

宣教隨筆

全球化與宣教(九)

葉大銘

今期結束全球化與宗教的關係的論述，也結束整個全球化與宣教系列。

一. 全球化與宗教衝突

1. 世俗民族主義 (secular nationalism) 與宗教衝突

上期論到現代化帶來的世俗化，藉著全球化傳至世界各國，衝擊著既存宗教。既存宗教對世俗化的抗衡帶來很多地區的反現代主義浪潮。這反現代主義與反現代化不同，是反對現代的世俗主義，而不是反對現代科技帶來的生活方式。所以很多宗教的原教旨主義者很樂意使用新科技和媒體，例如電腦、手機、臉書等。¹

第二次世界大戰後，以前的殖民地紛紛獨立成為國家。它們大部分都是以世俗民族主義來建國。這些國家沒有西方的基督教王國 (Christendom) 的背景，並且國內有不同民族和不同宗教存在，為了避免衝突，就不以任何宗教作為國家宗教，而採取現代的世俗主義立國。原意是在世俗主義的旗幟下不同宗教都可存在，可以避免或減少宗教衝突。

但是，經過多年的世俗主義，很多地方都有宗教的反彈。原教旨主義者反對世俗主義，不單在宗教信仰上，也在政治層面上反對世俗主義下的政權。這些反對有不同程度的。首先是對世俗民族主義的挑戰，認為它不是自然原則或神的啟示，而是人民所選擇的政治規則，是相對而不是絕對的，這是文藝復興的觀點。²

第二程度是世俗民族主義與宗教的競爭。每個政權都需要道德上的認許和支持，否則很多人便不會接受政權。這兩個意識形態都可以提供道德上的認許和支援，但是它們是互相排斥的，所以形成競爭。³

在中東，穆斯林弟兄會 (Muslim Brotherhood) 是原教旨主義組織，於 2011 年的埃及革命後，從選舉中取得勝利。但是組織政府後不到一年，因為極端的伊斯蘭政策惹起很大反對，受自由主義和世俗主義影響的民眾遊行，在軍隊支持下推翻了政權。

以色列的錫安運動 (Zionism) 也顯現世俗民族主義與宗教的競爭。錫安運動由極端原教旨猶太教信徒組成，提出以色列立國是神的工作，猶太人是獨一無二被揀選民族，所以以色列國不應容許非猶太教人。⁴

在印度，印度從英國的殖民統治獨立後，以世俗民族主義建國。但是印度教原教旨主義 (Hindutva) 興起，提出印度是只屬於印度教徒。並且說因為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傘下保持他們的信仰。但是不願意歸於印度教的人便會被排斥。受這主義的影響，很多基督徒和穆斯林被逼迫，基督教教會和伊斯蘭教清真寺被拆毀，也形成很多地方的暴動。上期提到現任總理莫迪就是印度教原教旨主義者，所以他上任後，基督徒的逼迫增加了很多。

佛教理應是和平不殺生的宗教，但是在斯里蘭卡，極端佛教在過去七十年不停活躍。斯里蘭卡獨立後，以世俗民族主義建立國家政府，容許不同宗教的存在。大部分人本來都是佛教徒，這極端佛教的興起是因為害怕非佛教敵人，特別是印度教的泰米爾人 (Tamil)，以為自己已經變為被威脅的少數，所以要排除其他宗教，包括基督教。這些極端佛教信徒組織政黨，不接納世俗民族主義和多元宗教，要求趕走泰米爾人，不容許佛教徒改變宗教。⁵

最後的程度是排斥世俗民族主義和政權，以宗教取代，建立宗教政權。伊朗在 1979 年驅逐以前皇朝，以什葉派伊斯蘭教建立神權王國，排除其他宗教，什葉派領袖成為國家最高領袖。⁶

最後提出的是伊斯蘭恐怖分子和聖戰運動。⁷聖戰原是古蘭經的教訓，但古蘭經也著重和平。伊斯蘭教在這一百年經歷了極大的社會與政治轉變，特別全球化帶來西方的影響，使很多穆斯林的生活方式改變了很多，越來越世俗化了。伊斯蘭教原教旨主義由此興起，其中產生伊斯蘭聖戰運動，例如數年前的伊斯蘭國 (ISIS)，廢除世俗民族主義，企圖建立伊斯蘭教王權。

2. 宗教之間的張力與衝突

上面指出全球化使宗教與世俗民族主義的衝突越來越增加。不單這樣，也加增了宗教之間的張力與衝突。在這情況下，宣教遇到很多阻礙。在很多國家或是地區裏，為了維持和諧，政府實施禁止改宗教法例 (anti-conversion law)。例如印度的很多州便有這法例，如果印度教教徒想成為基督徒，便要向政府申請批准，多數是被拒絕的。這是造成內傳浪潮 (insider movement 又稱內傳福音運動) 的一個原因。在印度現在就有幾十萬個無名或無教會的基督徒。⁸

宗教之間的張力與衝突包括一神宗教之間的張力與衝突，例如基督教與伊斯蘭教。也包括一神宗教與多神宗教之間的張力與衝突，例如基督教與印度教。

亨廷頓所寫的很有影響力的書《文明的衝突與世界秩序的重建》⁹提出普世可以分為九個文明，每個文明都有清晰的界線，並且文明是互不相容、彼此敵對的。因此文明衝突是不可避免的。這些文明和宗教有密切關係，就是說宗教衝突是不可避免的。我以前有論述這論說的錯誤，¹⁰社會學學者都不接受這論說。但是從現今普世情況來看，宗教之間的張力與衝突的確是越來越強。怎樣增強彼此理解包容，避免暴力衝突，這也是神的宣教的一件事工。

二. 全球化與原教旨宗教的興起

比較宗教學者 Marty 和 Appleby 認為原教旨宗教有以下的特點:¹¹

1. 對宗教的邊緣化的反應
2. 少數被揀選的概念
3. 道德二元論：正邪二元化
4. 信仰絕對正確無誤：神絕對的話語
5. 末世和救主論
6. 清晰的界線

7. 威權組織

8. 對會員的絕對要求：要犧牲¹²

Bruce 認為原教旨宗教的出發點是根基於絕對正確無誤的經文的信仰，然後是美滿的顯示這信仰的群體。面對社會的變遷帶來的壓力和宗教的邊緣化，原教旨宗教極力重申原始宗教的美善，要社會回歸原始宗教，但是這個回歸又浸透著現代化的影響。¹³

原教旨宗教在歷史上出現了很多次。例如美國基督教自從聖經批判論和自由派神學出現後就產生基要派的抗衡，是一百多年前的事情。伊斯蘭教自古以來就是信奉聖典（特別古蘭經）是絕對正確無誤，並且穆斯林群體是完善的信仰群體，所以自古以來伊斯蘭教就是原教旨宗教。

但是現在的原教旨宗教是近四十多年才出現，¹⁴原因是全球化帶來的後果。現代化不單帶來世俗民族主義，也帶來西方更正教的個人主義和社會的分化與部門化。起初只是西方受到這些影響，但現代的全球化將這些傳遍普世。這全球的現代化和世俗化邊緣化了宗教，原教旨宗教就由此興起，來抗衡這些影響，重申傳統身份的重要，¹⁵因此原教旨宗教是全球化的產品。¹⁶

三. 全球化與屬靈市場 (Spiritual Market)

在西方，特別是美國，應用市場經濟學於基督教帶來屬靈市場的現象。藉著全球化，屬靈市場出現於世界各地。

市場的形象來自經濟學，借用經濟的模式和名詞。第一，用供與求的原則。在多元宗教的社會裏，只有滿足大眾的需求才可以生存與發展。第二，用宗教消費主義。大眾在屬靈市場中會選擇適合自己的宗教信仰和行為。因此宗教組織看其他組織為競爭對手，要在市場上出色出位，吸引顧客注目，並以迎合顧客的經驗、身份和需要來贏取顧客。¹⁷其中一個重要的方法就是建立品牌，使大眾認識這產品，並藉著符號、語言、神話等方法使這產品成為名牌。¹⁸

屬靈市場的興起是有很多原因，包括西方基督教王國的沒落、世俗化、宗教的多元化、被消費主義充斥的社會、多元媒體的興旺等。¹⁹

四. 宣教應用

今天的宣教士面對的世界是充滿衝突的世界，這是不可避免的可悲但卻是現實的情況。因此宣教士要有心理準備，可能會遇到敵對，甚至逼迫，又可能遇到因地方的衝突而帶來的嚴重社會動盪。在這些情況下，宣教士應否繼續留下或者撤退，是個很難作的決定。有一篇好文章，可以幫助作適合的決定，讀者可以閱讀這篇文章。²⁰

為了減少宗教的衝突，宣教士要思考怎樣說明自己的身份。可能除了宣教士這名詞外，還有更好的稱呼。在宣教事工上可能遇到困難的處境，例如向穆斯林或印度教教徒宣教時，便可能面對內傳浪潮的情形。這在宣教圈子裏帶來很多的爭議和分歧，以穆斯林或印度教教徒為宣教物件的宣教士需要預先考慮自己的立場。

最後，雖然市場經濟裏有些方法可能適合應用，但是整個理念的價值觀是與聖經的價值觀相違的，所以宣教士要提防屬靈市場對宣教的影響。

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 頁。

³ 同上 23 頁。

⁴ 同上 54 頁

⁵ 同上 125 頁。

⁶ 同上 46 頁。

⁷ 同上 193 至 197 頁。

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「宣教隨筆 7:文化本質化」《環球華人宣教學期刊》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.

《環球華人宣教學期刊》第六十六期 Vol 6, No 4 (October 2021)