

但是，值得我們注意的是，青少年的休閒體驗當中，似乎也潛藏著令他們覺得不自在、不安全、低成就、甚至挫敗的負面體驗。這些負面的休閒體驗本來也都可能存在較具挑戰性或技巧性的休閒活動，但是似乎都會地區青少年對於負面的休閒體驗耿耿於懷，這方面值得休閒教育者的注意。

柒、休閒認知與休閒態度的相關分析

一、成人休閒認知與其休閒態度的關聯性分析

根據研究架構，本研究嘗試進一步探討休閒認知與休閒態度之間的關係，將分別以關聯性分析和迴歸分析來檢定休閒認知與休閒態度兩者之間的關係。

在檢定休閒認知與休閒態度之間的相關程度時，由於兩者都是量表，而且休閒態度量表更是由三個次量表所組構而成，所以若以傳統的相關分析方法勢必資訊更為繁複，難以達到簡約的原有目的，因此，將分為以下幾個步驟來進行：

1. 首先將休閒態度量表分為三個次量表，個別檢定休閒認知與三個次休閒態度量表之間的關係；
2. 以主成份因素分析法，將每個量表或次量表逐一轉化為一個主成份分數；
3. 再將每個主成份分數經過洛基轉換(logit transformation)，轉換為高、中、低三個層級；
4. 最後以洛基轉換值進行卡方分析，以卡方值來檢定兩兩的因素量表是否有所關聯性。

表9: 休閒認知與休閒需求的卡方檢定

休閒認知主成份分數 (經洛基轉換後) Frequency Percent Row Pct Col Pct	休閒需求主成份分數 (經洛基轉換後)		Total
	($0, \mu - \sigma$) 0-35分	($\mu - \sigma, \mu + \sigma$) 36-100分	
($0, \mu - \sigma$) 0-35分	86 8.70 61.87 68.25	53 5.36 38.13 6.15	139 14.07
($\mu - \sigma, \mu + \sigma$) 36-69分	39 3.95 4.88 30.95	760 76.92 95.12 88.17	799 80.87
($\mu + \sigma, 100$) 70-100分	1 0.10 2.00 0.79	49 4.96 98.00 5.68	50 5.06
Total	126 12.75	862 87.25	988 100.00

Frequency Missing = 72

STATISTICS FOR TABLE OF F31 BY F41

Statistic	DF	Value	Prob
Chi-Square	2	351.080	0.000
Likelihood Ratio Chi-Square	2	247.972	0.000
Mantel-Haenszel Chi-Square	1	276.809	0.000
Phi Coefficient		0.596	
Contingency Coefficient		0.512	
Cramer's V		0.596	

Effective Sample Size = 988

Frequency Missing = 72

表10: 休閒認知與休閒投入的卡方檢定

休閒需求主成份分數 (經洛基轉換後) Frequency Percent Row Pct Col Pct	休閒投入主成份分數 (經洛基轉換後)		Total
	($0, \mu - \sigma$) 0-35分	($\mu - \sigma, \mu + \sigma$) 36-100分	
($0, \mu - \sigma$) 0-35分	91 9.22 66.42 59.48	46 4.56 32.85 5.42	137 13.88
($\mu - \sigma, \mu + \sigma$) 36-69分	58 5.88 7.30 37.91	737 74.57 92.58 88.57	795 80.55
($\mu + \sigma, 100$) 70-100分	4 0.41 7.27 2.61	51 5.07 90.91 6.02	55 5.57
Total	153 15.50	834 84.49	987 100.00

Frequency Missing = 73

STATISTICS FOR TABLE OF F31 BY F51

Statistic	DF	Value	Prob
Chi-Square	4	321.736	0.000
Likelihood Ratio Chi-Square	4	237.608	0.000
Mantel-Haenszel Chi-Square	1	229.718	0.000
Phi Coefficient		0.571	
Contingency Coefficient		0.496	
Cramer's V		0.404	

Effective Sample Size = 987

Frequency Missing = 73

表11: 休閒需求與休閒投入的卡方檢定

Frequency Percent Row Pct Col Pct	休閒需求主成份分數 (經洛基轉換後)		休閒投入主成份分數 (經洛基轉換後)		Total
	($0, \mu - \sigma$) 0-35分	($\mu - \sigma, \mu + \sigma$) 36-100分	($\mu - \sigma, \mu + \sigma$) 36-100分	($\mu - \sigma, \mu + \sigma$) 36-100分	
($0, \mu - \sigma$) 0-35分	89 8.86 71.20 57.05	36 3.58 28.80 4.26			125 12.44
($\mu - \sigma, \mu + \sigma$) 36-69分	67 6.67 7.61 42.95	813 80.60 92.05 95.74			880 87.56
Total	156 15.52	849 84.48			1005 100.00

Frequency Missing = 55

STATISTICS FOR TABLE OF F41 BY F51

Statistic	DF	Value	Prob
Chi-Square	2	337.535	0.000
Likelihood Ratio Chi-Square	2	243.973	0.000
Mantel-Haenszel Chi-Square	1	331.727	0.000
Phi Coefficient		0.580	
Contingency Coefficient		0.501	
Cramer's V		0.580	

Effective Sample Size = 1005

Frequency Missing = 55

二、青少年休閒認知與其休閒態度的相關分析

經過相同的洛基轉換方法(logit transformation)，在青少年方面的休閒認知與休閒態度之間的關聯性分析，逐一以卡方檢定列於下列分析表。表12 是休閒認知與休閒需求的關聯性分析、表13 是休閒認知與休閒投入的關聯性分析、表14是休閒認知與休閒體驗的關聯性分析。

表12: 休閒認知與休閒需求的卡方檢定

休閒需求主成份分數 (經洛基轉換後)	休閒認知主成份分數 (經洛基轉換後)			Total
Frequency Percent Row Pct Col Pct	(0, $\mu - \sigma$) 0-28分	($\mu - \sigma$, $\mu + \sigma$) 29-70分	($\mu + \sigma$, 100) 71-100分	
(0, $\mu - \sigma$) 0-28分	88 4.21 30.77 23.85	177 8.46 61.89 13.95	21 1.00 7.34 4.63	286 13.67
($\mu - \sigma$, $\mu + \sigma$) 29-70分	251 12.00 18.42 68.02	893 42.69 65.52 70.37	219 10.47 16.07 48.24	1363 65.15
($\mu + \sigma$, 100) 71-100分	30 1.43 6.77 8.13	199 9.51 44.92 15.68	214 10.23 48.31 47.14	443 21.18
Total	369 17.64	1269 60.66	454 21.70	2092 100.00

Frequency Missing = 91

STATISTICS FOR TABLE OF F41 BY F31

Statistic	DF	Value	Prob
Chi-Square	4	273.144	0.000
Likelihood Ratio Chi-Square	4	252.560	0.000
Mantel-Haenszel Chi-Square	1	247.283	0.000
Phi Coefficient		0.361	
Contingency Coefficient		0.340	
Cramer's V		0.256	

Effective Sample Size = 2092

Frequency Missing = 91

表13: 休閒認知與休閒投入的卡方檢定

Frequency Percent Row Pct Col Pct	休閒認知主成份分數 (經洛基轉換後)			Total
	(0, $\mu - \sigma$) 0-28分	($\mu - \sigma$, $\mu + \sigma$) 29-70分	($\mu + \sigma$, 100) 71-100分	
(0, $\mu - \sigma$) 0-28分	296 13.75 100.00 100.00	0 0.00 0.00 0.00	0 0.00 0.00 0.00	296 13.75
($\mu - \sigma$, $\mu + \sigma$) 29-70分	0 0.00 0.00 0.00	1401 65.10 100.00 100.00	0 0.00 0.00 0.00	1401 65.10
($\mu + \sigma$, 100) 71-100分	0 0.00 0.00 0.00	0 0.00 0.00 0.00	455 21.14 100.00 100.00	455 21.14
Total	296 13.75	1401 65.10	455 21.14	2152 100.00

Frequency Missing = 31

STATISTICS FOR TABLE OF F41 BY F51

Statistic	DF	Value	Prob
Chi-Square	4	4304.000	0.000
Likelihood Ratio Chi-Square	4	3791.065	0.000
Mantel-Haenszel Chi-Square	1	2151.000	0.000
Phi Coefficient		1.414	
Contingency Coefficient		0.816	
Cramer's V		1.000	

Effective Sample Size = 2152

Frequency Missing = 31

表14: 休閒認知與休閒體驗的卡方檢定

休閒體驗主成份分數 (經洛基轉換後)	休閒認知主成份分數 (經洛基轉換後)			Total
	(0, $\mu - \sigma$) 0-28分	($\mu - \sigma$, $\mu + \sigma$) 29-70分	($\mu + \sigma$, 100) 71-100分	
Frequency				
Percent				
Row Pct				
Col Pct				
(0, $\mu - \sigma$) 0-28分	163 7.70 56.01 54.15	124 5.85 42.61 8.93	4 0.19 1.37 0.93	291 13.74
($\mu - \sigma$, $\mu + \sigma$) 29-70分	134 6.33 9.72 44.52	1116 52.69 80.99 80.35	128 6.04 9.29 29.91	1378 65.06
($\mu + \sigma$, 100) 71-100分	4 0.19 0.89 1.33	149 7.03 33.18 10.73	296 13.98 65.92 69.16	449 21.20
Total	301 14.21	1389 65.58	428 20.21	2118 100.00

Frequency Missing = 65

STATISTICS FOR TABLE OF F41 BY F61

Statistic	DF	Value	Prob
Chi-Square	4	1175.289	0.000
Likelihood Ratio Chi-Square	4	963.848	0.000
Mantel-Haenszel Chi-Square	1	811.292	0.000
Phi Coefficient		0.745	
Contingency Coefficient		0.597	
Cramer's V		0.527	

Effective Sample Size = 2118

Frequency Missing = 65

從以上的卡方檢定結果獲知，休閒認知與休閒需求、休閒投入、休閒體驗等三個休閒態度都有極顯著關聯性，顯示台北都會地區青少年的休閒認知與他們的休閒態度有極密切關係，不論是與休閒需求、休閒投入、或休閒體驗等，都有極密切關係存在。

捌、休閒認知與休閒態度的迴歸分析

休閒認知與休閒態度之間的迴歸分析做法，和上述相關分析的做法相同，也是先把各個因素以主成份因素分析法取得各個因素的單一數值，再將這些數值進行迴歸分析。（由於不需進行卡方檢定，所以就不必再進行洛基轉換手續）

但由於本研究的休閒態度量表所涵括的內涵，在成人部份有二個次量表，在青少年部份有三個次量表，而各個次量表之間並沒有預設相互影響的因果關係，所以為了簡化繁雜的資料起見，對於休閒認知與休閒態度之間的迴歸分析，將採取簡單迴歸分析方法，逐一檢測休閒認知與二種或三種休閒態度的個別迴歸分析。因為若以各個態度量表因素分析結果的諸多個次因素來進行迴歸分析的話，則以目前因素分析所得的休閒認知的四個次因素、休閒需求的四個次因素、休閒投入的四個次因素、以及休閒體驗的三個次因素，則將有四十幾個簡單迴歸分析結果，若再進一步進行逐步迴歸分析則分析結果的資料更是繁複龐雜，所以本研究採取精簡原則，先轉化了各個態度量表成為一個轉換值，再以簡單迴歸分析來呈現休閒認知與各個休閒態度之間的線性關係。