

《Voice Out! 街口有樂》 Beat Drugs and Publicity Project



BDF170015

1st Aug 2018 – 31st May 2019

Ming Pao Magazines Limited 



Introduction

「Voice Out! 街口有樂!」利用線上線下作整合推廣的全港性計劃，目標旨在於2018年8月至2019年5月期間，透過教育及宣傳，讓社會大眾關注吸毒問題，重點如下：

1. 關注21-35歲在職非在學年輕成年人的吸毒問題
2. 提高市民大眾(家人、朋友、僱主和同儕)對隱蔽吸毒者的關注
3. 揭示香港現時最流行被吸食的危害精神毒品 – 「冰毒」對吸食者的危害及副作用
4. 鼓勵吸毒者和其家人積極尋求協助和建議專業的戒毒支援

Introduction

計劃由四個部分組成：

1. 製作十集全新禁毒節目
2. 透過網上平台播放和廣泛宣傳
3. 與專業戒毒機構合作網上互動節目
4. 製作專題故事，接觸父母和僱主等目標群

全新禁毒節目將以軟性輕鬆手法讓社會大眾關注吸毒新趨勢和帶出毒品禍害。每集由主持人邀請偶像和「過來人」“遊車河”，透過與嘉賓互動訪談、分享和唱歌，從而討論有關吸毒及戒毒的見解，將重要、嚴謹的話題以輕鬆、正面和生活化的手法帶出，吸引觀眾，令他們投入，無形間接收了禁毒的訊息。

Introduction

為接觸年輕新一代，節目將主力於網上平台播放和宣傳。同時，我們與專業戒毒機構 -- 基督教香港信義會社會服務部合作，配合網上互動平台，接觸潛在或隱蔽吸毒者。為全面覆蓋，我們利用線下媒體，製作一系列專題故事，讓父母和僱主關注身邊的家人及下屬，並協助辨認隱蔽吸毒者。

Project Content

拍攝花絮



第一集「Voice Out! 街口有樂！」主持林曉峰、嘉賓糖妹、及成功戒毒人士阿融。阿融戒毒後，以音樂為正能量幫助其他吸毒同路人。



第二集「Voice Out! 街口有樂！」主持林曉峰、嘉賓「大隻仔」溫家偉、及成功戒毒人士阿鴻。阿鴻成功戒毒後，經常以自己的故事幫助身邊有需要的人，你睇阿鴻而家臉上的笑容跟大隻仔一樣咁充滿陽光和朝氣！

Project Content

拍攝花絮



第三集「Voice Out! 街口有樂！」嘉賓林耀聲、及成功戒毒人士Faye。Faye飽受毒品的副作用所煎熬，曾經跳橋輕生；幸而最後成功戒毒，今天她以過來人的經歷鼓勵他人。



第四集「Voice Out! 街口有樂！」主持林曉峰、嘉賓岑珈其、及成功戒毒人士阿勇。阿勇媽媽狠下心腸，叫警察拉阿勇戒毒，最後阿勇重回正軌，成功戒毒，並透過做義工找得人生樂趣，助己助人。

Project Content

拍攝花絮



第五、六集「Voice Out! 街口有樂！」主持林曉峰、嘉賓陳宇琛、JW王灝兒、及成功戒毒人士Andy和睿恩。Andy和睿恩在毒海浮浮沉沉多年，二人都令家人傷心流淚，後來鼓起決心，戒毒成功，得以和家人和好。



第七集「Voice Out! 街口有樂！」主持林曉峰、嘉賓梁釗峰(C all Star)、及成功戒毒人士小忌廉。小忌廉因為經歷各種問題而自我放棄，吸毒到無法自拔，後來小忌廉信主，找到人生寄托而成功戒毒。

Project Content

拍攝花絮



第八集「Voice Out! 街口有樂！」嘉賓石修，及成功戒毒人士JoJo。JoJo十四歲開始吸毒，長達十年，是隱蔽吸毒者，後來因為生育而戒毒，並在社區中心作扶貧工作，幫助社會上有需要的人。



第九集「Voice Out! 街口有樂！」主持林曉峰、嘉賓細細粒(陳嘉佳)、及成功戒毒人士Dick。Dick自小受人欺凌，最終染上毒癮，後來發覺人生失去太多，在信仰支撐及朋友陪伴下，終於重獲新生，與家人和好團聚。

Project Content

拍攝花絮



第十集「Voice Out! 街口有樂!」主持林曉峰、嘉賓方力申、及資深社工子玲。子玲認為幫助吸毒者需要多方面合作，例如：吸毒者本人、親友、社工、醫療團隊等等，真是一點也不簡單。



其中一位「Voice Out! 街口有樂!」嘉賓釗峰(from C All Star) 接受「夜欄·船」訪問。所有嘉賓及主持已接受接受「夜欄·船」訪問，而訪問片段，會按原訂計劃時間於網絡電台「夜欄·船」Facebook播出。旨在透過專業社工及受訓同工與不願露面吸毒者作互動交流，及作出相應協助。

Project Content

第一期: 「吸毒者求助有門」逃離毒海改寫人生

成日好好笑

「吸毒者求助有門」
逃離毒海 改寫人生

「醫療程 助你脫離 水毒毒害 眠失調 身體不適 誠不穩 精神錯亂」

「以前覺得好平靜，浮化呢啲， 睇開報紙後， 佢話係真係「空白」， 支均轉咗「兩眼黑」。」

「吸毒者求助有門」

「以前覺得好平靜，浮化呢啲， 睇開報紙後， 佢話係真係「空白」， 支均轉咗「兩眼黑」。」

明周「Voice Out! 街口有樂!」專輯第一期：
2019年2月1日

Project Content

第二期： 「吸毒者的重生」沿途有你

「吸毒者的重生」 沿途有你

「吸毒者的重生」是「Voice Out! 街口有樂！」專輯第二期的主題，也是本報「吸毒者的重生」系列報導的延續。在「吸毒者的重生」系列報導中，我們曾介紹了多位戒毒人士，他們在戒毒後，重新開始了新的生活。在「吸毒者的重生」系列報導中，我們曾介紹了多位戒毒人士，他們在戒毒後，重新開始了新的生活。

在「吸毒者的重生」系列報導中，我們曾介紹了多位戒毒人士，他們在戒毒後，重新開始了新的生活。在「吸毒者的重生」系列報導中，我們曾介紹了多位戒毒人士，他們在戒毒後，重新開始了新的生活。



「吸毒者的重生」系列報導中，我們曾介紹了多位戒毒人士，他們在戒毒後，重新開始了新的生活。

在「吸毒者的重生」系列報導中，我們曾介紹了多位戒毒人士，他們在戒毒後，重新開始了新的生活。在「吸毒者的重生」系列報導中，我們曾介紹了多位戒毒人士，他們在戒毒後，重新開始了新的生活。

在「吸毒者的重生」系列報導中，我們曾介紹了多位戒毒人士，他們在戒毒後，重新開始了新的生活。在「吸毒者的重生」系列報導中，我們曾介紹了多位戒毒人士，他們在戒毒後，重新開始了新的生活。



「吸毒者的重生」系列報導中，我們曾介紹了多位戒毒人士，他們在戒毒後，重新開始了新的生活。

「Voice Out! 街口有樂！」專輯
第二輯「吸毒者的重生」

「吸毒者的重生」系列報導中，我們曾介紹了多位戒毒人士，他們在戒毒後，重新開始了新的生活。

在「吸毒者的重生」系列報導中，我們曾介紹了多位戒毒人士，他們在戒毒後，重新開始了新的生活。



「吸毒者的重生」系列報導中，我們曾介紹了多位戒毒人士，他們在戒毒後，重新開始了新的生活。

明周「Voice Out! 街口有樂！」專輯第二期：
2019年2月16日

Project Content

第三期： 「吸毒人士的守護者」家·給我的力量

「吸毒人士的守護者」 家·給我的力量

「吸毒人士的守護者」是「Voice Out! 街口有樂！」專輯第三期的主題，也是本報「吸毒人士的守護者」系列報導的延續。在「吸毒人士的守護者」系列報導中，我們曾介紹了多位戒毒人士的家屬，他們在戒毒後，重新開始了新的生活。

在「吸毒人士的守護者」系列報導中，我們曾介紹了多位戒毒人士的家屬，他們在戒毒後，重新開始了新的生活。在「吸毒人士的守護者」系列報導中，我們曾介紹了多位戒毒人士的家屬，他們在戒毒後，重新開始了新的生活。

在「吸毒人士的守護者」系列報導中，我們曾介紹了多位戒毒人士的家屬，他們在戒毒後，重新開始了新的生活。在「吸毒人士的守護者」系列報導中，我們曾介紹了多位戒毒人士的家屬，他們在戒毒後，重新開始了新的生活。



在「吸毒人士的守護者」系列報導中，我們曾介紹了多位戒毒人士的家屬，他們在戒毒後，重新開始了新的生活。在「吸毒人士的守護者」系列報導中，我們曾介紹了多位戒毒人士的家屬，他們在戒毒後，重新開始了新的生活。

在「吸毒人士的守護者」系列報導中，我們曾介紹了多位戒毒人士的家屬，他們在戒毒後，重新開始了新的生活。在「吸毒人士的守護者」系列報導中，我們曾介紹了多位戒毒人士的家屬，他們在戒毒後，重新開始了新的生活。

「Voice Out! 街口有樂！」專輯
第三輯「吸毒人士的守護者」



在「吸毒人士的守護者」系列報導中，我們曾介紹了多位戒毒人士的家屬，他們在戒毒後，重新開始了新的生活。

在「吸毒人士的守護者」系列報導中，我們曾介紹了多位戒毒人士的家屬，他們在戒毒後，重新開始了新的生活。

明周「Voice Out! 街口有樂！」專輯第三期：
2019年3月1日

Project Content

第四期： 「吸毒者的下一代」重塑父母人生

「吸毒者的下一代」 重塑父母人生

毒品是社會最嚴重的毒瘤之一，但毒品對社會的傷害，往往不是直接顯現的。在毒品受害者中，有一類人是「吸毒者的下一代」。他們是吸毒者子女，他們的人生，往往從出生起就充滿了坎坷。他們在成長過程中，往往會遇到各種困難，如家庭破裂、經濟困難、社會歧視等。他們的人生，往往會受到父母的影響，而父母的人生，往往會受到毒品的影響。他們的人生，往往會受到父母的影響，而父母的人生，往往會受到毒品的影響。他們的人生，往往會受到父母的影響，而父母的人生，往往會受到毒品的影響。

社會發展多機會去戒毒 為戒毒不設任何障礙

戒毒是戒毒者人生中的一個重要轉折點。戒毒者往往會遇到各種困難，如家庭破裂、經濟困難、社會歧視等。他們的人生，往往會受到父母的影響，而父母的人生，往往會受到毒品的影響。他們的人生，往往會受到父母的影響，而父母的人生，往往會受到毒品的影響。他們的人生，往往會受到父母的影響，而父母的人生，往往會受到毒品的影響。



攝於「Voice Out! 街口有樂！」專輯第四期：「吸毒者的下一代」

重獲新生

戒毒者往往會遇到各種困難，如家庭破裂、經濟困難、社會歧視等。他們的人生，往往會受到父母的影響，而父母的人生，往往會受到毒品的影響。他們的人生，往往會受到父母的影響，而父母的人生，往往會受到毒品的影響。他們的人生，往往會受到父母的影響，而父母的人生，往往會受到毒品的影響。

他們沒有因「下一代」而放棄

戒毒者往往會遇到各種困難，如家庭破裂、經濟困難、社會歧視等。他們的人生，往往會受到父母的影響，而父母的人生，往往會受到毒品的影響。他們的人生，往往會受到父母的影響，而父母的人生，往往會受到毒品的影響。他們的人生，往往會受到父母的影響，而父母的人生，往往會受到毒品的影響。

心路歷程

戒毒者往往會遇到各種困難，如家庭破裂、經濟困難、社會歧視等。他們的人生，往往會受到父母的影響，而父母的人生，往往會受到毒品的影響。他們的人生，往往會受到父母的影響，而父母的人生，往往會受到毒品的影響。他們的人生，往往會受到父母的影響，而父母的人生，往往會受到毒品的影響。

人語

戒毒者往往會遇到各種困難，如家庭破裂、經濟困難、社會歧視等。他們的人生，往往會受到父母的影響，而父母的人生，往往會受到毒品的影響。他們的人生，往往會受到父母的影響，而父母的人生，往往會受到毒品的影響。他們的人生，往往會受到父母的影響，而父母的人生，往往會受到毒品的影響。

明周「Voice Out! 街口有樂！」專輯第四期：
2019年3月15日

Project Content

第五期： 「隱蔽吸毒者」擺脫絕望枷鎖

「隱蔽吸毒者」 擺脫絕望枷鎖

毒品是社會最嚴重的毒瘤之一，但毒品對社會的傷害，往往不是直接顯現的。在毒品受害者中，有一類人是「隱蔽吸毒者」。他們是吸毒者，他們的人生，往往從出生起就充滿了坎坷。他們在成長過程中，往往會遇到各種困難，如家庭破裂、經濟困難、社會歧視等。他們的人生，往往會受到父母的影響，而父母的人生，往往會受到毒品的影響。他們的人生，往往會受到父母的影響，而父母的人生，往往會受到毒品的影響。

我不敢自視「受害者」

戒毒者往往會遇到各種困難，如家庭破裂、經濟困難、社會歧視等。他們的人生，往往會受到父母的影響，而父母的人生，往往會受到毒品的影響。他們的人生，往往會受到父母的影響，而父母的人生，往往會受到毒品的影響。他們的人生，往往會受到父母的影響，而父母的人生，往往會受到毒品的影響。

只有絕望

戒毒者往往會遇到各種困難，如家庭破裂、經濟困難、社會歧視等。他們的人生，往往會受到父母的影響，而父母的人生，往往會受到毒品的影響。他們的人生，往往會受到父母的影響，而父母的人生，往往會受到毒品的影響。他們的人生，往往會受到父母的影響，而父母的人生，往往會受到毒品的影響。

中藥藥效

戒毒者往往會遇到各種困難，如家庭破裂、經濟困難、社會歧視等。他們的人生，往往會受到父母的影響，而父母的人生，往往會受到毒品的影響。他們的人生，往往會受到父母的影響，而父母的人生，往往會受到毒品的影響。他們的人生，往往會受到父母的影響，而父母的人生，往往會受到毒品的影響。

高三「雙考」

戒毒者往往會遇到各種困難，如家庭破裂、經濟困難、社會歧視等。他們的人生，往往會受到父母的影響，而父母的人生，往往會受到毒品的影響。他們的人生，往往會受到父母的影響，而父母的人生，往往會受到毒品的影響。他們的人生，往往會受到父母的影響，而父母的人生，往往會受到毒品的影響。



攝於「Voice Out! 街口有樂！」專輯第五期：「隱蔽吸毒者」

明周「Voice Out! 街口有樂！」專輯第五期：
2019年3月29日

Project Content

第六期： 「吸毒者的下一代」重塑父母人生



明周「Voice Out! 街口有樂！」專輯第六期：
2019年4月12日

Project Content

「Voice Out! 街口有樂！」Facebook Feed



「Voice Out! 街口有樂！」Facebook Feed：
糖妹

Project Content

「Voice Out! 街口有樂!」 Facebook Feed



「Voice Out! 街口有樂!」 Facebook Feed : 溫家偉

Project Content

「Voice Out! 街口有樂!」 Facebook Feed



「Voice Out! 街口有樂!」 Facebook Feed : 林耀聲

Project Content

「Voice Out! 街口有樂!」 Facebook Feed



「Voice Out! 街口有樂!」 Facebook Feed : 岑珈其

Project Content

「Voice Out! 街口有樂!」 Facebook Feed



「Voice Out! 街口有樂!」 Facebook Feed : 陳宇琛

Project Content

「Voice Out! 街口有樂!」 Facebook Feed



「Voice Out! 街口有樂!」 Facebook Feed : 王灝兒

Project Content

「Voice Out! 街口有樂!」 Facebook Feed



「Voice Out! 街口有樂!」 Facebook Feed : 劍峰 (From C All Star)

Project Content

「Voice Out! 街口有樂!」 Facebook Feed



「Voice Out! 街口有樂!」 Facebook Feed : 石修

Project Content

「Voice Out! 街口有樂!」 Facebook Feed



「Voice Out! 街口有樂!」 Facebook Feed : 細細粒 (陳嘉佳)

Project Content

「Voice Out! 街口有樂!」 Facebook Feed



「Voice Out! 街口有樂!」 Facebook Feed : 方力申

Project Content

「Voice Out! 街口有樂!」 Facebook Feed – 其他禁毒資訊



Project Content

「Voice Out! 街口有樂!」Facebook Feed – 其他禁毒資訊



Project Content

「Voice Out! 街口有樂!」Facebook Feed – 其他網媒轉載



新假期周刊Facebook

King Jer 娛樂台Facebook

Project Content

「Voice Out! 街口有樂!」 Facebook Feed – 其他網媒轉載



花生日報Facebook



花生日報Facebook

Project Content

「Voice Out! 街口有樂!」 Facebook Feed – 其他KOL轉載



Lilian Kan Facebook



謝利 Facebook

Project Content

「Voice Out! 街口有樂!」 Facebook Feed – 其他KOL轉載



Rosa Ma Facebook



Vi Vi Tam Facebook

Project Content

「Voice Out! 街口有樂!」 Facebook Feed – 其他KOL轉載



KZee Facebook

Project Content

「Voice Out! 街口有樂!」 Facebook Feed – 其他機構/人士轉載



Wow Music Facebook



溫家偉 Facebook

Project Content

「Voice Out! 街口有樂!」 Facebook Feed – 其他機構/人士轉載



Wow Music Facebook



溫家偉 Facebook


Output and Outcome Evaluation

- Evaluation methods: Questionnaire in Chinese + Focus Group
- Interviewees recruited by snowball sampling. 6 groups of 15-18 interviewees each, 100 interviewees in total.

Output Benchmarks & Evaluation Results

	Expected Result	Achieved Result
Output Indicator 1	透過計劃，每月平均接觸1,420,000人次網民及讀者。	<p><u>Target met</u> Part 1.</p> <p>Web-based result Average Post Reach of 「Voice Out! 街口有樂!」 and Ming Pao Entertainment Facebook is 1,619,865 per month. (Data pls see the attached Excel file.)</p>

Output Benchmarks & Evaluation Results

					
Project: Voice Out! 街口有樂! Facebook fan page					
Document: Facebook activities and performance summary					
Facebook Page	Dec-18	Jan-19	Feb-19	Mar-19	Apr-19
Total no. of Fans	275	336	490	468	529
Net Fans Growth	N/A	18%	31%	-5%	12%
Total posts	5	12	6	19	13
Own page post	3	9	5	11	8
3rd party post	1	0	0	5	3
MP Entertainment page post	1	3	1	3	2
Total Post Reach	668,047	1,839,555	1,059,295	2,231,303	2,301,125
Own page post	496,550	1,809,501	1,033,976	1,296,021	1,866,633
3rd party post	159,430	0	0	906,491	415,513
MP Entertainment page post	12,067	30,054	25,319	28,791	18,979
Total Video Views	142,566	194,808	134,291	579,996	426,566
Own page post	65,964	194,808	134,291	109,975	197,856
3rd party post	76,602	0	0	470,021	228,710
Average Post Reach (per month)	1,619,865				
Average Video Views (per month)	295,645				

Output Benchmarks & Evaluation Results

	Expected Result	Achieved Result
Output Indicator 1	透過計劃，每月平均接觸1,420,000人次網民及讀者。	<p><u>Target met</u> Part 2.</p> <p>Print-based result</p> <p>The Average Readership of Ming Pao Weekly Magazine is 309,000 per issue, which summarize to 1,854,000 for 6 issues of 「Voice Out! 街口有樂！」.</p>

Outcome Benchmarks & Evaluation Results

	Expected Result	Achieved Result
Outcome Indicator 1	80%的受訪觀眾會透過本計劃加強關注21-35歲在職非在學的年輕成年人的吸毒問題。	<u>Target not met</u> 69% of the respondents agree or strongly agree
Outcome Indicator 2	80%的受訪觀眾會透過本計劃加強關注隱蔽吸毒者問題。	<u>Target not met</u> 67% of the respondents agree or strongly agree

Outcome Benchmarks & Evaluation Results

	Expected Result	Achieved Result
Outcome Indicator 3	80%的受訪觀眾會透過本計劃，提高辨識身邊的隱蔽吸毒者的能力。	<u>Target not met</u> 60% of the respondents agree or strongly agree

Outcome Benchmarks & Evaluation Results

	Expected Result	Achieved Result
Outcome Indicator 4	80%的受訪觀眾會透過本計劃，提高對毒品，尤其甲基安非他明帶來的副作用的認知能力。	<p><u>Target met</u></p> <p><u>Part 1.</u></p> <p>81% of the respondents opine that the programmes help them improve their knowledge on the side effect of drugs (n=100).</p> <p>The mean score in pre-test is 4.2 and that in post-test is 4.93.</p>

Outcome Benchmarks & Evaluation Results

	Expected Result	Achieved Result
Outcome Indicator 4	80%的受訪觀眾會透過本計劃，提高對毒品，尤其甲基安非他明帶來的副作用的認知能力。	<p><u>Target met</u></p> <p><u>Part 2.</u></p> <p>Paired-sample t-test result (t = -7.589, p < 0.001) shows that the effect on improving respondents' knowledge is significant.</p>

Outcome Benchmarks & Evaluation Results

	Expected Result	Achieved Result
Outcome Indicator 5	72%的受訪觀眾提高對毒品副作用的認知能力後，拒絕吸食任何毒品及冰毒。	<u>Target met</u> 98.8% of the respondents agree that the programmes help them to have higher awareness to refuse ICE.

Experience Gained

Reason behind success	Reason behind under achievement of target
The use of online media to present the beat drug message is highly effective to people of age of 21-35, as they are the majority users to this media. Moreover, the use of video clips strengthen the key message to be conveyed, which is more attractive than the traditional printed media.	The use of celebrity may overshadow the main themes of the video clips. The length and depth of interviews with successful treated addicts, explicitness of the anti-drug messages, as well as the presentation style particular to social media should be strengthened to achieve the targeted effectiveness.

Conclusion

- This study sets out to evaluate the effectiveness of the 'Voice Out!' video programmes commissioned by the Beat Drug Fund to One Media Group in the year 2018-2019.
- One hundred respondents aged 21 or above are invited via social media platforms by snowball sampling to complete the questionnaires and focus group interviews.

Conclusion

- Regarding the respondent profiles, the male to female ratio is 40:59. Around 80% of the respondents aged 35 or below, and 74% of the respondents are receiving or have received tertiary education or above. 45.7% of the respondents are students, 10.9% are in the service and sales industry, 7.6% work in the clerical sectors and 6.5% are retired. The individual income of about 90% of the respondents are below \$20,000 per month.
- Quantitative analysis shows that outcome indicators 1 to 3 are not met, outcome indicators 4 and 5 are met.

Conclusion

- Outcome Indicator 1: 69% of the respondents agree or strongly agree that they would concern more about the drug taking problems of young adults aged 21-35 (n=100).
- Outcome Indicator 2: 67% of the respondents agree or strongly agree that they would increase their awareness on the problem of hidden drug addicts (n=100).
- Outcome Indicator 3: 60% of the respondents agree or strongly agree that the programmes help them to improve their ability to identify hidden drug addicts (n=100).

Conclusion

- Outcome Indicator 4a: 81% of the respondents opine that the programmes help them improve their knowledge on the side effect of drugs (n=100).
- Outcome Indicator 4b: Paired-sample t-test result ($t = -7.589$, $p < 0.001$) shows that the effect on improving respondents' knowledge is significant.
- Outcome Indicator 5: Respondents who have increased knowledge have higher percentage to refuse ICE (98.8%) than those who do not think that the videos help them increase their knowledge of drugs (88.9%, $\chi^2 = 6.526$, $p < 0.05$).

Conclusion

- Focus group studies reveals that respondents affirm the use of celebrity and authentic experience of the successfully treated addicts.
- However, respondents also comment that the anti-drug messages are not clearly presented in the videos, the overuse of celebrity may distract the audience away from the anti-drug messages and there are not enough deterring effects due to the relatively 'soft' presentation styles. These factors may account for the videos' failure to achieve outcome indicators 1 to 3.

End