

南華大學

應用社會學系社會學碩士班

碩士論文

新刺青時代—

從場域競合探討台灣刺青文化(去)汙名化及市場
化的演變

New Tattoo Era—

Destigmatization and Marketization of the Taiwanese Tattoo Industry in the
Viewpoint of the Field Theory

研究生：吳冠臻

指導教授：齊偉先

南華大學博碩士論文電子全文檔案延後公開申請書

本論文為本人 吳冠臻 (姓名) 於 應用社會 系所

103 學年度第 一 學期取得 碩士 博士學位之論文

論文題目：新刺青時代-從場域競合探討台灣刺青文化(去)污名化及市場

指導教授：齊偉先 化的演變

因本人以上列論文向經濟部智慧財產局申請專利

專利申請案號：_____

保密簽署案號：_____

請於_____年_____月_____日後再將上列論文電子全文檔案公開。

其他 (請詳細說明原因)

原因：維護文中採訪個案之權益

請於 108 年 12 月 24 日後再將上列論文電子全文檔案公開。

※粗框內必填

「紙本論文」請勾選開始提供借閱服務之時間 (二選一)：

立即上架提供借閱服務

至電子全文檔案公開日期才上架提供借閱服務

※註：此處之上架借閱服務指南華大學圖書館及國家圖書館而言，若選擇不立即提供借閱，會降低論文之被引用率及其學術價值，請審慎選擇。

※上述三選項，依據教育部 100 年 7 月 1 日臺高(二)字第 1000108377 號函文，若延後公開需訂定合理期限，其期限至多為 5 年，以「上傳日期」加 5 年計算。

研究生：吳冠臻 (親筆簽名)

指導教授：齊偉先 (親筆簽名)

申請日期：中華民國 103 年 12 月 24 日

說明：

1. 有論文延後公開需求者，請於論文上傳至系統前，將申請書送至圖書館借還書櫃台。
2. 委託上傳者，以申請日期為計算依據。
3. 紙本論文不立即上架提供借閱者，需檢附本申請書影本，裝訂於封面頁後，口試合格證明書之前，且不編頁碼。

南 華 大 學

應用社會學系社會學碩士班 碩 士 學 位 論 文

新刺青時代-從場域競合探討台灣刺青文化(去)汙名化及市場化的演變

研究生：吳冠臻

經考試合格特此證明

口試委員： 呂明哲

胡仲全

翁書光

指導教授： 翁書光

系主任(所長)： 蘇峰山

中文摘要

這幾年當中刺青師已出現跟以往不同的樣貌，現今的刺青師大致可分為三大類：行事作風類於藝術家的藝術類型、以商業為考量的商業類型和追求傳統刺青價值的傳統類型，也由於刺青師的類型朝著多元化進行因而有新舊派別的產生。新舊派的分野可以從地緣性、經營方式、圖案風格分別看出，大體而言，舊派固守工藝本身，而新派刺青師則為刺青場域注入新的活力及新的元素；此外，女性刺青師的興起讓原是男性專司的場域有了柔性的因子，同時刺青師團體開始有組織化的行為，這些因素帶動刺青場域的活絡性，而刺青師角色上的變化也衝擊到場域的結構進而影響場域的競合關係，使得刺青場域有著跟以往不同的發展。這些變革所帶來的轉變，包括刺青去汙名化及市場化的可能性，而這兩者因素也彼此相互交叉影響，並帶給刺青文化新的發展面貌。本研究將從場域內刺青師的視野角度以及場域的競合關係去探討刺青（去）汙名及市場化的發展。

關鍵字：場域、去汙名、市場化、刺青師

Abstract

Nowadays, tattoo artists have become very different from former ones. They can be, in my analysis, classified into three types: artist-like, market-oriented and those of traditional style. Based on the pluralization of tattoo artists, the way of management of tattoo business differentiates into two kinds: that of the new trend and the traditional one, which can be clearly characterized by locality and tattoo style. General speaking, artistic technique is more important in the eyes of old-school tattooists, whilst modern tattooists emphasize fashion tattoo. Besides, the female tattoo artists also bring different feminine tastes into the tattoo market which has been dominated by male tattoo artists. In addition, tattoo artists start to organize themselves nowadays, which vitalizes the tattoo market and influences on the cooperation-competition relations between tattoo artists. All these create a totally new landscape of tattoo market: tattoo's destigmatization and intensive marketization are getting stronger. This thesis explores the conditions and the reasons for the development of tattoo's destigmatization and marketization of tattooing.

Key word : field, destigmatization, marketization, tattoo artist

目次

第一章 緒論.....	1
第一節 研究動機目的	1
第二節 研究方法	4
第三節 研究對象	5
第二章 文獻探討.....	7
第一節 台灣刺青文化的演變.....	7
第二節 刺青相關研究	9
第三節 刺青汙名相關理論.....	13
第四節 Bourdieu 場域概念.....	16
第三章 刺青場域中的競合關係.....	20
第一節 變遷中的刺青師角色.....	20
一、刺青師群像	21
二、新舊派	31
三、女力.....	33
第二節 刺青師的組織化力量.....	39
一、非正式組織的聯誼活動.....	39
二、台灣刺青聯誼會.....	42
三、工會	47
四、刺青展	53
第三節 小結.....	58
第四章 刺青去汙名及市場化的可能	60
第一節 刺青汙名化的歷程.....	60

第二節 刺青市場化	66
一、媒體的影響	66
二、刺青器材及經營型態的改變	72
三、流行行不行?	76
第五章 結論.....	83
參考文獻	88
附錄.....	94



第一章 緒論

第一節 研究動機目的

在現今的社會，大眾對刺青的看法有著相當大的歧見，有人認為它是青少年叛逆的印記，有人視它為黑社會的符碼，也有人稱許它為人皮藝術，這顯示在多元的時代，刺青已不再被單一認定是幫派的表徵，它或許仍背負著原罪，但已承載更多的可能性。因紀念、時尚、藝術、美觀的目的而刺青的人已逐年增多，這個現象似乎代表刺青有去汙名及市場化的轉變，然而這些演變是否與刺青場域的變化和發展有其關連？或亦說刺青場域的展演，是否影響到刺青意涵的變遷？兩者交互影響的因子在那裡？是為本研究所欲探討的問題所在。

早期刺青往往與幫派、犯罪、監獄文化做連結，根深柢固形塑大眾對刺青的負面刻板印象。而隨著 1990 年代西方變身潮流興起，人們運用身體的改造來宣示主體的個別性且形成一股風潮。而這股風潮與資本主義生產模式的變遷有關，故而產生身體從勞動的功能，趨向於藉著身體來表達慾望的轉變，等於是說用改造身體的方式來展現慾望的身體；簡言之，就是在個人化的趨勢中，身體漸漸成為展現個體差異性的一種自我實現（何春蕤，2010）。而在身體改造的範疇裡，刺青是較易被大眾接受的選項，再透過媒體，如旅遊頻道的《邁阿密刺青客》、¹《L A 刺青客》等節目的推波助瀾，²刺青的形貌開始有了不一樣的詮釋，逐漸

¹ 「《邁阿密刺青客》是一個真人秀的節目，節目內容主要敘述發生在位於美國佛羅里達州邁阿密海灘『305 Ink 刺青店』（亦稱 Miami Ink）的故事。」引自維基百科：
<http://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E9%82%81%E9%98%BF%E5%AF%86%E5%88%BA%E9%9D%92%E5%AE%A2>。

² 「《L.A.刺青客》(LA Ink)是一個真人秀的節目，內容取材於一間位在加州洛杉磯的「High Voltage Tattoo」刺青店。此節目為《邁阿密刺青客》的延伸。」引自維基百科：
<http://zh.wikipedia.org/wiki/L.A.%E5%88%BA%E9%9D%92%E5%AE%A2>。

有人把刺青視為一種身體美學，反映出這時代的刺青者對改造操作身體的嚮往。而這股潮流似乎也影響到本地的刺青文化，新世代的刺青者對於身體的自主權比起過往是有著較高的權利意識，或許他們仍受到社會觀感或同儕的影響，但對於刺青以及自己的身體卻有更加強烈的自我主張。他們使身體成為畫布恣意讓圖騰揮灑其中，在身體與遊戲對看之際，彰顯出自我的表演空間，刺青的身體已非單純的肉體，它暗喻著是另類的舞台隱藏看與被看的慾望。

雖然現今的刺青者在身體的掌控擁有更高的自主權，但社會對刺青仍然存有某一程度的偏見，尤其是在學校或在較傳統的工作場域。因此大部份的刺青者還是會選擇遮掩身上的圖騰已符合社會的期待，以免被歸類在特定族群而影響到自身的人際關係及工作權。但即便如此，依然有一些屬於時尚領域的工作類別，如美髮、時裝、模特兒、藝界...等，對於刺青則抱持相對的友善態度，認為刺青是潮文化。³像在國外就出現了刺青名模，如僵屍男孩、⁴stephe njames...等；⁵而在台灣時尚產業則嘗試與刺青業者做跨界合作，例如黃淑琦與吳世民。⁶這樣跨界的合作使刺青被賦予了新的意義，結合身體與美學產生新的意涵。這個新的定義突破刺青既定的刻板印象，而從這些現象我們可以探究的是：刺青與時尚連結在一起，其中轉變的脈絡是在哪裡？是否刺青這樣的次文化，在這個領域已儼然成為顯學，或只是曇花一現的流行？

³ 「過去用屌、流行、酷等用語形容穿著、打扮前衛時髦的人並與主流時尚做一區分，如今用『潮』取代之，亦有最新、最流行的趨勢之意涵，屬於最為廣義的潮流定義。」引自謝楚培（2009）。

⁴ Nicola Formichetti 在 Facebook 上發掘一位名叫 Rico Genest 的加拿大男孩，由於他把骷髏的形象用刺青的形式的通體紋身，而被稱為殭屍男孩。他標榜 I am Bad Taste but Beauty，迅速地在時尚圈走紅，引自哈秀時尚網〈僵屍男孩〉，<http://www.haxiu.com/ciku/yl-25009-1.html>。

⁵ 2012 年走上職業模特兒之路的英國模特兒為當紅的刺青男模之一。引自 TRENDSFOLIO 〈Stephen James 為《Elle Man》越南版拍攝造型特輯〉<http://trendsfolio.com/tag/stephen-james/>。

⁶ 2010 年，設計師黃淑琦與刺青工作者吳世民攜手打造時尚作品，將服飾結合刺青工藝，推出刺青圖騰背心。引自〈刺青圖騰背心 重現巨星風采〉，《蘋果日報》2010 年 7 月 21 日。

在時尚界刺青也許是寵兒，可是當我們把目光轉移到現實的生活層面，我們發覺傳統的價值觀依舊運作。雖然刺青者不似以往揹負沈重的標籤汙名，但仍得面臨社會壓力，如工作、婚配、就學...等等問題。⁷根據莊妮娜（2007）論文指出，刺青雖然有越來越受歡迎的趨向，但終究不會被主流社會所接受。在訪談過程筆者也察覺此種現象，比如刺青工作者本身雖然熱衷刺青文化，但被問及是否同意自己的孩子將來也能刺青時，卻顯得相當遲疑，理由是怕孩子會在主流社會碰到阻力限制其發展性。而令人玩味的是，在另一方面，筆者亦發現民眾對身體刻有小型刺青的看法，大多抱持中立態度無特別嫌惡感，甚至會覺得這是藝術。從以上的脈絡觀看，刺青是有著去汙名的趨勢，但它最終的發展到底是：社會對刺青的接受度是有其限制，還是就何春蕤（2010: 63）所認為的：當代刺青「已從被隔離的邊緣逐步嵌入了社會不可或缺的文化」這就有待觀察了。

而在刺青逐漸降低汙名的過程中，刺青場域同時也起了變化，開始有一幫新的勢力產生。這股新勢力源於新派刺青師的興起，由於新派刺青師在經營方法及圖案風格是有別於傳統的模式，與舊派刺青師截然不同，因此帶給刺青場域新的氣象及改革。然而不管是新派或亦是舊派，他們在台灣刺青文化變遷中所扮演的角色都是相當值得關注的。

另外一方面，筆者也希望藉由本研究來了解這群刺青師在刺青文化發展的過程中，是遇到怎樣的阻力和限制，又如何突破瓶頸？且他們對於台灣刺青文化又有什麼影響？這些所隱藏在背後的社會意義為何？種種的提問，本研究將歸納在台灣刺青文化（去）汙名化及市場化的演變來做論述，並從刺青場域刺青師的競合關係做軸線觀察來探討上述的問題。綜觀前言，筆者欲透過社會學角度去瞭解刺青文化變遷來達成以下的研究目的：

一、分析台灣刺青場域刺青師的競合關係對刺青文化的影響。

⁷ 在中正國防幹部預備學校的招生簡章中：「有刺青者，依規定於報到二周內完成退訓，考生及家長不得提出任何要求。」

- 二、探討在刺青降低汙名的過程，其中市場化扮演甚麼角色？
- 三、探究時尚和當代刺青能扣連的條件為何？

第二節 研究方法

本研究欲從刺青場域的競合關係觀看刺青文化的轉變，而刺青場域的人際脈絡、權力運用分配、認同問題以及經營策略是需經由實地的田野調查才能深其肌理、詳其歷程，故本文將以質性研究方法來進行。而質性研究的重點乃是重視事件的真實面和當事者的真正感受，要清楚研究事項在發展過程中的整體性（陳向明，2004）。由於本研究要探討的是整個刺青文化演變歷程，並從中探究刺青去汙名化及市場化的可能，因此會透由深入訪談了解這個場域不同世代的刺青師，由他們親身的經歷勾勒出刺青歷史發展樣貌和演變的過程。並因而認知刺青場域刺青師的價值論述、專業判斷基準及場域的競合關係，從而了解刺青汙名的降低以及市場化的過程。所以本研究將採用質性研究中的深入訪談法做為主要研究方法，茲說明如下：

按照訪問的結構性，則能分為「結構性訪談」(structured interview)、「半結構性訪談」(semi-structured interview)、「非結構性訪談」(unstructured interview)三種類型。「結構性訪談」，指研究人在訪問中先設計好的題目，再根據題目發問來進行蒐集資料工作，屬於調查性訪談。而「非結構性訪談」和「半結構性訪談」則屬於深入訪談：「非結構性訪談」則為研究者事先並沒有寫出訪談大綱而是在訪談的過程中，研究者自然且深入地採訪受訪者，引導受訪者在沒有限制下去講出自己的觀感和想法；「半結構性訪談」，是介於「結構性訪談」和「非結構性訪談」之間，研究者在進行訪談前，雖然已設計出訪談大綱，但在採訪中，研究者可以按照實際情況做出彈性的調整，來獲得更真切的資料（王雪東，2007：254-256）。因此所謂的「深入訪談」(In-depth interview)，就是指研究人在與受

訪者當面對談的互動下，引導受訪者說出自身的看法並進一步去了解分析，所得到的研究資料的一種研究方法。更進一步解釋，深入訪談「主要概念仍根據受訪者日常生活中重複地建構自己的解釋模式中，去發掘它們對社會真相的經驗以建立其理論基礎」(林金定、嚴嘉楓、陳美花，2005: 127)。

本研究會以深入訪談為主軸，且希望在訪談的過程能將問題聚焦，讓事先規劃好的問題大綱引導整個訪談方向，因而採用「半結構性訪談」做為本研究最主要的訪談方式，並輔以文獻資料來掌握對本研究背景知識的了解，再依照所蒐集的資料來進行問題的界定。並在訪談過程中依循資料所做的分析，著重刺青師對場域內部同業的評價、經營理念和刺青在台灣的發展過程等問題，且在訪談大綱上朝這三個方向來做設計，以求更真切的事實原貌。在進入田野以後，會以訪談為主、觀察為輔，希冀藉由此模式可讓研究者進入刺青現場能發掘更多細節，能更貼近了解受訪者所思所想，更可從中窺其場域真貌並加以實證所欲探討的研究目的；除了會談與觀察外，蒐集分析文獻、新聞、媒體事件資料，亦是研究方法的重點之一。

第三節 研究對象

本研究的對象以在刺青場域工作的刺青師為主，既而從刺青師的角度去觀察場域內的變化。由於現今台灣刺青風格走向，分成現代及傳統兩大派別，也就是新、舊兩派。就地區而言，傳統派在中、南部較多，現代風格的刺青店則較集中於北部，為了使研究結果能更加完整客觀，在研究對象的選擇，就必須考慮地域性的因素，所以筆者在北、中、南部各挑數間不等的刺青店的刺青師為採訪對象，並以 A、B、C 各代表北、中、南，而受訪者均以代號稱之，以保障受訪者的隱私權。而在選擇採訪對象的過程中則採「立意取樣」方式，在研究目的引導下，選取具代表性且能提供豐富資訊的研究對象，來參與研究以供收集資料之用(徐

宗國，1997)。故受訪者的背景、專業能力以及對台灣刺青文化有無一定的影響及貢獻亦為篩選的考量重點，因此在此場域中的指標性人物或受到國際大賽肯定的刺青師，是為本文主要的研究對象。

研究對象資料一覽表

地區	年齡	性別	訪談對象	代稱
台北	30	男	刺青店負責人	A1
台北	23	女	刺青師	A2
台北	48	男	刺青個人工作室	A3
台北	43	男	刺青店負責人	A4
台北	26	女	刺青個人工作室	A5
台中	40	男	刺青店負責人	B1
嘉義	28	男	刺青店負責人	B2
嘉義	30	男	刺青店負責人	B3
高雄	50	男	刺青店負責人	C1
高雄	30	男	刺青店負責人 刺青展籌辦人	C2
高雄	25	男	刺青學徒	C3

本研究自行整理製表

第二章 文獻探討

本研究文獻探討先就歷史層面了解「台灣刺青文化」和「台灣刺青相關之研究」來回顧刺青在台灣的文化變遷背景及相關研究現況，再就社會學層面討論「汙名、符號互動和標籤理論」及「場域概念」來進行本研究可能會應用到的文獻及所需的知識理論，分別說明如下：

第一節 台灣刺青文化的演變

依照文化人類學辭典，對刺青的解釋是為：古稱之為黥、雕青、筍青。就是指在人的身體留下永恆性的圖騰，用來美化身體的一種風俗（陳國強，2002）。漢楊孚《異物志》就記載著廣西的文身族群：「雕題國，畫其面及身，刻其肌而青之，或若錦衣，或若魚鱗」。刺青在古文獻則有紋身、鏤身、雕青、點青、雕題、札青、花繡等稱號，等而言之就是指在人身上先畫出圖形，然後用針沾上顏料，刺入皮膚之內，使色料附著於皮下，長期間讓色彩在皮膚裡持續不褪去的現象，一般人就稱為「紋身」（黃河南，1987）。刺青在台灣稱之為「刺字」，其源流已經是不可考，但有學者推估幾千年前泰雅族來台時，就擁有黥面文化，應屬於原住民的文化之一；而除了布農族與雅美族外，其他種族如泰雅、排灣、賽夏、卑南、鄒及魯凱等族都曾有过刺青這類的風俗習慣（施翠峰，2004），且根據清朝高拱乾所著的《臺灣府誌》記載：「台在昔為雕題黑齒之種、斷髮文身之鄉。」就說明了原住民文化紋身的普及性（黃春枝，2005），而其中又以泰雅族的紋面（黥面）最為典型，對他們而言，紋面代表男勇，女賢，要能通過部落的考驗才能刺青，刺青是具有美觀、避邪，男女成年可婚嫁以及區分敵我等意義並視為可與祖靈溝通的媒介，同時也是死後認祖歸宗的標誌。但這項傳統卻在日據時代漸

漸式微，其原因有三：外來宗教的進入，轉移祖靈的信仰；日人的禁止，為了鞏固政權，故而消弭原住民文化，包括紋面行為；審美觀念的改變，這些因素使刺青的行為在原住民的文化中逐漸隱沒（馬騰嶽，1998）。

然而刺青並沒有在台灣消失，而是以另一種型態在底層社會流動。從日治時代起，台灣幫派在許多方面就深受日本武士精神的影響，刺青則是其中之一。由於日本武士習於用紋身來彰顯其地位身份，這群特定族群也開始仿效，連同所刺的圖騰也依法炮製，多為大幅的龍、鳳或走浮世繪風格。⁸刺青在此除了有識別的作用、也是霸氣、威嚇他人的表徵，但相對的，也讓台灣社會對紋身者產生敵意或負面的觀感，這樣的刻板印象仍持續影響著。而民國三、四十年時，兩岸敵對且形勢緊繃，這時台灣出現一群以軍人為主的刺青族，所刺的內容大多屬於意識形態鮮明的抗敵標誌（杜仁德，2003），而這類的刺青算是當時時代的產物。

到了九十年代台灣的刺青文化起了轉折，在此之前紋身是被視為特定族群的符碼象徵。對當時許多人而言，刺青乃是游走社會邊緣的群族才會用的產物，一般大眾對其接受度並不高，這種情況一直到高雄彫安陳政雄等人，⁹成立了台灣刺青聯誼會才有了轉變的契機（黃聆琿，2009）。¹⁰而當時的台灣刺青聯誼會確實促使原是一盤散沙的刺青師們團結起來，並引領刺青場域往前邁進；同時在某些層面上也讓刺青有了正向新意的可能。雖然最後這個協會因種種原由而逐漸淡出，但台灣刺青聯誼會所引發的影響力，在場域內依然起了標竿作用。爾後，為數不少的刺青工作者紛紛投入國際性的刺青比賽並獲得殊多獎項，刺青就透由這樣的路徑走向而有機會降低汙名的產生，無形當中也逐漸扭轉社會大眾對刺青的刻板印象。而當刺青的屬性不再只被限制為特定符碼，刺青才有可能成為商品從

⁸ 「浮世繪是日本的一種繪畫藝術形式，起源於 17 世紀，主要描繪人們日常生活、風景、和戲劇。」引自 <http://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E6%B5%AE%E4%B8%96%E7%B9%AA>。

⁹ 陳政雄為刺青場域教父級的人物，在 2009 年紐約刺青藝術大賽，以浮世繪風格的「西塔鬼若丸」刺青創作勇獲冠軍，目前為彫安刺青的負責人，亦是台灣刺青聯誼會的發起人。

¹⁰ 台灣刺青聯誼會成立於 2000 年，是台灣的專業刺青師組織團體。

而有機會市場化。近年台灣刺青文化不停再展演，結合時尚、影像、書籍、音樂，¹¹趨向多元的發展，呈現出當代刺青文化繽紛多采的風貌，而刺青從邊陲汗名的層級往上進升的發展歷程，亦為本研究欲觀察的現象。

第二節 刺青相關研究

在台灣有關刺青的研究並不在少數，早期的研究大致是以規勸、輔導的角度做出發，擺脫不了身體規訓的範疇，研究對象則多以青少年為主；另外較近期莊妮娜（2007），何春蕙（2010）的研究則以性別做切入點，此外這幾年還出現有關於刺青消費分析（黃寶慧，2011）以及用生命敘說呈現刺青籃球員生命史的研究（張佑誠，2010）。而更早期的刺青研究，大致分成為生物醫療、歷史、犯罪等類，生物醫療類（林慶豐，1992；張家禎，1999；楊國銘，2003）大多是研討如何運用雷射技術去除刺青或是刺青受到血液感染的處理方式。歷史類（范純甫，1998；陳元朋，2000；黃純怡，2003；黃春枝，2005）則藉由歷史觀點，討論紋身風俗以及運用紋身執行刑罰，或針對刺青起源探討原住民的紋面文化中的功能和意義。

而犯罪類是佔了其中相當大的比例（楊美賞，1987；蔡德輝、楊士隆，1999；黃秉輝，2001；林美智，2002；陳鑾仁，2003；杜仁德，2003），這類研究提出刺青與犯罪有其一定的關聯性，根據陳鑾仁（2003）的研究，犯罪次數、好友與家人犯罪人數是與刺青有其顯著水準；另外，蔡德輝與楊士隆（1999）也談及幫派份子以刺青做為一種標記，刺青仍為今日幫派主流文化之一。在此類研究的論述中，刺青常為威嚇他人顯其地位背景的圖騰，容易與監獄文化或黑社會勾連一起。同時他們的研究也指出刺青者多是低社經階層，家庭功能較不健全或有不良

¹¹ 2013年 FEARLESS 潮店開幕，是由刺青業者所創立的，標示 FEARLESS 是一個無懼的文化性突破品牌，結合了刺青藝術、音樂、服飾、街頭概念和影像概念等元素。

嗜好者。且對刺青行為的動機多解釋為好奇、受同儕影響、一時衝動...等原因，並以規勸、輔導的角度去做建議：認為凡是欲刺青者須三思而後行，因刺青會被標籤化影響人際關係，不被社會所認同並有傳染疾病的疑慮；言論所及不脫訓誡的思維，尤其研究的對象是為青少年時，道德規勸的意味就更加濃烈。

有鑒於青少年刺青行為所帶來對自己生理與社會心理上諸多不良影響，同時有高達 59.6% 的刺青少年對於曾有刺青感到後悔，並且又無能力處理去除刺青的問題，因此有必要採行積極措施展開預防。

（黃秉輝，2001: 141）

黃秉輝（2001）就視青少年刺青行為為病態，是需要被「診治」，最佳方式是預防勝於治療，把刺青行為演繹為病理化、犯罪化，加深了刺青的汙名。在這樣的陳述下，刺青所呈現的是負面的形象，無可避免會與犯罪、底層社會做相關的聯想。而同樣以青少年為研究對象，蔡幸秀（2006）的研究就顯得持平客觀多了。蔡幸秀對青少年刺青行為不做任何的道德批判，並捨棄社會大眾對刺青既定的負面觀點來論述，重新用新的角度看待，視角上不再以上對下而是用平行對等的方式去觀察審視青少年刺青的動機和原因，並梳理其刺青次文化的脈絡，探討刺青青少年自我、身體和認同等問題。此外，她的研究發現青少年刺青有著紀念事物、身體裝飾或藝術、同儕催化帶動的動機，而刺青也具備個人化風格展現、情緒宣洩、增加朋友、身體自主等意涵（蔡幸秀，2006），她透過訪談讓刺青的青少年可以詮釋自我的觀感以及刺青的理由，加以採訪時蔡幸秀沒有先入為主的觀念且立場客觀，因而在刺青青少年的訴說下讓刺青有了正名的機會，同時，她亦指出青少年並非一味盲從流行而有刺青的舉動：

如果只是把刺青的這股熱潮以及青少年視為一時的潮流湧現與盲目追

求時尚，則會忽略這熱潮中真正蘊藏的轉化能量，畢竟，刺青熱潮所
召喚的個人主動性，及其愛好刺青藝術者創造的能動力量，都是不可
小覷。(蔡幸秀，2006: 90)

在這裡，蔡幸秀(2006)點出刺青青少年的自我意識的主動性與刺青本身的
藝術價值。她的觀察讓刺青給予人的印象不再扁平、刻板化，並解構社會強施於
刺青的種種負面連結，同時指涉刺青的藝術性讓刺青回歸到「主體」本身，能就
藝術而論藝術，因而間接地洗刷刺青汙名也提供另一種詮釋的可能。

莊妮娜(2007)的論文，是少數從性別觀點切入的刺青研究，這篇研究論述
從刺青女性身體實踐去觀察性別規則，如何形塑且影響著刺青女性、也提出女性
本身能否覺察性別規則作用的疑問，並分析刺青女性得到賦權力量的虛與實。較
諸以往刺青研究(除蔡幸秀的研究外)，這篇是有著很不一樣的視野，此篇掙開
之前研究的窠臼，不再侷限身體規訓，且跳脫輔導、規勸角度，而以微觀的面向
去察看性別規則的再現與挪移。研究中，莊妮娜從刺青者的身體經驗，認為刺青
是兩性「做」性別的一種表演方式，所以男性會選擇大圖騰已符合男子氣概，女
性則會挑小型圖案並刺在隱密處來顯現女性特質(莊妮娜，2007)。但有趣的是，
在刺青場域的女刺青師，卻往往突破這樣的規範；她們的身體常鏤刻大幅的刺青
圖騰或刺在明顯處，表現出極搶眼的個人風格。據筆者田野發現，像無盡紋身刺
青店的女刺青師高菲，¹²身體就幾乎刺滿各式各樣的圖案，展現出強烈的個人風
格，在臉書上她的追蹤者已超過萬人，而高菲的高人氣，無疑地是源由於她的魅
力，而她的魅力大多是她不吝展現身體上那一大面積的刺青圖騰，因而形塑一種
獨特風格，吸引愛好刺青的人關注。就如同劉維公(2007)所指出的：隨著體驗
社會(the society of experience)的興起，「魅力競爭力」是愈來愈受到社會大眾的

¹² 高菲臉書有眾多追蹤者，是為新生代的女刺青師，參考網址：

<https://www.facebook.com/AnnfayeKao>。

重視，對工作者而言，魅力是其美學技能的展現。¹³同樣有著大片紋身的美少女 Michelle Cheng 也擁有眾多的粉絲，臉書追蹤者更高達二十九萬人，¹⁴這些例子顯示已有女性敢刺又敢秀身上的大幅圖騰且因此成功地聚焦，並在刺青場域突破性別規則的箝制。從這可以察覺到用身上圖騰大小做為性別區分的界線已逐漸模糊，刺青女性也越來越勇於表達「我愛、我展現、我存在」的意念來顯露自己的身體。而上述的現象，與莊妮娜的研究結果是有著相當程度的差異，這是否意味刺青因其文化的變遷，在逐漸降低汗名的過程中，它的內涵起了質變，讓原屬底層陽剛的刺青文化，因添加時尚、溫情、陰性柔美的元素而鬆動既有的性別規則？

另外，近期一篇刺青研究，何春蕤（2010）〈溫情與驚駭：當代台灣刺青性別與階級的位移〉亦從性別的角度觀察出刺青溫情化的趨向，而這與刺青在社會階層的位移是有相當地連結性。何春蕤認為溫情是女性特質的一種意涵展現，藉著女性刺青者架構出來的溫情論述，轉化了原本屬於男性本質的刺青文化，讓原是歸屬於底層社會的刺青文化逐漸與中產階級靠攏。而何春蕤的研究除了就刺青溫情化提出她的看法外，對刺青場域刺青師競合關係對於刺青在社會的位移影響也發表了相當精闢的見解，研究中她論述逐漸形成消費社會的台灣，部分刺青師傅不斷努力開創市場來追求社會階級上移，刺青因而有了專業化、藝術化和美學化的形貌（何春蕤，2010）。她談到：

越來越有可見度的，是承載了新的個體慾望和階級品味的藝術刺青；

越來越不容易看到的，則是承載邊緣主體相互服務彼此認同的底層刺

¹³ 劉維公在《風格競爭力》一書提及：「魅力是不同於以往的競爭力模式，勝負不在於誰的產品產量比較多，價格比較便宜，誰的工時比較長，薪資比較低廉，或是誰的企業資金比較大，組織比較龐大，而是誰擁有令人讚嘆的品味、風格、內容、質感、獨特性等特質。這些特質能夠產生魔幻般的化學效應，讓有魅力的人或產品具有強烈的吸引力，讓人們的目光聚集。」

¹⁴ Michelle Cheng 為二十多歲的刺青美女，身上除了臉部外，幾刺滿圖騰。網址：
<https://www.facebook.com/Michellless>。

青。(何春蕤, 2010: 82)

何春蕤(2010)研究發現當代刺青的趨向不是簡單的階級移位,而是階級分化。雖然本文在研究的動線上與其有重疊之處,但由於何春蕤的研究發表於2010年,而在這幾年當中台灣的刺青場域已有所變化,像是2012年刺青工會的成立、跨界合作趨勢、多角化的經營模式的興起,連帶使台灣刺青文化也不斷地演變。故本研究欲將這部份再展演,進一步地再延伸,探討台灣刺青文化的變遷,尤其是新世代的刺青師積極拓展刺青領域,跨界聯盟的企圖心十分強烈,經由他們的努力,台灣刺青將發展到何種境界?這些新的發展及趨向,將是本研究著力的焦點。

第三節 刺青汙名相關理論

汙名化在韋伯線上字典被解釋為「以侮辱的詞來形容或看待」(to describe or identify in opprobrious terms),¹⁵事實上汙名(stigma)這個名詞最早起源於古希臘,當時古希臘社會裡最下層的人們身上會有被烙印的痕跡,這些印記是用來標明下流階層的卑微身分,而有這些印記的人們則被鄙視,視為社會的恥辱(Goffman, 2010)。依照上述的概念,社會學家 Goffman 認為汙名是種社會特徵,擁有這樣特徵的人,會在日常的往來和社會互動中,因為這樣的特徵導致身份、社會信譽或社會價值受到貶抑(Goffman, 2010),Goffman 把汙名分為三大類型:「個性的瑕疵」(blemishes of individual character),如欺騙不誠實、心智的迷失、沉溺某項事務,如心智不足者、酒精中毒者;「身體的憎惡」(abominations of the body),像是身體的各種殘缺或外在形貌的缺失;以及來自於種族、宗教和國家

¹⁵ 韋伯線上字典,網址:<http://www.merriam-webster.com/dictionary/stigmatization>。

上的「國族上的汙名」(tribal of stigma)(Goffman, 2010)。Link 與 Phelan (2001) 就把「汙名」解釋為：區別和標記的不同(distinguishing and labeling differences)、刻板印象(associating human difference negative attributes)、地位喪失跟歧視(status loss and discrimination)，以及區別與隔離(separating “us” from “them”)。

綜合以上對汙名的解釋以及筆者進入田野所做的觀察，發覺在過往的刺青場域中的行動者，因刺青汙名歷史的影響再加以部份的刺青者具有黑社會背景，在這些因素的影響下，刺青者易被外界擴大解讀且推論為皆是黑社會份子。這樣的演繹就如 Goffman 所指涉的「個性瑕疵」的汙名；而汙名是社會對特殊屬性、不同一般大眾的特殊族群或個人貼上屈辱的、負面的和貶抑性的標籤，這種汙名化的結果會讓受汙者產生認同，無形當中受汙者會有自我貶抑的心理，同時發生這些受汙者被社會歧視和排斥的情形(張昱、楊彩雲，2013)。更深一層的探討刺青汙名，它亦呈現族群之間排擠和貶抑，也就是說主流族群對少數族群羞辱和貶損，因在社會的架構下，刺青族群之於主流社會乃屬於少數邊陲的，而主流對非主流的貶損，也是造成刺青汙名的主要因素之一(張昱、楊彩雲，2013)。雖然形構刺青汙名有種種的原因，包括歷史、宗教的因素甚至於與黑道的淵源，但從社會的脈絡下去觀察，隱隱浮動出來的是社會階層某種意識形式的對抗。首先我們從汙名的視角去做分析，汙名主體之所以被視為「汙名」，是從社會或亦說主流族群所觀看出來的，「非我族類，其心必殊」多少可以解釋主流族群對異己的心態。同樣的，刺青族群在社會架構下，是屬於少數的邊陲群族。社會在看待這群刺青族所形塑的汙名，除了因過往的刻板印象外，不可言喻的這是一種階層鬥爭，多數人對少數人的排擠，主流文化對次文化的打壓，有意識無意識所建構形成的「汙名化」。

李紅濤與喬同舟(2005)指出：「汙名化呈現為一個動態的過程，它是將群體的偏向負面的特徵刻板印象化，並由此掩蓋其他特徵，成為在本質意義上與群體特徵的對應的『指稱物』，在這個過程中，處於強勢且不具汙名的一方最常採

用的一種策略，即『貼標籤』。」正如上述所說汙名化（stigmatization）是一個動態的過程，也就是說「汙名化」是受汙者因擁有被貶抑的特質，而逐漸在社會中喪失他們的榮譽、身份以及價值，並被社會排擠與歧視的過程。而在這被汙名過程，往往主流社會會運用貼標籤的手段來形塑非主流族群的汙名，而這樣汙名化的過程也可解釋刺青汙名的由來，所以從另一方面來說社會學上所稱的標籤理論亦可說明刺青汙名的形構因素。

標籤理論是源於符號互動理論的應用，符號互動論是由芝加哥學派所提出，符號互動論主張人類的互動係透過象徵符號來進行，而這些符號的意義是由社會情境所加以界定：「人在互動過程中以象徵符號來表達意念、價值與思想，而符號的意義則隨個人與情境的變化而產生不同解釋。不管此種現象是否真確，日常活動往往會產生和此種解釋相符合的結果」（陳奎熹，1996）。

由上可知，人與人互動時都依據身上的符號，來決定彼此對待的方式。符號包括語言、膚色、服裝、性等等，而刺青亦屬於符號標示，而當刺青被主流社會視之為幫派份子的符碼時，刺青者同時也被標籤化，對主流社會而言，幫派份子這個「最有力的身份」取代了刺青其它意涵，¹⁶刺青者身上的刺青則被視為標示他群（黑社會）、己群（社會大眾）的界限符碼，社會因而與之產生隔閡並發生刺青者被大眾排斥的情形。

從上述觀之，可看出這是主流社會透過貼標籤的手段來進行對刺青族群汙名化的一種操作，在 Howard Becker（1963）所講述的標籤理論（labeling theory）當中，他指出主流社會制定了某些規則，並把違反規則的人當作為異端，然後再將他們標籤化，標示為「局外人」。從這個脈絡觀看，一旦社會把刺青視之為異端，在人們互動的過程中，身上有刺青的人則會被貼標籤，刺青=黑道，變成社

¹⁶ 按照標籤理論的說法，被貼上標籤的人雖是酗酒者或罪犯，可能同時也是二十七歲的上班族，或是兩個孩子的媽媽，但社會仍以酗酒者或罪犯以此標籤，做為他們「最有力的身份」（master status），且取代了被貼上標籤的人其他的角色。

會大眾對刺青者的直接觀感，這毋庸置疑是標籤化的作用。

而當這個標籤化的作用擴及到刺青的群族時，就如李紅濤與喬同舟（2005）所言「標籤和群體之間的關係凝固僵化，標籤反映的特質，成為該群體的固有本性，到此，污名化的過程就完成了」而刺青就經由主流社會對刺青「貼標籤」的作為，而形塑刺青的汙名。刺青一旦被汙名化，刺青產業的發展也會受到影響並因而受到侷限，一些刺青工作者有意改善這狀況，試圖將刺青去汙名化邁向市場化來延續產業生命。因此，在本研究討論過程中將運用到汙名、符號互動及標籤理論來解釋刺青從汙名到降低汙名並有邁入市場化的可能。另外，符號在社會當中是不斷被使用與競逐，本研究將藉由這些理論，說明現代刺青這個符號，在我們社會所象徵的意義以及是如何被操弄著。

第四節 Bourdieu 場域概念

Bourdieu 場域理論是把場域當作地位結構的社會空間，而所處的地位跟行動者相互之間的關係則決定了資源或各種資本的分配，而在當中的行動者都試想維持或改變雙方的位置或場域的競爭規則並進行各種資本的競奪（高譜鎮，2002；Bourdieu & Wacquant, 2009）。場域是博奕競鬥的場所，對場域內的行動者來說，成功的機率不管有多少，參與場域競爭者在進入場域之時就必須接受場域內的特定鬥爭（高譜鎮，2002；Bourdieu & Wacquant, 2009）。而場域除了會因行動者的權力關係的轉換和新的加入者使場域產生不一樣的改變，另外也會因權力場域跟次場域之間所謂力量的消長而有不同的變化，這些皆會使行動者位置甚至場域的型態有所差別（黃順星，2010）。在解釋場域內的競鬥時，Bourdieu 認為場域的構成是以客觀關係為基礎，可以用此說明行動者彼此之間在互動下的具體行為模式，並藉此運用到分屬不同的場域。Bourdieu 認為在功能與結構上所有的場域都呈現同形異體的情形（高譜鎮，2002；Bourdieu & Wacquant, 2009）。更深層的解

釋，行動者所得到的資本可以轉換到其他的場域，每個場域都可以說是競鬥博弈的場所；在場域中有不同階級關係的存在，行動者相互競逐爭取權力來改變在社會的位階¹⁷。簡言之，每個人都為了爭取權力而在場域中鬥爭。根據 Bourdieu 場域的概念，我們也可以把刺青產業視為一種場域，刺青產業具備場域所需要的元素，它仍屬於有地位結構的社會空間，讓在場域中的行動者進行博弈，實行交換資本或進行資本的競奪，包括經濟資本(economic capital)、文化資本(cultural capital)、社會資本(social capital)、象徵資本(symbolic capital) (Bourdieu & Wacquant, 2009)，在這個場域意味著他們既共同分享又相互的競爭。

在 Bourdieu 場域概念，場域是場權力競爭的遊戲，在資本的轉換過程伴隨著權力的競奪，每個行動者依其資本參加這場鬥爭來改變彼此在社會的位置，在刺青場域也同樣上演這種情況：順著社會的變化刺青行業更加蓬勃發展，這股刺青熱潮吸引許多新手投入，新加入的刺青師很多不再依循過往的傳統技法，他們按照原先所學創立自己風格技法，這些新派刺青師的風格往往較貼近中產品味，因而能夠吸引新的客群而形成市場經濟。這批新的刺青師在有了經濟資本的優勢後，在場域的地位越形重要，他們的刺青作品成為刺青場域的主流品項，引導刺青文化的發展，相對的，傳統派的刺青師除了教父級的人物外，許多人都已被壓擠到場域的邊緣位置，在這顯示了新舊派刺青師因資本的變化在場域所改變的權力位置。同時，我們看到刺青場域出現形成性資本的機制出來，像比賽性的頭銜形成的象徵資本、風格多樣的呈現構成不同的文化資本，這些都有轉成經濟資本的可能。

刺青場域經過這幾年的變化，許多刺青師也體認到去除刺青汙名提升社會層級是擴大商業利基的有效手段，於是他們在共同認知的利基點上舉辦或相挺有關活動藉以創造更多資本，來獲取更多的社會資源。他們競合的關係所建構的權力

¹⁷ 引自李建緯 (2010)。社會、身體與慣習：布爾迪厄。2013年5月2日，取自

http://chianweilee.blogspot.tw/2010/04/blog-post_28.html

軌跡，就如同 Bourdieu 所提及的，在場域中行動者依照不同的利益做交換的活動，藉以實行權力分配，競爭經濟、文化、象徵和社會等多重資本。本研究當中將運用到 Bourdieu 的場域理論，探討分析刺青場域競合關係對刺青文化演變的影響，並用之佐證本研究的觀察。

再方面我們亦可從 Bourdieu 場域理論，去探討刺青場域市場化發展的可能性。首先我們可從早期刺青場域談起，傳統刺青場域的封閉、技術互不交流以及欲刺青者須經懂門道的人的指引才能尋覓可替之刺青之處的神祕不公開，其種種特性造成資本交換的困難。然而「市場就是一個交換場域，對每個施為者而言，在交換關係中同時提供某物來換取他物，所以都同時是供給者也是需求者，『供給／需求』因而成為標示市場的概念組」（齊偉先，2007: 128），因此傳統刺青場域在諸多限制下（如刺青汗名的影響：刺青被當成特定族群的符碼）以及其場域特性導致資本交換的困難因而無法進行市場化。而所謂市場化除了必須要有相對客觀的媒介外，如貨幣、商品（齊偉先，2007: 128），也應符合服務多元化、自由競爭等特徵（余尚儒，2013），而這些在過往的刺青場域則是相對缺乏的。

但近幾年卻可以發現到刺青場域慢慢浮現一種把刺青當成商品的趨向，而有走向市場化的可能。刺青業者在商業利益的考量下，提供多重服務項目以供消費者選擇，這些服務項目，包括了圖案、經營的方式等，換言之，刺青場域因文化資本（刺青風格）的不同，形成多元且豐富的市場選項，並因此分流客源進而擴展客群，從而奠立市場化的基礎，使得刺青更具市場的發展及可能性。另外，在業者彼此的競爭中，刺青除了發展出更多不同面向的風格外；同時刺青業者也開始注重消費者的需求來達到一定的服務水準，希冀以此爭取客源，創造更多的商業利基。

從以上所述的現象可以看出刺青場域從原先封閉型態轉為較開放的狀態，呈現服務多元化、自由競爭等市場化的特徵，而當場域開始有這樣的特徵，就有了市場化的特性。刺青場域也在這樣的條件下，開啟市場機制，而所謂的市場機制

可解釋為「以市場需求為導向、競爭的優勝劣汰為手段」（余尚儒，2013: 24）。在這樣的意義下，現今的刺青場域似乎有走向市場化的徵象，本文則依照刺青場域的轉變，來做為本研究所指稱的市場化。



第三章 刺青場域中的競合關係

刺青場域在這幾年來起了某些變化。而在這些變化當中，不可忽略的是刺青師角色的變遷，也就是在刺青文化演變中刺青師扮演怎樣的角色？其中他們的競合關係又如何形塑刺青文化的發展與變化？本章就刺青場域的競合關係，分別從兩個面向來做探討：一是從刺青師個體發展來觀看，在第一節「變遷中的刺青師角色」將會討論到；另外在第二節「刺青師組織化的力量」，則將透由刺青師組織化的行為（蔡幸秀，2006: 14），來了解刺青場域的競合，以下分別述說之：

第一節 變遷中的刺青師角色

台灣早期的刺青師有一分流是從軍監出身，這些人在獄中的地位不高，很多是專替獄中大哥級人物跑腿打雜，其中打雜項目包括替之刺青。這些人出獄後就將從監獄中所習得的刺青技巧轉成謀生的技能，這批人雖屬黑社會，可是在黑社會的層級並不高。故在當時的社會，不管是黑道或白道普遍對刺青師的觀感不佳，認為只有三教九流之人才從事這個行業。¹⁸所以在早期的台灣社會，刺青師的地位是極其低落的，他們被排擠到社會的邊陲，同業之間亦鮮少往來，場域間的互動幾呈靜止，公共空間也幾乎看不到他們的蹤跡，他們從店家的設置到經營的方式，都是隱晦而難以公開的。從這我們不難窺見當時刺青師們的處境，是相當侷促且是自我貶抑，而刺青的發展也因之而牛步化。

但這幾年當中，刺青師開始出現不同的樣貌。一些新血的加入改變場域的氛圍，刺青師的類型也漸漸朝多元方向去進行因而有新舊派別的產生，他們各從地域、經營策略、刺青師的風格圖案而有不同路徑的發展。而女性刺青師的興起也

¹⁸ 參考本文案例C1訪談，本文63頁。

讓原是男性專司的場域有了柔性的因子，這些因素則帶動刺青場域的活絡性。而刺青師角色上的變化也衝擊到場域的結構進而影響場域的競合關係，使得刺青有著跟以往不同的發展，而我們將從依循這個脈絡觀看刺青師角色的變遷如何影響場域的競合。

一、 刺青師群像

隨著場域的變遷刺青師發展的空間也較之以往擴大了不少，而有多元發展的趨向。當中有些新崛起的刺青師作風迥於傳統類型刺青師，他們的創新帶給場域新興的力量，刺青文化更隨著這一批刺青師有更進一步的展演。而根據筆者所做的田野調查，大致可以把場域內的刺青師分成三大類型：

(一) 勇於突破傳統，堅持自我創作理念，行事作風類於藝術家

這一類型的刺青師大多有科班出身的背景，具有強烈的自我風格。他們在刺青風格及技巧上傾向突破傳統，有較濃厚的個人色彩。這類型的刺青師多將刺青視為一種創作，像案例中的A3 入行將近三十多年，目前開設個人工作室，他談及他對刺青的看法：

我覺得紋身很美，在身上他是一個沒辦法換掉的途徑，他等於是改變自己身體顏色形狀（且是不可回復的）那時候沒想到不可回復這件事，只是覺得身上多了點裝飾會讓原本單調的人體多點色彩、還有個人特色，你的紋身是怎樣的時候，它就代表你，以後人家看到你或紋身就知道這誰的。(A3)

紋身所展現的美與力，深深吸引美工科班出身的A3，一次美國遊學的經歷，A3 有機會到刺青店見習學習到刺青的技巧。回國之後A3 雖然從事插畫工作，

卻無法忘情於刺青，在閒暇之餘偶爾玩票性地替朋友紋身，但因作品廣受肯定在口耳相傳下，前來刺青的人越來越多，A3 才開設起個人工作室。這一開就是將近三十年，A3 始終如一堅持個人工作室的型態，他認為刺青是種創作無需特地教授，有天賦就能做這行，沒天賦亦強求不來，所以他不招收學徒，也不擴大營業。對於刺青，A3 認為它與繪畫並無不同：

紋身我一直不覺得他是另外一個獨立的行業，那只是繪畫的不同而已，繪畫的工具不同，在我的認知裡它永遠不是的獨立的行業，就是我一開始說的，就是我的認知和別人認知不見得一樣，那對我來說它永遠不是一個獨立出來的行業，它只是一個喜歡畫圖的人另外找到一個繪畫的方式，（就媒介不一樣而已，一個是紙，一個是皮膚）。（A3）

這樣的認知，使 A3 把刺青視為一種純粹、單純的事物，僅是另一種繪畫形式的展現，無關於世俗判別的好與壞。這樣的價值判斷的基準，同時造就了 A3 藝術家的氣韻。在 A3 的眼中，刺青等於是人生的紀錄，他為刺青下了如此的定義：

它只是寫日記，我可以這樣告訴你，我今天不管看到哪個紋身，我都知道什麼時候紋的，那個時候做了什麼事，那個時候花了我多少的東西在我腦子裡面，所以他只是記憶，寫日記。（A3）

在筆者進入田野後，發覺這類型的刺青師較著重在刺青創作過程的自主性，跟顧客之間的互動以他們做主導居多。他們比較希望客人按照自己的規矩來做消費，也就是客人必需要先認同他們的風格再讓他們刺青，像女刺青師 A5 的創作

風格屬於華麗繽紛，類似慕夏的畫風。¹⁹在訪談中，她談及有些男性客人會抱怨她所刺的圖案過於華麗夢幻，太女性化，但 A5 認為她的創作一向走如此的風格，消費者應先前做好功課，瞭解刺青師的風格再來刺青。因此，為了避免與男性客戶在認知上有所落差，A5 甚至決定只接受女性客人的刺青邀約：

我擅長與女性作刺青圖案的溝通，因為我擅長的夢幻繽紛的風格取向，又因為女性客戶居多的狀況下，在設計圖案上面，我會比較得心應手。(A5)

而喜歡安靜創作，視刺青為一種藝術型態的 A5，認為純屬女性空間的工作環境，更能延續她的創作生命，她說道：

在自己喜歡的異國風情，女人味裝潢風格，只有女性出入，完全的預約制，環境單純、安靜、隱密的工作室創作，我會比較有更多的靈感，所有的創作才能持續下去。(A5)

由於這類的刺青師，多把刺青當作藝術創作來看待，藝術對這類型的刺青師而言，就像以下這位刺青師所講，是一種執著態度與信念：

我常常說藝術哦那是會死人的，絕對要餓死，絕對要趴下去死的，因為我執著於繪畫，其他事情對我無關，我執著於創作，誰生老病死與我何干...像秀拉，因為我這一陣子一直聽他東西、看他東西，我才發現他才是我完美的一直想要，他可以執著於一幅畫他去點個兩、三百萬點，點個兩年多，但我也從聽、看得到資訊才發現，原來他早就

¹⁹ 阿爾豐斯·慕夏 (Alfons Maria Mucha)，是一位捷克籍的畫家與裝飾品藝術家。

推到兩三百年以後的世界了，我們都是點，所有的都是點，但是在那時候他早就悟出這個道理了，光線是由點出來的，你看我們螢幕有沒有，我們說的三百萬畫素，其實是三百萬點，原來他沒朋友是有原因，因為他每天都在房間點，他做他想要做的事情，原來那才是最完美的型態。(A3)

因此這些刺青師對刺青工作也較無商業利益的考量，反倒是著重在創作的成就，這也造就他們的行事風格類近藝術工作者的原因之一，成為一種非入世的型態。也因為如此，他們與其他同業之間的互動較為薄弱，彼此關係連結性不強，屬於各自為政、獨來獨往的類型，也由於他們較不喜參加公眾事務，與場域的關係處於斷連的模式。換言之，在形式上他們是場域邊緣的行動者，他們有意無意與同業保持距離，而實質上這類型的刺青師在刺青風格較貼近中產品味，而他們又因高超的刺青技術，受到消費者的喜愛，使消費者會抱著朝聖的心態去刺青，並以被這些刺青師刺青為榮。所以在某一方面來說，他們在場域內所居的位置是具有引領的作用，他們引領刺青往中產階級位移，而存有連結刺青與外界的影響力。

(二) 以商業為導向，嘗試多元發展刺青

這類型的刺青師以商業為利基點，市場導向最為明確，刺青師A1就是典型的例子。A1入行大約六年，目前為一家新型態刺青店的負責人，旗下約有四名刺青師。現年三十歲左右的A1，大約在四年前開設這家新型態的刺青店，之前A1從事的是服飾工作。A1接觸到刺青，算是一個機緣巧合，當時A1因為看到朋友身上有刺青也想刺刺看，特地去找位刺青師希望刺上自己喜歡的圖案，無奈當時那位刺青師技法偏向傳統，也不擅於客戶溝通。在無法達到A1的要求下，讓A1興起不如自己動手來刺的念頭，A1起心動念之餘，也真正去實行學起刺青來。然而A1的學習之路並非循著傳統拜師學藝，而是勤於走動刺青店。他想

盡辦法與刺青師混熟，再從旁觀看揣摩其中的技巧，「這就是偷師，也算是無師自通」A1 笑著說，他解釋因做學徒的難免要聽命於人，他不願受到束縛，反而喜歡突破傳統框架自由創作，希望能夠發展出與眾不同的刺青風格，而這種可以汲取各家所長又能隨心創作的自學方式是比較適合他的。

隨著刺青技巧越來越熟稔，A1 索性在自家的服飾店裡幫人刺青。由於圖案新穎時尚，逐漸建立起口碑，且透由網路社群的傳播下，客人與日增多，使A1 決定擴展事業版圖，開家新型態的刺青店。

A1 展現他強烈的企圖心，他希望結合多方資源來突破以往刺青店的經營模式。他認為刺青不單只是刺青，也是潮文化。所以要求店面裝潢明亮富有設計感，駐店的刺青師不僅在技術上要有一定的水準，外型上也必須有型有款，刻意營造出時尚品味，跳脫一般人對刺青的刻板印象。除此之外，他還積極推出有關刺青的周邊商品，如服飾、帽子、打火機...等等，他說道他的經營之道：

這家店是一個無懼的文化性突破品牌，結合了音樂、服飾、街頭概念、影像概念、刺青藝術與設計整合；朝著文化的完整性及多元性前進，希望促進刺青文化上交流、推廣異業結盟，讓刺青、街頭文化、次文化更親近人群並且讓更多人了解、接觸與認識。(A1)

為了拓展刺青市場，使刺青的消費人口能突破傳統特定族群，這類型的刺青師他們除了推動刺青文化不餘遺力外，國內外的刺青展也相當積極參與，刺青師B1、B2 就是依循在國外大型刺青展得名，再藉由刺青展所獲得的榮耀使刺青有正名的機會，並藉此建構出有別於傳統的刺青市場來吸引更多中產階級的消費群族，並將之轉換為推進刺青市場化的動能模式。以B1 為例，以服飾起家的B1，因對刺青有濃厚的興趣，而轉行當刺青師並靠自學創出自己的刺青天地。自轉業當起刺青師後，B1 就不斷參加國內外的刺青比賽，且獲得無數的大獎，在

媒體大肆報導下，B1 累積相當的知名度，很快就在刺青界竄起。目前在中部 B1 經營一家刺青店，包括學徒在內共有刺青師六人，屬於較為大型的刺青店。

B1 沒有師承派系的包袱，因而刺青作品可以天馬行空，創意十足，圖案風格細緻華麗，作品辨識度相當高。他的刺青創作打破傳統刺青的構圖，融合素描與新傳統風格，用色大膽，色彩濃烈，這樣的技法以及他參展所引起關注都讓時尚界注意到這位刺青師，雙方就在互惠的條件下開始有合作的機會。B1 談起與時尚界合作的過程：

那是他們剛好要去做衣服，他們就是一兩年會找一個藝術家合作去做他們的衣服。然後他們那年就是想要以刺青為題材去設計服飾，從他們那邊發想的，然後來跟我接洽的。(B1)

在整個合作關係中，時尚界利用 B1 高超的刺青技巧及獲得刺青大展冠軍的榮銜，替自己品牌營造賣點，相對的，B1 亦利用這個機會開啟刺青跟異業同盟的可能性。B1 不諱言指出與異界合作有助於刺青形象的提升，其中包括最實質的效益—收入的成長，這也是他樂於與其他業界合作主要因素。而在商言商，像 B1 就非常清楚如要讓刺青這個行業生存下去，不只是要求專業也必須能夠商業化，因為刺青不單只是做為一個藝術或愛好，也需顧及到消費面的需求，滿足顧客對服務的要求，「商業跟專業要並重」B1 如是說

另外一個例子為年紀尚輕的 B2，B2 在 2013 年贏了世界級紋身比賽冠軍。這位世界冠軍的刺青師傅在中南部開設一家刺青館，他的刺青館沒有特別的裝潢或擺設卻明亮而整齊。B2 本身有收授學徒，可是當他進入刺青這一行並無師傅領門，全靠他自行摸索學習而來的。B2 回想剛學刺青時那時他大概高中畢業，當時刺青的資訊不似現在這麼蓬勃能隨處可得：

當時刺青資訊真的是很少。也不知道要問誰，就自己摸索。沒什麼錢沒辦法去買到很專業的紋身機器、針、色料。我們就用馬達下去改刺青機，然後又用墨汁下去當色料。剛開始家人沒有支持，所以在經濟就不會很鬆。就要刺豬皮到菜市場去跟人家要，看要豬皮還是買豬皮，再拿來學刺青。(B2)

B2 自學刺青的過程十分艱辛，除了經濟來源與學習管道不易尋找，家人一開始也不看好。

我家的人在我開店之前都不敢跟親朋好友說我在做刺青，不好好上班做刺青，你今天如果是一個畫家還無所謂，身體洗一洗，就可以去上班，整身弄成這樣要怎麼上班？所以，做要做到有一定成就，人家才會覺得你做的沒錯，你一副要做不做的樣子，長輩他們一定沒有辦法諒解。(B2)

B2 所面臨的處境，也是一般刺青師會碰到問題。入了刺青這一行，身上大面積的印記是榮耀也是負擔，代表終身可能必須以刺青師為志，要再轉行其他的行業是否能接受？在採訪中，B2 透露出他的憂慮。也因此 B2 體認現實生活層面的問題進而認知到商業價值的重要，如何能在這行業生存下去並能永續經營成為考量的重點，所以他不斷鞭策自己往前進，精進技術來獲得國際獎項。除了換取家人和社會大眾的認同，更重要的是，藉由參加刺青展所獲得的榮耀使刺青形象翻轉，讓一般大眾更能接受刺青；同時藉此塑立本身刺青師的品牌形象，在商業上則有更加有力的行銷點。

從上述的例子，可以得知這一類型的刺青師企圖心較為旺盛，對刺青生涯也有較為完整的規劃藍圖。而這一類型的刺青師，他們對刺青場域的事務都頗為關

心，與第一類型刺青師比較，他們顯然與同業的互動是更為頻繁且熱絡，其中有些人更是積極推動許多有關刺青方面的活動，像籌組工會、辦刺青展等。而 C2 則是另一個例子，C2 到目前為止都持續不斷再舉辦刺青展，在採訪中他特別感觸剛進入這行的窘境，但參展獲得獎項後周遭親友態度的改變，是促使 C2 不斷繼續舉辦刺青展的動力：

有時候是有一餐沒一餐，比做工還可憐，對，可是我一參展完之後我就發現，第一我被周邊的人認同的時候我自己在做事我各方面信心什麼就會加強很多，我的進步我的，然後我出去展的時候會看到別人的優點，發現自己的不足的時候，就會發現說展是一個很重要的平台，然後我那時候就一直想說因為還小嘛，我改天有能力的時候會想要辦展，就那個想法一直在那裡，對，就一直耗耗耗了好幾年，我莫名其妙有一年我就特別想就辦了啊，對。(C2)

這群刺青師戮力場域活動的推展，他們也是這幾年來台灣刺青文化最重要的推手之一。這一類型的刺青師不僅積極參與場域內的事務，如辦刺青展，籌組工會，或上媒體打知名度尋求增加刺青的曝光率，並跨出行業別試圖與異界聯盟，且用多角化的方式經營刺青這個行業。這些做法讓刺青進入社會公共空間，刺青的能見度因而提高，刺青不再被蒙上神秘的外衣，在許多方面，刺青經由這群刺青師的努力，確實有走上市場化的可能。

(三) 以傳統刺青為奠基，尋求刺青的傳統價值

相較前兩者，第三類型的刺青師在經營的型態或刺青的風格則偏向傳統，這裡面很多是屬於刺青界中的資深前輩，由於出道得早，在當時的社會環境下與黑社會的淵源較深。而這些刺青師的風格，也與軍監派刺青有較高的連結或走日式浮市繪風格，因此他們的風格也讓大眾有較強的黑道聯想。

而這一類型的刺青師在發展上則呈現不同的局面；有些傳統派的刺青師在技巧的層次上精益求精，其藝術性令人讚嘆，他們經過時間的考驗及淬練，依然在業界屹立不搖，證明他們在場域內仍有其市場價值。他們秉持傳統的刺青精神，其一筆一畫的執著則成為一種刺青藝術化的表徵，刺青師 C 1 則是其中的翹楚。在訪談中，C 1 不否認在他出道的年代有很多刺青師傅是屬於不良份子，也不諱言自己曾經坐過牢加入幫派過。但令人訝異的是，C 1 最後能脫離黑道靠得卻是有汗名刻板印象的刺青。在田野採訪過程中，C 1 說到刺青是需要極大的耐心，而他就是靠著刺青漸漸磨平有稜有角的個性，而對刺青的熱愛使他不斷地鑽研技法，傳統刺青所要求一針一針的細膩工法，讓 C 1 揚名世界也讓全世界見證台灣傳統刺青的藝術性。

另外一個 B 3 也是典型的例子，B 3 刺青的資歷相當深厚，有二十多年的刺青生涯，曾經加入台灣刺青聯誼會，是刺青界的資深前輩。說起入行的經過及開店的過程，理個平頭有豪爽性格的 B 3，用略帶江湖口氣說道：

那時候，是因為賭氣，其實那時候我也不是很厲害，我也算學一半而已，我也是半調子，但是為了賭氣，因為那時候我就是去一間刺青館，以前的思想就是不讓別人看，再來就是刺青師傅囂張，邱，再來你進去一間刺青館，以前，年少氣盛，進去，那刺青師傅就很臭屁，我就看不過，我就不太開心，心裡想，你臭屁？錯！我以後做得比你厲害，到最後我走了之後，我心裡就告訴自己絕對要做刺青，在短時間之內我就開了一間店。(B 3)

當初因為不服氣所開的刺青店，現今已走過將近二十個年頭。這家位於中南部的老字號刺青店，規模不大，內部裝潢陳設亦相當簡單，店內的工作人員就是 B 3 與他的徒弟二人而已，經營的模式偏向於傳統。

B3 本身擅於傳統刺青，他堅持精雕細琢，每件作品都一筆一工慢慢刻畫，注入生命的能量去完成「這是對客人的尊重，也是對自己的尊重」B3 是這麼說著。B3 對於北部刺青店講究包裝、注重行銷方式，認為是太著重於「求快」這點，不適合南部人的口味，所以他表示並不會想去改變目前經營模式。在瞬息萬變的年代，B3 保持原先的步調，堅守他對刺青的理念，就如他在自己部落格所寫下的：

刺青是自由的，包括其他事，不想受任何人所牽制，想做自己認為對的事，要做自己，我享受作畫的過程，用心去完成一幅紋身圖，刺青的衛生與道德觀是必要的，而紋身作品好與壞，是由你們眼睛看的，而不是自我論定的，我就愛 tatoo。²⁰

從以上幾個例子，我們可以觀看到這些資深的刺青師對刺青技藝的執著，他們秉持傳統講究工筆的刺青技法，且用他們精湛的技藝折服世人，甚至把刺青提升到藝術的層次使刺青有另外的展演，而他們與第一類型刺青師最大的不同處，就是這類型的刺青師擁有較「入世」的態度，會多方參展並宣揚自身的刺青理念。此外，這類型的刺青師，其中也有人是靠一些喜愛傳統刺青美學人士而有其市場性。不過這塊傳統刺青市場畢竟已漸趨小眾，影響所及之下，遂有一批傳統型的刺青師不敵現實而被時代的洪流所淘汰。歸其原因，其中最主要的因素應該是消費族群的變化，當原來特定的群族越來越趨小眾，而這些刺青師又囿於傳統模式且無太突出的技法，在吸引不了新的消費族群上門的情況下，走上沒落一途似乎就變成無可避免的結果。

²⁰ 引自網址：<http://hwakwetattoo.pixnet.net/blog>。

二、 新舊派

近年來由於媒體的報導、網路平台的興起使刺青風氣大開。同一時間，台灣的刺青場域也開始有了新的發展，一種新的刺青經營模式逐漸成型，開展出與傳統不同的風貌。刺青場域因而出現了有了新、舊派別之分，而新、舊派別的區別，可分別從不同的面向看到其中的差異：

首先，我們可以很清楚在經營模式上看到其間的差異：一家新派的刺青店往往同時有幾位擅長風格迥異的刺青師，他們彼此區隔出不同的風格走向路線，店家鼓勵駐店刺青師發展出自己的風格，強調專業分工的經營模式並提供多樣的選擇給予刺青消費者參考。經由這類合作機制，一方面可讓不同刺青風格的刺青師能彼此共存合作，另一方面也能擴大消費者在同一店家挑選不同風格的可能，也因為如此，刺青的消費者在有多元選擇的狀況下，更容易意識到展現個人獨特口味的可能性及必要性，這頗能符合時下青少年追求與眾不同的偏好，因此很容易受到年輕族群的青睞與歡迎。相較之下，大部分的舊派則以一店一師、或一師帶著一、兩位徒弟的方式經營，因此同一家店的主打刺青風格相當單一，刺青的消費者在沒有太多風格選擇的條件限制下，往往較容易順從刺青師的建議方向來選擇。

此外，在刺青風格上，舊派的風格主要是沿襲浮世繪的風格走向。台灣的刺青文化溯及歷史，發現與日本有著密不可分的關係；在日本統治時期很多刺青圖騰，是透過日本的兵士、浪人將浮世繪月曆傳入台灣，這些都是早期台灣刺青的主要資訊來源。而日式紋身遂成為當時台灣刺青的主流圖騰，多半是龍、虎、五毒、鯉魚、鬼頭等傳統日本風格圖形，大幅刺青則多帶有濃厚浮世繪風格（何春蕙，2010: 67）。這些傳統的風格大致被舊派的刺青師所沿襲，他們紋身的作品多數是虎、龍、鳳、花、百鬼圖等，這類圖案作品構圖較複雜，紋身面積也比較大，一般可分為背部、半胛或通體紋身，對比一般的圖案，這類型的圖騰彫刺的難度

是來得更高些。²¹而新派的刺青師的刺青風格則融合諸多的西方刺青元素，多偏向歐美風內含街頭、嘻哈等多重元素，圖案上較多元，色彩飽滿且圖型多變，頗能迎合追求流行人士的口味。

而以地區而言，新舊派也有分佈的差異，台灣刺青行業舊派刺青師分散在中、南部較多，現代風格的新派刺青店較集中北部。女刺青師 A2 待過台中、台北的刺青店，她分析台中與台北兩地的不同：

現在刺青風氣比較開放，但是我覺得中部以北比較開放，其實中部以南多少還是有一點保守...台北是年輕人，台中是算老前輩，都做快十年的，我覺得跟年輕人相處比較好，想法比較多元，那做法也較新，雖然別人有時候會覺得我們太衝動或太誇張，可是我覺得藝術就是這樣，就是沒有分，不要有一個包袱存在，不要有一個侷限，不要侷限它，不然你作東西永遠都是這樣。(A2)

為何會有這樣地域性的區分，或許是因為刺青行業發源於中南部，很多老店都在高雄或台南，他們營業的歷史很多是長達二十年以上。而北部因地理的因素與傳統刺青並無太深的淵源，再加以都會區資訊接收的快速以及客群的不同，使新派刺青師在近幾年來迅速地在北部崛起聚集。

新舊兩派不同之處也可在師承關係上看出，據一位不願具名的刺青師透露：舊派裡階級嚴明，比如師傅要辦活動徒弟都需無條件相挺，或者師父指示出國比賽，徒弟除全力配合外，出國的費用也須自行吸收，到了比賽現場師父亦有權力決定徒弟的出賽與否，從這都顯示出舊派師傅在師承關係上是擁有相當的支配權力。反觀新派刺青師很多是自學出身，相形之下，就較無師承關係所衍生出來的

²¹ 參考 東方印記〈台灣紋身歷史篇—90年代〉，網址：

<http://www.wenshenbj.com/knowledge/409.html>。

倫理包袱。

從上述中我們大概可知，在台灣刺青師大致分為新舊兩派，舊派有嚴謹師徒制，階級分明，刺青風格多以浮世繪為主，新派多是無師自通，風格偏向歐美，圖案多變色彩飽滿，兩派因風格不同所吸引的客群也有所分別。一般而言，舊派浮世繪風格較易被「兄弟」所接受，而新派的客層多是追求流行的人士，兩派風格作風迥異。

再者因理念不同，新舊兩派刺青師所發展的層次也相當不一樣。舊派固守工藝本身，新派刺青師則整合各方面的資源，使刺青文化注入更多的時尚元素，同時也豐富了刺青本身的內涵。另外新派在經營的策略上則用高價篩選客群，欲與幫派、兄弟劃清界線，去除刺青汙名提至到身體美學的時尚領域，進而也使台灣刺青文化有了不同的風貌；在某個層次上也拉近與社會大眾的距離，他們營造出來的刺青形象，較貼近中產階級品味，對於擴大消費族群則有相對的商業利基。

綜觀前述的說明，不管在經營策略或圖騰風格，新派與舊派各都有各自的發展重點，這反映出這兩派在理念上的差異懸殊，舊派力守工藝本身，而新派整合多方資源來形塑品牌形象；但新派的這些改變也引起舊派的質疑，認為其功夫不紮實，過度商業化，失去原有的刺青精神，但在新派刺青師的眼中，這些被批評的改變，背後隱藏著他們一個更大的企圖心，就是希冀藉由行銷手段去扭轉社會對刺青的刻板印象。雖然新派和舊派不斷在場域角力競爭，但同時他們也合力參加刺青大賽或活動藉以提升或促進台灣的刺青文化，彼此之間是存在著微妙的競合關係。而不管新派亦或是舊派，這群刺青師在台灣近年來刺青發展變遷上卻是扮演舉足輕重的關鍵性角色。

三、 女力

在傳統的刺青世界，男性儼然是絕對的主控者，無論是生產面或消費面，幾

乎為清一色的男性，女性則鮮少在這個場域出聲露面，而縱使有些女性出現在刺青場域，她們也大多隸屬於刺青男性的連結關係下，因此傳統刺青不管是在文化的層次或者是意識型態上，呈現出的是一種強烈的單一性別風格，諸如陽剛、暴力、氣魄...等被社會歸類於男性特質的元素。這些元素強化人們對刺青的刻板印象，也限定了消費的群族，而刺青消費群族的侷限性亦不斷加深社會對刺青的偏見，這樣地循環，使得刺青終究難以跳脫特定族群的符碼標誌的範疇，阻礙它在坊間流通，成為刺青無法市場化因素之一。

然而這樣的現象，在 2005 年後，卻悄然起了變化；在那幾年當中光是媒體就陸續出現幾篇有關女性刺青的報導，如〈活菩薩紋身救苦〉，《中國時報》。²²〈麻辣護士 難遮刺青美體〉，《蘋果日報》。²³〈緬甸豪放女在背部刺鯉魚悠遊圖 大膽刺青是為了尋找自信〉，《東森新聞》、²⁴〈巧手紋身掩刀疤 蝴蝶仙子喜重生〉，《中國時報》...²⁵這些報導的共通性都是以正向的角度去看待女性的刺青，跟以往只要提及刺青，尤其是刺青者是女性時，就是負面的報導有很大的不同。雖然這些內容大抵不脫這些紋身師如何利用刺青美化女性舊有傷口的故事，這中間或許多多少少都帶有宣傳的意味，但從中我們仍然可以觀看出女性涉入刺青場域的脈絡痕跡。除了消費層面外，在生產線上刺青場域也開始有女性的加入，例如陳美華的紀錄片墨魂中出現的刺青師高嘉華，²⁶就是遠從台北南下加入刺青行業的女性。其風格細緻華美，擁有令人驚豔的技巧，在業界的評價極高。另外像小鶴、²⁷高菲也是新竄起的知名女刺青師，²⁸而這些女性刺青師的風格，大多帶有女性

²² 中國時報，2005 年 3 月 22 日。

²³ 蘋果日報，2007 年 7 月 25 日。

²⁴ 東森新聞，2006 年 4 月 29 日。

²⁵ 中國時報，2007 年 4 月 5 日。

²⁶ 新生代紀錄片導演陳惠美透過紀錄片《墨魂》，描述著一群與墨魂許下盟約的刺青師，背後藏著獨特的夢想故事。<http://www.ettoday.net/news/20120626/65003.htm>。

²⁷ 小鶴為七年級新生代女刺青師，多次參加麻辣天后宮等綜藝節目。

²⁸ 高菲新生代女刺青師，其臉書有眾多的追蹤者。

的特質，例如小鶴走的是柔美夢幻的風格、高菲則擅長可愛的圖案，她們的作品頗能吸引女性的注意。

從以上，我們可以發現女性力量正慢慢滲入這個原本專屬男性的刺青場域，這樣的改變鬆動刺青既有的框架，男性／女性、底層社會／中產階級的明確分野。女力的跨入似乎讓這條壁壘分明的界限模糊起來，刺青不再是男性的專利品，而變成兩性都可通用的裝飾品，而這種因女性的力量牽動場域結構的改變，進而使刺青有市場化的可能的說法，在筆者進入了田野訪談後，從幾位刺青師口中得到某些印證，他們共同指出女性有逐漸引領刺青市場的趨勢。

一位男刺青師就這樣分析刺青風氣大開與女權意識抬頭的相連性：

其實應該說，這是個人主義的風行，盛行以後，譬如說，女權意識抬頭，女孩子的客人開始多了，無形中他會帶動男孩子。他可能男女朋友一起來，反正我今天一定要刺，你不讓我刺我們分手，為什麼？以前都是男人在主導這一切，好，我們覺得不適合或怎麼樣，或者劈腿或什麼都有啦，可是以前這一塊女孩子他的生意比較小，那現在女孩子的生意大很多了，幾乎已經平等了。(A4)

女性市場成長很快，女孩子的部分會拉抬男孩子，對，你很喜歡她，女孩子！這女孩子又很強勢，對啊，反正我話不用跟你講這麼多，我們姐妹說好就好。你應該聽到很多，對啊，以前是我們兄弟講好，你們決定，我們決定就是這樣，現在是我們姐妹說怎樣，我們姐妹打算要一起刺了，好，那你不認同，好，那我就跟我們姐妹走，那可能會為這個分手。(A4)

從上述的訪談我們可以得知現今的刺青市場，女性消費者幾佔市場的一半。

而刺青市場的活絡與女權意識的抬頭，中間的扣連其實並不難理解，正如這些刺青師所言，當女性不再依附男性而能夠對自己的身體作主，男性的意見顯然就不是那麼重要，而男性過份的干涉或許還會落到被女伴判出局的下場。這也說明女權意識啟發某些女性對於自己身體的自主性，而當女性認知她們對自己的身體有主控權時，從男性角度觀看自己身體的程度降低，「女為悅己者容」則轉為女為己者容。對這些女性而言，只要喜歡，刺青沒什麼不可以，身體屬於自己的，自然怎麼打造自己的身體就由自己決定，在這種情形下，刺青市場就有可能收納這群女性因而增加一批龐大的消費族群。

「在消費的行為方面，女性在刺青時有共同揪團的傾向，不像男生大部分是獨自來去，而男性如果有伴的話也多是女伴」這是刺青師A4 觀察來客，說明兩性消費者的消費習慣所帶來不同的邊際效益，他指出這些女伴，不管陪伴的是男生或女生，往往會提供意見給欲刺青的友人，她們恰如其份扮演著軍師的角色，並因同儕影響或姐妹淘的情誼成為刺青市場潛在客戶或立即成為消費者。

「女性的話，消費者來會因為她的姐妹淘看到說她刺得很可愛，就有一堆人過來刺」（A5）。這樣的連結效應，促使願意刺青的女性消費者越來越多，在這股趨勢下女性成為刺青市場不可忽視的力量。綜合以上，我們可以察覺目前的刺青市場，女性擁有前所未見的主導權，並展演出有別傳統刺青的風格走向：

那女生刺的東西也真的跟男生不一樣，女生刺的東西比較可愛或是比較柔阿，有的比較細心，跟男生刺出來還是有差，因為有的女生就是喜歡女生刺出來的東西跟畫出來的東西，她會覺得男生刺出來的東西太硬了，或是顏色配色或什麼不夠可愛等等，女生刺青師還是有她的市場。（A2）

另外在我們走訪幾位刺青師，他們談及到女性的這種小塊刺青可以改變台灣

人對刺青的刻板印象。而且更因女性的喜好，刺青有不同風格的發展，開始有美麗可愛的形象，相對的，也提升市場對刺青的接受度。

因為女性的話（刺青）是小塊的，又可愛又美麗，大家看了就覺得蠻好的，就大家就慢慢接受刺青，反正不是什麼黑道的。（B1）

人家說原來刺青可以做那麼可愛，可以這麼地夢幻，不會好像這麼像兄弟，這對市場會有影響。（A1）

刺青場域顯然為了迎合這群新興消費者而有所改變，一些小型可愛的圖案大為流行，專為女性服務的刺青師也應運而生。雖然莊妮娜（2006）質疑女性刺小型可愛的圖案有「做性別」的可能，但在此筆者也提出另一個不同的觀點：我們是否也該思考在考量性別的因素時，同時也能夠回歸到人的本質，尊重天生的差異性，而非一律以做性別來看待；就像女刺青者選擇所刺的圖案，或許只是個人單純的喜好選擇，而非一定服膺於社會對性別認同的期待。雖然在此筆者並不完全排除有做性別的可能，但在筆者的田野調查中，我們發覺女性在刺青方面是擁有相當的自主權，尤其是場域內的女刺青師有些是非常堅持自己充滿女性化的柔美風格，甚至有的不惜排除男性消費者，來創立專為女性服務的刺青空間，以下這位女刺青師就說起為何設立專為女性刺青的工作室的理由：

因為我想有一次去做指甲，就看我朋友的美甲店，我就覺得說為什麼刺青店都要，我一開始是不想做兄弟，然後客源都變得很單純，我又不想要男生跟女生一起，因為女生的刺青的私密部位就是要拖要整怎麼樣，那會覺得說那會很尷尬或怎麼樣，然後都女孩子不是很棒嗎？就像美甲店這樣子，就是用的是女生，我想用這樣的感覺，就是單純

，再單純，對。(A5)

一開始我自己都覺得自己瘋了，後來我發現這就是我的特色，我不怕沒有客人，因為我女生客人也蠻多的，那我就是做我善長的，因為我是女孩子我知道女孩子在想什麼，我善長畫女孩子的東西，所以我覺得是我會做得起來。(A5)

顯然女性在刺青場域所扮演的角色，跟以往依附在男性底下循著男性思維行事，是有很大的不同。在現今的刺青場域，不管是在生產面或消費面，很多女性都是以自己的喜好來做決定，包括圖案風格甚至於經營型態，都展演出女性特有的風格品味，而這個現象與女權興起、女性刺青市場的形成都有密切的關係。

在這也可以思考為何女力加入刺青場域，會使刺青產生市場化的效應？我們合理的判斷是女性柔美的形象軟化刺青原本的陽剛基底，讓刺青的意涵不再像過往那樣單一性地傳達威嚇的訊息，刺青不再是僅限於特定人士的專屬符碼，它所代表的意涵已不似先前那樣鮮明，反而藉由女力有了多面向的發展。同時因刺青的人口逐漸延展到女性這一塊，消費族群由封閉的小圈圈（底層、男性）擴延開來，刺青市場當然也隨之擴大，這樣的轉變帶動刺青市場的活絡，也加速刺青的商品化，而透由女性加入刺青場域，刺青市場因而產生結構性的改變，是使刺青邁向市場化的一大利基點。

女力對刺青場域的影響，除了使刺青有邁向市場化的可能性之外，場域也透由女力的影響，產生一些改革與變化，首先是刺青圖騰跳脫傳統刺青給予人們的刻板印象，刺青不再只是代表勇猛威嚇的意涵，開始有多元意涵的發展。而女性的力量加注在這個原本以男性為主的刺青場域，是促使刺青多元化的重要因素之一。其次，女刺青師的崛起與女性消費者的增加，讓刺青場域小至圖案風格大至整個經營型態，都有女性涉足甚至引領刺青場域的脈絡痕跡。且就如前述所言，

女力不只解套刺青場域界線分明的桎梏，也讓嚴明劃分性別及社會階層的刺青場域，不再是個二元對立的世界。透由女力，刺青場域與主流社會的互動日漸頻繁，兩者之間，從原先涇渭分明的情形，有逐漸趨向融合的轉變。

第二節 刺青師的組織化力量

早期的台灣刺青場域是為一個封閉的環境，刺青師之間充滿競爭意識，且為了避免作品被抄襲，同業鮮少交流技術或資訊，再加上社會對刺青所形塑的刻板印象，使刺青的汙名一直以來都揮之不去。在此影響下外界也多與之保持距離，所以當時的刺青場域不管是對外的聯繫或是在內部的互動上，都處於一個停滯沉寂的狀態。而場域在長期封閉下，刺青文化的進展可想而知是相當地緩慢。

但近期刺青場域卻產生不一樣的變化，有走向開放的趨勢，而會有這樣的轉變跟刺青師團體開始有組織化的行為有關。這些組織化行為包括非正式與正式的活動，非正式活動以刺青師們私下的聯誼聚會為主，以下就刺青師們非正式組織行為及組織性行為做一探討。

一、非正式組織的聯誼活動

以往場域內的刺青師幾乎是各自為政，彼此之間或因同行競爭，或因師承派系不同，場域內很少有橫向的聯繫，遑論是集體形式的聚餐聯誼活動。但這幾年來卻逐漸打破這樣的僵局，尤其又以北部地區最為明顯，而這又跟新派刺青師多聚集北部有關，刺青師 A1 就表示，由於台北刺青師普遍年輕化，多數出道的時間較晚，像是大台北地區很多刺青師是在這幾年才投入這個場域，他本身就是其中之一。而像 A1 這類型的刺青師，多是無師自通，沒有師承那個體系，因此也比較沒有涉入到前輩們過去的紛爭，自然，派系的包袱也沒那麼地重。雖然新派

刺青師在師承關係較無約束，但卻不意味他們可以全然不受場域內人際關係的束縛，這是由於刺青師這行業圈子小彼此多所認識，人際關係錯縱且複雜的因素使然。因此在這樣的環境裡為了維持和諧，分屬不同派別的刺青師則有一定的默契，把「尊重前輩」變成這場域共同遵循的規則。在這規則的影響下，新進的刺青師懂得尊重前輩，再方面，這些新進的刺青師不像前輩有過往的心結羈伴，所以是相當容易成為這個場域的潤滑劑，透由他們，同業之間的往來漸漸頻繁且熱絡起來。

我們刺青師都會辦聚會，去烤肉、去喝酒、或去唱歌，大家就可以很開心的玩在一起，然後有時候就會問問題。(A2)

刺青師的聚會，不單只是玩樂的性質，還包括技術交流的層次，而這樣聚會從剛開始的寥寥數人而逐漸增加，滾雪球似地吸引越來越多人的參與。這樣的非正式性的組織行為甚至帶動中、南部的資深刺青師加入，有時聚會的人數甚至高達上百人。

一開始是比較好的搭起的，幾個朋友討論去吃吃飯，就有幾個說你們怎麼去吃宵夜沒揪我。還是會有小團體啦，那做久了就有老前輩想要，因為也做和事佬，聽說你跟誰誰不好，出來怎樣說一說，幫你和解。老師傅都想要人家重視他，他說了算。(A1)

刺青師們非正式的組織活動，比如聚餐聯誼，不只是在交誼的層面，更深層的觀看，其實還影響到刺青場域的競合。在刺青場域常不定時上演「茶壺內的風暴」，檯面上的風平浪靜，並不代表私下一團和氣，很多隱藏其中或正欲浮出的問題，卻可以透由這樣的聚會去化解。聚會中，在酒酣耳熱下，有糾紛的雙方常

經由有份量的老前輩的居中協調、拉攏而達成和解，或舒緩他們之間的紛爭。而造成刺青師彼此紛爭的原因，很多是來自業界的互相搶客。

譬如說我刺完去那邊，阿你這刺的不怎麼樣，我這邊給你改怎麼樣比較好，客人改完之後上網 PO 圖，被發現你又搶我的客人。(A1)

過往這樣的糾紛並無疏通排解的管道，門戶之見再加上場域內的風氣封閉具有排他的特質，讓同業之間充滿了猜忌，在彼此設防下加劇雙方的鴻溝，技術資訊互通有無的情形幾乎很少發生。但自從有了新派刺青師的帶動，刺青場域的氛圍開始轉變，由於不時地舉辦聚會，新舊世代的刺青師開始有機會能夠相聚一堂互相交流，彼此有了私交當中的一些恩恩怨怨就比較容易化解。另外在這樣互動下，還有一個非常重要的實質作用，就是同業的聯盟策略，尤其是面對客戶的殺價時：

這樣好處來講，資訊比較發達，客人就比較不會亂來，譬如說台北市來講做起來是我們幾個，所以客人比較不會亂講話，也是要我們要有共識且處得很好，阿，就動搖不了我們。有的客人可能就是比較機歪，來給你問一問這邊是多少？再去別的地方問來看有多少比較沒有這樣子，他可能問我的價錢，就會跟其他刺青師說他給我三千而已耶，我們刺青師就會互相打聽有沒有，客人才不敢亂說話，有遇過，那個誰誰誰說這樣改多少，我說「是喔！我問一下」就是有喝止作用！

(A1)

在 Bourdieu 的場域理論，行動者依照不同利益在場域中進行多重資本的交換藉以實行權力的分配，根據田野的調查，我們可以看到這些刺青師是如何運用

他們的人際網絡去影響團體進而形構他們的權力，譬如老師傅希望藉由擺平後生晚輩的紛爭來獲取聲望，譬如同業之間利用聯盟策略來抵制客戶的殺價...等。這些場域的競合，也包括刺青師因理念的不同或利益的衝突所形成的角力對抗，然而刺青場域經過長時間的封閉，經由這些非正式組織化的活動帶動整個場域，無形當中活絡場域的運作，刺青師交流的機會變多，對刺青文化的展演則相對的有益。

正當刺青師非正式的組織行為方興未艾時，同時，刺青場域也發展出正式性的組織團體，諸如較早期的台灣刺青聯誼會、近幾年的工會以及持續舉辦的刺青展。這些組織化的團體有別於上述的刺青師非正式性的組織行為，它們更具結構性，因而發揮的影響力更大。如果說非正式的組織行為，形塑的是股柔性的力量悄然啟動刺青場域的變革，那麼刺青場域正式性的組織團體，就是奮身而起的領頭羊，帶領刺青文化往前邁進。而這些正式性的組織團體，對刺青文化及場域的影響為何？將在以下再做討論。

二、 台灣刺青聯誼會

縱觀台灣近幾年刺青文化的展演，跟場域的改變有著密切的關係，過往台灣刺青場域是相當封閉的，同業之間幾乎不曾交流技術或分享經驗。那時大部份的刺青師都是閉門造車，自行摸索圖案以及暗地發展技術，對於自己的作品有相當的保護意識，不肯與同業交流，怕被別人模仿抄襲（何春蕤，2010），在這樣的氛圍下，場域裡的互動缺少技術交流，間接地也令刺青文化很難在技術、藝術性上有所突破，直到 2000 年陳政雄、楊金祥、林澤源等人組成台灣刺青聯誼會才有另一番風景和氣象（黃聆琿，2009）。

其中一位資深刺青師說明為何要組織刺青聯誼會的動機和理由：

就是說我們要說這個行業好，是怎樣好，就是要讓沒刺字的人可以接受，想要刺字的人，看到很美的東西，但一個刺很美沒用，所以我才組織讓大家都起來，要讓大家都起來時，比如說我們有十件作品出去最起碼有六件人家在街上看起來不是那個髒髒的那樣，這樣才可以，所以我才開始去做這個，不管是在器材，不管是在美術，不管是在觀念或者是在經營，我們就是要拱起來，就是要健康去做。(C1)

但以當時保守的社會氛圍，推展刺青文化誠屬不易之事。面對社會對刺青行業異樣的眼光以及公部門的質疑，這些有志推展刺青文化的人士則採取迂迴的手法，來取得合法的地位。

那個時候你要申請人民團體只要卡上紋身這兩個字根本是不可能，所以我們就是用他要求的聯誼，三個人就是聯誼了嘛，也沒有什麼規章，就聯誼這樣。(C1)

創辦人運用聯誼會的名義取得組織團體的正當性，才得以成立台灣刺青聯誼會。而台灣刺青聯誼會分為「刺青師聯盟」以及「專業級聯盟」兩種，專業級聯盟是給一般刺青師參加，而刺青師聯盟入會門檻較高，必須先具有專業級聯盟一年的資格，而兩者入會都需經過審查並由會員推薦方得入會，入會的成員則享有參加會中舉辦之展覽，共享會裡特殊刺青相關器材、資訊並可參加每季之刺青藝術相關課程等權利。²⁹

台灣刺青聯誼會設立的宗旨大致分為幾個面向：如導正社會對刺青的認知、加強推廣紋身藝術並且鼓勵刺青師多與國外交流等（何春蕤，2010: 75）。除此之

²⁹ 參考 yahoo 奇摩知識〈紋身師傅需要有醫療護理相關執照嗎〉，網址：<https://tw.knowledge.yahoo.com/question/question>。

外，台灣刺青聯誼會特別注重衛生條件的提升，對刺青業者提出衛生管理的要求，在會章中規定入會者必須是對於衛生管理熟悉並實際執行者。³⁰台灣刺青聯誼會為何對衛生條件會特別的要求，除了是刺青師們的自律，也包括公部門的他律，一位資深刺青師回憶起當時的情景：

聯誼要來入會的人我就會要他們一定要高溫高壓的消毒設備，以前沒有像現在這種拋棄式的東西，以前都是我們自己要粘，粘一粘我們就經過超音波，就是說先洗一洗再經過超音波震盪，把那些髒的東西再來看怎麼樣。(B3)

那個時候的衛生局當然是他們有他們的職責，那到他們參考我們的入會規章，還有我們的衛生管理等於說他們有一晚等於說有一個衛生講習，那衛生講習我是絕對會配合。(C1)

由於台灣刺青聯誼會提倡：著重衛生的觀念並且積極鼓勵同業參與國外的刺青比賽，這兩個重要的決策方向，確實使那時發展停滯不前又被外界視為有黑道色彩半地下的行業刺青，有了重大的突破。刺青聯誼會的這些做法，除了讓刺青形象的提升外，最重要的是，經由此聯誼會刺青師們開始有交流的機會，再透過外國的刺青大賽的洗禮，使得台灣刺青師的眼界大開。視野上的拓展也反應到作品身上，歐美刺青豐富的色彩以及多變的風格刺激本土的刺青文化。在此之前，台灣的刺青多以日本浮世繪為主，圖案不脫鬼頭、龍、鳳、武士等，技術上偏重打霧，顏色也傾向單一，視覺上容易有「特定族群」的聯想。但隨著國內外技術經驗的交流，新的觀念及技術的引進，讓台灣的刺青文化注入了多元觀點，而刺青場域的互動變得活絡，更加速台灣刺青文化的發展。

³⁰ 同註 29。

而台灣刺青聯誼會的創立，讓刺青文化的推動有了施力點，並由此聯誼會號召全省各地的刺青師齊聚一堂，為刺青文化貢獻一己之力。而此會除了提供技術交流的平台給予這些刺青師外，它也有交換訊息的功能，藉此可以讓刺青師把場域內積習已久的沉痾或欲改革的方案進行討論進而凝聚共識，對當時呈現封閉不流動的刺青場域，起了相當大的振興作用。³¹刺青師透由這樣的交流，不管在觀念上、技術上都有大幅度的成長，連同帶動刺青文化的展演。如果說，台灣刺青聯誼會曾帶領台灣刺青界創下高峰，其實並不為過；正如一位刺青師所講，台灣刺青聯誼會讓刺青浮出社會的檯面：

就是要讓它（台灣刺青聯誼會）檯面化，因為以前就是太黑暗面，以前刺字觀感，唉額你刺字，壞小孩，阿會到現在這樣也是我們以前走過來的，包括在七八年前吧，那時候在大陸刺字的也像十幾年前非常非常的黑暗面啦，包括刺字也很少會有人接受啦，也是我們去大陸開始用開始帶，現在大陸刺字比較檯面化啦。（B3）

可惜好景不常，「合久必分，分久必合」台灣刺青聯誼會似乎也印證了這個亙古不變的常理。在台灣刺青聯誼會獲得空前的成功累積相當的資本後，團體內部開始為了利益出現分裂的情形。一位曾經參與草創的刺青師非常感嘆說道：台灣刺青聯誼會會形同瓦解是「因為私心」，而這句私心直指問題的核心，因為這些所謂的私心拉扯原有的同志情誼，也引起場域競奪的紛爭。據當時參加台灣刺青聯誼會的刺青師表示，他們對刺青展的排名以及利益分配產生一些質疑。而這樣的質疑也開始使台灣刺青聯誼會內部呈現分裂的現象，當時的當事人因各自重視的事項不同而各有其立場及看法，在彼此堅持下，雙方無可避免產生歧見，而這

³¹ 參考 花魁彫任刺青〈理念~想法~過去~未來〉，網址：<http://hwakwetattoo.pixnet.net/blog>。

些歧見也在溝通無效之餘，埋下台灣刺青聯誼會由鼎盛走向衰頹的伏筆。

另外有關場域競奪的問題，也可從台灣刺青聯誼會會長競選中看出端倪。由於台灣刺青聯誼會入會必須經過各區會長的初審，也等於是說如果會長不同意，欲加入的刺青師是無法進入，會長的權力從這可見一斑。在權力欲望的驅動下，許多刺青師則爭相爭奪會長的頭銜：

阿就是要感覺比較風光的感覺，甚至說我做會長的時候有人要進來這個會，他要經過我的同意，我也是要審核審核他這個人有沒有資格，如果沒資格要馬上淘汰。(B3)

如此制度的設計使得會員競做會長，無形當中加劇台灣刺青聯誼會的分裂。最後台灣刺青聯誼會的成員因彼此互有心結，許多活動漸漸推行不動或者逐漸不辦，到後來形同虛設已是名存實亡。而到了 2007 年左右台灣刺青聯誼會幾乎不見蹤跡（何春蕤，2010: 85），如同解散。然而，台灣刺青聯誼會的成立，無異是台灣近代刺青文化的里程碑，它設立的時間從 2000 年到約莫 2007 年，雖然只有七、八年，但在這短短的七、八年中，卻為台灣刺青文化帶來相當多的正面效益及貢獻。

從上面的敘述我們可以知道台灣刺青聯誼會，在促進台灣刺青文化是扮演了相當重要的角色。它開啟場域內的交流，把刺青界原是各自分散的狀況，推向到能有一個可以相互平行交流的平台，其中某些措施如著重衛生條件的改善、鼓勵刺青師參加國際型的刺青展，都是實質提升原是被邊緣化的刺青行業。

雖然台灣刺青聯誼會已消聲匿跡，但屬於台灣刺青場域內部所展演出來的自發性的力量並沒有隨之而消失。這股力量反而從民間的組織團體漸漸擴展到公部門，這是由於場域內的刺青師希冀經由政府單位的認可，能夠給予刺青正名的機會，進而讓刺青行業納入一般職業範疇，從這當中也可看出刺青場域欲將刺青行

業納入社會體系的期待，而順著這股趨勢刺青工會也應運而生。

三、 工會

刺青工會創始的源由，是先從一小群人所積極努力規劃而成的。曾被視為半地下行業的刺青，在過往幾乎隱匿於社會的角落，刺青工作者也因此無法納入社會的體系而享有相對合理的保障，部分業界人士有感於此則積極發起工會，促使其成立。

除了從場域內觀看刺青工會組成的原因外，亦可從大環境的改變去了解成立刺青工會的時代脈絡。根據統計自 101 年起，刺青店就從原先 200 多家暴增到現有的 1400 多家，³²坊間到處都可看到林立的紋身館、刺青工作室，這現象顯示刺青市場的蓬勃發展以及從事刺青人口的趨增。依照社會發展的情形，理應把這些為數眾多的店家納入社會體制來管理。但弔詭的是，這些店家卻無法以刺青店名義取得營利事業登記，³³這種落差和不合理的情形，也突顯刺青工會成立的急迫性。

另外，刺青行業在相關法令尚未通過前，是處於妾身未明的灰色地帶。這種情況連帶使得刺青業者無法投保勞健保，這當中最直接受到影響的是紋身師傅的權益。為了享有勞健保，刺青師也只能參加其它的職業工會或靠行別種行業，靠行的情形一直延續到 2012 年，台北市開始出現職業紋身工會才獲得改善。當初工會成立的訴求重點，最主要為刺青去汙名化、保障刺青師工作權益，並改善刺

³² 〈「紋身業」擬合法化 北市 8 月納管〉，《民視新聞》2013 年 7 月 5 日。

³³ 「經濟部 92 年 4 月 30 日經商字第 09200538140 號函：刺青、紋身等行為，傷及皮膚組織，對人體健康造成不良影響，依行政院 73 年 5 月 3 日台 73 經 6943 號函釋、本部 88 年 9 月 22 日公司行號營業項目代碼表作業計畫推動小組第 12 次會議決議暨行政院衛生署 89 年 9 月 27 日衛署醫字第 0890016391 號函釋，並非公司或商業(獨資、合夥)所營事業登記事項。」引自商業登記常見問題 Q&A 手冊 臺北縣政府經濟發展局編印 98 年 4 月。

青行業制度等幾大項。³⁴

現為台北市職業工會理事長李先生，談起創立工會的過程說道：

早先我們紋身在台灣給人家的印象比較偏向負面，會去刺青的也都像給人家的觀念，好像是就是流氓！兄弟啊！這些的人才會有。那其實到後面那像來參與到這個行業的人，那個同業人員越來越多了，可能有一些是甚至是大學畢業生或是高中畢業生，他就會願意來加入這個行業。那所有的東西都有了，也有先進的人了，那可是他所有的制度就很不完善，沒有辦法有自己的勞健保，沒有辦法有自己的營業登記這些，變成永遠都是在一個角落在做事，所以會成立公會也就是這樣的一個理念開始。

工會成立的過程並非十分順遂，李先生表示最重要的是卡在法規，政府沒有將紋身業納入營業登記項目，當他們剛開始要組成職業紋身工會時，找不到任何法源可供設立的依據。但在窮則變變則通下，李先生便先創立中華流行藝術技藝創作發展協進會，再利用這個協會舉辦世界級的大型刺青比賽和刺青博覽會，³⁵其間找了外國刺青師來台交流或做相關的表演，而外國人士來台工作需行文至外交部得到外交部的同意才准放行。在經過外交部的批准後，李先生則拿著外交部的公文到市政府去申請職業紋身工會「等於拿大單位去報小單位然後再去申請」李先生就透由這樣迂迴的方式，在 2012 成立台北市職業紋身工會。

這種對刺青存有偏見和不是很友善的態度，也可從其他方面觀看出來；雖然現今的刺青經由媒體的打造，表面上有引領風潮以及汙名降低的趨向，但公部門

³⁴ 參考〈台灣紋身職業總工會介紹〉《刺青極限雜誌》第 66 期。

³⁵ 2010 世界紋身菁英博覽會暨精英盃紋身大賽在華山藝文園區舉辦。

對待刺青行業的態度，仍隱約存有刻版印象，譬如衛生署認為紋身不宜鼓勵。³⁶ 所以即使工會已通過成立，紋身業仍遲遲無法列入為正規的營業項目。而在這裡刺青行業所要面臨的處境是，公部門即便不是以一個汗名的角度審視刺青行業，但仍是用一個不太開放的態度去管理他們，迫於無奈刺青業者也必須接受這樣的情形，李先生說：

紋身這一塊的部分他（政府）沒有項目規範，到目前為止我們工會成立它都沒有項目，是台北市政府有打電話來給我，然後也有發文，那我有找一些議員去瞭解這樣的狀況，他們才發文說願意在這方面適度的修法，凡是於明訂在去年的十月份或十一月要修，結果好像又無疾而終。

目前政府對刺青業者的態度曖昧不明，台北市衛生局原先認為紋身潛藏衛生安全的問題，有意讓業者取得合法身份並納入營業項目以便管理，³⁷但到現今仍停留在只聞樓梯響的階段，至於後續的處理方式尚無下文。在相關政策延宕多時，刺青業者乃化被動為主動，打算組成全國總工會來爭取自身的權利。在刺青專業人士的奔走下，現今全台共有多個縣市成立職業紋身工會，已達到設立全國總工會所要求的門檻。³⁸

制度一旦建立除了提供保障之外，隨之而來是法條的規範和組織內的控管機

³⁶ 「台北市議會公報第 91 卷 13 期：民國 88 年及 92 年經濟部發文強調，衛生署認為紋眉、紋身不宜鼓勵。」引自市政總質詢第 7 組- 臺北市議會[PDF]，網址：

<http://tckm.tcc.gov.tw/tccgazFront/epaper/079/ep07915.htm>。

³⁷ 同註 32。

³⁸ 「中華民國紋身從業人員職業工會聯合會，經勞動部 103 年 4 月 27 日勞動關一字第 1030011921 函准設立。」引自中華民國紋身總工會 Facebook，網址：

<https://zh-tw.facebook.com/TaiBeiShiWenShenZhiYeGongHui>。

制。在採訪當中李先生不諱言指出部份的刺青師擔心加入工會未蒙其利反倒受了許多約束，對此他提出他的看法及立場：

如果打算在工作室裡頭做，沒打算組成一個公司的話，我覺得會有這樣的觀念，我自己做得好，溫飽就好，但要確定一點，第一個沒有執照，第二個沒有營業項目，第一個，總工會的名義你沒有進來我第一個可能就找你，因為你沒有勞健保，那我不管你加入那個其它的工會，你不加入我們的不認同也沒關係，那我要看你個人跟你員工都有這樣的保障，因為你是從事在這項工作，再來，營業項目，為什麼沒有營登可以執業？來，國稅局查完以後，你用的材料呢？誰規定的，對，我們也沒有規定包括工會這邊也沒有規定，但是他我們有一套法規，這促成我們的東西，例如說像拋棄式的東西啊，器材啊什麼的，你有沒有在使用？沒有？來衛生署，對不對，你一天到晚被查你也會覺得很煩。

雖然經過有心人士積極推動工會成立，並加強督促政府通過有關法令。但根據筆者實際的田野訪談，卻發覺場域內部聲音並不一致，有些贊成，但仍有許多刺青工作者對工會抱持觀望的態度或持有不同的意見：

我不太了解他的內部到底是什麼？你要我繳錢當然要有一定的福利或什麼一定的保障，那這一塊我還沒去了解，因為我這邊也沒有掛營登記證，因為我是私人工作室這樣，所以這一部分我可能還要再了解一下。(A5)

我們有去聽（工會成立公聽會），但是因為我目前還沒有接觸到那一

塊，其實我對裡面還有一點不懂，而且我有勞健保，我有在想我這個需不需要，那我還沒有跟他們討論過。(A2)

另外也有刺青師對工會成立的動機，提出質疑：

因為想成立一個工會，然後讓這個業界更合法化，更走上檯面，然後因為工會的關係，也可以讓所有的紋身師修正他的觀念，不管衛生觀念，技術觀念，都能夠提升，所以我們成立一個工會，這是一個好的想法，可是這個想法已經不見了，變成是有商業，人家去操控說...

(B1)

但對於業界自組工會，亦有人表達支持，只是認為工會尚未上軌道，很多地方仍需加強：

就是他們自己主動的，其實這是一個，在我們看來這是好的，我們主動出擊來協調因素...但我們還沒有很清楚他的制度是怎樣，比如說轉很多健保勞保什麼的，覺得很麻煩，他也沒有專人在，也沒有時間啦！幫我們把這件事處理好。(A1)

從上述幾個訪談中，雖然有刺青師贊成工會的成立，但場域仍有些刺青師對於工會懷有某些存疑，或許是因為對工會運作的不瞭解，或許是出自於自身利益的考量，亦或是對工會成立的動機上的質疑。但綜觀而言，職業工會的設立對刺青行業還是有一定的正名作用，一位刺青師就對工會的成立做出分析：

因為它（工會）讓業界，是業界就可能有一個讓紋身這個行業正名吧

，對不對，人家至少說我們這個行業也有工會啊，我們也有在課稅在幹嘛，可是有很多工作室他是躲在家裡不報稅幹嘛，是不是你有工會以後大家就可以正規，就必須設名單幹嘛幹嘛的，比如說我們這個租金較高，我們還要照樣繳稅工，可是有的不用，我是還好那個水平會拉得比較我覺得至少包含用的器材還有衛生方面會比較有那個規範，衛生啦，我從以前在刺青界最重要是衛生，再怎麼漂亮，不衛生那有病的問題，那是不行。(C2)

或許因為過往刺青總被視為半下行業，外界也不時投以異樣的眼光來看待，也因如此，刺青工作者易被歸類到屬於混混、流氓，不務正業的一群，在這場域工作的從業人員因而特別容易感受到汗名的壓力。就如上述的訪談所說，職業紋身工會的設立，則可讓刺青師傅合法納入勞健保，而我們從社會意義上來做解釋，這等於宣告紋身業可以進入到正常的職業範疇，對於刺青的向上位移是具有正面的效益。

此外，我們亦可以從場域角度觀看，往往工會組成的用意是要集結勞工形成團結力量來抗衡資方，保障勞工的權益，也就是把勞資地位長期不平等的困境與現象，透過法律的保護機制來得到實質的平衡（許驥洪、游姿穎，2013）。但刺青行業卻與其他業界有所不同，源自於極大多數刺青業者是屬個體戶或小型規模經營，較諸其它行業組織架構明顯鬆散，勞資雙方的地位差異並不太大，加以刺青圈小、場域內隨處可見同門或師徒關係，這樣的人際網絡所交織出來的特殊生態環境，亦形構了重倫理、重輩份的場域文化，所以一般工會所訴求的重點，顯然在刺青場域是弱化了許多。

但不可否認職業工會的成立在場域內還是起了一定的效用，對刺青師而言，工會除了提供合法納入勞健保的管道，還能保障刺青工作者的相關工作權益，包括勞資糾紛的協調、免費法律諮詢、勞工教育課程的舉辦（許驥洪、游姿穎，2013）。

最重要的是，提供一個平台讓場域內的刺青師能集結成社形成組織與社會對話，無形當中也形塑了刺青專業的形象，促成一個具有汗名的邊緣行業提升至中產階層的可能。

四、 刺青展

自 2000 年起台灣刺青師興起到國外參展的風潮，這股風潮影響台灣刺青場域發展與變化。過往的刺青場域呈現的是封閉的狀態，在當時而言，刺青幾乎是屬於特定族群所共享或流通的符碼，外人很難窺知場域內部的運作，刺青界始終給予外界神秘的印象。

但自台灣刺青聯誼會設立後，原本只是零星自行參展的刺青師，開始集結成團參加國外刺青比賽及展覽會，並蔚為一股風潮。而這股風潮讓本土的刺青師把觸角延伸向外拓展，藉由參展吸取國外的經驗及技術，也因而能在文化的層面上注入多元觀點，豐富刺青文化提高刺青的藝術性，而這些因素促使場域有了開放的可能性。

(參展) 真的很有幫助，因在國外展場有一、兩百攤像我們到德國，他那個攤位有四百攤，現場看到他在刺，或者說可以學到他們影片，或者是有機會交流到東西，完全是用錢買不到的東西，我有些東西，我們就是簡單好了愛心他畫一個愛心，他的愛心就是跟人家不一樣，我們就是可以有不同 Idea，四百種不同的愛心，我們老師就有四百種不同的愛心。(A1)

因為你有在比賽，所以你會不斷的在新的作品上有動力，因為比賽的作品跟客人的作品不太一樣，客人的作品是他想要甚麼會討論，可是

比賽的作品就是以自己想要表達某一個藝術方面，可是有時候我的想法會比較新，客人不一定能夠接受，而且客人習慣就是說，你又刺過的可以讓我看一下嗎？你可以讓我看一下刺過的感覺是怎樣嗎？可是你要去比賽，就是要講創新嘛！就是沒刺過我怎麼給你看？（B2）

參展除了可以擴展刺青師的視野，在技術層次上可藉此互相砥礪觀摩外，刺青展亦提供一個可以互相交流的管道。不管是刺青師彼此之間或是消費者跟刺青師，甚至是刺青愛好者，都可透由參與刺青展使雙方有了共同交流互為觀摩討論的機會，一位參展的刺青師這樣分析：

是因為有這個展會，你大家可以來這裡交朋友啊，聽得懂意思嗎？你不可能看到網路人家作品不錯就說我們做朋友，不可能對不對，可是展會我們有時候還會用 party 的時候，就英雄惜英雄的角度，你有時候說這個師父喜歡這個師父的東西，他不可能主動去想辦法認識，沒有那個點去讓他交集到，可是你現在有展的話，他可能由參展大家領個頭打個招呼，互相欣賞自己就會拖去他的攤位跟他聊個天，認識久了就大家聚一聚，私底下他們就自己會交流會連絡，很多啊，現在很多台灣的或因為我們的展，跟很多外國人他們有私下在交流。（A4）

參加刺青展對刺青師而言，還有一個重大的意義，就是可以實現自我，爭取認同。在筆者訪談幾位刺青師，他（她）們談及剛接觸這行業家人多不表贊同，直到參展獲獎才取得認可。一位女性刺青師說起剛入行的情形，及參展後家人態度的轉變：

我母親比較反對，因為她比較保守，然後再加上家裡我媽媽那邊鄉下

人，都比較保守，所以他就是一開始學的時候他覺得我做刺青會丟他的臉，後來我爸有跟他溝通，因為我爸他也是搞藝術的，他是畫油畫然後拍照攝影師，然後也是廣告設計公司老闆，然後他就有跟我媽溝通，再加我自己也有出去參展比賽，就是給他比較就是我不是在玩票性質。(A2)

另一名刺青師就直指獲獎後帶給他的榮耀以及親友的認同：

其實家長的擔心不是因為他討厭你的工作，可是他會擔心小孩子的未來，你好好的工作不做，你刺這個會有未來嗎？在剛開始十年前的時候，像我父親一開始也是不喜歡，他是沒有強烈反對，但是他也沒有很認同，而且我們家在賣中古車的呀，到後來我比賽得獎，結果等開店兩年後，我爸也願意，在我得獎之後，家裡還辦慶功宴，親戚就覺得，刺青還會得獎。為什麼？因為我以前不愛念書，然後從小當大，也都沒有獎狀，家人也不會對你抱持著什麼希望，就是希望你能穩穩的工作他會覺得說，他原本看不起的东西，不但你做不錯，然後又得獎，怎麼會有這種事情，然後慢慢變成是認同我的工作，因為他有看到你的成績了嘛..(C2)。

在國際刺青展獲得獎項，的確給予本土刺青師相當大的榮耀和鼓舞，像陳政雄、蕭時哲、楊金祥、吳世民...乃至於新一輩的曾昱傑，都曾獲得國際比賽的冠軍。以高雄彫安陳政雄為例，他在 2009 年五月到美國紐約參加刺青藝術大賽，以一幅「西塔鬼若丸」的浮世彩繪刺青，勇奪世界冠軍，其技巧畫功驚豔四方。

³⁹而楊金祥與吳德清在 2014 年三月巴黎國際刺青展中攜手刺出「龍在東方」畫

³⁹ 〈刺青師陳政雄刻水滸傳人物 赴美奪兩金一銀〉，《東森新聞》2010 年 6 月 16 日。

作，拿下最高獎項的「BEST OF SHOW」，這是楊金祥繼 5 年前在義大利米蘭國際紋身展奪到金牌後，將台灣的刺青技藝再一次推向國際。⁴⁰2012 年刺青師吳世民在日參加「第四屆澳洲雪梨世界刺青與身體藝術展」，與二十五國近三百名世界級的刺青師同場較競，最後以《貓與蛇》、《戰神》、《象神與母》及《山中精靈》四個有著圖畫般細膩風格的刺青作品，奪下三個冠軍、一個亞軍...，⁴¹這些優秀的刺青師在國際的競賽平台頻頻得獎，經過媒體的大幅報導，提高刺青在社會的能見度，最重要的是，也給予刺青正名的作用。

同時，國外的刺青展模式也被引進到國內，剛開始台灣所辦的刺青展還未臻成熟時，參展攤位寥寥可數。一位資深刺青師描述當時在台灣首辦刺青展的情形「那時候擺的攤位差不多十攤左右而已，全台灣只有十間去參展而已，十間左右」雖然規模不大，但主辦單位還是極力宣傳，在路口插旗招攬民眾，結果因大眾對刺青仍存有偏見，到場參觀的人並不多「阿，那時候台灣刺字還沒有那麼盛行，我的印象那時候第一場刺青展，刺青師比民眾還多...」，而這種門可羅雀的情況，隨著辦展經驗越來越豐富以及策劃人將異界的元素加入了展覽中，「因為我把週邊的東西全部加進來，例如說我這邊有賽車協會，有那個塗鴨的，然後我自己也有辦在各百貨公司做活動，我有公關公司，我把所有的東西全部擠進來用這樣的模式做」這樣的作法使刺青展變得有話題性，能引起各界的關注，而形成群聚效應。也因為這樣的多角化辦展模式，讓刺青展彷若成為嘉年華會，這樣嘉年華會的模式，可以使一個具有汙名歷史的行業，透由一種外界較能接受的方式去舉辦展覽，這就是所謂「內行人看門道，外行人看熱鬧」。所以縱使是一般對刺青毫無概念的民眾也許就基於看熱鬧或好奇的心理去看展，讓刺青有多一個被認識且能拉近與民眾距離的機會。雖然現今的刺青展，普遍可被民眾接受，但在台灣辦

⁴⁰ 〈台灣刺青師傅「龍在東方」圖騰再度揚名國際〉，《蘋果日報》2014 年 5 月 9 日。

⁴¹ 〈技壓 25 國台刺青師摘 3 金 鬼才無師自通「如油畫般細緻」〉，《蘋果日報》2012 年 3 月 27 日。

刺青展還是得面臨一些問題，如經費的來源。在台灣辦展不像是在國外有的刺青展是有經過政府的補助，經費的不足，常使國內的刺青展後繼無力，像台北辦了兩屆即停辦。我們採訪到一位多次在國外獲獎的刺青師，他比較國內外辦展的情況：

嗯...你不能跟外面國家比...因為他們已經很多屆了，也就是說有很多的經驗了，所以他們辦的一定比我們台灣多，但是如果以台灣這樣來講的話，其實我覺得已經很棒了，因為它並不是會受到，好像說政府呀，去協辦的活動，所以，所有的，你要辦那個活動的話，所有的那種資金來源都民間的，要靠自己的，所以其實辦那個是很辛苦的，除非你說像國外，新加坡有辦過那是由觀光族協辦的，所以它的場地可以製的很漂亮，在新加坡的世貿中心展覽會，其實那很漂亮的，它的政府有協助一些設備，所以它可以辦到...邀請很多國外的刺青師過來，那民眾才會有很踴躍的想要進去看。(B1)

從上述可以得知，政府是否支持往往關係經費充裕與否，這也影響辦展的規模及延續性。但很顯然的，在台灣這方面所獲得的支援並不多，幾乎所有刺青展的舉辦都是由民間發起，也因為如此，特別容易引起場域競奪的問題，除了檯面上的競賽，同時在私底下也正進行一場又一場不欲外人道的角力競爭。除此之外，刺青場域的特殊文化也是引起紛爭的因素之一，雖然台灣的刺青圈並不大，但因刺青師們的自主意識強，加上有些師承關係，就容易形成所謂的派系，而一位新進刺青師就描述他所觀察到的場域文化：

我覺得我們這一行可能跟一般的行業比較不一樣，我們算是比較在社會邊緣，那我們也算是一種比較小的族群，那就是對外界的人來看可

能是會比較神秘一點，所以我覺得可能久而久之它自己形成一個所謂圈內的文化，就變成是說師父收徒弟，然後徒弟對師父的尊重，當然我覺得這方面或多或少跟受日本的影響也有關係吧。(C3)

這樣的圈內文化，也等於是說人與人的連結性強，關係較其他行業的黏著度高，再加以競爭激烈，因此也較易有摩擦出現，尤其是刺青展這樣是具有競賽的形式，更容易引起場域內的紛爭。

某位知名的刺青師就在自己的臉書公告，退出台灣刺青展及比賽，也不再擔任評審，其中論及到「參加比賽 2004~2014 這麼多年來我在台參賽...知道越多越心寒...評判別人很容易，檢討自己才是最難的...」從這邊我們也不難窺探出刺青場域錯縱複雜的人際關係，以及不為人知的競奪情事。

刺青經由辦展這樣的活動仿若是某種形式的出櫃，讓這個原本屬於社會邊緣的行業，隨著參與或舉辦刺青展宣告刺青本身的主體性，而不再甘於屈居社會邊緣的角色。藉由刺青展刺青場域從原先封閉的狀態，經由技術涵量的提升以及可以提供多元圖案選擇的轉變，而有轉化為刺青參與者觀摩討論的園地的可能。

第三節 小結

這幾年當中，刺青場域隨著結構的改變，很多的資本在其中被累積甚至被創造。在過往刺青場域的封閉性，使得刺青師們鮮少互動，連帶也使資本轉換流動不易。但自台灣刺青聯誼會的出現，開始有了轉機，這個聯誼會初期時，能凝聚刺青師們的共識，在團結的號召下，這群刺青師累積相當的社會資本（人脈），集結成團到國外參展，並藉由參展所獲得的名次榮銜（象徵資本）轉換成經濟資本。

其次，場域開始出現不同風格的刺青，有別以往單一浮世繪風格。這樣多元

的走向，表示現在的刺青師能針對自己的特長展演出屬於自己風格的刺青圖案，創造出不同的文化資本。這種文化資本的創造也能從轉換經濟資本的過程看出，刺青場域中刺青師不同紋身風格區分客層的來源，底層陽剛的男性群族仍偏好原來的傳統刺青，但新風格型態的刺青卻能擴增新的客源，因此有女性及中產階級的加入，在這個面向，我們看到場域資本的流動，文化資本是如何轉換經濟資本再帶動場域的變革。這些都強化這個場域彼此競爭的複雜性跟豐富度，他們彼此之間各自做區隔，分別在這個場域找到創立自己風格或符合自己的文化資本的刺青方式，然後再轉換為經濟資本。

另外，我們可以看到場域內組織化的模式，展現出刺青師彼此之間互相競合的關係，而這樣關係的發展，一方面可以看得出他們希望經由共同的努力，證明刺青行業在社會的正當性，讓刺青降低汙名使之獲得正名的位置，塑立刺青的專業的形象，這也是他們在合作面向最大的期待值。但在他們的競爭面，或許是因為立場或許是因為利益衝突，使他們原有的組織團體也許會面臨分裂或解散的結果，但這樣分合或競合，也讓這個場域有重新解構及再重組的機會，刺青文化也可因此再展演下去。

除了當代刺青意涵的轉變，刺青場域的質變（從刺青界內部所產生的改變）也是台灣刺青普及化、正當化的重要因素之一。在這轉化過程中，積極有意識操作且欲建立起專業規範的刺青人士，扮演了相當關鍵的推手角色。如今刺青不再是躲在暗處的神秘行業，取而代之的是，它已經可以與社會脈絡結合，已非往昔被社會排擠在外的邊緣體。

第四章 刺青去汙名及市場化的可能

從刺青師的場域競合的關係，我們可以看出刺青場域歷經某些變革，這些變革所帶來的影響，包括刺青去汙名化及市場化的可能性。而這兩者也彼此相互交叉影響，並帶給刺青文化新的發展面貌。本研究將從場域內刺青師的視野角度觀看刺青汙名降低及市場化的發展，並在以下詳論之。

第一節 刺青汙名化的歷程

早期台灣本省幫派份子，多以義氣做為結盟的要素，這種以兄弟義氣做為號召所發展出來的幫派組織，其思想脈絡深受崇尚義理的日本武士精神的影響。而從江戶時代起，日本武士就以紋身做為自我標誌的象徵，⁴²台灣幫派份子在效法武士精神之餘，同時也沿襲此項紋身傳統，他們多以大幅圖騰彰顯其身份，作用乃在威嚇他人以及做為識別派系的標誌。

由於往昔的台灣社會風氣以及文化乃相當保守，加以黑道多有刺青的習慣，社會大眾易把刺青與黑道混為一談，兩者之間無形當中也被劃上等號。在當時身上有刺青的人常被認定為黑道中人，使得一般民眾不敢隨意嚐試紋身，紋身遂成為區分黑幫與其他社會階層的重要標誌，而紋身所揮之不去的黑道色彩讓大眾對這項人皮雕刻技藝產生負面的觀感，而刺青等同黑道的刻板印象就根深柢固深植於早期台灣民眾的心中，使紋身無可避免被汙名化，讓原本屬於中性的刺青，經由渲染產生汙名的連結。

⁴² 文化圖庫 中華網〈日本的紋身文化〉，

http://big5.china.com/gate/big5/tuku.culture.china.com/culture/html/2012-07-16/203986_2187903.htm。

雖然刺青汙名化有其歷程，但不可諱言刺青與黑道文化仍有其關聯性，而在台灣，早期刺青文化發展也與黑道有著緊密的關係，我們大致可從幫派組織及監獄處所所展演出來的刺青文化來做觀察。根據程敬閏、沈品璇與廖福村（2011）指出，在幫派中每當有新人要加入時，就必須經過某些儀式以及考驗才能成為幫內成員。其中刺青即常被用來考驗新進成員的忠誠度，而刺青會被拿來當成考驗的指標之一，乃源於刺青的特性，一種永恆不滅的特質，因為一旦紋身，身上的印記就難以抹滅掉。因此，幫派組織會要求新人刺青，做為入會的門檻或參與組織的條件。另外透由刺青還可以產生一些效應，如讓幫內成員加強彼此的認同，尤其是許多幫派擁有自己團體的紋身符碼，這些符碼往往象徵這一幫派的某種信念，藉此希冀強化成員之間的關係進而凝聚幫內的共識，而這些紋身符碼就如同家族的徽章是具有辨識的作用，可以判別是否為幫內同志並用來區分敵我，同時此類的刺青也具備某種特殊的意涵，那就是刺上這些符碼代表紋身者會為這個組織效忠，至死不渝。

在國外這類與黑幫有關的紋身，稱之為 gang 紋身，gang 紋身象徵紋身者與所屬幫派的信念，有時也會記錄他們的暴力行為或犯罪史，比如刺在臉部，位於眼睛下方的淚珠圖騰，其意涵可解釋為刺青者殺過人或曾服長期徒刑，或是意味失去摯親正尋求復仇。⁴³對這些黑道人士而言，刺青不易抹滅的特性，似乎也幽微地訴說著他們的宿命，一旦加入黑幫就像紋在身上的印記，也許終身擺脫不了這個地下社會的命運。

而從監獄處所所展演的刺青也是早期台灣刺青文化發展的脈絡之一。在日據時代，日人為了便於管理以及對抗反日活動，設立了台灣首批的西式監獄，包括台南刑務所、台北刑務所、嘉義舊監獄（何春蕤，2010: 68）。這批監獄很自然演變為政府長期監禁罪犯或政治犯的地方，在監獄場所裡，原是刺青最缺乏的素材

⁴³ 參考〈Photo Gallery of Gang Tattoos〉，網址：<http://crime.about.com/od/issues/ig/Gang-Tattoos/>

一人皮，在這取之不盡，用之不竭，漫長的禁錮生活以及不虞匱乏的皮膚來源，使得監獄成為刺青創作的殿堂。諷刺的是，對比牢獄中苦悶枯燥的生活，刺青反而在這延展出另一番榮景勝況。這種經由犯人土法煉鋼方式所發展出來的刺青，稱之為軍監派刺青，其圖案多參考模仿本土兄弟身上的日本風格刺青，以龍為主流，使用單一顏色，只能呈現簡單符號或圖像，類似黑白印刷，且以大幅圖騰為主，⁴⁴ 可用來彰顯刺青者的氣勢。

在監獄這樣容易劍拔弩張，時時得面臨緊張對峙的環境中，服刑的牢犯常用刺青表現魄力藉以建立威信，同時運用紋身這項符碼向其他囚犯傳達其在獄中地位的訊息來鞏固自身的權益。而另一方面，這些囚犯在互刺的過程，交換的不只是身上的皮膚，也代表情義上的相挺，一種同是天涯淪落人的相互慰藉的換帖情感，這些情感也反應在肉身上，透由刺青來展現他們深藏在內心的各種複雜情緒（何春蕤，2010）。而烙在這些人犯身上的刺青符碼，彷彿就是命運的刻痕，紀錄他們沉淪於社會底層的悲苦感嘆，威猛圖騰在恫嚇他人的表面下反像是嘲弄自身的無奈哀歌。這群刻有烙痕的社會邊緣人，一旦出獄進入社會體系，又因身上的紋身被社會排擠，黑道有刺青，刺青是黑道，成為當時社會的普遍認知，黑道與刺青的連結變成黏密不可分。就當時的社會氛圍，刺青不僅刺進人的肌膚，也將人們對黑道的恐懼刺進集體的社會意識中。

另外一個刺青跟黑道有關因而產生汙名連結的線索，就是擁有黑社會背景的刺青師。由於在獄中，有時間也有素材皮膚可供練習，長期下來就培養出一批刺青創作者，這些人出獄後，當中有許多人將在獄中習得的刺青技巧轉變為謀生的工具而走進刺青師這一行，這也可以解釋為何早期部份刺青師是黑社會出身的情形。然而這些刺青師本身有些可能是積習難改，行事作風不離江湖人的調性，導致社會觀感普遍不佳，使得原本就有黑道聯想的刺青，更加劇其汙名化。一位資

⁴⁴ 參考〈台灣紋身風格〉，網址：<http://www.fright.com.tw/history/history13.htm>。

深的刺青師就對當時這些刺青師提出尖銳的批判：

以前會做刺字的人幾乎出身都很低，知識也很低，除了逞兇之外就是什麼步數都會，就是要害人要騙人的什麼東西都會啦，就是都要欺人的都會，比如說這個客人來就是儘量把他講成，結果錢收一收到後來跑給客人追，這個多，因為這些人我們這些刺青師就是這種人，他們的出身就是這樣，他們可能在監獄的時候就是那種沒有人看的，沒人會面的，所以在裡面就是替人洗衣服，替人做一些雜役，替人刺字，有時候賺些菜錢賺一些那個這樣，所以在那裡面去求生存，那他出社會後，剛好有這個行業可以給他時，他還是會用那種攀關係，比如說在裡面關這個老大這個什麼他就會去攀關係，他出社會也一樣啊，他不會去就學術就美術這些去經營改變...，他就開個紋身店開個小工作室還是龍蛇雜處，能賣毒就賣毒，能什麼就什麼，能去幫人處理事情就去處理事情就是這樣。(C1)

回顧台灣早期的刺青是充滿壓抑的，不管刺的人或被刺的人，似乎都與黑社會脫離不了關係。刺青的生產者與消費者都侷限在社會的特定族群，刺青的發展連帶也被限制於這個框架中，在此刺青的藝術性不被討論、不被關注，刺青被噤聲於主流社會，與之連結的是流氓地痞的負面形象，形塑著刺青的汙名。而當筆者進入田野從中得知這樣汙名的形構，即使是現今的社會仍然會帶給刺青者一些困擾。採訪當中，一位身形嬌小面貌秀麗的女性刺青師描述幾年前剛來台北找房子，屋主看到她身上一大片刺青圖騰所做出的反應：

譬如說我在台北要找房子，因為我是找學生宿舍，他們踏出去就會嚇到，所以他們就不願意租房子給我。(A2)

他跟我說你這樣子不行啦，你做這個刺青一定會很晚回來，就是有很多理由，他說他有先入為主的觀念，他說你這樣會很晚回來，會打擾到我其他房客，而且其他房客看到會怕，都會這樣子說，很直接，然後我後來覺得，其實當下會很心裡一定不高興阿，因為覺得你沒有跟我們相處過，我們其實只是刺這樣，我們還是很單純，下班還是會回家還是幹麻阿，被這樣講心裡會不高興。(A2)

最後這位房東是拒絕租屋給這名刺青師，原因是怕她會「嚇到」其他房客。刺青對於這位拒絕租屋的房東而言，是一種「汙名」符碼，他把「壞份子」與刺青劃上等號，女刺青師因身上有明顯的刺青圖騰，所以在這個房東的想像裡她是壞份子，「按理」會嚇到其他房客，故不能租屋給這位女刺青師，這當中透露出來的訊息是刺青在這社會還是存有既定的刻板印與汙名仍有連結。被汙名化的刺青形象，除了生活上會帶給刺青者某些不便或讓其遭受歧視性地對待外，在婚配上亦產生干擾的問題。

之前我的男朋友都沒有刺青，他們可能覺得我刺這樣太誇張，或是出去大家會一直看，他們會覺得很不自在，他們可能想要低調一點，可是像我們刺青的人今天會刺這麼多就是很高調了，加上我們想要推這個文化，自然而然就會受別人注目，他們就覺得有壓力，還有他們父母也是個壓力，所以應該是還蠻不好走的。(A2)

女刺青師A2的感情路走得並不順遂，身上大面積的刺青留給她美麗，也留給她哀愁，前男友或因社會壓力(包括來自父母)或因不理解(本身非刺青者)，終至與A2分道揚鑣。除了感情外，A2也表示早期因顧及社會觀感，在第一次

刺青時選擇刺在脖子，因為刺在這個部位可以用頭髮遮蔽刺青來規避社會異樣眼光。

那時候留長頭髮，因為那時候刺青風氣沒有像現在那麼盛行，所以想說不要讓大家一直看到比較好。(A2)

從A2 這個案例中我們可以發覺到刺青大小、位置（可遮掩與否）與汙名之間的關聯性，在高夫曼《汙名》一書中曾提到，受汙者可以運用「掩飾」讓汙名（stigma）不被放大，目的是減少緊張，讓自己與他人降低對汙名的潛在注意，而能夠自然地投入雙方的互動（Goffman, 2010）。所以，當刺青如被視為一種「汙名」符碼，能用衣物頭髮遮掩之，將緩和「正常人」對刺青者的敵意與緊張感，反之，隨著身上刺青面積越大，所挑起的對立情緒就越強烈。

雖然社會對大面積的刺青接受度不高，但刺青汙名仍隨著時代的變遷有漸漸淡去的趨向，在過往刺青者只要揭露身上的圖騰，就會面臨工作上的困境，但現在顯然緩和不少。受訪者A1 談及過往與現今的不同之處：

因為說真的以前刺青風氣沒那麼盛行，說真的你刺在手上，很多工作都沒辦法做，像吃的、銀行、上班族、工作都不能做，因為刺青還是會給別人刻板印象。(A1)

現在其實在台北有時候美式餐廳或什麼的工作還是蠻好找的，大家覺得沒關係，你有刺青沒關係，造型或彩妝師，我看過很多彩妝師或美髮師有很多有刺青，因為我們客人很多都是這種。(A1)

從這可知現今社會對刺青者的包容度顯然較諸以往要寬容許多，但仍有地域

與行業的差別對待。根據上述田野的訪談，北部與時尚相關的產業對刺青的接受度較高，而刺青者身上圖騰的大小亦影響社會對其看待的眼光，刺青所揹負的污名枷鎖，雖不像過往那麼沈重但仍無法完全去除。

刺青汙名由來已久，古今中外皆然，早在古希臘時期，希臘人設計一些身體符號，來顯示承載符號者在社會位置的特別性，這些被烙印符號的人們，往往是罪犯、叛徒或者是奴隸，身體的符號宣示著正常人應與之的持有者保持距離，被刻印身體符號的人是不潔的（Goffman, 2010），尤其是在公共場合這些人是被限制與正常人互動身上的圖騰就是標誌鮮明的界限符碼。甚至是聖經對於刺青也明確地加以禁止，「不可為死人用刀劃身，也不可在身上刺任何花紋，我是耶和華」這條經文是聖經中反對刺青最經典的條文之一，而神在利未記中清楚地定刺青為罪。⁴⁵

其實，刺青汙名的形塑有其複雜的因素，但當代刺青消弭汙名使刺青從底層社會翻轉至中產階級的契機，很大的因素是取決於市場化的機制。當刺青被市場化，刺青這項符碼不再侷限於特定的族群而變成一種商品時，刺青的屬性將變回原本的中性，大眾對刺青接受的程度也因市場化地加深而隨之提高，這種現象同時也意味著因市場化而使刺青有著降低汙名的可能。

第二節 刺青市場化

一、 媒體的影響

報紙、雜誌、書籍、廣播、電視、電影以及網際網路，這些傳播媒體充斥在日常生活當中，而現今的人在生活上幾乎離不開這些媒體，需藉由它們得知消息或者是靠它們傳播訊息，而大量類似的訊息傳播，則容易形成暈染的效果「經由

⁴⁵ 聖經（Chinese Bible: Union Traditional）利未記第十九章拾穗 28。

各種的傳播工具，平面地或立體地，無線電視或有線電視，都可以將原本個人的想法變成大多數人的想法，形成腦海的影像」(鄭翰林，2001)。這種現象往往讓資訊接收者的看法或觀念被媒體影響，社會的集體意識有時就在媒體的渲染下悄然地被形塑著，因而社會的價值觀也容易隨之而有改變。由於媒體具有上述幾項特點，這幾年來刺青有逐漸降低汙名邁向市場化的走向，這其中的改變，媒體似乎發揮了某些效力。

回顧往昔媒體對於刺青行為的報導，在內容上易受到刻板印象的拮制而難以跳脫社會既存的觀念，很多的報導就從負面的角度切入，例如 2002 年的媒體報導，〈7 少搶超商住家附近照搶栽了〉為標題，⁴⁶這篇新聞是報導七名少年合夥集體搶劫超商，但在敘述過程中寫到他們有的就讀高職、有的念國中夜校或是在休學中，他們因同學、鄰居關係結識，多人手臂上滿佈刺青圖案，字裡行間刻意寫出這群犯罪青少年手臂上有著刺青，無形中加深閱聽人對刺青汙名的連結。2003 年一篇南韓年輕人為逃避兵役而紋身的新聞，⁴⁷則強化刺青被社會排斥、不名譽的形象，南韓人還是將紋身視為不光彩的象徵，只有幫派分子才會紋身。南韓兵役法規定，身上刺龍繪鳳者不適合當兵，理由是刺青會「引起同袍厭惡」。另外，有許多報導以刺青為一時衝動，當事人悔不當初欲求去除為出發點的方向來寫。類似這樣的報導不勝枚舉，而社會大眾免不了曝露於媒體大量充滿刺青汙名的暗示性的訊息裡，在這樣的情況下，刺青的確很難與汙名脫勾，邁向市場化更是遙不可及。但台灣在 2005 年 7 月電視頻道「旅遊與生活」(Travel and Life) 推出《邁阿密刺青客》(Miami Ink)，這部以刺青師為主的真人實境的影集，在播出後引起極大的迴響，很多人對刺青的印象就因這部影集而翻轉(何春蕤，2010)。

《邁阿密刺青客》(Miami Ink) 是以真實生活中的刺青師為主角，節目中的刺青師各有各的特色和生命歷程。節目就環繞著刺青師們與客戶間的互動做為故

⁴⁶ 自由時報，2002 年 10 月 20 日。

⁴⁷ 聯合報，2003 年 6 月 25 日。

事的主軸來發展，節目中強調刺青師的專業性，也顯示出民眾對身體做改變的可能以及現代刺青的普遍。由於這部影集大受歡迎，在同時期也出現不少相似的節目，例如 2005 年《墨色》(Inked) 就是描述拉斯維加斯賭場裡的刺青店的影集，還有 2007 年的《洛杉磯刺青客》(L. A. Ink) 和同年英國推出的《倫敦刺青客》(London Ink) 等等，這些節目述說的都是刺青店所發生的各式各樣的故事，播出後受到大眾的歡迎 (何春蕤，2010)。但其中最令人印象深刻的，還是《邁阿密刺青客》(Miami Ink)，在場域內從事刺青工作的刺青師對《邁阿密刺青客》這部影集感受特別深，當筆者進入田野訪談時，多位刺青師都不約而同提起這部影集所帶來的影響：

很多消費者，他原本是沒想過要刺青。然後甚至有些是想一想而已，而且就覺得說...嘖！那個都好像壞小孩，可是因為邁阿密刺青客播了之後，讓很多的...包含中年人也好，老年人也好，年輕人一定都是接受的，讓一些比較長輩的人來，我自己就有這樣的客人，已經六十幾歲了啦，他來刺青...，拿一個相框，是一個黑底的照片黑白的，他說他要刺這個...這照片是我小時候，我那時做花童的，我就講...說你小時候做花童，哇~英俊哦~他說，啊！我就看你們邁阿密刺青客..他說他現在想做年輕時不敢做的事情。然後因為電視播了之後，他的小孩子反而鼓勵他，叫他爸去刺，就是做了一些他未完成的興趣。(B1)

現在通路多平台多，變成他們(消費者)比較會做功課了，就是他們懂得，就是我們以前那個年代紋身界很少，對啊紋身界很少變成說有就好了，可是你現在變成說比較多的時候，客人可能知道他要的是什麼，那個刺青師風格是他喜歡的風格，對，然後他，他，怎麼說，有的因之前邁阿密刺青客也有幫忙到，那節目幫忙很大，所以有些人就

覺得他要來刺一個有意義的東西，他就會想到他的圖要怎麼設計，客人的素質提升刺青師的素質就會提升啦，因為他給的問題越來越難嘛，我們要想辦法去克服的時候我們就進步了。(C2)

《邁阿密刺青客》所引起的熱潮，不單單只是節目效應而已，實質也因節目內容突顯刺青本身的美感而有了去除特定符碼枷鎖的效果。刺青圖案在節目裡不斷被鑑賞討論，在去汙名的同時也讓刺青猶如商品，這樣的模式延展到現實生活，其中最實際的收獲就是在現實生活擴大了消費的群族。而同時一般傳媒對刺青行為的態度則漸趨友善，何春蕙（2010: 90）就提到大篇幅的溫情論述不時出現媒體，逐漸將刺青平實化「刺青的溫情論述往往建基於強烈的親情描繪之上，這個非常主流的內涵也使得它所出現的媒體與版面不斷擴張推進」，刺青經由媒體漸漸有了溫情、平實的嶄新樣貌，在新樣貌逐漸產生以及媒體也不斷報導多名刺青師在國際賽事屢屢獲獎的事蹟下，而形塑刺青及刺青師正面的形象。

此外，一些綜藝節目也開始以刺青為話題，不斷找刺青者或刺青師上通告，姑且不論這些綜藝節目抱持的是觀奇心態或真正有心推廣刺青文化，起碼對刺青而言是多個發聲的管道。刺青則藉由媒體的這些運作能見度大為提高，換句話說，刺青因媒體可以堂而皇之進入社會公共空間，而透過媒體的催化，刺青與一般民眾的距離縮小了不少，這些發展的趨勢則推動刺青朝著市場化的路徑前進。

另外，網際網路的興起更是加速場域變革的重要因素之一。傳統的媒體掌握了絕對的主導權，一般大眾只能被動式地接受資訊。而網際網路的興起，讓媒體的操控權不在侷限少數人的手裡，人人可利用網路社群平台發佈訊息，這樣的改變，使得原本噤聲於主流社會而被邊緣化的刺青群體，能夠透過這樣的網路平台自主的發聲，同時也因網路的匿名性吸引一些對刺青有興趣卻不欲被貼標籤的人加入，這些情況形成場域解放的氛圍。一位刺青師分析網路興起對場域的影響：

一開始是奇摩部落格然後有無名小站，也是一個很快的品牌，那個東西瞬間，就是都知道大家內心都會有叛逆的這個想法，大家都很想，只是都不敢怕刺個青被人家貼標籤，像很多人在做突破性的時候，像中間有一個就會變成迴響，對就整個東西就會帶起來。(A1)

網路興起所引起的迴響，最值得我們注意的是，社群因而產生了連結性。以往網路不興盛時，刺青資訊的傳遞並不便利，喜愛刺青的人大概只能各自摸索零星地搜集有關刺青的訊息，而能提供討論的平台並不多，因此也很難形成社群。但透由網路的興起，不僅刺青社群的組成比之前容易許多，甚至有社群網絡的連結形成，從而讓社群之間產生一些互動。而這些互動讓刺青師們彼此的作品被關注，也讓一般民眾可經由此方式去認識刺青或評論刺青師的創作，而民眾亦可以直接參與刺青作品的討論，這也是增強刺青市場化的因素之一。

幾乎現在的刺青師除了網路，還有實體店面外，幾乎都是網路或是朋友介紹，因為網路的話我們可以 PO 一些我們刺過的圖給客人看阿，他們可以先看圖阿，或是看網誌先瞭解你這個人跟店裡的狀況，他們才會來，因為有的人去刺青店會有壓力，可能很黑，或是很害怕阿，所以從網路這個平台讓大家先認識我覺得很好。(C2)

由於臉書有立即回應的效能，有些刺青師會在他們的 FB，除了 PO 自己的作品來強調自身的專業性外，還會分享生活點滴及看法來招攬人氣，這些互動有其直接性，讓消費者覺得刺青師好似是自己周遭認識的人，無形當中也會產生某種親近感。

我都是每天放照片，然後可能寫一些自己的想法，還領悟到一些事情

，然後他們就會加我互相留言，有時候會看到有人特別每天都按讚，就會覺得很謝謝他，就會回去留言按讚阿，互相留言打氣這樣子，他們覺得我講話很有趣阿，或是跟他們理念相同，他們覺得我們理念相同，他們就會追蹤我、看我這樣子。(A2)

還有一些刺青師善用自身的特點，把身上的圖騰做為吸引眾人目光的利器，營造酷眩的形象，這樣的做法，的確引起相當多人的關注與追蹤。

現在就像有點像造神運動，就是大家刺青師好像都變成像小明星這樣子，大家都覺得自己很特別，然後就開始在那邊，對啊，就還蠻有趣的一個現象。(A5)

刺青經由網路的特性發展出刺青社群，再透過社群來交換資訊，在網路社群上形成評鑑刺青作品的風潮，也使刺青消費者可以藉由網路觀看刺青師的作品，讓消費者能更放心進入刺青市場消費。而臉書的出現，其立即互動以及可以直接對話的特點，讓有些刺青師會利用此來增加與消費者之間的親近性。雖然有些刺青師會運用臉書來拉進與顧客的距離，但另一方面也有一部份的刺青師則反其道而行，他們在臉書上刻意經營明星的形象，塑造象徵性的價值，特意在消費群中營造出象徵性的地位與關係，附加了刺青師的價值性。而這些因素，也讓刺青因網路而促進市場化的優勢。

從前述幾個現象分析，我們大概可以歸納出媒體對刺青的影響，使其汙名降低而有市場化趨向的關鍵點，首先是媒體報導角度的轉向讓刺青汙名連結鬆動，當媒體不再一味批判刺青或用道德規勸世人不要輕易嘗試刺青；反之，能用更多的面向呈現刺青，刺青的樣貌不再只是單一特定族群的標誌，而有溫情、平實、正向的形象，那麼啟動市場化的機制就不是如此窒礙難行。其次，網路的崛起帶

給刺青場域革命性的變化，進而促進刺青的市場化。網路這樣的媒介，使刺青師能有機會在公共的空間替自己發聲，並藉由網路社群或平台可以展示自己的作品或塑造自身形象打出品牌策略，或與客戶在網路進行溝通提供客戶更多的保障和選擇。這些由媒體帶給刺青場域的變革，不啻是刺青市場化的實踐。

二、 刺青器材及經營型態的改變

早期台灣的紋身業者大多藏身於老舊巷弄或龍蛇雜處的大樓內，給人感覺神秘低調，但這幾年來開始有刺青業者在人口密集的夜市或人潮眾多的商圈入駐。這些新的店家，在經營型態上包括店內裝潢、行銷策略...等呈現多元的面貌，比起以往有著相當大的差異，而且在技術上所用的工具則越來越專業及普及化。

刺青工具與經營型態的轉變，讓現今想刺青的人可以選擇較衛生安全的專業刺青工作室（店），由有專業素養的刺青師構圖設計，並用刺青機器將圖案刺在身上來兼顧衛生與美觀，讓刺青者可以不再是透過友人或自己做非專業進行，也能不再使用粗糙或不衛生的工具來刺青。這些變革，讓刺青行業多少擺脫過往神秘隱晦的形象，而有了公開透明以及普遍多元的轉變，這也促使刺青可從特定的符碼有轉為商品的可能，而刺青商品化的走向，無疑的，也替刺青開創市場化的路徑。

刺青工具在台灣有一段演化的過程。最早時刺青師是用筆管或筷子繫上針，在針頭沾滿墨汁，以手工的方式替人刺青。隨著紋眉的流行，刺青師就利用紋眉機替人刺青，當時的機器主要是馬達式的，是從監獄運用刮鬍刀加上筆管改良研發出來的紋身機。後來電磁式的刺青機逐漸取代較淺入色的紋眉機，同時開始有人從國外進口專門的刺青機。⁴⁸據訪談的刺青師表示，台灣引進進口刺青機大約

⁴⁸ 引自林偉峰 < 紋銘天下 > 2013 年 3 月 24 日，網址：

是 2002 年左右，當時一群刺青師在參加國外的刺青展時，觀摩到國外刺青機的使用，覺得方便好用而引進國內。

其實，早在 1880 年代後期英國的刺青師 Samuel O'Reilly 就發明刺青機器，刺青機可以使得刺青速度加快，並讓刺青者在刺青的過程中減輕疼痛，最重要的是，它讓刺青的顏色和陰影的部分更加精細，繪畫和顏色的品質更好。⁴⁹而一剛開始由於進口刺青機穩定性高，所以一引進台灣就大受歡迎，但也有些資歷較久的師傅，為求更好的效果，經過研究自己動手改良改造，甚至進一步創立刺青機品牌。一位老師傅談及當初他在改造刺青機的歷程：

早期我做過那種車床，我小孩也做過，所以我對機械方面我很有研究，結果我們早期都用國外的，用美國英國的，但是我就是給他全部來分解，連那個線圈也是要給他拆，經歷很多失敗，再來才一直改進一直改進再做出自己的東西。(C1)

品質高的刺青機有助於刺青師完成更細膩、更高階的作品並縮短刺青的時間

一般作品是兩、三千（機器）就可以做出來，可是當你要做更細緻高階的時候，那個低階的機器做不出來。進口刺青機多有穩定性高這項的優點，他那個德國的機器，是穩到連針在晃動都沒有，一點點的晃動都不允許。因為德國在做東西都很龜毛，他是不允許任何的瑕疵。

https://m.facebook.com/ZiYouWenShen?v=timeline&filter=2&page=2§ionLoadingID=m_time_line_loading_div_1401605999_0_36_2&timeend=1401605999×tart=0&tm=AQAaW7LYLE GJ uRW9

⁴⁹ 參考〈宣示個性 紋身不「壞」 承載故事記憶〉，網址：

<http://www.01.mingpao.com/cfm/style5.cfm?File=20140919/sta08/zqa1.txt>。

如果你是山寨的，做一般的作品 OK，可是當你要做很高階、很細微的時候，他沒辦法那麼精密，跟汽車一樣（C1）

刺青機的方便好用，可讓刺青師能較輕鬆地完成作品，因而漸漸取代往昔的刺青方式，例如手工刺青。此外，在色料方面從早先輕易可得的墨汁，進步到從專門為刺青研發的國外進口顏料。這些顏料滲透度佳也更為穩定，刺在皮膚中顏色的持久度也比較長。⁵⁰而「工欲善其事，必先利其器」，對刺青師來說，不管是刺青機或顏料上的改革，這些工具的進步使得圖案的表现性更加豐富了，色彩的變化也更好掌握，圖案也更為清晰銳利、多元多樣。由於改革過後的刺青工具有上述的優點，台灣大約在 2002 年開始大量引進，並逐漸普及。而有些刺青師也會直接跟國外廠商訂購，來降低成本。

國外那個顏料，現在買可能一罐兩三千塊，可是以前一罐要八千，沒有為什麼，直接跟他訂購就變成不用那麼貴，這個器材普及了，普及了就會帶動了產業中間。（A1）

刺青機、刺青色料等刺青器材的普及，加速刺青市場化的進行，並帶動一些新手加入這個場域。這是由於購買刺青工具成本下降且變得容易購得，再加以使用刺青機所需的技術較之以往的手工刺青來得簡易許多，進入這個場域的門檻因而降低不少，一些有興趣的人即使從來沒有接觸過刺青，也可以買得到這些器材自己去做嚐試，甚至開業營運。一時之間刺青店急速增加，市場上呈現飽和的狀態，而一位資深的刺青師就分析這樣的現象：

方便性嘛，方便性的時候一下子（刺青店）就膨脹得很大，當然這中

⁵⁰ 同註 48。

間會有很多淘汰掉的，沒做了，有很多現在在做沒做了，有很多現在雄雄起來做一半也沒做了，當然這都是一個視為正常的循環。(C1)

雖然基礎不穩的店家很快就會被淘汰掉，但由於加入這塊市場的人太多，以往的客群已不足以養活這批人，競爭形成白熱化，許多店家為了在這行業生存下去，試圖把刺青視為商品藉以擴大消費族群，這種運作模式就成為這些店家當然且必要的手段。加以刺青工具的改良及轉變，讓刺青圖案可以呈現多樣的風格且品質更佳，衛生條件也因刺青工具的改善，像是使用拋棄式的針，而有大幅的進步。這些因素都讓一般民眾比較願意接受刺青，提高刺青市場化的可能。

在上述中我們得知刺青器材的普及，催化了刺青工作室及店家數量的成長。而刺青器材的普及化也間接影響店家的經營型態，這是由於刺青器材的普及降低經營的門檻，使得場域內競爭也隨之激化。刺青店家為了攬客，尤其是新展店的店家，會發展與傳統不同的經營模式以爭取客源，而這些工作室或店家或因理念或因迎合市場，則有不同的經營型態。換言之，場域內這些行動者因經營運作的模式或風格的走向而有不同的分流，故呈現出多元、百家齊放的景象。而這種現象也提供給刺青消費者多重的選擇。但反過來說，店家亦透由經營型態的改變去篩選他們的客群，間接造就場域內維妙的光譜，不同的社會階層或族群有不同型態店家服務。

我不喜歡過去那樣的產業跟客群，新型的產業要篩選你的客群，妳要去選擇，已經不是客人去選擇我們，而是我們去選擇客人，我們要的是這樣 Level 的客人我們要轉變，我們的水平跟期待會是這個樣子，新來的就是有 sense 有想法第一個是這樣子，能接受，所以我們的客人是這樣子，可是一般的店家，阿是不是你們的客人這麼好，什麼人都可以請，心裡就是這樣的人，你跟他說，你說刺特別的東西，可

是他沒有人可以刺阿，他沒有發揮空間，他永遠刺不到，像我們有想法，有資源，有這樣的客群，我們想做什麼就做什麼。(A1)

新型態的刺青業者對於過往刺青汙名有力求洗刷的企圖，並欲把刺青的定位往上位移，他們尋求異界聯盟來增加曝光度，並運用商業化的手段。種種的策略讓刺青展現新的風貌，也奠立刺青市場化的新契機。

三、 流行行不行？

台灣在戒嚴時代，不只是思想連同身體也被管束著，就如馬賽爾·莫斯所說，身體所表現的一些基本行為，像是走路，站立，坐下等姿態都是有社會所形塑的樣貌，換句話說，亦是「身體一方面是人類生理的主體，另一方面也是社會文化的建構，充滿了意義與權力的銘刻」（許義雄，2003）。因此昔日時局對立關係形成戒嚴狀態，也連帶使得身體都必須森嚴戒備。但在 1990 年代起西方社會就陸續出現「變身／修身」(body modification) 的風潮（何春蕤，2010），台灣也隨著環境開放，身體漸漸得到解放，再加以消費文化與時尚產品的發展，身體變成是可以表達的主體。身體展現不同以往的意涵及人們漸有的自主意識形塑各種變身招式，如體環、穿洞和刺青，都成為追求自我展現個性的表達，而刺青也藉由這股風潮的興起，有成為流行時尚的可能。

德國社會學家齊美爾認為，流行時尚在文化消費中是代表區別生活風格的最佳形式，在齊美爾看來流行時尚不僅是劃分階層的產物，更是階級區分的符碼（Simmel, 2001）。依照齊美爾的理論來觀看刺青的發展，卻呈現出一種饒富趣味的現象，刺青這個原屬邊緣社會的符碼，在近幾年來，卻頻頻被時尚界所採用。在 2010 年 CHANEL 時尚秀，珠鍊刺青與 CHANEL 經典 LOGO 的搭配成為當季最熱門的秀上話題，CHANEL 大玩刺青概念把毛尼材質的套裝配上刺青圖案，

寄予刺青華美優雅的形象。⁵¹

另外一個刺青與流行時尚勾連的線索是，以往在伸展台與品牌廣告中，幾乎看不到身上有刺青的模特兒，而現在在國外卻有一群以刺青圖案為鮮明特色的男模特兒活躍於時尚圈。最有名氣莫過於 Rick Genest 殭屍男孩 (Zombie Boy)，⁵² 全身通體紋滿刺青，標榜 I am bad taste but beauty 迅速在時尚圈走紅，另外，像 Jimmy Q、⁵³ Ash Stymest、⁵⁴ 以及 Ricki Hall 也是知名的刺青男模。⁵⁵ 這些刺青男模們跟一般白淨的模特兒不同，他們把自己的身體刺滿各種極具個性的圖案，用一種不羈放蕩、帶著壞壞叛逆的氣息，活躍於近年的時尚圈。許多設計師與品牌因他們的個人風格鮮明，特意指定他們來表達自己作品中的獨特性。

國外時尚圈的刺青風潮，也帶動起國內的時尚圈對刺青的關注。這幾年來台灣的時尚圈同樣流行運用刺青元素，最常見的手法即刺青與服飾品牌做結合。一些知名的刺青師一時之間成為時尚圈爭相邀約的合作的對象，諸如 2010 年吳世民與黃淑琦合作推出刺青圖騰的背心，藝人黃小柔找刺青師大毛合作服飾品牌流行記憶...，而大部分的刺青師對與時尚界合作是抱持開放的態度，認為這種合作

⁵¹ 引自〈時尚「刺青」正在大玩時尚?〉，網址：
<http://iammia777.pixnet.net/blog/category/1504108>。

⁵² 一位名叫 Rico Genest 的加拿大男孩，由於他把骷髏的形象用刺青的形式的通體紋身，而被稱為殭屍男孩。

⁵³ 「Jimmy Q 自 2012 年踏入模特兒圈子後，就走上 Vivienne Westwood、DKNY、Diesel、Select Man、Pringle of Scotland 等知名品牌的伸展台而成名」，引自〈時尚壞男孩，超有型的刺青男模：Jimmy Q & Ash Stymest & Ricki Hall〉。

⁵⁴ 「1991 年出生英國的 Ash Stymest，因為 Hedi Slimane 欽點為《Vogue Homme》日本版創刊號的封面男模而一炮而紅」，引自〈時尚壞男孩，超有型的刺青男模：Jimmy Q & Ash Stymest & Ricki Hall〉。

⁵⁵ Ricki Hal 為英國的當紅模特兒，屬於 Nevs 模特兒經紀公司，引自〈時尚壞男孩，超有型的刺青男模：Jimmy Q & Ash Stymest & Ricki Hall〉，網址
<http://thefemin.com/2014/05/tattoo-masculine-model/>。

關係對刺青本身是有加分的作用：

時尚哦，我是覺得可以，像國外的一些大品牌，因為我本身就是很愛看那些時尚雜誌的人，變成很多大品牌很多名人他們現在都是會把刺青打進去他們的宣傳他們的活動他們的線網，就是都有啊都做得很好啊，對啊，你時尚本來就是我個人的觀點那是一個視覺傳達的東西嘛，啊你刺青也是一個視覺，人就是視覺動物啊，所以我覺得是有可能啦！（A1）

而有些刺青師認為刺青與時尚的連結，在本質上雖是單純各取所需，但卻可以發揮一種功用，就是提供舞台使刺青的能見度提升。

應該是說各取所需，我會這麼覺得就是各取所需，所以他怎麼做廣告我都不參與，我也都不在意他怎麼弄，那我在意的是有一個人提供給我們的舞台，讓我們去畫圖，我一直都做這樣的事情。（A3）

從這些刺青師的反應，我們也可得知當主流文化要向小眾邊緣文化收編，它所提供的利基與誘因，很多是來自主流文化本身具有的高知名度。小眾的次文化可藉其知名度來提升曝光量，在依附的關係下去做展演而形成主流文化收編小眾次文化的可能。

另外，我們亦可從上述幾個現象，諸如時尚界的大品牌運用刺青元素、時尚圈採用刺青模特兒、設計師找刺青師合作...等，觀看到一些脈絡痕跡，這些情況無異是主流文化拉攏次文化的展現。或許就如同何春蕤（2010: 62）所認為：「視為一種對底層文化的『掠奪』，認為下層的文化符號因此被物化、淨化、美學化，成為短暫流逝的風尚。」但卻也不可否認，當刺青與時尚扣連時，它同時也意味，

刺青將透由時尚的包裝而有走向市場化的可能，誠如齊偉先（2014）所提到：「為了讓次文化中的風格生產者能夠存活，往往必須透過市場化的方式來達成自足的經濟基礎。甚至在市場化的發展過程中，次文化的風格有可能反過來成為主流藝術的盜獵對象。」

現今在市面上具有刺青風格的時尚產品，舉凡衣服、襪子、手套、打火機甚至是安全帽已屢見不鮮。而除了時尚品牌與刺青師合作外，目前在台灣也出現許多由刺青師自己創立的品牌，其中又以服飾居多。⁵⁶對這些刺青業者而言，刺青就是一個流行圖騰，跟服飾、飾品、音樂一樣都是流行產物，把流行產業放在一起行銷便有加乘效果，當這些刺青師在推動這些產品時，其實背後隱藏一個更大的企圖。

希望次文化不要再是次文化，變成一個文化，那講次文化比較貶低這樣，而且這，包括一些樂團都算是，從刺青出發比如說像蠻極端的主題，我們的圖案跟我們的標語之類的，下一季可能走別的譬如說衝浪，跟不同的產業有關，再去推動名氣。（A1）

這些刺青業者藉由流行時尚的包裝去行銷刺青或刺青衍生的周邊商品，除了希望能達到商業目的，加速刺青的市場化外，讓刺青從小眾次文化能進階到普羅大眾都可接受的主流文化，亦是許多刺青業者的想法和願景。因此在經營策略上，他們刻意營造中產階級的品味，把時尚流行的符碼調入刺青的肌理，使刺青與時尚流行有處在同一位階的機會。

而刺青與時尚的連結，也可以從刺青新型態的經營方式看出：

因為我以前做服飾認識很多人，流行產業，可能演藝圈，導演，然後

⁵⁶ real heart、彫其一門、惡童是台灣以刺青元素為主的服飾品牌。

一些藝人。就相關產業，我只是把我原有的資源放大在那邊，我覺得他是在自己的領域做，可是你只要把不同的產業放在對的位置，還有適合的舞台，把這東西結合在一起，就是一個時間點啦！剛好有那個機會，其實有點像資源共享，就是互相我們就辦 party 觀眾就會有很多。我們會有請那個攝影師，請導演拍短片拍什麼全部品牌 logo，都是品資源。大家想想可能也不用花什麼錢，或者說大家花個幾千塊搭舞台什麼的，我們就負責買負責那些東西。(A1)

從上述中，我們可知新型態的刺青業者，深受潮文化的影響。而「潮」的意涵則是一個人穿著打扮出自己的個性，對自己的穿著打扮具有獨特的想法，使其與眾不同（謝楚培，2009）。這樣的一種價值觀逐漸被傳遞，並吸引越來越多的年輕人對其趨之若鶩，而新型態的刺青業者看準這樣的商機希望吸納年輕族群，同時也欲把刺青位階往上提升。故在行銷的策略上，除了明確的設定客群階層外，店內的裝潢也特別注重，走的是時尚新潮的路線。更甚者，對所雇用的刺青師也要求其外型，「外型不能差，這當然啦，要打造一個品牌形象」(A1)，種種的策略，無非是想把刺青與流行做一個等號處理，來迎合市場的口味。我們從這幾個面向，觀察出這些業者跟時尚潮流的連結性，他們並具有以下兩項特色：

(一) 玩出自我，以潮自居

業者利用潮文化所強調的自我意識，以「玩」的態度創造刺青的話題性，比如業者用哈雷重機車上街頭、⁵⁷舉辦街頭派對。⁵⁸這些刺青業者在做這類活動，就是用潮的態度來彰顯自我賦予刺青新的意涵，讓刺青具有潮與酷的特色，除了希望可以吸引民眾的關注，在達成宣傳的效果之餘，最終的目的還是希冀能增加

⁵⁷ 2001 年在華山文藝中心所舉辦的紋身展，其中有一活動就是主辦人號召重型哈雷機車聚集前進紋身展，當時浩浩蕩蕩的車隊引起相當的關注。

⁵⁸ 2013 年 6 月由刺青業者小毛所開設的 Fearless 開幕，這家店結合服飾、街頭文化以及刺青，開幕時就利用街頭派對造勢，邀請樂團、藝人參與，流程的進行仿照時下流行的時尚趴。

刺青的市場性。

(二) 經營品牌形象，增加消費者的記憶點

過往的刺青是社會邊緣的符碼，著重的功能是在於威嚇他人、標誌群族，無所謂的品牌。而新型態的刺青業者認為刺青如同商品，尤其是他們欲區隔消費群族，與時下流行做連結，增加其市場性，品牌形象的經營變成不可或缺。對這些業者而言，把他們經營的刺青店家，做品牌行銷是增加市場性的手法，他們除了推出形象廣告，也將品牌形象擴及到店內裝潢風格、刺青師的圖案走向、甚至是刺青師的外型，這些無非是希望給消費者好的觀感，認同其品牌。此外，業者推出刺青相關產品的多角化經營策略，也強化品牌效應，增加消費者的記憶點，而有機會達到商業的目的。

綜觀前言，用流行時尚來包裝刺青似乎可以加強刺青的市場化並擴大刺青的消費群族，但一位資深的刺青師提出他對場域的觀察，他認為刺青時尚流行化反而會讓刺青市場提前崩壞，就像蛋塔現象。他認為流行引發的熱潮，不僅會吸引消費者，同時也會有新的店家加入市場這塊大餅，但素質良莠不齊，若再削價競爭勢必對刺青市場帶來不良的影響「因為那些(流行)很快的一定就馬上掉下來，因為紋身馬上後悔阿，然後很可能他(消費者)就會去散佈紋身不好」(A3)，他也分析流行風潮一退，有些消費者可能會後悔刺青，之後所形成的輿論壓力會造成刺青再度被汙名的危機。另外，刺青有著不易去除具有永久性的特質，而刺青這樣的特性跟時尚流行的短暫週期有其根本的牴觸，所以某些刺青師對於以時尚流行為號召，做為鼓勵消費者刺青的方式，並不以為然。

那現在會認為說想塑造成一個流行，想要塑造成大家都應該接受的事情，那所以他們就懂得開始包裝，懂得利用藝人，懂得利用媒體，然後來把紋身弄成一條康莊大道，那我覺得這不好，這一點都不好，後遺症你有跟客人說嗎？它會一輩子都在，那你這樣子鼓吹的時候，你是不是讓

很多腦袋不清楚的人身上有紋身，那當然未來科技可能越來越進步，想要去除可以去除的很乾淨，但是你還是要有一個傳統的堅持在，你要讓客人很清楚知道這是不能抹滅的，這不是流行，因為它跟流行一點都沒關係，你像這個圖案放三十年怎麼還是流行？流行只是在身上放東西而已阿，那你如果覺得放東西你明年後年想要換的時候，你可以用畫的阿，或者是用裝飾阿，而不是用紋的阿。(A3)

觀看刺青與時尚的連結過程，似乎是兩者之間的拉距戰。隨著變身觀念的解放刺青也開始流行，這個趨勢讓時尚圈不斷拿刺青這類的符碼當成創作的素材。而刺青也藉由時尚圈的收編，而能站在能見度更高的舞台，這個情況對於刺青市場化則有相當的助益。在此情況下刺青與時尚的結合，表面上無異是魚幫水，水幫魚，但在筆者訪談多位刺青師後，有些刺青師對於此現象仍有所疑慮。刺青的不可逆性，難以抹滅的特質，讓部份刺青師不願因客人一時追求流行而替之紋身。雖然時尚與刺青的結合會吸引一些消費者進入刺青市場，但流行時尚對於刺青，彷彿是兩面利刃，刺青或許能藉由流行時尚的包裝，在社會的層級往上位移，擴大其市場吸引更多的消費族群，但相對的，水能載舟亦能覆舟，如只靠時尚流行的包裝，刺青沒有更深層文化的支撐，也許就如蛋塔效應，熱潮一過，就有可能再度歸零。

第五章 結論

本研究討論刺青場域中，刺青師的場域競合關係所引起的場域變革，這些變革影響到刺青經歷降低汙名的過程及市場化的演變，本研究就演變的原因和因素做逐一地探討，以期達到研究的目的。因此，本研究將歸納第三章及第四章所整理出來的結論，希望從中探知當中的概廓，就分別敘述如下：

一、台灣刺青場域刺青師的競合關係對刺青文化的影響。

過往台灣刺青師面臨的處境是：在場域外受到汙名之累，在場域內彼此之間互不交流，因此呈現的是一種封閉的情形，台灣刺青文化也因而停滯相當時日。而隨著社會風氣的轉移一直處於邊陲位置的刺青在場域內開始出現不同的變化，從這些變化，可以從兩個面向去觀察：一是刺青師本身個體的發展，刺青師的類型有多元展演的趨向，在研究中筆者將之歸納為三大類型：行事作風類於藝術家的藝術類型、以商業為考量的商業類型和追求傳統刺青價值的傳統類型。這些類型的發展也帶動場域新舊派的分野，新舊派不同處可以從地緣性、經營方式、圖案風格分別看出，舊派固守工藝本身，而新派刺青師則為刺青場域注入新的活力及新的元素。此外，還有個不可忽視的勢力就是女性在刺青場域的崛起，女性的出現柔化陽剛的場域，小型可愛柔美圖案的刺青，受到女性消費者的喜愛而大行其道，這代表刺青不再囿於特定符碼的刻板印象，而有新的意涵的產生。

另一方面場域的刺青師也發展出組織化的行為，包括非正式及正式組織團體。非正式以刺青師們的聚會為主，而正式的組織團體，諸如較早期的台灣刺青聯誼會、目前如火如荼進展的紋身職業工會以及類組織團體刺青展等。而透由這些組織行為，我們可以觀看出場域競合的脈絡，其中最大的影響是場域經過這樣的競合關係，使刺青文化不斷再展演。譬如台灣刺青聯誼會剛開始時能團結場域內部，加上方向正確，像要求會員提升衛生條件，鼓勵會員參與國際性比賽，這兩

項重大決策，促使台灣刺青在形象上有大幅的躍進。而工會、刺青展則把刺青帶入社會公共空間體系。

除了上述所言外，競合關係也讓重倫理輩份卻有複雜的人際關係的刺青場域更形錯縱，當中牽扯到這些刺青師如何運用自身的影響力來建立他們權力軌跡，以爭取他們的資本。這樣競奪使得曾是象徵團結的組織，也面臨到分裂或解散的危機。但相對的刺青文化，則透由場域競合這樣的解構、再製、重組而產生新的文化內容而有不同面貌。

二、刺青降低汙名的過程，在市場化所扮演角色

刺青場域經過近幾年來的變革，在這變革的過程也開始顯現刺青汙名降低的現象及市場化的演變。在「刺青場域中的競合關係」篇章中曾探討新派刺青師，除了打造刺青新形象還極力與異界聯盟，其目的就是促使刺青市場化來擴大商業的利基。而刺青師所發展的刺青組織團體，亦有讓刺青正名從而促其市場化的作用，而刺青汙名的降低與市場化的歷程，兩者之間是有著交互的影響。去汙名的關鍵，往往是由於社會群體對受汙名者接納度的提高，依此概念，並根據田野調查的結果，發現刺青在歷經某一程度市場化也可能意味著同時正在降低汙名，本研究條列幾項有關刺青有可能市場化的因素：媒體的影響、刺青器材的普及經營型態的改變與刺青與時尚流行扣連性，發覺其中市場化與刺青汙名的降低有著高度的連結性；在田野訪談時，多數刺青師受訪者談及刺青市場化幾乎都會提到降低刺青汙名對擴大刺青市場的重要，而在本文的研究也可看到在刺青市場化的過程當中，場域內的刺青業者努力塑造刺青嶄新的正面形象的企圖心，在這樣積極作為下，可以想見整個社會對刺青的認知是有慢慢地改變，而當刺青有機會被看待成一般商品也等於是說刺青市場化形成的可能。而也在前面所述的前提之下，以往刺青背負汙名的原因：刺青為黑社會份子的特定符碼似乎也在逐漸消失當中。

但刺青的汙名是否可經由市場化的洗禮，而完全去汙名？答案可能沒有想像

中的樂觀，雖然在研究中發現市場化與去汙名之間會形成交互影響；當刺青在社會位階往上移動，意味刺青汙名的降低而有增進市場化的可能，而同時在刺青汙名的過程中，市場化是有可能減少刺青汙名的產生。但在實際的田野調查中，我們依然觀察到標籤化的作用仍存在於社會當中，雖然有各種情況顯示刺青汙名的減少，但身上擁有大幅刺青圖騰者仍會引起的偏見並被一般大眾進行貼標籤的行為，從這脈絡觀察刺青市場化的進行，刺青反攻的只是身體可被遮掩的部分以及小部分顯露在外「被恩准的出軌」，在社會的眼光下，刺青要完全去汙名似乎還有一條漫長之路。

三、現代刺青能和時尚連結的條件

就在第四章「刺青去汙名及市場化的可能」，本研究就當代刺青與時尚的連結條件做一個探討。在現今的刺青場域不乏出現異界聯盟的例子，筆者依照觀察的結果把這些扣連的原因條件分成兩種不同路徑：一是刺青業者運用時尚流行來包裝刺青以增加其市場性；二是時尚文化收編刺青文化，也就是時尚圈運用刺青元素來加強賣點，強化自身品牌。而以上兩種雖是不同方向的路徑，但殊歸同途，扣連的部分卻是一致，兩者都可把流行的元素轉化為自身的型態，流行元素加諸時尚，流行元素加諸於刺青都是可行的。而刺青與時尚經過流行元素的扣連，亦可以形成兩者互為己用，融合彼此元素的新型態。但值得我們注意的是，流行是有週期性，對照刺青的不易抹除的不可逆性，以時尚流行包裝刺青，並以此做為賣點推銷刺青，是否真的適宜？恐怕就如一位刺青師所言，消費者必須在考慮詳盡下才去刺青，因為「刺青畢竟是一輩子的事！」。

綜合前言，筆者亦以場域的角度來做歸整分析：

場域的結構是會隨著時代的變遷而有不同的發展，往昔的刺青場域因汙名化的影響顯得沉寂而封閉，資本上的流動轉換幾成靜止，這種互不交流情況，對刺青的發展有著相當程度的負面影響。但隨著台灣刺青聯誼會的成立，原本各自為政一片散沙的刺青界，開始有凝聚共識的組織。雖然因權力的競逐、內部對利益

分配的異議，致使現今的台灣刺青聯誼會如同解散。但隨後類似的團體組織或模式陸續出現，場域交流互動隨之頻繁，社會資本（人脈）的累積也比以往迅速許多。影響所及，刺青師們開始集結參展，在技術上互相切磋，形成社會、文化資本的轉換，而參與刺青比賽所獲得的象徵資本（獎項頭銜）形塑刺青正面的社會形象，並藉此透由刺青業者及媒體的大力宣傳，吸引其他階級的消費者而形成經濟資本，而有促進刺青市場化的可能。

而這種資本的轉換亦可從刺青風格的展演得之，台灣早期刺青師的刺青技能很多都是從軍監場所所習得的。在軍監獄所的環境裡，刺青往往具備威嚇的作用，由於這些場所充斥緊張對峙的氛圍，刺青形塑的恫嚇表徵是有其當然及必要性。長期下來，浸淫在這些場所所習得的刺青技藝就發展出其獨特的階層品味，形構成刺青技藝的慣習。然而從軍監場所發展出來的文化資本（刺青風格），並不易被一般的社會大眾接受，因此很難在社會上轉換為經濟資本，致使刺青市場化有其困難和障礙。但隨著時代的發展，刺青從浮世繪這樣的單一風格漸漸分流出不刺青圖騰走向，刺青朝著多元的路徑發展，豐富了刺青場域的文化資本，讓刺青場域可以提供多重的選項以供消費者選擇，新的客層群族也在這樣的條件下逐漸形成，這些進行的就是將文化資本轉換為經濟資本的過程。除此之外，我們在研究中看到刺青場域從原先自掃門前雪、互不交流的情形，似乎也慢慢轉成設立在一個客觀的認知上來尋求共同的利益，在這樣的資本基礎下，刺青市場化也儼然逐漸成形。

此外，有關於新舊派的場域競逐，在研究中顯示新派是略勝一籌的。新派刺青師捨棄傳統刺青技法，創立自己風格營造出中產品味，受到新興形成客群的歡迎。新派刺青師也因這些客群的消費力，讓其在市場上佔有優勢，而儼然成為場域中的主流派別。反觀大多數傳統派的刺青師，因跟不上時代潮流或囿於消費族群的侷限而有被邊緣化的危機。但縱使如此，依然有一群喜好傳統刺青的人士來支撐這塊傳統刺青的市場，因而形塑不同風格的刺青圖騰從而區隔出不同客層，

新興的客群如中產階級或是粉領（女性）群族追尋的是新式刺青，而某些的男性客群則依舊擁抱傳統浮世繪的刺青風格，這種現象，驗證刺青場域階級分化的說法（何春蕤，2010），從而構成場域內唯妙的光譜。



參考文獻

一、中文部份

(一) 中文書目

王雪東(2007)《社會研究方法：量化與質性取向及其應用》。台北：威仕曼文化。

杜仁德(2003)《替代役男刺青行為與相關因素之研究》，國立中正大學犯罪防治研究所碩士論文。

余尚儒(2013)《臺灣市場導向長期照護體系的形成：政治經濟學的分析》，國立成功大學公共衛生研究所碩士論文。

何春蕤(2010)〈溫情與驚駭：當代台灣刺青性別與階級的位移〉，《臺灣社會研究季刊》，80(12)：57-106。

李紅濤、喬同舟(2005)〈污名化與貼標籤：農民工群體的媒介形象〉，《二十一世紀》，40(7)。

林金定、嚴嘉楓、陳美花(2005)〈質性研究方法：訪談模式與實施步驟分析身心障礙研究〉，《身心障礙研究》，3(2)：122-136。

林美智(2002)《國中生刺青態度相關因素之研究》，國立中正大學犯罪防治研究所碩士論文。

林慶豐(1992)《台灣監獄受刑人 HBsAg 帶原率及水平感染因子之研究》，國立台灣大學公共衛生學研究所碩士論文。

范純甫編(1998)《台灣傳奇—原住民風情》。台北：華嚴。

施翠峰(2004)《臺灣原住民身體裝飾與服飾》。台北市：國立歷史博物館。

陳元朋(2000)〈身體與花紋—唐宋時期的文身風尚初探〉，《新史學》，11(1)：1-44。

陳向明(2002)《社會科學質的研究》。台北市：五南。

- 陳奎熹（1996）《教育社會學研究》。台北：師大書苑有限公司。
- 陳國強（2002）《文化人類學辭典》。台北：恩楷。
- 陳鑾仁（2003）《暴力犯罪少年自我統合、偶像崇拜、情緒狀態與刺青行為關係之研究》，國立中正大學犯罪防治研究所碩士論文。
- 徐宗國（1997）《質性研究概論》。台北：巨流。
- 高譜鎮（2002）〈《布赫迪厄論電視》 Sur la television 一個透過「場域」概念的解讀〉，《網路社會學通訊期刊》，24（6）。
- 馬騰嶽（1998）《泰雅族文面圖譜》。台北：南天。
- 張佑誠（2010）《身體圖騰，生命印記：一位刺青籃球選手的敘說分析》，國立東華大學碩士論文。
- 張昱、楊彩雲（2013）〈泛污名化：風險社會信任危機的一種表徵〉，《河北學刊》，2：117-122。
- 張家禎（1999）《靜注與非靜注藥癮者 C 型肝炎、B 型肝炎感染之途徑與血清轉胺之關係》，國立高雄醫學大學醫學研究所博士論文。
- 莊妮娜（2007）《性別的烙印：從刺青看女性身體的性別建構與實踐》，世新大學性別研究所碩士論文。
- 許義雄（2003）〈臺灣身體文化與體育的出路〉，《學校體育》，13（2）：135-143。
- 許驥洪、游姿穎（2013）〈全國模範勞工- 持續學習多元提升，領導工會創造勞動雙贏〉，《台灣勞工季刊》，34：134。
- 黃河南（1988）《失落的紋身藝術》。台北：龍和出版。
- 黃秉輝（2001）《犯罪少年刺青行為相關因素之研究》，國立中正大學犯罪防治研究所碩士論文。
- 黃春枝（2005）〈原住民的文身刺青〉，《苗栗文獻》，19（33）：73-76。
- 黃純怡（2003）〈宋代刺配法的施行與肉刑的爭論〉，《興大人文學報》，33。
- 黃聆珺（2009）《紋化故事-台灣文化迷思於女性紋身圖案的運用設計》，朝陽科

技大學研究所碩士論文。

黃順星（2010）〈新聞的場域分析：戰後台灣報業的變遷〉，《新聞學研究》，104：113-160。

黃寶慧（2011）〈台灣地區刺青消費行為之研究〉，台北科技大學 2011 商業管理研討會，台北：台北科技大學，2011-6-10。

程敬閏、沈品璇、廖福村（2011）〈女性涉入幫派之情境脈絡與生活歷程研究〉，《警專學報》，5（1）：115-139。

楊美賞（1987）《管束機構內紋身者紋身的心理動機及性格特徵之研究》，國立政治大學教育研究所碩士論文。

楊國銘（2003）《Nd:YAG 雷射對於真皮穿透深度之探討》，國立清華大學分子醫學研究所碩士論文。

齊偉先（2007）〈儀式宗教場域與宗教市場〉，《宗教與社會的世界圖像》，121-138。

齊偉先（2014）〈麻雀變鳳凰：次文化的藝術化與商業化〉，發表於藝術社會學研討會：作品社會學如何可能？，台中：東海大學，2014-5-23。

鄭翰林（2001）《大眾傳播理論 Q&A》。台北：風雲論壇。

蔡幸秀（2006）《青少年刺青次文化認同初探》，元智大學資訊社會學研究所碩士論文。

蔡德輝、楊士隆（1999）〈台灣地區少年強姦犯、非暴力犯及一般少年犯罪危險因子比較研究〉，「台灣社會問題研究學術研討會」會議論文（II），台北：中研院社會研究所，13-46。

劉維公（2007）《風格競爭力》。台北：天下。

謝楚培（2009）《就是要「瘋潮」－次文化消費研究》，東吳大學社會學系碩士班碩士論文。

(二) 翻譯專書

Bourdieu, Pierre & Loic J. D. Wacquant 著、李康、李猛譯 (2009)《布赫迪厄社會學面面觀》。台北：麥田。(Bourdieu, Pierre & Loïc J. D. Wacquant [1992] .*An Invitation to Reflexive Sociology*.)。

Goffman, Erving 著、曾凡慈譯 (2010)《污名：管理受損身分的筆記》。台北：群學。(Goffman, Erving [1963] .*Stigma: Notes On The Management OF Spoiled Identity*.)。

Simmel, Georg 著、顧仁明譯 (2001)《金錢、性別、現代生活風格》。台北：聯經。(Simmel, Georg [1895])

(三) 網路訊息

Michelle Cheng Facebook，網址：<https://www.facebook.com/Michelles>。

〈Photo Gallery of Gang Tattoos〉，網址：

<http://crime.about.com/od/issues/ig/Gang-Tattoos/>。

TRENDSFOLIO 〈Stephen James 為《Elle Man》越南版拍攝造型特輯〉，網址：

<http://trendsfolio.com/tag/stephen-james/>。

yahoo 奇摩知識 〈紋身師傅需要有醫療護理相關執照嗎〉，網址：

<https://tw.knowledge.yahoo.com/question/question;>。

文化圖庫 中華網 〈日本的紋身文化〉，網址：

http://big5.china.com/gate/big5/tuku.culture.china.com/culture/html/2012-07-16/203986_2187903.htm。

市政總質詢第 7 組-臺北市議會[PDF]，網址：

<http://tckm.tcc.gov.tw/tccgazFront/epaper/079/ep07915.htm>。

中華民國紋身總工會 Facebook，網址：

<https://zh-tw.facebook.com/TaiBeiShiWenShenZhiYeGongHui>。

〈台灣紋身風格〉，網址：<http://www.fright.com.tw/history/history13.htm>。

林偉峰〈紋銘天下〉2013年3月24日，網址：

https://m.facebook.com/ZiYouWenShen?v=timeline&filter=2&page=2§ionLoadingID=m_timeline_loading_div_1401605999_0_36_2&timeend=1401605999×tart=0&tm=AQAaW7LYLEGJuRW9。

李建緯（2010）。社會、身體與慣習：布爾迪厄。2013年5月2日，取自

http://chianweilee.blogspot.tw/2010/04/blog-post_28.html。

花魁彫任刺青，網址：<http://hwakwetattoo.pixnet.net/blog>。

東方印記〈台灣紋身歷史篇—90年代〉，網址：

<http://www.wenshenbj.com/knowledge/409.html>。

〈宣示個性 紋身不「壞」承載故事記憶〉2014年9月19日，網址：

<http://www.ol.mingpao.com/cfm/style5.cfm?File=20140919/sta08/zqa1.txt>。

哈秀時尚網〈僵屍男孩〉，網址：<http://www.haxiu.com/ciku/yl-25009-1.html>。

高菲 Facebook，網址：<https://www.facebook.com/AnnfayeKao>。

韋伯線上字典，網址：<http://www.merriam-webster.com/dictionary/oyster>。

〈時尚「刺青」正在大玩時尚？〉，網址：

<http://iammia777.pixnet.net/blog/category/1504108>。

〈時尚壞男孩，超有型的刺青男模：Jimmy Q & Ash Stymest & Ricki Hall〉，網址：

<http://thefemin.com/2014/05/tattoo-masculine-model>。

維基百科，網址：<http://zh.wikipedia.org/zh-tw>。

（四）媒體報導

〈7少搶超商住家附近照搶栽了〉，《自由時報》2002年10月20日。

〈台灣刺青師傅「龍在東方」圖騰再度揚名國際〉，《蘋果日報》2014年5月9日。

〈台灣紋身職業總工會介紹〉，《刺青極限雜誌》，第66期。

〈巧手紋身掩刀疤 蝴蝶仙子喜重生〉，《中國時報》2007年4月5日。

〈技壓 25 國台刺青師摘 3 金 鬼才無師自通「如油畫般細緻」〉，《蘋果日報》2012 年 3 月 27 日。

〈活菩薩紋身救苦〉，《中國時報》2005 年 3 月 22 日。

〈刺青師陳政雄刻水滸傳人物 赴美奪兩金一銀〉，《東森新聞》2010 年 6 月 16 日。

〈刺青圖騰背心 重現巨星風采〉，《蘋果日報》2010 年 7 月 21 日。

〈「紋身業」擬合法化 北市 8 月納管〉，《民視新聞》2013 年 7 月 5 日。

〈麻辣護士 難遮刺青美體〉，《蘋果日報》2007 年 7 月 25 日。

〈緬甸豪放女在背部刺鯉魚悠遊圖 大膽刺青是為了尋找自信〉，《東森新聞》2006 年 4 月 29 日。

(五) 其他

〈商業登記常見問題 Q&A 手冊〉臺北縣政府經濟發展局編印 98 年 04 月。

聖經(Chinese Bible: Union Traditional) 利未記第十九章拾穗 28。

二、英文部份

Becker, Howards (1963). *Outsiders : Studies in the sociology of Deviance*. New York, Free Press.

Link, B., & Phelan, J. (2001). *Stigma and its public health implications*. *The Lancet*, 367, 528-529.

附錄

訪刺青師問題大綱之一

(主要訪談對象：一般刺青師)

1. 為何會入這行怎麼學的，有師徒制嗎？
2. 客人來源、階層？
3. 客人來刺青的理由？
4. 怎樣的客人會喜歡怎樣的刺青圖案？有性別年齡行業的分別嗎？
5. 店家都會跟客人進行怎樣的溝通？
6. 怎樣情形不會替客人刺青？
7. 刺青有無禁忌？
8. 刺青圖騰是否分很多種類各有代表的意義嗎？
9. 師傅刺青靈感或依據，如何找創作素材？認同台灣刺青源日本嗎？
10. 你的刺青風格是？為何會走此種風格？理念為何？客人接受度如何？
11. 參加刺青比賽的理由？參賽後有帶來實值的效益嗎？
12. 得獎對你的意義？同行的評價？
13. 有無社群，例如臉書或其他？會用社群跟同業交流嗎？
14. 媒體對刺青業者的影響或你們如何運用媒體創造刺青風潮？
15. 早期台灣刺青與近期刺青有何不同？包括刺青族群？圖案風格？店家經營模式？
16. 認同台灣刺青最先是源於日本嗎？
17. 在怎樣情況下時尚界會找您共同創作刺青服飾？請談談看此次合作的經驗？
18. 這次與時尚界合作，是否意味刺青也時尚化？

- 19.刺青行業的市場潛力？
- 20.做了紋身師眾人眼光及自己的感受？這行業特質為何？
- 21 家人朋友對你做這行的意見是？
- 22.做這行的成就感或挫敗為何？
- 23.你認為做為一個刺青師的條件？
- 24.建議客人如何選擇店家？
- 25.經營刺青店的甘苦談。



訪刺青師問題大綱之二

(主要訪談對象：籌組工會刺青師)

- 1.為何想組成公會?
- 2.組成時所碰到的問題(包括業界及公務體系)?
- 3.組成公會對刺青業界及刺青文化會有怎麼的影響?
- 4.目前台灣刺青的發展有無遇到阻礙?現今大眾對刺青的接受度如何,有無地區差異?
- 5.在刺青界裡台北與其他地區有不同之處嗎?包括刺青師的年齡層或風格走向可提供數據嗎?
- 6.在刺青界有無新舊派?對他們的看法?
- 7.對於台灣刺青聯誼會的看法?
- 8.是如何運用公會力量來推動刺青文化?有無召集業界合作?舉例
- 9.在業界最容易發生怎樣的紛爭?如何處理?
- 10.對刺青市場的看法?刺青行業的市場潛力?及未來的發展?
- 11.請談看看台灣刺青文化的發展
- 12.媒體對刺青業者的影響或你們如何運用媒體創造刺青風潮?
- 13.早期台灣刺青與近期刺青有何不同?包括刺青族群?圖案風格?店家經營模式?

訪刺青師問題大綱之三

(主要訪談對象：女性刺青師)

- 1.女刺青師在業界仍是少數嗎?
- 2.親友對妳入行的觀感?
- 3.覺得女性刺青人口有無增減?為何?
- 4.為何想做純女性刺青?
- 5.經營模式與其他業者有何不同?
- 6.女性消費者較諸男性在消費習慣不同處在哪?
- 7.身為女性在刺青界有特別的困擾或待遇嗎?
- 8.會參加同業的聚會嗎?
- 9.如何跟同業合作?
- 10.一般而言，有同行相忌的問題，身為女性刺青師如何看待這樣的問題?