

# 公共空間與文化公民——旺角行人專用區與地下鐵路

蔡雪華 孔令瑜 鄧寶山 堵建偉

## 1. 前言

### 1.1 何謂公共空間？觀念與實踐的界定

所謂公共空間 (public space)，泛指政府擁有產權和管理權而公眾又有權進入的地方，如城市街道和小廣場、公共屋村的共用地區、公共康體設施、公共文化場館及其周邊公地等。公共空間在香港，像所有資源一樣，都有機會成本 (opportunity cost)，當我們以某空間作某用途時，我們必須考慮有可能犧牲了其他的可能性，但問題是為何某種用途是勝於其他用途？另外，當決定某用途時，我們付出了甚麼？甚麼人的利益被犧牲？

理論上，公共空間可以是一個任何人都有權進入的地方，並不需要入場費或其他費用，典型的例子是大部分的道路（包括行人道、市鎮廣場和公園等）。

公眾場所作為公共空間，特別是相對舒適的地方，對於想省錢的遊客和露宿者來說具吸引力。但許多公眾場所都採取措施杜絕露宿者使用，也間接令平常出入這些公眾場所的人造成不便。<sup>1</sup>

對於公共空間的界定，可從法律、政策、商業運作、使用者等觀念來界定。在香港來說，公眾場所至少在法律上較容易界定，正如上文對公共空間的說明一樣。但不同場所怎樣成為一個公共空間，則需要考慮具體的情況。例如那是甚麼地點、甚麼人使用、有沒有政府的規管、該地方是改了甚麼的形象等。從文化研究的角度，所關注的是在文化向度上的含意。地方 (place) 可以單單是一個物質上的範圍，但從使用上，卻展現了空間 (space) 的含意。故此，以公眾地方而言，對不同的人來說，可以產生不同的空間性 (spatiality)。

本文是試圖從具體的操作，探討空間實踐 (spatial practice) 在具體場域中，如何塑造公民身分 (citizenship)。我們以旺角行人專用區和地下鐵路為例，檢視兩個公共場所作為公共空間，如何成為一個角力場 (site of struggle)。在這個角力場中，公民身分如何被塑造。一方面公共空間受著政府的規管、制度上的操控、消費主義的支配等；另一方面，不同身分的人／群體，運用有限的空間和不同的策略，爭取他們的（公民、社會和文化）權利，從支配中重索 (reclaim) 他們的公共空間。在這個意義

<sup>1</sup> ([http://en.wikipedia.org/w/lel/Public\\_space](http://en.wikipedia.org/w/lel/Public_space), aues2/6/05)

上，令這個空間更具包容性，也讓參與其中的人更有條件成為「文化公民」(cultural citizen)。

以下我們會以兩個公共空間（旺角行人專用區和地下鐵）作為例子，就公民身分、消費主義、公民社會幾方面，比較和分析兩個空間中的管治 (governmentality) 和文化公民身分的塑造和呈現。很明顯地看到旺角行人專用區是一個自由進出的空間，比其他街道的規管較少，故吸引到商業及非商業的活動。尤其對民間團體而言，可以發揮的空間較大。至於地下鐵，在其設計上已是一個流動的地方。其追求的效率（最快捷的交通）與資本主義邏輯極其吻合。但地下鐵除了在使用上需要車資外，其規管也較大。地鐵的規管除了是地鐵的管理策略如不准吸煙、飲食外，也包括了在地鐵車站和列車內乘客的自我規管。故此在旺角行人專用區上的公共空間和地鐵中的公共空間有著不同的含意，而我們所探索的文化公民身分，在這兩個空間中也有不同的呈現。

首先，我們必須重申公共空間並非單純是一個地域範圍。政府或制度的規管、使用者的存在和種種活動，都在競逐這個空間的使用。從文化公民的角度視之，則是如何將一個地方打造成兼容不同群體可以共同參與和表達的空間。在公共空間這個角力場中，公民身份並非賦予的 (given)，而是爭取的 (to claim and reclaim)。

## 2. 公共空間案例一：旺角行人專用區

### 2.1 香港的公共空間想像

2003 年沙士之後，內地十多個省市居民透過自由行，帶旺香港的經濟。這種自由行不是以身分辨認，其往來香港的通行證就是消費力和購買力。但是，香港這地方真的自由嗎？所謂自由行，就是讓內地遊客在港自由地在港遊玩，購物，消費。但即使是進行上述有利經濟發展的活動，亦是有所限制，所屬自由，未必每個人都可以自由地遊走於香港的公共空間，仍然要面對相當多的限制和規模。因此，我們亦質疑究竟這個城市可以容許多少人自由地走著？部分弱勢群體如殘障人士，他們獲得應有的活動和生活空間嗎？地鐵列車與月台的空間，街道及商場的洗手間設施等公用設備等，是否足以讓殘障人士，孕婦或長者使用？使他們安然和自由的感受他們的步伐嗎？

同時，在公共空間的爭奪戰中，往往成為保護「私人」利益，以及方便官方監控的護身符。城市中到處都貼滿了「政府重地」、「私家地方」的牌子，告知人們閒人免進、此路不通等。即使是公園等市民有權進入的空間，門口亦必然是種種要人們遵守的規則和限制等標誌。至於大大小小的街道，也被狹義地定義為「請勿阻塞」的來往通道。

香港政府從來沒有透過政策、公開諮詢等作規劃香港的公共空間規劃，只是按公安條例，市政條例等不同的管理條例，將市民在公共地方的活動作出規管和限制。龍應台在其“文化政策反思與北京奧運”<sup>2</sup>一文中指出台灣的公共空間管理者的規管，與本地的情況頗有相同之處：「在很多歐美的城市裡，我們到處都看見街頭藝人在大街、廣場、公園裡拉小提琴、唱歌、演木偶戲、畫畫，腳下放著一頂破帽子或罐頭，行人高興了就把錢往裡頭丟，城市洋溢著活潑生動的文化藝術氣息。

另外一些城市裡卻完全看不見這樣的景象，譬如台北，為什麼呢？因為大街、廣場、公園，所有的公共空間都有「管理條例」，而所有的管理條例都禁止這樣的演出行為。為什麼禁止？因為對於管理者而言，「方便管理」是唯一的邏輯，在這個單一邏輯下，街頭藝人對市場管理處而言，就是違法攤販；對交通警察而言，就是交通阻礙者；對公園處而言，就是破壞公園環境者；對稅捐處而言，用罐頭收錢而不繳稅，就是逃稅者。

官員害怕彈性，因為彈性會帶來額外工作。官員逃避創意，因為創意會帶來額外風險。去掉彈性和創意，躲開額外的工作和風險，只要管裡方便，那麼還有什麼比「禁止」更簡單的管裡方法呢？至於「禁止」所產生的負面影響：對人民使用公共空間權利的剝奪，對城市氣氛的壓抑，藝術家的損失等等，不是任何一個部門需要考慮的。這，就是官僚本位主義的ABC。」只是按公安條例，市政條例等不同的管理條例，將市民在公共地方的活動作出規管和限制。龍應台在其“文化政策反思與北京奧運”<sup>3</sup>一文中指出台灣的公共空間管理者的規管，與本地的情況頗有相同之處：「在很多歐美的城市裡，我們到處都看見街頭藝人在大街、廣場、公園裡拉小提琴、唱歌、演木偶戲、畫畫，腳下放著一頂破帽子或罐頭，行人高興了就把錢往裡頭丟，城市洋溢著活潑生動的文化藝術氣息。

另外一些城市裡卻完全看不見這樣的景象，譬如台北，為什麼呢？因為大街、廣場、公園，所有的公共空間都有「管理條例」，而所有的管理條例都禁止這樣的演出行為。為什麼禁止？因為對於管理者而言，「方便管理」是唯一的邏輯，在這個單一邏輯下，街頭藝人對市場管理處而言，就是違法攤販；對交通警察而言，就是交通阻礙者；對公園處而言，就是破壞公園環境者；對稅捐處而言，用罐頭收錢而不繳稅，就是逃稅者。

官員害怕彈性，因為彈性會帶來額外工作。官員逃避創意，因為創意會帶來額外風險。去掉彈性和創意，躲開額外的工作和風險，只要管裡方便，那麼還有什麼比「禁止」更簡單的管裡方法呢？至於「禁止」所產生的負面影響：對人民使用公共空間權利的剝奪，對城市氣氛的壓抑，藝術家的損失等等，不是任何一個部門需要考慮

<sup>2</sup> 亞洲周刊 2005 年 11 月 13 日，十九卷四十六期

<sup>3</sup> 亞洲周刊 2005 年 11 月 13 日，十九卷四十六期

的。這，就是官僚本位主義的ABC。」。一言以蔽之，就是我們有一個良好管理和秩序的文明城市，在香港這個城市要坐下來，可能我們需要得到批准，規劃和提供。

因此港人一直都缺乏對公共空間有正面的想像，或許亦是由於政府和私人企業長期以來的擠壓和排擠吧！市民大眾對公共空間的認知也往往是負面的想像。香港人的認知之中，「街道」是「私家地方」以外的空間，都是相對卑賤的地方，是不應該短暫或長期停留的空間。街道等公共空間長期以來都是不被重視、飽受驅逐的城市邊緣，而人們也往往忘記了，或者不自覺地在罵人「仆街」、「翻街」的痛快之中，連帶公共空間的尊嚴也被潛移默化地一併被邊緣化了。公共空間的貧乏，正正就是社會不民主、公民社會不成熟的徵狀之一。這些都是互為因果的。公共空間不被重視，又何來民主制度的建立呢？而行人專用區的設立，似乎為這種公共空間提供另類的想像。

## 2.2 行人專用區的設立

前行政長官董建華於 1999 年施政報告提出計劃：「我們計劃在維港兩岸和多個新發展區關設行人專用區，還打算在人煙稠密和空氣污染的地方擴大行人地帶，以減輕車輛產生的污染。運輸署已聘用顧問公司對多個地區，包括銅鑼灣、尖沙咀和旺角展開研究。初步構思是將部分行人往來頻密的街道劃為行人優先地帶，例如銅鑼灣時代廣場附近、尖沙咀北京道一帶和旺角奶路臣街等。我們希望在未來數月開始徵詢公眾意見，並在明年年中實施這些計劃。」<sup>4</sup>

行人專用區大致可以劃分為以下幾種：

- 「全日行人專用區」在任何日子和時間均禁止所有車輛駛入。如銅鑼灣百德新街。
- 「部分時間行人專用區」是指該處只會在一日內某些時間及／或一個星期內某些日子禁止車輛駛入。銅鑼灣及赤柱大街便是例子。
- 「悠閒式街道」全日均可行車，但設有一些如稍微隆起的路障、收窄行車道等措施以減低車流及車速，減低非必要進入的汽車數量。擴闊行人道以改善人流。<sup>5</sup>

而設立行人專用區干涉的部門除了運輸署外，還有環保署、規劃署、影視及娛樂事務處。

### 2.2.1 行人專用區的觀念溯源

行人專用區的意識概念，在歐洲及中國內地一早已被引入，稱之為步行街。由於城市的運輸系統和建築令環境惡化，交通堵塞和廢氣污染使居民在城市生活的自由度和安全感消失殆盡，因此步行街在世界多個城市，被視為城市化進程的一個重要內容。

<sup>4</sup> <http://www.policyaddress.gov.hk/pa99/chinese/part5-1c.htm>, 2005年4月20日。

<sup>5</sup> <http://www.info.gov.hk/td/chi/transport/ped.html>, 2005年4月20日。

德國埃森市的林貝克林蔭大道在 1922 年封閉交通，1930 年建成林蔭步行街，是現代步行街的雛形。在二戰後埃森市又建造了凱特維格街，這條步行街將機動車交通和步行交通當做一個整體來考慮。北美，由於氣候的影響，許多室內步行街也相繼出現。20 世紀 80 年代北美城市更將室內外空間、公共與私有空間相結合，並允許部分車輛通行的步行街區。

步行街空間「以人為本」的特性是城市公共空間的最基本準則，從人的角度來看，人的行為模式、視覺感受、空間心理感受是設計的關鍵。步行街的要求包括：1. 安全，保證人的安全和活動的自由度，不受汽車、噪音和其他干擾；2. 可滿足不同年齡、不同層次人群各種活動的需求；3. 以平等為基礎，根據特殊群體的特徵行為要求進行與之相應的設計，如老年、殘疾人士、孕婦、兒童等。

### 2.2.2 旺角行人專用區的設立和使用

在旅遊發展局的網頁內，指「旺角是人流暢旺的購物熱點，有多條特色購物街道，仿如一家百貨公司。」<sup>6</sup>

事實上，旺角不單是百貨公司般，只限於消費和購物。旺角是東京新宿、銀座及涉谷、倫敦 Soho、紐約 Broadway 的混合體，是香港人的慾望遊樂場：砵蘭街、上海街是雲雨交易市場，西洋菜街就是民間自發中小企業的天然大商場，旺角滿足了香港人的所有慾望，知識分子在二樓書店尋找到人文精神的境界，年青人的球鞋潮流、時裝影音產品，影音發燒友在尋找最完美最廉價人氣最新的音響組合，好食之士可以在旺角尋找香港傳統的街頭美食，旺角是不可以替代的香港都市空間文化現像，研究旺角的空間變化和社區歷史，我們會知道更多香港文化的源頭，我們會知道更多關於香港人的生活模式和口味變化。

旺角行人專用區於 2000 年 8 月首次以試驗計劃形式引入，屬運輸署一系列改善行人環境及加強道路安全的計劃之一。「透過封路、交通管理、行人道擴闊和美化等措施來達致效果。」「路上沒車，走起來才覺安心、舒適。行人專用區這概念自然也就可以鼓勵市民盡量步行，養成環保生活習慣。」運輸署發言人在新聞稿中表示：「將來，行人道擴闊完成並配上不同顏色的路磚後，走在旺角繁忙的街上就不單是種安全舒適的經驗，還應有煥然一新的感覺。」<sup>7</sup>由於旺角行人專用區深受市民歡迎，幾個月後即 12 月 15 日起永久實施：「標誌行人的優先使用權進一步得到肯定。」從香港運輸署的角度看，設立行人專用區的目的，是爲了「改善行人的安全及流通情況；提倡以步行作爲一種交通方式；勸阻非必要的車輛駛入；減少空氣污染及改善整體行人環境。」

表面上，行人專用區的設立與歐美各國甚至中國內地的步行街有雷同之處，都是以「以人為本」作基礎，但與此同時，運輸署在該處設立行人專用區的考慮因素，卻並非完全從「人」出發，而亦有加入經濟的考慮和以吸引遊客：「制定行人專用區計劃時須考慮的因素爲：該處是否有行人流量或安全問題；市民的需求和土地用途，例如該處有沒有商店或具特色之處，可否吸引行人或遊客；環境和市容方面的因素

<sup>6</sup> <http://www.1-hong-kong.com/hk/mongkok-01.htm>

<sup>7</sup> 2000 年 12 月 13 日，香港政府新聞公報 <http://www.info.gov.hk/gia/general/200012/13/1213120.htm>

及關設行人專用區對附近一帶來往車輛和大廈送貨服務的影響。」<sup>8</sup>此外，民政事務處對旺角行人專用區亦有類似的介紹，強調行人專用區的消費及對遊客的吸引力：「油尖旺由油麻地、尖沙咀、旺角組成，最能表現香港繁榮、活力的一面。其中，旺角是最受港人及遊客歡迎的地方之一，街頭巷尾經常人頭湧湧可見一斑。」，「熙來攘往的旺角行人專用區：介乎奶路臣街與豉油街之間的一段西洋菜街，在每日下午 4 時至午夜 12 時（周日及公眾假期則由中午 12 時至午夜 12 時）會劃為行人專用區，方便遊人消閒購物。專用區內的商店售賣各式各樣的貨品，包括影音器材、電器、家居用品、潮流服飾及美容用品等，每日到訪的市民及遊客絡繹不絕。」

旺角行人專用區的範圍，包括奶路臣街（介乎西洋菜南街和花園街），西洋菜南街（介乎亞皆老街和奶路臣街），西洋菜南街（介乎豉油街和登打士街），豉油街（介乎西洋菜南街和花園街）和通菜街（介乎亞皆老街和登打士街）<sup>9</sup>。開放時間由原先只在假日中午 12 時至午夜 12 時，於 2003 年 12 月也在平日下午 4 時至午夜 12 時，因此吸引不少商業及非商業的活動在該處舉行。

自旺角行人專用區成立以來，一直是商業活動的黃金地段。西洋菜南街兩旁的店舖，都以大型連鎖店為主，相信除了大型集團之外，實在沒有其他小商戶可以負擔該處高昂的租金。旺角行人專用區除了吸引人流之外，亦吸引了大量商業及非商業活動在該處進行，成了一個小廣場，證明了流行文化的用者主導原則：行人專用區的設計、文本和建築，不是設計者本身意願可以控制的，而是取決於使用者的方式。目前旺角行人專用區已經成為一個公共空間，不同的活動、推銷、意見均在此表述。

#### ● 商業活動

在旺角行人專用區舉行的商業活動包括攝影雜誌DiGiT Weekly為慶祝新雜誌的創刊，特派出Image Girl供讀者們在場拍照留念，除吸引了不少攝影發燒友帶備大小器材到場拍攝外，亦吸引了不少市民駐足圍觀。年青人氣偶像組合Twins，曾於 2002 年在該處舉行簽名會，推銷新唱片，由於Twins早前同樣在旺角舉行簽名會時，曾因有數千人圍觀而被警方腰斬，故為免重蹈覆轍，唱片公司早兩星期已知會警方，並派廿多名警員到場，另更派十多名保安員聯手維持秩序。最終，因人數太多Twins訪問縮至五分鐘，便被警員催促離開。<sup>10</sup> 歌星楊千嬅日前為宣傳新碟而在旺角行人專用區舉行簽名會，引來 2000 名歌迷和市民圍觀，亦被警方以危險為理由而拒絕。電影《星戰前傳III》，最近亦在旺角行人專用區舉行宣傳活動，幾名黑武士在現場派發戲票，吸引百多人排隊領取，而現場不少人穿上星戰T恤和拿著星戰扇助興，場面十分熱鬧，有人甚至帶了一家大細和愛犬出動，途人更爭相和黑武士拍照。<sup>11</sup>

除了以上的商業活動外，旺角行人專用區平日亦會出現受僱於大集團的推廣「自

<sup>8</sup> 運輸署網頁：設立行人專用區考慮因素：[http://www.info.gov.hk/td/chi/transport/ped\\_index.html](http://www.info.gov.hk/td/chi/transport/ped_index.html)

<sup>9</sup> 資料來源：香港運輸署網頁：[http://www.info.gov.hk/td/chi/transport/mk\\_index.html](http://www.info.gov.hk/td/chi/transport/mk_index.html)

<sup>10</sup> 資料來源：東方日報：[www.orientaldaily.com.hk/srch\\_result/263461\\_btm.html](http://www.orientaldaily.com.hk/srch_result/263461_btm.html)

<sup>11</sup> 參考雅虎新聞網：<http://hk.movies.yahoo.com/news/ent/0050521019701cqjz.html>

僱工」，在旺角街頭從事商業買賣活動。主要涉及的業務包括流動電話服務、固網電話服務、互聯網服務、健體服務及信用咭服務等。他們在街頭擺設櫃台，並主動向途人推銷，由於他們沒有和客戶有現金交易，故並無觸犯現行《小販條例》。目前年青人失業率高企，估計投身街頭推廣行業的人愈來愈多，而每天在街上招攬客人的時間亦會愈來愈長，而最近亦有很多討論，希望政府立法取締此類「滋擾性」街頭活動。同時，亦有考慮因該類街頭工作者並無底薪或固定收入，員工只可以多勞多得的方式，賺取客戶佣金出糧，雖然工作時間長及收入不穩定，但亦為年青人帶來就業機會。<sup>12</sup>

### ● 非商業活動

非商業活動方面，去年產品安全小糾察於旺角行人專用區派發紀念品，呼籲公眾關注家居安全，免生意外。協助性工作者的民間組織紫藤，亦曾到該處舉行安全性行為推廣活動，包括街頭表演、派發安全套及平安符，向市民推廣使用安全套及安全性行為的訊息。此外，本地教會團體天主教勞工事務委員會，在今年五一勞動節，在該處舉行展覽，展示從上世紀五十年代起本港工人權益的發展，及天主教會與工人同行的見證，期望引起大眾更尊重工人。另一個民間團體「消費者力量」，亦趁五一黃金周前夕，以名為「這邊不買金，那邊慶重生」的街頭行動，呼籲內地自由行旅客和香港市民關注買金帶來的災禍，並即場呼籲市民聯署「不買金」約章和合辦「無金婚禮」。

### 眾融頻道

民間團體除了在該處舉行展覽及記者招待會之外，亦多喜歡在該處舉行街頭表演，用另類方式向市民宣揚訊息。「眾融頻道」以爭取公共空間為目標，以旺角行人專用區為「基本戰場」，每星期六下午帶同電視櫃，攝錄機等，在西洋菜南街「荷利活中心」對面設立「街站」，並播放短片，或以其他形式如展覽、行為藝術、裝置、音樂會、街頭劇等表達他們對基本法 23 條立法、全球化、居港權、勞工問題、迪士尼等社會時事的意見，並主動的與圍觀途人討論和溝通。在眾融頻道的網頁<sup>13</sup>內，有他們對「街站」和公共空間的看法：「每次『街站』，主事的參與者都會把音響器材放在輪椅上，這樣直播室便可在街上隨處流動。初時把器材放在輪椅上沒有特別意思的，一個朋友卻說喜歡這個裝置，他說在社會上有很多聲音是聽不到的，被忽視、被弱化的人就像傷殘一樣。」「在今年 6 月 4 日晚上，一群香港市民因為不想記念六四的活動只局限於維園，於是自發搞了一個紀念活動。這群香港市民在街上舉行活

<sup>12</sup> 2005 年 5 月 26 日〈蘋果日報〉：「近年街頭推銷已蔚然成風，市民投訴這類活動的個案也日益增加，去年有逾一千二百宗，較前年增加三成一，當局並發出近四千宗口頭警告，但最終只提出十七宗檢控。」2005-04-06〈成報〉報導：「接 1300 宗投訴 三年升三倍 街頭推銷阻路政府卸責：「香港人多車多，即使旺角、銅鑼灣等地設有行人專用區，卻頓成爲電話、寬頻、學車及推廣公司的據點，對市民構成不便。過去三年，有關街頭活動阻街投訴大幅飆升三倍，單是去年，食環署已接獲逾 1300 宗投訴；不過，由於該類活動不涉及實際貨物買賣，故不構成無牌販賣，加上屬於街道管理問題，要由多個政府部門同時執法，才能有效遏止，令推銷活動更形猖獗。」

<sup>13</sup> 眾融頻道網頁：[http://www.smr8a.org/publicspace/street\\_activities.html](http://www.smr8a.org/publicspace/street_activities.html)

動的慣例是不會申請的，但他們不覺得這代表公然損害「公眾」秩序、利益、安全、或一切有關「公眾」的想像，途人和途人可以直接協商，不須政府介入。」眾融頻道由拍片、傾片，以至走到本屬於人民的公共空間——街道上播片，與周遭的人分享、接觸，都是嘗試將民主和人民自主的社會參與的概念，實踐在生活中，激發公民社會形成的可能性。<sup>14</sup>

### 隱形劇場

「眾融頻道」以另類藝術形式，引起社會對不同議題的關注，而「隱形劇場」，則讓旁觀者不知不覺走進生活「劇場」，參與了互動「演出」。隱形劇場成員於今年情人節傍晚，在旺角西洋菜街行人專用區上演一場「三角戀街頭混戰」的演出，更成為該段時間網上討論區的熱門話題<sup>15</sup>。當日惹來千名市民起鬨，擾攘一個多小時，最後在廿多名警員介入下，事件始告平息。隱形劇場的成員指出，他們的目標觀眾不是進出大會堂的市民，而是日常在旺角區活動的年青人：「他們可能一世人都不會到大會堂看話劇，但隱形劇場卻可讓他們站在街頭，就看畢整齣話劇，更可以思考人生許多問題。」「旺角是年輕人蒲點，情人節傍晚發生這樣的一件街頭情愛糾紛，圍觀者自然會聯想很多問題，包括應否一腳踏兩船、愛情究竟係乜野、事件的真假，何謂藝術等形形式式的討論。」

### 公共議題

近期較觸目的公眾議題——性傾向歧視立法，令該處成為一個討論和思考的場地。2005年2月初，由香港女同盟會等三組織透過申請民政事務局資助出版的女人愛女人口述歷史小冊子《她們的女情印記》，被榆林書店拒絕擺放。兩個月後，她們在旺角行人專用區舉行公眾論壇，並鼓勵公眾開放討論有關反性傾向歧視立法的問題。<sup>16</sup>

### 2.3 公民身分：誰可使用，誰被排斥？

在旺角行人專用區，無論是假日或平日，均可見絡繹不絕的人流，加上如有特別節目引來途人圍觀，附近更容易出現水洩不通的情況。該處商舖客似雲來，加上形形式式的街頭推廣活動，商業味更加濃厚。無可否認，這裡對遊客，年青人及有消費能力的市民來說，的確相當具吸引力。對本地一些民間組織來說，旺角行人專用區的吸引力，來自市民的反應及迴響。由於習慣來往該處的市民，對於該處平日舉辦的論壇，簽名運動或街頭表演已經司空見慣，對此類表達意見方式並不抗拒，過去兩年七一大遊行前幾星期，多個民間團體均在此處作出遊行前呼籲，或售買T恤籌款等，均獲正面的反應，有助公民社會的建立，和市民大眾對社會問題意識的提升。

<sup>14</sup> 資料來源：「錄影力量」內有關「眾融頻道」網頁：  
<http://www.videopower.org.hk/bi-weekly/issue27/publicspace01.htm> 或學聯社運資源中心網頁：  
[http://www.smrc8a.org/publicspace/not\\_my\\_channel.html](http://www.smrc8a.org/publicspace/not_my_channel.html)

<sup>15</sup> 參考：成報 2005年2月24日報導：<http://www.singpao.com/20050224/local/678811.html>

<sup>16</sup> 旺角街頭論壇：從榆林事件看公共文化空間：[http://www.inmediahk.net/public/article?item\\_id=25545](http://www.inmediahk.net/public/article?item_id=25545)

公共空間的精神在於每個市民都有權使用並留下獨特的足跡。然而，在經濟主導的香港社會，純商業的考慮一面倒地主宰著我們空間的分配和使用。由旺角行人專用區的熱鬧和受歡迎程度來看，社會上對公共空間的需求的確不少，而流行文化著重的消費物慾至上，亦令年輕人感到空虛失落，追求「潮流消費」，街道上逐漸出現的民間聲音，為已經收緊的空間作出鬆綁，對他們來說，可能是一個新開始。

然而，對於社會上部份的弱勢群體來說，旺角行人專用區並非一個理想的空間。在 2005 年 1 月份，旺角奶路臣街行人專用區設立初期，就曾有一位視障人士因未能區分行人路和車路而被車撞倒。失明人協進會<sup>17</sup>就對該處的道路設計多次提出抗議，要求將行人路範圍及車路之間的路面加高，令兩個範圍有明顯的區分，使視障人士不會在人車共用的時段內發生意外。

此外，旺角行人專用區的「公共空間」亦沒有接納小販的存在。按目前的小販條例，小販只可以在指定地方售賣指定貨物，而旺角行人專用區並不容許有任何現金交易，因此流動小販只可以在某些「法律隙縫」中尋找生存空間，如在農曆新年前後幾天，食環署有時可能會因員工放假而出現人手短缺的情況，令該處的無牌小販可以抓緊機會「發新年財」。<sup>18</sup>

對於香港低收入一族和貧苦大眾來說，旺角行人專用區作為一個消費和購物場所，他們在假日亦不會涉足該處，因無力消費而產生的自卑感和不安，只會使他們更自覺被排斥和邊緣化。消費主義的積極擴張，對貧窮和邊緣社群的排斥更加明顯，當港府不斷呼籲市民留港消費，挽救香港經濟之餘，內地政府又容許多個省市居民來港購物旅遊，對於社會上的綜援受助者和低收入勞工而言，依賴政府福利或無力消費者，實在無助促進本地經濟，是社會的負擔和包袱，貧窮者被歧視和排斥，無法融入主流社會而將貧窮延續至下一代，跨代貧窮的情況將令他們難以擺脫社會的歧視目光。

李照興在其《香港後現代》一書中，對行人專用區提出另一觀點，他認為設立行人專用區的目的，是為了排斥行人，向行人宣戰：「請乖乖地，行我想你行的地方！」某程度上，行人專用區的設計者，都將行人設想為消費者，因此在設計上只顧保持人流的不停流轉，而沒有座位，廁所短缺，所以亦不期望行人在街上停留：「只是包裝一條輸送帶，讓人更容易走去店舖購物，同時否定行人停留在街上的必要。過份的規劃的城市設計，只流露了規劃者心目中理想的人群模樣（消費群族），而同時排斥了另一些不想要的路人（示威份子、以街頭作集散行動的公民、無所事事的閒逛人）……。」（李照興 2002：214）<sup>19</sup>

然而，道路設計者的原意，往往會被使用者改變，甚至是顛覆。「眾融頻道」視西洋菜南街為戰場，每次遇到警方的阻撓和問話時，他們都會儘量要求圍觀途人介入及討論，由表演者和觀眾自行解決。而隱形劇場用隱形方式將途人帶進劇院，亦是另一個有效方式衝破空間的限制及警方的規管。然而，公共空間的擴大，仍有賴市民的自覺參與和共同建立。

## 2.4 一個空間並不存在，直至它被佔據

<sup>17</sup> 香港失明人協進會網頁：平等觀點交流站：旺角行人專用區設計，未有顧及視障道路使用者的安全 <http://www.hkbu.org.hk/chinese/view/mongkok.asp> 2005 年 4 月 20 日

<sup>18</sup> 參考 2003 年 1 月 19 日明報及 2004 年 1 月 26 日東方日報報導

<sup>19</sup> 李照興：香港後摩登，後現代時期的城市筆記。香港：指南針集團有限公司，2002 年

香港的公共空間，作為一種社會資源，作為發展公民社會的重要元素，常常被政府宰制著。旺角行人專用區的使用是一個獨特的例子，民間團體可以相對自由地在那特定的小框架內發揮，表達意見，舉辦街頭劇。但當我們走出旺角，去到其他社區作同樣活動時，又會發覺所謂的公共空間是少得可憐，被排斥的不單是貧窮和殘障人士，亦包括露宿者和年青人。

首先是公園座椅的設計，不知從何時開始，全港休憩地方的座椅，都在中間安裝上扶手，表面上是一人坐一個座位，將座椅「公平分配」，但事實上，是排斥無家可歸者，為避免他們在公園內通宵露宿，將座椅當成床。同樣為排斥露宿者而設的，是在天橋底下蓋上三角地磚，圍上圍欄，以及種上植物，在這些沒有發展空間的地方，港府一樣將小販和露宿者「趕盡殺絕」，可惜卻沒有任何配套設施及可替代的方案，去協助這些被趕走的市民。

2002 年除夕夜，康文署為防範年青人再次在文化中心一帶的戶外雕塑上噴漆，如臨大敵般將所有雕塑用保鮮紙包起；97 年回歸前夕，警方在香港會議展覽中心門前播放貝多芬交響樂，以掩蓋示威者的聲音；回歸後中環政府總部門前的空地，被高高的圍欄圍著，將政府總部如鳥籠般包圍，又因為要「確保政府總部有效及正常運作」，便開始禁止所有遊人及市民進入門前空地，不少請願和集會，都以保安理由而被禁，連遊客想拍照留念亦被拒絕。

### 3. 公共空間案例二：地下鐵路

「公共空間，則是在既定權力關係下，由政治過程所界定的、社會生活所需的一種共同使用之空間。因此，公共空間關係著空間的使用價值觀。」(夏鑄九 1997:124)

正如上文討論的旺角西洋菜街行人專用區，我們很容易便可以將之界定為公共空間<sup>20</sup>。但有些領域卻是另一種公共空間，例如地下鐵路。地下鐵路於 2000 年 10 月上市後，雖然它的大股東一直是香港特區政府，然而作為一間上市公司，它必須向股民交代，即屬於市場經濟——私人的。同時，地下鐵路卻又是一個集體運輸系統，與市民日常生活息息相關，是一個公共生活空間。因此，無論地下鐵路的使用者是否受到某些法律或政策限制，我們都應該理解它為一個公共空間。然而，正因為地下鐵路的使用方式、時間、限制等均與行人專用區有所不同，就讓我們以此作為分析公共空間的另一類例子。

#### 3.1 地下鐵路的管治

香港法例第 556 章《地下鐵路條例》清楚地列出地鐵使用者應如何「使用」地鐵，同時亦賦予地鐵公司某些近乎執法人員的權力，以下為一些參考例子：

<sup>20</sup> 空間性(spatiality)概念的三個表徵：想像空間(imagined space)、生活空間(lived space)與真實空間(real space)，公共領域是生活中的公共空間。詳見夏鑄九 1997：107-140。

### 如何使用地下鐵路：

- 任何人不得將腳放在鐵路處所內任何部分的任何座位上。<sup>21</sup>
- 除非得到地鐵公司的特准，否則任何人不得在鐵路處所的任何部分唱歌或跳舞，或演奏任何樂器或以任何樂器作表演。<sup>22</sup>
- 不得在未獲地鐵公司書面同意並受依照地鐵公司所施加的條款及條件規限的情況下，使用任何錄音或錄影或拍攝器材以進行訪問或拍錄或製作影片或錄像。<sup>23</sup>

### 地鐵公司的權力：

- 地鐵公司可[……]管制和規管——使用鐵路或在鐵路處所的公眾人士的行為[……]<sup>24</sup>
- 可賦權[……]地鐵公司僱員[……](a) 羈留任何被合理地懷疑已違反本條例、該等規例或附例的人[……]<sup>25</sup>
- 為免生疑問和在不影響任何其他條例的原則下，現宣布為施行《公安條例》(第 245 章)，鐵路處所及運輸交匯處為公眾地方。<sup>26</sup>

除了在法律上作出明文限制，地鐵公司的實際運作其實亦在規範著我們在地鐵的行為：地鐵裏的導航資訊，如出口、方向指示牌，以指示我們如何規規距距地按「指定」的路線走動或停留；乘客告示，如不准飲食、不准吸煙，以指示我們不可以於地鐵裏做甚麼；乘客廣播，如「緊握扶手、靠右企好」，以指示我們「正確」使用設施的方法。可是法律這種社會契約必需要得到人民的實踐（*practice*），才能發揮作用，在地鐵亦如是。Tony Bennett 明確的指出，文化是在特定的歷史條件、制度化的政府的關係，是人們如何支配自己日常生活操作的問題。（Bennett 1992: 26）他指出，文化是經營得來的，而經營的方式，就是製訂政策並以文化作為工具，以達至管治的效果。所以，了解文化與權力間的關係是必要的，繼而我們需從製訂政策入手，以改變文化（Bennett 1999）。地鐵公司如何依據政策實踐及運作（*operate*），管理這個龐大的地下公共空間，影響我們的公民社會及文化身分，正是本節關心之處。

地鐵自七十年代末通車以來，一直標榜效率與速度，比如八十年代家傳戶曉的地鐵口號：「搭地下鐵路，話咁快就到」，就是強調地鐵的迅速與快捷。換言之，地下鐵路透過大眾傳播媒介的宣傳，配合香港人生活節奏急速這種特徵，從而製造市民對效率的迷信。為了達至更有效率，乘客亦積極配合地鐵的種種措施，例如使用扶手電梯時會靠右站，留下左邊的通道予趕忙的乘客通過。此外，地鐵是全港第一

<sup>21</sup> 見〈香港法例〉第 556B 章第 22 條

<sup>22</sup> 見〈香港法例〉第 556B 章第 26 條

<sup>23</sup> 見〈香港法例〉第 556B 章第 28H 條 1(e)

<sup>24</sup> 見〈香港法例〉第 556 章第 34 條 1(b)(i)

<sup>25</sup> 見〈香港法例〉第 556 章第 35 條 1(a)

<sup>26</sup> 見〈香港法例〉第 556 章第 55 條

種不許乘客飲食及吸煙的運輸系統，並將這些規條寫進法律裏去，其後種種交通工具亦隨之而訂定類似的規則。地鐵一直維持一種文明進步的形象，相對於巴士與小巴，地鐵無論車廂環境、大堂設施、候車區等均予人一種冰冷的、整潔的感覺，例如垃圾筒總是在某個距離便會有一個，扶手電梯總是一面往上走一面往下走，廣告燈廂的排列極為劃一。凡此種種，對於每天乘搭地鐵的乘客，很容易便會習慣以至內化這種秩序。

內化這種秩序的結果，就是乘客之間的互相監視，這種互相監視，讓這些規則的實行得以更為成功。另一方面，人們認同這些規則以及其施行的結果，其實等於認同這些規則背後的價值：地鐵排除了地面交通擠塞、混亂與污染，是進步的表現，而地鐵乾淨而有秩序，就是文明。因此，我們在地鐵裏找到了一種大城市進步的認同——香港人是文明與進步的，而違反規則的就是不進步，破壞秩序的就是不文明，這種思考邏輯與七、八十年代開始的香港人身份認同不謀而合。香港人對政治社會問題的冷漠與不關心，被詮釋為「理性」這類論述（discourse），我們在地鐵裏亦隨處可見：在身貼身的擠迫車廂內，乘客常常以閱讀、講手機、玩電話、睡覺等以避免和其他人面對面的眼神接觸，對於每天上十過百擦身而過的路人並不關心，進而對整個社會事務亦同樣不感興趣。

除了對乘客有所規管外，地鐵公司對於非已付車費區域的使用者亦有所規限，例如《地鐵條例》禁止任何人於地鐵範圍內出售或展示任何貨品、貨物或服務，亦不容許行乞及遊蕩。更進一步，除非向地鐵公司成功申請，否則即使是民間團體、慈善團體、教育機構亦不容許於這些範圍內放置櫃台或派發傳單等行為的出現。比如說在地鐵站內賣旗籌款，亦需要向地鐵公司申請，而審批的權力當然在於地鐵公司。這些管理措施，背後的價值與效率、整潔及劃一不能分割。

人們對規則的認同，用葛蘭西（Gramsci）的話語來說，就是根據共識而構成的霸權。從上而下的例子就是地鐵公司的種種管制，從下而上的亦有不少，例如無論人們是否乘搭地鐵，很多時亦會相約於地鐵站內的某店鋪等候；又如以往車廂內的坐位並沒有清楚劃分為六個，但乘客亦很自律的只坐六人，如第七個乘客想要坐下去，必會招致其他人的白眼。

這些成文與不成文的規則，正正顯示了地鐵公司如何施行權力，而這種施行權力背後是有其邏輯的：地鐵的管理層（並包括了內化了這種想法的市民）視地鐵為純粹的集體運輸機器，人在這個過程中被物化，而擠擁的車廂是正常的，守秩序是必需的，對乘客或其他使用者的規管是無可避免的，這樣才可以達至更高的效益——讓地鐵公司達到更具成本效益的運載目的。在這一刻，地鐵本身顯然是以市場經濟方式運作的，而作為消費者——乘客，人們亦非常習慣被看待成物品。對於廣告商來說，乘客確實是一種商品，地鐵公司以乘客人次作為爭取廣告客戶的數據，正正就是把乘客物化。有關商品化的問題，下文將會詳細討論。

### 3.2 使用權的問題

地鐵的興建與普及化是伴隨著香港經濟起飛的歷史。政府興建地鐵，是為香港急速的經濟發展服務，在沒有地鐵前，市民主要是透過渡輪及紅磡海底隧道往來港島及九龍。隨著市區人口膨脹，政府發展新市鎮，大量人口搬到新市鎮居住，令往來港島及九龍的就業人口大幅增加，對公共交通的需求亦做成一定壓力。地鐵較早期興建的荃灣線，就是為了貫通九龍及港島主要商業區，從港島只有兩個站金鐘站及中環站可見，政府興建地鐵以配合香港的經濟及商業發展的意圖極為明顯。地鐵往往被視為現代有效管治的典範，因現代化講求的效率、可計算、可預測等價值恰恰與地鐵的設計不謀而合。從以上的脈絡分析，地鐵的興建根本就與香港社會的現代化同步，地鐵就是香港現代化的產物及標誌。

地鐵作為大型交通運輸系統，自 70 年代興建以來，一直扮演重要的角色。正如上文所述，地鐵基本上是現代化的化身，標榜清潔、方便、快捷。但是，這種追上速度及快速人流流動卻要付出一定代價，如地鐵車門快速的開關時間，擠迫的車廂及其他無形規管如電梯左行右企的限制等。如上一小節所述，地鐵除了訂定政策限制乘客的使用方式，在很多設施的設計及使用上亦已定下相當的限制，以規限乘客使用的方法。如大部分車站的狹窄候車空間、月台沒有座椅及廁所提供，企位多座位少（與其他交通工具不同）等安排，車票超過某特定時間會失效，這些措施的實施其實只為了達到一個目的，就是防止乘客長時間逗留。

或許值得我們深思的是，地鐵這種規管是對乘客的權利及自由做成嚴重侵害，但我們似乎絕少置喙。歸根究柢可能是，地鐵的規管對於我們這些所謂「正常人」的影響很少，以致我們並不察覺它的存在，甚至我們還會支持其中一些規管，如禁止小販、乞丐、街頭表演者等人士佔用地鐵空間的權利，以是我們有一個清潔、暢通的環境。地鐵對一些特定群體的排斥亦在最近一些事件中反映，最近地鐵針對速遞行業於地鐵交收貨件而定立措施，收緊於同一車站入閘出閘的逗留時間及徵收懲罰性費用。換句話說，地鐵是更進一步限制乘客自由地使用地鐵的方式。另一個例子是車站設施對盲人做成不便，基於盲人經常有墮軌的危險，盲人團體曾要求地鐵於全線車站加裝幕門，但地鐵一直沒有理會他們的要求。針對上述例子，我們可以說，對乘客提供一個安全的環境似乎是理所當然的事，但地鐵似乎以商業利益凌駕乘客的權利。（參考地鐵的年報，地鐵在大部分地下月台已安裝幕門，原因之一是措施能為地鐵節省冷氣消耗的電力費用，相反架空及地面車站卻未能達到這個節省資源的目的而遲遲未有安裝幕門）其他社群如不懂中英文的人（地鐵只有中英文指示及廣播）、老人等的權益（不懂搭電梯、不懂轉車，路線編排複雜）也受到排斥。

從以上例子可見，香港人對公共空間的理解甚為貧乏，他們只視地鐵為一個集體運輸系統，只有工具性的作用。或許，香港人認為地鐵只是使用者為達到乘車目的的空間，所有與此目的有所違背的行為都應被禁止。問題是，不同的人可以帶著不同目的，誰人有權去決定那些目的是最重要的，足以凌駕其他人的目的。公共空間不正正就是提供一個開放的空間讓不同社群作出各種實踐嗎？

### 3.3 地鐵裏的廣告及地鐵商場化

可是，地鐵自 1999 年來卻出現很大的變化，如鋪天蓋地的廣告、更多商店的進駐、免費報紙的派發、地鐵藝術計劃等，這些變化大大改變了地鐵的空間。參考地鐵的年報，這些改變是在 1999 年至 2001 年間開展的，這些發展令地鐵得到大量利潤。無疑，這與地鐵於 2000 年上市有非常密切的關係。地鐵爲了要向股東交代，以致加重地鐵賺取利潤的壓力。究竟這些轉變如何影響乘客的自由及權利？

根據 2001 年地鐵的年報顯示：

「車廂及車站均是理想的廣告宣傳地點。在軌旁設置的大型視像投映系統，可供乘客在月台上觀看視像廣告短片，已廣爲廣告商接受。年內，新安裝的同類系統共有二十個。雖然市況普遍疲弱，但車站牆身及車身的特別廣告需要持續強勁。

根據地鐵公司與政府的協定，公司各車站均可劃出若干樓面面積作商用設施用途。至年底，有關面積其中合共一萬五千一百二十四平方米已租出。」(地下鐵路有限公司 2001:29-30)

車站車身及各式各樣電子廣告的出現爲地鐵帶來豐厚利潤，廣告進佔大型運輸系統似乎是一個趨勢，但亦曾引起很大爭議。巴士公司的路訊通播放廣告曾經引起乘客的投訴，指其聲音太大，侵擾乘客自主安靜的空間。地鐵鋪天蓋地的廣告，是提供乘客更多資訊及選擇的權利，抑或成爲廣告商的「巨型洗腦機」，對我們進行潛移默化的改造？作爲公共空間的使用者，我們是否有權享有選擇不去閱讀廣告的權利？

地鐵最新的一系列廣告，標榜與生活的連繫。其中一個推廣 *mtrshops* 的廣告，講述一對情侶在擠迫的電梯內，女的看見男的臉上長了顆很大的暗瘡，女的想要爲男的擠掉這瘡，但男的覺得在眾目睽睽下非常難爲情，因此多番推搪。鏡頭一轉當這對情侶離開電梯後，男的拖著女的經過多間 *mtrshops*，最終找到一間賣涼茶的商店。男的喝了杯涼茶後向女的表示這樣也能解決他的暗瘡問題。「聯繫交通，更聯繫生活」是地鐵這系列廣告的口號。廣告似乎是在標榜地鐵提供乘客更多的選擇，解決生活上的難題。

表面上，地鐵站內商店的增多能爲乘客提供更大的方便。但是，乘客的得益似乎並非地鐵公司的最重要考量，租金收益及商店更多賺錢的空間似乎是更重要的結果。而且，地鐵對商店的選擇取向，其實間接地控制乘客的消費模式及習慣，局限乘客的選擇權。甚麼類型的商店可以在地鐵出現，他們售賣或沒有售賣甚麼貨品，其實都間接地控制我們的生活。觀乎 *mtrshops* 的種類，大部分均爲連鎖企業，除局限乘客的自由選擇空間外，更帶出地鐵站「商場化」的問題。眾所周知，大型商場已逐漸入侵各區，改變城市的空間景觀。千篇一律的商場如倒模一樣在各個地鐵站出現，究竟是地鐵所標榜的更多選擇抑或更單一局限？另一方面，地鐵站的「商場化」

是對乘客身分的更深層改造，更確立乘客作為消費者的身分。地鐵站的「商場化」配合站內廣告、免費派發介紹消費情報的刊物《去街 Guide》等，去召喚消費者的主體身分。公共空間使用者的權利因而不會受到重視，相反消費者的利益才是大前提。公民權利著重的平等參與會向階級化的情況轉變，因為那些沒有消費能力的人將會受到排斥。商業邏輯的壟斷及個人慾望快感的滿足，取代了社會共同價值的追求及民主參與，最終削弱公民權利的體現。

另一個問題是，地鐵商場化目的是希望利用地鐵的大量人流製造商機，這亦意味著乘客需更長時間逗留於站內購物消費，只是，地鐵的設計既是盡量令乘客短暫停留及過渡，那又如何吸引乘客消費呢？地鐵對 mtrshops 的另一句宣傳口號「生活消閒一刻」似乎本身就帶有極大矛盾（消閒本來就不應是一刻吧）。

### 3.4 藝術計劃及文化權

自 1998 年機場快線啓用開始，地鐵便把藝術品引入車廂和建築內，其中包括北角、長沙灣、東涌、將軍澳及寶琳站等已完工的「車站藝術建築計劃」，另有十三個地鐵站完成「地鐵畫廊計劃」。地鐵公司建築經理(設計)楊思偉表示：「地鐵每日乘客有二百幾萬人次，所以地鐵站是一個好好的展覽藝術品場地，藉以推廣公眾藝術，我們希望最終全線五十個站都有藝術品，包括壁畫、雕塑或其他藝術形式。」他指出：「藝術品的主題並無硬性規定，但我們希望能反映車站跟社區的關係。如油麻地站的中國藝術家朱紅畫的『我的家』，有雀仔街的元素；又如長沙灣站，由工廠區慢慢演變成住宅區，壁畫的主題是『茶壺、碗、杯及匙』，帶點屋企的感覺；又如北角站，由一班北角區的小朋友畫自己的社區，再由建築師何弼將之融合為一幅作品。」（楊思偉 2005）

由於地鐵人流多，是很好推廣藝術教育的地方。在公共空間設置藝術品，如能引起人們對藝術的興趣，對培養大眾藝術品味及欣賞能力，有潛移默化的作用。有論者亦指出：「藝術品安放在公共空間如酒店或商場，除可藉以優化環境，使消費者產生好感而重來的裝飾作用之外，更可以及應該有較高層次的目的：為過百萬香港人在這個生活上必不可少的環節——乘搭地鐵——添上姿采和活力，甚至能透過這些作品引發對生活、環境和文化的思考與共鳴。」（余振緯 2004）

推廣公眾藝術、反映車站跟社區的關係、引發對生活的思考似乎是地鐵藝術計劃的目標，問題是，如何達到以上目標，是否安放幾件藝術品或壁畫就成，如何防止車站內的公共藝術成為只流於美化環境的裝飾品，似乎有待進一步探討。其中一個重要問題，是乘客與藝術品(計劃)的關係，地鐵的藝術計劃是經過精心規劃計算出來的產物，而不是由人們在生活中發展出來。所謂反映跟社區的關係，似乎只是地鐵一廂情願地標榜所謂的地區特色，與居民的生活、經驗、記憶、成長等毫無關係。乘客因此只是作為一位觀賞者，而並非可以塑造、改變這個他們每天進進出出的公共空間的參與者。或許，車站容許居民賣藝、擺賣、展覽，而且，文化及社運團體等可以利用該空間推動各自的議題，比這個藝術計劃似乎更具意義。

有論者亦指出：「香港的集體運輸系統影響著市民公共生活的不同層面——由生活空間的使用以至視覺環境的變化。把車站部分地方劃出作為畫廊的功能，並未充分利用到車站可以豐富公共生活的優點。以地鐵為例，市民每天重複又重複地使用，以頭也不回的反射動作進進出出。根據地鐵的統計數字，每位乘客在站內逗留的平均時間是四分半鐘。相信部分原因是由於乘客趕時間，另外，也是由於沒有甚麼值得駐足的吧。事實上，地鐵可以考慮利用當代藝術在內容和形式上的開放性，使站內的空間變成人人可參與的公共論壇，實踐民主的價值和豐富公共生活。例如放置可引發討論的作品，並開闢如公眾論壇的討論渠道，包容不同的聲音，讓公眾在開放的環境中交換分享意見。」<sup>27</sup>

或許台灣〈破報〉的例子可讓我們借鏡，台灣捷運公司（即台灣經營地鐵的公司）拒絕於捷運站擺放〈破報〉，經過與公司協商及多番爭取後，捷運公司終允許〈破報〉重回捷運站，並答應不用送審。〈破報〉就事件的回應指出：「捷運站的空間便是個好例子，可以讓大家充分討論。大報的販賣機當然可以進去，可是捷運公司也許應該有一套充分說明政策，讓所有想進捷運站的媒體有規則可循，同時也讓市民充分表達意見，而不是財大氣粗者贏。同時我們也應該思考，這樣的空間，除了美其名的而有專家認定的『公共藝術』可以大搖大擺進入外，我們還需要甚麼樣的資訊、活動、藝術品？這樣的「公共空間」需要甚麼樣的文化？甚麼樣的報導可以展示？由誰來斷定何種文化／資訊／藝術可以進入等等議題。」<sup>28</sup>香港的情況似乎很不一樣，就只有兩份被准許的報紙——〈都市日報〉及〈招職〉可以在地鐵站擺放，或許我們無法想像香港的地鐵站可以容納不同立場的報紙刊物，社運及民間團體或許亦未曾作過如此爭取。不過，作為我們每天進出的公共空間，我們是否應同樣質問甚麼樣的資訊、活動、藝術品應該在地鐵出現？我們應否要求地鐵開放更多讓乘客表達意見及討論的空間？以體驗並實踐乘客的文化公民權？

## 4. 從文化公民到公共空間

### 4.1 公共空間與文化公民的關係

公民權（citizenship）在傳統的政治中，是有關個人如何參與塑造社會的法律和決定。若以近代對這課題影響至深的 T. H. Marshall 說，他看公民權包括：建設福利國家、全民（男性）就業的可能性、核心家庭、民族國家的支配、精英的文學文化和大眾普及文化的分野。他認為公民和政治權利原則上在十八、十九世紀已經頒布，而接受社會權利的則要到二十世紀。但 Marshall 的公民權觀念假設了「政治」在穩定的國家文化中運作。當文化愈來愈多元化和全球化，卻浮現了文化、公民和社會權利的問題。（Stevenson 2003: 6-7）

<sup>27</sup> 明報：〈公共交通 公共論壇〉，香港：《明報》，2000年4月23日，版D03

<sup>28</sup> <http://heterotopias.org/node/57>

Stevenson 認為，我們對文化的不同理解，會對公民權的理解也有不同的含意。例如當文化被認為在定義上是同質的（homogenous）和屬於國族（national）的，會優先將民族國家與公民權連繫起來；若文化是流動和混雜的話，則會凸顯全球化的問題更為重要。（Stevenson 2003: 16）現代社會中複雜的文化迴路中，他認為需要從文化的「符號」定義開始。他引用 J. B. Thompson 對文化的定義：「文化是存在於符號形式上的意義樣式，包括行為、言語及不同類型的有意思的物品，成員之間藉著這些東西互相溝通和分享他們的經驗、觀念和信念。」（Stevenson 2003: 17）

#### 4.1.1 公民的文化向度

在討論公民權時，一直以來社會民主和自由主義的討論固然需要再思，但 Stevenson 認為我們也必須針對公民的「文化向度」。有關「身分」政治（'identity' politics）而出現的新社會運動（如種族、性別、性向、弱能及其他等）都干擾著主導文化的建構。這些運動希望挑戰公民社會符號文化中一度滲透的刻板形象。

要解構所謂「正常」公民有關的觀念，是要擴闊社群的「包容」組織，同時為差異（difference）及他者（other）創造空間。故此，「文化公民」（cultural citizenship）的問題是要重新建構被視為是排斥和邊緣化的不同形象、假設和呈現。重心問題是：我們如何建立一個包容的社會？其中關鍵的問題是如何想像和建構公共空間。（Stevenson 2003: 18）

#### 4.1.2 文化的符碼與差異

文化公民的重心是包容與排斥的問題。文化包容關心的是可以得到某些權利，同時也包括被聆聽的機會。所以文化公民也蘊含要發展一個以溝通為基礎的社會，而一個溝通性的公民社會會產生一種文化公民，讓大眾可以學習彼此的觀點。（Stevenson 2003: 18, 22）從文化上理解公民權，關心的不單是「形式上」的過程，例如誰人有權投票和維持活躍的公民社會等，而是更關心哪些人的文化實踐被貶抑、邊緣化、刻板化和視而不見。如 Rosaldo 指出，文化公民所關心的是「誰人需要被看到、聽到和有歸屬」。文化公民所指向的，是社群的符號向度。（Stevenson 2003: 23）

因此文化公民的定義，是透過有關某些社會實踐的角力場（site of struggle），例如主流群體怎樣定義自己，反對他人，嘗試「自然化」他們的優越感。思考文化公民權時，要求我們留意公民社會如何被強力的符碼和論述所編碼。（Stevenson 2003: 24）公共空間的創造，其實是要保護弱勢社群和為被隔離的人建立主動的溝通形態。而文化公民的重點在於，如何在接受普遍性原則的同時，又可以承認差異，令真正的對話有基礎。社會運動在抗衡文化支配時，不再單單保存被排斥群體的本真性（authenticity），而是顛覆社會的主流符碼，令文化更能容納差異。（Stevenson 2003: 26）

## 4.2 文化政策與文化公民

上文嘗試指出文化與公民的關係，在於發掘公民觀念包含的文化向度，以及文

化公民所指向更包容差異的社會。在現代資本主義社會中，探討公民和文化無可避免地牽涉到市場對兩者的影響。特別在市場愈來愈支配文化時，必須注意有關公民的平等權利和責任，以及如何包容差異的問題；在公民權的討論上，國家或政府在文化的管治上又扮演甚麼角色。公民權所關心的公義和文化公民強調的包容差異，究竟在商品化和全球化的文化底下如何調解？

#### 4.2.1 消費文化與公民權：兩個極端的觀點

在探討市場對公民權的關連時，不得不考慮的是日益擴張的消費主義，對消費主義和公民權間，有兩個極端的角度。

第一種觀點認為消費主義只會損害公民權的實施。因為民主參與的踐行已被逛商場、看電視和互聯網上冷漠的連繫所取代。這種角度看不到在當今社會，公民權已經轉變了。第二種觀點認為消費主義為公民權實踐提供了新的基礎，是主流政黨和傳統分析框架所忽略的。這種看法認為消費主義在「普通人」間普及化，正說明了「普及民主革命」即將發生。但這種看法忽視了消費社會也損害了對公義的訴求。（Stevenson 2003: 127）

對於上述兩種觀點，我們不必只選其一。要思考的是，在文化領域中，公民權與消費主義如何互相結合和排斥；對於不同的社群（特別是弱勢社群），公義和差異如何調解。故我們需要回顧公民如何變為消費者，過程中產生的文化問題。

#### 4.2.2 日常生活美感化：從生產者社會到消費者社會

Daniel Bell 指出資本主義中的內在矛盾，乃是建基於效率和功能理性的經濟結構和以美感和追求多樣生活方式為取向的文化領域之間的割裂。Stevenson 更進一步指出，韋伯（Weber）談及在資本主義發展初期的新教倫理的理想（儲蓄、勤奮和節儉），被自由市場運作和新消費者自己的讚賞取代了。新資本主義破壞了延遲滿足慾望的能力，為享樂主義所取代。故此，奢華和享樂的倫理已取代了清教徒的勤奮和延遲滿足的美德。這也令日常生活美感化（aestheticization of everyday life）。（Stevenson 2003: 127-128）

Bauman 則從另一個角度論述，我們的社會從生產者社會（producer society）轉變為消費者社會（consumer society）。公民義務和工作的紀律被市場內消費者個人化的選擇所損害了。從公民的角度看，引導消費者的是美感而不是倫理；他們不再關心政治上的意識形態，而是個人化「享受的權利、不是受苦的義務」。（Stevenson 2003: 129）

在消費者社會中，市場任由我們追求個人化的美好生活模式，而公民則需要公共的議論和共同的關懷。公民包含著實質的社會權利（不單是文化權），推動活躍公民的可能性，幫助設立公共空間，讓人們和自己不一樣的人相遇。Miller 指出，社會上若只有少數地點可以讓市民彼此聚集，會難以維繫跨越地位和階級分野的團結。（Stevenson 2003: 131-132）

若從公民權和消費主義的對立面看，可以警告公民，企業權力的擴展、商品化的決定性影響和經濟上過度發展導致的環境破壞。而公民的抗議包括像 Naomi Klein 所言，從品牌私有化的策略中取回公共空間。將消費者看不見的企業工人的工作環境帶入政治討論中，目的是提倡更負責任和不再冷漠的消費形態。私有化的威脅和公共空間的失落普遍在電視和互聯網上看見的不同社會運動有關。這些都是從企業權力和自由化政策中贏回參與式民主的可能性。(Stevenson 2003:132)

#### 4.2.3 消費文化作為公民權

另一方面，消費也和一些新社會運動連繫起來，而這些新社會運動關係著文化差異和不穩定的社會身分。消費是政治邊緣群體（包括同性戀者、青年人、少數族裔及婦女）用來打造身分的地帶。以文化公民的角度看，消費是追求「有差異權利」的一處地方。對許多邊緣群體來說，「消費的權利」與尋求承認和差異的鬥爭連繫起來。(Stevenson 2003: 134-135)

綜合上述的討論，可以歸納消費主義和公民權的關係。首先，當今的商業文化中，「政治問題」仍然是重要部分。許多邊緣群體藉商業文化尋索身分，原因不單是其他「政治的」出路受阻，而是商業文化已成為標示歡愉和身分的範疇。故此不能簡單地將公民權和消費問題對立起來。(Stevenson 2003: 135) 其次，消費仍會引起「倫理上」的問題，所以無論消費如何令人快樂，也不能取代公民權中的種種向度。參與性的公民觀念，是藉著共同商議的過程，將消費者—公民 (consumer-citizen) 的視野政治化，從而轉化它們。(Stevenson 2003: 136)

#### 4.3 文化政策和管治

根據歐洲、北美洲和澳洲的經驗，Tom O'Regan 將文化政策的發展分為三個階段。第一階段是在五十至六十年代的一些民主化計劃，由藝術局和資助組織將藝術帶給人民。不同政策的制訂，為要克服接觸高雅藝術的社會（主要是階級）障礙。第二階段是七十年代起，愈來愈多人質疑怎樣才算藝術或文化。故此對「文化」經驗和實驗性的美感形式更包容的定義包攬了更「普及」（大眾）、社區導向及多元文化的定義。第三階段是這些趨勢和方向愈來愈多提出多樣性和身分的問題。文化政策的問題越發要考慮大眾品味和生活方式的流動形態。自八十年代起，地方的策略是發展城市多樣的經濟基礎，發展更都會化 (cosmopolitan) 的城市公民生活，令文化政策分散 (decentralization of cultural policy) 及發展更包容的公民身分。(Stevenson 2003: 140-141)

對於文化研究和文化政策的關係，以極力提倡將文化視為政策的 Tony Bennett 為突出。他依據福柯 (Foucault) 的管治 (governmentality) 觀念來理解文化政策。福柯

的管治觀念其實是用來批判主流自由主義的公民權。因為主流所關注的是制度、契約和權利的觀念，而福柯則考察人民如何藉著多種類型的技術（techniques）給管理。對他來說，管治活動可以是藝術。他以管治一艘船來說明：

「它〔管治一艘船〕的意思很清楚是管理水手，但也包括那只船和上面的貨櫃；照顧一艘船表示也要計算風力、岩石、風暴；這些活動也包括建立被照顧的水手和被照顧的那艘船，要安全地運抵港口的貨櫃；以及所有風力、岩石和風暴等可能發生的事；這就是所謂一艘船的管治。」（Foucault 1991: 93-94）

換言之，無論那艘船是否民主的制度，重要的是有效率地運作和管理。將這種觀念應用在文化政策上，Bennett 認為需要設置新的文化維持的項目，以修正和改革現存的行業。若要服務民主和多元文化社會的需要，我們的共同文化需要仔細地計劃、執行和改革。（Stevenson 2003: 143）

福柯的管治觀念無疑讓我們注意文化政策的實際操作層面。但另一方面，文化政策在消費主義和市場的影響下，以及文化政策的運作作為一個角力場，需要從批判的角度視之。這表示需要由更闊的政治經濟、民主和階級問題入手，因為這些問題在這角力場上扮演重要的角色。在注重知識和權力的微細操作（micro-operation）上，福柯強調主體如何被管治。可是在訂立一個參與式民主的文化政策時，他的分析作用不大。（Stevenson 2003: 144）

Stevenson 嘗試提出一個文化公民權的規範模式（normative model of cultural citizenship），在一個保留差異和推廣平等的策略的脈絡下，解構文化高低之分。他提供了三點策略性論據：首先是後現代對高低文化分野的質疑；其次是在可能的情況下，推動平等機會接觸有層級管理的文化；第三是民主化，即跨越文化差距的建設性對話和參與。文化政策作為公民權，需要認清它現時運作的基礎是歷史決定的，所以它必須在整體社會設定了的某些限制下實行。（Stevenson 2003: 145）

## 5. 文化政策、公共空間與文化公民

### 5.1. 公民身分

公民身分在兩個地方的呈現因著不同的情況而產生。例如在旺角行人專用區，許多人以消費者的身分在那裏出現。在許多商舖、廣告、宣傳單或推銷員的呼召中，消費者的身分無疑最為特出。身分的召喚（interpellation）在每次有人遞一張廣告宣傳、叫人上網、示範最新手機型號時發生。以這一帶為潮流商品集中地來說，這種身分最為突出。然而當一個人不單單在這裏消費時，他又能否以其他身分出現？這便牽涉身分和主體性的交錯。

對於身分的呼召，特別在周末和假日，旺角行人專用區是多樣化的。除了消費

者的召喚外，街頭的簽名運動、公眾議題的討論等，都是公民的身分的召喚；在反日的示威時，則是國民身分的召喚。當行人回應這些不同的召喚時，便呈現出不同身分。行人的主體性在於其選擇回應哪一種身分。

這身分召喚，在地鐵中沒有那麼明顯。乘客是市民在地鐵中最顯著的身份，進入地鐵管轄範圍時，市民往往被稱為「乘客」——在候車期間、出入車廂間、在車廂內——車站及車廂中的廣播每每以「乘客」呼喚市民。如前文件提及，乘客有其商品的價值，意即乘客作為一個整體，當化為數字，便是地鐵吸引廣告商的商品。因著地鐵站內、列車上的廣告，乘客其實又會給召喚不同的身份：女性、家庭主婦、上班族、善長仁翁等。在某些政府宣傳的廣告中，亦是召喚政府所期望的公民身份。

在地鐵中，無時無刻不受身份的召喚，卻難以主動地表達公民的身份。「乘客」作為一種身份，其實只是顧客或消費者的代名詞。雖然地鐵是公共交通工具，最大的股東是政府（間接屬於市民【卻非股民】），市民卻難以影響地鐵的決策。地鐵的設計對老人、兒童及傷殘人士造成障礙，也不容許小販、乞丐，其排斥性十分強烈。故此在地鐵中的市民的主體呈現較為被動。地鐵也缺乏市民參與的渠道。像黃昏茶座、乘客小組是公關手法多於實質參與。

## 5.2 從商品化空間到管治

在消費主義盛行的香港都市，旺角行人專用區和地鐵都明顯看到空間商品化的問題。地鐵中的燈箱廣告、車廂廣告、車身廣告等，其實與在旺角街頭的廣告招牌同出一轍。而旺角街頭的連鎖快餐店則與地鐵站內的美心及其他小食店等，都是商品化的結果。從經濟角度，這無疑是利用空間的效益最大化（*maximize*）的方法。但旺角街頭和地鐵內的商舖，其商品化的空間有不同的含意。

旺角是潮流集中地，追求潮流的青年人會藉潮流產品（手機、衣飾等）表達自己的身分，一些低下階層的青年會以出入旺角為傲（當然有蔑視旺角出入的人為MK）。許多年青人在成長階段會到過旺角，可能是暑假的時候到旺角的漢榮買下一新學期的課本，可能是下課後偷偷的到旺角的小商場買玩具或色情光碟、球鞋、又或者第一次拍拖到旺角看電影，又或者第一次開始想作文藝青年，到二樓書店打書釘，旺角就是香港年青人最巨大的博物館、文化場地，塑造不同生活方式的場所。旺角行人專用區可說是青年人打造身分的場所，縱然這身分的構成無可避免地與消費連上關係。

地鐵雖然有商舖，但不同於旺角街頭的潮流，其售賣的是配合快速流動人流的商品——小食、報章雜誌、飲品等。地鐵的矛盾是既在站內（甚至入閘範圍內）售賣食物，卻不准在入閘後飲食。而地鐵講求的清潔，表面上較旺角街頭優勝，其實也是一種管治——每個人在地鐵範圍都懂得自律，不亂拋垃圾，弄污地方。這種清潔乾淨，是透過管理一個地方，控制自我。以福柯的觀念說，是「自我的技術」（*technologies of the self*）。換言之，地鐵中的管治（*governmentality*）是一種透過乘客的自我規管，以

種種方式（如標語、廣播、職員及月台助理有禮貌的提示）促成和配合。從這方面來說，消費主義與商品化在旺角行人專用區和地鐵中對公民的身分的表達，有不同的效果。其中很主要的原因是在地鐵中的管治較強。

### 5.3 公民社會與文化公民

從管治的角度看，旺角行人專用區無疑沒有地鐵那麼有效。從兩個地方的公共空間排斥性比較，會發現前者可以容許任何人呈現的身分較多。以前文的例子可以發現有不同的群體可以表達他們關心的議題，如勞工團體、關注性工作者權益的團體、消費者團體、社運組織、劇團等。其他如拾紙皮的老人、乞丐、露宿者、街頭賣藝者等，都可以在這裏找到少許的空間。在我們的觀察中，在香港許多的公眾場所聚集的外傭，則很少在旺角行人專用區聚集。她們聚集的地方都是所謂「香港人」不會佇足的地方，如天橋。所以旺角行人專用區並非像公眾的廣場般具包容性。而許多團體集結在旺角行人專用區，除了因這裏人流較多外，還有限制較少的因素。許多其他地方需要申請，限制了公共空間中的公共領域（public sphere）的討論，造成審查的效應。旺角行人專用區的活動頻繁，而其他的公眾地方卻沒有這種公共空間，便反映了香港缺乏讓人對公眾議題商議慎思（deliberation）的公共空間。如前所述，文化公民的身分需要在一個包容不同群體（特別是少數群體）的空間中塑造的。對於公民社會來說，文化公民的建構，有助公民社會的活躍壯大。我們看到，在旺角行人專用區，不同群體透過種種文化活動（表演、戲劇、嘉年華會和廣播等），企圖抗衡和顛覆社會的支配性論述。這至少是一種建立多元包容的公民社會的可能性，縱然其中會有內在的矛盾和衝突。而在地鐵的制度和管治中，在沒有一種很明顯的抗衡空間支配之前，這種可能性則較難展現。當市民不單單以乘客或股東的身分，而是以兒童、老人、傷殘人士，甚至露宿者、賣藝者的身分在地鐵內表達他們的訴求，那地鐵中的公共空間對不同的文化公民包容性也就愈大。

## 6. 總結

從文化研究的角度來說，日常生活就是重要的戰場。無論是葛蘭西提出的共識（consent）、陣地之戰（war of position），到狄雪圖（de Certeau）所言的策略（strategy）與技術（tactics），以至福柯關注的管治與技術、無處不在的權力關係（power relations），等等理論，都是指出日常生活的每個角力場對於我們是如何的重要。而上文亦一再指出，公共空間如何塑造我們日常生活的種種，包括如何消費、如何看待藝術、如何面對社會問題，甚至如何走路，因此，公共空間這個角力場，是文化公民的重要組成部份，而每個人的文化公民這個身份，在在影響著公民社會的建構。

由於公共空間正是打造公民社會的重要陣地，而公民社會就是要整個社會的不同力量、陣營、政見與立場的人互相交鋒，從而得出共識，我們想要一個怎樣的社會環境？我們共同堅持的價值是甚麼？我們怎樣看待少數的聲音？公民社會就是要打造一個真正多元平等的社會環境，各方面包括政府、民間組織以至市民大眾，他

們既互相制衡，卻又互相包容與支援。因此，對公共空間的理解，如何使用公共空間，甚麼人可以使用公共空間等等問題變得非常重要，直接影響到公民社會的發展，更進一步來說，是影響著我們對生活環境、身處的社會／社區的實際操作。

「文化為甚麼重要？很簡單，因為它保護創造力，讓個人獨立地發展，卻又發揮凝聚力，讓個人在多元中結合成社會。」（龍應台 2004）

所以我們必需審視在公共空間裏，管理者／政府對使用者／市民加諸的種種宰制，認真處理這些規管、控制與「保護」有否牴觸了我們的文化公民身分以及有否被濫用。所以，每個參與公共空間的公民，都必需盡力奪回對公共空間的定義權力，我們理解一個開放、公民社會發展成熟的社會，其對於公共空間的政策必定不是干預或控制，而是為人民帶來更廣闊的思考空間，為不同的人提供土壤，讓他們在實踐中共同開拓一個更多元、更包容以及更開放的社會。

## 參考書目

- Barnett, Clive (2003), "Media, communication and legitimacy: representing the public sphere" in *Culture and Democracy: media, space and representation*. Edinburgh: Edinburgh University Press, pp 54-80.
- Bennett, Tony (1992) "Putting Policy into Cultural Studies", in Lawrence Grossberg, Cary Nelson and Paula Treichler eds, *Cultural Studies*. New York and London: Routledge, pp 23-34.
- Bennett, Tony (1999) "Useful Culture" (*Cultural Studies*, vol.6, no.3, 1992), in D. Boswell and J. Evans eds, *Representing the Nation: A Reader – Histories, Heritage and Museums*. New York and London: Routledge and Open U, 380-393.
- Foucault, Michel (1993) "Governmentality," in Graham Burchell, Colin Gordon and Peter Miller eds, *The Foucault Effect: Studies in Governmentality*. London: Harvester Wheatsheaf, 87-104.
- Stevenson (2001) *Cultural Citizenship. Cosmopolitan Questions*. Berkshire: Open University Press.
- 夏鑄九 (1997) 〈[重]建構公共空間〉，收於陳清僑編：《身分認同與公共文化－文化研究論文集》。香港：牛津大學出版社，107-140。
- 李照興 (2002) 香港後摩登，後現代時期的城市筆記。香港：指南針集團有限公司

## 參考文章

楊思偉：〈兩鐵變藝術宮殿尖東關畫廊〉，香港：《星島日報》，2005年2月8日，版

A15。

余振緯：〈地鐵藝術之旅 從乘客變遊客〉，香港：《明報》，2004年1月3日，版D04。

龍應台：〈百年大計 請從文化開始〉。香港：《明報》·世紀版，2004年3月19日。

明報：〈公共交通 公共論域〉，香港：《明報》，2000年4月23日，版D03。

龍應台：〈台北在發生中——從景觀看文化〉，刊於《南方周末》，2003年9月4日

### 參考網頁

香港雙語法例資料系統 <http://www.legislation.gov.hk/chi/index.htm>

公共空間產生於政治實踐之處 <http://heterotopias.org/node/57>

### 其他參考資料

地下鐵路有限公司（1999）《1999年度年報》。香港：地下鐵路有限公司。

地下鐵路有限公司（2000）《2000年度年報》。香港：地下鐵路有限公司。

地下鐵路有限公司（2001）《2001年度年報》。香港：地下鐵路有限公司。

地下鐵路有限公司（2002）《2002年度年報》。香港：地下鐵路有限公司。