

這些年，選管會還是追不上新媒體

今屆區議會選舉終在一片爭議聲中落幕。各大小黨派的政見南轅北轍，但他們卻在同一個問題上罕有地一致——他們不約而同地認為，官方最新的針對Facebook(下稱fb)和Twitter的選舉規管實屬「騎呢」荒謬。有網民甚至指責選舉管理委員會(Electoral Affairs Commission, 下稱選管會或EAC)對社交媒體的新規管令這次選舉的氣氛非常冷淡，要為年輕選民冷漠對待今次區選負上部份責任。

EAC對新電子媒介的態度，是否真的如網民所形容的那樣逆勢而行、那樣「EAC」—E-ignorant(對互聯網時代的發展無知)、Absurd(無稽)和充滿著Century-old mindset(欠缺彈性的舊思維)呢？其他民主地區的選舉管理機構在面對同樣問題時，又會如何做到與時俱進，朝向Facebook-age、Twitter-age順勢而行呢？

Facebook網民「Dislike」選管會，皆因一個「Like」也要報！

今屆區議會候選人比往年更趨年輕，不少候選人的年齡都是介乎20至40歲。但救世軍的一項調查卻發現，在受訪的450名「八、九十後」青少年當中，居然只有18.5%表示關注今屆區選，比例之小實在令人咋舌！而當許多研究都證實，現今大多數「八、九十後」都是從網上(尤其是社交網站)接收政治資訊時，我們實不能低估Facebook在傳遞選舉資訊方面的影響力。去年，英國牛津大學Reuters Institute for the Study of Journalism的調查便發現，多達97%受訪的18-24歲年輕人都在去年英國大選期間使用fb接收選舉資訊，而他們卻都甚少接觸印刷媒體和收聽電台。至於香港，fb眾多的登記用戶中，當然包括不少選民和希望與選民在網上溝通的候選人。

「一個like就要報，選管會走火入魔……」、「Dislike選管會」，這些都是本地fb青年用戶設計的抗議口號。事緣選管會於區選開戰前提出，如果候選人在fb上「like」別人的評語(comment)或者留言，因有機會歸類為選舉廣告，所以所有候選人每天都需向選舉主任申報他們的fb更新。但不少fb用戶均認為，選管

會此項規定很荒誕，根本是以傳統方式去管理新的平台。有選民更在網上討論區形容選管會的做法擾民：「他們根本搞不清traditional media跟social media的分別…like一次又計，最初仲話俾人share又計，遲啲容乜易畀人tag都計，其實選管會係咪無嘢做？」難怪當選管會要求今屆區選的候選人在fb有任何動態更新或留言亦需每日申報時，會引來候選人和選民的強烈迴響。

整個爭論的核心，在於選管會認為候選人使用fb可以直接接觸到選民，而且fb內容具宣傳成份，因此選管會將fb更新視之為選舉廣告並要求申報。那麼，我們要問：fb是否應被視為競選廣告？在此問題上，我們或許可參考其他民主地區的經驗。

上月，加拿大的安大略省進行了省議會選舉。他們的選舉管理機構(Elections Ontario)就此問題作出了清楚的區分：「Facebook pages (and their updates) are generally not political advertising when they are maintained in a personal capacity.」(Elections Ontario (2011). *Social Media and the Election Finances Act*)言下之意，在fb發佈每一個留言、作出每一則更新，只要是屬於個人層面，一般都不會被視作政治廣告，因而無需向選管機構遞交書面文本。

按此原則，如果候選人在朋友的fb版面留言說一句「生日快樂」，並無需要申報。可是在香港，當筆者向選管會查問，如果候選人在fb留言說聲「Happy Birthday」是否需要申報時，選管會無法清楚答覆，而只用官腔回應：「當fb的留言是為了促使或阻礙候選人在選舉中當選，即屬選舉廣告，需作書面申報。」筆者追問：「其實『生日快樂』只是一句普通祝賀語(何況那位fb朋友是外國人而非香港選民)，並非政治廣告，你們可否清晰說明這情況是否可予豁免？」選管會職員的答覆卻只是重複上面那段話，並建議候選人在有需要時徵詢法律意見。這種僵化、繁瑣的處理手法，實叫人啼笑皆非。事實上，由於今屆區選的網上宣傳指引甚為模糊，令人無所適從，部份候選

人乾脆關閉一直使用的fb頁面，以避免申報fb而產生的額外行政工作。

其實，不少區選候選人都面臨選舉經費緊絀的問題。他們都希望透過fb這個免費的平台跟選民多作互動溝通。而且，在fb互相留言、互相「like」對方亦屬個人私事。但如今，在選管會的規管下，連說句「生日快樂」都要上報，這樣的公共政策確實擾民。

筆者認為，選管會只要清楚界定甚麼是選舉廣告，候選人自會按照規定，規範自己與選民的溝通方式。與此相反，如果選管會武斷且籠統地回覆筆者說「如果在fb『like』了別人，like了的那一段文字必須一字不漏整段copy一次，以書面文本方式送交選舉主任」，選管會無疑是在向網民傳達「封殺fb選舉宣傳」的信息。事實上，選管會此舉確實打擊了網民的選舉熱情，也讓每天使用fb的年青人無從接收區選資訊。

Twitter帳戶是免費使用，選管會都要計選舉經費？

對於經常使用Twitter的區選候選人來說，選管會的做法其實與封殺fb宣傳的情況差不多，某程度上是在阻止候選人使用Twitter！如果候選人想利用Twitter宣傳落區活動，選管會同樣要求申報社交網站的一切變動。由於Twitter的即時性強，推友發tweet的次數相對頻密，所以筆者亦向選管會查問，當Twitter出現更新時，候選人應如何及時、準確地申報。選管會竟回覆說，申報Twitter方面，候選人要將有關發tweet的頁面「Print Screen」，並列印一式兩份呈交選舉主任。事實上，推友每天發三、四十則tweet是非常正常的，在此情況下，選管會提出的「Print Screen + 列印」的上報方法，實際操作中浪費紙張，造成行政資源的巨大浪費。這樣的規管政策無疑與Twitter-age嚴重脫節，難怪有推友質疑：「究竟選管會有無用過Twitter？」

另一方面，Twitter帳戶是免費使用，不涉及選舉開支。那麼，運作這樣的零成本的平台，候選人又應如何計算選舉經費呢？有勤於

發tweet的候選人便向筆者說，他會考慮向選舉主任申報上網費！



在此問題上，我們可以借鑒加拿大的經驗。加拿大不同省份的選管機構所訂定的指引大都清晰說明，如果候選人所發的tweet並非由受薪寫手（paid writers）有組織、有計劃地發放（an orchestrated/ coordinated Twitter campaign）的話，便不涉及選舉經費。這樣的規管條文清楚地區分和界定了使用Twitter產生的競選經費問題。

香港的選管會確實要認真參考其他民主地區的「Twitter經驗」，減少模糊不清的指示和因此可能在競選活動中產生的灰色地帶，從而令候選人不會削足就履，乾脆停用這個能觸及社會各個階層、高效率的免費平台。

「Downloadable Campaigns」的年代已來臨，選管會準備好未？

今屆區選終於曲終人散。選管會今年規管Facebook、Twitter的措施讓選舉變得更公平，還是更擾民？這問題有待政黨與公眾更廣泛的討論和學界深入研究。

除了Facebook、Twitter之外，其他民主社會的政黨及候選人還在競選活動中推出iPhone app、Android app、專供iPad使用的app、iTunes版的網上居民大會、e-suggestion box等等，藉此拉近與選民的距離。對已經使用了這些網絡新技術的選民及政黨來說，一個「Downloadable Campaigns」的年代已經來臨了。

香港明年踏入選舉年，春、秋兩季的特首選舉和立法會選舉各有一番龍爭虎鬥。在此，筆者借用一句出自專門關注選舉新聞的外國記者朋友的說話，寄語選管會：「Social media is front and centre in elections nowadays.」衷心希望選管會明年「不會太EAC—E-ignorant、Absurd 和充滿著 Century-old mindset」。

李家豪

耀中社區書院國際傳播系系主任

相片提供：樹仁大學《說·在線》新聞網