

網絡商機大 紅人促消費

隨着電子科技及網絡的發達，近年愈來愈多人在社交媒體上建立個人頻道發表作品，自媒體的出現，改變了人們接收資訊和娛樂的方式。憑藉才藝和個人魅力，坐擁大量支持者的網絡紅人相繼出現，商家看準網紅協助市場推廣的潛力，令部分網紅得以利用高名氣換取經濟收益，大有形成產業之勢。另外，頂尖網紅的豐厚回報吸引愈來愈多年輕一代有意投身，惟不可忽視市場競爭激烈、網紅收入兩極化等現實狀況。

■林曦彤 特約資深通識科作者



■「網紅」擁有龐大的人際網絡，其所用過的產品容易吸引年輕網民追捧。

資料圖片

個人成長與人際關係 + 今日香港 + 全球化

1. 細閱以下資料：

資料A: 全球的網紅現象

「網紅」即是「網絡紅人」，泛指網絡上具有高人氣的人物，通常在社交媒體以文字或影片與網民互動，並獲得大量網民關注。踏入21世紀，YouTube及facebook等社交平台已成為年輕人日常生活的一部分，而網絡上受歡迎的YouTuber和在各潮流領域被公認的專家也成為了新一代的「網絡紅人」。他們不管是在網站發表影片，或是在影音串流平台直播玩遊戲，都會引起其追隨者熱烈討論。

由於「網紅」擁有龐大的人際網絡，其所用過的產品容易吸引年輕網民追捧，因此部分「網紅」可稱得上是「關鍵意見領袖」(即是Key Opinion Leader)。一些「網紅」會利用網民的購買力，將他們引流至自己開設或參與營運的網店，從而創造收入，因此衍生出「網紅經濟」。與此同時，部分品牌也會贊助「網紅」，當其在社交平台上上傳該品牌的產品相片，會得到一些收益。

2018年Google的一項調查指出，七成的消費者不排斥通過YouTube的影片了解產品，顯示不少網民會到社交媒體尋求生活中的建議或靈感，遍及生活品味、消費選擇等範疇。因此，部分商家樂於付出高額報酬與知名網紅合作，藉其知名度宣傳自家的產品或服務，以達到市場推廣和促銷的效果。

資料來源：綜合本港報刊

資料B: 香港不同持份者對「網紅現象」的看法

1. 遊戲網絡紅人

年輕人除了追捧網絡紅人，同時也希望成為網紅。隨着機迷人數日增，也和他們互信關係愈深，我意識到可以透過自身作為網紅對年輕人的影響力，激勵他們找到夢想，例如介紹他們認識YouTuber行業的真實情況，包括如何創業和持續經營，而不只是看到網紅的成功一面。

2. 精神科醫生

使用社交媒體的中小學生之中，有36%希望成為網紅，當中兩成至三成更不介意為此分享私事或上載性感照。青少年對成為網紅趨之若鶩，反映他們渴望藉此獲取他人關注及自信心。其實，只要他們在現實世界尋得自我肯定和關懷，就能減低他們在網絡成名方面的意慾。

3. 傳媒人

青少年想做網紅不一定是為了賺錢，而是到了這年紀開始會思考自己是誰，所以花較多時間和精力經營網上形象，用這種創意方式塑造獨特身份，以求更多人認識自己。「零零後」成長於網絡年代，使用社交媒體是普遍現象，不可能禁止，而是要讓他們學懂如何善用。

4. 大學學者

社教化是青少年成長的重要環節，學習或模仿別人是正常的，但很多網絡紅人的塑造來自商業操作，充斥標奇立異、感官刺激和過度炒作的成分，令青少年追逐虛無和淺薄。媒體公司應要有職業操守和良心，文化界和教育界也要有批評機制，引導青少年對網絡文化作思考和評論。

資料來源：綜合本港報刊

個人成長與人際關係 + 今日香港

3. 細閱以下資料：

資料A: 香港「隱蔽青年」的情況

「隱蔽青年」源於日本，最先由日本心理學家齊藤環提出，源自日本之前泡沫經濟爆破，令大量青少年畢業後無法找到工作，長期躲在家中，不與人接觸。有關香港隱蔽青年的情況，根據社會服務機構的調查顯示，現時逾八成隱青為男性，他們平均的隱蔽期為兩年，最長個案可達六年。

隱蔽青年當中，有九成八人表示自己與同學和教師的關係疏離，他們自認被朋輩排斥，又認為學校生活着重成績多於德育發展等。其中有六成人認為「沒有或不知道自己有什麼優點」，可

見他們十分缺乏自信。

學歷方面，近六成的隱蔽青年處於中三以下的低學歷水平，約八成人更稱從未受過任何技能訓練。隱蔽青年在家的時間如何度過？近八成人表示已習慣每天上網，其餘時間會看電視或自困一角；也有四成隱青為了逃避與家人相處，寧願將生活日夜顛倒，待晚上家人睡覺後才出來吃東西、玩電腦，有兩成人甚至會每天睡覺超過12小時。人際關係方面，四成隱青一直沒有和朋友見面，三成人則會跟一兩位朋友見面。

資料來源：綜合本港報刊

資料B: 不同持份者對香港「隱蔽青年」問題的看法

1. 隱蔽青年

當時我吃完就睡，睡醒就吃，生活很悠閒。隱蔽期間很容易暴躁，經常與家人發生衝突，動輒便與兄弟姐妹吵架，破壞東西，關係愈變愈差，後來姐姐找來社工上門和我談話，鼓勵我重投社會，現時對工作重拾信心，望能儲蓄進修資訊科技知識。



■不少隱青長期躲在家申玩電腦。

資料圖片

2. 社工

隱蔽青年近年不斷增加，與港人揭瘡疤文化，只着眼於別人的弱點、少讚賞有關，令部分青年在成長過程中無法得到滿足感，因為缺乏自信而不敢回到現實生活裡。

3. 志願團體總幹事

曾跟隨社工接觸一名隱蔽青年，他因為跟不上英文中學進度，覺得自己很愚蠢，加上又被同學取笑肥胖，便隱居房間三個月。社會日趨功利化，競爭愈來愈激烈，只是狹窄地以學業成績、賺錢能力作為衡量個人是否成功的標準，令許多本身已自信不足、不擅溝通的青少年失意於學業、職場後，經不起挫折，又不敢或不願向外求助，連正常的社會聯繫、交流也喪失掉，成為「失

學、失業」又「失去社會聯繫」的「三失青年」。

4. 大學學者

不少青年遇到無法應付的社會壓力，例如在學業、社交和就業等方面受到挫折，通常都會出現退縮，避到「家庭」這個最安全的地方。可是，當父母只懂提出過高期望，反覆責備他們，沒有設身處地去體諒他們的困苦，最終只會迫使子女成為隱青。

5. 報章社評

今天的本港隱青，可以把找工作的需要不斷推遲，做父母和社會的寄生蟲。如果不及早脫離隱蔽世界，人到中年，失去家庭經濟支持，自己形象繼續低落，更難找到工作，弄不好要倚賴綜援過日子，對社會和對自己都不是好發展。

資料來源：綜合本港報刊

- (a) 參考資料，你認為香港隱蔽青年問題對社會會造成哪些潛在危害？試舉出三個，並加以解釋。
- (b) 有人批評「香港現今的教育制度着重以成績論成敗，製造大量『失敗者』，是造成隱蔽青年問題出現的最主要原因。」你是否同意這個說法？參考資料，試加以解釋。

個人成長與人際關係 + 今日香港 + 全球化

2. 細閱以下資料：

資料A: 青少年對社交媒體看法的調查結果

- 15歲至18歲的組別最常透過社交媒體（34%）追蹤新聞，比透過電視（31%）、互聯網（24%）和印刷媒體（9%）為高。
- 12歲至14歲的組別稱社交媒體為第二最常使用的新聞平台，僅次於電視1%。
- 此趨勢與2016至2017年期間其他西方和亞洲的調查發現一致。
- 12歲至18歲的青少年會定期追蹤新聞，只有3%的人表示沒有追蹤新聞的習慣。
- 每5名參與青少年中，有1名表示會每天在社交媒體上分享或討論新聞。
- 15歲至18歲的組別最常使用facebook（52%）作為新聞平台，而12歲至14歲組別則最常使用YouTube（32%）。
- 較年輕的新聞用戶更常在社交媒體上討論新聞（12歲至14歲的組別中有70%表示常在社交媒體上討論新聞，而15歲至18歲的組別中則有50%），而受訪者最常以facebook和WhatsApp討論新聞。

資料來源：綜合本港報刊

資料B: 大學新聞系建議香港中學教育引入新聞識讀教育的一些重點

- 直接教導年輕新聞用戶新聞製作的知識和向他們講解新聞媒體在社會上的作用。
- 年輕的新聞用戶需要認識社交媒體自動篩選新聞訊息可能帶來的潛在問題。
- 年輕的新聞用戶需要學習正確的新聞識讀策略，以辨識社交媒體所發佈的新聞，評估新聞的質量及可信性，從而避免誤信錯誤、虛假，以及有政治宣傳成分的新聞訊息。
- 年輕的新聞用戶需要了解獨立的社交媒體用戶也同時是新聞來源。我們必須培養他們對新聞的責任感，以確保他們只分享和傳播可靠的新聞訊息。
- 協助在職教師具備新聞識讀的知識和相關的教學方法，以及為他們提供相關的資源，幫助他們將新聞識讀教育融入日常課堂中。

資料來源：綜合本港報刊



■青少年常透過社交媒體追蹤新聞。

資料圖片

- (a) 「急速的網絡發展有助加強香港青年人對社會的凝聚力。」你在何等程度上同意這個說法？參考資料，解釋你的答案。
- (b) 「香港中學教育引入新聞識讀教育有助培育學生擁有識讀新聞的正確態度。」你是否同意這個說法？參考資料，試加以評論。

總結

社交媒體facebook的亞太區副總裁Dan Neary早前透露，本港有超過440萬用戶，滲透率達63%。數據顯示香港用戶每日平均使用facebook約30分鐘，約86%使用移動設備例如智能手機、平板電腦等登入，比例冠絕亞洲。使用社交媒體已成為我們的生活習慣，網絡似乎是21世紀影響最深遠的產物。資訊科技逐漸改變我們的溝通和生活方式，以至人際關係甚至社會事件的走向。究竟我們應該如何運用網絡、把握社交媒體帶來的機遇並克服當中的挑戰？