

研究摘要

數字顯示，至 2019 年¹，全球使用社交媒體人數已超過 28 億；最多人使用的社交媒體，首三項分別是 Facebook、YouTube，以及 WhatsApp²。香港方面，目前全港約有 580 萬名活躍社交媒體用戶，佔整體人口 78%³。

各地不少政府亦使用社交媒體。有論者認為，政府應用社交媒體，能讓政府更便捷地傳播公共和施政訊息，以及促進與公眾互動等效果。政府如在這方面運用得宜，從解釋政策及加強與市民聯繫等角度考量，相信對管治工作有裨益。

在本港，特區政府亦有不少運用社交媒體的例子。在 2008 年政府施政報告中，時任行政長官提到，隨新媒體的發展，市民踴躍在網上發表意見，政府會更主動吸納互聯網上的民意。2018 年，當局就施政報告增設新的收集意見方式，市民可在行政長官 Facebook 專頁或 Instagram 等社交媒體上留言。

然而，從觀察所見，特區政府使用社交媒體，通常惹來「嘮嘮」多於帶來「讚好」的情況。至於能否藉此達到傳遞政府訊息等效果，當局則較少主動進行討論。而近年發生的連串社會事件，當局透過社交媒體掌握民情及處理危機等方面的表現，亦引起外界關注。

特區政府運用社交媒體已有十年；上述情況，難免令社會思考特區政府在應用社交媒體方面能否達到良好效果，而當中所存著的問題和挑戰等，亦是值得留意的課題。

本研究嘗試了解香港青年對特區政府運用社交媒體的觀感與評價，並借鑒部分海外地方有關方面經驗，以及從專家和學者等角度，冀就促進特區政府善用社交媒體，提出可行建議。

是項研究於 2020 年 2 月至 4 月期間，透過幾方面蒐集資料，包括文獻參考、青年網上意見調查，共訪問了 1,028 名 15 至 34 歲青年，以及 4 位熟悉新聞傳播以及特區政府應用社交媒體概況的專家和學者。

¹ Statista. (2019). Number of social network users worldwide from 2010 to 2021.

² Statista. (2019). Most popular social networks worldwide as of October 2019, ranked by number of active users.

³ We Are Social & Hootsuite. (2019). Digital 2019: Global Digital Overview.

主要討論

1. 特區政府需以開放和積極態度，發揮社交媒體對管治工作應有功能。

社交媒體提供快速和廣泛傳遞訊息和資訊渠道。然而，綜合海外相關數據及是項研究受訪專家和學者的觀點，政府運用社交媒體仍面對一些局限，例如安排決定需逐級經上層批核、大部分資訊傾向用較多文字闡明，以及以保守方式表達意念等。

是項研究顯示，在 1,028 名 15-34 歲接受網上意見調查的青年中，絕大部分(952 名)在社交媒體上曾透過不同渠道接觸特區政府資訊，當中有明顯比例認為，特區政府在社交媒體上的資訊更新不夠快(55.9%)，或所發帖文欠吸引(77.0%)。

儘管政府透過此渠道發放訊息的速度和創意度等方面仍存有局限，加上社交媒體經常給特區政府帶來「髒髒」的尷尬局面，或會令當局對進一步使用社交媒體卻步；惟面對這大趨勢，特區政府需克服對使用社交媒體的擔憂，並以積極的態度，持續運用社交媒體，配合人才吸納，發揮社交媒體對管治工作應有的功能。

2. 特區政府應用社交媒體缺乏全盤策略；有關當局所開設專頁的資訊不足，專頁整體表現數據的透明度亦不理想。

特區政府自曾蔭權政府時代逐步走進社交媒體世界。惟從是項研究就當局有關方面進行網上資料搜尋和電郵查詢結果，以及受訪專家意見綜合分析所理解，特區政府這方面迄今仍然缺乏全盤策略；而有關所開設專頁的資訊，以及專頁整體表現數據的透明度，出現兩大問題，包括：

2.1 有關專頁開設的資訊不足。

是項研究經查詢後得悉，「香港政府一站通」曾提供有關各政策局及部門所開設社交媒體專頁的連結網頁，近年停止運作。研究亦觀察到，各政策局及部門官方網頁提供有關其社交媒體連結或圖示等資料的位置或方式各有不同；訪客在搜尋相關資料時，或會有遺漏。

公眾如欲聯繫當局的專頁，在瀏覽個別官方網頁外，或需自行到不同社交媒體平台進行搜尋。不過，由於專頁名稱不一定與局方、局長

或部門名稱相同，用戶於進行相關搜尋時，或需花一些時間。

2.2 有關專頁整體表現數據的透明度不理想。

是項研究經查詢後得悉，政府「資料一線通」網站內所存載的公共資料，目前沒有提供有關各政策局及部門應用社交媒體成效的數據。

市民如欲對當局應用社交媒體成效數據作進一步了解，例如發帖量及互動率等，在目前情況下，缺乏直接途徑；對有關成效亦難以進行有力度監察。

特區政府運用社交媒體接近十年。當局應就有關工作進行檢視，並從整體發展方向作出規劃，彰顯當局對應用社交媒體的重視；另一方面加強所開設專頁，以及其表現數據的透明度，讓部門在資訊推廣及質素提升方面發揮更大影響力。

3. 特區政府需積極實踐社交媒體互動和回應特色，透過民意吸納和政策解說，提升施政素質。

3.1 兩成九受訪青年認為，特區政府能夠有效運用社交媒體，會增加他們對公共政策的意見表達。但受訪青年對當局以此渠道掌握民情表現所給平均分，遠低於 5 分合格線。

特區政府曾表示，當局會按部就班探索運用社交媒體平台，以進一步分享官員的工作和聽取民意。是項研究顯示，在所有 1,028 名受訪青年中，兩成九(29.2%)認為，特區政府能夠有效運用社交媒體，會增加他們對公共政策的意見表達；有相若比例(29.3%)直言對透過此渠道與特區政府接觸的最大期望，是得到當局的回應。

然而，對於曾於社交媒體上接觸有關特區政府資訊的 952 名受訪青年，他們認為當局以社交媒體作為提供公眾參與平台的表現，平均分只有 2.09 分(由 0-10 分，10 為最高計算)，低於是項研究所設定 5 分合格線。他們認為當局以此渠道掌握民情的表現更差，平均分只給 1.53 分；近七成(69.2%)更認為，特區政府應用社交媒體停留資訊發放，缺乏互動。

3.2 不少受訪青年關注特區政府有關勞工、福利、房屋及教育等議題的帖文；惟受訪青年認為當局透過社交媒體解釋政策表現不理想。

在整體受訪青年中，有相當比例關注特區政府有關勞工／福利(48.5%)、房屋(37.3%)，以及教育(32.3%)等議題的帖文；接近四成(39.4%)表示，當局能夠有效運用社交媒體，會增加他們對特區政府決策的認識。不過，上述 900 多名受訪青年認為當局以此渠道解釋政策的表現不理想，平均分只有 2.35 分，同樣低於 5 分合格水平。

解釋政策是主要官員重要工作部分。青年對透過社交媒體接收不同社會議題資訊，以及認識政府決策抱開放態度；特區政府，尤其是主要官員應加強在社交媒體發布政策議題的解釋能力，爭取年輕一代對當局政策的認識。

4. 特區政府用作以正視聽相關專頁和短片的傳播力有待提升；受訪青年對當局有關方面表現評價亦有相當保留。

是項研究顯示，對於曾在社交媒體上接觸特區政府資訊的 952 名受訪青年，他們對當局透過此渠道澄清失實資訊的表現評價有相當保留，平均分只給 1.97 分，明顯低於 5 分合格線。

是項研究亦發現，特區政府用作以正視聽的專頁「添馬台 Tamar Talk」，其追蹤人數迄今(即專頁運作三個月後)只有約 1.6 萬。多條用作闢謠為主的「睇真 D·知多 D」短片，其在當局 Facebook 專頁播放三個多月以來，每條短片的平均收看次數還不到 2 萬次；每條短片在 YouTube 及 Instagram 專頁的收看次數平均約 1,000 次。

此外，是項研究亦留意到，在 Facebook 平台上，部分政策局及部門專頁名稱的旁邊，沒有顯示經認證的藍別驗證徽章(以協助用戶透過驗證徽章得知該與公共利益相關的專頁或個人帳號為真實身份)。

本港使用社交媒體人數以百萬計，當局近年用作澄清所設專頁及相關資訊的傳播力等表現，有待提升；而個別政策局及部門在協助公眾分辨其專頁真假方面的工作亦有改善空間。就如何在充斥著資訊失實的社交媒體中，能夠通過科技向社會快速和廣泛地傳遞準確資訊，並取得市民的信心，是特區政府應用社交媒體的其中重大挑戰。

5. 近年特區政府信任度持續偏低，社交媒體容易成為市民對當局表達不滿的其中渠道。特區政府須正視其管治表現，逐步建立信任。

綜合坊間多項調查結果，近年特區政府信任度持續偏低。有受訪專家和學者認為，社交媒體容易成為市民對當局表達不滿的其中渠道。

香港社會所積累的深層次問題，近年陸續浮現。另一方面，近年連串社會事件，對特區政府與市民之間的信任關係造成進一步衝擊。特區政府須正視和改善其管治工作，並透過具體政績，逐步建立市民對政府的信任。

值得一提的是，近年海外不少政府領袖人物著力經營其個人專頁，善用社交媒體人性化接觸特色，冀拉近與市民的距離。

受訪青年認為當局在社交媒體上塑造形象的表現不合格(平均分只有 1.68 分)。從積極角度，上述其他地方政府領袖人物有關方面的做法，對目前特區政府，尤其主要官員而言，或許帶來一些啟示。

建 議

基於上述結果及討論，本研究循促進特區政府善用社交媒體方向，包括資訊雙向傳遞及促進與市民溝通等，作出如下建議：

1. 檢視特區政府運用社交媒體工作，並制訂全盤策略，發揮社交媒體對政府管治良好效果。

特區政府走進社交媒體世界已有十年。研究建議特區政府檢視其過去使用社交媒體的工作，並釐定關鍵績效指標；另方面以前瞻視野，就整體特區政府應用社交媒體目標、資源投放，人力培育，以及階段發展等範疇，制訂全盤策略。

有關檢視工作，研究建議可由隸屬於行政長官的政策創新與統籌辦事處牽頭，從創新和跨部門協作角度，相信能較順利展開相關工作。

2. 設立一站式特區政府社交媒體專頁資訊平台，便利市民尋找有關專頁，促進當局與公眾的聯繫。

近年，不少政策局及部門陸續於社交媒體上開設帳號。研究建議特區政府設立一站式政府社交媒體專頁資訊平台；資訊內容主要包括各政策局及部門開設社交媒體專頁的名稱、連結或圖示，以及有關專頁運作表現的相關數據，例如發帖量及互動率等，一方面便利市民尋找有關專頁，另一方面提升專頁整體成效數據的透明度。

3. 從形式及內容等層面，強化特區政府專頁的互動效果。

特區政府應用社交媒體表現被評為缺乏互動、帖文欠吸引，而整體形象建立效果更是亟待改善。研究建議強化特區政府專頁的互動元素，主要包括：

- 3.1 特區政府主要官員在主流社交媒體平台上開設個人專頁，透過平台人性化交流氛圍及時限動態帖文等，開拓官員與市民互動的空間。

- 3.2 政策局及部門積極舉辦網上互動，例如邀請社會具影響力或社群意見領袖等人士進行互動、參與網絡挑戰活動 (**Challenge**)，以及設計標誌式吉祥物等，增加專頁及帖子的傳播力和吸引力。

4. 增設社交媒體專門職位和實習崗位等，提升專頁的表現水平。

研究建議特區政府各政策局及部門增設社交媒體專門職位和實習崗位，並釋放空間，例如讓政府內年輕人員更多參與管理社交平台，透過人才吸納，以及讓年輕一代發揮創意，提升部門專頁的表現水平。

5. 持續透過社交媒體提供準確資訊，逐步重建市民對政府的信任。

研究建議特區政府善用當局擁用最堅實的資訊和數據，透過社交媒體接觸面廣及多媒體運用的優勢，主動和持續進行解說，增加市民有關方面的認識，另一方面消除公眾對當局施政不必要的誤解或疑慮，為政府信任度提供穩健基礎。