

環保必須控制資本

中產的消費者是很敏銳的。他們非常注意日常的資訊，一旦聽說什麼食物對健康有害、哪種洗衣粉會污染環境、哪家的漢堡肉有問題，便會立刻警覺而做出對策，用拒吃、拒買或向消基會投訴來解消危機。

中產的消費者也很會照顧自己。他們會裝設空氣清淨機，以確保家中的空氣品質；他們會特地在超市找尋號稱無污染、無殘餘農藥的精緻蔬菜，回家之後還會用大量的清水清洗，以確保家中成員的健康；他們更接受廣告的宣傳，小心地用各種產品保養皮膚和頭髮，不讓它們和都市中污濁的空氣直接接觸，以免污染物傷害到自己的身體。

就是因為中產消費者這麼仔細的、熱切的關注日常生活的每一層面，市面上才會出現大量以環保、天然、純真為號召的高價新產品，讓中產消費者點點滴滴地營造出一家家自足安穩的生活空間，就連號稱人間仙境的各種售屋專案，訴求的也是中產消費者這股自保的執著。

可是，中產消費者沒有想過的是：與其花錢花時間找尋並清洗蔬菜水果，為什麼不肯組織壓力團體來迫使農業生產上的改革？與其加裝淨水器或喝瓶裝水，為什麼不能要求主事者徹底改善水質？與

其買產品保養頭髮皮膚，為什麼不堅決要求環保署執行渴望清淨空間的民意？

大環境的淨化與保護不是個別家庭的清掃，也不是都市的環境衛生；它是針對污染源——由污染工業到養豬戶到核電廠到高爾夫球場，針對政府的主事者所做的嚴厲要求與監督，它是對沒有付出社會成本的私人暴利迎頭痛擊。更簡單地說，徹底的環保是對資本、對生產的直接控制，是我們在生產決策的層次上有權力干預任何對環境生態不利的舉措，而這種徹底的、根本的解決方法才是不使消費者坐以待斃，反而可能以自主性掌握社會方向的有力策略。

環保是我們對社會環境主控權的保衛戰，因此，不是什麼環境清潔衛生的自保或個人的公德心，而是對資本和生產的控制。