

研究紀要

從情緒勞動到表演勞動：臺北「女僕 喫茶（咖啡館）」之民族誌初探

李明璫 林穎孟

李明璫 國立臺灣大學社會學系助理教授（mtlee@ntu.edu.tw）。林穎孟 國立臺灣大學社會學碩士，現任職於遊戲橘子數位科技股份有限公司。感謝本刊主編和編委細心詳盡的建議，以及匿名評審們所給予的批評指教；各位寶貴意見促使本文在概念對話的聚焦更加清晰（當然，任何疏漏責任仍在作者）。由於本研究田野調查資料，亦用於林穎孟的碩士論文（2011）中，在此感謝當時兩位論文口試委員范雲與柯裕棻正面的鼓勵。最後，特別要感謝曾經協助過這個研究、不同時期的所有受訪者。沒有你們豐沛的熱情、與對我們的信任分享，就沒有這篇論文。

收稿日期：2012/7/24，接受刊登：2013/7/26。

中文摘要

如何理解晚近從日本移植至臺灣的一個新興消費空間：「女僕喫茶（咖啡館）」？媒體輿論多半採取兩種極端態度：一方面是嚴厲的批判，認為這是一種歧視／剝削女性的工作場域；另方面則寬容以待，單純將之視為一種動漫迷群次文化的商業衍生行為。本文認為研究這個經驗案例，將有助於我們發展一個鑲嵌在次文化框架中的性別與勞動社會學分析。據此，兩位作者分別以不同身分進行了前後長達三年的參與觀察和深度訪談，透過圈內人觀點深描「女僕」工作者的規訓過程、勞動實作、認同協商與人際互動；進而提出「表演勞動」的新概念，嘗試與情緒勞動概念進行對話並作出增補。本文認為：表演勞動並非只是既有情緒勞動的一種次類型，而是在新興服務業與都會後現代消費主義等發展脈絡中所孕生的一種獨特勞動形式。而表演勞動的實作，是有可能賦權於女僕，使之在性別化結構及其情緒勞動之外，依循迷文化脈絡而得以進行各種日常戰術、甚至凝聚群體共識，找到另類的能動性出路。

關鍵詞：情緒勞動、表演勞動、女僕喫茶、性別化空間、ACG迷文化

**From Emotional Labor to Performing Labor:
An Ethnographic Study of Taipei's "Maid Café"**

Ming-tsung LEE

Department of Sociology

National Taiwan University

Ying-meng LIN

Gamania Digital Entertainment Co., Ltd.

Abstract

Several Taiwanese cities are witnessing the opening of "Maid Cafes," in which waitresses are dressed as housemaids. They have received strong criticism regarding the commodification and exploitation of female bodies, but many view them simply as commercialized ACG fan activities with no connection to gender inequality. In this paper we attempt to develop a new sociological analysis of gender and labor embedded in a fan subculture framework, based on ethnographic fieldwork conducted over a period of three years and a thick description of maid-waitress disciplinary processes and labor practices, as well as identity negotiation and daily interactions with "master-customers." We propose a new concept of performing labor to establish a dialogue with and to supplement the well-known emotional labor concept. We argue that performing labor (a) is not only an emotional labor subtype, but also a unique form of labor generated by a combination of an emerging entertainment/service industry and postmodern urban consumerism; and (b) is based on fan culture, thereby enhancing the potential for empowering maid-

waitresses to escape from the existing gender structure and to create daily tactics, group consensus, and alternative agency.

Keywords: Emotional Labor, Performing Labor, Maid Café, Gendered Space, ACG Fans Culture

一、前言

近幾年來，在我們城市生活中似乎經常可見所謂「女僕」的蹤影：她們穿著仿英國維多利亞時期女性僕役衣裝（黑色大擺連衣裙搭配白色蕾絲花邊小圍裙），成群出現在3C產品展售、動漫同人活動、電玩影視宣傳等場合。2004年，臺灣第一家標榜女僕服務的餐廳「咖啡安妮莓 Coffee Animaid」在台北東區開幕；隔年則接著有第二家「Fatimaid台北女僕喫茶」跟進。隨著媒體採訪報導，不僅吸引了本地消費者，亦讓各國觀光客前來一探究竟。從2006年開始，台北、台中、台南、高雄相繼又開了多家相同主題的喫茶／咖啡簡餐店；且於此同時，不同種類的服務業（如美髮業），也陸續出現以女僕裝扮服務生為號召的店家；甚至曾有政黨候選人身著女僕裝拉票，自詡「做人民的公僕」。¹ 而女僕一詞，在媒體新聞中則總是與各種帶性暗示與歧視字眼的性別化（gendered）形容詞相聯結。

除了涉及性別化問題，女僕喫茶亦是一種次文化的跨國消費與挪用。走進女僕喫茶／咖啡館²，帶位的服務女僕隨即鞠躬敬禮，輕聲以日語說「お帰りなさいませ，ご主人様」（歡迎主人回家）；環顧四周，動畫音樂熱力放送著，櫥櫃上則有許多漫畫、模型和玩具公仔；而於此消費的常客，泰半都是熟悉或熱衷動漫、電玩文本的男性。這裡其

¹ 2010年2月，民進黨台北市議員參選人高嘉瑜與許嘉恬，不約而同皆以「女僕」造形出現在媒體新聞畫面中。

² 「喫茶」是日本販賣咖啡、紅茶、甜點和輕食等複合飲食店的漢字名稱，有時與外來語「カフェ」（Café）同義混用。在日本名為喫茶的咖啡館多半頗有歷史，或至少是走懷舊風格。而所謂「懷舊」，主要表現在其室內裝潢風格，保留了西化盛行之日本大正年間所流行的和洋混合。

實並非如大眾媒體所曖昧暗示提供某種色情服務的「特種場所」，反而像是一個由日本ACG（動畫Anime、漫畫Comic、電玩Game）迷文化所構築撐起的「脫日常化」幻想空間。

如何理解此一特異的（次）文化現象？臺灣學術界至今仍未有系統化的調查研究，零星的討論與評述則可歸納成兩類：分別是以女性主義觀點為基礎的性別化工作批判，和以ACG迷文化觀點為基礎的角色扮演主張。前者認為女僕服務是物化女性、強化性別主從階級與性別刻板印象的工作；後者則將之視為一種扮裝表演虛構幻想人物的次文化商業活動，與現實社會中的性別不平等問題無甚關連。然而這兩個視角與其說是矛盾對立，不如說彼此並無對焦。據此，本論文透過為期三年的民族誌田野調查工作，首先將以圈內人觀點深描女僕喫茶（咖啡館）中的規訓權力、女僕工作者的勞動實作、認同協商與人際互動；進而嘗試發展一個鑲嵌在迷文化框架中的性別與勞動社會學分析。本文也將透過此一經驗研究，發展一個新的「表演勞動」概念，使之與情緒勞動概念進行探索性的聯結和對話。

二、文獻回顧與分析概念

當研究者踏入女僕喫茶此一場域時，有哪些社會科學的理論工具浮現並引導田野工作之進行？首先，是性別研究中，探討空間結構與行動者身體關係的「規訓」與「表演」概念（有助於理解這個場域內的構成元素、以及女僕的培訓歷程）；其次，是迷文化研究裡，關於次文化文本愛好者之認同形塑與「觀／演」實作的論述（有助於釐清女僕實作在性別意涵背後的迷文化脈絡）。最後，是工作社會學中，探討服務業「情緒勞動」的研究（有助於分析女僕的工作型態與內容）。以下，研

究者將扼要且批判性地回顧這三個範疇所涉及之重要概念，並據此嘗試建立新的分析架構及概念。

（一）規訓、展演、迷文化：女僕喫茶中的女僕服務生與消費社群

Michel Foucault（1977）指出規訓來自結構化的空間或機構力量，透過對人們身體反覆的操練而達成控制和矯正，進一步影響個體心靈的運作。規訓概念在女性主義的發展中相當重要。首先反思了女性看似天生擁有的陰性身體和母性靈魂，多是父權機制規訓下的認知結果；其次則批判了此一體制中的異性戀男性，如何透過各種形式的性別消費，不斷客體化／物化女性身體。由此觀諸女僕喫茶，在裡頭即便並未提供狹義的色情服務，但女僕服務生們從面容、身材、姿態、穿著、舉止、言語等，基本上皆指向一個以異性戀男顧客市場為導向、從而滿足其凝視慾望的性客體處境；且女僕其實也意識到自己的女性身體，在此空間作為核心商品的特殊價值。

然而，隨著研究者日益深入的田野調查，便發現若只是從結構如何規訓身體的角度來看，其實相當不足。所謂「女僕的服務」，不僅在於展現陰性氣質與柔順身段（依應著異性戀男性凝視的欲求），同時更帶有強烈的戲劇化表演特質。換言之，女僕喫茶不只是一個父權結構規訓女性主體的空間，也可能是一個女僕主體藉以展演、甚至建構自身認同的舞台。正如Judith Butler（1990）所主張，身體是人們建構性／別／慾望（sex/gender/desire）的中介；而以此在各種生活場域中所不斷進行著、帶有展演性（performativity）意義的行動，則是回應結構規制的主體能動表現。換言之，進行展演的女性身體將不只表現出順服或抵抗結

構框架的意圖和效果，甚至能提供一種結構外的經驗實踐，藉以重新定義並再發現行動者「自身」，而這亦是一個新認同打造的歷程。據此本研究將探問：在由男性凝視所結構化的空間中，女僕如何一方面提供欲求中與規訓下的服務，但同時又實作出某種帶有主體意義感的表演？

相對於上述的批判立場，著眼於迷文化的論者則認為：填充在女僕喫茶空間裡的符號，與其說是基於性慾化的男性凝視，不如說是日本動漫畫裡的元素挪用；而女僕們則只是一種對幻想人物的認真扮裝，一種「Cosplay」（Costume Play）。Cosplay大致可被定義為某流行文本（動漫畫、電影、戲劇等）的一群同好者，自發地對其中角色進行以外在服飾道具扮裝為主、內在個性揣摩為輔的綜合性展演。也就是說，女僕喫茶在此視角中，是無性別化意涵的純粹幻想空間與迷群同好交流活動罷了。

根據日本研究者的回溯，女僕（メイド，Maid）迷文化源於1998年底第一部以少女女僕為主角的創作漫畫《まほろまでいっく》（中譯：魔力女管家）³ 開始連載並廣受歡迎（池上良太 2006；早川清 2008）。女主角是十九歲的女僕機器人安藤，在中學二年級的孤兒男主角家中工作。他們之間的關係並非單純的主僕，而是更複雜的親人、情人、乃至於崇拜／守護者的依存。安藤總是穿著黑色長裙洋裝搭配純白圍裙及頭飾，表現出一種既溫柔又堅毅、雖熱情卻壓抑、活潑可愛且充滿母性的「完美女性形象」。這類少女女僕照顧少男主人題材的ACG文本，從九〇年代末如雨後春筍冒出。文本的茂盛滋長了新興迷群活動。2001年，作為ACG產業與消費中心的東京秋葉原，出現了第一間女僕喫茶，並從2000年代中期擴及日本各都會、甚至東亞鄰近的韓國與臺灣（藤山哲人

³ 在臺灣當時語境中，日文的「メイド」還未被翻譯成「女僕」，出版社遂以「女管家」命名之。

2006；早川清 2008）。於此同時，亦出現與女僕喫茶相對應、以女性粉絲為市場導向的「執事喫茶」和女扮男裝的「男裝喫茶」⁴，乃至男扮女裝的「偽娘」變裝女僕喫茶。

這群對ACG文本有著濃厚興趣與專精知識的同好者，在日本常被統稱為Otaku（オタク）。Otaku原寫作日文「お宅」，是日常對話時敬稱對方的發語詞；因ACG同好社交時經常使用該語，日本大眾便以此指稱「那群人」，並逐漸片假名化成為專有名詞（陳仲偉 2009）。然而正如Dick Hebdige（1979）所言，所謂次文化（subculture）只是區辨主流文化的相對指稱，複數型的次文化所呈現是一幅異質紛雜的圖像，並藉由不同風格展示建構差異化的生活意義。Otaku作為ACG同好的總體稱謂，其實又可區分為各樣不同的迷群領域，比如動畫配音（聲優）迷、公仔模型迷（フィギュア）、女僕迷（メイドスキー）等（株式会社メディアクリエイト 2008）。他們之間在主流社會看來或許沒有差異，但其彼此卻能因迷的實作不同而產生區辨（野村総合研究所 2005）。

在Nick Abercrombie和Brian Longhurst（1998）對閱聽人所進行之研究典範變遷的考察中，指出當代閱聽眾不再只是受資本主義文化工業所洗腦、或受不同社會類屬（如階級位置、種族和性別差異）所影響，而能逐漸透過一種新的文化實作：觀展／表演（Spectacle/Performance），讓自身成為看與被看同步運作的行動主體；而所謂迷群／粉絲（fans），正是此一轉變鮮明的例子。具有閱聽人與表演者雙重身分的粉絲，能夠在凝視文本的同時看見自己、並感受自己正被「不

⁴ 英式男性管家在日語中被稱為「執事」。執事喫茶與女僕喫茶類型相同，只是服務生換成管家裝扮的男性而顧客則為女性（被尊稱為「お嬢様（大小姐）」）。至於「男裝喫茶」則是執事喫茶的變形，差別在於由女生來扮演男性執事並提供女客服務。

可見或腦海想像的觀眾」所觀看，甚至進而在諸如女僕喫茶這樣的特殊空間中實作出自身的觀展／表演及其認同。從被動的閱聽人到主動的迷群，從觀看接收到展演再現，這兩位社會學家所描述的新興文化消費（與再生產）之轉向，儘管與前述Butler之關注對象（女性身體與認同建構）不同，但其背後對行動者藉由某種「展演」翻轉或超越結構規制的認識論，卻有著近似立場。當我們援引Butler概念以發問女僕如何能在性別化結構空間中「演」生其主體意義感時；我們同時也該釐清這個「意義感」得以成立的（次）文化參考架構。由此，便可將Abercrombie和Longhurst的迷群研究概念帶入並進行闡聯（articulation）。

（二）性別化的情緒勞動與次文化的表演勞動

回到工作社會學的角度來看，無論是日本動漫文化影響下提供消費服務的、再現想像的「女僕」（喫茶／咖啡館的女侍），或作為想像原型的、西方資產階級家庭歷史中真實的女僕（受僱進行家務勞動的女傭），她們的工作始終都是一種性別化的勞動。販賣、展示、提供女性的陰性氣質、照顧能力、性感姿態等，是這類被父權體制定義為「女人工作」之基本樣貌。而在Arlie R. Hochschild（1983）提出了情緒勞動（emotional labor）概念後，學者們更藉此深入探討了不同業別、但性別化如出一轍的女性工作，如餐廳女侍（Paules 1991）、秘書（Wichroski 1994）、化妝品銷售員（藍佩嘉 1998）等等。

根據Hochschild（1983: 7）原初的定義，情緒勞動在於「藉由情感的管理，創造出一個可被公眾覺知的表情或動作；如此表現是作為一種有交換價值且得以換取工資的勞動」。由此又衍生許多學者對此概念之擴充與實例分析運用。比如Blake E. Ashforth和Ronald H. Humphrey

（1993: 90）強調情緒勞動不僅「得展示合宜情緒的行動，且需遵照展示規則（display rule）」；而Andrew Morris和Daniel C. Feldman（1996）則特別聚焦於服務業領域，補充了情緒勞動中必要的印象整飭與服務接觸（service encounter）。回顧不同研究者對情緒勞動之討論，我們可以歸納出以下三個層次：（1）情緒勞動乃基於工作考量，依照職務角色的任務與規範而行動，這些行動包括外顯或內隱的控制（overt or covert control，參見Putman & Mumby 1993; Ashforth & Tomiuk 2000）；（2）情緒勞動是一種調節情緒感受及其表現的心力付出（James 1989; Grandey 2000）；（3）情緒勞動透過工作中的各種人際互動來進行（Morris & Feldman 1996）。

情緒勞動的概念對本研究而言固然極具參考價值，但若就此直接套用來分析女僕喫茶，似乎又稍嫌不夠細膩、甚且有衝突之處。誠然，情緒勞動概念對於前文所試圖接合的兩條「展／演」論述路線（女性自體與粉絲社群的認同實作），提供了重要指引。我們的確可以從前述情緒勞動的三個層次，檢視女僕喫茶裡的職場規範、角色任務、心力付出與人際互動等；由此似乎指向一個與研究餐廳女侍等類似工作（場域）近似的討論。然而，即便看來大同小異，但本研究在長期田野工作累積中，卻反覆探問琢磨著這些「小異」背後所代表的意義（無論在經驗或概念化層次）。比如，情緒勞動所經常強調的「發自內心之真情表達」（即使並非如此也必須「像是如此」），似乎在女僕喫茶裡有另外一套判準：「重點不是妳看起來像不像很真誠地在服務他，而是妳能不能把自己和客人一起帶到有漫畫感的世界裡。」——在田野中有多位報導人都提及此一觀點，而這也是多數女僕們界定自身工作與一般餐飲女侍的關鍵差異。

換言之，儘管女僕工作在很大程度上確為一種（性別化的）情緒勞動，但同時又似乎是一種藉由ACG次文化所中介的表演勞動（performing labor）。在這個由服務者（多半是Cosplay迷）與顧客（多半是Otaku）所共構共享的獨特場域中，所謂「主僕關係」並非基於如表面所見之父權從屬機制，而是挪移自文本世界裡更複雜多元的幻想樣態。也因此，女僕不全然等同於女侍，其背後的跨／次文化意義框架，是否提供了行動主體另類賦權（alternative empowerment）的可能？這是本研究透過田野調查所特別關注之處。據此，本研究將嘗試提出表演勞動，作為情緒勞動概念的增補。我們認為，表演勞動至少在以下兩大面向與情緒勞動產生差異：

1. 勞動前提與框架：相對於情緒勞動多半基於工作考量（不論是消極地順從工作要求或積極地追求工作獲益），從事表演勞動者的動機更多是非工作性的考量（如個人興趣甚或特定文本所中介之幻想）；也因此框架勞動的情緒規則（emotional rule）就不只受制於既存的工作倫理（work ethic），而有可能轉化由新興的消費美學（aesthetic of consumption）所牽引（Bauman 1998）。

2. 勞動實作與呈現：情緒勞動多半不會停留在一種只是「放上去」（put on）程度的偽裝、或單單為了權宜的表面演出（surface acting），而經常被（組織或勞動者自我）要求更加「發自內心」，彷彿如此情感流露就是真實自我感知「從裡到外」（inside out）的表達（Hochschild 1983: 36-7）。相對的，基於前述動機與趨力的表演勞動，與其說要促成一般社會劇本所期望人際互動中的正向感受（關心、照顧、誠懇對待），不如說更在意如何透過扮裝、獨特的言行舉止，來製造或再現某種情境氛圍，讓人感覺奇特、興奮、憧憬、甚至詭異等「不一樣」的脫日常感受。就此而言，在表演勞動的場域中，提供與接受服務者雙方最

在意的，或許並非情緒勞動關切的「真心誠意」或至少適切的社交情緒，而是這個（次文化）劇場化空間中的遊戲感受，能否透過勞動的施受得以落實。儘管這兩者不必然對立衝突（情緒勞動亦有其表演性，而表演勞動也須照顧情緒），但在實作的權衡過程中卻有著上述不同判準後的差異行動選擇。換言之，表演勞動所強調之「表演性」的付出，並非隨機任意而為，或只是情緒勞動中的「配合扮演」罷了，更是基於這個文化場域背後、賦予這一切具有獨特意義的文本系統／脈絡。因此和「最好不要被發現正在假裝」的情緒勞動不同，表演勞動著重的反倒是表演本身能被雙方清楚知覺，且能彼此配合共同完成此一幻想情境互動。

簡言之，表演勞動必須包含以下兩個要件才能成立：（1）工作者與接受服務者，必須清楚明白且同意接受雙方正在進行一個情境式的虛擬表演。（2）工作者心中渴望成為自己正在勞動的那個（虛擬）身分角色，但卻又清楚明白在現實生活中無法真正地「變成」那個角色（相對的，情緒勞動者不見得渴望成為自己正在勞動的那個角色，或者說他本就已是自己正在勞動的那個角色了；總之並沒有「想要變成」的渴望）。具體的例子除了本研究的女僕，像是日本有女性反串男公關（牛郎）或由男性反串陪酒小姐，或者美國許多地區皆有的扮裝（如超人、蝙蝠俠）社區志工，等等。

三、研究方法與田野概述

本研究採取民族誌田野調查方法（ethnographic fieldwork），以「Fatimaid台北女僕喫茶」（以下簡稱Fatimaid）裡的女僕服務生們作為主要研究對象。該店開幕於2005年，名列許多國際旅遊導覽中，是臺

灣至今營業歷史最久的女僕喫茶。⁵ 店名「Fatimaid」，是漫畫《ファイブスター物語》（中譯：五星物語）角色Fatima與maid（女僕）的複合字。該漫畫故事發生在擁有高科技文明的未來，星團間的戰爭主要由「騎士」操作巨型機器人來左右勝負，而Fatima則是一種在智能、體力及壽命等都超越人類的人工生命體（外貌形同美麗的人類女性），負責在戰爭中協助騎士駕馭機器人。Fatima既為騎士而生，卻又具獨立意識、可自行選擇特定騎士為主人；其兩者間比之簡單的主僕關係更加微妙——Fatima保護騎士生命，騎士依賴Fatima指引。此典故不僅映證了本地女僕咖啡與ACG迷文化間的高度互文性（intertextuality），也值得玩味地隱喻提示了關於女僕／主人間相互依存與對等互動的可能性。

Fatimaid相當注重營造日本女僕文化的「歷史感」，根據經營者表示，這是一種「對日本大正年代和洋混合風格的懷舊」。其位於鄭州路一棟老宅邸二樓，建築本身即為日治時期西化帝國風格。走進室內，古典音樂飄散在挑高的天花板、水晶吊燈、白色窗簾與深色木質地板和家具間；兩側是擺滿茶具、模型和漫畫的仿古木櫃（同時亦收藏著主人顧客送給女僕的禮物）。店內菜單與告示都是中日文並列，女僕須有日語能力（迎門送客必用恭敬日語），顧客設定則以ACG同好社群為主。Fatimaid經常被迷群拿來與東京秋葉原女僕喫茶進行比較，所謂的真確性／道地性（authenticity）成為評價重點。換言之，臺灣的女僕咖啡要做到不僅是再現ACG文本中的幻想世界，同時也要創造一種更廣義的「彷彿在日本」之跨文化想像氛圍。於是，就在日本本地的女僕喫茶已因茂盛發展而逐漸朝向多樣分歧的同時，移植至臺灣的女僕喫茶，反倒

⁵ 該店曾被日本媒體譽為「女僕餐飲界的鼎泰豐」，並被歸納為「本格派」的女僕喫茶，意指在裝潢、菜單和服務方式等都接近東京秋葉原初始設立的（被Otaku視為典雅而正統的）女僕喫茶，不若晚近日漸花俏的變形設計或附加服務。

向心化地要打造出齊一式的（「日本」美好想像）標準範型。這讓許多日本Otaku來台光臨女僕喫茶後，不約而同發出「臺灣女僕喫茶的餐點更為精緻、服務更為貼心」、「比現今日本多數女僕喫茶都更正統」等驚訝評價（藤山哲人 2006；早川清 2008）。

然而，女僕喫茶的劇場性格，看似要將身處其中者帶往他方，但有趣的是這個「他方」幻想卻須透過某種「家屋」的感受來承載。這種將脫日常化與日常化同時置入消費空間的形構，亦就是所謂的去／再領域化（re/de-territorialization，參見Inda and Rosaldo 2002；李明璫 2009）。換言之，此一商業空間的擺設與其說要製造「奇觀」，不如說更要像個「家」；除了一般消費使用的桌椅，還放置沙發、書櫃、壁櫥等家具，以具體塑造出「在家從事家務的女僕，準備好迎接從外頭回來的主人」這般性別化感受的環境。

本計畫研究者之一林穎孟，爲了落實民族誌長時期深入社群的精神，從2008年1月到2010年1月、爲時兩年實際進入這家女僕喫茶，進行第一手的參與觀察：從應徵女僕工作的面試開始、到接受前輩培訓、學習扮裝表演、實作日常勞動與企劃特別活動等。而另一位研究者李明璫，則相對以男性顧客身分，於2011至2012年間頻繁前往該店進行消費觀察，同時亦對顧客群體進行了多次個別與小團體的非結構性訪談。兩位研究者雖然進入田野的角色和方式不同，但皆於一開始即相當程度地告知研究對象：我們的研究身分，以及前來此處之興趣。

之所以如此公開坦白而非採取「暗自臥底」策略，除了研究倫理之考量，研究者也希望藉此建立真正透明的信任關係。於是，費時三年的田野蹲點和參與觀察就成爲坦誠後的必要累積；因爲如果時間只有半年甚或一年，兩位研究者即使已分別擁有女僕工作者和喫茶常客身分，在這個具有強烈「圈內感」的場域中，仍然會讓於此活動的人們產生「自

已被視為研究對象」的他者感。事實上，在這幾年田野進行期間，該店經常受到媒體採訪，以及各大專院校學生前來尋求撰寫研究報告的協助。在面臨這些「陌生的圈外人入侵」狀況時，我們可以明確感受到女僕們面對媒體採訪反倒比較放鬆自在，因為他們大多不會詢問過於深入（即使有些拍照要求帶有性別歧視）；然而對於前來做調查報告的學生，尤其當他們以獵奇心態四處拍攝細節、甚至要求進入廚房等侵入「後台」行為，女僕們便會感到相當大的排斥。

除了田野中的日常參與觀察，本研究更進一步針對其中八位女僕工作者，進行了半結構式的深度訪談（semi-structured in-depth interview）。訪談從田野工作中後期才開始進行，當時所有的女僕與多數常客都已熟識研究者：既知其研究身分，卻又能不被此身分而打擾自然狀態或影響信任關係、互動行為與認同情感。也因此所有訪談都是在沒有隱匿、也無違背誠實倫理的原則下進行（所有訪談亦在事先取得同意的情況下進行了錄音）。

四、研究發現

（一）成為女僕：規訓的勞動、身體與心靈

概略來說，成為女僕的過程大致可分三階段：一是「實習女僕」時期，亦即應徵入列並學習女僕基本儀態的階段；其次是「典型女僕」時期，開始進入對各種女僕日常工作駕輕就熟的階段；最後則是所謂的「個性女僕」時期，此時較資深的女僕，會被鼓勵透過各種展演去揣摩建立自己的獨特屬性。

根據我們對女僕應徵面試時所觀察到的，發現錄取關鍵判準在於是否擁有管理者所謂的「M（Maid）屬性」潛質。具有此潛質的女孩，其外表大致是漂亮清秀的，卻不能顯露「性感」；且更重要的是合宜的儀態與應對。而經過篩選錄取後，尚未正式成為女僕的實習生，首先要能將其M屬性從「潛質」的層次明確呈現出來，學會「正確地化妝」就是朝向未來表演勞動的第一步。在儀態上，必須淡妝；指甲不可留長和彩繪，耳朵手腕與身體上不得有任何飾品，頭髮不能染成亮色系。站姿要挺直雙腳併攏，雙手放在腹部交疊，臉部隨時面帶微笑。走路時忌諱外八與奔跑，需挺胸、大腿內側些微摩擦地優雅行走。餐點必須放在托盤上，不能用手直接端給主人。拿托盤時，則右手需維持放在腹部上行走；若托盤上無餐點，則需用雙手將其正面平靠在腹部圍裙上。此外，走到桌邊替主人服務說話時，女僕的腰需微彎，才能輕聲細語又能讓主人聽見，同時也表現出願意傾聽主人的心意。禮儀則參考了英國與日本文化的餐具擺放和餐點放置規則、執裙禮和45度三拍子的鞠躬禮。

這些儀態與勞動細節，也呼應了陳美華（2006）在性工作的研究中，所援引Anne Witz的「美學勞動」（aesthetic labor）概念。陳文詳述了性工作者如何從僱主的招募、挑選、培訓到熟練自我打點裝扮；在此過程中，身體化的氣質（embodied disposition）如何被逐漸動員乃至商品化。其實在女僕喫茶裡，所謂M屬性的「溫柔、貼心、順從與樸素」就是符合傳統陰性氣質的身體化動員，亦是父權機制維繫性別神話的「好女孩」理念型（ideal type）。這看似與空服員、女侍等規範形象大致相同，都被要求將父權神話所渴望的完美陰性氣質，具體灌注至消費場域的服務互動中。但此處須特別點出的細微差異在於：這些陰性氣質不僅只作為情緒勞動的需要而自然而然散發出來，相反的，它必須被刻意表現出來——表現出那被ACG迷文化所中介的想像模樣、姿態和照顧

行動，以便融入「像一個女僕存在的家」之實景互動劇場，來滿足客人同時也在角色扮演主人的遊戲愉悅感。

女僕一定要會煮東西並且表現出來，因為這是主人愛看的，欣賞與品嚐女僕親手做餐點的過程是必要的。（Fatimaid管家，2009/2月）

你們看過很多女僕漫畫，你們要去想想，女僕（在那裡頭）要會做什麼事？你們要記住，即使掃地、煮飯、清潔等，都是一種表演，要表演給主人看。（Fatimaid管家，2008/5月）

基本上，女僕的例行勞動就是餐飲服務與家務工作之混合，包括迎門、帶位、幫主人顧客放行李或收傘、倒水、擺放與介紹MENU、烹煮、送餐、接電話、噓寒問暖、送門、打掃清潔等，大致看來與多數餐廳或咖啡館的女侍很像。然而實際身處女僕喫茶時卻又發現：原來差異並不在勞動形式，而在於工作細節。比如女僕須親自在主人桌邊為之沏／斟茶、並能用巧克力醬在甜點盤邊作畫或留言；主人點／用完餐後，女僕要行恭敬的執裙禮；閒置待命時需以尺測量角度來擺放MENU，或是不斷擦拭乾淨的空桌子，藉以表現女僕的戒慎用心，等等。如前文所述，女僕勞動就是建立在以性別化情緒勞動為基礎的Cosplay表演勞動；這種表演既要有日常感（須自然而不造作），但又必須脫日常（不能只是一般服務生所做的例行工作）。從Fatimaid的例行演練亦可見此要求：在每日開店前女僕們需站成一排，由值日女僕帶領大家一起行鞠躬禮並齊聲喊多次：「お帰りなさいませ、ご主人」（主人歡迎回家）；在開會時，由一人（可能是老爺、管家或女僕前輩）喊拍子，讓新進女僕熟悉鞠躬禮的節奏。而在非閉店時間的固定巡場清潔，其重要

性已不在於清潔本身，而是在「於主人面前打掃」的勞動表演意義。

據此，在女僕正式進入實習階段後，我們逐漸發現：性別化的情緒勞動概念僅能解釋女僕實作的一部分，正如同上述的M屬性篩選及呈現亦只是傳統陰性氣質的複製與再現；真正關鍵的其實是接下來如何「成為女僕」（becoming Maid）的過程，也就是涉及前述表演勞動的身心規訓。若是以ACG次文化社群的術語來說，這是從單純具有「M屬性」到擁有「萌屬性」的女僕「進化」之路。換言之，光有父權框架所期待的傳統M屬性（及其搭配的情緒勞動）是不夠的，必須實作出ACG迷文化共識中的「萌」，才是真正完整的女僕，而非女服務生。

「萌」（moe）作為移植自日本ACG迷文化的重要術語／概念，與另一個被廣為使用的詞彙「可愛い」（kawaii）乍看相似卻不盡相同。

「可愛」在日常會話中，是一種顯露喜好或憐愛之情的泛稱、一種對指涉對象的正面客觀表述（如「這個小學生的長相或動作真可愛」）；而「萌」在迷文化社群的語境中，則更進一步著眼於凝視者自身的起心動念，表達出一種「不只是單純就在那兒的、大家都會認同的可愛，而更是直搗內心深處、我因而怦然心動」的主體感受（比如「這個小學生好萌，他萌到我了」）。換言之，有人可能覺得會覺得長相並不可愛的小惡魔形象很「萌」（傻呼嚕同盟 2007）。日本動漫畫在晚近十年逐漸以具有「萌」感召喚的角色設定，作為後福特主義分眾消費市場的核心策略。東浩紀（2001）即指稱：Otaku迷群文化已從過去著重敘事及其寓意的「物語（故事）消費」時代，變成以各種萌感覺之追求與滿足為主的「資料庫消費」時代。而「Otaku之父」岡田斗司夫（2008），亦直言「萌」摧毀了Otaku傳統——新世代動漫迷已不再關注建立後／互文本的知識體系，只追尋「萌」的消費感受和認同。換言之，在乎「萌」感的有無其實是一種極度私我化的表現。

從日本到臺灣，女僕喫茶的場域規範和女僕的養成規訓，都緊密扣合了這個日益「萌」化的ACG文化。每位實習生，除了接受前輩日式禮節與儀態的指導，強化前述的M屬性之外，也會開始得到初階的「萌點」建議：

有新人的羞澀沒關係，這會讓人感覺很萌……假如有主人提出很難做到的要求，或是不小心犯錯了，可以做出一些手勢或姿態，裝可愛一下，這樣主人也會覺得很萌。（前輩對當時作為實習生之研究者的建議，2008/2）

她（某位實習生）長得很可愛，可是好像一點都不萌耶……她太素人了……聲音雖然天生很嗲，可是表情和動作整個不萌啊！（M2，2009/9）

是否如前輩口中的「素人」，關鍵在於女僕實習生自己能否以M屬性為基礎、進而發展萌屬性。此一分別也讓女僕的日常勞動從一般化的情緒勞動層次，進入了差異化、Cosplay化與個人風格化的表演勞動層次。換言之，在最理想的女僕實作中，所謂角色扮演已不只是體現（性別化的）M屬性、或據此提供熟練的情緒勞動而已，更重要的是如何表現出承載ACG迷文化意涵的自我風格，且同時也要能「萌」到服務的對象（亦即那些說凝視你表演的觀眾）。

有某位女僕就是常常故意送餐到主人面前還要轉圈圈，或是遇到心儀主人就會故意跌倒裝可愛，這樣超受歡迎的！（M2，2008/8月）

先說說自己是怎樣的個性吧……然後給你們一個功課，回去找

一個像自己、或想成為的動漫人物，貼在（內務）留言板上讓
大家知道，下次開會時告訴我，你要如何表演出這樣的女僕。

（經營者，2008/5月）

經營者的要求顯示出萌屬性很大程度必須是「靠自己塑造和表演出來」，而參照的框架就是動漫文本。萌的形象與勞動表現既不是一般的情緒勞動，甚至其養成過程也和近似的表演勞動如模特兒或show girl不太相同。後者在正式工作前大多有一套標準化的教育流程，藉此反覆操練其身體、儀態、神情乃至情緒管理（楊雅清 2010）；但女僕卻無法經由如此齊一化的勞動教育直接製造出來。她們必須根據動漫文本，在自我風格與顧客導向之間，琢磨並發展個別的表演勞動。也因此，這其中細膩微妙的勞動技術，並非透過固定流程化的員工訓練，乃是由被稱為管家的店長以及較資深的女僕前輩，以師徒關係進行個別化的傳授。

總而言之，區辨M屬性和萌屬性，是深入理解女僕喫茶作為性別化與迷文化共構之勞動場域的重要剖面。前者立基於父權神話所慾望想像的「純潔」陰性氣質，也是服務業性別化的工作基準；而後者則根植於日本ACG文本及其粉絲論述中獨特的某種戲劇化特質（儘管此一特質仍與性別分化息息相關）。相較於M屬性的同質化，萌屬性則因其私我化傾向而顯得相當異質（heterogeneous）。一個歷經「實習」、「典型」而朝向「個性化」階段的女僕，要發展自己的萌屬性，就必須透過表演勞動（同時也是與其他女僕的協力或競爭、以及與各個主人顧客的頻繁互動），來嘗試、修正各種不同外在樣貌與內在個性的角色排列組合。比如某位女僕可據其自我認知或想像，選擇讓自己成為複合「天然呆＋元氣系＋王子系」⁶等動漫文本形象設定的萌女僕，於是她就會在提供

⁶ 「天然呆」意指少根筋、容易狀況外但純真的人。「王子系」形容具有王子氣

服務過程中裝男聲、笑得很開、甚至假裝生氣或粗心大意（儘管這些表現都已和強調M屬性的、性別化的情緒勞動準則有所抵觸了）。女僕常會思考今天要用什麼方式「出場」，會根據不同類型主人的不同需求，而做出外型、氣質或語氣上的調整。由此可見，女僕角色也絕非僅是大眾印象中低技術門檻的制服美少女而已。女僕勞動雖建立在性別化的基礎上，但更涉及多元的次文化展演。尤有甚者，這看不見的文化力量經由女僕喫茶的空間規劃與師徒制的權力分配關係，形成了一個女僕彼此與主僕之間的集體／自我監視系統，而完備了這一整套「成為女僕」的規訓機制。

監視系統的第一個層次，在於女僕彼此。女僕喫茶的空間大致可以吧檯作為中心，只有正式的值日女僕才能進入這個場控區域，實習生若未經前輩同意而進入，將被視為不遵守女僕師徒倫理的一種逾越行為。此外，暫時沒有特定服務對象而閒置的女僕，除了前述所要求進行各種「勤於整潔」的表演勞動外，必須站在顯而易見的定點、目光關注不同區位的主人。而監視系統的第二個層次，則在於主僕之間。Fatimaid的座位規劃，讓主人不論坐在哪裡，都可以觀看及聽見幾乎所有在吧檯和「外場」活動的女僕。以Erving Goffman（1959）的概念來說，無論是吧檯或外場其實都是前台（front stage），也因此無論是實習女僕或正式女僕，時時刻刻都處於表演／被觀看情境。

在女僕實習生階段時，前輩們總會不斷在身邊提醒或命令很多事情，例如現在該去做什麼服務、不可發呆、站姿不良、聲音不夠萌等等。而同事們也常面臨主人一進來就粗魯地打量女僕，甚或有些人會立

質、仿若俊俏男性的女性。「元氣系」則是隨時隨地都非常有朝氣活力的人。諸如此類來自日本動漫畫文本中所設定的角色特質，根據同好社群的分類與命名，目前已超過百種。

刻上網發表評論。如果女僕沒有「像一個女僕的樣子」，就可能受到兩方面的懲罰：在女僕內部開會時受到公開議論，以及在網路上受到ACG迷群的攻訐等等（儘管關於女僕該有的模樣，女僕社群自身與ACG同好社群並不見得有一致看法，此點稍後將再詳述）。女僕喫茶由此成爲一個全景敞視（panopticon）的權力監控場域，而女僕身體則在这一切綿密的規訓中不斷「進化」——在此實作越久的女僕，開始從原本只是身體勞動的無意識學習，漸漸轉變成有意識地認識自己作爲一個女僕的意義；開始認同女僕喫茶、ACG次文化及其背後（想像的）「日本」文化。那些留下來而沒有離職的資深女僕，都已從原本受規訓的女孩，成爲了一個自律的女僕，不再需要任何他律約束，就能不斷反身要求自己。一個女僕的「靈魂」於焉誕生。

然後，在這個自律的女僕群體中，將會開始去論述和區辨所謂「正統」——什麼才叫做真正的女僕（有著所謂的「女僕魂」），而什麼是不夠格或「假的」。一般服務業或情緒勞動的工作者若犯了錯誤（比如空服員擺臭臉），只是被認爲是服務態度不佳，而鮮少會被顧客批評說「不算一個真正的空姐」，這家公司也不會被視作「不正統的航空公司」。但女僕及其工作場域，卻很容易遭其顧客社群質疑「失格女僕」或「假女僕店」。而作爲這個迷文化想像共同體的核心成員，有認同的女僕勢必更加在日常勞動中鉅細靡遺地自律、並更嚴格要求新加入的後輩不能這樣或必須那樣。從長達三年的田野參與觀察中我們發現，對實習女僕來說，這工作或許仍和其他性別化的身體／情緒勞動無甚差別；但隨著資歷越深、對自己身爲女僕的形象越有想像之後（同時也意味著更進入這一整個迷文化場域），即使換下制服回到日常的普通女孩狀態，其身體與思維（如禮貌敬語、走路儀態、日式審美觀等），也或多或少仍受到女僕規訓的影響。

Foucault曾主張「靈魂是身體的監牢」（他反轉了古希臘的哲學命題：「身體是靈魂的束縛」）。「靈魂」被他用來概括心理學家的各種用語，例如精神、自我、主體性、意識或人格；然而這些「靈魂」其實都是在特定社會機構中形塑出來的，是人們自己禁錮自由身體的自我監控。例如，礦工社群中所強調血汗堅韌的靈魂，被用來應對不見天日的惡劣環境與支撐非人化的體力勞動；而服務業所強調的敬業精神，則是以上班晨間精神喊話、與每日自動化禮貌行為的持續操練為基礎。也因此所謂的「女僕魂」，亦可被看作是在女僕喫茶這個性別化與迷文化複合運作的權力場域中所反覆規訓、磨練出來的；在此它似乎還進一步籠罩住女僕們作為女僕這個角色之外、日常中作為其他身分的活生生女性身體。無論是從性別社會學或工作社會學的批判角度觀之，這或許已經是一種接受洗腦而順服神話／共識的自我異化狀態；但透過田野研究，接下來我們將與此命題進行不同的對話。

（二）女僕之路：經驗的詮釋與意義的創造

Pierre Bourdieu（1977）曾以慣習（habitus）說明結構如何透過日常實作（practice）而寫進身體，而這反覆的身體實作乃發生在具特定條件的空間（亦即所謂的場域〔field〕）之中。Bourdieu的觀點與Foucault對靈魂、身體與結構的論述頗為相近，不過，Michel de Certeau（1984: 34-39）對此卻不甚認同。他批評慣習概念遮蔽了個體在社會結構下所具有能動（agency）的可能性，並主張必須重新檢視日常生活實作的意義。De Certeau認為即便人們確實處在由各種權力秩序所規範的場域裡，被規訓實作而產生慣習，以致於身體行動的策略（strategies）被框限在這些特定空間；但仍存在對抗的各種希望：隨著這些空間結構會因時間流

動而或多或少消耗、鬆動，身處其中的人們便有可能在此過程中提出對應的戰術（*tactics*），進行挪用、閃躲、竄奪、詮釋等創造性的行動。

持平而論，本研究關於結構規訓與身體慣習養成的討論，基本上契合了Bourdieu與Foucault的見解；但從另一方面看來，女僕自身的實作經驗及其意義詮釋，卻也彰顯了De Certeau理論的重要。在這個性別化與迷文化同步運作的場域中，逐漸滋生「女僕魂」的女僕們，絕非處於被洗腦的天真狀態；相反的，她們經常「逸出」在實習時期所需遵守的工作守則，而日益知曉該如何發展「屬於自己一套」的應對方式。再者，基於不破壞主僕互動的戲劇情境想像，女僕喫茶的（男性）經營者多半不能在場，管控實權便操之在資深女僕手中。即便如前文所述，身處吧檯中心的前輩因此得以監視新人，但這些前輩的工作亦仍是女僕，並沒有因其在師徒關係居於上位而無須再服務主人顧客。於是她們在執行監視權力之際，也同時成為後輩學習應對各種複雜情境的參考榜樣。換言之，前文所提及之「自律」，固然代表著結構他律的內化，或說慣習之養成；但同時也意味著女僕在職涯推進過程中某種自主權力之取得。這個相對自主權（*relative autonomy*），讓女僕間得以透過彼此與反身的不斷對話形成各種情境共識，進而能重新詮釋定義女僕的複雜角色。

由此我們的確看到不少如De Certeau所言之「戰術」，存在於女僕喫茶這個結構化空間的縫隙。女僕們使用並交流這些戰術，分別朝向經營者與主人（顧客），展開對勞動條件規制以及在勞動現場自身主體被單純性化的協商。⁷ 比如在開會討論時，會一起說服經營者舉辦其他不在女僕喫茶情境範疇、但大家感興趣且仍屬ACG迷文化或日本傳統文化之各類活動。而在監視所不及的更衣室和廚房裡面，女僕們除了短暫休

⁷ 類似案例討論亦見於何春蕤（2001）與陳美華（2006）對性工作者如何進行協商對抗的研究。

息小聲聊天、也會交換關於主人顧客的資訊乃至應對策略。尤有甚者，女僕們會從原本只被動承載被男性凝視與期待的客體，藉由表演和互動來展現其主體性。例如，用敬語和「帶有萌感」的口氣來推辭掉主人的要求；或當主人上下打量自己時，會主動走上前去，用女僕恭敬優雅的姿態詢問有何需要，以正面化解那令人不舒服的眼光：

當我發現他們在觀賞我時，我會直接去互動打破那個觀賞……讓他們跟你有接觸機會，那個很逼人的視線就會比較改善。以我自己的經驗來說，那種會看得很明顯的男生，一付色眯眯樣子的，你走過去跟他講個兩句話都會結巴、會不好意思，這時候就是女僕占上風了。如果你因為他們看你覺得不舒服，就去逃避他們的視線或表現很厭惡的樣子，這時候主導權就被主人拿走了，他會覺得我要不要看你是我的自由，你管我。但是當女僕過去跟你講話了，表現出我也不怕給你看，我甚至還來跟你講話，我並不是被動的那一方，這時候主導權就會回到女僕手上了。（M6，2009/12）

從規訓日常勞動而產生的女僕實作乃至「女僕靈魂」，在此時顯然並不如想像中的僵固、馴化。相反的，它被女僕主體有意識地挪用轉化成一種「將計就計的權宜戰術」（making do），藉此撐大「做自己想做的女僕」之可能性。誠然，不同女僕所能產生的協商意識與挪用戰術，仍會有一定程度之差別。有的女僕確實就僅有自律性而無戰鬥性，也因此較為被動，日復一日地只求做好例行工作。相對的，反而是那些能在達成自律的同時也「暗奪」自主性空間的女僕，經常成為群體中的意見領袖。她們促成更新了場域中的思維與行動，比如重新界定何謂「好女

僕／好主人」並據此改變應對；甚或也凝聚了女僕集體共識，比如「我們應該爲了守護這家店而去跟老爺（經營人）進行溝通」。

一旦女僕們在日常戰術的反覆演練中有所斬獲、學習累積，某幾位資深女僕亦取代了文本虛構偶像而成爲真實的女僕榜樣，從而在意見領袖的主導影響下逐漸凝聚了屬於女僕的集體共識，那麼設定論述「女僕喫茶該當如何」的規範權力，就或多或少地從經營者「老爺」與顧客「主人」移轉至女僕自身。這些男性原本自認爲根據ACG文本（如《魔力女管家》）所示，已然有一種先決的、大家都認可之「約定俗成幻想的完美女僕」形象；現在卻反而被女僕群體所獨立集結共識的「新好女僕」標準所影響，其幻想因此受到限制、行事也需妥協。換言之，移植擷取自ACG迷文化的相關想像，便從單純被用以規訓女僕身心的框架，一體兩面地也成爲女僕逃逸全控監視的依據。於是，前述所謂的「女僕魂」就不再僅是宰制意識型態，同時也成爲被規訓者掙脫意識型態宰制的心靈武裝。

然而，值得進一步追問的是：身爲建構與擁護「約定俗成幻想」的（男性）主人們，難道就如此欣然接受了女僕的「逆襲」而沒有絲毫不滿？在參與觀察中我們發現失去了定義／詮釋權的主人，有些的確會挾怨提出客訴或在同好網路社群中開罵；但即便如此也無法重建判定「女僕失格」的標準，亦不曾因此讓女僕離職或讓店家關門。相對於女僕們藉由自主詮釋「女僕魂」而進一步建立起集體認同並實踐日常戰術，這些看似位居在上的主人卻弔詭地無力以對（儘管他們始終凝視／監看著）。

基本上，前來女僕喫茶的顧客還是以男性ACG同好居多，他們被泛稱爲「宅男」（臺灣對「Otaku」的轉譯）。對女僕來說，所謂宅男顯

客又可區分為「女僕奉行」⁸和「紳士主人」。前者始終抱持自認「約定俗成的幻想」，嚴格定義該當如此那般的女僕形象和言行，並要求明確可辨的主僕上下位階關係。他們身處於台北的女僕喫茶，卻沈浸在日本ACG同好社群奉為經典的女僕文本想像中，而不願融入與現場女僕的真實互動：

他們分不清楚現實和幻想。這間店是公眾場合，我不可能只服侍你一個主人，可是他們的觀點就是妳只能把我當主人的感覺……然後希望妳永遠都是這樣的形象，甚至下班後也是那樣，這就是中毒太深。我們塑造了一個這樣的環境讓你來體驗，可是體驗的過程中，當然要告訴自己那就是塑造出來的環境，你的理智不能讓它全部飛掉。你還是要體認到這畢竟是個現實的生活圈，而不是你腦中跟書中的世界，那是完全不一樣的。可是有些人就是幻想現實分不清楚，就會有很多莫名其妙的要求跟堅持。這些要求都毫不考慮店家立場也不考慮女僕心情。（M6，2009/12）

這些「女僕奉行」成了女僕們既討厭又害怕的監視者，會在網路上以匿名發表對女僕的嚴苛評論，且總是憤怒於本地真人女僕不如虛構文本或想像中的日本女僕那般完美。然而他們幾乎都無法常態性地持續光臨這個實境場域，因為他們只想做「自己想像中的主人」，而無法依女僕所暗自主導的互動規範，來扮演當下情境中主人的角色。相對於此，女僕眼中的「紳士主人」就截然不同：

⁸ 「XX奉行」是日文中用以形容對某事物充滿特定執念、自以為是、吹毛求疵喜歡挑毛病的人。

他們都比較害羞比較保守。因為畢竟這是別人的店，他們也不知道別人的規矩是怎樣，所以就會顯得謹慎一點的感覺。

（M6，2009/12）

雖然身為主人，但他們還是滿禮貌的，不會說欸你這個女僕去幫我拿這個拿那個，然後一直指使。他們會說，麻煩幫我拿什麼什麼，或是，可以請你幫我點餐什麼，就是都會比較有禮貌。（M8，2009/12）

其實女僕每日實作的身體經驗，不只是被規訓的手足姿態，也包括視聽感官的覺察。主人看似無時不刻監視著女僕，女僕又何嘗不是同時留意著他們。看與被看在這裡並非單向關係，主客可能就此巧妙易位——「如果你有同理女僕之心，或能認可我們自己樹立的好女僕標準，你才是一位受我歡迎並樂意接待的好主人」。也因此，不是每個常來女僕喫茶的「常客」都能變成和女僕熟稔的「熟客」，關鍵還是取決於女僕是否認同這個主人：

一般合乎店裡紳士風度的主人是不會主動要求說可以跟我幹嘛的……熟客不是想要跟女僕互動才變熟客，而是女僕本身願意跟他們有互動。（M2，2010/4）

從上述女僕們對好／惡主人的分類，我們隱約看見了一種「邊界管理」（陳美華 2006）在其情緒／表演勞動實作中運作。這個邊界管理首先涉及多重且不同層次的劃界判斷：日本ACG文本及其幻想世界vs.台北女僕喫茶作為現實場域；女僕作為Cosplay興趣遊戲vs.女僕作為勞動工作，等等。透過女僕社群的日常集體討論與共識形塑，這些劃界會不斷

以「雖然說……但實際上……」之類的敘述呈現並進而影響認知、產生實作對策。女僕們於是不斷進出在虛構／真實、文本／脈絡、遊戲／工作、主動／被動之間。漸漸的，在此場域中，每日勞動著的女僕變成了最熟悉各種慣習、能界定多數情境規則的「女僕喫茶的主（host）」；至於有空才前來消費、被服務照料的主人們，始終不過就是「女僕喫茶的客（guest）」，且其所扮演的主人角色，也必須透過同理接受女僕角色的種種後設規範、並據此展開良好互動才能被接納認可。就一定程度而言，女僕正是這個迷文化空間中的文化中介者（cultural intermediaries），在看似只有性別化的情緒勞動框架中，她們進一步透過表演勞動引領「主人」顧客，在這個社群共同體中，化文本想像為實境互動，甚至相當程度地反轉了此消費場域中的（性）權力關係。

最顯著的例子之一就是「活動日」——由女僕開會討論並得到經營者許可後所執行的特別event。在這一天女僕喫茶會暫時改變既有的主僕情境設定，也因此女僕們都非常興奮地參與準備，就像一個老是演出例行劇碼的劇團突然要重新排練新劇本的心情。大家各自設定偏好的服裝、餐點和互動劇碼，帶領主人共同參與，一起演／玩（play）。於此各種萌特質、職業、異國文化、甚至不同性別氣質、跨性外貌，都可以成為遊戲元素。比如相當受歡迎的「執事日」，女僕會變換稱謂、穿束胸、壓低聲音、轉換成陽剛但紳士的姿態。在這天一方面會吸引為數眾多（但平常較少見）的女主人顧客，體驗被同為女性所扮演之「美型男僕」殷勤服務的溫柔感覺；另方面也仍有男主人前來與反串後的（非）女僕進行平常所不會有的互動，比如讓男主人自己動手學女僕畫餐盤等。我們可將此Cosplay視為某種「非女性的」經驗創造，其可能是類男人、或更接近雌雄同體的新嘗試。當女主人帶著愛慕之情稱讚女僕反串的帥氣男角，並非因為「真的把她當成男人」，而是欣賞這種表現在

女體身上、有別於傳統陽剛的另類男性氣概。相對的，男主人在面對變身執事的女僕時，多數也會配合，開始如哥兒們大刺刺的交談、相互捉弄等等。此時原本存在於主人腦海中「約定俗成幻想」的刻板女僕模樣便產生了扭轉。由此，女僕喫茶以女僕作為設定劇碼與情境互動之「主角」的基調，便得以再次確立。

此外，當女僕Cosplay男角色時，其不只髮型穿著，還必須包括眼神、姿態、語氣、行為模式都得與原本的女僕形象不同。我們發現有些女僕因此可以偷渡平時為維持女僕形象而自我壓抑的個人性格。這種由ACG迷文化所牽引的演／玩（play）活動，藉由身體的表演性（performativity），已相當程度挑戰了女僕喫茶原定的場域規則及其所再現的父權神話。也可以說迷文化在此展現了其既保守限制卻有可能進步突破的兩義性。而這也呼應了Butler（1990）所倡言「身體、慾望與既有社會性別結構，可以脫鉤」的主體建構論，以及表演勞動在性別化情緒勞動框架以外的積極意義。

綜上所述，在女僕喫茶場域的各種表演勞動中，從實習生「進化」到展現個人萌特質的女僕，她們宛如希臘女神Hecate般同時擁有三個身體：其一是女僕作為生理女孩所擁有的自己的身體；其二是在ACG迷文化框架下被男性檢視與投射慾望想像的陰性身體；最後則是在挪用（appropriate）了ACG文本素材所進行表演勞動的過程中，受ACG社群所推崇而誕生的「神性身體」。這三位一體的状态使得女僕既在勞動中表演，也在表演中勞動；既受到凝視監控，卻又轉化凝視為仰望。對於能反客（體）為主（體）、日漸主角化的女僕來說，她們與其他情緒勞動之女性工作者最大差異，或許在於其表演勞動可進一步累積次文化資本（subcultural capital），使之有可能成為此一次文化場域的意見領袖或偶像明星。支撐這種傾慕崇拜的已不只是作為一個異性戀男性所欲

求的完美陰性身體，其神性光環來自於理想的女僕角色扮演——既體現了ACG迷文化的精髓，也跨文化地投射了這整個社群集體想像和渴望的「日本」。就此而言，我們認為女僕喫茶個案所揭示之表演勞動的意義，已跨越了於既有情緒勞動研究所討論之性別權力的控制與應對，而涉及了更複雜的迷文化之想像與實作範疇。

五、結論

本研究揭露了女僕喫茶由日本移植至臺灣的在地意義，並不如一般大眾所認為是爲了提供特殊情趣體驗的餐飲消費場所，而是本地ACG迷群除了同人誌會場、電玩商店街之外的指標性（次）文化場域。在這裡，身為顧客（主人）的Otaku（宅男）們凝望著內心慾望所投射出的完美女性形象（此形象乃為父權神話體制與日本ACG文本系統之雙重建構），從而尋求一個不被主流文化斜視排擠的、友善而有歸屬感的夢想之家；相對的，身為服務者的女僕，則想藉由性別化身體與情緒勞動框架以外的表演勞動，以Cosplay實作ACG迷文化而得到自我滿足、歸屬甚或解放日常身分框限的夢想實踐感。

然而，女僕喫茶當然不單只是和諧有趣的夢想樂園，卻也是另一個現實世界、一個真實與象徵權力在此交相施為並展開拉扯的場域。主人顧客與女僕服務生在此一面幻想和扮演，一面又再現了社會生活結構中不同的性別身分和關係，這兩者時而吻合時而斷裂，也因此會有衝突矛盾，乃至對抗、妥協或協商。

首先，從一開始接受面試挑選，準女僕的身心樣貌就得符合父權體制的陰性氣質神話；而後則要學習各種瑣碎繁雜、費力耗神的餐飲／家務勞動，同時強化外形儀態、言行舉止，以達成被多數ACG男性同好者

視為「約定俗成幻想」的完美女性形象。女僕工作內容大致可分為三個層次：其一為身體勞動，和多數餐館服務生雷同，她們也算廣義餐飲業侍者的一種。其二是性別化女性工作（如空服員）的一種；她們需以陰性化（包含情慾化與母性化）的青春身體形象和溫順情感，對顧客提供照顧服務的情緒勞動。而第三個層次，也是研究者發現與上述勞動型態相當不同的關鍵差異，即本文所謂之「表演勞動」。這並非意指直接從事表演工作，而是日常工作中所須具備的例行與即興表演技術。在女僕喫茶所立基的ACG迷文化中，表演勞動就是職業化的Cosplay；這對熱衷此道的女僕而言，其實是相當有趣（甚或可說是異化程度不高，帶有自我實現感）的勞動。即便如此，其存在前提終究奠基在前述第一與第二層次之上。也就是說，一位女僕必須經歷並通過前述兩個基本層次的磨鍊，才會進入表演勞動狀態。

於此，女僕們每天在性別化與迷文化雙重建構的空間中，既被嚴格規訓也被多重監視，並經由師徒傳授制度不斷演練自身的勞動技藝。長期下來，便逐漸養成不再需外力管控而能自律的、她們自己口中所謂的「女僕魂」；一方面作為驅動對女僕喫茶文化熱情的自主生產力，另一方面則形塑女僕群體內的某種共同價值和倫理判準、並藉此豎立社群的模範標竿。然而對本研究來說，更重要的是，此一女僕魂的兩面性，提示了一種「反客為主」的主體賦權（empowerment）可能。

本研究發現，表演勞動的特質，是有可能使得女僕在性別化結構及其情緒勞動以外，能進一步實作各種日常戰術並凝聚群體共識，找到另類的能動性出路。此時女僕不只單單「作為一個被看的女僕」而已，她們同時成為ACG迷文化的代言者／詮釋者／中介者，以其群體對話發展出的新視角，去迴看包含女僕自身及主人顧客，從而逐漸建立起一種不同於「（男性）約定俗成幻想」的迷文化新想像。由此，女僕與主人雙

方的身分關係，亦將從原本性別化情緒勞動層次的女侍（waitress）／顧客（customer），經由表演勞動層次的女僕（maid）／主人（master）長期互動而某種程度地主客易位，反轉成新的「主客關係」——女僕作為場域的主人（host）vs.主人作為場域的訪客（guest）。

回顧臺灣本土重要的性（別化）工作研究，如何春蕤（2001）關注鋼管舞女郎與檳榔西施如何在與客人互動時，藉由身體主動的表演來平衡看似被動的性別權力關係；又如陳美華（2006）也從性勞動、情緒勞動與美學勞動三個層次，精準深描了性工作者如何管理他者界線與協商自我認同。女僕和這些性（別化）工作有一定程度的雷同，這些女性都是處在一種脈絡特殊的、能夠進行身體或情緒展演的工作場域裡，去有意識地製造（可能有別於日常生活的）異性戀情感情境；而多數客人看似積極主動實則消極被動，或處於需要被撫慰的相對弱勢狀態（即便在性別權力結構與該父權化的場域裡，他們似乎是絕對強勢的一方）。然而本研究進一步認為，比起前述性（別化）工作，女僕喫茶的關鍵差異在於：此場域除了根植於異性戀體制的性別文化，還立基在從日本移植至臺灣的動漫與遊戲文化。當鋼管女郎、檳榔西施或性工作者努力要奪回情慾的主控權時，她們的鬥爭終究只能在性別不平等的框架中辛苦進行；相對的女僕卻似乎可以另闢戰場。在本研究的田野觀察中，我們發現多數女僕都不把在此工作視為一種性別化勞動，而認為這裡頭的自我展演才是工作精髓。換言之，女僕的表演勞動，並非只是在忍辱賺取工資和對抗性別剝削的拉扯中自我催眠，而是很有可能因著ACG迷文化的脈絡參照，得到性別箝制／解放命題外的次文化資本積累。

最後，藉由在研究中我們嘗試發展並頻繁使用的「表演勞動」，本文希望能對情緒勞動此一經典概念作出增補。而既言「增補」，就非取代；表演勞動並不會扞格情緒勞動概念所界定的多數基本原則。表演勞

動傾向「表演性」的付出多過於情感性付出；這種「表演性」，和「最好別被發現正在假裝真誠」的情緒勞動不同，著重的是表演本身即被察覺。並且，不一定要讓顧客感覺「良好」，也不是爲了達成人與人之間所期待被關心、被照顧的社會劇本互動，而是意圖製造特殊情境、氛圍，甚至可能讓人感覺奇特、怪異、刺激、憧憬等意料外的感受。例如有些主題餐廳（如監獄餐廳）即訴諸兇狠粗魯、沒禮貌的「服務」，去製造可能讓顧客不舒服但新鮮有趣的體驗。又如倫敦歷史最悠久的某百貨公司，其銷售員身穿古典禮服，刻意不主動搭理顧客，而只是在店內走來走去或和同事聊天，以營造出一種「上個世紀的老店氛圍」。

以此連結前文所曾提及，從事表演勞動者的動機，相對於滿足工作要求的情緒勞動，更多是非工作性的考量（如個人興趣甚或特定文本所中介之幻想）；也因此框架與指導勞動的情緒規則就不只受制於既存的工作倫理，而有可能轉向由Bauman所言之消費美學所牽引。換言之，如果說情緒勞動概念的發展及其相關研究與運用，很大程度可溯及後工業社會來臨服務業蓬勃的發展；那麼本研究所建議擴充增補的表演勞動，其興起脈絡則爲更晚近的後福特主義（Post-Fordism）分眾消費社會趨勢。當團塊化的「大眾」開始瓦解之際，文化消費的內容也逐漸由差異化取代同質化，上述強調獨特氛圍體驗或幻想世界展現的劇場化、遊戲化消費空間就會被不斷建構出來，⁹ 向一個個欲望追尋「風格個性」的主體及其社群招手叫賣。據此，表演勞動將不僅適用於動漫與迷文化研究，我們認爲它應可繼續推展至對既有情緒勞動產業內部變化的描繪，以及對新興劇場化的消費空間與遊戲化之新興服務業的產業、勞動、消費與認同研究。

⁹ 關於劇場化、遊戲化的消費空間與新興服務業趨勢，請參見星野克美（1985, 1993）。

作者簡介

李明璁，英國劍橋大學國王學院社會人類學博士，現任教於國立臺灣大學社會學系。主要研究興趣為媒體與消費文化、視覺與音樂社會學、文化經濟與城市變遷、東亞現代性與後殖民社會。近來研究主題包括韓流音樂的全球在地化、台日旅居者的跨文化認同、各國第二大城的城市意象與治理策略。

林穎孟，臺灣大學社會學碩士，就學期間曾從事兩年女僕工作撰寫成畢業論文，現任職於遊戲橘子數位科技股份有限公司。個人關懷為性別、文化、人權等議題。

參考書目

- 早川清，2008，《メイド喫茶で会いましょう》。東京：アールズ。
- 池上良太，2006，《図解メイド》。東京：新紀元社。
- 何春蕸，2001，〈性、權力與鋼管辣妹PUB：一個田野觀察〉。《台灣社會研究季刊》44: 167-199。
- 李明璁，2009，〈去／再領域化的西門町：「擬東京」消費地景的想像與建構〉。《文化研究》9: 119-163。
- 東浩紀，2001，《動物化するポストモダン：オタクから見た日本社会》。東京：講談社。
- 星野克美，1985，《記号化社會の消費》。東京：CBS。
- 星野克美，1993，《文化・記号のマーケティング》。東京：國原書房。
- 岡田斗司夫，2008，《オタクはすでに死んでいる》。東京：講談社。
- 株式 社メディアクリエイト編，2008，《オタク産業白書》。東京：メディアクリエイト。
- 野村総合研究所，2005，《オタク市場の研究》。東京：東洋經濟新報社。
- 陳美華，2006，〈公開的勞務、私人的性與身體：在性工作中協商性與工作的女人〉。《臺灣社會學》11: 1-53。
- 陳仲偉，2009，《日本動漫畫的全球化與迷的文化》。台北：唐山。
- 楊雅清，2010，《身著華服的勞工：模特兒經紀制度下的勞動控制與身體工作》。高雄：國立中山大學社會學研究所碩士論文。
- 傻呼嚕同盟，2007，《ACG啓萌書——萌系完全攻略》。台北：木馬。
- 藍佩嘉，1998，〈銷售女體，女體勞動：百貨專櫃化妝品女銷售員的身

- 體勞動〉。《臺灣社會學研究》2: 47-81。
- 藤山哲人，2006，《メイド喫茶制服コレクション》。東京：竹書房。
- Abercrombie, Nicholas and Longhurst, Brian, 1998, *Audiences: A Sociological Theory of Performance and Imagination*. London: SAGE.
- Ashforth, Blake and Humphrey, Ronald, 1993, "Emotional Labor in Service Roles: The Influence of Identity." *The Academy of Management Review* 18(1): 88-115.
- Ashforth, Blake and Tomiuk, Marc A., 2000, "Emotional Labor and Authenticity: Views From Service Agents." Pp. 184-203 in *Emotion in Organizations* (2nd ed.), edited by S. Fineman. London: Sage.
- Bauman, Zygmunt, 1998, *Work, Consumerism and the New Poor*. Buckingham: Open University Press.
- Bourdieu, Pierre, 1977, *Outline of A Theory of Practice*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Butler, Judith, 1990, *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. London: Routledge.
- De Certeau, Michel, 1984, *The Practice of Everyday Life*. Berkeley: University of California Press.
- Foucault, Michel, 1977, *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*. London: Penguin.
- Goffman, Erving, 1959, *The Presentation of Self in Everyday Life*. London: Anchor.
- Grandey, Alicia A., 2000, "Emotional Regulation in the Workplace: A New Way to Conceptualize Emotional Labor." *Journal of Occupational Health Psychology* 5(1): 95-110.

- Hebdige, Dick, 1979, *Subculture: The Meaning of Style*. London: Routledge.
- Hochschild, Arlie Russell, 1983, *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*. Berkeley: The University of California Press.
- Inda, Jonathon Xavier and Rosaldo, Renato, 2002, "Introduction: A World in Motion." Pp. 1-34 in *The Anthropology of Globalization*, edited by Jonathon Xavier Inda and Renato Rosaldo. Oxford: Blackwell.
- James, Nicky, 1989, "Emotional Labor: Skill and Work in the Regulation of Feelings" *Sociological Review* 37(1): 15-42.
- Morris, Andrew and Feldman, Daniel C., 1996, "The Dimensions, Antecedents, and Consequences of Emotional Labor" *The Academy of Management Review* 21(4): 986-1010.
- Paules, Greta, 1991, *Dishing It Out: Power and Resistance Among Waitresses in A New Jersey Restaurant*. Philadelphia: Temple University Press.
- Putnam, Linda L. and Mumby, Dennis K., 1993, "Organizations, Emotions, and the Myth of Rationality." Pp. 36-57 in *Emotion in Organizations*, edited by S. Fineman. Newbury Park, CA: Sage.
- Wichroski, Mary Anne, 1994, "The Secretary: Invisible Labor in the Workworld of Women." *Human Organization* 53(1): 33-41.