

國立臺灣體育學院休閒運動管理研究所
碩士學位論文

休閒階級衝突之研究

—以馬克思階級理論觀點詮釋

**Research on Leisure Class Conflict : An Interpretative
Perspective of Marx's Class Theory**



研究生：吳俊民 撰
指導教授：許光廬 教授

中華民國九十三年六月

論文名稱：休閒階級衝突之研究－以馬克思階級理論觀點詮釋

總頁數：89

院校所組別：國立臺灣體育學院休閒運動管理研究所

畢業時間及提要別：九十二學年度第二學期碩士論文提要

研究生：吳俊民

指導教授：許光庶 博士

中文摘要

本研究主要是探討休閒階級之間的衝突，並從權力宰制、經濟支配與文化霸權三個向度來加以分析。為了瞭解並釐清這三個面向所造成的休閒階級衝突，本研究採用文獻分析法與歷史研究法，針對休閒階級的衝突進行資料的蒐集、整理、分析、歸納、比較與詮釋。結論如下：

- 一、在資本主義社會中，資本家控制了生產工具，進行經濟利益的汲取，資本家擁有生產工具為其稟賦，其稟賦的運用可以在權力、經濟資源分配過程中，使其佔有極佳的位置。甚至依其稟賦迫使政府的休閒政策偏向對他們有利的一方，而處於較劣勢的勞動階級也必須結合起來，組成對其有利的團體向政府施壓。
- 二、資本家藉由生產工具的擁有對於勞動階級進行一場無情的經濟剝削和剩餘價值的汲取，將他們從其他階級那邊奪取來的經濟利益拿去從事炫耀式的消費及休閒，炫耀其對於經濟支配力量比其他階級來的強大。到了現代，炫耀的舞台已從炫耀式的消費與休閒轉向到較具品味的休閒與文化消費。
- 三、在市場機制的運作下，文化成為了資本家宰制的另一種商

業工具，透過文化霸權與象徵符號的滲透，操弄著階級之間的文化。所以，在休閒的參與過程中，可以發現文化霸權宰制的關係存在。

不管從權力資源宰制、經濟資源分配、或是社會文化資源分配等面向分析，都可以發現休閒階級的衝突存在，這些衝突來自於階級之間資源分配的不平均所引起的，這種休閒階級的衝突現象，正是常受到社會學者們所批判的不平等議題之一。

關鍵字：階級、衝突、休閒階級、文化資本、文化霸權

Wu, Jun-Min (2004) . Research on Leisure Class Conflict: An Interpretative Perspective of Marx's Class Theory. Unpublish Master Thesis, National Taiwan College of Physical Education, Taichung.

ABSTRACT

This purpose of this study was to know the conflicts between leisure classes from power controlling, economic dominance, and culture hegemony. The methods of this study included historical research and documentary analysis in order to conclude the reasons of bringing about leisure class conflict. The information and literature on leisure class conflict were collected, rearranged, analyzed, generalized, compared, and interpreted. Findings were as following:

1. In capitalist society, capitalists controlled producing means to obtain more economic benefits. Capitalists owned producing means as their endowments to occupy the most beneficial position in the process of power and economic resource distributing.
2. Capitalists seized profits by economy exploiting form laborers and engaged in conspicuous consumption and conspicuous leisure. They wanted to show people their economic dominance were stronger than other classes. In contemporary, those leisure classes engaged in high quality leisure and culture consumption to take the place of

conspicuous consumption and conspicuous leisure.

3. Under the operation of marketing mechanism, culture became another commercial means of capitalists. Through culture hegemony and symbolic symbols, capitalists handled the culture between different classes. In the process of today's leisure activities, could see the culture hegemony existing.

Reviewing from power, economy or culture direction, could see the conflict existing between different leisure classes. Those conflicts come from unfair resource distributions among different social classes. This kind of leisure class conflict is one of the important unfair social issues that were often criticized by sociologists.

Keywords: class, conflict, leisure class, culture capital, culture hegemony

目 錄

中文摘要	I
英文摘要	III
目 錄	V
圖目錄	VII
第壹章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的	5
第三節 文獻探討	5
第四節 研究意義與課題	18
第五節 研究方法與步驟	18
第六節 研究範圍與限制	20
第七節 名詞解釋	22
第貳章 休閒階級理論探討	24
第一節 階級意涵與分類	24
第二節 休閒階級理論	32
第三節 休閒階級衝突	37
小結	41
第參章 休閒階級權力宰制之衝突	42
第一節 休閒階級與權力關係	42
第二節 權力與資源分配	48
第三節 不同權力階級的休閒參與	52
小結	54
第肆章 休閒階級經濟資源分配之衝突	56
第一節 休閒階級與經濟的關係	56
第二節 有閒階級的炫耀商品	59

第三節	經濟結構變遷下的休閒階級	61
小結	64
第伍章	休閒階級社會文化資源變異之衝突	66
第一節	休閒階級與文化的關係	66
第二節	社會地位與聲望	68
第三節	文化資本與休閒消費	70
小結	74
第陸章	結論與未來研究課題	76
第一節	結論	76
第二節	未來研究課題	79
參考文獻	82

圖 目 錄

圖一. 研究架構圖	21
-----------------	----

第壹章

緒論

本研究旨在探討休閒階級因社會權力資源、經濟資源、及社會文化資源分配不平均而產生的衝突關係。本章共分為七節，依序為研究背景與動機、研究目的、文獻探討、研究意義與課題、研究方法與步驟、研究範圍與限制及名詞解釋等。

第一節 研究背景與動機

自十八世紀工業革命後，受到工業化、都市化、大眾文化、與資本主義商業化的種種因素衝擊下，人類在生產、消費、及生活方式上都有了重大的改變。又因人民的所得提高、政府加強休閒的建設、科技的發達、交通的便利、以及資訊傳播迅速等原因影響下，使得大眾有更多參與休閒的機會，呈現出休閒大眾化（mass leisure）的現象。在休閒大眾化的前題下，大多數人認為休閒已不再是「有權有錢」階級的專利品，人們相信休閒階級已成為一個歷史名詞，然而果真是如此嗎？Kelly & Godbey（1992）認為，休閒階級並未因休閒大眾化而消失，雖然不同社會階級參與的休閒活動類似，但是休閒參與的方式與風格仍然有明顯的差別。可見休閒階級並未在社會中完全消失殆盡，而是在休閒發展與休閒參與中轉換成其他種方式存在社會當中。

社會階級是決定人們生活型態的主要原因，也是影響休閒參與方式與選擇的重要因素。Nixon & Frey（1996）指出，「上層社會的人所喜愛的運動包括馬球、駕駛快艇和馬術比

賽，而高爾夫球和網球主要的參與者則為上層及中上層的成員。藍領階級的人則參與團體性運動，像是籃球、排球、壘球及棒球」(p.207)。此外，史美舍(1995/1996)則認為，上層階級的人比較喜歡參與休閒運動，而下層階級的人則比較喜歡當觀眾。上層或中產階級比較喜歡釣魚、射飛鏢、滑雪、及散步等，而下層階級的人喜歡看電視與球賽。與較低階層生活的人們相比，中上層階級的人們參與的休閒傾向於較高消費支出的活動。由此可知，人們在參與休閒時被無形的階級界線分隔開來，人們被按照幾個標準，而被區分為不同等級，例如：財富、權力、職業、聲望之類，這些因素將影響著人們的休閒參與。

休閒階級的研究濫觴於十九世紀末 Thorstein Veblen (1857~1929) 的《休閒階級論》(*The Theory of The Leisure Class*)。Veblen 認為休閒意指「非生產性的時間消費」(non-productive consumption of time)，那些將時間消耗於不事生產的活動上，又能在金錢方面不虞匱乏，足以供應休閒生活的階層，就屬於「休閒階級」(leisure class)。他認為休閒階級並非資本主義下的產物，其根源甚至可追溯至遠古狩獵時期的蠻族文化。休閒階級制度是對於各種職務歧視的結果，認為某些職務是有價值的，而其餘的職務是無價值的；有價值的職務便是那些可以歸屬於功績，另一種無價值的便是那些日常必需的勞務。

Veblen 的休閒階級理論影響了許多對社會階級有興趣的休閒社會學者，尤其是他對十九世紀資本主義社會的批判。Veblen 發現 19 世紀後期美國的上層階級資本家是主要的休閒階級，他們以「炫耀性消費」(conspicuous consumption)

及「炫耀性休閒」(conspicuous leisure)來突顯自己與一般大眾的不同，他所指的一般大眾即為從事勞動生產的中下階級。有錢有閒的休閒階級以大量的消費方式及休閒參與，炫耀自己的財富，並藉由休閒來建立自己的社會聲望與社會地位。

Kraus (2000) 在替休閒下定義時，提到休閒是「社會階級」的象徵，他也引用了 Veblen 的休閒階級理論，認為只有那些有錢有權的社會階級才能真正擁有休閒。相關研究也顯示，休閒是社會階級的象徵，相對於勞工階級，休閒是一種有錢有閒階級的象徵 (Edginton, Edginton, Hanson, and Edginton, 1992)。勞工階級與中上階級的休閒參與模式還是有相當程度的差異，也會反映在不同社會階層生活方式的選擇上。

許多研究休閒社會學的學者以政治、經濟、社會文化、及歷史等不同社會結構面切入，發現休閒因社會階級的存在而產生許多衝突性，例如：階級統治與階級鬥爭。林孟熊 (2003) 指出：

衝突是利益不同和對立的產物，在原始社會，有人與人之間、氏族之間、部落之間，甚至原始民族之間的衝突。在奴隸社會和封建社會，則有古代民族間、國家間、階級間的衝突 (p.21)。

衝突早存在於這個社會，從初民社會到今日的資本主義社會，休閒階級的衝突一直都在人類社會中持續著，不管是那一種社會階級系統。

許義雄（1980）指出休閒的有無區分了支配與非支配的階級。在日常生活中，那些非從事生產勞動的有閒階級或支配階級，因享有充分的「自由時間」而能夠從事思考、學習或創造各種休閒活動，與被支配性的勞動生產階級形成強烈的對比。由此可知，階級本身的特性證明階級包含著為分配稀少的資源，尤其是為了分配稀少的權力（政治）、經濟、及社會文化資源，而展開的永無休止的衝突與鬥爭。所以階級關係隱含著支配性的權力關係，這種支配性的權力往往是造成衝突的來源，也是解決衝突的手段。

朋尼維茲（1997/2002）引述布赫迪厄(Bourdieu)的看法，認為的主流文化就是宰制階級的文化，宰制階級藉由長期的合法化工作，使人忘記其文化原本也只是任意的一個文化。合法化成為其擁有合法性的過程，然而在合法化的過程將導致階級之間的衝突。上流文化與大眾文化依然是階級在休閒參與時一個很重要的界線，這種的界線的存在主要原因是休閒階級為佔領更高的權力資源頂端者，他們以不同形式的手段或方法將被支配的群體封鎖，以維持其資源使用的獨佔性。

這種權力入侵文化領域，藉由文化優勢取得階級的支配與主導權，也就是葛蘭西（Antonio Gramsci，1891~1937）所提出的「文化霸權」（culture hegemony）概念（特納，1988/1991）。霸權文化藉由教育與傳播媒體的力量，不斷地散播、傳遞並教導大眾休閒平等的觀念，重新塑造大眾對於休閒的看法。但這種文化霸權的思想卻是統治階級與資本家們藉以維持其統治正當性或鞏固其自身利益的最佳工具。

不管從權力、經濟、或社會文化的面向來看，皆可發現休閒階級衝突的存在。這些衝突來自於階級間資源不平均的

分配，其主要原因是由於受到支配性宰制的力量所控制，這種宰制性的支配力量，分別為權力宰制、經濟支配、文化區別及霸權的宰制，而使得被支配的那些族群在資源共享上取得劣勢地位。這種休閒階級地位與資源分配不平等所造成的衝突現象，正是常受到社會學家們常批判的議題之一，也是激發本研究進行與探討的重點。

第二節 研究目的

基於以上研究動機，本研究擬從馬克思階級理論來分析休閒階級的衝突關係。因此，本研究的具體目的如下：

- 一、瞭解休閒階級理論之基礎與衝突之相關概念。
- 二、探究休閒階級因權力宰制所產生的衝突關係。
- 三、探究休閒階級因經濟資源分配所產生的衝突關係。
- 四、探究休閒階級因文化資源變異所產生的衝突關係。

第三節 文獻探討

本節旨在探討相關之文獻，分別就休閒階級理論、休閒階級權力宰制衝突、休閒階級經濟資源分配衝突、休閒階級社會文化資源變異衝突等四部分進行文獻探討。

一、休閒階級理論

社會階級是決定人們生活型態的主要原因，也是影響休閒參與方式與選擇的重要因素，但是關於階級的意涵學者們對此卻有不同的看法。Seabrook (2002) 認為，階級劃分意

指將社會區隔為若干不平等的階層或群體。另外，王雲五社會科學大辭典（1999）對階級所下的定義則為：「階級是對社會中地位相等的一群人之稱謂，每一階級通常均有共同習慣、態度、觀念、價值及行為標準」。

有些學者則認為社會階級是社會階層的一種形式，歷史上有過四種主要的社會階層形式即：奴隸制、喀斯特制、等級制和階級制。階級制是現代社會中最常見的社會階層體制，是一種以經濟地位為基礎之相對開放的階層體制（彭懷恩，1993；彭懷恩，1996；謝雨生、黃毅志，1999）。戴伊（Thomas R. Dye）（1996/2000）也有相同的看法，他認為社會階級是階層化系統中的分類與排序，階層化系統創造出了社會階級。

洪鏞德（1997）指出，從馬克思學派來看，階級是分析人類活動與社會結構的中心。馬克思並認為除了原始公社與未來共產主義的社會之外，無論是古代的奴隸社會、中古封建主義的社會，還是當前資本主義的社會，都是階級社會。社會被分成兩大陣營，一邊是資產階級（bourgeoisie），另一邊則是無產階級（proletariat）。資本家以生產工具做為手段，控制著勞動階級的薪資，而對無產的勞工階級進行赤裸裸的經濟剝削。馬克思認為這種階級的剝削與對立衝突在歷史上社會與經濟機制中，常被視為尋常之事，但在抗爭中階級意識會隨之形成，階級意識的產生才是引起無產階級群起革命最主要的原因。

韋伯在探討階級時，許多地方與馬克思想法相同，並據其觀念加以延伸。韋伯將階級定義為：「財富供給、外在的生活地位和所擁有的價值；把處在相同階級狀態的人定義為階級」（葉至誠，1997）。韋伯認為社會階級是一個多向度的概

念，他將階級概念分為三個各自獨立但彼此又有關係的三個要素，即為政治地位（或權力）、經濟地位（或財富）和社會地位（或聲望）。

針對階級的分類，馬克思對階級的分類相當簡單，他以社會上兩個對立的階級劃分為：資產階級與無產階級。馬克思的二分法，隨著時間與社會、政治及經濟變遷已不符時代潮流。新馬克思主義者 Wright（1979，pp.39-49）主張依據生產工具的有無、是否擁有購買他人勞力與控制他人勞力之權力、雇用人數及專業自主性，區分出以下六個階級：資產階級、小雇主、小資產階級、經理與監督、半自主性受僱者與勞工階級。

王振寰與瞿海源（1999）指出，在工業社會中通常有三種主要的階級：少數的菁英上層階級（elite upper class）、不少的專業和白領工作的中產階級，還有為數眾多的較低技術之勞工階級。這種以上層、中層、及勞工階級（下層階級）來劃分階級，是目前最常見的階級分類方式。本研究也採上層階級、中產階級、及下層階級（勞工階級）來做為階級劃分的依據。

休閒階級一詞首次出現在 Veblen（1899）所論著的《休閒階級論》，他在書中指出，當時的資產階級即為社會上的休閒階級，他們具有三個特徵：一、擁有龐大的資產；二、自願放棄金錢的勞動；三、炫耀性的消費。他們從事著「炫耀式的消費」（conspicuous consumption）與「炫耀式的休閒」（conspicuous leisure），他們的休閒是炫耀性的，要向世人證明他們比其他階級更有能力消費。他替休閒階級下了一個結論，認為在歷史發展中唯有那些有錢有權的社會階級才真

正擁有休閒。

在現代的社會中，階級色彩雖已淡化。但是，階級和人們的生活及休閒方式之間還是有一定的關係存在，階級往往會決定人們參與休閒運動的選擇項目。時下的一些休閒運動項目依舊還是披著特權階級的地位象徵與色彩，藉以追求其獨特性地地位的存在，這種獨特性地地位還是帶著濃厚的休閒階級的味道。特權階級階級如何保持獨特性呢？主要還是依仗著其擁有較高的政治權力、經濟、與文化資源。這種機會不平等的休閒參與，來自於資源的分配不均，造成了社會不平等現象。

從原始社會有社會階級的產生開始，到現代化下的資本主義社會，休閒階級總是充滿著衝突意味。階級本身就隱含著資源分配不平等的意涵。因此，休閒階級的發展可說是一部社會的階級衝突史。社會的資源有限，為了分配稀少的政治、經濟、文化資源，人類展開了永無休止的鬥爭與衝突。

Nixon & Frey (1996) 指出，馬克思假設「歷史是由社會中持續不斷地階級衝突而演變來的，社會也因統治階級對一般人民的壓制、控制，以致更完整」。從這個角度來看，那些帶來衝突與反對行動的人，對社會的完整性並沒有造成威脅，在衝突理論學者的眼中，他們只是一群受到壓迫而群起反抗的群眾，而非威脅他人之身份地位。並不如資產階級所想像的，無產階級的反抗是為了掠奪更多的權力及更高的經濟地位。

隨著休閒大眾化的發展，休閒階級之間的衝突有逐漸減少趨勢。然而休閒過度商業化卻也造成休閒資源與機會分配產生了扭曲與不平等。這種階級之間的不平等依然存在於目

前這個社會，這是個不爭的事實。Argyle(1992/1995)指出，當地位不平等時，一個團體就能認為另一個或另一些團體是低級的，而低地位的團體當然怨恨自己的地位低，因而對高地位的團體抱有敵意。同樣地，當有權力差異時，地位低的團體也會怨恨其他團體對他們的控制。

今日的休閒階級衝突形式，已不是像馬克思所說那樣，會引起無產階級的階級意識抬頭群起革命，轉而代之的是休閒階級裡各種價值與利益之間的衝突才是重點。這種衝突關係，倒不如用派森思寧所說的「緊張」和「壓力」(科塞，1991)，來解釋休閒階級中的「衝突」更來的貼切一些。在社會資源的分配競技場裡，每個人無不想盡辦法追求在權力、經濟、文化與聲望等資源汲取的極大化，在這個競逐過程中所產生的不平等與衝突，亦是本研究所要探討的主要內容。

二、休閒階級權力宰制之衝突

對於權力的含義，學者間一直存在著紛歧的看法。簡化地說，權力是指某 A 能夠影響另一個人 B，做出原本他不願意去做的事之潛在能力。從歷史的角度來看休閒階級與權力關係，Edginton et al. (1995) 提到農業時代隨著農業技術的進步提升，而發展出一套保護個人財產的社會機制，即由一群統治菁英組成政體並且擁有與管理土地，由軍隊來保護土地，而由農人來耕作土地。從這個時期開始，人類開始擁有生產過剩的商品，也產生了一群不用直接從事生產就能過生活的人，在當時，這些人就是「地主」，他們成為與勞動階級懸殊差距的休閒階級。

在資本主義裡，資產階級控制了社會生產的工具，有錢

的資產階級，藉由其所擁有的生產工具轉化成為支配無產階級勞工的權力，把他們當成是自己經濟汲取的剝削對象。Kelly & Godbey (1992) 指出，無產階級對於自身真正利益是盲目無知的，所以他們才會受到控制與剝削。勞動階級靠著自己的生產為資本家賺取更多的利潤，資本家才能得以過著驕奢淫逸的生活，這種不平等的經濟結構一切都歸因於權力使然。

姜添輝 (2000) 指出，社會階級區分為統治與被統治階級，每個社會組織皆只有一個或是相當少數的領導者，而這群為數甚少的人群卻足以支配其他人，他們對社會資源的運用具有決定性的影響力，並且亦決定對社會大眾有深遠影響的公共事物。因此，他們擁有支配權且運用這樣的影響力及權力來決定社會的資源分配或意識型態，更有可能影響到社會文明化的程度。然而，特權和權力的不平等分配都有可能導致敵對的感情，亦有可能導致衝突。衝突不論是暴力相向或是充滿敵意的緊張關係，都有可能導致社會的變遷，衝突可以被當做是社會秩序的破壞力量，也可以是一股具有建設性與鼓舞的力量。

上層階級在獲得財富及權力的過程中比較能發揮其影響力，這種影響力植基於個人的「稟賦」(endowments)。蕭全政 (1994) 認為，任何行為者的政治行為與經濟行為都是自利行為；同時，都必須以他所擁有卻被客觀結構化的稟賦為基礎。因此，在資本主義社會中，資本家控制了生產工具，進行經濟利益的汲取。換言之，資本家所擁有之生產工具即為其稟賦，其稟賦的運用可以在權力、經濟資源分配過程中，使其佔有極佳的位置。

宰制階級或上層階級擁有相當多的資本，亦善於經營區別性以突出自己的身分，不但將其對社會的觀點強加於所有人身上，且合法化他們這些特定的觀點（朋尼維茲，1997/2002）。宰制階級決定什麼是合法文化，宰制階級通常透過合法的文化及權力掌握經濟資本的優勢。另外，一些學者對於階級權力的統治提出批判。Jackson & Burton (1999) 認為社會是受到統治菁英的控制，在資本主義社會中休閒也被統治菁英們視為一種霸權統治的重要因素。

在社會上不同階級擁有不均等的權力、財富與聲望資源分配，這樣的不平等現象常可以從休閒參與方式的不同表現出來。就富有的上層階級，權力與財富往往替他們帶來太多的閒暇時間，他們不需要投入像勞動階級那樣勞動性的工作，使他們有擁有更多休閒參與的機會。現代的民主政府之所以提供大量的休閒服務與設施，主要是在實現現代民主國家的理想，破除社會不平等的現象。但是，社會的不平等並未因此而消聲匿跡，中上階級與下層階級在休閒參與上還是有相當的差異存在。沈莉青（1998）指出，在現代雖然休閒已趨向大眾化參與，但是仍然有許多類型的休閒活動必須具有特殊身份資格者才能加入。這樣的限制常出現在休閒行銷上，例如：高爾夫俱樂部為了顧及打球流程及品質管理，限制了入場打球的人數，並訂定會員規則，加入俱樂部成為會員者才能享有優先擊球權及費用的優待或特定設施的優先使用權。

由上述可得知，在休閒大眾化的今天，人們在休閒參與和選擇的內容上依然存在著許多差異，主要原因還是歸咎於權力的不平等，其結果難免會讓人產生階級不平等的感覺，

這在休閒體驗上屬於比較負面的現象。

三、休閒階級經濟資源分配之衝突

經濟不僅影響到階級結構的改變，也決定了社會歷史發展過程中充滿著緊張與衝突關係。馬克思主義以經濟決定論為其基礎，經濟的生產決定了社會的權力結構關係。從初民時期到今日資本主義的社會，經濟生產一直主導著社會的發展。當休閒商品的交換價值進入社會之後，商品交換意義的擴充，使得商業交換價值與意義轉變成為消費意義，且更具有經濟利益價值。吳乃德（1997）指出，生產關係中不同的生產地位的人或群體，彼此之間的經濟剝削關係，以及這項剝削關係所可能引起的政治衝突和對立。

經濟性的資源，例如：土地、廠房、公司、人力、與流動資產等，都是人人想要追求的，因為掌握越多資源的人在社會上便控制更多的權力資源，在休閒階級上的表現也可以從經濟資源的掌握多少看出其休閒外顯行為的表現。不同的休閒階級佔有不同的經濟地位，這種地位不平等也造成了階級間在休閒參與方式上有所區隔。Argyle（1994/1997）指出「上流階級」的文化和生活方式十分獨特且奢華，他們住豪宅，有精緻的娛樂、昂貴的運動，例如：狩獵、打馬球等。

Veblen（1899）指出，休閒階級藉著擁有龐大的經濟權力，在商品交易及休閒參與上有顯著性的消費，他們投入這場金錢的競賽中，以金錢當成生活的標準，以服飾穿著為金錢文化的表現。休閒階級的興起，他們將那些從生產勞動階級身上掠奪到的私有財產佔為己有，形成個人的財富，並藉由某種方法或手段將財富轉化成為個人的權力或聲望榮譽的

象徵。而所有的商品消費，或是休閒行為都是企圖給他人留下深刻的印象，並使自己與其他階級區別開來。

工業革命是人類社會文明的一個重要分水嶺，亦是工作與休閒成為日常生活兩個重要的議題的分界線。蔡文輝（1988）認為，人類歷史可以說是由工藝秩序的重視轉而為人文秩序的強調。在工業革命以前，人們為生存而掙扎，工作是必要的；工業革命之後早期的資本主義社會裡，因過份重視生產效率與最高利潤而視時間為金錢，拼命地工作；但是今日，從後工業時期進入到資訊商業社會，工作與休閒已成為不可分割的日常生活之一體兩面。從狩獵時代社會，人們以蠻力獵取生活上所賴以為生的食物，到農業社會人們日出而作、日落而息，農業生產的耕作隨著季節變化而有不同的勞動形式，到了今日工業化下的社會，工作與休閒的時間將人類的生活形式區隔成兩大陣營，兩者在時間上雖是對立，但卻在本質內涵上有相當大的互補關聯性存在。

宋明順（1988）認為「二十一世紀的社會可以用兩個 M 來象徵，一個是大眾（mass），另一個是機械（machine）」。社會科技技術的進步帶來機械自動化生產，使人民生活過的更加富裕，大量的生產降低了生產成本，使得大多數人有能力購買所需物資。隨著商品的大眾化及行銷手法的植入，休閒產業也開啟了另一道使休閒邁向大眾化的大門。休閒大眾化也是讓休閒階級更趨於平等的主要因素之一。

黃筱婷（2003）指出目前在台灣，俱樂部這股集休閒、享樂情調而對參與者形成的吸引，健身對他們來說，除了是運動內容的使用價值外，更意味著和「上層階級」接軌、與「流行」同步，代表著一種生活風格的尋求以及時尚的跟隨。

「健身消費」同時也是符號消費，加入俱樂部不僅是健身，還能藉由進入這項行動而一併擁有其他附加價值。

上述文獻指出，可以從經濟資源的掌握多寡，看出不同社會階級其休閒外顯行為的表現，從早期的貴族化休閒到現代的休閒大眾化，雖然擁有足夠經濟能力參與休閒的群體增加了許多，但在休閒參與的選擇與方式上仍存有差異。

四、休閒階級社會文化資源變異之衝突

黃金麟（1999）指出，文化是一種生活和行為的藍圖，它的存在意味著生物的基因遺傳並不是決定一個人的行為和思想的唯一原因。它是一種人類因應生存的需要而集體創發出來的結晶。就社會學的角度而言，文化所指稱的是一群人或一個社會所共同持有的各種風俗、價值、信仰、知識和表達符號。

Berger（1995）指出，階級常是被使用在文化批判論上，階級的區分建立在他們在社會上所擁有的經濟資源、社會資源與文化資源的位置上。特定階級的成員擁有相類似的教育背景、職業、生活方式、價值、和美學素養等，都是不同於其他社經地位的成員，且受到他們的敬重。這就是階級區分後的文化結果。不同階級文化的產生，也使得人們在文化上有所區隔，社會上也就有許多將文化素養視為是個人聲望或地位的象徵。

Nixon & Frey（1996）認為，文化是社會成員所共有的一種生活模式，是由共有的知識所構成，這些知識象徵著該社會或世代沿襲前人所創造出來的、取自其他社會的、以及彼此共同有的有形資產。休閒活動的參與通常反映了社會的

階級區別，不過許多休閒運動次文化也可被視為價值、態度、品位、興趣、風格或是某一社會階級經驗或地位團體的一種表現。主流文化與次文化儼然已成為不同階級的價值，使得他們在生活方式或休閒參與上都不同的形式風格。就某意義來說，休閒活動具備有「文化社會守門」(cultural and social gatekeeping)的功能，只讓被接受的優勢階級的成員進入，而將邊緣或不被接受的弱勢成員排拒在外，當他們沒機會參與時便喪失了「文化社會同化」(cultural and social assimilation)的機會。

朋尼維茲(1997/2002)引述布赫迪厄的看法，認為階級之間的差異足以反映個人對於品味鑑賞的不同表現。具有特定品味的人，知道如何選擇才能表現出其社會地位的商品與休閒活動。下層階級也知道哪些消費與休閒行為是屬於中上產階級的活動，而且會在商品選擇上遵循一種階級特有的親近性，表現出風格類似的共同品味來，藉由文化親近性而使其階級地位獲得提升。

特納(1988/1991)指出葛蘭西暗示資本家們從文化和教育上控制從屬階級，進而發生了一種有關「霸權」(hegemony)的觀念。資本主義社會存在著一種支配地位的權力意識型態，藉助大眾傳播或其他文化、休閒與其他運動產業的力量，來獲取社會資源的所有權與資本宰制，這樣的意識型態不斷地灌輸到個人或階級在文化或休閒上的平等價值與可親近性，資本家卻從中汲取所有的經濟利益，並使資本主義社會的不平等合法化了。

朱岑樓(1991)指出，聲望是個人或團體所引以為榮的尊重或有利的名聲，此與個人或集團的社會地位有關。許多

研究社會階層或階級的學者，亦多以職業聲望做為評定各社會階級在社會中地位的標準。孫治本（2001）引述 Hardil 的看法，認為「在同一社會位置，可能在某些不平等生活條件上佔優勢，在另一些不平等生活條件上則處於弱勢，這就是所謂的「地位不一致」（Statusinkonsistenz）現象」。例如：休閒條件屬中等者，不但有收入高的經理人員，和收入中等的公司一般職員，另外收入屬中等或更差的學生，其休閒條件也不輸給那些收入比他們高的人。將「聲望」這個面向加入於休閒階級研究中，主要是要避免社會地位不一致的現象發生。例如：一個暴發戶，即個人財富地位高，但教育地位低，這樣的地位不協調也是在階級結構中所存在的矛盾現象。

Nixon & Frey（1998/2000）提出聲望是團體或社會價值的反射，擁有聲望通常也有較多的機會獲得更多的權力與經濟資源，當然，要擁有較高的聲望，就必須先取得更優勢的地位，而教育、財富、權力、與其他社會表現等，都是取得優勢地位的工具。像 Tiger Woods 原本是個名不經傳的球員，但是隨著他在比賽中表現越來越出色，其在社會中的聲望也隨之提高，所獲得財富也跟著增加，因此，透過聲望也能使人取得更高的社會及經濟地位。

Shivers & DeLisle（1997）指出階級的分化進而發展出兩階層的文化體系。一種被稱為「上流文化」（high culture），另一種稱為「大眾文化」（popular culture）。這樣的分法基本上是建立在文化的族群劃分上，也可以說是建立在社會階級區隔上。從上流文化（主流文化）與大眾文化（通俗文化）之間肉眼可看見的對立，他們之間的差異來自於參與者的習性。這種差異使得文化習俗的多重性變得更有意義，也顯示

出支配與被支配的階級對立關係。

朋尼維茲（1997/2002）指出，受到馬克思主義影響的布赫迪厄，透過宰制的概念來思考社會。布赫迪厄提出「文化資本」，指的是人們對於上層文化所能掌握的程度。他所認知的一般意義下的文化，是指一個人擁有科學、藝術、文學知識；這時，有教養的人和「沒教養」的人相對立。依照他的說法，從最枝微末節的日常行為裡，像是商品的選擇、穿著品味的表達，都可以發現宰制的關係存在。就像其他社會的場域，文化場域的運作也像是有一個生產者和消費者的市場。但事實上，這種文化價值的區別仍然是存在於現今的社會中。生產者所謂的「象徵符號」是由差異性文化系統組織建構起來的。從符號論的觀點來看，品牌化與象徵的價值相結合，在這資本主義社會中正如火如荼地進行中。因此，不同的階級參加不同的休閒活動，其背後也存在著不同階級的文化教養與個人文化資本。然而，在文化差異性下衝突很容易因此而產生，猶如布赫迪厄所認為的主流文化就是宰制階級的文化，宰制階級藉由長期的合法化工作，使人忘記其文化原本也只是任意的一個文化。在合法化成為其擁有合法性的過程中，將導致階級之間的衝突，只不過在這裡的階級鬥爭只是一種象徵性的鬥爭，社會關係代表著不同文化之間的競爭關係。宰制階級透過合法化過程保存其主流文化的上位優勢性格，除非現存秩序的改變，否則這種權力關係依舊會存在於社會當中。

綜合上述，休閒階級透過合法化過程使其文化成為社會中的主流文化（上流文化），其目的即是刻意要與其他階級有所區別，而此一舉動是為了保持其階級文化的上位優越性，

因為他們認為其他階級的文化是屬於較粗俗的文化而將它排擠。因此，休閒階級從文化和教育上控制從屬階級，進而發生了一種文化霸權。

第四節 研究意義與課題

本研究針對休閒階級衝突進行探討，以馬克思的階級理論來分析休閒階級在社會結構下所存在的衝突關係，乃基於擴展學術研究領域、明確瞭解階級在休閒參與與時所產生的衝突，以及提供休閒學術對階級與衝突研究上的參考依據等研究價值。並針對研究目的，提出相關課題：

一、研究意義

(一) 充實休閒學術內涵

台灣目前在休閒的研究上對於階級衝突的研究較少，相關階級的研究焦點大多數都放在休閒健身俱樂部參與階級、健身消費文化中新興健身階級的興起、不同階級對觀光的滿意度、中產階級參與的休閒場所、社經地位與旅遊消費行為、與休閒意義與價值之概念研究等（黃筱婷，2003；邱建章，2003；朱珮瑩，2003；蘇勤惠，2002；黃裕智，2003；游彥皓，2002）。這些研究成果的確都有論述到社會階級，也對休閒研究有相當貢獻，但對於休閒階級的衝突所進行的研究卻是相當貧乏。

(二) 開拓休閒研究視野

一般社會學對於社會階級的內容探討相當的多，不管就理論或發展脈絡都相當完整。本研究試圖以社會學為研究之理論基礎，引用社會學的理論、方法、及其涵養來灌溉休閒社會學的理论。母學科社會學足以灌溉休閒社會學，因此，筆者引借

社會學理論來探討休閒階級衝突，以開拓個人休閒研究視野。

(三) 釐清休閒階級衝突之脈絡

國內有關休閒階級的專書是由趙秋巖在1969年時將Veblen《休閒階級》(*The Theory of the Leisure Class*)這本書翻譯成中文的，雖已在台灣出版許多時日，但休閒階級方面的研究在國內還是相當稀少。本研究就休閒階級理論做探討，以做為休閒學術研究之參考。

二、研究課題

- (一) 瞭解休閒階級理論之基礎為何？休閒階級之分類為何？休閒階級中的衝突形式及產生原因為何？
- (二) 探究休閒階級在權力競爭的場域，權力宰制力量所造成的階級衝突關係為何？
- (三) 探究休閒階級在經濟資源分配時，經濟支配力量所造成的階級衝突關係為何？
- (四) 探究休閒階級在社會文化資源分配時，文化變異所造成的階級衝突關係為何？

第五節 研究方法與步驟

本節首先針對研究方法進行說明，其次再對研究步驟作一論述。

一、研究方法

本研究是屬於休閒社會學的研究，就學門來說，隸屬於社會學的次學科，從社會學的角度來看，休閒階級的存在是社會中一個普遍的現象，從初民狩獵社會到今日資本主義社會，由於社會的變遷造成休閒階級存在的形式有所不同，而

存在於階級間的衝突也隨之改變。本研究即對休閒階級衝突的原因做深刻的分析，探究社會資源分配不均等的過程中所產生的休閒階級衝突及其影響。為求分析主題的理論與脈絡能有完整串連的歷史概念，因此，本研究採文獻分析法與歷史研究法，針對主題進行文獻分析與論述。

二、研究步驟

本研究之步驟，首先，確定問題與擬定假設，根據假設探求在史料文獻或專書上的證據。其次，文獻資料分析的準備工作。接下來蒐集國內外相關之文獻資料，閱讀手中資料，整其整理後分類，驗證資料之真偽並加以批判分析。然後，解釋與歸納資料。最後則撰寫論文。

三、研究架構

本研究主旨乃探討休閒階級之衝突研究，首先論及休閒階級理論，其次分別針對休閒階級中各種資源分配所產生的衝突，包括政治權力、經濟資源與社會資源等，如圖一所示：

第六節 研究範圍與限制

本節將針對研究範圍與限制進行以下說明：

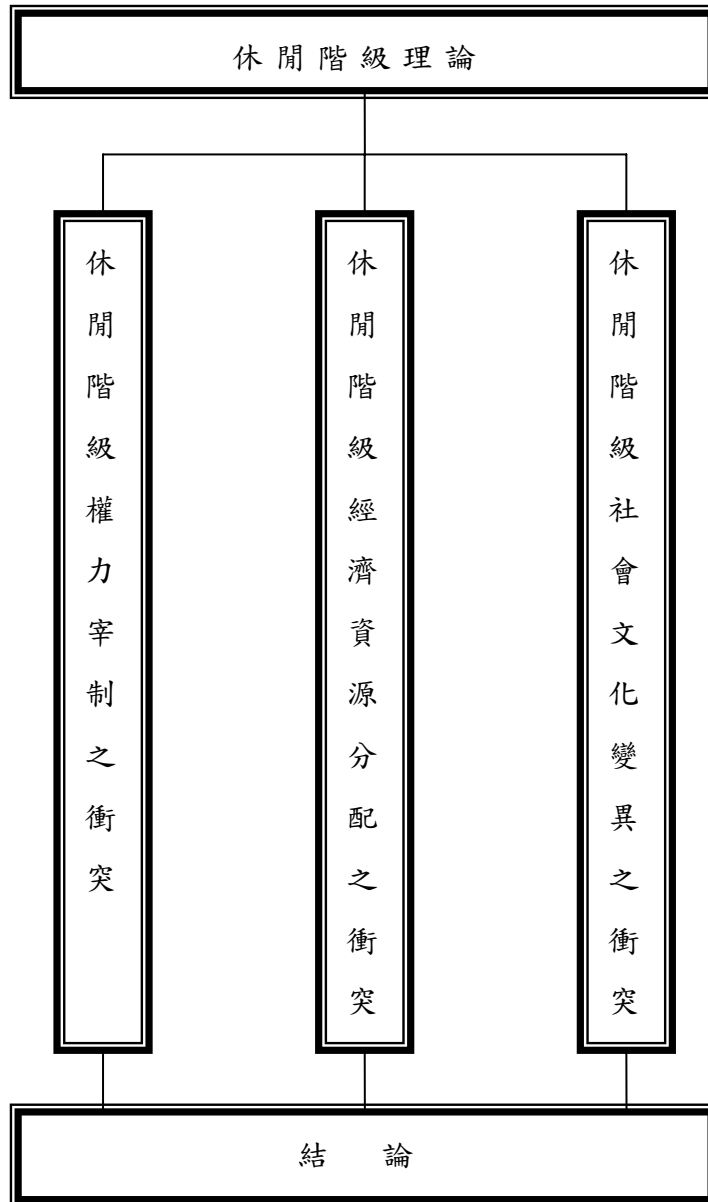
一、研究範圍

本研究取樣範圍以休閒階級之相關衝突為對象，且將之分為三大部分：權力宰制之衝突、經濟資源分配之衝突及社會文化資源變異之衝突。

二、研究限制

(一) 階層與階級之區別

在本研究中，所使用的階級並不同於階層。兩者在社



圖一.研究架構圖

會學中常被誤用，因此階層的使用有所限制。

(二) 資料取得不易

在文獻蒐集過程中，由於台灣目前針對休閒階級之研究或專書並不多見，大多數文獻資料援引自社會學，然文獻中所呈現之訊息難免會有片面使用之可能。

(三) 文獻的引用

在文獻蒐集過程中，因有些文獻年代久遠或限於語文能力不足等因素，而導致原始資料無法取得，或無法閱讀。因此，在這種情況下，則會考量採用到第二手資料的引用。

第七節 名詞解釋

針對本研究之重要名詞之意義，分述如下：

一、階級 (*class*)

社會階級是階層化系統中的分類與排序（戴伊，1996/2000）。

二、休閒階級 (*leisure class*)

休閒階級擁有龐大的資產，自願放棄金錢的勞動且藉由炫耀式的消費及休閒來彰顯與其他階級不同的地位（Veblen，1899）。

三、衝突 (*conflict*)

A方有目的的付出努力以阻撓B方、抵銷B方的努力、挫折B方使其無法達成目標或實現其利益之過程（林財丁、林瑞發，1998）。

四、聲望 (*prestige*)

聲望是個人或團體所引以為榮的尊重或有利的名聲，此

與個人或集團的社會地位有關(朱岑樓, 1991)。在本研究中, 聲望代表個人或群體在社會上的地位高低。

五、文化資本 (*culture capital*)

相當於知識能力資格總體, 由學校系統生產或由家庭承傳下來。文化資本又分為三種形式: 內化形式(如對公眾演講時的泰然自若); 客觀形式像文化財貨(如名畫收藏); 制度化形式指的是經由制度的社會性認可(如學歷)(朋尼維茲, 1997/2002, p.73)。

六、霸權 (*hegemony*)

霸權是一個不斷創造的歷程, 包括建構成員意識以及對於意識型態之控制權的鬥爭(唐振軒, 2003)。

第貳章

休閒階級理論探討

第一節 階級意涵與分類

一、階級意涵

社會階級是決定人們生活型態的主要原因，也是影響休閒參與方式與選擇的重要因素。因此，在探討休閒階級之前必須先瞭解何謂「階級」。王雲五社會科學大辭典（1999）對階級所下的定義則為：「階級是對社會中地位相等的一群人的稱謂，每一階級通常均有共同習慣、態度、觀念、價值及行為標準」。階級劃分意指將社會區隔為若干不平等的階層或群體（Seabrook，2002）。Seabrook 進一步說明「階級」的來源：

意指人類群體經濟與社會地位的 class（階級）一字，源頭並不遠。其現代用法可溯自十八世紀中葉，其字根為拉丁文 classis，指的是為了便於課稅而將羅馬人劃分成的六種品級（order）。階級概念在西方世界抬頭以前，所謂 rank（等級）與 station（身分）描述的就是人們的社會地位。在英國，order 這個字可以追溯源於 1300 年代，指的是人群的集體地位（pp.18-19）。

有些學者則認為社會階級是社會階層的一種方式，歷史

上有過四種主要的社會階層形式：奴隸制、喀斯特制、等級制和階級制。階級制是現代世界上最常見的社會階層體制，是一種以經濟地位為基礎的相對開放之階層體制（彭懷恩，1993；彭懷恩，1996；謝雨生、黃毅志，1999）。這與戴伊（Thomas R. Dye）（1996/2000）的看法相符合，他認為社會階級是階層化系統中的分類與排序，階層化系統創造出了社會階級。他指出：

社會階級（social classes）這一字眼僅僅意指著，在階層化系統中佔據著一個較寬鬆的相似範圍與等級的所有人們。同一個社會階級中的人，彼此間不一定會有互動，或甚至了解到他們之間有許多共同之處。因為所有的社會都有階級化系統，所以，所有的社會都會有階級（p.88）。

階級的概念隨著早期工業主義的興起，在十九世紀上半葉開始就受到各學派的重視。從馬克思學派來看，階級是分析人類活動與社會結構的中心。馬克思認為「除了原始公社與未來共產主義的社會之外，無論是古代的奴隸社會、中古封建主義的社會，還是當前資本主義的社會，都是階級社會」（洪鑣德，1997）。依照馬克思等衝突論者的看法，階級是指在整個生產的社會組織中，所佔有的共同結構性的位置。其包含了以下的特性：「階級具有共同位置，這些位置間是互有關係的，且這些位置是植根於整個生產的社會體系之中」（彭懷恩，1999）。

社會階級起源於「生產關係」，是一種把工作加以組織的

方法。馬克思把社會階級視為一種頗為普通的現象，根植於主要的經濟角色，尤其是財產所有權，在經濟史上，大多數的工業及職業中均曾出現，無一例外。隨著封建主義的崩潰，現代的主要社會階級會產生兩極化的現象，把社會分成兩大陣營，一邊是資產階級 (bourgeoisie)，即為數頗少的資本家；另一邊則是無產階級 (proletariat)，由除了勞力而一無所有之大多數民眾所組成 (Broom et al., 1990/1993)。馬克思指稱，階級是一種生產工具關係的表現，資本家擁有製造的生產工具，而工人除了出賣勞力外，別無其他的生產工具。

人之所以有階級高低之分是因為生產工具分配不均所造成的，因為擁有或控制生產工具的人是屬於支配階級，而替控制階級工作的人則屬於被支配階級。如同資本家以生產工具做為手段控制著勞動階級的薪資 (Marx, 1867)。這種支配與被支配的關係，產生了階級資源及利益分配的不平等，無產階級努力工作所創造出來的勞動剩餘價值，最後還是被資產階級給拿走，這種階級間的剝削是歷史上存在階級衝突的主要來源，而這種衝突的對立也是人類社會進步的動力。馬克思認為這種階級的剝削與對立衝突是歷史上社會與經濟機制中被視為尋常之事，但在抗爭中，階級意識會隨之形成，階級意識的產生才是引起無產階級群起革命最主要的原因。紀登斯 (1971/1989) 認為：

馬克思對階級的分法會產生「二分的階級關係模型：所有的階級社會都是圍繞著一條劃兩個相互對立的階級——一個支配者，另一個為臣服者——的基線建立」 (p.77)。

韋伯 (Max Weber, 1786-1826) 在探討階級時，許多地方與馬克思想法相同並據其觀念加以延伸。他同意馬克思所謂最重要的階級區別，是建立在財產所有權而來的所得機會。與馬克思不同的是，除了財富（經濟）外，階級的劃分還有另外兩種標準，即權力及聲望。韋伯將階級定義為：「財富供給、外在的生活地位和所擁有的價值；把處在相同階級狀態的人定義為階級」（葉至誠，1997）。韋伯認為社會階級是一個多向度的概念，他將階級概念分為三個各自獨立但彼此有關係的三個要素，即為政治地位（或權力）、經濟地位（或財富）和社會地位（或聲望）。這樣的概念正好可以說明有些人在政治上很有權力，但並沒有很多財富；也可能擁有很多財富卻沒有什麼聲望；也可能有聲望卻沒有什麼財富。三個要素雖然各自分開，但卻常有高度的關聯。這個論點也正好可以解釋階級「地位不一致」(status inconsistency) 的情形。而多向度的概念也正好可以用來詮釋馬克思階級概念所無法解釋的社會階層化的現象（王振寰、瞿海源，1999）。每個社會階級各有不同機會獲取收入與財貨，但不僅只有財富會影響人的社會地位的取得，這是與馬克思不相同的地方。

從涂爾幹開始，功能主義社會學家就堅持社會階級的功能是提供社會上的各種角色，用地位和金錢獎勵那些願意接受更多訓練、責任和其他困難的人。他們認為階級能提升社會穩定，因為人們都適應自己在社會上的位置，並受到了獎賞（Argyle, 1992/1995）。功能主義者相信，社會階級乃是應社會分工所造成的常態，每個人都有一個屬於自己的社會功能性位置，並且認為，為了維持社會的存在，社會階層化是必需的，甚至是不可避免的。

近代的許多學者也對階級下了不同的定義。Wright (1988) 以生產工具、組織中的權威、及技術資產這三種資源的擁有當作基礎，來建構工業社會的階級架構。布赫迪厄把所有的社會建構定義為階級間或團體間的權力關係以及意義關係之系統，可以看出他那著重象徵宰制關係下的階級定義。另外，布赫迪厄認為必須透過文化，宰制者才能穩固其宰制。文化成為社會群體鬥爭的焦點，而這個鬥爭的目的在於維持社會階級之間的區別性（朋尼維茲，1997/2002）。布赫迪厄指出：

我要同那種把階級看作是很確定的群體的現實主義觀念作決裂；那種階級觀念把階級看作是結實的和被分裂的實在，……我的研究指明，人們生存於某一社會空間之中；他們並不是隨便生活於任何一個地方，也就是說並非可以互相轉換的，就像那些否認社會階級（des classes sociales）存在的人們所宣稱的那樣。而且人們依據著他們在這個非常複雜的空間中所佔據的地位，可以理解到他們的實踐的邏輯，並由此可以確定，他們是如何劃分階級並如何自我劃分階級的，又是如何在必要的時候作為一個階級的成員而進行思索的（周陽山，1991，p.346）。

回顧社會階級的主要文獻，不難發現大部分的學者在替階級下定義時，造成階級分化的具體答案就是：政治（權力）、財富（經濟）、及聲望（文化）三種。它們是研究階級最重要的三種面向，也是社會階級理論發展的重要核心概念。

二、階級分類

階級分類是需要的，在社會階級測量時它是一個相當重要的依據。在歷史上，最簡單的階級分類，即為貴族、一般人民與奴隸階級。而社會學中常見的階級分類如下：

馬克思對於階級的分類相當的簡單，以社會上兩個對立的階級來劃分：資產階級與無產階級。採用這種二分法的主因是擁有生產工具的有無，生產工具是指工廠或資金，這樣的分類也是建立在生產關係上。馬克思對階級概念類別做了區分，一個是自在階級（class-in-itself），另一個是自為階級（class-for-itself），所謂的自在階級是指由資本主義生產方式的擴張，所帶來的大量勞動者，當這些勞動者有了階級意識，要從事政治行動以爭取階級利益後，方成了自為階級（王振寰，1989）。

馬克思的二分法，隨著時間及社會的政治經濟變遷已不符時代潮流。現代馬克思主義者已揚棄了兩階級的概念及分法，改採多階級的模式。新馬克思主義者 Wright（1979）主張依據生產工具的有無、是否擁有購買他人勞力與控制他人勞力之權力、雇用人數及專業自主性，區分出以下六個階級：資產階級、小雇主、小資產階級、經理與監督、半自主性受僱者與勞工階級。而理性選擇的馬克思主義從經濟成員如何以出賣或購買勞動力來討論階級。主要的階級可分為（高安邦，1997，p.157）：

- （1）雇用勞動的資產階級（bourgeoisie）。
- （2）出賣勞動的無產階級（proletarians）。
- （3）自我雇用階級（self-employed）。

除了馬克思學派的學者的階級分法外，其他學者也提出不一樣的分類。布赫迪厄把社會空間分為三個階級：（1）擁有資本的宰制階級或上層階級；（2）都想往社會上層爬且內部卻是分裂的小資產階級；（3）以無產為特徵的普羅階級（朋尼維茲，1997/2002）。Argyle（1992/1995）將主要的社會階級分為四類：（1）上層階級；（2）中上階級；（3）中下階級；（4）勞工階級。另外，在 Goldthorpe 的階級分類架構中，同一類屬的人，大多有類似的市場情境、工作情境、和生命的機會。他的階級分類架構比較接近韋伯的分類方式，同時以生產工具、財產（收入）、及市場情境等來劃分階級。他將社會階級分成七大類：（1）資本家；（2）較低階層的專業人員；（3）白領勞工；（4）小資產階級；（5）較低階層的技工和藍領勞工的監督者（領班）；（6）技術性勞工；（7）半技術性和非技術性的勞工（吳乃德，1997）。

傳統中國的階級是處於一種穩定狀態的體系，粗略地劃分即為貴族及平民，兩者的生活可說是處於不同的世界。文崇一、蕭新煌（1988）認為，能維持如此超穩定的階級體系主要是受到漢武帝以儒家倫理統治天下有關，儒家倫理很明顯的受到兩種意識形態的影響：

一種是社會群體的階級區分，早期的君子、小人，後期的貴、賤等級，使不同階級的人群，過著不同的生活方式，因階級的尊卑、高下，灌輸不同的價值觀念和行為規範。這種意識形態，多少受到封建貴族的影響，一直沒有什麼改變，就使統治者與被統治者形成兩個截然不同的階級（p.1）。

另外，中國社會階級以級次來細分為：皇帝及皇室、官吏（包括中央及地方各級官吏、士紳）、商人、農民及工人（一般城市市民也屬這一階級）、奴隸及無業遊民等六級（文崇一，1989）。這種分類是以社會經濟地位為標準。在中國的社會，許多人也常用職業來分類階級，如「士、農、工、商」（Yang，1978），這也是常見的分類方式。相關文獻（林正忠，1989；許嘉猶，1986，1989；蔡淑鈴、瞿海源，1989；吳乃德，1997；黃毅志，2000）也指出地位、職業、聲望、所得、教育、族群、權力、及文化資本等都是階級劃分的依據。

不管是農業社會或是工業社會都有階級系統的存在，封建時期的歐洲和一些較低度開發的農業社會都存在富有的地主與貧窮農民兩大階級。在工業社會中通常有三種主要的階級：少數的菁英上層階級（elite upper class）、不少的專業和白領工作的中產階級，還有為數眾多的較低技術之勞工階級（王振寰、瞿海源，1999）。這種以上層、中層、及勞工階級或下層階級來劃分階級，是目前最常見的階級分類方式。針對中產階級的論述方面，馬克思並沒有太多的著墨，他將中產階級歸類於無產階級。中產階級的特性是介於資產階級與勞動階級之間，在目前的社會中已成為一個可辨識的階級。中產階級的興起，也是導致社會階級意識的模糊性主要原因。蕭新煌（1994）的研究中指出，在美國、瑞典和台灣的新中產階級均佔有愈來愈顯著的地位，儼然已成為社會階級結構中僅次於勞工階級的「新生階級」。而本研究也採用上層階級、中產階級、及勞動階級（下層階級）來做為階級劃分的依據。

第二節 休閒階級理論

休閒階級的研究濶觴於十九世紀末 Thorstein Veblen (1899) 的《休閒階級理論》。他對當時的資本主義提出相當嚴厲的批判，同時也對休閒有不同的詮釋觀點，他認為休閒是社會地位差別的象徵，是人們的生活方式與社會階層的問題。休閒階級具有三大特徵：一、擁有龐大的資產；二、自願放棄金錢的勞動；三、炫耀性的消費 (Rojek, 2000)。Veblen (1988) 認為沒有任何勞工知道真正的休閒是什麼，因為休閒的特性就是大量的消費與空閒時間。只有有錢人才能被稱為很休閒，而且他們的休閒是炫耀性的，要向世人證明他們比其他階級更有能力消費及從事休閒。他替休閒階級下了一個結論，認為在歷史發展中唯有那些有錢有權的社會階級才真正擁有休閒。

在現代，許多有錢的人從事著如 Veblen 所說的「炫耀式的消費」(conspicuous consumption)，將自己的家裝飾的金碧輝煌，在假日參與一些高消費或極炫耀式的休閒娛樂活動，以彰顯自己和他人地位的不同，與鎮日工作賺取溫飽的勞動階級形成相當強烈的對比。難怪許多研究休閒社會學的學者以馬克思理論的觀點來批判休閒階級，包括 Veblen 的休閒階級思想也是深受馬克思主義的思想影響與衝擊而形成的 (Hodgson, 1995)。

從歷史的角度來看休閒階級，休閒階級存在人類社會已久。在原始的社會中某些人可以較容易得到更好的食物、服務及權力地位，而隨著人口的增加，休閒階級也跟著生成 (Cordes & Ibrahim, 1999)。農業時代隨著農業的技術進步，

而發展出一套保護個人財產的社會機制，由一群統治菁英組成政體，擁有並管理土地，由軍隊來保護土地，而由農人來耕作土地。從這個時期開始，人類開始擁有生產過剩的商品，因此也產生了一群不用直接從事生產就能過生活的人。在當時，這些人就是「地主」(landowners)，他們成為與勞動階級懸殊差距的休閒階級 (Edginton et al., 1995)。那些擁有土地的地主或特殊專長及技術的人是社會中最有權力威望的人，也就是休閒階級的一種狀態。

古希臘文明的成就世人有目共睹。大多數現代的政治思想，諸如政治制度、思想、正義、自由、及法律觀等都是從這個時期開始萌芽的。當然，希臘人的成就不僅只有這些，尚包括其在文化及藝術的發展、知識的啟發以及休閒的思想等，在哲學思想方面更是當時社會的頂端。在古希臘社會中休閒是相當重要的概念，甚至可以說「休閒階級」就是希臘社會中所謂的「菁英階級」。古希臘人口分為三個主要的階級，不同的階級在政治上和法律上都有顯著的區別。處於最低層的是奴隸，其次的團體是外國居民(外僑)，最後是公民團體(賽班，1989/1991)。公民享有政治活動及公共事務參與的權利，這是奴隸與外僑所不能享有的。柏拉圖認為社會就是因為由那三種階層的人所構成，所以當時的統治階層才能享有優美的閒暇生活，而勞動的奴隸只負責供給閒暇(戴偉謙，2001)。貴族與自由市民有奴隸代為工作，所以擁有充裕的時間參與休閒。亞里斯多德認為政治是建立在愉悅、快樂、休閒、道德、及幸福的生活基礎上，所以最好是讓奴隸從事所有的生活一切勞動，以便使公民們能夠有閒暇獻身於政治。亞里斯多德將休閒粗略地定義為「免於勞動需求的自由」一

樣，休閒被賦予相當的重要性（Kelly，1996，p.102）。亞里斯多德進一步地強調，為了保持公正、賢明的政府，就必須要支持有閒階級（陳定雄，1994）。從上述幾點可得知，休閒階級在古希臘是由一個龐大的奴隸基礎所鞏固建立出來的。

到了羅馬帝國時期，休閒變成一種社會控制的手段。隨著帝國權力及地理版圖擴張，階級統治者和一般大眾之間的界線愈加涇渭分明。在一連串的戰爭衝突中，戰場上那些戰俘便成為羅馬的勞力供給來源，他們使得羅馬的上層階級更有時間參與休閒。在羅馬早期驕傲自由的人民處在僕役階級和富人階級之間求生存，政治、經濟和社會參與機會是很有限的，集中在有權有錢的階級身上（Kelly，1996/2002）。統治者提供庶民們不同的休閒娛樂活動，但其目的是為了政治統治之企圖，藉由提公共福利和休閒娛樂來緩和社會不滿的情緒，填補了大眾的時間讓他們無心從事政治革命的活動，階級統治的意味相當濃厚。

十八世紀西方工業革命之後，休閒階級有了重大的改變。工業化帶來一系列工業技術的變革，影響了人類社會的經濟體制，也影響了經濟組織內成員的經濟行為。郭靜晃（1997）認為工業革命使用機器代替人工，一般大眾得以有空閒時間從事休閒活動。工業技術的發達雖然縮短了人們的工作時間，但這並不代表人們的休閒時間隨之增加，主要的原因是緊跟著工業革命之後所發展出來的「資本主義」。新的生產方法使社會的階層加速分化。工業革命以前生產的工具通常屬於生產者本人；工業革命後，由於新機器的昂貴，只有那些資本雄厚的資本家才能擁有新的生產工具，其結果是眾多人口只能依賴出賣勞力為求生存手段（葉至誠，1997）。

衝突理論的支持者認為，工業化不僅對工作造成集中約束化的現象，休閒也不例外的成為有權階級控制工作階層的手段（高俊雄，2002）。以資本主義觀點來說，時間即是金錢，工人將時間投入生產以獲取更多的利潤。因此，人的日常生活即以工作為重心，其他活動或休閒都是為了提高工作效率而來。以資本家的角度而言，勞動階級參與休閒活動被視為是一種再生產，"re-creation"即是「再創造」，藉由休閒可以恢復人們以往的精神，人們在辛苦工作之後藉由休閒的參與，使其身體及心理都得到適當的調適與壓力疏解，如此一來，回到工作崗位後便可提升生產力，增加資本家更多的利潤。然而，以馬克思主義的觀點來看休閒，再生產又是一種經濟剝削的手段。因為人們並沒有獲得或分享到那些他們所生產出來的剩餘財富，反而是被那些擁有生產工具的資本家們給拿走了。

隨著經濟的發達與社會文化的提升，休閒生活已不再只是有權有錢的階級的專利品，這是社會上大多數民眾的看法。葉智魁（1995）認為：

由於社會制度的改變，以及受到民主潮流衝擊的影響，階級分化非但已模糊，而佔少數人口的特權階級，也已無法肆無忌憚地剝削佔多數人口的中下階級；相對地，一般大眾已可享受到許多以往原是專屬特權階級所擁有的種種，包括休閒（pp.39-40）。

葉智魁認為休閒的階級意味幾乎已消失殆盡，它已非中上階級的表徵，相反地，幾乎人人都有空閒時間可供運用。

但 Kelly & Godbey (1992) 卻抱持不同看法，認為休閒階級並未消失，雖然不同社會階級參與的休閒活動類似，但是休閒參與的方式與風格仍然有明顯的差別。可見休閒階級並非在社會中完全消失殆盡，而是休閒發展與休閒參與中轉換成其他種形式存在於今日這個社會當中。

現代的休閒階級與過去人類歷史發展中的休閒階級已有相當大的差異。人類文明的進步，在社會正義與平等的民主思潮下，人們擁有更多自主與平等權，各國政府也提供越來越多的休閒設施來讓一般大眾使用，民眾擁有愈來愈多且平等的休閒參與機會。例如：藉由大眾傳播媒體轉播休閒及運動的節目，這已超越了階級的界限，不管是上層、中產階級、或下層階級的勞工都能享有相同的服務。但是，對於那些追求組織利潤的休閒商業組織卻不這麼想，有權有閒的階級仍然是他們所要吸引的主要目標。許多休閒產品或服務只適合社會上某部分的人消費，而且拒絕其他人的參與 (Edginton, Jordan, Degraaf & Edginton, 1995)。以高爾夫球俱樂部為例，其參與者大多數還是屬於中上層階級的族群，主要原因還是在於俱樂部對於會員資格的限制，例如：必須先繳納一筆費用成為該會員，以及每次打球要另付其他使用費用，這些都不是一般勞工階級所能輕鬆負擔的。由於休閒商品化的經營運作與社會階級化的影響，使得休閒資源與機會的分配產生扭曲或不平等的現象。在休閒商品化的社會，許多人還是毫無多餘的可支配所得、多餘的自由時間去參與、購買大眾媒體一再促銷的休閒 (高俊雄, 2002)。休閒商品化使得休閒參與產生了不平等的差距。

隨著社會文明的進步，社會階級對休閒參與行為的決定

程度，很明顯的在減弱中。特納（1988/1991）認為：

隨著二十世紀城市產業工人階級的相對衰落、資本所有權的重構，以及在自由民主政體範圍內公民身分形式上的應享權利有所擴展，工人階級與資產階級之間的簡單化分已經為一種更複雜和更綜合的社會構成所取代。正如我已經指出的那樣，這種更加複雜和更加綜合的社會構成，包含各地位共同體和地位集團為獲得國家製作的福利蛋糕而進行的無止境的鬥爭（pp.84-85）。

用社會階級來預測休閒參與的性向，其可靠性已經降低，如主要原因如下：（1）文化之散播性；（2）交通運輸的便利性增高；（3）大眾媒體的影響；（4）富裕程度之提高，有更多樣化的休閒娛樂活動的項目可選擇（Bammel& Burrus-Bammel，1996）。

在現代的社會中，階級色彩雖已淡化。但是，階級和人們的生活及休閒方式之間還是有一定的關係存在，階級往往會決定人們參與休閒運動的選擇項目。時下的一些休閒運動項目依舊還是披著特權階級的地位象徵的色彩，以追求其獨特性地位的存在，這種獨特性地位還是帶著濃厚的休閒階級的味道。

第三節 休閒階級衝突

休閒階級的發展可說是一部社會的階級衝突史。從原始社會有社會階級的產生開始，到現代化下的資本主義社會，

休閒階級更是充滿著衝突意味。從社會學的觀點來看，休閒階級的存在就是社會不平等的表徵。階級本身就隱含著資源分配不平等的意涵。社會的資源有限，為了分配稀少的政治、經濟、文化資源，人類展開了永無休止的鬥爭與衝突。特納（1988/1991）採「反進化論」的立場，通過強調社會衝突在社會變遷中的作用，他認為：

社會鬥爭的結果是偶然的和歷史的，或者說，社會後果乃是無窮無盡的社會衝突形式中偶然的、不可預測的和無法預期的結果。社會階級產生的基礎必定是對合意的物品和屬性的某些共同評價，但同樣清楚的是，所有社會都是人們為擴大或維護其特有獲得資源方式而展開鬥爭的場所（pp.20-21）。

由資產家或富人所形成的「休閒階級」，對他們來說休閒單單只是一個炫耀其個人財富及地位的表徵，如此一來便可拉大與一般民眾之間的距離（Veblen, 1899）。休閒階級盡可能與必要的勞務疏遠，而大肆地炫耀其令人側目的消費及休閒行為。靠著不斷地欺壓那些無權勢的勞工來保持自己的生活風格。休閒衍然已成為一種分裂財富、權力和階級界限的工具，在這種情況之下，休閒逐漸變成菁英階級的特權。Veblen 和馬克思都看到了一個面向，是階級壓迫導致了懸殊的經濟狀況（Goodale & Godbey, 1988）。對於 Veblen 來說，這種狀況是那些掠奪性的休閒階級對於時間及金錢有目的的浪費所造成的。

以結構功能論者的角度來看休閒階級衝突，他們認為社

會系統中不同部份的社會結構制度，是為了貢獻整個社會系統的完整性，而衝突也是有助於社會整體的平衡。功能論者強調社會系統的任何部份都有助於系統整體的穩定，他們也認為系統並未保持靜態，而是以動態形式存在。功能論者認為社會中「當某部分改變時，其他部分會以減少或消除緊張的方式來加以調適和改變」(Ferrante, 1955/1998)。就以貧窮來說，假如貧窮完全消除的話，經濟系統會遭致更嚴重的損害，那些獲利自貧窮的工業、消費者以及職業團體得將被迫調適。

以馬克思的觀點，階級是根據其對生產資源的佔有來劃分的，資本主義社會中的兩個基本階級是無產階級與資產階級，這兩個階級一直是處於衝突狀態。馬克思假設「歷史是由社會中持續不斷地階級衝突而演變來的，社會也因統治階級對一般人民的壓制、控制，以致更完整」(Nixon & Frey, 1998/2000)。從這個角度來看，那些帶來衝突與反對行動的人，對社會的完整性並沒有造成威脅，在衝突理論學者的眼中，他們只是一群受到壓迫而群起反抗的群眾，而非威脅他人之身份地位。並不如資產階級所想像的，無產階級的反抗是為了掠奪更多的權力以及更高的經濟地位。馬克思學派學者的看法：

任何人只要能夠控制社會的財富，無論是富有人家或他們心中所認為的財富，最後他便會控制了整個社會。休閒運動就像是一種鴉片，能使群眾保持安靜，讓他們對激進的思想不感興趣，這樣才能避免階級體系被推翻，以維護資產階級的利益 (邱金松, 1988, p.40)。

換句話說，休閒運動被當成是一種支配、控制的手段，讓群眾喜愛上休閒運動而忘掉自己本身的困境，以鞏固既得利益者的利益。

社會衝突不應只被簡化為「分食大餅」的狀況（杜漢，1984/2002）。階級的範疇包括權力、文化及經濟等面向。在價值觀念下或在政治、經濟、或文化的場域，社會利益的歧見都隱藏著階級利益的衝突。杜漢提到統治階級如果沒權力及力量來防衛其利益、再生產其特權的話，就算不上什麼統治階級。統治階級管控著社會用以生產其自身存在和自身意義方法，隨著工業文明的普及，造成統治菁英的多樣化，統治階級的權力已分散至各商業性組織內，各種資產或管理階級掌控社會資源，而影響著社會的發展。

隨著大眾消費社會的來臨與休閒大眾化的發展，在二十一世紀中，人們開始對於工作以外的角色，例如：家居、娛樂、休閒、運動等賦予了重大的意義，正如在上幾個世代中工作的角色一樣重要，而使休閒階級之間的衝突有逐漸減少趨勢。然而過度休閒商業化卻也造成休閒資源與機會分配產生了扭曲與不平等。這種階級之間的不平等依然存在於目前這個社會，也是個不爭的事實。在休閒消費上，階級團體藉著消費模式使他們自己和別人不同，來區別各種身分團體的生活方式與品味不同，以消費能力及個人品味來證明自己的身分地位是高於其他階級。布赫迪厄的焦點就落在「區別」（distinguish）這種社會過程上，並分析在這種過程中，品味的使用有多重要。而其中的衝突點來自於當地位不平等時，一個團體就能認為另一個或另一些團體是低級的，而低地位的團體當然怨恨自己的地位低，因而對高地位的團體抱

有敵意 (Argyle, 1992/1995)。同樣地，當有權力差異時，地位低的團體也會怨恨其他團體對他們的控制。

小結

今日的休閒階級衝突形式已不是像馬克思所說那樣，會引起無產階級的階級意識抬頭群起革命，轉而代之的是休閒階級裡各種價值與利益之間的衝突才是重點。在社會群體中，不同階級地位常帶來互相的敵對與猜忌的情緒。這種衝突關係，倒不如用派森思寧所說的「緊張」和「壓力」(科塞，1991)，來解釋休閒階級中的「衝突」更來的貼切一些。在社會資源的分配競技場裡，每個人無不想盡辦法來追求在權力、經濟、與聲望等社會資源汲取的極大化，而衝突卻是有助於建立和維持社會階級或群體身份地位的分界線。因此，不同階級之間的衝突是難以避免的，且具有其一定的存在必要。

第參章

休閒階級權力宰制之衝突

第一節 休閒階級與權力關係

「權力」一個當今社會科學裡常見的用語，泛指人們對於生活中的秩序安排以及各種造就他們時代歷史的事態所做的一切決策（Mills，1995）。在社會學中，正當的權力被定義為權威，而不正當的權力則是壓迫或是宰制。韋伯替權力下了一個定義，即人們要求別人聽從其命令的能力，即使在抗拒的情況下（王振寰、瞿海源，1999）。更簡化地說，權力是指某 A 能夠影響另一個人 B，做出原本他不願意去做的事之潛在能力。

對於權力的含義，學者間一直存在著紛歧的看法。傅柯（Michael Foucault，1926-1984）認為「有對抗處就有權力的存在」（葉啟政，1992）。他並強調權力是無所不在，且被人行使著，行使之時有一定方向，某些人在一邊，另一些人在另一邊。菁英論者則以「聲名」及「關鍵位置」的擁有界定權力的存在，少數人擁有較多的資源與權力，決定了國家機器與社會的走向。多元論者認為，權力是一種人與人間的關係，這種關係通常表現在社區或政府的政策決策過程（蕭全政，1994）。然而，如何讓權力合法化亦是擁有較多政治資源的階級必須設法解決的一個重要議題。周陽山引述布赫迪厄的看法認為（1991）：

一切政權，都不能只滿足於作為政權而存在；也就是說，一切政權不能只為權力自身而存在，不能只滿足於一個空空洞洞的權力而毋須任何合法化程序。進一步說，一切政權為了繼續存在下去，必須設法使其自身合法化；必須至少設法使他人看不到其自身的任意性，必須至少掩飾這種任意性——那怕這種任意性本來就是其自身的真正基礎（pp.349-350）。

古希臘時代，奴隸成為休閒階級存在最重要的基礎，在這個時期裡，休閒在社會系統裡佔有相當重要的地位，柏拉圖與亞里斯多德都認為休閒是提供公民學習哲學、藝術、道德與智慧最好的教育方法，然而並不是每個人都能接受休閒的智慧與訓練洗禮。Kelly（1996）指出：

唯有統治階級的男性（及少數專業的女性）能夠接受這種成人休閒的準備訓練。自由的貧民只能終日忙著求生存與溫飽，而奴隸階級只能從事大部份的勞動，以支持少數人的休閒活動（pp.102-103）。

亞里斯多德對休閒有貴族的觀念，認為休閒僅有極少數人能做得恰當，大多數人注定要在勞苦中湮沒，唯有思想家、冥想的人、懂得欣賞的人才能擁有休閒（Bammel & Burrus-Bammel, 1996）。在這個以僕役階級服侍休閒階級的社會裡，奴隸的待遇很差，被視為低賤種族的成員而受到貶視，他們沒有政治權力可言，法定權力更是少的可憐，他們的付出是為了實現一個道德更加完善的社會，讓那些擁有公

民權的人能專心沉浸在思考冥想、藝術與其他創作上。這樣一個奴役基礎完全是建立在權力的支配上，甚至於在當時社會中大多數人認為那是一種合理且公平的現象。

到了古羅馬帝國時期休閒卻成為統治階級掌控社會資源及鞏固社會安定的政治性工具。古羅馬軍隊南征北討創造了一強大的帝國，從原本農業民主國家一躍變成具有階級制度的都市族群（Torkildsen，1999/2003）。從征戰中帶回的戰俘與奴隸成為了羅馬人農場上或是社會勞役的勞動力，使得一般的民眾及和平時期就派不上用場的軍人多出許多休閒時間，因此，羅馬發展出一種公共化的休閒，設立了澡堂、戶外劇院、運動場、公園、體操館、遊樂場和一些室內的大會堂、戲院等設施（Kelly，1996）。然而，那些富有的統治階層和一般大眾的休閒大有不同，他們聚居在城郊，蓋有花園、游泳池、甚至狩獵場等設施，可見他們的休閒活動與一般民眾仍有相當差距存在。大型的競技場在羅馬是常見的，既血腥又暴力的決鬥場面，讓一般民眾對於統治者的不滿得以有發洩的管道，多樣的休閒形式填補了大眾的空閒時間，使他們無心於政治革命活動，休閒衍然成為統治國家的休閒階級最好的政治性工具。

在資本主義裡，資產階級控制了社會生產的工具，有錢的資產階級，藉由所擁有的生產工具轉化成為支配無產階級勞工的權力，把他們當成是自己經濟汲取的剝削對象。勞動階級靠著自己的生產為資本家賺取更多的利潤，資本家才能得以過著驕奢淫逸的生活，這不平等的經濟結構一切都是權力使然。從馬克思的觀點，歷史是建立在控制大部分資源與依賴這些資源的人，兩者之間的鬥爭，這些鬥爭主要是在於

權力的掌握。無產階級對於自身真正利益是盲目無知的，所以他們才會受到控制與剝削（Kelly & Godbey，1992）。

馬克思用「異化」（alienation）的概念來解釋資本主義的勞動特徵，異化乃是工人開始與其本性相違背，又稱為「疏離」，而疏離感的四個主要特徵為（Schacht，1971）：（1）工人對自己的工作成果疏離；（2）工人對工作過程的疏離；（3）工人與其他人的疏離；（4）工人與自己的疏離。從以上四點可以得知資本主義是剝奪人性的制度，而使工人與自己的原本性格疏離了。從異化第二個特徵可以看到，也許原本屬於工匠可以在製作過程中表現自己技藝，以其為自己的休閒活動。但是，隨著工業化需要大量的生產，他們的工作卻變成重複性的動作且變得更無聊，這種異化的勞動使人的本性與興趣相背離而成為資本家的支配工具。從福特主義（Fordism）的發展開始，工廠擁有固定的專業機器生產線而造就了一群「生產奴隸」，就是一個異化所造成的血淋淋的例子。在這同時，休閒成為了一種高度商品化的市場供需下的商品與活動，那麼休閒也就變成了被異化的活動。

衝突總是存在的，因為體系內的各種個體或群體對於應得權益和分配體系的看法絕不會一致。每當團體採取行動以增加財富、權力、聲望或其他重要資源，在原有分配體系的既得利益者拒絕的情況下，衝突便會發生（Ferrante，1995/1998）。擁有較多權力的既得利益者會以不同的方式及手段與處於弱勢的另外一群人進行區隔。誠如 Veblen 所提到的，休閒階級以彰顯性的休閒及消費來突顯他們與勞動階級的地位不同。他也提到，社會上那些所謂的休閒階級大都是領導國家發展走向的菁英份子，他們掌握著國家發展的意識

形態與大多數的社會資源。在這種不平等的權力分配中，「我們」和「他們」之間的區分會自然產生，只要這樣的結構一直存在著，衝突便無法避免。然而，一個令人諷刺的現象卻一直存在著，休閒階級過度浪費的炫耀式消費及休閒行為，成為中、下層階級民眾仿效的對象，中、下層階級的民眾亦希望有朝一日能跟他們一樣擁有同樣的休閒及消費模式。

社會階級區分為統治與被統治階級，每個社會組織皆只有一個或是相當少數的領導者，而這群為數甚少的人卻足以支配其他人，他們對社會資源的運用具有決定性的影響力，並且決定著那些對社會大眾有深遠影響的公共事務（姜添輝，2000）。因此，他們擁有支配權且運用這樣的影響力及權力來決定社會的資源分配或意識型態，更有可能影響到社會文明化的程度。然而，特權和權力的不平等分配都有可能導致敵對的感情，亦有可能導致衝突。衝突不論是暴力相向或是充滿敵意的緊張關係，都有可能導致社會的變遷，衝突可以被當做是社會秩序的破壞力量，也可以是一股具有建設性與鼓舞的力量。達倫道夫（Dahrendorf）描述的衝突的三個階段（Ferrante，1995/1998）：

第一階段：每個權威結構都包含兩個以上具有對立利益和隱藏利益的團體。那些既得利益者會保存這個體系，而未蒙其利者則會嘗試地去改變它。第二階段：假如那些無權者有機會彼此溝通，且擁有組織團體的自由，握有必要的資源，並出現一位領導者，那麼他們便會組織起來。第三階段：那些無權者一旦組織起來以後，便會與當權者發生衝突（pp.831-835）。

簡化達倫道夫所提出的權力衝突三個階段，即為潛在的對立、認知與個人化及行為。此外，林財丁、林瑞發（1998）認為衝突應該還有第四個階段，即為衝突行動與處理行為的交互作用導致的結果。

在日本殖民體制下的台灣，日本為了強化統治恩典或歌功頌德，在許多公園內設立了招忠碑、民政長官的銅像，甚至連神社也都搬進公園，台中公園就是一個很好的例子，殖民時代的統治階層將公園空間形塑成另一種儀典性、神秘的氣氛，很明顯地可以讓人感受到他們想透過這種方式來達到意識型態上的控制意圖（侯錦雄，2000）。以權力透過休閒活動或環境來控制人民的意識型態，是這個時期統治階級主要的目的。到了現階段的台灣，政治、經濟與文化的背景都已改變，休閒成為普羅大眾都能享有的權利，進入到大眾休閒社會的階段。因此，在都市快速發展人口擁擠的台灣社會中，公園已成為人們休閒活動的重要場所之一，除了一般綠地之外，政府也增設了許多休閒設施，例如：網球場、兒童遊樂設施等設施，以提供民眾有個正當的休閒場所。

以現代國家的角度來看，國家機器提供人民社會服務與社會安全等福利，其中也包括了休閒服務，這些休閒服務也是因應一般普羅階級的需求而產生。郭金芳（2003）指出美國聯邦政府主導國家休閒政策，領導各層級政府，指導及維護美國國民享受休閒，並提供追求快樂幸福的優質生活之責任。因此，在休閒服務方面的提供，近代民主福利制度下的政府介入相當的多。然而，受到世界經濟不景氣、失業、與通貨膨脹等等社會及經濟問題的影響，使得政府在休閒政策制訂過程中充滿了許多權力的鬥爭，有限的資源如何做有效

的分配，存在其中的政治權力角力不斷地進行著。不同的休閒政策方案選擇代表著不同團體的利益，各種利益團體透過政治或經濟的權力迫使政府政策走向偏向利於自己的方向。誠如 Lukes (1974) 所說的：

權力是「當 A 以不利於 B 的方法影響 B 時，即表示 A 對 B 運用了權力」。為權力是一種人與人間的關係，且以利益衝突為要件，這種關係並不一定只限於個人行為或是政府的政策，必須從整體的社會關係網絡中來做定位 (p.27)。

階級間的權力衝突存在，並不純然只具有負面的意義，它的存在至少也凸顯出各種不同價值的存在，衝突是可以靠著社會共識來化解。然而，權力不同所帶來的機會與資源的使用差異，是休閒階級化所呈現出來的表相，同時它也造成了階級間的衝突與傷害。當然，現代的勞工階級漸漸地懂得利用權力關係來獲取他們自己的利益，工會或政黨成為了他們爭取商業性回報的依附，這種階級意識的抬頭所組成的組織也加入了休閒政策方案選擇角力當中，透過這種政治或經濟的權力迫使政府政策走向偏向利於自己的走向。

第二節 權力與資源的分配

探討休閒階級與權力關係時，首先須從階級所擁有的資源著手。上層階級在獲得財富及權力的過程中比較能發揮其影響力，這種影響力植基於個人的「稟賦」(endowments)。

任何行為者的政治行為與經濟行為都是自利行為；同時，都必須以他所擁有且被客觀結構化的稟賦為基礎（蕭全政，1994）。

在探討權力前當然必須需要先釐清一個問題，什麼樣的權力能被用以成為社會階級的稟賦呢？加爾布雷斯（1992）認為有三種東西提供了通向權力的途徑，它們是「人格」、「財產」與「組織」。這三種權力來源中的每一種都與某些特殊的行使權力手段有一定卻非絕對的密切關係存在。人格是其人格力量備受推崇，例如：孔子、耶穌、柏拉圖和甘地等人，使他們具有令千萬人長久服從他們意志力的能力是他們個人的品格。財產是權力的來源是簡單明瞭的，擁有較多的財產可以使人更輕易地實現平常的權力運作，通過消費或金錢的手段直接或間接購買使人服從另一個人的意志，例如：利益團體資助政治人物，雇主與工人之間的服從關係。而組織通常與人格及財產有相關聯，加爾布雷斯進一步指出：

任何集體範疇，任何階級、任何群體本身都沒有或不可能行使權力。必須有另一個因素出現，這就是組織（1992，p.51）。

組織通常是為了某種目的或工作而聯合起來的一群人或團體，組織參加者服從組織的各種目標，以爭取共同的目標早日實現。例如：公司、軍隊、政黨、政府等，都是組織的形式。組織因為要實現參加者的集體目標，因為參加者必須服從於組織之下，組織因此而獲得並掌控權力。組織必須先贏得內部服從後才能得到外部對其目標的服從，它對外權力

的強弱也必須取決於內部服從的深度與穩定程度。

在資本主義社會中，資本家控制了生產工具，進行經濟利益的汲取。換言之，資本家所擁有之生產工具即為其稟賦，其稟賦的運用可以在權力、經濟資源分配過程中，使其佔有極佳的位置。而有閒階級之所以要保持事物的原狀，亦自有其實質上不得不然的利害關係，這種利害關係繫於有閒階級與勞動階級之間的經濟權力地位之彰顯（趙秋巖，1899/1969）。大部分的社會中，休閒階級總是處於特別優惠的地位，現實的狀況也很少會違反這個階級的利益，讓他們造成傷害。這種利害關係的動機說明了這個階級出自於本能的偏見，這種偏見也是其自利動機下的表現。休閒階級為了自身存在的條件與發展，必定會以自己的稟賦為基礎而有自利性的政治權力與經濟汲取的行為，目的是為了求取階級利益的保存，以及掌握更多的社會資源。

新韋伯主義者提出「社會封鎖」的概念來說明階級形成，這個概念也可以用來解釋階級如何運用權力來獲取或保存自己的利益。邱瑜瑾（1992）指出，Parkin把社會封鎖當作階級間或階級內群體用來對抗敵對群體的手段，可區分成兩種封鎖原則：

第一種是「排拒性」(exclusion)的社會封鎖，其次是「潛佔性」(usurpation)的社會封鎖。在社會中，較具支配性的階級比較傾向於使用「排拒性」原則來對抗次屬階級，相對地，處於劣勢的階級較常使用「潛佔性」原則來對抗支配階級。而處於兩者之間的中間階級（中產階級）較平衡地兼採兩種原則，稱之為「雙重

封鎖」(dual closure)。他們一方面使用文憑主義作為排他性手段，強調他們的專業屬性，另一方面又加入工會，以潛佔性方法來增加談判磋商的抗爭力量(pp.119-121)。

Wynne (1999) 對「階級與封鎖」論述也抱持著與 Parkin 相同的看法。休閒階級為佔領更高的權力資源頂端，以不同形式的手段或方法將被支配的群體封鎖，以維持其資源使用的獨佔性。權力宰制階級或上層階級，以其成員所擁有的資本之重要性為該階級之特色。權力宰制階級擁有相當多的資本，亦善於經營區別性以突顯自己的身分地位，不但將其對社會的觀點強加於所有人身上，且合法化他們自己的特定觀點。宰制階級決定什麼是合法文化(朋尼維茲，1997/2002)。宰制階級通常透過合法的文化及權力掌握經濟資本的優勢。

許多學者對於階級權力的統治提出批判。社會是受到統治菁英的控制，在資本主義社會中休閒也被統治菁英們視為一種霸權統治的重要因素(Jackson & Burton, 1999)。這點可以從現代運動商品的行銷上可以看到，走在大街小巷上甚至於在大眾媒體傳播的時候，常能看到 NIKE 的廣告、標誌及標語，在某種程度上大眾已受到這種文化霸權的宰制，而在休閒消費中顯現出這種霸權力量的影響力。由上述得知，無論權力的形式內容為何，權力的大小與運用方式自有其一套的運作邏輯存在，並影響著社會資源的分配，而這種權力的邏輯其最終目的即是達到社會資產汲取的極大化。

第三節 不同權力階級的休閒參與

在社會上不同階級擁有不均等的權力、財富與聲望資源分配，這樣的不平等現象常可以從休閒參與方式的不同表現出來。就富有的上層階級，權力與財富往往替他們帶來更多的閒暇時間，他們不用投入像勞動階級那樣勞動性的工作，使他們能擁有更多的休閒參與機會。在現代的社會中，儘管每個階級所擁有的休閒時間大致相同，但是勞工階級在許多休閒參與的機會還是明顯地比中上層階級少很多。在資本主義社會中，中產階級的人數增加快速，他們擁有組織的決策權卻沒有掌握生產工具，這些中產階級常會在思想或行為上仿效上層階級，在休閒嗜好上也是他們仿效的標的物之一。不同階級因自身的稟賦不同而在休閒的參與方式上呈現出不一樣的結果。

在古羅馬時代，富有的階級統治者和一般大眾之間的界線越來越分明。有錢人大多聚居在城市市郊，蓋有花園、游泳池、娛樂廳、甚至狩獵場，和一般人像是受雇的工人或無業遊民過著不一樣的生活，一般民眾被侷限於自己住家或公共設施進行休閒活動（Kelly, 1996/2002）。在古羅馬的社會中，統治階級害怕大眾會累積不滿的情緒而威脅其政權，因此藉著提供大量的公共福利與休閒設施來緩和他們的情緒以避免政治的革命。

在英國上流階層與中產階層中仍然有一條明確劃分的界線。賽馬、獵狐及賽舟幾乎被英國的貴族獨佔享受，雖然法律並沒有禁止一般人參加，但是他們還是盡量不違背這些已有幾世紀的慣例（Cordes & Ibrahim, 2000）。打獵及賽馬都

是貴族菁英所參與的休閒活動，對於其他階級想要從事這些休閒，還存有排他性權力的意味（Gross，1990）。由此可知，社會中的特權人士掌握了較多的權力使他們擁有較多的機會參與休閒。

近幾年來，打高爾夫休閒在台灣愈來愈普遍，雖然價位仍偏高，運動人口卻是有增無減（沈莉青，1998）。其研究也顯示，高爾夫俱樂部的會員以企業負責人及中高階層以上主管占最大部分，這可以說明該項休閒運動還是屬於中上階級所參與的休閒。縱使全世界各地對於高爾夫這項運動的興趣不斷湧現，它仍舊是一項以社會階級、地位區別及隔離為特色的運動（Nixon & Frey，1998/2000）。在某些方面高爾夫運動直接地促成社會的差異與不平等。

資本主義下的工業化不僅帶來了更多的休閒階級，也提供人們更多的收入與時間。機械化的生產，以及工作時間的縮短等種種原因，使得一般民眾都能擁有更多的時間與機會參與休閒。然而，社會在家庭收入上還是有一條「貧窮線」存在，所以許多國家開始重視一般民眾的休閒生活。政府之所以提供大量的休閒服務與設施，主要是在實現現代民主國家的理想，破除社會不平等的現象。但是，社會的不平等並未因此而消聲匿跡，中上階級與下層階級在休閒參與上還是有相當的差異存在。

在運動發展的歷程中，追求廣大生活方式的因素，造成了人們利用運動去獲取某些獨特性的地位（邱金松，1988）。例如：堅固的上層（獨特性地位）。精緻運動俱樂部不時地排斥，他們希望自成上流社會一個圈子，俱樂部向會員們收取昂貴的入會費及年費，此外，參加的會員也必須擁有大學的

學歷資格才行。這些俱樂部標榜著社會階級菁英份子才能加入其中，而將一般不具如此資格的民眾排除在外。隨著時空背景的轉變，在一些鄉村俱樂部和運動俱樂部曾盛行一時的「極端精英主義」也已經瓦解，但是今天它們在會員導向方面，仍然保持了大多數的中上階級。

在現代，雖然休閒已趨向大眾化參與，但是仍然有許多類型的休閒活動必須具有特殊身份資格者才能加入。這樣的限制常出現在休閒行銷上，例如：高爾夫俱樂部為了顧及打球流程及品質管理，限制了入場打球的人數，並訂定會員規則。加入俱樂部成為會員者才能享有優先擊球權及費用的優待或特定設施的優先使用權（沈莉青，1998）。另外，某些休閒運動仍只屬於某種階級，例如：馬球和帆船屬於上層階級，壘球和保齡球的從事皆為工人，這種不同社會階級與休閒運動參與的關聯性，在世界各國皆可發現（Nixon & Frey，1996）。然而，就某些運動而言，例如：英國的足球運動，昔日原本是勞工階級所喜愛的運動，但是到了今日，許多中產階級也熱衷於這項運動當中，使得從事休閒運動的階級與群體變得難以清楚辨識。

小結

回顧相關文獻發現，從權力資源分配的角度來探討休閒階級的衝突關係，擁有不同權力資源的休閒階級在休閒參與上依然存在著差異與不平等的現象，在休閒參與上的差異，難免會讓人產生階級上不平等的感覺，在休閒體驗上產生較負面的感覺。未來如何減少社會階級之間的休閒參與不平等與衝突，是休閒普及化的關鍵，亦是休閒社會學追求社會平

等的重要課題之一。

第肆章

休閒階級經濟資源分配之衝突

第一節 休閒階級與經濟的關係

1700 年代早期 Mandevile 在《蜜蜂的寓言》(*The Fable of the Bees*) 書中提到人們所理解的經濟發展機制是對財富的貪婪，對浪費、奢侈、揮霍的喜好，對虛榮、貪心、驕傲的追逐，以及所有這些與美德相違背的惡的傾向與習慣 (Goodale & Godbey, 1988)。這是共產主義國家對於資本主義嚴厲的批判。他們認為自利的結果會是使現在的人群過的比以前的富人生活還來得更好，簡而言之，自利乃是成功之道。然而，在資本主義經濟體制下，自利的行為乃是追求個人經濟、權力資源極大化的汲取動機，各個階級無不投入這場資源競合的比賽中，在資本主義社會中是一種相當正常的現象。

經濟不僅影響到階級結構的改變，也決定了社會歷史在發展過程中充滿著緊張與衝突關係。馬克思主義以經濟決定論為其理論基礎，經濟的生產決定了社會的權力結構關係。從初民時期到今日資本主義的社會，經濟生產主導著社會的發展。當休閒商品的交換價值進入社會之後，商品交換意義的擴充，使得商業交換價值與意義轉變成為消費意義，且更具有經濟利益價值。從初民時期的生活物資交換，到封建社會庶民將辛苦耕作的生產交付貴族，貴族提供他們生命財產的保障做為交換。今日資本主義社會經濟更是主導著整個社

會的發展，從國家到各個社會階級甚至個人，經濟的力量是全體人類不可忽視的一環。

馬克思主義傳統的核心關懷就是對於社會不平等現象的批判。像是在生產關係中不同的生產地位的人或群體，彼此之間的經濟剝削關係，以及這項剝削關係所可能引起的政治衝突和對立（吳乃德，1997）。在以往社會裡，階級鬥爭的衝突是引導國家社會轉型的主要原因，但是在越商業化的社會中，階級關係就越具有經濟面向的衝突。經濟性的資源，例如：土地、廠房、公司、人力、與流動資產等，都是人人想要追求的，因為掌握越多資源的人在社會上便可控制更多的權力資源，在休閒階級上的表現也可以從經濟資源的掌握多少看出其休閒外顯行為的表現。

馬克思認為社會變遷的過程並不僅僅是新的發明壓迫著舊制度而已，它同時也產生了新的階級以取代舊有的階級（海爾布魯諾，1983/2000）。社會經濟結構的改變連帶的造就了不同的階級，馬克思的二分法在現代的社會似乎已格格不入。造成如此巨變的原因就是當時馬克思所忽略的小資產階級，他們並未如馬克思所預言的消失匿跡。新馬克思主義者認為1970年早期自願者大量地擴張，公司與國家也僱用了大批的專業技術、經理人員，這是造成中產階級出現的原因（邱瑜瑾，1992）。中產階級介於上層資本階級與下層勞動階級之間，兼具管理者與勞動者的角色，使其在社會角色上產生了一些地位的矛盾。但是，在經濟資源方面，已明顯地比勞工階級來的豐厚許多。

不同的休閒階級佔有不同的經濟地位，這種地位不平等也造成了階級間參與休閒的方式有所區隔。當然，這種區隔

不僅僅會影響到不同階層的消費行為，也會表現在其服飾、家庭擺設與裝璜及休閒活動上。休閒型態的偏好，主要取決於與身份相近的人之間的活動（王志剛、謝文雀，1995）。下層勞動階級的人傾向參與團體活動，而較高階層的人則較偏好於個人或雙人的活動，另外，上層階級大部分都擁有屬於自己的休閒設備。Nixon & Frey（1998/2000）曾提及：

雖然大多數的美國人都會參與休閒運動，但以反映出某些美國的社會階層現象：有錢比貧窮多，主管階級比藍領階級多，大學畢業比高中畢業多（P.339）。

上流階級的文化和生活方式十分獨特且奢華，他們住豪宅，有精緻的娛樂、昂貴的運動，例如：狩獵、打馬球等（Argyle，1994/1997）。而在台灣，根據黃鈺婷（2002）的研究顯示：

兼具運動、休閒與社交的高爾夫球運動，參與人口雖已突破了百萬人，但仍然被視為高雅的貴族運動，參與者多具有獨立的經濟能力（P.18）。

鑒於上述，許多休閒產業行銷及相關從業人員，將富裕的上層階級視為主要的目標群體，因為這些人有比較高的消費能力去購買較昂貴的休閒商品與服務。當然，如果將該階層的人都視為同一個市場區隔，其實並不是很理想，因為購物的消費習慣才是決定他們選擇休閒產品的主要原因。就以不同的背景的上層社會來說，富豪世家並不見得會去炫耀其

財富，反而較重視家族的名譽，從事休閒活動也是一種獲得大眾推崇的管道之一。對於那些暴發戶來說，從貧窮變成富有，成為消費市場上活躍的一群人，然而，大量地消費只是為了顯示其已進入上流社會，降低心中的焦慮與不安。而現代的百萬富翁，在現在這個社會已不稀奇，他們的經濟能力相當強，也傾向於購買高級品，且重視實用性及品味。

從以往佔據政治、經濟金字塔頂端的少數休閒階級，發展到今日高度商業化下的資本主義社會，已產生了一些變化。在人們都已能滿足馬斯洛（Abraham H. Maslow 1908~1970）所說的人類五種需求中最基礎的生理需求之後，在經濟不虞匱乏的同時，進而有能力追求更高的社會、自尊、與自我實現需求。工業化下的高度經濟發展帶動了民眾大量的休閒支出，政府也投入公共休閒設施的建設等因素影響下，使得社會出現了休閒大眾化的現象。休閒大眾化的出現也代表著休閒的階級性正逐漸地隨著社會經濟的發展而淡化。雖說如此，依舊無法跳脫不同階級的經濟力量支配，從事不同的休閒活動還是必須要依其個人所擁有的經濟稟賦來決定。

第二節 有關階級的炫耀商品

現代資本主義演變迅速，其間出現了許多社會問題，對於這種體制變動所帶來的問題，許多社會學家試著提出適切的解釋，也有許多人對於資本主義提出相當嚴厲的批判。就休閒方面的研究當中，發揮最淋漓盡致的當推美國的Thorstein Veblen（1857~1929）。受到馬克思對資本主義社會

批判思想的影響，Veblen 在 1899 年完成了他的第一部著作《休閒階級理論》，這本著作使得他在學術界的聲譽也因此而大增。

Veblen 認為所有的商品消費，像是休閒行為都是企圖給他人留下深刻的印象，並使自己與普通人區別開來 (Goodale & Godbey, 1988)。休閒階級藉著擁有龐大的經濟權力，在商品交易及休閒參與上有顯著性的消費，他們投入這場金錢的競賽中，以金錢當成生活的標準，以服飾穿著為金錢文化的表現。引用海爾布魯諾 (1891/1989) 對於 Veblen 看美國資本主義社會的詮釋，當時的社會是一個 Veblen 所謂的「野蠻社會」。休閒階級的興起，他們將那些生產勞動階級身上所掠奪到的私有財產佔為己有，形成個人的財富，並藉由某種方法或手段將財富轉化成為個人的權力或聲望榮譽的象徵 (趙秋巖, 1899/1989)。而有閒階級之所以從事那些「非生產性的時間消費」，誠如張孝銘 (1998) 所歸納出的兩個原因：(一) 感到生產工作的無價值；(二) 用來證明在金錢方面足以供應閒暇生活之能力 (p.18)。

那些有閒階級的休閒及消費觀點對於勞動階級而言，可說是種日常生活上的奢求，勞動階級必須以勞力的投入換取微薄的工資，因為努力生產的剩餘價值已被資產階級給剝削走了，使得兩種階級之間一直存在著財富上顯著的鴻溝。資產家為了獲取更高的利潤，不斷地要求勞動階級加班，相對地，勞動階級參與休閒的機會和時間同時也都被剝奪了。

有些學者對於休閒是有閒階級的炫耀商品抱持著不同的看法。Goodale & Godbey (1988) 認為中產階級的興起，他們也開始自由地投入消費，那些上層階級與中產階級的消費

越來越相近，但上層階級的需求會不斷地增加，然而這時候他們所炫耀的不再是大量的消費，而是要表現出更精緻且具有個人品味的商品購買，這個觀點與提出文化資本的布赫迪厄看法相呼應。對於一些有錢的休閒階級來說，炫耀的舞台已從大量顯著性的消費與休閒，轉向到較具品味的休閒與文化消費，除了展現自己的高貴氣質外，也展示了自己如何出盡風頭。

英國學者 Rojek (2000) 的研究中列舉三位目前世界上知名的富翁：William Gates、Warren Buffett 以及 Richard Branson。他認為，雖然那些富翁身價及成就斐然，但是他們的生活卻過的相當的樸實，並不喜歡到處炫耀自己的財富。他所提出的觀點是為了顛覆 Veblen 所提出的所謂休閒階級在現今社會已不存在，但他卻忽略了那些有錢階級的生活再怎樣樸實，他們所參與的休閒活動與日常生活消費還是與一般大眾有相當大的差距存在。當然，這些人也算是少數，大多數的上層社會人士的休閒消費依舊是相當可觀的。

休閒階級的炫耀式休閒或從事炫耀消費，主要原因是為了吸引其他人羨慕的眼光，他們想告訴他人他們有能力購買較豪華的商品。這種炫耀性的消費不僅及於本身，還會擴及親屬甚至身邊的朋友。休閒階級的這種浪費習性對於整體社會來說是負面的，因其過度的休閒與浪費會造成中下層階級的仿效，而使得較無經濟能力負擔的中下階級在物欲的追求中沉淪。

第三節 經濟結構變遷下的休閒階級

古希臘文明中，奴隸階級是其社會經濟結構主要的支持者，簡單的家事勞務與小孩子的教養都交由女人處理，男人是當時社會上所謂的休閒階級菁英份子。當然，人們對於休閒文明的喜愛，例如：培養音樂、詩詞、辯論和運動等一些技能，都必須先考慮到成本的問題。但在古希臘的社會中，因為下層階級的存在，他們從事著社會所需的經濟生產及勞務工作，使休閒階級能在自由時間內不受生活羈絆而從事於文化、思想、政治及藝術的創作（Kelly，1996）。對於當時來說，這種以奴隸基礎的社會結構提供了相當大的經濟結構上的穩定。古希臘的高度思想文明是建立在這樣一個奴役基礎上，卻使得那些政治權力處於劣勢的階級生活地如此匱乏，在一般人的眼中這是個相當諷刺的情景。

人類歷史可以說是由工藝秩序的重視轉而為人文秩序的強調。在工業革命以前，人們為了生存而掙扎，工作是必要的；工業革命之後早期的資本主義社會裡，因過份重視生產效率與最高利潤而視時間為金錢，拼命地工作；但是在今日，從後工業時期進入到資訊商業社會，工作與休閒已成為不可分割的日常生活一體兩面（蔡文輝，1988）。工業革命無非是人類社會文明及社會經濟發展的一個重要分水嶺。

資本主義的工作倫理將時間視為金錢為其指導原則，人們的日常生活即以工作為中心（蔡文輝，1988）。從狩獵時代社會，人們以蠻力獵取生活所賴以為生的食物，到農業社會人們日出而作、日落而息，農業生產的耕作隨著季節變化而有不同的勞動形式。到了今日工業化下的社會，工作與休閒的時間將人類的生活形式區隔成兩大陣營，兩者在時間上雖是對立，但卻在本質內涵上有相當大的互補關聯性存在。

資本主義下的現代工廠具有兩個特點，與傳統工廠不同區別。兩個主要的特徵為：(1) 大規模生產以提高工作生產力；(2) 工作管理模式的系統化，控制工人的生產工作（王振寰、瞿海源，1999）。這兩種特徵來自於福特模式（Fordism）與泰勒主義（Taylorism）與組織的管控。這樣的技術轉型所帶來的結果是大量的生產與提高了生產的效率。然而，在機械自動化與工作分工等制式化的影響下，勞動階級卻變成了「生產奴隸」，也產生了馬克思所謂的異化現象。張孝銘（1998）對於休閒在資本主義社會中的角色以及休閒階級做過一些探討，而提出三個面向的觀點：

- (1) 以時間觀點而言，休閒有時被定義為自由時間或剩餘時間，這正與資本主義社會中所定之工時形成對立的概念。
- (2) 以活動觀點而言，工作以後從事各項休閒活動，藉休閒來擺脫工業化所帶來的煩悶，為自我再出發（或再生產），因此 re-creation（娛樂、消遣、再創造）成為資本家「再生產」的一種工具。
- (3) 社會階級的差異，以這個觀點來探討在資本主義中的角色，「有錢有閒」的階級以休閒參與形式的不同，來突顯出在社會階級上的差異（p.17）。

以上觀點，將休閒在資本主義中的角色做了一番批判。休閒乃是工作之剩餘時間，而在這剩餘時間內所從事的休閒可使勞動階級恢復以往的精神再重新投入於工作當中，如此一來便可增加更多的剩餘價值，資產階級也將獲得更多的財

富累積。而由於財富的累積也造就了更多有錢有閒的休閒階級，這使得社會上這個不平等的現象繼續存在著，休閒終將成為資本家們的利用工具。

宋明順（1988）指出「二十一世紀的社會可以用兩個 M 來象徵，一個是大眾（mass），另一個是機械（machine）」（p.110）。社會科技技術的進步帶來機械自動化生產，使人民過的更加富裕，大量的生產降低了生產成本，使得大多數人有能力購買所需的物資。隨著商品大眾化行銷手法的植入，休閒產業也開啟另一道休閒大眾化的大門，休閒大眾化也是讓休閒階級更趨於平等的主要因素之一。

目前在台灣，俱樂部這股以休閒、享樂情調對參與者所形成的吸引，健身對他們來說，除了是運動內容的使用價值外，更意味著和「上層階級」接軌、與「流行」同步，代表著一種生活風格的尋求以及時尚的跟隨（黃筱婷，2003）。「健身消費」同時也是符號消費，加入俱樂部不僅是為了健身，還能藉由進入這項行動而一併擁有其他的附加價值。

小結

Veblen 以「野蠻的社會」來對 19 世紀資本主義經濟發展下的美國社會批判，目前在台灣也出現了「富裕中的貧窮」現象。近年來因為科技的進步，台灣的經濟快速發展，國民生產所得也普遍提高，大部份的人民在物質生活上早已不虞匱乏。然而在休閒發展方面，某些人將飆車、吸毒、和賭博等當成其平日之休閒，這些活動在社會上是較負面的，並不值得鼓勵。尚有一些財大氣粗的富人們，一味地投入形形色色昂貴的生活消費品上，還以為是時尚，然而卻渾然不知自

己已成為「消費的奴隸」。在資訊時代來臨之後，休閒活動的品質與時間分配將更受到重視。

第五章

休閒階級社會文化資源變異之衝突

第一節 休閒階級與社會文化的關係

文化是一種生活和行為的藍圖，它的存在意味著生物的基因遺傳並不是決定一個人的行為和思想的唯一原因。它是一種人類因應生存的需要而集體創發出來的結晶。就社會學的角度而言，文化所指稱的是一群人或一個社會所共同持有的各種風俗、價值、信仰、知識和表達符號（黃金麟，1999）。某些階級常藉著社會資產、文化資產、與榮譽性資源的擁有來強化其所屬文化支配性的地位，以區別他們與其他階級的不同。這些資源通常也是來自於階級本身所擁有的稟賦，例如：權力資源或經濟資源的持有等。權力、經濟、與文化三者關係密切，有時候會同時存在於個人，有時也會以單獨的方式出現，然而它們本身都對社會有一定的影響力存在。

階級常是被使用在文化批判論上，階級的區分建立在他們在社會上所擁有的經濟資源、社會資源與文化資源的位置上（Berger，1995）。特定階級的成員擁有相類似的教育背景、職業、生活方式、價值、和美學素養等，都是不同於其他社經地位的成員，且受到他們的敬重，這就是階級區分後的文化結果。不同階級文化的產生，也使得人們在文化上有所區隔，社會許多人也將文化素養視為是個人聲望或地位的象徵。

文化是社會成員所共有的一種生活模式，是由共有的知

識所構成，這些知識象徵著該社會或世代沿襲前人所創造出來的、取自其他社會的以及彼此共同有的有形資產（Nixon & Frey, 1998/2000）。休閒活動的參與通常反映了社會的階級區別，而許多休閒運動次文化也可被視為價值、態度、品位、興趣、風格或是某一社會階級經驗或地位團體的一種表現。主流文化與次文化儼然已成為不同階級的價值，使得他們在生活方式或休閒參與上都不同的形式風格。

階級之間的差異足以反映個人對於品味鑑賞的不同表現（朋尼維茲，1997/2002）。有特定品味的人，知道如何選擇才能表現出其社會地位的商品與休閒活動。下層階級也知道哪些消費行為是屬於中上產階級的活動，而且會在商品選擇上遵循一種階級特有的親近性，表現出風格類似的共同品味來，藉由文化親近性使其階級地位提升。然而，階級猶如一道道圍牆將不同權力地位、經濟地位、聲望及文化背景的族群分隔開來，使他們享受到的資源不均等，而在生活方式及休閒實際上也存在著一段差距。Nixon & Frey（1998/2000）認為：

就某意義來說，休閒活動具備有「文化社會守門」（cultural and social gatekeeping）的功能，只讓被接受的優勢階級的成員進入，而將邊緣或不被接受的弱勢成員排拒在外，當他們沒機會參與時便喪失了「文化社會同化」（cultural and social assimilation）的機會（p. 204）。

葉至誠（1997）引述 Sellin 的看法認為，所有的團體都

有其行為規則或規範。不同的團體，有不同的行為規範和價值，因為各團體享有不同的文化資源，所以產生了文化衝突。除此之外，特納（1988/1991）指出葛蘭西暗示資本家們從文化和教育上控制從屬階級，進而發生了一種有關「霸權」（hegemony）的觀念。在資本主義社會中，存在著一種支配地位的權力意識型態，且藉助著大眾傳播或其他文化、休閒與其他運動產業的力量，來獲取社會資源的所有權與資本宰制，這樣的意識型態不斷地灌輸到個人或階級在文化或休閒上的平等價值與可親近性，資本家卻從中攫取走所有的經濟利益，並使得資本主義社會的不平等被合法化了。

第二節 社會地位與聲望

聲望是個人或團體所引以為榮的尊重或有利的名聲，此與個人或集團的社會地位有關（朱岑樓，1991）。許多研究社會階層或階級的學者，都以職業聲望做為評定各社會階級在社會中的地位。許嘉猷（1986）將社會面的不平等面向歸納為「職業聲望」的高低。有的時候，職業聲望只是社會榮譽、名望、尊敬、敬重等抽象價值的測量變項，也有的時候，職業聲望又是社會經濟地位的同義字（蔡淑鈴、瞿海源，1989）。

將「聲望」這個面向加入於休閒階級研究中，主要是為了避免社會「地位不一致」的現象發生。例如：一個暴發戶，即個人財富地位高，但教育地位低。這樣的地位不協調也是在階級結構中所存在的矛盾現象。孫治本（2001）引述 Hardil 的看法認為：

在同一社會位置，可能在某些不平等生活條件上佔優勢，在另一些不平等生活條件上則處於弱勢，這就是所謂的「地位不一致」(Statusinkonsistenz) 現象 (p.28)。

這種地位不一致的情形在社會及休閒參與中是常見的，例如：休閒條件屬中等者，不但有收入高的經理人員，和收入中等的公司一般職員，另外收入屬中等或更差的學生，其休閒條件也不會輸給那些收入比他們高的人。

社會階級的探究方法常會透過主觀計量法、職業聲望法、生活方式法、社區聲望法、多項指標法等來進行測量。其中最常被使用的方法即為「職業聲望法」，這種方法使用職業來作為階級位置的一種指標。葉至誠 (1997) 認為以職業聲望做為階級測量的主要原因是，職業是一種社會實體，它對地位具有直接的意義。

文崇一與張春曉 (1979) 曾經進行過「職業聲望與職業對社會的實用性」的研究。該研究即採用職業聲望法，所採用的職業分類共九十四種。其中排行前十五名者依次為：(1) 省主席；(2) 教授；(3) 科學家；(4) 大使；(5) 大法官；(6) 國大代表；(7) 市長；(8) 立法委員；(9) 軍官；(10) 監察委員；(11) 大企業家；(12) 中學教師；(13) 工程師；(14) 醫生；(15) 郵政局長。

可以很清楚地從其研究調查結果當中可以得知，排名在較前面的大部分是具有較高政治權力者、具專業能力者、以及掌握較多經濟資源的擁有者。這與瞿海源 (1985) 以台灣地區職業地位主觀測量之研究的結果相符合。因此，較高聲望者通常也是具有較高的權力、經濟所得、教育水準有所關

連。因此，有學者就認為「職業聲望層級並不只是存在於社會學的想像裡，同時也反映在民眾的集體意識上」(蔡淑鈴、瞿海源，1989，p.481)。

聲望是團體或社會價值的反射 (Nixon & Frey, 1996)。擁有聲望通常也有較高的機會獲得更多的權力與經濟資源，當然，要擁有較高的聲望，就必須先取得更優勢的地位，而教育、財富、權力、與其他社會表現等，都是取得優勢地位的工具。像 Tiger Woods 原本是名不經傳的球員，但因為他在比賽中表現越來越出色，名氣及聲望也隨著提高，所獲得的財富也增加許多，透過聲望也能使人取得更高的地位。

邱金松等人引述了學者 Wager 的論點，在其研究中分析了美國戶外休閒活動參與者的心理需求，其中排名第三順位的是「提高社會聲望」(邱金松、謝智謀、吳志濱，1990)。那麼人們為何需要藉由休閒的參與來提高自己的社會聲望及地位呢？簡單地說，個人社會聲望也是一項社會重要的資源。因此，休閒成為提升個人社會地位及聲望的絕佳工具之一。

第三節 文化資本與休閒消費

過去「文化」被視為只屬於貴族階級，直到 18 世紀西方布爾喬亞取得社會統治權後，「文化」才又加入資產階級的價值觀，同時作為精緻藝術及知識啟蒙的產物 (簡妙如，2002)。當 19 世紀末及 20 世紀初工業社會及媒體出現，一種被視為與資產階級文化有所不同的「大眾文化」，才開始被評述。Shivers & DeLisle (1997) 指出階級的分化進而發

展出兩階層的文化體系。一種被稱為「上流文化」(high culture)，另一種稱為「大眾文化」(popular culture)。這樣的分法基本上是建立在文化的族群劃分上，也可以說是建立在社會階級區隔上。從上流文化(主流文化)與大眾文化(通俗文化)之間肉眼可看見的對立，他們之間的差異來自於參與者的習性。這種差異使得文化習俗的多重性變的更加有意義，也顯示出支配與被支配的階級對立關係。

不同生活風格和人們在社會階層中的位置有極大的相關性。在同樣生活水準之下，卻會有不同的生活風格，布赫迪厄認為這是因為「慣習」(habitus)不同所造成的。朋尼維茲(1997/2002)引述布赫迪厄的看法認為，宰制階級成員的慣習建基在秀異的概念上，即藉著儀態(身體上的自在)及語言(精練的詞彙)、室內陳設的選擇(偏好古典家具)，或度假地點等來凸顯其傑出性，進而與其他階級有所「區別」存在。他也認為在宰制階級中，因個人擁有的文化資本不同而有不同的生活方式。朋尼維茲(1997/2002)指出：

因資本結構的不同而分裂的宰制階級裡，存在著兩種對立的生活風格。經濟資本擁有者的富裕，表現在像旅遊、藝術品或名牌汽車的擁有等合法化符碼上。文化資本擁有者，則是以閱讀、偏好古典音樂或戲劇，來表現其優越感。因此，前者的奢侈品味對立於後者清心寡欲式的貴族氣(pp.108-109)。

「文化資本」(culture capital)指的是人們對於上層文化所能掌握的程度。此上層文化可以是「非物質面」的，如上

層民眾通常所具有的談吐、儀態舉止、藝術品味與知識；也牽涉到「物質面」，如上流階層民眾通常所擁有的藝術品、餐飲、服飾、家俱與交通工具等所顯現出來的品味（黃毅志，2000）。布赫迪厄受到馬克思主義的影響，透過宰制的概念來思考社會。依照他的說法，從最枝微末節的日常行為裡，像是商品的選擇、穿著品味的表達，都可以發現宰制的關係存在。

布赫迪厄所認知的一般意義下的文化，是指一個人所擁有科學、藝術、文學知識；這時，有教養的人和「沒教養」的人相對立（朋尼維茲，1997/2002）。那群沒教養的人，與Veblen所提到的野蠻社會下那些休閒階級有相似之處，只有投入大量消費卻不重視文化，只是單純的炫耀自己的經濟地位。另外，文化教養也將的文化劃分為兩部分：一、主流文化：有教養的知識菁英文化。二、大眾文化：由大眾媒體或其他文化性企業所傳播的知識及價值（Shivers & DeLisle，1997）。

就像其他社會的場域，文化場域的運作也像是有一個生產者和消費者的市場。但事實上，這種文化價值的區別是存在於現今的社會下。生產者所謂的「象徵符號」是由差異性文化系統組織建構起來的（朋尼維茲，1997/2002）。由符號論的觀點來看，品牌化與象徵的價值相結合，在這資本主義社會中正如火如荼地進行中。星野克美等人（1988）認為符號商品化就是「象徵的價值」。商品象徵的價值在所有的商品領域中幾乎都看的到，在較精緻的休閒文化消費當中，主要的休閒階級還是以中上階級為主；而在大眾文化方面，是以中下階級的普羅大眾為主要的參與對象。

以參與休閒活動類型劃分，上層階級較喜愛的休閒活動包括古典音樂、芭蕾、歌劇、文學、馬術、馬球與帆船等，這些活動通常被稱為是上流社會的文化。中上階級較常參與像是網球、高爾夫球或是健身俱樂部等。而勞動的下層階級則較喜歡參與團體性的活動，像是籃球、壘球、排球、棒球等活動（Nixon & Frey，1996）。不同的階級參加不同的休閒活動，其背後也存在著不同階級的文化教養與個人的文化資本。

那麼，為何不同階級會選擇參與某種休閒活動呢？其主要原因是為了要保障他們在文化特權方面的壟斷。透過文化再生產的運作機制，上層階級玩弄著象徵性策略的手段，期使擁有的文化資本具有權力的正當性。而布赫迪厄認為學校的教育系統正是文化特權再生產的機制。

社會統治階級就是透過學校教育系統的分流，掌握整個社會結構變動的方向，也控制著社會各個領域權力分配和再分配的圖式。統治階級和社會特權階級，利用學校教育系統的分流，有意識地壟斷教育中的特權，並透過一系列篩選程序，將本身所保護的成員源源不斷地送到最有影響力的教育部門中，並同時又將他們所要宰制的人們排斥到邊緣部門（高宣揚，2002，p.123）。

社會統治階級或特權階級藉由學校教育系統而使其權力正當化，統治階級之所以全力爭奪社會控制的統治權，就是為了確保自己在權力場域中，占據社會優勢以及那些已被確認的特權，這樣一代一代的正當化循環，社會的資源與權力

的控制權始終都在統治階級或特權階級的手中。

這種政治或權力侵入文化領域，藉由文化取得政治與權力上的支配權或領導權，也就是葛蘭西所提出的「文化霸權」概念。霸權是一個不斷創造的歷程，包括建構成員的意識以及對於意識型態之控制權的鬥爭（唐振軒，2003）。在意識形態的鬥爭中，知識與教育是相當重要的，霸權文化藉由教育與媒體傳播的力量，不斷地散播、傳遞以及教導大眾休閒平等的觀念，重新塑造大眾對於休閒的看法。然而，這種文化霸權的思想卻成為統治階級藉以維持其統治之正當性最佳的工具。

相對地，被統治的階級也會形塑自己的文化霸權來對抗統治階級的文化霸權。在兩權力交會的同時，文化鬥爭的結果也產生了階級之間的衝突對立關係。

小結

在文化差異性下，衝突很容易因此而產生，猶如布赫迪厄所認為的主流文化就是宰制階級的文化，宰制階級藉由長期的合法化工作，使人忘記其文化原本也只是任意的一個文化。合法化成為其擁有合法性的過程，然而在合法化的過程將導致階級之間的衝突（朋尼維茲，1997/2002）。只不過在這裡的階級鬥爭只是一種象徵性的鬥爭，社會關係代表著不同文化之間的競爭關係。宰制階級透過合法化過程保存其主流文化的上位優勢性格，除非現存秩序的改變，否則這種權力關係依舊會存在於社會當中。事實上，如果被統治的階級無法突破支配階級加諸於他們身上的枷鎖且贏得文化霸權，那麼在不斷的階級鬥爭之後，社會統治階級依然會凌駕於社

會各階級之上，在意識形態的掌控上繼續居於霸權的地位。

第陸章 結論與未來研究課題

第一節 結論

在目前這個大眾社會中，階級色彩隨著整個社會與經濟結構的變動而漸漸淡化，但在休閒參與和選擇上還是受到階級間不同的權力、經濟、文化的影響而有不同的休閒形式與表現。如何破除休閒參與中階級的藩籬和不平等，將是社會及政府應該去重視及落實的重點。本節結論將根據本研究之目的，針對文獻、資料進行整理、分析、詮釋等過程後，歸納出以下幾個要點：

一、休閒階級與衝突理論

十八世紀西方工業革命之後，社會階級有了重大的改變。但休閒階級並未因為大眾社會的來臨消失，雖然不同社會階級參與的休閒活動類似，但是休閒參與的方式與風格仍然有明顯的差別。只是從以往的地主或貴族為主的休閒階級，轉為以資本家為主要的群體，而資本主義卻造就了一批新的休閒階級產生。工業化帶來了社會科技快速的發展，也使得勞動階級在生產過程中被異化，而休閒卻成為了有權階級控制勞動階層的手段。時下的一些休閒運動項目依舊還是披著特權階級的地位象徵與色彩，以追求其獨特性地位的存在，這種獨特性地位還是帶著濃厚的休閒階級的味道。

在這樣的前提下，休閒的階級衝突便會產生，當然，這種階級衝突的形式並不會像馬克思所說的引起無產階級的階級意識抬頭而群起革命，轉而代之的是休閒階級裡各種價值

與利益之間的衝突才是重點。

二、休閒階級權力宰制之衝突

從歷史的角度來看人類的休閒，人們的休閒參與充斥著權力關係，這種權力關係是種壓迫也是一種宰制的力量，透過合法化的過程，宰制階級（有權階級）掌握了政治或社會的大多數的權力及經濟資源。在古羅馬時代，更可以發現當時的權力宰制階級將休閒當成一種社會控制的工具，但在休閒參與的方式與類別中卻又跟一般大眾或下層階級有極大的差別存在。在資本主義社會中，資本家以控制生產工具，進行經濟利益的汲取，資本家擁有生產工具為其稟賦，其稟賦的運用可以在權力、經濟資源分配過程中，使其佔有極佳的位置。甚至依其稟賦迫使政府的休閒政策偏向對他們有利的一方，而處於較劣勢的勞動階級也必須結合起來，組成對其有利的團體向政府施壓，這在現代民主社會中是常見到的現象。例如：週休二日政策的實施，帶給民眾更多的休閒時間，而該政策也是資本家與各利益團體妥協下的結晶。

權力宰制力量的存在，造成不同階級擁有不均等的權力、財富與聲望等資源分配，這樣的不平等現象常可以從休閒參與方式的不同表現出來。因此，從休閒參與的方式還是可以看出不同社會階級的區別來。

三、休閒階級經濟資源分配之衝突

不同的社會階級佔有不同的經濟地位，這種地位不平等也造成了階級間在參與休閒的方式有所區隔。在資本主義經濟體制下，自利的行為乃是追求個人經濟、權力資源極大化的汲取動機，各個階級無不投入這場資源競合的比賽中。資本家藉由生產工具的擁有對於勞動階級進行一場無情的經濟

剝削和剩餘價值的汲取，將他們從其他階級那邊奪取來的經濟利益拿去從事炫耀式的消費及休閒，炫耀其對於經濟支配力量比其他階級來的強大。到了現代，炫耀的舞台已從炫耀式的消費與休閒，轉向到較具品味的休閒與文化消費，這種炫耀與改變除了展現自己的高貴氣質外，更想要展示自己如何出盡風頭。

在經濟快速發展且富裕的台灣，炫耀式的休閒或消費方式到處可見，財大氣粗的資本家或暴發戶，一味地投入形形色色昂貴的休閒與物質生活消費品上，以為是時尚，然而他們卻渾然不知自己已成為「消費的奴隸」，更是一種「富裕中的貧窮」的現象。

四、休閒階級文化資源變異之衝突

階級常藉著社會資產、文化資產、榮譽性資源等的擁有來強化所屬文化支配性的地位，藉以區別他們與其他階級的不同。不同休閒及生活風格和人們在社會階層中的位置有極大得相關性。宰制階級為了與其他階級有所區別，透過合法化的過程，將其所謂的「上流文化」視為是有教養且有品的文化，而一般的大眾文化則被視為是較沒教養的文化。

事實上，文化場域的運作也像是具有生產者和消費者的市場。就像大眾文化是由大眾媒體或其他文化性企業所傳播的知識及價值。因此，在這種市場機制的運作下，文化成了資本家宰制的另一種商業工具，透過文化霸權與象徵符號的滲透，操弄著階級之間的文化。所以，在休閒的參與過程中，可以發現文化霸權宰制的關係存在。而當代社會權力藉助文化手段介入政治及社會制度的合理化，使得社會權力的運作及其宰制更加有效率，這也是空前未有的情形。

小結

不管從權力的宰制、經濟資源的分配以及文化資源的變異三個面向來看，人們在參與休閒時深受三者所影響及操控，階級之間享有的資源不平等也是三者在社會中所呈現出來的表相。權力是無所不在的力量，它可以為人們帶來更多的財富累積，也能藉由合法化的權力及權威造就階級的主流文化。經濟財富也是獲取權力最佳的跳板，對於文化商品的消費也具有更高的購買能力。從文化面向來看，文化合法化過程及霸權的宰制都與權力有相當大的關連性，在文化霸權宰制下的大眾消費社會，藉由象徵性符號的操弄，正如火如荼地進行著一場經濟利益的剝削和汲取當中。由此可知，權力、經濟與文化三者可以是單獨存在影響著不同階級的休閒參與，但三者的關係緊密且相互牽連，在研究休閒階級衝突的時候必須將三者同時進行考量，才能全盤瞭解衝突造成的主要原因為何。

第二節 未來研究課題

本節針對研究主題、內文及結論，提出以下建議，包括研究上的相關建議與對政府及相關單位的建議。

一、針對研究上的建議

本研究乃針對休閒階級之間的衝突進行探討，所呈現出來的是社會階級因掌握不同程度的權力資源、經濟資源與文化資源而在休閒參與時產生不平等的參與方式，所導致階級之間的衝突性。

(一) 休閒階級衝突理論研究之相關課題

社會階級的劃分是一道無形的圍牆，這道圍牆將人們區分為好幾個部分，其中以上層階級（資產階級）、中產階級、下層階級（勞動階級）的劃分較被一般大眾所接受。在休閒參與的過程中，階級的劃分卻變得相當的重要，因其擁有不同權力、經濟與社會文化等不同稟賦，而在休閒參與和選擇中產生不同的結果，也許他們同樣參與同一種休閒活動，但在內容上絕對會有極大的差異存在，而這種差異性卻也帶來了階級之間的不平等衝突，如何設法消弭這種衝突性，將是迫切受到社會學家與社會大眾注意的議題。

（二）休閒階級權力宰制衝突研究之相關課題

政治權力的宰制對於一個國家或是組織而言是相當重要的一件事，權力的宰制必須依附在某些手段或合法化過程之下。「水可載舟，亦可覆舟」這是古羅馬帝國因休閒帶來最好的寫照，在那段時期休閒成為有權階級控制社會大眾最佳的工具，但也因為過度的發展休閒造成人民沉淪於享樂，導致後來被外族所侵入而滅亡。因此，休閒所帶來的影響不止僅在於個人而已，對於整體社會及國家亦有相當大的影響力。現代的民主國家對於休閒政策的擬訂必須兼顧到各個階級，盡量不要受到資本家的操控而做出不符合社會大眾需求的休閒建設，否則將只會增添國家及社會成本的無謂浪費。

（三）休閒階級經濟資源分配衝突研究之課題

在資本主義操弄下，資本家的眼裡只剩下經濟利益，因此，造成勞動階級變成受到異化的生產奴隸。在異化制度中，休閒的自由失落了，自由變成了政治或是商業的口號，而非一種原始真正的根本狀態。休閒大眾化其實只不過是休閒商業化後的一種結晶，在大眾消費社會裡，商業性組織如何操

弄休閒活動相關的傳播符號，深深影響著社會階級休閒參與的意願，如果基於組織利益在行銷手法上會做刻意的區格，但對於休閒普及化來說這又無非是另一種阻礙的形成。因此，如何使休閒成為真正的大眾化，資本家們必須放棄他們所既得的利益與他人分享，才能創造出較平等的社會制度，兼顧所有社會階級的利益。

（四）休閒階級文化資源變異衝突研究之課題

文化分為主流文化與大眾文化，文化意涵劃分是因具有教養與否，不少學者都認為主流文化乃上層階級或有權階級所流傳下來的生活方式、品味及慣習，而充斥著宰制性的力量，主要目的是為了區別不同階級的品味，鞏固其文化的優越性。不同文化代表著不同階級，但不盡然就代表著大眾文化的地位是較低於主流文化的，因為主流文化原本也只是文化的一個支流而已，只因為擁有該文化的階級是屬於社會中長期宰制社會政治權力及經濟資源分配的那個群體。有朝一日，大眾文化也許也將成為主流的主流文化。但大眾文化必須先克服一個重要的問題，即是文化霸權統治，在文化霸權統治下，大眾文化受到資本家及大眾傳播的支配，其內涵是否會愈趨於粗俗，其後續發展是值得觀察的。

參考文獻

中文部分：

- 文崇一、張春曉（1979）。職業聲望與職業對社會的實用性。台灣人力資源會議報導。台北：中央研究院。
- 文崇一、蕭新煌（1988）。中國人：觀念與行為。台北：巨流。
- 文崇一（1989）。中國人的價值觀。台北：東大。
- 王振寰（1989）。工人階級形成的分析。台灣社會研究季刊第二卷，3(4)，147-174。
- 王志剛、謝文雀（1995）。消費者行為。台北：華泰。
- 王振寰、瞿海源（1999）。社會學與台灣社會。台北：巨流。
- 王雲五社會科學大辭典（1999）。社會學（第一冊）。台北：台灣商務印書館。
- 尼爾·史美舍（1996）。社會學（陳光中、秦力文、周愷嫻譯）。台北：桂冠（原出版年1995）。
- 布賴恩·特納（1991）。地位（慧民、王星譯）。台北：桂冠（原出版年1988）。
- 加爾布雷斯（1992）。權力的剖析（劉北成譯）。台北：時報文化（未註明出版年）。
- 邱金松（1988）。運動社會學。桃園：國立體育學院。
- 邱金松、謝智謀、吳志濱（1990）。台灣地區國民休閒活動之發展。桃園：國立體育學院。
- 邱瑜瑾（1992）。階級形成分析：「階級界限」問題爭議。思與言，30(4)，89-130。
- 邱建章（2003）。來去加州：休閒健身運動與生活風格之文化研究。國立台灣師範大學體育研究所碩士論文，未出版。

- 朱珮瑩 (2003)。遊客從事鄉野觀光之動機、期望與滿意度研究—以新竹縣為例。世新大學觀光學系碩士論文，未出版。
- 吳乃德 (1997)。檳榔和脫鞋，西裝及皮鞋：台灣階級流動的族群差異及原因。台灣社會學研究，第一期，137-167。
- 宋明順 (1988)。大眾社會理論。台北：師大書苑。
- 沈莉青 (1998)。高爾夫俱樂部會員證購買行為之研究。國立體育學院運動休閒管理論文集 (二)，249-264。
- 林正忠 (1989)。台灣階層結構、政府角色與所得分配之關係：一個初步的探討。中央研究院三民主義研究所叢刊，25，457-475。
- 周陽山 (1991)。當代政治心靈：當代政治思想家。台北：正中。
- 林財丁、林瑞發 (1998)。組織行為。台中：滄海。
- 朋尼維茲 (2002)。布赫迪厄社會學的第一課 (孫智綺譯)。台北：麥田 (原出版年 1997)。
- 林孟熊 (2003)。從衝突理論解析兩岸關係發展 (1987-2003)。淡江大學國際事務與戰略研究所碩士學位論文，未出版。
- 科塞 (1991)。社會衝突的功能 (孫立平等譯)。台北：桂冠。(未註明出版年)。
- 星野克美等 (1988)。符號社會的消費 (黃恆正譯)。台北：遠流。(未註明出版年)。
- 洪鑣德 (1997)。馬克思社會學說之析評。台北：揚智文化。
- 郭靜晃 (1997)。社會問題與適應。台北：揚智文化。
- 郭金芳 (2003)。美國政府部門的休閒服務職責及其行政機構之研究。國立台灣體育學院休閒運動管理研究所碩士論文，未出版。

- 高安邦 (1997)。政治經濟學。台北：五南。
- 高俊雄 (2002)。運動休閒事業管理。台北：志軒。
- 高宣揚 (2002)。布爾迪厄。台北：生智文化事業。
- 陳定雄 (1994)。休閒運動相關術語之歷史研究。國立台灣體育專學報，4，1-29。
- 海爾布魯諾 (2000)。改變歷史的經濟學家 (蔡仲章譯)。台北：志文 (原出版年 1983)。
- 唐振軒 (2003)。中共對台統一論述之建構—文化霸權、後殖民主義與知識領導權。淡江大學國際事務與戰略研究所碩士論文，未出版。
- 許義雄 (1980)。休閒的意義、內容及其方法。中華民國體育學會體育學報，2，27-39。
- 許嘉猷 (1986)。社會階級化與社會流動。台北：三民。
- 許嘉猷 (1989)。台灣代間社會流動初探：流動表的分析。中央研究院三民主義研究所叢刊，25，517-549。
- 紀登斯 (1989)。資本主義與現代社會理論：馬克思、涂爾幹、韋伯 (簡惠美譯)。台北：遠流 (原出版年 1971)。
- 張孝銘 (1998)。工作與休閒--階段、對立與再生產的概念。台灣體育，98，17-20。
- 孫治本 (2001)。社會階級的終結--水平式不平等、社會不平等的個人主義化。國立政治大學社會學報，31，1-43。
- 亞蘭·杜漢 (2002)。行動者的歸來 (舒詩偉、許甘霖、蔡宜剛譯)。台北：麥田 (原出版年 1984)。
- 游彥皓 (2002)。休閒意義與價值之概念研究。國立台灣體育學院體育研究所碩士論文，未出版。
- 黃金麟 (2000)。文化。載於王振寰、瞿海源主編。社會學與

- 台灣社會。台北：巨流，61-87。
- 黃毅志（2000）。文化資本、社會網絡與階層認同、階級界限。政大社會學報，30，1-42。
- 黃筱婷（2003）。尋求/馴囚--健身俱樂部參與者健康與休閒的消費實踐。國立東華大學族群關係與文化研究所碩士論文，未出版。
- 黃裕智（2003）。遊客社經地位、渡假生活型態與其旅遊消費行為關係之研究—以墾丁地區遊客為例。大葉大學休閒事業管理學系碩士班論文，未出版。
- 葉啟政（1992）。當代社會思想巨擘。台北：正中。
- 葉智魁（1995）。工作與休閒-提昇生活素質的反省。戶外遊憩研究第8卷，2，31-46。
- 葉至誠（1997）。社會學。台北：揚智文化。
- 彭懷恩（1993）。社會學的基石：重要概念與解釋。台北：風雲時代。
- 彭懷恩（1996）。社會學概論。台北：風雲論壇。
- 彭懷恩（1999）。社會學Q&A(新版)。台北：風雲論壇。
- 湯瑪斯·戴伊（2000）。權力與社會（柯勝文譯）。台北：桂冠（原出版年1996）
- 蔡淑鈴、瞿海源（1989）。主客觀職業量表之初步建構。中央研究院三民主義研究所叢刊，25，477-516。
- 蔡文輝（1988）。海峽兩岸社會之比較。台北：東大。
- 蔡文輝（1997）。社會學。台北：三民。
- 賽班（1991）。西方政治思想史（李少軍、尚新建譯）。台北：桂冠（原出版年1989）。
- 戴偉謙（2001）。希臘三哲人蘇格拉底、柏拉圖及亞里士多

- 德的運動觀——以休閒為中心的探討。體育學報，30，45-54。
- 瞿海源（1985）。台灣地區職業地位主觀測量之研究。中央研究院三民主義研究所第四次社會科學研討會論文集，121-140。
- 簡妙如（2002）。流行文化，美學，現代性：以八、九〇年代台灣流行音樂的歷史重構為例。國立政治大學新聞學研究所博士論文，未出版。
- 謝雨生、黃毅志（1999）。社會階層化。載於王振寰、瞿海源主編。社會學與台灣社會。台北：巨流，155-197。
- 蘇勤惠（2002）。都市休閒空間的民族誌研究：以台南市PUB為例。國立成功大學都市計劃學系碩博士班論文，未出版。
- 蕭新煌（1994）。新中產階級與資本主義：台灣、美國與瑞典的初步比較。階級結構與階級意識比較研究論文集，73-107頁。台北：中央研究院歐美所。
- 蕭全政（1994）。政治與經濟的整合——政治經濟的基礎理論。台北：桂冠。
- Argyle M.（1995）。日常生活社會心理學（陸洛譯）。台北：巨流（原出版年1992）。
- Argyle M.（1997）。社會階級心理學（陸洛譯）。台北：巨流（原出版年1994）。
- Bammel, G. & Burrus-Bammel, L. L.（1996）。休閒與人類行為（涂淑芳譯）。台北：桂冠（原出版年1992）。
- Broom, Leonard, Bonjean, Charles M., Broom, Dorothy H.（1993）。社會學（張承漢譯）。台北：巨流（原出版年1990）。

- Cordes K. A. & Ibrahim H. M. (2000)。休閒遊憩事業概論
(李晶譯)。台北：桂魯(原出版年1996)。
- Ferrante, J. (1998)。社會學：全球性的觀點(李茂興、徐偉傑譯)。台北：弘智書局(原出版年1995)。
- Kelly, J. R. (2002)。休閒導論(王昭正譯)。台北：品度(原出版年1996)。
- Mills, C. W. (1995)。社會學的想像(張君政、劉鈞佑譯)。台北：巨流(原出版年1959)。
- Nixon II, H. L. & Frey, J. H. (2000)。運動社會學(王宗吉譯)。台北：紅葉(原出版年1998)。
- Seabrook J. (2002)。階級：揭穿社會標籤迷思(譚天譯)。台北：書林(未註明出版年)。
- Torkildsen G. (2003)。休閒與遊憩管理(上)(王昭正譯)。台北：品度(原出版年1999)。
- Veblen T. (1969)。有閑階級論(趙秋巖譯)。台北：台灣銀行(原出版年1899)。

英文部分：

- Berger, A. A. (1995). *Cultural criticism : a primer of key concepts*. Thousand Oaks, CA.: Sage Publications.
- Cross, G. (1990). *A social history of leisure since 1600*. State College, PA.: Venture Publishing.
- Cordes , K.A. ,& Ibrahim , H.M. (1999) .*Applications in recreation & leisure for today and the future* (2nd ed.) .Boston, MA.: The McGraw-Hill Companies , Inc.
- Goodale, T. L., Godbey, G. C. (1988) . *The evolution of leisure :*

- historical and philosophical perspectives*. State College, PA. : Venture Pub.
- Edginton, C. R., Edginton, S. R., Hanson, C. J., Edginton, C. R. (1992) . *Leisure programming : concepts, trends, and professional practice*. Dubuque, Iowa: Brown & Benchmark.
- Edginton, C. R., Jordan, D. J., Degraaf, D. G. & Edginton, S. R. (1995) . *Leisure and life satisfaction: foundational perspectives*. Madison NY.: Brown & Benchmark.
- Hodgson, G. M. (1995) . Varieties of Capitalism from the Perspectives of Veblen and Marx. *Journal of Economic Issues*, 29, 575-584.
- Jackson, E. L., & Burton, T. L. (1999). *Leisure studies : prospects for the twenty-first century*. State College, PA. : Venture Pub.
- Kelly, J. R., & Godbey, G.. (1992) . *The Sociology of Leisure*. State College, PA: Venture.
- Kelly, J. R., (1996). *Leisure*(2nd ed.). MA.: Allyn and Bacon.
- Kraus, R. (2000) . *Leisure in a Changing America: Trends and Issues for the 21st Century*. MA.:Allyn and Bacon.
- Lukes, S. (1974) . *Power: A Radical View*. London: The Macmillan Press.
- Marx, K. (1867). *Capital, Vol. 1*. Chicago, IL: C. H. Kerr and Co.
- Nixon, H. L., & Frey, J. H. (1996). *A sociology of sport*. CA.: Wadsworth Pub.

- Rojek, C. (2000). Leisure and the rich today: Veblen's thesis after a century. *Leisure Studies* (19), pp1-15.
- Schacht, R. (1971). *Alienation*. Garden City, NY: Doubleday.
- Shivers, J. S., & DeLisle, L. J. (1997). *The story of leisure : context, concepts, and current controversy*. Champaign, IL : Human Kinetics.
- Thomas L., & Goodale, G. (1988) . *The evolution of leisure*. State College, PA.: Venture Pub.
- Veblen, T. (1899) . *The Theory of the Leisure Class*. NY.: Viking Penguin Inc.
- Wright, E. O. (1979). *Class Structure and Income Determination*. NY.:Academic Press.
- Wright, E. O. (1985) . *Classes*. London : Verso Press.
- Wynne, D. (1998) . *Leisure, lifestyle, and the new middle class : a case study*. NY.: Routledge.
- Yang, M. C. (1978) . *Chinese Social Structure*. Taipei: The National Book Company.