

新媒体经营学

领袖蜕变与传承之旅

莊迺民



新媒体经营学

第一课：
经营新媒体的流量密码

第二课：
新媒体好领袖的行动步骤



大家問我



Q&A

登入 [Google](#) 即可儲存進度。 [瞭解詳情](#)

* 表示必填問題

??? *

您的回答

提交

清除表單

A futuristic office scene with a woman working at a desk. The room is filled with multiple monitors displaying various data visualizations, charts, and graphs. The lighting is a mix of cool blue and warm orange, suggesting a sunset or sunrise. The woman is sitting on a modern office chair, focused on her work. The overall atmosphere is one of high-tech productivity and data analysis.

第一课： 经营新媒体的流量密码

新媒体的为何如此关键？如何把新媒体发挥到最好？

第一课： 经营新媒体的流量密码

1. 新媒体的趋势与重要性
2. 新媒体的传播类型与特色
3. 经营新媒体的经验分享
4. 着手经营新媒体的行动步骤



新媒体的趋势与重要性



JAN
2024

GLOBAL DIGITAL HEADLINES

OVERVIEW OF THE ADOPTION AND USE OF CONNECTED DEVICES AND SERVICES

NOTE: SIGNIFICANT REVISIONS TO SOURCE DATA MEAN THAT FIGURES SHOWN HERE ARE **NOT COMPARABLE** WITH PREVIOUS REPORTS. SEE THE IMPORTANT NOTES AT THE START OF THIS REPORT FOR DETAILS.



GLOBAL OVERVIEW

TOTAL
POPULATION



8.08
BILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+0.9%
+74 MILLION

URBANISATION

57.7%

CELLULAR MOBILE
CONNECTIONS



8.65
BILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+1.9%
+160 MILLION

TOTAL vs. POPULATION

107.0%

INDIVIDUALS USING
THE INTERNET



5.35
BILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+1.8%
+97 MILLION

TOTAL vs. POPULATION

66.2%

SOCIAL MEDIA
USER IDENTITIES



5.04
BILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+5.6%
+266 MILLION

TOTAL vs. POPULATION

62.3%

we
are
social

Meltwater

JAN
2024

SHARE OF GLOBAL SOCIAL MEDIA USER IDENTITIES

ACTIVE SOCIAL MEDIA USER IDENTITIES IN EACH REGION AS A PERCENTAGE OF TOTAL GLOBAL ACTIVE SOCIAL MEDIA USER IDENTITIES



GLOBAL OVERVIEW



JAN
2024

TAIWAN

OVERVIEW OF THE ADOPTION AND USE OF CONNECTED DEVICES AND SERVICES

NOTE: SIGNIFICANT REVISIONS TO SOURCE DATA MEAN THAT FIGURES SHOWN HERE ARE **NOT COMPARABLE** WITH PREVIOUS REPORTS. SEE THE IMPORTANT NOTES AT THE START OF THIS REPORT FOR DETAILS.

TOTAL
POPULATION



23.94
MILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+0.1%
+29 THOUSAND

URBANISATION

80.2%

CELLULAR MOBILE
CONNECTIONS



30.85
MILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+1.8%
+544 THOUSAND

TOTAL vs. POPULATION

128.9%

INDIVIDUALS USING
THE INTERNET



21.71
MILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+0.1%
+26 THOUSAND

TOTAL vs. POPULATION

90.7%

SOCIAL MEDIA
USER IDENTITIES



19.20
MILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE

-5.0%
-1.0 MILLION

TOTAL vs. POPULATION

80.2%

we
are
social

Meltwater

JAN
2024

DEVICE OWNERSHIP

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO OWN EACH KIND OF DEVICE

ANY KIND OF
MOBILE PHONE



94.9%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-0.2% (-20 BPS)

GWI.

SMART
PHONE



94.9%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-0.2% (-20 BPS)



FEATURE
PHONE



3.2%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-20.0% (-80 BPS)

GWI.

LAPTOP OR
DESKTOP COMPUTER



67.1%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-1.6% (-110 BPS)



TABLET
DEVICE



42.4%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+0.2% (+10 BPS)

GAMES
CONSOLE



24.3%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+4.7% (+110 BPS)



SMART WATCH OR
SMART WRISTBAND



35.2%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+1.1% (+40 BPS)

GWI.

TV STREAMING
DEVICE



17.0%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+1.2% (+20 BPS)



SMART HOME
DEVICE



14.0%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+12.9% (+160 BPS)

GWI.

VIRTUAL REALITY
DEVICE



3.5%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+2.9% (+10 BPS)

JAN
2024

MEDIA USE

THE PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO CONSUME EACH MEDIA TYPE

USING THE INTERNET
VIA A MOBILE PHONE



98.8%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+1.1% (+111 BPS)

GWI.

USING THE INTERNET VIA A
LAPTOP, DESKTOP, OR TABLET



94.9%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+1.3% (+126 BPS)

we
are
social

USING
SOCIAL MEDIA



95.6%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+2.3% (+211 BPS)

GWI.

WATCHING LINEAR
AND BROADCAST TV



89.1%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+0.3% (+23 BPS)



WATCHING STREAMING
AND ON-DEMAND TV



77.8%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+1.9% (+148 BPS)

READING ONLINE
PRESS CONTENT



80.4%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+1.5% (+120 BPS)

Meltwater

READING PHYSICAL
PRESS CONTENT



69.7%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-2.8% (-198 BPS)

GWI.

LISTENING TO
BROADCAST RADIO



64.6%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+0.7% (+44 BPS)

KEPIOS

LISTENING TO MUSIC
STREAMING SERVICES



62.9%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-3.8% (-247 BPS)

GWI.

LISTENING
TO PODCASTS



63.1%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+0.04% (+3 BPS)

JAN
2024

DAILY TIME SPENT WITH MEDIA

THE AVERAGE AMOUNT OF TIME EACH DAY THAT INTERNET USERS AGED 16 TO 64 SPEND WITH DIFFERENT KINDS OF MEDIA AND DEVICES

台湾

TIME SPENT USING
THE INTERNET



7H 13M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-0.3% (-1 MIN)

TIME SPENT WATCHING TELEVISION
(BROADCAST AND STREAMING)



2H 31M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-8.7% (-14 MINS)

TIME SPENT USING
SOCIAL MEDIA



1H 59M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-5.9% (-7 MINS)

TIME SPENT READING PRESS MEDIA
(ONLINE AND PHYSICAL PRINT)



1H 27M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-15.9% (-16 MINS)

TIME SPENT LISTENING TO
MUSIC STREAMING SERVICES



1H 09M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-19.3% (-16 MINS)

TIME SPENT LISTENING
TO BROADCAST RADIO



0H 39M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+0.9% (+<1 MIN)

TIME SPENT LISTENING
TO PODCASTS



0H 40M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-20.6% (-10 MINS)

TIME SPENT USING
A GAMES CONSOLE



0H 48M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-5.8% (-2 MINS)

JAN
2024

DAILY TIME SPENT WITH MEDIA

THE AVERAGE AMOUNT OF TIME EACH DAY THAT INTERNET USERS AGED 16 TO 64 SPEND WITH DIFFERENT KINDS OF MEDIA AND DEVICES

中国

TIME SPENT USING
THE INTERNET



5H 33M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+2.4% (+7 MINS)

TIME SPENT WATCHING TELEVISION
(BROADCAST AND STREAMING)



2H 36M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-9.7% (-16 MINS)

TIME SPENT USING
SOCIAL MEDIA



1H 56M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-2.8% (-3 MINS)

TIME SPENT READING PRESS MEDIA
(ONLINE AND PHYSICAL PRINT)



1H 56M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-18.1% (-25 MINS)

TIME SPENT LISTENING TO
MUSIC STREAMING SERVICES



1H 08M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-14.3% (-11 MINS)

TIME SPENT LISTENING
TO BROADCAST RADIO



0H 46M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-24.8% (-15 MINS)

TIME SPENT LISTENING
TO PODCASTS



0H 46M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-27.0% (-17 MINS)

TIME SPENT USING
A GAMES CONSOLE



0H 55M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-24.3% (-17 MINS)

JAN
2024

DAILY TIME SPENT WITH MEDIA

THE AVERAGE AMOUNT OF TIME EACH DAY THAT INTERNET USERS AGED 16 TO 64 SPEND WITH DIFFERENT KINDS OF MEDIA AND DEVICES

马来西亚

TIME SPENT USING
THE INTERNET



8H 17M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+2.5% (+11 MINS)

TIME SPENT WATCHING TELEVISION
(BROADCAST AND STREAMING)



2H 51M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-9.4% (-17 MINS)

TIME SPENT USING
SOCIAL MEDIA



2H 48M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+0.7% (+1 MIN)

TIME SPENT READING PRESS MEDIA
(ONLINE AND PHYSICAL PRINT)



1H 28M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-10.6% (-10 MINS)

TIME SPENT LISTENING TO
MUSIC STREAMING SERVICES



1H 30M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-0.3% (<1 MIN)

TIME SPENT LISTENING
TO BROADCAST RADIO



0H 57M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-13.8% (-9 MINS)

TIME SPENT LISTENING
TO PODCASTS



0H 39M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-4.4% (-1 MIN)

TIME SPENT USING
A GAMES CONSOLE



1H 00M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-13.7% (-9 MINS)

2024台湾社群使用

新媒体的趋势与重要性

使用原因

1. 与亲友保持联络 (53.4%)
2. 打发闲暇时光 (47.5%)
3. 追踪最新时事话题 (33.9%)



2024台湾社群使用

新媒体的趋势与重要性

最多人使用软件

1. Line (90.9%)
2. Facebook (85.1%)
3. Instagram (68.1%)
4. FB Messenger (61.0%)
5. TikTok (37.6%)



2024台湾社群使用

软件使用时间 (每月)

1. TikTok (23時54分)
2. YouTube (23時12分)
3. Facebook (20時21分)
4. Line (19時19分)
5. Instagram (12時7分)

新媒体的趋势与重要性



2024台湾社群使用

每周观看视频

1. 音乐 (51.9%)
2. 搞笑 (36.1%)
3. 网红 (30.1%)
4. 技能教学 (27.9%)
5. 直播 (27.1%)

新媒体的趋势与重要性



新媒体的趋势与重要性

流量密码1：

**几乎所有人都在使用新媒体，
因此流量还会持续增长。**

小结论：

**新媒体是传递讯息最有效的方法，
而福音是最需要被传递的讯息。**

新媒体的传播类型与特色

一般视频

- 特色：时间长度5-25分钟
- 优点：重点清楚 观众不易分心
- 缺点：制作耗时耗力
- 范例：Mr. Beast



谈话性节目/Podcast

- 特色：时间长度30分钟-1小时
- 优点：话题深入探讨 制作简易
- 缺点：视频时间长 观众容易分心
- 范例：Joe Rogan



直播

- 特色：时间长度30分钟-4小时
- 优点：观众互动 即时更新 观众忠诚度高
- 缺点：观众流动率大 无法后制
- 范例：Ninja



短视频

- 特色：时间长度10秒-3分钟
- 优点：演算法推荐 受观众欢迎 制作简易
- 缺点：无法深入探讨议题 平均观看时间4秒 观众忠诚度低
- 范例：Khaby Lame



博客

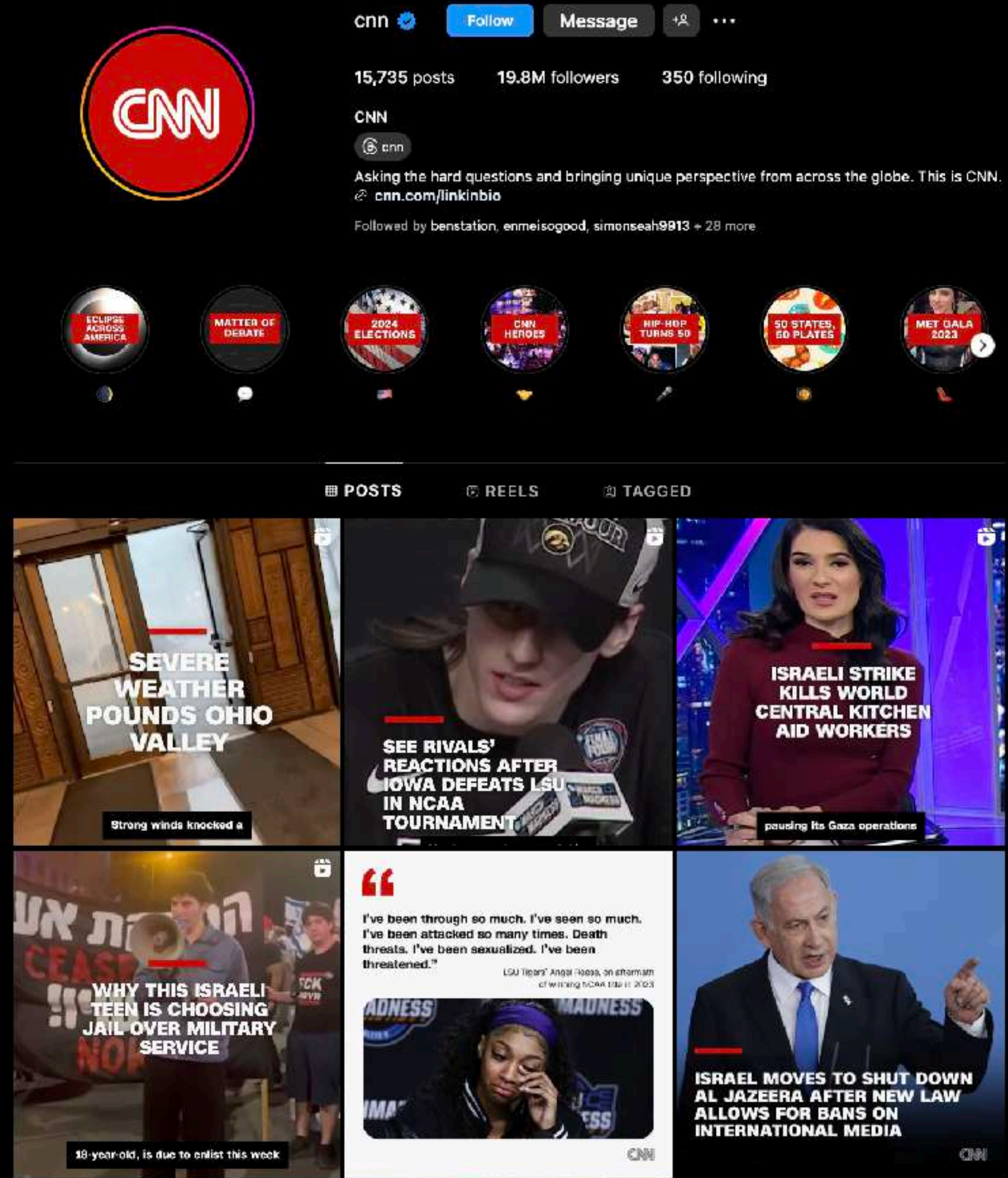
- 特色：文字为主 图片为辅
- 优点：简易入门 样式多元 话题申论
- 缺点：阅读习惯改变
- 范例：HuffPost



新媒体的传播类型与特色

图文

- 特色：图片为主 文字为辅
- 优点：文字精简 记忆深刻 受欢迎
- 缺点：无法深入探讨议题
- 范例：CNN



新媒体的传播类型与特色

流量密码2：

所有人都可以找到自己最有收获的传播类型。

小结论：

不同类型的资讯要以不同类型的方式来传递，
并且达成不同效果。

经营新媒体的经验分享

YouTube视频

目的：触及福音对象

群众：非基督徒

方法：引人注目的标题缩图

经营新媒体的经验分享



全世界最有錢的
牧師



年輕人不去教會的原因



YouTube直播

经营新媒体的经验分享

目的：建造基督徒

群众：基督徒 对信仰感兴趣的人

方法：每周固定时段直播 读经 话题 Q&A

可以講牧師的壞話嗎？ 一定要傳福音嗎？



華人啟發



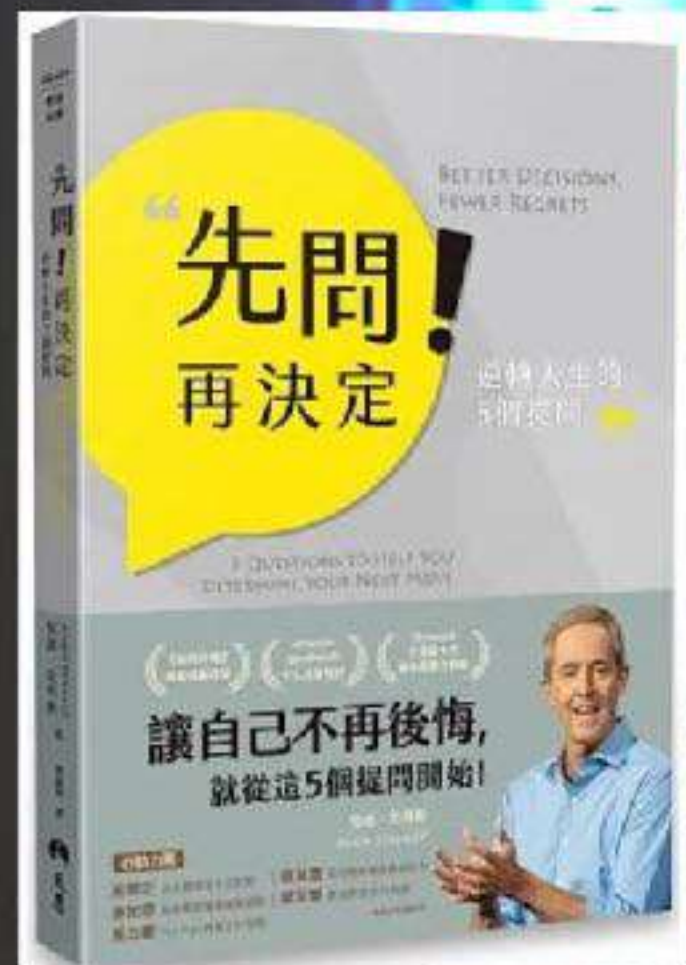
YouTube會員視頻

經營新媒體的經驗分享

目的：建造基督徒

群眾：想要深化信仰生活的人

方法：書籍讲解 信仰生活分享



良心不安嗎？



中文不太好Podcast 经营新媒体的经验分享

目的：分享恋爱与婚姻价值观

群众：年轻人

方法：个人见证 课程

交友到戀愛的7堂課

戀愛到底在幹嘛？

什麼是婚姻？

戀愛到婚姻 1/7

圣经app 读经计划

经营新媒体的经验分享

目的：鼓励大家读圣经

群众：没有读圣经习惯的人

方法：读经计划写作 灵修影片



聖經

文, 音頻, 卷卷, 每日 禱告
- YouVersion

打開



6.9 萬則評分

4.9

★★★★★

年齡

4+

歲

排行榜

#17

參考

開發



Life.Ch

我 3天
不想讀
聖經

完成次數超過1,000

我『不想讀』聖經
3天

開始計畫

先存後讀 樣本

讀聖經是基督徒的「義務」，你「必須」讀聖經！當我們是這樣的態度，到底會造成什麼效果？當我「就是不想讀」，該怎麼辦？

更多來自 Benjamin Juang

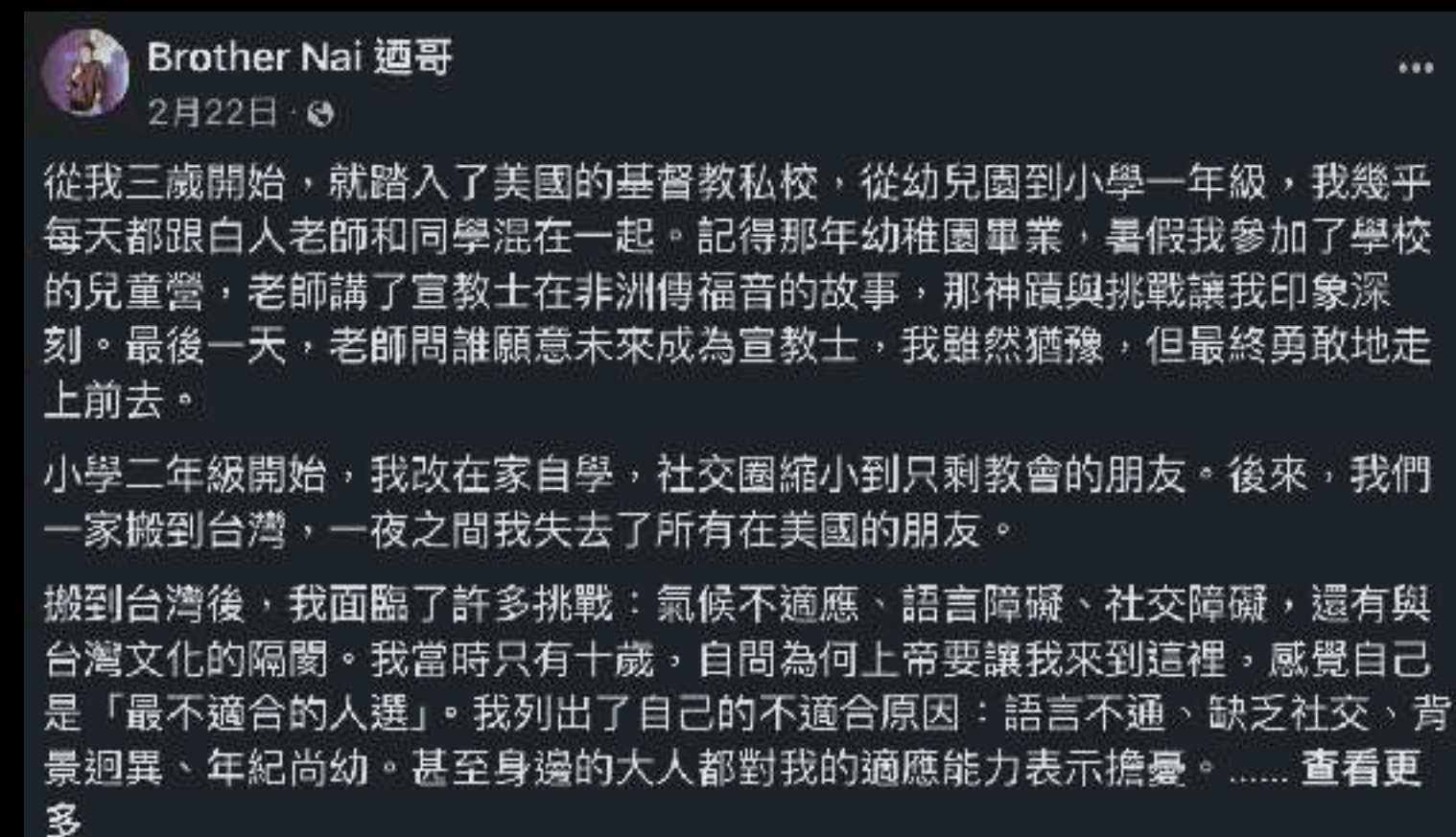
Facebook 文章

经营新媒体的经验分享

目的：触及喜欢阅读的人

群众：中年以上的基督徒基督徒

方法：讲道信息文章 生活见证



極簡生活基督徒
Brother Nai

Brother Nai 迺哥 @benja_j

Brother Nai 迺哥
1.7 萬位追蹤者 · 正在追蹤 0 人

线上读书会

经营新媒体的经验分享

目的：生活化的信仰建造

群众：对于信仰在生活应用感兴趣的人

方法：书籍讨论 Q&A 讨论回应



新媒体流量

- 教会敏感议题
- 争议性时事议题
- 男女关注议题差异



台灣教會1

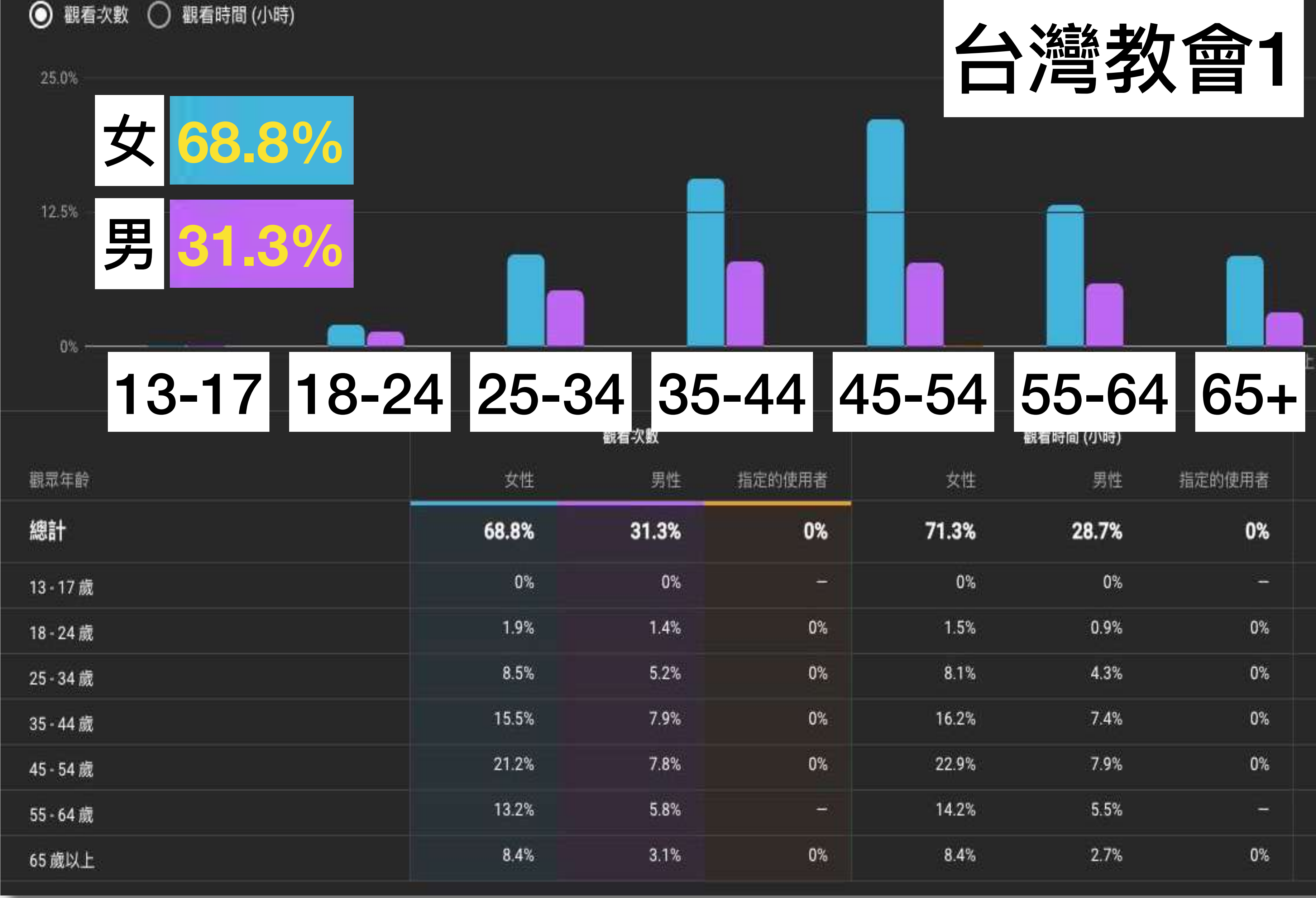
男：女 = **1 : 2.2**
 45歲以下 **40.4%**

比例最高

1. 女 45-54 **21.2%**
2. 女 35-44 **15.5%**
3. 女 55-64 **13.2%**

比例最低

1. 男 13-24 **1.4%**
2. 女 13-24 **1.9%**
3. 男 65+ **3.1%**



台灣教會2

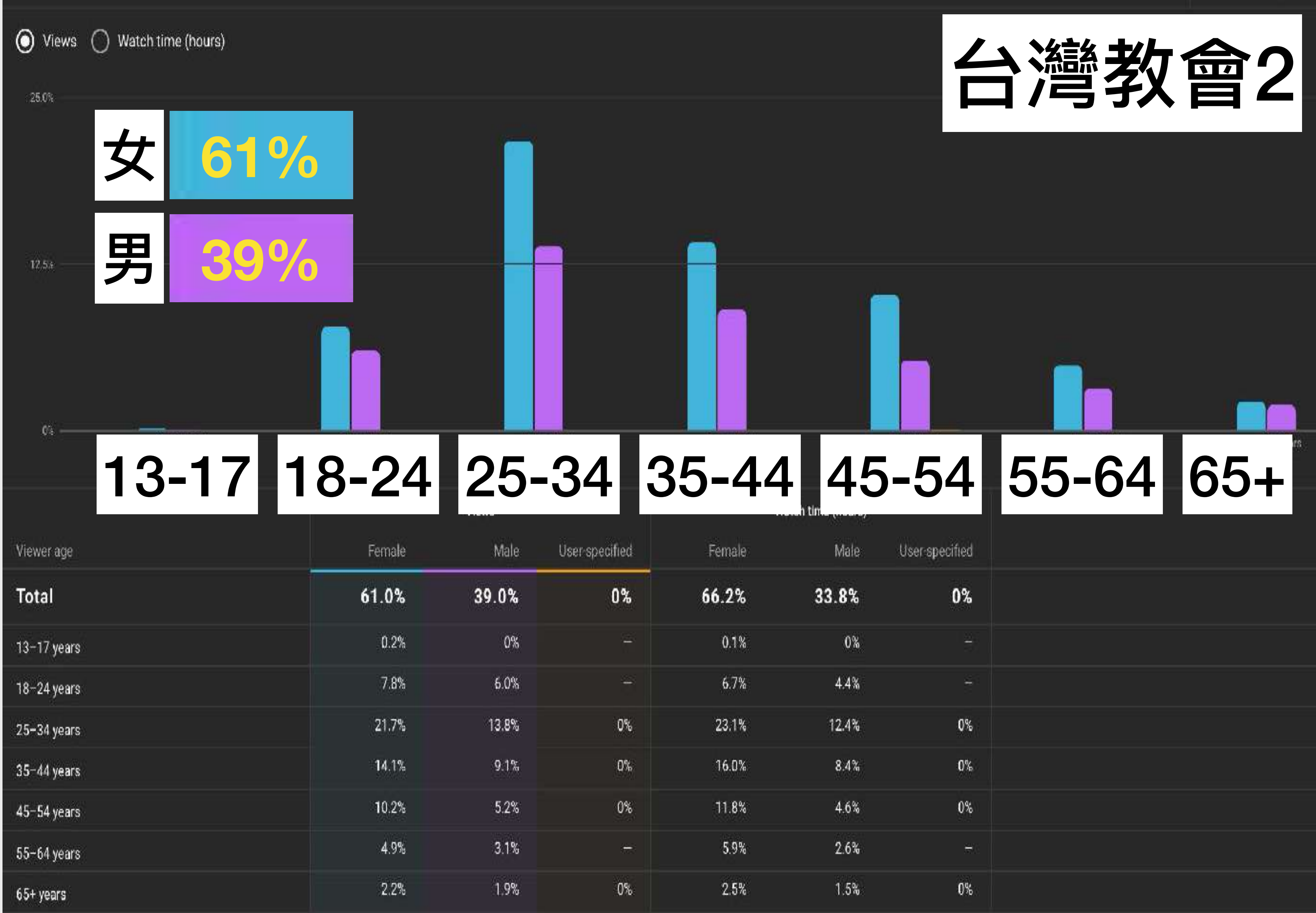
男：女 = **1 : 1.6**
 45歲以下 **72.5%**

比例最高

- 1.女25-34 **21.7%**
- 2.女35-44 **14.1%**
- 3.男35-44 **13.8%**

比例最低

- 1.男 65+ **1.9%**
- 2.女 65+ **2.2%**
- 3.男 55-65 **3.1%**



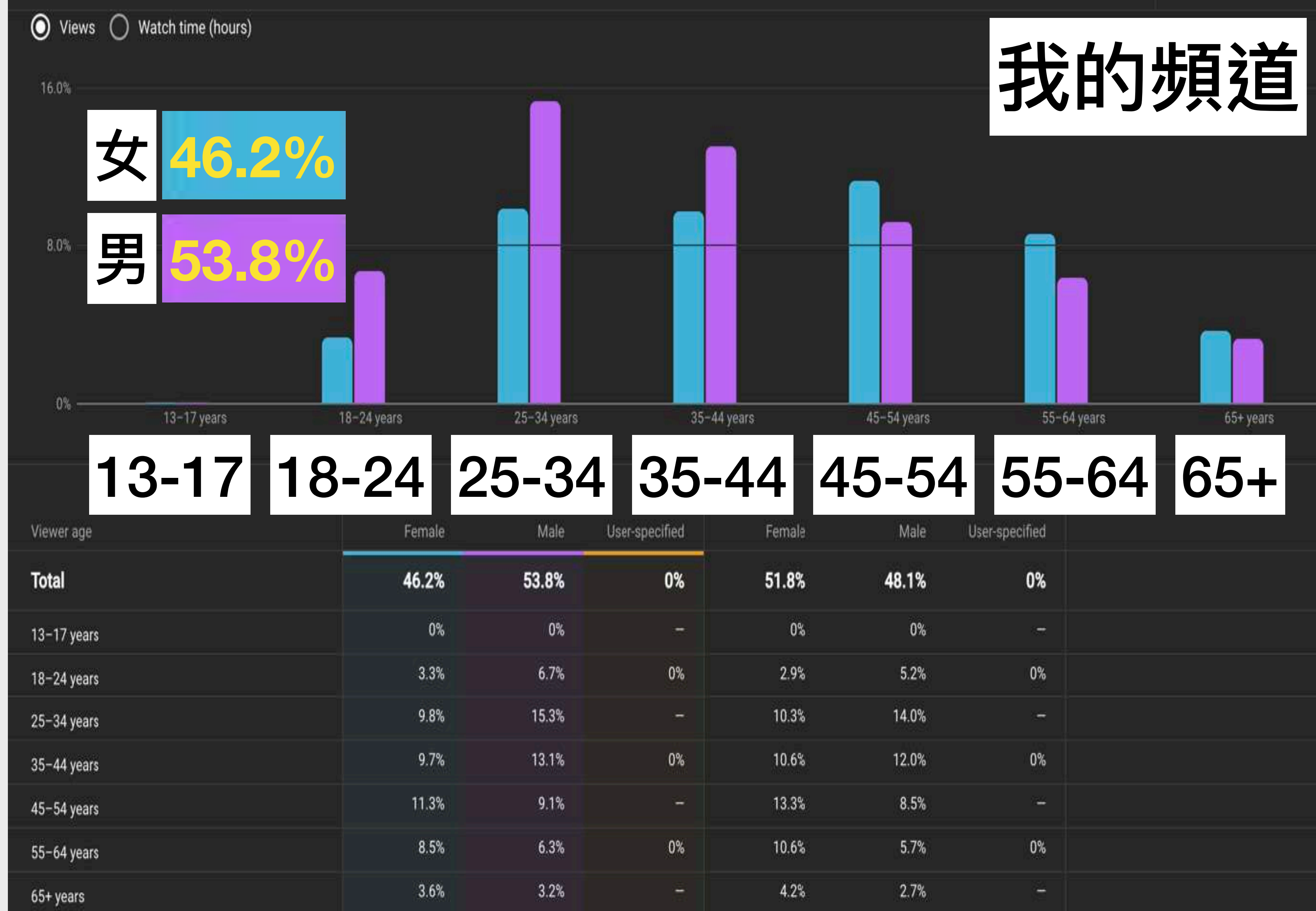
男：女 = 1 : 0.9
45歲以下 58%

比例最高

1. 男 25-34 15.3%
2. 男 35-44 13.1%
3. 女 45-54 11.3%

比例最低

1. 男 65+ 3.2%
2. 女 13-24 3.3%
3. 女 65+ 3.6%



婚姻故事 離婚故事



女

59%

男

41%

13-17

18-24

25-34

35-44

45-54

55-64

65+

女

64.6%

男

35.4%

13-17

18-24

25-34

35-44

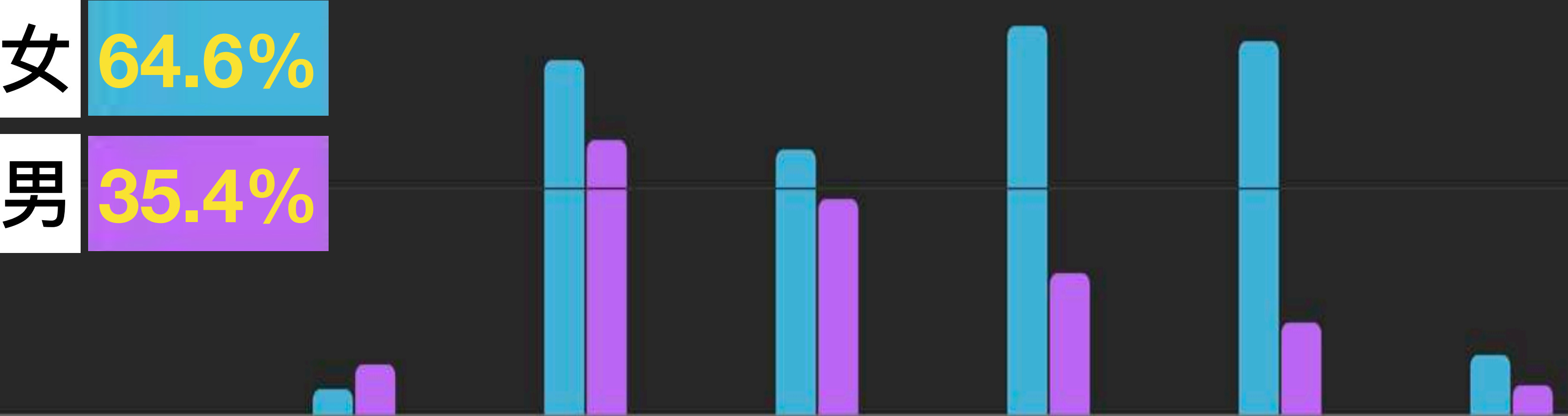
45-54

55-64

65+

迺哥外遇

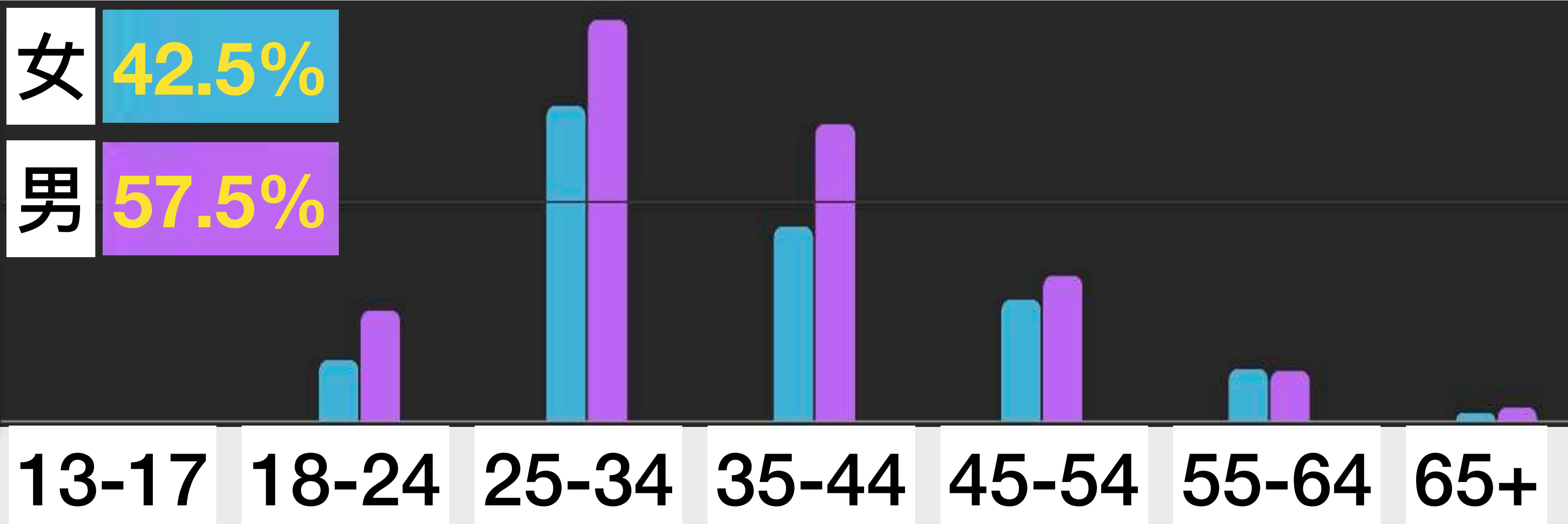
Michelle怎麼辦？



女生也會看A片



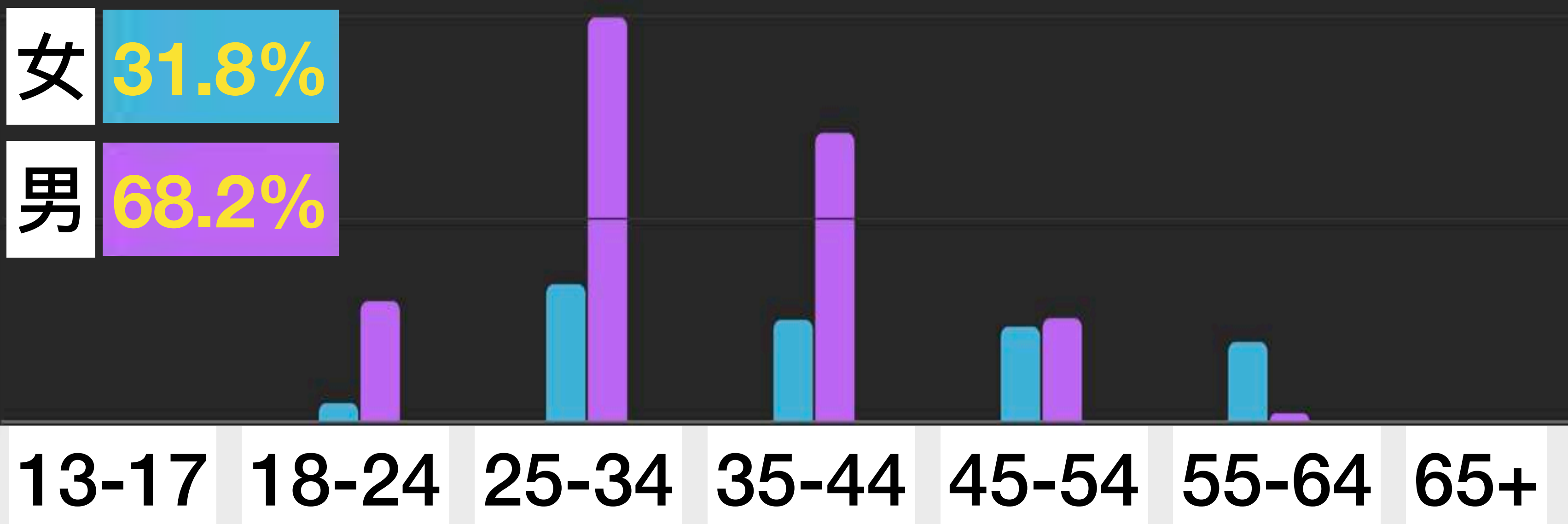
基督教見證



現在已經沒有D槽了



看謎片有錯嗎?
只想滿足視覺慾望!



经营新媒体的经验分享

基督徒新媒体推荐

YouTube :

Melody Huang 黃友聞 信服真道

JAM愛的影響力

Instagram :

今日報盼世代 日光實驗室 教會迷因
推廣中心

Podcast :

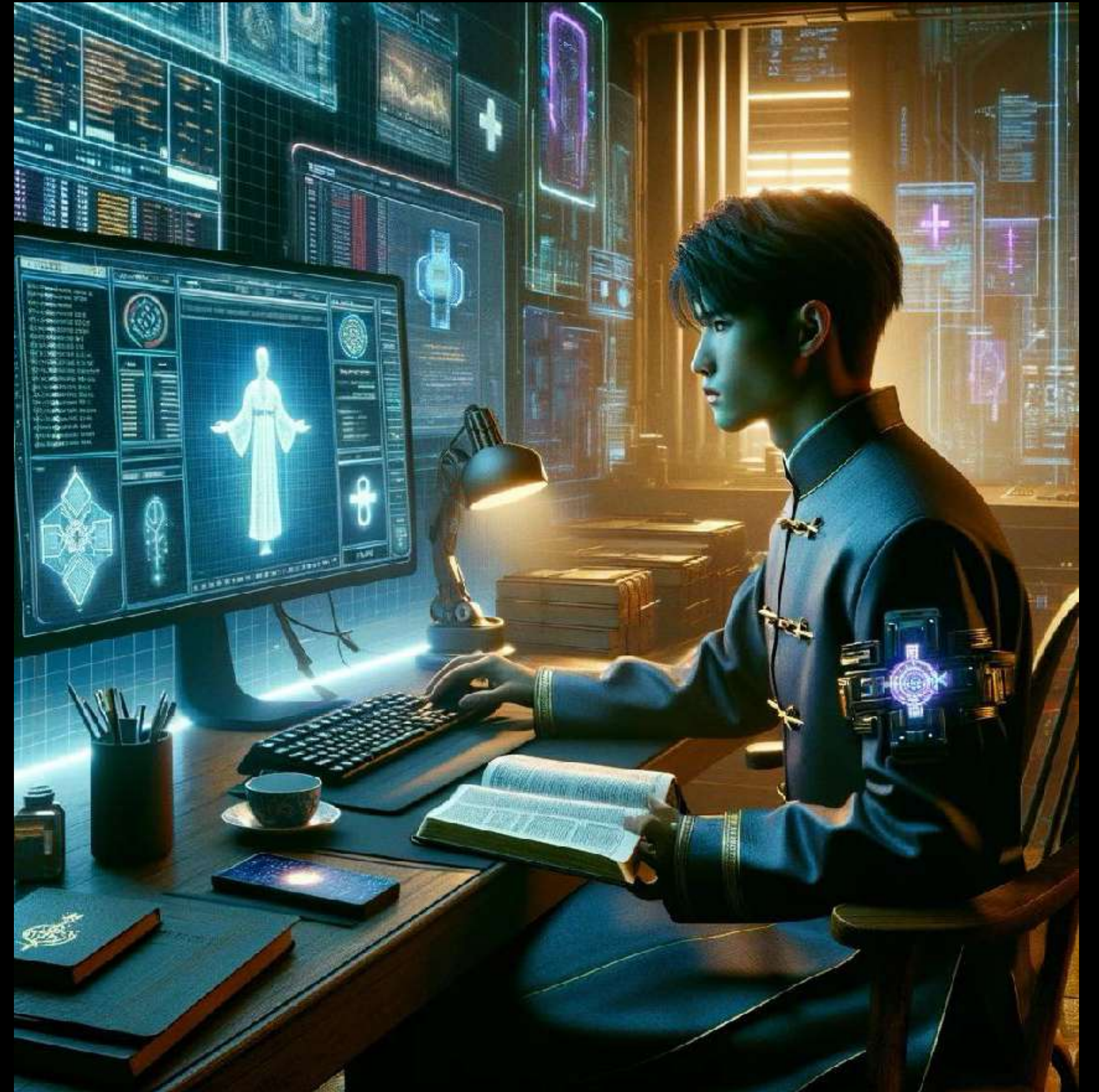
StandTalk 神學少女 使命門徒

Podcast



新媒体宗教化的 经营瓶颈

- 观众大宗是基督徒
- 演算回馈错觉
- 适合未信者的内容被扣分



经营新媒体的经验分享

流量密码3：

敏感与争议性话题可以冲流量，
但深入的探讨才能有效牧养。

小结论：

最重要的是定睛在大使命的传递，
数据与回馈只是参考，不要过度追求。

着手经营新媒体的行动步骤

善用你的社群平台

- 少看短视频 多关心身边的人
- 留言胜于按赞
- 主动搜寻高品质的新媒体平台
- 生活中与他人分享
- 追踪订阅就是最好的学习方式



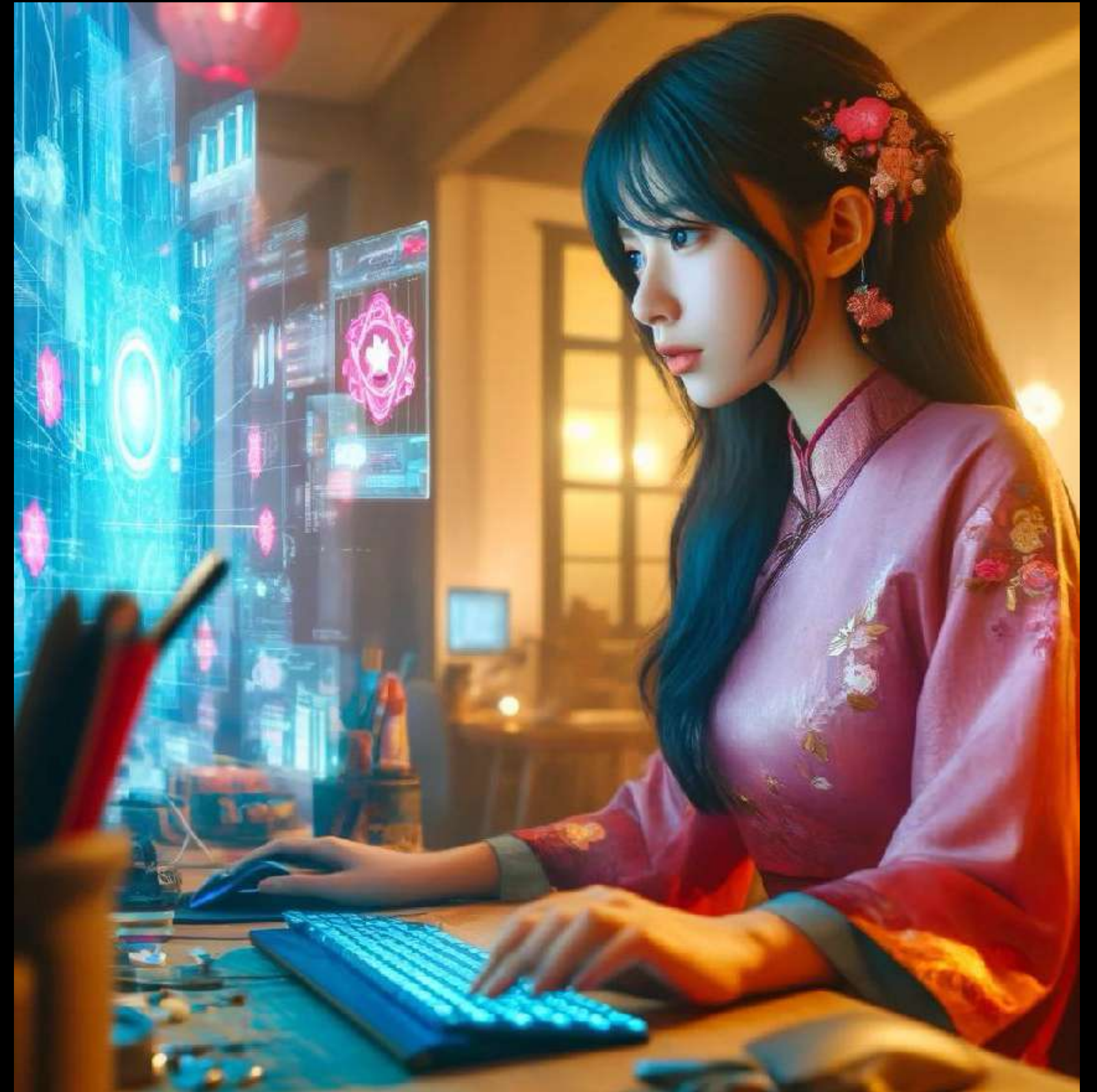
目标群众 新媒体类型

- 年龄
- 性别
- 信仰
- 地区
- 兴趣
- 媒体类型



设定新媒体数据目标

- 每周投入时间
- 新媒体更新频率
- 观众目标人数
- 目标达成截止日期



着手经营新媒体的行动步骤

流量密码4：

稳定持续的经营方式，
才能达成长久的效果。

小结论：

新媒体的经营没有那么困难，
人人都有自己可以投入的部分。

大家問我



Q&A

登入 [Google](#) 即可儲存進度。 [瞭解詳情](#)

* 表示必填問題

??? *

您的回答

提交

清除表單

分享

1. 每天使用新媒体的理想时间长度，你认为应该是多久？为何？你平均一天的使用时间是多久？
2. 你最常使用哪一个软件？为何？
3. 新媒体的不同类型中，你最喜欢的哪一种？
4. 如果开创一个新媒体平台，你认为自己合适开创的主题有哪些？



第二课

新媒体好领袖的行动步骤

新媒体时代的领袖需要注意哪些事？如何领导一个新媒体团队？

第二课： 新媒体好领袖的行动步骤

1. 个人经营与团队经营的优缺点
2. 如何个人经营新媒体
3. 如何团队经营新媒体
4. 好领袖不变的特质
5. 新媒体领袖特别重要的特质
6. 没有互联网的新媒体经营
7. 补充：AI在新媒体中的应用



个人经营与团队经营的优缺点

1. 个人经营走得快，团队经营走得远。
2. 个人创意有限，团队意见太多。
3. 个人承担一切责任，团队互相推卸责任。
4. 个人学得多，团队学得精。

小结论：个人经营与团队经营各有优缺点，应考虑清楚再做尝试。



如何个人经营新媒体

1. 培养自律：制定目标并且彻底执行，不要被完美主义限制住。
2. 支持团体：面对挫折时，要有可以一同祷告分享的团体。
3. 分散风险：不建议全时间经营新媒体，生活重心要平衡分配。

小结论：个人经营时承受很大压力，请顾虑自己所成能承受的，量力而为。



如何团队经营新媒体

1. 异象对齐：以使命异象为中心，
以此过滤团队成员。
2. 关系胜于事工：团队关系恶劣，
即使新媒体成功，亦非荣耀神。
3. 签约制度：成员委身团队的时间
长度因人而异。

小结论：新媒体团队要长久经营才能发挥最大功效，经营管理过程千万不要短视近利。



好领袖不变的特质

1. 品格：仁爱、喜乐、和平、忍耐、恩慈、良善、信实、温柔、节制。
2. 影响力：地位，关系，能力，服务，尊敬。
3. 异象清楚
4. 勇于认错

小结论：信仰与品格成熟健康的基督徒是团队的最佳领导，教会先培养出好的领袖是新媒体团队经营的关键。



新媒体领袖 特别重要的特质

1. 善于接受负面反馈。
2. 勇于尝新，不畏失败。

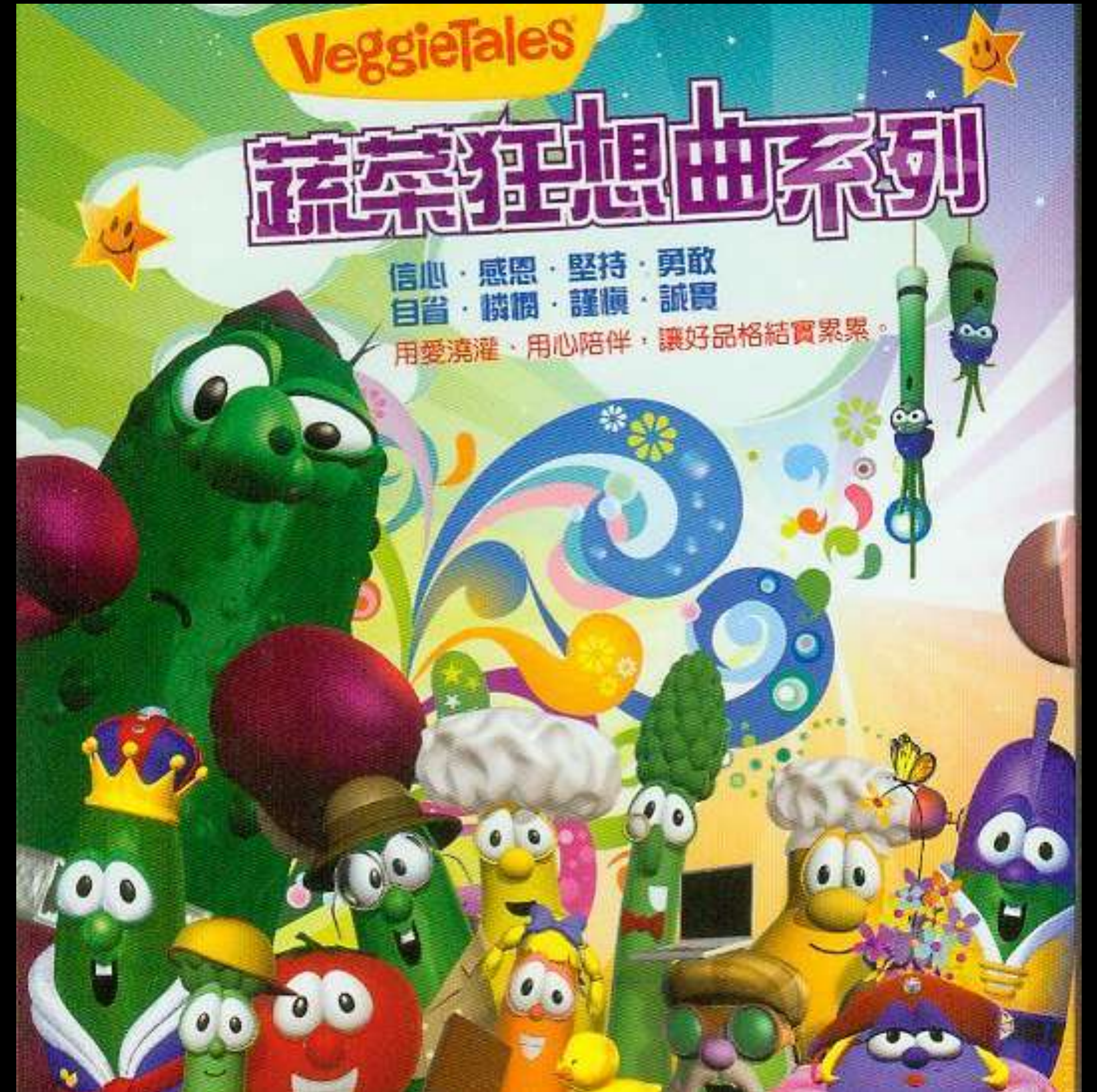
小结论：新媒体变化速度非常快，经营成败一目了然。建立正向反馈的团队文化，以鼓励新的尝试以及在错误中学习。



没有互联网的 新媒体经营

专属给儿童与青少年的学习方式

1. 蔬菜狂想曲
2. 睡梦乡
3. 圣经工程
4. 启发课程



没有互联网的 新媒体经营

主日信息二次创作

1. 短视频后制
2. 精简文章
3. 圣经图文分享



直到耶利哥的城市
Till the walls of Jericho will



没有互联网的 新媒体经营

教会团契生活纪录与分享

1. 活动回顾视频
2. 教会介绍视频
3. 教会事工介绍与成果发表视频
4. 教会活动宣传短视频



补充：AI在新媒体中的应用

视频/图片：善用AI制作贴近圣经描述的图片与视频，引起观众注意并加深印象。

A movie trailer featuring the adventures of the 30 year old space man wearing a red wool knitted motorcycle helmet, blue sky, salt desert, cinematic style, shot on 35mm film, vivid colors



补充：AI在新媒体中的应用

文字编排：大量文字浓缩成精简文章大纲。音频转文字，再转成语句通顺的文章。

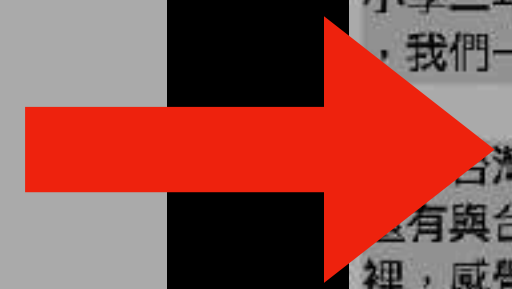
我列出一大堆 為什麼我不適合
甚至我心裡面充滿很多埋怨
但是神的保守非常奇妙
在神的祝福
10歲的我
但是我不但
我還成為我
考上在很好
第一張照片
後來我創立
就是這個類
希望可以接
這些影片在
現在我成為
右邊是在台
雖然10歲的
來跟台灣人分享福音
但是20多年後 我的人生就真的是在做這件事情
我為什麼能做到這些呢？
只有一個原因 因為有一位偉大的神
祂能使最不适合的人選
成為最佳人選
我做這些事情 能夠給出一些獨特的貢獻

Word Count

Words	994 of 1043
Characters	9438 of 11230
Characters excluding spaces	8932 of 10713

Display word count while typing

Cancel OK



從我三歲開始，就踏入了美國的基督教私校，從幼兒園到小學一年級，我幾乎每天都跟白人老師和同學混在一起。記得那年幼稚園畢業，暑假我參加了學校的兒童營，老師講了宣教士在非洲傳福音的故事，那神蹟與挑戰讓我印象深刻。最後一天，老師問誰願意未來成為宣教士，我雖然猶豫，但最終勇敢地走上前去。

小學二年級開始，我改在家自學，社交圈縮小到只剩教會的朋友。後來，我們一家搬到台灣，一夜之間我失去了所有在美國的朋友。

搬到台灣後，我面臨了許多挑戰：氣候不適應、語言障礙、社交障礙，還有與台灣文化的隔閡。我當時只有十歲，自問為何上帝要讓我來到這裡，感覺自己是「最不适合的人選」。我列出了自己的不适合原因：語言不通、缺乏社交、背景迥異、年紀尚幼。甚至身邊的大人都對我的適應能力表示擔憂。..... 查看更多

Word Count

Words	49 of 1043
Characters	1792 of 11230
Characters excluding spaces	1781 of 10713

Display word count while typing

Cancel OK

在聖經中，摩西被上帝選中來領導以色列人脫離埃及的奴役，但他也自認為是「最不适合的人選」。他對神的懷疑和反應揭示了他認為自己不適合的幾個原因：

1. **自我質疑**：摩西問神：“我是什麼人，竟能去見法老，將以色列人從埃及領出來呢？”這反映了他對自己身份的質疑，感到自己不夠格去完成這項任務。

Brother Nai 迺哥
2月22日 · 公

從我三歲開始，就踏入了美國的基督教私校，從幼兒園到小學一年級，我幾乎每天都跟白人老師和同學混在一起。記得那年幼稚園畢業，暑假我參加了學校的兒童營，老師講了宣教士在非洲傳福音的故事，那神蹟與挑戰讓我印象深刻。最後一天，老師問誰願意未來成為宣教士，我雖然猶豫，但最終勇敢地走上前去。

小學二年級開始，我改在家自學，社交圈縮小到只剩教會的朋友。後來，我們一家搬到台灣，一夜之間我失去了所有在美國的朋友。

搬到台灣後，我面臨了許多挑戰：氣候不適應、語言障礙、社交障礙，還有與台灣文化的隔閡。我當時只有十歲，自問為何上帝要讓我來到這裡，感覺自己是「最不适合的人選」。我列出了自己的不适合原因：語言不通、缺乏社交、背景迥異、年紀尚幼。甚至身邊的大人都對我的適應能力表示擔憂。..... 查看更多



补充：AI在新媒体中的应用

资料收集与整理：使用AI工具做新媒体节目的资料整合与创意参考，简化并加速新媒体的制作过程。

基督徒可以整形嗎？



You
give me the stats for the dangers of plastic surgery

1. **Complications Rate:** The overall complication rate for cosmetic plastic surgery is relatively low. A study published in the journal "Plastic and Reconstructive Surgery" found that serious complications occur in less than 1% of outpatient surgeries. However, the risk varies by the type of procedure, with more invasive surgeries having higher risks.
2. **Infection:** The risk of infection varies by the procedure but is generally between 1% and 3%. Proper post-operative care and choosing a reputable surgical facility and surgeon can help minimize this risk.
3. **Scarring:** All surgeries carry the risk of scarring. The severity of the scar depends on the surgery, the individual's healing process, and the surgeon's skill. Surgeons typically aim to place incisions

You
what are some bible scriptures that Christian use as a reason to not get plastic surgery

ChatGPT
The Bible does not explicitly mention plastic surgery, as such medical practices were not a part of life when the biblical texts were written. However, Christians may reference several passages to discuss and form opinions about the appropriateness of cosmetic procedures, focusing on themes of contentment, the body as a temple of the Holy Spirit, and God's creation. Here are some scriptures that might be used in these discussions:

1. **1 Samuel 16:7** - "But the Lord said to Samuel, 'Do not look on his appearance or on the height of his stature, because I have rejected him. For the Lord sees not as man sees: man looks on the outward appearance, but the Lord looks on the heart.'" This verse emphasizes the importance of inner qualities over physical appearance.
2. **Psalms 139:14** - "I praise you, for I am fearfully and wonderfully made. Wonderful are your works; my soul knows it very well." Some Christians interpret this as an encouragement to accept and appreciate their bodies as they are, recognizing themselves as God's creation.
3. **1 Corinthians 6:19-20** - "Do you not know that your bodies are temples of the Holy Spirit, who is in

补充：AI在新媒体中的应用

小结论：AI技术快速进步，但还未完全成熟。学习使用这些工具很重要，但也要注意其准确性。虽然AI很方便，但它还不能完全替代人的创意和创新。



大家問我



Q&A

登入 [Google](#) 即可儲存進度。 [瞭解詳情](#)

* 表示必填問題

??? *

您的回答

提交

清除表單

分享

1. 你的教会合适团队经营新媒体吗？为何？
2. 好领袖不变的特质当中，哪一项是今年你最想要加强的？
3. 没有互联网的新媒体，哪些是你的教会有在经营的？哪些将来希望可以尝试？
4. 新媒体经营中的AI应用，有哪些方面是你最想要尝试的？