

## 幼兒園家長生活型態及藝文活動參與行為之相關研究

王秋傑、傅瓊儀、陳雅鳳

### 摘要

本研究旨在探究幼兒園家長的生活型態與藝文活動參與行為之關係。利用問卷調查以高雄市鳳山區及大寮區的幼兒園家長為研究對象，回收 327 份問卷，並將資料以 SPSS22.0 版進行統計分析。結果發現（一）生活型態經因素分析萃取出「藝文求知」、「家庭社區」、「時尚社交」、「獨特好奇」、「知性獨立」及「靜態休閒」等六個因素；（二）幼兒園家長最常參與的藝文活動是「文藝民俗節慶活動」，最不常參與藝文活動是「流行音樂會」；（三）大多數受訪的家長每年購票參與藝文活動約二至三次，活動相關訊息來源以網路為主。（四）幼兒園家長的生活型態與其藝文活動參與行為有顯著相關。最後，依據研究結果提出未來研究與文藝相關活動單位之建議。

**關鍵字：**生活型態、藝文活動、參與行為

## **The Study on the Relationship between Preschool Parents' Lifestyle and Participant Behavior of Cultural Activities**

**Chiu-Chieh Wang, Chiung-Yi Fu, Ya-Fong Chen**

### **Abstract**

The purpose of this study was to examine the relationship among preschool parents' background, lifestyle and participant behavior of cultural activities. 327 subjects were from 12 kindergartens in Kaohsiung by convenient sampling. The data would be analyzed by using descriptive statistics, factor analysis and one way ANOVA. The results were (a) six lifestyle factors are summed up from the lifestyle analysis; (b)The leading culture participation of the subjects was the traditional folk festival activities and the less culture participation of the subjects was popular music concert. Most of them get the activities' information through internet; (c)Those activities which need tickets purchase, they only have 2-3 times' attendance per year; (d) the cultural activities of preschool parents are highly related to six lifestyle factors they belong.

**Keywords:** lifestyle, cultural activities, participant behavior

## 壹、緒論

### 一、研究背景與動機

常言道父母是孩子的第一任老師，可見幼兒教育對孩子的學習經驗是相當重要的。Neulinger (1981) 指出兒童時期引導孩子發展並形成有益身心的休閒行為，進而奠定未來良好的休閒生活品質的基礎。石苑均 (2016) 提到在幼教現場發現，願意進園協助參與的家長，其幼兒都在學習意願、行為及態度上都正面又積極，相反地家長較消極時，其幼兒的學習意願較低，且行為問題較多。對學齡前的孩童來說，家長本身的影響力是不可忽視的。

隨著物質生活的富足，人們從事休閒活動也逐步增加，藝文活動是其中一種。透過藝文活動的參與，可以提供人們心靈的寄託，讓人得到精神的慰藉，以滿足人們精神生活的需求。Kotler 於 1985 年對美國克里夫蘭地區的文化觀眾調查，結果指出童年時期的藝術經驗對日後參與藝術活動的模式有巨大影響力，相對如果缺少藝文活動的參與，成年之後也較難積極參與藝文活動動 (轉引自鄭美玲，2011)。Gruses and Lytton (1998) 指明，對學齡前兒童階段的幼兒而言，在三到六歲的四年中，個體身心發展是一生中最重要。李亦園 (1984) 指出，藝術欣賞是要從小培養的，家庭是個人社會化最基本的單位，所以家庭中父母的生活型態和藝文經驗，或是家庭營造的藝文氣氛，對孩子形塑藝文氣息是很重要的。

又政府為鼓勵民眾進行藝文消費，促進全民美學素養，特於「文化創意產業發展法」第 14 條規定：為培養藝文消費習慣，並振興文化創意產業，中央主管機關得編列預算補助學生觀賞藝文展演，並得發放藝文體驗券 (夏學理，2010)。可知提升產業經濟的同時，也期待美學素養能向下扎根。根據文化部 2017 年「全國藝文活動資訊系統」統計資料，全國藝文活動共計舉辦 58,195 個，出席人次為 263,037 千人次。若以人口規模進行衡量，2017 年平均每萬人享有之藝文活動為 25 個，平均每人出席藝文活動為 11.16 次。足見，藝文參與活動都有待提升。

學齡前的幼兒教育是重要的階段，父母本身對藝文活動高參與率，不僅可讓孩童體驗美的感受，增加藝文領域的知識，培養藝術鑑賞的能力，進而啟發自我，兒童就能有更多樣性的發展與創意。因此，本研究藉由幼兒園家長的生活型態和藝文參與活動兩方面，進行初步探索性研究。

### 二、研究目的

基於上述，本研究想探究幼兒園家長的生活型態和參與行為彼此間的關聯性，針對高雄市鳳山區和大寮區十二間園所家長實證調查分析，提出以下待答問題：

- (一) 幼兒園家長的生活型態與在藝文活動的參與現況為何？
- (二) 不同背景變項的幼兒園家長在生活型態及藝文活動參與行為上是否有顯著差異？
- (三) 幼兒園家長的生活型態與其藝文活動參與行為是否有顯著關聯？

## 貳、文獻探討

### 一、生活型態相關理論

#### (一) 生活型態之概念

生活型態 (life style) 一詞被廣泛運用在社會學及行銷學領域，如法國社會學者布迪厄 (Bourdieu) 認為生活型態具有文化消費的區分功能，既是個人和社會群體自我區分和自我表演的方式，也是社會區分化的原則 (高宣揚，2002a)。行銷學者 William Lazer (1963) 則將生活型態的觀念引入行銷研究，認為生活型態「是生活在社會中一套獨特的模式。」

由於動機與目的不一，各領域學者對於生活型態也有了不同的註解與定義，以下試舉一些代表性的定義。Plummer (1974) 認為生活型態是將消費者視為一個整體，主要是在描繪出消費者的本質及活動方式。Engle, Kollat 和 Blackwell (1982) 認為生活型態是個人價值觀和人格的綜合表現，影響人特定的購買決策。內學者許士軍 (1986) 也提出他的看法，他認為生活型態乃是指一個人的整體生活模態，包括其態度、信念、意見、期望、畏懼、偏見等特質，也反應於他本身對於時間、精力及金錢的支配方式上。Kotler P. (1984) 年時曾發表「生活型態是人們生活在這個世界上，所表現在活動、興趣和意見上的生活方式」。這是較為著名的見解。

綜合以上說法，本研究認為生活型態是一種個人內在價值觀與人格特質的整體表現行為，包括活動、興趣和意見等方面。

#### (二) 生活型態之 AIO 量表

欲了解消費者的生活方式，一般企業仍以 AIO 進行測量。AIO 量表包含三個層面：活動、興趣和意見，由於三個詞彙的第一個字母分別為 A、I、O，故稱為 AIO 量表。Reynolds and William (1974) 的定義如下：

- 1、活動 (Activities)，指一種具體可觀察的行為，包括工作、嗜好、社交、度假、社團、社區、購物、運動、家等。
- 2、興趣 (Interest)，指對事物或某一主題，使人們產生特殊且持續注意的興奮程度，包括家庭、家事、工作、社區、娛樂、流行、食物、媒體、成就等。

3、意見 (Opinions)，指個人對於外在刺激所產生的問題，給予口頭或書面的回答，用以描述人們對於刺激的解釋、期望和評價包括自我、社會問題、政治、商業、經濟、教育、產品、未來與文化。

Joseph T. Plummer (1974) 認為 AIO 變數中的活動、興趣、意見，應再加上人口背景變數，如此即構成了衡量生活型態的四個重要層面，並據此四大類整理出 36 個構面。Plummer 更指出，每個研究不一定要遵循這些構面進行，可自行挑選最切合自己研究目的之構面，針對每個構面發展問題，而每個問題即是一生活型態變項。

本研究參考 AIO 量表的架構，編製問卷來衡量幼兒園家長的生活型態。將生活型態分成「活動」、「興趣」及「意見」三個面向，共計 30 個動機題項，採用李克特五點量表，共分為社交、娛樂、社區、家庭、消遣、媒體、流行、自我、教育、文化、產品等十一項子構面共 30 題。

## 二、藝文活動參與行為

藝文活動為休閒活動的一種，曹以樂 (2004) 提到，休閒參與是一種目標的指引，依據個人需求層面的不同，有選擇的行為模式，以達到最佳的休閒品質。對此，黃仲仁 (2012) 和莊詩歆 (2012) 也有類似的觀點。郭明集 (2010) 指出，參與行為是一種滿足參與者的生理、心理和社會需求的一種有目的的表達。簡單來說，休閒活動參與行為是有選擇性、目的性的需求滿足。

因個人與環境因素的差異，表現出不一樣的生活型態，並反映在其藝文活動參與行為上。柯福財 (2007) 主張經由休閒的參與行為研究，得以瞭解人類休閒行為背後的誘導因素，進而了解休閒在人類生活中的重要性。Kelly (1990) 將休閒參與歸納成三種模式：(一) 固定模式：從此模式觀察出休閒參與的頻率，並透過統計方法，將參與多樣的活動項目歸類整理。(二) 衡模式：休閒參與活動基於均衡生活經驗、健全生活內涵為原則下，所參與的內容、種類是多元且豐富的。(三) 核心模式：參與的活動內容是經常重複，且其參與的活動是經濟、方便，且隨個人特質、社會背景或環境差異有所改變的模式。以上三種參與模式，讓我們得以了解休閒參與行為的動機因素，構面涵蓋了休閒參與活動的項目、種類、頻率及時間。

承此，本研究將藝文活動參與視同休閒參與行為，是指工作之外的閒暇時間，在自由的支配下，所參與的休閒活動，作為探討構面著重在種類、參與的情形與頻率。

### 三、生活型態與藝文活動參與行為之相關研究

歸納歷年的藝文活動研究大都以藝文活動參與者為對象，針對各類型的藝文活動，分析其生活型態，並探討其藝文活動的參與偏好。蔡郁玟（2000）以舞蹈演出現場觀眾為對象，以特殊型生活型態量表將其生活型態分為五大因素，並將觀眾分為四個集群。研究結果發現，不同生活型態集群在欣賞類型上有所差異，「附庸風雅型」喜好現代舞，「被動參與型」喜好現代舞，「喜好藝文型」喜好現代舞和民族舞，「社交活躍型」則喜好芭蕾舞。

宋秉樞（2008）則是以生活型態特殊型 AIO 量表，將北美館觀眾經集群分析區隔出「高度參與族」、「中度參與族」及「低度參與族」等三個生活型態集群，且研究結果發現北美館觀眾較傾向於八個構面中的「精神生活」、「教育求知」及「藝術化品味」生活型態構面。

王南景（2007）以台中市藝文活動參與者為對象進行調查，以一般型 AIO 量表將其生活型態分為九個構面，研究發現，「文藝安定族」在藝文活動參與的頻率最高，「重視情感族」參與頻率則最低。賴晨嘉（2011）以台北音樂類、藝術類和電影類三種藝文活動參與者為對象，採「美感生活型態量表」將其生活型態分為六個構面，研究結果則發現藝文活動參與者最重視的是「自我主見」和「藝術喜好」兩構面，反映藝文活動參與者的生活型態特色大多以自我為中心，重視外在印象，也有明確的主張或想法。

## 參、研究設計與方法

### 一、研究架構與假設

本研究根據 Eagel、Kollat 與 Blackwell 提出的消費者行為模式及 Hawkins、Best 與 Coney 所提出的消費者行為概念性模式擬出本研究之研究架構，本研究認為個人的內部心理及外在社會因素決定了一個人的觀念和想要的生活方式，並因而衍生需要和欲求，包含其在藝文活動的參與行為，如圖 3 所示。

依據本研究之研究目的、文獻回顧及研究架構，提出假設如下：

**假設一：**不同個人背景變項之幼兒園家長在生活型態上具有顯著差異。

**假設二：**不同個人背景變項之幼兒園家長在藝文活動參與行為上有顯著差異。

**假設三：**幼兒園家長的生活型態與藝文活動參與行為有顯著相關。

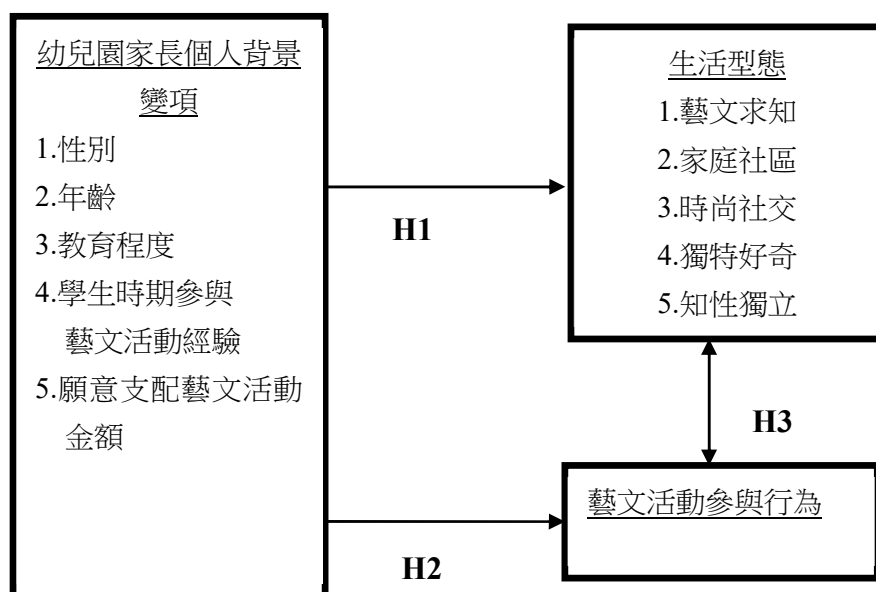


圖 3 研究架構

## 二、研究對象

本研究研究對象以公私立幼兒園家長為研究對象，研究範圍以原高雄縣鳳山區與大寮區為主，考量此兩區為原高雄縣最多的人口數及幼兒園數之故。採不計名的方式發放問卷 400 份，回收問卷為 327 份，剔除無效問卷，有效問卷為 300 份，其中。「男性」有「97」人(32.33%)；「女性」有「203」人(67.67%)。

## 三、研究工具

本研究以問卷為工具，包括基本資料以及生活型態與參與行為量表。基本資料包含受訪者性別、年齡、教育程度、學生時期是否有參與藝文活動經驗及每月願意支配於藝文活動的金額」等題項。

### (一) 生活型態量表

本研究問卷主要採用黃滢雯(2013)相關研究，分為「活動」、「興趣」及「意見」三個面向，以 Likert 五點量表為計分依據，從「非常不同意」、「不同意」、「普通」、「同意」、「非常同意」，分別給 1 分、2 分、3 分、4 分、5 分。得分越高，表示越認同該題項。

題目原共分為社交、娛樂、社區、家庭、消遣、媒體、流行、自我、教育、文化、產品等十一項子構面共 30 題。在正式問卷回收後進行檢定後之 KMO 值為 0.929，表示此樣本非常適合進行因素分析；而在 Bartlett 球形檢定方面，生活型態量表之球形檢定結果中近似卡方分配為 6545.254 且達顯著 ( $p=0.000$ )，符合進行因素分析。

通過檢定後，繼續以因素分析中之主成份分析進行共同因素萃取，依據特徵值大於 1 作為選取共同因素的原則。為使共同因素本身之因素負荷量差異盡量達到最大，故以最大變異數轉軸法 (varimax) 對選出的因素進行轉軸，使因素結構簡單化，所代表的意義更明顯，且更易於解釋，並依據各因素所包含問項之內容加以重新命名。分析結果共萃取 6 個主要因素，共可解釋全部變異之 70.194%，該值大於 50% 表示萃取的 6 個因素建構效度良好，命名為「藝文求知」、「家庭社區」、「時尚社交」、「獨特好奇」、「知性獨立」及「靜態休閒」等六個因素。說明如下：

- 1、藝文求知：包含會注意藝文活動的訊息、樂於參與藝文活動、以藝文活動為主要休閒活動、經常造訪藝文活動據點，並且認為能從參與藝文活動擴展知識、得到美學的啟發，也重視藝術教育、認為文化涵養比物質享受重要，甚至有著畫畫、音樂、舞蹈、攝影等與藝術相關的興趣，因此命名為「藝文求知」。
- 2、家庭社區：包含與街坊鄰居有良好的互動、關心社區的事情、以家庭為生活重心，假日多與家人相聚，因此命名為「家庭社區」。
- 3、時尚社交：包含會隨時注意流行資訊、傾向購買知名品牌的商品、對自己的眼光與品味有信心，推論知名度與品質是其購買決策中重要的因素之一，並且重視人際關係常與朋友聚會，因此命名「時尚社交」。
- 4、獨特好奇：包含對新奇、有趣的事物感興趣，因而也喜歡購買特殊風格的商品，並且對異國文化與風土民情感興趣，因此命名為「獨特好奇」。
- 5、知性獨立：較有獨立的個性、有自我主見，重視生活品質因而願意多花錢購買質感較好的東西，也喜歡閱讀書報雜誌以培養知識與文化涵養，因此命名為「知性獨立」。
- 6、靜態休閒：該因素僅包含兩項題項，在因素解釋上略有不足，但能夠作為一解釋構面了解民眾之生活型態，因此予以保留。此屬性包含喜歡從事靜態的休閒活動，如看電視等，因此命名為「靜態休閒」。

最後再以信度分析檢定每個因素構面的信度，Cronbach's  $\alpha$  值分為 .931、.725、.813、.770、.846、.525，表示具有一致性及穩定性。

## (二) 藝文活動參與行為量表

本研究問卷主要採用黃滢雯 (2013) 相關研究，參與類型及參與率以 Likert 五點尺度來作計分的依據，「不曾參與」得 1 分、「很少參與」為 2 分、「偶爾參與」為 3 分、「較常參與」為 4 分、「經常參與」為 5 分，得分愈高代表該項目的參與率愈高，反之則愈低。同時一併調查幼兒園家長參與藝文活動的情形，包含：購票參與的次數及資訊管道的來源等二項，以深入瞭解幼兒園家長實際參與藝文活動的情況。

## 四、資料處理與分析

本研究問卷經施測回收後，將資料輸入 SPSS22.0 中文版進行資料處理及統計分析，使用之統計方法有描述性統計分析，利用平均數、標準差、次數分配及百分比等描述性統計數值，以瞭解人口統計變項的分布情形。另外，採獨立樣本 t 檢定與單因子變異數分析，用以分析不同個人背景之幼兒園家長在生活型態與參與行為的差異情形。最後以皮爾森積差相關分析用以探討受試者生活型態與藝文活動參與行為之間的相關情形。

## 肆、結果與討論

### 一、受試者背景資料、生活型態、參與行為之描述統計分析

#### (一) 背景資料之描述統計分析

根據表 1，本研究受試者中女性略多，有 208 人（67.67%）。在年齡方面以 31~40 歲最多，有 217 人（72.33%），其次為 41~50 歲，有 59 人（19.67%）。受試者中以大專院校學歷者最多，有 178 人（51.50%）。在學生時期是否有參與藝文活動的經驗方面，有參與經驗佔 164 人（54.67%），反之佔 136 人（45.33%）。在平均每月願意支配於參與藝文活動的金額，願意支付 2,500 元以下（含）佔 120 人（40.00%），其次為願意支付 2,501~5,000 元佔 112 人（37.33%）。請參考表 1。

表 1

不同背景幼兒園家長分佈情形

變項	人數	百分比	累積百分比
性別			
男性	97	32.33	32.33
女性	203	67.67	100.00
年齡			
21~30 歲	18	6.00	6.00
31~40 歲	217	72.33	78.33
41~50 歲	59	19.67	98.00
51 歲以上（含）	6	2.00	100.00
教育程度			
國中以下（含）	2	0.67	0.67
高中職	80	26.67	27.33
專科／大學	178	59.33	86.67
研究所以上（含）	40	13.33	100.00
是否有參與藝文活動的經驗			
有	164	54.67	54.67
無	136	45.33	100.00

（續下頁）

變項	人數	百分比	累積百分比
平均每月願意支配金額			
2,500 元以下 (含)	120	40.00	40.00
2,501~5,000 元	112	37.33	77.33
5,001~7,500 元	60	20.00	97.33
7,501~10,000 元	7	2.33	99.67
10,001 元以上 (含)	1	0.33	100.00

## (二) 生活型態之描述統計分析結果

六種生活型態的描述性統計分析結果，分別為藝文求知(M=3.30)、家庭社區(M=3.72)、時尚社交(M=3.28)、獨特好奇(M=3.20)、知性獨立(M=3.69)及靜態休閒(M=2.86)。從表 2 發現各構面除了靜態休閒低於 3.0 以下，其餘平均數皆高於 3.0，整體來說幼兒園家長最多屬於以家庭社區為主的生活型態，屬於與街坊鄰居有良好的互動、關心社區的事情、以家庭為生活重心的生活型態，其次為知性獨立，較有獨立的自我有主見且重視生活品質。該研究結果相似於賴晨嘉(2011)的研究發現藝文活動參與者的生活型態以自我為中心及重視外在形象。

表 2

### 生活型態統計分析表

構面	平均數	標準差
藝文求知	3.30	.6557
家庭社區	3.72	.5255
時尚社交	3.28	.8185
獨特好奇	3.20	.8175
知性獨立	3.69	.6911
靜態休閒	2.86	.8117

## (三) 藝文活動參與行為之描述性統計分析結果

從表 3 發現，以文藝民俗節慶(M=2.56)的參與率最高，是偶爾參與，其次是電影(M=2.12)、現代戲劇(M=1.86)、傳統戲劇(M=1.78)、舞蹈(M=1.73)、美術類展覽(M=1.71)、設計類展覽(M=1.61)及西洋古典音樂演奏會(M=1.56)等皆是很少參與，流行音樂類(M=1.48)的藝文活動則偏向不曾參與。而以藝文活動整體(M=1.82)參與率而言，則較偏向很少參與。

表 3

### 藝文活動參與現況統計分析表

藝文活動類型	平均數	標準差	排序
文藝民俗節慶活動	2.56	1.428	1
電影	2.12	1.091	2

(續下頁)

藝文活動類型	平均數	標準差	排序
現代戲劇	1.86	1.046	3
傳統戲劇	1.78	.748	4
舞蹈	1.73	.711	5
美術類展覽	1.71	.754	6
設計類展覽	1.61	.860	7
西洋古典音樂演唱奏會	1.56	.862	8
流行音樂類	1.48	.879	9

由表 4 發現，「每年 2-3 次」的受試者人數有「176」人最多，占全體的「58.7」%為大多數；其次是「4-5 次」，有「75」人（25.0%），「6-7 次」再次之，而「0-1 次」的人數最少，僅有「7」人（2.3%）。由此可知高雄市幼兒園家長參與藝文活動之頻率偏低，大多數人的參與次數一個月不到一次。

表 4

一年內購票參與藝文活動次數統計表

排序	類別	人數	百分比
1	0-1 次	7	2.3
2	2-3 次	176	58.7
3	4-5 次	75	25.0
4	6-7 次	19	6.3
5	8 次(含)以上	23	7.7

藝文活動相關訊息的來源廣泛，研究調查結果發現透過「網路」的受訪者人數有 236 人，占全體的 24.1%為大多數；其次是透過「親友」（17.4%）、「電視」（14.2%）、「海報」（10.1%）等，其他還包含百貨公司 LED 螢幕或跑馬燈、FB 或 LINE 社群及手機 APP 等，人數最少。由此可知網路媒體社群仍是現今社會資訊傳遞的主要管道。

表 5

藝文活動訊息來源次數統計表

排序	類別	人數	百分比
1	網路	236	24.1
2	親友	170	17.4
3	電視	139	14.2
4	海報	99	10.1
5	廣告旗幟	92	9.4
6	藝文據點文宣品	92	9.4
7	報章雜誌	88	9.0
8	廣播	31	3.2
9	「文化高雄」月刊	21	2.1
10	其他	10	1.0

## 二、不同背景變項受試者在生活型態上的差異情形

### (一) 不同性別的受試者在生活型態上的差異情形

如表 6 所示，受試者「生活型態」構面下的「藝文求知」、「家庭社區」、「時尚社交」、「獨特好奇」、「知性獨立」以及「靜態休閒」六個變項的 t 值分別為-2.941、-3.527、-3.463、-1.622、-1.239、-1.383，惟「藝文求知」、「家庭社區」、「時尚社交」達顯著差異，根據平均數顯示得知，女生在「藝文求知」、「家庭社區」、「時尚社交」的得分高於男生，意味著女性較男性更樂於參與藝文活動、以家庭為生活重心、以及更重視品牌與流行的商品。

表 6

受試者「性別」在「生活型態」上之平均數差異性檢定表

研究構面	平均數		F 值	Sig F	t 值 (2-tailed)	Sig t
	(1) 男生 (N=97)	(2) 女生 (N=203)				
藝文求知	3.143	3.378	3.834	.051	-2.941**	.004
家庭社區	3.575	3.799	.002	.961	-3.527***	.000
時尚社交	3.054	3.398	3.314	.070	-3.463**	.001
獨特好奇	3.096	3.259	1.186	.277	-1.622	.106
知性獨立	3.655	3.773	8.865**	.003	-1.239	.217
靜態休閒	2.768	2.906	1.164	.282	-1.383	.168

註：\* $P < .05$ ；\*\* $P < .01$ ；\*\*\* $P < .001$

### (二) 不同參與經驗的受試者在生活型態上的差異情形

如表 7 所示：受試者「生活型態」構面下的「藝文求知」、「家庭社區」、「時尚社交」、「獨特好奇」、「知性獨立」以及「靜態休閒」六個變項的 t 值分別為 8.353、1.232、7.111、6.759、8.511、-4.545，惟「家庭社區」未達顯著，其他皆達顯著差異，根據平均數顯示得知，有參與經驗者在「藝文求知」、「時尚社交」、「獨特好奇」、「知性獨立」的得分高於沒有參加經驗者。而「靜態休閒」而言，反而是沒有參加經驗者的得分高於有參加經驗者。由此得知幼兒園家長早期的藝文參與經驗可能與往後生活型態的選擇有所關聯，先前的參與經驗使其較會注意藝文活動的訊息、樂於參與藝文活動、對自己的眼光與品味有信心，也對新奇有趣的事物感興趣，並且也喜歡透過藝文活動培養知識與文化涵養。

表 7

受試者「參與經驗」在「生活型態」上之平均數差異性檢定表

研究構面	平均數		F 值	Sig F	t 值 (2-tailed)	Sig t
	(1) 有 (N=164)	(2) 無 (N=136)				
藝文求知	3.562	2.989	.005	.943	8.353***	.000
家庭社區	3.761	3.686	.178	.674	1.232	.219
時尚社交	3.570	2.945	.175	.676	7.111***	.000
獨特好奇	3.478	2.880	.550	.459	6.759***	.000
知性獨立	4.026	3.384	.003	.960	8.511***	.000
靜態休閒	2.674	3.088	.132	.717	-4.545***	.000

註：\* $P < .05$ ；\*\*  $P < .01$ ；\*\*\*  $P < .001$

### (三) 不同年齡的受試者在生活型態上的差異情形

根據表 8 所示，不同「年齡」的受訪者在「生活型態」構面下的「藝文求知」、「家庭社區」、「時尚社交」、「獨特好奇」、「知性獨立」以及「靜態休閒」六個變項的 F 值分別為 7.239 (P 值=.000)、2.313 (P 值=.076)、3.047 (P 值=.029)、7.475 (P 值=.000)、8.423 (P 值=.000) 與 2.359 (P 值=.072)，惟「家庭社區」以及「靜態休閒」未達顯著，其他皆達統計上的顯著水準。表示在「生活型態」構面下的「藝文求知」、「時尚社交」、「獨特好奇」、「知性獨立」四個變項上的看法與認知，會因為「年齡」的差異而導致看法與認知上的不同。

經過 Scheffe 事後比較發現，就「藝文求知」而言，「31-40 歲」的受訪者的得分是高於「21-30 歲」與「41-50 歲」的受訪者。中生代較傾向以造訪藝文活動據點作為主要休閒活動；就「時尚社交」而言，「31-40 歲」的受訪者的得分高於「41-50 歲」的受訪者，中生代較注重流行有品牌的商品。就「獨特好奇」而言，「31-40 歲」的受訪者的得分是高於「41-50 歲」的受訪者，中生代較傾向從事有趣的的休閒活動。就「知性獨立」而言，「31-40 歲」的受訪者的得分是高於「21-30 歲」以及「41-50 歲」的受訪者，中生代較重視生活品質因而願意多花錢購買質感較好的東西。總而言之，30-40 歲的幼兒園家長較重視藝術教育、生活品質、對於自己的生活選擇有較有主見。

表 8

「年齡」在「生活型態」上的平均數比較差異分析表

層面／變數	分組	樣本數	平均數	標準差	F 值	p 值	Scheffé 法 事後比較
藝文求知	(1) 21-30 歲	18	2.955	.609	7.239***	.000	(2)>(1)
	(2) 31-40 歲	217	3.407	.632			(2)>(3)
	(3) 41-50 歲	59	3.040	.647			
	(4) 51 歲以上(含)	6	3.136	.775			
家庭社區	(1) 21-30 歲	18	3.611	.530	2.313	.076	NA
	(2) 31-40 歲	217	3.763	.535			
	(3) 41-50 歲	59	3.602	.446			
	(4) 51 歲以上(含)	6	4.000	.707			
時尚社交	(1) 21-30 歲	18	3.250	.743	3.047*	.029	(2)>(3)
	(2) 31-40 歲	217	3.369	.824			
	(3) 41-50 歲	59	3.021	.748			
	(4) 51 歲以上(含)	6	3.042	1.077			
獨特好奇	(1) 21-30 歲	18	2.870	.706	7.475***	.000	(2)>(3)
	(2) 31-40 歲	217	3.339	.813			
	(3) 41-50 歲	59	2.876	.714			
	(4) 51 歲以上(含)	6	2.667	.989			
知性獨立	(1) 21-30 歲	18	3.333	.767	8.423***	.000	(2)>(1)
	(2) 31-40 歲	217	3.855	.700			(2)>(3)
	(3) 41-50 歲	59	3.483	.633			
	(4) 51 歲以上(含)	6	3.083	1.008			
靜態休閒	(1) 21-30 歲	18	3.278	.790	2.359	.072	NA
	(2) 31-40 歲	217	2.811	.848			
	(3) 41-50 歲	59	2.881	.659			
	(4) 51 歲以上(含)	6	3.250	.524			

註：\*P<.05；\*\*P<.01；\*\*\*P<.001；NA 表示不須事後比較。

#### (四) 不同教育程度的受試者在生活型態上的差異情形

根據表 9 所示，不同「教育程度」的受訪者在「生活型態」構面下的「藝文求知」、「家庭社區」、「時尚社交」、「獨特好奇」、「知性獨立」以及「靜態休閒」六個變項的 F 值分別為 22.602 (P 值=.000)、2.596 (P 值=.053)、16.004 (P 值=.000)、16.094 (P 值=.000)、41.312 (P 值=.000) 與 13.583 (P 值=.000)，惟「家庭社區」未達顯著差異，其他皆達統計上的顯著水準。表示在「生活型態」構面下的「藝文求知」、「時尚社交」、「獨特好奇」、「知性獨立」以及「靜態休閒」五個變項上的得分，會因為「教育程度」而有所差異。

經過 Scheffe 事後比較發現，就「藝文求知」而言，「專科／大學、研究所以上(含)」的受訪者的分是高於「高中職」的受訪者。就「時尚社交」而言，「專科／大學、研究所以上(含)」的受訪者的分是高於「高中職」的受訪者。

上(含)」的受訪者的得分高於「高中職」的受訪者。就「獨特好奇」而言，「專科／大學、研究所以以上(含)」的受訪者的得分高於「高中職」的受訪者。就「知性獨立」而言，「專科／大學、研究所以以上(含)」的受訪者的得分高於「高中職」的受訪者。就「靜態休閒」而言，「專科／大學、研究所以以上(含)」的受訪者的得分高於「高中職」的受訪者。整體來說，教育程度為「專科／大學、研究所以以上(含)」的家長教高中職程度的家長，其生活型態更重視藝術教育、傾向於購買知名品牌的商品、對異國文化與風土民情較感興趣、重視生活品質以及喜歡從事靜態的休閒活動。

表 9

受試者「教育程度」在「生活型態」上的平均數比較差異分析表

層面／變數	分組	樣本數	平均數	標準差	F 值	p 值	Scheffé 法事後比較	
藝文求知	(1) 國小以下(含)	2	2.727	1.157	22.602***	.000	(3)>(2)	
	(2) 高中職	80	2.883	.509				(4)>(2)
	(3) 專科／大學	178	3.400	.640				
	(4) 研究所以以上(含)	40	3.736	.514				
家庭社區	(1) 國小以下(含)	2	4.500	.707	2.596	.053	NA	
	(2) 高中職	80	3.672	.491				
	(3) 專科／大學	178	3.765	.547				
	(4) 研究所以以上(含)	40	3.625	.453				
時尚社交	(1) 國小以下(含)	2	2.125	.884	16.004***	.000	(3)>(2)	
	(2) 高中職	80	2.916	.748				(4)>(2)
	(3) 專科／大學	178	3.334	.750				
	(4) 研究所以以上(含)	40	3.875	.844				
獨特好奇	(1) 國小以下(含)	2	2.000	1.414	16.094***	.000	(3)>(2)	
	(2) 高中職	80	2.763	.762				(4)>(2)
	(3) 專科／大學	178	3.328	.767				
	(4) 研究所以以上(含)	40	3.617	.714				
知性獨立	(1) 國小以下(含)	2	2.125	1.237	41.312***	.000	(3)>(2)	
	(2) 高中職	80	3.194	.595				(4)>(2)
	(3) 專科／大學	178	3.860	.600				
	(4) 研究所以以上(含)	40	4.344	.662				
靜態休閒	(1) 國小以下(含)	2	3.750	.354	13.583***	.000	(3)>(2)	
	(2) 高中職	80	3.175	.703				(4)>(2)
	(3) 專科／大學	178	2.846	.795				
	(4) 研究所以以上(含)	40	2.263	.751				

註：\*P<.05；\*\*P<.01；\*\*\*P<.001；NA 表示不須事後比較。

### (五) 每月不同支配金額的受試者在生活型態上的差異情形

根據表 10 所示，不同「支配金額」的受訪者在「生活型態」構面下的「藝文求知」、「家庭社區」、「時尚社交」、「獨特好奇」、「知性獨立」以及「靜態休閒」六個變項的 F 值分別為 4.470 (P 值=.004)、1.114 (P 值=.344)、3.780 (P 值=.011)、5.794 (P 值=.001)、2.473 (P 值=.062) 與 .359 (P 值=.783)，皆達統計上的顯著水準。表示在「生活型態」構面下的「藝文求知」、「家庭社區」、「時尚社交」、「獨特好奇」、「知性獨立」以及「靜態休閒」六個變項上的看法與認知，會因為「支配金額」的差異而導致看法與認知上的不同。

經過 Scheffe 事後比較發現，就「藝文求知」而言，「5,001~7,500 元、7,501~10,000 元、10,001 元以上(含)」的受訪者的得分是高於「2,501~5,000 元」的受訪者。就「家庭社區」而言，「7,501~10,000 元」的受訪者的得分是高於「2,501~5,000 元」的受訪者。就「時尚社交」而言，「5,001~7,500 元、7,501~10,000 元、10,001 元以上(含)」的受訪者的得分是高於「2,501~5,000 元」的受訪者。就「獨特好奇」而言，「5,001~7,500 元、7,501~10,000 元、10,001 元以上(含)」的受訪者的得分是高於「2,501~5,000 元」的受訪者。就「知性獨立」而言，「5,001~7,500 元、7,501~10,000 元、10,001 元以上(含)」的受訪者的得分是高於「2,501~5,000 元」的受訪者。就「靜態休閒」而言，「5,001~7,500 元、7,501~10,000 元、10,001 元以上(含)」的受訪者的得分是高於「2,501~5,000 元」的受訪者。整體而言，可支配金額較高者的生活型態會注意藝文活動的訊息、重視商品品牌、對新奇的文化感興趣、重視生活品質、並喜歡從事靜態的休閒活動。

表 10

受試者的「支配金額」在「生活型態」上的平均數比較差異分析表

層面／變數	分組	樣本數	平均數	標準差	F 值	p 值	Scheffé 法事後比較
藝文求知	(1) 2,501~5,000 元	120	2.769	.445	105.755***	.000	(2)>(1)
	(2) 5,001~7,500 元	112	3.477	.442			(3)>(1)
	(3) 7,501~10,000 元	60	3.935	.522			(4)>(1)
	(4) 10,001 元以上(含)	7	4.130	.272			
家庭社區	(1) 2,501~5,000 元	120	3.606	.507	3.732*	.012	(3)>(1)
	(2) 5,001~7,500 元	112	3.795	.552			
	(3) 7,501~10,000 元	60	3.838	.489			
	(4) 10,001 元以上(含)	7	3.679	.374			
時尚社交	(1) 2,501~5,000 元	120	2.798	.671	41.177***	.000	(2)>(1)
	(2) 5,001~7,500 元	112	3.411	.649			(3)>(1)
	(3) 7,501~10,000 元	60	3.942	.730			(4)>(1)
	(4) 10,001 元以上(含)	7	3.893	1.189			

(續下頁)

層面／變數	分組	樣本數	平均數	標準差	F 值	p 值	Scheffé 法事後比較
獨特好奇	(1) 2,501~5,000 元	120	2.617	.653	67.468***	.000	(2)>(1)
	(2) 5,001~7,500 元	112	3.402	.607			(3)>(1)
	(3) 7,501~10,000 元	60	3.944	.641			(4)>(1)
	(4) 10,001 元以上 (含)	7	3.810	.634			
知性獨立	(1) 2,501~5,000 元	120	3.211	.594	57.583***	.000	(2)>(1)
	(2) 5,001~7,500 元	112	3.884	.483			(3)>(1)
	(3) 7,501~10,000 元	60	4.242	.543			(4)>(1)
	(4) 10,001 元以上 (含)	7	4.262	.810			
靜態休閒	(1) 2,501~5,000 元	120	3.229	.701	17.830***	.000	(2)>(1)
	(2) 5,001~7,500 元	112	2.719	.674			(3)>(1)
	(3) 7,501~10,000 元	60	2.500	.934			(4)>(1)
	(4) 10,001 元以上 (含)	7	2.143	.900			

註：\* $P < .05$ ；\*\* $P < .01$ ；\*\*\* $P < .001$ ；NA 表示不須事後比較；n.s 表示事後比較後未有顯著差異。

### 三、不同背景變項受試者在藝文活動參與行為上的差異情形

#### (一) 不同性別的受試者在藝文活動參與行為上的差異情形

根據表 11，得到 t 值為-2.394，達顯著差異，根據平均數顯示得知，女生的參與藝文活動行為得分高於男生，女性較男性更樂於參與藝文活動。

表 11

受試者的「性別」在「參與行為」上之平均數差異性檢定表

研究構面	平均數		F 值	Sig F	t 值 (2-tailed)	Sig t
	(1) 男生 (N=97)	(2) 女生 (N=203)				
參與行為	1.711	1.849	5.236*	.023	-2.394*	.018

註：\* $P < .05$ ；\*\* $P < .01$ ；\*\*\* $P < .001$

#### (二) 不同參與經驗的受試者在藝文活動參與行為上的差異情形

根據表 12，t 值為 4.929，達顯著差異，根據平均數顯示得知，學生時期有參與藝文活動經驗者在「參與行為」的得分高於未參與經驗者。早期經驗的家長會較重視藝術教育，該研究結果與 Kotler 的文化觀眾調查結果相同，也誠如 Yoesting 和 Burkhead (1973) 指出在成年的藝文活動與兒少時期的參與行為息息相關。

表 12

受試者「參與經驗」在「參與行為」上之平均數差異性檢定表

研究構面	平均數		F 值	Sig F	t 值 (2-tailed)	Sig t
	(1) 有 (N=164)	(2) 無 (N=136)				
參與行為	1.929	1.655	.277	.599	4.929***	.000

註：\* $P < .05$ ；\*\* $P < .01$ ；\*\*\* $P < .001$

### (三) 不同年齡的受試者在藝文活動參與行為上的差異情形

根據表 13 所示，不同「年齡」的受訪者在「參與行為」構面下的 F 值為 .621 (P 值=.602)，未達顯著水準。表示受試者不會因為「年齡」的差異而導致「參與行為」有所不同。

表 13

受試者「年齡」在「參與行為」上的平均數比較差異分析表

層面/變數	分組	樣本數	平均數	標準差	F 值	p 值	Scheffé 法 事後比較
參與行為	(1) 21-30 歲	18	1.679	.494	.621	.602	NA
	(2) 31-40 歲	217	1.817	.483			
	(3) 41-50 歲	59	1.783	.535			
	(4) 51 歲以上(含)	6	1.944	.655			

註：\* $P < .05$ ；\*\* $P < .01$ ；\*\*\* $P < .001$ ；NA 表示不須事後比較；n.s 表示事後比較後未有顯著差異。

### (四) 不同教育程度的受試者在藝文活動參與行為上的差異情形

根據表 14 所示，不同「教育程度」的受訪者在「參與行為」下的 F 值為 7.792 (P 值=.000)，達統計上的顯著水準。表示受試者會因為「教育程度」的差異而導致「參與行為」有所不同。

經過 Scheffe 事後比較發現，「專科/大學」的受訪者的參與行為高於「高中職」的受訪者。「研究所以上(含)」的受訪者的參與行為也是高於「高中職」的受訪者。

表 14

受試者「教育程度」在「參與行為」上的平均數比較差異分析表

層面/變數	分組	樣本數	平均數	標準差	F 值	p 值	Scheffé 法 事後比較
參與行為	(1) 國小以下(含)	2	2.222	1.257	7.792***	.000	(3)>(2) (4)>(2)
	(2) 高中職	80	1.589	.408			
	(3) 專科/大學	178	1.871	.500			
	(4) 研究所以上(含)	40	1.922	.490			

註：\* $P < .05$ ；\*\* $P < .01$ ；\*\*\* $P < .001$ ；NA 表示不須事後比較；n.s 表示事後比較後未有顯著差異。

### (五) 每月不同支配金額的受試者在藝文活動參與行為上的差異情形

根據表 15 所示，不同「支配金額」的受訪者在「參與行為」的  $F$  值為 27.602 ( $P$  值=.000)，達統計上的顯著水準。表示受試者會因為「可用支配金額」的差異而導致「參與行為」的不同。

經過 Scheffe 事後比較發現，可支配金額為「5,001~7,500 元」的受訪者參與行為高於「2,501~5,000 元」的受訪者。可支配金額為「7,501~10,000 元」的受訪者參與行為高於「2,501~5,000 元」的受訪者。可支配金額為「10,001 元以上(含)」的受訪者參與行為高於「2,501~5,000 元」的受訪者。從結果得知，每月可支配金額高於 5,000 元的家長更有機會以藝文活動為主要休閒活動，經常造訪藝文活動據點，而從藝文活動擴展美學知識。

表 15

受試者「支配金額」在「參與行為」上的平均數比較差異分析表

層面／變數 分組	樣本數	平均數	標準差	$F$ 值	$p$ 值	Scheffé 法事後比較
參與行為 (1) 2,501~5,000 元	120	1.565	.425	27.602***	.000	(2)>(1)
(2) 5,001~7,500 元	112	1.834	.404			(3)>(1)
(3) 7,501~10,000 元	60	2.152	.507			(4)>(1)
(4) 10,001 元以上(含)	7	2.270	.462			

註：\* $P < .05$ ；\*\* $P < .01$ ；\*\*\* $P < .001$ ；NA 表示不須事後比較；n.s 表示事後比較後未有顯著差異。

### 四、受試者的生活型態與藝文活動參與行為之相關分析

根據表 16，受試者的「生活型態」構面下的「藝文求知」、「家庭社區」、「時尚社交」、「獨特好奇」、「知性獨立」以及「靜態休閒」六個變項與其「參與行為」彼此間有顯著相關。其中，「藝文求知」和參與行為彼此間偏中高度正相關，表示受試者的生活型態愈偏向藝文求知，其藝文活動參與行為愈多。「家庭社區」、「時尚社交」、「獨特好奇」、「知性獨立」四個變項和參與行為彼此間偏中度正相關，表示受試者的生活型態愈偏向家庭社區、時尚社交、獨特好奇及知性獨立，其藝文活動參與行為愈多。也就是說，較重視流行資訊與人際關係、對新奇事物感興趣、較有自我主見的幼兒園家長，會有較高的藝文活動參與頻率。另一方面，研究發現「靜態休閒」和參與行為為低度負相關，意味著幼兒園家長的生活型態愈傾向靜態休閒活動（例如看電視），則較少有藝文活動參與行為。

表 16

## 受試者的生活型態與藝文活動參與行為之相關矩陣

	藝文求知	家庭社區	時尚社交	獨特好奇	知性獨立	靜態休閒	參與行為
藝文求知	1						
家庭社區	.376***	1					
時尚社交	.681***	.268***	1				
獨特好奇	.824***	.434***	.696***	1			
知性獨立	.700***	.266***	.739***	.684***	1		
靜態休閒	-.357***	.111	-.311***	-.305***	-.464***	1	
參與行為	.567***	.363***	.405***	.490***	.385***	-.126*	1

註：\* $P < .05$ ；\*\* $P < .01$ ；\*\*\* $P < .001$

## 伍、結論與建議

### 一、結論

(一) 生活型態分為「藝文求知」、「家庭社區」、「時尚社交」、「獨特好奇」、「知性獨立」及「靜態休閒」等六個種類

生活型態經本研究因素分析萃取出「藝文求知」、「家庭社區」、「時尚社交」、「獨特好奇」、「知性獨立」及「靜態休閒」等六個因素。藝文求知包含會注意藝文活動的訊息、樂於參與藝文活動、以藝文活動為主要休閒活動、經常造訪藝文活動據點，並且認為能從參與藝文活動擴展知識、得到美學的啟發，也重視藝術教育、認為文化涵養比物質享受重要，甚至有著畫畫、音樂、舞蹈、攝影等與藝術相關的興趣。家庭社區包含與街坊鄰居有良好的互動、關心社區的事情、以家庭為生活重心，假日多與家人相聚。時尚社交包含會隨時注意流行資訊、傾向購買知名品牌的商品、對自己的眼光與品味有信心，並且重視人際關係常與朋友聚會。獨特好奇 包含對新奇、有趣的事物感興趣，因而也喜歡購買特殊風格的商品，並且對異國文化與風土民情感興趣。知性獨立屬於有獨立的個性、有自我主見，重視生活品質因而願意多花錢購買質感較好的東西，也喜歡閱讀書報雜誌以培養知識與文化涵養。靜態休閒包含喜歡從事靜態的休閒活動，如看電視等。

(二) 幼兒園家長最常參與的藝文活動為文藝民俗節慶活動

幼兒園家長最常進行的藝文活動是參加文藝民俗節慶活動，其次是電影，次之則為現代戲劇。文藝民俗節慶活動內容包含傳統慶典、民俗廟會、原住民祭典、地方文化節、地方民俗活動等，這與台灣生活與文化習俗息息相關，因此為多數家長參與藝文活動時的主要選擇。

### (三) 藝文活動的相關資訊來源主要以網路獲知最多

藝文活動的相關資訊來源主要以網路獲知最多，其次是親友，次之為電視。其他還包含百貨公司 LED 螢幕或跑馬燈、FB 或 LINE 社群及手機 APP 等。由此可知大部分幼兒園家長都具有使用網路的能力，且現在是網路社群普遍運用的時代，會經由親友의 分享來取得訊息。

### (四) 學生時期有參與藝文活動經驗者有較多的藝文活動參與行為

根據研究結果發現，幼兒園家長在學生時期若有參與藝文活動經驗者在「參與行為」的得分高於未參與經驗者，這意味著早年接觸藝文活動經驗會潛在影響受訪者未來活動參與的選擇，這符合研究者選擇幼兒園家長作為研究對象的動機，幼兒若能在家長帶領下參與較多的藝文活動經驗，成年後則會有較多藝文活動參與的選擇意願。

### (五) 願意支配較多金額於藝文活動的家長，有較積極的藝文活動參與行為

研究顯示每月有不同「可用支配金額」的受訪者在藝文活動「參與行為」會有所差異，尤其每月可支配金額達到「5,001~7,500 元」、「7,501~10,000 元」、「10,001 元以上(含)」三個級距的受訪者，相較於可用支配為「2,501~5,000 元」的受訪者，則有較多的藝文活動參與行為。這似乎意味著藝文活動參與屬於非生活基本需求的消費，屬於成長型的需求。

### (六) 生活型態傾向「藝文求知」的家長出現較多的藝文活動參與行為

「生活型態」中的「藝文求知」、「家庭社區」、「時尚社交」、「獨特好奇」、「知性獨立」以及「靜態休閒」六個層面與「參與行為」彼此間有顯著相關。其中以生活型態傾向「藝文求知」的家長對藝文活動參與行為最積極，而生活型態傾向「靜態休閒」的家長對出現較少的藝文活動的參與行為。

## 二、建議

### (一) 政府及藝文相關主辦單位多加推廣家長參與藝文活動的風氣

政府及相關單位應推廣家長參與親子藝文活動的好處，正如 Yoesting 和 Burkhead(1973) 指出在兒童與青少年時期若缺少藝文活動的參與，成年之後也難以積極參與藝文活動，本研究也證實早期藝文活動參與經驗與往後參與行為有關連。然而，政府如要推展家長參與藝文活動，可以從藝術走入社區及校園著手。由當地文化單位先進行各當地社區民眾的藝術活動類型的需求調查，和舉辦年度藝術文化節慶活動等，可使家長兼顧家庭、交通便利性及花費，實質提高參與藝文活動之行為，如此一來既能推廣親子教育，又能推展藝術人文休閒一舉兩得。

## **(二) 學校方面可將藝文活動納進課程活動設計的參考**

由於早期藝文活動接觸經驗與往後參與行為有關聯，因此，幼兒園如要辦理相關活動之企劃時，可以將藝文活動視為規劃的參考方向，在課程活動設計時也能依此來設計內容，例如：學校及老師能主動提供家長藝文活動的訊息，可與社區發展協會合作，帶幼兒及家長們從認識自己社區的歷史文化開始。戶外教學可安排參訪藝文館所，觀賞藝文建物、展覽及表演，或進行創作體驗活動。

## **(三) 建議未來研究進一步探討參與行為阻礙因素**

本研究主要探討幼兒園家長生活型態與藝文活動參與行為之關係，結果發現生活型態與藝文活動參與有顯著相關。建議未來研究者可以考慮針對幼兒園家長在參與阻礙及如何提升參與意願方面作研究，並輔以質性訪談，供有關單位進行藝文活動規劃之參考。

## 參考文獻

- 王南景(2007)。**藝文活動參與者的價值觀、生活型態與參與行為之研究—以台中市為例**(未出版之碩士論文)。朝陽科技大學，台中市。
- 石苑均(2016)。**幼兒園家長參與的影響、困境與展望**。*臺灣教育評論月刊*，5(7)，79-81。
- 宋秉樺(2008)。**台北市立美術館觀眾生活型態之調查研究**(未出版之碩士論文)。輔仁大學，新北市。
- 李亦園(1984)。**高雄市民文化需求與文化參與之研究**。高雄市：高雄市政府研考會。
- 柯福財(2007)。**高雄市家庭休閒活動參與與阻礙因素之研究**(未出版之碩士論文)。國立屏東教育大學，屏東縣。
- 夏學理(2011)。**文化藝術發展與創意人力探析**。*朝陽學報*，16，45-67。
- 高宣揚(2002)。**流行文化社會學**。台北：揚智。
- 曹以樂(2004)。**大台北地區青少年休閒認知與參與行為之研究**(未出版之碩士論文)。國立臺灣師範大學，台北市。
- 莊詩歆(2012)。**離島地區民眾休閒動機、參與行為與休閒阻礙之研究**(未出版之碩士論文)。銘傳大學，台北市。
- 許士軍(1986)。**現代行銷管理**(第三版)。台北：帝略。
- 郭明集(2010)。**臺北縣羽球運動消費者參與行為、參與動機及參與滿意度之研究**(未出版之碩士論文)。輔仁大學，新北市。
- 黃仲仁(2012)。**臺北市高中學生休閒認知、休閒參與及生活滿意度之研究**(未出版之碩士論文)。景文科技大學，台北市。
- 蔡郁玟(2000)。**舞蹈演出現場觀眾市場區隔：生活型態、觀賞動機、訊息來源與類型喜好之研究**(未出版之碩士論文)。體育大學，台北市。
- 鄭美玲(2011)。**基隆市青少年參與藝文活動行為之研究**(未出版之碩士論文)。國立臺北教育大學，台北市。
- 賴晨嘉(2011)。**台北藝文活動參與者之特質、動機與活動參與之有關研究**(未出版之碩士論文)。世新大學，台北市。
- Engel, J. F., Kollat, D. J., & Blackwell, R. D. (1982). *Consumer behavior (4th ed.)*. New York: Dryden Press.
- Gruses, J. E., & Lylton, H. (1998). *Social development History, and research*. New York: Springer-Verlag.
- Kelly, J. R. (1990). Leisure and aging: A second agenda. *Society and Leisure*, 13(1), 145-167.

Kotler, P.(1984). *Marketing management: Analysis, Planning, Implementation and Control*,8<sup>th</sup> ed..  
Englewood Cliffs, N.J :Prentice Hall.

Lazer, W.(1963). Life style concept and marketing. *Toward Scientific Marketing*. 143-151.

Neulinger, J. (1981). *To Leisure: An Introductory*. Boston: Allyn & Bacon.

Plummer, J. T. (1974). The concept and application of life style segmentation. *Journal of Marketing*,  
38, 33-37.

Reynolds, Fred D. & William R. Darden. (1974), Constructing life style and psychographics. In  
Williams D. Well(Eds.), *Life style and psychographics* (pp.74-96). Chicago: AMA.

Yoesting, D. R., & Burkhead, D. L. (1973). Significance of childhood recreation experience on adult  
leisure behavior: An exploratory analysis. *Journal of Leisure Research*, 5, 25-3.