

主题文章

浅谈网路传福音的策略



蔡佩芬

(《新丽人》福音网刊编辑)

当年，主耶稣要西门「把船开到水深之处，下网打鱼」（路五 4）。祂如此吩咐，是因为那里的鱼多。今天的网路世界就像福音的水深之处，在网路上流连的人多得无法统计，只能说无孔不入。这广大的鱼群，我们当用什么网来捕捉，如何把握契机为主得人如得鱼呢？

大多学者对宣教策略的定义是：明智又具体地善用资源并把握时机，适切文化传统及社会实况，履行大使命事工的计划、原则及实践。而大使命则是主吩咐昔日门徒及今日信徒，借「去、奉父、子、圣灵的名施洗、教训……」等，进行「使万民作主门徒」的事工。因此，网路宣教必须有效地使用神所赐资源，把握传福音的时间及契机，使用宣教策略，倚靠圣灵的能力，寻求神的心意，制定具体计划，致力于传福音的行动。

改变时代的传播媒体

1969 年，因着网路的诞生，巨大地影响全人类的生活方式。刚开始时它只有少数人能使用；稍后，网路已发展成为传播媒体的主流，就如古腾堡(Gutenberg)发明的印刷术一般，急剧地转变整个社会，如今网路已经彻底改变了现代人的生活形态，成为人们生活不可或缺的一部分。人们不再只是被动地接受资讯，而是可以借着网路来传达自己的意见与思想，网民们已形成一个新的社会群体。正如社会学家卡斯泰尔所说：「一个网路社会已经崛起！」网路，已经不只是一

种技术和手段，已成为人们的生活方式，并深远地影响和改变着世界和人类的面貌。

21 世纪又称为网络化、资讯化的世纪，网际网路（Internet）的出现大大改变了世界彼此之间交流的幅度。网路资讯已超越了国界，令世界进入新的「沟通世纪」（Age of Communication）。教会借着网路宣教事工，可以真正达到超越国界限制的宣教。当华人教会在差派宣教士去远方宣教时，请不要忘记，你每天在使用电脑的时候，有数以亿计在网际网路上的网民，也同样需要福音。正如 Rex Miller, 在 The Millennium Matrix 书中提到，「我们正活在一个『数位传播的文化』（digital communication culture）里，它将取代以往的『大众传播文化』（broadcast communication culture）如电台、电视，并且将超越『印刷传播文化』（print communication culture）」。

现今几乎没有什么资讯是在网路上找不到的，甚至是失散多年的老友，只要他的名字曾在网路上出现，无远弗届、无孔不入的搜索引擎都可以找到他的资料。网路的发展为广传福音开创了一个新的契机。然而，随着各种网路技术的迅速发展，势必对宣教事工带来新的挑战。福音事工需要一个根据圣经启示而来的良好策略，更需要有具时代使命感的工人。面对科技时代广大群众的庞大灵性渴求，推动网路宣教事工已是刻不容缓。网路是上帝架设的一个平台，在这里，神将传福音的使命托付给祂的儿女；网路是宣教的一个利器，借着进步的科技来得着这片广大的福音禾田，及时帮助众多生命在浩瀚的网际中找到生命的盼望与答案。

网路传福音的契机

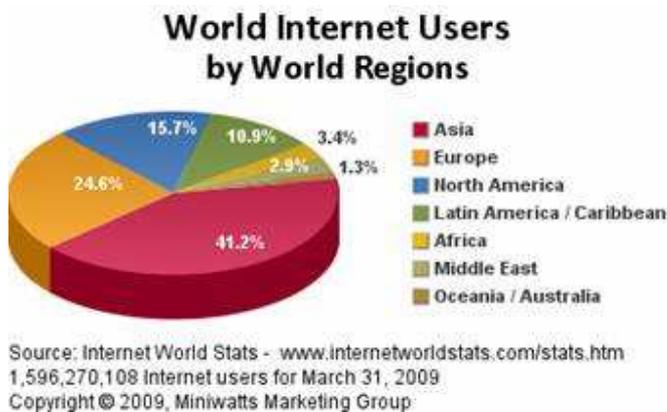
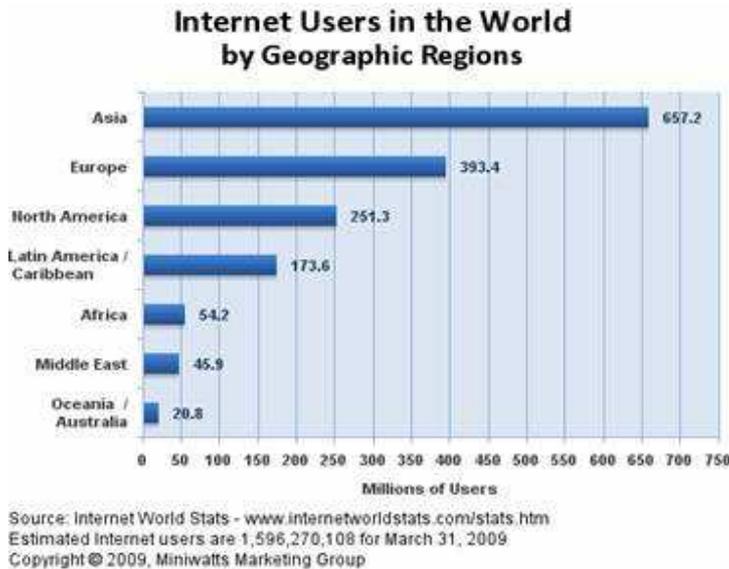
网路时代，人与人之间沟通的特色是即时、快速、方便、高效率，大大突破了时间与空间的限制。网际网路的出现，将人紧密地联系起来。有人说「互联网是上帝送给中国人民的一个最好礼物」，因为通过网路，中国人可以与世界接轨。John Edmiston 写到，「就全世界福音禾场而言，网路宣教是现时代最有效的工具」。然而，我们首先必须回答两个问题：

- a) 全球福音禾场在那里？那里是「庄稼多，工人少，但适合网路宣教的禾场」？
- b) 什么是该禾场最佳的网路宣教策略？

「网路宣教」（Cybermissions.Org）的负责同工，澳洲籍宣教士艾约翰（Michael Ireland），成功地利用网路对福音闭锁的国家传福音。他发现今日全世界有 43 个国家特别适合以网路传福音，这些国家不是逼迫宣教士，就是限制福音的活动，但境内都有一定人数在使用网路。这些国家有汶莱、中国、印度、印尼、马来西亚、越南、土耳其、苏俄、日本、阿曼、古巴、泰国、巴林、埃及、巴基斯坦、孟加拉和沙特阿拉伯。

从全世界网路使用排行榜显示，在五大洲中，亚洲是网际网路交通最繁忙的地方（资料来

源：<http://www.internetworldstats.com/stats7.htm>, [accessed May 13, 2009]，如下图)。另一方面，根据大陆的中国互联网络资讯的第 22 次统计报告，截至 2008 年 6 月底，中国网民的数量达到了 2.53 亿，首次超过了美国，成为世界第一。



网络传福音的策略

Global Harvest Ministries 的总裁 C. Peter Wagner 认为，宣教策略必须强调门徒训练，并且需要有下列几项要素：A. 正确目标，B. 适当的地点于适当时间，C. 正确方法，D. 适当的人材。他也提出，拟定福音策略要先思考以下五项要点：

1. 上帝要我们向谁传福音？
2. 他们是什么样子的？
3. 谁去向他们传福音？

4. 如何向他们传福音？

5. 预期结果如何？

传福音时，必须了解福音对象及未得之民的需要。比如说，你是否知道现在青少年最常用来聊天、交换的信息的地方是什么？有一个叫做 Facebook 的网站，几乎每个青少年都是那里的常客。我们必须对所服侍的人群有适当的了解，并且按照他们的想法与需求来设计网站或部落格。若是你正在设计福音网站，首先请你问自己几个问题：

1. 你想要服侍的人群是谁？你的网站是以读者需要为中心吗？
2. 他们对什么感兴趣？你的网站能否准确地统计来访者的阅读习惯？
3. 他们想在网路上找到什么？你是否只提供你自己觉得好的东西？
4. 他们在寻找神吗？你提供简单易懂的福音性信息吗？
5. 他们使用什么样的语言？你是否惯于使用宗教语言？
6. 他们沟通的习惯是什么？你的资讯是否太理论、太长气了？
7. 你能否提供他们一个沟通的管道，让他们的问题得到解答？
8. 你是否想吸引男女老少的访客？并且解决他们所有的问题？小心！你会失败！
9. 他们大都是经由搜索器或其他联结而来的。你的设计是否容易让搜索引擎找到？
10. 你是否能想办法让文章排名在几个大的搜索引擎（如百度、搜狐、google……）的第一页或前面几页？
11. 他们容易在网站里迷路（尤其是女性访客）吗？你网站的导航够清楚吗？
12. 你能否根据以上的答案设计出一个简单实用，又能吸住读者的网站？

网络福音事工的展望

感谢神，中国基督教界已经有很多忠心又有异象的弟兄姐妹，经营具质量和内容的圣经教学网站、信仰与生活网站，以及影音网站；而华人教会也大多架设了教会网站，可惜绝大多数都是针对会友或者信徒设计的，内容包括琳琅满目的布告栏、教会崇拜、主日学、团契活动……但大多仅限是发布消息、教导圣经、欣赏圣诗等等，是给「自家人」用的，不信主的网路游客虽也有「不小心」来访的，但都会在短短几秒钟之内引退。网路宣教事工发展缓慢，主要原因是认识不够，教会网站内容只为信徒而设，不知道如何透过它来服务更广大的非基督徒人群。对很多不信主的网民来说，教会网站内容完全没有吸引力，他们绝对不会再来访。

其实中国教会一向对于新的科技、文化接受都比较慢，常处于被动的地位。记得王永信牧师曾讲过一个真实的笑话；年青的时候，教会因为聚会人数非常多，不能清楚听到讲员的声音，因

此有人建议装麦克风来改善情况，但是有些「卫道」人士却坚持透过麦克风讲道是不属灵，结果当然是不能安装，教会也只能在原地踏步，成长受到限制。同样的，现在有些不上网的教会领袖，认为网路里堆满属撒但的伎俩，充满危害心灵的垃圾，不但大力反对信徒上网，更甬说支持网路宣教了。此外，有些教会存着个一个迷思，认为教会只要有网站就是在作「网路宣教」，不知道曾否自问，不信神的人会在你教会的网站上浏览吗？教会网站的内容够吸引在寻找福音的朋友吗？还是只堆满很属灵的信息，期望不信神的人会突然被圣灵感动，接受福音？若是有机会思考，现在是否检讨的合适时候呢？深盼从事网路工作的默歌弟兄所说，「得着今日的网络，得着明日的世界」能成为网络宣教事工的异象。

1. 福音与文化的时代使命

网站必须担负结合福音使命和文化使命，以传扬和见证神的道。所谓福音使命是以网络媒体作为工具和管道，直接传递着福音的资讯；文化使命是透过网络媒体产生良性的影响和更新网络文化，以及通过网络媒体来实现对文化的更新。网络事工的开展，需要了解网络的特征，由于网络媒体具有「拉」（Pulling）的特性，所以不应采用强制性的「推」（Pushing）的方法，将福音的内容强加给访客。必须深入了解福音的对象，采用福音预工的方式，从文化的各个层面切入，再谈及信仰，结合网络的多媒体方式，充分利用网络的互动和开放性，主动进行资讯的传递和互动，引人走向基督。（参考默歌〈浅谈网络时代的福音使命和文化使命〉，文章见《大使命双月刊》第七十六期，2008年10月号）

由于各人对福音的回应不一样。就如耶稣在马太福音第十三章撒种的比喻，谈到四种不同的庄稼。庄稼之有差别，不是因为播种人与种子不同，乃由于田地不同。好土地有好收成，不好的土地无法有好的收成。但在好土地中收成也有不同，有100倍的，有60倍的，有的只30倍而已；因此，教会工人不但要忠心（林前四2），也要注意果子（约十五2）。当然，对于你所服侍人群的文化有充分了解是绝对必要的。

保罗作为外邦使徒，他「奉召为使徒，特派传神的福音」，他既以神的旨意为首，且有宣教策略及具体行动。当保罗与巴拿巴在彼西底的安提阿时，因当地人弃绝这道，断定自己不配得永生，就不继续在他们中间传福音，转向其他有回应的民族中去传福音了。（徒十三46）今日的宣教工作常经年累月在那里作那毫无果效的工作，但是对其他庄稼熟了而缺少人才的工场，却无力照顾。有时候，教会必须有勇气放弃那无果效的工场，前往那大有需要、已经成熟的禾场。在此急剧在此急剧成长的网路时代里，教会不但要更新，且具有创造性，进而努力影响今日的社会。当今色情、暴力正透过网路入侵家庭、个人生活。如何在网路上供应匡正人心、维护社会善良风俗

的基督教导，网路是我们不可以弃守的传媒主战线。 2.避免「堂会主义」被称为「近代宣教之父」的克里威廉（William Carey）于 1793 年前往印度，宣教 41 年；直到 1834 年死于印度的塞兰坡（Serampore）。他在一篇后来被称为「不死的讲章」（Deathless sermon）的宣教信息中，讲了两句话：「期望大事，尝试大事。」（Expect great things. Attempt great things.）后来被人修改为「向神求大事，尝试为神作大事。」（Expect great things from God. Attempt great things for God.）因着他对宣教的付出，激起西方教会重新思考教会的大使命，开始关注并积极展开普世宣教事工，掀起近代普世宣教大浪潮。神果然借着克里威廉作了大事！主曾预言说：「这天国的福音要传遍天下，对万民作见证，然后末期才来到。」（太二十四 14）今天，时候已经来到，教会应当屏除「堂会主义」的自私心态，有信心去遵从神的命令与应许：「要扩张你帐幕之地、张大你居所的幔子，不要限止；要放长你的绳子、坚固你的橛子；因为你要向左向右开展，你的后裔必得多国为业，又使荒凉的城邑有人居住。」（赛五十四 2-3）。

正如网路作家陈凤翔姊妹在〈网路福音事工的挑战〉一文中所提，「堂会主义」就是教会希望好的人材留着自己用。如果教会有个电脑高手，可能就会希望这个电脑高手，义务帮助教会各种电脑网路维护、制作教会对外的网页。美术人材要义务帮助教会各种美编、文宣作品。在这个网路普及的时代，从普世教会的眼光来看，集合这些优秀的弟兄姊妹的恩赐与才能，透过网路媒体，便能服侍成千上万每天在网路上游走而急需需要救恩的人群！

在这个网路发达的世代，教会牧长们应该具有普世教会的眼光，不要只关切自己堂会的事工与扩展，要期望神作大事，也要尝试为神作大事；教会应该多鼓励信徒作「网路宣教士」，在服侍教会之余，还有余力透过网路贡献其专长，去服侍普世的需要。

3. 有效使用各种媒体

在数位时代中发展性最强，最贴近人们生活面的手机，是近代一项革命性的发明，目前最新发展趋势则为 3G 手机。它的优势是便捷高速上网，串流媒体（收看影像），影像电话。 2009 年元月起，台湾 GOOD TV 的宣教通路正式进军手机领域，进入当前炙手可热的手机电视，已经登上了 3G 时代的列车，只要是中华电信用户，又有 3G 的上网手机，便可以看到 GOOD TV 全频道，让「用手机传福音」的美梦成真。 GOOD TV 已从最早的有线电视、卫星天线，进而不用电视的网站，进入网路机上盒（IPTV）市场。

其实，全球基督教电视台进入手机电视领域，GOOD TV 并不是第一个，以韩国执牛耳，韩国 C3TV 在 2007 年 7 月就与韩国第二大电讯公司合作，进入手机电视播放。该电视台主要节目内容以建立牧者信息平台为主，他们有不同宗派的牧者全天候讲道，就是针对在国外出差的基督

徒，可以在外地收看做礼拜。

今天，网络已改变了大众媒体的本质和资讯的流向，从「推」送资讯给受众的过程，变为受众「拉」取所需资讯的过程。互动和多向性，是网络媒体的典型特征。福音最难传的要属伊斯兰教地区，经由网路而不必由人进入危险艰难的地区，也可以传福音、聚会与培训。因此若能好好利用 blog、Vblog、Podcast、Skypecasts 等网路工具，必定在宣教、传福音、拓殖教会与建造教会上发挥极大的功效。面对着不同年纪、阶层的对象，运用福音资源也要多元化，网际网路这科技媒体是不可或缺的一环。

毕竟布道事工着重人与人之间的关系建立，网路虽可以借着即时互动，有效的与福音对象建立关系，聆听和了解对方的心灵需要，提供适切的生活辅导，并以神的话语、个人生命见证等传福音，带给对方生命的希望。但是，网路也有先天的限制，比如：无法有效提供团契生活与会堂的敬拜，虽然现在已经有很多网路的主日信息、网路教学、网上祷告会，但是笔者认为这些都不如「面对面」的真实；因此，教会若是与福音网站合作，作跟进的工作，进行「使万民作主门徒」的事工，那么传福音的果效会更大、更有根基。

4. 注重祷告，依靠圣灵的能力

初期教会使徒们传福音的时候，他们都是带着圣灵的能力传道，而且立刻改造对象成为与世人不同的人（林前二 1-5；帖前一 5）。只有圣灵才能带领罪人出死入生（约五 24），只有祂的能力才会叫人重生（约三 5-6；多三 5）。保罗的事奉都是带着圣灵的能力（罗十五 19），所以当一个人真正的悔改时，再回到旧人生活中的可能性就不大。保罗相信神「动了善工，必成全这工，直到耶稣基督的日子」（腓一 6）。

网路传福音是一场属灵的争战，仇敌撒但正千方百计地在网路上作破坏、拆毁的工作，引诱人进入错误和灭亡。网路上的访客是看不见的，那恶者更是遍布网路的每个角落，邪灵是空中掌权者的首领，现今正在悖逆之子心中运行（弗二 2）。就笔者所服侍的机构「加拿大学园传道会」而言，我们非常重视祷告，二、三百人的祷告网，每星期固定的网上祷告会，是服侍的基础与动力。网路事工必须重视依靠圣灵的能力，不要只致力于经营网站或部落格的图文与内容，因那看不见的比看得见还重要。

在网路上传福音，的确会有人得救接受主耶稣，但你看不见他们，也很难与他们面对面地建立关系，那么这些人的决志是真实的吗？答案应该是肯定的，因为「若不是被圣灵感动的，也没有能说『耶稣是主』的」。（林前十二 3），而且「因为他从起初拣选了你们，叫你们因信真道，又被圣灵感动，成为圣洁，能以得救」。（帖后二 13）人得救是圣灵的工作，网路只是神

使用的工具与方式而已。

5. 整合福音网站、圣经教育网站及信仰生活网站

由于网路上接触的人群非常庞大，决志信主的人数相当多，是传福音的利器；但相对的，也有很多不足之处。新信主的生命需要成长，他们需要有教会及团契的生活，更需要接受有系统的真理教导，凡此种种，都是一般作福音预工的网站所缺乏的。由于很难有效的作跟进的后续工作，流失的人相对也多。因此，如何让这些新决志的网民，就近参加团契与教会，鼓励他们固定参加圣经教育网站的教学，或是浏览信仰生活网站的书籍与文章，帮助他们生命的成长，这些都需要各种类型网站的同工，排除门户观念，进行更多的沟通与合作。

结论

「大使命」的方法与目的是：「所以你们要去，使万民作我的门徒。奉父、子、圣灵的名给他们施洗。凡我所吩咐你们的，都教训他们遵守。我就常与你们同在，直到世界的末了」（太二十八 19-20）「大使命」的范围则是，当耶稣被提升天前，对门徒最后的吩咐：「但圣灵降临在你们身上，你们就必得着能力，并要在耶路撒冷、犹太全地和撒玛利亚，直到地极，作我的见证。」（徒一 8）。

现代的宣教乃「非传统性」的，今日的宣教工场不再有明显的「前线」与「后方」之分，宣教士也未必都是所谓的「全职」宣教士。为此，华人教会理当推动全教会的信徒来参与各种「非传统性」宣教事奉。（见庄祖鲲牧师〈华人教会宣教策略的省思〉）面对广大群众的庞大灵性渴求、二十一世纪中国福音事工的挑战，网路宣教需要一个有圣经根据的良好策略，更需要具时代使命感的工人，一同整合教会及机构的资源，积极推动网路宣教事工；这是不容推却的责任。

网路禾场已经成熟了，网路宣教必须顺从圣灵的感动与引导，有效使用电脑、手机等等，通过各类数位媒体来荣耀见证神。网路虽是个虚拟的世界，却是上帝架设的一个平台，将传福音的使命托付给祂的儿女；网路是今日宣教的一个利器，让人在这里寻得生命的盼望与答案。「我们传扬他，是用诸般的智慧，劝戒各人，教导各人，要把各人在基督里完完全全的引到神面前。我也为此劳苦，照着他在我们里面运用的大能尽心竭力。」（歌罗西书一 28-29）

《环球华人宣教学期刊》第廿二期，2010年10月。

（本文原刊载于《大使命》双月刊第 81 期，2009 年 8 号；蒙大使命中心准予转载，谨此致谢。）