

# 從名店禁止市民拍照事件 看新興媒體的影響力

名店職員涉嫌只准遊客於公眾地方拍攝其櫥窗，但禁止香港市民這樣做。事件經過傳媒報道、網絡瘋傳，有人於網上發起集體拍照行動，迫使該店道歉，事件引來約2,000人於該店結集抗議。從報章及網上轉載的示威影片中可見，抗議人群中不乏年青面孔。過往有指青少年的社會參與比率偏低<sup>1</sup>，但隨着網絡資訊普及，部分青少年開始以行動回應社會事件。青少年參與社會行動的情況改變，新興媒體扮演了什麼角色？現試藉名店禁止市民拍照事件（下稱「名店事件」），輔以過往的研究數據，看新興媒體對青少年的影響力。

## 逾半經社交網站接觸時事

新興媒體已是青少年接觸新聞的主要途徑之一。它泛指所有以網絡作平台的媒體，包括Facebook、Youtube、網上討論區（如：高登）

等。本機構於2007年研究「青少年媒體使用情況」，並在2010年初追蹤研究，發現青少年經由網站接觸新聞的比率上升4成（由07年25.9%上升至10年66.1%）。超過一半青少年透過新興媒體接觸時事。

新興媒體大多具備分享信息功能，用法簡便，有利網民收發資訊和轉貼給不同用戶，增加各人接收資訊的機會。青少年透過社交網絡的轉貼，接觸到經選取，甚至編輯剪裁的影像與新聞資訊。Facebook的方便和普及讓人們更容易在網上組成群體，不少網民經常設立群組（Group）或專頁，邀請志同道合的人加入，討論分享，甚至舉辦活動。智能手機的普及，配以無用量限制的上網計劃，促使青少年隨時隨地與朋友聯繫。相比起大部分成年人，青少年更易受新興媒體影響。

## 在新興媒體開關表達渠道

2010年底，本機構進行了「香港青少年接觸新聞資訊與對社會議題取態研究」。結果顯示近八成（78.1%）受訪青少年會從新興媒體接收新聞資訊，這比率僅比免費電視（86.3%）低。至於閱讀新聞資訊種類上，青少年最常留意的是「本地民生」（55.6%），其次是「國際事件」（54.2%）；這反映青少年透過新興媒體了解社會議題的情況普遍，而Facebook等更是他們了解社會議題的主要途徑。

「名店事件」經傳統媒體的報道而曝光，再藉新興媒體的傳播及討論而變得街知巷聞。兩類媒體相輔相成，促成萬人拍照事件。大部

分青少年同時使用傳統及新興媒體接收新聞資訊，更容易緊貼事態發展。因網絡使用的普及，青少年現在能更容易回應及參與社會事件。筆者的青少年朋友就在Facebook分享「名店事件」的相關資料，甚至在組群留言評論。有理由相信，當天參與名店外拍照的青少年，不少是透過接觸這些資訊，繼而參與拍照行動。

新興媒體提高青少年接觸新聞的機會、提供空間讓青少年表達自己的想法，甚至提供渠道讓他們參與社會行動。預計未來將會有更多人藉這類媒體，鼓動青少年參與社會行動。新興媒體未來甚至可能成為培育他們公民意識的平台。

註：<sup>1</sup>本機構於2008年的「教育場景與公民參與」研究中亦發現，以4分為滿分，曾「關注」或「討論社會事務」的平均分為2.34分；曾就某些社會事務向政府或公眾反映意見或採取行動的，更只有1.30分。