

電話簿與專業主義

資本主義的普遍發達及深入程度，很多時候是和專業主義的普及和發達程度成正比的。而專業主義的普及和發達程度則可以在我們的電話簿中一窺端倪。

就現代社會的需要而言，一本電話號碼簿最大的功能是提供消費與服務的資訊。換句話說，如果一位消費者需要找尋某種商品或某種服務，他應該可以由電話號碼簿中找到相關商家的電話號碼，從而確定在哪裡可以找到他想要的商品或服務。由商家的眼光來看，這也是一項必要的廣告措施，可以透過電話簿中的列名來告訴消費者本店的存在，並進一步邀請消費者來電話或直接上門，以便增加生意的可能性。

從這個角度來閱讀我們的分類電話號碼簿，我們很驚訝的發現在眾多商號的名稱中竟夾雜了極大數量的私人名字，這意味著許多商家並沒有用店名來登記電話號碼，那也就是說，他們並沒有利用電話號碼簿的免費廣告功能。

商家這麼做當然有他們自身的考量。有些（特別是小型的）商家依賴的是原本建立的人際關係網或相近地區會路過的人做為可能的顧客群，他們根本不會覺得需要透過一本毫無人性的電話簿來吸引

一些不會到他們區域來的顧客。

另外有些商家則希望顧客直接上門來當面談生意，而不要利用電話到處問估價。對他們來說，價碼是最高機密，不能隨意告訴連面都沒見過的人，與其浪費時間和精力接電話，倒不如專注在那些已經送上門來的顧客。

這兩種原則代表的是一種傳統的做生意方式，是在整個消費市場尚未被大資本整合淘汰完畢之前的經營方式，我們也看得出來它們在發展上的侷限性，專業主義自然也很難在這種條件中生根。可想而見的，這種商家的繼續存在有賴於自身的邊陲化，也就是說它們只能存在於被孤立的小型地理區域中，或是消費資訊不發達的鄉村角落裏。

私人姓名充斥於電話簿中商業分類簿的另個原因則和臺灣的服務業及流通領域中的資本規模以及消費文化有關。臺灣常有一些小資本的業主不斷從事各種不同的生意，這個月開餐館，半年後就關門改開電玩店，然後因為流行情趣商店，又轉而經營後者，所以很少有長期經營某種行業或商店的情形。這樣一來商譽信用的積累就只能靠個人而非經營的商店招牌，商店名稱因此在電話簿中並不重要，因為很快就會過時，搞不好還帶來逃稅時的不便。像這種一窩蜂追求暴利不斷改變經營行業的狀況，當然也就談不上什麼專業主義了。

在商業升級化，小企業一步步遭大企業吞食的過程中，可想而見的，我們的分類電話號碼簿上的私人名字也會一個個消失。

