

休閒社會學

Sociology of Leisure

蔡宏進 著



生命中三分之二的自由
應該浪費給最美好的事物
一片葉 一雙鞋
一張椅 一杯茶
一個當代休閒的觀察

三民書局

Society

休閒社會學

Sociology of Leisure

蔡宏進 著

生命中三分之二的自由
應該浪費給最美好的事物

一片葉 一雙鞋

一張椅 一杯茶

一個當代休閒的觀察



國家圖書館出版品預行編目資料

休閒社會學 / 蔡宏進著.——初版一刷.——臺北市：
三民，2004

面； 公分

含索引

ISBN 957-14-4125-2 (平裝)

1. 休閒社會學

990.15

93018055

網路書店位址 <http://www.sanmin.com.tw>

◎ 休閒社會學

著作人 蔡宏進

發行人 劉振強

著作財產權人 三民書局股份有限公司
臺北市復興北路386號

發行所 三民書局股份有限公司
地址 / 臺北市復興北路386號
電話 / (02)25006600
郵撥 / 0009998-5

印刷所 三民書局股份有限公司
門市部 復北店 / 臺北市復興北路386號
重南店 / 臺北市重慶南路一段61號

初版一刷 2004年11月

編號 S 541240

基本定價 柒 元

行政院新聞局登記證局版臺業字第〇二〇〇號

有著作權・不准侵害

ISBN 957-14-4125-2 (平裝)

序

我從事鄉村社會學與人口社會學的研究近四十年，但投入休閒社會學的研究，只有自臺大退休之後的短短時間。由於因緣際會，我於晚近在臺中健康暨管理學院休閒遊憩系，為碩士班開授休閒社會學。開始教課之初發現，在國內可用為此門課程的教科書及參考書，極為缺乏，乃自編講義綱要，再根據綱要蒐集及構思授課內容。在授課過程當中發現，能蒐集到可供參考的專書也為數極少，乃決定運用自己的觀察與理解來建構並寫出一本專書。也因此本書極少參考他人的看法與資料，多半是以自己的看法寫成。此點與許多較成熟學門教科書的作者在寫法上著重系統地整理前人文獻的性質不同。我為自己的缺點深覺遺憾，但也為能暢述自己的看法而覺得愉快。

我寫《休閒社會學》一書，在最先構思綱目時是企圖涵蓋社會學導論所包含的重要議題，進而注入休閒的變數去闡述在各項重要社會學議題下休閒變數的涵義與性質。至於在探討休閒的各種社會意涵時，則都思考以能符合本土的經驗事實為原則。

《休閒社會學》一書的內容以闡述休閒的社會意義與社會關聯的理念為主，基本上是一本基礎科學性的專書，此與討論對休閒事業的實務規劃與管理專書的性質不同。對於許多專修這些實務規劃與管理的學生而言，可能會覺得太過理念性。然而基礎性的理念是引申供為應用實務所必知的基礎概念。相信以這些基礎性的知識與理念作為基礎，在規劃設計與管理的實務上，應可較容易找到正確與清楚的方向與目標。

休閒社會學可探討的議題應有不少，但本書只規劃十六個議題，此乃考慮配合一學期共約十六週的進度，每週研討一個主題為準則。此十六個主題正如書中目次所示。其中第一、二章係對休閒的哲學觀點、社會意義

及其與工作的關係等，作基本性質的討論。其餘各章則都將休閒與重要的社會學議題作相關性或相互影響性的探討。本書最後附錄一篇由作者與以前的學生、現在的同事湯幸芬教授合寫的一篇相關研究紀要，供讀者一併參考。

本書初版文稿寫來較為匆促，必然會有許多失漏，也可能會有易於引起爭論的觀點，但願能有讀者的發揭與回應，使作者能有機會作修正與改進。書中錯誤之處，一方面請讀者能寬容包涵，也希望讀者能不吝指正，在未來能有機會一併修正。

作者在最後很希望本書能幫助修讀休閒社會學、休閒事業發展規劃、及休閒事業管理等學門的學生增進有關的知識與概念。更希望讀者能因本書而引發追求相關知識、概念或理論的興趣與志向，一併參與對此項學問的追求與探究，使此種學問能在國內生根與發展。

蔡宏進

序於臺中健康暨管理學院

二〇〇四年七月



休閒社會學

目次

序

第一章	休閒與休閒社會學的基本概念	1
第二章	休閒與工作的關係	13
第三章	休閒與個人的生命週期	29
第四章	休閒的性別及種族分析	39
第五章	休閒的階層化	55
第六章	休閒與家庭	71
第七章	社區休閒及其發展	85
第八章	休閒的社會網絡與社會組織	99
第九章	休閒遊憩與社會經濟發展的關係	109

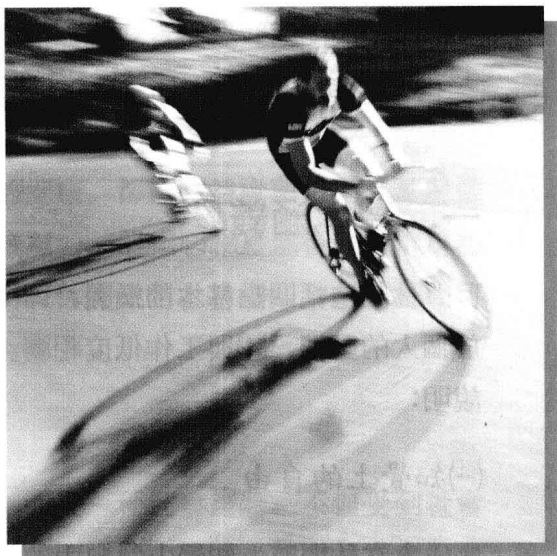


第十章	休閒的供應與區位環境條件	119
第十一章	休閒與政府的關係	133
第十二章	休閒與宗教及慶典	147
第十三章	休閒事業與公眾的參與	163
第十四章	休閒與社會變遷及歷史演化	175
第十五章	休閒的社會學理論	191
第十六章	未來休閒社會的前瞻	207
附 錄	研究紀要： 對鄉村旅遊地意象文獻的探討	221
	參考文獻	237
	索 引	243

第一章

休閒與休閒社會學的基本概念

第一節	休閒的哲學觀	2
第二節	休閒的基本涵義與性質	2
第三節	休閒的功用或重要性	4
第四節	休閒的類型	6
第五節	休閒社會學的涵義、範圍與觀點	8
第六節	休閒社會學的發展階段	9
第七節	在社會學及休閒遊憩學上的意義	11



第一節 休閒的哲學觀

從哲學的角度看休閒，有三種傳統的觀點，Patricia A. Stokowski 在其所著《社會中的休閒》一書中對此三種觀點有所說明。茲將其重點扼要說明如下。

1. 休閒是一種態度

此種觀點是將休閒看為享受自由或釋放壓力的一種心理感覺或認定。這種心理態度是主觀情緒上的成份居多。

2. 休閒是一種活動

休閒是一種活動的意思是指休閒是一種使出活力的行為與動作，這種活動是為自己的緣故而選擇的，非以別人為主要目的。活動的性質可能由個人獨自進行，也可能與他人共同進行或組織成團體性的活動。

3. 休閒是在一個特定片斷的時間內進行或發生

休閒的進行或發生只是在片斷的時間內，而非終生連續發生。人們一生中的時間除用為休閒之外還需用為工作。在休閒時，對時間的支配是自由的，而非被動或義務性的。

第二節 休閒的基本涵義與性質

一、基本涵義

休閒包括四點基本的涵義，即(1)知覺上的自由，(2)具有滿足感，(3)屬於個人的動機，(4)與工作低度相關。就這四點基本涵義再做如下較詳細的說明：

(一)知覺上的自由

人在休閒時，知覺上是自由的，沒有被強迫的感覺，也沒有不自由的

意識，否則就無休閒可言。

(二)具有滿足感

休閒可使人獲得滿足，滿足工作後的報酬與代價，也滿足可自由自在的活動，甚至可從休閒中得到舒服、快感、愜意與享受的滿足。另外，也有因為能得到休閒的能力與機會，而感到滿足。

(三)屬於個人的動機

真正的休閒是屬於個人的動機，是出自內心的意願，而不是勉強或被迫的，也不是受人指揮或命令的，純是出自個人的需要與意願。

(四)與工作低度相關

雖然休閒與工作並非完全不相干，但並非高度吻合的關係。人在休閒時通常都將工作拋開或置放在旁，充份展現能鬆弛身心的非工作性活動。這種活動最常在工作之餘或之後發生。

二、性 質

休閒的重要性質可分多方面說明，茲將重要者例舉並說明如下：

(一)有益個人及社會的健康

正當的休閒，對個人身心及社會的健康，都極有益處與幫助。其對個人健康有效果，是因休閒有助個人減輕壓力，舒暢心情及筋骨，故對身心雙方面的健康都極有正面的價值與功用。休閒能對社會健康有幫助是因可減少個人壓力而免除社會整體的不安與緊張。

(二)是一種社會產物

休閒不是單純的個人事件與活動，而是一種社會產物，不僅受到社會制度所影響，也受制於社會組織。各種休閒活動中，不少是需要社會上多

數人共同參與及經營的。

(三)休閒影響社會行為者

社會行為者包括個人、團體及組織，都會受到休閒的影響，休閒會影響其作息及活動，也會影響其成就與功能。

(四)休閒具有結構性

休閒不論是其目標、種類及休閒者的活動計畫與行動等，都具有結構性。就垂直結構看，有的存在於基部，有的則屬於較高層次。就平面結構看，休閒項目則可以分門別類。由於從各面向看休閒都有不同的層次之分，也都有不同類別之分，故是結構性的。

第三節 休閒的功用或重要性

休閒對個人及社會文化都有功能，因此都很重要。茲就這兩方面的功用或重要性，再分別說明如下。

一、對個人的功用或重要性

(一)可令人振奮

通常人在休閒時，因可獲得自由與放鬆身心壓力，乃會有振奮的感覺，由之可獲得樂趣。休閒時不論是靜坐，或大夥兒玩樂，都有振奮的作用。靜坐可以排除煩惱與忙碌，大夥兒玩樂則可獲得樂趣與興奮於喧鬧之中。

(二)有益身心健康

正當的休閒對健康極為必要。因休閒可以解除緊張與壓力，使血液循環正常，神經運作也正常，對生理健康的作用至大。人從休閒中也可調整能量，儲備能量，作為再工作之用。

(三)當為行職業則可獲得收入

提供休閒服務者，可將之當為一種行職業，藉以獲得收入。目前社會上從事休閒行業工作者有千百種。有的專作媒介，提供服務，如旅行社。有的則提供設施，服務顧客，如各種休閒中心之類。不論服務的性質如何，都可從中獲得實質的收入與利益。

二、對社會文化的功用或重要性

(一)可當為一種有趣的學問及研究領域

當今休閒研究已成為一門顯學，大學中專攻休閒的學生為數眾多，從事此項研究的教師與學者也如雨後春筍般增加。因有這種學問與研究，使社會上的大學教育更加活潑，也使學術界的內容更加豐富，對人類的貢獻更加寬廣與深厚。

(二)可連結歷史、發揚文化

社會上許多歷史文物極具有觀賞價值，可供為人類休閒活動時的觀賞對象，藉觀賞古文物而緬懷前人，使人喜愛歷史，將生活與歷史相結合，並將之延續，繼續創造人類的文化與文明。

文化原為人類的創造物，人類因休閒而有利創造文化。休閒的內容也包含欣賞文化與利用文化，經由欣賞文化、利用文化與創造文化，可達到休閒的功能。在休閒中乃可發揚文化的價值與功用。

(三)充實社會設施與活動內容，也美化社會與人生

因有休閒，使社會充實許多有關休閒的設施與活動的內容，使社會的生活與內容更多樣化也更為美化。因為許多休閒都以美觀來吸引人，特別是服務性的休閒事業常以美觀來吸引需求者或顧客。

第四節 休閒的類型

休閒的類型可從多種角度加以探討，可從休閒者活動人數分，可從活動進行的空間地點分，可從花費的多少分，可從活動時間的長短分，也可從活動地點與居住地距離的遠近來分。就這幾方面分類的情形再說明如下。

一、個人活動與團體活動的休閒

多半的休閒都可由個人單獨活動或進行，這種休閒包括獨思、靜坐、散步、游泳、彈琴、作畫、寫字、聽音樂與看電視等。但另一些休閒活動則要有同伴或對手，這類的休閒包括看球賽、看表演、宴會、聚餐、團體旅行及打麻將等。這類活動要有足夠的人數才能進行，也要有許多人才有趣。

二、室內與室外的休閒

不少休閒需要在室內進行，但另一些休閒則必須在室外進行才有意義。前者多半是屬需要有較高貴或脆弱設備的休閒。音樂廳、戲院、藝術畫廊、餐廳、旅館、宴會廳等多半是設在室內者。而室外的休閒場所多半是能與自然並存，呈現美麗景色，而需要較廣闊的空間與土地。海灘、山嶽、林地、河流、湖泊與原野等都是這種室外休閒的重要場所。

三、低廉與昂貴消費的休閒

各種休閒項目當中，有免費者及付費者，付費的休閒項目中又有低廉與昂貴的差別。低廉的休閒為多數人所能付得起，但付得起昂貴的休閒者，為數則相對較少。低廉與昂貴的標準是相對性而非絕對性的。對收入較低者而言，低廉與昂貴界限的絕對標準較低。反之，對收入較高者而言，界限的絕對標準則較高。又在經濟景氣較好、平均收入水準較高時，界限的標準也較高。

一般較為廉價的休閒消費項目都是服務性較低、自助性較高的休閒，通常也是政府的支持性較高的休閒，如使用公園與運動場地。反之，消費額度較高的休閒項目，都是私密性較高，服務程度較高者，如到酒家或酒廊飲酒作樂等的休閒。

四、短暫與長時間的休閒

有些休閒需要花費的時間短暫，多些休閒則需要花費較長時間。短者只要瞬間，如在夜市射飛鏢，或利用設備在機器上觀賞電影。長者如到國外作長途旅行，常是長達數天或數週之久。

花費時間的長短，與花錢或滿足度，雖有關係，但不一定成正比。一擲千金的賭博休閒，輸贏大錢只要一瞬之間。有時長時間的自助旅行，並不需要花費很多錢。至於滿足程度也很難用時間長短來衡量，無聊與無趣的長時間休閒，還不如在短時間內就能盡情與滿足的休閒。



圖 1-1 室外活動特有的陽光、空氣及景色，是室內場地無法提供的。

五、近處與遠地的休閒

休閒常要有場所與空間為之配備。而供為休閒的場地或空間有的在近處，有的則在遠方。遠地的旅行目的地常要飛越大半個地球。而近處的休閒，則可以在家中或鄰近行之。

六、休閒目標的古今差異

不少休閒目標都涉及到古時的文物，但更多的休閒目標是今世眼前存在的事物。前者如到博物館觀賞古代器物或文物，後者則包括觀賞或使用現存的各種設施與器材。休閒目標存在的時間長短雖然不同，但休閒的功能則無太大差別。

第五節 休閒社會學的涵義、範圍與觀點

一、涵義與範圍

休閒社會學是應用社會學的概念、原理與觀點來探討與研究休閒性質的學問。可說是研究休閒的社會學，也可說是對休閒的社會學研究。

社會學的概念與原理很多，觀點也很多，幾乎都適合用來研究休閒、當為休閒社會學的綱要。故休閒社會學的研究空間可說相當寬廣。本書的討論範圍只是所有可探討範圍中的一小部份。取材的範圍大致選擇普通社會學或社會原理中的核心或重要概念或課題當為架構，然後再加入休閒的要素，當為探討的內容與範圍。本書選擇討論或研究的課題數目，大致以一個學期上課週數為基準，針對其中十六個主題加以探討。

二、觀 點

社會學的觀點，基本上是指合乎社會學精神的看法，也即著眼點都在注意人與人的關係及由此種關係所牽連或衍生的相關事項。但因不同的社會學家對社會事項研究的興趣不同，故其細緻的觀點也不同，乃分為許多的學派或理論。各種學派或理論係以其特有的觀點或看法來探討社會的事項。

休閒社會學是社會學的一種特別支門。休閒社會學者因受社會學家的影響，故也分別以不同觀點來研究休閒社會現象與事物。參照社會學的不同觀點與學派，則休閒社會學的重要不同學派或觀點也可分為有機實證



圖 1-2 傳統觀點的休閒社會學研究無法顧及社區社會網絡及對休閒的影響。

觀點、結構觀點、功能觀點、符號互動觀點、衝突觀點、現象觀點等。本書因係屬於較為導論性的休閒社會學，書中探討的議題相當綜合性，故也具有相當的完整性。對於不同議題的討論，又各有較合適的觀點，故本書所持的觀點也是綜合性的。唯因大致看來討論的議題中涉及結構性者相對較多，如第四、五、六、七、八各章，故討論或分析說明的觀點乃也免不了要多運用結構觀點。在此乃就社會學的結構觀點特性，選擇若干加以說明，以助讀者對於所論議題中有關結構議題的了解。

休閒社會學的結構觀點係起自傳統的觀點未能注意社區社會網絡及對休閒影響。結構觀的休閒社會學的研究焦點即在於研究社會網絡對於休閒機會的促進或抑制，也在研究以休閒為目的的社會關係模式。此外也擴及對整體社會關係的結構化及其對休閒的影響。

結構性的休閒社會學研究分為微觀及宏觀兩方面，前者指研究人際關係內相關社會互動的分析，而後者則包括所有休閒關係的社會網絡結構分析。綜合起來，結構觀的休閒研究約可分成三大類，第一類是研究休閒族群的形成及其原因，第二是研究社區關係網絡對休閒的貢獻，第三是研究休閒社會關係的制度化及其對社區網絡結構的影響。又結構觀的休閒社會學研究，對於社會結構分為過去，現在及未來的三種時間型態。

據此結構性的研究分析觀點，本書中有關休閒社會結構各章的內容也將參照結構觀點與精神，來對相關的議題加以分析與探討。唯在此必須一提的是，本書的分析與探討除用結構觀點外，也使用其他觀點來對其他議題作較合適的探討與研究。如在探討休閒的供應與區位環境條件的第十章，乃頗多採用社會學中的人文區位學觀點來加以探討。在第十五章有關休閒的社會學理論一章，乃結合了各種不同的社會學觀點及理論，探討其對休閒的不同著眼點及不同的研究偏向。

第六節 休閒社會學的發展階段

休閒社會學成為一種正式的學術，約自二十世紀中葉以後。至今的發

展過程約可分為三階段來說明。

一、理念形成的階段

休閒社會學約自二次世界大戰以後成為一門獨立的學問。開始時與社區觀念相結合。到了 1955 至 1975 年期間，此種學問擴大結合更多社會學概念與休閒的關係，重要的結合工作者有下列諸人或單位：

(1) 1962 年時美國的柏格 (Berger) 重新探索工作與休閒的關係，視休閒是一種道德上的情境，是人的基本權利，休閒時也必須合乎道德規範。此外柏格也視休閒為基本團體參與的產物，意指許多休閒都由基本團體或初級團體參與而產生或形成，休閒時也很可能由初級團體的人所共同參與。

(2) 1971 年時車克 (Cheek) 認為休閒環境與工作環境的影響不同，乃將兩者分開。

(3) 1958 年時美國戶外遊憩評論委員會開始研究戶外環境中休閒和遊憩參與的型態，自此以後該委員會也出版許多論文，對於休閒遊憩對社會互動的重要性有所描述與分析。同時委員會的報告也強調社會結構是聯結個人與遊憩資源的主要橋樑。

(4) 後來在 1969 年，布齊 (Burch) 提出個人所在的社區是影響休閒因素的假設，此假設認為個人的密切社會關係是決定休閒行為的最關鍵因素。

二、實證研究的階段

有關休閒的實證研究盛行於過去的數十年間。研究的重點在調查休閒遊憩地點及休閒者或遊憩者的個人社會特徵，此外也注重分析團體性的遊憩活動。

在 1970 年代實證研究對休閒遊憩的分析與預測引起社會對休閒遊憩參與的熱潮，形成重要社會現象。此時期的實證研究也注重休閒在政治上的角色。此外也很注重社會的基本群體與當地休閒遊憩相關事項的分析與研究。

在 1980 年代實證研究的重點轉移到探討休閒在生命中各階段的角色