

第1章

市場為神

我們創造了新的偶像。對古代金牛犢（參見《出埃及記》32:1-35）的崇拜，已轉而表現為……對金錢的偶像崇拜……在此體系中，任何脆弱之物如環境，都在被神化的市場利益面前毫無抵禦之力。

——教宗方濟各 (Pope Francis)

2013年11月，新當選的方濟各教宗發表了名為《福音的喜樂》（*Evangelii Gaudium*）的宗座勸諭。無論是拉丁語還是英語版本，這個標題都算不上吸引大眾閱讀的類型。但隨著內容的傳播，這篇五萬字的「使徒的勸誡」卻成為近期最具爭議、討論最廣泛的文章。毫無疑問，它之所以立即引起廣泛關注，是因為教宗在書中對當今社會毫無節制的消費主義以及「排斥與不平等的經濟」進行了尖銳的批判。他提到「有些人還在捍衛涓滴理論（trickle-down theory），這種理論假定在自由市場的推動下，經濟增長必然會成功地使世界變得更加公平和包容」，¹ 他對此並不認同：「此等論調既顯露出對經濟權力掌控者道德品性的粗率信任，亦折射出對現行經濟體制神聖化運作（sacralized workings）的天真迷信。」同時，「被排除在外者仍在等待……（並且）一種冷漠的全球化已經發展起來」。之後，他

提到「被神化的市場」和「捍衛市場絕對自主性的思想」——這種思想建構的體系「傾向於吞噬一切阻礙利潤增長之物」。²

這些是大膽且具有爭議性的聲明，通常人們不會在教宗的聲明中看到這樣的內容。但方濟各教宗的言論源自他親身經歷的貧困，這與大多數前任主教不同。他曾在阿根廷擁擠的貧民窟中度過許多日子，探訪那裏的人們。作為教宗，他的首次出行是前往地中海上的蘭佩杜薩島 (Island of Lampedusa)，那裏是試圖逃離饑餓的絕望難民屍體被沖上岸的地方。近來，他還訪問了墨西哥恰帕斯州 (Chiapas) 被排斥和剝削的土著居民。

然而，這份文件的重要性在於，方濟各教宗不僅僅停留在許多人對這些不公正現象感到的道德憤慨上。特別引起我注意的是，教宗使用了明確的宗教語言，如「現行經濟體系的神聖化運作」和「被神化的市場」。方濟各使用這些詞語的意圖是什麼？他僅僅是在進行隱喻性的表達，還是將平常對於由經濟不平等引發的痛苦所進行的批判，從常見的嚴格的道德習語中抽解出來，上升到一個神學的層面？他真的認為他所說的「無限制的消費資本主義」已經成為一種準宗教，甚至可能是一種異端嗎？

這些問題激起了我的興趣，因為我個人曾花時間思考過我們社會對市場的信仰的本質。³ 幾年前，一個朋友曾建議我，如果我想了解現實世界中發生的事情，應該跳過《紐約時報》的頭版，直接翻到商業版。儘管我畢生的興趣在於研究宗教，但我始終願意拓寬視野，因此我採納了這個建議，並隱約擔心自己需要應對一套全新且令人困惑的詞彙。

但事實並非如此。相反，我驚訝地發現我碰到的大多數概念都異乎尋常地熟悉。我原以為自己將踏入一片未知之地 (terra incognita)，

結果卻彷彿置身於「似曾相識」(déjà vu)的世界。《華爾街日報》、《金融時報》和《經濟學人》裏的詞彙，與《創世記》、《羅馬書》和聖奧古斯丁的《上帝之城》驚人地相似。在關於收購與合併、貨幣政策以及道瓊斯指數和納斯達克指數波動的描述背後，我逐漸拼湊出一幅宏大敘事的圖景——它昭示著人類歷史的內在真義，詮釋萬物何以失序，又指引著撥亂反正之途。神學家們常探討起源神話、失樂園傳說以及罪與救贖的教義。這些概念如今改頭換面再次出現：關於財富創造的編年史，過度監管的誘人陷阱，被匿名經濟週期束縛的困境，最終都將自由市場降臨視為救贖方案——而那些陷入債務困境的經濟體，只需要在過程中輔以適度的財政緊縮和節儉政策。此時我才驚覺，多年研習宗教與神學的經歷，竟讓我對理解「經濟」這個神秘領域有了超乎預期的準備。

2015年6月18日，教宗方濟各發佈了一份名為《願你受讚頌》(Laudato Si)的長篇教諭，探討了氣候變化帶來的日益嚴重的全球危機。在這份通諭中，教宗繼續譴責那些將利潤置於地球健康之上的人，並質疑「現行經濟體制」或「市場增長」能夠阻止我們正急速逼近的氣候災難以及由此引發的饑荒與貧困的觀點。我從未相信過梵蒂岡那句古老的格言：“Roma locuta, causa finita”(「羅馬已發言，事成定局」)，但令我欣慰的是，至少在這個問題上，羅馬主教與我的觀點一致。我們當前的經濟實踐對他所稱的「我們共同的家園」所造成的危機，不僅僅是一個經濟問題，甚至不僅僅是一個道德問題。它是一個精神層面的、甚至是神學層面的危機，必須從這一層面去理解。

我不認為教宗方濟各僅僅是在使用隱喻，也不認為他在將經濟不平等導致的早逝與被《聖經》中「不可殺人」這一誡命所禁止的謀

殺相提並論時是在誇大其詞。他是在提醒我們關注一種已經變得強大且無所不包的世界觀，一種將一切事物都納入其軌道的現實觀，因此應被視作一種宗教。「市場教」這一說法不僅僅是一種修辭。對市場運作的信仰實際上以一種功能性宗教的形式存在，擁有自己的祭司和儀式、教義和神學、聖徒和先知，以及將福音傳遍全球並贏得信徒的熱忱。市場信仰的信徒們並未正式承認它是一種宗教，但這並未改變這一事實。只有當我們認清其本質時，才能理解市場信仰所帶來的深刻挑戰，以及我們所處的全球性危機的深度和廣度。

受到教宗方濟各的啟發，我再次踏入了對我來說曾是未知大陸的商業和金融領域。我很快發現，神學的視角為理解經濟學上的爭論提供了一種富有啟發性的方式。從日本到希臘等國家的困境中，我認識到市場的信徒們認為這些問題的根源在於它們偏離了自由市場的正統教義——它們是「裙帶資本主義」、「民族資本主義」或「國家資本主義」的實踐者。就像古代阿里烏派或中世紀阿爾比派一樣，它們的理論都是對「唯一真理」的偏離——換句話說，是異端。在2007–2009年的大衰退中，我看到了動搖信仰根基的危機。然而，信仰因逆境而更加堅定，市場教在經受金融異端的考驗後，得到了鞏固和更新。那些「大到不能倒」的銀行比以往任何時候都更龐大。在現代，設計論證 (arguments from design) 已不足以證明任何神的存在，而市場之神卻像帕斯卡的神一樣——罔顧事實地被人們信仰著。十多年前，艾倫·格林斯潘 (Alan Greenspan) 在國會作證時展現了這種堅定而克制的信仰。當時，一家主要對沖基金剛剛損失了數十億美元，動搖了市場信心，並引發了要求新的聯邦監管的呼聲。格林斯潘的言論通常曖昧不清，但這次卻非常果斷。他表示，他認為監管只會阻礙這些市場的發展，它們應該繼續自我

監管。聖保羅告訴我們，真正的信仰是「對未見之事有確據」(the evidence of things unseen)。⁴

開始探索市場神學，很快就會發現它的全面性令人驚嘆。它有聖事來向迷失者傳遞救贖的力量，有禮儀年曆，有企業家聖徒的日曆，甚至還有神學家所稱的「末世論」——關於「歷史終結」的教義。我的好奇心被激發了。我開始將這些似曾相識的教義分類整理，並逐漸得出結論：在商業新聞的修辭和商學院的課程中，潛藏著一整套神學體系，其廣度雖未必能與托馬斯·阿奎那(Thomas Aquinas)或卡爾·巴特(Karl Barth)的神學相提並論，但足以與之媲美。只需將其系統化，一部全新的《神學大全》便會成形。本書的目的便是將這一神學從陰影中揭示出來。我想證明，當今世界經濟的運作方式並非僅僅是「自然的」或「事物本來的樣子」，而是由一種強大且全球化的價值與符號體系所塑造的，這種體系最好被理解為一種替代宗教(ersatz religion)。這兩個詞都很重要。它是一種宗教，因為正如我們將在後續章節中看到的，它展現了古典信仰的所有特徵。但它又是替代性的，因為市場就像古代雕刻的偶像一樣，是由人類之手建構的。

讓我們像許多神學家一樣，從頂點開始。在任何神學體系的頂端，當然都是其關於神的教義。在這新的神學中，這一神聖的巔峰被「市場」所佔據，我將在下文中將市場稱作「市場神」，以象徵其神秘性以及它在信徒中所激發的敬畏之情。在本書中，市場神將作為提喻，一種以部分代表整體的修辭手法。因此，市場神代表它滲透其中的整個經濟和文化體系，並且是其中最為強大的部分。

當然，不同的信仰對神聖屬性有不同的理解。在基督教中，神有時被定義為全能(擁有所有力量)、全知(擁有所有知識)和無所

不在(存在於任何地方)。大多數基督教的神學理論確實都有所保留。它們教導說，這些神聖品質確實存在，但由於人類的罪和神本身的超越性，它們對凡人的眼睛是隱藏的。正如古老的讚美詩所言，它們在「不可接近的光」中，「隱藏於我們的視線之外」。

同樣，儘管我們確信市場神擁有這些神聖屬性，但它們並不總是完全顯現在世人面前，而是必須通過信仰來信任和確認。正如另一首古老的福音歌曲所言：「再往前走，我們就會明白為什麼。」

在經濟學家－神學家為市場神辯護的論證和解釋中，我發現了熟悉的辯證法——這些年來，我在研讀托馬斯主義者、加爾文主義者以及各種現代宗教思想學派時，早已對這類邏輯感到親切。特別是，商業神學家的言辭就像所謂的「過程神學」，一個受到威廉·詹姆斯(William James)的哲學影響的相對現代的神學思潮，他曾經提倡過「有限神」這一概念，也就是說神只是在向這些終極屬性不斷接近，這可能需要無限長的時間。這一推測對神學家有極大的幫助，原因顯而易見。它回答了神義論中令人煩惱的難題：為什麼會有許多壞事發生，而一個全知全能無所不在的神(尤其是一個仁慈的神)按理說不應允許這些事發生。同樣，對於市場神的神學家來說，尚未完善的能力可能有助於解釋生活在不斷擴張的市場領域中的人們所經歷的繁榮與蕭條週期、錯位、痛苦和迷失。他們的苦難是悲劇性的，但不應引起對市場神終極仁慈的懷疑。

當然，在人類歷史的很長一段時間裏，集市、商棧和交易所——這些都是市場——一直存在。但它們都只在特定條件允許的情況下才產生，並且在很多個世紀的時間裏人們都在沒有它們的情況下過活。最終，當市場真的出現的時候，它也不是神，因為還有其他價值和意義的中心，有其他「神」。市場在眾多限制它的機構

中運作。正如卡爾·波蘭尼(Karl Polanyi)在他的經典著作《大轉型》(*The Great Transformation*)中顯示出的一樣，只在過去的三個世紀，市場神才超越了這些半神和地靈，成為今天無與倫比的「第一因」(First Cause)。⁵最初，市場神上升到奧林匹克至高無上的地位，再現了宙斯逐步提升直至超越古希臘萬神殿中其他所有神祇的過程，這種地位的攀升需要擊敗上一代的神(泰坦巨神)，而且從不是一勞永逸的。我們記得，宙斯必須不斷地從奧林巴斯山衝下去平息對他的統治這樣或那樣的威脅。然而，近來市場神變得越來越像《舊約》中的耶和華——不僅僅是一個與其他神競爭的高級神祇，而是至高神、唯一真正的神，其統治必須被普遍接受，且不容任何僭越者。

所謂神聖全能，指的是定義現實的能力。這種能力可以憑空創造事物，也能讓存在的事物消失。而市場神所追求的全能性，則意味著它能夠將世間萬物不斷轉化為商品，這種轉化過程似乎永無止境。不過，這種理念並不新鮮，只是有了新的表現形式。在天主教教義中，通過「變體」儀式，普通的麵包和酒會被賦予神聖屬性。但在市場神主導的信仰體系裏，情況正好相反——原本被視為神聖的事物，都被轉化成了可以買賣的商品。土地就是個典型例子：千百年來，土地承載著多重神聖意義，比如大地之母、祖先安息地、聖山、神木林、部落故土等。可當市場神的「聖鐘」敲響，這些複雜含義都簡化為一個標籤：房地產。只要價格合適，任何土地都能出售——無論是祖墳所在的土地，還是傳說中的精靈棲息地。這種徹底的去神聖化，根本改變了人類與土地的關係。同樣的轉變正發生在樹木、水源、空氣、太空領域，甚至有人預測，未來連天體都可能被商品化。