教育、社會網絡與生活風格

關秉寅
政治大學社會系副教授

王枝燦
政治大學社會系博士班研究生

發表於「社會階層與社會流動：臺灣社會變遷基本調查第十三次研討會」，台北：中研院社會所。2008 年 11 月 1 日。

摘要

本研究運用 2007 年「台灣社會變遷基本調查」社會階層組的資料，探討個人教育、代間教育流動及社會網絡廣度對個人生活風格之影響。運用三個與生活風格有關的題組，以二階驗證式因素分析方式，建構高雅及通俗兩類別文化消費變項，並檢驗以下四項研究假設：

1、本人教育程度，以及父母教育程度與高雅及通俗文化消費均有正相關，但其與高雅文化消費的關係會大過其與通俗文化消費的關係。

2、向上教育流動者與高雅文化消費有正相關，與通俗文化消費則無關。向下教育流動者不會影響其對高雅文化消費的傾向。向上教育流動的影響會因世代而遞減。

3、社會網路廣度與高雅及通俗文化的消費均有正相關。

4、社會網絡廣度是個人教育程度及向上教育流動等因素對文化消費影響力的中介機制。

關鍵字：生活風格、教育流動、社會網絡廣度

一、前言

自 Max Weber 區辨階級與身份團體爲不同社會階層面向，並提出身份團體與生活方式有關之主張以來（Weber 1946），社會階層與生活風格間的關係即爲一重要研究議題。當代法國社會學者 Pierre Bourdieu（1984）對於以經濟資本爲基礎的社會階級與展現文化資本之生活風格間關係的論述，更促成了一股探索階層與生活風格間關係的經驗研究風潮。Bourdieu 的分析顯示，不同社會階級的日常生活，基於個人的文化資本差異，會展現出不同的文化休閒消費行爲。另言之，個人不同的生活風格即爲一種經濟地位轉換爲社會身份地位的展現。在此展現過程中，教育取得與成就扮演的著關鍵的角色。處於優勢經濟地位者，透過對教育體制運作的影響，得以協助其子女取得高教育成就與符合優勢階級的文化資本，進而傳承其優勢的經濟地位。

之所以是透過教育取得來再製階級優勢是因爲現代社會強調以成就地位（achieved status）爲社會分層的基礎，而教育取得則是取得成就地位，以及社會地位流動的關鍵。但是現代社會（特別是經濟發達的社會）的發展，也促成了包括大學教育在內的教育擴張，進而使出身背景爲劣勢的社會成員有更多機會取得高等教育（Arum, Gamoran and Shavit 2007）。世代之間在現代社會中，可能會透過教育取得而產生代間社會地位上升或下降的流動。當個人的教育地位產生流動時，個人的生活風格是否會隨著教育程度產生改變？如果原生家庭未提供子女豐富的文化資源，子女藉由後天成就地位的提升自身的社會地位，例如：父母親爲低教育程度，子女受高教育，其生活風格會呈現何種樣貌？子代會揚棄上一代生活風格，轉爲適應新社會地位的風格？或者子代保有上一代生活風格，並融入新社會地位之生活風格型態，具有多元包容性？亦或者是子代仍以上一代生活風格爲主？反之亦然，如果代間流動爲下降流動時，對個人生活風格影響爲何？這些就是本研究之關懷重心與欲回答之問題。

二、文獻探討

（一）文化資本與生活風格

Bourdieu（1987）依據資源的不同類型，提出三種資本型態，包括經濟資本、文化資本與社會資本，不同資本之間具有可相互轉的特性，經濟資本在個人的社會化過程中，是可將之轉換爲個人的文化資本與社會資本，同時在某種程度上文化資本與社會資本也是能夠轉換爲經濟資本。其中文化資本與資源主要是由個人所處的家庭所提供，具體表現在自然承襲來的語言、生活風格、思維模式與氣質。另一方面，社會亦透過教育系統，在其中扮演著不同階級的文化再製（cultural reproduction），與階級之間的品味區分的功能角色。

Bourdieu（1984）在 *Distinction* 一書中，以食物、娛樂、穿著、美容等各種生活消費爲例，進行實證分析，提出生活風格或品味並非是單一的物質消費面向，而是與生活中的各個面向彼此相互關連。同時文化消費的類型差異，也與個人自身的階級位置有關，不同的階級位置的生活世界，建構出不同的階級條件（condition）並形成不同位置差異與組成，進而使個人內在慣習（habitus）產生差異，產生有不同的分類形式與區分原則，而根據區分原則，不同的個人在各種私有財產上與文化休閒消費，便會呈現出不同的品味（taste），在一系列的選擇下便構成了不同的生活風格。同時也會形成物質化、象徵化（symbolize）的階級劃分，不同社會階級的人們，其生活風格表現在運動、娛樂等各項休閒活動上也會有所不同。另言之，個人從事不同文化休閒活動，同時亦代表著不同的社經地位背景之象徵意涵。

當今社會學對文化消費行爲的研究，所關懷的重心，在於不同社會地位團體與文化消費行爲之間的關連。這些研究通常將文化消費行爲類型，劃分爲兩種不同的風格品味形式，分別是高雅（highbrow）與通俗（popular）的品味（Katz-Gerro 2002）。高雅品味是指較具藝術、古典與知識性的文化消費類型，而通俗品味則是較爲大眾化、具娛樂性的文化消費類型。不同社會依其特殊性，其高雅與通俗的內涵會與其他社會不同，甚至有其他的品味類別（Lamont and Lereau 1988），如 Katz-Gerro 與 Savit（1998）在分析以色列的社會階級與生活風格與品味時，在高雅與通俗兩類休閒品味類型之外，又加上一類宗教休閒類型。

如前所述，不同文化資本的社會階級團體，展現出不同的生活風格型態，高雅品味往往是需要有高教育程度與長期的文化習染與養成，而通俗品味則是無須較高之文化消費門檻（Van Eijck 1999）。Van Eijck (1999)以閱讀文學、參觀博物館或展覽與表演藝術作爲高雅文化休閒消費類型；閱讀羅曼史、看電視節目、打足球作爲通俗文化休閒類型。Lizardo（2006）則是運用是否去劇院或博物館、閱讀小說、詩集與欣賞古典音樂或歌劇作爲高雅品味指標；看電影、聽流音樂作爲通俗指標。

雖然 Bourdieu 認爲法國社會不同階級與不同類型生活風格間的關係相當一致，但在其他歐美社會的經驗研究，則發現高社經地位的生活風格是混合高雅與通俗的文化消費，因而被視之爲「雜食性」（omnivore）的文化消費。反之社經地位較低者，則其品味較單一，屬「偏食性」（univore）的文化消費（DiMaggio 1987; Peterson 1992）。這種差異的肇因，可能是源於部份高社經地位者是來自低社經地位的背景，進而在群體層次呈現雜食性文化消費的傾向（Van Eijck 1999），但也可能是因爲高社經地位者的社會網絡比較多元，因此需要靠不同文化消費品味來接觸不同身份地位的人群（Erikson 1996; Lizardo 2006）。

綜合上述，個人藉由家庭的社會化歷程與以及學校制度化教育的影響，因家庭背景差異，形塑不同個人的文化資本差異。而不同的社會階級因文化資本差異，產生不同文化消費類型，並在實際生活世界產生不同的生活風格，具有較高社經地位的身份團體呈現高雅品味的休閒消費行爲，社經地位較低的社會團體則以通俗品味爲主要休閒活動之消費類型。但是由於現代社會成員得以透過教育程度的提升，產生代間社會流動，因此也會產生較高教育程度者，比較會同時消費高雅及通俗文化的現象。

（二）社會流動與生活風格

Van Eijck（1999）指出個人的文化消費是與其個人社經地位、文化特質與家庭背景具有密切的關係。不同的社經地位家庭的雙親，藉由家庭對個人社會化的過程，世代之間傳遞，建構了子女的文化資本累積。同時個人的教育程度也具有對選擇不同文化活動產生影響。Van Eijck（1997）的研究便發現，父母親與手足經常從事的文化活動類型，會影響到個人的文化與藝術活動類型選擇。亦有研究指出家庭背景對於文化資本的累積，與教育制度的影響相互比較，家庭對於個人的文化資本影響力是較大的，特別是對於需要較高文化資本的休閒生活形態，往往是受到家庭社會化所影響，而非是學校（Nagel and Ganzeboom 2002）。

過往的許多相關生活風格研究，強調的是不同的社經地位團體之社會成員，在文化消費與活動參與類型上，因其自身文化資本之差異表現不同生活形態樣貌（Bourdieu 1984；Tomlinson 2003；Chan & Goldthorpe 2007）。而個人與親子世代之間的社經地位，在開放的現代社會中，往往是具有社會流動性（social mobility）。而世代之間的社經地位的流動，是否會對個人產生品味與生活風格的改變？同時在社會流動的過程中，個人的生活風格是否會有高雅與通俗之間的相互轉換？

社會流動對文化消費所產生的影響，相關研究有兩種不同的觀點（Van Eijck 1999）。其一，主張個人的社會流動，如果是代間上升流動，社會地位上身的成員將會渴望表現出符合新的成就地位的之生活風格，以符合新的社會地位。另一觀點，則是依據社會化觀點所提出，主張原生家庭的社會化會對個人的文化消費產生強烈的影響，並不會因爲社會地位流動與改變，就完全揚棄過往的生活風格。Halle（1993）的研究也發現個人在購買藝術品、書籍的閱讀與表演活動的參與的動機，並不會考量到身份地位因素。

Van Eijck（1999）藉由荷蘭社會親子之間的教育流動狀況進行不同代間流動類型區分，其研究結果發現教育代間上升的新中產階級，在高雅與通俗品味上並無明確的劃分界線，反而是子女教育上升流動之後，自小承襲原生家庭的通俗品味並不會因此而消失，新中產階級實際所展現出來的生活風格，反而是高雅與通俗品味相互匯流，混合自身新社會地位與原生家庭的文化消費模式。Van Eijck

（2001）進一步發現，特別是那些新進的高社經地位族群成員，在流行音樂的品味上是多元的，各式流行音樂皆能夠接受。此發現與先前如 Peterson（1992）、Bryson（1996）等人在美國的研究發現一致。因此，探討個人社會地位與文化品味之間的關連，不應僅是將文化品味風格，簡單化約到單一面向的社經地位與文化品味的對應，應更一步進行探究。

隨著各級教育機會的逐漸擴張，代間向上教育流動的機會增加，特別是高等教育做爲社經地位區辨的能力減弱。在此情況下，高等教育的影響應逐漸是個人文化資本與社會資本的累積，且而不在於代間教育流動所產生之作用，因此高等教育與高雅文化之間的關係會逐漸弱化。以台灣社會教育擴張的歷程而言，1991 年高中畢業生的升學率是 51.9%，高職畢業生是 13.7%；2001 年同樣學程畢業生的升學率則分別爲 70.7%及 41.8%；至 2007 年則進一步攀升爲 87.7%及 83.6%（教育部統計處 2008）。隨著高等教育的大眾化、普及化（蔡淑玲 2004），可以預期台灣社會中高等教育而與高雅文化消費間的關係也因此會而逐漸減弱。換言之，早期經驗高等教育流動者，透過高雅文化消費來表現階級地位的可能性會大過後期經驗代間教育流動者。

（三）社會網絡與生活風格

上述教育地位流動改變個人文化資本之外，是否有其他因素造成不同社會地位團體之間生活風格界線模糊化？Relish（1997）指出個人在教育地位提升的過程，擴張了個人社會網絡的複雜性，社會網絡的複雜性擴大，因交往人際對象複雜，因此也發展出品味廣泛的文化消費風格。該研究以聽不同音樂作爲分析，發現高教育程度者所聽的音樂面向較低教育程度者廣，同時也發現「教育程度」的功能，主要是發揮在影響收聽屬於較高雅的音樂類型，而社會流動與社會網絡的擴張，則是對收聽通俗的音樂類型會有影響。DiMaggio（1987）則是提出文化品味會與個人的社會網絡關係的強弱有關連，採取通俗品味文化消費行爲者，通常會與個人的人際網絡的弱聯繫（weak-tie）密度有關，而高雅文化因本身有入門檻之限制，故不會直接的與強聯繫（strong-tie）產生關連，高社經地位者因交往對象繁雜，故會採取較廣泛的文化消費模式。Lizardo（2006）之研究，則發現通俗文化會影響到個人弱聯繫的密度，採取通俗文化消費行爲，會使個人的弱聯繫人際網絡數提高，但不影響強聯繫的人際網絡數，而高雅文化則是發揮選擇性的增加強聯繫人際網絡密度，但對弱聯繫並無影響。

結合先前社經地位與生活風格間關係的討論，家庭背景與教育形塑了個人的文化資本與生活風格與品味，高社經地位者又因教育及職業背景，使其個人之人際網絡的廣度較大且較複雜，交往對象除了有同樣高社經地位社會聯繫外，也會

有較低社經地位的弱聯繫，這種社會網絡的廣度及複雜性，進而形成其生活風格兼具高雅及通俗的雜食性文化消費現象。低社經地位者，則因高雅文化消費因存在文化資本之條件限制，因此，其生活風格呈現以通俗文化爲主的偏食性的文化消費。亦即，如 Bourdieu（1987）所指出不同類型的資本形式具有相互轉換之特性，個人的生活風格所反應的是個人的文化資本與社會資本的轉換與連結。

三、研究設計與假設

（一）調查資料

爲瞭解個人教育及代間教育流動對於文化消費的影響爲何，本研究以中央研究院社會所於 2007 年進行蒐集之「台灣社會變遷基本調查」社會階層組的資料對此研究議題進行探索。此調查是以分層多階段機率抽樣方法，由台灣地區年滿 18 歲及以上的人口得到 2,040 位受訪者。2007 年之社會階層組的調查問卷中，蒐集了受訪者性別、年齡、籍貫、教育程度、職業及其父母教育程度等基本個人背景資料外，尚有三個包括了音樂和戲劇欣賞、休閒活動，以及書籍閱讀等關於生活風格的題組。音樂和戲劇欣賞題組中詢問受訪者是否經常聽台語、國語、日本及西洋等流行歌曲，以及古典音樂或歌劇、國樂、平劇、歌仔戲與布袋戲等九類音樂或戲劇。休閒活動題組則詢問受訪者是否經常從事閱讀小說和書籍、參觀各種美術或藝術展覽會、各種大自然活動（如賞鳥、登山等）、觀看或打網球、籃球或棒球等、當社會志工、上網，以及去卡拉 OK 或 KTV 唱歌等九類活動。書籍閱讀的題組則詢問是否經常閱讀以下九類書籍，包括（1）愛情文藝小說，（2）武俠、偵探推理、科幻、奇幻等小說，（3）漫畫，（4）生活、健康或休閒時尚類，（5）人生修養、心靈勵志或宗教類，（5）資訊、科技、財經企管等實用知識類，（6）純文學性質的小說、詩或散文類，（8）藝術、音樂、設計或建築類，與（9）人物傳記、歷史、人文社會思想或哲學類。以上三組生活風格相關題目的答項均爲「經常」、「有時」、「很少」及「從不」等四個等級。

2007 年之社會階層組的調查問卷也以 position generator 的設計（Lin and Dumin 1986; Lin, Fu and Hsung 2001）詢問受訪者是否認識從事由立法委員或大學教授等到計程車司機或農夫等 22 種不同高低職業聲望工作的人。這是目前測量社會資本最普遍的方法之一。

（二）分析方法

本研究利用調查資料中三個與生活風格有關的題組來建構高雅及通俗兩類的文化消費變項。其建構過程是利用 Mplus 5.1 統計軟體，先以等級尺度測量的題項爲指標，分別進行音樂欣賞、休閒活動，以及書籍閱讀三類題組內，之驗證

式因素分析（confirmatory factor analysis）。此步驟的驗證式因素分析的過程是尋找出各類題組內之可以分辨爲高雅及通俗兩類指標。在建構高雅及通俗兩類因素的過程中，並考慮了台灣社會文化的特性。進行休閒活動的因素分析時，由於「閱讀各種小說和書籍」已可包含在書籍閱讀的因素分析中，故先行排除於分析之外。

附錄二顯示適配度（goodness of fit）良好的驗證式因素分析模式中，在音樂欣賞方面，高雅類的包括了古典音樂或歌劇、國樂，以及平劇。這些音樂戲劇的欣賞，可說是需要較高的文化水平，且橫跨中西古今。這個類別的建構也顯示出台灣社會之高雅類戲劇是以中國大陸的傳統古典爲主流。通俗類的音樂則包括了國語、日本及西洋等三種中西並存的流行歌曲。在休閒活動方面，高雅類的包括了參觀各類美術或藝術展覽會、各種大自然活動，以及當社會服務的志工等三個指標。通俗類的則包括了觀看或從事三種球類的比賽或活動。在書籍閱讀方面，高雅類包括了閱讀人生修養、心靈勵志或宗教類，純文學性質小說、詩或散文類，藝術、音樂、設計或建築類，以及人物傳記、歷史、人文社會思想或哲學類等四類書籍。通俗類則包括了閱讀愛情文藝小說，武俠、偵探推理、科幻、奇幻等小說，以及漫畫等三類書籍。

尋找出三類文化消費活動共六個高雅類及通俗類的因素後，本研究進一步將此六個因素進行第二層次的驗證式因素分析，將三個高雅類因素及三個通俗類因素分別歸成高雅及通俗兩類生活風格，並成爲本研究所探討的兩個應變項（見附錄三）。

至於解釋這兩種生活風格的主要變項的建構，說明如下：

1、本人教育年數：將受訪者的教育程度轉換成 0 至 22 年的教育年數。

2、父母教育年數：將受訪者父親及母親的教育程度同樣轉換成 0 至 22 年的教育年數，然後計算其平均教育年數。當父親或母親的教育程度爲缺失值時，如父親或母親任一的有效值替代另一缺失值，兩者皆無的，則以中位數（6 年）取代。

3、教育流動：分成向上流動及向下流動兩個變項。向上流動是指受訪者本人有專科或以上教育程度，而父母親均無專科或以上教育程度者。向下流動則是父或母有專科或以上教育程度，但自己沒有。由於隨著教育擴張，子代獲得專科或以上教育的機會越來越大，爲能進一步探究不同世代教育流動對生活風格的影響力，本研究另外建構了一個向上教育流動與受訪者年齡的交互變項。

4、社會網絡廣度：此變項的建構是計算受訪者總共認識多少種不同職業的人，其範圍是從 0 到 22。

除了以上主要解釋變項外，本研究以Mplus進行兩個生活風格的迴歸分析

時，也在分析中加入受訪者性別（男性為 1，女性為 0）、年齡及年齡平方、籍貫（分成大陸省籍、本省客家及原住民三個虛擬變項，對照組為本省閩南）、婚姻狀態（分成單身及其他兩個虛擬變項，以已婚者為對照組）、受訪者職業、家庭收入、15 歲時的家庭結構完整、手足數，以及就學時家庭無經濟困難等控制變項。前述控制變項中最後三項為可能影響受訪者是否接受專科或以上教育的變項。受訪者職業則依照專業程度分成五個等級（黃毅志 2002）。[1]

（三）研究假設

依據先前對於社經地位、社會流動、社會網絡等與生活風格之間關係的論述，本研究有以下四項研究假設：

1、本人教育程度，以及父母教育程度與高雅及通俗文化消費均有正向影影，但與高雅文化消費的關係會大過其與通俗文化消費的關係。
2、向上教育流動者與高雅文化消費有正向影響，但與通俗文化消費則無關。向下教育流動者不會影響其對高雅文化消費的傾向。
3、社會網路廣度與高雅及通俗文化的消費均有正向影響。
4、社會網絡廣度是本人教育程度及向上教育流動等因素對高雅文化消費影響力的中介機制。

四、研究發現

（一）個人及父母教育程度、其他個人背景與生活風格之關連

首先，表一顯示個人的教育程度與父母教育程度間相當高的相關（r = .649），說明了代間文化資本傳承的現象。此傳承現象進一步表現在個人與父母教育程度與生活風格之間的相關。以個人之教育程度與生活風格之間的相關性來看，個人的教育程度越高越會從事高雅文化（r = .684）與通俗文化消費（r = .715)。受訪者父母之教育年數與受訪者個人生活風格之相關，亦同樣的與高雅及通族文化消費有正相關（見表一）。這些相關也呈現了教育程度越高者，其文化消費雜食性的程度也越高的傾向。

本研究進一步用 Mplus 從事階層性迴歸分析。表二 Model 1 除受訪者本人教育年數及父母教育年數外，尚控制其他個人背景變項。雖然表一相關係數顯示教育程度與通俗文化消費的關連較大，但若由表二之迴歸模型來看，個人的教育程度對於高雅文化之係數的影響力高於對於通俗文化的影響。如同本研究之假設 1 之假定，當受訪者的教育年數越高，不論對於高雅生活風格或通俗生活風格皆具

[1] 本研究所使用各變項之描述統計，請見附錄一。

有正向關連，且教育程度對於高雅文化消費之影響，大於對於通俗文化消費之相關。同樣的，由表二迴歸模型來看，當同時考量父母教育程度對高雅與通俗生活風格之影響時，父母之教育程度對高雅文化消費之影響力也大於通俗文化消費。上述之發現果與 Van Eijck（1999）之研究發現相同。

表一、變項之相關係數

	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12	R13	R14
R1	1.000													
R2	.649**	1.000												
R3	.585**	.281**	1.000											
R4	.007	.232**	-.090**	1.000										
R5	.349**	.208**	.182**	.045*	1.000									
R6	.684**	.551**	.418**	.067**	.444	1.000								
R7	.715**	.605**	.435**	.066**	.400	.945**	1.000							
R8	-.679**	-.627**	-.365**	-.025	-.177**	.040	.091**	1.000						
R9	.163**	.050*	.043	-.028	.085**	-.498**	-.606**	-.039	1.000					
R10	.470**	.265**	.369**	.007	.377**	.417**	.389**	-.221**	.143	1.000				
R11	.446**	.384**	.310**	.037	.341**	.152**	.162**	-.314**	.078**	.395**	1.000			
R12	.079**	-.064**	-.052*	-.016	.069**	-.291**	-.353**	-.104**	.060**	.012	-.034	1.000		
R13	.228**	.160**	.117**	-.020	.098**	.023	.037	-.211**	.010	.085**	.111**	-.007	1.000	
R14	-.418**	-.489**	-.243*	-.080*	-.075**	.380**	.392**	.511**	-.085**	-.127**	-.206**	-.026	-.032	1.000

* p<.05; **p<.01

R1：本人受教育年數、R2：父母平均受教育年數、R3：教育向上流動、R4 教育向下流動、R5：社會網絡廣度 、R6：高雅生活風格、R7 通俗生活風格

R8：年齡、R9：性別(男)、R10：職業專業程度、R11：家庭每月收入、R12：就求學時家庭無經濟困難、R13：15 歲時為完整家庭、R14：手足人數

表一也顯示個人年齡與其教育程度則是呈現負相關，年齡越長的受訪者呈現教育程度越低之趨勢。而個人教育程度與性別之關連方面，男性受教育之年數較女性受訪者年數多（r = .163）。所從事之職業的專門化程度與受訪者的教育程度成正相關，教育程度越高則所從事的職業較爲專門化，及家庭之收入也越高，相關值分別爲 r = .470 及 r= .446。而受訪者如家中兄弟姊妹數較多，其教育程度則是呈現負相關（r = -.418）。

由表二迴歸模型中看受訪者其他個人背景對生活風格之影響，表二中顯示男性之生活風格，相較女性較傾向通俗文化消費模式，反之，女性則較男性傾向以高雅生活風格作爲文化消費模式。就族群來看，原住民採取通俗生活文化消費方式高於本省閩南之受訪者。如就受訪者之年齡而言，本研究發現當受訪者自身之年齡越年長，越會採取在高雅生活風格消費行爲。但由年齡平方變項可知，採行高雅生活風格之消費行爲，在年齡增長時會出現反轉現象，亦即當受訪者到一定年齡後，高雅文化消費行爲的傾向會降低。個人的家庭收入，對於受訪者採行高雅文化消費及通俗文化消費存在正向效果，當收入越高，也越會採取高雅與通俗文化消費。如以受訪者之婚姻狀況來看時，單身未婚之受訪者較已婚者較會採與通俗文化消費模式。

（二）教育流動與生活風格

表一顯示：當子女自身的教育程度越高，世代之間也越會產生代間教育向上流動（r = .585）。而教育向上流動與高雅及通俗生活風格之間之關係皆具有正相關。

Model 2 進一步加入「教育向上流動」、「教育向下流動」以及「教育向上流動與年齡互動項」等變項。研究結果發現，當受訪者爲教育向上流動時，即子代接受了父母代未曾有的高等教育時，對於受訪者採取高雅文化生活風格有正向影響。此外，「上升流動與年齡互動項」的正迴歸係數也顯示，當受訪者爲較年長時，教育向上流動對於受訪者採取高雅生活風格會有較大影響力。這種正向影響或許顯示出，年長的受訪者相較父母那一代，在接受高等教育後，會以跨入高雅文化生活風格的方式來展現此地位的提升。但這樣的現象，在年輕世代的受訪者身上則會減弱。如以「教育上升流動」與「上升流動與年齡互動項」模型之係數推估，在 29 歲及以下的受訪者，教育向上流動並不會對於其是否採取高雅生活風格產生影響。

表二、高雅及通俗生活風格之階層性迴歸模型（N=2,031）

自變項	Model 1				Model 2				Model 3			
	高雅生活風格		通俗生活風格		高雅生活風格		通俗生活風格		高雅生活風格		通俗生活風格	
	Estimates	Est./S.E.#	Estimates	Est./S.E.	Estimates	Est./S.E.	Estimates	Est./S.E.	Estimates	Est./S.E.	Estimates	Est./S.E.
本身受教育年數	.138	**17.857**	.073	**13.144**	.127	**13.932**	.069.	**10.323**	.115	**12.685**	.062	**9.376**
父母平均受教育年數	.042	**6.856**	.027	**5.994**	.042	**6.364**	.028	**5.488**	.040	**6.103**	.026	**5.236**
教育上升流動					-.289	**-2.054**	-.067	-.733	-.227	1.632	-.035	-.387
教育下降流動					.16	1.364	.11	1.225	.104	0.895	.085	.945
教育上升流動＊年齡					.01	**2.766**	.003	1.477	.008	**2.341**	.003	1.109
社會網絡廣度									.048	**12.193**	.023	**7.698**
性別：男	-.224	**-5.668**	.116	**4.068**	-.227	**--5.718**	.121	**4.165**	-.248	**-6.36**	.115	**3.981**
年齡	.058	**6.679**	-.013	**-2.175**	.052	**5.647**	-.014	**-2.191**	.035	**3.919**	-.022	**-3.398**
年齡平方	.000	**-6.070**	.000	.439	.000	**-5.39**	.000	.503	.000	**-3.496**	.000	1.809
省籍（閩南爲對照組）												
客家	-.061	-1.085	000	.004	-.052	-.936	004	.092	-.054	-.979	.005	.110
大陸各省	.099	1.658	-.014	-.329	.089	1.473	-.02	-.467	.09	1.526	-.022	-.507
原住民	.021	.13	.266	**2.074**	.014	.008	.268	**2.074**	.086	.538	.308	**2.358**
家庭收入	.01	**2.281**	.008	**2.442**	. 009	**2.062**	.007	**2.22**	-.003	-.693	.002	.0475
婚姻狀況（已婚爲對照）					.							
單身	-.006	-0.094	.12	**2.508**	.006	.09	.124	**2.542**	.043	.656	.143	**2.933**
其他	-.06	-0.838	-.085	-1.493	-.055	-.77	-.084	-1.459	-.095	-1.365	-.102	-1.796
15 歲時爲完整家庭	-.011	-.169	-.027	-.558	.000	.008	-.024	.494	-.016	-.254	-.031	-.647
手足數	.017	1.517	.028	1.825	.017	1.575	.016	1.864	.014	1.244	.014	1.695
就學時無經濟困難	-.002	-.054	.015	.161	-.001	-.021	.006	.193	-.043	-1.093	-.015	-.524

M1:Chi-square value=1198.898(df=214),p<.001：CFI=0.916：TLI=.946：RMSEA=.048　M2: Chi-square value=1133.995(df=225),p<.001：CFI=0.916：TLI=.945：RMSEA=.045
M3:Chi-square value=1154.31(df=235),p<.001：CFI=0.913：TLI=.94：RMSEA=.044
＃以下標準誤差估計爲黑體者表示是大於 2。

表二也顯示如果受訪者的世代間教育是向上流動，並不會對於通俗文化消費傾向產生影響。而世代之間如果是教育向下流動時，當子代並未如父母輩般接受高等教育的話，則如同本研究之假設 2 的預測，此種教育向下流動的現象，並不會影響到對於高雅生活的消費傾向，同時對於通俗生活風格，也不會產生影響力，此一發現與 Van Eijck（1999、2001）、Peterson（1992）及 Bryson（1996）相關研究之結果相仿。不同之處在台灣的實證資料進一步發現，教育向上流動的影響力，受到教育擴張的影響，對於年輕的受訪者因教育普遍提升，高雅風格文化消費與通俗之間之界線，受世代教育流動之影響變小。

（三）社會網絡廣度對生活風格之影響

表一中可見到個人之教育程度與個人社會網絡廣度之關連成正相關（r = .349），教育程度提升也使個人的社會網絡廣度加大。在 Model 3 中，本研究進一步將個人的社會網絡廣度加入分析，以瞭解教育程度及教育流動是是否是透過其在社會網絡方面的擴展，進而影響生活風格。

本研究發現，當模型中納入社會網絡廣度變項，原本在高雅生活風格中具有影響力的教育上升流動變項，變為不顯著，但教育上升流動與年齡的互動項，仍與高雅生活風格維持具有正相關之關連。而社會網絡廣度變項，如本研究之假設 3 之假定，受訪者的社會網絡廣度對於高雅生活風格與通俗風格之消費皆具有正相關。亦如 Relish（1997）之發現，個人社會網絡之廣度增加時，因交往對象包含不同生活風格對象，因此，個人的文化消費行為較易同時採行高雅文化與通俗文化之消費行為。

如進一步， 將 Mode1 1 與 Modle 2 加以比較，當考量親子之間的教育流動狀態時，發現原本受訪者自身的教育程度變項，對於高雅文化消費傾向影響受其影響係數下降。如再加以考量 Model 3 受訪者的社會網絡廣度變項時，在對於高雅文化消費之影響上，個人的教育程度與教育流動變項，則又進一步被社會網絡廣度變項中介，教育程度與教育流動係數值又更下降。驗證本研究假設 4。

五、結論與討論

本研究利用 2007 年台灣社會變遷基本調查的資料，探討教育程度、教育流動及社會網絡廣度與高雅及通俗兩類生活風格間關係的結果，顯示台灣社會中也能支持 Bourdieu 所主張文化資本與社會資本能夠互相轉換的現象。也如同過往歐美社會一些經驗研究所顯示的，此種轉換，不僅表現在高社經地位者比較可能消費高雅文化上，也表現在雜食性文化消費的傾向上。此外，台灣社會也呈現文化資本代間傳承的現象。

本研究與過往研究發現有一致之處，但本研究也有至少兩處不同的地方：

1、本研究以二階驗證式因素分析的方法，在三類文化消費因素分析的基礎上，建構了

高雅及通俗兩類生活風格。與以往經常只單獨用音樂或閱讀做爲生活風格或文化消費的指標，或是對個別生活風格指標做個別分析後，再綜合論述社經地位與生活風格間關係的作法比較，本研究的建構應該比較接近原先如 Weber 或 Bourdieu 等社會理論家對於生活方式的概念。畢竟如果生活風格是一整體的概念，則各類文化消費行爲間也應有相關。

2、本研究進一步呈現了教育流動對於高雅文化消費的動態影響力。在當前討論高等教育擴張時，大眾注意的焦點往往放在高等教育對個人職業或收入等經濟效應上，而忽略了高等教育擴張可能帶來的文化效應。本研究顯示，接受高等教育對於高雅文化的消費而言是能有正面影響的。這種效應不僅表現在個人身上，也會傳承到下一代。雖然教育向上流動本身對高雅文化消費的效應會隨高教擴張而逐漸減弱，但是本研究發現，兩代各自的教育程度都會對各類文化消費有關。因此，我們可以想像，當社會大多數人都有高等教育時，或許台灣社會的高雅及通俗文化都會更加蓬勃發展。

參考書目

教育部統計處，2008，國小、國中、高中、高職畢業生升學率。http://www.edu.tw/files/site_content/B0013/index08.xls，取用日期：2008 年 10 月 27 日。

蔡淑鈴，2004，〈高等教育的擴展對教育機會分配的影響〉。台灣社會學 7:47-88。

黃毅志，2002，《社會階層、社會網絡與主觀意識：臺灣地區不公平的社會階層體系之延續》。 台北：巨流。

Arum, Richard, Adam Gamoran and Yossi Shavit. 2007. "More Inclusion than Diversion: Expansion, Differentiation, and Market Structure in Higher Education." Pp. 1-35 in *Stratification in Higher Education: A Comparative Study*, edited by Yossi Shavit, Richard Arum, and Adam Gamoran, with Gila Menahem. Stanford, CA: Stanford University Press.

Bourdieu, Pierre. 1984. *Distiction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Trans. by R. Nice. Cambridge, MA: Harvard Univ. Press.

Bourdieu, Pierre. 1987. "The Forms of Cultural Capital." Pp. 241-258 in *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, edited by John G. Richardson. Westport, CN: Greenwood Press.

Bryson, Bethany. 1996. "Anything but Heavy Metal: Symbolic Exclusion and Musical Dislikes." *American Sociological Review* 61: 884-899.

Chan, Tak Wing and John H. Goldthorpe. 2007. "Social stratification and Cultural Consumption: Music in England." *European Sociology Review* 23(1):1-19.

DiMaggio, Paul. 1987. "Classification in Art." *American Sociological Review* 52: 440-455.

Erikson, Bonnie. l996. "Culture, Class, and Connections." *American Journal of Sociology* 102: 217-251.

Halle, David. 1993. *Inside Culture: Art and Class in the American Home*. Chicago.IL: University of Chicago Press.

Katz-Gerro, Tally. 2002. "Highbrow Cultural Consumption and Class Distinction in Italy, West Germany, Sweden, and the United States." *Social Forces* 81:728-743.

Katz-Gerro, Tally and Yossi Shavit. 1998. "The Stratification of Leisure and Taste: Classer and

Lifestyles in Israel." *European Sociological Review* 14: 369-386.

Lamont, Michele and Annette Lareau. 1988. "Cultural Capital: Allusions, Gaps and Glissandos in Recent Theoretical Developments." *Sociological Theory* 6: 153-168.

Lin, Nan and Mary Dumin, 1986, "Access to Occupations through Social Ties." *Social Network* 8: 365-385.

Lin, Nan, Yang-Chih Fu, and Ray-May Hsung, 2001, "The Position Generator: Measurement Techiniques for Social Capital." Pp. 57-84 in *Social Capital: Theory and Research*, edited by Nan Lin, Karen Cook, and Ronald S. Burt. New York: Aldine De Gruyter.

Lizardo, Omar, 2006, "How Culture Tastes Share Personal Networks." *American Sociological Review* 71: 778-807.

Nagel, Ineke and Harry B. G. Ganzeboom. 2002. "Participation in Legitimate Culture: Family and School Effects from Adolescence to Adulthood." *The Netherlands' Journal of Social Science* 38: 102-120.

Peterson, Richard. 1992. "Understanding Audience Segmentation: From Elite and Mass to Ominvore and Univore." *Poetics* 21: 243-58.

Relish Micheal. 1997, "It's not all education：Network Measures as sources of cultural competency." *Poetics* 25:121-139.

Tomlinson, Mark, 2003, "Lifestyle and Social Class." *European Sociological Review* 19: 97-111.

Van Eijck, Koen. 1997. "The Impact of Family Background and Educational Attainment on Culture Consumption: A Siblings Analysis." *Poetics* 25: 195-224.

Van Eijck, Koen. 1999. "Socialization, Education, and Lifestyle: How Social Mobility Increases the Culture Heterogeneity of Status Groups" *Poetics* 26:309-328.

Van Eijck, Koen, 2001, "Social differentiation in Music Taste Patterns." *Social Forces* 79: 1163-1184.

Weber, Max, 1946, "Class, Status, Party." Pp. 180-195 in *From Max Weber: Essays in Sociology*, edited by H. H. Gerth and C. Wright Mills. New York: Oxford University Press.

附錄

附錄一、變項之描述統計

項目	個數	平均數	標準差	最大值	最小值
性別:男	2,040	.49	.5	1	0
年齡	2,040	46.636	17.054	94	22
家庭收入	2,040	8.201	4.747	27	1
籍貫：閩南	2,040	.74	.436	1	0
籍貫：客家	2,040	.13	.34	1	0
籍貫：大陸各省	2,040	11	.308	1	0
籍貫：原住民	2,040	.02	.126	1	0
本人受教育年數	2,040	10.767	4.697	0	22
父母平均受教育年數	2,040	5.28	4.399	0	18
職業專業程度	2,040	2.202	1.378	5	1
社會資本的廣度	2,040	6.85	5.31	22	0
就求學時家庭無經濟困難	2,040	.408	.491	1	0
15 歲時爲完整家庭	2,040	.886	.318	1	0
手足人數	2,035	3.714	2.188	15	0

附錄二、一階驗證式因素分析結果

	測量指標	Estimate	S.E.	Est./S.E.	R-Square
音樂或戲劇	高雅（一）：				
	古典音樂或歌劇	1	0.000	0.000	.892
	國樂	.815	.024	34.202	.593
	平劇	.754	.028	26.771	.507
	通俗（一）：				
	國語流行歌曲	1	0.000	0.000	.501
	日文流行歌曲	.908	.033	27.41	.413
	西洋流行音樂	1.299	.038	34.422	.846
休閒活動	高雅（二）：				
	參觀各類美術或藝術展覽會	1	0.000	0.000	.766
	各種大自然活動	.653	.024	27.387	.327
	以及當社會服務的志工	.561	.030	18.882	.241
	通俗（二）：				
	觀看或從事網球的比賽或活動	1.000	0.000	0.000	.718
	觀看或從事籃球的比賽或活動	1.102	0.022	51.06	.872
	觀看或從事棒球的比賽或活動	0.918	0.020	47.02	.606
文學閱讀	高雅（三）：				
	閱讀人生修養、心靈勵志或宗教類	1.000	0.000	0.000	.481
	純文學性質小說、詩或散文類	1.213	.028	43.166	.707
	藝術、音樂、設計或建築類	1.194	.028	42.284	.686
	人物傳記、歷史、人文社會思想或哲學類	1.233	.028	43.823	.731
	通俗（三）：				
	愛情文藝小說	1.000	0.000	0.000	.529
	武俠、偵探推理、科幻、奇幻等小說	1.200	0.032	37.654	.761
	漫畫	1.134	0.029	38.564	.68

驗證式因素分析適配度（goodness of fit）
Chi-square value=840.875(df=85),p<.001：CFI=0.958：TLI=.983：RMSEA=.066
N=2,036

附錄三、二階驗證式因素分析結果

	測量指標	Estimate	S.E.	Est./S.E.	R-Square
高雅生活風格	高雅（一）	1.000	0.000	0.000	.561
	高雅（二）	1.118	.026	43.499	.811
	高雅（三）	.946	.027	35.279	.937
通俗生活風格	通俗（一）	1.000	0.000	0.000	.732
	通俗（二）	.87	.039	22.201	.387
	通俗（三）	1.006	.04	22.848	.704

驗證式因素分析適配度（goodness of fit）
Chi-square value=968.231(df=83),p<.001：CFI=0.950：TLI=.979：RMSEA=.072
N=2,036