

臺灣社會學刊，2005年12月
第35期，頁223-231

評 論

評 Scott Simon

Sweet and Sour:

Life-Worlds of Taipei Women Entrepreneurs

Lanham, MD: Rowman & Littlefield Publishers

呂玉瑕

呂玉瑕 中央研究院社會學研究所副研究員 (luyh@gate.sinica.edu.tw)。

Yu-Hsia Lu, Associate Research Fellow, Institute of Sociology, Academia Sinica.

近年來女性創業漸受重視，由於輔助女性創業在亞洲開發中國家推行的具體成效，聯合國將輔導婦女發展微型企業列為協助女性改善經濟條件、脫離貧窮的對策（Wahid 1994）。國內由於近年來的經濟萎縮、失業率居高不下，許多婦女為了家庭經濟需要走上自行創業之途，政府單位亦大力推動婦女創業。目前對於女性創業提供許多配合的政策，如特殊境遇婦女貸款、飛燕計畫、飛鳳計畫等，提供創業輔導、技能訓練及資金協助。在此背景下，這本關於女企業主生活境遇的著作適時的提出了對於該方面發展的參考。

台灣在1960年代以後的經濟發展過程中，無論本土的經濟轉型或國際市場的接軌，都較之前有更大可能性使女性抓住機會開創自營企業。國內對於女性創業的相關研究並不多，不同於過去的研究注重女性創業因素、企業特徵、創業模式以及女性創業面臨的困難以及性別處境（王素鸞、陳章真 2004；蔡璧如 1999），本書的重心放在女性企業主的身分認同及賦權的過程。作者以民族誌取向的深度訪談、參與觀察並配合問卷調查來蒐集女性創業者生活史，剖析創業過程及認同建構的內容。透過作者生動的筆觸，深刻的展現台北的女企業主們在台灣快速的社會變遷過程中，在性別、家庭、階級、族群以及企業面向認同建構的豐富生命經驗。

本書敘述14位台灣女性創業者的生活史，其中最引人入勝的是對女企業主的身分認同的分析。誠如作者所說，在台灣經濟發展過程中充滿各種社會力相競的矛盾，包括全球化與本土化之間、族群之間、階層之間、世代之間、性別之間，而台灣女性創業者的生命經驗呈現這些社會力之間的矛盾及平衡。由此觀點切入，作者透過女性企業主的生活史呈現她們在多變的社會環境及人際互動關係中建立多元認同以及賦權的過程。

書中女企業主的身分認同是一個複雜的混和體，由職業、性別、宗教信仰以及個人的認同所塑成。正如過去研究指出台灣一般人認為最重要的身分認同是職業認同（王甫昌 2000），個案中許多女企業主強調自己的職業或專業認同，女性企業主作為企業單位負責人的角色使她們在工作組織的運作中經歷到自主性及權力互動關係，因此企業工作帶來職業或專業的社會認同以及地位的提昇。

然而職業認同也影響性別認同，一位從事男性行業的女企業主感受到在長久以來男性主宰的商場文化下的性別歧視的壓力，說她期待客戶及同業待她如男性而不是女性，因為「彼此都會輕鬆」。另一位擁有國際性的時裝設計事業的業主，她的專業認同以及超越國族的認同，則使她超越性別在社會及文化上的限制。

除了職業認同，宗教信仰認同也是台灣女企業主認同建構的特點。對於書中的許多女企業主而言，宗教是這些女性整合自我認同及社會認同的依據。一位銷售宗教用品的企業主及一位提倡動物保護的非營利事業企業主，更以宗教認同整合其工作認同，用宗教作為社會資本，來建構公眾認同。

隨著台灣政治結構變遷所帶來的族群關係的變化，族群認同也是女企業主建構個人及社會認同的重要領域。台灣的歷史背景下，私部門的企業是本省族群在難以進入公家部門下的重要選擇，族群認同在女企業主身上相當明顯。「我們台灣人」的刻板印象認同在一位以日本市場關係為主的本省女性業主身上格外被強化。由於近年來政治局勢的變遷，外省勢力減弱及台灣本土中產階級的崛起，對外省女企業主而言，族群認同可能比性別認同更困難。作者敘述一位非營利機構女負責人對外省認同的低調，為了克服族群認同的緊張，除了強調自己的新台灣人認同外，進一步認同全球性的佛教理念以及全球性的動物權運動以積聚社會

資本。

近年來，台灣開始尋求新的非中國中心的集體認同，一些女企業主的族群認同已經超越了長久以來的中國／台灣對立思維。如兩位咖啡店業主以她們的企業做為建立個人認同的舞台，認同福爾摩沙及原住民文化。隨著台灣的全球化及國際上台灣的官方活動被中共壓抑，女企業主表達出另一種新的社會認同—全球性公民社會成員的認同。以一位國際性的時裝設計業主為例，企業的成功使她對全球性公民社會成員的認同超過族群及地域的認同。

創業不只是經濟滿足的途徑，也是達成理想生活型態及自我實現的途徑，隨著台灣社會的逐漸多元化，女性在企業上有創意的空間可以塑造新的認同。一位咖啡店業主認同想像中的異國，藉著企業場所及商品表達異國風情，並實現於自己的生活型態中。一個女同志成功地藉著所開設的咖啡屋，建立新的性別認同及社會認同，並得以免除異性婚姻壓力。此外，女企業主的特殊生活經驗亦可能使她們重新塑造自我認同及人際關係。例如一位成功的連鎖咖啡店業主在離婚污名的陰影下強調慈善事業的道德認同，且整合入她的自我認同的一部分。

除了身分認同，女企業主的生活史呈現出女性創業帶來的能動性，挑戰性別及家庭體系的限制。女企業主由企業得到的經濟權力及社會資本使她們得到情感及婚姻關係的自主。此外女企業主可以藉著掌控工作環境、勞動關係，以及投資、商品設計等塑造自己理想的生活型態，因此也是自我實現的途徑。

一位女原住民手工藝品經銷商的故事說明企業使弱勢族群創業者得以賦權。她的企業提供原住民社區一個手工藝品的市場，增加豐厚收入，同時延續了原住民藝術文化。她對原住民社區的貢獻也為她自己贏得高度的聲望。

多數的女企業主認同傳統婚姻價值及家庭價值，且與原生家庭維持緊密關係。這些女企業主對於傳統的認同使她們得以擴大社會資本，而企業上的成功又促進她們的家庭關係。女企業主們對於傳統家庭及性別規範的認同反而達到賦權的結果，指出女性的從屬性只是一部分的事實，這一點亦呼應了同時期對於台灣小型企業老闆娘的研究發現（呂玉瑕 2001）：在台灣小型企業的存活經濟下，傳統性別體制反而賦予女性在企業中不可或缺的地位，使她們從中得到賦權。

另一方面，女企業主的生活史也呈現企業所帶來賦權的結果使她們得以挑戰家庭權力文化。一位原住民女企業主藉由企業帶來的資源得到情感及婚姻的自主，有效的抗拒傳統社會規範對於婚姻的壓力。一位單身的女服裝設計師在企業的發展中塑造自己的認同，事業的成功使她得以專注於事業認同以及國家認同，而不受性別在社會及文化上的限制，與「命運掌控於丈夫的家庭」的傳統女性大不相同（Greenhalgh 1994: 759）。還有女同志企業主透過企業得到社會資本、組織社會運動、挑戰傳統性別體制，甚至影響政府政策。

一些女企業主也藉著性別以外的認同得以賦權，例如數位女企業主的宗教信仰成爲她們重要的社會資本，藉著信仰認同得以建立社會網絡，更將社會網絡轉變爲經濟利益。

本書對於台灣的女性創業者塑造多元認同及其過程有深入的剖析，對於女企業主們賦權的模式亦有豐富論述，部分歸功於作者對於台灣女性企業主身分認同的觀點引導出合適的切入點；他認爲台灣女性創業者的生命經驗呈現台灣快速的社會變遷過程中各種社會力相競的矛盾及平衡。根據此觀點，作者的研究對象是處於台灣社會變遷前鋒行業的女性創業者，包括咖啡店、貿易業、服務業及性產業。此外，相對於過去的研究對於創業者的界定是根據女性在企業內的決策地位、企業的規模，

資本的比例等 (Moore and Buttner 1997 ; 王素鸞、陳章真 2004)，作者並未對女性創業者做客觀界定，而是由受訪者主觀認定自己是否為老闆，且不分企業性質及規模大小。以本研究重心放在女性創業者的身分認同而言，這樣的研究策略已獲致豐富的結果。然而無客觀的定義卻可能影響作者比較不同個案之間的差異所產生的結論，而所研究個案特質缺乏理論上比較的意義也限制了作者詮釋研究結果的論述。

作者認為女企業主的認同會帶來賦權的結果。在階級認同方面，妻子的身分認同受丈夫的影響遠勝於丈夫受妻子的影響，有兩位小型飲食業及零售業的女企業主，認為自己是勞工階級（女業主表示不同的是沒有雇主，自己賺自己的工資）。另一位珠寶生產業者，則自然的認同自己的業主階級，作者比較兩種不同的身分認同，結論是丈夫及家庭的階級差異造成女企業主身分認同的差異，因為女企業主認同丈夫及家庭的階級地位。在某些情況下，作者的觀察可能是對的，然而比較這兩家企業組織及運作的差異，女企業主們的身分認同可能與企業的性質與規模有關。女性企業主做為企業單位負責人的角色使她們在工作組織的運作中經歷到自主性及權力關係，因此採取企業主的社會認同，當企業組織未達到一定的規模（例如這兩位自雇者的例子），企業主不一定會在企業經營過程中經歷到決策權力的互動關係及意涵，因此未採取企業主的階級認同，此情況下企業工作亦不一定帶來賦權的結果。

對於書中的女企業主們沒有感受到性別階層結構的不平等，作者的解釋是，在台灣社會文化及經濟環境下，有許多其他連帶與性別認同相對抗，因此在許多女性的認知裡，性別並不是主要壓迫來源，此外女企業主對於職業的認同、族群的認同或宗教的認同，亦使她們超越性別在社會及文化上的限制。

然而由整體脈絡來看，這只是圖像的一部分，女企業主的生活史透

露出她們在企業上的賦權受到性別結構的極大限制。首先，在男性為主的企業文化下，大多數女性創業者集中於屬於女性行業的、低資本、低技術的小型服務業及商業，表示女性處於經濟上附屬地位的結構性限制。書中一位鰻魚出口商的經驗說明女企業主從事屬於男性工作的行業，處境倍加艱難。這位女企業主在企業內需藉助男性權威來解決管理問題，而在男性商場文化下不但無法取得網絡資源，而且飽受男性同業的歧視，此外她必須慎選客戶避免性騷擾，有時必須對於自己的未婚狀況說謊以保護自己。在此個案中女性的企業能力終於使她在屬於男性的企業勝出，突破性別結構的限制，然而因此更加突顯出性別結構的侷限及不平等。

除了性別結構在企業上的限制，女企業主們家庭內的夫妻權力互動關係亦透露出傳統父權規範的束縛。14位女企業主中，多數為單身或離婚身分，在已婚有偶的企業主中有三個個案的女企業主負責養家而不是丈夫。其中經營美髮業的女企業主，丈夫事業失敗導致憂鬱症及家庭暴力，卻不願接受妻子在事業上的協助，此個案顯示傳統父權文化規範下，女性養家可能威脅男性地位，帶來婚姻的危機。另一經營餐飲業成功的原住民女企業主，丈夫出外就業輔助家庭經濟，並未參與她的事業，卻在背後支持協助（丈夫負責佈置所有店內原住民風味的裝飾），可以看出這是社會性別規範下的選擇。三個個案中只有一位銷售宗教用品的女企業主的丈夫放棄自己收入較低的事業，選擇積極的加入妻子的事業，因該企業是以宗教信仰為發展基礎，丈夫對於該信仰的認同使他們有共同的社會認同，這也是社會接受的方式，因此突破了傳統規範的限制。

書中女企業主的生活史處處透露出性別結構的侷限，作者亦表示在性別結構的限制下，對於女性創業做為提高女性地位的策略並不樂觀，

然而作者並未進一步探討女性在企業上的賦權及多元的認同所帶來的資源及權力的本質及其社會意義、性別結構制約的權力關係及其鬆動的可能，以及突破性別結構限制的可能性及途徑，而是直接訴諸於父權與男權（*patrism*）的意識型態根源，以及婚姻及家庭制度的反省，這樣的結論未免跳躍得太快了。

作者簡介

呂玉瑕，中央研究院社會學研究所副研究員。主要研究興趣為家庭組織與女性地位、家庭社會學、性別角色、性別與工作。目前從事的研究議題是台灣經濟發展與女性家庭地位變遷、社會變遷與客家婦女地位、女性與小型家庭企業。

參考書目

- 王甫昌，2000，《台灣族群關係的社會基礎調查計畫執行報告》。台北：中央研究院社會學研究所。
- 王素鸞、陳章真，2004，〈台灣地區婦女創業模式之研究〉。收錄於經濟部中小企業處、中華經濟研究院編，《中小企業白皮書專題》。台北：經濟部中小企業處。
- 呂玉瑕，2001，〈性別、家庭與經濟：分析小型家庭企業老闆娘的地位〉。《台灣社會學》2: 163-217。
- 蔡璧如，1999，《十七位女老闆的故事：對父權、商場文化、企業家精神的性別反思》。台北：政治大學中山人文社會科學研究所碩士論文。
- Greenhalgh, Susan, 1994, “De-Orientalizing the Chinese Family Firm.” *American Ethnologist* 21(4): 746-775.
- Moore, Dorothy P. and E. Holly Buttner, 1997, *Women Entrepreneurs: Moving Beyond the Glass Ceiling*. Thousand Oaks; London: Sage Publications.
- Wahid, Abu N. M., 1994, “The Grameen Bank and Poverty Alleviation in Bangladesh: Theory, Evidence and Limitations.” *The American Journal of Economics and Sociology* 53(1): 1-15.