

參與和分享

——從 Web 2.0 看佛教印經會發展的未來展望

李志強 博物館教育發展協會理事

【提要】本文整理筆者參與「佛教印經事業發展論壇」時，針對「佛教印經會發展的未來展望」所分享的內容。除簡介 Web 2.0 的概念之外，並以「知識分享」、「社群網絡與網路社群」、「個人出版」等關鍵字來分析印經會未來發展的可能性。

關鍵詞：佛教印經會；Web 2.0；知識分享；社會網路

壹、前言

隨著資訊通訊科技（ICT, information, communication, technology）的發展，以及大眾閱讀習慣的改變，人們接觸資訊的方式與媒介有了重大的變革。除了傳統的紙本書以更多元化的方式出現在市場上之外，有聲書、影音書、多媒體書、電子書等不斷推陳出新，資訊的載體也從書本進化到電視、電腦、iPod（TM）、電子書閱讀器和手機。

在資訊爆炸的時代，各式各樣的組織為了爭取閱聽人有限的注意力，凡張眼可以看到的環境、豎耳可以聽得到的聲音，通通都填塞了各式各樣的訊息。人們可得到的訊息已經遠遠超越了人們生存的需求，面對各種資訊壓力和資訊迷

霧，印經會的競爭者早已不再是其他宗教或是書籍，而是人們有限的資源和注意力。因此，在這個十倍速競爭的世界裡，如何更有效地協助人們接觸正法，就成了佛教印經事業重大的挑戰。

自古以來，無論是印刷術的應用，或是文化交流的開展，宗教一直在資訊的傳播上扮演著重要的角色。隨著網際網路的普及和電子大藏經的問世，人們取得佛經已不再困難重重，然而人們是否因此而得到利益呢？

順應時代的進步，在思考佛教印經會的使命、作為與未來的發展時，是否還存在著其他不同的可能性？抑或是在人們沈迷在科技叢林之時，佛法已成為心靈上最渴望的救贖？倘若果真如此，印經會的時代性功能又應該如何轉化呢？

已故的管理學大師彼得·杜拉克（Peter F.



Drucker) 曾說：「真正推動社會進步的，是『資訊技術 Information Technology』裡的『資訊 Information』，而不是『技術 Technology』。」(註 1) 由此看來，內容比方法更為重要，佛陀所傳下的尊貴法義，自然是最好的禮物，不過相對地，如何傳遞這份寶藏，也考驗著我們使用技術的智慧。

本文係以筆者參與「佛教印經事業發展論壇」時，針對「佛教印經會發展的未來展望」主題與談的內容整理成文，希望透過不同的觀點，為印經會的發展，提供另一種可能性的想像。

貳、什麼是 Web 2.0 ?

Web 2.0 是由 Tim O'Reilly 等人所提出，簡單的定義是「Web 2.0 對電腦工業來說是一種商業革命，起因於開始把 Internet 當成交易平臺，並企圖去理解在新的平臺上通往成功的規則。」(註 2) 然而這個初期的定義尚無法反映出 Web 2.0 的特質。IBM 的社群網路分析師 Dario de Judicibus 則以社會網路的架構提出了以下的定義：「Web 2.0 是一個架構在知識上的環境，人與人之間互動而產生出的內容，經由在服務導向的架構中的程式，在這個環境被發布，管理和使用。」(註 3) 由這段定義來思考，Web 2.0 似乎即是一種知識內容發布、管理和使用的服務環境，也恰好是印經會可以一展所長的場域。

以下簡介幾個成功的案例，來說明 Web 2.0 大致的樣貌。

要談到 Web 2.0 的典範，就不得不提及維基百科全書 (Wikipedia, www.wikipedia.org)。依照維基百科全書的自定義，維基百科全書是「自由的

百科全書」，本質上是藉由 Wiki 的技術，邀請網民共同編纂的多語言網路百科全書。相較於大英百科全書這一類由專業人士所建構的百科全書，維基百科可以說是「由下至上」、「使用者參與」的典範。

Flickr (TM) (<http://flickr.com>) 則是另一個成功的例子。Flickr 以「分享你的相片，靜觀世界變化」來號召人們參與，讓人們提供數位影像，並藉使用者的關係，建立內容的連結，亦即利用標籤 (Tags) 建立和定義後設資料 (Metadata) 的內容。Flickr (TM) 除了是第一個使用標籤雲 (Tag Cloud) 的網站，同時也是有效使用分眾分類法 (Floksonomy) 的典範。

雖然 google 並未宣稱自己是 Web 2.0 的服務，但是談論到 Web 2.0 卻也無法忽略 google 的貢獻。以 Google Maps (<http://maps.google.com.tw>) 為例，提供了詳盡的電子地圖服務，還包括局部詳細的衛星照片。Google Earth 則提供了桌面程式的服務。許多 Web 2.0 使用了 Google Maps 混搭發展出更多元的應用，諸如歷史地理資訊系統、旅行日記等等。

推特 Twitter (www.twitter.com) 是一種微型部落格和社交網路，始於一句人們最常問候的話語：「你在做什麼？」使用者可經由不同的方式輸入或是接受訊息，包括行動通訊、SMS、即時通訊、電郵、Twitter 網站或專為 Twitter 所設計的軟體。Twitter 的字數限制和手機簡訊一樣。

在《WEB 2.0 創新應用案例集》一書 (註 4) 中，分析了 Web 2.0 的四種主要特色，包括內容 (content)、社群 (community)、消費者使用經



驗 (consumer experience) 和跨服務的互通與整合 (cross-service integration)。由上述的例子可知，Web 2.0 的本質不單純只是技術的進步，也包括了人、內容和服務之間的連結和發展。

參、從幾個關鍵詞看「印經」的可能性

在理解了 Web 2.0 大致的樣貌之後，以下筆者特別挑選了「知識分享」、「社群網絡與網路社群」、「個人出版」等三組關鍵詞，藉以分析「印經」的可能性。

一、知識分享

「我的知識+」 (<http://tw.knowledge.yahoo.com>) 提供了一個發問、回答、組織、交流、評價的平臺，透過使用者的參與，建構一個知識交流的網絡。如果我們想知道大眾的困惑和請求，可以透過市場調查或搜尋引擎分析來研究，或是回到大眾聚集之處聆聽。此時，「我的知識+」便能提供我們一些重要的參考資訊，甚至也能成為一個行銷的管道。

長期以來，印經會所出版的典籍常常本於知識體系架構，而非本於讀者日常生活第一時間的需求。舉例而言，諸如在面對失戀時，如何解決內心的困惑，或是面對課業、事業的壓力時，如何舒壓等議題，均和人們有著切身的關係。由於目前網路已經成為人們重要的資訊獲得來源，因此如果能夠建立一個生活化的佛法 FAQ，可能比佛學詞典更能貼近人們的生活。

二、社群網絡與網路社群

在網際網路的世界裡，許多重要的工作並不

一定由某個機構發起，更多是人們自行發起而組織。例如佛典電子化的工作，從網路上許多人們發心輸入經典電子檔，到 25T 小組的組成 (<http://www.cbeta.org/gongde.htm>)，以及 CBETA 中華電子佛典協會 (<http://www.cbeta.org>) 的正式成立，都是靠許多人和許多單位共同努力促成。

網際網路其實也提供了一個讓大眾分享活動的平臺，諸如目前已經休站的佛教城市網，在過去便提供了各地佛教活動登錄的訊息。由此觀之，網際網路就其連結的本質，不但是資料彙集的平臺，也是分眾服務的管道。像是網路讀書會、好書推薦等等，若能妥善運用，也許能為佛法的弘揚與推廣帶來更大的利益。

三、個人出版

範例：LuLu.com (<http://www.lulu.com/>)

LuLu.com 提供一個網路個人出版和隨選列印的可能，人們可以利用自己的創作來出版屬於自己的書籍。如果我們可以邀請更多的法師和學者專家，透過各式的出版平臺創作，無論是共筆系統或是部落格平臺，不但能夠讓作者和讀者互動，也能成為另一種出版行銷的管道。

同時，透過對現有資料庫（如《CBETA 電子佛典集成》），提供隨選列印 (POD) 或自訂書單選集的服務，也能為讀者帶來更大的便利，並符合節能減碳和愛護自然的時代潮流。以 DoubleA™ (<http://dacc.doublea.com.tw/>) 所提供的線上影印中心為例，電子檔案透過網路傳送然後在地印刷，未來也許會取代書籍的郵寄而形成一種新形態的出版模式。



肆、印經 2.0，回到原點抑或是更上層樓？

在臺灣，五十年前資訊貧乏的時代，鄉村裡的人們第一次看到文字、接觸到各式各樣的知識，可能是在村裡的寺院或是廟宇。一首籤詩、一對門聯、一段偈頌，都是教育的重要手段。三十年前，在物質尚不富裕的時代，孩童擁有的第一本書，極可能是宗教團體印贈的結緣書。十年前，網際網路開始普及，藏經電子化工程展開，社會漸漸富裕，人們只要上網就能取得佛經，取得資訊已經不再困難，但是人們是否因此對佛法更為認識？

如果我們隨俗地為印經事業添上 2.0 的標籤，以代表新世代印經事業的新典範，那麼又會是什麼呢？是運用最新的科技，還是更貼近人們真實的需求？

如果我們已經有了完整的電子大藏經，那麼阻礙人們閱讀的關鍵因素，是沒有新式標點？還是古文難以閱讀？抑或是和日常生活距離太遠？

面對市場，我們應以什麼樣的形態來經營？是繼續結緣（形態如非營利組織），還是販售（形態如社會企業）？面對未來，我們應該花更多的

時間去印刷紙本的經典，還是應發展電子媒體？

我們應該加入維基百科的編撰，改善維基百科中佛教的解釋，還是應該利用 Wiki 的系統，自行建置佛教維基百科全書？究竟這兩者的內容有何不同、閱眾有何不同、管理方式有何不同、對組織的發展而言又有何不同？

這些問題並沒有可供參考的標準答案，新時代印經事業的典範尚未成立，在 Web 2.0 時代中，有許多可能性值得我們去深思和挖掘。也許我們能夠提供佛法相關的 widget 讓使用者串聯，或是將每日法語以手機簡訊傳送給社會大眾，但無論如何，所有的服務終究仍須回到技術運用和需求的整合，並符合傳播正法的意旨。若如此，相信在新時代裡，印經事業依然能為佛法的傳遞扮演著重要的角色。

【附註】

註 1：彼得·杜拉克（Peter F. Drucker），*Management Challenges for the 21st Century*, (Harper Business, 1999).

註 2：<http://tim.oreilly.com/news/2005/09/30/what-is-Web-2.0.html>。

註 3：http://zh.wikipedia.org/w/index.php?title=Web_2.0。

註 4：《WEB 2.0 創新應用案例集：科技化服務新趨勢》，（經濟部出版，民 95 年 9 月）。

□更正啟事

本刊第四十七期〈近二十年來臺灣地區佛教工具書編輯概況〉，頁 7 左欄第二段第六行「民國 77 年」，誤植為「民國 76 年」，特此更正。

