

一、性革命：呼喚台灣新女性

性革命

一場性革命正在發生

卡維波

有一場性革命正在台灣社會發生。這場革命有時候是寧靜的，有時候又是高音的，但是它將在數年內改變台灣的性文化，由保守變成性開放，新的求偶文化及兩性關係將重組我們的社會。在這個歷史發展過程裡，基進的婦女運動者有什麼策略可以因應？性革命產生的原因為何？這就是本文打算處理的問題。

性革命最顯著的徵兆就是性商品的暴增和公開化，最明顯的例子當然是進駐每家客廳、二十四小時播放的鎖碼或非鎖碼成人V片節目。我在一九八〇年代初離開台灣時，許多同學還羨慕地告訴我，到了外國就可以看很多「小電影」了，等到我在一九八〇年末回到台灣時，所謂「小電影」或V片已經進駐每家的客廳了，人們再也不用跑到三重的戲院去看「插片」（即在正常電影中播放色情片）。這個由十多年前性影像的全然匱乏到目前眼花撩亂的快速進程，徹底改變了性愛文化在我們社會的傳播形式與影響層面。

在九〇年初，我出版一本有關「性」及女性主義的書時（《為什麼他們不告訴你》），出版社的負責人告訴我，如果書的封面上有「性」字，這本書會很難賣，我相信他的話在當時是實情。事實上，一九九〇年遠流出版社翻譯兒童性教育叢書「我從哪裡來？」輿論嘩然，乏人問津，可是短短兩年內，《金賽性學報告》出版，銷路卻直衝十萬本。現今由《金賽性學報告》出版所帶動的各種「性書」熱潮方興未艾，報章雜誌及座談演講充斥性的話題，所謂性笑話以及情趣商品的普及和流行更是大家耳熟能詳的歷史現象，連素為禁忌的同性戀論述也已擴散形成現今最有誘惑力的性文化。

性商品一般是透過情慾或性來勾動消費或購買的慾望（註一），但是，有很多商品並不像性節目、性書籍、或所謂情趣商品一樣直接和性相關，而是藉著刺激（性）慾望，轉換能量到普通的商品購買上，但是這類商品（及其宣傳廣告）絕對增加了性革命的速度和強度，坊間無數以女體或性暗示做勾留中介的商品（從沐浴乳、牛仔褲到個人冰箱甚至磁磚）均屬此類。

伴隨著上述各種性商品的暴增，人們的性行為模式好像也產生了變化。

首先，性行為模式的變化牽涉到另一些和求偶文化相關的商品因素，像

賓館、MTV、Pub、泡沫紅茶店這類空間設施，像電話交友這類求偶媒介、以及像汽車這種「交通兼空間兼求偶工具」的多重功能設施（註二）。

由於性商品的生產者要繼續創造利潤，故而也會繼續提供新的更刺激慾望的性商品或性流行來滿足需要，促進消費。就這樣，性商品不斷地去開發新的性領域，或者在邊緣的、禁忌的性實踐中尋找可以挪用的資源，這同時為性革命供應了源源不絕的動力和資源。

除了性商品外，還有另外一些基本的社會變遷力量促成了性行為模式的變化以致於性革命的發生，這當然包括同性戀社群在都會區的集結，以及女人在經濟上的逐漸獨立和她們的社會地位提昇，此外，還有經濟產業與家庭結構的變化，例如，晚婚現象就必然會對原來的貞操觀念或處女情結形成很大的衝擊（註三），這些力量直接、間接地造成了性不再必然在婚姻或婚姻的預備道路上進行。

這當然不是說，所有人都改變了她們的性模式，或者很多人的性行為變得開放了，而是說，某些性開放的行為模式藉著性商品的暴增與公開化而變得顯眼，進而獲得某種正當性，其後果便造成了人們的性行為模式正在改變

中的印象，不用說，這樣的印象也有可能 的造成不少人的性模式產生變化。

這種性行為模式的變化過程，可以從近來許多正面描繪短暫愛欲或不倫性愛、暗示或明說性激情的 MTV（音樂錄影）的影像、流行歌詞、書報雜誌、電影情節、以及廣告說詞中直接捕捉得到，例如最近的菲夢絲「第三者」電視廣告，可謂促進性模式變化的典範商品（註四）。還有一個例子可以來看轉變中的性模式，亦即，李明依唱的「木槿」，歌詞如下：

請讓我歇會兒 在你溫柔臂彎裡

至少今夜暫且避開外頭的風風雨雨

緊緊擁抱著我 以你最純淨的靈魂

就是渴望現在 擁有最原始的溫存

不需要愛的言語 不必在意任何形式

我是夜裡凋落的木槿

放肆的享受 這赤裸裸的短暫交集

放肆的享受 這赤裸裸的短暫交集

我要用最原始的方式對你 嗯

因為我是夜裡凋落的木槿（按：歌詞亦為李明依所寫）

在李明依的歌詞中，我們看到的是某種女性情慾主體（俗稱「豪放女」）的性模式或生活方式。歌曲的文宣對這首歌的詮釋是「現代男女講究敢愛敢恨，流行不浪費時間的速食愛情，就像『木槿』一樣，早上開花，晚上凋落，速度快得讓人來不及憑弔，就早已失去知覺」（歌林公司）。雖然文宣的詮釋說「速食愛情」，但是這首歌其實講的並不是傳統意義的愛情，而是 Casual sex（隨意自在的性）或「一夜情」（one-night stand）。何春蕤在〈速食愛情其實很快樂〉一文中，提到現代女人「可以和陌生男人到賓館狂歡一夜，隔天便拎著包包毫無眷戀的走掉，若無其事的回到辦公室；她們也可以在穩定的愛情關係之外，輕鬆地來一個聚得簡單、去得乾脆的速食戀愛。」（出自《不同國女人》一書，自立出版社）。

像何春蕤的正面描寫一夜情、像李明依歌中對豪放女的歌頌，這種正當

化一夜情的論述不只在建構「性模式正在變化」這件事實，而且也在召喚豪放女這個主體，豪放女在這樣的正當化豪放女論述中，找到自己的認同，甚至得到信心、快感、愉悅、慰藉、榮耀等等。商品的目的雖然不是正當化豪放的女性情慾，但是商品必須正面的建構豪放的女性情慾認同才能賣錢（正面呈現豪放的女性情慾認同，是過去不存在的新慾望，正待開發的新商品資源，所以可以賣錢）。

總之，近來大批浮現的性商品相關之論述，都是透過情慾（或甚至邊緣情慾）所建構的認同來勾動消費或購買的慾望，但是也同時建構了各種邊緣的性愛認同。這些正當化邊緣性愛或多元性愛的論述，呼召人們去認同邊緣性愛主體，邊緣的性愛主體也在這樣的正當化論述中，找到自己的認同。

在這一類性開放的論述和傾向中所透露出來的兩性關係變遷顯示，現階段的性別政治（包含婦女運動）亟需面對「邊緣性愛主體」或「性少數」的權益問題——豪放的女性情慾主體就是一種性少數。（作者補註：何春蕤後來使用的「豪爽女人」不但包括豪放女，也包括了其他的邊緣女性情慾主體，如女同性戀、女「變態」、女天體者、女色情言論者……。我後來則常

用「性多元人士」及「性／別邊緣人」來指稱「性少數」。

所謂「性少數」或「邊緣性愛（情慾）主體」就是和主流的性模式相衝突或矛盾的性生活方式或性模式。主流的性模式基本上就是父權的、生殖主導的、婚姻或主流道德限制的、異性戀的性模式。和主流性模式（或明或暗）對立矛盾之邊緣的性模式，或者因為主流對「性」採負面看法而被歧視與壓迫者，就是「性少數」，也就是同性戀、雙性戀、第三者、濫交者、賣淫者或其他性工作者、豪放女、群交者、易裝戀、變性戀、家人戀、跨代戀、物戀、動物戀、排泄戀、屍戀、SM、網綁戀、窺視或觀淫戀、露陰或展示戀、追求情慾滿足的老人和青少年、愛滋病患、私生子……等等。（口交者、肛交者、裸體模特兒、受性侵害者、殘障戀、婚前性行為、不倫的性幻想等，在保守的性文化中可能是性少數，但在另些開放的文化中，則否）（註五）。

對上述性少數的定義，有兩點須要補充：

第一，性少數和人數是多是少無關。例如，只要婚前性行為者和主流的性模式對立矛盾，不見容於主流的性模式，那麼，即使人口的絕大多數都已

從事婚前性行為，這些人仍然是性少數。

第二，眾多性少數的身分並不互斥，而且在實際的情況中經常重疊。例如，一個第三者也可能同時是虐待癖者、群交者等等。

事實上，除了議題和性相關之外，性少數和其他的邊緣弱勢群體並無不同，性少數和工人、殘障、原住民等一樣均是遭受歧視、壓迫或抑制的群體，性少數的情慾人權及生活方式被主流壓抑，就和少數族群人權及生活方式遭到主流壓抑一樣；性少數的次文化或亞流文化就像原住民的文化一樣，亟需保障與推廣，以免其傳統、敘事或儀式被流失。此外，性少數的自我表達（所謂色情）被禁止或壓抑為低級，也和少數民族的自我表達（所謂母語）被禁止或壓抑相似。性少數的情慾人權之爭取因此是一種社會運動；而就像其他各種邊緣或少數群體已經有相應的社會解放運動一樣，相應於性少數的解放運動則可以稱為「性解放」運動。

易言之，性解放就是性少數的政治，是性少數對主流性模式霸權的抵抗，是性少數對多元平等性模式的追求，也就是對自身性生活方式及情慾人權的肯定。在這個「性解放」的定義下，我們也可以相應地將對性少數的壓

迫稱為「性壓抑」。

在目前的性革命中，性少數的解放運動並不一定有出路，因為性行為模式的巨大變化不見得代表性觀念的巨大變化。實踐某種性行為（例如外遇）的人數、次數等可能增多或普遍，但這不代表人們的性觀念有所改變（例如，外遇者自己也不見得改變對外遇的觀念而認為外遇是正當的）。換句話說，單單有「開放的」性行為模式之出現，或者越來越多的人採納「性少數」的性模式，這並不代表性少數被正當化。和主流性觀念違背的性行為之增加或頻繁，並不代表主流性觀念的改變或退位，人們可能只是「暗爽」而已。簡言之，性行為開放不代表性解放，亦即，不代表性少數的行為模式之正當化。

但是，當社會中的性行為模式發生很大變化，而相應的主流性觀念卻依舊變化不大，不能彈性地作觀念上的開放時，這種嚴厲的性壓抑便形成性革命爆發的契機。因為性行為模式發生很大變化，意味著有越來越多具有優勢社經地位的主體也進入了性少數的位置，並且由於性少數的認同而開始不滿那個使其處於優勢地位的體制，因此對目前性壓抑形式不滿的能量日益增

加，一旦有反性主流的論述出現，召喚這些性少數主體起來抵抗，就可能形成力量而改變主流性觀念，正當化（某些）性少數的行為模式，而造成性革命。

現在台灣就是這樣的情況。事實上，晚近有關性的書籍大量出現，不但前述的商品化現象，也展現一種渴望把「性」正當化的企圖；換句話說，被保守觀念壓抑的人們渴求能正當化他／她們性行為模式的論述。

從這個角度來看，《金賽性學報告》的暢銷絕非偶然。因為金賽一書藉著「張老師」出版社的正當形象及報告的「科學」假象，實際上迂迴的正當化了一些逐漸普及的新性行為模式，例如從▷片學習來的口交、肛交，或日益普及的婚前性行為，或較開放心態的性行為。

不過，性學報告之類的書籍在挑戰主流性觀念方面，由於比較迂迴側攻，也由於報告本身的主流性質，所以只能略為鬆動主流性觀念，只在某種程度上正當化了少數的性行為模式，社會上不滿的能量依然很大，依然渴求正當化性開放的言論，特別是義正詞嚴的突破性說法。（這些不滿能量當然可以在性商品的消費中被轉移一部份，也可能在具有正當形象的建制或自由

派的較開明言論中衝破一些禁忌，改變了一些主流的性觀念。不過以上這種情形對處於一些較邊緣的性少數之處境沒有什麼改變，也不會影響到其他反主流的社會運動。）

總之，一般的性商品因為其商業目的，本身就缺乏足夠的公信正當形象，而具有公信正當形象的主流陣營又不可能提出突破的性開放言論來滿足被壓抑者的渴求，於是就造成僵持不下的矛盾：主流陣營無力彈性地調整自己，只能繼續堅持已經脫離社會現實的保守性觀念，社會中不滿性壓抑的能量日增卻找不到「正解放的出路——這就造成性革命的形勢際會（conjuncture——這叫Althusser的概念）」。

這個性革命的際會是邊緣社會運動——特別是激進的女性主義運動——介入並施以政治策略的契機。如前所述，性開放或情慾開放並不一定形成邊緣性少數的解放，同樣的，性開放和情慾開放也不一定形成女性的情慾地位改善，如果女性主義者不主動介入並主導這個發展，生產具有女性意識的情慾論述和運動實踐，那麼目前性開放的發展邏輯多半仍會沿著現有的男女不平權、階級不平等、年齡及種族歧視、或者資本主義商品邏輯前進，使得男

性及優勢者的情慾得到大量開展，而女性及其他的性少數在情慾上的資源和發展仍是有限。

事實上，由於女性主義最有正當性來喊出性解放主張，激進的女性主義運動因此正是能接合各方抗爭力量並且出頭領導的「接合主體」。如果女性主義者主動接合性解放論述，接收社會大量不滿的能量，便能引爆並干預這場性革命的方向與形式，就可能使性革命成為解放女人以及其它邊緣性少數的革命。

由女性主義者介入及主導的性革命將不會是主流可以接受的性開放，而是企圖突破一夫一妻婚姻制度、父權及異性戀霸權框架的全面性開放，這種女性主義的性解放運動將有助於拓展婦女及性少數的空間。

當然，即使女性主義性解放運動能夠引爆一場性革命，它也只是藉著社會中許多渴求正當化某些開放性行為模式的不滿能量，來拓展婦女及性少數的空間。一旦有性革命的衝擊發生，主流力量一定也會被迫「改革開放」以便吸納性解放的能量；易言之，主流的性觀念將變得開放（註六），而且可能因為女性主義的介入而在某些方面有利於婦解及性少數。但是這個「性開

放」的底線仍然會否定某些邊緣性少數，畢竟一場性革命尚不足以完全推翻父權制及異性戀霸權。

附記：

本文原發表於一九九四年九月三日的「婚姻制度與兩性角色研討會」（救國團主辦），原標題為〈性革命與女性主義性解放〉。全文後來收入《1994「與全球同步跨越世紀」系列研討會實錄》（下），80-90頁，1995年3月救國團社研院出版。

上文經過刪減修改後發表於一九九四年九月二十一日之《中國時報》人間副刊，並題為〈一場性革命正在發生〉。作者現將上面二文合併，刊登於上。

附錄：第三者廣告

「曲線窈窕非夢事」是近年來密集不斷推出瘦身健美廣告的第一波，之後，幕後同一老闆又推出不同公司、不同招牌的廣告攻勢，從「女人話題」、「媚登峰」到「最佳女主角」等等。或許對「菲夢絲」這第一波廣告的分析，可以讓我們看出之中「性政治」的不少苗頭。

「菲夢絲」最早的電視廣告，不是後來較常播放且為人津津樂道的「漂亮女人左擁右抱兩男士並摸男人臀部」的影片，而是一部描寫第三者心情的廣告影片，一個關於「換好手采比找好情人容易」的故事。

這部廣告在電視上播出的時間大約沒有超過一個禮拜，但是卻引起相當的震撼。當時的地下電台有人討論它，我也曾在兩個學術型的演講會聽到人們對它的議論。

這部廣告影片一開始是個年輕漂亮但成熟的女人躺在床上一邊打電話給她的閨中密友，一邊玩弄電話線。鏡頭照的都是她的裸肩、豐胸、紅唇、大腿等身體部分，營造出性感的氣氛。躺在床上把戒指從右手中指取出玩弄著（表示她拒絕婚姻或想像婚姻？），她對電話彼端的密友說：「他太太出現了……」手拿無線電話的密友以字幕說：「錯不在妳，約她出來談

談！」

可是穿著短褲露肚內衣的第三者女子仍躺在床上猶疑考慮，她對密友說：「但是，他說她是一個好女人……」

接著便是這位第三者女子快樂激情的回憶。她與他在海濱沙灘上笑鬧嬉戲，她騎在他的脖子上，掛在他的腰上；然後鏡頭一轉，女子臉上露出情慾高峰的滿足扭曲表情，和男人擁抱在床上，兩人滾抱翻身，女人壓在男人身上。

此時，在衣櫃前挑選衣服的密友則說：「面對面，不會讓你變成壞女人，多為自己想想吧！」於是，第三者起床沐浴，玫瑰盛開，然後兩個女人盛裝快樂出遊。

「現在，換個好手采比找個好情人容易多了。」結語說。

就廣告內容來說，這是個面臨男方太太出現，但仍然堅持快樂活力自在生活的第三者。這個第三者不認為自己是「壞」女人，但卻暗示她不是（或可能不屑做）好女人，因為這個「好女人」顯然指著傳統型的、阿信型的女人，和廣告中第三者豐富亮麗、多采多姿的生活顯然不同。

更有趣的是，這個第三者還有一個支持並鼓勵她勇敢做自己的密友，在她們之間，第三者應不是什麼大不了的壞事，而是實現自我、肯定自我的生活方式。在這種挑戰父權道德規範的姐妹情誼中，第三者是如魚得水的。

另一方面，在現實生活中為數眾多的第三者，向來卻是被媒體打壓與歧視，在人群中孤立的族群。第三者和同性戀或其他少數族群一樣常被刻板印象描繪，即使有時不是負面的呈現，也是被憐憫同情的對象；如果第三者不以悲情受害或受苦難姿態出現，而是快樂自在、主動大方，那麼她就會更遭到壓迫。至於頌揚美化第三者的言論，即使存在，也可能被封鎖。

現在菲夢絲廣告呈現出一個正面健康形象的第三者，這種充滿快樂自在亮麗又有浪漫性愛的形象，雖然簡化單一，但在沒有其他正面呈現的選擇下，變成了無數第三者嚮往與認同的對象，菲夢絲所建構或召喚出來的主體，因此變成了第三者所慾望的自我。消費者在購買商品時，也正是在購買這樣的認同。

有人會說廣告騙人，真實的第三者一點都不像廣告中那麼快樂自在。其實我們必須了解到，什麼是第三者的「真實」狀況？是否快樂？根本就 and 媒

體怎樣呈現與建構第三者有關；無疑的，媒體對第三者的正面描寫會幫助第三者感到快樂，建立其主體性。

廣告商從來沒有想過要正當化第三者，但是商品為了促銷，就必須不斷開發新的慾望，藉著利用邊緣的慾望，販賣新的認同。而這就促使邊緣慾望的正當化，而造成性開放的效果。

但是商品主導的性開放不會自動的挑戰父權異性戀的體制，像菲夢絲的廣告所召喚出的第三者主體可能只有素樸的抗爭性。值得思考的是：女性主義在批評瘦身廣告時，有無可能同時去建構一個正面的第三者認同？有無可能在頌揚美化第三者這類邊緣女性情慾主體的同時，也召喚出具有女性意識的第三者，以幫助第三者有更自在的主體性？這是女性主義性論述要面對的課題。

■ 注釋

(註一) 性商品不一定是像「電動按摩棒」這種對性活動有使用價值的商品，而包括了指涉、象徵、利用情慾以建構認同的各種商品。

有人認為，人們在消費性商品時，得到的只是「替代的」快感；易言之，人們是以購買及消費這類商品的形式來替代以性交之類的形式來滿足情慾時所得的快感。這似乎暗示了「性交得到的快感」是「純粹」、「自然」的快感，不受文化及社會因素的滲透，而「消費性商品所得到的快感」卻是文化、社會的產物。但是事實上，所謂「真的」快感，或性交所得到的快感，也是另一種形式的「替代」。

（註二）《行遍天下》這本號稱「汽車族休閒生活情報」的雜誌，在1995年4月號，43期，曾出版轟動一時的汽車內做愛專號。另外，可參看何春蕤的《豪爽女人》第六章對汽車與賓館的描述。

（註三）人類自古以來，性生活都是從進入青春期後就開始的，進入工業社會後，開始了晚婚現象，起先適婚齡是在後青春期，後來變成了成年左右，接受高等教育的女子婚齡又更晚。最近幾年在台灣，越來越多的女大學生不再一畢業就結婚或者男友當兵退伍後就結婚，而是拖得更晚。如果性必須和婚姻連結的話，這顯然是不切合兩性求偶活動的實際狀況了。

或有人說，晚婚也是男子現象，為什麼你這裡好像只談女人呢？是否將

性道德「敗壞」或「改變」的責任只歸於女人，而替男人脫罪？你的這種談法是不是在複製一種社會成見，即女人應是性道德的守護者？而正是這樣的成見使女人被性道德壓抑更深，而男人則可以偶而違犯性道德都不必付出代價。

以上這個異議是對我論點的誤解。就婚前性行為的責任而言，我相信男子應負較多的責任，因為男人通常是性事的主動者。而我的論點只是說「男女都晚婚」的狀況比「男晚婚女不晚婚」的狀況有更普遍的婚前性行為發生。這個說法並不蘊涵女性應是性道德的守護者。此外，由於性壓抑（在這個例子中就是對婚前性行為的歧視與禁制）對男女有雙重標準，通常是女性被壓抑較深，這可能使女性實際上變成「性道德的守護者」，但我們仍無法從這一點推論出女人「應該」是性道德的守護者。當然，一般談論性模式變化的說法常常作此錯誤的推論，故而確實有性別歧視主義的蘊涵。

（註四）卡維波，〈第三者廣告〉，《聯合報》，1995.9.4 參看附錄。近年來在影像上有非常性開放暗示的MTV應是伊能靜的「轟轟烈烈去愛」，以及裘海正的「愛我的人和我愛的人」，還有黃耀明的「春光乍

洩」，辜靖潔的「蝶舞」。

（註五）對於這些性多元人士的初步探討與慶祝，可參看〈島嶼邊緣〉二期「色情聯合國」部分。

（註六）在新的性開放文化中，求偶文化、性愛文化、性道德，以及連帶的服飾文化、婚姻文化、愛情小說、電影、歌曲文化等都將產生許多改變。（一些改變現在已經出現了，只是「性開放」尚未成為主流）。在這個大改變中，像「處女情結」這類事物，將被當作台灣兩性的洪荒時期之歷史現象或笑話來談論，青少年的性也將成為普遍的現象。

（發表日期與出處請參見本文「附記」之說明）