

电话簿与专业主义

何春蕤

资本主义的普遍发达及深入程度，很多时候是和专业主义的普及和发达程度成正比的。而专业主义的普及和发达程度则可以在我们的电话簿中一窥端倪。

就现代社会的需要而言，一本电话号码簿最大的功能是提供消费与服务的资讯。换句话说，如果一位消费者需要找寻某种商品或某种服务，他应该可以由电话号码簿中找到相关商家的电话号码，从而确定在哪里可以找到他想要的商品或服务。由商家的眼光来看，这也是一项必要的广告措施，可以透过电话簿中的列名来告诉消费者本店的存在，并进一步邀请消费者来电话或直接上门，以便增加生意的可能性。

从这个角度来阅读我们的分类电话号码簿，我们很惊讶的发现众多商号的名称中竟夹杂了极大数量的私人名字，这意味着许多商家并没有用店名来登记电话号码，那也就是说，他们并没有利用电话号码簿的免费广告功能。

商家这么做当然有他们自身的考量。有些（特别是小型的）商家依赖的是原本建立的人际关系网或相近地区会路过的人做为可能的顾客群，他们根本不会觉得需要透过一本毫无人性的电话簿来吸引

一些不会到他们区域来的顾客。

另外有些商家则希望顾客直接上门来当面谈生意，而不要利用电话到处问估价。对他们来说，价码是最高机密，不能随意告诉连面都没见过的人，与其浪费时间和精力接电话，倒不如专注在那些已经送上门来的顾客。

这两种原则代表的是一种传统的做生意方式，是在整个消费市场尚未被大资本整合淘汰完毕之前的经营方式，我们也看得出来它们在发展上的局限性，专业主义自然也很难在这种条件中生根。可想而见的，这种商家的继续存在有赖于自身的边缘化，也就是说它们只能存在于被孤立的小型地理区域中，或是消费资讯不发达的乡村角落里。

私人姓名充斥于电话簿中商业分类簿的另一个原因则和台湾的服务业及流通领域中的资本规模以及消费文化有关。台湾常有一些小资本的业主不断从事各种不同的生意，这个月开餐馆，半年后就关门改开电玩店，然后因为流行情趣商店，又转而经营后者，所以很少有长期经营某种行业或商店的情形。这样一来商誉信用的积累就只能靠个人而非经营的商店招牌，商店名称因此在电话簿中并不重要，因为很快就会过时，搞不好还带来逃税时的不便。像这种一窝蜂追求暴利不断改变经营行业的状况，当然也就谈不上什么专业主义了。

在商业升级化，小企业一步步遭大企业吞食的过程中，可想而见的，我们的分类电话号码簿上的私人名字也会一个个消失。

