

警告：切勿侵犯版權

閣下將瀏覽的文章 / 內容 / 資料的版權持有者為消費者委員會。除作個人非商業用途外，閣下不得以任何形式傳送、轉載、複製或使用該文章 / 內容 / 資料，如有侵犯版權，消費者委員會必定嚴加追究法律責任，索償一切損失及律師費用。

年青和文化的角度

「消費文化考察報告獎」已經舉辦七屆，有近二萬名來自二百多間中學的同學參與過。正如教育統籌局常任秘書長羅范椒芬於7月頒獎時所說，同學的作品不僅令人印象深刻，更是年青人讓成年人更深入瞭解香港消費文化的一個重要渠道。



岑逸飛先生
本屆作品的「欣賞指數」特別高！



周志堅博士
這才是消費文化！



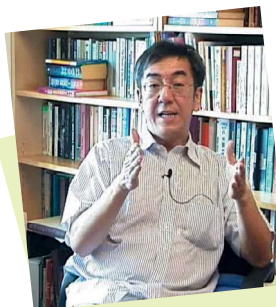
吳俊雄博士
令到做的人開心，看的人有得着。



呂大樂教授
每一屆均有不同的「性格」。



馬傑偉教授
對年青人的心態瞭解多了！



陶傑先生
很立體，很全面。
令人印象深刻！

時說：「得獎的作品中，初級組有一半以上，高級組更有九成的題目，是探討消費文化的影響，而不是一般的消費品或服務，……是研究我們的生活細節、習慣、信念裏的消費文化、潮流及其影響。」

性格和傳統

呂大樂教授也指出，每一屆「報告獎」作品均有不同的「性格」。這屆的同學不約而同開始主動意識到要從文化角度入手，所以其關注點比以往的題目更豐富，更有系統和層次感。

馬傑偉教授則覺得一個題材和角度上多元化的傳統似是慢慢建立起來了。「令我評審後，對香港的消費文化、對整個社會、對年青人的心態，也瞭解多了，使我也學到了不少！」

進步神速

陶傑先生更認為：「這屆進步神速，對社會的觀察是多方面的，很立體，很全面。令人印象深刻！我覺得這屆的報告若拿到國際去比賽，假如有這樣的比賽的話，一定不會輸蝕！」

本刊將於下期起介紹這些獨特的得獎作品，就如陳黃穗總幹事所言：「作品讓大家分享到同學對社會探索的心，讓他們帶我們成年人，去用年青人的心態和眼光來探索本地的消費文化。」

「欣賞指數」

在第七屆「報告獎」的六百多個報告中，共有三十多個作品得獎。評判岑逸飛先生在總結這屆成績時，稱讚本屆作品的「欣賞指數」特別高，特別有深度。

這可能是像吳俊雄博士所言：「因為『報告獎』已辦了好幾屆，同學對各類題材均能掌握，表達方法亦已經駕輕就熟，……可以看出同學在選題及處理題材上比較肯多行一步，不再停留於做完一份問卷，交出幾個圖表便滿足；是真正去演繹這些數字的意義，……令到做的人開心，看的人有得着。」

耳目一新

這屆令人耳目一新的選題便有：殯葬的消費文化怎樣反映《生命有涯，消費無涯》；暢銷書消費與社會民情的關係；街頭賣藝者與「消費者」的角色互動；性別在消費的角色差異等。

探究的角度也有外國人怎樣看我們的紙紮祭品文化；人們怎樣看「貨物出門，恕不退換」的法律效力；更有同學到街頭賣藝以作親身體驗；製作一輯幾可亂真的《新聞透視》，以探討商品宣傳的效力；及實驗友情可以怎樣「促銷」等。

評判周志堅博士總結這屆作品特色