

E M Conradie, Universiteit van Wes-Kaapland &
J C Pauw, Universiteit van Stellenbosch

Dialogiese, ekologiese en teologiese perspektiewe ten opsigte van 'n verbruikerskultuur (“consumerism”)

ABSTRACT

Dialogical, ecological and theological perspectives on consumerism

This contribution reflects on the ecological impact of a consumerist culture. It focuses on a production on consumerism staged by the Earthkeeping Commission of the Dutch Reformed Church and the Uniting Reformed Church in the Western Cape. It relates this production to Christian literature on the topic of consumerism and offers some theological perspectives on a culture of consumerism and on the virtue of simplicity.

1. INLEIDING

Die ekologiese krisis verwys na prosesse wat die aarde se ekosisteme en ekologiese siklusse beïnvloed. Tallose studies en analyses dui daarop dat die basiese boustene van lewe – lug, water, grond en energie – deur ekologiese vernietiging bedreig word. In die woorde van Thomas Berry en Brian Swimme:

Our entire society is caught in a closed cycle of production and consumption that can go on until the natural resources are exhausted or until the poisons inserted into the environment are fed back into the system.¹

We are soaking all life forms with poisons, changing rivers into lethal sewage, and hurling million tons of noxious gases into the respiratory system of the Earth.²

Die ekologiese krisis is egter nie in die eerste plek 'n probleem wat die natuur raak nie. Dit is primêr 'n *kulturele* probleem wat die natuur se ekosisteme bedreig.³ Dit is 'n patologiese teken wat

1 Berry (1988:57).

2 Swimme (1995:74).

3 Die onderskeid tussen natuur en kultuur is weliswaar problematies vanuit 'n ekologiese perspektief. Die mens (en dus kultuur) is nie iets wat van die aarde geskei kan word nie. Die mens vorm, net soos geologiese prosesse, kontinentale verskuiwings en die lotgevalle van talle ander spesies, 'n integrale deel van die aarde se geskiedenis. Die onderskeid tussen natuur en kultuur, of tussen natuur en gekiedenis, dra by tot die wydverspreide vervreemding van die mens ten opsigte van die aarde se biosfeer, waarbinne ons leef. Talle bydraes tot ekologiese teologie dui hierdie vervreemding aan as die diepste simptoom van die ekologiese krisis. Vgl Berry (1988:215); Conradie (1996:31f); McFague (1993:34); Rasmussen (1996:75-89), en talle ander.

die “morele bankrotskap” van die waardestelsel onderliggend aan die dominante kultuur van ons tyd onderstreep. Hierdie kulturele patrone het dikwels vernietigende ekologiese gevolge.

Wat is die dominante kultuur van ons tyd? In talle bydraes tot ’n ekologiese teologie word die dominante kultuur as een van “consumerism” (verbruikersmanie) aangedui. ’n Verbruikersmentaliteit is nie net iets wat welvarende samelewings tipeer nie. Dit is toenemend ook tipies van armer dele van die bevolking en van nie-Westerse kulture. “Consumerism” het ’n globale kultuur geword. Trouens, dit word dikwels as die ideologie van ons tyd beskou. Tipies van ’n ideologie, word talle aspekte van ’n verbruikerskultuur as vanselfsprekend aanvaar, ten spyte daarvan dat dit tot ingrypende (eko)sistemiese verwringing aanleiding gee. Hierdie verbruikerskultuur moedig by baie mense die tipe gedrag aan wat lei tot ekologiese vernietiging en ekonomiese ongelukheid.

Hierdie waarneming het belangrike implikasies vir die wyse waarop ekologiese vernietiging aangespreek moet word. Sedert die sewentigerjare van die twintigste eeu het ’n stortvloed van wetenskaplike studies die omvang van ekologiese vernietiging beskryf. In die afgelope drie dekades was daar ’n opbloeï in ekologiese bewusmaking, profetiese kritiek, statistiek, analyses, programme en organisasies. Ten spyte van hierdie grootse poging kon ons nog nie daarin slaag om die golf van verbruik en misbruik, besoedeling, bevolkingsgroei, ontbossing, die uitsterf van miljoene spesies en die uitputting van nieherwinbare grondstowwe te stuit nie. Baie mense besef teen hierdie tyd dat die wêreld met steeds meer ernstige ekologiese probleme te kampe het. In verskillende vorme van die populêre kultuur is daar onder die oppervlak ’n aanvoeling van ’n naderende krisis te bespeur. Dit leef voort as ’n stille vrees vir die mens se toekoms op ’n bedreigde planeet en kom tot uiting in apokaliptiese beelde, rillers, wetenskaplike fiksie en musiek. Hierdie beelde druk meermale ’n gevoel uit dat die wêreld ’n aaklige plek geword het. In die woorde van Paul Santmire: “In these latter-day apocalyptic portrayals of cosmic battles, the forces of the Light often save the day, but provide only temporary reprieve from the daily fears, cosmic despair and spiritual anomie that pervade much of contemporary culture.”⁵

Hierdie bewuswording is egter nog nie vertaal in effektiewe optrede op persoonlike, sosiale en politieke vlak nie. Sommige mense lewer wel hulle beskeie bydrae, byvoorbeeld deur herwinning, maar dit weeg nie op teen die globale skaal van die probleem nie. In konfliktsituasies weeg ekonomiese oorwegings altyd weer swaarder as ekologiese oorwegings. Vir politieke en gemeenskapsleiers is ekologiese selfmoord op die lang termyn oënskynlik meer verkieslik as politieke selfmoord op die kort termyn.

Dit word toenemend duidelik dat die probleem nie slegs een is van informasie of beplanning nie. Dit lê ook nie by ’n gebrek aan opvoeding nie. Dit is nie soseer ’n probleem van kennis, tegniek of vaardighede nie. Dit is meer ’n probleem van weet hoekom en weet waartoe as weet wat of weet hoe (“know-how”).⁶ Die oplossing van die probleem lê dus nie bloot by opvoedingsprogramme, wetgewing of nuwe vorme van tegnologie nie. Kallistos Ware verduidelik die probleem só:

Yet, in fact the crisis is not first and foremost an ecological crisis. The fundamental difficulty lies not outside but inside ourselves, not in the ecosystem but in the human heart. The present-day crisis, that is to say, is primarily a crisis not concerning the environment, but concerning the way in which we ourselves think.⁷

4 Oelschlaeger (1994:4) beskryf dit as die paradoks van omgewingsbewusmaking.

5 Santmire (1989:266).

6 Rasmussen (1996:74).

7 Ware (1997:26), ook Rossi (1997:63).

In hulle voorwoord tot die indrukwekkende bundel opstelle *Christianity and ecology* verduidelik Mary Evelyn Tucker en John Grim dat die probleem daarom ten diepste 'n religieuse probleem is:

It is becoming increasingly evident that abundant scientific knowledge of the crisis is available and numerous political and economic statements have been formulated. Yet we seem to lack the political, economic, and scientific leadership to make necessary changes. Moreover, what is still lacking is the religious commitment, moral imagination, and ethical engagement to transform the environmental crisis from an issue on paper to one of effective policy, from rhetoric in print to realism in action.⁸

In dieselfde bundel opstelle skryf Patricia Mische die volgende:

... most people now know that we have serious ecological problems. But there is a lingering gap between knowing that we face serious ecological problems and acting on this knowledge in our personal, political and social choices. While more people have taken some modest steps, such as recycling, changes in people's worldviews, attitudes and behavior have not been commensurate to the gravity and global scale of the problems. Moreover, when in conflict, economic concerns and desires usually trump environmental ones.⁹

Mische voeg by:

Science and technology alone cannot resolve ecological threats. Nor can governments or the laws they promulgate ... Sustaining the integrity of creation thus requires not only the external laws governments enact to deal with belligerent behavior, but also inner governance, laws internalised in our hearts and minds and the will to live by them. The need for inner governance is relevant not only to personal behavior, but also collective behavior through the economic, social and political systems we create and help maintain. Church praxis has special relevance for the development of inner governance and a culture of ecological responsibility. Religions carry the archetypes, symbols, meanings, values and moral codes around which people coalesce and define themselves, their sense of the sacred, and their relationships with each other and the natural world.¹⁰

Die oplossing lê dus nie net by opvoedingsprogramme, meer wetgewing of nuwe vorme van tegnologie nie. Die probleem is eerder een van 'n gebrek aan morele visie, verbeelding, wil en leierskap. Aangesien moraliteit in die reël deur godsdienstige oortuigings beïnvloed word, het ons hier ten diepste met 'n godsdienstige probleem te make. Godsdienstige gemeenskappe kan 'n deurslaggewende rol speel ten opsigte van ekologiese vernietiging omdat hulle die draers is van argetipes, simbole, oortuigings, waardes en gedragskodes waaraan mense hulle oriënteer. Dit is daarom 'n vraag hoe die negatiewe ekologiese gevolge van 'n verbruikerskultuur ten beste aangespreek kan word vanuit die Christelike kerk as een belangrike godsdienstige tradisie in Suid-Afrika.

8 Tucker & Grim (2000:xix).

9 Mische (2000:592).

10 Mische (2000:592-3).

2. KOOP, JOU VUILGOED, KOOP!

Watter bydrae kan die kerk in Suid-Afrika lewer om die kulturele waardes wat onderliggend is aan die wydverspreide ekologiese vernietiging aan te spreek? Of is die kerk self maar net 'n manifestasie van 'n verbruikersamelewing? Word die evangelie self nie alte dikwels aangepas by 'n taal en kultuur wat ontleen is aan besigheid, bestuur, administrasie en bemaking en vertaal is in kategorieë wat tipies is van 'n verbruikersamelewing nie?¹¹ Die vraag is dus of die kerk, veral in 'n (hoër) middelklasomgewing, nie te knus inpas by die gerieflikheid van 'n verbruikerskultuur nie. Die gevaar is dat godsdiens op hierdie wyse bloot funksioneer as 'n onkritiese legitimering van die alledaagse kultuur.

'n Kommissie vir Omgewingsorg van die Ned Geref Kerk en die Verenigende Gereformeerde Kerk in Kaapland is in 1995 deur die Kommissie vir Getuienisaksie (KGA) in die lewe geroep met die volgende doelstellings:

- 1) om die kerk op die hoogte te bring van die omvang van ekologiese probleme in Suid-Afrika en die bedreiging van ons natuurlike hulpbronne;
- 2) om die kerk bewus te maak van sy rentmeesterskap teenoor die skepping;
- 3) om die kerk in te lig oor aksies wat op hierdie terrein deur verskillende instansies en organisasies geneem word, en
- 4) om die kerk te bedien met praktiese riglyne oor hoe lidmate en gemeentes sinvol by hierdie aksies betrokke kan raak.¹²

Hierdie Kommissie vir Omgewingsorg het in April 2001 'n produksie by die Kleinkaroo Nasionale Kunstefees aangebied onder die titel *Koop, jou vuilgoed, koop!* Die produksie het 'n multimedia-aanbieding oor die ekologiese gevolge van 'n verbruikerskultuur behels. Die aanbieding het gebruik gemaak van poësie, musiek, skyfies, woord, mimiek, dialoog en bespreking om te wys op die houvas van 'n verbruikersamelewing en die gevolge wat dit vir mense en vir die aarde inhou. Dit het ook die vraag aan die orde gestel hoe hierdie houvas van 'n verbruikerskultuur verbreek kan word.

Die produksie het onder meer 'n dialoog ingesluit waarin vier fiktiewe karakters die houvas van 'n verbruikerskultuur met mekaar bespreek. Die dialoog is uiteraard nie uit die lug gegryp nie. Navorsingsgegewens rondom 'n verbruikerskultuur is in die dialoog geïntegreer en deur die verskillende karakters verwoord (en soms ironies verdraai). Die teks van die dialoog word in die volgende afdeling weergegee met 'n aantal kantaantekeninge waarin die agtergrond van die dialoog in terme van navorsingsgegewens verduidelik word. Die dialoog is doelbewus gestruktureer rondom bepaalde temas (in kursief aangedui), hoewel dit natuurlik nie deel van die dialoog self gevorm het nie.

11 McDonald (1999:60) rig die volgende waarskuwing in hierdie verband:

A theology of consumption began to invade our culture – and our churches. Slowly, almost imperceptively, we wandered away from the foundational teachings of Jesus – sharing our wealth, identifying with the marginalized, living a life of grateful stewardship – and began to identify our worth with how much money we made or how many possessions we owned. Today many shopping malls evoke the image of a cathedral, with towers of glass rising upward and lighting effects suggestive of the second coming. On any given Sunday more people visit shopping centers than centers of worship. Rituals of communion have been replaced with rituals of consumption. We need to ask ourselves: What do we worship? The gospel of Matthew warns us that “Where your treasure is, there your heart will be also” (Mt 6:21). All too often our treasures lie tucked away in the department store sale.

12 Besluit van die 1994 Sinode van die Verenigende Gereformeerde Kerk in Kaapland.

3. DRAMATIESE PERSPEKTIEWE RONDOM 'N VERBRUIKERSKULTUUR

(Hierdie afdeling van die produksie volg op insette rondom afval, die produksie van afval deur 'n verbruikerskultuur en die talle probleme rondom die bestuur van afval.)

Sien julle, ons is *lekker* diep in die gemors. Om ons te help om hieroor na te dink, het ons hier vir:

- Meneer Bitter Min Wette, 'n regstudent. (Hy is 'n groot “yuppie”, baie wysneusig en het 'n voorliefde vir vinnige sportmotors.)
- Professor Aart ten Gronde, 'n dosent in Ekologie aan die Universiteit van Robbeneiland. (Hy is vreeslik geleerd, is op die oomblik ingeperk oor sy radikale idees en is tog so diep beswaard.)
- Dominee Maerjare van die dorp Geen-boom-in-sig-nie. (Hy werk onder arm mense en probeer ook maar sy bes.)
- And the trendy Mrs Wendy Worths. (She's quite liberal, you know, and very worried about things like the ozone layer. It is quite obvious where she buys her groceries, isn't it?)

a) “Consumerism” as nuwe ideologie

Mrs WW You know, my dear, this consumerism stuff is quite sickening. We are all completely caught up in it. Entangled, I dare say.

My children are ridiculed if they are seen in off-brand clothing instead of the more expensive items in fashion. *All* my friends complain about the consumerism of their children. We can't keep up any longer.¹³

Mnr BMW Ja, maar weet jy, Mrs Wendy, vir *my* is consumerism net die realiteit van die wêreld waarin ons lewe. 'n Mens sien dit orals en in elke kultuur.¹⁴ Dit is soos 'n nuwe godsdiens.

Ds M Dis reg, ja, 'n regte afgodsdiens. Dis Mammon, man. Die god van die gieriges en gulsiges.

Mrs WW You know, nowadays people are no longer consuming what they need. They are consuming for the sake of consuming. Consumption has become a habit, a hobby, a sport. I read somewhere (was it in the *Cosmopolitan*?) that a survey of teenage girls in the United States discovered that 93% of them identified store-hopping as their favourite activity.¹⁶ I guess we in South Africa are following behind closely.

13 Hierdie klagte kom wydverspreid onder Suid-Afrikaanse ouers voor. Anders as Mrs Wendy voeg Schut (1999) egter hierby: “Part of the problem of shaping children's inclinations in the direction of a less-acquisitive lifestyle is that many parents tend to be part of the problem. They give their children money and things not only to please them but also to satisfy their own drive to ‘keep up’.”

14 Gunton (1993:13) beklemtoon ook die starre uniformiteit wat “consumerism” meebring. “We might instance the consumer culture, with its imposing of social uniformity in the name of choice – a Coca-Cola advertisement in every village throughout the world.” Gunton (1993:105) haal op hierdie punt ook 'n treffende opmerking van Alain Finkelkraut aan: “We live in the age of feelings. Today there is no more truth or falsehood, no stereotype or innovation, no beauty or ugliness, but only an infinite array of pleasures, all different and all equal.”

15 Abraham (1994:67) sou met ds Maerjare saamstem: “Decisions about the kind of goods to be produced and the type of technology to be used are influenced by the demand of a consumerist economy, whose controlling logic of growth is greed, not need.”

16 Mrs Wendy ontleen hierdie insig eintlik aan McDonald (1999:59-60). Hy verduidelik: “Our affluence has shifted our focus from consuming only what we need to consuming for the sake of consuming.”

- We as parents also spend more time shopping than with our children.¹⁷
- Prof AtG Die advertensiekultuur is inderdaad 'n nuwe soort godsdiens. Die VSA spandeer elke jaar meer aan advertensies as aan hoër onderwys – \$147 biljoen om presies te wees. En ons geleerdes bereken dat daar altesaam \$450 biljoen net aan advertensies in die wêreld spandeer word. Ek meen nou maar net: Dis genoeg om alle hongersnood uit te wis en werk vir omtrent alle werkloos te skep.¹⁸
- Mnr BMW Ja, maar *dit* sal nooit werk nie. As ons ophou adverteer en bemark, sal die hele ekonomie in duie stort. Vra maar vir my, ek swot ekonomie, ek weet. As die verbruikersvertroue hoog is (as mense net genoeg koop, op krediet natuurlik¹⁹), dan is die ekonomie op sy beste.²⁰ Eintlik moet elkeen van ons sy deel doen in die jaarlikse Christmas shopping spree om seker te maak dat die ekonomie gesond is en dat mense werk kan hê.²¹
- Prof AtG Ai tog! Wat sal van die wêreld word? 'n Mens moet tog nie die advertensiekultuur onderskat nie. Die mense wat advertensies skryf, is hoogs gesofistikeerd. Hulle is die hoëpriesters van die nuwe godsdiens.²² En hulle boodskap is eenvoudig. Koop nou en betaal later.²³ Gun jouself 'n slag iets lekkers! Jy verdien dit. Dis jou reg.

Consumption has become a habit, a hobby, a sport. A survey of teenage girls in the United States discovered that 93% of them identified store-hopping as their favorite activity.”

- 17 Hierdie opmerking is ontleen aan die skerp kommentaar van Childs (1999:110): “Recall the legend of King Midas – his wish to turn everything into gold led to great wealth but also to great despair when even his family was transformed into lifeless, precious metal at his touch ... we spend far more time shopping than playing with our children.”
- 18 Die professor is in die kol. Maguire (2000:14) gee meer detail: “In 1994, just as an example, the United States spent far more on advertising than on all of higher education – \$147 billion. This money ground our 21,000 constantly repeated television commercials; millions of magazine advertising pages; 14 billion mail order catalogs; 38 billion junk-mail ads; and a billion signs, posters, and billboards. On top of all that, another \$100 billion went into promoting fashion. The onslaught is stupendous, enough to turn our brains to mush. Worldwide, \$450 billion is spent annually on advertising, enough to end all hunger and to create employment for everyone who is able to work.”
- 19 Bauman (1998:26) verduidelik: “Consumer confidence means the consumer’s desire to buy on credit is strong enough to outweigh their fear of insolvency.”
- 20 Wat mnr BMW hier nie goed genoeg raaksien nie is dat daar hiermee 'n verskuiwing plaasgevind het van 'n ekonomie wat op produksie gebaseer is na 'n ekonomie waarvan konsumpsie die belangrikste dinamo is. Bauman (1998:26-27) verduidelik: “The hopes of all these troubles (= falling output, empty order books, sluggish trade) being chased away, of things starting to hum anew, are pinned on consumers doing their duty again – wishing once more to buy, buy a lot, and to buy ever more. ‘Economic growth’, the main modern measure of things being normal and in good order, the main index of a society working as it should, is seen in the consumer society as dependent not so much on the ‘productive strength of the nation’ (healthy and plentiful labour force, full coffers and daring entrepreneurship of the capital owners and managers), as on the zest and vigour of its consumers. The role performed by work in linking together individual motives, social integration and systemic production, has now been assigned to consumer activity.”
- 21 Mnr BMW se buikspraak is ontleen aan Childs (1999:115): “What will happen to the nation’s economic health if I don’t do my part for the annual Christmas shopping spree so vital to our retail industry and all the jobs it provides?”
- 22 Hierdie argument berus op die vlymskerp kritiek van Brian Swimme (1996:14-18) teen 'n advertensiekultuur. Swimme, 'n wêreldbekende wiskundige en kosmoloog, verduidelik die gevaar van “consumerism” baie treffend:

The fact that consumerism has become the dominant world-faith is largely invisible to us, so it is helpful to understand clearly that to hand our children over to the consumer culture is to place them in the care of the planet’s most sophisticated religious preachers.

Die lewe is tog deesdae so swaar. Ontspan! Jy kan tog in elk geval niks doen aan die wêreld en sy probleme nie. Geniet maar dít wat jy kan, terwyl jy nog kan.²⁴

Die televisie met sy derduisende advertensies is die plek waar ons kinders, dagin en daguit, leer hoe die wêreld nou eintlik inmekaarsteek. Ek sê vir jou: Om ons kinders met so 'n kultuur groot te maak sal die wêreld nog tot 'n val bring.

b) Die ekologiese gevolge van “consumerism”

- Ds M Sjoe, professor dis darem erg, nè? 'n Mens moet preek hierteen.
- Mrs WW But the real problem with consumerism is the destruction of the environment. You know, dear, the rainforests, the ozone layer, the poor gorillas in Rwanda, the terrible pollution and all that.
- Prof AtG Wel, wel, wel, die eintlike probleem met consumerism is dat daar grense aan ekonomiese groei bestaan. “There are limits to growth.”²⁵ Dit is eintlik heel logies, dan nie? Onbeperkte groei op 'n begrensde planeet is tog net eenvoudig nie moontlik nie. As die wêreld se bevolking net aanhou groei en groei en almal 'n beter lewenstandaard wil handhaaf, sal ons spoedig die planeet se grense oorskry. Iewers moet ons 'n plafon bereik waar ons die grondstowwe opgebruik het en waar al die giftige afvalstowwe nie meer natuurlik in die ekosisteem opgeneem kan word nie.²⁶ Die vreemde ding is dat baie min ekonome in ons land die probleem enigsins raaksien. Al die politici bepleit 'n hoër en 'n nog hoër groeikoers. Dis tog

Advertisements are where our children receive their cosmology, their basic grasp of the world's meaning, which amounts to their primary religious faith, though unrecognized as such.

In the propaganda of the ad the ideal people, the fully human humans, are relaxed and carefree – drinking Pepsi's around a pool – unencumbered by powerful ideas concerning the nature of goodness, undisturbed by visions of suffering that could be alleviated if humans were committed to justice. None of that ever appears. In the religion of the ad the task of civilization is much simpler. The ultimate meaning for human existence is getting all that stuff. That's paradise. And the meaning of the Earth? Premanufactured consumer stuff!

- 23 Zygmunt Bauman (1998:31) illustreer hierdie punt: “A consumer society would not take lightly a call to delay gratification. A consumer society is a society of credit cards, not saving books. It is a 'now' society. A wanting society, not a waiting society.”
- 24 Zygmunt Bauman (1998:31-32) argumenteer dat die werksetiek van 'n produksie georiënteerde samelewing plek gemaak het vir estetiese beleving in 'n verbruikersamelewing. Hy voeg hierby:

Consumption, ever more varied and rich consumption, must appear to the consumers as a right to enjoy, not a duty to suffer. The consumers must be guided by aesthetic interests, not ethical norms. It is aesthetics, not ethics, that is deployed to integrate the society of consumers, keep it on course, and time and again salvage it from crises. If ethics accord supreme value to duty well done, aesthetics put a premium on sublime experience. Fulfillment of duty has its inner, time extensive logic and so it structures time, gives it a direction, makes sense of such notions as gradual accumulation or delay of fulfillment. The search for experience, however, has no good reason to be postponed, since nothing but “waste of opportunity” may follow the delay ... It is the aesthetics of consumption that now rules where the work ethic once ruled.

- 25 Vir 'n goeie bespreking van die “limits to growth”-debat, vgl Cobb (1992:7-19f); Hallman (1992:109-126); McDonagh (1990:38-66); Nash (1991:40-63).
- 26 Die professor se argument is ontleen aan Rasmussen (1975). Rasmussen dui aan dat daar drie vlakke van grense aan groei geïdentifiseer kan word. In die eerste plek bestaan daar grense aan nieherwinbare grondstowwe. In die tweede plek bestaan daar grense aan die vermoë van die aarde se biosfeer om die afvalprodukte van ekonomiese produksie weer in die ekosisteem te absorbeer. In die derde plek bestaan daar grense aan die sosiale aanpasbaarheid van hele samelewings om hulle kulturele en ekonomiese gewoontes betyds te wysig.

- heel gek, hoor!
- Mnr BMW Maar, Beste Professor, daar's mos darem nog baie olie en steenkool oor, dan nie? En wat van al die nuwe vorme van tegnologie om brandstof te bespaar? Hulle ontdek dan elke slag nuwe olievelde.²⁷
- Prof AtG Ag, ag, Mijnheer die Student. Ek kan sien jy het nog heelwat om te leer. Ons geleerdes bereken dat die aarde se olietenk (al die olie wat reeds opgebruik is en dié wat nog ontdek sal word) nou min of meer halfpad leeg is.²⁸ Teen die huidige tempo sal ons die tenk heeltiemal opgebruik binne een honderd jaar. En as dit eers op is, is dit op. Jy kan nie weer olie maak nie.
- Ons geleerdes bereken dat die wêreld in een dag soveel olie opgebruik as wat die aarde in 27 jaar gelewer het.²⁹ Ds Maerjare, dit is asof ons 'n halwe leeftyd se salaris in een dag opgebruik. Dit kan tog nie! As almal in China (of in Kaapstad) 'n motor sou besit (en almal begeer dit mos), dan het ons lankal verstik. Ons kan net nie so aangaan nie.
- Mnr BMW Ja-ja, genoeg! Netnou sê jy ek moet my volgende skivakansie ook prysgee!
- Mrs WW This reminds me of a good story. After Gandhi led India to independence someone asked him whether India will now try to reach the same standard of living as England. His answer was: "It took Britain half the resources of the planet to achieve its prosperity; how many planets will a country like India require?"³⁰
- Prof AtG Ja, Mrs Wendy, volgens ons geleerdes by die Worldwatch Institute het die wêreld meer goedere geproduseer en opgebruik tussen 1950 and 1990 as in al die vorige menslike geslagte tesame.³¹ En dan smag almal na net nog meer welvaart.³²

27 Mnr BMW sou miskien 'n groter skuldgevoel gehad het as hy gelees het wat Efthimiou (1994:94) skryf:

Look at the automobile. Who can live without it today? And yet, in the US, the automobile accounts for one-eighth of all the natural resources consumed. But the automobile is not the root cause of the sin. It is a symptom. It is related to the things we want to do, to be free to do. So the issue is not just one of giving up the automobile, but of challenging the entire system based on the lie of consumerism that there can be freedom without ecological responsibility. We cannot do without technology; yet we have not learned to live with it, and that is what is helping to destroy the planet. Until we face this moral crisis and name the sins involved, we are not going to understand that we must curtail our freedom to use the almost unlimited possibilities our technology gives us.

28 Vgl Barney (1999) vir interessante gegewens rondom olieverbui.

29 Rasmussen (1996:59) voeg by: "Every day the worldwide economy burns an amount of energy the planet required 10,000 days to create. Or, put another way, 27 years of stored solar energy is burned and released by utilities, cars, houses, factories and farms every 24 hours."

30 Aangehaal in Granberg-Michaelson (1992:17).

31 Soos aangehaal in Maguire (2000:14).

32 Alan Durning (1999) voeg hierby: "Early in the post-World War II age of affluence, a US retailing analyst named Victor Lebow proclaimed, 'Our enormously productive economy ... demands that we make consumption our way of life, that we convert the buying and use of goods into rituals, that we seek our spiritual satisfaction, our ego satisfaction, in consumption ... We need things consumed, burned up, worn out, replaced, and discarded at an ever increasing rate.' Americans have risen to Mr Lebow's call, and much of the world has followed. Since 1950, American consumption has soared. Per capita, energy use climbed 60%, car travel more than doubled, plastics use multiplied 20-fold, and air travel jumped 25-fold. We are wealthy beyond the wildest dreams of our ancestors; the average human living today is four-and-a-half times richer than his or her grandparents, and the factor is larger still among the world's consuming class. American children under the age of 13 have more spending money – \$230 a year – than the 300 million poorest people in the world."

- Mrs WW Oh, it's so sad ... The problem is that we are asking more of the earth than the earth has to give. You know, it's true: The earth just cannot keep supporting our consumerist habits,³³ you know, eating, drinking ...³⁴
- Prof AtG Ons geleerdes bereken dat as almal op aarde die soort luukse dieet wil volg wat die Amerikaners geniet, daar slegs genoeg kos vir 3 biljoen mense op aarde sal wees. En daar is alreeds 6.1 biljoen mense op die planeet. Heeltemal te veel, natuurlik. As almal egter baie gesonde graankosse en peulvrugte en min vleis eet, soos die meeste mense in Afrika, is daar vir eers genoeg kos vir almal.³⁵
- Ons geleerdes bereken dat een kind wat seg maar ... in Durbanville grootword net soveel grondstowwe opgebruik en net soveel afvalstowwe produseer as dertig kinders, seg maar in Uganda.³⁶ Dan sê ons nog ons het maar net twee kinders. Eintlik het ons die ekwivalent van 60 kinders! Ek sê: Dis die rykes wat die wêreld so oorbevolk!

c) Die gevolge van “consumerism” vir die armes

- Mrs WW Gosh, you know, its really terrible, all those poor children! It's really a case of the rich getting richer and the poor getting poorer.
- Ds M Ja, maar die armes is ook maar vasgevang in die trap.³⁷ Consumerism maak hulle net al hoe dieper in die skuld.³⁸
- In my gemeenskap is dit net so. Mense verlang na dit wat geld kan koop. Hulle droom hulle slaan die jackpot. Hulle begeer die welvaart wat hulle nie het nie. Hulle smag na dit waarvan hulle die minste het en min hoop het om dit ooit te kry. As dit die week Lotto roll-over is, daal ons kollekte met die helfte.
- Mrs WW Yes, it is true, you know: “Those who have it the least, love it the most.”³⁹
- Ds M Jy praat maklik, nè? Dit alles is ook maar bitter, *bitter* onregverdig. Ek meen, die rykes verstik in hulle welvaart en die armes vergaan nog steeds van ellende. Die armes dink nou wel ook net aan geld,³⁰ maar dis die rykes se manier van lewe wat ons in die gemors laat beland het. Dis hulle wat die voorbeeld stel.

33 Mrs Wendy se frasering is ontleen aan Maguire (2000:14).

34 Mahatma Gandhi het dit nog sterker gestel: “The earth satisfies the needs of all, but not the greed of those bent on insane consumption” (aangehaal in Boff 1995:21).

35 Martin-Schram (1997:12 ev).

36 Martin-Schram (1997:4 ev).

37 Childs (1999:110-111) sou hierdie waarneming ondersteun vanuit die perspektief van swart Amerikaners: “... the impact on consumerism on African American culture provides a case in point. The aggressive marketing of goods and pleasures within poor, African American communities has had a corrosive effect on their traditional nonmarket values of love, care, and service to others. The predominance of materialistic consumerism among those living in poverty-ridden conditions, with limited capacity to ward off self-contempt and self-hatred, results in the possible triumph of the nihilistic threat in black America.”

38 Gibson (1999:133-134) maak 'n soortgelyke waarneming: “The unhappiness often felt by persons of limited income is their sense that they have failed to meet the standards of success held by society and by themselves. They are not affluent but they wish they were. They want far more of the abundance displayed in the television commercials. They are saddled with debt because they have succumbed too frequently to the lure of the ads.”

39 Mrs Wendy se houding laat hier miskien nie reg geskied aan die patos van Richard Foster (1981:107) se insig in sy boek *Freedom of Simplicity* nie.

40 In sy beroemde toespraak “Peace with God the creator – Peace with all creation” het pous Johannes Paulus II die punt wat ds Maerjare hier maak op 'n treffende wyse geformuleer:

Ek sê jou, wat my betref, werk dit so: “The rich must live more simple so that the poor may simply live.”⁴¹

Mnr BMW Weet jy, ds Maerjare, vir my is dit ook maar nie altyd maklik nie. Ek bedoel, hier sit ek met R80 000 se studieskuld, ek betaal nog af aan my vakansie in Europa en die townhouse waar ek bly se huur gaan net op en op. Die petrolprys is ook al weer op met 18c per liter. Ek kan net nooit uitkom met my geld nie. En dan val en val en val die rand ook nog, in sy glory in.

d) Die gevolge van “consumerism” vir die verbruiker self

Mrs WW Ag, don’t you worry, my darling, soon you will marry, buy a house, get children, buy a new car and then you’re really in the thick of it. And you’ll need more and more insurance to protect your lifestyle.

Mnr BMW Maar ’n mens voel so vasegevang in die ding. Jy kan nie daaruit loskom nie.

Prof AtG ’n Mens moet die logika waarvolgens consumerism werk goed begryp. Die advertensies wil hê dat consumption so min moontlik tyd moet vat. Jou behoeftes moet *onmiddellik* bevredig word. En dit in ’n dubbele sin van die woord. Jy moenie wag vir later en opspaar en beplan en voorberei om iets te kan bekostig nie. Jy moet dit *nou* koop. Jy kan mos later betaal. Maar die bevrediging van jou behoeftes moet ook onmiddellik plaasvind. Jy moenie lank bevredig bly nie. Die oomblik as die behoefte bevredig is, moet jy weer so gou moontlik honger wees vir iets nuuts.⁴² Jy kan nooit ’n oomblik ontspan en dankbaar wees vir wat jy het nie.⁴³

Mrs WW So – it’s a case of taking the waiting out of wanting and the wanting out of waiting?⁴⁴

Prof AtG Inderdaad, maar die vreemde ding is dat die behoeftes eintlik *nooit* bevredig word nie. Die begeerte is ten diepste na begeerte self.⁴⁵ Die ergste ding wat met jou kan gebeur, is dat die begeerte moet verdwyn, dat die behoeftes bevredig moet word.

Modern society will find no solution to the ecological problem unless it takes a serious look at its life-style. In many parts of the world society is given to instant gratification and consumerism while remaining indifferent to the damage which these cause ... The seriousness of the ecological issue lays bare the depths of humanity’s moral crisis. If an appreciation of the value of the human person and human life is lacking, we will also lose an interest in others and in the earth itself. Simplicity, moderation and discipline, as well as a spirit of sacrifice, must become part of everyday life, lest all suffer the negative consequences of the careless habits of a few ... It is manifestly unjust that a privileged few should continue to accumulate excess goods, squandering available resources, while masses of people are living in conditions of misery at the very lowest level of subsistence. Today the dramatic threat of ecological breakdown is teaching us the extent to which greed and selfishness both – individual and collective – are contrary to the order of creation.

41 Ds Maerjare het seker iewers hierdie beroemde aanhaling gehoor. Dit is oorspronklik van Charles Birch afkomstig.

42 Bauman (1998:25).

43 Gunton (1993:99) se opmerking in hierdie verband is besonder insiggewend: “Modern culture is marked by a pathological inability to live in the present, while at the same time, as in the consumer culture, it is unable to live anywhere but in the present.”

44 Mrs Wendy se danige wysheid is ook afkomstig van Bauman (1998:25): “When waiting is taken out of wanting and wanting out of waiting, the consumptive capacity of consumers may be stretched far beyond the limits set by any natural or acquired needs or determined by the physical durability of the objects of desire.”

45 Bauman (1998:25-6) verduidelik: “... desire does not desire satisfaction. To the contrary, desire desires desire; the desire of an ideal consumer at any rate. The prospect of the desire fading off, dissipating and

Dis hoekom die begeertes wat wel bevredig word, eintlik geen genot meer bring nie. Die advertensies herinner jou ook elke slag aan al die ander begeertes wat nog nie bevredig is nie.

Mnr BMW So, Professor, jy wil vir my vertel dat ek op dié manier nooit regtig gelukkig kan wees nie.

Prof AtG Presies. Die probleem van behoeftebevrediging is dat dit per definisie op jou eie gebeur. Dit is 'n individuele, 'n private aangeleentheid. Dit is 'n sensasie wat moeilik is om aan ander te kommunikeer.⁴⁶

e) Hoe kan 'n mens ontkom aan 'n verbruikersamelewing?

Ds M Hmm, dis reg ja. Consumerism is soos die sonde. Dit skep begeertes wat nooit bevredig kan word nie. Dit is 'n eintlik net 'n gejaag na wind. Ons sal op die een of ander manier uit hierdie bose spiraal moet uitkom.

Mnr BMW Ja, maar *wil* ons daar uitkom? Ek meen, dis mos lekker om te koop en te koop. Dis cool om in te wees.⁴⁷ Ek weet nie, ek wil te graag in 'n mooi huis bly, klere met die beste labels dra, goeie rooiwijn drink, gereeld gaan uiteet, die nuutste rekenaar op die mark koop, en die beste van alles, om te gaan travel in Botswana of Kenia of Switserland of Hawaii of Singapoer, jy weet.⁴⁸

Lyk my dis al weer 'n geval van “The devil has got all the good music!” Ek weet darem nie of ek bereid is om dit alles prys te gee nie. Ek's jammer, ek loop nou. Mrs Wendy, wat van jou ...? (Loop kopskuddend weg.)

Mrs WW Yes, and it's much *easier*, after all, to just throw your bottles and plastics and things away. Then there's no further bother. The municipality comes and takes care. Why do you always need to feel guilty? I like my little comforts ... (Sy volg mnr BMW na buite.)

Prof AtG Ds Maerjare, dit is nietemin duidelik dat ons uit hierdie bose spiraal sal moet uitkom. Soos een geleerde gesê het: “If current trends continue, we will never.”

having nothing in sight to resurrect it, or the prospect of a world with nothing left in it to be desired, must be the most sinister of the ideal consumer's horrors. To increase their capacity for consumption, consumers must never be given rest. They need to be constantly exposed to new temptations in order to be kept in a state of constant seething, never wilting excitement and, indeed, in a state of suspicion and disaffection. The baits commanding them to shift attention need to confirm such suspicion while offering a way out of disaffection: ‘You reckon you've seen it all? You ain't seen nothing yet!’”

46 Die professor steun hier weer op Bauman (1998:30). Sy analise is insiggewend: “Consumption is a thoroughly individual, solitary, and in the end lonely activity; an activity which is fulfilled by quenching and arousing, assuaging and whipping up a desire which is always a private, and not easily communicable sensation. There is no such thing as ‘collective consumption’. True, consumers may get together in the course of consumption, but even then the actual consumption remains a thoroughly lonely, individually lived-through experience. Getting together only underlies the privacy of the consuming act and enhances its pleasures.”

47 Mnr BMW besef dalk nie dat sy uitoefening van sy eie vryheid hom op 'n ander manier verslaaf nie. Abraham (1994:76) verduidelik: “Values are expressed in life-styles, practices and structures. While we cannot agree on a uniform lifestyle, a conscious and judicious rejection of extravagant and wasteful use of natural resources is a possibility and should be a priority for all. We need to put a limit to our needs. Slavish acceptance of everything the consumerist economy produces and the market dictates is contrary to ecologically responsible living.”

48 Waar 'n vorige geslag miskien nog 'n sterk sin vir roeping gehad het en bereid was om daarvoor opofferings te maak, is die lewe vir mnr BMW inderdaad een groot vakansie. Dit is hier 'n geval van “from vocation to vacation”.

Ds M Sê weer, Professor.
 Prof AtG “If current trends continue, we will never.”⁴⁹
 Ds M Ag ja, soos hulle sê: “The future ain’t what it used to be.”
 Prof AtG (na die gehoor) So, die eintlik vraag is: *Hoe dink julle gaan ons uit die gemors kom?*

Miskien moet ons weer leer wat die deug van eenvoud beteken.

(Hierdie deel van die aanbieding word dan gevolg deur insette oor die deug van eenvoud.)

4. TEOLOGIESE SLOTPERSPEKTIEWE: DIE DEUG VAN EENVOUD

“Eenvoud!” is die hunkering van talle mense wat in ’n gejaagde, gekompliseerde en gefragmenteerde samelewing leef. Die voordele van modernisering en tegnologiese vooruitgang word teen ’n duur prys gekoop. Dit is nie moeilik om ’n karikatuur te teken van ’n moderne welvaarts-kultuur nie. Die tipiese simptome van ’n welvaarts-kultuur is spanning, depressie, klagtes oor gejaagde programme, gevoelens van minderwaardigheid, oorbewustheid van jou fisieke voorkoms, oor- of onderbeklemtone van sport, die psigiese verwardheid as gevolg van die “diktatuur van die te veel”, ensovoorts. Hierdie “siektes van ons tyd” is in werklikheid simptome van ’n siek samelewing. In die woorde van Richard Foster:

... the lust for affluence in contemporary society is psychotic. It is psychotic because it has completely lost touch with reality. We crave things we neither need nor enjoy. We buy things we do not want to impress people we do not like ... Covetousness we call ambition. Hoarding we call prudence. Greed we call industry.⁵⁰

Dit is terselfdertyd so dat feitlik niemand bereid is om die voordele van vooruitgang prys te gee nie. Trouens, daar word eerder ’n premie geplaas op voortdurende ontwikkeling en ’n steeds hoër lewenstandaard. Produksie en konsumpsie, kompetisie, prestasie en wins is die dinamiese van ’n laat-moderne, geïndustrialiseerde samelewing. Die eenvoud waarna talle mense binne só ’n wêreld smag, is nie so maklik te bereik nie.

’n Eenvoudiger lewenstyl is klaarblyklik vanuit ’n ekologiese perspektief belangrik. In Christelike nadenke oor ekologiese probleme word daar dikwels ’n oproep gedoen vir ’n meer eenvoudige lewenstyl.⁵¹ Hierdie pleidooi vir eenvoud fokus gewoonlik op die ekologiese impak van ’n verbruikersmentaliteit en op die steeds groeiende gapings tussen rykes en armes. Dit is ook die strekking van Charles Birch se beroemde opmerking: “The rich must live more simple so that the poor may simply live.”

Dit vra ’n vrywillige en bewustelike keuse van mense om eenvoudiger te lewe. Duane Elgin stel dit só: “... to live more deliberately, intentionally, and purposefully – in short, it is to live more consciously ... and with a minimum of needless distraction”.⁵² ’n Onderskeid kan daarom getref word tussen die uiterlike nastreef van eenvoud en ’n innerlike strewende na ’n ryker en meer betekenisvolle lewe.

49 Die opmerking is ontleen aan Daniel Maguire.

50 Foster (1978:71).

51 Vgl bv Cobb (1992); Conradie (1997); Foster (1980, 1981); Nicol (1996); Sider (1977); Shut (1999).

52 Elgin (2000:397).

Elgin ruim 'n aantal misvattinge oor die implikasies van vrywillige eenvoud uit die weg. Eenvoud beteken eerstens nie 'n oproep ten gunste van armoede, of die goedpraat daarvan nie: "Poverty is involuntary and debilitating, whereas simplicity is voluntary and enabling."⁵³ Dit beteken ook nie dat 'n mens jou rug moet draai op alle vorme van vooruitgang en ontwikkeling nie. Hy bepleit eerder 'n erkenning van nuwe en alternatiewe dimensies van groei wat 'n spirituele dimensie insluit: "True growth ... is the ability of a society to transfer increasing amounts of energy and attention from the material side of life to the nonmaterial side and thereby to advance its culture, capacity for compassion, sense of community, and strength of democracy."⁵⁴ Verder behels 'n soeke na eenvoud nie noodwendig 'n pleidooi vir die landelike leefstyl van 'n vervloë era nie, maar eerder 'n nuwe waardering van die lewe in die plek waar 'n mens jou tans bevind. Laastens is eenvoud allermens 'n ontkenning van skoonheid ten gunste van 'n dorre, barre leefstyl. Eenvoud en die estetiese behoort juis saam te funksioneer deur ons te bevry van enige kunsmatige belemmerings.⁵⁵

Hierdie oproepe vir 'n meer eenvoudige lewenstyl moet verstaan word teen die agtergrond van die klassieke Christelike deugde van matigheid, selfbeheer en eenvoud. Die Christelike evangelie vra nie van ons 'n afkeer van enigiets wat aards, liggaamlik of materieel is nie. Dit bevestig die eie waarde van die skepping en vind vreugde in die oorvloedige gawes wat God vir ons gee. Terselfdertyd beklemtoon die Christelike deugde die innerlike vryheid wat mense bevry van die verterende begeerte om op te gaar, te besit, te verbruik en te oorheers.

Binne die konteks van 'n verbruikersmentaliteit kan 'n mens argumenteer dat ons 'n nuwe begrip nodig het van wat dit beteken om binne ons eie begrensing en binne dié van die aarde te leef. Die klassieke ekonomiese probleem van skaarsheid kan beswaarlik opgelos word deur die mite dat onbeperkte ekonomiese groei op 'n begrensde planeet moontlik is. Die waardering vir dit wat materieel is en 'n insig in ons eie begrensdeheid vra van ons 'n aanvoeling vir genoegdoening (Engels: "satisfaction"). Sowel die Afrikaanse as die Engelse begrip het twee kante. Dit sluit 'n positiewe ervaring van tevredenheid en selfs bevrediging in, maar ook die aanvoeling om te weet wanneer jy genoeg gehad het. Dit is ook die Latynse oorsprong van satisfaksie: om genoeg (*satis*) te doen (*facere*). Ons moet leer verstaan wanneer genoeg genoeg is. Ons moet weer iets van die deug van matigheid (*temperantia*) leer waardeer. Ons moet leer om die eenvoudige dinge in die lewe te waardeer. Dit is immers daar in relatiewe oorvloed. Ons moet, soos die Prediker, insien dat ons verterende ambisie 'n gejaag na wind is en dat ons liever vreugde daarin kan vind om te eet, te drink, vrolik te wees en die lewe te geniet saam met die man of vrou wat ons liefhet (Pred 9:7-9). Dit is die sleutel om die vreugde van die lewe in al sy volheid te kan ervaar.⁵⁶

Hierdie herwaardering van die deug van eenvoud is in baie opsigte deurslaggewend. Dit is veral kommerwekkend dat daar, ten spyte van drie dekades se inligting oor ekologiese probleme,

53 Elgin (2000:399).

54 Elgin (2000:400).

55 Elgin (2000:401-403) lys agtien tendense wat merkbaar is by diegene wat kies vir 'n eenvoudiger lewe. Van hierdie tendense is onder meer: om vrye tyd met familie deur te bring en deur betrokke te raak by gemeenskapsprojekte; om jou fisieke, emosionele, verstandelike en geestelike vermoëns tot hulle volle potensiaal te ontwikkel; om sorg en innerlike kontak te kweek met die natuur en die ekologie as deel van ons "extended body"; om medelye te voel met armes en besorg te wees oor sosiale geregtigheid en gelykheid; om vlakke van persoonlike verbruik te verlaag deur minder weelderige en meer betroubare produkte te koop sowel as produkte wat minder vullis en besoedeling veroorsaak, en die vullis wat herwin kan word, te herwin, en om meer natuurlike en gesonde etes te eet eerder as kitskosse en ander hoogs geprosesseerde voedsel.

56 Conradie (1997).

weinig tekens is dat die materialisme en verbruikersmentaliteit wat geïndustrialiseerde samelewings kenmerk, enigszins getemper word.⁵⁷ Trouens, die populêre tendens is eerder in die rigting van 'n strewe na groter ekonomiese groei en 'n nog hoër lewenstandaard.

Tog moet 'n mens erken dat 'n herwaardering van die deug van eenvoud makliker gesê is as gedaan. In sy insiggewende boek oor *Sustainability* erken John Cobb dat dit uiters moeilik is om 'n mens se lewenstyl in 'n stedelike konteks dramaties te verander. Dit is wel moontlik om klein maar betekenisvolle aanpassings te maak. Die vraag is egter of dit werklik die gewenste uitwerking sal hê in terme van die bekamping van ekologiese probleme. 'n Reduksie van 10% in die verbruik van grondstowwe deur die welvarende deel van die wêreld se bevolking sal allesbehalwe maklik wees en sal nog nie naastenby die gewenste resultate oplewer nie. Trouens, dit mag katastrofale ekonomiese gevolge inhou in terme van ekonomiese resessies en werkloosheid. Cobb stel daarom voor dat Christene dalk eerder bereid sal wees om veel strengere omgewingswetgewing te aanvaar en te ondersteun – ten spyte van die finansiële en ander implikasies wat dit vir hulle persoonlik mag inhou.⁵⁸ James Nash argumenteer weer dat matigheid en soberheid (“frugality”), eerder as eenvoud, miskien die belangrikste deugde is wat in ons dag herwin moet word.⁵⁹

Hierdie opmerkings lei tot die gevolgtrekking dat 'n herwinning van die deug van eenvoud weliswaar van groot belang is, maar dat dit nie op sigself die ideologie van “consumerism” aan die kaak sal kan stel nie. Dit bring ons terug by die problematiek wat in die inleiding aan die orde gestel is. Daar is 'n gebrek aan morele visie, verbeelding, wil en leierskap om 'n alternatief te bied teenoor die verbruikersmentaliteit wat ekologiese vernietiging voortstu. Die vraag is dus waar ons 'n morele visie met voldoende aantrekkingskrag kan vind. Waar kan ons mense vind wat deur hierdie visie besiel is en wat ekologiese vernietiging op 'n verbeeldingryke manier kan aanspreek?

Dit sal nie help om oppervlakkige antwoorde op hierdie vrae te bied nie. Herhaaldelike morele oproepe is nie genoegsaam nie. Dit sal ook nie help om al ons wilskrag in te span as ons nie 'n visie het van dit wat groter as onself is nie. In die Christelike kerk is so 'n visie van iets wat groter is as onself deur die eeue heen op 'n heel eenvoudige wyse uitgespel: “Ons glo in een God, die almagtige Vader, die Skepper van die hemel en die aarde, van alle sienlike en onsienlike dinge ...” (Nicea).

Hierin is 'n interessante paradoks geleë. Die aanvoeling van baie Christene wat besorg is oor 'n beter samelewing is om eerder oor die wêreld as oor God te praat, eerder oor die aarde as oor die hemel, eerder oor hierdie lewe as oor die ewige lewe. Die veronderstelling hierby is dat 'n mens daarom jou verantwoordelikhede in hierdie lewe moet nakom. Binne 'n Christelike konteks word hierdie verantwoordelikhede dikwels op 'n altruïstiese wyse ingeklee. Ons moet ons in hierdie lewe wy aan diens van andere.

Die fokus op hierdie wêreld moedig egter nie noodwendig hoë etiese ideale aan nie. Dit kan al te maklik omkeer in die veel meer “mundane” karikature van Hedonisme en 'n verbruikersmentaliteit. 'n Gebrek aan 'n visie van iets wat groter is as hierdie lewe kan maklik lei tot 'n onnatuurlike beheptheid met hierdie lewe. Dit kan tot uiting kom in 'n obsessie met liggaamlikheid en gesondheid. Daar mag dan niks anders vir ons oorbly as om materiële besittings op te gaar nie. Ons honger so naarstiglik na loopbane, geld, besittings, mag, status, sport, pret en plesier. Ons moet onmiddellike bevrediging, geluk en plesier ervaar, want môre mag dit dalk te

57 Hallman (1994:5).

58 Cobb (1992).

59 Nash (1995).

laat wees. Ons moet elke geleentheid benut wat na ons kant toe kom. Ons moet eet en drink en vrolik wees, want môre is ons dood. Die vrees vir die dood keer so om in 'n gulsigheid vir dit wat hierdie lewe ons kan bied. Op hierdie wyse kan ons alte maklik vasgevang word in die kloue van materialisme, Hedonisme en 'n verbruikersmentaliteit ("consumerism"). Dit lei tot 'n soort lewenstyl waarvolgens mense byna soos 'n spons deur die lewe gaan om nuwe ervarings te probeer absorbeer: ryk kos, eksotiese vakansies, vinnige motors, kragtige rekenaars, tintelende uitdagings en gevare, seksuele eskapades, selfs godsdienstige ekstase, noem maar op.⁶⁰ Die lewe is 'n soeke na iets wat jou nog 'n "kick" kan gee, wat die verveling van die alledaagse kan deurbreek, wat ons vir eers kan laat vergeet van die bedreiging van die Niks.

Hierteenoor kan die Christelike kerk miskien die mees betekenisvolle hidrae tot ekologiese probleme lewer deur vas te hou aan die *eenvoudige* belydenis van ons geloof in God as Skepper, Onderhouer, Verlosser en Voleindiger van alles en almal.

BIBLIOGRAFIE

- Abraham, K C 1994. A theological response to the ecological crisis, in Hallman, D G (red) 1994. *Ecotheology. Voices from South and North*, 65-78. Genève: Wêreldraad van Kerke.
- Barney, G O 1999. *Threshold 2000: Critical issues and spiritual values for a global age*. Grand River: CoNexus Press.
- Bauman, Z 2000. *Globalization: the human consequences*. New York: Columbia University Press.
- Berry, T 1988. *The dream of the earth*. San Francisco: Sierra Club Books.
- Boff, L 1995. *Ecology and liberation*. Maryknoll: Orbis Books.
- Childs, J M 1999. *Greed: Economics and ethics in conflict*. Minneapolis: Fortress Press
- Cobb, J B (jr) 1992. *Sustainability. Economics, ecology and justice*. New York: Orbis Books.
- Conradie, E M 1996. *Rus vir die hele aarde*. Kaapstad: Lux Verbi.
- Conradie, E M 1997. Om met eenvoud te lewe (Prediker 3:9-15), in Burger, C W, Müller, B A & Smit, D J (reds) 1997. *Riglyne vir prediking oor die Christelike deugde. Woord teen die Lig III/4*, 174-183. Kaapstad: Lux Verbi.
- Durning, A 1992. *How much is enough? The consumer society and the future of the Earth*. New York: W W Norton.
- Durning, A 1999. How much is enough?, in Schut, M 1999. *Simpler living compassionate life: A Christian perspective*, 90-98. Denver: The Morehouse Group.
- Efthimiou, M B 1994. Orthodoxy and the ecological crisis, in Hallman, D G (red) 1994. *Ecotheology. Voices from South and North*. Risk Book Series. Genève: Wêreldraad van Kerke.
- Elgin, D 2000. Voluntary simplicity and the new global challenge, in Schor, J B & Holt, D B (reds) 2000. *The consumer society reader*. New York: The New Press
- Foster, R 1980. *Celebration of discipline*. Londen: Hodder & Stoughton.
- Foster, R 1981. *Freedom of simplicity*. San Francisco: Harper.
- Gibson, W E 1999. The lifestyle of Christian faithfulness, in Schut, M 1999. *Simpler living compassionate life: A Christian perspective*, 131-140. Denver: The Morehouse Group.
- Granberg-Michaelson, W 1992. *Redeeming the creation: The Rio Earth summit: Challenges for the churches*. Genève: Wêreldraad van Kerke.
- Gunton, C 1993. *The One, the Three and the Many: God, creation and the culture of modernity*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hallman, D G (red) 1994. *Ecotheology. Voices from South and North*. Risk Book Series. Genève: Wêreldraad van Kerke.
- Hallman, D G 1992. *A place in creation. Ecological visions in science, religion and economics*. Genève: WRK.
- John Paul II 1992. Peace with God the Creator: Peace with all creation. *Theology in Green* 3.
- Küng, H 1984. *Eternal life?* Londen: Collins.
- Maguire, D C 2000. *Sacred energies. When the world's religions sit down to talk about the future of human life and the plight of this planet*. Minneapolis: Fortress Press.

60 Peters (1980:32).

- Martin-Schramm, J B 1997. *Population perils and the churches response*. Genève: WRK.
- McDonagh, S 1991. *The greening of the church*. New York: Orbis Books.
- McFague, S 1993. *The body of God. An ecological theology*. Londen: SCM Press.
- Mische, PM 2000. The integrity of creation: Challenges and opportunities for praxis, in Hessel, D T & Ruether, R R (reds) 2000. *Christianity and ecology. Seeking the well-being of earth and humans*, 591-602. Cambridge: Harvard University Press.
- Nash, J A 1991. *Loving nature: Ecological integrity and Christian responsibility*. Abingdon Press.
- Nash, J A 1995. Toward the revival and reform of the subversive virtue: Frugality. *The Annual of the Society of Christian Ethics* 1995, 137-160.
- Nicol, W 1996. *Rykdom in eenvoud*. Kaapstad: Lux Verbi.
- Oelschlaeger, M 1994. *Caring for creation: An ecumenical approach to the environmental crisis*. New Haven: Yale University Press.
- Peters, T F 1980. *Fear, faith and the future*. Minneapolis: Augsburg Publishing House.
- Rasmussen, L L 1975. The future isn't what it used to be: "Limits to growth" and Christian ethics. *Lutheran Quarterly* 27, 101-111.
- Rasmussen, L L 1996. *Earth community, earth ethics*. Maryknoll: Orbis Books.
- Rossi, V R 1997. Liturgizing the world: Religion, science and the environmental crisis in the light of the sacrificial ethic of sacred cosmology. *Ecotheology* 3, 61-84.
- Santmire, H P 1989. The future of the cosmos and the renewal of the church's life with nature, in Peters, T F (red) 1989. *Cosmos as Creation*. Nashville: Abingdon.
- Schut, M 1999. *Simpler living compassionate life: A Christian perspective*. Denver: The Morehouse Group.
- Sider, R J (red) 1980. *Living more simply: Biblical principles and practical guidelines*, 17-26. Downers Grove: Inter-varsity Press.
- Sider, R J 1977. *Rich Christians in an age of hunger*. Londen: Hodder & Stoughton.
- Swimme, B 1995. The cosmic creation story, in MacKinnon, M H & McIntyre, M (reds) 1995. *Readings in ecology and feminist theology*. Kansas City, Mo: Sheed & Ward.
- Swimme, B 1996. *The hidden heart of the cosmos. Humanity and the new story*. Maryknoll: Orbis Books.
- Tucker, M E & Grim, J 2000. Series foreword, in Hessel, D T & Ruether, R R (reds) 2000. *Christianity and ecology. Seeking the well-being of earth and humans*, 113-125. Cambridge: Harvard University Press.
- Ware, K T 1997. Through the creation to the creator. *Ecotheology* 2, 8-30.