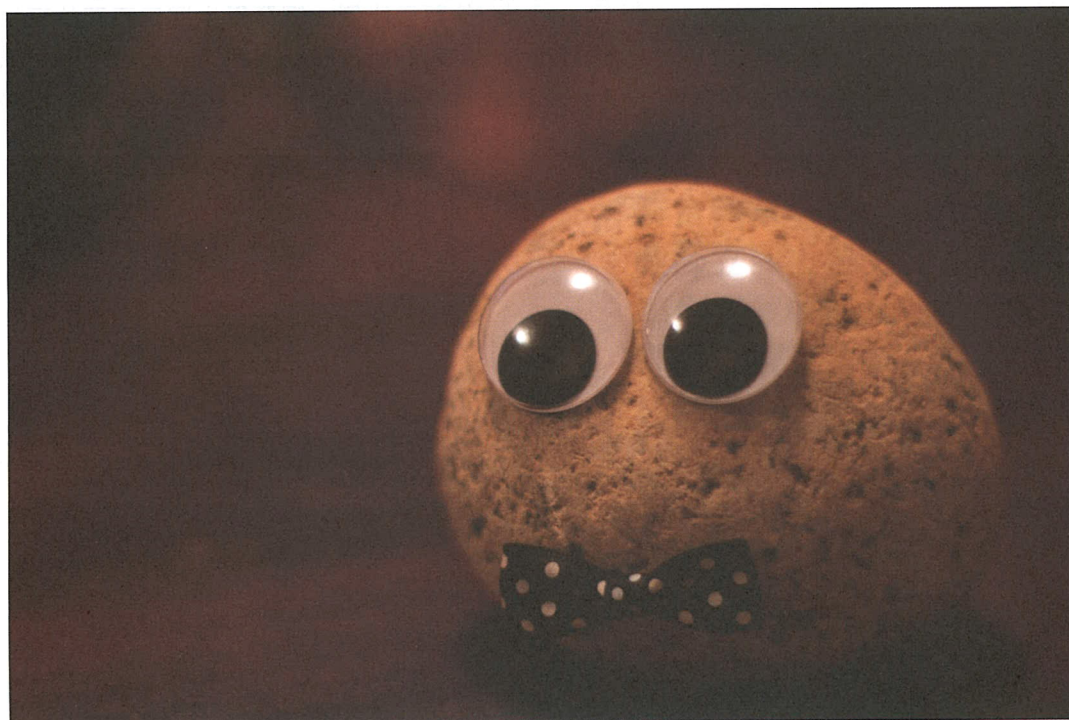


你好，這是我的寵物石頭



你可能聽過養小貓、小狗，但你知道有人養石頭或芒果核嗎？這些無生命的「寵物」正成為新世代的情感寄託。其中「寵物石頭」在2024年成為中國、韓國等地最受歡迎的無生命寵物，據購物平臺統計，2024年7月至8月期間，寵物石頭的銷售量增長了246%，主要購買族群為1995年以後出生的年輕人。許多人會為石頭貼上眼睛、布置居住小窩，甚至帶著石頭散步或健身，並在網路上分享與寵物石頭的日常互動，這一現象反映了年輕族群對低壓力、趣味生活方式的追求。

事實上，飼養無生命寵物並非近期才出現的行為。早在1970年代，美國就曾掀起一波養石頭的熱潮。當時一名商人突發奇想，將普通石頭裝進有氣孔的紙箱中，並附上照料說明書，宣稱這顆「寵物石頭」性格慵懶，最愛的旅行方式是待在飼主的口袋裡。寵物石頭以其荒誕的定位和創意包裝，成功吸引無數名消費者。雖然這款商品僅風靡數月，卻為商人帶來數百萬美元的收入。而在2023年，中國也曾因清洗後曬乾的芒果籽，其觸感宛如貓狗的毛皮，而流行養「芒果核」。一位飼主更為自己的芒果核取名為「大毛」及「二毛」，每天為它們「梳毛」並拍照記錄，成為一時話題。

人們為何會想養無生命的寵物呢？心理學家指出，現代人飼養寵物已不再是為了狩獵或看家等功能性需求，而是想要滿足訴苦、陪伴等情感寄託。在孤獨感和壓

力普遍存在的現代社會，情感出口變得尤為重要。然而，飼養貓狗等活生生的寵物需要付出大量精力、負擔對生命的責任，還必須承擔生離死別的挑戰。相較之下，像石頭、芒果核這樣的無生命寵物，不需要餵食和照顧，能大幅降低飼主的壓力，對於繁忙且經濟能力有限的年輕人來說，無疑是一個理想的選擇。此外，無生命寵物的飼養紀錄，因其新奇的特質，容易在社群平臺上吸引大量關注，形成活絡的社群。這些社群的同好從線上延伸至線下，例如：舉辦實體的寵物交流會，讓飼主們聚在一起分享心得、一起玩樂，在交流中找到歸屬感。

然而，這些行為在社會上也引發了不同的討論。有人批評這種行為既無聊又毫無意義，這種行為可能使人更加逃避真實的人際互動，甚至助長孤立的生活模式。但也有人認為，飼養無生命寵物與種植栽、玩賞陶器、集郵等活動相似，能為生活增添樂趣，是一種富有創意的療癒方式。

那麼，我們究竟應該如何看待養無生命寵物的行為呢？衛福部桃園療養院副院長李俊宏醫師認為，養無生命寵物本身沒有問題，更重要的是正視內心的情感需求。當我們身邊出現飼養無生命寵物的人時，不需要覺得奇怪，而是藉此察覺對方的情感需求，並嘗試以此為話題與之交流。無生命寵物或許看似荒誕，但我們不妨透過這些趣味現象，更用心傾聽身邊人的內心世界，共同在這個孤獨的社會中創造更多溫暖的聯結。

閱讀小提醒

本文介紹了「飼養無生命寵物」的流行現象，閱讀時，可多留意此現象的成因及其背後傳達的意涵，並嘗試換位思考，體悟無生命寵物飼主的想法。