

## 年齡老化與社會參與： 以美國消費者參與為例

周 碧 娥

### 摘 要

年齡老化對個人社會行爲的影響是社會學研究的主题之一。關於老化對老年人社會參與的影響，現有的研究文獻仍然有限。最近在美國由於消費者主義抬頭，曾有幾篇研究試圖從人與社會經濟方面描繪不滿足消費者之特徵。雖然年齡被認為是個重要變數，對年齡之差異是否造成態度與行爲之不同却乏系統的研究。有鑒於此，本文特從下述兩個問題檢討年齡與消費者主義之關係：(1)不同年齡羣體——特別是年老與年輕——對消費者主義之態度與行爲會不會產生任何差異？(2)年老者參與消費者活動之決定因素爲何？跟年輕者有何不同？

爲探討上述問題，吾人首先簡介各種解釋年齡、態度和行爲關係的學說及參與理論。從中獲得與實證試驗有關之含意，再利用一套調查獲取之資料從事 $X^2$  (chi-square) 驗證。實證發現中有兩點甚具意義：第一，年老者與年輕者對消費者主義之觀點存在著顯著且一致之差異。雖然年老者亦閱讀和討論消費者問題，對消費者保護的興趣却較爲淡薄。此種差異雖符合隔絕理論 (disengagement theory) 的看法，但跟年老者購買較少物品因而不滿足之機會較少的事實亦有關。第二，兩個不同年齡羣體參與消費者活動之決定皆受相同因素之影響，其中以個人社會經濟地位，參加其他社會活動之經驗及對問題所持之特別觀感最爲重要。