

cmchao / March 14, 2019 01:37PM

[去貓咖啡吸貓](#)

去貓咖啡吸貓

2019.03.11 動物消費空間

作者：遲恒昌、林潤華

去貓咖啡廳吸貓，這聽起來好像在形容某種可以吞雲吐霧類似吸煙室的空間。貓咖啡裡的貓對人的「毛手毛腳」反應不一，有些享受觸摸也有些貓會驚慌逃跑。「吸貓」一詞原是對岸網路論壇所發展而來的流行用語，用以形容某些人受到貓的喜愛，能夠吸引貓靠近。吸貓並不是真的把貓抱起來吸，大部份貓咖啡也不太允許這樣，吸貓更像是形容人與貓的親密接觸。如果沒有養貓又想與貓接觸，貓咖啡或許是個不錯的吸貓場所。本文延續前一篇芭樂人類學〈貓奴也瘋狂〉，也是來自於作者近期研究貓咖啡的空間，以及記錄在其中人與動物的互動關係的一些想法。

圖1 (作者提供)

吸貓室 - 貓咖啡的空間規則

以研究之名作者陸續參與觀察了近50間國內外的貓咖啡，這些貓咖啡基本上是室內空間，其內部實質空間已在前一篇芭樂人類學說明。貓咖啡是人的消費空間同時也是貓的生活空間，店主會透過一些空間規則來框架了貓咖啡空間裡人與貓的互動，例如有些貓咖啡需要等候店員確認客人雙手洗淨消毒後才進入，也有貓咖啡要求顧客閱讀且同意相關書面規定文字才能繼續後續的消費。貓咖啡常見的規定例如禁止任意餵食、拍照禁止使用閃光燈、禁止大聲尖叫、或者年幼的小孩需要成人陪同、不能打擾睡著中的貓、不能強制抱貓除非貓爬到你身上，以及最常見請協助關門以防貓跑出去 (圖2、3)。上述這些規則在於提醒消費者與貓互動時不要傷害到貓，例如放任年幼的消費者去追逐貓或拉貓的尾巴，以及提醒人貓互動時不恰當的肢體接觸、音量、強光、餵食等會造成貓的驚嚇，或者貓可能被打擾而出抓反擊。

圖2：愛沙尼亞塔林貓咖啡的店內規則。(作者拍攝)

圖3：花蓮一間已經已不存在的貓咖啡門口貼著提醒客人的警語。(作者拍攝)

然而，規則有時無法約束對人與動物關係不同想法的顧客，例如記得一位研究對象提及曾有顧客覺得貓被關在店裡很可憐，而故意開門讓貓出去，讓動物自由不是很好嗎？當然規則有時也無法約束貓主子，一間貓咖啡張貼店裡有會噴尿的貓，提醒消費者留意隨身衣物 (圖4)。在這些眾多貓咖啡的參訪經驗裡，只有一間貓咖啡裡的貓是完全自由放養於店裡與戶外。這間貓咖啡在花蓮的郊區山邊，那裡可以看到貓在樹上或是在魚池旁邊企圖撈魚 (圖5)，然而這些自由來去的放養貓，卻也遭遇車輛或其他動物的威脅 (當然貓也捕捉獵殺其他動物)。貓咖啡的田野中常讓我們思考地理學者段義孚早期的著作Dominance and Affection所討論人對動物的支配與情感的複雜面向，我們認為貓咖啡是人與動物混雜作用的空間，充滿人與動物的動態關係並非靜態的空間。

圖4：宜蘭貓咖啡裡的警語。(作者拍攝)

圖5：花蓮貓咖啡在水池邊的貓。(作者拍攝)

貓咖啡廳作為舞台與貓的展演

人們去貓咖啡做什麼呢？除了餐飲消費以外，主要就是享受看貓、吸貓的氛圍。有些貓咖啡中的店貓可在店內自由來去，然而也有些貓咖啡設置完全封閉貓房，貓被限制只能在貓房活動時，此時消費者只能透過玻璃屋「凝視」或「觀賞」貓，而不能撫摸或與貓進行直接互動，在這種情況下，玻璃貓房裡貓在跳台與貓窩的展演更像是展示櫥窗裡活體模特兒。開放式空間的貓咖啡則具有一種舞台特質，即整個咖啡店或餐廳都被適度地轉換為貓的伸展台，貓似乎成為提供消費者經驗與情感的「活體商品」。這些「貓舞台」(feline stage) 又可以分為由實質空間設計與物件所構成固定的位置，例如牆上的層板、架高的貓通道 (圖6)、跳台、貓抓板、吧檯，以及各種形式的貓窩等；另外一種則是未經特別設計的位置，例如窗台或者消費者的餐桌椅隨著貓駐足也可成為臨時展演舞台。

圖6：愛沙尼亞塔林貓咖啡的空中貓道 (照片的上方與右上方) (作者提供)

挑個好位置才能吸好吸滿，消費者觀看貓咖啡裡貓的各種動靜姿態宛如看走秀 (catwalk)，如行走、跳躍、飛奔追逐、玩逗貓棒、攀爬、抓、刮、咬、坐、躺、臥、伸展、喝水、食、洗臉、舔毛與睡姿等等貓的生活樣貌都成為「舞

台表演」的一部份，成為吸引消費者前往貓咖啡的原因之一，這些展演讓這一主題餐飲消費空間成為提供動態經驗的空間。

當然也有些特殊有趣的經驗，不只是人吸貓而是貓吸人（手指），那時人與貓的互動會成為店的焦點。影片1裡愛吸人手指的「蕃茄」是某間貓咖啡所收養的貓，收樣的過程是這樣子的，老闆的朋友是一位小學老師，他的學生撿了一隻小貓回家，但小學生家裡不准養貓，這位朋友徵詢咖啡店能否收養。圖3「橘色那隻」就是在說蕃茄，牠是一隻很愛搶著喝客人咖啡上的奶泡或偷吃奶酪，常看到老闆連忙趕快把蕃茄抱住制止。在這間貓咖啡觀察時，常看蕃茄趁著店門打開瞬間衝出去，竟然是為了去吃那一碗放在貓咖啡店外給流浪貓吃的貓食，隔著玻璃窗的那碗貓食顯然很吸引牠。老闆形容這隻貓蠻活潑、很黏人、個性非常好，遇到其他貓兇牠，蕃茄就直接躺在下來打滾裝可愛。若有客人帶貓來店裡，客人的貓不想接近牠，蕃茄就會躺在地上慢慢接近對方。來消費的客人多數會對這隻愛吸手指又一直奪門而出的店貓留下特別印象。

影片1

在開放式的貓咖啡人貓有較豐富的互動，除了更近距離的觀看，常見消費者拍攝貓的姿態以及人與貓互動的畫面，觸摸貓、對貓說話或在店家同意下使用逗貓玩具與貓互動是貓咖啡消費者常見的行為。貓咖啡也有設定好的「劇本」展演—動物「餵食秀」，一間貓咖啡徵選自願的消費者協助餵食店貓（影片2），這種「餵食秀」成為部分貓咖啡正式或非正式的展演，參與餵食的消費者瞬間被眾貓圍繞成為視覺的焦點與羨慕的對象，消費者也成為貓咖啡表演的一部分。

影片2

我們也在加拿大蒙特婁的貓咖啡，跟許多顧客一同見到貓被放在滑板上滑行，之後店員給予貓點心，在這種像是遊戲或戲耍的情景之中，貓很像是展演動物。貓作為構成貓咖啡的關鍵角色，但目前臺灣法規並未將貓視為展演動物；在動物主題餐廳盛行的日本，早已考量動物勞動與福利議題，規定貓咖啡的營業時間僅至晚間8點。貓的動物勞動與其他展演或經濟型動物的「勞動」不同，如海洋公園的海豚或沙漠觀光的駱駝，貓多數時候不需要刻意表演或提供勞力，貓的勞動形式是「存在」（being）、陪伴甚至只是展現具體日常姿態或情緒展現，便足以構成貓咖啡動物氛圍的關鍵。不以送養為目的的貓咖啡，通過貓的展演提高來客人數藉此提升貓咖啡的利潤，而以中途送養為目的的貓咖啡更在意如何藉由貓的展演，形塑貓與人之間正面的互動經驗，以及理解認識動物的開端，且媒合潛在認養者與貓的認養關係，減輕貓咖啡中途貓的數量。

貓咖啡作為舞台，進行展演的演員（actor）不只是貓，工作人員或消費者也參與其中的展演，當他們與貓互動時非常容易成為其他消費者凝視的焦點。在這空間中幾乎所有與貓相關的各種過程與活動，不論貓與貓、人與貓，或人與人的互動都可視為人與貓共同構成的短暫展演。這些展演使得貓咖啡成為人與動物的相遇且獨特的消費空間，也說明了貓咖啡不同於一般咖啡店獨特的空間性。

※本文修改自林潤華、遲恒昌，2018，〈臺灣貓咖啡的演進與空間創造〉。《地理學報》（91）：59-82。

本文採用 創用CC 姓名標示-非商業使用-禁止改作 3.0 台灣版條款 授權。歡迎轉載與引用。
轉載、引用本文請標示網址與作者，如：

遲恒昌、林潤華 去貓咖啡吸貓 (引自芭樂人類學 <https://guavanthropology.tw/article/6704>)