

基于健康生活态度的城市居民休闲参与偏好研究

——以长沙市为例

许春晓，胡青芳，陈海波

摘要：健康生活态度对人们休闲参与偏好具有一定的影响。以长沙市居民为例，基于抽样调查所获得的基础数据，采用聚类分析和T检验方法得出：根据对健康意识的认识程度，可以分为较高健康意识和较低健康意识两大类。两类健康意识人群在媒体类和文化类休闲活动方面的参与存在一定的差异。积极地参与休闲活动具有缓解压力，保持身心健康的功能，并且这一看法逐渐得到越来越多群众的认同。

关键词：健康生活态度；城市居民；休闲参与；长沙

中图分类号：F590 文献标识码：A 文章编号：1674—5841（2010）01—0019—06

一、研究综述与研究意义

休闲是指当个人从工作和其他必需性事物中脱离出来的时候，为了休息，或者为了培养无利害关系的知识和能力，自发投身社会，发挥自由创造力而自我选择活动的总体（马天芳，2007）^[1]。随着生产率的提高和工作时间的缩短，人们有了越来越多的闲暇时间，休闲已经成为人们生活中不可或缺的一部分。20世纪60年代以来，为了克服现代工业社会的“城市文明病”，康体休闲逐渐受到人们的青睐。国外对休闲与人类健康关系的关注由来已久。Caldwell and Smith（1988）指出人们忽视了休闲活动对身体健康的巨大促进作用^[2]。Wankel（1994）认为一个具有多样化休闲技能的人更容易拥有丰富多彩的、有意义的经历。这不仅有利于拓宽其社交网络，同时也能促进其身心健康^[3]。Peterson and Stumbo（2000）将休闲对健康的促进作用分成三类：心理的、身体的和社会的。休闲能够帮助人们提升激发自身潜能和自我认知的技巧、促进身体健康、通过与他人的交往获得友谊^[4]。一系列的实证研究表明许多因素在影响着休闲与健康之间的关系，诸如休闲参与类型（Roberts Lamb Dench & Brodie 1989 Caldwell Smith & Weissinger 1992）

^[5—6]、对待休闲的态度（Cassidy 1996）^[7]等。Roberts Lamb Dench and Brodie（1989）认为经常性地参与各类休闲活动对保持良好的身心状态显得极为重要^[5]。Caldwell et al（1992）指出那些经常参与多样化休闲活动的大学生自我感觉身心状态要优于其他大学生^[8]。Maria Nowak（2006）探讨了体育休闲活动对老年妇女的健康影响作用^[9]。从国内的研究情况来看，陈传康等（1997）较早地关注到了康体休闲对改善人体亚健康状态的重要作用^[10]。周丽君（2006）向国内介绍了美国学者克里斯托夫·爱丁顿的研究成果，认为休闲通过文化认同、扩大选择权、维持经济的持续增长促进个人、社区和国家的发展，对改善人类生存状况和提高个人的健康水平功不可没^[11]。何王芳（2007）、马天芳（2007）分别探讨了休闲的失范（不健康、不积极的休闲方式）及其对策^[12]。孙惠君（2008）指出休闲活动是积极情绪产生的源泉之一，积极的情绪能促进人的心理健康，并有助于人适应环境^[13]。总的来看，人们对休闲在健康方面的积极功效有着越来越深入的认识。为了进一步探讨人们选择休闲活动的深层次原因，作者尝试从健康生活态度的角度来分析不同健康敏感程度的城市居民在选择休闲活动时的异

作者简介：许春晓（1962—），男，湖南新化人，湖南师范大学旅游学院教授，博士，硕士生导师，主要从事旅游市场与旅游规划方面的研究（邮编：410081）；胡青芳（1985—），女，湖南师范大学旅游学院2007级硕士生，主要从事旅游市场研究；陈海波（1984—），男，湖南师范大学旅游学院2007级硕士生，主要从事旅游市场研究。

基于健康生活态度的城市居民休闲参与偏好研究二——以长沙市为例 / 许春晓，胡青芳，陈海波

同, 期望研究结果能为旅游企业在休闲项目设计、营销理念等方面提供一点参考^[13]。

二、研究设计

(一) 基本思路

人们对健康的渴求是与生俱来的。纵观国内外史资料, 我们都能发现人们对保持健康所作出的孜孜不倦的努力。朱韬 (2006)^[14]认为最早的康疗温泉 SAP 场所可以追溯到古罗马时期, 欧洲在中世纪就建有温泉, 一直发展至今。英国学者培根也提出了生命在于运动的著名论断; 国内关于健康的观念主要体现在“养生”一词上, 无论是中国古代的先贤哲学家、医学家还是文人士大夫, 在他们传世的著作中都对养生思想进行了阐述, 如唐代“药王”孙思邈在其所著《千金方》、《枕中方》、《摄生真录》中强调“养形”, 并把“养生”和治病结合进行, 收效良好。生活中, 人们总是通过参与一定的休闲活动来保持身心的健康, 不同人们在休闲参与方面选择不一样, 不同健康生活态度的人们在休闲参与方面必定存在一定的差异。

本研究以探究长沙市民的健康生活态度, 分析不同健康生活态度的市民在休闲参与方面存在的差异及其原因, 为针对不同的健康生活态度, 市民开发休闲项目提供一定的科学根据。

(二) 研究对象的选取

以长沙市作为选取样本的地区。长沙是湖南省省会, 国务院首批公布的历史文化名城和第一批对外开放的旅游城市, 城市人口达 200 万以上。长沙市的休闲业, 如酒吧、歌厅、洗浴等项目已在国内具有一定影响, 被称为“脚都”。长沙市休闲产业具有一定的代表性, 因此本研究选择长沙市作为调查区域。

(三) 测量工具

问卷设计主要参考了 Zaher A. A. Hallab Yoashik Yoon Muzaffer Uysal (2003) 设计的量表^[15]。健康生活态度的测试问题共有 12 个。问卷的主要内容有: 第一部分是长沙市居民健康生活态度调查; 第二部分是长沙市居民休闲参与调查; 第三部分为被调查者的人口学特征。第一部分采用 5 分值的李克特量表, 要求被访者用从 1 (不赞同) 到 5 (非常赞同) 的等级方法来说明自己的同意程度。对长沙市居民休闲参与调查也是采用李克特量表, 要求被调查者从 1 (不曾参与) 到 5 (经常参与) 选择自己对各种休闲活动的参与程度。

(四) 调查实施

本次调查时间为 2009 年 4 月 26 日至 5 月 22 日, 以定点调查和随机调查相结合的方式。定点调查的单位是潇湘华天大酒店、湖南旺旺医院、靖港古镇、湖南大学等企事业单位; 随机调查的地点选择在橘子洲、五一广场、烈士公园、南郊公园、黄兴路步行街、东塘商业圈等人流量大的场所。共发放问卷 1100 份, 回收 1050 份, 有效问卷 991 份。问卷采用 EXCEL2003 软件进行电子化, 使用 SPSS15.0 进行分析处理。

(五) 分析方法

利用 EXCEL2003、SPSS15.0 等统计软件进行数据处理。通过聚类分析将长沙市民按健康生活态度不同分成不同健康意识的群体。利用 T 检验分析不同健康生活态度居民对休闲活动影响看法的差异。采用分层分析了解不同健康生活态度居民休闲参与偏好差异。

表 1 不同类别人群健康生活态度均值

类别	第一类	第二类
不吸烟或不想吸烟	3.49	4.45
多吃蔬菜和水果	3.85	4.41
要控制高蛋白脂肪的食物	3.26	3.60
定期体检	3.67	4.23
规律地进行锻炼	3.79	4.35
少量饮酒很重要	3.40	3.88
尽量避免吃快餐	3.31	4.07
调节心态很重要	4.20	4.61
注意学习健康知识	3.42	4.19
注意减轻心理负担	3.37	4.26
尽量避免住宿设施的装修污染	3.44	4.40
有意识地去购买有绿色标志的产品	2.85	4.07

三、健康生活态度的分类

(一) 量表信度

为了检验量表的内部一致性, 我们采用 SPSS15.0 对 12 个变量进行信度分析, 用 Cronbach's alpha (克朗巴哈系数) 作为信度指标, 量表中 12 个变量的克朗巴哈系数为 0.711。说明量表具有良好而稳定的同质信度。

(二) 分类情况

利用 SPSS15.0 工具对样本进行聚类分析。采用 SPSS15.0 中的快速聚类法, 即 K 均值聚类法 (K-means Cluster), 分析结果见表 1。

聚类结果显示, 分为 2 类最为显著。由于各组人数不等, 为了进一步检验分类的效果, 采用了判别分析。判别回代检验结果如下: 第

一类的 375 个样本中, 有 361 个样本被判别正确, 正确判别率为 96.3% 为 4.4%, 第二类的 610 个样本, 有 583 个正确, 正确判别率为 95.6%。同时, 为了更好地对样本进行数据分析, 我们对每类健康生活态度所包括的人数都采用判别回代软件来确定被错判者应该归于哪一类数据。计算两类人群在不同健康变量上的均值 (如表 1), 第一类人在各个健康变量的均值都比较低, 故将第一类人群命名为较低健康意识人群, 共有 388 人, 占总样本的 39.4%; 第二类人群的健康变量赋值相对较高, 可以命

名为较高健康意识人群, 共有 597 个, 占总样本的 60.4%。

从表 2 可以看出, 较高健康意识人群中, 女性的比例高于男性 24 个百分点; 14~24 岁的人群中, 健康意识区别较大, 达到 13.5 个百分点; 不同文化程度的人群中, 健康意识差别不显著; 不同家庭月收入的人群中, 3 501~5 000 元区间的旅游者健康意识差距稍大, 达到 4.2 个百分点, 其次为家庭月收入为 6 500 元以上的旅游者, 高健康意识者的比例高于低健康意识者 3.8 个百分点。

表 2 不同健康生活态度类别人口学及社会构成 (%)

人口及社会特征	第一类 (%)	第二类 (%)	人口及社会特征	第一类 (%)	第二类 (%)
性别			大专及本科	63.3	61.3
男	50.5	38.6	中专及高中	21.7	23.6
女	49.5	61.4	初中	8.5	8.4
年龄			小学及以下	0.3	0.8
大于 65 岁	1.0	4.0	家庭月收入		
45~64 岁	8.1	12.7	2 000 元以下	28.7	25.2
25~44 岁	37.7	41.4	2 001~3 500 元	27.1	25.5
14~24 岁	53.2	39.7	3 501~5 000 元	18.6	22.8
14 岁以下	0.0	1.2	5 001~6 500 元	8.0	7.9
文化程度			6 500 元以上	8.8	12.6
博士硕士	6.2	5.9	未回答	8.8	6.0

表 3 休闲活动影响 T 检验

休闲活动影响	第一类 (均值)	第二类 (均值)	T 值	双尾概率 P
从事自己喜爱的休闲活动, 有利于调节心态	4.03	4.31	-5.288	0.000**
从事自己喜爱的休闲活动, 有利于释放压力	4.16	4.32	-1.380	0.168
从事自己喜爱的休闲活动, 能维持身体健康	3.85	4.26	-7.438	0.000**

注: ** = $P < 0.05$ 情况下差异显著

(三) 不同健康生活态度市民对休闲活动作用的看法

不同健康生活态度市民对休闲活动作用的看法存在差异 (见表 3)。由双尾概率可以看出, 两类健康生活态度在认为从事自己喜爱的休闲活动, 有利于调节心态和能维持身体健康方面存在显著差异 ($P < 0.05$)。从均值来看, 第二类人群 (较高健康意识) 认为参与休闲活动有正向作用的人较多, 较第一类对于休闲活动的正向影响同意度更高。当然较低健康意识人群中认为参与休闲活动有正向作用的人也不少, 这说明, 休闲参与有调解心态、释放压力、维持身体健康的的功能得到多数人的认同。

(四) 不同健康生活态度居民休闲参与偏好

Ragheb (1980)^[16] 提出休闲参与最常是以

参与活动的频率或是以象征个体所参与之普遍的休闲活动类型加以探讨。本研究将休闲参与界定为参与休闲活动的频率和个体所参与的休闲活动项目, 如大众媒体类, 文化活动, 运动活动, 社交活动, 技艺活动等一共 30 个活动项目。休闲项目可分为以下几类: 媒体类: 看电视、听广播、阅读报纸杂志、上网; 文化类: 宗教朝拜、现场看演唱会比赛、观光旅游、参观各种展览会展、博物馆科技馆、剧院看戏剧电影、逛书店; 社交类: 农家乐、社团活动、聚餐美食、去酒吧、茶吧、KTV、郊游露营野餐、逛街购物; 运动类: 水上运动、球类运动、射击、武术、太极、垂钓、户外运动 (登山、攀岩、蹦极等); 疗养 (洗脚、按摩等); 技艺类: 玩游戏、手工艺、种植花草、收藏、玩乐

器、棋牌、打麻将。休闲活动项目量表采用正向计分，平均值越高表示休闲参与（实际参与率）越高，受调查者对该项目的偏好程度越高。

1. 两类健康意识人群休闲参与偏好

在健康意识较低的人群中，分值在3分以上的分别是看电视3.66分，阅读报纸杂志3.43，上网3.65，聚餐美食3.29，逛街购物3.19。宗教朝拜，射击、武术、太极，垂钓，疗养，手工艺，收藏，玩乐器等分值都在2分以下。2.8分到3分之间的休闲项目则包括观光旅游。可见，电视和上网是较低健康意识最

受欢迎、最普遍的休闲方式。而一些成本相对较高的休闲活动参与程度较低；在健康意识较高的人群中，参与度分值在3分以上的分别是看电视3.85分，阅读报纸杂志3.43，上网3.43，聚餐美食3.26，逛街购物3.50。宗教朝拜，射击、武术、太极，垂钓，疗养，手工艺，收藏，玩乐器等分值都在2分以下。2.8分到3分之间的休闲项目则包括观光旅游，逛书店。可见，电视是较高健康意识最受欢迎、最普遍的休闲方式。两类健康生活态度人群在成本比较高的休闲活动方面的参与度偏低。

表4 两类健康意识人群休闲参与偏好表

休闲 参与	项目	第一类					类别 均值	第二类					类别 均值		
		百分比%						百分比%							
		1	2	3	4	5		1	2	3	4	5			
媒体类	看电视	2.4	15.2	28.1	22.9	31.4	3.66	1.3	12.4	25.1	21.4	39.7	3.85		
	听广播	13.2	35.6	31.7	12.9	5.7	2.59	11.9	33.4	32.2	15.1	7.4	2.7		
	上网	7.8	10.3	22.4	29.6	29.6	3.65	10.2	13.2	19.8	25.8	31	3.52		
	阅读报纸、杂志	8.1	9.3	30.2	33.6	18.9	3.43	6.8	8.7	22.8	33	28.7	3.65		
文化类	宗教朝拜	64.6	23.5	9.3	1.8	0.3	1.49	64.2	20.8	9.6	4.2	1.2	1.54		
	现场看演唱会、比赛	25.3	33.1	25.6	10.6	5.4	2.37	24.6	29.3	26.3	14.2	5.5	2.45		
	观光旅游	8.5	27.1	44.1	15.1	4.9	2.82	6.5	21.1	47.1	16.4	8.7	2.98		
	参观各种展览、会展	24.9	43.9	23.3	6.2	1.9	2.17	22.3	39.8	27.5	7.2	3.2	2.28		
	博物馆、科技馆	23.2	45.7	24.3	4.7	2.1	2.16	25	39.2	27.6	7	1.2	2.18		
	剧院看戏剧、电影	11.6	33.9	37.2	11.1	6.2	2.65	13.8	30.6	37.1	15.1	3.4	2.62		
	逛书店	12.9	25.5	40.5	17	4.1	2.72	9.2	23.2	43.2	16.1	8.2	2.9		
社交类	农家乐	24.5	33	30.7	8.8	3.1	2.31	20.2	34.3	33.2	9.7	2.5	2.39		
	社团活动	23.8	30.8	31.9	11.1	2.3	2.34	19.8	27.5	35.5	13.6	3.8	2.57		
	聚餐美食	5.4	14.4	39.9	25.5	14.7	3.29	4.7	13.4	44.7	24.8	12.4	3.26		
	去酒吧、茶吧、KTV	17.9	29.3	32.4	14.2	6.2	2.6	22.1	30.2	31	11.4	5.2	2.52		
	郊游露营野餐	22.2	28.4	37	10.1	2.3	2.4	19.8	31.5	36	8.9	3.9	2.48		
	逛街购物	7.3	19.6	33.9	23.8	15.5	3.19	5.4	18.4	29	27.8	19.4	3.5		
运动类	水上运动	39.8	31.8	17.1	7.5	3.9	2.02	42.6	30.1	17.5	6.9	3	1.95		
	球类运动	15.5	27.9	31.5	16	9	2.73	18.2	29.1	29.3	13.1	10.2	2.65		
	射击、武术、太极	51.4	30.2	11.1	4.4	2.8	1.75	54.8	22.3	13.9	5.9	3.2	1.77		
	垂钓	51.3	26.8	15.2	3.9	2.8	1.78	49.2	32	12.4	4.5	1.8	1.71		
	户外运动(登山、攀岩等)	33.5	29.7	24.5	9	3.1	2.16	31.5	28.1	24.6	10.1	5.7	2.19		
	疗养(洗脚、按摩等)	68.7	20.9	7	2.3	1	1.44	64.9	25.7	6.9	1.7	0.8	1.45		
	玩游戏	18.3	28.6	28.6	13.7	10.8	2.68	20.1	28.5	29.3	12.4	9.7	2.61		
技艺类	手工艺	48.5	30.9	14.4	4.6	1.5	1.78	42.4	30.7	19.4	5	2.5	1.92		
	种植花草	27.7	36	23.1	10.6	2.6	2.22	23.6	29.8	28.6	12.6	5.4	2.44		
	收藏	56.5	24.5	11.9	5.2	2.1	1.7	49.5	30.9	14.6	3.7	1.3	1.74		
	玩乐器	50.2	28.2	15.5	5.4	0.8	1.76	51.9	28	15.1	3.2	1.8	1.73		
	棋牌	28.3	25.5	31.2	10.6	4.4	2.35	35.8	29.6	23.6	7.2	3.7	2.11		
	打麻将	39.2	26.3	20.9	7.5	6.2	2.14	47.9	24	16.1	6.4	5.9	2.01		

*分数表示：1=不曾参与，2=很少参与，3=有时参与，4=较常参与，5=经常参与

通过比较两类不同健康意识的人群，不同人群在休闲参与偏好上存在差异。媒体类休闲参与选择中，电视依然是主要的获取信息的休闲方式，其中较高健康意识人群表现最为明显（3.85）。其次较低健康意识人群偏好上网（3.65），较高健康意识人群则比较愿意在家阅读报刊杂志（3.65）；中低度技能，中低度刺激的运动类活动如球类运动，水上运动等受到较低健康意识人群的喜爱，而诸如疗养（洗脚，按摩等）、户外运动（登山、攀岩、蹦极）等更受到较高健康意识人群的青睐；追求感情需要的社交类活动方面，较低健康意识对聚餐美食，去酒吧、茶吧、KTV的偏爱度比高健康意识人群高。较高健康意识人群比较注重身心的放松，感情的培养，因此他们偏爱郊游露营野餐、农家乐、社团活动等休闲活动。具体如表4。

2 两类健康生活态度人群休闲参与差异比较

通过独立样本T检验，可以更明确地看出两类健康生活态度居民在不同类别休闲活动参与程度的差异。如表5存在显著差异的有：媒体类（ $P<0.05$ ）和文化类（ $P<0.05$ ）。在其他三种休闲活动类别（社交类、运动类、技艺类）两类人群差异不明显。

从均值方面来看，第二类（较高健康意识人群）在媒体类、文化类和社交类的参与度比第一类偏高。两类居民对运动类和技艺类休闲活动的参与度不相上下。这说明，总的来说，较高健康意识人群生活中比较注重休闲活动的参与，其整体参与度比第一类要高。

表5 不同健康生活态度人群休闲参与差异

休闲活动	第一类 (均值)	第二类 (均值)	T值	双尾概率 P
媒体类	3.33	3.43	-2.274	0.023**
文化类	2.34	2.42	-2.070	0.039**
社交类	2.69	2.79	-1.734	0.083
运动类	1.98	1.95	-0.027	0.978
技艺类	2.09	2.08	-0.102	0.918

注：** = $P<0.05$ 情况下差异显著；*分数表示：1=不曾参与，2=很少参与，3=有时参与，4=较常参与，5=经常参与

四、结论及启示

（一）结论

（1）以健康生活态度量表为依据，长沙市

民可以分为较高健康意识人群和较低健康意识人群。（2）两类健康生活态度市民在对休闲活动作用看法与休闲参与偏好上存在差异，具体特征如下：

其一，较高健康意识居民认为休闲活动参与带来的正面影响力更强。文化类、媒体类休闲活动是较高健康生活态度市民的主要休闲方式。此类居民对运动类、技艺类等休闲活动的参与度较低，但比健康意识较低人群对此两类的参与度高。总体来看，健康意识较高人群在五类休闲活动的参与度比健康意识较低人群高。

其二，较低健康意识居民对休闲活动具有缓解压力和保持身心健康的功能也比较认同，只是认同程度不及较高健康意识人群。文化类、媒体类休闲活动也是较低健康生活态度市民的主要休闲方式，但两类健康生活态度居民在文化类和媒体类休闲活动参与度存在显著差异。此类居民对于社交类、运动类和技艺类休闲活动的参与度低。

（二）启示

研究表明，休闲参与越来越成为人们保持身心健康和愉悦的方式，对于休闲在此方面的作用也得到人们的认同。健康生活态度在人们对休闲活动的选择及参与度方面有一定的影响，这对关于休闲项目开发的实践活动具有理论指导意义：（1）开发设计休闲项目注重健康理念。调查发现，两类健康生活态度市民均表示参与休闲活动有益身心健康，因此，休闲活动的参与是人们保持健康、缓解压力的方式之一。健康的生活成为人们的追求，故有助于健康的休闲活动必定得到人们的青睐。（2）激发人们对运动类、技艺类休闲活动的热情。由调查数据可以看出，运动类、技艺类的休闲活动全民的参与度不高。此两类休闲活动的绿化心态和锻炼身体的作用已达成共识。因此，此类休闲活动项目的经营者在营销时突出他们的健康功效，有助于提高人们的参与度。

参考文献：

- [1] 马天芳. 休闲失范及其对策研究 [J]. 焦作师范高等专科学校学报, 2007, 23 (3): 42-44
- [2] Caldwell L L, & Smith E A. Leisure: An overlooked component of health promotion [J]. Canadian Journal of Public Health, 1988, 79 (March/April): 44 - 48
- [3] Wankel L M. Health and leisure: Inextricably linked [J]. Journal of Physical Education, Recreation and Dance, 1994, 65 (4): 28 - 31

- [4] Peterson C A, & Stumbo N J (2000). Therapeutic recreation program design: Principles and procedures (3rd ed.). Needham Heights MA: Allyn & Bacon.
- [5] Roberts K, Lamb K L, Dench S, & Brodie D A. Leisure patterns, health status and employment status [J]. *Leisure Studies* 1989 (8): 229 - 235.
- [6] Caldwell L L, Smith E A, & Weissinger E. The relationship of leisure activities and perceived health of college students [J]. *Society and Leisure* 1992 (15): 545 - 556.
- [7] Cassidy T. All work and no play: A focus on leisure time as a means for promoting health [J]. *Counseling Psychology Quarterly* 1996 9 (1): 77 - 90.
- [8] Caldwell L L, Smith E A & Weissinger E. The relationship of leisure activities and perceived health of college students [J]. *Loisir et Societe* 1992 (15): 545 - 556.
- [9] Maria Nowak. Perception of the influence of physical activity on health as a condition of elderly women's involvement in physical culture [J]. *Studies in physical culture and tourism* 2006 (13): 73 - 76.
- [10] 陈传康, 冯若梅, 李蕾蕾. 第四医学与康体休闲、康复养生的旅游开发 [J]. 地理学与国土研究, 1997 13 (2): 57 - 59.
- [11] 周丽君. 世界休闲: 促进人类健康 [J]. 浙江大学学报(人文社会科学版), 2006 36 (5): 115 - 121.
- [12] 何王芳. 民国时期杭州休闲失范问题的探讨 [J]. 电子科技大学学报: 社科版, 2007 9 (3): 63 - 67, 88.
- [13] 孙惠君. 休闲与积极情绪的产生 [J]. 黑龙江教育学院学报, 2008 27 (8): 78 - 81.
- [14] 朱韬. 腾冲健康旅游产品开发研究 [D]. 云南师范大学, 2006.
- [15] Zaher A A Halab, Yoosik Yoon, Muzaffer Uysal. Segmentation Based on the Healthy-Living Attitude: A Market's Travel Behavior [J]. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing* 2003 10 (3/4): 185 - 198.
- [16] Ragheb M G. Interrelationships Among Leisure Participation, Leisure Satisfaction and Leisure Attitudes [J]. *Journal of Leisure Research* 1980 12 (2): 138 - 149.

Study of the citizens' recreational participation and preferences based on healthy-living attitude ——Take Changsha for an example

XU Chun-xiao HU Qing-fang CHEN Hai-bo

Abstract: Healthy-living attitude has a certain impact on citizens' recreational participation and preferences. Based on the data collected in Changsha, we come to the following conclusions that the citizens can be divided into the higher healthy-living consciousness group and the lower one. There are some differences between these two groups on media and culture recreational activity participation. The healthy impact on participating in recreational activity is getting more and more approval.

Key words: healthy-living attitude citizens' recreational participation Changsha