

电子媒介、大学生活与基督教传播 ——以 Z 大校内“基督教传播方式”为对象的调查分析^①

韩晗

(武汉大学中文系博士)

摘要:本文对湖北省 Z 大学的 800 名学生(本科生、硕士生与博士生)进行了问卷调查,通过数据分析,旨在研究电子媒介对大学生基督徒在当下的影响及其二者之间的关系。研究表明,对于当下的大学生而言,电子媒介已成为认识基督教、皈依基督教与传播基督教的主要工具与管道。文章最后还谈到了高校当局管理基督徒学生时所遇到的问题。

关键词:本科生、基督徒、电子媒介、传播

作者:韩晗;武汉大学中文系博士,湖北省武汉市珞珈山路 16 号武汉大学文学院,430072 武汉,中国。电子邮箱:Hanhan41@126.com

基督教在中国大陆高校的传播,是近十余年来一个颇为重要、敏感的社会话题。自本世纪初以来,一些学者已经开始了较为细致、全面的研究,并取得了较为丰硕的成果。就目前的研究状况看,一般以三类成果为主。其一为信教^②情况的调研分析,主要是宏观、全面的调研报告,集中调研某地、某大学一地信教学生的生活、学习与心理状况,进而综合分析,得出结论;其二为比较性的论述,譬如比较某省信教大学生与信教群众的心理状态、比较某大学十年前与当下信教大学生人数的变化等等;其三则是宏观性的论证,与前两者相比,这类论证一般从理论出发,较少实证、调研的一手资料,而是关注于对既成事实的“合法性”论证。三种研究成果,各有千秋,均丰富了目前国内这一领域的研究体系。

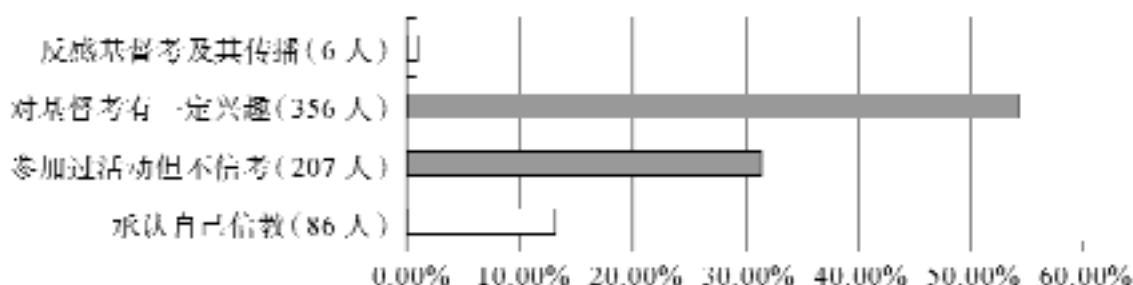
笔者通过对目前现有相关成果的阅读分析,认为当下高校校内的传教方式是一个颇为重要但一直被忽略的课题。之所以这样认为,原因也有三:首先,对大学校内基督教传播的研究归根结底是一项宗教社会学研究,其研究方式一般是社会学的调研、分析,较少涉及到其他学科的研究方法,但事关“传教”方式的调研,则涉及到传播学领域的研究,笔者在本文中则尝试着将传播学的研究方式加入到社会学/宗教学的个案实证、调查、报告及分析当中;其次,就目前而言,全世界人与人的传播方式发生了翻天覆地的变化,无线网络、3G 手机与个人通讯终端的普及,以及博客、微博与“点对点”私人交友网站(如 Facebook、豆瓣网、开心网与人人网等等)的广泛应用,使得人际关系更加便捷化、复杂化;最后,据统计,因为大学生是有知识、对新生事物敏感的特定青年群体,因此近年来大学生中基督徒的数

^① 本文获得首届“中芬天伦学术论奖”二等奖。This article has received the Second Prize of Sino-Finn Academic Essay Prize in 2011.

^② 因本文是以高校中“信仰基督教”的大学生为对象的调研,除了特殊说明之外,“信教”、“传教”均为“信仰/传播基督教”的简称。见备注。

呈直线上升的趋势,实际上这与近十年来基督教传播方式的与时俱进亦息息相关。在对先前一些学者科研成果和经验的吸取之上,在2011年1月,笔者选取了湖北省武汉市某综合类大学Z大校内在校大学生(含硕士生、博士生)为调研对象,调研分析了他们的识教(接触基督教、了解基督教)、入教(参加教会活动)、传教(传播基督教)三者与电子媒介的关系,力图梳理作为新通讯手段(或工具)的电子媒介对当下大学生信教的影响。

本调研只针对Z大各培养阶层在读的学生进行随机抽样,共发放匿名问卷800份,回收有效问卷654份,占总问卷量的81.75%,在统计学上具备真实有效性;从对基督教的态度看,其中承认自己“信基督教”者有86人,占被调研总人数的13.15%;“参加过基督教活动但不信教”者有207人,占被调研总人数的31.56%;认为自己“对基督教有一定兴趣”者有356人,占被调研总人数的54.43%;“反感基督教及其传播”者仅有6人,占被调研总人数的0.86%(见图一)。

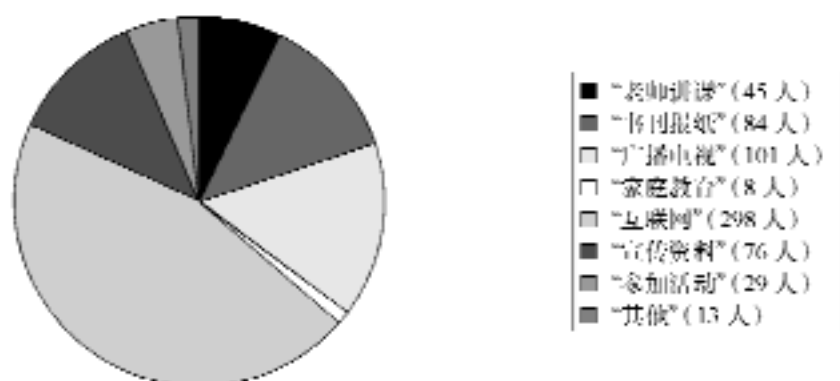


(图一)

从性别上看,在有效问卷中女生384人,男生270人,女生与男生的人数比为1.42:1;从生源来看,农村生源493人,城镇生源161人,农村生源占调研对象的75.38%;从学历上看,本专科生(含网络、成教与自考)523人,硕士生125人,博士生6人,本专科人数占调研对象的79.97%;从民族构成看,汉族学生631人,少数民族学生23人,汉族学生占调研对象的96.48%;从所学专业看,理工农医类324人,文史哲艺类205人,政管经法类115人;从年龄上看,年龄最大者28岁,最小者17岁,平均年龄24.32岁。上述比例基本上与目前国内一般高校基本相当,因此在社会学上具备统计调研的意义。

一、如何认识基督教:互联网成为最大途径

在调研问卷中,笔者设置的第一个问题是:你最早从哪里较为全面地了解到基督教的?有八个选项备选,每一个被调研者只能选择其中之一。八个选项分别是:老师讲课、书刊报纸、广播电视、家庭教育、互联网、宣传资料、参加活动、朋友介绍与其他。其中,选择“老师讲课”的有45人,占到被调研总人数的6.88%;选择“书刊报纸”的有84人,占到被调研总人数的12.84%;选择“广播电视”的有101人,占到被调研人数的15.44%;选择“家庭教育”的有8人,占到被调研人数的1.22%;选择“互联网”的有298人,占到被调研人数的45.57%;选择“宣传资料”的有76人,占到被调研总人数的11.62%;选择“参加活动”有29人,占到被调研总人数的4.43%;“其他”仅有13人,占到被调研人数的2.00%。(见图二)



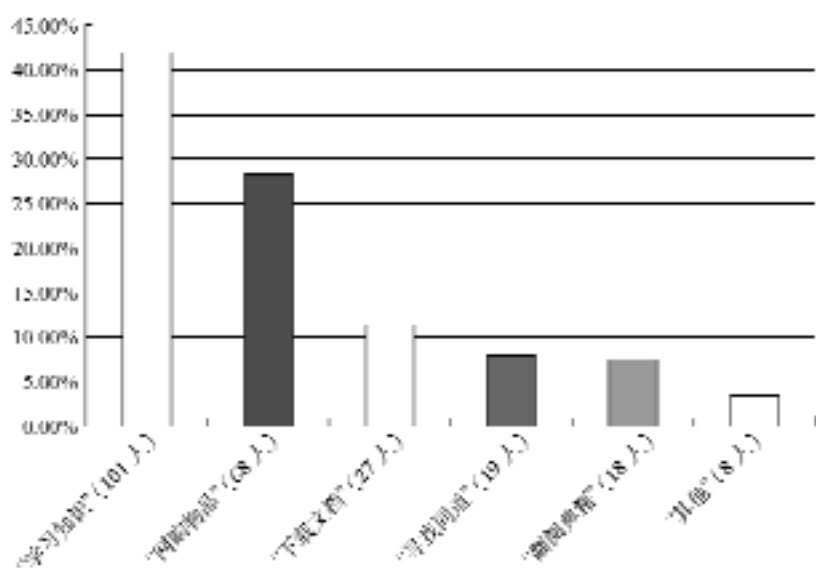
(图 1)

通过对一般性大学生的广义性分析得知,他们对于“基督教”的了解,相对多数是来自于“互联网”,其次是“广播电视”,随着近些年宽带、3G 等互联网通讯技术的普及,亦成为了这些学生获悉基督教知识的主要因素。笔者同时观察到,在“信仰基督教”的 86 人中,有 78 人在上述问题上选择了“互联网”,占到了所有信教学生的 90.70%,通过这类数据对比我们也发现,“互联网”是他们中绝大多数踏上信教之路的第一站。在这些学生中,有一部分有可能是主动通过“搜索引擎”有针对性地进行主动地搜索,也可能是在浏览其他网页时,看到一些与基督教有关的广告,而“被动性”地获得相关信息,譬如在 Google 网站上就长期会有一些关于基督教宣传的广告,当然,也有一些大学生会被动地收到一些群发的电子邮件,这些种种原因使得当下的青年大学生成为了基督教在虚拟世界的“被传播对象”。

“我现在对于基督教只是比较喜欢,有时候会参加一些他们(信教大学生)的活动。”L 同学,大二,男,来自于江苏南通,目前不是基督徒。作为选择“互联网”的受访者之一,在回访中如是说,“在上大学之前,我对基督教是抵触的,认为书上说它是‘精神麻醉剂’,但是我有一个隔壁宿舍的老乡信(基督教),所以我也跟着他参加了几次聚会,也都是唱诗、祈祷之类,我只属于他们说的‘慕道友’,但觉得还是蛮有意思的,然后我就上网,上一些基督教的网站,看看他们究竟是怎么一回事”。另一位基督徒 S 同学,女,来自于四川达州渠县,大三,亦是选择“互联网”的受访者。“刚上大二的时候,我四级没过,党校推优也没希望,奖学金与助学贷款也拿不下来,真是什么都不顺,我爸妈当时在我们村里属于比较早信耶稣的,当时我也想是不是信耶稣后就会好点,然后我就上网查了一些资料,觉得信耶稣肯定比不信耶稣要好,正好我一个变得好的老乡也信(耶稣),然后我和她们一起参加过两次做见证,去年底我也受洗了”。互联网的广泛应用,使得基督教在当代世界里有了新的传播范式。一系列基督教网站的出现,音频文件、视频文件的免费下载,让基督教真正地实现了解域化、无阻碍的传播。从当下互联网的使用看,互联网传播可以通过两种方式实现,一种是个人电脑(PC),一种是移动电话(Mobile phone),两者统称为“个人通讯终端”,随着近些年通讯技术尤其是 3G 技术的进展,多个通讯网已经合并,现在两者均依靠国际因特网传播信息。

作为“海量的数据库”,互联网在信息容纳的层面上,有着其他媒介不能替代的作用。基督教作为西方文明的一种宗教反映,本身具备较为丰富的思想内涵与文化内容,它既适合作为一种整体进行传播,亦适合被拆分为多种元素传播,譬如在“中国基督教网站”(http://www.ccctspm.org/)上就提供了“圣经下载”这一免费服务,而在“基督徒生活网”(http://www.cclw.net/)就有“主内资源”这一分类,可以免费下载电脑屏保、Flash、桌面壁纸甚至诗歌乐谱等多种资源。无论是否信奉基督教,只要感兴趣,都可以获得这些免费资源,显然这对于本身对新生事物好奇的青年人诱惑很大。无疑,之于基督教的传播,这亦是一个非常重要的渠道。

笔者又对298位选择“互联网”的受访者进行了问卷回访,回收有效问卷241份,有效问卷率为80.87%,具备社会学的统计价值。在第二次问卷回访中,笔者提到的第一个问题是:通过互联网,你获得与基督教相关的哪种信息最多?答案有六个:一是翻阅《圣经》及相关经典典籍(下文与下表简称“翻阅典籍”);二是下载壁纸音乐或Flash等声画文档(简称“下载文档”);三是学习基督教的历史、文化背景及其发展现状等理论知识(简称“学习知识”);四是寻找与自己同信仰的兄弟姐妹(简称“寻找同道”);五是网购与基督教有关的生活用品(简称“网购用品”);六是其他。选择“学习知识”的有101人,占样本总量的41.91%,居于第一;选择“网购用品”的有68人,占样本总量的28.22%,居于第二;选择“下载文档”的有27人,占样本总量的11.20%;居于第三;选择“寻找同道”的有19人,占样本总量的7.88%,居于第四;选择“翻阅典籍”的有18人,占样本总量的7.47%,居于第五;最后仅有8人选择其他,占样本总量的3.32%。(见图二)



(图二)

“我比较喜欢网购一些与神有关的礼品”。G同学,女,大二学生,来自湖南株洲的她是一位刚刚受洗的基督徒,“虽然这样并不能真正地荣耀神,但毕竟很多时候我们的身份在学校里是不方便被直接公开的。而且,这样做也可以让更多的人认识神”。“搜索一些与基督教有关的知识,我觉得蛮有味”。F同学,男,研究生一年级,来自湖北荆州,“虽然我不信教,但是知识多学些总没有坏处,因为我女朋友信教,我觉得多了解一些以后和她在一起也有共同语言。我现在没事就喜欢去‘旷野呼声’灌灌水,那里有很多‘懂行’的内行,会为我们这些感兴趣的人解答一些困惑”。“旷野呼声”(kuangyu.net)是一个民间的基督教文化网站论坛,类似于这样的网站、论坛还有很多,譬如“信仰之门”(http://www.godoor.net)、“基督缘”(http://www.jiduyuan.com)、福音论坛(http://fuyin.5d6d.com)、和睦之家(http://www.peacchome.cn)、拿细耳人论坛(http://nxer.uucasy.com)、“欢然奔路”福音论坛(http://www.hrbenlu.com)与“小子们”社区(http://www.xiaozimen.com)等等,据F同学透露,自己身边有一些同学经常去这些网站,尽管他们也都不是基督徒。

与此同时,“网购”亦是笔者重点关注的一个话题。根据笔者的总结、调研,目前活跃的“主内网店”竟有千余家,这些网店多半是基督徒所经营,对于主内兄弟姐妹采取一定折扣的优惠,并且除了经营“主内礼品”、基督教图书之外还经营其他生活用品,如主营图书的“武汉荣美书房”(http://rongmeibooks.taobao.com/),主营首饰的“同路人工作室”(http://shop57805075.taobao.com/),主营生活用品的“拿细耳礼品城”(http://shop57283695.taobao.com/)以及类似于百货公司的“全恩”基督教商

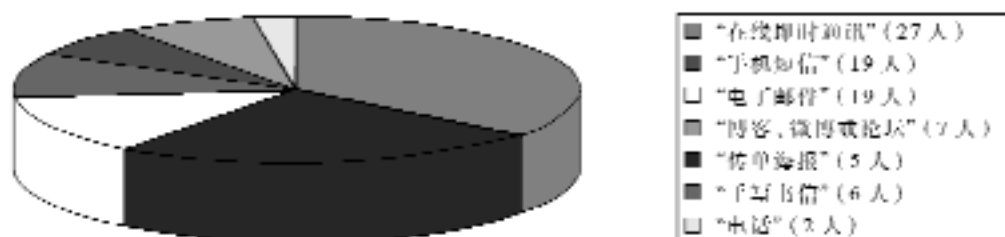
城(<http://www.7grace.cn/>)等等。据“淘宝网”网购信用评价,这些网站都有着较高的信誉与口碑,并且每天都保持较高的购买率。一些商家会将《圣经》漫画、名言或基督教文化中的符号、图像印刷到一些生活用品上,做成“上内礼品”出售,而据笔者向其中两家商家咨询,这类商品的购买者基本上以年轻人为主。作为网购主力群体的大学生,同时也作为基督教类商品的网购主力,这亦合情合理。

由是可知,吸引大学生接触、了解甚至信仰基督教,互联网在当下起了非常重要的作用。这是之前从未有过的。

二、如何参加教会活动? 电子媒介当是首选

通过互联网接触、了解基督教者甚众,但是这些学生未必最后都成为基督徒,互联网除了在“传教”的过程中起到重要作用之外,那么在信教学生的宗教活动(如祷告、唱诗、证道、查经、作见证与交通等等)中,互联网又起到什么样的作用呢?

在对 86 名信教学生的回访问卷中,笔者设置的问题是:在进行宗教活动(如祷告、唱诗、查经、探访、交通、主日学或作见证等等)时,一般最常用哪些通讯交流形式?选项有八个,每个受访者只能选择其中 1 个。这八个选项分别是:电子邮件、在线即时通讯(Online Instant Message,含 QQ 或 MSN)、博客、微博或论坛、私人交友网站(如 Facebook、豆瓣网、开心网或人人网)、手机短信、手写书信、传单海报和电话。选择“在线即时通讯”的有 27 人,占样本总量的 31.40%,居第一位;选择“手机通话/短信”的有 19 人,占样本总量的 22.10%,居第二位;选择“电子邮件”与“私人交友网站”的有 10 人,均分别占样本总量的 11.63%,并列第三位;选“博客、微博或论坛”的有 7 人,均分别占样本总量的 8.14%,居第五;选“传单海报”的有 5 人,占样本总量的 5.81%,居第六;选“手写书信”的有 6 人,占样本总量的 6.98%,居第七;选其他仅有 2 人,占样本总量的 2.31%(见图四)。



(图四)

通过以上分析得知,依靠互联网或手机联络活动的,占到了绝大多数。有 86.73% 的信教学生选择 QQ 群组、手机短信平台(如移动飞信)、电子邮件、私人交友网站与博客(含微博、论坛)等电子媒介手段沟通联络。无疑,电子媒介已然成为了当下信教大学生交流、沟通的主潮。“我们比较少用 BBS(电子论坛),一般用 QQ 群,这是比较安全的,因为基督教现在有时候还算是一个敏感话题。”Y 同学,女,大学二年级,来自吉林白城。“QQ 群里的每一个用户都是主内兄弟姊妹,有我们学校的,也有外校的。一般有一些简单的活动如查经和作见证等等,群主就会在群内通知了,也会在群共享里分享一些资源、消息。当然,有时候我们也会选择电子邮件,如果你用国外服务器的邮箱,那也是相当安全的”。

K 同学,男,大学四年级,来自山西太原,“我们更多时候会用手机,相对于 QQ 电子邮件而言,手机的时候更多一些,你知道,用 QQ 也不一定完全安全,为了避免一些非议和争议,我们一般都采取手机短信联系,当然法律规定公民信教自由,我们又不是做什么见不得人的事情。但是,有时候我们

也会在QQ上发起一些在线的作见证之类的活动。”值得注意的是,新兴的博客(微博)和私人交友网站亦给一些信教学生提供了交流沟通的便利。但作为“点对点”而且可以根据个人兴趣、爱好选择的私人交友网站,对于耶稣、基督等宗教话题是相当敏感的,除了国外运营的Facebook网站可以根据用户的“信仰”寻找同道之外,国内的“人人网”、“开心网”都不具备这个功能,但Facebook日前由于网络管制的原因,在中国大陆很难登陆,除非要依赖专业的IP代理软件才可以使用其部分功能。唯一具备这一功能的是“豆瓣网”。在豆瓣网上,大约有百余个基督徒“兄弟姐妹派对”的小组。譬如“在北京的基督小组”(http://www.douban.com/group/64950/)有二百余成员、人数上千且专门只为“年轻兄弟姐妹说说话”的“青年团契小组”(http://www.douban.com/group/125528/),北京大学生发起的“耶稣青年会小组”(http://www.douban.com/group/102863/)与“耶稣基督的后花园小组”(http://www.douban.com/group/sweetyard/),该小组也有近400名成员。

这些小组的论坛上都有全国各地信教大学生的征友、征集活动等相关帖子,以及“信主见证”的经验分享。在作者的电话回访中,10位选择“私人交友网站”的受访者均表明“几乎每天去‘豆瓣网’的这些小组”,笔者对做其他选择的受访者亦做了相应的电话回访,这些学生均表明自己“知道这些小组”、“有时会去这些小组”,甚至“参加过这些小组成员发起的活动(如同城家庭教会聚餐、祷告与作见证等等)”。笔者同时也回访了选择“传单海报”的一位P同学。P同学,男,大学三年级学生,来自广东韶关,“其实我本身出生在基督教家庭,从小受洗礼,父母都是个体户,都信奉基督教,来到大学以后,我一开始采取在外面贴手绘海报的形式,譬如写上‘主内寻找小羊’等主内兄弟姐妹都看得懂的字句,但是在下面,仍然会留下我的QQ号码,后来主内兄弟姐妹又变成了QQ交流”。电子媒介对于信教大学生人际交流的影响,由此可见一斑。

刘汉民认为,“特别是互联网,由于其隐秘性、快捷性,大学生们通过QQ和BBS很容易及时获取所需信息,并与境内外有关机构和个人实行互动……是基督教在高校传播的主渠道”,^③这与笔者所调研的结果是相一致的,而且在近几年里,随着手机上网的广泛应用、笔记本电脑的普及以及校园宽带与无线网络的全面覆盖,“互联网”已经成为了高校大学生生活的重要组成部分,当下信教大学生在人际交往、活动沟通上对于互联网的依赖,已经远胜于先前。同时,随着智能手机的普及,手机开始与个人电脑在功能上呈现出交叉的局面。笔者对选择“手机通话/短信”的受访者亦进行了电话回访,10位选择该选项的信教大学生基本上都认为“手机通讯与网络通讯同等重要”、“手机更保险一些,一些重要的消息一般用电子邮件、QQ留言发一遍之后,再用手机短信确认一遍”。

以手机、互联网与个人电脑交织成网的电子媒介,在当下信教大学生进行交流、沟通以及相关活动的组织时,其巨大作用不言而喻。尤其是其迅捷、安全、廉价、包容与便于操作性,使得这种通讯形式已然占到了主导地位。尤其是随着多媒体技术的不断扩展、普及,电子媒介不但在信教大学生中扮演着在举行实地宗教活动前的“沟通”、“交流”作用,甚至还可以取代一些语言交流类的实地活动——譬如交换心得、“作见证”或一些原本之前需要互相见面才能实现的谈话等等,而且根据笔者在调研中所观察到的现象来看,在沟通方面对电子媒介的依赖,今后将有更加上升的趋势。

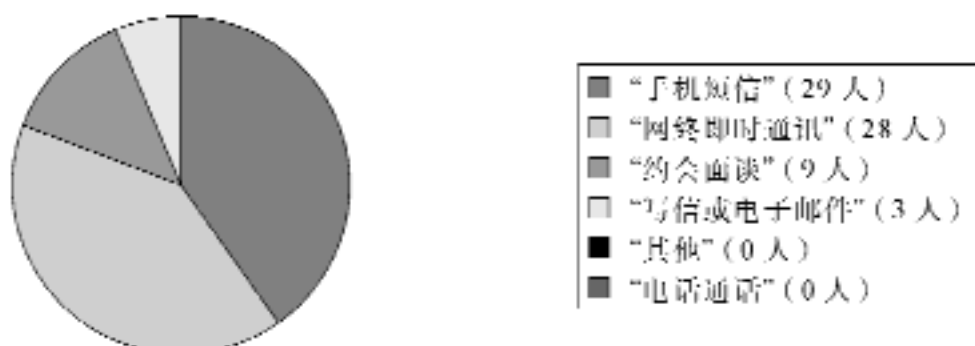
③ 刘汉民 Liu Hanmin 等,“武汉地区重点高校大学生信仰基督教现状调查报告 Wuhuan diqu zhongyuan gaodao xuesheng xinyang jiedian xianzhuang diaocha baogao” [A Field Work Report about the Situation of University Students' Christian Faith from the Important Universities in Wuhan],《湖北社会主义学院学报》Hubei shehuizhuyi xueyuan xuekan [The Journal of Hubei Socialist College],第8期,(武汉 Wuhan:湖北人民出版社 Hubei renmin chubanshe [Hubei People's Publishing House],2008)。

三、如何劝说他人入教：QQ 聊天与手机短信同等重要

陈清河曾如是定义互联网的意义，“网络及个人化媒介，常将使用者之间的类同需求加以群组，而自然产生新部落化社会的时代”、“网络空间既不是任何神学体系的产品，也非物理的空间，但它却是一个属于‘心灵’的新空间”^④。无论是在一般大学生还是信教大学生的相互联系、沟通中，互联网确实处于一种优势，但是这只是基于一种大众性传播，在这两种传播的过程中，我们已经默认了“大学生”与“信教大学生”是两个不同的群组，如果我们将大学生分为“信教/不信教”两种，在他们之间该以何种方式交流、沟通呢？

当然，这种交流、沟通并非是广义上的、一般生活性的往来，而是涉及基督教信仰方面的询问、劝说。笔者在这里，重点考察的是，在当下语境下，信教大学生一般以何种方式劝说不信教的大学生入教？

在 86 名信教大学生中，笔者亦做了一个问卷回访：你有劝说他人入教（无论成功与否）的经历吗？如果有，一般是什么形式？从传播学的角度笔者罗列了六个选项：写信或电子邮件、手机短信、电话通话、网络即时通讯（如 QQ 或 MSN）、约会面谈（含一起参加活动或当面赠送相关资料）与其他。这次回访一共收到有效问卷 69 份，占样本总量的 80.23%，其中选择“手机短信”的有 29 人，占样本总量的 40.03%，居于第一位；选择“网络即时通讯”的有 28 人，占样本总量的 40.58%；选择“约会面谈”的有 9 人，占样本总量的 13.04%；仅有 3 人选择“写信或电子邮件”，占样本总量的 6.35%；无人选择“其他”与“电话通话”这两种（见图五）。



（图五）

传播学将“传播”定义为两种，一种为“点对多点”的“大众传播”，一种为“点对点”的“人际交流”，而原本为“大众传播”的互联网在全球化迅速发展的当下，亦起到了“人际交流”的重要作用，在这种语境下，“网络即时通讯”与“手机短信”实际上都是“点对点”的。但是我们需要注意的是，“电话通话”与“写信或电子邮件”其实都是点对点的，为何这两种方式并未受到重视？根据相关传播学理论，结合笔者调研、回访以及个人的生活经验推断，实际上这个现象是当下大学生的生活环境、对于基督教的群体性态度与青春期的心理学二者结合作用下的结果。

W. Littlejohn 与 A. Foss 从交流的“不同地域”分析，认为具备信息传递的“人际交流”可分为三

^④ 陈清河 Chen Qinghe,《后电子媒介时代》*After digital media shidai* [Post-Electic Media Era], (台北 Taipei: 三民 [S] Sanmin shujia [Sanmin Book Bureau], 2008), 12.

种——一种是“面对面”的交谈，一种是声音的交谈（如电话）、一种是文字的交谈（如笔谈、书信等等），而在同等量信息传播的条件下，“面对面”的交谈所附着的传播者信息最多，而文字的交谈所附着的传播者信息最少，可以很好地隐藏传播者的心理状态、个人语气，而使得信息传播可以去掉干扰，进而更完整、更清楚地完成。^① 前文所叙的是“共地域性”的问题，除此之外，“共时性”也是“人际交流”的另一个重要因素。确实，在信息革命之前，“人际交流”中的文字交谈（如书信）存在着不够“即时性”的问题，致使整个传播过程中信息的交换存在着“不同步”的差异，从而容易造成信息在传播过程中产生“不确切”的转变。互联网与手机的出现，使得这一问题获得了解决，手机短信息（SMS）和在线即时通讯很好地弥补了这一信息交流的沟壑——文字性的“人际交流”也可以即时化。

如上的分析并非笔者臆言，而是为了审理上述调研结果的本质内涵。诚然，作为“集体生活”的大学生，他们较少拥有属于自己的私人空间，而基督教的传播，之于当下中国高校来讲，又是颇为敏感的。除了个别虔诚的信徒之外，其他诸多信教大学生在回访中都表示：自己几乎从不轻易公开自己基督徒的身份——譬如Z大就有明文规定，信教大学生身份一旦被证实，那么他就失去了加入学生会、入党等政治权利，那么这就意味着这位学生今后不能参加有一定要求（譬如学生会工作经验、有着党员身份背景）的公务员考试等相关考试（其实在许多西方国家，个人宗教信仰也属于被法律保护的个人隐私）。而依靠声音传播的电话，本身在大学集体宿舍中就毫无保密性可言，而且，劝说他人入教，本身就有被他人拒绝的可能性，这对于自尊心较强的青年大学生来讲，被拒绝是在而不上“挂不住”的，而且被劝说方若是在电话里或是书信里想拒绝，也不好直接表达，但在线即时通讯与手机短信息却很好地规避了这些可能。因此，出于种种考虑，这两种渠道遂成为了他们试探性劝说其他同学入教的较好方式。

“记得大一的时候，一开始我和一个学姐用短信聊天，聊着聊着她就突然问我信不信上帝，是否相信我们都是神创造的，当时我像突然被带入了另一个系统一样，这与我从小到大所接触的世界不是一个世界。”Q同学来自河南宛平，女，大学四年级，“当时我觉得通过短信聊这个话题很温暖，然后我就试着用短信和我交好的朋友聊天，劝说他们相信上，用自己的行为荣耀神，很多朋友都接受了我的劝说，成为了主内的姊妹。后来我买了笔记本，就开始用QQ或是手机挂QQ，这样更省钱”。“起初我没有劝说他人（入教）的想法。”X同学来自江苏常州，男，研究生二年级。“后来发现有些同学和朋友喜欢和我通过短信或是QQ问我信主之后的一些事情，我也很乐于将这些事情与他们分享，时间一长，我就会通过短信或是QQ邀请一些感兴趣的同学参加一些主内的活动，如祷告、唱诗与证道等等，我总觉得目前很多人还是会用有色眼镜去看宗教信仰，甚至分不清神职人员和普通信教群众的差别，我们学校应该开设这方面的普及课程，让大家不再用有色眼镜看我们”。

劝说他人入教，之于诸多基督徒而言是一件荣耀神的事情，尤其对于身处集体生活、热爱交际的信教大学生来说，更是如此，这也是为何“大学社团”一直成为全国各大高校校园文化主力的原因所在。只是信教大学生的传教、劝说他人参加家庭教会活动并非结成公开的社团——“青年团契”（Younger fellowship），“青年团契”的成员也并非全为大学生——还包括外教、留学生以及社会青年等等。左鹏的调研报告认为，“每个聚会点实际上就是一个辐射点……所以，在同一聚会点经常可以看到同一班级、同一宿舍的同学……最先是一个同学因参加聚会点的活动而信教，最后整个宿舍的同学都参加该聚会点的活动并全部信教”^②。实际上在作者的本次调研中，并未发现Z大有相同或类似的

^① Stephen W. Littlejohn & Karen A. Foss, *Theories of human communication*, (Belmont: Thomson Wadsworth, 2007), 207.

^② 左鹏 Zuo Peng, “大学校园中的基督教聚会点——来自北京某高校的调查” thesis: xiaoyuan zhong de jidujiao juhuidian - Laiji Beijing: min jianshen de chishece” [The Christian Meeting Spots in University Campus], 《北京科技大学学报(社科版)》 Beijing keji daxue xuebao (shekexue ban) Beijing keji daxue xuebao (shekexue ban) [The Journal of Beijing Science and Technology (Social Sciences Version)], (北京 Beijing: 2009).

情况,而且多数信教学生认为,传教的对象必须是志同道合的同学或朋友,“室友”只是校方的人为安排,未必是好朋友,而且目前高校内的基督教传播仍然属于敏感话题,基本上不可能做到“一人入教,全班皆知”的地步。正因如此,较为隐蔽且又能保证信息传播准确的互联网、手机短信成为了诸多信教大学生首选的传教手段。

四、结语与启示:如何从“被否定”到“被正视”

通过本次调研,笔者基本上对于电子媒介与大学校园内基督教传播的关系有了初步的认识,尽管N大并不足以全面地代表中国大陆高校的状况,而且这800名被调研者亦不能完全地代表N大的全部学生,但是通过对这800名大学生的调研,也证明了电子媒介在当下高校的基督教传播中起到非常重要的作用,但是这恰恰反映了如下两个问题。

首先,借助电子媒介,基督教的传播在当下大学校园里非常迅速,我们必须正视这个现实。据官方调查,2003年,北京地区大学生“明确表示信仰基督教”的大学生占到了学生总数的5.2%。^⑦地处偏远的云南财经大学在2009年的调查也发现,有宗教信仰学生占调查总人数的16.1%,所信仰宗教为佛教和基督教^⑧。到了2010年8月,浙江海洋学院的信基督教的学生尽管只占到总人数的4.2%,但信其他宗教的大学生(含天主教、佛教与伊斯兰教)却占到了总人数的33.6%。^⑨这远远高于2010年官方公布的国内平均数据——目前中国大陆基督徒平均占全国总人口1.8%。^⑩无论如何,这与刘汉民等所统计的“总体上看,信教学生人数大约占在校学生总人数的万分之七左右”^⑪存在着巨大的差距。

这些数据证明两点,其一,结合上述不同学者在不同区域的调研结果综合分析,近几年,国内大部分高校的信教大学生应占到了该校学生总数4.2%以上的比例,^⑫在直辖市与省会城市或许还会更

⑦ 李聚奎 Li Sujun 等,《青年与“宗教热”》(Qingnian yu zongjiao re | Youth and Religious Fever), (北京 Beijing: 中国青年出版社 Zhongguo qingnian chubanshe | Chinese Youth Press), 2000), 78。

⑧ 王颖 Wang Ying, “大学生宗教信仰状况调查报告——以云南财经大学为例 Daxuesheng zongjiao xinyang zhuangkuang diaocha baogao —— Yi Yunnan caijing daxue wei li” | A Field Work Report about University Students' Religious Faith |, 《学理论》 Xue lilun | Learning Theory |, 第12期, (哈尔滨 Harbin: 学理论杂志社 Xue lilun zazhishi | The Editorial Committee of Learning Theory |, 2009)。

⑨ 戚浩臣 Yu Haoshen, “地方高校学生宗教信仰的现状调查——以浙江舟山为例 Difang gaodao xuesheng zongjiao xinyang de xianzhuang diaocha —— Yi Zhejiang Zhoushan wei li” [A Field Work Report on the Contemporary Situation of Local Universities Students' Religious Faith], 《高教论坛》 Gaojiao luntan. [The Forum of Higher Education], 第8期, (南宁 Nanning: 高教论坛杂志社 Gaojiao luntan zazhishi | The Editorial Committee of The Forum of Higher Education |, 2010)。

⑩ 中国社会科学院世界宗教研究所 Zhongguo shehui kexueyuan shijie zongjiao yanjiusuo | The Institute of World Religions, China Academy of Social Sciences | 编,《宗教蓝皮书》 Zongjiao lanpishu | The Blue Book of Religions |, (北京 Beijing: 社科文献出版社 Sheke wenxian chubanshe | China Social Sciences Academic Press |, 2010), 90。

⑪ 刘汉民 Liu Hanmin 等,“武汉地区重点高校大学生信仰基督教现状调查报告 Wuhhan diqu zhongdian gaodao xuesheng xinyang jiaohao xianzhuang diaocha baogao” [A Field Work Report about the Situation of University Students' Christian Faith from the Important Universities in Wuhan], 《湖北社会主义学院学报》 Hubei shehuizhuyi xueyuan xuebao | The Journal of Hubei Socialist College |, 第8期, (武汉 Wuhan: 湖北人民出版社 Hubei renmin chubanshe | Hubei People's Publishing House |, 2008)。

⑫ 结合目前所能检索到的其他学者的调研报告来看,戚浩臣 Yu Haoshen, “地方高校学生宗教信仰的现状调查——以浙江舟山为例 Difang gaodao xuesheng zongjiao xinyang de xianzhuang diaocha —— Yi Zhejiang Zhoushan wei li” [A Field Work Report on the Contemporary Situation of Local Universities Students' Religious Faith] 一文反映了浙江海洋学院信教大学生比例最少,为4.2%,其余有资料可检索的国内诸高校信教学生之比例均高于其,或(或)高于4.2%。

高;其二,信教大学生的比重在近几年内呈现出逐年攀升的局面。^③事实上,正如笔者所统计的那样,这与互联网、手机等电子媒介的普及是分不开的。在整个过程中,电子媒介很好地扮演了一个“识教”、“入教”与“传教”的渠道角色。陈清河认为,“网络空间不是任何‘神学体系’的产品”,但是事实上它却无意中为“神学体系”中宗教传播的发展起到了颇为重要的作用,成为其在当下发展、完善的重要工具,我们必须正视这个现实。

其次,电子媒介的盛行,在很大程度上也反映了高校信教大学生基本上都有在公开场合“隐藏自己宗教信仰”的想法,这实际上说明了目前一些高校思想政治教育人员对于“大学生信教”有着错误的认识与举措,而“正视”这一现象才是解决这一问题的出路。在调研的过程中笔者也发现,信教大学生本身比较好接触,在性格、道德上并没有让人难以接受的缺陷。华桦的调研报告也发现,对于身边的基督徒,非基督徒大学生往往给予正面评价,同学们普遍认为信教大学生在性格上具备“平和”、“善良”、“宽容”、“博爱”与“真诚”。^④

事实上,“宗教作为一种社会现象,具有漫长的历史,在社会主义社会也将长期存在”^⑤,而且《中华人民共和国宪法》也明确规定了宗教信仰自由,为了确保这一政策在高校里也能得到贯彻执行,高校思想政治教育人员(如学工部、研工部、党总支、团委、辅导员与班主任等等)应该一方面承认、正视这个事实,对于信教大学生的宗教信仰,要抱以尊重的态度,让他们将基督徒的平和、博爱与善良的精神和谐社会的建设结合起来,要求他们在学校内做和谐之表率、道德之楷模。而不是让信教大学生刻意隐藏自己的宗教信仰,甚至偷偷摸摸地参加一些合法的宗教活动。须知大学生既是未来国家建设、民族复兴的重要基础,同时也是中华人民共和国公民,有信仰宗教和不信仰宗教的自由。

无疑,从传播学的角度来调研电子媒介在当下大学校园内基督教传播的过程中所扮演的角色,是一个颇为重要的社会学、宗教学与传播学话题。本调研报告或许有不足或是以偏概全之处,但是笔者希冀从此出发,可以引出一系列的思考与讨论,对于这一问题的后续性、拓展性研究、分析与总结将是更有意义的研究议题。

^③ 除了在本文引用的部分调研数据之外,这一问题在华中师范大学教授吴廷财 Wu Tingcai 最近的调研报告“当前大学生的信仰透视 Dangqian daxuesheng de xinyang tantao” [A Perspective on the Faith of Contemporary University Students],《人民论坛》 Renmin Luntan [People's Forum],第4期下,(2011)中亦作为第一章标题被提出。“大学生信教人数呈上升趋势”这一问题成为《当》文的一个核心内容。这一结论源自于吴廷财对相关对比性数据的分析而得出的,结合相关数据,他认为“从数量上看,大学生信仰宗教的总体比例不高,但绝对数近午略有上升之势”、“大学生中接触宗教宣传的人数和次数逐步增加”。

^④ 华桦 Hua Hua,“大学生信仰基督教状况调查——以上海部分高校大学生为例 Daxuesheng xinyang jidujiao zhuangkuang di yueba Yi Shanghai bufen gaodexuesheng wei li” [A Field Work Report on the Christian Faith Situation of University Students],《青年研究》 Qingnian yanjiu [The Youth Research],第1期,(2008)。

^⑤ 江泽民 Jiang Zemin,《江泽民文选·第三卷》 Jiang Zemin wenxuan di 3 juan [Selection of Jiang Zemin's Articles, Volume 3],(北京 Beijing:人民出版社 Renmin chubanshe [People's Publishing House],2006),255。

English Title:

E – media, University life and dissemination of Christianity

——The Statistical Data Study of “Christianity Dissemination style” in Z University

Han HAN

Ph. D., Wuhan University.

Department of Chinese Language and Literature, Wuhan University, 430072 Wuhan, China.

Email: Hanhan41@126.com

Abstract: This paper gathers the results of an evaluation based on the 800 college students (including undergraduate students, graduate students, and PhD candidates) of Z University in Hubei. The author uses statistical data analysis to study the influence of E – media on contemporary Christian – undergraduates and the co – relationship between them. This study demonstrates that E – media is nowadays the main tool and channel of knowing Christianity, converting to Christianity and disseminating Christianity for undergraduates. In the last part of this paper, the author also deals with the problems that university officials will face when they try to guide the religious students.

Key words: undergraduates, Christianity, E – media, dissemination

