



## 消費性聖誕節

2011-01-09 記者 鄭家宜 報導



每到十二月的尾聲，大家總會非常興奮和喜悅，除了期待迎接新的一年，最受歡迎的就是聖誕節。但是現今的聖誕節已經不是原本的那個「聖誕」了，除了商家為促進消費者購物所做的炒作，還有許多企業利用聖誕節包裝自身的形象，不僅讓民眾對他們有印象，甚至在照片中更留下了「最深刻」的印象。也或許是歡樂溫馨聖誕節產生的愉悅心情起了作用，民眾對平常不甚喜愛看到的廣告和Logo也都不排斥，反而產生了好感。聖誕節能刺激消費，但是「聖誕節」竟然也被這些公司企業所消費了。

2010年聖誕節，台北市政府、芬蘭商務辦事處和某銀行企業合作，將台北信義區商圈打造成「台北聖誕城」，除了有一連串相關活動，現場也擺設了不少裝飾藝術品，許多企業也「樂意」贊助，並打造自己的攤位以及專屬藝術品。然而，其中隱藏了有許多不屬於聖誕節的「東西」，大刺刺地在民眾視線中不斷出現。



雪花落下營造出藍色聖誕樹，美麗的樹上同時也擺上了大大的企業Logo，讓拍照的民眾在不自覺中也悄悄地為企業打了廣告。（攝影／鄭家宜）

### 媒體歷屆廣告

#### 推薦文章

- 變化自如 幕後的聲音演員
- 那些年 爸爸與芭樂的回憶
- 關余膚色 我想說的事

#### 總編輯的話 / 郭穎慈



本期共有十九篇稿件。頭題〈夢想配方 攝影甜點與咖啡〉忠實刻劃一位科技新貴勇敢出走，開設一間攝影風格咖啡廳的歷程和堅持。

#### 本期頭題王 / 洪詩宸



嗨，我是詩宸。雖然個子很小，但是很好動，常常靜不下來。興趣是看各式各樣的小說，和拿著相機四處拍，四處旅行。喜歡用相機紀錄下感動，或值得紀念的人事物。覺得不論是風景還是人物，每個快門的...

#### 本期疾速王 / 吳建勳



大家好，我是吳建勳，淡水人，喜歡看電影、聽音樂跟拍照，嚮往無憂無慮的生活。

#### 本期熱門排行



夢想配方 攝影甜點與咖啡  
洪詩宸 / 人物



橙色的季節 唯美「柿」界  
陳思章 / 照片故事



老驥伏櫪 馬躍八方  
許翔 / 人物



追本溯源 探究大地之聲  
劉雨婕 / 人物



變化自如 幕後的聲音演員  
張婷芳 / 人物



印著鐘錶公司Logo的三角房屋中間掛著一個小小的鐘，提供民眾入內體驗敲鐘的新奇感，又好似敲了鐘就能為明年帶來好運，吸引不少人排隊等待。然而這其實是另一種形式的廣告，不僅替企業打知名度，也塑造了有趣、親切的形象。（攝影／鄭家宜）



一看到聖誕樹就會令人想到聖誕節，然而不只家裡的聖誕樹會精心裝飾，各商家、企業擺設的聖誕樹更是爭奇鬥艷，甚至連化妝品公司也來「參一脚」，利用炫彩奪目的許多燈飾吸引人潮，樹裡還有金色馬車供民眾拍照「留念」。（攝影／鄭家宜）



漂亮的聖誕樹吸引了各年齡層的民眾，有年輕的學生、情侶，也有中年的爸爸、媽媽，即使天空下著雨也不減他們排隊等著拍照的熱情。（攝影／鄭家宜）

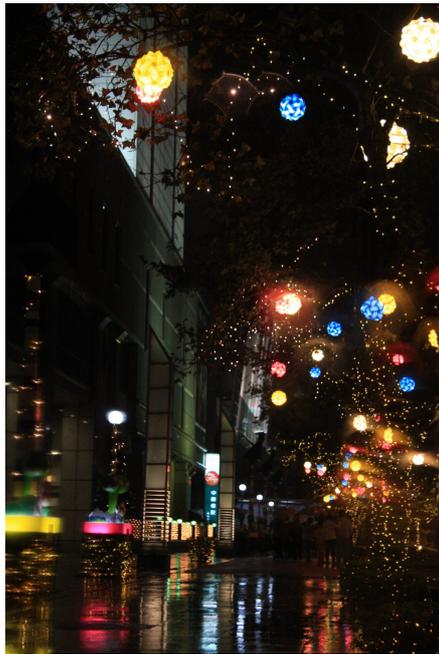


聖誕節除了慶祝耶穌的誕生外，其實就像中國人的過新年一樣，是一家人聚在一起的日子。為了盛宴而忙碌準備，分享一年來發生的點點滴滴，也為此感恩，並祈求新的一年能喜樂、幸福、有富足的收穫，而這才是聖誕大餐最初的意義。（攝影／鄭家宜）





在商業化的另一面，最單純的聖誕氣氛大概就屬基督教的慶祝節目，許多教會為了這一個神聖的日子用心預備，為的就是慶賀兩千多年前在馬槽出生的耶穌。（攝影／鄭家宜）



雖然公司企業利用了聖誕節為自己宣傳，但不可否認的是他們確實為城市創造出許多美麗迷人的裝飾和景緻，而且這些都是民眾想看的、所嚮往的。（攝影／鄭家宜）

但是，難道民眾只能一味地被動接受企業和媒體的所傳遞訊息嗎？聖誕節只能束手無策地被商人不斷消費？民眾能不能看到這些「被處理過」的符號背後的隱藏意義？甚者，有沒有辦法讓聖誕節回歸那感恩與奉獻的真理呢？然而其實這些問題不只存在於聖誕節，其他節慶也是，它們都需要被重新思考到底最初的意義為何，而民眾該如何面對這些大眾化、商業化的日子。



關余膚色 我想說的事

活出自我「不留白」，小麥膚色的宣言。



變化自如 幕後的聲音演員

資深配音員蔣篤慧，娓娓道來身為臺灣配音員的酸甜苦辣。

▲TOP

