

第14章

總結與思考

本研究首先梳理了男性氣質研究的理論脈絡。性角色理論強調，社會文化依據男女兩性的生理差異塑造了男性氣質與女性氣質，男性氣質應該是具有進取心的、主動的、競爭的、崇尚權力的，在性上的表現是強烈的、受自然本能驅使的、難以控制的、陰莖中心的、只為了滿足生理機能的等等（Brannon, 1976；Ken Plummer, 2005）。筆者認為，性角色將男人依據生理性別套進一個僵死的容器裏，而不管他們在行為或態度上多麼不適合這個容器。這種理論不具有文化普遍性，忽視了個人對男性氣質的定義與再生產，同時這個理論還掩蓋了權力和物質的不平等。

20世紀八十年代，男性氣質的多樣性被提出，這一理論認為性角色理論所強調的男性氣質只是「支配性男性氣質」，除此之外還有很多種男性氣質，男性氣質依階級、性傾向、年齡、家庭結構、信仰、受教育程度、經濟狀況、種族等等而有不同的差異，沒有普遍的男性氣質。同樣地，男人的性也是主體化的、被建構的、情境化的、可變的，而非性角色理論所講的「支配性男性氣質」那一種模式。

康奈爾進一步提出男性氣質分為支配性、從屬性、邊緣性、共謀性四種類型，並且是在社會性別秩序三重關係（經濟關係、權力關係、情感關係）中建構的。他認為男性氣質不是天生的，而是在實踐中建構的過程。

到本世紀初，男性氣質理論已經得到極大豐富。男性氣質的

內在／外在支配性、男性氣質結構的地理差異、男性氣質的歷史性與危機趨勢等許多理論都被提了出來。在中國，針對男性氣質研究雖然此前一直沒有與西方的研究接軌，但多項研究也提出了中國男性氣質的「柔化」特點。

本研究為質性研究，選取男性性工作者這一「目的性抽樣」人群，探討多樣男性氣質實踐的過程，受哪些因素影響，以及如何影響的。

14.1 本研究成果的總結

14.1.1 從縱橫兩個維度，考察男性氣質實踐的建構

本研究在以往男性氣質縱向生命史研究的基礎上，加入了橫向的情境研究。通過縱橫雙向維度的研究，考察男性氣質實踐在不同情境、符號中的建構，這是本研究的重要創新點。

此前康奈爾等人的研究中，只提出了生命史不同階段男性氣質是不同的。本研究進一步提出，生命史同一階段不同情境中、同一情境不同符號建構中，男性氣質的實踐都可能是完全不同的。但彼此之間並不是割裂的，生命史前一階段男性氣質的實踐會對其後男性氣質的實踐有一定的影響，不同情境的男性氣質實踐之間也存在著相互建構的關係；它們之間既可能和諧共存，也可能存在衝突，但不會是無關的。

本研究借助情境、符號以及主體位置的相關理論研究男性氣質，提煉出資訊提供者生命史中不同情境及其符號，並考察男性氣質實踐是如何在符號中建構的。筆者強調，符號是在社會實踐中建構出來的，符號的建構就是社會的建構，但資訊提供者在符號中確定主體位置的過程是有能動性的。

本研究從資訊提供者生命史（包括受訪時）中歸納出六種重

要的情境，即：家庭情境、同齡夥伴情境、戀愛情境、性產業同伴情境、性產業從業情境、偶發性性行為情境。同時，筆者將資訊提供者對這六種情境的表述進行編碼，從中找到對每種情境公認的最重要的符號，並對每種情境的符號進行了「命名」。如將家庭情境和戀愛情境的符號命名為「承擔責任與義務」，將同齡夥伴情境命名為「陽剛之氣」，將性產業從業情境命名為「顧客是上帝」，將性產業同伴情境符號命名為「在競爭中合作」，將偶發性性行為情境符號命名為「獵豔」。同時還對資訊提供者的「老家」和深圳進行地區符號的命名，如老家的地區符號是「傳統保守」、深圳的地區符號是「笑貧不笑娼」。此外，具體分析中還提到有的資訊提供者在老家的同齡夥伴情境中經歷「性自由」符號的影響。筆者認為，不同符號間也存在相互建構的關係。本研究考察了資訊提供者的男性氣質是如何在情境、符號中實踐的，包括個人能動性是如何發揮作用的。

在縱向上，筆者將深圳的資訊提供者的生命史分為「在老家」、「深圳初期」、「性產業從業」三個階段，每個階段男性氣質實踐均呈現出不同的趨勢。性產業從業雖然是一個極為特殊的情境，但此情境的符號仍然是在社會中被建構出來的，資訊提供者此前生命史中經歷的情境符號，或者有與其相一致的地方，或者針鋒相對的地方，但通過一定的機制，便可以共同參與到性產業從業情境中男性氣質實踐的過程中來。所有資訊提供者到深圳後均經歷了對深圳符號的學習與接收的過程，並且在進入性產業之後進一步接受性產業從業情境符號。不同在於，大多數資訊提供者（在老家期間受「傳統保守」符號影響的人）到深圳後，先從事低收入、艱苦的工作，並且有機會體驗消費主義的生活方式，接觸女性性工作者、「二奶」等人群，性觀念發生變化，從而慢慢接受了「笑貧不笑娼」的深圳符號，再進入性產業從業。但也有少數資訊提供者（主要是在老家便接受「性自由」符號的

人)，到深圳後積極主動地迅速進入性產業，這主要是因為他們將男性性工作者與女客人的性交易錯誤地想像成了男人在偶發性情境中的獵豔，與其在老家時接觸的「性自由」符號中對支配趨勢男性氣質的實踐相吻合。但成為男性性工作者後，他們又都經歷了重新學習深圳地區符號和性產業從業情境符號的過程，其男性氣質實踐也相應地調整了。

在橫向上，筆者對資訊提供者在生命史同一時期不同情境中的男性氣質實踐進行研究，證實其面對的符號不同，會有不同的男性氣質實踐。進而發現：生命史同一時期同一情境中，也可能有不同的男性氣質實踐，這是因為：首先，資訊提供者主觀能動性的發揮程度不同，而且不同人在男性氣質實踐的十字軸的個性軸上也存在柔性或剛性的差異；其次，男性氣質是與女性氣質互相建構的，與資訊提供者互動的女性的女性氣質實踐不同，其男性氣質實踐便也不同；再次，不同情境符號間存在著引進與碰撞的可能性。

不同情境中男性氣質的實踐會相互影響，一些資訊提供者在偶發性行為情境中的男性氣質實踐也受到性產業從業情境的影響，比如因為對情感關係喪失了信心，對戀愛情境符號進行了解構；當資訊提供者深受性產業從業情境符號建構後，他們再進入戀愛情境或偶發性行為情境時，也會將性產業從業情境符號帶入，從而影響其男性氣質的實踐，如絕大多數資訊提供者總是讓女友（小姐）買單。

每一個情境中均有自己的符號，將不屬於這個情境的符號引進，從消極的一面看，可能會打亂此情境內的穩定；但是，從積極的一面看，也可能促進該情境中男性氣質的實踐。當對男性氣質實踐要求相衝突的不同符號碰撞到一起時，可能會影響到正在進行的男性氣質實踐，我們稱之為「男性氣質實踐的斷裂」。資訊提供者格外警惕不讓性產業之外的人知道他們的職業，就是因

為老家地區符號、家庭情境符號、同齡夥伴情境符號等等可能與性產業從業情境符號構成衝突。當同齡夥伴情境符號與性產業從業情境碰撞時，也可能會出現男性氣質實踐的斷裂。

我們不能夠在非性產業從業情境符號中理解性產業從業情境中的男性氣質實踐。資訊提供者進入性產業前普遍以偶發性性行為情境中的「獵豔」符號來對男性性工作者與女客人的關係進行理解，他們很快會發現這是不同的符號，需要重新學習性產業從業情境符號。再比如，男性性工作者並不需要在性交易中獲得性的滿足，他們對客人美醜的判斷力也逐漸弱化，因為追求性滿足與性夥伴的美麗屬於戀愛情境或偶發性性行為情境符號建構的。

本研究還呈現了在性產業從業情境符號下，男性性工作者可以通過發揮能動性實踐男性氣質的多種可能。性產業從業情境符號是「顧客是上帝」，但資訊提供者在服從女客人的要求時並非簡單的順從，而具有一定的能動性。比如，在滿足女客人為其口交的要求上，有的資訊提供者巧妙地應對，有的堅決地拒絕，還有人則表示因為有助於「完成任務」而喜歡為女客人口交，或在與客人有感情之後喜歡為其口交。這些差異性顯示了男性氣質的實踐是一個能動的、尋找主體位置的過程。

大多數時候，男性性工作者想拒絕女客人要求的時候會採取巧妙而非直接了當的方式來達到目的，但對於一些極為罕見的特殊要求，男性性工作者也會採取十分堅決的態度拒絕。這種拒絕通常靠第三方符號的介入來實現，比如通過「政府權力」的符號來解決問題。新符號引入的成功，還取決於雙方的妥協。因此這一過程是妥協與協商的過程，在男性氣質與女性氣質的互動中的實現。

14.1.2 提出男性氣質實踐的十字軸，進行動態的研究

本研究提出男性氣質實踐是一種在情境中變動的趨勢，而不是一個固定的位置。這使得對男性氣質的研究從對靜態類型的研
究，轉到了對動態趨勢的研究，這是本研究具有理論意義的另一個重要創新點。

筆者認為，康奈爾將男性氣質分為四種類型仍然有將男性氣質模式化的風險，進而提出男性氣質實踐的十字軸，並描述出在這個十字軸上男性氣質的六種趨勢，來取代四分法。男性氣質是實踐的過程，它表現為不同的趨勢，而不是類型，六種趨勢分別是：支配趨勢、從屬趨勢、關係均衡趨勢、剛性趨勢、柔性趨勢、剛柔相濟趨勢。這六種趨勢分布在一個男性氣質的十字軸上，前三種男性氣質實踐的趨勢是在縱向的「關係軸」上，其主要的影響因素是社會，而後三種是在橫向的「個性軸」上，其主要的影響因素是個體。十字軸不是平面的，而是立體的。

十字軸中特別重要的一點是，由中國男性氣質的柔性化特點引出男性氣質實踐十字軸上的「剛性趨勢——柔性趨勢」這一橫向的分析軸，成為與西方男性氣質「支配趨勢——從屬趨勢」的對比，從而做出男性氣質實踐研究本土化的努力。

個性軸與關係軸是相互影響的，在二者間的多種位置組合構成男性氣質實踐的多種趨勢，這是一個只能描述而無法窮盡分類的實踐過程。如剛性／支配趨勢、柔性／支配趨勢、剛性／從屬趨勢、柔性／從屬趨勢、剛性／關係均衡趨勢、柔性／關係均衡趨勢、剛柔相濟／支配趨勢、剛柔相濟／從屬趨勢等等。不同趨勢的男性氣質實踐既受情境中的關係、個性影響，也反映著個體生命歷程中歷時性的變化。任何男性氣質的實踐均是十字軸橫軸與縱軸間一個變動的過程，而不是一個確定的位置。

從屬趨勢、柔性趨勢的男性氣質在特定情境中也可能是受到

推崇的，性角色理論對支配性男性氣質唯一性的推崇是站不住腳的。男性對女性進行的控制不一定要通過剛性／支配趨勢男性氣質實踐來達到，也可以通過柔性／支配趨勢男性氣質來實踐。

本研究認為，同一種符號實踐可能在不同的情境及符號中均具有意義，只是其建構出的男性氣質實踐可能是不同的。如在性產業從業情境中，不擇手段地多賺錢便需要從屬趨勢男性氣質的實踐，而在同齡夥伴情境中，多賺錢符合對「事業成功」的強調，從而可以成為剛性／支配趨勢男性氣質的實踐。同樣是「說髒話」，在性產業從業情境「顧客是上帝」符號下，按顧客的要求說，是剛性／從屬趨勢的男性氣質實踐；在戀愛情境「承擔責任與義務」符號下，和女友調情時說，是剛性／權力均衡趨勢男性氣質實踐；在偶發性性行為情境中說，羞辱小姐時說，則是一種剛性／支配趨勢的男性氣質實踐了。再比如，粗大的陰莖、陽剛硬漢這些符號，在同齡夥伴情境、戀愛情境中可以用來顯示剛性／支配趨勢男性氣質的實踐，也可以在性產業從業情境中顯示剛性／從屬趨勢男性氣質實踐。

抽菸、喝酒、吸毒、身體改造，這些具有符號意義的行為可以在同齡夥伴情境、性產業同伴情境中實踐剛性／支配趨勢男性氣質，也可以在性產業從業情境中成為實踐剛性／從屬趨勢男性氣質的手段。在性產業同伴情境中，對身體改造避免公開談論，因為再「陽剛」的身體如果是「假」的，就等於承認自己不如別人，破壞其剛性／支配趨勢的男性氣質實踐了。性產業從業情境中的施受虐性行為，因為是女客人單方面的要求，所以不具有戀愛情境與偶發性性行為情境中的男性氣質及女性氣質實踐的意義。即使是實施支配性的施虐行為，對男性性工作者而言也僅是剛性／從屬趨勢的男性氣質實踐。一夜多次的性行為、長久的性交時間、令女人滿意的性技巧等等，這些在戀愛情境、同齡夥伴情境、偶發性性行為情境中，會在男人自我炫耀其性能力的過程

中成為剛性／支配趨勢男性氣質實踐的符號。但在性產業從業情境中，也只能體現剛性／從屬趨勢男性氣質的實踐。

需要特別一提的是，本研究提出男女私人關係中存在三重關係，而這也極大地影響了男性氣質在十字軸上的立體實踐。康奈爾的男性氣質研究，強調男性氣質是在社會性別秩序三重關係中建構。本研究則提出男女私人關係中也存在三重關係，兩套三重關係共同對男性氣質實踐構成影響，而且不是割裂的。這一分析視角一直貫穿本研究始終。

男性性工作者男性氣質的實踐同樣是在社會性別秩序三重關係（權力關係、經濟關係、情感關係）下進行的，但男性性工作者在與女客人的私人關係中的位置，可能與社會性別秩序三重關係中男女的位置是不一致的，甚至是顛倒的。比如，女客人在和男性性工作者的私人關係中，至少在經濟關係上占據上風，從而也影響到彼此在權力關係和情感關係中的位置。這種差異並不能簡單地決定男性性工作者實踐從屬趨勢的男性氣質，女客人實踐支配趨勢的女性氣質，因為社會性別秩序對私人關係中的三重關係發揮一定的影響，在整個社會中男性居於優勢地位的情況下，私人關係中地位的差異對雙方關係的影響是有限的。而且男性性工作者與女客人均在發揮能動性，也即相互建構。比如，將戀愛情境中的感情引入性產業從業情境中，可以改變私人關係中的三重關係，雙方因為均增加了在情感關係上的投入，女客人在權力關係、經濟關係上的優勢處境在一定程度上被化解了。

社會性別秩序與私人關係對男性氣質實踐的綜合影響，本研究通過男公關與女客人的性交易、情感關係、日常聊天等各方面進行了分析。從而認為，整體的社會性別秩序仍然在起作用，私人關係中的結構使男性氣質實踐更加複雜多元，但遠不足以改變社會性別秩序中男性的優勢地位。本研究對女性性工作者和男性性工作者與客人交往差異的分析，也從另一個側面說明了社會性

別秩序的穩定性。這就在一定程度上回應了本研究文獻綜述中提到的，以往主要從女性主義、女性地位崛起的角度對男性性工作者這一特殊行業的進行解讀的情況。個別女性地位的提升並沒有顛覆社會性別秩序的整體格局。

在此一提的是，私人關係中地位對男性氣質實踐的影響，並非局限於本研究所關注的特殊人群。當女性在工作場所、家庭場所與其男性同伴的私人三重關係中部分或全部占據上風的時候，其女性氣質的實踐及相應的男性氣質的實踐也受著同樣的衝擊。

14.1.3 差異性分析及其它分析視角

基於對男性氣質實踐豐富多樣性的理解，本研究也考察了一些其他影響男性氣質實踐的因素，特別是資訊提供者自身呈現出的差異性。

首先，地理差異對資訊提供者之男性氣質實踐的影響尤為突出。中國的內地與沿海地區之間、農村鄉鎮與改革開放較早的大都市之間存在著太大的差別，使之成為完全不同的「地區性」的男性氣質實踐場所，可以為男性氣質研究提供本土的貢獻。深圳的資訊提供者在「老家情境」和「深圳情境」中便面對著完全不同的符號，可能實踐著完全不同的男性氣質。

本研究還將深圳、北京兩地男性性工作者進行比較，進一步探討不同「地區的」男性氣質符號差異如何影響到「地方的」的男性氣質實踐。深圳「笑貧不笑娼」的「地區符號」與性產業從業情境「顧客是上帝」這一「地方符號」存在邏輯上的一致性，彼此呼應與支持，使得男性性工作者在性產業從業情境中從屬趨勢男性氣質的實踐更加順利；而北京因為缺少深圳那樣的「地區符號」，男性性工作者在性產業從業情境的「地方符號」中的從屬性男性氣質實踐便有許多與該地區符號的衝突，而造成一定的實踐阻力。兩地地區符號的影響，還表現在女顧客女性氣質實踐

上的差異，如北京的女客人更多提「特殊要求」，而這又反過來影響男性性工作者男性氣質的實踐。

其次，在男性性工作者的內部，也存在著不同的「階級」。「高等級」的男性性工作者相較而言更多支配趨勢男性氣質的實踐，這是與女客人進行權力關係協調的結果。資訊提供者均努力將自己提升到更高等級的位置，這也可以視為一種能動性的發揮。

資訊提供者中還存在專職與兼職之分，兼職的男性性工作者要同時面對多種「地方」符號，其男性氣質實踐便遠比專職的、夜場中的男性性工作者要面對更多的衝突。

此外，本研究還將三名筆者稱之為「男性伴」的受訪者作為對比分析來考察在沒有接受性產業從業情境符號的情況下，在「準性交易」過程中的男性氣質實踐；同時也通過臺北男性性工作者與大陸同行的差異、異性戀男子賣性給同性戀男子、同性戀男子賣性給異性戀女子等不同視角，進一步通過呈現差異性來豐富本研究。

本研究還注意到，集體實踐可以幫助男性性工作者找到群體的支持與歸屬感，可以是一次陽剛之氣的狂歡。通過對女人身體的議論，在貶損客人的過程中實踐剛性／支配趨勢的男性氣質實踐。

身體實踐參與到男性氣質的建構過程中，身體也同樣具有能動性，可以自己改造自己，而不只是被文化定義。男性性工作者會面臨一種特殊的身體實踐，有些資訊提供者描述了自己的生理反應拒絕與某位客人進行性行為，這時他們通常會通過吸食毒品、服用相關藥物等方法可以使生理發生相應的反應，幫助自己完成工作。

身體實踐同樣是在不同情境符號中的實踐，它並不是被符號決定的，而是一種能動的建構。有的男性性工作者因為文化定義

而拒絕為女客人口交，後來卻通過身體實踐喜歡上口交；賣身給女人的同性戀男子心理上沒「性趣」，但在女人的觸摸下生理會有反應，可見同性戀者在同性戀符號下的身體實踐與作為男性性工作者所處的性產業從業情境符號交織時，他的身體實踐超越了性傾向；而從沒有聽說過口交的資訊提供者為了迴避客人接吻的要求而本能地「發現」了口交的辦法，也體現了身體實踐在建構男性氣質實踐過程中的能動性。

在上面所有這些論述中，其實已經勾勒出了一個男性氣質實踐的三維立體圖，筆者在此正式把它描繪出來。

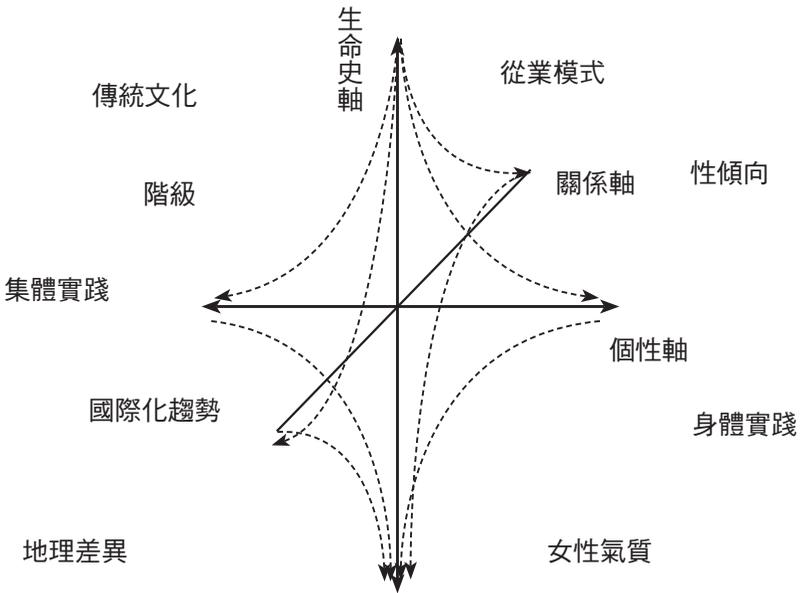


圖 14-1 男性氣質實踐三維圖

在這個圖上，關係軸與個性軸顯示的是生命史某一時段的男性氣質實踐，兩軸之間存在著無數種可能，不同情境中男性氣質的實踐便在這無數種可能中體現為不同的趨勢，而且是變動的，彼此之間也是相互影響的。同時，生命史軸的存在顯示了，生命史前期的男性氣質實踐會對現階段的男性氣質實踐構成影響，而現階段的男性氣質實踐也會影響到生命史後期的男性氣質實踐，這也就是八條虛線所顯示的。此外，分布在三維圖四周的傳統文化、國際化趨勢、女性氣質、地理差異、階級、性傾向、集體實踐、身體實踐、從業模式等等，表示著對男性氣質實踐的諸多影響因素。

綜上所述，本研究對瞭解、理解男性性工作者這一社會現象做出重要貢獻。以女性為顧客的男性性工作者的研究在全世界都是缺失的，對他們男性氣質的專門研究更是幾乎為零，本研究填補了這項空白。

14.2 幾個需要澄清的問題

14.2.1 男性性工作者是「普通人」嗎？

本研究選取男性性工作者為研究男性氣質實踐的對象，但男性性工作者的男性氣質實踐總結，是否可以用來理解其他行業「普通男性」的男性氣質實踐呢？在筆者看來，這首先需要回答男性性工作者到底是「普通人」還是「特殊人」的問題。如果我們認為男性性工作者是普通人，只不過他們從事了一個有典型性的職業，那麼男性性工作者男性氣質實踐的所有特點也均可以用來理解其他行業從業男性的男性氣質實踐。而如果我們認為男性性工作者是與眾不同的「特殊人」，則情況正好相反。

在筆者看來，男性性工作者是普通人，他們和其他行業男性

的唯一不同僅是他們從業的時候處於性產業從業情境特殊的符號和話語體系中，比如他們和女客人私人的三重關係多數時候可能是和社會性別秩序中的三重關係相顛倒的。性產業從業提供了典型性的情境與符號，男性性工作者僅是部分時間在這一情境及符號中實踐其男性氣質。而換一個情境和符號，他們和其他男人實踐出來的男性氣質是一致的。也就是說，任何男人都是在情境和符號中實踐男性氣質，男性性工作者也是一樣。

進一步，性產業從業情境中的一些話語和符號，在其他情境中並非完全不存在。比如在企業或家庭中，當女性居於權力、經濟、情感三重關係的主導地位時，處於從屬、弱勢地位的男性的男性氣質實踐自然也會不同於他們在男性居於主導地位的企業和家庭情境中的男性氣質實踐。筆者一項關於男下屬被女上司性騷擾的研究，也證實了這一點（方剛、楊明磊，2006）。

14.2.2 男性氣質與女性氣質的區別在哪裡？

當我們強調社會性別秩序三重關係的大框架時，當我們討論男性氣質是在情境與符號中實踐之時，便不可迴避：女性氣質是否同樣是在這樣的框架、情境、符號中實踐的？如果是，女性氣質和男性氣質又有什麼不同？這同時也是要回答，男性氣質是否有「本質屬性」的問題。

筆者認為，女性氣質當然是和男性氣質以同樣的方式實踐出來的，從這層意義上講，二者沒有任何不同。二者唯一的不同，只是我們用「男性氣質」一詞來定義男人在性別關係的實踐，而用「女性氣質」一詞來命名女人在性別關係中的實踐。但是，這絕不等於說，男性氣質或女性氣質具有某種本質屬性。

認為男性氣質或女性氣質具有本質屬性的想法，仍然是在性角色理論依據生理性別將男人和女人做二元劃分的框架中的思維，比如認為男性氣質的本質是陽剛，女性氣質的本質是陰柔。

而我們此項研究，正是致力於打破這一虛假的幻象。

生理性別的差異無法從根本上決定男性氣質或女性氣質的實踐，情境與符號才對性別關係中實踐出的男性氣質及女性氣質構成影響。

因此，作為社會整體意義上的男性氣質及女性氣質之間並不存在互動，也無法進行對比分析。互動發生在具體男人實踐的男性氣質與具體女人實踐的女性氣質之間。本研究關於男性氣質與女性氣質的互動分析，也是在具體的私人層面上的討論。

14.3 進一步研究的方向

本研究雖然有一些成果，但是也揭示出一些未來有待發展和加強的研究方向。

這裏首先特別提一下「男性氣質危機」的問題。

當今西方社會，有學者認為存在著性別危機，或者說是父權制危機（康奈爾，2003: 111-118）。在父權制的體制下，支配性男性氣質是受推崇的男性氣質，父權制的危機便是男性氣質的危機。由於女性主義理念的普及，女性整體社會地位的提升，父權制似乎受到了挑戰，支配性的男性氣質因此也面臨危機。正如我們在文獻綜述中提到的，男性性工作者的行業化也被認為是女人地位提升的結果。在筆者看來，關於「男性氣質危機」的提法，首先假定了支配性男性氣質是唯一的男性氣質，是站在性角色理論的立場上的思維。而本研究所力圖證明的，是男性氣質有多種多樣的可能，是在實踐中建構的過程，表現為不同的趨勢。也就是說，作為單一的「支配性男性氣質」原本就是不存在的，也就談不上危機。

「支配性男性氣質」，或者本研究中接近的提法「剛性／支配趨勢男性氣質實踐」，仍然是最常見的男性氣質實踐，但是，

這種實踐要取決於特定的情境、符號以及當事人的能動性，而不是自然而然的。雖然它仍然是最常見的，但我們已經看到了對它的清晰挑戰。因此，如果將「男性氣質的危機」從「支配性男性氣質的危機」這個角度來理解，我願意接受康奈爾的說法：雖然不存在危機，但是存在一種危機的趨勢（吉登斯，2003: 154）。

本研究中得到的印象是，如下幾個方面對傳統的支配性男性氣質構成衝擊：

1. 中國傳統男性氣質中柔性化的影響，這種影響是長期政治、文化發展帶來的；同時中國又在全球化的過程中受西方文化的影響，成為世界範圍內男性氣質危機趨勢的一員；

2. 當前中國社會經濟轉型期，計劃經濟向市場經濟轉變，同時帶來了整個社會權力關係的變化，出現了向市民社會過渡的趨勢，性別體制的鐵板一塊也在解體；女性主義思潮、性解放運動對支配性男性氣質同樣構成衝擊；

3. 當前，中國地區發展的不平衡使男性氣質實踐的地理差異更顯突出；而人們在經濟水準、受教育程度、接受西方文化、消費主義影響等方面的巨大差異，也使支配性男性氣質的優勢地位面臨挑戰，呈現出多種多樣的男性氣質。

這也就涉及到一個進一步的研究方向。本研究已經將中國男性氣質的柔化特點納入分析範疇，做出了男性氣質研究本土化的努力，但是，這種努力仍然顯得不夠，本研究主要還是基於西方男性氣質理論的研究。要推進中國男性氣質研究的發展，如何加強本土化仍然是未來的學者（包括筆者本人）需要認真面對的。

另外，筆者在此文中分析了全球化符號的被借用，也指出「全球的」符號對「地區的」和「地方的」男性氣質實踐的影響被過於高估了。但是，「全球的」、「地區的」、「地方的」，三種符號間的互動關係，仍是未來研究中有待加強的。

本研究中引用的材料，仍主要是資訊提供者自己「說」的，

其真實性可能會受到懷疑。但是，重要的是，這些「說」的材料絕大多數不是訪談得到的，而是在社區考察中以平等的、同屬於夜場工作人員的身分聊天聊到的，是經過相互檢證與三角測量的，並且是與我在社區考察中所見到的相一致，因此，其真實性仍然是有保證的。當然，如果能夠有更長時間、更深入的社區考察，獲得更多「看到」而非「聽到」的材料，本研究分析的也許將更為深入和精彩。

在進行不同情境中男性氣質實踐的分析時，本研究對資訊提供者工作環境之外的男性氣質實踐缺少深入涉及，這主要受限於獲取資訊的難度，從而影響到了更深入地呈現多種情境中男性氣質實踐的全貌。這也是在未來研究中需要改進的。

本研究的另一不足，是對男性性工作者的女性客人的訪談的缺少。這很大程度上是因為在當今的父權文化下，購買性服務的女性客人處於弱勢地位，對自己的隱密世界採取更加小心警惕守護的態度。

總之，本研究在繼承已有的關於男性氣質多樣性的理論基礎上，進行了針對男性性工作者的質性研究，提出了自己的分析框架，豐富了男性氣質的理論。作為中國大陸第一次針對男性氣質的社會學研究，雖然有種種不足，本研究也已經在一定程度上起到了開啟一個新的研究領域的作用。