

A14
立會補選投票率43%



A17
人大修憲近全票通過



至激 STEM Sir 栽培幼苗 以國創科土壤移植香港

香港人陳岡毅 (Joe) 形容自己辦的STEM教育 (科學、技術、工程和數學)「好靚線」,例如安排學生到且夕禍福難料的以色列遊學、在沙漠跑步。他更與以色列理工學院洽談條件,扶植港產小企業家研究頂尖發明。他絞盡腦汁栽培幼苗,只為在香港耕耘富創造力的土壤。

撰文、採訪:蕭登盈

陳岡毅原本從事廣告,十多年前在內地華南經營電子製造生意。由於要引入不同科技產品,不時要到以色列,見識到該國創新的成功。以色列長年與巴勒斯坦對峙,民眾生命朝不保夕,反激發起這個民族的生存意志和創新鬥心。

以色列政府持續投入巨額教育經費,悉心布局經營創科生態圈。陳岡毅說:「每個人都了解創新的重要性,初創有認受性,國民全情投入,出產無數領先世界的創科產品。」

3大範疇認識生態圈

對於以色列的傳奇,陳岡毅迷醉不已,「還記得首次在以色列駕車,住在當地的一位阿拉伯人帶路找加油站。離開加油站時,對方不放心,還在等我。那一刻我真的呆住,這就是他們的文化——樂於幫助別人,但不會代勞。因為他們深信,自己問題,必須自己動手解決。」

約6年前,特區政府推行電子教科書市場開拓計劃,陳岡毅打算從以色列引入電子書版權管理系統,惟不堪傳統書商的反對壓力,加上學校反應冷淡,電子書市場的前景很不明朗。他大感無奈,只好擱下大計,苦笑:「原來教育世界這麼複雜。」

本港抗拒科技轉型的氛圍,創科不獲認受,但陳岡毅未有放棄。約兩年前,他開辦STEM種子計劃,向中小學提供課程,「我們有個理想,希望能播下種子,學校只需報名一次,就會自行創造STEM話題,永遠不用回來(再尋求協助)」。

該計劃通過3個範疇的項目,包括創造力課程、外展交流及基地活動,把學生連接到不同的創科生態圈環節,栽培有潛質的學生創業。陳岡毅寄望:「即使他們將來做藝術家,亦不會被科技嚇倒及控制,能判斷什麼技術有應用價值。」

香港學生常被指不夠獨立、脆弱,習慣生活安穩和缺乏鬥心,陳岡毅對這類評價不以為然,「見過他們打機沒有?反應多快!他不予理睬,只是你的見解不夠貼地。別向他們說BB話,若把他們當成年人,潛能大到無法想像,學生需要的是刺激和信任。」

說教要身體力行

2016年,陳岡毅帶領13名中一至中五學生到以色列遊學,參觀愛因斯坦有份創辦,曾出產3名諾貝爾獎教授的以色列理工學院(簡稱Technion),跟一眾學生在沙漠跑了12公里。出乎意料,沒人投訴辛苦,只



陳岡毅(右)坦言,不希望將馮旨瑋(左)捧做明星。(被訪者提供圖片)

問:「跑步前無早餐?」

以色列逾半土地是沙漠,年均降雨量僅約300毫米,按理不可能種到農產品。惟當地人不向命運屈服,憑着勇於挑戰,不怕輸的精神,研發出獨步全球的滴灌技術(Drip Irrigation),能精準地控制漏水量,以最少水源灌溉最多農產品,現時糧食不但夠自用,更可輸出剩餘蔬菜,為國家帶來額外收入。

看到一條條附有出水孔的黑色管子貫穿農田,藉着水壓變化,直接把水和肥料輸送到植物根部,學生莫不興奮大笑。有什麼比活生生的有趣例子更能引起莘莘學子興趣?

學員中不乏優異的小發明家,像15歲的馮旨瑋(Jordan),早在9歲已經創業,2016年憑自創品牌PEDOSA物聯網技術,勇奪聯合國世界訊息峰會全球最高級別青年大獎。

去年底在STEM SEED種子計劃的推薦下, Jordan入選以色列Haifa TeenTech國際人才啟導計劃,接受諾貝爾獎教授 Avram Hershko 委派

的挑戰,幾天內與團隊開發出 Aqua Hero淨水機械人。

大學破格配合港優異生

雖然產品和經營模式只具雛型,其願景卻偉大,如為非洲窮困村落收集污水數據,解決淨化食水的問題,贏得評刊讚賞,最終 Jordan以中四學生的身份,獲頒以色列理工學院榮譽大學獎學金。

獎學金有多少,會入讀哪個學科,全部都是未知數。在陳岡毅眼中,創新就是這個意思,「這是我們跟以色列人合作的藝術,現階段特意不說清楚條件。Jordan到當地升學,以色列方面可能引進他的研發,當中不少洽商餘地。」負責以色列理工學院,學科均以希伯來語(Hebrew)授課。幸運的是,學院為吸納頂尖人才,願意花時間跟 Jordan 商討折衷方法,幫助他入讀。陳岡毅坦言,「願意陪着瘋,為人才設計破格的合作方式。以色列這樣的土壤,香港真應該學習。」

二次創作抑或二次抄襲



科網人語

近年社交媒體大行其道,發展勢不可擋,某些傳統媒體開始走下坡,能夠變通的便開始兼做數碼媒體(即新媒體),甚至有些公司完全放棄傳統媒體。為何大家對數碼媒體趨之若鶩?皆因傳統媒體的經營手法往往開支非常龐大,而收入主要是依賴不能互動的廣告。

當然,傳統媒體的廣告仍然有一定的客戶,但是互動廣告有龐大數據庫支持,且費用看似比傳統廣告更有經濟效益,所以近幾年互動廣告與傳統廣告的使用比例出現此消彼長情況。

分享內容多靠複製

看到很多傳媒朋友也跑出來自行經營數碼媒體,我覺得這是一個好的開始,不過我發現部分公司,無論小規模抑或大企業,他們在社交媒體上分享的文章、照片或者影片,很多時都是複製別人的,不管有沒有記載出處,感覺就好像盜版一樣。可能大家在自己私人賬號的社交媒體也有同樣的習慣,但在商業社會,倘若自己也是經營數碼媒體,一旦發現努力創作的文章、照片或影片被人隨手盜用的話,必定氣憤,甚至會考慮採取法律行動。

我非常支持及鼓勵二次創作,但是盜版和二次創作根本是兩碼子的事,甚至有些媒體會抄襲其他媒體抄襲得來的網上內容,真可說是「三次抄襲」。

此舉或許會令經營數碼媒體的開支減少,但是作為傳媒的一分子,這樣做過得了自己的道德底線嗎?我記得有位數碼媒體的負責人講過,他們的二次創作都是有付版權費的,說得夠明白了嗎?我非常尊敬有創意的媒體,不論是傳統媒體,還是數碼媒體,但前提是不要抄襲。

方保僑

香港互動市務商會會長