

偷窺文化

流行無限

廖和敏／著



偷窺文化

流行無限

廖和敏



偷窺文化・流行無限／廖和敏著，--初版.--臺北市：
探索文化出版；臺北縣新店市；學英總經銷
，1994 [民83]
面； 公分.-- (人生探索)
ISBN 957-9167-11-7 (平裝)

855

83010164

人生探索

偷窺文化・流行無限

作 者：廖和敏

社 長：劉秋鳳

責任編輯：黃淑貞、吳永佳

校 對：黃裕美、廖和敏、黃淑貞

出 版 者：探索文化事業有限公司

聯絡地址：台北市長春路20號8F-5

聯絡電話：(02)5221902 (代表號)

傳 真：(02)5221925

總 經 銷：學英文化事業有限公司

地 址：台北縣新店市民權路130巷6號

電 話：(02)2187307

登 記 證：局版臺業字第6430號

排 版：上統電腦排版有限公司

初 版：1994年11月

定 價：160元

※如有缺頁、破損、倒裝、請寄回更換
著作權所有・翻印必究

ISBN 957-9167-11-7

目次

0 0 1	序——找到了香格里拉
0 0 5	偷窺年代
0 0 9	沒有主題，就很無趣
0 1 3	九〇年代心靈進修
0 1 7	注意！書的有效期
0 2 1	搞笑到整人
0 2 5	只要文化，不要功利
0 2 9	私體文學放光芒
0 3 3	一個尺碼走天涯

0 7 7	0 7 3	0 6 9	0 6 5	0 6 1	0 5 7	0 5 3	0 4 9	0 4 5	0 4 1	0 3 7
第凡內的前世今生	穿衣是一種態度	女強人變成小女孩	現代除魔	垃圾文化，我喜歡	輕傳記	輕文化	防波堤拆掉了	安全的性互動	越吃越鹹	比性更棒

0 8 1 讓它來靠近你

0 8 5 休閒領航，生活加料

0 8 9 選擇時代

0 9 3 似和式的消費文化

0 9 7 真的假的

1 0 1 游於藝，輕鬆一下

1 0 5 冰淇淋的遊戲文化

1 0 9 同好大集合

1 1 5 打破吧台禁忌

1 1 9 第三代夜總會

1 2 3 不設防城市

1 6 9	1 6 5	1 6 1	1 5 7	1 5 3	1 4 9	1 4 5	1 4 1	1 3 7	1 3 3	1 2 9
只觀光，不掠奪	舊東西新觀念	實踐環保 像吃素	過度溝通，壞事	請自然當老師	要時髦，就去當義工	也是「在野黨」	新舊之間	懷舊風潮	會走的家具	街頭娛樂不設防

173	提早打烊
177	快車道道還是慢車道
181	中年人重返校園
185	重覆，成就感的殺手？
189	那種情人好？
193	辦公室找「靜」土
197	從大企業出走
201	生活出軌一下
205	洋裡洋氣落伍了
209	牽扯才有情
213	人際關係大漲

2 3 3	2 2 9	2 2 5	2 2 1	2 1 7
自我診斷靈不靈？	人「機」關係，不露天機	請玫瑰幫個忙	旅遊打逗號	卡片當「槍手」

序

找到了香格里拉

廖正敏

喜歡觀察，因為它有距離，有距離就有安全感。

也喜歡流行文化，因為流行有廣度、文化有厚度，雙度追求、雙分滿足。

寫《偷窺文化——流行無限》是各種喜歡的總合，心情總是特別愉快，在愉快心情下製造出來的產品（文章是一種思考類產品）應該也可感染接觸它的人。

流行文化有面子，也有裡子。流行是面子，文化是裡子；面子是形式，裡子是意義；從形式探索意義，從面子往裡子滲透，再從裡子回流到面子，追蹤這種表裡互動關係，就像做間諜，從蛛絲馬跡偵察起，抽絲剝繭，導入核心，一步步找到意義，就是揭曉謎底的時刻。

流行文化，近年十分熱門，國內近年研究觀察流行文化的學者和專家日多，他們從心理學、社會學、哲學、廣告、媒體各種角度解析國內外流行文化現象，媒體上有越來越多篇幅討論這類議題的文字，出版界也陸續出版一些以流行文化為主題的譯著和著作，這些都使得對現象符碼有興趣的人，有了可以學習、參考、自習和對話的對象。

而這本《偷窺文化——流行無限》不從學理出發，沒有任何理論做後盾，純屬一本輕量級的流行文化小書。筆者因為在媒體工作，每天在流行文化資訊裡穿梭，在一手和二手流行文化現場出沒，這些都成了觀察的素材，觀而不語不快，察而不作不樂，所以就有了這本集子的誕生。

從事十多年記者，早已習慣新聞寫作的客觀原則，而這本書得以個人觀點寫成，沒有專家學者可以依靠，沒有報告學說可以仰賴，只有往自己的內裡挖，把深藏在內裡的自我觀點暴露出來，並且跳脫以往規矩用字的寫作模式，而改以一種跳躍的、不太合文法的方式寫出，這種不設限也釋放了另一個自我。而這種寫作的自由和愉悅就像是在文字世界裡找到了香格里拉。

偷窺的年代

「我告訴你，但你不要告訴別人喲！」但書一出，本不想聽的衆人都豎起耳朵。

也許是好奇，更多的成份是窺視的本性罷，昔時的四合院裡交頭接耳的是閒話家常，換句話說不也就是閒言閒語嗎？人對他人的秘密本就有一種窺視的慾望，從前有交頭接耳交換訊息，而今家家戶戶的門上加鎖，外面的圍牆越蓋越高，社會強調尊重他

人隱私是好教養，但是這不能除去那基本的需要。

說別人的小話 *gossip* 成了一種偷窺管道，以前在四合院前，在廚房裡的咬耳朵，現在一樣在進行著，只不過換了地方，改在洗手間，超市，和健身房的浴室裡，這些是現代人有閒情講閒話的場所；都會人聚會時，為的是交換彼此近況，同時也交換周遭人的最新動態，好像間諜交換情報一樣，這種也近似偷窺他人生活的做法對很多人就是一種滿足。

交頭接耳只限交換個人生活圈情報，但是報章則可擴及更多人，英美有專門揭發名人的黃色小報，其中英國王室這幾年的醜聞就不知道為小報帶來多少利潤，放眼國內，一些大開型雜誌不正是走著黃色小報的路線，一篇篇有汁的報導不以正確做訴求，

而是以這些對社會名流的隱私報導為主，而這些無傷大雅的報導正可滿足眾人的窺視心裡。

國內一位資深雜誌人曾說過，國內的雜誌日多也就反映出「一種都會性格」。都會人的社交圈廣而不深，重要的是認識誰，而不是了解誰，都會人未必喜歡這種工具性的人際關係，但是雜誌提供的二手人際網路卻都是都會人生存的配備。這些跟蹤名人在做什麼的訊息不也就是一種窺視嗎？

一位從事流行業的都會人就說，她簡直沒辦法「置身事外」，對某人結婚某人戀愛，某人有外遇，這些本和她的生活無關，不知道也不會死，但是她就是喜歡看追蹤社會名流的近況，她承認「有點從鑰匙孔看人的味道。」

