

從基督教倫理的觀點思考消費主義

作者：葉智仁 (C. Toby YIP)

本文所屬範疇:基督教與人文科學/ 基督教與資本主義/ 環保與基督教倫理

Keywords: 消費主義 (consumerism), 富裕社會 (affluent society), 商品化(commodification)

* 本文的初稿曾發表於《真理報》(Truth Monthly)2001 年 2 月號

[繁體 PDF 檔下載](#) | [簡體 PDF 檔下載](#) | [觀看簡體 html 檔](#)
[版權聲明](#)

富裕社會和消費主義是一對雙胞胎。在資本主義經濟全球化的今日，當「自由市場的笛聲」鼓勵每一個人都以擁有更多商品為生活幸福的終站，社會環境便只會繞著過度生產 (overproduction) 和過度消費 (overconsumption) 的雙重軸心而旋轉。舉例而言，在全球化消費主義(global consumerism)的影響下，世界各地大部分城市，不同種族和信仰的人都知道十二月有一個大日子——聖誕節。這個日子是關於基督信仰的真理固然為事實，但這日子同時已被商品化也是事實。我們需要承認，在物質豐富的社會環境裡，不少基督徒也沒法完全逃避消費主義的宰制 (domination)而單純地以屬靈的方式去紀念主耶穌基督的誕生，因為這個大節日的普遍社會意義早已被塑造為購物和消費的旺季。

這現象背後更複雜的倫理問題是現代商品的消費邏輯是商品自身會不斷否定自己，廣告行銷的潛台詞暗地裡告訴每個人，當擁有了某商品後不久，無論如何，該商品就需要被棄被替換。換句話說，消費主義的法則是人生活的滿足感「應該」來自不斷增長的消費慾望及其行為。時裝、電腦、手提電話、流行曲、甚或某些人的感情生活都是俯拾皆是的消費例子。

本文的焦點就是以基督教倫理為基礎去思考富裕社會中的消費問題，並嘗試探討實行如何愛神愛人的進路。

消費的價值倫理問題

消費與生產是銀圓的兩面。生產是為了滿足消費的需要，例如織布種米是為了溫飽，這本來不構成任何道德倫理的問題。然而，當生產的目的或結果是為了「奢侈的消費」(luxury consumption)，甚至於所謂「浪費」，問題便應運而生，而且討論變得複雜。譬如，當香港經歷第二次世界大戰，曾經有段日子

物質匱乏，一人有一碗白飯吃被叫作奢侈。但現在香港物質充裕，人們時常以牛排、海鮮作晚餐又是否可以被斥責為奢侈呢？是否以「魚翅撈飯」在道德上就一定算作浪費？追求品味和時尚款式為什麼不可以？

反過來說，怎麼樣的消費方式在道德上算作合理呢？應該針對消費的動機，消費的過程抑或消費的結果而作判斷呢？另一方面，一國的貧窮與鄰國的富裕有沒有衝突，國家的疆界會否讓我們在資源分配和消費的道德問題上可以心安理得呢？

委實，關於消費的一連串問題，迫使基督徒要認真思考我們的信仰，是否只停留在個人與上帝的關係上。愛神的基督徒如何消費，才是愛己，才算愛人？到底人與人之間的社會關係跟基督教倫理何干？ⁱ

富裕社會的消費特徵

我們知道，沒有一個誠實的現代消費者敢說他什麼消費慾望也沒有。每當舊的「需要」被滿足後，新的「需要」會接踵而來。例如肚子飽了，希望食物美味好看，又或想節省煮食時間，又或講飲宴的排場講炫耀地位的吃法，又或要求在主題餐廳 (theme restaurant) 享受吃的樂趣等等。

在當代的消費社會，資本主義的其中一種營銷策略 (marketing strategy)，是藉市場研究和廣告，持續生產新的「需求」和邁向「個人和家庭更好的生活」的消費意象。針對欲望的不斷湧現，我們可以把消費主義進一步理解為享樂主義 (hedonism) 及個人自我主義的具體經濟運作模式。在這種觀念下，社會被視作個人的結集而非一個群體，個體的自由 (individual liberty) 被高舉，每個人都可以和應該不受他人限制地追求物質的豐盛，從而帶來最大的快樂或避開痛苦。簡言之，消費主義的主張是快樂主要是個人藉豐富和從不間斷的物質享受而獲得。

進一步分析這種觀念和它在實踐上的過程及帶來的後果，我們會發現以下幾項問題：

- i) 現代消費的動機是滿足個人或一小圈子的人 (如家人) 不斷出現的快樂慾望，並不去考慮群體或全球整體或下一代的需要和幸福。
- ii) 無限制的物質追求帶來高生產和高消費，其副作用是生態失衡和環境污染，破壞永續生存 (sustainability) 的可能性，核污染、熱帶森林區縮小、全球溫室效應 (global warming)、濫用膠袋都是例子。
- iii) 消費市場不斷擴大，被商品化的範疇遍及人類生活的各領域，從身份認同 (identity) 到靈裡的滿足都可以是消費的對象。縱慾的消費過程把存有 (being) 和擁有 (having) 的界限朦朧化。

愛神愛人的回應

基督教倫理並不要求我們禁慾禁消費，實踐異教徒刻苦修行以成聖的生活。但在生產和消費的問題上，特別針對富裕社會的消費主義，我們要根據聖經的教導從下述三個方向仔細思考。

首先，基督教的世界觀是關於神的創造，強調人要照神的形象作好管家和經理人的職份。因此，過度生產和過度消費而破壞地球生態環境、禍及下一代和其他物種就是破壞神的創造。我們愛神便需要尊重神的創造並遵行保護大自然的法則。聖經上記錄有關如何使資源永續的經文例子有：申命記 20 章 19-22 節：「你若許久圍困攻打所要取的一座城，就不可舉斧子砍壞樹木，因為你可以吃那樹上的果子，不可砍伐，田間的樹木豈是人，叫你糟蹋嗎？獨你所知道不是結果子的樹木可以毀壞、砍伐，用以修築營壘，攻擊那與你打仗的城，直到攻塌了。」；申命記 22 章 6-7 節：「你若路上遇見鳥窩，或在樹上，或在地上，裡頭有雛或有蛋，母鳥伏在雛上或在蛋上，你不可連母帶雛一併取去。總要放母，只可取雛，這樣你就可以享福，日子得以長久。」和利未記 25 章關於實行「禧年原則」的吩咐。換言之，以環境保護為大前題是我們現代人思考生產和消費問題的基本進路。此外，受託看管(stewardship)的觀念，正如龔立人(1999:62-64)所言，「受託就是看生命有其相互性(mutuality)」，我們活在一種相互的整體生活關係中。神已清楚教導我們「沒有個人的權利可以漠視貧窮人的需要」(利 19 章 9-10；申 24 章 19-22)。

第二點，舊約記載的十誡最後的誡命是叫我們「不可貪戀」，這正好指出消費主義引發的道德問題。因為消費主義(或它的根源享樂主義)本身就是鼓吹人們不斷擁有或消費更多物質和享受更多服務。貪婪不獨是自我中心的問題，後果更是影響別人的利益，違背神教導我們愛鄰舍的命令。例如以全球化的眼光計算，富裕社會的高消費往往就是搶奪了貧窮地方和未來一代的資源。舉一項有趣的統計數字來說明這現象：以 1989 年的調查而言，我們知道，平均每個美國人一年飲了 186 公升的汽水和 141 公升白開水。由於汽水會使人肥胖，因此汽水生產商製造的減肥汽水(diet soda)很受歡迎。但較少人留意到每支含有少於一加路里食物熱能(food energy)的 12 安士裝減肥汽水需要消耗 2,200 加路里的能量來生產(Suziki, 1998:96)。

耶穌在主禱文中親自教導我們要為每天的飲食而祈禱，其中一項意義就是針對我們的貪念。祂曾清楚對眾人說：「你們要謹慎自守，免去一切的貪心，因為人的生命不在乎家道豐富。」(路 12:15)。舊約以色列人厭惡神每天賜給他們的嗎哪，而連續一個月吃鵝鶉的事件令「那地方便叫作基博羅哈他瓦(就是“貪慾之人的墳墓”)」應該是消費主義者的鑑戒。因此，當貪婪的慾望作為富裕社會有意識或「所謂」無意識的消費動機時，基督教的文化抗衡路線便顯得舉足輕重，這更令人聯想到屬靈九種果子中包含節制的意義。

最後一點要提出的社會觀察是，商品化的大趨勢已成功向人類各領域「殖民」，加上文化工業(例如媒體和廣告)的共謀，出現了消費被「偶像化」的道德問題。當我們把消費變成生活的中心，一切的關係以消費為基礎，所有問題依賴消費為解決的出路，我們就是把「消費」當作偶像事奉和敬拜，失卻真正的自由。這樣的生活模式便是跟十誡的首要誡命背道而馳。況且當我們一旦完全以「消費」取代神，相應地我們跟人的關係也會失去道德的基礎。試想，

在全面高舉商品化的情況下，難道色情事業不也是藉消費讓個人追求快樂的活動而已？複製人的生產也不只是以消費方式讓人解決生老病死的痛苦策略嗎？因此，面對消費主義霸權，愛神愛人的關鍵行動就是要作先知，喚醒眾人要把消費「非偶像化」，重新放在基督教倫理的規範下運作。

當有一天，聖誕節在世界各地都能完全「非商品化」之際，我們便知道先知的聲音被聽見了。

參考書目

羅秉祥(2002)。《公理婆理話倫理》。香港:更新資源。

龔立人(1999)。《人際社會的建立:基督教社會倫理》。香港:香港基督徒學會。

Suziki, D. (1998) *Earth Time: essays*, Toronto: Stoddart.

基督教線上中文資源中心(OCCR)版權所有©2003

OCCR 鳴謝文章原作者允許在網上發表本文。

讀者可免費下載本文作個人或小組閱讀及研究，唯必須全文下載，包括本版權聲明，並在引用時聲明出處。引用方法及中文文章版權詳情及來源可參

<http://occr.christiantimes.org.hk/introduction/citationandcopyrights.htm>。

本文網址 http://occr.christiantimes.org.hk/art_0008.htm

OCCR 網址 <http://occr.christiantimes.org.hk>

?

[繁體 PDF 檔下載](#) | [簡體 PDF 檔下載](#) | [觀看簡體 html 檔](#)

ⁱ關於「愛神、愛人和愛己」三者在基督教真理中的邏輯與及其作為基督教倫理的基礎之討論，有興趣的讀者請參閱羅秉祥的《公理婆理話倫理》的第二課。