



網絡激流攻略

燭光專題 5

網絡激流攻略

明
光
社

序

網海漂浮指南

郭卓靈

明光社項目主任（傳媒及生命教育）

我們的生活基本上不能與網絡分離，它的即時性，傳遞資訊的迅速性，使我們獲得很多便利。有些資訊、活動、折扣甚至只可以於網上才看到、參與或獲得。所以，當我們使用它時，就要小心它的威力。能學習如何運用網絡是一種能力；如何於網上分享資訊時既懂得保護自己亦不傷害別人，也是一種能力。另外，面對如浪潮般湧來的各樣資訊及廣告，能辨別它們的真假，能不受到消費文化的影響，亦是一種智慧。

網海瞬息萬變，雖然本書的文章未必能囊括所有網絡使用情況，但無論你是甚麼年齡，只要你是網絡使用者，本書都能幫助到大家思考更多，助你在網海中安全浮游。



目 錄

序：網海漂浮指南	郭卓靈	3
----------	-----	---

一、網絡世界的倫理思考

不能忽視的數碼智商	郭卓靈	8
令人身不由己的網癮	郭卓靈	16
青少年的網絡欺凌行為	郭卓靈	20
網絡欺凌行為的背後	郭卓靈	24
網絡紅人與網上直播的營運及特色	郭卓靈	27
直播帶貨對消費文化的影響	歐陽家和	32



二、網絡資訊的傳遞

大數據下的選擇與被選擇	郭卓靈	38
聆聽同溫層以外的聲音	郭卓靈	41
社交媒體造就了仇恨言論	郭卓靈	45
閱讀網絡新聞要小心	歐陽家和	50
新網絡世界下的倫理想像	歐陽家和	54

三、短片推介

品格教育動畫		62
--------	--	----

一、網絡世界的倫理思考

不能忽視的數碼智商

令人身不由己的網癮

青少年的網絡欺凌行為

網絡欺凌行為的背後

網絡紅人與網上直播的

營運及特色

直播帶貨對消費文化的影響

不能忽視的數碼智商

郭卓靈

明光社項目主任（傳媒及生命教育）

IQ（智商，Intelligence Quotient）這個詞，相信大家對它都不會感到陌生；但 DQ（數碼智商，Digital Intelligence Quotient）一詞，大家可能未聽過。這個詞代表著我們在使用網絡時應有的八種能力：數碼身份（Digital Identity）、數碼工具使用（Digital Use）、個人數碼安全（Digital Safety）、數碼資訊環境保安（Digital Security）、包含人權與法律層面的數碼權益（Digital Rights）、數碼知識與素養（Digital Literacy）、數碼溝通（Digital Communication），以及數碼情緒智商（Digital Emotional Intelligence）。這些都是上網的基本素養和能力。近年世界各地，特別在先進地區，對整體「數碼智商」的發展愈見關注，並開始研究及推動數碼智商的認知和應有素養，希望新一代在使用不同媒體時，除了運用知識技能，還能具備正確的態度與價值觀。¹ 數碼公民身份（Digital Citizenship）是 DQ 的基本層次，也是網民需培養的智慧。²

上網已不再是遊玩消閒的活動，而是絕大部份人日常的事，我們除了說上網「玩」、「打機」或「瀏覽」之外，實在有很多工作、溝通及學習等事情都需要透過上網進行。尤其在疫情爆發後，很多人未能上

1 麥嘉晉：〈數碼智商和素養〉，灼見名家，2021 年 12 月 30 日，網站：<https://www.master-insight.com/> 數碼智商和素養 /（最後參閱日期：2023 年 2 月 1 日）。

2 除了第一層次的數碼公民身份（Digital Citizenship），另外還有第二層次的數碼創作（Digital Creativity）及第三層次的數碼創業（Digital Entrepreneurship）。

班上學，如未能上網，我們便會與社會失去聯繫。而 WFH（在家上班）、Zoom 開會或上網課、網購……等等的活動對我們來說都不可缺少。所以數碼智商，對我們愈來愈重要。接著，我們會逐一講解八種與 DQ 相關的能力。

1. 數碼身份 (Digital Identity)

在數碼身份當中，包括了數碼公民 (Digital Citizen)、數碼共同創作者 (Digital Co-creator) 及數碼創業家 (Digital Entrepreneur)，而最常見的就是數碼公民。**當我們成為了數碼公民，在網上活動，我們要有能力去建立和管理好自己，無論在網內網外 (online and offline) 都做個正直的人，而不是線上線下雙面人，行為與言論不一致。**

網民線上線下言行不一致，很大可能是因為在網絡有讓人匿名的特質。用家可以以匿名的身份上網，於不同的應用程式或遊戲中出沒，與人交流。我們可想像如果用家「不正直」，偽裝不同的身份上網，留下的言論不負責任，甚至造謠生事、欺騙金錢，可能會引起不少紛爭、網絡欺凌或騙案。

在這一項中，有必要留意的是，我們需建立起自我覺察 (self-awareness) 及自我知覺 (self-perception) 的能力。因為當我們能有自我覺察和自我知覺，就可以了解自己的感受、動機、欲望及知道自己的身心現況，反省自己的行為，並省察行為背後的原因。

2. 數碼工具使用 (Digital Use)

對於使用數碼工具方面，相信大家都不會反對在使用上的時間控制（screen time management）十分重要。另外，健康上網（digital health）、社群參與（community participation）也屬於這個範疇。

邊上網邊工作，可以說是都市人生活的常態，但如因上網而影響了要事，就代表這種「多任務處理」（multi-tasking）模式出了問題。無論是上網檢查電郵、上社交網絡、上網購物或打機等，如果一直沒完沒了，不能自控，就可能成了網癮。能夠令上網行為受控，令上網成為我們生活上的協助，也是一種能力。

為此，建立起平衡上網和日常生活的能力，設定家庭上網守則、學習管理時間及分辨優先次序等技巧，都是不能忽視的。

3. 個人數碼安全 (Digital Safety)

使用網絡，重視個人數碼安全的主要目的，是要透過小心管理網絡上的行為風險（behavioral risks）、內容風險（content risks）及接觸風險（contact risks），以保障自己免受欺凌，並且在面對欺凌時，能有智慧地處理有關事件。

由於我們有機會於網絡接觸到不同的人 and 資訊，我們需要有智慧並小心去留意是否有人對自己作出具威脅的網上行為（如欺凌、騷擾、起底），我們所看的資訊內容是否有傷害性（如暴力、色情、仇恨或歧視的內容），所接觸的人是否可信等。

在技巧上我們需要學習如何處理和面對網絡上面建立的關係，當欺凌

事件發生時的應對技巧及情緒調節，而常存良善之心，對人不作出傷害性的行為及言語攻擊，也是十分重要。

4. 數碼資訊環境保安 (Digital Security)

如何保障自己的私隱、財產免被人窺看及盜取，是必須學習及時常保持警惕的事情。所以如何利用密碼保護 (password protection)、如何提高網絡安全 (internet security) 以預防網絡黑客及病毒等攻擊，以及提高行動裝置的保安 (mobile security) 也是不容忽視的技能。

為提高網絡保護的知識，我們需學習設置高強度密碼及保護它不被盜取，使用偵測及處理網絡威脅，如網上詐騙 (SCAM)、垃圾郵件 (SPAM) 或網絡釣魚 (phishing)。

除此以外，在使用網絡時，我們需培養凡事小心的態度，如不輕易打開可疑電郵或下載檔案，以防止被惡意軟件肆意破壞或擷取電腦資料。

5. 數碼權益 (Digital Rights)

這一項是有關了解網上人權及法律的能力，亦是保障自己私隱的能力。我們要知道人們是應該有權在網絡上去保護個人私隱 (privacy)、也有權去保障自己的知識產權 (intellectual property rights) 及言論自由 (freedom of speech)。

既然網絡上的人權如此，培養處理網上共享訊息的良好習慣，保護自己和他人的私隱，並常保持尊重他人的態度，無論是別人的言論或創

作的作品，不阻礙傳播也不任意複製發佈，也是極為重要。

另外，我們在社交媒體中流連，也要學習當中的私隱設定，以掌握甚麼資料可被甚麼人瀏覽，以免個人資料輕易被陌生的網民窺看。

6. 數碼知識與素養（Digital Literacy）

如上文所提及，不少人以匿名身份進入網絡，其意圖不明，他寫的文章可以是善意提醒，亦可以是造謠生事，所以在閱讀及理解網絡上流傳或發佈的資訊時，具備批判思考（critical thinking）能力就變得十分重要。

在如何分辨資訊的對與錯、分析資訊內容是對我們有好處或造成傷害，阻隔陌生及可疑的網上聯繫等方面，我們有迫切需要提升有關能力，因為網上的環境愈來愈複雜，資訊量也如海量，如沒有理想的批判能力，一旦遇上了暴力、色情資訊，或有惡意的網友與我們傾談或相會，就可能會造成深遠的負面影響。

實在坊間也有很多幫助我們辨別真偽，做資訊查核（fact check）的網站或平台，如：浸大事實查核（HKBU Fact Check）、事實查核實驗室（Factcheck Lab）等都能幫助香港市民去做網上的資訊查核。

7. 數碼溝通（Digital Communication）

在 線 聯 繫（online communication）與 線 上 合 作（online collaboration），及在許多不同的網上活動中，我們都會留下數碼足跡（digital footprints），包括你的 IP 位置、登入資料和其他你曾輸入的個人資料。如在社交媒體發放帖文（圖片、文字或影音）或

在別人的帖文中留言、登入賬戶時輸入密碼、使用應用程式及裝置軟件、在搜索引擎裡搜尋資料、參與線上會議等，都會留下數碼足跡。

我們需要培養能力去明白和細思這些數碼足跡會如何影響我們的真實生活及聲譽，並要知道如何負責任地去管理它們。就如這些資料有機會能讓人在網絡搜尋我們的行蹤，也有機會讓學校、僱主知道我們的網上言行而影響升學或事業前途。而當涉及法律方面的事件，我們在網上的言論及發放的資訊也有機會成為呈上法庭的證據。

凡事先「停一停、想一想」，之後才去行動，將這應用於網上行為，也是十分合適。

8. 數碼情緒智商 (Digital Emotional Intelligence)

對於情緒智商方面，我們除了需要知道甚麼是同理心 (empathy) 之外，也應該要知道整個網絡機器是如何運作。當一個人於社交網絡說了一些言論，而引起了一批反對者的敏感反應，他們繼而對他欺凌，也引起瘋傳……我們應該如何回應？若我們和應，可能會令事件白熱化。而社交平台的演算法、大數據等工具還可能使更多人看到有關言論，之後加入評論，使事情惡化，因這些機器自己是不會判別該言論的真偽或評估事情對當事人造成的影響，網絡機器只會因為資訊多人傳閱，而繼續加強力度傳給可能有興趣的人。

對此，我們應有能力去喚起自己的同理心，以理解當事人的處境，也要明白社交平台及情緒化的回應可能對當事人加深傷害。我們應學習在網上不要隨便批判別人，及以同理心去觀察及回應事件。

總結

以上的種種能力是讓我們成為優質的數碼公民的重要元素，³ 缺一不可。筆者認為一些價值觀和態度，如：尊重、同理心、小心觀察查核和不輕易批判別人等，比其他的技能更為重要，因為這些「愛心」會促使我們負責任地使用網絡，令我們想做得更好，並且在能力方面有所進步。

（本文原載於第 145 期〔2022 年 7 月〕《燭光》，其後曾作修訂。）



3 DQ Institute, "White Paper, Digital Intelligence (DQ): A Conceptual Framework & Methodology for Teaching and Measuring Digital Citizenship," DQ Institute, last modified August 2017, <https://www.dqinstitute.org/wp-content/uploads/2017/08/DQ-Framework-White-Paper-Ver1-31Aug17.pdf>.

附圖：數碼公民身份的框架



參自：DQ Institute. "White Paper, Digital Intelligence (DQ): A Conceptual Framework & Methodology for Teaching and Measuring Digital Citizenship." DQ Institute. Last modified August 2017. <https://www.dqinstitute.org/wp-content/uploads/2017/08/DQ-Framework-White-Paper-Ver1-31Aug17.pdf>.



令人身不由己的網癮

郭卓靈

明光社項目主任（傳媒及生命教育）

環顧四周，無論在交通工具上、飯桌前、課堂上……不少人都沉浸在手機中，不是看夠了就不看，而是看了不久又要再拿起來看，明明有事要做，不久又會心癢癢，沒有訊息，亦會伸手去滑滑手機。不知各位讀者有沒有這個問題？

有心理學家曾誤打誤撞於老鼠的腦袋中找到一個「快樂中樞」，經過電流刺激那個部份，老鼠的腦海會萌生再來一次的想法！下一次的感覺會更好！心理學家先在老鼠的腦袋埋入電極，只要老鼠按一下實驗裝置的小槓桿，大腦便會遭到電擊，於是老鼠就會不吃不喝不眠不休地去按那個小槓桿，使自己一次又一次的有「爽」的感覺，直至筋疲力竭地死去。根據熟悉心理學、來自內地的作家何聖君的著作——《行為上癮》一書所提及，人們每天滑手機看影片、新聞、遊戲……有如老鼠按一下小槓桿大腦便會遭電擊，滑手機時會一次又一次地刺激著我們的「快樂中樞」。雖然，我們身體不至於如染上毒癮般，吸食毒品時腦袋會分泌物質使人獲得快感，一旦停止便會有瀕臨死亡的體驗，但網癮、遊戲癮、賭癮、社交媒體癮、影片上癮、資訊上癮，是種心癮，使大腦覺得「爽」，不捨得停下來。

請先不要責怪網絡成癮者，因為很多問題不是出在他們身上，而是在於手機應用程式的設計上！這些能引起心癮的設計，不單能引起腦部釋放使我們感到快樂的多巴胺，而且因為在螢光幕出現的是一關又一關的新遊戲，一段又一段新片段（這些片段、內容甚至是經由人工智

能計算，針對著每個人而顯示出不同的內容），使我們不會覺得沉悶，甚至能避開減敏反應。受減敏反應影響，用家會因為看了太多同類型的東西而不再感到那麼刺激有趣，一旦避開了減敏反應，就會令用家持續玩手機，無法停下來。

當人人有手機，人人都可以上網，網絡的市場不再是增量市場，而是存量市場，商家競爭的是市場的佔有率，網民一天只有 24 小時，商家要牢牢地把使用者的注意力和時間消耗在他們設計好的內容中！所以上文所提及的做法，在設計手機應用程式時，已十分普遍使用。當人們醒覺到沉醉於手機的時間已經過長時，才會發現自己還有一大堆事情未做！這不單是小孩子才會受到誘惑，連大人也會遇到相同的問題。

不自覺的流失時間

行為的出現，是由動機、能力與觸發這三者構成的，這三者中有任何一樣是「零」的話，行為便不會出現。

行為 = 動機 x 能力 x 觸發

以遊戲程式來說，針對不同人士的喜好使你有「動機」進入遊戲世界中；再把程式設計至簡單易用，開始時每人都有「能力」過關，讓玩家感到興奮而繼續玩；「觸發」是由系統提供更多匹配的內容，如節日限定優惠、限時購買武器、物品等，以鉤著我們的注意力，此外，即時回饋等功能，例如社交媒體的按讚功能，就盡量利用我們內心想得到回應的心態，使我們投放更多時間，發了帖子就想看看有沒有朋友讚好。

試玩試看的誘惑

「低門檻」能使人一開始覺得「入場費」很低（有時甚至是免費）而接受某項服務或開始玩某個遊戲，但養成習慣之後，就再不想離開。而且系統給玩家或用戶的選擇，往往是要他們付出更多時間，或以付出金錢代替時間，玩家因為沒有其他選擇而愈陷愈深，而系統的設定明顯是從商業利益出發，而沒有考慮其他因素，例如對玩家身心的負面影響。

欲罷不能地「煲劇」

對於常「煲劇」、愛追看劇集的朋友，有沒有想過透過系統在網上看劇集，有關編排也是經過精心設計呢？每一集的尾段都將劇情推至高潮，之後突然間停止，要你追看下一集，而系統也預設為自動播放下一集，令觀眾對圓滿的追求得到滿足。而劇中的主角們都有很多難關要過，這是一步一步設計好的台階，使觀眾代入其中，將自己的欲望投射在角色中，主角們過關就像自己過關，更使觀眾在觀看過程中有「爽點」，給主角「光環」，處於弱勢時能觸發保命技能或得到他人幫助，必勝過惡人或強者。

如何回復「自由身」？

《行為上癮》一書建議大家要忍痛割愛，如發現自己有遊戲癮，被它支配，既知道之前所失去的時間已很多，就不宜再繼續玩下去，寧願割愛，把遊戲刪除，遠離它，不再被它左右，讓自己能重新控制作息時間。

另外，我們也可以觀察一下，是甚麼觸發我們這麼沉迷？透過這些上癮行為，可以幫助我們了解到甚麼刺激能叫我們感到充實。**我們可以用甚麼新的（有益的）行為來替代對自己帶來不良影響的習慣？**一步一步為自己訂立有意義的目標，用微習慣去改善自己的行為，使自己得到成功感，以新的習慣來使自己快樂，不再被舊有的習慣捆綁。

面對十分「了解」我們，對我們「觀察入微」的網絡、大數據、演算法……要記著，它們是在跟我們搶時間的主控權，所以我們必須對自己的行為有所省察，以免被牽著鼻子走，失去對時間與金錢的控制權，流失人與人面對面的溝通、交流機會，甚至迷失了原來的自己。

參考資料：

何聖君。《行為上癮：從心理學、經濟學、社會學、行銷學的角度，完全解析智能社會下讓你入坑、欲罷不能、難以自拔的決策陷阱》。
新北：遠足文化事業股份有限公司 堡壘文化，2020。

（本文原載於第 138 期〔2021 年 5 月〕《燭光》，其後曾作修訂。）



青少年的網絡欺凌行為

郭卓靈

明光社項目主任（傳媒及生命教育）

「學生能在校園內開心學習，互相幫助、支持……」這種充滿愛的場面，我們當然樂於見到，但不少調查卻指出校園、青少年之間的欺凌行為並不罕見，而香港中學生稱曾遭同學欺凌比率更是世界首位，¹ 十分值得我們關注。

中學生的網上生活

關注傳媒對青少年影響聯席於 2018 年 12 月 16 日公佈「交友應用程式對中學生影響調查報告」，² 發現受訪的 1,900 位中學生中，有超過一半（59.9%）的社交生活活動，是與朋友在網上傾談，亦有近半受訪者（48.9%）表示，會與朋友玩網上遊戲，因此他們在網上與人交流、認識新朋友的機會亦不少。

另外，調查亦顯示，透過網上交流，受訪者會談及生活點滴、學業、偶像娛樂、壓力、愛情等話題，而透過傾談可以幫他們減壓。不過，亦有人遭冒犯，收到粗言穢語、人身攻擊的內容，也有人收到性感相片、半裸 / 全裸相片或性邀請等，當中涉及欺凌或性騷擾。然而，受

1 〈32% 中學生稱曾受校園欺凌 港比率冠全球〉，東網，2017 年 4 月 21 日，網站：https://hk.on.cc/hk/bkn/cnt/news/20170421/bkn-20170421132001803-0421_00822_001.html（最後參閱日期：2023 年 2 月 1 日）。

2 關注傳媒對青少年影響聯席：〈交友應用程式對中學生影響調查〉，明光社網站，2018 年 12 月 16 日，網站：<http://www.truth-light.org.hk/nt/statement/> 交友應用程式對中學生影響調查（最後參閱日期：2023 年 2 月 1 日）。

訪者大多不會向家人、老師或社工分享這些經歷，最多只會找朋輩傾訴。面對網上欺凌者，受訪者與朋友的應對之策往往未夠成熟，又或者輕視了事件，令事情惡化。

調查亦顯示了校園內的網上欺凌數字也不少，曾在網絡世界遭遇過欺凌的受訪學生有 15.9%，當中有 77% 受到言語方面的欺凌（如被罵、粗口對待、人身攻擊），有 13% 遭揭露私隱（如照片、個人私隱被公開或被改圖）。而欺凌受訪者的人，大多是他們的同學，比例上比其他的類別（如朋友、網上認識的人、不認識的人等）高出一倍或以上。

網絡欺凌的定義

法律資訊網站青年社區法網對網絡欺凌的定義是：網絡欺凌是指一個人或一群人，不斷利用資訊及溝通科技，針對另一人或一群人，蓄意及反覆地作出帶有敵意的行為，意圖作出傷害。網絡欺凌可以是騷擾、恐嚇、詆毀、威脅、假冒他人、又或是散播謠言或虛假訊息，意圖損害對方的聲譽或友誼。網絡行為的特點是犯案者透過資訊科技系統，對受害人重複造成肉體或精神滋擾。而互聯網的其中一個主要特點，是可以令惡意資訊快速及廣泛傳播，由於惡意訊息在互聯網發放後，便難以甚至不可能完全清除，因此網絡欺凌造成的傷害，可以是永久的。³

3 〈甚麼是網絡欺凌？〉，Youth CLIC 青年社區法網、香港大學法律及資訊科技研究中心，網站：<http://youth.clc.org.hk/tc/topics/Cyber-bullying/#What-is-cyberbullying>（最後參閱日期：2023 年 2 月 1 日）。

現時，香港並沒有專門處理或規管網絡欺凌的法例，雖然所有欺凌行為（不管是否在網上發生）只要涉及刑事罪行，就會受相關法例規管，⁴但在刑事檢控的過程中，控方的舉證必須是毫無合理疑點，才能令被告入罪，而網絡欺凌事件往往是在網上發生，欺凌者大多是匿名人士，這都令舉證和檢控工作變得困難。

網絡訊息覆水難收

不過，網絡訊息傳遞之快，以及訊息只要一發出就難以收回，令欺凌事件變得難以收拾。曾有調查發現逾四成受訪學生有較嚴重抑鬱症狀，並指這與上網習慣、網絡欺凌等有正面的相關性。⁵另外亦有學者指出，學生常接觸網絡，他們較少與別人相處，一旦被欺凌就會感到求助無門，更會因逃避而演變成抑鬱。⁶

作為家長，可以多關注子女，鼓勵他們參與在網絡以外的課外活動及擴闊生活圈子，以免他們以互聯網作為唯一的溝通渠道。增強孩子的溝通能力亦可減少他們遭遇欺凌事件的機會。幫助孩子建立正確的價

4 〈如何應對網絡欺凌〉，Youth CLIC 青年社區法網、香港大學法律及資訊科技研究中心，網站：<http://youth.clic.org.hk/tc/topics/Cyber-bullying/#Responding-to-cyberbullying>（最後參閱日期：2023年2月1日）。

5 曾向銓：〈調查指逾10%青少年曾受網絡欺凌 改圖恥笑趨增〉，《香港01》，2017年7月4日，網站：<https://www.hk01.com/社會新聞/102430/> 調查指逾10%青少年曾受網絡欺凌 - 改圖恥笑趨增（最後參閱日期：2023年2月1日）。

6 〈青少年網絡欺凌趨增 改圖恥笑最多〉，《晴報》，2017年7月5日，網站：<https://skypost.lifestyle.com.hk/article/1850252/> 青少年網絡欺凌趨增 %20 改圖恥笑最多（最後參閱日期：2023年2月1日）。

值觀、教導他們從不同角度欣賞別人，增強他們的同理心，則有助防範他們做出欺凌弱小的行為。

（本文原載於第 124 期〔2019 年 1 月〕《燭光》，其後曾作修訂。）



網絡欺凌行為的背後

郭卓靈

明光社項目主任（傳媒及生命教育）

〈青少年的網絡欺凌行為〉一文提到香港青少年之間欺凌行為的嚴重情況，而網絡欺凌只是欺凌的其中一種形式，我們可以視之為「病徵」或表面行為，其背後隱藏的病毒卻需小心分析才能辨明。為此，我們特意訪問了研究攻擊行為及校園欺凌的香港城市大學社會及行為科學系副教授馮麗妹博士（Annis），了解網絡欺凌者的心態。

操控型攻擊者

Annis 指出欺凌其實是分「操控型攻擊者」及「反應型攻擊者」，她稱之為兩種不同的「病毒」。而真正的欺凌者是「操控型攻擊者」，他們可算是「小霸王」，傾向冷血、自戀和冷酷無情，行事作風帶有目的性、缺乏同理心、有犯罪傾向，更甚者可能出現反社會人格和輕微至嚴重程度的精神病態（psychopathy）。在網絡欺凌事件上，因他們對網絡世界十分熟悉，懂得在網絡世界隱藏身份，並會先冷靜觀察環境再仔細計劃，使人難以追查。他們會持續以非法欺凌行為，如勒索或恐嚇等，以獲取利益，並對受害者毫無歉疚之心。

Annis 曾協助家庭實況劇《一念之間》其中一集〈罪與罰〉的製作，這套實況劇由香港電台製作，該集介紹了網絡欺凌並詳細解釋了「操控型攻擊者」及「反應型攻擊者」的分別。¹ 她說：「『操控型攻擊者』

1 《一念之間 2：罪與罰》，香港電台，2013 年 7 月 16 日，網站：
<https://podcast.rthk.hk/podcast/item.php?pid=479&eid=31732&lang=zh-CN>
（最後參閱日期：2023 年 2 月 1 日）。

多是來自小康之家（月入 30,000 元或以上），家庭對他們十分寵愛，令他們成為了『小霸王』。他們會比較隱藏自己身份……常會高估了自己的能力，低估自己可能要承擔的後果。」

反應型攻擊者

而「反應型攻擊者」，Annis 則認為他們不是欺凌者，因為他們只是「自衛復仇者」。「反應型攻擊者」在情緒上是衝動、易失控，情緒主導行為，與「操控型攻擊者」恰恰相反。由於他們自卑、傾向有注意力問題、欠缺社交技巧、自我形象甚低，欠缺安全感，因常誤會別人挑釁自己而在憤怒下傷人。他們對別人的行為格外敏感，很容易錯誤接收別人的訊息而誤以為對方有敵意，並以攻擊行為來解決人際衝突問題。於實況劇中，這一類攻擊者在日常社交上是比較不受朋輩歡迎，易被孤立及排擠，於是在網上就將憤怒轉向弱者，以欺凌行為洩憤。與「操控型攻擊者」不同，他們在網絡上的攻擊行為傾向衝動，沒有周詳計劃。他們因為對人缺乏信心，對別人的訊息過份敏感，容易曲解別人的訊息，以致衝動地回應。所以他們經常於網上與人對罵，惡性的言語循環不斷，並且往往會留下蛛絲馬跡，令人易於追查搜尋。

「反應型攻擊者」攻擊別人是為了想保護自己。Annis 認為他們容易在接收及解讀外界訊息時出現認知扭曲，把別人的行為和態度看成有敵意和侵略性（即敵意歸因，Hostile Attributional Bias），即使別人所講的、所做的，沒有甚麼惡意，但他們卻常處於戒備狀態，曲解別人的行為及說話，並以報復性攻擊作為回應。

建立同理心

Annis 稱是有方法可以令這兩類攻擊者減少其欺凌行為。對於「操控型攻擊者」，他們是聰明的，可以透過不同個案，令他們知道欺凌行為可帶來的後果及責任，並用角色扮演等方法，讓他們從多角度了解受害者、攻擊者和受害者家人的感受，以及從公義角度去看事件是否合法，也要讓他們知道群體的重要，學習彼此尊重及每人都有自己的權利，明白自己不是永遠高人一等，主導所有事情。她解釋：「要令他們感覺到將自己的聰明、領導力應用在助人、合法、長遠投資的事上，比起欺凌別人、短期回報的事上更有滿足感及能獲得別人的尊重。」

由於「反應型攻擊者」多是衝動派，因此應避免進一步刺激他們。Annis 認為需幫助他們拉闊眼光去探索事件發生的可能性，了解別人行為與當時環境的關係，從多角度思考後，可以了解別人的行為或說話未必帶有敵意。另外，還有一些讓對方澄清、說話的技巧，以及先停下來、思考再行動的思考方式等，都可以幫助他們。

讓攻擊者了解自己的行為對受害人的影響，幫助他們建立同理心，培養其品德實在十分重要。而站在欺凌者與受害者身邊的旁觀者，也別只顧「剝花生」（等著看好戲），Annis 指出在現實生活中，在旁看著事情發生而不加以阻止，都有可能要負上刑責。而對於網上欺凌行為，大家亦不應把欺凌資訊傳開，這有助事件降溫，以免愈演愈烈。

（本文原載於第 124 期〔2019 年 1 月〕《燭光》，其後曾作修訂。）



網絡紅人與網上直播的營運及特色

郭卓靈

明光社項目主任（傳媒及生命教育）

近來看新聞或去學校的講座，留意到有很多青少年都在拍片，希望成為網絡紅人（網紅），被人注視，當中有不少會將自己的生活趣事、一些高難度動作表演、搞笑片段等上載到網上，甚至是每天直播數小時與粉絲不斷溝通往來、實時表演、談話、給反應等，其實他們有何心態？網紅的影響力在哪裡？我們將會探討一下網紅的興起及網絡直播的營運。

創作團隊在背後支持

網紅，可以是一個人、一隊組合、一隻狗……雖然不少網紅片段看起來只是上鏡人物的自家製作，但其背後往往有一整隊創作團隊去構思、拍攝及宣傳，因為網紅要吸引收看者，就要常常有新點子吸引群眾追隨，影片上架要夠快和夠頻密。而直播紅人背後往往有公司提供宣傳及網絡系統技術支援，這樣才能收到網民的打賞。單靠拍片、直播亦能長期養活一個團隊，而且愈來愈多人加入分一杯羹，可想而知成功的網紅，其收入應該十分吸引。

資訊多人收看，其意見就能影響別人，不少 KOL（關鍵意見領袖，Key Opinion Leader）就是這樣煉成。當然，KOL 還包括了文字創作者。然而，以影像發佈的方式與冗長的文字相比，前者會「較易入口」。而當 KOL 想利用其知名度變成收入時，收看者就得自行小心

分辨，他們的分享是出於真誠還是純粹想促銷產品了。

網紅的收入來源

網紅可透過以下方法獲取收入：

1. 平台的廣告費

當網紅備受關注，又有不錯的收入（有媒體稱部份網紅能每月賺十餘萬元人民幣），¹ 而這工作看上去又似乎不是很難做到，不少人就會想成為當中的一份子，他和她就會想盡方法於網絡上吸引人追隨。

當一些人自製短片放上 YouTube，成功吸引很多人收看及傳送，成為成功的 YouTuber 時，YouTube 便會因應收看率，將廣告加進短片的開首及中間，亦會將部份的廣告費發放給有關的 YouTuber。有 YouTuber 曾經表示，大概每 100 萬點擊次數可為 YouTuber 帶來港幣 7,000 元至 10,000 元的收入。²

1 胡卧龍：〈網紅直播做菜 月入十萬〉，《大公報》，2016 年 11 月 25 日，網站：<http://www.takungpao.com.hk/mainland/text/2016/1125/41393.html>（最後參閱日期：2023 年 2 月 1 日）。

2 〈YouTuber 靠拍片可達百萬年薪？屎萊姆公開網絡紅人吸金術〉，《香港經濟日報》，2018 年 2 月 23 日，網站：<https://inews.hket.com/article/2014823/YouTuber%20靠拍片可達百萬年薪？屎萊姆公開網絡紅人吸金術>（最後參閱日期：2023 年 2 月 1 日）。

2. 與廣告商合作

網紅亦可藉著自己的名聲，以分享形式或創意手法，為產品或服務作宣傳推廣。這些影片很多都不是一人可以獨力完成，背後會有 MCN（多頻道聯播網，Multi-Channel Network）去做後期製作及將影片放在不同渠道發放，以吸納更多流量、粉絲。一些網紅每月的廣告收入，可高達逾百萬元人民幣。³

3. 直播視頻的打賞贊助

網上直播視頻是在內地極快興起的一片肥沃地土，網紅主播成為內地 90 後的新興職業，有報道指，54% 在 1995 年後出生的年輕人的職業意向是成為主播、網紅。據稱不少女生兼職網紅主播，月入可達十幾萬元人民幣！⁴ 當中的產業鏈十分複雜，競爭亦因著愈來愈多人加入而變得激烈。主播的工作大多就是在經紀公司的直播時間內對著鏡頭與追隨者、粉絲開咪傾談，也許透過才藝表演，如唱歌、跳舞、饒舌，為時可能是每天數小時，而他們（大多是少女，香港的直播網紅男女比例為 1：9）面對著鏡

3 羅亦丹：〈短視頻網紅如何煉成 頭部播主月接 300 萬廣告〉，新京報、中國網，2018 年 5 月 30 日，網站：<http://tech.china.com.cn/internet/20180530/342491.shtml>（最後參閱日期：2023 年 2 月 1 日）。

4 秦寬：〈【KOL 經濟學】月賺十萬不是夢？內地網紅公司沒告訴你的殘酷真相〉，《香港 01》，2017 年 7 月 1 日，網站：<https://www.hk01.com/中國/101634/kol-經濟學-月賺十萬不是夢-內地網紅公司沒告訴你的殘酷真相>（最後參閱日期：2023 年 2 月 1 日）。

頭所講的話和做的事，都是為了博取粉絲打賞虛擬禮物，也有系統還可以讓粉絲送上現金，所得的打賞將會按不同比例拆分，月結後由經紀公司向主播兌現。

4. 接受訂閱

也有一種玩法是會員付月費，每月自動按不同的會員階級在其信用卡扣錢。而主播還會給予會員不同的福利，如直接對話溝通、特別視頻、甚至網外約會等。

5. 網外活動或周邊產品

當網紅的知名度提高，人們知道了他們在不同範疇中的專業及強項，他們會有機會被邀請出席不同的記者會或演出活動，其收入來源就不再只限於網內的片段或直播了。不少商家認為這是十分值得投資，因為邀請網紅比明星便宜，而他們的專業、號召力及粉絲數目亦相當有份量，可謂「性價比」甚高。而當網紅累積了一定數量的「鐵粉」（忠實粉絲）以後，就有信心推出不同的產品，例如書籍、自創產品或品牌，並將產品融入社群，衍生更多支持者，這也是產業鏈的一環。⁵

5 彭慧明、林彥呈：〈一人魅力賺贏一家企業 網紅是門好生意？〉，《經濟日報》，2018年1月9日，網站：<https://money.udn.com/SSI/digital-news/2018/internet-celebrity/>（最後參閱日期：2023年2月1日）。

為留住粉絲挖空心思

由於不少媒體吹捧網紅收入高，更會令人覺得當主播是件輕鬆的事，隨時喜歡就上網，坐著就可以賺錢。但其實面對愈來愈多的主播、內容創作者的加入，主播為了留著粉絲繼續觀看、打賞都傷透腦筋，既要使盡渾身解數，加添創意精彩內容，亦要加長與粉絲接觸的時間，加強其黏著力，他們亦因而承受巨大壓力。而且樹大有枯枝，不少主播或直播平台為了吸引更多人收看，加入低俗、曖昧、色情、危險的內容。⁶ 內地就曾出現不少「美少女直播」，不法的經營者招攬少女當主播，她們以裸露淫穢的表演來吸引用戶打賞。⁷ 雖然執法部門不斷地關閉、懲治，但因著金錢的誘惑，這種風氣還是禁之不絕。

（本文原載於第 121 期〔2018 年 7 月〕《燭光》，其後曾作修訂。）



-
- 6 向樂高：〈【三亞 6136】網紅「千金怡怡」公開房號稱免費約炮 被捕扣留 15 天〉，《香港 01》，2018 年 3 月 4 日，網站：<https://www.hk01.com/> 熱爆話題 /164838/ 三亞 6136-網紅 - 千金怡怡 - 公開房號稱免費約炮 - 被捕扣留 15 天（最後參閱日期：2023 年 2 月 1 日）。
- 7 〈浙江搗破 3 色情直播平台 女大生宿舍內拍片〉，東網，2018 年 5 月 30 日，網站：http://hk.on.cc/cn/bkn/cnt/news/20180530/bkncn-20180530201545744-0530_05011_001.html（最後參閱日期：2023 年 2 月 1 日）。



直播帶貨對消費文化的影響

歐陽家和
明光社特約撰稿員

網上購物近年大行其道，特別是在疫情期間，大家不能外出，令網購幾乎成為購買日常用品的唯一選擇。不過很多人也認為網購時沒有看到實物，也不能在店內試用，未能確保物品好壞，網購平台先後引入展示產品相片、影片的功能，讓商家可以上載有關資訊，令用戶能更具體看到產品，刺激銷量。而近年更流行用直播的方式，介紹產品之餘更直接在你「面前」試用、試食、試穿，務求讓你體驗如同有銷售員在你身邊的感受，同時又以網購特價招徠，吸引你買貨。這種銷售手法究竟是怎樣流行起來的呢？

傳統來說，香港不乏直銷的活動，即使今時今日去到一些市集，或者比較舊的社區，例如深水埗，不時都能看到一些途人聚在一起，聽人介紹產品，之後有示範，最後還有特價優惠，這些散貨場往往集團式經營，亦很有歷史感，當中講求的就是一群人聚在一起買東西，產生一種羊群效應，最後銷售員可以賣出大量的貨物。

人流帶來商機

到了網絡世代，要集合「人氣」來參加買賣活動，並不容易，因為人本身就只是一個虛擬身份，要在其中設置買賣場，首先要有合適的場地，之後要有商品，有販賣的人、圍觀的人等等，才能構成一個虛擬市集的效果。近年不少平台為了增加人流，引入直播活動，期望達到吸引人流的果效，愈多人在該平台停留，就愈有機會做買賣，所以在內地有極多直播平台，例如 2021 年淘寶雙十一的銷售活動，一個人

做直播帶貨，可以有數以億元計的銷售額。有媒體曾報道，內地近年直播帶貨發展迅速，有統計顯示 2020 年市場規模按年大幅增長，推測 2021 年整體規模高達 10,000 億元人民幣。¹

亂象的出現引發規管

利潤是可觀的，不過，直播帶貨在內地同時也出現了不同的亂象，有些人在銷售時胡亂吹噓，之後被消費者發現產品實況與聲稱的有出入，另外又有消費者發現直播帶貨的主播聲稱是「全網最低價」，豈料貨還未收到，卻見到了「突破最低價」，頓時感到被騙。內地有關部門亦認為有關發展並不健康，所以開始嘗試規管，引入類似考牌制度。² 不過直播帶貨的文化已經建立，要香港做到像內地般的規管，十分困難。³ 實際上，部份從事直播帶貨的人，為了吸引人買貨，無所不用其極，甚至會做有違道德規範的事。

在香港直播帶貨並不流行，雖然很多人開班教人做直播，但針對的都是將香港產品賣到內地市場，或者為部份香港產品或服務做一些錄播

- 1 〈【購物模式】數碼媒體公司：直播帶貨 5 年內有望成主流〉，now 財經，2021 年 10 月 19 日，網站：<https://finance.now.com/analysis/study.php?topicId=13&newsId=690911&c=>（最後參閱日期：2023 年 2 月 2 日）。
- 2 〈「直播帶貨」成正式工種 | 中央發布職業標準 | 最基本初中畢業 | 升職考牌要過 3 個試〉，香港財經時報，2021 年 12 月 4 日，網站：<https://www.businesstimes.com.hk/articles/136394/> 直播 - 帶貨 - 直播銷售員 - 正式工種 - 中央發布職業標準 - 最基本初中畢業 - 考牌要過 3 個試 /（最後參閱日期：2023 年 2 月 2 日）。
- 3 倪文迪：〈內地規管直播帶貨 流量至上值得警惕〉，《香港 01》，2021 年 12 月 2 日，網站：https://www.hk01.com/01_觀點_/707199/ 內地規管直播帶貨 - 流量至上值得警惕（最後參閱日期：2023 年 2 月 2 日）。

的開箱影片或者介紹，鮮有以直播的形式做促銷。就算有電視台嘗試做類似的節目，但直播帶貨的活動暫時未有在香港流行起來，一來是因為香港地方很小，買東西很容易就看到實物，所以沒有必要為了購物看直播，二來就是有興趣看直播帶貨的人，在街上就看可以看到一些直銷產品，也沒有必要找網店看直播帶貨。

消費者委員會曾表示直播帶貨和直銷一樣，容易有誇張失實的宣傳，以及在時限內要求消費者作出非理性的購物行為等等，其實這只是眾多促銷手法之一，在內地消費平台購物，本來就有不少風險，如果不多加留意，隨時就錯買了不必要的商品，或者買了次貨，要退貨或者要爭取原本的消費者權益，就更不容易了。

香港明星去直播帶貨

不少媒體報道有很多香港明星去做直播帶貨的主播，他們名氣雖大但賣出的貨品卻很少，只有少數如苑瓊丹可以成功轉型成為「直播主」，其餘的港星都大嘆在直播間好幾小時，賣出的貨品卻不多，⁴ 可見明星往往不是直播主成功的因素，反而是能否與網民作近距離互動交流，帶動直播間的氣氛，才是成功的關鍵。

4 倪小珊：〈正職直播帶貨 苑瓊丹賣兩鎰飯暫做全港第二〉，《晴報》，2022 年 1 月 28 日，網站：<https://skypost.ulifestyle.com.hk/article/3167253/正職直播帶貨%20苑瓊丹賣兩鎰飯暫做全港第二>（最後參閱日期：2023 年 2 月 2 日）。

有在香港專門教人做直播帶貨的導師分析，直播帶貨只是內地網紅經濟的其中一環，事實上除了帶貨可以賺錢，幫自己做人設（人物設定），例如保險專家、育兒專家，一樣可以賣出相關產品，又或者可以將自己變成專業的直播主，透過做短片增加流量，然後做植入式廣告，也是賺錢的模式之一。⁵ 可見影像吸引人消費購物，賣廣告已經不是唯一吸引人消費購物的方法了。

參考資料：

蔡承浩。〈跨境營商系列 | 如何做直播帶貨 - 台前幕後的準備〉。數碼學堂。網站：<https://academy.hktdc.com/tc/videoseries/CrossBorderECommerceSeries/T1-5-Prepare-for-Live-streaming-E-Commerce>。

BBC News 中文。〈中國主播訓練營：直播帶貨熱潮下的暴富夢〉。YouTube。2021 年 5 月 22 日。網 站：<https://www.youtube.com/watch?v=k1bg-GrO-t4>。

（本文原載於第 143 期〔2022 年 3 月〕《燭光》，其後曾作修訂。）



5 臻學堂：〈「團戰 2」自媒體全方位課程簡介會〉，facebook，2022 年 2 月 11 日，網站：https://www.facebook.com/watch/live/?ref=watch_permalink&v=490452979131270（最後參閱日期：2023 年 2 月 2 日）。



二、網絡資訊的傳遞

大數據下的選擇與被選擇

聆聽同溫層以外的聲音

社交媒體造就了仇恨言論

閱讀網絡新聞要小心

新網絡世界下的倫理想象



大數據下的選擇與被選擇

郭卓靈

明光社項目主任（傳媒及生命教育）

大數據有助於做分析，但資料也只限於數據上的分析，看不到數據以外的行為及態度。例如大數據會計算收集得來的資料，並把人分類，找出不同的人喜歡觀看甚麼類型的文章或影片內容，然後集中生產及播放這類作品，減少或不再生產少人喜歡的類型作品。這似乎很合理，但其實這會減少了人的選擇，也讓人少了機會去體會比較少人喜歡的作品，及排除了人有改變口味的可能。

推送迎合個人口味的內容，對人們帶來甚麼影響？當大數據在計算你喜歡的東西時，這代表著它會預測及主動配合你的喜好，及提供它認為你會喜歡的東西，也許它的預測結果是相當準確的，而它也會不斷學習，會進步，亦會愈來愈能對準你的口味。但同樣，人們可能會變得愈來愈自我，不會去發掘新事物及作新嘗試，因為愈來愈少機會接觸與自己喜好有所不同的東西。

數據以外的資訊

另一方面，大數據反映出來的結果也不一定完全正確無誤，它也可能有偏差，會存在「偏見」，因為它的分析是基於搜集得來的數據，數據以外的東西，它不會知道。那會引發甚麼問題呢？**試想想如公司用網上搜集得來的數據（如社交平台、信用評級）來評定面試者是否合適擔任某崗位的工作，數據可以很仔細，但也可以存在很深的偏見，因為資料會缺少了面試者的態度、他／她是否已改變，及形成數據的因素等資訊。**而如果招聘的公司在第一輪面試前過濾一下大數據提供

的資訊，一些背景資料不好的人，很可能早就被篩去了，他們可以「翻身」的機會，亦會變得更少。

資料被悄悄收集

事實上，不同的企業、團體正漸漸不動聲色地收集我們的大數據，如駕駛習慣、¹ 觀看電視的習慣，² 或醫療數據等，³ 它們何時會用這些數據？會用數據來做甚麼？會不會他日被用作呈堂證供來指證我們？又或者將數據賣去保險公司，讓他們用數據來計算保費，甚至因應數據而提高保費？另外，不少網友也會經常瀏覽社交平台（如facebook、LinkedIn），並分享自己的行蹤、喜好、習慣、近況及工作經驗等，當這些社交平台意外洩漏用戶資料、⁴ 或被黑客入侵

-
- 1 葉琪：〈Tesla 公開行車數據指車速達 118.5 公里 維權女車主丈夫：侵犯私隱〉，《香港 01》，2021 年 4 月 24 日，網站：<https://www.hk01.com/> 即時中國 / 615951/tesla 公開行車數據指車速達 118-5 公里 - 維權女車主丈夫 - 侵犯私隱（最後參閱日期：2023 年 2 月 2 日）。
 - 2 〈智能電視疑未經用戶同意 收集家庭私隱訊息〉，東網，2021 年 4 月 27 日，網站：https://hk.on.cc/hk/bkn/cnt/cnnews/20210427/bkn-20210427110122459-0427_00952_001.html（最後參閱日期：2023 年 2 月 2 日）。
 - 3 關樹楨：〈商識滿天下——智能立庫 洞燭機微 健康在手〉，《頭條日報》，2021 年 4 月 23 日，網站：<https://hd.stheadline.com/news/columns/81/20210423/922619/> 專欄 - 商識滿天下 - 智能立庫 - 洞燭機微 - 健康在手（最後參閱日期：2023 年 2 月 2 日）。
 - 4 張子傑：〈美媒：Facebook 5.33 億用戶資料外洩 個人私隱全公開〉，《香港 01》，2021 年 4 月 4 日，網站：<https://www.hk01.com/> 即時國際 / 608036/ 美媒 - facebook-5-33 億用戶資料外洩 - 個人私隱全公開（最後參閱日期：2023 年 2 月 2 日）。

時，⁵ 受影響用戶的私隱就會被不法份子掌握，我們再也難以保護自己的私隱免被分析及利用。

明智地行使選擇權

所以各位網友，對於分享或發放訊息，其實我們是有選擇權的，我們可以選擇是否分享及分享甚麼。在「開心 share」、快樂地分享個人資訊時，也要細思一下我們每次發放訊息，都會留下「數碼足跡」，如有關資料洩露或被利用，有可能會引發嚴重後果。大家在行動前，要細思，好好運用自己的選擇權，避免私隱洩漏，令自己失去選擇。

（原文於 2021 年 5 月 27 日刊於本社網站，其後曾作修訂。）



5 〈五億 LinkedIn 用戶私隱 黑客網站大拍賣〉，《星島日報》，2021 年 4 月 10 日，網站：<https://www.singtao.ca/4873605/2021-04-10/post-五億linkedin用戶私隱-黑客網站大拍賣/?variant=zh-hk>（最後參閱日期：2023 年 2 月 2 日）。

聆聽同溫層以外的聲音

郭卓靈

明光社項目主任（傳媒及生命教育）

如果大家在 2019 年，都很關心在香港社會發生的事情，為了了解事態發展，當時除了會看電視新聞外，更會於網上的社交媒體看新聞。但如果你沒有主動到不同的新聞網站去找新聞看，而只是被動的在社交媒體看別人分享的資訊，你很有可能只收到一些偏向某一角度或立場的資訊，也就是說你閱讀資訊或新聞時已不自覺的有了「偏食」情況。

過濾氣泡與迴聲室

由於大數據的出現，令社交媒體更容易掌握用家的喜好，它們會把用家喜歡的東西先浮現在螢光幕，而不是按事件的重要性或發生時間來決定優先次序。這種做法其實是在縱容用家，令用家常常看到的都只是一些討好自己的資訊。這種將個人化的資料過濾及篩選的小圓圈，叫作「過濾氣泡」（filter bubble），在中文世界裡亦可稱作「同溫層」（stratosphere），¹ 在社交媒體或搜尋器之下，系統會知道用家的習慣、喜好，在經計算後把它認為「好」的東西給用家看，但當中極可能濾走了用家不喜歡看，但對他們重要的東西，包括一些事實或真相。

1 〈Filter Bubble 是甚麼？〉，台灣搜索引擎優化與行銷研究院，網站：<https://seo.dns.com.tw/archives/5901>（最後參閱日期：2023 年 2 月 2 日）；李佳佳：〈「同溫層」使你更自戀〉，《天下雜誌》，2017 年 2 月 8 日，網站：<https://www.cw.com.tw/article/article.action?id=5080814>（最後參閱日期：2023 年 2 月 2 日）。

而我們在社交媒體中看到朋友圈裡的近況、分享的東西，往往也是經過演算才送達我們的眼前，若我們按讚或作其他回應，則會強化了計算，系統會再張貼類似的帖文，而這也會將關注有關事件的人拉近一些。「迴聲室」(echo chamber，亦有譯作回音廊)就這樣慢慢形成。

當相同或相近的意見不斷重現，我們的思想就會被強化，我們會誤以為與我們持不同意見的人數目很少，而我們亦有可能輕易相信與我們立場相近的假新聞，因為當謊話在迴聲室中不斷被重複，人們就會容易信以為真。² 而有研究發現，假新聞在網絡中流傳的速度比真新聞快，因為人們都喜歡看故事；而假的政治新聞比其他類別的假新聞廣傳得更快。³

玻璃心與反脆弱

美國紐約大學教授及社會心理學家 Jonathan Haidt 認為，美國有些學校建設了「安全區」(safe spaces)保護學生，令他們聽不見一些反對的言論，以免他們受傷害，其實這是過份保護他們。他認為除了家長的過份保護，社交媒體亦是「玻璃心」的根源，因為迴聲室令他們出現極嚴重的「圍爐取暖」現象，只愛與意見相同或相近的人走

2 李立峯：〈假新聞心理學：為何消除錯誤資訊如此困難？〉，《明報》，2017年5月25日，網站：<https://news.mingpao.com/ins/文摘/article/20170525/s00022/1495673751288/> 假新聞心理學 - 為何消除錯誤資訊如此困難 - (文 - 李立峯) (最後參閱日期：2023年2月2日)。

3 Soroush Vosoughi, Deb Roy and Sinan Aral, "The Spread of true and false news online," *Science* 359, no. 6380 (March 2018): 1146–1151, <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>.

在一起，不能接納異見聲音，這令他們的心靈變得脆弱。⁴ 他認為要扭轉這局面的關鍵，在乎我們是否懂得抱持「反脆弱」（antifragile）的態度，如果為了保護孩子而不讓他們感到不舒服，不讓他們面對衝突、辱罵等，我們只是在阻礙他們變得強壯。他引用了一句至理名言來說明：「那沒有殺死你的，令你變得更強壯。」（What doesn't kill you makes you stronger.）⁵

試試離開同溫層

按人的本性，我們很自然傾向與自己「同聲同氣」的人一起，因為思想接近，傾談時也會感到舒服一些。因此，我們很可能會習慣對他們所說的都讚好……然而，對於持不同意見的人，我們又會如何處理？會選擇靜默、退出群組、不看他們的帖文？或 unfriend 他們，不跟他們做朋友嗎？我們又可會想想主動和他們傾談，回應他們，令大家可以溝通一下，減少大家的分歧，甚至撕裂嗎？

其實，我們可以試試離開舒適的同溫層，去不同的專頁看看，聽聽不同立場的人說甚麼。當然你不一定要參與討論，但也可以看看不同群體的關注點在哪。最初，你極有可能會看得很不舒服，但這是一個很

4 ABC News (Australia), "Jonathan Haidt thinks safe spaces are stifling vigorous intellectual debate," YouTube, last modified July 27, 2019, <https://www.youtube.com/watch?v=8Awmmj57ZDI>; Amanpour and Company, "Jonathan Haidt: How Social Media Drives Polarization," YouTube, last modified December 4, 2019, <https://www.youtube.com/watch?v=G9ofYEfewNE>.

5 Jonathan Haidt, "3 great untruths to stop telling kids—and ourselves," BIG THINK, accessed February 2, 2023, <https://bigthink.com/videos/3-great-untruths-to-stop-telling-kids-and-ourselves>.

好的訓練。根據著名電腦科學家 Paul Graham 的「反駁金字塔」(the hierarchy of disagreement) 及他在〈如何反駁〉一文指出，⁶ 許多人一遇到和自己不同的意見，就會選擇以辱罵對方、批評對方語氣等較低層次的方式回應。但如果我們選擇慢慢去觀察及思考對方的說法，細思自己為何會不同意對方的意見，再比較自己的論點及想法跟對方有甚麼不同，就可以將焦點放回討論本身，就事論事，或許我們會找到彼此的共通點，或發現對方說得不錯的地方。

尊重不同的意見

誠然，我們需要承認有不同的聲音存在，持不同意見者並不是非理性的，他們的想法背後，必有其理由，我們可以試試去了解。而且，我們要主動地去聽這些聲音，以致我們所了解的世界並不是平面的，而是立體及多面的。所以，在社交媒體中，我們要主動去找不同的專頁及不同的朋友，了解他們的想法。**我們更要走出社交媒體，看看不同立場的媒體所報道的角度，甚至走進社會不同的地方，親身去感受和體會社會現正發生的事情。因為在網絡世界以外，我們還可以真實地接觸到許多生命及聲音。**

(本文原載於第 128 期〔2019 年 9 月〕《燭光》，其後曾作修訂。)



6 Paul Graham, "HOW TO DISAGREE," PAUL GRAHAM, last modified March, 2008, <http://www.paulgraham.com/disagree.html>.

社交媒體造就了仇恨言論

郭卓靈

明光社項目主任（傳媒及生命教育）

互聯網發展至今，無可否認在傳播訊息、互動交流方面，它是十分有威力的工具。然而，當發佈者惡意地利用它去發佈虛假的資訊，而接收者又沒有戒心，未對訊息加以查證就相信，並於社交媒體分享時，這會令虛假資訊廣傳，並造成巨大的負面影響。

具破壞力的言論

聯合國大會在 2021 年曾表示對「仇恨言論在世界範圍內呈指數級傳播和擴散」（"the exponential spread and proliferation of hate speech" around the world）的擔憂，議決了要打擊「歧視、仇外行為和仇恨言論」，並宣佈 2022 年 6 月 18 日為首個「打擊仇恨言論國際日」，¹ 而在 2022 年聯合國亦為此召集了一次非正式高級別會議。聯合國秘書長古特雷斯（António Guterres）就曾公開呼籲：「仇恨言論煽動暴力，破壞多樣性和社會凝聚力，威脅國際社會渴望加強團結的共同價值觀和原則。互聯網和社交媒體助長仇恨言論，使其跨越國界傳播。在新冠疫情期間，針對少數群體仇恨言論的傳播進一步

1 "International Day for Countering Hate Speech," United Nations, last modified June 18, 2022, <https://www.un.org/en/observances/countering-hate-speech>.

證明，許多社會極易受到仇恨言論所宣揚的污名化、歧視和陰謀的影響。」²

社交媒體如 facebook、Instagram、YouTube、WhatsApp 等……人們總會自行結集很多不同的群體，網絡就便利了各有不同喜好的網民，各自組成交流意見及觀點的平台，自行創作內容，並且在平台上發佈。因著社交媒體「演算法」的發展，它把社交媒體的用戶喜好計算出來，把他們喜歡看的內容推送給他們，也就慢慢令用戶一味接收單一立場訊息，這亦成為了人們缺乏機會接觸和接納多元意見內容的其中一個重要原因。網民長時間待在社交媒體中，只接收與自己價值觀相近的訊息，形成了「迴聲室效應」（echo chamber effect）。社交媒體的演算法依據用戶的偏好提供個人化新聞，造成更大的迴聲室效應。³ 這令社會的意見走向兩極化，「非友即敵」的氣氛也容易形成。

2 〈古特雷斯呼籲警惕互聯網和社交媒體助長污名化和歧視〉，香港電台、yahoo！體育，2022年6月19日，網站：<https://hk.sports.yahoo.com/news/古特雷斯呼籲警惕互聯網和社交媒體助長污名化和歧視-195923216.html>（最後參閱日期：2023年2月3日）。

3 張昕之：〈張昕之博士：信息混亂時代的溝通之道〉，香港浸會大學，2021年6月3日，網站：<https://research.hkbu.edu.hk/tc/news/zhang-xinzhi-communication-in-the-age-of-information-disorder>（最後參閱日期：2023年2月3日）。

異類容易遭圍攻

這種「同聲同氣」的氛圍，喜歡就喜歡，不喜歡就一起不喜歡，而在「迴聲室」裡會比較容易出現對同一目標群起指責、謾罵或欺凌的情況。網絡上的欺凌者由於可以隱藏自己的真實身份，也可能因為本身與被欺凌者沒有真實地接觸過，他們或會因為誤信錯誤或虛假的資訊，而肆無忌憚地在網絡上羞辱別人。有別於昔日報刊上的猛烈抨擊文章，網上的一篇仇恨言論文章往往可以長久留存，更可被瘋傳，這對當事人的傷害可以是很大和很長久的。

為甚麼會有「仇恨言論」的出現？其一大可能是人們想抬高自己，再針對與「自己」不同的人給予負面的評價。因此，在種族、性別、性傾向、膚色、信仰、出身等不同的背景下，都有可能出現區分「自己人」與「他人」的情況，人們會透過文字、照片或符號來貶低與自己不同的人。而仇恨言論亦容易因個別的事件被推論到該人士所屬的群體，當事件進一步發酵，該族群就會被抹黑，若有人再加鹽加醋，事件就會在網上流傳，形成網絡上的「仇恨言論」。⁴

4 泰森〔M. Theisen〕：《向下扎根！德國教育的公民思辨課 7——過濾氣泡、假新聞與說謊媒體——我們如何避免被操弄？有自覺使用媒體的第一步》（*Nachgefragt: Medienkompetenz in Zeiten von Fake News: Basiswissen zum Mitreden*），王榮輝譯（台北，麥田出版，2019）。

如上文所言，社交媒體中的「迴聲室」和「演算法」就是很好的養份去滋養這種「排外」的心態，人們亦樂於逗留其中，並且進一步令自己更少機會去接觸不同的聲音。那麼，我們可以如何對抗「仇恨言論」？其實「仇恨言論」是一種「斷言」，很多時都不是基於事實，只要我們客觀的從多角度去觀察事情，理性地找出理據（如歷史或數據分析等資料），就能反駁這些「斷言」。

別待在新聞孤島

如何能避免在不知不覺中成為了「斷言者」？我們要避免身處於「新聞孤島」中，即避免只從社交媒體中獲得極端、片段式的媒體內容，因為這些群體所傳的資訊，很可能早已經過篩選，刪除了一些「自己人」不喜歡的新聞來源和報道，就像剔除政治觀點不同的網友一樣，群體只是「一言堂」，說來說去都只是一些和應自己的言論。

就如聯合國所提及：無論是國家、公司、媒體、信仰領袖、教育工作者、文明社會中的行動者（actors of civil society）、仇恨言論的受害者、青少年或者是任何一個人，我們在道德上都有責任去反對、打擊仇恨言論。然而，我們在行動之先，首先要習慣小心辨別和查證資訊，亦要了解資訊的影響力，並擴闊自己的視野，以免我們在社交媒體及網絡上誤傳訊息。若凡事只認為自己才是對的，以自己的立場為先而不願意看其他的資訊，就容易在網絡上誤信流言，並出言傷害了別人也不自知。

新冠疫情引爆仇恨言論

「2019 冠狀病毒病不會理會我們是誰，我們住在哪裡、相信甚麼，或者有甚麼區別……然而大流行卻持續地引發仇恨、仇外、找代罪羔羊與散佈恐慌行為的海嘯。」聯合國秘書長古特雷斯在 2020 年 5 月曾公開表示，新冠疫情引發仇恨行為。他指出反外地人的情緒在網上和街上升溫；新移民和難民被歸咎為病毒源頭，甚至被拒絕而無法接受治療；有可恥的網絡迷因提出長者是無關重要、可有可無的；有記者、醫療人員等因他們的工作而成為眾矢之的。他呼籲國際社會抵制仇恨言論。⁵

（本文原載於第 146 期〔2022 年 9 月〕《燭光》，其後曾作修訂。）



5 António Guterres, "We must act now to strengthen the immunity of our societies against the virus of hate," accessed February 3, 2023, <https://www.un.org/en/coronavirus/we-must-act-now-strengthen-immunity-our-societies-against-virus-hate>; "UN chief says coronavirus is unleashing 'tsunami of hate'," Middle East Online, last modified May 8, 2020, <https://middle-east-online.com/en/un-chief-says-coronavirus-unleashing-tsunami-hate>.



閱讀網絡新聞要小心

歐陽家和
明光社特約撰稿員

「英國牛油貴？」「林鄭也移英？」網絡討論區，不記名秘密留言區常常有未經證實的故事，以前這些留言討論區的內容，不會隨便被放在報章上，但今時今日大家習慣在網上看新聞，不少新聞網站也會將這些「討論區故事」一字不漏的用寫新聞方式放在網站上，供網民轉發、留言。這些用新聞寫作手法寫的文章表面上「似層層」，但其實不知真偽，這類「新聞」是如何扮出來的？我們可以怎樣用幾招簡單的方法拆解？

新聞材料來自討論區

大家讀中學時，也學過寫實用文，老師會教大家怎樣寫「新聞稿」吧，就是將一件事用「新聞稿」的方式寫出來，這類文章不外乎有幾個特點：

1. 倒金字塔式

先將最爆炸的內容寫出來，例如：英國機場疑似出現前特首林鄭的蹤跡；英國牛油價格創歷史新高；中國經歷 60 年來最大熱浪等等。

2. 引述各方消息

新聞不是一篇記敘文，作者甚少以第一身寫作，通常會引述不同的消息，例如：「某某網站有人發帖」，又或者「根據某某留言區的討論」等等，然後開始引述對方言論，甚至加插短片。

3. 加入不同意見

新聞有時為求多角度，會加入不同的人對事件的「回應」，寫完事情的來龍去脈，就會找相關人士「似層層」地就上面引述的事件作出回應，並提出意見，有時可能因為截稿時間太短，部份文章直接找幾個比較出位的留言放在文中，就扮有各方回應。

如此說來，如果討論區有一個精彩的主題，用這些方法撰寫一篇幾百字的短文，要爆點有爆點，要故事有故事，要回應也有回應，這種稿件寫來毫不費力，而且本小利大，一旦內容爆起來，會帶動大量流量，幾乎無本生利。不少傳統媒體也大量生產類似的網站和社交網絡平台專頁，有時傳統新聞和網絡新聞同時在相同的平台出現，一不留神，就會被這些由網絡討論區的討論改篇成的新聞所影響，以為這些也是有確鑿事實的新聞。

查證工作不可少

討論區的內容可以變成新聞嗎？當然可以。不過，我們會問其內容是否真確，所以記者理論上有責任做大量的查證，包括：

1. 故事有找回當事人做訪問嗎？
2. 作者所說的故事是真的嗎？有沒有查證？
3. 如故事涉及第三方，被指責的人有回應嗎？
4. 故事提及的事件，還有其他目擊者，或者具名的消息來源證實嗎？

5. 如果新聞是引述自另一個傳媒，該傳媒原本的報道是怎樣？該傳媒本身具公信力嗎？

如果不時閱讀網絡新聞兼細心的人，應該很容易就能分辨到，某些網媒根本不求甚解，不會做任何查證，有一些網媒是認真做查證的，也有一些網媒，常常寫「本網曾經找有關人士但未果」等等，當中有多少人真心查證，多少是走過場寫幾句說法增加說服力，大家可以自行判斷。

避免跟車太貼

新聞公信力，往往需要時間建立的，閱讀傳媒的能力也如是。面對真假難分的新聞，網絡有句話叫「切勿跟車太貼」，意思是事情往往還有很多可以發展的方向，不要太快跳到結論。記得之前曾經有本地傳媒轉載外國傳媒的報道稱，英國某個牌子的牛油以一公斤近十英鎊（約九十港元）的價錢發售，以證明當地通脹嚴重。事件曝光後，不論是英國人還是香港人，也問同一個問題：真的嗎？但後來大家卻發現，事情的確是真的，但同樣也有三英鎊一公斤、六英鎊一公斤的牛油在同一間超市販賣，而且該牌子的牛油價格，很快就回落了。

可見閱讀傳媒的報道，除了留心事情有沒有核實外，最好還要看該傳媒有沒有跟進報道，如果事情有改變他們還會報道嗎？如果發現他們只是作譁眾取寵的報道，大家看多了，也只是被這些事情的表象吸引，難以對議題有深入的理解。要學習做理性分析，有時學會辨認哪個傳媒的資訊比較可靠、可信和深入，可能是最基本也是最重要的第一步。

新聞來源變得模糊

英國牛油價格上漲的新聞，除了有外國傳媒報道，也有網民在 facebook 發帖文和應，令事件進一步廣傳。社交網絡平台的出現的確便利了網民彼此之間的聯繫，除了分享生活點滴，不少用戶更會在平台中分享新聞或對時事的看法。在美國，2021 年就有調查發現 48% 的受訪美國成年人，他們是經常或有時透過社交媒體接收新聞。¹ 有學者就指出，社交媒體令資訊來源變得模糊，新聞機構可以在自己的網站、社交網絡平台發佈新聞，但有關報道也可能純粹以一則帖子的形式，經轉發送達到社交網絡平台的用戶面前。用戶如果想弄清楚資訊來源，需要一層一層追蹤、翻查訊息的來源；不過在大多數情況下，用戶在分享訊息前，都很少會核查資訊的來源。²

（本文原載於第 146 期〔2022 年 9 月〕《燭光》，其後曾作修訂。）



- 1 Mayson Walker and Katerina Eva Matsa, "News Consumption Across Social Media in 2021," Pew Research Center, last modified September 20, 2021, <https://www.pewresearch.org/journalism/2021/09/20/news-consumption-across-social-media-in-2021/>.
- 2 Edson C. Tandoc Jr., Zheng Wei Lim and Richard Ling, "Defining 'Fake News'," *Digital Journalism* 6, no.2 (August 2017): 139, <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>.

新網絡世界下的倫理想像

歐陽家和
明光社特約撰稿員

回顧一下近五年明光社雙月刊《燭光》的內容，網絡與媒體、新媒體的議題突然增加了，由電競、假新聞、直播，到元宇宙、AR（擴增實境）、虛擬偶像，我們好像在網上經歷了很多不同的事情，加上近年社會政治環境變化，我們多了很多新的日常，不但工作、課程、活動在網上舉行，甚至對社會的意見也是在網上發聲。媒體亦十分重視網上的討論和故事，很容易就將不同的內容推上報章，如轉載網上討論區的內容，商家由以往拍 15 秒的廣告，改為花時間拍網上短片、甚至長片，介紹概念而非產品。如此種種的改變，我們該怎樣去分析和想像未來的發展呢？

美國皮尤研究中心（Pew Research Center）自 2021 年開始做一個「非科學調查」，找了一批人去想像數碼科技如何改善人的生活，受訪者分享到他們所想像的 2035 年會是一個怎樣的美好數碼新世界。¹ 數以百計、來自不同行業的受訪者，在調查中回答指定的問題，在合共過百頁的「回應」中，他們表達出對未來世界的想像，有趣的是，他們提出幾個科技發展的方向和願景時，同一種科技，既可帶來便利，也會帶來隱憂。我們先看看他們提出的幾個方向，再討論一下有關的問題，科技能否解決。

1 Janna Anderson and Lee Rainie, "Visions of the Internet in 2035," Pew Research Center, last modified February 7, 2022, <https://www.pewresearch.org/internet/2022/02/07/visions-of-the-internet-in-2035/>.

1. 建立更好的網絡空間

大部份受訪者認為透過新的工具，可以令大家在更安全的環境下坦誠地表達自己的意見和想法，人工智能可以更有效地將有問題甚至有害的留言刪除。不過我們一聽也知道魔鬼在細節，**誰管理留言區的內容，也容易被形容為操控，我們怎樣可以令人在安全的環境下坦誠地表達自己的意見，其實甚難**，部份留言如果內容非常尖銳，影響到現實政府的權力運作，該如何處理？我們看到疫情期間，有社交網站主動禁止發佈一些關於疫情的陰謀論，又或者有部份政府會就禁止仇恨言論立法等等，可見不同地方有自己的規矩，我們要討論的除了是介面是否容許有言論自由的空間，還要討論這個社會對言論自由應否有一條全面又有共識的底線。

2. 建立有效率的社群

近年不少人發現社交網絡平台可以結連很多志同道合的人在一起，可收集、整合資料，甚至互相交換意見，成為有益的群體；不過我們也發現使用同樣的工具，可以集合一些破壞社會的組織和群體。不少受訪的科技專家建議應該使用人工智能去幫助一些能產生正能量的社群，同時提前發現有問題的社群並將之消滅，令社會可以成為更美好的世界。現時社交網站也會刪除某些特定主題的分享，例如分享自殺方法，減少網民因為互相學習自殺方法而帶來悲劇。不過，我們也同樣要問，如果進一步實施類似的措施，社會如何決定甚麼是好的群體，甚麼是壞的群體？

3. 為每一個人充權

不少受訪者認為未來的世界，每個人應該可以在網上有足夠的主權做自己想做的事情，例如投資，有自己的網上身份、私隱，亦可以透過人工智能，用自己的語言與不同國家的人溝通，甚至可以參與不同的政治決策活動，表達意見。

近年互聯網不同的新發展，例如加密貨幣，區塊鏈等技術，令人產生很多新想法，當中除了可以解決一些舊有技術的問題外，同時亦帶來一些新的可能性，例如人可以有實名和匿名等不同的身份，網上的資料可以安全地存放在不同地方，新科技可以令數據得到更好的保護。²

我們或許會問這些科技會否持續發展，而同時我們亦會問：不懂得新技術的人會否被淘汰？

4. 新的工作和生活模式

承接上一點的討論，很多人認為疫情無疑為社會帶出了有關工作和生活的新想像，例如人是否一定要在一個指定的地點工作？工作時間又是否必定是在指定時間？網絡可以怎樣為人的生活提供協助？網課、網上會議，甚至網上崇拜能否取代面對面的活動？當中如何混合（例

2 Ryan：〈【硬塞科技字典】什麼是區塊鏈（Blockchain）？〉，INSIDE，2016年7月6日，網站：<https://www.inside.com.tw/article/6699-what-is-blockchain>（最後參閱日期：2023年2月6日）。

如同時有面授課堂和網課）才能產生最大的效益？這一切已經成為很多人對未來的新想像。另外，會否有些新的工作模式因此而出現，改變舊有的模式？當然這又同樣涉及很多人在工作上轉型，當在網上有很多事情都變得可能，很多工作，例如銷售，原來可以透過人工智能來完成，那麼人類還可以做甚麼呢？

5. 處理更複雜的問題

有了不同的虛擬視點、人工智能等技術，很多以前只能用人腦做的「沙盤推演」活動，³ 可以紛紛改為用人工智能模擬出來。我們未來更可以透過科技做出更多改善人類生活的事情，例如有效使用能源，當所有家具都與互聯網接駁，便能在最省電的情況下，使用空調、電燈等電器。人類甚至可以透過人工智能，更有效地研發和生產疫苗。當然不少人也會擔心到時會不會出現一種情況：到底是我們控制機器，還是由機器控制人類生活，但無論如何我們可以想像到，在新的網絡世界下，我們有更多的可能性，但人與機器如何調和，這將會成為未來世界要討論的一個問題。

3 沙盤推演，原指軍事行動前在沙盤上模擬作戰策略，以分析戰略利弊，後來多用於對事情的發展、結果進行的模擬評估，以掌握事情的演變及達成預期目標。參〈沙盤推演〉，教育部重編國語辭典修訂本，網站：<https://dict.revised.moe.edu.tw/dictView.jsp?ID=128994&la=0&powerMode=0>（最後參閱日期：2023 年 2 月 6 日）。

總結

回到今日，我們不難發現社會的討論仍然停留在網絡騙案、交友色情陷阱、網絡安全等問題，但我們是否知道今日的孩子其實已經活在一個與以往截然不同的世界中？不過我們不難發現，雖然社會口口聲聲說重視科技發展，但對於科技的基建，以及社會各界對數碼知識與素養（Digital Literacy）的認知仍然不高，導致很多人進入科技世界，卻不知道科技世界的危險，從而衍生出不同的問題，也不懂怎樣處理這些問題。

明光社在 2020 年底至 2021 年推出「有品上網」青少年品格培育計劃，倡議良好網絡公民的八大數碼生活技能及良好品格和態度，我們製作了教育單張，⁴ 還有多條品格教育動畫短片，⁵ 有關資源以小學生及家長作為對象，當中提供了使用互聯網的幾個重要原則。「有品上網」青少年品格培育計劃是由華人永遠墳場管理委員會（華永會）- 2020 年度慈善捐款「生命教育」計劃贊助。**有些互聯網的使用原則，例如在網絡上要有同理心，學習建立良好的數碼公民身份，有批判思**

4 〈有品上網我至叻 做個負責任的網上使用者〉，明光社網站，2021 年 10 月，網站：http://www.truth-light.org.hk/myimage/files/misc_activity/20210126_project_wisewebusers/n11842_webwiseusers_leaflet.pdf（最後參閱日期：2023 年 2 月 6 日）。

5 〈品格教育動畫〉，明光社網站，2021 年，網站：<http://www.truth-light.org.hk/project/2021/wisewebusers/section/video>（最後參閱日期：2023 年 2 月 6 日）。



維分辨不同資訊等等，其實今日對所有網民也同樣重要。面對互聯網和新媒體，我們認為社會大眾必須先多些學習和理解，之後才可以更有效提出好的政策，或者相關的倫理討論。若沿用以往的思維去想像未來的問題，只能解決表面的問題，未必能處理當中更多複雜的情況。



教育單張



品格教育動畫

（本文原載於第 147 期〔2022 年 11 月〕《燭光》，其後曾作修訂。）



三、 短片推介

品格教育動畫

品格教育動畫

明光社在 2020 年底至 2021 年推出「有品上網」青少年品格培育計劃，倡議良好網絡公民的八大數碼生活技能及良好品格和態度，我們製作了多條品格教育動畫短片，幫助小學生及家長認識一些重要原則。

良好網絡公民的八大數碼生活技能及良好品格和態度：

1. 螢幕時間管理

管理好個人上網時間、有節制地參與網絡遊戲和社交媒體。



2. 數碼足跡

負責任地管理數碼足跡，不會隨意將個人照片或影片上載到網站。



3. 私穩管理技能

為保障自己和他人的隱私，能謹慎處理所有在線共享的資訊。



4. 網絡安全管理

小心設定密碼並定期更換，學習應對各種網絡攻擊。



5. 網絡同理心

在網絡上能顧及別人的感受，不做「花生族」，並有效、低調地幫助受害人。



6. 應對網絡欺凌

有智慧地處理網上欺凌事件，同時在網上謹言慎行，不會作出欺凌行為。



7. 數碼公民身份

建立具備誠信的身份，在網內和網外言行一致。



8. 批判思維

能區分真假資訊、辨別網上的內容是有益還是有害。



（「有品上網」青少年品格培育計劃由華永會 - 2020 年度慈善捐款「生命教育」計劃贊助。）

請支持明光社

明光社是一個關注傳媒、性文化及社會倫理的非牟利團體，本著基督教信仰，藉研究、監察、教育及出版等工作去關心社會、服務人群。過去二十多年，感恩神藉著不同人士的捐獻，支持本社的事工發展。為回應多元性文化的衝擊，捍衛家庭價值，因應網絡及流行文化對家庭帶來的挑戰，我們希望能在青少年的事工上做得更多，並服侍更多的學校和家庭。如果您希望為社會帶來健康、正向的訊息，幫助年輕一代建立正面的情性價值觀，請支持本社的事工。

捐款方法：

1. 郵寄支票：抬頭「明光社」或「The Society for Truth and Light」

2. 轉數快 FPS ID：9436635

收款人「THE SOCIETY FOR TRUTH AND LIGHT」

3. PayMe

請掃描 QR Code



PayMe

4. 銀行入賬

恒生銀行戶口：283-2-338830

滙豐銀行戶口：178-8-057477

5. 其他捐款方法：信用卡、繳費靈、

e-Banking 或每月自動轉賬

詳參：<https://www.truth-light.org.hk/support/entry>



捐款方法

請將支票、入數紙或成功過數頁面截圖，連同捐款人姓名、電話、電郵、地址，透過電郵（info@truth-light.org.hk）、郵寄（香港九龍荔枝角長裕街8號億京廣場11樓1105室）或WhatsApp（6484 4429）寄回本社，每次捐款 \$100 或以上可獲發免稅收據。



燭光專題 5 網絡激流攻略

作者：郭卓靈、歐陽家和

編輯：蔡志森、何慕怡、陳希芝

設計：王盧碧君

出版：**明光社**



香港九龍荔枝角長裕街8號億京廣場11樓1105室

電話：(852) 2768 4204

電郵：info@truth-light.org.hk

傳真：(852) 2743 9780

網址：www.truth-light.org.hk

facebook.com/Soc.of.TruthLight

instagram.com/truth.light.hk

youtube.com/@truthlight1997

承印：新世紀印刷實業有限公司

© 明光社

2023年2月

印刷數量：3,000 本

國際書號：978-988-79185-7-8

版權所有 All rights reserved

