

## 價值重組實驗

高重建

「問題是無人獎勵分享東西的人，我只是補充現有機制的不足。」

X

張潔平

「Matters 不像傳統的編輯部，一小圈人自己在生產內容，而是希望它是一個 empower 大家生產內容的平台。」

歌神張學友多年前在音樂頒獎禮上說了一句：「好歌有好報」，成為經典金句，時至今日仍不時被重提。

金句引起共鳴，只因它說出一種大家心底裏都認同的價值觀：做了好東西，就應該要有好回報，不管是歌，還是其他什麼。

但這個觀念，放在今天充斥免費資訊內容的互聯網卻是難以實現。即使內容生產者為受眾帶來了好作品，但因為大家都毋須付費，派個 like 就當支持了你，令這些生產者難以獲得應有回報。但明明好東西是需要成本製作，沒有回報，只得「like 數」，如何維持？

如此下去，大家都輸，是時候改變了。

高重建（高建）和張潔平就在這個時候出現。前者本是遊戲公司「拉闊遊戲」創辦人，最近積極推廣建基

於區塊鏈技術的加密貨幣 LikeCoin，主張要「化 like 為 coin」；後者則為《端傳媒》的前總編，最近離開老本行，現正利用同樣技術籌備一個新的內容平台「Matters」，之後亦會發行平台專屬的「MAT 幣」，期望「讓好內容活下去」。

如此願景，當然偉大，但當人人都話發幣，卻不代表這是靈丹妙藥：專研電子商務，科大商學院教授許佳龍教授就告訴我們，區塊鏈所生產的貨幣如比特幣並不會為金錢觀念帶來改變，「因為它只是一個新貨幣，就等於世界也不斷會有新的貨幣產生和舊的消失。」由是觀之，似乎光有新技術，發個幣出來供人作交易買賣之用，仍不足以改變「只 like 不買」的人心。

所以，即使高建和張潔平都是懷着良好本意，我們也必須把問題問得更清楚：除了技術層面，他們還有何心思意念來達成心中的願景？



高重建，手機遊戲公司「拉闊遊戲」創辦人，因為關注創作的回報，決定成立LikeCoin，要化Like為Coin。

## 用貨幣，分餅仔

鏡頭首先移到高建身上。

訪問高建，你得比認真更認真，因為他總是一副很嚴肅的樣子，而且非常認真聆聽你的說話。當他一聽到我們提及上一章所講，關於在香港搵 funding 的難處時，就以此作切入點來講他為何要以發行 LikeCoin 來「化 Like 為 Coin」。

「私人基金會有個基本假設，就是你的財產，你可以用自己的原則去 manipulate。這個「分餅仔」的過程就是一個反映價值觀的系統。」高建解釋，發行加密貨幣其實是利用科技將資源重新分配的過程，同樣也可反映發幣者的價值觀。

相關科技的原理相當複雜，簡單來說，發幣組織會以他們的區塊鏈平台的功能作招徠，預售他們的平台代幣，以籌集資金，亦即所謂的 ICO (Initial Coin Offerings, 首次代幣發行)。然後就透過設定他們的平台用戶可透過什麼方法賺到代幣、或是如何避免個別用戶過度累積代幣等「挖礦協議」，將籌集得來的資源按一套新價值觀重新分配，例如 LikeCoin 也有一套專屬他們平台的「創造力證明」(Proof of Creativity) 挖礦機制。

透過此機制，高建當然有話想說。

## 新地心吸力

「我們現時廣為接受的邏輯就是，當我分享内容出來，大家會認為我是放棄了自己的獲益，譬如影相放上網讓人隨便用，即是放棄獲益。換個角度講，如果我想搵到錢就要將貨物的權益收起佢，copyrighted，你要先出錢來用我的相。」

誠然，這想法在不少人眼中有如地心吸力般理所當然，若不把作品私有化才再賣出，還可如何賺錢？但高建說他就是想反轉這個邏輯，「創造力證明」機制就做到這點。

LikeCoin的基金會未來將共會發行 20 億個代幣，其中 10 億個會放進一個「大 pool」，是留給創作者的，但也不是他們話語權，而是要靠創造力來「挖礦」，創造力愈高就愈多 Coin。

要計算創造力，最簡單直接的當然是看你的作品有幾多 like：此外就是看你的作品開放出來後，能夠衍生出多少其他二創作品，甚至是三創的作品，其衡量單位稱作 Like Rank。而這正正回應到高建最想推動的價值觀：只要你的作品有愈多人引用，就得到愈多 LikeCoin，變相鼓勵人更開放分享自己的作品。高建強調，他不是反對有人將作品收起來賣，copyrighted 的作品依然可以賺港幣、賺美金，「問題是無人獎勵分享東西的人，我只是補充現有機制的不足。」

和直接打賞 LikeCoin 給創作者的做法不同，以上做法是將「有創造力就有回報」的觀念直接刻進 LikeCoin 的生態圈中。這儼如以科技配合心法，寫出一套「新地心吸力」法則。高建自己也說：「我覺得現在的邏輯不妥當，我想演譯一套更好的，就需要自己創造代幣才做得到。」

在此新邏輯之下，高建預計，最受惠的將會是一些 slashers 或自由創作者，「他們所要做的就只是將創作分享出來，就可以獲得「被動收入」。而不是像今天透過作品獲得知名度，再找其他合作 project，然後才搵到錢，「大家好辛苦經營自己的 Facebook page，寫一篇文章用周 share，聊住幾多個 likes 是一件頗「不是創作」的事。」

## 好醜算不來

不過任高建「機關算盡」，他也承認有一點，是算不來的。「我現在分餅仔是必須透過算式來做，這只能做到數學演繹得來的價值觀。即是計算有多少 Like Rank，但當中是不包含對好醜的判斷。」高建舉例指，「可以存在一個好出色的作品，但沒什麼人引用。」也是這個緣故，他們這套 proof of creativity 並不是譯作「創意證明」，而是「創造力證明」。

找出好作品當然重要，但高建就認為只能交回「人手處理」。「好老套講是需要一個公民社會，一個更好的教育體系去處理這個問題，我不是萬能，LikeCoin 不是萬能，我覺得如果我處理到一個問題就已經交到功課。」

## 好內容要活下去

關於用「人手處理」內容質素的問題，張潔平應該思考得很深。

作為前傳媒高層，張潔平突然離開本業，大家都不免好奇，她這個新平台 Matters 到底是做什麼的呢？

「在最早我還沒知道區塊鏈的時候，我定義 Matters 為一個 facilitating platform，就是帮助大家去生產、創作、分享內容的平台。」現配合區塊鏈和發幣的技術，她也如高建般，想將一套新的價值觀刻進自己的平台之上，以回應她近年最糾結的問題：好內容如何活下去？

單是數學算式當然無法處理好醜判斷，張潔平於是想到先把這問題交給羣體處理。

「我們先有一個像高登、bbs 的論壇，現在大概有 500 個用戶，他們每天在裏面發文、討論。」張潔平形容這羣體就像一個社區，當中的參與者常就社區發展舉辦公聽會，公共討論正是這個社區的重點願景。而他們現時其中一個最大的討論重點就是社區內「權重」的制訂。



張潔平，從事新聞行業多年，本為《壹傳媒》總編輯，現已離職，專心搞好的內容平台「Matters」。

「權重」是 Matters 平台的重要機制。權重高者，他讀好一個內容，除了需要真金白銀付出一個 MAT 幣之外，Matters 系統會根據他的權重多少，為發布者額外帶來更多 MAT 幣，同時能令內容在平台上有更高排序，讓更多人看到。「我希望這個機制至少能對抗『劣幣驅逐良幣』。我不是要『良幣驅逐劣幣』，劣幣不須被驅逐，它可以存在，但你要先讓我看到良幣。」

權重某程度上就成了決定好內容存留的「影響因子」，於是如何訂定權重的準則也就成了一個相當複雜但又的確需要複雜的議題。「你的權重跟你在社區的貢獻有關，而你的貢獻不止是文章的數量，還有你獲讚賞的數量等，這是一個綜合性的考量。」怎樣獲得高權重，現時仍沒有一個固定公式，社區仍在持續討論中。

#### 討論沒有捷徑

這樣的討論，也是為內容產業發展出一套新的市場系統，嘗試回應受眾怎樣回饋、向誰回饋、為何回饋等問題。不難想像，這樣的過程想必會有很多推倒重再重來的情節出現。

「就像一個社區的政策和規劃不可能完全沒有問題，一定是在規則出來後再舉辦公聽會去調整。因為那是一個人的社會的映射，所以它一定會有問題，我們也要找到一個解決它的機制。」

這種讓全民參與制訂內容的方式，和今天 Facebook 那種完全由點擊率主導的同溫層；或是和傳統媒體由編輯主導內容的安排都頗為不同，張潔平期望藉此可開放編輯部，「Matters 不像傳統的編輯部，一小個人自己在生產內容，而是希望它是一個 empower 大家生產內容的平台。所以這就只能慢慢來，因為我們是社區先於所有東西。」她強調，社區的成長就是沒有捷徑。

也不全然是滾冷水，只是最後也不得不提，無論是高建還是張潔平，他們目前所做的，其實都是一場未知結果的實驗。高建就坦言當下仍有很多路要走，現時只能集中做好 LikeCoin 的應用；張在訪問中更多次笑言平台會隨時「無得做」。



許佳龍，科大資訊、商業統計及營運管理學系系主任及講座教授，主力研究金融科技和電子商貿。

專家許佳龍教授的觀點就更現實，他認為現在的 ICO 賣到成行成市，但很多代幣其實只是賣概念，能否成真仍屬未知數。情形就像 90 年代尾的科網股泡沫，當年有九成在創業板上市的公司最後都倒閉收場，他直言：「我相信有好多 (coin) 都一定不會成功。」

不過教授也沒有完全扼殺我們的希望，他提到在科網泡沫中倖存下來的公司，現在正正是業界的龍頭大佬，如 Google、Netflix 和 Amazon 等。所以，沒有水晶球，何人能說準誰勝誰敗？

投資涉及風險，價格可升可跌，本是尋常道理，但如有人肯為理想投資而甘於冒上風險，我們也應該感到慶幸。

但願世上不止好歌有好報，也要好心有好報。

# 可支援內容生產者的平台

獲得資訊後，若不想只是派「死」，互聯網上仍有不同平台可讓你直接支援創作者，想有實際行動，不妨參考下表：

## 香港平台

平台	平台類型和對象	參與方式	平台收費
<b>Fringebacker</b> www.fringebacker.com	以本地項目為主，如慈善、出版和創業的眾籌平台	支持者可直接捐款，支持心儀項目，項目提出者須完成眾籌目標金額才能收款	籌款額的 5%
<b>Umadx</b> www.umadx.com	主要為本地體育和音樂、出版等提供眾籌服務	同上	籌款額的若干百分比
<b>Dreamna</b> www.dreamna.com	主要為本地體育、音樂和科技創作項目提供眾籌服務	支持者除了捐款，亦可為相關計劃做義工	籌款額的 5% 或直接收取 \$1,000
<b>出一點 Chapter One</b> http://chl.hk/	主要為書籍出版提供眾籌服務	讀者可按作者不同的回禮方式，決定資助金額	贊助金額扣除製作成本後之 40%
<b>Penana</b> www.penana.com	讓作者發佈文章及小說的收費平台	用戶最低可付出 20 港元訂閱一本書籍	未有資料

## 中國國內或外國平台

<b>Kickstarter</b> www.kickstarter.com	為創意專案，如電影、音樂和漫畫提供眾籌的美國平台	支持者可直接捐款，支持心儀項目，項目提出者須完成眾籌目標金額才能收款	籌款額的 5%
<b>Indiegogo</b> www.indiegogo.com	為任何新意念、慈善活動和創業項目提供服務	設有無限期限眾籌計劃，公眾可永久支持某獲選項目	籌款額的 5%
<b>Patreon</b> www.patreon.com	為創意作品，如電影、音樂和漫畫等眾籌	設有不同級別的月費計劃，可供支持，不同級別有不同閱讀權限	籌款額的 5%
<b>Bandcamp</b> www.bandcamp.com	美國網絡音樂銷售平台	平台設有試聽服務，聽眾可直接購買歌曲	銷售收益的 10-15%
<b>SOSreader</b> www.sosreader.com	台灣集資訂閱文章或書籍的平台	眾眾可訂閱「出版專題」成為讀者，支持作者	讀者訂閱費用 的 20%
<b>Medium</b> www.medium.com	收費的部落格發布平台	讀者可參與 5 美元的月費或 50 美元的年費計劃	會費收益按會員的參與度如「拍手數」，分錢給作者。
<b>簡書</b> www.jianshu.com	國內的網上創作社區，以文章、畫作及攝影等作品為主	用戶可直接打賞創作人	收益的若干百分比