

整體性教理傳授的五個步驟

彭育申

傳授教理時，教理傳授人若能精心地運用今天要向大家介紹的「整體性教理傳授」的五個步驟，不但能使成人學員或主日學的孩子有興趣學習教理，並能幫助學員在信仰上成長。要明瞭「整體性教理傳授」五個步驟的功能，我們要從廣告的功能著手。

廣告在這個資訊的時代裡，佔有重要的角色，而它的功能可由廣告費的支付而知。以報紙來看，一則報頭下的結婚啓事即要上萬元的廣告費；半張報面的廣告至少也要十萬元。以電台廣播來講，一天八次，每次三十秒，一個月也要三萬元以上。看看電視廣告，若不計製作費，每十秒鐘就要三萬元以上，若廣告是以電影手法製作，廣告片的製作費則需百萬元以上。廠家願意拿出這麼多經費來做廣告，因為他們知道只要廣告打得好，產品就會暢銷，廠家不但能收回製作廣告的費用，還可以賺得很高的利潤。

好！我們來看看廣告的效果：到雜貨店買米，你選擇什麼廠牌？你要把頭皮屑的問題交給誰？知不知道那個牌子的軟片抓得住我？好廣告讓我們能叫出這些廠名，熟悉廠名，我們也會信任廠家的產品。

台灣有幾個電視廣告作得滿有水準。想必大家都看過這個廣告——一位滿臉紅潤，長滿鬍鬚的紳士跨開腳步，來到一間大廳，廳裡有一大夥兒年輕人正彈奏著和諧的樂曲。這位紳士一進門就配合著音樂，開懷地唱出「MR. BROWN!」這廣告給人一種美感，使人覺得喝伯朗咖啡的，都是滿有水準的人。你喝伯朗咖啡，你也很有水準。

我們再看另外一個成功的廣告。一對六、七十歲的夫婦，衣著整齊、面容慈祥、手牽著手，在清晨的公園裡散步。公園的另一角，有一位英俊的年輕人正在做運動。身旁蹲著一隻可愛的小狗。一陣風來，吹跑了老先生的帽子。那隻小狗就追過去，把帽子銜回給主人。做運動的青年人就友善地把帽子交給老先生。接著背景換了；這對老夫婦來到一家航空公司的櫃台前劃票。又緊接著，在第三幕裡，我們看見這對夫婦已安坐在機艙內。老先生把帽子摘下，就在這個時候，一位遇到的空中少爺接過老先生的帽子；當他們四目相接時，都歡喜地笑開來，原來這位遇到的空中少爺就是在公園裡還帽子給老先生的運動員。就在此時，幕後有聲音說——相逢自

(下轉340頁)

(上接284頁)

是有緣，華航以客為尊。

這個廣告成功的地方在那裡？開始時這對老夫婦手牽著手在公園散步。我們知道這不是電影，而是個廣告。他們在推銷什麼呢？人壽保險？健康食品？房地產？看他們笑得那麼開心，或許他們戴著好的假牙？這廣告抓住了我們的「想像」，吸引了我們的興趣，我們不會離開電視機了，我們要繼續看他們到底在推銷什麼？然後藉著風吹、狗追、選帽和在機艙中的相逢，讓我們「理解」，華航的工作人員是以服務為優先。這理解激發我們的「情感」，濃厚的人情味觸動我們的心。很可能地，我們立下一個「意志」：搭飛機時會選華航。華航仍不放過我們，在結束時以「相逢自是有緣，華航以客為尊」，來加深我們的「記憶」。

耶穌在路加福音第十六章裡告訴我們一個關於不忠信管家的故事：一個富翁的管家，他揮霍了主人的財物。在被撤職之前，寬待了主人的債戶，希望這些債戶能在他被撤職後收容他。經上告訴我們：主人遂稱讚這個不義管家辦事精明——這些今世之子應付自己的世代比光明之子更為精明。這個故事告訴我們要以今世之子的精明，來爭取耶穌為我們贏得的永生。

大規模的廠家不惜資本，精心設計廣告，為推銷可損壞的產品；那麼介紹世人認識恩賜永恆生命的天主，我們要如何努力呢？不妨向精明的廣告家學習，有效地運用五個步驟，那就是在傳授教理時，我們要先引起學員的興趣，從他們的門進入他們的心，也就是說從他們已體驗過、有興趣的事物中進入他們的心。抓住學員的注意時，我們發揮主題，解釋教理。這教會的教導必須和今天的生活是相連的，我們必須讓教理融入生活，激發學員喜好我們的信仰，能主動地決定把信仰生活出來，也就是信仰的實踐。最後幫助學員複習，與他們一起作結論，加強他們對信仰認識上的記憶。

這是耶穌心會的會祖，Sister Ida Peterfy（愛德彼德非修女）設計的「整體性教理傳授」的五個步驟。不像二十年前只偏重死背（記憶）或知識（理解）增進的教學，此教學法觸及整個人的五大學習機能：想像、理解、感情、意志和記憶。Sister Ida把這有效的教學法傳授給她的修女們。耶穌聖心會的修女鼓勵教理傳授人在設計個案、傳授教理時，運用這五個步驟，使學員有興趣認識天主教的信仰，進而與上主建立關係。