

萬聖過後光棍節 環保只說不做？

【香港經濟日報】 | 2 November 2018



在我所住的社區裏，每年都有不少人會投入大玩萬聖節，當中有本地家庭，同時亦有外國家庭的孩子，最近一個星期就十分熱鬧，頗有節日的氣氛。

萬聖節裝扮服飾 難循環再用

前晚遇到幾位小女孩結隊一起到處索取糖果。她們身穿一身公主服裝，如果不是事後直接了解，我還以為她們是參加生日派對，而不是扮鬼串門。我跟其中一位媽媽說：「這不恐怖呀！」

她的解釋是時下女孩子都喜歡扮公主，或者到了萬聖節正日會考慮另一款打扮；她還補充，其實一早便購買了萬聖節的化裝用品和服飾，事關當日早上回校有特別的主題活動安排。於是，一群歡天喜地的女孩（由一兩位母親隨行）由一座大廈轉到另一座大廈，扮鬼扮馬，玩得很盡興。她們拿到不少糖果，但至於她們會否全部吃掉（又或者家長是否容許她們這樣做）則是另一回事。至於身上的應節服飾，翌年肯定不再合身，而就算可以而她們是否願意重複上一年的裝扮，也是一個問題。在歡樂的節日背後，存在大量用後即棄或不會怎樣循環再用的資源。

同樣要命的是，一個很有效率和消費有限的準備過節的方法，是在網上訂購各種化裝用品。通過網購，除了有很多不同選擇之外，價錢有時（甚至可以說是經常）相當便宜。今時今日，要特別裝身赴會，不單止難度大大減少，而且豐儉由人，人人皆可參與。不過，隨着網購而來的，是大量包裝，而且還有很多發泡膠、膠紙之類的東西，小小一件物品，伴以大量毫不環保的物料。方便的方法背後，同樣存在很多一般人都掉以輕心但其實需要細心處理的資源。

網購助長消費 伴隨包裝浪費

10月萬聖節之後，現在又加插甚麼光棍節。當然，還有已經相當制度化的人人節。這些都是愈搞愈熱的噱頭日子（嚴格而言，他們都不是甚麼節日），盡管對象各有不同，但消費卻差不多一致是重點所在。而在消費這一環節上，大有愈搞愈多花錢的方式、項目的趨勢。

長篇大論，我想指出的是現時這個時代矛盾的地方——一方面，環保意識表面上有所加強，人人邊都掛着甚麼氣候反常、地球暖化、海水污染等，談到回收、減廢，振振有詞；另一方面，大家在很不經意的情況下，多搞了好幾個高消費的節日，更多選用網購、更多以訂購外賣的形式用餐，完全與嘴邊掛着的環保口號不符。這是環保意識不足？還是「精神分裂」、自覺不足？

這未必容易可以說清楚，不過核心問題在於生活方式，基本上在很多生活細節方面，並沒有一份環保的自覺。

新消費方式湧現 考驗反省能力

在我個人來說，曾經以為環保課題可因世代轉變而有重大突破。只要充滿環保意識的年輕一代逐漸成長，便可改變上一代缺乏這方面意識不足的問題。但就近年的社會狀況所見，明顯地問題較想像中複雜得多。

在新的生活方式、消費方式不斷湧現的過程中，其實需要不斷提醒如何自覺不要浪費、不要濫用資源、不隨便放過回收或循環再用的機會。當中最為重要的，是一份反省的能力和一份自覺。

在環保這個課題上，如何持續保持高度自覺，乃對整個社會的一大挑戰。

撰文：呂大樂 香港教育大學亞洲及政策研究學系講座教授

Website:

<https://paper.hket.com/article/2199143/%E8%90%AC%E8%81%96%E9%81%8E%E5%BE%8C%E5%85%89%E6%A3%8D%E7%AF%80%20%E7%92%B0%E4%BF%9D%E5%8F%AA%E8%AA%AA%E4%B8%8D%E5%81%9A%EF%BC%9F?mtc=70029>