

歐盟雙管齊下規管 凸顯美立法無能

美監管科企不力

社媒無王管主宰輿論



歐盟昨日正式通過《數字服務法》，配合上月通過的《數字市場法》「雙管齊下」，進一步加強對大型科企的監管力度。與此相對照的是，美國至今未有制訂類似的完善法案，被歐盟遠遠拋離。《紐約時報》等美媒分析指出，美國立法程序受制於政治分歧，科企更為維護自身利益大舉進行游說，屢次阻撓有關法案通過。如今許多科企已處於「大得不能倒」的壟斷地位，再出手監管將面臨更大阻礙。

◆美國監管科企不力，民眾在社交平台容易受虛假信息或仇恨言論影響。 網上圖片

◆民眾不滿社交平台未能保護客戶隱私。 資料圖片

美國國會近年多次嘗試立法規管科企及大型社交媒體，但不論是保護私隱、打擊數據洩漏、限制仇恨言論，還是旨在削弱科企獨大的反壟斷法案，都紛紛陷入困境。《紐時》統計顯示在過去25年間，國會僅頒布兩項適用範圍狹窄的科企管控法案，只能保護兒童私隱及清除網絡性交易信息。

兩黨政治角力 科企游說阻立法

分析指出，美國政治分歧一直是立法規管受阻的重要原因。單是對社交媒體內容審核問題，共和黨人多主張不干涉內容審核，以保障言論自由，民主黨人則多數呼籲科企採取更嚴格措施，打擊仇恨言論和不實資訊，雙方共識相當有限。

亞馬遜等借輿論誇大法案影響

即使國會兩黨達成一致，眾多科企為維護自身利益，亦會不斷展開游說，嘗試阻止立法。即使無法阻止法案通過，科企也會嘗試減少法案的規限，將「緊箍咒」的影響降至最低。Facebook母公司Meta便主張推動監管力度較輕的聯邦私隱保護法案，從而讓其凌駕在各州份更嚴格的相應法案之上。

分析還發現，國會議員制訂法案時，或未有全面了解需監管的技術，部分科企藉機利用輿論，誇大法案影響力。為避免一項反壟斷法案在國會通過，限制



◆Facebook創辦人朱克伯格曾就客戶資料被利用事件，出席美國國會聽證會接受質詢。 資料圖片

科企利用旗下平台偏袒自身品牌及服務，亞馬遜和Google便先後借助輿論宣傳，聲稱法案通過會終止亞馬遜的會員計劃，或阻礙在搜索結果中呈現Google地圖。推動法案的民主黨參議員克洛布查爾直言，這些科企的說法非常誇大。

部分議員也指出，由美國國會通過科企監管法案，正是要將監管權力掌握在美國手中，避免影響美國科企的全球主導地位。克洛布查爾便警告稱，科企反對這項反壟斷法案，等同於「讓歐洲制訂監管方案」。共和黨參議員威克也稱，美國科企需要知道自身在遵守國家私隱規範同時保持創新，「美國不能將監管主導權拱手相讓。」

民主黨參議員馬基從1995年起已先後提出十多項法案，希望更好保障青少年私隱安全。然而科企游說團體不斷聲稱這些法案會「窒礙創新」，不少共和黨議員也以「未能平衡企業需求」為由表示反對。馬基坦言，科企巨擘多年來欠缺監管，「他們將數據視作美元，不斷資助說客幫助他們逃避責任，如今我們已經來到了臨界點。」

◆綜合報道

近2000萬元 蘋果首季游說費用創新高

面對美國及其他國家在監管問題上施加更大壓力，美國多間大型科技企業均增加游說開支，其中蘋果公司上周提交的一份監管文件顯示，該公司今年首季花費破紀錄的250萬美元（約1,961萬港元），向美國國會進行游說，打破2017年第二季創下的220萬美元（約1,726萬港元）紀錄，較去年第四季186萬美元（約1,459萬港元）更大幅增加逾34%。

蘋果在文件中披露了針對數十個問題和措施的游說，包括旨在削弱大型科企權力的《開放應用程式市場法案》（Open App Markets Act）。《開放應用程式市場法案》是美國國會正考慮的反壟斷措施之一，並得到民主、共和兩黨支持，該法案將阻止包括蘋果和Google在內的應用程式市場運營商，對自己的產品給予優惠待遇。

Google母公司Alphabet今年第一季的游說支出為296萬美元（約2,322萬港元），較前一季增長34%，但與去年首季持平。微軟上季游說支出為250萬美元，較前季增加2.8%，但較去年同期下降1.9%。

◆綜合報道

哈佛學者：鼓勵爭議提升流量 引發假信息致混亂

議題以提升流量，有時便會導致不實資訊成為焦點，讓沉浸其中的用戶難以辨別真偽。許多科企還與政客合作，帶動輿論走向滿足政治需求，自然不會主動消除虛假信息影響盈利。

平台待情況失控才阻止

分析批評稱，美國科企往往等到仇恨言論和不實資訊大規模擴散，甚至失控引發暴力事件後，才勉強採取措施加以阻止。去年1月國會暴動發生後，Facebook便被揭發未有監管平台上氾濫的

「選舉舞弊」陰謀論。在新冠疫情期間，美國社交媒體更充斥反對新冠疫苗或防疫措施的謠言，最終演變成重大公共衛生危機。

民調機構蓋洛普上月一項民調顯示，美國民眾也普遍擔憂不實信息藉社媒傳播。但分析認為，美國科企巨擘多年來缺乏監管，只有透過媒體批判或公眾壓力才能促使社媒自行監督，加上美國國會政治分歧巨大，預計短期內也難以立法加強審批平台非法內容。

◆綜合報道

全球多地民眾對科企信任度上升 唯獨美加持續下降

面對科技巨擘及旗下社交媒體長年缺乏監管，美國不少民眾都感到失望。美國知名公關公司愛德曼近期公布的本年度信任度調查報告顯示，全球多國民眾對科企信任度上升之際，美國和加拿大民眾的信任度卻持續下降，分別只錄得54%及59%，遠不及韓國的74%，也低於德國、法國及英國等歐洲國家。

調查指出在全球範圍內，科技行業信任度達74%，是最受信任的行業之一，社交媒體信任度則居末席，僅獲得44%受訪者支持。美國只有54%民眾相信科企會作出正確決定，較去年下跌3個百分點，更較2019年大跌19個百分點。在科技行業中備受關注的5G、人工智能（AI）或虛擬實境（VR）等新興領域，美國民眾的信任度也錄得

跌幅，近三分之二民主黨人表示信賴科企，但共和黨人及無黨派人士的比例分別僅49%和50%。

美國新聞網站Axios認為，美國民眾因應社媒虛假信息蔓延，愈來愈不認同科企舉措。調查也說明美國監管機構和立法者正面臨更大壓力，需盡快加強對社媒的監督。

◆綜合報道

歐盟兩項新法案要點

歐盟先後推出《數字市場法》及《數字服務法》加強監管科企，打擊市場壟斷，敦促其積極監管平台非法內容。新法案適用於市值達750億歐元（約6,455億港元）、年營收達75億歐元（約645億港元），並在歐盟擁有至少4,500萬用戶的大型科企。

《數字服務法》	
用戶安全保障	法案禁止根據用戶的宗教信仰、性別或性取向，對用戶進行分類和內容定位。網絡平台需以未成年人能理解的方式解釋其條款和條件，且不得以未成年人為目標進行廣告宣傳。
非法內容審核	法案要求運營方加強審核平台上的非法內容，打擊操縱平台侵犯用戶權利、影響選舉公正性和公共衛生安全等違規行為。
算法信息披露	科企需向客戶展示政治廣告詳細信息，並與監管機構和競爭對手分享特定數據。大型社媒需完成年度風險評估，分享更多決定用戶瀏覽內容的算法資訊。
違規罰款規定	任何違規科企可面臨高達全球全年營業額6%的罰款。科企需支付約0.05%全年營業額，作為歐盟對網絡平台監管費用。
《數字市場法》	
平台公平競爭	科企在旗下平台搜索結果上，不得將自家產品和服務的排名排於其他規模較小的競爭對手前，避免第三方賣家利益受損。
禁止服務網綁	科企不得把名下服務使用方式與社媒網綁，必須便利用戶，方便將個人數據從不同平台之間轉移。
刪除預設程式	應用程式開發商無須通過App Store等指定平台，也可向用戶提供服務，例如Safari瀏覽器等預設安裝程式可由用戶自行刪除。
違規罰款規定	任何違規科企可被罰款，金額最高達全球全年營業額10%。若多次違規，罰款比例將增至20%。

◆綜合報道



◆去年美國會暴動案被指是社媒縱容仇恨言論散播而引起。 資料圖片