

教育資料與研究雙月刊

第 78 期 2007 年 10 月 249-250 頁

教育名詞

全球在地化

吳清山* 林天祐**

全球在地化（glocalization），係指一種全球思維架構融合在地需求和特色的動態關係，亦即所謂的「全球接軌、在地行動」的意涵。

全球在地化係結合全球化（globalization）和在地化（localization）兩個觀念而成。前者是指全球聯繫不斷擴張，人類政治、經濟和環境形成一種複雜的網路，國與國之間維持緊密互相依存關係，世界已經融為一體，全世界人類必須緊密合作，才能共同促進繁榮。後者則是相對全球化而來的另一趨勢和潮流，它是指一個地區或國家，任何一種經濟或商品流動，必須適應地方的需求，才有可能加速發展，例如：網路軟體必須轉化為在地語言，才能符應當地民眾需求，才會產生價值。所以，在地化可視為一種產品或服務的應用，能夠為某一特定文化或語言地區所接受的情況。

隨著網路科技、資訊科技和通訊科技的高度發展，人類關係日趨緊密，國與國之界限漸趨模糊，加速全球化與在地化的密切結合，因而全球在地化愈來愈受重視。最早提出全球在地化概念的為英國 R. Robertson 於 1994 年發表在《國際溝通期刊》（Journal of International Communication）所發表的〈全球化與全球在地化〉一文，闡析全球化與全球在地化之關連性。基本上，全球化與在地化是全球互為一體的兩個面向，並非相互對立與排斥，而是意味著文化與語言之間的接觸、交流與匯集。

全球在地化包含微觀—中觀—鉅觀（micro-meso-macro）三個層次，亦即從地方—區域—全球之間的交互影響。全球在地化如火如荼地展開，牽動國族或國家（nation-state）關係，也加強某種再地域化（re-localization）的重塑。所以，面對全球在地化的趨勢，不能採取鎖國政策、閉門造車，必須與國際接軌，才能創造更大利基。

全球在地化衝擊經濟發展最為深遠，很多跨國際性企業，為了拓展商機，必須接受全球在地化的事實，例如：麥當勞（McDonald）公司是屬於國際性企業機構，它必須顧及當地風俗，發展適合當地口味，才有更多商機可言，其它跨國際性的電

*吳清山，台北市立教育大學教育行政與評鑑研究所教授、財團法人高等教育評鑑中心基金會執行長

**林天祐，台北市立教育大學教育系教授兼系主任

腦公司，也必須採用適合當地語言，才會有更多的利潤。

台灣面對全球化競爭趨勢，人才培育成爲國內教育發展之重要課題。如何有效培養各國語文人才、參與國際事務人才、國際法律人才，以及培育具有國際視野和尊重國際社群多元文化素養，已屬教育重要工作之一。爲了符應全球在地化趨勢，未來台灣教育仍須與國際接軌，培養具有國際視野與本土關懷的人才爲第一要務。