

107 年網安宣導微電影《虛擬/實境》延伸討論 107.10.6

觀賞《直播不 NG》影片後，各組討論七分鐘，請各組一位組員代表做重點報告。（各組報告二至三分鐘）

※共同題目—機智問答：引導員以影片中有趣的對白或關鍵性畫面為題設計機智問答題目，各小組均可搶答加分。

（一）學生版各組題目

1. Part 1《舞攻》中的小翰、小涵和晴晴各有哪些特質？各給你哪些提醒？
2. Part 2《真假網紅》中的范宇和明偉各有哪些特質？各給你哪些提醒？
3. Part 3《有購雷》中的小翰和明偉各有哪些特質？各給你哪些提醒？
4. 你對網友的訊息是否會先分辨是真的或假的？請分享你如何分辨真假，及你是否曾有被騙的經歷。

（二）教師版各組題目

1. Part 1 中，若你是小翰、小涵和晴晴的班導師，你會如何輔導他們呢？
2. Part 2 中，若你是范宇和明偉的班導師，你會如何輔導范宇和提醒同學注意呢？
3. Part 3 中，若你小翰和明偉的班導師，你會如何輔導小翰和提醒同學注意呢？
4. 若你班上的學生對網路訊息幾乎全盤接收，而且不論真假，繼續傳遞，你會如何輔導他們呢？

（三）家長版各組題目

1. Part 1 中，若你是小涵的父母，當自己子女受到同學的網路霸凌受到身心創傷，你會如何輔導她呢？
2. Part 2 中，若你是范宇的父母，當自己子女沉迷網路虛擬世界的「掌聲」，甚至觸法，你會如何輔導他呢？
3. Part 3 中，若你是小翰的父母，當自己子女不明究裡鼓吹大家網購，你會如何預防和制止呢？
4. 當你的子女對網路訊息幾乎全盤接收，而且不論真假，繼續傳遞，你會如何輔導他們呢？

國立空大生活科技系兼任講師暨輔導教師 劉英台老師

一、我訊息-「我訊息」溝通方式練習

練習一：事件、感受、期待的描述

學了「我訊息」的溝通方式，試一試下列的情境，你該如何使用「我訊息」來表達呢？

(一)小瑛常在你抄筆記或寫作業時打斷你，造成你的困擾，讓你感覺不是很舒服，你該如何使用「我訊息」來表達呢？

【具體事件】+【感受】+【期待】

(二)同事李華經常在公司開黃腔，雖然常逗得同事們笑呵呵，但你總感覺不是很舒服，你該如何使用「我訊息」來表達呢？

【具體事件】+【感受】+【期待】

練習二：「我」的訊息&「你」的訊息

試針對下列情境，練習做「你」的訊息與「我」的訊息之回應：

情境 你的訊息 我的訊息

練習一、孩子沒把飯吃完，便去打電腦

你每次都這樣，做事自私自利的，真是不像家庭的一分子

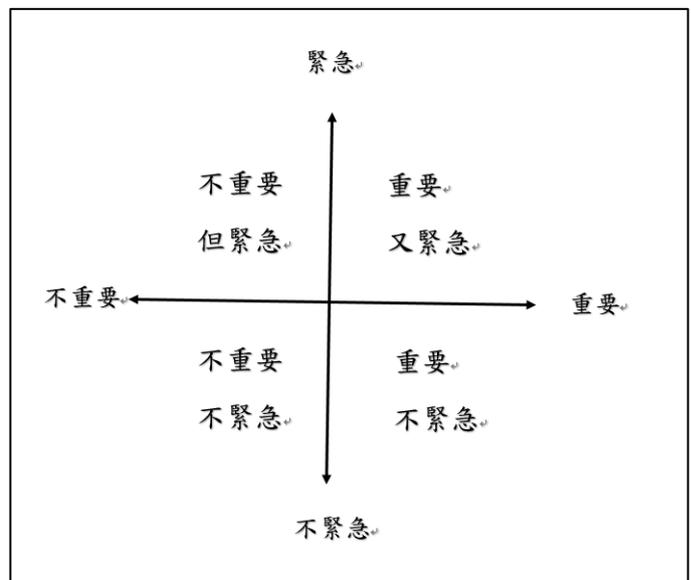
你飯沒吃完便去打電腦，讓我很生氣，因為我上班好累，無法收拾善後，要早點休息

練習二、下班回家發現整個家都亂七八糟，東西灑了一地…

※你覺得小翰如何採用「我訊息」，適當地表達自己的情緒。

二、時間的管理-時間分成四個層面

※以你觀點剖析范宇和明偉各以甚麼為時間管理的主要層面呢？



三、購物心理學之兩種系統 — 打開顧客的心之枷鎖 (dcplus 編輯團隊-吳查理 2017-09-07 成效優化職人) 兩種系統大腦的運作方式有兩種系統，分別稱為「系統一」與「系統二」，這跟我們曾經提過的認知處理歷程很類似，認知心理學家認為人有「自動化處理歷程 (Automatic Processing)」跟「控制化處理歷程 (Controlled Processing)」，運用自動化的認知可以幫我們節省很多心力，靠著過去的經驗知識和直覺來快速判斷情境，甚至控制你的日常生活活動以及消費行為。

大腦的運作方式有兩種系統，分別稱為「系統 1」與「系統 2」，這跟我們曾經提過的認知處理歷程很類似，認知心理學家認為人有「自動化處理歷程 Automatic Processing」跟「控制化處理歷程 Controlled Processing」，運用自動化的認知可以幫我們節省很多心力，靠著過去的經驗知識和直覺來快速判斷情境，甚至控制你的日常生活活動以及消費行為。簡單區分兩種系統：

系統 1：反應速度快、直覺式、反射性的反應、情緒化、能即時回應發生的情況、不太占用腦力注意力、系統一不能關掉、常常以偏概全、有所偏誤 (經典案例：消防隊。)

系統 2：反應速度慢、理性思考、依賴邏輯、需要蒐集證據、會占用許多腦力和注意力、效率差、需要蒐集證據

靠著系統 1 來做決策是最省事省力的，能把思考的負擔減到最低。而系統 1 無法解決的問題，就會丟給系統 2。但系統 2 常常偷懶，直接採用系統 1 的結論。把系統 1 的「感覺」，變成了系統 2 認可的「想法」，憑著這個感覺進行大大小小的購物決策。

※系統 1 雖然省時省力，卻常常有偏誤，損失趨避 (Loss Aversion) 就是一個常見的偏誤和樂觀偏誤 (Optimism Bias)

1. 損失趨避 (Loss Aversion) 系統 1 雖然省時省力，卻常常有偏誤，損失趨避 (Loss Aversion) 就是一個常見的偏誤。

2. 樂觀偏誤 (Optimism Bias)

另一種系統 1 常見的偏誤是樂觀偏誤，也就是低估壞事在自己身上發生的機率。其實多數人都有樂觀偏誤的傾向，看到別人發生災難，總是認定「這不會發生在我身上啦！」有些人也因此產生了「責怪受害者」的錯誤行為。樂觀偏誤也是購物心理學的好夥伴，消費者常常在下購買決定前，常常猶豫掙扎，可是一旦做了決定，就很容易死心塌地愛上這個產品 (前提是產品的體驗不錯)，甚至到處為它背書、推薦給親友。回頭看其他沒有買的選項，怎麼想都覺

得那些產品沒那麼好！

所以，首先我們要找出這些樂觀偏差的消費者，他們可能曾經表達過對你產品的喜愛，請不要輕易忽略他們。這些人可以被運用在見證廣告上，他們對產品的功能、服務的優劣，不是基於理性判斷的，最主要是對自己下決定購買的決策產生樂觀偏誤。只要後續感覺還不差，他們就會告訴自己這個選擇太棒了。請找出這群人，他們是你的鐵粉！人們的消費行為有相當大的非理性運作層次，因此，在“Thinking, Fast and Slow”中是以系統 1 為主角。同樣地，我們也應該透過系統 1，來了解消費者的購物驅動力。

※你覺得小翰是感性的決策者，還是理性的決策者？通常你自己是採用系統 1 或系統 2 購物？

你通常購物有損失趨避和樂觀偏誤的省思嗎？

五、結論

1. 掩蓋的事沒有不露出來的；隱藏的事，沒有不被人知道的。(聖經，路加 12:2)
2. 要把自己的生命和時間利用在「利多於弊」有意義的事務上。
3. 青春只有一次，生命不可重來

※參考資料

1. 網路文章-打開顧客的心之枷鎖 (dcplus 編輯團隊-吳查理 2017-09-07)
2. 空大教科書-時間管理和我訊息
3. 其他