

傳統禮俗的資本主義化

比日本人更「經濟動物」

臺灣這二十年突然富起來了，當道者自我陶醉說，中國有史以來沒有這樣富過。的確，物質生產上，中國有史以來沒有這樣豐富過。不止是臺灣，任何地區，只要是納入整個世界經濟體系，搭上工業化的巴士，沒有比以前更窮的道理。但這不是政治的偉大，而是科技的偉大。如果說「富」是國家唯一偉大的成就，那麼在科技發達的今天，要成為偉大的政府太容易了，只要不去壓制生產力的發展，生產力便會自動發達。國家便「富」了。

但是生產力發達了又怎麼樣呢？公害污染、環境生態破壞、文化生態破壞。到底這區區的經濟成就所帶給人們的是幸福多還是痛苦多？經濟的富裕所帶來的是精神隨之豐富還是貧乏？如果除了錢多之外，一切都比以前更痛苦、更貧困，這樣的富裕有什麼意思？

我們常批評唯利是圖不知禮義的人「市儈」、「庸俗」。臺灣正是這樣「市儈」、「庸俗」。我們又常聽人批評日本人是「經濟動物」，事實上臺灣變得比日本更「經濟動物」。

徹底資本主義化

工業化的一個主要特徵是「商品化」。什麼是「商品化」？舉個例子說：從前人要穿衣，必須自己織布，自己縫衣，織布縫衣的目的是爲了自己消費。現在布由紡織廠織，衣由成衣廠縫，織布縫衣不是爲了自己消費，而是爲了出售，布和衣便「商品化」了。又如在庭園種花，原是爲了消遣，但是後來越種越多，越種越有心得，種花成了專業，種花是爲了出售獲利，花便「商品化」了。

當一切產品都商品化，一切商品都有人投資經營，這個社會便是徹底的資本主義化。

臺灣是一個徹底資本化的社會。不止是物質層面的資本主義化，就連精神層面也資本主義化。資本主義的毒素已經滲透到臺灣人的心靈深處，幾乎無藥可救了。

諸君不信，容我舉例說明：

春聯是商品

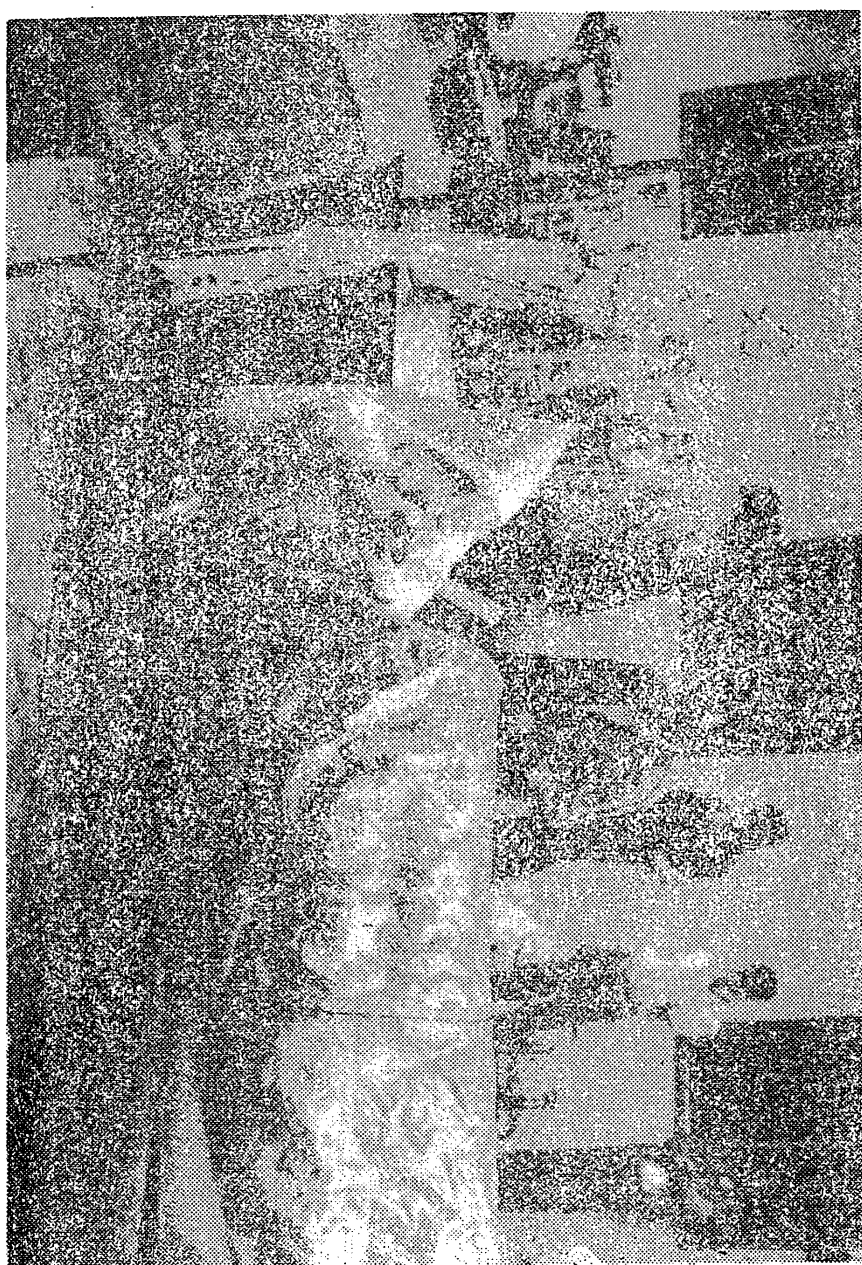
一、先拿新年貼門聯來說——這是漢文化的特色。過年寫春聯，貼門聯，喜氣洋洋，好不熱鬧，不貼門聯，好似不像過年的樣子。但是過去門聯都是自己寫的，不識字的也會請村中的讀書人寫。所寫的字句不是千篇一律，而是適合各家各戶自己的希望、期待而作的吉句。但是現在門

聯變成一種商品，無論手寫的或印刷的，總之是商品。人們不必花腦筋去思考今年的門聯要寫什麼，也不可以挑剔說：「你不是怨嘆孩子太多了嗎，怎麼門聯還寫『多子多孫多福氣』？」因為門聯是買來的嘛，文字沒有意義，只要紅紙寫字便是門聯了。所以棺材店的門聯貼到理髮店的門上也沒有人笑了。

倩「孝女」代哭

二、喪禮的形式化——各位可能聽過這樣的事，人還沒斷氣，便有葬儀社的人前來搶生意。從壽衣、棺材、道士、電子琴花車、樂隊、孝女、墓地、靈車、土公仔……一切應有盡有，只要給錢，什麼都替你辦得十分齊全。不止城市如此，鄉下也有這種服務。生離死別，多麼悲哀的事，做喪事當以哀戚肅穆為上，但是現代喪事聞不到哀戚的氣氛，倒很像是做喜事似的。資本主義化最明顯的是「倩孝女」。臺灣有句古諺說：【倩儂哭無目屎】（請人哭沒眼淚）所以只有無嗣的、不孝子孫哭不出來的才「倩儂哭」，但是這種虛情假意的慟哭是會引人嘲笑的，所以實際上很少聽說「倩儂哭」的事。但是近五六年來，突然風氣一開，到處看到喪事中「孝女」拿着麥克風，哀號着「阿爹！阿娘！」哭得死去活來，真正的孝男、孝女反而袖手旁觀，作欣賞狀：「唔！爻哭（哭得好），紅包較大包子汝。」這是怎麼啦！臺灣人怎麼墮落到這地步！自己喪父喪母哭不出來也罷，公然花錢請人哭喪，居然也沒有人取笑，沒人批評，這樣的社會還有什麼希望？

最近流行的倩孝女哭喪



師公、和尚是包商

三、道教儀式的商業化——民間信仰的庸俗是難免的，但是不一定低俗。宗教是平民心靈的寄托，廟會活動和居民的生活息息相關，所以原則上，宗教活動應由信仰者參與，神職人員只應站在指導的地位。但臺灣的道士和佛教的和尚和基督教的牧師，天主教的神父不同。道士並不是神職，只是一種包辦法事的商人。道士不講道，也不必什麼修行。每當民衆有婚喪或廟裏舉行廟會節慶便花錢請道士來做法事。道士做法事的內容，不但民衆不了解，就是廟的董事都不了解。道士成了代替民衆進行宗教儀式的包商，和「孝女」的功能有異曲同工之妙。道士的商業化來源甚古，不一定是最近才變質的，這大概因為中國自秦代以來便進入前資本主義時代，所以道教有商業化的傳統。但無疑的，近二三十年來，道教的商業化更嚴重。不但是道教，連佛教也商業化了。和尚尼姑已變成包辦法事的商人了。因此民間諷稱寺廟為「廟店」，毋寧是非常貼切的稱呼。

知識份子之恥

以上略舉三點，可以使我們明白資本主義的文化公害，如何污染民衆的心靈，使得臺灣的禮俗、宗教日漸低俗、日漸墮落。作為一個臺灣智識份子，能不正視這個嚴重的問題，忍令民風繼續低俗墮落嗎？智識份子沒有資格取笑民衆的低俗、墮落，民衆的低俗、墮落是知識份子之恥。