

1997.5 柯夢波丹

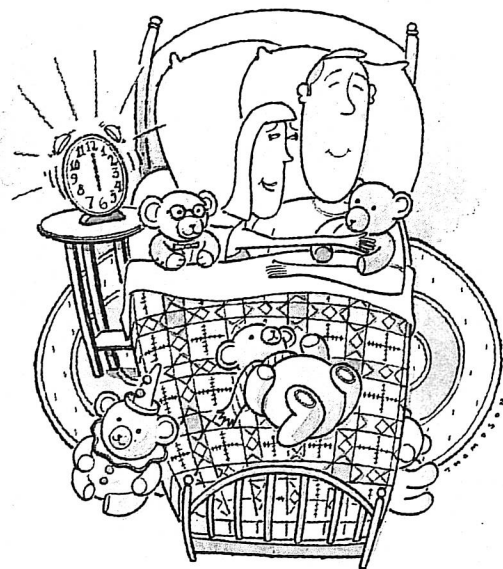
女人的電子嬰兒

文——何春蕓

我認識好多女人，她們總是念念不忘一些看了又看的廣告。

喜餅的廣告在昏黃的燈火下描繪了母親對即將出嫁女兒的祝福，鑽石的廣告在幽藍的水邊刻畫了一個渴望被求婚的女人的驚喜，汽車廣告在歐洲的山水中優雅的

掠過蜜月的甜蜜，
保險的廣告在水
泥森林中夢想著
花童身後洋溢著
愛意的新人。



妳想要有小孩？
甚至願意為
小孩而結婚？
先通過電子嬰兒
的考驗吧！

最近這些女人又開始迷新推出的紅娘節目，她們在參加的來賓眼中追尋著一絲絲急速閃現的曖昧好感，熱切的討論誰最配誰，在這個時刻，每個女人都是現代的喬太守。聽到說有當場求婚的節目時，她們又急急切切的守著螢幕，望著那個求婚男人在大庭廣眾間接受試煉以證明誠意，男人好像從來沒有那麼脆弱而值得依戀。

這些女人還喜歡另一些廣告。像是醬油廣告中溫柔賢慧的烹飪男人，抽油煙機廣告中光鮮亮麗的家庭主婦，冷氣機廣告中悠閒氣質的年輕母親，更喜歡奶粉廣告中肥肥嘟嘟的大眼睛小孩。

不管賣的是什麼商品什麼服務，婚姻家庭好像是一個不變的公式，只要祭出美好溫馨的圖象，就撒下一片令人眼睛濕潤的心跳。

這些女人還喜歡做另外一種事情，那就是當她遇到別人的小孩時，不管自己認不認得那小孩的父母，她們總是滿臉驚喜的衝向小孩，捏捏他們的臉蛋，摸摸他們的頭髮，嘴裡戲劇化的唸著：「好——可愛唷！」直到孩子離

開，她們眼中仍煥發著某種看來有點母性的神采，在這一剎那中預習了未來的美景。

遇到這種時刻我就希望她們趕快去買隻電子雞養養。

電子雞的爭議一開始就被架在年齡的考量上，因此我們讀到的聽到的都是成人們拼命強調孩子們情感脆弱，不能分辨真假，會投資太多而受傷，或者說他們會心志不堅，因而玩物喪志，荒廢學業。

姑且不論這裡的年齡歧視和成人宰制——嘿！成人也迷股票、職棒、賓士、紅龍、達賴、心靈改革呢！——不過，要是用性別的角度來想，我還真的覺得我的這些女性朋友們需要電子雞的洗禮。

最起码養養電子雞可以幫助她們認識養育的重擔和真實面貌，因為不管婚禮有多甜蜜，伴侶有多善體人意，在白紗和鮮花之後等著上場的常常是一個個像蠟筆小新般的頑皮小孩，和那躲避不了的、耗損女人生命的諸多責任——別人總是說：女人嘛！當然比較適合帶小孩，女人比較有耐性，女人比較知道怎麼照顧人，女人比較細心，女人比較……母性是天生的嘛！

可是，女人真的天生就有母性嗎？

電子雞的餵食、尿尿、生病、成長、照顧，時時需要愛心的投入，弄不好死了還要既慚愧又懊惱的埋葬它或重新設定它的生命，說起來真的是一種不小的付出。可是，要是和真實的小孩比起麻煩來，那可差得太遠了。

一些庸俗心理學所謂的專家總愛推出一套套心理測驗題，像是「如何判斷他愛不愛妳」、「他是那種會有外遇的人嗎？」、「哪種男人最適合妳？」、「他是不是會打女人？」好像女人完全沒有力量自知知人，總需要各種測驗的幫助來檢驗別人似的。妙的是，這些測驗只會提醒女人小心選擇結婚對象，而從不測驗她們是不是根本不適合結婚，不喜歡結婚，因此也不必結婚；或者根本不喜歡小孩，不需要小孩，因此也不必生小孩。

我倒滿希望看到電子嬰兒的誕生，好讓我們中間那些對嬰兒迷戀的女人有機會測試自己是不是真的想有、能養、熱愛孩子。

妳想要有小孩？甚至願意為小孩而結婚？先通過電子嬰兒的考驗吧！



插畫：George Thompson

© Clinique Laboratories, Inc. <http://www.clinique.com>