

4

第 四 屆

消費文化

學生獎狀

CONSUMER CULTURE

STUDY AWARDS

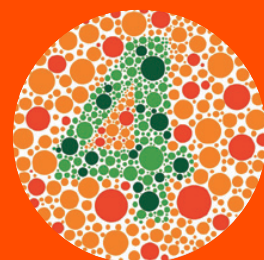
學生用手提電話與父母監管有甚麼互動關係？

優惠券內有何心理玄機？

明星的魔力究竟可佔售價多少？

經濟不景下，殯儀服務又有甚麼消費文化新趨勢？

年青人眼中的消費文化



由消費者委員會與教育統籌局合辦的「消費文化考察報告獎」，第四屆共收到332份考察報告，其中有21間中學的29份作品獲頒45個獎項。

「今屆的作品，最突出的地方，是多了不少從社會政策的角度來審視和分析消費現象的優秀作品。同時對消費文化更有獨特而深入的見解。」消費者委員會副主席郭琳廣太平紳士在頒獎禮上總結本屆作品成績時，更稱讚同學們「有很強的洞察力和分析力。」

同學們當然會關心潮流熱賣的產品。但考察重點並非型號和功能的比較，而是探究一些獨特的角度。例如：究竟學生用手機與爭取行動自由和私隱空間，及與父母的縱橫之間的關係。

這些年青人獨有的觸覺和感受，在作品中比比皆是。

有同學選擇了以中環的擦鞋行業為考察對象。過程中，他們更曾「衝動」得為受訪的擦鞋匠當街「拉客」，換來的不僅是對這衰落中的行業的認識，還對消費時所浸滲着的人情冷暖和人性尊嚴有深刻的體味。

揭示消費行為與心理的矛盾

對各種消費行為，他們也都提出了很多質疑，也揭示了不少的心理矛盾。

例如：冒牌「名牌」手袋的消費者，明知道鑒於自己的「身份」，所有人都知道他們是在用假貨，為甚麼還會花錢，期望用假「名牌」帶來「身份象徵」？

對於有7成的受訪者在享用自助餐時，往往會罔顧健康，過飽時也強迫自己繼續進食的「回本」心態，同學們也提出了質疑。

他們提出「大笪地」能否「重生」，並不是單靠政府政策所能推動的，因為他們相信：「看來大笪地的命運其實是由消費者來抉擇了，絕非政府能用行政手段來主導的。」「……無數的香港市民在不知不覺間交織出一種消費文化。……就好像現在的上環大笪地並不能夠沾上昔日光采，就連營造一種新的消費文化也不成氣候。」——這不正是「消費文化」的一個好注腳嗎？

從下期起，我們會邀請第四屆「報告獎」的得獎同學，介紹他們的精采作品，讓讀者分享時下年青人對消費文化的獨到看法，也讓我們對「消費」和「消費文化」有更深和更新的思考。

圖片(由上至下)

- 1.本會總幹事陳黃穗頒發獎項
- 2.榮譽與喜悅的一刻
- 3.最佳選題獎《睇你點死》作品匯報
- 4.課程發展議會主席黃玉山教授(右一)主禮