

第2章

理論創新與分析視角

基於對西方已有的男性氣質理論的掌握與批評，同時考慮中國男性氣質的歷史特點與面對的現實問題，本研究試圖提出中國本土男性氣質研究的理論與方法，使之一方面相對於西方理論而言有自己的特色，另一方面又適合本土的研究。

筆者認為，男性氣質是具體的人在具體實踐中的過程，沒有脫離具體實踐的男性氣質。因此，對男性氣質的分析，實際上是針對男性氣質實踐過程的分析。本研究便是在這層意義上使用「男性氣質實踐」這一辭彙的。

西方男性氣質的研究已經提出了男性氣質的多樣性，分析到了同一個人在生命史不同階段男性氣質的變化，但是仍然缺少對生命史同一時期不同情境、甚至同一情境不同符號下的變化。也就是說，對於男性氣質實踐的動態性仍然缺少認知。

本研究提出男性氣質實踐的十字軸，十字軸呈現了男性氣質實踐的多種可能趨勢，而不是男性氣質的類型。任何男性氣質實踐均是十字軸上縱橫兩軸間一個變動的趨勢，而不是一個靜止的位置。這也就使對男性氣質的研究由靜態研究進入動態研究。

本研究提出情境、符號、主體位置建構的分析視角，對不同情境中的符號進行命名，從而考察男性氣質在不同情境與符號中的實踐機制，以及當事人能動性的發揮。同時，男性氣質的地理差異、身體實踐、男性氣質內部的等級制、男性氣質與女性氣質的相互建構、男性性工作者內部的差異性等，均被作為綜合分析

的視角。這些作為一個橫向的分析面，又是與生命史研究的縱向分析面結合的，也就是說，男性氣質實踐的十字軸，不是一個平面的軸，而是一個立體的軸。

這一理論視域的提出，使得對男性氣質實踐的分析得以真正成為一種立體的、動態的、多元的分析，從而使我們得以更深入地體會男性氣質在實踐中建構的過程及其機制。

2.1 男性氣質實踐中的六種趨勢及十字軸

康奈爾將男性氣質分為四種類型，筆者認為這仍然具有非常強的結構主義特點。本研究提出任何男性氣質的實踐都是一種變化中的趨勢，而不是靜止的類型。我們提出男性氣質的支配／從屬趨勢與剛性／柔性趨勢兩個不同的判斷維度，支配／從屬較看重關係，而剛性／柔性則看重的是個性，二者是兩個交叉而不相重合的軸。這樣，我們就得到了一個對男性氣質實踐進行分析的十字軸，而對任何男性氣質的分析均需要同時從橫縱兩軸著眼（請見圖2-1，本書28頁）。

在這個十字軸中，縱軸是關係軸。各種關係（康奈爾將其分為權力、經濟、情感三重關係）建構著位於兩端的男性氣質的支配趨勢與從屬趨勢，其中間點為關係均衡。橫軸是個性軸，即個人在男性氣質實踐中所表現出來的行事風格與外表氣質，個性決定著位於兩端的剛性趨勢與柔性趨勢，位於中間點的是剛柔相濟。我們看到，六種趨勢不是用六個點來表現，而是用六個向外擴展的箭頭來表示，即突出其延續的、建構中的狀態，而不是固定的位置。

高穎超曾在對軍隊中男性氣質的研究中提出過類似的十字軸，不同在於，他是點而非箭頭來標誌四端，即沒有提出「趨勢」這一概念，而且將橫軸的兩端標識為文武，主要考察文武如

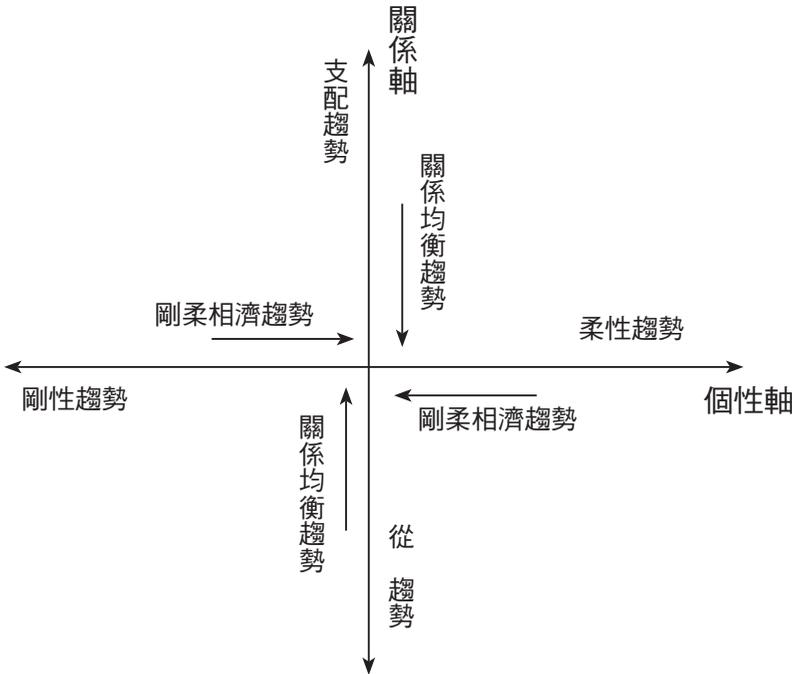


圖 2-1 男性氣質實踐十字軸

何被躍升或貶損到縱軸兩端的支配性或從屬性當中，而沒有認識到男性氣質實踐是縱橫兩軸共同確定的一種趨勢（高穎超，2006: 135-147）。本研究則認為男性氣質實踐在縱橫軸的共同影響下，從而致力於考察男性氣質在六種趨勢間的實踐過程，以及其背後複雜的機制。

筆者認為，每一種男性氣質的實踐均可以從男性氣質十字軸的縱軸與橫軸兩個維度進行分析，考察其在不同維度間的實踐趨勢。不同的男性氣質便可以被描述為：剛性／支配性趨勢的男性氣質實踐，剛性／從屬趨勢的男性氣質實踐，剛性／關係均衡趨勢的男性氣質實踐，柔性／支配趨勢的男性氣質實踐，柔性／從屬趨勢的男性氣質實踐，柔性／關係均衡趨勢的男性氣質實踐，

剛柔相濟／支配趨勢的男性氣質實踐，剛柔相濟／從屬趨勢的男性氣質實踐，剛柔相濟／關係均衡趨勢的男性氣質實踐。

需要特別強調的是，上述這些只是一種對男性氣質實踐的趨勢的描述，而絕不是分類。事實上，剛／柔趨勢與剛柔相濟趨勢之間、支配／從屬趨勢與關係均衡趨勢之間，均存在著廣大的空間，兩個維度間男性氣質的實踐趨勢存在著無數種組合。比如同樣是剛性／支配趨勢的男性氣質實踐，便可能是剛性多一些或少一些（更接近剛柔相濟），支配強一些或少一些（更接近關係均衡）。我們沒有辦法給每一個不同點上的男性氣質實踐進行命名，而且男性氣質的實踐過程是在這空間中的移動過程。所以本研究只是在談某一種男性氣質實踐在十字軸上移動的趨勢，而不是靜止的位置。

男性氣質十字軸的重要價值在於：揭示出男性氣質作為一種實踐是在變化中的，它是只能描述，而不能分類的。在筆者看來，這樣的分析才充分地體現了男性氣質在實踐中建構的特點。

另外需要強調的是，個性軸上顯示的男性氣質實踐，和關係軸上的一樣，均不是個人便可以決定的，而是處於整個社會體制中的一種社會實踐，是在康奈爾所講的三重關係中建構的，即權力關係、經濟關係、情感關係。本研究同時考察，不同情境中存在的私人間的三重關係，可能（並不必然）是與社會性別秩序中的三重關係不一致的。本研究對男性氣質實踐的分析，便將是在綜合考慮社會性別秩序和私人關係這二種不同的三重關係下進行的分析。

因為取得資訊的限制，本研究在具體分析中，不一定均能夠對每位資訊提供者生命史每個階段，或每個情境中的男性氣質實踐，均從關係軸和個性軸兩個維度進行描述。

2.2 影響男性氣質實踐的情境與符號的命名

除男性氣質實踐的十字軸之外，本研究提出的另一個重要的分析視角，便是對男性氣質實踐的不同情境的分析。不同情境對男性氣質的實踐有不同的規定性，從而產生對男性氣質實踐產生影響的不同符號。情境不同，所表達出的男性氣質的符號也就不同。情境分析是依據這些符號進行的橫向分析。

因此，筆者先提出不同的分析情境，進而再對不同情境中影響男性氣質的符號進行命名。

本研究將分析到的資訊提供者面對情境主要有兩組，一組是在生命史同一時期面對的不同情境，另一組是生命史不同時期可能面對的不同的地區情境。

對於第一組，筆者提出了六個重要的分析情境：

1. 家庭情境。與父母、兄弟姐妹相處時的男性氣質實踐。
2. 同齡夥伴（非性產業同伴）情境。與同學、同事相處時的男性氣質實踐。
3. 戀愛情境。與戀人相處時的男性氣質實踐。
4. 性產業從業情境。與女性顧客相處時的男性氣質實踐。
5. 性產業同伴情境。包括與其他男性性工作者、性產業管理者（爹的）相處時的男性氣質實踐。
6. 偶發性性行為情境。如一夜情、購買性服務等情境下的男性氣質實踐。

第二組主要是指深圳的資訊提供者，他們均經歷了跨地區的流動，所以，筆者從他們的生命史中抽出兩個重要的地區，即「老家」和「深圳」。

社會性別秩序三重關係在不同情境中的體現，以及不同情境中私人關係中的三重關係對男性氣質實踐的規定性，共同構成了不同的符號。符號是抽象的，可以體現在語言中和行為中。筆者

嘗試從資訊提供者對不同情境的描述中，找到該情境的「符號」。具體的做法是：筆者將資訊提供者對不同情境的表述進行了編碼，分別找出他們對每種情境最常使用的描述、評論等，然後分析這些描述與評論中最關鍵、核心的思想，這些思想便反映了資訊提供者所體驗與接受到的該情境的符號。不同符號與男性氣質的實踐形成不同的相互建構關係。為了行文中分析的方便，筆者對不同情境符號進行命名時，以一個短語的方式概括不同情境中影響男性氣質實踐的核心符號。下面分別選取「性產業從業情境符號」和「深圳符號」來說明筆者的提煉與命名過程。

從對資訊提供者有關性產業從業情境（與女顧客的交往情境）的描述中，筆者先提煉出下面這些最經常被用來描述與女顧客關係的符號。括弧中標注為在社區考察筆記中「誰」共使用了「多少次」完全相同或非常類似（個別詞語差異）的表述。

「對客人，不能吵，再怎麼樣也不能得罪客人。」（申哥，6次）

「先生沒有拒絕客人的權利，為了賺錢，再噁心的客人選了你，你也要陪。對客人就是服從。」（泡泡，5次；申哥，3次）

「遇到實在難看的客人，不想出街，客人堅持也沒有辦法，畢竟是這個職業。」（阿超，5次）

「情況非常現實，一切都是圍繞著怎麼賺到錢。賺到錢是最重要的，那個女人什麼樣並不重要，只是為了賺她的錢，逢場作戲，又不是想和她生活。」（小邱，5次；阿濤，4次）

「作公關的出門時，都把臉放在家裏，不帶臉出來。」（昌寶，6次；泡泡，3次）

「我們這行裏都這樣說，出門的時候不帶臉出來，把臉放家裏了。」（小付，3次；富哥，2次）

「遇到客人，就沒有尊嚴。」（阿桂，4次；昌寶，4次）

「作公關的人都沒有個性，見什麼人說什麼話。如果有個性，

肯定不能和不同的人打交道，也就聯繫不到這些不同的人。」
(阿桂，3次)

「做這行對男性氣質肯定有傷害，就只能靠自己調節了。」
(小邱，2次)

「為了錢，不得不低頭。」(羅飛，3次；阿洋，3次)

「做我們這行就沒有什麼尊嚴可言。」(小邱，3次)

在提煉出這些資訊提供者對此情境最常做的描述與評論之後，筆者進一步提煉出這些描述與評論中最關鍵、最核心的思想，即：「要不惜一切代價服從客人的要求，不惜為此放棄尊嚴」。進一步，筆者用一個短語對此情境中的符號進行命名，即：「顧客是上帝」。「顧客是上帝」便被視為性產業從業情境符號，成為本研究對資訊提供者在性產業從業情境中男性氣質實踐進行分析時所依據的視角之一。

應用同樣的方法，筆者將資訊提供者面對的另外五個情境的符號進行粗略命名。之所以講是粗略的，因為任何命名均無法精確地囊括某一情境中符號的全部內涵，符號本身也是變動中的，粗略命名只是為了分析的方便。如，男性間的同齡夥伴情境符號通常強調男人剛強、粗獷的一面，我稱這種符號為「陽剛之氣」符號，這種符號最典型地體現著對性角色理論所認定的支配性男性氣質的認同；家庭情境和戀愛情境中，資訊提供者通常強調了責任與義務，雖然責任與義務的性質有異，但我均暫且稱之為「承擔責任與義務」符號；在性產業同伴情境中，資訊提供者通常強調了合作與競爭的關鍵，我便稱之為「在競爭中合作」符號，但同時性產業同伴也是一種同齡夥伴的關係，所以「陽剛之氣」符號在某些情況下也很重要；對於偶發性性行為情境，資訊提供者通常強調自己處於支配的、占有的、獲益的地位，我便將這一情境的符號命名為「獵豔」符號。

但是，受私人關係中的三重關係的影響，同一情境中不同資

訊提供者面對的符號也可能會出現差異，不同時期的同一情境符號也可能是不同的；而有的時候，我們無法給一種符號命名……具體某位資訊提供者是在什麼樣的符號下進行男性氣質實踐的，只能到他的生命史材料中去進行分析，再行具體觀察社會性別秩序的三重關係和其私人關係中的三重關係對該情境中男性氣質實踐的制約性。這些無法在此統一系列出，只能在研究中涉及到的時候進行具體的分析。

不同的符號對男性氣質的實踐有著不同的建構作用，如「顧客是上帝」，要求從屬／柔性趨勢的男性氣質實踐；而「獵豔」符號便要求支配／剛性趨勢的男性氣質實踐。但是，符號與男性氣質的關係不是決定與被決定的關係，而是一種在實踐中建構的關係，男性氣質的實踐是有能動性的，而且受著符號之外其他因素的影響，所以具體的實踐過程可能更為複雜，而這其中的機制，正是本研究試圖揭示的。

在提煉「深圳符號」的時候，筆者亦先通過編碼，從社區考察筆記中提煉出下述這些資訊提供者描述、評論深圳的符號：

「在深圳非常現實，幫助別人要先算一下自己可以從中得到什麼。」（富哥，5次）

「深圳非常現實，有錢就行。」（申哥，6次）

「深圳太現實了，有錢就行。」（昌寶，5次）

「怎麼賺錢不重要，賺的都是錢。」（小邱，4次）

「大家都是到外面賺錢的，都是靠自己的本事賺錢的。」（阿超，3次）

「職業不分貴賤，能賺錢就行。」（泡泡，3次）

「深圳只認錢。賺錢，就是硬道理。」（羅飛，3次）

「有了錢，將來幹什麼都行。」（阿桂，3次）

「在深圳沒有人關心你是誰，大家只關心怎麼賺錢。」（富哥，3次；昌寶，2次）

「深圳這地方，有錢什麼都有，沒錢什麼都沒有。」（小付，2次）

上面這些表述中，核心強調兩點：首先，深圳非常「現實」；其次，賺錢最重要。二者綜合在一起，便突顯了對深圳消費主義、市場經濟、「金錢至上」的認知。賺錢是第一位的，怎麼賺錢並不重要，我將深圳這一地區情境中的符號概括為：「笑貧不笑娼」。

而在談到老家的時候，絕大多數資訊提供者均強調了其「傳統保守」的一面，「傳統保守」既包含重責任的意思，也包括兩性觀念上的保守。這些資訊提供者均來自內地的小城市或農村鄉鎮，我便以「傳統保守」來命名他們的「老家符號」。但也可能在總體而言傳統保守的地區符號下，同齡夥伴情境中的「性自由」符號對資訊提供者的影響更大，如羅飛、泡泡、小邱、小付等人，他們到深圳之前均有過活躍的性經歷，同時我們對他們同齡群體之外的社區（老家）符號的資料比較缺失，因此在分析的時候，便主要借助於他們深陷其中的性自由符號作為他們在老家時所面對的符號來進行分析。對符號的描述並不是僵死的，只是為了分析的方便，所以，具體分析的過程中可能還會說到某一符號的其他內涵，比如在分析資訊提供者在老家的成長時，可能便難以用一個詞囊括他所面對的符號，所以即使「傳統保守」也只是一個總體印象而已。

兩組不同的情境符號之間存在著相互影響的關係，這也在分析的過程中得到了重視與揭示。

此外，當筆者將北京的資訊提供者與深圳的資訊提供者進行對比分析的時候，為了描述的清晰及分析的簡便，只以「不具備深圳那種『笑貧不笑娼』的符號」來形容「北京符號」，不再另行「命名」了。

2.3 研究內容與分析視角

2.3.1 研究內容

本研究應用男性氣質理論，考察男性性工作者男性氣質在實踐中的建構機制，具體研究內容包括：

1. 現有的社會性別秩序（即遍布全社會的男性氣質與女性氣質之間的權力關係模式，涉及經濟關係、權力關係、情感關係）是如何影響男性氣質的實踐的；社會性別秩序的三重關係與私人關係中的三重關係又是如何相互影響的；對此的研究又是融合在下面這些研究當中的。

2. 男性性工作者生命史的不同階段，男性氣質實踐受著什麼影響，如何影響的；生命史的另一階段，同一個人在不同情境（context）中的男性氣質實踐又有什麼不同，受何影響及如何影響的；同一個人在同一情境中，是否也存在著不同的男性氣質實踐，這又是如何建構的。

3. 不同男性氣質彼此之間的互動是怎樣的，不同男性氣質在男性性工作者生命史不同階段、同一階段、不同情境、同一情境中同時影響個人時，它們之間會發生什麼樣的關係。其中，不同情境中的符號發揮著什麼樣的作用。

4. 男性性工作者男性氣質的實踐過程如何受男性氣質結構地理學的影響，即男性性工作者所面對的全球層次的、地區層次的、地方層次的差異是如何對他們的男性氣質實踐進行建構的。

5. 男性性工作者的男性氣質，是如何與他們交往的女性（包括並不限於他們的女客人）的女性氣質在實踐中相互建構的。

6. 男性性工作者的身體實踐，是如何建構他們的男性氣質實踐的。

整個研究中，男性氣質是最基本的分析範疇，是影響人行為

的因素，至於男性氣質是怎樣實踐的，又怎樣影響人的行為，正是本研究要解決的問題。

2.3.2 分析視角

本研究同時使用多種分析方法，在具體分析的過程中會有一些交叉之處。

1. 生命史的縱向分析

康奈爾在其經典著作《男性氣質》(Masculinities)中，進行生命史的研究，提供了一種縱向的分析，揭示了同一個人在生命史的不同階段男性氣質是不同的。本研究繼承了康奈爾對生命史的縱向分析法，應用男性氣質地理差異、符號與主體位置、男性氣質危機趨勢等理論及方法分析男性性工作者生命史不同階段男性氣質相同與不同的建構。

其間，我們注意到生命史不同階段，如果存在地理流動，便會面臨不同地區的符號，如深圳的男公關普遍經歷了從老家到深圳的流動，不同地區的不同符號將影響到男性氣質的實踐。

2. 情境與符號的橫向分析

在繼承康奈爾生命史縱向分析的基礎上，本研究同時進行橫向分析，即考察男性氣質在男性性工作者生命史同一階段內，是如何在不同情境的符號中進行具有能動性的建構。

縱向分析針對的是不同時間點上的實踐，而橫向分析針對的是同一時間點上不同情境中男性氣質的實踐。橫向分析呈現的是，即使在生命史的同一年份，一個人的男性氣質實踐也不是一致的，也是多樣性的；甚至同一情境中的男性氣質實踐也是多樣的。橫向分析的加入，進一步顯示了男性氣質實踐的多樣性、複雜性、生動性，也豐富了對男性氣質的理論研究。

3. 主題分析

將考察獲得的素材，按研究的主題進行分類，分別進行分

析。這樣的主題如：身體在男性氣質實踐中的作用、男性氣質地理差異的影響、菸酒與毒品對男性氣質實踐的影響、男性性工作者如何在與女客人的互動中實踐男性氣質等等。

4. 對資訊提供者的對比分析

筆者將本研究的資訊提供者，分為一個中心研究組和四個對比組，以方便進行對比分析。

中心研究組：深圳夜總會裏的專職男性性工作者。資訊提供者編號002至012，為我在深圳FH夜總會進行社區考察時所接觸到的，雖然他們並非都工作於FH，但他們同樣處於深圳這一大環境之中，而且除作性工作外沒有同時從事其他職業。

對比組一：北京／臺北的男性性工作者，資訊提供者013至021為在北京從業的男性性工作者，022和023在臺北從業。這個對比組的提出，主要為了比較地理差異對男性氣質實踐的影響，其中「北京符號」、「深圳符號」也被作為不同的地區符號進行比較，以研究它們在對資訊提供者男性氣質實踐上的不同影響。

對比組二：兼職男性性工作者。資訊提供者014、016，此二人最大的特點是，他們是兼職的；014是大學生兼職，而016讀大學時也開始進入性產業，在此研究進行時已經畢業，進入IT企業工作，同時在性產業兼職。這個對比組的提出，主要為了考察專職與兼職所面對的不同符號對男性氣質實踐影響上的差異。

對比組三：「高等級」男性性工作者。主要為012、015、017，其中012已經屬於我們的中心研究組中，但此處仍然將其作為「高等級」與002至011進行對比分析。男性性工作者內部也是有階級差異的，這不僅體現在收入上，還體現在經營方式上。這一對比組的提出主要考察男性內部等級對男性氣質實踐的影響上的差異。

對比組四：「男性伴」。資訊提供者018、019、020，他們的共同點是，沒有進入職業的性產業場所，也並不都認為自己是性

工作者，但他們與女性的關係中有明確的金錢與性的交易性質。「男性伴」不是一個理想的命名，只是筆者目前能想到的一個比較接近的稱謂。需要說明的是，這三個人彼此也是完全不同的。這一對比組的提出旨在展示男性氣質實踐的複雜性與多樣性。

本研究中的差異性比較又不止於此，比如001作為娛樂場所的管理者，016作為同時賣性給男人的男性性工作者，011作為賣性給女人的男同性戀者，在研究中均作為對比被提及。

同樣的情境符號中，不同資訊提供者的這些差異，決定了男性氣質實踐的多樣性。這種差異性分析，使得本項研究對男性氣質理論做出更大的貢獻。需要說明的是，這種對比進行的差異性分析並不都是獨立成章的，許多是融合在各章的分析當中的。

2.4 研究意義與分析框架

目前中國社會學界對男性氣質的研究完全空白，本研究志在填補這一空白，為社會學的研究提供了一個新的理論與分析視角。

在中國，女性研究已經有很大發展，而男性氣質研究則是空白，這不利於社會性別研究的整體建設。筆者希望通過分析多樣男性氣質的實踐，推進中國更全面的社會性別研究。

男性氣質多樣性的理論認為，不同文化、歷史下的男性氣質是不同的，中國文化更具有其特殊性。中國正經歷社會轉型、經濟體制轉型，以及全球化下東西方文化的衝突，處於特殊歷史時期的中國社會中各種力量的交織與較量，無疑在以世界為範圍的男性氣質理論中注入了中國情境下的豐富觀察。

在以往西方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，通過縱橫雙向維度考察男性氣質實踐在生命史不同階段、不同情境、不同符號中的建構，是本研究的重要創新之

處。

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以往對靜態類型的研究，轉到了對動態趨勢的研究。這是本研究重要的理論創新。

在全世界範圍內，對主要以女性為顧客提供商業性服務的男人的研究都非常罕見，本研究將填補此項空白，同時也為當前中國的性社會學理論與方法論提出豐富的貢獻。

本研究將分作4部分進行寫作：

第1部分：導論。包括選題理論與文獻綜述、理論視域與研究方法、研究性質與調查方法等內容。

第2部分：生命史與性產業從業情境。這一部分首先分析不同情境符號在資訊提供者生命史不同階段、同一階段不同情境、同一情境不同符號下對男性氣質實踐的影響，以說明男性氣質是在具體情境中能動的實踐過程。同時，本部分還將考察男性性工作者與女客人關係中的男性氣質實踐，涉及對性產業從業情境符號的接受、雙方的性關係、雙方的衝突與感情，以及地理差異的影響。

第3部分：對比分析。對男性氣質的實踐進行一些不同層次的對比，比如性產業從業情境中的實踐與性產業同伴情境、偶發性性行為情境中男性氣質實踐的對比；同一行為（菸、酒、毒品與身體改造）在不同情境中建構的不同男性氣質實踐的對比分析；男性性工作者與女性性工作者從業行為的對比，以及與「男性伴」男性氣質實踐的對比。

最後，將是本論文的總結部分。

本研究的分析框架如下（請見圖2-2，本書40頁）。

本章，筆者針對西方男性氣質的現有研究，結合中國男性氣

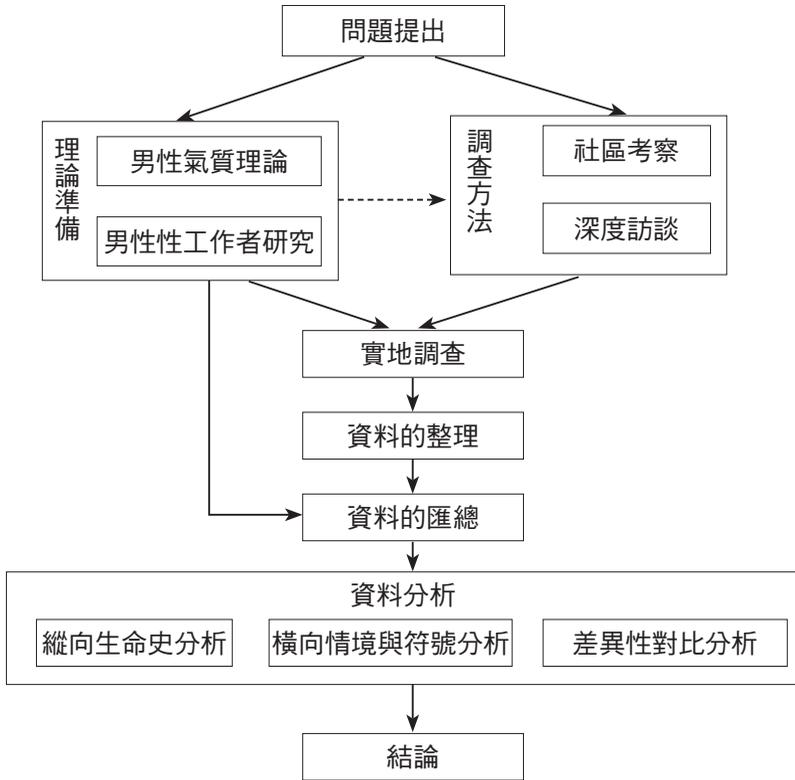


圖 2-2 研究分析框架

質的本土特點，提出了男性氣質實踐的十字軸。筆者認為，男性氣質是十字軸上一個變動的趨勢，而不是一個穩定的位置。同時提出了男性氣質實踐的六種趨勢，以取代康奈爾對男性氣質四種類型的劃分。

筆者提出將情境與符號應用到男性氣質的研究中，並對男性性工作者生命史不同階段、同一階段不同情境中的符號進行了命名。這使得男性氣質研究有可能成為一種對動態趨勢的研究，而不再只是對靜態的研究。

本章還提出了此項研究將關注的問題，以及分析視角。對差異性分析的強調，將有助於呈現男性氣質實踐的多樣性、複雜性、變動性。最後，本章畫出了研究框架圖，使本研究的脈絡清晰化。