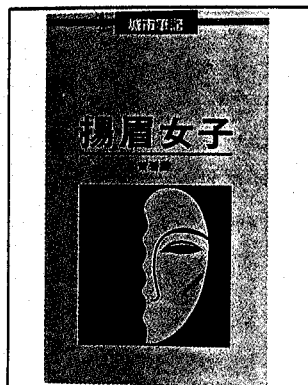


黃碧雲：  
《揚眉女子》



出版資料：  
香港：博益出版集團  
有限公司，  
一九八七年（初版）。

《揚眉女子》是博益的「城市筆記」系列之一，此系列始於八十年代推出，大部分以都市文化、現象等為題材。以本書為例，黃碧雲以一個現代都市女性的身分，在「遊記」、「傳媒和消費文化分析」、「評說」、「藝術視野」及「人物專訪」五部分，寫出社會各種現象和她的感受。

《揚眉女子》無論在包裝、形式和題材上基本上是屬於現代流行的「袋裝」都市小品寫作，或稱「消費文學」。所謂「消費文學」，是香港自五、六十年代工商業發展所衍生出來的文化產品。特別在今天以實質利潤為大前題的社會中，商業價值遠比文學價值重要，文學商品化的現象已相當普遍。大部分讀者在書中追求的並不是嚴肅文學知識。正如尚·保聚勒(J.Baudrillard)在“Consumer Society”一文中所說，現代人的消費活動並不是滿足物質上的慾望，而是追求物質附帶的「符指」(sign)，即被大眾認同的社會意義(有關消費文化的討論，可參閱羅貴祥的《大眾文化與香港，1990》和《J. Baudrillard: Selected Writings》，1988)。由於一般「消費文學」的內容都是風花說月，它代表了一種在安定社會中的消遣產品。

《揚眉女子》與此不同之處，是它眷戀著各種末世世紀風情的同時，亦嘗試帶出不少批評和自省：「盛極而衰，天道常行。太繁華了，便隱著衰亡之勢……我便想到自身的命運。」(p.5)

若果慾望是建基於對某種的「缺乏」(lack)，《揚眉女子》反映出來的「城市欲望」則是來自對社會缺乏安

全感，人們對自身和環境反省的匱乏。以大眾文化商品的形式來探討大眾文化態度，作者在參與和抗衡中作出自省。例如〈提防日記〉中提到的「文人日記價值」，有意無意地回應了〈北京、北京日記〉和〈記〉的寫作手法；而〈這樣理解kitsch〉亦表現出作者對作品存在形式的自覺態度。這種書內書外的互相呼應，探討著作者、讀者和文章之間的關係，雖然稱不上深入研究，但總算在這個商品文化的「消費」過程中，與「消費者」（讀者）作出純感官享受以外的溝通。（余詠莊）