

在「宰制」和「需求」之外—— 性消費者論述的女性主義分析

彭滄雯（世新大學行政管理學系）

本文探索男性性消費者對其買春行為的第一手詮釋，旨在深化女性主義對於賣淫之性別意涵的辯論。經過對八名高教育程度性消費者的深度訪談，以及與另外二十一名性消費者的網路對談，本文呈現出這些性消費者的論述與行為，與今日社會的性／別文化有著密切關係，也受到現代性的人權、平等、衛生等論述，以及資本社會的消費者權利意識的影響。本文在一定程度上解構了今日社會對於性消費者（嫖客）的單一和刻板印象，揭露某些被邊緣化或遭忽視的性消費經驗和論述，從而主張對於性消費內的娼嫖互動必須超越「需求」或「宰制」論的教條式理解，發展出更為多面向而脈絡化的分析。

另一方面，本文並不否認在集體的層次上，喝花酒或性消費的行為經常複製傳統的性別分化與分工（男性談正事、女性營造氣氛），不過其邏輯一如今日資本父權社會內諸多性別化的制度和 문화。以不成比例的火力批判喝花酒或是性交易是性別支配的再製機制，不僅有雙重標準的問題，也有持續污名性工作者與消費者的政治效果。因此，本文認為女性主義者面對性交易最迫切的任務，是務實地釐清並對抗性交易機制內可能操演的壓迫與歧視；而建立一套「進步的」性消費倫理與論述，已經由本文的論證可知是一個值得著力的策略。

關鍵詞：性交易（賣淫）、性消費、嫖客、男子性（男子氣概）、性別政治、論述分析

收稿日期：94.6.27；定稿日期：94.11.22

一、前言

賣淫 (prostitution) 和娼妓 (prostitute) 議題在過去三十多年來，因為妓權運動和娼妓主體論述的興起，而在西方女性主義陣營內掀起激烈辯論。在此之前的一百年，西方女性主義者大體延續十九世紀婦運「反對白奴交易」的行動，對於賣淫採取「廢娼論」(abolitionism) 的立場，視娼妓為次等化女性的機制，從娼女性則是父權的受害者。廢娼論述所對抗與對話的是當時主流的「管制論」(regulationism)，該套論述明顯採取了父權的框架，視從娼女性為病態的壞女人，因為淫蕩、軟弱、愚蠢、或愛慕虛榮才會淪為娼妓 (Doezema, 1998)。

1970 年代以後，隨著妓權運動發展出的「賣淫是一種個人選擇，同時也是一份工作」的論述，則有著與前述兩種框架不同的性解放內涵。這套論述尤其挑戰了基進女性主義者對於賣淫活動（必定壓迫）和從娼女性經驗（必定受害）的整體論或本質論的預設。以這套新的框架為基礎的口述歷史或經驗研究也紛紛出爐，¹ 其中的大多數

致謝辭：本文的前身係以英文發表於美國 Kansas State University，the 13th Annual Cultural Studies Conference: Sex and the Body Politic (2004 年 3 月 4-6 日)，我要感謝 Elizabeth Grosz 老師的理論啟發以及對本文的具體建議。中文初稿曾於 2005 年 5 月 27 日發表於東吳大學第一屆人權學術研討會，特別感謝評論人劉惠琴老師提出以現代性的概念理解部分性消費者論述，以及與會者的意見，深化了本文的理論意涵。我也要感謝陳美華多次與本人討論娼妓研究的諸多心得和見解，趙彥寧在博士後研究中的指導，以及兩位匿名審查委員的精闢建議和評論。最重要的，非常謝謝文中諸多認識和不認識的受訪者，以及協助牽線的朋友。沒有他們的坦言分享，不可能有此論文。

- 1 英文文獻以「性做為工作」角度出發的研究或著作包括：Bell (1985); Delacoste & Alexander (1987); Kempadoo & Doezeema (1998); 台灣的性工作經

並不至於跳到另一個極端去歌頌或擁抱賣淫，而是認識到賣淫「應被以更複雜的方式理解，而非單純地被視為對男性宰制的批准」（Chapkis, 1997: 29）。Maggie O'Neill（1997）指出這樣的研究實踐了後現代女性主義的取徑，亦即超越了將賣淫視為本質的壓迫或本質的解放之二元框架，而透過女性主義的參與式行動研究，反思女性主義理論、女人的生活經驗、與政策施為之間的相互關係。

值得一提（與反省）的一個現象，則是在這一波波賣淫研究中，針對買方——任何性交易不能或缺的另一半——的研究，相當缺乏。如同 Ronald Weitzer 所道破的：

當我們想到色情、賣淫或是其他性工作的時候，我們習於想到那些女性行動者，罔顧性工作永遠都至少包含兩方（且通常至少有一方是男性）的事實，也罔顧顧客人的數量其實遠遠大於服務他們的性工作者之數量的事實。（Weitzer, 2000: 7）

缺乏對於性消費者的經驗研究，直接的影響之一是，多數女性主義者仍常想當然爾地以單一和刻板的印象來理解或描繪性消費者，例如認定「嫖客」多半喜歡侮辱或宰制女性。典型的批評就如沈美真所言：「嫖客在交易過程中，踐踏妓女尊嚴，視女性為性玩具，任意玩弄，故妓女不只是出賣肉體，還出賣尊嚴。」（轉引自李雪莉，1998: 7）這個類似前述西方基進女性主義廢娼論的觀點，正反映在今日台灣一些反色情婦女團體對於性交易的政策主張（罰嫖不罰娼）之上。而即便是主張「嫖客有好有壞」的妓權運動者，似乎除了重複主流社

驗研究則有：紀慧文（1998）；李雪菱（2003）；何春蕤（2003）；Chen（2003）等。

會的「男性需求」論，將嫖客的行為「去特殊化」之外（如王芳萍，2001），未曾提出更進一步或結構面的探討。

二、既有研究及其侷限

在現有為數不多的性消費者研究中，某些採取所謂「價值中立」（value-neutral）的立場，與女性主義的期待有段距離。例如 Martin A. Monto（2000）針對舊金山六百多位因為光顧街頭流鶯而被警方逮捕並送到「嫖客學校」（John's School）接受感化教育的性消費者，進行量化的問卷調查，藉以了解「男人為什麼會去嫖妓」。透過一系列統計數字，這項調查主要的結論就在於澄清性消費者的人口組成與整體男性人口組成沒有太大不同，也不會特別擁抱強暴迷思。英國的公衛學者 Neil McKeganey 和 Marina Barnard（1996: 50）則是透過電話訪問一百四十三位嫖客之後，歸納出五項主要嫖妓的動機：可以指定某些性動作、可以與不同女人發生性行為、可以找尋某種特定屬性或樣貌的女人、享受違背社會規範的快感、期待不必涉入情感的性。McKeganey 與 Barnard 因此指出：這些嫖客內心的想法和很多男人其實差不多。這兩項研究對於破解某種對於性消費者的刻板印象有一定貢獻，但除了宣稱他們「與一般男人類似」之外，未能反映更深刻的性別意涵。

少數由女性主義者針對性消費者進行的經驗研究，則容易有「價值篤定」（value-committed）的傾向，選擇性的引用和詮釋資料以強化原本對於性消費者之「惡」的預設。Julia O'Connell Davidson（1998）的研究是一個很典型的例子。O'Connell Davidson 透過深度訪談性消費者，企圖呈現這些顧客如何「提出非常不同的性要求，且

對於他們使用（use）娼妓的目的以各種不同方式情慾化」（O'Connell Davidson, 1998: 140，粗體為作者所加）。她的文章於是一一分類並批判這些不同光顧的類型／客人：第一種因為想到妓女是「骯髒的婊子」而感到興奮，喜歡聽妓女敘述與其他客人上床細節，或對著鏡子享受自己從後面「宰制」婊子的快感。第二種專找脆弱、無助或年幼的的妓女，因為對方的「無助」引發他們的性慾。第三種客人則正巧相反，他們喜歡強而有力的豪爽女人，自己則因為扮演服侍女人、被虐的角色而有快感。第四種客人則是期待從妓女身上找到母性般的溫暖和安全感，至少不會有被拒絕或女人任意離開的挫折。第五種顧客會因為嫖妓本身隱含的危險、欺騙和秘密，而感到刺激和慾望，他們對自己可以欺瞞外界對他們的認知（好男人，而非嫖妓之人）而有快感，或透過嫖妓來反抗「好」女人意圖強加在他們身上的一對一性枷鎖。

儘管 O'Connell Davidson 在文中承認客人「也是在既有的結構性限制和機會當中行動，他們對自己和己身行為的解讀方式，也是源自既有的關乎性別和性的論述」（前引書：207），但從她習於用「使用娼妓」而非「使用娼妓的服務」等類似辭彙來定位性消費，以及不時地批判客人的慾望和要求是「將娼妓非人化，拒絕承認她除了性之外還有任何意義」（前引書：150）等詮釋方式看來，其既有的近似基進女性主義的框架，實深深形塑了她的詮釋。我在閱讀 O'Connell Davidson 的著作時，即便受制於她選擇性的個案呈現和描述，仍可看出不一樣的性消費者面貌。在我看來，某些她所描述的消費心態和模式，充其量是某種「非主流」的性癖好，若直接論斷為性歧視或對娼妓的物化、非人化，這個等號應被進一步檢視。

本土研究中，黃淑玲對於五十多名性消費者（「喝花酒」的男性）

的大規模訪談研究，也有類似價值篤定的傾向。黃從象徵與結構的層次來詮釋喝花酒的性別意涵，認為喝花酒是「性別支配的再製機制」（黃淑玲，2003: 125），台灣男人透過它來強化男子性（masculinity）。尤其在資本主義的助長下，喝花酒因為可供男人在愉快的支配氣氛下進行利益交換與結盟，因而被擴大操演。針對為什麼喝花酒會成為一個受到台灣男性喜愛的儀式？黃淑玲的解釋是：

色情場所提供男性一個真槍實彈操演支配女人的性戰場，鼓勵他們發展一種性、金錢、權力共生的慾望，而且將喝花酒視為與生俱來的權力與權利。常客抱持著「男人要去過風月場所，見過世面，才能算是一個男人」的觀念，對於兩性關係的期待停留在傳統的「女柔男剛」、「男強於女」的模式。（前引書：108）

我認為黃淑玲提出的「喝花酒＝強化男子性＝強化性別支配」此一主張，中間的等號需要進一步檢視。即便「男人要去過風月場所，見過世面，才能算是一個男人」這種常民論述確實在複製某種男子性，並不表示這樣的男子性一定是傾向支配或歧視女性的，我們應當從實際的娼嫖互動中進行更細緻地檢視。² 黃固然舉出一些受訪者論述反映了男性「當皇帝」的支配慾，例如「小官、小經理當大爺可以彌補被上級壓抑的情緒，過過癮。」（前引書：100，某軍官語）；

-
- 2 這裡必須一提的是，喝花酒本身即是性消費的諸多形式中最凸顯男性支配慾的一種。不過根據諸多針對性工作者的經驗研究或口述歷史，也包括我本身對不同階層性工作者的訪談都已顯示，性工作者願意接受多大程度的「支配」，會因為消費等級（一次八百、兩千或是一萬、兩萬）、消費形式（直接性交易或是喝花酒玩遊戲）、客人素質和身價、小姐心情或缺錢程度等各種因素而有不同。關於這一點，本文稍後也將有進一步討論。

但也有受訪者的發言是相反的——正因為受不了長期扮演大丈夫男子漢的角色，因而藉著性消費尋找喘息的出口。例如：「台灣給男人一個定義，男人不能很疲倦地靠在妻子的肩膀上，他必須來保護女人，所以在酒廊的時候他會覺得很快樂」（前引書：96，某記者語）。然而對於這些期待「卸下硬漢的面具」（前引書：102）的性消費者，也正是與黃淑玲所批判的「支配性的男子性」相衝突的消費論述，卻不見文中有進一步的討論。

若沿續 Robert W. Connell (1995) 有關複數男子性的概念，我們甚至可以追問這種強調支配性、強勢的男子性，究竟在性消費者當中是不是一個主流或甚至霸權的男子性？根據黃淑玲文中提出的調查數據，台灣「高達 35.9% 的男人去過色情場所；18.6% 有過性交易」（黃淑玲，2003: 75，粗體為作者所加）。如果每三個男人當中有兩位從不光顧色情場所，意味著社會中必定有其他論述或力量阻止了男人光顧色情場所或進行性交易——其中當然包括了女性主義論述。那麼，那些反對性交易的論述為何能夠不對某些男人（即指仍然去性消費的男人）發生作用？或者其實它仍然在不同層次上發生作用（例如造成性消費者的罪惡感）？而這三分之一曾經花錢性消費的男人，又有多少是黃所謂的「為了強化男子性的支配趨力，可以購買超現實的女性角色來發洩平時扮演男子性時所壓抑的情緒與慾望」（前引書：126）？這些都是本文想進一步追問的地方。

鑑於前述兩種研究立場的不足，我認為一個價值批判（value-critical）立場的性消費經驗研究是必要的——亦即，在堅持女性主義反對性別壓迫與關心性別政治的基本原則之際，並不先驗地認定某些行為必然地、本質地造成性別宰制或歧視。本文分享論述分析（discourse analysis）的認識論，³主張任何論述都不是中立的反映一

個世界，而有積極形塑與改變世界的作用（Jørgensen & Phillips, 2002）。反色情女性主義的論述固然得以製造對於「嫖客」的污名壓力，但是嫖客本身必然也援引了某些論述，足以支持他所認知的社會真實。因此，藉由性消費者第一手論述的呈現，本文將提供讀者一個聆聽性消費者自我理解的機會，藉以探討究竟是哪些結構面的性／別論述和力量，造就了今日「男性性消費」的需求論述和消費內容；同時，本文也企圖以反思的態度，來論證哪些性消費行為在今日情境下可能構成宰制和歧視，又有哪些不成立。

三、研究方法和限制

本文分析資料主要來自對八位性消費者的深度訪談，另援引二十一位經由網路認識之性消費者的對談資料作為補充。八位主要受訪者中有三位是我的舊識，二位經由朋友引介，另外三位是和其他網路受訪者一樣透過網路而有接觸。訪談分別於 2001 年暑假、2003 年暑假、2004 年初的博士論文田野資料蒐集期間，及 2005 年為撰寫本文而執行。八人當中除了二人是以電話訪問（各三小時左右）之外，

-
- 3 論述分析並不是一個有單一定義的研究取徑，而是一系列跨學科研究者會採用的方法和理論。基本上，所有的論述分析取徑都延續社會建構論（social constructionism）的認識論，認為我們對世界的知識不是一個外在「真實」的反映，而是我們論述這個世界的產物。這個認識論承繼了傳科 Michel Foucault 對於權力創造知識、知識建構真實的主張，因此論述分析通常被用來解構我們所視為理所當然的一些「事實」，也就是獲得霸權地位的論述。既然論述本身就在建構真實，改變論述自然就是改變世界的一種方式。也因此基進民主的理論家 Ernesto Laclau 和 Chantal Mouffe 會強調論述鬥爭（discourse struggle）的重要（Jørgensen & Phillips, 2002）。本文雖未採用論述分析的方法與步驟，但分享它的認識論。

表一 主要受訪者基本資料

	代號	年齡 (2005 年 時)	學歷	婚姻或交友 狀況(最後 接觸時)	性消費次數 或年資	最近一次消費 時間	主要性消費類型	訪問方式(西元年)
1	老張	40s	高職	已婚	多年	N/a	酒店、私娼	面訪(01)
2	小王	34	碩士	已婚	多年	N/a	應召、酒店	面訪+聊天(01,04)
3	老布	36	大學	已婚	5次	兩個月內	酒店、應召	面訪+聊天(01,05)
4	老許	37	大學	已婚	多年	N/a	酒店	電訪(03)
5	小柯	23	大學生	有女友	數次	一個月內	應召	網路+面訪(03)
6	小湯	36	碩士	無女友	4次	兩年前	私娼(茶室)	網路+面訪(03)
7	小吳	29	大學	無女友	多次	一個月內	應召	網路+面訪(05)
8	小丙	35	大學	已婚	多年	一個月內	按摩、摸摸茶	電訪(05)

其餘均經過當面訪談輔以非正式的閒談(基本資料參見表一)。另外的二十一位網路報導人,是在2003年8月到12月間,在某大型BBS站上以「與嫖客對話」的暱稱註冊,通常於夜間9-12點的時段上網等候受訪者主動傳訊。我在個人簡介上明白介紹了這是一項關於嫖客的學術研究,並且刻意表明了我女研究生。這樣的介紹吸引了許多網友主動回應,總計與近六十位願意以嫖客身分和我對談者,做過半開放式的訪問。不過,由於有些訪問過短,因此在撰寫此文時,我援引「可靠性」⁴較高且資訊較豐富的二十一人參考(基本資料參

4 量化的社會研究習用「效度」(validity)一詞,來指涉研究結果反映真實情況的程度;不過質性研究者感興趣的並非所謂的「客觀真實」本身,而是受訪者所認知或是建構的真實,所以對於資訊的考證重點,僅在於避免受訪者刻意欺騙或誤導給予的不真實資訊(例如明明沒有性消費經驗卻謊稱有)。也因此我以「可靠性」一詞來替代效度。有關質化研究效度的進一步討論,可參見陳向明(2002)。

表二 網路受訪者基本資料

	代號	年齡 (受訪時)	學歷	婚姻或交友 狀況 (受訪時)	性消費次 數或年資	最近一次消費 時間 (受訪時)	主要性消費類型	訪問方式 (均於 2003 進行)
1	AAB	21s	大學生	有女友	多次	一個月內	應召	網路
2	ADU	30s	N/a	有女友	30-40 個	半年內	應召、酒店	網路
3	AMU	35	N/a	N/a	數次	半年內	應召、援交	網路
4	CAE	27	大學	當時沒有	3 次	半年前	旅館	網路
5	FZM	35	N/a	已婚	15 年	半年內	酒店、應召	網路
6	IDO	28	N/a	有女友	N/a	一個月內	旅館	網路
7	JOU	28	專科	無女友	十多次	半年內	護膚	網路
8	KOR	36	高職	有女友	數次	20 多年未嫖	金門軍中樂園	網路
9	MSM	24	大學	有女友	10-15 次	半年內	旅館、應召	網路
10	NIX	29	大學	有女友	數年	一個月內	應召	網路
11	ONQ	21	大學生	有女友	快 30 次	一個月內	應召	網路
12	PAT	33	博士生	無女友	數次	四年前	旅館、三溫暖	網路
13	PONS	31	大學	已婚	9 次	一個月內	援交	網路
14	QWQ	23	碩士生	有女友	數次	兩個月內	應召	網路
15	STG	28	大學	無女友	數次	半年內	應召、援交	網路
16	TEA	27	大學以上	有女友	N/a	N/a	酒店、應召	網路
17	THM	N/a	N/a	有女友	多次	N/a	應召	網路
18	VAN	25	碩士生	無女友	6 次	半年內	援交	網路
19	WOL	30	大學	有女友	5 年	半年內	應召	網路
20	XIAO	20s	碩士	N/a	3 次	N/a	娼寮、援交	網路
21	YCS	28	大學以上	無女友	多次	半年內	娼寮、應召	網路

見表二)。就我同時執行面對面訪談與線上訪談的經驗，前者（面對面）雖然執行的挑戰性較大，⁵ 但所獲得的資訊不僅比後者豐富，亦較能夠掌握可靠性，因此我以之作為本文主要分析資料。

除了訪談之外，我也蒐集報章、媒體及網路上有關性消費者的報導或第一人稱敘事，藉以掌握性消費者的不同樣貌和故事。另外針對網路訪談的內容，我則利用一些策略在對談間進行考證。⁶ 此外，在我的博士論文田野中的其他受訪者和觀察對象，包括性工作者、業者、社區居民、警察等，偶有關於性消費者的論述，也可作為考證與

5 就這個直接討論性與慾望的研究題目而言，當面訪談的「優點」之一是，因為我與受訪者在真實世界面對面，也就受限於真實世界的互動界線，而較少出現如網路（匿名）訪問時的性試探或是性騷擾。然而，「較有禮貌」的性試探或隱私的試探，仍難以完全避免（例如對方認為已經對我透露許多他的隱私，因此也希望聽聽我的情慾經驗或看法），其造成尷尬的程度經常比網路互動來得難以應對。有關這些研究方法與倫理上的反省，我將另以專文處理。

6 我的網路考證步驟有三：一是「快速詰問」，亦即在接到對方的傳訊（例如「我可以跟你聊」）之後，我會立即詢問他的嫖妓經驗、次數和消費型態、第一次消費過程等。透過一個接著一個問題的迅速拋出，如果對方回答過於簡短或答不出來，往往會打退堂鼓。若對方回答內容過少，我則採取第二的「提供細節」策略，要求對方舉例說明具體互動、感覺，藉此，一些回答不具具體內容或言詞過短者，也會被排除（通常我就會停止發問，除非對方繼續提出更多資料，否則就不被我列入受訪者）。透過前面兩個方式，我存檔了五十六名網友的對話。而在最後文章撰寫階段，我則採用了「共同經驗」的策略，也就是必須是兩位以上受訪者都提過的類似經驗或論述，我才會納入參考，藉此篩選掉一些有可疑誇大之處的個案（除非他的陳述非常仔細且值得引用），也刪除了一些論述與他人重複但本身過於貧瘠的訪談。透過這三道篩選步驟，我最後選了二十一位可靠性與豐富度都較高的網路受訪樣本。

當然，即便透過這樣的過程，我仍不可能絕對肯定報導人敘述的時間、地點、內容是否經過重新組合安排；不過我也要指出，即便是親身、電話訪談或引用其他既有文獻資料時，也都同樣必須面對再現的問題，並非網路訪問才有這樣的危險。站在解構的認識論上，我們都明白一個人對於過去歷史或經驗的詮釋

檢驗性消費者敘事之可靠性的參考。

在研究限制方面，本文受訪者皆為異性戀男性，且因受限於我的田野人脈和網路使用者（該 BBS 站）的特性，受訪者多半屬於知識分子層級（受過大學以上教育或正在就學），因此本文呈現的內容勢必無法涵蓋不同階級性消費者的論述與經驗，此為必須強調的前提與侷限之一。另一方面，本文也不足以宣稱代表「高教育程度」的性消費者的經驗。畢竟，教育程度是否、如何影響性消費的行為或論述，以及高教育程度性消費者是否真的特殊到足以與中、低教育程度的性消費者做區隔，都是可以進一步探索或質疑的假設，並非此一小規模質化研究所能回答。本文重點在於解構今日社會對於性消費者（嫖客）的單一和刻板印象，揭露某些被邊緣化或受到忽視的性消費經驗和論述，因此本文的貢獻應在於呈現性消費族群的差異面，而非其同質性、特殊性或代表性。

最後要說明的是，本文所稱的「性消費」，係指有發生身體或性的直接接觸之各種性（情慾）互動的消費行為，比官方定義的「性交易」（一定有「性交」行為者）範圍稍廣，但不包括類似表演、電話性愛等廣義性產業，交易內容的了解也侷限於對異性戀男買女賣的市場。

與再現，其實是因著此人後來的價值系統或生命經驗而可能改變的。因此當報導人對我陳述並詮釋他過去的經驗時，我的分析重點並不在於他的說辭與「事發當時」細節是否完全符合，而是希望從他的論述中，探索他（如今）對於性消費這件行為的慾望、期待、認同與詮釋，以及更重要的——理解他為什麼會這樣解讀。

四、我不是「那種」嫖客

我們今天的社會——部分感謝女性主義的貢獻——對於性消費（如嫖妓、喝花酒）並沒有一個霸權的論述。黃淑玲認為：「男性出入色情場所，無論是基於工作應酬或純粹的尋歡做樂，都是社會認可的習俗」（2003: 76）；陳美華的許多受訪者也強調嫖妓是一種「男子漢必須有的經驗」（compulsory masculine practice）（Chen, 2003: 266），這類論述只能代表部分族群看待性消費的態度，否則我們無法解釋為何性消費者在台灣還是被戲謔地冠上「嫖客」污名。在我訪問的高教育程度男性裡，嫖妓雖然不到見不得人的地步（除非是公眾人物），卻也是可做不可說的。性消費者對於「嫖客」的社會污名是有意識的（雖然不見得太在意），就像資深的性消費者 FZM 所言：「我知道一般女人看我們比較瞧不起吧，大概覺得我們下流無恥吧。」

在相互競逐的論述中，我訪問的性消費者多數選擇了最典型也最容易辯護這種施為的「需求論」，認為去找小姐是很正常的一種紓解壓力、滿足或發洩慾望、relax（放鬆）、好玩的活動而已。即便對於親密伴侶會有些微罪惡感，他們也有一套辯護說辭。結婚不到兩年的老布說：「我覺得我沒對不起她啊，如果是外遇才会有罪惡感吧。」而他對外遇的定義則是「想跟別的女人在一起生活」。還在大學就讀的 QWQ 則是「因為她（女友）是好女孩，可我還沒準備要跟她走一輩子，因個性有點不合，不想害她」。老許甚至認為這是對家庭和樂是正面的，「因為你去那邊之後，解除了一些上班的挫折和壓力，所以你不把人際上的抱怨回家跟太太說，不會把情緒發在太太身上」。如此，主流的「不外遇」和「不欺騙好女孩」等性規範，可以被援用來強化性消費的正當性。甚至，小吳認為他最好的朋友雖然不

嫖妓，但是搞外遇，比他「更惡劣」：

今天我做的只是一個商業行為，他去跟人家談感情之後這樣子，問題是他已經結婚了。我認為外遇比我這個惡劣太多了……就算（我）有女朋友，我也不覺得這個（找應召）是劈腿。

簡言之，受訪者們雖然認知（recognize）有所謂的嫖客污名，但並不同意（approve）這樣的污名論述。這與我們觀察到的「娼妓」污名論述的支配性是不同的。娼妓污名的論述強大到一些性工作者也無力否認，承認自己在做一件錯誤、不道德的事——頂多只能訴諸類似「貧窮」、「為了家人」等藉口來減輕罪惡。相反的，我所訪問的性消費者多半不覺得自己有錯，而很有主體性地認為這只是道德觀的不同。例如大四學生小柯，當我問他有沒有把嫖妓的經驗告訴同學或朋友時，他說：「我不會跟他們講這些，我覺得我是弱勢，一嘴難抵眾人。這社會是相對的，不是絕對的。」

小柯是少數接受我面訪的網路報導人。在網路上約好見面的時間地點之後，他冒出一句：「妳可能會很意外喔，因為我看起來不大像（嫖客）。」訪談間他曾提到有小姐稱讚他「年輕又很帥」，還有小姐「做完之後抱我、親我，很像動了真情」。他同時批評曾在旅館看到「一些台客，感覺很惡劣，很沒禮貌，要東要西，還要三個人一間」。同樣的「撇清」也出現在其他受訪者的論述中，例如只找高級應召的小王在受訪時，頻頻提醒我不要憑一般刻板印象來想像他與小姐的互動：「我跟他們找的 level 不一樣！」比如他就不會找「三七仔帶小姐到你面前讓你挑」的那種應召站：

那是違反人性的，如果客人很沒水準，不懂尊重人的，品頭論足，倒楣的人是女生；若是客人不喜歡小姐，又不好意思拒絕，倒楣的是男生，不是嗎？……好的方式就是要找到好的媽媽桑，知道你要的感覺，先幫你篩選過了……我在 lobby 等，跟她（媽媽桑）通電話，小姐站在（飯店）外面我看得到的地方，也跟媽媽桑通電話，電話遙控。我看了，跟媽媽桑說可以，媽媽桑才叫小姐進來。（如此）她也不會受傷害，我也不會被迫接受。

性消費者回應「嫖客」這種污名化標籤的策略之一是，並不宣稱「所有的嫖客都是對的」，而僅澄清自己並非主流社會批評的「那種嫖客」——值得注意的是，這些撇清是很有階級意涵的。例如，只在網路上找援交對象的 VAN 說：「我只幫助網友，跟買春不一樣。我怕得病，不會找那種（一般娼妓）。」曾經在國內外找過應召、酒店小姐的老布，則舉一個當兵時的例子告訴我什麼才算是「嫖客」。他當兵時部隊內負責伙房的同袍有一次很炫耀地說，前一天去「上了一個未成年的，一邊做還一邊哭」，在場有人罵這伙房變態，老布認為這種人才叫做嫖客，「如果不是因為他是老兵，我很想扁他」。至於他自己則不算是嫖客，因為：

我覺得我是有原則的，比如那種逼良為娼的啊，或者是未成年的啦，反正她不是出於自願的，她做這件事非常痛苦的，基本上如果我知道我就不會去做。**嫖客是屬於只要純粹拿錢，跟性做一個直接的交易，然後沒有其他原則這樣子。**我是性的……應該說購買者。我不會說因為今天我是付錢的人，所以我做什麼

事，雖然你很討厭很不願意，但是我付錢是大爺，你都要聽我的。（粗體為作者所強調）

老布的第一次性消費和許多男性一樣，是因為工作應酬被客戶帶去，比較特別的是他當時是和上司、同事一起出差到中南美洲某國家。在吃完晚飯後，該名台商客戶招待大家到他投資的一家酒店，裡面至少有五十位身著比基尼裝的白種女人在台上、台下扭動身體，並對客人拋媚眼放電。第一次進入這種場合的老布坦承他「不知道為什麼，從一進去就開始發抖，抖抖抖，完全沒有辦法控制住」，抖到後來老布必須跑到廁所深呼吸、調整一番，才能免於昏倒。

黃淑玲批評喝花酒是養成「支配取向」的男子性的一種儀式，她對於典型的酒店互動文化也有生動的描寫：

進入色情場所以後，開始表演男子氣概的儀式劇碼，新手通常還不入戲，不太敢玩，社會化的第一步就是學習老手如何玩，也就是學習「政治正確」的雄性行為，例如敢在性方面表示出侵略性、敢碰摸女人、接受女人的挑逗、表演出好色、豪放不羈的「男人本色」。為了讓整個劇班演出成功，也為了避免被人嘲笑沒有男子氣概，個人必須證明自己是「真港男人」。如果花錢而不稱職地演出調戲女性的舉止行為，因而破壞了集體的演出效果，就會被貶為「卒仔」。（黃淑玲，2003: 106-107）

上面這段描述確實是老布遭遇的經驗。他後來才知道自己是在座唯一沒去過酒店的男性（他的同事之前已經出差來過這裡，也是由同一位客戶招待）。因此一坐定後，客戶就很興奮地要他先選一位小

姐。後來看他慢慢吞吞，客戶急切地幫他拉了一位身材很辣的白人女孩坐到他旁邊。她一坐下來，客戶就有點粗魯地抓著老布的手過去摸女孩的胸部，一邊「指導式」地說：「手去摸她奶啊！」老布知道那有點像老鳥在教要怎麼在這種地方玩的味道，但他感到有點難為情。待客戶手一放開，他立刻把手滑到女生的腰後摟著。老布說，那女生「很漂亮又很香」，他當然想摸女生的奶，但並不喜歡當眾摸，「有點醜陋、下流」。當我追問為什麼他感覺「醜陋、下流」時，老布則給了我一個有點女性主義者會說的答案：「當眾摸（奶）就是把對方當玩物了。」因此後來他是一直摟著對方，「很像摟著自己馬子的感覺」。

一向只找應召的小吳，則直接點出自己就是不喜歡酒店那種「當大爺」的氛圍：

我覺得去那邊（酒店）的目的是什麼？第一個她希望你給她小費，你希望去吃她豆腐，去享受那種打情罵俏、你當大爺的感覺。可是事實上我就不是大爺啊，我也不喜歡當大爺的感覺。我只喜歡單純一點。假設我只是目的要嘿咻，我又不喜歡喝酒，那我何必要去酒店呢？享受打情罵俏嗎？那找雞也可以啊。因為在酒店裡面，一個很重要的元素就是你花錢你是大爺，這個被特別地強化。不是說雞不需要，只是她沒有被那麼地強化。你不需要那種被尊崇啊。講難聽一點，我每天來辦公室我已經被尊崇夠了，我不需要再被尊崇了。去到那邊的時候「嗨，周董」、「李董」什麼董的，你真的是董嗎？你明明是小弟還要裝大哥？

透過老布和小吳的說辭，我想指出一個黃淑玲的批判所忽略的面向：即便喝花酒或嫖妓經常伴隨著侮辱女性的儀式（例如摸奶、調戲小姐、當大爺）或言語，但隨著不同規範性論述的介入顛覆，這種要以攻擊性和佔領姿態才能顯現男子氣概的論述，對某些人已不再具有支配性——這些人或許受到「人人平等」、「彼此尊重」或是「女性尊嚴」等現代性論述的影響，會拒絕某些侮辱對方的儀式，或根本拒絕這類消費。就此我們看到在個人層次上，宰制性的娼嫖互動並非必然，而有可以改變的潛力。如果我們同意「性消費」的錯誤是在於其內含的性／別歧視和壓迫性互動，而非傳統道德論者所謂的「性」與金錢的連結，那麼女性主義者應當積極介入強大的、正是打造一種平等、互重的娼嫖互動倫理。從這個角度而言，甯應斌（2002）在台北公娼事件後所建議的「新好嫖客十大守則」，⁷不失為一個可以繼續深化的策略。

五、想要「性」，並非想要「買性」

台灣女性主義者對於性消費者還有一種批判，是這些男人習於用「買」的得到性滿足之後，將迴避或者無能與女性進行平等的情慾互動。例如林芳玫（1998）說：

7 甯應斌建議的嫖客十大守則是：「一、全程使用保險套。二、喝酒不嫖妓，嫖妓不喝酒。三、和藹可親，面露微笑，注重禮貌。四、尊重性工作者，也就是尊重嫖客自己。莫問她為何從娼，就不會問你為何嫖妓。五、即使服務態度不好，也應體諒對方工作辛苦，不必惱怒。六、性工作是神聖的，如果你看不起妓女，別人也會看不起你嫖妓。七、對待性工作者要溫柔體貼，不要強人所難。八、如果服務滿意，可以多給小費。九、嫖妓前應注意個人衛生，有傳染病時不嫖妓。十、完事後不忘說謝謝。」引自〈「性工作」座談發言稿〉。

性關係的商品化，使得本應在市場進行的交易行為錯置於私領域生活世界。私領域及個人生活世界包括家庭、朋友、情侶、同儕團體等，其運作的基本原則是相互主體性（inter-subjectivity）之下所產生的情感、尊重、關懷。將性商品化移至私領域，使得男人的情慾主體無從建立，習慣以消費者身分購買所謂的非良家婦女。面對良家婦女時，則患了性無能、愛無能、社交無能的身心症狀。

然而這樣的推論或許與現實有些差距。首先，在我所訪問的性消費者當中，許多人並不想要花錢「買性」。他們要的是「性」，因為沒有免費的只好花錢「買」。讓我們再回到小柯的例子，當我訪問他時，他才剛「晉升」嫖客兩個月。當時是他最後一個大學暑假，而他還是處男。二十一歲的處男在我們社會中的污名，恐怕比當嫖客大了許多。當他決定盡快擺脫處男之身之後，也曾經努力尋找性對象：「在 BBS 上每天掛網十小時，快一個星期，很久……丟水球，被人家當變態，以為我是老頭子，有女的祝我得性病。」

於是，在 BBS「性版」的學長指點協助下，小柯拿到了一個雞頭（皮條）的電話，而就此用先前存的零用錢，展開他的嫖妓探險。連續幾次下來，很快成為一個熟手，也開始把握性消費者的「權利」。例如前幾次都任由雞頭安排小姐，很乾脆地接受，後來開口跟雞頭提要求：「不要太幼齒的，要辣一點」，還學會「打槍」（要求換小姐）。他也學會不要對小姐問東問西，以免小姐情緒不佳後，「隨便吹一吹或是催你快點射」。又因為預算有限，小柯一律只找大陸妹（每次三千元），至於台灣的小姐要「五千才有辦法」，只好「以後有錢再驗證」。當我問小柯是否曾想要光顧同一位小姐時，他的回答也

坦白：「會想要。但是既然花錢了，當然要多試幾個。」一個多月下來花了兩、三萬，小柯的感受是「我快膩了，因為已經體驗夠了，都是一樣模式，除非有新招。開學後要恢復正常了。」

積極想體會性經驗的小柯，是由不認識的網友牽線促成；類似的，擁有碩士學位的小湯，也是由學長帶入門。可以順帶一提的是，由於性消費的污名畢竟存在，因此許多知識分子階層的男性，除非是有人引介（包括網友），否則很少會主動嘗試，若沒頭沒腦地冒險，則有可能因為不清楚狀況而受騙。2004年10月，台中市警方破獲歷年來最大型的「假護膚、真詐財」集團，估計四年來詐騙金額超過十億，受害人超過二萬人，都是受小廣告吸引上門之後，才在美貌女子軟硬兼施下刷卡入會。類似的詐騙新聞近年來不時出現，眾多受害者吃了虧卻也不敢聲張，或爭取「權益」，多少反映了嫖客污名的嚇阻作用。

小湯就坦承如果不是系上學長的帶領，他才沒有膽量出入色情場所，在「性病溫床」和「犯罪溫床」這類將性交易標籤化的現代性論述影響下，他從來沒有主動「尋歡」的念頭。小湯的第一次是因為學長論文口試過關，於是邀請包括他在內的三位學弟：「帶你們去慶祝，嚐重口味的。」怕他們沒錢，學長還幫每人各出一半，去之前並且指導每個人「自己先打掉，以免不到三分鐘就出來，很丟臉」。學長帶他們去的是一間他每天經過的咖啡廳，「從來就不知道原來裡面是這個」、「真正的洞天是從後面的門進去」。小湯表示跟熟人一起去、「大家突然搖身一變都成了嫖客」的感覺，有點尷尬奇怪，也有學弟剛開始不大願意，但後來還是說好做半套按摩，每個人安排一位小姐。

因為小湯是第一次光顧，小姐很認真殷勤地為他服務「冰火二重

天」。雖然事隔多年，小湯在敘述時仍能清楚記得過程細節，彷彿回到現場般陶醉亢奮，說了幾次「好過癮」、「從來不知道嘴巴可以讓人那麼過癮」。等到冰火做完，「人已經半癱在那邊」，小姐這時候很有技巧地問：「你只要半套嗎？半套到這裡就沒了，還要不要？」小湯說這種時候男生「早已箭在弦上，根本只想把它衝出來」，所以一定加節做全套。待學長、學弟都全套做完出來之後，碰面的剎那又是一陣尷尬。小湯說大家的交談只有簡短互問「你那女生漂不漂亮」、「還可以」。後來大家開一輛車回實驗室，「以後再也沒聊過這個」。

然而，小湯「真正開始覺得自己像嫖客」，卻是在之後他懷念被服務的滋味而獨自再去同一家茶室的經驗，「因為不能像之前一樣躲在學長後面，要自己開口」。第一次由學長招呼，這次則是老闆娘問他要什麼樣的小姐，選對象的過程對生嫩的小湯而言，也是一種挑戰。老闆娘先叫了三個小姐讓他選，他沒有看中眼的，問「可不可以看其他人」，感受到沒被看上的小姐對他露出失望、不屑的眼神。第四個小姐出來也不喜歡而拒絕，「和她眼神對到，有明顯的失落感，你真的可以感覺得到」。我問小湯會不會因此覺得尷尬，小湯說：「可是我又不是來救濟的，那時候顧不得有點不好意思。」第五個出來的時候，「已經感覺到壓力了，所以除非太差，否則都會接受了吧。」幸好出來的是他還算喜歡的型，「之前的風塵味太重了一點」，小湯比較喜歡秀氣清純的型。

性消費對於只交過一任女友的小湯而言，是矛盾的誘惑，它有「性」的快感——「很快樂、很刺激、沒交過這麼漂亮的女朋友，身材這麼標緻的」；但「消費」的壓力卻是他所難以負擔的——「一次就三、四千塊跑掉了，很傷本，一個月用都綽綽有餘」。因此，小湯在獨自光顧兩次茶室「嚐鮮」之後，就決定不再光顧了，寧願慢慢在

網路上尋找可能的性對象。從這裡，我們看到許多女性主義者或道德論者所批評的「金錢」面向，其實反而是抑止許多男性持續進行性消費的主因之一，這也就是曾經是酒店常客的 FZM 所形容的「經濟蕭條型陽痿」。簡言之，他們有的是性交或性互動的慾望，倒不一定想（或有能力）花錢。

除了浪費錢和怕得性病、怕被警察抓等考量之外，小湯也用「每次出來的一剎那都有空虛的感覺」，來說服自己不要再去。特別要指出的是，後者正好是林芳玫批評性消費者「情慾主體無從建立」的一個反證。小湯對於花錢買到的性之所以感到空虛，反映出他的情慾主體早已受到主流「有情感的性才是美好的」的性規範所形塑，而這樣的主流論述也影響了許多性消費者的期待。

六、對「互相」的期待

儘管性消費者在道德上不一定認為嫖妓是錯的，但從感覺／美學層次，許多性消費者並不喜歡金錢交易的性。三十五歲的 AMU 說：「性本來應該是無價的，卻以金錢為單位來衡量它……我並不想唱高調，我雖不太喜歡，但也是實際參與過的人。」也因此，對於年輕女生投入援交的風氣，AMU 就表達了不贊同：「她們可以性行為開放，但不該牽扯到交易，要鼓勵這是該享受的事情，不該物質化。」

目前仍每個星期固定召妓的小吳，則是直言自己是個矛盾的人，因為他並不贊同性愛分離，卻無法停止召妓。小吳說自己是因為大學時代交往的第二任女友非常排斥性行為，交往兩、三年後，因緣際會拿到一家高級應召站的電話。在一個「不知道要幹什麼，不想去找女朋友，也不想做其他事情，可是就是想發洩」的晚上，開始了召妓的

生涯。他感慨說如果不是因為這個排斥性行為的女朋友，「也許我的人生會改變」。我問他是指怎樣的改變，他說：

我覺得把性跟愛太過分開不是一件好的事情，有點感覺違反這個社會上的道德元素。……雖然性跟愛是可以分成兩個部分來講，但是我們處在中國傳統的一個道德約束裡面，應當是把它合而為一。

性消費者不一定喜歡或贊同金錢交易的性行為，這個面向似乎在過去女性主義的辯論中常被忽略。我們習於詢問「為什麼男人去買春？」但似乎從來沒有想過「為什麼男人不去買春？」。有非常多的性消費者，是在「嘗鮮」一兩次之後就不再想去了；有趣的是，在我們眼中，似乎只要嫖過一次妓的人就終生是「嫖客」。從他們對於性消費「不滿意」的說辭中，我們可以發現主流情慾規範的作用。就讀博士班的 PAT，幾年前曾去過旅館、三溫暖和美容院做性消費，但是：

我一直無法從性交易過程當中得到很大的快感。老是聽別人講多舒服多爽，一直很納悶為何自己感受不到。所以多試了幾次，後來得到結論：交易的，我不會快樂，就不去了。

XIAO 則是在三次召妓經驗後，確定自己寧願花多一點時間尋找一夜情，因為那是「女的自己跟我要的，她們開心我也開心」。他曾經在美國因為朋友的慫恿去光顧一間越南人經營的妓院，結果「感覺很差」，因為對方「太沒氣質！做事囫圇吞棗，一點也不爽」。後來回

到台灣，也曾去三重知名的「豆干厝」消費，雖然該名年輕女子態度不錯，但因為問了「你為什麼要來這種地方」、「你一定有女朋友了」，又頻催促「你完了沒有啊」，XIAO 一邊做一邊「心裡喊靠ㄟㄟ」。唯一一次讓他覺得比較好的經驗，是在網路上遇到援交妹傳訊說缺錢，「這次好多了，好像平常人一夜情一樣，還一起吃晚餐」。比較這兩種經驗，他以英文表示 “I still prefer hitting on girls when go clubbing”（我還是比較喜歡上夜店釣女生）。

McKeganey 和 Barnard（1996）整理出男人嫖妓的動機：可以指定某些性動作、可以與不同女人發生性行為、可以找尋某種特定屬性或樣貌的女人、享受違背社會規範的快感、期待不必涉入情感的性。我的受訪者確實也提出類似的理由，說明自己性消費的動機，但這些理由無法解釋為什麼男人「停止」性消費。許多性消費者是因為對互動品質失望而不再光顧；相對的，會持續進行性消費的慣客，往往是在這方面的期待，得到了相對的滿意。所謂相對的滿意，當然有可能是他本身預期就不高，如 AMU 說的：「放寬心，不要要求太多，達到目的就好吧。她需要錢，我需要發洩。」或者如 WOL 一樣，雖然知道「對方並不滿足，假高潮，亂叫一通的」，但是也願意參與這場表演，「我也假裝很滿意啊，雙方都心知肚明，反正她只是想賺錢，只是買賣關係啊」。

但也有些嫖客確實是在買賣關係間，感受到如戀愛般曖昧互動的樂趣，使得他有如上癮般繼續光顧。事實上，我們若檢視目前台灣主要的性消費型態（見表三），可以發現「曖昧」是許多性消費的主要販賣內容，而不一定是性交。

許多男人之所以持續性消費，是因為透過它可以體驗主流文化所歌頌的戀愛滋味。例如小丙，從當兵時代由老鳥帶著加入性消費者行

表三 台灣目前主要性消費形式與價格

類型／場所	一般價格（新台幣）	說 明
酒店（酒吧）	小姐坐檯每節 50 分鐘 1 ～ 1.5 千； 包廂費用另計； 性交易外加 5 ～ 10 千	酒店又分制服店、便服店。制服店花招較多，有些專門提供口交服務，俗稱「喇叭店」。便服店一般據稱小姐「素質」較高，出場需要跟酒店買下包檯費 4 ～ 6 千，且另付小姐交易費用，非一般人可消費。
酒 家	坐檯每節 50 分鐘 0.8 ～ 1.2 千；性交易外加 3 ～ 5 千	年齡層較高，有那卡西伴唱，陪侍小姐約 30 ～ 40 歲。
KTV 與休閒中心	包廂每節費用 1 ～ 2 千； 性交易外加 2 ～ 5 千	小姐稱為「窩包公主」，替客人點歌倒酒等服務，不收檯費僅收小費。
摸摸茶店	坐檯每節 1.5 ～ 2 千； 性交易另加 2 ～ 5 千	小姐多為年輕女性或學生兼職，主要服務為陪客人聊天並讓客人愛撫。
特種茶室（阿公店）	坐檯每節 0.6 ～ 1.2 千	小姐約 40 歲以上，顧客多為中老年男性。
舞 廳	伴舞每節 30 分鐘 1 ～ 1.5 千； 性交易另加 2 ～ 5 千	亦有部分舞廳提供男性牛郎伴舞
指壓按摩或護膚	按摩每節 1.5 ～ 2 千； 全套（性交易）加 2 ～ 5 千	提供基本按摩服務。有些純按摩店，是否增加性服務視個別小姐意願。另有些俗稱「半套店」，一律提供手淫服務，但口交或陰道交費用另計。
應 召	每節 40 ～ 50 分鐘。台灣女 5 ～ 10 千；大陸女 3 ～ 5 千	通常由應召站（雞頭）透過報紙、網路等廣告吸引顧客來電約定，或經由旅／賓館櫃檯引介，由車夫送小姐到賓館交易。
援 交	每次 3 ～ 6 千	通常指年輕女學生透過網路或小廣告找尋客人，交易價格和地點由雙方協商。
個人工作室	每次 3 ～ 5 千	小姐採單兵作業或由幾位小姐合作，承租固定房間，刊登廣告吸引客人。
公 娼	每節 0.8 ～ 1.5 千	唯一可合法營業的性交易。內政部於 1999 年訂定落日條款，不得新發公娼證，因此至 2004 年止，全台只剩下 8 個縣市共約 100 名公娼。
私娼寮／旅社	每次 0.8 ～ 2 千	由業者租下公寓或大樓一戶，分隔成小房間讓小姐固定在房內接客。一些大陸女子遭此方式控制行動。某些小型旅社也以此方式僱請小姐入住接客。
流鶯（站壁）	每次 0.5 ～ 2 千	小姐年齡層較高，約 40 歲以上，通常停佇街頭等候客人詢問或拉客，帶到附近平價旅館交易。

資料來源：陳文智（2001）及本文整理

列之後，就再也沒有離開過。小丙覺得光顧私娼寮或是叫應召的時候，感覺自己「最像嫖客」，並不是很喜歡。他比較喜歡那種「不是直接來的」消費形式，例如摸摸茶店就是他的最愛。每年寒暑假就是他光顧摸摸茶店的高峰期，因為會有許多年輕清純（二十出頭）的「美眉」會來加入打工行列。能夠花兩或三個小時與自己看對眼的「美眉」獨處一室，就跟交女朋友的感覺一樣：

就是先問她怎麼稱呼，住哪裡，興趣是什麼啊，後來熟悉一點就互動比較多，會幫她愛撫，摸她胸部，或是用手指幫她服務啊，有時候幫她弄出來【問：弄出來？】對啦，就是讓她高潮……都是我服務她的，就是跟交女朋友的過程是一樣的，只是濃縮到一、兩個小時這樣。

對於這種雙向互動的期待，也反映在一些受訪者對於感覺「好」的消費經驗的描述。例如小柯形容那位「做完以後抱我、親我、很像真情」的大陸女子：「我讓她高潮兩次，連走路不能走，很陶醉，她還會要求我做什麼什麼姿勢。」或是 STG 的援交對象：「感覺很棒，因為她不計較時間。而且接吻、互相口交、做愛，都有，兩個小時後，一起吃完晚餐後才離開。」

對於許多性消費者期待「雙向」互動的經驗，O'Connell Davidson 曾犀利地批判這是嫖客的控制慾作祟：「顧客們總想要相信，雖然娼妓是一個付費勞動者，在他們的特別案例中，她卻很享受她的工作，而且從與他們的接觸中得到性和／或情感的滿足（1998: 158，底線為原文即有）。」正因為客人對「相互性」的期待和要求，使得許多針對性工作者的經驗研究指出，性工作需要的不只是性

的服務，還包括情緒勞動，例如假高潮、假戀愛等（Chapkis, 1997; Chen, 2003）。O'Connell Davidson 認為這樣的意圖根植於心理分析研究者所說的性敵意（sexual hostility），是一種「想要侵入、搞懂、征服娼妓的慾望」，也就是他們「希望真正控制娼妓這個人，而非只是付費買她的『服務』」（O'Connell Davidson, 1998: 160，底線為原文即有）：

因為他們（錯誤地）以為，只要一個妓女到達高潮，就要歸功於他們個人的性表現。能夠喚起一個妓女真實的性反應，足以證明他們穿透了這個專業的「表相」。這是戰勝這個妓女的勝利，因為她被視為已經失控。

「失控」有時候是我們形容某些絕妙的性經驗的用詞，在金錢交易的性互動中，這樣的越界是否表示有違性工作的專業，可以放在性交易的倫理層次攤開來討論。不過在今日主流性論述的影響下，「要高潮」和「讓對方高潮」已成為愈來愈多男女都有的期待，性消費者恐怕也不能自外於這種力量——儘管就買賣行為而言，這種期待是過分的或可說是一廂情願的，然而若因此定義消費者是基於性敵意而想要征服對方，要控制對方這個人，似乎又流於偏頗。我與老布討論過類似「征服」的指控，他再次以定義「什麼才是想征服對方」來自我區隔：

看到對方高潮會讓我興奮。我不是要去征服，如果只是征服的心理，那可能會想去擺佈對方做出各種 A 片的姿勢或所謂的顏射吧。

性消費者真正要擔心的恐怕是自己會不會失控。大多數的性消費者對於「相互性」的追求是在理性控制範圍內的，如同老許形容他上酒店的原則：「談談假感情，追求新鮮感。但是我今日事今日畢，不會涉入太深。」或是小丙說他上摸摸茶，談個一、兩小時戀愛之後，「只要脫離了那個店，就會回到現實。雙方抽離很快」。但也有人偶爾越過了金錢交易的假想疆界，出現「愛上小姐」的案例。一向只找應召小姐的小吳，曾經「迷戀」過一位小姐，為此曾經三度付錢叫她出來，卻「強迫自己不跟她上床」，因為：

你要忍住，因為你會認為說，如果你能撇開上床那一段的話，你喜歡她什麼？強迫自己去思考，後來發現，原來我喜歡的只是上床。【問：她會不會覺得你很奇怪？】會。【有沒有問你？】有。可是我沒有講。【那你們做什麼？】反正就跟她聊天唬爛啦。

已婚的 PONS 在接受我訪問時，正為愛上一位援交女孩所苦。PONS 與老婆交往五年、結婚又將近七年，「因為只和老婆做過」，而萌生嘗試不同女人的想法，上網找援交對象耗了半年，「找過上千人聊天」。沒想到碰到的第一位援女 JJ，「很可愛、很單純、還有色色的」，深深打動了他的心，即使後來他另外和兩個網友發生一夜情，仍然心繫 JJ。他一共找了 JJ 九次，因為沒有太多私房錢，每次都間隔一段時間才找。當我問他為何不找其他的小姐援交，他說：「第一，沒有太多私房錢；第二，不想背叛她（JJ）。」在 PONS 心中，他跟 JJ 是介於客人和男友之間的關係，雖然他已表白多次，但是「感覺上她並不是那麼真心喜歡我……不過還是喜歡啦」，這樣的

關係發展到後來，他因為將 JJ 當成女友、情人，甚至覺得付錢給 JJ 有點尷尬，但是「沒給她的時候，也會怕她會不高興……就當成老公給老婆錢啊」。他也對於 JJ 的其他客人感到嫉妒，一再詢問我「女孩子是不是真的重視老二長短」之類的問題，希望了解 JJ 比較喜歡另一位客人的原因。

七、消費者的權利／力

相對於上述某些消費者希望找免費的性對象但是找不到，或是花錢後仍期待有與正常戀愛一樣的雙向互動，確實也有很多性消費者希望透過花錢，得到期望的性興奮和服務，但省卻一般男女交往的麻煩。這並不表示他們對於「正常」的男女交往互動無能；相反的，往往正是因為要保護原本的婚姻或情侶關係，因此選擇金錢交易。已婚但有數次一夜情經驗的老布，就舉例說他和一位同樣已婚的女網友上床後，對方卻要求他要「像個初戀男友一樣對待她，要噓寒問暖啦、接送啦、狂吻啦」，讓老布覺得「負擔很重，因為並沒有喜歡她到那種程度」。此外，對方要求戀愛，也讓老布擔心會影響雙方原本的家庭。因此，老布覺得「花錢比較沒有負擔」：

Dating（約會）會違反普遍的社會道德，比如說劈腿啦，腳踏多條船，或者是結婚，或者是你怕對方來認真的。其實我覺得最可怕是（最後）這一點，因為你很難發現說，哪一個女生她可以純跟你發生關係，而她不要求任何的，比如說名分或者說感情的付出。這種人不多，或者是有部分，可是隱性，沒有人說「我是這樣子的，歡迎大家來。所以至少沒有別的負擔，或意

想不到的事情發生。所以人家說不要錢的通常是最貴的。

類似說法在受訪者間是滿常見的。ADU 一針見血地說：「沒錢誰給你負責任的愛做？」STG 也提到雖然買的比一夜情沒意思，但是為了避免麻煩，還是寧願花錢：

畢竟對她（性工作者）只是職業，（跟她）只是純粹肉體交流，情緒沒有那麼起伏、期待等。【問：那為什麼繼續嫖？】因為懶啊，懶得找。而且一夜情之後變多夜情，之後難脫身。

從某個角度而言，異性戀情慾模式中的「賺賠邏輯」（何春蕤，1994），間接貢獻了賣淫市場的需求。因為女生的性不能「只是性」，經常要求「賺到」的男方有一些回饋，使得只是想要 casual sex 的男人寧願花錢找對象。而花錢的男生此時就有「要求」的權利，要一個能滿足其感官慾望的理想性對象，如同 NIX 說的：「只要出得起錢，要多漂亮的（女生）都有」，這是 casual sex 比較難滿足他們的，老布就直言，若比較幾位一夜情的對象與找過的應召女，他對於後者還比較有想接吻的衝動和疼愛的感覺：

我買的素質都還算蠻高的，所以在外形比較接近我的預期。那一夜情其實外形你不太能去控制嘛，因為你是純粹一夜情嘛。所以一夜情對我來講，我可能會就此打住，除非說真的有我覺得不錯的人。【問：跟她們還有連絡嗎？】變成 msn 上會聊聊，但是我根本就不會想再跟她們發生任何關係。（對方找）我就說很忙啊這樣。

女性主義者批評性交易將女性身體「商品化」並沒有錯，賣淫市場賣的不只是「性服務」而已，待價而沽的還包括服務員的容貌、身材和氣質。Carol Pateman 對此早有犀利的釐清。她說明了為什麼賣淫契約和資本社會下的一般勞動契約是不一樣的：

資本家對於勞工的身體和自我並沒有固有的興趣，或者說那興趣跟男人進入賣淫契約的興趣是不一樣的。雇主有興趣的主要是勞工所生產的商品，也就是獲利……因此雇主可以且經常以機器取代勞工……與此相反的，男人進入賣淫契約只有一個興趣，就是妓女和她的身體……將身體放在市場上銷售，看起來很像奴隸制度。沒有任何一種勞動力可以與身體分開，但是只有在賣淫契約裡，買主才得到對於一個女人身體直接性使用的單方面權利。（Pateman, 1988: 204）

男性性消費的主因雖說是為了性，也隱含了與「某種性對象」的性。女人因為「品質」的不同而有不同價位，男人則要依經濟能力而遵守此一市場區隔，如小吳所言：

我可能是屬於她（媽媽桑）的客人中，比較低的，因為我不是醫生、律師啊，也不是公司的大老闆啊，我只是一個 middle（中等客戶）而已啦，基本上我年收入一百多萬，對她來說只是小卡而已啦，所以她介紹我的小姐的區間就落在八、九千到一萬五啊，大概是在那個 level（層級）。【問：你有想過找更貴的嗎？】如果說我想要找什麼小明星，她會拒絕我，她覺得划不來。我問過她，她說她可以介紹，但是沒有必要。那我覺得她

介紹給我的，百分之八十到九十我可以接受，因為如果不能接受我就會去找別人（別的媽媽桑）了。

這類將女人依照美貌區分等級並有相對應的市場區隔，在今天這個似乎一切可被物化、價格化的社會裡倒也常見。例如媒體上經常出現將兩位人氣女星以年齡、身高、三圍、學歷等條件一一對照，並計分比勝負；或者不時出現「名模配小開」的八卦新聞，其所歌頌的浪漫也是奠基在「美女就是要有錢人才能速配」的階級與性別邏輯之上。我做這樣類比的目的，當然不是為女人的價格化、商品化背書，而是要指出這種商品化女人（也包括愈來愈多的男人）的趨勢，並不是性交易機制所獨創或獨有，而呼應著今日社會的某種主流論述。

除了對性對象的期待之外，有些消費者則是希望透過花錢，能夠慰藉他們在「正常」性關係中的挫折與壓力。二十四歲的 MSM 認為女朋友要求太高，讓他對於兩人的性互動很不滿：

她要求我在插進去以前要先讓她高潮，用手指頭和舌頭，每次一幫她弄，至少都要二十分鐘。有時候還弄到睡著。要不然就是她好不容易爽了，我自己完了，因為實在太久了，所以我很惱怒。

類似的，ONQ 第一次去嫖妓時才十七歲，因為女友會嫌他太快射精，他覺得找妓女做起來比較沒有壓力：

跟女朋友做，她不爽會表現在臉上。買的，她只會讓你覺得她很爽。【問：女朋友常覺得不爽嗎？】她會希望你讓她很爽很

爽。有一次啦，搞大概五、六分鐘就出來了，她就有點不爽。買的她會希望你快點出來，她就收工。像我女朋友還很年輕，就很緊啊，所以都會比較快，八、九分鐘左右。外面的都很常被用，所以十幾分鐘還不是問題。

從 MSM 和 ONQ 的經驗看來，性消費確實扮演了某種性治療功能，或是一些人對於強調「互相」的做愛模式感到疲憊時的一道出口。由此我們似乎可以推演出，即便在一個性解放或是不再有「賺賠邏輯」的性別平等社會，性消費還是有其「市場」。而當男性將買性純粹看成一種消費之後，則以一般的商業邏輯去描繪性交易以及對待從業者，似乎就順理成章了。即使是前面提到比較喜歡一夜情而非「買」的 XIAO，也非常懂得花了錢就要值回票價。因此他承認對於用錢買的性對象，「比較不會體諒她」：

像是吹喇叭，她說嘴巴好痠，我也不太理她。【問：繼續叫她吹？】對啊。因為我本來就喜歡被吹，誰我都一樣。只是援交的我就不想讓她休息，我覺得沒有必要。錢哪那麼好賺？要做這個就要懂得不怕苦囉！

前面也提過剛踏入性消費行列的小柯，則是因為付錢，所以每次要換不一樣的小姐，而且也開始享受「打槍」的權利。「打槍」可說是性消費者最能展現對於小姐的「權力」面向。某次我在線上與一位網路報導人 IDO 對談的時候，他正在一家商務旅館等小姐。就在與我交談的一小時內，他連續打槍三名小姐，並很明顯地享受這種評選對象的權力。每看到一位都即時地對我敘述「好醜喔」、「醜到暴……

講話還破音」、「幹……又來一個肉肉女」，對於進門的小姐則是直接說：「不用了，再換一個。」問他為什麼那麼挑，IDO說：「花錢就是要值得啊。」

當然，如前所述，也不是所有嫖客都習於展現當大爺的權利／力。例如有六年多應召消費經驗的小吳，只打過兩次槍，「一次是因為她太高了，快 180；另外一次是，（笑）我叫過了」。當我追問為什麼叫過一次不能再叫一次時，小吳才說她的「服務品質」不好。我又追問對於「服務品質」的定義，他說：

舉例好了，你信不信口交有人含著而已？口交就有差別了嘛，認不認真就有差別了嘛，你同意嗎？就這樣的差別，從認真到不認真。【問：那你碰到不認真的，會不會叫她改進？】不會，我只希望趕快離開，還好不會很多啦。【問：投訴媽媽桑呢？】也不會跟媽媽桑講，我以後不找她，何必跟她（媽媽桑）抱怨。因為我覺得那不是媽媽桑可以控制的。

同樣的「寬容」也呈現在最喜歡去摸摸茶店的小丙身上。他說偶爾還是會發生「找錯小姐」的狀況，就是叫來的小姐從頭到尾板著臉，「有人說欠債被逼著上班的，可能就是這一種吧！」遇到這種情形，小丙也不會發脾氣，「我們是很 gentleman（紳士）的」，而是一節五十分鐘完畢後就趕緊結帳離去。

經常光顧酒店的老許則對於這種板著臉的小姐頗有微詞：

我很尊重她們，但是這是妳的職業，所以妳也要有相當的職業道德。有的女的擺個冷眼，擺姿態，誰理她啊？

不過，老許表示他不會因此像某些酒客一樣，罵人或甚至打小姐耳光。「其實心情不好的一看就知道，不有人會點她」；若是真的遇到一個話不投機或臉臭的，「就請她走人啊。這種情形非常多，反正小姐的錢已經給了，對她來說沒差」。

從上列陳述中，我們發現即便是以消費者角色要求女性「溫柔體貼、善解人意」的服務，並不意味著可以「宰制」或「濫待」對方。甚至，對於某些聽起來確實不大敬業的小姐，一些受訪者也就換人了事。這樣的說辭或許是面對面訪談可以預期的一種「誤差」——因為受訪者或許礙於顏面，選擇性地陳述某些政治正確的回答，而刻意迴避其侮辱或剝削小姐的經驗，或者將比較惡劣的嫖客嘴臉，推卸說是「其他酒客」所為。當然，也可能是他們對於何謂歧視或剝削的消費行為毫無自覺。不過從他們形容「別人」會打小姐耳光、開罵、強迫玩遊戲等描述中，我們也確實看到較具侵略性或宰制慾的性消費者面貌。

事實上，歧視性的「惡嫖客」嘴臉和論述，在一般八卦小報中是很常見的。某次我影印了一篇《獨家報導》的報導給受訪者小王閱讀，該文內容是一名酒店小姐爆料某位經常上電視的知名律師之嫖妓怪癖，其一是有著嚴重腳臭味的他，最喜歡一進門就脫下襪子，叫小姐立刻舔他的雙腳包括腳指，連縫隙也不能錯過。服務他的小姐每個人事後都「三天吃不下飯」。小王對於這篇報導的反應是極端自由主義的契約論：

她可以拒絕這種客人啊。這在事先是可以談好的，如果客人花了一大筆錢要求這種服務，而她要賺這筆錢，她同意了，那就沒有事後抱怨的權利。

雖然小王強調自己不會像該位律師那麼「作怪」，但是從他以契約論的角度來詮釋這種過分的要求，我們不難想像某些仇恨女人、歧視與侮辱性的行為或言語，很有可能就在被金錢綁架的「兩願」契約框架下，被賦予一定的正當性，被持續強化與複製。就此，我們也知道女性主義者深入了解性消費的實際互動，並予以批判性的檢視，是非常必要的功課。

例如，有一項至今仍然是性消費所可能碰見的侵害人權現象，亦即人口販賣（強迫從娼）。我的一些受訪者表示曾親身見證過，然而，他們卻不願意或不知道如何反應。其中最冷漠的莫過於老張。他與朋友在基隆某私娼寮消費完事後，大陸女子遞紙條給他，表示有四名女孩子被關在該處，請求他幫忙報警救出她們。沒想到，老張一走出門就將紙條丟棄不理，他理直氣壯地告訴我：「這又不關我的事……而且做這種生意的，背後都跟黑道有來往的，警察可能也是他們的人，我可不想自找麻煩。」

其他受訪者並不像老張這樣直接面對求救，他們從一些跡象或對談中得知對方是被迫或被騙來台，這種情況多數發生在大陸賣淫女子身上。THM 相信大陸女子很多應該是被迫的，「因為身上都有淤青或傷痕」。但是他並沒有問過她們這個問題，「其實心知肚明，所以沒問過」。當我問他會不會因而嫖起來怪怪的，THM 說：「會。但是既然碰到了，又能怎樣？」號稱有上千次嫖妓經驗的 ADU 也相信「水貨（偷渡來台者）幾乎都是被騙來的」：

不下海就天天被保鏢打……她們不敢惹事，因為雞頭都恐嚇啊，說做多久之後放她們自由，騙說被抓回去就多恐怖多慘，家人永遠會抬不起頭來。反正沒那麼簡單啊。她們單純到不

行，說啥信啥。【問：那你還嫖得下去喔？】我幫她一次，就可以早出苦海呀。【問：這樣也算幫嗎？】還會有的抽呀……我也不知道啦。

類似的回答也在我與 AMU 的對談中出現：

問：你碰過被迫被騙的大陸妹嗎？

答：全部都是被騙來的吧，她們是這麼說的。

問：你相信她們說的？

答：為何不信？對我也沒啥影響。

問：那她們說是怎麼被騙的？

答：來台灣 KTV 打工賺錢吧。這你去看電視，很多。

問：所以你覺得電視報導都是真的？

答：當然是真的。

問：那知道她們被騙，你還嫖得下去？

答：她們要錢才能回去，OK？我不完成交易，她們怎麼賺錢？

只要讓她們覺得我的錢不會太難賺，不是做客，就夠了吧。

問：不會想要報警嗎？

答：這我就不了。

問：不了？什麼意思？

答：我不知道她們怎麼想。大概花了錢過來，也就想多少賺一點吧。

舉這些例子，用意不是輕易地將這些性消費者定罪為強迫從娼或人口販賣的共犯，雖然我確實認為他們的道德勇氣不足。但是仔細閱

讀他們的回答，我認為這些消費者之所以不採取行動去協助受害者脫困，很大原因是沒有參考典範（role model），或者因為對警政系統的不信任，無法預期這樣幫忙的後果。因此，婦女團體其實可以針對他們的論述做出回應和釋疑，並且透過建立本文前述的「性消費的倫理」等方式，讓性消費者也成為對抗人口販賣和強迫從娼的重要資源。⁸

八、結 論

經由深度訪談和網路對談的方式，本文蒐集了近三十位男性高教育程度性消費者的經驗與論述。這些資料並不能代表所有性消費者的經驗與論述，是否反映出高教育程度性消費族群的特殊性，也需要進一步與其他階級性消費者進行比較研究。不過，本文讓我們對於性消費者的認同與經驗有進一步了解，並提出一些過去女性主義者討論性交易時較為忽略的面向。

首先，我們看到這些性消費者對於性愛關係的態度，並無異於主流模式。因此他們多半期待「彼此有感覺、互動」的性，期待女方高潮，或至少不是被強迫；即便是對花錢買來的對象，也還抱持這種一廂情願的期待，或者因為與期待不符而感覺空虛，有的因此不再光

8 在今日全球化下跨境移動頻繁（暫不論非法或合法）的脈絡下，究竟何謂「人口販賣」和「強迫從娼」，其定義本身也可能因為不同的婦運立場而有差異，性消費者也可能不知從何判斷。對此，我曾在一篇論文中主張直接檢視性工作者「實質的勞動條件」，而非執著於「之前是不是清楚工作內涵」或「有無明確同意」，因為後者在實務上只會持續強化性工作的污名，卻沒有達到保障和壯大性工作者的效果（Peng, 2005）。從「檢視實際勞動條件」（工時有無過長、有無妨礙自由、有無剝削工資、暴力侵害等等）這個方向來教育及結合性消費者，應是一個較易操作的婦運策略。

顧。至於某些只想尋求單方面滿足的男客，並不表示他們無能於經營雙向互動的情慾關係，反而可能是為了在維持一對一關係的同時，以相對安全（不談感情）的方式，紓解他對於一對一模式的不滿足。此外，他們不見得因為自己違反了「不買春」此一性規範，就贊同其他違反性規範的行為——例如強力撇清自己不外遇，或對外遇者嚴厲譴責。當然，這種撇清可能只是他們自我辯護的藉口，但在此我們至少見證了主流的性與性別論述，對於形塑性消費者認同的作用。

其次，透過這群性消費者與「那種嫖客」的區隔，我們也看到現代化公民、平等、衛生等論述，以及資本社會的消費者權利論述等，都或多或少對性消費者發生影響，其中包括對於性工作者的基本尊重，對「服務品質」就事論事的要求，以及對被迫從娼者的同情等。尤其就最後一點而言，本文指出性消費者其實也是極不願意看到「被迫從娼」的一個族群。但是從訪談中看出，性消費者在遇到人口販賣的受害者時，不見得知道如何反應，這是婦運者應當介入教育的地方。換言之，本文認為我們未嘗不可能從「消費者運動」的模式思考，將性消費者納入合作對象，透過性消費倫理和「性人權」等論述的建立與倡議，讓性消費者也成為打造一種免於宰制、剝削和暴力的性交易機制中的一員。

最後，本文雖然澄清性消費在個人層次不一定是宰制或歧視的，但並不否認在集體的層次上，喝花酒或某些性消費的行為確實在複製父權的性別分化與分工（男性談正事、女性營造氣氛等）。不過我想指出的是，這種性別化的分工邏輯，一如今日資本社會內諸多性別化的制度和文化的，例如男老闆女秘書的性別分工、足球隊員與啦啦隊的性別區隔、空姐要帶著微笑服務（男）客人等，實為父權慣習的遺產。以不成比例的火力批判喝花酒或是性交易（而非其他性別化的制

度與文化）再製性別支配，不僅有雙重標準的問題，也有持續污名與壓迫性工作者和消費者的政治效果。因此，本文認為女性主義者面對性交易最迫切的任務，是務實地釐清並對抗性交易機制內可能操演的壓迫與歧視；而建立一套「進步的」性消費倫理與論述，已經由本文的論證可知是一個值得著力的策略。

參考文獻

- 王芳萍 (2001) 〈嫖客經驗分享〉, 日日春關懷互助協會主編《與娼同行, 翻牆越界》, 80-82。台北: 遠流。
- 何春蕤 (1994) 《豪爽女人: 女性主義與性解放》。台北: 皇冠。
- 何春蕤 (2003) 〈性、權力與銅管辣妹 PUB: 一個田野的觀察〉, 何春蕤編《性工作研究》, 1-58。桃園: 中央大學性／別研究室。
- 李雪莉 (1998) 〈廢娼事件, 婦運路線之爭翻上檯面〉, 《騷動季刊》, 5: 4-17。
- 李雪菱 (2003) 〈「做」與「賣」: 從「交易」與「交換」看性作為一種生存策略〉, 何春蕤編《性工作研究》, 145-188。桃園: 中央大學性／別研究室。
- 林芳玫 (1998) 〈性產業對公私領域的負面影響: 兼論公共事務的公廁化〉, 第三屆「全國婦女國是會議」, 台北市政府主辦。
- 紀慧文 (1998) 《12個上班小姐的生涯故事》。台北: 唐山。
- 陳文智 (2001) 〈台北市私娼從業原因及應有管理措施〉。台北: 台灣大學國家發展研究所碩士論文。
- 陳向明 (2002) 《社會科學質的研究》。台北: 五南。
- 黃淑玲 (1998) 〈本地婦運哪堪「反反色情」〉, 《騷動季刊》, 5: 35-43。
- 黃淑玲 (2003) 〈男子性與喝花酒文化: 以 Bourdieu 的性別支配理論為分析架構〉, 《台灣社會學》, 5: 73-132。
- 甯應斌 (2002) 〈「性工作」座談發言稿〉, 淡江大學第三屆「倫理思想與道德關懷」學術研討會。[on-line]. 2005/5/10. Available: <http://intermargins.net/repression/sexwork/articles/2004Jan-Jun/20040219a.html>
- Bell, Laurie (Ed.) (1985) *Good girls/bad girls: Sex trade workers and feminists face*

to face. Toronto: The Women's Press.

Chapkis, Wendy (1997) *Live sex acts: Women performing erotic labor*. New York: Routledge.

Chen, Mei Hua (2003) *Selling body/selling pleasure: Women negotiating poverty, work, and sexuality*. Ph.D. dissertation, Center for Women Studies, York University, UK.

Connell, Robert W. (1995) *Masculinities*. Berkeley: University of California Press.

Delacoste, Frederique, and Alexander, Priscilla (Eds.) (1987) *Sex work: Writings by women in the sex industry*. Pittsburgh: Cleis Press.

Doezema, Jo (1998) Forced to choose: Beyond the voluntary vs. forced prostitution dichotomy. In Kamala Kempadoo and Jo Doezema (Eds.), *Global sex workers: Rights, resistance, and redefinition* (pp.34-50). New York: Routledge.

Jørgensen, Marianne W., and Phillips, Louise (2002) *Discourse analysis as theory and practice*. London: Sage.

Kempadoo, Kamala, and Doezema, Jo (Eds.) (1998) *Global sex workers: Rights, resistance, and redefinition*. New York: Routledge.

McKeganey, Neil, and Barnard, Marina (1996) *Sex work on the streets*. Buckingham: Open University Press.

Monto, Martin A. (2000) Why men seek out prostitutes. In Ronald Weitzer (Ed.), *Sex for sale* (pp. 67-83). New York: Routledge.

O'Connell Davidson, Julia (1998) *Prostitution, power and freedom*. Ann Arbor: University of Michigan Press.

O'Neill, Maggie (1997) Prostitute women now. In Graham Scambler and Annette Scambler (Eds.), *Rethinking prostitution* (pp.3-28). London: Routledge.

Pateman, Carol (1988) *The sexual contract*. Stanford: Stanford University Press.

Peng, Yenwen (2005) "Of course they claim they were coerced": On voluntary prostitution, contingent consent, and the modified whore stigma. *Journal of international women's studies*, 7(2): 17-35.

Weitzer, Ronald (2000) Why we need more research on sex work. In Ronald Weitzer (Ed.), *Sex for sale: Prostitution, pornography, and the sex industry* (pp.1-16). New York and London: Routledge.

Beyond “Domination” and “Need”— A Feminist Analysis of the Discourses of Taiwanese Sex Buyers

Yen-Wen Peng Department of Public Policy and Management
Shih Hsin University

The main premise of this paper is to establish that in order to allow a deeper feminist understanding of the power dynamics in the practice of prostitution, it is vital to understand how clients make sense of their interactions and relationships with sex workers. Based on 8 in-depth interviews and supplementary on-line discussions with another 21 middle-class sex buyers, we explore how mainstream sexual and gender norms contextualize and shape the clients’ “need” to pay for sex. This paper also documents the potential to create a form of progressive ethics in the sphere of buying sex that may engage sex buyers in the urgent fight against domination and discrimination so widely existent in the prostitution practice.

Keywords: prostitution, sex buyer, masculinity, male domination, sexual politics, discourse analysis

◎作者簡介：

彭滄雯，世新大學行政管理學系助理教授。研究興趣包括：性別研究、民主與差異、政策制訂與執行、都市政治。目前研究重點即以台灣性交易政策個案為經驗基礎，與前述領域的理論觀點對話。

〈聯絡方式〉

地址：台北市文山區木柵路 1 段 17 巷 1 號 世新大學行政管理學系

E-mail: ypeng@cc.shu.edu.tw