

## 主题文章

\*\*\*\*\*

### 迈向传播神学的新建构

刘镇欧

二十世纪是个变动的年代；特别是二十世纪下半叶是个科技发展变动剧烈的年代！新兴的电脑网路科技无疑地已对人类社会产生巨大的冲击，同时也逐渐对人类生活与互动行为产生深远而广泛的影响，其中最直接的证据便是「现代生活网路化」；亦即人们对一般日常生活中食、衣、住、行、育、乐等各项活动的资讯与实际需求，可透过网际网路的中介，获得一定程度上的满足；并且，可以采用电脑新兴技术开发新的人际互动与生活经验的可能，创造出一系列以「cyber」为英文字首的「网路文化」(cyber culture)，以及营造出令人无法抗拒的「网路世界」(cyber space)。

在面对这世纪末的资讯狂潮，教会因秉持救人灵魂的宣教使命，亦不可避免地被卷入风潮中，企盼为「网路冲浪」(network surf) 的弄潮儿带来新的生命与盼望，使他们免于同遭〈网路上身〉(the Net) 女主角安琪拉自我孤立的命运。

然而，根据笔者这二年多来的观察与参与，其结果是令人失望的；大多数热心网路宣教事工的教会机构或团体，徒有救人灵魂的「属灵使命」，却没有解析新时代科技文化的「世俗知识」；犯下许多认知错误与因之而来的作法偏失：

一·将网路「仅」视为便宜且快速的「大众传播工具」，而非「沟通对话工具」的认知错误（注一）。

二·「重 WWW 轻 BBS」的宣教作法偏失。

因着上述的认知与作法偏差，大多数台湾教会倾向将网路当成教会简介、资料查询、以及活动看板来使用；其网页内容包括教会牧者与教会地址的资讯、聚会时间与内容、讲道篇章、经文查询、相关教会网站查询、以及重大教会布道与培灵聚会的活动讯息，完全规限在教会的传统事工项目与工作内容；轻忽上网使用人的资讯撷取与诠释的主动性，以及忽视网路传播媒介本身具有的互动特性。

因此，笔者以「敬重投入网路事工的主内肢体」之心，但「质疑以亘古不变的思考作法面对变动不居的网路世代弄潮儿」的态度；不揣才疏学浅，提出个人对网路传播科技特性的粗浅看法，以期收抛砖引玉之效，共同构建立基于电脑网路传播科技的神学思考和宣教策略。

首先，我们应了解到：任何新科技的引进，都会对特定社会的文化与人际关系形成重要且深远的影响和冲击。科技不仅是一组工具，更是定义世界的方法；它早已超出工具性的角色，成为一种微妙且具有长远社会与政治影响力的意识形态。电脑中介传播（computer-mediated communication, CMC）与过去传统的传播科技，无论是在技术或文化层面上，皆有极大的差异。电脑中介传播科技最大的特色便是接近性与互动性；尤其互动特性是区别新与旧的传播科技。传播学者罗杰斯 (E.Rogers) 则进一步指出：80 年代以降，此新兴科技具有三种明显和传统传播媒介不同的特性：

## 1. 互动性

这是具有多面性的观点，可从四个层面来检视：

### a. 立即的讯息回馈

- b. 问题的反应能力
- c. 沟通连系的能力
- d. 平等的意见表达

## 2. 分众化

讯息可以在大团体里的个人间互相流通，传播过程的参与者较具同质性。在传播的过程中，参与者同时是讯息的传送与接收者，使得讯息传送者与接收者之间传统的界线变得模糊。综合而论，分众化隐喻大众传播系统的控制权，已由讯息传送者转移至讯息接收者。

## 3. 异步性(asynchronicity)

参与者可在适宜的时间收发讯息，使得传播系统的控制权一部份由讯息传送者转移至接收者。

以上三点电脑中介传播科技特性，不仅使得参与者在传送和接收讯息的过程中，拥有更多的自主性和选择权（注二）；而且在传播的特性上，拥有近于人际传播的互动性质，也有类似于大众传播的广播功能。因此，使它的使用弹性得以大幅提升；难怪有些研究学者将它称之为「小众化的大众传播」，或者是「大众化的人际传播」；这对于人类传播的本质、模式与形态，造成多面性的影响。

过去教会传播神学的架构是著重于「效果研究」的线性传播模式 **Who**（传播者）**says what**（讯息），**in which channel**（媒介），**to whom**（接收者），**and with**

what effect (效果)，它的典型特质便是认为传播者在影响讯息接收时，理所当然地具有某些意图，因而传播应该被看作是一个「说服的过程」。

如今，这样的看法已不再适用于新兴的电脑中介传播，因为它所具有的互动、分众与异步的特性，使得传播过程变为非线性的；而是一种新颖的传播模式辐合模式 (convergence model)。在此模式中，传播的定义是由参与者建立并彼此分享资讯，以达「共通的了解过程」：

当二个以上的个体趋向幅合时，在彼此间资讯意义交换的圈状过程。因此，辐合模式着重于传播过程中所具有循环的、动态的、以及参与者之间相互独立的特性（注三）；所以，电脑网路应被视为基督徒与非基督徒分享信仰体验，沟通信仰差异，并寻求相互了解的「沟通对话媒体」，而非仅是说服他人信仰的「大众传播媒体」。

因此，当教会投身于网路宣教事工时，应顺应电脑中介传播的特性，理解网路场域人际沟通的需要与特质（注四）；转将事工重心放在上网人口最多且互动性最强的 BBS 站经营，才是抓住网路世代弄潮儿心灵需要的上策（注五）。

此外，在这一波新兴的网路宣教热潮中，令人遗憾的是：拥有「最大教势」的长老教会在所经营网站上的表现，无论是在质或量各方面，都是令人失望的（注六）。如果教会未能敏感于世纪末人心渴望沟通的需求与表达，仍囿限于传统信息单向传播的思考；相信在不久的将来，台湾成为全面网路化社会，形塑新的网路文化之后，教会的信息传播就只能在「萧墙之内自说自话」。

注释：

1. 据新的社会心理学与文化研究的报告指出，网路已成为新世代的「身份塑造与文化趋势建构机制」的工具。

2. 赵雅丽，〈电脑情境的人际沟通与「人机」互动的审思〉，第四届电影电视录影国际学术会议论文集，1995年，页111-115。
3. 卜庆玲，〈虚拟社区内的传播之研究--以交通大学资科系 BBS 站为例〉，交大传播科技研究所硕士论文，1995年，页16-20。
4. 因文长限制无法一一详述有兴趣的读者可参阅拙著，〈世纪末人际沟通虚拟社区的再思〉，旷野五期，1997年10月，页74-81。
5. WWW 与 BBS 网站的讯息传播对象是不同的；WWW 上网人口特征是专业人士居多，精于理性思考，情感需要与表达较稳定，互动性较低；BBS 人口特征是在学学生居多，强调理性思考，情感需要与表达较强烈，互动性较强，是有话要说也拼命说的新新人类。因此，因着传播互动对象的特质与需要不同，应有不同的网站经营方式。有志网路事工的主内先进，可参考校园网路团契的信望爱 BBS 网站与心灵小憩 WWW 网站的作法，以及两者结合的方式。
6. 目前只占教会网站数的十分之一弱，其网站内容大多数是传统事工项目，了无新意，亦乏人问津。

《环球华人宣教学期刊》第廿二期，2010年10月。

(转载自：<http://life.fhl.net/Culture/tend/trans.htm>)