

如何在現今社會推動神學普及化

丘建峯

《神思》出版三十年，以每年四期計，已經出版 120 期。綜觀《神思》的內容，不難發現它並非一本純學術的神學雜誌。這個「非純學術」的形容，並非說《神思》的學術水平之高低，而是整部季刊的取向，焦點不在於學院形式的神學探究，更多的關心，是神學本地化、普及化，就是期望透過文字工作，推動更多教友認識神學，在生活的各方面、各層面，思考信仰在生活上的意義。《神思》每期均有主題，這些主題裡，不少都與香港教區有關，部分更是具時事性，如上一期(120 期)的主題是「主教任命」，正正是回應這一兩年裡，教會內有關中國任命主教的風波。即使主題不是那麼時事性，文章的作者多樣性，作者既有神職人士，同時也有眾多的神學生，又或是與就該主題有關的專業人士，均顯示《神思》並不是純粹作為一本供神學工作者閱讀的雜誌，而是面向教友的作品。

正因為《神思》是一本面向教友的神學雜誌，那麼，經過三十年後，當社會裡的傳播媒體已經有巨大的改變，今天為《神思》把把脈，看看在傳播神學知識，推動神學普及化、本地化的工作，如何可以做得更好，正是這篇小文的用意，亦希望拋磚引玉，引起各位思考，以文字來推動神學普及化、本地化，可以有什麼更有效的方法。

快與慢

回首三十年，香港的傳播速度，由周到日到時到分甚至到秒。報紙的冒起令新聞傳播以日作為傳播的節奏；電台電視的出

現，新聞訊息加快到以小時作單位；互聯網的出現，令人們對時事的回應趨向即時性，幾乎是新聞一出現，評論反應已經同步出現在各種網頁上。

由於社會的步伐愈發急速，逐漸形成快速回應的要求。對於各種事件、議題，社會都要求第一時間的回應與資訊。從這個角度來看，《神思》完全被時代拋棄了，作為一本季刊，經歷一年時間作完成出版的作業，與現今的傳播生態，完全脫節。

如果《神思》是一本純粹的學術性神學雜誌，這不是大問題，因為學術探討的重點不在於時事性。然而，《神思》並不是單純是一本學術雜誌，它本身亦有回應社會現況的取向，例如 119 期探討「跨性別」的問題，118 年回應青年年，都可以看到雜誌的取態，那麼，面對社會節奏的急速，又該如何自我定位呢？

回顧《神思》過去的專題內容，不難發現雜誌的慢，是慢得有道理的。以 119 期為例，其主題的形成，或許是與社會裡出現不少有關跨性別的事件有關，但專題並不是直接回應相關的事件，而是保持神學雜誌的特色，即探討相關問題在信仰上的意義。同時，《神思》的慢，正是要想清楚，用時間來蘊釀更深入的探討。正因為要待上一年才就該課題作出回應，《神思》的文章絕大部分都不會針對具體的事件作回應，反而是透過這些事件，繼續肩負神學雜誌的任務，更全面地剖析。

以 120 期為例，該期探討「主教任命」，起點自然是中國的主教任命問題，但當成品出來，各篇文章，固然也有涉及中國主教任命的問題，但更大程度上，探討的是「主教任命」這課題，甚至可以說，《神思》是透過讀者的關注，從而回饋進一步的知識、概念甚至遠象。吳智勳神父在《神思》42 期所寫的〈傳播的

倫理》一文裡，提到傳播的目的，當中包括共融與進步，而這兩點正好在《神思》裡實踐出來。在不同的課題上，《神思》都願意讓不同看法與觀點的文章刊出，這些多元的意見的陳述，一方面是讓讀者可以「進步」，即更瞭解該課題，更明白教會本身如何理解相關的課題；另一方面，也是一種共融，正如《社會傳播牧靈訓示》所言：「所有人們，因了傳播工具所散佈的眾多消息和意見而真的有分於人類全體的問題與困難，同時亦具備了彼此諒解、互相友愛及普遍進步的必要條件。」(11 條)

因此，《神思》的「慢」，不一定是缺點，因為慢而能帶來更全面的觀點，進而讓不同意見得以交流，深化彼此的思想，這個當下的「慢」反而可能是更「快」的做法。

除了網站外，近年傳媒電子化也是大趨勢，不少實體報刊的銷量日漸萎縮，要轉型為電子報刊，卻又面對收費的問題。為《神思》來說，出版電子化的考慮，相對簡單一點，因為《神思》本來就不是牟利的雜誌，因此不用擔心實體出版與電子版本爭利的問題，只要能夠解決技術問題，電子化就簡單得多。

電子化的做法，可以是以網頁形式上載，不過，想讓更多人認識《神思》這本刊物，以電子書的方式，甚至設有本身的 apps 應用程式，與實體刊物同步發刊，讓讀者群意識到每期雜誌的出版，可能是更好的做法。這裡不討論實際運作的技術問題，只是指出方向。

以慢打快

如果說《神思》的慢有其道理，而現今傳播生態的快未必帶來好處，是否代表，三十年過去，《神思》「仍舊貫，何必改作」，就足夠呢？答案可能是「止於至善」，就是在肯定原有做

法之餘，還是有可以進步的空間。正如上文所言，如果《神思》定位是神學院內的刊物，讀者只是神學生，目的只是神學研究內的交流探討，這個慢不是問題，不需要有什麼改動。如果《神思》是希望把神學帶到廣大的教友處，讓他們在信仰上亦有所得益，那麼，「慢」在傳播上的困難就不得不正視了。

這裡說由慢而衍生的問題，更具體來說，是一個傳播上的限制。在爭分奪秒的今天，話題冒起到沉寂，不過是幾天的光景。在這樣的傳播生態下，要在一年後才邀請教友參與相關課題的探索，如何讓教友接觸到《神思》本身，從而達到共融與進步兩個傳播的目標，正是這節要討論的。

由於《神思》到今仍然停留在紙本的層面，即使有電子版本，亦只是在聖神修院神哲學院圖書館網頁上，作為圖書館的電子庫存，要知根知底者才會找得到的。一般教友，如欲在互聯網上看到《神思》，除非特意去搜尋，不然，幾乎完全不會有機會看到；接觸到《神思》的機會不多，自然就減少得到反思的機會。因此，在內容上，《神思》未必需要加快，但在傳播方法上，純紙本的傳播方式，確於落後於世界了。

那麼，《神思》如何可以讓更多人接觸到這本刊物，如何借用現今的傳播新方式，就是三十周年該思考的地方。

讀者如參閱《神思》的索引，不難發現，這一百二十期裡各個主題，幾乎涵蓋信仰的所有方面，由神學院的四大範疇，即教義、倫理、聖經、禮儀來看，不僅全都談及，當中各個細項亦有所觸及。另外如靈修、教會制度、教友生活等，全都有所談及。因此，《神思》本身是一個極具價值的信仰知識庫，而當中的文

章，不僅為當時的教友值得閱讀，即使為今天的我們來說，仍然值得參考，甚至回應我們今天面對的問題。

這些文章仍然有其信仰活力，那麼，《神思》現在面對的問題，就是如何把它們帶到適合的讀者眼前，而答案顯而易見，就是建立《神思》自身的網頁。

可以拿來參照的是基督教的網站「信仰百川」，這是香港基督教一個廣為人知的神學網站，以「海納百川，有容乃大」為宗旨，因此有不少基督教的神學家及神學生投稿，文章亦引來不少討論。這網站所以能有大量的瀏覽，正因為有大量不同類型的信仰文章，由聖經文字分析到職場神學，幾乎包羅信仰生活的所有面向。當文章的數目及類型達到某一個數量，網站就會成為不少教友日常瀏覽的固定網頁，從而形成一個良性循環，即固定瀏覽的人愈多，這網站愈容易被搜尋，於是更多新的瀏覽者加入，再進一步擴闊其接觸面。

以筆者的看法，《神思》坐擁過千篇神學文章，如果能夠好好設計網站，逐步推動，足以在短時間內(一至三年間)，建立一個具公信力及知名度的天主教神學網站。要知道，這樣的一個網站，就是一個在網路上的社區，雖然大家不是真人相遇，卻能夠更容易、更迅速地保持聯繫。也就是說，當這網站建立起來，它就能夠把《神思》累積了三十年的寶藏，釋放出來，成為教友生活的燃料與養份，真的做到《神思》一貫想達到的效果，就是推動神學的普及與本地化。

累積三十年，看似是慢，但這份累積是具有爆炸力的，如果能夠把當中的力量在網路上釋放，就是以慢打快了。

除了網站外，近年傳媒電子化也是大趨勢，不少實體報刊的銷量日漸萎縮，要轉型為電子報刊，卻又面對收費的問題。為《神思》來說，出版電子化的考慮，相對簡單一點，因為《神思》本來就不是牟利的雜誌，因此不用擔心實體出版與電子版本爭利的問題，只要能夠解決技術問題，電子化就簡單得多。

電子化的做法，可以是以網頁形式上載，不過，想讓更多人認識《神思》這本刊物，以電子書的方式，甚至設有本身的 apps 應用程式，與實體刊物同步發刊，讓讀者群意識到每期雜誌的出版，可能是更好的做法。這裡不討論實際運作的技術問題，只是指出方向。

深入淺出

《神思》推動神學普及化、本地化，例如第 5 期以「婚姻」的主題，當中固然有〈基督徒婚姻的神學反省〉這類神學味道較重的文章，但同時亦有以書信形式的〈白首偕老，結為一體〉，用親切的方式說明教會有關婚姻的道理；第 60 期以「藝術」為主題，談到聖像與聖樂，固然有神學反思的成分，亦兼顧到趣味性，引導教友從更廣闊的層面體味信仰；第 90 期以「世界青年節」為主題，介紹近年為青年教友相當關注的世界青年節，回應時代節奏；第 110 期以教宗的通諭《願祢受讚頌》為主題，為教友介紹這份集社會倫理及環保意識於一身的通諭，亦顯出《神思》對時代徵兆的敏銳觸覺。

看過不同時期的《神思》的主題，不難看出，《神思》嘗試就教友關注的事項，以平易近人的方式來介紹神學，有助教友明白信仰在生活的各方面的意義，同時深化教友對信仰內涵的認

知。這個取向既是《神思》一貫的方向，也是值得繼續努力、做得更好的方向。這裡提出三個可能：

- (1) 互動的可能：在網上建立網站後，可考慮做一點互動的工夫，如在臉書上設立專題，就讀者的問題作進一步的回應。這類互動未必可以深入探討相關的問題，卻有助認知一般教友對相關課題的理解及態度，這為神學研究，特別是一些關乎教會生活實況的課題，特別有參考價值。
- (2) 圖表輔助：過去的《神思》絕大部分以文字為主，間或有作者會用上表格，但用上圖畫、相片的情況極罕，但是在今天的媒體上，「有圖有真相」已經是一句耳熟能詳的名句，雖然未必完全正確，卻能夠反映今天的讀者的要求，就是不再滿足於單純文字的表達。因此，要相關文章更容易引起讀者的注意，視覺效果需要考慮。當然，《神思》是以思考為主，並不是要抓眼球、求點擊率的雜誌可比擬，所以毋須處處都追求視覺效果，但在適當時加入相關元素，是需要考量。
- (3) 懶人包：近年在社交媒體上，因應相關時事，會有人主動制作「懶人包」，把事件的來龍去脈、前因後果，用簡單易懂的方法來說明，又或是以流程圖的方式，把相關的問題的取向用「是/否」的方式來表達。無論是何者，目的都是讓相關問題更容易明白。

這種做法未必能夠深入認識該問題，但是有關信仰的道理，即使作為基本認知，不少教友都未必能夠掌握其重點，而這類表達方式，就可以幫助教友更容易明白道理的重點。

再者，要製作這類懶人包，為製作者而言，其實也是對神學內容的深刻反省。筆者建議，應該讓更多神學生參與類似的製作，而由學院的教授把關，這為神學生來說，是相當好的訓練，可以得到更深刻的認知。

- (4) 影象化：文字是神學表達的一種方法，卻不是唯一方法。教會在很長的一段時間，傳播福音的主要方法，是宣講而非著作。因此，有關神學的推廣，特別是在網路上的推廣，由真人現身說法，是很好的方向。

不過，這類網上講解，背後需要細心的組織安排，而非依書直說就可以。如果用較短的時間(3 分鐘至 12 分鐘)，把一些重要的概念說得明白動人，值得思考。近年藉網路而冒起的 TED Talk，無論是取材與表達方法，並且透過一系列的講座而推動的意識型態，都很值得我們反思。

對話

社交媒體的冒起，令人與人的對話可以更快速。在臉書上，一個 post 下面，可以在一小時內，出現過百條、過千條回應。因此，在工具上，今天要對話，比過去形容得多。不過，大部分情況，這些留言都是欠缺討論意義。大部分人都是發表自己的觀點，又或是反對別人的觀點，卻沒有真正的交流互動。

筆者認為，在欠缺權威的處境下，這類表達並沒有太多意思，很容易流於謾罵發洩，如果有具知識並態度開放者主持相關的討論，就有可以帶來真正的討論，讓看法不同的人彼此認識對方的觀點，達到對話的期望效果。

舉例來說，近年在婚姻倫理的問題上，教會的看法與社會的變化，似乎格格不入。在這種矛盾中，不少教友都覺得自己忠於信仰的同時，又不懂得如何回應社會的觀點。如離婚、同性戀的問題，教會訓導有清楚的指示，教友未必不曉得，但如何把這些訓導應用在生活裡，大量的生活細節，個別的倫理決定，如何是最好的做法，教友不能直接由訓導中獲得。如果有更多神學上的解釋，以及由此而來的理性討論，必然能夠為教友帶來正面的影響，並且反過來豐富教會訓導的內容。

在此情況下，如果能夠引導在社交媒體上討論，讓更多人能夠開放地探討相關的課題，一方面讓人明白教會相關訓導的真實含意，另一方面也看到在具體處理上的困難與限制，筆記認為，這能夠締造非常健康的討論環境，促使整個教會團體的進步。

要做到這樣並不容易，但《神思》以其長時期的神學推動者的身分，是較有可能形成一個權威性，從而對網上討論的規範，發生效用，令網上討論有其良性的互動。

總結

筆者加入臉書已近十年，在這十年裡，看到教友參與這個社交媒體的人愈來愈多；這兩年多負責運作「天主教平信徒」網上雜誌，因而走進了網上福傳的領域。這些經驗告訴我，網上世界已經成為我們生活裡其中一個重要的領域，很多人的生活裡，這已經是不可或缺的部分，而且網上世界的某些特質，是有利於福傳的，只是我們沒有認真探究其應用。期望這篇小文是一個觸發點，既讓《神思》編委會思考一下，下一個三十年的《神思》，如何與時並進；亦希望教會內有志福傳的同路人，一起做傳教航道上的哥倫布，找到新大陸。