

使用者觀看健身 YouTube 頻道動機與健身活動關聯之研究

楊維庭^{1*} 張晏榕²

^{1*}國立臺灣師範大學圖文傳播系碩士研究生

²國立臺灣師範大學圖文傳播系副教授

摘要

在當今社群媒體時代，使用線上影音來學習知識已經融入人們的日常生活，影音平台能提供多元且豐富的學習內容供大眾使用，舉凡各領域大至天文地理小至閒話家常的題材皆可在其取得。其中 YouTube 是台灣最常使用的影音平台，有眾多類型的 YouTube 頻道彼此競爭、合作，因此使用者的喜好與習慣成為經營 YouTube 的熱門話題，瞭解使用者的觀看動機及參與行為之關聯應有助於提升被選中觀看的機會。過去的 YouTube 頻道類型之研究對於健身內容的類型討論相對較少，故本研究將以健身 YouTube 頻道作為討論方向。透過半結構式訪談九位使用者，分析使用者觀看健身 YouTube 頻道如何影響健身動機和健身參與活動間之關聯性，並歸納出健身參與者對健身 YouTube 頻道內容呈現要素與 YouTuber 形象之期待。

研究結果得出，不同健身動機參與者在觀看健身 YouTube 頻道會有不同的偏好，且對於不同階段的健身活動參與者在觀看健身 YouTube 頻道會有不同的資訊需求，因此引導出不同的健身活動程度。此外，研究結果得出使用者的健身參與歷程可以分為三個階段分別為：決定採用期、摸索操作期、熟悉健身期，每個階段對頻道有不同的內容需求也形塑出不一樣的健身參與行為的表現。

關鍵字：健身、健身 YouTube 頻道、健身參與、觀看動機

*聯繫作者：國立臺灣師範大學圖文傳播學系，台北市和平東路一段 162 號

Tel: +886-972960189

Fax: +886-2-77491111#701

E-mail: 60672023h@gapps.ntnu.edu.tw

A Study on the Relationship Between Users ' Motivation on Watching Fitness YouTube Channel and Gym Activity

Wei-Ting Yang ^{1*} Yen-Jung Chang ²

^{1*} Student, Department of Graphic Arts and Communications, National Taiwan Normal University

² Associate Professor, Department of Graphic Arts and Communications, National Taiwan Normal University

Abstract

Using online video as learning tool has been popular way to get new knowledge in the social media. YouTube is the most commonly used video platform in Taiwan, many types of YouTube channels compete and cooperate with each other. Therefore, understanding the users' viewing motivations and participation behaviors should help to be popular.

In this study we aim the fitness YouTube to discussion. Using semi-structural interview as research instrument to collect 9 fitness participant data, to understand the relationship between users' watching motivation of fitness channels and their fitness participation behaviors. Besides, we concluded the presentation factors with fitness participants and the expected image of YouTuber's attractive.

In summary, the result of the analysis presented: Participants with different fitness motivations will have different preferences when watching fitness YouTube channels, and watching fitness YouTube channels will have different levels of impact on participants of different fitness activities.

This result proves the close relationship between fitness YouTube channels and fitness participation behaviors. Also this research found YouTube users' viewing motivation and fitness participation process can be divided into three stages: "Decide on the adoption", "Exploratory action" and "Familiar with fitness", and each stage has a different fitness activity performance.

Keywords: fitness, gym activity, YouTube, motivation

*Corresponding author: Department of Graphic Arts and Communications, National Taiwan Normal University, 162, Section 1, Heping E. Rd., Taipei City 106, Taiwan.
Tel: +886-972960189
Fax: +886-2-77491111#701
E-mail:60672023h@gapps.ntnu.edu.tw