

南華大學
應用社會學系教育社會學碩士班
碩士論文

影響國小新移民學童與非新移民學童的消費行爲及其
原因的比較分析－以彰化縣二水鄉爲例

A Comparative Study of Factors Influencing Consumption
Behavior between New-immigrant Children and Non-immigrant
Children in Ershuei Township, Changhua Country, Taiwan

指導教授：陳姿憶 博士

研究生：陳明燦 撰

中華民國 一〇三 年 六 月 十 七 日

南 華 大 學

教育社會學碩士班

碩 士 學 位 論 文

影響國小新移民學童與非新移民學童的消費行為及其原因的比較分析—以彰化縣二水鄉為例

研究生： 陳明傑

經考試合格特此證明

口試委員：

陳建州

林昱瑄

陳安德

指導教授：

陳安德

系主任(所長)：

蘇峰山

口試日期：中華民國 103 年 6 月 17 日

致 謝 詞

在南華兩年半的時光匆匆而過，終於輪到我要提筆寫致謝詞了，想不到在大學畢業多年後，還能再次回到校園享受當學生的樂趣。回想這段期間，心中真是百感交集，有考上研究所時的激動；也有趕報告、寫論文時的疲累。但是這樣的日子也將隨著畢業暫時劃下句點，心中難免升起一種莫名的失落感。

首先要感謝的是我的指導教授姿憶老師，在老師身上，我發現了一位學術人對研究應有的熱忱，對不同文化的包容，她總是不厭其煩的指導我這位資質駑鈍的學生，給予我許多的啟發與鼓勵，謝謝老師的指導。感謝林昱瑄老師、陳建州老師能在百忙中撥空擔任我的口試委員，並對我的論文提出許多指正。感謝鄒川雄老師，讓我真正體會到讀書的快樂、對知識領悟時的痛快，就如孔夫子所言：學而時習之，不亦悅乎。感謝蘇峰山老師、齊偉先老師、陳柏偉老師、呂明哲老師、其他所上師長及所上助理，給我許多指正與幫忙，提醒我讀書時應該注意之處，能讓我在求學路上勇猛精進。感謝在研究所與我同窗的學長姐、同學及學弟妹，在兩年求學生涯中有你們的陪伴及提醒，讓我這個年紀不小的學生能再次走入教室享受一次豐富的知識饗宴。

感謝我任教學校林校長明雄及巫校長俊延，時常勉勵我在求學路上應全力以赴。感謝全校同事們，在這段求學期間內，毫無怨言負擔我許多的行政工作，讓我能更專注於我的研究。感謝所有參與研究的訪談者，因為你們的無私，提供最完整的資料，使得這篇論文能如期完成。

更要感謝關心我的家人，感謝爸爸媽媽及妻子的體諒與包容，分擔了不少家事，總是無怨無悔地聽我抱怨，並給了我很多撰寫論文的新方向，讓我在腸思枯竭時，又有了繼續前進的動力，當然，還有我的女兒，讓爸爸有勇氣完成這篇論文，最後將研究成果呈現在大家的面前，感謝你們！

摘要

我任職於彰化縣國小。在教學過程中，我發現高年級有一名新移民學童會花比其他學童更多的錢去購買文具用品，再細細觀察其他新移民學童，其消費內容似乎與非新移民學童消費行為不同，這使得我產生對「影響新移民學童與非新移民學童的消費行為及其原因的比較分析」此一主題探究的興趣。影響消費行為的因素會因為族群不同而有差異嗎？

本研究之研究對象為彰化縣二水鄉新移民學童與非新移民學童，研究者針對研究對象消費行為進行半結構式之深入訪談，並將訪談資料整理為文字稿，再將資料依據紮根理論(Grounded Theory)的分析檢驗程序，進行逐行編碼(initial line-by-line coding)、主軸編碼(axial coding)，與選擇性編碼(selective coding)等分析步驟，本研究目的在於：

- 一、發現此兩個族群消費行為模式。
- 二、發現並比較影響此兩個族群消費行為模式因素。
- 三、於文末對未來研究提出建議。

研究結果顯示：

- 一、新移民學童因主要照顧者生活在不同文化族群情境中，缺乏消費教養訊息，加上害怕被同儕團體責難，而發展出較非新移民學童明顯之從眾行為。
- 二、此二族群學童家庭階級會經由主要照顧者影響學童的消費行為，而其影響力遠大於族群之差異。
- 三、新移民學童雖因為家庭階級影響，以致消費行為無法符應社會環境中的主流消費觀念，但並不表示我們就可全盤否定其行為，此二族群消費行為實有可互相借鏡之處。

關鍵詞：新移民學童、消費行為、紮根理論、階級、從眾

A Comparative Study of Factors Influencing Consumption
Behavior between New-immigrant Children and Non-immigrant
Children in Ershuei Township, Changhua Country, Taiwan

Ming-Tsan, Chen

(The Institute of Sociology of Education, Nan Hua University)

ABSTRACT

This case study aimed to explore factors influencing consumption behavior of new-immigrant children and non-immigrant children in Ershuei Township, Changhua Country, Taiwan. Eleven new-immigrant pupils and six non-immigrant pupils participated in this study. Semi-structured in-depth interviews were utilized to collect data. Data were analyzed based on grounded theory. The research results showed the following three main findings. First, the meaning and purpose of consumption behaviors differed between new-immigrant pupils and non-new-immigrant pupils. For example, because of the pursuit of peer recognition, new-immigrant children demonstrated herd behaviors in consumption. In contrast, non-new-immigrant children did not have such herd behaviors. Secondly, both class and ethnicity played a role in influencing both group's consumption behaviors, but class had a stronger effect. Thirdly, children's consumption behaviors were mainly shaped by family caregivers. If the caregivers failed to teach their children how to buy things wisely, their children would demonstrate weaker ability in their own consumption behaviors. Educational implications of this study were discussed, too.

Keyword: the new-immigrant students, consumption behaviors, grounded theory,
class, herd behaviors

目 錄

圖目錄.....	VIII
表目錄.....	IX
第一章 緒論	
第一節 研究動機.....	1
第二節 研究目的.....	3
第三節 研究流程.....	4
第四節 研究範圍與對象.....	6
第五節 名詞釋義.....	11
第六節 研究限制.....	12
第七節 章節安排.....	13
第二章 文獻探討	
第一節 在台灣的新移民子女.....	15
第二節 消費行為理論.....	18
第三節 國小學童的消費行為.....	22
第四節 後殖民女性主義.....	29
第五節 各式資本與學童的消費行為.....	31
第三章 研究方法	
第一節 採用質性研究方法及紮根理論的理由.....	33
第二節 紮根理論.....	34
第三節 紮根理論譯碼過程.....	35
第四節 研究抽樣.....	38
第五節 資料蒐集方式.....	38
第四章 資料分析	
第一節 開放性編碼.....	43

第二節 主軸編碼.....	47
第三節 選擇性編碼.....	52
第五章 研究發現	
第一節 新移民學童消費行爲.....	62
第二節 非新移民學童消費行爲.....	76
第三節 新移民學童與非新移民學童消費行爲之比較.....	86
第六章 研究討論	
第一節 族群與同儕.....	94
第二節 舉足輕重的階級.....	97
第三節 消費不等於「買東西」.....	110
第四節 建議.....	110
參考文獻.....	116
訪談大綱.....	122



圖目錄

圖 1-1	研究流程.....	5
圖 2-1	EKB 消費者行為模式.....	18
圖 2-2	兒童消費行為社會化模式.....	20
圖 3-1	紮根研究法分析步驟.....	37
圖 4-1	新移民學童消費行為範疇相關聯性.....	49
圖 4-2	非新移民學童消費行為範疇關連性.....	52
圖 5-3	消費行為影響因素核心範疇整理圖.....	91



表目錄

表 1-1	新移民子女就讀國小學生數—按縣市排序累計.....	6
表 1-2	彰化縣新移民子女就讀國小學生數及比例—按鄉鎮行政區排序.....	8
表 2-1	東南亞新移民女性國籍之歸化取得人數—按原屬國籍分.....	16
表 2-2	新移民子女就讀中小學生數—按學年別分.....	17
表 3-1	訪談對象資料.....	42
表 4-1	本研究開放性編碼.....	43
表 4-2	新移民學童消費行為主軸編碼.....	48
表 4-2-1	非新移民學童消費行為主軸編碼.....	50
表 4-3	新移民學童「家庭」核心範疇.....	53
表 4-3-1	新移民學童「社群」核心範疇.....	54
表 4-3-2	新移民學童「學校」核心範疇.....	55
表 4-3-3	新移民學童「個體」核心範疇.....	56
表 4-3-4	新移民學童「消費認知」核心範疇.....	57
表 4-3-5	非新移民學童「家庭」核心範疇.....	58
表 4-3-6	非新移民學童「社群」核心範疇.....	59
表 4-3-7	非新移民學童「學校」核心範疇.....	59
表 4-3-8	非新移民學童「個體」核心範疇.....	60
表 4-3-9	非新移民學童「消費認知」核心範疇.....	61
表 5-3	新移民學童與非新移民學童消費行為範疇與其關聯性之比較.....	92
表 6-1	家庭階級與兒童教養.....	97

第一章 緒 論

第一節 研究動機

在一個炎熱的夏日午後，我到學校附近一家書店採買學生文具用品，那雖然只是間不太起眼的小文具店，卻是學校很多小朋友常光顧的地方。「老闆，我要買這個！」，短促的聲音打破了沉靜的氣氛，我發現站在櫃檯要付錢的人原來是隔壁班的新移民學童小為。

在結帳的過程中，老闆一如往常跟我聊起學校小朋友來這裡買東西的點滴。令我印象深刻的是，他發現學校裡的新移民學童很喜歡到這兒買高單價文具用品，而這間小書局還能生存到現在，這些新移民學童真的「貢獻良多」……

如上所述，在教學過程中，我觀察到新移民學童人數是逐年增長的，有時候不免憂心家庭弱勢環境帶給學童的影響，但我也發現新移民學童會花比其他學童更多的錢去購買文具用品，其消費內容似乎與非新移民學童消費行為不同，我可以從中發現兩個群體消費行為之差異性。到底影響此二族群消費行為的因素為何？是家庭教養者的原因？學校同儕的因素？或者是電視廣告的影響？而其差異性何在？這使我產生對「影響新移民學童與非新移民學童的消費行為及其原因的比較分析」此一主題探究的興趣。

我在參閱相關領域的研究結果後發現：新移民家庭社經地位較低，父母大多必須花費較多的時間與精神，為生活打拼，自然而然就沒有辦法去關心子女的學習狀況，從而產生了許多教育問題（蔡榮貴、黃月純，2004）。而王永銘（2004）指出低社經地位的家庭，因收入較低，其學童在父母無法在身旁指導消費行為的狀況下，其消費行為傾向於「從眾」、「衝動」，即較可能在旁人簇擁下就會出現消費行為。但根據我在教學場域進行觀察及先期研究（pilot study），新移民學童除了有傾向「從眾」、「衝動」之消費行為外，也有偏向節儉的消費型態，我的經驗與目前相關研究結果不符，影響新移民學童消

費行為的因素為何？其與影響非新移民消費行為因素的差異性是什麼？我認為有必要進一步探究。本研究期待透過深入探討這個現象後，整理出新移民學童與非新移民學童消費模式並對其影響因素進行比較。

當研究者對於某個特定情境的默會理解（日常經驗）與學術界對此一情境的解釋框架（理論）產生了矛盾時，問題意識自然就產生了（鄒川雄，2005）。因此，我依據在教學場域中之觀察，覺察到新移民學童消費行為的問題及其重要性，經由理論及經驗的對話，進而產生了研究動機及問題意識。

根據教育部統計資料顯示：國人之生育率逐年降低，此現象對學校學童數造成衝擊，若以國小學生數觀察，93學年國小學生人數為188萬 3533人，但至102 學年國小學生數已減至 129 萬7120 人，減少 31%學生人數。但在此波少子化的浪潮下，國小新移民學童數卻自 4萬907人增加 11 萬 6524 人，達到 15萬7,431人，而國小新移民學童佔國小學生總數比率也由 93學年之 2%增加至102 學年之 12%（教育部統計處，2014）。可以預見的是，在未來新移民子女將成為台灣社會的主要人力資源，因此，在學校中如何面對新移民學童，並輔導可能產生的學習及生活適應等行為，是教育人員必須關切的問題（張芳全，2010）。

消費行為是生活行為重要的一環，不良的消費行為也容易造成社會問題。胡蘭沁（2002）提到，在目前台灣環境下，家庭中兒童獲得零用錢管道多，且金錢數量不虞匱乏，但學校之消費教育卻沒有因此提升，學童間缺乏正確之金錢價值觀及消費技巧，導致其消費行為產生了諸多問題，進而形成社會追求物質享受與好逸惡勞之不良風氣。因此，對研究者、教育人員、家長而言，分析學童之消費行為如同研究其生活行為是同等重要的，若我們能了解新移民學童與非新移民學童消費行為的差異性，針對不足來輔導不同族群學童，才能幫助每個孩子適應社會，而不是成為社會的負擔（張芳全，2010）。

第二節 研究目的

關於國小新移民學童生活適應研究，有許多學者發現此一族群學童在目前台灣社會環境中仍存在許多問題，其中有不少的研究指出，影響新移民子女學校學習及生活行為的因素有許多，但這大部分都是後天環境使然，其中包括了：家庭教養者及家庭環境因素、政府、學校中老師及同儕團體、社會等，在這些因素中，又以家庭因素對新移民學童影響最大。若探究其子女行為生成脈絡，我們常常可以發現因為新移民家庭功能的不利因素，導致新移民子女的學業及生活常規出現負面表現（盧秀芳，2004；陳玉娟，2005；劉秀燕，2003；蔡榮貴、黃月純，2004）。但也有一些學者對此「新移民學童生活適應」議題持相反觀點，如：根據教育部「外籍配偶就讀國小子女學習及生活意向調查」結果顯示，有半數以上之受訪之國小新移民學童對學校生活各方面之適應狀況良好，而國小新移民學童也能融入學習環境中（教育部，2005）。我認為研究關注點不同、研究問題、研究對象不同，會產生不同的研究結果，而此差異性讓我更想瞭解不同族群之國小學童會如何呈現其消費行為。

若我們將焦點集中在新移民子女之消費行為，目前針對新移民子女消費行為之研究僅有一篇，屬於量化研究，並未如質性研究方法針對研究問題的微視層面作深入探討。在此篇研究中，僅分析性別、年齡、儲蓄習慣、零用錢給予、收看電視時間、家庭社經地位等九個背景變項與消費行為之相關情形，不包含其他變項，也就無法得知影響新移民學童消費行為的其他因素（王虹娟，2010）。

此外，王虹娟（2010）指出新移民子女的消費行為較本國籍學生消費行為更傾向於從眾型，旁人的建議會影響其購物意願。在實際教學場域中，我也發現此一現象，但根據我觀察，上述原因應只是影響新移民子女消費行為眾多因素之一，還有其他因素（例如：家庭主要照顧者、同儕、原生文化等）沒有加以探討。因為目前尚無研究比較影響新移民子女與非新移民子女消費行為因素，故我們也無從得知其影響消費行為因素差異之全貌。

在兒童消費社會化理論模式中，國小學童的消費行為會受到：電視廣告、朋友、父母親等因素的影響(Ward, 1974)，但是它並未提及影響因素之間的關聯及強度。我認為，要了解學童消費行為，必須深究影響其行為的因素間關聯性，包括：家庭、社會等，方能對消費行為有較深入的了解，而非只是概括性的描述。

我在彰化縣二水鄉之國小任教十餘年，對學童家庭環境、學習狀況已有相當之了解，而此經驗成為進行訪談的基礎，此外，本鄉新移民國小學童占有一定之比率，而過去並沒有研究者對本研究場域做過新移民學童消費行為相關研究（詳見本章第四節）。因此，本研究以兒童消費社會化理論為基礎，以二水鄉為研究場域，除了探討彰化縣二水鄉新移民學童與非新移民學童消費行為模式外，進一步更要找出其影響因素的關聯性。本研究目的為：

- 一、探索彰化縣二水鄉國小新移民學童消費行為模式。
- 二、探索彰化縣二水鄉國小非新移民學童消費行為模式。
- 三、建立影響彰化縣二水鄉國小新移民學童消費行為因素模式。
- 四、建立影響彰化縣二水鄉國小非新移民學童消費行為因素模式。
- 五、瞭解影響彰化縣二水鄉國小新移民學童及非新移民學童消費行為因素間之關聯性。
- 六、對教學者、主要照顧者及未來研究提出具體之建議。

第三節 研究流程

本文採用紮根理論研究法精神蒐集並分析相關資料，試圖發現新的觀點。建構紮根理論學者強調閱讀文獻可以刺激我們發現一些問題，但不需要引用別人的理論來做研究，這樣只會侷限研究創意，使得研究受到既有理論的影響（Strauss & Corbin, 1990/1997）。因此，在撰寫本文時，我雖佐以現有理論，以發現研究問題，但針對文獻的看法及批判，除了運用先期研究資料與理論進行對話外，仍等到本研究模式已形成，我才會將研究結果與目前文獻互相比較，加入自己的評價觀點。本文研究流程如圖 1-1 所示

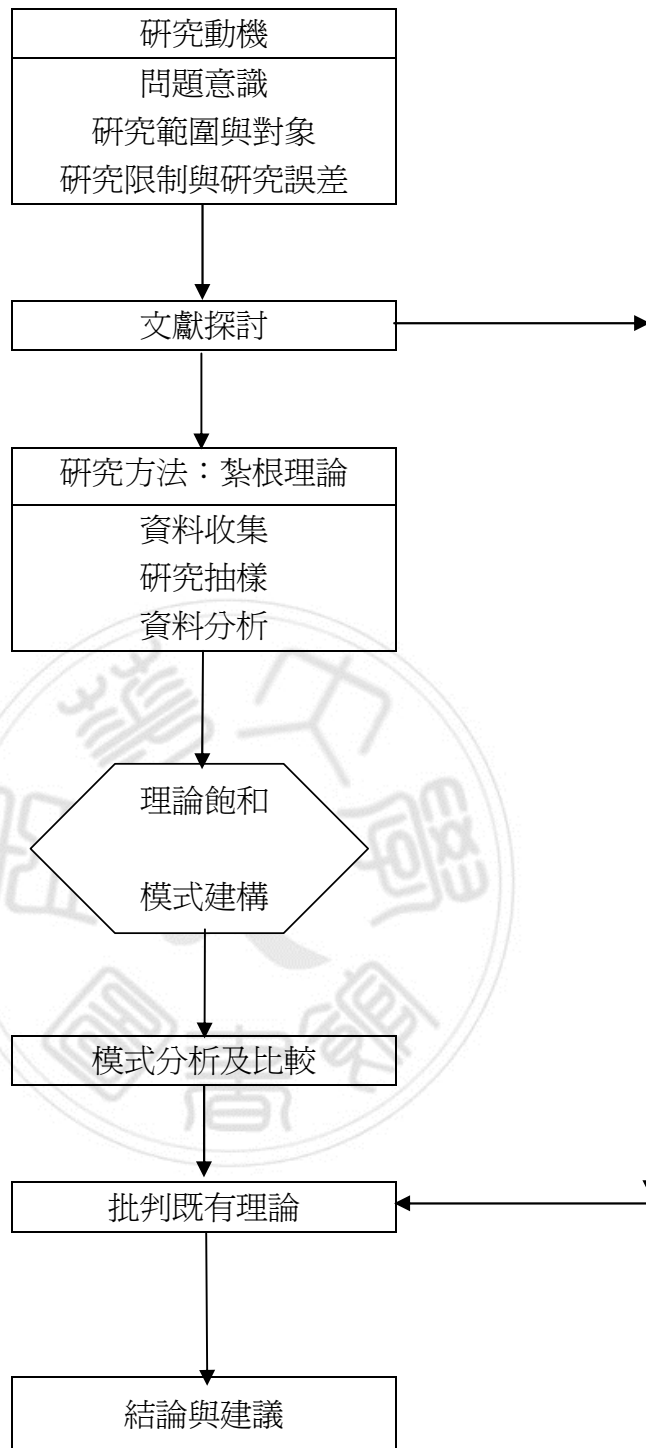


圖 1-1 研究流程

第四節 研究範圍與對象

本節將敘述本研究之研究範圍與研究對象，我分別說明如下：

一、研究範圍

如前文所述，新移民子女人數在這十年來，並沒有因為國內少子化的現象而減少，反而呈現著逐年增加的趨勢。若觀察一百零二學年台灣國小新移民子女分布情形，我們可以發現國小新移民學童多數集中於新北市、桃園縣、高雄市、臺中市、臺南市及彰化縣6個縣市，其人數為占總數之60%以上（教育部統計處，2014）（見表 1-1）。

表 1-1
新移民子女就讀國小學生數—按縣市排序累計

縣市	國小		
	總計	男	女
新北市	27,444	14,435	13,009
桃園縣	17,622	9,231	8,391
高雄市	16,482	8,576	7,906
臺中市	16,365	8,473	7,892
臺南市	10,870	5,723	5,147
彰化縣	9,874	5,156	4,718
臺北市	9,865	5,256	4,609
雲林縣	6,738	3,502	3,236
屏東縣	6,667	3,489	3,178
苗栗縣	5,725	3,026	2,699

（續下頁）

縣市	國小		
	總計	男	女
新竹縣	4,897	2,581	2,316
南投縣	4,542	2,347	2,195
宜蘭縣	2,960	1,562	1,398
基隆市	2,713	1,452	1,261
新竹市	2,703	1,403	1,300
花蓮縣	1,709	841	868
嘉義市	1,419	757	662
臺東縣	1,361	721	640
澎湖縣	934	499	435
金門縣	922	487	435
連江縣	127	76	51
資料來源：教育部統計處（2014）			

由表 1-1 可知，在一百零二學年時，彰化縣國小新移民子女人數占全台灣地區國小新移民子女總數第 6 強。

在彰化縣 26 個鄉鎮中，就讀於二水鄉國民小學之新移民學童數所占比例 23.3%（教育部統計處，2014、彰化縣主計處，2012）（見表 1-2）。僅次於芳苑鄉 24.93% 的比例。

表 1-2

彰化縣新移民子女就讀國小學生數及比例—按鄉鎮行政區排序

鄉鎮行政區	國小學童總數	新移民學童人數	比例 (新移民學童數/國小學童數) 單位%
芳苑鄉	1,336	333	24.92515
溪州鄉	1,691	383	22.64932
大城鄉	903	204	22.59136
芬園鄉	1,165	228	19.57082
二水鄉	773	180	23.2859
竹塘鄉	928	163	17.56466
福興鄉	2,167	292	13.47485
田尾鄉	1,637	293	17.89859
埔心鄉	1,699	302	17.77516
大村鄉	1,731	263	15.19353
二林鎮	3,891	531	13.64688
田中鎮	2,478	362	14.60856
社頭鄉	2,589	390	15.06373
伸港鄉	2,409	306	12.70237
線西鄉	994	124	12.47485
花壇鄉	2,678	342	12.77072
永靖鄉	2,419	339	14.01406
埤頭鄉	1,874	264	14.08751
			(續下頁)

鄉鎮行政區	國小學童總數	新移民學童人數	比例 (新移民學童數/國小學童數) 單位%
埔 鹽 鄉	1,678	230	13.70679
秀 水 鄉	2,635	325	12.33397
北 斗 鎮	2,393	282	11.78437
和 美 鎮	5,482	554	10.1058
溪 湖 鎮	3,864	377	9.756729
鹿 港 鎮	6,526	657	10.06742
彰 化 市	16,116	1385	8.593944
員 林 鎮	8,973	765	8.525577

資料來源：教育部統計處（2014）、彰化縣主計處（2012）

雖在人數及比例上，本鄉之新移民學童人數並非最多，但比率亦是第二高者。而本鄉也有兩所國民小學（本鄉共有三所國小）皆因新移民學童就讀人數已達一定人數，因此近年皆接受教育部教育優先區相關補助。因此，我認爲以二水鄉做爲研究範圍深入研究，應可提供我足夠資訊來研究影響新移民學童和非新移民學童的消費行爲的全貌。

此外，我考量：

- (1) 面對完全陌生的研究者，學童在訪談過程中會隱藏個人消費行爲經驗，造成研究資料失真，甚至誤導研究方向。我在此校任教十餘年，對學童家庭環境、學習狀況已有相當之了解，而此經驗成爲進行訪談的基礎，讓小朋友能熟悉訪談者，暢所欲言，對資料的收集有很大得助益。當然，礙於研究者與訪談者是師生關係，兩者間存在權力位階的差異，訪談者可能因此無法坦然面對研究者，是故，我進行訪談時，非常注意使用的語言方式，且使用學童熟悉並明瞭研究

者表達意涵之語句，並強調學童所提供之資料不會影響其學業成績。此外，我也訪談了學童的導師及主要照顧者，期望能由此檢視受訪者訪談內容的一致性與連續性（Seidman，2006/2009）。

(2) 在參閱新移民及消費行為相關文獻後，我發現，過去並沒有研究者對本研究場域做過新移民學童消費行為相關研究。在國小社會領域課程中，雖介紹消費行為及觀念，但僅是概略介紹，至於影響消費行為因素，如：大眾傳播、參考團體、次文化等，卻未被深入提及，加上學童在金錢認知發展上尚不成熟，因此容易受到同儕團體影響。此外，學校消費行為教育中，長期忽略了培養學童正確的金錢價值觀，以致學生會有拜金等的消費傾向（胡蘭沁，2002）。是故，我認為本研究有助於釐清研究範圍內不同族群學童消費行為之影響因素，可供家長及教育人員指導學童消費行為之參考。研究結果也能裨益日後對本議題有興趣之研究者。

二、就研究對象方面

胡蘭沁（2002）認為國小學童年級愈大，愈能建立自我之消費決策評估準則，而其中包括：對產品的偏好、對價格的反應及對購物技巧的養成等。也就是說，隨著年齡的增長，兒童會有較佳的消費經驗，學童的年齡會影響其消費行為模式。再加上考量被訪談者本身語言表達能力及消費經驗，所以本研究以一百零二學年度就讀於彰化縣二水鄉國民小學二至六年級新移民學童及非新移民學童，作為研究對象。我考慮本研究訪談對象為國小學童，受訪者語言表達能力尚未發展完全，若對其進行非結構式訪談，會讓訪談產生窒礙難行的狀況，甚至影響往後資料分析，因此本研究採取半結構式之訪談方式蒐集資料，在訪談中研究者給予受訪者若干提示，根據與談者話語來發展問題，以便其進行個人經驗重建。此外，我也訪談數位教師及家長提供補充性資料。做為三角檢證及釐清模糊概念之用。

第五節 名詞釋義

為了使上述研究範圍更加明確，以利相關文獻探討及研究資料分析，研究者將本研究重要名詞界定如下：

一、新移民學童：指父親為中華民國國籍與東南亞新移民女性在婚姻關係下所生育的國民小學二至六年級子女。

二、家庭社經地位：

家庭社經地位指的是家庭階級，包括家庭中主要照顧者（通常是父母親）教育程度、職業及家庭收入等（孫中欣，1999）。因本研究對象為不同族群之學童，其對家庭收入不甚清楚，大多數父母也較少向他們清楚提及。在先期研究中，學童對此觀念無法明確表達。是故，我在界定家庭社經地位定義時，捨棄以家庭收入來作為資料收集指標，而主要以「父母親教育程度及職業」替代之。

三、消費行為：

Demby（1973）認為在消費過程中，人們在產品或服務使用前的評估及獲得產品後的使用等過程中所做的決策與行動，即為消費者行為。隨後，Engel, Kollat & Blackwell 三位學者在 1978 年也提出了與 Demby 相似的看法，他們指出在人們消費行為中所產生之商品或服務購買等活動及決策過程即是消費者行為（Engel, Kollat & Blackwell, 1978）。在 1983 年，有研究更進一步陳述凡是消費者經由對商品或勞務之購買、評價等過程，以達到追求消費滿足目的之行為，即是消費者行為（Schiffman & Kanuk, 1983），即消費者行為不再只是聚焦於產品購買之決策程序，而更包含了使用產品、服務後的評價。

而我國學者漆梅君（2001）及林靈宏（2003）認為「消費者行為」是消費者由搜尋評估一項產品開始，中間經歷產品的購買及使用，一直到停止使用產品，在此過程中所產生的相關行為。「消費者行為」發展至此涵蓋了產品開始購買前的評估與搜尋行為、產品的購買與使用、使用產品後之評價等行為。

而在消費者行爲學中，不只要探討消費者個人內在消費決策的過程，更應分析社會環境對於消費者行爲所造成的影響。爲了解釋消費行爲過程及其影響原因，現今消費者行爲學運用其他領域的學科，包括心理學、社會心理學等，其中社會學是聚焦在解釋群體行爲和次文化對消費行爲的影響（漆梅君，2001）。

綜上所述，我認爲消費者行爲非只是購買行爲，而是包含從購買前的產品評估，中間經歷產品購買的決策及產品的使用等，直至停止使用產品的全部過程。本研究不只要觀察學童的消費行爲過程，更著重以社會學的觀點來解釋影響消費行爲的原因及其關聯性。

四、消費社會化：呂勝瑛及楊沛穎（2009）指出「消費社會化」即是兒童在環境中，透過學習等方式，發展出消費相關能力及價值觀等的過程。因此，本研究將「消費社會化」定義爲兒童透過學習等方式，獲取消費相關技能、知識和態度，爲了能在市場上發揮消費行爲的過程。

五、同儕關係：本研究中把同儕定義爲國小受訪學童之同一班級同學，這些學童在學校同一班級學習，其在團體生活中，學童間之行爲與語言都會互相影響其消費價值觀及消費行爲之建立，在這樣的情境下，我認爲更有利於觀察同儕關係如何左右學童之消費行爲（呂勝瑛、楊沛穎，2009）。

六、廣告：指透過電視或電腦等大眾媒體，對商品進行的產品訊息介紹播送。學童接受到此媒體訊息後，經由消費資訊處理過程展現對特定商品的消費傾向及消費行爲（王永銘，2004）。

第六節 研究限制

本研究採用深度訪談法收集目標學童消費行爲之相關資料，而檢測假設並不是深度訪談法的目的之一，因此訪談結果也無須擔心能否應用到所有新移民學童上（Seidman, 2006/2009），運用此方法之訪談者期待是要能深入探索受訪者之個人經驗，並呈現之。

本研究之對象僅限於彰化縣二水鄉國小新移民學童，訪談並未擴及其他學程及地區的新移民學童，所以研究結果不適宜推論至所有新移民學童。

因研究範圍為我服務學校，所以可以從每日觀察中，選擇訪談對象。但研究者安排訪談時不以任教班級中新移民學童為對象，避免受訪學童因研究者是老師的關係而在訪談過程中對回答有所保留，影響資料收集結果。

第七節 章節安排

本研究旨在分析影響國民小學新移民學童及非新移民學童消費行為因素之差異，全文共分為五章，其章節安排如下：

第一章為緒論，包含七節，分別是本研究之研究動機、研究目的、研究流程、研究範圍與對象、名詞釋義、研究限制及章節安排。

第二章為文獻探討，包含五節：在台灣的新移民子女、消費行為理論探討、國小學童的消費行為、後殖民女性主義、各式資本與學童的消費行為。文獻回顧是要運用批判眼光來審視文獻，也就是說在此一研究領域中，目前的研究基礎為何、過去研究者解決了哪些問題，而在本研究中，研究者希望解決哪些問題或矛盾、能產生何種新觀點，都是讀者想要從文獻探討中得到的（畢恆達，2010）。此外，本文採用紮根理論研究法精神，因此，我也會將研究結果及發展之模式，與目前理論及研究相互對照，以期在現有之知識基礎上探索新觀念。

第三章為研究方法包含五節，即採用質性研究方法及紮根理論的理由、紮根理論、紮根理論譯碼過程、研究抽樣、資料蒐集方式，以期讀者對本研究使用之研究方法，有較完整的認識。

第四章為資料分析，包含三節：開放性編碼、主軸編碼、選擇性編碼。除了發現新移民學童與非新移民學童消費行為範疇差異外，更進一步檢視了此二族群消費行為範疇

間的關聯性。

第五章為研究發現，包含三節：新移民學童消費行爲、非新移民學童消費行爲、新移民學童與非新移民學童消費行爲之比較。我整理第四章研究分析結果，並擷取受訪者逐字稿文本，試圖在特定文化脈絡下，呈現不同族群下，消費行爲影響因素之異同。

第六章為研究討論，包含四節：族群與同儕、舉足輕重的階級、消費不等於「買東西」、建議。針對第五章研究發現，我在此章中以第二章所回顧之文獻為基礎，以批判的觀點探討現有文獻與本研究相似之論證及相異之處，並於本章文末提出研究建議。



第二章 文獻探討

畢恆達（2010）認為研究生撰寫論文之文獻探討，最重要的目的是要分析既有的理論和研究，並加以評論，從中形成論文的的研究問題，最忌諱的是，將文獻回顧當成是讀書報告，將既有之研究羅列出來，而沒有加上自己的觀點，或者是列舉出一些與研究者的研究沒有緊密關係的文獻，在此種狀況下，文獻回顧就像是工具型錄，純粹只是為了「展示」，而非運用文獻之理論觀點，引導出研究問題。因此，我在此一章節中，除了分析新移民學童學習及生活適應問題形成背景、回顧消費理論文獻之外。在第三節中，我將研究焦點移至國小學童的消費行為，了解目前理論基礎，讓經驗與理論對話。最後，運用後殖民女性主義、Bourdieu「資本」理論檢視新移民學童消費行為文化脈絡，闡明本研究問題的重要性與迫切性。

第一節 在台灣的新移民子女

「新移民」女性即指與台灣男子結婚並定居於台灣之中國大陸、東南亞及其他國籍女子（張芳全，2010）。在實際教學場域及本研究之先期研究中，我發現會在消費行為上產生較大差異的新移民學童，大部分是母親來自東南亞之新移民女性，因此，我縮小研究範圍，本研究中所敘述之新移民女性專指在臺灣之東南亞婚姻移民婦女，而本文中所指稱之新移民學童係指其父親為中華民國國籍與東南亞新移民女性結合，在婚姻關係下所生育的子女。

自一九八零年以來，因為國際分工的關係，台灣逐漸對東南亞國家進行經濟上的剝削，而在台灣農村長期處於低技術的男性，因為都市工業化的發展，自然造成了經濟上的生存問題及在婚姻市場上更居於弱勢的地位，這些男性苦無機會尋得臺灣女性作為婚配對象（夏曉鵬，2000）。

此外，臺灣女性對自主意識的重視，使得男女雙方對婚姻觀念的落差逐漸擴大，多數女性會選擇自己想要的生活。如此一來，加上政府南向政策開放，這讓傳統或勞動階

層的台灣男性將婚配目光集中在仍保有傳統觀念的外籍配偶身上（莫藜藜、賴珮玲，2004）。於是在各種外在環境的影響及眾多婚姻仲介的協調下，發展出台灣男子與東南亞國家女子之間婚配的現象，而日後也產生了諸多新移民與新移民子女生活適應問題。

從表 2-1 的資料顯示，根據內政部戶政司在 2013 年統計在台取得國籍之東南亞新移民女性人數，其中以越南籍新移民女性占最多數，約占所有外籍配偶（不包括中國籍配偶）的 79%，人數由 2002 年的 514 名增至 2013 年已有 3660 名越南籍新移民女性歸化為本國籍。越南緊鄰中國，其受中國文化影響較深，而在許多到當地找尋配偶之台灣男子眼中，越南女子尚保有吃苦耐勞傳統美德，因此婚嫁來台的人數及比例較其他東南亞國家女性為多（楊媛媛，2007）。

表 2-1

東南亞新移民女性國籍之歸化取得人數－按原屬國籍分 單位：人

年度	馬來 西亞	印尼	泰國	越南	柬埔寨	緬甸	菲律賓	合計
2002年	11	238	137	514	151	146	160	1,357
2003年	11	261	92	407	317	114	187	1,389
2004年	5	2,863	60	2,349	690	116	309	6,392
2005年	5	2,197	33	8,197	350	14	374	11,170
2006年	4	1,255	72	10,168	0	23	364	11,886
2007年	7	1,273	116	8,213	830	26	187	10,652
2008年	13	1218	120	10693	619	152	237	13052
2009年	12	1057	104	7538	313	265	307	9596
2010年	16	876	71	5871	165	230	264	7493
2011年	18	738	73	4514	72	94	237	5746
2012年	14	645	43	4259	53	61	296	5371
2013年	17	508	50	3660	22	61	260	4578
總計	118	18,454	810	34,458	2,663	653	2,666	59,822

資料來源：內政部戶政司（2013）。

這些外籍配偶婚嫁來台後讓台灣社會的人口組成結構產生了急遽的變化，根據教育部(表2-2)統計資料顯示近年來國人生育率持續低迷，台灣教育環境已進入少子化階段，2004年國小學生數為188萬3,533人，至2013年減為129萬7,120人，減幅為31%，但新移民國小學生數卻從4萬907人增為15萬7,431人，比率亦自2.17%上升至102學年之12.13%（教育部統計處，2014）。換言之，新移民女性的高生育率抒緩了台灣少子化的現象，但隨之而來的，新移民子女在教育場域中也產生了許多學習及生活適應的問題。

表 2-2

新移民子女就讀中小學生數—按學年別分 單位：人

學年別	國小學生總數	國小新移民子女人數	國小新移民子女比率
2004年	1,883,533	40,907	2.17
2005年	1,831,873	53,334	2.91
2006年	1,798,393	70,797	3.94
2007年	1,754,095	90,959	5.19
2008年	1,677,439	113,182	6.75
2009年	1,593,398	133,272	8.36
2010年	1,519,746	149,164	9.82
2011年	1,457,004	159,181	10.88
2012年	1,373,375	161,970	11.79357
2013年	1,297,120	157,431	12.13696

資料來源：教育部統計處（2014）。

第二節 消費行為理論

在過去眾多消費行為文獻及模式中，研究焦點大多是集中在成人，而較少以兒童為研究對象（李淑靜，2003）。例如：由圖 2-1 所示 Engel, Kollat, & Blackwell 這三位學者於 1978 年提出 EKB 模式來解釋消費行為，此一模式將消費者行為分為五個部分：輸入、資訊處理、決策過程、決策過程變數、外界影響（Engel, Kollat, & Blackwell, 1978；引自陳嫻玲，2007）。消費者在決策的過程中會受到外界的影響，進而出現不同的消費行為，影響包括：文化規範與價值、參考團體與家庭等，此外，外界訊息的刺激、行銷策略等會影響消費者問題認知，影響消費者行為。楊文壽（2000）也提到 EKB 模式架構較其他模式周全，能夠說明消費者行為從開始到結束整個流程及影響消費行為的因素關聯性。它除了提供消費行為相關變數外，也進一步闡述了變數與變數之間的相關性，讓此模式更具豐富性及完整性。

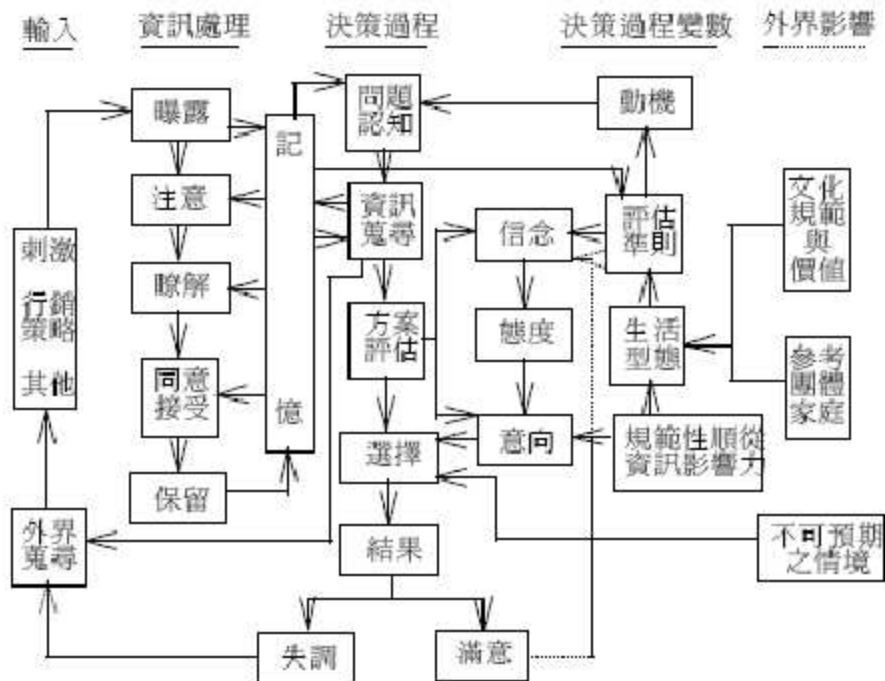


圖 2-1：EKB 消費者行為模式

資料來源：Engel, Kollat, & Blackwell, 1978；引自陳嫻玲，2007。

但我考量 EKB 模式研究對象為成人，與本研究不符。再者，盧梭曾提到兒童不是成人的縮影，在愛彌兒一書中，他主張教育應以幼兒為中心，而非成人（Rousseau, 1762/1989）。而 Ward（1974）在「Consumer behavior」一書中也提到：兒童的消費行為，一開始是從外界獲得主要輸入訊息，經由兒童自己處理這些消費資訊，最後才有消費行為的產出，但是，兒童因為認知發展等能力發展尚未成熟，不同的認知發展階段會產生不同的消費行為，而此一資訊處理過程是兒童與成人消費模式最主要的不同。文中，作者結合皮亞傑認知理論來區分並分類不同階段兒童的消費行為。由此，我認為「年齡」影響兒童資訊處理過程，使其成為影響兒童消費行為的重要因素。此外，作者提出：黑人小孩的資訊理解能力較差（可能是因為不同的家庭價值觀）。由此，我更感興趣的是：族群的差異會影響此資訊處理能力嗎？此一差異會展現在新移民學童與非新移民學童身上嗎？

近年來社會快速發展的結果，使得國民所得快速增加，消費行為呈現多樣化現象。此外，雖然兒童在家庭購買決策的影響力會因產品種類因素不同等而有差異（余泰昇，1995），但總體來說，兒童在家庭消費決策中的影響力與俱增，從而，許多研究消費行為的學者將研究重心由成人轉移至兒童身上。過去以兒童消費行為為對象之研究，最常引用 Ward（1974）首先提出的「消費社會化」理論，做為研究架構。稍後 Robertson, Zielinski, & Ward（1984）曾提出一個模式（詳圖 2-2）來解釋兒童消費社會化的過程及脈絡（李淑靜，2003）。是故，我並不採用 EKB 模式。

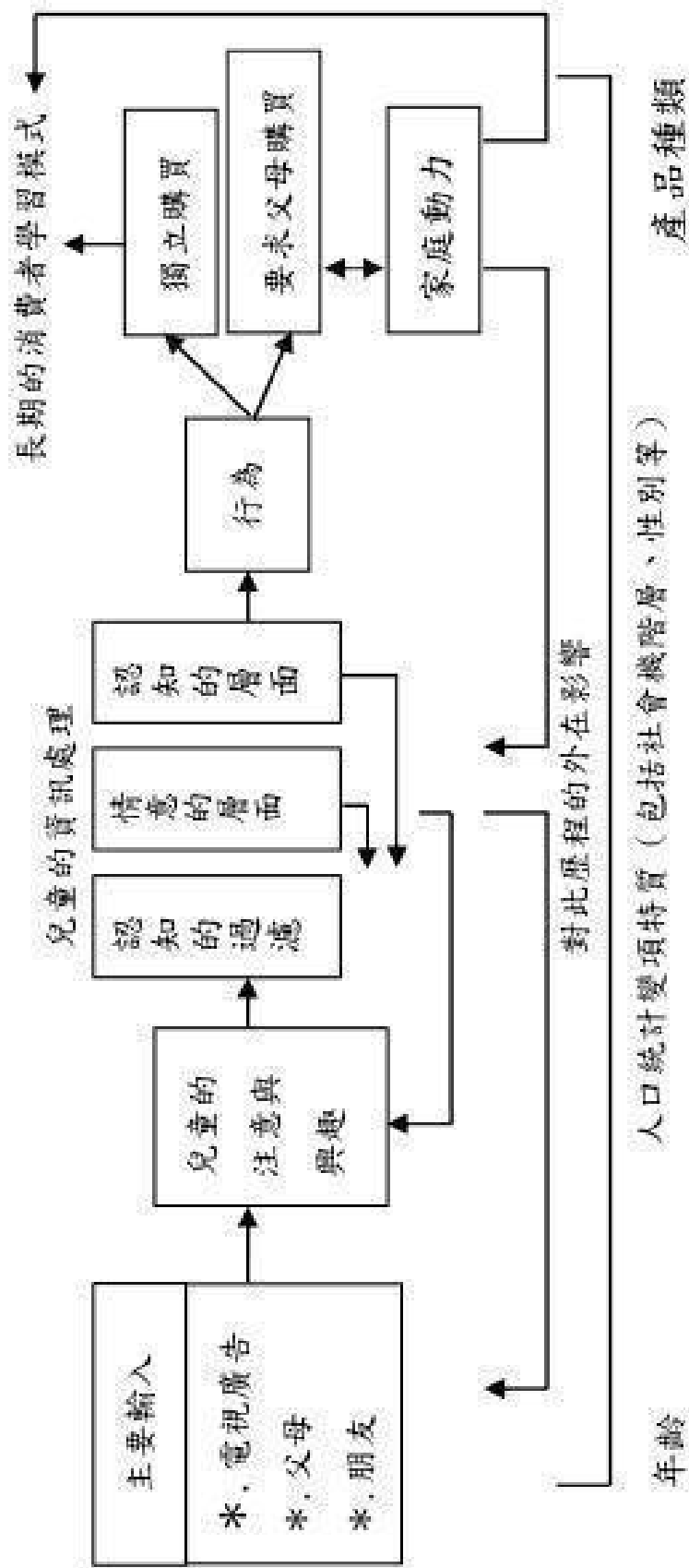


圖 2-2 兒童消費行為社會化模式

資料來源：Robertson, Zielinski, & Ward, 1984；引自李淑靜，2003：p8。

我查閱者 Ward 文章發現，「消費社會化」理論將影響兒童消費行為因素的來源劃分為兩大類：

- 一、外在環境因素：包括父母、電視、廣告、提供優惠、同儕等因素。
- 二、個人內在因素：包括年齡、性別等。尤其是年齡，Ward（1974）認為不同年齡的兒童隨著認知發展，注意力會多樣化、資訊處理過程也會不同，以致於較大的兒童會使用多樣化的特性來評價產品（李淑靜，2003）。

但「消費社會化」理論乃由外國學者提出，理論研究地點在外國，所以我認為該理論並不完全適用於台灣環境中的新移民學童，並且缺乏社會學批判性的觀點。舉例來說，該理論提及學童的消費行為會受到家庭中父母的影響，但父母對學童消費行為的影響力是平均的嗎？是否會有所差異？是否會受到社會男尊女卑風氣的影響？尤其新移民學童生活在台灣環境中，家庭主要照顧者的地位不一定是一致的。而 Ward 並沒有反省這樣的可能性，並將之納入其「消費社會化」理論中。舉例來說，在真實狀況中，我曾聽到一位新移民學童的孩子說：

我沒有看過媽媽在家穿過越南的衣服，我不會把越南傳統衣服穿來學校，我想融入大家，我想跟大家穿的一樣，我覺得如果跟大家不一樣，會很奇怪。

這不禁令我思考，外籍媽媽的母國文化，是否也會影響孩子的消費行為呢？

邱貴芬（2001）認為後殖民女性主義雖為女性主義之一支，但其所呈現的問題並不僅限於兩性關係之不平等，更進一步探討在結合性別、階級、族群、殖民等因素後，所產生之歷史情境。因此，在本研究中，我期待以 Ward（1974）提出的「消費社會化」理論為參考基礎，參酌後殖民女性主義，運用此一觀點審視在台灣社會中之新移民學童消費行為，反省台灣殖民者本身種族及階級思維模式，並試著建構一個聚焦於新移民學童，屬於目前台灣教育生態環境的「本土化」的消費行為理解的開端。

第三節 國小學童的消費行爲

學童消費行爲之建立已納入國小社會學習領域及自然與生活科技學習領域中，足見消費教育乃是整體教育的一環。研究者有鑒於「消費社會化」理論乃是 1974 年 Ward 於美國提出之兒童消費行爲模型，距現今已有約四十年的歷史，時空背景與週遭環境早已不覆相同，因此我也參考目前以「消費社會化」相關理論爲基礎的文獻，將影響國小學童消費行爲主要因素，整理如下：

一、家庭主要照顧者：

王永銘（2004）認爲學童之家庭主要照顧者及家庭狀況會影響其消費行爲。經由量化研究，他發現依親家庭中學童因不與父母在一起生活，在隔代教養方式中成長，其最初消費行爲並無學習及模仿對象，因此其衝動消費行爲之表現較出身於雙親家庭學童明顯。

觀察新移民學童之雙親，我發現通常迎娶外籍新娘的台灣男性，大都來自教育程度偏低、且有重大疾病傷殘等經濟弱勢族群，婚配的主要目的爲傳宗接代（張芳全，2004）。而根據相關研究東南亞籍的新移民母性之教育程度偏低，其中以國中及初職程度爲多數，約佔 35.7%（周秀潔，2004）。新移民家庭難免處於弱勢的地位。此外，新移民婚姻以傳宗接代爲主要目的，短時間內的跨國婚配模式造成的後果之一即夫妻雙方對彼此文化無法充分了解，父母對子女的教養態度不一，容易造成親子間的衝突，與上述依親家庭隔代教養所產生之問題雷同。那新移民家庭主要照顧者是誰呢？是爸爸？還是媽媽？其會如何影響新移民學童的消費行爲？

二、家庭社經地位

社會學家 Annette Lareau（2003）觀察美國三種階級家庭學童後，她發現不同家庭階級，在「家庭生活組織」、「語言使用」、「家庭與組織互動」三方面，對學童生活行爲產生影響。首先，出身於不同階級的學童，無論其種族或性別爲何，他們都過著不同的家庭生活。中產階級父母順從專家意見，培養兒童認知技能，學童由主

要照顧者安排各種課外活動，他們在各式活動中和成人接觸，延伸了經驗。正因為如此，成人的休閒時間因為小孩的活動而被犧牲，在中產階級家庭中，小孩的活動是相當重要的；而勞工家庭或貧窮家庭學童則擁有相當多的自由活動時光、較多自治的機會、和親戚間發展出很強的情感，他們參與的活動多為不正式，且免費的，就算他們想參與正式活動，其主要照顧者也是不會理會他們的要求，我認為有一部分的原因應該是中下階級家庭受限於經濟，因此小孩也常因此而常被提醒有關於花錢的事，即經濟的限制阻礙了中下階級兒童參與中產階級兒童活動（Lareau, 2003；楊巧玲，2009）。在語言使用方面，研究發現父母親主要的差異在於他們是否對待兒童為潛在對話角色，語言形式影響學童日後學校生活。中產階級主要照顧者常以說理溝通方式來引導子女行為，久而久之，學童在此環境中培養了質疑成人、與具有權力人士協商之行為，中產階級父母的教育程度促進子女協商教育技巧。因為語言的互動，建立學童常用字彙及閱讀能力，中產階級學童由此從主要照顧者獲得較多的語言能力，這是一個不公平的教育獲利；而在勞工家庭或貧窮家庭中之主要照顧者並不重視與子女間溝通討論，其語言表達方式常是簡短的，且教養方式多伴隨著威脅、命令之管教方式（Lareau, 2003；楊巧玲，2009）。此外，在家庭與組織互動方面，中產階級主要照顧者會積極介入其子女之學校教育，而 Lareau 認為此等家庭與學校在子女教育議題上充分互動之行為模式，再加上「家庭生活組織」、「語言使用」的影響，讓子女逐漸產生權力意識，學童從中有意無意間學習到如何與別人協商產生自信，也相信本身的行為舉止是正常的、理所當然的。也就產生了所謂中產階級之正當性。此一技巧對子女未來生涯發展有很大助益；反觀勞工家庭或貧窮家庭，其主要照顧者在與學校互動的態度上，不似中產階級主要照顧者會評價學校教育，其多半相信並配合教育人員的專業，亦或是父母對學校有隔離感，不了解學校要求的教育目的，只能消極配合，使孩子有時感到無所適從，並發展出困惑、得過且過的心態，或者他們慫恿子女對抗學校規則。在「家庭生活組織」、「語言使用」

交互作用下，子女學習到絕對服從，而不是中產階級之「權力意識」，其教養觀會限制子女未來發展（Lareau, 2003；楊巧玲，2009）。因此，Lareau 認為階級是不明確的，但是是存在的，在階級影響下，她並不認同人人生而平等觀點。父母經濟資源、父母職業狀態、父母教育背景產生學童教養方式差異，決定不同階級小孩在教育上不平等之獲利。

楊巧玲（2009）認為在台灣文化脈落下，階級差異的存在是不容否認的，台灣社會正朝向M形社會邁進，而在貧富差距逐漸拉大的狀態下，不同階級家庭對子女有不同的教養方式，從而影響學童個體生活發展。她特別舉出商業週刊「一個台灣，兩個世界」一文，陳述目前台灣環境中，因家庭貧富差距越來越懸殊，形成兩個截然不同之世界，對學童教育的影響是：富者越富，其學童因家世背景優秀，在學習上也佔盡優勢；而貧窮者，在社會所得分配不均的情況下，父母並不具備任何經濟、社會、文化資本可傳遞給子女，因此其學童在目前教育體制下毫無翻身的機會，階級流動越來越不可能，若不提升中下階級學童教育水準，長遠來看，更可能造成社會不安（郭奕伶，2004）。

由上述學者研究可知，當階級符號進入家庭場域中，其對子女所產生的影響是巨大的。既然家庭階級對子女的教養具有一定之相關性，那階級是否會經由主要照顧者傳遞，對子女的消費行為產生影響？我參閱相關文獻發現，一直以來家庭社經地位是影響兒童消費行為很重要的因素（李淑靜，2003）。穆繼誠（民70）研究台北地區中學生有關消費行為、消費知識等消費社會化過程，結果發現來自高家庭社經地位的學生，其對消費產品知識較低社經地位學生為高。王永銘（2004）為瞭解不同家庭社經地位的國小學童在消費行為之差異，以問卷進行調查比較後發現低社經地位的國小學童在「從眾型」、「衝動型」等行為顯著高於中高社經地位的國小學童。李仁芳（民70）指出高社經地位的學童有更多的機會接觸到各種品牌之產品，有較多樣的消費行為，對產品的偏好也較低。由此可知，家長的態度與價值觀確實會影

響兒童的消費技巧及消費行爲，而家長職業、家長教育程度等家庭社經地位也會影響兒童消費社會化的結果，來自家庭社經地位愈高的學童，其零售消費知識與消費技巧表現愈佳（洪慕妮，民81）。

但除了上述階級因素之外，還有其他因素會與階級因素交互作用進而影響家庭主要照顧者對子女的教養方式嗎？Lareau（2003）認為種族本質上的差異也會影響家庭主要照顧者教養方式，但該研究並沒有針對不同文化社群觀點進行探究。家庭主要照顧者經歷不同文化社群情境，會影響教養學童消費行爲？這與階級有關係嗎？這是我欲透過本研究探索的問題之一。

三、學校教師因素：

Engel, Kollat and Blackwell 三位學者於 1978 年針對消費者行爲提出了 EKB 模式，他們認為消費行爲會受到外在社會因素的影響，而參考群體便是其中之一（Engel, Kollat & Blackwell, 1978）。Engle 等人隨後也將參考群體分爲初級群體（primary groups）、次級群體(second groups)等類別（王永銘，2004）。而學校中之班級即屬於次級團體，學童生活在群體中，其消費行爲會受到此群體的影響。林靈宏（2003）更進一步說明了參考群體的影響力，他指出在群體中只要少數人擁有法定權力、專家權力，此種權威會讓群體中其他人產生信服感，進而影響消費行爲。若我們聚焦於學校，吳玉年（2012）收集高雄地區國小學童問卷後發現若學童能覺察到的教師消費行爲，將影響其消費行爲，並跟隨之。可見，教師在班級中所展現之專家權力（即對學童而言，教師因其知識能力所具備之權力）確實會對學童消費行爲產生影響。

在本研究中，教師多屬於中產階級，新移民學童會因爲語言使用影響與教師互動，進而與主流消費行爲產生差異？亦或是，受到階級因素影響，中下階級之新移民學童模仿中產階級教師之消費行爲？這些都是我期待能透過本研究回答的問題。

四、同儕關係：

Aronson, Wilson, & Akert (1994/1995) 認為能參與團體是人類普遍皆有的需求。王虹娟 (2010) 以量化研究方式調查台北縣國民小學之新移民學童與本國籍學童之消費行為，並比較差異，研究結果與 Aronson 等人觀點一致，新移民學童消費行為較本國籍學生具有從眾的傾向，即新移民學童更會受到同儕等影響改變消費行為。許多社會心理學家曾對從眾現象進行分析，Sears, Freedman, & Peplau (1970/1986) 認為當個體之行為是因為團體中其他人都這麼做，因此出現相同行為時，即為「從眾」。Kiesler 認為個體因思想或真實之行為，受他人的影響而產生改變，即為從眾 (Aronson, Wilson, & Akert, 1994/1995)。劉安彥 (1984) 在社會心理學一書中並沒有使用「從眾」一詞，他認為個體因別人在場引起之壓力，而使其造成行為或意見改變的現象，即為隨眾附合。而上述學者也對影響從眾行為的因素進行分析如下：

(一)、缺乏訊息

當團體提供個體所沒有之必要訊息，而個體認為團體為訊息之最佳來源時，此時個體會拋棄自己的意見，產生從眾行為。此外，若個體對自我判斷缺乏信心，即此時必須依賴團體提供強而有力的訊息，則個體也會產生從眾行為。社會心理學家 Asch、E. Aronson、T.D. Wilson 及 R.M. Akert 也贊同此一看法，他們認為從眾行為會發生在模糊不清的情境下，即個體對於正確行為產生疑惑，並對行為無法給予適當、正確的回應時，從眾現象才會發生 (Aronson, Wilson, & Akert, 1994/1995)。

(二)、害怕社會責難

我們除了會因訊息缺乏而從眾外，當個體參與此一團體時，我們會為了獲得團體的認同、認可，並逃避團體之非難，因此也產生了從眾行為。換言之，我們生活在團體中，大多時候，我們會害怕被他人認為是違背離者，希望團體接納我們，從而，我們希望與多數人相同，不喜歡被認為是特異份子 (Sears, Freedman, & Peplau, 1970/1986)。雖然，Bibb Latané 於 1981 年在社會衝突理

論中提到「害怕社會責難」之從眾行爲會因不同團體之社會文化制度等，而對其有不同期待與解讀，如：

- 1、團體的凝聚力：即團體對個體之重要性與否，會影響從眾行爲是否產生。當個體越重視團體，希望能參與此一團體，其從眾行爲就越明顯（Sears, Freedman, & Peplau, 1970/1986）。
- 2、社會文化制度：不同之文化，如日本屬集體主義興盛國家，重視的是團體內個人的合作，而非個人的特立獨行，這些文化環境下成長之個人認爲因社會團體所產生的規範，能約束個體之行爲，因此從眾行爲是受到推崇的，此類國家中個人較美國之個人主義國家更具從眾性（劉安彥，1984、Aronson, Wilson, & Akert, 1994/1995）。

儘管不同團體之社會文化制度會影響「害怕社會責難」之從眾行爲之發展，但此一「害怕偏離」因素所導致之從眾行爲是所有社會中皆能發現的現象（Sears, Freedman, & Peplau, 1970/1986）。

在實際教學場域中，雖然新移民學童與非新移民學童的消費行爲皆受到同儕關係的影響，但我更能察覺到新移民學童因自信缺乏，而從眾的消費模式。令我較感興趣的是：爲何要從眾？原因爲何？新移民學童與本國籍學童同樣生長在台灣環境中，但爲何新移民學童的消費行爲較本國籍學童更具從眾性？除了害怕社會責難之外，還有其他不同於非新移民學童之影響因素嗎？是否是因爲缺乏自信的關係？這是研究者想要探討的問題之一。

五、廣告：

電視或電腦等媒體所散播之廣告屬於影響兒童消費行爲因素中的外在影響因素，在相關研究中，學者認爲現今電視上充斥著浮誇不實之廣告，大部分廣告設計者並沒有考慮收視兒童認知發展的差異，造成學童產生偏差的消費行爲與消費價值觀，也造成家長之困擾（王萍霜，2000），即這些廣告影響兒童資訊處理能力，使

學童形成錯誤的消費價值觀及消費行爲。王永銘(2004)認為國小學童愈相信廣告，其衝動及從眾的消費行爲表現愈明顯，也就是說，此類學童沒有經過慎思熟慮，可能因爲一時衝動，就產生了消費行爲。而徐淑敏(2002)研究也發現，媒體廣告對國小學童購買商品的消費行爲有一定程度之影響。而本研究也想探索，在不同族群的孩子身上，其消費行爲是否也受到媒體廣告不同的影響？

六、零用錢

呂勝瑛及楊沛穎(2009)認為國小學童欠缺獨立購買的判斷行爲，容易受到「流行」、「好奇心」所驅使而購物，若開始擁有零用錢後，比較會傾向炫耀衝動、新奇從眾的消費行爲模式，即會受到同儕消費行爲影響，其消費的目的是爲了得到團體的認同，故發展出從眾消費行爲。胡蘭沁(2002)也發現家長發放零用錢原則不同，也影響到子女的消費行爲，例如：家長發放原則是依據「學業成績」時，其子女消費行爲會傾向購買有品牌的、較好用的」及媒體廣告中的產品。因此，胡蘭沁(2002)提出不定期發放零用錢較能正面促進學童消費行爲之社會化歷程，使其發展理性的消費價值觀。

由上述研究可知零用錢對消費行爲之影響，但零用錢的影響力仍會出現在不同族群學童的消費行爲上？

七、地區

王永銘(2004)發現，偏遠地區學童的消費行爲與居住在城市地區的學童不同，偏遠地區學童較會爲了符合同儕團體的想法，或是一時的衝動等因素，而做出消費決策，而忘了評估自己對此項商品是否有此需求，忽略了該商品的實用性。洪慕妮(民 81)以大台北地區的國小學童爲對象進行研究，研究結果發現兒童消費社會化會受到城鄉差別等因素之影響，愈是居住在偏遠地區的國小學童，其愈是缺乏消費相關知識、技巧與行爲。但針對此一現象，族群間會有差異嗎？影響強度即與其他因素之關聯性，可能須待正式研究後才能釐清。

八、性別

王永銘（2004）發現國小男學童的「創意型」消費行為傾向高於女學童該消費行為之傾向。呂勝瑛及楊沛穎（2009）針對此一現象也提出相同的看法，他們認為不同性別的國小學童在「創意型」消費行為有明顯差異，男性學童是被鼓勵去發展個人能力，女學童之消費行為則是關係導向，即會受到同儕關係之影響，其消費行為會受到同儕的影響較男學童為大。但族群差異的影響會讓上述的現象依舊存在學童的消費行為中嗎？或者會產生變化？這是在本研究所要觀察的問題之一。

九、延遲滿足

我翻閱「延遲滿足」相關文獻後，發現此一詞彙乃是心理學討論範圍之一。在 20 世紀 70 年代，國外學者 Walter Mischel 首先提出此一詞語，對其定義，並展開相關研究，Mischel 發現兒童延遲滿足的行為會受到非認知因素（社會因素）的影響，包括：階級、家庭主要照顧者的教養方式、同儕規範壓力、刺激環境、獎勵行為等（郝春東、劉曉燕，2006）。國內研究中，徐志忠（2010）對影響延遲滿足因素中，也提到家庭社經地位會對兒童延遲滿足行為產生影響。本研究主要是由社會學的眼光來審視消費行為，我感興趣的是：學童延遲滿足行為會受到族群因素的影響嗎？

第四節 後殖民女性主義

所有女性學派發展過程中，大多時間皆以白人女性學者論述來看待問題，因此關於性別等議題在二十世紀中葉前早已形成一套既有之思維模式。遲至 1980 年代才有學者注意到在以男性殖民者主流文化氛圍下，我們長期忽略了女性、被殖民者的聲音，而此一西方白人中產階級學者盲點最後導致後殖民女性主義的出現，後殖民女性主義學者由性別、種族、殖民、階級等角度來探討女性問題，不僅挑戰並質疑了白人世界女性主義論述，更開闊了女性主義更廣泛的視野（邱貴芬，1992）。

薩伊德(Edward W. Said)曾指出，當不同的文化發生對立與衝突時，殖民者常以強

勢文化為中心，強迫弱勢族群放棄原生文化，接受其主流論述，因此，這些被殖民者在各種壟斷控制下，被迫成為邊緣地位的群體，而殖民者理所當然以優勢之主流人種自居（邱貴芬，1992）。如上所述，邱貴芬（1992）認為多數由西方女性策動之女性主義，在論述第三世界女性議題時，會不知不覺以殖民者觀點看待不同族群之問題，也就說白人女性主義中，雖然仍具反父權主義思維，但並未明顯發展出反殖民論述，甚至有時會在其理論中出現殖民者觀點、西方種族主義情結，以殖民者標準來審視弱勢族群之社會架構，其缺少了面對文化差異時所應有之正確思維。

今日之西方女性主義忽略了探討外在社會因素影響下，女性遭受壓迫議題。而後殖民女性主義思考問題面向，並不僅止於兩性資源不均議題，或是性別之不平等關係，更進一步，結合被殖民國家因居於弱勢地位，進而對其文化族群內女性所衍生之問題，以此角度來提出批判與反省。換句話說，後殖民女性主義學者認為女性在現今社會中所面臨的並非只是父權體制壓迫，更存在因殖民者在政治、經濟控制下，而所產生之問題，此一流派學者揭露出西方女性主義中的霸權心態，並質疑其理論在不同文化族群中之適用性。我認為使用此一論述應能較完整描述今日台灣新移民及其子女所臨的境遇。

由此觀點來審視現今之台灣社會，無論是主流族群以文化優越性自居而壓迫、歧視來自越南等第三世界國家之新移民女性，將之汙名化；亦或是台灣在歐美先進國家眼中同樣被視為是第三世界落後國家之現象，我皆發現近年來因消費全球化而興起之文化殖民潮更是在不知不覺中影響弱勢國家的消費行為，而新移民學童的消費行為想當然爾也會受殖民地主流文化影響。因此，本研究試用後殖民女性主義的眼光，欲探究後殖民女性主義對此二族群消費行為影響之差異。

我想探索，身為新移民學童，母親來自較弱勢異國文化的背景，會受台灣主流文化如何解讀？進而新移民學童的消費行為？

第五節 各式資本與學童的消費行爲

談到消費，也應該談到資本。Bourdieu（1986）指出「資本」是經由個人勞動累積後所生產出的資源，它本身具備了生產能力，他將資本區分為四種類型：經濟資本（economic capital）、文化資本（cultural capital）、社會資本（social capital）、象徵資本（symbolic capital）（楊茜評，2009）。

其中，「經濟資本」是由個人從事生產後所獲得之收入、利益等經濟財產組成，如個人所擁有的金錢、財產等；「文化資本」指的是個人知識、教育等技能總稱，它主要是由學童在社會化過程中從家庭中繼承而來，擁有此種能力可以讓個體獲取並處於較優勢的地位，如：中產階級學童繼承了文化的語言及生活方式，由家庭中主要照顧者身上習得了豐富的文化資本，而勞工階級等學童承襲自家庭的文化資本則是使其不利於社會中發展；「社會資本」是指在社會群體中，個人與其他個體透過互動關係的連結，即所謂之人際關係、網絡（楊茜評，2009）；「象徵資本」是指牽涉由個人信用、名望等資源所建立之社會認可的規矩。在Bourdieu文化再製理論中，「象徵資本」是宰制階級以「誤認」方式所展現的資本形式，藉以展現該階級之社會優勢（邱天助，2002）。

我國學者周新富（2006）以 Coleman 社會資本理論為基礎，研究高雄及屏東地區國中家庭、社會資本與學業成就之關係之後發現不同家庭階級學生的家庭社會資本是有差異的，他認為家庭內部結構及家庭主要照顧者與外部互動關係會透過社會資本而影響學庭學童的學業成就，由此可見家庭社會資本的重要性。但家庭經濟資本、家庭文化資本如何對學童產生影響呢？周新富（2008）隨後在研究台灣地區中學生社會階級和家庭資源對其學業成就之影響過程中指出家庭經濟資本、家庭社會資本、家庭文化資本三者中，以家庭經濟資本及家庭社會資本對學生學業成就之影響力最大。此論述與社會學家 Annette Lareau（2003）觀點相符，家庭階級會對學童生活行爲產生影響。此外，翟本瑞（2002）研究某農業縣山區小學後指出雖然大部分家長皆希望其子弟能在教學硬體最佳

之環境中學習，但家長對教育所抱的態度對學童學習成效更形重要，其教養觀念代表著子弟所能接受的文化資源。如社會學家 Annette Lareau (2003) 所言家庭主要照顧者語言表達的型態、Bourdieu (1986) 所論述文化資本的分配都決定了兒童未來社會階層與地位，家庭文化資本對學童學習成效影響不可小覷。

若我們將焦點集中到新移民學童身上，張芳全、王平坤 (2012) 發現新移民與新移民家庭的文化資本對其子女閱讀行為有正面之影響力，非新移民家庭的文化資本較新移民家庭為高，因此其子女也有較強烈的閱讀動機及行為。此外，陳妍樺 (2008) 及黃秀琳 (2010) 在其研究場域中發現，新移民受訪者家庭社會資本及文化資本會影響其子女生活適應及學習狀況，由上述可知，家庭中資本對新移民學童學習及生活適應的影響是巨大的，但消費行為是否也會受到家庭中資本的影響？家庭中資本是如何累積轉換至學童身上，進而影響消費行為？這是本研究所欲探討之問題之一。

第三章 研究方法

畢恆達（2010）認為「研究方法」此一章節應包含幾個重要的部分：

- 一、研究方法的適切性：在考量各種外在限制條件之後，研究者選擇該研究所採行的研究方法，其如何衡量與取舍，研究者必須在此一章節中提出合理的解釋。
- 二、研究設計：即研究架構，由研究問題中獲取答案的型態為何。
- 三、具體研究方法：即研究者在此小節中描述研究過程，說服讀者研究對象及範圍的合理性，如此可幫助日後讀者判斷研究資料與其分析的可信度。

根據上述觀點，我將本章架構規劃如下。第一節說明採用質性研究方法及紮根理論的理由；第二節介紹本研究所採用之紮根研究法；第三節說明紮根理論資料分析之譯碼過程；在第四節說明研究分析中之抽樣概念及步驟；在第五節陳述本研究資料蒐集方式。

第一節 採用質性研究方法及紮根理論的理由

齊力（2005）認為質性研究方法多數是針對社會現象的研究，較仰賴的是對於現象性質進行描述與分析的方法，非量化方法數量化的資料。他認為雖然透過量化研究方法，研究者也可以建立批判的基礎，但是量化研究所關心的是社會外部結構特徵，對於社會現象深層分析有其侷限性，而質性研究所關心的是社會深層文化之現象，能避免量化研究因脈絡背景抽離，導致研究只聚焦事物表面問題，而本質被曲解的現象。Strauss & Corbin（1990/1997）也指出質性研究適用於揭露並解釋在表面行為下少為人所發現的現象及量化研究無法表現敘述的細緻複雜情況。本研究旨在於透過學童訪談資料的收集找出族群差異下影響消費行為因素及關聯性，如同上述學者所言，聚焦於少數受訪者，欲找出特定消費行為影響因素，導正既有之窠臼，因此本研究捨棄量化研究法，而採用質性研究法為研究方法。

紮根理論是一種對於某個現象歸納，並加以分析而得的理論，研究者在研究領域中首先發現待研究探討之問題，由此問題中，經過研究資料的收集及分析，產生了概念和

範疇，進而形成理論 (Strauss & Corbin, 1990/1997)。Neuman (2000/2002) 認為紮根理論分析特定事件或背景，以此來解釋社會中較大的動態，其資料由現實生活中所發生之現象建構理論，在資料收集及分析皆建立在現實的基礎上，由此形成的理論能因此產生較佳的解力現象能力，貼近研究對象的生活世界，理論不至於背離現實。Strauss & Corbin (1990/1997) 指出只要是在時間上具有發展脈絡及歷程的社會議題及現象，都適合使用紮根研究法來比較資料並建構理論。我認為消費行為屬於一社會現象，且在不同時間及情境下，均能觀察到學童消費行為的差異，尤其，本研究欲比較兩個不同族群的消費行為，而紮根理論的核心技巧之一便是透過不停的比較以形成理論。此外，傅立葉 (2010) 在「從性別觀點看台灣的國家福利體制」一文中提到外國學者所建構之分析模型與評量指標是根據西方國家的經驗產出的，用於分析屬於亞洲社會的台灣，其適用性是令人懷疑的。「消費社會化」理論乃是外國情境下的產物，不見得完全適用於新移民學童及台灣學童，基於上述觀點，本研究採用紮根理論為研究方法精神，欲探索並試著展現出一套本土化「新移民學童的消費社會化」模式。

第二節 紮根理論

Strauss & Corbin (1990/1997) 認為以現實生活中所擷取之田野資料為基礎，研究者分析並將其概念化，使之形成的理論便是紮根理論 (grounded theory)。而此一名詞，最早是由 Barney Glaser, Anselm Strauss 二位學者於所提出的研究法 (齊力, 2005)。為了避免避免現有理論的影響，在收集與分析資料過程中，紮根理論並不是如同量化研究般去驗證理論，而是從資料中形成概念，也就是說，紮根理論是一種完全建立在資料基礎上的理論。

再者，Strauss & Corbin (1990/1997) 認為在紮根理論各個過程中，都可發現理論觸覺的痕跡，缺少了理論觸覺，研究者不僅無法透過比較發現問題及概念，也無法進行資料分析，可見它對整個理論影響之大，而理論觸覺的來源之一是研究者的專業經驗。我

任教於國民小學，在教學場域中有較多機會能接觸到國小不同發展階段的學童及觀察其消費樣貌，也對特定消費行為學童之家庭背景有所了解，但因為未曾接受研究法相關訓練，專業經驗多是先入為主的觀念，因此為了消除此一刻板印象的束縛，我輔以文獻閱讀，即針對消費現象之研究閱讀相關文獻，包括理論、期刊、相關研究、書籍、網路資料等，此一研究經驗增進了我的理論觸覺。但為了避免大量文獻閱讀會使研究之創意受限制，造成個人之偏見，以本研究而言，我並不是在一開始就接觸文獻資料，而是在先期研究廣泛收集資料之後，才進行文獻閱讀。

此外，當我在分析資料時，有一些概念或是範疇會在不同的受訪者間重複出現，因此，在此一階段，我運用了理論性抽樣確認這些資料，並連繫概念。雖然理論性抽樣要求抽樣之一致性，其具備嚴謹性的精神，但我也在抽樣中加入研究者的判斷以引導研究進行，即將創意帶入研究中 (Strauss & Corbin, 1990/1997)。本研究雖非以建構理論為目標，但屬性與紮根理論一致，因此我擷取紮根理論之精神來進行本研究之操作。

第三節 紮根理論譯碼過程

為了要使從田野中收集到的龐雜資料化約成一套理論，因此 Strauss 及 Corbin 在紮根理論中發展出三個階段的譯碼過程，主要目的在於透過這些分析方法提供研究者更接近社會現象的理論，也正因為紮根於田野，紮根理論更能避免研究者主觀的偏見 (Strauss & Corbin, 1990/1997)。

在先期研究中，我發現從田野中收集到的資料是龐雜的，其中包含了對研究有意義的資料，也有些是跟研究毫無關係的敘述，而面對這些資料，我雖然能夠知道學童消費行為受到許多因素的影響，但也無法將所有影響因素及其關聯性一一釐清，此時未經過分析的資料是「毫無用處」的。針對這些資料，我首先將其分解成一個句子，並為其取名加以概念化，但為了避免概念過多，造成研究者的困擾，因此我將相似概念的現象歸類在一起，形成範疇。此外，我也注意到概念或範疇名字的發展過程，Strauss 及 Corbin

指出紮根理論不反對研究者借用其他相關文獻中的概念來為自己研究中之概念或範疇命名，但如此做法也會使自己的研究受到侷限（Strauss & Corbin, 1990/1997）。是故，我在為概念或範疇命名時，盡量避免套用其他文獻中已發展之概念。開放編碼有許多種，以本研究之先期研究而言，為了要從田野資料中開發更多相異概念，因此我採用逐行分析之開放型編碼方式，盡量不漏失訪談資料中可以形成概念的任何陳述，已豐富理論的架構（Strauss & Corbin, 1990/1997）。

當進行過開放型編碼之後，此時的資料經過初步的分解，整理形成了許多的概念及範疇。接下來我會藉由發掘出這些範疇的許多面向及性質，讓先前界定的範疇更明朗化，並運用典範模型思考模式把這些範疇整合起來，而這個過程就是主軸編碼（Strauss & Corbin, 1990/1997）。

最後，我運用選擇性譯碼找出範疇間的關係，連結這些關係形塑出故事線，藉由故事線的陳述，發現能代表整體資料之核心概念。以本研究之先期研究而言，學童受到不同因素影響，因此其消費行為是有差異的，若由此要來歸納影響消費行為之範疇，我認為尚缺乏一致性，必須探索影響範疇之中介條件，方能對範疇有較整體性的描述及幫助範疇間的連結。此外，在選擇性編碼階段，我除了上述連結核心範疇與其他範疇外，更須回到資料分析過程去了解發現造成學童消費行為資料變異的因果關係，最後將之納入模式中，讓其更具稠密性、完整性（Strauss & Corbin, 1990/1997）。

據此以上特性及譯碼過程，我將紮根研究法分析步驟繪製如下：

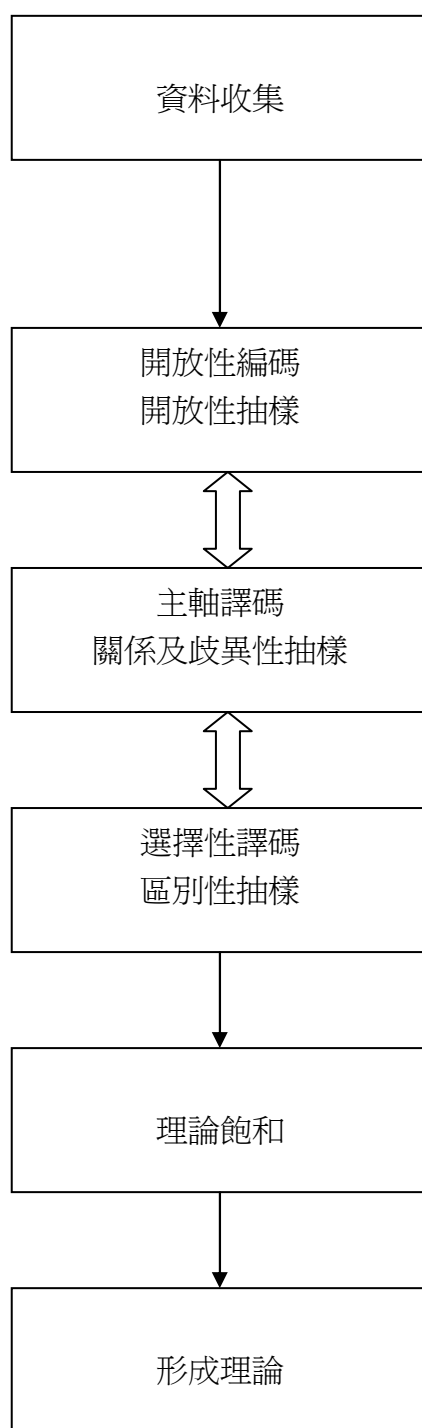


圖 3-1：紮根研究法分析步驟

資料來源：Strauss & Corbin, 1990/1997。

第四節 研究抽樣

由上述觀點可知，並非如同量化研究之抽樣方式在研究之前就已經決定，紮根理論抽樣之操作方式是在研究分析過程中依照資料、概念形成的需要才發展出來的，因此它強調研究者的臨場性，即依照受訪者資料差異在訪談中改變抽樣的能力。除此之外，量化研究抽樣目的是要從母體中選擇一小部分受訪者為受試代表樣本，將來研究者要由這群受試樣本的研究結果「概推」到母體，因此量化研究抽樣重視樣本的代表性，而紮根理論關心焦點並不是在「人數」而是在「事件」，研究者在此抽樣是要將關係到研究的所有事件「明確化」，而非量化研究中的概推，在不注重受訪者代表性的情況下，自然也無法將紮根研究所形成的理論應用到其他情境（Strauss & Corbin, 1990/1997）。

Neuman（2000/2002）認為質性研究抽樣不是根據數學機率理論，即非機率抽樣，常見之質性抽樣方式有：隨意抽樣（Haphazard Sampling）、限額抽樣（Quota Sampling）、立意抽樣（Purposive Sampling）、雪球抽樣（Snowball Sampling）、異例抽樣（Deviant Case Sampling）、按序抽樣（Sequential Sampling）、理論抽樣（Theoretical Sampling）等。Neuman（2000/2002）發現隨意抽樣與限額抽樣皆有產生錯誤研究結果的風險；而立意抽樣與異例抽樣及按序抽樣基本原則類似，研究者的主觀會影響抽樣過程。本研究在資料收集階段採用雪球抽樣（snowball sampling），由一位受訪者連結到其他受訪者，但為避免少數受訪者沒有被「連結」到，造成概念發展過於狹隘，因此在資料分析階段，我改採用紮根研究法中常見之理論抽樣（theoretical sampling）希望發現新概念，並連結、驗證這些範疇，最後產出理論。

第五節 資料蒐集方式

陳向明（2002）指出質性研究的資料蒐集方式，主要有觀察法、實物分析法、訪談法，而訪談法方式又分為不事先設定訪談問題之「非結構訪談」、訪談當下之問題及受

試者回答範圍不受事先設定題目限制之「半結構式訪談」及事先設定訪談方向之「結構式訪談」，研究者依研究需要及受訪者年齡有不同的訪談應用方式。林本炫、王宏仁、莊豐吉（2005）則認為「訪談」在質性研究中是很重要的一種資料收集方式。

我發現學童消費行為乃是教育的一環，要理解此一抽象建構產物，必須由教育場域參與者所陳述之個人經驗來理解，方能探究此一社會現象下豐富面向，此外，理解受訪者在消費情境下如何應用個人獨特經驗及行為也是本研究的目的，因此本研究以訪談法為主要資料收集方式，以受訪者個人經驗探究此一議題（Seidman, 2006/2009）。但為驗證訪談內容，增加資料之一致性及可信度，因此本研究輔以觀察法收集相關資料，我將實施方式說明如下：

一、訪談實施方式

我考慮本研究訪談對象為國小學童，若對其進行非結構式訪談，根據與談者話語來發展問題，研究者可能因為受訪者表達能力尚未發展完全，以致於讓訪談產生窒礙難行的狀況，甚至影響往後資料分析，因此本研究採取半結構式之訪談方式蒐集資料，在訪談中研究者給予受訪者若干提示，以便其進行個人經驗重建，從另一角度來說，我不是毫無準備就進行訪談，而是在個人專業經驗上已有所累積，此外在訪談資料整理中已發現某些共同議題，以此為焦點再進行其他受訪者之訪談，試圖發現這些議題之共通性及差異性，而上述觀點與紮根理論中之理論觸覺頗有相似之處（Seidman, 2006/2009）。在半結構式之訪談中，我會依照自己需要給予某些「指引」幫助受訪者重建個人經驗，但此時研究者偏見此時很容易會滲入其中，因此我在進行訪談時盡量避免主觀經驗引導學童回答。此外，我在訪談後，也反思訪談的歷程並將之記錄下來，反思記錄也是我的田野資料。

我採用 Seidman 之「三段式訪談」精神建立訪談架構，即在時間許可下，每位受訪者盡量能接受多次訪談，它能让受訪者充分探索與研究相關之個人經驗，聯結這些經驗與社會脈絡，並反思個人經驗對脈絡的意義，更重要的是研究者藉此檢視

受訪者前後訪談內容的一致性，這與紮根理論中理論抽樣概念相似，提高了研究的效度（Seidman, 2006/2009）。「三段式訪談」其訪談內容如下：

- （一）第一次訪談主要內容為受訪者回顧並陳述與研究相關之生活經驗。我認為此階段訪談可讓受訪者熟悉研究主題、建立訪談氣氛及其先前經驗脈絡，是之後訪談能順利進行的基礎。
- （二）第二次訪談聚焦於與研究相關之受訪者個人經驗，使其置入社會脈絡。
- （三）第三次訪談是以前兩次訪談為基礎，反思個人經驗，將這些具體經驗與社會脈絡相連結（Seidman, 2006/2009）。

Seidman（2006/2009）指出若研究者對每位受訪者在資料收集過程中只進行一次訪談，則訪談中可供依詢的脈絡及線索是不足的。此外，紮根研究法強調資料的收集與分析是來來回回的過程，研究者藉由提問可能會發現新範疇或是新的疑問，這時就必須藉由再次的訪談來驗證問題，因此，以本研究來說，若每位受訪者只進行一次訪談，那我認為資料極可能是不完全的，也無法進行分析的過程。是故，本研究並不考慮在外在環境因素影響下，只對每位受訪者進行一次訪談。

二、訪談題目設計

本研究依據拉雅德·吉普林（2006）所提及之「5W1H」分析法設計訪談題目，即：

- （一）who（何人）：哪些人會影響你的消費行為？
- （二）what（何事）：你要告訴我什麼事？
- （三）when（何時）：事情是何時發生的？
- （四）where（何地）：事情是發生在哪裡？
- （五）why（為何）：事情為什麼會發生？
- （六）how（如何）：事情是如何發生的？

本研究將此「5W1H」分析法與三段式訪談搭配發展訪談過程，但不引導受訪者的回答，避免主觀偏見影響受訪者，也就是遵守多聽少說之訪談技巧。我希望此設計

方式能秉持紮根研究法之精神將資料紮根於社會現象，藉此發現新範疇，讓模式更貼近真實世界。

三、訪談對象的選擇

本研究以滾雪球抽樣方式選取受訪者，為不使受訪者個個集中於集中在某一類型團體，因此我在分析資料過程中，也會盡量訪談不同背景與狀況的學童，搜集多元性的資料，盡量讓樣本涵蓋所有可能屬性及其場域（Seidman, 2006/2009）。訪談對象為目前彰化縣二水國民小學之新移民學童及非新移民學童共 17 人，年齡分布由小學二年級至六年級。其相關訪談背景條件如表 3-1 所示。



表 3-1

訪談對象資料

編號	姓名	族 群	性 別	年 級	主要照顧者職業	備註
0 1	小如	新移民學童	女	六	賣檳榔	單親家庭
0 2	小月	新移民學童	女	六	自由業（家長委員）	
0 3	小家	新移民學童	男	六	種田	
0 4	小安	新移民學童	男	二	打零工（搬石頭）、 種杏鮑菇	
0 5	小侑	新移民學童	男	二	摘芭樂	
0 6	小爲	新移民學童	女	四	打零工（搬石頭）、 種杏鮑菇	
0 7	小耀	新移民學童	男	六	種田	
0 8	小林	新移民學童	男	六	打零工	
0 9	小可	新移民學童	女	四	臨時工	
1 0	小俊	新移民學童	男	六	打零工	
1 1	小莊	新移民學童	男	二	種田	
1 2	小榮	非新移民學童	女	六	公務人員 （鄉公所上班）	
1 3	小齡	非新移民學童	女	六	打零工	單親家庭
1 4	小奇	非新移民學童	女	六	自由業（賣早餐）	
1 5	小軒	非新移民學童	男	二	公務人員（打電腦）	
1 6	小堂	非新移民學童	女	二	公務人員（助理）	
1 7	小予	非新移民學童	男	六	自由業（家長委員）	

資料來源：本研究整理

第四章 資料分析

在此章中，我採用紮根理論研究法精神分析收集資料，透過編碼三大步驟，我欲建構為一立基於實際資料，具有如量化方法般嚴謹特性，卻又同時擁有質性方法能探索更深層經驗特質之研究。

第一節 開放性編碼

在此一編碼程序中，研究者主要目的就是要將收集來的資料逐行分解成一個單位，透過為現象取名方式，分類並概念化資料 (Strauss & Corbin, 1990/1997)。因此我將除了將受訪者逐字稿逐句拆解，找出概念並為其命名。另外，經由一次次審視、對照受訪者資料，我可以發掘更多隱藏之概念。由此，我可以將眾多概念歸類形成範疇，而這些範疇也讓本研究資料收集方向更為明確，以此為設計訪談大綱依據。我將本研究中逐字稿分解為約 3000 個逐行編碼，因為篇幅的關係，我刪除了較不重要且受訪者間重複的編碼之後整理出開放性編碼，以下是其中 14 個開放性編碼 (見表 4-1)。

表 4-1

本研究開放性編碼

原始檔	開放性編碼	備註
我媽媽在做檳榔。我忘了媽媽有 沒有教我，她現在都沒有空理 我，她現在工作比較忙，她現在 根本就沒有時間教我們這些東 西（如何買東西）。	媽媽現在工作忙，沒時間教我 們如何買東西。	新移民學童
		續下頁

原始檔	開放性編碼	備註
<p>媽媽都會給我錢買文具，不過也要付出一點代價。媽媽說考試考的好才能有零用錢，如果考不好就只給一點點。</p>	<p>媽媽說考試好才有零用錢</p>	<p>新移民學童</p>
<p>如果很多人都跟我講這筆很好用，我會跟同學先借來寫寫看。如果全班都用有牌子的東西，我就考慮會買了，我怕被他們笑，所以最好和大家一樣。</p>	<p>我怕被同學笑，想和大家一樣</p>	<p>新移民學童</p>
<p>我有時候會請別人吃東西，因為他也請過我，所以我要回請他，我不覺得這是亂花錢。</p>	<p>因為他也請過我，所以我要回請他</p>	<p>新移民學童</p>
<p>我最喜歡吃越南麵包，因為媽媽常常買給我吃時，而且她會告訴我那是越南食物，很好吃，我可以吃吃看。</p>	<p>媽媽推薦我吃越南食物</p>	<p>新移民學童</p>
<p>如果說我覺得東西很好用，電視又在廣告，那我要問媽媽，反正都以媽媽為準。</p>	<p>電視在廣告得東西很好用，還要問媽媽的意見</p>	<p>新移民學童</p>
<p>續下頁</p>		

原始檔	開放性編碼	備註
不過如果媽媽不在我身邊，又有 很多同學在用那個東西，我就會 買了。	媽媽不在身邊，我會買很多同 學在用的東西	新移民學童
如果我跟媽媽一起去買東西，我 就會買打折的東西。因為媽媽會 叫我買打折的東西。	我跟媽媽一起去買東西，我就 會買打折的東西	非新移民學 童
電視一直在廣告一支筆非常好 用，我不會買來用，因為我一買 還有運輸費要付，我才不會買。 如果是隔壁書局就有在賣電視在 廣告的筆，我也不會買，我之前 就買過一次，買回來的筆，我一 用彈簧就彈出來了。媽媽也有說 電視的東西不要買，她不會電視 購物。	媽媽說電視的東西不要買	非新移民學 童
因為媽媽我現在才會去看哪個價 錢比較低，比較實用，才去買！	因為媽媽才學會許多消費技巧	非新移民學 童
媽媽不會直接要求我不能買，只 是會在我旁邊跟我說那個不太 好，再去別家店看有沒有比較好 的東西。	媽媽要我去試是別的東西，再 決定	非新移民學 童
續下頁		

原始檔	開放性編碼	備註
<p>只要到街上吃東西就要幫人家付錢，我超不喜歡的，自己有錢就自己買啊，幹嘛去請別人，我覺得請客浪費錢，我不會去請客。如果老師給我 100 元，我還是不會請客。</p>	<p>請客浪費錢</p>	<p>非新移民學童</p>
<p>很多同學都有的東西，我不會去買，因為同學有的東西有時候會被偷，我之前就有東西被偷，小時候還被誣賴過。我也不喜歡去學人家買東西，因為媽媽常常跟我說人家有的東西，我不一定要有，可以去買別的。</p>	<p>我也不喜歡去學人家買東西</p>	<p>非新移民學童</p>
<p>因為價錢低的筆你用完了，可以再拿新的筆心來補，貴的筆有些沒有筆心可以補，很多便宜的筆都可以補新的筆心，所以我大部分都買便宜的自動筆，筆心沒有貴的。</p>	<p>貴的筆不實用</p>	<p>非新移民學童</p>
<p>資料來源：本研究整理</p>		

第二節 主軸編碼

Rogoff (2003/2008)認為社會文化行為在不同社群團體中會產生不同的規律及共通性。在主軸編碼階段，我針對已發現概念，透過多位受訪者訪談，發掘概念更多面向，讓不同社群團體概念更明朗化，最後聚合同類別概念，形成範疇。消費行為乃屬於社會中文化之一環，因此我也在資料中尋找主要範疇的脈絡規律，即學童在不同的條件下，會出現何種一致的消費行為，這之間規律性為何。此外，在不同範疇中，當資料出現與多數學童規律性相反之敘述時，我也運用這些否定案例來檢視我要形成的理論，讓資料能支持模式的建構。我僅列舉此二族群中每一範疇中面向及關聯性出現之最完整的受訪者，陳述於本節中。



一、新移民學童消費行爲

表 4-2

新移民學童消費行爲主軸編碼

開放性編碼	主軸編碼	範疇關聯
我媽媽在包檳榔，媽媽現在工作忙，沒時間教我們如何買東西。	主要照顧者	主要照顧者和階級相關
媽媽說考試好才有零用錢。	主要照顧者	學業表現和零用錢相關
我怕被同學笑，想和大家一樣	同儕	
因為他也請過我，所以我要回請他	同儕	同儕和請客相關
媽媽推薦我吃越南食物	主要照顧者	主要照顧者和原生文化相關
電視在廣告得東西很好用，還要問媽媽的意見	主要照顧者	主要照顧者和電視相關
我會買有送玩具的筆跟妹妹玩	家庭兄妹	家庭兄妹和贈品相關
資料來源：本研究整理		

由上述資料分析，我發現「原生文化、主要照顧者、階級、同儕」對新移民學童消費行爲影響甚大，其他範疇接受其影響，有鑑於此，我將「原生文化、主要照顧者、階級、同儕」範疇及其關連性使用紅色標線加強註記。

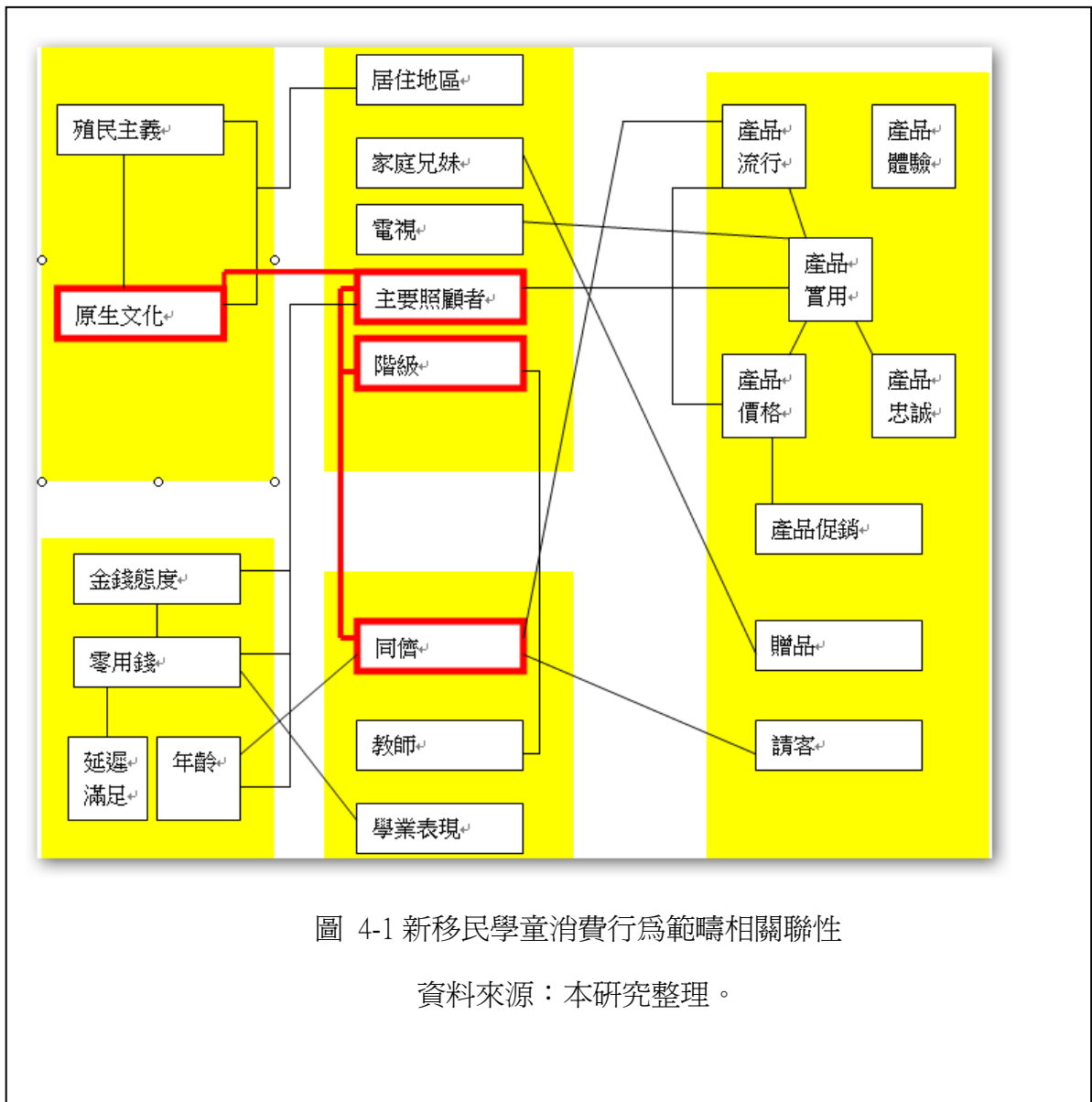


圖 4-1 新移民學童消費行為範疇相關聯性

資料來源：本研究整理。

二、非新移民學童消費行爲

表 4-2-1 非新移民學童消費行爲主軸編碼		
開放性編碼	主軸編碼	範疇關聯
我跟媽媽一起去買東西，我就會買打折的東西	主要照顧者	主要照顧者和產品促銷相關
媽媽說電視的東西不要買	主要照顧者	主要照顧者和電視相關
因為媽媽才學會許多消費技巧	主要照顧者	主要照顧者和產品實用性、產品價格相關
請客浪費錢	請客	請客和金錢態度相關
我不會去學別人去買那種東西	同儕	主要照顧者和同儕相關
貴的筆不實用	產品實用性	
資料來源：本研究整理		

由上述資料編碼分析，我將影響非新移民學童消費行爲之主軸編碼及範疇相關聯性整理如下（詳圖 4-2）所示，此組學童產品實用範疇、主要照顧者範疇與其他範疇出現最多關聯。階級會影響此族群主要照顧者教導學童消費技巧方式，因為此族群主要照顧者多非屬中下階級，有較多時間陪伴學童，而其多使用「協商」指導學童消費行爲，因此，學童較能接受主要照顧者教導，也有較全面的消費技巧，從而反映在消費認知上。如非新移民學童小予表示：

媽媽常常跟我說人家有的東西，我不一定要有，可以去買別的，我也不喜歡去學人家買東西。

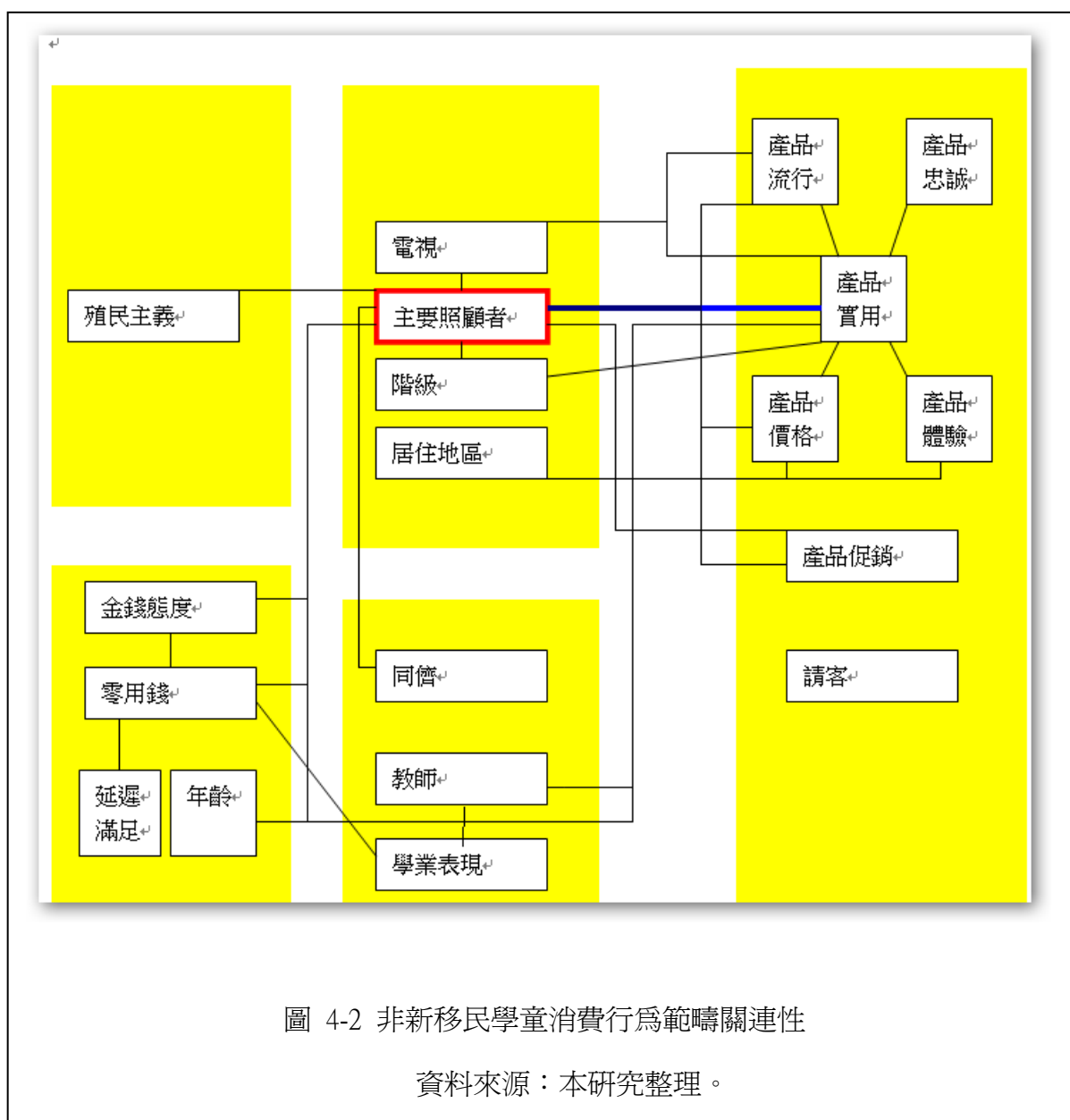
非新移民學童主要照顧者會抑制同儕對學童消費行為的影響，也就是說其消費行為較為理性，較少是從眾的，多數學童展現出中產階級的正當性。

此外，產品實用性範疇與其他範疇出現明顯關聯，在訪談資料中，我發現此一族群消費行為多以產品實用為前提，學童本身具有對產品比價分析技巧，如非新移民學童小奇表示：

我會選比較好用的東西，不會特意去跟大家一樣，除非那個東西真的很好用。我覺得我買東西時，對我影響最大的應該是媽媽吧，我現在才會去看哪個價錢比較低，比較實用，才去買。

主要照顧者平日消費行為實踐及教養觀念是此族群學童形成「產品實用性」認知的原因。

有鑑於此，我將「主要照顧者、產品實用性」範疇之關聯性使用藍色標線加強註記。年齡範疇對非新移民學童會產生影響，我認為受到年齡影響，使得此族群高年級學童在消費時較不會受到主要照顧者及同儕影響，多數表現出「中產階級的正當性」，做出消費與否之決策。



第三節 選擇性編碼

我將相同面向之範疇聚合以發現核心範疇，並將核心範疇連結在一起，建立故事線。如上一節所述，範疇與範疇之間存在著關連性，本研究其中一個研究目的是要發掘這些關連性有無規律可言，從逐字稿中我可以發現，範疇與範疇之間常存在中介條件，這

些中介條件會增長或抑制消費行為，使得我在此一階段連結核心範疇時，必須將這些中介條件一起考量，以期能理解較完整之消費行為模式。

一、新移民學童核心範疇

1、新移民學童家庭核心範疇

影響新移民學童行為因素之「家庭核心範疇」中，包括下列主軸編碼：主要照顧者、家庭兄妹、階級、居住地區、電視，即新移民學童在此因為上述範疇影響而產生消費行為。新移民家庭多屬中下階級，主要照顧者忙於工作，所以只能讓學童看電視打發剩餘時間，加上對廣告內容不太過濾，因此也會助長學童產生購買流行性產品之消費行為，在此核心範疇中，主要照顧者與「階級、電視」主軸是相關聯的。本範疇內之主軸編碼與其他核心範疇之關連性，我將其整理如下：

表 4-3 新移民學童「家庭」核心範疇	
主軸編碼	與其他其他核心範疇之關連性
階級	學校（同儕）
主要照顧者	消費認知（產品流行、產品價格、產品實用） 個體（金錢態度、零用錢、年齡） 社群（殖民主義、原生文化） 學校（同儕）
家庭兄妹	消費認知（贈品）
電視	消費認知（產品實用）
居住地區	社群（殖民主義、原生文化）

資料來源：本研究整理

由上表可知，深處中下階級的新移民學童為了在同儕團體中爭取認同，因此其消費

行爲出現明顯的從眾、仿效行爲。低年級之受訪者也有從眾行爲，但他們會表示在從眾前會先徵詢主要照顧者的意見，在此階段，主要照顧者的影響力大於同儕，但隨著年紀增長，主要照顧者的影響力會逐漸被同儕取代，如果主要照顧者還要強勢控制學童的消費行爲，新移民學童會發展出陽奉陰違的消費行爲。此外，新移民學童對原生文化的接受度端看主要照顧者的態度而定。「主要照顧者」主軸會影響其他四個的核心範疇。

2、新移民學童社群核心範疇

影響新移民學童行爲因素之「社群核心範疇」中，包括下列主軸編碼：殖民主義、原生文化，即新移民學童在此因爲上述範疇影響而產生消費行爲。多數新移民學童消費行爲受到殖民主義的影響，而減弱原生文化的影響。在本核心範疇中，殖民主義與原生文化在本範疇中會互相影響。本範疇內之主軸編碼與其他核心範疇之關連性，我將其整理如下：

表 4-3-1 新移民學童「社群」核心範疇	
主軸編碼	與其他其他核心範疇之關連性
殖民主義	家庭（居住地區）
原生文化	家庭（居住地區）

學童會因爲居住在台灣，使得殖民主義對其消費行爲產生影響大於原生文化，殖民主義與「家庭」核心範疇相關。新移民學童對原生文化的接受程度，除了受到主要照顧者的影響外，其居住地區也會影響，若學童居住地區能夠買到母親原生國食物，自然能較親近原生國文化。

3、新移民學童學校核心範疇

影響新移民學童行爲因素之「學校核心範疇」中，包括下列主軸編碼：同儕、教師、

學業表現，即新移民學童在此受上述範疇影響而產生消費行為。新民學童的消費行為受到同儕很大的影響，而這種仿效行為之對象除了是同學外，也會是教師。在此核心範疇中，「教師」主軸與「學業表現」主軸是相關的。本範疇內之主軸編碼與其他核心範疇之關連性，我將其整理如下：

表 4-3-2 新移民學童「學校」核心範疇	
主軸編碼	與其他其他核心範疇之關連性
同儕	家庭（階級） 個體（年齡） 消費認知（請客、產品流行）
教師	家庭（階級）
學業表現	個體（零用錢）

資料來源：本研究整理

由上表可知，新移民學童會有請客的消費行為，學童利用請客與同儕建立友誼關係，同儕與「家庭、個體、消費認知」核心範疇相關。此外，中下階級家庭的新移民學童，通常消費行為較會被教師影響，似乎可看出其仿效行為是由下往上流動，教師與家庭核心範疇相關。

4、新移民學童個體核心範疇

影響新移民學童行為因素之「個體核心範疇」中，包括下列主軸編碼：金錢態度、延遲滿足、零用錢、年齡，即新移民學童在此因為上述範疇影響而產生消費行為。新移民學童零用錢花不完時，會因此有儲蓄的金錢態度，而當有儲蓄之金錢態度後，為了購買價值較高的物品，此族群受訪者會產生延遲滿足因子，使用儲蓄方式，等到有足夠零用錢才會發生消費行為，因此在個體核心範疇內，零用錢、金錢態度與

延遲滿足是相關的。此外，本範疇內之主軸編碼與其他核心範疇之關連性，我將其整理如下：

表 4-3-3	
新移民學童「個體」核心範疇	
主軸編碼	與其他其他核心範疇之關連性
零用錢	學校（學業表現） 家庭（主要照顧者）
年齡	家庭（主要照顧者） 學校（同儕）
資料來源：本研究整理	

新移民學童家中長輩多會依據學童學業表現給予零用錢，若從金額來觀察，鮮少讓學童覺得缺乏，零用錢與「家庭、學校」核心範疇相關。此外，在此組受訪者中，低年紀學童之主要照顧者對消費行為影響力較大；等到學童年紀漸長，受到同儕影響，高年級學童同儕對消費行為影響會大於主要照顧者。年齡與「家庭、學校核心範疇」相關。

5、新移民學童消費認知核心範疇

影響新移民學童行為因素之「消費認知核心範疇」中，包括下列主軸編碼：產品流行、產品價格、贈品、產品忠誠、請客、產品促銷、產品實用、產品體驗，即新移民學童在此因為上述範疇影響而產生消費行為，我發現在此核心範疇中之主軸會相互影響，新移民學童消費認知會以產品實用為前提，與產品流行、產品價格、產品體驗與產品忠誠主軸產生關聯，「產品實用」在新移民學童消費認知中影響力超過「產品價格」。但此族群較無分析比價的技巧，推測消費技巧尚未成熟。另外，該組學童會去購買打折的東西，因為比較便宜，可以省錢，不會浪費錢，產品價格與產品促

銷相關。本範疇內之主軸編碼與其他核心範疇之關連性，我將其整理如下：

表 4-3-4	
新移民學童「消費認知」核心範疇	
主軸編碼	與其他其他核心範疇之關連性
產品流行	家庭（電視）、學校（同儕）
贈品	家庭（家庭兄妹）
請客	學校（同儕）

由上表可知，多數新移民學童會去購買電視在廣告的筆，此族群學童受到家庭階級及學校同儕影響，產品流行與家庭核心範疇及學校核心範疇相關，同時，學校同儕也會影響新移民學童「請客」消費行為。此外，學童購買原因中皆有家庭兄妹因素，贈品與家庭核心範疇相關。

二、非新移民學童核心範疇

1、非新移民學童家庭核心範疇

影響非新移民學童行為因素之「家庭核心範疇」中，包括下列主軸編碼：主要照顧者、階級、居住地區、電視，即非新移民學童在此因為上述範疇影響而產生消費行為。階級會影響主要照顧者對學童消費行為之指導，非新移民學童之主要照顧者教導電視廣告內容不可相信，主要照顧者與「階級、電視」主軸是相關聯的。本範疇內之主軸編碼與其他核心範疇之關連性，我將其整理如下：

表 4-3-5	
非新移民學童「家庭」核心範疇	
主軸編碼	與其他其他核心範疇之關連性
階級	消費認知（產品實用）
主要照顧者	消費認知（產品流行、產品價格、產品實用、產品促銷） 個體（金錢態度、零用錢、年齡） 社群（殖民主義） 學校（同儕）
居住地區	消費認知（產品價格、產品體驗）
電視	消費認知（產品實用、產品流行）

多數非新移民學童會出現中產階級的正當性，雖然會仿效教師或同儕的消費行為，但會以產品實用為前提，而主要照顧者在非新移民學童消費行為的影響是廣泛的。主要照顧者與「個體、社群、學校、消費認知」核心範疇相關，且非新移民學童之主要照顧者影響大於同儕的影響。

2、非新移民學童社群核心範疇

影響非新移民學童消費行為因素之「社群核心範疇」中，包括下列主軸編碼：殖民主義，即非新移民學童在此因為上述範疇影響而產生消費行為。本範疇內之主軸編碼與其他核心範疇之關連性，我將其整理如下：

表 4-3-6	
非新移民學童「社群」核心範疇	
主軸編碼	與其他其他核心範疇之關連性
殖民主義	家庭（主要照顧者）
資料來源本研究整理	

由上表可知，非新移民學童消費行為透過家庭中主要照顧者，多受到殖民主義的影響偏愛外國食物，殖民主義與「家庭」核心範疇相關。

3、非新移民學童學校核心範疇

影響非新移民學童行為因素之「學校核心範疇」中，包括下列主軸編碼：同儕、教師、學業表現，即非新移民學童在此因為上述範疇影響而產生消費行為。安親班教師實施的教學方式，會影響他們的消費行為，在此核心範疇中，「教師」主軸與「學業表現」主軸是相關的。本範疇內之主軸編碼與其他核心範疇之關連性，我將其整理如下：

表 4-3-7	
非新移民學童「學校」核心範疇	
主軸編碼	與其他其他核心範疇之關連性
教師	消費認知（產品實用性）
學業表現	個體（零用錢）
資料來源：本研究整理	

4、非新移民學童個體核心範疇

影響非新移民學童行為因素之「個體核心範疇」中，包括下列主軸編碼：金錢態度、延遲滿足、零用錢、年齡，即非新移民學童在此因為上述範疇影響而產生消費行為。

當零用花不完時，非新移民學童會將錢存起來，此外，當學童有儲蓄之金錢態度，嘗試爲了購買價值較高的物品，會放棄立即性滿足，因此，在個體核心範疇內，零用錢、金錢態度與延遲滿足是相關的。本範疇內之主軸編碼與其他核心範疇之關連性，我將其整理如下：

表 4-3-8	
非新移民學童「個體」核心範疇	
主軸編碼	與其他其他核心範疇之關連性
零用錢	學校（學業表現） 家庭（主要照顧者）
年齡	家庭（主要照顧者） 消費認知（產品實用）
資料來源：本研究整理	

4、非新移民學童消費認知核心範疇

影響非新移民學童行爲因素之「消費認知核心範疇」中，包括下列主軸編碼：產品流行、產品價格、產品忠誠、產品促銷、產品實用、產品體驗，即非新移民學童在此因爲上述範疇影響而產生消費行爲。我發現在此核心範疇中之主軸會相互影響，新移民學童消費認知會以產品實用爲前提，與產品流行、產品忠誠、產品促銷、產品體驗與主軸產生關聯。在實用性的前提下，學童消費行爲雖與產品價格產生關聯，但無特定購買價格區間，而其分析比價的技巧較明顯，金錢態度及分析比價技巧相關。「產品價格」與「產品實用」範疇關連性不明顯，這是與新移民學童族群在此差異處。本範疇內之主軸編碼與其他核心範疇之關連性，我將其整理如下：

表 4-3-9

非新移民學童「消費認知」核心範疇

主軸編碼	與其他其他核心範疇之關連性
產品流行	家庭（電視）
產品促銷	家庭（主要照顧者）
產品實用	家庭（主要照顧者）、學校（教師）、個體（年齡）

經由選擇性編碼後，我將影響非新移民學童消費行為因素聚合為五大核心範疇：家庭、社群、學校、個體、消費認知，若將因素間之關聯性一併審視，我發現就學童家庭核心範疇而言，該範疇仍與其他範疇相關，但家庭核心範疇影響力大於學校核心範疇，學校核心範疇對學童消費認知影響較不明顯，因此我認為此族群學童中家庭與學童消費認知有較明顯之關連性。

第五章 研究發現

我將本研究之發現呈現在此章中，除了檢視此二族群實質之消費行爲，列舉出影響新移民學童與非新移民學童消費行爲之因素，並於第三節比較其異同。

第一節 新移民學童消費行爲

一、家庭

在本研究中，此二族群家庭中多數是母親扮演了主要照顧者的角色，也會對學童消費行爲產生較廣泛的影響。新移民家庭多屬中下階級，學童之主要照顧者忙於工作，無暇陪子女，對學童消費行爲常出現表面的控制，非對學童消費行爲之指導。此教養觀念反應至學童金錢態度上，我發現新移民學童認知的消費技巧與實際有所差距，如新移民學童小如提到：

我媽媽在做檳榔。媽媽工作很忙，她最常跟我說節儉一點，不要買太多，要買便宜的，可是也不要太爛。看有沒有打折的，就兩樣東西一起買。她現在都沒有空理我，她現在工作比較忙，她現在根本就沒有時間教我們這些東西（怎麼買東西）。

新移民學童小家提到：

爸爸媽媽在種田，他們很少跟我說不能買什麼東西。我覺得「買兩件打八折」這個活動應該有省到錢吧，因為如果要買兩個的話就比較省錢啊！我不覺得請客是亂花錢；

新移民學童小爲提到：

媽媽在做杏鮑菇，我不知道爸爸在做甚麼事，阿公阿媽在田裡工作，媽媽不會教我要怎麼買東西，她沒告訴我為什麼不要買。我會去買便利商店「一杯 10 元，2 杯 15 元」兩件商品打八折的飲料，如果我只需要 1 杯，我還是會買 2 杯，因為這樣比較便宜。

多數新移民家庭在台灣社會多屬非中上階級，受到階級因素影響，主要照顧者並沒有多餘的時間教養孩子更複雜、更豐富的消費知識，即主要照顧者沒有建立學童更好的消費技能，自然而然，新移民學童長期接受媒體刺激，符應了廣告訊息，在沒有實際需要的情況下購買「兩件商品打八折」的飲料，如此消費行為並不會省錢，反而是產生較多非理性之消費，造成此一族群學童消費行為被媒體所左右，如新移民學童小如提到：

我忘了媽媽有沒有教我（怎麼買東西），她現在都沒有空理我，她現在工作比較忙，她現在根本就沒有時間教我們（怎麼買東西）。我和妹妹都看三立台灣台和卡通台，我平常看電視最晚看到十點半，因為我回家就不用寫功課了，功課在安親班就寫完了，早點寫完，晚上就可以看電視了。我最喜歡啦啦熊，因為它好可愛喔，我現在還會再買啦啦熊，不過這次沒有訂。只要是可愛的東西我和妹妹都很喜歡啦！妹妹最喜歡 Hello Kitty，不是啦啦熊。

新移民學童小安提到：

我每天都有看電視，因為我的功課在安親班就寫完了，我最喜歡看卡通了。我以前會看變形金剛的卡通，還有肥貓鬥小強的卡通。我還沒有看卡通之前不知道什麼是變形金剛，看了之後我才想要買變形金剛的玩具。如果電視在廣告一支筆很好用，

我就會去買了，我也不知道為什麼，電視說很好用我就會去買了。

換句話說，為何新移民學童會比另一族群學童更有此行為？這不是受到家庭階級因素影響，導致主要照顧者欠缺文化資本，無法累積至新移民學童身上，進而影響其消費知識的匱乏嗎？

除了家庭文化資本的影響之外，在本研究中，新移民學童小月（中產階級）提到：

媽媽在賣衣服，爸爸在賣茶葉，薪水還好，沒有特別多，他們沒有跟我提過這些事。爸爸媽媽花剩的錢就會投進去，那就是我的零用錢，我的零用錢很夠用我覺得平常買的東西就夠多了。媽媽上次買了一台筆記型電腦給我，那是我買過最貴的東西。我沒有參加集點買東西換獎品的活動，我覺得那是浪費時間，直接買就好了。

新移民學童小如（非中產階級）提到：

我媽媽在做檳榔。媽媽最常跟我說：節儉一點，不要買太多；要買便宜的，可是也不要太爛。我買東西時會覺得媽媽的經濟不好，不要買一大堆東西，被她看到就完蛋了。我買過最貴的東西是耳機，那是用我的零用錢買的。

新移民學童小安（非中產階級）提到：

我知道媽媽在做杏鮑菇，我覺得媽媽很辛苦，她早上都送我到學校，然後就去工作了，要到6點才下班，我今天也要補英文到6點才回家，媽媽會來接我。我買筆的時候媽媽都會一起陪我去買，說我可以挑自己喜歡的筆，但是不能挑太貴的筆，媽

媽說我不可以挑超過 50 元的筆。

相同族群之主要照顧者因為家庭經濟狀況不同，而會產生不一樣的教養態度，影響其學童的消費行爲，也就是說，不同階級的新移民家庭，其家庭經濟資本也會是左右新移民學童消費行爲的因素之一。

多數的新移民學童主要照顧者並沒有明顯要求學童如何解讀電視廣告資訊，相對來說，非新移民學童之主要照顧者擁有較多的時間教導其子女辨識電視等媒體廣告促銷訊息。我認爲這是因為新移民學童主要照顧者忙於工作，所以只能讓學童看電視打發剩餘時間，加上對廣告內容不太過濾，因此也會助長學童產生購買流行性產品之消費行爲。此族群學童受到家庭階級影響，在消費過程中，主要照顧者並沒有引導其消費行爲，反而是使用直接、簡短、威脅恐嚇等方式表達對孩子的要求。因此多半會出現主要照顧者的影響伴隨出現此消費行爲上。新移民學童小如表示：

我媽媽在做檳榔，她現在都沒有空理我，現在根本就沒有時間教我們這些東西（怎麼買東西）。如果說我覺得東西很好用，電視又在廣告，那我要問問媽媽，媽媽說好我才會去買，反正都以媽媽為準。以前，我看到很多同學都有的東西，我也會買來用，不過現在不會。因為我被媽媽訓了一番話。如果不聽媽媽的話，她會訓我。

新移民學童受訪者小爲表示：

我跟家裡每個人感情都一樣好，我跟阿公阿嬤聊天的時候，他們沒有教我要怎麼買東西，媽媽比較少跟我講過這些事。如果不聽媽媽的話，那我就不能去夜市了，我會被扣零用錢。如果電視在廣告的筆，我又看到同學都有在用，而且他們又跟我說這支筆不錯，那我就會買了。

家庭手足也會影響學童的消費認知，進而改變消費行爲。此組學童較重視其與家庭兄妹的關係，如新移民學童受訪者小如表示：

媽媽在家裡會陪我的時間比較少，所以我想要那些送的玩具來陪我，妹妹也會跟我玩啊。像便利商店有「兩樣東西打8折」的活動，如果我的朋友或妹妹有在旁邊，她們也要吃的話，我就會去買。

新移民學童受訪者小家表示：

妹妹會跟我玩，我可以拿來玩啊！我自己覺得小玩具可以跟妹妹玩，我會買有送小玩具的東西。如果妹妹很需要這個東西，我就會買給她。

新移民學童受訪者小安表示：

姊姊會教我買東西，她會教我看品牌，她告訴我就是在橡皮擦旁邊有一張紙，那裏都會寫品牌，姐姐告訴我要買有牌子的，要看橡皮擦上面寫的是好（的牌子），還是不好（的牌子）。我也會跟姐姐去便利商店買東西，姐姐會教我怎麼買東西。

而在本研究之非新移民學童中，我並沒有發現此一消費行爲。

此外，身處中下階級的新移民學童爲了在同儕團體中爭取認同，因此其消費行爲出現明顯的從眾、仿效行爲。低年級之學童也有從眾行爲，但他們會表示在「從眾」前會先徵詢主要照顧者的意見，因此在此階段，主要照顧者的影響力大於同儕，但隨著年紀增長，主要照顧者的影響力會逐漸被同儕取代，如果主要照顧者還要強

勢控制學童的消費行爲，新移民學童會發展出陽奉陰違的消費行爲。如新移民學童受訪者小安（低年級）表示：

如果媽媽不在我身邊，我還是不會去買，因為媽媽會知道，她會跟姑姑說，那我就不能玩平板電腦了。不過很多同學都有的東西，例如：他們都有變型金剛的東西，我也會想要買來用。

新移民學童受訪者小爲（中年級）表示：

我買東西，媽媽一定會知道，不可能不知道。就算媽媽不在身邊，我也不會去買她說不能買的東西。只有姑姑會說，她會說不要亂花錢，媽媽比較少跟我講過花錢的事。如果電視在廣告的筆，我又看到同學都有在用，而且他們又跟我說這支筆不錯，那我就會買了。

新移民學童受訪者小家（高年級）表示：

如果全班都用有牌子的東西，我就考慮會買了，我怕被他們笑，所以最好和大家一樣。很多同學都有的東西，我有時候還是會偷偷買，但是不能被發現會被媽媽罵。

新移民學童受訪者小如（高年級）表示：

如果媽媽不在我身邊，又有很多同學在用那個東西，我就會買了。我覺得要跟上時代，要跟大家一樣，如果跟大家用的不一樣，我怕他們會笑我。絕對不可以讓媽媽知道我要買不需要的東西。

不過相較於非新移民學童的陽奉陰違，新移民學童的陽奉陰違似乎較不明顯。

二、社群

多數新移民學童並沒有表現出受母親母國文化接觸所產生的影響，反而只有對母親的原生文化有表面的接受，例如新移民學童小侑表示：

越南食物中，我最喜歡吃越南麵包，我會去買越南麵包，不會去買台灣麵包來吃，因為它裡面有包菜，台灣麵包沒有。我們現在很少去（吃越南食物），因為媽媽沒空，只有她會帶我去吃（越南食物）。我有聽過魚露，我們家有，我有吃過，不好吃，媽媽跟哥哥會吃，哥哥說魚露很好吃，我覺得不好吃，有一個臭味。

新移民學童受訪者小月表示：

越南的東西還好（停頓了一下），不太好吃，越南的東西我吃不習慣。如果一包是越南零食，一包是麥當勞的薯條或炸雞，我比較喜歡吃麥當勞，因為這裡比較好吃。雖然我上次說越南零食還可以，但是台灣的零食比較好吃啊，我也不知道台灣的零食哪裡比較好吃。

新移民學童受訪者小安表示：

媽媽不會做越南食物給我吃，不過她會帶我到外面吃越南食物，大約一個月1次。家裡除了媽媽會帶我去吃越南食物外，其他人不會帶我去吃，我只喜歡吃越南麵，其他越南食物不喜歡，我常吃台灣食物，例如：早餐、飲料等，我比較喜歡吃這裡的食物。

新移民在台灣屬於非主流族群，在本組受訪者中，主要照顧者雖然有將原生文化元素帶給學童，但種族上的弱勢及台灣周遭環境的影響，影響了該組學童對原生文化的接納，如新移民學童受訪者小如即表示：

我記得從我們搬到新家後，她（母親）就常常買給我們吃了。在我兩、三歲前，我們是住在爺爺奶奶家，三歲時才搬到新家，因為爺爺奶奶吃不習慣媽媽煮的越南食物，太鹹了，所以我們在爺爺奶奶家時不常吃越南食物，後來就奶奶自己煮。

新移民學童受訪者小為表示：

我們都去田中火車站前面的越南小吃店吃，我很喜歡吃越南麵，媽媽有時候會點飯給我吃，她每次都是家裡阿公阿嬤不在時才會帶我們去吃。她不會煮越南食物給阿公阿嬤吃，阿公阿嬤也沒吃過越南食物，他們沒有提到關於越南食物的事。

由此可知，新移民學童生活在台灣環境中，其家庭主要照顧者（多為母親）的地位並不是一致的，受到社會男尊女卑風氣及父權思維的影響，父母對學童消費行為的影響力是不平均的。此一族群學童雖接觸了異於台灣的文化習慣，卻不一定能自在的表現出受到異文化刺激而生的喜好。如新移民學童受訪者小耀表示：

雖然我很喜歡吃印尼的東西，但我不要在學校吃印尼食物當午餐，我想跟其他人吃一樣的東西。

新移民學童受訪者小月表示：

我沒吃過越南食物，我不敢吃。我比較喜歡台灣的生活，這邊的東西我吃的比較習慣，那邊沒住多久，我不太習慣，這邊的東西吃的比較習慣。

以越南食物魚露來說，雖然多數越南新移民學童皆表示喜歡吃越南零食，但是對於魚露卻是興趣缺缺，或是吃不習慣、覺得噁心、不敢吃。我認為魚露的味道與台灣口味差異大，因此大多學童吃不習慣真正保留越南味的魚露。台灣主流文化影響該族群學童對母國原生文化的認同，在家中其他成員不會特別重視越南文化傳承的情形下，學童對於該原生文化的認知完全依賴母親對原生文化的態度，以及週遭人士對母親母國文化的看法。很不幸的，大部分時候，周圍的人態度是不友善的。

大部分學童會因為居住在台灣，使得台灣主流文化對其消費行為產生影響大於母親之原生文化。新移民學童對原生文化的接受程度，除了受到主要照顧者的影響外，其居住地區也會影響，若學童居住地區能夠買到原生國食物，自然有機會親近母親原生國文化。而學童也表示因附近沒有異國食物，所以新移民學童多數反應他們吃不習慣母親母國的食物，由此可見，居住地區也會影響新移民學童接受傳統原生國文化的態度。

三、學校

新移民學童的消費行為受到同儕很大的影響，如同新移民學童小家所言：我怕被同學笑，所以想和大家一樣。而在本研究中，我也發現當學童年紀漸長，同儕的影響更是明顯。此外，多數新移民學童會仿效購買安親班教師在教學中實施獎勵之方式及物品，學業表現影響消費行為的實踐。如新移民學童小家所言：

如果兩支筆我都沒用過，我只是看到一支筆老師正在用；一支是賣菜的阿桑正在用，我會選老師那一支，因為我覺得阿桑在用的筆比較爛。

新移民學童小安所言：

我有在補習班上課，老師也會給其他小朋友獎品，她會給我們玩具球，那個要 20 點才能換，表現要很好，我也很想要，不過我還沒集到 20 點，我覺得學校老師這邊的禮物比較好，我比較想要。

似乎可看出其仿效行爲是由下階層者模仿上階層者。我發現新移民學童在消費時多爲仿效行爲。

身處中下階級的新移民學童爲了在同儕團體中爭取認同，因此其消費行爲也出現明顯的從眾行爲。如新移民學童受訪者小家表示：

我不會穿越南傳統衣服來學校，我想融入大家，我想跟大家穿的一樣，我覺得如果跟大家不一樣，會很奇怪。

新移民學童受訪者小可表示：

很多同學都有的筆，我也會買來用。同學喜歡的東西，我就喜歡。

高年級新移民學童多半會因爲同儕與家人意見發生衝突，出現陽奉陰違行爲，而這在低年級新移民學童中，我看不到這個關聯，他們的消費行爲比較受到主要照顧者的影響。

新移民學童會有請客的消費行爲，學童利用請客與同儕建立友誼關係，對他們來說，請客已不再是單純的行爲。如新移民學童受訪者小家表示：

我會盡量將要買的東西湊成兩件來打折，看誰要吃就給他。我只要一枝就夠了，另外的一枝不一定是我要用，我是想省錢啦！不過如果沒人吃的話，我會自己吃掉。我有時候會請別人吃東西，因為他也請過我，所以我要回請他，我不覺得這是亂花錢。

新移民學童受訪者小為表示：

如果老師給我錢，有時候我就會拿去請客，特別的日子才會，比如說我的生日或開學，然後要放暑假或放寒假的時候。我請別人，我也希望她請我。我上次請全班吃思樂冰，媽媽也知道這件事，如果老師給我錢，有時候我就會拿去請客，我請別人，我也希望他請我。

新移民族群在台灣並非主流族群，屬於弱勢族群，間接造成家庭階級低下，此「階級化的種族」現象導致其學童出現從眾、請客之消費行為，而此行為並不見於非新移民學童，或是非新移民學童不會因為生存於跨社群環境中，而產生出從眾、請客之消費行為（詳情見本章第二節）。

四、學童的個人特質

經由研究分析後發現，新移民學童消費行為受同儕影響很明顯，如新移民學童小如（女生）提到：

很多同學都有的東西，我有時候也會買來用。如果它的圖案超可愛，又是很喜歡的，我就會買。我覺得要跟上時代，要跟大家一樣，如果跟大家用的不一樣，我怕她們會笑我。

而新移民學童小家（男生）也提到：

很多同學都有的東西，我有時候還是會偷偷買。但是不能被發現會被媽媽罵。如果全班都用有牌子的東西，我就考慮會買了，我怕被他們笑，所以最好和大家一樣。

在此一族群中，性別上之差異並無顯現在新移民學童「建立同儕關係」消費行爲。在新移民學童身上也發現零用錢花不完時，會有儲蓄的金錢態度。而當有儲蓄之金錢態度後，爲了購買價值較高的物品，此族群受訪者會產生延遲滿足的現象，使用儲蓄方式，等到有足夠零用錢才會發生消費行爲，如新移民學童小侑提到：

我買東西時不會把錢全部花完，剩下的錢我會存起來，我有撲滿。假如我買東西時發現零用錢不夠了，我就不要買，先存起來等存夠了再買，如果我要買的東西被買走了，我就買便宜一點的。

新移民學童小家提到：

有時候爸爸給我的錢用不完時，我就存起來。假如零用錢不夠時，我又想買一個東西，我就會先把錢存起來，等存夠了再買。

主要照顧者會依據新移民學童學業表現給予零用錢。如新移民學童受訪者小家表示：

我要考試考得好才有零用錢，阿公阿嬤看到我考 100 分，就會給我 100 元，爸爸也

是看我考得好就會給我錢了。爸爸媽媽常常會跟我講要節省一點，不要亂花，因為種田賺得比較少。不過如果全班都用有牌子的東西，我就考慮會買了，我會買比較高價錢的東西，因為這樣用得比較久。

新移民學童受訪者小如表示：

媽媽說考試考的好才能有零用錢，如果考不好就只給一點點。她最常跟我說：節儉一點，不要買太多；要買便宜的，可是也不要太爛。不過如果是很多同學都有，但是我用不到的，我就會看看，真的很可愛，我還是會買。

我發現此組受訪者零用錢的來源多，家中長輩多會依據學童學業表現給予零用錢，若從金額來觀察，鮮少讓學童覺得缺乏。雖然主要照顧者教導學童節儉之金錢態度，但高年級受訪者在同儕影響下，加上零用錢充裕，消費行為會產生從眾現象，因此改變其金錢態度。

很有趣的是，根據新移民學童受訪者所述，雖然新移民學童家庭多屬中下階級，整體來說，其經濟能力似乎較弱，且雙親常忙於工作，但此一族群學童零用錢來源並不匱乏，只要讀書考試成績夠好，家庭中大多照顧者都會給予其零用錢。

五、消費認知

新移民學童消費認知會以產品實用為前提，「產品實用性」在新移民學童消費認知中影響力超過「產品價格」，如新移民學童受訪者小耀也表示：

我比較喜歡價格高的筆，因為那種比較好用。假如我有錢可以去買筆，我比較喜歡買以前用過的那種筆，因為我知道那種筆好不好用。

新移民學童受訪者小安也表示：

假如有一支筆比較好用，另一支筆沒有那麼好用，可是比較便宜，我會去買比較貴比較好用的筆。我比較想要好用的筆。我覺得比較貴的筆比較好，很便宜的筆比較爛，我曾經有一次買太便宜的筆，結果用沒多久就壞了。

但受到學校內同儕的左右，大部份新移民學童會去買同學都在用的筆，產品實用與否、產品價格對新移民學童而言，都比不上同儕的影響力，如新移民學童受訪者小家表示：

如果（的筆）好用就買，如果不好用（的筆），我就不會買，我會買比較高價錢的東西，因為這樣用得比較久。不過如果全班都用有牌子的東西，我就考慮會買了。

新移民學童受訪者小月表示：

我買東西會先考慮品質！品質好的，價錢低而且品質好的，品質是最重要的，不是錢的問題，我是看它好不好用，有了品質之後，才是價錢；別人都說這支新的筆也很好用，我會買來試試看。

我發現此族群較無分析比價的技巧，消費技巧尚未成熟，而此從眾行為似乎是較欠缺理性的。

若將因素間之關聯性一併審視，在影響新移民學童消費行為因素中，主要照顧者範疇與其他範疇出現最多關聯性，家庭主要照顧者（即新移民女性）在影響新移民學童消費行為因素中佔有很重要的地位。一方面是此族群主要照顧者屬婚姻移民，由越南文化

社群參與台灣社群團體，因為新移民在此環境中長期被主流族群歧視，此一歧視觀點傳遞到新移民學童身上，影響了這一族群學童的消費行為，他們會希望藉著消費行為達到被認同的目的，如新移民學童小家所言：我怕被同學笑，所以想和大家一樣。在主要照顧者原生文化因素作用下，使得同儕對新移民學童消費行為產生巨大且隱而未見的影響；此外，新移民家庭多屬中下階級，常見主要照顧者威脅恐嚇學童消費行為，而非引導學童理解消費技巧，如此一來，對新移民學童而言，隨著年齡增長，更「放大」了同儕因素之影響，使得此族群學童消費行為更可能受到同儕左右，出現較明顯從眾行為，即「家庭階級」加重了「學校」核心範疇對新移民學童影響。

第二節 非新移民學童消費行為

一、家庭

在本研究中，非新移民家庭多屬中上階級，相較於新移民家庭，學童之主要照顧者較不用忙於工作，家庭經濟壓力較小，所以有較多的時間可以陪伴子女，而學童也較少感受到來自家庭的經濟壓力，如非新移民學童小奇表示：

爸爸媽媽在賣早餐，他們早上很早就起床準備了，我是沒問過他們賺的錢有沒有很多。在家裡我跟媽媽的感情最好，她會聽我講一些事情，爸爸也會，只是很少，因為他晚上回來，媽媽中午就回來了，我跟媽媽相處的時間比較久。

非新移民學童小榮表示：

媽媽在鄉公所工作，爸爸在林內工作。我跟媽媽的話比較多，爸爸比較少陪我，工作比較忙。媽媽會要求我可以買或不可以買哪種東西，爸爸和奶奶不會。

主要照顧者會花較多的時間介入或引導學童的消費行為，因此，此一族群學童有較

佳的消費技巧，如非新移民學童小奇提到：

如果我一直很想買那個東西的時候，他們會解釋給我聽，譬如：有時候我就很想買很貴的文具，他們會說材質不太好，他們會跟我講一些怎麼買東西比較好的方法。如果是用我的零用錢買東西，我還是會去跟我媽講我今天要買什麼東西，媽媽就會跟我說可不可以買，爸爸媽媽都會跟我說。

非新移民學童小于提到：

爸爸不會管我買東西，都媽媽在管。媽媽常常跟我說人家有的東西，我不一定要有，可以去買別的。她說買東西要先買你覺得好用又實在用的，不要買那種又貴又難用又難寫，寫一寫隔天就壞掉了。我也很喜歡買書，媽媽會讓我自己買書，媽媽也會幫我買。槍的書她一定不讓我買，因為她說我都學一些有的沒的，長大是要當土匪嗎？

在本研究中，主要照顧者本身具備充足的消費行為之文化資本，並將之轉移累積至非新移民學童身上，引導其消費行為。此外，由受訪者訪談中，我可以得知，雖然父母對學童消費行為的影響力是不平均的，但其原因並不同於新移民家庭，受到主要照顧者身處跨文化社群環境中及社會男尊女卑風氣的影響，而其家庭主要照顧者的地位並沒有像新移民家庭主要照顧者的權力失衡那麼嚴重。

除了家庭文化資本的影響之外，在本研究中，非新移民學童小于（中產階級）提到：

我喜歡吃西提牛排，我爸媽會帶我去，如果可以讓我吃牛排吃到飽，那我一定選牛

排。

非新移民學童小奇（中產階級）提到：

有時候演唱會媽媽也會去看，我們都去台北看，有時候是媽媽出錢，有時候是我買票。家裡有 6 台電腦，不會有人跟我搶著玩電腦，幹嘛搶，每人一台就好了，爸爸媽媽會讓我玩。媽媽會網購，然後我們就會去看，然後我就跟她說我要那個東西，媽媽會幫我挑東西，我自己不會去看。

非新移民學童小齡（非中產階級）提到：

我不太知道爸爸在做什麼事，我知道爸爸的薪水沒有很多，他會教我怎麼買東西，他會說不要買太貴的。上次好像是我買筆記本被他唸，因為家裡還很多，他覺得沒事買那麼多做什麼，家裡就有了為什麼還要買。

由上述可知，非新移民族群之主要照顧者因為家庭經濟狀況不同，而會產生不一樣的教養態度，影響其學童的消費行為，也就是說，不同階級的非新移民家庭，其家庭經濟資本也會是左右非新移民學童消費行為的因素之一。

在本研究中，非新移民學童主要照顧者出現「中產階級正當性」並影響學童消費行為，如非新移民學童之主要照顧者會對學童之電視因素產生影響，主要照顧者教導電視廣告內容不可相信。從訪談中我發現，越高年級的非新移民學童受訪者，其拒絕電視影響消費行為的原因也較為理性，而中低年級非新移民學童皆由主要照顧者控制拒絕接受電視消費行為，如非新移民學童小堂提到：

如果廣告的東西在隔壁書局就有賣，我也不會想買，因為我沒興趣。如果是一個我很有興趣的東西，我會先問媽媽看看。

我認為非新移民學童拒絕或接受電視影響的原因似乎也受到「階級」左右，在階級因素的影響下，中產階級學童對電視廣告較有自己之理解，該族群有較佳的消費技巧。如非新移民學童小予曾提到：

電視一直在廣告一支筆非常好用，我不會買來用，因為買電視在廣告的筆還有運輸費要付，我才不會買。我之前就買過一次，買回來的筆，我一用彈簧就彈出來了。媽媽也有說電視的東西不要買，她不會電視購物。

非新移民學童小榮曾提到：

電視一直在廣告一支筆非常好用，我會買來用。因為大家都在買，比較有保障。我覺得電視在廣告應該比較好用，不然為什麼這麼多人買。

非新移民家庭多屬中上階級，其主要照顧者會培養並發展學童之消費技能，由上述學童所言，我發現「中產階級正當性」意識讓非新移民學童對電視廣告訊息是有選擇的，而非全盤接受。而新移民學童對電視廣告也是受到階級影響，但卻是因缺乏「中產階級正當性」意識，而對媒體訊息傾向接受。此二族群學童消費技能同是階級的左右而表現出不同的消費行為。

主要照顧者在非新移民學童消費行為的影響是廣泛的。非新移民學童之主要照顧者會要求學童購買打折商品或是自己也會購買打折商品，但是會以產品實用性為前提，如非新移民學童小奇表示：

除了書，學校義賣的那些小玩具和文具，我也不會買，我不會想要那裏的文具，我覺得那裏得比較少沒得選。我買東西時，對我影響最大的應該是媽媽吧，我現在才會去看哪個價錢比較低，比較實用，才去買！

非新移民學童小軒表示：

如果我跟媽媽一起去買東西，我就會買打折的東西，因為媽媽會叫我買打折的東西。如果我跟媽媽說要買那個東西，有時候媽媽會說不能買，如果比較不好的東西，她就叫我不買，譬如：媽媽會說不要買那個東西，沒有用，要買上課要用的東西。還有我缺少東西的時候，她就會讓我買。

因此非新移民學童之消費行爲也會受到產品促銷的影響，此族群學童有分析比價的能力。

若考慮受訪者年紀的影響，學童年齡與主要照顧者影響力有直接關係，高年級學童買東西時，產品實用性影響大於主要照顧者的影響，如非新移民學童小于表示：

媽媽給我錢去買東西，剩下的錢他都會給我，我都會把錢存起來，我很省就對了，媽媽說買東西要先買你覺得好用又實在用的，不要買那種又貴又難用又難寫，寫一寫隔天就壞掉了，爸爸也會這樣說，要我買自己買自己需要的東西。媽媽叫我不買的東西，有時候我還是會去買，有時候真的需要我還是拿錢偷偷去買。如果我偷偷去買東西，有時候還是會被媽媽發現，因為街上的人全部都是我媽認識的，倒楣死了，我只要一出去買東西被看到，所有我現在買東西都要找沒有人的時候趕快去買，要不然會被唸，不過我還是會買，因為我真的需要。我需要的東西和他們認為

我需要的東西是不一樣的。

非新移民學童小榮曾提到：

我和媽媽都覺得品質好一點比較重要，價錢不是很重要的耶。不過還是有不一樣的地方。媽媽和我買東西的想法有時候會一樣，有時候不會。媽媽有時候覺得很好用，可是我之前用過，我覺得不好用。我覺得品質最重要，其它的我可以不管它。如果我今天非常喜歡一個東西，但是媽媽站在身旁我不會買，我會趁媽媽不在再買。

非新移民學童之主要照顧者會對學童金錢態度因素之影響多會出現在影響其儲蓄習慣及不要浪費兩個面向，仔細分析後我發現，年紀越小的學童在金錢態度上受主要照顧者的影響越大。主要照顧者能在日常生活中以自我實踐的方式培養學童正確的金錢態度，愈能將其影響加諸於學童身上。

非新移民學童也顯示出較多移動的機會與經驗，在買東西時也有選擇消費店面的權利，進而表示若其它店能提供較便宜價格時，會去其他地區消費。如非新移民學童小奇表示：

有時候我表現得比較好，我就會有禮卷，我就會去田中買，我不是去 A 書局，我是去 B 書局或 C 書局，A 書局的東西很貴，它超貴的，我只會去那邊買參考書而已，我都叫我媽陪我去。書的話都是我媽去買，她不喜歡我自己去學校買，因為我買的書有時候她不喜歡，像圖畫很多的書，她覺得這種書翻一翻就沒了，那個不是書。除了書，學校義賣的那些小玩具和文具，我也不會買，我不會想要那裏的文具，我覺得那裏得比較少沒得選，田中的書局種類比較多，而且又比較便宜，所以那些書展我很少過去。

非新移民學童小子也表示：

我也很喜歡買書，媽媽會讓我自己買書，媽媽也會幫我買。不過弟弟妹妹有的書，媽媽就不讓我買了，益智拼圖的書她會給我買，槍的書她一定不讓我買。我買過的東西中印象最深刻的，就益智球，大顆的那一種，那是媽媽她陪我去買的，那是在嘉義買的，我媽的娘家在嘉義。這裡書局賣的東西比較少，我喜歡到嘉義買的東西比較便宜。玩具我也會買，我去嘉義才會買，我不會去這裡書局買，那裏沒甚玩具。

多屬中上階級之非新移民學童擁有較多移動機會，也擁有較充足家庭經濟及文化資本，反映到消費技能上，他們有較多的機會接觸到不同產品，對相同產品已有比價的能力，使其消費技巧較為成熟。

二、社群

不管是食物或是演唱會，此年齡的學童會因為主要照顧者，使其在消費行為的選擇上受到主流文化的影響。如非新移民學童小堂表示：

很多同學都有的東西，我不會買來用，因為那個有時候是要騙我錢的，這是媽媽教我的，還有新聞上也是這樣說。我有到外面吃過東西，媽媽常常帶我去吃麥當勞，是田中那邊那間。

非新移民學童小榮表示：

我也喜歡吃薯條，媽媽會帶我去吃。我不喜歡吃披薩，我不敢吃，有很噁心的味道。有一次媽媽買披薩，大家都在吃，然後我一個人就在那邊吃飯，我最喜歡吃滷肉飯。我比較喜歡吃滷肉飯，外國零食沒那麼好吃。我從以前就很愛吃飯，吃不膩耶。外

國巧克力我有吃過，太甜了。

非新移民學童小軒表示：

我有吃過麥當勞，家裡很多人會帶我去吃，我很喜歡吃。我也喜歡憤怒鳥，以前爸爸都在夾娃娃機夾給我。如果有支筆有憤怒鳥的的圖案，但是不太好寫；另一隻筆沒有憤怒鳥的圖案，可是很好寫，我會去買有憤怒鳥圖案的這支筆，雖然用不習慣，可是我覺得沒關係。很多同學都有的東西，她們都說很好用，我會買來試一試，如果不好用，下次我就不會買了。

足見非新移民學童也受到主流文化的左右，只不過與新移民學童不同的地方是，此族群學童本身即是主流族群，因此他們不需運用主流文化的喜好來贏得別人的認同。

三、學校

非新移民學童消費行為受到同儕的影響較不明顯，也無規律性。雖然學童消費行為也會受到同儕影響，但也有受訪者拒絕同儕影響。如：非新移民學童小于表示：

媽媽常常跟我說人家有的東西，我不一定要有，可以去買別的。很多同學都有的東西，我不會去買，因為同學有的東西有時候會被偷，我之前就有東西被偷，小時候還被誣賴過。我也不喜歡學人家買東西。

非新移民學童小堂表示：

很多同學都有的東西，我不會買來用，因為那個有時候是要騙我錢的，這是媽媽教

我的，還有新聞上也是這樣說。如果同學一直叫我買，可是媽媽、阿嬤說不能買，那我會聽阿嬤的話不要買，我不會聽同學的話，媽媽跟阿嬤的話我會聽。

這與新移民學童因家庭階級的弱勢而間接「助長」同儕對消費行為的影響力是不同的。多數非新移民學童會因此出現中產階級的正當性，雖然會仿效教師或同儕的消費行為，但會以產品實用為前提，如：非新移民學童小軒表示：

我覺得安親班老師送給我的筆很好用，如果我有錢，媽媽也說可以買，安親班老師送給我的筆又很好用，那我就會跟老師買一樣的筆來。

非新移民學童小予也提到：

如果安親班老師送給我的筆又很好用，那我就會跟老師買一樣的筆來用，或是安親班老師會發獎金，我覺得這樣很好，我都拿去買文具。

即在產品實用性的前提下會接受教師的影響。

與新移民學童相似，多數非新移民學童主要照顧者會以學童之學業表現給予零用錢，如非新移民學童小齡（非中產階級）提到：我考試考得好的時候，爸爸和姐姐會給我零用錢。但仍有部份非新移民學童母親不會以學童之學業表現給予零用錢，如非新移民學童小奇（中產階級）提到：

媽媽給我錢比較多，每個星期都會給我。媽媽說我（考試）表現好那是應該的，她會獎勵我，可是她不會因為這樣給我零用錢。

非新移民學童小榮（中產階級）提到：

媽媽比較常給我零用錢，要買甚麼東西或是要零用錢，我都找媽媽。不過我考試考得好的時候，媽媽不會給我零用錢，她平常就會給我了。

雖然學業表現與零用錢範疇相關，但在此族群中，學業表現與零用錢的關係似乎不是直接的影響了。

非新移民學童請客行為多數不是建立在同儕認同的基礎上，換句話說，他們請客不是要認識或結交朋友。相反的，他們認為請客是浪費錢。如非新移民學童小宇曾提到：

因為只要到街上吃東西就要幫人家付錢，我超不喜歡的，自己有錢就自己買啊，幹嘛去請別人，我覺得請客浪費錢，我不會去請客。

非新移民學童小軒提到：

請客買東西是用我的零用錢，我覺得這樣很好，沒有關係啊，我常常請我們班那個小朋友吃東西，可是那個小朋友不用請我。

四、學童的個人特質

與新移民學童相似處是當零用錢花不完時，非新移民學童會將錢存起來，零用錢與金錢態度是相關的。如非新移民學童小堂提到：

媽媽給我的錢比較多。這些錢我都把它存起來，我有撲滿。我拿零用錢買東西的時

候，不會把它都花完，會剩下，我都把它存起來，以後可以買電腦。假如零用錢不夠了，可是我又很想買一個東西，那我就不要買，去別的地方看看有沒有便宜的。

非新民學童小予提到：

該用的時候，我會拿出來用，可是不該用的時候，我會把它存起來，譬如：我會拿來買玩具，可是不會全部花完。假如零用錢不夠了，可是你又很想買一個東西，我會去媽媽房間去把它的撲滿倒出來，就有一大堆錢了，我存錢筒都會分要出去用的錢、要用的錢、要存起來的錢，我自己想要這樣做。

若將因素間之關聯性一併審視，我發現就學童家庭核心範疇仍與其他範疇產生最多相關，且家庭核心範疇影響力大於學校核心範疇，此一族群學童較少仿效行爲，學校核心範疇對學童消費認知影響較不明顯，因此我認爲學童中家庭與學童消費認知有較明顯之關連性，且家庭對此族群學童消費行爲的影響力和方式，與新移民家庭不同。

第三節 新移民學童與非新移民學童消費行爲之比較

若只比較範疇之有無，新移民學童較非新移民學童多出「家庭兄妹、原生文化、贈品、請客」四個範疇。新移民原非台灣文化社群團體之一員，其原生文化因素會影響子女消費行爲，而此一範疇是非新移民學童所沒有的。在資料中我也發現新移民學童較明顯之請客消費行爲，他們會表示我請別人，我也希望他請我。也就是說，學童利用請客與同儕建立友誼關係，對他們來說，請客已不再是單純的行爲，而是有爭取認同的因素在其中。如果對照之前該組學童小家所言：如果我跟別人不一樣，我怕會被別人笑，新移民學童「請客」消費行爲受到階級和族群因素的影響，即因爲新移民生存於跨文化社群環境中，其學童特殊身分所帶有認同因素及家庭地位塑造出此一消費行爲。

新移民學童多屬中下階級家庭子女，家庭形式多屬於大家庭，在本研究中，大部分此族群受訪者皆非獨生子女，再者，新移民學童主要照顧者忙於工作，較少時間陪伴子女，新移民學童消費行為容易受到家庭中另一位兄妹影響，也因此發展出因贈品而購買之消費行為。

由上述資料可知，雖然影響此二族群消費行為範疇「幾乎」相同，但若實際比較範疇間關聯性，仍可發現相異之處。首先，新移民學童會隨著年齡的增長，使得同儕的影響力大於主要照顧者，而在非新移民學童身上，同儕的影響力不若新移民學童族群明顯，多數家庭主要照顧者教導學童如何建立消費技能及分辨同儕對消費行為的影響，使得他們鮮少有從眾行為。

其次，非新移民學童對產品價格認知是「雜亂」的，購買便宜產品與高單價產品傾向皆出現在此一範疇中，且其購買理由除了產品實用性外，尚可發現其他原因，如非新移民學童小予表示：

電視在廣告的筆還有運輸費要付，太貴了，我之前就買過一次，買回來的筆，我一用彈簧就彈出來了。

非新移民學童小奇表示：

如果我一直很想買那個東西的時候，爸爸媽媽會解釋給我聽，譬如：有時候我就很想買很貴的文具，他們會說這個東西材質不太好。

此一族群有較豐富的分析比價觀念。審視另一族群，雖然新移民主要照顧者因為階級影響會要求子女以產品實用為前提，購買價格較便宜之產品；但學童因父母無暇教養學童消費觀，加上同儕左右，或再加上因其母親來自不同文化社群，使學童發展出認同因素

的影響，使得新移民學童實際消費型態傾向從眾，多以產品實用消費為主，會購買較高單價物品。從訪談中，我發現此一族群消費理由較單純，不像非新移民學童因較多之產品體驗，且有分析比價觀念。如非新移民學童小予提到：

因為價錢低的筆你用完了，可以再拿新的筆心來補，貴的筆有些沒有筆心可以補，很多便宜的筆都可以補新的筆心，所以我大部分都買便宜的自動筆，筆心沒有貴的。

而新移民學童小安提到：

假如有一支筆比較好用，另一支筆沒有那麼好用，可是比較便宜，我會去買比較貴比較好用的筆。我比較想要好用的筆。

而我也發現廣告（尤其是電視）的影響力。此二族群學童多數會去購買電視在廣告的筆，不過多數新移民學童主要照顧者受制於階級及種族的弱勢，他們並沒有充足的權力及充裕的時間來陪伴子女，因此該族群學童有較長的時間接觸電視等媒體，此外，新移民主要照顧者也沒有教導其子女運用批判思維審視電視所傳達之消費訊息，如新移民學童小為提到：

只有姑姑會跟我說要怎麼買東西，她會說不要亂花錢，媽媽比較少跟我講過這些事。如果電視在廣告的筆，我又看到同學都有在用，而且他們又跟我說這支筆不錯，那我就會買了。

而多數非新移民學童主要受到家庭主要照顧者消費技能引導，出現電視消費行為，如非新移民學童小奇提到：

如果我一直很想買那個東西的時候，爸爸媽媽會解釋給我聽，譬如：有時候我就很想買很貴的文具，他們會說材質不太好。媽媽會網購，然後我們就會去看，然後我就跟她說我要那個東西，媽媽會幫我挑東西，我自己不會去看。

相較於新移民學童，多數主要照顧者會以學童之學業表現給予零用錢，主要照顧者及學童對零用錢的態度在此二族群中是有差異的。新移民學童受訪者小家表示：

我要考試考得好才有零用錢，阿公阿嬤看到我考 100 分，就會給我 100 元，爸爸也是看我考得好就會給我錢了；

而非新移民學童小奇曾表示：

媽媽說我表現好那是應該的，她會獎勵我，可是她不會因為這樣給我錢。

我發現在非新移民族群之中產階級受訪者中，學業表現與零用錢的關係似乎不像新移民學童那麼強烈了。

由上述可知，在台灣之新移民學童族群，因種族弱勢、階級與社會諸多刻板因素的影響，以致於與非新移民學童消費行為有所差異。新移民家庭多屬中下階級，主要照顧者缺少經濟資本，在其無法轉換至學童的情況下，多數新移民學童雙親對學童消費行為多所限制，而此種侷限並不見於中產階級之多數非新移民學童及少數新移民學童。但新移民學童消費行為就此傾向於較節儉的模式？其實不然，新移民學童受到主要照顧者階級影響，忙於為生活打拼的緣故，無暇教導其適切消費技巧，再加上多數新移民學童家庭主要照顧者教育程度不佳，無法將文化資本累積至學童身上，因此此一族群學童並無

完整之消費意識，「家庭文化資本」缺乏反而助長「同儕」在消費行為上的影響力。此外，新移民學童小月（中產階級）曾表示：

如果有同學在旁邊，譬如：小如，我會去買兩件商品打八折的東西，我會請她，因為他是我朋友。別人都說這支新的筆也很好用，我會買來試試看，如果有同學在旁邊，譬如：小如，我會去買兩件商品打八折的東西；

而非新移民學童小于（中產階級）曾表示：

只要到街上吃東西就要幫人家付錢，我超不喜歡的，自己有錢就自己買啊，幹嘛去請別人，我覺得請客浪費錢，我不會去請客。媽媽常常跟我說人家有的東西，我不一定要有，可以去買別的，我也不喜歡去學人家買東西。

我發現除了階級會對學童消費行為產生影響之外，同一階級的學童，因為種族不同，其消費行為還是會產生差異，即所謂「種族化的階級」。新移民因為種族差異，在台灣並非主流族群，屬於弱勢族群，導致影響學童消費行為，出現從眾、請客之現象。

針對新移民學童與非新移民學童消費行為範疇與其關聯性之差異，我將之整如下表及圖所示（見圖 5-3、表 5-3）：

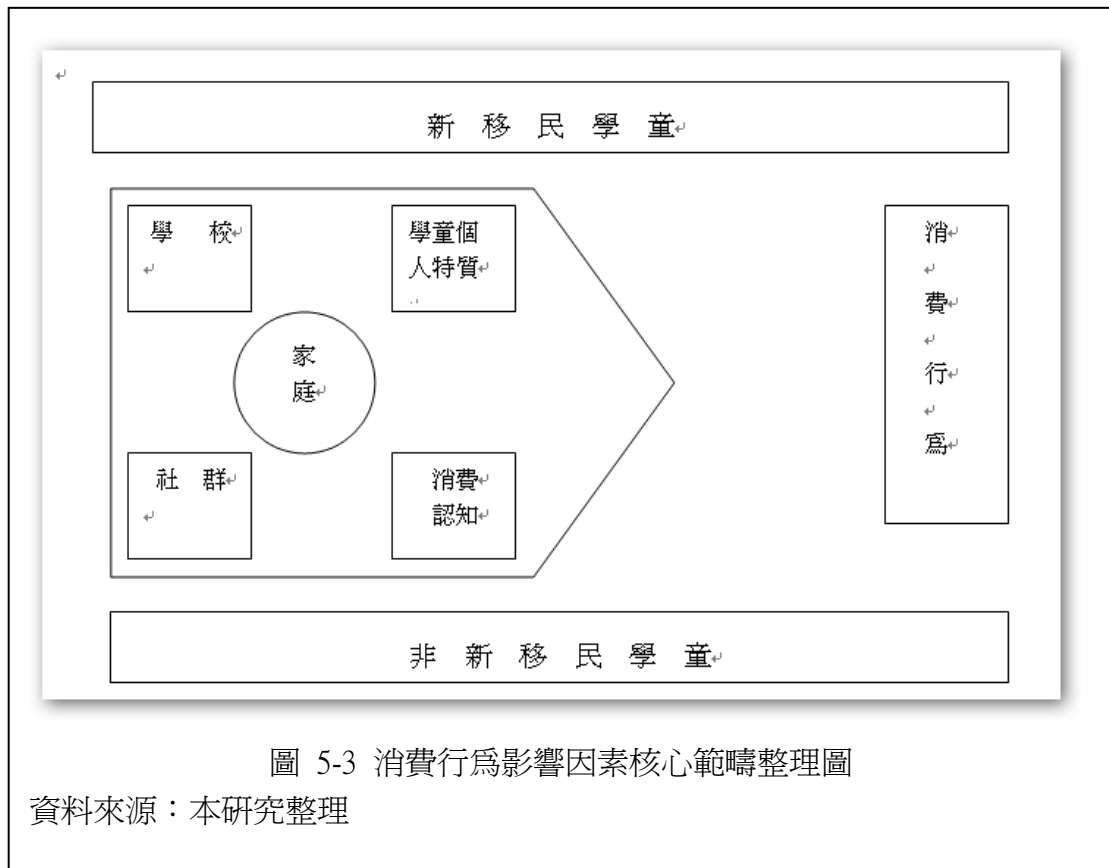


圖 5-3 消費行為影響因素核心範疇整理圖

資料來源：本研究整理



表 5-3

新移民學童與非新移民學童消費行為範疇與其關聯性之比較

	新移民學童 / 與其他範疇之相關性	非新移民學童 / 與其他範疇之相關性
家庭	較明顯 / 社群、個體、學校、消費認知	較明顯/ 社群、個體、學校、消費認知
社群	較明顯 / 家庭	不明顯/ 家庭
個體	不明顯 / 學校、家庭	不明顯/ 家庭、個體、學校、消費認知
學校	較明顯 / 個體、家庭、消費認知	不明顯/ 家庭、個體、消費認知
消費認知	不明顯 / 家庭、學校	不明顯 / 家庭、個體、學校

資料來源：本研究整理

由上述研究發現可知，看似族群會造成消費行為異同，但其實是家庭階級與種族等複雜因素交錯之下造成此二族群消費行為差異。階級會影響主要照顧者對學童消費行為之指導，多數非新移民主要照顧者（中產階級）出現「中產階級正當性」，引導學童消費行為；而大部份新移民主要照顧者（中下階級）常會對學童消費行為出現較為放任的態度，或是對學童消費行為只有表面控制，而無仔細教導分析購買時須注意的態度。此外，新移民學童也會因為種族上的弱勢，誘發其渴望被認同期待，左右消費行為。總括來說，我認為「階級」與「種族」新移民學童消費行為的影響並不是單一的，而是互相影響，且不可分割的。

Rogoff（2003/2008）認為我們在經歷過眾多的文化實踐後，並不是要去界定何者是最佳的文化實踐方式，而是要以更開放的心胸面對不同的文化社群，避免如種族中心主

義之偏差觀念，修正個人的理解，讓文化發展歷程更多元。消費行為更是如此，在本研究中，新移民學童與非新移民學童的消費行為是複雜的，隨著受訪者的不同會出現不同的消費模式，我們得去深究表面行為的影響因素，方能釐清此一現象發生的根本原因，理解及經驗不同社群學童行為之運作模式。



第六章 研究討論

依據本研究流程（如圖 1-1 所示），我將本章分為四節，主要目的為將研究結果與理論進行對話，發現其間之衝突與一致性，在不同族群文化脈絡前提下，審思、批判理論。

第一節 族群與同儕

越南魚露，不好吃！

在現今資訊發達、工商業進步之社會中，國力強大國家，諸如美國等，已不再依賴昔日殖民帝國方式，使用武力侵略他人，而是運用意識型態的掌控達到影響國力較弱國家的目的（邱貴芬，1992；夏曉鵬，2002），而其中也包括了消費喜好的掌控。此外，薩伊德(Edward W. Said)曾指出，當不同的文化發生對立與衝突時，殖民者常以強勢文化為中心，強迫弱勢族群放棄原生文化，接受其主流論述，因此，這些被殖民者在各種壟斷控制下，被迫成為邊緣地位的群體，而殖民者理所當然以優勢之主流人種自居（邱貴芬，1992）。因消費全球化而興起之文化經濟殖民潮也影響新移民學童的消費行為。新移民學童雖然擁有更多接觸不同文化習慣的機會，但他們的喜好似乎也受主流價值觀的影響。舉例來說，魚露是越南料理中常見的調味品，但新移民的學童卻鮮少表示喜歡魚露的味道。如新移民學童小為提到：

我有吃過越南食物，很多次，我們都去田中火車站前面的越南小吃店吃，我很喜歡吃越南麵，媽媽有時候會點飯給我吃。因為我吃過很多，所以我都自己判斷那是不是越南食物，媽媽有時候也會跟我說那是越南食物，我們家附近沒有開這種店，二水也有越南小吃店，我也有吃過，媽媽帶我們去的，媽媽也會做給我們吃。我有吃過魚露，媽媽有跟我說過，我不怎麼喜歡吃，因為味道不好聞。媽媽沒有跟我說過為什麼要帶我去吃越南食物，她每次都是家裡阿公阿嬤不在時才會帶我們去吃，如果阿公阿嬤在家時，媽媽都會在家煮飯，她不會煮越南食物給阿公阿嬤吃，阿公阿嬤也沒吃過越南食物，他們沒有

提到關於越南食物的事。

更進一步來說，新移民女性在家庭中地位也與她們來自的母國與台灣的关系一致。新移民母親相較於台灣母親，常被視為次等之被殖民者，再加上長久以來台灣父權體制之影響，在家中無法得到做一位母親該有之權力，甚至無法參與子女教養，而這之中也包括消費行為的教導。就如一位資深的教師文芳提到：

新移民在家中很少煮飯，都是婆婆在煮，所以她們的生活習慣很難帶進台灣，夫家這邊的人不喜歡吃越南的食物，而且外配會把錢拿回越南，夫家這邊的人對這個很排斥。我覺得外配都太年輕了，她們能影響婆婆的有限，像小為的媽媽才三十歲，根本管不動小為，我不知道夫家這邊有沒有限制外配可不可以管小孩，但是我知道新移民學童就是把爺爺奶奶當成是爸爸媽媽，他們覺得媽媽沒那麼重要。這些外配在家裡的地位普遍都不高。

由上敘述可知，我認為當新移民母親在家庭中沒有正當之地位，甚至被視為僕人，其家庭地位與其他家族成員是不一致的，所以或許也沒有權力教導小孩，連帶的父母對學童消費行為的影響力是不平均的，那要如何讓子女接納並正視母親原生及其衍生的消費社會？台灣社會中主流族群殖民刻板觀念，造成新移民族群的弱勢，家庭中主要照顧者教養權力失衡，間接影響新移民學童的消費行為。

我怕被同學笑！

由研究分析中，我發現新移民學童多數是渴望同儕關係的，同儕對其消費行為影響遠大於另一族群，而探究其原因，新移民生活在不同社群的環境中，原屬不同文化，以致於其子女渴望被認同，為了參與學校同儕團體，使得此一族群學童消費行為受到同儕明顯的影響，而出現從眾行為。

社會心理學家除了注意從眾行爲之外，也分析在不同社群及不同個體中，影響從眾行爲之因素並非是一致的。David O.Sears & Jonathan L.Freedman & L.Anne Peplau (1970/1986) 認爲影響從眾行爲的因素，可分爲「缺乏訊息」與「害怕社會責難」兩大類。新移民學童可能受家庭階級影響，因主要照顧者教育程度不高，無法教導子女豐富的消費行爲知識，導致學童產生從眾行爲，使孩子缺乏購物的充足訊息。

Bibb Latané (1981) 在社會衝突理論中提到個人因爲所參與社群團體對自己之重要性，包括該團體對自己「時空上的接近程度」，從而決定是否順從該團體之社會規範。當個人參與此文化社群，且重要性增強時，即會發生從眾行爲 (Aronson, Wilson, & Akert, 1994/1995)。以本研究就來說，新移民學童從事消費行爲時，不希望被認爲特異，而希望與大多數人相同，如：新民學童小童提到：

如果全班都用有牌子的東西，我就考慮會買了，我怕被他們笑，所以最好和大家一樣。很多同學都有的東西，我有時候還是會偷偷買，但是不能被發現會被媽媽罵。

新移民學童生活在台灣環境中，且此一社群團體對他們而言是重要的，因此就社會衝突理論推測，他們就愈可能順從台灣社群中的規範，此與 David O.Sears 等人提及「害怕社會責難」層面是相同的。

新移民經歷了不同文化社群的環境，受到家庭主要照顧者間權力失衡的影響，新移民母親並無法以原生國經驗教養其學童，再者，在台灣主流社會普遍存在偏差觀點，諸如：種族中心主義等，以致於該族群學童所擁有之經驗，並不能爲其他人所認同，甚至該新移民被學校刻意放大檢視，強調身分之差異。爲了能參與學校社群，得到同儕間認同，因此其消費行爲發展出「害怕同儕責難」之從眾現象。我在非新移民學童身上較看不出同儕對其消費行爲的影響，或者同儕對此一族群影響可以說是較理性而沒有「非跟不可」的壓力。

第二節 舉足輕重的階級

在本研究中，學童消費行為並非只是單純受到新移民母親因經歷不同族群文化之影響，事實上，我們仍須考慮家庭階級影響力道。蔡榮貴、黃月純（2004）陳述新移民家庭社經地位較低，父母大多必須花費較多的時間與精神，為生活打拼，自然而然就沒有辦法去關心子女的學習狀況，從而產生了許多教育問題。若由此檢視受訪者資料，我發現在新移民家庭中學童父親多屬於中下階層人士，常見從事勞力工作，加上新移民學童母親從不同文化社群來到台灣，在母國就屬經濟弱勢，教育程度不高，較無謀生能力，亦或本身因不諳語言，使原有的技能不能發揮。本研究參與的新移民學童中，僅有一位受訪者出生於中產階級家庭，其餘學童皆受限於主要照顧者教育程度、家庭收入等影響，因此我將此族群的受訪者定義為出生於中下階級家庭之子女。

美國研究階級對教育影響的學者 Lareau（2003）研究發現家庭階級對學童造成的影響是巨大的，以下是 Lareau 的研究發現。表 6-1：

中產階級	勞工階級與貧窮家庭
由成人安排各式休閒活動、多參與付費課外活動	享有較多之自由活動時間，且參與課程多為免費
以說理之方式引導孩子	父母直接命令子女服從教導，常伴隨體罰及威脅語氣
母親會監控子女之行爲，並介入學校教育	對學校教育人員相當尊重，少介入學校教育，但教養策略常與學校衝突
子女形成權力意識	子女尊重專家權威

資料來源：Annette Lareau（2003/2009）

偷偷去買？

在不同文化脈絡下，家庭階級會影響新移民學童消費行為嗎？由 Lareau 理論對照本研究資料，新移民學童家庭主要照顧者教養子女方式較另一族群權威，常見命令式語

氣，且伴隨懲罰。如曉靜老師和群文老師曾提到：

我班上的新移民學童的爸爸媽媽幾乎都沒在管，他們大都很忙，有的是種田，或者包檳榔等，對小朋友很放任，大部分都是安親班老師在管，他們也很依賴安親班老師，不過萬一小朋友很不乖，他們也不會和學童溝通，直接就是棍子伺候。

相反的，我發現多數非新移民學童家庭主要照顧者在學童年紀小時會監控子女之行爲，如曉靜老師提到：

新移民學童家長對學校很少有意見，幾乎沒有聲音，他們很少來學校。而非新移民學童家長對學校的意見就比較多。

此種介入策略並非全由主要照顧者控制子女消費行爲，而是如 Lareau 所言，主要照顧者以說理、非威脅方式來引導學童消費行爲，在非新移民族群中，學童也展現出較佳的消費技巧。因此，我認爲新移民學童多出生於勞工階級或貧窮家庭，非新移民學童相較之下多來自於中產階級家庭，而此家庭階級的差異使得學童消費行爲受到重大的影響。

由 Lareau 對階級之闡述及本研究分析中，我認爲應是新移民學童主要照顧者受限於階級因素需投入更多時間賺取勞動所得，自然無法有較多的時間陪伴子女，再加上新移民女性對管教的華語或許較不熟悉，而夫家用不鼓勵她使用母語來教養良好，因此她們常使用較權威之教養方式控制子女消費行爲，較少培養其消費技巧，從訪談中可知，此一方式對低年級學童或許可行，但受訪者若屬於高年級，則學童會發展出明顯之陽奉陰違消費行爲。

本研究分析結果說明新移民學童及非新移民學童受制於家庭階級，多會發展出陽奉陰違之消費行爲。但是，深究家庭階級成因，我發現新移民學童是受到其母親來自不同

文化社群因素之影響，在種族中心主義及父權主義思維操作下，使其成為中下階級一員，「表面化」的教養觀念的差異使學童發展出陽奉陰違之消費行爲；而多屬中上階級之非新移民學童，則是因爲階級影響，產生了中產階級的正當性，在學童個人消費意識引導下，因自己想要就會偷買，進而發展出陽奉陰違之消費行爲。這是此二族群學童就家庭階級成因的差異。

廣告出現的東西比較好？

從資料分析中，我發現新移民學童會購買電視廣告中的物品，而非新移民學童之消費行爲較不會受到電視廣告的影響，若由 Lareau 理論審視上述消費行爲，我發現新移民學童多屬於勞動家庭，因此享有相當程度之自由活動，除了安親班之外，他們較少參與課程外之活動，加上其主要照顧者忙於工作，相對陪伴時間減少，因此，此族群學童有較長時間觀看電視節目，如新移民學童小如提到：

我忘了媽媽有沒有教我（怎麼買東西），她現在都沒有空理我，她現在工作比較忙，她現在根本就沒有時間教我們（怎麼買東西）。我和妹妹都看三立台灣台和卡通台，我平常看電視最晚看到十點半，因為我回家就不用寫功課了，功課在安親班就寫完了，早點寫完，晚上就可以看電視了。我最喜歡啦啦熊，因為它好可愛喔，我現在還會再買啦啦熊，不過這次沒有訂。只要是可愛的東西我和妹妹都很喜歡啦！妹妹最喜歡 Hello Kitty，不是啦啦熊。

由上述資料可見新移民學童收看電視時間很長，不難理解爲何新移民學童消費行爲會受電視廣告之影響，因此新移民學童會認爲廣告出現的東西比較好，追根究底這又是階級影響下所產生之差異，而此與夏曉鵬（2000）、張芳全（2004）觀點一致，即新移民女性經由跨國婚姻來到台灣，由於族群上的弱勢，加上父權主義思維壓迫，致使當新移民女性成立家庭之後，前述種族之不平等關係也會經由階級因素，使子女處在弱勢的地位，

造成家庭結構影響其消費等行爲。由此，我認爲「階級」、「性別」與「族群」對新移民學童的交互影響是複雜的，且無法切割。

貴的東西比較好？

在本研究中，我發現多數新移民學童的消費行爲會受到「產品價格」的影響。他們相信貴代表品質好，傾向購買高單價物品，而非新移民學童並無此一傾向。而零用錢發放的時機與原因，又是另一個值得探討之處，新移民家庭中主要照顧者對零用錢發放較不節制，如文芳老師也提到：

外配家庭主要照顧者如果沒有管教子女，放任他們，那這時候學童零用錢使用就會不加節制，也會因此較有機會購買比較昂貴的東西。

在沒有多餘時間照顧學童情況下，新移民家庭中主要照顧者多以零用錢鼓勵其正面行爲。而新移民家庭主要照顧者受限於無暇陪伴子女，其發放零用錢原則多是依據「學業成績」，如新移民學童受訪者小家表示：

我要考試考得好才有零用錢，阿公阿嬤看到我考 100 分，就會給我 100 元，爸爸也是看我考得好就會給我錢了。爸爸媽媽常常會跟我講要節省一點，不要亂花，因為種田賺得比較少。不過如果全班都用有牌子的東西，我就考慮會買了，我會買比較高價錢的東西，因為這樣用得比較久。

其子女消費習慣偏好有品牌的、有用的、廣告促銷的產品，此與胡蘭沁（2002）觀點吻合。在此種環境下，因爲階級影響，使學童欠缺父母貼身示範教導消費行爲的文化資本，發展獨立消費的判斷行爲，再加上其母親來自不同文化社群，學童認同因素，使其容易受到「流行」、「好奇心」所驅使，造成此族群學童從眾購買高單價產品誘因（呂勝瑛、

楊沛穎，2009)。這又是在種族及階級交互影響下，所形成消費行為之轉變。上述新移民學童母親消費教養觀念也如 Lareau 理論所言，與學校教導之價值觀有所差異。如新移民學童受訪者小家表示：

我跟媽媽的感情最好，因為我跟媽媽常常在一起，爸爸比較不會跟我講話，我覺得沒甚麼好講得。我會買比較高價錢的東西，因為這樣用得比較久，這是我自己覺得的，不是媽媽說的，她都隨便我買。我會盡量將要買的東西湊成兩件來打折。另外一支冰棒看誰要吃就給他。我只要一支就夠了，另外一支不一定是我要用。我是想省錢啦！不過如果沒人吃的話，我會自己吃掉。我自己覺得能省就多省一點啊！我覺得這個活動應該有省到錢吧，因為如果要買兩支的話就比較省錢啊！

或許這樣家庭和學校間消費信念的差異，也使新移民學童處於困惑和不安之中，更需在同儕中尋求肯定與認同。

一切以媽媽為主？

在「Unequal Childhoods: Class, Race, and Family Life」一書中，Annette Lareau(2003)曾提到不同階級學童具有不同之協商能力，因主要照顧者影響，中產階級之學童多形成自我權利意識，即所謂中產階級正當性；而勞工家庭兒童從小生長於聽從父母命令的環境中，因此自然而然習慣尊重專家的權威，難以發展出自我權利意識（引自楊巧玲，2009）。新移民學童主要照顧者常使用命令及威脅方式控制子女消費行為，學童雖隨年紀增長會有陽奉陰違的行為，但基本上不敢太過違背主要照顧者要求。而非新移民學童同樣受到主要照顧者在日常實踐之影響，多發展出自我消費意識。如非新移民學童受訪者小于表示：

阿嬤叫我不買一個東西，我還是會買，有時候真的需要我還是拿錢偷偷去買。媽媽叫我不買的東西，有時候我還是會去買。因為我真的需要，像冰淇淋，我真的想要吃，可

是阿嬤不買給我。我需要的東西和他們認為我需要的東西是不一樣的。

此外，根據我發現大部分學童皆會陳述母親對其消費行為影響力，如新移民學童小如提到：

我跟媽媽的感情最好，因為我跟媽媽常常在一起，爸爸比較不會跟我講話，我覺得沒甚麼好講得。我花錢時都是找媽媽。爸爸不管這些事，媽媽說可以買，那就能買了。

但在訪談過程中，我也觀察到在家中不只母親會影響學童消費行為，如非新移民學童小如提到：

我不是全部都能決定要買甚麼東西。爸爸不會管我買東西，都媽媽再管，阿嬤也會管我買東西，她都說全部不能買，全部不能買，然後媽媽就會說（小聲）趕快去買，趕快去買。阿嬤說因為那些東西都太貴了，不能去買，她說她會找給我，家裡有。

而此一現象也會出現在部分新移民學童身上，如新移民學童小如提到：

以前爺爺奶奶跟媽媽說越南食物他們吃不習慣，太鹹了。我家裡只有我和媽媽和妹妹而已，爺爺奶奶也不會說越南小吃很好吃，因為他們吃不習慣。我記得從我們搬到新家後，她就常常買給我們吃了。在我兩、三歲前，我們是住在爺爺奶奶家，三歲時才搬到新家，因為爺爺奶奶吃不習慣媽媽煮的越南食物，太鹹了，所以我們在爺爺奶奶家時不常吃越南食物，後來就奶奶自己煮。

即此一親權的行使是不單純的，因此間接影響到學童消費行為，尤其以新移民學童而言，其中更包含因不同文化社群參與者所衍生之歧視問題。

請客不是亂花錢！

在本研究中，我發現在新移民學童多來自於中下階級家庭，爲了維持家中經濟，此階層父母花費較多的時間與精神，大多從事勞力工作，相形之下，陪伴孩子的時間少了，也就沒有辦法去關心子女的學習狀況（蔡榮貴、黃月純，2004），再加上新移民學童母親在原生國多屬教育程度較爲低下，即在此族群學童家庭中，因爲階級因素影響，主要照顧者本身並不具備豐富的文化資本，更無法累積至新移民學童身上，因此產生了許多與目前台灣社會主流價值觀不符之消費行爲問題，如：曉靜老師表示：

我教過的新移民學童大部分都比較不喜歡看書，如果在學校沒有逼他們，他們也不會自己拿書起來看，我覺得是家長沒有要求吧，爸爸媽媽沒甚麼在管，也不會要求他們要看書；

上述觀點與翟本瑞（2002）研究相吻合，即學童主要照顧者的教養態度代表著其子女所能接受的文化資源及能累積之文化資本（翟本瑞，2002），若將之用來解釋新移民學童消費行爲，我也能發現家庭主要照顧者文化資本對學童消費行爲的影響力，新移民家庭社會資本及文化資本會影響其子女生活適應及學習狀況（陳妍樺，2008；黃秀琳，2010）。

錢要省點花！

除了家庭文化資本的影響之外，在本研究中，新移民學童小月（中產階級）提到：

爸爸媽媽花剩的錢就會投進去，那就是我的零用錢，我的零用錢很夠用。媽媽上次買了一台筆記型電腦給我，那是我買過最貴的東西。我沒有參加集點買東西換獎品的活動，我覺得那是浪費時間，直接買就好了。

而新移民學童小家（非中產階級）提到：爸爸媽媽常常會跟我講要節省一點，不要亂花，因為種田賺得比較少；新移民學童小如（非中產階級）提到：

媽媽說買這麼貴要幹嘛！錢要省著花省著花，她都買能用就好，能用就好。我買東西時會覺得媽媽的經濟不好，不要買一大堆東西，被她看到就完蛋了。我買過最貴的東西是耳機，那是用我的零用錢買的。

相同族群之主要照顧者因為家庭經濟狀況不同，而會產生不一樣的教養態度，影響其學童的消費行爲，也就是說，不同階級的新移民家庭，其家庭經濟資本也會是左右新移民學童消費行爲的因素之一。此觀點與周新富（2008）研究結果相似，家庭經濟資本會對學生學習成就產生明顯的影響。此觀點並不與前述新移民學童傾向購買高單價物品之研究發現觀點相衝突，生活在台灣的新移民家庭，受限於階級因素，經濟狀況不佳，主要照顧者缺少家庭經濟資本，無法累積至學童身上，自然會影響學童之消費行爲，但學童受到同儕的影響，會有從眾消費行爲，再者，主要照顧者欠缺文化資本，並沒有引導學童理解適切之消費行爲，因此其消費行爲常是盲目較無理性。新移民學童受訪者小可表示：

爸爸工作很忙，他很少陪我。很多同學都有的筆，我也會買來用。同學喜歡的東西，我就喜歡。

考試考得好才有零用錢！

新移民家庭因多屬中下階級，家庭情況並不富裕，學童主要照顧者多數時間忙於工作，鮮少陪伴在子女身旁，無法培養其充足消費技能，以致於對於零用錢的給予原則，此一族群學童主要照顧者只仰賴較為表面之學童學業表現情況。新移民學童受訪者小如

表示：

我忘了媽媽有沒有教我，她現在都沒有空理我，她現在工作比較忙，她現在根本就沒有時間教我們如何東西。媽媽說考試考的好才能有零用錢，如果考不好就只給一點點。

我認為受到階級影響，使得此一族群主要照顧者雖然處於經濟較為弱勢之境遇中，但對學童零用錢使用等消費行為卻是放任的，因此此一族群學童會尋求同儕間關係，試圖去尋找消費行為「規則」，即所謂從眾之消費行為，由此，我可發現階級的影響力。此外，新移民學童受訪者小如表示：

以前，我看到很多同學都有的東西，我也會買來用，不過現在不會。因為我被媽媽訓了一番話，她說我們家又不是很有錢，你買那麼多那塞得下。她最常跟我說：節儉一點，不要買太多；要買便宜的，可是也不要太爛。我媽媽的手機是智慧型手機，她每兩年都會換新的手機，我已經跟她（預定）現在這支手機了。她知道我很喜歡遙控飛機，上次她還答應我生日的時候要送遙控飛機給我。

新移民主要照顧者雖然缺乏經濟資本，但其對自己子女卻特別慷慨，我認為其受到經濟弱勢之壓制，新移民主要照顧者會利用金錢來建立子女自信心。反觀另一族群，因為非新移民學童已具備中產階級正當性意識，其主要照顧者並不需依靠零用錢給予來建立子女自信心。在階級觀點影響下，此二族群主要照顧者產生零用錢發放原則的差異。

中產階級真的比較好嗎？新移民學童真的比較差？

從本研究資料中分析，新移民學童雖因為家庭階級無法符膺社會環境中的主流消費觀念，但並不表示我們就可全盤否定其消費行為，相反的，根據我在教學場域觀察，中產階級學童雖能表現出較豐富之消費技巧及較獨立之消費觀，但在權利意識思考模式

下，常見較自私之消費行爲。而新移民學童認爲請客是與人分享的、令人愉悅的，鼓舞人的好方法，如：新移民學童小安提到：

我有請過比我還大的朋友，我請他喝飲料，我上英文課時認識他的，因為他以前有請過我吃東西，所以我要請他。

新移民學童小如也提到：

我會出錢幫妹妹買東西，是我送她的禮物，因為妹妹這次去醫院抽了一大罐血，我看了很心疼然後就買給她了。

受到「階級化的種族」先入爲主觀念的影響，台灣主流文化者大多會歧視新移民族群，一概否認其行爲，此一現象也存在於本研究中。我認爲新移民學童並沒有因爲「本質上」族群的差異，使得其消費行爲等較爲低劣，此一族群學童反而有值得我們學習的一面。足見，新移民族群學童並不像社會中既有之刻板印象，而此二族群消費行爲實有可互相借鏡之處。

回顧本研究，影響此二族群學童消費行爲除了階級與同儕外，尚存在其他因素，諸如：

一、年齡：Ward（1974）認爲兒童因爲認知發展等能力發展尙未成熟，「年齡」影響兒童資訊處理過程，不同的認知發展階段會產生不同的消費行爲。在本研究中，與非新移民學童相似，多數高年級新移民學童有陽奉陰違的消費行爲，他們覺得如果父母親不在身旁時，他們會買平常爸媽不准買的東西來吃，探究其原因，多數學童是因爲產品實用。而年紀越小之學童，主要照顧者影響較大，也較不會出現陽奉陰違的行爲。是故，我認爲學童年齡對消費行爲的影響並不會因族群產生差異。

二、地區：在本研究中，我發現居住地愈靠近熱鬧市集的學童，其消費社會化現象愈是明顯。不管是新移民學童或是非新移民學童，消費技巧與行為會隨著居住地區不同，而有差異，在此族群因素並沒有出現明顯的影響，此研究結果與洪慕妮（民 81）認為兒童消費社會化結果會受到城鄉差別影響觀點一致。我認為要讓新移民學童接納傳統原生國文化可能要由年紀小時做起，當學生進入國小時期，已有自己主觀觀念，又受到地區性外在因素的影響，主要照顧者頂多只能做到讓新移民學童接受表面原生國文化，「種族」議題會對新移民學童消費行為產生影響。

三、延遲滿足：本研究之二族群學童皆出現延遲滿足行為，當零用錢不夠時，他們會放棄即時滿足，等待儲蓄更多的金錢，購買價值較高的物品。因此，我認為族群因素並不會影響延遲滿足消費行為。

四、學校教師因素：經由研究分析後，我發現班級教師皆會影響此二族群學童的消費行為，學童會購買教師使用之產品。如新移民學童小為表示：

如果我考試考的好，安親班就會發獎品給我了，我也有拿過獎品，安親班的獎品很好，我也會想要那個獎品。如果我看到老師在用的東西好像很好用，那我應該會買來用；

非新移民學童小軒表示：

我覺得安親班老師送給我的筆很好用，如果我有錢，媽媽也說可以買，安親班老師送給我的筆又很好用，那我就會跟老師買一樣的筆來用。

此研究結果與林靈宏（2003）、王永銘（2004）及吳玉年（2012）之發現相似，及教師會左右學童消費行為。此外，族群的影響並不會使教師對學童消費行為的影響

力產生差別。

在本研究中，新移民學童小月的母親是與父親經由自由戀愛的方式組成家庭，並不是透過婚姻仲介之媒合，因此小月的母親在家中權力位階相對平等，小月也與其他位於中下階級的新移民學童不同，發展出了中產階級的正當性，表現在消費行為中，與多數中產階級非新移民學童無異。小月曾提到：

大部分我買東西的時候，爸爸媽媽都會陪在我旁邊，在我買東西之前，就會告訴我了（怎麼買東西）。我從二年級就會自己花錢買東西了到現在，有時候是他們帶我出去買，他們才會在我旁邊，有時候是我自己想要買東西，其他人的話比較不重要，不過有時候我還是會聽媽媽的話。我覺得媽媽買東西的想法，跟我有點不同，不過她不會逼我啦！我沒有集點在買東西。我就不需要，就不喜歡那個東西，那個東西很難集到，如果那個東西剛好是我需要的，我還是不會集，浪費時間，直接買就好了。

再者，本研究中，另一名非新移民學童小齡，因出身中下階級，因此其表面消費行為十分類似多數新移民學童，有從眾傾向。小齡曾提到：

普通朋友跟我講的時候，我不會買。好朋友跟我講的時候，我就會去買我覺得比較多人買的產品那應該是出來比較久了，應該比較好用。

經由上述學童消費行為對照，在階級相同情況下，不同族群學童仍可能出現相似之消費行為。因此，我認為階級站在最重要的位置，其影響力大於族群。因為新移民學童多處中下階級，自信心不足，害怕社會責備，因此有從眾行為，同儕對此一族群消費行為產生影響。此外，因為新移民母親來自不同文化社群，讓新移民在人生地不熟之台灣環境

中，缺乏「適當」消費教養觀念，在缺乏訊息之情境下，使得此一族群學童出現更明顯之從眾行爲。換句話說，在消費行爲中，新移民學童有強烈之從眾性，我認爲這是因爲家庭階級及新移民母親在不同文化社群生長情境下使然。

Robertson, Zielinski, & Ward (1984) 在「Consumer behavior」一書中曾提到黑人小孩黑人小孩因爲家庭價值觀的差異，而會展現出較差的消費資訊理解能力。族群「本質上」的差異會影響消費能力嗎？以本研究來說，新移民學童與非新移民學童皆曾表示如果買的東西很貴，會等到存夠錢再去買，此二族群皆出現延遲滿足消費行爲。因此我質疑Robertson 等人觀點的論述適用性，真正影響新移民學童消費行爲最明顯的因素應是階級及新移民母親來自不同文化社群因素，不同族群的消費資訊理解能力不見的比較差。此外，作者使用「家庭價值觀 (family values)」語詞來描述其對消費行爲影響，我認爲此一字眼太過於模糊，應加入階級對家庭價值觀的探討，才能顯露其豐富的內涵。

Bourdieu 認爲人們消費商品行爲區分了階級並生產社會差異 (Storey, 1999)。因爲階級差異造成消費行爲不同之現象，皆出現於此兩個族群中，而此一觀點同樣出現在楊巧玲對 Lareau 「Unequal Childhoods」這本書的評論中。我要在此陳述的是，就算是在相同族群中，因爲階級差異同樣會有不一樣之消費行爲，雖然楊巧玲 (2009) 認爲階級大於種族的影響，但若以質性研究方法精神尋找影響階級背後之因素，我發現新移民家庭中階級之所以會產生巨大的影響，乃是因爲台灣社群中父權主義及殖民思維影響不同種族參與者而形成的。換句話說，新移民因身處不同文化社群，在父權主義影響下，而使其家庭及學童受到階級影響之情境，並不見於非新移民學童，造成家庭階級影響消費行爲之因素是有差異的。因此，在新移民學童消費行爲中，我認爲階級影響力大於「種族本質上的差異」，此與楊巧玲 (2009) 觀點一致，但若將階級因素做更徹底描述，並區分出不同族群在階級議題上之差異，必須考量不同種族參與因素，它與階級之間是一個互相影響的狀態。

第三節 消費不等於「買東西」

對照 Robertson, Zielinski, & Ward (1984) 所提出之兒童消費行為社會化模式 (圖 2-2)，我發現影響兒童消費行為因素之社會學等面向，但其缺乏因素關連性之陳述，及各影響因素間如何作用及強度等。以本研究來說，同儕對新移民學童消費行為的影響絕對大於非新移民學童，這其中還牽涉到從眾等因素；而我認為大部份影響學童消費行為因素可歸因於階級及族群，由家庭階級影響主要照顧者對學童消費行為教養觀念及族群與家庭階級互相影響下產生的作用力，進而在學童身上產生不同的消費行為，階級及族群對此二族群學童消費行為產生極大影響，但其作用的方式及強度是不同的，兒童消費行為社會化模式似乎欠缺這方面的陳述。此外，因不同社群所產生文化脈絡的差異也是該模式中沒有探討之角度。

新移民學童消費行為存在著家庭、同儕及社群之影響；而非新移民學童消費行為也受到家庭主要照顧者之引導。我認為就此二族群而言，消費已不再只是單純「買東西」，而隱藏在消費行為下有更深之意涵，消費行為背後其實「夾雜」了種族元素。研究者不應秉棄不同族群之消費文化脈絡理解觀點，只聚焦於表面行為之差異，這會使研究失真或產生偏見，如同 Rogoff 所言，在文化社群研究中我們要避免對不同社群之文化行為下定論，如果價值判斷是不可避免的，那我們在判斷前應收集更多訊息 (Rogoff, 2003/2008)，重點是理解不同社群日常實踐的文化脈絡，方能呈現最完整之論述。

第四節 建議

劉安彥 (1984) 認為若要斷定從眾行為好壞，必須一起將該行為發生現場納入考量，即在不同的文化社群中，人們有不同的文化行為實踐。雖然新移民學童受到跨文化社群的影響，以致於發展出較為明顯從眾消費行為，但我並不是要在此貶低從眾消費行為，我只是要藉此研究突顯出在不同文化社群價值觀下，社群參與者對日常文化行為認定上

之差異，因此，我要再次強調，此二族群消費行為並無孰優孰劣，如同 Rogoff (2003/2008) 提到我們不能將不同文化社群個人之文化實踐一概視為野蠻的，相反的必須刻意避開個人對另一文化社群的偏見。因此，她提倡我們必須擺脫種族中心主義的桎梏，參與不同文化族群，瞭解其生活環境與行為背景，並尊重他們。新移民學童有跨文化族群背景，在台灣環境中，因吾人種族中心主義思維模式影響，常遭受歧視眼光，我們應培養多元文化眼光，接納肯認他們的文化差異，讓他們真正成為台灣文化不可或缺的一部分！由此一觀點，我在此節對本研究提出具體建議：

一、在教育上的建議

1、**加強學校親職教育功能**：在本研究中，新移民家庭主要照顧者教育程度皆不高，為了生活必須從事勞力工作，因此更無暇照顧兒童，其家庭權力差異，讓新移民母親沒有施展教養子女之空間，如同慧如老師觀察新移民母親與學童互動後表示：

小侑（新移民學童）的媽媽很忙，她或是她老公每次到安親班接小侑回家幾乎都是匆匆忙忙，感覺上他們沒有把心思放在子女的教育上。我以前碰過有一個新移民母親，她就寧願把小孩丟在家裡，也不準備晚餐，而寧願跑去燙頭髮。

此一情況下，要幫助新移民學童能有適切之消費行為，而不淪於同儕壓力的影響，必須從主要照顧者開始，賦予新移民母親教養子女權力，並培養新移民母親欠缺之消費習慣及技能，教導其符合台灣社群環境之消費文化實踐模式，減低階級影響，培養新移民學童消費自主意識。新移民母親因語言及夫家態度等因素，較欠缺溝通技巧，自然無法在台灣社群中形成健全的人際關係網絡，從而交換子女教養觀念。因此學校親職教育在此扮演舉足輕重的角色，或許藉由賦予家庭中的主要照顧者在台灣社群中「合適」的消費教養觀，可以影響並培養學童消費行為。但家中誰應該參加親職教育？只有新移民母親必須參與親職教育？其實不然，以後殖民女性主義

觀點而言，在台灣之新移民長期受到夫家父權思維壓迫，且新移民屬於被殖民者，因此家中地位低落，對子女的教養權利常被夫家左右，而在消費行為教養也是如此。如同文芳老師所言：

在新移民家庭中，因為爸媽的功能有限，所以爺爺奶奶就會代替他們的功能，新移民學童常常把爺爺奶奶當成是自己的爸爸媽媽，這是新移民學童與台灣非新移民學童最明顯的差異。

我認為真正的問題不僅止於新移民，而是夫家對新移民女性教養子女消費技巧的態度，因此家中主要照顧者有必要一起參加親職教育。再者，唐順得（2011）指出新移民女性來到台灣後，儘管面對著語言的隔閡與文化的差異，但對於接受親職教育，尤其是以教養子女等為主軸之親職教育，皆表現出熱切需求性，政府相關單位如能運用親職教育，提升新移民母親教養子女技能，必能促進新移民家庭氣氛和諧。因此，我認為藉由親職教育無形中可以改變新移民在家庭中地位，使得新移民子女能以較正面的態度面對自己的原生文化，增加原生文化的能見度。

- 2、**鼓勵學童對不同文化社群的理解**：在殖民思維影響下，我們常將新移民族群視為被殖民者，因此吾人思考模式常帶有歧視觀點，認為此一族群學童消費行為是低劣的；亦或是，以「同化」觀點來看待新移民學童消費行為，而非涵化或是濡化（顧瑜君，2008）。即忽略不同文化之多樣性，強迫其同化主流文化之框架。本研究發現，新移民學童受到跨社群環境的影響，產生明顯從眾行為，但並不能因此將「從眾」視為是次等消費行為。教師在學校教學中，應以 Bourdieu 文化再製、Bernstein 符碼理論為梯，減低種族影響，避免在師生互動中對學童有所區隔，或是無意中將教師自我價值判斷傳達給學生，如同 Rogoff（2003/2008）所言，教師應鼓勵學生能經驗與自己不同文化社群的理解，而非對其驟下定論。

- 3、**抗拒規範性的社會影響**：Aronson, Wilson, & Akert (1994/1995) 認為個體若處在遭到別人取笑及排斥等的環境中，極有可能因此被迫接受當下之社會規範，而產生從眾的行為，即便是該行為是錯誤的。但若此時，個體有一個想法相近之同儕朋友，就可以幫助個體抗拒社會規範所產生的壓力。對照新移民學童之消費行為，該族群學童因為害怕被同學譏笑，大多不能接受越南原生文化社群消費行為。此時若主照顧者能鼓勵新移民學童間的互動，我認為應能培養該族群學童的自信，正面看待母親原生消費文化，抗拒台灣社群中偏差之社會規範。

二、對未來研究之提問及建議

- 1、雖然經資料分析後發現，此族群男性及女性受訪者皆重視建立同儕關係，性別上之差異並不會影響其「建立同儕關係」消費行為。但因本研究之研究範圍只侷限在彰化縣二水鄉，而研究設計採質性研究方法，只收集十餘位受訪者資料，個案數量較少。其他地區新移民學童是否也與上述本研究發現一致，「建立同儕關係」影響力會大於性別上的差異？我無法在此給予肯定的答案，關於此點，尚須後續研究加以論述。
- 2、在本研究中，新移民學童多來自於大家庭，主要照顧者並非只是父母而已。從訪談紀錄中，我發現只要是在大家庭環境下生長之新移民學童，會因為零用錢充裕，傾向選擇購買高單價產品，而非接受新移民母親節儉教養觀念。即此家庭中主要照顧者教養觀念是互相衝突的，那學童在面對不同金錢教養態度時如何抉擇？原因為何？其中是否具有後殖民女性主義可解釋之觀點？
- 3、因為受到現代社會生活環境的轉變，諸如：講求效率、可預測性、科技管理、量化精神等，社會學家 George Ritzel 將這些指標稱之為社會的麥當勞化 (McDonaldization)，個體在社會環境中已經習慣於追求此速食文化，導致「社會的麥當勞化」影響家庭生活，讓其更加理性化，因此，Lareau 認為雖然中產階級父

母在二三十年前是在中下階級教養觀念中成長，但受到社會環境變遷影響，他們並不用中下階級教養觀念教養子女（Lareau, 2003）。在此，我可以觀察到不同世代中教養觀念的轉變，但針對消費行為也會有以歷史性變遷？本研究在時間消費行為影響之議題上只聚焦學童，探討其消費行為隨時間改變之歷程，並未如 Lareau 針對主要照顧者及其子女探討教養觀念的轉變，因此，無從得知消費行為是否會透過不同世代的「詮釋」而改變。

4、在本研究中，我發現新移民多數會有較強烈的購買慾望，如曉靜老師提到：

小安的媽媽幾乎不管小安的功課，他上安親班的錢還是姑姑出的，小安的爺爺還跟我抱怨他的媽媽不曾拿錢貼補家用，小安的媽媽都把錢拿去買東西，她根本是一個享樂主義者。

為何新移民會有此種消費行為？她們為何會表現出較強烈的購買慾望？這當中有任何社會學意涵嗎？而新移民學童會因此受到影響嗎？為何新移民本身有此消費行為，卻又要求其子女不能購買昂貴的產品？

5、曉靜老師提到：

每次學校舉行親職講座的時候，我們班小安（新移民學童）就會在學校到處亂晃，他媽媽每次（親職講座）都會來，但還不是一樣，根本不管小孩，他認為小孩快樂長大就好，不用管那麼多。上次，安親班老師還要拜託小安的媽媽，不要常常帶小安去夜市，小安功課缺交的很嚴重。

曉靜老師說法與唐順得（2011）指出「新移民有參與親職教育需求，希望藉此教養子女，改變家庭地位」觀點是有差異的，為何會有此現象產生？影響參與親職教育

因素為何？在不同的文化脈絡下，這些因素會與族群議題相連結嗎？

- 6、如前所述，在本研究中，受訪者學童常討論到母親對其消費行為的影響，如新移民學童小雅提到：

我花錢時都是找媽媽，爸爸不管這些事，媽媽說可以買，那就能買；

新移民學童小佑提到：

我不知道爸爸再做哪一種工作，媽媽的工作是摘芭樂，媽媽會跟我說她賺錢很辛苦，不要一直花錢，爸爸沒有跟我說這些事。

那爸爸呢？為什麼他的聲音不見了？為何新移民學童在反思家庭主要照顧者對其消費行為影響的陳述過程中，相對較少提到爸爸的影響力？消費行為牽涉家中經濟運作，新移民母親在台灣家庭中是較沒有權力的，自然應該也不會掌握家中的經濟大權，而父親既非種族的弱勢，又是家庭經濟來源，但為何對學童消費行為發揮影響力的反倒是身居弱勢的新移民母親？是因為父親並不參予學童消費行為的學習？或是有其他因素？

上述觀點是本研究中未探討之議題，須待未來研究者即續探討，方能證實。做完此研究，我認為影響新移民學童消費行為因素並不是單一的，而是加入其他複雜之社會因素，才會形成今日新移民消費行為議題，而此影響一族群學童與非新移民學童消費行為因素之差異，也絕不僅止於表面範疇之有無，若要釐清此一議題，則影響因素之關聯性社會因素如階級、族群等，與影響消費行為因素的交織性，都是我們必須釐清的重點。

參考文獻

一、中文部份

- 王永銘 (2004)。國小學童金錢態度、消費行為與電視廣告態度之相關研究 (未出版之碩士論文)。國立屏東師範學院國民教育研究所，屏東。
- 內政部戶政司 (2013)。國籍之歸化取得人數【原始數據】。取自 <http://sowf.moi.gov.tw/stat/year/y02-06.xls>。
- 王虹娟 (2010)。台北縣國民小學高年級新移民與本國籍學生金錢態度與消費行為之研究 (未出版之碩士論文)。國立臺北教育大學教育政策與管理研究所，台北市。
- 王萍霜 (2000)。國民小學教科書消費者教育內涵分析之研究 (未出版之碩士論文)。國立嘉義大學國民教育研究所，嘉義市。
- 李仁芳 (1981)。兒童資訊處理與消費行為發展之研究 (未出版之碩士論文)。國立政治大學企業管理研究所，台北。
- 李淑靜 (2003)。國小六年級學童零食飲料消費狀況以及父母和學校態度相關性之探討—以台南縣市為例 (未出版之碩士論文)。國立台南師範學院社會科教學碩士班，台南。
- 余泰昇 (1995)。兒童在家庭購買決策的相對影響力之研究—以臺中市為例 (未出版之碩士論文)。東海大學企業管理研究所，台中縣。
- 呂勝瑛、楊沛穎 (2009)。國小學童同儕關係對消費行為的影響之研究。稻江學報，4(1)，141-164。
- 吳玉年 (2012)。金錢觀與金融知識對學童消費態度與用錢行為的影響—知覺教師消費行為的干擾效果 (未出版之碩士論文)。樹德科技大學金融與風險管理系碩士班，高雄市。
- 邱天助 (1998)。布爾迪厄文化再製理論。台北：桂冠。
- 邱天助 (2002)。布爾迪厄文化再製理論。台北：桂冠。

- 邱貴芬（1992）。發現台灣—建構台灣後殖民論述。載於張京媛（主編），**後殖民理論與文化認同**（169-191頁）。台北：麥田出版社。
- 邱貴芬（2001）。後殖民女性主義---性別、階級、族群與國家。載於顧燕翎（主編），**女性主義與流派**（339-372頁）。台北：女書。
- 林本炫、王宏仁、莊豐吉合著（2005）。工欲善其事，必先利其器：訪談錄音與謄稿工具的建置。載於林本炫、周平（主編），**質性研究方法與議題創新**（1-20頁）。嘉義：南華大學教社所。
- 周秀潔（2004）。**外籍配偶子女的學校適應—教師的覺知與應對**（未出版之碩士論文）。台灣師範大學教育學系，台北。
- 周新富（2006）。Coleman 社會資本理論在台灣地區的驗證——家庭、社會資本與學業成就之關係。**當代教育研究**，14（4），1-28。
- 周新富（2008）。社會階級對子女學業成就的影響：以家庭資源為分析架構。**臺灣教育社會學研究**，8（1），1-43。
- 林靈宏（2003）。消費者行為學。台北：五南圖書出版股份有限公司。
- 拉雅德．吉普林（2006）。跟鱷魚拔河的小象。臺北市：東西出版有限公司。
- 洪慕妮（1992）。**家長對兒童消費社會化之影響—以零售消費知識、技巧與態度為指標**（未出版之碩士論文）。國立中央大學企業管理研究所，桃園縣。
- 胡蘭沁（2002）。由零用錢之運用探討中小學生消費行為之社會化。**台南師院學報**，35，227-266。
- 孫中欣（1999）。學業失敗的社會學研究。台北：揚智文化。
- 徐志忠（2010）。**五至六歲幼兒延遲滿足能力與情緒能力之相關研究**（未出版之碩士論文）。國立台東大學幼兒教育學系，臺東。
- 郝春東、劉曉燕（2006）。延遲滿足的研究方法、理論及現狀。**心理發展與教育**，3，120-128。
- 徐淑敏（2002）。兒童零用金消費行為與觀念之研究：以台北市國小學生問卷調查為例。

台北市市立師範學院學報，33，235-250。

夏曉鶯（2000）。資本國際化下的國際婚姻—以臺灣的「外籍新娘」現象為例。**臺灣社會研究季刊**，39，45~92。

夏曉鶯（2002）。流離尋岸—資本國際化下的「外籍新娘」現象。台灣社會研究叢刊09。臺北：唐山。

唐順得（2011）。新移民婦女親職教育需求及其影響參與因素之探討。**家庭教育雙月刊**，34，47-55。

陳玉娟（2005）。臺灣地區外籍配偶子女教育政策及其執行之研究—以國民教育為例（未出版之博士論文）國立台灣師範大學教育學系，台北市。

陳向明（2002）。社會科學質的研究。台北：五南圖書。

陳妍樺（2008）。臺北市新移民子女的社會資本與生活適應關係之調查研究（未出版之碩士論文）。國立臺北教育大學，台北市。

陳嫻玲（2007）。國人選購國產水果因素的探討（未出版之碩士論文）。國立中山大學高階經營碩士班，高雄。

教育部統計處（2005）。外籍配偶就讀國小子女學習及生活意向調查【原始數據】。取自 <https://stats.moe.gov.tw/files/ebook/others/%E5%A4%96%E7%B1%8D%E9%85%8D%E5%81%B6%E5%B0%B1%E8%AE%80%E5%9C%8B%E5%B0%8F%E5%AD%90%E5%A5%B3%E5%AD%B8%E7%BF%92%E5%8F%8A%E7%94%9F%E6%B4%BB%E6%84%8F%E5%90%91%E8%AA%BF%E6%9F%A5%E5%A0%B1%E5%91%8A.pdf>

教育部統計處（2014）。新移民子女就讀國中小人數分布概況統計【原始數據】。取自 https://stats.moe.gov.tw/files/analysis/son_of_foreign_102.pdf

張芳全（2004年11月7日）。誰來關心外籍配偶與新台灣之子。**中央日報**，9版。

張芳全（2010）。新移民的教育問題。**師友月刊**，522，9-13。

- 張芳全、王平坤（2012）。新移民子女與非新移民子女的文化資本、閱讀動機與閱讀行為之研究。**臺中教育大學學報**，26（1），86-89。
- 郭奕伶（民92年3月）。「一個台灣、兩個世界」。**商業週刊**，800，80-87。
- 畢恆達（2010）。教授為什麼沒有告訴我。台北市：學富文化事業有限公司。
- 莫藜藜、賴珮玲(2004)。臺灣社會「少子化」與外籍配偶子女的問題初探。**社區發展季刊**，105，55-65。
- 傅立葉（2010）。從性別觀點看台灣的國家福利體制。**台灣社會研究季刊**，80，207-236。
- 黃秀琳（2010）。文化資本與社會資本對新移民子女學業成就影響之研究—以苗栗縣竹南鎮國民小學為例（未出版之碩士論文）。私立玄奘大學，新竹市。
- 鄒川雄（2000）。中國社會學實踐：陽奉陰違的中國人。台北：洪葉文化。
- 鄒川雄（2005）。問題意識的建構及其在研究過程中的意義—一個詮釋學的觀點。載於林本炫、周平（主編），**質性研究方法與議題創新**（21-57頁）。嘉義：南華大學教社所。
- 楊文壽（2000）。行動電話手機消費者之涉入程度及購買決策相關因素之關聯性研究（未出版之碩士論文）。國立交通大學經營管理研究所，新竹。
- 楊巧玲（2009）。社會階級事關重大：評介 A. Lareau 《不平等的童年：階級、種族與家庭生活》。**當代教育研究**，17（3），149-157。
- 楊茜評（2009）。Bourdieu 的文化再製意涵與其在學校教育上的啓示。**北縣教育**，66，44-148。
- 楊媛媛（2007），**國小教師眼中的外籍配偶子女及其學習**（未出版之碩士論文）。南華大學教育社會學研究所，嘉義縣。
- 齊力（2005）。質性研究方法概論。載於齊力、林本炫（主編），**質性研究方法與資料分析**（1-18頁）。嘉義：南華大學教社所。
- 彰化縣主計處（2012）。101年彰化縣統計年報【原始數據】。取自：

http://www.chcg.gov.tw/accounting/07static/static01_con.asp?bull_id=151403

漆梅君 (2001)。透視消費者：消費者行為理論與應用。台北市：學富文化事業有限公司。

翟本瑞 (2002)。家庭文化資本對學校教育影響之研究--以農業縣山區小學為例。**教育與社會研究**，4，181-195。

劉安彥 (1984)。社會心理學。臺北：三民書局。

劉秀燕 (2003)。跨文化衝擊下外籍新娘家庭環境及其子女行為表現之研究 (未出版之碩士論文)。國立中正大學犯罪防治研究所，嘉義縣。

蔡榮貴、黃月純 (2004)。外籍配偶子女教育問題與因應策略。**台灣教育**，626，32-37。

盧秀芳 (2004)，在台外籍新娘子女家庭環境與學校生活適應之研究 (未出版之碩士論文)。國立政治大學學校行政研究所，台北縣。

穆繼誠 (民70)。台北地區中學生購買行為之研究 (未出版之碩士論文)。政治大學原子科學研究所，台北。

顏佩如、謝寶梅、楊銀興 (2008年10月)。國小教師新移民教學知能之研究-以中台灣為例。「2008年新住民教育學術研討會」發表之論文，台中市國立臺中教育大學教育系暨課程與教學研究所。

顧瑜君 (2008)。台灣新移民之新教育觀—以在地教師課程觀點出發，**臺灣教育社會學研究**，8 (1)，89-128。

二、英文部分

Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (pp.241-258).New York: Greenwood.

David O. Sears, Jonathan L. Freedman & L. Anne Peplau (1986)。社會心理學 (黃安邦譯)。台北：五南圖書出版有限公司。(原著 1970 年出版)。

Demby, Emanuel. (1973) .Psychographics and Form Where It Comes. In William D. Wells

- Edition, *Lifestyle And Psychographics* (pp.22) . Chicago:AMA.
- E. Aronson, T.D. Wilson, & R.M. Akert (1995)。社會心理學 (李茂興、余伯泉譯)。台北：揚智。(原著 1994 年出版)
- Engel, J. F., Kollat, D. T., & Blackwell, R. D.(1978). *Consumer Behavior*, New York: Dryden Press.
- John Story (2001)。文化消費與日常生活 (張君玫譯)。台北：巨流。(原著出版於：1999)。
- Lareau, A. (2003)。 *Unequal childhoods: Class, race, and family life*, Berkeley, CA: University of California.
- Neuman, W. L. (2002)。當代社會研究法 (王佳煌、潘中道、郭俊賢、黃瑋瑩、邱怡薇等譯)。台北：學富文化事業有限公司。(原著出版於2000)
- Robertson, T. S., Zielinski, J., & Ward, S.(1984). *Consumer Behavior*. Scott, Foresman & Co., 144.
- Rogoff, B. (2008)。人類發展的文化本質 (李昭明、陳欣希譯)。台北：心理出版社 (原著出版於 2003)
- Rousseau, J. J. (1989)。愛彌兒 (李平滙譯)。台北：五南。(原著出版於 1762)
- Seidman, I. (2009)。訪談研究法 (李政賢譯)。台北：五南圖書出版股份有限公司。(原著出版於 2006)
- Schiffman, L.G., and Kanuk, L.L. (1983) .*Consumer behavior*. New York: Bookstore.
- Strauss, A. & J. Corbin. (1990) . *Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques*. Newbury Park: Sage.
- Strauss, A. & Corbin, J. (1997)。質性研究概論 (徐宗國譯)。台北：巨流。(原著出版於1990)
- Ward, S. (1974) . Consumer socialization. *Journal of Consumer Research*, 1 (Sept) ,1-17.

訪談大綱

- 1、你的年齡、性別？
- 2、你住哪裡？你平常都會到哪裡買東西？媽媽陪你買東西嗎？你可以決定要買什麼東西嗎？
- 3、小朋友你有自己買過東西嗎？你能說說你買東西的經驗嗎？
- 4、你最喜歡買什麼東西？你那麼喜歡它的原因是甚麼？誰告訴你的？你會嗎？買的時候你會注意什麼？
- 5、假設這裡有兩支筆，你都很喜歡：
 - ①一支價錢比較高；另一支價錢比較低，你會買哪一支？為什麼？
 - ②一支是有現在流行的可愛圖案(ex:拉拉熊)，另一支沒有可愛圖案，你會買哪一支？為什麼？就算用不到，你也會這樣買嗎？有誰告訴過你這樣買？
 - ③一支很好用，比較貴；一支普通，比較便宜，會買哪一支？為什麼？有誰告訴過你一定要這樣買嗎？
 - ④一支你常常用，已經用的很習慣了，另一支是新產品，如果你的筆都壞掉了，你還會買繼續舊的那種筆來用，或是買新出來的筆？為什麼？為什麼你這麼喜歡用舊的東西，這是誰教你的？
 - ⑤你買東西前會先試試看嗎？或是直接買？如果筆買回家後就壞了，怎麼辦？如果老闆說拆了以後就不能換了，怎麼辦？為什麼你會這樣想？誰告訴你這樣做？如果零用錢不夠，你會怎麼做？
 - ⑥一支筆加送有小玩具，另一支沒有，他純粹只是一支筆，你會買哪一支？理會拿來送玩具人嗎？你為什麼想要送他們？媽媽有要你送他們嗎？他有沒有說為什麼要送他們？
 - ⑦如果兩支筆我都沒用過，我只是看到一支筆老師正在用；一支是賣菜的阿桑正在用，那你會選哪一支？為什麼？誰告訴過你？

- 6、如果你有 1000 元，讓你到商店去買你自己喜歡的東西，你會選擇先買哪種東西？你會先考慮什麼？為什麼？其他都不重要？
- 7、我們來說說家裡面的事，你家裡有幾個人？你有幾位兄弟姐妹？你和誰的感情最好？你們平常都聊些什麼？他平常都怎麼教你買東西？媽媽說的話你會聽嗎？為什麼？如果媽媽不在身邊，你都怎麼買東西？
- 8、那你平常買東西的錢是誰給你的？什麼時候會給你零用錢？你覺得這樣好嗎？你都拿零用錢做什麼事？有誰教你？
- 9、你會把零用錢花完嗎？會剩下嗎？你有在存錢嗎？為什麼要存錢？假如零用錢不夠了，可是你又很想買一個東西？怎麼辦？有誰教你你這麼做？你為甚麼不馬上回家要？
- 10、爸爸媽媽的工作是？她們賺錢辛苦嗎？如果家裡錢不夠用，你會怎麼買東西？爸爸媽媽有這麼說過嗎？
- 11、你吃過越南食物嗎？好吃嗎？你怎麼知道那是越南食物？你家附近有開這種店嗎？媽媽會做越南食物給你吃嗎？媽媽為什麼要帶你吃越南食物？
- 12、這裡有兩包零食，一包是台灣零食，一包外國流行零食，你比較喜歡哪一包？為什麼？你怎麼喜歡它的？你買得到這種食物嗎？誰會帶你去吃？
- 13、你都如何知道學校在義賣的型錄，你會買嗎？你會不會想跟老師用一樣的東西？你會不會買這種東西來用？為什麼？
- 14、安親班老師會教你們如何買東西嗎？他們會發獎品給你嗎？你會想要那個獎品嗎？為什麼？如果不是老師（如：不認識的人）給的獎品你會不會想要？
- 15、很多同學都有的東西，你也會特意買來用嗎？為什麼？就算用不到，你也會這樣買嗎？如果媽媽說不能買，那要怎麼辦？你的朋友多嗎？假如你今天帶了 100 元要去便利商店買飲料，在店裡你剛好遇到一位很很想認識，又不太熟的朋友，你會多買一罐飲料請他嗎？為什麼？有誰說不能請客嗎？

- 16、你平常看電視多久？你都看什麼節目？電視一直在廣告一支筆非常好用，你會買來用嗎？你都怎麼想？
- 17、便利商店買兩件商品打八折的促銷活動，你經常這麼做嗎？能說說看你的經驗嗎？誰會教你這樣做？（如果你只需要一支，你多買了一支，怎麼辦？）
- 18、前一陣子，便利商店推出「集點換啦啦熊杯子」的活動？你也會參加嗎？你覺得這個活動好不好？誰告訴你的？
- 19、你想一想，從你開始學會買東西到現在，哪些人或事對你的影響最大、最深？他們如何影響你？

