



香港九龍塘基督教
中華宣道會

宣信

第十一卷第三期
2011年12月

12



專題：
只在乎曾經擁有

消費文化現象
如何影響今日的信徒

出版

香港九龍塘基督教中華宣道會

九龍塘窩打老道134號

電話：3443 0300

傳真：2336 4259

電郵：ktccma@ktac.org

網上版：請登入九龍塘宣道會網頁

www.ktac.org 下載宣信

督印人：梁王淑儀部長
(向外佈道部部長)

編委：徐志強傳道
葉文偉傳道
陳業剛傳道
溫寶儀姑娘

執行編輯：伍慧明姊妹

顧問：李嘉明牧師

本會23間堂會名稱

九龍塘宣道會	天耀堂
大坑東堂	粉嶺堂
上水堂	曉麗堂
宣中堂	黃埔聯福堂
石籬堂	華恩堂
友愛堂	恩友堂
大圍堂	長沙灣福盛堂
豐盛堂	港恩堂
福臨堂	天澤堂
竹園堂	鞍盛堂
耀頌堂	國際堂
興福堂	

本刊物內有作者署名之文章，由作者自負文責，其言論不一定代表本刊或本會之觀點。本刊保留所有文章及圖片版權，如欲轉載，請來函本刊編委會。

編輯委員會



目錄



- 03 消費文化對今日教會的衝擊**
現今信徒返教會到底為了滿足自己？還是高舉主的名？
- 06 廣告與消費文化**
因廣告而消費？因需要而消費？
- 08 曾經擁有的聽歌版**
「星」值得我們等候嗎？追隨嗎？
- 10 互聯網的消費文化**
互聯網消費—無後果的消費
- 12 好書介紹**
4本好書，讓你認識消費文化
- 14 差傳事工**
宣教也可以「選購」??
- 17 信仰 wall to wall**
沈溺消費
- 18 院牧心院牧情**
有神同行的服侍
- 20 堂會知多D**
黃埔聯福堂
- 22 堂會動態**
步行籌款感恩篇
- 24 故作有趣**
故事《一塊磚頭》及專題漫畫
- 26 同工足跡**
- 28 編者話**



無論你想投稿、有信仰疑難，有信仰小品想分享等，歡迎郵寄或電郵
(電郵地址：<outreach@ktac.org>)
給宣信編委，讓我們透過
這個文字園地一起分享相交，彼此互勉！



消費文化對 今日教會的衝擊

溫寶儀姑娘 宣信編委

消費主義的特徵包括：(1) 消費主義指向一種文化，這種文化的核心價值觀源自消費；(2) 根據消費主義，自由等同個人選擇和私人生活。選擇的自由原則上是不受限制，而且是為了個人的歡愉；(3) 消費文化有無限和永遠不能滿足的需要。¹ 從上述消費主義的特徵，它讓我們看到消費主義強調的是每一個人都成為一位消費者，同時在自由選擇的消費文化下，人是不斷去尋求快樂和自我滿足，於是消費主義為教會帶來以下的衝擊：

1. 信徒成為教會的消費者

在西方消費主義影響社會的每一方面，包括性、色情、假期、汽車、衣服、家庭的小巧裝置、娛樂、健康和閒暇、電腦和教育。現在，在很多大學或高等教育學院，學生都成了「顧客」，接受講師和支援性職員的服務。課程主任主要考慮學生（「消費者」）想知道甚麼，而不是他們需要知道甚麼。因此，西方世界變得完全以消費為導向，胃口大得不單吞吃資本主義的產品，更吞吃其他一切，吞吃教會也就不足為怪了。²

筆者完全同意消費主義已入侵人的生活不同層面，不但在西方，在香港也同樣如是，故它吞吃教會實在已是一個事實，只要我們細心聆聽，信徒很多時都以「消費者」的心態來表達，例如：他們會說：「今日唱的詩歌我沒有 feel」、「今日的講道我沒有得著」、「我最喜歡的講員是……」、「我喜歡這樣敬拜」，這樣，原本在崇拜中以神為中心的敬拜，卻變成以人為中心的敬拜，



上帝從主體變成客體，有時候上帝只是變成滿足人的神，幾年前一首本地流行的現代詩歌，當中有一句歌詞便提到：「神是『滿足我心需要』的神」便正正反映了信徒的消費者心態。

2. 信徒選擇性地返教會

消費主義讓人有自由去選擇，於是人只自己做想做或歡喜做的事，即使返教會也是選擇性地返。以英國為例，有教會的潛在會友（「消費者」）在「選購教會」，選擇教會就好像在城市或市中心的新商場逛商店和時裝店。星期日到教會的人之中，愈來愈多人同時擁有幾張會友證。他們根據自己在某個星期的屬靈購物單上有甚麼的需要，而使用不同的會友證。³

雖然一個人同時擁有幾張會友證的情況在香港不一定出現，但愈來愈多香港信徒湧入大型教會聚會卻是一個事實，以其中一間萬人以上教會為例，當中約有 40% 返崇拜的信徒不是他們的會友。信徒選擇性地返教會已成為一個趨勢，這個趨勢的出現叫牧者不能不去反省：怎樣的牧養才適合今日的信徒群體？另一方面，信徒也要去反省：為何我不能有一個委身的信仰（即委身於上帝並祂設立的教會）？委身於教會代表著人對信仰的認同及樂於投入參與事奉，當信徒選擇性地返教會時，其實只是在選取對自己有

益及滿足自己需要的事情，對其他事情則一概不理會，這豈不就是消費文化帶給我們的影響嗎？

3. 信徒以自己喜愛的方式讀聖經

有學者提出的研究聖經進路是消費詮釋學，即信徒可按照自己的喜好閱讀聖經，這代表了在學術界一個相當普遍的趨勢：在處理聖經文本時，隨己意選擇一個出發點。這個趨勢反映了聖經研究的消費主義。⁴ 當信徒以自己的喜好讀聖經時，帶來的便是對真理認知的偏差，故筆者並不認同這種研究聖經的方法，反之筆者認同路德以經解經的讀聖經方法，即一處經文要用另一處經文來解釋，以求經文的一致。換言之，經文的效能分別觸及讀經者、聽經者和釋經者。⁵ 由於解釋經文是一致的，這正好說明聖經不是人隨己意選擇一個出發點去解釋。

4. 教會複製別人的成功

消費文化給人帶來的影響是何等的快速，你看廣告的影響力便可以知道，因而在消費文化的影響下，只要有一間教會用的方法 / 模式能吸納到信眾，便會有其他教會馬上爭相仿效，然而在當中我們不禁要去問的是：「這種方式 / 模式真的適合我們的教會嗎？」抑或只是在消費文化的影響下，我們以不防一試的心態來試試吧！

雖然消費文化為教會帶來不少的衝擊，但從另一些角度來看，它也為教會帶來一些正面的影響：

（一）設定異象

在消費文化的影響下，當人去選擇教會時便會自然地從教會的目標方向來認識教會，故教會要清楚向人介紹自己便要設定清晰的異象，因在清楚的異象和目標下，人會容易跟隨，這樣對教會的發展是較為理想的。

（二）教會提供合宜的服侍

消費主義其中一個特徵是人會選擇一些東西令自己滿足，若將這個特徵放在教會身上作反省，我們要問的便是：教會是否在提供一些人有需要的服侍？

以致透過這些服侍，教會可將福音傳遞給他們。故有學者提出：「根據市場調查反映的真實需要而服侍，似乎是既有效又正確的。這明顯是耶穌的生命和事奉的指導原則。祂餵飽饑餓的群眾，醫治病人，在迦拿的婚宴將水變為酒，以保存主人家的面子。」⁶ 在消費主義底下，若教會能提供合宜的服侍是可以帶來正面的影響。

（三）教會需重新思考事奉方向

消費主義的其中一方面往往被稱為「合適推銷法」；也就是度身訂做、個人化的取向，藉以接觸一群有獨特品味和價值觀的人。⁷ 如果教會能在這個層面去細心探索，也許上帝正在為教會預備了一個特別的群體，讓教會以獨特的方式去牧養他們，故在消費主義的影響下，教會是有必要定期重新思考事奉方向。

總結：

上帝給人有選擇、給人有享受的機會和空間，但人要用得適當，否則人便被消費主義牽著走，當每一個人也帶著這種心態回教會時，教會的發展便會有一定的障礙，然而若教會能好好利用消費文化所帶來的契機，則教會也可藉著消費文化的優勢將福音帶進人群。

1. 巴塞洛繆、莫里茨主編，陳永財譯。《基督徒看消費主義》。香港：基道出版社，2005年，第5-8頁。
2. 同上，第143頁。
3. 同上，第144頁。
4. 同上，第86頁。
5. 拜爾著、鄧肇明譯。《路德神學當代解讀》。香港：道聲出版社，2011年，第83頁。
6. 巴塞洛繆、莫里茨主編，陳永財譯。《基督徒看消費主義》。香港：基道出版社，2005年，第156頁。
7. 同上，第157頁。





徐志強傳道
宣信主編

廣告與消費文化



對現代人來說,廣告是無處不在。無論在地鐵、巴士、小巴……商場、商廈外牆,就算坐在家中,透過電視、收音機、互聯網等,都離不開廣告,覆蓋範圍之廣正漸漸地影響著我們的生活,尤其是消費模式。

雖然連兒童都曉得廣告表面上是將一些產品資訊傳遞出去,但骨子裏是要促銷。而在頻繁密集的廣告攻勢下,人很難跳出這個大綱。例如對兒童來說,他們都受著正在播放的動畫影響,例如早前當播放「爆旋陀螺」時,市面就推出很多不同產品,並且有不同比賽來配合這個潮流。這些三十分鐘一集的電視動畫,就是替玩具市場促銷的廣告。雖然潮流會因著不同的節目而有所轉

變,但無論如何都影響著人們的消費方式。

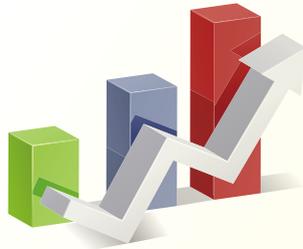
成年人也不惶多讓,很多旅遊特輯及美食節目,也扮演著這種角色,最近,自日本仙台地震後,因要重建日本的旅遊業,關於日本的旅遊特輯也一套接一套播放,除了是日本政府要振興旅遊業外,更主要是旅行社在少了日本這個香港人熱門旅遊市場後影響了生意,故此要透過這些節目去引發觀眾消費的慾望。當然,就算十至三十秒的廣告,或一些廣告口號,在剎那間也如種子般放在我們心中。這就是廣告的使命,就是要建立起人與消費品的親密關係,為公司帶來最大的盈利。因此企業仍舊每年耗上數以億計的廣告費來滋潤和營造消費市場,

可見廣告仍是塑造消費文化的
不二之法。

其實在消費社會中，購物的行為
或感覺，並不純粹因為消費能解
決生理需求，消費同時指向我們
想要的東西，這和自我概念、身
份認同等存在意義有關，例如擁
有LV手袋是身份的象徵、喝怎樣
的咖啡等同有生活品味，因此消
費的價值也取決於它可以提供的
社會及文化功能。而消費社會也
藉著不同的方式去塑造及建立這
種文化和功能，其中最有效的方式
就是透過廣告。「纖體瘦身就是
美」這種觀念也是拜鋪天蓋地的
廣告所賜。廣告曖昧之處就是
它可以把消費者和商品的關係整
合和拉近，讓觀眾感覺對這產品
產生興趣。雖然有人會嘲笑這些
廣告的說服力膚淺，並且認為自
己不會被廣告影響。然而，有認
知廣告的能力，是否就等於能夠
抗拒它的訴求呢？例如智能手機
的流行，漸漸由奢侈品轉變為必
需品，也是在廣告及潮流推波助
瀾下而成功。

鋪天蓋地的廣告作為全球化的消
費主義推手，消費的霸權正逐步
排斥其他的生活模式，人人都認
定整個經濟體系的成長只能依
賴持續、龐大的消費行為去支
撐。基督徒面對這現實是否一
定要低頭？

能不效法這個世界嗎？還是任由
這世界的潮流去宰割，被消費主
義牽著走呢？或許在消費前要「停
一停、想一想，是否真有購買這
東西的必要？」就如聖經提醒我
們：**「因為凡世界上的事，就像肉
體的情慾、眼目的情慾、並今生的
驕傲，都不是從父來的，乃是
從世界來的。這世界和其上的情
慾都要過去，惟獨遵行神旨意的，
是永遠常存。」**（約壹二 16-17）





曾經擁有的聽歌版

陳業剛傳道
宣信編委



「聽歌」在現代社會，好像已是我們生活中不可或缺的一部份。有一次和朋友吃飯，剛好電視台在播放著一個音樂節目，看著台上的歌星，大家發現，能夠說出名字的，真是不多，到底是我們都 Out 了，還是電視台、樂壇實在變化太大了，現在好像一不留神，一些歌星已經由紅起來到不見了。難道現在的人對歌星都已經成了「只在乎曾經擁有」的態度，追一會兒就想換一個了。

回想起不同時代的人聽歌，原來都有不同的態度，當時的飯局，有一位 50 後，他說他們的時代聽歌最重要的歌藝，那時許多歌星的樣子都不太清楚，只知道他們的名字，認得他們的歌聲，慢慢才認識他們的樣子，認識他們的為人，感情也是慢慢才培養出來的，但對他們的熱情卻是經久不衰，如果是喜歡那歌星，就算是現在知道他們有演出，都希望可以有機會聽一聽，就十分滿足了。

然後有一些 60 及 70 後，他們都是在廣東歌剛流行的年代開始聽歌的，對他們而言，歌星不單單是歌而已，也包括整個形像，甚至是他們的性格，家庭以及對人生的看法，喜歡一個歌星就會有興趣了解更多。

但在之後，我們發現好像人們對歌星的概念開始模糊了，歌星只是講究一些包裝，最重要的是樣子及台型，一些唱得很好，但無法紅，一些唱到音走了，但人卻照樣紅。

到了現在，我們的歌星，好像最重要的是有沒有老板看得上，只要背後有人，他們就會把歌星某一個特質不停地催谷，例如只是推銷歌星的青春、笑容、憂鬱或Cool的形像，根本歌星到底是什麼人，大眾根本就不知道。只要感覺「曾經擁有」就已經足夠了，因此也十分現實，當有另一個更好的，就會換一個了。

原來「聽歌」已經讓我們習慣了，只是追求表面的感覺及激情，難怪在信仰生活中，我們最難學的就是「等待」，什麼事情我們都渴望可以馬上得到，馬上滿足，甚至不惜一切「只在乎曾經擁有」，所以當等的時候長了，我們就容易灰心放棄，因為我們習慣了即時的滿足，不能等待。

以賽亞書有一節為人熟悉的經文：「但那等候耶和華的必重新得力。他們必如鷹展翅上騰；他們奔跑卻不困倦，行走卻不疲乏」40:31，我們一直以為要等到了，才能如鷹上騰，其實以賽亞先知是鼓勵在患難中的以色列，不是要等到了才重新得力，其實是在等候中就已經因為有了盼望，就得了力，所以「奔跑卻不困倦，行走卻不疲乏」，是提醒以色列人在患難的歲月裏，仍然要因著盼望積極地生活，而不是只看現實的表面，以及短暫的成敗得失。

我們的神，不只是活在我們的感覺中，也活在我們的生活中，不只是活在我們的成功中，也活在我們的挫敗中，期望我們與神的關係不是「曾經擁有」，而是「天長地久」永永遠遠！





互聯網的消費文化

葉文偉傳道
宣信編委



互聯網在現今的生活中，已經是不能或缺的媒介了。試想像如果有一天公司、家中、電話不能上網，會引致甚麼嚴重的影響呢！

今天的香港，無論我們做甚麼，都已經離不開網絡了。在地鐵、火車，任何交通工具上，人們都使用手機、平版電腦做不同的網上活動。可能有很多人接觸網絡的世界比真實的世界更多。

互聯網已經不只是一種科技的產品，它已經進入到現代人的生活中各個層面。

商人們的頭腦也是非常靈活的，過往的消費文化只是以一種比較被動的模式出現，在不同的媒體上賣廣告，如果你要買，便必須要去某些地方，才能買到你想買的貨品。

而以前的商品賣廣告，也以普遍的受眾的需要作基礎，因此，貨品會

變得比較單一化，沒有太多個性化的商品。

但現在進入互聯網的時代，便不同了，無論你想與不想，都會去買，原因不是那廣告好不好，或者那件商品是否你想要或你需要，是因為方便、即時、便宜，看看各種智能手機、平版電腦上的 apps，只要即時下載（在設定時早已入了信用卡的資料）便可以用幾元至十數元買下了，買了後不喜歡也可以不要。

也有透過互聯網上的網站（例如：淘寶網、亞馬遜等）買東西的，也可以透過互聯網將自己不需要的東西賣出去。

我們的消費方式，也產生一種重大的改變，由過往以線性關係的方式運作，到現在的互動方式進行（B2B：Business-to-Business；B2C：Business-to-Consumer；C2C：Customer-to-Consumer）。也由過往

的一體化的商品，到現在由於每個客戶都希望消費出自己的風格，變成個性化的商品。

這種新的消費模式對我們有甚麼影響呢？

由於互聯網的無孔不入，消費也不再單一地進行，所有人幾乎所有時間都可以在消費，因此，我們消費時已不如以往一般要作選擇性的思考過程，也不必面對消費錯誤的嚴重後果，慢慢地便會使我們喪失了分辨的能力，使我們迷失於過度消費的迷陣中。

另外，也是因為消費越來越不需要在店鋪中進行，消費的隱藏性及個性化更強，人與人之間的直接溝通會變得相對地減少，而個人或小圈子的隱性活動卻顯著地增加，這會對人與人之間的相處帶來嚴重的衝擊。

其實，我們只要細心觀察 90 後的一代，便會發現以上的現象已經廣泛地出現。

面對互聯網消費文化的狂潮，作為基督徒的我們可以怎樣面對呢？或者可以用以下的一段經文作為提醒：

「基督釋放了我們，叫我們得以自由。所以要站立得穩，不要再被奴僕的軛挾制。……」

「我說，你們當順著聖靈而行，就不放縱肉體的情慾了。因為情慾和聖靈相爭，聖靈和情慾相爭，這兩個是彼此相敵，使你們不能做所願意做的。但你們若被聖靈引導，就不在律法以下。情慾的事都是顯而易見的，就如姦淫、污穢、邪蕩、拜偶像、邪術、仇恨、爭競、忌恨、惱怒、結黨、分爭、異端、嫉妒、醉酒、荒宴等類。我從前告訴你們，現在又告訴你們，行這樣事的人必不能承受神的國。聖靈所結的果子，就是仁愛、喜樂、和平、忍耐、恩慈、良善、信實、溫柔、節制。這樣的事沒有律法禁止。凡屬基督耶穌的人，是已經把肉體連肉體的邪情私慾同釘在十字架上。」（加拉太書五章 1 節，16 至 24 節）





好書介紹

徐志強傳道 宣信主編

《後現代拜物教》

消費主義、資本主義、物質主義，許多人一聽見就感到莫測高深，認定那些只是搞學問的術語，跟自己無關。事實上消費主義已成為今日社會的主流價值，它建構我們的世界觀，打造我們的文化身分，鑄造我們的身體形態，甚至建立一種新的宗教意識。本書以深入淺出的手法，不但解構全球化的消費現象，及其衍生的種種問題，亦從神學角度進行批判，令我們對消費文化有更整全的認識。本書於2003年榮獲基督教出版聯會第一屆金書獎最佳原創作品獎。



作者：駱穎佳
出版：香港基督徒學生
福音團契出版社

《基督徒看消費主義》

這本書其主旨欲指出消費主義，潛入當今各個現代化國家，儼然成為全球最大宗教，深入各城市、家庭、與生活角落。連基督徒、教會都遭受魔掌侵入，無法察覺一些事情不太正常、不太正當，容許消費主義的思想重模我們生命的每一方面。透過多位作者對這課題的分析，讓我們更加醒覺「消費主義」對教會及信徒的影響。



編者：巴塞洛繆、莫里茨
譯者：陳永財
出版：基道出版社



《信仰臨界 — 消費社會的信仰新像》

消費社會、後現代、全球資本主義——今天，教會對它們批判不絕；殊不知，教會自身的思維和運作，卻早已點點滴滴的朝著它們塌陷轉化而不自覺。穿梭於後現代思潮對現世的種種觀察和詮釋，作者古斌一步步引領讀者，探索基督教信仰如何可以透過後現代消費社會，再一次展現魅力，道出真理。本書的文章輯錄自古斌《時代論壇》專欄，並獲得2008年湯清基督教文藝獎文藝創作組年獎。



作者：古斌
出版：基道出版社、
基督教時代論壇有限公司

《簡樸生活真諦》

「簡樸生活真諦」一書理論及實踐部分兼備，重現內在與外在簡樸的平衡，亦提出個人及團體的簡樸並重。此書提醒人歸回神的創造及安息的秩序，亦勉勵教會推動簡樸生活，在世俗文化中活出基督門徒的特質。在信仰感受化的趨勢底下，此書能夠幫助我們重視信仰的生活實踐，加深人神的關係，值得仔細閱讀。尤其在被消費主義影響下的信徒及教會，更值得深思簡樸生活的價值。



作者：傅士德
出版：香港基督徒學生
福音團契出版社



宣教也可以「選購」??

梁偉材牧師
環球宣愛協會總幹事



自古至今，活著便要消費。衣食住行，人之所需之，滿足基本的溫飽，便要「花錢」消費，是沒有什麼不妥當的。但當人以為花錢消費是人生享受愉快之源，更成為核心價值，並將個人的價值和身份寄存於「我消費，故我在」的意念上，潛移默化，有意或無意識地將奢華取代基本，而滿足被無休止的慾念和享樂所取替時，人——作為消費者，便成為了消費的奴隸，也陷於一個難以衝破的「誘惑—追求」的循環困局。

消費者的基本要求就是以物有所值為主導。然而，受後現代消費主義所洗滌的消費者，卻是以滿足慾念和一刻的樂趣過於其功能性和實用性。例如，汽車並不是代步工具，相反是以擁有名牌高級汽車為榮，為品味型格的象徵，和樹立階級地位的標誌。因此，今天的消費者不僅是要滿足物質需要或慾望的滿足，也同時是走在自我實現、身分認同或自我炫耀的過程中。所以社會學者告訴我們消費主義是自戀人生的溫床。

而生活中的一切都可以成為消費品，包括信仰和宗教也可以「選購」，只要能滿足一己的慾念和達以自我實現便可。信徒群體也難免會掉進這「選購」的心態。在這大文化的形態影響下，作宣教差傳的也當小心免致不知不覺地變成消費性的宗教活動，被消費者的思維，價值判斷或生活模式來侵蝕大使命的真善美。

故此，在推動跨文化的事工中，協會強調：

1. 人子來乃是要服侍人

宣愛整個機構的聖經基礎是建構在馬可福音十45，「因為人子來，並不是要受人的服事，乃是要服事人，並且要捨命作多人的贖價。」所以，按著主耶穌的樣式，宣教要求委身、謙卑，並付出代價，而不是用來達以自我實現的消費途徑。

在宣教的眾多活動中，參與短宣或短期服侍便是最容易變成消費性的宗教活動。不少教會和差會都會以「體驗」作為鼓勵信徒參與服侍的賣點，

卻忽略了人子來乃是要服侍人的精神。難怪有些信徒付了團費（消費的銀碼！）去受人（差會或當地人）的服侍，便會比較那間差會能提供稱心滿意五星級的旅程，從而得著個人屬靈「暢快」和提昇的體驗。帶著這種消費意念，參加者在經濟上和時間上的付出，乃是為自己而付，不是真正為神，和為那個服侍的群體而付。

真正效法主的服侍，是不求自己的益處，乃是以僕人的心謙卑地來服侍。

2. 生命不在乎家道豐富

在路加福音十二 15，耶穌告訴眾人說：「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。」隨後，耶穌便作了一個比喻，講及一位在生意上正是如日沖天的財子，然而「大」和「消費」的誘惑和追求把他沖昏了。當他正走在自我實現和自我炫耀的時刻，神便當頭棒喝地說：「無知的人哪，今夜必要你的靈魂；你所預備的要歸誰呢？」

比喻的結論是：「凡為自己積財，在神面前卻不富足的，也是這樣」無知。

耶穌盼望我們要知道生命中誰才是真正的主人。財富本是中性的，富足不是罪，但富足的人要小心，不要自高，也不要依賴靠不住的錢財，以為有錢就擁有了一切。耶穌提醒我們，當財富和消費成為了主人，我們便要

付上最沉重的代價，最終是一無所有。

生命不在乎家道豐富，「我們沒有帶甚麼到世上來，也不能帶甚麼去。只要有衣有食，就當知足。」（提摩太前書六 7-8）。而我們需要追求的是那位厚賜百物的主，與祂同行，而不是追求百物所只能給我們短暫和虛浮的榮耀。

在工場上，宣教士或本土同工最大的誘惑和追求莫過於競逐建立宏偉的建築物。最近筆者便在柬埔寨參觀了一間沒有真實事工和本土會眾來承擔的宏偉建設。宣教士努力籌款，買了那片應該有三個足球場的大地，在其上建完了一間可容納 200 百人的大教堂和宿舍後，便迅即思想到另外一個地區建堂，反而放輕了初建立的教會的肢體成長需要。偉大的宣教士為神建了偉大的教堂！那是何等大的榮耀！但是真正的教會不是建築物，而是一班主耶穌的門徒聚在一起敬拜神，那便是教會了。

信仰？

宗教？



你們要謹慎自守，免去一切的貪心，因為宣教的生命不在乎宏偉豐富的建設；宣教士最重要的就是與主同行，將人完完全全的帶到神的面前，成為主的門徒。有了主的門徒，便可以為主建立更多的門徒，有了教堂，但未必一定有主的門徒。生命也好，事奉也好，不能本末倒置。真正敬虔的宣教士，是以神為真正的主人，也是以基督為滿足的僕人，而不是靠擁有多少建設來衡量自身的價值。

3. 學習施比受更為有福

加拿大卑詩大學的心理學家 Elizabeth Dunn 曾經在期刊 Science 發表了「施比受更有福」的科學根據。她和另外兩位心理學家進行三次實驗，評量人們把錢花在自己身上，或用在請別人吃飯、慈善捐款等社會公益用途之後，感覺有多幸福快樂。他們發現，花較多錢在別人身上的人比較快樂。這項研究也顯示只要在日常用錢的方式做一些微小的改變，就可以為自己製造幸福感受。想要快樂並不難，只要善用自己所有的，包括捐獻金錢，貢獻時間或技能應該也可以獲得快樂，多想想自己能夠如何幫助別人就行了！¹

這樣的結論，只是更鼓吹消費性的宗教慈善活動！整個活動都是在滿足一己的慾念和達以自我實現！

「施比受更為有福」是保羅要離開以弗所教會時向一班長老的叮嚀。「我凡事給你們作榜樣，叫你們知道應當這樣勞苦，扶助軟弱的人，又當記念主耶穌的話，說：『施比受更為有福。』」（使徒行傳二十 35）

「施」不是「施捨」，而是分享。前文後理告訴我們保羅的重點是領受神的恩典是一份福份，但能夠將這份恩典無私地分享給有需要的人，這是一個更大的福份。重點不是在個人的快樂。而保羅是以身作則地將恩典，無論是物質上，或屬靈上的恩典，分享給有需要的、軟弱的人。他以織帳棚為職業，勞苦地工作，供給同工的需要。所以保羅並不是以高姿態來「施捨」他人來尋求個人的快樂，反之他是付上代價，也不留為己用，一邊勞苦，便一邊分享。保羅一生全然為主擺上，是全然付出。

要抵禦後現代消費主義的洗禮，我們需要更大的醒覺，生命不是追求更舒適的生活，而是願意以主為首，學效祂的服侍樣式，讓人透過我們真誠的愛和分享，生命也一起被建立起來，得著真正的豐盛生命。 

人子來是
要服侍人

不在乎
家道豐富

施比受
更為有福

1. E. W. Dunn, L. B. Aknin, and M. I. Norton. Spending Money on Others Promotes Happiness. Science 21 March 2008: Vol. 319, no. 5870, pp. 1687-1688.



「沈溺消費」

 B女	琴日出去Shopping，又大出血啦！今月份糧咁快使晒，點算？
 小倩	我都係呀！啱啱買咗個LV袋，好靚架，仲係限量版添，都唔知幾威，不過代價就係日日捱麵包。
 大傻	我咪又係咁，排隊買部 iPhone 4S，都使盡我d積蓄。
 牆主	你地買野都幾豪嗚！負唔負擔到架？
 B女	無法啦！見到件衫靚，雖然屋企都有大把衫，但就係想擁有，有d衫我都未著過，但已經舊咗囉！我都唔想咁架，但係控制唔到，呢個咪係耶穌話：心靈願意，肉體軟弱囉！
 小倩	係呀！我都唔一定要買個袋，因為屋企都有好幾個袋，只係因為虛榮心作怪，所以咪買囉！
 大傻	同意，我都係跟潮流既人，所以成日都換電話、電腦，但係都使我唔少錢，而家我都仲讀緊書，所以負擔都好重。要多做幾份補習先得。
 B女	我咪又係，雖然有工做，但人工都唔夠我使，所以咪用信用咁囉，不過…
 小倩	妳碌爆幾多張咁？
 B女	都唔係好多，3張啫！
 牆主	都好跨架啦！咁妳點應付？
 B女	咪用咁襟咁囉，不過長此落去都會好大鑊。
 小倩	其實我都有類似嘅問題。
 大傻	呢個都係生產商嘅錯、廣告嘅錯、社會嘅錯，迫我地消費，攞到今日咁嘅田地！
 小倩	你咁講唔係太啱，我地都有責任，牛唔飲水點禁得牛頭低。
 牆主	係呀！雖然呢個世界好多誘惑，消費本身都無對錯，問題在於我地都要把持得住，因為裏面嘅私慾會影響我地，使我地想擁有更多，滿足個人的喜好和慾望，但好多時都未必一定需要，尤其我地基督徒更加要有節制，勝過私慾的誘惑，才能不被消費慾望控制。
 B女	明白，但肉體軟弱，要為我多禱告！
 小倩	一定，彼此守望！

“

當您掀開聖經，走進神話語之中，有那一幅圖畫常坎進您內心，有那一位人物常是您生命的激勵、榜樣，以幫助您切實地作主的門徒，以祂的話語成為您生命的亮光，在這短暫的客旅生涯為主作美好的見證。這話不僅是發問，更是我內心對己之言。

有神同行的服侍

林慧莊院牧

「你也要記念耶和華——你的神在曠野引導你四十年，是要苦煉你，試驗你，要知道你心內如何，肯守祂的誠命不肯……」（申八2）它不單是聖經之言，更是父神給我的话。當走進申命記，深信會使您不其然地掛念摩西，他曾經過無數的考驗，跨越過不同的挑戰，才能成為父神重用的器皿。而他更是我的生命師傅。

當摩西接受過耶和華呼召，耶和華給他只有一個亞倫，協助他的服侍；一枝杖，讓他在服侍中顯出能力，其次便是歷程中的體會，讓他深信父神在他任何境遇，都有祂同行。摩西的種種經歷，也成了我在院牧服侍中的體會……。

在欠缺中體會父神的同在

每天在九龍醫院的院牧部裏，有的只是三個人。在人的眼目中，可以作甚麼呢？故此，很容易便會縮減服侍的範疇，或專注以一個焦點作服侍。但當耶和華呼召摩西時，給他的也只是一位同工，但耶和華卻要他肩擔一個重大的使命，就是引領以色列

院牧心
院牧情



民離開埃及進入迦南美地。若然是父神的呼召，難道祂不與我同在嗎？摩西的經驗教我深信父神必會與我同在。在摩西事奉的歷程中，父神首先擴闊了他的視野，讓他看見雲柱、火柱，使他能體會父神的同在。在九龍醫院，資源雖然缺乏，卻沒因此縮減我們服侍祂的視野，反之，在這段日子，事工不斷擴展，這裡更讓我看見父神的厚愛，摩西有火柱與雲柱引領他們去路，亦有亞倫與他同行。**而我們，在這裡卻讓我們遇上不少生命故事，猶如雲彩圍繞著我們。**

在乏力中體會父神的看顧

每當走進病房，每一位院友都有他的生命故事，有挫敗、有喜悅，更有無語問蒼天的感受。我雖曾受過不少專業訓練，但院友曾受過的心靈傷害，卻絕非這些專業訓練便能輕易抒解。除院友外，還有肩負著沉重醫護工作的醫護人員，也承受著無法言喻的壓力。身處其中的我，看見他們在困境中的無助感，這種種經歷，猶如昔日以色列民對摩西作出無理的怨言，他們質問摩西，為何弄致他們如此？為何要他們離開埃及？昔日的摩西，豈不曾嘗過這些指責嗎？但耶和華卻讓他得著話語，「耶和華的膀臂豈是縮

短了嗎？現在要看我的話向你應驗不應驗」（民十一23）不錯，耶和華的膀臂未曾縮短，他的看顧從未離開。在服侍的歷程中，祂讓我看見祂自己對人的看顧。在我的一位院牧義工中，她的視覺雖然只得兩成的能力，但她卻並未因此而放棄自己，她曾向我說：「我不會給撒但得勝」。這句話，不單讓我看見她對父神的依靠，也使我體會父神在軟弱的人身上顯得完全。祂也讓我看見不少醫護人員，在沉重的工作壓力中，仍願意走進自己的生命，對己作一檢視，使生命能散發生命的香氣。

摩西在他事奉的路途中，曾遇上失腳的地方，以致耶和華不許他進入迦南。但耶和華對他仍是厚愛的，雖然未能進入迦南，但卻讓他以眼目觀看迦南境地，甚至在他臨終之時，眼目卻不昏花，精神也不衰殘。深信耶和華對摩西的看顧，也會同樣地看顧著我們。但願摩西失腳的經歷，能成為我們生命歷程中的提醒，以致一生能作祂喜悅的人。當您從申命記八章二節再向後看，您會看見在試煉過後，祂會讓您走進青草地，溪水旁，這是祂給我們的應許。**深願我們的眼目能單單專注於天上的父神，以致在我們一生中有祂看顧——有祂同行。**



聖樂聚餐



水禮大合照



黃埔聯福堂

我們是中華宣道會的一份子——黃埔聯福堂。於1997年成立，而我們的前身是南山堂，當年適逢黃埔宣道小學成立，大坑東堂向南山堂發出邀請，讓我們求問神會否在黃埔區發展福音事工。

結果神就感動了數十人，離開了本族本鄉（其實是離開從小長大的南山邨），到了黃埔這個社區，而我們之所以改名為「黃埔聯福堂」，一來是我們主要服侍的社區是黃埔，二來是因為我們初到步的時候，各方面的資源及經驗均不足，實在有賴母會及大坑東堂、宣中堂、石籬堂及竹園堂在各方面協助我們，栽培我們成長，所以

執事就職禮



讀經日營



獻上禱告



堂校合作黃埔宣小獻詩



「聯福」這兩個字，也就是聯合發展福音的意思。

現在的黃埔聯福堂，已經歷了神十多年的恩典及愛護，人數也由數十人增至現在的三百多人，有許多弟兄姊妹均是在這裏決志以及受浸加入教會，同時因著堂校合作的關係，以及社區的特色，吸引了許多帶著小孩子的家庭來參加聚會。感謝神！在我們的兒童及中學生聚會中，也有不少年青人參加，現時

他們當中更有已經成為了今日的教會領袖。

由數十人到現在的數百人，我們見證了在神面前的一點點信心，卻可以在神手中化為大用，盼望在感恩的禱告中，我們可以繼續忠心地承擔起神給我們的托付，繼續在這裏向著人群，讚美神的名字！

請記念我們！



聖誕佈佳音



聖樂主日

步行籌款 感恩篇

何敬賢牧師

步行籌款籌備小組召集人

經過半年的籌備，今年的步行籌款活動，終於完成。

回想籌備過程，都是神大能手成就的恩典。今年5月，我向分堂發出邀請，期望推薦人選，協助籌備步行籌款事工。感謝神有8間堂會，共推薦10位肢體組成籌備小組，稍後他們更動員超過100位肢體支援當日的事工，這種同心的表現，讓我十分感動。

說到籌備過程中的困難，莫過於物色步行路線，小組開會時為選定路線定下一些準則：路段長約4公里、路途安全舒適、到一些平常不常到的地點、交通方便、可以讓參加者認識我

們的一些堂會…等，最後我們選了從友愛堂起步。

決定了地點，便要「探路」，我們不想打擾學校和教會，因此沒有通知有關堂、校，只在友愛堂集合便出發。然而神為我們有奇妙的預備，小組成員在陳瑞芝中學集合時遇見校長，他明白我們的需要，便樂意在地方借用上給予幫助；同時友愛堂的行政主任為我們即時修正有關路段的計畫，並帶領我們試行全程。最後是向政府部

1031 同心同行



「香港宣教會白普理上水家庭中心
樂樂成長路」帶領眾參與者開步





宣傳單張



連小朋友都參加
(宣道會雷蔡群樂幼稚園師生)

們在現場拍攝，沒有虛假。」不知道你在步行日有沒有欣賞這樣美的風光？

門申請批准使用有關路線，作為步行籌款之用(有關申請通常在會期前兩個月通知是否批准)，但意外地獲通知不用申請，只要當天在路上不使用擴音器和橫額便可。**感謝神，原來祂早已為我們有美好的安排。**

一個事工的籌辦，必然會遇上不少困難，我們若常存感恩的心，必然看見神恩典的工作，我們要感謝祂。

為了鼓勵堂會參與，我們製作了兩段短片作為宣傳，介紹步行路線。片中的風景極為優美，我有點懷疑是否真實，會議時詢問拍攝的肢體「這片子是不是真的，若步行者發覺不對辦，便為不妥！」得到的回覆「是真的，我



母會執事會主席及向外佈道部部長順利走畢全程



紀念品



途中盛況



『故』作有趣是希望透過一些短故事，帶給我們人生的反省。~半殊~

《一塊磚頭》

一位年輕的總裁，以有點快的車速，開著他的新的名貴汽車經過住宅區的巷道。他必須小心遊戲中的孩子突然跑到路中央，所以當他覺得小孩子快跑出來時，就要減慢車速。

就在他的車經過一群小朋友的時候，一個小朋友丟了一塊磚頭打到了他的車門，他很生氣的踩了煞車並後退到磚頭丟出來的地方。

他跳出車外，抓了那個小孩，把他頂在車門上說：「你為什麼這樣做，你知道你剛剛做了什麼嗎？」接著又吼道：「你知不知道你要賠多少錢來修理這台新車，你到底為什麼要這樣做？」

小孩子求著說：「先生，對不起，我不知道我還能怎麼辦？」

「我丟磚塊是因為沒有人停下來」，小朋友一邊說一邊眼淚從臉頰落到車門上。

他接著說：「因為我哥哥從輪椅上掉下來，我沒辦法把他抬回去。」

那男孩啞泣著說：「你可以幫我把他抬回去嗎？他受傷了，而且他太重了我抱不動。」

這些話讓這位年輕的總裁深受感動，他抱起男孩受傷的哥哥，幫他坐回輪椅上。並拿出手帕擦拭他哥哥的傷口，以確定他哥哥沒有什麼大問題。

那個小男孩感激地說：「謝謝你，先生，上帝保佑你。」，然後他看著男孩推著他哥哥回去。

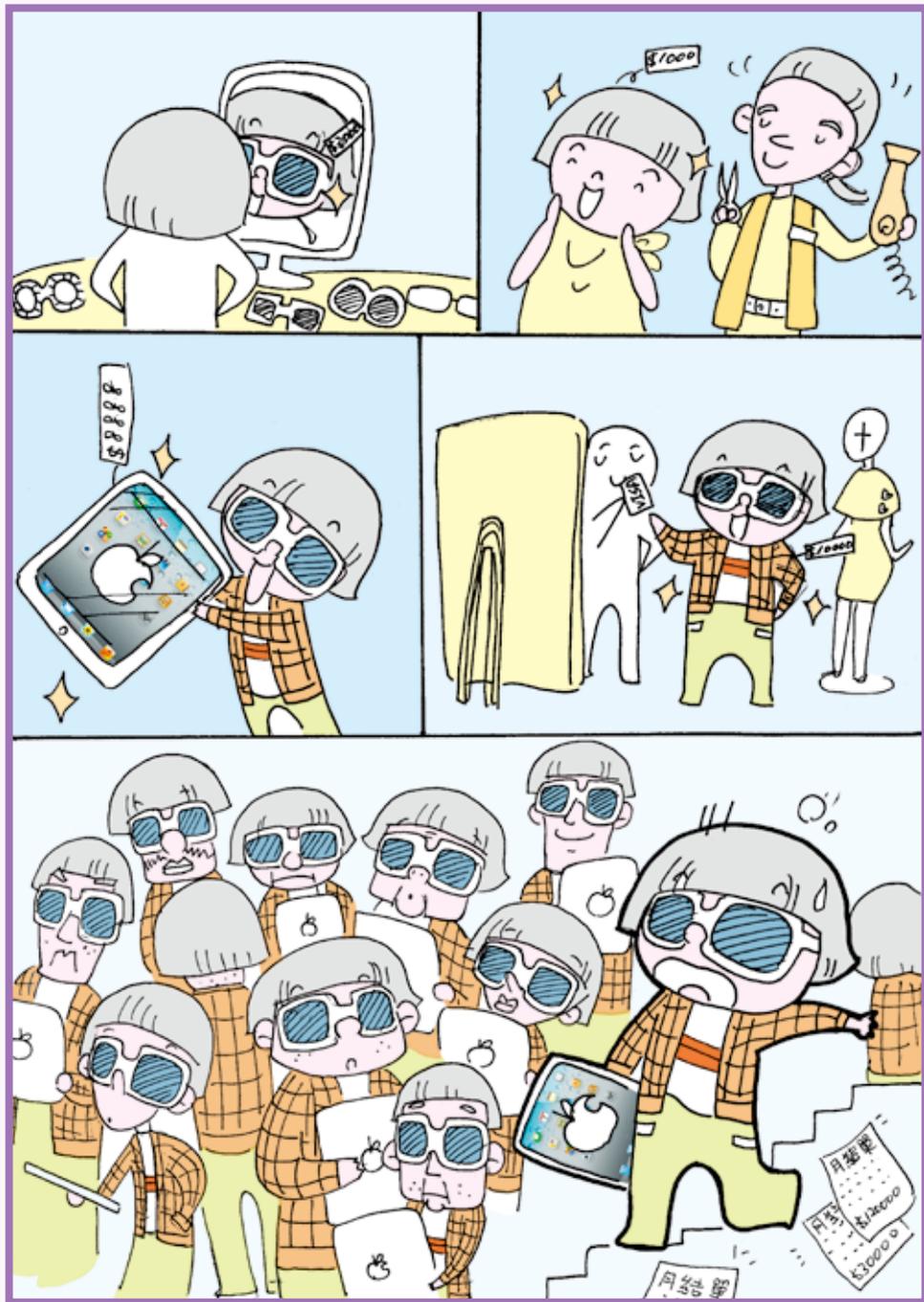
年輕的總裁慢慢地、慢慢地走回車上，他決定不修它了。他要讓那個凹洞時時提醒自己，不要等周遭的人丟磚塊過來了，自己才注意到生命的腳步已走的過快。

當生命想與你的心靈竊竊私語時，若你沒有時間，你有兩種選擇：傾聽你心靈的聲音或讓磚頭來砸你！

請問你是否曾因為生活太快、太忙碌而忽略了你所愛的人，然後開始懷疑起你是不是真的愛他們呢？



《專題漫畫》 作者：穎秀姊妹





王德福牧師
宣中堂



感謝神，讓我能加入成為九龍塘宣道會大家庭的一份子，更有機會跟每一位同工共同學習。今年十一月正式上任後，有機會出席向外佈道部會議、聯合發展小組會議，以及堂主任會議，讓我更加認識各堂會的同工，感覺份外親切。期盼日後可與不同的同工有更深入的認識，互相分享，彼此支持。

本人於九五年在海外神學院畢業出來事奉，期間於二零零零年開始教牧進修，先後於建道神學院完成兩個學位。上年因需要陪同太太往外國進修，辭去事奉已有十年以上的教會。今年五月回港，蒙神引領進入宣中堂事奉。**祈盼本人真如自己的名字一樣，能成為別人的祝福，建立教會，造就信徒。**

「我必賜福給你……你也要叫別人『得福』」（創十二2）。

2010年畢業於香港神學院。本年11月22日正式入職大坑東堂，專責青少年事工。家庭成員有太太 Rice、大女兒 Elim(中五)、細女 Erin(小五)。居住在馬鞍山(圖書館/游泳池/體育館對面)。加入大坑東堂大家庭，感覺一點都不陌生，因為包姑娘和彭傳道早已認識，有些執事都曾見過面。**盼望上帝引導、幫助，讓我盡快熟識同工和會眾，投入牧養崗位。盼望未來日子，能與眾同工有更多認識和合作。**

郭錦程傳道
大坑東堂



張惠儀傳道
豐盛堂



感謝神帶領我加入塘宣大家庭，10月中開始在豐盛堂事奉。

在信主的年日裡，神為我預備了許多委身、熱心的基督徒幫助我突破生命中許多的限制，幫助我的屬靈生命不斷成長，讓我經歷到在主裡的自由和喜樂。

盼望在未來的日子裡，與弟兄姊妹一同在屬靈生命上不斷成長，榮耀神，永遠以神為樂。

看畢《那些年，我們一起追的女孩》，心想，那些年未信的我，倘若與那女孩拍了拖，我還會赴美讀書，在加洲與基督相遇嗎？心想，若不是那一年專心讀聖經、討論信仰，並看到 Pastor Ed 及導師們熱心傳道服侍，我還會否渴慕全職事奉？若然有“平衡時空”的另一個我，今天他又會變成怎樣？……大概不是今天的我一經過神學院“召命課程”，與那打素院牧訓練後，不期然唱出：“到最後回首才發現，這世界滴滴點點全部都是祢！”基督，你所賜的生命實在是太奇妙了！在此祝福大家一同在塘宣及生活中、經歷豐盛的生命！

譚嘉樂傳道 興福堂



陳麗萍傳道 宣中堂

十一月一日宣中堂的新丁陳麗萍正式上任傳道一職，在這個大家庭裏，我需要照顧約百多人的長者。過去，我事奉的對象卻是一群由幼兒至初中的孩子。一老一幼，都是教會之寶，是神國度中最蒙福的人，我何幸被神選中服侍他們，在這群有福之人中享福，感謝神。

上班的第一天才知道宣中堂連我在內共有四位陳姑娘，相信會友也要一段時間認識和分辨我們，幸好我們都在不同的崗位事奉，**祈求神讓我在這裏與弟兄姊妹們一起經歷神，信靠祂，被祂陶造，成為祂在地上的鹽和光。**

朋友或弟兄姊妹都會稱呼我「錦明」或「Alson」，我的女兒叫「禧欣」今年九歲，太太多被人稱呼「麥太」，其中一些老朋友會稱呼她「惠珍」，今年是結婚20週年，這年也是困難中最有恩典的一年。

今年三月我禱告清楚神允許我離開原來事奉的教會，尋找新的事奉工場。記得有一天，我經過一處展銷紐西蘭蜜糖地方，心裡想買瓶蜜糖給女兒，與此同時心裡有另一個聲音重複出現「未是時候、未是時候！」也因我在早上禱告讀經時，經文好像和我說話：「詩廿七14 要等候耶和華，當壯膽，堅固你的心，我再說，要等候耶和華。」心裡想這次等候工場一定是需要很長的時間了！當時考慮到經濟問題，所以沒有買那蜜糖。

隔了一天，與一位弟兄，在現時服侍的宣中堂毗鄰的快餐店傾談、禱告後，回家途中拆開他讓給我的禮物，原來就是那天我想買給我女兒的紐西蘭蜜糖。這事給我明白，神顧念，那天心裡響起「未是時候」，也讓我明白，上帝有祂的時候，祂明白我們的難處。

「你當倚靠耶和華而行善，住在地上、以他的信實為糧，又要以耶和華為樂，他就將你心裡所求的賜給你。當將你的事交託耶和華、並倚靠他、他就必成全。」詩卅七 3-5

麥錦明傳道 宣中堂





葉文偉傳道
宣信編委



「**只在乎曾經擁有**」——是曾幾何時，非常經典的廣告用語，也代表著消費文化的根本觀念，但時而世易，消費文化也隨著時代的步伐在轉變中，到底這世代消費文化的「面貌」如何，有甚麼是值得我們基督徒留意呢。

今期「宣信」以此作主題，是想探討現今的消費文化現象，對信徒的影響，我們也嘗試從三個不同的層面（廣告、歌星、互聯網）去深入了解及分析，使我們能做醒面對挑戰。另外，今期也會刊載「1031」聯堂步行籌款（為上水瓏琛路 30 號的發展計劃）的花絮。而今次我們要認識的分堂是黃埔聯福堂。還有其他每期都會有的精采文章及內容，希望能和大家一同渡過 2011 年。

最後，祝大家聖誕及新年快樂，靈命日深。

