Paper 1-B Mock Exam 2 — Q4

學生版 5 Study Notes**

Question ID：P1B-MT-MEDIA-E2Q4-001
主要單元：傳媒倫理
次要單元：人權 / 商業及經濟倫理 / AI 與科技
分數：20 分

本題探討生成式 AI 及 deepfake 對傳媒真實性的挑戰。案例中，一名網紅使用 AI 製作一段香港知名醫生「推薦健康產品」的影片。影片其實是虛構的，醫生也沒有同意，但創作者只在角落放了細小的「AI 生成」標示，結果不少觀眾誤以為是真實訪問。

真正的問題不是:

「AI 內容是不是假新聞？」

而是:

當 AI 已能把虛構製作得像真實證據一樣，創作者和平台應承擔多大的真實、透明和防止欺騙責任?

核心衝突是:

Freedom of Expression 表達自由
vs
Truthfulness 真實性
vs
Public's Right to Know 公眾知情
vs
Media Responsibility 傳媒責任

一、Truthfulness 真實性

傳媒倫理的基本要求之一是:

不要令受眾對重要事實產生錯誤理解。

要注意:

沒有直接說謊 ≠ 沒有欺騙

©PETER HSU 2026

創作者可以說:

「我已經寫了 AI 生成。」

但如果:

影片極逼真
＋ 標示極細
＋ 使用醫生的專業形象
＋ 普通觀眾很容易誤信

那麼倫理問題便是:

創作者是否真正讓觀眾知道自己正在觀看人工合成內容?

二、5核心區分：Disclosure ≠ Effective Disclosure**

這是本題最重要的概念之一。

Formal Disclosure 形式披露

影片角落有:

AI GENERATED

技術上已經披露。

Effective Disclosure 有效披露

標示是否:

- 足夠清楚?
- 足夠顯眼?
- 出現足夠長時間?
- 能令一般觀眾真正理解?

因此:

有標示，不代表已履行倫理責任。

必記金句

©PETER HSU 2026

Disclosure ≠ Effective Disclosure

高分答案一定要用到題目的「細小標示」這個細節。

三、Freedom of Expression 表達自由

反對強制顯眼標示的一方並非沒有道理。

AI 可以:

- 降低影片製作成本;
- 幫助學生及普通市民創作;
- 支援小型媒體;
- 幫助藝術家;
- 幫助小企業;
- 擴闊公共討論。

如果規管太嚴:

大機構仍有能力遵守,

但小型創作者的負擔可能更大。

因此:

Regulation has a cost.

傳媒倫理不能假設創作自由沒有價值。

四、Freedom Is Not Unlimited

但表達自由並不代表:

可以任意使別人相信虛假的事實。

要分辨:

Creative Fiction

©PETER HSU 2026

觀眾合理知道是:

- 卡通;
- 電影;
- 諷刺;
- 虛構角色。

Deceptive Simulation

內容刻意模仿真人:

→ 讓人相信真人真的說過或做過某事。

本題屬於第二種。

所以:

Creative freedom ≠ freedom to deceive

五、公眾知情權 Right to Know

知情權不只是:

「網上有很多資料可以看。」

真正的知情包括:

知道資料來源有多可信。

例如:

「香港知名醫生真的推薦產品」

與

「AI 模擬香港知名醫生推薦產品」

是兩件完全不同的事。

如果觀眾不知道後者:

便無法作:

©PETER HSU 2026

informed judgment 知情判斷

所以清楚標示不是純粹限制資訊,

而是增加:

source transparency 來源透明度

六、Harm 傷害

Deepfake 可能造成三層傷害。

1. 對被冒充者

醫生可能失去:

- 名譽;
- 專業信用;
- 私隱;
- 對自己身份和形象的控制。

2. 對觀眾

觀眾可能:

- 被欺騙;
- 購買不適合產品;
- 作錯誤健康決定;
- 蒙受財務損失。

3. 對整個社會

如果大家開始相信:

「任何影片都可能是假。」

會出現:

trust erosion 信任侵蝕

©PETER HSU 2026

最後甚至真實影片也不容易被相信。

七、5延伸概念：The Liar's Dividend**

Deepfake 最大的問題不只是:

假的可以看起來像真的。

還有:

真的也可以被說成假的。

例如某公眾人物真的說過一段具爭議的話,

之後卻說:

「那是 AI 生成的。」

當社會失去對影音證據的信任:

虛假內容更容易流傳,

真實內容也更容易被否認。

這叫:

Liar's Dividend

八、Consent 同意

本題中的醫生:

沒有同意自己的:

- 面貌;
- 聲音;
- 專業身份

被用來推銷產品。

所以創作者不能只問:

©PETER HSU 2026

「我有沒有創作自由？」

還要問：

我有沒有權使用另一個真人的身份來增加自己訊息的可信性？

必記

Freedom to create ≠ ownership of another person's identity

九、誰應負責？

本題有三方：

1. Creator 創作者

創作者最清楚：

- 內容是否 AI 生成；
- 修改了甚麼；
- 是否取得當事人同意。

所以創作者具有很高責任。

---

2. Platform 平台

平台不是完全中立。

它可能：

- 提供 AI 工具；
- 推薦內容；
- 放大流量；
- 從廣告和流量得利。

因此平台也有：

gatekeeping responsibility 把關責任

©PETER HSU 2026

---

3. Audience 觀眾

觀眾也應具備:

media literacy。

例如:

- 查看來源;
- 核實專業推薦;
- 不單靠一段影片作重大決定。

但:

Audience responsibility does not remove creator responsibility.

十、5核心區分：Shared ≠ Equal Responsibility**

創作者、平台和觀眾:

都有責任。

但不是:

每人責任完全相同。

可以用四個標準判斷:

Knowledge 知道多少
Control 控制多少
Benefit 得到多少利益
Capacity to Prevent Harm 有多大能力防止傷害

創作者知道內容是 AI。

平台可能掌握生成資訊及傳播權。

觀眾最缺乏資訊。

所以:

©PETER HSU 2026

Shared responsibility ≠ Equal responsibility

通常創作者及平台責任較大。

十一、支持強制清楚標示的理據

1. Protect Truth

Deepfake 最大的危險:

就是看起來像真實證據。

清楚標示:

→ 觀眾知道內容性質
→ 可以重新判斷可信度。

---

2. Protect Informed Choice

知道內容是 AI:

會直接影響觀眾是否:

- 相信;
- 分享;
- 購買;
- 採取健康行動。

因此標示幫助自主。

---

3. Better-placed Party Should Bear More Responsibility

誰最容易知道影片是否 AI 生成?

不是觀眾,

而是:

創作者及平台。

©PETER HSU 2026

因此資訊責任應更多落在：

最有能力披露的一方。

這是很強的 5** reasoning。

---

4. Prevent Misleading Endorsement

醫生的專業身份會增加產品可信度。

AI 冒充醫生：

可能直接影響消費選擇。

所以顯眼標示可以減少：

misleading endorsement

---

5. Protect Media Trust

清楚區分：

Real
vs
Synthetic

可以幫助建立：

digital trust infrastructure

長遠對創作者、平台、新聞及社會都有利。

十二、反對「所有 AI 內容都強制大型警告」的理據

1. 不是所有 AI 內容都具欺騙風險

例如：

- 卡通；
- 藝術；

©PETER HSU 2026

- 明顯虛構;
- 電影特效;
- AI 角色。

不需要與 deepfake 真人推薦使用完全相同警告。

---

2. Warning Fatigue

如果:

AI 字幕、修圖、背景修改、聲音清理

全部都出現:

AI GENERATED

觀眾可能逐漸忽略所有標示。

最後真正危險的 deepfake 警告也失去效果。

---

3. Audience Responsibility

使用者亦應:

核實重要資訊,

尤其涉及:

健康、投資及金錢。

所以:

平台責任不能完全取代個人判斷。

---

4. Enforcement Difficulty

AI 影片可以:

- 下載;

©PETER HSU 2026

- 剪輯;
- 移除標示;
- 跨境重傳。

因此:

好政策不一定完全有效。

高分答案要承認規管的現實限制。

十三、5最佳方案：Risk-based Labelling**

成熟答案通常不會支持:

所有 AI 都用同一大型警告。

而應按:

deception risk 欺騙風險

分級。

Low Risk

- 卡通;
- 藝術;
- 明顯虛構角色。

→ 普通或簡單標示。

Medium Risk

- 真人影像經重大 AI 修改。

→ 清楚標示。

High Risk

AI 模擬真人:

- 說話;

©PETER HSU 2026

- 推薦產品；
- 發表政治資訊；
- 提供專業建議；
- 報道公共事件。

→ 顯眼 + 持續 + 難以移除的標示

這就是：

Proportionality 比例原則

在傳媒倫理中的應用。

十四、Least Restrictive Means 最少限制方法

假設政府有三種方法：

A. 禁止所有 deepfake
B. 所有 AI 影片先經政府審批
C. 要求高風險 AI 內容清晰標示

C 通常較合理，因為：

創作者仍可以：

- 製作；
- 發布；
- 諷刺；
- 表達；

但觀眾同時知道：

內容是合成的。

所以：

Clear labelling may protect truth with less restriction on expression.

©PETER HSU 2026

十五、Gospel-Centric Reasoning

Truth 真理

福音中心倫理不只是:

「不要講明顯假話。」

也會問:

我是否刻意使別人相信一件我知道不是真的事情?

因此:

「有很細的 AI 標示」

若整體設計仍令大部分人誤信,

未必符合誠實。

Imago Dei 上帝形象

一個真人的:

- 面貌;
- 聲音;
- 身份;
- 專業信譽

不能只被當成:

可任意複製的媒體素材。

冒充一個人牟利,

容易把人:

由人格主體變成傳播工具。

Love of Neighbour 愛鄰舍

©PETER HSU 2026

可以問：

如果觀看者是自己的父母、祖父母或學生，我還會覺得一個極細的標示已經足夠嗎？

愛鄰舍意味：

不利用別人的資訊弱勢來增加流量或銷售。

Freedom 自由

基督教也肯定：

人的創造力、想像、藝術及表達。

所以：

AI-generated ≠ immoral

真正問題是：

創造自由是否受到：

Truth + Love + Responsibility

規範。

十六、5 Skeleton Answer**

Introduction

我贊成平台要求足以令一般觀眾誤以為是真人或真實事件的 AI 影音作出清楚而顯眼的標示。這不是因為 AI 創作本身不道德，而是表達自由必須與真實、公眾知情及避免欺騙的責任並存。

P1 — Truthfulness

Deepfake：

→ 模擬真人醫生
→ 觀眾以為真正推薦
→ 來源理解錯誤。

©PETER HSU 2026

所以需要標示。

P2 — Effective Disclosure

影片已有細小標示,

所以不能說完全沒有披露。

但:

一般觀眾容易忽略,

因此:

formal disclosure ≠ effective disclosure。

P3 — Harm / Consent

醫生沒有同意:

身份及專業信用被使用。

觀眾亦可能因假推薦:

作錯誤健康或消費選擇。

P4 — Counterargument：Freedom

AI 降低創作成本,

增加普通人表達機會。

所以不能全面禁止。

P5 — Proportionality

顯眼標示:

不是禁止內容。

創作者仍然可以發布,

只是不應讓觀眾誤以為是事實紀錄。

因此屬較少限制的方法。

P6 — Responsibility

©PETER HSU 2026

觀眾：

應有媒體素養；

創作者：

知道內容來源；

平台：

控制傳播並得到流量利益。

所以：

三方責任共有，

但不平均。

P7 — Gospel

Truth
→ 不製造錯誤理解；

Imago Dei
→ 不任意利用真人身份；

Love
→ 不利用受眾弱點；

Freedom
→ 保留正當創作；

Responsibility
→ 自由不能脫離真理。

Conclusion

因此，我支持對高風險 AI 影音作強制而有效的標示，但不支持所有低風險 AI 內容受到相同程度規管。若內容模擬真人提供專業建議、推銷產品或報道公共事件，應有顯眼且持續的標示；明顯虛構或藝術內容則可採較輕規管。這既保障創作自由，也讓公眾真正知道自己正在觀看甚麼。

十七、常見失分陷阱

©PETER HSU 2026

❌ **「AI 內容就是假新聞。」**
AI 可以用於藝術、教育和娛樂。

❌ **「言論自由，所以甚麼都可以發布。」**
忽略真實、傷害及他人權利。

❌ **「所有 AI 影片都應刪除。」**
題目問 label，不是 ban。

❌ **「觀眾被騙是因為自己笨。」**
忽略資訊不對稱。

❌ **「觀眾完全沒有責任。」**
Media literacy 仍重要。

❌ **「影片已有標示，所以沒問題。」**
要問標示是否有效。

❌ **只談私隱。**
本題主單元是傳媒倫理，必須談真實、知情、傳播責任及表達自由。

❌ **Gospel 只寫「不可作假見證」。**
要進一步連結 Truth、Love、Imago Dei、Freedom、Responsibility。

十八、5考前必記**

① Disclosure ≠ Effective Disclosure
有標示不等於觀眾真正看得懂。

② Creative Fiction ≠ Deceptive Simulation
虛構創作與冒充真人不同。

③ AI-generated ≠ Automatically False
AI 內容不一定是假資訊。

④ Freedom ≠ Freedom to Deceive
表達自由不是欺騙自由。

⑤ Shared Responsibility ≠ Equal Responsibility
創作者、平台、觀眾都有責任，但程度不同。

©PETER HSU 2026

⑥ Knowledge + Control + Benefit + Capacity
可用這四項判斷誰責任較大。

⑦ High Risk → Stronger Labelling
誤導風險愈高，標示責任愈大。

一句總結

AI 時代的傳媒倫理，不只是問「內容能不能發布」，而是問傳播者是否讓一般觀眾有真正機會知道自己正在觀看甚麼。當 AI 使虛構取得真實證據的外貌時，透明本身便成為維護真實、公眾知情和媒體信任的重要責任；但規管也應按欺騙風險分級，而不是把所有 AI 創作都當成同一問題。

©PETER HSU 2026