

GEYS 4010  
College Senior Seminar  
Professor Wong Hin Wah



familiar  
存心傳意

Group A03  
存心傳意 Familiar



## 報告摘要

在新冠疫情下，親子衝突越趨頻密。為喚起香港青少年及其父母對親子關係及溝通的關注，「存心傳意 Familiar」自九月開始舉辦了一系列活動，令參加者了解到有效溝通對家庭的重要性，並在解決現存紛爭的同時學會避免將來衝突的發生，及嘗試表達愛意。與同類型機構相比，本計劃的活動形式較為多元，除了把握現存缺口創造價值，在財政上亦具可持續性，同時能與專業機構互補不足，別具意義。當中，大眾宣傳及先導計劃基本達致預期目標，雖然部份活動開始時參加人數未及預期，但我們在檢討研究中發現活動獲得參加者正面回應，並在獲得反饋後就其優缺點作出短、中、長期的調整與規劃，嘗試解決問題。特別的是，我們從先導計劃的成功經驗中歸納出「參加者自決」的新興活動模式，相比傳統工作坊更能針對性改善各個家庭的親子溝通問題。有鑑先導計劃不俗的成果，將來我們會加大宣傳投入，並透過向受眾提供付費資源及申請資助獲取可持續的收入來源。總括而言，先導計劃的經驗對改善香港青少年家庭的親子溝通提供了寶貴的建議，報告中所提出的調整方案亦有助同類型計劃制定日後親子活動的方針，為促進香港家庭和諧作出了不俗的貢獻。

# 目錄

目錄.....	3
1. 計劃簡介.....	6
1.1. 計劃名稱.....	6
1.2. 計劃目的.....	6
1.3. 計劃進程.....	6
2. 背景研究.....	7
2.1. 計劃意義.....	9
2.1.1. 幫助社會不同家庭面對現今充滿挑戰的親子關係.....	9
2.1.2. 計劃富有獨特性.....	10
2.2. 計劃創新性.....	11
2.2.1. 創造價值.....	11
2.2.2. 回應未被解決的問題.....	11
2.3. 計劃體現的企業家精神.....	12
2.3.1. 把握機遇.....	12
2.3.2. 前瞻可能的挑戰.....	12
2.3.3. 持續改進.....	12
2.3.4. 克服資源限制.....	13
2.4. 大眾宣傳.....	13
2.5. 教育大眾.....	17
2.5.1. 製作中大教授受訪短片.....	17
2.5.2. 其他教育性帖文.....	18
3. 先導計劃.....	20
3.1. 活動 1：Comment 每週一讚彈挑戰.....	20
3.1.1. 活動內容.....	20
3.1.2. 針對問題及計劃目的.....	20
3.1.3. 活動流程.....	21
3.1.4. 活動參考.....	22
3.1.5. 活動分析.....	22
3.1.6. 成果量度指標及方法.....	23
3.1.7. 第一階段成果分析.....	24
3.1.8. 第二階段成果分析.....	27
3.1.9. 未來計劃.....	32
3.1.10. 回應疑問.....	33
3.2. 活動 2：Options 「身」火相傳 Instagram 濾鏡.....	35

3.2.1. 活動內容 .....	35
3.2.2. 活動針對的問題及及計劃目的 .....	35
3.2.3. 活動流程 .....	36
3.2.4. 活動參考 .....	37
3.2.5. 活動分析 .....	38
3.2.6. 成果量度指標及方法 .....	39
3.2.7. 第一階段成果分析 .....	40
3.2.8. 第二階段成果分析 .....	43
3.2.9. 未來計劃 .....	46
3.2.10. 回應同學及教授對活動的疑問 .....	47
3.3. 活動 3：Voices「聲聲」相惜.....	48
3.3.1. 活動內容 .....	48
3.3.2. 針對問題及計劃目的 .....	49
3.3.3. 活動流程 .....	50
3.3.4. 活動參考 .....	50
3.3.5. 活動分析 .....	51
3.3.6. 成果量度指標及方法 .....	51
3.3.7. 第一階段活動 .....	52
3.3.8. 第二階段活動 .....	58
3.3.9. 未來計劃 .....	59
3.3.10. 回應疑問 .....	59
3.4. 活動 4：Identity 猜猜我是誰 .....	60
3.4.1. 活動內容 .....	60
3.4.2. 針對問題及計劃目的 .....	61
3.4.3. 活動流程 .....	61
3.4.4. 活動參考 .....	63
3.4.5. 活動分析 .....	63
3.4.6. 成果量度指標及方法 .....	64
3.4.7. 第一階段活動試驗 .....	65
3.4.8. 未來計劃 .....	68
3.4.9. 回應疑問 .....	69
3.5. 活動 5: Depth「親心直說」Shall We Talk.....	71
3.5.1. 活動內容 .....	71
3.5.2. 針對問題及計劃目的 .....	72
3.5.3. 活動流程、各環節希望傳遞的訊息和時間分佈 .....	73
3.5.4. 活動參考 .....	75
3.5.5. 活動分析 .....	76
3.5.6. 成果量度指標及方法 .....	78

3.5.7. 第一階段成果分析 .....	79
3.5.8. 第二階段成果分析 .....	85
3.5.9. 未來計劃會作出的調整和改良 .....	89
3.5.10. 回應疑問 .....	89
4. 短中長期檢討 .....	91
4.1. 整體計劃回顧 .....	91
4.2. 現有問題及解決方案 .....	95
5. 財政預算 .....	96
6. 組員分工 .....	101
7. 從其他組別及優秀組別學習 .....	101
7.1. 從往屆報告學習（伍·再拖、Emologue） .....	101
7.2. 從現屆報告學習（Emap 及 Heirloom） .....	102
7.3. 回應其他組的疑問 .....	103
8. 參考資料 .....	106
9. 附錄 .....	111

# 1. 計劃簡介

## 1.1. 計劃名稱

「存心傳意 Familiar」由一班志同道合的大學畢業班同學構思而成，我們希望可以透過計劃全心全意地改善香港家庭的親子溝通，實現「Familiarize Our Families」的共同理想。顧名思義，我們希望推廣親子關係的重要性，以達致「存心」；同時幫助親子進行有效溝通，以達致「傳意」。

## 1.2. 計劃目的

本計劃的主要目標受眾為 15 至 24 歲的香港青少年，目的有三。首先，我們希望「解決已存在的家庭紛爭」，因此會針對現存問題分享親子溝通技巧和處理衝突的方法，其中包括同理心及雙向溝通訓練。第二，我們希望「減少將來發生衝突的可能性」，因此，計劃會透過促進日常親子溝通解決未演變成大問題的矛盾，同時讓雙方反思平日的相處模式，改善自己的不足之處。第三，我們希望親子學會「表達愛意」，改變中國傳統含蓄文化之餘推廣親密關係的重要性，令親子更常傳遞愛意，促進家庭關係和諧。

## 1.3. 計劃進程

於九月上旬，我們進行了背景研究。在第一部分「文獻研究」中，我們從二手資料探討了現存問題，發現親子衝突因社經地位的轉變而越趨加劇，接著我們探索了溝通的定義與技巧、家庭的作用、及有效的溝通模式，為之後的活動計劃奠定了理論基礎。而在第二部分「問卷研究」中，我們透過派發問卷取得一手資料，探討了香港家庭衝突和溝通失敗的成因，並發現衝突頻率因疫情增加，而多數人卻採用負面溝通模式應對衝突，反映香港家庭的現存溝通問題。更甚，大部分人指出不解決衝突會對其生活造成中上影響，反映問題的嚴重性。因此，我們在問卷中亦詢問了受眾喜歡的活動形式，以協助我們構思先導計劃，嘗試解決這些問題。由於香港缺乏針對青少年及父母之親子溝通的學術研究，此問卷填補了現存的研究缺口，對社會和諧有着顯著價值，詳細內容將會在下一部分回顧。

自九月開始，我們為計劃進行了大眾宣傳，除了透過社交媒體專頁推廣計劃，我們亦在過程中開始招募活動參加者，同時尋找機構合作，協助宣傳計劃。

九月下旬至今，我們針對以上問題進行了先導計劃。源於計劃因疫情而生，我們利用「COVID」作為五個活動的簡稱，內容包括兩個社交媒體活動及三個工作坊，成果不俗。其次，為增強計劃的說服力，我們亦嘗試訴諸權威，透過拍攝影片由專家分享溝通技巧，並分享至社交媒體，豐富計劃意義。

當活動逐步完成的時候，我們在十一月開始進行了短、中、長期檢討，第一部分為計劃成效研究，包含量性、質性研究及數據分析，第二部分則為未來計劃提出建議。

## 2. 背景研究

在先前的報告書中，我們整理了有關家庭觀念及溝通方法的不同理論和文獻研究。

據 Wong et al. (2019) 指出家庭的主要功能包括長者支援、親子關係、工作家庭平衡、成員間的互相支持以及教育作用，從這些功用中我們可見家庭關係對個人發展所起到的重要作用。隨後，作為背景資料搜集，我們從劉玉琮、馬麗莊、陳膺強的研究了解華人社會家庭的核心信念以及香港家庭模式的轉變，加深了對香港普遍家庭狀況的了解。然後，我們從華人社會家庭關係特點的梳理中認識更多傳統思想及習慣對家庭溝通的影響。當中四項特點包括角色階級制度、自我犧牲的習慣、重行為輕表達的溝通模式、以及較負面的表達模式，均會阻礙家庭溝通。

除社會現況分析外，我們亦從文獻著手了解不同的溝通理論。參考 Fitzpatrick (2006) 的家庭溝通型態理論，我們了解到理想的家庭溝通型態為「高對話、低遵從傾向」的溝通模式，這種型態能令家庭發揮最大的正面功能。而從 Olson (1993) 的婚姻與家庭系統環形模式理論可了解到家庭的互動模式、家庭系統的功能和需求，以及決定家庭相處模式是否平衡的不同因素。大致掌握對家庭系統的分析後，我們從關紹箕 (1995)、高淑清 (2004)、Bradshaw (鄭玉英、趙家玉譯, 1993) 的研究中了解良好家庭溝通的原則及特徵；亦從 Ting Toomey (2005) 的面子理論中了解到個體面對溝通失敗或爭吵時的不同應對方法及後果。

從上述文獻中，我們了解到溝通作為聯繫家庭關係的橋樑，會直接影響家庭相處模式以及家庭發揮之功能。家庭成員需意識到家庭相處模式是具有可塑性並積極改變固有模式，便能脫離關係惡劣或冷淡的負面循環，喚醒正面的家庭功能。

問卷結果分析：

我們在 9 月 1 日到 9 月 6 日派發問卷，共收到 279 則回應，其中只是子女（15-24 歲）佔 192 份，已成為父母（子女為 15-24 歲）佔 59 份。以下的數據分析只會把只是子女（15-24 歲）以及已成為父母（子女為 15-24 歲）納入分析範圍。

1. 無論父母或是子女有三成至四成覺得疫情後比疫情前衝突更多，由此可見，疫情後家庭矛盾頻頻發生，父母與子女的關係更為緊張，正因如此我們希望以家庭親子關係作為這次企劃的主題。
2. 當發生衝突時雖然佔大比數的父母選擇理性處理問題，但子女卻選擇逃避問題，再加上「陽奉陰違」的心態，令父母以為在他們理性的溝通下與子女的衝突已經解決。他們的裂痕沒有得到及時的修復，日後不論是對子女的成长還是親子關係都有負面影響。在這次計劃中希望通過第三者——我們提供的平臺進行溝通。
3. 在發生衝突時，無論是父母或是子女都認同溝通是解決親子衝突的好方法。但并非所有的溝通都能達到預期的結果，失敗的經歷會讓雙方在日後的衝突中直接放棄溝通，我們希望以活動的方式來拉近父母與子女間的距離。
4. 當親子溝通失敗時，父母認為主因是欠缺溝通技巧，欠缺溝通機會及缺同理心，子女認為主因是欠缺溝通技巧、不願意向父母坦白自己的心聲、欠缺同理心。這些為親子關係建起一堵不可翻越的城牆。
5. 當與父母與子女產生衝突時，在不解決或是消極面對衝突對生活、工作的影響是如果問題得不到解決就會影響他們日後的生活、工作，所以解決親子衝突問題是有它的必要性

## 2.1. 計劃意義

### 2.1.1. 幫助社會不同家庭面對現今充滿挑戰的親子關係

現今的家庭關係因疫情關係、科技日新月異以及男女社經地位越趨平等，從而面對不同的挑戰。

近年來，全球疫情肆虐，不同國家和本地政府也制定了不少防疫措施，包括停學、在家工作和限聚令等，希望能盡快控制疫情。可惜，由於疫情依然持續不停爆發，導致學校再次需要停止面授課程、家長再次在家工作，使家庭成員間的相處時間大大增加，更容易產生摩擦和矛盾。尤其年幼子女被迫停學，除了會使在家工作的父母認真工作時，遭到子女騷擾，也需要分神照顧他們的起居飲食，為一眾父母增添不少煩惱。其中有些家長在情急之下，可能難以控制說話語氣，不自覺地向子女大聲吆喝，可能對他們的親子關係產生負面影響，損害家庭和諧程度。因此，不少家庭受疫情影響，親子雙方被迫長時間逗留在家中，增加了發生衝突的機會，破壞了良好、和諧的家庭關係。

另外，本地家庭關係也同時因疫情面臨另一個挑戰。新冠疫情亦令本港經濟持續低迷，當中不乏公司先後裁員、對員工推行停薪留職或減少薪金的處理，減少了不少家庭的經濟收入。這不但降低了家庭的生活素質，甚至也會損害本來和諧、幸福的家庭關係。不少人因收入來源突然減少，需要額外兼職和工作更長時間來幫補家計，變相親子間的溝通、相處時間也隨之而減少，削弱了家庭原本的支持功能。以上因疫情為家庭關係帶來的挑戰，都在不斷破壞本港整體的家庭關係以及社會和諧程度，對親子關係和子女心理健康均造成負面影響。

此外，隨著科技越來越進步，人與人之間的關係可能因不當使用先進科技而逐漸受損。例如子女沉迷或過度使用社交媒體和即時通訊軟件，甚至有時以傳送訊息代替與家人的面對面溝通。此現象其實也逐漸出現於不同的年齡層，例如忙於工作的父母，會因工事繁重而減少與子女面對面的相處、溝通時間，導致原本家庭支持模式、家庭與工作間的平衡都有所改變。隨著面地面的相處時間減少，家庭成員間的隔膜亦隨之增加，互相的誤會也接踵而來，長遠而言對親子關係有負面影響（Wong, et al., 2019）。

家庭關係也同時因女性社經地位的提升和男女於家庭地位越趨平等的各種趨勢，面臨著一定的挑戰。近年來，女性的教育程度和得到高薪就業機會的提升，大大增加了女性的社經參與度，打破了中國傳統中「男主外，女主內」的

家庭分工觀念。這使男女在家庭、社經地位上越趨平等，夫妻間的獨立化也大大提升，可能會導致部分男性不滿夫妻之間收入差距越來越大，令夫妻間婚姻關係出現裂痕，破壞家庭和諧（Wong, et al., 2019）。

以上不同因素都對現代家庭關係造成一定的挑戰，若果問題不能得到及時處理，家庭成員間關係的裂痕不斷擴闊，最後可能會積累形成難以修復的家庭、親子關係。有見及此，此計劃宗旨正正是希望為正在面對不同挑戰的家庭、大眾，提供一些預防性質的親子相處、溝通方式建議，致力提升、改善社會整體家庭親子關係、和諧程度。

## 2.1.2. 計劃富有獨特性

### 2.1.2.1. 計劃包含以家庭為單位和中心的親子活動

根據香港家庭議會的研究，本地其他機構提供的大多為以子女和個體為中心的支援服務。由於香港是一個以子女為中心的社會，很多家長子女的學業成就和其他技能的發展尤其重視，所以他們不惜額外花費為子女報讀大量補習班及課後活動班，大大增加親子雙方的壓力（Wong, et al., 2019）。

一旦子女在補習後學業成績沒有得到提升，部分家長會埋怨子女不努力，輕則責怪、謾罵子女，重則施行體罰，破壞家庭、親子關係。可是，香港現存的服務大多為以子女或者個人為中心的支援，甚少提供以整個家庭為中心的支援服務（Wong, et al., 2019）。而此計劃正正可以彌補市場上家庭服務的不足，我們希望透過不同活動宣揚雙方一同維繫親子關係重要性的訊息，以及提供改善親子間溝通、相處模式的方法。因此，我們的活動設計均希望父母與子女一同參與，提供一個雙方共同面對自身家庭問題，引起他們的反思，從而作出實際上的行為改變，以使親子關係更加親密、和諧。

### 2.1.2.2. 計劃提供預防性家庭教育活動

香港家庭議會的研究顯示，現存的家庭服務機構較為已經浮現問題的家庭提供補救性服務，甚少為一般家庭提供預防性的支援服務（Ma et al., 2015；中華基督教禮賢會香港區會社會服務部及香港城市大學應該社會科學系, 2015）。俗語有云：「預防勝於治療」，預防性家庭服務與補救性服務相比，前者更有效提升參加者自身能力、技巧，從而克服更多未來將會面對的挑戰。相反，補救性服務治標不治本，只能暫時解決現存的家庭問題，針對該問題提供實際的改善建議。可是，參加者自身化解親子衝突的能力或技巧沒有因而提升，導致他們遇到其他家庭問題時依然感到措手不及，難以自行解決，因此不能根治家庭問

題的癥結所在。而此計劃的目標則是大眾透過參加預防性家庭教育活動，從中體悟到親子溝通、相處、處理衝突的相關技巧，從而提升自身處理各種家庭問題的能力，從根本問題上改善社會整體家庭關係以及親子和諧程度。

## 2.2. 計劃創新性

根據 Fresh Counselling 的創辦人及執行長對創新的定義，要達至創新需要符合兩個條件。第一，創新需要創造出全新、原創或者改良一些原有的概念、思想、產品或服務，而且該產品或新概念需對人類有相當的意義和價值。第二，該創新想法需能夠回應未被解決的現存問題，或者迎合未被滿足的需求（Dance, 2008）。而我們的計劃則能夠滿足以上所有要求，由此可見此計劃富有相當的創新性。

### 2.2.1. 創造價值

首先，此計劃的活動分別參考了不同的成功活動例子，各自揉合了這些活動的優勝之處，以及就其不足之處加以改良，最後制定了計劃中各活動的先導計劃內容。先導計劃中的五個活動和工作坊，希望可以針對家庭的不同需求提供所需的支援。另外，我們的活動分為長期（活動期限長達一個月或以上）和短期（一天的工作坊）兩種，其中親心直說工作坊、每週一讚彈以及「身」火相傳的活動為長期活動，而其餘活動則為短期工作坊。而每個活動的目標受眾、目的和意義也有所不同，希望針對不同親子問題，以及以不同形式傳遞各種相處、溝通技巧。總括而言，我們計劃中各活動的內容設計、舉辦形式、希望傳遞的訊息均有所不同，致力最大化計劃的社會影響，改善整體家庭的和諧程度和親子關係。

### 2.2.2. 回應未被解決的問題

此計劃提供市面上缺少的以家庭為中心的預防性教育活動，增加有需要的家庭可以選擇的服務種類，提升現存有關家庭服務的多樣性。上文提及，現時機構大多提供針對子女或者個人的支援服務，它們大部分只提供補救性的家庭支援，使想更進一步改善親子關係的家庭無法找到合適的家庭服務或親子活動。而此計劃正正為這些家庭關係較理想的大眾提供以家庭為單位的預防性教育活動，填補市面上相關服務多樣性的不足，有助更多人改善親子溝通和相處，提升社會整體和諧度。

## 2.3. 計劃體現的企業家精神

根據 The Entrepreneur Africa Magazine 對企業家精神的定義，企業精神可以大致分為四個面向，包括把握機遇、持續改進、克服資源限制和前瞻可能的挑戰（The Entrepreneur Africa， 2017）。而我們的計劃也能夠滿足以上所有條件，有見及此，此計劃能夠體現企業家精神。

### 2.3.1. 把握機遇

由於近來全球疫情肆虐，親子雙方在家時間大大增加，導致產生摩擦和衝突的次數或頻率上升，損害親子關係和家庭和諧。因此，此計劃的推出能貼近現今情況，主題亦根據現存問題和越趨惡化的親子關係現象而訂立，希望能夠及時支援有需要的家庭。

### 2.3.2. 前瞻可能的挑戰

在疫情陰霾下，我們難以舉辦面對面的親子活動、工作坊，只能把形式改為於網上平台舉辦親子工作坊，希望保障我們組員和參加者的個人健康。另外，我們也設立了 Facebook 和 Instagram 社交專頁，除了可以用作宣傳計劃和活動外，也可定期發布有關的親子相處和溝通小貼士的教育性帖文，希望於疫情下仍能發揮計劃的意義，達到改善親子關係的目標。此外，為了吸引更多參加者報名，我們亦積極聯絡了不同的社交專頁和有關的機構，希望對方能夠幫助宣傳計劃和親子活動，最大化計劃的社會影響。我們亦成功邀請了兩位有關家庭治療、親子關係領域的資深學者，同是現職中大社會工作學系的教授，並非常榮幸地能夠訪問他們，從而了解專業人士於有關親子相處、溝通模式的意見，以及對現今親子關係面對的挑戰作出的專業分析和提出的建議。而我們的網上訪談過程已經全部錄製完畢，並會經過剪輯後於我們的社交專頁分享，讓大眾亦能輕鬆、方便接觸到針對親子關係、相處和溝通的專業意見。由其可見，計劃雖然面對疫情帶來的種種挑戰，但是經過我們組員的努力，也能化危為機，於社交媒體分享專業人士的意見和貼士，使大眾更容易接收到相關信息而作出改變，有助達到計劃目標。

### 2.3.3. 持續改進

我們所有活動都已定期進行成效檢討，各活動會採取不同的檢討方法，包括活動後小組檢討訪談、個人訪問和相關數據分析。我們組員會根據檢討的結果檢視受眾對於活動安排的滿意程度以及活動在改善親子關係上的成效，並希望在

下次舉辦類似活動時進行相應的調整和改良，務求使我們的活動盡善盡美，更有效達到計劃目標。

### 2.3.4. 克服資源限制

由於我們於先導計劃不打算申請任何資助，而我們本身的資金有限，因此此計劃於設計時已並不需要任何開支和經費。我們所有活動皆於網上舉行，例如透過網上平台 Zoom 或社交平台舉辦，因此並不需要任何租用場地的費用。另外，我們的活動也不需要任何物資，所以活動無需收取參加者任何費用，除了使可以克服缺乏資金的限制，做到節流的效果外，也能以費用全面為噓頭，吸引更多參加者報名。

## 2.4. 大眾宣傳

我們希望透過宣傳計劃達致三個目的。首先是「教育」，我們希望透過分享及轉發親子溝通技巧提議大眾處理衝突的方法。第二是「宣傳」，我們期望藉此推廣計劃理念，如以濾鏡增加專頁曝光。第三，我們希望「招募活動參加者」，透過互動了解其親子需要，並在提出建議及收集意見時宣傳活動。

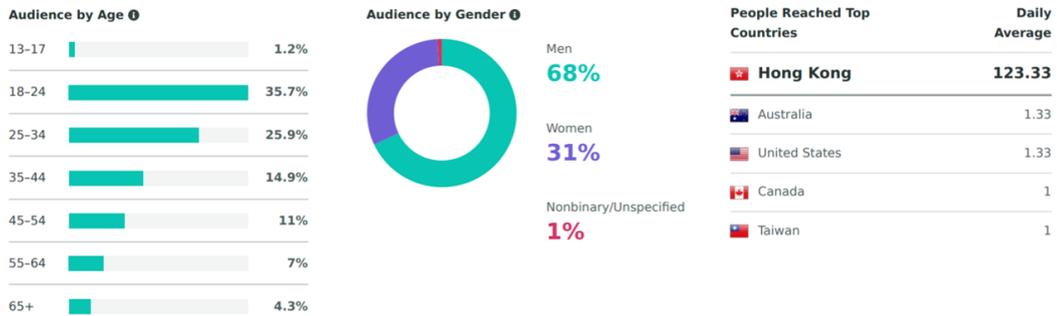
自九月初開始，我們運營了 Facebook 及 Instagram 社交媒體帳戶，各自面向不同受眾及發揮不同用途。首先，Facebook 專頁讚好較多 (244 人)，面向較高年齡層的青少年受眾及父母 (Jackson,

2019)。從圖表 1 可見，受眾集中為 18 至 24 歲的青少年，性別分佈平均，與計劃目標受眾吻合，但總觀所有年齡層來看，則以男性較多。鑑於平台較 Instagram 更有利於回應 (圖表 2、3)，我們將其用於互動及意見收集，如在「每週一讚彈」活動中收集及回覆讀者回應，及以表情符號了解青少年的溝通方式，有趣的是，更有外籍人士表達對事件的想法，可見社交媒體的潛在宣傳能力無分界限。



### Facebook Page Fan Demographics

Review your audience demographics as of the last day of the reporting period.

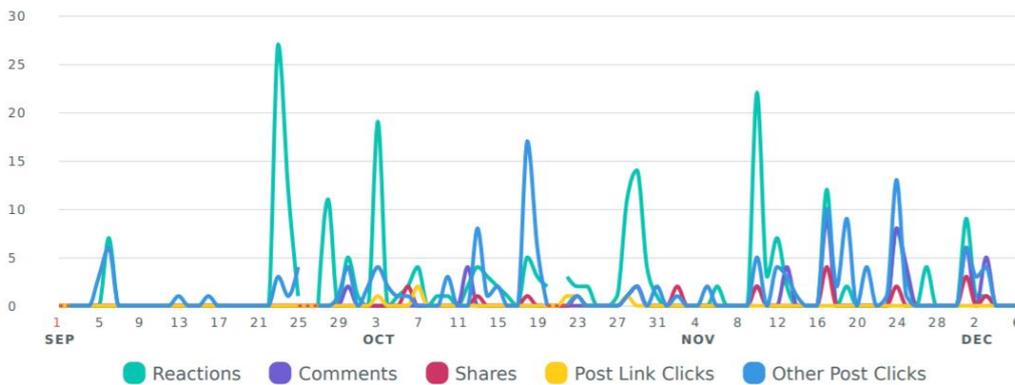


圖表 1、Familiar Facebook 帳戶的追蹤者背景資料，取自 Sprout Social 分析報告。

### Facebook Engagement

See how people are engaging with your posts during the reporting period.

Engagements Comparison, by Day

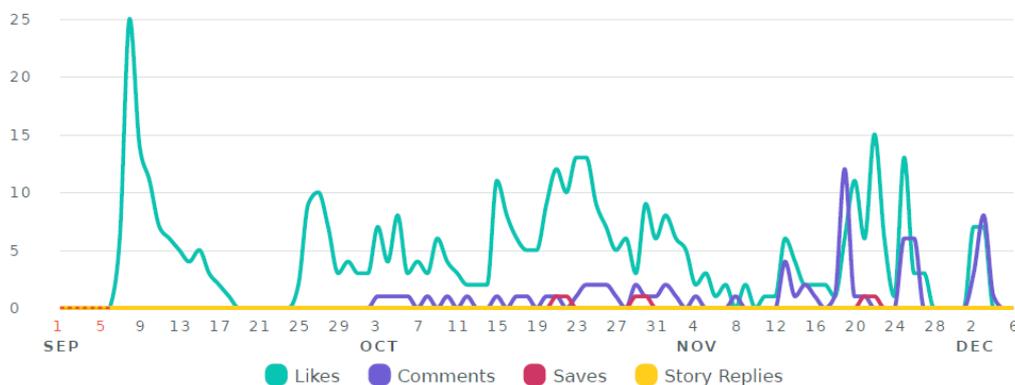


圖表 2、Familiar Facebook 帳戶的互動人次，取自 Sprout Social 分析報告。

### Instagram Engagement

See how people are engaging with your posts and stories during the reporting period.

Engagements Comparison, by Day



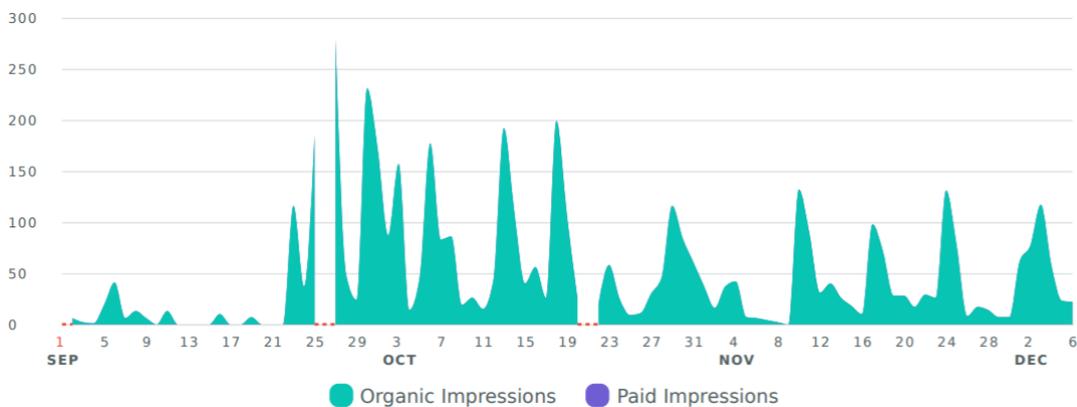
圖表 3、Familiar Instagram 帳戶的互動人次，取自 Sprout Social 分析報告。

而 Instagram 雖然追蹤人數較低（92 人），但優勝在貼文讚好較多（平均約 15）（圖表 3），於年輕一代較為流行（Jackson, 2019），適合面向較低年齡層的青少年受眾。另外，從數據可見，雖然 Instagram 固定粉絲人數不及 Facebook，但兩者每日的訪問人次皆平均觸及 40 多人（圖表 4、5），反映 Instagram 隨機點擊人次較多，更容易觸及追蹤者以外的社會大眾，有助增加計劃的曝光率，加上 Instagram 亦為「身火相傳」濾鏡所使用的平台，我們將其用作大眾宣傳教育。

### Facebook Impressions

Review how your content was seen by the Facebook community during the reporting period.

Impressions Breakdown, by Day

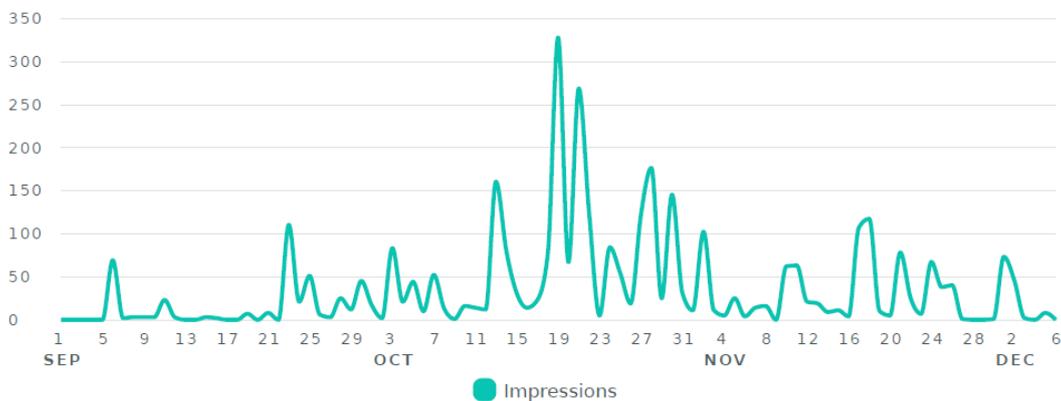


圖表 4、Familiar Facebook 帳戶的訪問人次，取自 Sprout Social 分析報告。

### Instagram Impressions

Review how your content was seen by the Instagram community during the reporting period.

Impressions, by Day



圖表 5、Familiar Instagram 帳戶的訪問人次，取自 Sprout Social 分析報告。

除了社交媒體貼文，我們亦透過書院和朋友招攬年齡層相近的校內參加者，包括在 Sunny Weekly 投放為期五週的免費廣告及私訊朋輩分享計劃內容，期望邀請有興趣的朋輩、同學及父母參加，招募先導計劃的參加者。

特別的是，我們亦尋求了專業協助及同類機構轉發。首先我們邀請了社會工作學系教授黃美菁教授及陳智豪教授合作拍攝短片，分享親子溝通技巧並發佈至社交媒體。其次，我們嘗試以電郵邀請同類機構協助宣傳及分享計劃內容，如東華三院芷若園等；可是，因其他機構規模較大，有多方面的考量，暫時未能成功。

與坊間同類型機構的宣傳計劃進行比較，本計劃的宣傳方針參考了「Open 喲」利用文字圖片甚至漫畫敘述親子教育內容，更加不時轉發其他機構有趣的教育貼文，填補資源上的不足，有助吸引青少年及父母閱讀。不過我們亦發現，同類型機構之受眾年齡層較少為青少年，「親子天下」及「親子同萌」更以時事及育兒資訊為主，甚至以資訊類雜誌的形式出現，更多著重於父母一方，而目的亦非完全為改善親子關係及教導親子溝通技巧。再者，我們發現本地同類機構大多缺乏社交媒體宣傳，如東華三院芷若園雖則受眾年齡層相近，卻沒有開設 Instagram 帳戶，難以觸及青少年受眾。有見及此，我們的計劃把握機遇，針對青少年家庭填補了現存的「市場」宣傳缺口，以多媒體形式（包括濾鏡）向主要為子女的受眾宣揚親子溝通的重要性，有助改善現存家庭關注度失衡的問題，別具價值。

## 2.5. 教育大眾

為了達到計劃目標——教育大眾親子相處、溝通方式的相關技巧，我們成員推出了一系列教育性帖文。我們每兩週會更換一個社交專頁負責人，而該名負責人除了需要就任期內 Facebook 和 Instagram 專頁上所有留言，透過我們的官方賬號逐一回覆外，還需要推出一個新的教育性帖文，並於 Facebook 和 Instagram 專頁發佈，達致計劃中教育大眾的目標。

### 2.5.1. 製作中大教授受訪短片

除教育貼文外，胡韶嵐同學邀請到專家合作拍攝「專家幫緊你喇」系列，由上文提及的訪問中大相關講授和資深學者過程片段剪輯而成。由於後製需時，短片暫時未公佈於計劃官方專頁。短片將配以一系列教育性貼文，以文字撮錄短片內容，並點出我們計劃的三大目標如何呼應專家建議，以短片吸引觀眾關注，並受益受教於專家之意見。

以下為兩位接受了我們訪問的中大教授簡介：



黃美菁教授（香港中文大學社會工作學系助理教授）  
相關研究興趣及範疇（全職教學人員，2020）

- 家庭為本實務
- 家庭治療
- 小組工作



陳智豪教授（香港中文大學社會工作學系副教授）  
相關研究興趣及範疇（全職教學人員，2020）

- 死亡、臨終及喪親
- 意義為本研究及介入
- 實務為本研究
- 臨床數據挖掘

將會於社交專頁推出的「專家幫緊你喇」系列短片主題：

集數 （發 佈次 序）	回答問題 的專家	訪問問題	短片主題

1	黃教授、 陳教授	如果子女和父母在原則和價值觀上有所不同而發生了一些摩擦和矛盾，您會建議他們應該如何解決或者化解問題呢？	親子雙方應該如何面對彼此於價值觀、原則上的偏差而爆發的衝突問題
2	黃教授、 陳教授	您覺得子女在跟家長產生矛盾和爭吵時，應該如何做？應該跟他們直接理論還是應該默默忍受呢？如何做才是更好的解決方法呢？	子女要如何應對親子間的矛盾
3	黃教授、 陳教授	您可以講一下現時家長管教青年子女時應該注意的地方或者提供一些建議，令他們和子女的關係可以更親密和和諧嗎？	家長與子女的相處之道
4	黃教授、 陳教授	如果有些家庭本身關係不太好，可能因為某些原因（例如看法和政見不同）而關係日漸疏遠，您會建議他們如何解決或者修補關係呢？	針對家庭關係本來欠佳的親子雙方如何解決或者修補關係
5	黃教授、 陳教授	您認為現時的家庭關係會面臨著什麼挑戰，以及這些挑戰跟以前的有不同的地方嗎？	現今家庭關係所面臨的挑戰和與從前的親子關係互相比較
6	陳教授	請問您對現今大眾較抗拒與家人談論死亡話題的現象，以及中國傳統中對提及死亡話題不太吉利的迷信觀念有何評價或看法？	現今普遍家庭對於死亡話題的取態以及相關話題在中國文化中是否仍屬禁忌（因為迷信）

總括而言，由胡同學負責的「專家幫緊你喇」系列將會陸續於 12 月於我們的社交專頁上推出，所有將會發佈的短片均不多於 2 分鐘，務求盡量濃縮專家針對親子關係、相處的意見和貼士。另外，這個系列會以「懶人包」的形式包裝和作為噱頭，達到方便、有效地教育大眾的目的外，也能吸引更多人追蹤和讚好我們的專頁，一舉兩得。

### 2.5.2. 其他教育性帖文

我們的部分組員於各自的當值期間，也相繼推出了新的教育性帖文，包括了林穎同學的「家庭溝通技巧」和林正熙同學的「對於親子間互表愛意的建議」。內容除了負有教育意義外，也同時參考了其他機構或專業人士所做的論文或研究，並於帖子文字部分將帖子重點與計劃目標、相關內容之間的關係清楚說

明，使教育性帖文內容緊扣計劃內容或主題。

下圖為林穎同學的「家庭溝通技巧」教育性帖文：



下圖為林正熙同學的「對於親子間互表愛意的建議」教育性帖文：



### 3. 先導計劃

#### 3.1. 活動 1：Comment 每週一讚彈挑戰

##### 3.1.1. 活動內容

活動於九月二十四日正式在專頁上發布，活動針對較忙、沒有時間參加實體工作坊及參加我們工作坊後的家庭。雙方首先就當週相處表現寫下最少一個讚賞自己和對方的地方，及一個希望自己和對方可再改善的地方。之後，雙方討論反饋，作出反思和檢討。挑戰後，參加者可以通過匿名 Google 表格，簡單分享兩人反饋和想法內容，我們會選取部分內容在社交媒體專頁發佈，伴以簡單意見及表情表態，引導大眾簡單回應和討論對事件的感受。

活動暫時已經進行了十一週，而下面的表格展示了關於下面所有活動圖表及分析中提到的第 X 週：

	日期從	到
第一周	9月24日	9月26日
第二周	9月27日	10月3日
第三周	10月4日	10月10日
第四周	10月11日	10月17日
第五周	10月18日	10月24日
第六周	10月25日	10月31日
第七周	11月1日	11月7日
第八周	11月8日	11月14日
第九周	11月15日	11月21日
第十周	11月22日	11月28日
第十一周	11月29日	12月5日

##### 3.1.2. 針對問題及計劃目的

活動針對早前問卷和文獻中發現的四個問題，包括不了解對方、不願意袒露心聲、親子溝通時間少、及不會特別留意親子關係，直到發生衝突時才會補救。

首先，在不了解對方的問題上，活動給予雙方認真溝通，聆聽對方心聲的時間，雙方可以平心靜氣地了解對方的生活作息，讓雙方懷有善意地聆聽對方的觀點，幫助他們更了解對方的想法。

其次，在不願意袒露心聲的問題上，活動鼓勵雙方表達及接納對方觀點，期望兩者通過每週十五分鐘的時間表達觀點，被對方接納，通過一直地討論和被接

納觀點。他們從小矛盾（例如生活習慣）開始討論並解決，令雙方慢慢放下防線，願意袒露心聲，才更有信心去討論並解決大矛盾（例如政見）。

然後，在親子溝通時間少的問題上，活動為他們製造每週 15 分鐘的溝通機會，其實現代親子並不是忙到連每週 15 分鐘都抽不出來，而是可能用作玩手机，看電視，活動以每週形式進行，能鼓勵他們最少每週花 15 分鐘讚彈對方，提醒他們每週都需要花點時間溝通。

最後，在不留意親子關係，直到發生衝突才會補救的問題上，活動提醒恆常維持親子溝通的重要性，並通過社交媒體專頁中他人相處的分享事例，讓大眾反思自己親子相處會否也有類似的問題，去意識親子關係的重要性。

針對計劃目的，活動中參加者通過對比個人評價和對方的讚彈，配對看看雙方想法是否差不多。我們期望活動能通過反饋了解更多對方的難處及欣賞自己的地方，從而促進雙方交流，解決家庭之間不直言的問題，盡量一週內解決兩者間的矛盾，在問題還少的時候解決，防微杜漸，達致目的二中減少將來發生衝突的可能性。另外，在讚賞對方的時候，有不少參與者都會寫到感謝家人對家庭的付出，其實這個過程也是表達自己心意的一種，亦可以達致目的三中的表達愛意。

### 3.1.3. 活動流程

活動將主導權（如地點、時間及時長）交給參與家庭，我們在活動中主要擔任是發佈社交媒體的角色，讓參與家庭得到大眾的意見。我們的工作流程有三部曲。以十月二十八日的帖子為例，Whatever 家族寫下反饋及檢討反思後，子女填寫 Google 表格（附錄一）跟我們分享，然後我們會設計圖片並發表我們的簡短意見，引導大眾表情投票和留言，最後我們也會仔細地回應每個留言。

The diagram illustrates the activity workflow in three stages:

- 1. 收到Whatever家族的投稿** (Receiving posts from the Whatever family): This stage shows a Google Form for data collection and a social media post from 'Whatever 家族' with a call to action: '你又點樣睇呢件嘢?快啲表揚行就表揚佢'.
- 2. 發表簡短意見, 並撰寫引導投票及留言的帖文** (Publishing short opinions and writing guides for votes and comments): This stage shows a social media post with a '每週一讚彈挑戰分享' (Weekly Compliment Challenge Share) and a guide for how to write comments: '你唔好寫好多人嘅問題, 只寫你覺得最中意, 最多人, 最耐讀嘅! 寫多啲字!'
- 3. 回應大眾的留言** (Responding to public comments): This stage shows a social media post with a 'Family Message' and a response to a comment: 'Whatever 家族好嘢! 睇到咁多讚彈好開心! 佢哋好細心! 咁樣好容易就寫到咁多! 咁樣好容易就寫到咁多! 咁樣好容易就寫到咁多!'

### 3.1.4. 活動參考

活動主要有兩個元素：

第一個元素是檢討。我們參考社工 Peter Sir 的家長教室中父母讚賞子女的部分 (Peter, 2020)，保留了父母讚賞子女的及時性，讚賞每週進行可以確保反饋在一週內。而我們認為溝通模式應該要是雙向，因此，不單止包括父母讚賞子女，而是子女也要讚賞父母做得好的部分。除了讚賞，批評也同樣重要，因為批評同樣讓雙方更能了解對方對自己的心結。最後，除了包括雙方的優缺點，活動希望參加者能更了解自己，因此加入了反思自己的部分，參加者在寫對方做得好和不好的地方時，也需要寫下對自己的讚賞和批評。總括而言，參加者要寫最少一個：讚對方、彈對方、讚自己和彈自己的地方。參加者亦會通過討論，得知對方對自己的讚和彈。

第二個元素是網上討論。我們參考及保留了 Secret Page 中匿名分享的元素，匿名分享是不少大學生和在職成人喜歡發表自己意見的方法，因為能減少參加者的尷尬。而且，我們希望透過加入我們的意見和表情引導投票，讓大眾可以跟據我們的引導更輕鬆地開始討論，及用表情符號簡單輕鬆表態，鼓勵更多人留言，從而更能達到在參加者能匿名分享的同時，獲得更多大眾的留言和意見，並找到有同樣相處問題的同行者，互相鼓勵及支持，推動參加者繼續進行挑戰。

### 3.1.5. 活動分析

#### 3.1.5.1. 可行性

活動無需特別費用、技術及資源。活動的費用為零，而技術上是我們慣用的社交媒體和 Google 表格。此外，在資源上，活動不受任何道具、場地、時間等的約束，參加者只需在自身有空的時間進行挑戰，就算某一個星期非常繁忙，亦可以在該周暫停挑戰（在收集到的參加者回應中也的確發現這樣的情況，顯示活動的彈性），而且參加者能在一天 24 小時任何時間提交表格。另外，參加者只需自備紙筆或可以記錄文字的設備就可以進行，活動無須特殊道具。

#### 3.1.5.2. 創意

對比坊間大部分親子活動大多是一次性工作坊，無法控制活動日期及細節。而這個活動設計就將親子活動搬到參加者家中和網上，讓參加者更靈活自主控制

每部分長短、參與日期時間及頻率。而且，坊間大部分親子活動的受眾只是參加者家庭，但這個活動的受眾包括參加者家庭及大眾，我們希望社交媒體的部分能引起大眾關注親子相處，讓大眾通過閱讀他人溝通相處有問題及良好的事例，反思自己的類似表現。活動亦有別於以往都是社工給意見，嘗試為參加者和大眾建立聯繫，讓大眾每個大眾都可以做小社工，直接在社交媒體上為參加者提供意見和開解對方。

### 3.1.5.3. 延續性

活動無須實體場地或固定時間，參加者能在家一直進行活動。另外，社交媒體和 Google 表格的設置已完成，沒有任何收費，基本上我們需要做的就是揀選及發表部分內容，每週只需約一小時，我們組會根據第 6 部分的分工，一直繼續營運專頁和 Google 表格，讓活動可以一直長期進行，增加其延續性。

### 3.1.6. 成果量度指標及方法

活動以量性及質性指標量度成果：

針對的元 素部分	量度指標	目標
參加者檢 討	量性研究：活動參與人次及持續性 參與人次計算總共填寫 Google 表格的數量，及在匿名暱稱下追蹤及分析參與家庭能否持續參與。	我們期望每週最少有四個家庭的分享（收到四份 Google 表格），可反映參加者有嘗試認真溝通，商討矛盾和問題，去了解對方的難處。另外，我們期望每個家庭參與最少三次，以達到更好的多次溝通效果。
	質性研究：Google 回應內容分析 我們選擇參與活動三週或以上的家庭，分析他們 Google 表格中填寫的內容中不滿和讚賞的趨勢。另外，Google 表格中，參加者需要填寫每星期個人評價和對方的讚彈的相似度（1-6 分），我們將會分析分數的變化。	我們期望親子之間的認識加深，個人讚彈和家人評價相似度越來越高，及更能欣賞對方。
網上討論	量性研究：社交媒體參與人次 參與人次計算在社交媒體表情表	我們期望每個帖子能獲得五個表情或留言回應，以便更

	態、留言及分享數量。	好地給參加者意見和鼓勵，同時證明大眾亦有從中思考家庭關係。
--	------------	-------------------------------

以上標準，除了平時一直的觀察、記錄及改良，還有正式的第一階段檢討成果分析，目標是分析活動進行了一個月的情况和檢討如何在未來一個月改善，日期定於十月三十一日。隨後有一次先導計劃總檢討成果分析，日期定於十二月五日。

### 3.1.7. 第一階段成果分析

#### 3.1.7.1. 分析

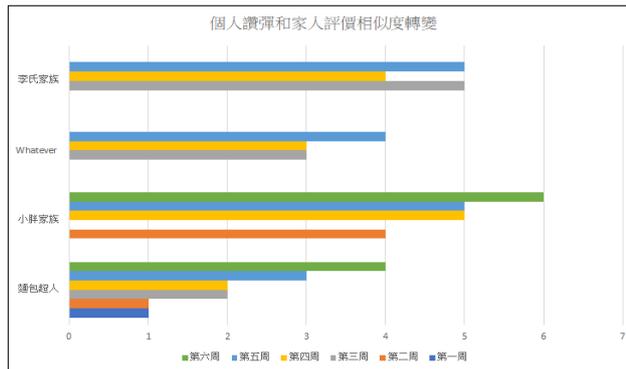
指標 1：參加者檢討部分——活動參與人次及持續性																																													
研究方法：量性研究																																													
目標	1.1 每週最少有四個分享 1.2 每個家庭參與最少三次																																												
結果分析	<p>1.1 截至十月三十一日，活動共有 30 個參與人次及 17 個參與家庭，表示 17 個家庭有嘗試認真溝通，商討矛盾和問題，去了解對方的難處。除了第一和第二週因為活動剛開始，宣傳不足，從第三到第六週的活動皆有 6 至 7 個參與人次，超越每週最少有四個參與人次的標準。</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="477 1301 890 1554"> <p>你和家人的專屬暱稱? (XX家族, 方便我們能在匿名情況下, 追蹤家庭的參與率)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>家庭</th> <th>參與人次</th> <th>參與率</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Billy</td><td>1</td><td>3.3%</td></tr> <tr><td>Gloria</td><td>2</td><td>6.7%</td></tr> <tr><td>Whatever</td><td>1</td><td>3.3%</td></tr> <tr><td>仔arr</td><td>1</td><td>3.3%</td></tr> <tr><td>小學家庭</td><td>4</td><td>13.3%</td></tr> <tr><td>李氏家庭</td><td>3</td><td>10%</td></tr> <tr><td>白日一張</td><td>1</td><td>3.3%</td></tr> <tr><td>糖糖家庭</td><td>1</td><td>3.3%</td></tr> <tr><td>高家</td><td>6</td><td>20%</td></tr> </tbody> </table> </div> <div data-bbox="911 1301 1297 1554"> <p>活動參與人次</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>週數</th> <th>參與人次</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>第一周</td><td>1</td></tr> <tr><td>第二周</td><td>2</td></tr> <tr><td>第三周</td><td>7</td></tr> <tr><td>第四周</td><td>7</td></tr> <tr><td>第五周</td><td>7</td></tr> <tr><td>第六周</td><td>6</td></tr> </tbody> </table> </div> </div> <p>1.2 在 17 個參與家庭當中，暫時只有 23.5% (4 個家庭) 參與活動最少三次，家庭持續性相對較低，我們會反思這點，改良社交媒體帖子，增加大眾對家庭繼續參與的動力。</p>	家庭	參與人次	參與率	Billy	1	3.3%	Gloria	2	6.7%	Whatever	1	3.3%	仔arr	1	3.3%	小學家庭	4	13.3%	李氏家庭	3	10%	白日一張	1	3.3%	糖糖家庭	1	3.3%	高家	6	20%	週數	參與人次	第一周	1	第二周	2	第三周	7	第四周	7	第五周	7	第六周	6
家庭	參與人次	參與率																																											
Billy	1	3.3%																																											
Gloria	2	6.7%																																											
Whatever	1	3.3%																																											
仔arr	1	3.3%																																											
小學家庭	4	13.3%																																											
李氏家庭	3	10%																																											
白日一張	1	3.3%																																											
糖糖家庭	1	3.3%																																											
高家	6	20%																																											
週數	參與人次																																												
第一周	1																																												
第二周	2																																												
第三周	7																																												
第四周	7																																												
第五周	7																																												
第六周	6																																												

指標 2：參加者檢討部分——Google 回應內容分析	
研究方法：質性研究	
目標	2.1 參與者對家人呈現越來越多讚賞，越來越少不滿 2.2 個人讚彈和家人評價相似度越來越高
結果分析	2.1 我們重點分析參與時間最長，已經提交回應達 6 個星期的麵

包超人家族，他們的回應呈現讚賞增多，不滿減少的趨勢，顯示參加活動促進雙方溝通，讓雙方知道自己的不足，努力改善，減少該問題再發生的可能性；或解釋雙方的誤解，因此對對方有更多讚賞和較少的批評。

時間點	你對家人罵彈?	你對家人罵彈?	家人對你罵彈?	家人對你罵彈?	你對自己的讚彈和家人對你評價相似嗎? (1為最不相似, 6為最相似)
2020/9/2 4下午 2:03:01	想不到	我工回來已經很累,還要看到孩子在講破爛,又不肯認錯,再名火起!駝天說我沒聽她說話,那她又有聽我說話嗎?		媽媽回來要教任甚麼,狂發脾氣,將家外受的東西通通給我,整天批評這,批評那,但自己又做回這些話不聽別人做的事,媽媽不聽人說話根本不尊重我也可以有自己的想法	1
2020/10/12 12:07:14	孩子不用我催促,乖乖做功課	但孩子不努力溫書,成績又退步了,真擔心他之後的考試!	媽媽耐心教導我做家課	媽媽可以在我做事時提醒我,但我卻不能提醒她,媽媽整齊備齊爸爸,同一件事爸爸可以做我不可以	1
2020/10/7 7下午 9:06:36	孩子乖乖完成功課	整天在說新話,說新話,我的工作已經很累,只想休息一下!	媽媽長時陪心指導我的作業,及幫助我補死了可怕的錯題!	媽媽常常說我只會打鬧,但我拿手機有時是看新聞和同學討論功課,她又不信我。	2
2020/10/14 14上午 10:21:14	孩子第一次把家裏的地板拖了,減輕我的工作量,又幫我按摩,覺得很開心	每天孩子大量慘劇,還在說新話,我,沒有在聽	當我網上學習時,媽媽總是纏著我,盡量小聲	媽媽整天批評我睡在床上,不收掉東西,但我學習後已經很累了,就想休息一下,東西又不是不收拾	2
2020/10/20 20上午 9:54:09	孩子第一次把家裏的地板拖了,減輕我的工作量,又幫我按摩,覺得很開心	在我跟他說話時,就不耐煩地噁我,沒有在聽	媽媽本來不喜歡做手工,但她願意陪我一起做各種清潔和扣	媽媽整天批評我睡在床上,不收掉東西,但我學習後已經很累了,就想休息一下,東西又不是不收拾	3
2020/10/26 26上午 10:29:53	感謝我在家庭中付出的努力,並主動下廚,減輕我壓力,我亦很欣賞孩子的照顧	也沒有什麼啦,孩子有回應我的評價,改變了,可能就是希望更多地會主動關心我	媽媽微笑很仔細地整天在廚房中苦,卻毫無怨言,很願意為家人付出	媽媽1pm幫我送學時開機,但我覺得晚上自己做事而集中力較好。	4

2.2 截至十月三十一日，有 4 個家庭參與最少三次活動，有 75% 參加者的個人讚彈和家人評價相似度越來越高，反映參加活動能加深雙方認識，更了解對方想法。



指標 3：網上討論部分——社交媒體參與人次

研究方法：量性研究

目標 3.1 每個帖子有五個表情或留言回應

結果分析 3.1 截至十月三十一日，我們一共寫了五個活動帖子。Facebook 每個帖子都最少接觸到 30 人，並帶來最少 8 個的表情和留言表態，而 Instagram 也有 15 至 25 個讚好和留言，這些都能鼓勵參加者家庭繼續努力，及發揮大眾一起給意見的功能，回應數量達標。

以下是 Facebook 帖子的回應總覽，橘色棒子代表帖子能接觸到的人數，紫色棒子代表使用表情符號、留言和分享的數目：

10/01/2020 9:31 AM	有時，陌生人傷感之後還應繼續發聲 講真，的確好令人摸不著頭腦，唔明	233	6	16
10/07/2020 9:31 PM	能夠同父母相處得好，小編都替小孫 家笑得很開心 😊👉👉👉👉👉👉👉👉👉👉👉👉	57	0	10
10/15/2020 10:27 AM	唔係每個人都係嚟咁都會講第一 句說話，點解陣陣XXX成樣好	62	0	8
10/22/2020 9:41 AM	小編都試過 😊 小孫家香檳啤，爸 爸媽媽唔小嘍既件 😊 唔係咁世界真嘅	39	0	9
10/28/2020 11:50 AM	見到whatever家呀，針對方面不滿意 係繼續住時間 🕒 冇時間而對方呢	65	3	14

以下是 Instagram 帖子的回應總覽：

<p>familiar.wys Wed 8/30/2020 8:13 pm...</p> <p>有時，陌生人傷感之後還應繼續發聲講真，的確好令人摸不著頭腦，唔明自己有冇做錯，點解又嗰咁</p> <p>Total Engagements 20 Likes 15 Comments 5 Saves 0</p>	<p>familiar.wys Wed 10/7/2020 6:34 am...</p> <p>能夠同父母相處得好，小編都替小孫家笑得很開心 😊👉👉👉👉👉👉👉👉👉👉👉👉</p> <p>Total Engagements 16 Likes 14 Comments 2 Saves 0</p>	<p>familiar.wys Wed 10/14/2020 7:30 p...</p> <p>唔係每個人都係嚟咁都會講第一句說話，點解陣陣XXX成樣好過你？就係心証其實我都有做👉👉👉</p> <p>Total Engagements 15 Likes 12 Comments 3 Saves 0</p>	<p>familiar.wys Wed 10/21/2020 6:42 p...</p> <p>小編都試過 😊 小孫家香檳啤，爸爸媽媽唔小嘍既件 😊 唔係咁世界真嘅</p> <p>Total Engagements 25 Likes 19 Comments 6 Saves 0</p>	<p>familiar.wys Tue 10/27/2020 9:07 pm...</p> <p>見到whatever家呀，針對方面不滿意係繼續住時間 🕒 冇時間而對方呢</p> <p>Total Engagements 24 Likes 19 Comments 5 Saves 0</p>
--	--	--	--	---

3.1.7.2. 活動調整

活動在三個指標中都大致達標，然而我們希望能進一步優化活動，重點改善指標 1.1 活動參與持續性及 3.1 社交媒體參與人次。

針對 1.1 活動參與持續性，由於我們目前每星期只會選擇我們認為最有意義的一個 Google 表格回應，將其內容寫帖子分享到在社交媒體，其他填寫了 Google 表格但沒有那麼精彩的故事並沒有發佈，可能令部分人覺得填寫完 Google 表格，都不會被發佈，得不到大眾的意見。我們在 11 月和 12 月嘗試在一個帖子中包含更多人的回應，確保更多填寫 Google 表格的參與者都能在帖子中看到自己的填寫的讚彈及得到大眾的意見。

針對 3.1 社交媒體參與人次，我們認為社交媒體帖子能接觸到的人數只有 30 人偏少，應該嘗試增加。我們在 11 月和 12 月的帖子中，加上關於親子關係的 Hashtag(#)，如#親子關係、#親子溝通、#家庭關係及#parentchildrelationship，當大眾搜索親子關係的關鍵字而輸入 Hashtag 時，就能看到我們的帖子。另外，我們亦有參考社交媒體參與度調查的最熱門時間，設定固定出帖時間為星期三 11am (Elizabeth Arens, 2020)。在反應的數目逐漸下降方面，其實在第一週到第三週就開始有這個問題，我們嘗試改變，使用不同背景設計圖片，結果在第四、第五週，反應數目都呈上升趨勢，所以我們認為吸引大眾留言，帖文設計的新意亦很重要，我們繼續使用不同的背景和設計，吸引大眾眼球。

綜合以上所說，在十一月一日到十二月五日的社交媒體帖子已進行以下的改變：

- (1) 在一個帖子中包含更多提交 Google 表格參與者的回應
- (2) 加上關於親子關係的 Hashtag(#)
- (3) 固定出帖時間為星期三 11am
- (4) 使用不同的背景和設計

### Facebook 帖子設計



### Instagram 帖子設計



### 3.1.8. 第二階段成果分析

指標 1：參加者檢討部分——活動參與人次及持續性

研究方法：量性研究

<p>目標</p>	<p>1.1 每週最少有四個分享 1.2 50%新參與的家庭參與最少三次（降低目標）</p>																																																																											
<p>結果分析</p>	<p>1.1 在十一月一日到十二月五日期間，活動有 45 個參與人次及 16 個參與家庭。在完成第一階段的活動調整後，由於更多 Google 表格回應中的家庭故事都有包括在社交媒體帖子中，我們可以看出更多人嘗試參與活動，及願意參與三個星期，參與人次及持續性都比第一階段改善不少。從第七到第十一週的活動皆有 8 至 10 個參與人次，超越第一階段的 1 至 7 個參與人次。由活動九月二十四日開始到十二月五日，活動共有 75 個參與人次及 33 個參與家庭。</p> <div data-bbox="539 719 1254 1025"> <p>你和家人的專屬暱稱? (XX家族, 方便我們能在匿名情況下, 追蹤家庭的參與率) 75 則回應</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Family Name</th> <th>Count</th> <th>Percentage</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>BB</td><td>1</td><td>1.3%</td></tr> <tr><td>Duncan 家族</td><td>2</td><td>2.7%</td></tr> <tr><td>Niki Tam</td><td>2</td><td>2.7%</td></tr> <tr><td>Whatever</td><td>3</td><td>4%</td></tr> <tr><td>利青</td><td>3</td><td>4%</td></tr> <tr><td>我們這一家</td><td>4</td><td>5.3%</td></tr> <tr><td>林氏</td><td>3</td><td>4%</td></tr> <tr><td>無名氏&gt;&gt;</td><td>2</td><td>2.7%</td></tr> <tr><td>皇朝天空</td><td>3</td><td>4%</td></tr> <tr><td>貓貓家族</td><td>4</td><td>5.3%</td></tr> <tr><td>馬家</td><td>3</td><td>4%</td></tr> <tr><td>...</td><td>8</td><td>10.7%</td></tr> </tbody> </table> </div> <div data-bbox="539 1043 1254 1507"> <p>活動參與人數</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Week (第X週)</th> <th>當周參與人數 (Bar)</th> <th>累積參與人數 (Line)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>1</td><td>1</td><td>1</td></tr> <tr><td>2</td><td>2</td><td>3</td></tr> <tr><td>3</td><td>7</td><td>10</td></tr> <tr><td>4</td><td>7</td><td>17</td></tr> <tr><td>5</td><td>7</td><td>24</td></tr> <tr><td>6</td><td>6</td><td>30</td></tr> <tr><td>7</td><td>9</td><td>39</td></tr> <tr><td>8</td><td>8</td><td>47</td></tr> <tr><td>9</td><td>9</td><td>56</td></tr> <tr><td>10</td><td>9</td><td>65</td></tr> <tr><td>11</td><td>10</td><td>75</td></tr> </tbody> </table> </div> <p>1.2 在十一月一日到十二月五日期間，新增了 11 個家庭參與最少三次活動的記錄，新增家庭的參與持續性達到 68.8%（計算以新參與活動三星期的家庭除以新參與活動的家庭），比第一階段的只有 4 個家庭（23.5%）長期參與進步不少，反映改良社交媒體帖子，確保回應會被發佈，可以增加家庭繼續參與的動力，未來我們亦會從這個方向繼續努力。由活動九月二十四日開始到十二月五日，有 15 個家庭參與最少三次活動。</p>	Family Name	Count	Percentage	BB	1	1.3%	Duncan 家族	2	2.7%	Niki Tam	2	2.7%	Whatever	3	4%	利青	3	4%	我們這一家	4	5.3%	林氏	3	4%	無名氏>>	2	2.7%	皇朝天空	3	4%	貓貓家族	4	5.3%	馬家	3	4%	...	8	10.7%	Week (第X週)	當周參與人數 (Bar)	累積參與人數 (Line)	1	1	1	2	2	3	3	7	10	4	7	17	5	7	24	6	6	30	7	9	39	8	8	47	9	9	56	10	9	65	11	10	75
Family Name	Count	Percentage																																																																										
BB	1	1.3%																																																																										
Duncan 家族	2	2.7%																																																																										
Niki Tam	2	2.7%																																																																										
Whatever	3	4%																																																																										
利青	3	4%																																																																										
我們這一家	4	5.3%																																																																										
林氏	3	4%																																																																										
無名氏>>	2	2.7%																																																																										
皇朝天空	3	4%																																																																										
貓貓家族	4	5.3%																																																																										
馬家	3	4%																																																																										
...	8	10.7%																																																																										
Week (第X週)	當周參與人數 (Bar)	累積參與人數 (Line)																																																																										
1	1	1																																																																										
2	2	3																																																																										
3	7	10																																																																										
4	7	17																																																																										
5	7	24																																																																										
6	6	30																																																																										
7	9	39																																																																										
8	8	47																																																																										
9	9	56																																																																										
10	9	65																																																																										
11	10	75																																																																										

<p>指標 2：參加者檢討部分——Google 回應內容分析</p>
<p>研究方法：質性研究</p>

目標 2.1 參與者對家人呈現越來越多讚賞，越來越少不滿  
2.2 個人讚彈和家人評價相似度越來越高

結果分析 2.1 我們分析參與時間最長及第二長的參與家庭，及參加者提交的其他想跟我們分享的事。我們繼續分析參與時間最長，已經提交回應達 8 個星期的麵包超人家族，發現他們的回應繼續呈現讚賞增多，不滿減少的趨勢，特別到最後兩週，在填寫對對方的不滿時，他們都開始想不到對方的不好，及很感恩和欣賞對方的努力。

時間點	你對家人讚賞?	你對家人不滿?	家人對你讚賞?	家人對你不滿?	你對自己的讚彈和家人對你評價相似嗎? (1為最不相似, 6為最相似)	你和家人的專業關係? (XX家族, 方便我們在匿名情況下, 追蹤家庭的參與率)
2020/9/24 下午 2:20:30	想不到	他工作已經很累, 還要帶到孩子去接球, 又不讓認錯, 無名火起! 整天對我沒好說話, 那她又有誰教她這樣?	媽媽照顧我, 和弟弟回家	媽媽對我讚賞, 爸爸讚賞, 媽媽外出的溝通讓我們, 她不能不讚賞, 但自己又做回這些他他不喜歡別人做的事, 媽媽不聽人說話, 總是不滿意也可以再自己的想法		1 麵包超人
2020/10/1 12:07:14	孩子不再我催促, 乖乖自功課	但孩子不努力讀書, 成績又退步了, 真擔心他之後的考試!	媽媽關心我學到功課	在成績不好的時候其實我只尋求媽媽安慰, 不想再聽他什麼囉嗦的教子或批評我		1 麵包超人
2020/10/7 下午 9:08:20	孩子乖乖完成功課	整天在說新話, 說新話, 我工作已經很累, 只想休息一下!	媽媽長時短時地指導我的作業, 及幫助我解決了可怕的障礙!	媽媽可以在我做事時提醒我, 但我不能不讚賞他, 媽媽不無所事事, 而一些媽媽可以給我教子		2 麵包超人
2020/10/14 上午 9:54:09	孩子第一次把家裏的地板拖了, 幫我的工作量又幫我學得專業心	每天孩子大量作業, 還在說新話, 幫我拖, 畫畫小畫	幫我拖上學習, 媽媽總是關心我, 畫畫小畫	媽媽常常對我會打聽, 但我拿手拖再拖是會新開和同學討論功課, 她也不理		2 麵包超人
2020/10/20 上午 9:54:09	孩子第一次把家裏的地板拖了, 幫我的工作量又幫我學得專業心	在我說他說話, 就不耐煩地罵我, 沒有在聽	媽媽本來不喜歡做手工, 但地拖會陪我一起製造清潔的成就感	媽媽整天批評我拖在地上, 不收拾東西, 但我學業後已經很累了, 就想休息一下, 媽媽又不聽之不理		3 麵包超人
2020/10/26 上午 10:29:53	孩子雖然想玩, 但會對我很乖, 幫媽媽拖地, 幫我拖地, 而且他懂得照顧我在家裏他所付出的努力, 並主動「幫」我拖地, 幫我做你孩子的功課	也沒有什麼, 孩子有回應我的評價, 改變了, 可能就是他希望更多地會主動關心我	媽媽在我不開心時陪伴及開解我, 對我很關心, 而媽媽的贊賞為人處世的經驗, 可以從他身上學習待人之道, 處理情況	沒有特別, 相處和平常		4 麵包超人
2020/11/1 下午 9:36:32	孩子主動收拾書桌, 樓上書桌收拾乾淨, 而且, 他懂得對少學業功課的難題和人問問, 我們一點都不討論, 很開心也很感謝我分享	沒有	媽媽以前不一, 她多了鼓勵我的想法和觀點, 不會凡事都罵我, 她對我更鼓勵, 有時會開下玩笑, 為這個家庭增加更多的樂趣	基本上, 不喜歡的方面都對我說出來, 媽媽也聽了我的意見, 改變了		4 麵包超人
2020/11/8 下午 3:23:21	孩子每晚成績進步了很多, 又主動地拖地比拖地上的那水, 雖然他不能拖什麼, 但會對我的努力感到有點欣慰, 感覺他长大了	挺不錯, 想不到什麼批評	媽媽以前不一, 她多了鼓勵我的想法和觀點, 不會凡事都罵我, 她對我更鼓勵, 有時會開下玩笑, 為這個家庭增加更多的樂趣	基本上, 不喜歡的方面都對我說出來, 媽媽也聽了我的意見, 改變了		5 麵包超人

另外，我們亦有分析參與時間第二長，已經提交回應達 4 個星期的 Sweet Sweet Home 家族，發現他們的回應同樣呈現讚賞增多，不滿減少的趨勢。

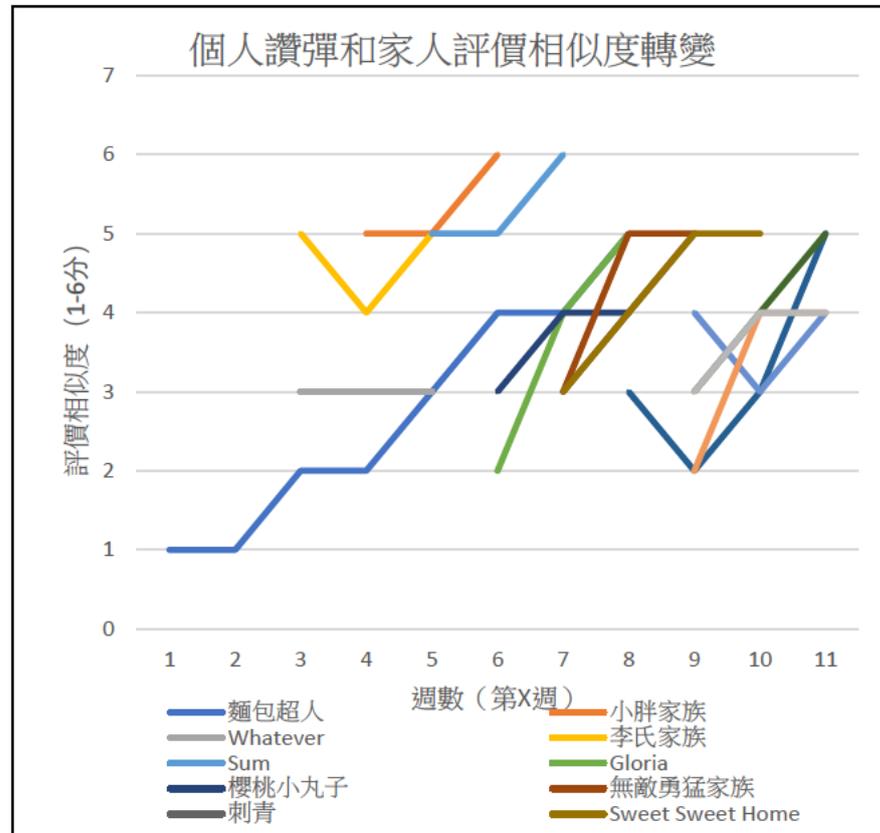
時間點	你對家人讚賞?	你對家人不滿?	家人對你讚賞?	家人對你不滿?	你對自己的讚彈和家人對你評價相似嗎? (1為最不相似, 6為最相似)	你和家人的專業關係? (XX家族, 方便我們在匿名情況下, 追蹤家庭的參與率)
2020/11/6 下午 8:25:30	正確	無端端鬧, 還鬧至地說我沒有	沒有, 他們對想不到	整天在不同的說新話, 工作很累, 我不能聽一下父母的忠告嗎?		3 Sweet Sweet Home
2020/11/14 下午 3:17:15	為家進行出	有這事明明是他們錯, 他們卻次聲言自己是受害者, 不願意認錯	基本上挺乖	再也不會從我們的立場, 就會在這些我們		4 Sweet Sweet Home
2020/11/17 上午 7:02:30	有溝通的時機	有時動為爭執, 不願意聽我的意見	願意自我檢討, 努力改善自身	其實覺得相處沒有什麼問題, 大家都覺得彼此之前討論功課時, 覺得溝通不暢		5 Sweet Sweet Home
2020/11/25 上午 8:21:49	願意聆聽我的想法, 給我有用的意見, 而且我Feel到他們對我的支持	沒有, 相處得挺愉快	愿意彼此傾聽的, 重新你有什么困難和問題, 你願意幫助幫忙	覺得沒有		5 Sweet Sweet Home

另外，我們亦收到黃家和 CK Han 家族對我們活動改善親子關係的認可，在其他想分享的事中，他們分別寫道「活動改善了我和父母的關係」和「活動促進了我們的關係，雖然一開始有點尷尬，但慢慢又習慣每週都有活動的時間。我覺得如果可以每天進行，可能會更好」。回應 CK Han 家族的建議，我們將在未來推出每日一讚彈日記本（詳情見 3.1.9 未來計劃）。

整體質性研究顯示活動促進雙方溝通，解決了部分親子間的矛盾和衝突，並讓他們更懂得欣賞對方。

2.2 由活動九月二十四日開始到十二月五日，有 15 個家庭參與最少三次活動，80%參加者的個人讚彈和家人評價相似度越來越

高，反映參加活動能讓雙方的認識加深，更了解對方想法。



指標 3：網上討論部分——社交媒體參與人次

研究方法：量性研究

- 目標
- 3.1 每個帖子有五個表情或留言回應
  - 3.2 每個 Facebook 帖子能接觸到 50 人（新加）

結果分析

3.1 在十一月一日到十二月五日，我們共寫了四個活動帖子。經過改良，Facebook 帖子的讚好、留言或分享總和都多於 34 個。而 Instagram 都有 35 個或以上的讚好及留言總和。經過改良，反應數量上增加了，而且更重要的是留言數量上升了不少。改良後的帖子包含更多 Google 表格的回應，因此更容易引起大眾共鳴並留言。而且，設計增加短字與互動元素，例如 Bingo 遊戲，使大眾更感興趣留言。

另外，我們也很開心部分大眾在看到帖子時，更能思考和家人的關係，例如勾起家人對他們的好及反思他們的不足。在部分大眾留下對家人的批評時，我們也會回覆所有留言，表示諒解及提供建議，化解家人成員間的爭執（附錄二）。

3.2 每個 Facebook 帖子成功最少接觸 150 人，讓更多人看到，不



色標示。第一階段分析只包括了第一到第六週的結果，因此我們在圖表中把第六和第七週分隔，方便閱讀。

參與家庭/日期/評價相似度	第一周	第二周	第三周	第四周	第五周	第六周	第七周	第八周	第九周	第十周	第十一周
麵包超人	1	1	2	2	3	4	4	5			
小胖家族		4			5	5	6				
Whatever			3	3	3						
豬排家族			3								
鑿金朵			1								
高家			5								
我們這一家			2								
李氏家族			5	4	5						
皇朝天空				3							
冇arr(👍👍)				2							
Bully*				3							
Duncan家族					5						
Sun					5	5	6				
白目一族					3						
哈哈哈						5					
Gloria					2		4	5			
櫻桃小丸子						3	4	4			
無敵英雄家族							3	5	5		
刺青							3	4	5		
Niki Tam							2		5		
Sweet Sweet Home							3	4	5	5	
炳文							3				
貓貓家族								3	2	3	5
笑笑家族								2			
林氏									3	4	5
董家									4	3	4
李尚坪									2	4	4
馬家									3	4	4
Man										4	4
無名氏><										2	3
CK Han										3	4
BB											2
顏慶											4
參與人次	1	2	7	7	7	6	9	8	9	9	10

### 3.1.9. 未來計劃

每週一讚彈挑戰活動會根據上述調整繼續，除此之外，未來計劃會有推出讚彈日記和英文版的打算。

預計活動推出大約 8-9 個月後，當參加人次（Google 表格回應人次）達到 300，我們將製作每日一讚彈日記本 PDF 版本，供參加者下載及列印，形式和現在的活動類似，都是有讚賞及批評自己和家人的四個部分，以及需填寫兩人評價相似度。但有三個改良部分：

第一，不同於 Google 表格只能以文字記錄，參加者可以自行選擇以圖像或是文字形式記錄自己的感悟，這讓不熟悉寫字的孩子和教育程度較低的家長亦能輕鬆參與，而且，在部分參加者眼裡，圖像或比文字更能表達他們的情感。

第二，從週記變成日記形式，培養參加者每天反省家庭相處，並即日分享，進一步鼓勵他們增加溝通頻率。

第三，參加者可以自行記錄和家人的溝通，而不一定要使用 Google 表格回應。部分較害羞的參加者不喜歡提交 Google 表格回應跟我們分享，但自己沒有適當記錄方法，從而失去參與的動力。通過每日一讚彈日記本，參加者可以每天自行記錄自己的感受和兩人的見聞在日記，提供持續記錄方法成為害羞參加者參與的動力。對於本來就喜歡提交 Google 表格回應跟我們分享的參加者，他們可

以在填寫日記本後，每週可以在七天中選擇一天他們覺得最有意義的分享，提交 Google 表格予我們，對參加者最有意義的分享，可能是他們商討多時仍未能解決的問題，或是引起他們最強烈情緒的回應，當他們填寫這些事在 Google 表格，往往更能反映親子相處問題重心或引起大眾共鳴，令專頁帖子分享的質素更高。

預計活動推出 1-2 年後，當參加人次達到 1000 時，我們將製作英文版計劃，包括雙語版活動介紹，雙語版 Google 表格回應，雙語版每日一讚彈日記本 PDF 版，和雙語版社交媒體專頁帖子及分享。除了香港，在世界各地的親子關係也很重要，我們不希望無法理解粵語內容成為世界各地參加者的阻礙。通過雙語內容，我們希望把活動推廣至香港以外的地方，讓世界對親子關係的重視，對家人的愛，如火的熱情迸發出熱烈的火苗，傳揚到全世界，讓愛生生不息。

### 3.1.10. 回應疑問

	疑問	回應
1.	想請問一下活動參加人數的部分，17 個家庭是不是應該有超過 34 個人次，還是我對於這個活動的方式有任何誤解？	截至十月三十一日，我們通過暱稱發現共有 17 個活動參與家庭和 30 個參與人次。由於填寫 Google 表格時，參加者需要填寫自己和對方的讚彈反饋，如果兩人都參與，填寫的內容會重複，只是填寫的欄位不同，並沒有意義。因此，我們制定流程是參與家庭自行商討哪位成員負責填寫 Google 表格。當收到疑是重複的家庭成員回應時（例如回應 A 中對方對我的讚是「媽媽在我不開心時陪伴及開解我，我感到很窩心。而我都欣賞媽媽為人處世的經驗，可以從他身上學習待人之道，處理朋友紛爭」，在回應 B 中我對對方的讚亦是同樣字句，而其他三項亦然），我們會移除該無效回應，並不會計算於參與人次。 在匯報裏，我們表達的是活動收到 17 個參與家庭的回應，當中有部分家庭參與多於一次，因此共收到 30 個參與回應人次。

2.	<p>活動中，其中一人提交 Google 表格內容時需要填寫暱稱，另外一方是否知道該暱稱？</p>	<p>暱稱主要是讓我們辨識並統計參與家庭的參加頻率。如果不是同一位家庭成員一直負責填寫 Google 表格，該成員需要知會對方暱稱以填寫 Google 表格暱稱。就算是同一位家庭成員一直負責填寫，我們亦鼓勵讓雙方得知暱稱，讓我們在發佈該家庭分享的帖子時，帖子如 XX 家族：「媽媽在我不開心的時候陪伴及開解我」，他們更快就可以意識到，並更專注留意該帖子的回應。</p>
----	---	--

## 3.2. 活動 2：Options 「身」火相傳 Instagram 濾鏡

### 3.2.1. 活動內容

濾鏡於十月二十一日正式在 Instagram 帳戶推出，尤其針對不敢參加工作坊的青少年子女，以至從未知悉計劃的香港大眾。利用虛擬實境技術，濾鏡使用者的頭上會出現與任務內容有關的花圈，透過拍攝短片隨機抽選一日親子任務，最後在限時動態分享過程，並藉着標註朋友把活動「身火相傳」。我們期望透過濾鏡受眾廣的特質引起風潮，喚起親子關注的同時宣傳本計劃，以下為十個任務的花圈設計：



### 3.2.2. 活動針對的問題及及計劃目的

我們希望透過濾鏡鼓勵參加者發揮家庭成員應有的作用，藉此解決早前問卷及文獻中發現的家庭問題。有見及此，任務內容圍繞家庭的三個「支持」作用（黃俐婷，1993），各自應對不同的衝突和溝通原因。

第一，針對家庭責任分配不均的問題（明愛向晴軒，2017），我們透過「今日我做Cooking Mama」及「人肉提款機」的家務及理財任務鼓勵參加者為家庭成員提供「實質性」幫助（黃俐婷，1993）。濾鏡有助訓練其同理心，使他們嘗試調換角色，感受對方平日所要承擔的責任，並開始予以切實的援助，達致計劃中「解決已存在的家庭紛爭」之目的。

第二，針對欠缺情緒管理及溝通機會等問題（明愛向晴軒，2017；Familiar, 2020），我們嘗試透過「忍忍 Calm Down」、「Love From Home」、「打破僵局！」、「Family Selfie」及「家庭日」的任務鼓勵參加者學習和實踐「訊息性」的溝通技巧（黃俐婷，1993）。任務提醒他們控制情緒的重要性，以避免衝突發生，同時藉着集體活動搭建溝通橋樑，讓家人感受到其付出沒有被遺忘，並透過鼓勵使其心態平衡，達致計劃中「避免將來發生衝突的可能性」之目的。

第三，針對不願袒露心聲及態度冷漠的問題（明愛向晴軒，2017），濾鏡中「Secret Surprise!」、「忘了愛?」、「感謝你誕下了我！」的任務為參加者提供藉口，令他們敞開心扉，以表達平日不敢展露之「情緒性」的支持（黃俐婷，1993）。即使任務未必能令關係疏離的家庭深入交談，我們也期望提醒參加者可為家人給予情緒上的慰藉，達致計畫中「表達愛意」的目的。

因此，濾鏡採用花圈設計，期望吸引大眾眼球，提醒人們對親子溝通的關注時，推廣「存心」的重要性。同時，簡單任務隨時隨地皆可實行，更可觸及因工作忽略家庭關係的受眾，有望達致「傳意」。

### 3.2.3. 活動流程

濾鏡於十月二十一日推出後，我們隨即開始宣傳，由組員率先帶頭在專頁及個人帳戶使用濾鏡並標註朋友，逐漸增加曝光率。隨著濾鏡使用人次增加，我們在經得其他參加者同意後開始於限時動態轉發他們的影片，更嘗試以幽默形式推廣濾鏡，例如把濾鏡間接利用於卡通人物身上，期望增加熱度，同時鼓勵分享。在宣傳過後，我們開始進行公眾教育，於社交媒體分享濾鏡的任務內容，同時介紹目的及示範玩法，防止遊戲失去教育意義，像同類活動（如「護蛋行動」）般流於形式化（劉易婷，2012）。接著，我們開始進行中期檢討以評估成效，如在專頁限時動態及私訊嘗試詢問意見，並針對現存不足進行檢討，於十一月上旬（即濾鏡推出兩星期後）分析第一階段成果。在實施短期改善方案後，我們再進行了二次檢討以調整未來的長遠計劃。





### 3.2.4. 活動參考

「身火相傳」濾鏡參考了兩個意義相近的公益活動。在形式方面，我們學習了同類活動「冰桶挑戰」的優勝之處，以需時短且富玩味的遊戲形式帶出親子溝通的重要性，期望吸引青少年加入（徐健麟，2016）。同時，我們保留了轉發影片的部分，希望可以集參加者之力把濾鏡從朋輩逐漸推至社會大眾，減低宣傳成本。在任務設計方面，我們改進了「護蛋行動」的缺點（劉易婷，2012），考慮到任務是否在生活中可行，並在宣傳濾鏡玩法時提供適當教育，避免活動偏離計畫原意。



### 3.2.5. 活動分析

#### 3.2.5.1. 可行性

在技術方面，製作濾鏡的費用為零，使用官方免費濾鏡設計軟件「Spark AR」製作，程序編寫亦參考網上影片，設計上較為簡便。在使用方面，任務由參加者自發實行，分享與否亦視乎各人意願。即使參加者因私隱原因不願進行分享，濾鏡中所設計的任務內容簡單，可以隨時隨地自發完成，有助貼合不同人的生活模式。第二，考慮到參加者背景的不同，任務設計形式多變，部分在疏遠或離散家庭也可實行，包羅「低對話」與「高對話」的各種家庭模式(Koerner & Fitzpatrick, 2006)，受眾較廣。加上任務欄的文字敘述清晰，不同年齡層的使用者在第一眼便能理解遊戲的意義。即使參加者因個人原因未敢踏出第一步實行「傳意」，濾鏡也能提醒他們先要「存心」，再吸引他們自行探索改善親子關係的不同方法。

#### 3.2.5.2. 創意

在經濟方面，近年不少企業破格地利用「限時動態」及 Instagram 濾鏡作為新興宣傳工具，將本來用於個人分享的功能運用到商業營銷之上。根據 Lenkopii (2020) 有關社交媒體營銷的文章，美國公司現時會把三成的廣告投入到限時動態，而有六成人會被當中的產品所吸引。此外，「濾鏡營銷」也被形容為經濟實惠的宣傳手段，機構只需前期設計費用便能長期推廣其理念或產品 (Woolito, 2020)，可見兩者的潛在宣傳作用。有見及此，「身火相傳」揉合了限時動態及濾鏡營銷，作為教育、帶動參與及宣傳計劃意義的手段，相輔相成，利用創意達致成本效益之可行性。

在意義方面，「身火相傳」濾鏡透過隨機出現的花圈抽選任務，比較坊間同類型之「隨機類」濾鏡，它們大多用於心理測驗及扮妝遊戲 (Lenkopii, 2020)，較少人結合公益理念及溝通教育。因此，本濾鏡運用此缺口創造價值，以遊戲形式改善家庭和諧，概念別具創意。

#### 3.2.5.3. 延續性

除了免費開放給大眾使用，濾鏡無需人手管理，可長期進行，因而有較少成本上的長遠考量。此外，濾鏡設計軟件用法簡單，容許我們快捷及輕易地更新濾鏡內容，唯花園設計則稍需時間，但總的來說濾鏡具靈活性，可透過持續改進增添新意，吸引參加者改善親子溝通。

### 3.2.6. 成果量度指標及方法

活動以量性及質性指標量度成果：

針對的元 素部分*	量度指標	目標
展示次數	濾鏡在限時動態出現的次數，反映其在朋輩及大眾之間的曝光率 (量性研究)	我們期望展示次數持續上升，保持熱度，覆蓋範圍不限於朋輩。
互動人次	開啟次數： 濾鏡被點開的次數 (量性研究)	我們期望拍攝及分享次數在濾鏡推出兩星期後呈上升趨勢，並在一個月後達至五百人次，及在兩個月後衝破一千人次。
	拍攝次數： 濾鏡被使用的次數 (量性研究)	
	分享次數： 濾鏡被分享至限時動態的次數 (量性研究)	
使用者背景	性別及地區 (量性研究)	我們期望觸及不同性別的使用者，現階段主要集中在香港宣傳。
使用者意見	在限時動態或私信詢問參加者對濾鏡的意見，當中包括量性評分（如為「美觀程度」拉桿評分）及質性的開放評論，可自行選擇是否作答。  <div style="text-align: center;"> <p>你認為濾鏡嘅 「美觀程度」值幾多分？</p>  </div>	我們長遠期望濾鏡可以提醒使用者關注親子關係、嘗試進行溝通及表達愛意。

\*「展示次數」、「互動人次」及「使用者背景」數據來自「Spark AR Hub」官方濾鏡設計软件的洞察報告

### 3.2.7. 第一階段成果分析

#### 3.2.7.1. 分析

指標 1：展示次數	
目標	曝光率開始呈現上升趨勢，同時帶動社交媒體追蹤人數上升
結果分析	<p>在濾鏡推出兩星期後，展示次數急升至 3,038，曝光率不俗，證明有不少人從限時動態當中看過別人分享此濾鏡。由於設計者名稱會顯示在限時動態上，此數據指標有助反映宣傳成效。與數據吻合的是，推出濾鏡後專頁追蹤者增加了 25%，反映其宣傳專頁的效果不俗，有助吸引對計劃有興趣的受眾。此外，我們發現曝光人數與宣傳投入成正比，即每當我們轉發濾鏡影片，展示次數皆會上升，可見持續宣傳對增加曝光率的重要性。</p> <div style="text-align: center;"> <p>👁️ 展示次數 <b>3,038</b> ↑1,835</p> <p>Oct 21, 2020      Nov 2, 2020</p> </div>

指標 2：互動人次	
目標	拍攝及分享人次開始呈現上升趨勢
結果分析	<p>從圖表可見，拍攝次數達 250，證明不少參加者對濾鏡有興趣，並嘗試自行使用，但是，分享人次只有 32，結果與同類型濾鏡通病吻合，較少參加者會在完成遊戲後進行分享 (Lenkopii, 2020)，以致暫時較難評估濾鏡成效。而可行的解釋是，不少社交媒體用家會對分享自拍感到害羞，而部分參加者亦較著重個人私隱。為達致宣傳之效，此指標有待改善。</p>



### 指標 3：使用者背景

目標	觸及不同性別的使用者，覆蓋範圍不只限於朋輩
結果分析	<p>數據中近八成使用者皆為女性，並以青少年為多，反映濾鏡較受女性歡迎。可行的解釋是，由於首兩個禮拜濾鏡多由組員帶頭推廣，而其朋友多為女性，因此被標註邀請而使用濾鏡的人次較多為女性。但是，數據顯示濾鏡拍攝基數不俗，達 143 位女性及 45 位男性，遠超組員的朋友數量，由此可見，濾鏡開始觸及朋輩以外的受眾，勢頭不俗。</p> <div style="text-align: center;"> <p>女性 76% 143      男性 24% 45</p> </div>

### 指標 4：使用者意見

目標	獲得至少五個回應，不論正或負面皆有助改善濾鏡
結果分析	<p>從限時動態量性評分中發現，用家皆給予濾鏡中上的分數，不少人認為濾鏡美觀程度偏高，具有吸引力，而濾鏡更令他們察覺到平日忽略關注父母的地方，可見濾鏡美觀之餘具有意義。另外，從轉發影片中發現，濾鏡令他們嘗試平日不會使用的溝通模式，如透過為父母煮一餐飯分擔家庭責任、以禮物給予鼓勵、及抱抱對方表達愛意，此舉皆獲家庭成員的正面回應，感受摘錄如下：</p> <p>「開火煮咗黑暗料理 不過阿爸阿媽都好畀面話幾好食」          「最後變咗我哋三個輪流攞住肥肥的母親大人 母親大人表示哈哈」          「呢度奉上一張阿媽畀我強吻嘅相」          「好耐冇同父母影相 lu」          「希望佢哋會鍾意我整嘅乾花啦」</p>

### 3.2.7.2. 活動調整

由於濾鏡在第一階段檢討剛推出兩星期，以上數據具局限性，追蹤者基數及獲得的回應較少，只有約十人，實質成效有待觀察。

濾鏡在四個指標中都大致達標，初步達到宣傳計劃的預期效果，但是否能令參加者達致計劃目的需要更多參加人數才能在日後作出結論。短期來說，計劃有兩個可改善的地方。

在受眾覆蓋率方面，濾鏡使用者現時多為組員朋友圈子之內，暫時未能觸及多數的預期受眾。為使濾鏡觸及社會上的其他青少年，我們在第一階段檢討後增加了拍攝及轉發影片的次數，從每星期一次上升至三次，希望透過持續曝光帶動大眾參加，詳細解釋可參考下圖：



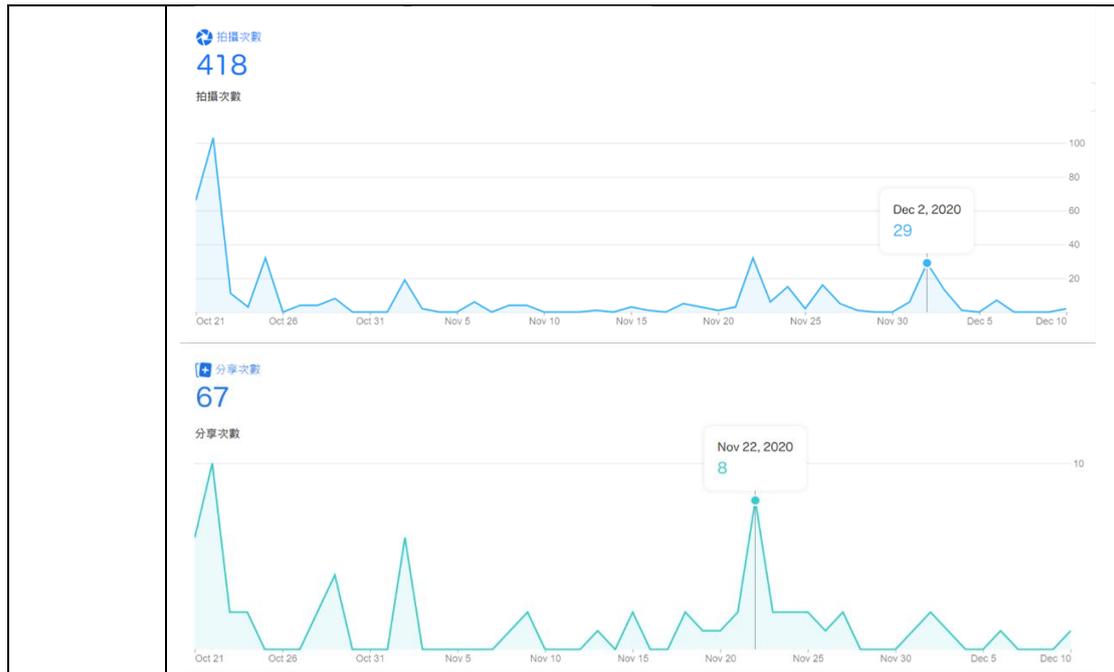
如何達致持續曝光？取自 Woolito (2020)

在分享人次方面，我們透過調整策略改善指標。Woolito (2020) 指出於濾鏡標註專頁有助小規模機構收集影片，而濾鏡 Hashtag 則適合較具個性的大品牌使用。有見及此，我們摒棄了一向在轉發濾鏡時使用的#familiar 話題 Hashtag，轉為向參加者推廣直接標註專頁，並在玩法中加入此步驟。同時，我們嘗試把任務包裝成「Family Challenge」，像「冰桶挑戰」般增加分享意欲及宣傳成效。

### 3.2.8. 第二階段成果分析

指標 1：展示次數	
目標	曝光率呈現持續上升的趨勢
結果分析	<p>從 6,912 的展示次數可見，濾鏡觸及人數比第一階段檢討（十一月二日）時升近一倍，其後的曝光人數增幅亦較為穩定，平均每日觸及 200 名用戶，可見增加宣傳頻率有助達致持續曝光，保持濾鏡的熱度，使其不被遺忘。</p>

指標 2：互動人次	
目標	拍攝次數增至五百，分享次數呈現上升趨勢
結果分析	<p>從拍攝次數可見，濾鏡暫時有 418 人次使用，而分享人次則達 67，較第一階段多出一倍。雖然現階段未能達到五百人次的短期目標，但由於增幅不俗，我們可繼續在今年餘下時間觀望成效。此外，相比起月初時急速上升的熱度，互動指標開始放緩，使用次數卻轉趨頻密，最高單日拍攝次數為 29 人，或證明有用戶把使用濾鏡當成了習慣。結果反映持續宣傳有助吸引零星新用戶關注，但同時可見濾鏡熱度正在減退。可行解釋為專頁的整體宣傳成效下降，即使我們每週在專頁分享任務的教育意義及推廣標注專頁的新步驟，受眾亦多只限於現有的追蹤者，難以吸引新用戶關注。</p>



指標 3：使用者背景

目標	性別分佈更為平均												
結果分析	<p>性別分佈方面維持不變，反映濾鏡的花圈設計或較吸引女性使用，而暫時難以透過第一階段的宣傳調整解決此問題，地區方面亦主要以香港為主，符合原先目標受眾的特質。</p> <div style="text-align: center;"> <p>女性 77% 186</p> <p>男性 23% 56</p> </div> <p>國家 / 地區排名</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>國家 / 地區</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>香港</td><td>97%</td></tr> <tr><td>中國</td><td>1%</td></tr> <tr><td>澳洲</td><td>1%</td></tr> <tr><td>墨西哥</td><td>0%</td></tr> <tr><td>台灣</td><td>0%</td></tr> </tbody> </table>	國家 / 地區	百分比	香港	97%	中國	1%	澳洲	1%	墨西哥	0%	台灣	0%
國家 / 地區	百分比												
香港	97%												
中國	1%												
澳洲	1%												
墨西哥	0%												
台灣	0%												

指標 4：使用者意見	
目標	獲得更多回應，不論正或負面皆有助改善濾鏡
結果分析	<p>第二階段檢討所收到的質性回應與上階段相約，反映於限時動態開放回應未必為收集意見的最佳手段。但透過私訊詢問用家意見，我們發現不少人反映濾鏡難以吸引他們分享的原因圍繞「主題過份正經」或「內容比較尷尬」，可見濾鏡或未能吸引青少年參加者進行改變，在平衡教育意義之餘趣味性有待提高。這與其他參加者的意見相符，不少用家希望增強遊戲元素，反映現時濾鏡互動較少，只能獨自遊玩，未必具動力實行任務或分享影片，由此可見濾鏡在未來計劃可以改善的地方。</p> <p>雖則如此，我們也獲得不少使用者標註，從其影片中發現，家人成功感受到參加者的愛意，如會因突如其來的鼓勵而感到驚喜，可見濾鏡提供了藉口令不少參加者打破冷漠。此外，活動亦訓練了參加者的同理心，令他們嘗試感受對方的內心世界及過去經歷，接納及欣賞家人，此為表達愛意的先決條件（賓靜蓀，2015）。可見濾鏡有助改善親子關係。部分感受摘錄如下：</p> <p>「今日心血來潮買咗張卡畀阿爹 佢笑到咁」          「攞返曬細個啲相出嚟 原來媽咪輯結婚相咁靚」          「咁多年嚟辛苦曬喇」          「一日淨係用 100 蚊原來都唔易…買個奶茶就有咗一半」</p>

### 3.2.9. 未來計劃

有見「隨機類」濾鏡較難獲得使用者持續使用 (Lenkopii, 2020)，未來計劃或需時刻推陳出新，以達成原來一星期一次一日任務的目標。

首先，在受眾偏好方面，數據證明現時的花圈設計較容易吸引女性用戶，因此，將來可於設計上兼顧男性偏好，使受眾性別分佈較為平均，從而令濾鏡可以觸及更多家庭。

第二，現時以文字敘述任務的形式較為傳統，參加者或會覺得內容太正經而不願意使用濾鏡，降低青少年分享的意欲。有見及此，將來可改為進入專頁才能看到任務內容，濾鏡上只顯示任務標題，保持神秘感，美觀之餘或有助吸引人們瀏覽及讚好專頁，同時提升分享意欲，以增強透過濾鏡宣傳計劃之效。

第三，個人私隱問題或減低分享意欲。考慮到上回同學提到的私隱考量，我們今次在宣傳中有嘗試建議參加者可自行利用表情符號遮蔽面孔才進行分享，可是，從數據可見，分享意欲仍然不大，將來有足夠技術之時，我們可以把頭上的造型花圈改為原來計劃書希望實行的家庭成員臉部角色造型，透過其裝飾遮蔽面孔，增加濾鏡代入感之餘鼓勵分享。

有了現行先導計劃的經驗，我們可考慮在現有濾鏡推出 8-9 個月後，進行以上的輕度改進，並透過不時增加任務以保持新鮮感。為評估計劃有否達至計劃目的，我們會在限時動態中繼續提出問題，令使用者了解到自己有否達成計劃目標。

若改進後的濾鏡受大眾歡迎，我們將會在 1-2 年後製作新濾鏡及英文版本，推廣至香港以外的地方。為吸引持續參加，將來的濾鏡可設立關卡，塑造成真正的「挑戰」，由淺入深地令參加者逐步走出自己的舒適區，把「存心傳意」當為習慣，實踐有效親子溝通，長遠可行的方案如下：

首先，在宣傳策略方面，上回有同學提到即使本地設計的濾鏡較少，亦不能忽視海外的濾鏡種類繁多，「身火相傳」濾鏡或難以突圍而出。濾鏡設計師 Woolito (2020) 發現，濾鏡所引起的共鳴比美觀和互動性重要，我們將來或可調整設計重心，配合目的吻合的節日 (如母親節及情人節) 推出濾鏡，令青少年不會覺得濾鏡過時，貼合其追逐潮流的特質，同時喚起人們思考節日對家庭的意義，推廣「存心傳意」。

更甚，任務形式或為濾鏡的根本問題所在，現時任務依賴使用者自發完成，雖然能提醒他們「存心」，卻較難驅使青少年行動。若將來成功克服資金和技術壁

壘，我們可以把線下任務轉為直接在濾鏡中與父母完成遊戲，省卻轉換平台的麻煩。內容亦可參考近來受歡迎的濾鏡內容，例如透過虛擬實境技術與父母換臉、預知 20 年後與父母的樣子是否相似、甚至加入互動元素如眨眼控制等（Napoleoncat, 2020）。透過增加增強遊戲元素，此舉有助提高濾鏡的娛樂性，令其形式更有趣味，有助鼓勵使用和分享。

### 3.2.10. 回應同學及教授對活動的疑問

	疑問	回應
1.	現時活動女性參加者佔 76%，請問你會如何改良活動以提高男性參加者比例？	我們或須在克服技術壁壘後才能吸引更多男性參加者。相對美觀，第二階段質性回應中不少男性用家反映他們更著重濾鏡的趣味性及代入感。因此，我們可以在將來加入互動遊戲以吸引男性受眾，唯現行技術較難實行。
2.	任務設計針對健全的年輕人，或忽略了有語言障礙的受眾或兒童，建議運用讚賞貼紙或感謝卡，讓他們更容易向家人表達心意。	我們很感謝同學的提醒，雖然現時的任務欄亦不乏卡通元素，任務亦包括心意卡等內容，但考慮到有語言障礙的用戶，濾鏡將來可以參考「每週一讚彈」的形式提供表情符號的選項，以幫助他們表達感受，改善計劃的包容性。
3.	濾鏡創意不俗，但個人認為雖然增加了廣度，但深度有限，或許難以對受眾帶來太大改變，更未必足以說服他們參加實體活動。	考慮到不同家庭的特性，我們明白現時的濾鏡設計或過份側重於廣度。要增強深度，我們在將來會考慮諮詢專家意見，一同設計任務內容，在考慮不同受眾的特質之餘令任務更準確地建基於溝通理論之上，以達致廣度之餘豐富其意義。

### 3.3. 活動 3：Voices「聲聲」相惜

#### 3.3.1. 活動內容

此活動使用網上視訊平臺（如 Zoom Google Meet 等）進行，受眾是因忙碌而甚少進行親子溝通的家庭，而網上工作坊的時間較彈性，方便遷就他們的時間，希望這類家庭能通過網上工作坊對明白家庭溝通的重要性。當發生衝突時，能以溝通的方式來解決問題。參加者可透過 Google form 報名，選擇自己較方便的時段，便於工作人員安排活動時間。

活動需時大約 2 小時至 2 小時 30 分鐘，時間可根據參加者的需求而進行增減。例如：遊戲的三部分，每部分只玩 2 個字，時間上可以減少。

##### 3.3.1.1. 第一部份活動：單向溝通遊戲——你傳意，我來猜

單向溝通是指送訊者將訊息傳送給收訊者，送訊者沒有追蹤的行動，收訊者也沒有給予回饋的機會（繆敏志，民 80；Hoy & Miskel，1996）。所以，單向溝通只是單向的傳達訊息

1. 一個工作人員及一個家庭進入 Zoom breakout room。
2. 每個家庭派出兩位成員，分成 A 和 B 兩組並讓他們背靠背坐着。
3. A 組面向工作人員，B 組則背向工作人員。
4. 工作人員揭開第一塊紙板給 A 組看，A 組只能以口述漢字的筆順及結構（例如：上下結構、左右結構）給 B 組聽，B 組負責猜字，B 組不可以發問，兩組成員依舊背靠背坐，A 組不能轉身看 B 組寫字。A 組自行決定何時要求工作人員換第二塊紙板（A 組不可以問 B 組是否完成），依次類推。A 組及 B 組整個遊戲都不可以溝通。
5. 遊戲限時 10 分鐘。
6. 第一輪遊戲結束，工作人員統計正確率。

##### 3.3.1.2. 第二部份活動：雙向溝通遊戲——你問我答

雙向溝通是指雙方進行溝通時，彼此傳達和接收訊息，傳達訊息者將訊息傳送給收訊者，收訊者收到訊息後對此作出回饋，此時雙方角色互換，有時「你說我聽」，有時「我說你聽」，彼此之間有較多的訊息交流機會，以便雙方獲致共同的了解。（陳文進與楊麗玲，2005）

遊戲規則與第一部份活動相似

不同之處：

A 組只能以口述漢字給 B 組聽，並由 B 組猜字，B 組可以隨時向 A 組發問，A 組隨時回應 B 組問題，過程中兩組成員依舊背靠背坐着，A 組不能轉身看 B 組寫字。

### 3.3.1.3. 第三部分活動：同「你」(理)心遊戲

「同理心就是將心比心，設想在同樣的時間、地點、事件，把當事人換成自己，也就是設身處地去感受、去體諒他人。」(段芳艷，2019)

1. A 組與 B 組進行角色互換，把以上的單向溝通遊戲以及雙向溝通遊戲再玩一次。
2. 遊戲限時同上，進入討論環節。
3. 主持人做最後總結，活動結束。

### 3.3.2. 針對問題及計劃目的

文獻資料中顯示高溝通、低遵從性的多元型被認為是最理想的家庭溝通形態，所以希望藉此活動讓參加者明白彼此傳達和回饋訊息的重要性，讓交流頻繁暢順，有利營造良好家庭氣氛，鼓勵家庭成員提出不同的觀點，家庭成員能從家庭得到更多鼓勵，能發揮到更多家庭的正面作用。(黃敏菁，2008)

第一部分及第二部分活動目的：

〈讓心更靠近談家庭溝通〉這篇文獻顯示使用單向溝通而非雙向溝通會導致溝通障礙，從而產生衝突(李化愚，2014)。問卷顯示 80% 父母和 46% 子女認為欠缺溝通技巧所以溝通失敗，希望通過遊戲的方式，讓成員認識單向與雙向溝通，討論兩者的區別及成效，同時希望參加者在活動中學習溝通的方法。

第三部分活動目的：

問卷反應超過 30% 父母和子女認為欠缺同理心而導致溝通失敗，通過遊戲方式，讓參加者體驗一下在同樣的事件中，把當事人換成自己的感受。同時明白同理心在進行溝通中的重要性。

此活動目的呼應計劃目的中的第一點——通過分享親子之間的相處之道和處理衝突的方法，讓父母子女明白雙向溝通的重要性，並理性地就已有的衝突表達自己的看法

無論是父母或是子女在親子溝通中都欠缺同理心，在溝通時偏向單方面主導，單向溝通，而子女多有陽奉陰違的心態，彼此間缺乏溝通的平臺與機會。此工作坊正正是為他們提供一個溝通的平臺與機會，讓受眾區分單向及雙向的溝通模式。明白對於親子方面以雙向溝通更為合適。

### 3.3.3. 活動流程

11/10/2020 首次聲聲相惜（已完成）

1. 簡介計劃目的及遊戲規則
2. 大合照
3. 單向遊戲（父母猜字，子女陳述）
4. 雙向遊戲（父母猜字，子女陳述）
5. 中場休息 + 工作人員統計
6. 同理心遊戲（單向）（子女猜字，父母陳述）
7. 同理心遊戲（雙向）（子女猜字，父母陳述）
8. 工作人員統計
9. 全體回到 Main Room 討論

### 3.3.4. 活動參考

遊戲設計參考〈聽你、說我方案〉和〈團隊溝通遊戲〉中你講我砌（劉穎，2016；唐傳義、張學善與鍾宛貞，2011），遊戲過程中不能溝通來模擬單向溝通，和過程中可以交談溝通來模擬雙向溝通，溝通是一個雙向、互動的反饋和理解的過程，親子間的溝通不應是一個純粹單向的活動。親子的溝通應以雙向溝通為佳。為了讓親子雙方都明白此道理，所以在這些活動的基礎上我們進行了改良和加入新元素——同理心元素。運用同理心有助於對方的接納與信任，令彼此的關係更為親密。

遊戲設計從優秀報告中學習——Sunsemble（伍樂樂），為了檢討計劃的成效，他們以問卷調查作為指標，同樣在此活動中也以問卷形式對活動進行評估活動的成效。同時也學習他們根據問卷的意見對活動進行改良，現在已開始進行第二次的試驗。

### 3.3.5. 活動分析

#### 3.3.5.1. 可行性

由於疫情肆虐令許多活動被迫取消，家長及孩子長期留在家中，爭吵多了令親子關係變得惡劣，為了改善親子關係，設計了三部分的網上活動，希望透過活動來建立彼此間的溝通橋梁。活動的費用全免，參加者可通過 Facebook、Instagram 來了解詳情及報名參加，活動透過 Zoom 來進行。疫情下可以不受場地、人數、道具的約束，小學生及老人都適合玩，老少咸宜。

#### 3.3.5.2. 創新性

大多坊間的親子活動要參加者親臨現場，過程中難免承受舟車勞頓之苦，是次活動網上進行。另外我們決定一改以講座的形式向受眾講解溝通的模式，選擇採用活動形式讓參加者親身體驗來模擬單向及雙向溝通，比起講座更有真實感。坊間設計的單向及雙向溝通活動由兩部分組成，多數以畫圖畫的形式進行，我們設計的活動以寫漢字的形式進行，透過活動加深對漢字筆順的認識，把知識、溝通及活動融為一體。在第三部分加入同理心的元素學習溝通時會易地而處，從對方的角度。為日後在發生親子衝突時，雙方都能站在對方的立場來考慮問題打下良好的根基，活動能促進有效的親子溝通，避免二次衝突的發生。

#### 3.3.5.3. 延續性

活動簡單易玩適合任何年齡階層，活動可以由家庭推廣至學校，尤其是小學，漢字筆畫較多，小學生對學習漢字興趣不大或抗拒，這令許多家長和老師極為頭疼。傳統的教授漢字的方法大多是多寫多練為主，把遊戲融入教學中，即可以提高學生的學習積極性，又可以提高教學質量，更可以彌補學校平時只注重文化教育，忽略人際關係教育的缺陷。

### 3.3.6. 成果量度指標及方法

成效指標	量性研究	質性研究
活動內容滿意度	活動問卷	半結構性訪問 & 參與式觀察
活動意義		
形式、安排		

成效持續性	後續問卷/電話訪問	/
-------	-----------	---

(潘淑滿, 2003)

### 3.3.7. 第一階段活動

#### 3.3.7.1. 詳情

第一階段活動已完成，之後會對活動進行調整

計劃日期	10月11日上午10:30-12:30 (2小時)
所需資源	舉辦平臺 (Zoom), 紙筆 (參加者自備) 三部份活動道具: 寫有漢字 (字的筆劃不超過 15 劃, 且是上下/左右結構, 例如: 作、單、佔、意、是等等) 或圖畫的紙板、電腦或手機、紙張、筆 (每位成員至少有一張紙、一支筆)
資金	免費 (使用 Zoom)
參加費用	全免
參加人數	五個家庭的兩代 (10 人) (子女 15-24 歲及其父或母)

#### 3.3.7.2. 分析

活動結束後會請參加者填寫問卷，問卷設計參考了下图中的形式，我們會以問卷中的資料、參加者與工作人員互動的討論環節及工作人員的觀察，由內容滿意度、安排滿意度與意義傳達來分析第一階段活動。收到 5 個家庭共 10 份問卷。我們會預先把參加活動的家庭稱為家庭 A, B, C, D 及 E。



指標 1：活動安排滿意度（聲聲相惜）

以下是由問卷和現場討論總結參加者對活動安排的意見，我們也給了相應的回應，總的來說，在問卷回應和討論環節，參加者均認為活動的安排大致是符合要求的，但有些地方還是有待改善。參加者的意見及我們的回應如下表：

參加者對活動安排的意見	回應
活動可否彈性些？	可以分開一次一個家庭，不用集合 5 個家庭同一時間進行，遷就各個家庭的時間
中場休息時間可以長些嗎？	可以加長休息時間
討論部分的時間太短	討論時間可以根據現場情況進行調整
活動的每個環節限時 10 分鐘太短	單向、雙向遊戲調整為 15 分鐘，最後的時間還是試行後再決定
可參與活動的人數太少	的確，活動在網上舉行有限制，對我們來說是困難，在計劃中，待到疫情結束後，會舉辦現場的活動，屆時可參加人數會增加。

指標 2：內容滿意度（聲聲相惜）	
目標	七成參加者頗為滿意活動內容
成效分析	由問卷數據來看，七成參加者對工作坊內容及設計頗為滿意，九成基本滿意，八成認為主題與內容相符，可見參加者大致上滿意活動的內容。

	<p style="text-align: center;">「聲聲相惜」整體活動設計及內容滿意程度</p> <table border="1"> <caption>「聲聲相惜」整體活動設計及內容滿意程度</caption> <thead> <tr> <th>滿意程度</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1:非常不滿意</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>20%</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>40%</td> </tr> <tr> <td>5:非常滿意</td> <td>30%</td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center;">活動的主題是否與內容相符</p> <table border="1"> <caption>活動的主題是否與內容相符</caption> <thead> <tr> <th>貼切程度</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>非常貼切</td> <td>30%</td> </tr> <tr> <td>基本貼切</td> <td>50%</td> </tr> <tr> <td>不太貼切</td> <td>20%</td> </tr> </tbody> </table> <p>工作人員觀察：活動過程中父母和子女均表現急躁及迷茫。          參加者回顧：在回顧活動過程中雙方發覺自己有同樣的問題，但當時只會埋怨對方，並沒有站在對方的立場顧及對方的感受，並表示同理心活動讓他們明白此道理。</p>	滿意程度	百分比	1:非常不滿意	0%	2	10%	3	20%	4	40%	5:非常滿意	30%	貼切程度	百分比	非常貼切	30%	基本貼切	50%	不太貼切	20%
滿意程度	百分比																				
1:非常不滿意	0%																				
2	10%																				
3	20%																				
4	40%																				
5:非常滿意	30%																				
貼切程度	百分比																				
非常貼切	30%																				
基本貼切	50%																				
不太貼切	20%																				

<p>指標 3：意義傳達（聲聲相惜）</p>	
<p>目標</p>	<p>讓參加者區分單向與雙向溝通，明白同理心在溝通中的重要性，意識到溝通是解決衝突的好方法</p>
<p>成效分析</p>	<p>根據問卷數據：參加了單向及雙向活動後，四位父母和子女都認為活動極大程度上幫助他們認識及區分兩種溝通模式，只有其中 C 家庭的父子兩個認為較小程度上有幫助。從問卷能反映活動目的已達標。</p>

參加了單向和雙向溝通活動部分後，  
多大程度上幫助您認識及區分兩種溝通模式

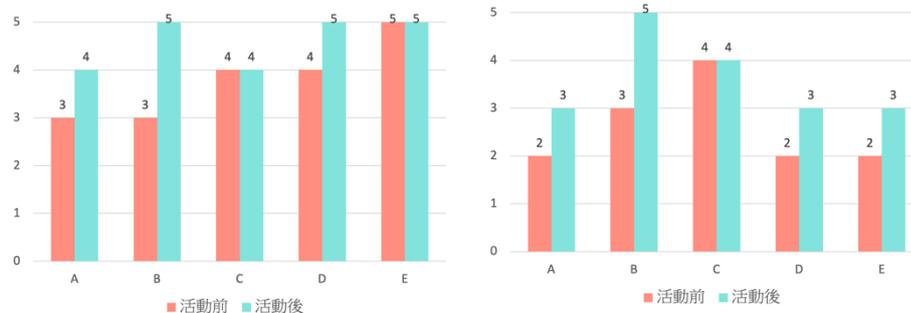
1:沒有幫助 5:非常有幫助

身分 \ 家庭	A	B	C	D	E
父/母	4	5	2	5	4
子/女	4	4	2	4	4

發生親子衝突時，參加活動前父母認為以溝通方式解決衝突是好方法的程度選項是 3 至 4，而子女是 2 至 3。參加活動後父母認為是好方法程度是 4 至 5，而子女是 3 至 4。活動前與後對比，無論父母或是子女認為溝通是解決衝突的好方法看法都呈上升趨勢。這說明活動的設計發揮了作用，提升了兩代對溝通的認識及認同，明白溝通的重要性。期望日後發生衝突時能相互之間多溝通，避免再次衝突的發生。

當發生親子衝突時，  
您在多大程度上認同以溝通的方式解決衝突是個好方法？

1:非常不認同 5:非常認同



父母

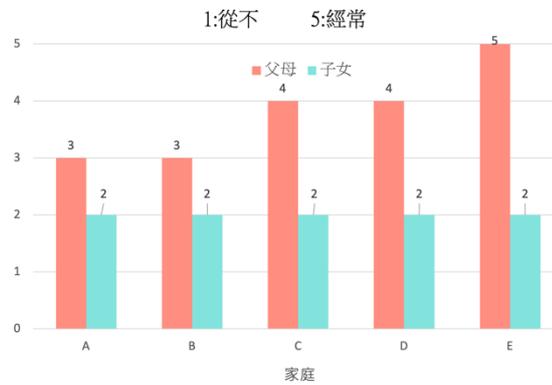
子女

根據問卷數據：發生親子衝突時，參加活動前，父母會站在子女立場考慮其內心感受程度選是 3 至 4，而子女則是 2。由此可見，大多數父母能顧及子女的內心感受，而長在溫室的子女甚少能易地而處的了解父母的感受。根據 Erik Erikson 的發展理論，這個時期的孩子（15-24 歲），他們面臨的挑戰主要是建立自我認同及親密關係。(林生傳, 2007) 很多時候，他們把父母的關心解讀為掌控，更別說讓他們考慮父母內心的感受。我們希望同理心活動能讓彼此做到易地而處。

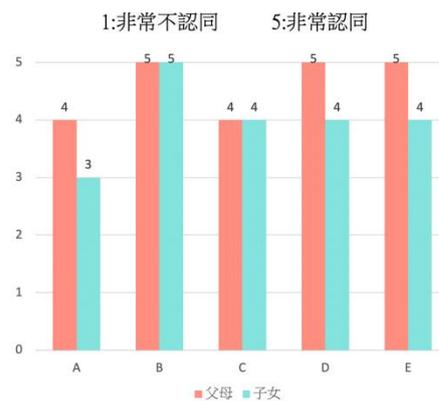
參加同理心活動後，父母及子女都極大程度上認同解決衝突具備同理

心很重要，代表我們的同理心活動初見成效。

參加活動前，發生親子衝突時，您多大程度上站在對方的立場上考慮對方的內心感受（同理心）？



參加了同理心活動後，您多大程度上認同解決衝突時具備同理心很重要？

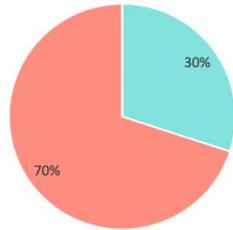


### 3.3.7.3. 活動調整

第一階段活動完成，我們會根據問卷中參加者的意見及現場討論環節中參加者所提出的意見進行調整，由於參加者人數少（5 個家庭，共 10 人），此問卷僅代表參加者對活動的評價，不能代表大眾的意見，但是它還是有一定的參考價值，皆因有參加者的親身體驗，所以我們會根據問卷分析成果並以問卷中的建議改良活動。

以下是參加者的問卷中的建議和體驗：

### 活動的難易程度



■ 過於簡單 ■ 難易適中 ■ 比想象中的要難 ■ 太深奧難明白

	家庭 A	家庭 B	家庭 C	家庭 D	家庭 E
單向活動 子女猜對字數	1	0	1	2	2
雙向活動 子女猜對字數	2	2	2	2	3
單向活動 父母猜對字數	0	1	1	1	2
雙向活動 父母猜對字數	2	3	2	3	4

#### 活動的主題與內容不相符的原因

12. 活動的主題與內容不相符的原因：

1 則回應

在溝通活動中，缺乏雙方面對面、表情、肢體上的溝通

#### 活動的主題與內容不相符的原因

12. 活動的主題與內容不相符的原因：

1 則回應

雙向溝通 設計not ok，溝通唔可能背對背

### 3.3.8. 第二階段活動

針對第一次先導計劃活動內容所作出的調整

第一次先導計劃活動內容		改良後的活動內容	
	漢字筆劃	15 劃以下的左右、上下結構的漢字	10 劃以下的左右、上下結構的漢字
單向溝通——你傳意我來猜	遊戲時間	10 分鐘	15 分鐘
	遊戲規則	1. 兩組成員背靠背坐著 2. A 面向工作人員，負責口述漢字的筆順 3. B 背向工作人員，負責猜漢字 4. A 與 B 過程中不能進行溝通	
雙向溝通——你問我答	遊戲時間	10 分鐘	15 分鐘
	遊戲規則	1. 兩組成員背靠背坐著 2. A 面向工作人員，負責口述漢字的筆順及結構 3. B 背向工作人員，負責猜漢字 4. A 與 B 過程中可以進行溝通，A 不能轉身看 B 寫字，可以商量進度	1. 兩組成員面對面坐著 2. A 負責口述漢字的筆順及結構 3. B 負責猜漢字 4. A 與 B 過程中可以進行面對面溝通 5. A 可以看見 B 寫字並商量進度
同理心	遊戲時間	20 分鐘	30 分鐘
	遊戲規則	角色互換 B 口述漢字，A 寫字 把上面的遊戲再玩一次 背對背坐	角色互換 B 口述漢字，A 寫字 把上面的遊戲再玩一次

成果分析：

改良後，由於在單向溝通活動中只是把字的筆劃減少，由 15 劃減少至 10 劃以下，加長活動時間至 15 分鐘，可見無論是父母或是子女方面猜對的字數比之前的並無太大的分別，且工作人的觀察發現在單向溝通中，無論是父母或是子女作為傳送信息的陳述者表現急躁，希望對方明白自己表達的意思，但作為接收信息者就表現得迷茫，不明白對方的意思。這與第一階段單向活動時的參加者表現沒

有太大的分別。在雙向溝通活動中除了字的筆劃及時間上的改變外，還有由原先的背靠背坐改為面對面坐，比起第一階段的雙向溝通活動中只有語言上的溝通多了肢體語言的溝通，令彼此間傳遞及接收信息的準確度大增，由父母和子女所猜對的字數都較之前明顯的增加。證明改良的活動初見成效。但因所收集的數據較少，對活動的再次改良所需仍不足夠。我們仍需再招募多些參加者，鑒於疫情第四波的出現，無法舉辦現場活動，只能待疫情結束再安排。

### 3.3.9. 未來計劃

日期	活動計劃
十一月至一月	進行第二階段活動試驗 由於疫情的影響，活動仍會在網上繼續進行。同時會加強宣的力度，除了在社交媒體（Instagram /Facebook）宣傳，我們計劃向小學、教會、老人院推行，希望涉及不同年齡層。把改良後的活動推向不同背景的家庭，不同年齡層的受眾
二月	發放第一次後續問卷 對於參加者，會以問卷的形式追蹤，了解親子間的狀況有無改善，對活動的再次改良做準備
三月	時光機（一） 把參加者的活動花絮整理後，透過網絡傳送給參加者，希望他們在與家人發生衝突時，記得溝通是解決問題的好辦法，溝通時，發揮同理心的效應，多站在對方的角度去思考問題，避免衝突的二次發生
四月	發放第二次後續問卷及問卷回顧 繼續以問卷追蹤參加者，距離參加活動已有一段時間，我們希望再次了解他們家庭關係的近況，並附上之前的問卷，讓參加者判斷活動是否令他們家庭關係有所轉變
五月	時光機（二）及發放三次問卷分析 再次把活動回顧發送活動回顧及問卷的分析結果，讓他們了解由參加我們的活動時至今，彼此間關係有多大程度上的改變

### 3.3.10. 回應疑問

	疑問	回應
1.	聲聲相惜活動與溝通有什麼關係？	遊戲過程中，在單向遊戲中，參加雙方不能溝通，只能一方口述漢

		字，一方猜字，以此來模擬單向溝通。在雙向遊戲中，雙方在過程中可以交談溝通來模擬雙向溝通。第三部分的遊戲，口述者變成猜字者，猜字者變成口述者，角色的互換，感受對方之前的感受，將心比己，這就是同理心。
2.	未來計劃設計除了現存的親子遊戲形式外，還會於改良後的活動中加入其他有關家庭治療或心理諮詢技巧的元素嗎？	暫時不會，因為組員內沒有專業人士，日後若有機會與其他機構合作，或會考慮加入。
3.	你們計劃的限制為報名參與活動的家庭本身親子關係不錯，所以子女才會願意跟父母一同參與活動，因此你們未來會怎樣透過調整活動內容或宣傳策略，吸引更多來自不同家庭背景、年齡層（不再限於中學子女）的參加者報名參與你們的工作坊？	兩次的活動中，共 7 個家庭參加，當中 2 位是已工作的 15-24 歲青少年，3 位現正就讀大學，2 位是中學生，年齡層之廣認為已達標。
4.	你們現時工作坊的舉辦形式為以家庭為單位，分為不同的獨立場次。可是，由於你們組員只有 5 人，而往後如果你們團體的發展規模越發壯大，你們會如何與工作坊素質與參與人數或者舉辦場次中取得平衡？	第一次活動時是集齊 5 個家庭一齊進行，已有朋友作為義工，工作人員問題已解決。第二次改進就主要是總負責人及另一位組員負責。往後會於教會、老人院以及學校合作。

### 3.4. 活動 4：Identity 猜猜我是誰

#### 3.4.1. 活動內容

此活動為線上清談工作坊，使用網上視訊平臺（如 Zoom、Google Meet 等）進行，目標對象為平日因忙碌而無法參加親子活動的家庭，希望透過靈活性較大的網上工作坊促進此類家庭的溝通和認識。參加者可透過 Google 表格報名，及提供可行的時間段予工作人員以安排活動時間。

活動需時約三十分鐘，參加者透過配對關鍵詞及形容詞，能夠了解到彼此對對方及自己的印象和看法，並且可以向家人傳達對他們的期望。

### 3.4.2. 針對問題及計劃目的

我們希望透過活動刷新家庭成員間的固有印象，透過討論「自我認同」話題，從不同面向認識親人，讓他們覺察到每個人的思想差異並理解家人與自己的不同，減低未來產生爭執的可能性。提醒參加者每個人都會持續轉變，鼓勵他們持續地了解家人、經營關係。

此活動同樣針對問卷和文獻中整理出的四個問題，包括不了解家庭成員、不願意袒露心聲、缺少親子溝通時間以及對親子關係的留意度低。

首先，針對不了解家庭成員的問題，活動嘗試刷新成員之間固有印象，鼓勵他們從多角度、多面向認識彼此。工作坊將日常生活不常談及的自我認同問題抽取出來，透過深入淺出的傾談溝通，幫助參加者轉換角度了解家人的不同面向，加深認識。

然後，針對不願意袒露心聲的問題，活動鼓勵參加者先從自我認同這種自我認識層面上的交流開始，嘗試打開彼此心扉。工作人員會個別收集參加者對家人的形容詞和期望，活動前家人並不會知道彼此寫下了什麼，這也可以免卻尷尬，鼓勵參加者開心見誠地溝通。

再者，針對親子溝通時間少的問題，活動透過輕鬆的閒聊勾起親子間相處的回憶，增加其親密度以及與家人溝通交流的意願。同時，活動靈活性大，茶餘飯後的半小時即可提供一個溝通機會給他們。

最後，在平常不會特別留意親子關係的問題上，活動針對普遍家庭視親子關係為理所當然的想法，強調每個個體的多面性和持續的成長和變化，提醒參加家庭維繫關係要靠持續努力，並非一勞永逸。

活動呼應計劃目的中的第二點，以減少將來發生衝突的可能性為目的。我們期望透過活動向參加者傳遞認知模式對溝通的影響和重要性，讓他們從根源上了解彼此的差異，在往後日子嘗試從認知差異點理解構成彼此誤解的成因。

### 3.4.3. 活動流程

配合二人家庭及三人或以上家庭，此活動分成兩種模式。

### 3.4.3.1. 三人或以上家庭

活動前工作人員會先透過 Whatsapp 向每名參加者收集他們對自己和每個家人的三個形容詞或關鍵字以及對家人的三個期望。隨後工作人員會打亂關鍵字並製作 power point，把收集來的關鍵字列在同一頁。



講解完活動流程後，工作人員將使用熒幕共享展示簡報，邀請參加者將顯示的形容詞與家庭成員配對，猜猜哪些詞語在形容哪位成員。

隨後活動分為三部分：

- (1) 「你係點？」：邀請參加者討論對其他成員的看法（關鍵詞）從何而來
- (2) 「我係點？」：邀請參加者揭曉本人對自己的形容
- (3) 「仲想點？」：邀請參加者配對期望值與家庭成員，討論期望值之異同

討論結束後工作人員會就討論作小總結，梳理小組內的互動和關係。工作人員將使用 4F 動態引導反思法，透過四個提問重點引導參加者進行反思，分別為：事實（Facts）、感受（Feeling）、發現（Finding）和未來（Future）（Greenaway, n.d.）。

### 3.4.3.2. 二人家庭

二人家庭無法做到多人家庭的盲猜活動，所以我們在第一階段活動試驗後也完善了活動模式，加上適合二人家庭的玩法。

活動會省去事前預備功夫，在工作坊當日玩法解說完畢後即時邀請參加者思考一下對對方的印象和期望，並各自寫在紙上。然後，邀請參加者猜測對方對自己的印象並由對方揭曉，再討論一下自己是否認同對方的形容。隨後進入期望值的部分，邀請參加者分享自己對對方的期望，並討論期望值之異同。最後的反思部分與多人家庭一樣。

### 3.4.4. 活動參考

心理學對個人自我的分析中提出了活動性自我概念，指出個人在某一特定時刻下會有特殊的自我概念（self-concept），對外界事物會有不同的接收理解方式，因此在不同情境、面對不同對象時個體會呈現不同符合特定情境需求的行為模式，但該活動性自我概念只是自我的其中一部分，即使其一角色主導，亦不影響自我概念其他部分的作用（Metzinger, 2007）。在家庭中，不同成員都演繹著符合家庭功能的角色，例如相夫教子的母親、肩負養家責任的父親、乖巧孝順的子女等等。家庭成員長期面對其他成員的單一面向，會忽視了其自我概念的其他部分。活動旨在帶領參加認識家人的不同面向，並提高其對自我認識和他人自我概念的覺察。由於自我概念會影響個體對外界的接收和理解，導致信息誤差，所以要提高對自身固有概念的覺察、意識到自己的知覺（perception）是暫時性、可以變動的，才能修正自身對他人的主觀感覺，減少溝通誤差，減少誤會。

而在遊戲設計上，此活動參考了「JUST FEEL 感講」的善意溝通工作坊，該工作坊透過 JUST FEEL 感受需要卡來讓參加者練習善意溝通（JUST FEEL, 2020）。本活動參考了此工作坊中親自坦白自己需要以及共同商討解決方法的部分，在討論參加者對家人的印象後也加入討論期望值的部分，提供平台讓家庭練習以解決問題為目標的有效溝通方式。

### 3.4.5. 活動分析

#### 3.4.5.1. 可行性

首先就參加者動機而言，此活動配合參加者需求，能夠吸引家庭參加。活動操作上設計得具較大彈性，使用之平臺、報名方法以及時間安排方法都期望提供最大的彈性和自由度予參加者。問卷顯示有七成父母及六成子女因沒有時間而不參與坊間舉辦的親子活動，故此活動需時較短，而舉行時間也由參與家庭自行決定，以參加家庭的需求為先，並以此作為誘因吸引不同家庭成員抽出茶餘飯後一小時來參與。

而在活動執行上，活動形式與內容容易於實行。由於疫情不穩，進行面對面的工作坊較有難度，容易受限聚令等防疫措施影響。故此我們轉危為機，利用 Zoom 等網上平臺進行活動，不但提高活動的可行性，更增加活動安排的靈活性，相信能吸引平時缺乏時間參加實體活動的受眾。活動內容本來的場地及道具限制

亦較小，明白活動目的、背後精神後，只要有一位主持即能進行。

### 3.4.5.2. 創意

活動鼓勵家人之間拋下固有印象，以朋友的角度重新認識彼此不同面向，坊間暫時較少此類活動，活動內容新穎。此外，活動邀請參加者以實物（例如「檸檬茶」）來作為關鍵詞形容家人，較平時常用的較籠統的形容詞（如「善良、勤奮」）更富趣味。

平時的工作坊時間亦被舉辦方定死，常常是參加者配合舉辦方定下的日子。而此活動則完全配合參加者，參加者為主導，形式創新。

### 3.4.5.3. 延續性

活動形式簡單，對硬件要求較小，能輕易推向不同群眾，在不同場域如學校、社區中心使用。時下很多香港人都習慣了 Zoom 等網上會議平臺，故在未來仍能持續使用網上平臺繼續活動。此外，活動內容容易掌握，參與家庭參加過一次後即能成為主持者，與其他親人玩。雖然協調的意識未必如工作人員，但活動的氣氛輕鬆，沒有引導經驗的參加者也能輕鬆掌握，活動效果也會不錯。

## 3.4.6. 成果量度指標及方法

活動以量性及質性方法量度成果：

成效指標	量度指標	目標
內容滿意度	量性方法： 活動後會邀請參加家庭填寫問卷，透過評分衡量活動是否有刷新、更新參加者對家人的看法，同時亦可以衡量到參加者是否掌握活動期望帶出的訊息。問卷亦會有開放題，我們將透過參加者填寫的反饋評估活動有效性。  質性研究： 工作人員將以參與式觀察與反思環節的半結構性訪問這兩種質性研究方法。	量性方法：活動問卷 我們期望參加者在問卷評分的部分平均給予 4 分的評價，有較高的滿意度。  質性研究： 我們期望活動中的互動良好、氣氛和諧，期望參加者能有所反思，並給予意
執行滿意度		
意義傳達		

		見以優化活動。
成效持續性	量性研究： 未來將透過追蹤問卷跟進活動對各家庭影響。亦藉問卷再次提醒家庭此活動的精神。	量性研究： 期望家庭在若干個月後仍能記得此活動以及當初的反思和得着。

### 3.4.7. 第一階段活動試驗

我們進行了第一階段活動試驗，完成後就活動內容和玩法作出了調整及優化。

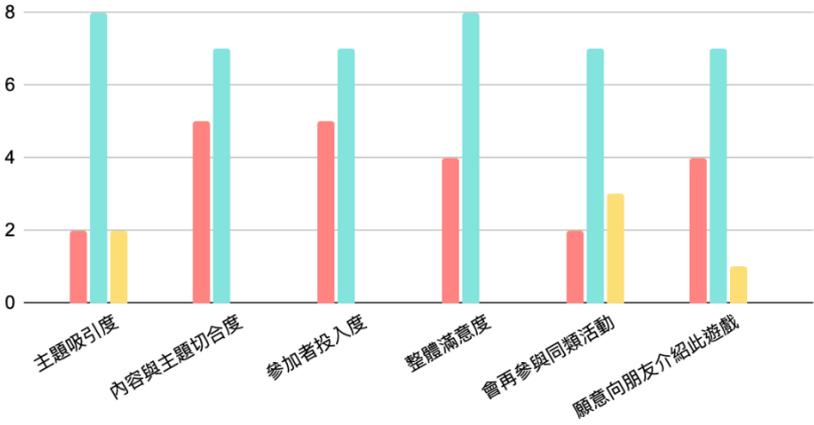
#### 3.4.7.1. 詳情

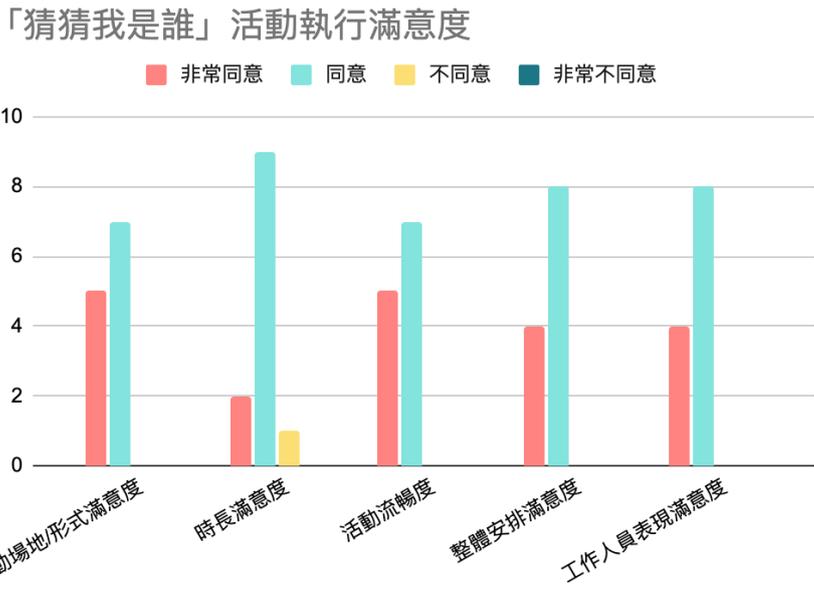
第一階段活動試驗	
活動經費	HK\$0
參加費用	免費
舉行時間	10月18日至10月24日（一星期）間的自選時段
舉辦平臺	視訊軟件（例如 Zoom、Google Meet）
活動時長	30分鐘至1小時
目標對象	三人或以上的家庭，每時段一個家庭
參加人數	四組家庭共12人

#### 3.4.7.2. 分析

我們於活動結束後邀請了參加者填寫活動問卷，就活動內容、形式等項目評分並給予意見。問卷設計參考了廖寶珊紀念書院「愛家正能量」親子教育工作坊（三）之活動問卷，詳細問卷內容參見附錄二。以下分析結合問卷所得資料、反思環節參加者分享及工作人員之觀察，從內容滿意度、執行滿意度及意義傳達三方面分析第一階段活動試驗。活動後問卷共收得12份回應。

指標 1：內容滿意度	
目標	超過八成參加者滿意活動內容
成效分析	根據問卷所得數據，全部參加者整體上都滿意此工作坊的活動內容。超過八成參加者認為工作坊主題吸引，全部參加者均認為工作坊內容與主題相符合並能投入活動。當中有九成參加者願意將活動推廣給其家人，反映參加者滿意活動內容，內容符合其預期。

	<p style="text-align: center;"><b>「猜猜我是誰」活動內容滿意度</b></p> <p style="text-align: center;"> <span style="color: red;">■</span> 非常同意    <span style="color: cyan;">■</span> 同意    <span style="color: yellow;">■</span> 不同意    <span style="color: darkblue;">■</span> 非常不同意         </p>  <p>           主題吸引度: 非常同意 2, 同意 8, 不同意 2, 非常不同意 0            內容與主題切合度: 非常同意 5, 同意 7, 不同意 0, 非常不同意 0            參加者投入度: 非常同意 5, 同意 7, 不同意 0, 非常不同意 0            整體滿意度: 非常同意 4, 同意 8, 不同意 0, 非常不同意 0            會再參與同類活動: 非常同意 2, 同意 7, 不同意 3, 非常不同意 0            願意向朋友介紹此遊戲: 非常同意 4, 同意 7, 不同意 1, 非常不同意 0         </p> <p>據觀察，大部分家庭在工作坊期間的觀感皆良好，沒有出現特別衝突或不滿的情況。參加者大多積極投入，不需太多引導和熱身便能投入討論。</p>
--	---

<p><b>指標 2：執行滿意度</b></p>	
<p>目標</p>	<p>超過八成參加者滿意活動流程及活動氣氛</p>
<p>成效分析</p>	<p>根據問卷所得數據，大部分參加者對活動場地、形式、時長、流暢度及工作人員表現感到滿意及非常滿意，詳見圖表。</p> <p style="text-align: center;"><b>「猜猜我是誰」活動執行滿意度</b></p> <p style="text-align: center;"> <span style="color: red;">■</span> 非常同意    <span style="color: cyan;">■</span> 同意    <span style="color: yellow;">■</span> 不同意    <span style="color: darkblue;">■</span> 非常不同意         </p>  <p>           活動場地形式滿意度: 非常同意 5, 同意 7, 不同意 0, 非常不同意 0            時長滿意度: 非常同意 2, 同意 9, 不同意 1, 非常不同意 0            活動流暢度: 非常同意 5, 同意 7, 不同意 0, 非常不同意 0            整體安排滿意度: 非常同意 4, 同意 8, 不同意 0, 非常不同意 0            工作人員表現滿意度: 非常同意 4, 同意 8, 不同意 0, 非常不同意 0         </p> <p>另外，由於此活動的參加者自決模式在坊間少見，我們亦希望知道此模式是否有助鼓勵受眾參加活動，所以問卷有獨立一題詢問</p>

	<p>參加者此報名模式在多大程度上影響他們的參與意欲，75%參加者同意此模式在大程度上鼓勵他們參加此類工作坊。所以此自決模式將推行至計劃中的其他活動，期望配合參加者所需，提供主流工作坊以外的另一選擇。</p> <p>據觀察，四個家庭中大部分家庭的溝通氣氛良好，只有一個家庭偶有冷場，需要引導才能進行較積極的對話。我們推測這是由於報名家庭原本的家庭關係不差，亦有意欲透過工作坊增進親子關係，所以在流程執行上沒有遇到太大的阻礙。</p>
--	--

<p>指標 3：意義傳達</p>	
<p>目標</p>	<p>大部分參與者都能拉近和家人關係、加深對家人的了解並認識彼此的個體差異。</p>
<p>成效分析</p>	<p>根據問卷所得數據，九成參加者認同工作坊能夠作為溝通平臺，並增進其與家人的感情。參加者 Jacky 認為活動「真的能互動地喚起家人之間感覺，意見，問題，籍著這平台去相互了解而作進一步改善或加強彼此的關係和關愛。」；而另一家庭的參加者阿 Bo 亦在工作坊中向家人提出了自己一直以來不敢說的看法，踏出了雙向溝通的第一步。當中有兩個家庭都在討論過程中憶起不少與家人的回憶，如同 Jacky 所言喚起家人之間的感覺。</p> <p>此外，大部分參加者都認同活動有助他們加深對家人的認識。九成參加者認為工作坊為其帶來最大的收穫便是能和家人談起平時甚少談及的自我認同話題，能讓他們了解家人性格的不同面向，亦更了解家人對其的看法和期望。例如表示工作坊「是個不錯的機會重新思考自己是怎樣的人，也重新思考孩子現在是怎樣的人」。反映活動選取之題材有效促進親子了解，刷新對家人的印象。</p> <p>然而，問卷反應活動在傳達信息方面仍有不足，只有三成參加者認為活動最有收穫的是「認識到覺察家人與自身差異對溝通的重要性」，活動後問及他們的收穫，也多注重在親子感情的收穫，甚少提及我們期望傳遞的溝通原則和技巧，這方面的信息傳遞為夠深刻。</p>

### 3.4.7.3. 活動調整

第一階段活動完成後，我們觀察到四個現存問題，並就每個問題提出了解決方法，調整活動，期望達致更好的活動效果。

	現存問題	解決方法
1.	<b>關鍵詞太多導致配對時會有小混亂</b> 現時邀請參加者每人寫出三個對其他成員的印象，例如三人家庭中每人就會有九個形容詞，總共會有二十七個形容詞。我們發現九個形容詞中多有重複，當畫面上有太多詞語的時候也會擾亂參加者。	<b>從三個關鍵詞改至兩個</b> 據觀察每人寫出三個關鍵詞的作用不大，所以第二階段的活動試驗中，將邀請參加者寫出每人兩個關鍵詞。
2.	<b>較少參加者以實物來形容其他成員</b> 活動設計期望參加者能用物件（例如玫瑰花、凍齋啡）取代形容詞來形容成員，但據觀察甚少參加者能夠做到，12 個參加者裏只有四個參加者嘗試用物件來作形容，無法達到活動原設計的創意部分。	<b>會在 Whatsapp 多給一些例子和解釋</b> 第二階段會嘗試在首次聯絡參加者邀請他們填寫形容表格的時候多加例子和解釋，更積極鼓勵他們發揮想象力。同時亦會提供部分第一階段的實例予參加者作參考。
3.	<b>傳達溝通技巧不夠鮮明突出</b> 現時活動的說理部分在於開始前的簡介以及活動結束後的反思環節。第一階段反思環節我們仍未能有效地將理論和當日的活動體驗扣連，導致信息傳達薄弱。	<b>在反思環節對溝通理論作更詳細說明</b> 第二階段我們將更有系統地進行反思環節，將信息和活動體驗扣得更緊，並透過生活例子作更詳細說明。
4.	<b>當前遊戲模式不適用於二人家庭</b> 當前遊戲設計針對三人或以上的家庭，如果是二人家庭的話，因為只有兩個參加者，幾時提前收集關鍵詞也無法做到盲猜和配對的遊戲效果，此遊戲暫時不適用於二人家庭。	<b>發展二人家庭使用的遊戲玩法</b> 透過調整現有遊戲規則，發展出一套適用於二人家庭的遊戲模式，省去事前收集關鍵詞的步驟。具體玩法已於 3.4.3.2 詳細說明。

### 3.4.8. 未來計劃

日期	活動計劃
----	------

十二月至一月	<p><b>進行第二階段活動試驗</b></p> <p>第二階段的試驗將加大受眾數量，計劃透過更多平臺如中文大學廣發電郵、書院 Sunny Weekly 等增加活動曝光率和觸及率，同時聯絡同區別的社區中心，期望透過他們的平臺作宣傳、接觸到更多不同背景的家庭。</p> <p>第二階段的對象包括二人及三人家庭，將繼續沿用參加者自決模式並繼續使用網絡視訊平臺（如 Zoom）進行。</p>
二月	<p><b>發放第一次後續問卷</b></p> <p>後續問卷將跟進參與過工作坊的家庭的近況，了解他們當時的家庭關係和家庭溝通情況，跟進他們的關係轉變。隨問卷亦會附上以家庭關係為題材的選文和親子相處的貼士，鼓勵參加家庭繼續積極與家人溝通，保持良好關係。</p>
三月	<p><b>時光機（一）</b></p> <p>為參與過活動的家庭送去「時光機」。將活動花絮輯錄成集，透過 Whatsapp 或電郵傳送給參與家庭，喚醒其對活動的回憶，從而提醒參與家庭繼續對家人「存心傳意」。</p>
四月	<p><b>發放第二次後續問卷及問卷回顧</b></p> <p>繼續邀請參與家庭填寫問卷，跟進其家庭關係轉變同時提醒他們對家庭關係的關注。隨問卷附上前兩次問卷結果回顧，讓參與家庭了解兩次問卷反映的家庭關係滿意度，讓參加者作為參考。</p>
五月	<p><b>時光機（二）及 發放三次問卷結果分析</b></p> <p>再次向參與家庭發送活動回顧及 Facebook 專頁上有關親子溝通的貼文。同時發放總共三次問卷的分析結果，讓參與家庭了解半年間的家庭關係滿意度轉變。</p>

### 3.4.9. 回應疑問

	疑問	回應
1.	請問你們會否尋求或整合臨床心理學家或育兒專家的建議，以增加你們計劃的說服力、爭取 NGO 的信任？	暫時我們的知識都是自文獻而來，如果未來能夠擴大規模，也會考慮邀請有經驗的註冊社工或家庭治療師檢視我們的活動設計、指導我們。相關機構包括東華三院「家·長·愛」學院、房角石家庭服務中心等。

2.	目前活動的參與人數只有 12 個，所得的數據是否足夠以及有代表性？	第一階段的參與人數較少並且主要為組員之朋友，此結果的代表性的確較低。所以在第一階段後我們計劃增加第二階段活動試驗，加大宣傳，嘗試接觸及吸引更多受眾參加，期望得到更多回應以作參考。
----	-----------------------------------	---

### 3.5. 活動 5: Depth 「親心直說」 Shall We Talk

#### 3.5.1. 活動內容

「親心直說」 Shall We Talk 一共舉行了 4 場，成功吸引 4 個家庭（至少由一名家長和一名子女組成）報名參與。為了吸引更多家庭參與和親子雙方能夠一同參加，我們將活動舉辦形式變得更加為方便參加者，包括參加者能彈性、自由選擇工作坊舉辦日期和時間（我們工作人員沒有指定任何場次的日期和時間），以及每個成功報名的家庭分別有不同獨立的工作坊（降低參加者在個人隱私方面的顧慮）。

以下為活動有關詳情：

計劃日期	10 月 17 日至 12 月 12 日（參加者可自行選擇日期）
活動需時	大約 1.5 小時（參加者可以自由選擇時段）
活動形式	網上 ZOOM 舉行
參加費用	全免
名額	不多於 4 個家庭（15-24 歲青少年及其父母）

以下為分別 4 場工作坊舉辦的日期與時間：

場次次序（參加者雙方的關係）	舉辦日期與時間
1（母女）	10 月 17 日（21:00-22:30）
2（父子）	12 月 10 日（14:00-15:30）
3（母子）	12 月 10 日（16:00-17:30）
4（母子）	12 月 11 日（21:00-22:30）

上圖清楚可見在最近一個月，較多大學子女願意與家長一起參加我們的工作坊。這個上升的趨勢反映了活動經過第一階段檢討後制定的調整方向正確，令

活動吸引力與參加者參與意欲明顯提升。在調整後，我們更加充分利用網上平台舉辦方式的優點，減低了他們對不同方面的擔憂，包括難以遷就雙方時間、子女和家長可能因不同原因而暫時不同住和傳統思想中「家醜不能外傳」的觀念。這使我們的參加人數提升了不少，背後原因與第一階段檢討後作出的調整方式有直接關係。

### 3.5.2. 針對問題及計劃目的

#### 3.5.2.1. 活動目的

此工作坊一共有以下四個目的：

1. 增進親子雙方對彼此的了解，從而更能夠理解對方的想法和苦衷
2. 為平日生活忙碌的親子提供一個共同參與和深入傾談的機會
3. 解決現時疫情肆虐下，家庭關係越發緊張的社會現象
4. 打破中國傳統的含蓄文化，為親子雙方提供一個可以互相表達愛意以及探討死亡話題的機會

#### 3.5.2.2. 針對問題及計劃目的

活動目的與此計劃目標關係緊密，工作坊緊扣本計劃中目標的三部曲，包括解決已存在的問題、減少將來發生衝突的可能性和更常表達愛意。

就解決已存在問題方面而言，此活動能夠針對現今家庭的通病，包括不願花時間深入了解對方、親子相處或溝通時間少、不願敞開心扉與對方表達心聲和愛意以及不太重視親子關係的重要性，親子間種種問題、矛盾、對對方的不滿與彼此心中不停積累，導致最後爆發更大的衝突，使親子關係逐漸變得難以修復。而我們的工作坊正正能夠一一針對以上的親子問題，在雙方矛盾不太嚴重之時介入，預防親子間積怨太深，引致難以補救的地步。

上文提及活動的四大目的分別能夠針對現今親子關係的問題，希望參加者能夠藉著活動期間增加對雙方的了解以及深入探討平日不常提及的話題（如互表愛意和嚴肅的死亡話題），從而更理解對方心聲和苦衷，適時緩解雙方正逐漸加深的矛盾，最後達致改善親子關係和重視親子相處、溝通的目標。

就減少將來發生衝突的可能性，由於活動能夠提供一個親子深入傾談和袒露心聲的機會，我們希望親子可以藉此解開之前積累的誤會，並化解一直以來的矛盾點，減少將來發生衝突的次數或頻率，達到改善親子關係的目的。

就更常表達愛意而言，此活動其中一個目的——打破傳統含蓄文化，能夠放下彼此的面子和矜持，互相表達愛意，維繫雙方的親密關係。

總括而言，此活動的內容設計和目的能夠針對我們計劃的各個目標，希望參加者能夠透過參與活動，體悟到維繫親子關係的重要性，以及從不同方面改善家庭關係。

### 3.5.3. 活動流程、各環節希望傳遞的訊息和時間分佈

活動大致可以分為 5 個部分，下圖將為按照活動中各個環節、環節希望帶出的訊息，說明活動進行期間的時間分佈。

流程	環節內容	希望傳達的訊息	時間分佈	
1	活動引入、互相認識	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 工作人員自我介紹、邀請參加者跟我們簡介一下自己和家人</li> <li>• 主持人簡單講解活動流程</li> </ul>	此環節讓活動中所有人能夠互相認識，從而在之後的活動中更容易表達自己的內心感想	5-8 分鐘
2	分別加入子女組和家長組的 breakout room	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 主持人邀請家長和子女分別進入不同的 breakout room</li> <li>• 分別觀看有關親子相處情形的短片</li> <li>• 工作人員帶領參加者就短片內容進行討論</li> <li>• 邀請參加者將當下心情或想跟對方說的話寫或畫與紙上</li> </ul>	討論環節希望參加者可以反思平日的親子相處、溝通模式，並與寫信環節中把當下感想記下來，透過文字或繪畫方式向對方傳達愛意或表露心聲	20-25 分鐘

3	<p>回到 mainroom 參加最後三分鐘環節</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 主持人邀請所有人回到 mainroom，進行第三個環節</li> <li>• 所有參加者觀看一條墜機的電影橋段短片 z</li> <li>• 主席人向參加者講解短片和接下來的討論環節的關係</li> <li>• 參加者需要幻想自己和家人一同面對與短片情節中的困境（生命正在最後倒數中）</li> <li>• 參加者在工作人員的帶領下互相分享心情和感想，互相回應對方的內容</li> </ul>	<p>此環節希望參加者能夠透過影片代入嚴肅的情緒，互相探討死亡這個比較沉重的話題，並藉此反思平日與對方的相處溝通模式，以及於往後更常表達愛意和進行更多的深入傾談。最後，我們想藉此帶出「珍惜眼前人、珍惜當下」的訊息，不要令將來親子雙方之間留下任何遺憾或感到後悔</p>	30 分鐘
4	<p>主持人作總結和解釋各環節的背後目的</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 主持人會總結一下此活動的意義、目的以及我們想透過各環節傳遞的訊息</li> <li>• 我們成員也會分享一下參與該場工作坊後的感想</li> <li>• 邀請所有人一起大合照</li> </ul>	<p>此環節希望透過總結和工作人員分享個人感受時，能夠加深參加者對自身和家人的了解，從而引起他們反思，達致改善雙方的親子關係的目的</p>	20 分鐘
5	<p>小組探討訪談</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 在主持人的發問和帶領下，希望參加者能對該場次的成效評分及給予意見</li> <li>• 主持人會再次邀請參加者就活動的安排評分和給予意見</li> </ul>	<p>最後希望參加者能夠給予我們一些反饋和意見，令我們可以持續改進活動，提升改良後工作坊的成效以及改善整體安排</p>	10-12 分鐘

### 3.5.4. 活動參考

此活動參考了兩個由非政府機構舉辦的工作坊，分別為方舟生命教育館的「從缺失中體驗愛」工作坊和「生命·歷情」體驗館的「安息地」工作坊。而下圖會整合兩者的活動特點和該活動值得我們參考的地方，以及我們工作坊最終設計與它們可取之處的關係。

<p>參考活動（主辦單位）</p>	<p>從缺失中體驗愛—從死亡中發現愛  (方舟生命教育館)</p>	<p>「安息地」、活動後解說  (「生命·歷情」體驗館)</p>
<p>活動特點</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 參加者需要模擬自己或朋友去世，學習如何在失去中感受愛，以及愛與失去如何並存</li> <li>• 學習死亡不是人生旅程的終點，而是一個又一個令人成長和對生命有不同感觸的機會</li> <li>• 學習以樂觀積極的心態看待死亡（方舟生命教育館，2016）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 參加者需要躺進特質的棺材，觀看短片進行反思</li> <li>• 在純音樂的播放下，寫下活動後的感想以及任何想對家人說的話</li> <li>• 與其他參加者分享和討論對活動的感想，從而進行反思</li> <li>• 學會珍惜眼前人和適時關心身邊的人（「生命·歷情」體驗館，2020）</li> </ul>
<p>活動可取之處</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 活動形式為體驗式教育活動，不但不會單向向參加者傳遞訊息，也會鼓勵他們進行反思</li> <li>• 自身的思考可對人產生更大影響、動力和自主性去改變自身行為和思想</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 活動形式同為體驗式教育活動</li> <li>• 善於透過環境的佈置和音樂的陪襯下，營造令人更易反思的氛圍</li> <li>• 生命教育員的引導和適時的提問有助加深討論環節的深度，使參加者的感受更深刻</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 此活動重視分享環節，鼓勵同輩和家人間雙向溝通，增進彼此關係和互相學習</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 寫信環節可以讓參加者把當下心情、感受記錄下來，提供了一個跟家人表達愛意的機會</li> </ul>
活動優點和我們工作坊設計、執行的關係	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 我們工作坊最後亦採用體驗式教育活動為形式</li> <li>• 我們活動加入不少討論環節，希望能引起參加者自身思考，進行反思</li> <li>• 工作坊中的討論環節鼓勵親子雙方相互討論，與對方袒露心聲，分享自己的感想，希望能夠增進親子關係</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 我們工作坊最後亦採用體驗式教育活動為形式</li> <li>• 寫信環節中也會播放純音樂，令參加者更快代入情緒，能夠透過文字或者畫畫盡情表達感想和暢所欲言</li> <li>• 我們工作坊無論在子女和家長分組與親子雙方的討論環節，均由我們成員帶領和適時發問，促進討論進度，也能使傾談內容更加深入，希望加深參加者的感受和引起反思</li> </ul>

### 3.5.5. 活動分析

#### 3.5.5.1 可行性

在此工作坊的先導計劃中，活動經費為零。由於活動均使用網上 ZOOM 平台舉辦和沒有額外需要購買的物資，我們並沒有向參加者收取任何費用。這使更多參加者願意參與我們全面的體驗性教育工作坊。

另外，工作坊所需的技術含量並不高，而且我們成員因近來大學網上授課而頗熟悉網上平台 ZOOM 的各項功能，而且我們透過平時常用的社交媒體宣傳活動，並使用 Google 表格來設計報名表格。因此，舉辦工作坊於技術方面而言，我們成員並不難執行大部分設計的活動環節。另外，參加者於檢討環節均表示對我們活動的各項安排頗為滿意，反映活動並沒有因技術問題而對整體運作構成太多影響。

再者，此活動經過第一階段檢討後作出相應調整後，更能夠吸引就讀大學的子女願意報名參加工作坊。這反映活動經過於更多平台的宣傳以及給予參加者於舉辦時間、地點和日期更大的自由度，能夠成功吸引更多不同年齡層的參加者參與我們的活動，使先導計劃中第二階段工作坊的可行性得以大大提升。

### 3.5.5.2. 創意

坊間大部分親子活動（如講座、諮詢服務等）都是一次性、補救性和以個人為單位，而我們活動的設計不但把活動由外面的場所搬到參加者居住的地方和網上舉行，也非常強調親子雙方一同參與進行反思和相互討論，希望能夠起到一個預防參加者將來發生親子衝突的作用。

另外，由於我們會以每個家庭為一場工作坊的單位和彈性處理每個報名家庭，此活動能夠讓參加者更靈活自主控制工作坊舉辦的時間和日期，以及整體活動的長度。參加者參與時可自由向工作人員溝通、反映當日的情況或者任何顧慮，我們會隨即作出相應的調整，例如活動環節的時間長短和整體活動需時長度。

此外，此活動跟坊間治療性質的專業諮詢服務有所不同，我們工作坊屬於預防性質，也不需要太多專業知識背景的人士加入活動當中。由於我們成員均不具備家庭治療、諮詢的相關專業知識，活動設計也比較傾向於互相分享、討論的方向，降低了對工作人員和主持人於相關專業知識上的要求，使活動更能吸引親子關係比較好和不太緊張的家庭參與。因此，我們活動能夠以較新穎、創新的活動內容設計（體驗式教育工作坊）和舉辦形式（透過網上平台舉辦），補足市面上親子服務的不足之處，提升社會家庭、親子相關活動的多樣化。

以上內容也跟計劃採用的創新性定義相呼應，包括創造新價值和回應未被解決的問題（Dance, 2008）。在創造價值方面，此工作坊揉合了兩個成功活動的優點，亦希望透過不同環節傳達不同有關親子相處、溝通模式的訊息，達致我們計劃改善家庭關係的目標。而在回應未被解決的問題方面，此活動能夠補足市面上服務欠缺多樣性的不足，有助更多本身關係正常的家庭改善親子溝通、相處模式。因此，此活動具備相當的創新性。

### 3.5.5.3. 延續性

由於已完成的四場工作坊只屬活動的先導計劃，我們將會按照與活動期間蒐集的參加者反饋和意見，對此活動的內容設計、舉辦形式和各項安排進行相應的調整，希望改良後的工作坊能夠吸引更多家庭和青年報名參與。另外，由於先導計劃中，此活動並不會收取任何費用和需要任何經費。在調整後的工作坊，我們將會更進一步改良其中的環節，也有可能需要收取少量活動費用作為經費，例如邀請相關專家嘉賓和給參加者郵寄紀念品（如我們自己設計的精美信紙和信封）等等。希望改良後的工作坊能夠提升活動效果，更大程度地達到活動原意、預期成效，以及更能緊扣我們計劃的三大目標。活動從而能夠長期進行，讓更多不同的家庭參與，大大提升其延續性。

### 3.5.6. 成果量度指標及方法

每場工作坊的最後都會邀請參加者參與小組檢討討論，我們會在意見收集後，以量性及質性指標量度活動成果：

量度方法	成效指標	小組檢討訪談題目	量度指標和所做出的調整	目標
量性研究方法	內容滿意度	請提出對活動內容設計的意見	活動後會邀請參加者就活動內容設計、能否凸顯主要的訊息和能否鼓勵他們作出實際的行為改變等幾方面，給予意見，使我們可以透過意見反饋衡量活動是否需要作出相應調整、改良，從而提升參加者對活動成效、內容的滿意度。	我們期望參加者對這幾項成效指標給予正面的評價和意見，從而反映工作坊對於改善親子關係有比較高的成效。
	內含訊息傳達	活動能否提升與家人之間的親密度		
	成效持續性	活動能否令你在往後跟家人更常表達愛意和進行深入的傾談、溝通		
質性研究方法	成效滿意度	<ul style="list-style-type: none"> <li>活動能否加深對家人的了解</li> <li>請他們就活動能否改善與家</li> </ul>	工作人員會邀請參加者就活動成效、活動安排滿意度和舉辦形式（參加者自選日期	我們期望參加者能夠對於我們的活動成效、時間安排和舉辦形式

		人之間的關係 評分 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1-10 分，10 分為最高分</li> </ul>	時間的方式) 的項目，進行評分。希望參加者對於我們活動成效和各項安排等給予我們一點評價，有助我們於未來計劃中作出有關的調整。	給予 6 分或以上的評分，從而反映活動能夠引起參加者反思，以及對我們的時間安排、舉辦形式給予正面評分和表示較大程度滿意。
執行滿意度	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 請他們就活動的安排評分 (包括對活動舉辦形式 (透過 ZOOM 舉辦) 的滿意程度)</li> <li>• 請對活動舉辦日子時間的合適程度評分</li> <li>• 1-10 分，10 分為最高分</li> </ul>			

### 3.5.7. 第一階段成果分析

#### 3.5.7.1. 第一階段的意見反饋

我們首場工作坊於 10 月 17 日晚上舉行，當晚亦有進行小組檢討討論環節，成功收集到參加者的意見反饋。

參加者於首場工作坊給予的意見反饋和評分整體來說均頗為正面。在對活動成效的評分及意見方面，參加者均表示活動內容豐富，形式新穎，她們除了表示對體驗式教育工作坊形式的欣賞，也反映內容環環緊扣、相互呼應，能夠吸引她們全程投入進行活動。另外，她們也表示活動能夠促進她們母女間的溝通和加深對彼此的了解。透過工作坊中親子深入傾談的討論環節，參加者提到平日她們甚少主動探討死亡這類較沉重的話題，活動能減低她們對談論死亡話題的抗拒感覺。而且她們也表示活動有助她們了解對方的想法，也能夠藉此機會互相表達愛意，從而增進親子關係。再者，她們也表示活動能夠達到改善親子關係的目的，她們透過活動中互相寫信和一起討論心中所想的環節，除了更加能夠開口跟對方表達愛意，也明白維繫親子關係的重要性的和更加珍惜眼前人。因此，她們均同意活動能夠提升她們親子間的親密度。最後，參加者就活動成效

給予的評分也頗為正面，她們分別給予了 9 分和 9.5 分，反映參加者對活動整體成效頗為滿意。

在對活動安排的評分及意見，她們均表示非常欣賞活動於時間安排和舉辦形式方面的自由度和彈性。其中，她們提及我們於知道家長方面於翌日需要很早上班後，主動提出將活動長度縮短以及濃縮內容，並非常感謝我們工作人員的體諒和遷就。而且，她們也向我們反映了對自主選擇舉辦日期時間形式的滿意和欣賞，並希望我們繼續保留此彈性的處理方式，方便其他參加者和家人商討參與日子與時間。最後，她們就活動安排（如對以網上平台進行的形式）的評分也頗正面，分別為 8.5 分和 9 分，顯示工作人員熟悉網上平台 ZOOM 的操作，以及在相關方面作出了充足的準備，令活動大致進行流暢。

總括而言，首場工作坊的意見反饋無論在活動成效和安排方面的意見和評分，均與我們的預期分數和目標吻合。反饋結果對我們的活動內容設計和相關安排表示一定的肯定。可是，我們工作人員於執行期間遇到的一些問題，也令我們在往後第二階段的活動作出了一些調整，使活動的進行更加流暢，提升參加者對活動安排方面的滿意度。

#### 3.5.7.2. 工作人員的執行困難

工作人員於執行活動環節期間，遇到了一些技術問題，對活動的進行構成了一些阻礙，幸好在我們跟參加者說明問題後也得到了她們的諒解。例如參加者進入 breakout room 後，可能因為網絡不穩定，突然自動退出了網上平台 ZOOM。工作人員意識到問題所在後，也適時向主持人報告了情況，我們迅速聯絡了參加者，並幫助她重新進入活動進行的 ZOOM meeting。雖然此技術上的問題是我們無法控制的，但經過這次經歷後，我們工作人員之間也慢慢培養了默契，在發現問題當刻，立刻透過即時通訊軟件（WhatsApp 訊息）向主持人匯報問題，令問題能夠盡快解決，使活動進行的更加順暢。

我們兩名工作人員也於首場活動後進行了電話通話，檢討和討論當日的活動進行經過和對方的表現，也給予對方一些改善的建議，希望第二階段活動的參加者對活動成效、安排的滿意度和評分得以提升。

### 3.5.7.3. 活動限制

此活動於內容設計上存在著一些限制。例如活動的目標受眾為 15-24 歲的子女及其父母，但是活動報名人數較少，反映出大學子女較為抗拒與家長一同參加活動。而首場活動的參加的該名子女只有 17 歲，顯示在中學生（19 歲以下）子女對於跟家長一同參與活動的抗拒程度較低。因此，我們於宣傳策略上作出了一些調整，希望能夠吸引更多不同年齡、背景的家庭參與。

另外，活動設計包含了不少需要親子互相討論的環節，參加者可能需要嘗試跟對方袒露心聲，對於本身親子關係較好的家庭而言，這些可能不太困難。可是，對於比較沉默寡言的男性參加者或者原本親子關係較為緊張的家庭而言，要在活動中互表愛意和敞開心扉地進行深入討論，可能比較困難，較難於短時間內作出較大的改變。因此，我們於第二階段的活動內容、設計上也作出了一些調整，希望能夠幫助一些因自身性格、家庭角色等各種原因而難以投入活動的參加者，突破心理關口，能在現實生活中逐漸作出改變。

### 3.5.7.4. 活動調整

經過首場工作坊參加者的小組檢討傾談以及工作人員間的檢討討論，我們發現第一階段的工作坊大致存在數個不足之處，包括工作人員之間的默契程度、工作人員於執行上遇到的技術困難、活動的宣傳策略和來自不同背景和年齡層參加者對活動的抗拒問題。針對以上四個不足之處，我們對活動內容設計、對外的宣傳策略和活動前的準備工作三方面作出了調整，希望第二階段的活動能吸引更多不同的家庭參與。

首先，就活動內容設計方面，我們會細閱報名參與家庭提交的報名表格，當中有一題請參加者填寫自己與一同參加家人的關係和希望工作人員如何稱呼對方。根據這兩題問題的答案，我們能夠對該場工作坊參加者間的關係作出初步估計。例如當參加者於詢問雙方關係問題上填寫父子、母子或母女關係時，我們便能夠根據自身經歷或身邊朋友的家庭，初步估計該場的參加者之間的親密度、兩者平日的相處溝通模式和各自的性格。由於中國傳統文化中，一家之主（通常為父親）會顧及自己的面子，或因本身工作繁忙，而較少主動關心子女，更不會突然向子女表達愛意。其實，大部分男性參加者（兒子或者父親）都因本身性格和傳統觀念而比較少向親子雙方表達愛意。相比之下，女性參加者（女兒或者母親）之間的關係通常都比較親密，更容易互相表達愛意和袒露

心聲。因此，在活動前細閱報名表格，能讓我們初步估計該場參加者之間的關係和平日相處模式，從而與當日的親子討論環節的內容深度以及工作人員發問的次數上有所調整。希望第二階段的參加者能夠更加投入參與活動，引起反思和於生活中作出實際改變。

另外，就宣傳策略方面，我們於第一階段時，只透過自己 Facebook 和 Instagram 社交專頁宣傳此工作坊，並沒有主動聯絡相關機構或已經運營多年的其他公開專頁，尋求他們的幫助。因此，於第二階段，我們不但於 10 月下旬主動聯絡了伍宜孫書院協助我們宣傳，也主動私下詢問中大人資訊專頁 (cuhk\_infopage) 的 Instagram 專頁，是否能夠幫助我們向更多目標受眾留意我們的活動。而它們均願意幫助我們宣傳活動，例如中大人資訊專頁於其 Instagram 社交平台上分享了此活動的宣傳設計和有關詳情，書院也於 11 月中於 Sunny Weekly 電郵至少刊登了 5 次有關此活動的詳情和宣傳文字。希望第二階段的工作坊能夠通過更多的宣傳渠道得悉此活動，並報名參加活動。

下圖為此活動於我們 Facebook 和 Instagram 社交專頁的宣傳設計：



下圖為我們主動聯絡中大人資訊專頁尋求幫助的訊息截圖：



下圖為此活動於中大人資訊專頁於其 Instagram 社交平台上分享了此活動的宣傳設計和詳情：



下圖為此活動於書院 Sunny Weekly 內部通訊電郵刊登的宣傳內容：

**2. 存心傳意 Familiar**

The following message (Chinese only) is drafted by group students of College Final Year Project :

我哋係一班在宣統書院 Year 4 嘅學生💖，做緊一個有關改善親子關係嘅 Final Year Project – 「存心傳意 Familiar」💖。

透過更有效嘅溝通同相處模式，我哋希望改善香港大眾嘅親子關係👨‍👩‍👧，同埋促進家庭和諧，提升家庭幸福感🌈。

我哋一共推出左 5 個活動同工作坊，其中 3 個活動希望可以搵到更多參加者，增加我哋活動嘅影響力！🐱

活動①「親心直說 Shall We Talk」工作坊💖

✦ 活動內容：

- ✦ 想鼓勵親子雙方平日有更多的溝通和深入的傾談🗣️
- ✦ 珍惜當下和身邊人，避免日後留下任何遺憾和感到後悔🥹
- ✦ 想搵啱鍾意創新體驗式親子工作坊既朋友仔👨‍👩‍👧

✦ 日期：即日起到 11 月 30 日（可自由選擇其中一日）

✦ 時間：需時-1.5 小時（\*可自由選擇其中一個自己方便既時間）

✦ 人數：最多 4 個家庭（需要父/母/父母+最少其中一位子女共同參加👨‍👩‍👧）

✦ 費用：全免

✦ 形式：網上 Zoom 舉行📺

✦ 報名方式：Google Form (<https://forms.gle/rq6cq8RYWeGMBARDA>)

再者，就活動前的準備工作方面，活動負責人會於第二階段活動前加長活動前準備會議的長度，使工作人員能夠清楚知道如何協助負責人主持分組討論過程、播放有關短片時的留意事項、如何協助負責人錄影或適時截圖（拍照）以及就每場工作坊參加者背景和關係向工作人員簡介及講解如何調整內容設計。因此，於第二階段的每場工作坊前，活動負責人會與工作人員事前約定一次大約 10 至 15 分鐘的 ZOOM 會議討論相關事宜，務求確保工作人員雙方清楚有關

安排和如何與主持人互相協調，提升彼此默契度。然後，當每場工作坊完結後，我們雙方也會保持聯絡，互相討論彼此的表現，進行事後檢討，從而改善下場工作坊彼此之間的合作和協調。

總括而言，第一階段活動後參加者的意見反饋和工作人員間的檢討，反映了數個不足之處，商討後決定於第二階段活動作出以上三個調整，希望能夠提升活動成效、第二階段活動的報名人數和參加者的整體滿意程度。

### 3.5.8. 第二階段成果分析

#### 3.5.8.1. 第二階段參加者背景簡介、舉辦日期、時間

場次次序（參加者雙方的關係）	舉辦日期與時間
2（父子，Jerry）	12月10日（14:00-15:30）
3（母子，Jason）	12月10日（16:00-17:30）
4（母子，Anson）	12月11日（21:00-22:30）

下圖為參加者的報名表格個人資料部分的摘要：



下圖為參加者的報名表格一同參與家人資料部分的摘要：



### 3.5.8.2. 第二階段活動意見反饋與如何與未來計劃作出調整

指標 1：參加者小組檢討部分——內容滿意度	
研究方法：量性研究	
參加者意見反饋	參加者均對活動內容設計表示滿意，但有部分男性參加者（包括父親或者兒子）表示於最後三分鐘環節難以開口跟對方表達謝意或者愛意，尤其第二場的工作坊中的父子雙方也反映了這個難題。除此之外，其餘場次的參加者都表示對活動內容以及設計頗為滿意。
結果及未來調整計劃	我們可能就男性參加者難以突破心理關口的問題以及普遍現象，為他們設計另外一個新的環節，由淺入深。我們也理解要短時間內立刻作出改變是不太容易的，但是親子關係的維繫講求雙方一起付出時間、心思。無論是父子、母子還是父女之間的關係，親子雙方都需要至少其中一方作出主動，首先作出嘗試，於平日生活中表達關懷對方的心。雖然男性有時可能只是不常把關懷、心意掛在嘴邊，但是要让對方清楚感覺到雙方的心意，行動加上語言往往是最有效傳達彼此心意的方法。我們的計劃第三個目標就是希望社會可以打破傳統觀念，放下面子，跟對方表達愛意、心意，珍惜眼前人。因此，這個現象值得我們於未來計劃中思考如何把計劃的現存活動，拓展出針對男性比較含蓄文化的活動或者工作坊，使更常表達愛意的訊息於社區中宣揚開去。

指標 2：參加者小組檢討部分——內含訊息傳達	
研究方法：量性研究	
參加者意見反饋	參加者對活動成效中「活動內容是否能凸顯出我們希望傳達的訊息」（如要常常跟對方表達心意等）的題目，意見普遍頗為正面，反映活動環節成功以短片和互相討論環節，以及工作人員的帶領和主持人負責的總結部分，能夠引起參加者反思，重視親子關係，並希望往後能夠一起努力改善雙方間的關係。
結果及未來調整計劃	我們於未來計劃中會著重透過調整活動細節，使活動更能凸顯希望傳達的訊息，務求大部分參加者能夠透過活動，引發對自身的思考，從而在平日生活中作出實際改變。此活動在未來計劃中可能會多設計幾個不同的流程、環節，從而活動改良後能夠針對來自不同年齡層、背景以及有著不同家庭關係狀況的參加者。按照參加者的需要和背景，工作人員會於討論環節詢問不同版本的問題，按情況會先問出比較容易展開親子討論的問題，打開話題之

	後再慢慢加深問題的深度。這樣可以使有著不同需要和家庭狀況的參加者也能投入活動，減少因自身性格或者家庭角色而出現討論期間的冷場機會。
--	---

指標 3：參加者小組檢討部分——成效持續性	
研究方法：量性研究	
參加者意見反饋	參加者對活動成效中「活動是否能鼓勵您於往後生活中作出實際改變」(如更常與家人進行深入的溝通)的題目，他們的反饋均頗為正面，顯示活動能引起參加者反思自身不足，希望為維繫親子關係作出努力，改善親子雙方的相處、溝通模式。
結果及未來調整計劃	我們於未來計劃中會把更多促進雙方溝通、深入傾談的討論環節加入到其他活動，以及設計深淺程度不同的問題，供工作人員參考或使用，使我們的計劃宗旨、活動訊息能帶入來自不同背景的家庭，以及拓展到更多不同的家庭關係中，致力於社會中宣揚計劃的三大目標。

指標 4：參加者小組檢討部分——成效滿意度	
研究方法：質性研究	
參加者意見反饋	參加者對活動成效中「活動能否加深對家人的了解和改善彼此關係」的題目，他們的評分均頗為正面(三場工作坊(6位參加者)的平均分數為 8.5 分)，反映參加者對活動成效普遍感到滿意。活動能夠引起參加者的反思，希望往後可以改善親子間的相處、溝通模式。
結果及未來調整計劃	我們於未來計劃中可能會把此活動的優點跟其他活動的優點進行整合後，制定一套改良後的活動、工作坊，並希望能夠互補不足，更有效地在社會宣揚我們計劃的目標和希望傳達的訊息。

指標 5：參加者小組檢討部分——執行滿意度	
研究方法：質性研究	
參加者意見反饋	在活動安排部分中對舉辦形式和時間日期安排的題目，參加者的評分普遍均頗正面(三場工作坊(6位參加者)的平均分數為 8 分)，反映大部分參加者對活動安排感到滿意。可是，有個別參加者表示他們並不熟悉網上平台 ZOOM 的功能，阻礙了活動的進行過程。

結果及未來調整計劃	針對這個技術上的問題，我們原本希望子女能夠透過給家長展示如何使用網上平台中 ZOOM 的各項功能，增加彼此間溝通的機會。可是，對於不善於言辭的子女，要達到以上的效果可能不太容易。因此，於未來計劃中，若果我們需要使用網上的平台來進行活動，我們會在參加者報名成功後，統一將我們事先製作的網上平台功能說明書（只會涵蓋活動中需要使用的相關功能）透過登記電郵地址，發送給每個參加者家庭，希望盡量減少活動期間的技術問題出現機會。
-----------	--

### 3.5.9. 未來計劃會作出的調整和改良

就「親心直說」Shall We Talk 活動而言，我們將會作出幾項調整，包括設計幾套深淺程度不同的建議問題、按不同家庭的情況或背景、需求設計出不同的環節以及製作活動中需要使用的網上平台功能說明書。我們希望透過以上三項新調整，未來此活動能夠吸引來自更多家庭背景、年齡層以及有著不同性格與家庭關係狀況的人士參加此工作坊，使我們的計劃宗旨能更有效地達到，並最大化計劃的社會影響。

就整體計劃而言，收集各個參加者的意見反饋後，我們將會於未來詳細分析計劃現存活動、工作坊的優點和不足之處。我們除了希望能揉合各活動的優點之餘，也能夠運用不同活動的種類、特性互補不足，令我們計劃能更有效地於社會中宣揚「重視親子關係」和「雙向溝通」的訊息。

### 3.5.10. 回應疑問

疑問	回應
1	<p>想請問如果於活動中遇到工作人員難以處理的複雜家庭問題（例如家庭暴力），你們會如何處理？</p> <p>我們會首先嘗試穩定參加者的情緒，然後希望在我們的勸說下，雙方能夠冷靜心情，回復理性溝通。如果該家庭關係過於緊張，而且存在複雜的親子衝突問題，我們會暫時停止進行活動，並冷靜地勸說該家庭成員可能需要尋求專業人士的幫助。</p> <p>基於我們成員並不具備進行家庭治療或諮詢服務的資格和相關知識，我們會首先給他們介紹一些與我們有過聯</p>

	<p>繫的相關專業人士，例如中大社會工作學系的家庭及小組實務研究中心的教授成員。並且在得到參加家庭的同意下，我們把他們的情況告知相關專業人士（不會透露該家庭的任何個人資料），幫助他們諮詢有關專家會建議該家庭要如何處理或者如何向有關機構尋求協助。然後，我們成員會把詢問結果傳送給該家庭的成員，希望他們的家庭問題能在專業人士幫助下，盡快得以解決。</p>
--	---

## 4. 短中長期檢討

### 4.1. 整體計劃回顧

「存心傳意」Familiar 利用 Theory of Change 回顧計劃以及訂立了短期、中期、長期預期成果。

我們首先訂立了長期預期成果 —— 解決已存在的家庭紛爭、減少將來發生衝突的可能性以及表達愛意，及後提出假設 (Assumption)，分別是社會大眾對家庭關係重視以及普遍 15-24 歲青少年懂得使用網上平台。

我們透過問卷和文獻收集找出客戶需求 (Client need)，然後，投入資源包括時間、5 個組員以及朋友、網絡資源。於第一次報告前，我們設計活動時，參考了坊間類似的活動，加入創意，進行組內試驗，詢問教授意見，對活動進行修訂，在 Facebook、Instagram 和 Sunny Weekly 進行宣傳，最後推出 COVID 五個活動：

Comment：每週一讚彈

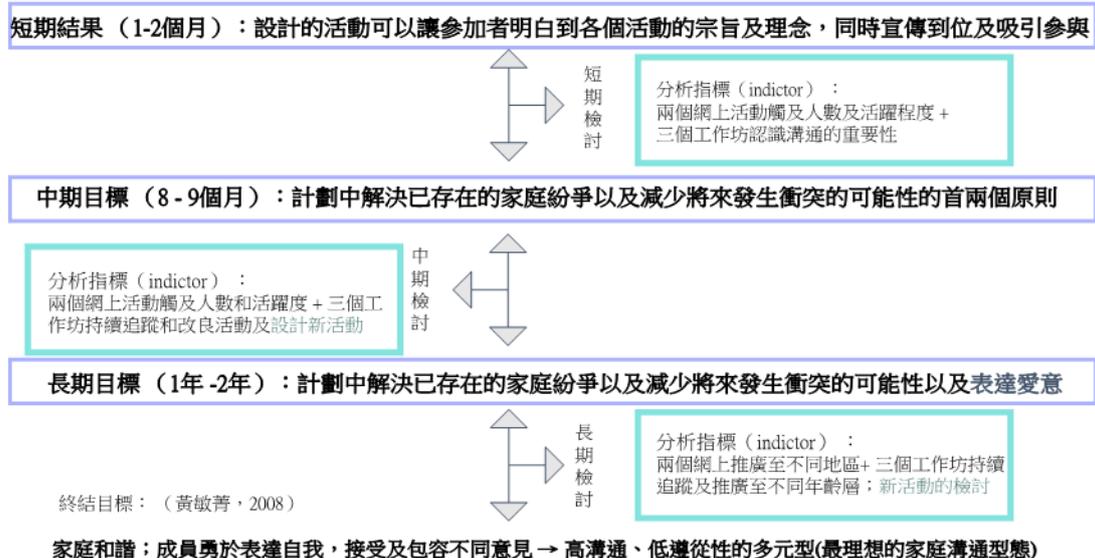
Options：身火相傳 Instagram 相片濾鏡

Voice(s)：「聲聲」相惜

Identify：猜猜我是誰

Depth：親心直說 Shall We Talk

以下是我們所訂立的短期、中期和長期預期成果，以及如何分析我們的計劃是否達到預期成果的指標概覽。



我們希望推出活動 1-2 個月達到短期預期成果 —— 設計的活動讓參加者明白到各個活動的宗旨及理念，同時宣傳到位及吸引參與。兩個網上活動的分析指標 (Indicator) 包括活動觸及人數及活躍程度 (留言回應的反應) 判斷活動是否宣傳到位及吸引參與，而三個工作坊的分析指標 (Indicator) 包括活動後問卷以及討論環節來判斷活動是否能讓參加者認識溝通的重要性的明白活動的宗旨及理念。

網上活動： 宣傳到位及吸引參與

	詳細分析指標
Comment： 每週一讚彈	每週有四個家庭參加 社交媒體每個貼文有五個回應
Options： 身火相傳 Instagram 相片濾鏡	拍攝次數衝破一千 覆蓋範圍不限於朋輩

工作坊： 參加者認識溝通的重要性的明白活動的宗旨及理念

	詳細分析指標
Voice(s)： 「聲聲」相惜	參加者意識到雙向溝通和同理心的重要性
Identity： 猜猜我是誰	參加者意識到持續了解對方的重要性
Depth： 親心直說	參加者意識到珍惜當下與家人相處溝通以及表達愛意的重要性

五個活動都已經完成短期預期成果的檢討。

	收集的數據/問卷結果及改良方案
Comment: 每週一讚彈	達到預期效果，進一步增加在社交媒體的觸及率及互動
Options： 身火相傳 Instagram 相片濾鏡	KPI 初步數據不俗，需繼續於限時動態收集更多質化意見方能了解成效

Voice(s)：「聲聲」相惜	大致達到預期效果，但雙向溝通設計已改良及試驗中
Identity：猜猜我是誰	活動內容大致達到預期效果，部分細節已微調並計劃進行試驗
Depth：親心直說 Shall We Talk	大致達到活動預期成效以及活動進行順暢，部分細節經由成員討論和檢討後作出調整，並會於下階段活動試驗改良後的活動效果

推出活動 8-9 個月後希望達到中期預期成果——計劃三部曲中解決已存在的家庭紛爭以及減少將來發生衝突的可能性。兩個網上活動的分析指標（Indicator）包括活動觸及人數、活躍程度（留言回應是否偏向正面）以及設立關卡問題（Instagram）；而三個工作坊的分析指標（Indicator）包括電話訪問以及後續問卷來判斷活動是否能達到中期預期成果。

網上活動：是否能幫助參加者解決已存在的家庭紛爭以及減少將來發生衝突的可能性

	詳細分析指標
Comment: 每週一讚彈	當參加人次達到 300，將製作每日一讚彈日記本，讓參加者每天自行記錄和家人的溝通，進一步鼓勵他們增加溝通頻率
Options：身火相傳 Instagram 相片濾鏡	觸及人數和活躍度有持續上升的趨勢， 將加入任務保持新鮮感，於濾鏡設立關卡及問題，了解用家有否達成計劃目標

工作坊：是否能幫助參加者解決已存在的家庭紛爭以及減少將來發生衝突的可能性

	詳細分析指標
Voice(s)：「聲聲」相惜	以電話訪問和後續問卷持續追蹤，以收集的結果分析活動參加者是否可以

Identity : 猜猜我是誰	把活動所帶出的理念運用在家庭相處中，從而就自身不足作出了實際的行為改變，達到計劃中解決已存在的家庭問題，以及減少將來發生衝突的可能性的兩大目標
Depth : 親心直說 Shall We Talk	

同時，我們會根據收集回來的數據來改良活動，同時深化主題。隨著時間的推移，我們也會設計新活動。

推出活動 1-2 年後，希望達到長期預期成果 —— 完成計劃三步曲：解決已存在的家庭紛爭以及減少將來發生衝突的可能性及表達愛意。兩個網上活動的分析指標 (Indicator) 包括活動觸及人數、活躍程度 (留言回應是否偏向正面) 以及設立關卡及問題 (Instagram) 而三個工作坊的分析指標 (Indicator) 包括電話訪問、後續問卷來判斷活動是否能達到長期預期成果。

網上活動：是否能幫助參加者解決已存在的家庭紛爭、減少將來發生衝突的可能性及表達愛意

詳細分析指標	
Comment: 每週一讚彈	參加人次達到 1000 及濾鏡互動人次達到 5000 時，將製作計劃英文版及新濾鏡，推廣至香港以外的地方
Options : 身火相傳 Instagram 相片濾鏡	

工作坊：是否能幫助參加者解決已存在的家庭紛爭、減少將來發生衝突的可能性及表達愛意

詳細分析指標	
Voice(s) : 「聲聲」相惜	以電話訪問和後續問卷持續追蹤，以收集的結果分析活動參加者可以把活動所帶出的理念運用在家庭相處中，從而就自身不足作出實際的行為改變，達到計劃中解決已存在的家庭問題，以及減少將來發生衝突的可能性的兩大目標。希望參加者可以衝破心理關口，勇於跟對方表達愛意。由於此過程需要改變平日的性格或表達方式，短時間內難於作出大改變，所以需時較長。
Identity : 猜猜我是誰	
Depth : 親心直說 Shall We Talk	

同時，把計劃推廣至學校，擴展計劃的目標對象，推向不同年齡層，進行新活動檢討。

## 4.2. 現有問題及解決方案

	現有問題	解決方案
1.	<b>計劃難以觸及親子關係較差的家庭</b> 目前活動宣傳只集中在網上，而且缺乏主動宣傳（如 Instagram 廣告），所以計劃暫時較難觸及沒有主動接觸此類信息、親子關係較差的家庭。	<b>未來增加主動宣傳</b> 暫時會在能力範圍內專注服務關係普通的家庭。 當計劃踏入後期，已經有初步成果後，將嘗試透過 NGO 或社工等途徑接觸此類家庭及宣傳我們的計劃，同時增加社交平台宣傳，期望主動接觸到更多不同狀況的家庭。
2.	<b>接觸到的受眾以大學生及朋友為主</b> 暫時我們接觸到的受眾都屬於同一同溫層，以大學生為主。	<b>未來增加主動宣傳</b> 目前我們較專注 Instagram 的平台經營。然而家長輩的受眾多使用 Facebook，未來會增加 Facebook 專頁的內容，同時投放廣告，亦會考慮於 Google 搜尋引擎投放關鍵詞廣告，以不同平台的宣傳打破同溫層。
3.	<b>目前受眾反應一般</b> 目前目標受眾為大學生，但大學生對工作坊及活動的反應一般，在觸及的對象中只有少量會報名參加活動。	<b>嘗試專注於年紀較小及較大的受眾</b> 未來會先透過更多宣傳教育喚醒大學生對家庭溝通議題的關注和興趣，鼓勵他們投入維繫親子關係。此外，我們將轉向目標年齡層中較年幼（就讀高中）的青少年以及更重視親子相處及關係的父母群。計劃從這兩個較有興趣參加活動的群組入手，吸引更多參加者。
4.	<b>受疫情影響未能面對面進行工作坊，影響部分活動效果</b> 「親心直說」活動設計較適合以面對面形式進行，參加者能更加投入	<b>疫情後會改以面對面形式進行</b> 雖然疫情暫時仍未好轉，但如果情況允許，我們會以面對面模式再試行一次「親心直說」工作坊，如果

	<p>活動。然而現時受疫情影響無法進行面對面工作坊，參加者的投入度和活動帶來的反思效果稍有削弱。</p>	<p>效果更理想的話，以後將持續沿用面對面形式進行活動。</p>
5.	<p><b><u>受眾少，可能因忙碌或執行上的問題而卻步</u></b>  活動「聲聲」相惜初期較少參加者報名參加，檢討後亦發現原因可能是受眾較忙碌，無法配合工作坊時間。</p>	<p><b><u>活動改以參加者自決模式作彈安排</u></b>  隨後三個工作坊活動都沿用參加者自決模式，為受眾提供彈性化安排，為因為現實原因而無法參加活動的家庭排除困難。</p>
6.	<p><b><u>活動以青少年主導為主</u></b>  計劃內的活動主要由子女方作主導（例如 Instagram 濾鏡），宣傳對象也以青少年為主。部分同學亦提問我組是否會增加家長主導的活動以平衡兩者。</p>	<p><b><u>檢討計劃定位後將繼續沿用此模式</u></b>  在內部檢討後，我們認為坊間已經有不少針對家長的親子關係計劃，從子女一方入手是我們計劃的特點，亦是我們初心所在。所以未來會繼續以青少年主導的活動為主要，期望喚醒青少年對家庭關係的關注，補充坊間機構的不足。</p>
7.	<p><b><u>活動模式鬆散，難以集中參加者</u></b>  暫時計劃內的活動都分散進行，不同活動的參加者並不相同，現時模式難以集中參加者。</p>	<p><b><u>延續現時優勢，同時考慮「活動日」模式</u></b>  雖然活動分散較難集中參加者，活動之深刻度也不及集中式的「活動日」，但在時下難以聚眾的抗疫環境下，活動的靈活性和便利性是我們計劃的優勢，受眾足不出戶也能夠接觸到改善親子關係的資訊和工作坊。未來我們會先延續現時優勢，並持續觀察受眾需求，如果未來疫情好轉後，「活動日」模式更加切合受眾需求的話，我們亦會考慮將工作坊集中在一天內舉辦，並在活動日結束後邀請參加者參加其餘網上活動。</p>

## 5. 財政預算

對於計劃長遠可持續發展方向，除了上面提到的尋求和 NGO 及學校合作，亦有

包括我們五人繼續營運這個計劃。當中不能不面對的問題，就是財政的可持續性。以下我們將探討計劃如何在財政上自負盈虧。

暫時，在這九月到十二月的先導計劃中，我們沒有任何支出，因為我們使用中大免費 Zoom 帳戶和我們本來的人脈，及得到教授願意無償受訪的支持。但長遠來說，計劃需要年均支出。

第一是社交媒體推廣費，幫助我們接觸中大同學以外的更多年齡層和背景的家庭。現時活動的參加者大多是我們本來認識的中大同學，但除了他們，我們希望推廣到更多不同年齡層及背景的家庭，覆蓋及幫助更多的家庭，提升計劃的影響力。我們期望每天能有約 30 個新的接觸者（一年即有 10,950 個新的接觸者）。根據 Facebook 推廣計劃廣告官方預算案，Facebook 預計花 HK\$2,000 可以接觸到 11,500 到 33,100 的群眾（Facebook，2020），即每\$1 大概可以接觸到 5 至 16 人，因此這個項目的預算是\$2,000。我們亦會再根據實際接觸人數和大眾反應再調整投放在社交媒體的推廣費用。

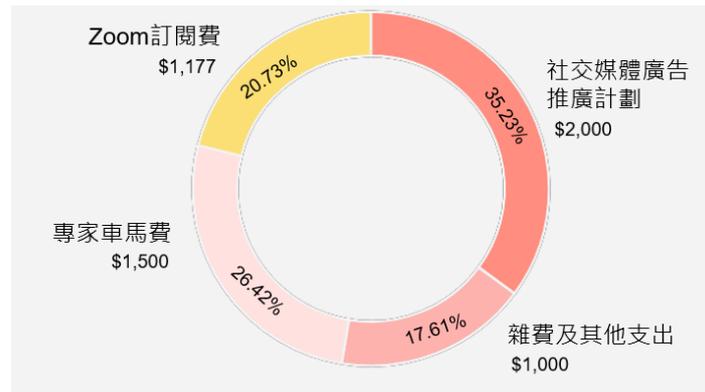
第二是 Zoom 平台訂閱費，在疫情下，為保障參加者健康，我們的工作坊大部分都會網上舉行，鑑於大部分大學生都有使用 Zoom 的知識，及先導計畫中的工作坊參加者都同意工作坊活動於 Zoom 平台舉辦的有效性、流暢性及穩定性，我們計劃會在疫情下繼續使用 Zoom。由於我們在半年後就會畢業，畢業後將不能再使用中大 Zoom 的帳戶，需要支付訂閱費，我們將選擇最便宜的計畫「小型團隊的理想之選」，這個項目的預算是 HK\$1,177（Zoom 每年訂閱費為 US\$149.90（Zoom，2020），以匯率 7.85 並四捨五入到最近的整數計算 HK\$1,177）。

第三是專家車馬費，我們在先導計畫中已邀請黃美菁教授和陳智豪教授拍攝短片分享親子溝通技巧，感謝教授們願意無償受訪，給予我們計畫意見，及讓我們的專頁分享更具權威性。我們認同專家訪問和分享在計畫的重要性，因此在未來我們會繼續邀請不同專業人士，如社工、親子專家和教授，進行十五至三十分鐘的訪問，並製作短片花絮放於專頁上，及在工作坊活動中播放部分合適的內容。為了感謝這些百忙中抽空受訪的專業人士，我們會預備\$100 車馬費作為感謝。我們預算每年會進行 15 個訪問，因此這個項目的預算是\$1,500。

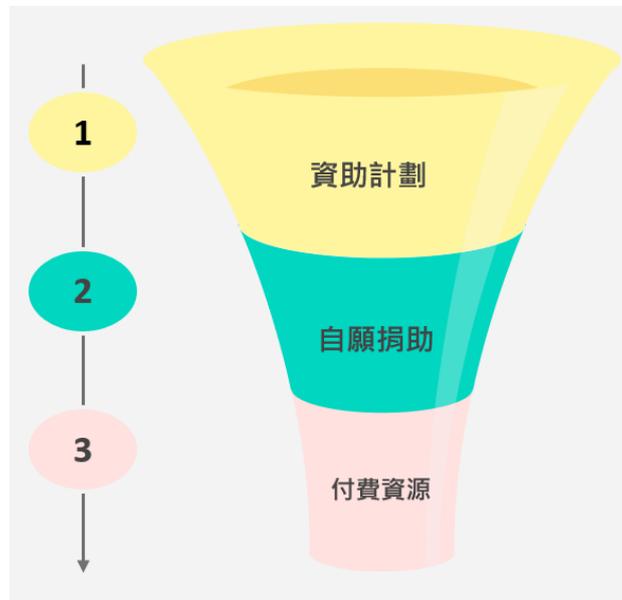
第四是雜費及其他支出，主要用於未來可持續發展的研究和發展計畫，包括上述一些中期和長期目標的支出，及應付任何突發的支出，例如因回應大眾意見而產生的任何改善平台或活動的費用，這個項目的預算是\$1,000。

以下是年均支出總和項目圖表：

年均支出總和			
	數量	單價(\$)	總和(\$)
社交媒體廣告推廣計劃	1	2,000	2,000
專家車馬費	15	100	1,500
Zoom 訂閱費	1	1,177	1,177
雜費及其他支出	1	1,000	1,000
支出總和			<u>5,677</u>



在收入方面，我們的財政預算將收入分為三個階段，第一階段的資金是來自中大和書院的資助計劃，第二階段是來自參加者及群眾自願支持，而第三階段則來自付費資源。



在第一階段，我們會申請中大及書院中策劃社會服務的資助計劃，其中包括以下計劃：

資助計劃	最高資助額
「創出我天地！」學生資助計劃	\$20,000
服務學習項目資助計劃	\$80,000

李沛良獎勵計劃	\$10,000
博群社會服務計劃	\$20,000

我們期望獲取最少一萬元資助作為起始資金，能將我們的計劃推廣到更多人，到後期才有機會實行第二步和第三步的收支平衡。由於中大及書院資源有限，而且申請者不少，我們期望能成功申請其中一個資助計劃項目，獲得\$10,000 資助。

回應同學在 Blackboard 上對批核時間和申請信心的疑問。對於詳細批核時間，資助計劃負責人回應每個項目要處理的申請數量和審核標準不一，實在很難有一個固定的完成批核時間，所以這個是他們不能保證的。另外，我們很有信心成功申請資助，因為「存心傳意」計劃符合貢獻社會的標準，及能體現書院的創造力、企業家精神和社會責任的核心價值，更重要是，先導計劃體現了活動對改善親子關係的意義和有效性，我們有信心能說服審核團隊我們的決心和計劃的意義及可行性。

第二階段是來自參加者及群眾自願支持，首先是參加者按體驗捐款。根據 Facebook 推廣計劃廣告官方預算案，我們通過宣傳計畫可以在每年有 10,950 個新的接觸者，假設他們接觸專頁後、參與工作坊活動的比率是 1%，每年會有 110 個家庭參加我們的活動。參考過坊間活動，如親子甜品製作班，每小時需要\$200 以上，我們認為制定一小時活動的建議捐款額為\$30 合理。款項為建議捐款而不是強制付款，雖然犧牲了財政穩定性，但社會上，部分貧窮家庭因為父母忙於多打一份工賺錢，少與子女溝通而帶來不好的親子關係。我們認為他們其實很需要親子工作坊，不希望他們因經濟負擔而放棄機會（這個也回應了有些同學在 Blackboard 上貧窮家庭不肯參加的憂慮），所以只使用建議捐款。但是，我們認為在先導計畫中，參加者對工作坊的評價非常正面，所以我們相信有一半家庭願意捐款\$30 作為支持，帶來\$1,650 的收入。另外，我們會使用群眾募資平台，如 Umadx Hong Kong，在網站上撰寫詳細的計畫書，講述親子關係意義及 COVID 五個不同活動的詳情，希望能吸納每年\$2,000 的眾籌。

第三階段是來自付費資源。隨著關注者和參與者的增加，我們會開啟付費資源功能，我們將開啟計畫的 Patreon 帳號，為付費訂閱者提供更多會員專屬文章和影片（如沒有公開的專家訪問打字稿和影片，及專家同意的個人著作），和優先參與我們新推出的親子活動。我們預料付費訂閱者是想改善親子關係的家庭，他們可以訂閱一個帳戶，一家人一起閱讀文章或觀看影片。我們將開啟計畫的 Patreon 帳號，我們付費訂閱者的對象是想改善親子關係的家庭，他們可以訂閱一個帳戶，一家人閱讀文章或觀看影片。我們期望每月有 20 個人願意支付\$10 訂閱費，扣除 10%基本平台收費，帶來每年\$2,160 的收入。暫定的每月\$10 定

價，參考了每份蘋果日報已經需要十元，而我們相信我們的會員專屬文章、影片和活動豐富程度定價與一份報紙一樣並不過分。至於假設訂閱人數有 20 個人，是因為現在認識我們的人不多，我們會在工作坊後宣傳 Patreon 帳號。我們每年會有 110 個家庭參加我們的活動，先假定每 5.5 個家庭就有 1 個家庭訂閱。但坦白說，市面上沒有任何可以參考的這類型的 Patreon 帳號盈利情況，我們目前仍沒有資料顯示願意付費的人數和金額，所以詳細金額和預計人數，我們將以第二步自願捐款者的情況，再做市場研究，選擇是否開始第三步，及制訂付費資源的具體收費和福利。

以下是收入總和項目列表：

收入總和			
	數量	單價(\$)	總和(\$)
第一階段：資助計劃	1	12,000	12,000
第二階段：參加者捐款	55	30	1,650
第二階段：群眾募資	1	2,000	2,000
第三階段：付費資源	20	108 (\$10 x 12 個月 x90%)	2,160
支出總和			<u>17,810</u>

我們預計在首年度能獲得資助計劃的收入，但在其後年度預計將收入渠道轉為參加者，以確保活動的可持續性。在第一年，由於知名度未夠，主要依賴第一階段從資助計劃所得的資金，去做各種宣傳。由第二年開始，我們開始有更高知名度，希望開啟第二和第三階段的收入，令計畫可以自負盈虧，持續進行下去。以下是我們的計劃損益表：

計劃損益表		
	首年度(\$)	其後年度(\$)
第一階段：資助計劃	10,000	
第二階段：參加者捐款		1,650
第二階段：群眾募資		2,000
第三階段：付費資源		2,160
每年支出	(5,677)	(5,677)
盈餘或虧損	<u>4,323</u>	<u>133</u>

## 6. 組員分工

組員	強項	工作	活動總負責人	社交媒體當值	
				回應留言	發佈教育帖文
陳咏彤	分析及邏輯能力強	數據分析	聲聲相惜	1/11 - 14/11	-
林正熙	有創意及IT能力強	設計排版	Instagram 相片濾鏡	20/9 - 3/10	20/9 - 3/10
				15/11 - 28/11	15/11 - 28/11
林穎	好奇心強	閱讀文獻	猜猜我是誰	4/10 - 17/10	4/10 - 17/10
				29/11 - 12/12	29/11 - 12/12
李穎妍	會計專業	財務分析	每週一讚彈	-	每週發布一個活動帖文
胡韶嵐	外向及責任感強	內外部聯絡人	親心直說	18/10 - 31/10	18/10 - 31/10
				13/12 - 26/12	13/12 - 26/12

組員分工主要是每人負責一個活動（包括活動整體運作、宣傳及分析改良），和根據每個人的強項分配工作。至於社交媒體當值，6/9 - 19/9 的社交媒體當值（回應留言及寫新的教育帖文）為全體成員擔當，但因為分工效率不高，我們在開會後決定，每位成員需要輪流負責兩個星期的當值，包括回應留言及發佈新的教育帖文，除了李穎妍因每星期已經需要出新帖文而例外。至於 1/11 - 14/11 的社交媒體當值，由於陳咏彤的帖文並未達到組內已定的帖文標準，沒有適當延伸和強調資料與我們計劃的關係，而且帖文圖片內的文字與文字教育內容完全一模一樣。由於她是於兩星期的當值期完結七小時六分鐘之前才第一次提交組內審核，審核後已經過了她的任期，而她認為任期已經結束，所以沒有發佈新帖文，因此該兩個星期並沒有發佈任何教育帖文。另外，胡韶嵐在社交媒體當值中額外擔任了訪問學者、視訊剪輯，及發佈教育視訊帖子到社交媒體的工作。最後，為了更好地達到社交媒體宣傳和互動的效果，林正熙、林穎、李穎妍和胡韶嵐都有額外幫忙在社交媒體讚好、留言或分享帖子，推高人氣。

## 7. 從其他組別及優秀組別學習

### 7.1. 從往屆報告學習（伍·再拖、Emologue）

參考「伍·再拖」一文，我們五個活動中都採用了他們每個遊戲都有分析實行內容、優點、預期成效等的模式。另外，他們的報告設計了各種應對社交媒體

回應的方法，我們也會歸納及節錄社交媒體上人們的回應，解釋計劃所針對的問題。「存心傳意」中企業家精神定義以及創新性定義也同樣參考自「伍·再拖」的報告，包括企業家精神定義的四大條件把握機遇、前瞻可能的挑戰、持續改進和克服資源限制（The Entrepreneur Africa，2017）、要具備創新性所需的創造價值和回應未被解決問題兩個要求（Dance, 2008）。而且，我們同樣會利用 Facebook 以及 Instagram 宣傳外，還會用作介紹有關於家庭溝通技巧和對於親子間互表愛意的建議。再者，他們會利用質化研究以及量化研究對他們的活動進行檢討，而我們亦使用了質性研究以及量性研究來分析活動成效，從而改善活動設計。

借鏡「Emologue」的專題報告，我們使用遊戲來改善親子關係與他們使用了遊戲的方式達至活動目的相似。我們亦篩選了問卷研究中的有效資料，設計新的圖表，用顏色分辨正負面的溝通方式，希望能有效地表達內容。我們也參考了他們在 Facebook 以及 Instagram 的定位，我們會在專頁中為閱覽者整合有關家庭溝通的資訊，宣傳及推廣我們的五個活動，招攬參加者並提供平台讓大眾可以交流溝通心得。

同時參考「伍樂樂」，為了檢討計劃的成效，他們以問卷調查作為指標，我們學習他們以問卷形式對活動進行評估活動的成效舉行活動後，他們根據參加者的建議對活動進行改良，並進行第二次活動。「存心傳意」中的聲聲相惜、猜猜我是誰也根據問卷的意見對活動進行改良，並已開始進行第二次的試驗。

## 7.2. 從現屆報告學習（Emap 及 Heirloom）

我們參考 A09 組（一步一腳印）在可行性方面的討論，在財政，技術和限制方面探討活動可行性，以及採用一次性問卷及追蹤問卷，以評估計劃有效性和持續性。所以我們發放總共三次問卷並進行分析，了解半年間的家庭關係滿意度轉變來評估計劃有效性和持續性。同時，參考利用改變理論（Theory of Change）為「存心傳意」制定出短期、中期以及長期預期成果，明確訂立每一階段的目標以及衡量指標，供日後分析整體計劃是否能達到一開始的目標，從而決定如何改善計劃。

我們參考 A01 組有關夕陽行業（Heirloom）為「存心傳意」定了淺粉、淺黃及淺綠為主題顏色，在宣傳當中也會主要使用這幾種和諧而自然的顏色，期望營造輕鬆的氣氛，帶出「愛」與「家庭」的主題。有助大眾記憶及保持統一性，確立「品牌」形象，值得我們參考。

### 7.3. 回應其他組的疑問

#### 疑問一：

未來計劃設計除了現存的親子遊戲形式外，還會於改良後的活動中加入其他有關家庭治療或心理諮詢技巧的元素嗎？

相關回應：

就聲聲相惜工作坊而言，我們因組員內沒有專業人士而暫時不會考慮此意見。可是，日後若有機會與其他機構或專業人士合作，或會考慮加入相關元素。

就猜猜我是誰工作坊而言，未來會考慮邀請有經驗的註冊社工或家庭治療師檢視我們的活動設計、作出指導。但由於專業家庭治療和詳細的心理諮詢技巧並非此工作坊計劃提供給參加者的服務，我們旨在用短時間開啟親子間的新話題，加深對彼此差異的認識。就家庭治療和心理諮詢技巧，如果家庭有需要，我們可以提供獲取相關資訊的渠道或幫助轉介。

#### 疑問二：

你們計劃的限制為報名參與活動的家庭本身親子關係不錯，所以子女才會願意跟父母一同參與活動，因此你們未來會怎樣透過調整活動內容或宣傳策略，吸引更多來自不同家庭背景、年齡層（不再限於中學子女）的參加者報名參與你們的工作坊？

相關回應：

就聲聲相惜工作坊而言，已完成的兩次活動中一共有 7 個家庭參加，當中 2 位是在職中的 15-24 歲青少年，有 3 位現就讀大學，其餘 2 位為中學生，反映現時活動設計能夠吸引來自不同年齡層和背景子女報名參與。

就猜猜我是誰工作坊而言，現時的參與家庭的確原本關係較好，而這個工作坊的對象亦針對原本溝通情況尚可但仍有機會產生摩擦的家庭。工作坊會繼續面向此類家庭，在未來會透過更多平台宣傳以及 NGO 宣傳來吸引更多來自不同背景的參加者報名參加。

就親心直說工作坊而言，第二階段的檢討環節令我們收集了不少意見反饋，針對這些意見，我們將會於未來計劃中對此活動作出新的調整，例如設計不同版本的建議問題供帶領討論環節的工作人員按情況而使用，希望能夠透過深淺程度不同的問題，吸引擁有不同性格或來自不同家庭背景或年齡層的人士報名參與活動。同時，我們亦會透過不同方式加強活動的宣傳力度，令更多人從不同的渠道知道我們的計劃和活動，從而報名參加工作坊。

### 疑問三：

你們現時工作坊的舉辦形式為以家庭為單位，分為不同的獨立場次。可是，由於你們組員只有 5 人，而往後如果你們團體的發展規模越發壯大，你們會如何與工作坊素質與參與人數或者舉辦場次中取得平衡？

相關回應：

就聲聲相惜工作坊而言，第一次活動時是集齊 5 個家庭一齊進行，已有朋友作為義工，工作人員問題已解決。第二次改進就主要是總負責人及另一位組員負責。往後會於教會、老人院以及學校合作。

就猜猜我是誰工作坊而言，活動設計以便利參加者為目標，往後亦會繼續沿用獨立場次的做法。如規模擴大，我們會嘗試招攬曾經參加過活動的參加者或其他有興趣的人作為義工。我們將以工作坊質素為優先考慮，再與參加者作時間和安排上的協調。如果不勝負荷，則會暫停接受報名，完成已接受報名的家庭後再重新開放報名。

就親心直說工作坊而言，由於活動設計初衷希望以家庭為單位，親子雙方能夠一同參與此體驗式教育活動，透過互相討論環節引發反思，進而作出行為上的改變。於未來計劃中，此活動將保留此設計原意，同樣以一個家庭為每場工作坊的單位，希望能夠保持此活動的有關成效。至於人手安排方面，由於暫時我們組裡只有 5 名成員，而且均沒有家庭、親子輔導方面的專業知識與相關資格，未來計劃中我們可能會招攬更多人手幫助我們帶領活動的分組討論環節，希望為我們計劃引入新血外，能夠解決人手不足的問題。期望能夠維持活動素質的同時，保留活動給予參加者於選擇舉辦時間日期的高度彈性做法，因此我們希望能夠吸引更多年輕人加入計劃，尤其歡迎就讀相關專業（例如社會工作學系）的同學加入我們，使更多家庭能夠體驗式教育活動。

### 疑問四：

你們於未來計劃中會與相關 NGO 或者邀請專業人士擔任活動嘉賓，為你們活動提供專業意見，以及即場解答參加者問題，提升你們計劃的整體專業程度？

相關回應：

其實於先導計劃中，我們成員曾經透過電郵、電話等方式，主動聯絡相關 NGO，希望能夠協助宣傳計劃和活動外，並答應我們採訪前線社工的邀請。可惜，成員直到 11 月下旬也沒有收到任何回覆，令我們萌生放棄尋求與 NGO 合作的目標。

可是，當成員轉而透過電郵方式聯絡中大有關學系的教授、學者，邀請他們接受我們的網上訪談，其中兩位教授於一星期內給予了我們回覆，並答應了我們的邀請。這使我們反思若能於未來計劃中，主動聯絡更多相關研究興趣的資深

學者或教授，對我們計劃的發展可能更為有效。由於教授可能更願意跟學生分享、傾談自己的研究興趣和相關話題，而且他們也同時具備相關專業知識，所以於未來計劃的活動中，我們希望能夠邀請一些相關學者及大學教授擔任活動嘉賓。他們除了可以於活動中分享相關專業意見、親子相處的技巧外，也可以從旁協助工作人員進行更為深入的親子討論環節，並且於最後回答在場參加者的疑問，提升了我們計劃的整體專業程度。

## 8. 參考資料

- Dance (2008). What is innovation? 30+ definitions lead to one fresh summary.  
Retrieved October 26, 2020, from <https://www.freshconsulting.com/what-is-innovation/>
- Elizabeth, A. (2020). The best times to post on social media in 2020. Retrieved from  
<https://sproutsocial.com/insights/best-times-to-post-on-social-media/>
- Facebook. (2020). Promote Your Page. Retrieved from  
[https://www.facebook.com/ad\\_center/create/pagead/?entry\\_point=www\\_promotions\\_hub\\_overview&page\\_id=109614957528627](https://www.facebook.com/ad_center/create/pagead/?entry_point=www_promotions_hub_overview&page_id=109614957528627)
- Fitzpatrick, M. A., & Ritchie, L. D. (1994). Communication schemata within the family: Multiple perspectives on family interaction. *Human Communication Research*, 20(3), 275 – 301.
- Greenaway, R. (n.d.). The Active Reviewing Cycle. Retrieved December 03, 2020, from  
<https://reviewing.co.uk/learning-cycle/>
- Harries, E., Hodgson, L., & Noble, J. (2014). Creating your theory of change. Retrieved from  
<https://www.thinknpc.org/wp-content/uploads/2018/07/Creating-your-theory-of-change1.pdf>
- Hoy, dw. k., & Miskel, C.G. (1996). Educational administration: Theory, research, and practice(5th ed). New York Wiley.
- Jackson, D. (2019). Instagram vs Facebook: which is best for your brand's strategy?  
Retrieved from <https://sproutsocial.com/insights/instagram-vs-facebook/>
- JUST FEEL. (2020). Compassionate Communication 善意溝通. Retrieved December 04, 2020, from <https://www.justfeel.hk/>
- Koerner, A.F., & Fitzpatrick M. (2006). Family communication patterns theory: A social cognitive approach. In D. Braithwaite & L. Baxter (Eds.), *Engaging theories in family communication: Multiple perspectives* (pp. 50 – 65). Thousand Oaks: Sage

- Lenkopii (2020) . Instagram Filter Marketing #4 | IG 濾鏡的類型、優點缺點及玩法  
<https://medium.com/lenkopii-diary/instagram-filter-marketing-4-ig%E6%BF%BE%E9%8F%A1%E7%9A%84%E9%A1%E5%9E%8B%E5%8F%8A%E7%8E%A9%E6%B3%95-24d94f404663>
- Metzinger, T. (2007). Empirical perspectives from the self-model theory of subjectivity: A brief summary with examples. *Progress in Brain Research*, 168, 215,273-245,278.
- NapoleonCat (2020) . How to Run an Instagram AR Filter Campaign. Retrieved from  
<https://napoleoncat.com/blog/instagram-ar-filter-campaign/>
- Olson, David H, Sprenkle, Douglas H, & Russell, Candyce S. (1979). Circumplex Model of Marital and Family Systems: I. Cohesion and Adaptability Dimensions, Family Types, and Clinical Applications. *Family Process*, 18(1), 3-28.
- Peter. (2020). 【家長教室】善用讚賞。取自  
<https://www.ohpama.com/5655571/%E6%96%B0%E6%89%8B%E7%88%B6%E6%AF%8D/%E8%82%B2%E5%85%92%E5%BF%83%E5%BE%97/3%E6%AD%B2%E6%88%96%E4%BB%A5%E4%B8%8A/%E5%AE%B6%E9%95%B7%E6%95%99%E5%AE%A4-%E5%96%84%E7%94%A8%E8%AE%9A%E8%B3%9E-%E5%AE%B6%E9%95%B7%E5%85%A8%E5%8B%95%E7%B6%B2%E7%A4%BE%E5%B7%A5peter-sir/>
- The Entrepreneur Africa (2017) . Key Difference -Innovation vs Entrepreneurship.  
Retrieved from <https://www.theentrepreneurafrica.com/blog/key-difference-innovation-vs-entrepreneurship/>
- Ting-Toomey, S. (2005). The matrix of face: An updated face-negotiation theory. In W.B. Gudykunst (Ed.), *Theorizing about intercultural communication* (pp.71-92). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Wong, M. C., Ma, J. L. C, Xia, L. L., & Hui, J. K. (2019) . A study on family research in Hong Kong: a critical review and annotated bibliography. Family Council of HKSAR government.  
[https://www.familycouncil.gov.hk/en/research/research\\_value.html](https://www.familycouncil.gov.hk/en/research/research_value.html)
- Woolito (2020) .針對情人節做的濾鏡能有多大效益呢？ Retrieved from  
<https://www.woolito.com/neversingle-filter-case-analysis/>

Zoom. (2020). Choose a plan: find the right solution for your needs. Retrieved from <https://zoom.us/pricing>

賓靜蓀 (2015)。5 方法，向父母表達「我愛你」。親子天下。取自 <https://www.parenting.com.tw/article/5020021>

陳文進與楊麗玲 (2005)。〈教育行政溝通〉。Journal of China Institute of Technology, 33。取自 <http://aca.cust.edu.tw/pub/journal/33/33-12.pdf>

段芳艷 (2019)。〈“同理心”的力量〉。《科學 24 小時》，2，50-51。取自 [https://tra-oversea-cnki-net.easyaccess1.lib.cuhk.edu.hk/kcms/detail/detail.aspx?dbcode=CJFD&filename=KX XS201902023&dbname=CJFDLASN2019&uid=WEEvREcwSIJHSldSdmVqelcxVTI2 Nk8xSWRkN1NDV2ZSRHZZc0x6ZnFSOD0%3D%249A4hF\\_YAuvQ5obgVAqNKP CYcEjKensW4IQMowwHtwkF4VYPoHbKxJw](https://tra-oversea-cnki-net.easyaccess1.lib.cuhk.edu.hk/kcms/detail/detail.aspx?dbcode=CJFD&filename=KX XS201902023&dbname=CJFDLASN2019&uid=WEEvREcwSIJHSldSdmVqelcxVTI2 Nk8xSWRkN1NDV2ZSRHZZc0x6ZnFSOD0%3D%249A4hF_YAuvQ5obgVAqNKP CYcEjKensW4IQMowwHtwkF4VYPoHbKxJw)

方舟生命教育館 (2016 年 1 月 3 日)。〈從缺失中體驗愛—從死亡中發現愛〉。聖雅各福群會。取自 <http://www.aieh.org.hk/tc/new/%E5%BE%9E%E7%BC%BA%E5%A4%B1%E4%B8%AD%E9%AB%94%E9%A9%97%E6%84%9B%E2%80%94%E5%BE%9E%E6%A D%BB%E4%BA%A1%E4%B8%AD%E7%99%BC%E7%8F%BE%E6%84%9B>

關紹箕 (1995)。《溝通 100》。台北：遠流。

高淑清 (2004)。《家庭溝通課程意涵建構與教學實踐之研究》。嘉義：濤石。

胡麗珊 (2020 年 5 月)。〈免費工作坊 疫情下促進親子關係〉。晴報。取自 <https://skypost.ulifestyle.com.hk/article/2639325/免費工作坊%20 疫情下促進親子關係>

黃俐婷 (1993)。〈家庭支持的結構與功能分析〉。《社區發展季刊》，105，367-377

黃敏菁 (2008)。〈愛要怎麼表達：談家庭溝通〉。家庭教育雙月刊，029-039。

黃俐婷 (1993)。〈家庭支持的結構與功能分析〉。《社區發展季刊》，105，367-377。

- 黃小瑄 (2015)。〈家庭溝通型態對親子衝突因應的影響: 探討成年子女照顧生病父母的情境〉。慈濟大學傳播學系碩士班碩士論文, 花蓮縣。 取自 <https://hdl.handle.net/11296/b33b52>
- 李化愚 (2014)。〈讓心更靠近談家庭溝通〉。清水國中家庭教育網站。取自 <http://www.csjs.tc.edu.tw/lt/index.php?op=Default&Date=201409&blogId=17>
- 林生傳 (2007)。《教育心理學》。台灣: 台灣五南圖書出版股份有限公司。
- 劉易婷 (2012)。體驗學習融入國小三年級生命教育繪本教學實施成效之研究。國立中山大學教育研究所碩士論文。取自 <https://etd.lis.nsysu.edu.tw/ETD-db/ETD-search/getfile?URN=etd-0725112-103317&filename=etd-0725112-103317.pdf>
- 劉穎 (2016)。〈團隊溝通遊戲〉。青心。取自 [http://youhearhk.blogspot.com/2016/06/blog-post\\_33.html](http://youhearhk.blogspot.com/2016/06/blog-post_33.html)
- 明愛向晴軒 (2017)。「兩代之間」探討成年子女與父母同住的衝突情況。取自 [http://fcsc.caritas.org.hk/uploads/9/1/0/0/9100533/final\\_report\\_for\\_meida\\_on\\_0521.pdf](http://fcsc.caritas.org.hk/uploads/9/1/0/0/9100533/final_report_for_meida_on_0521.pdf)
- 繆敏志 (民 80)。〈領導、作決定與溝通〉。載於蔡保田主編, 學校行政(3 版), 頁 71-138。 高雄市:復文出版。
- 彭懷真 (1996)。《婚姻與家庭》。巨流出版社。
- 潘淑滿 (2003)。《質性研究理論與應用》。台北: 心理。
- 〈「親職教育」活動回饋單〉(日子未詳)。 取自 <http://u.camdemey.com/sysdata/doc/8/8d08d15921f3b933/pdf.pdf>
- 屈駿桓、周漢轟、胡文津、張樂融與鄧宏立 (2019)。〈伍樂樂報告書〉。 取自 <https://www.dropbox.com/sh/53yhptgcr3yzn6o/AACbN8HrrkOUqIphljPymj0Ga?dl=0&preview=1A12.pdf>
- 全職教學人員. (n.d.). Retrieved December 12, 2020, from <https://web.swk.cuhk.edu.hk/zh-tw/people/full-time-teaching-staff>

「生命·歷情」體驗館 (2020 年 2 月 9 日)。〈關於「生命·歷情」〉。賽馬會「生命·歷情」體驗館。取自 <https://www.ljc.org.hk/zh-hk/about-ljc#section-10>

唐傳義、張學善與鍾宛貞 (2011)。〈聽你、說我方案〉。靜宜知音電子報, 27。  
取自 <http://web.pu.edu.tw/~pu10270/27/ch3/3-7.html>

王彥蘋、何展、林婉瑜、林殿瑛、林續蒼、許育誌 與張宗裕 (日子未詳)。  
〈提升隔代教養家庭之家庭功能〉。取自  
[http://lms.ctl.cyut.edu.tw/sys/read\\_attach.php?id=1228631](http://lms.ctl.cyut.edu.tw/sys/read_attach.php?id=1228631)

徐健麟 (2016)。這些，憑什麼爆紅！：把路人變神人、化品牌為名牌的 36 個網路竄紅實戰案例。台北市：三采文化股份有限公司。

楊國樞 (2004)。〈華人自我的理論分析與實徵研究：社會取向與個人取向的觀點〉。本土心理學研究, 11-80。

楊國樞, 劉奕蘭, 張淑慧, & 王琳 (2010)。〈華人雙文化自我的個體發展階段：理論建構的嘗試〉。中華心理學刊, 52 (2), 中華心理學刊, 2010-06-01, Vol.52 (2)。

鄭玉英、趙家玉譯 (1993) / Bradshaw, John 原著。《家庭會傷人—自我重生的新契機》。台北：張老師文化。

中華基督教禮賢會香港區會社會服務部及香港城市大學應該社會科學系 (2015)。《快樂動起來：生命成長計劃研究報告暨實務手冊》。取自 [http://www6.cityu.edu.hk/ss\\_posed/ui/Publications/rainbrowbk.pdf](http://www6.cityu.edu.hk/ss_posed/ui/Publications/rainbrowbk.pdf)。

## 9. 附錄

附錄一：Comment 每週一讚彈 Google Form

(連結：

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc8WFEUA\\_7SxUXkm8v1OLCPTRBEPDI51mi4g9odr2y9acN8kw/viewform](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc8WFEUA_7SxUXkm8v1OLCPTRBEPDI51mi4g9odr2y9acN8kw/viewform))

### 每週一讚彈挑戰

請你透過呢張表格匿名地簡單分享今個星期你同家人對對方既讚彈，我地將會選取部分係 Facebook 和 Instagram 專頁發佈，等你搵到更多同路人！

\*必填

你好👋，我地係 Familiar WYS 的成員💙🏠，現正因中大伍宜孫書院的畢業生專題研究而將會舉辦一系列有關活動📅。我地既project目的是希望透過更有效的溝通和相處模式去改善大眾的親子關係，促進家庭和社會和諧，以及整體家庭幸福感👨👩👧👦🌈。因此，我地設計了一系列有關親子相處和溝通的活動📅，而「每週一讚彈挑戰」是其中一個活動👉🏠。

**🗨️ 活動詳情**  
 搵你嘅父母 或者子女 同佢(她)一齊參加挑戰👉🏠  
 挑戰五步曲👉🏠

- 1 每週搵15分鐘雙方都得閒嘅時間🕒🕒
- 2 用3至5分鐘回想雙方今週相處嘅表現👉🏠👉🏠 雙方寫最少一個
  - 👉🏠 自己做得好同唔好嘅地方
  - 👉🏠 對方做得好同唔好嘅地方
- 3 用10至12分鐘討論大家對呢啲地方嘅睇法🔍🔍
- 4 用匿名google form簡單分享雙方討論內容📄📄
- 5 留意專頁有冇post度你地嘅反饋 睇下大眾又對呢件事有咩睇法👉🏠👉🏠👉🏠

想要改善家庭關係👨👩👧👦🌈只係從每週十五分鐘開始👉🏠  
 快啲參加挑戰👉🏠 同我哋分享你同屋企人嘅故事啦💖💖💖

你對家人既讚?

您的回答

你對家人既彈？

您的回答 \_\_\_\_\_

家人對你既讚？

您的回答 \_\_\_\_\_

家人對你既彈？

您的回答 \_\_\_\_\_

個人評價和家人的讚彈

你對自己的讚彈和家人對方評價相似嗎？（1為最不相似，6為最相似）

- |                       |                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     |
| <input type="radio"/> |

你和家人的專屬暱稱？（XX家族，方便我們能在匿名情況下，追蹤家庭的參與率）

\*

您的回答 \_\_\_\_\_

其他想分享既事？

您的回答 \_\_\_\_\_

請問你准唔准許我地係社交媒體專頁，匿名發佈你分享既事？ \*

- 可以
- 不可以

如有問題，請於email至<[familiar.wys@gmail.com](mailto:familiar.wys@gmail.com)>聯絡 Admin  
最後，記得like同follow我哋嘅facebook同Instagram專頁

[存心傳意 Familiar]  
Facebook: <https://www.facebook.com/familiar.wys>  
Instagram: <https://www.instagram.com/familiar.wys/>

提交

附錄二：Comment 每週一讚彈 精選大眾留言及回覆

Facebook

<p><b>留言一</b></p> <p><b>Man Suen Chan</b> 我會抽一點時間，幫忙做家務，畢竟家我也有份 哈哈 Like Reply Message · 6w</p> <p><b>Author</b> <b>存心傳意 Familiar</b> <b>Man Suen Chan</b> 哈哈，如果人人都好似你甘為成個家著想，甘就好咁 😊😊 係呀，小編都係咁樣覺得，幫屋企人做家務其實都係幫緊自己，因為個家系大家ga嘞 😊。成日望住間整齊同乾淨既屋企，想起系我同屋企人既努力成果，就會覺得好滿足同埋開心 😊😊，好似我同屋企人一齐做緊d野而果件事系會令大家都開心同埋生活得舒服d 😊😊。咁樣認既話，你就會覺得你花少少時間出來同屋企人一齐打理屋企其實都幾有意義，你為人人，人人為我 😊😊。互相幫助同體諒，就系維持家庭關係既一個好方法呀 😊😊 Like Reply · Commented on by <b>Woo Siu Lam</b> · 6w</p>	<p><b>留言二</b></p> <p><b>Karie Why</b> 屋企人真係最難我 Like Reply Message · 3w</p> <p><b>Author</b> <b>存心傳意 Familiar</b> <b>Karie Why</b> 我都好多謝佢 尤其而家咁多deadline 嘅時候屋企人嘅支持真係好重要 以前都唔覺 不過而家報咗佢咁未遲 😊 Like Reply · Commented on by <b>Jerry Lam</b> · 3w</p>
<p><b>留言三</b></p> <p><b>Mary Wong</b> The difference in lifestyle makes us argue. I simply don't understand why they just can't think from my perspective? Most teenagers in my age sleep late, not because we love to do so, but becuz we really have toooooooo many things to do. Hope they can ... See More Like Reply Message · 3w</p> <p><b>Author</b> <b>存心傳意 Familiar</b> <b>Mary Wong</b> As a youngster and a final year student, I also think it's really normal for us to sleep late because of the heavy workload from school 😊😊. Maybe you can express your situation to parents again, showing them you are really busy with your stuff 😊😊 Like Reply · Commented on by <b>Joyce Lee</b> · 2w · Edited</p>	<p><b>留言四</b></p> <p><b>Renee Chu</b> 家人脾氣認真麻麻 我都知佢咁做嘢好辛苦 但都唔代表返 嘅就淨係講埋怨 同發我哋脾氣 覺得同佢住好難頂 但我又唔夠膽向佢講呢個問題 只可以自己默默忍受 😊😊😊😊😊😊 Like Reply Message · 3w</p> <p><b>Author</b> <b>存心傳意 Familiar</b> <b>Renee Chu</b> 知你忍得好辛苦 可能等佢情緒靜落嚟 嘅時候再同佢傾~ 有時逃避其實都係一種溝通策略 😊😊 靜下來談話 先再試下用平和嘅心態坦誠話出佢聽 希望佢能接納 如果真係好辛苦 可以出街搵下朋友傾訴 😊😊 加油 Like Reply · Commented on by <b>Jerry Lam</b> · 3w</p>
<p><b>留言五</b></p> <p><b>Leung Sum Yee</b> 中咗打橫同打直兩行 係要認下點樣改善自己先 🙏🙏🙏 Like Reply Message · 2w</p> <p><b>Author</b> <b>存心傳意 Familiar</b> <b>Leung Sum Yee</b> 好開心呢個活動能夠引起你嘅反思! Like Reply · Commented on by <b>Jerry Lam</b> · 2w</p>	<p><b>留言六</b></p> <p><b>Bonnie Tang</b> 有咩唔順心 都好易第一時間將發脾氣咁屋企人身上 我都知咁樣係唔好 但對住朋友我好似會留一個比較好面具 屋企人就覺得佢咁點樣都唔會離開 所以就唔覺意發咗好多脾氣 : ( Like Reply Message · 2w</p> <p><b>Author</b> <b>存心傳意 Familiar</b> <b>Bonnie Tang</b> 咁係好正常㗎 但係亦都唔好將屋企人當做出氣箱 😊 雖然屋企人成日會無條件咁愛護你 但有時都會因為你嘅脾氣而覺得唔開心 學識控制下情緒 唔好辜負佢對你嘅不離不棄啦 😊😊 Like Reply · Commented on by <b>Jerry Lam</b> · 2w</p>
<p><b>留言七</b></p> <p><b>Tom Lui</b> 能夠成為家人個係一種緣分 所以我好珍惜我同屋企人嘅關係 無論我或者屋企人遇到困難同唔開心嘅時候 我哋都會幫助對方 陪伴同關懷 我對屋企人好 其實都係因為我都感受到佢哋對我嘅愛 Like Reply Message · 1w</p> <p><b>Author</b> <b>存心傳意 Familiar</b> <b>Tom Lui</b> 冇錯啊，小編都覺得有父母家人嘅陪伴係種恩賜，你話除咗屋企人仲有邊個會咁不離不棄陪住我地？有咁好嘅屋企人真係好幸福 😊😊 所以我地要更加錫屋企人喇認認 Like Reply · Commented on by <b>Lam Wing</b> · 6d</p>	<p><b>留言八</b></p> <p><b>Peter Yeung</b> 我一直認為自己很愛家人 但想不到竟然一行bingo也沒有 😊😊 雖然心裏是愛家人 但行為好像追不上 也不知道怎樣才能讓家人明白我是愛他們的 😊 Like Reply Message · 1w</p> <p><b>Author</b> <b>存心傳意 Familiar</b> <b>Peter Yeung</b> 感受到你的心意 ❤️ 可以先想想自己平時有沒有為家人做了甚麼？可能有些細微的關心或付出 小編們沒有寫出來呢 😊 如果覺得有不足也不要緊，不妨從你沒做到的bingo item開始試試！有欠總不會太遲 ❤️ Like Reply · Commented on by <b>Lam Wing</b> · 6d</p>

Instagram

<p><b>留言一</b></p> <p><b>manyusum</b> 我都有過唔啱嘅情況 其實我覺得可以試下同父母溝通下 可能佢地黑面自己都唔知</p> <p>10w 4 likes Reply</p> <p><b>familiar.wys</b> @manyusum @geri_wsl 係呀 可以試下同父母溝通下 佢都係機會父母知道佢地話氣上嘅問題 如果有興趣都可以參加每週一選擇挑戰</p> <p>10w Reply</p> <p>(reply by Lee Wing Yin)</p>	<p><b>留言二</b></p> <p><b>winniewwc</b> 我都好忙 覺得最能夠抽到時間都係每晚同屋企人食飯, 雖然時間唔係好長, 但大家都可以坐低傾下計</p> <p>6w 1 like Reply</p> <p><b>familiar.wys</b> @winniewwc 小編都系呀 - 不過雖然時間不長, 但係食飯時間大家一起坐低一餐食一餐傾計, 有啱好笑既野就大家一起分享, 真係好開心ga 大家有講有笑, 所以我一家食飯系非常熱鬧既(偷偷地話個秘密給你聽呀) 我自己一天入面最放鬆開開心心就系夜晚一家人一起食飯果半小時 因為在家人面前你永遠可以用最真實既一面對他們, 唔需要任何假面具偽裝, 你可以放心d講自己最脆弱既一面展示出來, 唔會害怕被人出賣或者任何傷害, 所以, 小編尼排忙到唔同極大壓力情況下, 食飯時間就係我一日裡面最珍惜嘅時光, 重要既唔係時間既長短, 而系同你一齊度過果段時間既人</p> <p>6w Reply</p> <p>(reply by Woo Siu Laam)</p>	<p><b>留言三</b></p> <p><b>bobo6572cc</b> 我認為家人很固執 我已經告訴他 在疫症下回家一定要洗頭 但他卻認為每天都要洗頭很麻煩 堅持己見 不肯聽我的觀點</p> <p>3w 1 like Reply</p> <p><b>familiar.wys</b> @bobo6572cc 睇得出你嘅行為係出自對屋企人嘅關心 不過可惜每個人都有佢嘅堅持 都有辦法令人明白 可能試下話俾佢聽其實做嘢都係想佢健康 俾啲時間佢落台階 明白你已經盡力咗喇</p> <p>3w Reply</p> <p>(reply by Lam Ching Hei)</p>
<p><b>留言四</b></p> <p><b>sillykidcat</b> 死咗覺得自己中咗好多 好多時都有站起佢地嘅立場 亦都唔肯聽佢地意見 覺得自己好衰 會改嗎</p> <p>2w 1 like Reply</p> <p><b>familiar.wys</b> @sillykidcat 時刻保持同理心 有助我地化解紛爭 好威靈嘅post 令你有咁嘅反思 有辦法好難改變 你盡力明白就夠</p> <p>2w 1 like Reply</p> <p>(reply by Lam Ching Hei)</p>	<p><b>留言五</b></p> <p><b>manyusum</b> 我bingo 0行 覺得屋企相處都幾融洽 其實都會聽大家意見 不過係比較少表達 始終大大吃唔端端都有怕怕</p> <p>2w 2 likes Reply</p> <p><b>familiar.wys</b> @manyusum 試下寫卡表達愛意吧! 同屋企人一齊玩我哋嘅「身火相傳」filter 都係一個唔錯嘅藉口</p> <p>2w 1 like Reply</p> <p>(reply by Lam Ching Hei)</p>	<p><b>留言六</b></p> <p><b>jason200976</b> 其實我有啲懷疑到底誰唔鍾意屋企人 大家係屋企 但都有交流 就好像屋企咁 其實我想試下可唔可以同佢地有多啲交流 同個心嘅時間 但又怕醜唔知點樣踏出第一步</p> <p>2w 1 like Reply</p> <p><b>familiar.wys</b> @jason200976 你可以試下留意實啲小禮物送畀佢地 用禮物做藉口打開話嘢 等佢感受到你嘅關心之餘又有咁尷尬</p> <p>2w 1 like Reply</p> <p>(reply by Lam Ching Hei)</p>
<p><b>留言七</b></p> <p><b>luv_baekyeon</b> 係唔! 有時真係唔記得咗要為對方付出!! 平時淨係掛住口頭講我愛你反而唔記得可以自己可以做多啲...</p> <p>1w 1 like Reply</p> <p><b>familiar.wys</b> @luv_baekyeon 唔唔 why not both 對家人嘅愛意講出口當然少不得take action 啦!</p> <p>7d Reply</p> <p>(reply by Lam Wing)</p>	<p><b>留言八</b></p> <p><b>cand_ysweet99</b> 甘我哋唔係好差姐, 除左幾個性格仔可能我唔啱到, 其他都中 由於我自己既性格同埋講道理, 屋企人同我既關係一言難盡 平日, 同屋企人都系有講有笑, 但係一到左阿爸阿媽, 發脾氣果時, 我就開始火都嚟埋, 我知道佢地講嘢都係唔啱, 但係我就係控制唔到我自己, 一聽到佢地批評我果陣, 我就不自覺開始回返佢地轉頭 (可能係因為我自尊心過高, 面子上過唔去, 同埋EQ有d低), 令我同屋企人往往因我發脾氣同埋唔比人批評得既性格而發生唔少衝突, 甚至有冷戰。雖然我系知道我自己有問題, 但係我就係控制唔到我自己。我今後會努力改變, 希望可以改善自己嘅小脾氣, 同埋不願聽人地善盡批評性格, 令我同屋企人既關係可以更好、更融洽啲</p> <p>3d 2 likes Reply</p> <p><b>familiar.wys</b> @cand_ysweet99 見到你有同自己作對話, 意識到有啲嘢都要作出改變, 咁樣已經踏出第一步 相信你會得到 面對一啲爭執有情緒係正常嘅, 小編都會, 唔需要否定自己嘅負面情緒 好多謝你哋分享 一齊加油</p> <p>3d Reply</p> <p><b>cand_ysweet99</b> @familiar.wys 多謝你地呀 係得你地page先會咁樣鼓勵我地班frd。雖然你地既回覆唔係話太長、內容上大概都係差唔多, 但係對有少邊綠既我地來講, 已經係好warm 既鼓勵同埋support -</p> <p>(reply by Lam Wing)</p>	<p><b>留言九</b></p> <p><b>wingchi_699</b> 話返轉頭, 我同屋企人關係都唔係太好。我話這原因應該都係自己, 我成日待住自己系獨立女, 阿爸阿媽講到我, 成日叫佢地幫我攞嘢, 攞嘢攞嘢。佢地對我嘅嘢嘢係毫無怨言, 但係都有暗示我對佢地媽媽要有禮貌啲, 可惜可能因為我唔會將人地嘅批評、意見聽入耳, 亦都唔會好似上面咁, 會反省自己。我話除咗我有禮貌之外, 我拒絕同佢地溝通、交流, 毫不悔改, 都係我同佢地關係慢慢變壞原因。多謝你哋呢一個post, 令我冇機會反省返自己做錯嘢, 令我開始話係自己太衰, 而有個念頭想主動去修復返我同父母既關係。真係多謝你地呀!</p> <p>3d 2 likes Reply</p> <p><b>familiar.wys</b> @wingchi_699 好多謝你哋坦誠分享你嘅故事呀 好開心我地嘅post會令你話多咗同屋企人嘅相處 始終你哋爸爸媽媽咁錫你, 只要你肯行多一步, 關係一定會更好 支持你</p> <p>3d Reply</p> <p>(reply by Lam Wing)</p>

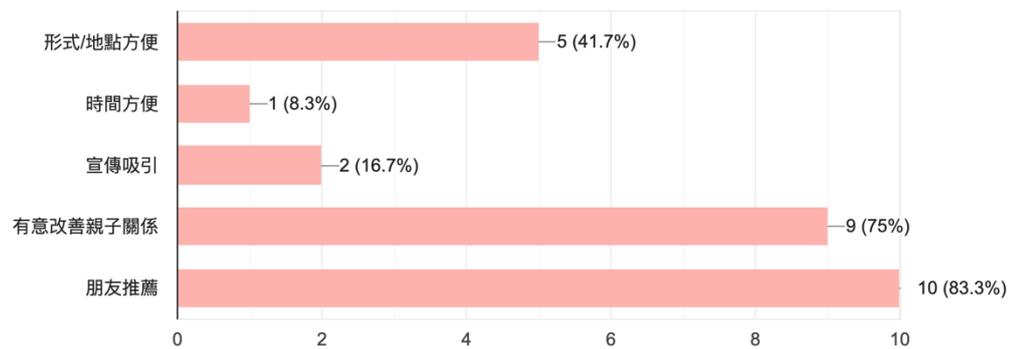
### 附錄三：Identity 猜猜我是誰 問卷分析

工作坊結束後，工作人員邀請參加者填寫活動問卷。第一次活動試驗的所有參加者均有完成問卷，共收得 12 份，當中 7 人為父母，餘下 5 人為子女。

#### 問題一：「吸引您參加是次活動的原因（可選擇多於一個）」

吸引您參加是次活動的原因（可選擇多於一個）：

12 則回應



數據顯示最多參加者之參加原因為朋友推薦，反映活動暫時接觸到的主要為我組組員之朋友，較難接觸到其他受眾。此外改善親子關係的意欲為吸引參加者參與的第二大因素，反映參與活動的參加者大多較重視親子關係，有改善關係的意識。

#### 問題二：活動安排

此部分問及參加者對活動各方面安排的滿意程度。

問題/人數	非常同意	同意	不同意	非常不同意
活動場地/形式令人滿意	5	7	0	0
時間長度恰當	2	9	1	0
活動過程流暢	5	7	0	0
使用網上視訊平臺進行活動過程順利	5	7	0	0
活動整體安排令人滿意	5	7	0	0
工作人員的表現令人滿意	4	8	0	0
工作人員能妥善解決電腦技術問題	3	8	0	1

數據反映大部分參加者對活動安排的滿意度高，只有個別對活動時長及工作人員對電腦技術問題處理感到不滿意。據了解，一位參加者認為活動時間過長，另一個參加者認為當天沒有出現電腦技術問題故於最後一欄填寫非常不同意以代表不適用之意思。

### 問題三：活動內容

此部分問及參加者對活動內容的滿意程度。

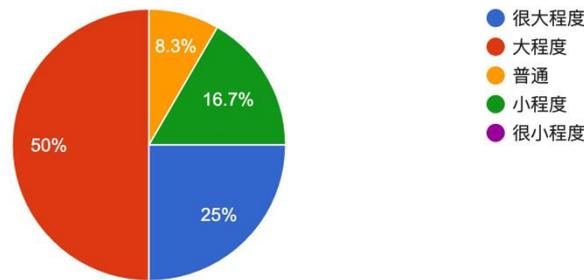
問題/人數	非常同意	同意	不同意	非常不同意
我認為工作坊的主題吸引我	2	8	2	0
我認為工作坊的內容與主題相當切合	5	7	0	0
透過工作坊，我對家人有更深入的了解	5	7	0	0
工作坊增進了我和家人的感情	5	6	1	0
工作坊讓我和家人能談到平時不會談及的話題	8	4	0	0
工作坊讓我更了解家人對我的看法	7	4	1	0
工作坊讓我更了解家人對我的期望	5	7	0	0
工作坊讓我更了解家人性格的不同面向	6	5	1	0
工作坊讓我舒服地向家人表達對他們的期望	5	7	0	0
工作坊讓我更想維繫好家庭關係	6	6	0	0
我能投入「猜猜我是誰」活動	5	7	0	0
整體上，我滿意這次工作坊的活動內容	4	8	0	0
我日後會再參加這類型的親子活動	2	7	3	0
我願意向親戚朋友介紹這個遊戲	4	7	1	0

數據反映大部分參加者滿意活動內容。在內容吸引度和個人投入度兩方面都獲得頗大滿意度，分別得到過八成及十成的滿意度。數據以反映活動能夠讓參加者加深對家人的認識、從新角度了解家人、舒服地向家人表達期望以及提高參加者維繫親子關係的意識。

問題四：此活動之舉辦時間由報名者決定，此安排在多大程度上鼓勵您參加此類工作坊？

由於工作坊使用參加者自決模式來安排活動日期和時間，故我們希望了解更多參加者的使用感想。

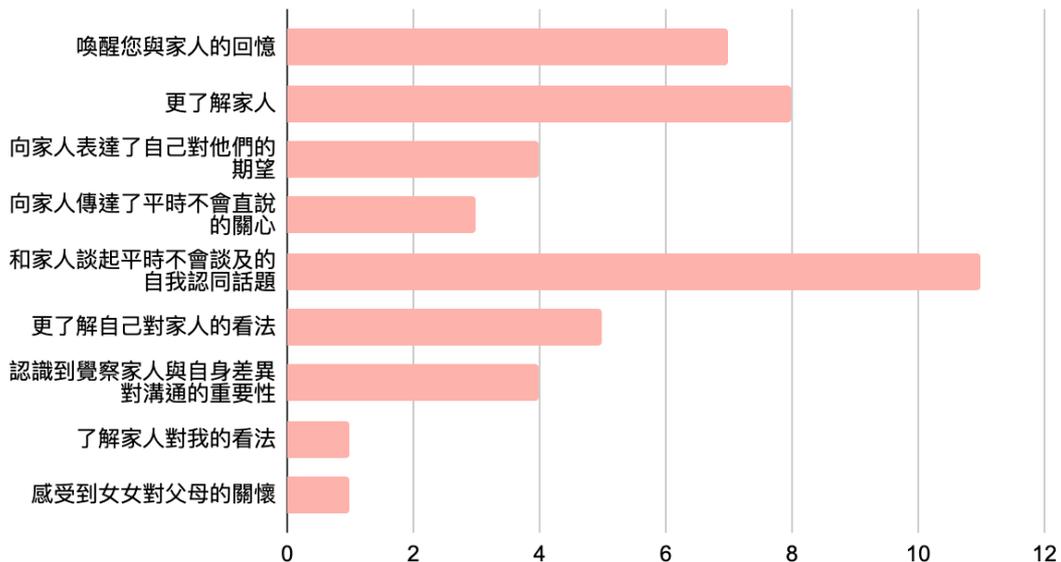
此活動之舉辦時間由報名者決定，此安排在多大程度上鼓勵您參加此類工作坊？  
12 則回應



數據顯示 75% 參加者認為此模式在大程度上鼓勵其參與此類工作坊，反映此模式有效吸引參加者參與家庭活動。

問題五：本次工作坊讓您最有收穫的是（可選擇多於一個）：

本次工作坊讓您最有收穫的是（可選擇多於一個）：



最後兩項回應為參加者自由填寫之答案。

最多參加者認為最有收穫的是透過工作坊能和家人談起平時甚少談及的自我認同話題，其次是加深對家人的了解，再次是喚醒了與家人的回憶。

問題六（短答）：本次工作坊對我最大的影響/印象深刻的是：

共收集到 12 則回應如下：

1.	真的能互動地喚起家人之間感覺，意見，問題，籍著這平台去相互了解而作進一步改善或加強彼此的關係和關愛。
2.	能夠像朋友一樣和父母聊一些關於自己的話題
3.	可以自己決定時間，很方便我下班忙完後和小朋友玩
4.	兒子用檸檬茶來形容我，很有趣
5.	一直驚阿媽覺得我學壞咗，但講期望嘅時候同佢解釋咗自己嘅睇法，雖然佢未係好理解不過至少講咗出口，希望佢可以明白我
6.	媽咪同老豆嘅互動好有趣，冇見過佢地咁樣互動
7.	可以遙距控制很有趣！
8.	是個不錯的機會重新思考自己是怎樣的人，也重新思考孩子現在是怎樣的人
9.	和兒子聊我是個怎樣的人很新鮮有趣
10.	mum be like a child when playing the game and writing points about me and herself haha. i think mums and dads loves these game as it is new and lively to them.
11.	mum and dad enjoyed the workshop and talked about it for 15 more minutes afterward. Discussing self-identity among family member is fun.
12.	女女對我們的期望都是關心的言辭，幾感動。

問題七（短答）：其他意見及建議：

共收集到 8 則回應如下：

1.	想各与各的感覺或印象應分為以前及現在，從而可看到每人隨著時間的變化而改變
2.	關鍵詞寫三個有點太多了
3.	最初不太理解用物件來形容人是怎麼樣，玩完後才明白，早前可以多解釋一點
4.	氣氛唔錯
5.	起初有啲尷尬，但聽完 breifing 同一啲理論嘢之後就比較投入到
6.	辛苦你們了！
7.	對孩子的印象會隨時間改變，可以問得具體一些，反映到對比
8.	wanna get back all the 印象表 filled by other members. can pm us ?

~ 全文完 ~