80000 元	84	15.94	2.56			
	4.80001 元以上	76	16.42	2.03			

註：\* $P < .05$ ，\*\* $P < .01$

由表 4.14 可知，不同家庭所得國小低年級家長在消費動機中「課業學習」向度有顯著差異，經由事後比較發現，在消費動機「課業學習」向度中家庭所得為 40000 元以下國小低年級家長在得分顯著高於家庭所得為 60001~80000 元國小低年級家長，顯示家庭所得較低的國小低年級家長較希望藉由閱讀兒童雜誌輔助孩童課業的學習。其他向度不同家庭所得國小低年級家長則沒有顯著差異。

#### 6. 低年級子女性別

表 4.15 為不同低年級子女性別之家長進行獨立樣本檢定的摘要表，因低年級子女性別變項為三類，因此以變異數分析檢核不同低年級子女性別之家長對兒童雜誌定購消費動機是否有差異。

表 4.15 子女性別對兒童雜誌消費動機各層面重要程度之差異分析表

因素面	低年級子女性別	人數	平均數	標準差	F 值	顯著性	事後比較
課業學習	1.男生	163	11.33	1.86	6.933	0.001**	2>1
	2.女生	163	11.83	1.78			2>3
	3.男女都有	32	10.66	1.72			
多元能力	1.男生	163	25.18	3.04	0.734	0.481	N
	2.女生	163	25.23	3.30			
	3.男女都有	32	24.50	2.94			
興趣與休閒	1.男生	163	12.53	1.70	5.154	0.006**	1>3
	2.女生	163	12.58	1.63			2>3
	3.男女都有	32	11.56	1.74			
閱讀環境	1.男生	163	16.05	2.44	3.762	0.024*	2>3
	2.女生	163	16.38	2.25			
	3.男女都有	32	15.16	2.37			

註：\* $P < .05$ ，\*\* $P < .01$ 。

由表 4.15 可知，不同低年級子女性別國小低年級家長在消費動機中「課業學習」、「興趣與休閒」與「閱讀環境」向度有顯著差異，經由事後比較發現，在消費動機「課業學習」向度中子女性別為女生在得分顯著高於為男生與性別為男女都有之低年級家長；在消費動機「興趣與休閒」向度中子女性別為女生與子女性別為男生之家長在得分顯著高於低年級子女性別為男女都有低年級家長；在消費動機「閱讀環境」向度中子女性別為女生在得分顯著高於子女性別為男生之家長。可能原因為獨生子女平日較缺乏玩伴，家長希望藉由兒童雜誌陪伴孩子，讓孩子快樂成長。

### 4.3 家長社經背景對於雜誌內容差異之探討

本節主要探討不同社經背景變項國小低年級家長在雜誌內容是否有所差異，背景變項可分為與學童之關係、年齡、教育程度、職業、家庭所得與低年級子女

性別六項，而雜誌內容可分為「內容生動有趣」、「內容淺顯易懂」、「有賞心悅目圖片照片」、「有優良印刷紙質封面設計」、「有輔助性 CD 或 DVD」、「有配合讀本相關網站」、「有配合讀本操作性教具」、「有互動式電子版兒童雜誌」、「有好看繪本故事」、「有生活常規方面指導」、「有繪畫及勞作指導」、「有藝術與人文方面介紹」、「有數學及邏輯方面情境內容」、「有豐富自然科學知識」、「有活潑英語會話教學」、「有音樂律動方面教學」等 16 個向度。

表 4.16 家長對兒童雜誌內容需求之重要程度描述統計表

題號	題目內容	平均數	標準差	排序
1	內容生動有趣	4.41	0.614	1
2	內容淺顯易懂	4.32	0.640	3
3	有賞心悅目圖片照片	4.00	0.783	9
4	有優良印刷紙質封面設計	3.94	0.807	11
5	有輔助性 CD 或 DVD	3.89	0.807	13
6	有配合讀本相關網站	3.61	0.910	15
7	有配合讀本操作性教具	3.88	0.750	14
8	有互動式電子版兒童雜誌	3.55	0.893	16
9	有好看繪本故事	4.22	0.646	6
10	有生活常規方面指導	4.38	0.645	2
11	有繪畫及勞作指導	3.94	0.723	11
12	有藝術與人文方面介紹	4.05	0.686	8
13	有數學及邏輯方面情境內容	4.27	0.646	5
14	有豐富自然科學知識	4.31	0.631	4
15	有活潑英語會話教學	4.16	0.729	7
16	有音樂律動方面教學	3.99	0.765	10

由表 4.16 可知，低年級學童家長認為兒童雜誌內容以「生動有趣」最為重要



(M=4.41)，其次是「有生活常規方面指導」(M=4.38)，接下來是「內容淺顯易懂」(M=4.32)，「有豐富自然科學知識」(M=4.31)，「有數學及邏輯方面情境內容」(M=4.27)，「有好看繪本故事」(M=4.22)。另外，低年級學童家長認為兒童雜誌內容以「有互動式電子版兒童雜誌」(M=3.55)最不重要，其次是「有配合讀本相關網站」(M=3.61)接下來是「有配合讀本操作性教具」(M=3.88)，顯示家長較重視兒童雜誌內容是否能吸引孩子閱讀的興趣及是否能培養孩子多元的能力，而較不重視兒童雜誌數位化。

了解低年級家長對兒童雜誌內容需求情形的整體描述後，本研究欲了解不同背景變項國小低年級家長在雜誌內容上的差異，因此將背景變項作為自變項，雜誌內容作為依變項，以獨立樣本 t 檢定單因子變異數分析探討不同背景變項在雜誌內容是否有顯著差異，單因子變異數分析若達.05 顯著水準，則進一步以 Scheffe 法進行多重考驗，以瞭解不同背景國小低年級家長在雜誌內容的差異情形。

#### 1. 與學童之關係

表 4.17 為與低年級學童不同關係之家長進行獨立樣本檢定的分析表，因關係變項為兩類，因此以 t 考驗檢核不同關係之家長對兒童雜誌定購雜誌內容是否有差異。

表 4.17 與學童關係對兒童雜誌內容各層面重要程度之差異分析表

題項	與學童之關係	人數	平均數	標準差	t 值	顯著性
內容生動有趣	父親(含祖父 5 人)	98	4.22	0.68	-3.525	0.000**
	母親(含祖母 2 人)	260	4.48	0.57		
內容淺顯易懂	父親(含祖父 5 人)	98	4.15	0.63	-3.139	0.002**
	母親(含祖母 2 人)	260	4.39	0.63		
有賞心悅目圖片照片	父親(含祖父 5 人)	98	3.79	0.78	-3.176	0.002**
	母親(含祖母 2 人)	260	4.08	0.77		
有優良印刷紙質封面設計	父親(含祖父 5 人)	98	3.74	0.74	-2.813	0.005**
	母親(含祖母 2 人)	260	4.01	0.82		

表 4.17 與學童關係對兒童雜誌內容各層面重要程度之差異分析表(續)

題項	與學童之關係	人數	平均數	標準差	t 值	顯著性
有輔助性 CD 或 DVD	父親(含祖父 5 人)	98	3.66	0.80	-3.242	0.001**
	母親(含祖母 2 人)	260	3.97	0.80		
有配合讀本相 關網站	父親(含祖父 5 人)	98	3.42	0.87	-2.414	0.016*
	母親(含祖母 2 人)	260	3.68	0.92		
有配合讀本操 作性教具	父親(含祖父 5 人)	98	3.73	0.70	-2.219	0.027*
	母親(含祖母 2 人)	260	3.93	0.76		
有互動式電子 版兒童雜誌	父親(含祖父 5 人)	98	3.35	0.84	-2.706	0.007**
	母親(含祖母 2 人)	260	3.63	0.90		
有好看繪本故 事	父親(含祖父 5 人)	98	3.99	0.62	-4.195	0.000**
	母親(含祖母 2 人)	260	4.30	0.64		
有生活常規方 面指導	父親(含祖父 5 人)	98	4.23	0.67	-2.688	0.008**
	母親(含祖母 2 人)	260	4.44	0.63		
有繪畫及勞作 指導	父親(含祖父 5 人)	98	3.82	0.69	-1.971	0.049*
	母親(含祖母 2 人)	260	3.98	0.73		
有藝術與人文 方面介紹	父親(含祖父 5 人)	98	3.88	0.61	-3.006	0.003**
	母親(含祖母 2 人)	260	4.12	0.70		
有數學及邏輯 方面情境內容	父親(含祖父 5 人)	98	4.14	0.63	-2.367	0.018*
	母親(含祖母 2 人)	260	4.32	0.65		
有豐富自然科 學知識	父親(含祖父 5 人)	98	4.17	0.57	-2.480	0.014*
	母親(含祖母 2 人)	260	4.36	0.64		
有活潑英語會 話教學	父親(含祖父 5 人)	98	4.00	0.67	-2.555	0.011*
	母親(含祖母 2 人)	260	4.22	0.74		
有音樂律動方 面教學	父親(含祖父 5 人)	98	3.87	0.70	-1.894	0.059
	母親(含祖母 2 人)	260	4.04	0.79		

註：1.\* $P < .05$ ，\*\* $P < .01$ 。

由表 4.17 可知，與學童不同關係之國小低年級家長在雜誌內容中「內容生動有趣」、「內容淺顯易懂」、「有賞心悅目圖片照片」、「有優良印刷紙質封面設計」、「有輔助性 CD 或 DVD」、「有配合讀本相關網站」、「有配合讀本操作性教具」、「有互動式電子版兒童雜誌」、「有好看繪本故事」、「有生活常規方面指導」、「有繪畫及勞作指導」、「有藝術與人文方面介紹」、「有數學及邏輯方面情境內容」、「有豐富自然科學知識」、「有活潑英語會話教學」各向度有顯著差異，各向度中與學童之關係為母親(或祖母)國小低年級家長在得分顯著高於與學童之關係為父親(或祖父)國小低年級家長。而在「有音樂律動方面教學」向度則沒有顯著差異。顯示母親在選擇兒童雜誌時考慮的層面較廣泛，希望孩子能閱讀到優質且內容包羅萬象的雜誌。

## 2. 年齡

表 4.18 為不同年齡之家長進行獨立樣本檢定的分析表，因年齡變項為兩類，因此以 t 考驗檢核不同年齡之家長對兒童雜誌定購雜誌內容是否有差異。

表 4.18 年齡對兒童雜誌內容各層面重要程度之差異摘要表

題項	家長年齡	人數	平均數	標準差	t 值	顯著性
有生活常規方面指導	40 歲以下	243	4.44	0.60	2.296	0.022*
	40 歲以上	115	4.27	0.73		
有繪畫及勞作指導	40 歲以下	243	4.00	0.70	2.513	0.012*
	40 歲以上	115	3.80	0.75		
有活潑英語會話教學	40 歲以下	243	4.22	0.69	2.391	0.017*
	40 歲以上	115	4.03	0.79		
有音樂律動方面教學	40 歲以下	243	4.05	0.76	2.237	0.026*
	40 歲以上	115	3.86	0.77		

註： 1.\* $P < .05$ ， \*\* $P < .01$ 。

2.因分析題項之多，故只列出具顯著差異題項，完整分析表參見附錄二。

由表 4.18 可知，不同年齡國小低年級家長在雜誌內容中「有生活常規方面指導」、「有繪畫及勞作指導」、「有活潑英語會話教學」、「有音樂律動方面教學」向度有顯著差異，40 歲以下國小低年級家長在得分顯著高於 40 歲以上國小低年級家長，其他向度不同年齡國小低年級家長則沒有顯著差異，顯示年紀愈輕的家長愈希望藉由兒童雜誌培養孩子良好的常規及活潑的多樣的學習方式。

### 3. 教育程度

表 4.19 為不同教育程度之家長進行獨立樣本檢定的分析表，因教育程度變項為三類，因此以變異數分析檢核不同教育程度之家長對兒童雜誌定購雜誌內容是否有差異。

表 4.19 教育程度對兒童雜誌內容各層面重要程度之差異摘要表

題項	教育程度	人數	平均數	標準差	F 值	顯著性	事後比較
有配合讀本 相關網站	1.高中職以下	129	3.74	0.86	4.171	0.016*	1>3
	2.專科	111	3.66	0.85			
	3.大學以上	118	3.42	0.99			

註：1.\* $P < .05$ ，\*\* $P < .01$ 。

2.因分析題項之多，故只列出具顯著差異題項，完整分析表參見附錄二。

由表 4.19 可知，不同教育程度國小低年級家長在雜誌內容中「有配合讀本相關網站」向度有顯著差異，在雜誌內容「有配合讀本相關網站」向度中高中職以下低年級家長在得分顯著高於大學以上國小低年級家長。其他向度不同教育程度國小低年級家長則沒有顯著差異。

### 4. 職業

表 4.20 為不同職業之家長進行獨立樣本檢定的分析表，因職業變項為五類，因此以變異數分析檢核不同職業之家長對兒童雜誌定購雜誌內容是否有差異。

表 4.20 職業對兒童雜誌內容各層面重要程度之差異摘要表

題項	職業	人數	平均數	標準差	F 值	顯著性	事後比較
有配合讀本 相關網站	1.軍公教人員	99	3.41	0.99	2.517	0.041*	4>1
	2.商業.金融業	26	3.62	0.75			
	3.工業.製造業	67	3.63	0.87			
	4.服務業	67	3.87	0.85			
	5.其他	99	3.61	0.90			

註： 1.\* $P < .05$ ， \*\* $P < .01$ 。

2.因分析題項之多，故只列出具顯著差異題項，完整分析表參見附錄二。

由表 4.20 可知，不同職業國小低年級家長在雜誌內容中「有配合讀本相關網站」向度有顯著差異，在雜誌內容「有配合讀本相關網站」向度中，職業為服務業之國小低年級家長在得分顯著高於職業為軍公教人員國小低年級家長。其他向度不同職業國小低年級家長則沒有顯著差異。

#### 5. 家庭所得

表 4.21 為不同家庭所得之家長進行獨立樣本檢定的分析表，因家庭所得變項為五類，因此以變異數分析檢核不同家庭所得之家長對兒童雜誌定購雜誌內容是否有差異。

表 4.21 家庭所得對兒童雜誌內容各層面重要程度之差異摘要表

題項	家庭所得	人數	平均數	標準差	F 值	顯著性	事後比較
內容生動有 趣	1.40000 元以下	108	4.33	0.63	3.487	0.016*	4>1
	2.40001~60000 元	90	4.38	0.61			
	3.60001~80000 元	84	4.36	0.65			
	4.80001 元以上	76	4.61	0.52			

表 4.21 家庭所得對兒童雜誌內容各層面重要程度之差異摘要表(續)

題項	家庭所得	人數	平均數	標準差	F 值	顯著性	事後比較
內容淺顯易懂	1.40000 元以下	108	4.28	0.64	2.877	0.036*	NA
	2.40001~60000 元	90	4.21	0.64			
	3.60001~80000 元	84	4.36	0.61			
	4.80001 元以上	76	4.49	0.64			
有優良印刷紙質封面設計	1.40000 元以下	108	3.84	0.82	3.155	0.025*	NA
	2.40001~60000 元	90	3.96	0.82			
	3.60001~80000 元	84	3.83	0.82			
	4.80001 元以上	76	4.17	0.72			
有配合讀本相關網站	1.40000 元以下	108	3.83	0.84	4.783	0.003**	1>4
	2.40001~60000 元	90	3.63	0.79			
	3.60001~80000 元	84	3.52	1.00			
	4.80001 元以上	76	3.34	0.97			

註： 1.\* $P < .05$ ， \*\* $P < .01$ 。

2.因分析題項之多，故只列出具顯著差異題項，完整分析表參見附錄二。

由表 4.21 可知，不同家庭所得國小低年級家長在雜誌內容中「內容生動有趣」、「內容淺顯易懂」、「有優良印刷紙質封面設計」、「有配合讀本相關網站」向度有顯著差異，在雜誌內容「內容生動有趣」向度中，家庭所得為 80001 元以上國小低年級家長其得分顯著高於家庭所得為 40000 元以下國小低年級家長；在雜誌內容「有配合讀本相關網站」向度中家庭所得為 40000 元以下國小低年級家長在得分顯著高於家庭所得為 80001 元以上國小低年級家長；在雜誌內容「內容淺顯易懂」、「有優良印刷紙質封面設計」向度，經由事後比較發現，不同家庭所得國小低年級家長並無差異，表示不同家庭所得國小低年級家長在「內容淺顯易懂」、「有優良印刷紙質封面設計」向度並無差異。其他向度不同家庭所得國小低年級家長則沒有顯著差異。

## 6. 低年級子女性別

表 4.22 為不同低年級子女性別之家長進行獨立樣本檢定的摘要表，因低年級子女性別變項為三類，因此以變異數分析檢核不同低年級子女性別之家長對兒童雜誌定購雜誌內容是否有差異。

表 4.22 子女性別對兒童雜誌內容各層面重要程度之差異摘要表

題項	低年級子女性別	人數	平均數	標準差	F 值	顯著性	事後比較
有配合讀本 操作性教具	1.男生	129	3.79	0.77	3.716	0.025*	2>1
	2.女生	111	3.99	0.70			
	3.男女都有	118	3.75	0.84			
有好看繪本 故事	1.男生	129	4.15	0.63	3.550	0.030*	2>3
	2.女生	111	4.31	0.63			
	3.男女都有	118	4.06	0.72			

註： 1.\* $P < .05$ ， \*\* $P < .01$ 。

2.因分析題項之多，故只列出具顯著差異題項，完整分析表參見附錄二。

由表 4.22 可知，不同低年級子女性別國小低年級家長在雜誌內容中「有配合讀本操作性教具」及「有好看繪本故事」向度有顯著差異，子女性別為女生之國小低年級家長其得分顯著高於子女性別為男生國小低年級家長；在雜誌內容「有好看繪本故事」向度中，子女性別為女生之國小低年級家長其得分顯著高於子女性別為男生國小低年級家長。

## 4.4 家長訂購兒童雜誌的消費動機與內容需求之相關情形

本節旨在瞭解低年級學童家長對兒童雜誌的消費動機與內容需求之相關情形，首先，將消費動機依得分分成高消費動機與低費動機兩組，再使用獨立樣本 t 檢定分析，探討低年級學童家長訂購兒童雜誌的消費動機與內容需求之相關情形。

## 一、 課業學習

不同課業學習低年級學童家長對「內容生動有趣」、「內容淺顯易懂」、「有賞心悅目圖片照片」、「有優良印刷紙質封面設計」、「有輔助性CD或DVD」、「有配合讀本相關網站」、「有配合讀本操作性教具」、「有互動式電子版兒童雜誌」、「有好看繪本故事」、「有生活常規方面指導」、「有繪畫及勞作指導」、「有藝術與人文方面介紹」、「有數學及邏輯方面情境內容」、「有豐富自然科學知識」、「有活潑英語會話教學」、「有音樂律動方面教學」均有顯著差異，高課業學習低年級學童家長在內容需求各向度得分均顯著高於低課業學習低年級學童家長。

表 4.23 家長訂購兒童雜誌的課業學習與內容需求相關性之分析表

內容需求題項	課業學習	人數	平均數	標準差	t 值	顯著性
內容生動有趣	高課業學習	181	4.50	0.57	2.920	0.004**
	低課業學習	177	4.31	0.64		
內容淺顯易懂	高課業學習	181	4.40	0.61	2.162	0.031*
	低課業學習	177	4.25	0.66		
有賞心悅目圖片照片	高課業學習	181	4.20	0.69	5.248	0.000**
	低課業學習	177	3.78	0.82		
有優良印刷紙質封面設計	高課業學習	181	4.16	0.73	5.472	0.000**
	低課業學習	177	3.71	0.82		
有輔助性 CD 或 DVD	高課業學習	181	4.11	0.72	5.574	0.000**
	低課業學習	177	3.65	0.83		
有配合讀本相關網站	高課業學習	181	3.91	0.78	6.738	0.000**
	低課業學習	177	3.30	0.93		
有配合讀本操作性教具	高課業學習	181	4.16	0.64	8.013	0.000**
	低課業學習	177	3.58	0.74		
有互動式電子版兒童雜誌	高課業學習	181	3.89	0.83	7.858	0.000**
	低課業學習	177	3.20	0.82		



表 4.23 低年級學童家長訂購兒童雜誌的課業學習與內容需求相關性之分析表(續)

內容需求題項	課業學習	人數	平均數	標準差	t 值	顯著性
有好看繪本故事	高課業學習	181	4.42	0.58	6.257	0.000**
	低課業學習	177	4.01	0.65		
有生活常規方面指導	高課業學習	181	4.55	0.52	5.149	0.000**
	低課業學習	177	4.21	0.71		
有繪畫及勞作指導	高課業學習	181	4.18	0.65	6.690	0.000**
	低課業學習	177	3.69	0.71		
有藝術與人文方面介紹	高課業學習	181	4.27	0.62	6.392	0.000**
	低課業學習	177	3.83	0.68		
有數學及邏輯方面情境內容	高課業學習	181	4.46	0.58	5.844	0.000**
	低課業學習	177	4.08	0.65		
有豐富自然科學知識	高課業學習	181	4.48	0.55	5.408	0.000**
	低課業學習	177	4.13	0.66		
有活潑英語會話教學	高課業學習	181	4.46	0.58	8.785	0.000**
	低課業學習	177	3.85	0.74		
有音樂律動方面教學	高課業學習	181	4.27	0.63	7.503	0.000**
	低課業學習	177	3.70	0.79		

註：\* $P < .05$ ，\*\* $P < .01$

## 二、多元能力

不同多元能力低年級學童家長對「內容生動有趣」、「內容淺顯易懂」、「有賞心悅目圖片照片」、「有優良印刷紙質封面設計」、「有輔助性CD或DVD」、「有配合讀本相關網站」、「有配合讀本操作性教具」、「有互動式電子版兒童雜誌」、「有好看繪本故事」、「有生活常規方面指導」、「有繪畫及勞作指導」、「有藝術與人文方面介紹」、「有數學及邏輯方面情境內容」、「有豐富自然科學知識」、「有活潑英語會話教學」、「有音樂律動方面教學」均有顯著差異，高多元能力低年級學童家長

在內容需求各向度得分均顯著高於低多元能力低年級學童家長。

表 4.24 家長訂購兒童雜誌的多元能力與內容需求相關性之分析表

內容需求題項	多元能力	人數	平均數	標準差	t 值	顯著性
內容生動有趣	高多元能力	181	4.68	0.50	9.420	0.000**
	低多元能力	177	4.13	0.59		
內容淺顯易懂	高多元能力	181	4.58	0.56	8.280	0.000**
	低多元能力	177	4.07	0.61		
有賞心悅目圖片照片	高多元能力	181	4.22	0.72	5.702	0.000**
	低多元能力	177	3.77	0.78		
有優良印刷紙質封面設計	高多元能力	181	4.12	0.78	4.432	0.000**
	低多元能力	177	3.75	0.79		
有輔助性 CD 或 DVD	高多元能力	181	4.04	0.78	3.804	0.000**
	低多元能力	177	3.73	0.81		
有配合讀本相關網站	高多元能力	181	3.74	0.94	2.756	0.006**
	低多元能力	177	3.47	0.86		
有配合讀本操作性教具	高多元能力	181	4.07	0.74	4.950	0.000**
	低多元能力	177	3.69	0.71		
有互動式電子版兒童雜誌	高多元能力	181	3.65	0.95	2.022	0.044*
	低多元能力	177	3.46	0.82		
有好看繪本故事	高多元能力	181	4.42	0.63	6.382	0.000**
	低多元能力	177	4.01	0.59		
有生活常規方面指導	高多元能力	181	4.66	0.52	8.968	0.000**
	低多元能力	177	4.11	0.64		
有繪畫及勞作指導	高多元能力	181	4.13	0.74	5.145	0.000**
	低多元能力	177	3.75	0.65		
有藝術與人文方面介紹	高多元能力	181	4.28	0.68	6.786	0.000**
	低多元能力	177	3.82	0.61		

表 4.24 家長訂購兒童雜誌的多元能力與內容需求相關性之分析表(續)

內容需求題項	多元能力	人數	平均數	標準差	t 值	顯著性
有數學及邏輯方面 情境內容	高多元能力	181	4.51	0.61	7.362	0.000**
	低多元能力	177	4.04	0.59		
有豐富自然科學知 識	高多元能力	181	4.55	0.58	7.779	0.000**
	低多元能力	177	4.07	0.59		
有活潑英語會話教 學	高多元能力	181	4.40	0.71	6.678	0.000**
	低多元能力	177	3.92	0.67		
有音樂律動方面教 學	高多元能力	181	4.23	0.78	6.169	0.000**
	低多元能力	177	3.75	0.68		

註：\* $P < .05$ ，\*\* $P < .01$ 。

### 三、興趣與休閒

不同興趣與休閒低年級學童家長對「內容生動有趣」、「內容淺顯易懂」、「有賞心悅目圖片照片」、「有優良印刷紙質封面設計」、「有輔助性CD或DVD」、「有配合讀本相關網站」、「有配合讀本操作性教具」、「有互動式電子版兒童雜誌」、「有好看繪本故事」、「有生活常規方面指導」、「有繪畫及勞作指導」、「有藝術與人文方面介紹」、「有數學及邏輯方面情境內容」、「有豐富自然科學知識」、「有活潑英語會話教學」、「有音樂律動方面教學」均有顯著差異，高興趣與休閒低年級學童家長在內容需求各向度得分均顯著高於低興趣與休閒低年級學童家長。

表 4.25 家長訂購兒童雜誌的興趣與休閒與內容需求相關性之分析表

內容需求題項	興趣與休閒	人數	平均數	標準差	t 值	顯著性
內容生動有趣	高興趣與休閒	181	4.69	0.49	8.458	0.000**
	低興趣與休閒	177	4.19	0.61		
內容淺顯易懂	高興趣與休閒	181	4.57	0.58	6.852	0.000**
	低興趣與休閒	177	4.13	0.62		

表 4.25 低年級學童家長訂購兒童雜誌興趣與休閒與內容需求相關性之分析表(續)

內容需求題項	興趣與休閒	人數	平均數	標準差	t 值	顯著性
有賞心悅目圖片 照片	高興趣與休閒	181	4.23	0.74	5.125	0.000**
	低興趣與休閒	177	3.82	0.77		
有優良印刷紙質 封面設計	高興趣與休閒	181	4.14	0.81	4.281	0.000**
	低興趣與休閒	177	3.78	0.77		
有輔助性 CD 或 DVD	高興趣與休閒	181	4.09	0.75	4.482	0.000**
	低興趣與休閒	177	3.72	0.82		
有配合讀本相關 網站	高興趣與休閒	181	3.82	0.92	4.092	0.000**
	低興趣與休閒	177	3.44	0.87		
有配合讀本操作 性教具	高興趣與休閒	181	4.08	0.73	4.585	0.000**
	低興趣與休閒	177	3.72	0.73		
有互動式電子版 兒童雜誌	高興趣與休閒	181	3.75	0.90	3.841	0.000**
	低興趣與休閒	177	3.40	0.86		
有好看繪本故事	高興趣與休閒	181	4.46	0.60	6.739	0.000**
	低興趣與休閒	177	4.03	0.61		
有生活常規方面 指導	高興趣與休閒	181	4.66	0.53	7.755	0.000**
	低興趣與休閒	177	4.17	0.65		
有繪畫及勞作指 導	高興趣與休閒	181	4.18	0.71	5.968	0.000**
	低興趣與休閒	177	3.75	0.67		
有藝術與人文方 面介紹	高興趣與休閒	181	4.30	0.64	6.309	0.000**
	低興趣與休閒	177	3.86	0.66		
有數學及邏輯方 面情境內容	高興趣與休閒	181	4.54	0.59	7.574	0.000**
	低興趣與休閒	177	4.06	0.61		
有豐富自然科學 知識	高興趣與休閒	181	4.58	0.57	7.939	0.000**
	低興趣與休閒	177	4.09	0.59		

表 4.25 家長訂購兒童雜誌興趣與休閒與內容需求相關性之分析表(續)

內容需求題項	興趣與休閒	人數	平均數	標準差	t 值	顯著性
有活潑英語會話教學	高興趣與休閒	181	4.44	0.70	6.790	0.000**
	低興趣與休閒	177	3.94	0.68		
有音樂律動方面教學	高興趣與休閒	181	4.29	0.69	7.014	0.000**
	低興趣與休閒	177	3.76	0.74		

註：\* $P < .05$ ，\*\* $P < .01$ 。

#### 四、閱讀環境

不同閱讀環境低年級學童家長對「內容生動有趣」、「內容淺顯易懂」、「有賞心悅目圖片照片」、「有優良印刷紙質封面設計」、「有輔助性CD或DVD」、「有配合讀本相關網站」、「有配合讀本操作性教具」、「有互動式電子版兒童雜誌」、「有好看繪本故事」、「有生活常規方面指導」、「有繪畫及勞作指導」、「有藝術與人文方面介紹」、「有數學及邏輯方面情境內容」、「有豐富自然科學知識」、「有活潑英語會話教學」、「有音樂律動方面教學」均有顯著差異，高閱讀環境低年級學童家長在內容需求各向度得分均顯著高於低閱讀環境低年級學童家長。

表 4.26 家長訂購兒童雜誌的閱讀環境與內容需求相關性之分析表

內容需求題項	閱讀環境	人數	平均數	標準差	t 值	顯著性
內容生動有趣	高閱讀環境	181	4.70	0.48	6.780	0.000**
	低閱讀環境	177	4.26	0.62		
內容淺顯易懂	高閱讀環境	181	4.58	0.59	5.629	0.000**
	低閱讀環境	177	4.20	0.63		
有賞心悅目圖片照片	高閱讀環境	181	4.26	0.75	4.624	0.000**
	低閱讀環境	177	3.87	0.77		
有優良印刷紙質封面設計	高閱讀環境	181	4.19	0.83	4.316	0.000**
	低閱讀環境	177	3.81	0.77		

表 4.26 低年級學童家長訂購兒童雜誌的閱讀環境與內容需求相關性之分析表(續)

內容需求題項	閱讀環境	人數	平均數	標準差	t 值	顯著性
有輔助性 CD 或 DVD	高閱讀環境	181	4.09	0.80	3.469	0.001**
	低閱讀環境	177	3.78	0.79		
有配合讀本相關網站	高閱讀環境	181	3.88	0.95	4.101	0.000**
	低閱讀環境	177	3.47	0.86		
有配合讀本操作性教具	高閱讀環境	181	4.16	0.74	5.206	0.000**
	低閱讀環境	177	3.74	0.72		
有互動式電子版兒童雜誌	高閱讀環境	181	3.78	1.01	3.418	0.001**
	低閱讀環境	177	3.44	0.81		
有好看繪本故事	高閱讀環境	181	4.54	0.58	7.111	0.000**
	低閱讀環境	177	4.06	0.62		
有生活常規方面指導	高閱讀環境	181	4.73	0.48	7.674	0.000**
	低閱讀環境	177	4.21	0.65		
有繪畫及勞作指導	高閱讀環境	181	4.26	0.77	6.258	0.000**
	低閱讀環境	177	3.78	0.65		
有藝術與人文方面介紹	高閱讀環境	181	4.46	0.62	8.584	0.000**
	低閱讀環境	177	3.85	0.63		
有數學及邏輯方面情境內容	高閱讀環境	181	4.62	0.58	7.624	0.000**
	低閱讀環境	177	4.10	0.61		
有豐富自然科學知識	高閱讀環境	181	4.65	0.55	7.850	0.000**
	低閱讀環境	177	4.14	0.60		
有活潑英語會話教學	高閱讀環境	181	4.58	0.58	8.271	0.000**
	低閱讀環境	177	3.95	0.71		
有音樂律動方面教學	高閱讀環境	181	4.39	0.74	7.408	0.000**
	低閱讀環境	177	3.80	0.70		

註：\* $P < .05$ ，\*\* $P < .01$ 。

低年級家長訂購兒童雜誌消費動機與內容需求之相關性部分，高消費動機(課業學習、多元能力、興趣與休閒及閱讀環境)在內容需求各向度得分均顯著高於低消費動機低年級學童家長。因此，低年級學童家長訂購兒童雜誌的消費動機愈高，其對內容需求程度也愈高。

## 4.5 以結構方程模式分析家長對學童使用平板電腦閱讀兒童雜誌之科技接受度

本節主要探討低年級家長對學童使用平板電腦閱讀兒童雜誌之科技接受度，首先，以因素分析，求得問卷的建構效度。再以結構方程模型分析法(Structural Equation Model, SEM) 來進行低年級家長對學童使用平板電腦閱讀兒童雜誌之科技接受度的資料分析。

### 4.5.1 家長對學童使用平板電腦閱讀兒童雜誌科技接受度之因素分析

本研究中，科技接受模式的構面因素分析之KMO 值為0.892，大於0.60；近似卡方值為2,419.951；p 值小於0.05，因此本研究科技接受模式的構面變數適合進行因素分析。如表4.27所示。

表 4.27 科技接受模型各構面 KMO 與 Bartlett 檢定

Kaiser-Meyer-Olkin 取樣適切性量數		0.892
Bartlett 球形檢定	近似卡方分配	2,419.951
	自由度	28
	顯著性	0.000

根據所參考的文獻設計8個題項，並設定3個因子個數，保留特徵值大於 1或接近 1 的因素，輔以陡坡圖的判斷，總共萃取出三個因素構面，個別的解釋變異量分別為69.483、9.700%、6.531，三個共同因素累積解釋變異量為85.714%，已超過

60%，故保留的因素是適合的，如表4.28所示。經過轉軸分析之後，第1個向度題目為 5、6、7；第2個向度題目為 9、10；第 3個向度題目為1、2、3。如表4.29所示。

表 4.28 科技接受模型各構面解說總變異量

成份	初始特徵值			平方和負荷量萃取			轉軸平方和負荷量		
	總和	變異數%	累積%	總和	變異數%	累積%	總和	變異數%	累積%
1	5.559	69.483	69.483	5.559	69.483	69.483	2.548	31.848	31.848
2	0.776	9.700	79.183	0.776	9.700	79.183	2.168	27.095	58.943
3	0.523	6.531	85.714	0.523	6.531	85.714	2.142	26.771	85.714
4	0.359	4.490	90.205						
5	0.265	3.315	93.520						
6	0.208	2.603	96.123						
7	0.171	2.138	98.261						
8	0.139	1.739	100.000						

表4.29 科技接受模型各構面轉軸後的成份矩陣

	成 份		
	1	2	3
5.對孩子來說，學習操作平板電腦來閱讀兒童雜誌是件容易的事。	0.834	0.279	0.215
6.我認為在平板電腦上的電子兒童雜誌其使用介面可以讓孩子很容易上手	0.826	0.326	0.263
7.平板電腦可以同時容納很多期的兒童雜誌，可增加孩子閱讀的方便性	0.774	0.307	0.329
10.我願意讓孩子使用平板電腦來閱讀兒童雜誌	0.323	0.857	0.233
9.整體而言，我對孩子使用平板電腦來閱讀兒童雜誌的效益抱持正面的看法	0.351	0.789	0.312
3.我認為孩子使用平板電腦閱讀兒童雜誌，能增進其學習成效	0.354	0.615	0.544
1.我認為使用平板電腦閱讀兒童雜誌，能引發孩子的閱讀興趣	0.350	0.259	0.833
2.我認為孩子使用平板電腦閱讀兒童雜誌，能提升其專注力	0.296	0.459	0.751



#### 4.5.2 以結構方程模式分析家長對學童使用平板電腦閱讀兒童雜誌之科技接受度

結構方程模型通常包括「測量模型」(measurement model)與「結構模型」(structural model)，測量模型是觀察變數(量表或問卷等測量工具所得的數據)與潛在變數(觀察變數間所形成的特質或抽象概念)之間的相互關係；而結構模型則是潛在變數與潛在變數間所形成的關係。本研究使用統計軟體LISREL8.0版並採用「兩階段方法(Two-steps approach)」進行測量模型與結構模型驗證，第一階段利用最大概似法進行測量模型估計，藉以了解檢測資料對測量模型的配適程度；第二階段則針對已修正之測量模型轉化為結構模型，進行路徑分析(Path Analysis)，以瞭解本研究所建構之因果關係模式。圖中虛線表測量模型，實線表結構模型。

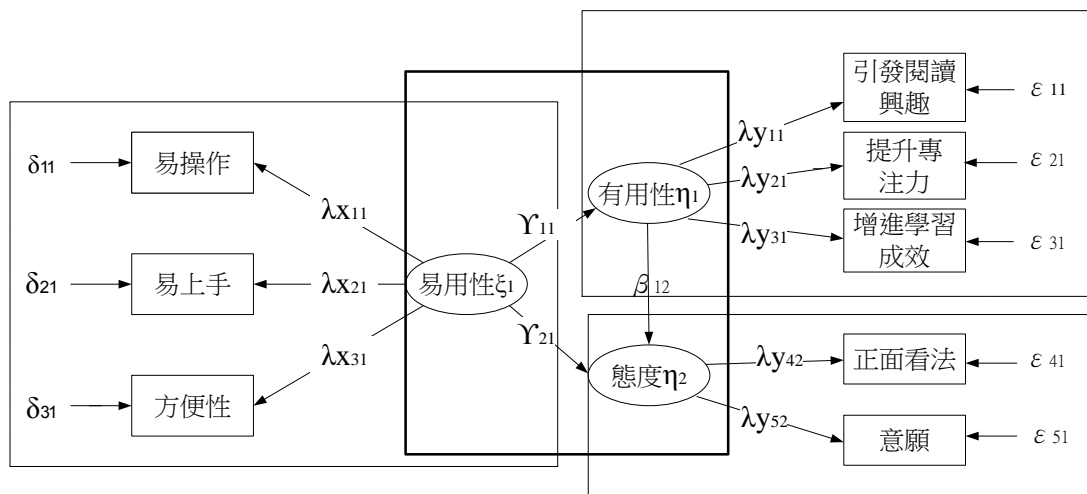


圖 4.1 測量模型初始結構

在測量模型分析階段，由於本研究測量模型初始結構為科技接受模型，是一廣泛被驗證模型，驗因性因數分析達完美，所以接著對測量模型進行效度及信度分析。本研究採個別項目的信度及Cronbach's  $\alpha$ 係數進行信度分析。依據表4.30所示，個別項目的因素分析負荷量達0.5以上，模型內部適合度達理想；且Cronbach's  $\alpha$ 值亦超過 0.7 以上，顯示該量表之觀察變數達一致性與穩定性，表示各構面衡量變數具良好信度。

在效度分析部分，本研究採收斂效度及區別效度進行分析。依據表4.30、圖4.2、圖4.3、圖4.4所示，量表結構與因素分析結果，各觀察變項間具有顯著之相關性；因素負荷量均介於0.5~0.95之間，顯示低級學童家長對學童使用平板電腦閱讀兒童雜誌的有用性、易用性與態度等潛在變項具有良好之收斂效度及區別效度。

表4.30 科技接受模型各構面之信、效度分析

潛在變項	觀察變項	因素負荷量	Cronbach's $\alpha$
易用性	4.對孩子來說，學習操作平板電腦來閱讀兒童雜誌是件容易的事。	0.834	0.906
	5.我認為在平板電腦上的電子兒童雜誌其使用介面可以讓孩子很容易上手	0.826	
	6.平板電腦可以同時容納很多期的兒童雜誌，可增加孩子閱讀的方便性	0.774	
有用性	1.我認為使用平板電腦閱讀兒童雜誌，能引發孩子的閱讀興趣	0.833	0.890
	2.我認為孩子使用平板電腦閱讀兒童雜誌，能提升其專注力	0.751	
	3.我認為孩子使用平板電腦閱讀兒童雜誌，能增進其學習成效	0.544	
態度	7.整體而言，我對孩子使用平板電腦來閱讀兒童雜誌的效益抱持正面的看法	0.789	0.902
	8.我願意讓孩子使用平板電腦來閱讀兒童雜誌	0.875	
臨界值或標準		0.50~0.95	>0.7

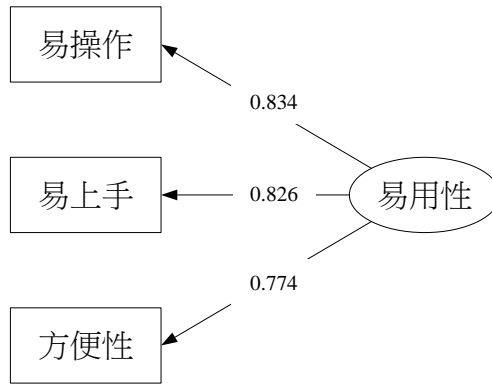


圖 4.2 易用性測量模式分析結果

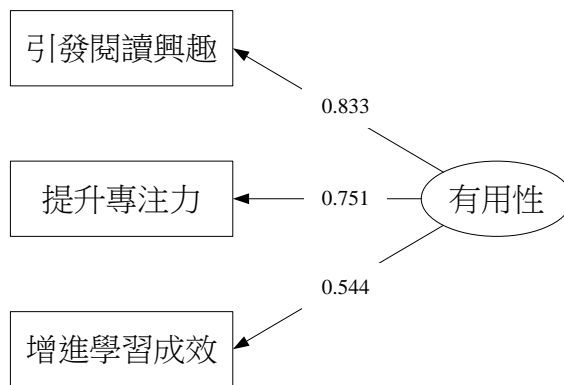


圖 4.3 有用性測量模式分析結果

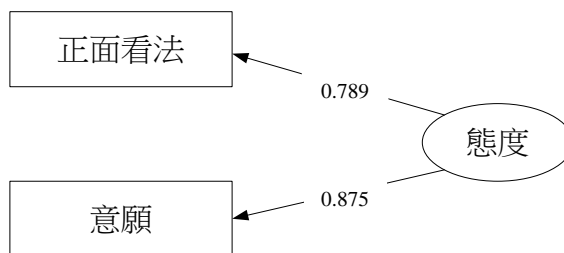


圖 4.4 態度測量模式分析結果

結構模型則是潛在變數與潛在變數間所形成的關係。本研究先檢驗整體模型與觀察資料之間的適配度，接著進行路徑分析，以探討模型中各潛在變數的因果關係。

根據 Bagozzi et al. (1989) 認為，基本模式配適標準：包括：不能有負的誤差變異數、誤差變異需達到顯著水準、因素負荷量不得低於0.5及標準差不宜過大。

本研究以最大概似法 (Maximum Likelihood) 進行驗證性因素分析之參數估計，而由於 $X^2$  檢定會因為樣本過大而低估檢定力，故改以 $X^2/df$  值為模式配適度主要評估指標， $X^2/df$  值小於5，即可接受該模式。因此，本研究亦參考RMR、SRMR、GFI、AGFI、NFI、NNFI、RFI、CFI。為了檢定所建構的線性結構模式是否成立，乃以LISREL8.0 統計軟體進行適配度檢定。

根據測量模型初始結構將完美適配之測量模型初始結構轉化為結構模型，進行整體適配度分析，分析結果顯示 (如表4.31)， $X^2$  值為84.38， $X^2/df$  值為4.96，RMR值為0.030、SRMR值為0.031，GFI 值為0.94、AGFI 值為0.88，NFI 值為0.97、NNFI 值為0.95，RFI值為0.94，CFI 值為0.97，其配適度均符合一般的要求標準。

表4.31 結構模型適配度分析表

配適度指標	配適的標準或臨界點	檢定結果數據	適配程度
卡方值( $X^2$ )	$P>0.5$	84.38	良好
卡方自由度比 ( $X^2/df$ )	$\leq 5$	$84.38/17=4.96$	良好
殘差均方根指數(RMR)	$<0.05$	0.030	良好
標準化殘差均方根指數(SRMR)	$\leq 0.05$	0.031	良好
適配度指數(GFI)	$>0.8$	0.94	良好
調整後適配度指數(AGFI)	$>0.8$	0.88	良好
規準適配指數(NFI)	$>0.9$	0.97	良好

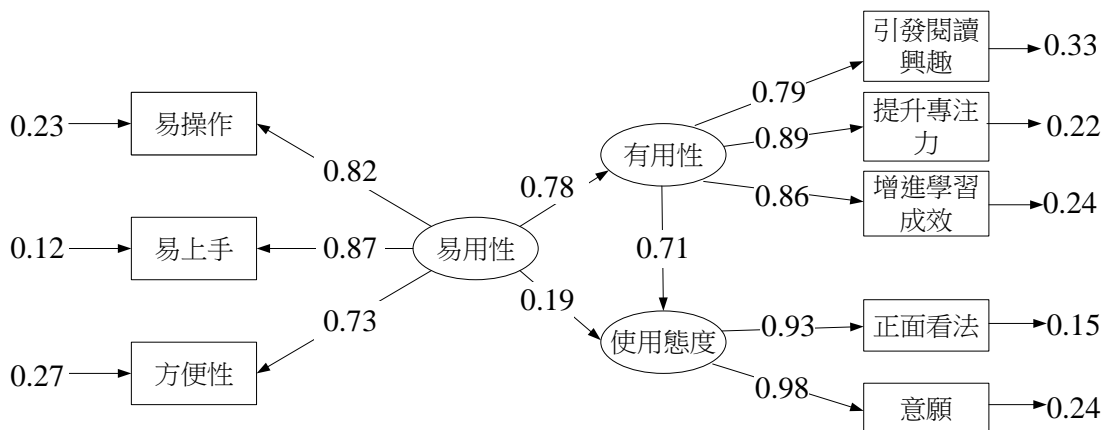
表4.31 結構模型適配度分析表(續)

配適度指標	配適的標準或臨界點	檢定結果數據	模式配識判斷
非規準適配指數(NNFI)	>0.9	0.95	良好
相對適配指數(RFI)	>0.9	0.94	良好
比較適配指數(CFI)	>0.9	0.97	良好

經由上述測量模型之信、效度檢驗與整體結構模型的適配度分析，各構面具有一定的程度的信度與效度；而觀察資料與本研究假設模式有良好的一致性。

接著進行整體路徑分析，標準化路徑係數為各潛在變數之間互相影響之效果，其值越大表示關聯性越高，根據整體路徑分析結果如表4.32、圖4.6 所示，使用態度會受到知覺有用性與知覺易用性的直接影響，知覺有用性對使用態度的影響效果值為0.71，知覺易用性對使用態度的影響效果值為0.19，而知覺易用性還會透過知覺有用性去影響使用態度，所以可將知覺有用性視為知覺易用性影響使用態度的中介變數，因此知覺易用性對使用態度會有直接效果(0.19)、間接效果( $0.78 \times 0.71 = 0.55$ )兩種，整體效果為0.74。另外，知覺有用性會受到知覺易用性影響，其效果值為0.78。

由此可知，學童使用平板電腦閱讀兒童雜誌若能引發閱讀興趣，提升專注力並增進學習成效，家長的使用態度愈高，而平板電腦的操作介面愈簡單，學童愈容易上手，亦會影響家長的使用態度，知覺有用性、知覺易用性皆會影響家長對學童使用平板電腦閱讀兒童雜誌的態度。



$\chi^2=84.38$  ,  $df=17$  ,  $p\text{-value}=0.00000$  ,  $RMSEA=0.105$

圖 4.6 結構模型分析圖

表 4.32 路徑各項效果分析表

路徑影響關係	直接效果值	間接效果值	總效果值
知覺易用性 → 知覺有用性	0.78	—	0.78
知覺易用性 → 使用態度	0.19	0.55	0.74
知覺有用性 → 使用態度	0.71	—	0.71

## 4.6 家長社經背景對兒童雜誌優先考量類別之差異探討

本章節利用卡方檢定分析來檢視社經背景變項（關係、年齡、教育程度、職業、家庭所得與低年級子女性別）與訂購兒童雜誌優先考量類別是否有顯著差異。

### 1. 與學童關係

由表 4.33 可知，與學童不同關係之低年級學童家長對訂購兒童雜誌優先考量類別交叉檢定中，與學童關係為父親之低年級學童家長最主要優先考量為「綜合」；與學童關係為母親低年級學童家長最主要優先考量為「綜合」，顯示不同與學童關係低年級學童家長對優先考量兒童雜誌類別最主要優先考量均為「綜合」。不同與學童關係低年級學童家長對訂購兒童雜誌優先考量交叉檢定卡方值為 4.673，顯著性  $p$  值為 0.457 ( $>.05$ )，顯示與學童不同關係之低年級學童家長對優先考量兒童雜誌類別沒有顯著差異。

表 4.33 與學童關係與優先考量兒童雜誌類別之卡方分析

			與學童關係		總和	
			父親	母親		
優先 考量 類別	綜合	個數	54	166	220	
		百分比	55.10	63.85	61.45	
	自然	個數	23	44	67	
		百分比	23.47	16.92	18.72	
	美語	個數	11	18	29	
		百分比	11.22	6.92	8.10	
	藝術	個數	3	12	15	
		百分比	3.06	4.62	4.19	
	歷史	個數	1	2	3	
		百分比	1.02	0.77	0.84	
	數學 邏輯	個數	6	18	24	
		百分比	6.12	6.92	6.70	
	總和			98	260	358
	Pearson卡方=4.673					
自由度=5						
p 值=0.457						

\*P<0.05 , \*\*P<0.01 , \*\*\*P<0.001

## 2.年齡

由表 4.34 可知，不同年齡低年級學童家長對訂購兒童雜誌優先考量類別交叉檢定中，年齡為 40 歲以下低年級學童家長最主要優先考量為「綜合」；年齡為 40 歲以上低年級學童家長最主要優先考量為「綜合」，顯示不同年齡低年級學童家長對優先考量兒童雜誌類別最主要優先考量均為「綜合」。不同年齡低年級學童家長對訂購兒童雜誌優先考量交叉檢定卡方值為 5.473，顯著性 p 值為 0.361 (>.05)，顯示不同年齡低年級學童家長對優先考量兒童雜誌類別沒有顯著差異。

表4.34 年齡與優先考量兒童雜誌類別之卡方分析

			年齡		總和	
			40 歲以下	40 歲以下		
優 先 考 量 類 別	綜合	個數	150	70	220	
		百分比	61.73	60.87	61.45	
	自然	個數	41	26	67	
		百分比	16.87	22.61	18.72	
	美語	個數	18	11	29	
		百分比	7.41	9.57	8.10	
	藝術	個數	12	3	15	
		百分比	4.94	2.61	4.19	
	歷史	個數	2	1	3	
		百分比	0.82	0.87	0.84	
	數學 邏輯	個數	20	4	24	
		百分比	8.23	3.48	6.70	
	總和			243	115	358
	Pearson卡方=5.473					
	自由度=5					
	p 值=0.361					

### 3.教育程度

由表 4.35 可知，不同教育程度低年級學童家長對訂購兒童雜誌優先考量類別交叉檢定中，教育程度為高中職以下低年級學童家長最主要優先考量為「綜合」；教育程度為專科低年級學童家長最主要優先考量為「綜合」；教育程度為大學以上低年級學童家長最主要優先考量為「綜合」，顯示不同教育程度低年級學童家長對優先考量兒童雜誌類別最主要優先考量均為「綜合」。不同教育程度低年級學童家長對訂購兒童雜誌優先考量交叉檢定卡方值為 17.224，顯著性 p 值為 0.070 (>.05)，



顯示不同教育程度低年級學童家長對優先考量兒童雜誌類別沒有顯著差異。

表4.35 教育程度與優先考量兒童雜誌類別之卡方分析

			教育程度			總和	
			高中職以下	專科	大學以上		
優 先 考 量 類 別	綜合	個數	79	69	72	220	
		百分比	61.24	62.16	61.02	61.45	
	自然	個數	17	20	30	67	
		百分比	13.18	18.02	25.42	18.72	
	美語	個數	13	10	6	29	
		百分比	10.08	9.01	5.08	8.10	
	藝術	個數	5	5	5	15	
		百分比	3.88	4.50	4.24	4.19	
	歷史	個數	0	1	2	3	
		百分比	0.00	0.90	1.69	0.84	
	數學	個數	15	6	3	24	
		百分比	11.63	5.41	2.54	6.70	
	總和			129	111	118	358
	Pearson卡方=17.224						
	自由度=10						
	p 值=0.070						

#### 4.職業

由表 4.36 可知，不同職業低年級學童家長對訂購兒童雜誌優先考量類別交叉檢定中，職業為軍公教人員低年級學童家長最主要優先考量為「綜合」；職業為商業.金融業低年級學童家長最主要優先考量為「綜合」；職業為工業.製造業低年級學童家長最主要優先考量為「綜合」；職業為服務業低年級學童家長最主要優先考量為「綜合」；職業為其他低年級學童家長最主要優先考量為「綜合」，顯示不同

職業低年級學童家長對優先考量兒童雜誌類別最主要優先考量均為「綜合」。不同職業低年級學童家長對訂購兒童雜誌優先考量交叉檢定卡方值為 39.891，顯著性 p 值為 0.005 (<.05)，顯示不同職業低年級學童家長對優先考量兒童雜誌類別有顯著差異，職業為工業.製造業低年級學童家長對主要優先考量為「數學邏輯」比率高於其他職業類型低年級學童家長，職業為商業.金融業低年級學童家長對主要優先考量為「綜合」比率低於其他職業類型低年級學童家長。

表4.36 職業與優先考量兒童雜誌類別之卡方分析

			職業					總和	
			軍公教 人員	商業. 金融業	工業. 製造業	服務業	其他		
優 先 考 量 類 別	綜合	個數	63	11	39	38	69	220	
		百分比	63.64	42.31	58.21	56.72	69.70	61.45	
	自然	個數	24	6	11	14	12	67	
		百分比	24.24	23.08	16.42	20.90	12.12	18.72	
	美語	個數	3	3	8	8	7	29	
		百分比	3.03	11.54	11.94	11.94	7.07	8.10	
	藝術	個數	5	5	1	2	2	15	
		百分比	5.05	19.23	1.49	2.99	2.02	4.19	
	歷史	個數	2	0	1	0	0	3	
		百分比	2.02	0.00	1.49	0.00	0.00	0.84	
	數學 邏輯	個數	2	1	7	5	9	24	
		百分比	2.02	3.85	10.45	7.46	9.09	6.70	
	總和			99	26	67	67	99	358
	Pearson卡方=39.891								
	自由度=20								
	p 值=0.005**								

\*P<0.05 , \*\*P<0.01 , \*\*\*P<0.001

## 5.家庭所得

由表 4.37 可知，不同家庭所得低年級學童家長對訂購兒童雜誌優先考量類別交叉檢定中，家庭所得為 40000 以下低年級學童家長最主要優先考量為「綜合」；家庭所得為 40001~60000 低年級學童家長最主要優先考量為「綜合」；家庭所得為 60001~80000 低年級學童家長最主要優先考量為「綜合」；家庭所得為 80001 以上低年級學童家長最主要優先考量為「綜合」，顯示不同家庭所得低年級學童家長對優先考量兒童雜誌類別最主要優先考量均為「綜合」。不同家庭所得低年級學童家長對訂購兒童雜誌優先考量交叉檢定卡方值為 24.957，顯著性 p 值為 0.051 (>.05)，顯示不同家庭所得低年級學童家長對優先考量兒童雜誌類別沒有顯著差異。

表4.37 家庭所得與優先考量兒童雜誌類別之卡方分析

		家庭所得				總和	
		40000 以下	40001~ 60000	60001~ 80000	80001 以上		
優 先 考 量 類 別	綜合	個數	69	55	47	49	220
		百分比	63.89	61.11	55.95	64.47	61.45
	自然	個數	19	21	11	16	67
		百分比	17.59	23.33	13.10	21.05	18.72
	美語	個數	8	9	8	4	29
		百分比	7.41	10.00	9.52	5.26	8.10
	藝術	個數	4	0	8	3	15
		百分比	3.70	0.00	9.52	3.95	4.19
	歷史	個數	0	0	3	0	3
		百分比	0.00	0.00	3.57	0.00	0.84
	數學 邏輯	個數	8	5	7	4	24
		百分比	7.41	5.56	8.33	5.26	6.70
	總和		108	90	84	76	358

Pearson卡方=24.957
自由度=15
p 值=0.051

## 6.低年級子女性別

由表 4.38 可知，不同低年級子女性別低年級學童家長對訂購兒童雜誌優先考量類別交叉檢定中，低年級子女性別為男生低年級學童家長最主要優先考量為「綜合」；低年級子女性別為女生低年級學童家長最主要優先考量為「綜合」；低年級子女性別為男女都有低年級學童家長最主要優先考量為「綜合」，顯示不同低年級子女性別低年級學童家長對優先考量兒童雜誌類別最主要優先考量均為「綜合」。不同低年級子女性別低年級學童家長對訂購兒童雜誌優先考量交叉檢定卡方值為 45.382,顯著性 p 值為 0.000(<.05)，顯示不同低年級子女性別低年級學童家長對優先考量兒童雜誌類別有顯著差異，低年級子女性別為男生低年級學童家長對主要優先考量為「自然」比率高於其他低年級子女性別低年級學童家長。

表4.38 低年級子女性別與優先考量兒童雜誌類別之卡方分析

			低年級子女性別			總和
			男生	女生	男女都有	
優 先 考 量 類 別	綜合	個數	93	105	22	220
		百分比	57.06	64.42	68.75	61.45
	自然	個數	49	13	5	67
		百分比	30.06	7.98	15.63	18.72
	美語	個數	5	23	1	29
		百分比	3.07	14.11	3.13	8.10
	藝術	個數	2	12	1	15
		百分比	1.23	7.36	3.13	4.19
	人文	個數				
		百分比				

表4.38 低年級子女性別與優先考量兒童雜誌類別之卡方分析(續)

		低年級子女性別			總和
		男生	女生	男女都有	
歷史	個數	1	2	0	3
	百分比	0.61	1.23	0.00	0.84
數學 邏輯	個數	13	8	3	24
	百分比	7.98	4.91	9.38	6.70
總和		163	163	32	358
Pearson卡方=45.382					
自由度=10					
p 值=0.000***					

\*P<0.05 , \*\*P<0.01 , \*\*\*P<0.001

## 4.7 研究假設驗證

本研究彙整研究假設驗證的結果，整理如表 4.39 所示。

表 4.39 研究假設驗證表

假設內容	假設驗證
<b>H1: 不同家庭社經背景的低年級學童家長，訂購兒童雜誌的消費動機有顯著差異。</b>	部份成立
1.1：不同關係之低年級學童家長，其兒童雜誌消費動機有顯著差異。	成立
1.2：不同年齡之低年級學童家長，其兒童雜誌消費動機有顯著差異。	不成立
1.3：不同教育程度低年級學童家長，其兒童雜誌消費動機有顯著差異。	不成立
1.4：不同職業低年級學童家長，其兒童雜誌消費動機有顯著差異。	不成立
1.5：不同每月家庭所得低年級學童家長，其兒童雜誌消費動機有顯著差異。	成立
1.6：不同低年級子女性別家長其兒童雜誌消費動機有顯著差異。	成立
<b>H2 不同家庭社經背景的低年級學童家長，對兒童雜誌內容需求有顯著差異。</b>	成立
2.1：不同關係之低年級學童家長其兒童雜誌「內容需求」有顯著差異。	成立

表 4.39 研究假設驗證表（續）

假設內容	假設驗證
2.2：不同年齡之低年級學童家長其兒童雜誌「內容需求」有顯著差異。	成立
2.3：不同教育程度低年級學童家長其兒童雜誌內容需求有顯著差異。	成立
2.4：不同職業低年級學童家長其兒童雜誌內容需求有顯著差異。	成立
2.5：不同每月家庭所得低年級學童家長其兒童雜誌內容需求有顯著差異。	成立
2.6：不同低年級子女性別家長其兒童雜誌內容需求有顯著差異。	成立
<b>H3：低年級學童家長訂購兒童雜誌的消費動機及對內容的需求有顯著相關。</b>	成立
<b>H4：不同家庭社經背景之低年級學童家長對兒童雜誌優先考量類別有顯著差異。</b>	部分成立
H5：低年級學童家長對學童使用平板電腦閱讀兒童雜誌之知覺易用性對知覺有用性有正向影響。	成立
H6：低年級學童家長對學童使用平板電腦閱讀兒童雜誌之知覺易用性對使用態度有正向影響。	成立
H7：低年級學童家長對學童使用平板電腦閱讀兒童雜誌之知覺有用性對使用態度有正向影響。	成立

由表 4.39 顯示，本研究假設 H1.1、H1.5、H1.6、H2.1、H2.2、H2.3、H2.4、H2.5、H2.6、H3、H5、H6、H7 驗證成立，H1、H4 部份成立。綜合上述檢驗結果，與學童不同關係、不同家庭所得及子女性別之家長其對兒童雜誌的消費動機有顯著差異；而不同社經背景之國小低年級家長其對內容需求上亦有顯著差異。在優先考量雜誌類別部分，家長職業及低年級子女性別會影響家長優先考量雜誌的類別。在低年級學童家長對學童使用平板電腦閱讀兒童雜誌科技接受度部份，知覺易用性及知覺有用性皆會正向影響其使用態度；此外，知覺易用性對知覺有用性亦有正向影響。

## 第五章 結論與建議

本研究透過實證研究，以探討國小低年級學童家長不同家庭背景對訂購兒童雜誌的動機及內容需求之差異情形及對孩童使用平板電腦閱讀兒童雜誌的科技接受度為何，藉以提出建議，以提供家長、出版業者及後續研究者之參考。本章共分二大節，第一節歸納本研究之發現，並說明依據主要發現形成結論；第二節則提出本研究之建議。

### 5.1 結論

本節根據第四章研究分析結果，將本研究主要發現歸納為以下五點結論：

#### 5.1.1 國小低年級家長家庭社經背景現況與消費經驗現況

##### 1. 國小低年級家長家庭社經背景現況

就填答者與低年級學童關係而言，受訪者以「母親」為最多，年齡主要分佈「30~49 歲」之間，教育程度以「高中職」為最多，其次是「專科」，職業以從事「工業·製造業」及「服務業」為最多，家庭平均收入多數為 20000 元以上，低年級小孩性別而言，「男生」、「女生」各有 163 人(各佔 45.5%)。

##### 2. 國小低年級家長消費經驗現況

(1)受訪者在訂閱兒童雜誌優先考量類別以「綜合類」為最多，其次是「自然科學類」，代表家長希望孩子藉由閱讀兒童雜誌獲得多元化的學習，增廣各方面的見聞。由於少子化的因素，不分男孩女孩，各各都是父母心中的寶貝，同時也希望孩子都能得到廣泛性的學習與成長，因此，受訪者「不會因性別不同而選擇不同類別的兒童雜誌」居多。

(2)在訂購兒童雜誌優先考量因素分佈方面，家長在為孩子購買兒童讀物時最常考慮的因素前三名分別為「孩子的興趣」、「內容的吸引力」、「具教育性」，顯示家長在為孩子選擇兒童雜誌時，越來越注重孩子的意願，會將子女的喜好和需求作為的主要考量，同時也希望兒童雜誌的內容能富含教育性，對孩子有吸引力，

讓孩子主動閱讀，並愛上閱讀。

- (3)在訂購過的兒童雜誌分佈方面，受訪者訂購過的兒童雜誌以「小學生巧連智低年級版」最多，其次是「國語日報週刊」，可能是這兩份兒童雜誌創辦時間最久，且知名度較高，所以較受家長青睞。另外，有 110 位家長不曾訂閱過兒童雜誌，其原因前三名分別為「可以以其他兒童讀物代替」、「價格考量」、「沒有接觸到相關訊息」，在這 110 位不曾訂閱兒童雜誌的家長中，有半數以上的家長認為兒童雜誌可被其他兒童讀物取代，所以出版社在編輯兒童雜誌時，其內容取材、呈現方式應具有獨特性，且有別於一般兒童讀物，才不易被取代。
- (4)在首次訂購兒童雜誌的主要決策者以「母親」最多，在續訂兒童雜誌時，以「考量孩子的意願」為最多。另外，值得注意的是，在續訂時「孩子的父母親共同決策」由原來的 75 人(20.9%)提高到 103 人(28.8%)，表示家長在續訂時除了考量孩子的意願外，父母雙方意見表達和溝通也十分重要。

## 5.1.2 不同的國小低年級家長社經背景對於消費動機之差異

### 1. 國小低年級家長訂購兒童雜誌消費動機現況

國小低年級家長訂購兒童雜誌消費動機各題平均數介於 4.19~3.83 之間，顯示家長在訂購兒童雜誌時此四層面(多元能力、興趣與休閒、閱讀環境、課業學習)均會列入考量。消費動機平均得分最高的是「多元能力」這個分向度，平均每題得分為 4.19；而「課業學習」向度則得分最低，平均每題得分為 3.83。顯示低年級家長訂購兒童雜誌主要的消費動機為培養學童多元的能力，而在輔助課業學習上較不重要。

### 2. 不同的國小低年級家長社經背景對於消費動機之差異

- (1)在與學童之關係方面，在消費動機中「多元能力」、「興趣與休閒」與「閱讀環境」各向度有顯著差異，在這三個向度中，與學童之關係為母親(或祖母)國小低年級家長在得分顯著高於與學童之關係為父親(或祖父)國小低年級家長。
- (2)在家庭所得方面，在消費動機中「課業學習」向度有顯著差異，在消費動機「課業學習」向度中家庭所得為 40000 元以下國小低年級家長在得分顯著高於家庭



所得為 60001~80000 元國小低年級家長，顯示在「課業學習」向度中，家庭所得較低的國小低年級家長較希望藉由閱讀兒童雜誌輔助孩童課業的學習。

- (3)在低年級子女性別方面，在消費動機中「課業學習」、「興趣與休閒」與「閱讀環境」向度有顯著差異，「課業學習」向度中低年級子女性別為女生國小低年級家長在得分顯著高於低年級子女性別為男生與低年級子女性別為男女都有低年級家長；「興趣與休閒」向度中低年級子女性別為女生與低年級子女性別為男生國小低年級家長在得分顯著高於低年級子女性別為男女都有低年級家長；「閱讀環境」向度中低年級子女性別為女生國小低年級家長在得分顯著高於低年級子女性別為男生低年級家長。
- (4)在年齡、教育程度、職業方面，國小低年級家長在消費動機中各個向度中並沒有顯著差異。

### 5.1.3 不同的國小低年級家長人口背景對於雜誌內容需求之差異

#### 1. 國小低年級家長訂購兒童雜誌內容需求現況

低年級學童家長認為兒童雜誌內容以「生動有趣」最為重要，其次分別為「有生活常規方面指導」、「內容淺顯易懂」、「有豐富自然科學知識」、「有數學及邏輯方面情境內容」、「有好看繪本故事」。另外，低年級學童家長認為兒童雜誌內容以「有互動式電子版兒童雜誌」最不重要，其次是「有配合讀本相關網站」，接下來是「有配合讀本操作性教具」。顯示家長較重視兒童雜誌內容是否能吸引孩子閱讀的興趣及是否能培養孩子多元的能力，而較不重視兒童雜誌數位化。

#### 2. 不同的國小低年級家長社經背景對於內容需求之差異

- (1)在與學童之關係方面，「內容生動有趣」、「內容淺顯易懂」、「有賞心悅目圖片照片」、「有優良印刷紙質封面設計」、「有輔助性 CD 或 DVD」、「有配合讀本相關網站」、「有配合讀本操作性教具」、「有互動式電子版兒童雜誌」、「有好看繪本故事」、「有生活常規方面指導」、「有繪畫及勞作指導」、「有藝術與人文方面介紹」、「有數學及邏輯方面情境內容」、「有豐富自然科學知識」、「有活潑英語會話教學」各向度有顯著差異，各向度中與學童之關係為母親(或祖母)國小低

年級家長在得分顯著高於與學童之關係為父親(或祖父)國小低年級家長，而在「有音樂律動方面教學」向度則沒有顯著差異。此結果可能是因為平日孩子的教養責任多落在母親身上，母親在選購兒童雜誌時會比父親有更多方面考量，希望能選購一本家長滿意，小孩喜愛看的兒童雜誌。

- (2)在年齡方面，「有生活常規方面指導」、「有繪畫及勞作指導」、「有活潑英語會話教學」、「有音樂律動方面教學」向度有顯著差異，40 歲以下國小低年級家長在得分顯著高於 40 歲以上國小低年級家長，顯示年紀愈輕的家長愈希望藉由兒童雜誌培養孩子良好的常規及活潑的多樣的學習方式。
- (3)在教育程度方面，「有配合讀本相關網站」向度上，高中職以下低年級家長在得分顯著高於大學以上國小低年級家長。顯示大學以上之家長對孩童於網路上閱讀有較多的疑慮，不希望他們太早接觸數位閱讀。
- (4)在職業方面，「有配合讀本相關網站」向度有顯著差異，職業為服務業之國小低年級家長在得分顯著高於職業為軍公教人員國小低年級家長。
- (5)在家庭所得方面，「內容生動有趣」、「有配合讀本相關網站」向度有顯著差異，「內容生動有趣」向度中，家庭所得為 80001 元以上國小低年級家長其得分顯著高於家庭所得為 40000 元以下國小低年級家長；「有配合讀本相關網站」向度中家庭所得為 40000 元以下國小低年級家長在得分顯著高於家庭所得為 80001 元以上國小低年級家長。顯示家庭所得越高之家長越要求兒童雜誌的內容，且不希望孩子上網從事數位互動的學習。
- (6)在低年級子女性別方面，「有配合讀本操作性教具」向度有顯著差異，子女性別為女生之國小低年級家長其得分顯著高於子女性別為男生國小低年級家長；在雜誌內容「有好看繪本故事」向度中，子女性別為女生之國小低年級家長其得分顯著高於子女性別為男生國小低年級家長。

#### 5.1.4 低年級學童家長訂購兒童雜誌的消費動機與內容需求相關分析

國小低年級學童家長訂購兒童雜誌的消費動機(課業學習、多元能力、興趣與休閒、閱讀環境) 各向度得分均顯著高於低消費動機各向度得分，家長消費動機愈

高，其對兒童雜誌內容的需求也愈高。

### 5.1.5 低年級家長對學童使用平板電腦閱讀兒童雜誌之科技接受度

根據資料分析結果發現，TAM 模型中的知覺有用性、知覺易用性對於低年級家長對孩童使用平板電腦閱讀兒童雜誌之使用態度有正向影響。茲分別說明如下：

#### 1. 知覺易用性：

知覺易用性對使用態度的直接效果為 0.19，間接效果為 0.55，整體效果為 0.74，代表平板電腦版的電子兒童雜誌系統愈容易使用，低年級家長讓孩童使用的態度愈正向，因此出版商在設計平板電腦版的兒童雜誌時操作介面愈簡單，愈能增加訂購的機率。

#### 2. 知覺有用性：

知覺有用性對使用態度的直接效果為 0.71，顯示低年級家長認為平板電腦版的兒童雜誌系統愈有用，其對孩童使用的態度也就愈正向，進而增加其對平板電腦版兒童雜誌的訂購機率。

#### 3. 知覺易用性對知覺有用性的影響：

知覺易用性對知覺有用性的直接效果為 0.78，顯示低年級家長對孩童使用平板電腦閱讀兒童雜誌之知覺易用性會正向影響其知覺有用性，也就是當知覺有用性與知覺易用性相比較之下，知覺易用性對低年級家長認為孩童使用平板電腦閱讀兒童雜誌使用態度的影響高於知覺有用性。因此當設計、出版平板電腦版兒童雜誌系統時，應以「易用」為其首要原則。

### 5.1.6 家長社經背景對兒童雜誌優先考量類別之差異探討

在不同社經背景的國小低年級家長對兒童雜誌優先考量類別之交叉檢定中，國小低年級家長與學童關係及其年齡、教育程度、家庭所得、職業及子女性別方面並沒有顯著差異，顯示不同社經背景家長對優先考量兒童雜誌類別最主要優先考量均為「綜合」。但在職業方面，職業為工業、製造業低年級學童家長對主要優先考量為「數學邏輯」類的比率高於其他職業類型低年級學童家長；職業為商業、金

融業低年級學童家長對主要優先考量為「綜合」比率低於其他職業類型低年級學童家長。在低年級子女性別方面，低年級子女性別為男生低年級學童家長對主要優先考量為「自然」比率高於其他低年級子女性別低年級學童家長。

## 5.2 建議

根據本研究實證調查的結果與發現，並參考相關文獻，提出下列具體建議，以作為相關出版業者及後續研究之參考。

### 5.2.1 對家長的建議

1. 由卡方考驗結果可知，不同背景家長在對低年級孩子的兒童雜誌購買都是以「綜合」最多，且其比例遠大於其他雜誌類別，這似乎也反映了研究者在教育現場中觀察到的，當孩子有特殊專長時，家長似乎不會特別去注意、鼓勵，甚至也很少發現，因而讀物還是以購買容易了解，內容包羅萬象的綜合類雜誌為主。其他較專業的雜誌則較少，尤其藝術人文和歷史，佔的比例低於 5%。這個研究結果讓我們不難與孩童在藝術人文及歷史上的素養作結合，而這樣的選擇也讓孩子在學習之初就失去了尋找自我特殊興趣和發展專才的機會，因此建議家長在雜誌選擇上，可帶孩子到圖書館、書局、出版社等，給予多元的選擇機會，並重視、傾聽孩子的想法，如此才能選「對」真正適合孩子的雜誌，而非只是選了孩子「容易看」的雜誌。
2. 在消費動機與內容需求相關分析上，高課業學習、高多元能力、高休閒興趣和高閱讀環境動機的家長對雜誌內容的需求均較高，此反映了家長對孩子未來的期許也較高，因此建議家長在可行範圍內，多與孩子一同從事休閒活動，提高家中的閱讀環境，創造一個安靜舒服的閱讀空間，讓孩子自然而然的沉浸於書香之中。

### 5.2.2 對相關出版業者的建議

1. 由本研究結果可知，家長在兒童雜誌的消費動機中，最重視的是「多元能力」

且在優先考量類別上以「綜合類」為最多，顯示家長希望藉由兒童雜誌拓展孩童的視野、增進想像力及創造力、增進認知與智能發展，因此建議出版業者可以以此著手，發行多元化內容的「綜合性兒童雜誌」。

2. 由研究結果可知，低年級學童家長認為兒童雜誌內容中以「有互動式電子版兒童雜誌」最不重要，其次是「有配合讀本相關網站」，顯示多數家長對兒童雜誌數位化有較多疑慮和考量。在學童使用平板電腦閱讀兒童雜誌的科技接受度部份，知覺易用性與知覺有用性會正向影響使用態度，而知覺易用性對知覺有用性也有正向的影響，顯示電子兒童雜誌操作介面若能簡單易學，且內容能引發學童閱讀興趣、提升專注力及增進學習成效，則較能提高家長的接受度。因此，建議出版業者除了應注重兒童雜誌的內容題材的多樣性及生動活潑性外，電子兒童雜誌的操作介面應簡單易學，以提高家長訂閱率。
3. 家長在兒童雜誌的內容需求中，最重視的是生動有趣、淺顯易懂及生活常規，建議出版業者將知識性及生活常規內容轉化為故事、漫畫或遊戲的方式呈現，以引發學童主動閱讀的興趣。
4. 由研究結果得知，在首次訂購兒童雜誌之決策者以母親居多，續訂時，則以考量孩子的意願為最多，因此，出版業者在規劃訂閱贈品時，應可以此為考量。對於首次訂購的贈品，以母親喜愛的小禮物，如手提袋或保養品為主；續訂的贈品，以學童喜愛的玩具或學用品為主，以提高兒童雜誌的訂閱動機。
5. 本研究結果發現，低年級孩子為女生的家長對於有配合讀本操作性教具、有好看繪本故事的重要性知覺較高，這有可能是在學齡期，女生的心智發育較男生快，且家長對於女孩子也會特別注意其需求，因此建議出版社對於低年級孩童的男女發展差異上可進行探討，以提供不同性別子女的家長更適性的需求。

### 5.2.3 對後續研究建議

1. 本研究係以雲林縣低年級學童家長為研究對象，研究結果的推論與解釋也僅限於雲林縣。建議後續研究者可將研究範圍擴及全台灣各縣、市，做較大規模的研究，讓研究結果更加完善。此外，建議後續研究者也可繼續延伸學生對象，

以進一步了解國小各階段的兒童雜誌其家長消費動機及內容選擇之差異情形與面對出版數位化的來臨，家長的接受度為何。

2. 雖然平板電腦銷售率不斷提升，但是目前台灣使用率尚未普及，許多人仍習慣使用桌上型電腦或筆記型電腦進行數位閱讀，因此建議後續研究者可探討家長對孩童使用不同載具閱讀電子兒童雜誌的科技接受度之比較，以更加了解家長對兒童雜誌數位化的看法。
3. 本研究均以量化資料蒐集家長對於低年級孩子在選擇雜誌因素的相關研究，優點是探討的因素多樣，可獲得具代表性的結論；但現在少子化社會，家長對孩子的關注和學習比過去注重許多，孩子在現今資訊爆炸的時代，亦提早接觸社會資訊，因此家長與孩子需求變化是日新月異的，家長對於孩子的閱讀上也有著複雜的考量，因此建議未來有意從事相關研究之研究者，可加入質性訪談，以更深入了解家長在選擇兒童雜誌上的考量或是家長對目前孩子所閱讀雜誌的評價和優缺點探討。

## 參考文獻

### 一、中文部分

- 1.方怡珣(2008)，兒童讀物消費動機與決策型態之研究—以高雄市學童家長為例，國立屏東教育大學社會發展學系碩士論文。
- 2.方麗芬(2000)，國小學童與家長對科學類兒童讀物觀察點之調查研究，國立台北師範學院教育學系碩士論文。
- 3.王彩雲(2010)，台灣雜誌分眾市場的趨勢與挑戰，2010 出版年鑑，97-109 頁，台北：行政院新聞局。
- 4.王祿旺、許雅惠(2008)，消費者購買童書決策因素之研究，2008 中華印刷科技年報，488-525 頁。
- 5.白秀青(2009)，影響國小教師對數位閱讀使用程度相關因素之研究—以雲林縣國小教師為例，南華大學出版事業管理研究所碩士論文。
- 6.台灣數位出版聯盟(2012)，2012 台灣數位閱讀行為調查研究第三季問卷結果報告，文化部。
- 7.司琦(1965)，兒童讀物的意義和重要，載於張雪門等著之兒童讀物研究，台北：小學生雜誌社。
- 8.行政院新聞局(2010)，2010 出版年鑑，台北：行政院新聞局。
- 9.何薇玲(2011)，電子書產業發展趨勢，研考雙月刊，35 期（1），13-21 頁。
- 10.吳明隆(2003)，SPSS 統計應用學習實務：問卷分析與應用統計，知城數位科技。
- 11.吳明隆、涂金堂(2008)，SPSS 與統計應用分析，二版，台北：五南。
- 12.吳啟綜(2010)，百年兒童閱讀—雜誌篇上、下篇，國語日報社。
- 13.吳采芳(2001)，修正 TAM 模型在線上遊戲行為因素分析之研究，國防管理學院資源管理研究所碩士論文。
- 14.呂錦鳳(2011)，電子雜誌促銷方案對消費者選擇行為之影響，南華大學出版語文事業管理研究所碩士論文。

- 15.李宜萍(2011)，企業人士對電子雜誌的接受度及偏好，國立台北大學企業管理研究所碩士論文。
- 16.周暉達(2011)，2010 年臺灣數位出版業市場概況，2011 出版年鑑， 22-31 頁，台北：行政院新聞局。
- 17.林守為(1988)，兒童文學，初版，台北：五南。
- 18.林長嵩(2007)，幼稚園大班學童家長訂購綜合性兒童雜誌之購買決策研究—以嘉義市公私立幼稚園為例，南華大學出版學研究所碩士論文。
- 19.林建煌(2010)，消費者行為，第二版，台北:華泰。
- 20.林美玲(2008)，國小低年級家長童書購買行為與消費者特性之關聯性研究----以雲林縣為例，私立南華大學出版學研究所碩士論文。
- 21.林茂誠(2012)，電子書對數學學習之探討 ---以大吉國中為例，南華大學資訊管理學系碩士論文。
- 22.林訓民(1984)，雜誌經營奧妙序論，新書月刊，14 期，86-91 頁。
- 23.林紹萍(2008)，電子雜誌視覺資訊與資訊架構之可尋性研究，國立台灣科技大學設計研究所碩士學位論文。
- 24.林惠愛(2012)使用平板電腦閱讀電子書對國小學童閱讀能力與態度影響之研究，國立臺灣師範大學圖書資訊學研究所碩士學位論文。
- 25.林靈宏(1999)，消費者行為學，初版，台北:五南。
- 26.邱各容(1987)，我國兒童刊物，中華民國兒童文學學會會訊，3 卷 5 期，383~386 頁。
- 27.邱皓政(2004)，社會與行為科學的量化研究與統計分析，第二版，五南書局。
- 28.柯華蕙(2007)，台灣四年級學生參加國際閱讀素養調查結果，國科會。
- 29.洪文珍(1991)，兒童文學評論集，台東：台東師院語文教育學系。
- 30.洪文瓊(1989)，兒童期刊的產品定位問題，認識兒童期刊，12 月，20 頁。
- 31.翁聰慧(2004)，學童閱讀活動及其家庭兒童圖書消費之研究—以嘉義縣國小六年級學童為例，國立台南大學教師在職進修社會碩士論文。



- 32.康崇儀(2010)，二元羅吉特模型分析影響國小教師選擇兒童雜誌因素之研究，南華大學出版語文化事業管理研究所碩士論文。
- 33.張杏如(1990)，幼兒讀物消費狀況調查研究，台北：信宜基金會學前兒童教育研究發展中心。
- 34.張杏如(1998)，你的孩子到底該學什麼，天下雜誌，台北：天下雜誌出版社。
- 35.張春興(1994)，現代心理學。台北：東華。
- 36.張魁峯、林靈宏(2012)，消費者行為學，第三版，台北：五南。
- 37.張覺民(1980)，現代雜誌編輯學，台北：商務出版社。
- 38.教育部(2012)，「悅讀 101」教育部國民中小學閱讀實施計畫，台北：教育部。
- 39.許義宗(1978)，兒童文學論，台北市：臺北市立女子師範專科學校。
- 40.郭靜怡(2009)，兒童美語補教業消費者決策行為之研究，國立政治大學科技管理研究所碩士論文。
- 41.郭仲樞(2009)，使用手機為載具閱讀數位內容意願研究-以科技接受模型為例，南華大學出版語文化事業管理研究所碩士論文。
- 42.陳巧宜(2007)，台北市牛肉麵店形象及品質對消費行為影響之研究，中國文化大學生活應用科學研究所。
- 43.陳京琳(2008)，影響消費者採用電子雜誌因素之研究，世新大學圖文傳播暨數位出版學研究所碩士論文。
- 44.陳娟娟(1996)，道德題材兒童讀物之分析，中國文化大學兒童福利研究所碩士論文。
- 45.游雅婷(2011)，台灣電子雜誌知覺價值與購買意願之研究，世新大學圖文傳播技術為出版學系碩士論文。
- 46.黃俊英(2000)，多變量分析，中國經濟企業研究所。
- 47.黃美玲(2003)，電子童書介面圖像設計及其對兒童閱讀態度之研究，中原大學商業設計研究所未出版之碩士論文。
- 48.黃偉正(2008)，低價數位圖文載具的發展演進，MIC 研究報告。

- 49.溫世頌(2007)，心理學導論，台北：三民。
- 50.葉君超(2012)，雜誌面對新媒體風潮的機會與挑戰，2012 出版年鑑，102-110 頁，台北：行政院新聞局。
- 51.劉燁譯(2006)，Maslow.A.H 著，馬斯洛的智慧：馬斯洛人本哲學解讀，臺北縣：正展。
- 52.鄭雪玫(1987)，中美兒童雜誌介說，台大圖書館學刊，6 期，93-113 頁。
- 53.鄭錦祥(2001)，從書店角度出發~淺談台灣雜誌市場發展與行銷趨勢，2001 出版年鑑，68-73 頁，台北：行政院新聞局。
- 54.蕭名均(2009)，國小教師、家長與學生對科學類兒童讀物的閱讀觀與閱讀狀況之調查研究，國立台中教育大學科學應用與推廣學系科學教育碩士班。
- 55.蕭凱聰(2002)，大陸圖書消費者購買行為之研究，南華大學出版事業管理研究所碩士論文。
- 56.謝美寶(2003)，國小學生閱讀態度、家庭閱讀環境與閱讀理解能力，屏東師範學院國民教育研究所碩士論文。
- 57.簡佑宏(2006)，小螢幕之動態中文文本閱讀，國立臺灣科技大學設計研究所碩士論文。
- 58.簡莉芳(2008)，兒童書籍購買行為研究—以十二歲以下兒童家庭為例，淡江大學統計學系應用統計學碩士論文。
- 59.小典藏雜誌網站：<http://tw.myblog.yahoo.com/artcokids-123>。
- 60.洪蘭(2008)，從小開始打造閱讀習慣，取自 飛翔在故事的天空網站 <http://blog.yam.com/babylily/article/10360276>。
- 61.陳龍安(1994)，第 16 屆行政院新聞局推介中小學生優良讀物雜誌類評選標準，<http://info.gio.gov.tw/fp.asp?xItem=31102&ctNode=3950&mp=1>。
- 62.李佩頻(2001)，第 23 屆行政院新聞局推介中小學生優良讀物雜誌類評選標準，<http://info.gio.gov.tw/fp.asp?xItem=31102&ctNode=3950&mp=1>。
- 63.康軒 Top945 學習雜誌網站：<http://www.top945.com.tw/>。

64. 智庫百科：<http://wiki.mbalib.com/zh-tw/>。

65. 聯合新聞網(2011)，書本知識躍然紙上~第一本 iPad 版本兒童雜誌問世，  
[http://mag.udn.com/mag/campus/storypage.jsp?f\\_ART\\_ID=331934#ixzz2JcNXm6BX](http://mag.udn.com/mag/campus/storypage.jsp?f_ART_ID=331934#ixzz2JcNXm6BX)。

## 二、英文部分

1. Davis, F. D. (1986), A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: Theory and results, doctoral dissertation, MIT Sloan School of Management, Cambridge, MA.
2. Davis, F. D. (1989a), Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology, MIS Quarterly, 13(3), pp.319-340.
3. Davis, F. D. , Bagozzi, R. P., & Warshaw P. R. (1989b), User acceptance of computer technology : A comparison of two theoretical models, Management Science , 35(8), pp.982-1003.
4. DeVellis, R. F.(1991), Scale Development Theory and Applications. London:SAGE.
5. Engel, J, F. , Kollat, D. T. , & Blackwell, R. D. (1993), Consumer behavior, Orlando Florido : Dryden-Press.
6. Gay, L. R.(1992), Educational Research Competencies for Analysis and Application, New York:Macmillan.
7. Hahha, N. & Wozniak, R.(2001), Consumer Behavior, 1th ,Prentice-Hall, Inc.
8. kaiser, H. F.(1970),A second-generation Little Jiffy,Psychological,35, pp.401-415.
9. kaiser, H. F.(1974), Little Jiffy,Mark IV.Educational and Psychological Measurement,34, pp.111-117.
10. Kotler, P. (1997), Marketing Management,9 th ed.,N.J. : Prentice-Hall.
11. Maslow, A. (1954), Motivation and Personality. New York: Harper & Row.
12. Nicosia, F. M.(1968), Consumer Decision Process, Marketing and Advertising Implication , Prentice-Hall Inc., pp.29.
13. Nunnally, J. C.(1978), Psychometric Throry(2nd ed.),New York:McGraw-Hill.
14. Ong, C. S., Lai, J. Y.& Wang, Y. S.(2004), Factors Affecting Engineers' Acceptance of Asynchronous E-Learning Systems in High-Tech Companies, *Information and Management*, 41(6), pp. 795-804.

15. Schiffman, L. G. & Kanuk, L. L. (2000), Consumer Behavior 7th, Prentice Hall, Inc.
16. Schiffman, L. G. & Lazer, K. L. (1991), Consumer Behavior, 2nd ed, Englewood Cliff, New Jersey, Prentice-Hall.
17. Wilkie, William L. (1994), Consumer Behavior, Third Edition, New York : John Wiley & Sons, Inc.
18. Williams, T. G.(1982), Consumer Behavior Fundamental and Strategies, St. Paul Minn : West Publishing Co., pp.5-6.

## 附錄一

### 「國小低年級學童家長訂購兒童雜誌考量因素之研究」

親愛的家長：

您好！這是一份關於國小低年級學童家長訂購兒童雜誌考量因素之研究的問卷，目的是為了解您對兒童雜誌購買的動機、內容的需求及學童使用平板電腦閱讀兒童雜誌的看法，請根據您個人的感受及實際狀況填答即可。此問卷採無具名方式，所蒐集的資料純粹為學術研究之用，我們也會嚴格保密，絕不對外公開，請您放心填答，非常感謝您的協助。敬祝

闔家健康、平安、快樂！

南華大學文化創意事業管理學系暨碩士班  
指導教授 黃昱凱 博士  
研究生 張勁梅 敬上

#### 第一部份 家長訂購兒童雜誌的消費動機

以下各題是想瞭解您個人訂購兒童雜誌之消費動機與目的，請在適當的□內打勾。	非常 重要	重 要	普 通	不 重 要	非常 不 重要
1. 可以幫助孩子學習新知、增廣見聞。					
2. 輔助孩子的課業學習。					
3. 讓孩子贏在起跑點上					
4. 提供孩子思考的情境。					
5. 增進孩子的生活知能。					
6. 培養孩子的氣質，陶冶性情及健全人格發展					
7. 增進孩子的創造力、觀察力、想像力。					
8. 藉由時事介紹，培養孩子的國際觀。。					
9. 提升孩子語文能力。					
10. 提供孩子平日休閒娛樂。					
11. 培養閱讀興趣與習慣。					
12. 取代孩子看電視及遊玩的時間。					
13. 藉由兒童雜誌與孩子一起分享心得感想。					
14. 提供親子共讀培養感情的機會。					
15. 讓孩子有課後學習的環境。					
16. 充實家中閱讀資源。					

## 第二部分 家長對兒童雜誌內容的需求

以下各題是想瞭解您對兒童雜誌的內容需求，請依照重要性，在適當的□內打勾。	非常 重 要	重 要	普 通	不 重 要	非常 不 重 要
1. 內容生動有趣，引發孩子閱讀興趣。					
2. 內容淺顯易懂，取材與生活相結合。					
3. 有賞心悅目的圖片及照片。					
4. 有優良的印刷、紙質及封面設計。					
5. 有輔助性的 CD 或 DVD，協助孩子自主學習。					
6. 有配合讀本的相關網站，提供孩子線上學習。					
7. 有配合讀本的操作性教具，輔助學習。					
8. 有互動式的電子版兒童雜誌。					
9. 有好看的繪本故事，增進孩子的閱讀能力。					
10. 有生活常規方面的指導，端正孩子的行為。					
11. 有繪畫及勞作指導，培養孩子的美術能力。					
12. 有藝術與人文方面的介紹，培養孩子人文氣息					
13. 有數學及邏輯方面的情境內容，提升孩子思考及推理的能力。					
14. 有豐富的自然科學知識，引發孩子的好奇心。					
15. 有活潑的英語會話方面的教學，引發孩子學習英文的動機。					
16. 有音樂律動方面的教學，讓孩子快樂學習。					

## 第三部分 使用平板電腦閱讀電子兒童雜誌的看法

兒童雜誌數位化是未來的趨勢，以下是想了解您對孩子使用平板電腦閱讀兒童雜誌的看法，請依照您的想法在適當的□內打勾。	非常 同 意	同 意	沒 意 見	不 同 意	非常 不 同 意
1. 我認為使用平板電腦閱讀兒童雜誌，能引發孩子的閱讀興趣。					
2. 我認為孩子使用平板電腦閱讀兒童雜誌，能提升其專注力。					

3. 我認為孩子使用平板電腦閱讀兒童雜誌，能增進其學習成效。					
4. 我認為孩子使用平板電腦閱讀來兒童雜誌，能使閱讀變得更容易。					
5. 對孩子來說，學習操作平板電腦來閱讀兒童雜誌是件容易的事。					
6. 我認為在平板電腦上的電子兒童雜誌其使用介面可以讓孩子很容易上手。					
7. 平板電腦可以同時容納很多期的兒童雜誌，可增加孩子閱讀的方便性。					
8. 我認為對於使用平板電腦來閱讀兒童雜誌，孩子會覺得有趣。					
9. 整體而言，我對孩子使用平板電腦來閱讀兒童雜誌的效益抱持正面的看法。					
10. 我願意讓孩子使用平板電腦來閱讀兒童雜誌。					

#### 第四部分 個人基本資料與兒童雜誌消費經驗：

- 請問您是孩子的：
 

(1)  父親                      (2)  母親                      (3)  祖父  
 (4)  祖母                      (5)  其他(請說明) \_\_\_\_\_
- 請問您的年齡：
 

(1)  20~29 歲                      (2)  30~39 歲                      (3)  40~49 歲  
 (4)  50歲以上。
- 請問您教育程度：
 

(1)  國中(含)以下                      (2)  高中職                      (3)  專科  
 (4)  大學                      (5)  研究所(含)以上。
- 請問您所從事工作的類型：
 

(1)  軍警人員                      (2)  公務人員                      (3)  教育人員  
 (4)  商業、金融業                      (5)  工業、製造業                      (6)  農漁牧業  
 (7)  服務業                      (8)  自由業                      (9)  醫療機構  
 (10)  退休人員                      (11)  待業中                      (12)  其他 \_\_\_\_\_
- 請問您的家庭平均每月可動用之金額：(包含您和配偶以及其他成員)
 

(1)  20,000 元(含)以下                      (2)  20,001~40,000 元  
 (3)  40,001~60,000 元                      (4)  60,001~80,000 元  
 (5)  80,001 元以上。
- 您家中國小低年級小孩的性別：
 

(1)  男生                      (2)  女生                      (3)  男女都有
- 若您想訂購低年級兒童雜誌(一、二年級)，會以哪一類別的兒童雜誌為優先考量？
 

(1)  綜合類                      (2)  自然科學類                      (3)  兒童美語類  
 (4)  藝術人文類                      (5)  歷史類                      (6)  數學邏輯類



8. 承上題，您會因孩子的性別而選擇不同類別的兒童雜誌嗎？  
 (1)  會 (2)  不會
9. 若您想訂購兒童雜誌，會以下列哪三項因素為優先考量？  
 (1)  孩子的興趣 (2)  兒童雜誌的知名度 (3)  內容的吸引力  
 (4)  具教育性 (5)  價格 (6)  促銷優惠活動
10. 請問您訂購過(包含現在)以下哪些兒童雜誌？(可複選)  
 (1)  小學生巧連智低年級版 (2)  全國兒童週刊  
 (3)  Top945 康軒學習雜誌初階版 (4)  地球公民365  
 (5)  國語日報週刊 (6)  小達文西  
 (7)  益智國語週刊基礎版 (8)  星期八幼兒月刊  
 (9)  全國兒童樂園成長版 (10)  全國兒童美語  
 (11)  小典藏兒童藝術與人文雜誌 (12)  新小牛頓  
 (13)  全國兒童美語-Go for English (14)  國語週刊—美語ABC  
 (15)  大嘴鳥親子教育雜誌 (16)  其他\_\_\_\_\_
- (17)  沒有--原因是:(可複選)  
 (1)  孩子沒有閱讀的興趣 (2)  沒有接觸到相關的資訊  
 (3)  雜誌內容無法引起購買動機 (4)  價格考量  
 (5)  可以以其他兒童讀物替代 (6)  孩子沒有時間閱讀
11. 就您家庭的經驗，當您首次訂購兒童雜誌時，是由誰做的決定？  
 (1)  孩子的父親 (2)  孩子的母親  
 (3)  孩子的父母親共同決策 (4)  孩子和父母親共同決策  
 (5)  其他(請填答)\_\_\_\_\_
12. 就您家庭的經驗，如果您想續訂兒童雜誌時，是由誰做的決定？  
 (1)  孩子的父親 (2)  孩子的母親  
 (3)  孩子的父母親共同決策 (4)  考量孩子的意願

本問卷到此結束，請您務必再次檢查是否有遺漏的地方，您的填答將使本研究進行得更順利；同時非常感謝您百忙中抽空填寫。敬祝  
 順心 愉快

## 附錄二 兒童雜誌內容各層面重要程度之差異分析表

表 4.18 不同年齡家長對兒童雜誌內容各層面重要程度之差異分析表

題項	家長年齡	人數	平均數	標準差	t 值	顯著性
內容生動有趣	40 歲以下	243	4.44	0.61	1.274	0.204
	40 歲以上	115	4.35	0.62		
內容淺顯易懂	40 歲以下	243	4.34	0.63	0.753	0.452
	40 歲以上	115	4.29	0.66		
有賞心悅目圖片照片	40 歲以下	243	4.02	0.78	0.820	0.413
	40 歲以上	115	3.95	0.79		
有優良印刷紙質封面設計	40 歲以下	243	3.92	0.80	-0.710	0.478
	40 歲以上	115	3.98	0.82		
有輔助性 CD 或 DVD	40 歲以下	243	3.94	0.79	1.948	0.052
	40 歲以上	115	3.77	0.84		
有配合讀本相關網站	40 歲以下	243	3.59	0.93	-0.409	0.683
	40 歲以上	115	3.63	0.87		
有配合讀本操作性教具	40 歲以下	243	3.90	0.75	0.734	0.463
	40 歲以上	115	3.83	0.75		
有互動式電子版兒童雜誌	40 歲以下	243	3.57	0.92	0.456	0.648
	40 歲以上	115	3.52	0.83		
有好看繪本故事	40 歲以下	243	4.26	0.64	1.590	0.113
	40 歲以上	115	4.14	0.66		
有生活常規方面指導	40 歲以下	243	4.44	0.60	2.296	0.022*
	40 歲以上	115	4.27	0.73		
有繪畫及勞作指導	40 歲以下	243	4.00	0.70	2.513	0.012*
	40 歲以上	115	3.80	0.75		
有藝術與人文方面介紹	40 歲以下	243	4.08	0.68	1.007	0.315
	40 歲以上	115	4.00	0.70		

表 4.18 不同年齡家長對兒童雜誌內容各層面重要程度之差異分析表(續)

題項	家長年齡	人數	平均數	標準差	t 值	顯著性
有數學及邏輯 方面情境內容	40 歲以下	243	4.31	0.62	1.664	0.097
	40 歲以上	115	4.19	0.69		
有豐富自然科 學知識	40 歲以下	243	4.33	0.61	1.137	0.256
	40 歲以上	115	4.25	0.67		
有活潑英語會 話教學	40 歲以下	243	4.22	0.69	2.391	0.017*
	40 歲以上	115	4.03	0.79		
有音樂律動方 面教學	40 歲以下	243	4.05	0.76	2.237	0.026*
	40 歲以上	115	3.86	0.77		

註：\* $P < .05$ . \*\* $P < .01$ .

表 4.19 不同教育程度家長對兒童雜誌內容各層面重要程度之差異分析表

題項	教育程度	人數	平均數	標準差	F 值	顯著性	事後比較
內容生 動有趣	1.高中職以下	129	4.34	0.67	1.251	0.288	N
	2.專科	111	4.46	0.60			
	3.大學以上	118	4.43	0.56			
	Total	358	4.41	0.61			
內容淺 顯易懂	1.高中職以下	129	4.27	0.68	0.981	0.376	N
	2.專科	111	4.39	0.59			
	3.大學以上	118	4.32	0.64			
	Total	358	4.32	0.64			
有賞心 悅目圖 片照片	1.高中職以下	129	3.98	0.80	0.316	0.729	N
	2.專科	111	4.05	0.73			
	3.大學以上	118	3.97	0.82			
	Total	358	4.00	0.78			

表 4.19 不同教育程度家長對兒童雜誌內容各層面重要程度之差異分析表(續)

題項	教育程度	人數	平均數	標準差	F 值	顯著性	事後比較
有優良 印刷紙 質封面 設計	1.高中職以下	129	3.81	0.85	2.421	0.090	N
	2.專科	111	4.01	0.74			
	3.大學以上	118	4.01	0.80			
	Total	358	3.94	0.81			
有輔助 性 CD 或 DVD	1.高中職以下	129	3.92	0.79	0.330	0.719	N
	2.專科	111	3.84	0.79			
	3.大學以上	118	3.89	0.85			
	Total	358	3.89	0.81			
有配合 讀本相 關網站	1.高中職以下	129	3.74	0.86	4.171	0.016*	1>3
	2.專科	111	3.66	0.85			
	3.大學以上	118	3.42	0.99			
	Total	358	3.61	0.91			
有配合 讀本操 作性教 具	1.高中職以下	129	3.91	0.71	0.256	0.775	N
	2.專科	111	3.84	0.79			
	3.大學以上	118	3.88	0.75			
	Total	358	3.88	0.75			
有互動 式電子 版兒童 雜誌	1.高中職以下	129	3.57	0.85	0.921	0.399	N
	2.專科	111	3.62	0.88			
	3.大學以上	118	3.47	0.94			
	Total	358	3.55	0.89			
有好看 繪本故 事	1.高中職以下	129	4.26	0.64	0.653	0.521	N
	2.專科	111	4.22	0.67			
	3.大學以上	118	4.17	0.63			
	Total	358	4.22	0.65			

表 4.19 不同教育程度家長對兒童雜誌內容各層面重要程度之差異分析表(續)

題項	教育程度	人數	平均數	標準差	F 值	顯著性	事後比較
有生活 常規方 面指導	1.高中職以下	129	4.37	0.66	1.327	0.266	N
	2.專科	111	4.46	0.63			
	3.大學以上	118	4.32	0.64			
	Total	358	4.38	0.65			
有繪畫 及勞作 指導	1.高中職以下	129	3.95	0.77	0.473	0.623	N
	2.專科	111	3.98	0.66			
	3.大學以上	118	3.89	0.73			
	Total	358	3.94	0.72			
有藝術 與人文 方面介 紹	1.高中職以下	129	4.03	0.76	0.302	0.740	N
	2.專科	111	4.04	0.65			
	3.大學以上	118	4.09	0.64			
	Total	358	4.05	0.69			
有數學 及邏輯 方面情 境內容	1.高中職以下	129	4.29	0.68	0.048	0.953	N
	2.專科	111	4.26	0.63			
	3.大學以上	118	4.27	0.64			
	Total	358	4.27	0.65			
有豐富 自然科 學知識	1.高中職以下	129	4.27	0.63	0.329	0.720	N
	2.專科	111	4.32	0.63			
	3.大學以上	118	4.33	0.63			
	Total	358	4.31	0.63			
有活潑 英語會 話教學	1.高中職以下	129	4.23	0.71	1.599	0.203	N
	2.專科	111	4.17	0.74			
	3.大學以上	118	4.07	0.74			
	Total	358	4.16	0.73			

表 4.19 不同教育程度家長對兒童雜誌內容各層面重要程度之差異分析表(續)

題項	教育程度	人數	平均數	標準差	F 值	顯著性	事後比較
有音樂律動方面教學	1.高中職以下	129	3.99	0.78	0.242	0.785	N
	2.專科	111	3.95	0.79			
	3.大學以上	118	4.03	0.73			
	Total	358	3.99	0.77			

註：\* $P < .05$ . \*\* $P < .01$ .

表 4.20 不同職業家長對兒童雜誌內容各層面重要程度之差異分析表

題項	職業	人數	平均數	標準差	F 值	顯著性	事後比較
內容生動有趣	1.軍公教人員	99	4.49	0.56	0.962	0.428	N
	2.商業.金融業	26	4.35	0.56			
	3.工業.製造業	67	4.31	0.70			
	4.服務業	67	4.40	0.65			
	5.其他	99	4.40	0.59			
	Total	358	4.41	0.61			
內容淺顯易懂	1.軍公教人員	99	4.38	0.65	0.394	0.813	N
	2.商業.金融業	26	4.27	0.60			
	3.工業.製造業	67	4.27	0.57			
	4.服務業	67	4.33	0.66			
	5.其他	99	4.31	0.68			
	Total	358	4.32	0.64			
有賞心悅目圖片照片	1.軍公教人員	99	3.98	0.81	0.720	0.579	N
	2.商業.金融業	26	4.04	0.66			
	3.工業.製造業	67	3.88	0.79			
	4.服務業	67	4.10	0.80			
	5.其他	99	4.01	0.78			
	Total	358	4.00	0.78			

表 4.20 不同職業家長對兒童雜誌內容各層面重要程度之差異分析表(續)

題項	職業	人數	平均數	標準差	F 值	顯著性	事後比較
有優良 印刷紙 質封面 設計	1.軍公教人員	99	4.07	0.75	1.582	0.179	N
	2.商業.金融業	26	3.81	0.80			
	3.工業.製造業	67	3.81	0.76			
	4.服務業	67	4.01	0.86			
	5.其他	99	3.88	0.85			
	Total	358	3.94	0.81			
有輔助 性 CD 或 DVD	1.軍公教人員	99	3.84	0.84	0.813	0.517	N
	2.商業.金融業	26	3.85	0.78			
	3.工業.製造業	67	3.87	0.78			
	4.服務業	67	4.04	0.82			
	5.其他	99	3.85	0.79			
	Total	358	3.89	0.81			
有配合 讀本相 關網站	1.軍公教人員	99	3.41	0.99	2.517	0.041*	4>1
	2.商業.金融業	26	3.62	0.75			
	3.工業.製造業	67	3.63	0.87			
	4.服務業	67	3.87	0.85			
	5.其他	99	3.61	0.90			
	Total	358	3.61	0.91			
有配合 讀本操 作性教 具	1.軍公教人員	99	3.84	0.77	0.698	0.594	N
	2.商業.金融業	26	3.85	0.46			
	3.工業.製造業	67	3.85	0.74			
	4.服務業	67	4.01	0.75			
	5.其他	99	3.85	0.80			
	Total	358	3.88	0.75			

表 4.20 不同職業家長對兒童雜誌內容各層面重要程度之差異分析表(續)

題項	職業	人數	平均數	標準差	F 值	顯著性	事後比較
有互動式電子版兒童雜誌	1.軍公教人員	99	3.38	0.93	1.477	0.209	N
	2.商業.金融業	26	3.65	0.75			
	3.工業.製造業	67	3.58	0.80			
	4.服務業	67	3.70	0.87			
	5.其他	99	3.58	0.95			
	Total	358	3.55	0.89			
有好看得繪本故事	1.軍公教人員	99	4.17	0.67	0.655	0.624	N
	2.商業.金融業	26	4.15	0.61			
	3.工業.製造業	67	4.16	0.59			
	4.服務業	67	4.28	0.62			
	5.其他	99	4.27	0.68			
	Total	358	4.22	0.65			
有生活常規方面指導	1.軍公教人員	99	4.35	0.61	1.903	0.109	N
	2.商業.金融業	26	4.50	0.58			
	3.工業.製造業	67	4.24	0.74			
	4.服務業	67	4.52	0.59			
	5.其他	99	4.38	0.65			
	Total	358	4.38	0.65			
有繪畫及勞作指導	1.軍公教人員	99	3.86	0.77	1.009	0.403	N
	2.商業.金融業	26	3.96	0.66			
	3.工業.製造業	67	3.97	0.67			
	4.服務業	67	4.07	0.74			
	5.其他	99	3.90	0.71			
	Total	358	3.94	0.72			



表 4.20 不同職業家長對兒童雜誌內容各層面重要程度之差異分析表(續)

題項	職業	人數	平均數	標準差	F 值	顯著性	事後比較
有藝術 與人文 方面介 紹	1.軍公教人員	99	4.10	0.68	0.452	0.771	N
	2.商業.金融業	26	4.04	0.72			
	3.工業.製造業	67	4.06	0.60			
	4.服務業	67	4.09	0.75			
	5.其他	99	3.98	0.70			
	Total	358	4.05	0.69			
有數學 及邏輯 方面情 境內容	1.軍公教人員	99	4.24	0.64	0.219	0.928	N
	2.商業.金融業	26	4.27	0.67			
	3.工業.製造業	67	4.27	0.62			
	4.服務業	67	4.25	0.72			
	5.其他	99	4.32	0.62			
	Total	358	4.27	0.65			
有豐富 自然科 學知識	1.軍公教人員	99	4.37	0.62	0.706	0.589	N
	2.商業.金融業	26	4.15	0.78			
	3.工業.製造業	67	4.28	0.65			
	4.服務業	67	4.28	0.62			
	5.其他	99	4.31	0.60			
	Total	358	4.31	0.63			
有活潑 英語會 話教學	1.軍公教人員	99	4.02	0.73	1.412	0.229	N
	2.商業.金融業	26	4.23	0.71			
	3.工業.製造業	67	4.16	0.69			
	4.服務業	67	4.19	0.70			
	5.其他	99	4.25	0.77			
	Total	358	4.16	0.73			

表 4.20 不同職業家長對兒童雜誌內容各層面重要程度之差異分析表(續)

題項	職業	人數	平均數	標準差	F 值	顯著性	事後比較
有音樂律動方面教學	1.軍公教人員	99	4.00	0.74	0.409	0.802	N
	2.商業.金融業	26	4.15	0.73			
	3.工業.製造業	67	3.96	0.79			
	4.服務業	67	3.94	0.76			
	5.其他	99	4.00	0.80			
	Total	358	3.99	0.77			

註：\* $P < .05$ . \* $P < .01$ .

表 4.21 不同家庭所得家長對兒童雜誌內容各層面重要程度之差異分析表

題項	家庭所得	人數	平均數	標準差	F 值	顯著性	事後比較
內容生動有趣	1.40000 元以下	108	4.33	0.63	3.487	0.016*	4>1
	2.40001~60000 元	90	4.38	0.61			
	3.60001~80000 元	84	4.36	0.65			
	4.80001 元以上	76	4.61	0.52			
	Total	358	4.41	0.61			
內容淺顯易懂	1.40000 元以下	108	4.28	0.64	2.877	0.036*	NA
	2.40001~60000 元	90	4.21	0.64			
	3.60001~80000 元	84	4.36	0.61			
	4.80001 元以上	76	4.49	0.64			
	Total	358	4.32	0.64			
有賞心悅目圖片照片	1.40000 元以下	108	4.07	0.79	0.680	0.565	N
	2.40001~60000 元	90	3.92	0.69			
	3.60001~80000 元	84	3.96	0.77			
	4.80001 元以上	76	4.01	0.89			
	Total	358	4.00	0.78			

表 4.21 不同家庭所得家長對兒童雜誌內容各層面重要程度之差異分析表(續)

題項	家庭所得	人數	平均數	標準差	F 值	顯著性	事後比較
有優良 印刷紙 質封面 設計	1.40000 元以下	108	3.84	0.82	3.155	0.025*	NA
	2.40001~60000 元	90	3.96	0.82			
	3.60001~80000 元	84	3.83	0.82			
	4.80001 元以上	76	4.17	0.72			
	Total	358	3.94	0.81			
有輔助 性 CD 或 DVD	1.40000 元以下	108	4.01	0.80	1.296	0.276	N
	2.40001~60000 元	90	3.80	0.72			
	3.60001~80000 元	84	3.86	0.87			
	4.80001 元以上	76	3.84	0.83			
	Total	358	3.89	0.81			
有配合 讀本相 關網站	1.40000 元以下	108	3.83	0.84	4.783	0.003**	1>4
	2.40001~60000 元	90	3.63	0.79			
	3.60001~80000 元	84	3.52	1.00			
	4.80001 元以上	76	3.34	0.97			
	Total	358	3.61	0.91			
有配合 讀本操 作性教 具	1.40000 元以下	108	3.99	0.72	1.592	0.191	N
	2.40001~60000 元	90	3.86	0.71			
	3.60001~80000 元	84	3.87	0.80			
	4.80001 元以上	76	3.75	0.77			
	Total	358	3.88	0.75			
有互動 式電子 版兒童 雜誌	1.40000 元以下	108	3.65	0.80	0.963	0.410	N
	2.40001~60000 元	90	3.56	0.94			
	3.60001~80000 元	84	3.55	0.88			
	4.80001 元以上	76	3.42	0.97			
	Total	358	3.55	0.89			

表 4.21 不同家庭所得家長對兒童雜誌內容各層面重要程度之差異分析表(續)

題項	家庭所得	人數	平均數	標準差	F 值	顯著性	事後比較
有好看 繪本故 事	1.40000 元以下	108	4.22	0.66	0.552	0.647	N
	2.40001~60000 元	90	4.24	0.61			
	3.60001~80000 元	84	4.14	0.70			
	4.80001 元以上	76	4.26	0.62			
	Total	358	4.22	0.65			
有生活 常規方 面指導	1.40000 元以下	108	4.36	0.66	0.565	0.638	N
	2.40001~60000 元	90	4.43	0.64			
	3.60001~80000 元	84	4.32	0.71			
	4.80001 元以上	76	4.42	0.55			
	Total	358	4.38	0.65			
有繪畫 及勞作 指導	1.40000 元以下	108	3.97	0.75	1.667	0.174	N
	2.40001~60000 元	90	4.03	0.69			
	3.60001~80000 元	84	3.80	0.74			
	4.80001 元以上	76	3.93	0.68			
	Total	358	3.94	0.72			
有藝術 與人文 方面介 紹	1.40000 元以下	108	4.01	0.74	0.404	0.750	N
	2.40001~60000 元	90	4.07	0.70			
	3.60001~80000 元	84	4.04	0.65			
	4.80001 元以上	76	4.12	0.63			
	Total	358	4.05	0.69			
有數學 及邏輯 方面情 境內容	1.40000 元以下	108	4.29	0.63	0.215	0.886	N
	2.40001~60000 元	90	4.30	0.68			
	3.60001~80000 元	84	4.23	0.65			
	4.80001 元以上	76	4.28	0.64			
	Total	358	4.27	0.65			

表 4.21 不同家庭所得家長對兒童雜誌內容各層面重要程度之差異分析表(續)

題項	家庭所得	人數	平均數	標準差	F 值	顯著性	事後比較
有豐富 自然科 學知識	1.40000 元以下	108	4.31	0.60	2.232	0.084	N
	2.40001~60000 元	90	4.36	0.61			
	3.60001~80000 元	84	4.17	0.67			
	4.80001 元以上	76	4.41	0.64			
	Total	358	4.31	0.63			
有活潑 英語會 話教學	1.40000 元以下	108	4.20	0.71	1.096	0.351	N
	2.40001~60000 元	90	4.21	0.73			
	3.60001~80000 元	84	4.04	0.77			
	4.80001 元以上	76	4.17	0.72			
	Total	358	4.16	0.73			
有音樂 律動方 面教學	1.40000 元以下	108	4.00	0.74	1.289	0.278	N
	2.40001~60000 元	90	4.00	0.79			
	3.60001~80000 元	84	3.87	0.80			
	4.80001 元以上	76	4.11	0.72			
	Total	358	3.99	0.77			

註：\* $P < .05$ . \*\* $P < .01$ .

表 4.22 不同低年級子女性別家長對兒童雜誌內容各層面重要程度之差異分析表

題項	低年級子女性別	人數	平均數	標準差	F 值	顯著性	事後比較
內容生 動有趣	1.男生	129	4.42	0.61	0.371	0.690	N
	2.女生	111	4.38	0.63			
	3.男女都有	118	4.47	0.57			
	Total	358	4.41	0.61			

表 4.22 不同低年級子女性別家長對兒童雜誌內容層面重要程度差異分析表(續)

題項	低年級子女性別	人數	平均數	標準差	F 值	顯著性	事後比較
內容淺顯易懂	1.男生	129	4.31	0.66	0.110	0.896	N
	2.女生	111	4.34	0.62			
	3.男女都有	118	4.34	0.65			
	Total	358	4.32	0.64			
有賞心悅目圖片照片	1.男生	129	3.95	0.74	0.522	0.594	N
	2.女生	111	4.04	0.78			
	3.男女都有	118	4.03	1.00			
	Total	358	4.00	0.78			
有優良印刷紙質封面設計	1.男生	129	3.94	0.79	0.262	0.769	N
	2.女生	111	3.96	0.79			
	3.男女都有	118	3.84	0.99			
	Total	358	3.94	0.81			
有輔助性 CD 或 DVD	1.男生	129	3.87	0.76	2.381	0.094	N
	2.女生	111	3.96	0.80			
	3.男女都有	118	3.63	1.04			
	Total	358	3.89	0.81			
有配合讀本相關網站	1.男生	129	3.61	0.87	1.585	0.206	N
	2.女生	111	3.66	0.90			
	3.男女都有	118	3.34	1.12			
	Total	358	3.61	0.91			
有配合讀本操作性教具	1.男生	129	3.79	0.77	3.716	0.025*	2>1
	2.女生	111	3.99	0.70			
	3.男女都有	118	3.75	0.84			
	Total	358	3.88	0.75			

表 4.22 不同低年級子女性別家長對兒童雜誌內容層面重要程度差異分析表(續)

題項	低年級子女性別	人數	平均數	標準差	F 值	顯著性	事後比較
有互動式電子版兒童雜誌	1.男生	129	3.56	0.88	1.348	0.261	N
	2.女生	111	3.60	0.89			
	3.男女都有	118	3.31	0.93			
	Total	358	3.55	0.89			
有好看繪本故事	1.男生	129	4.15	0.63	3.550	0.030*	NA
	2.女生	111	4.31	0.63			
	3.男女都有	118	4.06	0.72			
	Total	358	4.22	0.65			
有生活常規方面指導	1.男生	129	4.33	0.64	2.387	0.093	N
	2.女生	111	4.46	0.62			
	3.男女都有	118	4.25	0.76			
	Total	358	4.38	0.65			
有繪畫及勞作指導	1.男生	163	3.86	0.74	2.797	0.062	N
	2.女生	163	4.04	0.68			
	3.男女都有	32	3.84	0.77			
	Total	358	3.94	0.72			
有藝術與人文方面介紹	1.男生	163	4.03	0.66	1.742	0.177	N
	2.女生	163	4.11	0.70			
	3.男女都有	32	3.88	0.71			
	Total	358	4.05	0.69			
有數學及邏輯方面情境內容	1.男生	163	4.24	0.62	2.443	0.088	N
	2.女生	163	4.34	0.66			
	3.男女都有	32	4.09	0.69			
	Total	358	4.27	0.65			

表 4.22 不同低年級子女性別家長對兒童雜誌內容層面重要程度差異分析表(續)

有豐富 自然科 學知識	1.男生	163	4.29	0.64	0.218	0.805	N
	2.女生	163	4.33	0.65			
	3.男女都有	32	4.28	0.52			
	Total	358	4.31	0.63			
有活潑 英語會 話教學	1.男生	163	4.09	0.72	4.480	0.012*	NA
	2.女生	163	4.28	0.71			
	3.男女都有	32	3.94	0.76			
	Total	358	4.16	0.73			
有音樂 律動方 面教學	1.男生	163	3.93	0.76	5.094	0.007**	2>3
	2.女生	163	4.11	0.76			
	3.男女都有	32	3.69	0.69			
	Total	358	3.99	0.77			

註：\* $P < .05$ . \*\* $P < .01$