

中文摘要

過往之研究指出，參與休閒活動可以獲致休閒效益，並且進而引發幸福感之感受。衡諸過往之文獻，迄今略乏認真性休閒對於休閒效益與幸福感影響效果之系統性驗證。爰此，本文主要目的在於藉由社會資本與遊憩專門化角色之融入，釐清認真性休閒對於遊憩效益與幸福感之影響效果。本文依據相關之文獻與理論基礎，建立本文之理論架構與對應之假設。本文選取國際標準舞蹈活動之參與者做為本文之研究對象，運用結構方程模式進行假設之驗證，藉此提供認真性休閒對於休閒效益與幸福感影響效果之深入闡釋，以及社會資本與遊憩專門化二者，對於前述關係中介效果之實證證據。

關鍵詞：認真性休閒、社會資本、遊憩專門化、休閒效益、幸福感

Abstract

Leisure benefits and wellbeing can be achieved for participants by participating in leisure activities. Systematic examination of relationships both between serious leisure and leisure benefit, and serious leisure and wellbeing are still waiting so far. The purpose of this study is thus to examine the relationships both between serious leisure and leisure benefit, and serious leisure and wellbeing by introducing the roles of social capital and recreational specialization. Theoretical framework and corresponding hypotheses were built according related literature and theory bases. International standard dance participants were invited to participate in this study. Structural equation modeling was used in this study to test our hypotheses. Empirical evidence of the effects of serious leisure on the leisure benefit and wellbeing and mediating effects of social capital and recreation specialization on the aforementioned relationships were examined and discussed in this study.

Keywords: serious leisure, social capital, recreation specialization, leisure benefit, wellbeing.

壹、緒論

隨著國人生活水準日益提高、休閒時間大幅增加，加以休閒意識逐漸抬頭，國人從事休閒與遊憩活動之比例與時間，與日俱增。人們終其一生莫不無時無刻在於追求幸福之感受，休閒遊憩活動之參與可以促進健康與達到較高品質生活，進而獲致幸福感(Godbey, 2003)。若就休閒活動觀之，幸福感係為人類主動專注參與休閒活動之時之產物，個體可以藉由休閒之歷程發揮潛能與滿足個人需求，進而產生愉悅之成就感與價值感，而此即為幸福感受(Argyle, 1987)。由此可知，透過休閒活動參與可使個體之情緒產生積極之影響，因此，致使心理更趨健康，亦為影響心理幸福感之主要因素(Riddick and Stewart, 1994)。參與休閒遊憩活動具有諸多之利益，Bammel and Burrus-Bammel (1982)提出個人參與休閒活動具有六項休閒效益，分別為：生理效益、社交效益、放鬆效益、教育效益、心理效益與美學效益。Philipp (1997)劃分七種休閒利益之類型(leisure benefits)，分別係為放鬆(relaxation)、消遣(diversion)、社交互動(social interaction)、教育(education)、心理健康(psychological fitness)、自尊(self-esteem)，以及自我表現，或者創造力(self-expression or creativity)。此外，Hung and Crompton (2006)亦同提出三種休閒利益類型，亦即為健康相關利益(health-related benefits)、社交利益(social benefits)與心理利益(psychological benefits)。因此，休閒與遊憩活動之參與如今儼然成為現代生活之中不可或缺之要素。

從事休閒遊憩活動之利益甚為多元，然而，時下眾多大眾化或通俗化之休閒

遊憩活動，諸如：觀看電視節目與閒聊，似乎僅為閒暇時間低度產出(low-yield)之利用，此類休閒與遊憩活動僅具瞬息即逝之利益(evanescent benefits)。因此，Stebbins (1980)倡議，從事特定休閒與遊憩活動亦可獲致相關持久利益(durable benefits)，諸如：自我實現(self-actualization)、自我表現(self-express)、自我豐富(self-enrichment)、自我再造，或者恢復(re-creation or renewal of self)、成就感(feelings of accomplishment)、自我意象之提升(enhancement of self-image)與活動之持續有形之作品(enduring tangible products of the activity)，並且提倡大眾參與具有前述持久利益之休閒活動，亦即為後續揭示之認真性休閒(serious leisure)。

Stebbins (1982, 1992, 1997, 2001)區分兩種休閒活動類型，亦即為隨性休閒(casual leisure)與認真性休閒。Stebbins (1997)定義隨性休閒係為立即地、內在地獎賞，需要少量，或者無需特殊之訓練，即可享受之相對較為短暫之令人愉快之活動(“immediately, intrinsically rewarding, relatively short-lived pleasurable activity requiring little or no special training to enjoy it.”)。相反地，相較於隨性休閒，Stebbins (1982, 1992, 1997, 2001)揭櫫認真性休閒之概念，亦即業餘者、嗜好者與志工具有系統性之活動追求，參與者察覺該項活動甚為充實而且饒富趣味，典型個案之中參與者，係將獲致與表達活動之特殊技巧、知識與體驗視為自身終身之志業(“the systematic pursuit of an amateur, a hobbyist, or a volunteer activity that participants find so substantial and interesting that, in the typical case, they launch themselves on a career centered on acquiring and expressing its special skills, knowledge, and experience.”)。

Stebbins (1982, 1992, 1997, 2001)明確指出，認真性休閒具有諸如：堅持不懈(perseverance)、如同追尋終身志業之努力(having careers in their endeavors)、顯著個人努力(significant personal efforts)、持久個體利益(durable individual benefits)、活動之中存在獨特精神特質(unique ethos that exists within the activity)與對於活動強烈認同(identifying strongly with the activity)六項特質。在此之中，居前之四端屬於認真性休閒之心理特徵，居末之二者屬於認真性休閒之社會互動特徵。而此六項特質係為區別認真性休閒與隨性休閒之關鍵要素。

Stebbins (1982)依據休閒遊憩活動參與者之特徵與角色，劃分活動參與者為業餘者(amateur)、嗜好者(hobbyist)與志工(volunteer)三類。業餘者係以部份時間投入休閒遊憩活動。業餘者並非藉此維生，然而，認真參與之態度與長期心力之投入，遠非一般大眾能及，因此，亦為培訓專家之搖籃。Stebbins (1992a)指出，認真性休閒業餘者之特徵如下：1. 投入大量時間與精力參與休閒活動；2. 認真追尋；3. 對於極欲為之事物不易控制時間與金錢之花費；4. 追求專業水準為其目標。業餘者通常希望藉由自身之投入與努力脫離一般大眾邁向專業人士水準，亦即為所謂之「專業人士－業餘者－民眾」(profession-amateur-public, P-A-P)之系統。

嗜好者與業餘者同樣對於休閒與遊憩活動具有承諾，然而，並不講求專業化與職業化，諸如：橋牌、打獵與旅遊，亦非業餘者之中存在專業之人士，因此，嗜好者非屬 P-A-P 系統之部份(Stebbins, 1992a, 1992b)。嗜好者之參與者涵蓋年齡甚廣，可以劃分成為五個不同類型之嗜好者，諸如：收集者(collectors) (諸如：集郵)、製造者與修補者(markers and tinkerers) (諸如：裁縫師)、活動參與者(activity participants) (諸如：賞鳥)、運動與競賽之參賽者(players of sports and games)以及文理嗜好之熱衷者(enthusiasts of liberal arts hobbies) (諸如：藝術)。

志工對於從事休閒遊憩活動產生之滿足源自於幫助他人之後，獲致之愉悅。

志工樂於奉獻，辛苦工作之中獲致成就感係為個人在於自我價值之中認可之助人活動。主要之動機涵蓋：利他主義與自利主義，相較於業餘者與嗜好者自我興趣為主之內在動機志工之利他動機顯得更具特色。Stebbins (1994)依據志工所屬之團體型態劃分下列七種志工型態，亦即健康性、教育性、社會福利性、休閒性、宗教性、市民/社區活動性，以及政治性。

隨著認真性休閒之利益廣為人知，若干後續研究亦將研究焦點著眼於此，Baldwin (1999)認為，飼養寵物亦為認真性休閒形式之一，運用美國犬舍俱樂部(American Kennel Club)會員做為研究之對象，藉以瞭解認真性休閒之內涵、飼養寵物者之個人認同，以及對於得失之看法。研究結果顯示，選擇寵物之飼養做為認真性休閒者，不同於其他性質之休閒活動參與者，此類休閒活動之參與者對於此一活動具有高度認同，此外，同時投入極深之感情，並將飼養之寵物視為家庭之中之一份子，即使花費於寵物之金錢與時間再多，亦將樂此不疲。

Jones (2000)運用足球俱樂部之足球迷做為研究對象，藉由深度訪談與參與觀察法之方式，探究認真性休閒參與者之行為內涵。研究結果顯示，足球迷具有認真性休閒之六項特質與相關行為特徵，此外，即使缺乏利益，或者付出之代價超過利益，認真性休閒之參與者亦將持續參與相關之活動。

Siegenthaler and Gonzales (1997)將青少年運動視為認真性休閒，運用認真性休閒相關特性檢視青少年運動，並且探討父母，或者教練致力將青少年運動視為認真性休閒之時，對於孩童與成人之正面與負面影響。研究結果顯示，成人督促孩童參與認真性休閒之活動，確實可以促進孩童自信、社交技巧，以及反覆練習之運動員精神之潛在能力。然而，假若成人過度在乎運動比賽之輸贏或者競爭，極易造成孩童喪失參與之興趣、沮喪與喪失成就感，因而，停止認真性休閒活動參與。此外，研究結果亦顯示，喪失參與興趣、沮喪與喪失成就感均為可能終止認真性休閒之成因，假若個人內在之阻礙形成，均將可能致使參與者放棄認真性休閒活動。

Tsaur and Liang (2008)運用關渡自然公園之賞鳥者做為研究對象，驗證認真性休閒與遊憩專門化之關係。研究之結果顯示，如同追尋終身志業之努力、顯著之個人努力與對於活動強烈認同係為遊憩專門化主要預測變數。此外，獨特精神特質之外，全部認真性休閒特質與過去經驗與生活型態中心性具有正向關聯。

遊憩專門化(recreation specialization)係為遊憩者參與行為模式，起自一般化且低度涉入參與遊憩活動，進而表現特殊且高度涉入，係為連續性之參與行為模式，前述之行為可以藉由活動設備、技術與對於環境之偏好顯現(Bryan, 1977)。遊憩專門化之研究多數著眼遊憩專門化水準之劃分。Oh, Ditton, Anderson, Scott and Stoll (2005)運用旅遊成本法(travel cost method, TCM)比較不同專門化程度之釣客，亦即偶而為之(casual)、中等(intermediate)與進階(advanced)，願意支付之價格(willingness-to-pay)是否具有差異，研究結果顯示，專門化程度較高之釣客願意支付價格較高，亦即具有較高遊憩效益經濟評價。

Thapa, Graefe and Meyer (2005)藉由西南佛羅里達之聖彼得斯堡(St. Petersburg)/薩拉索達(Sarasota)地區水肺潛水者(scuba diver)做為研究對象，採取行為、認知與情感三個構面，組成水肺潛水專門化量表，探究水肺潛水專門化對於海洋基礎之環境知識與行為之間關係之角色或影響。研究結果顯示，水肺潛水專門化對於海洋基礎之環境知識與行為之間之關係扮演部份中介角色，然而，水肺潛水專門化對於前述關係之調節效果並未顯著。對於水肺潛水者而言，海洋基礎知識確實影響整體與特定之利益環境行為(proenvironmental behaviors)，然而，專門化

水準對於前述之關係，扮演堅實之中介角色。

Lee and Scott (2006)運用美國賞鳥協會之會員為研究對象驗證遊憩專門化之利益與代價。Lee and Scott (2006)主張行為、技巧與知識，以及承諾之專門化，可以獲致持續之利益；此外，專門化引起領導角色之擔任，如此導致利益與自決降低之知覺；再者，自決降低之知覺亦為獲致專門化之行為承諾之函數；其後，自決降低之知覺亦將損害持續利益之獲致。研究結果顯示，賞鳥者體驗利益遠遠超過引發之代價。

Lee, Graefe and Li (2007)藉由划獨木舟者之樣本，驗證專門化水準、性別、動機與偏好之環境情境之間之關係，運用技巧水準、過往經驗、裝備與生活型態/社會承諾做為專門化水準之衡量構面，劃分划獨木舟者為低度、中度、高度與極高四個水準。研究之結果顯示，高度專門化者對於選擇之動機與位址屬性偏好重要性之評價不同於低度專門化者。此外，男性划船者遠較女性專門化。再者，女性較強調體驗自然、放鬆、社會接觸與位址社會技巧與原野屬性之動機；男性較為強調新位址之重要性。

Oh and Ditton (2008)運用行為、技巧與知識與承諾，做為遊憩專門化之衡量指標探究遊憩專門化與保育態度與行為之間之關係，研究結果顯示，遊憩專門化正向顯著影響活動一般偏好、活動特定偏好、管理支持與願意支付價格，活動之特定偏好正向影響活動一般偏好、消費性導向與管理支持，消費性導向負向影響管理支持，願意支付價格正向影響管理支持與保育行為。

諸多休閒遊憩活動具有社會關係意涵，認真性休閒特質亦不例外，涵蓋兩項社會互動之特徵，亦即為活動之中存在獨特之精神特質與對於活動強烈認同兩項特質。遊憩專門化之休閒社交圈亦具相似特質。休閒社交圈係為具有相似態度、信念與思想，並且從事相似活動、擁有對於社群共同認同之同好(Bryan, 1977)。此外，休閒社交圈扮演引導初學者逐步晉升成為專業者之關鍵角色(Ditton et al., 1992)，藉由同好彼此交流與分享，遊憩專門化程度與之俱增。彙整前述認真性休閒相關之研究，多數均以認真性休閒特質做為基礎檢視特定休閒活動是否係為認真性休閒(e.g., Siegenthaler & Gonzales, 1997; Baldwin, 1999; Jones, 2000)，僅有少數研究探究認真性休閒與相關變數之間之關係(e.g., Tsaor & Liang, 2008)，更乏認真性休閒特質與社會關係發展歷程之研究，諸如：社會資本抑或休閒社交圈，因此，引發本文之研究動機之一。

此外，認真性休閒特質參與者致力於獲致與表達活動之特殊技巧，且將知識與體驗之追求，視為自身終身之志業(Stebbins, 1982, 1992, 1997, 2001)，因此，認真性休閒特質之參與者，理應對於特定休閒活動具有持續與情境之涉入。遊憩專門化係為遊憩者之參與行為模式，起自一般化且低度涉入參與遊憩活動，進而表現特殊且高度涉入，係為連續性參與行為模式，前述行為可以藉由活動設備、技術與對於環境之偏好顯現(Bryan, 1977)。Scott and Shafer (2001)指出，認真性休閒與遊憩專門化之間具有若干之關聯，諸如：具有認真性休閒個人努力與堅持不懈特質之活動參與者，可以藉由持續涉入與不斷練習提升技巧與獲致更多知識與經驗，而此與形成遊憩專門化之因素類似。從事休閒遊憩活動之參與可以促進健康與達到較高品質生活，進而獲致幸福感(Godbey, 2003)，而此即為休閒活動參與者之終極目標。爰此，本文之目的亦在於探究遊憩專門化對於認真性休閒與幸福感關係之中介影響效果。

貳、文獻回顧與研究假設

社會資本(social capital)一辭源自社群(community)研究之中，並且主張社會資本可以強化社群之中之人際關係網路，係為社群之中信任、合作與集體行動之基礎；係為一種促進個體於社群之中，發展關係之資源(Jacobs, 1965)。Bourdieu (1977)引領社會資本之概念進入社會學領域，成為與經濟資本、文化資本並立之三種基本資本型態之一，並以經濟之角度看待社會資本，認為社會資本係為個人藉由參與群體網絡所能取得實際，或者潛在資源之集合，前述之資源連結於相互瞭解與承諾關係形成之穩定網絡資產之上，前述之關係容或若干源自於制度化。社會關係網絡並非自然形成，必須透過投入資源於關係之建構方能形成，亦即為個體藉由群體之參與所能獲致之資源。Bourdieu (1985)區分社會資本之概念成為兩個基本要素，其一係為社會關係本身，此一關係係使個體可以成為群體成員；另一係為建立此一關係之後所能獲致資源之質與量。換言之，假若個體在於群體之中建立緊密之關係(closure)，其所擁有之社會資本愈高。

Coleman (1988, 1990)主張社會資本不僅係為社會結構之組成，同時亦為一種個人資源，強調個人如何使用社會結構資源獲致更佳結果，此一資源之擁有因人而異，諸如：信任關係、權威關係、信息網絡、規範與地位，均為影響社會資本之形成要素。Coleman (1990)定義社會資本為從功能面定義，社會資本涵蓋兩個共同之特性，亦即社會結構與所屬成員之特定行動，並且認為社會資本係為一種存在於社會結構之中之資源，透過人與人之間之信任、互動，進行資源與資訊之交換，有助於社區與所屬成員能夠達成期望目標。社會資本具備三種形式，其一係為義務與期待，而此基於對於社會環境之信任；其次係為提供行動基礎之資訊所流經社會結構之容量；最後係為伴隨有效制約規範之存在。Putnam (1993)定義社會資本係為社會組織之一種特徵，諸如：信任、規範與網絡，前述之社會組織特徵可以藉由促進合作之行動改善社會之效率。社會資本係為群體共有之資本，人力資本之累積係為社會之基本活動，然而，透過公民參與非正式之社交活動，益於人與人之間之協調與溝通，並且培養互惠之行為模式提高對於彼此之信任，進而促進社會之中各項資源之流動效率。Tsai and Ghoshal (1998)指出，內部社會資本可以促進內部資源之交換與結合，並且提出社會資本之社會互動(結構面)、信任與可靠(關係面)與共享願景(認知面)三個組成。

社會資本係為鑲嵌於網絡之內，可以藉由個人或者社會單位透過網絡取得之所有實際，或者潛在資源之總和(Nahapiet & Ghoshal, 1998)。休閒與遊憩活動之參與經常係被視為建構與維繫社會資本之有效方法之一(e.g., Hemingway, 1999; Blackshaw & Long, 2005; Glover & Hemingway, 2005; Maynard & Kleiber, 2005)。諸多休閒遊憩活動具有社會關係之意涵，人際，或者社交動機向來即為眾多休閒遊憩活動主要動機之一即為明證(Beard and Ragheb, 1983; Kim, Lee, and Klenosky, 2003)，認真性休閒特質亦不例外，認真性休閒涵蓋兩項社會互動之特徵，亦即活動之中存在獨特之精神特質與強烈地認同活動兩項特質。

認真性休閒迥然異於僅為閒暇時間低度產出利用之隨性休閒(Stebbins, 1982; 1992; 1997; 2001)。因此，認真性休閒具備之堅持不懈、職涯性、顯著性之個人努力、持久性之利益、獨特之精神特質與強烈地認同活動之相關特質，勢將引領休閒遊憩活動之參與者積極參與相關活動，依序強化社會互動之強度、建立信任與信賴關係，最終形成共有信念與願景。Siegenthaler and Gonzales (1997)之研究揭示，認真性休閒亦可強化社交技巧。若此，益發促進認真性休閒對於社會資本之影響效果。透過休閒活動參與可能衍生社會資本，然而，其所從事之休閒活動

需要透過高度持續涉入方能創造較多之社會資本 (Hemingway, 1999)。高度持續涉入參與休閒遊憩活動，如同認真性休閒特質強調之職涯性。因此，具有認真性休閒特質之休閒遊憩參與者，持續且高度涉入參與休閒活動應可創造與累積較多社會資本。爰此，本文提出假設推論如下：

H₁：認真性休閒特質正向顯著影響社會資本。

遊憩專門化(recreation specialization)係為遊憩者參與行為模式，起自一般化且低度涉入參與遊憩活動，進而表現特殊而且高度涉入，係為連續性之參與行為模式，前述行為可以藉由活動設備、技術與對於環境之偏好顯現(Bryan, 1977)。遊憩專門化之研究多數著眼於遊憩專門化水準之劃分。Scott and Godbey (1994)運用為期一年之質性調查，依據橋牌玩家之參與程度，劃分成為兩個截然不同之次世界，亦即社交橋牌與認真性橋牌，並且劃分為四種類型之橋牌玩家，亦即為競賽玩家、定期複式玩家、定期社交玩家，以及非經常性玩家。Hvenegaard (2002)運用泰國多依茵他農國家公園(Doi Inthanon National Park)之賞鳥者做為研究之對象，運用經濟承諾與生活中心性兩個組成構面，劃分三個專門化之水準，亦即新手、進階—活躍與進階—老手。研究結果顯示，專門化水準正向，然而，微弱與保育涉入相關。此外，人口統計變數方面，年齡、收入，以及男性與專門化之水準相關。相較於新手，兩個進階賞鳥者類型均對非賞鳥活動之興趣較為缺乏。進階—老手之賞鳥者對於賞鳥活動具有最高興趣。Lee and Scott(2004)運用美國賞鳥協會之會員，做為研究對象，驗證 Scott and Shafer (2001)發展之遊憩專門化三構面模式，亦即為行為、技巧與知識，以及承諾。研究結果顯示，行為、技巧與知識，以及承諾三者之間具有中度相關，然而，並未一直共變。此外，三構面模式與調查資料之契合程度似較傳統之單一加法模式為佳。

後續研究開始探究遊憩專門化對於行為與態度相關變數之探討。Kuentzel and McDonal (1992)運用田納西州之奧科依河(Ocoee River in Tennessee)之划船者(paddlers)為研究對象，探究專門化之構面，亦即過往經驗、承諾與生活型態是否影響使用者參與動機、擁擠知覺與管理行動之偏好。研究結果顯示，專門化構面與使用者之評估與態度各自具有相關，並且確認專門化係為加法指標，亦即反映專門化如同一般至特定之序列。此外，生活型態與承諾構面於低度經驗之使用者與過往經驗，具有共變異，然而，此一情況隨著經驗等級之提升消失。McFarlane (2004)藉由加拿大亞伯達省(Alberta)車輛基礎之露營者，驗證遊憩專門化行為、認知與情感構面與位址選擇之關聯。研究結果顯示，對於位址與露營地類型較為熟悉之個體、叢林技能水準較高，以及露營對於個體生活較為重大與重要，具有較高機率選擇必須較為高度自我依賴之露營地類型，而且低度仰賴設施與服務。此外，研究結果亦顯示，較高之家庭所得增加露營於具有管理位址之機率。此一結果隱含，收入可能藉由消費能力選項侷限之選擇性限制專門化展現。Salz and Loomis (2005)藉由郵寄問卷之方式探究遊憩專門化與釣客對於海洋保護區域之態度與信念之間之關係，研究之結果顯示，即使遊憩專門化之理論預期，相較於專門化程度較低之參與者，專門化程度較高參與者對於管理規範應具較高支持，然而，不同專門化等級之釣客對於海洋保護區域之態度，並未具有顯著之差異。高度專門化之釣客相較於低度專門化釣客較為相信遊憩捕獵對於魚群數量具有不利之衝擊。然而，通往特定漁業資源路徑之損失，對於高度專門化之釣客影響較鉅。相較於低度專門化之釣客，較高資源依賴可能抵銷高度專門化之釣客對於規範支持之整體傾向。

Scott and Shafer (2001)指出，認真性休閒與遊憩專門化之間具有若干連結，

其一，遊憩專門化之進程不僅係經技巧與知識之獲得，亦須透過發展技巧與知識之渴望，此一渴望與 Stebbins (1982)提出之認真性休閒特質之中顯著之個人努力概念相似；其二，遊憩參與者之個人承諾係可用以評估遊憩專門化進程，然而，個人承諾通常伴隨著一種強烈之情感依戀與內在信仰，認為該項活動之本身值得從事，此與 Stebbins (1982)認真性休閒特質之中強烈認同活動概念相似；其三，遊憩專門化進程係可藉由涉入之階段、生涯之改變與轉捩點體現，此與 Stebbins (1982)認真性休閒特質之中之職涯性概念相似。此外，Ditton et al. (1992)主張，專門化活動者參與之社交團體係為具有獨特價值觀之休閒次文化團體，此項主張亦與 Stebbins (1982)提出之獨特精神特質不謀而合。因此，具備認真性休閒特質之遊憩者較為願意投入時間與金錢練習，進而逐步提升自己之知識與技能，最終增加遊憩專門化之程度。過往研究結果亦同證實，認真性休閒特質正向顯著影響遊憩專門化程度(Tsaur and Liang, 2008)。爰此，本文提出假設推論如下：

H₂：認真性休閒特質正向顯著影響遊憩專門化。

休閒效益係為主觀概念，Ajzen (1991)指出休閒效益即為休閒目標之達成，涵蓋參與休閒能夠達成之目標與參與者相信休閒能夠協助他們達成之目標。Bammel and Burrus-Bammel (1982)認為休閒效益係為人們由休閒活動參與經驗之中獲致之利益。Tinsley and Tinsley (1986)指出，個人之休閒效益主要係受活動經驗之主觀感受影響，而非活動之本身。Bammel and Burrus-Bammel (1982)提出個人參與休閒活動具有六項休閒效益，亦即為生理效益、社交效益、放鬆效益、教育效益、心理效益與美學效益。Philipp (1997)劃分七種類型之休閒利益，分別係為放鬆、消遣、社交互動、教育、心理健康、自尊，以及自我表現或創造力。Bright (2000)提出休閒對於人類生活之效益，涵蓋：心理效益、生理效益、社會效益、經濟效益與環境效益。此外，Hung and Crompton (2006)亦提出三種休閒利益類型，分別係為健康相關利益、社交利益與心理利益。

Stebbins (1982)提出之認真性休閒之六項特性之中持久性利益，係指認真性休閒特質之參與者可由參與之休閒活動之中，獲致長期持久性之利益。Stebbins (1992)指出，認真性休閒特質之參與者，可於活動之中獲致成就感與心理效益，而此係為認真性休閒特質之參與者在於面對不同挑戰之時，願意投入堅定毅力與個人努力，因此，認真性休閒特質之參與者可以藉由參與過程之中獲致成就感與心理層面之效益，諸如：自我滿足、自我實現、自我表現、正面社會認同、社會歸屬感，以及對於團體之貢獻。此外，Major (2001)針對具有認真性休閒特質之慢跑者進行調查，研究之結果顯示，具有認真性休閒特質之參與者，較能擁有成就感、放鬆與生理之效益。爰此，本文提出假設推論如下：

H₃：認真性休閒特質正向顯著影響休閒效益。

社會資本可以強化社群之中之人際關係之網絡，亦為社群之中信任、合作與集體行動之基礎，亦為促進個體於社群之中發展關係之資源(Jacobs, 1965)。社會資本藉由社會網絡提供所屬成員資源與資訊交換之機會(Tsai & Ghoshal, 1998)。強固之社會網絡，產生情感之親近與社會或文化之歸屬感，實現參與者身為社會動物之需要，因此，產生合作意願(Hu & Korneliussen, 1997)。社會網絡若愈強固網絡成員間之信賴度愈高愈視對方係為可靠之合作對象(Nahapiet & Ghoshal, 1998; Tsai & Ghoshal, 1998)，因此，有助於改善合作效率。

休閒社交圈係為具有相似態度、信念與思想，並且從事相似活動、擁有對於社群共同認同感之同好(Bryan, 1977)。休閒社交圈扮演引導初學者逐步晉升成為專業者之關鍵角色(Ditton et al., 1992)，藉由同好之彼此交流與分享，遊憩專門化

之程度與之俱增。社會資本構建之緊密與強固之關係，恰為休閒社交圈之基石，不僅提供資訊與資源流通之脈絡，亦正藉由關係與認同之效用，促進此一交流與分享之效率與效果。爰此，本文提出假設推論如下：

H₄：社會資本正向顯著影響遊憩專門化。

Andrews and Withey (1976)指出，幸福感係為個人主觀之經驗，涵蓋：生活滿意、正向情感與負向情感之缺乏三個部分。Diener (1984)提出相同見解，認為幸福感係為個體對於整體生活滿意程度之認知評價、正向情感之呈現與負向情感之缺乏。Andrews and Withey (1976)主張，幸福感之評定，應該兼顧個人之情感與認知兩個層次。Lu and Shih (1997)提及，用以表示幸福感之名詞眾多，諸如：快樂、客觀幸福感、主觀幸福感、生活品質與生活滿意。即使前述名詞涵義略有出入，然而，共通特點在於探討個體正向人格特質與生活經驗(Røysamb, Harris, Magnus, Vittersø, & Tambs, 2002)。

相較於休閒遊憩領域對於社會資本與幸福感關係研究之缺乏，醫療健康相關領域對於社會資本與幸福感之研究甚為成熟，並且業已累積相當豐碩成果。眾多研究均同指向，社會資本正向影響身心之健康與幸福感(Lomas, 1998; Cattell, 2001)，無論在於孩童與青少年之樣本(Runyan, Hunter, Socolar, Amaya-Jackson, English, Landsverk, Dubowitz, Browne, Bangdiwala, and Mathew, 1998; Morrow, 1999; Ferguson, 2006)、社區層級(Kawachi, 1999)，甚至國家層級樣本(Bjørnskov, 2003; Helliwell, 2006, 2007)，均為如此。Ellison, Steinfield, and Lampe (2007)研究時下風行之網路社群網站 Facebook，研究結果顯示，大學學生對於 Facebook 之使用強度與社會資本之強弱具有高度相關，此外，社會資本之高低顯著影響個人自尊與生活滿意度。爰此，本文提出假設推論如下：

H₅：社會資本正向顯著影響幸福感。

回顧既有文獻，迄今尚乏遊憩專門化與休閒效益關係之探討，遊憩專門化之情感系統係為對於遊憩活動之承諾，或者涉入(Bryan, 1977)。涉入應該同時涵蓋行為與心理情感層面(Gunter & Gunter, 1980; Kim, Scott, & Crompton, 1997)，眾多行為涉入之題項業已納入做為遊憩專門化測量指標，諸如：花費時間總數、參與次數、技巧、擁有設備與經驗(Bryan, 1979; Donnelly, Vaske & Graefe, 1986; McFarlane, 2004)。然而，休閒涉入顯著影響休閒效益(Nakamura, Moritani, & Kanetaka, 1989; Pagano, Barkhoff, Heiby, & Schlicht, 2006)。爰此，本文提出假設推論如下：

H₆：遊憩專門化正向顯著影響休閒效益。

休閒活動之參與可以獲致休閒效益。幸福感係為個體對於整體生活滿意程度之認知性評價、正向情感之呈現與負向情感之缺乏(Andrews and Withey, 1976; Diener, 1984)。回顧既有文獻，透過休閒活動獲致之休閒效益，有助於人們增強幸福感(Tinsley & Tinsley, 1986; Coleman & Iso-Ahola, 1993; Currie, 2004)，此外，亦能夠有效預測幸福感(Parry & Shaw, 1999)。爰此，本文提出假設推論如下：

H₇：休閒效益正向顯著影響幸福感。

參、研究方法

一、研究對象

國際標準舞蹈(international standard)簡稱國標舞，係為時下廣受民眾熱愛之休閒活動，此外，隨著偶像藝人爭相學習引發之推波助瀾之效果，學習國際標準舞蹈彷彿成為時下風行之休閒選擇。國際標準舞蹈係由社交舞蹈發展而來，目前

已經成為正式之競技或者表演項目。整體而言，國際標準舞蹈大致可以分為標準舞蹈(standard dance)與拉丁舞蹈(Latin dance)，前者亦稱摩登舞蹈(modern dance)或者舞廳舞蹈(ballroom dance)，前者涵蓋：華爾茲、維也納華爾茲、探戈、狐步與快步舞；後者涵蓋：倫巴、恰恰、森巴、捷舞與鬥牛舞。

國際標準舞蹈之舞系眾多，各式舞種均具各自之舞曲、舞步與風格，因此，國際標準舞蹈之參與者必須投入大量時間進行練習，方能熟稔各式之舞種。依據 Stebbins (1982)對於認真性休閒之分類，眾多國際標準舞蹈之參與者係屬認真性休閒之業餘者。此外，國際標準舞蹈之課程不僅提供同好認識其他同好之機會，亦可藉由彼此之互動切磋技巧，共同學習與提升舞蹈之技巧與涵養。前述之特徵均符本文之研究情境，依此，本文擇定國際標準舞蹈之參與者，做為本文之研究對象。

二、樣本與抽樣

由於，無法獲致母體之清冊做為機率抽樣之實施基礎，爰此，本文擬將運用便利抽樣(convenience sampling)進行資料收集。首先，搜尋國際標準舞蹈社相關之資訊；其次，電話聯繫前述組織之負責人、教師，或者聯繫窗口，告知本文之研究目的與調查方式；再者，郵寄調查問卷與問卷填答贈品至指定處所；最後，進行問卷回收與後續未回應之提醒，本文調查問卷郵寄若逾兩周未獲回覆，隨即採以電話進行提醒。調查期間共計發放調查問卷 555 份，合計回收問卷 421 份，扣除資料不全與一致性填答之無效問卷 56 份，合計回收有效問卷 365 份。

三、調查量表

認真性休閒量表方面，本文係採 Stebbins (1982)提出之認真性休閒具有堅持不懈、生涯發展、個人努力、持久利益、價值觀與認同感六種特質，做為衡量之構面，並且參考過往研究(e.g., Tsaur and Liang, 2008)進行研究問卷之設計。此一量表計有 21 個題項，此一量表記分方式係採 Likert 五點尺度計分法，由「非常不同意」至「非常同意」，共計劃分五個等級。

社會資本量表方面，本文係採 Tsai and Ghoshal (1998)參酌 Nahapiet and Ghoshal (1998)提出之社會資本構面(涵蓋：結構面、關係面與認知面)之衡量構面與題項，進行研究問卷之設計。此一量表計有 6 個題項，量表記分方式係採 Likert 五點尺度計分法，由「非常不同意」至「非常同意」，共計劃分五個等級。

遊憩專門化量表方面，本文係採 Scott and Shafer (2001)之衡量構面，亦即為行為、技巧/知識，以及承諾，並且參考過往研究(e.g., Hvenegaard, 2002; Lee and Scott, 2004; Lee and Scott, 2006; Tsaur and Liang, 2008)進行研究問卷之設計。此一量表計有 10 個題項，此一量表記分方式係採 Likert 五點尺度計分法，由「非常不同意」至「非常同意」，共計劃分五個等級。

休閒效益量表方面，本文擬採 Bammel and Burrus-Bammel (1982)衡量構面，亦即為生理效益、社交效益、放鬆效益、教育效益、心理效益與美學效益，進行研究問卷之設計。此一量表計有 23 個題項，量表記分方式係採 Likert 五點尺度計分法，由「非常不同意」至「非常同意」，共計劃分五個等級。

幸福感量表方面，本文擬採 Diener, Emmons, Larsen, and Griffin (1985)之生活滿意度量表與 Oishi, Diener, Suh, and Lucas (1999)之正向情感與負向情感出現之頻率測量進行研究問卷設計。生活滿意度量表計有 5 個題項，量表記分方式係採 Likert 七點尺度計分法，由「非常不同意」至「非常同意」，共計劃分七個等級；正向情感與負向情感量表計有 8 個題項，量表之記分方式係採 Likert 五點尺度計分法，由「不曾經歷」至「向來如此」，共計劃分五個等級。

受訪者個人基本資料方面，題項內容涵蓋：性別、年齡、婚姻狀態、職業、教育程度、個人月收入與居住地區，共計七個題項。性別方面，分為男性與女性兩類；年齡方面，分為 30 歲(含)以下、31-40 歲、41-50 歲、51-60 歲與 61 歲(含)以上，共計五類；婚姻狀態方面，分為單身與已婚兩類；職業方面，分為學生、軍公教、工、商、農漁牧、服務業、自由業、家管、退休、專門技術人員、待業與其他，合計十二類；教育程度方面，本文分為國中(含)以下、高中職、大專與研究所(含)以上，共計四類；個人每月收入方面，分為 20,000 元(含)以下、20,001-40,000 元、40,001-60,000 元、60,001-80,000 元、80,001-100,000 元與 100,001 元(含)以上，合計六類；居住地區方面，分為北基宜、桃竹苗、中彰投、雲嘉南、高屏、花東與離島地區，共計七類。

為求確認研究量表之內容效度，本文邀請數位休閒遊憩領域之專家學者檢視研究量表題項與內容之適切性。依據前述專家學者之建議修正相關題項之內容、結構與字詞敘述之後，進行研究問卷預試。問卷預試之後，本文運用項目分析與信度分析，分別檢視研究量表之鑑別能力與內部一致性，並且依此進行後續問卷題項之修改與刪除之依據。直至確立研究量表之鑑別能力與內部一致性符合相關要求之後，進行正式問卷之發放。

肆、研究結果

樣本特徵方面，女性受訪者(70.1%)之比例略高於男性受訪者(29.9%)；年齡分布較為零散，51-60 歲之比例最高(28.5%)，依次係為 30 歲(含)以下(25.2%)、41-50 歲(21.6%)、31-40 歲(17.3%)與 61 歲(含)以上(24.5%)；婚姻狀態方面，多數係為已婚(59.7%)，其餘均為單身(40.3%)；教育程度方面，受訪者多數具有大專學歷(40.8%)，依次係為高中職(31.2%)、國中(含)以下(16.2%)與研究所(11.8%)；職業係以家管居多(18.1%)，依次係為自由業(14.8%)、服務業(13.4%)、學生(11.2%)、商業(10.7%)、軍公教(9.0%)、工業(6.8%)、專業技術人員(5.8%)、其他(5.5%)、退休(2.5%)、農林漁牧(1.4%)與待業(0.8%)；居住地區多數位於中彰投(56.4%)，依次係為北基宜(24.9%)、雲嘉南(11.0%)、高屏(5.5%)與桃竹苗(22%)；個人每月收入多數係為 20,000 元(含)以下(35.1%)與 20,001-40,000 元(35.1%)，其次，依次係為 40,001-60,000 元(19.2%)、60,001-80,000 元(5.8%)、80,001-100,000 元(3.0%)與 100,001 元(含)以上(2.4%)。

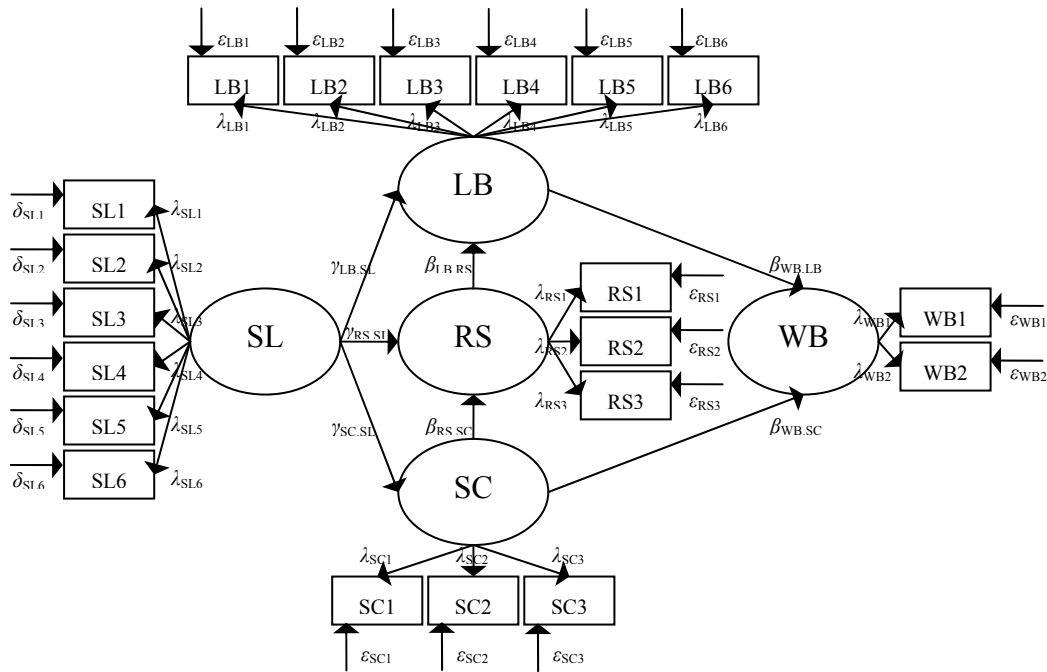
理論模式驗證之前，本文進行驗證性因素分析，藉以確認調查量表之信度與效度。認真性休閒、社會資本、遊憩專門化、休閒效益與幸福感題項之偏態係數分別介於-0.643 至 0.036、-0.288 至 0.146、-0.380 至 0.047、-0.665 至 -0.145 與 -0.656 至 0.530 之間；認真性休閒、社會資本、遊憩專門化、休閒效益與幸福感題項之峰度係數分別介於-0.733 至 0.649、-0.702 至 0.179、0.037 至 0.592、-0.353 至 1.341 與 -0.222 至 5.045 之間，偏態係數與峰度係數之絕對值未逾 3.0 與 10.0，爰此，並未違反常態分配之假定(Kline, 1998)。

整體模式適配度評鑑方面，認真性休閒($\chi^2 = 552.83$, $df = 171$, $p = 0.00$; $\chi^2/df = 3.23$; RMR = 0.028; SRMR = 0.038; RMSEA = 0.074; GFI = 0.88; AGFI = 0.84; NFI = 0.98; NNFI = 0.98; CFI = 0.99; IFI = 0.99; RFI = 0.97; PNFI = 0.80; PGFI = 0.65)、社會資本($\chi^2 = 40.44$, $df = 6$, $p = 0.00$; $\chi^2/df = 6.74$; RMR = 0.015; SRMR = 0.027; RMSEA = 0.13; GFI = 0.96; AGFI = 0.87; NFI = 0.98; NNFI = 0.96; CFI = 0.98; IFI = 0.98; RFI = 0.95; PNFI = 0.39; PGFI = 0.28)、遊憩專門化($\chi^2 = 182.58$, $df = 30$, $p = 0.00$; $\chi^2/df = 6.09$; RMR = 0.041; SRMR = 0.044; RMSEA = 0.12; GFI = 0.91; AGFI = 0.83; NFI = 0.97; NNFI = 0.96; CFI = 0.98; IFI = 0.98; RFI = 0.96; PNFI = 0.65;

PGFI = 0.49)、休閒效益($\chi^2 = 822.23$, $df = 191$, $p = 0.00$; $\chi^2/df = 4.30$; RMR = 0.025; SRMR = 0.043; RMSEA = 0.10; GFI = 0.82; AGFI = 0.76; NFI = 0.97; NNFI = 0.97; CFI = 0.98; IFI = 0.98; RFI = 0.96; PNFI = 0.80; PGFI = 0.62)與幸福感($\chi^2 = 337.86$, $df = 145$, $p = 0.00$; $\chi^2/df = 2.33$; RMR = 0.026; SRMR = 0.039; RMSEA = 0.059; GFI = 0.91; AGFI = 0.89; NFI = 0.98; NNFI = 0.98; CFI = 0.99; IFI = 0.99; RFI = 0.97; PNFI = 0.83; PGFI = 0.70)整體模式適配度評鑑之結果，均達可以接受之水準。

內在結構適配度評鑑方面，認真性休閒、社會資本、遊憩專門化、休閒效益與幸福感潛在變項與衡量指標之間之係數分別介於 0.52 至 0.84、0.54 至 0.73、0.65 至 0.94、0.57 至 0.72 與 0.59 至 0.76 之間， t 值均達顯著水準，因此，個別指標效度成立；其次，認真性休閒、社會資本、遊憩專門化、休閒效益與幸福感個別觀察變項信度(R^2)分別介於 0.34 至 0.85、0.59 至 0.90、0.46 至 0.89、0.48 至 0.87 與 0.38 至 0.92 之間，因此，個別觀察變項信度成立；再者，認真性休閒、社會資本、遊憩專門化、休閒效益與幸福感潛在變項組成信度介於 0.808 至 0.949、0.785 至 0.912、0.777 至 0.924、0.866 至 0.943 與 0.885 至 0.965 之間，平均變異萃取量介於 0.587 至 0.781、0.649 至 0.838、0.539 至 0.859、0.618 至 0.861 與 0.608 至 0.796 之間，因此，潛在變項之信度與效度成立(Bagozzi & Yi, 1988)；此外，潛在變項之間相關係數之信賴區間於 95%之信賴水準之下，未有任一相關係數之信賴區間涵蓋 ± 1.0 ，因此，潛在變項之鑑別效度成立(Fornell & Larcker, 1981; Jöreskog & Sörbom, 1993)。

本文運用結構方程模式(structural equation modeling, SEM)進行研究假設之檢定(圖一)。理論模式驗證之結果並無任何違犯估計現象產生，因此，顯示整個模式之估計值係屬正確數值無誤。整體模式適配度之評鑑結果，均達可以接受之水準($\chi^2 = 537.54$, $df = 159$, $p = 0.00$; $\chi^2/df = 3.38$; RMR = 0.027; SRMR = 0.051; RMSEA = 0.083; GFI = 0.87; AGFI = 0.83; NFI = 0.97; NNFI = 0.97; CFI = 0.98; IFI = 0.98; RFI = 0.96; PNFI = 0.81; PGFI = 0.66)。測量模式方面(表一)，潛在變項與衡量指標之間之係數介於 0.46 與 0.78 之間， t 值均達顯著水準，因此，個別指標效度成立；其次，個別觀察變項之信度(R^2)介於 0.51 與 0.85 之間，因此，個別觀察變項信度成立；再者，潛在變項之組成信度介於 0.776 與 0.928 之間，平均變異萃取量介於 0.636 與 0.763 之間，因此，潛在變項之信度與效度成立(Bagozzi & Yi, 1988)。潛在變項之間相關係數之信賴區間於 95%信賴水準之下，未有任一相關係數之信賴區間涵蓋 ± 1.0 ，因此，理論模式潛在變項之鑑別效度成立(Fornell & Larcker, 1981; Jöreskog & Sörbom, 1993)。



圖一 理論模式

結構模式方面(表二),認真性休閒對於社會資本之迴歸係數($\gamma_{SC,SL}$)係為 0.62,此一係數已達顯著水準, R^2 值為 0.39,亦即認真性休閒可以解釋社會資本 39% 變異量;此外,認真性休閒與社會資本對於遊憩專門化之迴歸係數($\gamma_{RS,SL}$ 、 $\beta_{RS,SC}$)分別係為 0.38 與 0.44,前述係數亦達顯著水準, R^2 值為 0.54,亦即認真性休閒與社會資本可以解釋遊憩專門化 54%之變異量;再者,認真性休閒與遊憩專門化對於休閒效益之迴歸係數($\gamma_{LB,SL}$ 、 $\beta_{LB,RS}$)分別係為 0.67 與 0.15,前述之係數亦達顯著水準, R^2 值為 0.60,亦即認真性休閒與遊憩專門化可以解釋休閒效益 60%之變異量;其後,社會資本與休閒效益對於幸福感之迴歸係數($\beta_{WB,SC}$ 、 $\beta_{WB,LB}$)分別係為 0.16 與 0.45,前述之係數亦達顯著水準, R^2 值為 0.30,亦即社會資本與休閒效益可以解釋幸福感 30%之變異量。據前述驗證結果,假設一、二、三、四、五、六與七,同時成立。

本文亦同整理認真性休閒、社會資本、遊憩專門化、休閒效益與幸福感之間關係之直接效果、間接效果與總效果,前述直接效果、間接效果與總效果之係數均達顯著水準(表三)。爰此,揭示認真性休閒可以藉由社會資本之累積提升遊憩專門化之程度;亦可藉由社會資本之累積與遊憩專門化程度之提升,增進遊憩者之休閒效益;此外,藉由社會資本之累積、遊憩專門化程度之提升與休閒效益之增進,達成幸福之感受。社會資本亦可藉由遊憩專門化程度之提升,增進遊憩者之休閒效益;此外,亦可藉由遊憩專門化程度之提升與休閒效益之增進達成幸福之感受。遊憩專門化可以藉由休閒效益之增進達成幸福之感受。

表一 測量模式分析結果

參數	估計值	誤差變異	R^2	完全標準解	組成信度	平均變異萃取量
λ_{SL1}	0.63* ($t = 16.59$)	0.29 ($t = 9.91$)	0.57	0.76	0.928	0.685
λ_{SL2}	0.78* ($t = 21.92$)	0.14 ($t = 9.34$)	0.81	0.90		
λ_{SL3}	0.70* ($t = 20.72$)	0.15 ($t = 10.51$)	0.76	0.87		
λ_{SL4}	0.65* ($t = 21.15$)	0.12 ($t = 10.16$)	0.78	0.88		
λ_{SL5}	0.54* ($t = 16.58$)	0.22 ($t = 12.24$)	0.57	0.75		
λ_{SL6}	0.52* ($t = 16.15$)	0.22 ($t = 12.33$)	0.55	0.74		
λ_{SC1}	0.65* ($t = 15.13$)	0.10 ($t = 4.32$)	0.81	0.90	0.906	0.764
λ_{SC2}	0.54* ($t = 15.13$)	0.18 ($t = 10.09$)	0.62	0.79		
λ_{SC3}	0.68* ($t = 16.71$)	0.084 ($t = 3.49$)	0.85	0.92		
λ_{RS1}	0.75* ($t = 15.16$)	0.097 ($t = 3.82$)	0.85	0.92	0.843	0.643
λ_{RS2}	0.63* ($t = 15.16$)	0.31 ($t = 10.49$)	0.56	0.75		
λ_{RS3}	0.73* ($t = 15.26$)	0.42 ($t = 10.43$)	0.22	0.75		
λ_{LB1}	0.46* ($t = 14.94$)	0.18 ($t = 12.65$)	0.53	0.73	0.928	0.683
λ_{LB2}	0.52* ($t = 15.83$)	0.13 ($t = 11.98$)	0.67	0.82		
λ_{LB3}	0.53* ($t = 14.94$)	0.19 ($t = 12.38$)	0.60	0.78		
λ_{LB4}	0.61* ($t = 17.95$)	0.066 ($t = 9.29$)	0.85	0.92		
λ_{LB5}	0.59* ($t = 17.86$)	0.068 ($t = 9.53$)	0.84	0.92		
λ_{LB6}	0.58* ($t = 15.03$)	0.21 ($t = 12.34$)	0.61	0.78		
λ_{WB1}	0.49* ($t = 9.18$)	0.23 ($t = 8.03$)	0.51	0.71	0.776	0.636
λ_{WB2}	0.58* ($t = 9.18$)	0.10 ($t = 3.06$)	0.77	0.88		

註：*表示 $p < 0.05$

表二 結構模式分析結果

參數	估計值	誤差變異	R^2
$\gamma_{SC.SL}$	0.62* ($t=12.06$)	0.61 ($t=8.34$)	0.39
$\gamma_{RS.SL}$	0.38* ($t=6.30$)		
$\beta_{RS.SC}$	0.44* ($t=7.00$)		
$\gamma_{LB.SL}$	0.67* ($t=9.95$)	0.40 ($t=7.48$)	0.60
$\beta_{LB.RS}$	0.15* ($t=2.65$)		
$\beta_{WB.SC}$	0.16* ($t=2.59$)	0.70 ($t=6.45$)	0.30
$\beta_{WB.LB}$	0.45* ($t=5.99$)		

註：*表示 $p < 0.05$

表三 研究變數之間之直接效果、間接效果與總效果

關係	直接效果	間接效果	總效果
認真性休閒→社會資本	0.62* ($t=12.06$)		0.62* ($t=12.06$)
認真性休閒→遊憩專門化	0.38* ($t=6.30$)	0.27* ($t=6.34$)	0.65* ($t=12.32$)
認真性休閒→休閒效益	0.67* ($t=9.95$)	0.10* ($t=2.63$)	0.76* ($t=12.72$)
認真性休閒→幸福感		0.44* ($t=7.32$)	0.44* ($t=7.32$)
社會資本→遊憩專門化	0.44* ($t=7.00$)		0.44* ($t=7.00$)
社會資本→休閒效益		0.06* ($t=2.45$)	0.06* ($t=2.45$)
社會資本→幸福感	0.16* ($t=2.59$)	0.03* ($t=2.30$)	0.19* ($t=3.07$)
遊憩專門化→休閒效益	0.15* ($t=2.65$)		0.15* ($t=2.65$)
遊憩專門化→幸福感		0.07* ($t=2.45$)	0.07* ($t=2.45$)
休閒效益→幸福感	0.45* ($t=5.99$)		0.45* ($t=5.99$)

註：*表示 $p < 0.05$

伍、結論與建議

研究結果證實，認真性休閒之特質正向影響社會資本。此一結果提供認真性休閒特質與社會資本之間因果關係之實證證據。此一研究結果揭示，對於特定之活動具備較高認真性休閒特質之休閒遊憩活動參與者，其所具備堅持不懈精神、如同追尋終身志業之努力、顯著個人努力、持久之個體利益、活動之中存在獨特之精神特質與對於活動強烈認同六項特質驅使個體積極持續涉入活動，高度持續涉入休閒活動有利於社會資本之創造(Hemingway, 1999)，因此，認真性休閒特質係可促進社會資本之創造與累積，促使彼此關係緊密、互動良好，進而彼此互信互賴，最終形成共同信念與願景。

研究結果亦同證實，認真性休閒特質正向顯著影響遊憩專門化。此一結果與 Tsaor 與 Liang (2008)之結果相同，再次提供認真性休閒特質與遊憩專門化關係之實證證據。如同 Scott 與 Shafer (2001)述及，認真性休閒與遊憩專門化之間具有若干連結，因此，具備認真性休閒特質之休閒遊憩活動參與者較為願意投入時間與金錢從事該項活動，進而逐步提升自己之知識與技能，最終提高遊憩專門化之程度。

研究結果亦同證實，社會資本正向顯著影響遊憩專門化。此一結果證實本文之主張，亦同呼應 Ditton 等人(1992)在於休閒社交圈之論點，亦即為休閒社交圈不僅構成社會關係與社會互動，亦可藉由同好交流與分享，引導初學者逐步晉升成為專業者，使之遊憩專門化之程度與之俱增。此外，過往研究(e.g., Nahapiet &

Ghoshal, 1998; Tsai & Ghoshal, 1998)在於企業組織情境之中，對於社會資本構建緊密與強固之關係可以促進資訊與資源之交換與流通之論點，亦可擴及休閒遊憩社群之情境。因此，休閒遊憩活動參與者之間之關係結構、互信互賴與共享願景係可促進同好交流與分享之效率與效果，進而提高彼此遊憩專門化之程度。

研究結果亦同證實，認真性休閒特質正向顯著影響休閒效益。此一研究結果呼應 Stebbins (1992)之主張，亦即為認真性休閒特質之參與者可於活動之中獲致成就感與休閒效益。此外，亦與 Major (2001)針對具有認真性休閒特質慢跑者之研究結果相仿，亦即具有認真性休閒特質之參與者較能擁有成就感與休閒效益。因此，為求獲致較佳之休閒效益，建立認真性休閒之特質仿如箇中之關鍵。

研究結果亦同證實，社會資本正向顯著影響幸福感。過往休閒遊憩領域對於社會資本與幸福感關係之研究甚為缺乏，研究結果恰正填補此一關係缺口，亦與醫療健康相關領域對於社會資本與幸福感關係之研究成果交相呼應(Lomas, 1998; Runyan et al., 1998; Kawachi, 1999; Morrow, 1999; Cattell, 2001; Bjørnskov, 2003; Ferguson, 2006; Helliwell, 2006, 2007)。依此結論，遊憩活動之中社會關係之建立與強化，不僅可以促進遊憩專門化之程度，亦可增進遊憩活動參與者之幸福感。

研究結果亦同證實，遊憩專門化正向顯著影響休閒效益。過往研究稍乏遊憩專門化與休閒效益關係之探討，然而，遊憩專門化之情感系統為對於遊憩活動之承諾，或者涉入(Bryan, 1977)，休閒涉入亦被視為顯著影響休閒效益之關鍵變數(Nakamura et al., 1989; Pagano et al., 2006)，本文之研究結果恰正提供此一論述之實證證據。因此，若欲達成較高之休閒效益，必須提升遊憩專門化之程度。

研究結果亦同證實，休閒效益正向顯著影響幸福感。此一研究結果呼應過往文獻之主張，亦即為透過休閒活動獲致之休閒效益，有助於人們增強幸福之感受(e.g., Tinsley & Tinsley, 1986; Coleman & Iso-Ahola, 1993; Parry & Shaw, 1999; Currie, 2004)。從事休閒活動之終極目標係在於增進人類生活之幸福，特定遊憩活動若能提供參與者休閒效益，此一休閒效益亦將可以提升參與者之幸福感受，以達幸福生活之目標。

研究限制方面，本文係以便利抽樣，選取國際標準舞蹈之活動參與者，進行問卷調查，此外，關於國際標準舞蹈社聯絡資訊有限，因此，研究結論恐將無法概化至所有國際標準舞蹈之活動參與者。建議後續研究亦可擴大研究範圍，藉以檢視研究變數在於不同地區與不同活動之適用性。此外，本文研究變數涉及社會互動之特徵與內涵，而此恰正反映社會互動係為眾多休閒遊憩活動之關鍵要素。然而，若干休閒遊憩活動無須社會互動即可從事，亦即可以獨自進行，無須友伴參與，研究結論亦將無法類推至前述休閒遊憩活動。

社會資本隱含社群組成之結構與強度，然而，休閒遊憩活動特質與屬性差異甚大，社群組成型態亦存歧異，諸如：傳統之休閒遊憩活動與時下線上遊戲活動社群組成之特質與屬性截然不同，此一差異可能衍生不同之研究情境。為求深入探究傳統休閒遊憩活動與時下線上遊戲活動研究結果之異同，進而考驗研究模式之延展與概化能力，建議後續研究亦可調查時下熱門之線上遊戲活動，藉以釐清休閒遊憩活動特質與社群組成之差異對於研究結果之影響。

回顧過往研究，探究社會關係在於遊憩活動之中扮演角色之研究略顯缺乏。本文聚焦休閒遊憩社群內部之社會資本，援引 Tsai 與 Ghoshal (1998)社會資本、資源交換與價值創新之模型，推論休閒組織內部之社會資本可以藉由資源與資訊之交換提升遊憩專門化之進程。本文擇定國際標準舞蹈之活動參與者，做為研究對象，證實社會資本正向影響遊憩專門化與幸福感，此外，亦可藉由遊憩專門化

間接影響休閒效益。建議後續研究亦可運用不同社會關係之視角，探究社會關係在於遊憩活動之中扮演之角色，藉以豐富休閒遊憩研究之社會內涵。

本文對於社會資本之量測係以自填式問卷進行，建議後續研究亦可利用社會網絡分析(social network analysis, SNA)進行社會資本之量測。社會網絡分析係可用以檢視節點(nodes)與節點之間連結(linkages)之社會關係樣貌，節點係為網絡之參與個體，連結係為參與個體之間之關係。節點之間可具眾多之連結，可以用以繪製網絡圖形，並且助於瞭解成員之間各式網絡特徵，諸如：中心性、集中性與網絡密度，藉以提供面向更為多元之分析數據。

本文另一研究焦點在於遊憩專門化之角色。遊憩專門化與認真性休閒之特質具有若干之關聯(Scott and Shafer, 2001)，此外，亦為提升遊憩活動知識與技巧之關鍵(Bryan, 1977)。良好休閒遊憩活動之參與與體驗，可以促進健康與達到較高品質生活，進而獲致幸福感(Godbey, 2003)。然而，衡諸過往之文獻，迄今稍乏研究探究遊憩專門化在於認真性休閒與後續休閒效益與幸福感之間之角色，本文藉由實證研究串連前述之研究變數，建議後繼研究亦可納入不同遊憩活動之結果變項，探究遊憩專門化在於遊憩活動之中扮演之角色，藉以豐富休閒遊憩研究之內涵。

參考文獻

1. Argyle, M. (1987). *The Psychology of Happiness*. NY: Methuen & Co.
2. Ajzen, I. (1991). Benefits of leisure: A social psychological perspective. In B. L. Driver, P. J. Brown, & G. L. Peterson, (Eds), *Benefits of Leisure*, 411-417. Stage College, PA: Venture. Publishing.
3. Andrews, F., & Withey, S. (1976). *Social Indicators of Well-being: Americans' Perceptions of Life Quality*. New York: Plenum Press.
4. Bagozzi, R. P., and Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(1), 74-94.
5. Baldwin, C. K. (1999). Exploring the dimensions of serious leisure: "Love me-love my dog." *Journal of Leisure Research*, 31(1), 1-17.
6. Bammel, G., & Burrus-Bammel, L. (1982). *Leisure and Human Behavior*. Dubuque, Iowa: Wm. C. Brown Company Publisher.
7. Beard, J. G., & Ragheb, M. G. (1983). Measuring leisure motivation. *Journal of Leisure Research*, 15(3), 219-228.
8. Berger, B. G. (1996). Psychological benefits of an active lifestyle: What we know and what we need to know. *Quest*, 48(3), 330-353.
9. Blackshaw, T., & Long, J. (2005). What's the big idea? A critical exploration of the concept of social capital and its incorporation into leisure policy discourse. *Leisure Studies*, 24(3), 239- 258.
10. Bjørnskov, C. (2003). The happy few: Cross-country evidence on social capital and life satisfaction. *Kyklos*, 56(1), 3-16.
11. Bourdieu, P. (1977). *Outline of a Theory of Practice*. Cambridge, England: Cambridge University Press.
12. Bourdieu, P. (1985). The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, 241-258. New York: Greenwood.
13. Bright, A. D. (2000). The role of social marketing in leisure and recreation management. *Journal of Leisure Research*, 32(1), 12-17.
14. Bryan, H. (1977). Leisure value systems and recreational specialization: The

- case of trout fishermen. *Journal of Leisure Research*, 9(3), 174-187.
15. Bryan, H. (1979). *Conflict in the Great Outdoors*. Birmingham, AL: The Birmingham Publishing Co.
16. Bryan, H. (2000). Recreation specialization revisited. *Journal of Leisure Research*, 32(1), 18-21.
17. Cattell, V. (2001). Poor people, poor places, and poor health: The mediating role of social networks and social capital. *Social Science and Medicine*, 52(10), 1501-1516.
18. Chen, H., Wigand, R. T., & Nilan, M. S. (1999). Optimal experience of web activities. *Computers in Human Behavior*, 15(5), 585-608.
19. Chen, H., Wigand, R. T., & Nilan, M. (2000). Exploring web users' optimal flow experiences. *Information Technology and People*, 13(4), 263-281.
20. Clarke, S. G., & Haworth, J. T. (1994). 'Flow' experience in the daily lives of sixth-form college students. *British Journal of Psychology*, 85(4), 511-523.
21. Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94(Supplement), 95-120.
22. Coleman, J. S. (1990). *Foundations of Social Theory*. Cambridge, MA: The Belknap Press of Harvard University Press.
23. Coleman, D., & Iso-Ahola, S. E. (1993). Leisure and health: The role of social support and self-determination. *Journal of Leisure Research*, 25(2), 111-128.
24. Currie, J. (2004). Viewpoint: Child research comes of age. *Canadian Journal of Economics*, 37(3), 509-527.
25. Diener, E. (1984). Subjective well-being. *Psychological Bulletin*, 95(3), 542-575.
26. Ditton, R. B., Loomis, D. K., & Choi, S. (1992). Recreation specialization: Re-conceptualization from a social worlds perspective. *Journal of Leisure Research*, 24(1), 33-51.
27. Donnelly, M., Vaske, J., & Graefe, A. (1986). Degree and range of recreation specialization: toward a typology of boating related activities. *Journal of Leisure Research*, 18(2), 81-95.
28. Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "friends:" Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143-1168.
29. Ellis, G. D., Voelkl, J. E., & Morris, C. (1994). Measurement and analysis issues with explanation of variance in daily experience using the flow model. *Journal of Leisure Research*, 26(4), 337-356.
30. Ferguson, K. M. (2006). Social capital and children's wellbeing: A critical synthesis of the international social capital literature. *International Journal of Social Welfare*, 15(1), 2-18.
31. Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
32. Glover, T. D., & Hemingway, J. L. (2005). Locating leisure in the social capital literature. *Journal of Leisure Research*, 37(4), 387-401.
33. Godbey, G. (2003). *Leisure in your Life: An Exploration* (6th ed.). State College, PA: Venture Publishing.
34. Gunter, B., & Gunter, N. (1980). Leisure Styles: A conceptual framework for modern leisure. *Sociological Quarterly*, 21(3), 361-374.
35. Havitz, M. E., & Mannell, R. C. (2005). Enduring involvement, situational involvement, and flow in leisure and non-leisure activities. *Journal of Leisure*

- Research*, 37(2), 152-177.
36. Helliwell, J. F. (2006). Well-being, social capital and public policy: What's new? *The Economic Journal*, 116(510), C34-C45.
 37. Helliwell, J. F. (2007). Well-being and social capital: Does suicide pose a puzzle? *Social Indicators Research*, 81(3), 455-496.
 38. Hemingway, J. L. (1999). Leisure, social capital, and democratic citizenship. *Journal of Leisure Research*, 31(2), 150-165.
 39. Hu, Y., & Korneliussen, T. (1997). The effects of personal ties and reciprocity on the performance of small firms in horizontal strategic alliances. *Scandinavian Journal of Management*, 13(2), 159-173.
 40. Hung, K., & Crompton, J. L. (2006). Benefits and constraints associated with use of an urban park reported by a sample of elderly in Hong Kong. *Leisure Studies*, 25(3), 291-311.
 41. Hvenegaard, G. T. (2002). Birder specialization differences in conservation involvement, demographics, and motivations. *Human Dimensions of Wildlife*, 7(1), 21-36.
 42. Jaccard, J., and Wan, C. K. (1996). *LISREL Approaches to Interaction Effects in Multiple Regression*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc.
 43. Jackson, S. A. (1996). Toward a conceptual understanding of the flow experience in elite athletes. *Research Quarterly for Exercise and Sport*, 67(1), 76-90.
 44. Jacobs, J. (1965). *The Death and Life of Great American Cities*. London: Penguin Books.
 45. Jones, I. (2000). A model of serious leisure identification: The case of football fandom. *Leisure Studies*, 19(4), 283-298.
 46. Jöreskog, K., & Sörbom, D. (1993). *LISREL 8: Structural equation modeling with the SIMPLIS command language*. Chicago: Scientific Software International.
 47. Kawachi, I. (1999). Social capital and community effects on population and individual health. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 896(1), 120-130.
 48. Kiili, K. (2005). Content creation challenges and flow experience in educational games: The IT-emperor case. *Internet and Higher Education*, 8(3), 183-198.
 49. Kim, S. S., Lee, C. K., & Klenosky, D. B. (2003). The influence of push and pull factors at Korean national parks. *Tourism Management*, 24(2), 169-180.
 50. Kim, S., Scott, D., & Crompton, J. (1997). An exploration of the relationships among social psychological involvement, behavioral involvement, commitment, and future intentions in the context of birdwatching. *Journal of Leisure Research*, 29(3), 320-341.
 51. Kline, R. B. (1998). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. New York: Guilford Press.
 52. Kuentzel, W. F., & McDonal, C. D. (1992). Differential effects of past experience, commitment, and lifestyle dimensions on river use specialization. *Journal of Leisure Research*, 24(3), 269-287.
 53. Lee, J.-H., & Scott, D. (2004). Measuring birding specialization: A confirmatory factor analysis. *Leisure Sciences*, 26(3), 245-260.
 54. Lee, J.-H., & Scott, D. (2006). For better or worse? A structural model of the benefits and costs associated with recreational specialization. *Leisure Sciences*, 28(1), 17-38.
 55. Lee, S.-H., Graefe, A. R., & Li, C.-L. (2007). The effects of specialization and gender on motivations and preferences for site attributes in paddling. *Leisure*

- Sciences*, 29(4), 355-373.
56. Little, B. R. (1976). Specialization and the varieties of environmental experience: Empirical studies within the personality paradigm. In Wapner, S., Cohen, S. B., & Kaplan, B. (Eds.), *Experiencing the Environment*, 81-116. New York: Plenum Press.
 57. Lomas, J. (1998). Social capital and health: Implications for public health and epidemiology. *Social Science and Medicine*, 47(9), 1181-1188.
 58. Lu, L., & Shih, J. B. (1997). Sources of happiness: A qualitative approach. *The Journal of Social Psychology*, 137(2), 181-187.
 59. Major, W. (2001). The benefits and costs of serious running. *World Leisure Journal*, 43(2), 12-25.
 60. Mannell, R. C., & Kleiber, D. A. (1997). *A Social Psychology of Leisure*. State College, PA: Venture.
 61. Mannell, R. C., Zuzanek, J., & Larson, R. (1988). Leisure stated "flow" experience: Testing perceived freedom and intrinsic motivation hypotheses. *Journal of Leisure Research*, 20(4), 289-304.
 62. Maynard, S., & Kleiber, D. (2005). Using leisure to build social capital in later life: Classical traditions and contemporary realities. Paper presented at the Tenth Canadian Congress on Leisure Research, Nanaimo, British Columbia.
 63. McFarlane, B. L. (2004). Recreation specialization and site choice among vehicle-based campers. *Leisure Sciences*, 26, 309-322.
 64. McIntyre, N., & Pigram, J. J. (1992). Recreation specialization reexamined: The case of vehicle-based campers. *Leisure Sciences*, 14(1), 3-15.
 65. Morrow, V. (1999). Conceptualising social capital in relation to the well-being of children and young people: A critical review. *The Sociological Review*, 47(4), 744-765.
 66. Nakamura, E., Moritani, T., & Kanetaka, A. (1989). Biological age versus physical fitness age. *European Journal of Applied Physiology and Occupational Physiology*, 58(7), 778-785.
 67. Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242-266.
 68. Oh, C.-O., & Ditton, R. B. (2008). Using recreation specialization to understand conservation support. *Journal of Leisure Research*, 40(4), 556-573.
 69. Oh, C.-O., Ditton, R. B., Anderson, D. K., Scott, D., & Stoll, J. R. (2005). Understanding differences in nonmarket valuation by angler specialization level. *Leisure Sciences*, 27(3), 263-277.
 70. Pagano, I., Barkhoff, H., Heiby, E., & Schlicht, W. (2006). Dynamical modeling of the relations between leisure activities and health indicators. *Journal of Leisure Research*, 38(1), 61-77.
 71. Parry, D. C., & Shaw, S. M. (1999). The role of leisure in women's experiences of menopause and mid-life. *Leisure Science*, 21(3), 205-218.
 72. Philipp, S. F. (1997). Race, gender, and leisure benefits. *Leisure Sciences*, 19(3), 191-207.
 73. Riddick, C. C., & Stewart, D. G. (1994). An examination of the life satisfaction and importance of leisure in the lives of older female retirees: A comparison of blacks to whites. *Journal of Leisure Research*, 26(1), 75-87.
 74. Røysamb, E., Harris, J. R., Magnus, P., Vittersø, J., & Tambs, K. (2002). Subjective well-being: Sex-specific effects of genetic and environmental factors. *Personality and Individual Differences*, 32(2), 211-223.
 75. Salz, R. J., & Loomis, D. K. (2005). Recreation specialization and anglers' atti-

- tudes towards restricted fishing areas. *Human Dimensions of Wildlife*, 10(3), 187-199.
76. Scott, D., & Godbey, G. (1994). Recreation specialization in the social world of contract bridge. *Journal of Leisure Research*, 26(3), 275-295.
 77. Scott, D., & Shafer, C. S. (2001). Recreational specialization: A critical look at the construct. *Journal of Leisure Research*, 33(3), 319-343.
 78. Siegenthaler, K. L., & Gonzales, G. L. (1997). Youth sports as serious leisure: A critique. *Journal of Sport and Social Issues*, 21(3), 298-314.
 79. Stebbins, R. A. (1980). "Amateur" and "hobbyist" as concepts for the study of leisure problems. *Social Problems*, 27(4), 413-417.
 80. Stebbins, R. A. (1982). Serious leisure: A conceptual statement. *Pacific Sociological Review*, 25(2), 251-272.
 81. Stebbins, R. A. (1992a). *Amateurs, Professionals, and Serious Leisure*. Montreal, Quebec: McGill-Queen's University Press.
 82. Stebbins, R. A. (1992b). Hobbies as marginal leisure: The case of barbershop singers. *Society and Leisure*, 15, 375-386.
 83. Stebbins, R. A. (1994). *The Liberal Arts Hobbies: A Neglected Subtype of Serious Leisure*. Montreal, Quebec: McGill-Queen's University Press.
 84. Stebbins, R. A. (2001). Serious leisure. *Society*, 38(4), 53-57.
 85. Thapa, B., Graefe, A. R., & Meyer, L. A. (2005). Moderator and mediator effects of scuba diving specialization on marine-based environmental knowledge-behavior contingency. *The Journal of Environmental Education*, 37(1), 53-67.
 86. Tinsley, H., & Tinsley, D. (1986). A theory of the attributes, benefits, and causes of leisure experience. *Leisure Sciences*, 8(1), 1-45.
 87. Tourism Bureau, MOTC (2009). *2007 Survey of Travel by R.O.C. Citizens*. Taipei, Taiwan, R.O.C.: Tourism Bureau, MOTC.
 88. Tsai, W., & Ghoshal, S. (1998). Social capital and value creation: The role of intrafirm networks. *Academy of Management Journal*, 41(4), 464-476.
 89. Tsaui, S.-H., & Liang, Y.-W. (2008). Serious leisure and recreation specialization. *Leisure Sciences*, 30(4), 325-341.
 90. Voelkl, J. E., & Ellis, G. D. (1998). Measuring flow experiences in daily life: An examination of the items used to measure challenge and skill. *Journal of Leisure Research*, 30(3), 380-389.
 91. Webster, J., Trevino, L. K., & Ryan, L. (1993). The dimensionality and correlates of flow in human-computer interactions. *Computers in Human Behavior*, 9(4), 411-426.