

Arwydd o Wrthgyferbyniad

Mae Adam Smith, JS Mill, Milton Friedman, et al, yn economegwyr y mae eu damcaniaethau'n sail i lawer o'r gyfalafiaeth sy'n llywodraethu cymdeithas heddiw. Ymhlith y syniadau maen nhw wedi'u hyrwyddo mae'r syniad o 'Homo Economicus', sef mai'r unigolyn rhesymegol sy'n gofalu am ei les ei hunan yw uned sylfaenol cymdeithas. Felly, rydym ni'n byw mewn diwylliant lle mae hunanoldeb yn cael ei annog, lle mae siopa'n rhinweddol, ac mae trachwant yn elfen hanfodol mewn agenda nad yw'n fawr o gyfrinach. 'Cymdeithas ddefnyddwyr' hynod unigolyddol. Mae ein cymdeithas gyfan yn seiliedig ar yr angen i'n cael ni i fynd allan (neu yn wir, i eistedd wrth ein gliniadur) a phrynu. Mae ffyniant y genedl yn dibynnu arno, mae swyddi'n dibynnu arno, mae ein pensiynau'n dibynnu arno.

Mae arbenigwyr marchnata, fodd bynnag, yn gwybod nad ni, fodau dynol, yw'r bodau mwyaf rhesymol o reidrwydd, ein bod ni i gyd yn chwilio am hapusrwydd ac yn debygol o gael ein temtio i geisio dod o hyd iddo yn y lleoedd anghywir, i syrthio yn ysglyfaeth i bechod trachwant. Dywedir wrthym fod yna bethau sydd eu hangen arnom, y mae'n rhaid i ni eu cael er mwyn bod yn hapus - ac mae hyn wedi mynd ymhell y tu hwnt i'r hanfodion o gael cartref cynnes clyd a bwyd ar y bwrdd. Dyna pam rydym ni'n cael ein peledu'n gyson â hysbysebion sy'n ceisio dangos sut na allwn ni fod yn hapus, na allwn ni gael y teimlad o foddhad, nes bod gennym ni'r teclyn, y ffasiwn, y persawr neu'r car diweddaraf.

Ond dim ond rhan o'r hafaliad yw trachwant - mae ariangarwch, cenfigen a balchder i gyd yn arfau yn y strategaeth hysbysebu. Oherwydd, welwch chi, dyw ein system ddim yn dibynnu'n unig arnom ni yn prynu pethau - mae'n dibynnu arnom ni'n prynu mwy o bethau'n gyflymach bob blwyddyn. Nid oes ond rhaid i chi wyllo'r newyddion i weld bod darllenwyr newyddion yn cyflwyno ffigurau economaidd naill ai'n dda neu'n ddrwg, yn obeithiol neu'n dywyll. Yn wir, os ydym yn prynu ac yn gwerthu llai nag a wnaethom ni yn ystod y chwarter neu'r flwyddyn ddiwethaf fe'i gelwir yn 'gyni'!

Felly, cawn ein hannog i fod yn gymdeithas nad oes arni eisiau aros am bethau. Mae hyn yn amharu ar lawer o feysydd bywyd. Does arnom ni ddim eisiau aros - rydym ni eisiau bod yn hapus nawr. Fel y dywed geiriau un o ganeuon mwyaf poblogaidd Queens, "I want it all, I want it all and I want it now!" P'un a yw'n sbri siopa i brynu pethau nad oes eu hangen arnom ni a mynd i ddyled, neu ymdrechion a ysbrydolwyd gan enwogion i fod yn enwog a deniadol, neu'n wir rhyw benrhyddid rhywiol sy'n dweud wrthym ni: 'Blys, mae'n iawn cyn belled nad ydych yn brifo unrhyw un' - mae'r cwbl yn ymwneud â boddio awydd hunanol.

Ond mae yna ddiodefwr, maen nhw i'w cael yn y siopau chwys sy'n cynhyrchu nwyddau am bris chwerthinllyd o isel i sicrhau'r elw mwyaf, yn y diwydiant puteindai a phornograffi gan ecsbloetio'r rhai sy'n cael eu masnachu neu'n gaeth i gyffuriau, yn y teuluoedd sydd wedi'u rhwygo gan anffyddlondeb, ac yn y pen draw, mewn byd sy'n ei chael hi'n anodd ymdopi â'n gwastraff, gyda phlastig yn halogi ein cefnforoedd a gyda newid yn yr hinsawdd o ganlyniad i'n gweithredoedd.

Mae ein ffydd Gristnogol yn ein hannog i fod yn wrthbwynt i'r diwylliant yma; mae'n dweud wrthym mai dim ond yn Nuw y gellir canfod gwir hapusrwydd a chyflawniad; mae'n gosod Trachwant, Ariangarwch, Cenfigen, Blys a Balchder ymhlith y 7 pechod marwol, a Chariad, Gostyngedd, Dirwest, Diweirdeb ac Amynedd fel rhinweddau. Mae'n ein galw i fod yn 'arwydd o wrthgyferbyniad', i fyw ein bywydau yn gymedrol - gyda gofal a phryder am eraill, yn enghraifft i bawb.

Fel y dywedodd GK Chesterton unwaith, "Mae dwy ffordd i gael digon, un yw cronni mwy a mwy, a'r llall yw dymuno llai".

Bendith Duw arnoch chi.