

南華大學出版與文化事業管理研究所碩士論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION RADUATE

INSTITUTE OF PUBLISHING & CULTURAL ENTERPRISE MANAGEMENT

NAN HUA UNIVERSITY

親子天下雜誌讀者閱讀動機與滿意程度相關之研究
-以嘉義地區教師為例

**Relations with Reading Motivations and Satisfaction of Education, Parenting, and Family
Lifestyle Magazine – a Survey for Teachers of Chiayi Region**

指導教授：洪林伯 博士

ADVISOR: Oliver L. Hung, Ph. D.

研究生：王錦惠

GRADUATE STUDENT: Wang, Ching Hui

中華民國 101 年 6 月

南 華 大 學

出版與文化事業管理研究所

碩士學位論文

親子天下雜誌讀者閱讀動機與滿意程度相關之研究

—以嘉義地區教師為例

研究生：王錦惠

經考試合格特此證明

口試委員：洪村伯
楊聰仁
吳曉君

指導教授：洪村伯

所 長：楊聰仁

口試日期：中華民國 101 年 5 月 27 日

謝 誌

離開學校進入職場，工作多年之後，沒想到還能再回校園重拾書本進修，而兩年進修學習日子即將劃上休止符，此刻內心充滿感激。研究生涯最大的收穫是學會以不同思考方式，來找尋解決問題的方法，擴展了我對事物的認知與視野。

論文得以完成，首先要感謝指導教授洪林伯老師，在這段研究期間諸多觀念的啟發與細心指導，使得論文從無到有，並能順利完成，在此致上最誠摯的敬意與謝意；同時也要感謝黃昱凱老師在統計方面費心的指導。另外，很感謝口試時吳曉君教授的諸多精闢見解的引導思考與楊聰仁所長提供的寶貴意見，讓此篇論文得以更臻完善。

回首兩年求學的日子，心中的感觸良多。同時要兼顧工作、課業及家庭，真是分身乏術，尤其遭逢父喪，內心備受煎熬與難過，能如期完成論文，這都要感謝老師、同學們幫忙，還有家人的支持和一路相挺。感謝研究所同學們，不但在課業及精神上給予關心與支持，並提供了許多寶貴的經驗與建議，大家互相切磋砥礪，是我在學習路上最大的精神糧食與助力。

最後，我將這份研究成果獻給我最親愛的父親，以告慰他老人家在天之靈！

王錦惠 謹誌 101.6

南華大學出版與文化事業管理研究所100學年度第二學期碩士論文摘要
論文題目：親子天下雜誌讀者閱讀動機與滿意程度相關之研究

- 以嘉義地區教師為例

研究生：王錦惠

指導教授：洪林伯 博士

論文摘要內容：

本研究旨在探討國民小學教師對親子天下雜誌讀者的特性、閱讀動機、閱讀行為、購買因素、重要性與滿意程之關聯，並根據結果提出建議，以供親子天下雜誌出版業者在擬訂出版策略與方向之參考，以提升其發行量及訂閱率。

研究設計採用問卷調查法，並以自編之「親子天下雜誌讀者閱讀動機與滿意度相關研究問卷」作為資料蒐集的工具，對研究對象施測。母群體為嘉義縣、市國小教師，依學校規模分層立意抽樣，發出問卷538份，收回有效問卷480份，有效問卷回收率為93.75%。根據國小教師問卷填答結果，以描述性統計、因素分析、信度分析、t考驗、單因子變異數分析、雪費多重比較分析、卡方考驗等統計方法實施檢定分析。

研究結果顯示，閱讀親子天下雜誌以已婚女性，年齡40歲以下，工作年資11~20年，服務於嘉義縣的導師居多。閱讀管道以「借閱」比率為最高，閱畢雜誌以「借閱後歸還」為多數，每月雜誌支出300元以下，以「獲取教養新知」為主要購買因素，最主要訂閱的原因為「雜誌內容豐富」。在閱讀動機、閱讀重要性及閱讀滿意度皆是以「資訊學習」向度為最高，且嘉義市國小教師比嘉義縣國小教師更重視「資訊學習」，可見國小教師對於資訊學習的需求也有不同的城鄉差距。

閱讀者「資訊學習」的動機愈強，對雜誌的「休閒娛樂」、「內容特色」、「資訊學習」與「版面屬性」的看法愈重視，同時閱讀滿意度也愈高。閱讀者「休閒娛樂」的動機愈強，對雜誌「休閒娛樂」層面看法愈重視，閱讀滿意度也愈高；同時「版面屬性」層面的閱讀滿意度也愈高。因此親子天下雜誌除了提供親子教養的新知與觀念與讀者分享外，須加強提供實用性的學習資訊，並強化其內容特色以吸引讀者閱讀。

關鍵詞：家庭教育、閱讀動機、使用與滿足理論

Title of Thesis: Relations with Reading Motivations and Satisfaction of Education, Parenting, and Family Lifestyle Magazine – a Survey for Teachers of Chiayi Region

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

Graduate date: June 2012 **Degree Conferred: M.B.A.**

Name of student: Wang, Ching Hui **Advisor: Oliver L. Hung, Ph.D.**

Abstract

This research focuses on the characteristics of Education, Parenting, and Family Lifestyle Magazine readers, their views on the magazine, reading motivations and levels of reading gratifications as well as what exactly are the most important portions in the magazine from the reader's point of view prior to proceed to survey research. The intent is to not only serve as references for the magazine publishing but also provide the magazine to meet reader demand, develop diversified themes and subjects, and pioneer into new market segments. In addition, this research expects the magazine publishers to raise publishing volume and subscription rate by better fulfilling reader's need, managing wider range of topics and developing new market.

This research involved a survey. The Questionnaire of Correlation between Reading Motivation and Satisfaction for Readers of Education Parenting Family Lifestyle Magazine, which collected data from teachers of Chiayi Region. The valid samples are 480, which are 93.75% from the population of 538 questionnaires. Statistical methodologies included descriptive statistics, factor analysis, reliability analysis, t test, one-way ANOVA, Fisher multiple comparison analysis and Chi-square test.

Findings of this research revealed that, the main readership are married female homeroom teachers in Chiayi County, who are under 40 years old and been a teacher for between 1 and 2 decades. Within various channels of providing readers with the magazine, those who "borrowed" ranked as the highest. The most of readers returned the maganize after reading. Their monthly magazine expenses are under NTD300, and the main cause for purchase is to "learn new information about raising the young". "The rich contents of the magazine" is the major reason for their subscription. And within reading motivations, imperatives of reading and reading gratification levels, the dimension of "information learning" was rated as the highest. Furthermore, primary school teachers in Chiayi City pay more attention to acquiring the latest knowledge than

their counterparts in Chiayi County. The urban-rural gap could also be observed on demand for the latest knowledge acquisition.

The more intense motivation a reader has for “acquiring the latest knowledge” pays more attention to those dimensions of “leisure & entertainment”, “contents & character”, “the latest knowledge”, and “page layout” as well as the “reading satisfaction”. The more intense motivation a reader has for “leisure & entertainment”, not only pays more attention to “leisure & entertainment” but values higher on reading satisfaction and that for “page layout”. Broadly speaking, Education Parenting Family Lifestyle Magazine could do more than sharing new information and concepts for raising the young. By bringing up important topics about parenting education and effective solutions, the magazine should focus on enhancements in content characteristics so as to attract more readerships in the future.

Keyword : Family Education, Reading Motivations, Use and Gratification
Theory

目錄

中文摘要	i
英文摘要	ii
目錄	iv
表目錄	vi
圖目錄	xii
第一章	緒論.....	1
1.1	研究背景與動機.....	2
1.2	研究目的.....	5
1.3	研究問題.....	6
1.4	研究範圍與限制.....	7
1.5	研究流程.....	8
1.6	小結.....	9
第二章	文獻探討.....	11
2.1	家庭教育意義與重要性.....	11
2.1.1	家庭教育的意義.....	11
2.1.2	家庭教育的重要性.....	12
2.1.3	家庭教育與親子教育.....	14
2.2	雜誌的定義及特性.....	14
2.2.1	雜誌定義.....	15
2.2.2	雜誌的特性.....	16
2.2.3	小結.....	17
2.3	閱讀動機.....	18
2.3.1	動機的意義.....	19
2.3.2	動機理論.....	21
2.3.3	閱讀動機.....	23
2.4	使用與滿足理論.....	28
2.4.1	使用與滿足理論的發展歷程.....	29
2.4.2	使用與滿足理論的假設.....	32
2.4.3	使用與滿足理論之模式.....	34
2.4.4	使用與滿足理論之價值與缺失.....	40
2.4.5	使用與滿足理論應用在雜誌的相關研究.....	42
2.5	親子天下雜誌簡介.....	46
第三章	研究方法.....	50
3.1	研究架構.....	50
3.2	研究假設.....	52
3.3	研究樣本的選擇.....	53
3.4	問卷設計.....	54
3.4.1	預試問卷與施測.....	54
3.4.2	正式問卷施測與回收.....	54
3.4.3	讀者人口背景變項.....	55
3.4.4	讀者的滿意度及對重要性之認定.....	55
3.4.5	讀者的閱讀動機.....	56

3.4.6	讀者的閱讀行為.....	56
3.4.7	讀者的購買因素.....	56
3.5	資料分析方法.....	57
第四章	資料分析與解釋.....	59
4.1	資料樣本結構描述.....	59
4.1.1	樣本結構分析.....	59
4.2	閱讀重要性、滿意度與閱讀動機因素分析.....	64
4.2.1	閱讀重要性因素分析.....	64
4.2.2	閱讀滿意度因素分析.....	67
4.2.3	閱讀動機因素分析.....	70
4.3	假設檢定.....	73
4.3.1	人口統計變數與閱讀重要性之檢定.....	73
4.3.2	人口統計變數與閱讀滿意度之檢定.....	80
4.3.3	人口統計變數與閱讀動機之檢定.....	86
4.3.4	人口統計變數與閱讀行為之檢定.....	91
4.3.5	人口統計變數與購買因素之檢定.....	113
4.3.6	閱讀重要性與閱讀滿意度對閱讀動機之相關探討	132
4.4	研究假設檢驗結果.....	135
4.5	閱讀重要性與閱讀滿意度缺口分析.....	138
4.5.1	閱讀重要性描述性分析.....	139
4.5.2	閱讀滿意度描述性分析.....	139
4.5.3	閱讀重要性與閱讀滿意度缺口分析.....	140
4.5.4	小結.....	142
第五章	研究結論與建議.....	143
5.1	研究結論與建議.....	143
5.1.1	基本資料.....	143
5.1.2	閱讀行為描述.....	144
5.1.3	購買因素描述.....	145
5.1.4	閱讀重要性、滿意度與閱讀動機因素分析.....	145
5.1.5	人口統計變數與閱讀重要性之檢定.....	146
5.1.6	人口統計變數與閱讀滿意度之檢定.....	146
5.1.7	人口統計變數與閱讀動機之檢定.....	147
5.1.8	人口統計變數與閱讀行為之檢定.....	147
5.1.9	人口統計變數與購買因素之檢定.....	148
5.1.10	閱讀重要性與閱讀滿意度對閱讀動機之差異探討	148
5.1.11	閱讀重要性與閱讀滿意度缺口分析.....	149
5.2	研究建議.....	149
5.2.1	對出版社、編輯者之建議.....	150
5.2.2	對後續研究的建議.....	151
參考文獻	153
附錄一	國內外各學者提出之「家庭教育的意義」整理...	164
附錄二	家庭教育法.....	169
附錄三	研究問卷.....	172

表 目 錄

表 1.1	2005 年各雜誌類型比例	4
表 1.2	2010 年雜誌銷售排行榜/博客來網路書店分類排行榜....	4
表 1.3	2010 年雜誌銷售排行榜.....	7
表 2.1	各學者提出之「家庭教育」的重要性整理.....	13
表 2.2	中外學者對動機的定義.....	20
表 2.3	中外學者對閱讀動機之看法.....	25
表 2.4	使用與滿足理論發展期.....	30
表 2.5	使用與滿足理論應用在雜誌之相關文獻.....	42
表 3.1	分層抽樣人數統計表.....	54
表 4.1	人口統計變數分析表.....	60
表 4.2	閱讀行為分析表.....	62
表 4.3	購買因素分析表.....	64
表 4.4	閱讀重要性因素 KMO 與 Bartlett 檢定.....	65
表 4.5	閱讀重要性各因素構面的特徵值與累計解釋變異量.....	65
表 4.6	因素分量表信度指標值判別準則.....	66
表 4.7	閱讀重要性各因素構面的因素負荷量與信度分析.....	67
表 4.8	閱讀滿意度因素分析 KMO 與 Bartlett 檢定.....	68
表 4.9	閱讀滿意度各因素構面的特徵值與累計解釋變異量.....	68
表 4.10	閱讀滿意度各因素構面的因素負荷量與信度分析.....	70
表 4.11	閱讀動機因素分析 KMO 與 Bartlett 檢定.....	71
表 4.12	閱讀動機各因素構面的特徵值與累計解釋變異量.....	71
表 4.13	閱讀動機各因素構面的因素負荷量與信度分析.....	72
表 4.14	不同性別對閱讀重要性描述統計與 t 檢定摘要表	73
表 4.15	不同年齡對閱讀重要性描述統計與 t 考驗摘要表	74
表 4.16	不同婚姻狀況對閱讀重要性描述統計與 t 考驗摘要表...	75
表 4.17	不同教育程度對閱讀重要性描述統計與變異數分析摘要 表.....	76
表 4.18	不同任教年資對閱讀重要性描述統計與變異數分析摘要 表.....	77
表 4.19	不同職務對閱讀重要性描述統計與變異數分析摘要表...	78
表 4.20	不同任教地點對閱讀重要性描述統計與 t 考驗摘要表...	79
表 4.21	不同人口統計變數對閱讀重要性差異情形彙整表.....	79
表 4.22	不同性別對閱讀滿意度描述統計與 t 檢定摘要表	80
表 4.23	不同年齡對閱讀滿意度描述統計與 t 考驗摘要表.....	81
表 4.24	不同婚姻狀況對閱讀滿意度描述統計與 t 考驗摘要表....	81
表 4.25	不同教育程度對閱讀滿意度描述統計與變異數分析摘要 表.....	82
表 4.26	不同任教年資對閱讀滿意度描述統計與變異數分析摘要 表.....	83

表 4.27	不同職務對閱讀滿意度描述統計與變異數分析摘要表...	84
表 4.28	不同任教地點對閱讀滿意度描述統計與 t 考驗摘要表...	85
表 4.29	不同人口統計變數對閱讀滿意度差異情形彙整表.....	86
表 4.30	不同性別對閱讀動機描述統計與 t 檢定摘要表.....	87
表 4.31	不同年齡對閱讀動機描述統計與 t 考驗摘要表.....	87
表 4.32	不同婚姻狀況對閱讀動機描述統計與 t 考驗摘要表.....	88
表 4.33	不同教育程度對閱讀動機描述統計與變異數分析摘要表	88
表 4.34	不同任教年資對閱讀動機描述統計與變異數分析摘要表	89
表 4.35	不同職務對閱讀動機描述統計與變異數分析摘要表.....	90
表 4.36	不同任教地點對閱讀動機描述統計與 t 考驗摘要表.....	90
表 4.37	不同人口統計變數對閱讀動機差異情形彙整表.....	91
表 4.38	不同性別在閱讀行為之「閱讀雜誌的管道」卡方檢定摘要表.....	92
表 4.39	不同性別在閱讀行為之「閱讀雜誌時間多久」卡方檢定摘要表.....	92
表 4.40	不同性別在閱讀行為之「閱讀雜誌的方法」卡方檢定摘要表.....	93
表 4.41	不同性別在閱讀行為之「閱讀一期雜誌花費時間」卡方檢定摘要表.....	93
表 4.42	不同性別在閱讀行為之「讀完的雜誌處理方式」卡方檢定摘要表.....	94
表 4.43	不同性別教師在閱讀行為之「每次閱讀雜誌的時間」卡方檢定摘要表.....	94
表 4.44	不同年齡在閱讀行為之「閱讀雜誌的管道」之卡方檢定摘要表.....	95
表 4.45	不同年齡教師教師在閱讀行為之「閱讀雜誌時間多久」卡方檢定摘要表.....	95
表 4.46	不同年齡教師在閱讀行為之「閱讀雜誌的方法」卡方檢定摘要表.....	96
表 4.47	不同年齡教師在閱讀行為之「閱讀一期雜誌花費時間」卡方檢定摘要表.....	96
表 4.48	不同年齡在閱讀行為之「讀完雜誌處理方式」卡方檢定摘要表.....	97
表 4.49	不同年齡在閱讀行為之「每次閱讀雜誌的時間」卡方檢定摘要表.....	97
表 4.50	不同婚姻狀況在閱讀行為之「閱讀雜誌的管道」卡方檢定摘要表.....	98
表 4.51	不同婚姻狀況在閱讀行為之「閱讀雜誌時間多久」卡方檢定摘要表.....	98
表 4.52	不同婚姻狀況在閱讀行為之「閱讀雜誌的方法」卡方檢定摘要表.....	99

表 4.53	不同婚姻狀況在閱讀行為之「閱讀一期雜誌花費時間」卡方檢定摘要表.....	99
表 4.54	不同婚姻狀況在閱讀行為之「讀完的雜誌處理方式」卡方檢定摘要表.....	100
表 4.55	不同婚姻狀況在閱讀行為之「每次閱讀雜誌的時間」卡方檢定摘要表.....	100
表 4.56	不同教育程度在閱讀行為之「閱讀雜誌的管道」卡方檢定摘要表.....	101
表 4.57	不同教育程度在閱讀行為之「閱讀雜誌時間多久」卡方檢定摘要表.....	101
表 4.58	不同教育程度在閱讀行為之「閱讀雜誌的方法」之卡方檢定摘要表.....	102
表 4.59	不同教育程度在閱讀行為之「閱讀一期雜誌花費時間」卡方檢定摘要表.....	102
表 4.60	不同教育程度在閱讀行為之「讀完的雜誌處理方式」卡方檢定摘要表.....	103
表 4.61	不同教育程度在閱讀行為「每次閱讀雜誌的時間」之卡方檢定摘要表.....	103
表 4.62	不同教學年資在閱讀行為之「閱讀雜誌的管道」卡方檢定摘要表.....	104
表 4.63	不同教學年資在閱讀行為「閱讀雜誌時間多久」之卡方檢定摘要表.....	104
表 4.64	不同教學年資在閱讀行為之「閱讀雜誌的方法」卡方檢定摘要表.....	105
表 4.65	不同教學年資在閱讀行為之「閱讀一期雜誌花費時間」卡方檢定摘要表.....	105
表 4.66	不同教學年資在閱讀行為之「讀完的雜誌處理方式」卡方檢定摘要表.....	106
表 4.67	不同教學年資在閱讀行為之「每次閱讀雜誌的時間」卡方檢定摘要表.....	106
表 4.68	不同職務在閱讀行為之「閱讀雜誌的管道」卡方檢定摘要表.....	107
表 4.69	不同職務在閱讀行為之「閱讀雜誌時間多久」卡方檢定摘要表.....	107
表 4.70	不同職務在閱讀行為之「閱讀雜誌的方法」卡方檢定摘要表.....	108
表 4.71	不同職務在閱讀行為之「閱讀一期雜誌花費時間」卡方檢定摘要表.....	108
表 4.72	不同教學年資在閱讀行為之「讀完的雜誌處理方式」卡方檢定摘要表.....	109
表 4.73	不同職務在閱讀行為之「每次閱讀雜誌的時間」卡方檢定摘要表.....	109

表 4.74	不同任教地點在閱讀行為之「閱讀雜誌的管道」之卡方檢定摘要表.....	110
表 4.75	不同任教地點在閱讀行為「閱讀雜誌時間多久」之卡方檢定摘要表.....	110
表 4.76	不同任教地點在閱讀行為之「閱讀雜誌的方法」之卡方檢定摘要表.....	111
表 4.77	不同任教地點在閱讀行為「閱讀一期雜誌花費時間」之卡方檢定摘要表.....	111
表 4.78	不同任教地點在閱讀行為「讀完的雜誌處理方式」之卡方檢定摘要表.....	112
表 4.79	不同任教地點在閱讀行為「每次閱讀雜誌的時間」之卡方檢定摘要表.....	112
表 4.80	不同背景變數教師在閱讀行為差異情形彙整表.....	113
表 4.81	不同性別在購買因素之「每月購買雜誌支出」卡方檢定摘要表.....	114
表 4.82	不同性別在購買因素之「購買雜誌的原因」卡方檢定摘要表.....	114
表 4.83	不同性別在購買因素之「獲得雜誌訊息的管道」卡方檢定摘要表.....	115
表 4.84	不同性別在購買因素之「最常購買雜誌的地點」卡方檢定摘要表.....	115
表 4.85	不同性別教師在購買因素之「訂閱雜誌最主要的原因」之卡方檢定摘要表.....	116
表 4.86	不同年齡在購買因素之「每月購買雜誌支出」卡方檢定摘要表.....	116
表 4.87	不同年齡教師教師在購買因素之「購買雜誌的原因」卡方檢定摘要表.....	117
表 4.88	不同年齡教師在購買因素之「獲得雜誌訊息的管道」卡方檢定摘要表.....	117
表 4.89	不同年齡在購買因素之「最常購買雜誌的地點」卡方檢定摘要表.....	118
表 4.90	不同年齡在購買因素之「訂閱雜誌最主要的原因」卡方檢定摘要表.....	118
表 4.91	不同婚姻狀況在購買因素之「每月購買雜誌支出」卡方檢定摘要表.....	119
表 4.92	不同婚姻狀況在購買因素之「購買雜誌的原因」卡方檢定摘要表.....	119
表 4.93	不同婚姻狀況在購買因素之「獲得雜誌訊息的管道」卡方檢定摘要表.....	120
表 4.94	不同婚姻狀況在購買因素之「最常購買雜誌的地點」卡方檢定摘要表.....	120

表 4.95	不同婚姻狀況在購買因素之「訂閱雜誌最主要的原因」卡方檢定摘要表.....	121
表 4.96	不同教育程度在購買因素之「每月購買雜誌支出」卡方檢定摘要表.....	121
表 4.97	不同教育程度在購買因素之「購買雜誌的原因」卡方檢定摘要表.....	122
表 4.98	不同教育程度在購買因素「獲得雜誌訊息的管道」之卡方檢定摘要表.....	122
表 4.99	不同教育程度在購買因素「最常購買雜誌的地點」之卡方檢定摘要表.....	123
表 4.100	不同教育程度在購買因素之「訂閱雜誌最主要的原因」卡方檢定摘要表.....	123
表 4.101	不同教學年資在購買因素之「每月購買雜誌支出」卡方檢定摘要表.....	124
表 4.102	不同教學年資在購買因素之「購買雜誌的原因」卡方檢定摘要表.....	124
表 4.103	不同教學年資在購買因素之「獲得雜誌訊息的管道」卡方檢定摘要表.....	125
表 4.104	不同教學年資在購買因素之「最常購買雜誌的地點」卡方檢定摘要表.....	125
表 4.105	不同教學年資在購買因素之「訂閱雜誌最主要的原因」卡方檢定摘要表.....	126
表 4.106	不同職務在購買因素之「每月購買雜誌支出」卡方檢定摘要表.....	126
表 4.107	不同職務在購買因素之「購買雜誌的原因」卡方檢定摘要表.....	127
表 4.108	不同職務在購買因素之「獲得雜誌訊息的管道」卡方檢定摘要表.....	127
表 4.109	不同職務在購買因素之「最常購買雜誌的地點」卡方檢定摘要表.....	128
表 4.110	不同職務在購買因素之「訂閱雜誌最主要的原因」卡方檢定摘要表.....	128
表 4.111	不同任教地點在購買因素之「每月購買雜誌支出」卡方檢定摘要表.....	129
表 4.112	不同任教地點在購買因素之「購買雜誌的原因」卡方檢定摘要表.....	129
表 4.113	不同任教地點在購買因素之「獲得雜誌訊息的管道」卡方檢定摘要表.....	130
表 4.114	不同任教地點在購買因素「最常購買雜誌的地點」之卡方檢定摘要表.....	130
表 4.115	不同任教地點在購買因素之「訂閱雜誌最主要的原因」卡方檢定摘要表.....	131

表 4.116 不同背景變數教師在購買因素差異情形彙整表.....	131
表 4.117 閱讀動機-資訊學習對閱讀重要性 t 考驗摘要表.....	133
表 4.118 閱讀動機-休閒娛樂對閱讀重要性 t 考驗摘要表.....	133
表 4.119 閱讀動機-資訊學習對閱讀滿意度 t 考驗摘要表.....	134
表 4.120 閱讀動機-休閒娛樂對閱讀滿意度 t 考驗摘要表.....	135
表 4.121 研究假設一驗證分析表.....	135
表 4.122 研究假設二驗證分析表.....	136
表 4.123 研究假設三驗證分析表.....	136
表 4.124 研究假設四驗證分析表.....	137
表 4.125 研究假設五驗證分析表.....	137
表 4.126 研究假設六驗證分析表.....	138
表 4.127 研究假設七驗證分析表.....	138
表 4.128 閱讀重要性描述性分析.....	139
表 4.129 閱讀滿意度描述性分析.....	140
表 4.130 閱讀重要性與閱讀滿意度差異分析.....	141

圖 目 錄

圖 1.1	研究流程圖.....	9
圖 2.1	Rosengren 的使用與滿足理論模型.....	35
圖 2.2	Rosengren 的媒體使用與滿足的共通模式.....	36
圖 2.3	Windahl (1981) 的使用與效果模式.....	38
圖 2.4	McLeod & Becker (1981) 的使用與滿足模式.....	39
圖 3.1	研究架構圖.....	51

第一章 緒論

變動中的世界與台灣，親子關係面臨著許多挑戰，包括少子化所帶來的愛與管教之兩難、經濟危機所帶來的家庭結構不穩定、網路與電動玩具沉溺所帶來的管教問題等等。父母應如何因應社會變遷所帶來的挑戰？

由於國內的父母向來非常注重自己子女的養育及教育，因為每位孩子永遠都是父母的心肝寶貝，家長們無不「望子成龍」、「望女成鳳」，這種根深蒂固的觀念，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殷切。隨著時代的進步與環境變遷，在知識經濟及少子化的時代，父母瞭解學習的重要，也更加重視子女的教育品質及未來發展可能，根據調查，經濟再怎麼不景氣，為人父母者仍會想盡辦法從自己身上或生活上節省開支，非不得已才會縮減孩子的花費預算（王媛媛、高欣宜，1999）。

台灣每年出版超過5,000種雜誌，雜誌業進入一個競爭激烈且成熟擁擠的產業週期中。由於社會環境、產業競爭環境、市場需求環境、技術趨勢的衝擊，使得臺灣雜誌產業產生結構性的劇烈變化，迫使臺灣雜誌產業經營環境面臨前所未有的衝擊變動和嚴峻考驗。根據高見文化行銷、如翊文化行銷、萊爾富及臺北市雜誌商業同業公會資料顯示，2008年計有84種雜誌停刊，停刊數量創新高。但同時仍有新創刊雜誌，以尤其以著重親子關係類的雜誌一出刊即有亮眼成績，可以顯示出少子化下，父母對下一代的學習教育及家庭與生活的重視（黃蓓伶，2009）。

親子教育類雜誌在臺灣也有一定的規模，由於少子化的趨勢，臺灣的出生率持續下滑，但是臺灣父母在子女身上的投資，與對教育的重視與日俱增，著重親子關係的《親子天下》，於2008年亮眼出刊，代表少子化下，父母對下一代的學習教育及家庭與生活更為重視。親子天下於2008年8月才創辦雙月刊，2010年4月改成月刊的親子天下，該刊訂戶一年內成長超過兩倍，在不景氣的2009年，在絕大多數臺灣雜誌在發行人數、廣告量雙雙下滑的情況下，仍能逆勢成長，值得我們探討研究。

本章將先探討研究背景與說明研究動機，接著提出研究問題，說明研究目的以及研究流程。

1.1 研究背景與動機

據行政院主計處（2007）之統計顯示，近年來臺灣地區家庭之生活品質逐漸下降，包括離婚率、棄嬰比率、兒童受虐比率、單親家庭比率以及十八歲以下離家出走人口比率，均呈現逐年攀升趨勢。而已婚婦女就業人口逐年提升、家庭人口老化、嬰兒出生數逐年下降，造成扶養比改變、多元家庭存在普遍等等，從中能發現現代家庭所需面臨的各項課題與挑戰。而這些源於家庭的問題，往往會衍生為社會的問題，因而愈加突顯出家庭教育的重要性（鄭憶倫，2008）。

家庭教育在個體的成長過程中，所扮演的角色是相當重要的，家庭教育猶如水一般，能載舟亦能覆舟，家庭是否會和諧安詳，與是否會成為社會問題的根源，端賴在家庭教育上深耕的程度而定（周新富，2006）。家庭是每個人最早接觸的團體，因此家庭教育顯得的非常重要，父母給予孩子正確的教導，孩子自然能夠成為有品德的人，若父母疏忽孩子的教育發展，孩子可能會因而學壞。家庭教育對每個人的影響深大，因此不只是從小開始的教育，更要在平常時給孩子正確的觀念。

在資訊爆炸的時代裡，每天接受的訊息琳瑯滿目，吸取所需的知識管道可說是來自四面八方，每個人皆是從日常生活中的電視、廣播、網路、書籍、雜誌、報紙中獲取所需的知識及訊息來源。吳進生（2008）認為網路時代來臨，對平面媒體造成的衝擊，從2000年開始就與日俱增，雜誌雖然沒有像報紙受到的衝擊那麼大，但是這幾年來雜誌的發行人數萎縮、廣告量下滑，卻是不爭的事實，綜觀臺灣雜誌市場，在2007年可說是呈現兩極化的表現，有集團一口氣收掉多本刊物，營收年年下滑，有的卻是營收節節高升。由此可知整體雜誌市場雖然有困難，但

相較於報業，仍有各式各樣的雜誌在市面上發行與流通。

根據2008年出版年鑑（2008），2007年新創刊的雜誌計有146本，2007年停刊的雜誌計有64本，由此資料可知，雜誌是書本市場中汰換速度極快的一支。不管是擁有廣大讀者群的八卦、美容、服裝、時尚、影視...類，或是有著專業領域的音樂、汽車、旅遊、藝術、裝潢...類，要在雜誌市場中佔有一席之地實非易事。雜誌是一種個人化的文化產品，消費者會選擇自己喜愛的内容做為休閒雜誌，或是閱讀自己所需要的工具雜誌，因此各個雜誌的消費族群將依其定位而有所不同。受經濟整體環境之改變，國人的消費能力提高，對雜誌消費能力上升的同時，讀者對雜誌需求更加多元。業者也得以將產品路線更加細分，朝向分眾化雜誌發展，迎合更小眾閱讀族群的需要。而在雜誌愈形分眾化的今日，即使是不被市場看好的教育類雜誌，仍有一群讀者默默支持，固守著相對小眾的市場。

依據王彩雲（2010）認為親子教育類雜誌在臺灣也有一定的規模，雖然臺灣的出生率持續下滑，但是臺灣父母在子女身上的投資，與對教育的重視與日俱增，很多人認為少子化會嚴重侵蝕親子相關產品市場，但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，更能吸引這一代重視教育與教養品質的父母，產品反而能夠逆轉勝出。

雜誌是個分眾特性明顯又充滿活力的媒體，特別是在臺灣這個媒體多元又蓬勃的社會，每一種雜誌要生存下去，不但要清楚地找出自己的目標對象，還要提供其他媒體無法滿足讀者的獨特需求。親子天下雜誌就是一個明顯的例子。親子天下核心讀者群，設定為家有5-15歲小孩的父母，這是目前市場上目前所缺乏，沒有媒體直接服務這群有龐大焦慮與需求的讀者。親子天下提供有意義、有系統的知識，也成為全職媽媽自我成長最好的媒體和素材。因此即使在不景氣的2009年，親子天下雜誌一樣有兩位數亮麗的成長。在絕大多數臺灣雜誌在發行人數、廣告量雙雙下滑的情況下，仍能逆勢成長，值得我們探討研究（王彩雲，2010）。

根據行政院新聞局（2005）「94年台灣雜誌出版產業調查研究」顯示（表1.1），「教育」類共14種，就數量而言並不多，在雜誌市場上的比例也相當低。

表1.1 2005年各雜誌類型比例

類型	雜誌數	百分比
流行時尚	88	19.5
電腦、資訊、網路	32	7.1
文學、歷史與哲學	28	6.2
兒童青少年	28	6.2
語言學習	26	5.8
企管行銷	25	5.5
財經	24	5.3
汽機車與單車	21	4.7
體育休閒	20	4.4
廣播影視娛樂	17	3.8
建築、室內設計	16	3.5
科學技術	15	3.3
教育	14	3.1
電子、電機	14	3.1
綜合類	14	3.1
藝術美學	12	2.7
健康與醫療	12	2.7
漫畫	11	2.4
時事法政	11	2.4
宗教與社會生活	10	2.2
婦女與家庭	9	2.0
國防軍事	4	0.9
總計	451	100

資料來源：2005年雜誌出版產業調查研究報告

表 1.2 2010年雜誌銷售排行榜／博客來網路書店分類排行榜

名次	親子育樂類
1	星期八幼兒全能發展誌（月刊）
2	親子天下（月刊）
3	食尚小玩家（雙週刊）
4	新小牛頓雜誌（月刊）
5	哇，我懂了！（週刊）

（以上統計區間：2009年12月1日 2010年11月30日）

天下雜誌在2002年的9月30至10月25日對全國中小學教師所做的「中小學教師閱讀大調查」中顯示：國中小老師的休閒活動中，看書是最主要活動（佔34.6%）；每年願意花2000元以上的購書經費的更佔65.8%，顯示出老師和一般群眾相比，是更愛看書、也更願花錢買書的一群。國中小老師是教育的扎根者，「中小學教師閱讀大調查」中，看書的原因選擇「工作需要」的近六成，比一般人高出一倍以上，甚至在「就是愛看書」的比例也佔38.5%（一般人比例佔26.8%），62.5%的國中小老師，閱讀時都會自己去買書，只有26.1%會去圖書館借書。整體而言，老師是一群愛讀書、也肯定閱讀功用、樂趣的教育工作者（游常山，2003）。

由於親子天下承接了天下雜誌教育特刊十幾年來的忠實讀者。除了關心教育與教養的菁英父母以外，還有學校的教師、行政、領導決策者。而學校教師因本身的教育專業性，為較常接觸親子天下雜誌的主要群體之一，因此本研究以學校教師為母群，以嘉義縣、市國小的教師為取樣對象。

究竟閱讀親子天下雜誌的人口統計變數為何？他們的閱讀行為、閱讀動機以及購買雜誌的因素為何？對於現有的雜誌內容是否能從中獲得滿足？並針對其重要性加以分析，便能對親子天下雜誌的題材選擇提出建議，期能更符合讀者需求，甚至除了原有讀者群外，還能開發新的市場，讓親子天下雜誌可以在雜誌市場中永續發展。

1.2 研究目的

本研究根據研究背景與動機，為了瞭解教育工作者對親子天下雜誌之閱讀動機、閱讀行為、重要性及滿意度為何，選擇以嘉義縣、市的國小老師為對象，透過問卷調查方式蒐集教師的意見，最後進行統計分析，比較其觀點的一致性與差異性，提供作為親子天下雜誌出版的參考建議，讓雜誌出版方向盡量符合讀者的需求，開發更多元的題材、並開拓新市場，期能藉此提高親子天下雜誌的發行人數及訂閱率，將親子教養的新知與觀念與讀者分享，並提供有關親子教育方面的議題及有效的解決之道。因此，本研究目的如下：

1. 瞭解國小教師對親子天下雜誌的閱讀行為及購買因素的經驗；
2. 瞭解國小教師對親子天下雜誌的閱讀動機、閱讀重要性及滿意度之情形；
3. 探討不同背景的國小教師對親子天下雜誌的閱讀動機、閱讀重要性及滿意度差異情形；
4. 探討不同背景的國小教師對親子天下雜誌的閱讀行為及購買因素的差異情形；
5. 探討親子天下雜誌讀者的閱讀動機對閱讀重要性與滿意度之的差異情形；
6. 探討親子天下雜誌讀者的閱讀重要性與滿意度之的缺口差異情形。

1.3 研究問題

依據2010年雜誌銷售排行榜（出版年鑑，2011），如表1.3所示，市面上的雜誌以商業週刊最為暢銷，其次則是人體奧祕、時尚雜誌等，親子教育類雜誌沒有任何一本在榜上。雖然不是暢銷雜誌，但仍有許多親子教育雜誌屹立在市場上，一直在這塊領域默默耕耘著。而這些雜誌能在市面上繼續生存，除了出版社本身的財力外，靠的是小眾讀者們的購買或訂閱，才能維持雜誌的出版生命。若無讀者的購買與訂閱，雜誌無法獲得足夠的利潤，即使出版社再怎麼苦撐，最終還是無法永續經營，而要使讀者支持，親子天下雜誌一定要有足夠的吸引力，到底讀者們對於親子天下雜誌的閱讀動機為何？究竟親子天下雜誌到底有何吸引力？而影響閱讀的因素很多，讀者之所以會閱讀親子天下雜誌，有可能是因為興趣，或者是想要獲取新知，或者工作上需要...等理由，故本研究會先了解讀者個人背景特徵後，再去找因不同的個人，是否會造成閱讀動機的差異。而讀者是否有獲得閱讀的滿足？如果有，是對哪些向度感到滿意？以上皆是欲了解的課題。

因此研究者想要探討的問題如下：

1. 讀者閱讀親子天下雜誌的動機為何？
2. 不同背景變項讀者閱讀親子天下雜誌的動機是否有所差異？
3. 讀者閱讀親子天下雜誌的閱讀行為為何？
4. 不同背景變項讀者閱讀親子天下雜誌的閱讀行為是否有所差異？
5. 讀者閱讀親子天下雜誌的閱讀重要性為何？

6. 不同背景變項讀者閱讀親子天下雜誌的閱讀重要性是否有所差異？
7. 讀者閱讀親子天下雜誌的滿意度為何？
8. 不同背景變項讀者閱讀親子天下雜誌的滿意度是否有所差異？
9. 親子天下雜誌讀者的閱讀動機、閱讀重要性與滿意度之間是否有所差異？
10. 親子天下雜誌讀者的閱讀重要性與滿意度之的缺口是否有所差異？

表1.3 2010年雜誌銷售排行榜／高見文化行銷（2011 出版年鑑）

名次	雜誌名稱	出版社
1	商業周刊	英屬蓋曼
2	人體奧祕（週刊）	雨禾國際
3	VIVI唯妳時尚國際中文版（月刊）	青文出版社
4	今周刊	今周刊
5	MINA時尚國際中文版（月刊）	青文出版社
6	超越車訊（月刊）	超越文化
7	哇，我懂了！（週刊）	雨禾國際
8	時報周刊	時報周刊
9	天下雜誌（雙週刊）	天下雜誌
10	CHOC 恰女生（月刊）	尖端出版社
11	WITH國際中文版（月刊）	青文出版社
12	GQ（月刊）	美商康泰納仕
13	非凡新聞周刊	非凡國際
14	SPECR汽車性能情報誌（月刊）	超越文化
15	COLOR（月刊）	五言六社
16	愛女生（月刊）	時報周刊
17	經理人（月刊）	巨思文化
18	SMART智富理財（月刊）	英屬蓋曼
19	電玩通（週刊）	青文出版社
20	TAIPEI WALKER（月刊）	臺灣國際角川

註：1. 以上資料區間：2010年1月至12月

2. 統計範圍：全家、萊爾富、OK、惠康

1.4 研究範圍與限制

本研究設計對於研究結果的推論與應用有以下的限制：

1. 研究對象方面

學校教師因本身的專業性，為較常接觸親子天下雜誌的主要群體之一，因此本研究以嘉義縣、市公立國小的教師為母群，以分層立意方式抽取樣本；除了國小教師以外，尚有許多讀者，如關心教育與教養的家長、學者、作者、編輯、各級學校教師行政、領導決策者的觀點未能納入本研究，是本研究的限制之一。

2. 研究變項與內容方面

為了資料蒐集的便利性，將研究範圍縮小至嘉義縣、市國小教師，對於研究結果只能推論至嘉義地區。影響雜誌閱讀者的變項很多，本研究僅就讀者的「閱讀動機」、「閱讀行為」、「購買因素」、「閱讀重要性」及「閱讀滿意度」等變項做深入探討，其他相關之因素，則無法進行探討與分析，是本研究限制之二。

3. 研究工具方面

本研究工具採用自編之「親子天下雜誌讀者閱讀動機與滿意度相關研究」問卷，包含「個人基本資料」、「閱讀內容滿足與重要性」、「閱讀動機」、「閱讀行為」、「購買因素」等部分，研究結論僅限於問卷上所分析的層面，其他更深入的訪談分析並未在本研究範圍內，是本研究限制之三。

4. 研究雜誌內容方面

本研究僅以親子天下的紙本雜誌為研究範圍，至於親子天下雜誌網站，並未在本研究範圍內，是本研究限制之四。

1.5 研究流程

本研究的研究流程如圖1.1 所示。首先確定研究主題後，收集相關資料進行文獻探討，了解其他相關的研究成果，並建立研究架構及各項研究假設，以及問卷內容之設計，接著進行預試，經由預試結果然後進行修正問卷內容，成為正式問卷，然後對親子天下雜誌讀者選取樣本進行問卷發放及回收事宜，問卷回收後剔除無效問卷，輸入問卷資料，然後進行問卷之統計分析與討論，歸納出本研究之結論，並出提出建議，以達成本研究之目的。

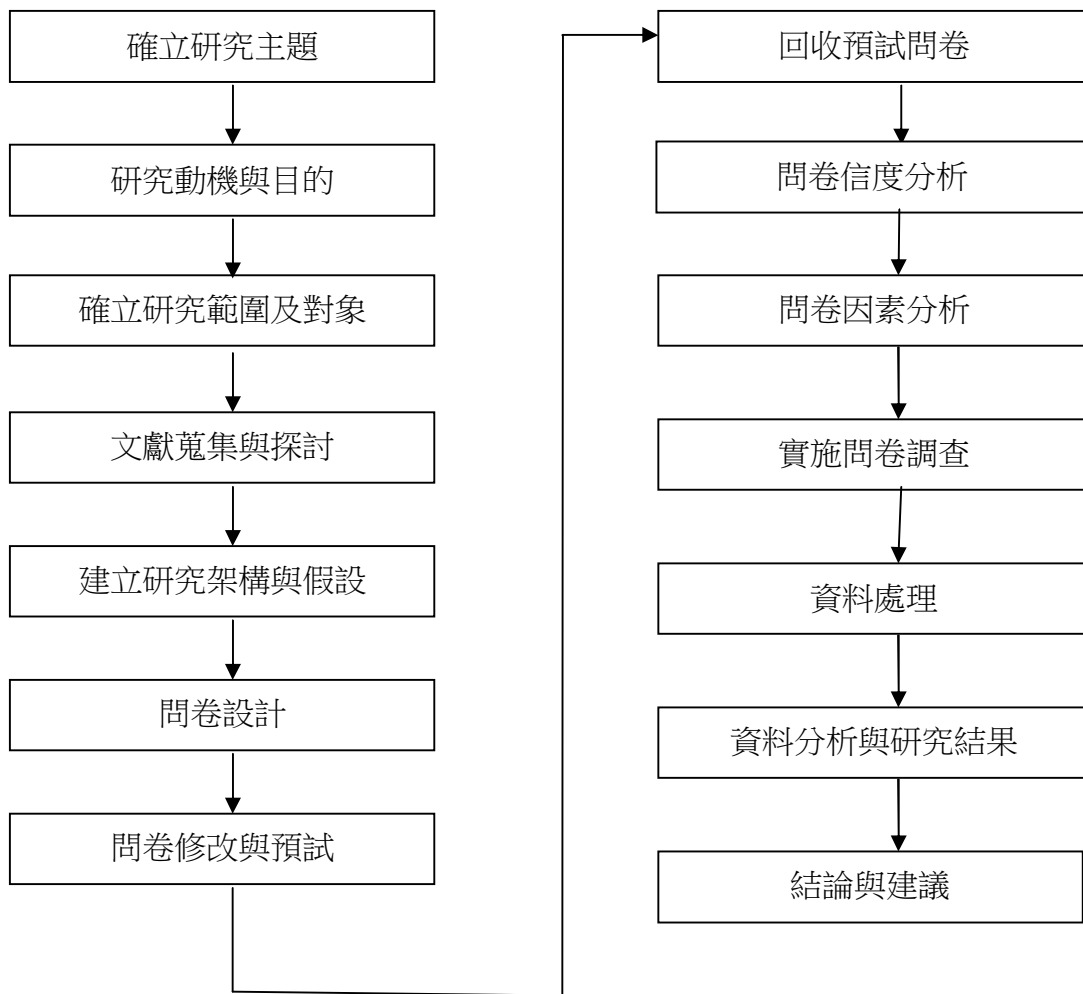


圖1.1 研究流程圖

1.6 小結

就如譚天福（2005）所指：「出版刊物的功能，必須在其傳播的理念、知識及資訊，能夠為閱讀群眾所接受，其出版目的方能達成。」親子天下雜誌的出版目的不是獲利，而是理想的散播，這是親子天下雜誌跟商業性雜誌最大的不同。

許多論文研究雜誌讀者，從最熱門的財經雜誌讀者、語言學習雜誌讀者、新聞雜誌讀者至冷門的軍事雜誌讀者、山岳雜誌讀者，都有研究者研究過，卻鮮少有親子教育雜誌讀者的相關研究。本研究藉由問卷調查，期能得出親子天下雜誌讀者的特性、對親子天下雜誌的閱讀動機、閱讀行為、購買因素、閱讀重要性以

及閱讀後滿意度等五個面向，到底哪些向度是讀者認為最重要的部分，可以提供作為親子天下雜誌出版的參考，期能提高親子天下雜誌的發行人數及訂閱率，對親子天下雜誌的題材選擇提出建議，期能更符合讀者需求，甚至除了原有讀者群外，還能開發新的市場，讓親子天下雜誌可以在雜誌市場中永續發展。



第二章 文獻探討

本研究以親子天下雜誌的讀者為研究對象，並以「使用與滿足理論」為基礎，來探討讀者的閱讀動機與滿意程度的關聯性。本章將進行五個部分的文獻探討，分別是家庭教育意義與重要性、雜誌的定義及相關研究、閱讀動機、使用與滿足理論及親子天下雜誌簡介。

2.1 家庭教育意義與重要性

《家庭教育法》（教育部，2003）所列的七項範圍：1.親職教育；2.子職教育；3.兩性教育；4.婚姻教育；5.倫理教育；6.家庭資源與管理教育；7.其他家庭教育事項。以下將分別探討家庭教育的意義與重要性，以及家庭教育與親子教育的關係。

2.1.1 家庭教育的意義

民國九十二年二月頒布之家庭教育法（2003）所稱之家庭教育，係指具有增進家人關係與家庭功能之各種教育活動。家庭教育是為增進國民家庭生活知能，健全國民身心發展，營造幸福家庭，以建立祥和社會之目的，具有增進家人關係與家庭功能的各種教育活動。

尹蘊華（1970）認為廣義的家庭教育是指包含個人一生的身心健全培養、情感生活的學習、倫理觀念的養成、道德行為的建立以及入學就業通婚成家，一切立身形式的指導都屬於家庭教育的範圍；而狹義的家庭教育，則是指兒童從出生至入小學前的教育。

張春興、曹中璋（1986）指出狹義的家庭教育是家長施予子女的教育；其教育對象為成長中的兒童或青少年，其教育目的在培養子女良好的生活習慣、道德觀念以及待人處事的基本能力。

楊國賜（1992）認為家庭教育是訓練兒童標準生活的中心，也是培養兒童正確觀念及倫理的開端。林淑玲（2003）為建立個人身心發展，營造幸福家庭，已

建立祥和社會，而透過各種教育形式以增進個人家庭生活所需之知識、態度與能力的教育活動，稱為家庭教育。

曹常仁（2010）家庭教育：廣義的觀點，家庭教育是指一個人自生到死，受到家庭環境、成員、氣氛的直接薰陶或間接影響，在情感生活的學習上、倫理觀念的養成上和道德行為的建立上，獲得身心健全發展的指導效益。狹義的觀點，家庭教育是指一個人一生的思想行為和觀念態度，取決於其早年在家庭所養成的最初習慣。

在探討家庭教育的相關文獻中，國內外學者專家均有很多見解，茲將國內外各專家學者對家庭教育的定義之定義，整理歸納出如附件一。

綜觀上述可知家庭教育涵蓋內容非常廣，家庭教育涵義趨向於任何增進個人及家庭生活之教育活動。本研究所認定的家庭教育傾向林淑玲（2005）指出家庭教育並非只是家庭內的教育，只要是能增進個人在家庭生活所需之知能與態度，所進行的所有教育活動都是可稱為家庭教育，且不論家庭教育在哪一個領域實施，其內涵也應一樣的。

2.1.2 家庭教育的重要性

近年來臺灣地區家庭問題日益嚴重，包括離婚率、棄嬰比率、兒童受虐比率、單親家庭比率以及十八歲以下離家出走人口比率，均呈現逐年攀升趨勢。而現代家庭結構面臨了的各項課題與挑戰，包括已婚婦女就業人口逐年提升、家庭人口老化、嬰兒出生數逐年下降，造成隔代扶養、多元家庭普遍存在等等問題。而這些源自於家庭的問題，往往會衍生為社會的問題，再加上少子化帶來愛與管教兩難，也因此現代的父母對子女教育及親子關係愈加重視，因而突顯出家庭教育的重要性，使得現代父母對親子教育與教養新知的學習也更加迫切。

茲就多位學者的觀點，分述「家庭教育」的重要性，如下表2.1：

表2.1：各學者提出之「家庭教育」的重要性整理

研究者	發表時間	研究內容
林清章	1997	「家庭教育」可促使家人關係和諧：家庭教育會使家庭成員間因良好的溝通、互動後，彼此有合宜的期望，並有較一致的共識，達到和諧的關係。
黃迺毓	1991	特別重視家庭的教育功能，認為大部分的孩子都是從家庭中學會說話、走路、守規矩、發展人際關係等等，更重要的是，孩子從父母、家人的身上學到價值觀、信仰和處事態度，所以家庭是教育的中心，對一個人的影響最為長久深遠。「家庭教育」是「生命的分享」，家庭教育可以說是施教者將生命中的菁華傳授予家庭成員的教育，毫無保留，像是分享其生命。
林純真	1998	「家庭教育」是型塑個人的價值觀念、道德行為和生命意義及凝聚人際感情與歸屬的歷程，其對個人的發展與成長，影響至深且鉅的不變事實，古今中外皆然。
池勝和 梅鳳珠 鄭美芳 陳欣憶	2004 2005 2005 2003	「家庭教育」是全人的教育：家庭教育的重點除了增進個人在生命歷程中所需的知識、情感和技能外，也包括心靈的提昇，引導家庭成員去追求生命的真義。其目的在使人們的身心皆能獲得健全的發展，都能適應良好，成為有價值的人。
施炎基	2006	家庭是個體最早的教育場所，個體在家庭的時間較長，孩子從家庭中學會說話、學會走路、學習守規矩，發展人際關係，學到價值觀和處事態度等等，顯然家庭是教育的中心，對一個人的影響最為長久而深遠。
林芬玲	2007	「家庭教育」是一切教育的基礎：「家庭教育」是人類一生中最早接受的教育，也是受教時間最長的教育，是一切教育的基礎。「家庭教育」透過各種教育方式，增進個人與家庭在整個家庭生命歷程中每一個階段，所需要的知識、情意和技能。「家庭教育」隨時隨地可行的終身教育：每個家庭都是教室，隨時隨地都可進行言教、身教、境教；個人一生生活於家庭，就不斷接受家庭教育；家庭教育的目的並非完全指在「父母如何教子女」而是「每個人如何在家庭中學習」，人永遠是家庭教育的實施對象。

料來源：研究者參考相關文獻自行整理

從上述的論點，可以見證家庭教育可以說是一切教育的基礎，也關係著學校教育及社會教育的成效家庭教育不當，則學校教育和社會教育基蒙受不良的影響（黃怡瑾，1999）。本研究所認定的家庭教育重要性傾向周新富（2006）的觀點：

1. 家庭教育是促進個體社會化的最佳方式。
2. 家庭教育可促進兒童身心的充分發展。
3. 良好的家庭教育可培養出優秀的人才。
4. 家庭教育與家庭幸福相輔相成。
5. 家庭教育可預防青少年的偏差行為。

2.1.3 家庭教育與親子教育

家庭教育乃相對於學校教育及社會教育而言，主要是指在家庭所實施的教育活動（教育大辭典，2000）。劉修吉（1999）則認為家庭教育是孩子誕生之後在成長場所所接受的教育。

曹常仁（2010）認為親職教育是從家庭教育演變而來，在過去，家庭中所有的教育活動，均被稱之為家庭教育(family education)。所以親職教育屬於家庭教育的一部分。周新富(2006)指出狹義家庭教育即是親職教育，不必嚴格區分。要重視家庭生活教育，增進個人與家庭的幸福感，包含正、非正式教育活動或情境。

曹常仁（2010）親職教育是指提供父母有關兒童身心發展及教養子女之事情，使父母扮演適當職份的教育過程，促成其健全家庭生活，協助建構親子互動模式，以促進親子關係；而親子教育是父母與子女間，共同對於親子間互動、溝通等問題，來進行協調與解決之事情。簡言之，親職教育較針對父母親所扮演的角色，來盡其之職份；而親子教育較針對父母與子女間協調、溝通、互動的過程或活動。

2.2 雜誌的定義及特性

現代人偏愛能即時應用的知識與資訊，因而閱讀雜誌的比例日益增加。雜誌猶如報紙，閱讀過後即丟棄，被視為「拋棄式」或「速食」的刊物，是以雜誌出版社的生存空間有限。因此對讀者的定位要清楚，而且編輯內容要切合讀者的需

求，版面編排要能活潑有創意，單元設計詳細豐富，主要的議題要能即時性及整體的延續性，是雜誌能否永續經營的指標。是以雜誌的編輯構思和呈現方式，當是優質雜誌的關鍵所在。

2.2.1 雜誌定義

雜誌是定期出版的一種印刷品，介於報紙與書籍之間，兼有兩者的長處。它最大的特點在於對一件事物的報導或研究，能集合眾多的看法和想法，以生動的文字傳給廣大的讀者（林長嵩，2007）。《大英百科全書》說明「雜誌」一詞乃源自阿拉伯的「倉庫」（Khazana），而後轉為阿拉伯文makhzan，再轉為阿拉伯文makhazin，後轉為義大利文magazzino，再轉為法文magasin，最後才成為今日英文的Magazine。「雜誌」一詞乃指其內容有如商人倉庫般豐富。而第一份以雜誌為命名的刊物，則是1731年英國人凱夫（Edward Cave）在英國發行的《紳士雜誌》（Gentlemen's Magazine），內容包括藝文、科學、新聞。《新辭海》對雜誌的定義為：「一種定期出版的刊物，發表不同題材許多作者的著述，有週刊、月刊、季刊、年刊」（蔡孟珈，2009）。

《維基百科》對於雜誌的定義：雜誌或期刊是一種定期發行的連續出版物，其中包含各種文章內容。是一種介於書籍和報紙之間的出版物。大多數的雜誌的收入來源都是廣告和讀者的購買。雜誌形成於罷工、罷課或戰爭中的宣傳小冊子。這種類似於注重報紙的時效的手冊，兼顧了更加詳盡的評論。所以一種新的媒體隨著這樣特殊的原因就產生了。其中最早出版的一本雜誌是於1665年1月在阿姆斯特丹由法國人薩羅（Denys de Sallo）出版的《學者雜誌》（Le Journal des Savants）（蔡孟珈，2009）。

而依照國內行政院新聞局行業分類說明，將雜誌出版產業定位為：「凡從事編輯雜誌(含期刊)所需之各種運作，包括文稿之擬定、廣告之預備及編輯、出版、發行之行業均屬之」（蔡孟珈，2009）。

根據行政院新聞局輔導出版事業要點（2001），雜誌是指用一定名稱，刊期為7日以上3月以下，且按期出版之刊物。依據行政院新聞局之分類，目前台

灣的雜誌共可分為週刊、雙周刊、半月刊、旬刊、月刊、雙月刊、季刊等七種。

《出版事典》一書對雜誌的所下的定義為「在一定的編輯方針下，蒐集各種稿件，並大都是以一週或一週以上的間隔，定期出刊。原則上，它是一種以冊子作為型態的出版品」（戴秀釗，1996）。

綜合以上定義，本研究將「雜誌」定義為以下四個要件：

1. 在一定的編輯方針下蒐集各種稿件；2. 用一定名稱出版；3. 刊期在七日以上，三個月以下；4. 經裝訂、且按期發行的一種刊物。

2.2.2 雜誌的特性

在各類型圖書館，期刊報紙應是僅次於圖書的重要收藏。對圖書館而言，期刊報紙以及其它的定期出版品統稱為叢刊（Serial），定義是：「多有一定刊期，號數會連續不斷，意欲無限出版之連續刊行出版品」，它依據出版時間的長短，分為期刊和連續出版品兩種，前者包括報紙、雜誌兩類；後者則包括年刊、報告、議事錄...等。

根據吳碧娟（2000）研究指出各類叢刊中期刊因出版快速、傳播迅速、內容新穎精闢、討論的議題廣泛深入、閱讀時間和成本比較經濟，所以成為現代社會傳播、研究、教育的利器，重要性逐漸凌駕書籍之上。

依據謝寶媛（2004）研究指出雖然中文都是以期刊來泛稱期刊與雜誌，實際上英文對期刊與雜誌的區分是很嚴謹的。Periodicals（有時亦稱為serials）是連續性出版品的總稱，只要是每週、每月，或是每年等定期連續出版的刊物都屬Periodicals。而Periodicals 又可分為期刊（Journals）、雜誌（Magazine）和報紙（Newspapers）三種類型。茲將期刊及雜誌說明如下：

1. Journals：通常是指學術期刊（Scholarly Journals），大部份的學術期刊是每月或是每季出版，通常是黑白印刷的版式，而且很少有廣告。
2. Magazines：通常Magazines 泛指通俗雜誌（Popular Magazines），通俗雜誌通常每週或每月出刊，是即時資訊很好的來源。

根據吳昌碩（1999）研究指出雜誌媒介具有下面的特性：

1. 雜誌類型可專業、多元的發展，可以符合特殊讀者的需求。
2. 雜誌並非每日出刊，出版時間較長（週刊、月刊、甚至更久時間），因而有更多時間處理資料，報導可更為深入而完整。
3. 雜誌可以清楚區隔讀者，走向可以大眾化，也可以小眾化。

依據許碧芳（無日期）將雜誌媒介的特性整理如下：

1. 區隔準確：在四大媒體之中，雜誌是市場區隔最為明確的，從雜誌的名稱到內容，大致就能決定該雜誌的讀者群。
2. 可重覆閱讀：不同於報紙，雜誌具有保存價值，過期的雜誌可能會被收藏，日後還有被閱讀的機會，這種重複閱讀率就類似於傳閱行為，在發行量上是具有相乘的效應。
3. 讀者群的消費力較高：一般而言，教育程度越高，閱讀雜誌的比例愈高，雜誌在大眾媒體中是屬於較為精緻、高階（up-scale）的媒介，讀者對雜誌資訊的主動性與信賴感遠高於電視、報紙、廣播等媒體。
4. 印刷品質佳：台灣的雜誌印刷精美、品質佳，可提供讀者良好的視覺享受，也因此價格普遍較高。

2.2.3 小結

雜誌是一種平面媒體的類型，具有即時性與報紙相較又更加深入，因而雜誌內容通常會反映當代現象與社會價值觀程度表現，由於經濟發展到相當程度後，各種知識學習及休閒消費、健康文化等雜誌也大行其道，於是專業分眾化遂成為雜誌市場主流（李淑貞，2006）。

「分眾傳播」亦可稱為「小眾傳播」（small group communication）或稱「窄播」（narrow communication 此與 narrow broadcasting 專指廣播之意不同）。於1985年「分眾」（diversified mass）這個新名詞在日本獲得「流行語」大獎，肯定這個新名詞對社會變遷的解釋能力，也肯定其可能造成的思維影響力。日本著名的研究機構「博報堂生活綜合研究所」（Hakuhodo of Life & Living）於1985年的研究報告---

「分眾的誕生」一書中道出：愈來愈少的商品能夠獲得全體社會的歡迎與注意；相反地供應特殊品味、特殊需要的商品於是產生與茁壯興盛。如此兩者俱顯的現象，突顯出新消費社會時代的來臨，大眾化的消費逐日崩潰，代而興起的是個別化、差異化的小型群體，稱為被分割了的大眾，簡稱為分眾。於是彰顯出「專業雜誌」乃是配合時代脈動與需要的產品，有其必然性與必需性（李淑貞，2006）。

根據李淑貞（2006）研究，所謂「專業雜誌」(special Magazine)是指雜誌以特定的性質為規範雜誌內容的範疇，並針對那些特定性質內容感興趣的讀者而編輯的刊物。然此類雜誌的對象並非僅限於「專業圈」(professional Community)的人士，而當包含其他有興趣的非專業讀者；兩者可合併為「特殊興趣受眾」(special interest audience)。其「專業雜誌」特性如下：

1. 從「質、量滿足」的社會時代，轉而追求「感性滿足」時代。
2. 從「凝聚一體、劃一特徵」的大眾，已轉而成「分散的」小集團，追求個別性的生活和事物。
3. 專業為確立其價值觀與感性，化被動為主動地搜集資訊，以俾摸索適合自己的生活方式。

而「親子雜誌」出版者即是想運用雜誌傳達親子教育的目的，而雜誌媒介的面向又較一些專業性期刊為大眾化，因而想瞭解一般大眾對親子教養與溝通方面的知識提升是否有幫助或有效果，透過調查瞭解大眾對親子雜誌的閱讀動機及閱讀偏好應是不錯的方法之一。

2.3 閱讀動機

動機研究大約起始於1930年代，最初的實驗針對行為發動(motors of behavior)的好奇，以及對本能 (instinct)、驅力 (drive)、激勵 (arousal)、需求 (need)、激發 (energization) 的聯想，直至1960年代，心理學研究方向逐漸從機制 (mechanism) 轉向認知，許多心理學家認為獎賞不見得能提高動機進而引發活動，而是必須讓個體知覺到正向的回饋才能激發其行為；1960年代後期、1970年

代初期陸續出現社會學習理論、因果歸因、自我效能、學習無助等議題，截至今日動機心理學家著重於自我（self）、成就努力、成就目標理論、環境變因的研究上（Weiner, 1990；許月霞，2011）。由於每個人的閱讀動機不盡相同，本節將先探討動機的意義及動機理論，再探討閱讀雜誌的動機。

2.3.1 動機的意義

「動機」(motivation)一詞係二十世紀才為心理學家所使用，國內學者張春興（1994）即界定動機為引起個體活動，維持已引起的活動，並促使該活動朝向某一目標進行的內在歷程。

所謂動機理論（theory of motivation），是指心理學家對「動機」此一概念所作的理論性與系統性的解釋。在本世紀四十年代，屬於行為主義學派的美國心理學家Hull，從個體內在經常維持均衡作用的觀點，對行為動機之解釋，提出了驅力減降論（drive-reduction theory）。五十年代以後，人本心理學興起，馬斯洛氏的需求層次論受到心理學界的普遍重視。到六十年代認知心理學興起後，動機理論有了新的發展，以認知論為理論基礎的動機理論，主要嘗試以理解的心理歷程，解釋個人自己或別人日常生活中某種複雜行為的動機，此外，另有心理學家，兼採社會學習論與認知論的觀點，也發展出了新的動機理論，此即「自我歸因論」、「自我效能論」及「動機的感覺主義」—包括「適度興奮論」（optimal-arousal-level theory）與「內在動機論」（theory of intrinsic motivation）（張春興，1997）。

關於「動機」定義早有已有多篇相關的論述，茲將中外學者對「動機」定義整理如表 2.2。

表2.2：中外學者對動機的定義

研究者	時間	動機的定義
張春興	1989	動機是指引起個體活動，維持已引起的活動，並促使該活動朝向某一目標進行的內在歷程。在認知取向的潮流下，個人的主觀覺知（或主觀知覺）（self-perception）是研究個人動機的重要關鍵。
張春興	1997	指出動機（motivation）是指引起個體活動，維持該活動，並促使該活動朝某一目標進行的內在作用，是一種促使個體進行各種行為的內在動力。
楊曉雯	1996	動機的產生，可以歸納為兩種原因，一是需求（need），二是刺激（stimulation）。需求是指個體會因為生理或心理上的某種不足或過剩，而產生不均衡感，為了消除這種不快、緊張的感覺，個體便會產生追求安定以恢復平衡的趨力，也就是動機，以促使個體朝向既定的目標活動。而所謂刺激，是指當個體尚未意識到潛在的需求時，若受到外在事物的刺激，也同樣會引發行為的動機。
江南發	1999	認為動機是一假設性的構念，用以解釋引發個體表現有目標導向之行為的起始、方向、強度及持續等現象的內在狀態，它是促使個體從事各種活動的內在原因，但我們無法直接觀察，必須透過行為間接推測。
Petri	1986	動機的概念可以用來描述有機體開始及引導行為的內在力量，也可以用來解釋行為強度的不同，如果個體的行為強度越強，我們可以說是動機水準較高的結果；或者也可以用動機來意指行為的方向。（引自林建平，1995）
McCombs	1988	認為動機在自我控制的學習中扮演了最重要的角色，其主要在維持正向的自我概念、知覺的自我效能及自我控制。

研究者	時間	動機的定義
Graham & Weiner	1996	認為動機可以用以檢視個體為什麼選擇該行為（choice of behavior），該行為潛伏多久（latency of behavior），行為強度多大（intensity of behavior），能堅持多久（persistence of behavior），以及從事該行為時，個體的認知及情緒反應（cognitions and emotional reactions）等內在狀態。
劉安彥	1997	指出為了研究和討論上的方便，心理學家通常把動機加以分類，由於動機本身性質的不同，心理學家用「驅力」（Drive）來代表那些主要與生理有關的動機；至於與心理學和社會有關的動機，則大多以「動機」（Motive）或「需要」（Need）來加以命名。
羅大華 & 何為民	1999	定義動機是行為的先導，要了解行為必先弄清楚動機。動機（Motive）是指能引起、維持一個人的活動，並將該活動導向一定目標，以滿足某種需要的直接動因或內心起因。

資料來源：研究者參考相關文獻自行整理

本研究所認知的動機概念傾向張春興所提出的意見，每個人從事特定的行為，一定有其動機，導向其目標，絕不可能是漫無目的的行為。故閱讀親子天下雜誌的讀者亦然，讀者閱讀親子天下雜誌一定有其動機，再導向其動機所對應的目標，而這些親子天下雜誌閱讀者的動機便是本研究課題之一。

2.3.2 動機理論

1. 行為學派的學習動機理論

按照行為學派的看法，此學派強調外控因素是引起學習動機的要素，因此是屬於外在動機學派。行為學派認為條件過程中之所以產生學習，是由於強化物（Reinforcement）能滿足個體需求而產生後效強化（Contingent Reinforcement）的

緣故 (Stipek, 1998; 張春興, 2000; 陳嘉弘, 2004; 許月霞, 2011)。

2. 人本學派的學習動機動機理論

根據以往學者 (張春興, 2000; 吳俊毅, 2000; 陳嘉弘, 2004; 許月霞, 2011) 的研究, 此學派認為內在潛能可視為是內動動機。在人本學派中著名的動機理論, 馬斯洛 (Maslow) 的需求層次理論 (Need- hierarchy Theory)。主張行為表現著重於刺激影響反應的心理動因, 認為人行為發生的原因在於滿足需求、習慣或外界的誘因。

馬斯洛 (Maslow) 需求層級理論 (Hierarchy of Needs) 主張人的需求可分為五個層次 (Robbins, 1998) :

- (1) 生理 (Physiological) : 包括飢餓、口渴、性慾等。
- (2) 安全 (Safety) : 包括身體與心理的安全感等。
- (3) 社會性 (Social) : 包括感情、歸屬感、友誼等。
- (4) 自尊 (Esteem) : 包括自重、自主性、成就感等內部自尊因子, 及地位、認同感等外部自尊因子。
- (5) 自我實現 (Self-actualization) : 包括成長、發揮潛能、自我願望的實現。

此外, 馬斯洛認為需求是由下往上發展的, 也就是說低層的需求得到滿足後, 才會發展較高一層的需求, 同時馬斯洛將五個需求分為低層次 (Lower-order) 包括生理、安全需求, 及高層次 (Higher-order) 包括社會性、自尊、自我實現。前者為具有內部性, 後者具有外部性 (吳俊毅, 2000; 許月霞, 2011)。

張春興 (2000) 在教育心理學一書中指出, 有關馬斯洛的需求層次理論 (NeedhierarchyTheory) 對學習動機的看法:

- (1) 需求層次中含有學習動機。在需求層次論中, 馬斯洛將人的需求分為基本需求與成長需求, 在基本需求中, 人可能因為生理或心理上的缺失而導致行為。心理學上解釋行為動機上的問題, 皆廣泛的採用馬斯洛的需求層次論。
- (2) 兩大需求的交互作用。在兩大需求的的交互作用中, 學習動機是屬於成長需求, 求知需求的產生將繫於基本需求是否滿足。此即一般學生對求知一 是未必有學習動機的原因。

(3) 自我實現中的高峰經驗。自我實現之歷程，在解釋人類之生活適應；認為一般人在生活中，都是基於自己的潛力，盡力追求滿足，從而使自我得以實現。

3. 成就動機

近代認知取向的動機理論則著重於探討「個人成就行爲」中目標及達成方式的選擇。以成就動機的觀點來解釋學習動機，係個人具有成就需求，追求目標的取向（簡曜輝等譯，2002）。依據Atkinson（1974）認為成就動機理論係一交互作用的觀點，同時認為個人及情境的因素是行爲的重要預測。如個體在選擇或從事某項工作時，會同時產生「追求成功」與「避免失敗」兩種心理作用，再者受情境與環境的影響，學習者在內在與外在的考量下，有趨近成功或避免失敗的結果傾向，最後表現或反應於行爲（陳嘉弘，2004；許月霞，2011）。

從上述有關動機理論探討得知，由於教師閱讀親子天下雜誌動機的是屬於內、外在動機的範疇；而需求層次理論（Need- hierarchy Theory）也透露出，閱讀者之所以想學習是因為有需求，認為自己缺少些需求或想實現自我，因此開始學習，此屬於內在動機的範疇。

2.3.3 閱讀動機

根據Neill（1922）與蔡雅芳（2010）研究指出，閱讀幫助我們讓世界對我們而言是有意義的，由下列幾點可以看出閱讀是很有影響力：

1. 印刷及文字因為其特殊的本質，讀者必須思考及想像，以了解文字的意義，比較難的精神活動，因此，讀者通常是處於較用心的學習狀態。
2. 書本提供的理念及經驗，可以幫助我們描述生活中發生的一些事。
3. 書本提供了讀者行爲模式。
4. 書本對事物的描繪較敏銳，對生活中複雜的層面，描述的較電視或影片真實。
5. 閱讀是一種精神活動，無形中鼓勵讀者多思考。
6. 閱讀使人成長，在閱讀過程中讀者學會了解自己、擴展個人經驗、提升自我的知識。

依據龍協濤（1993）與蔡雅芳（2010）的研究指出，閱讀行為的本質以下列 4 點來表示：

1. 閱讀是一種意義建構的過程：閱讀需要讀者運用其先前既有的知識，來填補和書中訊息間的差距。也就是以此為基，將不同的知識片段整合融入自己的知識架構中。
2. 閱讀是一種流暢的過程：閱讀行為的完成，依賴各方面感覺認知的同時配合，當這些過程有所缺失，便會形成閱讀障礙。
3. 閱讀是一種策略性的過程：讀者對所讀訊息的接受度，端視其是否能配合讀者既存的各方面需求狀態。讀者會以主觀的看法解釋本文，並只會選擇對其有意義的部分加以重整，改造成適合自己所需的狀態。
4. 閱讀是一種終身性的行為：要成功地閱讀，唯有讀者經過長時間的練習，不斷由其中累積解讀的經驗，增加自身的判斷力，方能更為準確而客觀地獲知文本中的意義，也才能讓自己判斷並接受更適合自己的資訊。

依據Purves（1976）與蔡雅芳（2010）的研究，認為影響內在閱讀動機的包括下列四項因素：

1. 發展自我的需要：主要希望透過閱讀可以產生自我認知與自我定位。
 - (1)自我定義，學習了解自己外在的社會角色。
 - (2)建立精神與道德的規範。
 - (3)追求自我成就與肯定提昇自我形象。
2. 智性上的需求
 - (1)概念上相關經驗的取得。
 - (2)增進對各方面問題的認識層次。
 - (3)增加對生命意義的了解。
3. 情感上的需求
 - (1)尋求達到自我獨立的感覺與心理上的安適狀態。
 - (2)尋求暫時躲避既存的現實，以放鬆自己。
 - (3)希望欣賞美的事物並增加心靈上對美的感受度。

4. 社會性的需求

(1)追求融入社會，希望熟悉各種環境或與團體有所連接。

(2)建立自我形象與自我的威望。

基本上，人類從出生開始辨識人臉、符號，進而學習文字，閱讀文字，一直到離開這個世界，視覺與知覺都在從事閱讀的行為。閱讀行為誠如龍協濤所說，「是流暢與策略性的過程，更是要進行意義建構，將閱讀所得的知識融入自身的知識架構中，且閱讀對每個人來說，都是一種終身性的行為。」，而促使我們閱讀的起源，當然是始自於人內心的動機，無論是為了休閒興趣，或是為了打發時間，亦或是追求心靈的滿足，動機促使閱讀的開始，進而讓讀者達到目的，目的可能是 Neill 所說的「在閱讀過程中讀者學會了解自己、擴展個人經驗、提升自我的知識。」，也可能是Purves所說的要滿足各式各樣的需求。

以下整理多位學者對讀者閱讀動機之看法，如表2.3 所述。

表2.3：中外學者對閱讀動機之看法

研究者	時間	閱讀動機的定義
高錦雪	1989	讀者閱讀的動機不外乎有下列三種： 1. 為娛樂休閒而閱讀。讀者可能是單純的享受閱讀的樂趣，或藉由埋首書堆逃避現實，或是比較積極的希望透過文學作品，瞭解真實人生。 2. 為尋求資訊而閱讀。 3. 為獲取知識而閱讀。後兩者讀者的動機多半是希望對人世間有形或無形的事物或意念有所瞭解。
黃明月	1993	提出成人學習者的閱讀動機可以分成內在動機與外誘動機： 1. 內在動機：專業性、內發性，如改善個人知識、改善個人專業技能。 2. 外誘動機：如取得文憑、獲得加薪、提高身分。

研究者	時間	閱讀動機的定義
黃德祥	1994	Hatt (1976) 指出讀者之所以會進行閱讀，是因為其內在特定的需求，可以經由閱讀的過程中獲得一定程度的滿足。若以Maslow 的需求理論而言，閱讀行為是屬於非物質心理性的需求；然而就閱讀產生的動機而言，閱讀可能是為了資訊的獲得、啟發自己的心智，也有可能只是單純的打發時間用，所以探討閱讀動機，可以涵蓋所以有生理、心理、社會需求的層面目的。
陳珮慈	1996	把閱讀動機歸納成以下幾點： 1. 與工作相關：與工作相關的動機為解決工作所發生的問題、專業的追求、二度就業做準備。 2. 與學習相關：吸收新知識、新觀念，避免與社會脫節、完成教育需求。 3. 與生活相關：解決個人生活中較現實、細瑣的問題。 4. 與休閒娛樂相關：藉這閱讀減低焦慮、增加美感經驗。 5. 與心靈提昇相關：精神層面的提昇，閱讀宗教或哲學等書籍來美化、澄淨心靈。
Metsala	1996	則將閱讀動機定義為個體對其從事閱讀活動所抱持的態度、理由與目的。
Guthrie and Wigfield	1997	將閱讀動機分為 11 個向度，包括為了閱讀的效能（reading efficacy）、為挑戰而讀（challenge）、因好奇而讀（curiosity）、因投入而讀（involvement）、因重要而讀（important）、為認同而讀（recognition）、為成績而讀（grades）、為競爭而讀（competition）、為社交而讀（social）、為順從而讀（compliance）、為逃避而讀（reading work avoidance）等。 閱讀動機會影響閱讀材料處理的深淺，對閱讀時間投入多寡、閱讀種類或不同閱讀目的（好奇、社會、認可、成績）之選擇，而閱讀的信念與價值目的在影響閱讀成就上亦扮演重要角色。

研究者	時間	閱讀動機的定義
李素足 林建平	1998 1995	傳統上探討閱讀動機有三個方向：1.目的取向的閱讀動機：如為資訊、尋求個人認同、尋求整合與社會互動或休閒娛樂而閱讀（Bumman,1990）；2.閱讀態度與閱讀興趣。前者在檢視閱讀者對閱讀的情感與印象，研究發現愈具正向閱讀態度者其閱讀動機愈強（Baker & Wigfield,1990）。興趣則較為主題特定，是個人在不同活動領域上相對穩定的情感。3.延伸一般動機的定義套用在閱讀領域上：如國內學者多將閱讀動機定義為「引起個體閱讀的活動，維持已引起的閱讀學習活動，及促使該閱讀活動朝向閱讀理解的目標進行的內在歷程」。
莊佩玲	2002	依據張春興對動機的定義將閱讀動機界定為「引起個體的閱讀活動，維持已引起的閱讀活動，並促使此閱讀活動朝向個體所設定的閱讀目標前進的內在心理歷程。」
黃馨儀	2002	則認為閱讀動機決定個體對於閱讀活動的選擇與取捨、閱讀行為的堅持程度，及個體所願意耗費心力多寡為何。
蔡宛珊	2005	影響閱讀的因素大致可歸為三大類：讀者個人因素、閱讀資料因素、以及外在環境或社會環境的影響。讀者因素包含年齡、性別、教育、職業、興趣、早期閱讀習慣、閱讀時間、生活型態等因素，其中Waples 在1930 年代的經典研 ”What people want to read about” 指出讀者的興趣最為重要；而閱讀資料則包括主題內容、時效性、可讀性、對作者熟悉度、價格等因素；外在影響則包括書籍的包裝廣告(知名度)、可得性、同儕團體影響、整體社會潮流等因素。

資料來源：研究者參考相關文獻自行整理

蔡雅芳（2010）的研究指出，曾研究過「新聞週刊」（Newsweek）、「時代」（Time）及「美國新聞與世界報導」（U.S News and World Report）的Towers（1986）認為，閱聽人對於不同的傳播媒介，會有不同的使用動機，而美國讀者在閱讀這些新聞性雜誌時的動機，分別為：守望環境（Surveillance）、互動（Interaction）及娛樂（Entertainment）。

在國內，傳播學者潘家慶、王石番、謝瀛春（1986）曾接受國科會委託，進行台灣地區民眾傳播行為研究，將閱聽人的媒介使用動機分為以下十二項：1.獲得新知見聞；2.尋找快樂；3.和家人、朋友共享閱聽和欣賞的樂趣；4.滿足個人好奇心；5.打發時間；6.了解別人對各種事物的看法；7.增加和別人談話的資料；8.尋求解決困難的方法；9.了解地方事物；10.了解國家和世界大事；11.尋找購物的參考資料；12.間接與社會接觸讀者或閱聽人的個人因素，為最主要的動機來源，除了個人因素以外，外部環境也會影響閱讀的動機。無論是雜誌的閱讀或是媒體媒介的接觸，皆不離此範圍（蔡雅芳，2010）。

而就親子天下雜誌的閱讀動機，本研究參考1.高錦雪（1989）的研究結果；2.潘家慶、王石番、謝瀛春（1986）的研究結果；3.蔡雅芳（2010）的研究結果，稍作修改後提出 10 點做為閱讀動機的問卷內容。

2.4 使用與滿足理論

「媒體使用與需求滿足」（Media Uses and Needs Gratifications）理論，一般簡稱為「使用與滿足」（Uses and Gratifications）理論。「使用與滿足」理論首次由Katz, Blumler & Gurevitch 等學者在 1974 年出版的「大眾傳播的使用」The uses of Mass Communication 一書中整合並提出（Rosengren, Wenner & Palmgreen, 1985），正式成為學術上的典範。根據他們對「使用與滿足」所下的定義是：「基於閱聽人的社會和心理需求，而對大眾媒體或其他來源產生期待，所引導出不同型態的媒體，因而導致需求的滿足和其他結果。」（Katz, Blumler & Gurevitch, 1974）。

Kolter (2000) 將滿意度定義為：「一個人所感覺的愉悅程度，係源自其對產性能(或結果)的知覺與個人對產品之期望」。Kolter (1997) 提出顧客滿意度是來自於對產品的功能特性或結果的知覺，以及個人對於產品的期望，經由兩者比較後形成其感覺愉悅或失望的程度。若功能特性遠不如期望者，則顧客將感到不滿意，反之則滿意。

Oliver (1981) 認為「滿意」是一種針對特定交易 (transaction-specific) 的情緒反應，經由消費者本身對產品事前的消費經驗與期待的不一致 (disconfirmation) 而產生的生理狀態，此經驗則會成為個人對於購買產品的滿意度，並形成下次消費的消費期望基準，為週而復始不斷的循環影響，特別是特定的購買環境時。

Drogin (1991) 在其研究中指出滿意度為參與者在參與後，或使用者在使用之後，對其特殊經驗所產生的一種符合，或是超越個人某種期望的心理知覺。

雖然上述諸多學者對滿意度的定義眾說紛云，研究者綜合各家見解後，提出看法，消費者對產品的預期與使用結果之比較，如果超過消費者的預期程度，則消費者就感到很滿意；反之，若產品未能合乎其事先所預期的，則消費將會感到很滿意。本研究將以使用與滿足理論為基礎，探討讀者閱讀動機與滿意程度之間的關聯性。

2.4.1 使用與滿足理論的發展歷程

根據學者 (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974; Palmgreen, Wenner, & Rosengren, 1985; 翁秀琪, 1996; 蔡雅芳, 2010) 的研究，指出使用與滿足的研究發展歷程可分為四個階段，如表2.4，並簡要說明如下：

表2.4 使用與滿足理論發展期

期	兒童期	青春期	成熟期	理論建構期
年	1940-1950	1950-1970	1970-1980	1980-
屬	現象描述期	變項操作期	解釋期	建構期
研究焦點	以探討媒介內容及功能為主，並開始意識到閱聽人特定需求及動機對媒體的影響。	利用量化研究，將變項予以操作化定義，以社會或心理屬性為自變項；媒介暴露型態為依變項。	研究途徑有二：公式化途徑：以需求為出發點，來探討媒介與其他來源如何滿足閱聽人的需求。 實證研究途徑：以滿足為出發點，來建構閱聽人的社會或心理需求。	學者各自發展出理論架構：如 Galloway & Meek 的「期望模式」；Lichtenstein & Rosenfeld 的「滿足的期望價值取徑」等。

（資料來源）：游仕偉，2001，網路電子書讀者之閱讀動機與行為研究；蔡雅芳，2010。

1. 兒童期

在1940年代傳播研究剛萌芽時，研究的重心著重於對閱聽人所選擇媒介內容的形式作簡單的現象描述，所以亦稱「現象描述期」，從事有關閱聽人使用媒介動機的研究。例如：Herzog 研究美国家庭主婦收聽廣播通俗劇的動機及滿足需求，Berelson 由讀者無報可讀的心理反應來推理其平時看報的動機，Wolfe 和 Fiske 研究兒童對漫畫的興趣等（蔡雅芳，2010）。

這一時期的研究大多集中在探討閱聽人是如何使用媒介，或是分析某些特定的媒介、媒介內容具有什麼功能，閱聽人從中可獲得何種滿足。學者將閱聽人的使用動機當作是傳播過程的中介變項來探討，強調閱聽人是主動的，進而探討閱聽人真正的需要與興趣。Katz、Blumler & Gurevitch（1974）指出此時期的此要

特徵包括以下三點：

- (1) 此時期的研究採開放式的問卷詢問閱聽人，由閱聽人自我報告的資料，分類成項，歸納出媒介功能。
- (2) 並沒有探討不同媒介功能之間的相關性。
- (3) 只限於描述性的探討，沒有探討閱聽人社會或心理的需要（蔡雅芳，2010）。

2. 青春期

此時期的研究不只限於描述性的研討，更進而使用量化方法，對影響媒介使用的心理及社會變項予以操作化定義，以進行分析，因此又稱「變項操作期」，此時期的使用與滿足研究強調個人屬性、社會或心理的整合程度，主要探討個人屬性，和媒體暴露型態（如媒介暴露的時間、偏好的媒介內容以及所使用的媒介類型等等）的關連性，並使用統計分析的方式，將影響媒介使用的社會、心理因素加以分析（蔡雅芳，2010）。

因此，學者們在研究時，採用社會及心理屬性的某些特徵（例如性別、年齡等人口學變項）為獨立變項，而以媒介暴露型態（如使用的媒介類型，喜好的媒介內容、媒介暴露的時間等）為探求的依變項來進行研究。結果證明了閱聽人的心理因素和社會地位與媒介暴露型態有關。這些研究最初的設計並非為了進行使用與滿足研究，然而，因為其強調媒介接觸與個人心理因素和社會地位間有重要的關聯性，對以後的使用與滿足的貢獻很大，因此，使用與滿足研究的邏輯程序時期已逐漸成形（蔡雅芳，2010）。

3. 成熟期

70年代使用與滿足研究漸趨成熟，學者們開始企圖解釋閱聽人使用媒介的現象與動機並加以連結、從事解釋，確定了早期研究的邏輯步驟。而此一時期的使用與滿足的研究途徑有二（蔡雅芳，2010）：

(1) 實證研究途徑（empirical approach）

以「滿足」為出發點，歸納閱聽人使用媒介所獲得的滿足並加以區分，重新建構閱聽人社會與心理的需求。

(2) 公式化途徑（formulation approach）

以「需求」為出發點，將觀察閱聽人的需求接連動機與使用媒介的型態，有系統的整理出影響閱聽人使用媒介的社會及心理因素。

70 年代是使用與滿足研究理論的關鍵發展時期（Katz, Blumler & Gurevitch, 1974; Palmgreen, 1984; Rubin, 1986），實證研究皆以閱聽人的需求及滿足為出發點。這個時期又稱「解釋期」，這時期使用與滿足理論的三個研究目標為（Rubin, 1984）：1. 了解個人如何使用大眾傳播媒體來滿足需求；2. 了解個人媒介行為的動機背景；3. 測知不同的需要、動機與傳播行為，三者所產生的媒介功能與結果。Palmgreen & Rayburn（1979）研究收看公共電視的動機，發現收看公共電視的動機包括了：放鬆心情、學習、傳播有用性、忘掉煩惱、打發時間、作伴以及娛樂（蔡雅芳，2010）。

Jensen & Rosengren（1990）認為未來的閱聽人研究仍應繼續朝以下三個方向發展：（1）深入研究大眾傳播媒介和閱聽人的社會建構關係；（2）發展出足以說明媒介特性的論域理論或傳播理論；（3）發展關於個人取向及媒介與個人互動的社會文化與社會心理學的完整理論（翁秀琪，1996；蔡雅芳，2010）。

4. 理論建構期：1980年代以後

由於80年代以後有越來越多的實證研究主張，因此，有許多學者將目前的研究成果，進行理論建構工作，將媒介使用與媒介效果結合為一，發展成更廣的傳播模式。如 Galloway & Meek 的「期望模式」；Lichtenstein & Rosenfeld 的「滿足的期望價值取徑」等（蔡雅芳，2010）。

2.4.2 使用與滿足理論的假設

「使用與滿足」研究的主要方向是從個人需求角度出發的，根據這項論點，Katz, Blumler, & Gurevitch（1974）提出「使用與滿足」理論，認為閱聽大眾會有預期價值取向（Expectancy-value Approach），其選擇媒介乃是根據本身的個人需要，而且閱聽人知道何種媒介可以滿足其個人的需要。這一項理論共有五大假設（Katz, Blumler & Gurevitch, 1974；翁秀琪，1996；林東泰，1999；蔡雅芳，2010）：

1. 閱聽人是目標導向的，閱聽人使用媒介是要追求某些特定目的，來滿足本身社

會或心理需求。

2. 閱聽人是媒介的主動使用者，以使用媒介滿足需求。
3. 大眾傳播媒介僅能滿足部分的需求，因此，大眾傳播媒介必須和其他消息來源競爭。
4. 閱聽人是理性的，他們能夠充分了解自身的興趣及動機，且清楚表達出來。
5. 基於閱聽人是以自我報告（self-report）陳述有關大眾傳播的文化意義，所以不對大眾傳播媒介下任何價值判斷。

另外，許多學者亦根據 Katz 等人所提的五項假設，更進一步修正並具體歸納出八項之基本假設（Palmgreen, Wenner, & Rosengren, 1985；蕭銘鈞，1998；蔡雅芳，2010），其中前四項與 Katz 等人所提的觀點相似，後四項則較為創新之觀點，內容如下：

1. 閱聽人是主動的。
2. 閱聽人的媒介使用行為是有目的的。
3. 就滿足閱聽人的需求而言，大眾媒介與其他消息來源互相競爭。
4. 閱聽人因其需求被引發，而選擇使用媒介。
5. 媒介使用行為能夠滿足閱聽人的多種需求。
6. 僅由媒介內容很難預測閱聽人的滿足類型。
7. 媒介的特性可用來建構閱聽人的需求程度。
8. 閱聽人所得到的滿足可能來自媒介內容或媒介使用行為所發生的社會情境中。

根據國內以往學者（江欣怡，1999；林呈達，2001；游仕偉，2001；吳筱玫，2003；蔡雅芳，2010）的整理研究中提及，使用與滿足理論的基本假設為：

1. 閱聽人是主動的，其使用媒介來滿足需求，但不受媒介影響，也就是傳播過程中，媒介的使用與需求的滿足需靠閱聽人來加以連繫。
2. 閱聽人的媒介閱讀行為是有目的的，他們基於心理或社會需求，而想使用媒介來滿足需求。
3. 大眾媒介必須和滿足需要的其他來源（如人際關係等）相互競爭，因為大眾傳播媒介所能滿足的需求，只是人類需求的一部分。

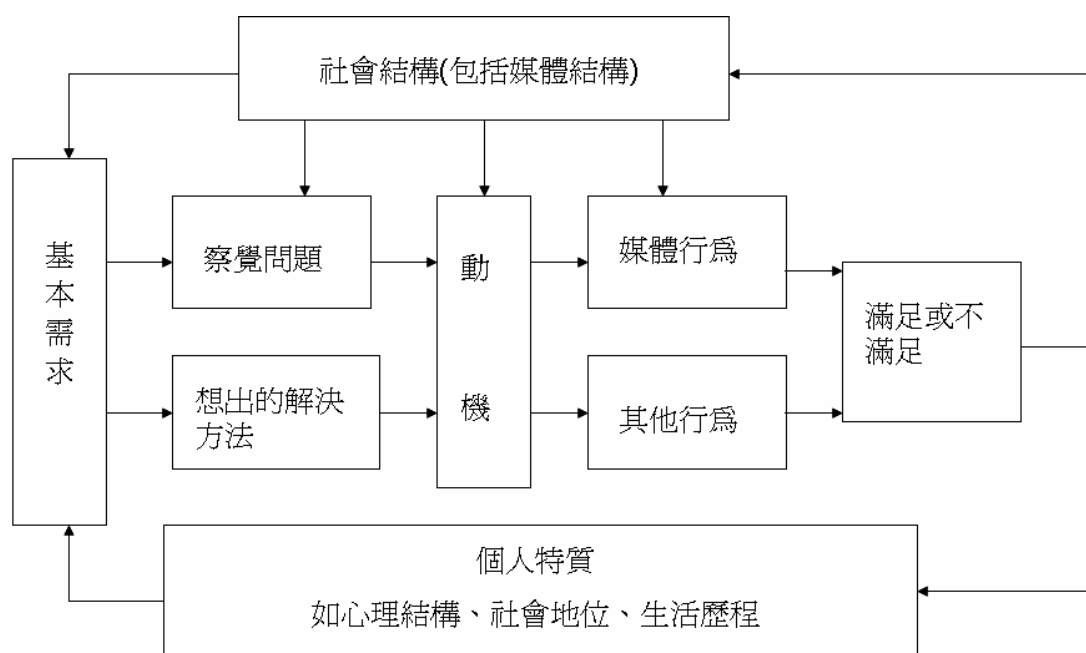
4. 閱聽人會因為需要的被引發而選擇使用媒介。
5. 媒介閱讀行為能滿足閱聽人的多種需要。
6. 僅由媒介內容很難預測閱聽人的滿足類型。
7. 無論任何時間，媒介的特性幾乎決定了閱聽人需要的滿足程度。
8. 閱聽人獲致滿足可來自媒介內容或媒介閱讀行為的發生情境。
9. 閱聽人是理性的，他們很清楚自己的動機及需求，並能清楚表達，而研究者
研究資料的蒐集上即得自於閱聽人的自我報告。

2.4.3 使用與滿足理論之模式

1. Rosengren 的使用與滿足理論模型

瑞典學者Rosengren（1974）以Lasswell的 5W（Who, Says What, In Which Channel, To Whom, With What Effect）傳播模式為基礎，將個人基本需求的因素分為社會結構（包括媒介結構）與個人特質（包括心裡結構、社會地位及生活歷程），當個人察覺問題時，會設想出解決的方式，進而衍生出採取行動的動機；有了動機，閱聽人會使用依其個人時間、所能接觸到的媒體方式，去獲取滿足或不滿足；而滿不滿足的結果，再回歸到社會結構和個人特質上。（蔡雅芳，2010）

Rosengren提出「使用與滿足」的理論模型（圖 2.1），勾勒出一完整的使用與滿足的研究架構。架構要素介紹如下（翁秀琪，1996；蔡雅芳，2010）：



(資料來源：Rosengren,1974)

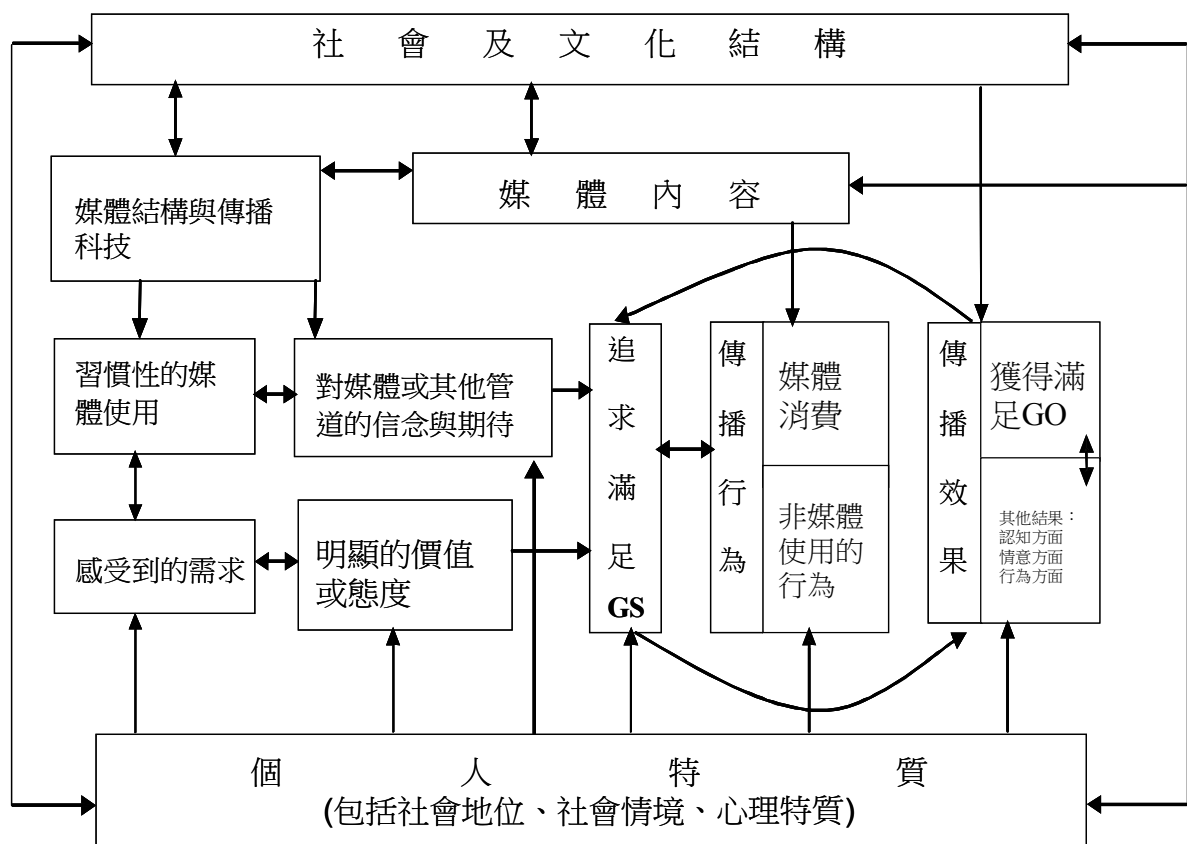
圖2.1 Rosengren 的使用與滿足理論模型

在此架構中，起點是基本需求，接著引發意識的問題及可能的解決方法，其基本需求也將受到個人特質以及社會結構的影響，進而產生動機、媒介使用及其他行為（翁秀琪，1996；蔡雅芳，2010）。

- (1) 人類基本需求：心理學家馬斯洛（Maslow）於1954年提出需求層級理論（Hierarchy of Needs），他認為人類的需求有高、低層次的分別，當低層次的需求得到滿足後，會產生更高層次的需求。而Rosengren的研究發現：自我實現、尊重、愛與隸屬感是促使閱聽人使用媒介的三大需求。
- (2) 個人特質：包括個人內在的人格特質及社會地位、角色等外在特質。
- (3) 社會結構：包括傳播媒介及其他社會、政治、文化及經濟結構。個人基本需求除受個人特質影響外，也會受社會結構影響。
- (4) 察覺問題：個人察覺到問題所在時，會設想解決問題的方法，而為了獲得滿足或想要解決問題時，則會衍生採取行動的動機。
- (5) 媒介行為：閱聽人在使用媒介時，會考慮所花費的時間、所接觸的媒介內容型態，以及閱聽人本身和所接觸媒介之間的關係。

- (6) 其他行為：如親身接觸或傳統的傳播模式。
- (7) 滿足或不滿足：滿足---繼續使用。不滿足---停止使用
- (8) 個人內在、外在特質和社會結構：個人使用媒介的行為或其他行為得到滿足或不滿足，會影響其個人特質及社會結構。

2. Rosengren的「媒體使用與滿足的共通模式」 隨著傳播學界的進步與社會變遷，Rosengren（1985）在經過十年後，提出了新的媒介使用與滿足的共通模式：「媒體使用與滿足的共通模式」，如（圖 2.2）（蔡雅芳，2010）：



(資料來源：Rosengren,1985)

在此模式中，Rosengren融合了晚近傳播研究的重要新觀念，提供幾項重點：

- (1) 在模式中的最上層結構，以社會和文化結構取代了原本強調的媒介結構。
- (2) 不僅強調媒體結構，同時也將新傳播科技考慮進去。
- (3) 將習慣性媒體使用也放入模式中，不僅回應了有關媒體使用與滿足的實證發

現，同時表明出此一變項的特殊性。

- (4) 此模式中，特別將閱聽人對媒體或其他管道的信念與期待、以及明顯的價值或態度分開處理。也回應了使用與滿足實證研究者，常援引心理學的期盼-價值模式理論，來回答究竟閱聽人使用了媒體之後，有沒有獲得滿足。所謂期盼價值模式，期盼是閱聽人對於媒體的特質，都有一個括性的認知，價值是閱聽人使用媒體時，因為該媒體的特質可能導致的結果，已有預先的評價。
- (5) 將使用媒體前的追求滿足（Gratifications Sought,GS）和使用媒體之後所獲得的滿足（Gratifications Obtained,GO），分開成兩個變項處理。同時認為滿足具回饋性。

Palmgreen, Wenner & Rosengren 等人（1985）發展出來的架構，拓展了原有的「使用與滿足」的模式，使其他運用到新傳播科技上，架構中的**GS**指「尋求滿足」；**GO**指「獲得滿足」。整個「使用與滿足」的特點為：

- (1) 表示滿足是回饋的
- (2) 社會與心理的動機是個人需求的起源，它會導致不同的滿足結果
- (3) 滿足獲得是在「社會文化層面」與「個人特質」交互作用下發生的
- (4) 將媒介結構與科技、媒介內容也作為整個「使用與滿足」研究分析的對象
- (5) GS與GO分別為二個不同的變項來處理（林東泰，1999；蔡雅芳，2010）

3. Windahl（1981）提出的「使用與效果模式」

1981年Windahl 試圖建立媒介使用與效果合一的理想模式，他認為以往的「使用與滿足」研究模式，並無法完整的解釋傳播過程，而只是閱聽人的一種接收過程，所以建立了「使用與效果模式」。Windahl 認為一個理想的模式，是將使用與滿足的過程視為是整體傳播過程中的一群中介變項，同時本身也是自變項（圖 2.3），「使用與效果模式」具有以下幾個特性（翁秀琪，1996；蔡雅芳，2010）：

- (1) 模式中除了強調基本需要外，含有許多原因可能引起媒介使用，如：閱聽人的內在和外在特質，及其對媒介內容的接觸、理解及期望，外在的社會關係等。

- (2) 閱聽人並非傳播過程中唯一主動的角色，傳播者同樣有意欲和主動性。
- (3) 媒介內容亦具有影響力。

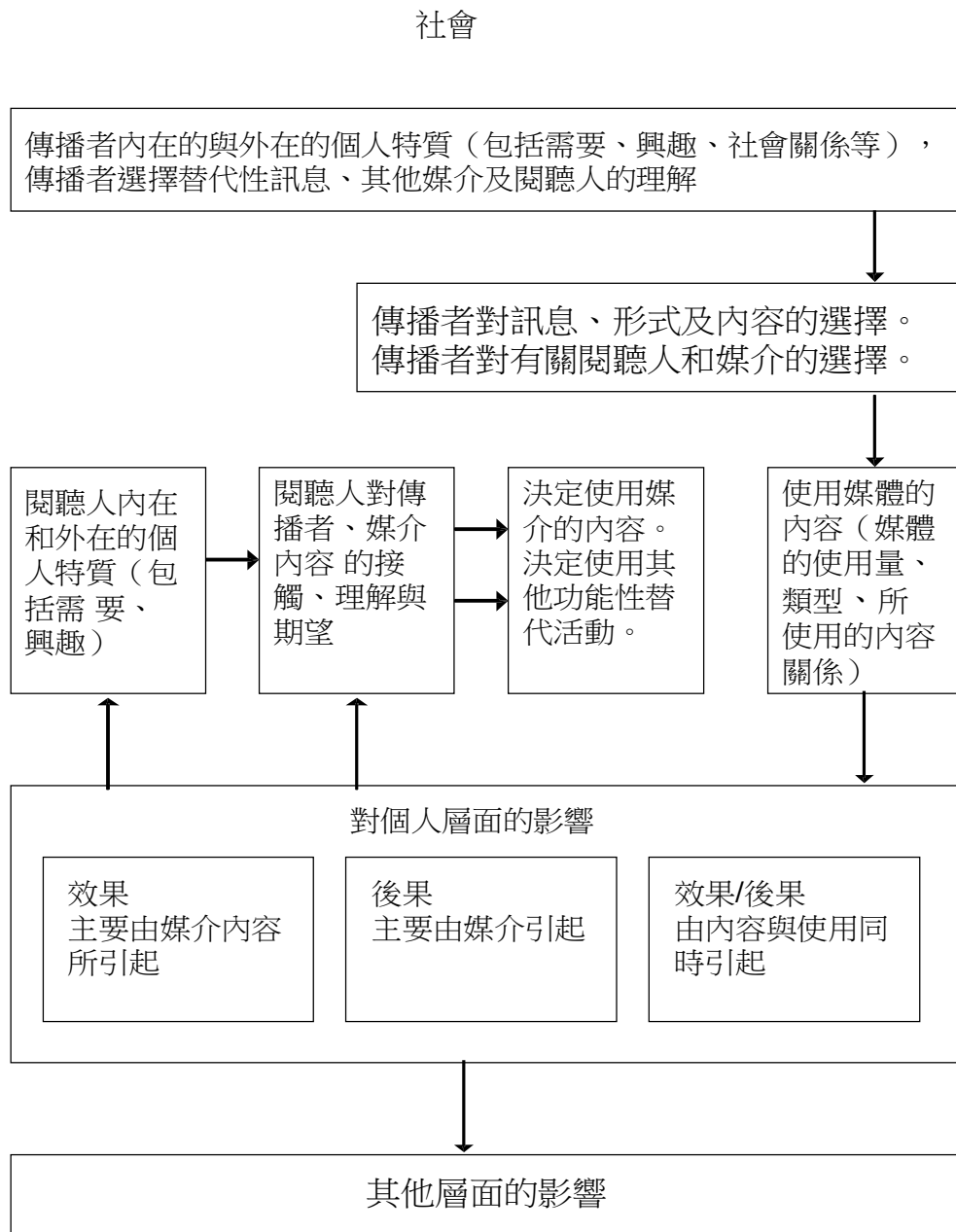


圖 2.3 Windahl (1981) 使用與效果模式

4. McLeod & Becker (1981) 的「使用與滿足模式」

政治傳播學者 McLeod & Becker 於1974年提出含有使用概念的效果模式「交易模式」，至1981年又將交易模式整合為「使用與滿足模式」（圖2.4）。「使

用與滿足模式」具有以下幾個特性（翁秀琪，1996；蔡雅芳，2010）：

- (1) 動機和媒介行為之間的互動關係，認為模式本身應具有動態性。
- (2) 將使用媒介後所獲致的滿足視為一種「主觀效果」，與社會層面的「客觀效果」，兩者對照相輔相成。
- (3) 模式前端加入個人需要、社會情境和人口學變項的探討，強調應釐清「需要」和「動機」兩個概念。

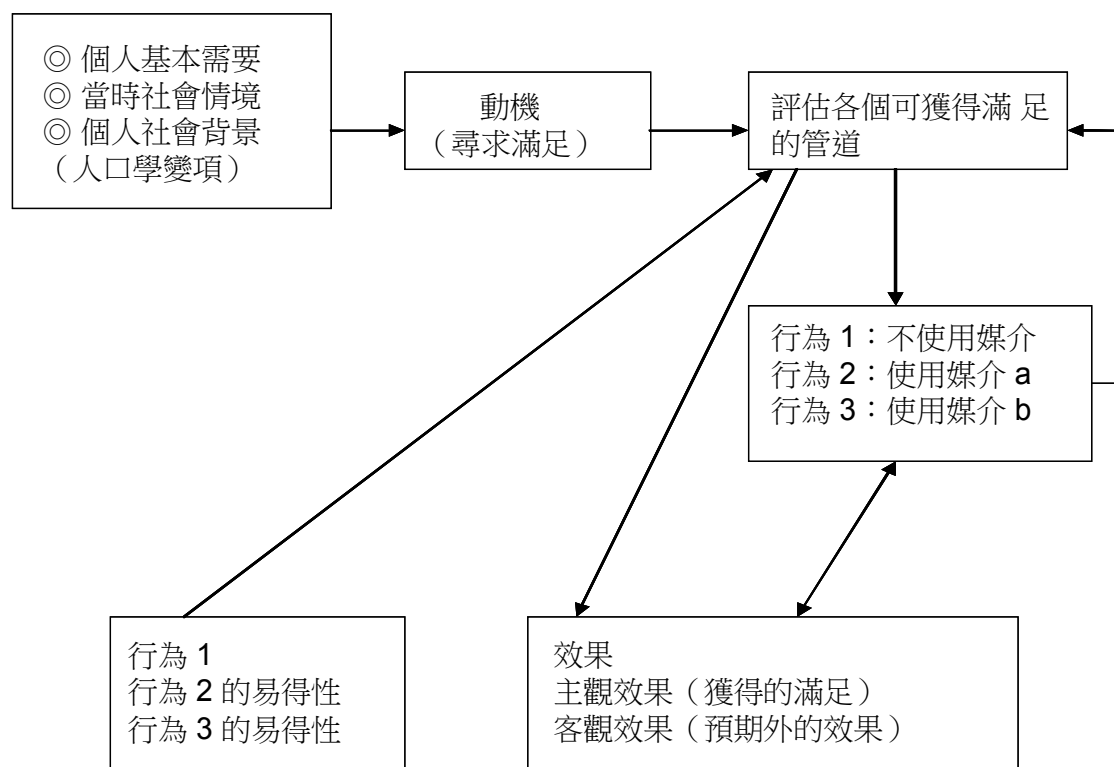


圖 2.4 McLeod & Becker (1981) 使用與滿足模式

由McLeod 和Becker 發展的模式中，其強調的特色是以個人的基本需要、社會情境和個人背景為起點，更強調閱聽人使用動機和媒體行為之間互動關係，也區分了動機和滿足的不同，並保有傳統模式之特點。

2.4.4 使用與滿足理論之價值與缺失

「使用與滿足理論」(Uses and Gratification Theory)可說是閱聽人研究的主流，在社會科學領域裡具有很大的貢獻。「使用與滿足理論」強調閱聽人可以主動尋找所需要之資訊，來滿足自我的需求。McQuail & Windahl (1993)認為，「使用與滿足理論」最大的貢獻，乃在於對閱聽人的媒介使用行為有著更完整的描述(蔡雅芳，2010)。他們認為使用與滿足理論在早期雖然運用在研究媒介的效果，後來被運用在閱聽人研究上，其最大貢獻即在此。

McLeod、Becker 以及 Rubin 等人認為「使用與滿足」理論對於大眾傳播的研究具有下列的價值(McLeod & Becker, 1981; Rubin, Perse, & Barbato, 1988; 蕭銘鈞，1998; 蔡雅芳，2010)：

1. 「使用與滿足」研究較重視實質的概念及理論的探討，導正了早期大眾傳播研究重統計資料而輕研究理論的缺失，使大眾傳播研究更趨成熟。
2. 「使用與滿足」研究的學者站在閱聽人的立場角度來探討傳播行為，改變過去刺激→反應(S→R)的研究習慣。「使用與滿足」研究提出「主動的閱聽人用媒介做了什麼」的問題，打破以往研究只問「媒介對人做了什麼」的傳統。「使用與滿足」研究提醒研究者早先的理論主張該是需要重新反省一遍，這實在是傳播研究的一個重要轉折。
3. 「使用與滿足」取向仍涵蓋了效果取向範疇在內。藉著了解使用媒介的動機與滿足情形，正可測知閱聽人的傳播行為變遷(媒介效果)。McLeod & Becker (1981)直接指出「使用與滿足」研究的最大價值，即是修正了效果萬能論與效果有限論兩種極端模式的缺失。

根據以往學者(Swanson, 1979; 蔡雅芳，2010)認為「使用與滿足」理論對於傳播研究具有以下的價值：

1. 大眾傳播是一門應用科學，較不注重理論。因此「使用與滿足」導向重視概念的做法可使傳播研究更加成熟。
2. 由傳播者的角度，轉而由閱聽人的角度來看傳播行為，即是由問「媒介對人做了什麼？」，轉而問「主動的閱聽人用媒介做什麼？」，此項轉變是傳播研究

的轉捩點。

3. 「使用與滿足」取徑事實上包含了效果取向的範圍，也就是可藉此了解使用媒介之動機、滿足，再來測知媒介效果。

根據以往學者（翁秀琪，1996；蔡雅芳，2010）亦認為，使用與滿足理論的重要性在於修正早期媒介的效果研究，而將使用與滿足研究的意義歸納為以下五點：

1. 修正了以往的傳統的傳播效果研究角度，從過去注意態度變遷及勸服研究轉移至閱聽人的需求及滿足。
2. 與過去出發點不同，過去以傳播者及訊息內容為主導，轉變為閱聽人主導。
3. 將閱聽人的傳播行為從自變項轉變為依變項，在過去的自變項指的是傳播行為，依變項則為態度或行為的改變，而現在的自變項是閱聽人的需求、動機，依變項則為媒介使用。
4. 屬長期效果研究。
5. 是功能的研究，從個人角度探討大眾傳播媒介對個人產生的效果為何。

而「使用與滿足」理論的缺點大致可以歸納為以下六點（McQuail & Windahl, 1993，翁秀琪，1996；蔡雅芳，2010）：

1. 「使用與滿足」理論太過重視個人的資料，將傳播過程抽離到社會及文化結構之外，所以很難將個人資料推論到整個社會結構層面之上。
2. 「使用與滿足」理論太依賴閱聽人的自我報告，太注重閱聽人的心理狀況，且對於需求和動機所下的定義不明確。
3. 「使用與滿足」理論認為閱聽人會主動尋找資訊，與「人的動機受制於基本需求及社會經驗」的假設相矛盾。此外，另有實證研究發現閱聽人對訊息非常沒有選擇性。
4. 「使用與滿足」理論對媒介內容即少重視，或者說完全不重視，而有失其完整性。
5. 「使用與滿足」理論具有功能論色彩，因此所有關於功能論的批評，都能拿來批評它。
6. 「使用與滿足」理論強調閱聽人的主動需求，等於是替不好的媒介內容之作者提

供藉口，一切以滿足閱聽人需求為媒介內容製作方針。

「使用與滿足」理論強調閱聽人有其動機需求，且主動使用媒介的行為仍是在眾多實證研究中獲得證實。從 Rosengren 的理論模型開始，後續有許多學者提出各自的主張，大部分學者對「使用與滿足」理論的看法是正面的，即使「使用與滿足」理論有其缺點在，滿足與否原本就是閱聽人的主觀意識，既然是主觀的判定，便會有「個人資料很難推論到社會結構層面」及「太過依賴自我報告」……等缺點 (蔡雅芳，2010)。

而本研究是以親子天下雜誌閱讀者為對象，非以推論到整個社會結構層面為目標，閱聽人主觀的價值判斷就是本研究的主題之所在。而親子天下雜誌在雜誌市場中屬於小眾市場，閱讀者當然也是小眾讀者，本研究關心的便是這群小眾讀者對於親子天下雜誌的看法，故「使用與滿足」理論的缺點，並不影響本研究的方向，本研究探討的是閱聽人的立場，關心的課題是讀者們對親子天下雜誌的閱讀動機及滿意度，因此閱聽人才是研究對象，而非媒介。

2.4.5 使用與滿足理論應用在雜誌的相關研究

本研究以親子天下雜誌的讀者為研究對象，屬分眾性媒介的使用者，因此本研究蒐集有關使用與滿足理論應用在雜誌滿意度的相關文獻，將其整理如表 2.5 所示：

表 2.5 使用與滿足理論應用在雜誌之相關文獻

研究者	研究題目	研究內容
Tower (1986)	Uses and Gratifications of Magazine Readers: A Cross-media Comparison, Communication Review Research	研究「時代」(Time)、「新聞週刊」(Newsweek)、(U.S. New And World Report) 三份新聞週刊的讀者閱讀動機，指出守望環境 (Surveillance)、互動 (Interaction)、娛樂 (Entertainment) 三大動機。

研究者	研究題目	研究內容
陳夢梅 (1989)	《新新聞》雜誌讀者使用動機與滿足之研究	對「新新聞」雜誌的讀者進行調查，發現讀者主要使用動機為「新新聞特色取向」、「求知性」、「一致性/交流」，而閱讀後的滿足則包括「新新聞特色取向」、「求知與人際交流混和性」。同時，動機與滿足亦呈現顯著相關，使用動機越強，其滿足程度也越強。
潘偉宏 (1989)	國內英文報紙讀者閱讀動機、行為及滿意度之研究	探討國內英文報紙讀者的閱讀動機，發現最主要的動機為「資訊性」、「娛樂性」、「學習性」，而在滿足情形為「溝通性」、「資訊性」、「娛樂性」。
牟嘉俐 (1990)	專業廣告人士閱讀「動腦」雜誌動機與滿足之研究	研究「動腦」雜誌的動機與滿足，發現專業廣告人士的主要閱讀動機為「獲得專業知識」、「習慣性翻閱」、「查詢資料」、「瞭解現況」；而閱讀後的滿足則以「查詢資料與習慣性翻閱」最高、「獲得專業知識的滿足」反而不高，顯示刊物的內容有需要改善的空間。同時，閱讀動腦雜誌的專業廣告人士閱讀動機與滿足情形也呈正相關，閱讀動機越強者，滿足程度越高。

研究者	研究題目	研究內容
田文輝（1991）	我國英文教學雜誌內容分析與讀者閱讀動機、滿足程度之研究—以「空中英語教室文摘」為例	研究「空中英語教室文摘」讀者的使用與滿足，將其閱讀動機區分為三類：「資訊／溝通性」、「學習性」、「休閒性」；而閱讀後的滿足為兩個構面：一是「資訊／溝通性」、另一是「休閒性」等兩類。研究也發現動機與滿足程度呈現顯著的正向線性關係，即動機越強，越能獲得需要的滿足。
宗靜萍（1992）	政令宣導刊物讀者研究：以『高雄畫刊』主動索閱者閱讀動機與滿意程度試析	發現高雄市民閱讀「高雄畫刊」後獲得的滿足，包括人際互動／了解地方事務、工作上／自我需求、整體性。
涂光乾（1999）	閱聽受眾對財經媒體的使用動機與滿足之研究—以財訊月刊為例	針對專業性理財雜誌「財訊」的讀者作為研究，研究發現讀者的閱讀動機分為「刊物特色內容取向」、「資訊尋求」、「一致性/人際交流」三個構面。而滿足情形包括「內容特色取向與人際交流混和性滿足」、「資訊需求與一致性混和滿足」二個構面，其動機越強，滿足程度越強。動機越強的項目，其滿足程度也越強。

研究者	研究題目	研究內容
方采禾 (2004)	科普雜誌之讀者研究	分析「科普」雜誌的讀者對其閱讀動機為「興趣、休閒」、「資訊、學習」、「人際互動」、「自我肯定」、「資訊運用」。
林立人 (2004)	股市投資者對「財訊快報」使用與滿足之研究	研究股市投資者閱讀「財訊快報」的使用與滿足，其研究發現讀者閱讀動機可分為三大構面，包括「資訊掌握」、「內容特色探索」、「人際交流」；閱讀後的滿足則為分為二大構面「資訊掌握」滿足、「內容特色探索及人際交流」滿足。
譚天福 (2006)	空軍嘉義基地軍士官對〈吾愛吾家〉月刊內容滿意度之研究	研究結果發現，其差異性分析得知：空軍軍士官對閱讀行為、月刊認知、月刊內容滿意度三個研究構面分析，女性成員呈現顯著差異高於男性成員，已婚成員呈現顯著差異高於未婚成員；其相關性分析得知：空軍軍士官的月刊認知與月刊內容滿意度兩者間，達到極顯著正相關。
宋玉寧 (2007)	我國民間軍事雜誌內容分析及讀者閱讀動機、滿意程度之研究-以「全球防衛雜誌」為例	對「全球防衛雜誌」研究發現閱讀雜誌的動機為「求知性」、「休閒性」、「內容特色」。讀者對於雜誌內容滿足程度最高的是航空器類文章。

研究者	研究題目	研究內容
蔡雅芳（2010）	文學雜誌閱讀者閱讀動機、閱讀行為與滿意程度之研究-以雲嘉南五縣市國文教師為例	讀者閱讀文學雜誌以「借閱」人數比率最高，閱讀動機、閱讀重要性及閱讀滿意度皆是以「資訊學習」向度為最高，且不同教育程度讀者在上述三部分皆有顯著差異，在預測閱讀重要性部分，「閱讀滿意度-內容特色」向度最能預測閱讀重要性總量表及各分向度，其次則是「閱讀動機總量表」，因此文學雜誌須加強其內容特色以吸引讀者。

資料來源：蔡雅芳（2010）及研究者參考相關文獻整理

小結：

以往的研究鮮少出現有關親子雜誌滿意度的相關研究，本研究將探討親子天下雜誌閱讀者閱讀動機、閱讀行為、重要性與滿意程度，期能提供有用的資料供親子天下雜誌出版的參考，讓雜誌出版方向盡量符合讀者的需求，將親子教養的新知與觀念與讀者分享，並提供有關親子教育方面的議題及有效的解決之道，同時開發更多元的題材並開拓新市場。綜合上述文獻探討的結果可以發現，各類傳播媒介或傳播訊內容，因其具有不同的特性，因此，使用這些特定媒介的閱聽人在使用動機、使用行為與滿足的情形，也跟著不同。

2.5 親子天下雜誌簡介

《親子天下雜誌》2008年8月創刊，是一本針對家有5-15歲小孩，關心教育與教養的菁英父母以外，還有學校的教師、行政、領導決策者所設計的月刊。每月

定期為所有關心下一代未來的父母，與所有積極於成長學習的教師、教育界意見領袖們，提供前瞻積極、實用親和的資訊與知識。因為目前臺灣市場會面對一群史上教育程度最高的父母。親子天下內容固定為四大板塊與軸心：世界與視野、學習與教育、家庭與教養、生活，提供「有意義、有權威感、有系統性」的內容與知識，不同於市面上競爭者或網路上常見的一般性資訊。例如，世界與視野，每期會介紹各國的教育趨勢，每期有焦點人物專訪，例如宮崎駿談他的創意，蔣勳、魏德聖、賴聲川、嚴長壽等人談對教育的看法、自身成長的歷程、生活的體會。這些都是社會中產菁英讀者才會有興趣的題材（王彩雲，2010）。《親子天下雜誌》希望能滿足父母與教育工作者，愈來愈迫切的「學習需要」，提供給讀者知識的「後援系統」，方法的「交流平台」，及情感的「分享社群」。

1. 雜誌特色：

範圍涵蓋六大主題及主題內容：

- (1) 封面故事：PISA啟示錄、教出好禮貌、寫作克服法、12年國教、金錢的主人、運動力、親師大戰、學習經驗。
- (2) 世界視野：國際趨勢、焦點人物、從芬蘭到台灣、教育反思、世界的小學生。
- (3) 家庭與教養：教養一點通、親密關係、家有學前兒、家有青少年、健康家庭、特別企劃、家有特殊兒、同村協力。
- (4) 學習與教育：學習工具箱、政策放大鏡、校園新視界、徐薇up學堂、夢想校園、火線人物、親師SOS。
- (5) 生活：親子旅遊、親子319、節氣綠生活、生活筆記、歡樂點子簿、悅讀。
- (6) 專欄：創刊號中也針對家長關心的「談出品格力」、「零用錢怎麼給」、「夫妻教養不同調怎麼辦」等議題，提供實戰經驗與專家見解。

2. 編輯理念：

- (1) 清楚的内容定位：

創刊理念是聚焦於「學習與教育」、「家庭與生活」兩大區塊，希望讓教

育從家庭開始，教育下一代，從自我學習啟動。延續天下雜誌集團對教育領域的優勢，以及國際趨勢報導；但更強調實用、親和的資訊，切中家長與教師的焦慮與需要。

(2) 具有時事性及新鮮話題：

現在每月出刊一次，能及時提供時事話題，提供閱讀者能更深入了解教育時事議題。

(3) 活動舉辦：

2002年，天下雜誌成立「天下雜誌教育基金會」，推動「希望閱讀」工程，號召企業與大學志工，到全國一百所偏遠小學說故事，帶動閱讀，以實際行動提高社會大眾對台灣偏遠地區教育的關注，希望藉由閱讀種子的播撒，縮短因城鄉差距帶來的知識落差，實踐企業對社會的公民責任。

2006再度號召讀者，再認養一百所偏遠小學及一萬名孩童，深耕台灣偏遠小學教育，希望藉由這項希望閱讀工程，幫助孩子養成自主學習的習慣與能力。

自2007年起，《天下雜誌教育基金會》每年舉辦「國際閱讀教育論壇」，借鏡最新國際經驗，提升台灣閱讀教育。2007年邀請了芬蘭、日本、韓國、香港等重要閱讀推手來台，從政府政策、學校教學策略等角度切入，為台灣閱讀運動找出新方向。

2010年4月《親子天下》雙月刊改月刊。

2010年6月 天下雜誌群《天下雜誌》、《康健雜誌》、《Cheers雜誌》與《親子天下雜誌》及全民減碳網站，推出「行動綠生活·臺灣不碳氣」專案。

2010年，領先台灣教育部，邀請PISA閱讀專家團隊來台，第一時間解讀PISA結果，提供台灣教育界最新閱讀趨勢。

2010年 9月《親子天下雜誌》舉辦「品格力論壇」。

2010年10月《親子天下雜誌》與教育部合辦「晨讀種子學校」徵選活動，推動晨讀風氣。

2010年12月《親子天下》公布「2010年青少年閱讀現況與語文教學現況」大調查。

(4) 與讀者互動：

每期雜誌均設計有「讀者問卷」，提供編輯設計理念，以及蒐集讀者回饋機制，讓讀者也可以表達自己有興趣的話題，以及讀後感想與建議。

(5) 親子天下網站：

除了紙本雜誌之外，同時推出「親子天下網站www.parenting.com.tw」，以因應讀者即時的需求。

3. 榮獲獎項：

(1) 2011年最佳兒童及少年圖書人文類獎（親子天下：如果兒童劇團的收音機劇場）

(2) 2011年最佳兒童及少年圖書文學語文類獎（親子天下：可能小學的愛地球任務）

(3) 2011年社教公益獎：天下雜誌教育基金會

(4) 2009年金鼎獎：最佳新雜誌獎（親子天下）

第三章 研究方法

本研究旨在探討國小教師對親子天下雜誌的閱讀動機、閱讀行為、重要性與滿意程度的分析，研究方法以問卷調查方式進行量化的研究。本研究以「使用與滿足理論」為基礎，探討親子天下雜誌閱讀者的讀者特性（個人資料）、對親子天下雜誌的閱讀動機、閱讀行為、購買因素、重要度與滿意程度的關聯性。本章將分述研究架構、研究假設、研究樣本的選擇、問卷設計、問卷預試與施測及資料分析方法。研究架構與研究假設是根據研究問題與文獻探討而產生，而研究樣本的選擇上，因考慮到親子天下為小眾讀物，故選擇最容易接觸親子天下雜誌的群體。在設計完問卷後，需進行預試確定其準確性，才能正式發放問卷，進行資料的分析工作。

3.1 研究架構

本研究乃綜合研究動機與目的，以及文獻探討分析，建構出本研究之架構，主要是要探討親子天下雜誌讀者閱讀動機、閱讀行為、購買因素、重要度與滿意程度的關聯性，以親子天下雜誌讀者為對象，調查其讀者背景變項，對親子天下雜誌的五個面向，探討下列研究問題：

1. 讀者閱讀親子天下雜誌的動機為何？
2. 不同背景變項讀者閱讀親子天下雜誌的動機是否有所差異？
3. 讀者閱讀親子天下雜誌的閱讀行為為何？
4. 不同背景變項讀者閱讀親子天下雜誌的閱讀行為是否有所差異？
5. 讀者閱讀親子天下雜誌的閱讀重要性為何？
6. 不同背景變項讀者閱讀親子天下雜誌的閱讀重要性是否有所差異？
7. 讀者閱讀親子天下雜誌的滿意度為何？
8. 不同背景變項讀者閱讀親子天下雜誌的滿意度是否有所差異？
9. 親子天下雜誌讀者的閱讀動機、閱讀行為、閱讀重要性與滿意度之間有何差異？

本研究之研究架構如圖3.1：

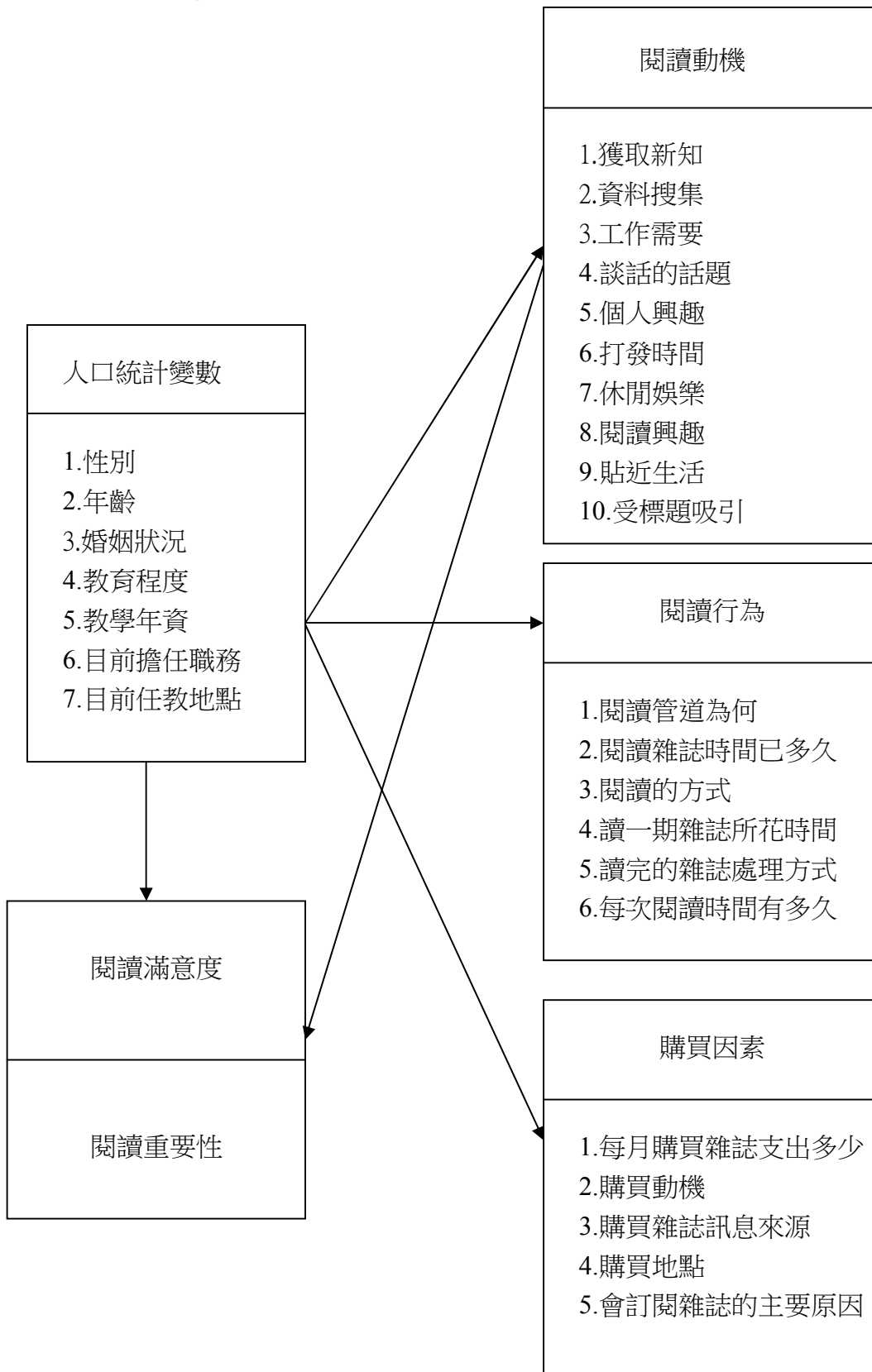


圖3.1 研究架構圖

3.2 研究假設

而依據研究問題及研究架構，所形成的研究假設如下：

假設一：不同背景變項之國小教師，其閱讀重要性有顯著差異。

- 1.1 不同性別的國小教師對親子天下雜誌閱讀重要性有顯著差異。
- 1.2 不同年齡的國小教師對親子天下雜誌閱讀重要性有顯著差異。
- 1.3 不同婚姻狀況的國小教師對親子天下雜誌閱讀重要性有顯著差異。
- 1.4 不同學歷的國小教師對親子天下雜誌閱讀重要性有顯著差異。
- 1.5 不同教學年資的國小教師對親子天下雜誌閱讀重要性有顯著差異。
- 1.6 不同職務的國小教師對親子天下雜誌閱讀重要性有顯著差異。
- 1.7 不同任教地點的國小教師對親子天下雜誌閱讀重要性有顯著差異。

假設二：不同背景變項之國小教師，其閱讀滿意度有顯著差異。

- 2.1 不同性別的國小教師對親子天下雜誌閱讀滿意度有顯著差異。
- 2.2 不同年齡的國小教師對親子天下雜誌閱讀滿意度有顯著差異。
- 2.3 不同婚姻狀況的國小教師對親子天下雜誌閱讀滿意度有顯著差異。
- 2.4 不同學歷的國小教師對親子天下雜誌閱讀滿意度有顯著差異。
- 2.5 不同教學年資的國小教師對親子天下雜誌閱讀滿意度有顯著差異。
- 2.6 不同職務的國小教師對親子天下雜誌閱讀滿意度有顯著差異。
- 2.7 不同任教地點的國小教師對親子天下雜誌閱讀滿意度有顯著差異。

假設三：不同背景變項之國小教師，其閱讀動機有顯著差異。

- 3.1 不同性別的國小教師對親子天下雜誌閱讀動機有顯著差異。
- 3.2 不同年齡的國小教師對親子天下雜誌閱讀動機有顯著差異。
- 3.3 不同婚姻狀況的國小教師對親子天下雜誌閱讀動機有顯著差異。
- 3.4 不同學歷的國小教師對親子天下雜誌閱讀動機有顯著差異。
- 3.5 不同教學年資的國小教師對親子天下雜誌閱讀動機有顯著差異。
- 3.6 不同職務的國小教師對親子天下雜誌閱讀動機有顯著差異。
- 3.7 不同任教地點的國小教師對親子天下雜誌閱讀動機有顯著差異。

假設四：不同背景變項之國小教師，其閱讀行為有顯著差異。

- 4.1 不同性別的國小教師對親子天下雜誌閱讀行為有顯著差異。
- 4.2 不同年齡的國小教師對親子天下雜誌閱讀行為有顯著差異。
- 4.3 不同婚姻狀況的國小教師對親子天下雜誌閱讀行為有顯著差異。
- 4.4 不同學歷的國小教師對親子天下雜誌閱讀行為有顯著差異。
- 4.5 不同教學年資的國小教師對親子天下雜誌閱讀行為有顯著差異。
- 4.6 不同職務的國小教師對親子天下雜誌閱讀行為有顯著差異。
- 4.7 不同任教地點的國小教師對親子天下雜誌閱讀行為有顯著差異。

假設五：不同背景變項之國小教師，其購買因素有顯著差異。

- 5.1 不同性別的國小教師對親子天下雜誌購買因素有顯著差異。
- 5.2 不同年齡的國小教師對親子天下雜誌購買因素有顯著差異。
- 5.3 不同婚姻狀況的國小教師對親子天下雜誌購買因素有顯著差異。
- 5.4 不同學歷的國小教師對親子天下雜誌購買因素有顯著差異。
- 5.5 不同教學年資的國小教師對親子天下雜誌購買因素有顯著差異。
- 5.6 不同職務的國小教師對親子天下雜誌購買因素有顯著差異。
- 5.7 不同任教地點的國小教師對親子天下雜誌購買因素有顯著差異。

假設六：不同閱讀動機之國小教師，其對親子天下雜誌之閱讀重要性有顯著差異。

假設七：不同閱讀動機之國小教師，其對親子天下雜誌之閱讀滿意度有顯著差異。

3.3 研究樣本的選擇

本研究方法為調查研究法，由於少子化趨勢，親子教育類雜誌在臺灣閱讀的人口並不多，而教師因本身專業性，會是較常接觸親子天下雜誌的群體，而關心學生教養與學習的老師不在少數，故本研究因此將研究樣本選為嘉義縣、市的國小教師。因此本研究採分層抽樣方式，將嘉義縣、市國小分成 3 類群，「6 班以下」為小型學校、「7-12班」的中型學校、「13班以上」的大型學校，每類群學校再採取方便立意抽樣的方法，透過同學、同事及出版商業務轉發給各校的教師填寫。

問卷回收後隨即進行統計資料建檔工作，首先刪除規律填答，漏答過多的為無效問卷，總計發放問卷538份，回收512份，其中無效問卷為32份，有效問卷為480份，有效問卷回收率為93.75%。

表3.1 分層抽樣人數統計表

縣市別	6班以下	7-12班	13班以上
嘉義縣	59	65	208
嘉義市	0	0	206
合計	59	65	414

3.4 問卷設計

本研究主要探討國小教師對親子天下雜誌的閱讀動機、閱讀行為、重要性與滿意程度的相關因素分析，以問卷調查法進行，研究主要工具為依據文獻分析所編製的「親子天下雜誌讀者閱讀動機與滿意度相關研究」問卷。

3.4.1 預試問卷與施測

預試問卷共分五個部份，第一部份為個人基本資料，第二部份為閱讀內容滿足與重要性，第三部份為閱讀動機，第四部份閱讀行為，第五部份為購買因素。預試問卷回收後，進行整理與分析，將不適合的題項或語意不清的地方加以修正，以確立正式問卷內容，確立之後再進行發送問卷工作。

預試問卷編製完成後，請南華大學出版與文化事業管理研究所在職專班及一般生的同學，以及嘉義縣社口國小教職員工進行問卷預試。從 2011 年 6 月 20 日至2011年 7 月 15 日止，回收 55 份，扣除未填答完者共 5 份，有效樣本數為 50 份。將回收預試問卷進行統計分析後，剔除不具顯著相關的題項，並根據受測者之意見與建議，且與指導教授和學者專家討論後，針對預試問卷語意不清句子進行修改，修訂成正式調查問卷。

3.4.2 正式問卷施測與回收

經過問卷預試並進行信度分析後，確定了正式問卷，共分為五個部份，第

一部份為個人基本資料，第二部份為閱讀內容滿足與重要性，第三部份為閱讀動機，第四部份閱讀行為，第五部份為購買因素。

根據本研究目的及研究架構形成初稿，並與指導教授討論之後，編製成本研究之正式問卷。設計內容分為：1.讀者人口背景變項；2.讀者的重要性及滿意度；3.讀者的閱讀動機；4.讀者的閱讀行為；5.讀者的購買因素。(如附錄三)

3.4.3 讀者人口背景變項

本研究對於人口背景變項項目之設計，總共有 7 項：

1. 性別：分為「男」、「女」。
2. 年齡：分為「22-30 歲」、「31-40 歲」、「41-50 歲」、「51-60 歲」、「61 歲以上」。
3. 婚姻：分為「已婚，有小孩」、「已婚，無小孩」、「單身」。
4. 教育程度：「一般大學(教育學程)」、「教育大學(含師院)」、「碩士(含四學分班)」、「博士」。
5. 教學年資：分為「1年含以下」、「1~5年」、「6~10年」、「11~15年」、「16~20年」、「21年以上」。
6. 目前擔任職務：分為「導師」、「科任教師」、「組長」、「主任」、「校長」、「其他」。
7. 目前任教地點：分為「嘉義市」、「嘉義縣」、「其他地區」。

3.4.4 讀者的滿意度及對重要性之認定

本研究對於滿意度及對重要性之認定的設計。共設計15個項目，包括「封面設計」、「版面安排」、「印刷品質」、「價格訂定」、「主要欄目內容」、「內容多樣且豐富」、「提供教養新知」、「能扣緊社會脈動、貼近生活」、「能開拓我的視野」、「提供的資訊能成為與別人談話的話題」、「充分的打發時間」、「讓精神生活獲得充實」、「提升生活樂趣」、「得到心靈的滿足」、「讓人有身心愉悅之感」。

受訪者依其對重要性及對滿意度之認定，從「非常重要」、「重要」、「普

通」、「不重要」、「非常不重要」以及「非常滿意」、「滿意」、「普通」、「不滿意」、「非常不滿意」間，依程度勾選出最符合本身情形的答案。

3.4.5 讀者的閱讀動機

本研究對於閱讀動機之設計。共設計10 個項目，包括「獲取親子教養新知」、「資料蒐集」、「工作專業上需要」、「作為與別人談話話題」、「個人興趣」、「打發時間」、「休閒娛樂」、「看他人閱讀而引發興趣」、「扣緊社會脈動，貼近生活」、「受標題吸引產生閱讀動力」。

受訪者依其對親子天下雜誌的閱讀動機，從「非常同意」、「同意」、「普通」、「不同意」、「非常不同意」間，依程度勾選出最符合本身情形的答案。

3.4.6 讀者的閱讀行為

本研究對於閱讀行為項目之設計，總共有6項：

1. 閱讀該親子天下雜誌的管道為何：「訂閱」、「零買」、「借閱（包含在公共場所閱讀）」、「租書店」、「訂閱、零買都有」、「其他」（單選）
2. 閱讀親子天下雜誌至今已有多久：「初次閱讀」、「一年（含）以下」、「一～二年」、「二～三年」、「三年以上」。
3. 如何閱讀每期雜誌：「從頭到尾閱讀」、「只挑想看的內容閱讀」、「只看圖片」、「隨意翻閱」、「其他」。
4. 閱讀一期雜誌大約花費多少時間：「1 小時以下」、「1-2 小時」、「2-3 小時」、「3-4 小時」、「4 小時以上」。
5. 閱讀完的雜誌如何處理：「看完就丟棄」、「只留需要的當資料」、「經常保存」、「每本收藏」、「與別人分享」、「借閱後歸還」、「其他」。
6. 每次閱讀月刊的時間大約多久：「10分鐘以下」、「11~30分鐘」、「31～60分鐘」、「60分鐘以上」、「不一定」。

3.4.7 讀者的購買因素

本研究對於購買因素之設計。共設計5 個項目：

1. 每月購買雜誌支出多少錢：「沒有買雜誌」、「300元以下」、「301元~600元」、「601元~1000元」、「其他」。(不限親子雜誌)
2. 為什麼想購買親子天下雜誌：「為獲取教養新知」、「為了打發時間」、「因工作需要」、「自己有興趣」、「其他因素」、「沒有購買」。(單選)
3. 最常透過何種管道，獲得您所要購買的親子天下雜誌之相關訊息：「書店陳列」、「親友、師長推薦」、「網路書店」、「書展」、「書訊、出版情報」、「由本次調查得知」。(單選)
4. 最常在哪裡購買雜誌(包括親子天下雜誌)：「連鎖書店」、「便利商店」、「網路書店」、「大賣場」、「大型書展」、「傳統書店」、「訂閱」。(單選)
5. 如果您會訂閱親子天下雜誌，最主要的原因是：「價格合理」、「雜誌內容豐富」、「促銷方案」、「親友推薦」、「出版社品牌」、「印刷品質」、「圖文編輯」。(單選)

3.5 資料分析方法

本研究以量化的研究方法，了解親子天下雜誌的不同的讀者之閱讀動機、閱讀行為、閱讀重要性以及閱讀後的滿意程度，因此，採下列統計方法，以分析親子天下雜誌讀者。

1. 描述性統計

平均數 (Mean)、標準差 (Standard Deviation) 等方法，描述親子天下雜誌讀者在問卷各向度的平均得分與標準差情形，目的在瞭解讀者對於親子天下雜誌閱讀動機、閱讀重要性以及閱讀滿意度之情形。

以次數分配和百分比描述讀者對閱讀親子天下雜誌的閱讀行為及購買因素的概況，以利瞭解讀者常閱讀之型態與購買的因素的看法。

2. 因素分析 (Factor analysis)

採用因素分析萃取出因素面，目的在於將資料做有效的簡化，以利問卷題目向度之分類。研究者將所編制之題目進行因素分析後，把相同因素成分的題目萃取出來，並定義其名稱。

3. 信度分析 (Reliability Analysis)

信度分析是用來測量所使用的量表是否具有內部一致性，本研究將採用 Cronbach's α 的信度檢驗，來測驗閱讀動機、閱讀重要性以及閱讀滿意度構面，以求因素內部的一致性係數。

4. t 檢定 (t-test)

獨立樣本 t 檢定適用於兩樣本平均數的檢定，目的在比較變異數相同的兩個母群間平均數的差異。以獨立樣本t檢定 (Independent-Sample T Test)，分析不同性別、不同年齡、不同婚姻狀況、不同任教地點對於親子天下雜誌閱讀動機、閱讀重要性以及閱讀滿意度的差異情形。

5. 單因子變異數分析 (One-Way ANOVA)

以單因子變異數分析來瞭解不同背景變項的讀者在親子天下雜誌讀動機、閱讀重要性以及閱讀滿意度之間各構面是否有顯著的差異情形。

6. 卡方檢定 (Chi-square Test)

利用卡方檢定分析來檢視不同人口統計變項對閱讀行為以及購買因素間是否有差異。

7. 效度分析

本問卷在設計之前即參考相關研究文獻，檢視了閱讀動機及使用與滿足理論相關研究，並針對親子天下雜誌的特性修訂問卷，經由指導教授評定問卷內容，因此，本研究問卷應具有一定的內容效度。

8. 缺口分析

為了更深入瞭解國小教師對於親子天下雜誌的重要性與滿意程度是否具有缺口，因此本研究依據研究方法以 t 檢定探討重要性與滿意程度是否有差異，以探討親子天下雜誌是否具有改進空間。

第四章 資料分析與解釋

本章根據調查回收之問卷，扣除無效廢卷後共得有效樣本480份，並針對受試者在閱讀重要性與閱讀滿意度、閱讀動機、閱讀行為、購買因素的作答結果進行資料分析與討論。本章共分為四部分，分別為基本資料分析、因素分析、假設驗證與綜合討論。

4.1 資料樣本結構描述

本研究於2011年9月30日至2011年11月30日止，為期約兩個月的時間進行問卷填答，發出問卷共計538份，回收512份問卷，其中無效問卷為32份，有效問卷為480份，有效問卷回收率為93.75%。

4.1.1 樣本結構分析

1. 人口統計變數分佈情形

本研究以國小教師為研究對象，有效樣本數共480份。為瞭解資料分佈情形，透過次數分配將人口變數特徵加以描述，以了解受訪者的特性及分配情形。所調查之人口特性變數包括性別、年齡、婚姻狀況、教育程度、教學年資、目前擔任的職務、目前任教地點等7項。其中有關受訪者的基本統計資料如表4.1所示。

(1)性別：受訪者中，男性144位，佔所有受訪者之30%，女性336位，佔所有受訪者之70%，女性人數約略為男性的2.3倍。

(2)年齡：為了利於後續統計分析，茲將「22-30歲」與「31-40」合併，稱為「40歲以下」；而將「41~50歲」、「51~60歲」與「61歲以上」合併，稱為「41歲以上」。年齡以40歲以下最多，有257人(佔53.5%)。而以41歲以上之受訪者為次多，共223人(佔46.5%)。

(3)婚姻狀況：為了利於後續統計分析，茲將「已婚有小孩」與「已婚無小孩」合併，稱為「已婚」。受訪者已婚最多，有395人(佔82.3%)，單身則有85人(佔17.7%)。

(4)教育程度：為了利於後續統計分析，茲將「碩士(含四十學分班)」與「博士」合併，稱為「碩士以上」。受訪者教育程度以教育大學(含師院)為最多，有225人(佔46.9%)，其次為碩士以上，有139人(佔29.0%)，一般大學(教育學程)則有116人(佔24.2%)。

(5)教學年資：為了利於後續統計分析，茲將「1年含以下」與「1~5年」、「6~10年」合併，稱為「10年以下」；而將「11~15年」與「16~20年」合併，稱為「11~20年」。教學年資以11~20年為最多，有248(51.7%)，其次年資在21年以上則為101人(佔21%)，10年以下則有131人(佔27.3%)。

(6)擔任職務：為了利於後續統計分析，茲將「組長」、「主任」與「校長」合併，稱為「組長以上」。並將「科任教師」與「其他」合併，稱為「科任教師」。受訪者擔任職務，以導師為最多，有320人(佔66.7%)，其次為組長以上100人(佔20.8%)，科任教師60人(佔12.5%)為最少。

(7)任教地點：為了利於後續統計分析，茲將「其他地區」與「嘉義縣」合併，稱為「嘉義縣」。受訪者任教地點以嘉義縣人數最多，有303人(佔63.1%)，而嘉義市次之，有177人(佔36.9%)。

表 4.1 人口統計變數分析表

項目	類別	樣本數	百分比%	順序
性別	男	144	30	2
	女	336	70	1
年齡	40歲以下	257	53.5	1
	41歲以上	223	46.5	2
婚姻狀況	已婚	395	82.3	1
	單身	85	17.7	2
教育程度	一般大學(教育學程)	116	24.2	3
	教育大學(含師院)	225	46.9	1
	碩士以上	139	29.0	2

項目	類別	樣本數	百分比%	順序
教學年資	10年以下	131	27.3	3
	11~20年	248	51.7	1
	21年以上	101	21.0	2
擔任職務	導師	320	66.7	1
	科任教師	60	12.5	3
	組長以上	100	20.8	2
任教地點	嘉義市	177	36.9	2
	嘉義縣	303	63.1	1

註：總人數480人

2. 閱讀行為描述

閱讀親子天下雜誌行為之分析結果，如表4.2 所顯示。

(1) 閱讀雜誌管道：為了利於後續統計分析，茲將「訂閱」與「訂閱、零買都有」合併，稱為「訂閱」；將「借閱(包含在公共場所閱讀)」、「租書店」與「其他」合併，稱為「借閱」。由表4.2可知，受訪者閱讀管道以「借閱」為最多270人；佔全體受訪者的56.3%，其次為「零買」者有124人，佔全體受訪者的25.8%；「訂閱」則為86人，佔全體受訪者的17.9%。

(2) 閱讀雜誌時間：為了利於後續統計分析，茲將「初次閱讀」與「一年(含)以下」合併，稱為「一年(含)以下」；將「二~三年」與「三年以上」合併，稱為「二年以上」。由表4.2可知，以「一年(含)以下」者218人為最多，佔全體受訪者的45.4%；其次為「一~二年」有146人，佔全體受訪者的30.4%；「二年以上」有116人，佔全體受訪者的24.2%。

(3) 閱讀雜誌方法：為了利於後續統計分析，茲將「隨意翻閱」與「只看圖片」、「其他」合併，稱為「其他」，由表4.2可知，「只挑想看的內容」閱讀者320人，佔全體受訪者的66.7%；「從頭到尾閱讀」者114人，佔全體受訪者的23.8%；「其他」有46人，佔全體受訪者的9.5%。

(4) 閱讀一期雜誌花費的時間：為了利於後續統計分析，茲將「2~3小時」、「3~4

小時」與「4小時以上」合併，稱為「2小時以上」，由表4.2可知，受訪者閱讀時間為「1~2小時」有217人，佔全體受訪者的45.2%；「1小時以下」者124人，佔全體受訪者的25.8%；介於「2~3小時」者98人，佔全體受訪者的20.4%；「4小時以上」者23人，佔全體受訪者的4.8%；介於「3~4小時」者18人，佔全體受訪者的3.8%。

(5) 讀完的雜誌處理：為了利於後續統計分析，茲將「只留需要的當資料」、「經常保存」與「每本收藏」合併，稱為「收藏保存」；將「借閱後歸還」、「看完就丟棄」、「與別人分享」與「其他」合併，稱為「借閱後歸還」。由表 4.2 可知，「借閱後歸還」有 245 人，佔全體受訪者的 51%為最多；「收藏保存」有 235 人，佔全體受訪者的 49%。

(6) 每次閱讀時間：為了利於後續統計分析，茲將「10 分鐘以下」、「11-30 分鐘」、「不一定」合併，稱為「30分鐘以下」；將「31-60分鐘」與「60分鐘以上」合併，稱為「31分鐘以上」。由表4.2可知，閱讀時間「30分鐘以下」者267 人，佔全體受訪者的55.6%；「31分鐘以上」者213人，佔全體受訪者的44.4%。

表 4.2 閱讀行為分析表

項目	類別	樣本數	百分比%	順序
閱讀雜誌管道	訂閱	86	17.9	3
	零買	124	25.8	2
	借閱	270	56.3	1
閱讀雜誌時間	一年(含)以下	218	45.4	1
	一~二年	146	30.4	2
	二年以上	116	24.2	3
閱讀雜誌方法	從頭到尾閱讀	114	23.8	2
	只挑想看的內容閱讀	320	66.7	1
	其他	46	9.5	3
閱讀一期雜誌 花費的時間	1小時以下	124	25.8	3
	1~2小時	217	45.2	1
	2小時以上	139	29	2
讀完的雜誌處 理方式	收藏保存	235	49	2
	借閱後歸還	245	51	1
每次閱讀時間	30分鐘以下	267	55.6	1
	31分鐘以上	213	44.4	2

註：總人數480人

3. 購買因素描述

購買雜誌因素之分析結果，如表4.3 所顯示。

(1) 每月購買雜誌的支出：為了利於後續統計分析，茲將「沒有買雜誌」、「其他」合併，稱為「其他」；將「301~600元」與「601~1000元」合併，稱為「301元以上」。由表4.3可知，受訪者每月購買雜誌支出，以「300元以下」為最多202人；佔全體受訪者的42.1%，其次為「其他」有139人，佔全體受訪者的29%，「301元以上」有139人，佔全體受訪者的28.9%。

(2) 購買雜誌的原因：為了利於後續統計分析，茲將「為獲取教養新知」、「因工作需要」合併，稱為「為獲取教養新知」；將「自己有興趣」與「為了打發時間」合併，稱為「休閒興趣」。將「沒有購買」與「其他因素」合併，稱為「其他因素」。由表4.3可知，以「為獲取教養新知」為最多有268人，佔全體受訪者的55.9%；其次為「休閒興趣」有91人，佔全體受訪者的18.9%；「其他因素」有121人，佔全體受訪者的25.2%。

(3) 購買雜誌訊息：為了利於後續統計分析，茲將「書店陳列」、「網路書店」、「書展」與「書訊、出版情報」合併，稱為「書店陳列」；「親友、師長推薦」與「由本次調查得知」合併，稱為「親友推薦」。由表4.3可知，以「書店陳列」為最多有363人，佔全體受訪者的75.6%；其次為「親友推薦」有117人，佔全體受訪者的24.4%。

(4) 購買雜誌的地點：為了利於後續統計分析，茲將「連鎖書店」、「便利商店」、「大賣場」、「大型書展」、「傳統書店」合併，稱為「實體通路」；。由表4.3可知，以「實體通路」為最多有344人，佔全體受訪者的71.7%；「訂閱」有79人，佔全體受訪者的16.5%；「網路書店」有57人，佔全體受訪者的11.8%。

(5) 訂閱雜誌的原因：為了利於後續統計分析，茲將「價格合理」與「促銷方案」合併，稱為「價格因素」；將「親友推薦」、「雜誌內容豐富」、「出版社品牌」、「印刷品質」與「圖文編輯」合併，稱為「雜誌內容豐富」。由表 4.3 可知，受訪者認為「雜誌內容豐富」為最多有 422 人，佔全體受訪者的 87.9%；其次為「價格因素」者 58 人，佔全體受訪者的 12.1%。

表 4.3 購買因素分析表

項目	類別	樣本數	百分比%	順序
每月購買雜誌支出	300元以下	202	42.1	1
	301元以上	139	28.9	3
	其他	139	29	2
購買雜誌的原因	為獲取教養新知	268	55.9	1
	休閒興趣	91	18.9	3
	其他因素	121	25.2	2
購買雜誌訊息	書店陳列	363	75.6	1
	親友推薦	117	24.4	2
購買雜誌的地點	實體通路	344	71.7	1
	網路書店	57	11.8	3
	訂閱	79	16.5	2
訂閱雜誌的原因	價格因素	58	12.1	2
	雜誌內容豐富	422	87.9	1

註：總人數480人

4.2 閱讀重要性、滿意度與閱讀動機因素分析

本研究將回收之有效問卷進行因素分析，本研究將回收之有效問卷進行因素分析，以檢驗閱讀重要性、滿意度與閱讀動機因素的因素構面是否合適。本研究採用因素分析中主成份分析法萃取共同因素，利用最大變異法進行直交轉軸。

4.2.1 閱讀重要性因素分析

本研究在「閱讀重要性」量表中總共有20題，經過SPSS以因素分析中主成份分析法(Principal Components Analysis)萃取共同因素，利用最大變異法進行直交轉軸運算，以獲得旋轉之後因素負荷量矩陣，並採特徵值大於1下進行因素分析。

在進行因素分析之前，先以KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)及Bartlett's 球形檢定，Kaiser (1974)認為若KMO值低於0.5時，較不適合作因素分析，若KMO值達到0.8以上時，則表示適合進行因素分析。

1. 閱讀重要性因素分析結果

本研究閱讀重要性因素分析之結果如表4.4，因素分析之KMO值為 0.921，大於 0.60；近似卡方值為5932.130；p值小於 0.05，因此閱讀重要性適合進行因素分析。保留特徵值大於1的因素，因此總共萃取出四個因素構面，如表4.5 累計解釋變異量為66.309%，已超過 40%，故保留的因素是適合的。閱讀重要性因素構面共擷取四個因素：分別為因素一命名為「休閒娛樂」；因素二「內容特色」；因素三命名為「資訊學習」構面；因素四命名為「版面屬性」。

表4.4 閱讀重要性因素 KMO 與 Bartlett 檢定

Kaiser-Meyer-Olkin 取樣適切性量數。		0.921
Bartlett 球形檢定	近似卡方分配	5932.130
	自由度	190
	顯著性	0.000

表4.5 閱讀重要性各因素構面的特徵值與累計解釋變異量

因素構面	特徵值	解釋變異量(%)	累積解釋變異量(%)
休閒娛樂	8.878	44.391	44.391
內容特色	2.034	10.171	54.563
資訊學習	1.298	6.491	61.054
版面屬性	1.051	5.256	66.309

2. 閱讀重要性各因素構面的因素負荷量與信度分析

本研究量表之信度採用內部一致性來加以考驗，採用Cronbach's α 係數。 α 係數值愈接近1，表示量表的信度愈高，如表4.6 因素分量表信度指標值判別準則。將各構面的因素負荷量整理如表4.7，再將分析後的構面進行信度分析，以檢驗構面的可信度。閱讀內容重要性部份，如表所示，各題項的因素負荷量介於 0.494 至 0.853之間，分量表信度介於 0.769 至 0.902，顯示閱讀內容重要性分量表均有不錯的內部一致性信度和建構效度。

表4.6 因素分量表信度指標值判別準則

內部一致性 α 係數值	分量表信度
0.900以上	非常理想
0.800 ~ 0.899	甚佳
0.700 ~ 0.799	佳
0.600 ~ 0.699	尚可
0.500 ~ 0.599	可但偏低
0.500以下	欠佳最好刪除

下列將構各因素之題項內容及因素負荷量，加以描述之：

(1) 因素一：休閒娛樂

因素構面一，共有六個題目，因素內容的變項主要為「該雜誌內容能提升我的生活樂趣」、「該雜誌內容讓我有身心愉悅之感」、「該雜誌內容能讓我得到心靈的滿足」、「該雜誌內容讓我的精神生活獲得充實」、「該雜誌內容能讓我充分的打發時間」、「該雜誌內容提供的資訊能成為與別人談話的話題」，因此命名為「休閒娛樂」因素，如表 4.7。

(2) 因素二：內容特色

因素構面二，共有六個題目，因素內容的變項主要為「生活」、「專欄」、「世界與視野」、「學習與教育」、「家庭與教養」、「封面故事」，因此命名為「內容特色」因素，如表 4.7。

(3) 因素三：資訊學習

因素構面三，共有四個題目，因素內容的變項主要為「該雜誌內容能扣緊社會脈動，貼近生活」、「該雜誌內容能提供教養新知」、「該雜誌內容能開拓我的視野」、「該雜誌內容多樣且豐富」，因此命名為「資訊學習」因素，如表 4.7。

(4) 因素四：版面屬性

因素構面四，共有四個題目，因素內容的變項主要為「該雜誌的封面設計」、「該雜誌的版面安排」、「該雜誌的印刷品質」、「該雜誌的價格訂定」，因此命

名為「版面屬性」因素，如表 4.7。

表 4.7 閱讀重要性各因素構面的因素負荷量與信度分析

因素構面	題號	因素負荷量	信度
休閒娛樂	a13 該雜誌內容能提升我的生活樂趣	0.853	0.902
	a15 該雜誌內容讓我有身心愉悅之感	0.849	
	a14 該雜誌內容能讓我得到心靈的滿足	0.823	
	a12 該雜誌內容讓我的精神生活獲得充實	0.771	
	a11 該雜誌內容能讓我充分的打發時間	0.730	
	a10 該雜誌內容提供的資訊能成為與別人談話的話題	0.624	
內容特色	a5.5 生活	0.756	0.842
	a5.6 專欄	0.728	
	a5.2 世界與視野	0.669	
	a5.4 學習與教育	0.616	
	a5.3 家庭與教養	0.588	
	a5.1 封面故事	0.494	
資訊學習	a8 該雜誌內容能扣緊社會脈動，貼近生活	0.797	0.839
	a7 該雜誌內容能提供教養新知	0.778	
	a9 該雜誌內容能開拓我的視野	0.710	
	a6 該雜誌內容多樣且豐富	0.635	
版面屬性	a1 該雜誌的封面設計	0.788	0.769
	a2 該雜誌的版面安排	0.769	
	a3 該雜誌的印刷品質	0.705	
	a4 該雜誌的價格訂定	0.606	

4.2.2 閱讀滿意度因素分析

本研究在「閱讀滿意度」量表中總共有20題，經過SPSS以因素分析中主成份分析法(Principal Components Analysis)萃取共同因素，利用最大變異法進行直交轉軸運算，以獲得旋轉之後因素負荷量矩陣，並採特徵值大於1下進行因素分析。

在進行因素分析之前，先以KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)及Bartlett's 球形檢定，Kaiser (1974)認為若KMO值低於0.5時，較不適合作因素分析，若KMO值達到0.8

以上時，則表示適合進行因素分析。

1. 閱讀滿意度因素分析結果

本研究閱讀滿意度因素分析之結果如表4.8，因素分析之KMO值為 0.935，大於 0.60；近似卡方值為5243.557；p值小於 0.05，因此閱讀滿意度適合進行因素分析。保留特徵值大於1的因素，因此總共萃取出四個因素構面，如表4.9 累計解釋變異量為63.617%，已超過 40%，故保留的因素是適合的。閱讀滿意度因素構面共擷取四個因素：分別為因素一命名為「休閒娛樂」；因素二「內容特色」；因素三命名為「版面屬性」構面；因素四命名為「資訊學習」。

表4.8 閱讀滿意度因素分析 KMO 與 Bartlett 檢定

Kaiser-Meyer-Olkin 取樣適切性量數。		0.935
Bartlett 球形檢定	近似卡方分配	5243.557
	自由度	190
	顯著性	0.000

表4.9 閱讀滿意度各因素構面的特徵值與累計解釋變異量

因素構面	特徵值	解釋變異量(%)	累積解釋變異量(%)
休閒娛樂	8.905	44.527	44.527
內容特色	1.709	8.543	53.070
版面屬性	1.084	5.420	58.490
資訊學習	1.025	5.127	63.617

2. 閱讀滿意度各因素構面的因素負荷量與信度分析

本研究量表之信度採用內部一致性來加以考驗，採用Cronbach's α 係數。 α 係數值愈接近1，表示量表的信度愈高，如表4.6 因素分量表信度指標值判別準則。將各構面的因素負荷量整理如表4.10，再將分析後的構面進行信度分析，以檢驗構面的可信度。閱讀滿意度部份如表所示各題項的因素負荷量介於 0.526至 0.814之間，分量表信度介於 0.769 至 0.902，顯示閱讀滿意度分量表均有不錯的內部一致性信度和建構效度。

下列將構各因素之題項內容及因素負荷量，加以描述之：

(1)因素一：休閒娛樂

因素構面一，共有六個題目，因素內容的變項主要為「該雜誌內容能提升我的生活樂趣」、「該雜誌內容讓我有身心愉悅之感」、「該雜誌內容能讓我得到心靈的滿足」、「該雜誌內容讓我的精神生活獲得充實」、「該雜誌內容能讓我充分的打發時間」、「該雜誌內容提供的資訊能成為與別人談話的話題」，因此命名為「休閒娛樂」因素，如表 4.10。

(2)因素二：內容特色

因素構面二，共有六個題目，因素內容的變項主要為「學習與教育」、「家庭與教養」、「專欄」、「世界與視野」、「生活」、「封面故事」，因此命名為「內容特色」因素，如表 4.10。

(3)因素三：版面屬性

因素構面四，共有四個題目，因素內容的變項主要為「該雜誌的版面安排」、「該雜誌的封面設計」、「該雜誌的印刷品質」、「該雜誌的價格訂定」，因此命名為「版面屬性」因素，如表 4.10。

(4)因素四：資訊學習

因素構面四，共有四個題目，因素內容的變項主要為「該雜誌內容能扣緊社會脈動，貼近生活」、「該雜誌內容能提供教養新知」、「該雜誌內容能開拓我的視野」、「該雜誌內容多樣且豐富」，因此命名為「資訊學習」因素，如表 4.10。

表 4.10 閱讀滿意度各因素構面的因素負荷量與信度分析

因素構面	題號	因素負荷量	信度
休閒娛樂	b13 該雜誌內容能提升我的生活樂趣	0.814	0.902
	b15 該雜誌內容讓我有身心愉悅之感	0.792	
	b14該雜誌內容能讓我得到心靈的滿足	0.785	
	b12該雜誌內容讓我的精神生活獲得充實	0.750	
	b11該雜誌內容能讓我充分的打發時間	0.695	
	b10該雜誌內容提供的資訊能成為與別人談話的話題	0.585	
內容特色	b5.4學習與教育	0.751	0.842
	b5.3家庭與教養	0.682	
	b5.6專欄	0.672	
	b5.2世界與視野	0.633	
	b5.5生活	0.628	
	b5.1封面故事	0.526	
版面屬性	b2該雜誌的版面安排	0.766	0.769
	b1該雜誌的封面設計	0.753	
	b3該雜誌的印刷品質	0.690	
	b4該雜誌的價格訂定	0.594	
資訊學習	b8該雜誌內容能扣緊社會脈動，貼近生活	0.748	0.839
	b7該雜誌內容能提供教養新知	0.727	
	b9該雜誌內容能開拓我的視野	0.698	
	b6該雜誌內容多樣且豐富	0.609	

4.2.3 閱讀動機因素分析

本研究在「閱讀動機」量表中總共有10題，經過SPSS以因素分析中主成份分析法(Principal Components Analysis)萃取共同因素，利用最大變異法進行直交轉軸運算，以獲得旋轉之後因素負荷量矩陣，並採特徵值大於1下進行因素分析。

在進行因素分析之前，先以KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)及Bartlett's 球形檢定，Kaiser (1974)認為若KMO值低於0.5時，較不適合作因素分析，若KMO值達到0.8以上時，則表示適合進行因素分析。

1. 閱讀動機因素分析結果

本研究閱讀動機因素分析之結果如表4.11，因素分析之KMO值為 0.837，大於 0.60；近似卡方值為1439.224；p值小於 0.05，因此閱讀動機適合進行因素分析。保留特徵值大於1的因素，因此總共萃取出二個因素構面，如表4.12 累計解釋變異量為53.335%，已超過 40%，故保留的因素是適合的。閱讀動機因素構面共擷取二個因素：分別為因素一命名為「資訊學習」；因素二「休閒娛樂」。

表4.11 閱讀動機因素分析 KMO 與 Bartlett 檢定

Kaiser-Meyer-Olkin 取樣適切性量數。		0.837
Bartlett 球形檢定	近似卡方分配	1439.224
	自由度	45
	顯著性	0.000

表4.12 閱讀動機各因素構面的特徵值與累計解釋變異量

因素構面	特徵值	解釋變異量(%)	累積解釋變異量(%)
資訊學習	3.938	39.383	39.383
休閒娛樂	1.395	13.952	53.335

2. 閱讀動機各因素構面的因素負荷量與信度分析

本研究量表之信度採用內部一致性來加以考驗，採用 Cronbach's α 係數 (coefficient alpha)。 α 係數值愈接近 1，表示量表的信度愈高，如表 4.6 因素分量表信度指標值判別準則。將各構面的因素負荷量整理如表 4.13，再將分析後的構面進行信度分析，以檢驗構面的可信度。在閱讀動機部份，如表所示，各題項的因素負荷量介於 0.555 至 0.864 之間，分量表信度各為 0.769 和 0.658，顯示閱讀動機分量表有不錯的內部一致性信度和建構效度。下列將構各因素之題項內容及因素負荷量，加以描述之：

(1)因素一：資訊學習

因素構面一，共有六個題目，因素內容的變項主要為「閱讀親子天下雜誌為了

獲取親子教養新知」、「閱讀親子天下雜誌為了工作專業上需要」、「閱讀親子天下雜誌是扣緊社會脈動，貼近生活」、「閱讀親子天下雜誌可作為與別人談話的話題」、「閱讀親子天下雜誌單純為了資料蒐集」、「閱讀親子天下雜誌是受到標題吸引，產生閱讀動力」，因此命名為「資訊學習」因素，如表 4.13。

(2)因素二：休閒娛樂

因素構面二，共有四個題目，因素內容的變項主要為「閱讀親子天下雜誌為了休閒娛樂」、「閱讀親子天下雜誌可以讓我打發時間」、「閱讀親子天下雜誌純粹是個人興趣」、「閱讀親子天下雜誌是看他人閱讀而引發自己的興趣」，因此命名為「休閒娛樂」因素，如表 4.13。

表 4.13 閱讀動機各因素構面的因素負荷量與信度分析

因素構面	題號	因素負荷量	信度
資訊學習	C1 閱讀親子天下雜誌為了獲取親子教養新知	0.772	0.769
	C3 閱讀親子天下雜誌為了工作專業上需要	0.748	
	C9 閱讀親子天下雜誌是扣緊社會脈動，貼近生活	0.639	
	C4 閱讀親子天下雜誌可作為與別人談話的話題	0.593	
	C2 閱讀親子天下雜誌單純為了資料蒐集	0.573	
	C10 閱讀親子天下雜誌是受到標題吸引，產生閱讀動力	0.555	
休閒娛樂	C7 閱讀親子天下雜誌為了休閒娛樂	0.864	0.658
	C6 閱讀親子天下雜誌可以讓我打發時間	0.848	
	C5 閱讀親子天下雜誌純粹是個人興趣	0.625	
	C8 閱讀親子天下雜誌是看他人閱讀而引發自己的興趣	0.614	

4.3 假設檢定

本節根據閱讀者在人口統計變數、閱讀重要性、閱讀滿意度、閱讀動機、閱讀行為與購買因素的作答結果作檢定與分析。

4.3.1 人口統計變數與閱讀重要性之檢定

本節主要探討不同人口統計變數教師在閱讀重要性是否有所差異，人口統計變數可分為性別、年齡、婚姻狀況、教育程度、教學年資、擔任職務與任教地點七項，而閱讀重要性可分為休閒娛樂、內容特色、資訊學習與版面屬性四個向度。

本研究欲了解不同背景變項教師在閱讀重要性上的差異，因此將人口統計變項作為自變項，閱讀重要性作為依變項，以 t 考驗或單因子變異數分析探討不同背景變項讀者在閱讀重要性是否有顯著差異，單因子變異數分析若達 0.05 顯著水準，則進一步以 Scheffe 法進行多重考驗，以瞭解不同背景的教師在閱讀重要性的差異情形。

1. 不同性別與閱讀重要性之 t 檢定

表4.14 為不同性別對閱讀重要性描述統計與 t 考驗摘要表，因性別變項為兩類，因此將以 t 考驗檢核不同男女教師在閱讀重要性是否有所差異。

表4.14 不同性別對閱讀重要性描述統計與 t 檢定摘要表

因素構面	性別	平均數	標準差	t 值	P值(顯著性)
休閒娛樂	男(n=144)	-0.028	0.921	-0.426	0.671
	女(n=336)	0.012	1.033		
內容特色	男(n=144)	-0.163	0.961	-2.350	0.019*
	女(n=336)	0.070	1.010		
資訊學習	男(n=144)	-0.144	1.047	-2.069	0.039*
	女(n=336)	0.062	0.974		
版面屬性	男(n=144)	-0.002	1.047	-0.032	0.975
	女(n=336)	0.001	0.981		

*P<0.05, **p<0.01

經由 t 考驗結果顯示，不同性別的教師在閱讀重要性看法上，只有在「內容特色」(p=0.019) 與「資訊學習」(p=0.039) 有顯著差異，由平均數來看，女性教師 (M=0.070) 比男性教師 (M=-0.163) 更重視內容的特色；在資訊學習方面女性教師 (M=0.062) 比男性教師 (M=-0.144) 更重視。不同性別的教師在「休閒娛樂」與「版面屬性」則沒有顯著差異。

2. 不同年齡與閱讀重要性之 t 檢定

表4.15 為不同年齡對閱讀重要性描述統計與 t 考驗摘要表，因年齡變項為兩類，因此將以 t 考驗檢核不同年齡教師在閱讀重要性是否有所差異。

表4.15 不同年齡對閱讀重要性描述統計與 t 考驗摘要表

因素構面	年齡	平均數	標準差	t 值	P值(顯著性)
休閒娛樂	40歲以下(n=257)	0.002	0.987	0.051	0.959
	41歲以上(n=223)	-0.003	1.017		
內容特色	40歲以下(n=257)	-0.044	1.021	0.524	0.301
	41歲以上(n=223)	0.051	0.975		
資訊學習	40歲以下(n=257)	0.044	1.041	0.264	0.300
	41歲以上(n=223)	-0.051	0.950		
版面屬性	40歲以下(n=257)	-0.045	1.065	0.095	0.286
	41歲以上(n=223)	0.052	0.919		

*P<0.05, **p<0.01

經由 t 考驗結果顯示，由表 4.15 可知，不同年齡教師在閱讀重要性中各個向度並沒有顯著差異，代表年齡並非影響教師閱讀重要性的因素。

3. 不同婚姻狀況與閱讀重要性之 t 檢定

表4.16 為不同婚姻狀況對閱讀重要性描述統計與 t 考驗摘要表，因婚姻狀況變項為兩類，因此將以 t 考驗檢核不同婚姻狀況教師在閱讀重要性是否有所差異。

表4.16 不同婚姻狀況對閱讀重要性描述統計與 t 考驗摘要表

因素構面	婚姻狀況	平均數	標準差	t 值	P值(顯著性)
休閒娛樂	已婚(n=395)	0.040	0.965	1.488	0.137
	未婚(n=85)	-0.115	1.091		
內容特色	已婚(n=395)	0.041	0.982	1.542	0.124
	未婚(n=85)	-0.119	1.046		
資訊學習	已婚(n=395)	0.011	0.980	0.425	0.671
	未婚(n=85)	-0.033	1.060		
版面屬性	已婚(n=395)	-0.001	0.979	-0.044	0.965
	未婚(n=85)	0.003	1.061		

*P<0.05, **p<0.01

經由 t 考驗結果顯示，由表 4.16可知，不同婚姻狀況在閱讀重要性中各個向度並沒有顯著差異，代表婚姻狀況並非影響教師閱讀重要性的因素。

4. 不同教育程度對閱讀重要性描述統計與變異數分析

表4.17 為不同教育程度對閱讀重要性描述統計與變異數分析摘要表，因教育程度變項為三類，因此將以變異數分析檢核不同教育程度教師在閱讀重要性是否有所差異。

表4.17 不同教育程度對閱讀重要性描述統計與變異數分析摘要表

因素構面	教育程度	平均數	標準差	F值	P值 (顯著性)	Scheffe's 事後比較
休閒娛樂	一般大學(教育學程) (n=116)	-0.014	1.033	0.076	0.927	N
	教育大學(含師院) (n=225)	0.019	0.958			
	碩士以上(n=139)	-0.019	1.044			
	總計(n=480)	0.000	1.000			
內容特色	一般大學(教育學程) (n=116)	0.071	1.003	0.847	0.430	N
	教育大學(含師院) (n=225)	0.017	0.982			
	碩士以上(n=139)	-0.087	1.026			
	總計(n=480)	0.000	1.000			
資訊學習	一般大學(教育學程) (n=116)	-0.014	1.033	0.451	0.637	N
	教育大學(含師院) (n=225)	0.019	0.958			
	碩士以上(n=139)	-0.019	1.044			
	總計(n=480)	0.000	1.000			
版面屬性	一般大學(教育學程) (n=116)	0.071	1.003	1.195	0.304	N
	教育大學(含師院) (n=225)	0.017	0.982			
	碩士以上(n=139)	-0.087	1.026			
	總計(n=480)	0.000	1.000			

*P<0.05, **p<0.01

經由單因子變異數分析的結果，由表 4.17可知，不同教育程度的教師在閱讀重要性中各個因素並沒有顯著差異，代表教育程度並非影響教師在閱讀重要性的因素。

5. 不同任教年資對閱讀重要性描述統計與變異數分析

表4.18 為不同任教年資對閱讀重要性描述統計與變異數分析摘要表，因任教年資變項為三類，因此將以變異數分析檢核不同任教年資教師在閱讀重要性是否有所差異。

表4.18 不同任教年資對閱讀重要性描述統計與變異數分析摘要表

因素構面	任教年資	平均數	標準差	F值	P值 (顯著性)	Scheffe's 事後比較
休閒娛樂	10年含以下(n=131)	-0.020	1.041	0.482	0.618	N
	11-20年(n=248)	-0.025	0.973			
	21年以上(n=101)	0.087	1.017			
	總計(n=480)	0.000	1.000			
內容特色	10年含以下(n=131)	-0.130	0.978	1.822	0.163	N
	11-20年(n=248)	0.075	1.002			
	21年以上(n=101)	-0.016	1.016			
	總計(n=480)	0.000	1.000			
資訊學習	10年含以下(n=131)	-0.020	1.041	1.869	0.155	N
	11-20年(n=248)	-0.025	0.973			
	21年以上(n=101)	0.087	1.017			
	總計(n=480)	0.000	1.000			
版面屬性	10年含以下(n=131)	-0.130	0.978	0.769	0.464	N
	11-20年(n=248)	0.075	1.002			
	21年以上(n=101)	-0.016	1.016			
	總計(n=480)	0.000	1.000			

*P<0.05, **p<0.01

經由單因子變異數分析的結果，由表 4.18可知，不同任教年資的教師在閱讀重要性中各個因素並沒有顯著差異，代表任教年資並非影響教師在閱讀重要性的因素。

6. 不同職務對閱讀重要性描述統計與變異數分析

表4.19 為不同職務對閱讀重要性描述統計與變異數分析摘要表，因職務變

項為三類，因此將以變異數分析檢核不同職務教師在閱讀重要性是否有所差異。

表4.19 不同職務對閱讀重要性描述統計與變異數分析摘要表

因素構面	任教年資	平均數	標準差	F值	P值 (顯著性)	Scheffe's 事後比較
休閒娛樂	導師(n=320)	-0.013	1.007	0.188	0.829	N
	科任教師(n=60)	-0.020	1.082			
	組長以上(n=100)	0.054	0.931			
	總計(n=480)	0.000	1.000			
內容特色	導師(n=320)	0.032	0.974	0.575	0.563	N
	科任教師(n=60)	-0.019	1.107			
	組長以上(n=100)	-0.090	1.020			
	總計(n=480)	0.000	1.000			
資訊學習	導師(n=320)	0.006	1.009	0.154	0.857	N
	科任教師(n=60)	-0.065	0.991			
	組長以上(n=100)	0.021	0.984			
	總計(n=480)	0.000	1.000			
版面屬性	導師(n=320)	0.006	0.988	0.658	0.518	N
	科任教師(n=60)	-0.127	0.993			
	組長以上(n=100)	0.058	1.045			
	總計(n=480)	0.000	1.000			

*P<0.05, **p<0.01

經由單因子變異數分析的結果，由表 4.19可知，擔任不同職務的教師在閱讀重要性中各個因素並沒有顯著差異，代表不同職務並非影響教師在閱讀重要性的因素。

7. 不同任教地點與閱讀重要性之 t 檢定

表4.20 為不同任教地點對閱讀重要性描述統計與 t 考驗摘要表，因任教地點變項為兩類，因此將以 t 考驗檢核不同任教地點教師在閱讀重要性是否有所差異。

表4.20 不同任教地點對閱讀重要性描述統計與 t 考驗摘要表

因素構面	任教地點	平均數	標準差	t 值	P值(顯著性)
休閒娛樂	嘉義市(n=177)	0.033	0.991	0.559	0.577
	嘉義縣(n=296)	-0.019	1.006		
內容特色	嘉義市(n=177)	-0.005	1.034	-0.091	0.928
	嘉義縣(n=296)	0.003	0.981		
資訊學習	嘉義市(n=177)	0.119	1.002	1.991	0.047*
	嘉義縣(n=296)	-0.069	0.994		
版面屬性	嘉義市(n=177)	0.063	0.995	1.063	0.289
	嘉義縣(n=296)	-0.037	1.002		

*P<0.05, **p<0.01

經由 t考驗結果顯示，不同任教地點的教師在閱讀重要性看法上，只有在「資訊學習」(p=0.047)有顯著差異，由平均數來看，嘉義市教師(M=0.119)比嘉義縣教師(M=-0.069)更重視資訊學習。

8. 不同人口統計變數對閱讀重要性分析差異情形綜合分析

茲將不同人口統計變數對閱讀重要性分析差異情形，彙整如表 4.21，並說明如下：

1. 不同人口統計變數的國小教師對閱讀重要性的看法方面，不同性別教師在「內容特色」及「資訊學習」上有差異。
2. 不同人口統計變數的國小教師對閱讀重要性的看法方面，不同任教地點教師只有在「資訊學習」有顯著差異，且任教於「嘉義市」的教師認為資訊學習向度的閱讀重要性顯著高於「嘉義縣」之教師。

表 4.21 不同人口統計變數對閱讀重要性差異情形彙整表

背景變項/ 因素構面	性別	年齡	婚姻狀況	教育程度	教學年資	擔任職務	任教地點
休閒娛樂	n	n	n	n	n	n	n
內容特色	P<0.05	n	n	n	n	n	n
資訊學習	P<0.05	n	n	n	n	n	P<0.05
版面屬性	n	n	n	n	n	n	n

4.3.2 人口統計變數與閱讀滿意度之檢定

本節主要探討不同人口統計變數教師在閱讀滿意度是否有所差異，人口統計變數可分為性別、年齡、婚姻狀況、教育程度、教學年資、擔任職務與任教地點七項，而閱讀滿意度可分為休閒娛樂、內容特色、版面屬性與資訊學習四個向度。

了解閱讀滿意度情形整體的描述後，本研究欲了解不同背景變項的教師在閱讀滿意度上的差異，因此將背景變項作為自變項，閱讀滿意度作為依變項，以 t 考驗或單因子變異數分析探討不同背景變項在閱讀滿意度是否有顯著差異，單因子變異數分析若達0.05 顯著水準，則進一步以 Scheffe 法進行多重考驗，以瞭解不同背景的教師在閱讀滿意度的差異情形。

1. 不同性別與閱讀滿意度之 t 檢定

表4.22 為不同性別對閱讀滿意度描述統計與 t 考驗摘要表，因性別變項為兩類，因此將以 t 考驗檢核不同男女教師在閱讀滿意度是否有所差異。

表4.22 不同性別對閱讀滿意度描述統計與 t 檢定摘要表

因素構面	性別	平均數	標準差	t 值	P值(顯著性)
休閒娛樂	男(n=144)	-0.028	0.891	-0.406	0.685
	女(n=336)	0.012	1.044		
內容特色	男(n=144)	-0.156	0.872	-2.245	0.025*
	女(n=336)	0.067	1.044		
版面屬性	男(n=144)	0.016	1.152	0.209	0.835
	女(n=336)	-0.007	0.929		
資訊學習	男(n=144)	-0.087	0.942	-1.254	0.211
	女(n=336)	0.037	1.023		

*P<0.05, **p<0.01

經由 t考驗結果顯示，不同性別的教師在閱讀滿意度看法上，只有在「內容特色」(p=0.025)有顯著差異，由平均數來看，在內容特色方面女性教師(M=0.067)比男性教師(M=-0.156)滿意。不同性別的教師在「休閒娛樂」、「資訊學習」與「版面屬性」則沒有顯著差異。

2. 不同年齡與閱讀滿意度之 t 檢定

表4.23 為不同年齡對閱讀滿意度描述統計與 t 考驗摘要表，因年齡變項為兩類，因此將以 t 考驗檢核不同年齡教師在閱讀滿意度是否有所差異。

表4.23 不同年齡對閱讀滿意度描述統計與 t 考驗摘要表

因素構面	年齡	平均數	標準差	t 值	P值(顯著性)
休閒娛樂	40歲以下(n=257)	0.071	0.979	1.665	0.097
	41歲以上(n=223)	-0.081	1.020		
內容特色	40歲以下(n=257)	-0.026	1.014	-0.605	0.546
	41歲以上(n=223)	0.030	0.985		
版面屬性	40歲以下(n=257)	-0.043	1.043	-1.012	0.312
	41歲以上(n=223)	0.050	0.948		
資訊學習	40歲以下(n=257)	0.016	1.035	0.370	0.712
	41歲以上(n=223)	-0.018	0.960		

*P<0.05, **p<0.01

經由 t 考驗結果顯示，由表 4.23 可知，不同年齡教師在閱讀滿意度中各個向度並沒有顯著差異，代表年齡並非影響教師閱讀滿意度的因素。

3. 不同婚姻狀況與閱讀滿意度之 t 檢定

表4.24 為不同婚姻狀況對閱讀滿意度描述統計與 t 考驗摘要表，因婚姻狀況變項為兩類，因此將以 t 考驗檢核不同婚姻狀況教師在閱讀滿意度是否有所差異。

表4.24 不同婚姻狀況對閱讀滿意度描述統計與 t 考驗摘要表

因素構面	婚姻狀況	平均數	標準差	t 值	P值(顯著性)
休閒娛樂	已婚(n=395)	0.029	0.943	0.974	0.331
	未婚(n=85)	-0.083	1.148		
內容特色	已婚(n=395)	0.009	1.032	0.338	0.736
	未婚(n=85)	-0.025	0.905		
版面屬性	已婚(n=395)	0.040	0.997	1.485	0.138
	未婚(n=85)	-0.115	1.003		
資訊學習	已婚(n=395)	0.025	0.987	0.930	0.353
	未婚(n=85)	-0.072	1.036		

*P<0.05, **p<0.01

經由 t 考驗結果顯示，由表 4.24 可知，不同婚姻狀況在閱讀滿意度中各個向度並沒有顯著差異，代表婚姻狀況並非影響教師閱讀滿意度的因素。

4. 不同教育程度對閱讀滿意度描述統計與變異數分析

表4.25 為不同教育程度對閱讀滿意度描述統計與變異數分析摘要表，因教育程度變項為三類，因此將以變異數分析檢核不同教育程度教師在閱讀滿意度是否有所差異。

表4.25 不同教育程度對閱讀滿意度描述統計與變異數分析摘要表

因素構面	教育程度	平均數	標準差	F值	P值 (顯著性)	Scheffe's 事後比較
休閒娛樂	一般大學(教育學程) (n=116)	-0.017	1.015	0.022	0.978	N
	教育大學(含師院) (n=225)	0.007	0.965			
	碩士以上 (n=139)	0.003	1.049			
	總計(n=480)	0.000	1.000			
內容特色	一般大學(教育學程) (n=116)	0.086	1.124	0.731	0.482	N
	教育大學(含師院) (n=225)	-0.004	0.941			
	碩士以上(n=139)	-0.066	0.985			
	總計(n=480)	0.000	1.000			
版面屬性	一般大學(教育學程) (n=116)	-0.131	0.929	1.758	0.174	N
	教育大學(含師院) (n=225)	0.081	0.973			
	碩士以上 (n=139)	-0.021	1.092			
	總計(n=480)	0.000	1.000			
資訊學習	一般大學(教育學程) (n=116)	-0.089	1.090	0.897	0.409	N
	教育大學(含師院) (n=225)	0.060	0.993			
	碩士以上 (n=139)	-0.022	0.931			
	總計(n=480)	0.000	1.000			

*P<0.05, **p<0.01

經由單因子變異數分析的結果，由表 4.25可知，不同教育程度的教師在閱讀滿意度中各個因素並沒有顯著差異，代表教育程度並非影響教師在閱讀滿意度的因素。

5. 不同任教年資對閱讀滿意度描述統計與變異數分析

表4.26 為不同任教年資對閱讀滿意度描述統計與變異數分析摘要表，因任教年資變項為三類，因此將以變異數分析檢核不同任教年資教師在閱讀滿意度是否有所差異。

表4.26 不同任教年資對閱讀滿意度描述統計與變異數分析摘要表

因素構面	任教年資	平均數	標準差	F值	P值 (顯著性)	Scheffe's 事後比較
休閒娛樂	A.10年含以下(n=131)	0.123	0.882	1.359	0.258	N
	B.11-20年(n=248)	-0.045	1.057			
	C.21年以上(n=101)	-0.049	0.996			
	總計(n=480)	0.000	1.000			
內容特色	A.10年含以下(n=131)	-0.222	0.991	8.048	0.000**	B > A B > C
	B.11-20年(n=248)	0.172	0.966			
	C.21年以上(n=101)	-0.135	1.027			
	總計(n=480)	0.000	1.000			
版面屬性	A.10年含以下(n=131)	-0.063	1.106	0.448	0.639	N
	B.11-20年(n=248)	0.009	0.984			
	C.21年以上(n=101)	0.060	0.893			
	總計(n=480)	0.000	1.000			
資訊學習	A.10年含以下(n=131)	-0.023	0.961	0.298	0.743	N
	B.11-20年(n=248)	0.033	1.056			
	C.21年以上(n=101)	-0.051	0.911			
	總計(n=480)	0.000	1.000			

*P<0.05, **p<0.01

經由單因子變異數分析的結果，由表 4.26可知，不同任教年資的教師在閱讀滿意度中「內容特色」向度上有顯著差異，但是其他向度則沒有顯著差異。經由

Scheffe法事後比較，年資「11-20年」的教師閱讀滿意度顯著高於年資「10年含以下」的教師及年資「21年以上」的教師。

6. 不同職務對閱讀滿意度描述統計與變異數分析

表4.27 為不同職務對閱讀滿意度描述統計與變異數分析摘要表，因職務變項為三類，因此將以變異數分析檢核不同職務教師在閱讀滿意度是否有所差異。

表4.27 不同職務對閱讀滿意度描述統計與變異數分析摘要表

因素構面	職務	平均數	標準差	F值	P值 (顯著性)	Scheffe's 事後比較
休閒娛樂	導師(n=320)	-0.007	1.038	0.467	0.706	N
	科任教師(n=60)	0.050	1.010			
	組長以上(n=100)	-0.098	0.944			
	總計(n=480)	0.129	0.739			
內容特色	導師(n=320)	0.000	1.000	1.165	0.323	N
	科任教師(n=60)	0.015	1.014			
	組長以上(n=100)	-0.214	1.039			
	總計(n=480)	0.064	0.941			
版面屬性	導師(n=320)	0.105	0.897	0.775	0.509	N
	科任教師(n=60)	0.000	1.000			
	組長以上(n=100)	0.019	1.013			
	總計(n=480)	-0.169	0.926			
資訊學習	導師(n=320)	-0.005	1.010	2.586	0.053	N
	科任教師(n=60)	0.111	0.992			
	組長以上(n=100)	0.000	1.000			
	總計(n=480)	0.044	1.058			

* $P < 0.05$, ** $p < 0.01$

經由單因子變異數分析的結果，由表 4.27可知，擔任不同職務的教師在閱讀滿意度中各個因素並沒有顯著差異，代表不同職務並非影響教師在閱讀滿意度的因素。

7. 不同任教地點與閱讀滿意度之 t 檢定

表4.28 為不同任教地點對閱讀滿意度描述統計與 t 考驗摘要表，因任教地點變項為兩類，因此將以 t 考驗檢核不同任教地點教師在閱讀滿意度是否有所差異。

表4.28 不同任教地點對閱讀滿意度描述統計與 t 考驗摘要表

因素構面	任教地點	平均數	標準差	t 值	P值(顯著性)
休閒娛樂	嘉義市(n=177)	-0.012	1.027	-0.205	0.838
	嘉義縣(n=296)	0.007	0.986		
內容特色	嘉義市(n=177)	-0.127	1.025	-2.139	0.033*
	嘉義縣(n=296)	0.074	0.979		
版面屬性	嘉義市(n=177)	0.091	0.975	1.525	0.128
	嘉義縣(n=296)	-0.053	1.012		
資訊學習	嘉義市(n=177)	0.149	0.959	2.512	0.012*
	嘉義縣(n=296)	-0.087	1.014		

*P<0.05, **p<0.01

經由 t考驗結果顯示，不同任教地點的教師在閱讀滿意度看法上，在「內容特色」(p=0.033)有顯著差異，由平均數來看，嘉義縣教師(M=0.074)比嘉義市教師(M=-0.127)更重視內容特色。同時在「資訊學習」(p=0.012)有顯著差異，由平均數來看，嘉義市教師(M=0.149)比嘉義縣教師(M=-0.087)更重視資訊學習。

8. 不同人口統計變數對閱讀滿意度分析差異情形綜合分析

茲將不同人口統計變數對閱讀滿意度分析差異情形，彙整如表 4.29，並說明如下：

- (1) 不同人口統計變數的國小教師對閱讀滿意度的看法方面，不同性別教師在「內容特色」上有差異。
- (2) 不同人口統計變數的國小教師對閱讀滿意度的看法方面，不同教學年資教師在「內容特色」上有差異，且經由Scheffe法事後比較，年資「11-20年」的教師閱讀滿意度顯著高於年資「10年含以下」的教師及年資「21年以上」的教師。

(3) 不同任教地點的教師在閱讀滿意度看法上，在「內容特色」有顯著差異，嘉義縣教師比嘉義市教師更重視內容特色。同時在「資訊學習」有顯著差異，嘉義市教師比嘉義縣教師更重視資訊學習。

表 4.29 不同人口統計變數對閱讀滿意度差異情形彙整表

背景變項/ 因素構面	性別	年齡	婚姻狀況	教育程度	教學年資	擔任職務	任教地點
休閒娛樂	n	n	n	n	n	n	n
內容特色	P<0.05	n	n	n	B>A B>C	n	P<0.05
版面屬性	n	n	n	n	n	n	n
資訊學習	n	n	n	n	n	n	P<0.05

4.3.3 人口統計變數與閱讀動機之檢定

本節主要探討不同人口統計變數教師在閱讀動機是否有所差異，人口統計變數可分為性別、年齡、婚姻狀況、教育程度、教學年資、擔任職務與任教地點七項，而閱讀動機可分為資訊學習與休閒娛樂二個向度。

本研究欲了解不同背景變項教師在閱讀動機上的差異，因此將人口統計變項作為自變項，閱讀滿意度作為依變項，以 t 考驗或單因子變異數分析探討不同背景變項讀者在閱讀滿意度是否有顯著差異，單因子變異數分析若達 0.05 顯著水準，則進一步以 Scheffe 法進行多重考驗，以瞭解不同背景的教師在閱讀滿意度的差異情形。

1. 不同性別與閱讀動機之 t 檢定

表4.30 為不同性別對閱讀動機描述統計與 t 考驗摘要表，因性別變項為兩類，因此將以 t 考驗檢核不同男女教師在閱讀動機是否有所差異。

表4.30 不同性別對閱讀動機描述統計與 t 檢定摘要表

因素構面	性別	平均數	標準差	t 值	P值(顯著性)
資訊學習	男(n=144)	-0.004	0.916	-0.054	0.957
	女(n=336)	0.002	1.035		
休閒娛樂	男(n=144)	0.003	0.944	0.039	0.969
	女(n=336)	-0.001	1.024		

*P<0.05, **p<0.01

經由單因子變異數分析的結果，由表 4.30可知，不同性別教師在閱讀動機中各個向度並沒有顯著差異，代表不同性別並非影響教師閱讀動機的因素。

2. 不同年齡與閱讀動機之 t 檢定

表4.31 為不同年齡對閱讀動機描述統計與 t 考驗摘要表，因年齡變項為兩類，因此將以 t 考驗檢核不同年齡教師在閱讀動機是否有所差異。

表4.31 不同年齡對閱讀動機描述統計與 t 考驗摘要表

因素構面	年齡	平均數	標準差	t 值	P值(顯著性)
資訊學習	40歲以下(n=257)	-0.027	1.054	-0.637	0.524
	41歲以上(n=223)	0.031	0.936		
休閒娛樂	40歲以下(n=257)	0.010	0.934	0.232	0.816
	41歲以上(n=223)	-0.012	1.073		

*P<0.05, **p<0.01

經由 t考驗結果顯示，由表 4.31可知，不同年齡教師在閱讀動機中各個向度並沒有顯著差異，代表年齡並非影響教師閱讀動機的因素。

3. 不同婚姻狀況與閱讀動機之 t 檢定

表4.32 為不同婚姻狀況對閱讀動機描述統計與 t 考驗摘要表，因婚姻狀況變項為兩類，因此將以 t 考驗檢核不同婚姻狀況教師在閱讀動機是否有所差異。

表4.32 不同婚姻狀況對閱讀動機描述統計與 t 考驗摘要表

因素構面	婚姻狀況	平均數	標準差	t 值	P值(顯著性)
資訊學習	已婚(n=395)	0.028	1.005	1.025	0.306
	未婚(n=85)	-0.079	0.984		
休閒娛樂	已婚(n=395)	-0.024	0.985	-0.880	0.379
	未婚(n=85)	0.068	1.044		

*P<0.05, **p<0.01

經由 t考驗結果顯示，由表 4.32可知，不同婚姻狀況在閱讀動機中各個向度並沒有顯著差異，代表婚姻狀況並非影響教師閱讀動機的因素。

4. 不同教育程度對閱讀動機描述統計與變異數分析

表4.33 為不同教育程度對閱讀動機描述統計與變異數分析摘要表，因教育程度變項為三類，因此將以變異數分析檢核不同教育程度教師在閱讀動機是否有所差異。

表4.33 不同教育程度對閱讀動機描述統計與變異數分析摘要表

因素構面	教育程度	平均數	標準差	F值	P值(顯著性)	Scheffe's 事後比較
資訊學習	A.一般大學(教育學程) (n=116)	0.046	1.065	0.164	0.849	N
	B.教育大學(含師院) (n=225)	-0.017	0.922			
	C.碩士以上 (n=139)	-0.012	1.070			
	總計(n=480)	0.000	1.000			
休閒娛樂	A.一般大學(教育學程) (n=116)	-0.040	1.046	0.462	0.630	N
	B.教育大學(含師院) (n=225)	-0.021	0.905			
	C.碩士以上 (n=139)	0.068	1.105			
	總計(n=480)	0.000	1.000			

*P<0.05, **p<0.01

經由單因子變異數分析的結果，由表 4.33可知，不同教育程度的教師在閱讀動機中各個因素並沒有顯著差異，代教育程度並非影響教師在閱讀動機的因素。

5. 不同任教年資對閱讀動機描述統計與變異數分析

表4.34 為不同任教年資對閱讀動機描述統計與變異數分析摘要表，因任教年資變項為三類，因此將以變異數分析檢核不同任教年資教師在閱讀動機是否有所差異。

表4.34 不同任教年資對閱讀動機描述統計與變異數分析摘要表

因素構面	任教年資	平均數	標準差	F值	P值 (顯著性)	Scheffe's 事後比較
資訊學習	10年含以下(n=131)	-0.067	0.986	0.401	0.670	N
	11-20年(n=248)	0.023	1.054			
	21年以上(n=101)	0.029	0.880			
	總計(n=480)	0.000	1.000			
休閒娛樂	10年含以下(n=131)	-0.045	0.902	0.201	0.818	N
	11-20年(n=248)	0.024	1.002			
	21年以上(n=101)	0.000	1.118			
	總計(n=480)	0.000	1.000			

*P<0.05, **p<0.01

經由單因子變異數分析的結果，由表 4.34可知，不同任教年資的教師在閱讀動機中各個因素並沒有顯著差異，代表任教年資並非影響教師在閱讀動機的因素。

6. 不同職務對閱讀動機描述統計與變異數分析

表4.35 為不同職務對閱讀動機描述統計與變異數分析摘要表，因職務變項為三類，因此將以變異數分析檢核不同職務教師在閱讀動機是否有所差異。

表4.35 不同職務對閱讀動機描述統計與變異數分析摘要表

因素構面	職務	平均數	標準差	F值	P值 (顯著性)	Scheffe's 事後比較
資訊學習	A.導師(n=320)	-0.008	1.010	4.266	0.015*	C>B
	B.科任教師(n=60)	-0.279	0.970			
	C.組長以上(n=100)	0.193	0.951			
	總計(n=480)	0.000	1.000			
休閒娛樂	A.導師(n=320)	-0.004	1.005	0.095	0.909	N
	B.科任教師(n=60)	-0.035	0.975			
	C.組長以上(n=100)	0.034	1.007			
	總計(n=480)	0.000	1.000			

*P<0.05, **p<0.01

經由單因子變異數分析的結果，由表4.35 可知，不同職務的教師在閱讀動機的因素中「資訊學習」(P=0.015)向度上有顯著差異，但是休閒娛樂向度則沒有顯著差異。而經由Scheffe法事後比較，擔任「組長以上」的教師，在「資訊學習」向度的閱讀動機顯著高於擔任「科任教師」之教師。

7. 不同任教地點與閱讀動機之 t 檢定

表4.36為不同任教地點對閱讀動機描述統計與 t 考驗摘要表，因任教地點變項為兩類，因此將以 t 考驗檢核不同任教地點教師在閱讀動機是否有所差異。

表4.36 不同任教地點對閱讀動機描述統計與 t 考驗摘要表

因素構面	任教地點	平均數	標準差	t 值	P值(顯著性)
資訊學習	嘉義市(n=177)	0.170	0.887	2.994	0.003**
	嘉義縣(n=296)	-0.099	1.049		
休閒娛樂	嘉義市(n=177)	0.004	1.007	0.059	0.953
	嘉義縣(n=296)	-0.002	0.998		

*P<0.05, **p<0.01

經由 t考驗結果顯示，由表4.36 可知，不同任教地點的教師在閱讀動機看法上，只有在「資訊學習」(p=0.003)有顯著差異，由平均數來看，嘉義市教師(M=0.170)比嘉義縣教師(M=-0.099)更重視訊學習。

8. 不同人口統計變數對閱讀動機分析差異情形綜合分析

茲將不同人口統計變數對閱讀動機分析差異情形，彙整如表 4.37，並說明如下：

- (1)不同人口統計變數的國小教師對閱讀動機的看法方面，擔任不同職務教師在「資訊學習」上有差異。
- (2)不同人口統計變數的國小教師對閱讀動機的看法方面，不同任教地點教師只有在「資訊學習」有顯著差異，且任教於「嘉義市」的教師認為資訊學習向度的閱讀動機顯著高於「嘉義縣」之教師。

表 4.37 不同人口統計變數對閱讀動機差異情形彙整表

背景變項/ 因素構面	性別	年齡	婚姻狀況	教育程度	教學年資	擔任職務	任教地點
資訊學習	n	n	n	n	n	C>B	P<0.05
休閒娛樂	n	n	n	n	n	n	n

4.3.4 人口統計變數與閱讀行為之檢定

本節主要分別探討不同人口統計變數對於雜誌閱讀行為是否有差異存在，人口統計變數可分為性別、年齡、婚姻狀況、教育程度、教學年資、擔任職務與任教地點七項。經由百分比同質性考驗檢定，各檢定變項間的差異分析如下：

(一)不同性別在閱讀行為之分析

1. 不同性別在閱讀行為之「閱讀雜誌的管道」之檢定分析

表4.38 為不同性別對閱讀行為之「閱讀雜誌的管道」卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=2.396$ ， $P>0.05$ ，表示不同性別在閱讀行為之「閱讀雜誌的管道」上沒有顯著差異。

表4.38 不同性別在閱讀行為之「閱讀雜誌的管道」卡方檢定摘要表

閱讀行為/性別		男	女	自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
閱讀雜誌的管道	訂閱	24	62	2	2.396	0.302
		16.7%	18.5%			
	零買	44	80			
		30.6%	23.8%			
	借閱	76	194			
		52.8%	57.7%			
總和	144	336				
	100%	100%				

*P<0.05, **p<0.01

2. 不同性別在閱讀行為「閱讀雜誌時間多久」之檢定分析

表4.39 為不同性別對閱讀行為「閱讀雜誌時間多久」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=0.940$ ， $P>0.05$ ，表示不同性別在閱讀行為之「閱讀雜誌時間多久」上沒有顯著差異。

表4.39 不同性別在閱讀行為之「閱讀雜誌時間多久」卡方檢定摘要表

閱讀行為/性別		男	女	自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
閱讀雜誌時間多久	一年以下	64	154	2	0.940	0.625
		44.4%	45.8%			
	一~二年	48	98			
		33.3%	29.2%			
	二年以上	32	84			
		22.2%	25.0%			
總和	144	336				
	100%	100%				

*P<0.05, **p<0.01

3. 不同性別在閱讀行為「閱讀雜誌的方法」之檢定分析

表4.40 為不同性別對閱讀行為「閱讀雜誌的方法」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=0.566$ ， $P>0.05$ ，表示不同

性別在閱讀行為之「閱讀雜誌的方法」上沒有顯著差異。

表4.40 不同性別在閱讀行為之「閱讀雜誌的方法」卡方檢定摘要表

閱讀行為/性別		男	女	自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
閱讀雜誌的方法	從頭到尾閱讀	31	83	2	0.566	0.754
		21.5%	24.7%			
	只挑想看的內容閱讀	99	221			
		68.8%	65.8%			
	其他	14	32			
		9.7%	9.5%			
總和	144	336				
	100%	100%				

*P<0.05, **p<0.01

4. 不同性別在閱讀行為「閱讀一期雜誌花費時間」之檢定分析

表4.41 為不同性別對閱讀行為「閱讀一期雜誌花費時間」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=3.674$ ， $P>0.05$ ，表示不同性別在閱讀行為之「閱讀一期雜誌花費時間」上沒有顯著差異。

表4.41 不同性別在閱讀行為之「閱讀一期雜誌花費時間」卡方檢定摘要表

閱讀行為/性別		男	女	自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
閱讀一期雜誌花費時間	1小時以下	41	83	2	3.674	0.159
		28.5%	24.7%			
	1~2小時	70	147			
		48.6%	43.8%			
	2小時以上	33	106			
		22.9%	31.5%			
總和	144	336				
	100%	100%				

*P<0.05, **p<0.01

5. 不同性別在閱讀行為「讀完的雜誌處理方式」之檢定分析

表4.42 為不同性別對閱讀行為「讀完的雜誌處理方式」之卡方檢定摘要表，

經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=6.203$ ， $P<0.05$ ，表示不同性別在閱讀行為之「讀完的雜誌處理方式」上有顯著差異。

表4.42 不同性別在閱讀行為之「讀完的雜誌處理方式」卡方檢定摘要表

閱讀行為/性別		男	女	自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
讀完的雜誌處理方式	收藏保存	83	152	1	6.203	0.013*
		57.6%	45.2%			
	借閱後歸還	61	184			
		42.4%	54.8%			
	總和	144	336			
		100%	100%			

* $P<0.05$, ** $p<0.01$

6. 不同性別在閱讀行為「每次閱讀雜誌的時間」之檢定分析

表4.43 為不同性別對閱讀行為「每次閱讀雜誌的時間」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=0.000$ ， $P>0.05$ ，表示不同性別在閱讀行為之「每次閱讀雜誌的時間」上沒有顯著差異。

表4.43 不同性別在閱讀行為之「每次閱讀雜誌的時間」卡方檢定摘要表

閱讀行為/性別		男	女	自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
每次閱讀雜誌的時間	30分鐘以下	80	187	1	0.000	0.984
		55.6%	55.7%			
	31分鐘以上	64	149			
		44.4%	44.3%			
	總和	144	336			
		100%	100%			

* $P<0.05$, ** $p<0.01$

(二)不同年齡在閱讀行為之分析

1. 不同年齡在閱讀行為之「閱讀雜誌的管道」之檢定分析

表4.44 為不同年齡對閱讀行為之「閱讀雜誌的管道」卡方檢定摘要表，經由

百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=0.259$ ， $P>0.05$ ，表示不同年齡在閱讀行為之「閱讀雜誌的管道」上沒有顯著差異。

表4.44 不同年齡在閱讀行為之「閱讀雜誌的管道」之卡方檢定摘要表

閱讀行為/年齡		年齡		自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
		40歲以下	41歲以上			
閱讀雜誌的管道	訂閱	47	39	2	0.259	0.879
		18.3%	17.5%			
	零買	64	60			
		24.9%	26.9%			
	借閱	146	124			
		56.8%	55.6%			
總和	257	223				
	100%	100%				

* $P<0.05$ ，** $p<0.01$

2. 不同年齡在閱讀行為「閱讀雜誌時間多久」之檢定分析

表4.45 為不同年齡對閱讀行為「閱讀雜誌時間多久」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=4.169$ ， $P>0.05$ ，表示不同年齡在閱讀行為之「閱讀雜誌時間多久」上沒有顯著差異。

表4.45 不同年齡在閱讀行為之「閱讀雜誌時間多久」卡方檢定摘要表

閱讀行為/年齡		年齡		自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
		40歲以下	41歲以上			
閱讀雜誌時間多久	一年以下	106	112	2	4.169	0.124
		41.2%	50.2%			
	一~二年	82	64			
		31.9%	28.7%			
	二年以上	69	47			
		26.8%	21.1%			
總和	257	223				
	100%	100%				

* $P<0.05$ ，** $p<0.01$

3. 不同年齡在閱讀行為「閱讀雜誌的方法」之檢定分析

表4.46 為不同年齡對閱讀行為「閱讀雜誌的方法」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=1.139$ ， $P>0.05$ ，表示不同年齡在閱讀行為之「閱讀雜誌的方法」上沒有顯著差異。

表4.46 不同年齡在閱讀行為之「閱讀雜誌的方法」卡方檢定摘要表

閱讀行為/年齡		年齡		自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
		40歲以下	41歲以上			
閱讀雜誌的方法	從頭到尾 閱讀	66	48	2	1.139	0.566
		25.7%	21.5%			
	只挑想看的 內容閱讀	167	153			
		65.0%	68.6%			
	其他	24	22			
		9.3%	9.9%			
總和	257	223				
	100%	100%				

* $P<0.05$ ，** $p<0.01$

4. 不同年齡在閱讀行為「閱讀一期雜誌花費時間」之檢定分析

表4.47 為不同年齡對閱讀行為「閱讀一期雜誌花費時間」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=4.457$ ， $P>0.01$ ，表示不同年齡在閱讀行為之「閱讀一期雜誌花費時間」上沒有顯著差異。

表4.47 不同年齡在閱讀行為之「閱讀一期雜誌花費時間」卡方檢定摘要表

閱讀行為/年齡		年齡		自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
		40歲以下	41歲以上			
閱讀一期雜誌 花費時間	1小時以下	71	53	2	4.457	0.108
		27.6%	23.8%			
	1~2小時	122	95			
		47.5%	42.6%			
	2小時以上	64	75			
		24.9%	33.6%			
總和	257	223				
	100%	100%				

* $P<0.05$ ，** $p<0.01$

5. 不同年齡在閱讀行為「讀完的雜誌處理方式」之檢定分析

表4.48 為不同年齡對閱讀行為「讀完的雜誌處理方式」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=4.970$ ， $P<0.05$ ，表示不同年齡在閱讀行為之「讀完雜誌處理方式」上有顯著差異。

表4.48 不同年齡在閱讀行為之「讀完雜誌處理方式」卡方檢定摘要表

閱讀行為/年齡		年齡		自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
		40歲以下	41歲以上			
讀完的雜誌處理方式	收藏保存	138	97	1	4.970	0.026*
		53.7%	43.5%			
	借閱後歸還	119	126			
		46.3%	56.5%			
	總和	257	223			
		100%	100%			

* $p<0.05$, ** $p<0.01$

6. 不同年齡在閱讀行為「每次閱讀雜誌的時間」之檢定分析

表4.49 為不同年齡對閱讀行為「每次閱讀雜誌的時間」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=0.555$ ， $P>0.05$ ，表示不同年齡在閱讀行為之「每次閱讀雜誌的時間」上沒有顯著差異。

表4.49 不同年齡在閱讀行為之「每次閱讀雜誌的時間」卡方檢定摘要表

閱讀行為/年齡		年齡		自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
		40歲以下	40歲以下			
每次閱讀雜誌的時間	30分鐘以下	147	120	1	0.555	0.456
		57.2%	53.8%			
	31分鐘以上	110	103			
		42.8%	46.2%			
	總和	257	223			
		100%	100%			

* $P<0.05$, ** $p<0.01$

(三)不同婚姻狀況在閱讀行為之分析

1. 不同婚姻狀況在閱讀行為之「閱讀雜誌的管道」之檢定分析

表4.50 為不同婚姻狀況對閱讀行為之「閱讀雜誌的管道」卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=4.370$ ， $P>0.05$ ，表示不同婚姻狀況在閱讀行為之「閱讀雜誌的管道」上沒有顯著差異。

表4.50 不同婚姻狀況在閱讀行為之「閱讀雜誌的管道」卡方檢定摘要表

閱讀行為/婚姻狀況		已婚	單身	自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
閱讀雜誌的管道	訂閱	76	10	2	4.370	0.112
		19.2%	11.8%			
	零買	105	19			
		26.6%	22.4%			
	借閱	214	56			
		54.2%	65.9%			
總和	395	85				
	100%	100%				

* $P<0.05$ ，** $p<0.01$

2. 不同婚姻狀況在閱讀行為「閱讀雜誌時間多久」之檢定分析

表4.51 為不同婚姻狀況對閱讀行為「閱讀雜誌時間多久」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=3.325$ ， $P>0.05$ ，表示不同婚姻狀況在閱讀行為之「閱讀雜誌時間多久」上沒有顯著差異。

表4.51 不同婚姻狀況在閱讀行為之「閱讀雜誌時間多久」卡方檢定摘要表

閱讀行為/婚姻狀況		已婚	單身	自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
閱讀雜誌時間多久	一年以下	172	46	2	3.325	0.190
		43.5%	54.1%			
	一~二年	123	23			
		31.1%	27.1%			
	二年以上	100	16			
		25.3%	18.8%			
總和	395	85				
	100%	100%				

* $P<0.05$ ，** $p<0.01$

3. 不同婚姻狀況在閱讀行為「閱讀雜誌的方法」之檢定分析

表4.52 為不同婚姻狀況對閱讀行為「閱讀雜誌的方法」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=5.408$ ， $P>0.05$ ，表示不同婚姻狀況在閱讀行為之「閱讀雜誌的方法」上沒有顯著差異。

表4.52 不同婚姻狀況在閱讀行為之「閱讀雜誌的方法」卡方檢定摘要表

閱讀行為/婚姻狀況		已婚	單身	自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
閱讀雜誌的方法	從頭到尾閱讀	102	12	2	5.408	0.067
		25.8%	14.1%			
	只挑想看的內容閱讀	257	63			
		65.1%	74.1%			
	其他	36	10			
		9.1%	11.8%			
總和	395	85				
	100%	100%				

* $P<0.05$ ，** $p<0.01$

4. 不同婚姻狀況在閱讀行為「閱讀一期雜誌花費時間」之檢定分析

表4.53 為不同婚姻狀況對閱讀行為「閱讀一期雜誌花費時間」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=10.150$ ， $P<0.01$ ，表示不同婚姻狀況在閱讀行為之「閱讀雜誌的方法」上有顯著差異。

表4.53 不同婚姻狀況在閱讀行為之「閱讀一期雜誌花費時間」卡方檢定摘要表

閱讀行為/婚姻狀況		已婚	單身	自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
閱讀一期雜誌花費時間	1小時以下	92	32	2	10.150	0.006**
		23.3%	37.6%			
	1~2小時	179	38			
		45.3%	44.7%			
	其他	124	15			
		31.4%	17.6%			
總和	395	85				
	100%	100%				

* $P<0.05$ ，** $p<0.01$

5. 不同婚姻狀況在閱讀行為「讀完的雜誌處理方式」之檢定分析

表4.54 為不同婚姻狀況對閱讀行為「讀完的雜誌處理方式」之卡方檢定摘要

表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=0.391$ ， $P>0.05$ ，表示不同婚姻狀況在閱讀行為之「讀完的雜誌處理方式」上沒有顯著差異。

表4.54 不同婚姻狀況在閱讀行為之「讀完的雜誌處理方式」卡方檢定摘要表

閱讀行為/婚姻狀況		已婚	單身	自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
讀完的雜誌處理方式	收藏保存	196	39	1	0.391	0.532
		49.6%	45.9%			
	借閱後歸還	199	46			
		50.4%	54.1%			
	總和	395	85			
		100%	100%			

* $P<0.05$ ，** $p<0.01$

6. 不同婚姻狀況在閱讀行為「每次閱讀雜誌的時間」之檢定分析

表4.55 為不同婚姻狀況對閱讀行為「每次閱讀雜誌的時間」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=0.624$ ， $P>0.05$ ，表示不同婚姻狀況在閱讀行為之「每次閱讀雜誌的時間」上沒有顯著差異。

表4.55 不同婚姻狀況在閱讀行為之「每次閱讀雜誌的時間」卡方檢定摘要表

閱讀行為/婚姻狀況		已婚	單身	自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
閱讀一期雜誌花費時間	30分以下	223	44	1	0.624	0.430
		56.5%	51.8%			
	31分以上	172	41			
		43.5%	48.2%			
	總和	395	85			
		100%	100%			

* $P<0.05$ ，** $p<0.01$

(四)不同教育程度在閱讀行為之分析

1. 不同教育程度在閱讀行為「閱讀雜誌的管道」之檢定分析

表4.56 為不同教育程度對閱讀行為「閱讀雜誌的管道」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=8.153$ ， $P>0.05$ ，表示不同教育程度在閱讀行為之「閱讀雜誌的管道」上沒有顯著差異。

表4.56 不同教育程度在閱讀行為之「閱讀雜誌的管道」卡方檢定摘要表

閱讀行為/教育程度		教育程度			自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
		一般大學	教育大學	碩士以上			
閱讀雜誌的管道	訂閱	15	36	35	4	8.153	0.086
		12.9%	16.0%	25.2%			
	零買	31	63	30			
		26.7%	28.0%	21.6%			
	借閱	70	126	74			
		60.3%	56.0%	53.2%			
	總和	116	225	139			
		100%	100%	100%			

* $P<0.05$ ，** $p<0.01$

2. 不同教育程度在閱讀行為「閱讀雜誌時間多久」之檢定分析

表4.57 為不同教育程度對閱讀行為「閱讀雜誌時間多久」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=5.700$ ， $P>0.05$ ，表示不同教育程度在閱讀行為之「閱讀雜誌時間多久」上沒有顯著差異。

表4.57 不同教育程度在閱讀行為之「閱讀雜誌時間多久」卡方檢定摘要表

閱讀行為/教育程度		教育程度			自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
		一般大學	教育大學	碩士以上			
閱讀雜誌時間多久	一年以下	62	100	56	4	5.700	0.223
		53.4%	44.4%	40.3%			
	一~二年	28	68	50			
		24.1%	30.2%	36.0%			
	二年以上	26	57	33			
		22.4%	25.3%	23.7%			
	總和	116	225	139			
		100%	100%	100%			

* $P<0.05$ ，** $p<0.01$

3. 不同教育程度在閱讀行為「閱讀雜誌的方法」之檢定分析

表4.58 為不同教育程度對閱讀行為「閱讀雜誌的方法」之卡方檢定摘要表，

經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=5.633$ ， $P>0.05$ ，表示不同教育程度在閱讀行為之「閱讀雜誌的方法」上沒有顯著差異。

表4.58 不同教育程度在閱讀行為之「閱讀雜誌的方法」之卡方檢定摘要表

閱讀行為/教育程度		教育程度			自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
		一般大學	教育大學	碩士以上			
閱讀雜誌的方法	從頭到尾閱讀	21	58	35	4	5.633	0.228
		18.1%	25.8%	25.2%			
	只挑想看的內容閱讀	87	146	87			
		75.0%	64.9%	62.6%			
	其他	8	21	17			
		6.9%	9.3%	12.2%			
總和	116	225	139				
	100%	100%	100%				

* $P<0.05$ ，** $p<0.01$

4. 不同教育程度在閱讀行為「閱讀一期雜誌花費時間」之檢定分析

表4.59 為不同教育程度對閱讀行為「閱讀一期雜誌花費時間」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=3.535$ ， $P>0.05$ ，表示不同教育程度在閱讀行為之「閱讀一期雜誌花費時間」上沒有顯著差異。

表4.59 不同教育程度在閱讀行為之「閱讀一期雜誌花費時間」卡方檢定摘要表

閱讀行為/教育程度		教育程度			自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
		一般大學	教育大學	碩士以上			
閱讀一期雜誌花費時間	1小時以下	34	50	40	4	3.535	0.473
		29.3%	22.2%	28.8%			
	1~2小時	51	109	57			
		44.0%	48.4%	41.0%			
	2小時以上	31	66	42			
		26.7%	29.3%	30.2%			
總和	116	225	139				
	100%	100%	100%				

* $P<0.05$ ，** $p<0.01$

5. 不同教育程度在閱讀行為「讀完的雜誌處理方式」之檢定分析

表4.60 為不同教育程度對閱讀行為「讀完的雜誌處理方式」之卡方檢定摘要

表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=0.355$ ， $P>0.05$ ，表示不同教育程度在閱讀行為之「讀完的雜誌處理方式」上沒有顯著差異。

表4.60 不同教育程度在閱讀行為之「讀完的雜誌處理方式」卡方檢定摘要表

閱讀行為/教育程度		教育程度			自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
		一般大學	教育大學	碩士以上			
讀完的雜誌處理方式	收藏保存	54	112	69	2	0.355	0.837
		46.6%	49.8%	49.6%			
	借閱後歸還	62	113	70			
		53.4%	50.2%	50.4%			
	總和	116	225	139			
		100%	100%	100%			

* $P<0.05$, ** $p<0.01$

6. 不同教育程度在閱讀行為「每次閱讀雜誌的時間」之檢定分析

表4.61 為不同教育程度對閱讀行為「每次閱讀雜誌的時間」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=0.983$ ， $P>0.05$ ，表示不同教育程度在閱讀行為之「每次閱讀雜誌的時間」上沒有顯著差異。

表4.61 不同教育程度在閱讀行為「每次閱讀雜誌的時間」之卡方檢定摘要表

閱讀行為/教育程度		教育程度			自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
		一般大學	教育大學	碩士以上			
每次閱讀雜誌的時間	30分以下	68	120	79	2	0.983	0.612
		58.6%	53.3%	56.8%			
	31分以上	48	105	60			
		41.4%	46.7%	43.2%			
	總和	116	225	139			
		100%	100%	100%			

* $P<0.05$, ** $p<0.01$

(五)不同教學年資在閱讀行為之分析

1. 不同教學年資在閱讀行為之「閱讀雜誌的管道」之檢定分析

表4.62 為不同教學年資對閱讀行為之「閱讀雜誌的管道」卡方檢定摘要表，

經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=2.080$ ， $P>0.05$ ，表示不同教學年資在閱讀行為之「閱讀雜誌的管道」上沒有顯著差異。

表4.62 不同教學年資在閱讀行為之「閱讀雜誌的管道」卡方檢定摘要表

閱讀行為/教學年資		教學年資			自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
		10年以下	11~20年	21年以上			
閱讀雜誌的管道	訂閱	20	50	16	4	2.080	0.721
		15.3%	20.2%	15.8%			
	零買	37	60	27			
		28.2%	24.2%	26.7%			
	借閱	74	138	58			
		56.5%	55.6%	57.4%			
總和	131	248	101				
	100%	100%	100%				

* $P<0.05$ ，** $p<0.01$

2. 不同教學年資在閱讀行為「閱讀雜誌時間多久」之檢定分析

表4.63 為不同教學年資對閱讀行為「閱讀雜誌時間多久」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=12.445$ ， $P<0.05$ ，表示不同教學年資在閱讀行為之「閱讀雜誌時間多久」上有顯著差異。

表4.63 不同教學年資在閱讀行為「閱讀雜誌時間多久」之卡方檢定摘要表

閱讀行為/教學年資		教學年資			自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
		10年以下	11~20年	21年以上			
閱讀雜誌時間多久	一年以下	66	104	48	4	12.445	0.014*
		50.4%	41.9%	47.5%			
	一~二年	47	70	29			
		35.9%	28.2%	28.7%			
	二年以上	18	74	24			
		13.7%	29.8%	23.8%			
總和	131	248	101				
	100%	100%	100%				

* $P<0.05$ ，** $p<0.01$

3. 不同教學年資在閱讀行為「閱讀雜誌的方法」之檢定分析

表4.64 為不同教學年資對閱讀行為「閱讀雜誌的方法」之卡方檢定摘要表，

經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=8.878$ ， $P>0.05$ ，表示不同教學年資在閱讀行為之「閱讀雜誌的方法」上沒有顯著差異。

表4.64 不同教學年資在閱讀行為之「閱讀雜誌的方法」卡方檢定摘要表

閱讀行為/教學年資		教學年資			自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
		10年以下	11~20年	21年以上			
閱讀雜誌的方法	從頭到尾閱讀	21	72	21	4	8.878	0.064
		16.0%	29.0%	20.8%			
	只挑想看的內容閱讀	95	154	71			
		72.5%	62.1%	70.3%			
	其他	15	22	9			
		11.5%	8.9%	8.9%			
總和	131	248	101				
	100%	100%	100%				

* $P<0.05$ ，** $p<0.01$

4. 不同教學年資在閱讀行為「閱讀一期雜誌花費時間」之檢定分析

表4.65 為不同教學年資對閱讀行為「閱讀一期雜誌花費時間」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=19.034$ ， $P<0.01$ ，表示不同教學年資在閱讀行為之「閱讀一期雜誌花費時間」上有顯著差異。

表4.65 不同教學年資在閱讀行為之「閱讀一期雜誌花費時間」卡方檢定摘要表

閱讀行為/教學年資		教學年資			自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
		10年以下	11~20年	21年以上			
閱讀一期雜誌花費時間	1小時以下	46	57	21	4	19.034	0.001**
		35.1%	23.0%	20.8%			
	1~2小時	63	102	52			
		48.1%	41.1%	51.5%			
	2小時以上	22	89	28			
		16.8%	35.9%	27.7%			
總和	131	248	101				
	100%	100%	100%				

* $P<0.05$ ，** $p<0.01$

5. 不同教學年資在閱讀行為「讀完的雜誌處理方式」之檢定分析

表4.66 為不同教學年資對閱讀行為「讀完的雜誌處理方式」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=3.028$ ， $P>0.05$ ，表示不同教學年資在閱讀行為之「讀完的雜誌處理方式」上沒有顯著差異。

表4.66 不同教學年資在閱讀行為之「讀完的雜誌處理方式」卡方檢定摘要表

閱讀行為/教學年資		教學年資			自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
		10年以下	11~20年	21年以上			
讀完的雜誌處理方式	收藏保存	69	124	42	2	3.028	0.220
		52.7%	50.0%	41.6%			
	借閱後歸還	62	124	59			
		47.3%	50.0%	58.4%			
	總和	131	248	101			
		100%	100%	100%			

* $P<0.05$ ，** $p<0.01$

6. 不同教學年資在閱讀行為「每次閱讀雜誌的時間」之檢定分析

表4.67 為不同教學年資對閱讀行為「每次閱讀雜誌的時間」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=4.696$ ， $P>0.05$ ，表示不同教學年資在閱讀行為之「每次閱讀雜誌的時間」上沒有顯著差異。

表4.67 不同教學年資在閱讀行為之「每次閱讀雜誌的時間」卡方檢定摘要表

閱讀行為/教學年資		教學年資			自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
		10年以下	11~20年	21年以上			
每次閱讀雜誌的時間	30分以下	79	141	47	2	4.696	0.096
		60.3%	56.9%	46.5%			
	31分以上	52	107	54			
		39.7%	43.1%	53.5%			
	總和	131	248	101			
		100%	100%	100%			

* $P<0.05$ ，** $p<0.01$

(六)不同職務在閱讀行為之分析

1. 不同職務在閱讀行為之「閱讀雜誌的管道」之檢定分析

表4.68 為不同職務對閱讀行為之「閱讀雜誌的管道」卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=6.212$ ， $P>0.05$ ，表示不同職務在閱讀行為之「閱讀雜誌的管道」上沒有顯著差異。

表4.68 不同職務在閱讀行為之「閱讀雜誌的管道」卡方檢定摘要表

閱讀行為/不同職務		不同職務			自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
		導師	科任	組長以上			
閱讀雜誌的管道	訂閱	62	6	18	4	6.212	0.184
		19.4%	10.0%	18.0%			
	零買	78	14	32			
		24.4%	23.3%	32.0%			
	借閱	180	40	50			
		56.3%	66.7%	50.0%			
總和	320	60	100				
	100%	100%	100%				

* $P<0.05$ ，** $p<0.01$

2. 不同職務在閱讀行為「閱讀雜誌時間多久」之檢定分析

表4.69 為不同職務對閱讀行為「閱讀雜誌時間多久」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=10.191$ ， $P<0.05$ ，表示不同職務在閱讀行為之「閱讀雜誌時間多久」上有顯著差異。

表4.69 不同職務在閱讀行為之「閱讀雜誌時間多久」卡方檢定摘要表

閱讀行為/不同職務		不同職務			自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
		導師	科任	組長以上			
閱讀雜誌時間多久	一年以下	144	37	37	4	10.191	0.037*
		45.0%	61.7%	37.0%			
	一~二年	98	15	33			
		30.6%	25.0%	33.0%			
	二年以上	78	8	30			
		24.4%	13.3%	30.0%			
總和	320	60	100				
	100%	100%	100%				

* $P<0.05$ ，** $p<0.01$

3. 不同職務在閱讀行為「閱讀雜誌的方法」之檢定分析

表4.70 為不同職務對閱讀行為「閱讀雜誌的方法」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=7.034$ ， $P>0.05$ ，表示不同職務在閱讀行為之「閱讀雜誌的方法」上沒有顯著差異。

表4.70 不同職務在閱讀行為之「閱讀雜誌的方法」卡方檢定摘要表

閱讀行為/不同職務		不同職務			自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
		導師	科任	組長以上			
閱讀雜誌的方法	從頭到尾閱讀	74	9	31	4	7.034	0.134
		23.1%	15.0%	31.0%			
	只挑想看的內容閱讀	217	42	61			
		67.8%	70.0%	61.0%			
	其他	29	9	8			
		9.1%	15.0%	8.0%			
總和	320	60	100				
	100%	100%	100%				

* $P<0.05$ ，** $p<0.01$

4. 不同職務在閱讀行為「閱讀一期雜誌花費時間」之檢定分析

表4.71 為不同職務對閱讀行為「閱讀一期雜誌花費時間」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=3.569$ ， $P>0.05$ ，表示不同職務在閱讀行為之「閱讀一期雜誌花費時間」上沒有顯著差異。

表4.71 不同職務在閱讀行為之「閱讀一期雜誌花費時間」卡方檢定摘要表

閱讀行為/不同職務		不同職務			自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
		導師	科任	組長以上			
閱讀一期雜誌花費時間	1小時以下	77	19	28	4	3.569	0.468
		24.1%	31.7%	28.0%			
	1~2小時	145	29	43			
		45.3%	48.3%	43.0%			
	2小時以上	98	12	29			
		30.6%	20.0%	29.0%			
總和	320	60	100				
	100%	100%	100%				

* $P<0.05$ ，** $p<0.01$

5. 不同職務在閱讀行為「讀完的雜誌處理方式」之檢定分析

表4.72 為不同職務對閱讀行為「讀完的雜誌處理方式」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=7.347$ ， $P<0.05$ ，表示不同職務在閱讀行為之「讀完的雜誌處理方式」上有顯著差異。

表4.72 不同職務在閱讀行為之「讀完的雜誌處理方式」卡方檢定摘要表

閱讀行為/不同職務		不同職務			自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
		導師	科任	組長以上			
讀完的雜誌處理方式	收藏保存	147	27	61	2	7.347	0.025*
		45.9%	45.0%	61.0%			
	借閱後歸還	173	33	39			
		54.1%	55.0%	39.0%			
	總和	320	60	100			
		100%	100%	100%			

* $P<0.05$ ，** $p<0.01$

6. 不同職務在閱讀行為「每次閱讀雜誌的時間」之檢定分析

表4.73 為不同職務對閱讀行為「每次閱讀雜誌的時間」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=0.356$ ， $P>0.05$ ，表示不同職務在閱讀行為之「每次閱讀雜誌的時間」上沒有顯著差異。

表4.73 不同職務在閱讀行為之「每次閱讀雜誌的時間」卡方檢定摘要表

閱讀行為/不同職務		不同職務			自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
		導師	科任	組長以上			
每次閱讀雜誌的時間	30分以下	180	34	53	2	0.356	0.837
		56.3%	56.7%	53.0%			
	31分以上	140	26	47			
		43.8%	43.3%	47.0%			
	總和	320	60	100			
		100%	100%	100%			

* $P<0.05$ ，** $p<0.01$

(七)不同任教地點在閱讀行為之分析

1. 不同任教地點在閱讀行為之「閱讀雜誌的管道」之檢定分析

表4.74 為不同任教地點對閱讀行為之「閱讀雜誌的管道」卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=11.767$ ， $P<0.01$ ，表示不同任教地點在閱讀行為之「閱讀雜誌的管道」上有顯著差異。

表4.74 不同任教地點在閱讀行為之「閱讀雜誌的管道」之卡方檢定摘要表

閱讀行為/任教地點		嘉義市	嘉義縣	自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
閱讀雜誌的管道	訂閱	44	42	2	11.767	0.003**
		24.9%	13.9%			
	零買	49	75			
		27.7%	24.8%			
	借閱	84	186			
		47.5%	61.4%			
總和	177	303				
	100%	100%				

* $P<0.05$ ，** $p<0.01$

2. 不同任教地點在閱讀行為「閱讀雜誌時間多久」之檢定分析

表4.75 為不同任教地點對閱讀行為「閱讀雜誌時間多久」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=1.482$ ， $P>0.05$ ，表示不同任教地點在閱讀行為之「閱讀雜誌時間多久」上沒有顯著差異。

表4.75 不同任教地點在閱讀行為「閱讀雜誌時間多久」之卡方檢定摘要表

閱讀行為/任教地點		嘉義市	嘉義縣	自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
閱讀雜誌時間多久	一年以下	79	139	2	1.482	0.477
		44.6%	45.9%			
	一~二年	50	96			
		28.2%	31.7%			
	二年以上	48	68			
		27.1%	22.4%			
總和	177	303				
	100%	100%				

* $P<0.05$ ，** $p<0.01$

3. 不同任教地點在閱讀行為「閱讀雜誌的方法」之檢定分析

表4.76 為不同任教地點對閱讀行為「閱讀雜誌的方法」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=2.787$ ， $P>0.05$ ，表示不同任教地點在閱讀行為之「閱讀雜誌的方法」上沒有顯著差異。

表4.76 不同任教地點在閱讀行為之「閱讀雜誌的方法」之卡方檢定摘要表

閱讀行為/任教地點		嘉義市	嘉義縣	自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
閱讀雜誌的方法	從頭到尾閱讀	49	65	2	2.787	0.248
		27.7%	21.5%			
	只挑想看的內容閱讀	110	210			
		62.1%	69.3%			
	其他	18	28			
		10.2%	9.2%			
總和	177	303				
	100%	100%				

* $P<0.05$ ，** $p<0.01$

4. 不同任教地點在閱讀行為「閱讀一期雜誌花費時間」之檢定分析

表4.77 為不同任教地點對閱讀行為「閱讀一期雜誌花費時間」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=8.306$ ， $P<0.05$ ，表示不同任教地點在閱讀行為之「閱讀雜誌的方法」上有顯著差異。

表4.77 不同任教地點在閱讀行為「閱讀一期雜誌花費時間」之卡方檢定摘要表

閱讀行為/任教地點		嘉義市	嘉義縣	自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
閱讀一期雜誌花費時間	1小時以下	42	82	2	8.306	0.016*
		23.7%	27.1%			
	1~2小時	70	147			
		39.5%	48.5%			
	2小時以上	65	74			
		36.7%	24.4%			
總和	177	303				
	100%	100%				

* $P<0.05$ ，** $p<0.01$

5. 不同任教地點在閱讀行為「讀完的雜誌處理方式」之檢定分析

表4.78 為不同任教地點對閱讀行為「讀完的雜誌處理方式」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=1.932$ ， $P>0.05$ ，表示不同任教地點在閱讀行為之「讀完的雜誌處理方式」上沒有顯著差異。

表4.78 不同任教地點在閱讀行為「讀完的雜誌處理方式」之卡方檢定摘要表

閱讀行為/任教地點		嘉義市	嘉義縣	自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
讀完的雜誌處理方式	收藏保存	94	141	1	1.932	0.165
		53.1%	46.5%			
	借閱後歸還	83	162			
		46.9%	53.5%			
	總和	177	303			
		100%	100%			

* $P<0.05$, ** $p<0.01$

6. 不同任教地點在閱讀行為「每次閱讀雜誌的時間」之檢定分析

表4.79 為不同任教地點對閱讀行為「每次閱讀雜誌的時間」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=2.016$ ， $P>0.05$ ，表示不同任教地點在閱讀行為之「每次閱讀雜誌的時間」上沒有顯著差異。

表4.79 不同任教地點在閱讀行為「每次閱讀雜誌的時間」之卡方檢定摘要表

閱讀行為/任教地點		嘉義市	嘉義縣	自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
每次閱讀雜誌的時間	30分以下	91	176	1	2.016	0.156
		51.4%	58.1%			
	31分以上	86	127			
		48.6%	41.9%			
	總和	177	303			
		100%	100%			

* $P<0.05$, ** $p<0.01$

(八)不同背景變數在閱讀行為差異情形綜合分析

1. 茲將不同背景變數在閱讀行為差異情形彙整如表 4.80，並說明如下：

表 4.80 不同背景變數在閱讀行為差異情形彙整表

背景變項/ 閱讀行為	性別	年齡	婚姻狀況	教育程度	教學年資	擔任職務	任教地點
閱讀雜誌的 管道	n	n	n	n	n	n	P<0.01
閱讀雜誌時 間多久	n	n	n	n	P<0.05	P<0.05	n
閱讀雜誌的 方法	n	n	n	n	n	n	n
閱讀一期雜 誌花費時間	n	n	P<0.01	n	P<0.01	n	P<0.05
讀完的雜誌 處理方式	P<0.05	P<0.05	n	n	n	P<0.05	n
每次閱讀雜 誌的時間	n	n	n	n	n	n	n

2. 小結：

不同性別的教師在閱讀行為的「讀完的雜誌處理方式」有顯著差異存在。不同年齡的教師在閱讀行為的「讀完的雜誌處理方式」也有顯著差異存在。不同婚姻狀況的教師在閱讀行為的「閱讀一期雜誌花費時間」有顯著差異。不同教學年資的教師在閱讀行為的「閱讀雜誌時間多久」、「閱讀一期雜誌花費時間」有顯著差異。擔任不同職務的教師在閱讀行為的「閱讀雜誌時間多久」、「讀完的雜誌處理方式」有顯著差異。不同任教地點的教師在閱讀行為的「閱讀雜誌的管道」、「閱讀一期雜誌花費時間」、「讀完的雜誌處理方式」有顯著差異。

4.3.5 人口統計變數與購買因素之檢定

本節主要分別探討不同人口統計變數對於雜誌購買因素是否有差異存在，人口統計變數可分為性別、年齡、婚姻狀況、教育程度、教學年資、擔任職務與任教地點七項。經由百分比同質性考驗檢定，各檢定變項間的差異分析如下：

(一)不同性別在購買因素之分析

1. 不同性別在購買因素之「每月購買雜誌支出」之檢定分析

表4.81 為不同性別對購買因素之「每月購買雜誌支出」卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=1.371$ ， $P>0.05$ ，表示不同性別在購買因素之「每月購買雜誌支出」上沒有顯著差異。

表4.81 不同性別在購買因素之「每月購買雜誌支出」卡方檢定摘要表

購買因素/性別		男	女	自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
每月購買雜誌支出	300元以下	58	144	2	1.371	0.504
		40.3%	42.9%			
	301元以上	47	92			
		32.6%	27.4%			
	其他	39	100			
		27.1%	29.8%			
總和	144	336				
	100%	100%				

* $P<0.05$, ** $p<0.01$

2. 不同性別在購買因素「購買雜誌的原因」之檢定分析

表4.82 為不同性別對購買因素「購買雜誌的原因」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=1.155$ ， $P>0.05$ ，表示不同性別在購買因素之「購買雜誌的原因」上沒有顯著差異。

表4.82 不同性別在購買因素之「購買雜誌的原因」卡方檢定摘要表

購買因素/性別		男	女	自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
購買雜誌的原因	為獲取教養新知	82	186	2	1.155	0.561
		56.9%	55.4%			
	休閒興趣	30	61			
		20.8%	18.2%			
	其他因素	32	89			
		22.2%	26.5%			
總和	144	336				
	100%	100%				

* $P<0.05$, ** $p<0.01$

3. 不同性別對購買因素「獲得雜誌訊息的管道」之檢定分析

表4.83 為不同性別對購買因素「獲得雜誌訊息的管道」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=2.562$ ， $P>0.05$ ，表示不同性別在購買因素之「獲得雜誌訊息的管道」上沒有顯著差異。

表4.83 不同性別在購買因素之「獲得雜誌訊息的管道」卡方檢定摘要表

購買因素/性別		男	女	自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
獲得雜誌訊息的管道	書店陳列	102	261	1	2.562	0.109
		70.8%	77.7%			
	親友推薦	42	75			
		29.2%	22.3%			
	總和	144	336			
		100%	100%			

* $P<0.05$, ** $p<0.01$

4. 不同性別在購買因素「最常購買雜誌的地點」之檢定分析

表4.84 為不同性別對購買因素「最常購買雜誌的地點」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=8.298$ ， $P<0.05$ ，表示不同性別在購買因素之「最常購買雜誌的地點」上有顯著差異。

表4.84 不同性別在購買因素之「最常購買雜誌的地點」卡方檢定摘要表

購買因素/性別		男	女	自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
最常購買雜誌的地點	實體通路	113	231	2	8.298	0.016*
		78.5%	68.8%			
	網路書店	18	39			
		12.5%	11.6%			
	訂閱	13	66			
		9.0%	19.6%			
	總和	144	336			
		100%	100%			

* $P<0.05$, ** $p<0.01$

5. 不同性別在購買因素「訂閱雜誌最主要的原因」之檢定分析

表4.85 為不同性別對購買因素「訂閱雜誌最主要的原因」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=0.183$ ， $P>0.05$ ，表示不同性別在購買因素之「訂閱雜誌最主要的原因」上沒有顯著差異。

表4.85 不同性別教師在購買因素之「訂閱雜誌最主要的原因」之卡方檢定摘要表

購買因素/性別		男	女	自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
訂閱雜誌最主要的原因	價格因素	16	42	1	0.183	0.669
		11.1%	12.5%			
	雜誌內容豐富	128	294			
		88.9%	87.5%			
	總和	144	336			
		100%	100%			

* $P<0.05$ ，** $p<0.01$

(二)不同年齡在購買因素之分析

1. 不同年齡在購買因素之「每月購買雜誌支出」之檢定分析

表4.86 為不同年齡教師對購買因素之「每月購買雜誌支出」卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=10.408$ ， $P<0.01$ ，表示不同年齡的教師在購買因素之「每月購買雜誌支出」上有顯著差異。

表4.86 不同年齡在購買因素之「每月購買雜誌支出」卡方檢定摘要表

購買因素/年齡		年齡		自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
		40歲以下	41歲以上			
每月購買雜誌支出	300元以下	123	79	2	10.408	0.005**
		47.9%	35.4%			
	301元以上	60	79			
		23.3%	35.4%			
	其他	74	65			
		28.8%	29.1%			
	總和	257	223			
		100%	100%			

* $P<0.05$ ，** $p<0.01$

2. 不同年齡在購買因素「購買雜誌的原因」之檢定分析

表4.87 為不同年齡對購買因素「購買雜誌的原因」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=7.590$ ， $P<0.05$ ，表示不同年齡在購買因素之「購買雜誌的原因」上沒有顯著差異。

表4.87 不同年齡在購買因素之「購買雜誌的原因」卡方檢定摘要表

購買因素/年齡		年齡		自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
		40歲以下	41歲以上			
購買雜誌的原因	為獲取教 養新知	153	115	2	7.590	0.022*
		59.5%	51.6%			
	休閒興趣	37	54			
		14.4%	24.2%			
	其他因素	67	54			
		26.1%	24.2%			
總和	257	223				
	100%	100%				

* $P<0.05$, ** $p<0.01$

3. 不同年齡在購買因素「獲得雜誌訊息的管道」之檢定分析

表4.88 為不同年齡對購買因素「獲得雜誌訊息的管道」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=3.395$ ， $P>0.05$ ，表示不同年齡在購買因素之「獲得雜誌訊息的管道」上沒有顯著差異。

表4.88 不同年齡在購買因素之「獲得雜誌訊息的管道」卡方檢定摘要表

購買因素/年齡		年齡		自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
		40歲以下	41歲以上			
獲得雜誌訊息的管道	書店陳列	203	160	1	3.395	0.065
		79.0%	71.7%			
	親友推薦	54	63			
		21.0%	28.3%			
	總和	257	223			
		100%	100%			

* $P<0.05$, ** $p<0.01$

4. 不同年齡在購買因素「最常購買雜誌的地點」之檢定分析

表4.89 為不同年齡對購買因素「最常購買雜誌的地點」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=1.161$ ， $P>0.05$ ，表示不同年齡在購買因素之「最常購買雜誌的地點」上沒有顯著差異。

表4.89 不同年齡在購買因素之「最常購買雜誌的地點」卡方檢定摘要表

購買因素/年齡		年齡		自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
		40歲以下	41歲以上			
最常購買雜誌的地點	實體通路	183	161	2	1.161	0.560
		71.2%	72.2%			
	網路書店	28	29			
		10.9%	13.0%			
	訂閱	46	33			
		17.9%	14.8%			
總和	257	223				
	100%	100%				

* $P<0.05$ ，** $p<0.01$

5. 不同年齡在購買因素「訂閱雜誌最主要的原因」之檢定分析

表4.90 為不同年齡對購買因素「訂閱雜誌最主要的原因」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=0.088$ ， $P>0.05$ ，表示不同年齡在購買因素之「訂閱雜誌最主要的原因」上沒有顯著差異。

表4.90 不同年齡在購買因素之「訂閱雜誌最主要的原因」卡方檢定摘要表

購買因素/年齡		年齡		自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
		40歲以下	41歲以上			
訂閱雜誌最主要的原因	價格因素	30	28	1	0.088	0.767
		11.7%	12.6%			
	雜誌內容 豐富	227	195			
		88.3%	87.4%			
	總和	257	223			
		100%	100%			

* $P<0.05$ ，** $p<0.01$

(三)不同婚姻狀況在購買因素之分析

1. 不同婚姻狀況在購買因素之「每月購買雜誌支出」之檢定分析

表4.91 為不同婚姻狀況對購買因素之「每月購買雜誌支出」卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=7.968$ ， $P<0.05$ ，表示不同婚姻狀況的教師在購買因素之「每月購買雜誌支出」上沒有顯著差異。

表4.91 不同婚姻狀況在購買因素之「每月購買雜誌支出」卡方檢定摘要表

購買因素/婚姻狀況		已婚	單身	自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
每月購買雜誌支出	300元以下	170	32	2	7.968	0.019*
		43.0%	37.6%			
	301元以上	121	18			
		30.6%	21.2%			
	其他	104	35			
		26.3%	41.2%			
總和	395	85				
	100%	100%				

* $P<0.05$, ** $p<0.01$

2. 不同婚姻狀況在購買因素「購買雜誌的原因」之檢定分析

表4.92 為不同婚姻狀況對購買因素「購買雜誌的原因」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=5.143$ ， $P>0.05$ ，表示不同婚姻狀況在購買因素之「購買雜誌的原因」上有顯著差異。

表4.92 不同婚姻狀況在購買因素之「購買雜誌的原因」卡方檢定摘要表

購買因素/婚姻狀況		已婚	單身	自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
購買雜誌的原因	為獲取教養新知	229	39	2	5.143	0.076
		58.0%	45.9%			
	休閒興趣	74	17			
		18.7%	20.0%			
	其他因素	92	29			
		23.3%	34.1%			
總和	395	85				
	100%	100%				

* $P<0.05$, ** $p<0.01$

3. 不同婚姻狀況在購買因素「獲得雜誌訊息的管道」之檢定分析

表4.93 為不同婚姻狀況對購買因素「獲得雜誌訊息的管道」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=0.127$ ， $P>0.05$ ，表示不同婚姻狀況在購買因素之「獲得雜誌訊息的管道」上沒有顯著差異。

表4.93 不同婚姻狀況在購買因素之「獲得雜誌訊息的管道」卡方檢定摘要表

購買因素/婚姻狀況		已婚	單身	自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
獲得雜誌 訊息的 管道	書店陳列	300	63	1	0.127	0.721
		75.9%	74.1%			
	親友推薦	95	22			
		24.1%	25.9%			
	總和	395	85			
		100%	100%			

* $P<0.05$ ，** $p<0.01$

4. 不同婚姻狀況在購買因素「最常購買雜誌的地點」之檢定分析

表4.94 為不同婚姻狀況對購買因素「最常購買雜誌的地點」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=3.886$ ， $P>0.05$ ，表示不同婚姻狀況在購買因素之「最常購買雜誌的地點」上沒有顯著差異。

表4.94 不同婚姻狀況在購買因素之「最常購買雜誌的地點」卡方檢定摘要表

購買因素/婚姻狀況		已婚	單身	自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
最常購買 雜誌的 地點	實體通路	279	65	2	3.886	0.143
		70.6%	76.5%			
	網路書店	45	12			
		11.4%	14.1%			
	訂閱	71	8			
		18.0%	9.4%			
	總和	395	85			
		100%	100%			

* $P<0.05$ ，** $p<0.01$

5. 不同婚姻狀況在購買因素「訂閱雜誌最主要的原因」之檢定分析

表4.95 為不同婚姻狀況對購買因素「訂閱雜誌最主要的原因」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=1.872$ ， $P>0.05$ ，表示不同婚姻狀況在購買因素之「訂閱雜誌最主要的原因」上有顯著差異。

表4.95 不同婚姻狀況在購買因素之「訂閱雜誌最主要的原因」卡方檢定摘要表

購買因素/婚姻狀況		已婚	單身	自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
訂閱雜誌最主要的原因	價格因素	44	14	1	1.872	0.171
		11.1%	16.5%			
	雜誌內容豐富	351	71			
		88.9%	83.5%			
	總和	395	85			
		100%	100%			

* $P<0.05$, ** $p<0.01$

(四)不同教育程度在購買因素之分析

1. 不同教育程度在購買因素「每月購買雜誌支出」之檢定分析

表4.96 為不同教育程度對購買因素「每月購買雜誌支出」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=5.928$ ， $P>0.05$ ，表示不同教育程度在購買因素之「每月購買雜誌支出」上沒有顯著差異。

表4.96 不同教育程度在購買因素之「每月購買雜誌支出」卡方檢定摘要表

購買因素/教育程度		教育程度			自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
		一般大學	教育大學	碩士以上			
每月購買雜誌支出	300元以下	49	98	55	4	5.928	0.205
		42.2%	43.6%	39.6%			
	301元以上	28	73	38			
		24.1%	32.4%	27.3%			
	其他	39	54	46			
		33.6%	24.0%	33.1%			
總和	116	225	139				
	100%	100%	100%				

* $P<0.05$, ** $p<0.01$

2. 不同教育程度在購買因素「購買雜誌的原因」之檢定分析

表4.97 為不同教育程度對購買因素「購買雜誌的原因」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=1.800$ ， $P>0.05$ ，表示不同教育程度在購買因素之「購買雜誌的原因」上沒有顯著差異。

表4.97 不同教育程度在購買因素之「購買雜誌的原因」卡方檢定摘要表

購買因素/教育程度		教育程度			自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
		一般大學	教育大學	碩士以上			
購買雜誌的原因	為獲取教養 新知	62	132	74	4	1.800	0.772
		53.4%	58.7%	53.2%			
	休閒興趣	23	42	26			
		19.8%	18.7%	18.7%			
	其他因素	31	51	39			
		26.7%	22.7%	28.1%			
總和	116	225	139				
	100%	100%	100%				

* $P<0.05$ ，** $p<0.01$

3. 不同教育程度在購買因素「獲得雜誌訊息的管道」之檢定分析

表4.98 為不同教育程度對購買因素「獲得雜誌訊息的管道」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=1.309$ ， $P>0.05$ ，表示不同教育程度在購買因素之「獲得雜誌訊息的管道」上沒有顯著差異。

表4.98 不同教育程度在購買因素「獲得雜誌訊息的管道」之卡方檢定摘要表

購買因素/教育程度		教育程度			自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
		一般大學	教育大學	碩士以上			
獲得雜誌訊息的管道	書店陳列	86	167	110	2	1.309	0.520
		74.1%	74.2%	79.1%			
	親友推薦	30	58	29			
		25.9%	25.8%	20.9%			
	總和	116	225	139			
		100%	100%	100%			

* $P<0.05$ ，** $p<0.01$

4. 不同教育程度在購買因素「最常購買雜誌的地點」之檢定分析

表4.99 為不同教育程度對購買因素「最常購買雜誌的地點」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=4.312$ ， $P>0.05$ ，表示不同教育程度在購買因素之「最常購買雜誌的地點」上沒有顯著差異。

表4.99 不同教育程度在購買因素「最常購買雜誌的地點」之卡方檢定摘要表

購買因素/教育程度		教育程度			自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
		一般大學	教育大學	碩士以上			
最常購買雜誌的地點	實體通路	85	167	92	4	4.312	0.365
		73.3%	74.2%	66.2%			
	網路書店	14	21	22			
		12.1%	9.3%	15.8%			
	訂閱	17	37	25			
		14.7%	16.4%	18.0%			
	總和	116	225	139			
		100%	100%	100%			

* $P<0.05$ ，** $p<0.01$

5. 不同教育程度在購買因素「訂閱雜誌最主要的原因」之檢定分析

表4.100為不同教育程度對購買因素「訂閱雜誌最主要的原因」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=0.356$ ， $P>0.05$ ，表示不同教育程度在購買因素之「訂閱雜誌最主要的原因」上沒有顯著差異。

表4.100 不同教育程度在購買因素之「訂閱雜誌最主要的原因」卡方檢定摘要表

購買因素/教育程度		教育程度			自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
		一般大學	教育大學	碩士以上			
訂閱雜誌最主要的原因	價格因素	14	29	15	2	0.356	0.837
		12.1%	12.9%	10.8%			
	雜誌內容豐富	102	196	124			
		87.9%	87.1%	89.2%			
	總和	116	225	139			
		100%	100%	100%			

* $P<0.05$ ，** $p<0.01$

(五)不同教學年資在購買因素之分析

1. 不同教學年資在購買因素「每月購買雜誌支出」之檢定分析

表4.101 為不同教學年資對購買因素之「每月購買雜誌支出」卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=12.103$ ， $P < 0.05$ ，表示不同教學年資在購買因素之「每月購買雜誌支出」上有顯著差異。

表4.101 不同教學年資在購買因素之「每月購買雜誌支出」卡方檢定摘要表

購買因素/教學年資		教學年資			自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
		10年以下	11 ~ 20年	21年以上			
每月購買雜誌支出	300元以下	66	99	37	4	12.103	0.017*
		50.4%	39.9%	36.6%			
	301元以上	23	80	36			
		17.6%	32.3%	35.6%			
	其他	42	69	28			
		32.1%	27.8%	27.7%			
總和	131	248	101				
	100%	100%	100%				

* $P < 0.05$ ，** $p < 0.01$

2. 不同教學年資在購買因素「購買雜誌的原因」之檢定分析

表4.102 為不同教學年資對購買因素「購買雜誌的原因」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=3.493$ ， $P > 0.05$ ，表示不同教學年資在購買因素之「購買雜誌的原因」上沒有顯著差異。

表4.102 不同教學年資在購買因素之「購買雜誌的原因」卡方檢定摘要表

購買因素/教學年資		教學年資			自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
		10年以下	11 ~ 20年	21年以上			
購買雜誌的原因	為獲取教養 新知	74	144	50	4	3.493	0.479
		56.5%	58.1%	49.5%			
	休閒興趣	22	44	25			
		16.8%	17.7%	24.8%			
	其他因素	35	60	26			
		26.7%	24.2%	25.7%			
總和	131	248	101				
	100%	100%	100%				

* $P < 0.05$ ，** $p < 0.01$

3. 不同教學年資在購買因素「獲得雜誌訊息的管道」之檢定分析

表4.103 為不同教學年資對購買因素「獲得雜誌訊息的管道」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=1.327$ ， $P>0.05$ ，表示不同教學年資在購買因素之「獲得雜誌訊息的管道」上有顯著差異。

表4.103 不同教學年資在購買因素之「獲得雜誌訊息的管道」卡方檢定摘要表

購買因素/教學年資		教學年資			自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
		10年以下	11~20年	21年以上			
獲得雜誌 訊息的 管道	書店陳列	100	191	72	2	1.327	0.515
		76.3%	77.0%	71.3%			
	親友推薦	31	57	29			
		23.7%	23.0%	28.7%			
	總和	131	248	101			
		100%	100%	100%			

* $P<0.05$, ** $p<0.01$

4. 不同教學年資在購買因素「最常購買雜誌的地點」之檢定分析

表4.104 為不同教學年資對購買因素「最常購買雜誌的地點」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=0.784$ ， $P>0.05$ ，表示不同教學年資在購買因素之「最常購買雜誌的地點」上沒有顯著差異。

表4.104 不同教學年資在購買因素之「最常購買雜誌的地點」卡方檢定摘要表

購買因素/教學年資		教學年資			自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
		10年以下	11~20年	21年以上			
最常購買 雜誌的 地點	實體通路	97	175	72	25	0.784	0.941
		74.0%	70.6%	71.3%			
	網路書店	15	31	11			
		11.5%	12.5%	10.9%			
	訂閱	19	42	18			
		14.5%	16.9%	17.8%			
	總和	131	248	101			
		100%	100%	100%			

* $P<0.05$, ** $p<0.01$

5. 不同教學年資在購買因素「訂閱雜誌最主要的原因」之檢定分析

表4.105 為不同教學年資對購買因素「訂閱雜誌最主要的原因」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=0.097$ ， $P>0.05$ ，表示不同教學年資在購買因素之「訂閱雜誌最主要的原因」上沒有顯著差異。

表4.105 不同教學年資在購買因素之「訂閱雜誌最主要的原因」卡方檢定摘要表

購買因素/教學年資		教學年資			自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
		10年以下	11~20年	21年以上			
訂閱雜誌最主要的原因	價格因素	16	29	13	2	0.097	0.953
		12.2%	11.7%	12.9%			
	雜誌內容豐富	115	219	88			
		87.8%	88.3%	87.1%			
	總和	131	248	101			
		100%	100%	100%			

* $P<0.05$ ，** $p<0.01$

(六)不同職務在購買因素之分析

1. 不同職務在購買因素之「每月購買雜誌支出」之檢定分析

表4.106 為不同職務對購買因素之「每月購買雜誌支出」卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=7.126$ ， $P>0.05$ ，表示不同職務在購買因素之「每月購買雜誌支出」上沒有顯著差異。

表4.106 不同職務在購買因素之「每月購買雜誌支出」卡方檢定摘要表

購買因素/不同職務		不同職務			自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
		導師	科任	組長以上			
每月購買雜誌支出	300元以下	173	35	60	4	7.126	0.129
		54.1%	58.3%	60.0%			
	301元以上	60	7	24			
		18.8%	11.7%	24.0%			
	其他	87	18	16			
		27.2%	30.0%	16.0%			
總和	320	60	100				
	100%	100%	100%				

* $P<0.05$ ，** $p<0.01$

2. 不同職務在購買因素「購買雜誌的原因」之檢定分析

表4.107 為不同職務對購買因素「購買雜誌的原因」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=7.996$ ， $P>0.05$ ，表示不同職務在購買因素之「購買雜誌的原因」上沒有顯著差異。

表4.107 不同職務在購買因素之「購買雜誌的原因」卡方檢定摘要表

購買因素/不同職務		不同職務			自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
		導師	科任	組長以上			
購買雜誌的原因	為獲取教養新知	173	35	60	4	7.996	0.092
		54.1%	58.3%	60.0%			
	休閒興趣	60	7	24			
		18.8%	11.7%	24.0%			
	其他因素	87	18	16			
		27.2%	30.0%	16.0%			
總和	320	60	100				
	100%	100%	100%				

* $P<0.05$ ，** $p<0.01$

3. 不同職務在購買因素「獲得雜誌訊息的管道」之檢定分析

表4.108 為不同職務對購買因素「獲得雜誌訊息的管道」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=5.648$ ， $P>0.05$ ，表示不同職務在購買因素之「獲得雜誌訊息的管道」上沒有顯著差異。

表4.108 不同職務在購買因素之「獲得雜誌訊息的管道」卡方檢定摘要表

購買因素/不同職務		不同職務			自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
		導師	科任	組長以上			
獲得雜誌訊息的管道	書店陳列	247	38	78	2	5.648	0.059
		77.2%	63.3%	78.0%			
	親友推薦	73	22	22			
		22.8%	36.7%	22.0%			
	總和	320	60	100			
		100%	100%	100%			

* $P<0.05$ ，** $p<0.01$

4. 不同職務在購買因素「最常購買雜誌的地點」之檢定分析

表4.109 為不同職務對購買因素「最常購買雜誌的地點」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=4.082$ ， $P>0.05$ ，表示不同職務在購買因素之「最常購買雜誌的地點」上沒有顯著差異。

表4.109 不同職務在購買因素之「最常購買雜誌的地點」卡方檢定摘要表

購買因素/不同職務		不同職務			自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
		導師	科任	組長以上			
最常購買雜誌的地點	實體通路	223	48	73	4	4.082	0.395
		69.7%	80.0%	73.0%			
	網路書店	38	7	12			
		11.9%	11.7%	12.0%			
	訂閱	59	5	15			
		18.4%	8.3%	15.0%			
	總和	320	60	100			
		100%	100%	100%			

* $P<0.05$ ，** $p<0.01$

5. 不同職務在購買因素「訂閱雜誌最主要的原因」之檢定分析

表4.110 為不同職務對購買因素「訂閱雜誌最主要的原因」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=2.526$ ， $P>0.05$ ，表示不同職務在購買因素之「訂閱雜誌最主要的原因」上沒有顯著差異。

表4.110 不同職務在購買因素之「訂閱雜誌最主要的原因」卡方檢定摘要表

購買因素/不同職務		不同職務			自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
		導師	科任	組長以上			
訂閱雜誌最主要的原因	價格因素	36	11	11	2	2.526	0.283
		11.3%	18.3%	11.0%			
	雜誌內容豐富	284	49	89			
		88.8%	81.7%	89.0%			
	總和	320	60	100			
		100%	100%	100%			

* $P<0.05$ ，** $p<0.01$

(七)不同任教地點在購買因素之分析

1. 不同任教地點在購買因素之「每月購買雜誌支出」之檢定分析

表4.111 為不同任教地點對購買因素之「每月購買雜誌支出」卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=2.973$ ， $P>0.05$ ，表示不同任教地點在購買因素之「每月購買雜誌支出」上沒有顯著差異。

表4.111 不同任教地點在購買因素之「每月購買雜誌支出」卡方檢定摘要表

閱讀行為/任教地點		嘉義市	嘉義縣	自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
每月購買雜誌支出	300元以下	79	123	2	2.973	0.226
		44.6%	40.6%			
	301元以上	55	84			
		31.1%	27.7%			
	其他	43	96			
		24.3%	31.7%			
總和	177	303				
	100%	100%				

* $P<0.05$, ** $p<0.01$

2. 不同任教地點在購買因素「購買雜誌的原因」之檢定分析

表4.112 為不同任教地點對購買因素「購買雜誌的原因」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=19.569$ ， $P<0.01$ ，表示不同任教地點在購買因素之「購買雜誌的原因」上有顯著差異。

表4.112 不同任教地點在購買因素之「購買雜誌的原因」卡方檢定摘要表

閱讀行為/任教地點		嘉義市	嘉義縣	自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
購買雜誌的原因	為獲取教養新知	118	150	2	19.569	0.000**
		66.7%	49.5%			
	休閒興趣	34	57			
		19.2%	18.8%			
	其他因素	25	96			
		14.1%	31.7%			
總和	177	303				
	100%	100%				

* $P<0.05$, ** $p<0.01$

3. 不同任教地點在購買因素「獲得雜誌訊息的管道」之檢定分析

表4.113 為不同任教地點對購買因素「獲得雜誌訊息的管道」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=0.834$ ， $P>0.05$ ，表示不同任教地點在購買因素之「獲得雜誌訊息的管道」層面上沒有顯著差異。

表4.113 不同任教地點在購買因素之「獲得雜誌訊息的管道」卡方檢定摘要表

閱讀行為/任教地點		嘉義市	嘉義縣	自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
獲得雜誌訊息的管道	書店陳列	138	225	1	0.834	0.361
		78.0%	74.3%			
	親友推薦	39	78			
		22.0%	25.7%			
	總和	177	303			
		100%	100%			

* $P<0.05$, ** $p<0.01$

4. 不同任教地點在購買因素「最常購買雜誌的地點」之檢定分析

表4.114 為不同任教地點對購買因素「最常購買雜誌的地點」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=3.438$ ， $P>0.05$ ，表示不同任教地點在購買因素之「最常購買雜誌的地點」上沒有顯著差異。

表4.114 不同任教地點在購買因素「最常購買雜誌的地點」之卡方檢定摘要表

閱讀行為/任教地點		嘉義市	嘉義縣	自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
最常購買雜誌的地點	實體通路	123	221	2	3.438	0.179
		69.5%	72.9%			
	網路書店	18	39			
		10.2%	12.9%			
	訂閱	36	43			
		20.3%	14.2%			
	總和	177	303			
		100%	100%			

* $P<0.05$, ** $p<0.01$

5. 不同任教地點在購買因素「訂閱雜誌最主要的原因」之檢定分析

表4.115 為不同任教地點對購買因素「訂閱雜誌最主要的原因」之卡方檢定摘要表，經由百分比同質性卡方檢定的結果，由表可知，卡方值 $\chi^2=13.402$ ， $P<0.01$ ，表示不同任教地點在購買因素之「訂閱雜誌最主要的原因」上有顯著差異。

表4.115 不同任教地點在購買因素之「訂閱雜誌最主要的原因」卡方檢定摘要表

閱讀行為/任教地點		嘉義市	嘉義縣	自由度	卡方值 χ^2	P值 (顯著性)
訂閱雜誌最主要的原因	價格因素	34	24	1	13.402	0.000**
		19.2%	7.9%			
	雜誌內容豐富	143	279			
		80.8%	92.1%			
	總和	177	303			
		100%	100%			

* $P<0.05$, ** $p<0.01$

(八)不同背景變數在購買因素差異情形綜合分析

1. 茲將不同背景變數在購買因素差異情形彙整如表 4.116，並說明如下：

表 4.116 不同背景變數在購買因素差異情形彙整表

背景變項/ 購買因素	性別	年齡	婚姻狀況	教育程度	教學年資	擔任職務	任教地點
每月購買雜誌支出	n	$P<0.01$	$P<0.05$	n	$P<0.05$	n	n
購買雜誌的原因	n	$P<0.05$	n	n	n	n	$P<0.01$
獲得雜誌訊息的管道	n	n	n	n	n	n	n
最常購買雜誌的地點	$P<0.05$	n	n	n	n	n	n
訂閱雜誌最主要的原因	n	n	n	n	n	n	$P<0.01$

2. 小結

不同性別的教師在購買因素的「最常購買雜誌的地點」有顯著差異。不同年齡的教師在購買因素的「每月購買雜誌支出」、「購買雜誌的原因」均有顯著差異存在。不同婚姻狀況的教師在購買因素的「每月購買雜誌支出」有顯著差異。不同教育程度在購買因素無顯著差異。不同教學年資在購買因素的「每月購買雜誌支出」有顯著差異。擔任不同職務的教師在購買因素上無顯著差異。不同任教地點的教師在購買因素的購買雜誌的原因」、「訂閱雜誌最主要的原因」有顯著差異。

4.3.6 閱讀重要性與閱讀滿意度對閱讀動機之差異分析

本節主要探討閱讀動機、閱讀重要性與閱讀滿意度之間是否有差異性，因此，以 t 檢定來測量閱讀動機對閱讀重要性以及閱讀滿意度得分之間的差異情形。本研究欲了解閱讀動機對閱讀重要性及閱讀滿意度是否有差異，因此將閱讀動機的因素作為自變項，閱讀重要性、閱讀滿意度作為依變項，以 t 考驗分析探討不同閱讀動機的讀者在閱讀重要性及閱讀滿意度是否有顯著差異。

(一)閱讀動機-資訊學習對閱讀重要性之分析

表4.117 為閱讀動機-資訊學習對閱讀重要性 t 考驗摘要表，因將閱讀動機的因素分數分為正值與負值兩個變項，正值代表有動機，負值代表無動機，因此將以 t 考驗檢核讀者在閱讀重要性是否有所差異。經由 t 考驗結果顯示，讀者閱讀動機-資訊學習對閱讀重要性看法上，在「休閒娛樂」、「內容特色」、「資訊學習」與「版面屬性」均有顯著差異；表示讀者在資訊學習方面的閱讀動機愈強，對雜誌「休閒娛樂」、「內容特色」、「資訊學習」與「版面屬性」之重要性的看法也愈重視。

表4.117 閱讀動機-資訊學習對閱讀重要性 t 考驗摘要表

閱讀重要性 因素構面	閱讀動機 -資訊學習	平均數	標準差	t 值	P值(顯著性)
休閒娛樂	無動機=1	-0.311	0.985	-6.862	0.000***
	有動機=2	0.288	0.926		
內容特色	無動機=1	-0.157	1.044	-3.358	0.001**
	有動機=2	0.146	0.935		
資訊學習	無動機=1	-0.149	1.037	-3.178	0.002**
	有動機=2	0.138	0.946		
版面屬性	無動機=1	-0.191	1.044	-4.097	0.000***
	有動機=2	0.177	0.925		

*P<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

(二)閱讀動機-休閒娛樂對閱讀重要性之分析

表4.118 為閱讀動機-休閒娛樂對閱讀重要性 t 考驗摘要表，因將閱讀動機的因素分數分為正值與負值兩個變項，正值代表有動機，負值代表無動機，因此將以 t 考驗檢核讀者在閱讀重要性是否有所差異。經由 t 考驗結果顯示，讀者閱讀動機-休閒娛樂對閱讀重要性看法上，只在「休閒娛樂」有顯著差異；表示讀者在休閒娛樂方面的閱讀動機愈強，對雜誌「休閒娛樂」之重要性的看法也愈重視。

表4.118 閱讀動機-休閒娛樂對閱讀重要性 t 考驗摘要表

閱讀重要性 因素構面	閱讀動機 -休閒娛樂	平均數	標準差	t 值	P值(顯著性)
休閒娛樂	無動機=1	-0.317	1.023	-7.191	0.000***
	有動機=2	0.309	0.875		
內容特色	無動機=1	-0.046	0.949	-0.988	0.324
	有動機=2	0.045	1.047		
資訊學習	無動機=1	0.069	0.999	1.492	0.136
	有動機=2	-0.067	0.998		
版面屬性	無動機=1	-0.089	1.031	-1.930	0.054
	有動機=2	0.087	0.963		

*P<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

(三)閱讀動機-資訊學習對閱讀滿意度之分析

表4.119 為閱讀動機-資訊學習對閱讀滿意度 t 考驗摘要表，因將閱讀動機的因素分數分為正值與負值兩個變項，正值代表有動機，負值代表無動機，因此將以 t 考驗檢核讀者在閱讀滿意度是否有所差異。經由 t 考驗結果顯示，讀者閱讀動機-資訊學習對閱讀滿意度看法上，在「休閒娛樂」、「內容特色」、「版面屬性」與「資訊學習」均有顯著差異；表示讀者在資訊學習方面的閱讀動機愈強，對雜誌「休閒娛樂」、「內容特色」、「版面屬性」與「資訊學習」的閱讀滿意度也愈強。

表4.119 閱讀動機-資訊學習對閱讀滿意度 t 考驗摘要表

閱讀滿意度 因素構面	閱讀動機 -資訊學習	平均數	標準差	t 值	P值(顯著性)
休閒娛樂	無動機=1	-0.281	0.956	-6.156	0.000***
	有動機=2	0.261	0.970		
內容特色	無動機=1	-0.211	0.977	-4.538	0.000***
	有動機=2	0.196	0.983		
版面屬性	無動機=1	-0.191	0.970	-4.100	0.000***
	有動機=2	0.177	0.996		
資訊學習	無動機=1	-0.264	0.985	-5.746	0.000***
	有動機=2	0.245	0.952		

*P<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

(四)閱讀動機-休閒娛樂對閱讀滿意度之分析

表4.120 為閱讀動機-休閒娛樂對閱讀滿意度 t 考驗摘要表，因將閱讀動機的因素分數分為正值與負值兩個變項，正值代表有動機，負值代表無動機，因此將以 t 考驗檢核讀者在閱讀滿意度是否有所差異。經由 t 考驗結果顯示，讀者閱讀動機-休閒娛樂對閱讀滿意度看法上，只在「休閒娛樂」及「版面屬性」有顯著差異；表示讀者在休閒娛樂方面的閱讀動機愈強，對雜誌「休閒娛樂」及「版面屬性」的閱讀滿意度也愈強。

表4.120 閱讀動機-休閒娛樂對閱讀滿意度 t 考驗摘要表

閱讀滿意度因素構面	閱讀動機-休閒娛樂	平均數	標準差	t 值	P值(顯著性)
休閒娛樂	無動機=1	-0.349	1.080	-7.997	0.000***
	有動機=2	0.340	0.779		
內容特色	無動機=1	-0.008	1.014	-0.168	0.867
	有動機=2	0.008	0.988		
版面屬性	無動機=1	-0.107	1.049	-2.329	0.020*
	有動機=2	0.105	0.941		
資訊學習	無動機=1	0.008	1.050	0.183	0.855
	有動機=2	-0.008	0.951		

*P<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

4.4 研究假設檢驗結果

根據資料的分析結果，進行研究假設檢定，本研究共計七大假設，驗證情形如下：

研究假設一：不同背景變項之國小教師，其閱讀重要性有顯著差異。本研究結果顯示如表4.121，不同性別及不同任教地點的國小教師對親子天下雜誌閱讀重要性部分有顯著差異，其他變項則無顯著差異。

表4.121 研究假設一驗證分析表

項目	假設內容	驗證情形
1-1	不同性別的國小教師對親子天下雜誌閱讀重要性有顯著差異。	部分成立
1-2	不同年齡的國小教師對親子天下雜誌閱讀重要性有顯著差異。	不成立
1-3	不同婚姻狀況的國小教師對親子天下雜誌閱讀重要性有顯著差異。	不成立
1-4	不同教育程度的國小教師對親子天下雜誌閱讀重要性有顯著差異。	不成立
1-5	不同教學年資的國小教師對親子天下雜誌閱讀重要性有顯著差異。	不成立
1-6	不同職務的國小教師對親子天下雜誌閱讀重要性有顯著差異。	不成立
1-7	不同任教地點的國小教師對親子天下雜誌閱讀重要性有顯著差異。	部分成立

研究假設二：不同背景變項之國小教師，其閱讀滿意度有顯著差異。本研究結果顯示如表4.122，不同性別、不同教學年資及不同任教地點的國小教師對親子天下

雜誌閱讀滿意度部分有顯著差異，其他變項則無顯著差異。

表4.122 研究假設二驗證分析表

項目	假設內容	驗證情形
2-1	不同性別的國小教師對親子天下雜誌閱讀滿意度有顯著差異。	部分成立
2-2	不同年齡的國小教師對親子天下雜誌閱讀滿意度有顯著差異。	不成立
2-3	不同婚姻狀況的國小教師對親子天下雜誌閱讀滿意度有顯著差異。	不成立
2-4	不同教育程度的國小教師對親子天下雜誌閱讀滿意度有顯著差異。	不成立
2-5	不同教學年資的國小教師對親子天下雜誌閱讀滿意度有顯著差異。	部分成立
2-6	不同職務的國小教師對親子天下雜誌閱讀滿意度有顯著差異。	不成立
2-7	不同任教地點的國小教師對親子天下雜誌閱讀滿意度有顯著差異。	部分成立

研究假設三：不同背景變項之國小教師，其閱讀動機有顯著差異。本研究結果顯示如表4.123，不同職務及不同任教地點的國小教師對親子天下雜誌閱讀動機部分有顯著差異，其他變項則無顯著差異。

表4.123 研究假設三驗證分析表

項目	假設內容	驗證情形
3-1	不同性別的國小教師對親子天下雜誌閱讀動機有顯著差異。	不成立
3-2	不同年齡的國小教師對親子天下雜誌閱讀動機有顯著差異。	不成立
3-3	不同婚姻狀況的國小教師對親子天下雜誌閱讀動機有顯著差異。	不成立
3-4	不同教育程度的國小教師對親子天下雜誌閱讀動機有顯著差異。	不成立
3-5	不同教學年資的國小教師對親子天下雜誌閱讀動機有顯著差異。	不成立
3-6	不同職務的國小教師對親子天下雜誌閱讀動機有顯著差異。	部分成立
3-7	不同任教地點的國小教師對親子天下雜誌閱讀動機有顯著差異。	部分成立

研究假設四：不同背景變項之國小教師，其閱讀行為有顯著差異。本研究結果顯示如表4.124，只有不同教育程度的國小教師對親子天下雜誌閱讀行為無顯著差異，其他變項則有部分顯著差異。

表4.124 研究假設四驗證分析表

項目	假設內容	驗證情形
4-1	不同性別的國小教師對親子天下雜誌閱讀行為有顯著差異。	部分成立
4-2	不同年齡的國小教師對親子天下雜誌閱讀行為有顯著差異。	部分成立
4-3	不同婚姻狀況的國小教師對親子天下雜誌閱讀行為有顯著差異。	部分成立
4-4	不同教育程度的國小教師對親子天下雜誌閱讀行為有顯著差異。	不成立
4-5	不同教學年資的國小教師對親子天下雜誌閱讀行為有顯著差異。	部分成立
4-6	不同職務的國小教師對親子天下雜誌閱讀行為有顯著差異。	部分成立
4-7	不同任教地點的國小教師對親子天下雜誌閱讀行為有顯著差異。	部分成立

研究假設五：不同背景變項之國小教師，其購買因素有顯著差異。本研究結果顯示如表4.125，只有不同職務的國小教師對親子天下雜誌閱讀行為無顯著差異，其他變項則部分有顯著差異。

表4.125 研究假設五驗證分析表

項目	假設內容	驗證情形
5-1	不同性別的國小教師對親子天下雜誌購買因素有顯著差異。	部分成立
5-2	不同年齡的國小教師對親子天下雜誌購買因素有顯著差異。	部分成立
5-3	不同婚姻狀況的國小教師對親子天下雜誌購買因素有顯著差異。	部分成立
5-4	不同教育程度的國小教師對親子天下雜誌購買因素有顯著差異。	不成立
5-5	不同教學年資的國小教師對親子天下雜誌購買因素有顯著差異。	部分成立
5-6	不同職務的國小教師對親子天下雜誌購買因素有顯著差異。	不成立
5-7	不同任教地點的國小教師對親子天下雜誌購買因素有顯著差異。	部分成立

假設六：不同閱讀動機之國小教師，其對親子天下雜誌之閱讀重要性有顯著差異性。本研究結果顯示如表4.126，有「資訊學習」及「休閒娛樂」閱讀動機之國小教師，其對親子天下雜誌閱讀重要性部分有顯著差異性。

表4.126 研究假設六驗證分析表

項目	假設內容	驗證情形
6-1	有資訊學習閱讀動機之國小教師，其對親子天下雜誌閱讀重要性有顯著差異性。	成立
6-2	有休閒娛樂閱讀動機之國小教師，其對親子天下雜誌閱讀重要性有顯著差異性。	部分成立

假設七：不同閱讀動機之國小教師，其對親子天下雜誌之閱讀滿意度有顯著差異性。本研究結果顯示如表4.127，有「資訊學習」及「休閒娛樂」閱讀動機之國小教師，其對親子天下雜誌閱讀滿意度部分有顯著差異性。

表4.127 研究假設七驗證分析表

項目	假設內容	驗證情形
7-1	有資訊學習閱讀動機之國小教師，其對親子天下雜誌閱讀滿意度有顯著差異性。	成立
7-2	有休閒娛樂閱讀動機之國小教師，其對親子天下雜誌閱讀滿意度有顯著差異性。	部分成立

4.5 閱讀重要性與閱讀滿意度缺口分析

為了更深入瞭解國小教師對於親子天下雜誌的重要性與滿意程度是否具有缺口，因此本研究依據研究方法以 t 檢定探討重要性與滿意程度是否有差異，以探討親子天下雜誌是否具有改進空間。處理的方式為針對每一屬性計算其滿意度減去重要性，採相依樣本的t 檢定其是否有顯著差異。如果某屬性的重要值大於滿意值，則列為待積極改善的屬性，反之，如某屬性的重要值小於滿意值，此屬性可列為不需額外投資的項目。

4.5.1 閱讀重要性描述性分析

依據表4.128 顯示國小教師填答的重要性程度平均值在 3.73 到 4.43 間，介於普通到非常重要之間。以題目別來看來，國小教師認為「家庭與教養」、「該雜誌內容能提供教養新知」與「學習與教育」為較重要的屬性；「該雜誌內容能讓我充分的打發時間」、「該雜誌內容讓我有身心愉悅之感」與「該雜誌內容提供的資訊能成為與別人談話的話題」為國小教師較不重視的屬性。

表 4.128 閱讀重要性描述性分析

題號	題目	平均數	標準差	排序
1	該雜誌的封面設計	3.97	0.69	15
2	該雜誌的版面安排	4.08	0.63	11
3	該雜誌的印刷品質	4.18	0.66	9
4	該雜誌的價格訂定	4.06	0.72	13
5(1)	家庭與教養	4.43	0.61	1
5(1)	封面故事	4.19	0.63	7
5(2)	世界與視野	4.19	0.64	8
5(4)	學習與教育	4.39	0.61	3
5(5)	生活	4.12	0.65	10
5(6)	專欄	4.07	0.62	12
6	該雜誌內容多樣且豐富	4.29	0.61	6
7	該雜誌內容能提供教養新知	4.40	0.63	2
8	該雜誌內容能扣緊社會脈動，貼近生活	4.34	0.65	4
9	該雜誌內容能開拓我的視野	4.29	0.67	5
10	該雜誌內容提供的資訊能成為與別人談話的話題	3.89	0.76	18
11	該雜誌內容能讓我充分的打發時間	3.73	0.80	20
12	該雜誌內容讓我的精神生活獲得充實	4.00	0.70	14
13	該雜誌內容能提升我的生活樂趣	3.92	0.75	16
14	該雜誌內容能讓我得到心靈的滿足	3.91	0.76	17
15	該雜誌內容讓我有身心愉悅之感	3.88	0.75	19

4.5.2 閱讀滿意度描述性分析

依據表4.129 顯示國小教師填答的滿意度程度平均值在 3.53 到 4.23 間，介

於普通到非常滿意之間。以題目別來看來，國小教師認為「家庭與教養」、「該雜誌內容能提供教養新知」與「該雜誌內容能扣緊社會脈動，貼近生活」為較滿意的屬性；「該雜誌的價格訂定」、「該雜誌內容能讓我充分的打發時間」與「該雜誌內容讓我有身心愉悅之感」為國小教師較不滿意的屬性。

表 4.129 閱讀滿意度描述性分析

題號	題目	平均數	標準差	排序
1	該雜誌的封面設計	3.98	0.57	12
2	該雜誌的版面安排	3.99	0.55	11
3	該雜誌的印刷品質	4.11	0.58	6
4	該雜誌的價格訂定	3.53	0.69	20
6	該雜誌內容多樣且豐富	4.08	0.60	7
5(1)	家庭與教養	4.23	0.61	1
5(1)	封面故事	4.07	0.55	8
5(2)	世界與視野	4.04	0.59	9
5(4)	學習與教育	4.18	0.60	4
5(5)	生活	3.97	0.61	13
5(6)	專欄	4.01	0.59	10
7	該雜誌內容能提供教養新知	4.23	0.62	2
8	該雜誌內容能扣緊社會脈動，貼近生活	4.19	0.60	3
9	該雜誌內容能開拓我的視野	4.14	0.67	5
10	該雜誌內容提供的資訊能成為與別人談話的話題	3.85	0.69	16
11	該雜誌內容能讓我充分的打發時間	3.79	0.78	19
12	該雜誌內容讓我的精神生活獲得充實	3.96	0.68	14
13	該雜誌內容能提升我的生活樂趣	3.86	0.71	15
14	該雜誌內容能讓我得到心靈的滿足	3.82	0.73	17
15	該雜誌內容讓我有身心愉悅之感	3.81	0.71	18

4.5.3 閱讀重要性與閱讀滿意度缺口分析

本研究採用閱讀重要性與閱讀滿意度缺口分析的方法，從表4.130 的重要性與滿意度比較資料缺口，其中，除了「該雜誌的封面設計」、「封面故事」、「生活」、「該雜誌內容能讓我充分的打發時間」外，有16 項屬性有有顯著的負向缺

口。可看出大部份受訪者的滿意度均低於重要性程度，由此可知親子天下雜誌尚未達讀者之期望。

表 4.130 閱讀重要性與閱讀滿意度差異分析

題號	題目	滿意度平均數(S)	重要性平均數(I)	S-I	顯著性
1	該雜誌的封面設計	3.98	3.97	0.009	0.653
2	該雜誌的版面安排	3.99	4.08	-0.086	0.000***
3	該雜誌的印刷品質	4.11	4.18	-0.074	0.012*
4	該雜誌的價格訂定	3.53	4.06	-0.531	0.000***
5(1)	家庭與教養	4.08	4.43	-0.347	0.000***
5(1)	封面故事	4.23	4.19	0.041	0.000***
5(2)	世界與視野	4.07	4.19	-0.117	0.000***
5(4)	學習與教育	4.04	4.39	-0.350	0.000***
5(5)	生活	4.18	4.12	0.061	0.000***
5(6)	專欄	3.97	4.07	-0.099	0.037*
6	該雜誌內容多樣且豐富	4.01	4.29	-0.275	0.000***
7	該雜誌內容能提供教養新知	4.23	4.40	-0.175	0.000***
8	該雜誌內容能扣緊社會脈動，貼近生活	4.19	4.34	-0.150	0.000***
9	該雜誌內容能開拓我的視野	4.14	4.29	-0.148	0.000***
10	該雜誌內容提供的資訊能成為與別人談話的話題	3.85	3.89	-0.040	0.251
11	該雜誌內容能讓我充分的打發時間	3.79	3.73	0.058	0.051
12	該雜誌內容讓我的精神生活獲得充實	3.96	4.00	-0.042	0.167
13	該雜誌內容能提升我的生活樂趣	3.86	3.92	-0.058	0.066
14	該雜誌內容能讓我得到心靈的滿足	3.82	3.91	-0.089	0.002**
15	該雜誌內容讓我有身心愉悅之感	3.81	3.88	-0.065	0.034

註：* $p \leq 0.05$ 、** $p \leq 0.01$ 、*** $p \leq 0.001$

4.5.4 小結

在閱讀重要性與滿意度缺口部份，讀者對於「該雜誌的價格訂定」、「學習與教育」與「家庭與教養」均有較大的期待，顯示「該雜誌的價格訂定」、「學習與教育」與「家庭與教養」為最需要改善的部分；因為價格的高低會影響雜誌的購買率及訂閱率，因此出版業者對於價格訂定可以列為重點項目；而讀者對於雜誌的「學習與教育」及「家庭與教養」內容也有很高的期待，由研究結果顯示雜誌出版方向尚需符合讀者獲取教養新知的需求，並提供更多教養資訊與資源，以增加讀者的滿意度。整體而言，本研究採用非常淺顯的研究方法，得到具體的結論，可以協助雜誌的管理者，瞭解讀者對何種屬性應列為優先改善的項目。

第五章 研究結論與建議

本研究旨在了解國小教師閱讀親子天下雜誌的現況及了解這些讀者的特徵、閱讀動機、讀者的閱讀行為如何，以及閱讀雜誌後重要性與滿意度的看法，在面臨選擇購買雜誌時的考慮因素，並探討某些變項間的差異性及關聯性。為達成研究目的，首先透過相關文獻探討分析，建立研究架構，再編製「親子天下雜誌讀者閱讀動機與滿意度相關研究」問卷為蒐集研究資料之工具，以分層方便立意抽樣的方法進行抽樣，抽取嘉義縣、嘉義市教師 538位進行問卷調查。然後，將回收的有效資料480份，以樣本敘述分析、因素分析、t考驗、單因子變異數分析、Scheffe事後檢定、卡方檢定等統計法進行資料統計，最後依據統計結果進行分析討論，得到研究結果。茲根據研究發現，綜合歸納出具體的結論，並提出建議。本章共分二節，第一節為研究結論與建議；第二節為後續研究建議。

5.1 研究結論與建議

本研究根據第四問卷調查結果的分析與討論，將重要結果歸納如下：

5.1.1 基本資料

就本研究調查發現嘉義縣、市地區的國小教師仍以女性為多數，佔所有受訪者之七成，男性佔所有受訪者之三成，顯示目前在國民小學的教育現場呈現陰盛陽衰的現象。女性人數約略為男性的2.3倍。年齡以40歲以下最多，佔53.5%，其中又以年齡31~40歲最多。已婚有小孩為最多，佔82.3%，可見大部分皆具有教師與家長的雙重身分，且對親子教養的相關議題及知識的學習都相當關心，同時對親子雜誌的各個層面予以肯定。畢業科系以教育大學（含師院）為最多佔46.9%。教學年資以11~20年為最多佔51.7%。所擔任職務以導師為最多佔66.7%。任教地點以嘉義縣為多數佔63.1%，而嘉義市次之，佔36.9%。

5.1.2 閱讀行為描述

1.根據本研究調查結果，受訪者閱讀管道以「借閱」為最多，占全體受訪者的56.3%，其次為「零買」者，占全體受訪者的25.8%；「訂閱」者最少，占全體受訪者的17.9%。由研究顯示親子天下雜誌的讀者，偏向以公眾流通的方式閱讀，大部分都以「借閱」為主，「訂閱」比率較少，由此可見，親子天下雜誌如何提高購買率及訂閱率是最重要的課題。至於如何提高購買率及訂閱率呢？首先必須提高親子天下雜誌的知名度，若能提高實體通路以及網路銷售點的能見度，勢必能提高購買率，除此之外雜誌內容豐富的可讀性也很重要，提高閱讀者的閱讀滿意度，才能進而提高購買率及訂閱率。

2.閱讀雜誌時間以「一年（含）以下」者為最多，究其原因親子天下雜誌是由天下雜誌集團於2008年，延伸連續11年製作「海闊天空」教育專刊，創辦《親子天下》雙月刊，以滿足父母與教者的「學習需要」。由此可知親子天下雜誌由創刊至今的能見度及普及率並不高，實有進步的空間。建議在銷售市場方面的推廣多投注一些心力，除了穩固舊有讀者群之外，亦可開發新的讀者群，將親子天下雜誌介紹給更多朋友。

3.閱讀雜誌方法方面，讀者大部分只挑想看的內容，因此雜誌的內容及編輯主題方向，要能引發讀者的共鳴，方能提起讀者閱讀的興趣。而讀完的雜誌處理方式以「借閱後歸還」為最多，占全體受訪者的五成一，由此可知雜誌內容若能針對讀者的需求，開發更多元的題材，方能提高讀者的購買率及訂閱率。建議可針對現代為人父母或教育工作者最關切的議題，製作一系列的主題，以吸引讀者閱讀的興趣與購買典藏的慾望，以提高讀者的購買率及訂閱率。

4.閱讀一期雜誌花費的時間以「1~2小時」為多數；每次閱讀時間以「30分鐘以下」者居多，佔約五成五，可見國小教師工作之忙碌，僅能在課餘之暇，利用短暫零碎時間閱讀。由此可知，想要提高讀者的閱讀率，文章的內容特色及版面編排方式，也會影響讀者閱讀的方式與閱讀的時間，成為編輯者需重視的課題。

5.1.3 購買因素描述

1.根據本研究調查結果，受訪者每月購買雜誌支出，以「300元以下」為最多數，對照閱讀管道以「借閱」為最多，其次為「零買」者，「訂閱」者最少，可見國小教師對於雜誌的支出是偏少的，如何能吸引教師讀者群，願意自掏腰包購買雜誌，成為各家雜誌社應考慮的重點。

2.購買親子天下雜誌的原因大部分是「為獲取教養新知」，其中也有「因工作需要」而購買親子天下雜誌，可見關心教育與教養的國小教師，為因應目前教育環境與體制，有迫切的「學習的需要」，建議雜誌編輯方向，可邀請教育方面的專家與學者，提供教師更多的教學新知與教學資源，例如：親師溝通技巧、輔導與諮商、班級經營、生命教育、環境保護等議題，以符合教師讀者的需求。

3.購買雜誌訊息方面，以「書店陳列」為最多，佔七成五左右，其中也包括「網路書店」、「書展」與「書訊、出版情報」的相關訊息。購買雜誌的地點以「實體通路」為最多，實體通路包括「連鎖書店」、「便利商店」、「大賣場」、「大型書展」、「傳統書店」。由此可見，若能在實體通路上提高雜誌銷售點的可見度，大量在實體通路鋪貨，雖然成本會提高，但勢必能提高購買率，進而創造更高的銷售率。

4.會訂閱雜誌的最主要的原因是「雜誌內容豐富」，其中也包括出版社品牌、雜誌的「印刷品質」與「圖文編輯」，由此可知，提高親子天下雜誌的品質，強化親子天下雜誌的內容，包括封面設計、版面安排、印刷品質、價格訂定等因素，才能吸引更多的讀者並提高訂閱率。

5.1.4 閱讀重要性、滿意度與閱讀動機因素分析

1.影響「親子天下雜誌」讀者之閱讀重要性因素可分為「休閒娛樂」、「內容特色」、「資訊學習」與「版面屬性」四個構面。

2.影響「親子天下雜誌」讀者之閱讀滿意度因素可分為「休閒娛樂」、「內容特色」、「版面屬性」與「資訊學習」四個構面。

3.影響「親子天下雜誌」讀者之閱讀動機因素可分為「資訊學習」、與「休閒娛樂」二個構面。

5.1.5 人口統計變數與閱讀重要性之檢定

1.本研究結果，不同背景變項除了「性別」及「任教地點」以外，在年齡、婚姻狀況、教育程度、教學年資、擔任職務之教師，在閱讀重要性的看法上皆無顯著差異。研究者認為，這可能是本研究的調查針對國小教師，同質性高，因而在閱讀重要性的看法上普遍都能同意。

2.在閱讀重要性看法上，女性教師比男性教師更重視「內容特色」與「資訊學習」的層面。研究者推測，女性通常在家庭中擔任教養子女的責任，因此，比男性更注重雜誌內容特色層面的需求，以及重視資訊學習的部分。

由此可知，家庭是實施品格教育最重要的場所，而在孩子成長過程中，父母協助孩子建立正確價值觀是責無旁貸給的職責。在雙薪家庭日漸普及的情況下，通常由女性在家庭中擔任教養子女的重責大任，比男性更注重對子女的管教態度以及親子之間溝通與互動的關係，因而對雜誌內容特色層面的需求相對較高，同時為獲得教養新知，更重視資訊學習的部分。

2.嘉義市國小教師比嘉義縣國小教師更重視「資訊學習」；可見國小教師對於資訊學習的需求也有不同的城鄉差距。由此可推測都會區的家長及教師，為提升親子關係的品質，對於孩童的管教方法與親子溝通的議題相當關心，因此建議雜誌編輯方向，可朝向提供更多的教養新知與提供父母學習的資源，以符合教師讀者的需求。

3.在不同年齡、不同婚姻狀況、不同教育程度、不同教學年資、不同職務之教師，在閱讀重要性看法上差異不大。

5.1.6 人口統計變數與閱讀滿意度之檢定

1.不同性別的教師閱讀滿意度方面，在閱讀滿意度的「內容特色」層面均有差

異；且女性教師滿意度高於男性教師。

2.由研究結果可知，任教年資在 11~20 年的女性教師，對雜誌閱讀滿意度較高，同時嘉義縣教師對雜誌的「內容特色」滿意度較高，而嘉義市教師對雜誌的「資訊學習」部份滿意度較高，顯示任教於不同地區教師的滿意度，呈現不同的城鄉差距。一份成功的雜誌，其內容應滿足不同社經背景的讀者的需求，才能吸引更多的閱讀者，親子天下雜誌除了紙本月刊的形式外，亦有提供親子天下雜誌網站的服務，建議可加強雜誌的內容特色及提供資訊學習部份，方能與其他親子雜誌內容做區隔，以提升讀者的閱讀滿意度。

2.不同的年齡、不同婚姻狀況、不同教育程度、不同職務之教師，在閱讀滿意度看法上差異不大。研究者認為，這可能是本研究調查對象為國小教師，同質性高，因此在閱讀滿意度差異不大。

5.1.7 人口統計變數與閱讀動機之檢定

1.不同職務的教師其閱讀動機，在「資訊學習」層面有顯著差異；嘉義縣、市地區的國小教師，擔任「組長以上」的行政教師，在「資訊學習」動機顯著高於擔任「科任教師」之教師；由此可知，擔任行政工作的教師在「資訊學習」的閱讀動機高於科任教師。

2.任教於「嘉義市」的教師在「資訊學習」的動機顯著高於「嘉義縣」之教師；由此可知「嘉義市」教師比「嘉義縣」教師更重視「資訊學習」；可見國小教師對於資訊學習的需求也有不同的城鄉差距，研究結果與前文相符。由此可推測都會區的教師資訊學習的閱讀動機高於一般鄉鎮地區的教師。

3.其它背景變項如性別、年齡、婚姻狀況、教育程度、不同教學年資之教師，在閱讀動機看法上皆無顯著差異。顯示不同的性別、不同年齡、不同婚姻狀況、不同教育程度、不同教學年資之教師，在閱讀動機上差異不大。

5.1.8 人口統計變數與閱讀行為之檢定

1.本研究發現不同統計人口統計變數在閱讀行為上部分具有顯著差異，就閱讀〈親子天下雜誌〉的管道而言，閱讀雜誌的管道，以「借閱」人數比率為最多，且「嘉義縣」國小教師較「嘉義市」國小教師多。

2.閱讀〈親子天下雜誌〉的時間以一年以下為最多，且閱讀人數以年資在 11~20 年的導師為最多。

3.閱讀一期雜誌花費時間以 1~2 小時為多數，且讀者為已婚，年資在 11~20 年的嘉義縣教師為最多。

4.讀完的雜誌處理方式，以借閱後歸還為多數，且女性居多，讀者年齡 41 歲以上，擔任導師的教師為最多。

5.而不同的性別、年齡、婚姻狀況、教育程度、教學年資、職務、任教地點之教師，在「閱讀雜誌的方法」及「每次閱讀雜誌的時間」皆差異性不大。

5.1.9 人口統計變數與購買因素之檢定

1.本研究發現，在「每月購買雜誌支出」方面，每月購買雜誌支出以 300 元以下為主，且讀者已婚，年齡在 40 歲以下，服務年資 11~20 年的教師居多。

2.購買親子天下雜誌的原因，以「獲取教養新知」為主，且讀者年齡為 40 歲以下，服務於嘉義縣的教師為最多。

3.最常購買雜誌的地點以實體通路為主，實體通路包括連鎖書店、便利商店、大賣場、大型書展、傳統書店，且購買雜誌以女性教師為居多。

4.訂閱雜誌以「雜誌內容豐富」為最主要的原因，已婚且服務於嘉義縣的教師為最多。

5.1.10 閱讀重要性與閱讀滿意度對閱讀動機之差異探討

1.閱讀者的「資訊學習」動機愈強，對雜誌「休閒娛樂」、「內容特色」、「資訊學習」與「版面屬性」之重要性的看法也愈重視。

2.閱讀者在「休閒娛樂」動機愈強，對閱讀重要性的「休閒娛樂」層面看法也

愈重視。

3. 閱讀者的「資訊學習」動機愈強，在「休閒娛樂」、「內容特色」、「資訊學習」與「版面屬性」的層面上，閱讀滿意度也愈高。

4. 閱讀者的「休閒娛樂」動機愈強，在「休閒娛樂」、「版面屬性」層面的閱讀滿意度愈高。

5.1.11 閱讀重要性與閱讀滿意度缺口分析

1. 國小教師認為「家庭與教養」、「該雜誌內容能提供教養新知」與「學習與教育」為較重要的屬性；「該雜誌內容能讓我充分的打發時間」、「該雜誌內容讓我有身心愉悅之感」與「該雜誌內容提供的資訊能成為與別人談話的話題」為國小教師較不重視的屬性。

2. 國小教師認為「家庭與教養」、「該雜誌內容能提供教養新知」與「該雜誌內容能扣緊社會脈動，貼近生活」為較滿意的屬性；「該雜誌的價格訂定」、「該雜誌內容能讓我充分的打發時間」與「該雜誌內容讓我有身心愉悅之感」為國小教師較不滿意的屬性。

3. 在閱讀重要性與滿意度缺口部份，顯示「該雜誌的價格訂定」、「學習與教育」與「家庭與教養」為最需要改善的部分；因為雜誌市場競爭激烈，而價格的高低會影響雜誌讀者的購買率及訂閱率，因此出版業者對於價格訂定可以列為重點項目；而讀者對於雜誌的「學習與教育」及「家庭與教養」內容也有很高的期待，由研究結果顯示雜誌的出版方向與編輯主題，尚需符合讀者獲取教養新知的需求，並提供更多教養資訊與資源，以增加讀者的滿意度。

5.2 研究建議

本研究綜合上述研究結論，提出下列的幾點建議：

5.2.1 對出版社、編輯者之建議

1. 重視雜誌出版作品的品質

研究顯示教師在「內容特色」及「資訊學習」的層面上，都相當的重視，因此出版商在出版雜誌時，應該用心在出版品的品質勝於行銷宣傳。精選編製適合的主題，更貼近讀者的獲取新知的需求，並且提供更多親子溝通和教養的資訊與資源，以滿足現代父母與教育者愈來愈迫切的學習的需要；由研究結果顯示會訂閱雜誌的最主要的原因是「雜誌內容豐富」，因此文章的內容特色及版面編排方式，也會影響讀者訂閱的意願及閱讀的方式與閱讀的時間，成為編輯者需重視的課題。因此還要注重排版設計、印刷、裝訂、紙質等版式品質，畢竟優質的雜誌才能吸引更多的讀者的訂閱與收藏。

2. 舉辦講座活動

出版社在出版雜誌以外，也可以提供不同的服務，例如結合產品的內容擴展服務範圍，出版商也可以辦理講座研習—邀請專家學者、名人作家，透過講座研習增進與讀者互動的機會，促使讀者對親子雜誌有更深刻認識，同時達到雜誌宣傳效果及促銷目的。出版社也可以與各縣市政府合作，提供教師研習的機會，增進教師在親師溝通、輔導與諮商、班級經營、生命教育、環境保護等議題的知能與技巧。

3. 開發潛在的客源

由本研究發現嘉義縣、市地區的國小教師仍以女性居多，目前在國小任職的男、女教師的比率約三比七，女性人數約為男性的2.3倍。因此，親子天下雜誌讀者具有特定族群偏向，而且在閱讀重要性的看法上，女性教師也比男性教師更重視「內容特色」及「資訊學習」的層面，建議為掌握女性的族群，若能在編輯雜誌的同時，更重視女性讀者的需求，編輯方向就應朝向「資訊學習」及「內容特色」的呈現，除了能吸引舊有的讀者，進而開發更多的女性讀者客源。

4. 提升讀者的訂閱率

由調查得知親子天下雜誌的讀者，目前大部分只是借閱，而非購買或訂閱，出版社如何提升讀者的訂閱率是則很重要的課題，要提高購買率及訂閱率，其編輯

內容必須能引發讀者的閱讀動機。由研究可知讀者的閱讀動機越高，其閱讀滿意度也越高，顯示這是一份受到肯定的刊物。同時研究也顯示讀者的資訊學習動機愈強，也對資訊學習部分也最滿意。因此，雜誌社的編輯主題及內容方向，若能切合主要讀者群的需求，並開發更多元的題材，同時針對最新的重要議題，出版一系列的專欄作品或專書，提高典藏的價值，並建議跨媒體發行及多角化經營方式，以開拓新市場，同時提供贈品以提高訂購率，最好贈品能符合讀者需求，亦可增加電子雜誌部分內容供讀者免費閱讀，定能提高購買率與訂閱率。

5.2.2 對後續研究的建議

本研究在研究主題、對象、變項與工具方面，均有進一步改善的空間，茲提出以下建議提供後續研究參考：

1.研究主題方面

本研究旨在探討教師對於親子天下雜誌的閱讀動機、閱讀行為、購買因素、閱讀重要性及閱讀滿意度。由於本研究只針對單一雜誌做研究，然而其他親子類雜誌眾多，例如：嬰兒與母親雜誌、兒童的雜誌，學齡前兒童雜誌等，後續的研究者可以進行不同的親子雜誌做調查與比較。

2.研究範圍方面

本研究以嘉義縣、市的國民小學為研究範圍；並以分層立意抽樣調查，由於調查樣本同質性高，研究結果在人口背景變項上，大部份均無顯著差異。因此建議往後研究的範圍，可擴及其他縣市，並加入城鄉差距的研究，使研究結果更具客觀性與推論性。

3.研究對象方面

本研究將研究樣本侷限於嘉義縣、市的國小教師，在研究結果的推論上有其限制。由於國小教師背景同質性強，故本研究的結果為某一特定族群的意見，並不能代表大多數親子雜誌讀者的意見，只能呈現國小教師這個族群對親子雜誌的看法。因此建議以後的研究者可擴大研究範圍，做更大的普查性研究，如其他職業的讀者或者未曾閱讀過親子雜誌的讀者，皆是之後研究可考慮的對象，研究結

果將更具客觀性。

4.研究變項方面

影響教師對親子天下雜誌的看法因素有許多，除了本研究所列的背景變項包括性別、年齡、婚姻狀況、教育程度、教學年資、擔任職務、任教地點外，以及閱讀動機、閱讀重要性與滿意度、閱讀行為、購買因素等構面，尚有許多其他因素，建議後續研究者可以增加其他變項，如教師對閱讀的意見看法、生活型態、消費行為等，不同經驗皆可能影響教師的看法，值得進一步探討。

5.研究工具方面

本研究以問卷調查的方式，對國小教師進行調查，容易受到填答時間，作答時的態度認真與否，而影響研究結果。因此，建議日後相關研究可以增加開放式的問卷調查，或以質性研究方法如個案研究法或深度訪談等方法，以蒐集更深入資料，以了解讀者對親子天下雜誌真正的看法，如此將使研究結果更具實用性。

參考文獻

壹、中文部份

一、書籍：

1. 王連生（1988），親職教育，台北市：五南。
2. 王媛媛、高欣宜譯（1999），Selina S.Guber 著，搶灘兒童行銷市場，台北：麥格羅·希爾。
3. 尹蘊華（1970），家庭教育，台中市：一善。
4. 江南發（1999），學習動機，載於林生傳編之教育心理學。臺北市：五南。
5. 林東泰（1999），大眾傳播理論，台北：師大書苑。
6. 林淑玲（2000），家庭與家庭教育，載於中華民國家庭教育學會主編，家庭教育學，台北市：師大書苑。
7. 林淑玲（2003），家庭教育的概念分析，載於國立嘉義大學家庭教育研究所著，家庭教育學(頁55-97)。嘉義市：濤石文化。
8. 林淑玲（2005），台灣地區家庭教育研究之回顧與前瞻，載於中華民國家庭教育學會（主編）。家庭教育學，287-322頁，臺北：師大書苑。
9. 周新富（2006），家庭教育學-社會學取向，台北：五南
10. 吳昌碩（1999），傳播理論：期刊論文導讀（初版），臺北市：高點文化。
11. 吳明隆、塗金堂（2010），SPSS與統計應用分析，台北市：五南。
12. 吳明隆（2011），SPSS操作與應用-問卷統計分析實務，台北市：五南。
13. 吳筱玫（2003），網路傳播概論，台北：智盛，362 頁。
14. 吳碧娟（2000），期刊資源的利用，臺北市：國家圖書館。
15. 品川孝子（1989），如何做好親子教育，台北市：小暢書房。
16. 高錦雪（1989），角色定位與圖書館之發展，臺北：書棚出版社，頁 8。
17. 黃明月（1993a）。從認知心理學的角度探討成人閱讀策略與印刷教材設計。中等教育，44（1），40-45。
18. 翁秀琪（1996），大眾傳播理論與實證，台北：三民。
19. 教育部（1996），家庭教育法草案，台北市：教育部。

- 20.教育部（2003），家庭教育法，台北：教育部。
- 21.張春興、楊國樞（1971），心理學，台北：三民。
- 22.張春興（1989），教育心理學，台北：東華。
- 23.張春興（1991），現代心理學—現代人研究自身問題的科學，東華書局。
- 24.張春興（1994），現代心理學，台北：東華書局。
- 25.張春興（1997），現代心理學，台北：東華。
- 26.張春興（2000），教育心理學：三化取向的理論與實踐，台北：東華書局。
- 27.張振宇（1984），家庭教育，臺北：三民出版社。
- 28.黃迺毓（1988）。家庭教育。臺北：五南。
- 29.黃迺毓（1991），家庭教育，台北市：五南。
- 30.黃德祥（1994），青少年發展與輔導，台北：五南。
- 31.黃德祥（2008），青少年發展與輔導，台北：五南。
- 32.曹常仁（2010），親職教育-理念與實踐，台北：新文京開發出版股份有限公司。
- 33.邱皓政（2011），量化研究與統計分析：SPSS(PASW)資料分析範例解析，台北市：五南。
- 34.邱皓政（2010），量化研究與統計分析(基礎版)：SPSS中文視窗版資料分析範例解析，台北市：五南。
- 35.廖永靜（2000），社會變遷，家庭變遷與家庭教育需求，載於中華民國家庭教育學會主編：家庭教育學（頁35-78），台北：師大書苑。
- 36.劉安彥（1997），心理學，三民書局。
- 37.劉修吉（1999），零歲教育的秘訣，臺北：三青國際。
- 38.簡曜輝，季力康，卓俊伶，洪聰敏，黃英哲，黃崇儒，廖主民，盧俊宏譯（2002）。競技與健身運動心理學。台灣運動心理學會。
- 39.龍協濤（1993）文學解讀與美的再創造，台北：時報文化，頁 13。
- 40.謝秀芬（1998），家庭與家庭服務(2 版)，台北市：五南。
- 41.謝廣全、謝佳懿（2010），SPSS與應用統計學，台北市：巨流。
- 42.謝寶媛（2004），資訊與網路資源利用，臺北市：華泰文化。

- 43.謝瀛春（1991），科學新聞的傳播理論與個案，臺北市：黎明文化。
- 44.謝瀛春譯（1994），科學與大眾媒介，臺北市：遠流。（原著出版年：1967 年）
- 45.羅大華、何為民（1999），犯罪心理學，東華書局。

二、期刊、雜誌、新聞文獻：

1. 王彩雲（2010），臺灣雜誌分眾市場的趨勢與挑戰，2010年中華民國出版年鑑。
2. 行政院主計處（2003）。中華民國出版事業統計概覽：民國七十七～民國八十三年。台北：行政院新聞局。
3. 行政院新聞局（2007），2007 出版年鑑，台北：行政院新聞局。
4. 行政院新聞局（2005），94年台灣雜誌出版產業調查研究，台北：行政院新聞局。
5. 行政院新聞局（2007），96年台灣雜誌出版產業調查研究，台北：行政院新聞局。
6. 行政院新聞局（2008），2008 出版年鑑，台北：行政院新聞局。
7. 李雪莉（2002），給孩子野地棒球般的樂趣，天下雜誌，**263**，109-114。
8. 吳進生（2008），民國九十六年雜誌市場概況，2008 出版年鑑。
9. 林純真（1998），從家庭教育的應然與實驗，論家庭教育的立法方向，社教雙月刊，87，42-46。
10. 林建平（1995），國小學童的閱讀動機、理解策略與閱讀成就之相關研究，台北立師院學報，26 期，67-294頁。
11. 林清章（1997），我國家庭教育實施現況及展望，臺灣教育，559，49-56。
12. 張春興、曹中緯（1986），我國推行親職教育成效之檢討，「加強家庭教育、促進社會和諧」學術研討會論文集，台北市：行政院研考會。
13. 張麗芳（2001），試論創建學習型家庭的八大關係，載於國立嘉義大學家庭教育研究所、嘉義市教育會(主編)，2001兩岸家庭教育學術研討會實錄（頁

- 23-37)。嘉義市：國立嘉義大學家庭教育研究所。
- 14.黃怡瑾（1999），家庭教育之界定與其資源分配指標之發展：以臺南市為例，台南師院學報第32期，1-45。
- 15.黃意舒（1992），我國社會變遷中家庭教育的探討，台北市立師範學院學報，23，頁381-396。台北市：台北市立師範學院。
- 16.黃蓓伶（2009），九十七年雜誌市場概況，2009 出版年鑑，104~118 頁。
- 17.梅鳳珠（2006），台灣地區家庭教育中心的發展與推動-以臺北縣為例，北縣教育，55，頁44-45。
- 18.彭淑華（1995），我國家庭教育服務工作現況與發展，研究主持人(余巧芸)，各國家庭教育服務工作之研究中、日、港、德、英、美之比較(頁9-40)，臺北市：臺灣地區家庭教育中心。
- 19.楊國賜（1992），臺灣地區家庭教育的現況與展望，第一屆家庭生活教育研討會專輯—重尋家庭美境（頁 27-46），教育部社教司。東海大學幸福家庭研究推廣中心發行。
- 20.楊國賜（2000），新世紀家庭教育的展望，成人教育，55，2-6。
- 21.楊曉雯（1997），高中生閱讀行為研究：以臺北市立建國高級中學學生為例，資訊傳播與圖書館學，3 卷 4 期，頁 83-85。
- 22.齊若蘭、游常山、李雪莉等（2003），閱讀：新一代的知識革命，台北：天下雜誌。
- 23.廖永靜（1998），親職教育與父母參與，家庭教育雙月刊，1，15-22。
- 24.廖永靜（2005），國民小學的家庭教育，教師之友，2（46），21-32。
- 25.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 年中華民國出版年鑑，68-73 頁。
- 26.潘家慶、王石番、謝瀛春（1986），台灣地區民眾傳播行為研究，台北：政治大學新聞學研究所，國科會專題研究報告。
- 27.陳珮慈（1996），成人閱讀之研究 —以台北市立圖書館永春分館讀者為例，圖書與資訊學刊，18：41-61。

- 28.賴淑玲（1996），教學策略相關研究之探討：以ARCS動機模式為架構，教學科技與媒體，26, 36-46。
- 29.戴秀釗（1998），探討近年來台灣女性雜誌的發展現況及未來走向，印藝學報，1 期，140-151 頁。
- 30.戴國瑜（1988），期刊：管理及利用，臺北：臺灣學生書局。
- 31.謝瀛春（1990），大眾傳播與科學傳播，科學月刊，248，611-615。

三、學位論文：

1. 方采禾（2004），科普雜誌之讀者研究，元智大學管理研究所碩士論文。
2. 田文輝（1991），我國英文教學雜誌內容分析與讀者閱讀動機、滿足程度之研究—以「空中英語教室文摘」為例，政治作戰學校新聞研究所碩士論文。
3. 江欣怡（1999），科普刊物與讀者關係之研究，政治大學新聞研究所碩士論文。
4. 牟嘉俐（1989），專業廣告人士閱讀「動腦」雜誌動機與滿足之研究，私立中國文化大學新聞研究所碩士論文。
5. 池勝和（2004），心靈改革講師團推展家庭教育策略之研究—以台北縣為例，國臺灣師範大學社會教育學系在職進修碩士班碩士論文，未出版，台北市。
6. 宋玉寧（2007），我國民間軍事雜誌內容分析及讀者閱讀動機、滿意程度之研究—以「全球防衛雜誌」為例，南華大學出版事業管理研究所碩士論文。
7. 李素足（1999），臺中縣市國小。高年級學童閱讀動機的探討，國立臺中師範學院國民教育研究所碩士論文，未出版，臺中市。
8. 李淑貞（2006），就時代脈絡分析女性健康雜誌出版選題企劃之轉變研究，南華大學出版與文化事業管理研究所碩士論文
9. 林立人（2004），股市投資者對「財訊快報」使用與滿足之研究，中國文化大學新聞研究所碩士論文。
- 10.林呈達（2001），寬頻網路「使用與滿足」研究—比較 ADSL 與Cable Modem 之異同，交通大學傳播研究所碩士論文。

11. 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，私立南華大學出版學研究所碩士論文。
12. 林芬玲（2007），台南縣市國民中學家庭教育課程內涵及及實施策略之研究，國立高雄師範大學教育研究所碩士論文，未出版，高雄。
13. 林建平（1993），整合學習策略與動機的訓練方案對國小閱讀理解困難兒童的輔導效果，國立臺灣師範大學教育心理與輔導研究所博士論文，未出版，臺北市。
14. 宗靜萍（1992），政令宣導刊物讀者研究：以「高雄畫刊」主動索閱者閱讀動機與滿意程度試析，政治大學新聞研究所碩士論文。
15. 施炎基（2006），台北市國民小學實施家庭教育之研究—以家庭教育法為例，台北市立教育大學教育行政與評鑑研究所論文，未出版，台北市。
16. 徐一帆（2000），雙薪家庭中性別、家庭生命週期與家庭教育需求及阻礙之相關研究—以屏東縣雙薪家庭為例，國立高雄師範大學成人教育研究所碩士論文，未出版，高雄市。
17. 涂光乾（1999），閱聽受眾對財經媒體的使用動機與滿足之研究—以財訊月刊為例，政治作戰學校新聞研究所碩士論文。
18. 許月霞（2011），國小教師運用電子繪本教學相關因素之分析，南華大學出版與文化事業管理研究所碩士論文
19. 張志全（2003），動機策略與電腦焦慮對國小6年級學生社會科技網路學習動機的影響，國立屏東師範學院教育科技研究所碩士論文。
20. 黃馨儀（2002），國小學童閱讀動機量表之編製與相關研究，台南師範學院國民教育所碩士論文。
21. 康崇儀（2010），以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，南華大學出版學研究所碩士論文。
22. 游仕偉（2001），網路電子書讀者之閱讀動機與行為研究，南華大學出版學研究所碩士論文。
23. 莊佩玲（2002），不同閱讀教學方法對國小學生閱讀動機及班級閱讀氣氛影響

之比較研究，國立台南師範學院國民教育研究所碩士論文。

- 24.楊曉雯（1996），高中生閱讀行為研究－以台北市立建國高級中學學生為例，淡江大學教育資料科學研究所圖書館學與資訊科學組碩士論文。
- 25.鄭憶倫（2008），國民小學家庭教育政策執行之研究－以臺北縣為例，國立臺北教育大學教育政策與管理研究所碩士論文。
- 26.劉書芳（1990），我國家家庭教育的現況分析及其改進途徑，國立臺灣師範大學社會教育研究所碩士論文，未出版，台北市。
- 27.潘偉宏（1989），國內英文報紙讀者閱讀動機、行為及滿意度之研究，輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 28.陳夢梅（1989），《新新聞》雜誌讀者使用動機與滿足之研究，私立輔仁大學傳播研究所碩士論文。
- 29.蔡宛珊（2005），成人讀者對圖畫書的解讀－以幾米作品為例，世新大學傳播研究所碩士論文。
- 30.蔡孟珈（2009），台灣女性時尚雜誌內容、發展與現況研究，世新大學圖文傳播暨數位出版所碩士論文。
- 31.蔡雅芳（2010），文學雜誌讀者閱讀動機、閱讀行為與滿意程度之研究－以雲嘉南五縣市國文教師為例。南華大學出版事業管理研究所碩士論文。
- 32.盧建昇（2010），服務品質、滿意度與忠誠度之相關性研究－以雲林古坑蜜蜂故事館為例，南華大學出版與文化事業管理研究所碩士論文。
- 33.蕭銘鈞（1998），台灣大學生網路使用行為、使用動機、滿足程度與網路成隱現象之初探，國立交通大學傳播研究所碩士論文。
- 34.譚天福（2006），空軍嘉義基地軍士官對〈吾愛吾家〉月刊內容滿意度之研究，南華大學出版事業管理研究所碩士論文。
- 35.嚴媚玲（1999），大學生的閱讀活動與其管道之研究，淡江大學教育資料科學學系碩士班碩士論文。
- 36.蘇麗英（2006），線上讀者使用動機與滿意度之研究－以國立自然科學博物館網路簡訊月刊為例，南華大學出版與文化事業管理研究所碩士論

貳、網路資料：

維基百科，雜誌的定義，2006年10月08日，取自

<http://zh.wikipedia.org/w/index.php?title=%E9%9B%9C%E8%AA%8C&variant=zh-tw>

文建會(2000)，中華民國八十九年台灣圖書雜誌出版市場研究報告，<http://web.cca.gov.tw/book/TaiwanMarket/index03.htm>

行政院新聞局(2001)，行政院新聞局輔導出版事業要點，<http://law.moj.gov.tw/Scripts/Query4A.asp?FullDoc=all&Fcode=P0030008>

教育部(2009)，http://www.edu.tw/statistics/content.aspx?site_content_sn=8869

參、外文部份：

1. Berelson, B. (1949). What missing the newspaper means. In Lazarsfeld, P. F. & Stanton, F. N. *Communication Research*, (eds.) (1974). New York: Harper, 148-149.
2. Darling, C. A. (1987). Family life education. In M. B. Sussman, S. K. Steinmetz (Eds.), *Handbook of marriage and the family* (815-833). New York: plenum.
3. Graham, S. & Weiner, B. (1996). Theory and principles of motivation. *Handbook of Educational Psychology*, (pp. 63-84) . New York: Macmillan.
4. Guthrie, J. T., & Wigfield, A. (1997). Reading engagement: A rationale for theory and teaching. In J. T. Guthrie & A. Wigfield (Eds.). *Reading engagement: Motivating readers through integrated instruction* (pp.1-12). Delaware: International Reading Association, Inc.
5. Hatt, F (1976) . *The reading process: A framework for analysis and description*. Condon: Clive Bingley.
6. Herzog, H. (1944). What do we really know about daytime serial listeners, in Lazarsfeld, P. F. & Stanton, F. N. (eds.). *Radio Research* (1944), New York: Duell, Sloan & Pearce, 3-33.
7. Jensen, K. B. & Rosengren, K. E. (1990), Five Traditions in Search of the Audience, *European Journal of Communication*, Vol.5, No.2-3, pp.207-238
8. Katz, E., Blumler, J. G. & Gurevitch, M. (1974), Utilization of mass communication by the individual: an overview In Blumler, J. G. & Katz, E. (Eds), *The uses of mass communication: Current perspectives on gratification research*. Beverly Hills: Sage Pubication, pp.15-35
9. Kirkendall, L. A. (1973). Marriage and family living, education for. In A. Ellis & A. Abarbanel (Eds.), *The encyclopedia of sexual behavior* (2nd ed.). New York : Hawthome
10. Kotler, P. (1997) , *Marketing Management*, 9th ed, N.J., Prentice- Hall. °
11. Kreckhoff, R. K. (1964). Family life education in America. In H. T. Chrstensen

- (Ed.), *Handbook of marriage and the family*, 881-911. Chicago: Rand McNally.
12. Lasswell, H.(1948), *The Structure and Function of Communication in Society*, *The Communication of Ideas*, ed. Bryson, L., New York: Institute for Religious and Social Studies, P.37
 13. Levin, E. (1975). Development of family life education program in a community social service agency. *The Family Coordinator*, 24, 343-349.
 14. McCombs, B. L. (1988). Motivational skills training : Combining metacognitive, cognitive, and affective learning strategies. In E.E. Weinstein, E.T. Goetz, & P. A.
 15. McLeod, J. M. & Becker, L. B. (1981) "The uses and gratifications approaches." In D. D. Nimmo & K. R. Sanders (Eds.). *Handbook of Political Communication*, Beverly Hill, CA: Sage, pp. 67-99.
 16. McQuail, D., & Windahl, S. (eds) . (1993). *Communication Models for the Study of Mass Communication*. New York: Longman Publishing.
 17. Metsala, J., L., Sweet, A., P. & Guthrie, J. T. (1996). How children's motivation relate to literacy development. *The Reading Teacher*, 49 (8) , 660-663.
 18. Neill, S.D. (1922), "Why Books?" *Public Library Quarterly* 12, pp.22.
 19. Oliver, R.L. (1980) , A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing*, 17, pp.460-469.
 20. Palmgreen, P. (1984). *Uses and gratifications: a theoretical perspective*, in Boston, R.N. (eds). *Communication Yearbook*, Vol 8, Beverly Hills, CA: Sage, 20-55.
 21. Palmgreen, P. & Rayburn, J. R. (1979). *Uses and gratifications and exposure to public television: a discrepancy approach*. *Communication Research*, 6, 155-180.
 22. Purves, A. C., & Richard, B (1976) *Literature and the reader :Research in response to literature, reading interests, and teaching of literature*. Illinois : University of Illinois.
 23. Rosengren, K. E., Wenner, L. A. & Palmgreen P.(1985), *Media Gratifications Research: Current Perspectives*, Beverly Hills: sage

24. Rosengren, K. E. (1974), "Uses and Gratifications: a Paradigm Outlined." p.29-77
in J. G. Blumler & E. Katz (eds.), *The Uses of Mass Communication*. Beverly Hills, CA: Sage
25. Rubin, A. M. (1986). Uses, gratification and media effect research, in Bryant, J & Zillmann (eds). *Perspective on media effect*. London: Lawrence Erlbaum Associates, 281-302.
26. Rubin, R. A., Perse, E. & Barbato, C. (1988). Conceptualization and Measurement of Interpersonal Communication Motives. *Human Communication Research*, 14(4), 602-628.
27. Stanton, F. N. *Communication Research*, (eds.) (1974). New York: Harper, 148-149.
28. Stanton, F. N. (eds.). *Communications Research, 1948-9*, New York: Harper.
29. Thomason, J., & Arcus, M. (1992). Family life education: An analysis of the concept. *Family Relations*, 41, 3-8.
30. Stipek, D. (1998). *Motivation to Learn: From Theory to Practice* (3rd ed.). Nancy Forsyth.:
31. Tower, W. M. (1986), *Uses and Gratifications of Magazine Readers: A Cross-media Comparison*, *Communication Review Research*, 13(2), pp.44-51
32. Waples, D., Berelson, B., & Franklyn, R. B. (1940) *What reading does to people : A summary of evidence on the social effects of reading and a statement of problems for research*. Chicago : University of Chicago Press.
33. Windahl, S. (1981) "Uses and Gratifications at the Crossroads." in C. G. Wilhoit & H. D. Bock (Eds.), *Mass Communication Review Yearbook*, Vol. 2, Beverly Hills, CA: Sage, pp. 81-83, pp. 174-185.
34. Wolfe, K. M. & Fiske, M. (1949). Why children read comics, in Lazarsfeld, P. F. & Stanton, F. N. (eds.). *Communications Research, 1948-9*, New York: Harper.

附錄一：國內外各學者提出之「家庭教育的意義」整理

研究者	發表時間	研究內容
Kirkendall	1973	家庭生活教育方案係指可以協助個人增進其形成及維持有效的人際關係之知識與能力.....（它）的重點在於探討家人間與家庭間人際互動，以及影響人際關係品質的個人特質。
Whatley	1973	是一種廣義的人的教育，其核心是人際關係.....與整個人都有關：生理的、心理的和情緒的。
Levin	1975	增進家庭生活並協調個人更加了解各種人際關係中的自己的一種教育方案。
Cromwell Thomas	1976	家庭生活教育是促進家庭發展資源與個別家庭生活之發展、協調和整合，以提升家庭生活。
Darling	1987	家庭生活教育應關心人類生活的品質，透過研究個人、家庭與其面對的複雜環境互動，以增進改善家庭生活品質。
品川孝子	1989	家庭教育是以父母的人生觀、教育觀為基礎，自由發展而形成個人獨有的個性
Thomason Arcus	1992	家庭生活教育是個人行家庭生活所需的認知、情義和技能，旨在增強與豐富家庭和個人之福祉，其內容為人類發展和性、人際關係、家人互動、家庭資源管理、親職教育、道德、家庭和社會等。
尹蘊華	1970	廣義的家庭教育是指包含個人一生的身心健全培養、情感生活的學習、倫理觀念的養成、道德行為的建立以及入學就業通婚成家，一切立身形式的指導都屬於家庭教育的範圍；而狹義的家庭教育，則是指兒童從出生至入小學前的教育。

研究者	發表時間	研究內容
張振宇	1974	認為兒童的養育與訓育是家庭教育探討的範圍。養育部份則重視兒童體質上的照顧；訓育部份則著重兒童精神上的發展。不過家庭教育的重心並不完全只在於兒童階段，因為不只嬰孩階段會完全依賴父母，即使長大成人還須父母的多方提攜和指導。
張春興 曹中瑋	1986	狹義的家庭教育是家長施予子女的教育；其教育對象為成長中的兒童或青少年，其教育目的在培養子女良好的生活習慣、道德觀念以及待人處事的基本能力。
劉修吉	1988	家庭教育是孩子出生後在成長場所所接受的教育，也就是說家庭教育是與學校教育銜接的教育
王連生	1988	狹義：指出學齡前兒童在家接受父母管教的活動或生活訓練，父母藉此對兒童施予之情感生活的指導，與道德觀念之養成，俾使子女長大後能適應社會生活並服務人群。 廣義：指出一個人自出生到死，受到家庭環境、成員、氣氛的直接薰陶或間接影響，在情感生活的學習上、倫理觀念的養成、道德行為的建立，獲得身心健全發展的指導效益。
黃迺毓	1988	家庭教育是父母在家庭裏對其子女施之教導；實施的場所所以家庭裡為主，教育者是父母，接受者則是子女。
劉書芳	1990	人們從生到死，受家庭環境、成員互動、氣氛的影響，使人們的認知、行為、態度產生變化。這些改變是為了使人們的身心獲得健全的發展，進而在每個人生階段裡適應良好，成為有價值的人。它應該從改善家庭人際關係做起，並使家庭與社群、環境保持和諧的狀態。落實家庭教育，可從兩性教育、親職教育、倫理生活教育、社區教育的實施，及加強大眾傳播教育之功能做起。

研究者	發表時間	研究內容
黃迺毓	1991	強調在家庭裡，家人彼此的互動關係，父母與子女是相互教育的，家庭裡發生的許多事都能讓人學到一些經驗，家人們也在日常家庭生活裡接受最基本的教育。
黃意舒	1992	指出家庭是一種人與人或結構之間的關係及相互影響。包括發生在家人之間的互動及相互的影響與成長；及家庭之外的人或社會結構所產生的影響，可以促進個人之社會化、文化習俗及個人生命週期的發展。
楊國賜	1992	認為家庭教育是訓練兒童標準生活的中心，也是培養兒童正確觀念及倫理的開端。
彭淑華	1995	狹義定義為：「對發展中的兒童，在日常生活中，父母有意識、有計劃的指導，使子女的思想、行為達到雙親所預期的結果。」廣義定義為：「個人從出生到死亡在家庭環境中、受家庭成員之言行舉止、家庭氣氛的薰陶，在無意識中耳濡目染，產生相互學習潛移默化的教育」。
謝秀芬	1998	家庭是個人出生第一個接觸的地方，是個人最早社會化的單位，也是時間最長的一個場域，家庭的學習涵蓋整個人的生命週期，個人人格的養成、價值觀的形成、社會角色的學習，都會受到家庭的影響。而家庭的建立主要是基於婚姻、血緣和收養三種關係構成，在相同的屋頂下共同生活，彼此相互作用；是意識、情感交流與互助的一個整合體。
劉修吉	1999	認為家庭教育是孩子誕生之後在成長場所所接受的教育。然而家庭教育更是家庭中實施的教育，通常多指父母或其他年長者對子孫輩進行的教育，同時也指家庭成員之間的相互影響。
徐一帆	2000	認為家庭教育是個人從出生到死亡，在家庭環境中，受到家庭成員互動、氣氛的影響，以及從學校、社區或機構中學習到各種相關的知識，使得個人在認知、行為和態度上產生改變，進而增強家庭功能的學習歷程。

研究者	發表時間	研究內容
林淑玲	2000	隨著社會變遷的加劇，家庭教育的定義也有所不同，家庭教育不能只視為「家務事」，它已成為「官務事」，家庭教育可能發生在家庭之內，也可以發生在家庭之外，即家庭以外的人或社會機構所產生的影響，例如學校、大眾媒體、社教機構或福利機構等。
張麗芳	2001	認為家庭教育是在家庭生活中，由家中長輩對其子女及其他年幼者實施的教育和影響，也是家庭成員之間相互實施的一種教育。
林淑玲	2003	指出家庭教育是一種為建立個人身心發展，營造幸福家庭，已建立祥和社會，而透過各種教育形式以增進個人行家庭生活所需之知識、態度與能力的教育活動。
家庭教育法第一、二條	2003	家庭教育是為增進國民教育生活知能，健全國民身心發展，營造幸福家庭，以建祥和社會之目的，具有增進家人關係與家庭功能的各種教育活動。
廖永靜	2005	家庭教育，就學生而言，是指家庭生活的教育，所以與家庭生活教育概念可以互通。家庭生活教育是一個社區教育的形式，本質上兼具預防的和發展的屬性。其主要目標是減少家庭和社會問題，提升協調的人際關係並且有效地提昇家庭功能。
施炎基	2006	家庭教育係指透過各種教育形式，提供個人型家庭所需之知識、態度與能力，以增進家人關係與家庭功能，並提高家庭生活品質之各種教育活動。其目的旨在達成增進國民家庭生活知能，健全國民身心發展，營造幸福家庭，以建立祥和知社會。
林芬玲	2007	家庭教育是為促進個人身心健全發展，營造溫馨和諧家庭氣氛，建立祥和社會，而透過各種不同場所和教育方法增進個人行家庭生活所需之知識、態度與能力的教育活動。

研究者	發表時間	研究內容
鄭憶倫	2008	採用各種不同形式的教育方式，提供個人行家庭生活所需之認知、情意與技能，以增進家人關係與家庭功能，促進社會資源與家庭的協調統合及發展，並提高家庭生活品質。以達成增進國民家庭生活知能，健全國民身心發展，營造幸福家庭，建立祥和社會之目的。
曹常仁	2010	家庭教育：廣義的觀點，家庭教育是指一個人自生到死，受到家庭環境、成員、氣氛的直接薰陶或間接影響，在情感生活的學習上、倫理觀念的養成上和道德行為的建立上，獲得身心健全發展的指導效益。狹義的觀點，家庭教育是指一個人一生的思想行為和觀念態度，取決於其早年在家庭所養成的最初習慣。

資料來源：研究者參考相關文獻自行整理

附錄二

家庭教育法（2003年1月7日立法院審議通過；2004年2月13日發布）內容說明：

第一條 為增進國民家庭生活知能，健全國民身心發展，營造幸福家庭，以建立祥和社會，特制定本法；本法未規定者，適用其他有關法律之規定。

第二條 本法所稱家庭教育，係指具有增進家人關係與家庭功能之各種教育活動，其範圍如下：

- 一、親職教育。
- 二、子職教育。
- 三、兩性教育。
- 四、婚姻教育。
- 五、倫理教育。
- 六、家庭資源與管理教育。
- 七、其他家庭教育事項。

第三條 本法所稱主管機關：在中央為教育部；在直轄市為直轄市政府；在縣（市）為縣（市）政府。本法涉及各目的事業主管機關職掌時，各該機關應配合辦理。

第四條 中央主管機關掌理下列事項：

- 一、家庭教育法規及政策之研訂事項。
- 二、推展家庭教育工作之研究及發展事項。
- 三、推展全國性家庭教育工作之策劃、委辦及督導事項。
- 四、推展全國性家庭教育工作之獎助及評鑑事項。
- 五、家庭教育專業人員之職前及在職訓練事項。
- 六、家庭教育之宣導及推展事項。
- 七、推展國際家庭教育業務之交流及合作事項。
- 八、其他全國性家庭教育之推展事項。

第五條 直轄市、縣（市）主管機關掌理下列事項：

- 一、推展地方性家庭教育之策劃、辦理及督導事項。
- 二、所屬學校、機構等辦理家庭教育工作之獎助及評鑑事項。
- 三、家庭教育志願工作人員之在職訓練事項。
- 四、推展地方與國際家庭教育業務之交流及合作事項。
- 五、其他地方性家庭教育之推展事項。

第六條 各級主管機關應遴聘（派）學者專家、機關、團體代表組成家庭教育諮詢委員會，其任務如下：

- 一、提供有關家庭教育政策及法規興革之意見。
- 二、協調、督導及考核有關機關、團體推展家庭教育之事項。
- 三、研訂實施家庭教育措施之發展方向。
- 四、提供家庭教育推展策略、方案、計畫等事項之意見。
- 五、提供家庭教育課程、教材、活動之規劃、研發等事項之意見。

六、 提供推展家庭教育機構提高服務效能事項之意見。

七、 其他有關推展家庭教育之諮詢事項。

前項家庭教育諮詢委員會之委員遴選、組織及運作方式，由各級主管機關定之。

第七條 直轄市、縣（市）主管機關應遴聘家庭教育專業人員，設置家庭教育中心，並結合教育、文化、衛生、社政、戶政、勞工、新聞等相關機關或單位、學校及大眾傳播媒體辦理下列事項：

- 一、 各項家庭教育推廣活動。
- 二、 志願工作人員人力資源之開發、培訓、考核等事項。
- 三、 國民之家庭教育諮詢及輔導事項。
- 四、 其他有關家庭教育推展事項。

前項家庭教育專業人員之資格、遴聘及培訓辦法，由中央主管機關定之。第一項家庭教育中心之組織規程，由各級主管機關定之。本法公布施行前，各直轄市、縣（市）政府依規定已進用之家庭教育中心專業人員，經主管機關認定為績優並符合第二項專業人員資格者，得依業務需要優先聘用之。

第八條 推展家庭教育之機構、團體如下：

- 一、 家庭教育中心。
- 二、 各級社會教育機構。
- 三、 各級學校。
- 四、 各類型大眾傳播機構。
- 五、 其他與家庭教育有關之公私立機構或團體。

第九條 推展家庭教育機構、團體得徵訓志願工作人員，協助家庭教育之推展。

第十條 各級主管機關應對推展家庭教育之專業人員、行政人員及志願工作人員，提供各種進修課程或訓練其課程或訓練內容，由各該主管機關定之。

第十一條 家庭教育之推展，以多元、彈性、符合終身學習為原則，依其對象及實際需要，得採演講、座談、遠距教學、個案輔導、自學、參加成長團體及其他方式為之。

第十二條 高級中等以下學校每學年應在正式課程外實施四小時以上家庭教育課程及活動，並應會同家長會辦理親職教育。各級主管機關應積極鼓勵師資培育機構，將家庭教育相關課程列為必修科目或通識教育課程。

第十三條 中央主管機關得視需要研訂優先接受家庭教育服務之對象及措施並推動之；必要時得委託直轄市、縣（市）主管機關或推展家庭教育機構、團體辦理。前項優先對象及推動措施之方式，由中央主管機關定之。

第十四條 直轄市、縣（市）主管教育行政機關應針對適婚男女，提供至少四小時婚前家庭教育課程，以培養正確之婚姻觀念，促進家庭美滿；必要時研訂獎勵措施，鼓勵適婚男女參加。

第十五條 各級學校於學生有重大違規事件或特殊行為時，應即通知其家長或監護人；並提供相關家庭教育諮商或輔導之課程，其辦法由該管主管機關定之。

前項各級學校為家長或監護人提供家庭教育諮商或輔導之課程內容、時數、家長參與、家庭訪問及其他相關事項之辦法，由該管主管機關定之。

第十六條 中央主管機關得委託相關機構、學校，進行各類家庭教育課程、教材之研發。

第十七條 各級主管機關應寬籌家庭教育經費，並於教育經費內編列專款，積極推展家庭教育。

第十八條 各級主管機關應研訂獎助事項，鼓勵公私立學校及機構、團體、私人辦理推展家庭教育之工作。

第十九條 本法施行細則，由中央主管機關定之。

第二十條 本法自公布日施行。_

附錄三：研究問卷

親愛的老師，您好：

感謝您在百忙中抽空填寫本問卷，這是一份關於「親子天下雜誌讀者閱讀動機與滿意度相關研究」之問卷，目的在了解讀者對於親子天下雜誌的閱讀行為、閱讀動機及購買因素與滿意度為何，您的寶貴意見將對本研究成果產生決定性之影響。本研究採取不具名之方式調查，您填答的所有資料將僅供學術研究之用，不作其他用途，請安心作答，謝謝！

敬祝 教安

南華大學 出版與文化事業管理研究所

指導教授：洪林伯 博士

研究生：王錦惠 敬上

民國100年9月

第一部分：個人基本資料

1.您的性別：

(1)男

(2)女

2.您的年齡：

(1) 22~30 歲

(2) 31~40 歲

(3) 41~50 歲

(4) 51~60 歲

(5) 61 歲以上

3.您的婚姻狀況：

(1)已婚(有小孩)

(2)已婚(無小孩)

(3)單身

4.您的教育程度：

(1)一般大學(教育學程)

(2)教育大學(含師院)

(3)碩士(含四十學分班)

(4)博士

5.您的教學年資：

(1) 1年含以下

(2) 1~5年

(3) 6~10年

(4) 11~15年

(5) 16~20年

(6) 21年以上

6.目前擔任職務：

(1)導師

(2)科任教師

(3)組長

(4)主任

(5)校長

(6)其他_____

7.您目前任教地點：

(1)嘉義市

(2)嘉義縣

(3)其他_____

第二部分：閱讀內容滿足與重要性

請問您對於親子天下雜誌的內容是否感到滿意？重要性為何？請就您的閱讀經驗，圈選適當的答案。

1.重要性					題 目	2.滿意度				
非 常 重 要	重 要	普 通	不 重 要	非 常 不 重 要		非 常 滿 意	滿 意	普 通	不 滿 意	非 常 不 滿 意
5	4	3	2	1	1.該雜誌的封面設計	5	4	3	2	1
5	4	3	2	1	2.該雜誌的版面安排	5	4	3	2	1
5	4	3	2	1	3.該雜誌的印刷品質	5	4	3	2	1
5	4	3	2	1	4.該雜誌的價格訂定	5	4	3	2	1
					5.該雜誌的主要欄目內容：					
5	4	3	2	1	(1)封面故事	5	4	3	2	1
5	4	3	2	1	(2)世界與視野	5	4	3	2	1
5	4	3	2	1	(3)家庭與教養	5	4	3	2	1
5	4	3	2	1	(4)學習與教育	5	4	3	2	1
5	4	3	2	1	(5)生活	5	4	3	2	1
5	4	3	2	1	(6)專欄	5	4	3	2	1
5	4	3	2	1	6.該雜誌內容多樣且豐富	5	4	3	2	1
5	4	3	2	1	7.該雜誌內容能提供教養新知	5	4	3	2	1
5	4	3	2	1	8.該雜誌內容能扣緊社會脈動，貼近生活	5	4	3	2	1
5	4	3	2	1	9.該雜誌內容能開拓我的視野	5	4	3	2	1
5	4	3	2	1	10.該雜誌內容提供的資訊能成為與別人談話的話題	5	4	3	2	1
5	4	3	2	1	11.該雜誌內容能讓我充分的打發時間	5	4	3	2	1
5	4	3	2	1	12.該雜誌內容讓我的精神生活獲得充實	5	4	3	2	1
5	4	3	2	1	13.該雜誌內容能提升我的生活樂趣	5	4	3	2	1
5	4	3	2	1	14.該雜誌內容能讓我得到心靈的滿足	5	4	3	2	1
5	4	3	2	1	15.該雜誌內容讓我有身心愉悅之感	5	4	3	2	1

第三部分：閱讀動機

* 以下的原因，是否能吸引您閱讀親子天下雜誌？

題 目		非常 同意	同 意	普 通	不 同 意	非常 不 同 意
1.	閱讀親子天下雜誌為了獲取親子教養新知	5	4	3	2	1
2.	閱讀親子天下雜誌單純為了資料蒐集	5	4	3	2	1
3.	閱讀親子天下雜誌為了工作專業上需要	5	4	3	2	1
4.	閱讀親子天下雜誌可作為與別人談話的話題	5	4	3	2	1
5.	閱讀親子天下雜誌純粹是個人興趣	5	4	3	2	1
6.	閱讀親子天下雜誌可以讓我打發時間	5	4	3	2	1
7.	閱讀親子天下雜誌為了休閒娛樂	5	4	3	2	1
8.	閱讀親子天下雜誌是看他人閱讀而引發自己的興趣	5	4	3	2	1
9.	閱讀親子天下雜誌是扣緊社會脈動，貼近生活	5	4	3	2	1
10.	閱讀親子天下雜誌是受到標題吸引，產生閱讀動力	5	4	3	2	1

第四部分：閱讀行為

請您就本身閱讀親子天下雜誌的情形，在適當的□打 V：

1. 請問您閱讀該親子天下雜誌的管道為何？(請單選)

- (1) 訂閱 (2) 零買 (3) 借閱（包含在公共場所閱讀）
 (4) 租書店 (5) 訂閱、零買都有 (6) 其他_____

2. 請問您閱讀親子天下雜誌至今已有多久？

- (1) 初次閱讀 (2) 一年（含）以下 (3) 一 ~ 二年 (4) 二 ~ 三年
 (5) 三年以上

3. 請問您如何閱讀每期的雜誌？

- (1) 從頭到尾閱讀 (2) 只挑想看的內容閱讀 (3) 隨意翻閱 (4) 只看圖片
 (5) 其他_____

4. 請問您閱讀一期雜誌大約會花費多少時間？

- (1) 1小時以下 (2) 1~ 2小時 (3) 2 ~ 3小時 (4) 3 ~ 4小時
 (5) 4小時以上

5.請問您將閱讀完的雜誌如何處理？

- (1)看完就丟棄 (2)只留需要的當資料 (3)經常保存. (4)每本收藏
 (5)與別人分享 (6)借閱後歸還 (7)其他_____

6. 請問您每次閱讀月刊的時間大約多久？

- (1)10分鐘以下 (2)11~30分鐘 (3)31 ~ 60分鐘 (4)60分鐘以上
 (5)不一定

第五部分：購買因素

以下是有關於您對親子天下雜誌的決定購買因素，請根據您的意見，在適當的□打 V：

1. 請問您每月購買雜誌支出多少錢？(不限親子雜誌)

- (1)沒有買雜誌 (2)300元以下 (3)301元~600元 (4)601元~1000元
 (5)其他_____

2.請問您為什麼會想購買親子天下雜誌？(請單選)

- (1)為獲取教養新知 (2)為了打發時間 (3)因工作需要 (4)自己有興趣
 (5)沒有購買 (6)其他因素_____

3.請問您最常透過何種管道，獲得您所要購買的親子天下雜誌之相關訊息？(請單選)

- (1)書店陳列 (2)親友、師長推薦 (3)網路書店 (4)書展
 (5)書訊、出版情報 (6)由本次調查得知

4.請問您最常在哪裡購買雜誌(包括親子天下雜誌)？(請單選)

- (1)連鎖書店 (2)便利商店 (3)網路書店 (4)大賣場
 (5)大型書展 (6)傳統書店 (7)訂閱

5. 如果您會訂閱親子天下雜誌，最主要的原因是：(請單選)

- (1)價格合理 (2)雜誌內容豐富 (3)促銷方案 (4)親友推薦
 (5)出版社品牌 (6)印刷品質 (7)圖文編輯

本問卷到此結束，再一次感謝您的協助，為確保問卷的有效性，懇請您再檢查一下是否有遺漏填答的題目，非常感謝您對本研究的寶貴的看法與協助！