網路成癮分析與輔導：
以網路關係成癮為例

黃葳威　博士

國立政治大學廣播電視系教授
中華白絲帶關懷協會
WIN 網路單 e 窗口執行長

壹、青少年與網路安全

善用數位網路工具，認識上網可能遇到的風險，享受豐富安全的數位學習之旅。

上網安全，不只要能在校園落實，在校外或家庭亦然。包括
＊ 建立上網安全守則
＊ 如何連結校際網路使用守則的建議
＊ 適用於每個網路使用環境的上網安全方式

◆ **青少兒喜歡上網的原因：**

1. 跳脫真實生活、轉移現實情境；
2. 在網路上搜尋資料：功課、音樂、嗜好…等；
3. 與外界溝通、聯絡交友；
4. 玩線上遊戲；
5. 線上購物。

◆ **如何才能保護青少兒上網安全？**

如果是先能讓青少兒知道，我們可以引導他們，給他們適當有關自身安全的建議，將使青少兒有所信賴和依循。如同在真實世界中，我們也必須對網路保持警覺，以保護自身與個人電腦安全。

貳、遠離網路風險：。

青少兒可能碰上的網路不宜內容有：色情、仇恨或暴力內容、提倡危險或違法行為。青少兒可能也會因為和陌生網友碰面，發生意外。

一、釣魚網路消費風險

網路上的消費主義發生範圍包括電子郵件、網站、線上購物甚至賭博。
有些網站則以詐騙方式竊取使用者資訊,可能造成青少兒在不知情狀況下提供自己或家長的信用卡資料等。

二、騷擾和霸凌

這類事件可能在電子郵件、聊天室等地出現，有時也會經由手機，傳遞挑逗、嘲弄的訊息等等。

三、隱私權

部分網站要求使用者提供身份資料，這可能造成隱私權侵犯；有時青少兒會主動暴露資料，例如在架設的網站中放照片等等。這些資訊可能會被不當使用。

四、假資訊

有些網站會有意無意提供錯誤的資訊，甚至刻意歪曲事實，也可能藉由這些資訊促銷商品或煽動青少兒；網路識讀就是要教導青少兒如何辨別。

五、網路慰語

網路上的留言往往比真實生活看來體諒、感人；當心情煩悶時，閱讀網路上安慰的語言，有時可以排憂解悶。但請注意：這只是網路「慰語」的效果，不盡然代表發言者在真實世界也善解人意。

六、垃圾郵件

老師應教導青少兒辨別垃圾信，不要打開它而要直接刪除，因為裡面可能有色情內容或病毒。

七、病毒

電子郵件中常可能含有病毒，可能是不明附夾檔檔或連結。

八、聯絡溝通

透過電子郵件、即時通、聊天室、視訊會議、個人行動秘書（personal digital assistant, PDAs）等管道，可以與他人溝通，其中衍生的病毒散發效應、網路騷擾或霸凌等安全議題，也值得留意。

九、網路資訊編輯（Web authoring）

青少兒不只應注意保護身份個人資料，也要注意避免對他人造成毀謗。在公開個人資訊時應注意：

1. 公開資訊的理由？
2. 青少兒的個人背景資料，例如年齡或家庭狀況
3. 有限度地公開資料，例如不公開全名、放團體照而非個人照等等

十、陌生網友身份辨識

在網路聊天室中，匿名功能讓青少兒可能討論平時不敢討論的話題，或偽裝成另一個身份。匿名也可能導致青少兒參與有危險性的活動、或是有心人士可能會藉匿名功能偽裝自己，取得青少兒生的信任，以便可以和青少兒在線下接觸。

十一、個資外洩

青少兒可能藉即時通訊和陌生人談話，或因此暴露個人資訊。

參、個人資訊及隱私保護

青少兒：

1. 和青少兒討論公開個人資訊的優缺點。
2. 以符合青少兒程度的方式解釋學校對網路的政策。
3. 鼓勵青少兒建立遵守學校策略的網頁。
4. 提供範例，展示何謂安全的青少兒網頁

溝通合作

青少兒應該了解學校對使用電子郵件等網路通訊有何要求，並知道如何面對電子郵件的騷擾或威脅。

1. 讓青少兒了解學校政策，解釋為何不可以用電子郵件侵擾他人。
2. 教導青少兒使用電子郵件的網路禮儀。
3. 若面對不宜電子郵件內容，可求助於師長。
4. 要求青少兒提供不良信件的電子郵件地址和入口網站資訊，並要求青少兒不要打開這類信件。

青少兒應該了解網路聊天的禮儀和規範

1. 提醒青少兒不要輕易和網友見面。
2. 提倡適當的聊天禮儀。
3. 強調不要輕易提供個人資訊。
4. 若要和網友見面，必須有成人陪同於公開場所會面。

建立家庭與校園的互通管道

青少兒在家中使用網路時，未必像在學校一樣受到控制。學校可以對家長進行網路安全教育，了解相關科技、指導守則和策略。

網路陌生人：用來表示和網路上陌生人會面可能帶來的危險。有些成人可能在聊天室裡偽裝成孩童；重要的是讓上網者了解，他們在網路上交流的對象，其網路身份未必是真正的身份。

參、「2010 台灣青少兒網路社群參與」報告

「2010 台灣青少兒網路社群參與」報告以台灣各縣市的國小三、四、五、六、國一青少兒學生為研究母體，採分層抽樣法分別抽取 46 所國民小學及 41 所國中，採取親身施測方式，共發出 7000 份問卷；回收有效問卷 6457 份。經樣本檢定，研究樣本在「性別」和「年級」部分呈現，與母體分布無顯著差異(p>0.05)，本研究結果適合推論至全台國小中、高年級及國一青少兒學生。

一、青少兒網路社群參與

近兩成小三至國一學生有參加網路家族或社群，五成以上學生沒有參加，回答不知道者有 1822 人（29.4%）。

青少兒學生最常自己上網，有 2362 人（39.9%），其次為和兄弟姐妹一起上網有 1932 人（32.6%），再者為和同學或朋友一起上網有 1012 人（17.1%），和父母一起上網者有 353 人（6.0%），和其他人一起上網有 251 人（4.2%），與祖父母一起上網的比例最低有 11 人（0.2%）。

表1：出席網聚及和上網伙伴

	個數	百分比		個數	百分比
經常出席	112	2.3	同學或朋友	1012	17.1
偶爾出席	338	7.0	兄弟姐妹	1932	32.6
不常出席	166	3.4	父母	353	6.0
從不出席	3420	70.6	自己	2362	39.9
不知道	805	16.6	祖父母	11	.2
總和	4842	100.0	其他	251	4.2
			總和	5921	100.0

三成以上的青少兒學生有手機，沒有手機者佔 66.1%。

小三至國一的青少兒學生六成五以上有配戴眼鏡或隱形眼鏡，沒有配戴眼鏡者為 32.2%。

表2：是否有手機或配戴眼鏡

是否有手機	個數	百分比	是否配戴眼鏡	個數	百分比
有	2037	32.3	有	2082	32.9
沒有	4270	67.7	沒有	4242	67.1
總和	6307	100.0	總和	6324	100.0

受訪學生的網路社群參與，其中參加娛樂流行家族有 594 人（9.5%），參加電腦通訊有 496 人（7.9%），參加運動休閒有 406 人(6.5%)。

表 3：網路家族參與類型

	個數	百分比
親友學校	277	4.4
聯誼交友	313	5.0
娛樂流行	594	9.5
星座命理	232	3.7
運動休閒	406	6.5
醫療保健	62	1.0
電腦通訊	496	7.9
藝文藝術	172	2.7
商業金融	43	0.7
沒參加家族	3026	48.3
不知道	584	9.3
其他	57	0.9
總和	6263	100.0

出席網聚的情形，一成五以上的青少兒學生會出席網聚，和陌生往友見面。七承受訪學生表示從不出席，不知道者有 805 人（16.6%）。

青少兒學生最常自己上網，有 2362 人（39.9%），其次為和兄弟姐妹一起上網有 1932 人（32.6%），再者為和同學或朋友一起上網有 1012 人（17.1%），和父母一起上網者有 353 人（6.0%），和其他人一起上網有 251 人（4.2%），與祖父母一起上網的比例最低有 11 人（0.2%）。

表4：出席網聚情形及和誰一起上網

	個數	百分比		個數	百分比
經常出席	112	2.3	同學或朋友	1012	17.1
偶爾出席	338	7.0	兄弟姐妹	1932	32.6
不常出席	166	3.4	父母	353	6.0
從不出席	3420	70.6	自己	2362	39.9
不知道	805	16.6	祖父母	11	.2
總和	4842	100.0	其他	251	4.2
			總和	5921	100.0

二、網路社群參與分析

基本資料與網路社群

年級與參加網路社群有關聯，年級愈高有參加網路社群的比例愈高，年級愈低參加的比例愈低；年級低回答不知道的比例也較高。

表5：年級與參加網路社群卡方檢定

		有	沒有	不知道	總和
三年級	個數	130	421	615	1166
	百分比	11.1%	36.1%	52.7%	100.0%
四年級	個數	128	526	442	1096
	百分比	11.7%	48.0%	40.3%	100.0%
五年級	個數	165	738	329	1232
	百分比	13.4%	59.9%	26.7%	100.0%
六年級	個數	324	772	238	1334
	百分比	24.3%	57.9%	17.8%	100.0%
國一	個數	343	827	198	1368
	百分比	25.1%	60.5%	14.5%	100.0%
總和	個數	1090	3284	1822	6196
	百分比	17.6%	53.0%	29.4%	100.0%

X^2=666.429, df=8, p<.001

家庭型態與參與網路社群有關聯，其中單親家庭學生參與網路社群的比例較高，回答不知道則以其他家庭型態居多。

表6：家庭型態與參加網路社群卡方檢定

		有	沒有	不知道	總和
大家庭	個數	271	737	385	1393
	百分比	19.5%	52.9%	27.6%	100.0%
折衷家庭	個數	554	1744	988	3286
	百分比	16.9%	53.1%	30.1%	100.0%
單親家庭	個數	125	324	137	586
	百分比	21.3%	55.3%	23.4%	100.0%
隔代教養	個數	32	105	51	188
	百分比	17.0%	55.9%	27.1%	100.0%
寄養或寄宿家庭	個數	4	10	7	21
	百分比	19.0%	47.6%	33.3%	100.0%
其他	個數	55	203	150	408
	百分比	13.5%	49.8%	36.8%	100.0%
總和	個數	1041	3123	1718	5882
	百分比	17.7%	53.1%	29.2%	100.0%

X^2=31.262, df=10, p<.01

信仰一貫道學生參與網路社群比例較高，信仰道教和沒有信仰的學生，沒有參加網路社群的比例較高；信仰回教和沒有信仰的學生，回答不知道比例較高。

表7：宗教信仰與參加網路社群卡方檢定

		有	沒有	不知道	總和
基督教	個數	93	245	144	482
	百分比	19.3%	50.8%	29.9%	100.0%
天主教	個數	35	75	62	172
	百分比	20.3%	43.6%	36.0%	100.0%
佛教	個數	278	753	430	1461
	百分比	19.0%	51.5%	29.4%	100.0%
沒有信仰	個數	357	1156	497	2010
	百分比	17.8%	57.5%	24.7%	100.0%
回教	個數	1	9	12	22
	百分比	4.5%	40.9%	54.5%	100.0%
道教	個數	215	642	285	1142
	百分比	18.8%	56.2%	25.0%	100.0%
一貫道	個數	20	38	15	73
	百分比	27.4%	52.1%	20.5%	100.0%
其他	個數	50	223	280	553
	百分比	9.0%	40.3%	50.6%	100.0%
總和	個數	1049	3141	1725	5915
	百分比	17.7%	53.1%	29.2%	100.0%

X^2=181.715, df=14, p<.001

父親學歷為大學大專和博士的學生，有參加網路社群的比例較高；父親學歷為國中以下和高中職者，沒有參加網路社群的比例較高；回答不知道者以不知道父親學歷者居多。

表8：父親學歷與參加網路社群卡方檢定

		有	沒有	不知道	總和
國中以下	個數	88	261	99	448
	百分比	19.6%	58.3%	22.1%	100.0%
高中職	個數	220	680	242	1142
	百分比	19.3%	59.5%	21.2%	100.0%
大學大專	個數	200	493	237	930
	百分比	21.5%	53.0%	25.5%	100.0%
碩士	個數	34	120	69	223
	百分比	15.2%	53.8%	30.9%	100.0%
博士	個數	33	76	33	142
	百分比	23.2%	53.5%	23.2%	100.0%
不知道	個數	242	790	770	1802
	百分比	13.4%	43.8%	42.7%	100.0%
總和	個數	817	2420	1450	4687
	百分比	17.4%	51.6%	30.9%	100.0%

X^2=201.770, df=10, p<.001

母親學歷為碩士的學生，參加網路社群比例較高；母親學歷為國中以下和博士者，沒有參加網路社群比例較高；回答不知道者以不知道母親學歷者居多。

表9：母親學歷與參加網路社群卡方檢定

		有	沒有	不知道	總和
國中以下	個數	77	226	81	384
	百分比	20.1%	58.9%	21.1%	100.0%
高中職	個數	263	772	328	1363
	百分比	19.3%	56.6%	24.1%	100.0%
大學大專	個數	190	495	237	922
	百分比	20.6%	53.7%	25.7%	100.0%
碩士	個數	45	80	38	163
	百分比	27.6%	49.1%	23.3%	100.0%
博士	個數	12	44	20	76
	百分比	15.8%	57.9%	26.3%	100.0%
不知道	個數	221	795	746	1762
	百分比	12.5%	45.1%	42.3%	100.0%
總和	個數	808	2412	1450	4670
	百分比	17.3%	51.6%	31.0%	100.0%

X^2=188.476, df=10, p<.001

父親職業為專業和無業的學生，參加網路社群的比例較高；父親職業為農業的學生，沒有參加網路社群的比例較高；回答不知道者以父親職業為其他者居多。

表10：父親職業與參加網路社群卡方檢定

		有	沒有	不知道	總和
工	個數	224	768	434	1426
	百分比	15.7%	53.9%	30.4%	100.0%
商業	個數	223	574	347	1144
	百分比	19.5%	50.2%	30.3%	100.0%
農業	個數	22	112	57	191
	百分比	11.5%	58.6%	29.8%	100.0%
無業	個數	43	112	59	214
	百分比	20.1%	52.3%	27.6%	100.0%
軍公教	個數	78	245	140	463
	百分比	16.8%	52.9%	30.2%	100.0%
專業	個數	63	155	93	311
	百分比	20.3%	49.8%	29.9%	100.0%
其他	個數	151	415	313	879
	百分比	17.2%	47.2%	35.6%	100.0%
總和	個數	804	2381	1443	4628
	百分比	17.4%	51.4%	31.2%	100.0%

X^2=26.178, df=12, p<.01

母親職業為專業和軍公教者，參加網路社群比例較高；母親職業為農業的學生，沒有參加網路社群比例較高；母親職業為農業和其他職業者，回答不知道的比例較高。

表11：母親職業與參加網路社群卡方檢定

		有	沒有	不知道	總和
工	個數	86	330	195	611
	百分比	14.1%	54.0%	31.9%	100.0%
商業	個數	243	629	381	1253
	百分比	19.4%	50.2%	30.4%	100.0%
農業	個數	7	69	41	117
	百分比	6.0%	59.0%	35.0%	100.0%
無業	個數	125	415	248	788
	百分比	15.9%	52.7%	31.5%	100.0%
軍公教	個數	67	164	89	320
	百分比	20.9%	51.3%	27.8%	100.0%
專業	個數	102	269	107	478
	百分比	21.3%	56.3%	22.4%	100.0%
其他	個數	167	508	361	1036
	百分比	16.1%	49.0%	34.8%	100.0%
總和	個數	797	2384	1422	4603
	百分比	17.3%	51.8%	30.9%	100.0%

X^2=48.549, df=12, p<.001

每天都上網的學生，較常參加網路社群；一週上網五、六天和一週上網一、兩天的學生，沒有參加網路社群比例較高；不上網的學生，回答不知道比例較高。

表12：上網頻率與參加網路社群卡方檢定

		有	沒有	不知道	總和
每天都用	個數	339	527	287	1153
	百分比	29.4%	45.7%	24.9%	100.0%
一週用五、六天	個數	64	229	79	372
	百分比	17.2%	61.6%	21.2%	100.0%
一週用三、四天	個數	157	355	195	707
	百分比	22.2%	50.2%	27.6%	100.0%
一週用一、兩天	個數	109	535	280	924
	百分比	11.8%	57.9%	30.3%	100.0%
只有週末、假日才用	個數	347	1153	582	2082
	百分比	16.7%	55.4%	28.0%	100.0%
不用	個數	39	395	320	754
	百分比	5.2%	52.4%	42.4%	100.0%
總和	個數	1055	3194	1743	5992
	百分比	17.6%	53.3%	29.1%	100.0%

X^2=271.595, df=10, p<.001

上網兩小時以上的學生，參加網路社群比例較高，沒有上網的學生，沒參加網路社群比例較高。

表13：週末上網時間與參加網路社群卡方檢定

		有	沒有	不知道	總和
不使用	個數	24	173	72	269
	百分比	8.9%	64.3%	26.8%	100.0%
兩小時以內(不含)	個數	225	1075	550	1850
	百分比	12.2%	58.1%	29.7%	100.0%
兩小時以上(含)	個數	772	1616	820	3208
	百分比	24.1%	50.4%	25.6%	100.0%
總和	個數	1021	2864	1442	5327
	百分比	19.2%	53.8%	27.1%	100.0%

X^2=128.704, df=4, p<.001

週間上網時間與參加網路社群有關聯，上網兩小時以上的學生，參加網路社群比例較高，沒有上網的學生，沒參加網路社群比例較高。

表14：週間上網時間與參加網路社群卡方檢定

		有	沒有	不知道	總和
不使用	個數	216	856	434	1506
	百分比	14.3%	56.8%	28.8%	100.0%
兩小時以內(不含)	個數	420	1277	635	2332
	百分比	18.0%	54.8%	27.2%	100.0%
兩小時以上(含)	個數	393	707	344	1444
	百分比	27.2%	49.0%	23.8%	100.0%
總和	個數	1029	2840	1413	5282
	百分比	19.5%	53.8%	26.8%	100.0%

X^2=83.856, df=4, p<.001

伍、結論與討論

從線上遊戲網路成癮、網路人際關係成癮、到上網成癮，反映出來的不在只是成癮的表象，我們應關注的是：上網成癮現象後面的原因，尤其是網路使用者的心態與心理衛生。

青少兒在使用部落格與網路社群交流，彼此交換心情、文字、或圖片等，卻輕忽網路使用相關法律規範，觸法而不自知。

網路社群如同實體社群，其互動的個體即為社群中的成員，發生在這個虛擬空間中的一切活動，都是由這些成員的行為所產生。網路社群依照其參與社群的程度和其價值可分為：

1. 瀏覽者（Browser）：剛進入社群的會員，通常是隨意瀏覽，有些人可能會留下，但大部分會離開社群，是價值最低的社群成員。

2. 潛伏者（Lurker）：這些成員在社群中花的時間比瀏覽者長，但卻不像貢獻者般積極貢獻創作內容，但由於其停留時間長，仍可在其身上收集到有用資訊(如：瀏覽路徑、個人資料等)，可用於吸引廣告主購買廣告空間。其價值僅高於瀏覽者。有關網路文學社群的研究指出，在一個社群中，多數的成員都是被動的潛伏者（lurker），僅有少數的成員會積極參與社群活動，但若社群成員不願參與，則網路的互動便失去意義。

3. 貢獻者（Contributor）：當逗留一段時間後，留下的瀏覽者可能轉變為貢獻者。這群人通常對於社群最熱情，最積極奉獻會員創作內容。在社群中停留的時間也很長。為社群中價值第二的成員。

4 .購買者（Shopper）：是指積極參與社群及購買其產品與服務者，被視為網路

社群成員中最有價值者，不僅帶來社群佣金收入，也可為社群吸引贊助商及廣告主。所謂「購買」並不侷限於直接在網路社群進行交易的機制，因為社群成員常能透過社群提供的溝通能力，進行商品資訊的交換、討論，進而促成商品交易的可能性增加。

不論透過電腦網路或手機上網，我們需要體認一些事實：

1. 行動電話也可以上網、聊天；
2. 可以下載各式新鮮刺激的內容；
3. 最新的行動電話(手機)可以拍照，製成小張照片，並且由 e-mail 寄出；
4. 送自己的照片給朋友或其他人時，應先三思。數位相片非常容易複製，瞬間可透過網路傳給無數的人。

一些家長會擔心孩子在線上遊戲花太多時間，可能不太留意遊戲社群之間的交流或交易，或擔心這些交易可能導致的金錢糾紛。其實，在一些以文學部落格相連結的社群裡，我們也可以觀察到文友之間的互動，或以文會友的分享討論。

這再次應證，青少兒參與網路社群，勢不可擋，我們不妨檢視青少兒或自己參與網路社群的需求與動機，是否避免單一需求？如只為了打怪玩線上遊戲，順便結交一起打怪的網友。

其次，鼓勵網路使用者思考其真實生活中的人際社群，彼此結交或群聚的目的與需求何在？是原來相同的一批打怪伙伴？或也還有其他同儕的激勵成長、互動方式？這些將有助於發揮同儕社群的「益友」價值。

【附件】 歷年「網路安全宣導影片」介紹：

片名：「衝破迷網」—影片主題：網路援交

本影片透過三位誤陷網路援交少女的故事，探討今日可能存在的家庭教養問題、對網路世界的認識不清、以及男女交往問題。從個案自述中可深深瞭解三位少女均來自不和諧的原生家庭與破裂的親子關係，社會價值觀的扭曲讓他們在翹家後選擇以「**上網援交**」來滿足物慾。建議學校於親職座談會中使用本影片，期望家長能透過本片傾聽到孩子的內心世界，檢視自省對子女的教養態度。教師亦可使用本片於融入綜合活動領域，透過心得分享與討論，期望能建立孩子正確的價值觀。親師生共同正視近年來「網路誘拐」、「網路援交」的問題，讓孩子免於陷入網路迷情的陷阱。(2002 年)

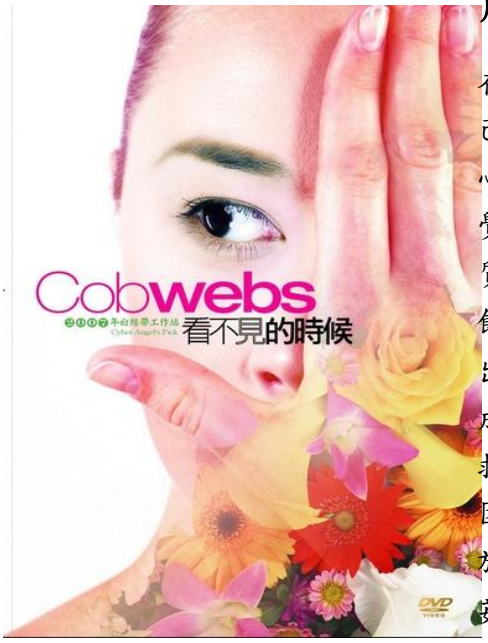
片名：「糖玻璃」—影片主題：色情網站

少年十五廿時，正是對「性」懵懂無知又好奇的階段。當所有禁忌一旦遁入網路，現在想看 A 片已經不必再留下租片記錄，各種網路援交、自拍風潮、一夜情等情慾誘惑，更是引導青少年一步步進入虛幻不實的**情色風暴**，在感官刺激下衍生許多偏差行為與心態，傷害自己也傷害他人。 面對瞬息萬變數位傳播新紀元的衝擊，稚嫩的孩子缺乏辨識能力更無法保護自己，父母師長憂心忡忡卻是束手無策。透過影片內容可成為與青少兒溝通媒介，讓老師及家長與可以輕鬆與孩子談性及手淫等敏感話題。(2004 年)

片名：「鞋子不見了」—影片主題：網路成癮

阿光是獨子，為臺北市某高中一年級的學生，平時在校人緣不錯，還是羽球好手。但近來父母離異，阿光仍與母親同住，面對每天工作忙碌而又情緒化的母親，他愈來愈感到現實生活中的無助、無奈和焦躁不安。阿光開始步入電玩虛擬的世界裡，藉著網路線上遊戲立即性的生動刺激，暫時拋開現實生活中的煩惱。然而，阿光不知不覺踩進了「**網路迷障**」，終日坐在電腦前，廢寢忘食，罔顧學業、朋友、運動，一心在「要贏」的熱切裡。

阿光如何從「網路迷障」脫困呢？藉著「鞋子不見了」的危機處理，居然化為轉機。到底是親情、友情、愛情何種力量，讓阿光從網路迷途中歸回現實生活呢？本片透過平實、溫馨、感人的劇情，讓青少年、父母、師長和社會大眾對「網路症候群」都有一個絕佳的提醒與省思。(2006 年)



片名：「看不見的時候」—影片主題：網路交友

在虛無看不見、你來我往的網路世界，可以任意宣洩自己的喜怒哀樂和少女的夢幻情愫。在網路的另一端是居心叵測的男子阿 BEN 包著糖衣，蠶食鯨吞，小茹不知不覺墜入**網路交友的陷阱**--明星學校網友的迷失、金錢物質的誘惑、對自己同學小珊的不設防，不慎第一次見面飲料下肚，就被人強拍裸照，以 PO 上網為要脅，唯有帶出另一位女友才能脫離困境。小茹為了自救，佩芬險些成為下一個受害者，幸好小茹的父親和朋友阿青及時相救，報警處理。小茹父母親終於了解小茹結交網友，是因為她孤單寂寞，亟需家人的愛護和肯定，但是父母忙於生計，無法關照小茹青春期孩子的內心感受，於是小茹就容易在網路世界中找到自己情緒的出口。後來經過父母教養態度的轉變、師長和朋友的協助，逐漸讓小茹遠離網路陷阱，重新展現青春的氣息。（2007 年）

片名：「薔薇騎士」—影片主題：網路霸凌

平靜的國中校園裡，流傳著校園霸凌的影片，同學們嬉笑、辱罵、唾棄，卻不知是何人所為！在好奇與嬉鬧的背後隱藏了什麼秘密？另一方面，小雅困擾於阿班在部落格的強烈追求，卻也欣賞著匿名為薔薇騎士的文章，幸虧在父親的協助下得以解決問題。此時卻傳出霸凌影片的散播者是班上的獨行俠—小凱，正當大眾都指責他時，只有小雅半信半疑，在小雅的關心和詢問之下，小凱願意說出實情嗎？真正的幕後主使者到底是誰？在大家揭發真相的時候，他又該如何自處？

現今在網路上流傳霸凌影片的社會事件不斷，或者是利用網路散播造謠、謾罵等網路霸凌（cyber bully）的行為，以及 Blog 也是自我療傷和表現自我的重要媒介，霸凌者和被霸凌者都可能藉此抒發，而這些網路行為已成為用來遂行暴戾社交的新武器。本片結合校園霸凌事件和網路霸凌行為，給大眾對網路影響青少年心理健康和網路使用行為的提醒。(2008 年)

片名：星空獵人 －影片主題：部落格內容

第一話【零缺點】：在父母、老師和同學眼中品學兼優，樣樣都第一的國中生張偉緯，卻有著不為人知的隱私：他喜好做一件很特別的事，並且將他在做這件事時所拍的照片，上傳到他的部落格相簿，偉緯是怎麼了呢？

第二話【窗外】：國中生甜甜和同學參加課後補習，有一天補習結束，甜甜突然望見高樓的一扇窗簾微微被風吹開，隱約地看到的景象，她從窗戶偷窺用手機拍攝的，還有自拍的照片，上傳到她的部落格相簿，甜甜是怎麼了呢？

第三話【星空獵人】：國中生阿凱在網路上逛著，突然被一則名為「星空獵人現場直擊：禾穗中學西側男廁有女鬼」的影片吸引，禾穗中學正是阿凱的學校。這則鬧鬼事件在校園中流傳，導致人心惶惶，是校園真的有鬼？還是有人在搞鬼？誰是星空獵人？他為什麼要上傳這個嚇人的影片？星空獵人是怎麼了呢？(2009 年)

片名：如果天空不下雨 －影片主題：預防網友性侵，男女都應留心

國中男生安平是媽媽心目中比姐姐聽話的孩子，安平常獨自在房間上線練功，安爸安媽忙於經營小吃店生意，安爸每天送姐弟上學，姐弟放學後，去爸媽小吃店吃完晚餐自行回家。安平逐漸把一位常在線上等他、陪他練功的大哥哥當成最關心他的好朋友，甚至把在學校受同學欺負的事只向他傾訴。倩倩是安平班上一位女同學，將與網友約會的事告訴兩位好朋友，接受好朋友的建議結伴赴約。安平也正獨自與網友見面，有警覺心的倩倩，和失去警覺心的安平，誰能平安脫離險境呢？

（2010 年）

片名：小米的部落格—影片主題：部落格與親子互動

高中生小米是獨生女，父母忙於工作、疏於和家人溝通；小米在部落格吐露心事，將家中冷冰冰的狀況抒發於部落格，同學阿彬安慰小米，彼此互相打氣。小米對阿彬的友善和好感，引發同班同學小倩的醋意，小倩用什麼方法破壞小米和阿彬的友誼。

小米一家如何化危機為轉機？部落格有哪些影響？（2011 年）

片名：籃球隊長—影片主題：網路化身與自我形象

在學校被同學戲稱為「肉腳」的有信，在虛擬的網路世界中卻是大家仰慕和崇拜的「籃球隊長」。現實生活中的人際關係不順利的他，卻在網路世界上成為萬事通、知識家，同學們有任何問題都會到網路上去請教他，而他也漸漸地認同網路中的自己。小玉是有信的同學，家裡服飾店因為經濟不景氣要倒閉了，有信以「籃球隊長」的身份告訴她開闢網路市場。小玉聽籃球隊長的建議，拍了唯美服飾照，網路上好評如潮。但是網友們讚賞之餘並沒有下單購買，小玉有一天急中生智，在網路上發出「當月購買最多的購買王，可以和她約會」的消息。這個消散播出去以後，果然買氣大漲。小玉的網拍業績步步高升，但她也一步步陷入網路陷阱中。同時，有信也不小心被同學發現籃球隊長的真實身份...（2012 年）

教案影片請洽白絲帶(02-23758185#306)

白絲帶關懷協會
CYBER ANGEL'S PICK

社團法人中華白絲帶關懷協會

關懷白絲帶，心懷 e 世代

（CAP, Cyber Angel’s Pick）

面對資訊高速公路上琳瑯滿目的入口網站，e 世代如何選擇？

正如「白絲帶關懷協會」的英文名稱：Cyber Angel’s Pick，我們期許協助社區家庭與青少兒，對於垂手可得的資訊、另類的人際交往、以及五光十色、生動逼真的娛樂功效，做那最好的選擇！

白絲帶關懷協會集合了各界具相同使命的專業人士，結合政府及國內外第三部門，深入社區、學校，與家長、老師一起來關懷 e 世代青少兒的數位文化知能及身心發展。

我們的努力

（1）督促關懷 e 世代身心健康立法與企業倫理——舉行「網路一夜情、誰讓我通行」立法公聽會（2004 年）、「繫上白絲帶、關懷 e 世代」記者會（2005 年）、「向網路成癮說 No!」（2006 年）、「網路陷阱多，預防要趁早」記者會（2007 年）、「數位要安全，家國總動員」（2008 年）、「我要網路、不要霸凌」記者會（2008 年），結合兒少婦女團體推動網路分級制度立法、兒童及少年性交易防制條例修法、督促網站業者建立自律公約，與雅虎奇摩及漢聲電台合作推動青少兒網路安全校園宣導等。

（2）建立數位安全與兩性教育教材平台——製作 2002 年「網路消黃隊」手冊、2004 資訊月「親情升級指南—兒少上網安全手冊」、2005 年資訊月「網路分級、親情升級」家長指南，攝製「衝破迷惘」紀錄片（2002 年）、「糖玻璃」劇情片（2004 年）、「鞋子不見了」劇情片（2006 年）、「看不見的時候」（2007 年）、「薔薇騎士」（2008 年），成為各校園融入式教材。此外，與新聞局和教育部合作設置「媒體探險家」（www.mediaguide.nccu.edu.tw）。

（3）形成社區親職溝通管道——2002 年起舉辦青少年與兩性圓桌座談、「要 fun 不要黃」第一屆校園宣導大使研習營，2000 年定期巡迴全台社區及校園舉辦多場「網路安全教育」社區種子師資工作坊。2003 年開始定期舉行「數位創世紀：

網路科技與青少兒e化趨勢」學術與實務研討會、2005年3月結合國內外第三部門舉辦「2005數位創世紀：e世代兒少上網安全與趨勢」國際研討會、2006年5月舉辦第三屆「2006數位創世紀：e世代與數位傳播」學術與實務研討會、2007年5月舉辦第四屆「2007數位創世紀：數位傳播與文化行銷」學術與實務國際研討會、2008年5月舉辦第五屆「2008數位創世紀：e世代與多元文化」國際學術實務國際研討會、2009年5月舉辦第六屆「2009數位創世紀：數位傳播與社會責任」國際學術實務國際研討會。

（4）定期發表全國青少兒數位安全調查報告——2009年3月發表「兒童網路安全趨勢報告」，2008年8月間先後發表台灣青少兒數位安全白皮書、台灣青少兒上網行為與價值觀變遷報告，2007年8月舉辦「網路陷阱多，預防要趁早」記者會，發表台灣青少兒網路使用調查報告，2006年結合立法委員在立法院舉辦「網路安全婦幼e起go」記者會，發表全台家庭上網安全調查報告；2005年6月起每年暑假結合立法委員定期公布全國青少兒網路安全調查報告。

（5）獎勵數位內容創作——2003年起定期舉辦大專校園「青春記事劇本甄選」，鼓勵青少年創作發聲。2006年舉辦第二屆「青春記事劇本甄選」，2007年舉辦第三屆「青春記事劇本甄選」，2008年舉辦第四屆「青春記事劇本徵選」。

如果您也願意支持關心青少兒數位學習、網路兩性教育的工作，歡迎加入白絲帶家族；或贊助我們的服務，劃撥帳號50143213,戶名：社團法人中華白絲帶關懷協會。任何問題請聯絡02-23758185分機306。

祝福每一個家庭親情升級，讓愛飛揚。希望您選擇那上好的祝福。

白絲帶關懷協會執行長　黃葳威