

## 福音普傳

\*\*\*\*\*

## 後現代文字事工

陳鳳翔

要談後現代的文字事工，先要瞭解後現代的一大特點，那就是後現代的人們很強調個別性的生活體驗和感受！詳細一點的講，就是每個人都被希望當作特別的個體來對待。

在過去，文字被歸類為八大藝術。得是受過嚴格訓練的語文專家，或是從小浸淫在詩詞書畫裡的貴族，才能肆意揮灑、享受堆砌組合字句詞藻的高級娛樂。至於將作品公諸於世的平面媒體，版面有限，投稿不易，只有出類拔萃的文章才有機會脫穎而出，多數的人對於文字，僅能駐足閱讀欣賞，少能參與寫作分享。

然而，後現代多元精神與網路科技的發明，在這二十年，讓文字事工有了重要性的大幅突破，將文字從陽春白雪貴族專家的獨佔，走向下里巴人平民百姓均享。民主多元開放，文字傳媒林立，書籍報章雜誌數量以千百倍增，大大拓寬發表版面，文字發表不再為語文專業科系人士獨享。網路科技更是變化出各種文字承載工具，BBS、虛擬社群、WWW、部落格（博客），有著各自不同的玩法。

網路平台讓人人都可以當網路作家，不用承受退稿的難堪，甚至自己就是主編大人。部落格就是自己一方文字園地，在裡頭自在地發表高論淺見或是書寫心情感想、私密日記。提供了個別性的生活體驗分享以及感受抒發管道，充分地滿足後現代人們心裡頭被當作特別個體來對待的需要。愛怎麼玩怎麼寫都任憑己

意，沒有人可以轄制言論。不贊同此家論點，就是跳過不看，不太會有人死纏爛打黏著原作者，你來我往爭論出個是非不可。這就是後現代！

尤其，微網誌 **twitter** 推特、**facebook** 臉書、**plurk** 撲浪更是讓文字徹底平民化。網路族不需要有完成一篇完整的文章、日記、心得的能力，只要會簡單造句，任誰都可以玩文字遊戲。漂亮典雅的中文，開始產生變化，摻雜各種語言的中文，或英語、或台語等家鄉話，更是吸睛。「超 **Fu**（很有感覺）」、「很不酥湖（很不舒服）」、「呷安心（較安心）」、「美賣哦～（很好）」。從文字影響到日常言談，越來越多的網路族使用不合文法的字眼，刻意用比較簡單文字，以顯出個體獨特性，作為對主流消極的反抗，藉此抒壓。

基督教文字事工，在這二十年，也有了許多的轉變。**e** 時代，人人都可以當文字傳道，不需要具有教牧身份，誰都可以透過部落格（博客）、**twitter** 推特、**facebook** 臉書、**plurk** 撲浪，向非基督徒傳遞信仰，與主內信徒彼此造就。

離開虛擬世界，進入真實社會，想當作家、開出版社也變得輕而易舉，寫書、出書、賣書，訂價都可自行決定。基督教書籍，多如大海、繁星，出書不再是大牧師、神學院老師、資深文字工作者的權力，誰也都可以當作家，都可以自由分享信仰的感想。只要預備個十萬新台幣，就可以擁有自己寫的書，或賣或致贈親朋好友。

而報章、雜誌、小書、單張，這類看完即丟的文字產品，在這種多元管道趨勢下，經營越來越困難。逐漸有些文字機構憑著信心，從「訂閱」轉型為「贈閱、自由奉獻」。透過傳遞文字佈道的負擔，收支因而打平，索閱量也跟著提升，擴大影響力。畢竟，網路再怎樣普及，還是有觸角伸不到的地方；而一般人在買書的當下，多考慮收藏，而非送人；但，這些看完即丟文字產品，就正好補足了白白送人閱讀的這塊需要。

在網路與多媒體強勢進入生活後，不少人悲觀地認為未來將會越來越少人願意閱讀文字，而傾向藉由電視、廣播、網際網路或有聲讀物吸收資訊。然而，統計卻發現若將部落格（博客）、twitter 推特、facebook 臉書、plurk 撲浪、甚至 email、手機上網，這些文字承載工具都列入計算，事實上人們花在上面的時間，比起以往來得多。人們依然主要透過文字，來獲取所需的可靠資訊。

就像股市菜籃族，他們或透過網路、手機上網、股市機、報章、雜誌、書籍，到處涉獵最新的財經金融資訊，並非常有耐心閱讀。人們並沒有過度仰賴影音媒體，而捨棄文字。「文字」依然是最重要的資訊載具，尤其它比起聲音、圖像等多媒體，來得更容易快速複製與傳播。應該是說，人們只對自己想要的資訊，發生興趣。文字已不等同於文學藝術，文字扮演資訊承載的比例越來越重。

人們的閱讀習慣跟以往已經大為不同。過去，人們對文字有莫名的崇拜敬畏，拿到文字，習慣畢恭畢敬地閱讀。如今文字已打成平民，拿到文字，大多先粗略瀏覽跳讀，若標題、前言、分段標題，不是自己需要的，就會捨棄。文字如同其他的產品，得講究包裝，從顏色效果，形狀，圖象，文字內容，都得精心處理，好在第一時間捉住讀者的眼光，願意花時間詳讀。

編輯與作者已不像過去帶著「上對下教育」的強勢價值觀，編輯與作者彼此交換心得，一起同工產出美好的文字作品來邀請讀者享用。因為後現代沒有誰需要被指點、評價，除非他自己已經預備好要被改變。文字福音工作者就像橋樑，分別穩固的安放在「上帝的話語－聖經」和「這時代人的需要」上。一方面提供基礎、嚴謹、合乎真理的資料，一方面用這時代的人能夠瞭解的方式，能夠吸收的方式，習慣與偏好的方式，來表達出基督信仰的思想。

可以說，後現代的文字工作者越來越是一種服務業！針對各樣的文字承載工具，必須靈活地個別處理。書籍數萬字、報章雜誌數千字、網路文章八百、一千字、而微網誌必須是一百四十個字，絕對不能一視同仁、隨便套用。

文字的表情也各有不同，或正經深入，或淺出探討，或深度評論，或多元報導，或心情分享，或輕鬆幽默。另外，尋找搭配圖片和影片多媒體工具，也很重要。講究一點的，還會用各種顏色標示出文字重點，以及把所提到的特殊名詞、事物、事件做連結至相關網頁。文字已經越來越是一門人與人互動的行業，不能僅僅具備基本的文字能力，更需要擁有服務業的關念與態度，尤其是 **user friendly** 友善度考量。

文字事工成了服務業，意味著難度越來越高，文字工作者越來越辛苦。文字工作者需要向上帝支取更多的能力與智慧，與源源不絕的服務熱誠。還好「神是愛」，愛是一切動力的來源，我們不用擔心枯竭，只要記得來到溪水旁擷取。

至於，傳遞信仰的文字跟一般文字不同，後者得不斷追求高點閱率、高銷售量，但文字福音事工則不完全憑賴這些數字。那是因為事工基礎在於相信上帝的羊聽上帝的聲音。核心目標在於是否準確的把上帝的聲音，透過文字傳達到上帝的羊的耳中。

因此，績效檢討應該是審視文字是否讓讀者可以越來越清楚福音，進而相信福音，並且持守福音，因這福音得救？不能單純為了獲利，譁眾取寵，傳遞錯誤的、不完整的福音，使人閱讀非常舒服，但卻無法讓人得救。這種文字工作即使全球累計銷售量破億，從永恆角度視之則是枉然空空。績效檢討，靈魂救贖必須高於文字獲利，雖然不容易執行，但這一定得是文字工作者在進行事工時，擺在心裡的總指標。

一定水準的文字能力，熟悉各種文字承載工具，帶著服務業的熱誠，內容以福音為核心，用永恆的角度來績效檢討，這就是後現代文字事工。

《環球華人宣教學期刊》第廿二期，2010年10月。

載自：<http://a2z.fhl.net/paper/paper273.html>