
宣教隨筆 25 全球化與宣教（三）

葉大銘

上期提到天涯咫尺化（glocalization）的觀念。今期更詳細談論天涯咫尺化與文化的關係。首先說明天涯咫尺化的意思，然後天涯咫尺化帶來的三種文化反應，就是抗衡全球化文化、統一全球化文化、與不同程度的文化混雜。因為文化混雜比較複雜，所以留待下期才談論。

天涯咫尺化 (Glocalization)

天涯咫尺化可能是前索尼總裁森田首先提出，原意是兩方面看，¹即是看天涯（全球）和咫尺（地方）兩方面。羅拔臣 (Robertson) 為了適合全球化現象，用這名詞來取代人類學常用的文化散播。這名詞符合全球化的現象與地方文化的互動，²說明個人和社團對全球化的理解。全球化帶來地方化，也被地方化影響。兩者是相互影響，全球化包含地方化成分，地方化也包含全球化成分。天涯咫尺化不單有關地域，也與天涯的普遍性 (universality) 和咫尺的獨特性 (particularity) 有關，並且與全球化的同質化 (homogenization) 和地方性的異質化 (heterogenization) 有關。³

天涯咫尺化是一個很有影響力的名詞，也是複雜容易誤解的名詞。本身是說明全球和地方的互動與共生 (symbiosis)，是一個複雜的過程。但是有些人誤解了，將這名詞作為一個地方人群吸納全球符號、行為和產品的過程，甚至提倡現在的地球已變為平了，每處都是一樣，再沒有地方文化的獨特性了。地球已變為平的名詞首先由 Thomas L. Friedman 提出，⁴他的原意是世界各處的人都可以有同一平臺來連接、競爭和合作。⁵事實上 Friedman 認為地球變平更能帶來多元文化。⁶但是很多人卻誤解以為這概念帶來各地方的

文化都變為相似了，每處都是一樣，再沒有地方的獨特性了。這是個錯誤，⁷但是地方的文化色彩的確可以藉著全球化影響全球，這樣就帶來三種文化反應，就是抗衡全球化文化、統一全球化文化、與不同程度的文化混雜。⁸以下談論首兩個反應。

抗衡全球化文化 (Differentialism)

抗衡全球化文化的觀念，是說當地方文化藉著全球化散播至其他地方時，可能後者阻礙這散播，因為文化有頑強持守力。這並不是說文化完全不受影響，但是只是外表的影響，文化的核心不會受全球化影響改變。⁹因此縱使有全球化的情況，重要文化仍然持續。一個有名的例子就是亨廷頓的《文明的衝突與世界秩序的重建》，¹⁰他提出文化是有獨特性，互不相容、彼此敵對的，最後只有帶來文明衝突。這是出自文化基要主義，是錯誤的理論。¹¹另一方面，抗衡全球化文化的確可能會出現，例如以前的阿富汗塔利班政府抗衡西方影響。當然這裏所說的全球化文化不是一個文化系統，而是一些文化特質，越來越對全球有影響力。有關這方面在以後的宣教隨筆會更詳細談論。

統一全球化文化 (Convergence)

如果地方文化沒有抗衡全球化文化，或是抗衡全球化文化的阻礙力弱，而全球化文化的散播力強，便帶來統一全球化文化。在這情形下，各地方的不同文化被改變，越來越變為相似。¹²提倡這論說的學者並不是說地方文化完全改變了，或是全球的文化都是同一，因為每個地方文化都仍然保存一些特質，只不過各地的文化越來越相似。¹³

這些全球化文化特徵可以從國際非牟利組織看到。它們都有相同的特徵，例如普世價值的接受、個人主義、組織理性化（在全球用有目的和有理性的步驟來組織）、理性化進展（藉著經濟發展、公義與個人實現）與世界公民概念（有人權和對世界的義務）等。

14

統一全球化文化的一個顯著例子就是李澤 (Ritzer) 提出的麥當勞化 (McDonaldization)。這是麥當勞公司的營業延伸佔領全球的步驟。不單指全球每個角落都有麥當勞店鋪，並且它的營業原則延伸至全球。¹⁵共有五個原則如下。¹⁶

1. 有效率 (efficiency)

有效率就是用最省錢和最快的方法達到步驟的下一點。對顧客來說，就是從肚餓到飽足。對員工來說，就是有效的按著預定的步驟來作。

2. 可以計算 (calculability)

賣出的產品可以用數量計算，例如容量、價錢與用的時間。數量與品質同等，快速的賣出產品表示良好質素，越大越多就越好。

3. 可靠可測 (predictability)

無論什麼地方或什麼時間產品和服務都能夠保持水準，就是可靠可測。顧客喜歡麥當勞的一個原因就是它可靠可測，不需要顧慮令人驚奇的事情發生。

4. 控制 (control)

控制的物件包括顧客和雇員。藉著排隊、有限的食品供應與不舒服的座位使顧客儘快食完離開。雇員接受同一的訓練，要嚴嚴跟著有限的步驟。經營者和檢查員是使雇員就範。

5. 理性制度的非理性 (the irrationality of the rational)

第五個原則其實是負面的，就是整個理性制度卻可能帶來非理性的後果。麥當勞化可以帶來效率差、計算錯誤、不可靠可測與失去控制，也可以帶來虛假的友善、不衛生和環境破壞。麥當勞化可以令雇員成為機械，失去人性與創造力，也使顧客的胃口千篇一律，不能享受到豐富美食。

麥當勞化可以帶來無的全球化 (globalization of nothing)。無是沒有內容的形式。如果有特定內容，其他群體可能拒絕這內容。因為沒有內容，所以比有內容的形式更容易傳遍全球。一個好的例子是大型商場，本身沒有內容，由每地決定商場內有什麼店鋪。李澤指出全球化中的四種無。第一是無地方 (non-place)，即是沒有內容的地方，例如大型商場。第二是無物件 (non-thing)，例如信用卡，所有信用卡都是同樣功能與運作方法，沒有獨特色彩。第三是無人 (non-people)，是無地方的雇員，例如電信市場推銷員，對任何

顧客都用同樣推銷方法。第四是無服務 (non-service)，例如銀行提款機，由提款人服務自己。¹⁷

宣教含義

天涯咫尺化帶來抗衡全球化文化與統一全球化文化。這引起至少三個宣教應用。

1. 面對天涯咫尺化

天涯咫尺化帶來的一個誤解就是地球已變為平了，上文已經指出這是錯誤的觀點。因為這個誤解，宣教士可能以為全球各處都很相似，特別是城市。全球城市的確有很多相似的地方，特別與鄉村比較，¹⁸但是每處的城市都有她的文化特色。因這誤解，宣教士以為不再需要處境化了，用同一方法宣教就有效了，這是錯誤的。

2. 面對抗衡全球化文化

在這全球化世界裏，宣教士不要以為全球各地都接受全球化文化的影響。有些群體可能拒絕甚至攻擊全球化影響，特別是西方的影響。他們可能敵視西方人，抵擋宣教士帶來的西方基督教，甚至逼迫教會。所以宣教士要小心留意，儘量擺脫西方文化色彩，處境化福音與信仰。

3. 面對麥當勞化

李澤在理性制度的非理性中指出麥當勞化的弊處，例如虛假的友善、不衛生、環境破壞、使人成為機械、失去人性與創造力等。

德仁 (Drane) 論述美國（或其他現代化）教會的麥當勞化中有精闢的批判。他針對麥當勞化的首四個原則，指出當中的弊病。

第一是有關有效率。教會喜歡理性化系統，應用到教會生活每部分。教會以節目為主，精心安排每個節目如崇拜，將大部分資源放在節目上，信徒的事奉只限於參與節目。節目都是一律的，好像麥當勞食物一樣。但是速食只提供有限種類、有限營養，並且失去新鮮感後信徒便會離開到別處尋找另外新鮮的。預定的屬靈操練也是有問題的，因為每個人的靈程都是不同的，生命不是有條理的，預定的答案不可以滿足所有人。¹⁹

第二是有關可計算。教會避不開數位的誘惑。數字有它的作用，可以作為衡量屬靈光景的一個指標。但是數字的作用是很有限的，甚至可能指錯了東西，隱瞞了真正問題。教會是以人為對象中心，不是人數、錢財數目、教堂大小、節目多少等。人數增長需要更大堂址，為了增建要籌募更多錢，因而要用更多行銷方法，這樣教會的資源和精力都放在這些事情上，忽略了人的建立、關係的建立，並且形成一個循環系統，擺脫不了。在屬靈成長上，過分數位化只有帶來阻礙。門徒訓練不是一個節目，而是透過人際關係，需要時間、操練和冒險，數位不可以表達這些。²⁰

第三是有關可靠可測。很多信徒的確是追尋可靠可測，但是也有很多非信徒不喜歡千篇一律，並且這可靠可測可以阻礙冒險嘗試，教會失去創造力。可靠可測可能使教會事工一律化，門徒訓練和生活方式都同一化，用同一標準來量度屬靈成長是錯誤的。可靠可測也驅使教會採納別人的成功模式，沒有思考明辨就全部採納，忽略了自己的特殊處境，結果只有失敗。²¹

第四是有關控制。神的工作與屬靈成長不是人可以控制的。如果佈道方法都是千篇一律，呼召方法也是一律，在不同處境是無效的。另外，過分控制帶來尊權獨裁的領導方式，破壞了不少教會。²²

兩期前的宣教隨筆提到很多美國的基督教事工方法全球化，例子包括三福佈道方法，柳溪協會 (Willow Creek Association)，與標杆人生 (Purpose-Driven Ministry)。並且主要世界的一些超型的教會也輸出他們的方法。一方面，因為全球化這些方法可能適合一些群體。無可否認，這些方法在世界很多地方都被接受，並且有相當的效果。另一方面，這只不過是片面看法，並不表示不需要跨文化事工和處境化事工了。因為這些方法只適合少數人，大部分人可能不明白或不接受。他們可能抗衡全球化文化，或者是接受不同程度的文化混雜。

最後，德仁對教會的麥當勞化的批判適用於普世宣教。因此宣教士要小心採用這些方法，明辨什麼情形下用這些方法，什麼情形下要處境化這些方法，甚至不用這些方法。

-
- ¹ K. Ohmae, *The Borderless World: Power and Strategy in the Global Marketplace* (London: HarperCollins, 1992), 93.
- ² R. Giulianotti and R. Robertson, *Globalization and Football* (London: Sage, 2009), 46.
- ³ R. Robertson, *Globalization: Social Theory and Global Culture* (London: Sage, 1992), 26; R. Robertson, Glocalization - Time-space and homogeneity-heterogeneity, in M. Featherstone, S. Lash and R. Robertson, eds., *Global Modernities* (Thousand Oaks: Sage, 1995), 40.
- ⁴ Thomas L. Friedman, *The World is Flat* (New York: Picador, 2007).
- ⁵ 同上 10 頁, 204 頁。
- ⁶ 同上 478 頁。
- ⁷ Paul James and Imre Szeman, ed. *Globalization and Culture vol.3: Global-Local Consumption*. (London: Sage, 2010), xviii.
- ⁸ Barrie Axford, *Theories of Globalization* (Cambridge, UK: Polity, 2013), 98.
- ⁹ George Ritzer and Paul Dean, *Globalization: A Basic Text* 2d ed. (Malden, MA: Wiley, 2015), 207.
- ¹⁰ Samuel Huntington, *The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order* (New York: Simon and Schuster, 1996).
- ¹¹ 參考拙作宣教隨筆 7: 文化本質化 《環球華人宣教學期刊》 4(2014). 10。
- ¹² George Ritzer and Paul Dean, *Globalization: A Basic Text* 2d ed. (Malden, MA: Wiley, 2015), 206.
- ¹³ 同上 219 頁。
- ¹⁴ J. Boli and G. M. Thomas, World culture in the world polity: A century of international non-governmental organization, *American Sociological Review* 62(1997).2, 171-190.
- ¹⁵ George Ritzer and Paul Dean, *Globalization: A Basic Text* 2d ed. (Malden, MA: Wiley, 2015), 223.
- ¹⁶ George Ritzer, *The McDonaldization of Society* (Thousand Oaks, CA: SAGE, 2013), 13-17, 123.
- ¹⁷ 同上 227 頁。
- ¹⁸ 參考拙作有效的城市宣教 《環球華人宣教學期刊》 3(2012). 8。
- ¹⁹ John Drane, *The McDonaldization of the Church* (Macon, GA: Smyth & Helwys, 2012), 41-43.
- ²⁰ 同上 45-47 頁。
- ²¹ 同上 48-50 頁。
- ²² 同上 50 頁。