

圍繞TikTok的安全爭議與認知作戰

・國防大學共教中心教官 錢尹鑫・

更少，顯見現代群眾對於資訊需求的改變，而TikTok用戶的快速成長，正反映其對於群眾吸引力的特點，分述

如下：

一、初始認知意象極為重要

TikTok的主打特點之一為「短篇即時」，抖音短片內容長度，大多是十五秒左右，因此在極短的時間內，即可明白影片的訴求內容，且民眾耗費一樣的時間就能觀看大量影片，



世界各國對中共網路科技「字節跳動」旗下的抖音 (TikTok)，紛紛表達可能隱藏認知作戰的疑慮【照片取自路透社】。

前言

西元二〇一二年福建省一位程式設計師張一鳴，在北京中關村創立「北京字節跳動科技有限公司」（簡稱「字節跳動」，英文為ByteDance），西元二〇一六年六月發布短影音產品「抖音」APP，西元二〇一七年「字節跳動」以十億美元收購同為短影音社群手機應用程式「Musical.ly」，合併後以「TikTok」為名，推出海外市

場之後，獲得年輕世代歡迎，用戶數量快速成長，西元二〇二二年擁有十億用戶，經美國市調機構「Insider Intelligence」分析表示，去年TikTok的廣告收入已超過Twitter和Snapchat總和，增加兩倍達一百一十億美元以上，西元二〇二一年市值從一百八十七億美元躍升到二〇二二年的五百九十億美元，儼然成為全球應用最廣的社群媒體。

然而，TikTok所帶來的安全爭議也隨之擴散，內含影音與文件也逐漸被提出質疑，而其安全爭議與中共近年遂行的認知作戰，其中關聯更是各國亟欲探討與防範的重點。

TikTok的普遍性與特殊性

根據皮尤研究中心 (Pew Search) 對十三至十七歲的美國青少年進行一項新的調查發現，最受青少年歡迎的社群媒體平臺，大約百分之六十七的青少年表示他們曾經使用過TikTok，其中百分之十六表示他們經常使用它，對比使用Facebook的青少年比例，從百分之七十一下降到百分之三十二，比Instagram和Snapchat的用戶還

TikTok廣告收入料按年增加兩倍 超越Twitter與Snap總和

2022年各大社交平台廣告收入預測*



*研究公司Insider Intelligence估計

據美國市調機構分析，去年TikTok的廣告收入已超過Twitter和Snapchat總和【照片取自Yahoo財經網站】。

獲得更多的資訊或娛樂，相比起以往動輒一至兩小時的傳統影片，在資訊爆炸的時代，即時與快速的特性更能獲得大眾青睞。此外，現代群眾每日處於海量的資訊流之中，鮮少能真正專注於事物始末，而這正好突顯一般群眾注意力時間短、不注重細節等特點，然而也是這些特點，彰顯初始的認知意象極為重要。

二、個性化的自我展現

TikTok的內容早已從音樂創意短片拓展到生活、經濟、商業甚至政治等，種類五花八門，形式包羅萬象。現代群眾社交性低，人際互動冷漠，以往容易受到世俗習慣所壓抑的性格，透過個人私下錄製的影片，外在眼光與社交壓力已非第一考量，再加上不需要大量成本，創建容易的特性，促進群眾上傳影片的動機。因此千奇百怪的創意影片，突顯自我意識強烈、不喜歡被定義及追求個性化的具體展現，成就自我實現的心理需求。

三、過度依賴易受影響

社群媒體的使用，已成為許多青少年日常生活的一部分，他們認為花在社群媒體上的時間是正確的，甚至有大約百分之五十四的美國青少年表示：「很難放棄社群媒體。」群眾透過網路獲得點讚數與留言數，即等同

於他人認可程度，藉以展現自我或尋求慰藉，滿足個人心理所需，因此容易造成過度依賴，同時也容易受到社群媒體的影響，而TikTok對於群眾具有磁吸效應，群眾也自然而然地容易受到TikTok影響。

TikTok的影響與認知作戰

TikTok藉由按讚、分享與留言等動作，透過演算法掌握群眾個別所需



TikTok的安全問題引起諸國廣泛討論，其潛在威脅足以影響群眾認知意識【照片取自LogicallyAnswered網站】。

，並分析「興趣指標」與推薦系統，推薦客製化影片，創造高效的黏著度，同時又以興趣指標所產生的影片，深化影響個人認知思維，從而導致個人缺少「以其他觀點反觀事物」的辨證邏輯，因此容易陷入「同溫層效應」，其次由於TikTok內容涉獵廣泛，不重複推薦內容，加重隱性回饋，無所不包的影片，製作方便簡單，再加上極大的用戶量，透過控制演算法與操控資訊內容，足以在公共事務的領域發揮強大的影響力，進而延伸在國家治理機能宣傳或意識形態傳達領域的重要功能，亦成為影響群眾既有認知的不穩定因素，這正是美國、加拿大、印度、英國和歐盟等國家機構，對TikTok加以限制的根本原因。

當前「認知作戰」在學界尚無明確共識定義，但大致可歸納為一個觀點即是「對於外在刺激瞭解、認識價值觀念與總體意識形態，驅使其一致化的轉換歷程」。群眾認識世界的知識結構，為了維持內在的認知均衡，會採取「同化」與「調適」兩項作為，「同化」是將外界新刺激納入現有認知架構的歷程，而「調適」則是調整現有認知架構以配合外界新刺激的歷程。

一般而言，群眾所認識的世界受

到外在事物的刺激以及本身自我調適的影響，因此要消弭TikTok或社群媒體等受到操作之不穩定因素，排除內外認知作戰手段，便成為各國政府的必要工作，由於TikTok與認知作戰具有高度的融合性與互補性，更加強化個人單一的認知理解，其影響程度更為深入。

根據心理學家亞伯拉罕·盧欽斯（Abraham Luchins）研究發現，第一印象不僅容易被記住，一旦形成就會成為重要判斷標準，影響後續對另一個人的認知與評價，並且長期占據主導地位，他將這種現象稱為「首因效應」（Primacy Effect）。TikTok利用演算系統推薦的每部影片，皆是不斷地加強單一類似影片的「首因效應」，因此TikTok對於認知作戰的影響將更為深遠。

圍繞TikTok的安全問題

TikTok的安全問題，引起諸多國家廣泛討論，無論基於何種立場，其所潛在的安全威脅，確實影響群眾的認知意識，分析如下：

一、追蹤用戶行動，滲透行為慣性

西元二〇二二年七月，澳大利亞網路研究公司「Internet 2.0」分析師說明，TikTok會搜集用戶的位置、使用的具體設備以及設備上還有哪些其

他應用程式等詳細資訊，另一個加拿大研究團體「公民實驗室」（Citizen Lab）也做了一項類似研究，得出結論是「與時下其他流行社群媒體平臺相比，TikTok收集數據，有跟蹤用戶行為」。可見在無形之中，TikTok已開始滲透個人行為慣性，甚至「豢養」用戶認知。

二、透明度不足，存在盜用風險

TikTok在許多國家，愈來愈受到重視及相關部門的安全審查，該程式用戶數據量以及處理數據的方式，令各國紛紛感到憂慮，擔心自身國家用戶的敏感數據，無形中洩漏給中共，甚至認為如果TikTok安裝在關鍵資訊或通訊基礎設施等設備上，將會帶來潛在性安全威脅。對此，TikTok也大動作積極回應，除了在西元二〇二〇年三月宣布在加州洛杉磯開設「透明度中心」（Transparency Center），為媒體及數據隱私、內容審核方面的專家提供導覽參觀，讓外界可全面瞭解TikTok內容審核情形，企圖淡化中資色彩，但仍不免被與中共版本的抖音扣上關聯。

三、充斥虛假訊息，加大認知差距

二〇二二年九月美國媒體監管機構「新聞守門人」（NewsGuard）分析五百四十個TikTok搜尋結果，發現



澳大利亞網路研究公司「Internet 2.0」分析師說明，TikTok會透過使用者搜集用戶的位置、使用設備以及應用程式等詳細資訊【照片取自meaww新聞網站】。

其中一百零五則短片（約占百分之十九點四），短片包含虛假或誤導性的聲明，且內容偏激，NewsGuard認為TikTok的虛假訊息已構成重大威脅。另外，國際非營利組織「全球見證」（Global Witness）與一些紐約大學研究員，刻意實驗捏造虛假內容的測試廣告，意料之外，TikTok竟核定其中百分之九十的虛假內容測試廣告錄用刊登，而且其內容除了虛假訊息之外，亦包含分化與極化言論以及針對單一主題令人反感的內容。因此，未來群眾的認知差距將會急速擴大，延伸成為國家共識的安全問題。

建構認知作戰的識讀能力

檢視TikTok不僅是短影音的娛樂平臺，也是建構與改變認知的宣傳工具，為了防範伴隨而來的潛在認知作戰，具體作法如下：

一、爭取資訊流通下的「心占率」

面對中共認知作戰的侵蝕，建構識讀能力是必然之事，而今在討論數位時代的宣傳與資訊戰時，學術界過去比較關注資訊進用（Information Access）或資訊流通（Information Flows）的問題，而今則越來越看重「如何在資訊汪洋中讓訊息被閱聽眾牢牢記住」，並在他們心中占有一席之地，此即所謂的「心占率」（Mindshare）。鑑此，現代化文字、圖片及各項影音成品，就不能再用千篇一律的宣傳手法，思考方向應設法讓受眾「願意看」且「記得住」，方能收效。

二、洞悉認知作戰主軸與模式

認知作戰被認為是戰爭的下一個轉變，戰場從自然和物質領域，走進人類思維範疇，認知作戰的目標是「制腦權」，利用心理戰塑造甚至控制敵人的認知思維和決策，因此，對於中共認知作戰的防範，必須從理解其內涵開始，方能逐步洞悉其主軸與模式。中共國防科技大學共軍理論家曾華峰曾經提出，要在認知空間中贏得「思想優勢」的四種策略如下：

（一）通過宣傳敘事感知操縱。
（二）切斷歷史記憶，使目標對新的價值開放。

（三）以精英為目標，改變他們的意識形態，改變思維方式。

（四）解構符號，挑戰民族認同。

而國內學者沈伯洋則提出中共認知領域作戰的進攻模式包括外宣、粉紅、農場、協力等四種模式。因此，唯有洞悉其認知作戰主軸與模式，方能理解與有效因應。

結語

總體而言，TikTok的普遍性與特

別性受到世界各國高度重視，其所造成的影響，與中共認知作戰具有高度的融合性與互補性，目的是強化個人的認知理解，因此其影響程度更為深遠，而圍繞TikTok的安全問題以及其潛在威脅，引導群眾認知意識，延伸成為國家共識的安全問題。因此，吾人必須洞悉認知作戰主軸與模式，方能確切建構識讀能力，不受外在認知作戰操作所誤導。



TikTok與中共認知作戰具有高度融合性與互補性，成為各國亟欲解決的安全問題【照片取自紐約時報網站】。