警隊與社交媒體

社交媒體日漸普及，大家只需透過智能電話或電腦便可在社交媒體註冊帳戶。截至 2016 年 12 月，社交媒體 Facebook 已經擁有 12.3 億每日活躍用戶[1]，代表每天地球上，都有超過七分之一人登入 Facebook。社交媒體所接觸的人數比歷史上任何一種媒體都有過之而無不及。因此，無論商業機構還是政府部門，都紛紛在社交媒體開設帳戶，與大眾建立溝通渠道。

有見及此，香港政府部門亦緊貼潮流，在 Facebook 註冊專頁。2015 年 10 月 5 日，香港警務處開設「香港警察 Hong Kong Police」Facebook 專頁，成為首個註冊的紀律部隊。2016 年 11 月 17 日，香港警務處再在另一社交媒體 Instagram 上註冊「hongkongpoliceforce」帳戶，全面進入社交媒體，增加與市民交流。警隊推出 Instagram 帳戶後，於 2016 年 11 月及 2017 年 2 月，警隊內部部門，其他政府部門，與學術界進行過兩場數百人的大型研討會，牽涉到警隊社交媒體的運用的討論上。

制定社交媒體使用目的

香港警務處為政府部門，使用社交媒體的目的與商業機構或有不同。紀律部隊的特殊工作性質，又與一般行政部門，有所區別。

商業機構透過建立專頁或帳戶，連繫大眾及融入受眾當中，推廣公司形象、產品或服務，最後希望說服社交媒體用戶，進行交易，從而增加收入[2]。但是，政府部門使用社交媒體的目的，或有不同。警隊不會直接由社交媒體用戶手上獲得利潤，因此商界所採用以「推銷為主」的方法，並不適合警隊。

警隊使用社交媒體的目的，可以分為四方面[3]，包括：

1. 通過互相交流，建立可靠的關係和社區從屬感；
2. 提高在社區中的聲譽；
3. 提供一個讓人們提問的論壇和向公眾提供有用而平日不常分享的資訊；及

[1] http://newsroom.fb.com/company-info/
[2] Social Media Use by Governments: A Policy Primer to Discuss Trends, Identify Policy Opportunities and Guide Decision Makers. OECD Working Papers on Public Governance. 26. OECD Publishing, Paris. http://dx.doi.org/10.1787/5jxrcmghmk0s-en
[3] https://www.policeone.com/social-media-for-cops/articles/6250205-4-ways-social-media-can-help-police-departments/

4. 通過將資訊迅速傳播，更有效保護社區。例如幫助抓住嫌疑犯及尋找失踪人仕等。

因應社交媒體的特性，警隊可以[4]：

1. 建立可信關係；
2. 進一步管理警隊聲譽；
3. 提供回應訴求渠道；
4. 令消息快速傳播；
5. 取得嫌疑犯資料；
6. 防止罪行；及
7. 提高透明度。

綜合以上所述，以及其他參考文獻[5]，我們總結並建議警隊使用社交媒體的目的有三：一、增加權威性；二、提高查案辦案效率；三、增加市民參與度。只要目標明確，香港警隊便可有效地制定行動策略，再決定應製作的內容，善用社交媒體，達至目標。

根據目的，制定社交媒體策略

為達至增加權威性、提高查案辦案效率及增加市民參與度三個目的，我們提議警隊從以下社交媒體特性入手，制定未來使用社交媒體策略。

1. 打破時地隔閡

在互聯網發展下，人與人之間的溝通延遲時間愈來愈短。社交媒體更將溝通速度推向極致，讓用戶可以即時發放訊息和與其他用戶溝通。在突發事件中，警隊可以透過社交媒體發放即時資訊，讓一眾關心突發事件的社交媒體用戶得到可靠的第一手資料，從而提高自身權威性。港鐵尖沙咀站縱火事件，便是其中一例 (如下圖，擷取自香港警務處 Facebook 專頁)。

[4] http://www.newsmax.com/FastFeatures/police-social-media/2015/07/02/id/653310/

[5] https://www.linkedin.com/pulse/impact-social-media-police-organization-challenges-face-thongjeen

社交媒體的即時性亦有助提高查案辦案效率，在罪案發生後警隊可以在社交媒體上發出通緝資訊，邀請市民協助。當警隊在社交媒體發放資訊時，市民的即時回應更可以令警隊第一時間初步了解市民對事件想法。

而且社交媒體上並不存在地域隔閡問題，所以每一個公開帖文理論上都可以傳遞到所有用戶手中。警隊可借助社交媒體的跨地域性來面向世界，將香港警隊權威性宣揚海外，例如邀請來自少數族裔的警察作訪問，帶出香港警隊的公平公正形象。社交媒體亦可以令警方調查案件時受地域所限的難度減低，以及有助警隊得知海外港人的想法。

2. 資訊碎片化

社交媒體的用戶，頻繁交流，分享，轉發。但內容轉發，很多時只是訊息的部份，更夾雜著個人意見，以致產生不少誤會或偏頗言論。而且，每一個用戶，在自己個人頁面發布分享，儼如一個一個自媒體，影響力不可小看。警隊擁有自己的社交媒體，就可完整發布資訊。用者用戶，收到任何發布消息，想進一步搜尋的話，警隊的社交媒體，便成了重要的完整訊息來源。有人以為實質資訊沉悶，為迎合社交媒體、網絡群組、或年輕人，只建議擺放輕鬆、攪笑、沒有實際內容的帖文，這可能是天大的誤會了。從網絡使用行為來分析，主要是以搜尋方式找資料，稱為 SEO (Search Engine Optimization)。要有資料，要讓社交媒體用戶找得到，才可主導資訊流動。

3. 私人傳播頻道

社交媒體讓所有用戶都可以廣播自己所見所聞，因此每人的帳戶都成為他們自己的私人傳播頻道，香港警隊當然可以利用這一點來達到增加權威性、提高查案辦案效率及了解市民想法的目的。但同時亦要尊重每個用戶的社交媒體運用，就如大家尊重傳媒的獨立性一樣，尊重他們的想法。

用戶可以透過多媒體應用，令社交媒體內容更豐富，從而吸引更多人讚好及追蹤專頁。但社交媒體的多媒體應用卻是一把雙面刃，一方面可以令內容更吸引，提升內部士氣，另一方面卻有機會令警員承受更多壓力。因為警

員使用社交媒體難免會將家人及私人照片上載及公開個人資料，如果這些資料讓不法之徒得到，對警員及其身邊的人都會造成威脅。

4. 半互動性

社交媒體與廣告不同，並不是一種單向宣傳渠道。警隊應透過社交媒體與市民建立溝通橋樑，通過交流讓市民用自己的私人傳播頻道說出對警隊看法。 通過主動與社交媒體用戶互動，讓用戶投入互動當中，進而產生歸屬感。由日常交流中建立互信關係，最終與警隊共同建立網上社區。 需要注意的是，警隊與社交媒體用戶之間關係並不可能完全平等，因為警隊希望建立有效的警民關係，而不是一般朋友關係。兩者之間存在信息量、地位不對等，這種互動我們稱為「半互動性」(Parasocial interaction)[6]， 就如城中名人與支持者、政客與公眾一樣，兩者之間存在階級及距離。 「半互動性」可以令警方保持市民投入度，建立網上社區之餘，令市民尊重，保持自身的權威性，而毋須建立單對單的朋友關係，也不用為搏用戶一笑而犧牲自身形象。

總結

香港警務處在一年左右註冊了兩個社交媒體帳戶，可見他們正努力尋求與市民溝通渠道。 希望在未來香港警務處可以在社交媒體上繼續縱向發展，在同一個平台，開拓更多不同年齡層的社交媒體帳戶；同時，橫向發展，多開拓不同平台，例如，深受學生歡迎的 Snapchat ，或是中年人士也常使用的 WeChat 等。而運用社交媒體方面，除了要摸著石頭過河之餘，同時亦需要明確機構本身獨特目標，才可以將資源用得其所。

黃子健　　馬偉傑
香港樹仁大學新聞與傳播學系
網絡傳播研究中心 http://www.hksyu.edu/ocrc

4.2017

[6] Rubin, A. M., Perse, E. M., & Powell, R. A. (1985). Loneliness, parasocial interaction, and local television news viewing. *Human Communication Research*, *12*(2), 155-180.