



金蜀卿 人間福報社社長

哲學碩士，畢業於北京大學，現任人間福報社社長。旅居北京多年，曾擔任 TVBS 駐京特派記者、中天新聞大陸中心主任，長期關注兩岸發展且在中國社科院世界宗教所進修。

專長於採訪寫作與新聞傳播、分析兩岸關係與大陸情勢，還曾榮獲第三屆兩岸關係暨大陸新聞報導獎。二〇一四年出席在北京大學英傑交流中心召開的「首屆佛教媒體編輯研討會」，並發表〈星雲大師的文字編寫因緣〉和與會大眾進行交流。

人間佛教之平面弘法傳播

《人間福報》弘法服務為例

二〇一四年底，筆者參加了一場由北京大學佛學教育研究中心主辦的「首屆佛教媒體編輯研討會」並作了題為〈星雲大師的文字編寫因緣〉報告，與會者有佛教研究領域知名學者專家、佛教媒體從業人員與宗教界人士，對於宗教媒體的經營與發展，始終小心謹慎，摸著石頭過河。由於社會教育、學校教育中對宗教通識教育缺乏，媒體從業人員對宗教事件的新聞價值認識不夠，或本身對宗教信仰持懷疑、敵對態度，加劇了宗教話題的非常態性、邊緣性，乃至成為敏感性話題。《人間福報》是宗教家辦的一份社會報紙，秉持著美美與共，而不同的編輯方針，經過十五年的探索，已然形成了自己的風格。

形式決定內容的巧妙。《人間福報》新式版面編排和WEB傳播模式特點，正適合人間佛教的弘傳。星雲大師連續三年在《人間福報》撰寫《迷悟之間》專欄，計一千零八十四篇，希望讀者能抉擇，破除社會的迷信，走出光明的道路，走出正信的道路。善於講故事是宗教的傳統和優勢，各宗教經典中，都有很多引人入勝的情節。大師勤於筆耕，未曾間斷。問卷調查顯示，《星雲法語》、《人間萬事》、《星雲禪話》、《星雲說偈》、《星雲說喻》一系列專欄文章，最受讀者喜愛。

《人間福報》創辦之初，正逢台灣經濟景氣走下滑，政黨意識形態鬥爭加遽，財團併購媒體的轉折期。星雲大師力挽狂瀾，除了以文載道，倡議人間佛教理念精神；並將三好、四給、五和之理論與實踐推廣到社會各界；同時推動媒體環保日，設立「真善美新聞傳播獎」，

鼓勵優秀媒體從業人員。

《人間福報》創社十五周年，與時俱進，將重要政策、經濟、民生等時事新聞置於頭版，以「焦點」取代創刊以來的「奇人妙事」。讀者在悲喜交摻的人間新聞中，讀做一個人，讀明一點理，讀悟一些緣，讀懂一顆心。佛光山住持心保和尚說：「看《人間福報》，如同閱讀一部現代大藏經。」本文以《人間福報》創辦、發展及其影響為例，進一步闡揚人間佛教在當今社會多元的媒體弘法面貌與趨勢。

一、守正出奇 《人間福報》的定位與發展

《人間福報》創刊於二〇〇〇年四月一日，由創辦人星雲大師題寫刊名。以宣揚人間佛教為宗旨，以弘法服務為其核心價值。

《人間福報》總社位於佛光山台北道場大樓，與「人間通訊社」及全球二百多個別分院道場共同協作，組成一支跨時空、跨語言的文字弘法團隊。總主筆柴松林教授號召資深新聞從業人員、社會觀察家等撰寫社論，闡述客觀、公正見地，提供人們對美好生活的嚮往而共同努力之願景。二〇一一年五月，《人間福報》成立了「人間百年筆陣」，邀請社會賢達輪流執筆寫作。「人間百年筆陣」是個多元開放的空間，包容不同立場，但強調大是大非；可以暢所欲言，但不非議人我。筆陣成員將自己的學術專研、社會觀察、國際形勢、文化關懷的心得，與讀者大眾分享。星雲大師期許筆陣成員能恢復弘揚中華傳統知識分子的角色，秉

持責任與勇氣，發出良心的聲音，激勵向上的力量，與全民共同奮鬥，建構公平、正義、富足、永續的環境。

《人間福報》版性明晰，內涵豐富且接地氣。編輯方針四點原則：

(一) 強調因果觀念：對於社會事件，從佛教因果果報來談事件始末，讓人瞭解善惡終有報的道理。

(二) 增加教育理念：多報導進德修業的新聞題材，提升教育者與在學生的心靈品德。

(三) 重視與人互動：報導內容貼近生活，且與民眾切身相關訊息，吸引人閱讀。

(四) 增加可讀性，瞭解、研究讀者關心的議題，並舉辦座談會，讓各方發言，提出不同見解。

《人間福報》辦報專業，定期改版，目前維持四大張、十六版，每日出報，訂價台幣十元，發行方式為超商零售與訂閱派送。版面包括：【焦點】、【綜合佛教叢書社區】、【國際一兩岸一一周看點】、【教育一兩岸亮點人物】、【藝文一公益一社會觀察】、【覺世】、【宗教一人間學堂】、【醫藥一閱讀咖啡館】、【奇人妙事】、【投書】、【家庭一旅遊一英文】、【少年天地一青春 UP】、【縱橫古今】、【副刊】、【三好校園】、【消費新訊】。逢周六、日還有特別的二十二個不同版面，共計每周有三十八個版，專欄文章經常被出版社集結出書。

《人間福報》發行世界五大洲，結合近二十家海外華文媒體在當地印製發行，包括美洲《溫哥華世界日報》、《紐約僑報》、《洛杉磯世界日報》，澳洲《澳洲日報》，歐洲柏林《德華世界報》、亞洲菲律賓賓《菲華日報》等。在紙質媒體沒落，閱讀族群萎縮的世界潮流下，《人間福報》仍在穩步成長，走出了報業媒體的另一條路。

二、虛實融和 《人間福報》的社會實踐

人間佛教特別重視教育與文化。《人間福報》自二〇〇九年起，將讀報教育帶進校園；二〇〇一年，公益信託星雲大師教育基金推動「三好校園實踐學校」選拔，今年委託由《人間福報》承辦。此外，《人間福報》舉辦各類公益講座、素食博覽會等，增加與讀者的互動交流，增進民眾對佛教文化的瞭解，提高民眾對人間佛教的認同感。

(一) 推動讀報教育與國際 NIE 接軌

一個國家公民的文化素質高低與閱報人口多寡有關。亞洲鄰國日本推動讀報教育 (Newspaper In Education)，從小學高年級開始設置新聞解讀課程，青少年養成閱報習慣，關心時事，瞭解新聞報導換了一種寫法就會完全不一樣。《人間福報》讀報教育獲得教育界和家長會大力支持，成功走入校園、家園，嘉惠了全台七千五百多個的班級。藉由中華福報生活推廣協會與愛心人士贈閱推廣，報紙進一步走入監獄、大眾交通運輸、醫院、圖書館等公共場所。

(二) 三好校園實踐學校選拔

所謂「三好」，就是「做好事、說好話、存好心」，透過身、口、意的具體實踐，讓善種子在學生心中開花結果。「三好校園實踐學校」選拔，以國小、國中、高中職、大專校院學校為對象。目標為：選拔重視學生品德且熱心創意推廣三好運動的學校，激勵學校開發能具體落實推廣三好學校的教學活動策略，促進學生自發性觀照自己言行的能力，並在生活中身體力行，鼓勵實踐學生及學校能將三好的實踐推廣至家庭與社區。四年來，「三好校園實踐學校」共計有一百九十五所。

(三) 主辦兩岸素食博覽會

「煙花三月下揚州、茶禪四月到宜興、五月樂活在台北、蔬香積福遊佛館。」《人間福報》自二〇〇五年起至今成功舉辦了十一屆「台北國際素食暨有機產品博覽會」，建立了素食博覽會策展品牌。二〇一二年、二〇一三年起，《人間福報》受邀到大陸宜興大覺寺、揚州鑑真圖書館舉辦素食博覽會；二〇一四年，素博會與國際書展在高雄佛陀紀念館舉行。素食不僅是一種個人飲食的健康選擇，而且是人與自然的一種和諧關係，是人類文明發展的一種優良模式。

三、星雲大師：媒體救台灣

台灣於一九八七年解除報禁，在商業掛帥的前提下，致使輿論侵犯個人隱私，政爭、血腥、緋聞、八卦的羶腥報導處處可見。星雲大師以媒體創辦人身分說過這樣的話，「媒體可以救台灣。」大師骨子裡有一種力挽狂瀾的大丈夫氣魄，他廣邀有志之士共同發起「媒體環保日·身心零污染」活動，主辦了「提升閱聽品位、建構優質媒體」座談會、「展望媒體·守護台灣」座談會、推行「媒體環保日」運動，呼籲媒體奉行三不運動——「不色情、不暴力、不扭曲」。此外，星雲大師為獎勵優秀新聞從業人員，二〇〇九年起至今，連續舉辦了六屆「星雲真善美傳播獎」，世新大學創辦人成舍我獲得首屆新聞典範人物獎，王惕吾、余紀忠被譽為典範報人。

媒體對文化傳播及社會教化有一份責無旁貸的使命。《人間福報》作為是世界中文報業協會會員、台北市報業同業公會理事、兒少新聞自律委員會委員，扮演著監督新聞專業與媒體自律工作者的重要角色。創報以來，獲獎無數，曾獲第二屆卓越新聞獎平面媒體類新聞評論獎入圍、第三屆卓越新聞獎報紙入圍——新聞評論、第一屆二〇〇四競報NOP媒體報導獎、第十二屆兩岸新聞報導獎佳作、社會光明面新聞報導獎、內政部優質新聞獎兩專題入圍及專題獎、二〇一二文創產業新聞報導獎、社會光明面新聞獎等。

《人間福報》十五周年，時逢慈濟內湖土地開發案爭議，電視名嘴妄加批判如火燎原，程恭讓教授稱此事件為現代佛教法難。《人間福報》連載刊登星雲大師口述之《貧僧有話要

說》四十說，它是一部千載難逢的大師自我告白，是一套面對是非善惡的人生指南，內容完整表述了其平生思想與人間佛教的實踐歷程。接著，刊登《貧僧有話要說》續集——《往事百語》，從中可以體會星雲大師奮鬥的大半生及佛光山之所以能夠在當代佛教中成為典範的諸多原因。趙無任之《台灣選舉系列評論》，闡述人間佛教統理眾人之事觀點，臻於《禮記·禮運大同篇》境界。刊登上述專題，打破媒體人思想上與編輯上的條條框框，讀者回響感受到了老報人批判精神以及對社會人文關懷的厚度，也為《人間福報》帶來新的思考契機。

四、碎片化、視頻化 平面媒體之挑戰與機遇

根據 AC Nelson 公司調查顯示，《人間福報》讀者集中在三十至五十九歲，比率逾七成五，且大專以上學歷者占百分之五十五點五，具高學歷特徵。有好的讀者，自然會有好的媒體。面對佛教的快速發展與佛教的全球化，迎來信仰需求與研究需求的大增長，佛教界逢此機遇，紛紛建構互聯網弘法平台。

新的信息載體 i pad / kindle / google glass / iwatch 出現，佛教媒體山頭化、編輯人才匱乏等問題也愈來愈突出。媒體口化並非是一項把文字轉檔成電子檔的浩大工程，而是一場頭腦革命。二〇〇七年九月，《人間福報》網站正式上線；二〇一〇年，《人間福報》申請加入 facebook 社群媒體；二〇一四年，福報即時報 APP 啓用；二〇一五年，福報文化第一本電子書《采風風采》出版以及《福海》大數據庫 (Merit Times Big DATA)、「福報」微信平

台開始運行。

每一種媒體曾經都是新媒體。新媒體永遠是一個相對的概念。美國《連線》雜誌稱新媒體是「所有人對所有人的傳播。」中國社科院《二〇一四中國新媒體發展報告》指：「二〇一三年以來，中國新媒體發展進一步呈現出移動化、融和化和社會化加速的態式。在這種態式下，中國新媒體領域出現了四個顯著的變化：一、微傳播成為主流傳播方式；二、傳統媒體與新媒體正在加速融和；三、新媒體的社會化屬性增強；四、新媒體安全成為了重要的國家戰略。同時，基於新媒體的微傳播也已經成為了促進中國社會發展的新動力。」

一個新聞發達的社會，並不一定會替文明帶來正面刺激，甚至造成某種集體虛假意識，反而降低了一個社會人文水準。媒體與讀者如何形成一種良性循環？媒體被寄予厚望，被盼於提升專業、開拓視野，報導能擴大人群之間相互理解，尋找人性的感動和特質，啟發讀者更深層的科學探索與生命思考。《人間福報》多方學習新媒體傳播方法，莫忘辦報初心：一、明確定位，保持報紙風格的連貫性；二、嚴格把關，維護平面媒體的嚴謹與權威；三、深耕細作，三好校園與讀報教育向下紮根，引導青少年培養閱報習慣，訓練思辨能力；四、尊重與保護智慧財產權。



「動」是生命的活力，
人生的意義在於能動，
因為動，
人才有思想，才有感情，才有活力；
「懶」，不動，
即不懂生命意義。

— 《星雲日記》