

觀賞性運動之參與動機分析與探討

李展源 林房儻 / 國立台灣體育學院

壹、前言

Nixon 和 Frey(1996)的研究指出人類早期的運動參與主要是一種宗教崇拜的表達，目的在於安撫或取悅神祇。但隨著時代的演進，運動逐漸地成為人們休閒活動類型中的一種。Russell (1982) 在其「休閒活動企劃」一書中，即將運動與遊戲歸類為休閒其中一個類項之活動。但就運動的特質而言，運動的核心價值還包含了與觀眾一起分享藝術鑑賞，力與美的展示之特性(Kelly, 1996)。技巧高超的運動員，在展現令人激賞的運動技術表現時，同時也帶動現場觀眾，亦即所謂運動觀賞者(spectator)另種形態的休閒活動，就如同一般的藝術鑑賞活動。例如：奧林匹克、超級杯美式足球大賽、世界杯足球賽、溫布敦網球公開賽、及世界棒球大賽等，都跨越了國家與文化界限，吸引各地的觀眾與運動迷之觀賞(Nixon & Frey, 1996)。

運動競賽的觀賞活動，早在古希臘時代就相當盛行。當時，參與希臘的四大運動會—奧林匹克運動會、皮安斯運動會、依斯米安運動會、尼米安運動會，即成為當時民眾相當重要的休閒活動之一(吳文忠, 1970)。到了古羅馬時期，羅馬競技場的運動征戰景象就更為壯觀與傳奇。古羅馬的 Circus Maximus 競技場能夠容納 38 萬 5 千名觀眾。在紀念歷史事件的假日和慶祝國家宗教節日之時，更總是吸引住半個城市的人口前往觀賞(Kelly, 1996)。在大型競技場中，觀賞奴隸或野獸之間血腥競技的壯觀表演，成了當時羅馬人民的高等享受(Hackensmith, 1971)。

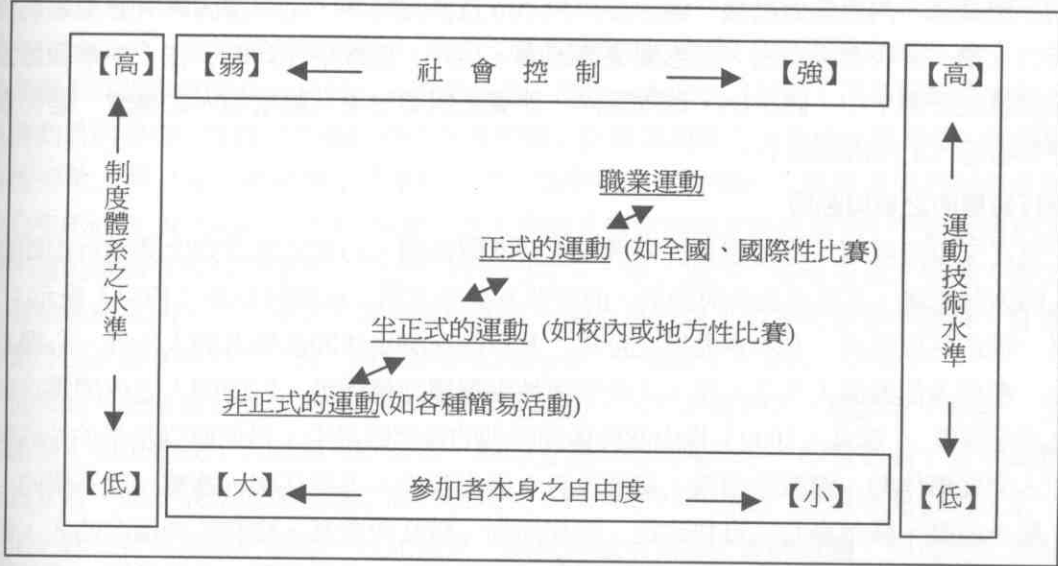
由上述諸項說明可見觀賞運動競賽，早從西元前，即已成為人們生活中相當重要的一項活動。但是，人類為何對從事此一競賽或休閒活動而甘之如飴？其參與之動機與心理需求究竟為何？再再皆值得深入探討與研究，以做為推廣國內觀賞性運動的參考。本文將從觀賞性運動的定義並來探討參與觀賞性運動者的心理需求與動機。

貳、觀賞性運動之內涵

供人觀賞的運動，依其形態可分為二種模式。其一是職業競賽，它重視的是買票進場的觀眾多寡，可以說是十足的營利行爲。另一種則是政府或有關單位，為提升民眾運動風氣及習慣而舉辦的體育表演或運動比賽(鍾志強, 1997)。

根據學者王宗吉(1996)的看法，觀賞性運動需具備有兩個條件：一、受當代人歡迎的運動項目。二、是一種明顯分別勝負與競爭力強的運動項目。所以，惟有在上述之運動條件下，人們才會對其感興趣，且願意花時間，甚至是花費金錢去觀賞。圖一係依據王宗吉(1996)所提出之運動種類，重新改編繪製各評斷變項與運動類型間之關係，其中技術水準越高、制度體系水準越高、社會控制越強，且運動選手本身之自由程度越小者，則越容易成為觀賞性運動的

形態。如各項職業運動比賽、世界盃足球賽、奧林匹克運動會、亞洲運動會及國內的全國運動會、大專校院運動會等，這些受人矚目、競爭力強之運動賽事，皆吸引為數眾多之運動觀賞者，即屬於觀賞性運動。



圖一 運動之類型與評斷變項

以觀眾為前提的職業，除了職業運動外，還有電影、戲劇等多項職業。其中職業運動與它們最特殊的不同之處，是在於觀眾欣賞的運動競賽，具有不確定性，其結果也難以預測（王宗吉，1996）。

參、觀賞性運動的參與動機分析

一、觀賞行為者的參與動機

觀賞性運動中欣賞運動競賽的運動觀賞者(spectator)，可解釋為參考者、觀眾或旁觀者（王宗吉，1996）。關於其參與動機之研究，Eillman、Bryant 和 Sapolsky 三位傳播學者對觀賞運動比賽的樂趣(the enjoyment of watching sport context)進行研究，結果顯示其樂趣不僅只是在於觀賞運動員展現優異的運動天賦及技巧，另外有其它影響因素（李鏡興，2001）：

- (一)運動觀眾的意向理論 (Disposition Theory of Sportfanship)
- (二)球場中的戲劇性(the human drama in sport display)。
- (三)群體影響(social facilitation)。
- (四)比賽結果之不確定性(uncommon and risky play)。

國內部分，謝智謀（1991）在「職業棒球運動觀賞行為之研究」將觀賞者其觀賞動機分析出主要為「球賽精彩與個人偏好」，以及「豐富生活與多樣性」。林千源（1995）在「兄弟職業

「棒球隊消費者行為之研究」中，將觀賞兄弟象隊比賽動機的因素歸納為「比賽吸引與個人認同」、「球團形象吸引」、「社會需求與人際互動」等之因素。黃仲凌（1995）在「職業棒球現場觀眾觀察行為之研究－休閒滿意模式之驗證」中歸納出現場觀眾未來繼續觀賞傾向的直接因素有：感受到的休閒滿意、內生參與動機、過去參與頻率以及參與成本，而間接因素有感受之刺激、感受的能力水準、參與選擇自由、互惠關係等因素。另外，施致平（2001）在「中華職籃觀眾參與之預測模式研究」中，歸納出：球隊認同、球賽之娛樂效果及觀眾個人之喜愛，是影響觀眾參與中華職籃的正向預測因子。

二、休閒行為層面之參與動機

由上述之文獻發現到，運動觀賞行為者最主要參與動機，乃在於感受到比賽進行中如戲劇般吸引人的休閒體驗，進而產生參與動機，而增強其參與意願。根據林晏州（1984）表示：「休閒參與是一種由目標導引、有所為而為之行為，其目的在滿足休閒參與者個人生理、心理及社會的需求，參與者依據個人需求，在不同時間與地點選擇從事活動，以便個人之休閒需求能獲得最高之滿意程度」。李晶（2000）指出關於休閒活動的參與因素中，科德斯以及依伯拉欣曾整理過促使人們從事休閒、遊戲的因素，發現具有：崇尚自然，逃避文明、逃離一成不變的工作及責任、健身運動、鬆弛身心、自我改進、社交活動、結交新朋友、結交志同道合的人、與親戚朋友聚會、角色的認知、社會聲望、利他主義、尋找刺激、自我實現、自我挑戰，成就感，競爭性、審美觀，智性的提升與無聊殺時間等。

Iso-Ahola(1989)提出個人參與休閒行為的理由，具有兩個基本的動機特性，分別為追求與逃脫。在逃脫每天生活方面，即指個人可以離開人際社交的世界，例如個人的問題、麻煩、困難、失敗、朋友和家庭。逃脫是個有力的休閒動機，以應付個人生活中的自然性阻礙。另外一個休閒動機的特徵，則是追求參與休閒活動的心理滿意，主要是自我決定、勝任能力、挑戰、學習、研究和放鬆，而個人通常想要去參與休閒活動，也常受到社會關係和人際關係所影響。另一方面也指出參與休閒活動是因為可以在整天的例行事務和壓力中，提供新奇事物或改變（鄭順璵，2001）。

三、心理需求層面的參與動機

再以更深層之部分而言，運動究竟具有什麼魔力，能讓人願意拋棄其他亦可得到休閒感受之活動，而願意去觀賞一場需要花費二到三個小時的運動競賽？根據 Nixon(1984)在其著作「Sport and american dream.」中表示，運動可以在使人們在這夢幻國度裡，從枯燥乏味的現實生活中釋放出來。運動是個充滿理想、英雄、戲劇和刺激的，它使得被日常生活中的這些挫折、不安、矛盾所糾纏的運動迷們，在運動的世界裡，得以放下這一切的混亂、困惑、腐敗，盡情地享受運動的休閒魅力，也因此，運動成了逃避問題、壓力或憂慮的象徵避難所(symbolic refuge)。因此，透過運動競賽中不確定的刺激感受，讓這些觀賞競賽的人們找到心靈宣洩的出口，擺脫社會的束縛及現實生活中的壓力。由此得知，運動競賽所擁有的魔力，會使觀眾失去其獨立自我意識，在枯燥單調、一成不變的生活當中，產生一體感與解放感，盡情享受運動所帶來的刺激

感受，而獲得輕鬆自在。

此外，在運動的世界裡，運動員們透過競技的演出，能夠傳達給觀眾特定的情感與體驗。(李鏡興, 2001) 因為運動員們，以高超、優美的運動技術，滿足了一般人所達不到的夢想(Kelly, 1996)。根據 Leonard 和 Reyman(1988)統計指出 15-39 歲的白人男性，成為職業選手的機率小於二萬五千分之一，而同年齡層的黑人男性，成為職業選手的機率更小於五萬分之一。而女性成為職業選手的阻力就更大，只有二十五萬分之一(Nixon & Frey, 1996)。這種編織著成為名利雙收職業運動員的夢想，鼓舞了美國社會中許多年輕人對職業運動生涯的瘋狂與渴望。雖然實際上，只有極少數人可以達到職業選手的階段，然而這些瘋狂與渴望的心理需求依然存在著這些年輕人的心中(Eitzen & Sage, 1993)。但是，在大多數人皆無法滿足於成為場中的競技角色之心理需求時，運動觀賞者惟有透過替他們認同喜愛的球星(隊)加油、渴望由喜愛球星(隊)的獲勝中得到快感與認同，這是滿足心理需求的另外一種行為表現。因為在觀賞球賽時，會使觀眾本身感覺自己就像球隊中的一員，而為球賽瘋狂的同一化現象(王宗吉, 1996)。

也因此，總是會產生了瘋狂追求的運動迷(fan)。這些的運動迷，雖然互不相識，但透過運動的連繫，卻也造成了人際關係的互動。屬地主義的職業運動念，即是透過了當地民眾對參賽隊伍的支持，而形成區域與區域之間的對抗性。Lever(1983)指出「足球狂熱」之現象，它使當地文化、社會背景迥異的隊伍，彼此競爭，雖然可能會加深社會的分裂；但透過此運動獨特的忠誠感受，及對地區與國家球隊共同的驕傲，卻又能整合不同地區的民眾(Nixon & Frey, 1996)。因此，常常可以看到在球場上，許許多多來自地的運動迷，總是能為彼此認同的球隊，共同交換球隊訊息，並且共同為球隊瘋狂，也因此產生了交談的話題。因為有共同的信仰，運動觀賞者在從比賽所獲得的樂趣，也在這種社交連繫的過程之中獲得。

肆、結語

觀賞性運動參與者的動機與心理需求，大致上是為了獲得放鬆的休閒感受、參與球賽的戲劇性過程、獲得觀賞隊伍或運動員的認同感，與強化社會聯繫等這些重要因素。所以，一個良好的休閒體驗，除了可以暫時逃脫煩惱、憂愁外，更可追求並感受到個人的心靈滿足。而從事觀賞運動競技，除了可使人們放鬆心情、舒解壓力，暫時放下生活中困惑、惱人的事物外，更可追求運動的核心價值，也就是鑑賞運動競技力與美的藝術展現。此外，在享受觀賞的樂趣的同時，也透過加油喝采過程，彌補了自己無法成為場中運動英雄之夢想，並且透過彼此認同球隊的信仰過程，獲得了馬斯洛五層次需求理論中之社交性的歸屬感。也因此，觀賞性運動在現在追求高效率的科技社會中的重要性也越來越大，相對的其相關產業的產值越來越高。

所以，提供或支持觀賞性運動的組織或部門，則應更努力於提供良好之休閒體驗，以厚植國人對運動觀賞的意願。並且為了提升觀賞氣氛，加強運動明星的塑造以及增加運動迷的認同，藉以激發民眾之參與動機與實際行動意願，並吸引更多運動型態的參與者，應是未來努力之關鍵方向。此外，觀賞性運動的推廣，也可使多數的觀賞者在最便利情況下成為該項運動的參與

一般論述

大專體育第 73 期 93 年 08 月

者。因此，政府在推廣全民運動之時，除了鼓勵民眾多去參與運動外，也應激勵民眾從事觀賞運動，將其視為一項重要之任務，此舉可使民眾從認識運動、了解運動之後，逐漸地提高觀賞行動，進而推廣到有意願去實際從事運動。藉以逐步厚實民眾將運動當成生活習慣之觀念，而使全民能享有更健康、快樂之人生。

參考文獻

- 王宗吉 (1996) : 體育運動社會學。台北市：銀禾文化。
- 吳文忠 (1970) : 體育史。臺北：國立編譯館。
- 李鏡興 (2002) : 運動觀賞感受刺激與滿意度之研究：以香港七人制橄欖球賽為例。國立體育學院體育研究所碩士論文。
- 林晏州 (1984) : 遊憩者選擇遊憩區行為之研究，都市計畫，10卷，33-49頁。
- 林千源 (1994) : 兄弟象職業棒球隊消費者行為之研究。國立師範大學體育研究所碩士論文。
- 周靈山 (2002) : 大學生觀賞運動競賽的媒介使用動機、行為與評價研究：以第34屆世界盃棒球錦標賽為例。國立體育學院體育研究所碩士論文。
- 施致平 (2001) : 中華職籃觀眾參與之預測模式研究。體育學報，30期，131-142頁。
- 黃仲凌 (1995) : 職業棒球現場觀眾觀察行為之研究：休閒滿意模式之驗證。國立體育學院體育研究所碩士論文。
- 鄭順聰 (2001) : 大學生生活型態、休閒動機與休閒參與之相關研究。國立體育學院體育研究所碩士論文。
- 謝智謀 (1991) : 職業棒球運動觀賞行為之研究。國立體育學院體育研究所碩士論文。
- 鍾志強 (1997) : 運動消費型態與運動行銷要項，大專體育，32期，138-141頁。
- Cordes, K. A., & Ibrahim, H. M. (2000). 休閒遊憩事業概論 (李晶)。台北：桂魯 (原著於1996年出版)。
- Eitzen, D. S., & Sage, G. H. (1993). *Sociology of North American sport*, (3rd ed.). Dubuque, IA: Wm. C. Brown.
- Eillman, D., Bryant, H., & Sapolsky, B. S. (1979). The enjoyment of watching sport contest. In J. Goldtein (Ed.), *Sport, game and play* (pp.297-335). N. J. : L Elbraum Assoc.
- Hackensmith, C. W. (1971). 西洋體育史 (周恃天)。台北：黎明文化 (原著於1965年出版)。
- Iso-Ahola, S. E. (1989). Motivation for leisure. In E. L. Jackson & T. L. Burton (Eds.), *Understandin leisure and recreation: Mapping the past, charting the future*. State College, PA: Venture Publishing, Inc.
- Kelly, J. R. (1996). *Leisure* (3rd ed.). Needham Heights, MA: Allyn & Bacon.
- Leonard, W. M. II & Reyman, J. M. (1988). The odds of attaining professional athlete status: Refining the computations. *Sociology of Sport Journal*, 5, 162-169.
- Lever, J. (1983). *Soccer Madness*. Chicago: University of Chicago Press.
- Nixon II, H. L., & Frey, J. H. (1996). *A sociology of sport*. Belmont, CA: Wadsworth
- Nixon II, H. L. (1984). *Sport and American dream*. Champaign, IL: Human Kinetics/Leisure Press Imprint.
- Russell, R. V. (1982). *Planning programs in recreation*. St. Louis: The C. V. Mosby.