

A23 【責任編輯：吳欣欣】【版面設計：吳景強】

個人成長與人際關係 + 現代中國 + 全球化 + 今日香港

禮物顯情真 必定「男送女收」?

消費主義提倡者鼓吹透過不斷購買商品和服務，以滿足各種慾望。資料圖片

兩性定型

踏入2月後，雖然寒風不減，但大部分人總有一股暖意在心頭，因為西方情人節與中國元宵節將2月演繹為「禮物顯情真」。在這歡樂的節日，相信不少男士為選購禮物而費煞思量，鮮花、項鍊、戒指等相信是不錯的選擇。從男女雙方的禮儀及所贈送的禮物中，我們又可以看出甚麼「性別定型」現象？而西方情人節較中國元宵節在港受重視，又是否反映港人在文化接受程度上存在差異？ ■香港文匯報特約記者 李浩彰

議題探索

現代中國 (按教育局課程指引)

主題2：中華文化與現代生活

在何等程度上，傳統習俗與中國人的現代社會是相容的？
• 為甚麼部分傳統習俗能夠在中國人的現代社會中延續和發展下去？為甚麼部分不能？
• 在何等程度上，傳統習俗對中國人的現代社會具有意義？

全球化 (按教育局課程指引)

主題：全球化帶來的影響與回應

為甚麼世界各地的人對全球化帶來的機遇與挑戰有不同的回應？
• 全球化使文化和價值觀趨向單一抑或多元？帶來相互排斥還是融和、演進？

個人成長與人際關係 (按教育局課程指引)

主題1：自我了解

個人在青少年期會面對哪些挑戰與機遇？
• 有哪些流行而顯著的趨勢會對時下香港青少年構成挑戰和機遇？他們如何回應這些趨勢？



香港女性最渴望在情人節收到另一半所送的花束。資料圖片

概念鏈接

何謂性別定型？

性別(Gender)意指兩性在文化、社會環境等後天因素影響下所產生的性別差異。在社會科學的討論範疇裡，經常提及所謂先天(Nature)與後天(Nurture)的影響。所謂先天，指的是遺傳、基因、身心發展等因素；後天則是環境、經驗、學習等因素。性別定型意指將所有人都依據生理性別而刻板地劃分為女性和男性，繼而對兩性存在不同的性別角色期望，按此而發展出教育男性和女性兩套不同的既定模式，一旦超出這種模式，便被認為是「不自然」、「不符合標準」甚至「不正常」。

情人節的禮物別具創意，這朵朱古力玫瑰花幾可亂真。資料圖片



何謂性別社教化？

性別定型透過性別社教化(Gender Socialization)得以實現及鞏固。所謂性別社教化，意指男女在日常生活中不斷被灌輸、複製刻板的性別印象，令人認同男性與女性在性格特質、家庭角色及社會工作上，均應有兩套不同的模式，並在日常生活中透過與其他人的接觸，再次強化這些觀念，令自己亦成為鞏固這種「鞏固主流價值」的一員。

何謂消費主義？

消費主義(Consumerism)意指無休止地追逐時尚潮流的生活方式和價值觀念，提倡者鼓吹透過不斷購買商品和服務，以滿足各種慾望。亦有學者認為，消費主義成為人類推動社會經濟進步的動力。



上海市有商家推出「情人節套餐」，爭搶「甜蜜商機」。資料圖片

模擬試題

請閱讀以下資料，然後回答下列問題：

資料一：港女最想收花 港男送禮要「識做」

有香港商場在1月訪問500名香港女性，以了解她們在情人節最想收到甚麼禮品。結果顯示，香港女性最希望在情人節收到花束，認為伴侶在情人節送花等於向另一半表示最濃的愛意；第二位是朱古力；第三位是珠寶；第四位是名牌皮具；第五位是電子產品，包括手提電話、數碼相機及平板電腦。

有報章列出各種不受歡迎的情人節禮物，如毛公仔、假花束等，原因是感覺太幼稚及太便宜。而運動器材及抗皺臉霜等亦應避免，因為贈送這些禮物，有如投訴對方的身材及皮膚欠佳。

另外，有調查訪問500名香港男性，以了解他們預算在情人節消費的金額。其中12%打算消費2,000港元至4,000港元；54%消費4,000港元至7,000港元；21%消費7,000港元至10,000港元；9%消費10,000港元以上。而消費項目主要包括情侶套餐及花束等。

資料二：為博紅顏一笑 中國男性最豪

根據某珠寶網站公布的一份調查報告顯示，情人節送禮物，中國等東方國家的男性最慷慨。調查顯示，

中國、日本和新加坡等國家或地區的男性，購買每件情人節禮物的平均價格達到173英鎊(約2,115港元)。在西方國家中，西班牙的男性最慷慨，購買每件情人節禮物的平均價格達到151英鎊(約1,845港元)。而德國男性則敬陪末座，在每件情人節禮物的平均花費只有59英鎊(約720港元)，在所有受訪國家或地區中「包尾」。

資料三：花語

鮮豔的花朵除美麗外，更能傳情達意，不同的花人類世界中有不同的文化意義，這些意義稱之為花語。以下是常見花卉的花語：

Table with 2 columns: 花朵種類, 花語. Includes items like 玫瑰花(紅色) 熱戀/熱情的愛/一心不變, 玫瑰(黃色) 嫉妒/分手, etc.

玫瑰花代表愛情，送不同數目的玫瑰花，代表不同的心意。

Table with 2 columns: 數目, 代表意思. Includes items like 1 只有您, 3 我愛你, 11 一心一意, etc.



香港人對元宵節的重視不及情人節。圖為時代廣場舉行猜燈謎活動。資料圖片



商場的大力宣傳和吹捧令情人節變得商品化。資料圖片

參考答案

1. 參考資料一及資料二，節日中的男女角色期望如下：
2. 綜合以上資料，情人節送禮的意義如下：
3. 資料一及資料二以消費、禮物的價值為核心，強調金錢及禮物在節日中的作用；資料四及資料五以傳統文化為核心，故在聖誕節及萬聖節等西方節日中，慶祝氣氛濃厚。
4. 導致差異的因素如下：
5. 同或反對「反映港人對西方文化的接受程度較高」的回應如下：
6. 試建議有效方法以幫助青少年對抗消費主義。

資料四：西方情人節傳統

在西方傳統裡，男性會鄭重其事地為戀人選購禮物、送贈鮮花，以表達自己的愛慕之情。而女性則會按照傳統，把月桂樹葉放在枕頭上，盼望自己在夢中同自己的心上人相會。情人節不僅是年輕人的節日，親朋戚友也可互送小禮物，以示友誼永固。

資料五：中國元宵節習俗

元宵節在中國已有兩千多年歷史，也稱「元夕節」。按照中國古代的習俗，元指月亮正圓，元宵亦有一年之中首個月圓之夜的意思。每逢元宵佳節，各地都會舉行盛大的遊園燈會。古代的男女缺乏交往的機會，所以元宵節很自然成為古時情人的相會之日。因此，元宵節亦稱為「中國情人節」。

3. 參考資料四及資料五，當中的內容與資料一及資料二所反映的節日重點有何不同？

4. 承上題，你認為甚麼因素導致這種差異的出現？

5. 在西方情人節和中國元宵節中，港人較重視前者，這是否反映港人對西方文化的接受程度較高？

參考答案

1. 參考資料一及資料二，節日中的男女角色期望如下：
2. 綜合以上資料，情人節送禮的意義如下：
3. 資料一及資料二以消費、禮物的價值為核心，強調金錢及禮物在節日中的作用；資料四及資料五以傳統文化為核心，故在聖誕節及萬聖節等西方節日中，慶祝氣氛濃厚。
4. 導致差異的因素如下：
5. 同或反對「反映港人對西方文化的接受程度較高」的回應如下：
6. 試建議有效方法以幫助青少年對抗消費主義。

資料五：調查指港青講心不拜金

有青年組織在2008年進行一項即場的問卷調查，訪問超過200名16歲至24歲的香港青少年(當中逾半為學生)，以了解時下年輕人對情人節的觀念。調查發現，有逾5成青少年表示，今年只會購買200元以內的禮物送予對方；超過5成半人期望在情人節收到禮物；近7成人稱不會因收不到情人節禮物而不開心。該青年組織總幹事表示，坊間不少宣傳廣告都把情人節塑造成為消費的重要節日，但調查結果顯示，求學階段或初出茅廬的青少年認為，情人節對他們來說，意義並不如外間渲染般以金錢掛帥，平日的情侶相處更重要。

6. 試建議有效方法以幫助青少年對抗消費主義。

參考答案

1. 《情人節送禮 不如共度特別時光》，路透社，2012-02-10
2. 《初一巧逢情人節 推中西合璧戀人年糕》，香港新聞網，2010-02-08 http://www.hkcn.com/content/2010/0208/43011.shtml
3. 《中西情人節由來》，香港教育城 http://www.hkedcity.net/article/special/valentines2005/come.phtml

延伸閱讀

- 1. 《情人節送禮 不如共度特別時光》，路透社，2012-02-10
2. 《初一巧逢情人節 推中西合璧戀人年糕》，香港新聞網，2010-02-08 http://www.hkcn.com/content/2010/0208/43011.shtml
3. 《中西情人節由來》，香港教育城 http://www.hkedcity.net/article/special/valentines2005/come.phtml