

國立臺灣大學文學院圖書資訊學系

碩士論文



Department of Library and Information Science

College of Liberal Arts

National Taiwan University

Master Thesis

烹飪嗜好者的深度休閒特徵及其資訊行為研究

Exploring Cooking Hobbyists' Serious Leisure Characteristics  
and Their Information Behavior

陳宣毅

Hsuan-Yi Chen

指導教授：蔡天怡 博士

Advisor: Tien-I Tsai, Ph.D.

中華民國 107 年 7 月

July, 2018

## 謝辭




四年一刻，夾雜在許多的漫漫長夜和日出的中間，時間似水流逝，悄悄的過去。我能完成這本撰寫長達兩年半的碩士論文，需要感謝許多貴人在過程中的幫助。

首先，本論文的完成最要感謝我敬愛的論文指導教授蔡天怡老師，老師真得是有如天使般的存在。猶記碩士班剛入學的那年暑假，加入系網團隊、一同吃披薩一起討論、規劃新系網的奮戰時光；期末慶功時一起去爬象山、玩密室脫逃的美好時刻，也是從那時起建立起的革命情感，讓我選擇了天怡老師擔任導師，以及後來撰寫論文的指導教授。作為導師，老師慷慨地協助我申請各類獎學金、撰寫交換學生推薦信、甚至願意擔任我美食烹飪社的社團指導老師處理社務。在導生聚時親切關懷我的生活、課業與興趣，每一次的協助與關心都讓我銘記在心；作為論文指導教授，老師每每在半夜時分及時回覆論文信件，乃至在準備論文計畫書口試的過年期間，也密切與我討論論文問題與修稿。碩士論文整個撰寫過程中，每一次的討論中都盡心盡力地指導我、協助我完成論文的每一個環節，讓我的論文問題能夠聚焦並指引我論文撰寫的方向。感激之情無論如何訴諸於文字詞藻，似乎都無法精確表達，因此只好在此簡單地說：「老師謝謝您，辛苦了！」

其次，我要感謝唐牧群老師，老師就像是我的第二個導師一般。我在 12 研擔任研究助理的日子是輕鬆、彈性與歡樂的，老師在工作之餘也時常關心我的生活、課業、職涯、忙碌與熱衷的事物與各種八卦，除了研究生研究室外，12 研就像是另一個家。更要感謝老師願意擔任我的口試委員，在論文審查時，給予我許多研究架構與統計分析上的指導與協助，讓我能順利完成論文的統計分析。

接著，我要感謝賴玲玲、謝寶煖、林奇秀、謝吉隆、藍文欽、林珊如六位老師。賴玲玲老師是我的另一位口試委員，在兩次口試時都鉅細靡遺地提供了許多論文撰寫與修改的建議，讓我獲益良多。謝寶煖老師是教導「量化研究與統計分析」的老師，為我打下了扎實的統計基礎，讓我能順利完成論文的統計分析，此外老師熱情的爽朗笑聲與關懷，也每每讓我倍感溫暖。在林奇秀老師的「資訊尋求行為」課堂上，有許多資訊行為



研究經典文獻的精采導讀與討論，在這堂課上獲得的點點滴滴，後來都成為我撰寫論文文獻探討的重要養分。感謝新聞所的謝吉隆老師，讓我從 0 到學會以 R 語言撰寫各種統計分析與資料分析的程式，讓我在論文撰寫過程中，使用 R 語言作為統計分析工具如魚得水。藍文欽老師則是在博碩士生交流工作坊時，認真聽完了我的論文簡報後，提供了我許多論文修改的寶貴建議。偶爾在樓梯間見面時，也不斷鼓勵與關心我的論文進度與學習近況，可謂良師益友的典範。林珊如老師「研究方法」的課程中，在準備學術海報發表的時候，曾實際設計問卷、發放問卷，當時老師給予了許多設計問卷上的建議，也啟迪與影響了我碩士論文問卷的設計。

再來，我想感謝王章逸、吳舒軒、吳銘峰、陳宏毅、黃彥傑、賈逸翔、廖伊涵、蔡宗翰、蘇儀真等多位好友，在論文計畫書與最終論文定稿時，協助我文字校稿、APA 格式確認與提供我論文內容修改的意見。另外也要感謝在論文計畫書口試時協助記錄的吳佩旻、侯孟秀、賈逸翔，以及最終論文口試時，為我記錄口試委員提問的張庭芳與戴辰軒。

萬分感謝所有參與本研究的烹飪嗜好者。謝謝美食烹飪社、蛋糕製作研習社的社團好友們，感謝 Carolina、Iman、Lala、Molly、丁翔、王映方、王映翔、王昱凱、王振皓、王詠心、王維筠、王韻涵、王佳興、石易儒、朱明希學長、朱韻雅、吳孟錡、吳杰修、吳雨恬、吳豐如、宋瑾柔、李妍慧、李晚筠、沈毓麟、卓沛好、周芷晴、周勇、周維理、林佩貞、林品呈、林柏茵、林敬偉、邱安婕、洪晴、洪筱昀、禹翔仁、唐爾晨、孫翠菱、徐國翔學長、康家銘學長、張芸禎、張桓誠、許倫齊、許瑞珈、連品薰、郭亭儀、郭威漢、陳宏毅、陳冠維、陳建禎、陳思穎、陳婉珣、曾鈞昱、溫凱洧、賀吉祥、黃冠傑、黃郁庭、楊承翰、詹詣祥、褚柏廷、趙立煊、劉邦寧、劉佩妏、蔡言悌、蔡欣儒、鄧惠心、鄭如或、鄭雅方、鄭筠巧、賴柏達、賴滢羽、謝承哲、謝旻竹、謝東林、鍾媛媛、蘇傳堯、蘇儀真、郭時棣、張辰瑋等人的幫忙，願意花費時間幫忙填寫研究問卷，讓我的研究得以順利完成。

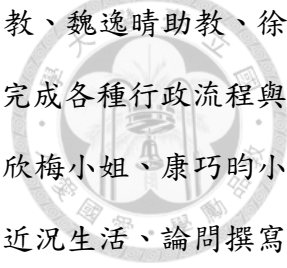
除了學校社團朋友之外，也感謝不同時期的好友們，王沛晴、王章逸、李昀臻、杜亞訊、卓家榮、周筱妍、周獎英、林志穎、林孟慧、林怡均、洪婉瑩學姐、洪證順、夏

維良、翁萍鄉、張宜鈺、張霈萱學姐、許家莉、黃文菁、黃永融、詹芷瑄、廖伊涵學姐、劉宇桐、戴辰軒、謝宜珊與宜珊媽媽、謝萱、羅琳等人，以及徐媽媽快樂廚房、Lovely 烘焙&烹飪沒規矩學園、芭辣花愛百元料理、家常便飯話家常等臉書烹飪、烘培社團的烹飪嗜好者們，願意奉獻時間幫忙填寫問卷、轉貼我的論文研究問卷。

在四年的日子中，大多數撰寫論文的時光都是在圖資系館的研究生研究室度過。謝謝王翊宇、吳舒軒、翁萍鄉、馬中哲學長、張庭芳、張翔柔、梁佑慈、莊竣顯、陳欣嵐、曾蘭棋、黃建智學長、蕭宗銘、賴璟毅學長、謝婧、羅文廷這些常駐在研究生研究室一同奮鬥的夥伴。無論平日或者假日，晴天或者雨天，一起共度那些既苦悶、崩潰卻又充滿歡笑的時光，我會好好記得。

在碩班的日子裡修習了許多課程，讓我在撰寫論文之外得以調劑生活、充實許多跨領域的學科知識，以下要感謝這些老師們：

感謝日文系星野風紗子老師兩年日文的教學，讓我開啟了對於日本這個國家的視野，培養出閱讀日文、了解日本文化的能力。感謝外文系阮綺霞老師，在課後時間不斷地幫我加強法文文法、口說能力，雖然最終沒有繼續學習法文了，但老師認真教學、不放棄學生的認真樣貌，已經在我心中埋下了深刻的種子。感謝農化系賴喜美教授，在每周六「穀物原料及加工」整天的實習課中，認真教導我麵包整形、蛋糕裝飾與餅乾製作的技巧，讓我對烘培的技藝操作，有更準確的學習。感謝園藝系林淑怡老師，在兩門田園生活體驗課程中，讓我學會辨識蔬菜、種植蔬菜、了解蔬菜的各種營養價值與利用，以及在梅峰農場實習體驗農事操作，讓我對農場經營與農業都有了更深刻的體驗。感謝園藝系陳右人老師在「茶與茶葉」課程，帶我走進茶葉的世界，了解臺灣茶發展的歷史脈絡、製作方法與學習品茗。感謝台科大設計系鄧博仁老師的「商業攝影」課程，讓我學會駕馭單眼相機、培養攝影眼以及走進當代攝影的藝術創作世界。感謝臺文所白先勇老師的紅樓夢課程，透過每堂課的親身導讀紅樓夢，帶我遊遍賈府大觀園裡的興衰與恩怨情仇。感謝李建興老師幽默風趣的游泳課，在下課後帶我在泳池裡飄浮克服恐懼，讓怕水的我從早鴨子到學會游蛙式、自由式與仰式。感謝劉鳳芯老師帶我走進兒童讀物的世界，讓我重溫兒時舊夢。



除了上述老師之外，還要感謝校內的一些職員。感謝蔡宜玲助教、魏逸晴助教、徐瑜君助教、潘盈達助教與夏念鄉小姐，在求學中的幫忙，讓我順利完成各種行政流程與手續。感謝電信工程研究所辦公室的趙文瑛小姐、魏志豪先生、黃欣梅小姐、康巧昀小姐、廖崇至先生與吳詩汝小姐，在擔任電信所網管期間，關心我的近況生活、論問撰寫進度與協助我招募論文問卷的受試者。感謝生輔組朱惠敏小姐、林奕延先生、出納組莊進益先生、文學院辦吳啟弘先生協助我各類獎助學金的申請與就學貸款辦理。感謝國際事務處林侑昕小姐在我申請交換學生過程中的各種幫助。感謝余建華先生在擔任國青宿舍輔導員期間的親切關懷，並在摯友離世時溫馨轉介我到心輔中心諮商。

另外，我要感謝中興大學圖資所的蘇小鳳教授，在當初碩士班甄試入學時大力幫忙撰寫推薦信，以及彰化師範大學資訊管理系的吳東光教授與顏韶威教授的推薦，讓我能順利進入臺大圖資所這個大家庭。

最後也是最重要的，我要感謝我的家人。媽媽、姐姐、姐夫、哥哥與在天上的爸爸，您們在背後的支持，是讓我可以順利完成論文的重要後盾。謝謝您們從不懷疑、干涉我做的任何選擇，一直以來默默的相信與支援我走到任何我想去的地方。

最後的最後，衷心感謝撰寫碩士論文這一路以來，每一位曾給予我幫助的人，能夠與你們相識，真是幸運的事。

陳宣毅

2018年7月31日於國立臺灣大學圖資系館

## 摘要



隨著社會制度的變遷與經濟發展，伴隨如週休二日制度的實施、法訂工時的修訂，讓社會大眾日益重視工作之餘的休閒時間，願意投入更多心力於休閒嗜好之中。休閒嗜好的資訊行為研究多半檢視收藏物品、旅遊、編織、遊戲等嗜好，少有資訊行為研究關注烹飪嗜好，尤其是烹飪嗜好者的「深度休閒特徵」。深度休閒特徵影響人們從事休閒嗜好時，是否願意對嗜好努力投入長期時間，並從中獲取嗜好相關技巧、知識與經驗。而這些特徵為何？又與嗜好者尋求資源之管道及其所從事的資訊活動有何關聯？上述有關烹飪嗜好者的深度休閒特徵及其資訊行為之議題，皆值得進一步探究。

因此，本研究透過問卷調查法了解烹飪嗜好者的深度休閒特徵及其資訊行為，以深度休閒理論發展之量表來衡量嗜好者的深度休閒特徵，並著眼於嗜好者在「試作新料理」與「烹調曾經做過的料理」兩種烹飪情境中，使用各項資源管道的情形，再進一步檢視前述烹飪情境中，探索階段與規劃階段從事「搜尋」、「瀏覽」、「閱覽」與「交換」四種資訊活動的頻率。本研究實施兩次前置研究，修正後再行正式發放問卷，共計回收有效問卷 487 份，透過描述性統計、卡方檢定、t 檢定與雙因子變異數進行資料分析。

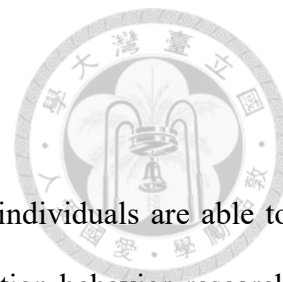
研究結果顯示，烹飪嗜好者外食次數頻率高、普遍接觸烹飪多年，並傾向使用網路資源獲取相關烹飪資訊。比起「烹調曾經做過的料理」，烹飪嗜好者在「試作新料理」時，更需要尋求烹飪相關資訊。其中，深度休閒特徵高分群的嗜好者，較低分群的嗜好者更加重視紙本資源，從事各項資訊活動的頻率亦較高。

本研究探究烹飪嗜好者的深度休閒特徵及其資訊行為，研究結果可供食材購物網站、食譜推薦系統開發者、烹飪特色書店與專門圖書館作為參考。建議食材購物網站可主動推薦食譜及相關資訊給嗜好者；食譜推薦系統開發者可以根據烹飪嗜好者所偏好的「搜尋」、「瀏覽」與「閱覽」行為，設計相應的系統功能、或可依據使用者個人資料，主動推薦烹飪嗜好者料理食譜；烹飪特色書店與專門圖書館應持續提供高品質的紙本資源、根據嗜好者所偏好的「搜尋」、「瀏覽」與「閱覽」行為，強化資訊服務。未來研究則可

進一步探討不同個人差異的烹飪嗜好者之資訊需求、探討嗜好者建立與運用個人烹飪筆記之資訊行為、探究嗜好者於其他烹飪階段之資訊活動情形；研究方法上，則可搭配質化的深度訪談或焦點團體訪談，進行混合研究，以進一步解釋嗜好者在更多元的烹飪情境與階段之資訊行為。

關鍵詞：烹飪、嗜好者、深度休閒、資訊行為

## Abstract



With the changes of social policies and economic development, individuals are able to spend more time and efforts on their leisure activities. Most information-behavior research regarding leisure activities examines individuals' hobbies on collecting items, traveling, knitting, playing games, and so on; few focus on cooking hobbyists' information behavior, let alone discussing their serious leisure characteristics.

Individuals' serious leisure characteristics affect how people devote to and engage in leisure activities, including whether they are willing to invest significant time to develop specific skills, knowledge, and experience. What serious leisure characteristics do cooking hobbyists possess? How do these characteristics affect their information seeking behavior or information activities? The above-mentioned issues regarding characteristics of serious leisure and information behavior of the cooking hobbyists are worthy of further exploration.

Therefore, the current study used a web survey to investigate cooking hobbyists' serious leisure characteristics and their information behavior. Cooking hobbyists' serious leisure characteristics were measured by a serious leisure scale drawing upon Stebbins' theory. The current study investigates information sources used by cooking hobbyists when they try new recipes and when they made food they once made before, and further investigates how frequently cooking hobbyists engage in four information activities (i.e., searching/retrieving, browsing, unfolding, and exchanging information) in exploring and planning stages of cooking. After two rounds of pilot testing, the current study disseminated a web survey and collected 487 valid responses. In addition to descriptive statistics, chi-square tests, t-tests, and two-way ANOVA were used for data analysis.

The major findings of this study can be summarized as follows: cooking hobbyists tend to eat out frequently and have gotten in touch with cooking for many years. They also tend to

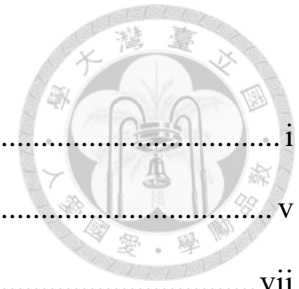
obtain cooking information through the Internet. Comparing to “making food they once made before,” cooking hobbyists are more likely to seek information when “trying new recipes.” Cooking hobbyists with higher scores on serious leisure characteristics value print resources more than those with lower scores. They also engage in various information activities more frequently.

Based on the findings, this study provided several suggestions for food ingredients online shopping websites, recipe-recommendation system developers, culinary bookstores, and special libraries. For food ingredients online shopping websites, it is suggested that the website may proactively recommend recipes and relevant information to cooking hobbyists. For recipe-recommendation system developers, the system can provide customized functions based on users’ searching/retrieving, browsing, unfolding behaviors. Recipe-recommendation systems can also proactively recommend cooking recipes based on users’ customized data. For culinary bookstores and special libraries, continue providing high-quality print resources is essential. These bookstores and libraries can also enhance information services according to cooking hobbyists’ searching/retrieving, browsing, and unfolding preferences.

Future research can further explore the information needs of cooking hobbyists with different individual differences. Future research can also explore information behavior regarding how cooking hobbyists create and use personal cooking notes, as well as explore information activities of cooking hobbyists in other cooking stages. As to research methods, future research can employ mixed-method research designs using survey with in-depth interviews or focus-group interviews in order to further explain cooking hobbyists’ information behavior in diverse culinary situations and stages.

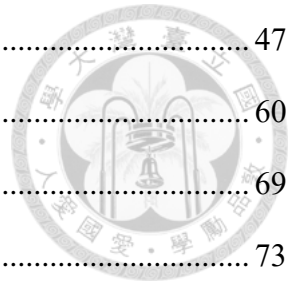
Keywords : cooking, hobbyists, serious leisure, information behavior

# 目次



謝辭.....	i
摘要.....	v
Abstract.....	vii
目次.....	ix
表次.....	xi
圖次.....	xii
第一章 緒論.....	1
第一節 研究背景.....	1
第二節 研究問題.....	4
第三節 研究範圍與限制.....	5
第四節 名詞解釋.....	6
第二章 文獻探討.....	7
第一節 日常生活資訊行為.....	7
第二節 深度休閒.....	15
第三節 烹飪嗜好者的資訊行為.....	21
第四節 小結.....	26
第三章 研究設計.....	29
第一節 研究方法.....	29
第二節 資料蒐集.....	30
第三節 資料分析.....	34
第四節 研究流程.....	38
第五節 前置研究.....	40
第四章 研究結果與討論.....	43
第一節 烹飪嗜好者的深度休閒特徵與背景.....	43

第二節 烹飪嗜好者的資訊行為.....	47
第三節 具備不同深度休閒特徵之烹飪嗜好者的資訊行為.....	60
第四節 綜合討論.....	69
第五章 結論與建議.....	73
第一節 結論.....	73
第二節 建議.....	75
參考文獻 .....	79
附錄一、「烹飪嗜好者的深度休閒特徵及其資訊行為研究」研究問卷.....	87
附錄二、「烹飪嗜好者的深度休閒特徵及其資訊行為研究」網路問卷系統介面.....	97



## 表次

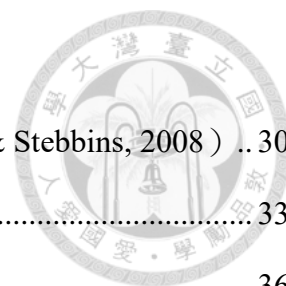


表 3-1 深度休閒特徵構面之操作型定義 (Gould, Moore, McGuire, & Stebbins, 2008) ..	30
表 3-2 研究對象背景分布.....	33
表 3-3 研究問題二及研究問題三之變數列表與統計方法.....	36
表 4-1 受試者之烹飪背景與經驗 (N=487) .....	44
表 4-2 烹飪嗜好者之各項深度休閒特徵概況 (N=487) .....	45
表 4-3 深度休閒特徵構面之信度分析.....	46
表 4-4 烹飪嗜好者之深度休閒特徵分群 (N=487) .....	47
表 4-5 烹飪嗜好者獲取資訊所使用的資源管道 (N=487) .....	48
表 4-6 獲取烹飪相關資訊所從事的各項資訊活動頻率 (N=487) .....	51
表 4-7 試作新料理與烹調曾經做過料理兩情境的發生頻率 (N=487) .....	51
表 4-8 試作新料理與烹調曾做過料理兩情境下各項資源管道的使用情形 (N=487) ....	52
表 4-9 試作新料理情境與烹調曾做過料理兩情境下嗜好者使用四種媒體之卡方檢定分 析結果.....	54
表 4-10 探索階段各項烹飪資訊活動之描述性統計摘要表 (N=487) .....	55
表 4-11 規劃階段各項資訊活動之描述性統計摘要表 (N=487) .....	57
表 4-12 烹飪階段與烹飪情境對四項資訊活動之雙因子變異數分析摘要 (N=487) .....	58
表 4-13 試作新料理情境下深度休閒特徵高分群與低分群的嗜好者之資源管道使用情形 .....	61
表 4-14 烹調曾做過料理情境下深度休閒特徵高分群與低分群的嗜好者之資源管道使用 情形.....	62
表 4-15 深度休閒特徵高分群與低分群在 <b>試作新料理情境</b> 中從事各項資訊活動之獨立樣 本 T 檢定分析結果.....	63
表 4-16 深度休閒特徵高分群與低分群在 <b>烹調曾經做過料理情境</b> 中從事各項資訊活動之 T 檢定分析結果.....	65

## 圖次

圖 3-1 本研究研究流程圖.....	39
圖 4-1 烹飪嗜好者深度休閒特徵分群之雷達圖 (N=487) .....	47
圖 4-2 烹飪嗜好者獲取資訊所使用的四大類資源管道分布圖 (N=487) .....	49
圖 4-3 烹飪嗜好者在兩情境下獲取資訊所使用的四大類資源管道分布圖 (N=487) ....	54
圖 4-4 烹飪嗜好者在試作新料理與烹調曾經做過料理兩情境下探索與規劃階段資訊活動頻率比較圖 (N=487) .....	59
圖 4-5 試作新料理與烹調曾經做過料理兩情境下，深度休閒特徵高分群與低分群的嗜好者之資源管道使用比較 (N=487) .....	62
圖 4-6 試作新料理與烹調曾經做過料理兩情境下，深度休閒特徵高分群與低分群的嗜好者之資訊活動頻率比較 (N=487) .....	67

# 第一章 緒論



## 第一節 研究背景

三餐飲食是人們每天生活必需的行為，是賴以維生的重要條件；而烹飪是關乎食物如何產出的重要過程。近來食安問題不斷，社會上掀起了一陣推崇自行烹飪的風潮，鼓勵人們親手製作料理、烘焙麵包或蛋糕，讓自己吃得更加安心、美味，也更快樂，烹飪嗜好成為人們閒暇時光裡，一種溫馨而時尚的休閒活動。

隨著社會制度的變遷與經濟的蓬勃發展，人們在工作之餘，有了更多空閒的時間來參與休閒活動、培養休閒嗜好 (Hartel, 2011)。根據 2000 年行政院推動的「縮短法定工時」政策，立法院透過修法將法定工時由每週 48 小時縮減至每週 40 小時 (吳宣蓓、鄭雅文, 2012; 李玉春, 2014); 緊接著在 2001 年，立法院修法實施「週休二日」制度；到了 2015 年，立法院又進一步明訂每週工時不得超過 40 小時 (勞動基準法, 2015)，這些社會制度的改變，都影響了人們日常生活中的時間分配 (吳佩榕, 2013; 李玉春, 2014; 周秀華、余嬪, 2005; 黃裕恆, 2014)。工作外可自由支配的時間增加，促使人們從事休閒活動的機會亦隨之增加，得以投入更多心力於各種深度休閒嗜好中，滿足自身享樂的需求並獲取愉悅感 (葉乃靜, 2016; Hartel, 2003; Stebbins, 2006)。

本研究將烹飪嗜好，視為深度休閒之一類。依據 Stebbins (1992) 的深度休閒理論，深度休閒是指人們對休閒活動長期投入，將之視為事業般努力經營，從中得到快樂與充實感，並從中獲取休閒活動的技巧、知識與經驗。我們可將從事深度休閒的人士劃分為「業餘者」、「嗜好者」與「志工」三種類型；其中，「嗜好者」不像業餘者以成為專家為目標，也不像志工追求利他的精神，而是純粹追求自己的興趣，單以參與過程中獲得的愉悅感為目的 (Stebbins, 2006)。由於烹飪需要人們長時間投入，累積烹飪技巧、烹飪知識與烹飪經驗，才能製作出美味的料理，供自己或他人食用，進而獲得愉悅感與充實感；而將烹飪視為休閒活動的人們通常也不以成為專業廚師或烘焙師傅為目標、不以幫助他

人為首要的精神。因此，本研究將以烹飪為嗜好的人們視為深度休閒理論中的嗜好者，並稱其為烹飪嗜好者（cooking hobbyist）。

人們從事休閒活動的原因多是為了享樂，但在享樂的同時，也時常伴隨產生查找相關資訊的需求與相應的資訊行為（葉乃靜，2016），並對資訊進行選擇與評估（Hartel, 2006）。特別是在烹飪嗜好這類需要長時間投入心力的休閒活動中，為了學習更廣博的知識與技巧，更需要查找相關資訊。在烹飪過程中，嗜好者會經歷一連串的階段來完成料理。Hartel（2006）將烹飪過程歸納為九個階段，其中，「探索」（exploring）、「規劃」（planning）是特別需要查找資訊的兩個階段。探索階段中，烹飪嗜好者往往需要透過瀏覽食譜、網站或是家傳食譜來尋找烹飪資訊、發想料理的靈感；確定欲烹飪之料理後，在規劃階段時，往往需要尋找合適的食譜，並獲取最佳的烹飪資訊來烹調料理。根據 Hektor（2001），資訊活動可以區分為八種主要的類型：搜尋（search and retrieve）、瀏覽（browse）、追蹤（monitor）、閱覽（unfold）、交換（exchange）、組織（dress）、指導（instruct）與出版（publish），而 Hartel、Cox 與 Griffin（2016）有感於深度休閒的資訊活動缺乏概念化，不易將研究發現發展成理論，於是以 Hektor 提出的資訊活動類型來探究不同深度休閒的資訊活動。本研究以上述研究的成果為基礎，將烹飪嗜好者的資訊活動概念化，並著眼於烹飪情境中探索階段以及規劃階段的「搜尋」、「瀏覽」、「閱覽」與「交換」四種資訊活動。

典型的烹飪行為往往發生在日常生活中，Hartel（2006）明確將烹飪視為日常生活之休閒活動，並將烹飪相關資訊行為視為一種日常生活資訊行為。而試作一道未曾做過的料理無疑是最需要查找烹飪資訊的情境，找到想做的料理時，需要依據食譜亦步亦趨地練習試作料理，以提升自身的料理經驗與技巧（Sweet Betty 西點沙龍，2016；卡爾西，2016）。相對地，烹調曾經做過的料理可能比較不需要查找資訊，即可仰賴自己過去的烹飪經驗來完成，因此，本研究希望以試作新料理與烹調曾經做過的料理兩個情境彼此作為對照，並假定烹飪嗜好者在這兩個情境中會展現出不同的資訊需求及資訊行為，尤其是其使用各項資訊資源管道及從事各項資訊活動的頻率。

烹飪雖然是如此日常而重要的行為，但過去研究中談及深度休閒嗜好者的資訊行為時，多半檢視收藏物品、旅遊、編織、遊戲等嗜好 (Case & Given, 2016)，鮮少有研究者關注人們的烹飪嗜好者的資訊行為。爬梳相關文獻可以發現，目前少數烹飪資訊行為相關研究皆為探索性研究，分別探討不同烹飪階段的資訊活動與資訊來源管道 (Hartel, 2006)、收藏管理家中烹飪資訊資源的方式 (Hartel, 2010)，以及了解美食烹飪 (gourmet cooking) 之情境 (Hartel, 2011)，諸多相關議題仍有待探究。

在研究方法方面，烹飪相關資訊行為研究多以民族誌 (ethnography) 取向之質性研究方法進行，這些質性研究的成果，已可歸納出受訪對象烹飪時的資訊行為特性、烹飪過程中使用的資訊來源管道或其從事的資訊活動。也就是說，目前相關研究對於烹飪資訊行為現象的描述，已足以作為發展量化研究的根基。因此，本研究利用這些探索性研究的成果，進一步研究烹飪嗜好者的資訊行為，透過量化的問卷調查研究方法，在日常生活中針對烹飪嗜好的群體抽取更大的樣本，以更具系統性的統計分析方法來比較和分析人們在不同烹飪情境與不同烹飪階段中從事的資訊活動與資訊行為，同時進一步檢驗過去質性研究的成果。

綜上所述，本研究基於過去研究上的缺口，採用問卷調查法之量化資料蒐集與分析方式，進一步了解烹飪嗜好者在烹飪過程中的資訊行為。為掌握不同深度休閒特徵的烹飪嗜好者分別具有哪些特性，本研究首先以 Gould、Moore、McGuire 與 Stebbins (2008) 提出的深度休閒特徵量表為基礎，探究烹飪嗜好者的特徵。接著，本研究欲瞭解不同烹飪情境下、不同階段中的烹飪相關資訊行為，故以試作新料理與烹調曾經做過的料理兩種不同烹飪情境，搭配 Hartel (2006) 提出烹飪階段中的探索和規劃階段，以及 Hektor (2001) 提出的資訊活動類型來進一步分析，烹飪嗜好者在上述情境與階段中透過哪些資訊活動來幫助自己從事烹飪這項休閒活動，並且仰賴哪些資訊來源管道來獲取烹飪相關資訊。

透過檢視烹飪嗜好者在烹飪情境中的資訊行為，進一步了解人們日常生活真實情境中產生的資訊需求，以及選擇、評估烹飪資訊的方式，本研究之主要貢獻可分為學術與實務兩方面作說明：

學術方面，在研究內容上，本研究以 Hartel (2006) 的研究作為根基，選擇 Gould 等人 (2008) 提出的深度休閒特徵量表來探究烹飪嗜好者的特徵，同時利用量化方式比較烹飪嗜好者在「試作新料理」與「烹調曾經做過的料理」之烹飪情境中使用的資源管道，以及「探索」與「規劃」兩個不同階段中的烹飪資訊活動，以開創利用深度休閒特徵探究烹飪資訊行為的創新視角。在研究方法上，本研究使用量化的問卷調查研究方法作為另一種研究烹飪資訊行為的方法，進一步充實烹飪資訊行為的相關文獻。

實務方面，在資訊服務機構的經營管理上，本研究結果希望提供食材購物網站、烹飪特色書店與烹飪相關專門圖書館規劃更符合烹飪嗜好者需求的資訊服務之參考，同時，讓烹飪社團或烹飪教室據以提供更適切的烹飪資訊給烹飪嗜好者，節省其查找相關資訊的時間。在資訊系統的開發方面，由於本研究探究烹飪嗜好者的資訊行為與偏好，研究結果可作為設計、評估食譜推薦系統的參考，希望烹飪相關資訊系統開發者可據此設計出更便利的食譜推薦系統，幫助嗜好者有效做出烹飪相關決策。

## 第二節 研究問題

本研究旨在探究不同類型烹飪嗜好者的深度休閒特徵，及其在不同烹飪情境與不同階段下的資訊行為。基於上述研究目的，本研究探討的研究問題如下：

- 一、烹飪嗜好者具有的深度休閒特徵為何？
- 二、烹飪嗜好者在尋求烹飪相關資訊時，使用了哪些資源管道（如：食譜書、線上食譜資料庫、通訊軟體）？其所從事之各類型資訊活動（如：搜尋、瀏覽、交換）的頻率高低為何？在不同情境（即試作新料理與烹調曾經做過的料理兩情境）與不同階段（即探索和規劃階段）中，烹飪嗜好者所使用的資源管道與從事的資訊活動分別有何異同？
- 三、具備不同深度休閒特徵之烹飪嗜好者在試作新料理與烹調曾經做過料理的情境中所使用的資源管道有何異同？其在探索和規劃階段中所從事之資訊活動的頻率高低又分別有何異同？

### 第三節 研究範圍與限制



本研究以烹飪嗜好者為研究對象，從深度休閒觀點來探究其在不同烹飪情境下的資訊行為特性。本研究的研究範圍與限制如下：

- 一、本研究設定的烹飪嗜好者是由受試者自我認定，而本研究所探討之嗜好者僅限成年人，故將年齡限制在 18 歲以上。
- 二、本研究將烹飪界定為日常生活中的一種情境，並將烹飪的類型限於中餐烹調、西餐烹調與烘焙，且為了避免工作情境與日常生活情境中的烹飪無法區別，本研究的研究對象排除專業廚師與具有餐飲相關背景的學生。
- 三、本研究探究的烹飪情境為試作新料理與烹調曾經做過的料理兩種情境，其他情境不在本研究範圍中。試作新料理的情境是日常休閒中可能較需要尋求資訊的情境，而相對地，烹調曾經做過料理的情境相對自由而寬鬆，可能仰賴過去自己的烹飪經驗，也較不需要查找烹飪資訊，故以這兩個情境彼此做為對照。
- 四、本研究探討的烹飪階段，以 Hartel (2006) 歸納出的九個烹飪階段循環為基礎，選擇探索與規劃這兩個最需查找資訊的階段來探討資訊行為，其他階段較不涉及資訊尋求行為，故不在本研究的範圍之中。
- 五、本研究旨在探討烹飪嗜好者在試作新料理與烹調曾經做過的料理兩種情境中尋求資訊所使用的資源管道及其相關資訊活動，日常生活中的資訊偶遇不在本研究的研究範圍之中。

## 第四節 名詞解釋



### 一、日常生活中的資訊行為

根據 Wilson (2000, p. 49) 的定義，資訊行為是人們與資訊來源與管道間因應產生的各種行為之總稱，包括資訊尋求與資訊使用；其中，資訊尋求是人們有目的地尋求資訊，從資訊需求的產生到滿足需求，完成目標的一連串過程。而日常生活中的資訊行為即是為了解決日常生活中遭遇到的問題所採取之一連串尋求資訊的行動；典型的情境可能包含消費者尋求商品資訊、病人尋求健康資訊，以及嗜好者尋求嗜好相關資訊等等 (Case & Given, 2016)。本研究將烹飪嗜好者為了滿足其烹飪嗜好而尋求相關資訊所採取之行動視為一種日常生活中的資訊行為，並著眼於其所使用的資源管道及其所從事的資訊活動。

### 二、深度休閒

依據社會學家 Robert A. Stebbins 的定義，深度休閒是指「人們對一項活動系統性地長期投入，以事業來經營得到實質地快樂與充實感，並從中獲取表現的技巧、知識與經驗 (Stebbins, 1992, p. 3)。」易言之，是指人們對一種休閒活動長期地投入時間與精力，將這種休閒活動視為生活中不可或缺的一部分來經營，並能從中獲得技巧、經驗，滿足自我實現與產生認同感。依深度休閒的類型，可以進一步劃分為業餘者 (amateur)、嗜好者 (hobbyist) 與志工 (volunteer) 三種類型，在本研究中選擇嗜好者作為研究對象。

### 三、烹飪嗜好者

烹飪嗜好者是以烹飪活動作為深度休閒的嗜好，並將烹飪視為自己日常生活中不可或缺之一部分之人士。本研究將烹飪嗜好者界定為深度休閒理論中的嗜好者，而非成為職業廚師，即單純享受烹飪過程中的愉悅感與成就感，為自己精進技巧、累積經驗，並以達成自我實現或獲得親友認同為目的之嗜好者 (Stebbins, 2006)。此外，本研究指稱的烹飪嗜好者包括愛好烹飪中、西餐料理、烘焙蛋糕、麵包或餅乾等之人士。

## 第二章 文獻探討



為探究烹飪嗜好者的資訊行為，本研究蒐集深度休閒、日常生活資訊行為與烹飪的文獻，據此發展研究架構。本章文獻探討分成四節：第一節為「日常生活資訊行為」，探討日常生活資訊行為的歷史演變與相關的研究發現；第二節為「深度休閒」，探討深度休閒的定義、類型、特徵及其相關研究；第三節為「烹飪嗜好者的資訊行為」，首先回顧日常生活中的烹飪情境，接著回顧烹飪嗜好者的資訊行為研究，了解烹飪嗜好者尋求烹飪相關資訊使用的資源管道與從事的資訊活動。第四節為「小結」綜整所有文獻，擷取本研究所需的要素，作為研究設計之用。

### 第一節 日常生活資訊行為

本節第一部分探討日常生活資訊行為的定義，第二部分探討日常生活資訊行為模式，以 Savolainen (1995) 提出的日常生活資訊尋求 (everyday life information seeking, ELIS) 模式為基礎來討論影響日常生活資訊行為的因素。第三部分則著重日常生活資訊行為相關研究，以作為本研究問卷設計之基礎。

#### 一、日常生活資訊行為定義

日常生活資訊行為是資訊行為中探討有別於工作、學術研究的場域的日常生活面向，是實際生活中遭遇到的問題，進而解決問題的一連串行為 (Savolainen, 1995)。以下回顧資訊行為的基本定義，並闡述資訊行為從工作、學術研究情境，演變至日常生活資訊行為的一段歷史進程。

根據 Wilson (2000, p. 49) 資訊行為是「人們與資訊來源與管道間因應產生的各種行為之總稱」，包括資訊尋求與資訊使用。以下細述資訊尋求與資訊使用的意涵：資訊尋求的定義中，Wilson 認為資訊尋求是「人們有目的地尋求資訊，從資訊需求的產生到滿足需求，完成目標的一連串過程」；Case (2012, p. 5) 認為資訊尋求是「經歷一連串的努力

力來獲取資訊，滿足自己的知識的需求與缺口」。就資訊使用的定義而言，Wilson (2000, p. 50) 認為資訊使用包含實體層面 (physical) 與心理層面 (mental)，實體層面的具體行動，例如：在文本上標註筆記，心理層面則如：將獲取到的資訊與自己內在擁有的知識進行比較；Hektor (2001, p. 63-67) 則運用 Taylor 提出的資訊使用環境 (information use environment) 來解釋日常生活中的資訊使用，資訊使用是人們 (sets of people) 在情境中 (settings) 遭遇到問題 (problems) 後展開資訊活動，最後，透過資訊的使用來解決自己遭遇到的問題 (resolution of problems)。

回顧資訊行為演變的歷史，過去大部分資訊行為研究多聚焦在工作、學術研究或學校教學的資訊行為上，而近來日常生活中的資訊行為研究開始逐漸受到重視 (張郁蔚，2005；Agosto & Hughes-Hassell, 2005)。

日常生活資訊行為研究最早在 1970 年代出現 (Savolainen, 1995)，例如：1973 年 Dervin 針對西雅圖與華盛頓地區的居民施行資訊需求調查、1979 年 V. Palmour 針對加州地區居民執資訊需求調查、Chen 調查新英格蘭地區居民的日常生活資訊需求 (轉引自張郁蔚，2005)。但是日常生活資訊行為一詞明確的定義尚未成形，多以公民資訊尋求 (citizen information seeking)、非工作的資訊尋求 (non-work information seeking) 來稱之。

直至 Savolainen (1995) 率先提出「日常生活資訊尋求」(everyday life information seeking, ELIS) 一詞來取代其他與非工作相關的資訊尋求名詞，如：公民資訊尋求、非工作的資訊尋求，他認為公民資訊尋求的概念比較狹隘，強調的是公民在社會制度下為履行公民的權利、義務而展開尋求資訊；非工作的資訊尋求則是指與每天工作、工作場域中活動無關的資訊尋求，但亦未具體地描述日常生活中的資訊尋求。自此以後，日常生活的資訊行為才被概念化。

Spink 與 Cole (2001) 則提出「日常生活情境中的資訊尋求」(everyday life information seeking in context) 將日常生活資訊行為區分為「日常生活資訊尋求」(everyday life information seeking) 與「職業/學校的資訊尋求」(occupation-school information seeking)。前者是為了維持生活的連貫性 (coherence) 而產生的資訊尋求，例如：滿足消費或健

康的需求；後者是為了消弭資訊的鴻溝（gap）而發生的資訊尋求，概念來自 Dervin 在 1992 年提出的意義建構論（sense-making theory），例如：解決人們在工作或課業上遭遇到的問題。


由上述概念可知，「日常生活資訊尋求」用來指稱和工作無關的資訊尋求行為，是為了解決日常生活中遭遇的問題，展開的資訊尋求，例如：為解決購買商品的問題所展開的消費資訊尋求；為了解決健康的問題所展開的健康資訊尋求；為了解決休閒活動中遭遇到的問題所展開的休閒資訊尋求等等。

## 二、日常生活資訊行為模式

隨著日常生活資訊行為逐漸受到人們的重視，Savolainen (1995) 建構出 ELIS 模式。該模式從社會學家皮耶·布迪厄（pierre bourdieu）提出的慣習（habitus）概念出發，發展出此一模式。慣習是日常生活裡個人對於社會、文化的思考、觀點或評估方式，受到個人過去經驗、看待事情重要程度的不同影響，因而影響著個人做決策的方法（轉引自 Savolainen, 1995）。Savolainen (1995) 將此一概念用於解釋人們日常生活中的資訊尋求，並發展出 ELIS 模式，強調個人尋求資訊時，容易受到個人的生活方式（way of life）、生活掌握（mastery of life）與外部因素的影響。

以下根據 Savolainen 的 ELIS 模式，先就生活方式與生活掌握這兩個概念作說明，再說明外部影響因素（Savolainen, 1995）：

（一）生活方式（way of life）是指人們每天的規律生活，例如：個人的消費行為、穿著。生活方式主要是受到個人對事物的排序（order of things）與生活方式的運行（the operationalization of way of life）的影響。其中，「對事物的排序」是個人對每天生活中的事物排列出的先後次序，影響次序的理由包括主觀與客觀上的理由。主觀上的理由通常受到個人偏好的影響，例如：人們在選擇事物的先後順序時，傾向優先選擇讓自己最愉悅的事物；客觀理由則往往受到工作的影響，例如：工作時間的長度直接影響休閒時間的長度。「生活方式的運行」是人們將事物排列出順序後，依序將各項事物在每天在生活中規律地運行。日常生活在運行時，主要受到以下因素的影響：1. 時間安排（structure



of time budget)，即個人對工作與休閒做出的時間分配，例如：決定要花多少時間在工作上，又要分配多少時間從事休閒活動；2. 商品和服務的消費模式 (models of consumption of goods and services)，即人們花錢購買商品或服務的習慣，如：個人買書、球賽門票購買的選擇；3. 嗜好的本質 (nature of hobbies)，即人們對事物選擇的偏好，強調人們在決定生活中事物從事的優先順序時，傾向優先選擇讓自己最愉悅的事物，例如：喜歡閱讀報紙獲取愉悅的人，在休閒時間時傾向優先閱讀報紙。

(二) 生活掌握 (mastery of life) 是人們在規律的生活中，遭遇到問題情境而無法維持生活的規律，為了保持自己生活的連貫感 (a sense of coherence) 而採取的行動，例如：人們透過尋求資訊來解決遭遇到的問題。其他心理學、社會學家常使用的相關名詞包括：生活管理 (life management)、管理自己的生活 (managing one's own life)、生活控制 (life control) 和因應行為 (coping)。

(三) 影響人們日常生活資訊尋求的外部影響因素包含：個人價值觀 (value) 與個人態度 (attitudes)，如：尋求的資訊對於個人的意義；物質資本 (material capital)，如：金錢；社會資本 (social capital)，如：人際網絡；文化和認知資本 (cultural and cognitive)，以及目前所處的生活情境 (current situation of life)，如：健康狀況等因素。

其中，ELIS 模式中與本研究密切相關之概念為生活方式及影響生活方式運行之嗜好本質。本研究將烹飪嗜好者從事烹飪休閒視為一種生活方式，認為烹飪嗜好者利用工作以外的時間從事活動時，傾向優先選擇烹飪這項休閒活動。而嗜好的本質本研究透過前一節深度休閒中提及之深度休閒特徵作為詮釋，了解烹飪嗜好者是基於何種深度休閒特徵的影響而積極參與烹飪嗜好，並探討對其資訊行為有何影響。

### 三、日常生活資訊行為的相關研究

自 1995 年 Savolainen 提出「日常生活資訊尋求」以後，日常生活的資訊行為在圖書資訊學領域開始受到關注 (Case & Given, 2016)，相關研究也相繼出現。日常生活的資訊行為在不同類型的族群 (group)，在不同的文化與脈絡情境下，易有不同的資訊需求 (Dankasa, 2016)。Case 與 Given (2016) 便整理日常生活情境中不同族群的資訊行為

研究，包含消費者尋求商品資訊、病人尋求健康資訊、新移民尋求解決日常生活問題的資訊、學生尋求解決語言或財務困難的資訊以及嗜好者尋求、硬幣收藏嗜好者尋求硬幣收藏的資訊、旅遊嗜好者尋求旅遊資訊等等。以下回顧日常生活資訊行為的相關實證研究，簡述年輕人族群、國際學生族群、樂活族、神職人員族群與嗜好者等不同族群的資訊行為。

就年輕人族群而言，Agosto 與 Hughes-Hassell (2005) 以質性的活動日誌 (activity logs) 和半結構焦點團體訪談法探討城市的年輕人 (young adult) 的日常生活資訊行為，歸納出城市年輕人的資訊需求包含：學校課業 (school work)，如課堂相關的資訊；時間安排 (time)，如休閒活動資訊；以及日常瑣事、天氣資訊、交通資訊、大眾文化資訊、個人理財資訊、個人進修資訊、消費資訊、工作資訊。其資源管道主要來自人 (people) 和媒體 (media)，包括：朋友、家人、學校員工、導師、顧客服務員工、圖書館員、路人；電話、電視、電腦、廣播、報紙、產品包裝、產品目錄、圖書、雜誌。同樣針對年輕人，Williamson、Qayyum、Hider 與 Liu (2012) 透過訪談法與民族誌方法探討年輕人新聞媒體的資源管道，發現紙本印刷的新聞媒體或是網路社群中的新聞媒體都是重要的資源管道，但是傳統紙本印刷的新聞媒體在年輕人日常生活中仍扮演比較重要的角色，而網路的社群媒體相較之下沒有那麼重要，因為對於年輕人而言，社群媒體主要的功能是在與朋友溝通。

就國際學生族群而言，Sin 與 Kim (2014) 以問卷調查法研究社群網站對於國際學生的資訊價值 (informational value)，並運用描述性統計、變異數分析與結構方程模型等統計方法分析，發現國際學生日常生活中透過社群網站作為資源管道，滿足的前五大資訊需求為：財務資訊、健康資訊、家鄉的新聞資訊、租屋資訊與休閒娛樂資訊。

就樂活族而言，Yeh 與 Chen (2011) 利用深度訪談法探討日常生活中發生的資訊行為，發現樂活族受到生活風格 (lifestyle) 的影響，特別重視健康資訊的資訊需求，常因為朋友或親戚生病就熱心地尋求藥物或食物療法來幫助他們，另外，也重視有機食品的資訊和休閒嗜好資訊 (如；旅遊資訊、健走、園藝栽培或寵物飼養等)，並希望獲得各種新知識來充實自己，同時關注環境保護措施的資訊。

就神職人員族群而言，Dankasa (2016) 利用情境訪談法 (episodic interview) 與問卷法施行混合研究，探討奈及利亞天主教神職人員日常生活中的資訊行為，發現神職人員的資訊需求包含教會內運作的基本需求 (essential need)，如：在教會中教學、傳教佈道時的技巧；教區的需求 (circumstantial needs)，如：解決教徒健康、社會安全、國家政治或社會公眾事物的需求；個人生涯的需求 (occasional needs)，如：為了滿足神職人員個人所需的資訊需求，該研究歸納出有運動資訊、休閒資訊、娛樂資訊、教育資訊、財務資訊與購物資訊。其中，為了滿足休閒嗜好需求而尋求的休閒資訊包含：電影資訊、音樂資訊，以及查找自己支持球隊的比賽資訊。

就嗜好者而言，從事不同休閒嗜好的嗜好者易衍生出不同的資訊需求 (Case & Given, 2016)。Case (2009) 以參與式觀察法 (participant observation) 研究硬幣收藏嗜好者的資訊行為，歸納發現硬幣收藏嗜好者收藏硬幣是為了自我延伸 (self-extension)、財務投資 (financial investment)、解癮 (addiction) 與社交 (social) 等目的，為了滿足這些目的而衍生的資訊需求包括：尋求硬幣收藏的資訊、辨識與鑑定硬幣的資訊、購買硬幣的資訊與評估硬幣價值的資訊。Lee 與 Trace (2009) 亦研究收藏嗜好者，以訪談法研究黃色小鴨 (rubber ducks) 收藏嗜好者的資訊行為。黃色小鴨收藏嗜好者的資訊需求包含：尋求更多黃色小鴨的資訊、取得黃色小鴨的資訊、尋求黃色小鴨製造商的資訊 (如：國家、年代或公司)，以及當黃色小鴨損毀時，需要尋求修復黃色小鴨的資訊。使用的資源管道包含購物網站 (如：eBay)、網路論壇 (如：duckplanet) 或擁有同樣嗜好的同儕朋友們。

此外，也有一些研究者著眼於探討嗜好者分享休閒資訊的資訊行為。Prigoda 與 McKenzie (2007) 以參與觀察法和半結構訪談法，研究參與公共圖書館手工藝社團的編織 (knitting) 嗜好者。該研究將圖書館視為資訊場域 (information ground)，探討編織嗜好者如何在此分享、交換編織資訊，以滿足其資訊需求。Cox、Clough 與 Marlow (2008) 則利用電話訪談攝影嗜好者，了解攝影嗜好者使用 Flickr 社群網站分享攝影資訊的資訊行為，發現嗜好者認為該網站外除因與攝影工業掛勾而有過於商業化的困擾外，使用 Flickr 網站分享攝影資訊十分方便，有極高的滿意度。

另有，一些研究者針對嗜好者的資訊行為，區分出不同階段。Chang (2009) 以半結構訪談法研究背包旅行嗜好者，研究背包旅行嗜好者尋求資訊的資訊行為，將之分為旅行前、旅行中與旅行後三個階段，該研究發現，嗜好者蒐集的資訊包含：選擇與評估旅行目的地的資訊、透過那些交通方式到達目的地的資訊、旅行行程安排的資訊、住宿的資訊、旅行目的地需要注意的文化或安全資訊、規劃旅行預算的資訊、規劃旅行空檔時間的資訊（如：等候轉機的空檔）。一般說來，嗜好者在旅行前所使用的資源管道包含：圖書、旅遊雜誌、旅遊網站、網路論壇、個人的社會網絡、旅行社、大眾媒體、地圖等；而其在旅行中所使用的資源管道包含：地圖、景點的小冊子、當地報紙、廣告傳單或當地導遊等。與前者相似歸納尋求資訊行為的階段，Hartel (2006) 則以民族誌方法探討烹飪嗜好者的資訊行為，歸納出烹飪是九個階段的循環：「探索」(exploring)、「規劃」(planning)、「準備」(provisioning)、「備料」(prepping)、「處理食材」(assembling)、「烹調」(cooking)、「擺盤」(Serving)、「吃」(Eating) 與「評價」(evaluating)。其中，嗜好者特別需要尋求烹飪資訊的階段是「探索」(exploring)、「規劃」(planning) 與「準備」(provisioning)，主要運用的資源管道包含食譜、食譜書、餐廳菜單、期刊、參考資源、網頁、食譜資料庫、家傳食譜、食材清單以及親友。

另外，有一些研究者嘗試將嗜好者資訊行為中的資訊活動概念化。Hartel 等人(2016) 利用 Hektor 提出的八種資訊活動類型：搜尋 (search and retrieve)、瀏覽 (browse)、追蹤 (monitor)、閱覽 (unfold)、交換 (exchange)、組織 (dress)、指導 (instruct) 與出版 (publish)，與博雅教育嗜好者 (the liberal arts hobby)、業餘音樂家 (amateur musicianship) 與跑步嗜好者 (the hobby of running) 三種嗜好者從事的資訊活動作為參照，概念化嗜好者的資訊活動類型：

對博雅教育嗜好者而言，其所從事的資訊活動包含：透過圖書館公用目錄或相關專門的典藏機構「搜尋」圖書或紙本資源獲取資訊；經由「瀏覽」圖書館、書店、博物館或跳蚤市場的圖書獲取資訊；「追蹤」報紙、期刊或網站的相關資訊；透過「閱覽」圖書、影片或實境活動獲取資訊；與其他嗜好者討論或辯論以「交換」資訊；「組織」整理資訊，簡報給聽眾或是建立自己的個人圖書館；透過公開的演講、受訪或辦理工作坊「指

導」他人如何獲取資訊；以及透過撰寫文章或個人網頁「發表」相關資訊。

而對業餘音樂家來說，其所從事的資訊活動則包含：「搜尋」網路音樂資料庫評價；「瀏覽」圖書館、樂行或網路的影音資料；「追蹤」音樂相關網站與論壇；藉由聽音樂與觀賞現場表演來「閱覽」資訊；與其他愛好音樂的朋友或老師溝通，或是透過非口語的實際表演來討論來「交換」資訊；透過評注音樂等方式「組織」資訊；「指導」他人學習音樂來傳遞資訊；在部落格或音樂論壇「發表」文章。

對於跑步嗜好者來說，其所從事的資訊活動則包含：「搜尋」網路上跑步相關的訓練技巧、營養資訊或運動傷害的資訊；「瀏覽」圖書或雜誌有關跑步的主題；「追蹤」最新發布的跑步相關雜誌；實際「閱覽」觀看他人跑步、參與跑步社團的訓練；和其他跑步嗜好者「交換」分享討論跑步路線的訣竅與跟隨的跑者；「組織」記錄自己的跑步經驗、穿著的設備與分析跑步的表現；成為跑步教練「指導」他人跑步；在報紙、線上社群或部落格「發表」文章。

統整上述研究，可以發現在日常生活資訊行為研究中，不同類型族群（包含年輕人族群、國際學生族群、樂活族、神職人員），在不同情境下，雖各有不同的資訊行為，但在日常生活情境中，都有尋求休閒資訊的需求，以滿足自身從事休閒嗜好的需求，舉凡旅遊、健走、園藝栽培、寵物飼養、電影、音樂等。而在嗜好者族群中，往往以自己從事的休閒嗜好展開休閒資訊的尋求、分享與使用。嗜好者在尋求休閒資訊時，主要的資源管道類型包含：人（如：朋友、家人、學校員工、圖書館員）、紙本資源（如：圖書、雜誌、報紙等）、線上資源（如：社群網站、網頁、網路論壇、線上資料庫等）及傳統媒體（如：電視、廣播）。

資訊活動的部分，對於不同類型的嗜好者來說，在尋求資訊時，主要從事的資訊活動包含：搜尋（如搜尋圖書館目錄、書店、資料庫、網路資源）、瀏覽（如瀏覽網站、圖書、雜誌）、閱覽（如閱覽網站、影片）、交換（如與他人討論），故本研究以上述研究中所提及的人、紙本資源、線上資源與傳統媒體等資源管道作為問卷設計之參考，資訊活動則以「搜尋」、「瀏覽」、「閱覽」與「交換」四種資訊活動來發展問卷。

## 第二節 深度休閒



本節第一部分探討深度休閒定義的由來、類型與特徵。第二部分著重於回顧不同領域應用深度休閒觀點進行的相關研究，並歸納深度休閒相關研究的研究對象從事的深度休閒類型、研究主題與研究方法。

### 一、深度休閒的定義、類型與特徵

「深度休閒」(serious leisure)一詞由社會學家 Robert A. Stebbins 在 1982 年率先提出。深度休閒是指「人們對一項活動系統性地長期投入，以事業來經營得到實質地快樂與充實感，並從中獲取表現的技巧、知識與經驗 (Stebbins, 1992, p. 3)。」相較於深度休閒，隨性休閒 (casual leisure) 是「即時性地、具有內在報酬地、短暫性地，且是不需經過一些訓練或特定的訓練，便能獲取愉悅感的休閒活動。」其活動可以區分為六大類：遊玩、放鬆、被動娛樂、主動娛樂、社交以及感官刺激，例如收看電視節目 (Stebbins, 1997; Stebbins, 2001)。從這兩者定義上的差異，可以得知深度休閒講求地是一種時間長期性的投入，在投入過程中，人們除了能獲得快樂與充實感外，還能從參與休閒活動的過程中，累積技巧、汲取經驗與建構有關休閒活動的知識。

深度休閒可以劃分為以下三種類型 (Hartel, 2003; Stebbins, 2006)：

(一)業餘者(amateur)：藝術(art)、科學(science)、運動(sport)或娛樂(entertainment)等各種領域皆可見業餘者。若以「專家-業餘者-民眾」(profession-amateur-public, P-A-P)的關係系統來說明，業餘者往往以成為特定休閒活動領域的專家為追求的目標，並投入大量時間，以達到專業水準，但不以此休閒活動作為主要收入的來源或獲取報酬。

(二)嗜好者(hobbyist)：嗜好者和業餘者的不同在於不以成為專家為目標，是單純對於某種休閒活動感興趣的人士。一般說來，嗜好者可以區分為五類型：1.收藏家(collectors)，如集郵；2.創客(makers)和工匠(tinker)，如編織；3.活動參與者(activity participants)，如釣魚；4.運動員或遊戲選手(players of sports and game)，如籃球、下棋；5.博雅教育愛好者(liberal arts enthusiasts)，如學習語言。

(三) 志工 (volunteer): 志工是不收取報酬, 且自願地以正式或非正式的方式來提供幫助。

Stebbins (1992) 認為深度休閒的行為特徵包含對自己選擇的休閒活動具備: 1. 持之以恆的毅力 (perseverance); 2. 將之視為事業 (career); 3. 付出相當的努力 (effort) 來獲得知識 (knowledge)、培訓 (training) 或技巧 (skill); 4. 持久的益處 (durable benefits); 5. 獨特的價值觀 (the unique ethos); 6. 強烈的認同感 (identify) 六種特徵。

Gould 等人 (2008) 進一步針對上述的六種特徵, 發展出深度休閒特徵量表, 以 18 個構面來衡量此六種特徵: 1. 持之以恆的毅力 (perseverance); 2. 事業的進展 (career progress); 3. 事業的權變 (career contingencies); 4. 付出相當的努力 (effort); 5. 個人充實感 (personal enrichment); 6. 自我實現 (self-actualization); 7. 自我表達能力 (self-express abilities); 8. 個人自我表達 (self-express individual); 9. 自我意象 (self-image); 10. 自我滿足 (self-great-satisfaction); 11. 自我享受 (self-great-enjoy); 12. 再造 (re-creation); 13. 經濟回饋 (financial return); 14. 團體吸引力 (group attraction); 15. 團體成就感 (group accomplishments); 16. 團體維持 (group maintenance); 17. 獨特的價值觀 (unique ethos); 18. 認同感 (identify), 並以 72 道問項來探討深度休閒活動參與者的深度休閒特徵。

## 二、深度休閒的相關研究

除了社會學領域的研究者 (如: 前述 Stebbins) 長期致力於投入深度休閒研究以外, 愈來愈多不同領域的研究者也借用深度休閒的觀點來執行研究, 主要的領域包含: 教育學、管理學、運動休閒以及圖書資訊學。

在教育學領域中, 不少文獻探討深度休閒對於學習經驗的影響。舉例而言, 周秀華與余嬪 (2005) 針對攝影、自助旅行、插花、布袋戲、合唱團、國畫和國標舞等不同休閒活動的六位參與者實施深度訪談, 發現參與休閒活動受到深度休閒特徵的影響, 例如: 擁有追求完美、自我挑戰的個人特質, 便影響深度休閒活動的投入; 投入深度休閒活動的過程中, 深度休閒者易獲得內在正向的學習經驗、團體與社會支持等深度休閒特徵的影響而使其持續投入。

王陳雪霞（2009）利用深度訪談法，透過深度休閒觀點探討文化志工的學習經驗，以博物館、圖書館、美術館與文化局的文化志工為研究對象實行深度訪談，發現志工服務的動機受到個人心理需求、人生角色轉換、外界影響與服務社會動機等影響而願意持續投入參與志工；深度休閒文化志工在擔任志工過程中的學習收穫受到本身態度的積極與否之影響。江宏笙（2015）則以太極拳教練為深度訪談對象，發現持續投入休閒活動的動機包含教學相長、自我實現與分享與傳承傳統文化等深度休閒特徵。而透過休閒活動的參與可以改善體質與覺察能力，並提升心理素質與人際關係。

另外，在教育老人學（educational gerontology）領域中，Heo 與 Lee（2010）利用問卷法研究深度休閒、健康認知（health perception）、樂觀性格（dispositional optimism）與生活滿意度（life satisfaction）等構面對老人參與老人運動賽（senior game）的影響，該研究探討的老人運動賽包含：游泳、撞球、籃球賽等，研究發現深度休閒特徵中情感依附（affective attachment）的衡量指標易影響老人的樂觀性格及持續參賽的次數。

在管理學領域中，李佳豪（2009）運用深度休閒觀點中的六大深度休閒特徵作為研究的構面，透過問卷來探究角色扮演參與者的情境涉入（situation involvement）與心流體驗（flow experience），發現具有「堅持不懈」、「有規劃的休閒生涯」、「持續的個人利益」、「顯著性個人努力」、「獨特的精神特質」、「強烈的認同活動」等深度休閒特徵的嗜好者，參與休閒活動的持續程度較高。

運動休閒領域也有許多與深度休閒相關的研究。Gibson、Willming 與 Holdnak（2002）以深度訪談來了解深度休閒與佛羅里達足球迷的關係，並以 Stebbins 提出的六大深度休閒行為特徵來歸類球迷的行為，發現足球迷除了有強烈的身分認同感（identity）外，參與足球賽事也能獲得歸屬感（sense of belonging）。

Kim、Dattilo 與 Heo（2011）探討跆拳道運動對深度休閒參與者生活滿意度（leisure satisfaction）和自覺健康（perceived health）的影響，將深度休閒特徵作為構面施行問卷調查，先透過集群分析將受測者分為三群後，運用多變量變異數分析。研究發現量表分數最高的一群深度休閒參與者對生活滿意度較高，自覺也比較健康。Liu 與 Yu（2015）的研究也有類似的發現，該研究透過問卷調查法並應用獨立樣本 T 檢定的統計分析，比

較參加合唱團、舞團、交響樂團、戲劇社等藝術性社團的學生和未參與深度休閒活動的學生，探究其深度休閒特徵、休閒滿意度和主觀幸福感 (subjective well-being) 之間的關係，發現深度休閒參與者擁有較高的休閒滿意度和主觀幸福感，在生活滿意度、生活水平、健康、生活成就感、人際關係、對未來的安全感等方面都有較好表現。

陳錫平與蔣孝美 (2008) 以深度休閒觀點來設計問卷，探討從事自行車活動嗜好者的人格特質，發現男性較女性對自行車知識技巧的自我努力及認同更高，而從事商業工作者參與自行車活動的堅持度較高。以同樣針對自行車嗜好者的研究來看，朱瑞淵與陳梅君 (2010) 以問卷調查探究自行車嗜好者的遊憩動機、深度休閒特徵與遊憩專門化的關係，透過迴歸分析，發現遊憩動機與深度休閒特徵對遊憩專門化有顯著的正向關係；探討不同人口變項 (包括：性別、年齡、婚姻狀況、職業、月收入、自行車種類與是否加入車隊) 是否影響人們的深度休閒活動特徵，研究結果發現擁有公路車的自行車嗜好者，較具有騎乘自行車的毅力；加入車隊的自行車嗜好者，較傾向將騎乘自行車視為事業來長期經營；男性、單身、月收入在五萬以上、擁有登山車或公路車者，傾向付出努力，投入時間、精力到騎乘自行車中。由前述文獻可知，運動休閒領域中的深度休閒研究多著眼於嗜好者，包括各種運動嗜好者或球迷。

在圖書資訊學領域，Hartel (2003) 將深度休閒觀點帶入圖書資訊學領域後，愈來愈多以深度休閒觀點來施行的研究。Cox 與 Blake (2011) 以美食部落客作為深度休閒中的業餘者，探究在美食部落格中創造 (creating)、尋求 (seeking)、分享 (sharing) 和管理 (management) 美食資訊的資訊層面 (information aspects)，經由深度訪談發現，在創造美食資訊的過程中，文字和照片的編修能帶給美食部落客愉悅感；美食部落客在尋求資訊時，主要包含食譜和餐廳相關資訊；而其分享美食資訊給大眾或觀眾時，特別易以同儕為對象；在管理美食資訊時，相較於檢索或儲存資訊，美食部落客更重視資訊近用 (access) 與智慧財產權 (intellectual property rights) 的保障。

蔡尚勳 (2007) 以業餘街舞者為對象實施深度訪談，探討深度休閒中的資訊活動，以了解其中的情境、使用的資訊資源類型、透過何種管道來源取得與分享。該研究發現資訊活動可以歸納為五種類型：獲取 (acquiring)、得知 (knowing)、展現 (expressing)、

分享 (sharing) 與傳遞 (delivering)；街舞的資訊活動包含四種情境：教學、演出、籌備與團體互動；業餘街舞者使用的資訊資源類型包含跳街舞用的音樂、了解表演或比賽訊息的文字與用來學習街舞動作、台風與服裝的影片；其資源管道包含個人、他人、網際網路和大眾傳播的文本。

游健祥 (2008) 同樣利用深度休閒觀點進行深度訪談，該研究探討寵物飼主飼養貓咪的資訊行為。主要包含探討寵物飼主飼養貓咪過程中面臨的情境、產生的資訊需求、選擇利用的資訊資源種類與資源管道，以及影響資訊資源選擇的因素。研究發現貓咪飼養的情境包含面臨飼養計畫的規劃、維護寵物健康與安全、飼主與寵物的互動與抒發情感等，而飼主的資訊需求包含解決問題、滿足好奇心、追求新知與技能與驗證疑慮，其利用的資訊資源種類包含電子資源、印刷品資源、視聽資源與人際資源，資源管道包含論壇、部落格、BBS、專書、手冊、雜誌、電視節目、家人、寵物之友、寵物店老闆與獸醫師，影響資訊資源選擇的因素包含飼養貓咪時間的長短、面臨的情境、遭遇的問題、個人習慣的養成與偏好。

王明怡 (2010) 則從深度休閒觀點來看待居家美化部落客的休閒資訊獲取與表達行為。透過深度訪談法發現部落客主要的深度休閒特色包含：大量消費 (採購) 行為；重視個人的喜好與需求；重視多元的資源管道，如：人際管道、廠商、網路、雜誌與實體空間；部落格是記錄個人資訊獲取與表達的重要平台；對於嗜好的投入程度改變，會在專案休閒者、深度休閒與業餘者三種角色間互相轉換。

Hedvall 等人 (2017) 則專注於探討騎馬嗜好者在社群媒體中的資訊交換。此研究先透過發放問卷詢問騎馬嗜好者常使用的社群媒體平台，選出常使用的平台後，便開始蒐集包含臉書社團、部落格、推特與網路論壇等平台的發文與評論，運用內容分析法來分析其中的文字內容了解騎馬嗜好者們彼此如何交換、分享騎馬安全的資訊，研究發現騎馬安全與馬匹本身的健康狀態及騎士所處的情境密切相關，而嗜好者往往優先考慮馬的安全而非自己的安全；馬匹也容易因為感覺到騎士的害怕而造成不安全等。該研究亦指出，社群媒體所討論的騎馬安全之正確性有待商榷，不過，社群媒體確實為嗜好者提供了一個非正式管道的資訊交換平台。

Hartel (2006) 則認為要多以不同角度了解休閒活動中的資訊尋求與使用，便以科學民族誌方法 (scientific ethnography) 來深度訪談烹飪嗜好者，並將烹飪嗜好者的資訊現象概念化 (conceptualize) 與詮釋 (explicate)。她歸納出訪談結果，烹飪行為是九個階段的循環：探索 (exploring)、規劃 (planning)、準備 (provisioning)、備料 (prepping)、處理食材 (assembling)、烹調 (cooking)、擺盤 (serving)、吃 (eating)、評價 (evaluating)，在這些階段中，前三階段的探索、規劃與準備涉及烹飪資訊的尋求與使用。

綜上所述，本節第二部份分別探究教育、管理學、運動休閒與圖書資訊學領域等領域如何應用 Stebbins 的深度休閒觀點進行研究的概況。就研究對象而言，研究者依據前述業餘者、嗜好者及志工之分類方式，歸納前述深度休閒相關研究探討之研究對象，可發現教育、管理學、運動休閒及圖書資訊學相關研究多探討業餘者與嗜好者之行為，較少探究志工之行為：

(一) 業餘者：布袋戲布偶製作師、業餘合唱團音樂家、業餘國畫家、業餘插花家、業餘國標舞者 (周秀華、余嬪, 2005)、業餘街舞者 (蔡尚勳, 2007)、居室美化部落客 (王明怡, 2010)、美食部落客 (Cox & Blake, 2011)、業餘太極拳教練 (江宏笙, 2015)；

(二) 嗜好者：足球迷 (Gibson, Willming, & Holdnak, 2002)、自助旅行嗜好者 (周秀華、余嬪, 2005)、烹飪嗜好者 (Hartel, 2006)、貓咪飼養嗜好者 (游健祥, 2008)、角色扮演嗜好者 (李佳豪, 2009)、單車嗜好者 (朱瑞淵、陳梅君, 2010；陳錫平、蔣孝美, 2008)、老人運動賽嗜好者 (Heo & Lee, 2010)、跆拳道運動嗜好者 (Kim, Dattilo, & Heo, 2011)、騎馬嗜好者 (Hedvall et al., 2017) 攝影嗜好者 (周秀華、余嬪, 2005)；

(三) 志工：文化志工 (王陳雪霞, 2009)。

就研究主題而言，教育學領域常應用深度休閒觀點來分析人們的學習經驗，發現人們參與休閒活動的動機受到個人特質與外在團體等深度休閒特徵的影響。管理學領域的研究則發現人們是否持續投入深度休閒活動主要受到個人深度休閒特徵的影響。運動休閒領域的研究也發現，參與深度休閒活動受到深度休閒特徵及其他人口變項的影響，且參與深度休閒活動能提高生活滿意度、主觀幸福感與健康。圖書資訊學領域的研究則多利用深度休閒觀點來探究資訊活動的現象，以及鑽探人們參與深度休閒活動時產生的資訊

需求、以及尋求滿足需求時傾向運用的資源管道，較少觸及深度休閒的特徵對於資訊活動的影響。此外，就研究方法而言，運用深度休閒理論施行的相關研究，使用的研究方法大多是質性的深度訪談法，少數使用問卷調查法，並以獨立樣本 T 檢定、集群分析、變異數分析與迴歸分析等量化統計分析深度休閒特徵及其關注之議題的關聯。

因此，本研究以 Gould 等人 (2008) 提出的深度休閒特徵量表為基礎，採用問卷調查法探討嗜好者的深度休閒特徵對於其資訊行為的影響，以充實圖書資訊學領域中運用深度休閒理論的研究。

### 第三節 烹飪嗜好者的資訊行為


本節分為兩個部分，第一部分探討常見的烹飪情境，第二部分探究 Hartel 一系列對於烹飪嗜好者的資訊行為研究。

#### 一、日常生活中的烹飪情境

舉凡在自己家中烹調三餐的日常料理；親友到訪家中時，烹調招待親友的料理；外出旅遊露營時的野炊活動，以及學習料理時試作的新料理都是現代日常生活裡常見的烹飪情境，本研究在此先回顧 Hartel 有關烹飪情境的文獻，接著界定本研究的烹飪情境。

Hartel (2011) 探討日常生活中烹飪嗜好者的烹飪情境時，將烹飪情境界定為四種情境：活在美食生活的日常 (living a gourmet lifestyle)、展現烹飪專業 (expressing culinary expertise)、定期關注烹飪資訊 (staying informed and inspired)、展開烹飪階段的循環 (launching a cooking episode)。此一區分方式是針對烹飪嗜好者的日常生活方式來作闡述，並未特別界定所謂的烹飪情境，亦未進一步細分烹飪中的各種情境進行描繪。

人們在日常生活中無時無刻不在學習新事物 (Simons, Van & Duffy, 2000)。在學習新事物時，往往十分容易遭遇到困難，以學習料理的試作過程為例，尤其在食材切配、肉類去骨抑或是料理的烤焙，時常需要先行掌握基本的烹飪技巧，才有辦法烹調 (Li, Hong, Zheng, Yan, & Chua, 2010)。學習的歷程往往需要資訊來輔助我們學習，但在這資



訊爆炸的時代中，我們不可能獲取所有的資訊，需要採取一些資訊活動來幫助我們取得資訊 (Simons et al., 2000)。對於烹飪嗜好者而言，在試作新料理時時常需要挑選自己感興趣的食譜做為參考的資訊來源，以便進一步依循食譜來烹調一道未曾做過的料理，並在完成料理的同時請身邊的親朋好友試吃、獲取回饋 (Sweet Betty 西點沙龍, 2016; 卡爾西, 2016)，經由這樣的過程，嗜好者得以享受烹飪中的樂趣、從中獲取成就感。此外，在試作烘焙食品的過程中特別在容易失敗，因而嗜好者更講究選擇講解詳細且明確的食譜資訊，依循食譜準備所列的食材與廚具，並耐心地根據配方步驟一步步完成，也需要小心翼翼地注意工序的細節，才不致失敗 (Sweet Betty 西點沙龍, 2016; 卡爾西, 2016)。對烹飪嗜好者來說，試作新料理即是在享受烹飪的過程，從中累積經驗獲取成就感，並從分享料理或甜點給親友試吃的過程中，帶給人們日常生活中的溫暖，故可將試作新料理可視為一種重要的烹飪情境。

相較於試作新料理情境來說，烹調曾經做過的料理仰賴自己過去的烹飪經驗，如一天三餐的家常菜烹調，相對而言較自由、寬鬆、不拘泥於繁文縟節，以迎合自己與家人的口味為前提，不遷就他人，可以完全自己決定想要煮什麼、吃什麼，擁有完全的飲食自主權 (趙榮光, 2008; 暴躁兔女王, 2015)。

綜上所述，現代日常生活裡常見的烹飪情境十分多元，但在試作新料理的情境中，嗜好者通常優先選擇自己感興趣的料理食譜來試作，且因未曾烹調過，需要依照食譜來亦步亦趨地學習與嘗試，或是需要再尋求其他資源管道來幫助自己學習料理，是較需要烹飪資訊的情境。因此本研究選擇試作新料理作為主要研究的烹飪情境，而為了與之對照，另外選擇烹調曾經做過料理的情境作為比較，希望了解烹飪嗜好者在這兩種情境中，使用的資源管道與從事各項資訊活動的頻率是否有差異。

## 二、烹飪嗜好者的資訊行為

烹飪行為在人類歷史上相當悠久，亦擁有非常多元的類型，更是日常生活中時常面臨到的情境，也是需要用心學習才能從中獲取烹飪技巧、知識與經驗的一種深度休閒活動。然而，在各大期刊資料庫檢索發現圖書資訊學領域有關烹飪嗜好的研究，鮮少有研

究者從事這方面的研究，從 Case 與 Given(2016)統整日常生活情境中的嗜好者研究中，也指出唯有 Hartel 曾從事一系列烹飪嗜好者的資訊行為研究。以下分別簡述其各篇研究：

Hartel (2006) 以科學民族誌方法 (scientific ethnography) 深度訪談烹飪嗜好者的資訊行為，歸納出烹飪是九個階段的循環，包括：1. 「探索」(exploring)，發想烹飪的主題；2. 「規劃」(planning)，確定烹飪的料理主題後，尋找最佳的食譜，透過個人收藏的食譜、食譜書或食譜網站的食譜資料庫；3. 「準備」(provisioning)，透過在自己的廚房或庭院取得食材和必要的廚具，或是到雜貨店、超市購買；4. 「備料」(prepping)，依照食譜備好需要的食材數量；5. 「處理食材」(assembling)，依照食譜步驟處理、混和食材；6. 「烹調」(cooking)，即進行加熱或調味，確保料理的安全、口感和風味；7. 「擺盤」(serving)，將料理裝盤呈現，著作料理的擺放與裝飾；8. 「吃」(eating) 即是享用料理；9. 「評價」(evaluating)，是對料理給予評論作為回饋，記錄烹飪結果的好壞成為烹飪的經驗。這些階段中，特別容易產生烹飪資訊需求的是前兩階段：探索與規劃階段。

其中，探索階段中為了發想料理的靈感，烹飪嗜好者常透過想像 (imagining) 與白日夢 (day-dreaming)；閱讀 (reading) 與瀏覽 (browsing) 食譜書、食譜網站、雜誌、逛超市或檢視餐廳的菜單；或是依靠個人過去的經驗 (experiencing)，查找過去紀錄的食譜檔案；或與其他人談論 (talking) 想吃什麼料理 (Hartel, 2006)。相較於探索階段，規劃階段中，烹飪嗜好者已經確定要烹飪的料理，但為了選擇最佳的烹飪方式，故常透過尋求 (seeking)、搜尋 (searching) 與比較 (comparing) 不同的資源來源管道來選擇最佳的料理烹飪方式。整體而言，Hartel (2006) 的研究發現，烹飪嗜好者在發想烹飪主題的探索階段、尋求最佳烹飪方式的規劃階段特別需要尋求烹飪資訊，而需要的資訊往往來自：食譜、食譜書、菜單、期刊、參考資源、網頁、食譜資料庫、家傳食譜 (homemade compilations)、人際管道與食材清單等。

Hartel(2010)採用科學民族誌方法 (scientific ethnography) 來深度訪談烹飪嗜好者，並搭配請烹飪嗜好者導覽 (guided tour) 其烹飪收藏並運用攝影 (photographic inventory) 紀錄其烹飪收藏，研究 20 位烹飪嗜好者如何管理家中的烹飪資訊資源。該研究歸納發現，烹飪嗜好者往往在家中建立了私人的「烹飪圖書館」(personal culinary library)，收

藏烹飪相關的資訊，並建立一套資訊體系 (information structures) 來管理，常見的分類方式係依照食譜的形式 (format)、風格 (genre)、主題 (subject) 或作者 (author) 來分類與排列。

該研究發現，烹飪嗜好者的收藏通常包含：食譜書 (如：主題性的食譜、權威性的食譜或稀有的食譜等等)、烹飪參考資源 (如：百科全書、字典與手冊)、烹飪期刊、烹飪專書 (gastronomy) (如：烹飪歷史書、論文或小說)、單張食譜 (如：報紙剪報、電腦列印的食譜)、數位食譜 (如：Word電子檔)、線上資源 (如：線上網站、網路論壇、線上食譜資料庫、部落格)、一次性烹飪資訊 (culinary ephemera) (如：菜單、手冊、餐廳評論)、烹飪相關的紀念收藏 (culinary keepsakes) (如：家傳食譜、日記) 和其他烹飪相關器具 (cooking paraphernalia)，有時也會混雜一些與烹飪無關的家用品或裝飾品 (Hartel, 2010)。這些資訊資源的採訪 (acquisition) 方式主要包含：購買 (包含購自實體書店、雜貨店、百貨公司、網路書店或旅途中的商店)、贈送 (包含烹飪社團贈送的食譜、親友節日贈送的禮物、家人或朋友留下的遺產、雜貨店贈送的小冊子)、圖書館借閱、訂閱期刊或報紙。透過Hartel的研究可以發現烹飪嗜好者收藏的烹飪資訊資源非常多元，食譜書、烹飪參考資源、烹飪期刊、烹飪專書、單張食譜、數位食譜、線上資源、一次性烹飪資訊都在其私人烹飪圖書館藏品之列。

Hartel (2011) 回顧過去的文獻並整理自己過去深度訪談的結果，歸納出烹飪嗜好者的四種情境：

(一) 活在美食生活的日常 (living a gourmet lifestyle) 是指烹飪嗜好者在日常生活中會特別關注烹飪資訊 (Hartel, 2011)。烹飪嗜好者到餐廳用餐時，往往特別研究菜單了解料理的食材組成、重視料理的口味與擺盤，並積極地詢問服務生有關料理的問題，以拓展對於料理的知識；到海外旅行時，往往特別體驗外國料理，以便成為自己發想料理的靈感 (Hartel, 2011)。此外，嗜好者也喜歡拜訪不同種族的鄰居或是菜市場；喜愛結交吃貨朋友，請他們評論自己的料理，提供料理的意見。

(二) 展現烹飪專業 (expressing culinary expertise) 是指烹飪嗜好者的烹飪技巧、知識與經驗具有一定的專業水準，可接受親友來諮詢料理的相關問題、教導他人如何烹飪或是在網路論壇回答他人有關烹飪的問題。

(三) 定期關注烹飪資訊 (staying informed and inspired) 是指烹飪嗜好者定期閱讀食譜書、閱讀烹飪雜誌或期刊、收看電視節目、上網瀏覽烹飪網站或網路論壇、參加烹飪教室課程等，以保持對烹飪資訊的關注與了解烹飪的流行與趨勢。

(四) 展開烹飪階段的循環 (launching a cooking episode) 是指烹飪嗜好者在烹飪的過程中，為了滿足自己對於美食料理的渴望與豐富自己的料理的經驗，而經歷一連串的資訊尋求過程。首先，嗜好者透過不同的方法搜尋烹飪資訊來獲得烹飪的靈感，包括：依據節日或季節、透過做白日夢、搜尋個人家中的食譜收藏、搜尋線上食譜資料庫、透過 Google 搜尋引擎搜尋，或是透過親友等人際管道獲得食譜來發想料理的靈感。而在確定要做的料理之後，烹飪嗜好者則開始規劃料理使用的食譜，這時候採用的食譜搜尋策略較接近採莓法 (berrypicking)。烹飪嗜好者會隨時根據蒐集到的資訊調整搜尋策略，例如：原本使用主題搜尋來查找義大利料理食譜，發現不易蒐集到食譜時，會改以作者搜尋來查找義大利料理名廚撰寫的食譜。烹飪嗜好者亦會採用不同資源管道來搜尋資訊，例如：原本在自己收藏的食譜書中查找，發現查找不易時，會選擇改去翻閱烹飪雜誌來尋求食譜。在此階段中，會蒐集 (gather) 符合自己需求的食譜來比較 (compare)、合併 (amalgamate) 與修改 (amend) (Hartel, 2011)。

透過 Hartel (2011) 的研究可以了解烹飪嗜好者在日常生活中會隨時留心並蒐集烹飪資訊，包括：在餐廳用餐、到外國旅行、拜訪不同種族的鄰居或結交美食家朋友來蒐集烹飪資訊。而烹飪嗜好者總是持續關注烹飪資訊，無論是定期閱讀食譜書、雜誌或期刊、電視節目或瀏覽烹飪網站或網路論壇、參加烹飪教室課程等，為的就是增進自己對烹飪知識的了解與掌握料理的趨勢。而正式展開烹飪的過程中，嗜好者常利用不同的資源管道來發想料理的靈感包括 (季節、節日、做白日夢、搜尋家中的食譜收藏、搜尋線上食譜資料庫、透過搜尋引擎或親友等管道)；決定要料理的食譜後，則利用採莓法進一步蒐集食譜，並對食譜進行比較、合併與修改。

Hartel 等人 (2016) 有感於目前的深度休閒研究，難以將資訊活動概念化，不易將研究發展成理論，於是決定透過將 Hektor 提出的八種資訊活動類型：搜尋 (search and retrieve)、瀏覽 (browse)、追蹤 (monitor)、閱覽 (unfold)、交換 (exchange)、組織 (dress)、

指導 (instruct) 與出版 (publish) 作概念分析，將目前研究過的三種深度休閒：博雅教育嗜好者 (the liberal arts hobby)、業餘音樂家 (amateur musicianship) 與跑步嗜好者 (the hobby of running) 從事的資訊活動納進這八種資訊活動類型之內。然而目前如此概念化的結果，尚待進一步的實證研究來檢驗。

透過回顧上述 Hartel 一系列有關烹飪嗜好者的研究，可以了解烹飪在探索與規劃這兩個階段特別需要尋求烹飪資訊。在探索階段，發想料理靈感的來源包含從季節、節日、食譜、餐廳或是自己做白日夢來發想靈感；在規劃階段，會對蒐集來的食譜進行選擇、比較、合併與修改。而在深度休閒的資訊活動方面，Hartel 與 Cox、Griffin 兩位學者，嘗試將深度休閒的資訊活動透過演繹法來演繹，將資訊活動概念化為搜尋、瀏覽、追蹤、閱覽、交換、組織、指導與出版八種類型。故本研究在 Hartel 以上的研究基礎上，以探索與歸劃這兩個階段來探討烹飪嗜好者的資訊尋求行為，並也利用 Hartel 等人 (2016) 將深度休閒的資訊活動概念化的演繹，應用在烹飪嗜好者的探索階段與規劃階段的資訊活動上。

## 第四節 小結

本研究欲探討烹飪嗜好者的資訊行為，因此本節針對「日常生活資訊行為」、「深度休閒」、與「烹飪嗜好者的資訊行為」相關文獻，歸納各項要素，以作為本研究問卷設計之依據。

從第一節回顧的日常生活資訊行為的相關文獻可發現，運用 Savolainen 提出的日常生活資訊尋求模式執行研究的相關文獻中，許多不同族群皆有休閒方面的資訊需求，嗜好者更以自己從事的休閒嗜好，展開休閒資訊的尋求、分享與使用。由第二節探討深度休閒文獻，可以發現許多不同領域都利用深度休閒觀點施行研究。近來深度休閒觀點逐漸引起圖書資訊學領域研究者的興趣，相關研究將之用於解釋日常生活的資訊行為，其中又以探討嗜好者最為普遍，然而，這類研究多應用質化的深度訪談法或參與觀察法，



相關的量化研究尚屬少數。唯教育學、管理學、運動休閒等領域應用深度休閒特徵的研究多採量化方式進行。第三節回顧日常生活中的烹飪情境與烹飪嗜好者的資訊行為相關文獻，歸納烹飪相關文獻可知，烹飪嗜好者在試作新料理時，無疑是一種相當重要的情境，而為了與之對照，研究者選擇烹調曾經做過的料理作為對照；由 Hartel 一系列有關烹飪嗜好者的研究 (Hartel, 2006; Hartel, 2010; Hartel, 2011)，更可以了解烹飪在探索與規劃這兩個階段特別需要尋求資訊，而 Hartel 等人 (2016) 在 Hektor (2001) 的基礎上，將深度休閒的資訊活動概念化為八種主要的資訊活動類型，尚待進一步檢驗。

綜上所述，目前以烹飪作為深度休閒的嗜好者之研究在圖書資訊學領域較少，亦未探究烹飪嗜好者之深度休閒特徵對其資訊行為影響，更未針對烹飪過程涉及資訊尋求行為的探索與規劃階段做系統性的研究；對於不同的烹飪情境，亦未深入探究。除此之外，在研究方法方面，不論在深度休閒或日常生活的資訊行為研究中，或在圖書資訊學領域中，相關文獻大多使用質性深度訪談法或參與觀察法，幾乎未見以問卷調查法施行較系統性的分析之研究。因此，本研究基於過去研究上的缺口，採用問卷調查法的量化資料蒐集與分析方式，以前述 Gould 等人 (2008) 提出的深度休閒特徵量表為基礎，探究烹飪嗜好者具備哪些深度休閒特徵，並以前述日常生活中試作新料理及烹調曾經做過的料理兩種不同烹飪情境，搭配 Hartel (2006) 提出烹飪階段中的探索和規劃階段，探究烹飪嗜好者的資訊行為，並利用 Hartel 等人 (2016) 將深度休閒的資訊活動類型概念化的結果，進一步了解烹飪嗜好者在探索和規劃階段，從事資訊活動的頻率。



## 第三章 研究設計



本研究旨在探討烹飪嗜好者的資訊行為，以及瞭解具有不同深度休閒特徵的烹飪嗜好者在不同烹飪情境、不同烹飪階段下的資訊行為有何異同。本章根據研究目的與研究問題，蒐羅相關文獻、擬定研究架構、選擇研究方法與設計研究的步驟。第一節說明本研究使用的研究方法，第二節交代本研究的資料蒐集方式，第三節解釋採用的資料分析方式，第四節簡要說明研究的流程，第五節闡述施行前置研究的結果。

### 第一節 研究方法

本研究以問卷調查法為研究方法。問卷調查有兩個主要目的，其一是透過母體的抽樣樣本，來推論某個目標母體，了解該母體擁有的特定的特徵，另一是藉由受試者回答問卷的問項，反映受試者過去的經驗、看法或問項內容的相關訊息（佛洛依德·傑克·福勒，2014）。本研究透過抽樣樣本的推論來了解烹飪嗜好者此一母體，希望藉此掌握嗜好者的深度休閒特徵及其烹飪經驗，並從中了解其烹飪過程中涉及的資訊行為。

一般說來，相較於質性研究常使用的訪談法（interview），問卷調查擁有的三個優點包含：一、量化研究可蒐集更大的樣本，使得大樣本的研究變得可行；二、可針對同一主題詢問多個問題，以利用統計方法同時分析多個變項間的因果關係；三、問卷的問題答案經過標準化，可讓所有受試者回答出特定的答案，以運用操作型的定義來討論特定的概念，對母體的推論亦具有更精確的描述與解釋（林佳瑩、蔡毓智，2014）。基於上述的目的與優點，本研究選擇問卷調查法來探討烹飪嗜好者的資訊行為，希望能以更具系統性地統計方法來分析人們從事烹飪嗜好的資訊行為。

## 第二節 資料蒐集



具體而言，本研究的資料蒐集的過程可分為三部分：一為發展研究工具，二為界定研究對象及規劃其招募方式，三為研究對象背景分布。

### 一、研究工具

本研究之問卷聚焦於烹飪嗜好者在烹飪情境中的資訊行為，依據文獻回顧歸納出問卷構面及問項，並經過兩次前置研究的修訂後（詳見第五節），最終版本的研究問卷如附錄一。問卷主要包括：（一）烹飪嗜好者的深度休閒特徵、（二）烹飪相關資訊行為、（三）烹飪情境中的資訊活動與行為與（四）個人基本資料，以下依序說明：

本研究問卷第一部分為烹飪嗜好者的深度休閒特徵，問項來自 Gould 等人（2008）提出的深度休閒特徵量表，包括「持之以恆的毅力」、「將之視為事業」、「付出相當的努力」、「持久的益處」、「獨特的價值觀」與「認同感」六個構面，共計 18 題，以李克特 7 點尺度量表衡量。六個構面的操作型定義如表 3-1：

表 3-1 深度休閒特徵構面之操作型定義（Gould, Moore, McGuire, & Stebbins, 2008）

構面	操作型定義
持之以恆的毅力	在休閒活動時，遭遇到困難、問題時不會輕易放棄
將之視為事業	將休閒活動當作自己的事業來長期經營，是生活中不可或缺的一部分
付出相當的努力	對休閒活動投入相當的時間、精力
持久的益處	在從事休閒活動中，可以達成自我實現、獲得滿足感與結交到朋友
獨特的價值觀	和從事同樣休閒活動的人能一起分享想法、價值觀
認同感	對於休閒活動有強烈的認同，且從旁人的觀點而言也是如此

問卷之第二部分為烹飪相關資訊行為。首先了解受試者平時在尋求烹飪資訊使用的資源管道與從事相關資訊活動的頻率，以及試作新料理與烹調曾經做過的料理的頻率，接著，本研究歸納相關文獻（Hartel, 2006；Hartel, 2010；Hartel, 2011），以作為烹飪的資源管道之問項，而資訊活動的問項則是根據 Hektor (2001) 提出的資訊活動類型為架構，

以「搜尋」、「瀏覽」、「閱覽」與「交換」四種資訊活動作為嗜好者尋求烹飪資訊的資訊活動構面，並以李克特 7 點尺度量表衡量其活動頻率，希望了解烹飪嗜好者時查找烹飪資訊所使用的資源管道與從事資訊活動的頻率。

問卷之第三部分為烹飪情境中的資訊活動與行為。本研究中，烹飪的兩種情境「試作新料理」與「烹調曾經做過的料理」係歸納相關文獻得來(Sweet Betty 西點沙龍, 2016; 卡爾西, 2016; 程安琪, 2009; 趙榮光, 2008; 暴躁兔女王, 2015; 學做家常菜編委會, 2010; 學隨居士, 1982)。烹飪的階段則來自 Hartel (2006) 九個烹飪階段中特別需要查找資訊的前兩階段，即探索與規劃階段。根據 Hartel 的定義，本研究於兩個階段探討的資訊行為層面分別為：探索階段主要了解烹飪嗜好者烹飪的靈感來源；規劃階段則了解烹飪嗜好者選擇、評估食譜的方法。此部分在了解受試者在不同烹飪情境中的資訊行為，包含使用的資源管道與從事的資訊活動。每種情境皆分別探討使用來查找烹飪資訊的資源管道，以複選題方式供受試者填答；資訊活動部分在探索階段及規劃階段著眼於「搜尋」、「瀏覽」、「閱覽」與「交換」四種作為資訊活動的構面，此兩階段的資訊活動皆利用李克特 7 點尺度量表來衡量嗜好者在兩個烹飪情境中從事資訊活動的頻率。

問卷的第四部分主要在了解受試者的基本資料，包括：性別、年齡、教育程度、職業等人口變項，以及受試者日常生活中對烹飪嗜好投入程度的經驗背景。其中，受試者的烹飪相關經驗，包括其過去一年中平均的烹飪次數與外食次數、第一次接觸烹飪與認為自己是烹飪嗜好者至今為時多久、擁有的烹飪證照，以及曾否修習烹飪相關課程。

由於本研究是透過網路問卷調查蒐集資料，加上需要讓受試者同時比較兩種烹飪情境來填答使用的資源管道與使用的資訊活動類型頻率，也需要問卷跳答功能（如：受試者未經歷該情境，可以跳答該題組），市面上免費的問卷平台大多未符合本研究的需求，因此，研究者透過自行撰寫 HTML、CSS 與 JavaScript 程式來設計一套網路問卷系統（參見附錄二），以達到前述客製化功能。此問卷系統同時利用 PHP 程式串接系統後端的 MySQL 資料庫，以利將問卷結果匯出成 Excel 檔與 CSV 檔案，進行後續資料的處理與分析。



## 二、研究對象及其招募方式

本研究以年滿 18 歲愛好烹飪或烘焙的成人為對象，受試者需同時具備試作新料理與烹調曾經做過的料理的經驗。此外，為了避免工作情境與日常生活情境難以區隔，本研究之對象排除以烹飪為業的專業廚師與餐飲相關科系的學生。

本研究於 2017 年 4 月 20 日至 2017 年 5 月 11 日發放問卷，透過請求臉書社團經營者協助張貼研究招募訊息來發放問卷。本研究主要的研究對象招募管道為一般大學烹飪相關社團（如：美食烹飪社、蛋糕製作研習社）及烹飪、烘焙相關社團（如：徐媽媽快樂廚房、Lovely 烘焙&烹飪沒規矩學園、芭辣花愛百元料理、家常便飯話家常），並輔以網路論壇與個人人際管道，設法觸及更多烹飪嗜好者。其中，網路論壇包含：臉書社團 NTU 台大學生交流板、批踢踢 cookclub 板、批踢踢 baking 板與 Dcard 美食板；人際管道則透過個人的臉書個人訊息、LINE 與電子郵件等管道發放問卷。儘管此問卷發放方式難以觸及不使用社群網站或不熟悉網路操作的烹飪嗜好者，但因研究者難以全盤掌握烹飪嗜好者可能聚集之處，若至烹飪教室或其他地點發放紙本問卷，尚須考量進入場域等問題，問卷的發放管道可能仍有所侷限，故研究者選擇透過烹飪相關社群網站與個人的人際管道來張貼研究對象招募訊息。

## 三、研究對象背景分布

本研究回收之有效問卷共計 487 份，372 位女性 (76.39%)，115 位男性 (23.61%)，大部分受試者年齡集中在 18~29 歲之間，教育程度多在大學與專科以上，職業以學生族群為主，約佔一半 (57.08%)；其中，有 42 位 (8.62%) 的受試者擁有烹飪、烘焙相關證照，又以擁有烘焙食品丙級證照的 28 人 (5.75%) 最多；大約四成的受試者 (39.84%) 曾上過家政課以外的烹飪課程，以參加學校社團與烹飪教室課程為多，共計 99 人 (20.33%)，約佔五分之一。研究對象的背景分布細節如表 3-2 所示。

表 3-2 研究對象背景分布

背景	人數	百分比
<b>性別</b>		
女性	372	76.39%
男性	115	23.61%
<b>年齡</b>		
18 歲~24 歲	262	53.80%
25~29 歲	100	20.53%
30~34 歲	51	10.47%
40 歲以上	42	8.62%
35~39 歲	32	6.57%
<b>教育程度</b>		
大學或專科	341	70.02%
碩士以上	121	24.85%
高中職	24	4.93%
國中以下	1	0.21%
<b>職業</b>		
學生	278	57.08%
軍公教人員	49	10.06%
服務業	27	5.54%
待業中或已退休	23	4.72%
製造業	22	4.52%
資訊業	19	3.90%
家管	17	3.49%
自由業	15	3.08%
其他（如：醫療業、媒體業、金融 保險業、旅遊業）	37	7.60%
擁有烹飪、烘焙相關證照	42	8.62%
未擁有烹飪、烘焙相關證照	445	91.38%
<b>擁有的證照</b>		
烘焙食品丙級	28	5.75%
中餐烹調丙級	18	3.70%
西餐烹調丙級	3	0.62%
調酒丙級	3	0.62%
飲料調製丙級	1	0.21%
曾上過家政課以外的烹飪課程	194	39.84%
未曾上過家政課以外的烹飪課程	293	60.16%
<b>學習烹飪課程的場所</b>		

背景	人數	百分比
學校社團	99	20.33%
烹飪教室	89	18.28%
救國團	33	6.78%
社區大學	13	2.67%
打工	3	0.62%
學校課程	3	0.62%
其他（如：餐廳體驗課程、私人課程、系上活動）	13	2.67%

### 第三節 資料分析

本研究完成資料蒐集以後，研究者運用 SPSS 統計軟體與 R 語言執行統計分析與繪製統計圖表，先透過描述性統計分析了解問卷填答概況，並針對深度休閒特徵各構面進行信度分析，再針對三個研究問題使用相應合適的推論統計分析方法。

#### 一、描述性統計與信度分析

本研究完成資料蒐集後，針對所有問項實行描述性統計分析，研究者計算各問項的填答人數與其佔問卷總填答人數的百分比，以了解問卷各部分填答的概況。針對深度休閒特徵每個構面之問項進行信度分析，研究者透過計算該題組的 Cronbach's  $\alpha$  係數，作為衡量信度的標準，Cronbach's  $\alpha$  值愈高，代表信度愈高，而在大於等於 0.7 時，屬於高信度（榮泰生，2013）。本研究深度休閒特徵構面之信度見第四章第一節。

#### 二、烹飪嗜好者的深度休閒特徵

針對研究問題一的烹飪嗜好者深度休閒特徵，研究者針對問卷第一部分「烹飪嗜好者的深度休閒特徵」進行描述性統計分析，計算受試者的深度休閒特徵得分，包含持之以恆的毅力、將之視為事業、付出相當的努力、持久的益處、獨特的價值觀與認同感六個構面的得分，並利用 K-means 演算法來做集群分析將烹飪嗜好者分群；分群是將一組資料依據相似度計算公式將其聚合或分割成若干群，而 K-means 演算法是 MacQueen 於

1967 年提出的分群演算法，透過事先設定的分群數目量  $k$ ，將資料分成  $k$  群，透過計算公式，達到分群的最佳化（李仁鍾，2015）。



### 三、烹飪嗜好者的資訊行為

研究問題二是為了解試作新料理及烹調曾經做過的料理兩種情境中，烹飪嗜好者在「探索」與「規劃」階段的資訊行為分別有何差異，本研究利用卡方檢定與雙因子變異數分析來作為推論統計（表 3-3）。卡方檢定是一種無母數檢定，是利用兩種分類標準建立列聯表（contingency tables），利用一種分類標準的類別變項作為自變項與另一種分類標準的類別變項作為依變項進行分析，用來判別這兩個變項間是互為獨立或是彼此關聯（吳榮彬，2006；邱皓政，2010；潘中道、郭俊賢，2010）；而雙因子變異數分析是透過操弄兩個自變項來探討其對依變項的影響，進而比較樣本組間是否有差異（榮泰生，2013）。研究者針對兩種烹飪情境與兩個烹飪階段，嗜好者從事各項資訊活動類型之頻率（問卷第三部分）進行雙因子變異數分析，以了解兩種情境和兩個不同烹飪階段，烹飪嗜好者各別從事各項資訊活動類型的頻率是否達到顯著差異；亦針對兩種烹飪情境，嗜好者使用之資源管道（問卷第三部分）進行卡方檢定，以了解兩種情境中，烹飪嗜好者在不同情形下運用的各項資源管道分別有何異同。

表 3-3 研究問題二及研究問題三之變數列表與統計方法

研究問題	問項	自變項	依變項	統計方法
研究問題二： 烹飪嗜好者在尋求烹飪相關資訊時，使用了哪些資源管道（如：食譜書、線上食譜資料庫、通訊軟體）？其所從事之各類型資訊活動（如：搜尋、瀏覽、交換）的頻率高低為何？在不同情境（即試作新料理與烹調曾經做過的料理兩情境）與不同階段（即探索和規劃階段）中，烹飪嗜好者所使用的資源管道與從事的資訊活動分別有何異同？	資源管道  資訊活動頻率	不適用  不適用 烹飪情境 烹飪情境、 烹飪階段	不適用  資源管道 <sup>a</sup> 資訊活動頻率 <sup>b</sup>	描述性統計分析 卡方檢定 雙因子變異數分析
研究問題三： 具備不同深度休閒特徵之烹飪嗜好者在試作新料理與烹調曾經做過料理的情境中所使用的資源管道有何異同？其在探索和規劃階段中所從事之資訊活動的頻率高低又分別有何異同？	深度休閒特徵 <sup>c</sup>  深度休閒特徵 <sup>c</sup>	資源管道 <sup>a</sup>  資訊活動頻率 <sup>b</sup>	卡方檢定  成對樣本 T 檢定	

註：研究問題一之資料分析以描述統計為主，故不列於此表；a 資源管道包含：食譜書、電視節目、家傳食譜、餐廳菜單、雜誌或期刊、報紙、參考資源、線上食譜資料庫、部落格、社群網站、網路論壇與通訊軟體，研究者進一步將上述細項整合成社群媒體、紙本媒體、傳統媒體、通訊媒體四大類進行推論統計；b 資訊活動包含：搜尋、瀏覽、閱覽與交換；c 經由集群分析分為高、低兩群

#### 四、具備不同深度休閒特徵之烹飪嗜好者的資訊行為

研究問題三為了解具備不同深度休閒特徵之烹飪嗜好者在上述情境與階段中的資訊行為分別有何差異。本研究首先對問卷第一部分的深度休閒特徵，使用 K-means 演算法來做集群分析將烹飪嗜好者分群，區分為高分組與低分組作為類別變項。接著，再將深度休閒特徵（高分／低分者）分別與問卷第三部分烹飪嗜好者使用的資源管道與資訊活動類型，進行卡方檢定與獨立樣本 T 檢定。其中獨立樣本 T 檢定是針對兩獨立無關的樣本平均數，進行比較是否有差異（方匡南、朱建平、姜葉飛，2015），本研究將之用來檢驗不同深度休閒特徵之烹飪嗜好者使用的資源管道與從事的資訊活動是否有差異。接著，利用成對樣本 T 檢定來檢驗深度休閒特徵高分與低分者，分別在探索階段與規劃階段從事各項資訊活動的頻率是否達到顯著差異。

## 第四節 研究流程



本研究的研究流程如圖 3-1。在產生研究動機以後，先行確立研究問題，並展開文獻探討來蒐集相關文獻，根據文獻蒐集的結果建立研究架構、設計研究問卷，在正式問卷發放前執行問卷前置研究，依受試者建議修訂問卷後，發布正式問卷，展開資料蒐集，蒐集完成後進行資料分析，並針對統計的結果進行詮釋與討論，最後提出研究結論與未來的研究建議。

### 一、文獻探討

針對研究主題蒐集相關的文獻，包含日常生活的資訊行為、深度休閒與烹飪嗜好者的資訊行為等三節，整理並歸納相關文獻缺口，並產生研究問卷的構面。

### 二、問卷設計

研究問卷的設計分為四大部分，第一部分依據 Gould 等人 (2008) 提出的深度休閒特徵量表為根柢，修改為烹飪嗜好者的深度休閒特徵量表，第二部分與第三部分根據 Hartel (2006) 研究的烹飪階段，以及 Hektor (2001) 提出的資訊活動類型，並搭配其他烹飪相關文獻發展出烹飪情境作為研究構面，第四部分則為受試者的個人基本資料。以這四部分建構為本研究的研究問卷。

### 三、問卷前置研究與修訂

初步發展出研究問卷之後，透過研究者的人際管道尋求適合的受試者，藉由受試者的意見回饋進一步修正問卷，最後定稿為正式問卷。

### 四、資料蒐集

在正式問卷定稿後，發布問卷招募訊息徵求受試者。本研究透過自行設計的問卷系統發送，將問卷連結貼於烹飪相關社群網站以及透過個人的人際管道分享與轉貼，讓問卷廣為發放、招募受試者填答問卷。



## 五、 資料分析

以統計方法實行資料分析，運用 SPSS 軟體與 R 語言進行統計分析並繪製統計圖表。

## 六、 撰寫研究成果

資料分析完成以後，彙整、詮釋資料，針對統計結果進行討論，最後提出結論與未來研究建議做為研究成果。

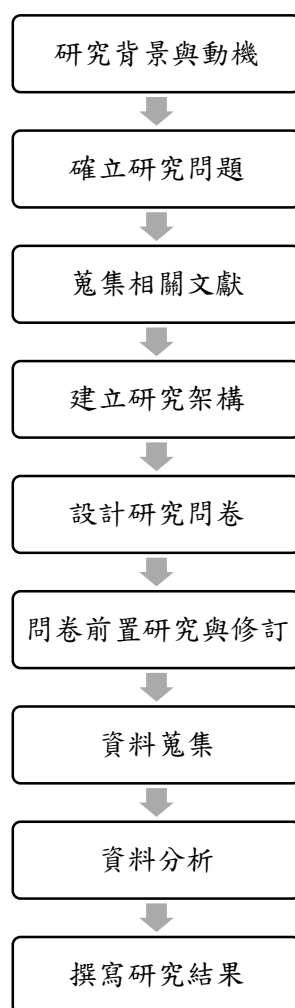


圖 3-1 本研究研究流程圖

## 第五節 前置研究



本研究執行過兩次前置研究，測量問卷的可行性。第一次於 2016 年 12 月 23 日至 2017 年 1 月 6 日施行，第二次於 2017 年 4 月 10 日至 2017 年 4 月 16 日施行。

### 一、第一次前置研究

第一次前置研究透過研究者的人際管道，招募到八位喜好烹飪的受試者，其人口變項概述如下：前置研究受試者包括七位女性、一位男性；三位受試者的年齡落在 18~24 歲間，25~29 歲二位，40~44 歲、45~59 歲及 50~54 歲則分別各有一位；受試者的教育程度為高中職與大學或專科者各兩位、碩士四位；受試者的職業則包含碩士班研究生（四位）、製造業（二位）、公務員（一位）及家管（一位）。受試者的問卷填答時間約在 13~25 分鐘之間。

研究者根據受試者填答後的回饋，修訂問卷。以下分別針對本研究問卷四大部分，歸納受試者提出的意見及研究者的修訂方式作說明。由於第二部分沒有獲得特別的回饋意見，故予以省略：

針對問卷第一部分的深度休閒特徵，有三位受試者表示問卷第一部分少數問項題意不清，故研究者將問卷問項進一步以口語化的句子呈現，並加上實例，例如：第一部分第 13 題原題為：「我和其他烹飪嗜好者擁有一樣的烹飪價值觀」，修改為「我和其他烹飪嗜好者有一樣的烹飪觀點，例如：烹調時懂得將生熟食分開，避免烹調時熟食感染生食的細菌」。另有一位受試者表示，問卷第一部分中，同一構面問題連續排列，填答時感覺相似的題目重複出現，容易臆測研究者欲探討之構面而影響作答，故研究者決定將問卷原本依序排列的問項打散，使同一構面之問項交錯排列。

針對問卷第三部分烹飪資訊行為，有三位受試者表示問卷第三部分，不同情境的區別可以更加明顯或清楚。目前網路問卷雖已在每一頁問卷中，標示出正在填答的情境，但可能仍不夠清楚，故研究者在正式問卷發放時，將自行設計問卷系統達到客製化的要求，將各情境標示的字型改變、字體放大。

針對問卷第四部基本資料部分，一位受試者質疑問卷第四部分，蒐集個人基本資料的意義。由於瞭解受試者的烹飪嗜好背景，對於研究結果的討論將有幫助，故保留個人基本資料的問項。另有一位受試者反映，問卷第三部分中，若無意點選到「其他方法」之選項，則無法取消點選。然而，由於受限於 google 網路問卷的功能，無法讓受試者取消點選，因此本研究使用自行設計的問卷系統，來解決此一問題。

受試者也另外提出其他建議，二位受試者反應題目眾多，填答問卷耗費時間。在發布問卷的同時，清楚說明預估的填答時間，讓受試者預估填答時間。原本預估為 15~20 分鐘，但有受試者反映實際填答需耗費 25 分鐘，因此考慮註明為 15~25 分鐘。一位受試者建議所有問項統一改使用李克特五點量表，不需多劃分為七點量表。由於本研究是依據 Gould 等人(2008)提出的深度休閒量表發展而來，故統一沿用其研究的七點量表。一位受試者建議前置研究時也要請各個年齡層填答，並找台大學生以外的受試者。本研究已在前置研究時另外找到三位非台大學生的受試者，年齡也從 18~24 歲跨至 50~54 歲。

## 二、 第二次前置研究

執行第一次前置研究之後，針對受試者給予的建議進行修改，本研究第二次前置研究透過研究者的人際管道，招募到 12 位喜好烹飪的受試者填答修改後的問卷，給予的意見如下：

針對問卷第二、三部分的資訊活動類型問項，有二位受試者反應不清楚瀏覽和閱讀之間的差異。本研究在正式問卷時，根據教育部字典(國家教育研究院，2015)的定義，加上說明文字「瀏覽指大略看看」。

針對問卷第三部分不同情境的資源管道與資訊活動問項，有一位受試者建議可以將兩情境並列，讓受試者填答時可以同時思考兩情境造成的差異。本研究在正式問卷時，透過自行設計的問卷系統，達到可以並列情境讓受試者填答的效果。

另外，針對整體問卷，幾位受試者也提供了其他建議。二位受試者建議可以將相似的問題或同一構面的資訊活動類型中有差異的文字特別標示出來，讓受試者更容易回答。本研究在正式問卷時，透過自行設計的問卷，將相似問項中有差異的文字特別改變文字

顏色與加粗體，並針對同一構面的問項給予同樣的網底顏色，讓受試者更易填答。有一位受試者反映問卷同一頁中的問項過多，建議可以將每一頁的題目減少。本研究在正式研究時，縮減了問卷每一頁的問項，將第一部分深度休閒特徵的問項拆分為 3 頁；問卷第二部分烹飪相關資訊行為拆分為 2 頁；問卷第三部分烹飪情境中的資訊活動與資訊行為拆分為 5 頁；問卷第四部分的個人基本資料維持 1 頁，但針對是否擁有證照、是否上過烹飪相關課程的問項，如答否，則隱藏之後需要繼續填答的問項。

## 第四章 研究結果與討論



本章針對問卷回收的結果進行資料分析，探討烹飪嗜好者的深度休閒特徵及其資訊行為。本節由四節組成，第一節為烹飪嗜好者的深度休閒特徵與背景；第二節為烹飪嗜好者的資訊行為；第三節為具備不同深度休閒特徵之烹飪嗜好者的資訊行為；第四節為本章研究結果之綜合討論。

### 第一節 烹飪嗜好者的深度休閒特徵與背景

本節旨在探討烹飪嗜好者的相關烹飪背景經驗及其深度休閒特徵，呈現研究問卷第四部分個人基本資料中的烹飪背景與經驗，以及問卷第一部分烹飪嗜好者之深度休閒特徵之結果。

針對烹飪嗜好者的烹飪背景與經驗，研究者依據問卷第四部分受試者的相關烹飪背景與經驗之問項，整理描述性統計結果如表 4-1 所示。本研究烹飪嗜好者中，烹飪次數以約兩三天烹飪一次者最多，共計 165 位 (33.88%)；外食次數每天 2 次以上者最多，共計 158 位(32.44%)；近三分之一的嗜好者接觸烹飪 10 年以上，共計 151 位(31.01%)，而其認為自己是烹飪嗜好者之期間以 1~2 年 (25.46%) 與 3~5 年 (27.10%) 最多，各約佔四分之一。有趣的是，本研究之受試者雖為烹飪嗜好者，但多數外食頻率高達每天一至兩次 (62.62%)，僅約十分之一的嗜好者每天烹飪 (11.91%)。此外，或許由於本研究之受試者年齡集中在 18~29 歲之間 (74.33%)，且目前的職業多為學生 (57.08%)，雖然約三分之一的嗜好者已接觸烹飪十年以上 (31.01%)，但逾半數的受試者僅接觸烹飪不超過五年 (54%)，而近七成的受試者自認為烹飪嗜好者的期間亦在五年以內 (73.1%)。

表 4-1 受試者之烹飪背景與經驗 (N=487)

烹飪背景與經驗	人數	百分比
<b>過去一年之平均烹飪次數</b>		
每天	58	11.91%
大約 2-3 天 1 次	165	33.88%
每週 1 次	130	26.69%
每月 1 次或少於 1 次	134	27.52%
<b>過去一年之平均外食次數</b>		
每天 2 次以上	158	32.44%
每天 1 次	147	30.18%
大約 2-3 天 1 次	89	18.28%
每週 1 次	58	11.91%
每月 1 次或少於 1 次	35	7.19%
<b>接觸烹飪至今為時多久</b>		
1 年以下	39	8.01%
1 年~2 年	87	17.86%
3 年~5 年	137	28.13%
6 年~10 年	73	14.99%
10 年以上	151	31.01%
<b>認為自己是烹飪嗜好者為時多久</b>		
1 年以下	100	20.53%
1 年~2 年	124	25.46%
3 年~5 年	132	27.10%
6 年~10 年	62	12.73%
10 年以上	69	14.17%

針對烹飪嗜好者的深度休閒特徵，研究者依據問卷第一部分深度休閒特徵之問項，整理描述性統計結果如表 4-2 所示。烹飪嗜好者深度休閒特徵之六個構面平均得分高低依次為：持久的益處 ( $M=5.68, SD=0.84$ )、持之以恆的毅力 ( $M=5.62, SD=0.92$ )、付出相當的努力 ( $M=5.52, SD=0.97$ )、將之視為事業 ( $M=5.36, SD=1.13$ )、獨特的價值觀 ( $M=5.12, SD=1.02$ )，以及認同感 ( $M=5.08, SD=1.17$ )。由此結果可知，烹飪嗜好者普遍的深度休閒特徵都在 5 分以上，在李克特 7 點尺度量中都中間偏高，其中，特別在「持久的益處」與「持之以恆的毅力」兩項，平均都在 5.6 分以上，代表烹飪嗜好普遍認為從事烹飪嗜好可以獲得成就感、得到自我實現與結交到好朋友，並在遭遇到問題與困難時，勇於克服。

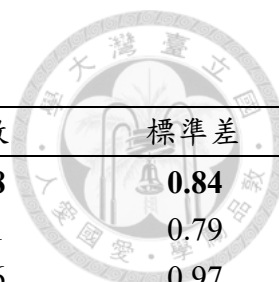


表 4-2 烹飪嗜好者之各項深度休閒特徵概況 (N=487)

深度休閒特徵構面及其問項	平均數	標準差
<b>持久的益處</b>	<b>5.68</b>	<b>0.84</b>
2.我可以透過烹飪嗜好獲得成就感。	6.41	0.79
9.我可以從烹飪中獲得自我實現。	5.96	0.97
17.我可以透過烹飪嗜好結交到許多好朋友。	4.66	1.55
<b>持之以恆的毅力</b>	<b>5.62</b>	<b>0.92</b>
1.我會堅持克服烹飪過程中遭遇到的困難。	5.59	1.05
7.即使烹飪過程中面臨到困難的任務，我會堅持直到完成任務。	5.61	1.06
13.我會持續克服烹飪過程中遭遇的問題。	5.66	1.01
<b>付出相當的努力</b>	<b>5.52</b>	<b>0.97</b>
5.我願意努力練習，讓自己的烹飪技藝更純熟。	5.80	1.06
12.我願意長期投入時間、精力在烹飪嗜好上。	5.29	1.21
18.我願意付出相當的心力來精進我的烹飪能力。	5.47	1.13
<b>將之視為事業</b>	<b>5.36</b>	<b>1.13</b>
3.烹飪對我而言是生活中不可或缺的一部分。	5.30	1.30
10.生活中如果缺少烹飪，我會感到乏味。	5.31	1.36
15.烹飪嗜好對我而言很重要。	5.48	1.20
<b>獨特的價值觀</b>	<b>5.12</b>	<b>1.02</b>
4.我能與其他烹飪嗜好者盡情分享有關烹飪的想法。	5.36	1.22
11.我和其他烹飪嗜好者具有相似的烹飪價值觀。	5.30	1.25
14.我會和其他烹飪嗜好者一起參與烹飪活動。	4.70	1.58
<b>認同感</b>	<b>5.08</b>	<b>1.17</b>
6.了解我的人都知道烹飪是我生活中不可或缺的一部分。	4.75	1.55
8.我對烹飪嗜好有強烈的認同感。	5.76	1.08
16.在別人眼中，我是一個致力於烹飪嗜好的人。	4.74	1.50

本研究為確保烹飪嗜好者深度休閒特徵六個構面之信度，透過計算 Cronbach's  $\alpha$  值來檢驗深度休閒特徵六個構面問項的內部一致性，分析結果如表 4-3 所示。根據研究結果顯示，六項深度休閒特徵構面中，「持之以恆的毅力」、「將之視為事業」及「付出相當的努力」之 Cronbach's  $\alpha$  值皆達.8 分以上，而「認同感」一項亦達.79 分。因 Cronbach's

$\alpha$  值需在 .7 分以上才能確保構面之信度，故本研究決定刪除「持久的益處」、「獨特的價值觀」兩項 Cronbach's  $\alpha$  值未達 0.7 的構面。



表 4-3 深度休閒特徵構面之信度分析

深度休閒特徵構面	問項題數	Cronbach's $\alpha$ 值
持之以恆的毅力	3	0.852
將之視為事業	3	0.849
付出相當的努力	3	0.822
認同感	3	0.793
獨特的價值觀	3	0.615
持久的益處	3	0.572

為了解具備不同深度休閒特徵的烹飪嗜好者，在烹飪相關資訊行為表現上有何異同，本研究進一步使用 K-means 演算法做集群分析，將 487 位烹飪嗜好者分成高分群 ( $n=269$ ) 與低分群兩群 ( $n=218$ )，其深度休閒特徵各構面平均數與標準差如表 4-4 所示，並進一步繪製成雷達圖 (圖 4-1)。深度休閒特徵高分群的烹飪嗜好者，深度休閒特徵普遍都在 6 分以上，僅認同感平均落在 5.84 分；深度休閒特徵低分群的嗜好者，深度休閒特徵普遍都落在 5 分以下，僅持之以恆的毅力達 5.06 分。由此可知，深度休閒特徵高分群相較於低分群在遭遇問題更傾向勇於克服困難、更加認為烹飪是生活中不可或缺的一部分、更願意投入時間與精力在烹飪嗜好上，以及對烹飪嗜好有認同感。

進一步觀察深度休閒特徵高分群與低分群的組成特徵，在深度休閒特徵高分群烹飪嗜好者中，83% 的人 (224 位) 平均每週烹飪 1 次以上；而在深度休閒特徵低分群烹飪嗜好者中，僅 59% 的人 (129 位) 平均每週烹飪 1 次以上。烹飪嗜好者高、低分群烹飪次數的差異達到顯著 ( $\chi^2(4, N = 487) = 52.88 \quad p < .001$ )，高分群的烹飪嗜好者烹飪次數較低分群烹飪嗜好者高。就性別而言，深度休閒特徵高分群中有高達 8 成是女性 (218 位)，其「將之視為事業」( $M = 6.09, SD = 0.66$ )、「認同感」( $M = 5.85, SD = 0.73$ ) 兩項深度休閒特徵較男性的「將之視為事業」( $M = 6.06, SD = 0.65$ )、「認同感」( $M = 5.84, SD = 0.70$ ) 高，且有六成女性 (130 位) 平均兩三天烹飪 1 次以上，較男性之比例高 (47%，

24 位)。



表 4-4 烹飪嗜好者之深度休閒特徵分群 (N=487)

深度休閒特徵構面	低分群 (n=218)	高分群 (n=269)
	平均數 (標準差)	平均數 (標準差)
持之以恆的毅力	5.06 (0.87)	6.08 (0.66)
將之視為事業	4.47 (0.94)	6.09 (0.66)
付出相當的努力	4.77 (0.80)	6.13 (0.61)
認同感	4.15 (0.90)	5.84 (0.73)

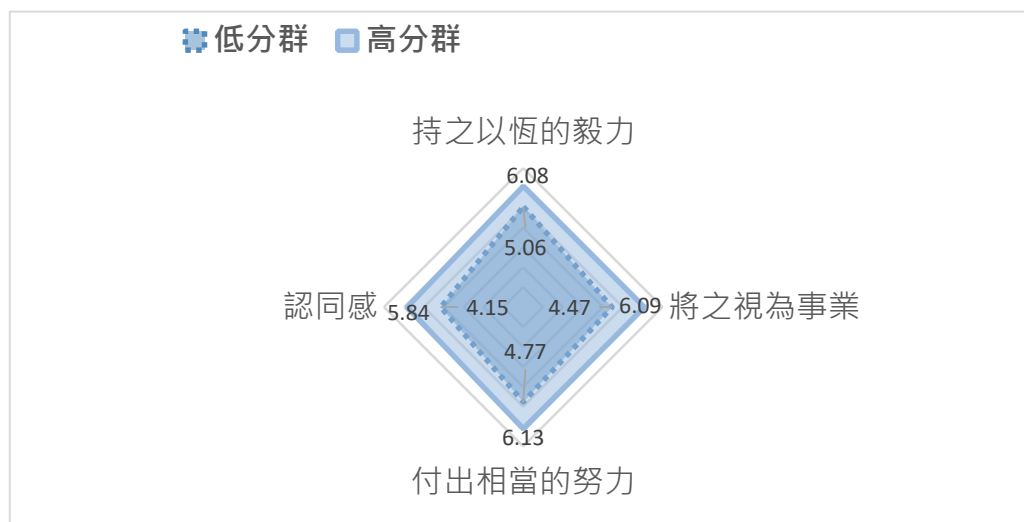


圖 4-1 烹飪嗜好者深度休閒特徵分群之雷達圖 (N=487)

## 第二節 烹飪嗜好者的資訊行為

本節旨在分析烹飪嗜好者使用的資源管道與從事資訊活動的頻率，並分析烹飪嗜好者在不同烹飪情境與階段中所從事的資訊活動。研究者依據問卷第二部分烹飪相關資訊行為，以及問卷第三部分烹飪情境中的資訊活動與行為進行分析，前者之結果主要呈現烹飪嗜好者獲取烹飪資訊相關資訊使用的資源管道與從事的各項資訊活動頻率概況，後者則呈現了烹飪嗜好者在試作新料理情境與烹調曾經做過料理情境時，使用的資源管道與從事資訊活動的頻率。

烹飪嗜好者獲取烹飪相關資訊使用的資源管道使用概況如表 4-5 所示。根據表 4-5 可知，幾乎所有的烹飪嗜好者（95.07%）平時使用的資訊資源皆包含網路資源；亦有近九成的嗜好者（88.09%）使用搜尋引擎來查找烹飪相關資訊。本研究以 Hartel（2010）研究烹飪嗜好者管理家中的烹飪資訊資源的分類方式為基礎，進一步將資源管道歸納為紙本媒體、社群媒體、傳統媒體與通訊媒體四大類。紙本媒體包含使用食譜書、家傳食譜、餐廳菜單、雜誌或期刊、報紙與參考資源；社群媒體包含部落格、網路論壇、線上食譜資料庫與社群網站；傳統媒體則為電視節目；通訊媒體則為通訊軟體，並將四大類資源管道繪製成圖 4-2。整體而言，烹飪嗜好者使用的媒體類型，以社群媒體最多，共計 455 位（93.43%），而通訊媒體最少，只有 45 位（9.24%）。

表 4-5 烹飪嗜好者獲取資訊所使用的資源管道（N=487）

烹飪情境中平時所使用的資源管道	人數	百分比
<b>獲取烹飪資訊的資源</b>		
網路資源	463	95.07%
食譜書	297	60.99%
電視節目	210	43.12%
家傳食譜	108	22.18%
餐廳菜單	89	18.28%
雜誌或期刊	80	16.43%
報紙	43	8.83%
參考資源	43	8.83%
<b>獲取烹飪資訊的管道</b>		
搜尋引擎	429	88.09%
線上食譜資料庫	356	73.10%
部落格	318	65.30%
社群網站	240	49.28%
網路論壇	209	42.92%
當面詢問他人、與他人討論	174	35.73%
書店	95	19.51%
圖書館	53	10.88%
通訊軟體	45	9.24%
<b>資源管道<sup>a</sup></b>		
社群媒體	455	93.43%

烹飪情境中平時所使用的資源管道	人數	百分比
紙本媒體	379	77.82%
傳統媒體	210	43.12%
通訊媒體	45	9.24%

註：a 此處資源管道係研究者根據 Hartel (2010) 提及之各項資源管道，進一步將表中「獲取烹飪資訊的資源」及「獲取烹飪資訊的管道」之細項歸納成社群媒體、紙本媒體、傳統媒體、通訊媒體四大類。其中，部落格、社群網站、網路論壇、線上食譜資料庫為社群媒體；食譜書、家傳食譜、餐廳菜單、雜誌或期刊、報紙、參考資源為紙本媒體；電視節目為傳統媒體；通訊軟體為通訊媒體。

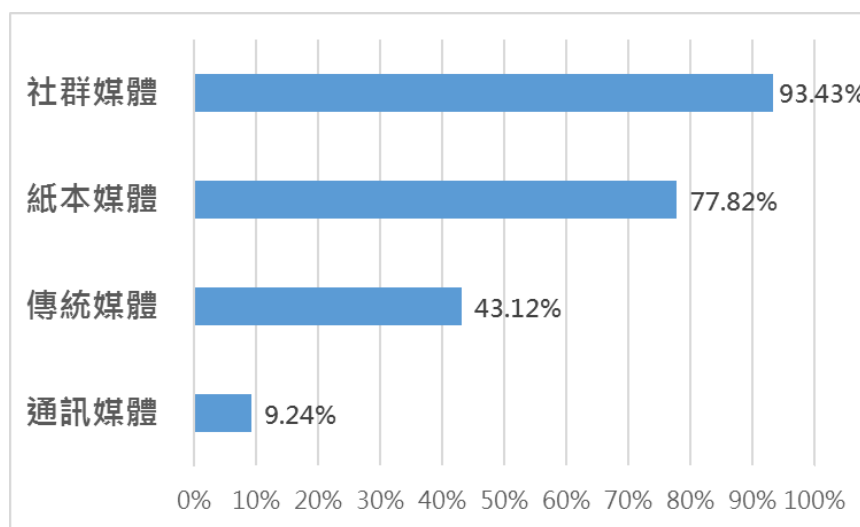


圖 4-2 烹飪嗜好者獲取資訊所使用的四大類資源管道分布圖 (N=487)

另外，由於相較於男性，較多女性的深度休閒特徵落於高分群，本研究進一步針對 487 位烹飪嗜好者的性別及其使用的資源管道進行卡方分析，發現女性烹飪嗜好者平時傾向使用線上食譜資料庫、社群網站，而男性烹飪嗜好者則多傾向當面詢問他人、與他人討論。在使用線上食譜資料庫方面，男性平時使用線上食譜資料庫者有 14.37% (70 位)，女性平時使用線上食譜資料庫者有 58.73% (286 位)，男性平時不使用線上食譜資料庫者有 9.24% (45 位)，女性平時不使用線上食譜資料庫者有 17.66% (86 位)。經由卡方獨立性檢定顯示，性別與使用線上食譜資料庫達到顯著差異 ( $\chi^2(1, N=487)=11.45$ ,  $p<.001$ ,  $\phi=0.15$ )。換言之，相較於男性烹飪嗜好者，女性嗜好者平時更傾向使用線上食譜資料庫。

在使用社群網站方面，男性平時使用社群網站者有 9.65% (47 位)，女性平時使用

社群網站者有 39.63% (193 位)，男性平時不使用社群網站者有 13.96% (68 位)，女性平時不使用社群網站者有 36.76% (179 位)。經由卡方獨立性檢定顯示，性別與使用社群網站達到顯著差異 ( $\chi^2(1, N=487)=4.26$   $p=.004$ ,  $\phi=0.09$ )。換言之，相較於男性烹飪嗜好者，女性嗜好者平時更傾向使用社群網站。

女性平時更傾向使用食譜資料庫與社群網站的現象，或許與女性烹飪嗜好者較男性常烹飪有關。本研究針對性別與過去一年之平均烹飪次數進行卡方檢定，性別與烹飪次數達到顯著差異 ( $\chi^2(1, N=487)=19.71$ ,  $p<.001$ )，在女性烹飪嗜好者中，14.8% (55 位) 每天烹飪，而男性烹飪嗜好者僅 2.6% (3 位) 每天烹飪，或許由於平時較常烹飪的緣故，女性烹飪嗜好者對於線上食譜資料庫及社群網站擁有較男性更高的需求，故較多女性嗜好者藉此獲取烹飪相關資訊。

在當面詢問他人與他人討論方面，男性平時透過當面詢問他人、與他人討論者獲取烹飪資訊有 10.47% (51 位)，女性平時透過當面詢問他人、與他人討論獲取烹飪資訊者有 25.26% (123 位)，男性平時不透過當面詢問他人、與他人討論獲得烹飪資訊者有 13.14% (64 位)，女性平時不透過當面詢問他人、與他人討論獲得烹飪資訊者有 51.13% (249 位)。經由卡方獨立性檢定顯示，性別對透過當面詢問他人、與他人討論獲取資訊達到顯著差異 ( $\chi^2(1, N=487)=4.87$   $p=.02$ ,  $\phi=0.1$ )。換言之，相較於女性烹飪嗜好者，男性平時多當面詢問他人、與他人討論。這與一般認知與研究結果不同，一般認為女性善於社交、在尋求資訊時相較於男性更常當面與人討論 (Percheski & Hargittai, 2011)，然而，或許由於烹飪嗜好具有其特殊性，且基於本研究前述男性嗜好者不如女性常烹飪的研究發現，男性嗜好者對於烹飪資訊的主要需求或許不在搜尋食譜，而在於可透過當面直接詢問他人來取得資訊。

另一方面，本研究分析烹飪嗜好者獲取烹飪相關資訊時所從事各項資訊活動的頻率，烹飪嗜好者從事各項資訊活動的整體概況如表 4-6 所示。根據表 4-6 的分析結果可知，烹飪嗜好者從事各項資訊活動的頻率高低依次為：搜尋 ( $M=5.63, SD=1.32$ )、閱覽 ( $M=5.51, SD=1.22$ )、瀏覽 ( $M=5.49, SD=1.28$ )，以及交換 ( $M=3.96, SD=1.52$ )。烹飪嗜好者普遍在搜尋、閱覽與瀏覽都在 5 分以上，在李克特 7 點尺度量中都中間偏高，代表烹飪嗜好者

普遍透過「搜尋」、「閱覽」或「瀏覽」來獲取所需的烹飪相關資訊，而相對較少使用「交換」來獲取所需的烹飪資訊。嗜好者較少透過「交換」獲取資訊或許與前述仰賴網路資源獲取資訊的情形有關，在本研究中，有高達 95.07% 的嗜好者使用網路資源來獲取烹飪相關資訊，比起透過主動與他人「交換」來討論或詢問，直接從網路上得到所需資訊，或許是更符合現代人獲取資訊的方式。

表 4-6 獲取烹飪相關資訊所從事的各項資訊活動頻率 (N=487)

資訊活動頻率	平均數	標準差
<b>烹飪相關資訊活動的頻率</b>		
搜尋	5.63	1.32
閱覽	5.51	1.22
瀏覽	5.49	1.28
交換	3.96	1.52

本研究為了解烹飪嗜好者參與試作新料理與烹調曾經做過料理此兩種烹飪情境的頻率，於是詢問了受試者此兩種烹飪情境發生的頻率，其描述性統計分析結果如表 4-7 所示。根據結果可知，烹飪嗜好者試作新料理的頻率以每月 1 次最多，共計 203 人 (41.68%)；烹調曾經做過料理的頻率則以約兩、三天一次最多，共計 151 人 (31.01%)，由此可見，比起試作新料理，烹飪嗜好者更常烹調曾經做過的料理。

表 4-7 試作新料理與烹調曾經做過料理兩情境的發生頻率 (N=487)

情境發生頻率	試作新料理		烹調曾經做過的料理	
	人數	百分比	人數	百分比
每天	5	1.03%	42	8.62%
大約兩三天 1 次	25	5.13%	<b>151</b>	<b>31.01%</b>
每週 1 次	111	22.79%	133	27.31%
每月 1 次	<b>203</b>	<b>41.68%</b>	114	23.41%
每季 1 次或少於 1 次	143	29.36%	47	9.65%

在使用的資源管道方面，試作新料理與烹調曾經做過料理情境的分析結果如表 4-8 所示。烹飪嗜好者在試作新料理與烹調曾經做過的料理時，最常使用的皆是網路資源，其中，在試作新料理的情境下，有 453 人 (93.02%) 使用網路資源；烹調曾經過的料理時，則有 314 人 (64.48%) 使用網路資源。烹飪嗜好者在烹調曾經做過料理的情境下，使用家傳食譜的人數有 136 人 (27.93%)，高於試作新料理情境的 97 人 (19.92%)。

由此可知，烹飪嗜好者在烹調曾經試作過料理的情境中，使用家傳食譜和個人筆記的機會較高。烹飪嗜好者在使用的資源管道方面，以搜尋引擎最多，在試作新料理的情境中有 436 人 (89.53%)；烹調曾經做過料理的情境亦有 296 人 (60.78%)。在使用的媒體類型方面，則以社群媒體最多，在試作新料理的情境中有 453 人 (93.02%)；烹調曾經做過料理的情境亦有 319 人 (65.50%)。

表 4-8 試作新料理與烹調曾做過料理兩情境下各項資源管道的使用情形 (N=487)

資源管道	試作新料理 人數 (百分比)	烹調曾經做過的料理 人數 (百分比)
<b>獲取烹飪資訊的資源</b>		
網路資源	453 (93.02%)	314 (64.48%)
食譜書	354 (72.69%)	192 (39.43%)
電視節目	254 (52.16%)	129 (26.49%)
餐廳菜單	131 (26.90%)	50 (10.27%)
雜誌或期刊	113 (23.20%)	41 (8.42%)
家傳食譜	97 (19.92%)	136 (27.93%)
參考資源	73 (14.99%)	35 (7.19%)
報紙	64 (13.14%)	23 (4.72%)
其他 (如：個人筆記)	0 (0%)	10 (2.05%)
<b>獲取烹飪資訊的管道</b>		
搜尋引擎	436 (89.53%)	296 (60.78%)
線上食譜資料庫	367 (75.36%)	217 (44.56%)
部落格	321 (65.91%)	216 (44.35%)
社群網站	238 (48.87%)	113 (23.20%)
網路論壇	210 (43.12%)	130 (26.69%)
當面詢問他人、與他人討論	210 (43.12%)	188 (38.60%)

資源管道	試作新料理 人數 (百分比)	烹調曾經做過的料理 人數 (百分比)
書店	112 (23.00%)	59 (12.11%)
通訊軟體	67 (13.76%)	46 (9.45%)
圖書館	59 (12.11%)	27 (5.54%)

本研究進一步將資源管道歸納為社群媒體、紙本媒體、傳統媒體與通訊媒體四大類，進一步針對嗜好者在兩情境中使用四大類資源管道之情形分別進行卡方分析，結果如表 4-9 所示。

社群媒體方面，烹飪嗜好者在兩情境中皆使用社群媒體者有 64.07% (312 人)，只在試作新料理情境中使用社群媒體者有 28.95% (141 人)，只在烹調曾經做過料理情境中使用社群媒體者僅 1.43% (7 人)，而皆不使用者有 5.54% (27 人)。經由卡方獨立性檢定顯示，嗜好者在不同烹飪情境中使用社群媒體的情形達到顯著差異 ( $\chi^2(1, N=487) = 36.63, p < .001, \phi = 0.26$ )。

紙本媒體方面，烹飪嗜好者在兩情境中皆使用紙本媒體者有 54.82% (267 人)，只在試作新料理情境中使用紙本媒體者有 28.54% (139 人)，只在烹調曾經做過料理情境中使用紙本媒體者有 3.7% (18 人)，皆不使用者有 12.94% (63 人)。經由卡方獨立性檢定顯示，嗜好者在不同烹飪情境中使用紙本媒體達到顯著差異 ( $\chi^2(1, N=487) = 52.74, p < .001, \phi = 0.33$ )。

傳統媒體方面，烹飪嗜好者在兩情境中皆使用傳統媒體者有 21.77% (106 人)，只在試作新料理情境中使用傳統媒體者有 30.39% (148 人)，只在烹調曾經做過料理情境中使用傳統媒體者有 4.72% (23 人)，皆不使用者有 43.12% (210 人)。經由卡方獨立性檢定顯示，嗜好者在不同烹飪情境中使用傳統媒體達到顯著差異 ( $\chi^2(1, N=487) = 63.35, p < .001, \phi = 0.36$ )。

通訊媒體方面，烹飪嗜好者在兩情境中皆使用通訊媒體者有 5.54% (27 人)，只在試作新料理情境中使用通訊媒體者 8.21% (40 人)，只在烹調曾經做過料理情境中使用通訊媒體者有 3.9% (19 人)，皆不使用者有 82.34% (401 人)。經由卡方獨立性檢定顯

示，嗜好者在不同烹飪情境中使用傳統媒體達到顯著差異 ( $\chi^2(1, N=487) = 86.50, p < .001, \phi = 0.42$ )。



表 4-9 試作新料理情境與烹調曾經做過料理兩情境下嗜好者使用四種媒體之卡方檢定分析結果

資源管道 <sup>a</sup>	試作新料理 (n=487)	烹調曾經做過的料理 (n=487)	$\chi^2(1)$
社群媒體	453	319	32.63***
紙本媒體	406	285	52.74***
傳統媒體	254	129	63.35***
通訊媒體	67	46	86.50***

\*\*\* $p < .001$

註：a 詢問受試者曾否使用以下各項資源管道：食譜書、電視節目、家傳食譜、餐廳菜單、雜誌或期刊、報紙、參考資源、線上食譜資料庫、部落格、社群網站、網路論壇與通訊軟體，研究者進一步將上述細項整合成社群媒體、紙本媒體、傳統媒體、通訊媒體四大類

整體而言，嗜好者在試作新料理情境比烹調曾經做過料理情境更傾向使用四大類資源管道，另繪製嗜好者在兩情境中使用四大類資源管道之整體分布情形如圖 4-3 所示，可以明顯發現，相較於烹調曾經做過料理的情境，在試作新料理情境下，嗜好者使用各項資源管道的人數皆較多。造成此現象的原因或許是烹調曾經做過料理時，嗜好者多已經具備相關的烹飪經驗，故可直接倚賴家傳食譜或過去的烹飪筆記來烹調，而試作新料理時，因為完全沒有經驗，需仰賴各種資源管道來協助自己烹飪。

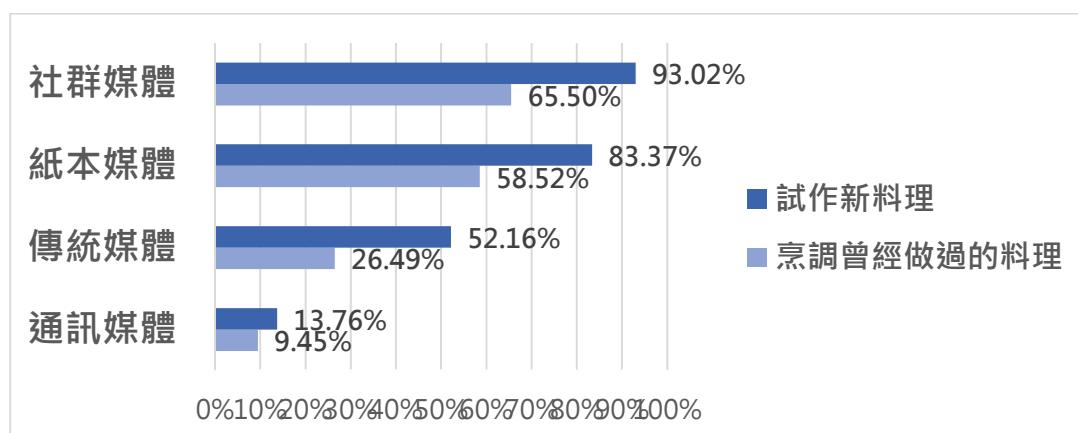


圖 4-3 烹飪嗜好者在兩情境下獲取資訊所使用的四大類資源管道分布圖 (N=487)



在試作新料理與烹調曾經做過料理兩種情境下，為了獲取烹飪相關資訊而從事的資訊活動方面，烹飪嗜好者從事資訊活動頻率的描述性統計結果如表 4-10 與 4-11 所示。前者分析烹飪嗜好者在探索階段中，從事各項烹飪資訊活動的頻率；後者分析烹飪嗜好者規劃階段中，從事各項烹飪資訊活動的頻率。

根據表 4-10 的分析結果可知，在探索階段中，烹飪嗜好者在試作新料理的情境下，從事各項資訊活動的頻率高低依次為：閱覽 ( $M=5.50, SD=1.31$ )、瀏覽 ( $M=4.74, SD=1.23$ )、搜尋 ( $M=4.38, SD=1.08$ )，以及交換 ( $M=3.51, SD=1.58$ )。烹飪嗜好者普遍在「閱覽」、「瀏覽」與「搜尋」都在 4 分以上，在李克特 7 點尺度量中都中間偏高，代表烹飪嗜好者在探索欲試作的新料理時，普遍透過「閱覽」、「瀏覽」或「搜尋」來獲取所需的烹飪相關資訊，而相對的較少使用「交換」來獲取所需的烹飪資訊。

在烹調曾經做過料理的情境中，烹飪嗜好者在探索階段從事各項資訊活動的頻率高低依次為：閱覽 ( $M=4.67, SD=1.61$ )、瀏覽 ( $M=4.07, SD=1.41$ )、搜尋 ( $M=3.69, SD=1.26$ )，以及交換 ( $M=3.37, SD=1.56$ )。烹飪嗜好者普遍在「閱覽」、「瀏覽」也都在 4 分以上，在李克特 7 點尺度量中都中間偏高，代表烹飪嗜好者在探索曾經做過的料理時，普遍透過「閱覽」或「瀏覽」來獲取所需的烹飪相關資訊，而相對的較少使用「搜尋」或「交換」來獲取所需的烹飪資訊。綜上所述，探索階段時嗜好者在兩種情境中，普遍透過「閱覽」與「瀏覽」獲取所需的烹飪相關資訊，但整體而言，嗜好者在試作新料理情境時，各項資訊活動的頻率都較烹調曾經做過料理的情境高。

表 4-10 探索階段各項烹飪資訊活動之描述性統計摘要表 ( $N=487$ )

探索階段的資訊活動	試作新料理 平均數 (標準差)	烹調曾經 做過的料理 平均數 (標準差)
<b>閱覽</b>	5.50 (1.31)	4.67 (1.61)
11. 閱讀烹飪相關網站內容來發想料理的靈感。	5.43 (1.44)	4.67 (1.71)
12. 觀賞烹飪教學影片來發想料理的靈感。	5.57 (1.48)	4.67 (1.78)
<b>瀏覽</b>	4.74 (1.23)	4.07 (1.41)

探索階段的資訊活動		試作新料理 平均數 (標準差)	烹調曾經 做過的料理 平均數 (標準差)
5.	瀏覽烹飪相關網站之內容來發想料理的靈感。	5.72 (1.37)	4.92 (1.68)
6.	瀏覽烹飪相關社群媒體之內容來發想料理的靈感。	4.85 (1.83)	4.17 (1.88)
7.	瀏覽烹飪相關圖書、雜誌或期刊來發想料理的靈感。	3.66 (1.88)	3.11 (1.82)
<b>搜尋</b>		4.38 (1.08)	3.69 (1.26)
1.	利用搜尋引擎查找網路資源來發想料理的靈感。	5.96 (1.21)	4.97 (1.63)
2.	在線上食譜資料庫或烹飪相關社群媒體中搜尋烹飪相關資訊來發想料理的靈感。	5.47 (1.58)	4.63 (1.77)
3.	利用圖書館目錄或到圖書館查找烹飪相關圖書、雜誌或期刊來發想料理的靈感。	2.40 (1.77)	2.10 (1.58)
4.	利用網路書店或到實體書店查找烹飪相關圖書、雜誌或期刊來發想料理的靈感。	3.69 (1.91)	3.08 (1.88)
<b>交換</b>		3.51 (1.58)	3.37 (1.56)
13.	與他人當面討論烹飪相關問題，以交換烹飪資訊來發想料理的靈感。	4.04 (1.77)	3.91 (1.82)
14.	透過通訊軟體與他人交換烹飪資訊來發想料理的靈感。	2.98 (1.87)	2.82 (1.79)

根據表 4-11 的分析結果可知，在規劃階段中，烹飪嗜好者在試作新料理情境下，從事各項資訊活動的頻率高低依次為：閱覽 ( $M=5.47, SD=1.28$ )、瀏覽 ( $M=4.50, SD=1.27$ )、搜尋 ( $M=4.31, SD=1.14$ )，以及交換 ( $M=3.43, SD=1.65$ )。

表 4-11 規劃階段各項資訊活動之描述性統計摘要表 (N=487)

規劃階段的資訊活動	試作新料理	烹調曾經
	平均數 (標準差)	做過的料理 平均數 (標準差)
<b>閱覽</b>	5.47 (1.28)	4.63 (1.55)
8. 閱讀烹飪相關網站內容來規劃料理的烹調方式。	5.48 (1.55)	4.71 (1.77)
9. 觀賞烹飪教學影片來規劃料理的烹調方式。	5.45 (1.50)	4.54 (1.79)
<b>瀏覽</b>	4.50 (1.27)	3.94 (1.44)
5. 瀏覽烹飪相關網站之內容來規劃料理的烹調方式。	5.59 (1.43)	4.85 (1.71)
6. 瀏覽烹飪相關社群媒體之內容來規劃料理的烹調方式。	4.63 (1.83)	3.97 (1.87)
7. 瀏覽烹飪相關圖書、雜誌或期刊來規劃料理的烹調方式。	3.26 (1.86)	2.98 (1.82)
<b>搜尋</b>	4.31 (1.14)	3.66 (1.31)
1. 利用搜尋引擎查找網路資源來規劃料理的烹調方式。	5.96 (1.30)	5.00 (1.68)
2. 在線上食譜資料庫或烹飪相關社群媒體中搜尋烹飪相關資訊來規劃料理的烹調方式。	5.32 (1.70)	4.48 (1.89)
3. 利用圖書館目錄或到圖書館查找烹飪相關圖書、雜誌或期刊來發想料理的靈感。	2.46 (1.74)	2.17 (1.52)
4. 利用網路書店或到實體書店查找烹飪相關圖書、雜誌或期刊來發想料理的靈感。	3.49 (1.96)	2.98 (1.87)
<b>交換</b>	3.43 (1.65)	3.26 (1.60)
10. 與他人當面討論烹飪相關問題，以交換烹飪資訊來規劃料理的烹調方式。	3.79 (1.84)	3.61 (1.81)
11. 透過通訊軟體與他人交換烹飪資訊來規劃料理的烹調方式。	3.06 (1.87)	2.91 (1.79)

烹飪嗜好者普遍在「閱覽」、「瀏覽」與「搜尋」都在4分以上，在李克特7點尺度量中都中間偏高，代表烹飪嗜好者普遍透過「閱覽」、「瀏覽」或「搜尋」來獲取所需的烹飪相關資訊，而相對的較少使用「交換」來獲取所需的烹飪資訊。

在烹調曾經做過料理的情境中，烹飪嗜好者在規劃階段從事各項資訊活動的頻率高

低依次為：閱覽 ( $M=4.63, SD=1.55$ )、瀏覽 ( $M=3.94, SD=1.44$ )、搜尋 ( $M=3.66, SD=1.31$ )，以及交換 ( $M=3.26, SD=1.60$ )。烹飪嗜好者普遍「閱覽」都在4分以上，在李克特7點尺度量中都中間偏高，代表烹飪嗜好者普遍在規劃曾經做過的料理時，普遍透過「閱覽」來獲取所需的烹飪相關資訊，而相對較少使用「瀏覽」、「搜尋」或「交換」來獲取所需的烹飪資訊。綜上所述，規劃階段時嗜好者在兩種情境中，普遍透過「閱覽」獲取所需的烹飪相關資訊，但整體而言嗜好者在試作新料理情境時，各項資訊活動的頻率都較烹調曾經做過料理的情境高。

本研究進一步比較烹飪嗜好者在試作新料理情境與烹調曾經做過料理兩種烹飪情境下、探索以及規劃兩種烹飪階段中獲取烹飪資訊時，從事各項資訊活動的頻率是否有所差異，雙因子變異數分析結果如表 4-12 所示。

表 4-12 烹飪階段與烹飪情境對四項資訊活動之雙因子變異數分析摘要 ( $N=487$ )

資訊活動	變異來源	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>
組間					
搜尋	烹飪情境 (A)	1	218.226	218.226	256.570 ***
	烹飪階段 (B)	1	1.158	1.158	2.514
	交互作用 (A x B)	1	0.665	0.665	0.958
組內(誤差) (AB x S)		486	84.365		
總和		489	304.414		
組間					
瀏覽	烹飪情境 (A)	1	185.627	185.627	221.576 ***
	烹飪階段 (B)	1	17.380	17.380	22.408 ***
	交互作用 (A x B)	1	1.687	1.687	7.845 **
組內(誤差) (AB x S)		486	104.535		
總和		489	309.229		
組間					
閱覽	烹飪情境 (A)	1	340.978	340.978	268.247 ***
	烹飪階段 (B)	1	0.593	0.593	0.664
	交互作用 (A x B)	1	0.018	0.018	0.084

資訊活動	變異來源	df	SS	MS	F
	組內(誤差) (AB x S)	486	107.232		
	總和	489	448.821		
	組間				
交換	烹飪情境 (A)	1	12.096	12.096	17.829 ***
	烹飪階段 (B)	1	4.112	4.112	5.931 *
	交互作用 (A x B)	1	0.068	0.068	0.331
	組內(誤差) (AB x S)	486	99.745		
	總和	489	116.020		

\* $p < .05$ . \*\* $p < .01$ . \*\*\* $p < .001$

根據統計結果顯示，烹飪情境在「搜尋」( $F(1,486) = 256.570, p < .001$ )、「瀏覽」( $F(1,486) = 221.576, p < .001$ )、「閱覽」( $F(1,486) = 268.247, p < .001$ )與「交換」( $F(1,486) = 17.829, p < .001$ )四種資訊活動皆達到顯著差異；烹飪階段則在「瀏覽」( $F(1,486) = 22.408, p < .001$ )、「交換」( $F(1,486) = 5.931, p = .015$ )兩種資訊活動達到顯著差異。此外，烹飪階段與烹飪情境的交互作用在「瀏覽」( $F(1,486) = 7.845, p < .005$ )達到顯著差異。

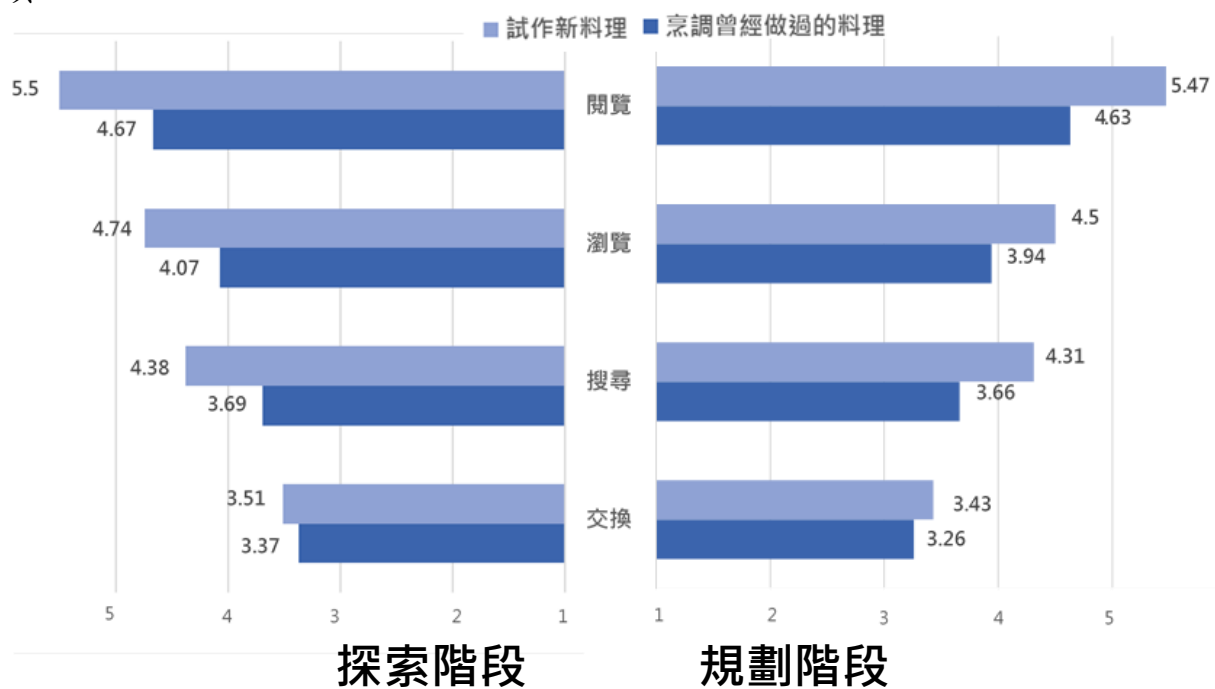


圖 4-4 烹飪嗜好者在試作新料理與烹調曾經做過料理兩情境下探索與規劃階段資訊活動頻率比較圖 (N=487)

由圖 4-4 可以明顯觀察到，試作新料理情境中之各項資訊活動皆較烹調曾經做過料理的情境高，這或許是因為嗜好者在烹調曾經做過的料理時，多已具備相關的烹飪經驗。而試作新料理時，則因嗜好者完全沒有任何經驗，故更積極採取各種資訊活動來協助自己發想料理的靈感與規劃料理的烹調方式。而在探索與規劃兩個階段中，可以明顯觀察到，探索階段相較於規劃階段，嗜好者從事「瀏覽」與「交換」兩種資訊活動的頻率亦明顯較高。此外，在烹飪情境與烹飪階段的交互影響下，特別是在試作新料理情境下的探索階段，烹飪嗜好者從事「瀏覽」資訊活動的頻率最高。回顧有關「瀏覽」的文獻，Chang 與 Rice (1993) 指出瀏覽可能是一種有計畫或沒有計畫的行為，可以是一種慣性的或情境中的行為，而 Bates (2007) 指出瀏覽的過程包含輕瞥 (glimpsing)、選擇 (selecting)、檢視 (examining) 與獲取 (acquiring)，Case 與 Given (2016) 則說明瀏覽是輕瞥的一系列活動，過程中可能檢視或不檢視物件，可以獲取資訊或是未能獲取資訊。由此可知，「瀏覽」是一種存在不確定性的資訊行為，並不能確保人們會去進一步檢視或從中獲取資訊，因而對於欲尋找的資訊沒有確定性，與前述文獻相對照，或許可以提出以下解釋：在試作一道未曾做過的料理時，尤其在尚未確定要該做什麼料理的探索階段中，嗜好者獲取料理資訊時，充滿著對資訊的不確定性，因而傾向透過大量「瀏覽」，來檢視食譜、獲取烹飪資訊。

### 第三節 具備不同深度休閒特徵之烹飪嗜好者的資訊行為

本研究針對具備不同深度休閒特徵之烹飪嗜好者，探討在試作新料理與烹調曾經做過料理的情境使用的資源管道與所從事之各類型資訊活動的頻率是否有差異，以及探索和規劃階段中所從事之資訊活動的頻率高低是否有差異。

#### 一、 具備不同深度休閒特徵之烹飪嗜好者在試作新料理與烹調曾經做過料理情境中使用資源管道之差異

為了解具備不同深度休閒特徵之烹飪嗜好者在試作新料理與烹調曾經做過料理的

情境中所使用的資源管道之差異，本研究使用 K-means 演算法進行集群分析，將烹飪嗜好者分成高分群與低分群，並針對高分群與低分群的烹飪嗜好者所使用的資源管道（社群媒體、紙本媒體、傳統媒體與通訊媒體四類媒體）進行卡方分析，統計結果如表 4-13 所示。

表 4-13 試作新料理情境下深度休閒特徵高分群與低分群的嗜好者之資源管道使用情形

資源管道	高分群 (n=269)	低分群 (n=218)	$\chi^2(2)$
社群媒體	254	199	1.83
紙本媒體	236	170	8.26**
傳統媒體	148	106	1.97
通訊媒體	36	31	0.07

\*\* $p < .01$

分析結果顯示，高分群與低分群的烹飪嗜好者在使用社群媒體、傳統媒體與通訊媒體皆未達到顯著差異，僅在使用紙本媒體呈達到顯著差異 ( $\chi^2(1, N = 487) = 8.26, p < .01, \phi = 0.13$ )。烹飪嗜好者高分群中使用紙本媒體者有 48.46% (236 人)，烹飪嗜好者低分群中使用紙本媒體者有 34.91% (170 人)，烹飪嗜好者高分群中未使用紙本媒體者有 6.78% (33 人)，烹飪嗜好者低分群未使用紙本媒體者 10.06% (49 人)。換言之，烹飪嗜好者中，深度休閒特徵高分群在試作新料理情境下較低分群更傾向使用紙本媒體。推測是因為網路資源的搜尋成功率差異很大，容易受到檢索問題、搜尋引擎本身的系統功能等因素的影響 (White & Iivonen, 2001)，較不易從網路資源中成功梳理出自己所需的烹飪相關資訊。例如想試作俄國料理時，使用者如果在臺灣的食譜資料庫以俄文搜尋食譜，將受限於系統功能的影響，無法支援俄文搜尋而找不到相關的烹飪資訊。深度休閒特徵高分群的烹飪嗜好者在試作料理時由於「付出相當的努力」深度休閒特徵程度較高，願意投入更多時間與心力在嗜好上，比起僅直接從網路資源獲取烹飪資訊，也願意花費更多時間搜尋並使用紙本媒體來協助自己烹飪。

本研究針對烹飪嗜好者高分群與低分群在烹調曾經做過料理的情境下使用社群媒

體、紙本媒體、傳統媒體與通訊媒體四類媒體進行卡方分析，分析結果如表 4-14 所示。本研究發現烹飪嗜好者在高分群與低分群使用四大類媒體皆未達到顯著差異。換言之，在烹調曾經做過料理的情境下，深度休閒特徵高分群與低分群，使用的資源管道沒有太大差別。

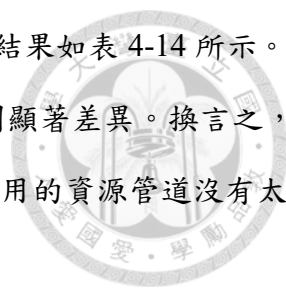


表 4-14 烹調曾經做過料理情境下深度休閒特徵高分群與低分群的嗜好者之資源管道使用情形

資源管道	高分群 (n=269)	低分群 (n=218)	$\chi^2(2)$
社群媒體	182	137	1.23
紙本媒體	168	117	3.83
傳統媒體	73	56	0.13
通訊媒體	26	20	0.03

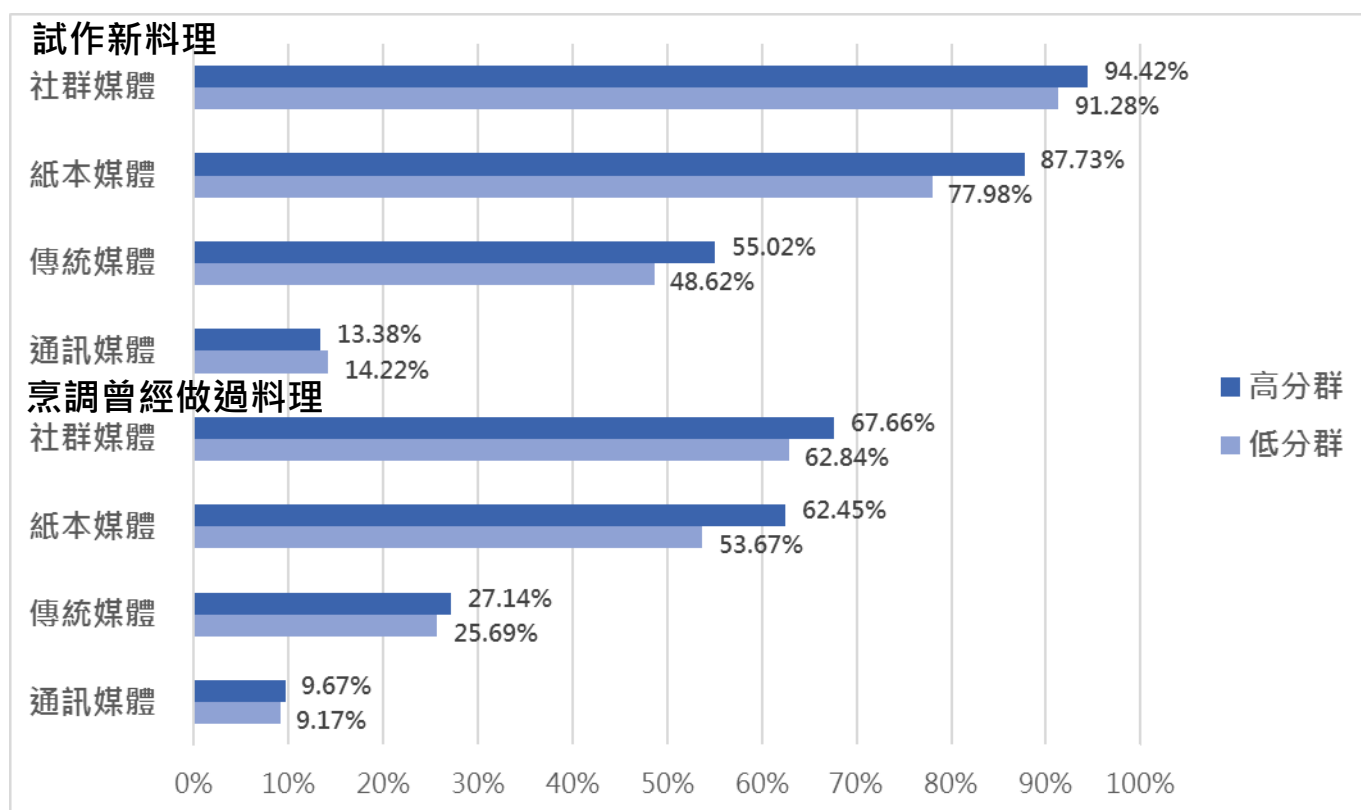


圖 4-5 試作新料理與烹調曾經做過料理兩情境下，深度休閒特徵高分群與低分群的嗜好者之資源管道使用比較 (N=487)



## 二、 具備不同深度休閒特徵之烹飪嗜好者在試作新料理與烹調曾經做過

### 料理情境中從事各類型資訊活動之差異

為了解具備不同深度休閒特徵之烹飪嗜好者在試作新料理與烹調曾經做過料理的情境中從事各類型資訊活動之差異，本研究對此部分的樣本平均數進行檢驗，利用獨立樣本 T 檢定分別檢視試作新料理情境中深度休閒特徵高分群與低分群的各項烹飪資訊活動頻率、試作新料理情境中深度休閒特徵高分群與低分群的各項烹飪資訊活動頻率。

本研究將深度休閒特徵高分群與低分群在試作新料理情境中從事各項資訊活動之的統計分析結果彙整如表 4-15 所示：

表 4-15 深度休閒特徵高分群與低分群在試作新料理情境中從事各項資訊活動之獨立樣本 T 檢定分析結果

資訊活動	群別	N	M	SD	t
<b>探索階段</b>					
閱覽	低分群	218	5.29	1.22	-3.29**
	高分群	269	5.68	1.35	
瀏覽	低分群	218	4.49	1.20	-4.11***
	高分群	269	4.95	1.23	
搜尋	低分群	218	4.12	0.94	-5.02***
	高分群	269	4.59	1.14	
交換	低分群	218	3.34	1.57	-2.14*
	高分群	269	3.65	1.58	
<b>規劃階段</b>					
閱覽	低分群	218	5.23	1.30	-3.76***
	高分群	269	5.67	1.22	
瀏覽	低分群	218	4.25	1.17	-3.99***
	高分群	269	4.70	1.30	
搜尋	低分群	218	4.05	1.04	-4.61***
	高分群	269	4.52	1.18	
交換	低分群	218	3.31	1.59	-1.47
	高分群	269	3.53	1.70	

\*\* $p < .01$ . \*\*\* $p < .001$

在試作新料理的情境下，嗜好者在探索階段的閱覽活動方面，高分群之平均分數 ( $M = 5.67, SD = 1.35$ ) 與低分群之平均分數 ( $M = 5.29, SD = 1.22$ )，以獨立樣本 T 檢定檢驗兩者之間的差異達到顯著 ( $t(485) = -3.29, p < .001$ )，高分群的烹飪嗜好者在探索階段進行閱覽活動頻率比低分群高。

在探索階段的瀏覽活動方面，嗜好者中，高分群之平均分數 ( $M = 4.95, SD = 1.23$ ) 與低分群之平均分數 ( $M = 4.49, SD = 1.20$ )，以獨立樣本 T 檢定檢驗兩者之間的差異達到顯著 ( $t(485) = -4.11, p < .001$ )，高分群的烹飪嗜好者在探索階段進行瀏覽活動頻率比低分群高。

在探索階段的搜尋活動方面，嗜好者中，高分群之平均分數 ( $M = 4.59, SD = 1.14$ ) 與低分群之平均分數 ( $M = 4.12, SD = 0.94$ )，以獨立樣本 T 檢定檢驗兩者之間的差異達到顯著 ( $t(484.81) = -5.02, p < .001$ )，烹飪嗜好者高分群在探索階段進行搜尋活動比烹飪嗜好者低分群的頻率高。

在探索階段的交換活動方面，嗜好者中，高分群之平均分數 ( $M = 3.65, SD = 1.58$ ) 與低分群之平均分數 ( $M = 3.34, SD = 1.57$ )，以獨立樣本 T 檢定檢驗兩者之間的差異達到顯著 ( $t(485) = -2.14, p = .033$ )，烹飪嗜好者高分群在探索階段進行交換活動比烹飪嗜好者低分群的頻率高。

在規劃階段的閱覽活動方面，嗜好者中，高分群之平均分數 ( $M = 5.67, SD = 1.22$ ) 與低分群之平均分數 ( $M = 5.23, SD = 1.30$ )，以獨立樣本 T 檢定檢驗兩者之間的差異達到顯著 ( $t(485) = -3.76, p < .001$ )，烹飪嗜好者高分群在規劃階段進行閱覽資訊活動比烹飪嗜好者低分群的頻率高。

在規劃階段的瀏覽活動方面，嗜好者中，高分群之平均分數 ( $M = 4.70, SD = 1.30$ ) 與低分群之平均分數 ( $M = 4.25, SD = 1.17$ )，以獨立樣本 T 檢定檢驗兩者之間的差異達到顯著 ( $t(485) = -3.99, p < .001$ )，烹飪高分群在規劃階段進行瀏覽資訊活動比烹飪嗜好者低分群的頻率高。

在規劃階段的搜尋活動方面，嗜好者中，高分群之平均分數 ( $M = 4.52, SD = 1.18$ ) 與低分群之平均分數 ( $M = 4.05, SD = 1.04$ )，以獨立樣本 T 檢定檢驗兩者之間的差異達

到顯著 ( $t(485) = -4.61, p < .001$ )，烹飪嗜好者高分群在規劃階段進行搜尋資訊活動比烹飪嗜好者低分群的頻率高。

在規劃階段的交換活動方面，嗜好者中，高分群之平均分數 ( $M = 3.53, SD = 1.70$ ) 與低分群之平均分數 ( $M = 3.31, SD = 1.59$ )，以獨立樣本 T 檢定檢驗兩者之間的差異，兩者並未達到顯著差異 ( $t(485) = -1.47, p = .144$ )，烹飪嗜好者高分群與烹飪嗜好者低分群在規劃階段進行交換資訊活動的頻率沒有明顯差別。

本研究另以獨立樣本 T 檢定檢視烹調曾經做過料理情境中，深度休閒特徵高分群與低分群各項烹飪資訊活動的頻率，將烹調曾經做過料理情境中的統計分析結果彙整如表 4-16。

表 4-16 深度休閒特徵高分群與低分群在烹調曾經做過料理情境中從事各項資訊活動之 T 檢定分析結果

資訊活動	群別	N	M	SD	t
探索階段					
閱覽	低分群	218	4.43	1.48	-3.05**
	高分群	269	4.87	1.68	
瀏覽	低分群	218	3.81	1.31	-3.63***
	高分群	269	4.28	1.46	
搜尋	低分群	218	3.45	1.08	-3.96***
	高分群	269	3.89	1.36	
交換	低分群	218	3.20	1.49	-2.09*
	高分群	269	3.50	1.60	
規劃階段					
閱覽	低分群	218	4.43	1.51	-2.59*
	高分群	269	4.79	1.57	
瀏覽	低分群	218	3.70	1.34	-3.35***
	高分群	269	4.13	1.49	
搜尋	低分群	218	3.45	1.19	-3.32**
	高分群	269	3.83	1.37	
交換	低分群	218	3.16	1.50	-1.30
	高分群	269	3.35	1.68	

\*  $p < .05$ . \*\*  $p < .01$ . \*\*\*  $p < .001$

烹調曾經做過料理的情境中，在探索階段的閱覽資訊活動方面，嗜好者中，高分群之平均分數 ( $M = 4.87, SD = 1.68$ ) 與低分群之平均分數 ( $M = 4.43, SD = 1.48$ )，以獨立樣本 T 檢定檢驗兩者之間的差異達到顯著 ( $t(481.92) = -3.05, p = .002$ )，烹飪嗜好者高分群在探索階段進行閱覽資訊活動比烹飪嗜好者低分群的頻率高。

在探索階段的瀏覽資訊活動方面，嗜好者中，烹飪嗜好者高分群之平均分數 ( $M = 4.28, SD = 1.46$ ) 與低分群之平均分數 ( $M = 3.81, SD = 1.31$ )，以獨立樣本 T 檢定檢驗兩者之間的差異達到顯著 ( $t(485) = -3.63, p < .001$ )，烹飪嗜好者高分群在瀏覽階段進行瀏覽資訊活動比烹飪嗜好者低分群的頻率高。

在探索階段的搜尋資訊活動方面，烹飪嗜好者中，烹飪嗜好者高分群之平均分數 ( $M = 3.89, SD = 1.36$ ) 與低分群之平均分數 ( $M = 3.45, SD = 1.08$ )，以獨立樣本 T 檢定檢驗兩者之間的差異達到顯著 ( $t(484.91) = -3.96, p < .001$ )，烹飪嗜好者高分群在探索階段進行搜尋資訊活動比烹飪嗜好者低分群的頻率高。

在探索階段的交換資訊活動方面，烹飪嗜好者中，烹飪嗜好者高分群之平均分數 ( $M = 3.50, SD = 1.60$ ) 低分群之平均分數 ( $M = 3.20, SD = 1.49$ )，以獨立樣本 T 檢定檢驗兩者之間的差異達到顯著 ( $t(485) = -2.09, p = .037$ )，烹飪嗜好者高分群在探索階段進行交換資訊活動比烹飪嗜好者低分群的頻率高。

在規劃階段的閱覽資訊活動方面，烹飪嗜好者中，烹飪嗜好者高分群之平均分數 ( $M = 4.79, SD = 1.57$ ) 與低分群之平均分數 ( $M = 4.43, SD = 1.51$ )，以獨立樣本 T 檢定檢驗兩者之間的差異達到顯著 ( $t(485) = -2.59, p = .010$ )，烹飪嗜好者高分群在規劃階段進行閱覽資訊活動比烹飪嗜好者低分群的頻率高。

在規劃階段的瀏覽資訊活動方面，烹飪嗜好者中，烹飪嗜好者高分群之平均分數 ( $M = 4.13, SD = 1.49$ ) 與低分群之平均分數 ( $M = 3.70, SD = 1.34$ )，以獨立樣本 T 檢定檢驗兩者之間的差異達到顯著 ( $t(485) = -3.35, p < .001$ )，烹飪嗜好者高分群在規劃階段進行瀏覽資訊活動比烹飪嗜好者低分群的頻率高。

在規劃階段的搜尋資訊活動方面，烹飪嗜好者中，烹飪嗜好者高分群之平均分數 ( $M = 3.83, SD = 1.37$ ) 與低分群之平均分數 ( $M = 3.45, SD = 1.19$ )，以獨立樣本 T 檢定檢驗

兩者之間的差異達到顯著 ( $t(482.72) = -3.32, p = .001$ )，烹飪嗜好者高分群在規劃階段進行搜尋資訊活動比烹飪嗜好者低分群的頻率高。

在規劃階段的交換資訊活動方面，烹飪嗜好者中，高分群之平均分數 ( $M = 3.35, SD = 1.68$ ) 與低分群之平均分數 ( $M = 3.16, SD = 1.50$ )，以獨立樣本 T 檢定檢驗兩者之間的差異，兩者並未達到顯著差異 ( $t(480.60) = -1.30, p = .194$ )，烹飪嗜好者高分群與烹飪嗜好者低分群在規劃階段進行交換資訊活動的頻率沒有明顯差別。

彙整上述討論，本研究將不同情境下，嗜好者中高分群與低分群之平均數繪製成圖 4-6，並根據統計結果可以得知，在試作新料理情境與烹調曾經做過料理情境中，僅在兩情境中規劃階段之「交換」資訊活動，烹飪嗜好者高分群未比烹飪嗜好者低分群的頻率高。換言之，深度休閒特徵高分群相較於低分群從事資訊活動的頻率高。推測深度休閒特徵高分群的烹飪嗜好者在試作料理時由於「付出相當的努力」深度休閒特徵程度較高，而願意投入更多時間與心力在嗜好上，也願意花費更多時間從事各項資訊活動協助自己烹飪。

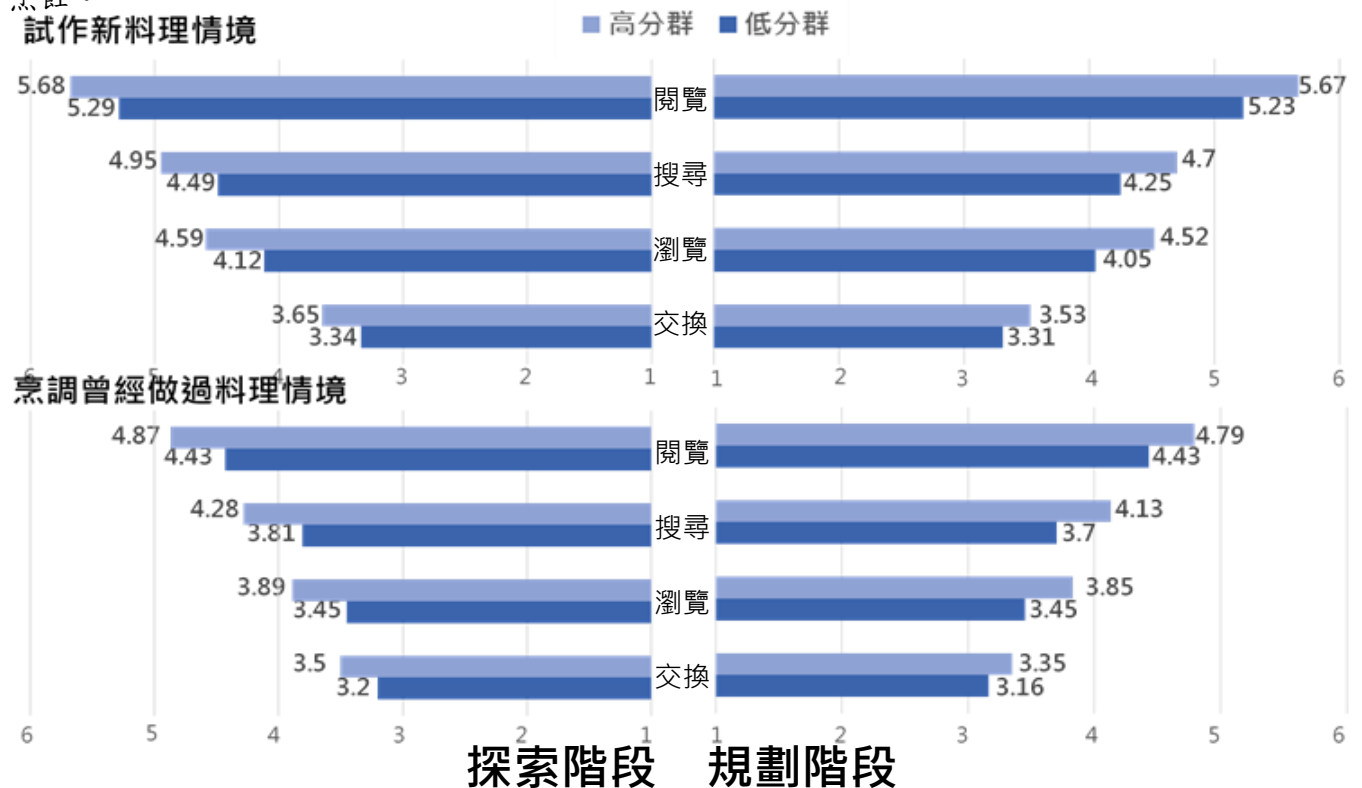


圖 4-6 試作新料理與烹調曾經做過料理兩情境下，深度休閒特徵高分群與低分群的嗜好者之資訊活動頻率比較 ( $N=487$ )

本研究進一步比較深度休閒特徵高分群與深度休閒特徵低分群的烹飪嗜好者在試作新料理情境下「探索階段」與「規劃階段」間，獲取烹飪資訊時，從事「閱覽」、「瀏覽」、「搜尋」與「交換」的資訊活動頻率是否有所差異。

在試作新料理情境中以成對樣本 T 檢定分析，研究結果顯示僅試作新料理情境中在探索與規劃階段的瀏覽活動達到顯著。不論深度休閒特徵低分群或高分群的嗜好者，其在探索階段皆較常「瀏覽」；而在烹調曾經做過料理的情境中，以成對樣本 T 檢定分析，僅深度休閒特徵高分群探的探索階段與規劃階段瀏覽與交換活動達到顯著，深度休閒特徵高分群的嗜好者在探索階段較常「瀏覽」與「交換」。

換言之，在探索與規劃階段中，深度休閒特徵高分群在探索階段從事瀏覽資訊活動的頻率較規劃階段高。推測是因為探索階段時，嗜好者尚未決定要烹調的料理，而需要從事各項資訊活動來協助自己發想料理的靈感，而當中又以「瀏覽」此一活動最具明顯差異。如前一節所述，「瀏覽」是一種透過輕瞥來檢視、獲取資訊的行為，由於嗜好者在烹飪的探索階段對於欲尋找的烹飪資訊存在不確定，使嗜好者傾向透過「瀏覽」來發想料理的靈感，藉由檢視網站、圖書、雜誌等來獲取烹飪資訊，因而相較於已有較明確獲取烹飪資訊方向的規劃階段有較高頻率的瀏覽行為。

## 第四節 綜合討論



本節根據本章前三節之統計分析結果，進一步針對烹飪嗜好者的背景及深度休閒特徵、烹飪嗜好者在烹飪情境中的資訊行為，及其具備不同深度休閒特徵之烹飪嗜好者在烹飪情境中的資訊行為之研究結果進行綜合討論。

### 一、烹飪嗜好者的背景及其深度休閒特徵

#### (一) 烹飪嗜好者的外食次數較自己烹飪的次數高

烹飪嗜好者過去一年內的烹飪次數與外食次數的經驗部分，外食的次數相較於自己烹飪的次數高。可以得知，即便是烹飪嗜好者，在日常生活中的飲食，相較於自己親自下廚，還是仰賴外食居多。或許這與 Hartel (2011) 提出的烹飪嗜好者是活在美食生活的日常 (living a gourmet lifestyle) 有關，烹飪嗜好者除了自己烹飪外，往往也喜歡到餐廳用餐來研究菜單的設計、了解料理的食材使用、料理的製作、重視料理的口味調配與餐點擺盤、時常積極地詢問服務生有關料理的問題，以拓展對於料理的知識，也因此即便是烹飪嗜好者，外食的頻率也高。不過，這部分的解釋也有待更進一步的研究來釐清。

#### (二) 烹飪嗜好者接觸烹飪多數長達十年，但近五年烹飪才成為嗜好

烹飪嗜好者接觸烹飪多數長達十年，但在近五年才成為烹飪嗜好者。可以得知，烹飪嗜好者或許從小就接觸烹飪，但在近幾年才開始將烹飪視為自己生活中的休閒嗜好。或許這與現代青年的成長背景有關，本研究的烹飪嗜好者年齡多是落在 18~29 歲之間的青年 (74.33%)，這些烹飪嗜好者可能從小便曾協助家人烹調三餐，因此，近半數的烹飪嗜好者接觸烹飪的時間多長達 6 年以上 (45.99%)，而在近 5 年內開始離開家庭到外就學或工作 (73.10%)，便開始學習料理自己的三餐。而在本研究的調查中有五分之一的烹飪嗜好者是透過參加學校的烹飪、烘焙相關社團來學習烹飪 (20.33%)；另外根據董俞佳 (2016) 在聯合報的報導，台北教育大學、政治大學、交通大學等學校便曾與主婦聯盟環境保護基金會，推出「自煮能力養成工作坊」，讓青年有機會參與學校的社團或

烹飪活動學習烹飪，或許可以驗證，青年離開家中求學的過程中，因在校參與活動或社團學習烹飪，進而逐漸成為一位烹飪嗜好者。

### (三) 烹飪嗜好者的深度休閒特徵普遍高分

烹飪嗜好者的深度休閒特徵在持久的益處、持之以恆的毅力、付出相當的努力、將之視為事業、獨特的價值觀與認同感六大深度休閒特徵的構面皆具有高分，各構面平均皆在 5.08 分以上。對照其他嗜好者的研究，周鈺和 (2013) 以李克特五點量表調查自行車嗜好者，六大深度休閒特徵平均皆在 3.71 分以上；李佳豪 (2009) 以李克特七點量表調查參與角色扮演的嗜好者，深度休閒特徵六大構面平均亦皆在 4.98 分以上，可以了解本研究與其他研究結果相同，嗜好者的深度休閒特徵普遍高分。而本研究更發現深度休閒特徵高分群尤其願意為烹飪投入相當的時間精力、將烹飪視為生活中不可或缺的一部分、能與朋友分享有關烹飪的想法與價值觀，並對烹飪活動具有認同感。

## 二、烹飪嗜好者在烹飪情境中的資訊行為

### (一) 烹飪嗜好者平時獲取烹飪相關資訊仰賴網路資源

本研究調查烹飪嗜好者平時獲取烹飪相關資訊所使用的資源管道，有高達九成五的烹飪嗜好者仰賴網路資源來獲取烹飪資訊，過半的嗜好者透過搜尋引擎 (88.09%)、線上食譜資料庫 (73.10%) 與部落格 (65.30%) 來獲取烹飪資訊；就使用的媒體類型而言，也有高達 9 成的嗜好者使用社群媒體 (93.43%) 來獲取烹飪資訊，顯示嗜好者仰賴網路資源。此現象或許與本研究的烹飪嗜好者之年齡分布有關，本研究中，高達 74.33% 的嗜好者年齡落在 18~29 歲之間，而 18~29 歲的青年普遍常使用網路。Correa、Hinsley 與 De Zuniga (2010) 的研究也指出，青年是數位原住民 (Digital native)，網路是青年生活中不可或缺的一部分。因此，在獲取烹飪相關資訊時，比起翻閱紙本資源，直接從網路的社群媒體獲得所需的資訊，可以說是更符合現代青年獲取資訊的方式。

(二) 烹飪嗜好者在試作新料理情境所使用的資源管道較多元、從事各項資訊活動的頻率亦較高

本研究調查烹飪嗜好者在試作新料理情境與烹調曾經做過料理情境下，獲取烹飪相關資訊使用的資源管道情形，發現無論在社群媒體、紙本媒體、傳統媒體或通訊媒體，使用的資源管道都相較於烹調曾經做過料理情境多元；獲取烹飪相關資訊從事各項資訊活動的頻率，發現無論在探索階段或是規劃階段的「閱覽」、「瀏覽」、「搜尋」與「交換」活動，嗜好者在試作新料理情境中，都較烹調曾經做過料理的情境常從事這些資訊活動。本研究發現，部分嗜好者使用家傳食譜來協助自己烹飪，而另有不少嗜好者在開放性問題中提及傾向使用個人過去的烹飪個人筆記來幫助自己烹飪，這或可以說明烹調曾經作過的料理時，人們多仰賴家傳食譜或個人烹飪筆記等過去相關經驗累積而得的資訊來源。而在試作新料理時，因為完全沒有經驗，較需要透過獲取相關資訊來學習，如：Simons 等人（2000）的研究指出人們在學習的過程中，往往需要資訊來輔助我們學習。因此，比起烹調曾經做過的料理，試作新料理時更需仰賴各種資源管道與從事各項各項資訊活動來協助自己烹飪。

(三) 烹飪嗜好者在探索階段從事「瀏覽」資訊活動的頻率較規劃階段高

本研究發現烹飪嗜好者不論在試作新料理情境或烹調曾經做過料理情境時，在探索階段都從事「瀏覽」活動的頻率皆較規劃階段高。這或許說明在發想料理時，嗜好者更需要透過「瀏覽」來觸發烹調的靈感。由於在規劃階段由於已經有較明確要烹調的料理，可以直接查找閱覽料理的相關食譜書，或是直接在線上食譜資料庫下關鍵字搜尋，往往可透過較具目標的方式來尋求資訊，而較不需透過瀏覽的方式來規劃料理的烹調方式。

### 三、 具備不同深度休閒特徵之烹飪嗜好者在烹飪情境中的資訊行為

(一) 深度休閒特徵高分群傾向使用紙本資源

本研究將烹飪嗜好者利用深度休閒特徵高分群與低分群後，發現烹飪嗜好者中，深度休閒特徵高分群的嗜好者較深度休閒特徵低分群的烹飪嗜好者傾向使用紙本媒體，推測是因為深度休閒特徵高分群的烹飪嗜好者在試作料理時，由於「付出相當的努力」深

度休閒特徵程度較高，願意投入更多時間與心力在嗜好上，比起僅直接從網路資源獲取烹飪資訊，更傾向使用紙本媒體來協助自己烹飪。

(二) 深度休閒特徵高分群從事烹飪相關資訊活動之頻率較低分群高

烹飪嗜好者在試作新料理情境與烹調曾經做過料理情境下，深度休閒特徵高分群除烹調曾經做過料理情境中規劃階段的「交換」資訊活動外，深度休閒特徵高分群的烹飪嗜好者從事各項資訊活動的頻率皆較深度休閒特徵低分群的烹飪嗜好者高。這樣的結果或許可以與 Stebbins (1992) 與李佳豪 (2009) 的看法呼應，因為具備「付出相當的努力」深度休閒特徵的嗜好者，往往願意投入更多時間與心力在嗜好上。本研究的烹飪嗜好者中，深度休閒特徵高分群之嗜好者的確更願意花費時間與精力從事各種資訊活動來協助自己發想料理的靈感、規劃料理的烹調方式。

## 第五章 結論與建議



為探討烹飪嗜好者的深度休閒特徵及其資訊行為，本研究使用問卷調查法發放網路問卷給烹飪嗜好者填答，共回收 487 份有效問卷。本研究進一步使用統計分析來回答研究問題，以了解烹飪嗜好者獲取烹飪相關資訊時使用的資源管道、從事資訊活動的頻率之差異，在試作新料理與烹調曾經做過的料理兩種情境中，使用的資源管道、在探索和規劃階段中從事的資訊活動又分別有何異同，以及具備不同深度休閒特徵的烹飪嗜好者，在上述的問題中又有何異同。本章區分為兩節：第一節綜述研究發現；第二節針對實務與未來研究提出建議。

### 第一節 結論

本節綜述本研究使用統計方法進行資料分析的研究結果，並提出主要的研究發現，以下分述六點主要的研究發現：

#### 一、烹飪嗜好者外食次數頻率高

本研究發現烹飪嗜好者在日常生活裡，除了自己親自下廚烹飪，外食次數頻率也高。這或許如 Hartel (2011) 所言，烹飪嗜好者除了自己烹飪外，也喜歡研究美食及其烹調方式，如：研究餐廳的菜單設計、食材使用、料理製作、口味調配、餐點擺盤等問題。此外，本研究受試者中，學生族群為數不少（約佔六成），故即便是烹飪嗜好者，外食次數的頻率也偏高。

#### 二、烹飪嗜好者普遍接觸烹飪多年

本研究調查之烹飪嗜好者多半接觸烹飪多長達十年，但直到近 5 年才成為嗜好者。由於本研究的多數嗜好者集中在 18~29 歲之間，正處於離開家中到外地就學、工作的人

生階段，因此才開始學習料理自己的三餐，或是在參與活動或社團的過程中，逐漸培養出自己對於烹飪的嗜好。



### 三、烹飪嗜好者傾向使用網路資源

本研究的研究結果顯示，無論是在平時、試作新料理與烹調曾經做過料理情境，烹飪嗜好者都仰賴網路資源。對照深度休閒的相關研究可知，不少其他類型的嗜好者，亦傾向使用網路資源來獲取資訊資源，例如：攝影嗜好者（周秀華、余嬪，2005）、自助旅行嗜好者（周鈺和，2013）、貓咪飼養嗜好者（游健祥，2008）。這說明了網路資源是嗜好者在日常生活裡尋求資訊資源的重要管道，這或許與當前網路使用之普及有關，人們在日常生活中，時常仰賴網路資源來解決問題。

### 四、試作新料理情境確實比烹調曾經做過的料理需要獲取烹飪相關資訊

相較於烹調曾經做過的料理，當烹飪嗜好者需烹調自己未曾作過的新料理時，傾向使用各種烹飪相關的資源管道，並透過資訊活動，以了解如何烹調新料理。如前所述，當嗜好者已具備該料理相關的烹飪經驗時，多仰賴個人筆記或家傳食譜等過去經驗累積而來的管道獲取資訊，故較不需要另行尋求資訊來完成料理任務。相形之下，試作新料理時較需要透過獲取相關資訊來學習。Hartel (2006) 的研究發現，人們往往透過瀏覽各種的雜誌、食譜書等資源管道來幫助自己探索欲烹飪的料理。本研究之烹飪嗜好者在試作新料理烹飪的過程中，亦可看出其更需仰賴各種資源管道與從事各項資訊活動來協助自己探索。

### 五、深度休閒特徵高分群烹飪嗜好者重視使用紙本資源

相較於深度休閒特徵低分群的烹飪嗜好者，深度休閒特徵高分群更重視使用紙本資源來查找烹飪相關資訊。這可能與其「付出相當的努力」之深度休閒特徵程度較高有關，誠如李佳豪 (2009) 所述，深度休閒特徵的嗜好者對於嗜好活動有不屈不撓的精神，對於遭遇到的困難障礙傾向想辦法加以克服，而本研究之烹飪嗜好者不僅從網路資源獲取烹飪資訊，更傾向使用紙本媒體來協助自己烹飪。

## 六、 深度休閒特徵高分群烹飪嗜好者從事資訊活動頻率高

本研究的研究結果指出，在試作新料理時，相較於深度休閒特徵低分群的烹飪嗜好者，高分群的烹飪嗜好者不論在烹飪的探索階段或規劃階段中，從事「搜尋」、「瀏覽」與「閱覽」的頻率皆高。這可能與烹飪嗜好者的深度休閒特徵有關，愈將烹飪嗜好看得愈重要，愈願意積極投入時間與精力在烹飪嗜好上，在面對未曾經做過得料理時為了烹調成功，愈可能想盡各種辦法，獲取烹飪相關資源來讓自己成功。

## 第二節 建議

本研究透過問卷調查，探究烹飪嗜好者獲取烹飪相關資訊時，使用的資源管道及從事的烹飪相關資訊活動。而對於未來欲進一步研究烹飪嗜好者的研究者，也可以本研究的基礎，繼續延伸研究。以下基於本研究之發現，針對食材購物網站、烹飪相關專門圖書館、烹飪社團、烹飪教室及食譜推薦系統的開發者提出實務建議，並進一步提出未來研究的建議：

### 一、 實務建議

#### (一) 食材購物網站可主動推薦食譜及相關資訊給烹飪嗜好者

本研究發現有高達九成五的烹飪嗜好者仰賴網路資源來獲取烹飪資訊，過半的嗜好者透過搜尋引擎、線上食譜資料庫與部落格來獲取烹飪資訊，且食譜係烹飪過程中的一項重要資源。烹飪嗜好者是食材購物網站的潛在客群，食材購物網站(如：台灣好食材、直接跟農夫買、台灣主婦聯盟生活消費合作社)可主動推薦食譜給烹飪嗜好者，依嗜好者之搜尋、瀏覽紀錄，推薦相關食材之食譜，甚至一併提供營養小知識，以滿足烹飪嗜好者的資訊需求。此外，相關購物網站若搭配 LINE 聊天機器人，亦可將最新的烹飪相關網路資源定期主動推送給嗜好者，達到行銷購物網站之效果。

(二) 食譜推薦系統可根據烹飪嗜好者所偏好的「搜尋」、「瀏覽」與「閱覽」行為，設計相應的系統功能

如前所述，本研究的烹飪嗜好者從事「搜尋」、「瀏覽」與「閱覽」資訊活動的頻率皆高，建議食譜推薦系統的開發者在設計食譜推薦系統時，強化相關系統功能。針對「搜尋」功能，食譜推薦系統可以在使用者輸入關鍵字時，於搜尋欄出現建議提示，列出過去曾搜尋過的關鍵字；輸入文字後，則提供即時預覽 (live previews) 功能，顯示部分食譜搜尋結果，方便使用者快速確認食譜是否為其所需。針對「瀏覽」與「閱覽」功能，可以在嗜好者進入食譜介紹頁面時，於系統介面的一側區塊同時推薦使用相似食材或烹調方式的食譜，藉此增加瀏覽的機會，並促成進一步閱覽的機會；例如：效法 Foodpairing 網站，提供食材搭配的功能，讓嗜好者隨意點選幾項食材，自動產生使用同樣食材的食譜推薦給使用者，讓嗜好者透過食材搭配的食譜，促成「瀏覽」與「閱覽」的機會。

(三) 食譜推薦系統可依據使用者個人資料，主動推薦烹飪嗜好者料理食譜

本研究發現在試作新料理情境中，烹飪嗜好者使用的資源管道較多元，其所從事的資訊活動頻率亦較高，其資訊需求可見一斑。建議食譜推薦系統開發者可針對使用者的個人資料或先前的搜尋記錄，針對烹飪嗜好者未曾做過的料理，依據烹飪嗜好者的喜好或是正在搜尋使用的關鍵字、瀏覽的主題，主動推薦相關食譜給烹飪嗜好者，進一步滿足嗜好者在試作新料理時的資訊需求。例如：透過行動版的食譜推薦系統，定期主動推播符合烹飪嗜好者喜好的食譜連結訊息到手機的訊息通知中。

(四) 烹飪特色書店與專門圖書館應持續提供高品質的紙本資源

儘管本研究發現嗜好者偏好網路資源，但在試作新料理情境中，深度休閒特徵高分群的烹飪嗜好者仍傾向使用紙本資源。這群重度烹飪嗜好者是烹飪特色書店與烹飪相關專門圖書館的潛在讀者，誠品書店的 cooking studio、蔦屋書店的烹飪主題書區、中華飲食文化圖書館等書店與專門圖書館可以高品質的紙本資源 (如：米其林餐廳主廚的私傳食譜書、中華穀類食品工業技術研究所的專業出版品) 吸引重度烹飪嗜好者前來購書或借閱，滿足其資訊需求。

(五) 烹飪特色書店與專門圖書館可根據嗜好者所偏好的「搜尋」、「瀏覽」與「閱覽」行為，強化資訊服務

本研究發現烹飪嗜好者透過「搜尋」、「瀏覽」與「閱覽」獲取烹飪資訊的頻率皆高。就「搜尋」而言，建議烹飪特色書店與專門圖書館在規劃烹飪嗜好者相關資訊服務時，強化線上系統的搜尋機制，例如：書店網站或圖書館線上公用目錄提供客製化的搜尋建議服務，透過紀錄嗜好者的檢索關鍵字、興趣檔與搜尋結果，反饋嗜好者常用的關鍵字與主題給嗜好者，滿足烹飪嗜好者的需求。就「瀏覽」而言，書店與圖書館可以改善空間設計，充分利用展示空間，展示圖書、雜誌、期刊等實體資源，促成更多讓嗜好者瀏覽烹飪資源的機會，亦可使資源發揮更大之效益。就「閱覽」而言，由於嗜好者多偏好取向網路資源，包括影音資源，書店與圖書館的社群媒體平台可蒐集烹飪影片及相關網路資源，定期向嗜好者推播，增加烹飪嗜好者透過閱覽獲取烹飪資訊的機會。此外，前述增加「瀏覽」機會之作法，亦可同時達到增加「閱覽」機會之效用。

## 二、 未來研究建議

### (一) 探討不同個人差異的烹飪嗜好者之資訊需求

雖然個人差異並非本研究所欲探討之主軸，但本研究發現不同性別的嗜好者對於烹飪資訊的需求似乎有所不同。舉例而言，男性往往直接當面詢問他人，以取得資訊；女性則偏好查找食譜來解決烹飪的問題。此外，由於本研究的烹飪嗜好者年齡集中於18~29歲之間，學生族群約佔一半的受試者，受試者在年齡與職業之變異較小。未來研究可進一步分析不同個人差異的烹飪嗜好者對烹飪資訊的需求，例如：以年齡、性別與職業來分組，針對食譜推薦系統進行實驗，或同樣以問卷調查方式進行烹飪資訊行為相關研究，並進一步據此探討不同個人差異的烹飪嗜好者之烹飪資訊需求。

### (二) 探討嗜好者建立與運用個人烹飪筆記之資訊行為

除了本研究問卷提及的烹飪相關資源，亦有不少受試者在開放性問題中，提及曾使用個人筆記作為烹飪的資訊資源，其重要性可見一斑。個人烹飪筆記之建立往往涉及資

訊的獲取與組織等資訊行為之歷程，因此，未來研究可進一步探究烹飪嗜好者如何尋求相關資訊以建立個人烹飪筆記，以及如何運用個人筆記這項資訊資源。

### (三) 探究嗜好者於其他烹飪階段之資訊活動情形

本研究根據 Hartel (2006) 提出的九個烹飪階段，探討了探索與規劃這兩個資訊需求比較明顯的階段，未來研究可探討其他階段的資訊活動或比較各個階段的資訊活動特性，以全面了解烹飪過程中，這九大階段的資訊活動情形。其中，根據 Hartel 的定義，在選定料理食譜後的準備階段中，亦可能需要查找獲取烹飪食材與廚具相關的烹飪資訊，因此，未來的研究可以優先考慮將準備階段納入研究中，進一步理解烹飪嗜好者獲取烹飪相關資訊的資訊行為。

### (四) 搭配質化的深度訪談或焦點團體訪談，進行混合研究

本研究採用量化的問卷調查法研究烹飪嗜好者的深度休閒特徵及其資訊行為，雖可依統計結果探討烹飪嗜好者獲取烹飪相關資訊時所使用的資源管道及其所從事之各項資訊活動頻率，但是，烹飪嗜好者基於何種原因而表現出這樣的資訊行為，尚待進一步的研究。舉例而言，深度休閒特徵高分群的烹飪嗜好者在試作新料理情境下相較於低分群的嗜好者更傾向使用紙本媒體，但是基於何種原因促使高分群的嗜好者選擇使用紙本媒體，而非其他媒體，尚待進一步釐清烹飪嗜好者對於獲取烹飪相關資訊的想法。因此，未來研究如能透過深度訪談或是焦點團體訪談深度休閒特徵高分群的烹飪嗜好者，或許能更進一步了解具備不同深度休閒特徵的烹飪嗜好者，使用不同資源管道或從事的資訊活動造成差異的原因，而能更深入地分析烹飪嗜好者的資訊行為。

## 參考文獻



- Sweet Betty 西點沙龍 (2016)。搶救烘焙失誤：破解烘焙環節，學會基礎工序做變化，  
新手不出錯的信心指南。臺北市：麥浩斯。
- 方匡南、朱建平、姜葉飛 (2015)。R 語言資料分析活用範例詳解。臺北市：基峰資訊  
股份有限公司。
- 王明怡 (2010)。從深度休閒的觀點看休閒資訊的獲取與表達：以居室美化部落客『愛戀  
古典同好會』為例 (未出版之碩士論文)。國立臺灣大學圖書資訊學系暨研究所，台  
北市。
- 王陳雪霞 (2009)。深度休閒文化志工學習經驗之研究 (未出版之碩士論文)。國立暨南  
國際大學成人與繼續教育研究所，南投縣。
- 卡爾西 (2016)。一口吃甜點：卡爾西一個人的廚藝訓練班，60 道療癒小點心一學就會！。  
新北市：野人文化出版。
- 朱瑞淵、陳梅君 (2010)。自行車參與者深度休閒與遊憩專門化之研究-以美利達單車消  
遙遊為例。智慧科技與應用統計學報，8 (1)，55-67。
- 江宏笙 (2015)。太極拳教練深度休閒經驗學習歷程之研究 (未出版之碩士論文)。國立  
暨南國際大學成人與繼續教育研究所，南投縣。
- 佛洛依德·傑克·福勒 (Floyd J. Fowler, Jr.) (2014)。調查研究方法 (林庭如、陳詩捷、  
童凱彬、蕭文信譯)。臺北市：五南圖書出版股份有限公司。
- 吳正雄、李坤城 (2012)。親子外食消費行為與餐廳選擇因素之研究：以南部地區為例。  
嘉南學報，38，302-312。
- 吳佩榕 (2013)。縮減法定工時對人民時間分配的影響 (未出版之碩士論文)。國立中央  
大學人力資源管理研究所，桃園市。
- 吳宣蓓、鄭雅文 (2012)。工時的規範與變遷：國際經驗與台灣現況。看守台灣，14 (2)，  
26-37。

- 吳榮彬 (2006)。商用統計學入門與應用。臺北市：麥格羅希爾國際股份有限公司。
- 李仁鐘 (2015)。應用 R 語言於資料分析-從機器學習、資料探勘到巨量資料。臺北市：松崗。
- 李玉春(2014)。我國實施週 40 小時工時制之必要性與可行性之研究—以日韓經驗為鏡。中正大學法學集刊，45，177-261。
- 李佳豪 (2009)。以深度休閒之觀點探討角色扮演活動參與者情境涉人與心流體驗之關係 (未出版之碩士論文)。國立屏東商業技術學院，屏東縣。
- 周秀華、余嬪(2005)。深度休閒者學習經驗之研究。教育與心理研究，28(2)，297-324。
- 周鈺和 (2013)。探討深度休閒特質對旅遊行為意圖之影響-旅遊部落格認知功能與目的地意象之中介效果。戶外遊憩研究，26(4)，57-82。
- 林佳瑩、蔡毓智 (譯)(2014)。研究方法：基礎理論與技巧 (原作者：Babbie, Earl)。臺北市：雙葉書廊有限公司。
- 林珊如 (2005)。深度休閒與資訊行為研究。圖書資訊學刊，3(1/2)，15-22。
- 林慶弧 (2004)。飲食文化與鑑賞。新北市：新文京開發出版股份有限公司。
- 邱皓政 (2010)。量化研究與統計分析：SPSS (PASW) 資料分析範例解析。臺北市：五南。
- 哈洛德·馬基 (2010)。食物與廚藝：麵食、醬料、甜點、飲料。新北市：大家出版社。
- 國家教育研究院 (2015)。教育部重編國語辭典修訂本。臺北市：教育部。取自 <http://dict.revised.moe.edu.tw/cbdic/index.html>
- 張玉欣 (2014)。世界飲食文化：立足台灣、從飲食文化看世界。新北市：華立圖書。
- 張玉欣、楊秀萍 (2004)。飲食文化概論。台北市：揚智文化。
- 張郁蔚 (2005)。日常生活資訊尋求模式之探討。國家圖書館館刊，94(2)，73-99。
- 教育部 (2007)。中華民國教育程度及學科標準分類 (第 4 次修正)。台北市：教育部。
- 陳明石 (2009)。以使用者觀點探討居家烹飪行為之影響因素。人因工程學刊，10(2)，21-31。
- 陳堯帝 (1996)。中國烹飪調味的源和流。中國飲食文化基金會會訊，2(4)，11-15。

陳錫平、蔣孝美 (2008)。自行車活動愛好者深度休閒特質之研究。**運動休閒產業管理學術研討會論文集**，2，258-271。

游健祥 (2008)。從深度休閒觀點探討寵物飼主在貓咪飼養過程中的資訊現象 (未出版之碩士論文)。世新大學資訊傳播學研究所，臺北市。

程安琪 (2007)。我的私房宴客菜。臺北市：旗林文化。

黃裕恆 (2014)。臺灣實施週休二日政策對國民時間運用之影響 (未出版之碩士論文)。國立臺灣大學農業經濟學研究所，臺北市。

葉乃靜 (2016)。大學生觀看線上影音節目之隨興休閒資訊行為研究。**圖書館學與資訊科學**，41 (2)，106-126。

廖媛媛、高麗芷 (1985)。烹飪活動在精神科職能治療的應用。**職能治療學會雜誌**，3，49-54。

榮泰生 (2013)。SPSS 與研究方法。臺北市：五南。

趙榮光 (2008)。中國飲食文化概論。北京市：高等教育出版社。

齊天安 (2016，9月15日)。找回學生自煮力食農課進大學。**聯合報**，A6版。

劉雅芳 (2006)。單身女性日常生活資訊行為模式 (未出版之碩士論文)。國立臺灣大學圖書資訊學系暨研究所，台北市。

暴躁兔女王 (2015)。療癒廚房：我家的舒適食、常備菜、料理的基本與廚房裡的大小事。臺北市：麥浩斯。

潘中道、郭俊賢 (2010)。行為科學統計學。臺北市：雙葉書廊。

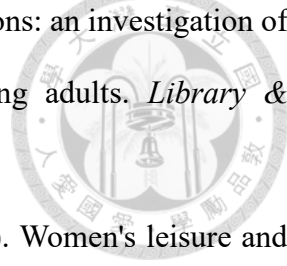
蔡尚勳 (2007)。深度休閒中的資訊活動：以業餘街舞者為例 (未出版之碩士論文)。國立臺灣大學圖書資訊學系暨研究所，臺北市。

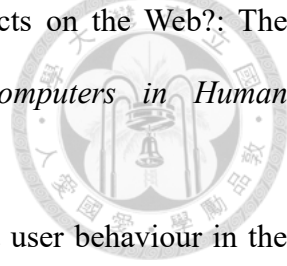
學做家常菜編委會 (2010)。宴客巧配家常菜。長春市：吉林科學技術出版社。

學隨居士 (1982)。家庭宴客心得錄。臺北市：臺灣新生報。

蕭英玲 (2005)。台灣的家務分工：經濟依賴及性別的影響。**臺灣社會學**，34，115-145。

Adams, S. S. (2009). What games have to offer: Information behavior and meaning-making in virtual play spaces. *Library Trends*, 57(4), 676-693.

- 
- Agosto, D.E. and Hughes-Hassell, S. (2005). People, places, and questions: an investigation of the everyday life information-seeking behaviors of urban young adults. *Library & Information Science Research*, 27(2), 141-163.
- Arab-Moghaddam, N., Henderson, K. A., & Sheikholeslami, R. (2007). Women's leisure and constraints to participation: Iranian perspectives. *Journal of Leisure Research*, 39(1), 109-126.
- Bates, M. J. (2007). What is browsing-really? A model drawing from behavioural science research. *Information Research*, 12(4). Retrieved from <http://www.informationr.net/ir/12-4/paper330.html>
- Bishop, R. (2005). "The Essential Force of the Clan": Developing a Collecting-Inspired Ideology of Genealogy through Textual Analysis. *The Journal of Popular Culture*, 38(6), 990-1010.
- Case, D. O. (2009). Serial collecting as leisure, and coin collecting in particular. *Library Trends*, 57(4), 729-752.
- Case, D. O. (2012). *Looking for information: A survey of research on information seeking, needs and behavior*. Bingley: Emerald Group Publishing.
- Case, D. O., & Given, L. M. (2016). *Looking for information: A survey of research on information seeking, needs and behavior*. Bingley: Emerald Group Publishing.
- Chang S.L. (2009). Information research in leisure: implications from an empirical study of backpackers, *Library Trends*, 57(4) 711-728.
- Chang, S. J., & Rice, R. E. (1993). Browsing: a multidimensional framework. *Annual Review of Information Science & Technology*, 28(1), 231-276.
- Chatman, E. A. (1996). The impoverished life-world of outsiders. *Journal of the American Society for Information Science*, 47(3), 193.
- Chatman, E. A. (1999). A theory of life in the round. *Journal of the American Society for Information Science*. 50(3), 207-217.

- 
- Correa, T., Hinsley, A. W., & De Zuniga, H. G. (2010). Who interacts on the Web?: The intersection of users' personality and social media use. *Computers in Human Behavior, 26*(2), 247-253.
- Cox, A. M., Clough, P. D., & Marlow, J. (2008). Flickr: a first look at user behaviour in the context of photography as serious leisure. *Information Research, 13*(1). Retrieved from <http://www.informationr.net/ir/13-1/paper336.html>
- Cox, A.M. & Blake, M.K. (2011). Information and food blogging as serious leisure. *Aslib Proceedings, 63*(2/3), 204-220.
- Dankasa, J. (2016). Mapping the everyday life information needs of catholic clergy. *The Journal of Documentation, 72*(3), 549-568.
- Erdelez, S., Fisher, K. E., & McKechnie, L. (Eds.). (2005) *Theories of information behavior*. American Society for Information Science and Technology.
- Gibson, H., Willming, C., & Holdnak, A. (2002). "We're gators...not just gator fans": Serious leisure and university of florida football. *Journal of Leisure Research, 34*(4), 397-425.
- Gould, J., Moore, D., McGuire, F., & Stebbins, R. (2008). Development of the serious leisure inventory and measure. *Journal of Leisure Research, 40*(1), 47-68. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/201206250?accountid=14229>
- Hartel, J. (2003). The serious leisure frontier in library and information science: Hobby domains. *Knowledge organization, 30*(3/4), 228-238.
- Hartel, J. (2006). Information activities and resources in an episode of gourmet cooking. *Information research, 12*(1). Retrieved from <http://www.informationr.net/ir/12-1/paper282.html>
- Hartel, J. (2010). Managing documents at home for serious leisure: a case study of the hobby of gourmet cooking. *Journal of documentation, 66*(6), 847-874.
- Hartel, J. (2011). Information in the hobby of gourmet cooking: Four contexts. In Aspray, W., & Hayes, B. M. (Eds.), *Everyday information: The evolution of information seeking in*

*America* (pp. 217-248). Cambridge: MIT Press.

Hartel, J., Cox, A. M., & Griffin, B. L. (2016). Information activity in serious leisure. *Information Research*, 21(4). Retrieved from <http://www.informationr.net/ir/21-4/paper728.html>

Hedvall, K. N., Gärdén, C., Ahlryd, S., Michnik, K., Carlén, U., & Byström, K. (2017). Social media in serious leisure: themes of horse rider safety. *Information Research*, 22(4). Retrieved from <http://www.informationr.net/ir/22-4/paper772.html>

Hektor, A. (2001). *What's the use: Internet and information behavior in everyday life*. Linköping, Sweden: Linköping University.

Heo, J., & Lee, Y. (2010). Serious leisure, health perception, dispositional optimism, and life satisfaction among senior games participants. *Educational Gerontology*, 36(2), 112-126

Kim, J., Dattilo, J., & Heo, J. (2011). Taekwondo participation as serious leisure for life satisfaction and health. *Journal of Leisure Research*, 43(4), 545-559.

Lee, C. P., & Trace, C. B. (2009). The role of information in a community of hobbyist collectors. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 60(3), 621-637.

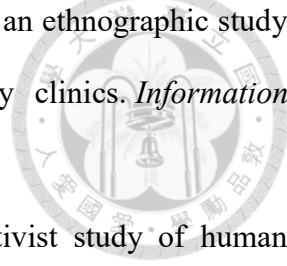
Li, G., Hong, R., Zheng, Y., Yan, S., & Chua, T. S. (2010). Learning Cooking Techniques from YouTube. *In MMM*, 713-718.

Liu, H., & Yu, B. (2015). Serious leisure, leisure satisfaction and subjective well-being of Chinese university students. *Social Indicators Research*, 122(1), 159-174.

McKenzie, P. J. (2003). A model of information practices in accounts of everyday-life information seeking. *Journal of documentation*, 59(1), 19-40.

Munusturlar, M. A., & Argan, M. (2016). Development of the serious and casual leisure measure. *World Leisure Journal*, 58(2), 124-141.

Percheski, C., & Hargittai, E. (2011). Health information-seeking in the digital age. *Journal of American College Health*, 59(5), 379-386.

- 
- Pettigrew, K. E. (1999). Waiting for chiropody: contextual results from an ethnographic study of the information behaviour among attendees at community clinics. *Information Processing & Management*, 35(6), 801-817.
- Prigoda, E., & McKenzie, P. J. (2007). Purls of wisdom: A collectivist study of human information behaviour in a public library knitting group. *Journal of Documentation*, 63(1), 90-114.
- Savolainen, R. (1995). Everyday life information seeking: Approaching information seeking in the context of “way of life”. *Library and Information Science Research*, 17(3), 259-294.
- Siegenthaler, K. L., & Gonzalez, G. L. (1997). Youth sports as serious leisure a critique. *Journal of Sport & Social Issues*, 21(3), 298-314.
- Simons, R. J., Van der Linden, J., & Duffy, T. (2000). New learning Three ways to learn in a new balance. In Simons, R. J., Van der Linden, J., & Duffy, T. (Eds.), *New learning* (pp. 1-20). Springer, Dordrecht.
- Sin, S. C. J., & Kim, K. S. (2014). Impacts of social media usage on the outcomes of students' everyday life information seeking. *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology*, 51(1), 1-4.
- Spink, A., & Cole, C. (2001). Introduction to the special issue: Everyday life information-seeking research. *Library & Information Science Research*, 23(4), 301-304.
- Stebbins, R. A. (1992). *Amateurs, professionals, and serious leisure*. Montréal: McGill-Queen's Press-MQUP.
- Stebbins, R. A. (2001). Serious leisure. *Society*, 38(4), 53.
- Stebbins, R. A. (2006). *Serious leisure: A perspective for our time*. New Brunswick: Transaction Publishers.
- White, M. D., & Iivonen, M. (2001). Questions as a factor in Web search strategy. *Information Processing & Management*, 37(5), 721-740.
- Williamson, K., Qayyum, A., Hider, P., & Liu, Y. H. (2012). Young adults and everyday-life

information: The role of news media. *Library & Information Science Research*, 34(4), 258-264.

Wilson, T. D. (2000). Human information behavior. *Informing science*, 3(2), 49-56.

Yeh, N. C., & Chen, Y. J. (2011). On the Everyday Life Information Behavior of LOHAS Consumers: A Perspective of Lifestyle. *Journal of Educational Media & Library Sciences*, 48(4), 489-510.

附錄一、「烹飪嗜好者的深度休閒特徵及其資訊行為研究」研究問卷

您好：

這是一份關於烹飪嗜好者資訊行為的碩士論文研究問卷，希望了解烹飪嗜好者的深度休閒特徵及其在不同的烹飪情境下會透過那些方式或資訊來源管道來尋求相關資訊，完成本問卷約需15-25分鐘。

由於本研究之對象為烹飪嗜好者，若您符合以下三個條件，請考慮協助填答本問卷：

1. 愛好烹飪或烘焙
2. 同時具備試作新料理的經驗和烹調曾經做過的料理經驗
3. 非烹飪專業人士：職業非廚師，亦非餐飲相關科系學生

本問卷所獲得之資料僅供學術研究使用，不會洩漏個人隱私資訊，請您安心作答。您的寶貴意見將對本研究帶來極大幫助，在此衷心感謝您的支持與協助。

敬祝

平安順心

臺灣大學圖書資訊學研究所

指導教授：蔡天怡

研究生：陳宣毅 敬上

中華民國106年4月

第一部分：烹飪嗜好者的深度休閒特徵（請您針對下列敘述，選擇同意程度）

項目	同意度						
	低←.....→高						
1. 我會堅持克服烹飪過程中遭遇到的困難。	1	2	3	4	5	6	7
2. 我可以透過烹飪嗜好獲得成就感。	1	2	3	4	5	6	7
3. 烹飪對我而言是生活中不可或缺的一部分。	1	2	3	4	5	6	7

項目	同意度						
	低←.....→高						
4. 我能與其他烹飪嗜好者盡情分享有關烹飪的想法。	1	2	3	4	5	6	7
5. 我願意努力練習，讓自己的烹飪技藝更純熟。	1	2	3	4	5	6	7
6. 了解我的人都知道烹飪是我生活中不可或缺的一部分。	1	2	3	4	5	6	7
7. 即使烹飪過程中面臨到困難的任務，我會堅持直到完成任務。	1	2	3	4	5	6	7
8. 我對烹飪嗜好有強烈的認同感。	1	2	3	4	5	6	7
9. 我可以從烹飪中獲得自我實現。	1	2	3	4	5	6	7
10. 生活中如果缺少烹飪，我會感到乏味。	1	2	3	4	5	6	7
11. 我和其他烹飪嗜好者具有相似的烹飪價值觀。 (例如：烹調時懂得將生熟食分開，避免烹調時熟食感染生食的細菌。)	1	2	3	4	5	6	7
12. 我願意長期投入時間、精力在烹飪嗜好上。	1	2	3	4	5	6	7
13. 我會持續克服烹飪過程中遭遇的問題。	1	2	3	4	5	6	7
14. 我會和其他烹飪嗜好者一起參與烹飪活動。	1	2	3	4	5	6	7
15. 烹飪嗜好對我而言很重要。	1	2	3	4	5	6	7
16. 在別人眼中，我是一個致力於烹飪嗜好的人。	1	2	3	4	5	6	7
17. 我可以透過烹飪嗜好結交到許多好朋友。	1	2	3	4	5	6	7
18. 我願意付出相當的心力來精進我的烹飪能力。	1	2	3	4	5	6	7

## 第二部分：烹飪相關資訊行為

A. 請問您從事烹飪的過程中，在以下各階段需要尋求烹飪資訊的頻率高低為何？

項目	頻率						
	從未←.....→總是						
1. 探索階段：在還不確定該做什麼料理的時候，我需要尋求	1	2	3	4	5	6	7

項目	頻率						
	從未←.....→總是						
資訊來發想料理的靈感。							
2. 規劃階段：在決定要做特定料理之後，我需要尋求資訊來規劃料理的烹調做法。 說明：「規劃」包含選擇合適的食譜、修改或合併食譜、決定食譜等等。	1	2	3	4	5	6	7

**B. 請問您過去一年中試作新料理的次數大約為何？**

- 每天 大約兩三天1次 每週1次 每月1次 每季1次 每年少於1次

**C. 請問您過去一年中烹調曾經做過的料理的次數大約為何？**

- 每天 大約兩三天1次 每週1次 每月1次 每季1次 每年少於1次

**D. 請問您平常主要透過哪些資源獲取烹飪資訊？（可複選）**

- 食譜書 雜誌或期刊 報紙 餐廳菜單 家傳食譜  
電視節目（如：阿基師偷呷步、現代心素派）（傳統媒體）  
參考資源（如：中國烹飪百科全書、飲食字典）  
網路資源（如：網路食譜、部落格文章）  
其他：\_\_\_\_\_

**E. 請問您平常主要透過哪些管道獲取烹飪資訊？（可複選）**

- 搜尋引擎（如：Google搜尋引擎）  
部落格（如：Carol 自在生活）  
網路論壇（如：批踢踢cookclub板、Mobile01料理與食譜板）  
線上食譜資料庫（如：愛料理、Cookpad）  
社群網站（如：Facebook粉絲團）  
通訊軟體（如：Line、Facebook Messenger）  
當面詢問他人、與他人討論  
圖書館 書店  
其他：\_\_\_\_\_

**F. 請問您從事下列烹飪相關資訊活動的頻率高低為何？**

項目	頻率						
	從未←.....→總是						
1. 搜尋、查找烹飪相關資訊（如：在網路上搜尋或到實體書店／圖書館查找資料）。	1	2	3	4	5	6	7
2. 瀏覽烹飪相關網站或實體書刊等資訊。 說明:瀏覽指大略看看	1	2	3	4	5	6	7
3. 閱讀烹飪相關書刊、網站內容或觀看烹飪相關影片。	1	2	3	4	5	6	7
4. 與他人交換烹飪資訊（如：討論烹飪相關問題、於網路論壇中發問）。	1	2	3	4	5	6	7

### 第三部分：烹飪情境中的資訊活動與行為


以下問題請針對您在試作新料理和烹調曾經做過的料理兩情境中的經驗來回答（兩種情境界定如下）：

**情境一 試作新料理：**當您想要烹調一道從未做過的料理或創作一道擁有自己獨創風格的料理。

**情境二 烹調曾經做過的料理：**在日常生活中，烹調自己曾經做過的料理。

A. 請問您在試作新料理和烹調曾經做過的料理之情境下，曾分別透過哪些資源獲取烹飪資訊？（可複選）

資源	情境一 試作新料理	情境二 烹調曾經做過的料理
食譜書	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
雜誌或期刊	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
報紙	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
餐廳菜單	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
家傳食譜	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
電視節目 (如：阿基師偷呷步、現代心素派) (傳統媒體)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

參考資源 (如：中國烹飪百科全書、飲食字典)	<input type="checkbox"/>	 <input type="checkbox"/>
網路資源 (如：網路食譜、部落格文章)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
其他		

B. 請問您在試作新料理和烹調曾經做過的料理之情境下，曾分別透過哪些管道獲取烹飪資訊？（可複選）

管道	情境一 試作新料理	情境二 烹調曾經做過的料理
搜尋引擎（如：Google搜尋引擎）	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
部落格（如：Carol 自在生活）	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
網路論壇（如：批踢踢cookclub板、Mobile01料理與食譜板）	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
線上食譜資料庫（如：愛料理、Cookpad）	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
社群網站（如：Facebook粉絲團）	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
通訊軟體（如：Line、Facebook Messenger）	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
當面詢問他人、與他人討論	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
圖書館	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
書店	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
其他	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

C. 探索階段的資訊活動

以下問題請分別針對您欲**試作新料理**和**烹調曾經做過的料理**兩情境中的經驗來回答。

請問您在決定要做什麼料理時，曾透過哪些方式或運用哪些資訊來發想料理的靈感？



項目	試作新料理							烹調曾經做過的料理						
	從未←.....→總是							從未←.....→總是						
1. 利用搜尋引擎 <b>查找</b> 網路資源來發想料理的靈感。	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
2. 在線上食譜資料庫或烹飪相關社群媒體中 <b>搜尋</b> 烹飪相關資訊來發想料理的靈感。	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
3. 利用圖書館目錄或到圖書館 <b>查找</b> 烹飪相關圖書、雜誌或期刊來發想料理的靈感。	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
4. 利用網路書店或到實體書店 <b>查找</b> 烹飪相關圖書、雜誌或期刊來發想料理的靈感。	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
5. <b>瀏覽</b> 烹飪相關網站之內容來發想料理的靈感。	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
6. <b>瀏覽</b> 烹飪相關社群媒體之內容來發想料理的靈感。	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
7. <b>瀏覽</b> 烹飪相關圖書、雜誌或期刊來發想料理的靈感。	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
8. <b>閱讀</b> 烹飪相關網站內容來發想料理的靈感。	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
9. <b>觀賞</b> 烹飪教學影片來發想料理的靈感。	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7

項目	試作新料理							烹調曾經做過的料理						
	從未←.....→總是							從未←.....→總是						
10. 與他人當面討論烹飪相關問題，以 <b>交換</b> 烹飪資訊來發想料理的靈感。	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
11. 透過通訊軟體與他人 <b>交換</b> 烹飪資訊來發想料理的靈感。	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7

在試作新料理和烹調曾經做過的料理兩情境中，當您還不確定要做什麼料理時，若您曾透過其他方式來發想料理的靈感，請在此說明：\_\_\_\_\_

#### D. 規劃階段的資訊活動

以下問題請分別針對您在**試作新料理**和**烹調曾經做過的料理**兩情境中的經驗來回答。

請問您在決定要做特定料理之後，曾透過哪些方式或運用哪些資訊來規劃料理的烹調方式？

**說明：**「**規劃料理的烹調方式**」包含選擇合適的食譜、修改或合併食譜、決定食譜等等。

項目	試作新料理							烹調曾經做過的料理						
	從未←.....→總是							從未←.....→總是						
1. 利用搜尋引擎 <b>查找</b> 網路資源來規劃料理的烹調方式。	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
2. 在線上食譜資料庫或烹飪相關社群媒體中 <b>搜尋</b> 烹飪相關資訊來規劃料理的烹調方式。	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
3. 利用圖書館目錄或到圖書館 <b>查找</b> 烹飪相關圖書、雜誌或期刊來發想料理的靈感。	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7

項目	試作新料理							烹調曾經做過的料理						
	從未←.....→總是							從未←.....→總是						
4. 利用網路書店或到實體書店 <b>查找</b> 烹飪相關圖書、雜誌或期刊來發想料理的靈感。	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
5. <b>瀏覽</b> 烹飪相關網站之內容來規劃料理的烹調方式。	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
6. <b>瀏覽</b> 烹飪相關社群媒體之內容來規劃料理的烹調方式。	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
7. <b>瀏覽</b> 烹飪相關圖書、雜誌或期刊來規劃料理的烹調方式。	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
8. <b>閱讀</b> 烹飪相關網站內容來規劃料理的烹調方式。	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
9. <b>觀賞</b> 烹飪教學影片來規劃料理的烹調方式。	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
10. 與他人當面討論烹飪相關問題，以 <b>交換</b> 烹飪資訊來規劃料理的烹調方式。	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
11. 透過通訊軟體與他人 <b>交換</b> 烹飪資訊來規劃料理的烹調方式。	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7

在試作新料理和烹調曾經做過的料理兩情境中，當您決定要做特定料理之後，若您曾透過其他方式來規劃料理的烹調方式，請在此說明：\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



#### 第四部分：個人基本資料

1. 請問您的性別為？

生理男 生理女

2. 請問您的年齡為？

18歲~24歲 25~29歲 30~34歲 35~39歲 40~44歲 45~49歲 50~54歲

55~59歲 60~64歲 65歲以上

3. 請問您的教育程度為？

國小 國中 高中職 大學或專科 碩士 博士

4. 請問您的職業為？

學生 (大學生 碩士生 博士生)

軍人 警察 公務員 教師

服務業 資訊業 製造業 商業

旅遊業 金融保險業 物流運輸業

家管 自由業 待業中 退休人士

其他\_\_\_\_\_

5. 請問您過去一年中的平均烹飪次數大約為何？

每天 大約兩三天1次 每週1次 每月1次 每月少於1次

6. 請問您過去一年中的平均外食次數大約為何？

每天2次以上 每天1次 大約兩三天1次 每週1次 每月1次 每月少於1次

7. 請問您第一次接觸烹飪到現在大約多久了呢？

少於6個月 6~12個月 1年~2年 3年~5年 6年~10年 10年以上

8. 請問您認為自己是個烹飪嗜好者大約多久了呢？

少於6個月 6~12個月 1年~2年 3年~5年 6年~10年 10年以上

9. 請問您是否擁有烹飪、烘焙相關證照？ 是 否 (如選否，則跳答11題)

10. 請問您擁有的證照包括哪些？(可複選)

中餐烹調乙級(素) 中餐烹調丙級(素) 中餐烹調乙級(葷)

中餐烹調丙級(葷) 西餐烹調乙級 西餐烹調丙級

烘焙食品乙級(西點蛋糕、麵包) 烘焙食品乙級(麵包、餅乾)

烘焙食品乙級(西點蛋糕、餅乾) 烘焙食品丙級(西點蛋糕)

烘焙食品丙級（麵包）

烘焙食品丙級（餅乾）

其他證照\_\_\_\_\_

11. 除學校家政課以外，請問您是否上過烹飪相關課程？（如選否，則跳答13題）

是  否

12. 除學校家政課以外，請問您上過哪些烹飪相關課程？（可複選）

學校社團  救國團  烹飪教室  社區大學  其他\_\_\_\_\_

13. 關於您的烹飪嗜好及相關資訊活動，如欲補充，請說明：

---

---

---

---

本問卷到此結束，非常感謝您的填答！！



## 附錄二、「烹飪嗜好者的深度休閒特徵及其資訊行為研究」網路問卷系統

### 介面



本研究因市面上免費的問卷系統無矩陣式情境並列題型，因此研究者透過自行撰寫 HTML、CSS 與 JavaScript 程式來設計一套網路問卷系統，以下針對本研究的網路問卷系統介面的矩陣式情境並列題型功能進行說明：

### 第三部分：烹飪情境中的資訊活動與行為

#### C. 探索階段的資訊活動

以下問題請分別針對您欲**試作新料理**和**烹調曾經做過的料理**兩情境中的經驗來回答。請問您在決定要做什麼料理時，曾透過哪些方式或運用哪些資訊來發想料理的靈感？

情境並列功能，讓受試者填答時能同時考量兩種情境的狀況

項目	情境一 試作新料理	情境二 烹調曾經做過的料理
1. 利用 <b>搜尋引擎</b> 查找網路資源來發想料理的靈感。*	從未 1 2 3 4 5 6 7 總是	從未 1 2 3 4 5 6 7 總是
2. 在 <b>線上食譜資料庫</b> 或烹飪相關 <b>社群媒體</b> 中搜尋烹飪相關資訊來發想料理的靈感。*	從未 1 2 3 4 5 6 7 總是	從未 1 2 3 4 5 6 7 總是
3. 利用 <b>圖書館目錄</b> 或到 <b>圖書館</b> 查找烹飪相關圖書、雜誌或期刊來發想料理的靈感。*	從未 1 2 3 4 5 6 7 總是	從未 1 2 3 4 5 6 7 總是
4. 利用 <b>網路書店</b> 或到 <b>實體書店</b> 查找烹飪相關圖書、雜誌或期刊來發想料理的靈感。*	從未 1 2 3 4 5 6 7 總是	從未 1 2 3 4 5 6 7 總是
5. 瀏覽烹飪相關 <b>網站</b> 之內容來發想料理的靈感。*	從未 1 2 3 4 5 6 7 總是	從未 1 2 3 4 5 6 7 總是
6. 瀏覽烹飪相關 <b>社群媒體</b> 之內容來發想料理的靈感。*	從未 1 2 3 4 5 6 7 總是	從未 1 2 3 4 5 6 7 總是
7. 瀏覽烹飪相關 <b>圖書、雜誌或期刊</b> 來發想料理的靈感。*	從未 1 2 3 4 5 6 7 總是	從未 1 2 3 4 5 6 7 總是
8. 定期造訪烹飪相關 <b>網站</b> 來發想料理的靈感。*	從未 1 2 3 4 5 6 7 總是	從未 1 2 3 4 5 6 7 總是

下一頁

63%

以不同底色區辨不同資訊活動之問項

問項的資訊活動以粗體標示

問項的資訊管道以藍色粗體標示

告知受試者目前問卷填答進度百分比