

# 新媒體與國家安全的分析

賴祥蔚

作者為台灣藝術大學廣播電視學系教授

## 一、前言

網路新媒體居然成為了國家安全的關心重點，這恐怕跌破很多人的眼鏡。然而，來自中國大陸、目前在美國年輕族群大受歡迎的 TikTok，不但有機會挑戰臉書的新媒體霸權，改變新媒體的世界市場結構，而且還捲入國際政治，被一向就語不驚人死不休的美國總統川普說成是美國國家安全的大敵。

TikTok 的原型是「抖音」，2016 年誕生於中國大陸，然後才又發展出了海外版的 TikTok，兩者都以短影音而廣受年輕人歡迎，用戶成長速度驚人，直逼臉書（Facebook）與其旗下的 Instagram（IG）。IG 為了迎戰，也發展了短影音功能 Reels，同樣允許用戶拍攝及編輯 15 秒鐘的短影音，以便上傳並與大眾分享。不只在市場上的商業競爭猛烈，引發的政治鬥爭更是觸動中美兩大強權的國際爭霸。甚至有媒體報導指稱，美國政府修理 TikTok 的動作，臉書高層的遊說也扮演了一定程度的角色。

TikTok 真的會造成國家安全的疑慮嗎？美中雙方又會如何攻防？在在令人好奇，值得分析。

## 二、新媒體影響國家安全的指控

美國總統川普 8 月 6 日下令封鎖中國大陸的 TikTok 及海外版微信，美國企業以及個人在此命令發佈的 45 天後，不得與這兩家公司交易，除非這些來自中國大陸的新媒體成為美國的公司。

回到事實本身來看，白宮發出的行政命令將 TikTok 列為國安威脅，強調 TikTok 蒐集的資料讓中共可能獲取聯邦雇員和承包商的位置，因而涉及間諜行動。

從理論上來說，白宮的指控不無道理，因為目前已經成為主流的大數據分析，也是基於同樣的原理。所有網路新媒體確實可以透過掌握新媒體用戶的使用行為，從而分析其足跡。這是所有新媒體都有的潛力與威脅，不只是 TikTok 而已。

新媒體取得用戶資訊的管道，還包括用戶註冊的方式。以抖音為例，現行的政策是公開歡迎使用八種不同方式註冊帳戶，一、電話號碼；二、臉書；三、Instagram；四、Twitter；五、VK；六、Line；七、KakaoTalk；八、電子郵件地址。

如果用其他新媒體註冊，不免另有風險。以臉書為例，使用臉書帳號登入各種應用程式的風險，一直受到關注與提醒，因為臉書用戶往往存有大量的個人資訊，包括了照片、姓名、與他人的關係狀態、工作經歷、還有所有的動態貼文等，這些都是可獲得的資訊，新註冊的新媒體應用程式，可以因此而獲得這些資訊，進而蒐集使用者的完整資料。目前使用者沒有方法確認註冊的新媒體應用程式會取得哪些資訊，也不知道這些資料會被拿去用在什麼用途。

TikTok 先前在美國也引起若干風波，加州居民 Misty Hong 在 2019 年控訴 TikTok，聲稱她 2019 年下載 TikTok，沒有註冊帳號，但是幾個月後發現 TikTok 居然自行幫她開設了一個帳戶，還從她的手機裡搜集影片，自行製作她的私人檔案。此案頗為離奇，真相如何有待法院釐清，但是卻已經引起了美國社會若干人士的關切，質疑 TikTok 是否夾帶間諜軟體，以此竊取使用者資訊，甚至把相關資訊傳回中國大陸。

TikTok 在美國引起的反彈還不只於此，有人就認為 TikTok 是透過「逗樂子」的手法「侵入」美國社會，由於短影音具有「認知輕鬆度」，使用者容易接受短影音的內容，批評者甚至還指稱 TikTok 會導致年輕人被洗腦、還會崩解美國立國的價值。

### 三、中方對國安指控的反擊

白宮及美國公民指控 TikTok 涉及竊取資訊、影響國家安全。理論上有可能，但是問題在於，理論如此不等於實際上也如此。TikTok 是否確實有這樣的企圖與作為，當然值得探究。以最基本的掌握足跡而論，也就是知道使用者的使用位

置，這本來未必是機密，但是如果涉及美國聯邦官員，或許就是機密了。只是 TikTok 使用者以年輕人居多，恐怕少有聯邦官員、僱員或承包商。就算有，這恐怕是所有新媒體都會存在的疑慮，不只是 TikTok。美國政府擔心外國新媒體，大可提醒美國公民，或是直接禁止聯邦官員、僱員與承包商使用 TikTok 等外國新媒體。

TikTok 等新媒體真的威脅國安嗎？從目前美國主要媒體的報導來看，美國政府似乎沒有提出任何證據，只是推理可能會有國安疑慮。這彷彿重演了美國指控來自中國大陸的華為 3C 設施都存在有資安疑慮的後門，但是至今為止仍然沒有提出確切的證據。美國國會已經要求美國的「外國投資委員會」採取行動，對 Tiktok 等跨國社交媒體進行國安風險評估和審查，結果如何，令人好奇。在具有說服力的評估和審查結果出爐之前，單純要用推理成為定罪的理由，在美國的司法上恐怕站不住腳。

正因如此，在美國白宮發佈了行政命令之後半個月，TikTok 的母公司「字節跳動」跟華為一樣，選擇了司法救濟的途徑，也就是提告美國政府。報載其官方聲明強調會「通過訴訟維護權益」，以「確保法治不被摒棄，確保公司和用戶獲得公正的對待」。

美國立憲建國以來奉行三權分立，司法權是對行政權的有力制衡。在法庭之上，包括美國政府與公民對於 TikTok 的任何控訴，都必須提出有力的證據作為後盾。值得注意的是，法界常說：「舉證之所在，敗訴之所在。」就此而論，TikTok 的司法救濟策略或許有其可取之處。

問題是，新媒體的競爭與發展瞬息萬變。就算 TikTok 最後透過司法獲得救濟，很可能已經失去了發展的契機，這就使得遲來的正義未必還是正義。

值得玩味的是，川普總統在 8 月 2 日公開表示：TikTok 必須在 90 天內脫離中國母公司，否則就無法在美國營運。言下之意是只要 TikTok 賣給美國的公司，變成美國的新媒體，就沒有國安疑慮了。事實上也是如此，既然變成美國公司，當然就不會為其他國家服務了。問題在於，以後全世界其他國家的新媒體是不是只要足夠強大，只要在美國境內擁有使用者，美國政府都可以援用這次的案例與說詞，直接施壓，以便美國的企業可以強買？政府在這一邊施壓，企業在那一邊強買強賣，這完全落實了以往第三世界國家對美國是帝國主義霸權的批評。

TikTok 不只是商業糾紛，也是兩強角力，因此除了業者的反擊之外，中國大陸官方會怎麼回應也值得注意。國際政治一向不太講法律與證據，而是實力掛帥。美國政府單方面指控他國的特定新媒體，本質上已經是國際貿易的衝突了。以往這一類的衝突，可以交由國際貿易組織（WTO）進行仲裁。但是美國總統川普一向不喜歡對美國造成約束的任何國際勢力，他早先已經宣稱美國要退出 WTO，勢必不會再接受 WTO 對美國的拘束。如此一來，這一場美國政府直接施壓 TikTok 的事件，除了等待美國司法做出裁決之外，只能靠實力來決定結果。

面對美國的攻勢，以往中國大陸當局總是會立即採取符合比例原則的反擊，例如美國政府在 2020 年三月針對五家中國主要新聞媒體，高調限制其在美國工作的中國籍員工的數量。中國大陸隨即宣布「為了反制」，也大動作要求《紐約時報》等美國媒體的在華記者，在即將到來的申請期限屆滿之後，立刻交還記者證，今後不得在中國大陸及港澳繼續從事記者工作。從以往的經驗可以看出，中國大陸對於美國的出招，往往以相同力道來反擊。

這次中國大陸會怎麼反擊，委實令人好奇，因為雙方情況不同。美國是開放社會，中國大陸的新媒體很容易進入市場；相較於此，中國大陸的媒體與新媒體市場一向都不對外開放，所以一般民眾很少使用美國或其他國家的新媒體，這就使中國大陸如果想要採取符合比例原則的反制作為，又想要有類似效果，委實不易，要多思量。

#### 四、結語

盛行的網路新媒體，確實會涉及使用者個資遭到掌控的疑慮，美國政府對國家安全的憂慮不無道理。或許決定未來世界強權的關鍵，就在於資訊戰的勝敗，誰真正能夠掌握新媒體的各種軟硬體的關鍵科技，進而獲取最全面的資訊，必然是最後的贏家。

新媒體越來越盛行，撇開資訊戰不談，針對資訊安全議題，尤其是如何保護個人資訊，以免個資與隱私受到侵害，也是必須面對的當務之急。真正的解決方法應該是建立公開透明的跨國監督制度，絕對不能直接由特定國家透過強制購買等方式控制所有受到歡迎的新媒體。

(本專欄文章作者意見不代表論壇立場)