

宣教随笔

全球化与宣教(九)

叶大铭

今期结束全球化与宗教的关系的论述，也结束整个全球化与宣教系列。

一. 全球化与宗教冲突

1. 世俗民族主义 (secular nationalism) 与宗教冲突

上期论到现代化带来的世俗化，藉着全球化传至世界各国，冲击着既存宗教。既存宗教对世俗化的抗衡带来很多地区的反现代主义浪潮。这反现代主义与反现代化不同，是反对现代的世俗主义，而不是反对现代科技带来的生活方式。所以很多宗教的原教旨主义者很乐意使用新科技和媒体，例如电脑、手机、脸书等。¹

第二次世界大战后，以前的殖民地纷纷独立成为国家。它们大部分都是以世俗民族主义来建国。这些国家没有西方的基督教王国 (Christendom) 的背景，并且国内有不同民族和不同宗教存在，为了避免冲突，就不以任何宗教作为国家宗教，而采取现代的世俗主义立国。原意是在世俗主义的旗帜下不同宗教都可存在，可以避免或减少宗教冲突。

但是，经过多年的世俗主义，很多地方都有宗教的反弹。原教旨主义者反对世俗主义，不单在宗教信仰上，也在政治层面上反对世俗主义下的政权。这些反对有不同程度的。首先是对世俗民族主义的挑战，认为它不是自然原则或神的启示，而是人民所选择的政治规则，是相对而不是绝对的，这是文艺复兴的观点。²

第二程度是世俗民族主义与宗教的竞争。每个政权都需要道德上的认许和支持，否则很多人便不会接受政权。这两个意识形态都可以提供道德上的认许和支持，但是它们是互相排斥的，所以形成竞争。³

在中东，穆斯林兄弟会 (Muslim Brotherhood) 是原教旨主义组织，于 2011 年的埃及革命后，从选举中取得胜利。但是组织政府后不到一年，因为极端的伊斯兰政策惹起很大反对，受自由主义和世俗主义影响的民众游行，在军队支持下推翻了政权。

以色列的锡安运动 (Zionism) 也显现世俗民族主义与宗教的竞争。锡安运动由极端原教旨犹太教信徒组成，提出以色列立国是神的工作，犹太人是独一无二被拣选民族，所以以色列国不应容许非犹太教人。⁴

在印度，印度从英国的殖民统治独立后，以世俗民族主义建国。但是印度教原教旨主义 (Hindutva) 兴起，提出印度是只属于印度教徒。并且说因为印度教是很有包含性的，所以任何宗教的教徒都可以在印度教的伞下保持他们的信仰。但是不愿意归于印度教的人便会被排斥。受这主义的影响，很多基督徒和穆斯林被逼迫，基督教教会和伊斯兰教清真寺被拆毁，也形成很多地方的暴动。上期提到现任总理莫迪就是印度教原教旨主义者，所以他上任后，基督徒的逼迫增加了很多。

佛教理应是和平不杀生的宗教，但是在斯里兰卡，极端佛教在过去七十年不停活跃。斯里兰卡独立后，以世俗民族主义建立国家政府，容许不同宗教的存在。大部分人本来都是佛教徒，这极端佛教的兴起是因为害怕非佛教敌人，特别是印度教的泰米尔人 (Tamil)，以为自己已经变为被威胁的少数，所以要排除其他宗教，包括基督教。这些极端佛教信徒组织政党，不接纳世俗民族主义和多元宗教，要求赶走泰米尔人，不容许佛教徒改变宗教。⁵

最后的程度是排斥世俗民族主义和政权，以宗教取代，建立宗教政权。伊朗在 1979 年驱逐以前皇朝，以什叶派伊斯兰教建立神权王国，排除其他宗教，什叶派领袖成为国家最高领袖。⁶

最后提出的是伊斯兰恐怖分子和圣战运动。⁷ 圣战原是古兰经的教训，但古兰经也着重和平。伊斯兰教在这一百年经历了极大的社会与政治转变，特别全球化带来西方的影响，使很多穆斯林的生活方式改变了很多，越来越世俗化了。伊斯兰教原教旨主义由此兴起，其中产生伊斯兰圣战运动，例如数年前的伊斯兰国 (ISIS)，废除世俗民族主义，企图建立伊斯兰教王权。

2. 宗教之间的张力与冲突

上面指出全球化使宗教与世俗民族主义的冲突越来越增加。不单这样，也加增了宗教之间的张力与冲突。在这情况下，宣教遇到很多阻碍。在很多国家或是地区里，为了维持和谐，政府实施禁止改宗教法例 (anti-conversion law)。例如印度的很多州便有这法例，如果印度教教徒想成为基督徒，便要向政府申请批准，多数是被拒绝的。这是造成内传浪潮 (insider movement 又称内传福音运动) 的一个原因。在印度现在就有几十万个无名或无教会的基督徒。⁸

宗教之间的张力与冲突包括一神宗教之间的张力与冲突，例如基督教与伊斯兰教。也包括一神宗教与多神宗教之间的张力与冲突，例如基督教与印度教。

亨廷頓所写的很有影响力的书《文明的冲突与世界秩序的重建》⁹提出普世可以分为九个文明，每个文明都有清晰的界线，并且文明是互不相容、彼此敌对的。因此文明冲突是不可避免的。这些文明和宗教有密切关系，就是说宗教冲突是不可避免的。我以前有论述这论说的错误，¹⁰社会学学者都不接受这论说。但是从现今普世情况来看，宗教之间的张力与冲突的确是越来越强。怎样增强彼此理解包容，避免暴力冲突，这也是神的宣教的一件事工。

二. 全球化与原教旨宗教的兴起

比较宗教学者 Marty 和 Appleby 认为原教旨宗教有以下的特点：¹¹

1. 对宗教的边缘化的反应
2. 少数被拣选的概念
3. 道德二元论：正邪二元化
4. 信仰绝对正确无误：神绝对的话语
5. 末世和救主论
6. 清晰的界线

7. 威权组织

8. 对会员的绝对要求：要牺牲¹²

Bruce 认为原教旨宗教的出发点是根基于绝对正确无误的经文的信仰，然后是美满的显示这信仰的群体。面对社会的变迁带来的压力和宗教的边缘化，原教旨宗教极力重申原始宗教的美善，要社会回归原始宗教，但是这个回归又浸透着现代化的影响。¹³

原教旨宗教在历史上出现了很多次。例如美国基督教自从圣经批判论和自由派神学出现后就产生基要派的抗衡，是一百多年前的事情。伊斯兰教自古以来就是信奉圣典 (特别古兰经) 是绝对正确无误，并且穆斯林群体是完善的信仰群体，所以自古以来伊斯兰教就是原教旨宗教。

但是现在的原教旨宗教是近四十多年才出现，¹⁴原因是全球化带来的后果。现代化不单带来世俗民族主义，也带来西方更正教的个人主义和社会的分化与部门化。起初只是西方受到这些影响，但现代的全球化将这些传遍普世。这全球的现代化和世俗化边缘化了宗教，原教旨宗教就由此兴起，来抗衡这些影响，重申传统身份的重要，¹⁵因此原教旨宗教是全球化的产品。¹⁶

三. 全球化与属灵市场 (Spiritual Market)

在西方，特别是美国，应用市场经济学于基督教带来属灵市场的现象。藉着全球化，属灵市场出现于世界各地。

市场的形象来自经济学，借用经济的模式和名词。第一，用供与求的原则。在多元宗教的社会里，只有满足大众的需求才可以生存与发展。第二，用宗教消费主义。大众在属灵市场中会选择适合自己的宗教信仰和行为。因此宗教组织看其他组织为竞争对手，要在市场上出色出位，吸引顾客注目，并以迎合顾客的经验、身份和需要来赢取顾客。¹⁷其中一个重要的方法就是建立品牌，使大众认识这产品，并藉着符号、语言、神话等方法使这产品成为名牌。¹⁸

属灵市场的兴起是有很多原因，包括西方基督教王国的没落、世俗化、宗教的多元化、被消费主义充斥的社会、多元媒体的兴旺等。¹⁹

四. 宣教应用

今天的宣教士面对的世界是充满冲突的世界，这是不可避免的可悲但却是现实的情况。因此宣教士要有心理准备，可能会遇到敌对，甚至逼迫，又可能遇到因地方的冲突而带来的严重社会动荡。在这些情况下，宣教士应否继续留下或者撤退，是个很难作的决定。有一篇好文章，可以帮助作适合的决定，读者可以阅读这篇文章。²⁰

为了减少宗教的冲突，宣教士要思考怎样说明自己的身份。可能除了宣教士这名词外，还有更好的称呼。在宣教事工上可能遇到困难的处境，例如向穆斯林或印度教教徒宣教时，便可能面对内传浪潮的情形。这在宣教圈子里带来很多的争议和分歧，以穆斯林或印度教教徒为宣教对象的宣教士需要预先考虑自己的立场。

最后，虽然市场经济里有些方法可能适合应用，但是整个理念的价值观是与圣经的价值观相违的，所以宣教士要提防属灵市场对宣教的影响。

¹ Mark Juergensmeyer, *Global Rebellion: Religious Challenges to the Secular State, from Christian Militias to al Qaeda* (Berkeley, CA: University of California Press, 2008): 4-6.

² 同上 14 页。

³ 同上 23 页。

⁴ 同上 54 页

⁵ 同上 125 页。

⁶ 同上 46 页。

⁷ 同上 193 至 197 页。

⁸ Herbert H. Hoefler, *Churchless Christianity* (Pasadena, CA: William Carey Library, 2001).

⁹ Samuel Huntington, *The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order* (New York: Simon and Schuster, 1996).

¹⁰ 拙作「宣教随笔 7:文化本质化」《环球华人宣教学期刊》第卅八期。

¹¹ M. E. Marty and S. Appleby, eds. *Fundamentalisms Comprehended* (Chicago, IL: University of Chicago Press, 1995).

¹² Grahame F. Thompson, Exploring sameness and difference: Fundamentalisms and the future of globalization, *Globalizations* December 2006, Vol. 3, No. 4: 429.

¹³ Steve Bruce, *Fundamentalism*, 2d ed. (Cambridge, UK: Polity Press, 2008): 12-14.

¹⁴ Habibul Haque Khondker, Cultural conflicts, fundamentalisms, and globalization, *Globalizations* December 2006, Vol. 3, No. 4: 445.

¹⁵ Jonathan Friedman, *Cultural Identity and Global Process* (London: Sage, 1994): 211.

¹⁶ Peter Beyer, *Religions in Global Society* (New York: Routledge, 2006).

¹⁷ François Gauthier, Tuomas Martikainen and Linda Woodhead, Introduction: Religion in consumer society, *Social Compass* 58(3), 2011: 296-297.

¹⁸ Mara Einstein, The evolution of religious branding, *Social Compass* 58(3), 2011: 331–338.

¹⁹ 同上。

²⁰ Kirst Rievan, Staying or Leaving: The Missiology of Risk, *EMQ* July–September 2020 Volume 56 Issue 3.

《环球华人宣教学期刊》第六十六期 Vol 6, No 4 (October 2021)