

# 反色情暴力資訊運動【營造青少年健康成長的環境】

## Anti-Pornographic & Violence Media Campaign

通訊處：九龍旺角洗衣街 229-231 號永光花園一樓

傳 真：2743 9780

電 郵：antipvmc@yahoo.com.hk

回收數目：460 份

中學生/大專生：313 份 教師：27 份

社工：22 份 家長：33 份 其他：65 份

## 傳媒與「o 靚模」文化調查報告

「反色情暴力資訊運動」由十八個教育、宗教、家長教師會及社會服務團體組成，為青少年能夠有一個免受不良傳媒資訊影響的健康成長環境而努力，我們每年會進行香港傳媒生態調查，以反映教師、社工、中學生對傳媒各種問題的意見。

鑑於去年書展及動漫節，一眾 o 靚模以嘩眾取寵的手法推銷寫真集，加上傳媒不斷以她們的身材及出位行徑作為賣點，造成會場內外均被色慾風氣籠罩，喧賓奪主。我們於去年八月中至十月，進行了一次有關「傳媒與『o 靚模』文化」的調查，以了解社會人士對「o 靚模」文化的看法。回應及有效問卷為 460 份，以下是調查結果及分析：

### 一. 受訪者認識「o 靚模」(少女模特兒)之途徑

從問卷得知，受訪者認識「o 靚模」(少女模特兒)之途徑，首三位分別是電台及電視節目(75.2%)，報紙(63.9%)及雜誌(53.8%)(詳見表一)，此三類是公眾最經常接觸之媒體，加上電台及電視節目是免費之資訊來源，任何新文化及潮流也可以很借此方法迅速傳開。近年，在不少綜藝電視節目中，也安排了少女模特兒協助遊戲環節，也加強了大眾對她們之認識。

表一·你是從那些主要途徑認識「o 靚模」(少女模特兒) 這名詞呢?(可選多項)

途徑	% (N=452)
電台、電視節目	75.2
報紙	63.9
雜誌	53.8
互聯網	49.8
朋輩	36.5
寫真集	12.6
其他	3.8

## 二. 受訪者認為「o 靚模」風氣由傳播媒體造成之認同度

達 75.1%受訪者同意及非常同意「o 靚模」風氣是由傳播媒體一手造成(詳見表二), 此結果與上述大眾認識「o 靚模」途徑之結果互相吻合。傳播媒體以少女模特兒之身體為賣點, 配以吸引公眾注意之標籤/稱謂, 廣泛報導, 若加上模特兒公司之宣傳策略, 少女模特兒圈子及文化便自然形成。

表二·你同意時下「o 靚模」的風氣是傳播媒體一手造成出來嗎?

教育程度	% (N=456)
非常同意	26.8
同意	48.3
不同意	12.9
非常不同意	2

### 三. 受訪者心中的「o 靚模」形象

問及受訪者心中的「o 靚模」形象，有八成七（87.2%）的人士認為她們「前衛/大膽開放」、「富挑逗性/惹人遐想」。但亦有超過八成的人士**不同意或非常不同意**她們：「純情、天真可愛」（86.8%）、「健康及表現體態美」（84.1%）及「有內涵及修養」（91.3%）。

另外，亦有超過八成受訪者更認為「o 靚模」：「賣弄色情」（80.1%）、「將身體作為商品」（86.9%）、「追求名利」（87.8%）及「搵快錢」（88.7%）（詳見表三）。

雖然市場上的「o 靚模」部份以純情或健康來作宣傳，由從數字可見，大部份受訪者認為「o 靚模」缺乏內涵，亦不認為她們純情健康；而且許多受訪者亦覺得她們以銷售身體和色情來「搵快錢」。

表三· 你認為「o 靚模」給你的印象是：

	非常同意	同意	不同意	非常不同意
前衛/大膽開放	28.0%	59.2%	10.4%	2.4%
富挑逗性 / 惹人遐想	37.4%	49.8%	10.6%	2.2%
純情、天真可愛	1.8%	11.5%	43.8%	43.0%
健康及表現體態美	2.2%	13.7%	49.3%	34.8%
有內涵及修養	1.8%	6.9%	49.1%	42.2%
追求名利	36.4%	51.4%	10.2%	2.0%
賣弄色情	31.5%	48.6%	18.4%	1.6%
將身體作為商品	38.5%	48.4%	11.4%	1.8%
搵快錢	46.5%	42.2%	9.7%	1.6%

#### 四. 傳媒對「o靚模」的報導會否令受訪者有聯想

對於傳媒對「o靚模」的報導，有超過四成半的受訪者看後，會對「o靚模」身材感到興趣（46.7%），亦有不少受訪者會分析「o靚模」背後的現象（47%）、想去認識模特兒行業（20.4%）。

另外，約有一成左右的受訪者會想去參與「o靚模」活動(14.1%)、購買「o靚模」產品（9.8%）或宣傳的產品(10.9%)。亦有超過一成的受訪者認同「o靚模」的言行（15.8%），或想加入「o靚模」行列（10.5%）。

而「o靚模」的報導原來亦會令部份受訪者想「拍攝性感照(或寫真集)作珍藏」（14.6%），或「與朋友分享自己/他人之寫真照」（12.7%）。

表四·傳媒對「o靚模」的報導會否使你聯想到：

	非常同意	同意	不同意	非常不同意
對「o靚模」身材的興趣	12.5%	34.2%	38.8%	14.5%
認同「o靚模」的言行	3.6%	12.2%	52.1%	32.1%
參與「o靚模」所出席的活動	1.6%	12.5%	37.5%	48.4%
購買「o靚模」的產品	2.2%	7.6%	40.4%	49.8%
購買「o靚模」所推介的產品	2.2%	8.7%	40.3%	48.8%
加入「o靚模」行列	1.8%	8.7%	32.4%	57.0%
分析「o靚模」背後的現象	8.2%	38.8%	32.1%	20.9%
認識模特兒行業的興趣	2.4%	18.0%	49.0%	30.5%
拍攝性感照(或寫真集)作珍藏	4.3%	10.3%	33.4%	52.0%
與朋友分享自己/他人之寫真照	2.9%	9.8%	38.6%	48.7%

## 五. 受訪者認為傳媒塑造了青少年的一些意識形態

有超過七成受訪者同意或非常同意傳媒塑造了青少年「將女性商品化」(72.8%)及「推崇搵快錢」(73.2%)的價值觀。亦有超過六成受訪者同意或非常同意傳媒塑造了青少年「瘦就是美」(67.6%)、「外貌身材比個人修養和智慧更為重要」(63.8%)的意識形態。而認為傳媒塑造了青少年「只要肯露驕人身材做『o靚模』，就可以一舉成名」的受訪都亦有六成多(66.5%)，認為「只要言行夠出位，就可以成名」的則有(64.7%)。

當中可見有超過六成的受訪者認為傳媒在意識形態上的影響力不少，青少年如經常接觸閱讀這些資訊，可能會被影響，只追求外表，或以展露身體而得到成名或賺取利益的機會。

表五·你認為傳媒塑造了青少年以下的意識形態嗎？

	非常同意	同意	不同意	非常不同意
瘦就是美	24.0%	43.6%	23.6%	8.9%
只要肯顯露驕人身材做「o靚模」，就可以一舉成名	20.2%	46.3%	22.0%	11.5%
只要言行夠出位，就可以成名	15.4%	49.3%	24.6%	10.7%
外貌身材比個人修養和智慧更為重要	21.7%	42.1%	22.4%	13.9%
將女性商品化	28.3%	44.5%	18.3%	8.9%
推崇搵快錢	26.6%	46.6%	18.0%	8.9%

## 六. 受訪者認為「o靚模」對社會風氣的影響

「o靚模」的出現，有超過八成七 (87.1%) 的受訪者同意或非常同意社會的性觀念會愈趨開放，而另外亦有超過八成受訪者同意或非常同意「o靚模」的產生會令社會有「更多色情/意淫照片在網上流傳」(84.5%)、「更多青少年拍攝寫真照」(82.7%)，並且「色情資訊更氾濫」(82.3%)。明顯地，大部份受訪者都認為「o靚模」風潮的產生，色慾風氣更為流行，亦會令青少年的性觀念趨向開放，和令人擔心他們會不認為需要保護自己，並視拍攝性感照片或裸照為樂，將之放上網上流傳。

表六·你認為「o靚模」之產生，對社會風氣有何影響？

	非常同意	同意	不同意	非常不同意
更多青少年拍攝寫真照	23.3%	59.4%	14.9%	2.4%
更多色情/意淫照片在網上流傳	31.6%	52.9%	13.1%	2.4%
色情資訊更氾濫	33.3%	49.0%	15.1%	2.7%
性觀念愈趨開放	38.1%	49.0%	10.2%	2.7%
與性有關之罪行增加	25.7%	49.8%	21.2%	3.3%

## 七·總結：

從調查的資料所見，是次研究總結得出以下 4 個值得留意的重點：

1. 傳播媒體包括：電視電台、報紙及雜誌是主要散播有關『o 靚模』資訊的途徑，佔 75.2% 的受訪者是從免費電台接收到相關資訊的。
2. 達 75.2% 受訪者認為「o 靚模」風氣是由傳播媒體一手造成的，而且，當中佔 87.2% 受訪者認為「o 靚模」給他們的印象是與性和色情有關的。再者，佔 88.7% 受訪者認為「o 靚模」給他們的印象是爲了搵快錢。這些被扭曲的性觀念和貪搵快錢的價值觀念，絕不可長。嚴重影響我們的下一代和整個社會的風氣。年青人誤以爲，只要能搵錢，就算出賣自己的身體也在所不惜。
3. 另一個值得關注點是，超過六成受訪者認為傳媒塑造了青少年「瘦就是美」(67.6%)、「外貌身材比個人修養和智慧更爲重要」(63.8%) 的意識形態。而認為傳媒塑造了青少年「只要肯露驕人身材做『o 靚模』，就可以一舉成名」的受訪者亦有六成多(66.5%)，認為「只要言行夠出位，就可以成名」的則有(64.7%)。這反映出，青少年如經常接觸閱讀這些資訊，可能會被負面影響，只追求外表，或以展露身體而得到成名或賺取利益的機會。
4. 最後一點亦是更令人擔憂的是，超過八成七 (87.1%) 的受訪者同意或非常同意社會的性觀念會愈趨開放，而另外亦有超過八成受訪者同意或非常同意「o 靚模」的產生會令社會有「更多色情/意淫照片在網上流傳」(84.5%)、「更多青少年拍攝寫真照」(82.7%)，並且「色情資訊更氾濫」(82.3%)。從前線青少年外展社工的工作經驗所得，近年來要處理協助未婚懷孕、援交以及少女墮胎等的個案，有顯著上升的趨勢。相信這不良的『o 靚模』風氣與此社會問題無不相關。

## 八·建議：

因此，我們有以下的建議：

1. **加強教育**：建議在中、小學的通識科目內容中**增強倫理德育**部份，並增加**傳媒教育**和**檢討現時性教育**的內容。鑒於現時極度被扭曲的性觀念和貪搵快錢的價值觀念，教育局不得不加快步伐與時並進地修訂現時教科書本內性教育的部份。
2. **傳媒自律**：根據信報財經新聞 | 2010-06-25 一項數字統計報導：『據貿發局透露，去年的書展，共有一百三十多場簽名會，當中七場與 o 靚模有關，但總共八千多則有關書展的報道中，竟有近四千則是報道「o 靚模」，接近五成，可見 o 靚模已喧賓奪主，成爲了書展最大焦點。』與本調查報告中 75.2%受訪者認爲「o 靚模」風氣是由傳播媒體一手造成的不謀而合，「o 靚模」現象與傳媒推波助瀾已成不爭的事實，因此，我們強烈要求傳媒自律。
3. **設立監察機制**：「o 靚模」風氣之所以衍生，始作俑者非傳媒莫屬。單靠傳媒自律是不足夠的，我們建議應設立一些監察機制，防止一些只顧賺錢莫視社會道德責任、置下一代福祉不理的商家爲所欲爲。促請政府相關部份嚴肅正視此歪風。

## 九·個人資料

表七·受訪者的教育程度

	%(N=451)
小學程度	1.6%
中一至中三	11.3%
中四至中五	31.5%
中六至中七	4.9%
大專或以上	38.1%
職業訓練文憑	10.2%
其他	2.4%

表八·受訪者性別

	%(N=440)
男	32.5%
女	67.5%

## 十·補充資料：

表九·

Q.3 你認為「0靚模」給你的印象是(其他回應):	
CHEAP	帶給幼童不良意識
下流、品德界線低	虛偽,與妓女沒大分別,沒學識
不讀書的人,沒學識	影響女性專(尊)嚴
完全不知道	雞
唔知想點	

表十·

Q.6 你認為「0靚模」之產生,對社會風氣有何影響?(其他回應)	
「模特兒」這個名稱(職業)會被貶低	搵快錢,發明星夢
0靚模不是一種模特兒行業,沒有不良!	認為可以利用身材賺錢,增加年輕人以為援交可以?
他們也認為性開放不是什麼不對的行為	選人重視娛樂新聞,目光刺激,多於民生時事,國際生
正負兩邊的討論	避孕套大賣
道德觀淪亡	