

☆ 公民培力媒體素養教育訓練



七賢國小



網路世界一點也不簡單！

社團法人宜蘭縣蘭陽創新發展協會



今日分享內容



公民培力媒體素養教育訓練

認識媒介

新媒體內容產製

人人都有機會當網紅？！

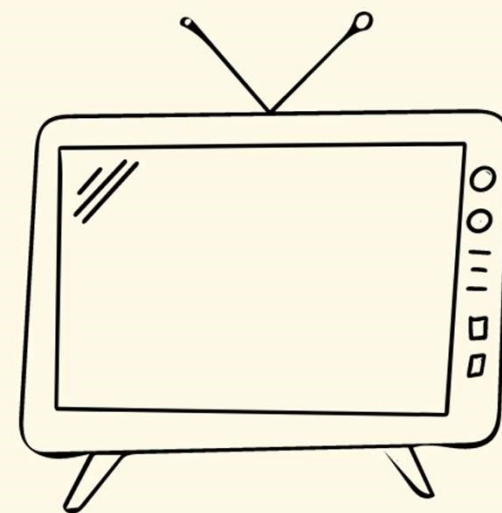
有獎徵答



填寫檢測問卷
與滿意度調查

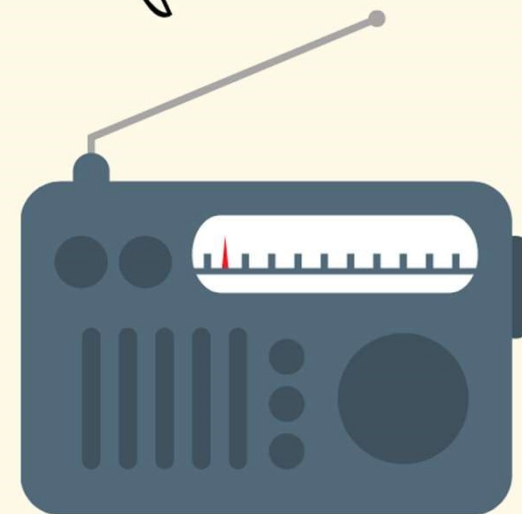
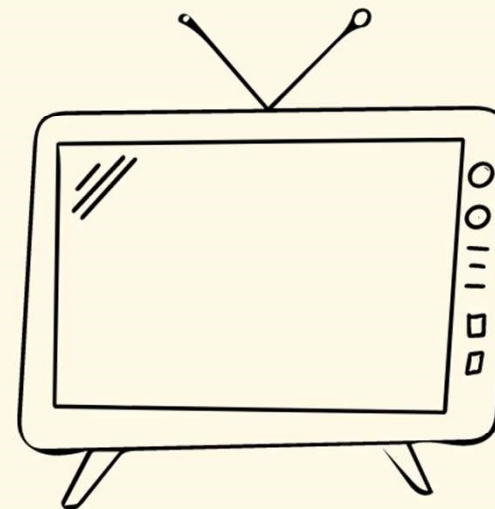
認識媒介

什麼是媒介
我們身邊的媒介
停看聽媒介的內容

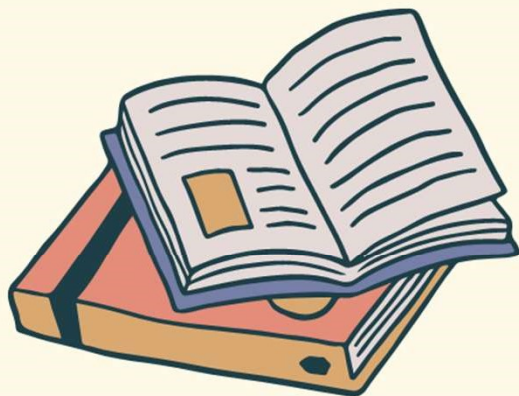
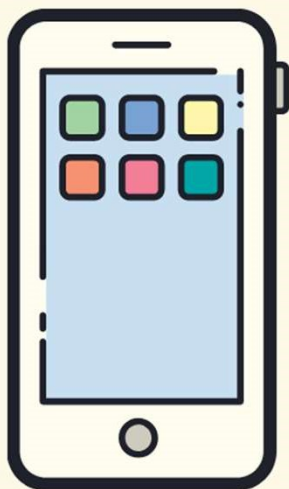




什麼是媒介？



我們身邊的媒介



媒介內容 **停看聽**

內容都是經過**選擇與建構**的過程而產生



媒介內容 — 停看聽

你們會用哪些APP？



媒介內容 **停看聽**



不恰當行為

為了增加愛心數及觀看數
發佈**模仿或挑戰高難度及高危險性**的內容



媒介內容 — 停看聽



少年瘋死亡天使挑戰 肉身擋卡車慘死

三立新聞網
2022年6月8日
國際中心 / 許智超報導



印度少年進行「死亡天使」挑戰，慘遭卡車輾斃身亡。(示意圖 / 翻攝自Pexels)

印度日前發生一起交通事故，3名少年為模仿《TikTok》流行的「死亡天使」挑戰 (malaikat maut)，刻意衝到馬路上行駛的卡車前，結果其中一名18歲少年來不及躲避，當場被輾入車底慘死。

綜合外媒報導，「死亡天使」挑戰在當地少年間流行，會故意衝到卡車前，看會不會停下來，並將過程拍下且上傳到《TikTok》，若是成功的話，他們就會炫耀自己「挑戰成功」。

該事件發生在印度萬丹省的坦格朗市 (Tangerang)，這3名少年在進行挑戰時，其中一位站在中間的18歲少年，因為來不及躲避大貨車，當場被撞上，隨後拖至車底下輾斃身亡，另外2名少年幸運逃過一劫，該名司機則被警方拘留審問。

此外，報導提到，2日也發生一起類似的事件，西爪哇的萬隆市 (Bandung) 有2名少年，同樣因進行「死亡天使」挑戰，導致牙齒全碎、顱骨骨折重傷住院，而司機害怕被追究刑責逃脫，目前被警方追捕中。

少年模仿《TIKTOK》「死亡天使」挑戰

印度日前發生一起交通事故，3名少年為模仿《TIKTOK》流行的「死亡天使」挑戰，刻意衝到馬路上行駛的卡車前，結果其中一名18歲少年來不及躲避。

「死亡天使」挑戰在當地少年間流行，會故意衝到卡車前，看會不會停下來，並將過程拍下且上傳到《TIKTOK》，若是成功的話，他們就會炫耀自己「挑戰成功」。

媒介內容 — 停看聽



兩女童迷「昏迷挑戰」上吊玩出人命 家長氣到向抖音提告
「演算法殺人」

周刊王CTWANT | 陳俐君
2022年7月6日



許多青少年與孩童迷上抖音的「昏迷挑戰」，圖片上的兩名女童，因為玩昏迷挑戰死亡。（圖／翻攝自每日郵報）

【周刊王CTWANT】社群影音平台抖音（TikTok）因為主打有趣又新奇的短影音，深獲青少年喜愛，而抖音會不時發布一些「挑戰」，邀請創作者用戶來跟風拍攝，創造模仿浪潮。但近期美國有兩名女童，因沉迷於抖音所創造的「昏迷挑戰」（blackout challenge），用繩子套住脖子，導致窒息身亡，玩出了人命，讓女童家長氣到向抖音提告，認為就是該公司的演算法，一直對這些孩童推薦「昏迷挑戰」影片，才害不懂事的孩子亂跟風，釀出了人命。

綜合外媒報導，近日在TikTok平台上，有不少名為「昏迷挑戰」的影片，這類影片意外在年輕族群引發風潮，更因此造成孩童死亡事件。像是美國納西州的8歲女童華森，去年7月被人發現，為了玩昏迷挑戰，意外把自己吊死在床上，密爾瓦基市（Milwaukee）另一名9歲女童，去年2月也拿著狗繩玩昏迷挑戰，結果意外把自己吊死在地下室中。

這些死亡孩童的家屬，事後查看孩子用的手機發現，他們生前都曾在TikTok觀看大量昏迷挑戰影片，認為TikTok公司明知這類內容，容易對兒童和青少年造成不良影響，但他們卻投資數億美元，在產品演算法上。這兩名受害的女童家屬，近日也一同在洛杉磯法院，向抖音提起告訴。

兩女童迷「昏迷挑戰」上吊玩出人命

近期美國有兩名女童，因沉迷於抖音所創造的「昏迷挑戰」，用繩子套住脖子，導致窒息身亡，玩出了人命。

在TIKTOK平台上「昏迷挑戰」的影片，這類影片意外在年輕族群引發風潮，更因此造成孩童死亡事件。像是美國納西州的8歲女童華森，去年7月被人發現，為了玩昏迷挑戰，意外把自己吊死在床上，密爾瓦基市另一名9歲女童，去年2月也拿著狗繩玩昏迷挑戰，結果意外把自己吊死在地下室中。

我有的媒體權利

聯合國〈世界人權宣言〉

自由發表意見與想法是每個公民的基本人權，換句話說，我們每個人都享有傳播權利，可以自由地尋求、接受、傳遞各種訊息。

媒體近用權

接近權與使用權

新媒體內容產製
妮妮的暑期網路生活！





什麼是網紅呢？

簡單來說，就是透過經營網路社群網站或影音網站因而出名的人。

藉由自身原創內容、個性化的舉止言行，成為粉絲追捧的KOL，並透過社群平台，增強與粉絲之間的互動及認同感，影響粉絲某些行為或決策，創造影響力經濟。





你們知道哪些網紅呢？





他們屬於哪一類型的？

3C科技



趣味搞笑



運動健身



家庭生活



寵物紀實



遊戲電玩



美食料理



知識教育



妮妮先帮大家試水溫



http://www.xxxxxx.xxx.xx

BigMouthBook

大嘴巴社群網站



妮妮的暑期網路生活

妮 妮

以說讚 | 追蹤中 | 分享

聯絡我們

首 頁



妮 妮

5月5日 14:20





網路著作權

我國**著作權法**規定，著作權人可以把自己的著作放在網路上，提供別人瀏覽、觀賞、聆聽或下載的權利，這是**權利人獨享的權力**，我們稱它為「公開傳輸權」與「重製權」。





網路著作權

除了合理使用外，原則上應事先得到著作權人的同意或授權，才是合法的行為。

如果沒有經過合法授權，就把別人的著作，放在網路上讓網友分享利用，那是一種不尊重著作權的網路盜版行為。



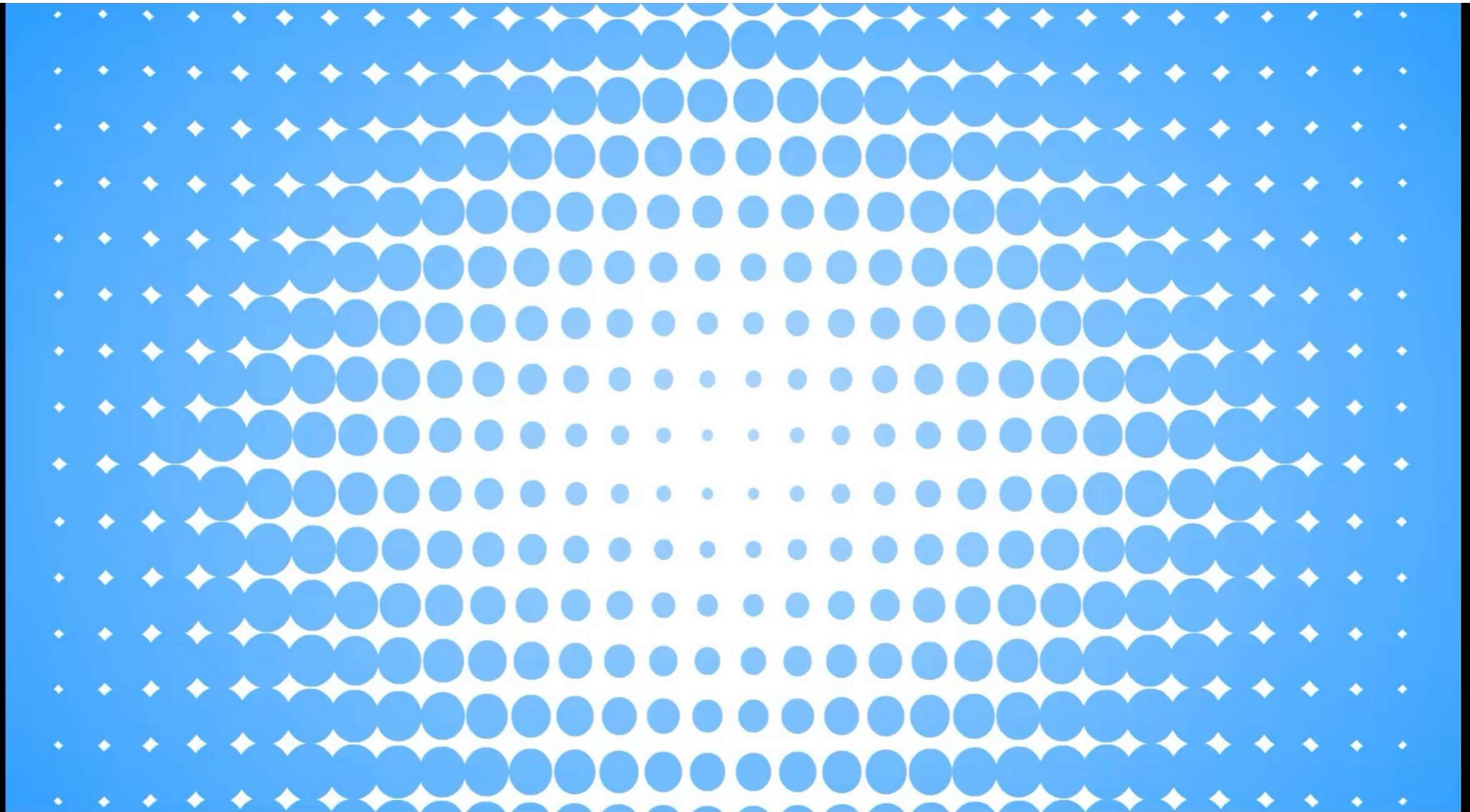


網路著作權

抄襲與剽竊，其實是同一種概念，指將他人作品或者作品的片段竊為己用。

其實，著作權法並沒有抄襲的說法，而是指可能觸犯到著作權法裡的「重製權」或「改作權」。

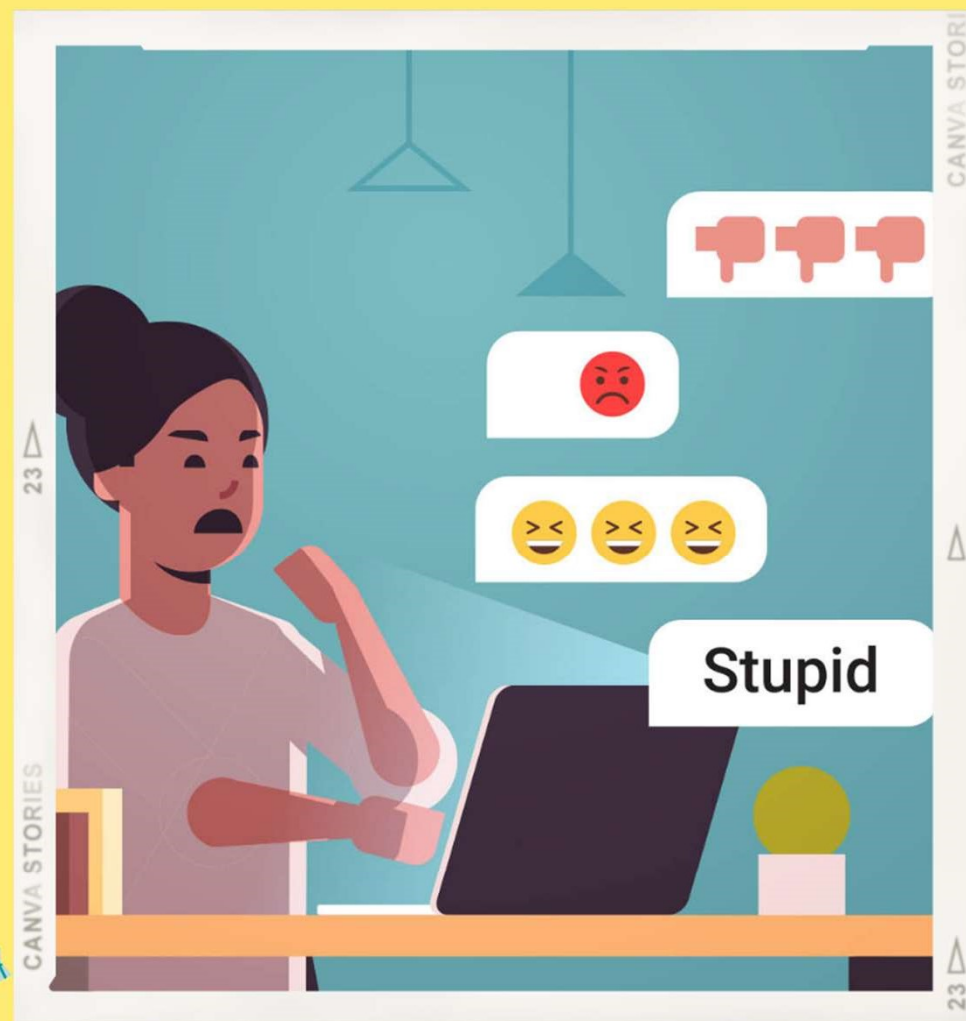




網路言論自由

言論自由讓我們可**按照自己的想法**，在**公共場合自由發表言論**，以及聽取他人陳述意見，不必受到政府審查。

但當公開的言論內容，對他人造成**毀謗、侮辱**，或是**洩漏國家、他人祕密**，就必須受到法律制裁。



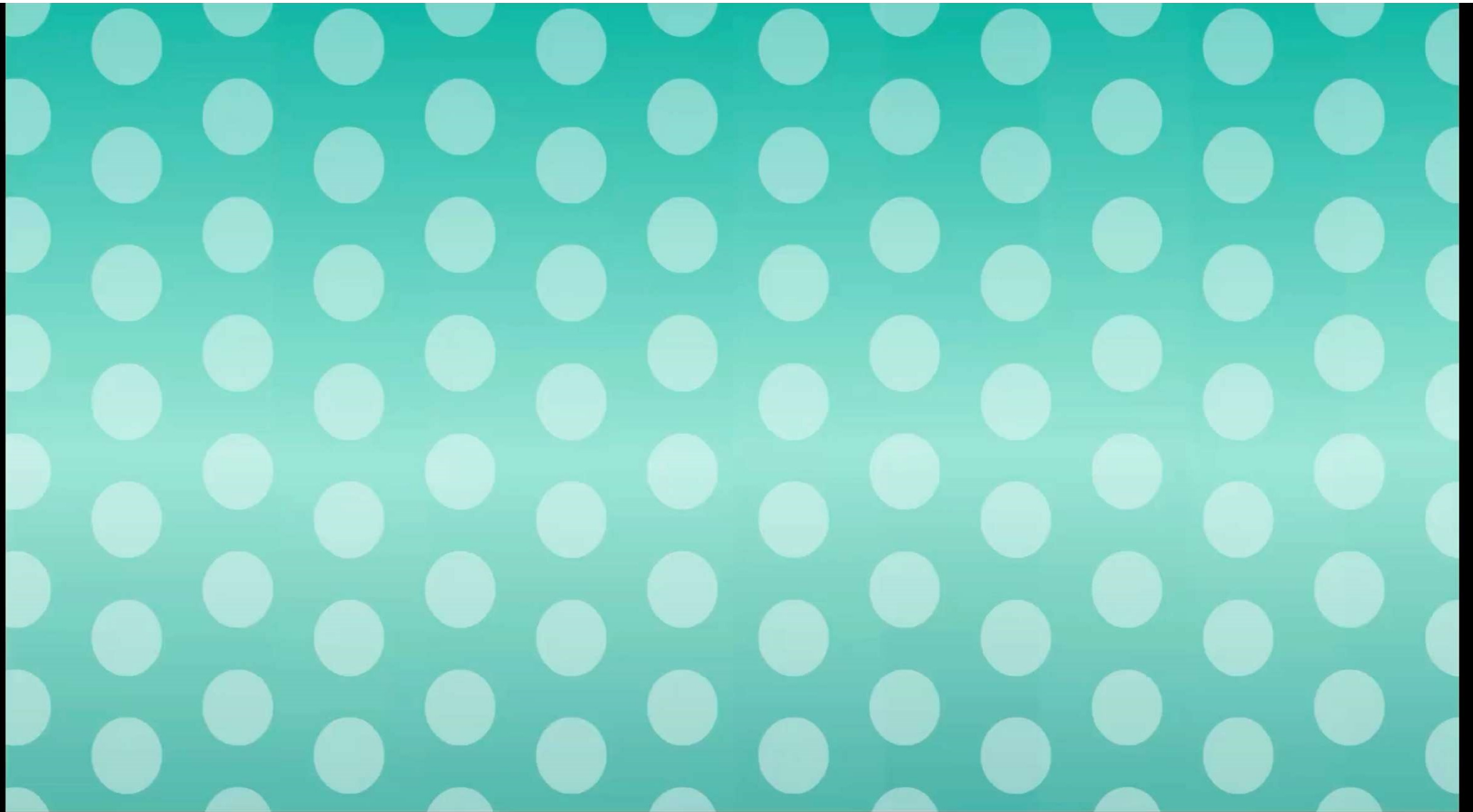
ATTENTION

網路隱私權

隱私權就是為了保障個人生活私密領域免於受到他人侵擾，以及保障個人資料可以自主控制。

「跟騷法」2022年6/1日正式上路，只要持續或反覆違反特定人意願且與性或性別有關，進行監視跟蹤、盯梢尾隨接近、威脅辱罵、通訊網路騷擾、不當追求、寄送文字影像等行為。





你真的準備好當網紅了嗎？



基礎拍攝、剪輯能力



源源不絕的創意



強健的身心



做自己，不跟風

任何事物都會有生命週期，當他熱度過了之後，如果不是當初真的有熱情投入的人，往往最後都會以失敗收場。

培養自己的興趣，不輕易半途而廢，多方學習各種技能，相信你一定不只僅有網紅的紅。而是『多彩多姿的彩虹』。





謝謝大家

Do you have any questions?



填寫檢測問卷 與滿意度調查

