

不少學者與牧者論及當前全球福音派的嚴重危機不在於教會模式、也不是行之有效的佈道策略、更不是在媒體與市場內的曝光率與佔有率的提升幅度，乃是我們是否名副其實「活出福音」的基督徒？

北美福音派學者賽德 (Ronald Sider) 的著作：《丟人現眼的福音派》(*The Scandal of the Evangelical Conscience*)，正是對福音信仰教會的合時提醒；我們倘若不重新反思「福音」的內容，我們展示的不是福音信息成為世人的「絆腳石」(林前一 23，原文 *scandalon*)，卻是基督徒的生活方式「丟人現眼」，因為我們暴露在公眾面前是「醜聞」(*scandals*) 不絕。

北美福音派部分領袖，如賽德、葛尼斯 (Os Guinness)、麥拉倫 (Brian McLaren)、魏樂德 (Dallas Willard) 及甘普路 (Tony Campolo) 等，已就此反省及批判當前的信仰危機。賽德正是其一的代表，他在本書第一章指出美國福音信仰群體佔更正教的大多數，但同時發現這些有重生宗教經驗的信徒，在世界觀與價值觀方面，與未信人士卻分別不大。那些宣稱重生得救的基督徒，其生活方式與不信者的差異，只在前者多了宗教活動而已。有些信徒感覺有了信仰，個人身心與生活較以往更為健康與積極；但他們所信之神已成爲「失掉重量的神」(借用衛爾斯於《孤獨的神－後現代福音派信仰危機》書內的論述)。

正因為福音派本末倒置，關注福音的推廣，多於關注信徒本身生活是否「好消息」？當世人看見福音派領袖與信徒，也是如此好色貪婪、追求享樂、崇尚物質、自我中心，於是在這些「壞消息」下，又如何信服我們所宣講的「福音」？

麥拉倫 (Brian McLaren) 質疑北美福音派：「既然你們如此重視聖經，爲何你們對待別人的舉止是如斯低劣涼薄的？」另一位學者魏樂德 (Dallas Willard) 認爲問題的根源在於福音派教會只強調微觀式「罪之管理」(*sin management*)，而信徒在世最重要是告訴別人如何領取「天堂」簽證，忽略了我們現今的生活正是天國在世的呈現。

香港及各地華人教會深受「美國製造」的福音事工影響；倘若教會領袖只抄襲劣品，誤以爲「成功福音」才是追求的品牌，無論堂會或機構的運作，均以市場爲導向，於是市場可見的 ABC (Attendance 出席率；Buildings 物業；Cash 現金)，就成爲量度成功的指標了！這就是福音派的「丟人現眼」，我們自以爲成功，其實，我們已出賣了信仰的實質；「實用主義」取代了神學思考，「教會被擄巴比倫」就是我們悲劇的寫照！

惟有我們如賽德等倡導，回到「聖經的遠象」(第二章)，我們才能向世人展示整全的福音(第三章)。一間被世俗同化的教會，只會售賣「廉價恩典」(潘霍華)，卻不會召喚人真正追隨基督。

當教會領袖以為數目是一切，夠大才有影響力；也許要聆聽葛尼斯 (Os Guinness) 的忠告；他指出在歷史洪流中產生莫大影響力，不是人數眾多的教派；相反是那些認定召命，活出福音的個人或小群。福音派的真正影響力，在於「讓教會成為教會」(Let the church be the church)，回復其獨特與聖潔的身分(第四章)，扮演著抗衡文化的角色。惟有我們敢於與世俗不同，我們學習摒除偶像，不再淪為消費主義的福音，真實成為互相關愛與彼此問責的群體，一起敬拜呼召我們的三一神。

福音派在華人教會享有絕對的大多數，自由神學難以在華人教會中立足發展；然而坐享其成的教會，我們不能滿足於信主人數的增長、堂會及機構數目不斷增多、籌集奉獻指數再創新高等，我們更要思考的是基督福音怎樣對世界帶來影響與轉化。就以公共倫理為例，福音派不能只關心私德(賭博、性道德及家庭等)，卻忽視了公義(生態公義、經濟公義、貿易公義等)。

面對全球化貧富懸殊，福音派教會再不能獨善其身，要以身作則，本著基督愛心，透過具體行動關愛與服侍窮人，讓世人看見神常與窮人同在。福音派教會要積極教導信徒有整全的世界觀(第五章)，今世仍是神愛護的；正因如此，福音不限於個人得救，更擴展至萬物的更新(啓廿一5)，愛護自然、維護人權、促進復和、關注愛滋與全球暖化等公共課題，也是福音派應當有分的。

華人「福音派」在「宣講福音」的技術不斷提升，與此同時，我們還要培育信徒真實地「活出福音」，我們不會成為賽德所悲嘆《丟人現眼的福音派》，卻在眾目睽睽之下，成為具備好消息內涵的教會！