



書名：ゴーゴーバーの経営人類学：
バンコク中心部におけるセッ
クスツーリズムに関する微視
的研究

作者：市野沢潤平

出版社：めこん出版社

出版日期：2003年12月24日

(めこん出版社／授權)

性觀光：經營人類學的觀點

邱淑雯*

前 言

在旅遊觀光日趨普遍化、日常化、大眾化的現代社會，有某些族群——不論男女都想透過它追尋情慾刺激，情慾已不再是禁忌，那麼「旅遊與情慾」(邱淑雯編，2001, 2005)的關係當然也值得探究，性觀光(sex tourism)正是其中最直接的一種方式。性觀光的定義諸多分歧，經常和賣春觀光(prostitution tourism)混用，它已不再只是少數人的經驗或少數地區的現象——純觀光或商務、長期或短期、男性或女性都會參與性觀光，並成為買春觀光中的買方，性觀光也遍及東南亞、加勒比海地區、非洲、印度、斯里蘭卡等地。譬如，在泰國有性

* 南華大學亞太研究所副教授

觀光經驗的日本男女很多，並不把它當成羞恥或壞事，經常可以見到「中年日本男性+泰國年輕女性」或「年輕日本女性+泰國男性」的配對，以觀光客為對象的海灘男孩與酒吧女也不稀奇。

性觀光的先行研究已有一定的成果累積，筆者簡略分成巨視和微觀兩種。

首先是巨視研究，主要從女性主義角度出發，以男女非對稱的權力關係為前提去批判男性中心主義、譴責性觀光的存在，認為賣春者是可憐的、被壓迫、被榨取的對象，這些研究試圖拆解壓迫女性的父權制結構，揭發先進國家對第三世界經濟上、種族上、性別上的多重宰制，Fred Halliday (1998) 及 Neferti Xina M. Tadiar (1998) 提出性別化的國際關係，簡言之，「先進國家 v.s. 發展中國家」的不平等關係也投射在父權制底下的男女關係上，來自客方社會 (guest society) 先進國家的人不論男女其實扮演的都是男性角色，主方社會 (host society) 發展中國家的人不論男女扮演的是擬似女性的角色，不管是同志、雙性或跨性。其他代表性的研究包括：分析觀光休閒產業與國家機器的緊密結合 (トルン, 1995)、解構性產業 (sex industry) 及性部門 (sex sector) 的膨脹與肥大 (リム, 1999)、批判泰國佛教思想如何孕育女性性工作者 (Thitsa, 1980)、貧困及雇用瓶頸如何加速女性性工作者 (Phongpaichit & Nualnoi, 1998) 的產生、歷史文化社會傳統結構與性觀光的關係 (Bishop & Robinson, 1998) 等。然而，巨視觀點的研究有其盲點：1. 忽略性觀光中買賣雙方當事者的意志判斷，以及雙方彼此間的多元互動；2. 父權制是西方的解釋，女性也是多元的存在，不可一視同仁；3. 性工作者也是勞動者，雖然目前仍處在不良的勞動環境、暴力或性感染等高危險狀態中。

其次是微觀研究，也就是以性觀光中當事者為焦點之研究。不少學者認為性觀光本身不只有金錢交易，還包括戀愛、結婚或其他人際關係，依 Chris Ryan (2000: 35) 的分類，性觀光的賣方存在「自發 v.s. 被榨取」或「商業 v.s. 非商業」的動機，買方也可能採取「意圖 v.s. 機會」(intention-opportunity spectrum) 的行動。Eric Cohen (1996) 把自由性工作者 (free lancer) 的職業稱為開放式賣春 (open-ended prostitution)，他們不屬於特定公司或團體，從事的是自由契約的個人生產

活動，研究強調主客間複雜的互動關係。Joan Phillip 與 Graham Dan (1998) 把重點放在男客與女方的互動；Angie Hart (1998) 研究西班牙商業性交易中男客積極與吧女交涉，包括價格與服務品質、服務內容及項目，很像跳蚤市場中的買賣雙方的議價手法；Thomas A. Steinfatt (2002) 著重女性性工作者對工作的看法。性觀光中男女買方是否有別？Lynn A. Meisch (1995)、Deborah Pruitt 與 Suzanne LaFont (1995) 以加勒比海地區歐美女性和當地男性的性觀光為例，認為這是羅曼蒂克觀光 (romance tourism)，強調彼此的自主性及長期關係的培養，而非一般的性觀光。

本文目的是介紹市野沢潤平 (2003) 的一本專書《哥哥吧的經營人類學：曼谷中心區性觀光的微觀研究》，分別從經營人類學的主要觀點、泰國性產業概觀、哥哥吧與市集經濟、吧女與男客的利害交鋒、非經濟因素的作用等五點來做說明，最後，再提出筆者對於該書的問題與討論。

經營人類學的主要觀點

經營人類學 (management / business administration anthropology)，顧名思義強調經營學與人類學的結合，重視當事者買賣雙方立場的微觀研究，市野沢潤平 (2003) 以經營人類學的觀點解析曼谷哥哥吧性觀光中吧女與男客的互動，把性觀光當成「待人接客」的性服務市場，透過對話與身體接觸，滿足對方的性需求之活動。他不用賣春一詞，因為賣春預設了雙方太多不平等的權力關係，以及過於強調第三世界女方被榨取的情況，相對地，經營人類學重視的是當事者的個人意志及判斷，強調待人接客的性服務及性交涉。經營人類學的特徵是：包括的 (經濟與非經濟因素)、局部的、微觀的、特定的深度描述，以人類學的方法研究現代社會市場經濟的活動。眾所周知地，經營學注意經濟活動主體者的行為、意思決定的過程、經營條件的掌握以及意思決定者的判斷。吧女本身就是一個意思決定者，經營人類學著眼於這類「小規模企業主」的意圖判斷，如何追求經濟利益或企業價值的極大化，哥哥吧是一個創造利潤的營業場所，對吧女及男客同等重要，

吧女為收入而工作，外國男客則追求比國內便宜的性消費。但同時，經營人類學也將此意思決定者的判斷「相對化」，注意行動和目的雙方不斷的變動，從寬廣的歷史生態中掌握意思決定者的行為，換句話說，是巨視與微觀的結合，但重心擺在後者，強調從巨視到微觀或從微觀到巨視，雙方對話、相互理解的過程。

許多性觀光的先行研究以拆解「支配結構」為前提，支配結構假設的是：一般工廠勞動為主的固定薪資體系中，不具生產工具的勞工階級向資本家販賣自己的勞力，他們沒有自主權去管理勞動，只能被資本家片面強制地操縱，強調「勞工－雇主」的關係，而非「勞工－客人」或「雇主－客人」的關係。此一前提或許適合工廠流程作業的固定薪資勞動體系，但是否適用於觀光業中的女性工作者？市野沢潤平認為，哥哥吧吧女的個人行動很少受到外部的制約，她們大多不透過雇主就直接與男客交易，本身就是開放市場中自由活動的商人或老闆，而不是工廠作業員。因此，研究視野必須從「勞動論」轉為「市場論」，重視自由性工作者與男客之間直接交易。

然而，過於強調跳蚤市場中買賣雙方議價手法這種功能主義取向的研究也有其限制，吧女對於工作的認知不是只有金錢，也包括朋友、異性、夜遊、親密關係等；換言之，她們未必純然是合理的經濟動物而已，她們既不是工廠作業員，也不是新古典經濟學派（neo classical economics）所稱的合理經濟人（economic man）。在此，必須說明新古典經濟學派的內涵，這個學派預設了合理經濟人的存在，他們努力將自我利益極大化，經濟現象是個人合理經濟行為的總合，市場中個別經濟主體對於價格不會有影響，不去考慮其他經濟主體的行為與想法，只從自我合理的判斷及準則出發，此一學派將個人當成孤立於文化社會的經濟人，並以合理經濟人行為的加總去描繪市場運作的機制。但是，因市場資訊不足及合理經濟人本身的極限，新古典經濟學派受到情報經濟學、新制度派經濟學、遊戲理論、新古典派總合的挑戰。然而，這些學派基本上都沒有否定合理經濟人的存在，比較傾向否定的是「實體主義經濟人類學」、「農業經濟學」、「經濟社會學」，它們強調經濟現象不能抽離社會文化，否則無從理解，根本不存在所謂合理經濟人，每個經濟主體的判斷及行為深受外部社會的制約，過於

追求利己或利潤的極大化，其結果是體系崩盤或產生不均衡的累積過程，經濟活動是市場機制、合理計算以及非經濟因素如歷史偶然、習慣風俗等錯綜複雜的結合。至於經濟人類學是以批判合理經濟人與新古典經濟學派出發，以「未開化社會」而非「高度資本主義社會」為研究對象，處理沒有完全被市場經濟淹沒的經濟活動，以及非市場經濟和市場經濟碰撞時的矛盾。

泰國性產業概觀

接下來，先來看看泰國性產業的概況。泰國賣春女的數字不詳，職業賣春女的出現大約是在拉瑪一世（King Rama I 1782~1809年）治世之時以及十九世紀後半，來自中國的男性移民買春客以及女性性工作者進入泰國，後來才逐漸有泰國女性加入，1905年泰國廢除奴隸制，女性和奴隸逐漸流入性產業當中。性產業從內需轉成外需的契機是越戰，1962年美軍常駐因而誕生了「現地妻」，1967年泰國和美國簽訂休憩與娛樂（R&R: Rest and Recreation）條約，提供美軍休憩娛樂的場所。泰國性產業的規模、形態、場所大不同，傳統的茶室或妓院價格最便宜，主要服務泰國男性，女性性工作者的自由度低，健康及衛生狀態也差。應召女郎（call girl or escort girl）或按摩院女郎的單價高，服務對象泰國人外國人都有，性工作者自身的裁量權也大。

泰國性觀光產業興盛的歷史背景（Boonchalaksi & Guest, 1994）可從四點來看。

首先是傳統的性別規範，佛教教義對女性的蔑視、對性工作者的鄙視、女弱男強的性別雙重標準、家庭內男女性別角色分工、處女情結的崇拜等都有影響。譬如，性別的雙重標準將女性分為守貞操的妻女以及淫蕩的娼婦兩種，渴望婚前或婚外性行為的男性越多，性工作者的女性也相對必須存在。

其次，經濟發展導致城鄉所得落差擴大，造成國內人口移動，女性移民比男性移民多集中於曼谷地區，而且是性產業。曼谷性工作者大多出身貧困的北部或東北地區，泰國人期待女性除了扮演賢妻良母外，也能在家庭經濟的提供上發揮一定作用。東北部女性的教育水平

不高，初等教育還算普及，中高等教育的普及率低，有些已婚者還要寄錢回家養小孩，她們能夠勝任且比較高薪的職業就只有性產業。

第三，國際觀光業的發展與性產業的連接影響甚巨，觀光業的投資金額低、技術簡單，成為許多第三世界國家賺取外匯的重要手段。1967年國際觀光年時，泰國以男性觀光客為主要訴求對象，到泰國的觀光客也以男性居多。

第四，觀光業是國際化與階層化情緒勞動（emotional labor）及照顧勞動（care labor）的體現，充滿再生產勞動的種族分工及國際分工（racial and international division of reproductive labor）之色彩，¹性觀光中泰國人提供外國男客情緒勞動，這些男客則追求比自己國家便宜且較佳的性服務。

哥哥吧與市集經濟

在此，必須簡單描繪哥哥吧這個場域。哥哥吧只限於曼谷市中心區、普吉島、芭達雅等觀光名勝，1980年代初期才出現，來客多是白人、日本人及東亞各國男性，短期觀光客、多次出入境的觀光客、長期居留的駐在員及留學生都有，哥哥吧的吧女多來自東北部農村，也有從寮國、菲律賓、越南來的女性移民。營業方式接近美式酒吧，提供飲料、融合狄斯可舞廳形態，營業時間從晚上七點到凌晨兩三點，吧女多是舞女或侍女，經營者的收入主要是客人將吧女帶出場時給店家老闆的出場費（off fee），之後都由吧女及男客自行交涉，老闆不會干預。吧女的工作及勞動條件是搜尋潛在男客，然後接近→溝通→交涉→店外約會→性關係的發生及持續，她們的收入來源至少有二份：一是來自哥哥吧店家、二是來自帶出場的男客，吧女只是借用哥哥吧場地的自營業。哥哥吧需要很多吧女，也期待她們多被帶出場，店家可拿到出場費，如果吧女條件差一直沒被帶出場，老闆會予以減薪甚至開除。帶出場後的報酬全數歸吧女所有，不需給店家分毫，但風險

¹ 中心一邊陲勞動力再生產分工的典型實例為：白人女性雇主與黑人女性僱傭的關係；泰國女性出國當外籍女傭看護，母親則留在故鄉料理她們本來該做的育兒家事。

自負，事實上能被帶每天帶出場的吧女並不多，整體而言她們收入也不高。

市野沢潤平認為，吧女和男客的交易過程很像市集經濟（bazaar economy）中買賣雙方面對面的議價，比間接交涉時牽涉的非經濟因素要來的更多，所謂市集經濟是非先進國家非正式部門經濟活動的特色之一，通常欠缺固定的販賣或流通組織，也缺少明確的定價及權威的管理者。マリノフスキー與デ・ラ・フェンテ（1987）研究二次大戰前墨西哥南部盆地的市場經濟，Clifford Geertz（1979）分析摩洛哥、爪哇、巴里島等市場經濟及買賣雙方的情報遊戲，在這些國度中市集經濟與原始經濟、未開化經濟、產業經濟同等重要。市集經濟並未完全否定新古典經濟學派的基本前提，也就是「賣方追求利益的極大化、買方追求效用的極大化、供需平衡影響價格」等三項前提，但不同於新古典經濟學派的是，市集經濟並不存在一個供需平衡的整合性價格調節機制。市集經濟論的主要命題有六點：1. 買賣雙方集中於特定市場空間；2. 面對面的交涉議價；3. 非特定多數的交易者；4. 交易是個人間進行的活動，當事者某一方或雙方不代表任何集體的經濟事業體；5. 商品在功能及品質方面沒有標準化，商品品質以及和交易對手有關的訊息都不充分；6. 缺乏交易的正式規範或中央集權式的管理。

從上述六點檢證哥哥吧的經濟活動時，市野沢潤平再次強調，哥哥吧賣的不是物品而是「服務」、是當事者雙方的「關係」，賣方是個別的吧女而非店家的老闆，哥哥吧只提供買賣雙方交易的一個場所：

（一）買賣雙方集中於特定市場空間：市集經濟的特色不在於交易者雙方關係的持續，而是每回交易時關係的協商及清算，它需要特定物理空間，不是虛擬的網路或電話交易（如證券市場或電子商務）。哥哥吧是專門而密集的地區，類似行人徒步區的商街，提供男客與吧女最早相遇的場所。

（二）面對面的交涉議價：哥哥吧店內不能有性交易只能喝酒聊天，全憑直接談話及交涉才能帶出場，和管理型態的賣春館不同，交涉時雙方的自由度很高，不需仲介或店家老闆的介入。

（三）非特定多數的交易者：小規模的哥哥吧吧女約有十人，大規模的約百人，每夜買賣雙方都可無盡地挑選直到滿意為止，男客也不會

只流連單一店家。

(四) 交易是個人之間進行的活動，當事者某一方或雙方不代表任何集體的經濟事業體。基於個人利害進行利己的交涉，吧女對於哥哥吧店家沒有歸屬、責任或義務，其行動是個人的不是組織的。

(五) 商品在功能和品質上沒有標準化，品質以及和交易對手相關的訊息都不充分，男女雙方的交手幾乎是未知數，沒有泰國男性只有外國男性，語言溝通有限容易產生誤解。

(六) 缺乏交易的正式規範或中央集權式的管理。吧女和男客之間若有衝突店家概不負責，也沒有太多的員工教育訓練，議價全憑雙方本事。男客被吧女騙財也不好找警察，只能自認倒霉，警察只管店家附近的治安，買賣雙方的交涉無從過問，雙方只能自求多福。

吧女與男客的利害交鋒

吧女透過直接對話獲得對方資訊，很難事先打聽個別男客的情況，必須自責所有風險，吧女至少有三種風險 (Cohen, 1996)。首先是物質上的風險：客人不付錢或付得太少、身分證錢包被偷、被腐敗的警察脅迫要求賄賂。其次是身體上的風險：被酒醉男客或特殊性癖好者施暴。還有健康上的風險：感染淋病或性病，吧女多沒加入健保，一旦染身經濟負擔重。因此，吧女如能與信賴男客維持長期關係，成為長住泰國的外國男士之愛人或情婦會比較划算。然而，成為男性專屬契約的女性後，她們仍會找尋其他男伴以分散風險，性買賣的特質是不需產品製造的原價或庫存費，販售的不是物品，無法同一時間大量販賣或庫存，吧女唯有增加交易才能增加收入，但基於身體疲憊或健康風險的考量，一天接客兩人以上也是不智的。

在此，必須提及的是待人接客服務業的四項特質：1. 無形性 (intangibility)：和物品不同，購買之前不可聞、不可嘗也無法感覺，為了減少風險必須多搜尋資訊；2. 不可分割性 (inseparability)：買賣雙方必須同時在場；3. 變動性 (variability)：賣方會依顧客時空改變服務品質；4. 消滅性 (perishability)：服務本身無法庫存。男女雙方會議價，吧女為了拉住客人算便宜點也是合理，但她們非常忌諱極低

價碼，因為價格代表服務品質，太低會沒尊嚴或被其他吧女看輕，寧可拿禮物首飾或交通費。吧女賺錢的方法是吸引多數男客或固定單一男客但密集交易，但這取決於男客的花錢態度（小氣或大方）及吧女短時間內和男客接觸的可能性，包括男客停留曼谷的時間、回國後是否會再聯絡、是否為重遊者等。

為了瞭解吧女的行動及決策，市野沢潤平將其分成四類：1. 快速撈錢型：只賺單次交易；2. 掠奪型：盡量勒索榨乾；3. 觀望型：若即若離見機行事；4. 多角化策略：建立性交易以外的長期關係。吧女必須敏銳嗅出男客的變化不斷採取行動，性交易的價碼比較固定很難提高，所以得多方開源也就是複雜化及多角化的經營，和男客發展濃密長期的關係。對吧女而言，外國男客花的錢對一般泰國人來說絕非小錢，她們會努力獲取性關係之外的好處，上高級餐廳、買名牌衣飾或化妝品、甚至借錢不還。為討男客長期歡心或信任，有時性關係上還願意免費或降價，是謂「以退為進」，有的吧女會放真感情（不知這是否為男客的錯覺，自覺「成功」），也可能結婚進而脫離貧困遠走高飛。

哥哥吧通常是吧女多於男客，吧女們於公（在店內工作聊天或是和男客出遊）於私（同住者多）都很緊密，和一般人的上班時間不同難有交集，主要朋友還是吧女。有本事收入好的吧女出手較闊，對其他吧女也會照顧，互給好處便利或推薦其他男客，建立安全網絡（safety-net）及小圈圈，但吧女壽命有限流動率高，要串連不同店家吧女自組工會很難。然而，吧女彼此間競爭也多，當吧女對特定男客產生執著時，會要求獨佔排他的關係，渴望維持優越意識向同僚誇示。男客對吧女的第一印象是視覺外加聽覺觸覺，而且一目瞭然，這是吧女間競爭的主要壓力來源，哥哥吧店內的吧女都穿得很少，透過整型、髮式、裝飾、濃妝來吸引男客，店內有落地長鏡隨時警惕吧女身材臉蛋是否合格。吧女對自己身價也心知肚明，身價取決於容貌及接客術，市野沢潤平由此分成四種：1. 店內專業戰略：吧女自覺容貌接客術都差，只要店內有男客點名喝飲料給小費就不錯，一旦達成馬上轉檯。與男客的關係短淺而表面，和前述的掠奪型戰略類似，差別只在可否被帶出場，偶爾有機會出場也盡量在金錢上索求；2. 高回轉率戰略：容貌好接客術差的人，盡可能被帶出場增加性交易的機會，美女就是

好處多，與其和老客戶一起不如多開發新客源；3. 選擇及集中戰略：容貌差接客術佳的人，必須努力掌握客源，和特定男性維持長期關係主動出擊，也等待欣賞自己的男客出現；4. 自在戰略：容貌接客術均佳的人，沒有特定作法，依狀況和自己喜好從事，與長期多角化策略類似，但自在戰略更強調吧女以己身為賣點的自主性活動。哥哥吧基本上是供給大於需求，換言之吧女多於男客，可以被帶出場的吧女實在不多，美女也不多，如果更美可能會轉到其他條件較好的職場，男客的目光只集中於少數美女身上。

男女各懷鬼胎，男客也有諸多盤算。一開始他們先透過書籍、網路或從有經驗的男客身上，打聽哥哥吧的消費及交易習慣，再採取集體或個人行動，後者越來越多。哥哥吧的消費就是比本國便宜，有人甚至不認為自己是在買春，只是旅行中的羅曼史。男客也會規避風險，包括感染性病、錢財被搶被偷的風險，不帶初次見面的吧女回住房，也期待報酬的增加：吧女身體的性魅力、態度良好溫順、服務品質佳。男客和固定吧女維持長期關係也比較實際，可以省錢、省麻煩、省勞力，不必花錢就可做愛，但相對地，他要幫忙付計程車費、房租或宵夜錢等其他代價。

Clifford Geertz (1979) 強調市集經濟中買賣雙方長期顧客關係的形成 (clientalization)，有助於規避風險、節省收集買賣雙方及商品資訊的成本，哥哥吧的吧女和男客到底如何維持關係？這有賴於產品的品質。Stuart Plattner (1985) 依 Paul Nelson (1970) 的商品購買行為分類之觀點，將產品分成探索的品質 (search quality) 及經驗的品質 (experience quality)，探索的品質是指商品一目瞭然，親眼看到或閱讀型錄，經驗的品質顧名思義是指品質必須使用之後才會知道，如中古車。吧女同時提供這兩種品質的產品，也就是容貌、姿色、身材等探索的品質，以及床第工夫、溝通技巧、服務態度等經驗的品質。George Akerlof (1970) 曾提過檸檬市場 (lemon market)，是指買方以高價卻購得劣質品或受損產品的市場，哥哥吧正是所謂的檸檬市場，買方無法打聽「許多」店家或收集店家資訊，而是針對「特定」店家打轉，前者是廣泛的探索 (extensive search)，後者是集中的探索 (intensive search)。吧女男客之間不會出現市集經濟中激烈零和 (zero-sum) 或

對立攻擊的議價場面，而是同調交歡，吧女不可能忤逆男客，而是竭盡所能地討好巴結，吧女採取的策略也是集中的探索而非廣泛的探索，培養長期顧客關係為上策。哥哥吧是個雜多亂戰的業界（fragmented industry），買賣雙方都很難出現執牛耳的領袖或獨占寡頭的現象，買賣雙方成功的關鍵是玩弄運勢的技巧性遊戲（skillful game of luck），亦即運勢加上技巧。

非經濟因素的作用

除了純經濟考量外，非經濟因素的存在也不可忽略，這些因素當然也影響到吧女男客的互動行為。

首先是吧女方面，東北貧困地區出身的吧女為了改善家中經濟而下海，但也包括「利己」的動機：對金錢物質的追求、對都會生活的嚮往、對流行服飾的追逐、對先進性或現代性的崇拜、對現代化消費財（如家電用品行動電話）的慾望、衣錦榮歸的吧女炫耀成功經驗刺激慾望的循環等。Thomas A. Steinfatt（2002）曾尋問吧女選擇此類工作的原因，答案是：希望從單調無聊的生活或工廠組裝作業中解脫出來，工作性質和現代性息息相關，能夠自我提升，和歐美日男客交往是自我能力的肯定也是先進的象徵，工作內容和跳舞喝酒類似寓工作於娛樂，又可交外國朋友學英文，收入比一般泰國男人多，還有，不想做日曬工作渴望美白。Cohen（1996）認為吧女工作時同時具有純經濟的考量及情感上的依戀，市野沢潤平依此又分成四類：1. 純做生意的關係：經濟動機強非經濟動機弱，盡量付現每次結算；2. 一時的關係：經濟動機非經濟動機都弱，男女都不會很想長期持續；3. 情人愛人關係：經濟動機非經濟動機都強，月付方式，經濟非經濟利益的糾結；4. 戀愛或朋友關係：經濟動機弱非經濟動機強，吧女有極強的佔有慾妒忌心，嚴防男客「出軌」，男客在泰國也須庇護，與吧女發展出擬似的母子關係。當吧女與男客關係長期化複雜化之後，非經濟因素的考量更為明顯，特別是工作以外私下的親密性，透過演出「非日常匿名的親近性」去培養長期友好的戀愛關係，哥哥吧周邊過去有幫吧女代寫英文情書的店家，現代傳媒的普及也加速吧女男客關係的長期

化。吧女於關係性的市場（relationship market）中進行交易，擬似的親密性與真實的親密性不斷交錯，Angie Hart（1998）、Janet Leaver 與 Deanne Dolnick（2000）強調女性性工作者如何與男客維持長期親密關係，她們不是無責任的「性的提供者」，而是無責任的「親密的提供者」，性產業的本質正如ホックシールド（2000）所言是一種情緒勞動，而且是公私不分的情緒勞動。

其次從男客來看，性交易是非日常性的刺激，能從工作中解脫，女生主動投懷送抱增加豔遇機會，哥哥吧的聲色刺激充滿異國情調，也想交朋友談戀愛甚至步上禮堂，而不只是花錢買春。此外，這也是優越感的發揮，如果不以金錢交易就取得與吧女的關係，或是短期間能和多數吧女發生關係，都能再次證明男性特質和性魅力。Suzy Kruhse-Mount Burton（1995）認為澳洲家庭社會結構改變，男性的傳統權威角色急速凋零，到東南亞買春是為了找回失落的過去及自我認同，雖是暫時也是一種補償。日本男性亦然，金塚貞文（1982）提到日本氾濫太多的A片及色情書刊，對男性性技巧過於誇張的描述，讓許多性經驗不足或性無能的男性倍感威脅，只好透過買春將女性身體物化尋求慰藉，逃離現實世界中挫敗的兩性關係。但市野沢潤平認為，哥哥吧中的日本男性不需將吧女物化，他們已有種族上的優越感，將泰國吧女看扁、看低，這些男性在日本國內可能是個差勁的人，卻幻想（或錯覺）泰國吧女對他的殷勤是真心的，而不只是工作上的逢場作戲，吧女會為了自己彼此爭風吃醋，並吹噓免費和吧女作愛。但是，男客的掙扎矛盾也俯拾皆是，D. Walker 與 R. S. Ehrlich（1992）分析吧女男客間的情書往返，發現男客確實嚮往真愛；同樣地，Eric Cohen（1996）研究吧女男客間的情書往返，也看到白人男客陷於親／疏、信任／疑惑、真愛／金錢的兩難之中。很多男人在自己國家與女人性關係不良是性的弱勢者，情感空虛寂寞或社經地位身處弱勢，他們渴望在泰國吧女身上尋求感情靈肉的救贖。Julia O'Connell Davidson（1995）將泰國買春男客分成三種：1. 猛男的年輕人或體力勞動者；2. Mr. Averages 的中高年者，對戀愛羅曼史心存幻想；3. 國際人，經濟教育水準高，旅行經驗豐富。沿用 Klaus de Albuquerque（1999）對加勒比海女性買春客的分類，市野沢潤平將哥哥吧的男客分成四類：

1. 初體驗者 (first timer or neophytes); 2. 隨興的買春客 (situational sex tourist), 不以性觀光為目的只是隨興; 3. 老手 (veterans) 經驗豐富, 和不特定多數吧女有染; 4. 多次造訪者 (returnees) 和特定吧女維持長期關係。但他也坦承分類必有缺憾, 每個類項的界線並不明確, 因為男客大多同時希望和特定吧女維持長期關係, 又和不特定多數吧女有染, 反之亦然吧女也做如是想, 男女雙方都希望發展至朋友戀人的關係。

吧女這種工作到底帶給當事者什麼樣的自信呢? Joan Phillip 與 Graham Dan (1998) 描寫吧女是一名全方位的計劃者 (entrée planner)², 為了賺錢努力自我磨練, 包括外貌、溝通技巧與身體魅力。Frederique Delacost 與 Priscilla Alexander (1998) 指出吧女被男客挑中時, 當事者自認為是性能力、性溝通、性技巧的證明, 也是身體、容貌、魅力、溝通手腕、EQ 等眾多才能的背書, 加上收入高、改善家庭經濟、受父母肯定, 這些都成為吧女自信的來源。然而, 泰國社會對吧女的評價仍低, 她們還是擔心家人親友的面子、將來難以結婚、自尊心受損, 畢竟一般人還是笑貧也笑娼, 所以吧女寧可與外國男性也不太願意和泰國男性交易, 如此一來, 承受的社會壓力較小, 西方男士的想法也比較開通。

市野沢潤平在書末總結哥哥吧是個充滿矛盾魅力的工作 (oxymoronic work)³, 簡言之, 矛盾本身就是魅力。「矛盾」是指:

1. 吧女販賣的是親密性, 但親密性本質上不應該被販賣;
2. 店家老闆對吧女採取放任而非管理的態度, 所以才能創造極大的利潤;
3. 工作上的成功意味了離開而非繼續, 就是回鄉、結婚、當情婦或是開店重新做人。哥哥吧這個充滿矛盾魅力的工作已超越服務業、親切款待 (hospitality)、情緒勞動的意涵, 吧女依照經濟以外的法則行動, 卻也獲得極大的經濟效益。

² McClelland (1961) 提出全方位的計劃者有四種特質: 規避風險、不確定的狀況下勇敢決斷、努力計劃嶄新的活動、長期眼光底下的先行投資。

³ Oxymoronic 是指將兩個矛盾語詞並列產生修辭上的特殊效果, 像是殘酷的親切 (cruel kindness)、公開的祕密 (an open secret)、慢慢地快 (make haste slowly)。

問題與討論

以上是該書的主要論點及內容，最後，筆者想從研究方法、研究立場、書寫方式三點來做簡短的討論。

首先是研究方法的困境，巨視和微觀兩種方法各有其優劣，見樹不見林或見林不見樹都失之偏頗，因此，許多研究者努力搭起兩者的橋樑，希望由小見大或由大見小，以掌握多元而精確的森羅萬象。然而，這種說法只流於觀念論上的理解，市野沢潤平也企圖達到這個目的，但可惜仍舊未竟，如同大多數論文一樣，只能將巨視部份的資料先做介紹，之後，再交待微觀的研究成果，要讓巨視微觀的研究成果進行對話或相互檢證其實非常困難，處理不當也可能流於不倫不類之譏。

其次是研究立場，許多關於性工作者的先行研究，不是以撻伐譴責就是同情可憐的立場看待當事人，何春蕤（2001a；2001b）以田野調查方式進入性工作者的實際生活場域，並從積極立場肯定她們的專業操演，是國內少數的另類研究。市野沢潤平以經營人類學的觀點提供嶄新視野，也幫助我們理解男客與吧女行為背後的動機以及運作機制。但除了立場嶄新之外，還在於理解現象時操作的理論或觀念是否適切、是否充份，作者以市集經濟的論點切入，強調男客吧女選擇性的趨吉避凶、各自盤算、努力雙贏、風險自付，但同樣地，讀者也可質疑市集經濟中買賣雙方的自主性真能存在、如何存在的問題，也就是說，市集經濟的主要命題能否幫助我們看清吧女男客之間的利害交鋒，否則，無法套入的部份只好丟到「非經濟因素的作用」中去自圓其說。

再則是書寫方式，分類確實是許多學科的基礎工作，但分類無法窮盡，永遠有掛一漏萬之虞，至今仍是許多研究者難以突破的困境，市野沢潤平喜好分類，也坦承分類不等於現狀，只是幫助瞭解現狀的一個草圖。全書沒有使用任何受訪者的引言或故事，看不出作者生花妙筆的「編劇」功力，而是以最大公約數的方式做平實甚至有些呆板的分類，也算耳目一新的寫法。

最後平心而論，性觀光的研究調查存在諸多風險，能夠長期與當事者建立互賴關係、進而取得受訪機會已屬不易，在研究者有限卻努力地參與觀察底下，扣連經營人類學的觀點，讓讀者一窺曼谷哥哥吧聲色流洩的情慾世界以及背後的運作機制，這些都是非常值得肯定與推薦之處。

徵引書目

- 何春蕤 (2001a) 〈自我培力與專業操演：與臺灣性工作者的對話〉，《臺灣社會研究》，41: 1-51。
- 何春蕤 (2001b) 〈性、權力與鋼管辣妹 Pub：一個田野的觀察〉，《臺灣社會研究》，44: 167-199。
- Available: <http://mail.nhu.edu.tw/~society/e-j/44/index.htm>。
- 邱淑雯編 (2001) 〈旅遊、家、與父權〉，《網路社會學通訊期刊》，19。南華大學社會學研究所。
- Available: <http://mail.nhu.edu.tw/~society/e-j/19/index.htm>。
- 邱淑雯編 (2005) 〈旅遊與情慾開發〉，《網路社會學通訊期刊》，44。南華大學社會學研究所。
- 市野沢潤平 (2003) 『ゴーゴーバーの経営人類学：バンコク中心部におけるセックスツーリズムに関する微視的研究』東京：めこん出版社。
- 金塚貞文 (1982) 『オナニズムの秩序』東京：みすず書房。
- トルン, T. D. (1995) 田中紀子・山下明子 (訳) 『売春：性労働の社会構造と国際経済』東京：明石書店。
- ホックシールド, A. R. (2000) 石川准・室伏亜希 (訳) 『管理される心—感情が商品になるとき』京都：世界思想社。
- マリノフスキー, B. & デ・ラ・フェンテ, J. (1987) 信岡奈生 (訳) 『市 (いち) の人類学』東京：平凡社。
- リム, L. L. (1999) 津田守・さくまゆみこ (訳) 『セックス<産業>：東南アジアにおける買売春の背景』日本労働研究機構。
- Akerlof, G. (1970) The market for “lemons”: Quality of uncertainty and the market mechanism. *Quarterly journal of economics*, (84): 488-500.

- Albuquerque, K. D. (1999) Sex, beach boys and female tourists in the Caribbean. In Barry M. Dank & R. Refinetti (Eds.), *Sex work and sex workers: Sexuality & culture* (pp. 87-111). New Brunswick and London: Transaction Publishers.
- Bishop, R. & Robinson, L. S. (1998) *Night market: Sexual cultures and the Thai economic miracle*. London: Routledge.
- Boonchalaksi, W. & Guest, P. (1994) *Prostitution in Thailand*. Bangkok: Mahidol University.
- Cohen, E. (1996) *Thai tourism, hill tribes and open-ended prostitution*. Bangkok: White Lotus.
- Delacoste, F. & Alexander, P. (Eds.) (1998) *Sex work: Writings by women in the sex industry*. Pittsburgh: Cleis Press.
- Geertz, C. (1979) Suq: The bazaar economy in Sefrou. In C. Geertz & L. Rosen (Eds.), *Meaning and order in Moroccan society: Three essays in cultural analysis* (pp. 12-313). Cambridge: Cambridge University Press.
- Halliday, F. (1998) Gender and IR: Progress, backlash, and prospect. *Millennium*, (27)4: 833-846.
- Hart, A. (1998) *Buying and selling power: Anthropological reflections on prostitution in Spain*. Boulder: Westview Press.
- Kruhse-MountBurton, S. (1995) Sex tourism and traditional Australian male identity. In M. Lanfant, John B. Allcock & Edward M Bruner (Eds.), *International tourism: Identity and change* (pp. 192-204). London: SAGE.
- Lever, J. & Dolnick, D. (2000) Clients and call girls: seeking sex and intimacy. In R. Weitzer (Eds.), *Sex for sale: prostitution, pornography, and the sex industry* (pp. 85-100). London: Routledge.
- McClelland, David C. (1961) *The achieving society*. Princeton: Van Nostrand.
- Meisch, L. A. (1995) Gringas and Otavaleños: Changing tourist relations. *Annals of tourism research*, (22): 441-462.

- Nelson, P. (1970) Information and customer behavior. *Journal of political economy*, (78): 311-329.
- O'Connell Davidson, J. (1995) British sex tourists in Thailand. In M. Maynard & J. Purvis (Eds.), *Sexual politics* (pp. 42-64). London: Taylor & Francis.
- Phillip, J. & Dan, G. (1998) Bar girls in central Bangkok: Prostitution as entrepreneurship. In M. Oppermann (Eds.), *Sex tourism and prostitution: Aspects of leisure, recreation, and work* (pp. 60-70). NY: Cognizant Communication.
- Phongpaichit, P. P. S. & Nualnoi, T. (1998) *Guns, girls, gambling, ganja: Thailand's illegal economy and public policy*. Chiang Mai: Silkworm Books.
- Plattner, S. (1985) Equilibrating market relations. In S. Plattner (Eds.), *Markets and marketing* (pp. 135-152). Lanham: University Press of America.
- Pruitt, D & LaFont, S. (1995) For love and money: Romance tourism in Jamaica. *Annals of tourism research*, (22): 422-440.
- Ryan, C. (2000) Sex tourism: Paradigm and confusion. In S. Clift & S. Carter (Eds.), *Tourism and sex: Culture, commerce and coercion* (pp. 23-40). London: Cassell.
- Steinfatt, Thomas A. (2002) *Working at the bar: Sex work and health communication in Thailand*. Westport and London: Ablex Publications.
- Tadiar, Neferti Xina M. (1998) Sexual economies in the Asia-Pacific community, *What's in a rim* (pp. 183-210). Lanham: Rowman & Littlefield Publishing.
- Thitsa, K. (1980) *Providence and prostitution: Image and reality for women in Buddhist Thailand*. London: Change International Reports.
- Walker, D. & Ehrlich, R. S. (1992) *Hello my big big honey: Love letters to Bangkok bar girls and their revealing interview*. Bangkok: Dragon Dance Publications.