

社會、文化、經濟資本與運動投入的關聯

指導老師：韋岱思 老師

第二組

王宥軒、曾鉉尹、孫文彬、蕭郁寶、賴辰、葉庭希、鄭安喬、徐文紹

摘要

2023年，台灣舉行了WBC經典賽的小組賽，引起全台灣的棒球熱潮，吸引了平常不關注運動賽事的人們，讓人們思考平常觀賞和參與運動的人有哪些共同特徵。運動參與作為文化消費的一部分，階級資本和品味影響著人們選擇參與的運動種類。本研究在探討階級資本如何影響運動參與的選擇的同時，還考慮到了運動參與和觀賞的投入深度（時間）的影響。另一方面，比較了排他型和包容型觀點在解釋文化消費區分方面的效果，通過將運動種類分組，探討社會、文化、經濟三種資本如何建立文化消費區分的差異，也帶出三鶯地區菁英階層的運動參與和觀賞習慣，以更深入了解當地的文化消費樣貌。

關鍵字：運動參與、文化資本、社會資本、經濟資本、菁英階層

壹、前言

今年初，正逢 2023 年 WBC 經典賽開打，全台灣幾乎都沉浸在棒球的狂熱之中，中華隊的比賽戰況成為了當時生活中不可缺少的话题談資，也吸引許多平常較少關注此類運動賽事的一日球迷，這不禁讓我們開始思考，相較於大賽狂熱氛圍下投入的一日球迷，哪些人是平常就會觀賞運動賽事和參與運動活動的？他們有什麼共同的特徵？又有什麼運動種類區分的差異？

尤其，運動參與作為文化消費的重要一環，Bourdieu (1984) 提及資本、品味與文化消費具有相當的同源性 (homology)，運動參與的種類選擇和本身的階級品味息息相關，是一種排他型 (高雅-通俗) 的文化消費區分，後續研究也大多把重心放在種類的區分上，卻鮮少提及 Bourdieu 同源性論述的另一面向：生活風格差異造成的投入深度 (時間) 的影響。本研究承接 Bourdieu 同源性的論述，除了探討階級資本如何影響運動參與的選擇，更加入運動參與及觀賞投入深度 (時間) 的探討，試圖更完整的形塑階級資本如何影響運動領域的文化消費差異。

另一方面，Peterson (1992) 等人對在文化消費區分的方向上提出了不同於 Bourdieu 排他型區分的方法，他們認為包容型 (雜食-單食) 區分更能夠解釋大眾在文化消費上的階級、資本差異。本研究透過將運動種類做出品味與廣度的分組，試圖比較上述兩種觀點 (包容型、排他型) 哪個更能夠解釋文化消費的區分，並藉此建構出三鶯地區菁英階層的運動參與和觀賞習慣，讓我們能夠更了解三鶯地區的菁英階層的文化消費樣貌。

貳、文獻回顧

一、同源性論述與文化消費區異

Bourdieu (1984) 在《Distinction》提及資本、品味與文化消費有相當的同源性 (homology)，運動參與的種類選擇和本身的階級品味息息相關，個人生活風格並不僅是各自的偏好選擇，而是與其階級位置相符合，由高雅 (high) 到通俗 (low)、菁英到大眾的排他型區分，是一種文化區異 (distinction) 的論述。而延續同源性的論述，Bourdieu (1986) 在《The forms of capital》提到資本大致可以分為經濟、文化、社會三種資本：經濟資本可直接轉換成金錢，文化資本是孩童在社會化過程中由家庭繼承而來的資本，社會資本則是由社會網絡所構成，一個人擁有的資本會影響其在場域中的實踐行動。其中他更注重於文化資本積累對品味偏好的影響，高社會地位的人往往能夠通過他們的文化背景和審美偏好來鞏固自身的地位，並將這種文化資本傳遞給下一代。

延續文化消費區異的論述，Peterson (1992) 起許多學者提出了對於文化區異的不同看法，他們的研究指出菁英階級的文化偏好由排他型 (exclusive) 區分轉向包容型 (inclusive) 區分，也就是高雅-通俗的分層轉向雜食 (omnivore) - 單食 (univore)，這種包容型的文化消費區分強調菁英階級以接觸文化的廣度與多樣性取代高低文化之分 (Peterson, Kern, 1996)，亦即菁英階級轉向接觸更廣泛的文化藉以與一般階級做出區分，文化

本身高雅與通俗之分帶來的影響變得較不明顯，由關注文化本身的高雅通俗轉為轉為關注參與文化本身的「人」有什麼差異。

二、資本多寡的影響

不同於過去注重文化資本積累對文化品味偏好影響的研究，後續學者陸續探究經濟資本和社會資本對於文化品味偏好的影響。像是 **Wilson (2002)** 指出高社會階級的人們通常擁有更多的文化資本，使得他們更容易參與到體育領域中，而經濟上的限制可能導致低社會階級的人無法參與某些體育活動，換言之，文化資本影響接觸參與的機會，經濟資本卻是門檻上的限制，進而限制經濟資本低的人參與其中，擁有兩種資本的差異限制了某些低社會階級的人參與文化活動的機會。

Tonts (2005) 探討了澳洲郊區的社區中運動與社會資本的關係，發現運動活動與俱樂部可以創造居民間的連結，建立社區認同感，構成社會資本創造和傳遞的基礎，創造出互惠、利他主義的意識，提升運動參與、志願服務意願、支持體育發展等好處，社會資本的提升有助於運動參與，反之亦然，是相輔相成的關係。與經濟資本及文化資本相比，社會資本更像是參與文化活動後是否得以持續下去的因素，社會資本增進人參與文化活動的意識，使人更願意持續從事、接觸該文化活動。

三、運動參與的差異

另外，過去研究也對運動種類做出大致性的分類描述，**Mutz 與 Müller (2021)** 指出個人的、非接觸式的戶外運動（例如，滑雪、跑步、高爾夫、網球）通常與上層社會階層有關，可以看出這類戶外運動屬於非大眾會從事的運動；**Breuer、Hallmann 與 Wicker (2011)** 探討人口變項對於運動參與的影響，發現收入、教育程度越高的男性更容易從事運動，但這些人口變項在不同種類的運動參與有很大的差異，例如男性更容易參與團體型運動，而女性更容易參與的是游泳或跳舞等較個人的、關於身體活動的運動；**Widdop 與 Cutts (2013)** 則指出除了傳統高雅—通俗和雜食—單食的區別，健身是重要的一種新運動參與類型，健身組注重身體的呵護和修養，女性投入這種類別的機會更高。由上述內容可以發現，除了傳統階層和資本對於運動參與的探討外，人口變項（尤其是性別）也是一個重要的影響因素。

四、運動觀賞

不同於運動參與作為文化消費品味的廣泛探討，運動觀賞一直是容易被忽略的一塊，其中不乏對運動觀賞定義的爭議，甚至是對運動觀賞作為文化消費其中一種形式的質疑。但是 **Thrane (2001)** 指出有運動參與的人更有可能觀賞運動，且文化資本、性別、年齡、收入對運動觀賞都有顯著的影響，因此他認為運動觀賞是文化消費區異的一環。另外，我們參照高立學 (2009) 的定義：運動觀賞是指透過電視、電腦網路、廣播電台等，來了解及觀賞有關運動的情況及運動賽事，或者透過報紙、運動雜誌了解運動球員及球隊等等的相關運動資訊，花費時間與金錢到比賽現場觀賞賽事。

五、小結

從資本、品味與文化消費的同源性論述出發，文化資本對運動參與的品

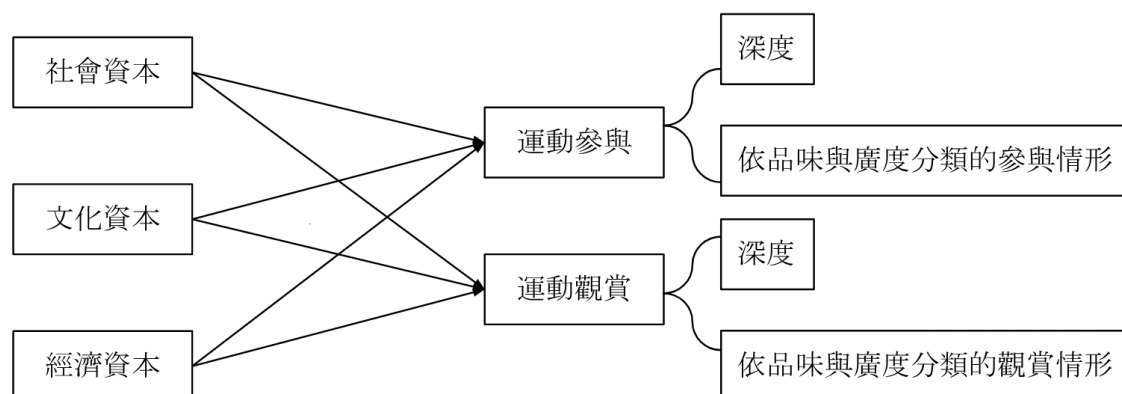
味偏好影響是傳統的研究課題，經過多年的研究進展，從 **Bourdieu** 的排他型到 **Peterson** 的包容型文化消費區分，也加入經濟資本和社會資本的探討，甚至是人口變項的更細緻區分，我們已經能夠從文獻中大概的形塑出運動參與品味的大致樣貌，但是這些研究都僅限於歐美生活圈，並不能反映台灣的運動品味樣貌。且仍有許多尚未深入發掘的重要領域，像是缺少了運動觀賞的深入探討，也缺乏對運動投入時間（深度）的比較。因此我們主要的研究目標為下列兩項：

（一）資本會影響民眾的運動機會與投入程度，那不同資本如何去影響三鶯地區居民們在運動參與和運動觀賞的深度？

（二）在排他型區分與包容型區分的架構下，三種資本如何影響人參與/觀賞運動？哪一種文化消費區分的方式更能做出有效的解釋？

參、研究架構及假設

一、研究架構



二、研究假設

過往研究指出社會、文化、經濟資本對體育參與及觀賞有顯著的影響 (**Peterson, Kern, 1996 ; Thrane, 2001 ; Wilson, 2002**)，但這些文獻卻都缺乏對運動投入深度（時間）的討論，因此我們重新審視 **Bourdieu** 在《**Dinstincton**》提及的同源性論述，**Bourdieu** 提及不同階級的生活風格、品味會有所區分，這不僅體現在參與休閒活動種類上的差異，也很有可能是願意花費在休閒時間上的差異，因此，我們認為三項資本對運動投入深度（時間）也會有顯著的影響，並提出下列三項假設：

假設一：社會資本越高，運動參與及觀賞的程度（時間）越高。

假設二：文化資本越高，運動參與及觀賞的程度（時間）越高。

假設三：經濟資本越高，運動參與及觀賞的程度（時間）越高。

依照品味與廣度對運動種類做出區分，**Bourdieu** 的排他型觀點認為階級、資本的差異會是高雅－通俗的品味區分（假設四）；而 **Peterson** 的包容

型觀點則認為階級、資本的差異會是雜食－單食的廣度區分（假設五）。透過品味與廣度的區分能夠比較哪種觀點更接近現實中的文化消費區分。

假設四：在經過品味與廣度的分組後，三種資本對運動參與及觀賞的預測是**排他型**的文化消費區分，即**品味**的區分影響體育種類的選擇較多。

假設五：在經過品味與廣度的分組後，三種資本對運動參與及觀賞的預測是**包容型**的文化消費區分，即**廣度**的區分影響體育種類的選擇較多。

肆、研究方法

一、研究區域

本研究的問卷發放區域以三峽、鶯歌為研究範圍，在三峽（含樹林北大特區南園里）、鶯歌共 49 個里中，依照其距離、各里人口特徵，計算需發放的問卷數量，進而達到具有代表性的問卷結果分析。

二、研究對象

以 18 歲以上在地居民為對象，採量化研究分析，以問卷調查法搜集資料。

三、抽樣方法

以問卷抽樣的方式做發放。首先將三峽、鶯歌地區人口依比例分配，以決定各區域的問卷發放數，比例約為三峽 53%、鶯歌 39%、樹林 8%，按此分配，三峽為 530 份、鶯歌 391 份、樹林 82 份，總計 1000 份問卷。並以里長家為起點進行跳號抽樣，跳號原則以各地區各里人口數為依據。依照戶的抽樣法進入當戶後，首先請問該戶 18 歲以上的人口數，如 5 位，並以該日訪問日期除之，如 27 日，則 27/5，餘數為 2，則以家中成年人中年紀由年輕至年長的第 2 順位為受訪者。

發放結果得到的總問卷數為 969 份，本組在不影響原變項之平均數下，對部分變項使用平均數插補法（mean imputation），再完全排除遺漏值，所得總分析樣本數為 942 份。

四、變項定義與處理

本組以經濟、社會、文化三種資本作為自變項，以運動參與、運動觀賞的時間及種類作為依變項。問卷設計題目參考「台灣社會變遷基本調查計畫第六期第三次」（2012）、「教育部體育署我國民眾運動消費支出調查」

（2022），並根據本組所需概念篩選及重新設計。以下將分別以自變項、依變項兩部分說明之。

（一）自變項

本研究的自變項分別為經濟、社會、文化三種資本，以下將依序說明變項的定義及處理方式。

1. 經濟資本

此部分，我們以家庭月收入作為經濟資本的測量變項，調查範圍從「無

收入」至最高「平均每月 30 萬以上」，並經移除缺失值後加入測量。

2. 社會資本

本組參考台灣社會變遷調查中的問卷，從中篩選之，並從職業編碼對照表找尋對應職業聲望分數，分別為「公車司機=37」、「大公司或大企業老闆=70」、「清潔工=17」、「美髮師或理髮師=32」、「人事經理或主管=68」、「律師=85」、「汽車維修工=38」、「護理師（護士）=42」、「警察=53」、「國（初）中老師=71」、「宗教或神職人員=65」、「縣市議員=69」、「新聞記者=65」、「小工廠或小公司老闆=63」、「醫生=89」、「縣市政府的科長或課長=55」，再將其依親近程度，「很不親近=1」、「不太親近=2」、「還算親近=3」、「很親近=4」加乘後，算出每個人總社會資本的分數，成為「社會資本」（SC）變項。

3. 文化資本

我們分為教育程度及個人文化資本、家庭文化資本、文化設備四個類別，並將教育程度重新編碼為教育年數，「無（不識字）=0」、「自修（是自、私塾）=3」、「小學=6」、「國（初）中、初職=9」、「士官學校=11」、「高中普通科、高中職業科、高職=12」、「五專、二專=14」、「三專、空中警專=15」、「軍警專修班、軍警專科班=2」、「空中大學、軍警官專校、技術學院、科大、大學=16」、「碩士=20」、「博士=24」等成為「教育（edu）變項，而個人及家庭文化資本的問題如：平時有無參與藝文活動、古蹟等，頻率由少至多為「從來沒有=1」、「偶爾如此=2」、「有時如此=3」、「經常如此=4」，個人文化資本將四項題目加總為「個人文化資本」（CC_PERSONAL）變項，家庭文化資本將六項題目加總為「家庭文化資本」（CC_FAM）變項，文化設備的題目則是問家裡有無中文、外文期刊及書本等，選項以「有=1」、「沒有=2」區分，重新編碼後將「有=0」、「沒有=1」，且將四項題目加總為「文化資本」（EQUIPMENT）變項。

（二）依變項

依變項分為運動參與及運動觀賞兩種類別，兩項皆詢問其一年內參與、觀賞的運動項目，子題則問該項目一個月參與、觀賞過幾次，並詢問一個月參與、觀賞該項目的總時間。因運動參與及運動觀賞的變項處理方式相同，因此以下將分為本組欲求：運動項目之分組、每項運動參與及觀賞的時間、個人運動參與及觀賞總時間三項說明之。

1. 運動項目的分組

對此，我們參考 Widdop 與 Cutts (2013) 對英國運動和 Mutz 與 Müller (2021) 對德國運動的分類方法，將問卷內 23 種運動合併為 10 種運動項目。分別將「慢跑、一般自行車」合併為新的運動項目「戶外耐力運動」、「散步、健走」合併成為「散步」、「舞蹈、健身（韻律有氧、瑜珈、運動器材訓練、非競技體操）」合併成為「健身、瑜珈與舞蹈」、「水上運動（游泳、跳水、潛水）」合併成為「游泳和水上運動」、「籃球」重新編碼為「流行運動」、「網球、桌球、羽毛球」合併成為「球拍運動」、「滑冰、撞球、保齡球」合併成為「市內休閒運動」、「足球、排球、棒壘球」合併成為

「團體球類運動」、「高爾夫球、公路自行車、登山攀岩、釣魚打獵」合併成為「室外裝備運動」、「滾軸運動（滑板、直排輪）、武術（拳擊、摔角、柔道、空手道、太極拳）、運動競技（田徑、馬拉松、舉重）」合併成為「其他個人運動」。

2. 個人運動參與總時間、個人運動觀賞總時間

此部分，我們先將個人運動時間加總，發現未符合常態分配，零的次數過多，所以每人的運動時間加 0.5 後取 log，但仍未符合期望的常態分配，因此最後依個人參與和觀賞的時間分配的四分位數為基準，將「個人參與運動時間」(sport_time) 由少至多重重新編碼為 1~4，成為新變項「個人參與運動時間分組」(split_sport)；再者，以 0、去除 0 的平均數為基準，將「個人觀賞運動時間」(sportw_time) 由少至多重重新編碼為 1~3，成為新變項「個人觀賞運動時間分組」(split_sportw)。

伍、研究分析與結果

(一) 變項分布之基本描述

表一為受訪者基本資料統計，其中性別分布男性占 48.1%，女性占 51.9%；工作狀態分布中有 56.1% 的受訪者從事全職工作，7.4% 的受訪者從事兼職工作，1.8% 的受訪者待業中，其他類型（含退休）則占 34.8%。年齡分布可同時參考表一與表二，受訪者年齡平均為 46.85 歲。

三個自變項的分布可參考表二，經濟資本的平均數為 10.66，表示受訪者平均家庭月收入落在 8 到 10 萬之間；文化資本採用了四種類型的題目，個人藝文活動經歷與家庭藝文活動經歷的平均數分別為 7.87 與 10.36，表示受訪者平均而言，現在個人「偶爾」會從事藝文活動，過去 15 歲時家庭也「偶爾」帶受訪者從事藝文活動，文化設備平均數為 1.49，表示較少受訪者家內擁有中文或外文的報章雜誌與藏書，教育年數平均數為 13.59，表示受訪者平均接受了 13.59 年的教育。

表一、受訪者基本資料(N=942)

變項		人數	百分比
性別	男	453	48.1
	女	489	51.9
年齡	18-36 歲	281	29.8
	37-54 歲	339	36.0
	55 歲以上	322	34.2
工作狀態	全職	528	56.1
	兼職	69	7.4
	待業中	17	1.8
	其他	328	34.8

表二、描述性統計(N=942)

變項	平均數	標準差	最小值	最大值
經濟資本	10.66	6.08	1	23
文化資本				
個人藝文活動經歷	7.87	2.66	4	16
家庭藝文活動經歷	10.36	3.91	6	24
文化設備	1.49	1.17	0	4
教育年數	13.59	3.76	0	24
社會資本(等級)	2.50	1.12	1	4
個人運動參與時間(等級)	2.53	1.15	1	4
個人運動觀賞時間(等級)	1.82	0.84	1	3
年齡	46.85	16.24	18	88

在運動參與方面（見表三），多數人參與的是散步（42.2%）、戶外耐力運動（24.2%）與健身（21.6%），較少人參與其他個人運動（2.2%）與室內休閒運動（4.6%）；在運動觀賞方面（見表三），多數人觀賞的是團體球類運動（27.6%）與流行運動（27.2%），較少人觀賞散步（0.9%）、戶外耐力運動（1.3%）與水上運動（1.9%）。

表三、描述性統計(N=942)

變項		人數	百分比
運動參與	戶外裝備運動	149	15.8
	戶外耐力運動	228	24.2
	健身	204	21.6
	球拍運動	101	10.7
	水上運動	58	6.2
	室內休閒運動	43	4.6
	團體球類運動	39	4.2
	流行運動(籃球)	97	10.3
	散步	398	42.2
	其他個人運動	21	2.2
運動觀賞	戶外裝備運動	50	5.3
	戶外耐力運動	13	1.3
	健身	56	5.9
	水上運動	18	1.9
	球拍運動	105	11.1
	室內休閒運動	26	2.8
	團體球類運動	260	27.6

流行運動(籃球)	256	27.2
散步	5	0.5
其他個人運動	45	4.8

(二) 三種資本對運動參與及運動觀賞之投入程度探討

為了觀察三種資本對運動參與及觀賞行為的投入程度有什麼影響，研究者使用次序邏輯迴歸模型來進行預測，次序邏輯迴歸的依變項是按順序排列的變數，本研究將個人運動參與總時間切分為 4 個等級變數，個人運動觀賞總時間切分為 3 個等級變數，故使用次序邏輯迴歸進行分析。在表五中，研究者使用了八個模型進行分析，M1 至 M3 分別為經濟資本、文化資本、社會資本對運動參與的預測，M4 則為觀察三種資本同時納入考量時，對運動參與的預測；M5 至 M7 分別為經濟資本、文化資本、社會資本對運動觀賞的預測，M8 則為觀察三種資本同時納入考量時，對運動觀賞的預測。以上八種模型皆包含年齡、性別兩種人口變項作為控制變項去進行分析。

從單變項對運動參與時間、觀賞時間的預測模型來看 (M1 至 M3、M5 至 M7)，經濟資本顯著影響運動參與，可以視為經濟資本愈高，投入運動參與的時間越多；文化資本方面，家庭藝文活動經歷和文化設備對運動參與有顯著的影響，而家庭藝文活動經歷也對運動觀賞有顯著的影響；社會資本對運動參與和運動觀賞皆有顯著的影響。但將三種資本合在一起看時，也就是 M4 與 M8，可以看到只剩下文化資本的部分有顯著的影響，經濟資本和社會資本的解釋力都被文化資本稀釋掉。因此我們認為，家庭帶來的文化資本是影響運動參與和運動觀賞的投入深度最大的因素，假設一及三「社會資本越高，運動參與及觀賞的程度（時間）越高」及「經濟資本越高，運動參與及觀賞的程度（時間）越高」不成立。也呼應 Bourdieu 同源性論述中提到，資本、階級影響的不只是運動種類選擇差異，也會影響運動投入程度（時間）的多寡，尤其是文化資本方面。另外，我們也從控制的人口變項方面找到了有趣的結果，首先，年齡對運動參與有顯著的影響，表示年紀越大的人投入運動參與的時間越長，而年齡對運動觀賞的影響雖然在 M8 未達統計顯著，但綜觀 M5 至 M8 的趨勢可以得出年紀越輕，越容易觀賞運動的結論，可以看出運動參與及觀賞兩者間的明顯差異；再者，性別對運動參與及觀賞都有顯著的影響，男性投入運動參與和運動觀賞的時間較女性多，尤其對運動觀賞的性別解釋力更高，回應了 Wicker (2011) 男性比女性更容易參與運動的結論，且我們進一步指出運動觀賞相較運動參與有更加懸殊的性別差異。

綜合以上觀察，雖然運動參與及觀賞在資本變項的預測上有極高的相似度，但在人口變項上卻有截然不同的面貌。一方面回應 Thrane (2001) 提及運動參與及觀賞在文化消費上及高的相似度，另一方面卻也反應兩者投入程度（時間）和性別上的差異，年長的人對運動參與的投入較多，而年輕的人則更有可能投入在運動觀賞，我們認為這有可能和運動參與需要較多的空閒時間相關，年長者相比年輕人有更多的休閒時間投入運動參與，而運動觀賞隨著網路媒體的發達，更輕巧、便利的觀賞模式降低了觀賞門檻，也更容易讓忙碌的年輕人投入觀賞。性別方面，雖然運動參與及觀賞都得出男性較女性投入更多時間的結果，但是運動觀賞的性別差異尤其明顯，我們認為這可以回應到

Breuer、Hallmann 與 Wicker (2011) 提及男性更喜歡團體運動，而女性更喜歡單人、身體活動的看法，男性更願意投入到團體運動，而團體運動正是運動媒體的主流，在前面的描述性統計也可以看到（表三），運動觀賞中，團體運動和籃球佔據了過半，男性投入較多的時間在這些更具觀賞性的運動上，因此運動觀賞投入程度上才会有如此懸殊的性別差異。

表五、三種資本對運動參與時間及觀賞時間的次序迴歸模型

變項名稱		運動參與				運動觀賞			
		M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8
經濟資本		0.022** (0.029)			0.008 (0.433)	0.020* (0.057)			0.005 (0.639)
文化資本	個人藝文活動經歷		0.047* (0.072)		0.046* (0.084)		0.005 (0.854)		-0.001 (0.960)
	家庭藝文活動經歷		0.056*** (0.002)		0.055*** (0.003)		0.097*** (0.000)		0.094*** (0.000)
	文化設備		0.184*** (0.001)		0.178*** (0.002)		0.096 (0.111)		0.083 (0.175)
	教育年數		0.011 (0.544)		0.008 (0.666)		0.023 (0.256)		0.094 (0.126)
社會資本				0.139*** (0.000)	0.014 (0.809)			0.191*** (0.001)	0.021 (0.313)
年齡		0.020*** (0.000)	0.024*** (0.000)	0.018*** (0.000)	0.025*** (0.000)	-0.011*** (0.005)	-0.005 (0.319)	-0.014*** (0.000)	-0.005 (0.282)
性別(男性)		0.358*** (0.002)	0.359*** (0.003)	0.327*** (0.006)	0.349*** (0.004)	1.027*** (0.000)	1.040*** (0.000)	0.984*** (0.000)	1.003*** (0.000)

註：1. *、**、***分別表示在 0.1、0.05、0.01 之顯著水準下顯著。

2.括號內數值為標準誤

N=942

(三) TwoStep 叢集分組

本組為了將運動項目結合品味與廣度的特性，使用 **TwoStep** 叢集分組，在運動參與中將受訪者分為六組，在運動觀賞中將受訪者分為五組，參照 **Mutz 與 Müller (2021)** 對運動項目品味的區分方法，將運動項目做出高雅—通俗的「品味」區分，並以「平均參與數目」作為「廣度」的參考。在運動參與方面（見附錄表一），以第一組為例平均有 **23.69%** 的人選擇了戶外裝備運動，**100%** 的人選擇戶外耐力運動，並參考「平均參與數目」，第一組的人平均參與了 **2.2138** 項運動，因此本組將第一組分類為高雅—雜食類型 (**N=172**)，其他組重複上述步驟並依序分類為高雅—單食 (**N=61**)、健身組 (**N=152**)、通俗—雜食 (**N=181**)、散步組 (**N=189**)、未參與運動組 (**N=187**)。

在運動觀賞方面（見附錄表二），以第一組為例，受訪者幾乎所有運動項目都有接觸，且戶外裝備運動與戶外耐力運動僅第一組有觀賞行為，同時參考第一組的平均觀賞數目有 **2.0638** 項運動，因此本組將其分類為高雅—雜食型 (**N=153**)，其他組重複上述步驟並依序分類為球拍運動組 (**N=85**)、流行運動組 (**N=163**)、團體運動組 (**N=114**)、未觀賞運動組 (**N=427**)。

最後運動參與共分為六組，分別是高雅—雜食、高雅單食、健身組、通俗雜食、散步組和未參與運動組，排除未運動參與組後，依照品味和廣度排

序，就會得到表六的分類結果；而運動觀賞共分為五組，分別是高雅雜食、球拍運動組、流行運動組、團體運動組和未觀賞運動組，排除未運動觀賞那組後，依照品味和廣度排序，就會得到表七的分類結果。透過這樣的分組，我們可以探討自變項對運動分類的預測程度，是廣度的預測比較有效，還是品味的預測比較有效。這也回應了文獻中提到 **Peterson** 為首的包容型文化區異和 **Bourdieu** 講述的排他型文化區異，我們將藉此檢驗兩種論述是否有效。

表六、運動參與分組:依品味和廣度

	高雅	通俗
雜食	高雅-雜食	健身組、通俗-雜食
單食	高雅-單食	散步組

表七、運動觀賞分組:依品味和廣度

	高雅	通俗
雜食	高雅-雜食	球拍運動組
單食		流行運動組、團體運動組

(四) 多項式邏輯迴歸：運動參與

接續前面的分組，進一步探討三項資本和人口變項，對運動參與分組中品味和廣度的預測分析。由於依變項是多種類別的分組，本組使用多項式邏輯迴歸來分析，多項式邏輯迴歸會參照依變項的其中一組做出相對的預測分析，在這裡我們選定未參與運動組作為參照組，做出的分析結果以勝算比表示。勝算比是事件會發生的比率除以事件不會發生的比率，大於 1 時表示發生的比率越大，相較於參照組就越有機會發生，因此我們可將勝算比視為機率、可能性的解釋。

如表八所示，可以看到只有經濟資本對所有組別未達統計顯著，說明經濟資本無法做出有效的品味或廣度預測。而文化資本中，個人藝文活動經歷對通俗且雜食性的組別有顯著的影響，也就是健身組與通俗-雜食；家庭藝文活動對雜食性的組別有顯著的影響，也就是高雅-雜食與通俗-雜食；教育年數則是對高雅-雜食有顯著的影響，但較難分辨品味和廣度哪種預測比較有效。從上述結果我們可以發現達到統計顯著的三個組別都是雜食性的，同時指出文化資本對文化消費區分的預測是以廣度區分的，也回應到 **Peterson** 的包容型文化消費區分，文化資本越高的人參與運動的廣度越大。

另外，社會資本對高雅-單食有最顯著的影響，相對於沒有運動的人，每增加一單位的社會資本，就會增加 **46.3%** 成為高雅-單食的可能性。社會資本回應到 **Bourdieu** 排他型的文化消費區分，也就是擁有的社會資本越多，就越有機會從事特定高雅類型的運動。這是過去文化區異理論鮮少提及的影響因素，過去較常專注於文化資本和經濟資本對文化消費區異的探討，而研究結果顯示社會資本或許可以做為排他型文化區異探索的一項指標。

在人口變項方面，我們發現年齡對單食性組別有顯著的正向影響，也

就是高雅單食與散步組，但對通俗－雜食則是顯著的負向影響。相對於沒參加運動的人，年齡每增加一單位，就會增加成為單食性組別的機率，並降低成為雜食性組別的機會，也就是年齡越大者參與單食性運動的機會越高，回應了包容性的文化消費區異。

性別（男性）對健身組有顯著的負向影響，相較於沒參加運動的人，男性比女性少 57.6% 的機會成為健身組，我們可以看到女性成為健身組的機會遠高於男性，回應到 Widdop 與 Cutts (2013) 提到女性更有機會參與注重身體保養的健身組。然而，除了健身組和散步組外，男性成為其他運動組別的機會遠超於女性二到三倍，可以說明男性投入運動參與的組別是更廣泛的，而不是像女性僅集中於健身組的運動參與。

表八、多項式邏輯迴歸分析：三項資本與人口變項對不同類型的運動參與(勝算比)

變項名稱		高雅-雜食	高雅-單食	健身組	通俗-雜食	散步組
經濟資本		0.988 (0.536)	1.022 (0.393)	1.007 (0.727)	1.014 (0.476)	0.976 (0.217)
文化資本	個人藝文活動經歷	1.106* (0.054)	1.071 (0.343)	1.208*** (0.000)	1.113** (0.044)	1.054 (0.306)
	家庭藝文活動經歷	1.072** (0.048)	1.063 (0.190)	1.010 (0.791)	1.093** (0.012)	0.998 (0.951)
	文化設備	1.225* (0.063)	0.876 (0.390)	1.156 (0.196)	1.235* (0.057)	1.181 (0.127)
	教育年數	1.105*** (0.008)	1.094* (0.063)	1.071* (0.075)	1.026 (0.514)	0.989 (0.743)
社會資本		1.219* (0.068)	1.463** (0.011)	0.985 (0.893)	1.183 (0.131)	1.200* (0.079)
年齡		0.988 (0.148)	1.028** (0.018)	1.006 (0.521)	0.958*** (0.000)	1.033*** (0.000)
性別(男性)		2.150*** (0.001)	2.967*** (0.001)	0.424*** (0.001)	3.134*** (0.000)	1.167 (0.485)

註：1. *、**、***分別表示在 0.1、0.05、0.01 之顯著水準下顯著。

2. 括號內數值為標準誤

N=942，參考組別為：未參與運動

(五) 多項式邏輯迴歸：運動觀賞

本組再次使用多項式邏輯迴歸，分析三項資本和人口變項對運動觀賞品味和廣度的預測分析。如表九所示，可以看到經濟資本和年齡對於運動觀賞分組的預測均未達統計顯著，說明經濟資本和年齡在此無法做出有效的品味或廣度預測。另外，性別在所有分組中都達到統計顯著，相對於未觀賞運動的人，男性觀賞運動的機會是女性的 1.7 至 2.7 倍，這也說明男性更容易投入運動觀賞中。

文化資本方面，個人藝文活動經歷對高雅－雜食有顯著的影響，但無法分辨品味和廣度的預測哪個較有效；家庭藝文活動經歷對團體運動以外的組別皆有顯著性的影響，也就是家庭藝文活動經歷能夠較普遍地預測運動觀賞，當

家庭藝文活動經歷帶來的文化資本越高，投入運動觀賞的機會越高；教育年數對球拍運動組和團體運動組有顯著的影響，若依過去理論預測，教育年數越高應該更容易從事高品味的文化活動，然而研究結果顯示教育年數越高者反而更有可能去觀賞通俗型的運動，可能是運動觀賞的文化品味區分方式和傳統運動參與的區分方式不一樣，例如觀看戶外裝備運動不一定是高雅的，也可能是相較於 45.3%未觀賞運動的人，教育年數較高的人更容易接收到新資訊，也因此更容易有運動觀賞的機會，但資訊流通廣泛的運動觀賞通常是通俗、流行的，因此教育年數高的人更有可能觀賞通俗、流行的運動，但為了聚焦於研究問題，此部分詳細原因只能略過探討，屬於本研究限制之一。

至於社會資本，可以發現它對團體運動組有顯著影響，但這部分的推論也可能是反向導致的：觀賞運動進而產生社會資本。Tonts (2005) 提到運動俱樂部能夠建立社區認同感，構成社會資本創造和傳遞的基礎，而觀賞團體運動對球隊的忠誠能夠建立球迷間的認同感，也是構成社會資本創造和傳遞的基礎。

最後統整運動參與及觀賞的比較，文化資本對運動參與的預測偏向包容型的文化消費區分，對觀賞運動的預測是比較複雜、多類型的，其中家庭藝文活動對運動觀賞的影響最為重要，也就是增加家庭藝文觀賞經歷能夠提升運動觀賞的機會。

社會資本對運動參與的預測偏向排他型的文化消費區分，對運動觀賞的預測只對團體運動組有顯著的影響，較難以包容型或排他型的文化消費區分來分辨影響因素。

人口變項方面，年齡對運動參與的預測偏向包容型的區分方式，且年紀越大的人成為單食性機率越高；性別對運動參與和觀賞皆能給出普遍性的預測，男性參與和觀賞運動的機率遠大於女性，然而健身組中女性參與的機率較大。

表九、多項式邏輯迴歸分析：三項資本與人口變項對不同類型的運動觀賞(勝算比)

變項名稱		高雅-雜食	球拍運動組	流行運動組	團體運動組
經濟資本		1.008 (0.630)	1.035 (0.101)	1.021 (0.219)	0.981 (0.345)
文化資本	個人藝文活動經歷	1.120*** (0.008)	1.013 (0.818)	0.996 (0.931)	0.987 (0.790)
	家庭藝文活動經歷	1.078** (0.012)	1.194*** (0.000)	1.102*** (0.001)	1.058* (0.097)
	文化設備	0.978 (0.812)	1.030 (0.804)	1.030 (0.755)	0.974 (0.799)
	教育年數	0.988 (0.712)	1.117*** (0.009)	1.064* (0.053)	1.080** (0.027)
社會資本		1.181* (0.079)	1.154 (0.242)	0.976 (0.795)	1.252** (0.031)
年齡		0.991 (0.218)	1.002 (0.799)	0.994 (0.410)	1.006 (0.444)
性別(男性)		2.062*** (0.000)	1.740** (0.029)	2.724*** (0.000)	1.943*** (0.002)

註：1. *、**、***分別表示在 0.1、0.05、0.01 之顯著水準下顯著。

2. 括號內數值為標準誤

N=942，參考組別為:未觀賞運動

綜合以上的比較，我們研究指出運動參與及觀賞在品味、廣度的分組下有很大的差異，本組將差異整理為表十。運動參與在多個變項上的預測都偏向包容型的文化消費區分，只有在社會資本是偏向排他型的區分；而運動觀賞卻出現許多另類的、普遍的預測，這是不同於傳統排他型和包容型的區分方式，也讓我們重新思考運動參與及觀賞之間的差異所在。回顧前面研究分析提到的，資本對運動參與及觀賞投入程度（時間）的影響上是十分相似的，但在經過品味和廣度的運動種類分組後，卻有截然不同的文化消費區分方式，也就是說，在依照品味和廣度分組後，運動參與可以看出明顯的品味或廣度區分，而運動觀賞卻不行，變向說明運動參與的種類選擇更為重要，更能夠作為 Bourdieu 同源性的文化消費論述的一環；而運動觀賞卻缺乏這種區分，不管是排他型的、還是包容型的區分，人們選擇運動觀賞的種類區分方式不能夠套用在這些已有的架構上。

表十、運動參與和運動觀賞的比較 (三項資本和人口變項對品味和廣度分類的預測)

	運動參與	運動觀賞
經濟資本	無顯著	無顯著
個人藝文活動經歷	包容型 (通俗且雜食的)	高雅-雜食 (無法分辨)
家庭藝文活動經歷	包容型(雜食性)	普遍預測的
文化設備	無顯著	無顯著
教育年數	高雅-雜食 (無法分辨)	排他型 (通俗的)
社會資本	排他型 (高雅-單食)	團體運動組 (另類)
年齡	包容型 (單食性)	無顯著
性別	健身組 (女性)	普遍預測的 (男性)

陸、結論

根據上述研究分析結果，我們得出以下結論：

首先，經濟資本對運動觀賞分組的預測與運動參與所有組別均未達統計顯著，說明經濟資本無法作出有效的品味或廣度預測。由此可見，經濟資本與運動參與及運動觀賞的程度（時間）並沒有太大的關係，因此假設三「經濟資本越高，運動參與及觀賞的程度（時間）越高」不成立。

其次，在社會資本方面，社會資本對運動參與及觀賞投入程度（時間）的影響未達統計顯著，因此假設一「社會資本越高，運動參與及觀賞的程度（時間）越高」不成立。但是在經過品味和廣度分組後，社會資本對運動參與及觀賞皆有顯著的影響，其中，社會資本在運動參與的預測呼應了 **Bourdieu (1984)** 排他型的文化消費區分，這是過去文化區異理論鮮少提及的影響因素，過去都專注於文化資本和經濟資本對文化消費區異的探討，我們研究結果顯示社會資本或許可以納入排他型文化區異的指標。

最後，在文化資本方面，文化資本中的家庭藝文活動經歷對運動參與及觀賞投入程度（時間）的影響皆達到統計顯著，假設二「社會資本越高，運動參與及觀賞的程度（時間）越高」成立。且在經過品味和廣度的分組後，個人藝文和家庭藝文活動達到統計顯著的三個組別都是雜食性，文化資本在運動參與的預測呼應了 **Peterson (1992)** 的包容型文化消費區分。而文化資本對運動觀賞的預測是比較複雜和多類型的，不是傳統的排他型或包容型區分。

綜合上述結果，資本對於運動參與及觀賞有深度、品味、廣度的影響，換言之，通常個人持有的資本愈多，對於投入在運動參與及運動觀賞的時間則越多，而運動參與的項目也越高雅或越多元。深度方面，家庭藝文活動經歷對運動參與及觀賞的影響尤其重要，在運動投入的過程中，家庭的培育可能還是最關鍵的一環。品味與廣度方面，過去理論將文化排他性與文化包容性的論述分開討論，但研究結果顯示文化資本對運動參與的預測偏向是包容性的區分，社會資本對運動參與的預測卻是偏向排他性的，或許將兩者結合在一起討論會是一個更好窺探文化消費區分的方式；而在運動觀賞方面，研究結果顯示運動觀賞並不適用於傳統的品味和廣度的文化消費區分方式，也許是因為網路媒體發達帶來的文化消費手段改變，也許運動觀賞本身就有其獨特的文化消費區分方式，這些都是可以去深入探討的，我們研究已經指出運動觀賞不同於傳統文化消費的區分方式，希望未來研究可以向運動觀賞的文化消費區分做出更具體的分析。

最後，本研究也試圖描繪出三鶯地區不同階層地位的民眾參與及觀賞運動的情形，研究結果顯示擁有資本的多寡影響人民參與及觀賞運動的機率與程度，首先，資本越高者，運動參與及觀賞的機會較高，再來，不同資本也會對運動參與及觀賞的類型做出區分，文化資本越高對運動參與及觀賞越偏向雜食的，而社會資本越高，對運動參與越偏向高雅的。從上述內容可以看出，對三鶯地區高社經地位者而言，擁有的資本是一種維持菁英地位的工具，高社經地位者以持有資本多寡，在運動的參與及觀賞上做出文化消費的區異。

柒、參考文獻與附錄

一、參考文獻

章英華（2021）。臺灣社會變遷基本調查計畫 2012 第六期第三次：社會階層組（C00223_1）【原始數據】。取自中央研究院人文社會科學研究中心，調查研究專題中心學術調查研究資料庫。網址：https://doi.org/10.6141/TW-SRDA-C00223_1-2。

彭賢恩、鄭志富（2022）。110 年度我國民眾運動消費支出調查。取自教育部體育署，網址：

<https://www.sa.gov.tw/Resource/1/1/1/6186/110%E5%B9%B4%E5%BA%A6%E6%88%91%E5%9C%8B%E6%B0%91%E7%9C%BE%E9%81%8B%E5%8B%95%E6%B6%88%E8%B2%BB%E6%94%AF%E5%87%BA%E8%AA%BF%E6%9F%A5.pdf>。

Alan Warde.(2006) Cultural Capital and the Place of Sport. Cultural Trends Vol.15,No.2/3, pp.107-122.

Bourdieu, P.(1984) Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste. Routledge & Kegan Paul, London.

Bourdieu, P.(1986) The Forms of Capital, In: Richardson, J., Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education. Westport, CT: Greenwood: 241-58.

Breuer, C., Hallmann, K., & Wicker, P. (2011). Determinants of sport participation in different sports. *Managing Leisure*, 16(4), 269-286.

Mutz, M., & Müller, J.(2021). Social stratification of leisure time sport and exercise

activities: Comparison of ten popular sports activities. *Leisure Studies*, 40(5), 597-611.

Richard A. Peterson, Roger M. Kern.(1996) Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore. *American Sociological Review*, Vol. 61, No. 5, pp. 900-907.

Richard A. Peterson.(1992) Understanding audience segmentation: From elite and mass to omnivore and univore. *Poetics* 21 : 243-258.

Stempel, C. (2005). Adult participation sports as cultural capital: A test of Bourdieu's theory of the field of sports. *International review for the sociology of sport*, 40(4), 411-432.

T.C.Wilson.(2002). The paradox of social class and sports involvement: The roles of cultural and economic capital. *International review for the sociology of sport*, 37(1), 5-16.

Thrane, C. (2001). Sport spectatorship in Scandinavia: A class phenomenon?. *International Review for the Sociology of Sport*, 36(2), 149-163.

Tonts, M. (2005). Competitive sport and social capital in rural Australia. *Journal of rural studies*, 21(2), 137-149.

Widdop, P., & Cutts, D. (2013). Social stratification and sports' participation in England. *Leisure sciences*, 35(2), 107-128.

二、附錄圖表

表一、TwoStep 叢集分組：運動參與

組別		戶外裝備 運動	戶外耐力 運動	健身	球拍運動	水上運動	室內休閒 運動	團體球類 運動	流行運動 (籃球)	散步	其他個人 運動	平均參與數目	最終賦予分類
1	N=172	0.2369	1	0.0751	0.1815	0.0619	0.0727	0	0.1387	0.4470	0	2.2138	高雅-雜食
2	N=61	1	0	0	0	0.0595	0	0.0569	0	0.3347	0	1.4511	高雅-單食
3	N=152	0.1618	0.2139	1	0	0.0427	0	0	0	0.4020	0.0207	1.8411	健身組
4	N=181	0.1243	0.1277	0.2107	0.3848	0.2050	0.1710	0.1973	0.4055	0.2786	0.0971	2.0777	通俗-雜食
5	N=189	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1.0000	散步組
6	N=187	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.0000	未參與運動
總和	N=942	0.1585	0.2419	0.2160	0.1071	0.0615	0.0461	0.0416	0.1033	0.4221	0.0220	1.4201	

註：表格數值為平均數，意即該組別中平均有多少比例的人選擇了該項運動。

表二、TwoStep 叢集分組：運動觀賞

組別		戶外裝備運 動	戶外耐力 運動	健身	球拍運動	水上運動	室內休閒 運動	團體球類 運動	流行運動 (籃球)	散步	其他個人 運動	平均觀賞數目	最終賦予分類
1	N=153	0.3267	0.0823	0.3641	0.1265	0.1009	0.1727	0.2788	0.3581	0.0317	0.2220	2.0638	高雅-雜食
2	N=85	0	0	0	1	0.0250	0	0.4388	0.4510	0	0.1278	2.0426	球拍運動組
3	N=163	0	0	0	0	0	0	0.4003	1	0	0	1.4003	流行運動組
4	N=114	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	團體運動組
5	N=427	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	未觀賞運動

總和	N=942	0.0531	0.0134	0.0592	0.1112	0.0187	0.0281	0.2756	0.2717	0.0051	0.0477	0.8838
----	-------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------

註：表格數值為平均數，意即該組別中平均有多少比例的人選擇了該項運動。

Q. 運動習慣

請依自身運動習慣回答下列問題：

- (1)籃球 (2)足球 (3)排球 (4)滑冰 (5)撞球 (6)舞蹈 (7)網球 (8)桌球 (9)慢跑
(10)羽毛球 (11)保齡球 (12)高爾夫球 (13)棒壘球 (14)一般自行車
(15)公路自行車 (16)登山、攀岩 (17)滾軸運動(滑板、直排輪)
(18)水上運動(游泳、跳水、潛水) (19)武術(拳擊、摔角、柔道、空手道、太極拳
(20)釣魚、打獵 (21)散步、健走 (22)運動競技(田徑、馬拉松、舉重)
(23)健身(韻律有氧、瑜珈、運動器材訓練、非競技體操)
(24)其他_(請填寫運動名)

1. 請問您近一年**參與**過哪些運動項目？

(運動參與是指自發、有計畫的從事運動活動，但不包括通勤時的散步、騎單車等)

1.1 運動項目(請填寫代號)	1.2 參與頻率(次數)	1.3 參與頻率(小時)
(a) _____	平均一個月_____次	平均一個月_____小時
(b) _____	平均一個月_____次	平均一個月_____小時
(c) _____	平均一個月_____次	平均一個月_____小時
(d) _____	平均一個月_____次	平均一個月_____小時
(e) _____	平均一個月_____次	平均一個月_____小時

2. 請問您近一年**觀賞**過哪些運動項目？

(運動觀賞包括現場觀賞，或由網路媒體、電視、報章雜誌等，自發、有計畫的觀看運動賽事、了解運動資訊)

2.1 運動項目(請填寫代號)	2.2 觀賞頻率(次數)	2.3 觀賞頻率(小時)
(a) _____	平均一個月_____次	平均一個月_____小時
(b) _____	平均一個月_____次	平均一個月_____小時
(c) _____	平均一個月_____次	平均一個月_____小時
(d) _____	平均一個月_____次	平均一個月_____小時
(e) _____	平均一個月_____次	平均一個月_____小時

(註：如果參與或觀賞的運動項目過多，請填寫在問卷空白處，並告知訪問人員)

S. 個人生活

	經常如此				
	有時如此				
	偶爾如此				
	從來沒有				
1. 我會額外進修才藝學習課程，如：美術、舞蹈、電腦、圍棋等。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2. 平時我會去參觀古蹟或歷史建築，如廟宇、古厝、忠烈祠等。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3. 平時我會去觀賞各種藝術表演，如：兒童劇、舞台劇、歌劇、音樂會等。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4. 平時我會去參觀各種展覽，如美術展、書展、書法展等。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

U. 家庭文化資本

U1	經常如此				
	有時如此				
	偶爾如此				
	從來沒有				
a. 平時家人會帶我參觀古蹟或歷史建築，如廟宇、古厝、忠烈祠等。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

b. 平時家人會帶我去觀賞各種藝術表演，如：兒童劇、舞台劇、歌劇、音樂會等。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. 平時家人會帶我去參觀各種展覽，如美術展、書展、書法展等。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. 平時家人會讓我參加課業以外的才藝班，如：美術、舞蹈、電腦、圍棋。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. 平時家人會帶我去運動、觀賞運動賽事。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. 平時家人會讓我學習課業以外的體育運動，如：直排輪班、跆拳道教室。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

U2		有
		沒有
a. 您家有沒有購買或訂閱中文報紙、雜誌或電子刊物？	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. 您家有沒有購買或訂閱外文報紙、雜誌或電子刊物？	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. 您家有沒有中文藏書(不包含教科書)？	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. 您家有沒有外文藏書(不包含教科書)？	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

AA. 社會資本

請問在您的家人、親戚、好朋友或其他認識的人裡面，有沒有現在在做下列工作的人？

（認識是您必須要叫得出他們的名字或稱呼，而且彼此夠熟，可以和他們連絡。如果您認識好幾個人現在在做同一個職業，請選您最熟的一位。）

工作職業類別	1.1 您有認識的人從事該項工作嗎？	1.2 您和這位有多親近？（請依照親近程度填寫代號）
a.公車司機	<input type="checkbox"/> (1)有 <input type="checkbox"/> (2)沒有	
b.大公司或大企業老闆	<input type="checkbox"/> (1)有 <input type="checkbox"/> (2)沒有	
c.清潔工	<input type="checkbox"/> (1)有 <input type="checkbox"/> (2)沒有	
d.美髮師或理髮師	<input type="checkbox"/> (1)有 <input type="checkbox"/> (2)沒有	
e.人事經理或主管	<input type="checkbox"/> (1)有 <input type="checkbox"/> (2)沒有	
f.律師	<input type="checkbox"/> (1)有 <input type="checkbox"/> (2)沒有	
g.汽車維修工	<input type="checkbox"/> (1)有 <input type="checkbox"/> (2)沒有	
h.護理師（護士）	<input type="checkbox"/> (1)有 <input type="checkbox"/> (2)沒有	
i.警察	<input type="checkbox"/> (1)有 <input type="checkbox"/> (2)沒有	
j.國（初）中老師	<input type="checkbox"/> (1)有 <input type="checkbox"/> (2)沒有	
k.宗教或神職人員（例如寺廟住持、道士、法師、牧師、神父、主教等）	<input type="checkbox"/> (1)有 <input type="checkbox"/> (2)沒有	
l.縣市議員	<input type="checkbox"/> (1)有 <input type="checkbox"/> (2)沒有	
m.新聞記者	<input type="checkbox"/> (1)有 <input type="checkbox"/> (2)沒有	

n.小工廠或小公司老闆	<input type="checkbox"/> (1)有 <input type="checkbox"/> (2)沒有	
o.醫生	<input type="checkbox"/> (1)有 <input type="checkbox"/> (2)沒有	
p.縣市政府的科長或課長	<input type="checkbox"/> (1)有 <input type="checkbox"/> (2)沒有	
1.2 選項	(1)很親近 (2)還算親近 (3)不太親近 (4)很不親近	