

天主教輔仁大學社會學系學士論文

指導老師：巫麗雪

精品咖啡的品味建構：

技術媒介下的幻化遊戲與慣習轉置

The Construction of Taste in Specialty Coffee:

A Technologically Mediated Game of

Illusio and Habitus Transposition

學生：莊宗謀撰

中華民國一一四年十月

天主教輔仁大學社會學系學士論文

精品咖啡的品味建構：

技術媒介下的幻化遊戲與慣習轉置

The Construction of Taste in Specialty Coffee:

A Technologically Mediated Game of

Illusio and Habitus Transposition

學生：莊宗謀撰

指導老師簽名：

中華民國一一四年十月

系所章戳：

謝辭

如今回顧這段歷程，似乎有點一波三折，但也因此承蒙諸多貴人或有意、或無意的幫助。起初，我計畫以問卷調查的方式，研究精品咖啡師品味轉變的內在動因；然於今年年初閱讀文獻時，卻發現已有前人耕耘。而不甘就此作罷的我，在與諸多咖啡師朋友閒聊、交流後，驀然靈光乍現，開始構思如何由精品咖啡師的感官工作，揭開品味轉變的簾幕。此時又恰逢 CVA 推陳出新不久，且耳聞 CQI Q Grader 即將被 SCA 整併的消息，我遂決定以此為題，展開研究。

在此首先感謝巫麗雪老師對我兩度大改研究的包容與支持，以及在過程中對我的信任。老師在了解我最初的困境與全新的構想後，即循循善誘地協助我釐清研究問題和規劃田野策略；也在我進行田野調查前，耐心地協助我架構在情感性評估中的觀察與抽樣方式、設計深度訪談的訪綱，並以外部視角指正研究中的盲點與模糊之處。雖最終因故未能使用訪綱及進行深度訪談，但我仍從中獲益良多。此外，在我撰寫研究發現時，老師也仔細解答了我在處理數據資料方面的各種疑難雜症，使研究的進展得以更為順利。

而意料之外的是，五月中旬的田野調查，令我意識到在此現場，單憑 Bourdieu 的理論，解釋力恐怕有限，論述亦可能略顯單薄。當學期正好修習劉清耿老師的科技與社會課程，教授對 Winner 之技術物概念的清晰講解為我提點了新思路。在歷經半個月的深思熟慮，並確認田野紀錄中對「物」的描摹足夠充分後，我總算確定了要在論文中追蹤技術物的想法。因此在損友的推一把與關鍵文獻的提供下，我索性就將行動者網絡理論引入論文，從而走上了一條不歸路。

在暑假期間，無論是研讀 Bourdieu 或 Latour 的原典或其他重要文獻，抑或是調和理論結合的潛在張力，都令我心煩意亂，失眠了好一陣子。不過，拜失眠所賜，在瞪鞋搖滾空靈音牆的繚繞下，頂著高亢的疲態惡補漫畫之際，我因緣際會二刷的作品《炎拳》，再次點燃了我的沉思，我的思緒遂得以抽離而逐漸沉澱。同時，也感謝陪我到處跑咖、跑 Bar 的朋友，和帶我享受生活的家人，以及家中

治癒人心的小貓小狗與藏酒，都讓我在忙碌之餘有所調劑，不至於深陷理論地獄，不斷往復感受痛苦、思考痛苦、接受痛苦、了解痛苦。這些支撐使我得以順利消化文獻，並逐步修築完理論框架，終於趕在開學前，在澤野弘之、S.O.A.D、Hitohira（ひとひら）等的轟鳴與力場加持下，飆完論文前三章和後續章節的架構與細流。當下距論文完成可謂指日可待。至於後來在對象物社會學課程中，魯貴顯老師的醍醐灌頂，以及接觸到 Star 的邊界物概念後的再入不歸路，種種所導致的作業量劇增，又是另外的故事了。而在最後兩個月的衝刺中，也感謝《劇場版『鏈鋸人 蕾潔篇』》的成功動畫化偷走我浮動的心、《結束バンド TOUR “We will B”》和羊文学《Don't Laugh It Off》等動人肺腑的新專輯、我英令人悸動的動畫完結篇……等眾多生活中的小確幸，讓我能邊扛著三尊訴訟法，邊卯足全力在十月底收束完研究發現和結論，還能在這刺刺不休。

在此也特別感謝達文西咖啡的蔡幸蒲老師，在我進行田野調查的前、中、後，皆給予了許多知識上的協助及視角上的建議，使我的研究得以順利進行。最後，也最重要的，我由衷感謝我的家人，若沒有他們在情感上與經濟上的充分支持，讓我能無後顧之憂地同時兼顧雙主修與論文寫作，這篇論文有很高的機率會難產。也感謝暑假能拒絕行政救濟法和《倫理學中的形式主義與質料的價值倫理學》誘惑的自己（雖然我還是偷偷跑去看完了卡夫卡的《審判》），有先把對於論文至關重要的《布赫迪厄社會學面面觀》讀完。想致謝的對象實在太多，但又不想只謝天，只好在有限的篇幅中擇其重點。雖然還是寫了兩面。

摘要

若說既有咖啡研究多著力於回答：「在第一線勞動現場發生了什麼『溝通』？」本研究則嘗試追問：「這些『溝通』如何可能？」鑒於既有文獻未能深入追蹤並揭開以精品咖啡師為首的「專業」品味框架此一「黑箱」，本研究遂於新舊制度過渡期間，將精品咖啡協會（SCA）的新制咖啡價值評估系統（CVA）認證課程，此一最為「標準」及象徵性的「專業」品味建構場所，作為參與式觀察的田野現場；並基於對理論和精品咖啡場域之特性的考量，以 Bourdieu 的社會理論為基礎，結合 Latour 的行動者網絡理論的視角、及 Star 和 Griesemer 的邊界物概念，在臺灣精品咖啡場域的脈絡下，探究 SCA 廣泛涵蓋、深植於全球咖啡社群而作為基礎設施的價值評估系統和知識體系，是如何透過邊界物的協調及其他非人行動者的參與協作，制度化建構人類行動者具身的「專業」品味框架，並維繫場域中的各種轉譯與溝通。而人類行動者亦在此「恰到好處」之標準化的過程中，潛移默化地參與了「遊戲」的幻化作用，並逐漸生成慣習的轉置。

此外，本研究發現，在此產生慣習遲滯現象的非但不是新手，反而是部分資深的舊制使用者（Q Grader）；並因而發現，場域如何透過特定的裝置與制度設計，化解這種慣習遲滯所帶來的影響，從而發現了較為難得的經驗材料。

關鍵詞：精品咖啡、品味、行動者網絡理論、邊界物、幻化、慣習、慣習遲滯

Abstract

While existing coffee research has focused on answering “what ‘communications’ occur at frontline labor sites,” this study attempts to ask “how are these ‘communications’ possible?” Given that existing literature has not thoroughly traced and deconstructed the black box of the “professional” taste framework led by specialty coffee professionals, this research, during a period of systemic transition, takes the Specialty Coffee Association’s (SCA) new Coffee Value Assessment (CVA) certification course—the most “standardized” and symbolic site of “professional” taste construction—as the field site for participant observation. Based on considerations of theoretical frameworks and specialty coffee field characteristics, grounding the research in Bourdieu’s social theory, combining Latour’s Actor-Network Theory (ANT) perspective and Star and Griesemer’s boundary objects concept, this study explores, within Taiwan’s specialty coffee field context, how SCA’s value assessment system and knowledge framework—extensively covering and deeply embedded in the global coffee community as infrastructure—institutionally constructs the embodied “professional” taste framework through the coordination of boundary objects and collaboration with other actants, sustaining translations and communications within the field. Human actants, through this standardized process, are tacitly drawn into the *illusio* of the game, and gradually undergo a transposition of *habitus*.

Furthermore, this research finds that *habitus* hysteresis occurs not in novices, but in some veteran users of the old system (Q Graders). It thus reveals how the field utilizes specific devices and institutional designs to mitigate the effects of such hysteresis, thereby bringing to light relatively rare empirical materials.

Keywords: Specialty Coffee, Taste, Actor-Network Theory, Boundary Object, *Illusio*, *Habitus*, Hysteresis

目錄

章節目次

壹、緒論.....	1
一、研究背景.....	1
(一) 咖啡文化全球化	1
(二) 臺灣咖啡文化流變	2
二、研究動機.....	3
三、研究目的與研究問題.....	5
貳、文獻回顧.....	7
一、精品咖啡之定義與特徵.....	7
二、咖啡價值評估之意義與沿革.....	9
三、場域中的品味建構.....	13
(一) 精品咖啡的「空間」	13
(二) 文化中介者	19
(三) 品味建構	21
1. 品味與稟性.....	21
2. 慣習的生成與作用	23
3. 幻化—遊戲感.....	26
參、研究方法.....	30
一、研究方法.....	30
二、研究設計.....	31

三、課程排程.....	33
肆、研究發現.....	35
一、形形色色的行動者.....	35
(一) 人類行動者	35
(二) 非人行動者	36
二、描述性評估.....	37
(一) 描述性評估方法	37
1. 描述性評估表單.....	38
2. 15 分強度量表.....	42
3. CATA 表格	44
(二) 感官校正訓練	45
1. 15 分強度量表練習.....	45
2. 感官參照物校正.....	46
3. CATA 表格使用練習	49
4. 技術媒介下的幻化遊戲與慣習轉置.....	50
(三) 從感官到語言：描述性評估中的轉譯機制	52
1. 邊界物與基礎設施支撐下的轉譯行動.....	52
2. 象徵秩序的強化與品味框架的再生產.....	57
三、情感性評估.....	65
(一) 情感性評估方法	65
(二) 慣習遲滯	71

伍、結論.....	76
一、研究總結.....	76
二、研究限制與研究反思.....	80
三、研究貢獻與未來展望.....	81
陸、參考文獻.....	83

表格目次

表一、課程排程	33
表二、人類行動者	35
表三、非人行動者	36
表四、感官參照物校正第一場次參照物之風味類型	47
表五、感官參照物校正第二場次參照物之風味類型	48
表六、描述性評估樣品一之人數分布統計表	58
表七、描述性評估樣品二之人數分布統計表	59
表八、描述性評估樣品三之人數分布統計表	60
表九、描述性評估樣品四之人數分布統計表	61
表十、描述性評估樣品五之人數分布統計表	61
表十一、描述性評估樣品六之人數分布統計表	62
表十一（續）、描述性評估樣品六之人數分布統計表	63
表十二、情感性評估分數統計表	71

圖形目次

圖一、描述性評估表單.....	39
圖二、15 分強度量表.....	43
圖三、CATA 表格	45
圖四、感官參照物實圖.....	48
圖五、CATA 表格使用練習現場	49
圖六、描述性評估現場.....	64
圖七、情感性評估表格.....	67
圖八、杯測分數計算機.....	69
圖九、情感性評估現場.....	75

壹、緒論

一、研究背景

（一）咖啡文化全球化

隨著全球化的推進，咖啡作為一種全球性飲品，其文化意涵與消費模式不斷變遷，呈現前所未有的多元化發展與專業化進程。咖啡文化的發展通常被分為三個浪潮：第一波咖啡浪潮，以速溶咖啡的普及為標誌，強調咖啡的便利性與大眾化；第二波咖啡浪潮，以現煮義式咖啡與星巴克等連鎖咖啡店的興起為特色，強調義式咖啡的製作方式與咖啡館作為社交空間的功能；第三波咖啡浪潮，則以精品咖啡（Specialty Coffee）為核心，強調咖啡的風土特性（terroir）、處理法、烘焙與沖煮，將咖啡視為一種可以如品酒般品鑑的飲品（王茸萱，2017），並旨在透過科學技術追求極致的風味與品質，一套專業的知識體系與評估系統因此應運而生。如今，咖啡已從單純的提神飲品轉變為象徵個人品味、社會文化與身分認同的文化符號，無論在已開發國家或開發中國家，精品咖啡文化的發展已是不可忽略的趨勢。Samoggia 和 Riedel（2018）透過對歷來的咖啡消費行為進行系統性的文獻回顧與類別分析，指出當代咖啡消費已不再僅僅是為了滿足生理需求，而是深受個人偏好、經濟條件、產品屬性、消費情境與社會人口特徵等多重因素影響；消費者對於咖啡的認知與選擇標準日益複雜，從價格、便利性、品牌，到風土特性、產地故事、永續性等各層面均有所考量。此一轉變即反映了咖啡從功能性飲品向文化符號的轉化過程。

同時，咖啡文化的全球化也促進了咖啡的知識、技術與品味的傳播和交流。作為全球最龐大且最具象徵地位之咖啡貿易協會暨咖啡社群的精品咖啡協會（Specialty Coffee Association，SCA），其成立與發展沿革，即標誌著全球性專業咖啡社群的形成與壯大，以及全球精品咖啡文化發展之成熟。在此脈絡下，由 SCA 所主導的杯測（cupping）已然成為全球咖啡社群制度化的日常實踐活動，為咖啡風味的描述與評價提供了品味框架與價值發現的基礎，深深影響著

全球精品咖啡文化的發展；而其在此基礎上進行更替的新制咖啡價值評估系統（Coffee Value Assessment, CVA），亦可視為 SCA 正預示著全球精品咖啡產業將邁向更加科學化與透明化的發展路徑。

（二）臺灣咖啡文化流變

根據方思融（2016）的研究，在 1950 年以前的臺灣，咖啡徒有西式消費空間或人文交流場所的象徵意涵，都是「有名無實」的飲品，直到 1960 年代咖啡專賣店出現，咖啡的象徵意涵與物質性才逐漸結合。1974 年日式連鎖咖啡店來臺，則進一步加深日本咖啡文化的影響，諸如炭燒咖啡、虹吸咖啡與藍山咖啡等。方思融（2016）接著指出，在 1980 年代，臺灣已從農業社會轉型為工商業社會，人民所得隨之提高，麥當勞速食店、三合一即溶咖啡、罐裝即飲咖啡等平價咖啡帶動了第一波咖啡消費潮，咖啡成為社會大眾人手一杯的飲品。至於第二波咖啡浪潮對臺灣的影響，方思融（2016）則說明是在 90 年代中後期，由本土咖啡業者在引進義式咖啡機後逐漸發芽的。在 1997 年，星巴克在臺開幕掀起義式風潮，2000 年後加上 85 度 C、便利商店通路等聯手，現煮義式咖啡取代了第一波的平價美式咖啡和即溶咖啡，正式開啟了臺灣的第二波咖啡浪潮（方思融，2016）。

隨後，方思融（2016）表示，受惠於網路 BBS 的興盛，在第三波咖啡浪潮席捲臺灣之前，90 年代中期，一群擁有較高文化資本與經濟資本的咖啡愛好者，便已在國內撒下精品咖啡的種子，使第三波咖啡浪潮的精神，如科學詮釋法、淺焙黑咖啡等觀念，隨著網路在臺灣萌芽，為臺灣第三波咖啡的建制化和品味形塑打下基礎，是臺灣咖啡文化得以快速接軌第三波精品咖啡的關鍵之一。其研究並表明，在 2000 年後，咖啡消費人口不斷提升，經濟資本較高的組織行動者和官方機構決定推動精品咖啡市場；另一方面，擁有文化資本的文化中介者包括作家、部落客、雜誌編輯，也透過文字書寫向社會大眾轉譯第三波的知識、沖煮規範和烘焙理論；本土精品咖啡文化的發展，即是在此交織下

進行著客觀結構的建制化，推動了第三波精品咖啡浪潮。時至今日，臺灣社會對於咖啡的要求，已然從咖啡「禮儀」轉向到咖啡的「品質」上(方思融,2016)。

而根據美國咖啡品質學會(Coffee Quality Institute, CQI)對其認證之咖啡杯測師所作的人數統計，截至2022年6月，臺灣持有有效杯測師證照者(Q Grader)大約有450位，密度在當時是全球最高(林哲豪、葉小慧,2022)，可見臺灣第三波精品咖啡浪潮發展之成熟。高子壹(2022a)亦指出，前身為中南美咖啡協會的臺灣咖啡協會(Taiwan Coffee Association, TCA)於2004年開辦世界咖啡師臺灣選拔賽(Taiwan Barista Championship, TBC)至2022年，臺灣的咖啡職人多有斬獲，奪冠的數量或許是當時世界最多，超越英、義或北歐國家。

此外，王茸萱(2017)透過對臺灣精品咖啡消費者的研究發現，精品咖啡對臺灣消費者的意義已超越功能性需求，具有「價格並非一切」、「知識的追求」和「感性的消費」的價值；且精品咖啡消費者所認為的消費意義，可總結為「照顧自己」、「探索」及「自我展現」三大類別。而Wang等人(2024)對臺灣Z世代咖啡消費行為的研究指出，臺灣年輕消費者對精品咖啡的偏好與其社會文化背景息息相關，咖啡在臺灣已成為一種展現生活方式和身分認同的文化符號。該研究亦根據臺灣飲料協會(Taiwanese Beverage Association, TBA)2018年的記錄，表示臺灣的咖啡消費量在2013年至2017年間以年均5.9%的速度大幅增長，2015年的進口量與2011年相比則激增了61%。有趣的是，該研究顯示，雖然臺灣Z世代的女性消費者比男性消費者更傾向於消費精品咖啡，但在影響家庭成員精品咖啡消費行為的方面，父親相較於母親扮演了更重要的角色，此與國外研究歷來的論點有所不同。

二、研究動機

本研究的研究動機源於研究者個人經驗與學術興趣的交匯。自筆者開始接觸

精品咖啡文化和精品咖啡產業時起，至今已邁入第四年。在此期間，筆者透過與業內重要他人交流、專業證照的培訓和取得，以及書籍文獻的閱讀等方式（當然還有最重要的不斷實作練習），持續在精品咖啡場域中累積與轉換資本，並不斷地指涉自身的品味界線，也因此察覺到自身飲用咖啡的目的已從單純的提神醒腦，轉變為品飲咖啡，而會去注重風味與品質的表現。如此的品味轉變歷程，勾起了筆者對精品咖啡品味的思考，尤其是對於身兼「立法者」(Legislators)與「詮釋者」(Interpreters)、代表「專業」的精品咖啡師（方思融，2016），以及由此產生的各種「溝通」。

然回顧現有文獻，國內相關研究多從歷史、制度、市場或咖啡館的空間意涵探討咖啡文化與產業發展，且如同方思融（2016）所述，將全球在地化關注集中於消費情境與符號體驗，容易忽略在地的其他行動者，而造成「結構浮淺化」(shallow structure)與「主體符號化」(symbolized subject)的缺失。高子壺（2022a）亦稱，目前臺灣的咖啡研究，不是著重在咖啡或咖啡廳的文化史或經營策略，就是著重在咖啡種植，少有著重於咖啡師本身的研究；且即便以咖啡師作為研究對象，也多探討創業或是精品咖啡產業的建制化，對於咖啡師的具體勞動過程缺乏描繪。由此可見，現有文獻對於精品咖啡品味制度化建構中具體、細節性的運作機制與動態過程，仍較缺乏直接、系統性的探討，因而對於精品咖啡品味「具體」是「因何」而「如何」從「非專業的」轉變為「專業、有品味的」此一問題的討論，尚屬有限。高子壺（2022a；2022b；2023；2025）的一系列研究雖然深入探討了臺灣精品咖啡師如何穿梭於全球與在地食味之間，運用多元策略進行「好味」協商，以及在咖啡師的品味勞動中，品味是如何被生產、品味技藝（taste skill）又是如何被具身化的具體實踐態樣，及資本與階級在此間扮演了何種關鍵角色、又發揮了何種關鍵作用，從而大幅深化了我們對於臺灣咖啡師品味勞動與品味建構的理解；惟其尚未深入追蹤並揭開此一被具身化的「專業」品味框架（SCA 主導的西方品味）本身是如何在技術媒介下被制度化建構與維繫的「黑箱」(black box)，而未能明確說明這些「溝通」如何可能。故而儘管高子壺的研究雖有意識

到此一黑箱的存在，亦有對其外部輪廓進行描摹，但其觀察視角仍是滯留於黑箱之外、聚焦於黑箱是「如何被運用」的。

至於國外文獻，Lannigan (2020) 聚焦於精品咖啡品味「空間」的建構與其中的複雜互動過程，特別探討加拿大多倫多與漢密爾頓的咖啡展覽會中，消費者、咖啡師與主辦方如何透過感官體驗和話語塑造品味，並顯示品味的形塑仰賴面對面的互動與文化資本的傳遞，網路上則多限於活動推廣，以展現情境對話語的顯著影響。Samoggia 和 Riedel (2018) 則對歷來的咖啡消費行為進行系統性的文獻回顧與類別分析，關注咖啡消費行為的多元面向，指出個人偏好、經濟條件、產品屬性、消費情境與社會人口特徵，皆是解釋咖啡消費行為時的關鍵考量因素，咖啡店提供的氛圍體驗亦對此至關重要。而 Wang 等人 (2024) 則著眼於對臺灣 Z 世代的精品咖啡消費行為與態度進行研究。至於 Seninde 和 Chambers (2020)，及 Choi 等人 (2025) 的研究，其內容雖然直接涉入咖啡品評實務，但皆是從技術層面進行分析。由此可見，既有研究較少探究品味制度化建構中具體、細節性的運作機制與動態過程。故而，基於以上原因，又適逢新制咖啡價值評估系統 (CVA) 推陳出新的過渡期間，本研究遂決定由此展開研究。

三、研究目的與研究問題

本研究旨在將 SCA 的 CVA 新制認證課程此一最為「標準」及象徵性的品味建構場所，作為代表精品咖啡場域 (field) 中「專業」品味建構的田野現場 (site)，並以 Bourdieu 的社會理論為基礎，在臺灣精品咖啡場域的脈絡下，探討以精品咖啡師為首的「專業」品味框架，具體是如何在場域中被建構及具身化 (embodied)，而與「普羅大眾」產生區別。本研究並在此基礎上引入 Latour 的行動者網絡理論 (Actor-Network Theory, ANT) 的視角，及 Star 和 Griesemer 的邊界物 (boundary object) 概念，用以分析於培訓過程中發揮功能的各式技術物，是如何作為場域中的非人行動者乃至邊界物，在基礎設施 (infrastructure) 上積極參與「專業」品

味框架的建構與維繫，並重新配置人類行動者的感官乃至身體圖式 (scheme)。此外，由於 CVA 是將「描述性」與「情感性」分離的新制度，本研究亦將於因強調「主觀」、「自由表達」，而較易被個人背景「滲透」的情感性評估中，觀察慣習遲滯(hysteresis)的現象，亦即觀察個體原先(進入場域前)的慣習(habitus)，是否仍會影響其在場域中的行動。具體而言，本研究欲回答以下問題：

1. 作為主導「轉譯」(translation)行動的人類行動者，在內化場域規律的感官工作 (sense work) 中，經歷了甚麼樣的轉化過程？其是否於後續的身體實踐中強化場域的象徵秩序、再生產「專業」的品味框架？
2. 在此行動者網絡中，有哪些非人行動者參與其中？其分別發揮了何種「媒介」乃至「建構」的作用？
3. 精品咖啡師原先的慣習，是否在經此規訓過程後，仍會對其在場域中的行動造成影響，而產生慣習遲滯的現象？

通過回答上述問題，本研究期望能透過深入追蹤並揭開此一被具身化的「專業」品味框架本身是如何在技術媒介下被制度化建構與維繫的黑箱，具體回應「在精品咖啡文化中，以精品咖啡師為首的『專業』品味如何被形塑？」此一看似普通、實則頗為複雜的問題，以填補既有文獻對於精品咖啡場域中，各種「溝通」（各式「專業」與「非專業」、或「專業」與「專業」的溝通）如何可能的缺口，及豐富對於品味制度化建構與品味具身化的細緻理解；並藉由引入對於非人行動者與邊界物的聚焦與分析，為精品咖啡領域的研究提供有別於 Bourdieu 之傳統文化場域的新視角。

貳、文獻回顧

本章旨在梳理精品咖啡與咖啡價值評估系統的歷史沿革，及理論框架和概念工具的相關文獻，為後續理解在 CVA 新制認證課程中，品味制度化建構之具體、細節性的運作機制與動態過程，奠定必要的背景與基礎。本章第一節與第二節將先分別回顧精品咖啡的定義和價值評估系統，透過追溯精品咖啡從 Erna Knutsen 的初始定義，到 SCA 當前以屬性為核心的定義變遷，以及杯測系統從 2004 年舊制到 CVA 新制的革新，以揭示 SCA 的咖啡價值評估系統和知識體系在當代精品咖啡文化中作為「基礎設施」的關鍵地位，並說明其品味標準是如何從單一走向多元，以及描述性評估與情感性評估分離的原因。這些制度化的機制不僅僅是場域運作的背景，更是場域中品味建構與溝通交流的關鍵節點。接著，本章第三節將聚焦於場域內的品味建構，首先探討精品咖啡場域的「空間」特性，以 Bourdieu 的社會理論為基礎，並結合 Latour 的行動者網絡理論的視角、及 Star 和 Griesemer 的邊界物概念，說明當代精品咖啡場域作為一種關係構型，是如何由人類行動者與非人行動者在基礎設施與邊界物的交互作用下共同組構與協調（尤其是品味建構方面），以為後續的研究分析奠定理論框架。而後再藉由對精品咖啡師此一遠超傳統文化中介者概念的行動者進行解析，以說明精品咖啡師何以是場域內至關重要的節點及「專業」品味的代表。最終深入品味建構的「身體層面」，藉由高子壺（2022b）所描述的「啊哈」時刻（aha moment）發揮承上啟下的作用，並透過稟性、慣習、幻化遊戲等概念的串聯，為分析精品咖啡師為首的「專業」品味框架如何在場域中被塑形、內化與實踐，奠定必要的概念工具。

一、精品咖啡之定義與特徵

1974 年，Erna Knutsen 首度以精品咖啡（Specialty Coffee）一詞指稱「在特殊地理微型氣候（micro-climates）中孕育出風味獨特的咖啡豆」，並強調唯有經過適當的處理、烘焙與沖煮，這些豆子才能完整呈現其與生俱來的特殊性。

Knutsen 的構想開啟了一條將產地與風味相連的敘事，使咖啡能夠與葡萄酒同樣作為地域之味（terroir）的載體，也影響了後來商業咖啡與精品咖啡的分野。在她提出精品的概念之前，各產區的豆子被混合在一起包裝，咖啡豆買賣只標示產國和港口名稱，之後，單一產區和莊園咖啡才漸漸盛行（方思融，2016）。

SCA（2021）表示，自精品咖啡這一術語被提出以來，其意涵始終難以具體界定。相關定義範圍極廣，從循環論證式的陳述，如「精品咖啡就是特別的咖啡」；到狹隘且高技術性的標準，如「精品級樣品不得有一級瑕疵，且不得超過五個二級瑕疵」，或「在百分制評分中達 80 分以上者即為精品咖啡」。這些定義不是過於模糊、難以實用，就是過於精細，難以廣泛適用（SCA，2021）。

對某些人而言，擁有獨特的風味特徵是一杯咖啡最大的價值所在；對另一些人來說，確保農民獲得合理報酬、咖啡生產過程中有進行碳捕捉、或符合友善鳥類棲地的環境條件才是其評價基準。由此可知，同一款咖啡對不同人而言，其價值可能天差地遠。因此，SCA 目前改採描述性方式定義精品咖啡，即以其當前在市場中被認可與報償的方式為準，而非僅侷限於綠豆分級或杯測分數等單一視角。故 SCA 目前對精品咖啡的定義為：「精品咖啡是一種因其可辨識屬性而被認可，並因此在市場中擁有更高價值的咖啡或咖啡體驗」。此定義不僅可適用於各種類型的咖啡與咖啡體驗，同時也具備可測量性與可操作性，使精品咖啡的價值評估更加多元及可實踐（SCA，2024）。

SCA（2021）指出，若「精品咖啡」的對立面是「商業咖啡」，那麼二者間的差異便清楚地體現在是否擁有可辨識的屬性上。商品之所以為商品，正是因其追求一致性與可替代性，亦即有意地最小化其獨特屬性，以便於廣泛商品化。相對地，精品咖啡運動的核心便在於認可與報償這些可辨識的屬性，無論是風味、產地或烘焙風格。因此，SCA（2021）呼籲我們不應將「精品／商業」視為一組二元對立，而應將其理解為一個連續體（continuum）：當一杯咖啡展現出越多獨特、可辨識的屬性時，它也就越接近「精品」。

而在漢密爾頓咖啡博覽會的一場小型座談中，Lannigan（2020）採訪了幾位

零售商，請他們談談精品咖啡的意義。多數人認為，有機認證與公平交易等認證，已不再是貼上「精品」標籤的必要條件。雖然透明度仍被視為精品咖啡的重要元素，但相較於取得公平交易或有機等形式上的認證，零售商更重視與農場直接交易及採購的做法。對他們而言，精品咖啡的關鍵意義在於咖啡的品質；而美國精品咖啡協會（SCAA）¹ 的評分具備最終的「精品」認證效力。因此，零售商強調，需要教育消費者了解從產地、烘焙到品嚐的各個環節，以彰顯這一命名（精品）背後的正當性。

二、咖啡價值評估之意義與沿革

在咖啡這類高度複雜的飲品中，風味以及其所構成的整體體驗是最為關鍵的屬性，因為消費者的飲用體驗與生產者對咖啡價值的理解，皆很大程度地依賴於此種感官屬性（如香氣、風味、餘韻、口感與甜度等）。因此，咖啡產業中的諸多決策皆須考量其對感官屬性的潛在影響，咖啡品質的評估也一直將感官評鑑作為供應鏈中決策的重要依據。從咖啡農場到咖啡館，全球數百萬咖啡專業人士在日常工作中皆依賴於感官屬性的資訊，以創造更高的附加價值，包括種植何種品種、採取何種後製處理法、設計何種烘焙曲線、使用何種萃取參數，都愈來愈會根據預期的感官結果來做出決定（SCA，2023）。

根據 SCA（2024）對杯測發展史的描述，杯測（cupping），即早期所稱的杯中測試（cup testing），原本是一種簡便的方式，用以體驗一款咖啡、辨識其物理與感官屬性，並據此進行交易或其他決策。儘管杯中測試的實踐早於感官科學的出現，進一步推動了咖啡感官評鑑的革新，但在 1984 年，Ted Lingle 透過其所著的《咖啡杯測師手冊》（*The Coffee Cupper's Handbook*），將新興的感官科學概念與方法引入咖啡評鑑（如引進咖啡風味輪），並被當時的美國精品咖啡協會

¹ 美國精品咖啡協會（Specialty Coffee Association of America，SCAA）與歐洲精品咖啡協會（Specialty Coffee Association of Europe，SCAE）已於 2017 年合併為精品咖啡協會（SCA）。

(SCAA) 於 1999 年正式制度化、將之納入杯測系統後，即大幅促進了咖啡產業對於杯測的理解與改進。SCA (2024) 聲稱，目前所使用的 SCA 杯測系統 (2004 年舊制) 已成為全球公認的產業標準，廣泛應用於世界各地，不論其是否隸屬 SCA 社群。多年以來，此一標準已成為供應鏈內部與世界各地共通的語言，用於描述與評估咖啡品質，及區辨精品咖啡和商業咖啡。另外，由於杯測的原始目的是為了回應生豆貿易的特定需求，因此目前仍主要由從事生豆生產、採購或銷售的業者執行 (SCA, 2024)。然而，在第三波浪潮出現後，自家烘焙、直接貿易興起，咖啡館業者可以直接跟莊園買進微批次精品生豆，故杯測能力也被產業下游的烘豆師、咖啡師所廣泛使用 (方思融, 2016)。

SCA (2023) 表示，當特定行動者於特定情境中執行杯測時，這種感官評鑑的實踐可以達成多樣化的目的，包括但不限於風味探索、品質篩選、為建立批次而進行的風味評估、分級、裝運前抽樣、到港抽樣、採購前評估等。在咖啡的交易過程中，杯測扮演了連結生產者與消費者的關鍵角色，但這個角色並非僅是供需對接的簡單關係，相反地，杯測是一種轉譯與溝通的媒介，可用來傳遞雙方需求，並留下可供諸系統共享的感官結果與品質紀錄。當杯測應用於交易場景中，它可以為生產者提供尋找買家的依據，為買家辨識符合需求的咖啡，在商業咖啡體系中確保同質性與可替代性，或在精品咖啡體系中識別差異性與獨特性。此外，儘管杯測主要被設計用於評估咖啡豆的品質，但在當代，它亦被延伸應用於其他場景，如產品開發或銷售推廣，甚至是消費者教育等目的 (SCA, 2023)。

據 SCA (2024) 所述，在 2020 年，當他們開始重新審視 2004 年版杯測系統時，便已清楚意識到該系統背後所依據的「精品」定義，已無法反映當前產業實務；亦即，大多數有關屬性的關鍵資訊被一個單一的數值分數所遮蔽。該分數雖然成為契約中判定咖啡品質與價值的依據，卻無法呈現咖啡本身的多元面貌。因此，SCA 認為對舊制度的任何重構，都必須建立在全新且以「屬性為核心」的定義之上。SCA (2024) 表示在此之前已展開多項研究計畫，旨在理解 2004 年版的杯測系統在廣泛社群中的實際使用情形與各方觀感。其研究結果顯示，受訪者

普遍對杯測系統持正面態度，認為其在價格發現與作為產業的溝通媒介上扮演了重要角色。而頻繁使用杯測表、或位於靠近咖啡生產端地區的受訪者，則更容易表現出對杯測系統的正面評價。然而，他們也強調，這一切的前提，是使用者必須具備良好的訓練與理解能力。此外，當被問及關於杯測表單中「主觀性」與「客觀性」的問題時，受訪者出現明顯分歧，約一半受訪者認為該表單偏向主觀，另一半則認為偏向客觀，亦有少數人持極端立場（完全主觀或完全客觀）。而致使該明顯分歧的肇因在於，2004 年版的 SCA 杯測表單將描述性評估與情感性評估混合於同一表單中。不過，有趣的是，多位受訪者亦提及了「相互主體性」(inter-subjectivity) 的概念，指出杯測師能夠反映特定市場或群體的品味偏好。這意味著，杯測結果既不反映某種絕對的客觀事實，也不僅是杯測師個人偏好的表徵² (SCA, 2024)。為了進一步釐清杯測在實務中如何被用來評估風味或賦予價值，SCA 隨後與世界咖啡研究中心 (World Coffee Research, WCR) 及咖啡科學基金會 (Coffee Science Foundation, CSF) 展開合作研究。研究初步結果顯示，經過一定訓練後，杯測師能夠在描述性評估中表現出穩定且一致的判別能力；然而，個人偏好仍會影響杯測師對咖啡的評價³。SCA (2024) 藉此宣稱，在如今描述性評估與情感性評估分離的新制度下，即便某杯測師的評分偏離他人，已不再被視為錯誤，只要他能夠明確表述其所喜好與重視的屬性，這種偏好也會被視為有效與正當的，因而此種情形已不再被視作問題。

之後，SCA (2024) 表示，在為期數年的改革計畫中，SCA 明確確立了三項制度改革的核心目標：提升制度對社群的實用性、與感官科學對接一致、及強化

² 筆者以為，相較於抽象而與此略有距離的「相互主體性」(inter-subjectivity) 此一現象學概念，如此情形應以 Bourdieu 所述之「慣習 (habitus) 作為『被結構化的結構』(structured structures)，傾向於作為『結構化中的結構』(structuring structures) 發揮功能」的論證更為「直接」；且此情形亦直接反映了慣習的集體性與同型性，亦即位於同一場域中、且處於相近位置的行動者會發展出相似的知覺與評價圖式 (schemes of perception and appreciation)，而在風格上彼此相似。

³ 該風味傾向所顯示的稟性 (disposition)，正是其慣習遲滯 (hysteresis) 現象的跡象。

價值探索的透明度，以讓賣方能夠比較某款咖啡所具備的屬性，與買方所偏好或尋求的屬性之間的契合程度。為達成此目標，新版咖啡價值評估系統（CVA）提出了一種完整的咖啡評估模式，涵蓋四種獨立的評估面向：物理性評估、描述性評估、情感性評估和外在屬性評估；並指出每一項評估皆應分開進行，以避免在評估內在屬性（如風味、醇厚度、外觀等）時產生認知偏誤，尤其是品嚐者若在物理性評估與描述性評估時，提前得知該咖啡的外在資訊（如生產地或生產者），特別容易產生先入為主的評價。而當所有評估皆完成後，評估結果即可作為一套價值發現工具使用。評估者可將一款咖啡所展現的屬性，與買家事先界定的理想屬性組合進行比對，以提供一份清晰且透明的記錄，協助買賣雙方在交易過程中明確識別咖啡的價值基礎（SCA，2024）。

SCA（2024）接著指出，若一套價值評估系統的目的是協助行動者發現咖啡的屬性、品質或市場價值，那麼首先需要釐清，在當代精品咖啡產業中，這些概念究竟是如何被理解的。所有產品（包括咖啡）皆具備不同類型的屬性，這些屬性對於潛在使用者或買家來說，可能具有不同層次的價值，重視程度亦因而不盡相同。其中一些屬性屬於內在屬性，即產品本身所固有的，例如在咖啡中，內在屬性包括化學組成、物理性質、外觀及感官屬性。另一些則屬於外在屬性，即無法單從產品本身辨識，而需要依賴額外資訊才能理解的屬性。以咖啡為例，常見的外在屬性包括各種認證、可追溯性（如生產地、生產者、品種與處理法）資訊、與生態環境的關係、以及與供應鏈中各方的互動關係等（SCA，2024）。而一旦我們辨識出一項產品的屬性，就能運用分析工具來評估其價值。例如，SCA（2021）指出，經濟學者 Togo Traore 於其論文中分析了各種物質性（內在）屬性與象徵性（外在）屬性對卓越盃咖啡國際競標（Cup of Excellence，COE）價格的影響，藉以揭示不同屬性在國際咖啡競賽中的相對價值。其舉例，在所有感官屬性中，「果香味」這一內在感官屬性對拍賣價格的影響最大，甚至超過了像有機認證這樣的外在認證屬性。從而，SCA（2021）表示，由於各項屬性可被量化，因此透過這種以屬性為基礎的分析框架，即可進一步評估各項屬性在市場中可能的價值

表現，而這也正是精品咖啡社群所關注的核心議題之一。

SCA (2021) 亦重申，CVA 並不試圖為「品質」提供一套狹隘的、單一的定義，而與過去某些精品咖啡倡議者所追求的嚴苛標準形成鮮明對比。在這種觀點中，任何能在市場中創造價值的屬性，都構成了咖啡的特別性，並可作為其成為「精品」的依據；如此亦能更清楚地揭示什麼驅動了消費者與生產者雙方對價值的認知。此種立場正與「只有杯中之物才重要」的意識形態相對立，因為後者貶抑了外在屬性的意義 (SCA, 2021)。

在臺灣的精品咖啡場域中，這些「西方」的價值評估方法，亦扮演了關鍵的角色。方思融 (2016) 指出，參加比賽的選手都必須先建立起一套味覺系統，即杯測的能力，味覺系統如同第三波實作規範的「內功心法」，有品評咖啡、調整實作、幫助講解的作用，如果沒有味覺系統，就無法從其他選手的作品中喝出「他們想表現的東西」，也無法在比賽時向評審們講解自己煮出的咖啡具有什麼風味。而這種品味能力的重要性不僅體現在競賽上，更延伸至咖啡館的日常營運中。高子壹 (2022a) 表示，品味技藝與品味訓練在精品咖啡廳中之所以重要，是因為精品咖啡廳的操作技藝是經由品味技藝控制的；對精品咖啡廳的員工來說，懂得喝咖啡才有可能懂得煮咖啡，因此新時代的咖啡師在學煮咖啡之前，要先學會「品」咖啡，除了得知道「是什麼」，還要知道「為什麼」。

三、場域中的品味建構

(一) 精品咖啡的「空間」

品味的形塑非僅是個人的選擇，而是在特定社會空間中多方行動者互動的結果。故若要理解精品咖啡的品味如何被建構，首先必須理解場域 (fields) 的概念及其構成。Bourdieu (1990) 將場域比喻為一種遊戲 (jeu)，但他特別強調，這與我們日常生活中所理解的遊戲截然不同。在一般的遊戲中，有明確具體的規則、嚴格界定的特定時空，且進入遊戲的方式通常會採取準契約的形式，

因此參與者能明確知道自己正在參與遊戲，可以有意識地選擇參加或退出；但社會中的場域不同於此，它是長期緩慢自主化過程的產物，人們通常並非有意識地選擇加入，而是生來就在遊戲中，與遊戲同在。這種「自在」而非「自為」的特質，意味著場域的規則與邏輯已然深深內化於參與者的日常實踐當中，以至於他們往往不會意識到自己正在遵循著某種規律（Bourdieu，1990：67）。

據此，場域既是客觀關係的系統，也是社會制度的產物，但體現在事物中，或體現在具有類似物理對象那樣的現實性機制中⁴（Wacquant，1992：198）。Wacquant（1992）表示，每個場域都規定了各自特有的價值觀，擁有各自特有的調控原則，這些原則界定了一個社會構建的空間。在這樣的空間裡，行動者根據他們在空間裡所佔據的位置進行著爭奪，以求改變或力圖維持其空間的範圍或形式。這一簡要定義有兩個關鍵特徵⁵。第一個特徵是，場域是諸種客觀力量被調整定型的一個體系（其方式很像磁場），是某種被賦予了特定引力的關係構型，這種引力被強加在所有進入該場域的客體和行動者身上（場域就好比一個稜鏡，根據內在的結構反映外在的各種力量）。第二個特徵是，場域同時也是一個衝突和競爭的空間，參與者在此彼此競爭，以確立在場域內能發揮有效作用的種種資本壟斷，和對規定權力場域中各種權威形式間的等級序列及「換算比率」（conversion rates）的權力之壟斷。在這些爭奪的過程中，該場域

⁴ Bourdieu 述於與 Wacquant 於芝加哥研討班的對談。

⁵ 根據 Wacquant（1992）於芝加哥研討班與 Bourdieu 的對談內容，Bourdieu 本人表示：「從分析的角度來看，一個場域可以被定義為在各種位置之間存在的客觀關係之一個網絡（network），或一個構型（configuration）。正是在這些位置的存在和它們強加於佔據特定位置的行動者或機構之上的決定性因素中，這些位置得到了客觀的界定，其根據是這些位置在不同類型的權力（或資本）——占有這些權力就意味著把持這一場域中利害攸關的專門利潤（specific profit）的得益權——之分配結構中實際的和潛在的位置（situs），以及它們與其他位置之間的客觀關係（支配關係、屈從關係、結構上的對應關係等等）」（Wacquant，1992：158）。而註 5 後的內容則是 Wacquant 對此更具體清晰的「換句話說」。

本身的形塑和劃分成為核心焦點。如此一來，將使所有場域都具備了某種歷史性的動態變化和調適能力，避免了傳統結構主義毫無變通彈性的決定論。此外，任何場域都將自身體現為各種可能性——報酬、獲益、利潤乃至制裁的可能性——的結構，但也始終隱含了某種程度的不確定性。即使是在那些充滿各種普遍規則和法規的領域，玩弄規則、尋求變通也是遊戲規則的重要組成部分（Wacquant，1992：48-50）。

然而，越來越多學者認識到，僅從 Bourdieu 的理論視角來理解場域，可能存在某些局限。Prior（2008）在故障音樂（glitch）的研究中即揭示了此問題。他認為，Bourdieu 的社會學因過度聚焦於人類行動者間的競逐關係，而忽略了技術調解者（technological mediators）的能動性。Prior（2008）強調，這些數位技術在與音樂人持續互動的過程中，不僅主動形塑了音樂的生產方式和（被）感知方式，也改變了音樂「是」什麼；故而應引入行動者網絡理論的視角，將技術、設備等非人類也視為場域中的行動者，以修正傳統場域理論的路徑，重新思考場域關係的組成。

Lang（2019）在研究中東與北非（MENA）的文化生產時，更系統性地探討了如何透過再概念化（擴張解釋）場域與資本等概念工具，結合 Bourdieu 的社會理論與 Latour 的行動者網絡理論。Lang（2019）指出，Bourdieu 的社會學經常被視為建構行動者網絡時的理論他者，因前者強調社會結構、抽象社會力量和分析範疇，傾向於從既定的社會結構和場域來理解行動；後者則拒絕預設的社會結構或範疇，並強調異質性網絡的生成，將社會理解為人類行動者與非人行動者透過無數關聯暫時結盟所生成的結果，堅持透過追蹤行動者如何透過這些關聯來組裝社會，以揭開黑箱（black box）。惟筆者認為，如此雖使兩者存有一定差異，但並非無從經由詮釋加以調和的本質對立。Bourdieu 拋棄了方法論上的個體主義，又拒斥了方法論上的整體主義，以及以「方法論上的情境主義」（methodological situationalism）形式出現的對兩者的虛假超越，轉而主

張方法論上的關係主義，強調「關係」的首要地位⁶。如 Wacquant (1992) 所述，Bourdieu 的兩個關鍵觀念——場域和慣習（兩者皆是一些關係束〔bundles of relations〕）——可作為例證。一個場域由附著於某種權力（或資本）形式的各種位置間的一系列客觀歷史關係所構成，而慣習則由積澱（deposited）於個人身體內的一系列歷史的關係所構成，其形式是知覺、評判和行動的各種身心圖式（Wacquant, 1992: 47-48）。由此可見，場域和慣習兩個概念都是關係性和歷時性（生成性）的，只有在彼此的關係之中，它們方能充分發揮作用。故而 Bourdieu 所描述的場域，並不像阿圖塞式的馬克思主義那樣，僅僅是僵死的結構或「空洞的場所」的聚合（Wacquant, 1992: 51），而是由各種關係（無論縱向或橫向的關係）所交織而成的關係構型，一種動態性、生成性的「遊戲」的空間，只是這種動態關係相較於更聚焦「當下」、「即時」的行動者網絡理論，其時空尺度更為「宏觀」（或者更符合行動者網絡理論地說，是長期、高度穩定化之複雜網絡的效應），穩定性亦更高；故其層級結構也可被理解為諸關係長期、高度穩定化所呈現的「外在」型態（一種拓撲外觀）。因此，筆者認為，將行動者網絡理論的視角引入，是在更細緻的尺度上、從「對向」出發，「打開」Bourdieu 所描述之關係動態中的諸關聯，並使關係的組構不限於人類行動者之間，進而延伸至人與非人共同編織的異質性網絡。並且，Lang (2019) 亦暗示這種理論對立可能被過度強調，其表明儘管理論上存在一定的對立，但實際上兩種方法仍能被富有成效地結合使用，以往的研究中亦多有例證；且這種分析策略能夠幫助我們理解文化生產不僅涉及社會位置和個體資本的累積與交換，更是異質性網絡的組裝過程與結果，從而提供我們更為全面的分析框架。Lang (2019) 也特別強調，在跳脫單一國家與穩定制度的跨國文化生產中，行

⁶ 關於 Bourdieu 主張方法論上的關係主義的論述，詳見：李猛、李康（2009）。布赫迪厄（Pierre Bourdieu）、華康德（Loic J. D. Wacquant）（1992）原著。布赫迪厄社會學面面觀（An Invitation to Reflexive Sociology）。臺北：麥田出版。

動者網絡中所包含的物體，不只是中介者（intermediary），也會是影響行動進程的調解者（mediator）⁷，並指出只有實際追蹤所有相關實體之間透過相對持久實體的連結，才能捕捉到場域與資本在變動中如何被重新織就的細節。

基於以上理論洞見，涉及跨國文化生產，且充斥諸多技術調解者的精品咖啡場域，亦可被理解為一個由人類行動者與非人行動者共同組構的一種網絡、構型，而能如同 Lang（2019）將場域視為網絡空間，在其中追蹤行動者網絡的建構、強調物質性存在的主動參與。因此，在當代精品咖啡場域中，乘載地域之味的咖啡豆、烘豆設備、沖煮設備、咖啡風味輪、咖啡價值評估表單……等物質性存在，不應被視為單純的技術工具或場域運作的背景，而應被理解為積極參與品味建構的非人行動者。更關鍵的是，當代精品咖啡場域的運作極為依賴於一系列標準化的技術物與制度系統。SCA 與 WCR 共同設計的咖啡風味輪建構了場域的共同語言；SCA 的杯測系統提供了統一且符合感官科學的評測表單、評測方法及感官訓練方式（新制則如前述，尚在舊制此一既有底座上過渡中）；SCA Sensory Professional 和 CQI Q Grader 等認證系統⁸則確立了判斷專業度及累積象徵資本（symbolic capital）的一種權威標準；卓越盃和世界咖啡大師競賽（World Barista Championship，WBC）等各種競賽，亦建立了一種象徵資本的累積與轉換機制。種種技術物與制度系統不僅協調、形塑了全球咖啡文化的價值判斷，也構成了場域的運作基礎；它們既有展現了 Latour（1987）所謂「不可變的可移動物」（immutable mobiles）⁹的穩定性與傳播性，亦有展現基礎設施（infrastructure）的嵌入性和透明性（Star & Ruhleder，1996），以及邊界物（boundary object）既能保持框架的跨域一致性，又可「在地」協調、

⁷Latour（2005：39）區分了兩種媒介作用。Latour 認為中介者（intermediary）不經轉化就傳輸意義；而調解者（mediator）則會轉化、翻譯、扭曲和修改其所要傳遞的意義。

⁸SCA Sensory Professional 和 CQI Q Grader 已於 2025 年被 SCA 整併為 SCA Q Grader。官方依據：<https://education.sca.coffee/q-grader>。最後檢索日期：2025.10.25。

詮釋的彈性特質 (Star & Griesemer, 1989)，而使得品味框架能夠跨越地理限制和文化邊界傳播而不失真。

此外，精品咖啡場域的獨特之處還在於其中全球性與在地性的張力。如高子壺 (2022b) 所觀察到的，一方面，SCA 為首的國際組織所推動的標準化進程正在建立全球性的共同語言；另一方面，各地的咖啡文化仍保有地方特色。臺灣精品咖啡文化的發展即展現了這種全球與在地的張力：既接受西方品味的形塑，又根據本地消費者的口味偏好進行調適。這種張力並非場域的缺陷，反而是其活力的來源。進一步而言，由於每一位人類行動者都是各自獨立的一個「聚體」(assemblage)¹⁰、一個「世界中的世界」，其當中皆交融著一系列或相似、或相異的各種關係，故而縱使所處文化相同，仍不必然代表其間是同一的。在此脈絡下，相較於 Callon (1984: 205-206) 提出的「強制通行點」(Obligatory Passage Point, OPP) 概念預設了單一中心、「漏斗化」的轉譯路徑 (Star & Griesemer, 1989: 390)，Star 和 Griesemer 用以修正此易陷僵化之轉譯路徑的邊界物概念，更能詮釋當代跨國文化生產中全球與在地、個體與個體間因不可通約而必然產生的張力與調適。其原因在於，邊界物具備足夠的可塑性以適應現實中各不相同的觀點與目的，同時又足夠穩固以維持框架的跨域一致性，因而能夠在不壓平各方差異的前提下維持共同的框架，讓各種不盡相同的轉譯得以在其中共存與協作，使得「去中心化」、多點並行的行動者網絡得以可能。這意味著，在此，每個行動者皆是一個個獨立的、局部的「計算」節點；而作為多方交會點的邊界物，則在其間發揮著協調的功能與「中心」的網絡效果(即

⁹Latour (1987) 觀察到，科學家面對複雜現象時會透過「銘刻」(inscription) 過程將其轉化為圖表、表格或公式，使原本抽象、難以掌握的體驗或現象被扁平化 (flattened) 為標準化、可操作的格式，進而成為「不可變的可移動物」(immutable mobiles)。這些物質載體既保持內容的穩定性，又具備在不同時空中流通的能力，因而使其內涵得以跨越地理限制和文化邊界發揮作用。

¹⁰「聚體」(assemblage) 的概念由德勒茲 (Deleuze) 所提出。本研究援引自《觀察者的技術：論十九世紀的視覺與現代性》一書中對暗箱（等異質元素）與人的身體之整體關係的詮釋。

產生聚合的效果)，既被各方行動者共同參照，又被各方行動者各自理解與詮釋。不過，這並不意味著強制通行點不再可能形成。當制度設計有意使某些裝置成為一種強制的通行點時——如伴隨 CVA 新制出現的杯測分數計算機——此種漏斗化的現象仍可能隨之顯現。

（二）文化中介者

在精品咖啡場域的複雜網絡中，具備文化區辨能力、且能提供品味服務的精品咖啡師，占據了獨特而關鍵的位置。高子壹（2025）的研究即揭示，臺灣精品咖啡師如何透過「風味倡議者」（傾向與以 SCA 為核心之國際、西方的標準對齊）、「風味在地化者」（調整描述以契合本地口味）與「品味協商者」（在全球與在地食味系統間靈活協商）三種策略，在品味經濟中形塑跨文化商品的消費。由此可見，他們作為文化中介者，不僅僅是「中介」，也扮演品味製作者（taste maker）以及品味守門人的角色（高子壹，2022a；2022b）。他們並非被動地傳遞既定的品味標準，而是主動參與品味的生產與再生產，在全球與在地、生產者與消費者間，形塑出臺灣咖啡市場的好味邊界；一方面民主化精品咖啡、另一方面也鞏固了文化階序，構築出新的品味社群（高子壹，2022b；2025）。並且，由於精品咖啡師在此扮演橋樑，橋接溫帶與熱帶國家的飲食經驗，也橋接 SCA 定義的好咖啡以及在地消費者的口味，因此他們的味覺資料庫需寬廣到足以理解並橋接西方與在地兩套風味系統，才能將主觀經驗轉譯成可與對方溝通的味道描述（高子壹，2022a）。

此外，高子壹（2022a）亦表示，精品咖啡師佔有從品味到沖煮的完整匠藝，味道不僅被用來評價咖啡豆，也被用來評價咖啡師的匠藝，使得感官訓練與感知經驗化身為咖啡師的文化資本，積累越多，越得以在勞動過程中獲得更動程序的能動性——此能動性鑲嵌在組織的味道控制的邏輯之下。高子壹（2022a）並表示，從味道控制的觀點視之，品味技藝與操作技藝積澱在個人

的感知與身體上，濃縮了跨越全球與在地的品味社群審美，因此也是社會的，個人的身體參與品味社群創造「品味」的邊界生產。

Lannigan (2020) 則指出，咖啡師是消費者與企業之間至關重要的節點，因為他們能夠成為「專業」咖啡知識的傳播者，並向消費者傳達整個生產實踐過程的全貌。這種知識傳播並非單向的灌輸，而是複雜的轉譯過程。咖啡師必須將專業術語轉化為消費者能夠理解的語言，將抽象的風味概念具體化為可被消費者感知的感官體驗；而消費者則嘗試藉由其所提供的工具（如咖啡風味輪）來品嚐並表述這些差異。如此文化資本便在雙方互動中的「合作式鷹架」（cooperative scaffolding）¹¹ 間流動。

高子壹（2022b）記錄的「養客人」策略，即生動地展現了文化中介的藝術。當精品咖啡師面對習慣了傳統口味的顧客時，他們不會直接否定顧客的既有品味，而是採取循序漸進的方式——先提供超出預期但又不過於陌生的產品，待顧客接受後再引入更具挑戰性的選擇。這種「養客人」的策略，展現了精品咖啡師作為文化中介者，如何在既有的品味框架與實際的消費情境間進行協商。這個過程需要咖啡師具備多重能力：對不同咖啡感官屬性的深入理解、對顧客接受度的敏銳判斷、恰當的溝通技巧，以及足夠的耐心。而在高子壹（2023）的田野調查中，咖啡師拒絕讓顧客外帶卡布奇諾的案例，則展現了咖啡師作為品味守門人的角色功能。表面上看似不近人情，但若深入探究其背景脈絡，即可知該咖啡師如此是為了維護咖啡品質和消費體驗。咖啡師在此必須於商業利益（多賣一杯咖啡）與專業堅持（確保最佳品飲體驗）之間做出選擇。此外，高子壹（2022b；2025）亦表示，對於 90% 臺灣人從未嚐過的荳蔻，有咖啡師會改以滷肉飯比喻，使風味描述貼近在地感官經驗，透過風味在地化的策略讓

¹¹ 根據 Lannigan (2020) 對於 Maciel 和 Wallendorf (2016) 之研究的引用與詮釋，合作式鷹架（cooperative scaffolding）係指文化中介者透過與消費者互動來培養消費者的文化能力，以便其推銷文化商品。

本地人易於共感。此案例即顯示，當在地感官經驗與西方標準出現落差，作為文化中介者的精品咖啡師，便須調整策略以調和張力。

綜上所述，精品咖啡師不僅傳遞專業的咖啡知識和既定的品味標準，更在傳遞過程中轉化這些資訊，甚至創造新的可能；亦藉由持續的「轉譯」(translation)¹² 構築框架，不斷界定「什麼是好咖啡？」的命題，和此行動者網絡中的行動者及關係配置。由此可見，精品咖啡師在這個異質性網絡中的角色，已遠超傳統意義下的文化中介者概念，因為他們不僅是精品咖啡文化的調解者，更負責在不同類型的行動者之間建立聯繫與主導轉譯的工作。

(三) 品味建構

1. 品味與稟性

根據 Bourdieu (1984) 的說法，品味 (taste) 是習得的稟性 (disposition)，在區隔過程中建構、標誌出差異，幫助個人在社會空間中占據一個位置，引導他們調整行動，在此社會位置中自在地行動 (高子壺，2023：57)。故而品味並非渾然天成的個人偏好，而是透過社會過程雕琢出的稟性；也因此，味覺或嗅覺的感知並非純粹天生的，而是經由訓練養成的技藝 (高子壺，2022a)。具體而言，品味即是佔有 (物質上或象徵上) 某種被分類且具分類

¹² Callon (1984) 的轉譯 (translation) 概念提供了分析行動者網絡建構之動態過程的框架：透過「問題化」(The problematization or how to become indispensable) 界定問題並提出解決方案，同時將自身定位為其他行動者實現目標的必經途徑；透過「利害關係化」(The devices of 'interessement' or how the allies are locked into place) 穩定其他行動者的「身分」認同與結盟意願；透過「招募」(How to define and coordinate the roles: enrolment) 協商並確定各方在網絡中的具體角色與責任分工，進一步鎖定聯盟；最終透過「號令動員」(The mobilization of allies: are the spokesmen representative?) 確保有效代表相關群體及其利益。透過使這四個階段的轉譯歷程趨於穩定，某些行動者可能成功將自身定位為「強制通行點」(OPP) (Callon, 1984：203-224)。

功能的物品或實踐的傾向和能力，是生活風格原則的生成公式——一組以特定邏輯表達出的區判偏好所聚集的集合(Bourdieu, 1984:173; 邱德亮, 2023: 270)。而在精品咖啡場域中，品味非僅是社會結構的內化，更涉及人類行動者與非人行動者的互動協作。從「喝咖啡」到「品咖啡」的轉變，雖然重在人類行動者身體的訓練，但仍須在非人行動者的配合下始能展開。正如 Lang (2019) 所述，物體在文化生產中不只是中介者，也是會影響行動進程的調解者。

作為慣習(habitus)之關鍵元素(慣習被定義為稟性的系統)及品味之生成原則的稟性，其概念能夠幫助我們細緻地理解這種從「喝咖啡」到「品咖啡」的品味轉變。Bourdieu (1984) 指出，稟性首先表示為某種組織化行動的結果；其次，它既是一種存在狀態、一種習慣性的狀態(尤指身體的習慣)，更是一種預先存在的傾向、趨勢、性向或偏好。廖育正(2019)亦說明，慣習與人的諸多稟性相關，既是社會機制內化於人們心智結構的產物，同時也是人們在特定社會機制中不斷建立、改造的結果，故品味、場域、實踐與慣習，在彼此的多重影響下，具有相互生成的關係(廖育正, 2019:135)。

高子壺(2022b)描述的，從喝不出到喝得出「好咖啡」的斷裂性轉變——「啊哈」時刻(aha moment)——即生動展現了這種稟性的轉變。這個看似突然的頓悟，實際上是咖啡師長期感官工作的結果，亦是慣習對齊場域規律所產生之實踐感(practical sense)的表現。咖啡師在使自身的稟性對齊以 SCA 為核心之西方標準的社會化過程中，透過不斷反覆的身體勞動和與諸多非人行動者的互動協作，重新配置其感官乃至身體圖式，並逐漸在實踐中形塑新的慣習，同時也具身化(embodied)了場域的「專業」品味框架。

2. 慣習的生成與作用

由上述可見，若要深入理解品味的建構，就必須探究作為稟性系統及生成原理的慣習究竟為何。Bourdieu（1990）稱慣習是具身的歷史、被內化為第二天性，並因而作為歷史被遺忘，是產生它的整個過去的積極在場；並表示，正因如此，慣習賦予人們實踐的相對自主性，讓實踐不完全受當下之直接外在因素的決定。這種自主性來自被實現和發揮作用的過去。它（過去）以累積資本的形式作用於當下，在歷史的基礎上創造歷史，因此得以確保在變化中的恆久性，使個體行動者成為「世界中的世界」¹³（Bourdieu，1990：56）。具體而言，Bourdieu（1990：53）將慣習描述為持久、可轉置的稟性系統，是知覺、評價和行動的分類圖式構成的系統，來自社會制度，又寄居於身體中（Wacquant，1992：198），作為「被結構化的結構」（structured structures），傾向於作為「結構化中的結構」（structuring structures）發揮功能，將實踐的感知圖式融入實踐活動和思維活動中¹⁴（Wacquant，1992：214）。並且，慣習亦因作為生成和組織實踐與表徵的原理，而毋庸預設對目的的明確認識，或預設對達成目的之必要手段的明確掌握（Bourdieu，1990：53）。據此，慣習既是可被客觀分類之判斷的生成原則，又是這些實踐的分類系統（劃分原則）；而構成慣習的兩種能力之間的關係——生產可被分類之實踐與作品的能力，以及區分並欣賞這些實踐與作品（即品味）的能力——正是社會世界的表徵，也就是生活風格空間得以形成之處（Bourdieu，1984：170）。此外

¹³ 社會行動者與世界之間的關係，並不是一個主體（或意識）與一個客體之間的關係，而是社會建構的知覺與評判原則（即慣習）與決定慣習的世界之間的「本體論契合」（ontological complicity）——或一如 Bourdieu 晚近指出的所謂相互「占有」（mutual possession）（Wacquant，1992：53）。

¹⁴ 這些圖式，來源於社會結構透過社會化，即透過個體生成（ontogenesis）過程，在身體上的體現；而社會結構本身，又來源於一代代人的歷史努力，即系統生成（phylogenesis）（Wacquant，1992：214）。

，Bourdieu 強調，慣習 (habitus) 並非習慣 (habit)，慣習是深刻地存於性情傾向系統中的、作為一種技藝 (art) 存在的生成性 (即使不說是創造性的) 能力，是完完全全從實踐專精 (practical mastery) 的意義上來講的，尤其是把它看作某種創造性藝術 (ars inveniendi) (Wacquant, 1992: 192)。

Wacquant (1992) 指出，用 Bourdieu 的話來說，慣習是一種結構形塑機制 (structuring mechanism)，作為生成策略的原則，使得行動者能應付各種未被預見、變動不居的情境；亦作為各種既持久存在而又可變更的性情傾向的一套系統，透過將過去的各种經驗結合在一起的方式，無時無刻不作為各種知覺、評判和行動的母體發揮其作用，從而有可能完成無限複雜多樣的任務 (Wacquant, 1992: 50)。Wacquant (1992) 亦進一步說明，慣習是透過體現於身體而實現的集體的個人化，或者是經由社會化而獲致的生物性個人的「集體化」。它所「經營」的策略是系統性的，然而又是特定的，其原因是這些策略的「促發」正源自它們與某一特定場域的遭遇。故慣習是創造性的，能體現想像力，但又受限於其結構；這些結構則是產生慣習的社會結構在身體層面的積澱¹⁵ (Wacquant, 1992: 50-51)。因此，當慣習遭遇了產生它的那個社會世界時，正像是「如魚得水」，得心應手：它感覺不到世間的阻力與重負，理所當然地把世界看成是屬於自己的世界。因為慣習的結構是作用於它的行動的各種力量所組成的那個場域的產物，所以，只有當慣習完完全全地融入這個場域之後，它才能切實地把握它的行動場域 (Wacquant, 1992: 199-200)。

徐貴 (2002) 亦指出，由於慣習是一種集體性的、持久的、規則行為的

¹⁵ Wacquant (1992) 表示，社會生活為什麼如此規律，又可預測？如果說外在結構並不機械地約束著行動，那麼又是什麼賦予其行動的模式？慣習這一概念給予了部分答案 (Wacquant, 1992: 50)。

生成機制，因而亦是「不同領域間活動的統一原則」，使得不同場域中的行動者得以表現出相似的稟性，亦即產生不受客觀場域限制之跨場域的「結構同型性」與「轉化關係」。因此，慣習兼具「結構」與「傾向」兩重意義，是外部條件結構透過社會化過程轉為自我期待的結果（徐貴，2002：76）。廖育正（2019）則說明，慣習不等同規範¹⁶，但它構成了場域運作的潛規則，大至國家社經制度，小至個人行為舉止，影響的層面無邊無際、無所不在（廖育正，2019：135）；故而人的生存，或者，以社會形塑的身體的方式存在的慣習，是包含了無數的生存或慣習的世界中的一部分（Wacquant，1992：199）。從而，慣習往往鑲嵌於最不易察覺的身體機制中，如走路姿態、飲食習慣或說話方式，並默默地參與建構社會世界的分類規則（高子壹，2023：57）。

然而，慣習的持久性雖然為行動提供了穩定的基礎，卻也可能在場域轉換時成為障礙。當行動者進入新場域時，其原有的慣習若無法及時調適以符合新場域的規律，便可能出現慣習遲滯（hysteresis）的現象。高子壹（2022a）的研究顯示，飲食經驗與感知篩選既可能是階級稟性的篩選，也可能在勞動訓練中養成，使得來自特定社經背景、具備相應文化資本的咖啡師在職涯流動上具有優勢，卻也能讓部分咖啡師在勞動訓練過程中獲得突破階級品味限制的能力。換言之，精品咖啡場域中的品味，既是階級優勢得以轉化與延續的機制，同時也是勞動訓練中稟性乃至慣習得以重塑之處。如此情形正如高子壹（2023）所述，正因精品咖啡美學勞動與品味之間的高度關聯，使得社經背景得以透過品味作為篩選機制或中介機制，將勞動過程外的優勢轉化為勞動過程內的優勢，創造出新的機會，同時也再製不平等。因此，對於慣習

¹⁶ 慣習所產生的行動方式並不像根據某種規範原則或司法準則推演出來的行為那般具有嚴格的規律性，事實上也不可能如此。這是因為「慣習是含混與模糊的同義詞，作為一種生成性的自發性，它在與變動不居的各種情境的即時遭遇中得以確定自身，並遵循一種實踐邏輯，儘管這種邏輯多少有些含混不清，但卻勾勒出與世界的日常關聯」（Wacquant，1992：56）。

遲滯現象的觀察即有其重要意義：它使我們得以捕捉行動者在初入新場域時，如何在既有慣習與新場域規律之間經歷拉扯，並由此展現出多元的行動路徑與調適張力。

3. 幻化—遊戲感

最為關鍵的是，品味的建構必須仰賴人類行動者對場域遊戲的「幻化」（*illusio*）¹⁷，以及他們的「誤認」（*misrecognition*）行為——即對秩序關係的默會依附，將社會建構的任意性視為自然而然、甚至必然如此的過程（Bourdieu, 1984）；同時，這也是場域之所以得以順利運作的前提。廖育正（2019）指出，Bourdieu 以「遊戲感」（*feel for the game*）來談論慣習、場域與實踐之間的複雜關係，進而以「幻化—遊戲感」作為群體與個體的中介嵌結。正是參與遊戲的幻化作用，在人的心智結構和社會結構之間形成了嵌結。社會行為即是一種讓人身處其中，而忘了自己身在其中的幻化遊戲（廖育正，2019：145）。

Bourdieu（1990）將場域比擬為遊戲，並稱是幻化與「不言自明的信念」（*doxa*）¹⁸共同維繫並自然化了場域遊戲的運作。根據 Bourdieu（1990）的

¹⁷ 由於廖育正（2019）對 Bourdieu 使用之 *illusio* 一字的考究最具說服力，故本文亦將 *illusio* 譯為「幻化（作用）」。其考究詳見：廖育正（2019）。「幻化遊戲」與「懸置遊玩」：論洪席耶對布爾迪厄的批評。中外文學，48（1），127-162。

¹⁸ 相較於廖育正（2019）將 *doxa* 譯為「信入」，或其他論者單純地譯為「信念」，本文認為，根據 Bourdieu 在 *The Logic of Practice* 和 *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste* 兩本著作中對 *doxa* 一詞的用法，及對其前後文意的考察，譯為「不言自明的信念」應更貼合 Bourdieu 使用 *doxa* 一詞的文義和語境，亦即更符合其論述中 *doxa* 之前反思性（*pre-reflexive*）、被視為理所當然（*taken-for-granted*）、且不被質疑的特性，以及其詞性和在語句中的位置；如此亦能與一般的信念（*belief*）做出明確區別。

說明，遊戲感產生於遊戲經驗，也產生於遊戲進行的客觀結構。這種遊戲感為遊戲賦予主觀意義。對參與者來說，遊戲具有意義和存在理由，也有方向、導向和預期結果，讓他們承認什麼是利害關係；而這就是遊戲的幻化作用，即對遊戲和結果的投入、對遊戲的興趣、以及對遊戲基本假設——不言自明的信念——的承諾。遊戲感也賦予遊戲客觀意義，因為人們透過實際掌握構成場域運作的特定規律，能夠感知可能的結果；這種感知是「合理」行為的基礎，因此產生共識確認的效果，而這正是人們對遊戲及其拜物（fetishes）之集體信念的基礎（Bourdieu, 1990: 66）。廖育正（2019）亦引蘇峰山（2002）的考察為補充，說明因為身處遊戲中，好似會視虛為實，視假為真，如此遊戲方得以持續進行，但 Bourdieu 在此用這個詞並非要說那是虛假，反而是強調那是被視為真實的，所以場域（遊戲）才得以持續運作。只有當人們信入遊戲中，也相信遊戲中賭注（stakes）的價值，他們才會捲入遊戲中，為遊戲所牽動（廖育正，2019: 146）。綜上所述，Bourdieu 的遊戲感概念揭示了行動者如何在實踐中對規則乃至規律具直覺般的隱性理解，這種理解使他們能夠「自然」且「恰當地」行動，即使無法明確說出內容為何。這正是實踐感（practical sense）在「遊戲」中的展現。Wacquant（1992）表示，實踐感在前對象性的、非設定性的（nonthetic）層面上運作。在我們設想那些客體對象之前，實踐感所體現的那種社會感受性就已經在引導我們的行動¹⁹。透過自發地預見所在世界的內在傾向，實踐感將世界視為有意義的世界而加以構建。這種自發預見的方式與球類比賽中具有良好的「場域視野」（field vision）的運動員頗為類似。這些運動員沉浸在行動的狂熱之中，憑著直覺對他的隊友和對手的活動迅速做出判斷，他們的行動和反應的方式都是「靈感式」的，

¹⁹ 實踐感是先於認知的，它從現有狀態中解讀出場域所包含的各種未來可能的狀態。由於過去、現在和未來在慣習裡彼此交織、互相滲透，所以可以把慣習理解成一種虛擬的「積澱狀況」（sedimented situations），它寄居在身體內部，聽候人們將它重新激發出來（Wacquant, 1992: 55）。

毋須事後認識和計算理性的助益（Wacquant，1992：53-54）。

Bourdieu（1990）亦透過對實踐信念（practical faith）的描述，進一步闡釋了不言自明的信念究竟為何。根據 Bourdieu（1990）的說明，實踐信念是每個場域默認要求的進入條件，不僅透過制裁和排除那些會破壞遊戲的人，亦透過在實踐中如此安排，使得選擇和塑造新進者的操作（通過儀式、考試等）能夠從他們（新進者）那裡獲得對場域基本前提的無爭議、前反思性（pre-reflective）、自然的順從；而這種順從的表現，正是對不言自明的信念的承諾（Bourdieu，1990：68）。至於為何是「不言自明的」，即在於人們對社會世界的初級經驗就是對不言自明的信念的經驗；如此意味著人們因誤認行為而對秩序關係的默會依附，使現實世界和思想世界無法被清楚區分，進而使不言自明的信念被接受為不言自明的（Bourdieu，1984：471；邱德亮，2023：676）。Bourdieu（1990）亦表示，無數的這種承認行為是場域歸屬感不可分割的「日常貨幣」，在其中，集體誤認被不斷生成，它們既是場域運作的前提條件，亦是其產物。因此，這些行為構成了對創造象徵性資本此一集體事業的投資，而這只有在場域運作邏輯持續被誤認的條件下才能實現。這就是為什麼人們無法憑意志瞬間決定進入這個魔法圈，只能透過出生或等同於第二次出生之漫長的融入和啟蒙過程（Bourdieu，1990：68）。

精品咖啡場域作為一種文化場域，正屬於 Bourdieu 所稱最典型的「誤認」場所。Bourdieu（1984）表示，文化之所以是最典型的誤認場所，其原因在於，當人們在創造策略以便客觀地適應利潤的客觀機會（此利潤即其產物）的同時，投資感（某種文化投資的敏感度，就像應對進退或拿捏分寸的敏感度）保障的利潤並不需要被當作利潤來刻意追求；因此，那些把正統文化內化為第二天性的人們會獲得額外收益：被視為也自認為全然無私，絲毫不因任何犬儒式或唯利是圖的文化運用而蒙上半點瑕疵，從而附帶獲得一種「超功利性」（disinterested）的形象利得。這種投資同時具有經濟投資與情

感投射 (affective investment) 的雙重意涵，更準確地說，即是幻化——一種信仰或涉入 (involvement) ——正是這種投入創造並維繫了遊戲本身 (Bourdieu, 1984: 86; 邱德亮, 2023: 160-161)。回到精品咖啡場域的脈絡，高子壹 (2022a) 的研究亦顯示，在個人化的感知與沖煮訓練中，精品咖啡廳的員工受到完整匠藝的召喚，被訓練成匠人，進而將工作視為一種天職 (calling)，使他們對於咖啡匠藝的癡迷甚至超越經濟利益。由此可見，幻化與誤認不僅使精品咖啡場域這場「遊戲」得以理所當然地運作，更使行動者在對匠藝的追求與投入中，將場域的賭注與不言自明的信念內化為超功利性的自我價值與專業認同，從而將在每一次的日常實踐中持續強化著場域的象徵秩序、再生產「專業」的品味框架。

參、研究方法

一、研究方法

由於精品咖啡的品味建構涉及複雜的具身化過程，以及對非人行動者的追蹤，而難以透過量化方法充分捕捉與詮釋，故本研究採用質性研究方法，並以參與式觀察進行研究，以深入追蹤並揭開此一以精品咖啡師為首的「專業」品味框架，是如何在技術媒介下被制度化建構與維繫的黑箱，場域中的「溝通」又何以因此得以可能。具體而言，本研究將採取立意抽樣（purposive sampling）之方式，選擇 SCA 的 CVA 新制認證課程，此一最為「標準」及象徵性的品味建構場所，作為代表精品咖啡場域（field）中「專業」品味建構的田野現場（site），並親自參與課程，以課程中的人類行動者與非人行動者為研究對象，進行田野調查，以探究 SCA 等精品咖啡場域中最具象徵地位的組織，其廣泛涵蓋、深植於全球咖啡社群而作為基礎設施的價值評估系統和知識體系，是如何透過邊界物的協調及其他非人行動者的參與協作，制度化建構人類行動者具身的「專業」品味框架，並維繫場域中各種轉譯與溝通的進行。如此從內部理解的研究策略，使研究者既能夠以參與者（insider）的身份親身經驗品味建構的動態過程，並切身感受場域規律的脈動及技術物的調解；同時又能以觀察者（outsider）的視角記錄、分析和反思這個動態過程的運作機制及其中的諸關係。而有鑒於此，在研究過程中，研究者將持續檢視自身位置的影響，並於結論中進一步反思此雙重身分可能帶來的優勢與限制。

在信度與效度的檢驗上，除了前述的自我反思（self-reflexivity）外，本研究亦會將田野筆記中有關課程安排與教學內容的紀錄，先自行與 SCA 的官方文件和合作教育機構的內部教材進行對照檢核，再向 SCA 授權培訓師（Authorized SCA Trainer, AST）詢問描摹內容的準確性，透過多方資料的檢驗支撐研究發現的信度與效度。而在深度訪談的部分（若有；其條件見研究設計），本研究則會採取成員檢核的方式，在訪談結束後，將訪談記錄即時交予受訪者確認記錄的準確性。

此外，研究者將提前向本次 CVA 課程之授權培訓師徵詢研究許可，取得其在充分知情下之積極同意。於課程開始前，研究者亦將統一向各學員明確表明本人之研究者身分與欲觀察和紀錄之形式和範圍（含告知將配合課程要求不作錄音、錄影之行為），取得其在充分知情下之積極同意，方將其納入研究；並主動於田野筆記中對各該人員進行去識別化處理，充分保障其資訊隱私權，以符合研究倫理之要求。

在理論框架上，如文獻回顧中所述，本研究將以 Bourdieu 的社會理論為基礎，並結合 Latour 的行動者網絡理論的視角、及 Star 和 Griesemer 的邊界物概念，進行研究分析。這種分析策略並非簡單的並置，而是如本研究於第二章第三節第一小節所闡述之原因，係基於對三方理論及精品咖啡場域之特性的考量。Bourdieu 的社會理論提供了理解品味的社會性與場域和慣習等「關係束」的框架，幫助我們分析慣習如何在場域中被形塑、又如何生成實踐影響場域，以及人類行動者如何藉由「幻化—遊戲感」，在心智結構和場域結構之間形成了嵌結。Latour 的行動者網絡理論的視角則能夠協助研究者「跟隨行動者」（follow the actants），追蹤物質性存在的能動性及其各自在行動者網絡中的具體貢獻，以理解在培訓過程中發揮功能的各式技術物，是如何作為場域中的非人行動者，積極參與品味框架的建構與維繫，並重新配置人類行動者的感官乃至身體圖式。而 Star 和 Griesemer 的邊界物概念作為對行動者網絡理論中強制通行點（OPP）概念的修正，則能進一步解釋行動者網絡如何在穩固維持框架跨域一致性的同時，又能策略性地包容差異、化解潛在衝突，使不盡相同的轉譯得以在其中共存與協作。如此將使研究能夠更全面地捕捉品味建構的複雜性。

二、研究設計

如前所述，在咖啡這類高度複雜的飲品中，風味以及其所構成的整體體驗是最為關鍵的屬性。因此，本研究在 CVA 的四種評估面向中，選擇聚焦屬於內在

感官屬性，而與品味建構直接相關的描述性評估與情感性評估，而暫不討論測試咖啡生豆狀態（去殼、未烘焙的咖啡種子）的物理性評估，或關注產地資訊及認證資訊的外在屬性評估；且 CVA 課程的內容亦是以描述性評估與情感性評估的教學與操作為核心。

在描述性評估與情感性評估分離的新制度下，本研究的參與式觀察過程因而會分為描述性評估和情感性評估兩階段進行，並聚焦於表單操作的培訓與實作。具體而言，在課程進行期間，本研究將特別關注幾個關鍵面向：首先，本研究將觀察參與者如何習得 CVA 的描述性評估方法，及如何進行感官校正訓練，藉以呈現參與者如何在內化場域規律的感官工作中，潛移默化地參與了「遊戲」的幻化作用，並逐漸生成慣習的轉置。此過程涵蓋他們如何使用標準化的感官詞彙、如何進行意義錨定，以及如何進行感官結果的收斂（convergence）。與此同時，本研究亦會同步追蹤在培訓過程中發揮各種媒介作用與建構作用的各式技術物，以觀察這些非人行動者如何在與人類行動者的無數關聯中，積極參與品味框架的建構與維繫，並適時透過 Star 和 Griesemer 的邊界物概念，以及 Callon (1984) 的轉譯²⁰概念，進行分析，以更仔細地揭開品味建構的黑箱，及說明某些媒介是如何經由銘刻過程成為不可變的可移動物²¹。其次，本研究將以 15 分強度量表上的 5 分為一定區間之範圍（因 5 分為描述性評估表單上，一個強度區間〔強、中、弱〕的數值範圍），作為輔助性的參照標準與觀察指標，觀察參與者於後續的描述性評估中，對於咖啡樣品所作的評估結果是否集中於該一定區間內；或於 CATA（Check all that apply）表格上，在任二風味類別（上位類別會蘊含下位類別）之項目的勾選上有高度重疊（即需全體人數三分之二以上皆有勾選同一項目，且發生兩次，以此降低純粹偶然一致的可能性）；而呈現收斂趨勢，以顯示參與者是否於身體實踐中強化場域的象徵秩序，並藉此外推品味框架的再生產。

²⁰ 轉譯（translation）的概念操作，詳見註 12。

²¹ 銘刻（inscription）及不可變的可移動物（immutable mobiles）的概念操作，詳見註 9。

此外，本研究亦將觀察參與者於因強調「主觀」、「自由表達」，而較易被個人背景「滲透」的情感性評估中，是否出現慣習遲滯的現象。本研究將以參與者在評估表上的註記或其口語表達方式是否持續偏離咖啡風味輪或 WCR 感官詞彙為觀察指標（故研究者亦將繼續觀察品味框架的影響及慣習轉置生成中的效力），觀察其原先（進入場域前）之慣習是否仍會對其在場域中的行動造成影響（無論優勢或劣勢），以保有追蹤意外發現的彈性。若有，本研究將再採取立意抽樣之方式，針對表現出明顯慣習遲滯跡象的學員進行深度訪談，詢問該參與者如此表達的原因，並深入剖析這些表現背後的文化、階級、性別等脈絡或其他個人經驗，釐清主因以進一步確認該事件是否屬於、且屬於何種慣習遲滯的現象。兩種評估間的轉換亦因此是本研究的觀察重點。當參與者從描述性評估轉向情感性評估時，他們的稟性是否會發生變化？在描述性評估中努力保持「客觀」的參與者，會在情感性評估中表現出解放或困惑？這種轉換的歷程很可能展現出慣習的內在張力——既有新近轉置中的慣習，亦有根深蒂固的原生慣習，兩者如何在同一時刻下顯現與互動。

三、課程排程

表一 課程排程

第一天		第二天	
1.1	課程介紹	2.1	回顧第一天的描述性評估
1.2	CVA 介紹	2.2	情感性杯測
1.3	了解 15 分強度量表	2.3	外在評估
1.4	建立並使用描述性評估的參照物	2.4	香氣類測驗
1.5	CATA（勾選「所有適用的選項」）	2.5	描述性評估 #2
1.6	描述性評估 #1	2.6	筆試測驗
1.7	9 分情感性量表與情感性評估	2.7	綜合杯測

基於前述研究目的、研究問題及研究設計中之審慎考量，本研究將僅呈現課程中 1.3~1.7 及 2.1~2.2 之田野過程。至於為何本研究選擇不探討「2.5 描述性評估 #2」，原因在於該場次之描述性評估係為與後續之綜合杯測進行比較而設（故該兩場次皆盲測相同之四款咖啡豆），其用意在於藉由使評估者比較對於兩者之評估過程與評估結果的體感差異，呈現描述性評估與情感性評估分離之重要性；更重要的是，其亦無如「描述性評估 #1」中有對評估結果進行充分的人數統計。不過，本研究仍會於此環節中繼續觀察評估者的實踐是否仍「自然而然」是「專業」的，以確認慣習轉置的生成是否仍在持續。

肆、研究發現

一、形形色色的行動者

(一) 人類行動者

課程人數（含講師及研究者）共九人，人員簡介（不含研究者）如下表：

	代稱	性別	註記
1	SCA 授權培訓師 (下稱 AST)	男	CQI Q Arabica Grader (Cupper) 精品咖啡師
2	A	女	精品咖啡師 (曾開過獨立咖啡廳)
3	B	男	CQI Q Arabica Grader (Cupper) 精品咖啡師 (獨立咖啡廳老闆) 高職、科大咖啡講師
4	C	男	CQI Q Arabica Grader (Cupper) 精品咖啡師 (國外獨立咖啡廳老闆) 南美華裔
5	D	男	CQI Q Arabica Grader (Cupper) 精品咖啡師 咖啡工作室研發部門
6	E	男	精品咖啡師 咖啡產業食品研發部門
7	F	男	CQI Q Arabica Grader (Cupper) 精品咖啡師 (獨立咖啡廳老闆) 資深評審
8	G	女	CQI Q Arabica Grader (Cupper) 精品咖啡師

表二 人類行動者

（二）非人行動者

過程中參與之主要非人行動者如下表：

	名稱	介入時機	媒介種類
1	描述性評估表單 (含 15 分強度量表和 CATA 表格)	描述性評估	調解者
2	單獨 15 分強度量表	15 分強度量表練習	調解者
3	單獨 CATA 表格	CATA 表格使用練習	調解者
4	調味溶液	15 分強度量表練習 CATA 表格使用練習	調解者
5	感官參照物	感官參照物校正	調解者
6	情感性評估表單	情感性評估	調解者
7	杯測分數計算機	情感性評估	調解者
8	咖啡樣品 (六款不同的咖啡豆)	描述性評估 情感性評估	調解者

表三 非人行動者

描述性評估表單和感官參照物之所以不屬於單純傳輸資訊的中介者，而屬於會在過程中主動參與結果協商的調解者，在於使用者於此的感官體驗是由它們所建構的；杯測分數計算機則是因其具備將個人品質印象格式化為可治理之單一數值的功能，使不同個體間、或基於不同目的間的情感性反應，得以被置入同一維度中進行比較。至於為何看似「無拘無束」的情感性評估表單，亦被歸類為調解者，在於其雖然不會影響使用者本身對於喜好與否的認識，但其中杯測區段和 9 分量表的設置，仍會在過程中重新編排使用者的注意力與表達方式。而調味溶液和咖啡樣品，雖由於流程的嚴格規範，兩者在此皆僅中介著「上游」所預期的風味表現及意義，但在與評估者的雙向關係中，兩者仍能藉由化

學物質的揮發或其他變動，生成差異（即使看似微乎其微）並影響評估者，故兩者仍屬於調解者。此處僅先羅列主要非人行動者的名稱、介入時機和媒介種類，並如前述提綱契領地進行重點說明，詳細內容則將於後續段落逐一說明。

二、描述性評估

（一）描述性評估方法

沖煮咖啡的感官評鑑通常基於「整體特徵」與「具體描述詞」兩大準則。而杯測（cupping）與描述性評估（descriptive assessment）的差異在於，前者由具有咖啡品質控管經驗的業界專家擔任評測者，依「好不好」的品質尺度給分；後者則由受過專業訓練的描述性小組，以感官詞彙描繪產品的風味輪廓，並不直接給出品質高低的判斷。換言之，杯測員多借助咖啡風味輪補充批註，而描述性小組則高度依賴感官詞彙的使用，以量化對特定樣品的描述（Seninde & Chambers, 2020）。由此可知，描述性評估作為一種可量化的感官評估，旨在透過標準化的詞彙與分類框架，對產品中能被識別到的感官屬性進行描述，而不涉及喜好或品質等評價，並因此與傳統杯測有所不同。

諸如咖啡風味輪和 WCR 感官辭典等技術物，為描述感官屬性提供了共同的語言與參照標準，使評估者得以降低語用風險，而有助於不同評估小組彼此之間在描述上達成一致（Seninde & Chambers, 2020）。因此，Seninde 和 Chambers（2020）指出，若能透過標準化框架（如 WCR 感官辭彙）進行感官訓練，將有助於提升咖啡評估的一致性與清晰度；且強調屬性定義、參考標準和評估程序的小組訓練，亦能減少評估者之間因文化熟悉度和語言差異而引入的變異性。SCA（2024）亦表示，藉由增加感官訓練，評估小組可以在強度評定和「最能代表咖啡」的定性描述（感官詞彙使用）方面達到更高水準的一致性和準確性。並且，在進行小組、群體的描述性評估時，將群體的結果作為個別評估者調整評估的參考基準，能顯著提升評估結果的「客觀性」。

關於感官校正訓練的意義，及描述性評估方法的跨文化重現性，Choi 等人（2025）對於濃縮咖啡評估協定（The Espresso Protocol，TEP）的研究可作為具體事例側面參照。Choi 等人（2025）召集來自法國、印度、義大利、韓國與美國共 46 位具三年以上業界經驗的專家，對 8 款單一產區的咖啡豆進行 3 次盲測，累計共進行 138 次的評估（每次評估皆有涵蓋 8 種咖啡樣品）。分析結果顯示，同國專家在 CATA 描述詞的使用上呈現高度一致，顯示評估程序具備優秀的重現性；且除少數個案外，多數國家之受試專家均呈現穩定的再測信度。然而，Choi 等人（2025）同時指出，受試者在負面描述詞上的使用依舊受文化語境左右，亦可能於語義翻譯上遭遇困難，因而建議於正式評估前加設感官詞彙訓練（lexicon training）的環節，以降低文化差異所造成的語義偏差。而該研究中指出的感官詞彙訓練，其具體實踐正是 CVA 描述性評估方法中感官參照物校正（references calibration）及 CATA 表格使用練習的流程。在此過程中，透過對感官參照物和調味溶液的嗅聞和品嚐進行意義錨定，將使感官詞彙的使用趨於標準化，進而達成感官結果的收斂（convergence）。此外，高子壹（2022a）亦有表示，感知在勞動過程中的重要性不僅在於「嚐到」或者「聞到」，還在於感知連結了咖啡匠藝背後的品味知識與勞動實作，進而使身體成為橋接品味技藝與操作技藝的媒介。

在藉由與杯測比較差異以重申描述性評估方法之內涵，及說明感官校正訓練的意義後，本研究接著將先對描述性評估表單的結構與使用方式進行總體性的說明，並解釋描述性評估表單是如何經由銘刻過程成為不可變的可移動物，及其何以發揮邊界物的作用；再分別針對其中最為重要的 15 分強度量表和 CATA 表格，深入剖析其形式與功能，以為後續在感官校正訓練中追蹤其他非人行動者時奠定基礎。

1. 描述性評估表單

描述性評估表單（見圖一，下頁）在 CVA 中的功能是對咖啡的風味輪

廓進行「客觀」描繪，其記錄框架沿用七個「杯測區段」(cupping sections)：乾香氣 (Fragrance)、濕香氣 (Aroma)、風味 (Flavor)、餘韻 (Aftertaste)、酸質 (Acidity)、甜感 (Sweetness)、口感 (Mouthfeel)。表單同時結合烘焙程度 (roast level) 的灰階 (grayscale) 欄位、15 分強度量表與 CATA 表格作為視覺定錨，且保留自由描述欄位以兼顧感官特徵的開放性。此外，感官活動皆必須在樣品去識別化 (盲測) 的條件下完成，以避免偏誤。

12.1. Descriptive Form – Version 2 (Provisional Standard)

SCA Coffee Value Assessment

Descriptive Form

Name
Date
Purpose



SAMPLE NO.		ROAST LEVEL		Notes
Fragrance Intensity		Aroma Intensity		
0 5 10 15		0 5 10 15		
☐ Floral ☐ Fruity ☐ Berry ☐ Dried Fruit ☐ Citrus Fruit ☐ Sour/Fermented ☐ Sour ☐ Fermented ☐ Green/Vegetative ☐ Other ☐ Chemical ☐ Musty/Earthy ☐ Woody		☐ Roasted ☐ Cereal ☐ Burnt ☐ Tobacco ☐ Nutty/Cocoa ☐ Nutty ☐ Cocoa ☐ Spice ☐ Sweet ☐ Vanilla/Vanillin ☐ Brown Sugar		
Flavor Intensity		Aftertaste Intensity		Notes
0 5 10 15		0 5 10 15		
☐ Floral ☐ Fruity ☐ Berry ☐ Dried Fruit ☐ Citrus Fruit ☐ Sour/Fermented ☐ Sour ☐ Fermented ☐ Green/Vegetative ☐ Other ☐ Chemical ☐ Musty/Earthy ☐ Woody		☐ Roasted ☐ Cereal ☐ Burnt ☐ Tobacco ☐ Nutty/Cocoa ☐ Nutty ☐ Cocoa ☐ Spice ☐ Sweet ☐ Vanilla/Vanillin ☐ Brown Sugar		
Acidity Intensity		Sweetness Intensity		Notes
0 5 10 15		0 5 10 15		
Mouthfeel Intensity		Notes		Notes
0 5 10 15				
☐ Rough (Gritty, Chalky, Sandy) ☐ Oily		☐ Smooth (Velvety, Silky, Syrupy) ☐ Mouth-Drying		

SAMPLE NO.		ROAST LEVEL		Notes
Fragrance Intensity		Aroma Intensity		
0 5 10 15		0 5 10 15		
☐ Floral ☐ Fruity ☐ Berry ☐ Dried Fruit ☐ Citrus Fruit ☐ Sour/Fermented ☐ Sour ☐ Fermented ☐ Green/Vegetative ☐ Other ☐ Chemical ☐ Musty/Earthy ☐ Woody		☐ Roasted ☐ Cereal ☐ Burnt ☐ Tobacco ☐ Nutty/Cocoa ☐ Nutty ☐ Cocoa ☐ Spice ☐ Sweet ☐ Vanilla/Vanillin ☐ Brown Sugar		
Flavor Intensity		Aftertaste Intensity		Notes
0 5 10 15		0 5 10 15		
☐ Floral ☐ Fruity ☐ Berry ☐ Dried Fruit ☐ Citrus Fruit ☐ Sour/Fermented ☐ Sour ☐ Fermented ☐ Green/Vegetative ☐ Other ☐ Chemical ☐ Musty/Earthy ☐ Woody		☐ Roasted ☐ Cereal ☐ Burnt ☐ Tobacco ☐ Nutty/Cocoa ☐ Nutty ☐ Cocoa ☐ Spice ☐ Sweet ☐ Vanilla/Vanillin ☐ Brown Sugar		
Acidity Intensity		Sweetness Intensity		Notes
0 5 10 15		0 5 10 15		
Mouthfeel Intensity		Notes		Notes
0 5 10 15				
☐ Rough (Gritty, Chalky, Sandy) ☐ Oily		☐ Smooth (Velvety, Silky, Syrupy) ☐ Mouth-Drying		

SCA Version 2 (June 2024), ©2024 the Specialty Coffee Association. All rights reserved, except this document may be reproduced and distributed without modification. Learn more: [sca.com/learn-more](https://www.sca.com/learn-more)

圖一 描述性評估表單 (SCA，2024：57)

在表單操作的流程上，無論是描述性評估或情感性評估，皆沿用相同的大方向和時序，且若有需要，皆可於自由描述欄位自行註記；但在描述性評估中，SCA 建議使用批次沖煮（亦即使用滴濾式咖啡機或法式濾壓壺），而非杯測的沖煮流程，因此需要另備盛好乾粉的容器以供評估者另行嗅聞、評估乾香氣，以及該樣品的烘焙程度。其步驟如下：

- (1) 乾香氣評估：先嗅聞乾粉並評估乾香氣的強度，再於 CATA 表格上勾選識別到的風味屬性。
- (2) 沖煮與濕香氣評估：沖煮並評估濕香氣的強度，再於 CATA 表格上勾選識別到的風味屬性。
- (3) 隨降溫進行多輪啜吸(liquoring)，依序評估直到完成整張評估表單：
 - A. 風味和餘韻的強度與風味屬性。兩者共用一個 CATA 表格，並另有主要味道（鹹、酸、甜、苦、鮮等人類的五種基本味覺）的 CATA 表格（勾選以 1 到 2 種為限）。
 - B. 酸質的強度
 - C. 甜感的強度
 - D. 口感的強度及口感專屬的 CATA 表格。

多輪啜吸的設計使評估得以跨越不同溫度區段進行識別、比較及修正，使得評估結果更為全面、準確。

- (4) 最後進行校正討論。

由此可見，描述性評估如同稜鏡將白光分解成諸多不同顏色般，不僅將整體感官印象解構為各個獨立的組成部分，更建構了一杯咖啡「是」什麼的品味框架。如此一來，咖啡在鼻腔與口腔中瞬息萬變的風味表現、細膩的香氣層次、複雜的口感質地——原先複雜、易逝且情境化的感官體驗，皆被系

統性地轉化為可運輸、累積與再現的資訊，並被扁平化為標準化、可操作的格式。描述性評估表單以七個杯測區段為骨架，並置對「量」進行刻度化的 15 分強度量表，建立跨區段的可比性；以及對「質」進行類型化的 CATA 勾選清單，建立共同的描述語言。自由描述欄位的設置則保留了容納那些未能被化約、編碼之殘餘的空間。而連續、漸層的灰階，則供評估者進行視覺對照，並於符合印象的位置上標記，以呈現豆色所代表的烘焙度；線上的兩個刻度線則作為邊界線，將灰階劃分為淺焙、中焙、深焙三段，讓使用者得以相互對照、比較彼此對於樣品烘焙程度的認知差異。描述性評估表單透過切割並重新編排使用者的整體感官體驗，將交互滲透、持續流動的感官經驗，分割並固定、壓縮為視覺化、可統計的一連串片斷，從而將瞬時的感官體驗轉變為可穩定運輸、累積與再現的資訊。藉此銘刻過程，描述性評估表單遂成為既能保持內容的穩定性，又能在不同時空中流通的不可變的可移動物。

同時，表單中嵌入的「腳本」(scripts)，亦重新配置了使用者的感官。評估表單上的位置配置並非隨意安排，而是在與作為基礎設施之評估流程共同建構的時序設計下，策略性地引導評估者的注意力按特定順序，逐一對焦各個區段的強度或感官屬性，使評估者從抽象的整體印象轉向「有條理」的分析模式。這種時序安排既防止了感官疲勞可能導致的腳本失靈，亦允許跨溫度區段的比較與修正，而減少了可能的評估盲點。至於群體校正討論作為流程的最後環節，則透過將群體的結果作為個別評估者調整評估的參照基準，使評估更趨於收斂而非發散，從而強化了描述性評估的「客觀性」。

此外，描述性評估表單同時作為維繫場域穩定的一種邊界物——標準化表單 (Standardized forms) 的型態——展現了 Star 和 Griesemer (1989) 所強調的雙重性質。一方面，如前所述，描述性評估表單標準化的格式在與作為基礎設施之評估流程共同建構的時序設計下，構成了穩固且一致的評估架構，而得以與其他邊界物——作為可索引之感官詞彙「儲存庫」(Repositories)²² 的 WCR 感官辭典，以及作為風味「理想型」(Ideal type)²³ 的咖啡風味輪

——在 SCA 的知識體系和價值評估系統等基礎設施上的協作下，創造跨情境的可比性，並確保不同位置、不同目的的評估者都能在共同的品味框架內進行等效且可比較的描述性評估，使其品味框架能夠跨越地理限制和文化邊界穩定傳播而不失真。另一方面，描述性評估表單亦具備能適應不同目的與觀點的可塑性，而保留了「在地」協調與詮釋的彈性空間，使其能在不消弭差異的前提下，策略性地進行包容與調解。其中，自由描述欄位的設計允許評估者補充在地或個人特有的感官印象或其他狀況；感官屬性的實際理解亦可在一定程度上依據文化語境進行詮釋。這種設計使描述性評估既能維持全球一致性，又能適應在地特殊性，讓多方協作得以於其間取得運作上的平衡。

2.15 分強度量表

如圖二（見下頁）紅框內所示，15 分強度量表採用視覺類比量表，透過數值範圍 0 到 15，連續、等距的線性尺度，提供了較為精確且具鑑別度的評判方式；而量表的腳本，即體現在此處的視覺設計上。透過均勻分布的刻度線建構了等距的視覺定錨點，使評估者在操作表格時，會「自然而然」將注意力從其他感覺抽離，轉而聚焦於強度的定位，並切分、量化其強度感受，以將非線性的感官體驗映射到線性的量表上；評估者亦因此得以暫時抑制語

²² 儲存庫（Repositories）是以標準化方式編製與索引的有序物件堆（piles），其建立是為了解決因分析單位差異所造成的異質性問題；圖書館或博物館即屬一例。儲存庫的優勢在於模組化，使得來自不同（社會）世界的人們可以依循各自的目的，從儲存庫中獲取其所需的資源，而毋須對彼此在目的上的差異進行協商（Star & Griesemer，1989：410）。

²³ 理想型（Ideal type）是一種如圖表或圖集的物件，實際上並不精確描繪任何單一的地域或事物的細節。它是從所有領域中抽象化而來的產物，因此可能相當模糊。然而，正因為它足夠模糊，反而更能適應具體的在地脈絡；它作為一種可跨界進行象徵性溝通與合作的媒介，對於各方參與者而言，算是一張「夠用」（good enough）的路線圖；物種（species）的概念即屬一例。理想型係因抽象程度的差異而產生；它將在地偶發性（local contingencies）從共同物件中剔除，因而具有適應性的優勢（Star & Griesemer，1989：410）。

言等「雜訊」的先入為主。從而，評估者便落入表格所建構出的「視角」中，其感官隨之被重新配置；此時其感官的對象與結果，亦因而是被表格所建構的。並且，由於量表要求評估者須分別針對每種感官屬性給出獨立的強度評估，迫使評估者須將注意力依序分配到各種感官屬性上，進而使原先可能主導整體感官體驗的突出感受，被重新框定為諸多並列、平行之屬性中的一項；評估者甚至因此會去尋找那些原本可能被忽略的細微差異，例如透過交互對照酸質與甜感的強度感受以分析、校準各自的數值定位。此外，量表亦因此創造了跨感官屬性的可比性。例如酸質的「10」與甜感的「10」在感官體驗上完全不同，但在量表中，它們被賦予了可比較的基礎。如此一來，使得不同感官屬性能夠被整合進一致的評估框架中，進而產生可交流、比較的資訊。

SAMPLE NO.	ROAST LEVEL	
Fragrance Intensity	LOW	MEDIUM
Aroma Intensity	LOW	MEDIUM
☐ Floral ☐ Fruity ☐ Berry ☐ Dried Fruit ☐ Citrus Fruit ☐ Roasted ☐ Cereal ☐ Burnt ☐ Tobacco ☐ Sour/Fermented ☐ Sour ☐ Fermented ☐ Nutty/Cocoa ☐ Nutty ☐ Cocoa ☐ Green/Vegetative ☐ Spice ☐ Other ☐ Chemical ☐ Musty/Earthy ☐ Woody ☐ Sweet ☐ Vanilla/Vanillin ☐ Brown Sugar		
Flavor Intensity	LOW	MEDIUM
Aftertaste Intensity	LOW	MEDIUM
☐ Floral ☐ Fruity ☐ Berry ☐ Dried Fruit ☐ Citrus Fruit ☐ Roasted ☐ Cereal ☐ Burnt ☐ Tobacco ☐ Sour/Fermented ☐ Sour ☐ Fermented ☐ Nutty/Cocoa ☐ Nutty ☐ Cocoa ☐ Green/Vegetative ☐ Spice ☐ Other ☐ Chemical ☐ Musty/Earthy ☐ Woody ☐ Sweet ☐ Vanilla/Vanillin ☐ Brown Sugar		
Acidity Intensity	LOW	MEDIUM
Main Tastes (2) ☐ Salty ☐ Bitter ☐ Sour ☐ Umami ☐ Sweet		
Sweetness Intensity	LOW	MEDIUM
Mouthfeel Intensity	LOW	MEDIUM
☐ Rough (Gritty, Chalky, Sandy) ☐ Smooth (Velvety, Silky, Syrupy) ☐ Metallic ☐ Oily ☐ Mouth-Drying		

圖二 15 分強度量表 (SCA, 2024 : 57)

3. CATA 表格

評估者在完成強度評估後，便會接續於既定的語義框架內進行屬性辨識，並勾選相符的 CATA 項目。如圖三（見 45 頁）紅框內所示，CATA 表格將「儲存庫」WCR 感官辭典與「理想型」咖啡風味輪所建構的語義邏輯，操作化為可勾選的項目，其形式——預設的風味主類別及其子類別——則構成了感官識別的選擇機制。而在藍框和橘框中，則分別是以感官科學中的五種基本味道及在咖啡中常見的五大類口感，作為其預設的勾選項目。

CATA 的腳本體現在其類型化與勾選的方式中。在此，風味被組織成符合咖啡感官經驗且適度抽象的層級結構，例如在「果香」(Fruity)的類型下，可再進一步細分為「莓果」(Berry)、「果乾」(Dried Fruit)和「柑橘類水果」(Citrus Fruit)；在「甜」(Sweet)的類型下，則可再進一步細分為「香草／香草醛」(Vanilla / Vanillin)和「黃糖」(Brown Sugar)；進而將評估限制在同一類型化框架中，以控制溝通中可能因認知差異而產生的失靈。並且，預設的風味選項也會時刻「暗示」評估者去尋找特定的感官屬性，某種程度上教導了評估者什麼是值得注意的風味。此外，表格的勾選機制亦創造了一種「在場」或「缺席」的二元對立，將原本程度性的感官體驗轉化為特定類型有或無的判斷，使之不是被勾選（在場），就是不被勾選（缺席）。這種簡化方式雖然犧牲了程度差異的細節，卻也大幅提升了評估的收斂性和可比較性；並且，自由描述欄位作為配套措施，亦能彌補此種短板。

由此可見，CATA 表格在描述性評估中不只是名義變項的清單，更作為一種裝置化的 WCR 感官辭典和咖啡風味輪，時刻橋接著個人、內在的感覺，與場域的共同語言和標準，並參與著評估者的「視角」的建構。而當評估者充分掌握這套方法後，這套語義邏輯與分類框架便會逐漸內化、積澱為其慣習，使評估者即使離開表格甚或是精品咖啡場域，也能不假思索地運用同型的感官模式。

SAMPLE NO.		ROAST LEVEL	
Fragrance	LOW MEDIUM HIGH 0 5 10 15		
Intensity			
Aroma	LOW MEDIUM HIGH 0 5 10 15		
Intensity			
☐ Floral ☐ Fruity ☐ Berry ☐ Dried Fruit ☐ Citrus Fruit ☐ Roasted ☐ Cereal ☐ Burnt ☐ Tobacco ☐ Sour/Fermented ☐ Sour ☐ Fermented ☐ Nutty/Cocoa ☐ Nutty ☐ Cocoa ☐ Green/Vegetative ☐ Spice ☐ Other ☐ Chemical ☐ Musty/Earthy ☐ Woody ☐ Sweet ☐ Vanilla/Vanillin ☐ Brown Sugar			
Flavor	LOW MEDIUM HIGH 0 5 10 15		
Intensity			
Aftertaste	LOW MEDIUM HIGH 0 5 10 15		
Intensity			
☐ Floral ☐ Fruity ☐ Berry ☐ Dried Fruit ☐ Citrus Fruit ☐ Roasted ☐ Cereal ☐ Burnt ☐ Tobacco ☐ Sour/Fermented ☐ Sour ☐ Fermented ☐ Nutty/Cocoa ☐ Nutty ☐ Cocoa ☐ Green/Vegetative ☐ Spice ☐ Other ☐ Chemical ☐ Musty/Earthy ☐ Woody ☐ Sweet ☐ Vanilla/Vanillin ☐ Brown Sugar			
			Main Tastes (2) ☐ Salty ☐ Bitter ☐ Sour ☐ Umami ☐ Sweet
Acidity	LOW MEDIUM HIGH 0 5 10 15		
Intensity			
Sweetness	LOW MEDIUM HIGH 0 5 10 15		
Intensity			
Mouthfeel	LOW MEDIUM HIGH 0 5 10 15		
Intensity			
☐ Rough (Gritty, Chalky, Sandy) ☐ Smooth (Velvety, Silky, Syrupy) ☐ Metallic ☐ Oily ☐ Mouth-Drying			

圖三 CATA 表格 (SCA, 2024: 57)

(二) 感官校正訓練

描述性評估的感官校正訓練分為 15 分強度量表練習、感官參照物校正和 CATA 表格練習。本研究將先依活動順序個別說明其具體過程及這些「感官工作」的目的，並於最後統一解析人類行動者如何在非人行動者的積極介入下，潛移默化地參與了「遊戲」的幻化作用，並「自然而然」對齊場域的規律，隨之逐漸生成慣習的轉置。

1. 15 分強度量表練習

15 分強度量表的練習分為「顏色強度」和「味道與口感強度」兩場活

動。在此過程中，AST 與表單上的提示皆會時刻提醒參與者應評估的是「強度」，而非對樣品「好」或「壞」的印象，故而此時參與者應先依直覺即時判斷樣品產生的強度感受，並被允許隨時修正。在「顏色強度」的活動中，AST 區分三組圖片，依序進行三次測試。每組中會有三張色號不同的圖片被輪流重複展示，以供參與者進行強度排序。第一組依序是暗灰色、灰色、銀色；第二組依序是雪白色、暗灰色、昏灰色；第三組依序是藍色、深藍色、紅色。而在「味道與口感強度」的活動中，AST 則同時向各個參與者發放六杯調味溶液，分別為：高度酸、中度酸、低度酸、中度鹹、濃縮番茄汁、加水稀釋一半的濃縮番茄汁，供參與者輪流品嚐、比較，以進行強度排序。AST 透過這些活動，向參與者傳達了強度評估是透過比較而來、相對的感官結果；例如在高度酸、中度酸、低度酸三杯酸味溶液間，其酸度順序須透過反覆品嚐始能確定彼此間相對的位置；亦傳達了在同一感覺方式 (sensory modality) 中 (如此處的視覺或嗅、味覺) 的強度評估，並不侷限於同色系或同風味間的比較，而是能面對不同類型的刺激進行評估等觀念。此外，強度評估對於「如何感受」的手段並未加以限制或刻意引導，因此各個參與者皆有各自的一套方法與心得，像在三杯酸味溶液間的強度評估中，研究者本人即是透過酒的酸度評估方法，對樣品進行啜吸與評估。

2. 感官參照物校正

AST 表示，CVA 標準規範中提供的參照物 (嗅覺分類範例) 係將特定的風味屬性歸類為一組組標準化的描述詞，以便杯測師之間能夠針對咖啡的風味屬性進行可供有效溝通的描述與比較。例如，若一杯咖啡讓人聯想到巧克力餅乾，評估者即可藉由勾選「堅果/可可—可可」、「甜香草/香草醛」和「甜—黃糖」三組描述詞來表達風味。而至於 CVA 標準規範中列出的參照物，SCA (2024: 64-71) 對於應使用何種材料來代表描述性評估表單中的每種風味主類別和子類別，列有多種建議的選擇與製作方式。

感官參照物（嗅覺分類範例）的練習分為兩場次進行。在過程中，參與者應先逐一嗅聞被透氣棉花包裹的參照物（見圖四，48 頁），並在「您的印象」欄位中紀錄對於該參照物的感受；此時描述詞的使用並不限於 CVA 的描述詞，反而建議應依個人的直觀感受自由描述。當參與者在紀錄其所嗅聞到的香氣時，初步印象有助於將特定的感官印象與其記憶或情感進行連結，使該感官印象在往後更容易被評估者識別。故而這些初步印象並無標準答案，因為每位評估者的感官印象都是基於其個人獨特的「歷史」；像研究者就於果乾的欄位中填寫直觀感受到的馬丁尼純香艾酒（Martini Extra Dry Vermouth，一種加味的加烈葡萄酒）。在謄寫完初次印象後，參與者接著需透過對照練習表上檢附的描述詞，對每個參照物的主類別（以及適用的子類別）進行猜測和選擇。完成盲測識別後，參與者方可得知每個參照物的資訊，確認猜測是否正確，並對其風味連結方式進行調整、校正，以進行風味意義的重新錨定。兩場次之參照物的風味類型如表四和表五所示：

表四 第一場次參照物的風味類型

花香（Floral）
果香（Fruity）
果香—果乾（Fruity - Dry Fruit）
果香—柑橘類水果（Fruity - Citrus Fruit）
果香—莓果（Fruity - Berry）
甜—黃糖（Sweet - Brown Sugar）
甜—香草／香草醛（Sweet - Vanilla/Vanillin）
香料（Spice）
酸／發酵—酸（Sour/Fermented - Sour）
酸／發酵—發酵（Sour/Fermented - Fermented）

表五 第二場次參照物的風味類型

堅果／可可－堅果（Nutty/Cocoa - Nutty）
堅果／可可－可可（Nutty/Cocoa - Cocoa）
綠色／植物（Green/Vegetative）
其他－陳腐霉味／泥土（Other - Musty/Earthy）
其他－木質（Other - Woody）
其他－化學（Other - Chemical）
烘焙（Roasted）
烘焙－穀物（Roasted - Cereal）
烘焙－燒焦（Roasted - Burnt）
烘焙－煙草（Roasted - Tobacco）



圖四 感官參照物實圖（研究者攝於課後）

3. CATA 表格使用練習

在完成感官參照物校正的環節後，參與者將接續進行 CATA 表格的使用練習，練習如何正確使用標準化的感官詞彙，以達成感官結果的收斂，並實現感官詞彙訓練的設置目的。在此訓練環節中，參與者將透過盲測六杯皆混合至少兩種風味以上的調味溶液，練習如何區分風味的鼻後嗅覺成分與味覺成分，並使用 CATA 表格紀錄每種溶液的嗅覺（鼻後嗅覺）特徵，勾選感知到的描述詞。而為了能更清晰地判斷和區別不同樣品，在此活動中，對每個樣品最多只能勾選五個方框。於評估完成後，AST 將邊帶領參與者再次品嚐、思考與討論，邊逐一推理、揭曉調味溶液的內物。而這也是所有訓練中最耗費腦力的一個環節。



圖五 CATA 表格使用練習現場（研究者攝）

4. 技術媒介下的幻化遊戲與慣習轉置

從以上可知，感官校正訓練不僅是技能的學習，更是人類行動者進入精品咖啡場域此一「遊戲」的身體實踐過程。在此過程中，人類行動者並非孤立地進行感官工作，而是在基礎設施與邊界物的交互作用下，與諸多非人行動者緊密協作，共同織就一張專業感官評估的行動者網絡。其中，由眾多技術物所建構與維繫的品味框架，經由三個環環相扣的訓練階段，逐步將場域的客觀規律銘刻於人類行動者的身體之中，最終促成遊戲的幻化作用；與此同時，人類行動者也經由稟性的轉變與積澱，使慣習的轉置得以逐漸生成。

此一轉化的起點，始於 15 分強度量表練習所開啟的身體規訓。當 AST 指示參與者評估色卡與調味溶液的「強度」而非「好壞」時，同時也是在要求參與者必須懸置日常的品味判斷，將注意力從其他感覺抽離，轉而聚焦於強度的定位，並切分、量化其強度感受，以將非線性的感官體驗映射到數值範圍 0 到 15 的線性刻度上。此時，15 分強度量表作為調解者，其透過視覺設計對外發揮作用的腳本，不僅引導參與者的「視線」，更主動建構參與者的「視角」，進而初步重新配置了參與者的感官、形塑了參與者的感知圖式。

而在二十種感官參照物的嗅聞練習中，當參與者從記錄帶有強烈個人色彩的「您的印象」，到必須將其對應至 CATA 表格中的風味類型與描述詞時，感官參照物在此即扮演了一種物質化的意義錨點。它們作為調解者，並非單純地再現氣味，而是透過身體經驗的賦予，將曖昧不清的氣味建構為一個可被具體指認的對象，並將個人、內在的感覺，與場域共同的語言和標準緊密地連結。當參與者不斷嘗試將特定的感官印象，例如高子壺（2022a）在研究中多次提及、在本研究之田野現場亦有參與者嘗試形容的「中藥」風味，更具體化為帶有樹根風味的「人蔘」，並連結到「其他—泥土」或「其他—木質」的屬性標籤，進而主動試圖重塑自身的感知圖式時，外在要求已然潛移默化地轉化為自我期待。如此翻譯與校準的行動，使得參與者的身體圖式乃至稟性逐漸向場域規律對齊，心智結構並漸與之形成嵌結。

在通過感官參照物校正訓練後，參與者進入了更為複雜的訓練階段。在 CATA 表格的使用練習中，參與者在面對混合多種風味的溶液，且受有最多只能勾選五個選項之限制的情境下，不僅須練習如何區分風味的鼻後嗅覺成分與味覺成分，更須將複雜、朦朧的感官印象，具體、精確地歸類到 CATA 表格的預設範疇中，並同時兼顧對風味強度的判斷與比較。於此過程中，CATA 表格同時作為調解者及跨文化、跨語境的邊界物，不僅提供共同的分類框架，更構成了感官識別的選擇機制，時刻引導著評估者去尋找值得注意的特定感官屬性。當參與者能夠「合理」地使用標準化的感官詞彙，並「自然」地運用這套語義邏輯與分類框架時，他們對基礎設施的認識已足夠充分，亦因而逐漸掌握了「遊戲」的特定規律，並從中產生了遊戲感及共識確認的效果，從而實現了感官詞彙訓練的設置目的。

經由環環相扣的校正訓練及「恰到好處」的標準化，參與者的身體經歷了深刻的轉化，並在其中對場域的基本前提產生了無爭議、前反思、自然的順從。這種轉化的關鍵時刻，正是高子壺（2022b）所描述的「啊哈」時刻。這個看似突然的頓悟，實際上是感官工作的結果，亦是慣習對齊場域規律所產生之實踐感的表現。透過反覆的身體勞動和與諸多非人行動者的互動協作，參與者的稟性在實踐中不斷被連動調整，經驗亦逐漸積澱於其身體之中，使慣習的轉置得以逐漸生成，同時也令其具身化了場域的「專業」品味框架。

對參與者而言，這套評估系統逐漸具有了意義和存在理由，也有方向、導向和預期結果，讓他們承認什麼是利害關係、相信遊戲中賭注的價值，並對此產生興趣，而甘願投身於遊戲之中，及對遊戲基本假設（不言自明的信念）默示承諾。正是參與遊戲的幻化作用，參與者的心智結構和場域結構之間才形成了嵌結。在此過程中，每一次自我詰問（我聞到的是果乾還是發酵？）都是對這場遊戲的深度投入；每一次成功辨識都在確認行動者網絡的正常運作；每一個對細節的堅持都在深化參與者的幻化。參與者越是投入，越能體會到細微的風味差異；越能辨識風味，越是信入這張行動者網絡。如此循環

往復，不言自明的信念將不斷被強化。正如高子壺（2022a）所述，當參與者用身體的感官經驗去記憶和連結咖啡風味時，他們即是以身體去體現此霸權網絡，身體化地展演對此的認同。這種投入感使得由 SCA 所建構的品味框架在參與者的實踐中被不斷確認，進而被集體地誤認為一種客觀、自然的秩序；基礎設施則將隨之逐漸透明、退居幕後。同時，各個非人行動者亦因而得以持續藉由其物質型態和內嵌腳本，將場域規律銘刻於參與者的身體之中，從而不斷強化著場域的合法性，並使基礎設施的生長更加盤根錯節。

（三）從感官到語言：描述性評估中的轉譯機制

1. 邊界物與基礎設施支撐下的轉譯行動

由前述感官校正訓練可見，「專業」品味的建構不僅涉及個體身體性的轉化，更展現為一張由邊界物與基礎設施共同框定、且由眾多人類行動者與非人行動者共同織就的行動者網絡。而在描述性評估中，其實踐過程則揭示了「從個體感官印象到場域共同語言」的抽象轉化過程，如何被組織為一場具體的、由基礎設施、邊界物及人類行動者共同協作而形成的轉譯鏈。

描述性評估方法之所以能跨越參與者各不相同的使用目的、知識背景與感官經驗，關鍵在於其「恰到好處」²⁴的標準化及邊界物的協調作用。種種設計使參與者即便抱持著各不相同的觀點與目的，仍能在共同的框架下進行有效的協作，亦因而更容易投身於遊戲的幻化作用。如前述感官校正訓練所示，標準化的「恰到好處」體現於其訓練流程。其訓練流程優先確保參與者掌握「如何」正確操作，至於參與者對「為何」如此及「為何」為此特定結果所生之疑義，則藉由時序安排，留待個別評估完成後的校正討論中再行處理。這種先建立操作上的共識，再逐步深入探討的策略與時序安排，亦延續

²⁴ 如前所示，參與者只需能將其所識別到的感官屬性連結至共同的分類框架即可，至於其具體指涉的特定感官印象為何（如在「您的印象」的描述），則在所不問。

至正式評估當中，使參與者能夠暫時擱置分歧，轉而先投入實踐中的協作，從而大幅降低了協作的成本。

並且，在描述性評估中，不同型態的邊界物亦發揮著各自獨立卻又相互補充的功能。WCR 感官辭典作為感官詞彙「儲存庫」，系統性地收錄了大量「標準」的風味和口感等的描述詞，及各個描述詞的描述性定義、預估的風味強度、使用的感官參照物和感官參照物的準備方法，為評估者提供了一個可隨時查閱、索引的公共資料庫。而咖啡風味輪作為風味描述的「理想型」，則將複雜、朦朧的風味印象進行類型化與層級化，使評估者可以自由縮放識別到的風味類型所具體對應的層級；且其上、下位風味類別的層級結構，亦為 CATA 表格提供了語義邏輯與分類框架。描述性評估表單則作為「標準化表單」，透過提供一致的評估架構——七個杯測區段、15 分強度量表、CATA 表格、標示烘焙程度的灰階——確保所有人都能在共同的框架內進行等效且可比較的描述性評估，並使抽象的感官體驗得以被銘刻為標準化、可操作的格式。同時，自由描述欄位的設置又為無法被標準化框架完全捕捉的、在地或個人特有的感官印象，保留了湧現的空間；而感官屬性的實際理解亦可在一定程度上依據文化語境進行詮釋。由此可見，邊界物的雙重性質使得差異得以在不破壞協作的前提下被策略性地包容，潛在的衝突或反叛也將因此化解。這三種邊界物在 SCA 的價值評估系統和知識體系等基礎設施上的協同運作，共同構築並維繫了既穩固又具彈性的品味框架²⁵，使得各不相同的參與者得以在保留各自差異的前提下進行有效的協作，並產生可比較的結果。

至於此行動者網絡中的轉譯具體上究竟如何運作？透過 Callon (1984) 提出的階段化轉譯，即可清晰地理解此種協作的建立過程。首先，在「問題

²⁵ 其穩固性在於框架的一致、操作的相容及與基礎設施的持續貼合；其彈性則在於參與者只需能將其所識別到的感官屬性連結至共同的分類框架即可，至於其具體指涉的特定感官印象為何（如在「您的印象」的描述），則在所不問。

化」的階段，作為主導方的評估者，將「這杯咖啡的風味輪廓是什麼？」界定為核心問題，並將其所主導的描述性評估方法定位為解決此問題及其他行動者實現目標的路徑，從而開啟了轉譯的行動。自此，原先個人化、情境化的品飲體驗，隨之被轉化為可被標準化描述的風味輪廓問題。接著，在「利害關係化」的階段，表單須透過已受過訓練的評估者方能發揮作用，而評估者亦需透過表單產生能在場域中被普遍承認的評估結果；咖啡樣品的風味輪廓則須經由與評估者和描述性評估表單的互動協作始能產生。於是，評估者、描述性評估表單與咖啡樣品間便建立了聯盟關係。這種互利共生的關係，構成了多方結盟的基礎，並穩定了各自的「身分」認同。隨後，在「招募」的階段中，協作的合意在協商過程被建立起來，各自的具體角色與責任分工也隨之確定，使聯盟得以鎖定。在此，由於評估者需將自身對咖啡樣品的感官印象，具體映射到預設的表單位置上，評估者必須配合表單腳本與時序設計運用自身的感官；對於足夠純熟的評估者，其積澱於體內的慣習則可能因本體論的契合，而被激發為累積資本的形式作用於當下，使其能如同球類比賽中具有良好「場域視野」的運動員般，不假思索地生成「合理」的判斷與實踐。咖啡樣品則會隨時間逐漸降溫、揮發化學物質（香氣分子），使評估者得以跨越不同溫度區段，進行更為全面且準確的識別、比較及修正。而描述性評估表單亦透過自由描述欄位的設置，包容了評估者對咖啡樣品特有的感官經驗，從而化解了潛在的衝突。最後，當完成的評估表單能作為有效代表該款咖啡之風味輪廓的資料載體（此時該咖啡樣品亦將有效代表其所屬之咖啡豆批次），且評估者亦因此能有效代表具備「專業」的感官評估人員時，即完成了「號令動員」的階段，從而標誌著轉譯行動的成功。經由轉譯，原先複雜、易逝、情境化且屬於個人的感官體驗，被轉化為可穩定運輸、累積與再現的資訊，銘刻於標準化的評估表單上，而成為了 Latour 所言的不可變的可移動物，得以在咖啡產業鏈中流通、在各個環節中被有效取用和比較，進而成為場域中品味判斷與價值發現的基礎。

此外，在校正討論的環節中，由於群體的結果將作為個別評估者調整(收斂)評估的參考基準，此時亦可能再發生一次轉譯。而 AST，或在其他描述性評估小組中最具象徵地位者，於此將作為「主持人」，開啟「問題化」的階段，以「結果(分別)為何如此」為核心問題，並將：(1) 人類行動者代為發表其各自主導的初次轉譯結果，並進行討論。(2) 人類行動者針對差異部分，各自與非人行動者再次進行個別的轉譯行動，以重新評估咖啡樣品。

(3) 作為主導方的人類行動者間，以達成最終評估結果的「共識」²⁶ 為目的，分別再代為發表、討論其各自與非人行動者進行轉譯的結果。(4) 視評估目的及差異的種類與程度，可重複(2)和(3)直到目的達成……等方法定位為解決此問題及眾行動者實現目標的路徑，進而開啟了新的一場轉譯行動。以本次田野過程為例，在二次轉譯的過程中，AST 即有與參與者聚焦討論：「為何會認為這款咖啡的酸質明顯且強度高？」；「是莓果持續穩定的酸感比較酸，還是柑橘類水果直衝腦門但轉瞬即逝的酸感比較酸？」；「甜感是否有稍微平衡、降低了酸感？」；「是否有因酸質感受而於口感 CATA 勾選『口腔乾燥』？」……等討論酸質表現的問題。

而於此轉譯行動中，在「利害關係化」的階段，AST 需要其他評估者的配合方能有效地進行校正討論，其他評估者亦需 AST 的專業主持方能合理且有方向性地進行校正討論；同為評估者，其相互間亦需互相的參與和配合，始能逐步收斂、建立對於最終評估結果的「共識」。而描述性評估表單與咖啡樣品，亦需不斷配合各評估者進行轉譯，個別轉譯結果始能收斂於該「共識」的框架之中，進而使轉譯結果更具公信力，或者說更具「客觀性」；同時，評估者亦需持續與描述性評估表單和咖啡樣品互動協作，方能進行校正討論與再次轉譯。於是，AST、其他評估者、描述性評估表單及咖啡樣品間，

²⁶ 此處的「共識」，非指對於具體指涉之特定感官印象的共識，而是指在操作共同分類框架上的共識。

便建立了聯盟關係。隨後，在「招募」階段中，AST 配合其他評估者的進度進行主持，其他評估者則配合 AST 的主持進行校正；而同為評估者，相互間亦配合著彼此的陳述與討論，及更加收斂的「共識」，進行各自的校正與表述。描述性評估表單與咖啡樣品則持續配合各評估者，針對差異部分再次進行轉譯；而此時評估者亦須持續配合表單腳本與時序設計運用自身的感官。如此的配合與協作，使聯盟得以鎖定。最後，在「號令動員」的階段，當個別轉譯結果皆收斂於該「共識」的框架之中時，各個轉譯結果對於風味輪廓的描繪將更加清晰且更具代表性，評估者亦將因此更具專業性。在此過程中，描述性評估表單在抽象層面（其形式與概念）作為促成不同評估者進行協作與溝通的邊界物，持續發揮著統合「共識」與協商差異的作用；具體的各個描述性評估表單，則作為不可變的可移動物，各自承載著個別的轉譯結果，不僅提供評估者在此基礎上進行對照、比較及修改，亦在其中透過其物質形態與內嵌腳本，不斷主動參與著人類行動者品味框架的建構。

經此轉譯行動，各個評估者的感官將愈發收斂於共同的品味框架內，進而強化了描述性評估的客觀性外觀，以及行動者網絡的穩定性，且亦將深化參與者的幻化作用與慣習轉置。此外，當參與者可預見經由合作所產生的評估結果將更可能受到場域及他者的認可，並因此更能進行資本的累積與轉換時²⁷，他們對於這場「遊戲」的幻化也將隨之強化。而隨之持續、反覆的投入與實踐，亦將使與非人行動者互動協作的「歷史」經驗更加深刻地銘刻於參與者的身體之中。因此，這場由邊界物與基礎設施所支撐，並由人類行動者與非人行動者共同組織的轉譯行動，不僅是產生咖啡風味輪廓此一黑箱的建構過程，亦是鞏固場域象徵秩序、再生產品味框架的社會過程。

而在隔天的「描述性評估 #2」中，雖無如「描述性評估 #1」中有對評

²⁷ 舉例而言，能夠區分得出越多種類的味道、能夠說出其他人說不出來的味道（但必須是咖啡裡有的味道，不然就是騙人），越能提升文化資本（高子壺，2022a）。

估結果進行人數統計，但本研究仍明顯觀察到評估者無論是對評估時序的掌握、對風味強度和風味類型之判斷的收斂，或於校正討論中的言行舉止，其感知、評判與實踐相比之前皆更加「自然而然」且游刃有餘，其最終（校正後）的評估結果亦因皆相容於同一品味框架中而更具「客觀性」。是以，本研究據以認為慣習的轉置仍在繼續，其效力仍有跡可循。

2. 象徵秩序的強化與品味框架的再生產

在完成感官校正訓練後的描述性評估中，即使面對風味各異的咖啡樣品，參與者的感官評估結果仍呈現可觀的收斂趨勢。在此過程中，透過對六款不同產區或處理法、中介著不同地域之味的咖啡樣品²⁸（依序為：衣索比亞日晒豆、巴西日晒豆、肯亞水洗豆、瓜地馬拉水洗豆、印尼曼特寧日晒豆、衣索比亞水洗豆）進行系統性評估，參與者不僅展現了對標準化評估方法的掌握，更在集體實踐中強化了場域的象徵秩序，進而反映了品味框架的再生產。

如研究設計所述，本研究係以 15 分強度量表上的 5 分為一定區間，或 CATA 表格中全體人數三分之二以上（在此即 6 人以上，比例為 66.7%）有重複勾選的項目，作為參照標準和觀察指標，以輔助分析描述性評估結果的收斂趨勢。故而對於勾選人數未達 6 人的 CATA 選項，主文將不逐一討論，僅保留於原始紀錄中。此外，為尊重課程安排及避免干擾課程進行的規律，本研究僅會紀錄 AST 有進行投票與討論的部分；而在人數統計上，亦將包含 AST 及研究者本人。以下將依序針對樣品一至樣品六，搭配表六至表十一（續）中的數據²⁹，逐一進行分析與探討。

²⁸ SCA 官方對於課程中所使用的咖啡樣品設有嚴格的控管程序，從揀選標準、烘焙流程到研磨刻度、粉水比、水質、水溫、浸泡時間……等環節，皆有其內部極其詳細的規範，目的在於盡可能排除任何可能的「噪音」干擾。

²⁹ 該完整之原始統計數據係由將研究者所作紀錄與 AST 所作紀錄對照檢驗後所建立，故在此過程中，研究者業已向 AST 逐一核對過數值之正確性。

如表六所示，在樣品一（衣索比亞日曬豆）的乾香氣強度評估中，雖全體評估者的強度定位未能分佈在 5 分的區間範圍內，但尚在 6 分的區間範圍內，且在 9 位評估者中，亦高達 7 位（77.8%）將強度定位在 10-15 分的高分區間內，可見大多數評估者對於該樣品的強度偏向高仍具一定共識。在風味強度中，9 位評估者的強度定位則略顯離散。而在風味和餘韻的 CATA 中，評估者的勾選呈現了高度的收斂趨勢，亦對應了衣索比亞日曬豆典型的風味調性。在此，全體評估者皆勾選了「果香」和「酸／發酵」，亦有 7 位評估者（77.8%）勾選了更細的類型「柑橘類水果」，6 位評估者（66.7%）勾選了更細的類型「酸」，另有 6 位評估者（66.7%）勾選了「甜」。在主要味道的判斷上，全體評估者皆勾選了「甜」，另有 8 位評估者（88.9%）勾選了「酸」。

表六 咖啡樣品一：衣索比亞日曬豆

乾香氣強度		風味強度		風味和餘韻 CATA		主要味道	
強度	人數	強度	人數	風味類型	人數	味道類型	人數
8	2	6-7	1	果香	9	酸	8
10	2	8	2	柑橘類水果	7	甜	9
12-13	5	9-10	2	酸／發酵	9		
		11	3	酸	6		
		12	1	甜	6		

如表七所示（見下頁），在樣品二（巴西日曬豆）的乾香氣強度評估中，雖全體評估者的強度定位未能分佈在 5 分的區間範圍內，且最高與最低相差將近 7 分，但分佈仍多向中偏高強度（9 分）和高強度（10 分）的交界集中。在風味強度的評估中，雖全體評估者的強度定位亦未能分佈在 5 分的區間範圍內，但尚在 6 分的區間範圍內，且在 9 位評估者中，亦高達 7 位（77.8%）

將強度定位在 8-11 分區間內，其餘分布亦向此集中，可見大多數評估者對於該樣品的風味強度偏向高仍具一定共識。在風味和餘韻 CATA 中，評估者的勾選則呈現了可觀的收斂趨勢，亦對應了巴西日曬豆典型的風味調性。「烘烤的」獲得全體評估者的認同，「柑橘類水果」獲得 8 位評估者（88.9%）的勾選，「綠色／植物」、「其他」和「堅果／可可」則各獲得 6 位評估者（66.7%）勾選。而在主要味道中，「酸」獲得 7 位評估者（77.8%）的勾選，「苦」獲得 6 位（66.7%）勾選。在酸質強度中，9 位評估者的強度定位則呈現離散分佈，從低分（5 以下）至高分（10）皆有分佈。然自 7 位評估者皆認為樣品二的主要味道是酸以觀，可知該樣品的酸質應仍屬可明顯辨識的，僅強度感受有異。

表七 咖啡樣品二：巴西日曬豆

乾香氣強度		風味強度		風味和餘韻 CATA		主要味道		酸質強度	
強度	人數	強度	人數	風味類型	人數	味道類型	人數	強度	人數
5	1	6-7	1	柑橘類水果	8	酸	7	4	1
8-9	1	7-8	1	綠色／植物	6	苦	6	5	1
9	3	8-9	5	其他	6			6	2
10	3	9-10	1	烘烤的	9			7	1
11	1	11	1	堅果／可可	6			8	3
								10	1

如表八所示（見下頁），在樣品三（肯亞水洗豆）的風味強度評估中，雖全體評估者的強度定位未能分佈在 5 分的區間範圍內，但尚在 6 分的區間範圍內，且在 9 位評估者中，亦高達 5 位（55.6%）將強度定位在高的 10-11 分的區間內，其餘則有 3 位定位於 7-10 分的區間內，1 位定位於 12 分，可

見大多數評估者對於該樣品的風味強度偏向高仍具一定共識。在風味和餘韻 CATA 中，評估者的勾選則呈現了可觀的收斂趨勢，全體評估者皆勾選了「果香」，且有 7 位評估者（77.8%）勾選了「花香」。而在主要味道中，全體評估者皆勾選了「甜」，且高達 8 位評估者（88.9%）勾選了「酸」。由此可見，評估結果亦對應了肯亞水洗豆典型的風味調性，亦即呈現出該樣品明顯的花果調與酸甜感。

表八 咖啡樣品三：肯亞水洗豆

風味強度		風味和餘韻 CATA		主要味道	
強度	人數	風味類型	人數	味道類型	人數
7-8	1	花香	7	酸	8
8-9	1	果香	9	甜	9
9-10	1				
10-11	5				
12	1				

如表九所示（見下頁），在樣品四（瓜地馬拉水洗豆）的風味強度評估中，全體評估者的強度定位分佈在 5 分的區間範圍內，可見全體評估者對於該樣品的風味強度評估具收斂性。在風味和餘韻 CATA 中，評估者的勾選亦呈現了收斂的趨勢，且對應了瓜地馬拉水洗豆典型的風味調性。在其中，各有 7 位評估者（77.8%）勾選「烘烤的」和「堅果」，各有 6 位評估者（66.7%）勾選「果香」和「酸」。而在主要味道中，全體評估者皆勾選了「酸」，且有 6 位評估者（66.7%）勾選了「甜」。

表九 咖啡樣品四：瓜地馬拉水洗豆

風味強度		風味和餘韻 CATA		主要味道	
強度	人數	風味類型	人數	味道類型	人數
6-7	3	果香	6	酸	9
7-8	3	酸	6	甜	6
8-9	2	烘烤的	7		
10	1	堅果	7		

如表十所示，在樣品五（印尼曼特寧日曬豆）的乾香氣與濕香氣 CATA 評估中，「果香」和「酸／發酵」皆獲得全體的一致勾選，「堅果／可可」亦有高達 8 位評估者（88.9%）勾選，呈現了高度的收斂趨勢。在風味強度中，9 位評估者的強度定位則略顯離散。在主要味道中，7 位評估者（77.8%）勾選了「酸」，6 位評估者（66.7%）勾選了「甜」。而在酸質強度中，全體評估者的強度定位分佈在 5 分的區間範圍內，可見全體評估者對於該樣品的酸質強度評估具收斂性。由於該樣品的處理法是日曬法，故其風味輪廓並未呈現該產地之草本、木質、泥土及香料等濕剝法（Wet Hulled）典型的風味。

表十 咖啡樣品五：印尼曼特寧日曬豆

乾香氣與濕香氣 CATA		風味強度		主要味道		酸質強度	
風味類型	人數	強度	人數	味道類型	人數	強度	人數
果香	9	6	1	酸	7	7	3
酸／發酵	9	7	2	甜	6	8	4
堅果／可可	8	8	3			9	1
		9	1			11	1
		10-11	1				
		11	1				

如表十一所示，在樣品六（衣索比亞水洗豆）的乾香氣強度評估中，雖全體評估者的強度定位未能分佈在 5 分的區間範圍內，但尚在 6 分的區間範圍內，且在 9 位評估者中，亦高達 6 位（66.7%）將強度定位在中偏高的 8-9 分的區間內，亦有 2 位定位於高的 11 分，可見大多數評估者對於該樣品的乾香氣強度偏向高仍具一定共識。在風味強度中，全體評估者的強度定位則皆分佈在 5 分的區間範圍內，可見全體評估者對於該樣品的風味強度評估具收斂性。而在風味和餘韻的 CATA 中，評估者的勾選呈現了高度的收斂趨勢，亦對應了衣索比亞水洗豆典型的風味調性。在此，全體評估者皆勾選了「莓果」和「柑橘類水果」，且亦有高達 8 位評估者（88.9%）勾選了「堅果／可可」。而在主要味道中，「酸」獲得 8 位評估者（88.9%）的勾選。

表十一 咖啡樣品六：衣索比亞水洗豆

乾香氣強度		風味強度		風味和餘韻 CATA		主要味道	
強度	人數	強度	人數	風味類型	人數	味道類型	人數
6	1	6-7	2	莓果	9	酸	8
8-9	6	8	3	柑橘類水果	9		
11	2	9	1	堅果／可可	8		
		10	3				

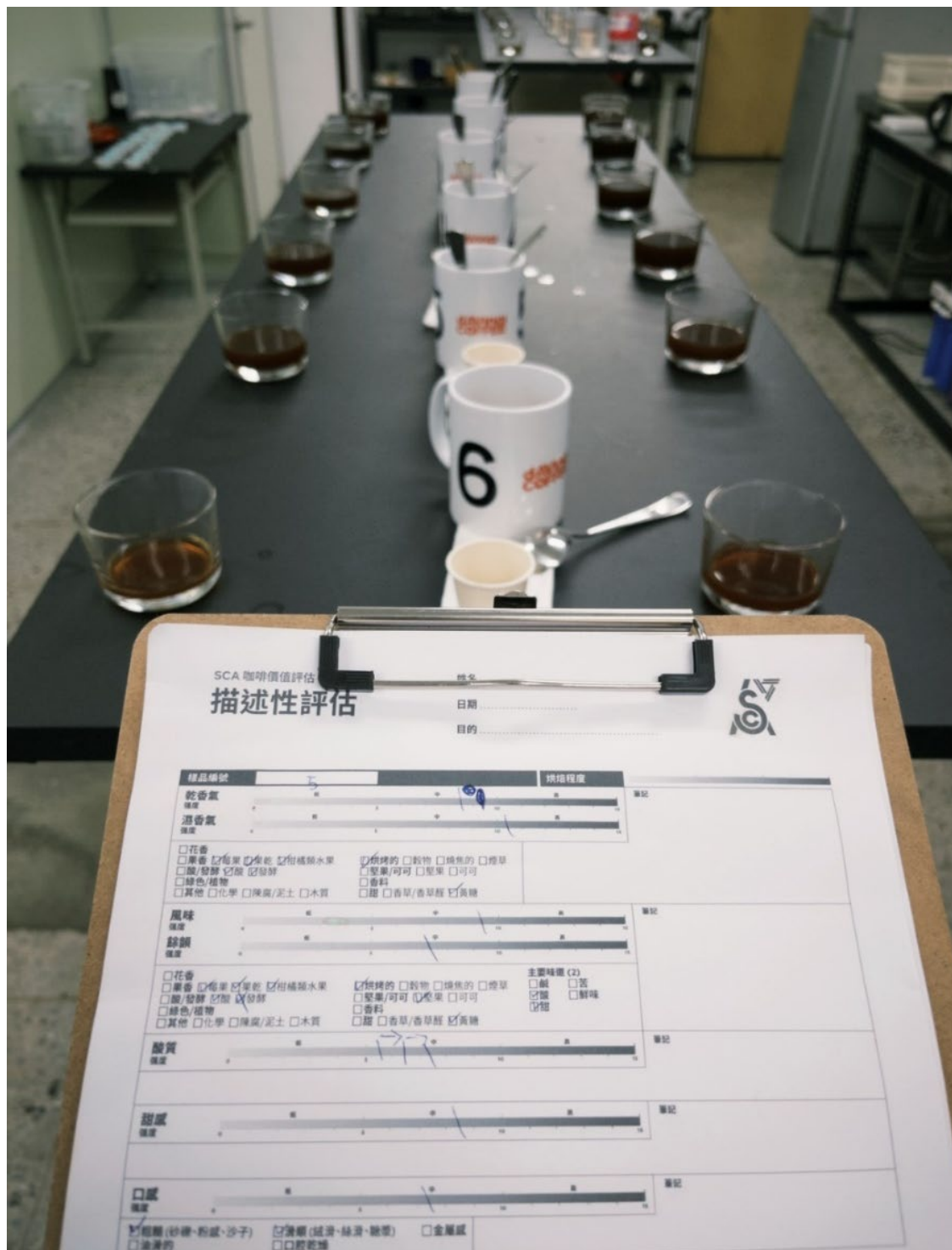
次如表十一（續）所示（見下頁），在酸質強度評估中，全體評估者的強度定位分佈在 4 分的區間範圍內，可見全體評估者對於該樣品的酸質強度評估具可觀的收斂性，且多集中在強度高的 10 分，有高達 5 位（55.6%）將強度定位於此。在口感強度中，雖全體評估者的強度定位未能分佈在 5 分的區間範圍內，但尚在 6 分的區間範圍內，且亦多集中於 7 分上下至 9 分的區間，高達 7 位評估者將強度定位集中於此，可見大多數評估者對於該樣品的

口感強度偏向高仍具一定共識。而在口感 CATA 中，7 位評估者（77.8%）重複識別出「口腔乾燥」的口感。此外，像研究者亦有於風味和餘韻的自由描述欄位中標記「冷卻後像茉莉花綠茶」，AST 則有標記「茶」，以補充說明 CATA 表格無法充分詮釋的風味組合。

表十一（續） 咖啡樣品六：衣索比亞水洗豆

酸質強度		口感強度		口感 CATA	
強度	人數	強度	人數	口感類型	人數
7	2	6-7	1	口腔乾燥	7
8	1	7-8	4		
9	1	9	2		
10	5	11	2		

由上述輔助數據可見，經過一定感官校正訓練的參與者在描述性評估中，對於各款咖啡樣品的評估雖未達到嚴格意義上的一致性，但在 15 分強度量表和 CATA 表格的操作上已呈現出明顯的收斂趨勢。且在此過程中，參與者多次於風味類型上的共同指認，及在強度定位上或多、或少的集中，亦仍反映了場域象徵秩序的強化與品味框架的再生產，並展現了非人行動者在人類行動者之身體實踐當中媒介、調解及建構的痕跡；人類行動者與場域規律對齊的跡象亦由此可見。如此結果顯示，經由「恰到好處」的標準化訓練、邊界物的協調作用，以及非人行動者的積極介入，參與者在行動時已然處於同一評估及品味的框架之中，且對此具有相當程度的「共識」，亦有表現出相似的稟性。



圖六 描述性評估現場

(研究者攝於評估結束後)

三、情感性評估

（一）情感性評估方法

SCA (2024) 表示，若描述性評估回答的是「這杯咖啡嚐起來像什麼？」，情感性評估回答的則是「我喜歡這杯咖啡嗎？有多喜歡？為什麼？」，或「這是一杯高品質的咖啡嗎？為什麼？」。因此，凡是針對一種或多種刺激評估其接受度、喜好度、偏好或其他情感性反應，均屬於情感性評估。SCA (2024) 進一步說明，品質印象雖然是一種主觀的、基於特定感官屬性的情感反應，但它不僅能反映評估者的品鑑經驗和品味，亦能反映已知的市場偏好——換言之，即預測他人的情感性反應。例如，一位杯測師可能並不喜歡「陳腐／泥土」風味的咖啡，但當他認識到某些消費者偏好、甚至高度重視這種風味時，便很有可能主動學習識別這些他人所期望品嚐到的感官屬性。SCA (2024) 亦強調，評估者對於特定咖啡的評估應反映其各自的偏好或其已知的市場偏好，但不應受到其他杯測師的影響。因此，我們不應期待杯測師之間在情感性評估上會有一致的結果。Seninde 和 Chambers (2020) 的研究亦側面支撐此觀點，其研究指出，就品質評級而言，杯測師之間的一致性尚稱穩定，但在風味細節的評價上則差異極大。其原因可能如 Choi 等人 (2025) 的研究所示，個人背景可能滲透並擾動標準化流程；而此說法正好直接呼應了本研究的研究問題三。

在情感性評估中，其評估表單如圖七所示（見 67 頁），採用八個杯測區段（在最後多一個「整體」[Overall] 的區段），並以 9 分情感性量表（見圖七紅框。1 分為非常低，5 分為中等、不高不低，9 分則為非常高）來衡量對於咖啡的品質印象。與描述性評估流程較為不同的是，在杯測流程中，評估者於評估完乾香氣後，會直接向杯中注滿熱水；且因此當評估者在嗅聞完漂浮、覆蓋於咖啡溶液上的粉層後，會再接再續進行「破渣」(break the crust) 與「撈渣」(skimming) 的步驟，以便直接嗅聞咖啡溶液的濕香氣，及進行後續的評估流程。並且，在情感性評估中，評估者亦「須」分別於各區段的自由描述欄位上，

記錄各自是基於何種風味所帶來的何種感受，而給出如此的分數，因而與可自由判斷是否「需」「額外」進行自由描述的描述性評估有所不同。除此之外，評估者在情感性評估中，亦仍須在盲測的條件下完成評估；且若隨咖啡降溫而對其品質印象有所改變，評估者亦被允許在量表上再行劃記，僅須於評估完成時，將該區段最終確定之分數填寫於該列尾端的「最終的」(Final)欄位即可。此外，為兼顧同一批次的內部一致性及對例外狀況的檢核，在圖七橘框中的區域，左方設有兩列、每列各五格方格（分別對應五杯樣品）的勾選欄位。第一列用於勾選在同一款樣品中，是否有不一致的樣品，以及是哪（幾）杯不一致；第二列則用於勾選是否有出現瑕疵風味的樣品，以及是哪（幾）杯有瑕疵。而在右方則設有瑕疵類別的勾選欄位，從上到下列有發霉味（Moldy）、酚味（Phenolic）和馬鈴薯味（Potato）三種咖啡感官科學所定義的瑕疵風味（標準化的聞香瓶可作為感官參照物以資參照）；若有出現瑕疵風味，則可藉此回推、追溯可能的原因。故而這些欄位僅具例外補充的性質，並非必填。由上述可見，即使在強調「自由表達」的情感性評估中，仍可見評估者的注意力與表達方式被杯測區段與 9 分量表一定程度地調解，評估者亦因而會自然而然地先進行「有條理」的分析，最後才對整體印象進行評估。從而，場域中的品味框架得以藉此持續滲入每位評估者的身體圖式之中。

12.2. Affective Form – Version 2 (Provisional Standard)

SCA Coffee Value Assessment

Affective Form

Name

Date

Purpose



IMPRESSION OF QUALITY	
① EXTREMELY LOW ② VERY LOW ③ MODERATELY LOW ④ SLIGHTLY LOW ⑤ NEITHER HIGH NOR LOW ⑥ SLIGHTLY HIGH ⑦ MODERATELY HIGH ⑧ VERY HIGH ⑨ EXTREMELY HIGH	
SAMPLE NO.	SAMPLE NO.
Fragrance ① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ FINAL Aroma ① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ FINAL Notes	Fragrance ① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ FINAL Aroma ① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ FINAL Notes
Flavor ① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ FINAL Aftertaste ① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ FINAL Notes	Flavor ① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ FINAL Aftertaste ① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ FINAL Notes
Acidity ① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ FINAL Notes	Acidity ① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ FINAL Notes
Sweetness ① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ FINAL Notes	Sweetness ① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ FINAL Notes
Mouthfeel ① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ FINAL Notes	Mouthfeel ① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ FINAL Notes
Overall ① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ FINAL Notes	Overall ① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ FINAL Notes
NON-UNIFORM CUPS □ □ □ □ DEFECTIVE CUPS □ □ □ □ DEFECT (IF ANY) ☐ MOLDY ☐ PHENOLIC ☐ POTATO	NON-UNIFORM CUPS □ □ □ □ DEFECTIVE CUPS □ □ □ □ DEFECT (IF ANY) ☐ MOLDY ☐ PHENOLIC ☐ POTATO

SCA Version 2 (June 2024), ©2024 the Specialty Coffee Association. All rights reserved, except this document may be reproduced and distributed without modification.
 Learn more: sca.coffee/value-assessment Calculate total score: sca.coffee/supplingscore

圖七 情感性評估表格（SCA，2024：58）

至於最終的整體品質印象總分究竟如何產生？在 CVA 中，杯測分數計算機作為被委託評分權力的「格式化」裝置，提供了一套解決方案。在評估表單標準化的格式與作為基礎設施之評估流程共同建構的時序設計下，評估者在將其對於咖啡「立體」的品質印象，映射為標準化表單上一欄欄扁平的數值分數後（此為第一階銘刻），便會接續將這些分數一一輸入至計算機中對應的欄位。接著，杯測分數計算機便會將這八欄各別的最終分數（九分制）聚合、換算成單一的數值分數（百分制），並依序按不一致（一杯扣 2 分）或瑕疵（一杯扣 4 分）的數量進行扣分，最後才調解出最終的、「平滑」的總分（此為第二階銘刻）；而評估者此時便會再將此總分註記於原先的評估表單上，使表單成為可有條件地溯源的不可變的可移動物。舉例而言，若所有分項都打最高的 9 分，且無不一致或瑕疵時，總分即為 100 分；若所有分項都打 5 分、且無不一致或瑕疵時，總分則為 79 分；而若所有分項都打最低的 1 分、且無不一致或瑕疵時，總分即為 58 分。又或者，假設評估者分別打了乾香氣 7 分、濕香氣 7 分、風味 6 分、餘韻 5 分、酸質 6 分、甜感 7 分、口感 5 分以及整體 7 分，此時（扣分前）分數即被換算為 85.50 分；而若有 1 杯不一致和 1 杯瑕疵，其最終總分即為 79.50 分（85.50 分 - 2 分×1 杯 - 4 分×1 杯）。從以上示例可知，依杯測分數計算機的運算邏輯，或者更準確地說，依 SCA 在 CVA 中的價值抉擇，在沒有任何不一致與瑕疵杯數，且其餘感官屬性皆為「平庸」的 5 分的條件下，只要「明確」對於其中一種感官屬性的品質印象是屬於「好」的（即選擇中高的 7 分），或覺得其中兩種感官屬性的品質印象「應該算」是「好」的（即選擇略高的 6 分），這杯咖啡就會是具有「獨特」、「可辨識」之屬性的精品咖啡（80 分以上為精品咖啡）。此與即使感官屬性豐富，仍可能被評為非精品咖啡的舊制有所不同。而最終的總分並不代表該杯咖啡必然因此是或不是普遍意義上的精品咖啡，僅代表該咖啡對於其個人或特定多數人是否屬於精品咖啡，故此評分是相對性的。至於是否需、應如何協商其對象咖啡的價值與意義，則取決於該評估群體的目的，無論是基於商業考量或競賽考量。

Total Affective Score

Input your "final" affective scores for each section below and select the number of defective/non-uniform cups to calculate the **total affective score** for a coffee under the SCA's [Coffee Value Assessment](#).

SCA Coffee Value Assessment Affective Score Calculator

IMPRESSION OF QUALITY

☹ extremely low ☹ very low ☹ moderately low ☹ slightly low ☹ neither high nor low ☹ slightly high ☹ moderately high ☹ very high ☹ extremely high

Fragrance

☒ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7 ☐ 8 ☐ 9

Aroma

☒ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7 ☐ 8 ☐ 9

Flavor

☒ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7 ☐ 8 ☐ 9

Aftertaste

☒ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7 ☐ 8 ☐ 9

Acidity

☒ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7 ☐ 8 ☐ 9

Sweetness

☒ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7 ☐ 8 ☐ 9

Mouthfeel

☒ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7 ☐ 8 ☐ 9

Overall

☒ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7 ☐ 8 ☐ 9

NUMBER OF NON-UNIFORM CUPS

☒ 0 ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

NUMBER OF DEFECTIVE CUPS

☒ 0 ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Affective Score

58.00

圖八 杯測分數計算機³⁰

由此可見，在藉由雙階銘刻將感官體驗轉譯為單一數值分數的行動者網絡中，杯測分數計算機在此不僅作為 Latour(1987;2005)所稱的計算中心(centres of calculation)，跨越距離限制執行最終運算、輸出「穩定化」的結果，更因制度的有意設計而形成一種強制的通行點，強制所有情感性評估皆須經由此一標準化程序及其中的價值判斷，始能獲得最終的、具象徵性的數值分數，而得以在場域中四處流通。並且，杯測分數計算機亦藉此參與了「咖啡品質是什麼？」

³⁰ 圖片擷取自 CVA 杯測分數計算機所在之 SCA 官方網頁 (<https://sca.coffee/cuppingScore>)。最後檢索日期：2025.10.25。

及「精品咖啡是什麼？」等事件的建構與調解，使原先複雜、易逝、情境化且屬於個人的感官體驗，得以被更進一步轉化為看似中性、科學的數據，進而使不同個體間、或基於不同目的間的情感性反應，得以被置入同一維度中進行比較與治理。杯測分數計算機因而使情感性評估成為無法從外部打開的黑箱，僅得透過對照評估表單上各欄的分數與描述，始能從內部揭開轉譯的面紗。有趣的是，杯測分數計算機亦因此重新分配了權力關係。評估者雖然仍保有評估和評價感官屬性乃至整體感官體驗的權力，但運算與定奪最終總分的權力卻被回收並重新委託給杯測分數計算機，使杯測分數計算機因此成為一個非人的價值守護者，以資本轉換機制（該咖啡是否為精品咖啡而得以轉換為各種形式的資本）的型態介入場域中的資本分配與價值抉擇，維繫著其所乘載的價值與意義。

此外，情感性評估表單與杯測分數計算機亦共同構成了一組邊界物，使得背景與目的各不相同的人類行動者，皆能夠藉由共通的媒介進行溝通、交易與合作，即使相互間對於同一訊息的意義與內涵可能有著截然不同的理解。像是對咖啡農而言，這些資訊可能是如何改良農作方式的參考指標；對採購商而言，可能是採購與否和議價、定價的客觀依據；對烘豆師而言，可能是調整烘焙流程的參照標準；對咖啡師而言，可能是行銷與調整萃取的參考依據；對消費者而言，則可能是評估消費與否的便捷指南。由此可見，每個群體都能從中獲取各自所需的價值與意義，但毋須對「什麼是值得的、好的精品咖啡？」達成共識，只需認同這個共通的媒介是各方的交點即可。

在開始情感性杯測的環節之前，在「1.79 分情感性量表與情感性評估」的環節中，AST 設置了一個有趣的活動。在此活動中，學員須以 9 分情感性量表的邏輯，逐一針對每樣非咖啡的食品進行評分練習與團體討論。過程中，對於青蘋果口味的軟糖，E 學員與研究者本人皆給出了中高的 7 分，並表示喜歡酸酸甜甜、清爽開胃的青蘋果味。對於牛奶口味的軟糖，學員 D 和學員 F 則表示軟糖的奶臭味令他們很是反胃，因而皆給出了非常低的 1 分。而對於原味洋芋片，學員 C 和學員 G 皆給出了很高的 8 分，表示原味洋芋片口感酥脆、鹹

鮮開胃，讓他們覺得很「涮嘴」，因而對此甚是喜歡。AST 藉由這個活動，讓參與者認識到在情感性評估中不宜自我設限，反而應抱持著開放的心態進行真實情感表達；且在情感性評估中，正如在點心品嚐活動中一樣，沒有絕對的「對」或「錯」，故而對於品質印象的意見分歧乃屬正常現象，自毋須另行校正。

（二）慣習遲滯

在情感性評估的過程中，本研究雖未能觀察到典型的、「外行人入行般」的慣習遲滯現象，卻意外觀察到，在新舊制度轉換的張力中，部分資深的舊制使用者（Q Grader）所表現出的慣習遲滯現象。當這些 Q Grader 從在訓練層面與舊制差異不大的描述性評估，轉向新穎而陌生的情感性評估時，其既有慣習中傾向於收斂地評分的稟性，即與 CVA 新制中鼓勵「開放」和「真實情感表達」的規則產生了一定的衝突，其間的張力清楚地體現於他們對樣品 1 至樣品 5（依序為：瓜地馬拉水洗豆、印尼曼特寧日曬豆、肯亞水洗豆、巴西日曬豆、衣索比亞日曬豆）³¹ 的評分上（見表十二）。

表十二 情感性評估分數統計表

		評分人								
		研究者	AST	A	B	C	D	E	F	G
樣品	1	79.75	90.75	82.25	81.00	86.25	87.50	73.75	79.75	89.50
	2	83.50	89.50	80.25	80.25	83.50	85.50	85.50	85.00	77.75
	3	86.25	92.25	89.50	88.25	93.50	88.75	92.75	86.25	81.75
	4	75.00	82.25	73.00	75.75	75.75	73.75	75.75	73.00	82.25
	5	90.75	95.50	91.50	90.25	87.00	85.00	96.00	86.25	97.50
平均數		83.05	90.05	83.30	83.10	85.20	84.10	84.75	82.05	85.75
中位數		83.50	90.75	82.25	81.00	86.25	85.50	85.50	85.00	82.25
標準差		6.03	4.90	7.45	6.00	6.43	5.98	9.91	5.73	7.82
範圍		15.75	13.25	18.50	14.50	17.75	15.00	22.25	13.25	19.75
最小值		75.00	82.25	73.00	75.75	75.75	73.75	73.75	73.00	77.75
最大值		90.75	95.50	91.75	90.25	93.50	88.75	96.00	86.25	97.50

（分數統計表由研究者製作，評分記錄則由 AST 提供）

在舊制的標準下，基於對溝通效率的追求，評估者會傾向給予保守、低爭議的分數，且對高分抱持著戒慎的心態，以致其評分結果通常落在特定的區間內。並且，由於 CVA 新制所欲過渡的、作為場域之既有底座的 2004 年舊制，業已深深嵌入全球精品咖啡社群的日常實踐之中、褪色為其透明的背景，故曾身處其中、與其同在的評估者，往往不會意識到自己正依循著某種規律行動，尤其對於資深的舊制使用者更是如此。對他們而言，這種因長期、反覆的感官工作而被內化為第二天性的專業，並不會因 CVA 新制將描述性評估與情感性評估分離而就此消失，反而更可能在此環節中清晰地展現為其遲滯性。

由表二可見（見 35 頁），研究者以外之八名評估者皆為精品咖啡師，且其中有六位評估者（AST、B、C、D、F、G）皆具備 Q Grader 的資格。其中，作為資深評審的學員 F，其平均數（82.05）最接近典型 Q Grader 的保守給分（80 分上下），且其標準差（5.73）和整體給分範圍（13.25）明顯高度收斂，顯示其評分受既有之 Q Grader 慣習的制約最為明顯。學員 B 與學員 D 亦呈現相似的趨勢，其平均分數分別為 83.10 和 84.10，皆落在 80 分出頭的保守區間內，且標準差（分別為 6.00 和 5.98）和整體給分範圍（分別為 14.50 和 15.00）均偏收斂，反映其作為 Q Grader，仍會自然而然地傾向控制分數的差距，以維持評分的穩定性。而研究者雖非 Q Grader，惟自研究者之評分結果的平均數（83.05）、標準差（6.03）及整體給分範圍（15.75）以觀，亦可見相似的評分邏輯。筆者反思後認為，原因不僅很可能在於前揭的標準化訓練，亦很可能出在研究者於葡萄酒與烈酒場域所深刻內化的系統化品鑑技巧（Systematic Approach to Tasting, SAT），使研究者即便身處它場域中，仍會不自覺地構框，並傾向依此進行收斂的評價與表達，故而於此亦一定程度地展現了與他們相似的稟性表現與慣習遲滯跡象。

³¹ 情感性評估與「描述性評估 #1」皆使用相同的咖啡樣品，僅其編號有異，但在情感性評估中並未使用衣索比亞水洗豆。

與前揭形成鮮明對比的，是未具 Q Grader 資格的學員 E 與學員 A。學員 E 的標準差（9.91）與整體給分範圍（22.25）均為全體最高，顯示其評分最為奔放、豪邁，且最直接反映其個人的情感偏好，充分體現了 CVA 新制在情感性評估中所鼓勵的「開放」和「真實情感表達」。學員 A 亦呈現類似情形，其標準差（7.45）與整體給分範圍（18.50）均偏高，僅次於學員 E 和學員 G。意外的是，學員 G 雖具 Q Grader 的資格，其標準差（7.82）與整體給分範圍（19.75）卻均為全體次高，顯示其評分未受既有之 Q Grader 慣習所制約，反而成功接軌了 CVA 新制在情感性評估中「開放」和「真實情感表達」的價值主張，而未見慣習遲滯的現象。同為 Q Grader 的學員 C 亦呈現類似情形，雖未如學員 G 明顯，其標準差（6.43）與整體給分範圍（17.75）仍均屬偏高。有趣的是，AST 的評分結果則呈現了另一種特別的現象。一方面，AST 的標準差（4.90）與整體給分範圍（13.25）均為全體最低（在整體給分範圍上與學員 F 並列全體最低），可見其評分結果的分布很是集中，極具典型 Q Grader 的風格；另一方面，由其平均數（90.05）可見，這種高度的收斂性卻又體現在顯然偏高的分數區間，進而呈現出一種技術保守、價值開放的特殊風格。

在後續的團體討論中，評估者皆對於自己的分數（經由杯測分數計算機所產生的分數）甚為驚訝，尤其是 Q Grader 們，皆認為若使用 2004 年舊制的杯測系統，至多僅樣品 3 和樣品 5 有可能一致通過 80 分，更遑論出現 90 分以上的樣品。而之所以會出現 Q Grader 無法確實控分的情形，其原因如前所述，在於杯測分數計算機在此流程中，作為一個非人的價值守護者，被委託運算與定奪最終總分的權力，因而得以介入與調解評估者的價值抉擇，藉此維繫「精品咖啡是一種因其可辨識屬性而被認可，並因此在市場中擁有更高價值的咖啡或咖啡體驗」的價值主張。從而，Q Grader 僅可能於「是否具有『獨特』且『可辨識』之屬性？」及「是否認可該屬性？程度為何？」的範圍內進行控制。而在得分最高的樣品 5（衣索比亞日曬豆）中，除學員 D 以外，其餘八位評估者皆對這款花果香「爆棚」且風味複雜細緻的咖啡豆讚譽有加；如此情景意外地

與舊制中「花果調（因風味強度高）象徵高分」的現象相呼應。對於樣品 5，學員 D 則表示，他之所以不太喜歡，是因為在其長久的咖啡品鑑經驗中，已經喝膩了風味複雜且奔放的花果調咖啡，因此如今更偏好風味乾淨、層次明顯、且帶有烘焙風味的咖啡。由此可見，學員 D 的評估並非完全沒有真實的情感表達，僅是較為內斂而已。

此外，在討論過程中，所有評估者的表達方式皆相當標準地配合著杯測區段的劃分進行，且使用的描述詞亦多為 WCR 感官詞彙；其中又以學員 F 的描述最為制式化，其註記內容亦如教科書般精準且詳盡。如此情形亦可能與其資深的評審資歷有關，因為在擔任評審時，會需要隨時面對來自各路選手或其他評審對其評分的質疑與挑戰。由此可見，場域中的「專業」品味框架，在此不僅藉由情感性評估表單的杯測區段持續滲入每位評估者的身體圖式中，亦透過人類行動者轉置中、後的慣習，及在實踐中對此的不斷確認，持續強化、穩固其自身的象徵性。不過，參與者在此依然保有各自的個性表達。例如，在樣品 5 中，所有人皆形容該款咖啡的風味喝起來像水果軟糖。學員 D 亦有稱，樣品 2 的風味像烤土司；樣品 3 的濕香氣帶有番茄般的酸，風味表現上亦以蔬菜和番茄為主導，種種皆令他喜歡該樣品；至於樣品 4 則是乾香氣帶有肉味，濕香氣帶有烤土司的焦香。而研究者則表示樣品 2 的濕香氣及整體喝起來像甜燕麥粥，很有亮點，因而對此頗為喜歡。由以上可見，情感性評估表單在此亦作為邊界物發揮作用，使得各不相同的行動者，皆能夠藉由共通的媒介進行溝通，即使相互間對於同一樣品或同一風味的內涵有著不同的理解與詮釋。



圖九 情感性評估現場

(研究者攝於評估準備完成至評估開始前之空檔)

伍、結論

一、研究總結

無可否認的是，組成咖啡風味的化合物在關聯環境中是實存的，故而當今的人們得以透過氣相層析質譜儀（GC-MS）等技術物，對其中的揮發性化合物進行個別的定性與定量分析。然而，風味並非單純的化學組成（這些化合物雖屬必要條件，惟尚非充分條件），而是由嗅覺、味覺、觸覺、記憶等具身的經驗，在特定的情境與氛圍中相互交融、共構而成的感官體驗。當人在感知到這些化合物或彼此增益、或相互遮蔽所產生的複雜刺激時，會藉由對這些刺激的重新彙編與意義賦予，去意識這些刺激在自己的「世界」中指涉的究竟是什麼風味，指涉的具體對象又會是什麼。因此，即使面對同一杯咖啡，不同人也會因其文化、階級、性別、生理條件或其他個人經驗，亦或是當下的情緒感受或注意力狀態，而可能產生迥然有別的感官印象與言語表達。從而，探究「這杯咖啡『是』什麼」的建構過程，即有其重要意義。

在人們的建構過程各不相同的世界裡，精品咖啡場域中的溝通之所以得以可能，即在於一系列由 SCA 等場域中最具象徵地位的組織，所主導之基礎設施與邊界物的交互作用，以及人類行動者在此框架中，與眾多非人行動者互動協作所形成之「恰到好處」的標準化。種種設計使行動者即便抱持著各不相同的觀點與目的，仍能在共同的框架下進行有效的協作，亦因而更容易投身於對此的誤認與幻化作用。因此，本研究遂於 SCA 的 CVA 新制推陳出新、在舊制之既有底座上過渡的期間，以其新制之認證課程此一精品咖啡場域中最為「標準」及象徵性的「專業」品味建構場所，作為參與式觀察的田野現場；並以 Bourdieu 的社會理論為基礎，結合 Latour 的行動者網絡理論的視角、及 Star 和 Griesemer 的邊界物概念，藉以在臺灣精品咖啡場域的脈絡下，探究 SCA 廣泛涵蓋、深植於全球咖啡社群而作為基礎設施的價值評估系統和知識體系，是如何透過邊界物的協調及其他非人行動者的參與協作，制度化建構人類行動者具身的「專業」品味框架，並

維繫場域中各種轉譯與溝通的進行，從而實現黑箱的揭露。

在風味輪廓的建構中，作為標準化表單的描述性評估表單，其標準化的格式在與作為基礎設施之評估流程共同建構的時序設計下，構成了穩固且一致的評估架構，使其得以與作為可索引之感官詞彙儲存庫的 WCR 感官辭典，以及作為風味之理想型的咖啡風味輪等不同型態的邊界物，在 SCA 的知識體系和價值評估系統等基礎設施上，共同構築並維繫了既穩固又具彈性的品味框架，使背景與目的各不相同的參與者，得以在保留各自差異的前提下進行有效的協作，並產生可比較的結果。而感官校正訓練作為「恰到好處」之標準化的流程，則透過三個環環相扣的訓練階段，逐步將場域的客觀規律銘刻於人類行動者的身體之中；人類行動者亦因而在潛移默化中參與了「遊戲」的幻化作用，並逐漸生成慣習的轉置。故而，感官校正訓練不僅是技能的學習，更是人類行動者進入精品咖啡場域此一遊戲的身體實踐過程。在此過程中，15 分強度量表、感官參照物及 CATA 表格分別作為調解者，不僅引導參與者的「視線」，更主動建構參與者的「視角」乃至其作為「觀察者」的個體，進而重新配置了參與者的感官、形塑了參與者的身體圖式。當參與者能夠「自然」且「恰當地」運用這套框架時，他們對基礎設施的認識已足夠充分，亦因而逐漸掌握了遊戲的特定規律，並從中產生了遊戲感及共識確認的效果，從而實現了感官校正訓練的設置目的。正如同高子壹(2022b)所描述的「啊哈」時刻，這種看似突然的轉化，實際上是感官工作的結果，亦是慣習對齊場域規律所產生之實踐感的表現。透過反覆的身體勞動和與諸多非人行動者的互動協作，參與者的稟性在實踐中不斷被連動調整，經驗亦逐漸積澱於身體之中，使得慣習的轉置得以逐漸生成，同時也令其具身化了場域的「專業」品味框架。而當慣習的轉置成型後，人類行動者的身體遂成為了一種「專業」品味的黑箱，其中一切非人行動者的痕跡、一切差異的協商，皆被看似「自然而然」的身體機制所遮蔽，使得人類行動者的「專業」品味成為此後唯一可見的存在。

描述性評估的實踐過程則揭示了「從個體感官印象到場域共同語言」的抽象轉化過程，如何被組織為一場具體的、由基礎設施、邊界物及人類行動者共同協

作而形成的轉譯鏈。透過 Callon (1984) 提出的階段化轉譯，可清晰地觀察到，在此作為主導轉譯行動的評估者，如何藉由問題化咖啡的風味輪廓，並將其所主導的描述性評估方法定位為解決此問題及其他行動者實現目標的路徑，開啟了轉譯的行動，使原先複雜、易逝、情境化且屬於個人的感官體驗，在經過利害關係化、招募和號令動員三階段後，被轉化為可穩定運輸、累積與再現的資訊，銘刻於標準化的評估表單上，成為了 Latour 所言的不可變的可移動物，因而得以在咖啡產業鏈中流通、在各個環節中被有效取用和比較，進而成為場域中品味判斷與價值發現的基礎。此外，在校正討論的環節中，由於群體的結果將作為個別評估者調整（收斂）評估的參考基準，此時亦可能再發生一次轉譯，最終使評估者的感官及其個別轉譯結果更加收斂於共同的品味框架之中，進而讓各個轉譯行動更具客觀性、專業性與代表性，並使行動者網絡更加穩固。

在此過程中，每一次的自我詰問、成功辨識及對細節的堅持，都是在確認行動者網絡的正常運作，及深化參與者的幻化作用。這種投入感使得由 SCA 所建構的品味框架在參與者的身體實踐中被不斷確認，進而被集體地誤認為一種客觀、自然的秩序；基礎設施則將隨之逐漸透明、退居幕後。同時，各個非人行動者亦因而得以持續藉由其物質型態和內嵌腳本，不斷主動參與著人類行動者品味框架的建構，並使基礎設施的生長更加盤根錯節。此外，當參與者可預見經由合作所產生的評估結果將更可能受到場域及他者的認可，並能因此進行資本的累積與轉換時，他們對於這場「遊戲」的幻化也將隨之強化。而隨之持續、反覆的投入與實踐，亦將使與非人行動者互動協作的「歷史」經驗更加深刻地銘刻於參與者的身體之中。因此，這場由邊界物與基礎設施所支撐，並由人類行動者與非人行動者共同組織的轉譯行動，不僅是產生咖啡風味輪廓此一黑箱的建構過程，亦是鞏固場域象徵秩序、再生產品味框架的社會過程；而參與者在「描述性評估 #1」與「描述性評估 #2」中的身體實踐，亦印證了此觀點。

本研究亦發現，即使在強調「自由表達」的情感性評估中，仍可見場域的品味框架藉由情感性評估表單中的杯測區段與 9 分量表，持續調解著評估者的注意

力與表達方式，使評估者會自然而然地先進行「有條理」的分析，最後才對整體印象進行評估。而在此作為被委託最終總分計算權力之計算中心的杯測分數計算機，因制度的有意設計而形成一種強制的通行點，強制所有情感性評估皆須經由其標準化程序及其中的價值判斷，始能獲得最終的、具象徵性的數值分數，而得以在場域中四處流通。杯測分數計算機亦因而使情感性評估成為無法從外部打開的黑箱，僅得透過對照評估表單上各欄的分數與描述，始能從內部揭開轉譯的面紗。經由評估者與杯測分數計算機的雙階銘刻及其中的調解，個人的品質印象被轉譯為可治理的單一數值分數，如此不僅使不同個體間、或基於不同目的間的情感性反應，得以被置入同一維度中進行比較，亦使得表單成為可有條件地溯源的不可變的可移動物。更為關鍵的是，情感性評估表單與杯測分數計算機亦構成了一組邊界物，使得背景與目的各不相同的人類行動者，皆能夠藉由共通的媒介進行溝通、交易與合作，即使相互間對於同一訊息的意義與內涵可能有著截然不同的理解。如此使得每個群體都能從中獲取各自所需的價值與意義，但毋須對「什麼是值得的、好的精品咖啡？」達成共識，只需認同這個共通的媒介是各方的交點即可。

在情感性評估的過程中，本研究雖未能觀察到典型的、外行人入行般的慣習遲滯現象，卻意外觀察到，在新舊制度轉換的張力中，部分資深的舊制使用者（Q Grader）所表現出的慣習遲滯現象。當這些 Q Grader 從在訓練層面與舊制差異不大的描述性評估，轉向新穎而陌生的情感性評估時，其傾向於給予保守、低爭議的分數，且對高分抱持戒慎心態的既有慣習，即與 CVA 新制中鼓勵「開放」和「真實情感表達」的規則產生了一定的衝突，其間的張力清楚地體現於他們對樣品的評分上。然而，杯測分數計算機的設置，卻很大程度地化解了這種遲滯性所帶來的影響。之所以會出現 Q Grader 無法確實控分（總分是否為 80 分以上而屬於精品咖啡）的情形，其原因即在於杯測分數計算機在此流程中，作為一個非人的價值守護者，被委託運算與定奪最終總分的權力，因而得以介入與調解評估者的價值抉擇及場域的資本轉換，從而維繫了「精品咖啡是一種因其可辨識屬性而

被認可，並因此在市場中擁有更高價值的咖啡或咖啡體驗」的價值主張。此外，由後續團體討論中所有評估者的表達方式皆很標準地配合著杯測區段的劃分進行，且使用的描述詞亦多為 WCR 咖啡感官詞彙，可見人類行動者的幻化作用與慣習轉置仍在繼續，場域象徵秩序的強化與品味框架的再生產亦仍在持續發生。

二、研究限制與研究反思

SCA 對於課程排程、教學暨考核標準、AST 資格等事宜，皆設有嚴格且高度結構化的流程規範與檢覈機制，旨在確保同一名目的課程能在世界各地保持高度水準的信度與效度，並盡可能地壓縮及加速「社會化」的過程，從而達成其認證課程的設置目的。因此，就制度設計而言，同一名目的課程在培訓程序與教學方向上理應不會出現顯著差異，實際可能變動之處多半限於各個 AST 的教學風格。故而，基於此一高度標準化的前提，本研究選擇 SCA 的 CVA 新制認證課程，此一最為「標準」及象徵性的品味建構場所，作為代表精品咖啡場域中「專業」品味建構的田野現場，於研究樣本的代表性上，有其制度上的支持。然仍須承認，本研究因時間與資源的有限，而僅能觀察有限次數的培訓課程及評估過程，導致案例的多樣性受限，而難以涵蓋場域中所有可能的情境。例如，本研究於田野過程中，即因此未能觀察到真正從零開始的慣習轉置，亦因而無法觀察到等同於第二次出生的融入和啟蒙過程，以及由此所生，典型的、外行人入行般的慣習遲滯現象。而時間的跨度亦因此構成研究的一大限制，使得本研究對於參與者之幻化作用、慣習轉置及慣習遲滯的觀察均限於課程當下，未能進一步持續追蹤其效力的延續性。此外，本研究原先曾規劃於情感性評估中，以半結構式的深度訪談深入探究評估者對其慣習遲滯的主觀經驗與理解，以補充參與式觀察可能的不足；惟最終因未能觀察到原先所預想之典型的慣習遲滯現象，而未能如願執行該訪談計畫；又，亦因時間限制及參與者（舊制資深使用者）意願等因素，而未能即時轉換設計和執行訪談；以致於後來形成論證的證據來源相對有限。

而在研究反身性的部分，如研究方法中所述，親自參與課程，從內部理解的研究策略，雖使研究者既能夠以參與者（insider）的身份親身經驗品味建構的動態過程，並切身感受場域規律的脈動及技術物的調解；同時又能以觀察者（outsider）的視角記錄、分析和反思這個動態過程的運作機制及其中的諸關係，而有助於確實理解並細緻描摹實作現場和品味技藝具身的過程；然而，研究者也將因此需在投入活動與抽離觀察之間不斷切換，而可能導致部分細節在無意間被忽略。並且，研究者作為圈內人雖具有掌握場域的良好視野，但亦因而更容易受「預判」之影響，而可能導致無意的「視而不見」，將某些現象視為理所當然而未能深入探究；亦可能因此對於身體的轉化過程較為「缺乏想像力」。

三、研究貢獻與未來展望

若說既有咖啡研究多著力於回答：「在第一線勞動現場，發生了什麼『專業』與『非專業』、或『專業』與『專業』的『溝通』？」本研究的特別之處則在於，研究者嘗試回到最為「標準」及象徵性的「專業」品味建構現場，透過將品味技藝此一從經驗、到感知、到品味的動態過程（高子壹，2022a），拆解為一系列具體可觀察的行動鏈，以追問「這些『溝通』如何可能？」，並由此揭開該「專業」品味框架是如何在技術媒介下，跨國、跨文化地被制度化建構與維繫的黑箱。此外，本研究亦在 CVA 新制推陳出新、於舊制之既有底座上過渡的期間，恰好捕捉到了一種由舊制的資深使用者（Q Grader）而非新手所展現出的慣習遲滯現象，並因此發現場域如何透過特定的裝置與制度設計，化解這種特殊的慣習遲滯所帶來的影響，從而為文化研究提供了較為難得的經驗材料，並提醒縱使在外觀看似中立的機制中，也並非不會存在特定的價值抉擇。而在理論貢獻上，相較於既有文獻多止步於單純比較或互補 Bourdieu 的社會學與 Latour 的行動者網絡理論，本研究則進一步以拓撲學的視角，並以「關係」為基礎，將場域結構理解為一種由各種動態性、生成性之關係所交織而成的關係構型，在長期、高度穩定化後所

呈現的「外在」型態（一種拓撲外觀），並在其中更細緻的尺度上、從「對向」（「微觀」視角）出發，在其中追蹤人與非人如何透過無數關聯組裝與維持品味建構的社會過程，為文化研究嘗試探索一種具有操作性的整合路徑與視角。並且，基於對精品咖啡文化此類當代跨國文化生產中，全球與在地、個體與個體間之張力的充分考量，本研究亦藉由引入 Star 和 Griesemer 的邊界物概念，說明文化生產如何在穩固維持框架之跨域一致性的同時，亦能保留足夠的彈性以適應現實中各不相同的觀點與目的，使得各種不盡相同的轉譯得以在其中共存與協作，並使「去中心化」、多點並行的行動者網絡得以可能，從而避免了「漏斗化」詮釋可能面臨的窘境。

基於前述反思，研究者建議未來相關研究可擴張觀察的對象與場景。一方面，可走入社區大學的咖啡課程、或咖啡廳的新人培訓現場，聚焦於初學者等同於第二次出生、從「喝咖啡」到「品咖啡」的稟性轉變，以及他們在技術媒介下逐漸生成慣習的轉置時，其原有慣習如何展現為遲滯的現象（可能來自其文化、階級、性別等脈絡或其他個人經驗）；同時並藉由深度訪談，將研究中對慣習的描摹從觀察者視角的推論，進一步推進至結合行動者自我理解的雙向對話。另一方面，亦可將本研究之方法延伸至 SCA 的其他模組（如以濃縮咖啡為核心的義式咖啡師〔Barista Skills〕），或跨越至茶、葡萄酒、烈酒等同樣與文化品味和感官科學密切相關的領域，分析它們各自的「專業」品味框架，是如何、由哪些相似或相異的非人行動者、邊界物及基礎設施所共同構成與維繫的。此外，未來研究亦宜納入那些遊離於 SCA 體系外的咖啡社群，像是日本傳統的深焙咖啡文化，探究他們如何建構出另一套框架與標準作為溝通的媒介；以及在高度全球化的現代，這些社群又是如何與以 SCA 為核心的廣大精品咖啡社群進行互動、協商與競逐。

最後，在當今全球化與在地化熱烈的辯證關係中，臺灣精品咖啡場域作為一個獨特的研究對象，值得更廣泛、更深入、更多元的探討，期待未來能出現更多不同視角的跨領域對話與經驗研究，持續填補及深化我們對於臺灣精品咖啡文化的理解。

陸、參考文獻

- 布赫迪厄 (Pierre Bourdieu)、華康德 (Loic J. D. Wacquant) (1992) 著。李猛、李康 (2009) 譯。布赫迪厄社會學面面觀 (*An Invitation to Reflexive Sociology*)。臺北：麥田出版。
- 布赫迪厄 (Pierre Bourdieu) (1979) 著。邱德亮 (2023) 譯。區判：品味判斷的社會批判 (*La Distinction: critique sociale du jugement*)。臺北：麥田出版。
- 布魯諾·拉圖 (Bruno Latour) (1992) 著。余曉嵐、林文源、許全義 (2012) 譯。我們從未現代過 (*Nous n'avons jamais été Modernes: Essai d'anthropologie symétrique*)。臺北：群學出版。
- 方思融 (2016)。臺北精品咖啡發展：第三波建制化與職人的流動〔國立政治大學社會學研究所碩士論文〕。
- 林楓 (2010)。臺灣的咖啡及其文化含意。中國飲食文化，6 (1)，1-25。
- 廖育正 (2019)。「幻化遊戲」與「懸置遊玩」：論洪席耶對布爾迪厄的批評。中外文學，48 (1)，127-162。
- 林哲豪、葉小慧 (2022)。客座總編輯—抓緊第三波浪潮讓臺灣咖啡成為消費者選項。豐年雜誌，72 (7)，16-19。
- 高子壹 (2022a)。玻璃屋裡的勞動者：咖啡師的品味勞動與階級區隔。〔博士論文。國立臺灣大學〕臺灣博碩士論文知識加值系統。
- 高子壹 (2022b)。世界咖啡，在地味蕾：臺灣咖啡師如何進行「好味」協商。中國飲食文化，18 (1)，91-145。
- 高子壹 (2023)。成為精品咖啡師：美學勞動與品味區隔。臺灣社會學刊，73，51-104。
- 強納森·柯拉瑞 (Jonathan Crary) (1990) 著。蔡佩君、王嘉驥 (2007) 譯。觀察者的技術：論十九世紀的視覺與現代性 (*Techniques of the Observer: On*

- Vision and Modernity in the nineteenth century*)。臺灣：行人出版。
- 徐貴 (2002)。布迪厄論知識場域和知識份子。二十一世紀，70，75-81。
- 陳文蓉 (2016)。咖啡文化在台灣發展脈絡與市場之研究 (E99024)【原始數據】取自中央研究院人文社會科學研究中心調查研究專題中心學術調查研究資料庫。https://doi.org/10.6141/TW-SRDA-E99024-1
- 王茸萱 (2017)。探討精品咖啡對消費者之價值與意義。[碩士論文。國立暨南國際大學] 臺灣博碩士論文知識加值系統。
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Trans. Richard Nice. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Bourdieu, P. (1990). *The logic of practice*. Trans. Richard Nice. Cambridge: Polity Press.
- Callon, M. (1984). *Some Elements of a Sociology of Translation: Domestication of the Scallops and the Fishermen of St Brieuc Bay*. *The Sociological Review*, 32(1_suppl), 196-233.
- Choi, J., Lee, J., & Chambers, E., IV. (2025). *Cross-Cultural Comparison of the Espresso Protocol Repeatability*. *Foods*, 14(4), 593.
- Kao, T. (2025). *Western flavour wheel and local palate: cultural intermediaries shaping Taiwan's specialty coffee market*. *Consumption and Society* (published online ahead of print 2025). Retrieved Sep 18, 2025.
- Latour, B. (1987). *Science in Action: How to Follow Scientists and Engineers through Society*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Latour, B. (2005). *Reassembling the social: An introduction to actor-network-theory*. New York: Oxford University Press.
- Lang, F. (2019). *Bourdieu, Latour and Rasha Abbas: The Uses of Actor-Network Theory for Studying the Field(s) of Cultural Production in the Middle East and North Africa*. *Cultural Sociology*, 13(4), 428-443.

- Lannigan, J. (2020). *Making a space for taste: Context and discourse in the specialty coffee scene*. International Journal of Information Management, 51, 101987.
- Prior, N. (2008). *Putting a Glitch in the Field: Bourdieu, Actor Network Theory and Contemporary Music*. Cultural Sociology, 2(3), 301-319.
- Star, S. L., & Griesemer, J. R. (1989). *Institutional Ecology, 'Translations' and Boundary Objects: Amateurs and Professionals in Berkeley's Museum of Vertebrate Zoology, 1907-39*. Social Studies of Science, 19(3), 387-420.
- Star, S. L., & Ruhleder, K. (1996). *Steps Toward an Ecology of Infrastructure: Design and Access for Large Information Spaces*. Information Systems Research, 7(1), 111-134.
- Samoggia, A., & Riedel, B. (2018). *Coffee consumption and purchasing behavior review: Insights for further research*. Appetite, 129, 70-81.
- Seninde, D. R., & Chambers, E., IV. (2020). *Coffee Flavor: A Review*. Beverages, 6(3), 44.
- Specialty Coffee Association (2021). *Towards a definition of specialty coffee: Building an Understanding Based on Attributes*.
- Specialty Coffee Association (2023). *The value of specialty coffee cuppers: Perspectives, roles, and professional competencies*.
- Specialty Coffee Association (2024). *A system to assess coffee value: Understanding the Specialty Coffee Association's coffee value assessment*.
- Wang, M. -J., Opoku, E. K., & Tham, A. (2024). *Exploring Gen-Z consumers' preference for specialty coffee in the socio-cultural context of Taiwan*. Young Consumers, 25 (3), 368-382.