



天水圍因何成為悲情城市？

隱蔽社工



“消費品的重要性不是它本身的實際功能和用途，而是它能彰顯某人 / 團體能夠擠身為消費者行列”

Zygmunt Bauman

天水圍因何成為悲情城市，坊間論述都集中於其內在問題，然後，全港各界都願意出錢出力解決這些問題。筆者絕對不會否認天水圍的種種先天、後天不足，亦欣賞各界的努力。筆者只是想分享全城關注天水圍背後的一些反思。

天水圍在香港的形象，等於發展中國家在世界的形象：貧窮 / 絕望只在亞洲、非洲、拉丁美洲出現，歐美地區彷彿沒有貧民。亞、非、拉的貧窮問題，是怎樣製造出來，人們沒多願意探究。已發展的國家不但沒有把人們的不幸與自己的幸福扣上關係，還繼續按自己的需要，尋找自己的物質幸福，同時塑造、定性發展中國家為「重災區」，重點賑災，以維持世界經濟權力秩序。亞、非、拉地區的悲情，實有其重要的政治經濟功能——世界需要貧窮的亞、非、拉。

天水圍為何悲情，筆者認為是因為我們各界都太需要有這樣的一個悲情城市。對政府來說，把全港普遍的貧窮問題收窄為個別地區的問題，對管理公眾期望和施政認受性，大有存在價

值。對商界來說，天水圍有明星效應，為企業提供一個有效快捷的公關工具，這幾個月來商界團體不絕的探訪和關注，充分說明天水圍對商界的價值。天水圍對議員的政治價值，更不須多說了，所有部署選戰新界西的人士，差點要以天水圍為家。從前不甚參與的，都盡可能幹點事吧！為免落伍，房委會亦要特別為天水圍攬個迎新及社區網絡項目，更主動撥款予社福機構推行工作。當新界大長老說要把天水圍改名為「天瑞圍」或「添瑞圍」，更可見天水圍這個符號穿越地域、時空的威力，連幾千年傳統中華文化都給重新提煉出來使用。天水圍是我們這個城市集體創造出來的消費文化結晶。

著名社會學家Zygmunt Bauman對當代消費社會的問題，有非常獨到的分析。在消費社會中，慾望追逐慾望（Desire desires desire），消費品的重要性不是它本身的實際功能和用途，而是它能彰顯某人 / 團體能夠擠身為消費者行列。天水圍的悲情，就是它在我們這個消費社會中的工具性。■



《互動特區》歡迎讀者投稿

內容以社會服務工作的分享為主，字數及題材不限，唯不應涉及人身攻擊和沒有事實根據的指控。來稿請寄香港灣仔軒尼詩道15號溫莎公爵社會服務大廈13樓《社情》編輯部收，信封面註明「互動特區投稿」，或傳真至2864 2991以及電郵至newsletter@hkcss.org.hk亦可。

