



揭破「性負面」的迷思

由港澳性文化節說起

編按：秋日陽光下的遮打花園，一片輕鬆氣氛的「港澳性文化節2008」，受到的卻是城中嚴厲的「政教」壓力。警方不允寫生模特兒赤身露體，教育預防性病小冊子要以膠袋包裹；陳日君樞機指摘「性商品化」非真正性教育……此文作者為該節籌委，由他現身說法性文化節背後的理念，以及如何透過該節去實現，以予讀者多一個面向的參考點。

文/小曹（曹文傑）

港澳性文化節2008籌委、女同學社執行幹事

港澳性文化節2008以「跨越疆界 邁向多元」為大會主題，既跨越地域限制，亦同時期望打破種種阻礙性獲得平常看待的藩籬與禁忌。今屆的性文化節共有二十多來自學術、性別教育、性生殖健康、性工作及同志等團體參與，它們之間對不同的性議題或許存有分歧，但能夠共聚一堂，的確展現了寬闊的性別光譜，讓市民大眾可以在一個輕鬆愉快、陽光溫暖的下午，親身了解本地的性文化。因此，歷來三屆的性文化節都把自己定位為一項去除性無知、性偏見的活動，倡議用平常心來看待性的正面態度。或許有人會質疑「多元」只會導致毫無準則和底線，因此在面對任何新冒現（或者存在已久只是從未接觸）的性／別現象時，總要先問底線在哪。

關起耳目 沉溺道德線

這種對尋求底線的「沉溺」，往往只會把固有的標準、成見和觀念，僵硬地套在新的性／別議題上，大大障礙了通過新的事物，更新、挑戰和修改已有的想法，窒礙了進步求變的可能。打個比方，到外地旅遊，常常都會遇到大大小小、從步伐速度、飲食口味、穿著服飾、如廁方式等一系列生活習慣的文化衝擊。衝擊源自我們發現了旅遊地方跟自己早已熟習的文化生活有着各式各樣的差異，而且通過這些有時令我們感到困惑、不快、不舒服的文化差異，把自己的經驗相對化，然後對自己說：「原來世界如此大不同」。換言之，我們有時候需要通過一些距離自己很遠的對象，來提醒自己一些因為熟悉而被認為是理所當然的觀念和價值，原來只是一時一地的文化產物，並從體認差異來發展互相尊重與欣賞。遊歷異國風光有這種效果，面對一些從未想過、做過、聽過的性／別現象，也是如此。若一開始便抱着道德審判的態度，關起耳目，尊重多元根本無法建立，更遑論有基於事實的價值判斷。

性文化節的設立，就是提供一個難得的公開平台，讓普羅大眾有機會接觸多元的性文化。可以說，性文化節就是向公眾傳達「性正面（sex-positive）」的信息。踏進21世紀的香港，仍然瀰漫着「性負面」的想法，亦即視性為需要長期監視、隔離、對抗的有害之物，只有在特定關係中的性（例如在一男一女、一夫一妻、以生

育為目的、有愛情為基礎的婚姻關係內）才可以接受。雖然這種想法暫時仍是主流，對那些活在性道統以外的群眾依然有其打壓力度，但跟很多其他佔有主流地位意識形態一樣，想法和落在尋常百姓家的生活模式總有很大距離。只要稍稍了解離婚數字在一方面持續遞升，青少年首次性交年齡在另一邊持續下降，便可以知道社會的性文化正急速轉變。轉變不一定代表破壞或墮落，反而可能標示出新的親密關係倫理正在冒現，我們正逐步以一種前所未有的（但不一定就是沒有秩序）的方式來滿足欲望、建立關係和處理身體。

陳日君「靈慾合一」說無視現實？

陳日君樞機日前批評港澳性文化節將性商品化，不但未有達到性教育的目的，反而變成性商品的推廣活動。我們固然尊重陳樞機相信靈慾合一才是美好的性的信仰內容，但他對於性與商品的見解則值得商榷。「性被商品化」跟「身體被物化」都是早期女性主義者經常對性工業、色情及流行文化的批評，簡單來說就是指性（包括性行為、身體等）被包裝成商品在市場上出售圖利。有時候售賣的內容可能跟性沒有直接關係，但性暗示作為一種招徠生意的手段都會被視為「性商品化」的現象。對性被商品化的批評，一般都隱含着面目模糊的生物／自然主義，認為最純潔無瑕的性只存在於文化之外，非人為、無添加，尤其是在經濟領域之外，不然最原始純真的性便被滿身銅臭的金錢染污（但從來沒有人認為食物被商品化是不道德）。

這種想法或許滿足了一部分人追求超凡入聖的欲望，但最大的弊端是脫離現實，錯誤理解當代的性。第一，諸如香港這般高度消費的社會，種種個人的經驗都不能完全夠脫離商品化，例如我們會透過選擇某品牌的衣著、選擇聆聽某類型的音樂以至選擇居住某地產商興建的大型屋苑，來顯示你我的分別，建立自我形象和生活方式。換言之，消費構成我們如何經驗、創造和呈現自己的媒介（medium），它提供了情慾資源（縱使這些資源不是平均地分配，因此性商品化總有它的階級問題），讓我們去經驗在消費社會出現前沒有的關係、身分和感受。一味慨嘆性被商品化，失卻了原始純真，是對當代社會變遷的無

知，亦因此無法準確掌握性文化、性關係以至性慾望在消費社會中的開拓和轉變。第二，純真無瑕的性本身都是一種性商品，君不見大量色情品都是以「初熟」、「首次演出」、「未經人道」、「處女／男」等做招徠，假裝或包裝成沒有被商品化的性其實都是一件由性工業精心打造的商品。因此，性文化必然地包含有關性的經濟活動，不論是色情工業、性工作、性用品或是性治療等等。

「貞潔」才最被性商品化？

可以說，教會團體努力推銷的性貞潔，其實與性工業大量投入資金打造的性純真形象不謀而合。舉一例，美國和香港部分

教會團體倡議青少年守貞，抗絕婚前性行為，為了表示決心，發願守貞的青少年都會穿戴「貞潔指環」。這個原先想遏止性的運動，卻反倒來以一個眾人皆可看到的指環，將從前不會明示於人的處子之身，以最奪目耀眼的方式把她／他們逐一標示出來（哪個是處男處女從此變得一目了然），而造成的效果則不單是把貞操性化、情慾化，更把一向被想像成天真無邪的青少年，變成眾人的欲望對象。換言之，那些企圖努力把性規範的做法，往往反倒過來令性變得更加開揚、更易於看見。從這個意義來說，貞潔運動很大可能跟性商品化更加靠近，更加密切。也就是說，性文化以至性商品化其實跟陳日君並不是很遙遠的。

