

研究論文

獨樂樂不如衆樂樂？ 休閒的社會性與休閒滿意

傅仰止

傅仰止 中央研究院社會學研究所研究員（fuyc@sinica.edu.tw）。本文資料取自國科會專題研究計畫「台灣社會變遷基本調查第五期第三次調查」2007年間卷二「休閒生活」資料（計畫編號NSC96-2420-H-001-002）。該次計畫由中央研究院社會學研究所執行，張荳雲教授主持。本文初稿在「休閒生活：台灣社會變遷基本調查第十二次研討會」宣讀（2008年9月），經評論人蔡必焜教授及其他與會學者提供修訂意見；修訂稿再遵照本刊兩位匿名審查人及主編所提意見大幅修改，謹此一併誌謝。

收稿日期：2008/10/14，接受刊登：2009/6/16。

中文摘要

「獨樂樂不如眾樂樂」似乎是許多休閒活動的普遍現象。而「眾樂樂」到底是透過什麼類型呈現，通常又會隨著休閒時對社會性的主觀需求、客觀休閒行為、實際接觸對象而有變化。本文綜合休閒研究、社會性、社會網絡這幾項研究的傳承，根據台灣社會變遷基本調查2007年的「休閒生活」調查資料（ $n=2147$ ），分析眾樂樂的內涵。研究架構參考社會網絡的分類，依據「休閒時和親朋好友在一起的傾向」來區分無伴或結伴式休閒，並以「休閒時接觸總人數」辨別接觸對象的數量和廣泛程度，然後再分別根據這兩項指標來剖析台灣民衆的休閒滿意。不論是從「純粹的休閒趣味」或「綜合性的休閒滿意」來衡量，「休閒時是否經常結伴」、「和其他共同參與者接觸人數」兩項都和休閒後果有正面關聯，其中又以綜合性的休閒滿意更容易隨著社會性而有變化。一般來說，「無伴或結伴式休閒」可以有效區辨休閒趣味和廣泛的休閒滿意；「休閒接觸對象的人數」則能夠更強而有力地辨別生理、教育、美學這些廣泛的休閒滿意。這兩項社會性的指標進一步產生交互作用，顯示出「結伴休閒者」如果能夠同時「多接觸其他的休閒參與者」，則休閒的各方面後果更加令人滿意。

關鍵字：休閒、社會性、社會聯繫、台灣社會變遷調查

Better Together? Sociability in Leisure and Leisure Satisfaction

Yang-chih Fu

Institute of Sociology, Academia Sinica

Abstract

Sociability appears to bring substantial and incremental benefits to leisure participants. The author examines these benefits by distinguishing among actual contact patterns during leisure activities, based on a theoretical framework that separates strong ties from weak ties within personal networks—ties that can produce different benefits. Data were drawn from the 2007 Taiwan Social Change Survey (TSCS, n=2147), which included a topical module on Leisure Time and Sports created by the International Social Survey Programme. The strong ties index (measured as the extent to which one joins relatives and friends while engaging in leisure activities) explained well why certain participants had more fun and experienced greater overall satisfaction from their leisure activities. In comparison, weak ties (measured as the total number of people contacted during a leisure activity) helped produce more widespread benefits (e.g., physiological, educational, and aesthetic). Such sociability benefits are further differentiated when the sample is split according to individual need for sociability. Among those who prefer spending their free time alone, being accompanied by others with whom they have strong ties during leisure activities still bring stronger benefits. For those who prefer spending their free time with others, having more contacts with weak rather than strong ties contributes to a stronger sense of satisfaction from leisure engagement.

Keywords: leisure, sociability, social ties, Taiwan Social Change Survey

一、前言

休閒活動富含社會性（sociability）。這種社會性大致可以從生活型態和社會互動兩方面來理解。從事相同休閒活動的一群人，透過共同的興趣或生活方式形成同類社會群體；在休閒活動中如果和人接觸，則又可以透過行動面來孕育、強化社會連結。休閒的社會性透過這兩大面向，不但增強對於社群的認同、整合個人與社會，更容易讓人覺得從中獲得樂趣、對所從事的休閒更加滿意。

從鉅觀層面來看，休閒社會性的功能可以由社會整合來衡量；就微觀層面而言，休閒社會性的作用也能夠從個人的主觀感受加以凸顯。隨著現代科技與大眾傳播媒介快速崛起，20世紀以來的休閒和其他活動朝向個人化、隱私化發展。大勢所趨不但影響到個人的主觀福祉，也關係到社區和市民社會的結合與運作（Putnam 2000; Putnam, Feldstein and Cohen 2003; Popenoe 1985）。社區層面的研究與省思，揭示出社會性在大社會所扮演的重要角色；個人主觀層面的詳細分析，則驗證社會性的主觀感受。本文從社會互動與人際接觸著手，探討社會性對休閒參與者的主觀感受發揮什麼作用、這些作用又如何隨著社會性的內涵而異。

依據休閒研究文獻的主要論點，跟親朋好友一道參與休閒活動時，更容易讓人感受到休閒所帶來的滿意。一個人固然可以獨自享受休閒的趣味，共同參與休閒活動更能帶來多重的收穫。休閒的趣味和收穫經過群體性加以擴散、增強，醞釀出「眾樂樂」的效果。如此藉由集體行動提升個人滿意的社會機制，可以從休閒活動得到佐證。

可是這種「獨樂樂不如眾樂樂」的一般原則，是否經得起實證資料的檢驗？是不是適用在各種情境和不同的參與者？是不是通用於不同的社會性類別？有些人偏好自己一個人休閒，有些人不慣於接觸他人。這

種人一旦身處群體性的休閒活動，也會偏向「眾樂樂」嗎？眾樂樂的伙伴有些是親朋好友，有些則是同一團體、活動中的點頭之交。這些不同的社會聯繫，都能夠帶來同樣的效果嗎？此外，有些休閒的收穫屬於純趣味，有些則偏向實用（例如維持身體健康或增廣知識）。社會性所帶給參與者的滿意，又會隨著這些不同的類別而有所差別嗎？這些問題涉及不同層面，有助於深化和社會性相關的討論，需要大規模有系統的資料來加以仔細探究。

本文根據「台灣社會變遷基本調查」（以下簡稱「變遷調查」）2007年問卷二的資料，以「休閒趣味」和「綜合休閒滿意」兩項作為衡量的標準，分析休閒活動中的社會性如何發揮作用。依據近年來的文獻論述，「社會性」或「社會資本」是休閒活動的主要收穫之一，伴隨著生理、心理等功能，帶給休閒參與者正面而多元的收穫（Glover and Hemingway 2005; Maynard and Kleiber 2005）。因此，「休閒社會性」本身就是探討的目標。可是社會性另外還有一項重要的功能，就是藉著在休閒活動中凝聚參與者、發揮傳播效應、提供社會支持，進而在其他面向提升個人滿意。這種滿意，不只是指單純從休閒活動中得到「趣味」，還擴散到生理、心理、知性、美學上的主觀收穫。「休閒趣味」本身可以用來作為「眾樂樂」最為直接的指標，「休閒滿意」則綜合其他面向，揭示出「趣味」這種表象之下更廣泛的意涵。本文透過不同的社會性內涵來分析這兩大項目，在檢驗「獨樂樂不如眾樂樂」這項大原則之餘，另外揭示出複雜的內部變化。

二、休閒的社會性：概念、意義與範圍

休閒的社會性有別於鑲嵌於政治、經濟等活動中的社會性，不依附

在其他媒介。依Simmel (1910: 127-129) 的觀點，個人的一舉一動都牽涉到現代社會中的其他人，「社會性」幾乎無所不在。而休閒代表一種單純而抽象的社會形式，即使沒有外顯的目的，也能夠聯結個人，納入社會。或許正由於這項特色，一般的休閒研究經常將休閒看成團體現象。實證研究也強調：和其他人一起休閒，可以反映出特殊的社會組織、擴展人際關係、增強參與感 (Burch 1969; Cheek and Burch 1976; Iso-Ahola and Park 1996: 183; 郭曉玲、傅仰止 1998)。依據本文重點，「人際互動」所表現出來的社會性，通常是在共享興趣或生活型態的前提下，還有實質的社會聯繫或接觸。而這種聯繫或接觸，正可以透過「社會網絡」的研究途徑，在實證休閒研究中加以分析或驗證 (Burch 1969)。

休閒活動帶給人不同的意義與收穫。大部分休閒是生活滿意的一項主要來源，可以提升個人福祉。這項觀點，經過早期的實證研究驗證 (Havighurst and Feigenbaum 1959)，成為休閒研究的重點之一。而在不同的休閒活動當中，富含「社會性」的休閒又更加令人滿意、發揮更大作用 (Flora and Segrin 1988; Borgmann 1992; Glover and Parry 2008)。和其他休閒活動比起來，有社會互動的休閒更能夠促進身心健康、增強角色功能、激勵自我發展 (Waters and Moore 2002: 16; Lemon et al. 1972; Reitzes et al. 1995)。

類似的研究發現在有關壓力和社會支持的文獻中比比皆是。根據有關失業和心理健康的研究，不論有沒有社會互動，只要失業者有休閒，都可以多少減輕潛在的剝奪感、降低心理壓力；可是只有參與社交性的休閒，才能真正紓解剝奪感、有效提升心理健康 (Waters and Moore 2002)。在遭遇重大生命事件的強大壓力時，從休閒活動中所獲得的友誼和其他伴侶關係都對當事人很有幫助，甚至進而增強心理健康、預防

其他健康問題。不論遭受到多大的壓力、參與多少社會性的休閒活動，這種紓解和預防的功能都很明顯（Iso-Ahola and Park 1996; Argyle and Lu 1992）。

休閒文獻經常依據休閒活動的類別來區辨所涉及的社會性，例如談天、拜訪親友、打牌這類活動幾乎就是「有社會互動的休閒」。此外，許多人參加園遊會，並不是真的對園遊會本身有興趣，而是爲了陪伴親朋好友（Kyle and Chick 2002, 2004）。其他特定的活動（例如游泳、看書、聽音樂等）則比較缺乏社會互動。這些活動相對地容易區辨社會性的強弱。但是還有其他許多活動難以從類別來清楚區分，例如有人獨自一個人邊散步邊沈思；其他人則和親友一起散步，視之爲日常生活中重要的聊天互動場合（Hine and Hedlund 1994: 24）。其他許多休閒活動也都可以由個人單獨或者和其他人一起進行，例如逛博物館、運動、看電視等。

這些休閒涉及不同程度的互動，跨越「個別式」到「群體式」的光譜。有些休閒的性質偏向由參與者獨處，有些則需要共同參與，所以一般休閒研究經常依據活動的類別來區分是不是社會活動。可是如此區分畢竟還是基於假設，只是在間接推論社會互動或人際接觸的程度，並不能確實反映實際狀況。爲了直接而正確的區辨社會性的程度和內容，最妥當而可靠的方法還是直接訪問參與者。在各種訪問方法當中，大規模的問卷抽樣調查提供有系統、可以推論到整個人口群的寶貴資料。

既有的研究透過複雜的概念化過程來展現社會性的程度。例如 Reitzes 等人（1995: 267）先以22項休閒活動來過濾參與者，再以有參與的活動爲範圍，詢問受訪者在從事每一項休閒時，最常跟什麼人一起，或者是自己一個人。訪問結果提供詳細的關係類型，也可以據而建構社會性的指標。其他研究（Warde et al. 2005: 413; Warde and Tampubolon

2002:166) 依據六項有明顯社會性內涵的慣見休閒活動來建構社會性指標。這兩種問法都可以提供有用的研究資料，但是前者過於複雜費時；後者受限於所選擇的活動，難以涵蓋休閒社會性的全貌。比較簡潔而全面的問法，則是直接問「在從事休閒活動時，大概有多少時間是和別人在一起」(Winefield et al. 1992)，也就是參考共同參與休閒的頻率或者所占的比例。這種問法涵蓋不同活動的社會性範圍，啟發本文構思社會性的研究策略。另一項探討重點則在區分社會聯繫的內涵，尤其是分辨休閒時的接觸對象在個人網絡中是處於什麼位置。

三、休閒的社會聯繫與接觸對象的網絡位置

從上述既有休閒研究發現來歸納，休閒所帶給個人的滿意或福祉，或許不只依參與的次數或頻率而定，而要看涉及的社會性有多明顯、互動或接觸的對象是什麼人。有些正式的休閒活動（尤其是參與志願團體的活動）能夠發揮明顯的社會支持功能，可是個人網絡所提供的社會資本，也是參與休閒活動的主要動力之一（蔡必焜 2005）。那些透過親朋好友的非正式休閒，通常帶給人最親近的感受，提供最有意義、最有價值的社會支持（Lemon et al. 1972）。因此，要掌握休閒的社會性如何發揮功能，不但要區分個別式和群體式的休閒活動，還要將「個人網絡」式的參與從「團體參與」的模式中加以抽離。依據社會網絡的概念，互動或接觸的對象是在個人網絡中的核心還是邊陲，通常會有不同的互動模式，互動的後果也可能不一樣。這種社會聯繫的形態或網絡中的位置，是分辨「休閒社會性」引起什麼樣的效應時，必須慎重考量的重要因素。

依據社會網絡的論述，休閒活動中的人際互動可以大致分為「和親

朋好友結伴休閒」、「和其他從事相同休閒者（以泛泛之交居多）有起碼的接觸」兩項。前類對象也就是一般所謂的親朋好友或熟人，在社會網絡文獻中常稱為「強聯繫」（strong ties）；後類對象則包括和「共同從事休閒的其他人」，其中又以文獻中通稱的「弱聯繫」（weak ties）為主。兩者是分辨「社會性效應」的一項重要依據，在實證研究中應該予以區分。

換句話說，休閒活動中的社會互動和人際接觸可以分為兩類。和共同參與活動的其他人接觸，可以藉由相同的興趣、共享同一時空，拉近彼此的心理距離。而和親朋好友等熟識者一起休閒，則可以在這些共同點之外，再藉由既有的親近聯繫，更加凸顯上述作用。「親朋好友」的「社會性」顯而易見，尤其可以提供可靠密集的社會支持，成為最主要的休閒滿意來源（Marsden 1987; Burt 1987）。另一方面，「泛泛之交」的互動則常遭忽略。依據Granovetter（1973, 1982）的經典論述和後續的研究發現，有些點頭之交往往在一些預想不到的情況下，提供工具性、實用的效益，例如透過父母的朋友找到好工作、從似曾相識者得到重要訊息等（參閱Lin 2001）。

既有的休閒研究和一般的社會網絡研究近似，偏重以親朋好友或伴侶這種「核心網絡成員」對象來探討社會性，對於「網絡邊陲」的研究則相對缺乏。這種研究取向的偏好牽涉到概念上和實際認定上的問題。就概念上而言，網絡邊陲的研究價值似乎令人存疑。例如，休閒的時候和點頭之交來往會有什麼樂趣呢？有些休閒活動雖然有許多共同參與，可是參與者彼此間並不認識，也沒有太多實質的互動。參加這種休閒活動，可以談得上是有社會性嗎？網絡邊陲成員對找工作這種差事可能發揮作用，可是跟「樂趣」或休閒滿意又有什麼關係呢？

核心網絡的成員通常相當明確，可以清楚辨認。可是由於個人網絡

的界線相當模糊，很難認定網絡的邊陲到底有那些人。社會網絡文獻上的研究工具多半針對核心網絡而設計，藉由平常和親人、好朋友聯繫的頻率和強度，分析個人網絡的基本組成（Wellman 1979; Burt 1984; Marsden 1987）。有關邊陲網絡的研究則發展得很晚，而且也只限於間接的推斷。畢竟個人網絡的邊陲本來就不容易引人注意，受訪者很難根據問題來仔細回想，使得設計問題和收集資料都變得愈加困難。

細究既有文獻，邊陲網絡成員固然比較可能有助於「工具性」的社會行動，即使在休閒活動中也偶而會帶來趣味。例如，半公共場域中經常孕育陌路之間的接觸，不失為日常生活中一項趣味的來源（Lofland 1998; Oldenburg 1989）。這種人際接觸的機會，通常成為都市民族誌經典用來區辨都市社區類型的主要依據。以美國若干傳統的都市族裔社區為例，居民之間彼此都熟悉，可是由於社區內相當缺乏正式團體和工作情境，使得個人網絡不容易擴張真正的邊陲。因此，居民間慣有的「社會活動」通常就限於和親朋好友等熟面孔的社區內聚會（Gans 1962; Granovetter 1973: 1375）。至於傳統社區之外的都市公共場所，則提供和陌生人接觸的機會，包括日常生活、工作、休閒各種場域的接觸，成為休閒樂趣的另一項來源（Duneier 1999）。

一起參加休閒活動的人由於興趣相同、同質性高，容易在個人既定的團體、工作之外，在休閒活動的場合，培養出聯繫比較弱、卻有發展潛力的人際關係。研究者如果能夠在概念上肯定這種邊陲網絡或「弱聯繫」的重要性，應該嘗試改善概念化的過程，設法提升驗證的有效性。晚近的研究從個人（或網絡成員）所處的社會位置或所需要的資源著手，推論當事人核心網絡之外的範圍（Lin et al. 2001; Van der Gaag and Snijders 2005）。依據社會互動的性質，個人網絡成員當中，絕大比例都是位於網絡邊陲的弱聯繫；也就是個人網絡愈大，點頭之交或弱聯繫

的數量也愈多（Granovetter 1973: 1372）。因此，如果知道個人網絡的大小，可以大致推估出弱聯繫的數量。可是由於個人網絡的實際界線不清楚、不容易下操作定義，在大規模的調查研究中尤其不容易認定。

「日常接觸人數」的研究概念針對這項困境，藉由簡便直接的問題來估計個人網絡的大小（Fu 2005）。接觸到的人愈多，通常就代表泛泛之交或弱聯繫的數量愈大。將同樣概念嘗試用在休閒研究上，應該也可以探究位居邊陲的聯繫對象發揮的作用。

四、研究設計與分析策略

本研究依據上述社會聯繫與接觸對象在個人網絡中的位置，分別從兩個面向來探討客觀層面的休閒社會性：一項是和親朋好友一起從事休閒活動的比例，另一項是每次休閒活動時所接觸的人數。從事休閒活動時愈常和親友在一起，代表核心網絡成員在休閒中所扮演的角色愈重要；每次休閒活動時和愈多人接觸，則代表和網絡邊陲成員、弱聯繫、甚至陌生人的觸角愈廣。

這兩項指標並不互斥，甚至可能重疊（例如休閒接觸的人當中也包括一起去休閒的親朋好友），代表著社會聯繫的兩個不同面向。正如社會網絡文獻所示，兩者間的關係通常成正相關。其中測量核心網絡的指標在文獻中並不陌生，測量網絡邊陲的指標則極為罕見，尤其是將「點頭之交」這種共同參與休閒的人都當作「有接觸的對象」，似乎不符「社會聯繫」的內涵和定義。但是依據「網絡邊陲」或「弱聯繫」的論述原理，有些若有似無的接觸對象即使應該歸類為「沒有聯繫」（no ties），平常或可加以忽略，卻能在某些社會情境下發揮特殊作用，和「完全陌生」的對象之間有重要的區別（Granovetter 1973: 1361）。休

閒活動中能夠帶來趣味、進而提升其他休閒滿意的「共同參與者」，或許正是這種平常有接觸，卻算不上是「認識」的「網絡邊陲成員」。

因此，本研究分析的休閒社會性，主要分為「和核心網絡成員共同休閒的比例」和「休閒時和其他參與者接觸的人數」兩者。由於核心網絡成員的數量通常都相當有限，「數目」的變異量不大，所以探究重點放在和這些成員一起休閒的比例。反之，一般人和網絡邊陲成員的接觸頻率都很低，比較關鍵的區別，便落在數量：跟多少普通朋友、泛泛之交有接觸，包括點頭、打招呼、寒暄等。數量愈大，代表個人社會圈愈廣，愈有機會吸收不同的休閒效益，所以分析焦點在變異量較大的「接觸人數」。

此外，休閒趣味也受到個人主觀意願的影響，例如喜歡和別人一起休閒者，通常更容易感受到休閒中令人滿意的一面。依據前述文獻，客觀和主觀的社會性指標都和休閒趣味有正面關聯。可是正如前言所提示，「獨樂樂不如眾樂樂」的一般原則有沒有可能隨著主觀意願而有變化？尤其是偏好個別式休閒的人，如果在實際休閒的時候，經常和親朋好友在一起、和其他參與者有接觸，還會感受到「眾樂樂」？社會性對休閒趣味的效應，在文獻上多半透過客觀的社會聯繫加以證實，如果同時考量主觀意願和實際接觸的社會性，過去研究的「共識」還經得起考驗嗎？

本文除了依據不同的主觀意願來區分樣本，分別探究客觀的社會性類別產生什麼不同的效應之外，並進一步分析兩類客觀社會性的交叉效果，尤其區分休閒時常不常和親朋好友結伴參加，檢驗在「無伴」和「結伴」這兩類休閒中，「接觸其他休閒參與者人數」是不是還有不同的作用。依據上述社會網絡的文獻論述，如果和親友一起休閒，容易增進情感性的休閒趣味；而接觸的人多，則有助於提升其他超越情感性的

休閒效果。因此，驗證標的將分為兩大類：第一類限於純粹情感性的休閒趣味；第二類則延伸到其他更廣泛面向的休閒滿意。

五、資料與測量

本文的分析資料取自台灣社會變遷基本調查2007年（五期三次）問卷二「休閒生活」。這份問卷的內容是依據國際社會調查計畫（International Social Survey Programme，簡稱 ISSP）2007年的研究主題 Leisure Time and Sports題組，加上變遷調查問卷設計小組另擬的題目而組成。本次變遷調查遵循第五期的一般抽樣策略，從全台灣先抽取樣本鄉鎮市區，再從中各抽取村或里，最後從各樣本村里的戶籍名冊中隨機抽取18歲以上民衆作為訪問對象。實際訪問於2007年7月至8月間以面對面方式進行，完成訪問的有效樣本數為2147人，完訪率約48%，符合近幾年的變遷調查結果（張苙雲、廖培珊 2008: 23）。有效樣本當中，男性約占50.2%、平均45.3歲，已婚者占75%，有工作者約62.2%，和近年變遷調查的有效樣本大致相符，如表1所列（參閱章英華等 2007）。

（一）依變項：休閒趣味、綜合休閒滿意

為了揭示「眾樂樂」的程度和變異，本文採用單一的「休閒趣味」和綜合的「休閒滿意指標」兩者作為依變項，分別採自更周延完整的「整體休閒滿意」（global leisure satisfaction）量表。這個量表涵蓋生理、心理、社會、教育、美學、放鬆六大面向，成為衡量休閒效果的最直接指標。本次變遷調查參考文獻中不同版本的原始問法（Beard and

表1 分析變項摘要

(n=2,147)

變項名稱	平均數	標準差	最小值	最大值
休閒趣味	3.054	0.840	1	4
綜合休閒滿意	0	1	-3.14	1.53
主觀社會性				
喜歡自己還是和別人休閒？	2.667	0.976	1	4
1. 總是喜歡獨處	0.163	0.369	0	1
2. 比較喜歡獨處	0.207	0.405	0	1
3. 比較喜歡和別人	0.427	0.494	0	1
4. 總是喜歡和別人	0.201	0.401	0	1
客觀社會性				
核心網絡成員				
通常是自己還是和親友休閒？	3.407	1.245	1	5
1. 都是自己	0.097	0.296	0	1
2. 大部分自己	0.146	0.354	0	1
3. 一半一半	0.221	0.415	0	1
4. 大部分和親友	0.319	0.466	0	1
5. 幾乎都和親友	0.214	0.410	0	1
網絡邊陲成員				
休閒時接觸人數	1.997	0.818	1	4
1. 0-4人	0.287	0.452	0	1
2. 5-19人	0.474	0.499	0	1
3. 20人以上	0.237	0.425	0	1
人口與社經指標				
男性	0.502	0.500	0	1
年齡	45.348	17.199	18	94
已婚	0.754	0.430	0	1
都市化程度	2.491	1.082	1	4
教育程度	2.923	1.478	1	5
目前有工作	0.622	0.484	0	1
其他影響因素				
外向人格	5.137	1.433	2	8
快樂程度	3.062	0.604	1	4
健康狀況	2.86	1.140	1	5
休閒活動量	31.864	7.035	13	51

Ragheb 1980; Argyle and Lu 1992; Lu and Argyle 1994)，依據這些面向分別設計六題問項，訪問受訪者在過去一個月以來的休閒活動中「常不常有這些感受」。在六項感受當中，本文選擇「我的休閒活動對我來說很有趣」當作「休閒趣味」的單一指標，分析值從（1）從來沒有，（2）很少，（3）有時候，到（4）經常，全體樣本的平均數為3.054（表1），顯示一般受訪者在心理層面普遍感受到休閒的趣味。

另一依變項「綜合休閒滿意」則是從原有的六項感受中排除上述「很有趣」（心理面向）和「可以透過休閒活動和別人互相來往」（社會面向）兩項後，由其他四項感受組成：（1）增加對身邊事物的知識，（2）幫助放鬆，（3）幫助維持健康，（4）從事休閒活動的地方設計得不錯。這四項感受的內部一致性穩定，可以當作同一構念來探究（ $\alpha=0.7853$ ，見附表1）。因此，在經過因素分析後，組成標準化的綜合分數（平均數趨近0，標準差為1，見表1）作為分析的指標。第一個依變項純粹反映出休閒趣味的心理面向，第二個依變項則綜合教育、放鬆、生理、美學這些面向，顯現更廣泛的休閒滿意。由於本文主要探討的架構是社會性的類別，也就是要分析休閒滿意如何隨著「社會性」而異，所以在建構依變項指標時將「社會層面」排除，以避免「從社會性因素解釋社會性效果」的謬誤。

（二）自變項

本文的自變項包括三大類：不同的社會性類別、人口社經變項、其他控制變項。第一大類是本文要解釋的重點，後兩者則是在解釋社會性的效果時，同時考慮其他重要因素可能引起的效應，當作背景控制變項，以排除虛假的社會性效果。

社會性類別：依上述論述，本文分析的社會性包括主觀的個人意願和客觀的社會聯繫。個人意願由下列問項代表：「在自由時間裡比較喜歡和別人在一起，還是喜歡自己一個人」。選項有四：（1）總是喜歡自己一個人，（2）比較喜歡獨處，勝過跟別人在一起，（3）比較喜歡跟別人在一起，勝過獨處，（4）總是喜歡與別人在一起。數值愈高表示偏好「群體式休閒」的主觀意願愈強。¹ 分析時先以原有問項作為單一變項，再將各選項分別單獨建構為虛擬變項，檢驗是否有非線性效應。

客觀的社會性則涵蓋上述「核心網絡成員」和「網絡邊陲成員」兩個面向。前者在受訪者選擇13項休閒活動的參加頻率後，再問「從事這些休閒活動的時候，通常是和親朋好友一起做，還是自己一個人做」。選項包括：（1）幾乎都是自己一個人，（2）大部分自己一個人，（3）大概一半一半，（4）大部分和親朋好友一起，（5）幾乎都是和親朋好友一起。數值愈高，表示和核心網絡成員共同休閒的比例愈高。

至於網絡邊陲成員的面向則難以直接測試，僅以「休閒時接觸人數」作代表，也就是「最近三年來在平常休閒活動中大概每次（最多）會和多少人接觸」。因為確實的人數通常不固定，所以用四個等第作為選項：（1）0-4人，（2）5-19人，（3）20-99人，（4）100人以上。選擇最後一項的只占4.8%，在詳細分析時併入到第三項，代表「20人以上」。如上述預期，這兩項指標之間的相關顯著（ $r = 0.1730, p < .001$ ），但是仍有相當區辨力，分別從不同面向來代表不同的客觀社會性類別。

人口特徵與社經地位指標：休閒趣味和綜合休閒滿意可能隨著不

¹ 選項混淆了「總是」這種頻率面向和「勝過」這種比較面向，因為是依ISSP 國際問卷標準化問法照實翻譯，所以並未修改。

同的人口基本特徵和社會經濟地位而變化，這些背景特徵也有調節社會性的效果，所以下列分析同時考慮性別（虛擬變項，以女性作為比較組）、年齡、是否已婚有偶（虛擬變項，以「其他婚姻狀況」作為比較組）、都市化程度（分為農村地區、小城鎮、大都市郊區、大都市四等級）、教育程度（包括小學或以下、國初中、高中職、專科、大學或以上五等級）、受訪時有工作（虛擬變項，以「沒有工作」為比較組）。

其他控制變項：除了人口基本特徵和社經地位指標之外，還另外考量和休閒趣味、綜合休閒滿意可能相關的其他背景因素，在分析時當作控制變項。這些因素當中，外向人格、快樂程度是一般分析休閒滿意的重要背景。本文重點在探討社會性的效果，但是也同時考慮這些重要的心理機制。

「外向人格」取自五大人格面向中的「內外向」。變遷調查採用ISSP近年所用的最精簡版測試題組，以兩題問項分別測量每一面向的正負面，共10題問項（Gosling et al. 2003）。五大人格面向中，又以內外向人格和休閒參與、休閒滿意這兩項指標關係最為密切；而內外向人格兩個正負面問項之間的相關最高、內部一致性也最穩定（ $r = .43$, $\alpha = .60$ ），可以作為人格變項的代表。本文分析的變項是正面題（外向、會和人交際）和負面題（不太愛說話）兩者的合計分數（2-8），分數愈高代表愈外向。「快樂程度」的值從1（一點都不快樂）到4（非常快樂），也一併加入成為控制變項。

另外有兩項因素和休閒滿意息息相關。由於休閒的類型受到參與者的健康狀況所制約，「健康狀況」是休閒研究中常見的控制變項。一般而言，愈健康的人能夠參與愈多不同類型的休閒活動，從事休閒的結果也愈容易讓人滿意。本文以受訪者自評的健康狀況作為控制變項之一，五個選項的值從1（差）到5（非常好）。此外，實際休閒的活動量

通常是休閒滿意的一項重大決定因素：從事的休閒活動愈多、愈頻繁，通常也愈可能感受到休閒的樂趣、對休閒活動愈滿意。本文所用的「休閒活動量」是指參加上述13項休閒活動的總量，以頻率加總作為代表。各項分析均同時考量這項基本的結構因素。

六、休閒趣味與休閒滿意的社會面向

休閒帶給人樂趣、讓人有不同的收穫。依據上述休閒文獻所述，不同性質的休閒當中，又以結伴式或群體式的休閒讓參與者感受到更大趣味。例如在各項休閒當中，受訪者「跟朋友聚會」的頻率比不上「從事體能活動，例如運動、上健身房、散步」、「看電視、DVD、錄影帶」、「看書」。可是如果詢問受訪者在做這些休閒時享受到多少樂趣，卻有23.3%覺得「跟朋友聚會」非常有樂趣、40.4%覺得「相當有樂趣」，所占比例都比其他三項活動高得多。² 如果以綜合性的問法「休閒活動對我來說很有趣」，甚至推廣到以「綜合休閒滿意」作為指標，是不是也可以看得出來這種社會性的效果？

表2 以「休閒活動有趣」單一指標作為依變項。模型一只有包括人口與社經指標、控制變項，模型二、三則分別加入社會性的類別。模型二先採用連續變項，分析社會性的個人意願和兩項客觀指標的效應。模型三則將三項指標都分別轉化為虛擬變項，檢驗非線性效應。前者可以初步驗證一般的效應，後者則進一步揭示內部變化。以個人意願為例，喜歡和別人一起休閒的意願愈強，愈能夠感受到休閒的趣味；平均每增加一個等級，「趣味」的等第邏輯係數（ordered logit coefficient）就提

² 本次調查設計專門的題組來問各項休閒的「樂趣」，但是只問到這四項休閒，無法進一步分析其他休閒的樂趣。

表2 休閒趣味背景的等第邏輯分析（邏輯係數後括弧內為標準誤）

(依變項：休閒活動有趣 1-4)

自變項	模型一	模型二	模型三
人口與社經指標			
男性	.03(.09)	-.03(.09)	-.03(.09)
年齡 (18-94)	.01(.00)*	.01(.00)**	.01(.00)**
已婚	-.07(.10)	-.05(.10)	-.05(.10)
都市 (1-4)	-.12(.04)**	-.10(.04)*	-.09(.04)*
教育 (1-5)	.09(.04)*	.12(.05)**	.11(.05)*
有工作	-.08(.09)	-.13(.10)	-.16(.10)
控制變項			
參與總頻率 (13-51)	.10(.01)***	.09(.01)***	.09(.01)***
健康 (1-5)	.07(.04)	.08(.04)	.08(.04)
外向人格 (2-8)	.20(.03)***	.16(.03)***	.16(.03)***
快樂 (1-4)	.53(.08)***	.48(.08)***	.48(.08)***
社會性變項			
喜歡和別人一起休閒 (1-4)		.16(.05)**	
和親友一起休閒 (1-5)		.11(.04)**	
休閒時接觸人數 (1-4)		.13(.06)*	
喜歡和別人休閒？〔總是獨處〕			
比較喜歡獨處			.26(.15)
比較喜歡和別人			.40(.14)**
總是喜歡和別人			.41(.16)**
通常和親友休閒？〔都是自己〕			
大部分自己			.33(.19)
一半一半			.60(.18)***
大部分和親友			.54(.18)**
幾乎都和親友			.57(.19)**
休閒時接觸人數 (0-4人)			
5-19人			.33(.11)**
20人以上			.23(.13)
截距1	2.94(.42)***	3.49(.45)***	3.54(.45)***
截距2	4.47(.43)***	5.06(.45)***	5.15(.45)***
截距3	6.96(.44)***	7.60(.47)***	7.71(.47)***
樣本數	2104	2013	2013
擬 R 平方	.092	.097	.100

p < .05, ** p < .01, *** p < .001.

註：自變項後圓括弧內是有效值的最小和最大值，方括弧內是對照組。

升0.16，差距相當顯著（ $p < .001$ ，模型二）。模型三則以「總是喜歡獨處」作為比較組，呈現其他三個等級的效應。如果比較第一和第二等級，可以發現「比較喜歡獨處」的人並不比「總是喜歡獨處」者更能夠享受趣味，只有那些「比較喜歡」和「總是喜歡」和別人休閒的人要比「總是喜歡獨處」的人明顯享受到更多趣味（ $p < .01$ ，模型三）。因此，模型二所顯示等級之間的效應，主要反映出「偏好獨處式休閒」和「偏好群體式休閒」之間的差別，至於這兩群內部喜好的程度如何，並沒有造成太明顯的差別。

休閒時和親朋好友在一起的比例，也有類似的效果。如果將這種比例當作連續變項來看，顯示出來的結果很明顯：休閒時愈常和親友一起的，愈覺得休閒活動很有趣，平均每增加一個等級，等第邏輯係數就提升0.11，差別相當顯著（模型二）。再將這些等級一一以虛擬變項分析後，則發現這種效應主要還是歸諸於「自己」和「和親友一起」兩大類之間的差別，甚至只要有一半的休閒是和親友在一起，就會明顯地比「自己一個人」讓人覺得有趣得多（模型三）。

初步看來，休閒趣味的確是隨著主客觀的社會性類別而提升，而且這種效應互相獨立，也不受到人口基本特徵、社經地位、心理人格因素、健康狀況、休閒結構等背景因素影響。個人意願中的「喜歡獨處」或「喜歡和別人一起」是區辨休閒趣味的有效指標，其間的區別鮮明，並不因為客觀的社會性類別而有變化。換言之，實際上通常自己一個人休閒的人，或者通常和親友一起休閒的人，「喜歡和別人一起休閒」的人都要比「喜歡自己休閒」的人更能夠感受到休閒的趣味。反之，不論個人主觀偏好如何，客觀的社會性類別也能夠有效區分享受休閒趣味的程度。有些人偏好自己一個人休閒，可是在這些人當中，實際上常和親友一起休閒的人，還是比較容易感受到休閒的趣味；偏好和別人一起休

閒的人當中，實際上又常和親友休閒者，也的確要比經常自己休閒的人覺得休閒有趣。

在人口基本特徵和社經指標當中，有少數區辨出休閒趣味的變異。例如年紀大、鄉村地區、教育程度高的受訪者比較能夠享受休閒的趣味。³ 而在心理因素當中，「外向人格」和「快樂」更和「覺得休閒活動有趣」有很密切的關聯。此外，休閒活動量愈大的，的確愈能感受到休閒的趣味。這些相關背景因素對探討休閒趣味都各自有著重要的意涵，可以驗證不同的理論論述、解釋不同的社會現象。可是即使考慮這麼多涵蓋不同層面的背景因素之後，主客觀的社會性類別還是能夠有效區辨出休閒趣味的高低。換言之，即使受訪者的基本人口特徵和社經地位相當、人格等心理特質近似、健康狀況一樣好、休閒活動種類同樣多，只要偏好群體式休閒、或者只要和親友一起結伴休閒，都會覺得休閒更有趣。

休閒時接觸的人數和休閒趣味之間的關聯則呈現非線性。如果以連續變項來分析，實際休閒時和多少人點頭、打招呼，同樣能夠有效區分「休閒有沒有趣」（表2，模型二）。可是如果將不同的選項拆成虛擬變項來分析，則發現這種效應其實是非線性的：和那些休閒時不大和別人接觸的人比起來，接觸人數在5到19人的受訪者，很明顯的覺得休閒比較有趣；可是一旦接觸人數到20人以上時，反而感受不到明顯的趣味（模型三）。如果接觸人數的確反映出網絡邊陲成員的數量，則適度的數量可以成為休閒趣味的來源，過多的接觸反而沒有明顯作用。這種有

³ 其他人口與社經特徵也可能和休閒樂趣有關，例如收入、家中幼年子女數等。本文嘗試分析這些項目，但是由於和已經納入的自變項高度重疊（例如收入和教育、有工作都呈現高度相關），加上實際分析並沒有顯著效果，所以最後未將這些因素納入模型。

限的效應和「親友效應」不盡相同。休閒時有親朋好友作伴，確實要讓人覺得比自己一個人休閒有趣得多。至於休閒時和太多其他人接觸，則未必都有趣；可是適度地和其他參與者接觸，還是會比都不接觸更容易帶給人趣味。接觸的人不太多，或許也代表和這些人比較容易熟識，甚至成爲普通朋友，在親朋好友之外，提供額外的社會支持。

再以「綜合休閒滿意」作爲指標，上述客觀的社會性效果更加明顯。主觀的個人意願雖然還是可以有效區辨這種休閒滿意，可是比起對「休閒趣味」的效應則減弱了些。從「喜歡和別人休閒」連續變項的迴歸係數和標準誤來判斷，愈喜歡和別人休閒，的確實讓人愈滿意休閒的結果（ $p < .05$ ，模型二，表3），但是其間的差別不如休閒趣味那麼顯著。再將選項以虛擬變項分析，只有「總是喜歡和別人休閒」的人要比「總是喜歡獨處」的人更滿意休閒，其間差別也只達到統計顯著的邊緣（ $p < .05$ ，模型三）。因此，主觀社會性在「綜合休閒滿意」上的效應有限，只有在兩個極端之間有差異。

兩項客觀的社會聯繫指標中，「核心網絡成員」和「網絡邊陲成員」都有明顯的效應，甚至比休閒趣味的效應更清楚：不論以連續變項或虛擬變項來分析，只要透過「和親友一起休閒」，都有明顯效應，而且產生效應的門檻也比休閒趣味來得低：只要不是一直自己一個人休閒，都能夠明顯促進綜合層面的休閒滿意（模型三）。同樣的，「休閒時接觸人數」的效應也相當顯著而一致：接觸人數每多一個等級，迴歸係數就增加0.11（ $p < .001$ ，模型二），而且不論是接觸5-19人，或者接觸到20人以上，都遠比接觸0-4人要有助於感受到整體的休閒滿意（ $p < .001$ ，模型三）。

因此，如果經常和親朋好友一起休閒，可以讓人在不同層面上達到更滿意休閒的效果；而休閒的時候較常和參與的人接觸，也是提升滿意

表3 綜合休閒滿意背景的迴歸分析（迴歸係數後括弧內為標準誤）

（依變項：標準化「綜合休閒滿意」分數）

自變項	模型一	模型二	模型三
人口與社經指標			
男性	.00(.04)	-.02(.04)	-.01(.04)
年齡（18-94）	.01(.00)***	.01(.00)***	.01(.00)***
已婚	-.09(.04)*	-.08(.04)	-.08(.04)
都市（1-4）	.00(.02)	.01(.02)	.01(.02)
教育（1-5）	.03(.02)	.05(.02)*	.05(.02)*
有工作	.09(.04)*	.08(.04)	.06(.04)
控制變項			
參與總頻率（13-51）	.06(.00)***	.05(.00)***	.05(.00)***
健康（1-5）	.06(.02)***	.07(.02)**	.06(.02)**
外向人格（2-8）	.09(.02)**	.07(.01)***	.07(.01)***
快樂（1-4）	.21(.03)***	.18(.03)***	.17(.03)***
社會性變項			
喜歡和別人一起休閒（1-4）		.04(.02)*	
和親友一起休閒（1-5）		.06(.02)***	
休閒時接觸人數（1-4）		.11(.03)***	
喜歡和別人休閒？〔總是獨處〕			
比較喜歡獨處			.06(.06)
比較喜歡和別人			.08(.06)
總是喜歡和別人			.12(.07)*
通常和親友休閒？〔都是自己〕			
大部分自己			.31(.08)***
一半一半			.35(.08)***
大部分和親友			.39(.07)***
幾乎都和親友			.36(.08)***
休閒時接觸人數（0-4人）			
5-19人			.22(.05)***
20人以上			.20(.06)***
常數	-3.45(.18)***	-3.58(.19)***	-3.53(.19)***
樣本數	2095	2005	2005
調整後 R 平方	.250	.253	.260

p < .05, ** p < .01, *** p < .001.

註：自變項後圓括弧內是有效值的最小和最大值，方括弧內是對照組。

的另一道有效途徑。「休閒時多接觸人」對增進純粹的「趣味」或許效果有限或不一致，可是如果考慮生理、教育、美學這些更廣泛的休閒效益，「多接觸人」所產生的作用顯然就強得多。尤其當接觸的對象超過20人時，雖然不會讓人覺得更有趣（表2），卻能夠讓人更體會到廣泛、涉及實用層面的休閒效益（表3）。依據這點發現，或許可以從休閒領域來呼應社會網絡文獻中的重要論述：「網絡邊陲成員」或「弱聯繫」在達成實用或工具性目的上能夠發揮明顯作用。

七、社會性的主客觀類別與休閒後果

休閒趣味和綜合休閒滿意透過主客觀的社會性情境得以顯現，也隨著社會性的類別而異。上述分析初步驗證了獨樂樂不如眾樂樂的一般原則。這項原則不但適用在「覺得有趣」這種單純的心理層面上，還表現在更廣義的休閒滿意。可是有些人明白表示「寧可自己一個人休閒，不喜歡和別人一起」；對這些人來說，「眾樂樂」的原則還適用嗎？表2、3一併分析主客觀指標，初步顯示這項原則的確普遍適用。但是如果依據主觀意願分別分析社會性的客觀類別，這項原則會隨著個人意願而有變化嗎？前述「核心網絡成員」和「網絡邊陲成員」的作用，對「偏好獨處式休閒」的人比較強，還是對「偏好群體式休閒」的人比較明顯呢？

表4依據個人意願，將「總是」和「比較」喜歡獨處的人合併為一群（「偏好獨處」群，合計占樣本的37%），「總是」和「比較」喜歡和別人一起休閒的人合為另一群（「偏好群體式」群，合計約占63%），再分別在兩群內部分析客觀社會性類別的休閒效益。以休閒趣味為例，這兩群人最明顯的差別出現在「和親友休閒」上：在喜歡獨處

表4 休閒趣味和綜合休閒滿意的背景分析（依獨處／群體式休閒偏好區分）

自變項	休閒樂趣 (1-4) (等第邏輯分析)		綜合休閒滿意 / 收穫 (z) (迴歸分析)	
	模型一 (偏好獨處)	模型二 (偏好群體式)	模型三 (偏好獨處)	模型四 (偏好群體式)
人口與社經指標				
男性	.11(.15)	-.03(.11)	.03(.07)	-.01(.04)
年齡 (18-94)	.01(.01)	.01(.00)	.01(.00)**	.01(.00)***
已婚	.09(.17)	-.11(.12)	-.09(.08)	-.07(.05)
都市 (1-4)	.01(.07)	-.14(.05)**	.01(.03)	.02(.02)
教育 (1-5)	.18(.07)*	.08(.06)	.12(.03)***	.01(.02)
有工作	-.12(.16)	-.19(.12)	-.07(.07)	.10(.05)*
控制變項				
參與總頻率 (13-51)	.10(.02)***	.09(.01)***	.05(.01)***	.04(.00)***
健康 (1-5)	.10(.07)	.06(.05)	.04(.03)	.07(.02)***
外向人格 (2-8)	.19(.06)***	.16(.04)***	.10(.03)***	.06(.02)***
快樂 (1-4)	.40(.13)**	.54(.10)***	.11(.06)	.22(.04)***
社會性變項				
通常和親友休閒? (都是自己)				
大部分自己	.46(.23)*	-.05(.30)	.36(.11)***	.21(.12)
一半一半	.78(.24)**	.34(.28)	.35(.11)**	.32(.11)**
大部分和親友	.79(.24)***	.28(.27)	.54(.11)***	.34(.11)**
幾乎都和親友	.40(.26)	.46(.28)	.29(.12)*	.39(.11)***
休閒時接觸人數 (0-4人)				
5-19人	.40(.17)*	.32(.13)*	.26(.08)***	.18(.06)**
20人以上	.44(.20)*	.20(.16)	.15(.09)	.22(.07)***
截距1	4.37(.71)***	2.51(.58)***		
截距2	5.93(.72)***	4.16(.58)***		
截距3	8.59(.76)***	6.67(.60)***		
常數			-3.69(.32)***	-3.46(.23)***
樣本數	744	1359	741	1353
擬 / 調整後 R 平方	.124	.081	.298	.245

p < .05, ** p < .01, *** p < .001.

註：自變項後圓括弧內是有效值的最小和最大值，方括弧內是對照組。

的人當中，實際上常不常和親友一起休閒仍然是項重要因素。和「都是自己一個人休閒」的「偏好獨處式休閒」者比起來，那些說寧可獨處、實際上卻有時候和親友、有一半時候和親友、甚至大部分時候和親友一起休閒的人，都覺得休閒更有趣，而且這種效應隨著比例等級愈來愈顯著（模型一，表4）。只有一直升到「幾乎都和親友一起」這個等級，這種趣味才不那麼明顯，而「和親友一起休閒」的效應在「偏好群體式休閒」的人當中並不明顯。整體來說，喜歡群體式休閒的人是比喜歡獨處的人更覺得休閒有趣（模型二、三，表2）。可是單從偏好群體式休閒者內部來看，實際上和誰一起休閒，並不能有效區辨休閒趣味（模型二，表4）。

這種親友效應的區別，在綜合休閒滿意上則不大相同。對喜歡獨處的人來說，「實際和親友一起休閒」仍然是提升其他休閒滿意的重要背景因素（模型三）；在偏好群體式休閒的人當中，這項效應也同樣清楚，而且愈常和親友一起，愈滿意休閒所帶來的其他面向後果（模型四）。但是仔細區分，兩者還是有差別：獨處者當中的「親友效應」並不是隨著比例一直加強。比較分析結果，和「都是自己一個人休閒」的人比起來，「大部分和親友休閒」的人最滿意休閒的整體後果，「幾乎都和親友一起休閒」的人則沒有這麼顯著的差別。偏好群體式休閒者當中的「親友效應」則呈現直線上升：「幾乎都和親友一起休閒」的，最能夠感受到整體的休閒滿意，其間差距相當顯著。此外，親友效應對獨處者的門檻比較低，只要不都是自己一個人，這種整體滿意的效應就可以顯現出來。反之，對偏好群體式休閒者來說，當至少有一半休閒是和親友在一起時，所感受到的整體滿意才更加顯著。

「休閒時接觸人數」對這兩群人的綜合休閒滿意也有不盡相同的效應。獨處者如果休閒時接觸到5-19人，會比接觸4人以下要讓人更滿意

休閒 ($p < .001$, 模型三), 可是接觸人數超過20時, 則沒有這種差別。偏好群體式休閒者只要接觸到5人以上 (即使超過20人), 都會很明顯的更加滿意休閒。和獨處者比起來, 喜歡和別人一起休閒者似乎更能夠從這種廣泛的接觸中得到更全面的效益。

因此, 對「個體式或群體式休閒」主觀偏好有所不同的人而言, 客觀的社會性類別是辨別休閒趣味和綜合休閒滿意的重要背景。而兩項分別代表「核心網絡成員」和「網絡邊陲成員」的客觀類別之間, 又對休閒的後果有什麼不同的辨別意義呢? 將這兩項客觀的社會性交叉分析後, 可以發現兩者的效應並不只是各自獨立, 而能進一步發揮相乘作用。

如前述發現, 在衡量單純的「休閒趣味」時, 「休閒時接觸5-19人」是重要的辨別指標, 「休閒時起碼有一半是和親友一起」也是發揮效應的重要門檻。如果只從平均數來看, 這種區別也相當清楚: 高於這兩項門檻的副樣本, 在「休閒趣味」的平均值都要比全體樣本來得高 (附表2A)。再仔細區分交叉後的各個副樣本, 所有「同時」高於這兩個門檻的副樣本, 都體會到高於常人的休閒趣味; 所有同時低於這兩個門檻的, 則都低於整體平均數, 無一例外。因此從平均數來初步判斷, 兩項客觀社會性類別的特定門檻應該對「休閒趣味」有互相加強的效應。

在衡量綜合性的休閒滿意時, 這兩種類別的交互作用則比較不容易分辨出清楚的門檻, 可是作用的強度則隨著「接觸人數」的等級明顯增加。例如「休閒時起碼有一半是和親友一起」可以清楚區別綜合休閒滿意, 而「接觸人數」則在這項指標之外, 逐步加強休閒的整體滿意感受 (附表2B)。在所有副樣本當中, 要以那些「一半以上時候和親友一起休閒、休閒時又和20個以上的其他參與者有所接觸」的人, 最能體會到

表5 休閒趣味和綜合休閒滿意的背景分析（依無伴／結伴式休閒行為區分）

自變項	休閒趣味 (1-4) (等第邏輯分析)		綜合休閒滿意 (z) (迴歸分析)	
	模型一 (無伴式休閒)	模型二 (結伴式休閒)	模型三 (無伴式休閒)	模型四 (結伴式休閒)
人口與社經指標				
男性	.21(.18)	-.11(.10)	.15(.09)	-.06(.04)
年齡 (18-94)	.01(.01)	.01(.00)**	.01(.00)	.01(.00)***
已婚	-.16(.21)	-.01(.12)	-.10(.11)	-.08(.05)
都市 (1-4)	-.11(.08)	-.09(.05)	-.02(.04)	.02(.02)
教育 (1-5)	.10(.09)	.12(.05)*	.07(.05)	.04(.02)
有工作	-.18(.20)	-.15(.11)	.08(.10)	.04(.05)
控制變項				
參與總頻率 (13-51)	.12(.02)***	.08(.01)***	.07(.01)***	.04(.00)***
健康 (1-5)	.09(.09)	.08(.05)	.05(.04)	.06(.02)**
外向人格 (2-8)	.14(.07)*	.16(.04)***	.09(.03)*	.06(.02)***
快樂 (1-4)	.44(.15)**	.49(.10)***	.21(.07)**	.16(.04)***
喜歡和別人休閒 休閒時接觸人數 (0-4人)				
5-19人	.04(.20)	.46(.13)***	.25(.11)*	.21(.05)***
20人以上	-.09(.26)	.36(.15)*	.00(.14)	.24(.06)***
截距1	4.08(.83)***	2.85(.55)***		
截距2	5.58(.84)***	4.56(.55)***		
截距3	7.83(.88)***	7.24(.57)***		
常數			-4.11(.42)***	-3.02(.21)***
樣本數	478	1536	475	1531
擬 / 調整後 R 平方	.114	.078	.294	.199

p < .05, ** p < .01, *** p < .001.

註：自變項後圓括弧內是有效值的最小和最大值，方括弧內是對照組。

整體的休閒滿意（平均值都高於總平均值的0.3個標準差以上）。

基於以上初步發現，再依據「和親朋好友一起休閒的比例」將樣本二分，可以進一步檢驗「接觸人數」在休閒趣味和綜合休閒滿意的作用。表5依據前述分析策略，分別檢驗這兩項依變項在兩群副樣本中的背景因素。以上述明確的門檻作為分界，「無伴式休閒」類別指的是「都是自己一個人休閒」和「大部分時候自己一個人休閒」這兩群人，「結伴式休閒」則包括「幾乎都和親友一起休閒」、「大部分時候和親友一起休閒」、「一半一半」這三群人。「無伴式」的分析結果列於模型一和模型三，「結伴式」的結果則列於模型二和模型四。

不論對「無伴式休閒」或「結伴式休閒」的人來說，「喜歡和別人休閒」的程度都可以清楚辨別「休閒趣味」（ $p < .05$ ，模型一、二，表5）。換言之，只要在主觀意願上偏好群體式休閒，則不管實際休閒時常不常和親友結伴，都會比偏好獨處的人更容易感受到休閒的趣味。可是這種主觀意願對更廣泛的「綜合休閒滿意」並沒有顯著的辨別力。如前述，主觀意願在純粹情感層面的「休閒趣味」有重要意涵（表2），而對涉及更廣泛層面的「綜合休閒滿意」作用不大（表3）。再將「休閒時是否實際結伴」這項因素考慮進來，則發現這種區別更加清楚。

再由「休閒時接觸人數」來衡量，則發現兩項休閒的後果都隨著實際休閒時有沒有結伴而有明顯區別。如果休閒的時候通常沒有親朋好友作伴，則不論和其他共同參與者有沒有接觸、接觸多少人，都無助於有效提升休閒趣味；接觸到最多人的一群，反而覺得休閒比較不有趣（不顯著，模型一）。相反的，如果結伴休閒，則「和多少共同參與者接觸」成為增進休閒趣味的重要指標，尤其是當接觸5-19人時，所感受到的休閒趣味最強（ $p < .001$ ，模型二）。

「接觸人數」在「結伴式休閒」中的作用，如果從「綜合休閒滿

意」來衡量，效果更加顯著。依前述發現，不論主觀意願如何，只要休閒時不是完全自己一個人，就會在各個層面上感覺到休閒令人滿意（表3）。這種效果又和接觸人數互為作用：結伴休閒本身就有助於提升綜合休閒滿意，可是在同樣是結伴休閒的條件下，接觸人數又發揮額外的功能，不論接觸5-19人或20人以上，都要比接觸0-4人的結伴者更能體會到教育、放鬆、生理、美學這些不同層面有令人滿意的地方，其間區別相當顯著（模型四）。因此，「有核心網絡成員陪伴」和「接觸網絡邊陲成員」這兩項客觀類別交互作用，能夠更清楚區辨社會性在休閒研究中的重要角色。

八、結論

本文分析具有高度代表性的台灣社會變遷調查資料，發現台灣民衆的休閒的確遵循「獨樂樂不如衆樂樂」原則。但是「衆樂樂」到底是基於什麼樣的社會性準則而起作用？不同社會性的內涵是否引起不同的衆樂樂後果？這些議題都必須依據有系統的實證資料一一驗證。本文考量不同社會性的主客觀類別，並針對休閒趣味和綜合休閒滿意兩大項，探討休閒的後果如何隨著社會性而異。社會性的主觀指標以個人在休閒時是「偏好獨處」還是「偏好群體式休閒」作為代表。客觀分類則依據互動成員在網絡結構中所處的位置，分為「和親朋好友一起休閒」和「接觸共同休閒的其他參與者」兩大面向，建立不同指標。第一個面向代表和核心網絡中「強聯繫」成員共同參與活動的比例，可以反映出休閒時有多少社會互動是建基於既有的親近社會關係。第二個面向則區辨在同一時空中和多少共同參與者（尤其是原本不認識的人）有實際接觸，多少反映出「網絡邊陲成員（或弱聯繫）」的數量或廣泛程度，也透露有

多少人可能透過共同參與休閒活動而建立新關係，甚至成爲個人社會資本的來源。兩個面向有所重疊，未必互斥，但是卻分別代表著探討社會關係的兩大觀點。

大致而言，「休閒時和核心網絡成員結伴的比例」和「休閒時接觸網絡邊陲成員的人數」這兩項指標都能夠有效辨別休閒趣味和綜合休閒滿意，可是兩者的作用不盡相同。相對來說，核心網絡成員的指標可以很清楚地辨別休閒趣味的高低；網絡邊陲成員的指標則對於生理、教育、美學這些廣泛的休閒滿意，發揮更明顯的辨別效應。如果說「和親朋好友一起休閒」的確能夠反映和「核心網絡成員」的互動，而「接觸休閒參與者人數」趨近「網絡邊陲成員」的測量，則本文的發現呼應社會網絡文獻有關不同聯繫類別或社會後果的主要論述。核心網絡成員這種「強聯繫」有助於達成情感性的目的，位處網絡邊陲的成員這種「弱聯繫」則對於工具性的目的發揮關鍵性的作用。這項原則可以從休閒這種重要的生活領域來呼應。即使在以非工具性爲主、充滿最純粹社會性的「休閒」，還是可以從不同社會性的客觀類別，來揭示社會行動所達成的不同後果。

休閒效益不限於在心理層面上感受到有趣、放鬆，還包括其他實用、工具性質更強的面向。休閒時社會性的來源不限於親朋好友，還包括其他共同參與休閒的普通朋友或點頭之交。對照社會網絡研究文獻，網絡邊陲成員或弱聯繫的作用不只展現在找工作這種工具性目的，在休閒活動中也能夠發揮廣泛的功能。既有文獻或從心理衛生、個人福祉領域來驗證核心網絡的效益，或從求職等領域來驗證網絡邊陲的妙用，卻不容易在同一領域中有系統的同時比較兩者。本文藉由社會性的不同類別和交互作用，探索、比較兩者在休閒領域中所發揮的不同功用。研究結果一方面深化休閒社會性的探索內涵，另一方面則開展了社會聯繫、

社會網絡、社會資本論述的應用範疇。

本文以休閒時接觸的人數當作「網絡邊陲成員」或「弱聯繫」的指標，難免有其限制。對部分休閒參與者來說，平常休閒可能只跟親友接觸，所以無法以這項指標直接衡量網絡邊陲成員的數量。可是依據相關資料，日常接觸人數愈多，其中陌生人或泛泛之交所占的比例也愈高；反之，接觸的人愈少，這些接觸的對象愈可能只限於身邊熟悉的親朋好友。⁴ 有關邊陲網絡的研究遠不如核心網絡的研究來得普遍，所使用的測量工具也大多屬於新的嘗試。本研究以接觸人數作為測量指標，仍然在嘗試階段。此外，既有文獻強調從弱聯繫來看工具性的效益。雖然本文使用的「綜合性休閒滿意」涵蓋實用性的休閒成果，但畢竟是由受訪者自我評估的主觀感受，並不像求職研究那樣能夠真正表達出「工具性」的效益（例如休閒社會性能不能提升工作效率等）。後續研究如果依照這些方向進一步更精準地構思、測量，持續深化有關社會性類別和休閒的研究，仍有很大的探索空間。

休閒參與的面向眾多，本文主要以人際接觸的頻率、比例、數量這些客觀指標來呈現。除了這些指標之外，可能還有其他主觀指標也是衡量休閒滿意的重要因素。例如心理上對休閒的投入程度（commitment），是不是主動參與，休閒活動在設施、技術、知識上的挑戰程度等。從這些因素加以探討休閒的結果，或許也可以在正面功能

⁴ 例如，根據變遷調查2006年問卷二「政府角色」資料，「日常接觸人數」和「這些接觸對象當中是陌生人的比例」兩項指標有高度相關（ $r = 0.41, p < .001, n=1972$ ）。在每天接觸0-4人的受訪者當中，有84%的人說這些接觸對象是「幾乎都認識」的人，只有4.3%說有一半以上的接觸對象不認識。每天接觸5-19人的受訪者當中，則有46%的幾乎都認識接觸的對象，有16.1%說一半以上不認識。每天接觸100人以上者，只有18%的人說接觸對象幾乎都認識，反之，高達55.7%說至少有一半是陌生人。

之外，發掘出焦慮、壓力、傷害種種負面效果的成因或背景。這些豐富的議題都值得後續研究進一步探索。

休閒藉由「眾樂樂」的現象，代表著一種典型的社會性。從休閒的社會性可以看到社會的組成與運作。社會活動不但是透過「親朋好友」這種核心網絡的強聯繫來維繫，還擴大到其他共同參與者之間的接觸與互動，靠著這些不同類型的社會性來發揮休閒的重要效益。尤其是當休閒要發揮「感到有趣」之外的功能時，這種和點頭之交之間的互動與接觸可能更加關鍵。因此，社會關係或社會資本不必一定要透過正式團體才能累積，而可以藉著民衆共同參與的一般活動來孕育。如Simmel所言，休閒正代表不需要其他名目的活動，展現出種種社會性類別的後果。

作者簡介

傅仰止，中央研究院社會學研究所研究員。主要研究興趣包括個人網絡、都市社會心理、原漢族群關係、網際網路。目前研究計畫利用大型調查和接觸日誌資料，探討日常接觸所代表的社會資本意涵、網絡結構中不同聯繫所占「位置」的角色等。

附表1 綜合休閒滿意因素分析（主成份分析，N=2133）

原始問項	因素負荷量
我的休閒活動對我來說很有趣（1）	
我的休閒活動增加了我對身邊事物的知識	0.7631
我可以透過休閒活動和別人互相來往（2）	
我的休閒活動幫助我放鬆	0.8122
我的休閒活動幫助我維持健康	0.8061
我從事休閒活動的地方設計得不錯	0.7474
固有值	2.4504
解釋變異量	61.3%
alpha	0.7853

註：（1）已經獨立作為第一個依變項；

（2）原意和兩項主要自變項過於接近，未納入。

附表2 休閒時結伴比例和接觸人數交叉表

A. 休閒趣味 (1-4)

接觸人數	休閒時是自己還是和親朋好友一起?					平均 / 合計
	都是自己	大部分自己	一半 一半	大部分和 親友	都和 親友	
0-4人	2.27	2.80	2.99	2.91	2.90	2.78
	112	128	109	159	104	612
5-19人	2.76	2.98	3.21	3.19	3.22	3.15
	67	126	242	370	214	1019
20人以上	2.87	2.97	3.32	3.20	3.25	3.20
	30	59	124	153	143	509
平均數	2.51	2.90	3.19	3.13	3.16	3.06
樣本數	209	313	475	682	461	2140

註：上列數字為各組平均數，下列數字為各組樣本數。

B. 綜合休閒滿意 (標準化分數)

接觸人數	休閒時是自己還是和親朋好友一起?					平均 / 合計
	都是自己	大部分自己	一半 一半	大部分和 親友	都和 親友	
0-4人	-1.05	-.43	-.21	-.09	-.18	-.37
	110	128	109	159	103	609
5-19人	-.40	.06	.13	.14	.19	.10
	67	125	242	369	213	1016
20人以上	-.38	.07	.31	.35	.31	.25
	30	58	124	151	143	506
平均數	-.74	-.14	.10	.13	.14	.00
樣本數	207	311	475	679	459	2131

註：上列數字為各組平均數，下列數字為各組樣本數。

參考書目

- 章英華、傅仰止、張苙雲、瞿海源，2007，〈台灣社會變遷基本調查的演變：1985-2007〉。論文發表於「台灣的社會變遷，1985-2005：台灣社會變遷基本調查第十一次研討會」，台北：中央研究院社會學研究所，12月21日至22日。
- 張苙雲、廖培珊主編，2008，《台灣社會變遷基本調查計畫第五期第三次調查計畫執行報告》。台北：中央研究院社會學研究所。
- 郭曉玲、傅仰止，1998，〈音樂會的社會性：比較兩場鋼琴獨奏會〉。《台灣社會學研究》2: 83-118。
- 蔡必焜，2005，〈社會資本、休閒參與與健康關係之研究〉。《戶外休憩研究》19(1): 1-25。
- Argyle, Michael and Luo Lu, 1992, "New Directions in the Psychology of Leisure." *The New Psychologist* 1: 3-11.
- Beard, Jacob G. and Mounir G. Ragheb, 1980, "Measuring Leisure Satisfaction." *Journal of Leisure Research* 12: 20-33.
- Borgmann, Albert, 1992, *Crossing the Postmodern Divide*. Chicago: University of Chicago Press.
- Burch Jr., William R., 1969, "Social Circles of Leisure: Competing Explanations." *Journal of Leisure Research* 1: 125-147.
- Burt, Ronald S., 1984, "Network items and the General Social Survey." *Social Networks* 6(4): 293-339.
- Burt, Ronald S., 1987, "A Note on Strangers, Friends and Happiness." *Social Networks* 9(4): 311-331.
- Cheek, Neil H. and William R. Burch Jr., 1976, *The Social Organization of*

Leisure in Human Society. New York: Harper and Row.

Duneier, Mitchell, 1999, *Sidewalk*. New York: Farrar, Straus and Giroux.

Flora, Jeanne and Chris Segrin, 1988, "Joint Leisure Time in Friend and Romantic Relationships: The Role of Activity Type, Social Skills and Positivity." *Journal of Social and Personal Relationships* 15(5): 711-718.

Fu, Yang-chih, 2005, "Measuring Personal Networks with Daily Contacts: A Single-item Survey Question and the Contact Diary." *Social Networks* 27(3): 169-86.

Gans, Herbert J., 1962(1982), *The Urban Villagers: Group and Class in the Life of Italian-Americans*. Updated and expanded edition. New York: Free Press.

Gosling, Samuel D., Peter J. Rentfrow and William B. Swann, Jr., 2003, "A Very Brief Measure of the Big Five Personality Domains." *Journal of Research on Personality* 37: 504-528.

Glover, Troy D. and John L. Hemingway, 2005, "Locating Leisure in the Social Capital Literature." *Journal of Leisure Research* 37(4): 387-401.

Glover, Troy D. and Diana C. Parry, 2008, "Friendships Developed Subsequent to a Stressful Life Event: The Interplay of Leisure, Social Capital, and Health." *Journal of Leisure Research* 40(2): 208-230.

Granovetter, Mark S, 1973, "The Strength of Weak Ties." *American Journal of Sociology* 78(6): 1360-1380.

Granovetter, Mark S, 1982, "The Strength of Weak Ties: A Network Theory Revisited." Pp. 105-130 in *Social Structure and Network Analysis*, edited by Peter V. Marsden and Nan Lin. Beverly Hills. CA: Sage Pub.

- Havighurst, Robert J. and Kenneth Feigenbaum, 1959, "Leisure and Life-Style." *American Journal of Sociology* 64(4): 396-404.
- Hine, Lynn Drunheller and Daiva E. Hedlund, 1994, "Solitary and Peer Group Leisure Activities of Rural Adolescents." *Paper presented at the National Rural Education Association Research Forum*, Tuscaloosa, AL., U.S.A., October 15.
- Iso-Ahola, Seppo E. and Chun J. Park, 1996, "Leisure-related Social Support and Self-determination as Buffers of Stress-illness Relationship." *Journal of Leisure Research* 28(3): 169-187.
- Kyle, Gerard and Garry Chick, 2002, "The Social Nature of Leisure Involvement." *Journal of Leisure Research* 34(4): 426-448.
- Kyle, Gerard and Garry Chick, 2004, "Enduring Leisure Involvement: The Importance of Personal Relationships." *Leisure Studies* 23(3): 243-266.
- Lemon, Bruce W., Vern L. Bengsten and James A. Peterson, 1972, "An Exploration of the Activity Theory of Aging: Activity Types and Life Satisfaction among In-movers to a Retirement Community." *Journal of Gerontology* 27: 511-523.
- Lin, Nan, 2001, *Social Capital: A Theory of Social Structure and Action*. Cambridge, England: Cambridge University Press.
- Lin, Nan, Yang-chih Fu and Ray-May Hsung, 2001, "The Position Generator: Measurement Techniques for Investigations of Social Capital." Pp. 57-81 in *Social Capital: Theory and Research*, edited by Nan Lin, Karen Cook and Ronald S. Burt. New York: Aldine de Gruyter.
- Lofland, Lyn H., 1998, *The Public Realm: Exploring the City's Quintessential Social Territory*. New York: Aldine De Gruyter.

- Lu, Luo and Michael Argyle, 1994, "Leisure Satisfaction and Happiness as a Function of Leisure Activity." *Kaohsiung Journal of Medical Sciences* 10: 89-96.
- Marsden, Peter V., 1987, "Core Discussion Networks of Americans." *American Sociological Review* 52(1): 122-131.
- Maynard, Stephen S. and Douglas A. Kleiber, 2005, "Using Leisure Services to Build Social Capital in Later Life: Classical Traditions, Contemporary Realities, and Emerging Possibilities." *Journal of Leisure Research* 37(4): 475-493.
- Oldenburg, Ray, 1989, *The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Community Centers, Beauty Parlors, General Stores, Bars, Hangouts and How They Get You Through the Day*. New York: Paragon House.
- Popenoe, David, 1985, *Private Pleasure, Public Plight: American Metropolitan Community Life in Comparative Perspective*. New Brunswick, NJ: Transaction Pub.
- Putnam, Robert D, 2000, *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon & Schuster.
- Putnam, Robert D., Lewis M. Feldstein and Donald J. Cohen, 2003, *Better Together: Restoring the American Community*. New York: Simon & Schuster.
- Reitzes, Donald C., Elizabeth J. Mutran and Linda A. Verrill, 1995, "Activities and Self-Esteem: Continuing the Development of Activity Theory." *Research on Aging* 17(3): 260-277.
- Simmel, Georg, 1910(1971), Sociability (Geselligkeit, translated by Everett C. Hughes), Pp. 127-140 in *Georg Simmel on Individuality and Social*

Forms, edited by Donald N. Levine. Chicago: University of Chicago Press.

Van der Gaag, Martin and Tom A.B. Snijders, 2005, "The Resource Generator: Social Capital Quantification with Concrete Items." *Social Networks* 27(1):1-29.

Warde, Alan and Gindo Tampubolon, 2002, "Social Capital, Networks and Leisure Consumption." *Sociological Review* 50(2): 155-180.

Warde, Alan, Gindo Tampubolon and Mike Savage, 2005, "Recreation, Informal Social Networks and Social Capital." *Journal of Leisure Research* 37(4): 402-425.

Waters, Lea E. and Kathleen A. Moore, 2002, "Reducing Latent Deprivation during Unemployment: The Role of Meaningful Leisure Activity." *Journal of Occupational and Organizational Psychology* 75: 15-32.

Wellman, Barry, 1979, "The Community Question: The Intimate Networks of East Yorkers." *American Journal of Sociology* 84(5): 1201-1231.

Winefield, Anthony H., Marika Tiggermann and Helen R. Winefield, 1992, "Spare Time Use and Psychological Well-being in Employed and Unemployed Young People." *Journal of Occupational and Organizational Psychology* 65(4): 307-313.