

主題文章

淺談網路傳福音的策略



蔡佩芬

(《新麗人》福音網刊編輯)

當年，主耶穌要西門「把船開到水深之處，下網打魚」(路五 4)。祂如此吩咐，是因為那裡的魚多。今天的網路世界就像福音的水深之處，在網路上流連的人多得無法統計，只能說無孔不入。這廣大的魚群，我們當用甚麼網來捕捉，如何把握契機為主得人如得魚呢？

大多學者對宣教策略的定義是：明智又具體地善用資源並把握時機，適切文化傳統及社會實況，履行大使命事工的計劃、原則及實踐。而大使命則是主吩咐昔日門徒及今日信徒，藉「去、奉父、子、聖靈的名施洗、教訓……」等，進行「使萬民作主門徒」的事工。因此，網路宣教必須有效地使用神所賜資源，把握傳福音的時間及契機，使用宣教策略，倚靠聖靈的能力，尋求神的心意，制定具體計劃，致力於傳福音的行動。

改變時代的傳播媒體

1969年，因著網路的誕生，巨大地影響全人類的生活方式。剛開始時它只有少數人能使用；稍後，網路已發展成為傳播媒體的主流，就如古騰堡(Gutenberg)發明的印刷術一般，急劇地轉變整個社會，如今網路已經徹底改變了現代人的生活形態，成為人們生活不可或缺的一部分。人們不再只是被動地接受資訊，而是可以藉著網路來傳達自己的意見與思想，網民們已形成一個新的社會群體。正如

社會學家卡斯特爾所說：「一個網路社會已經崛起！」網路，已經不只是一種技術和手段，已成為人們的生活方式，並深遠地影響和改變著世界和人類的面貌。

21 世紀又稱為網路化、資訊化的世紀，網際網路（Internet）的出現大大改變了世界彼此之間交流的幅度。網路資訊已超越了國界，令世界進入新的「溝通世紀」（Age of Communication）。教會藉著網路宣教事工，可以真正達到超越國界限制的宣教。當華人教會在差派宣教士去遠方宣教時，請不要忘記，你每天在使用電腦的時候，有數以億計在網際網路上的網民，也同樣需要福音。正如 Rex Miller, 在 *The Millennium Matrix* 書中提到，「我們正活在一個『數位傳播的文化』（digital communication culture）裡，它將取代以往的『大眾傳播文化』（broadcast communication culture）如電台、電視，並且將超越『印刷傳播文化』（print communication culture）」。

現今幾乎沒有甚麼資訊是在網路上找不到的，甚至是失散多年的老友，只要他的名字曾在網路上出現，無遠弗屆、無孔不入的搜索引擎都可以找到他的資料。網路的發展為廣傳福音開創了一個新的契機。然而，隨著各種網路技術的迅速發展，勢必對宣教事工帶來新的挑戰。福音事工需要一個根據聖經啟示而來的好策略，更需要有具時代使命感的工人。面對科技時代廣大群眾的龐大靈性渴求，推動網路宣教事工已是刻不容緩。網路是上帝架設的一個平台，在這裡，神將傳福音的使命託付給祂的兒女；網路是宣教的一個利器，藉著進步的科技來得著這片廣大的福音禾田，及時幫助眾多生命在浩瀚的網際中找到生命的盼望與答案。

網路傳福音的契機

網路時代，人際之間溝通的特色是即時、快速、方便、高效率，大大突破了時間與空間的限制。網際網路的出現，將人緊密地聯繫起來。有人說「互聯網是上帝送給中國人民的一個最好禮物」，因為通過網路，中國人可以與世界接軌。John Edmiston 寫到，「就全世界福音禾場而言，網路宣教是現時代最有效的工具」。然而，我們首先必須回答兩個問題：

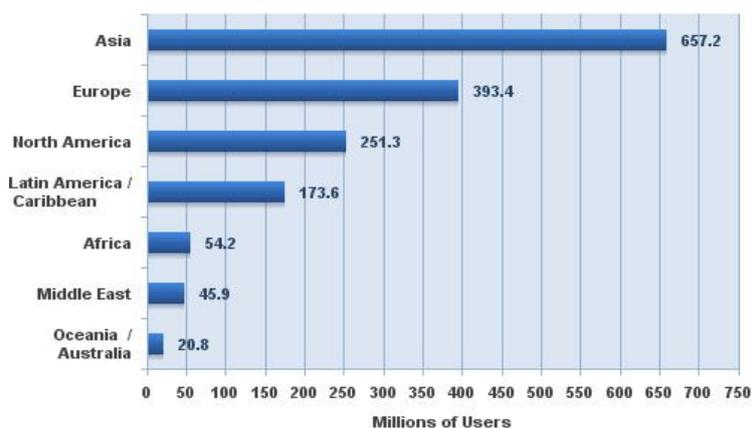
- a) 全球福音禾場在那裡？那裡是「莊稼多，工人少，但適合網路宣教的禾場」？
- b) 甚麼是該禾場最佳的網路宣教策略？

「網路宣教」（Cybermissions.Org）的負責同工，澳洲籍宣教士艾約翰（Michael Ireland），成功地利用網路對福音閉鎖的國家傳福音。他發現今日全世界有 43 個國家特別適合以網路傳福音，這些國家不是逼迫宣教士，就是限制福音的活動，但境內都有一定人數在使用網路。這些國家有汶萊、中

國、印度、印尼、馬來西亞、越南、土耳其、蘇俄、日本、阿曼、古巴、泰國、巴林、埃及、巴基斯坦、孟加拉和沙特阿拉伯。

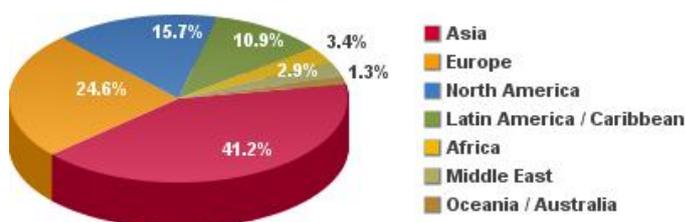
從全世界網路使用排行榜顯示，在五大洲中，亞洲是網際網路交通最繁忙的地方（資料來源：<http://www.internetworldstats.com/stats7.htm>, [accessed May 13, 2009]，如下圖）。另一方面，根據大陸的中國互聯網路資訊的第 22 次統計報告，截至 2008 年 6 月底，中國網民的數量達到了 2.53 億，首次超過了美國，成為世界第一。

**Internet Users in the World
by Geographic Regions**



Source: Internet World Stats - www.internetworldstats.com/stats.htm
Estimated Internet users are 1,596,270,108 for March 31, 2009
Copyright © 2009, Miniwatts Marketing Group

**World Internet Users
by World Regions**



Source: Internet World Stats - www.internetworldstats.com/stats.htm
1,596,270,108 Internet users for March 31, 2009
Copyright © 2009, Miniwatts Marketing Group

網路傳福音的策略

Global Harvest Ministries 的總裁 C. Peter Wagner 認為，宣教策略必須強調門徒訓練，並且需要有下列幾項要素：A. 正確目標，B. 適當的地點於適當時間，C. 正確方法，D. 適當的人材。

他也提出，擬定福音策略要先思考以下五項要點：

1. 上帝要我們向誰傳福音？
2. 他們是甚麼樣子的？
3. 誰去向他們傳福音？
4. 如何向他們傳福音？
5. 預期結果如何？

傳福音時，必須了解福音對象及未得之民的需要。比如說，你是否知道現在青少年最常用來聊天、交換的信息的地方是甚麼？有一個叫做 Facebook 的網站，幾乎每個青少年都是那裡的常客。我們必須對所服侍的人群有適當的了解，並且按照他們的想法與需求來設計網站或部落格。若是你正在設計福音網站，首先請你問自己幾個問題：

1. 你想要服侍的人群是誰？你的網站是以讀者需要為中心嗎？
2. 他們對甚麼感興趣？你的網站能否準確地統計來訪者的閱讀習慣？
3. 他們想在網路上找到甚麼？你是否只提供你自己覺得好的東西？
4. 他們在尋找神嗎？你提供簡單易懂的福音性信息嗎？
5. 他們使用甚麼樣的語言？你是否慣於使用宗教語言？
6. 他們溝通的習慣是甚麼？你的資訊是否太理論、太長氣了？
7. 你能否提供他們一個溝通的管道，讓他們的問題得到解答？
8. 你是否想吸引男女老少的訪客？並且解決他們所有的問題？小心！你會失敗！
9. 他們大都是經由搜索器或其他的聯結而來的。你的設計是否容易讓搜索引擎找到？
10. 你是否能想辦法讓文章排名在幾個大的搜索引擎（如百度、搜狐、google.....）的第一頁或前面幾頁？
11. 他們容易在網站裡迷路（尤其是女性訪客）嗎？你網站的導航夠清楚嗎？
12. 你能否根據以上的答案設計出一個簡單實用，又能吸住讀者的網站？

網路福音事工的展望

感謝神，中國基督教界已經有很多忠心又有異象的弟兄姐妹，經營具質量和內容的聖經教學網站、信仰與生活網站，以及影音網站；而華人教會也大多架設了教會網站，可惜絕大多數都是針對會友或者信徒設計的，內容包括琳瑯滿目的佈告欄、教會崇拜、主日學、團契活動.....但大多僅限是發

佈消息、教導聖經、欣賞聖詩等等，是給「自家人」用的，不信主的網路遊客雖也有「不小心」來訪的，但都會在短短幾秒鐘之內引退。網路宣教事工發展緩慢，主要原因是認識不夠，教會網站內容只為信徒而設，不知道如何透過它來服務更廣大的非基督徒人群。對很多不信主的網民來說，教會網站內容完全沒有吸引力，他們絕對不會再來訪。

其實中國教會一向對於新的科技、文化接受都比較慢，常處於被動的地位。記得王永信牧師曾講過一個真實的笑話；年青的時候，教會因為聚會人數非常多，不能清楚聽到講員的聲音，因此有人建議裝麥克風來改善情況，但是有些「衛道」人士卻堅持透過麥克風講道是不屬靈，結果當然是不能安裝，教會也只能在原地踏步，成長受到限制。同樣的，現在有些不上網的教會領袖，認為網路裡堆滿屬撒但的伎倆，充滿危害心靈的垃圾，不但大力反對信徒上網，更甬說支持網路宣教了。此外，有些教會存著個一個迷思，認為教會只要有網站就是在作「網路宣教」，不知道曾否自問，不信神的人會在你教會的網站上瀏覽嗎？教會網站的內容夠吸引在尋找福音的朋友嗎？還是只堆滿很屬靈的信息，期望不信神的人會突然被聖靈感動，接受福音？若是有機會思考，現在是否檢討的合適時候呢？深盼從事網路工作的默歌弟兄所說，「得著今日的網絡，得著明日的世界」能成為網路宣教事工的異象。

1. 福音與文化的時代使命

網站必須擔負結合福音使命和文化使命，以傳揚和見證神的道。所謂福音使命是以網絡媒體作為工具和管道，直接傳遞著福音的資訊；文化使命是透過網絡媒體產生良性的影響和更新網絡文化，以及通過網絡媒体來實現對文化的更新。網絡事工的開展，需要深入瞭解網絡的特徵，由於網絡媒体具有「拉」(Pulling)的特性，所以不應採用強制性的「推」(Pushing)的方法，將福音的內容強加給訪客。必須深入了解福音的對象，採用福音預工的方式，從文化的各個層面切入，再談及信仰，結合網絡的多媒体方式，充分利用網絡的互動和開放性，主動進行資訊的傳遞和互動，引人走向基督。(參考默歌〈淺談網絡時代的福音使命和文化使命〉，文章見《大使命雙月刊》第七十六期，2008年10月號)

由於各人對福音的回應不一樣。就如耶穌在馬太福音第十三章撒種的比喻，談到四種不同的莊稼。莊稼之有差別，不是因為播種人與種子不同，乃由於田地不同。好土地有好收成，不好的土地無法有好的收成。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

會工人不但要忠心（林前四 2），也要注意結果子（約十五 2）。當然，對於你所服侍人群的文化有充分了解是絕對必要的。

保羅作為外邦使徒，他「奉召為使徒，特派傳神的福音」，他既以神的旨意為首，且有宣教策略及具體行動。當保羅與巴拿巴在彼西底的安提阿時，因當地人棄絕這道，斷定自己不配得永生，就不繼續在他們中間傳福音，轉向其他有回應的民族中去傳福音了。（徒十三 46）今日的宣教工作常經年累月在那裡作那毫無果效的工作，但是對其他莊稼熟了而缺少人才的工場，卻無力照顧。有時候，教會必須有勇氣放棄那無果效的工場，前往那大有需要、已經成熟的禾場。在此急劇成長的網路時代裡，教會不但要更新，且具有創造性，進而努力影響今日的社會。當今色情、暴力正透過網路入侵家庭、個人生活。如何在網上供應匡正人心、維護社會善良風俗的基督教導，網路是我們不可以棄守的傳媒主戰線。

2. 避免「堂會主義」

被稱為「近代宣教之父」的克里威廉（William Carey）於 1793 年前往印度，宣教 41 年；直到 1834 年死於印度的塞蘭坡（Serampore）。他在一篇後來被稱為「不死的講章」（Deathless sermon）的宣教信息中，講了兩句話：「期望大事，嘗試大事。」（Expect great things. Attempt great things.）後來被人修改為「向神求大事，嘗試為神作大事。」（Expect great things from God. Attempt great things for God.）因著他對宣教的付出，激起西方教會重新思考教會的大使命，開始關注並積極展開普世宣教事工，掀起近代普世宣教大浪潮。神果然藉著克里威廉作了大事！主曾預言說：「這天國的福音要傳遍天下，對萬民作見證，然後末期才來到。」（太二十四 14）今天，時候已經來到，教會應當屏除「堂會主義」的自私心態，有信心去遵從神的命令與應許：「要擴張你帳幕之地、張大你居所的幔子，不要限止；要放長你的繩子、堅固你的橛子；因為你要向左向右開展，你的後裔必得多國為業，又使荒涼的城邑有人居住。」（賽五十四 2-3）。

正如網路作家陳鳳翔姊妹在〈網路福音事工的挑戰〉一文中所提，「堂會主義」就是教會希望好的人材留著自己用。如果教會有個電腦高手，可能就會希望這個電腦高手，義務幫助教會各種電腦網路維護、製作教會對外的網頁。美術人材要義務幫助教會各種美編、文宣作品。在這個網路普及的時代，從普世教會的眼光來看，集合這些優秀的弟兄姊妹的恩賜與才能，透過網路媒體，便能服侍成千上萬每天在網路上游走而急需要救恩的人群！

在這個網路發達的世代，教會牧長們應該具有普世教會的眼光，不要只關切自己堂會的事工與擴展，要期望神作大事，也要嘗試為神作大事；教會應該多鼓勵信徒作「網路宣教士」，在服侍教會之餘，還有餘力透過網路貢獻其專長，去服侍普世的需要。

3. 有效使用各種媒體

在數位時代中發展性最強，最貼近人們生活面的手機，是近代一項革命性的發明，目前最新發展趨勢則為 3G 手機。它的優勢是便捷高速上網，串流媒體（收看影像），影像電話。2009 年元月起，台灣 GOOD TV 的宣教通路正式進軍手機領域，進入當前炙手可熱的手機電視，已經登上了 3G 時代的列車，只要是中華電信用戶，又有 3G 的上網手機，便可以看到 GOOD TV 全頻道，讓「用手机傳福音」的美夢成真。GOOD TV 已從最早的有線電視、衛星天線，進而不用電視的網站，進入網路機上盒（IPTV）市場。

其實，全球基督教電視台進入手機電視領域，GOOD TV 並不是第一個，以韓國執牛耳，韓國 C3TV 在 2007 年 7 月就與韓國第二大電訊公司合作，進入手機電視播放。該電視台主要節目內容以建立牧者信息平台為主，他們有不同宗派的牧者全天候講道，就是針對在國外出差的基督徒，可以在外地收看做禮拜。

今天，網絡已改變了大眾媒體的本質和資訊的流向，從「推」送資訊給受眾的過程，變為受眾「拉」取所需資訊的過程。互動和多向性，是網絡媒體的典型特徵。福音最難傳的要屬伊斯蘭教地區，經由網路而不必由人進入危險艱難的地區，也可以傳福音、聚會與培訓。因此若能好好利用 blog、Vblog、Podcast、Skypecasts 等網路工具，必定在宣教、傳福音、拓殖教會與建造教會上發揮極大的功效。面對著不同年紀、階層的對象，運用福音資源也要多元化，網際網路這科技媒體是不可或缺的一環。

畢竟佈道事工著重人與人之間的關係建立，網路雖可以藉著即時互動，有效的與福音對象建立關係，聆聽和了解對方的心靈需要，提供適切的生活輔導，並以神的話語、個人生命見證等傳福音，帶給對方生命的希望。但是，網路也有先天的限制，比如：無法有效提供團契生活與會堂的敬拜，雖然現在已經有很多網路的主日信息、網路教學、網上禱告會，但是筆者認為這些都不如「面對面」的真實；因此，教會若是與福音網站合作，作跟進的工作，進行「使萬民作主門徒」的事工，那麼傳福音的果效會更大、更有根基。

4. 注重禱告，依靠聖靈的能力

初期教會使徒們傳福音的時候，他們都是帶著聖靈的能力傳道，而且立刻改造對象成為與世人不同的人（林前二 1-5；帖前一 5）。只有聖靈才能帶領罪人出死入生（約五 24），只有祂的能力才會叫人重生（約三 5-6；多三 5）。保羅的事奉都是帶著聖靈的能力（羅十五 19），所以當一個人真正的悔改時，再回到舊人生活中的可能性就不大。保羅相信神「動了善工，必成全這工，直到耶穌基督的日子」（腓一 6）。

網路傳福音是一場屬靈的爭戰，仇敵撒但正千方百計地在網路上作破壞、拆毀的工作，引誘人進入錯誤和滅亡。網路上的訪客是看不見的，那惡者更是遍佈網路的每個角落，邪靈是空中掌權者的首領，現今正在悖逆之子心中運行（弗二 2）。就筆者所服侍的機構「加拿大學園傳道會」而言，我們非常重視禱告，二、三百人的禱告網，每星期固定的網上禱告會，是服侍的基礎與動力。網路事工必須重視依靠聖靈的能力，不要只致力於經營網站或部落格的圖文與內容，因那看不見的比看得見還重要。

在網路上傳福音，的確會有人得救接受主耶穌，但你看不到他們，也很難與他們面對面地建立關係，那麼這些人的決志是真實的嗎？答案應該是肯定的，因為「若不是被聖靈感動的，也沒有能說『耶穌是主』的」。（林前十二 3），而且「因為他從起初揀選了你們，叫你們因信真道，又被聖靈感動，成為聖潔，能以得救」。（帖後二 13）人得救是聖靈的工作，網路只是神使用的工具與方式而已。

5. 整合福音網站、聖經教育網站及信仰生活網站

由於網路上接觸的人群非常龐大，決志信主的人數相當多，是傳福音的利器；但相對的，也有很多不足之處。新信主的生命需要成長，他們需要有教會及團契的生活，更需要接受有系統的真理教導，凡此種種，都是一般作福音預工的網站所缺乏的。由於很難有效的作跟進的後續工作，流失的人相對也多。因此，如何讓這些新決志的網民，就近參加團契與教會，鼓勵他們固定參加聖經教育網站的教學，或是瀏覽信仰生活網站的書籍與文章，幫助他們生命的成長，這些都需要各種類型網站的同工，排除門戶觀念，進行更多的溝通與合作。

結論

「大使命」的方法與目的是：「所以你們要去，使萬民作我的門徒。奉父、子、聖靈的名給他們施洗。凡我所吩咐你們的，都教訓他們遵守。我就常與你們同在，直到世界的末了」(太二十八 19-20)

「大使命」的範圍則是，當耶穌被提升天前，對門徒最後的吩咐：「但聖靈降臨在你們身上，你們就必得著能力，並要在耶路撒冷、猶太全地和撒瑪利亞，直到地極，作我的見證。」(徒一 8)。

現代的宣教乃「非傳統性」的，今日的宣教工場不再有明顯的「前線」與「後方」之分，宣教士也未必都是所謂的「全職」宣教士。為此，華人教會理當推動全教會的信徒來參與各種「非傳統性」宣教事奉。(見莊祖鯤牧師〈華人教會宣教策略的省思〉)面對廣大群眾的龐大靈性渴求、二十一世紀中國福音事工的挑戰，網路宣教需要一個有聖經根據的良好策略，更需要具時代使命感的工人，一同整合教會及機構的資源，積極推動網路宣教事工；這是不容推卻的責任。

網路禾場已經成熟了，網路宣教必須順從聖靈的感動與引導，有效使用電腦、手機等等，通過各類數位媒體來榮耀見證神。網路雖是個虛擬的世界，卻是上帝架設的一個平台，將傳福音的使命託付給祂的兒女；網路是今日宣教的一個利器，讓人在這裡尋得生命的盼望與答案。「我們傳揚他，是用諸般的智慧，勸戒各人，教導各人，要把各人在基督裡完完全全的引到神面前。我也為此勞苦，照著他在我裡面運用的大能盡心竭力。」(歌羅西書一 28-29)

《環球華人宣教學期刊》第廿二期，2010年10月。

(本文原刊載於《大使命》雙月刊第81期，2009年8號；蒙大使命中心准予轉載，謹此致謝。)