



駱穎佳博士

青少年與消費文化

● 編輯室整理

cmanews@cmacuhk.org.hk

一百年前的社會學家已發現，消費文化的特性是「炫耀」：透過購買高級消費品來顯示自己的階級與身分。來到後現代，更愈演愈烈。

區聯會主辦的青少年導師前線裝備證書課程，在今年一至二月舉辦了「青少年文化解讀」課程，其中「青少年與消費文化」一課，邀請到香港浸會大學通識及文化研究課程講師駱穎佳博士主講，並由此科課程統籌、香港浸會大學宗哲系副教授關啟文博士作回應。

消費社會，孕育「慾望的人」

駱穎佳博士指出，今天的消費不再是大眾消費，而是分眾消費，商品五花八門、週期短暫。為了吸引人們不斷購買新商品，商家刻意強調商品的「符號意義」：購買商品，不是因它是否耐用、實用，而是貪戀它所賦予的象徵意義——那些從廣告、品牌或科技所給予的品味感覺、地位或身分象徵。

消費社會孕育「慾望的人」，以滿足個人慾望為己任，強調「慾求」，不強調「等候」。商品往往為針對或挑動人的身體、情感及慾望而設計，而我們也前所未有地自覺這些「需要」。

整全福音，關心別人的福祉

對於消費文化，基督教有何看法？駱博士認為，消費文化總伴隨著享樂主義及自戀文化，基督教的十字架神學卻是對自我中心的批判。聖經教導我們要懂得分擔別人及世界的需要，不應自私自利。

上帝並不是反物質，祂只是反對物質主義及拜物主義。摩西提醒以色列人，進到迦南美地後，雖有豐富的資源，卻要小心因生活豐足而遺忘上帝（申八11-19）。我們要思考今天年輕人的世界觀，是由聖經塑造還是由消費文化主導？

而且，上帝是一個公義、關注貧窮及經濟問題的上帝。今天的消費霸權及新自由主義思想與我們的信仰有衝突，我們須要關注過度消費所產生

的污染會破壞大自然，更會產生不公平貿易，破壞第三世界的經濟。

我們要讓信徒和青少年明白不應被單一的消費文化主導，不應只追求感官或物質的價值，要知道基督教是一個整全的福音，建立我們整全的需要，不只是物質的需要，要學懂愛、分享及照顧他人的福音需要。

實踐簡樸，作上帝的好管家

駱博士認為，要將感性消費轉為理性消費，就要在購物前思考這是為了實際需要，抑或是追求潮流或自我感覺良好。要回歸一種講求實際的消費習慣，才能作上帝的好管家（創一28-30），減少資源浪費。

簡樸生活，始於心靈簡樸，學習捨棄而不佔有，不被物質勞役。信仰群體若能敢於不同，成為另類的簡樸生活群體，就能在社會上作見證，抗衡及批判享樂主義的世俗化生活。



關啟文博士

被主擁有，生命才能得安寧

關啟文博士回應時表示，其實成年人面對消費文化也難以免疫。現在的消費已成為生活中的樂趣、資訊與話題，人們享受消費，渴望消費，最後習慣消費，產生莫名而無止境的慾望，甚至渴求自己有渴求。

我們要體諒弟兄姊妹，也要提醒我們是有自由意志和責任的。如果陷溺在消費之中，終日打轉，不懂得面對上帝，讓上帝牧養自己，

生命就不能成長。

關博士勉勵大家：「生命裡最有價值的並不是擁有甚麼，而是擁有誰——那生命的牧者，以及被祂所擁有！若任由生命被慾望所佔據，生命就像被鬼附一樣，不得安寧，最後只會更頹廢。」

駱穎佳也說：「人的慾望往往只有從神的愛中才能得著徹底的滿足，我們要藉此建立自身的價值。」