

三談網路宣教

范學德



一、網路宣教、網路宣教士、網上基督徒

幾年來，寫了兩篇文章探討「網路宣教」的問題，一篇是對話，進入（中國大陸的）BBS——公共論壇，寫於2005年3月，同年在《海外校園》雜誌上發表。三年後，2008年秋，又寫了一篇文章「網路宣教——福音進中國的一扇門」，發表在《大使命雙月刊》上。兩篇文章有同一的目的：呼籲，或者吶喊，盼望教會能夠面對這個e時代，把「網路宣教」作為宣教的一個新視野，迅速投進「網路宣教」之中。

近十來年到各教會佈道講道，經常與牧者、長執和兄弟姐妹們交流。筆者認為，作為一個華裔或者華人，不論你來自甚麼文化背景，不論彼此的政治見解多麼不同，作為一個會講普通話或者會看漢字的華人或者華裔，我們都必須看到，在當今的世界中，中國大陸是傳福音的其中一個主要禾場，這是主在這個時代中親手播下的麥種，如今，麥子已經成熟了。接下來的問題自然是：莊稼既然熟了，收割的人在哪裡？這就是主向我們提出的問題：我可以差遣誰呢？

最近這四、五年，筆者經常與兄弟姐妹分享一個觀念：要充分地利利用最新的技術，大力開拓網路宣教這個新領域。

剛才上網看到一個大路網友的文章，他說，8年前美國一本雜誌為互聯網做了一個廣告，是黑色背景下一堆燃燒的柴火，旁白文字寫道：「互聯網是人類發明火以來第二項最重大發明」。該廣告用比喻的方式點出了互聯網對人類社會的重大作用；但具體來說，互聯網將發生多大多深的影響，大概誰也無法說清楚。技術方面的描繪相對來說比較容易，最困難的預測，是互聯網對價值觀念和人際關係的影響。同樣，互聯網對傳播福音的影響也是無法估計的，就像當年印刷術的普及一樣。

有一位原名叫吳晶的記者曾經說：「如果有上帝的話，那麼互聯網就是上帝送給中國人民的一個最好禮物。」華人基督徒是否接受上帝送給我們的這個美好禮物呢？

2005年，筆者在鼓動網路宣教的文章中疾呼：「牧師和傳道人，要上網！教會的差傳事工，應當把網路宣教作為一個重要的方面。北美的華人教會中，盼望出現幾百甚至幾千個『網路宣教士』，幾萬『網上基督徒』。」

2007年，筆者在漢語世界中的第一本網路宣教文集《福音進中國——網路下上的對話》中，又一次呼籲：「該行動了！網路宣教士，網上基督徒，你們在哪裡？上帝可以差遣誰呢？」

目前，使用中文互聯網的人很多，中國大

陸已經超過了美國，成為全世界中網民最多的國家，並且，這一數字將繼續急劇擴大。

我有一個夢，夢想有一天，耶穌的名字會傳遍中文的互聯網。

二、「借窩下蛋」

在大使命中心召集的一個小組會議上，筆者提出了一個概念：「借窩下蛋」。其中的意思是說，網路宣教並不是指教會自己要建立一個網頁，實際上，相當多教會的網頁只是教會活動的告示版而已，不但不能吸引非基督徒來，連自己教會的許多會友，在通常情況下也不來。

這裡所說「借窩下蛋」的「窩」，就是現存的網站，無論這種網站是官方的、半官方的，還是私人性質的，都是網路宣教士和網上基督徒要去尋找的「窩」。尤其是大陸所謂的門戶網站，如新浪、搜狐、網易、百度、騰訊、土豆網、豆瓣等等。

在這裡的「窩」，一個就是BBS（公共論壇），一個就是博客（部落格，網誌），還有一個是聊天室。

「蛋」是甚麼呢？就是文章、博文、討論小組。

文章，當然主要是指原創性文章，無論所寫的是甚麼內容，都要弘揚耶穌基督是主，滲透著基督教的世界觀、人生觀。

沒有能力自己創作的，做一個「搬運工」也好，就是把一些好文章（包括好書的節錄）轉到公共論壇或者博客上。

看到好文章就轉貼，固然不錯，但最好是固定一個或幾個專題，不斷收集各方面的資料，把它介紹給用中文的網民，比如：如何看宣教士在中國近代史上的作用？從大陸來的兄弟姐妹都知道，自己從小喝狼奶長大，腦子裡被灌輸了一整套官方的世界觀，被灌進的水很不少。一提到宣教士，便習慣地認為他們是帝國主義侵華的先鋒，從事西方文化侵略。真相到底如何？我們需要用史料來說明，配上圖片更佳。

在這些方面，有許多的基本工作要做，要撥亂反正，決非一日之功，如果有幾百個兄弟姐妹

可以認真地轉貼，至少可以積累一些最基本的資料。

三、名牌意識

網路資訊，可以用兩個字來形容，就是「浩瀚」。比如說，在一個公共論壇上，如果你發一個帖子，又沒有人理睬，那麼，幾分鐘之內就會沉下海底。就像許多博客一樣，實際上，沒有多少人看，自產自銷，或者，僅僅在一個很小的圈子裡銷售。因此，在網路上，要形成影響，就必須打造「名牌」，也就是名ID、名博；換言之，你需要一群「粉絲」（即支持者）。

有的兄弟姐妹可能會質疑：這不是向世俗投降、妥協嗎？其實，名人效應是一個客觀的現實，關鍵不在於是否出名，而在於為了揚誰的名？是揚耶穌基督的名，還是揚自己的名？

不止個人如此，網站也是如此，如果一個網站沒有影響力，誰也不來訪問，那麼，怎麼可能傳揚耶穌基督呢？

所以，最重要的只有一個，就是我們是否傳揚了耶穌基督。如果我們在文章中、音像作品中實實在在地傳揚了耶穌基督並祂被釘十字架，那麼，名氣越大，就意味著影響越多，也意味著讓更多的人聽到耶穌基督。

毫無疑問，對於那些ID和名博來說，放在首位的永遠銘記在心的就是兩個字：謙卑。我算甚麼？像我這樣的罪人竟然蒙主憐憫，竟然可以為主所用；除了感恩兩個字之外，我們還可以說甚麼呢？

從另外一個方面來說，要善於從批評的聲音中、辱罵詛咒的聲音中，聽到主的聲音。人很容易驕傲，看到自己的文章多幾個人點擊，就會沾沾自喜。但是，在網路這個虛擬的空間中，沒有人會把你當一回事。更有甚者，因為知道你是基督徒、傳道人，刺耳的話、辱罵和詛咒的言語就會直接對著你而來，這實在是很正常的。在公共論壇中，一個基督徒要想不受到任何攻擊，這幾乎是完全不可能的。這一切，都是變相的祝福，要我們不斷地對付我們生命中的舊我，那舊我的核心就是驕傲。

就像一個名牌產品絕對不是一天造成的一樣，一個ID、名博也不是一天造成的。堅忍不拔地努力、堅忍不拔地堅持，這是一切為主在網路上征戰的基督徒必須培育、鍛煉的基本品質。

與名牌效應相對的，是群體效應。基督徒在上帝家裡都互為兄弟姐妹，因此我們必須作為一個群體中的一員到網路宣教。大的方面來說，教會和各基督教機構之間要互補，要密切配合，不要一家開一個百貨店；也不要有小農意識，自己萬事俱備，不求人。相反，我們應該成為專賣店，越專越好，但其中賣的要是精品。最重要的也是最難的，這些專賣店要互相配合，盡力分享資源。

四、「屬靈黑話」

這個名詞是筆者多年前聽李秀全牧師講道時學來的，不是筆者發明。走在網絡世界中，我們一定要遵循保羅的原則：向甚麼人，就作甚麼人。要是在今天，保羅一定會說：向大陸人，就做大陸人。

首先的問題，說的話要讓當代的人能夠明白。在教會時間長了，往往習慣於一整套的基督教術語，一開口就不自覺地說出來。自己覺得沒甚麼，甚至覺得挺屬靈的，但非基督徒根本不知道我們所說的是甚麼。

舉一個例子：教會中經常說，讓我們在「靈裡交通」，這話是中文嗎？「交通」的意思早已約定俗成了，而我們不斷地重複一百多年前的中國基督教內的古老用法，這不是在客觀上造成令人聽不明白福音嗎？

再如，「效果」不說效果，偏偏延續古老的說法「果效」，讓人聽起來十分警扭。

學耶穌，祂傳福音，講故事，打比喻，農夫與漁夫都能聽得懂，這才是真本事，也是我們該學的本事。

學會這本事，用一個網路辭彙來說，那才真叫「爽」吶！

（作者為自由傳道人）