

國立臺灣大學社會科學院國家發展研究所



碩士論文

Graduate Institute of National Development

College of Social Sciences

National Taiwan University

Master's Thesis

台灣大學生對中國銳實力的感知：以 TikTok 為例  
Taiwanese University Students' Perception of China's  
Sharp Power: A Case Study of TikTok

楊佳蓁

Chia-Chen Yang

指導教授：林竣達 博士

Advisor: Jiun-Da Lin, Ph.D.

中華民國 114 年 12 月

December 2025

口試委員審定書



國立臺灣大學碩士學位論文  
口試委員會審定書  
MASTER'S THESIS ACCEPTANCE CERTIFICATE  
NATIONAL TAIWAN UNIVERSITY

(論文中文題目) 台灣大學生對中國銳實力的感知：以 Tik Tok 為例

(論文英文題目) Taiwanese University Students' Perception of China's Sharp Power: A Case Study of Tik Tok

本論文係楊佳蓁(姓名)R11341017 (學號) 在國立臺灣大學國家發展研究所完成之碩士學位論文，於民國 114 年 10 月 29 日承下列考試委員審查通過及口試及格，特此證明。

The undersigned, appointed by the Graduate Institute of National Development on 29th October 2025 have examined a Master's Thesis entitled above presented by Yang Chia-Chen (name) R11341017 (student ID) candidate and hereby certify that it is worthy of acceptance.

口試委員 Oral examination committee:

林竣達

林宜佑

楊北平

(指導教授 Advisor)

## 謝辭

從提筆寫下第一個論文字，到此刻落筆完成謝辭，這段求學旅程終於走到一個階段性的終點。首先，我想感謝始終對生活抱持熱忱的自己。在這些年裡，我走訪了許多國家，接觸過各式各樣的動物，體驗了無數場密室逃脫，親手做過許多蛋糕，也完成了考取駕照與國家考試等人生里程碑。這些看似與學業無關的片段，卻共同構成了支撐我前行的能量，使我在學習與生活之間找到平衡。

從大學到研究所，在臺大的這些年，是我求學道路上最為快樂且充實的時光。如今即將告別學生身分、踏上職涯之路，心中難免有些不捨。然而我深知，這並非真正的分離，而是將這段歲月所累積的養分，化為持續滋養未來前行的力量。

誠摯感謝我的指導教授林俊達老師，在研究過程中給予我專業的指導，於迷惘之際指引方向，使本論文得以在穩健的基礎上逐步完成。亦感謝兩位口試委員撥冗審閱，並提出寶貴建議，為研究帶來更為宏觀且深刻的思考視角，使論文內容更加完善。

最後，衷心感謝我的家人，始終以堅定而溫柔的方式站在我身後。正因為有這份無條件的支持與陪伴，我才能無懼地邁開步伐，認真且開心地走在屬於自己的人生道路上。

2025 年 12 月 24 楊佳蓁

## 中文摘要



隨著社群媒體的快速發展，數位平台已成為形塑政治態度與公共輿論的重要場域。近年來，中國被指控透過假訊息、內容審查與政治宣傳等非暴力且具高度隱蔽性的手段，對民主國家施加影響，此類行為正是「銳實力」的具體展現。在兩岸關係高度敏感的政治脈絡下，台灣被視為中國推動銳實力的重要目標之一，而以演算法為核心、深受年輕族群喜愛的短影音平台 TikTok，也逐漸成為相關政治影響力運作的關鍵媒介。

本研究以涵化理論為理論基礎，採取質性研究方法，透過深度訪談台灣大學生，探討其在使用 TikTok 的過程中，如何感知平台上的假訊息、審查與政治宣傳等銳實力現象，並進一步分析不同使用頻率的大學生，檢視其對中國籍配偶、兩岸一家親、中國科技發展、台灣盟友選擇、中國政府形象及身份認同等議題的看法差異。

研究結果顯示，多數受訪者能察覺 TikTok 上存在政治立場鮮明或帶有特定偏向的內容。不同使用頻率的受訪者在銳實力感知與政治態度上呈現出明顯差異。輕度使用者與未使用者普遍展現較高的政治警覺性，傾向從統戰或政治滲透的角度解讀中國相關議題；相較之下，重度使用者在多數情境中則傾向採取較為務實的評估取向，對中國相關議題展現相對開放且具彈性的態度。他們較少以高度政治化或意識形態化的框架進行解讀，而是依據個人經驗、實用價值與資訊多元性進行判斷。然而，這種開放態度並不同於政治立場的鬆動，在涉及國家認同與主權等核心議題時，重度使用者仍普遍劃清明確界線，維持自身的政治底線。

整體而言，本研究指出 TikTok 作為高度娛樂化的社群媒體平台，為銳實力提供了新的運作空間。透過台灣大學生的實際使用經驗，本研究補充了既有銳實力研究多聚焦於傳統媒體或西方社群平台的不足。研究結果有助於深化對銳實力在數位平台中運作機制的理解，並為台灣民主社會如何回應新型態的資訊滲透與政治影響，提供重要的實證基礎與政策思考方向。

**關鍵詞：**銳實力、TikTok、社群媒體、政治態度、台灣大學生

## Abstract

With the rapid development of social media, digital platforms have become crucial arenas for shaping political attitudes and public opinion. In recent years, China has been accused of exerting influence on democratic countries through non-violent yet highly covert means such as disinformation, content censorship, and political propaganda—practices that exemplify “sharp power.” Within the highly sensitive political context of cross-strait relations, Taiwan is regarded as one of China’s key targets for the deployment of sharp power. Meanwhile, TikTok, a short-video platform driven by algorithms and highly popular among younger generations, has increasingly become a critical medium for such political influence operations.

Grounded in cultivation theory, this study adopts a qualitative research approach and conducts in-depth interviews with Taiwanese university students to explore how they perceive sharp power phenomena—such as disinformation, censorship, and political propaganda—while using TikTok. The study further analyzes differences in attitudes among students with varying levels of TikTok usage, focusing on issues including Chinese spouses, the concept of “both sides of the Strait as one family,” China’s technological development, Taiwan’s choice of allies, perceptions of the Chinese government, and identity.

The findings indicate that most interviewees are able to detect politically explicit or biased content on TikTok. Significant differences emerge between users with different usage frequencies in terms of their perception of sharp power and political attitudes. Light users and non-users generally demonstrate higher political vigilance and tend to interpret China-related issues through the lens of united front tactics or political infiltration. In contrast, heavy users tend to adopt a more pragmatic evaluative approach, displaying relatively open and flexible attitudes toward China-related issues. They are less inclined to rely on highly politicized or ideological frameworks, instead making judgments based on personal experience, practical value, and information diversity. However, such openness does not equate to a weakening of political positions. When it comes to core issues such as national identity and sovereignty, heavy users still tend to draw clear boundaries and maintain firm political bottom lines.

Overall, this study highlights that TikTok, as a highly entertainment-oriented social media platform, provides new operational space for sharp power. By examining the actual usage experiences of Taiwanese university students, this research addresses a gap in existing sharp power studies that have primarily focused on traditional media or Western social media platforms. The findings contribute to a deeper understanding of how sharp power operates within digital platforms and offer important empirical evidence and policy implications for how Taiwan's democratic society can respond to emerging forms of information infiltration and political influence.

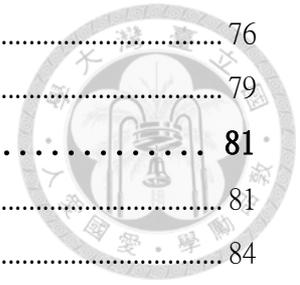
**Keywords:** Sharp power, TikTok, social media, political attitudes, Taiwanese university students

# 目次



口試委員審定書 .....	i
謝辭 .....	ii
中文摘要 .....	iii
Abstract .....	iv
目次 .....	vi
圖次 .....	viii
表次 .....	ix
<b>第一章 緒論 .....</b>	<b>1</b>
第一節 研究背景與動機 .....	1
第二節 研究目的與問題 .....	5
第三節 研究貢獻 .....	7
第四節 章節安排 .....	8
<b>第二章 文獻探討 .....</b>	<b>10</b>
第一節 銳實力 .....	10
第二節 TikTok .....	20
第三節 涵化理論 .....	36
<b>第三章 研究方法 .....</b>	<b>40</b>
第一節 研究設計 .....	40
第二節 研究參與者 .....	42
第三節 資料處理與分析 .....	45
第四節 研究倫理 .....	47
<b>第四章 研究分析和結果：銳實力的認知與經歷 .....</b>	<b>48</b>
第一節 假訊息 .....	48
第二節 審查 .....	52
第三節 政治宣傳 .....	55
第四節 小結 .....	60
<b>第五章 研究分析和結果：銳實力與政治態度 .....</b>	<b>61</b>
第一節 對中國籍配偶在 TikTok 發聲的觀感 .....	61
第二節 對兩岸一家親的感受 .....	64
第三節 對中國科技的感受 .....	67
第四節 對台灣盟友的選擇 .....	70
第五節 對中國政府的態度與對台灣體制的偏好 .....	72

第六節 對身份的認同.....	76
第七節 小結.....	79
<b>第六章 研究結論和建議 .....</b>	<b>81</b>
第一節 研究結論.....	81
第二節 研究貢獻.....	84
第三節 研究限制.....	85
第四節 研究建議.....	86
<b>附件一 .....</b>	<b>87</b>
<b>附件二 .....</b>	<b>89</b>
<b>參考文獻 .....</b>	<b>90</b>



## 圖次

圖 1 涵化理論的基本概念圖.....	37
圖 2 本文研究架構.....	39



## 表次

表 1 研究參與者背景資料表.....	43
表 2 編碼範例.....	46
表 3 編碼主題歸類.....	46



# 第一章 緒論



本章介紹研究背景與研究問題，內容分為四大部分。第一節說明研究背景和動機，並闡述選擇 TikTok 作為研究對象的原因；第二節論述研究目的與研究問題；第三節提出本研究的預期貢獻；第四節則介紹各章節的安排。

## 第一節 研究背景與動機

隨著科技迅速發展，社群媒體在全球範圍內的影響力持續提升，已融入人們的日常生活中。作為一種重要的溝通工具，社群媒體促進了個人與他人之間的交流，無論是用於維持日常聯繫，還是擴展社交圈，社群媒體皆能提供便捷的互動平台，人們可以透過撰寫貼文、分享照片、按讚及留言等方式來表達情感、獲取最新的娛樂資訊，甚至形成特定社群，建立共同興趣的交流空間。根據《Digital 2024: Taiwan》調查，全台灣共有 1,920 萬名活躍的社群媒體用戶，其平均每日使用社群媒體的時間約為 2 小時 (Kemp, 2024)。

網路世界瞬息萬變、包羅萬象，觀眾往往沉浸於高張力的舞蹈、誇張的視覺特效以及易於傳唱的旋律中。然而，這些看似無害的娛樂內容背後，可能隱藏著精心策劃的政治訊息，進一步影響社會輿論和個人價值觀 (Silverman et al., 2018)。一些特定帳號與貼文內容受制於外國政府的指令，巧妙地將政治訊息包裝在流行文化中，這類影片表面上分享日常生活，實則嵌入對社會問題的消極描述，或是通過對比手法來凸顯台灣社會的負面形象。

例如，部分明顯來自中國的帳號會截取台灣政治節目的片段，透過重新編輯和剪接，放大政客與專家的爭議性言論，以此激起觀眾的情緒，引發台灣民眾對兩岸關係的恐慌；或是假借街頭訪問之名，聘請演員冒充台灣民眾接受訪問，暗中貶低台灣的公共建設和生活環境，營造出虛假的民意趨勢，企圖煽動台灣民眾對政府的不滿和懷疑。

此外，為了拉攏台灣的年輕族群，中國相關單位私下與台灣網紅聯繫，以高額報酬或合作機會為誘因，邀請他們參與合作。這些合作並非僅限於普通的商業交易，而是帶有明顯的政治宣傳意圖，北京方面通常會設計一些具體的宣傳要

求，鼓勵這些網紅在其創作融入對中國正面形象的宣傳，像是強調中國城市的高速發展、友好的人文環境以及兩岸擁有共同血緣關係等。北京希望透過台灣網紅的「親身經歷」與「第一手」分享，左右粉絲的判斷，淡化台灣年輕人對台灣獨立的支持，轉而著重兩岸同屬一個文化共同體的觀念（BBC News 中文，2024）。作為觀眾，我們可能已經在不知不覺間接受這些潛藏的政治訊息，這些滲透行為正是「銳實力」的具體表現。

銳實力這一概念由美國民主基金會於 2017 年在《銳實力:崛起中的威權影響力》報告中首次提出。不同於傳統的軟實力與硬實力，銳實力是指威權政府透過操縱性的外交政策，試圖影響及控制目標國家政治制度的行為（Walker and Ludwig, 2017）。威權政府利用宣傳、假訊息與審查制度等方式，塑造有利於自身的敘事，並通過操縱輿論來擴大其影響力（Walker, 2018；Center, 2023），此舉不僅是對外傳遞特定故事，更重要的是憑藉誤導和脅迫，達到干涉和破壞民主社會穩定的效果。他們透過挑動族群、政治或宗教矛盾，使民主社會內部陷入對立，加劇社會分歧，進而削弱民眾的凝聚力。威權國家實施銳實力的主要目的在於降低目標國民眾對其政府和民主制度的信心，亦即藉由「說壞民主故事」，增加民主政府的治理難度（Huang, 2023）。

台灣作為中國擴展銳實力的主要目標，長期以來面臨各種影響力滲透。中國推行銳實力的媒介眾多，本文選擇以 TikTok 作為研究範疇。TikTok 是抖音的國際版，由中國公司字節跳動於 2017 年推出，憑藉創新的短影音形式和多元化內容，在短短幾年間迅速崛起，吸引大量年輕用戶。現代年輕人追求個性化表達，不喜歡被既有框架定義，他們不斷尋找展現自我的途徑，TikTok 鼓勵用戶擁抱最真實的自己，為他們提供實現奇思妙想的舞台，將傳統上可能被視為小眾或邊緣的內容，轉變為病毒式的傳播現象，營造出一個創意無所限制的環境。

另一方面，TikTok 的演算法根據用戶互動而非粉絲數來推廣影片，這意味著無論擁有多少粉絲，每部影片都有可能爆紅，每位用戶都有機會成為潮流的引領者。這種機制不僅促進用戶的積極參與，也培養大量的原創內容創作者，讓 TikTok 持續保有熱門潮流話題，進而吸引更多觀眾加入該平台。根據官方資料顯示，TikTok 的全球用戶人數已於 2021 年突破 10 億大關（TikTok, 2021），近年來台灣的使用者數量亦迅速攀升，18 歲以上的用戶已達 565 萬人（Kemp, 2024）。

TikTok 作為當前熱門的社群媒體，已超越單純的娛樂功能，成為政治角力的重要平台。隨著中國網路文化的強勢滲透，簡體字在台灣年輕族群中逐漸成為流行趨勢。筆者觀察到，越來越多台灣用戶在 TikTok 個人簡介中使用簡體字介紹自己，影片字幕也常以簡體字呈現，這一現象不單侷限於網路上的用字遣詞，也延伸至年輕人的日常用語中，他們在聊天時經常提及「海王」、「給力」與「凡爾賽」等詞彙，這些詞語源自中國，隨著中國短影音、古裝劇及綜藝節目的盛行，迅速傳播至台灣，成為年輕人聊天時常用的流行語。兩岸文化和語言界線逐漸模糊，盲目追隨中國文化恐會忽略背後隱藏的政治訊息，在不知不覺中接受中國矮化台灣的思考模式，屆時使用簡體字不再只是語言習慣的轉變，亦可能深刻影響年輕世代的價值觀與國家認同。

本研究聚焦於 TikTok，旨在從銳實力的角度探討大學生對該平台的使用經驗與想法。選擇 TikTok 作為研究範疇的原因有以下幾點：首先，作為字節跳動旗下的國際短影音平台，TikTok 自推出以來便被多國視為中國推動銳實力的重要工具。儘管字節跳動是一家私營企業，但由於中國政府對互聯網內容的監管及相關法律規範，外界普遍認為中國政府可能會對企業施加干預，藉助 TikTok 的全球影響力進行銳實力操作 (Baker-White, 2022)。

其次，相較於其他社群媒體平台，TikTok 最大特色在於其以演算法為核心的運作模式 (Bhandari and Bimo, 2022)。該演算法會根據用戶的行為，如觀看時間、按讚、分享和評論等，來決定向觀眾推薦哪些影片，這種機制不僅增加使用者對平台的依賴性，還影響何種內容能獲得更高的曝光度。考慮到 TikTok 的母公司為中國企業，中國政府可能會基於政策需求干預 TikTok 的演算法運作 (Baker-White, 2023)，優先推送符合中國敘事的影片，藉此達到影響外國輿論的目的 (Solon, 2022)。

第三，TikTok 另一個特色在於其主打短影音內容。這些影片通常僅有數秒至數分鐘，讓用戶在短時間內就能獲得大量的資訊，當複雜的政治問題被壓縮成數秒鐘的娛樂內容，將削弱訊息的完整性和準確性，用戶往往接收到經過剪輯和加工的片段，而非事件的全貌，缺乏對該政治議題的背景說明和深度分析。這種情況讓觀眾較難分辨訊息的真實性，也難以在短時間內對它們進行批判性思考，使得錯誤訊息得以迅速且廣泛地傳播 (Tardáguila et al., 2019)。



最後，現有研究主要集中於探討用戶選擇使用 TikTok 的原因，分析影響用戶下載和使用該平台的各種因素（Bossen and Kottasz, 2020 ; Falgoust et al., 2022），或是強調 TikTok 的商業潛力，觀察該平台的廣告模式與行銷策略（Pieter et al., 2021 ; Sheak and Abdulrazak, 2023）。這些研究相對較少關注中國透過 TikTok 推動銳實力的議題。大學生作為社群媒體上的活躍群體，是 TikTok 的主要受眾（財團法人台灣網路資訊中心，2023），他們積極創造與分享短影音內容，並熱衷參與各類挑戰，在這樣的背景下，研究台灣大學生如何看待 TikTok 上的銳實力攻擊顯得格外重要。如果大學生對於平台上潛在的銳實力缺乏足夠的認識，容易在不知情的情況下接受或傳播帶有偏見的觀點，基於錯誤訊息建構虛假的世界觀，成為銳實力攻擊的受害者。

## 第二節 研究目的與問題



社群媒體的興起不僅改變人們接收與傳遞資訊的方式，還在塑造政治態度方面扮演關鍵角色，其影響力已逐漸成為現代社會中不可忽視的政治力量（Himmelboim et al., 2013 ; Bode et al., 2014 ; Sunstein, 2018 ; Montag, 2019 ; Cinelli et al., 2021 ; Karimi and Fox, 2023）。特別是對於年輕一代而言，現今政治社會化的過程更多的是依賴社群媒體，而非學校教育或印刷媒體（Hung, 2019 ; Intyaswati et al., 2021）。

意識到網路為提升國際話語權開闢新的領域，北京當局強調要加強國際傳播工作，加快建構中國話語與中國敘事體系，為中國營造有利的外部輿論環境（中國網信，2022）。TikTok 因其高互動性、短影音形式以及年輕用戶占比高，成為中國推動銳實力的理想工具之一。

近年來，隨著 TikTok 在全球掀起熱潮，其衍生出的相關問題逐漸受到各界關注。自 2019 年起，台灣已將抖音及 TikTok 列入危害國家資通安全的產品，認定其可能干擾政府運作或社會秩序，並限制公部門資訊設備與相關場域的使用。儘管這項禁令並未擴及一般民眾，社會對於平台可能涉及政治宣傳與文化滲透的疑慮依然存在（譚偉恩，2023）。

在兩岸特殊背景下，除了關注 TikTok 如何重塑用戶對中國的觀感，更需警惕平台上銳實力內容是否對民主制度構成挑戰，或對用戶的身份認同產生影響（黃姿婷，2022 ; 邱家皇，2024）。惟現有關於 TikTok 的研究多聚焦於美國受眾（Church, 2022 ; Highhouse, 2022 ; Karimi and Fox, 2023 ; Tang and Willnat, 2023），較少考量台灣與中國之間獨特的國家認同問題。因此，本研究將旨在探討台灣大學生在使用 TikTok 時，對於平台上銳實力的看法與見解，以及這些內容如何影響他們的政治態度。

本文採用質性研究方法，以涵化理論為基礎，透過深度訪談台灣大學生，探討他們在使用 TikTok 過程中對於銳實力的認知與經驗。研究議題涵蓋假訊息、審查與政治宣傳等層面，藉此勾勒出 TikTok 上銳實力的運作模式。在了解銳實力的具體呈現後，進一步分析不同使用頻率的受訪者對中國的態度，以及對兩岸關係的想像。研究透過受訪者對「中國籍配偶」、「兩岸一家親」、「中國科技發展」、「台灣盟友選擇」、「中國政府施政成果」和「身份認同」等議題的回應，分析輕

度和重度 TikTok 使用者如何理解、接受或抗拒其中所隱含的銳實力訊息，以揭示銳實力對台灣社會的挑戰與威脅。

本研究定位為探索性質，透過深度訪談，試圖描繪大學生使用 TikTok 的經驗，以及他們如何感知假訊息、審查與政治宣傳等銳實力操作。研究目的在於引導讀者理解受訪者的多元觀點，並提供後續研究進一步驗證與擴展的基礎，而非進行實際驗證、建立嚴格的因果模型。具體而言，本研究將著重回答以下問題：

- 一、台灣大學生如何看待 TikTok 上的政治資訊？
- 二、TikTok 使用頻率與政治態度的關聯為何？

### 第三節 研究貢獻

本文旨在探討 TikTok 上的銳實力如何影響台灣大學生的政治態度，本研究聚焦於 TikTok 這一全球性的新興社交媒體平台，為銳實力的研究提供了新的視角與實證基礎。過去有關銳實力的討論多集中於新聞媒體，或是 Facebook、YouTube 和 X（前 Twitter）等較為成熟的社群媒體，相比之下，TikTok 作為一個兼具高度娛樂性與互動性，且快速擴展全球影響力的新興數位平台，卻未被充分探討。本研究通過質性訪談的方式，深入剖析台灣大學生如何感知 TikTok 上的銳實力，以期填補相關研究的空白。

本文從實際使用經驗出發，分析平台上的審查制度、宣傳操作與假訊息等具體現象，對銳實力如何在數位環境中嵌入並發揮影響提供細緻的描述，進一步深化對銳實力特質的理解。

本研究將特別關注銳實力對台灣大學生政治態度的潛在影響，這對於台灣的民主社會具有重要的啟發意義。隨著中國在全球範圍內不斷擴大影響力，銳實力已逐漸成為操控國際輿論的重要工具，對於台灣這個具備獨特歷史背景與地緣政治位置的民主社會而言，中國透過社交媒體滲透其價值觀與政治影響的可能尤具挑戰性與威脅性。本研究將透過分析受訪者對兩岸一家親、中國政府形象及中國科技等議題的回應，揭示這些潛移默化的影響如何塑造台灣年輕一代的政治價值觀。這不僅能為學界提供銳實力在微觀層面影響個體態度與行為的實證案例，亦能為台灣政府是否應加強對 TikTok 的監管提供具體的參考建議。

## 第四節 章節安排

第一章節旨在介紹本研究的背景與研究問題，並從中引出本研究的核心議題與目標。內容主要分為四個部分，首先會闡述本研究的背景及動機，論述選擇以 TikTok 為研究對象的考量與理由，接著將聚焦於研究的具體目的以及研究問題，並說明本研究的預期貢獻，最後則是介紹各個章節的安排。

第二章旨在回顧相關的理論與文獻，分為三個部分。第一節聚焦於「銳實力」的概念，詳細說明其發展背景、定義、運作目的與特徵，並整合現有的相關研究成果，為後續討論奠定理論基礎。第二節將重點放在「TikTok」這一社交媒體平台，探討其主要特徵與相關爭議，並梳理相關研究。同時，本節還會整合第一節的內容，從銳實力的角度探討 TikTok，分析平台上的銳實力資訊如何影響受眾的政治態度。第三節則引入「涵化理論」，分析社群媒體如何在潛移默化中影響使用者的政治態度，進一步為研究的核心問題提供理論支持。

第三章介紹本研究的研究方法，內容分為三個部分。第一節詳述研究設計，說明本研究採用深度訪談作為主要方法，並解釋這種質性方法如何有助於深入了解 TikTok 用戶對銳實力的看法與經驗。第二節描述研究參與者的條件及招募過程，說明如何挑選符合研究需求的對象。最後一節將討論研究倫理，詳述研究者如何在研究過程中妥善處理受訪者的個人資料，並確保參與者的權益與隱私受到保護。

第四章旨在分析受訪者的回應，透過資料的整理與歸納，具體回應研究問題。本章分為三個部分，依序探討假訊息、審查與政治宣傳三大議題，深入分析受訪者對相關政治資訊的理解與觀感，以作為本研究的實證基礎，也有助於理解 TikTok 上銳實力的實際運作。

第五章主要探討輕度與重度 TikTok 使用者在政治態度上的差異。章節內容分為六個部分，分別為受訪者對中國籍配偶、兩岸一家親、中國科技發展、台灣盟友選擇、中國政府施政，以及身份認同議題上的看法。透過整理與比較受訪者的回應，本章旨在呈現不同使用頻率受眾對政治資訊的態度差異，並驗證本研究提出的假設。

第六章旨在統整本研究的主要發現，闡述研究對銳實力的實務貢獻與政策建議。同時，本章將論述研究過程中的限制，並提出改進的對策。最後將提供未來研究的潛在方向，以期進一步深化本領域的學術與實務價值。



## 第二章 文獻探討



本章將回顧相關理論和文獻，內容分為三大部分。第一節探討「銳實力」，涵蓋銳實力的背景、定義、目的、特徵以及相關研究；第二節聚焦於「TikTok」，包含平台特色、爭議、相關研究、並分析 TikTok 上的銳實力操作、獨特性，以及對用戶政治態度的影響；第三節討論「涵化理論」，解釋社群媒體與政治態度之間的關聯。

### 第一節 銳實力

#### 一、簡介

外交是國家實現其國際目標的重要手段，各國政府積極參與外交活動，藉此投射自身的世界觀，並試圖贏得盟友和影響他國人民。在交流過程中，行為公開、透明，且不涉及顛覆、腐敗或脅迫，往往能獲得他國的認可與喜愛。然而，並非所有的外交政策都能受到歡迎，有些政府似乎將陰謀、隱蔽、脅迫和腐敗性的權力運作提升為一種藝術形式 (Diamond and Schell, 2019)。近年來，中國快速崛起，不僅在經濟方面展現卓越實力，更積極參與文化、科技和國際事務，力求在國際體系中發揮更大的影響力。隨著國際權力結構改變，外界逐漸認識到有必要重新評估與定義中國的影響力。

2017 年，美國民主基金會發表《銳實力:崛起中的威權影響力》的研究報告，深入探討銳實力的影響。報告指出，中國和俄羅斯等威權主義國家是銳實力的主要行為者，他們通過滲透目標國家的文化、媒體、學術界和政治精英，操縱他國的言論與訊息，削弱任何批評或反對威權政府的聲音，形塑有利於自身的話語權 (Walker and Ludwig, 2017)。

這種手段不同於以價值觀及文化等正面形象吸引目標國的軟實力 (Nye, 2004)，也不同於以戰爭或經濟制裁等方式施加壓力的硬實力，銳實力可被視為威權政府透過滲透和操控，扭曲民主國家的政治環境，從而破壞目標國家的社會凝聚力，使其在面對威權國家的施壓及影響時，變得更加脆弱和難以抵禦 (Walker, 2018)。換句話說，銳實力指威權國家採取侵略性行動，操縱和破壞目標國的社會政治體制，迫使目標國政府採取某些行動 (Skoneczny and Cacko, 2021)。

銳實力的概念隨著共產黨崛起而出現，最初被用來回應黨的內外敵人，確保外界對獨裁政權的敘事符合黨的利益 (Mankikar, 2022)。在國共內戰和冷戰期間，中國和蘇聯兩國均採取相應戰術控制國內外資訊的流動，這些措施主要包括嚴格的媒體管制和宣傳，旨在維護政權的穩定和權威。操控觀念及思想在歷史上並非新鮮事物，但技術改變了挑戰的性質，隨著科技快速發展，銳實力的運作空間得到極大拓展，智慧城市、大數據和物聯網與等技術興起，使威權政權能收集並分析大量數據，掌握受眾的喜好和行為模式，投放更為精準的假訊息

(Hoffman, 2021)。社群媒體的普及則有助於銳實力跨越國界，為獨裁政權提供直接面對全球受眾的渠道，迅速將獨裁者的影響力擴散到其他國家，影響目標國家內部政治和社會的穩定。

近年來，中國積極加大對銳實力的研究和運用力度，這一現象引起國際社會的廣泛關注。根據 deLisle (2020) 的分析，這一趨勢可以歸因於中國在軟實力和硬實力方面未能實現顯著的進展。在軟實力方面，美國的自由民主價值觀、文化產業和教育體系在全球範圍內具有極大的吸引力，擁有廣泛的受眾和影響力。儘管中國投入大量資源，試圖通過媒體宣傳、文化交流、和教育項目來改善其國際形象，但受到意識形態與地緣政治因素影響，許多國家仍對中國的政治體制和人權狀況持保留態度，這導致中國的威權體制較難獲得他國人民的喜愛與青睞，無法在國際社會中獲得普遍支持。

此外，軟實力建設需要長期投入與經營，日本和韓國在這方面已經積累豐富的經驗，建立起完善的文化產業鏈，其動漫與 K-pop 具有強大的競爭力，這些文化產品不僅在亞洲地區廣受歡迎，還在歐美市場取得顯著的成功 (Chu et al., 2019)。相比之下，中國的文化輸出雖然有所增長，但在品牌建設與市場開拓方面仍有較大的提升空間，影響力難以與這些鄰國媲美，這使中國的軟實力無法達到預期的效果，從而限制其進一步擴展。

另一方面，中國在硬實力的發展上也面臨諸多挑戰。中國自詡為一個負責任的崛起大國，這意味著需要以更加謹慎的方式行使其硬實力，在追求自身利益的同時，還需考慮到國際社會的反應和影響，若是貿然大舉投入軍事行動可能會招致國際社會的制裁，引發爭端與反感，對中國的經濟和地位造成損害。因此，中國需要仔細評估國內經濟發展和國際事務的關係，避免因軍事行動而引起不必要的經濟損失與外交困境。

在上述背景下，中國在軟實力和硬實力層面尚未取得絕對優勢，為了塑造對自身有利的世界環境，並降低使用軍事力量的風險，北京當局傾向加強對銳實力的應用。這種策略的轉變，不僅是對軟實力不足的回應，也是在經濟和政治成本相對較低的情況下，更為可行的選擇。

鑑於銳實力帶來的影響力，中國既不使用暴力的軍事手段，也不一味倡導和平、追求民心，中共改採滲透、操縱的外交策略，其主要目的在於打擊民主體制，瓦解人民對於民主政府的信任。威權政府將民主視為生存威脅，獨裁者不再滿足於鞏固自身的統治，而是跨越國界，於民主尚未建立的地區阻礙民主發展，於民主已經建立的地區破壞民主基石 (Dobson et al., 2023)。

中國不滿以民主體制為標準的價值觀，試圖引導並扭轉現有的秩序標準。民主社會內部的分歧成為中共操縱銳實力的破口，當民主社會已經存在裂痕，內部政治傾向極化時，外部敵對勢力得以乘虛而入，系統性地進行精準打擊與分化，進一步加劇社會矛盾。例如，美國兩黨政治分歧與台灣國家認同問題都為中國提供操作空間 (吳介民、黎安友，2022)。中共採用多方面的策略，包括情報行動、訊息宣傳、經濟脅迫與非常規軍事行動等，煽動民主社會的對立與動盪，設法瓦解其內部的和諧穩定，加深人民對民主價值的質疑和焦慮 (Jones et al., 2023)。

銳實力的另一項關鍵目標是說服民主國家的人民，使其深信該國政府失去正當性和合法性 (Skoneczny and Cacko, 2021)。實現這一目標的有效方法包括破壞選舉過程的可信度，讓選民相信選舉結果是虛假的，或是通過製造負面媒體報導，散佈針對民主政府或政黨的假訊息，削弱目標國人民對於執政政府的信任。像是有謠言聲稱台灣政府實施的年金改革規定公民在海外旅行時，退休金將被凍結 (Dickey, 2019)。

中共透過誤導性的資訊，扭曲民主政府的施政措施，企圖影響人民對於該國政府施政的信任度，使民眾難以正確了解政府的政策與行動，增加社會對政府決策的質疑。若人民缺乏判斷和獨立思考的能力，可能會誤將外國惡意捏造的聲音視為本國真正的民意，激化當地民眾對政府的不滿，從而增加目標國政府的治理成本，使政局更加複雜 (Walker, 2022)。

除了破壞人民對民主體制的信任，中國對外行使銳實力旨在說好中國故事，提升話語權。過去，外界普遍認為中國代表壓迫、威脅和擴張等負面形象。中共高層開始意識到說好中國故事的重要性，努力縮小公眾與中國共產黨之間日益擴大的差距，習近平多次強調加快建構出中國話語體系與敘事框架，藉以呈現中國故事及其背後的精神與理念，提升外界對其政治體制的認知和接受度，向國際社會傳遞中國共產黨致力於改善人民生活的形象（袁勃、趙欣悅，2021）。

為了改變國際社會對中國的觀感，中國在境外進行巨額投資，許多國家和機構在經濟壓力下，接受來自中國的廣告收入或其他形式的資金支持，這使得它們在面對中國問題時，往往會採取較為保守的立場，避免過多的批評，特別是針對台灣、香港、西藏、新疆和法輪功等敏感問題。中國利用多種手段來塑造國際輿論，通過散佈假訊息、扭曲事實、培養國際媒體和審查等手段，壓制針對中國共產黨的批評，放大親北京的聲音，積極宣揚中國共產黨、馬克思主義與中國特色社會主義的優勢（Cook, 2021），並強調中國在全球治理中的建設性作用，像是在應對氣候變化、國際維和行動和全球健康危機方面的貢獻。北京當局希望通過這些努力，向國際社會展示中國和平崛起的形象，消除外界對其威脅論的擔憂，倡導與中國合作可以創造共贏的局面，用以營造有利於中國的外部輿論環境。

不對稱性為銳實力的獨到之處。在威權體制下，為了確保政權穩定，政府能強制設立防火牆，維持社會的封閉性，對媒體、教育及網路等進行嚴格規範，管制國內外訊息流動，篩選不符合意識形態的言論，防止民眾受到外來文化的影響。反之，民主國家注重言論自由，包容多元意見，保持對外開放的態度，允許國內外訊息自由流通。這種開放性使民主國家在面對銳實力時顯得尤為脆弱，敵對勢力可以利用民主國家開放的訊息環境，向民主國家的人民灌輸特定的政治敘事，並通過假訊息、輿論操縱及網路攻擊等手段，動搖民主社會的穩定（王宏仁，2019）。換句話說，威權國家通常擁有強大的國內控制能力，可以藉由嚴格的媒體審查和訊息管制來保護自己免受外部的影響，民主國家則由於言論自由和開放社會的特性，難以防範來自外部的資訊操縱和干預，容易受到銳實力的侵害。

不對稱性也是區分軟實力與銳實力的關鍵。軟實力是指一國通過吸引力和說服力，讓其他國家自願接受其文化、政策和價值觀，這種外交政策通常是基於雙方國家共同同意進行，並以合作和互惠作為核心。正常的公共外交，像是付費媒體插播、政府遊說以及教育交流等，是許多政府願意接受他國軟實力的途徑，因

為這些方式普遍公開、透明，不涉及顛覆和威脅（Diamond and Schell, 2019）。銳實力則是指單方面進行不道德的外交行為，以操控、滲透和脅迫為手段，意圖影響或改變其他國家的內政或輿論，這種力量通常不需要得到對方國家的同意，而是通過隱蔽的方式秘密進行（Huang, 2023），缺乏法律約束與透明度，具有強制性和侵略性。

舉例而言，以中國科技影片為例，若其內容僅限於介紹高鐵發展現況，如指出高鐵最高時速可達 350 公里、覆蓋率達全國主要大城市八成以上，並強調中國已建構全球最大規模的高鐵網絡，則此類資訊可視為單純的知識分享，屬於公共外交的範疇。然而，如果影片除了介紹科技外，另輔以字幕或評論，帶有「台灣應向祖國學習」、批評台灣民主制度，或暗示「唯有統一才能享有先進科技」等訊息，則已超出公共外交，屬於以科技包裝的政治操作，展現典型的銳實力操作方式。

共產黨國家通過黨、國家和非國家行為者來推動其尋求影響力的目標。由於黨國體制的普遍存在，許多名義上獨立的行為者實際上受制於中國政府的控制，為國家利益服務，這些行為者包括中國的民間社會、企業、學術界和宗教機構（Diamond and Schell, 2019）。舉例而言，中共募集一群由一般民眾組成的志願軍，在網路上推動民族主義，只要發布愛國性貼文即可獲得相對應得報酬。面對西方社群平台上不符合中國利益的言論，中共鼓勵網民朝愛國方向動員，對該言論的社群帳號進行密集轟炸，以威嚇性留言迫使其關閉帳號，以此達到控制輿論、打擊異見的目的（Pham, 2018）。

這種網路攻擊行為表面上是由民眾受到愛國主義影響自發性進行，實際上可能受到北京當局的引導與指使。中國政府利用其廣泛的非國家行為者，透過間接途徑或第三方代理來實施影響力活動，使外界較難察覺這些行為與中國政府之間的聯繫，也難以證明侵略手段是由中共主導（Brady, 2017）。這種隱蔽性增加了揭露中國銳實力的難度，從而影響他國制定應對措施的效果。

銳實力除了具有不對稱性和隱蔽性這兩個特徵外，Brady（2017）進一步說明銳實力還具備傳播廣泛以及引起自我審查的特點。銳實力的傳播已經不再受限於地理位置或社會階層，而是透過科技的媒介，迅速擴散到全球各地，這意味著一旦某個理念或價值觀通過具有影響力的個人或組織傳播開來，它可以快速在社會中流行起來。社交媒體平台的普及使得訊息的傳播速度得到突破性的提升，能夠

在短時間內形成跨國的共識或爭議。

引起自我審查是中國銳實力的另一特徵。許多國家和機構為了避免與中國發生摩擦，往往會選擇妥協，主動審查自身的言語和行為，減少對中國的批評報導（Hamilton, 2018），這種自我審查現象不僅局限於個人層面，還延伸到媒體、學術界和政治界，導致很多涉及中國的敏感議題難以公開討論。

在中國對外進行銳實力的眾多目標國中，台灣是一個極為獨特的案例。台灣在銳實力的議題中之所以非常重要，是因為台灣個案與世界各國有一項根本差異，亦即中國將台灣視為其核心利益，宣稱他們對台灣擁有主權（吳介民、黎安友，2022），這使得北京對台灣擴展影響力時更為深入和廣泛。考量到地緣政治位置和民族主義，台灣是中國對外實施銳實力戰略的主要目標（Wu, 2020），其銳實力操作帶有強烈的政治動機，對台政策的主要是為了防止台灣成為一個獨立的民主國家，像是在國際場合堅持一個中國原則，封鎖台灣的國際空間。正如 Cole（2019）所言，中國對台灣實施銳實力的最終目標是實現統一，中國共產黨投入大量資金與人力資本，試圖削弱台灣人民對民主的信心與抵抗意志，用以創造有利於統一的條件與環境。

在西方學者積極探討銳實力的同時，中國學者卻對此提出異議。余偉斌（2021）認為，美國提出銳實力的動機是為了配合其對中國戰略的調整，以應對中國日益強大的文化與政治影響力，可視為「中國威脅論」的衍生。中國透過文化、投資與援助等方式贏得外國人心的方式，與他國並無不同，銳實力的觀點在很大程度上受到外界對中國的偏見影響（嚴驍驍，2020），一旦中國的軟實力達到足以威脅美國文化影響力的程度，就不僅僅是由「弱」變「強」，而是被視為由「弱」變「壞」的轉變（李格琴，2022）。因此，中國學者強調，西方學者應該客觀看待中國向外傳播文化的行為，銳實力的概念體現出不對等的文化意識形態，以及中美對抗性的本質，帶有極具針對性且不公平的色彩。

儘管銳實力一詞尚未有統一的定義，且相關爭議難以完全平息，但不容忽視的是，專制政權在宣傳文化時，往往是由黨中高層精心策劃，缺透明度，旨在重塑民眾的思想，強化國內的威權主義，同時煽動目標民主國家內部的矛盾，加深社會裂痕，製造混亂以達削弱民主國家的目的。黃兆年（2018）表示，中國銳實力不僅影響人們生活方式的選擇自由，同時也對民主價值與基本人權帶來潛在威脅。Wu（2019）也在文中提到相似的觀點，認為威權政府相較於民主政府，較不

注重人權、自由與法治的規範，威權國家在向外傳達文化思想時，可能對目標國家的人民和社會造成負面的影響，具有一定程度的危害性。因此，銳實力一詞提出能有效地讓目標受眾意識到威權國家正在逐步滲透和扭曲思想領域，改變評估中國外部行為的認知框架，從而提升判別能力，凝聚社會共識，降低銳實力帶來的傷害。

綜上所述，在本研究所關注的議題場域中，可將銳實力用於指涉特定國家透過非暴力且具隱蔽性的手段，帶有惡意地竄改或植入特定資訊，以影響目標國家民眾的認知與價值判斷，達到政治或戰略目的。換言之，銳實力的核心特徵可歸納為三點：(1) 非暴力性 (2) 隱蔽性 (3) 認知操控性。

## 二、相關研究

威權國家依賴壓迫、意識形態與政治審查等手段維持統治地位，獨裁者通過壟斷思想確保對權力的掌控 (Walker, 2022)。全球威權主義的威脅並非僅限於對特定個人或倡導團體的鎮壓，其目標更為廣泛，中國採取軟硬兼施的策略，試圖運用銳實力滲透和顛覆其他國家的政治、學術及媒體領域 (Brady, 2017)，以影響外國公眾的思考模式，迫使相關利益者進行自我審查及自我設限。這種策略有助於中國宣傳正面形象，並讓任何反對中共的人保持沈默與退縮，從而增強其國際影響力。

在政治方面，中國藉由政治獻金與提供免費旅遊等方式，拉攏外國政治精英為北京利益發聲，或是成立代理組織，推動中共目標，試圖塑造有利於中國的政治氛圍。北京當局多次透過當地華裔商人向澳洲主要政黨捐款，以此介入澳洲的政治議程，改變該政黨對於南海的立場 (Huang, 2019)，中國亦曾以資助政客的方式，支持與中國政府密切合作的候選人，影響澳洲的選舉 (黑快明, 2020)。

澳洲並非中國使用銳實力介入國內政治的個案。在一帶一路的倡議中，義大利對華友好協會(ICFA)被視為受中共操控的組織，其主要工作是推動義大利政府對於一帶一路的支持，遊說他們與中共建立更加親密的貿易與投資關係 (Foxall and Hemmings, 2019)。非洲的政治局勢也深受一帶一路倡議的影響，在倡議最初的四年間 (2013 年至 2017 年)，中國發放的貸款比補助高出三十一倍。中國將這些貸款視為增強國家權力和聲譽的工具，用以購買影響力、確保非洲港口的使用權、拓展中國商品的海外市場，以及贏得非洲各國政府對中國政策的支持。為了

獲取中國的援助和投資，當地政府可能會被迫放棄部分決策獨立性，轉而與中國在國際事務中保持一致。據聯合國投票數據顯示，2001年至2018年間，中國與非洲的政治一致性增加了78%（Tiffert and McPherson-Smith, 2021）。

中共宣稱他們和非洲是平等伙伴關係，但整體來看，這遠未達到這種理想（Tiffert and McPherson-Smith, 2021）。透過金錢攻勢和利益交換，中國逐漸將勢力滲透進其他國家的政治體系，中國通常採取大量貸款和投資開發的策略，這些貸款和投資不僅是經濟上的合作，更是政治上的籌碼。通過在目標國家建設基礎設施或資助重要項目，中國能夠在當地政府中獲得重要的政治影響力，像是建設橋樑、港口、鐵路等，這些項目不僅促進當地基礎設施的發展，也使中國在當地政治決策中擁有更大的發言權，並削弱目標國家政府獨立決策的能力，讓這些國家的政治環境變得更加複雜和脆弱（Lifuka, 2022）。

在學術領域，中國政府利用資金做為籌碼，向西方學術機構施壓，審查不符合中國立場的言論，避免北京當局被描述成暴力、不人道的政府。2017年中國官員要求劍橋大學出版社刪除315篇和天安門事件、文化大革命、西藏和台灣問題相關的文章（Ateed and Özcan, 2023），確保敏感議題不會被過多關注，遏止外界對中國人權及台灣等地發聲的機會。這種審查與施壓行為並不僅限於出版物，還延伸至教學內容和學術討論中，中國留學生扮演監督角色，阻止具有反華情緒的活動進入校園，這些學生高舉民族主義的大旗，背後與中國大使館往來密切，代替中國官方抵制任何涉嫌貶低中共的言論（Cole, 2018）。

孔子學院是另一個銳實力滲透學術界的例子。該教育機構原本作為推廣中文教育，促進中外人民交流的重要力量，是典型的軟實力範例。然而孔子學院後續的運作逐漸脫離原本的初衷，被指控充滿中國政府的官方色彩，涉及竊取海外重要學術成果、搜集海外情報、控制中國留學生以及威折異議人士等不當行為（沈有忠, 2020），當中國試圖透過孔子學院干預學術自由，推動特定意識形態宣傳，此舉已不屬於軟實力的範疇，而是跨入銳實力的界線（趙成儀, 2018）。

在媒體方面，中國政府對於外國如何看待其國家政策非常敏感，北京官員經常指責西方媒體宣傳中國的負面形象，因此，如何扭轉外界對於中國的偏見一直是中共的關鍵問題。中國官媒新華社積極與外國媒體簽署內容共享協議和備忘錄，使中國故事能在國際社會進行廣泛傳播（Procacci and Le Naour, 2021），為了符合各國的文化背景，報導內容會根據不同受眾做出調整，將其包裝成為獨立新

聞，讓受眾忽略該敘述可能服務於中國政府的立場與政策。全球數億新聞消費者往往就在這種不知情的情況下，閱讀由中國共產黨創建的訊息 (Cook, 2021)。

北京當局還透過投資與收購媒體股票的方式來影響他國的新聞內容，由於大量的資金流入，許多媒體不得不在報導內容和角度上進行調整，以迎合資金來源方的意圖和利益 (Cole, 2018)，這導致報導內容有所偏頗，媒體逐漸失去原有的客觀性和公正性。Chien (2019) 指出，中國資金介入使台灣媒體的獨立性受到嚴重威脅，台灣媒體開始在無形中說服台灣聽眾認同專制統治的正當性。透過精心包裝和選擇性報導，媒體將權力描繪成高效的象徵，試圖讓觀眾相信集權可以帶來更高效的治理和經濟發展。這種報導方式淡化了專制統治下人權侵犯和自由缺失的問題，轉而強調所謂的經濟動力和發展潛力，試圖用經濟利益來掩蓋政治上的不公和壓迫，影響台灣民眾對於中國現實情況的正確認知。

除了傳統媒體外，網路上的社群平台已成為中國政府推動影響力的全新舞台，中國政府積極利用 Facebook、Instagram 和 X 等全球性社群媒體宣傳特定政治立場，聘用私人承包商創建大量虛假帳號，通過按讚、評論及轉發等互動方式，營造出官方聲音廣受歡迎的假象 (Mankikar, 2022)。

例如，由中國國家資助或國家附屬的網軍在 YouTube 上傳極具說服力的影片，內容多集中於批評台灣執政黨、質疑美國對台政策，以及宣揚中國政府的合法性和正當性 (Carter et al., 2023)，透過此類內容，中國政府試圖削弱台灣的國際支持，提高中國在台灣問題上的話語權。Facebook 上的親中粉絲專頁則致力於宣傳統一的好處，強調台灣人在統一後可享有的相關福利，這些粉專也經常發布有關民族復興的內容，以溫情的敘事手法呈現，試圖喚起台灣民眾對中國的認同感 (Chen, 2022)。在台灣選舉期間，網上的銳實力攻擊尤為密集，北京透過 X 上的多個帳號發布針對台灣選民的誤導性訊息，企圖混淆輿論，製造不安和分歧，藉此影響最終的選舉結果 (Walker et al., 2020)。

為了提升真實性與可信度，這些帳號的運營者可能會偽裝成台灣記者、公眾人物或是當地居民，發布讚美中國的言論，他們試圖透過大量相似的敘事內容來引發受眾的共鳴，塑造中國的正面形象 (Nemmo, 2023)。這種策略旨在讓特定主張看起來比實際上更受歡迎，透過大量假帳號共同發聲，中國政府在網路空間建構出虛假的共識，使原本少數的聲音看似擁有龐大的支持，操縱特定立場在公眾中佔據主流地位 (Nemmo, 2023)。此舉不僅影響到個別議題的討論，還可能誤導

個人對於民意的理解，讓受眾誤以為某種觀點是社會的主流，因而改變他們的政治立場與價值觀念。



### 三、小結

銳實力旨在「說好中國故事，說壞民主故事」，用以增加民主政府的治理難度 (Huang, 2023)。為了實現這一目標，中共通過欺瞞、脅迫、審查、操縱及宣傳等手段，誤導或分散人們的注意力，使受眾對實際情況產生錯誤的理解或忽視現實問題，從而達到操縱和影響公眾認知的效果 (Walker and Ludwig, 2017)。

由於政治和地緣因素，台灣是中國實施銳實力的主要目標，中國在政治、學術和媒體領域都積極運用這種新型的政治力量，用以創造有利於統一的條件與環境 (Cole, 2019)。TikTok 作為新興的社交平台，無疑成為新的政治工具，但現有研究多聚焦於 Facebook、YouTube 和 X 等社群媒體 (Bradshaw and Howard, 2019 ; Walker et al., 2020 ; Sarah, 2021 ; Mankikar, 2022 ; Carter et al., 2023)，較少關注 TikTok 上的銳實力操作。因此，本研究旨在從銳實力的角度探討 TikTok 議題，分析中國政府在平台上實施銳實力的具體手段，並透過質化研究方法，對台灣大學用戶進行深度訪談，以評估他們對於 TikTok 上的銳實力認知和想法。

## 第二節 TikTok

### 一、簡介

抖音發佈於 2016 年 9 月，由北京字節跳動科技有限公司推動運營。該公司總部位於中國北京，創辦人為張一鳴，是一家新興的跨國網路企業。抖音是一款短影音應用程式，以音樂和舞蹈作為主要題材，其中不乏穿插美妝、寵物、政治與體育等內容，主題涵蓋多元。短影音是指透過數位媒體傳播，時長不超過 5 分鐘的創作內容，其優點包括製作成本低、傳播速度快以及生產者與消費者之間界線模糊等 (Kong, 2018)。與文字和圖片等傳統傳播媒介相比，短影音以一種更生動、更身臨其境的方式傳遞訊息，營造出特定的情感與氛圍，使閱聽人能快速投入創作內容，和創作者產生共鳴和交流。

抖音用戶可以藉由套用濾鏡、剪輯音樂、開啟變裝特效等功能拍攝短片，分享創意和日常生活，滿足自我表達的需求 (Lu and Lu, 2019)。快節奏的短影音結合背景音樂與視覺效果，帶來強烈的感官刺激，符合現代人碎片化的閱讀習慣，這種視聽享受在社交媒體時代得到廣泛認同和應用，使抖音在中國取得巨大的成就。

TikTok 為抖音的國際版本，在外觀和功能上與抖音有很多相似之處，但它們面向不同國家。TikTok 於 2017 年 5 月推出，同年 11 月字節跳動併購同類社交軟體 musical.ly，而後將兩者合併為更大的社群平台，迅速拓展海外市場。目前每月全球活躍用戶超過 15 億，在全球範圍內持續擴大其影響力 (Statista, 2024)。

TikTok 與其他社交媒體有一顯著差異，即演算法的普遍存在 (Bhandari and Bimo, 2022)。不同於 Facebook 和 Instagram 等將演算法作為輔助工具，TikTok 將演算法置於應用程式的核心位置，成為平台成功的關鍵因素之一 (Xu et al., 2019)。換句話說，TikTok 通過分析用戶的觀看紀錄、評論、按讚和分享等數據，為每位用戶量身打造推薦的內容，這些推薦內容不僅包含用戶已經關注的創作者作品，還會推薦與用戶喜好相關的影片，讓用戶能不斷發現新穎的內容。這種個人化的推薦方式能準確預測用戶的偏好，使用者只需簡單向下滑動就可以找到感興趣的影片，在好奇心的驅使下，用戶往往會無意識地花費大量時間瀏覽 TikTok (Fang et al., 2019)，從而增加其對該平台的黏著度。

用戶上傳的內容會決定平台的消費族群，貼文分享與影音創作能力則會決定人們是否時持續使用該平台 (Cuesta-Valiño et al., 2022)。TikTok 的演算法能提升創作者的熱情與影響力，在 Facebook 和 Instagram 上發布的作品，觀看次數大多受到既有粉絲數量的限制，較難進行更進一步的推廣，TikTok 的推薦系統則會給予創作者更多的曝光機會，讓作品接觸到同溫層以外的用戶，形成流量多過於粉絲數的現象。新手創作者能藉由演算法進行作品推廣，吸引不同的觀眾，這有助於提升創作者的創作動力，進而豐富平台上的內容。

TikTok 母公司隸屬於中國企業，考慮到中國政府可能對其進行干預，該應用程式的運作獨立性引起諸多爭議與質疑。美國前總統川普指責 TikTok 掌握大量美國用戶訊息，對國家安全構成威脅，下令禁止 TikTok 下載和更新，並要求美國運營商不得與其進行交易 (Trump, 2020)。儘管這項禁令因面臨法律挑戰和川普敗選，從未真正生效 (Allyn, 2021)，但這並不意味 TikTok 不再受到美國政府的監督與審查。2022 年，拜登簽署聯邦支出法案，限制政府機關安裝或使用 TikTok (Ingram, 2022)。2024 年，眾議院提出《保護美國人免受外國對手應用程式侵害法案》，要求 TikTok 脫離字節跳動，否則不予進入美國市場 (Select Committee on the CCP, 2024)。

澳洲、加拿大和台灣等國家相繼採取相似的措施，為維護網路用戶利益和確保網路空間的安全，禁止在政府官方設備上使用該應用程式。各國政府意識到 TikTok 可能受到中國政府的影響和控制，依照中國模式進行營運，中共下達的指令可能與民主國家的法律相互抵觸，構成安全風險。

根據 2023 年澳洲律政部的聲明，澳洲政府限制部門使用 TikTok，理由是擔心 TikTok 廣泛收集用戶資料，並受到外國政府的指示，這些指示與澳洲法律相互衝突 (Attorney-General's Department, 2023)。加拿大政府同樣提出相同的疑慮，其官方文件指出 TikTok 的數據收集方法允許對用戶的手機內容進行相當大程度的存儲，這將對隱私和安全構成無法承受的風險 (Treasury Board of Canada Secretariat, 2023)。台灣數位部則從資安角度考量，將抖音和 TikTok 列入危害國家資訊通訊安全的產品，以防止使用者相關資料外流，危害國家資通安全 (數位發展部, 2022)。

這些規定均反映出即使 TikTok 快速風靡全球，引領新的娛樂風潮，各國政府仍對 TikTok 持有一定的顧慮，擔心該應用程式未經授權竊取用戶資料，將其秘密傳輸到境外的伺服器，並經由懷有敵意的國家進行數據挖掘、分析和彙編，最終可能對國家的主權和完整造成損害。

## 二、相關研究

從心理層面來看，為了盡可能長時間吸引用戶的注意力，社群媒體公司極力創建高度沈浸式的服務。TikTok 為用戶提供各種臉部濾鏡、創意效果和影片編輯工具，這些功能讓用戶能根據自己的喜好創造獨特的短影片 (Zhang et al., 2019)。另一方面，TikTok 擁有出色的演算法系統，該系統基於用戶的個人資料和瀏覽歷史，推送符合其興趣的內容，並提供現下熱門的時事話題。當用戶在觀看這些影片時，它們的娛樂性和話題敏感性能夠吸引用戶投入更多的注意力，並產生舒適、愜意的心情。在輕鬆愉悅的氛圍中，用戶能夠過這個虛擬娛樂平台從現實生活中抽離出來，擺脫生活中負面或是不愉快的壓力，成為一種逃避和解脫的方式 (Francisco and Ruhela, 2021 ; Schellewald, 2023)。鑑於個人化內容和有趣的功能可以增加用戶的參與度，TikTok 與其他社群平台相比，用戶較容易對該應用程式產生依戀，形成成癮的行為 (Fang et al., 2019 ; Qin et al., 2022 ; Smith and Short, 2022)。

使用與滿足理論也可以用來解釋人們為何選使用 TikTok。該理論指出，不同個體在使用傳播媒介時，往往基於各自不同的目的 (Severin & Tankard, 1997)，藉以探討人們透過媒介行為以獲得心理或社會滿足的過程，並揭示受眾選擇媒體的內在動機與社會因素。Omar and Dequan (2020) 指出，用戶選擇使用和觀看 TikTok 很大程度上是基於使用者動機，而非其人格特質，換句話說，TikTok 對於使用者的吸引力來自平台提供的功能與體驗，以及滿足用戶特定的需求和願望，而不是受到個人外向或內向等性格影響。

娛樂是用戶選擇使用 TikTok 的首要理由 (Falgoust et al., 2022)。TikTok 上的短影音往往具有搞笑、新奇、誇張和無厘頭等特點，透過奇怪有趣的素材和荒謬怪誕的情節，讓人耳目一新的同時又為之深深著迷，豐富多彩、充滿趣味的創意內容成為 TikTok 的獨特魅力 (Wang et al., 2019)。除了單純享受視覺和聽覺的饗宴外，自我表達、追求名譽與社會認可也是關鍵動機，尤其是在青少年時期，情

感與娛樂需求是所有行為背後主要的驅動力 (Bossen and Kottasz, 2020)。

TikTok 通過展示各種不同的審美標準，挑展傳統美的定義，從而為青少年提供更加多元的審美觀。這種環境讓他們不再受制於傳統社會的審美壓力，有助於探索和塑造自己的身份認同。在 TikTok 上，青少年可以通過發布貼文來展現自己的興趣或是特長，並通過他人對貼文的反饋來影響自我形象和身份認同 (Roth et al., 2021)，這些反饋通常是以按讚、留言和轉發的形式出現，突破地域和時間的限制，提供即時互動的功能。青少年將網路上的評價視為一種肯定和成就，這種對個人外表和同儕態度的高度關注導致人們需要不斷發布照片和貼文，並努力思考應該展示何種形象才能獲的喜愛 (Scherr and Wang, 2021)，此舉不僅能促進了彼此之間的連結和共鳴，形成群體相互支持，還能獲得關注及歸屬感。

為了擁有共同的語言，避免被孤立，年輕的 TikTok 用戶往往會積極參與社群上的活動，將網路上熱門的舞蹈和音樂成是彼此間溝通的橋樑。參與挑戰 (challenge) 成為青少年創建身份和社交互動的一部分 (Roth et al., 2021)，挑戰通常是由一個特定主題、音樂或是動作所構成，創作者需要根據這些要求拍攝影片，並適時加入自己的創意以引起其他用戶的目光，一個成功的挑戰往往能在短時間內快速累積大量的觀眾與參與者。

值得注意的是，挑戰的內容並非完全輕鬆無害，有些挑戰的主題會將挑戰者置於危險的環境中，可能出現傷害自己或是危及他人的行為 (Falgoust et al., 2022)，像是鼓勵用戶服用大量苯海拉明來獲得快感，並記錄下相關反應 (Patel et al., 2023)，該挑戰引發多名用戶產生嚴重的副作用，甚至導致死亡事件。用戶若是為了獲得流量或是尋求認可而盲目跟風 TikTok 上的挑戰，可能會忽略風險，做出危險或是不負責任的舉動，因而招致無法挽回的負面影響。

TikTok 在商業方面也有卓越的表現。其用戶基礎龐大且年齡層較低，對眾多品牌而言，這代表一個可觀的市場潛力，企業能透過 TikTok 接觸到年輕世代的消費者，擴大商品的消費族群。與 Facebook 和 X 等社群平台相比，TikTok 更重視視覺與互動性，後者則強調資訊與專業性 (Jennings, 2022; Barta et al., 2023)，因此，大多數品牌傾向在 TikTok 上採取趣味與創意的行銷策略 (Pieter et al., 2021; Sheak and Abdulrazak, 2023)，以非正式的方式拍攝廣告影片，像是營造輕鬆的氛圍在家中分享日常生活，或是利用濾鏡增加影片的娛樂性等 (Su et al., 2020)，這些廣告與普通用戶發佈的貼文風格相似，生活化的內容展現更自然、真實的一面，

有助於拉近品牌與消費者之間的距離 (Jennings et al., 2022)，進而減少用戶對於傳統硬性廣告的抵觸情緒，增加品牌的親和力與可信度，使用戶在接觸廣告時更容易接受和投入其中，增加其購買意願。

除了提供娛樂、情緒和商業價值外，TikTok 與中國的關係也備受外界關注。然而，現有研究較少將 TikTok 與銳實力概念結合，解釋中國在 TikTok 上行使銳實力的具體行為。台灣與中國擁有相近的語言，這使得中國的音樂、戲劇及應用程式對台灣用戶特別有吸引力，台灣受眾在尋找娛樂和購物時，更傾向於追隨中國的流行文化。若是台灣受眾沈迷於北京掌控的應用程式，對中國產生盲目的崇拜和依賴，可能會削弱台灣的認同與文化，並動搖台灣共同意識的基礎 (Graham-Harrison and Lin, 2023)。因此，從銳實力的角度研究 TikTok 具有重要意義，以便揭示其對台灣年輕用戶的潛在影響及風險。

### 三、從銳實力看 TikTok

隨著活躍用戶大量湧入，以短影片聞名的社交網絡 TikTok 正逐漸成為政治討論的場所，TikTok 的影片長度通常介於 15 到 60 秒之間，快節奏加上相同音源的二次創作，使同一個議題在短時間內被反覆呈現，調動視覺與情緒感受，進而強化特定觀點，影響用戶的認知。

TikTok 不單單只是一個娛樂平台，它的政治潛力顯而易見 (Vijay and Gekker, 2021)。政府意識到該平台擁有高流量以及年輕用戶基礎，積極透過 TikTok 與年輕族群建立溝通管道，以激發他們對政治議題的興趣，同時向他們傳達相關的政策與理念。此外，TikTok 還被用於加深民族情感，推廣具有強烈民族主義色彩的內容，區分我族與他者，藉此提高政府的威望與合法性，凝聚民眾的支持 (Song and Ray, 2023)。這些內容經常通過視覺和音效的多重刺激，喚起用戶的情感共鳴，例如描繪解放軍與民眾溫馨互動的情景，這無形中塑造了一種強烈的民族認同感，通過這種方式，用戶很容易被激發出愛國情懷，並將國家繁榮與自己的身份聯繫起來。

TikTok 除了作為政府與黨派的宣傳工具外，也為年輕人提供新的政治表達空間。他們結合音樂與舞蹈，以輕鬆、無理頭的氛圍面對政治議題，促使更多用戶參與新興社會事件並創建相關內容，為同一政治目標努力 (Cervi and Divon, 2023)。Medina et al. (2020) 指出，TikTok 上的政治傳播具有高度的互動性，用戶

透過二次創作影片分享自己的政治評論，這意味著政治訊息被不斷重新詮釋與傳遞，形成更加豐富的對話，其政治溝通功能更勝於其他傳統社群媒體。

鑑於 TikTok 的影響力已經超越娛樂的範疇，展示出強大的政治潛力，成為國際政治博弈的新戰場，外界開始審視和評估這一平台對國家安全的潛在威脅。法國紀錄片《TikTok：中國陰影》(TikTok, l'ombre chinoise) 中提及，TikTok 最大的問題在於我們首次面對一個獨大的社群，卻是由一個極權國家所掌控 (Merle et al., 2023)，這使得國際社會擔憂該平台是否會成為北京當局政治宣傳及數據收集的工具。以下將依序探討審查、宣傳及假訊息等議題，以深入分析銳實力在 TikTok 上的具體展現方式，最後將進一步探討 TikTok 如何加劇銳實力的影響力，揭示其對社會與政治的潛在衝擊。

TikTok 母公司為字節跳動 (Kaye et al., 2021)，作為一家中國公司，字節跳動有義務配合政府的情報工作 (中國人大網, 2017)。為履行中共要求的企業責任，公司需響應黨的政策指引，如傳播正能量、加強行業自律，以及彰顯社會主義核心價值觀，為建設數字絲綢之路盡一份企業責任 (首都互聯網協會, 2018)。

300 名 TikTok 和字節跳動的員工被披露曾經為中國官方媒體工作。現任 TikTok 戰略負責人的個人資料顯示，他曾在中國門戶網擔任編輯，發布過〈維護習近平核心地位是關鍵：公報〉和〈習近平強調共產黨宣言重要〉等文章 (Baker-White, 2022)，這些員工的個人經歷更加深人們的擔憂，即中國可能會利用 TikTok 在全世界的廣泛影響力來實現其自身目標。

早在 2019 年，洩露的文件就曾揭露 TikTok 的演算法遵循中共的政治指令行事，北京當局透過 TikTok 推進中國的海外政策目標，審查違反其利益的內容 (Hern, 2019)。審查最初是為了促進參與並防止濫用的治理機制，由社群媒體公司掌握話語權，決定資訊的曝光程度 (Grimmelmann, 2015)。平台會根據政策與法律，對內容進行篩選、評估、批准、隱藏或刪除，其目的在於促進資訊交流，最大程度地減少攻擊性和反社會行為，避免網路上充斥歧視、裸露、暴力或極端主義等內容，確保個人與弱勢團體的權益均受到保障 (Flew et al, 2019)。

專制政權使用審查的目地在於讓政府免受批評。意識到海外的憲政主義、獨立的公民社會和自由表達的民主價值觀，可能會對中共的一黨專政構成嚴重威脅，中國政府除了嚴格管控國內的網路訊息，還持續向國外推廣符合黨的治理模式，採取審查與操縱等策略，以削弱民主國家獨立機構的自主性，達成限制

言論自由和改變意識形態的目的 (Mankikar, 2022)。

中國技術威權已經延伸至外國公民的生活中，TikTok 的執行標準很大程度上受制於中國政府 (Ryan et al., 2020)。平台會根據執政者的利益做調整，遵守黨的路線，審查與中共政策目標不一致的主題標籤，例如新疆人權、台灣獨立和 LGBTQ+ 等涉及政治敏感的內容，防止人們過度討論可能損害中國形象的政治敘事 (Ryan et al., 2020)，確保平台上的流行趨勢始終處於可控範圍之內。

Riikonen (2019) 發現，TikTok 上極少出現有關香港抗議活動的影片，討論美國政治的影片卻相當豐富，他因此推測，TikTok 會遵從中國政府的要求，屏蔽對中共不利的爭議話題。NCRI (2023) 亦得出相似結論，通過比較 TikTok 與 Instagram 發現，兩個平台在一般政治及流行文化話題的討論比例上相近，當涉及中國政府的敏感議題時，兩者則呈現顯著差異，TikTok 上與北京相關的敏感話題標籤明顯少於 Instagram，顯示 TikTok 可能會基於內容是否符合中國政府利益而隱藏或刪除特定內容。經由審查，北京能決定哪些事件是「真實」，哪些結論是「正確」，並將篩選後的資訊呈現在平台上，影響各國的用戶。

在探討演算法與身份認同關係的研究中 (Karizat et al., 2021)，多位受訪者提到 TikTok 作為一家中國公司，對平台內容進行嚴格審查，以維護中國政府的聲譽，他們舉例認為，TikTok 壓制「黑人的命也是命 (Black Lives Matter)」等抗議影片的動機，可能與壓制香港抗議活動相關，因為這些議題均涉及警察暴行。這類審查並非孤例，另一位受訪者注意到 TikTok 的字幕功能屏蔽「亞洲女性」一詞 (Ohlheiser, 2021)，這不僅影響用戶在平台上體驗和行為，也關乎用戶的歸屬感，以及被他人看到、聽到並感受自身價值的能力。作為一種平台治理行為，這進一步阻礙使用者在平台上探討重要的社會、文化和政治議題，削弱了他們的溝通需求和言論自由 (Steen et al., 2023)。

為了應對外界對中國政府可能介入的疑慮，TikTok 表示將停止聘用中國審查員來篩選外國內容，轉向以當地為主的審查員。此舉旨在增加文化理解，提升審查員對當地文化、價值觀及社會敏感議題的認識，從而進行更具體且符合當地需求的內容審查。這不僅有助於減少因文化差異引發的誤解和矛盾，也能促進應用程式在全球市場的接受度和信任度。通過本地化的審查，TikTok 希望能平衡全球用戶的多元需求與內容管理，提升審查的透明度，緩解其他國家對於中共控制其應用程式的擔憂 (Kubota et al., 2020)。然而，即使審查員的國籍改變，若政策仍

然受到中國政府影響，審查的標準和結果依然會反映出中國政府的立場，無法實現客觀公正的內容管理，也很難保證審查的獨立性，因此這項轉變的效果究竟如何，仍尚需觀察。

TikTok 不僅在審查標準方面引發爭議，關於資料安全與個人隱私保護問題也引起各界的高度關注。收集數據已經成為社群應用程式的常態，平台通常免費為大眾提供服務，作為交換，媒體公司會根據用戶的瀏覽和消費習慣調整推薦的內容，推送相應的商業廣告。值得注意的是，這種做法的潛在威脅在於資料的流向以及誰有權取得它。TikTok 員工曾提出指控，稱字節跳動的中國員工數次存取美國用戶的非公開資料，違反官方承諾美國用戶資訊將儲存在美國而非中國的規定 (Baker-White, 2022)。

批評者指出，TikTok 可能過度收集用戶的資訊，並將其提供給中國政府使用，這些資料包含用戶姓名、年齡、電話號碼、位置、瀏覽紀錄以及設備上其他的應用程式等詳細資訊 (Milmo, 2022)。北京方面可能藉由收集的資訊追蹤聯邦僱員及承包商，建立個人資料檔案以便進行勒索，並策劃針對企業的情報行動。(Trump, 2020)，或是利用個人識別資料和心理檔案推廣客製化的政治宣傳，對特定受眾進行精準投射 (Farahany, 2023)。

演算法會根據用戶的瀏覽資訊決定推薦頁面上優先展示的视频，藉由擴大特定貼文的影響力，恐將官方的政治偏好強加給用戶，據報導，中國政府曾要求 TikTok 設立隱藏宣傳帳戶，針對西方受眾傳播符合北京當局意識的內容 (Solon, 2022)，這種做法不僅損害了用戶的知情權，也可能會對國際輿論產生重大影響。

在分析四百多則帶有#新疆標籤的公開影片後發現，僅有 5.6% 的影片批評了中國政府在新疆地區的政策，與傳統媒體的批評聲音形成鮮明對比。此外，數據顯示#新疆標籤頁面排名前三的影片均以展示新疆美景為主，這些排名靠前的影片按讚數普遍不高（均少於 600 讚），卻仍能在該標籤頁面中占據顯著位置。相較之下，一支標題為「Free Uyghur (自由維吾爾)」並擁有超過兩千讚的影片卻僅排在一百多位，顯示 TikTok 可能通過調整內容排序來影響用戶對新疆議題的認知，塑造用戶從特定視角觀看該地區相關問題 (Zhang et al., 2021)。

除了透過演算法決定哪些內容會被病毒式傳播以外，TikTok 和字節跳動的員工還會秘密挑選特定影片，以手動推送的方式確保這些影片達到一定的觀看次數 (Baker-White, 2023)。換言之，TikTok 與其母公司的員工對內容推廣具有高度的

自由裁量權，這種手動推廣的方式引發外界對其透明度和公正性的質疑。

TikTok 發言人 Favazza 對此作出回應，指出人為推廣是基於商業目的，旨在推廣多樣化的內容，向用戶介紹名人和新興創作者，Favazza 強調，只有少數人有資格批准在美國推廣的內容，且這些內容只佔推送頁面中的 0.002%。

然而，這一聲明並未完全消除人們對於 TikTok 人為干預推廣影片的疑慮。Farahany (2023) 直言，TikTok 已成為認知作戰的一環，當平台操控用戶的偏好與信念，其認知思維也更易受到影響。在人們尚未對事件形成固定立場之前，中國透過大量投放宣傳影片，以重複且一致的敘事強化特定觀點，藉此塑造對事件的單一詮釋方式。此策略有助於在受眾心中建立穩固印象，進而引導其觀點與評價。Huang (2023) 指出，在嚴格限制外國資訊進入中國媒體環境的同時，中國政府仍持續向台灣大量輸出政治性內容，透過講述中國故事，向台灣受眾傳遞中國的正面形象及兩岸連結，以提升台灣民眾對中國的好感度。

在此背景下，TikTok 作為具有推送偏好與政治敘事導向的平台，其使用強度可能影響受眾對中國的態度。重度使用者因長期、大量接觸平台內容，更可能受到演算法推送的親中訊息影響，從而形成較為正向的中國印象；反之，輕度使用者因接觸有限，較不易受到平台內容塑造，其態度可能更依賴主流媒體、個人政治立場或既有認知，呈現相對負面或中性的中國態度。

綜合上述文獻，本研究推論 TikTok 使用強度與使用者對中國的態度之間可能存在關聯。因此，本研究提出以下假設：

- 一、TikTok 重度使用者對中國持較為正面的態度
- 二、TikTok 輕度使用者對中國持較為負面的態度

此外，這類宣傳影片內容並非完全真實，往往會夾雜假訊息進行散佈。假訊息是指基於金錢、權力或是利益，惡意扭曲事實，影響和誤導受眾的判斷 (Wardle, 2020)。為使受眾不易察覺，並非所有消息皆為捏造，更多時候是半真半假，以此混淆閱聽人的視線，讓人難以在第一時間辨別。

TikTok 是 COVID-19 後傳播假訊息的最新管道 (Calvo-Gutiérrez and Marín-Lladó, 2023)。美國政府於 2020 年的行政命令中提及，TikTok 被用於散播有關 COVID-19 的假訊息，用以塑造人們對當前病毒的理解 (Trump, 2020)，從聲稱病

毒起源於某一特定國家到宣揚錯誤的治療方法，這些假訊息不僅混淆了公眾的認知，還可能導致不當的行為和抉擇，進而加劇了疫情的傳播和影響。

根據 NewsGuard 的調查，在 TikTok 搜尋重要話題時，近 20% 的搜索結果影片包含假訊息，這意味著，無論是關於俄羅斯入侵烏克蘭、校園槍擊事件，還是 COVID 疫苗的搜索，TikTok 的用戶都有很大的機會接觸到虛假和誤導性的聲明 (Brewster et al., 2022)。Paul (2020) 指出 TikTok 的影片中包含許多對選舉的虛假陳述，如聲稱選票數量存在詐欺行為，或是指控選務人員故意分發標記過的選票，意圖避免這些選票進行計算。這些未經證實、惡意捏造的內容可能會影響選民的判斷，使他們對另一部分選民或候選人產生敵意，引發社會緊張和分裂。

在兩岸議題上，假訊息已經成為台灣民主政治運作中的重要挑戰。沈伯洋 (2021) 注意到台灣選舉期間存在輿論操作，特定候選人的網路聲量呈現出異常現象，無論是貼文數、影片數或文章互動數等，均遠超過其他候選人，許多網路群組的發起人和管理者被高度懷疑是由中國的專業團隊所策劃，憑藉傳播假訊息或誇大特定議題，提升候選人聲量，試圖干涉台灣人民的政治偏好，扭曲台灣民主的運作 (Huang, 2019)。

Huang (2023) 進一步針對假訊息的案例進行分析，包括關西機場事件，以及中國聲稱進行大規模軍演以回應台獨等情況。他指出，這些刻意散播的訊息可能對台灣社會產生重大影響。若台灣民眾缺乏辨識能力，容易將中國刻意偽造的網路訊息誤認為真實的台灣情況，進而對政府產生不滿、焦慮與恐懼。這類錯誤認知可能加深社會對立，削弱人民對執政團隊的信任，同時影響民眾對台灣民主價值的信心與支持。

中國政府透過假訊息破壞自由主義規範，其內容通常強調中國威權體制的優越性，並針對台灣的民主制度進行打壓 (Huang, 2023)。此類訊息往往淡化中共威權統治的負面影響、放大台灣社會內部矛盾、凸顯民主制度的缺陷、模糊台灣的獨立立場，並強化兩岸一體的觀念。這種策略特別鎖定年輕族群，利用低薪、就業困境及生活壓力等現實問題，引發對政府的不滿情緒，進而影響他們的政治判斷與對兩岸議題的態度 (普麟、林玉城, 2020)。換句話說，假訊息透過操弄社會情緒與認知偏差，不僅影響台灣民眾對政府的信任，也可能重塑對兩岸議題的認知框架。

基於以上文獻，本研究希望進一步探討 TikTok 使用強度與國家認同之間的關聯。因此，本研究提出以下假設：

三、TikTok 重度使用者對台灣的國家認同感較低

四、TikTok 輕度使用者對台灣的國家認同感較高



在探討台灣青少年使用 TikTok 的行為與影響的研究中（李佳靜，2023），多數受訪者表示他們難以判斷影片內容的真偽，且不傾向主動採取行動查證事實，因為他們使用 TikTok 的主要目的是娛樂，除非影片內容與自身密切相關，否則不會過度在意影片的真實性。越南受訪者也表達出相似的意見，他們多數都有意識到 TikTok 上存在假訊息，卻不願額外花時間進行查核（Lan and Tung, 2024）。長期觀看錯誤或誤導的影片容易導致受眾視野狹隘，對議題抱持特定偏見，這些惡意訊息往往是經由精心設計，目的是混淆視聽，以此推動特定議程，影響主流的輿論，甚至加劇現有的分歧（Manantan, 2021）。

TikTok 並非唯一涉及銳實力運作的社群平台，其他如 Facebook、YouTube 和 X 等平台同樣被用於傳播特定的意識形態（Bradshaw and Howard, 2019；Walker et al., 2020；Sarah, 2021；Mankikar, 2022；Carter et al., 2023）。但 TikTok 短影音的形式更契合現代人快速獲取資訊的需求，透過幽默、戲劇性或誇張的氛圍在當前的政治環境中扮演了獨特角色，也使 TikTok 成為一個更容易受到銳實力影響的高風險平台。

TikTok 的俏皮文化為銳實力提供了理想的傳播媒介。他國可以利用這一特性，將嚴肅的政治議題融入充滿迷因的短影片中，以娛樂的外衣包裝符合他們利益的偏頗觀點（Matamoros, 2023）。短影音為了在幾秒內吸引觀眾的目光，常常採用誇張和情緒化的手法，而非以客觀、理性的方式呈現內容，高張力的表達方式容易激發觀眾的強烈情緒反應，尤其在涉及敏感政治議題時，這種煽動效果尤為明顯。

銳實力操作者往往利用這一機制削弱目標國內部的凝聚力，當政治議題以娛樂化的形式呈現時，觀眾在瀏覽這類內容時通常會放鬆警覺，更容易接受影片中隱含的價值觀或立場，並隨著影片的節奏起舞。一旦這些議題被塑造成高度情緒化且對立的故事，受眾的反應可能會變得更加激烈，導致對立陣營之間的對話空

間縮小，取而代之的是彼此間相互攻擊與仇視，這種政治迷因短片的表達方式可能會激化既有的矛盾，造成社會分裂和對立，加劇兩極化的問題（Litera and Kligler, 2023）。

此外，TikTok 平台的快節奏特性進一步放大了銳實力的影響力。當複雜的社會議題被壓縮成幾秒鐘的影片，這些議題經常被簡化為二元對立的故事，其多樣性和複雜性難以充分展現。這些短片經常經過精心的剪輯和加工，突出情緒化的部分，卻忽略事件的整體背景和關鍵細節，以至於觀眾接收到的並非事件的全貌，而是經過篩選的片面敘事（財團法人台灣網路資訊中心，2023）。由於缺乏背景說明和深度分析，用戶很難在短時間內理解事件的來龍去脈，更遑論進行批判性思考，當假訊息在短時間內大量反覆出現，容易形成先入為主的印象，即使後續官方發佈澄清資訊，也難以完全消除謠言帶來的錯誤認知。

導致 TikTok 更容易受到銳實力滲透的另一個因素是其以演算法為中心的平台邏輯。不同於 Instagram 和 YouTube 等其他主流社交媒體是基於朋友圈和粉絲群的傳播模式，TikTok 是根據用戶的行為和興趣將熱門影片推薦給用戶（Zeng and Kaye, 2022），換言之，Facebook 上的動態訊息主要是由好友分享的內容所構成，在 TikTok 上則是透過算法決定影片與影片之間的關聯（Barta and Andalibi, 2021）。

這種以演算法為主導的模式使用戶行為更加被動。用戶在使用 TikTok 時，通常不會主動搜索資訊，而是依賴演算法推薦符合他們偏好的影片，導致其接收的資訊深受演算法影響（Freimann, 2024）。從銳實力的視角看，TikTok 以演算法為中心的設計可能加劇回聲室效應與假資訊傳播的風險（Bösch and Divon, 2024），為銳實力操作提供了更大的空間，平台透過篩選內容，決定用戶應接觸的資訊，讓用戶在享受個性化推薦的同時，也可能在不知不覺中被引導至特定的立場，影響用戶的價值觀與政治態度。

#### 四、TikTok 與政治態度

社群媒體改變人們獲取訊息和形成觀點的方式。當消費者接觸到政治和社會議題時，無論是透過靜態文字還是動態影音，均可能對其政治態度產生影響（Karimi and Fox, 2023）。本文所稱之政治態度，係指個體對政治事物所形成的認知、評價與情感等心理反應。其涵蓋對政治體制、政策議題、政黨、政治人物、國家認同與民主價值等面向的立場與看法。例如，個體可能對中國政府產生好感

與支持，亦可能抱持厭惡與反對。

演算法會根據用戶過去的點擊紀錄、興趣和偏好來篩選影片，推送符合用戶喜好的內容，用以增加他們對平台的黏著度，用戶往往只會接收到符合自己期待或是想要的結果，無法接觸到與自己觀點相異的資訊 (Pariser, 2011)。此一過程可能形成迴聲室效應 (echo chamber)，即志同道合的使用者聚集在一起，持續強化彼此的敘事 (Montag, 2019 ; Cinelli et al., 2021)。

隨著相似觀點被反覆強調與擴大，虛假或荒謬的論點亦可能逐漸獲得認同，長期沈浸於高度同質化的言論環境，可能導致用戶忽視多元聲音，侷限於單一資訊來源，從而錯誤地認為自身處於主流意見之中，進一步強化對特定議題的支持，或是在選舉投票時盲目跟隨線上風向，影響既有的政治態度 (Himmelboim et al., 2013 ; Sunstein, 2018)。

另一些學者則提出不同看法，認為社群媒體並不會阻礙用戶接觸不同的聲音 (Dubois and Blank, 2018 ; Geiß et al., 2021)，反之，它有助於促進大眾對多元政治資訊的理解 (Hassan et al., 2016 ; Intyaswati et al., 2021)，特別是對平時較少關注政治的使用者而言，社群媒體增加被動學習政治知識的機會 (Bode, 2016)。平台提供低門檻環境，讓任何人都能輕鬆且快速地產出政治內容，並以極低的成本將這些內容分享給廣大的受眾 (Abbas et al., 2022)。由於線上的政治資訊豐富多樣，再加上用戶通常同時活躍於多個社群平台，往往能接觸到不同立場的言論，在無意間吸收關於該議題的資訊，進而對其政治態度與政治行為產生影響 (Bode et al., 2014 ; Bond et al., 2012)。

在探討 TikTok 與政治態度的研究中，Karimi and Fox (2023) 對 18 至 25 歲的年輕人進行線上調查，研究發現 TikTok 的使用可能影響用戶對政治領袖的支持程度，約有 70% 的受訪者表示該平台確實強化他們既有的偏好。這顯示 TikTok 不僅是娛樂平台，也可能成為強化政治立場的重要空間。

Church (2022) 的研究揭示用戶定期使用 TikTok 後，他們的政治意識形態在一定程度上發生變化，超過一半的參與者表示他們的政治意識形態發生很大程度或相當多的變化，僅約 9% 的人表示其政治意識形態完全沒有改變。Tang and Willnat (2023) 則發現較於使用傳統社群媒體的用戶，如 Facebook、Instagram 和 X 等，美國 TikTok 用戶對中國抱持更為正面的態度，這可能是因為 TikTok 提供多元主題及內容，並透過簡短、有趣且具說服力的短影片，以多角度呈現中國的

形象，有助於平衡中國在傳統社群媒體中的負面觀感。

在台灣的研究中，Hsu（2025）發現 TikTok 會影響使用者的政治態度，特別體現在削弱民眾對台灣現有制度的滿意度與民主信心，此現象與該平台的政治內容及演算法機制密切相關。根據對 15 歲以上台灣民眾的問卷調查，TikTok 活躍使用者在兩岸議題上，傾向將緊張局勢的責任歸因於民進黨、美國以及中國政府；相較之下，非活躍使用者則更集中認為中國政府是主要肇因。此外，Hsu 在對 15 至 18 歲青少年的訪談中發現，儘管受訪者普遍對中國持負面態度，但由於缺乏對中國威脅的具體想像，不少人認為統一對日常生活影響有限，因而傾向消極應對並接受現狀。

IORG（2023）的研究結果與 Tang and Willnat（2023）的發現相呼應，均反映 TikTok 較其他社群平台更能提升用戶對中國的好感。IORG 指出，觀看 YouTube Shorts 後，用戶對中國與美國的態度並未出現顯著變化，反觀使用 TikTok 的用戶則普遍對中國產生更正面的觀感，這凸顯不同平台之間的演算法與內容篩選邏輯，可能決定其在政治態度上的影響力。

然而，TikTok 帶來的政治影響並非單一方向。邱家皇（2024）的訪談結果顯示，受訪者對於中國的態度主要分為兩種：一是因反覆接收到共產主義訊息而產生的排斥心理；二是在觀看相關宣傳影片後，對民主是否優於共產主義產生懷疑，動搖個人對民主的認知。換言之，TikTok 在政治態度上的影響具有多重面向，它既可能強化政治偏好、塑造親中情感，也可能削弱民主信念，甚至引發反感與防衛心態。

同樣地，黃姿婷（2022）發現，TikTok 對台灣社會的影響是複雜且具多面向的。受訪者常因意識形態差異與身份焦慮，避免討論政治議題，並透過使用簡體字或中國用語來減少摩擦。然而，這些行為上的調整並不代表受訪者的國族認同有所動搖，多數人仍堅持自我認同為台灣人。這一結果顯示，態度的調整和身份的轉變並不必然連動，使用者可能僅是策略性的表面迎合，而非真正內化中國的敘事。

綜合上述研究可以發現，無論是透過問卷調查或質性訪談，都揭示 TikTok 對於使用者的政治態度具有潛在影響。TikTok 上的政治娛樂短片在形塑國家形象方面發揮重要作用，讓受眾得以更直接地接觸中國社會，有助於扭轉國際社會對中國的既有觀感，也讓原本政治冷感的使用者，在無形中被動吸收相關敘事。值得

注意的是，這些影響並非單純正向或負向，而是隨著個人使用頻率、媒體素養與政治背景的差異，展現出多樣化的效果。部分研究認為 TikTok 能促進跨文化理解，但也有學者指出其可能加深分歧，甚至挑戰既有的政治信念。因此，探討台灣大學生如何看待 TikTok 上的政治資訊，以及不同使用頻率是否會導致政治態度的差異，將是值得深入關注的研究議題。

## 五、小結

TikTok 因其節奏快速、內容精練以及幽默風趣的風格，在社群媒體中獨樹一幟。平台鼓勵用戶持續創作、評論及參與挑戰，並提供豐富的特效、濾鏡與音樂庫，讓用戶能輕鬆製作出個人短片，分享日常生活，增加用戶之間的互動與交流，此模式不僅增強用戶的社群歸屬感，亦成功打造出一個充滿活力且引領風潮的社群空間。

然而，TikTok 作為娛樂平台的同時，也引發諸多爭議。現有研究多從單一面向討論 TikTok 衍生出的負面影響，像是病毒式挑戰、網路成癮、注意力分散等 (Fang et al., 2019 ; Falgoust et al., 2022 ; Qin et al., 2022 ; Smith and Short, 2022 ; Patel et al., 2023)，很少有研究檢視 TikTok 上的銳實力問題。TikTok 被視為宣傳工具與心理戰武器，而非單純作為公共外交或軟實力的媒介 (Göksun and Samuk, 2023)，這意味著即使青少年用戶不關心身份認同或政治議題，該平台仍可以透過內容操縱、審查、宣傳、控制以及施加影響力等手段，潛移默化地傳遞相關政治訊息 (Melin, 2021)。

綜合上述國內外研究，TikTok 對個人的政治態度有著深遠影響。惟現有關於 TikTok 銳實力的研究多聚焦於美國受眾，探討其對於政黨偏好的影響，較少考量台灣與中國之間獨特的國家認同問題。為填補此一研究缺口，本研究將從銳實力的視角切入，分析台灣大學生用戶是否察覺平台中潛藏的銳實力操作，以及他們對相關政治資訊的理解與評價。研究重點涵蓋三大面向：假訊息、內容審查與政治宣傳，期望透過此分析提供更深入的觀察，以全面理解 TikTok 上銳實力的具體展現與影響。

此外，本研究將進一步比較不同使用頻率的族群，探討輕度使用者與重度使用者在接觸相關資訊後，是否會改變他們對於「中國籍配偶」、「兩岸一家親」、「中國科技發展」、「台灣盟友選擇」、「中國政府施政成果」和「身份認同」的看

法。通過比較受訪者使用頻率的差異，本研究旨在釐清哪些群體更容易受到潛移默化的影響，進而改變其社會或政治觀點；以及哪些群體則能在享受娛樂的同時，警覺影片中隱含的政治宣傳，並審慎防範潛在威脅。



### 第三節 涵化理論



#### 一、簡介

1970 年代，喬治·葛本納（Gerbner）等人提出了涵化理論的初步論述，探討電視對閱聽人影響的機制。該理論的核心觀點認為，觀眾收看电视的時間越長，越傾向於相信電視所呈現的資訊，他們的態度、價值觀與行為也可能逐漸向電視傳遞的內容靠攏。換言之，受眾對現實的感知會受到電視內容的深刻影響（Gerbner, 1986）。

大眾媒介透過持續且系統性的傳播，逐漸構建一套潛在而全面的訊息體系，從而形塑人們的意識型態。像是電視劇不斷地呈現特定的社會角色、行為模式和價值觀，使觀眾在無意識中內化這些資訊，並在心中建構一套相似的價值體系。這種意識型態的影響或許不會立即顯現於表面，但透過潛移默化的過程，深遠得影響並重塑人們對社會現實的理解與認知（Perse, 1986）。

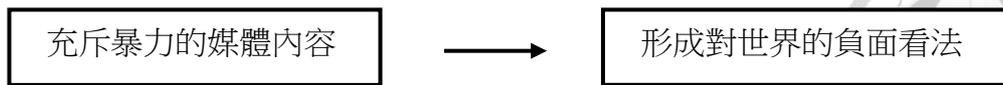
1980 年代後，Gerbner 對涵化理論進行補充，加入兩個全新的概念：主流效果（mainstreaming）和回響效果（resonance）。這兩個概念不僅深化了涵化理論對媒體影響的理解，也為分析媒體內容如何塑造觀眾的社會認知提供更全面的框架。

主流效果是指儘管電視觀眾來自不同的年齡、性別、種族或社會階級背景，長時間觀看同一個電視內容後，會使他們的觀點和想法趨於一致，這意味著對於某一議題，社會上原本存在多元且分歧的意見，因持續接觸同一個媒介資訊逐漸同化，最終與媒介所呈現的「主流意見」相符（Gerbner et al., 1987）。

回響效果則是認為當媒體訊息與受眾的生活經驗越相近時，涵化效果就會越顯著，舉例而言，如果電視節目頻繁描繪某地區的高犯罪率，居住在該地區或曾有類似暴力經驗的觀眾，更容易對這類內容產生共鳴。

涵化理論的核心觀點可以通過下圖 1 來說明，圖中顯示了該理論的兩個主要特點：首先，涵化過程具有單向線性的性質，媒體對觀眾的影響是單向且連續的，媒體內容傳遞給觀眾，觀眾並不會反過來影響媒體內容；其次，媒體暴露的程度是決定涵化效果強弱的核心因素，意指受眾接觸媒體的頻率與時間長短直接影響涵化效果的強度（Gerbner and Gross, 1976；黃葳威，2012）。

圖 1 涵化理論的基本概念圖



資料來源：Gerbner and Gross, 1976；黃葳威，2012

傳統的涵化理論強調，長期暴露於媒體內容會逐漸塑造觀眾對現實世界的認知。然而，Shanahan and Morgan（1999）對此提出批評，認為這一過程並非單一且靜態，而是受到多個因素的影響。其中，個體差異，如年齡、性別、教育程度、或是社會經驗等，可能會影響他們如何解讀和內化媒體內容。他們提出的互動變項模式，旨在解釋為何涵化效果在不同個體間存在差異，該模式指出涵化效果不僅取決於媒體暴露的程度，還受到個體的現實經驗、背景與媒體內容相互作用的影響（曾琦，2024）。

本研究為探討台灣大學生在接觸 TikTok 上的銳實力內容後，他們的政治態度是否受到影響。由於受訪者的個人背景存在差異，可能導致其政治態度呈現不同，因此選擇以互動變項模式作為研究模型，進一步分析這些背景因素與媒體內容間的相互作用對政治態度的影響。

## 二、從涵化理論看 TikTok

隨著時代發展，觀眾接收資訊的管道日益多元，傳播媒介已不再局限於電視，這種轉變促使學者將涵化理論的研究範疇延伸至其他媒體形式，探討其對受眾認知與態度的潛在影響，像是音樂錄影帶（Aufderheide, 1986）、報紙（Shah et al., 2020）和電影（Brown et al., 1993）等。這些研究顯示，涵化效果不僅存在於電視媒體中，同樣適用於其他類型的媒體。

除了傳統媒體外，即便進入數位化時代，涵化理論仍能有效解釋社群媒體如何形塑並影響人們的觀點（Nevzat, 2018）。Morgan et al.（2014）指出網際網路僅改變資訊傳遞的方式，透過不同的「螢幕」將內容呈現給使用者，並未動搖涵化理論的基本假設。

涵化理論的框架能有效解析不同情境下，社群媒體如何塑造受眾的行為模式及社會認知。例如，Park, et al.（2022）在新冠疫情期間，針對社群平台上的假訊息進行深入研究，探討這些不實資訊如何影響大眾對於疫情相關資訊的信任感與

判斷能力；Siraj and Faqir (2023) 聚焦於巴基斯坦白沙瓦地區的選舉，探討社群媒體如何成為選民態度與行為的重要驅動力；Stein et al. (2021) 關注 Instagram 如何影響年輕人對於自我形象的評價；Wei et al. (2020) 專注於 Twitter 平台的品牌貼文，探討這些貼文對用戶消費態度的影響；曾琦 (2024) 則以 TikTok 為研究對象，分析平台上的性暗示影片對青少年性態度的塑造作用。

本研究以 TikTok 作為主要探討的媒介，探討平台上的銳實力如何影響台灣大學生的政治態度。透過線上資源，公民能夠以更低的成本、更快速地獲取資訊 (Gherghina and Marian, 2024)。然而，值得注意的是，多項研究發現社群媒體使用與政治知識 (political knowledge) 呈現負相關，換言之，經常依賴社群媒體獲取新聞的人，未必能獲得更多客觀的政治知識。

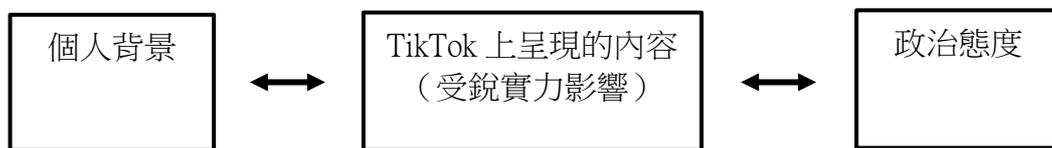
像是 Lee et al. (2022) 指出，社群媒體上的相關新聞可能阻礙人們對新冠病毒的深入了解；Haugsgjerd et al. (2023) 的研究發現，數位媒體不利於挪威公民理解政治與時事。此外，Van Erkel and Van Aelst (2021) 的分析表明，比利時公民並未因關注社群媒體新聞而提升政治知識，其中 Facebook 的新聞內容與政治知識之間甚至呈現負相關。

大多數情況下，人們並非無知，而是受到誤導。無知是指缺乏接觸或未充分關注資訊來源，因而對相關知識不甚了解；誤導則是指人們接觸到錯誤資訊，卻誤以為這些訊息是真實的，從而形成錯誤認知 (Broda and Strömbäck, 2024)，這種情況下，社群媒體不僅無助於提升使用者的政治知識，反而可能透過錯誤資訊的影響，加深使用者對政治議題的誤解。人們通常偏好與自身信念和態度一致的信息，並傾向於反駁或迴避與之相矛盾的內容，意即人們的政治立場會影響他們對新聞內容及其來源的可靠性評估 (Pantazi et al., 2021)，反映出個體對資訊的選擇性接收和解讀在塑造錯誤認知方面扮演了關鍵角色。

上述結果凸顯了社群媒體作為資訊傳遞平台的雙刃劍特性：一方面降低資訊獲取門檻，另一方面卻可能因錯誤資訊的散播，扭曲大眾對於事實的理解，形成錯誤的政治知識 (Lee et al., 2022)，進而影響觀點與行為 (Broda and Strömbäck, 2024)，舉例而言，高估移民人口比例可能導致反移民態度 (Sides and Citrin, 2007)，而高估犯罪率則可能加深對犯罪的恐懼，並促使人們支持懲罰性政策 (Armborst, 2017)。

在這種背景下，中國的銳實力策略得以借助社群媒體的特性，最大化其影響力。透過散布假訊息、內容審查與宣傳等手段，試圖在 TikTok 平台上塑造「主流意見」與「政治知識」，只要標題足夠聳動、內容足夠有趣，極端化的言論與對立仇視的觀點便能快速傳播並強化閱聽人的偏見，在短時間內促成虛假的「共識」，進而誤導受眾對現實情況的判斷，甚至可能動搖其原有的政治立場與態度。從涵化理論互動變項模式的角度出發，本研究將受訪者的背景、TikTok 使用情形與其政治態度進行分析，其結果如圖 2 所示。

圖 2 本文研究架構



資料來源：研究者自行整理

### 三、小結

本研究以涵化理論為基礎，探討 TikTok 作為一種銳實力工具，如何影響台灣大學生的政治態度。涵化理論指出，大眾媒體的長期曝光會對受眾的價值觀、態度與信念產生潛移默化的影響。TikTok 作為全球性短影音平台，憑藉其強大的演算法推送機制，已成為影響輿論與政治態度的重要媒介之一。中國政府通過內容審查、假訊息傳播與宣傳操作等手段，過濾或屏蔽對中國不利的內容，同時美化特定政策，營造對中國有利的輿論環境，北京當局藉此操控言論自由，干擾台灣大學生對政治議題的正確認知。

本研究旨在探討大學生在接觸這些銳實力內容後，是否會影響他們對中國籍配偶、兩岸一家親、中國科技發展、台灣盟友選擇、中國政府施政成果和身份認同的看法。為深入了解銳實力的影響，本研究採用互動變項模式，分析不同使用頻率的受訪者，在感受銳實力程度上的差異。

## 第三章 研究方法



本章節將介紹研究方法，內容分為四大部分。第一節為「研究設計」，說明本研究採用質性研究中的深度訪談法，以深入瞭解 TikTok 用戶對於銳實力的觀點；第二節為「研究參與者」，羅列出研究參與者需符合的條件與挑選方式；第三節為「資料處理與分析」論述主題分析法的實際操作；第四節為「研究倫理」，闡述研究者在研究過程中針對資料處理與參與者保護所採取的具體措施。

### 第一節 研究設計

本研究採取質性研究，並以深度訪談法作為主要研究方法，旨在探討 TikTok 上的銳實力對台灣大學生的影響。相較於重視統計分析與數據驗證的量化研究，質性研究更關注人們於自然情境中的主觀感受、思想與互動過程。此一研究認為每一位研究對象皆具獨特性，研究者可透過觀察、訪談及文本分析等途徑，深入理解其觀點與行為動機，並在歸納與分析的過程中，揭示現象背後的社會與文化意涵，進而呈現出社會的複雜樣貌（潘淑滿，2003；Glesne, 2005；簡春安、鄒平儀，2005）。

深度訪談是一種常見的質性研究方法，研究者基於特定研究目的，透過與受訪者進行面對面的互動，引導受訪者以自身語言敘述其經驗，從而深入理解其對特定事件的感受。此方法的優點在於能夠洞察受訪者的情緒變化與思維歷程，協助研究者探索事件「為什麼」發生以及「如何」發生，而非僅止於描述「發生了什麼」。因此，深度訪談適合用於探討涉及敏感性議題的研究（Mack, 2005）。

本研究採用深度訪談法作為主要研究途徑，藉由質性研究的特性，深入理解 TikTok 使用者對於銳實力的想法。深度訪談法能夠提供豐富的個人經驗與觀點，有助於研究者捕捉受訪者在日常使用社群媒體過程中，如何接收與詮釋訊息。

為了避免受訪者在訪談中偏離主題、提供和研究無關的資訊，本研究採用半結構式訪談。研究者依據研究目的與研究問題，於訪談前預先擬定訪談大綱（王雲東，2016），但不拘泥於固定的問題順序或內容，而是根據受訪者的反應進行彈性調整，以確保訪談能聚焦於研究核心議題。此方法既能引導受訪者回答研究者關注的問題，也能鼓勵受訪者自由表達，詳細敘述自身的想法與經歷，而非僅限

於選擇預設答案（陳向明，2024）。

本研究遵守學術研究倫理，在邀請受訪者參與前，研究者已清楚說明研究目的、資料使用方式及進行方式，並徵得受訪者的知情同意與錄音授權，以便研究者後續進行逐字稿整理與資料分析。此次研究共訪問 14 位受訪者，每次訪談時間約為一個小時至一個半小時。為減少受訪者在回答過程中的壓力，訪談地點選擇能使受訪者感到輕鬆自在的環境，透過此安排讓受訪者能夠自然表達真實想法。

在取得受訪者同意後，請其簽署訪談同意書（見附件二），以確認受訪者已經知悉本次研究的相關資訊。研究過程嚴格遵循保密原則，受訪者的身份以匿名方式呈現，所有訪談資料僅用於本次研究，部分對話內容可能被引用，但涉及個人隱私的內容不會對外公開，並於研究完成後銷毀所有錄音檔案與逐字稿，確保資料不被外洩。

本研究在深度訪談中設計了「觀看影片」的環節，研究者播放兩部介紹中國哈爾濱的旅遊影片，旨在模擬受訪者在日常使用 TikTok 時可能接觸的內容情境。該設計的核心目標包括以下兩方面。其一，探討受訪者是否能明確區分「公共外交」與「政治宣傳」的概念，並觀察他們如何詮釋影片背後的意圖。其二，檢視媒介情境對受訪者態度的影響，即比較受訪者在單獨討論「兩岸一家親」議題時的回應，與在旅遊影片中接觸同一訊息時的反應差異。此設計不僅使受訪者能針對具體媒體內容進行回應，也有助於研究者觀察其觀看過程中的語言與非語言反應，從而更全面地理解政治宣傳可能帶來的影響。

為確保研究的客觀性，研究者在訪談過程中維持中立立場，並避免提出誘導性問題，以防受訪者的回答受到研究者的偏見或預設立場影響。訪談以平等且雙向互動的方式進行，研究者會根據受訪者的反應和現場情境調整問題順序，讓受訪者能夠在不受干擾的狀態下，充分表達他們的態度。此方法有助於蒐集真實且多元的觀點，提升研究結果的可靠性。

## 第二節 研究參與者

本次研究的對象是台灣大學生，且這些學生定期使用 TikTok。選擇台灣大學生作為研究對象有其重要意義。首先，由於訪談內容涉及敏感性，本研究特別選擇成年人作為主要觀察對象。其次，這一群體在社交媒體上的活躍程度較高，根據 TikTok 使用數據推估，台灣 18 歲以上的 TikTok 用戶中，18 至 29 歲的人群占比最高（財團法人台灣網路資訊中心，2023），通過對這一群體的研究，可以更全面了解 TikTok 在年輕一代中的使用趨勢和影響力。最後，大學生來自不同的地區，透過訪談不同背景的學生，藉以得出更為豐富的資料。

本文將「定期使用」定義為在過去六個月（或更長時間）內，每天至少使用一次 TikTok（Karizat et al., 2021）。這一定義對於本研究至關重要，因為研究希望確保受訪者對該平台的功能和內容擁有較深的理解，這種深入的使用經驗讓受訪者在面對研究問題時，能夠提供更具洞見的回答，幫助研究者分析 TikTok 的潛在影響。此標準能夠排除那些使用頻率較低且對平台不夠熟悉的用戶，避免受訪者的回答內容與研究目不相關，干擾最後的研究結果。基於上述考量，研究對象的篩選標準包括：

（一）台灣大學生

（二）過去六個月（或更長時間）內，每天至少使用一次 TikTok

在抽樣方面，本研究採用立意抽樣，根據研究目的與研究者的專業判斷挑選能夠滿足研究需求的樣本（Babbie, 2004）。此過程特別重視挑選那些能夠提供深入且關鍵資訊的個案，以確保所蒐集的資料能充分反映研究主題的核心面向，進而對研究問題進行更完整的理解（Patton, 1990）。本研究選擇滾雪球抽樣策略，通過人際關係網絡的互相引薦，在群體中尋找適合研究目的的樣本。

本研究總共針對 14 名台灣大學生進行半結構式的深度訪談。其中，6 位為 TikTok 的重度使用者，6 位為輕度使用者，其餘 2 位則未使用該平台。所有受訪者在性別和教育程度方面的分布大致平均，具體分類標準如下所述：

首先，在「性別」差異上，本研究將受訪者分為生理男性與生理女性。此次研究包含 8 位女性，6 位男性受訪者。

其次，在「學校」方面，研究者參考沈暉智與林明仁（2019）的排名標準，將台灣的大學依其排名進行分類。具體而言，台灣前五所大學被歸類為 A<sup>1</sup> 類學校，排名第六至第二十大學被歸類為 B<sup>2</sup> 類學校，其餘大學則歸類為 C 類學校。此次研究受訪者共包含 A 類學校 6 位、B 類學校 4 位，以及 C 類學校 4 位。

最後，在「TikTok 使用成癮度」界定上，主要依據受訪者的自我感知，並結合檢查其手機內建的「螢幕使用時間」數據進行驗證。考慮到個體每日使用手機的時間存在顯著差異，若僅以使用時長或開啟次數作為成癮程度的衡量指標，可能會導致結果的偏差。因此，本研究將 TikTok 使用成癮度分為「重度」、「輕度」與「未使用」三類，以受訪者的主觀感受作為初步分類依據。

為避免僅依賴主觀感受所可能造成的偏差，本研究在取得受訪者同意後，進一步檢視其手機螢幕使用時間的記錄，藉此獲取各應用程式的實際使用情況。透過此一客觀數據進行二次驗證，提升分類結果的準確性。

結果顯示，所有受訪者的自我感知皆與其螢幕使用時間相符：自認為 TikTok 重度使用者者，其 TikTok 使用時數明顯高於其他社群媒體（如 Instagram、Threads 等）；反之，自認為輕度使用者者，其 Instagram、Threads 或 Facebook 等使用時間則明顯高於 TikTok。

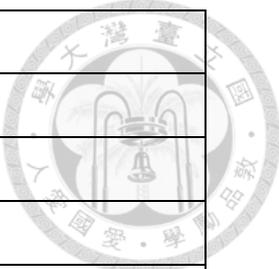
綜合以上結果，自我感知與客觀數據高度一致，表明本研究採取的自我感知結合手機數據的界定方法，可作為後續分析的可靠基礎。

表 1 研究參與者背景資料表

代碼	生理性別	學校屬性	TikTok 使用成癮度
TUS-1	女	C	重度
TUS-2	女	A	重度
TUS-3	女	B	重度
TUS-4	男	A	重度
TUS-5	女	C	重度

<sup>1</sup> 參考沈暉智、林明仁（2019）的分類標準，A 類大學分別為台灣大學、政治大學、清華大學、陽明交通大學、成功大學。

<sup>2</sup> 參考沈暉智、林明仁（2019）的分類標準，B 類大學分別為中山大學、中央大學、中興大學、中正大學、台北大學、台灣師範大學、台灣科技大學、台北科技大學、台北醫學院、淡江大學、長庚大學、東吳大學、元智大學、逢甲大學。其中陽明大學已於 2021 年和交通大學整併。



TUS-6	女	C	重度
TUS-7	男	B	輕度
TUS-8	女	B	輕度
TUS-9	男	A	輕度
TUS-10	女	B	輕度
TUS-11	男	C	輕度
TUS-12	男	A	輕度
TUS-13	女	A	曾下載過又馬上刪除
TUS-14	男	A	沒使用過 TikTok

資料來源：研究者自行整理

### 第三節 資料處理與分析

本研究運用深度訪談作為資料蒐集的方法，並將錄音逐一轉寫為逐字稿，以完整保留受訪者的觀點。為進一步分析資料，研究運用主題分析法進行編碼與歸納，透過反覆閱讀、編碼與主題建構，尋找出核心概念。以下將對研究資料與主題分析的實際操作進行更為詳盡的說明。

本研究的資料來源為 14 位受訪者的深度訪談內容。所有受訪者在參與研究前，均已充分知情並同意錄音。研究者將完整的錄音內容轉換為逐字稿，以確保在後續編碼與分析時，不會因記憶模糊而遺漏或曲解受訪者的觀點。

在整理逐字稿的過程中，研究者特別重視受訪者的隱私。由於受訪者在訪談中可能會不經意提及真實姓名、學校或其他可識別個人身份的資訊，為避免外界識別受訪者，均採匿名化處理，以代號標示，例如將受訪者標註為 TUS-1、TUS-2、TUS-3 等。

此外，研究者會適度刪減受訪者語句中無實質意義的語助詞，如「然後」、「嗯」、「啊」等，讓文本更聚焦於核心內容，以利後續閱讀資料時能直接掌握重點。此一刪減過程僅針對語氣詞或填充詞，並不改變受訪者的回答，保留資料真實性。整體而言，本研究在搜集資料過程中，兼顧資料的真實性、完整性，以及研究倫理的規範。

在蒐集完研究資料後，為了能有系統地整理受訪者的回答，並從中辨識出與研究問題密切相關的內容，本研究運用主題分析法進行質性資料分析，透過系統性的步驟，將大量文本資料加以組織與解讀，進而找出核心主題，有助於研究者理解受訪者的觀點，其中包含六個步驟（Braun & Clarke, 2006）。

首先，研究者透過「熟悉資料」，仔細閱讀逐字稿內容，確保轉錄逐字稿符合原始錄音檔，並於此過程中，初步的筆記，標示可能具有分析價值的片段。接著進入「編碼」階段，將資料中具有意義的片段加以標記，給予相應的編碼，以便在後續分析中加以整理，詳見表 2。第三步是將各編碼歸納成主題，將具有相似意涵的編碼進行整合，形成初步的主題框架，詳見表 3。

第四步為「修正」，檢視初步主題是否與原始資料一致，必要時調整主題內容，以確保準確性。接著進行「主題界定與命名」，針對每個主題明確其核心概念，並給予具有代表性的名稱，以利後續報告撰寫時清楚呈現。最後，進入「撰

寫研究報告」階段，將主題分析的結果整理成文本，並結合資料片段加以說明，使研究結果能清楚回答研究問題。



編碼	受訪者回答
建立同溫層	我認為台灣人要積極尋找自己的同溫層，看到跟自己立場相同的文章，或是確定這個帳號是支持台灣的趕快追蹤，把自己的同溫層建起來，這樣多少能防禦網軍的假訊息。 (TUS-7)
年長者更易受影響	應該是年紀大的人比較容易受攻擊，家裡長輩很喜歡傳短影音給我，我都會跟他們講看看就好，那是劇本不要當真，可是他們還是很喜歡拿短影音的內容跟台灣做比較，一直批評台灣經濟不好。(TUS-12)
限流策略	我自己發文經驗是敏感內容不會完全看不到，可是會限流，貼文的轉發、留言會少很多，不過規避方法很簡單，可以用注音符號代替關鍵字，就不會有限流問題。(TUS-6)

表 2 編碼範例  
資料來源：研究者自行整理

主題	子主題	編碼
假訊息	假訊息操作手法 影片、特定操作時機	移花接木、假冒街訪、AI 合成
	辨別與防禦操略	建立同溫層、停用平台
	對假訊息的反思	濫用假訊息、二元化判斷
	受影響的群體	年長者更容易受影響

表 3 編碼主題歸類  
資料來源：研究者自行整理

#### 第四節 研究倫理

在正式進行訪談前，研究者會先向受訪者詳細說明本研究的目的、方法、時間、隱私保護與研究成果公開方式等相關資訊，研究者以書面與口頭並行的方式，提供清晰且易於理解的說明，確保受訪者了解研究的學術背景和實施流程。這一過程旨在保障參與者的知情同意權，讓受訪者能夠在完整掌握相關資訊的情況下，基於自己的意願做出是否參與研究的決定。

說明會結束後，研究者邀請受訪者閱讀並簽署研究同意書（詳見附件二）。倘若受訪者對研究或同意書內容有任何疑問或不理解之處，研究者隨時提供解答，並在說明完畢後，預留充足的時間供受訪者進一步提問或表達意見。

為確保資料的完整性與準確性，經受訪者了解並同意後，訪談全程將予以錄音，用以協助研究者詳盡記錄訪談內容，避免遺漏任何重要訊息。在訪談過程中，研究者尊重受訪者的意願，若受訪者不願回答特定問題或感到不適，皆可選擇跳過問題或退出研究，無需提供理由。本研究的目的在於獲取真實的數據與見解，而非強迫受訪者從事任何其不願意參與之事，重視受訪者的感受與選擇是研究者的基本原則。

在資料處理方面，研究者嚴格保護受訪者隱私，避免洩露任何可能揭示其真實身份的資訊。為此，所有受訪者資料以編號方式呈現，以防止讀者辨識特定個人。透過此類措施，研究者期望增進受訪者對研究的信任，進而鼓勵他們坦誠分享個人經驗與想法。

## 第四章 研究分析和結果：銳實力的認知與經歷

本章節旨在分析台灣大學生在使用 TikTok 時，如何感知與回應其中潛藏的銳實力操作，內容分為三個部分。第一節探討受訪者對 TikTok 上「假訊息」的經驗與看法，包括其操作手法、辨識與防禦策略、對假訊息概念的反思，以及受影響的主要群體；第二節討論受訪者對 TikTok「審查」現象的感受，涵蓋演算法限流、敏感議題的選擇性揭露，以及社群互動中形成的自我審查與壓力；第三節呈現受訪者如何理解 TikTok 中的「政治宣傳」，涉及情感營造、統戰語言的再現，以及不同使用者對宣傳內容的接受與抵抗差異。

### 第一節 假訊息

在本次訪談中，多數受訪者皆能具體描述自身在使用 TikTok 時曾遭遇的假訊息案例。其中，最常被提及的操作手法是移花接木，即利用真實影像，搭配錯誤的文字說明或旁白，以提高訊息的可信度，進而營造台灣社會混亂與不安的印象。另一常見形式則是假借街訪之名，安排特定人士在鏡頭前自稱為台灣人，發表支持統一或傾中言論，藉此塑造錯誤的台灣民意。

隨著人工智慧技術的快速發展，AI 亦被廣泛應用於假訊息的製作中。其高度擬真的視覺效果使虛假內容在第一時間難以辨識，若缺乏基本的媒體識讀能力，閱聽人極易將其視為真實事件，進而受到誤導。

此外，受訪者也指出，假訊息的出現往往與特定政治時機密切相關。特別是在選舉、罷免等政治敏感時期，相關訊息的散布明顯增多，隱含強烈的政治意圖與操控目的，意圖引發社會焦慮，並削弱民眾對政府與民主制度的信任。

我有看過用跨年的照片說這是台灣人在抗議遊行，還有用軍演影片說兩岸真的打起來了。(TUS-9)

很多中國博主做街訪喜歡找人假扮台灣人，假裝台灣人都想回歸祖國，其實講話腔調一聽就知道是假的。(TUS-12)

用 AI 合成台灣政治人物，支持中國，現在 AI 都做得很逼真，突然看到真的會嚇一跳。(TUS-8)

要選舉或罷免的時候，會突然跑出很多一模一樣的貼文，說他的親戚是台灣某某高官，有內部消息大陸要攻台，看一兩次真的會恐慌，但連續看到三次以上一模一樣的貼文馬上知道這是假訊息。(TUS-5)

部分受訪者展現出對假訊息的高度警覺，並試圖透過個人行動來防範潛在的資訊滲透。像是透過追蹤具有相同立場的帳號，主動建立資訊安全圈，從而減少接觸敵對或操弄性的內容，或是選擇刪除該應用程式，作為保護個人認知的手段，避免受到大量不實資訊的干擾與影響。

我認為台灣人要積極尋找自己的同溫層，看到跟自己立場相同的文章，或是確定這個帳號是支持台灣的趕快追蹤，把自己的同溫層建起來，這樣多少能防禦網軍的假訊息。(TUS-7)

我之前有下載抖音，不過看沒多久就刪除了，造謠太多，偏偏還很多人無腦跟風，上面基本上都是有目的的不實影片，會讓你覺得兩岸同根生是對的。(TUS-13)

在面對假訊息的議題時，也有受訪者提出不同的觀點。他們認為，「假訊息」一詞在當前社會中被過度使用，導致公共討論失去理性基礎。台灣社會往往僅因訊息來自中國，或涉及對中國的正面評價，便將其視為不實或具有敵意的內容。這種判斷方式過於主觀且受到情緒影響，可能進一步壓縮言論的多元空間。換言之，並非所有與主流立場相異的聲音都是錯誤的，也不應因訊息來源於特定國家就全面否定其內容。受訪者表示真正的資訊判讀應建立在客觀標準與實證資料的基礎上，而非憑藉政治立場或情感傾向做出快速判斷。

應該要去釐清什麼是假訊息，什麼是觀點不同的訊息，不能扛著愛台灣的旗幟就說對方是假訊息，一定要經過查證，過度簡化的二元對立會讓台灣變成封閉的環境。(TUS-3)



我覺得台灣人有點濫用假訊息這個詞，你不愛聽不代表它是假訊息，一大推人活在抗中保台的泡泡裡，看到視頻裡面出現大陸就說這是假訊息。好像只有台灣在貶低抖音，國外都很正常在使用，它的環境根本沒有那麼低劣。(TUS-1)

值得注意的是，超過半數的受訪者皆指出，相較於大學生，年長者才是假訊息攻擊的主要目標。他們觀察到，許多年長者沉迷於 TikTok 平台所傳播的各類內容，卻普遍缺乏媒體識讀能力，對於影片內容欠缺懷疑與批判意識，往往將 TikTok 當作具有權威性的資訊來源，影響長者的認知判斷。即便經過多次勸說，仍難以撼動其既有觀念，部分長者甚至傾向相信 TikTok 上來源不明的訊息，而忽視來自親屬的理性勸說與查證結果。

很多老人都在滑抖音，還很喜歡開擴音。我覺得台灣政府真的要想辦法對抗抖音的假訊息，現在抖音幾乎都在歌功頌德中共，感覺他們在培養勢力，如果沒有防堵的話，再過幾年會滲透得更嚴重。(TUS-9)

長輩都在 line 群互傳影片，那些影片一看就是中國那邊來的，我一直跟我爸說那是假訊息，還特地花時間找證據證明，但他超級相信那些影片。(TUS-10)

應該是年紀大的人比較容易受攻擊，家裡長輩很喜歡傳短影音給我，我都會跟他們講看看就好，那是劇本不要當真，可是他們還是很喜歡拿短影音的內容跟台灣做比較，一直批評台灣經濟不好。(TUS-12)

本研究除了針對 TikTok 使用者進行深度訪談外，亦納入未使用 TikTok 的大學生作為比較對象，以全面理解不同社群媒體使用者的經驗與觀點。研究結果顯示，即使未使用 TikTok 的大學生，仍無法完全迴避來自該平台的資訊影響。未使用 TikTok 的受訪者多以 Threads 與 Instagram 作為主要資訊來源，但 TikTok 內容仍經常透過朋友分享、跨平台轉載等方式滲入其他社群媒體，使其在非使用者間持續擴散。換言之，即便不直接使用該平台，個體仍難以完全脫離其所形塑的媒體環境。

我覺得很煩的是，我明明沒在用 (TikTok)，滑其他 app 的時候還是會一直看到 TikTok 的東西，現在已經不是用不用 (TikTok) 的問題，是根本沒辦法杜絕 TikTok 上面的假訊息到處亂傳播，這個問題蠻嚴重的。(TUS-14)

## 第二節 審查

受訪者指出，TikTok 對於敏感內容的處理方式，並非採取全面封鎖或刪除的高壓手段，而是透過較為隱蔽的限流機制進行控管。當使用者發布涉及政治敏感或帶有批判性的內容時，貼文雖表面上可見，曝光程度與互動數據卻大幅減少，此種限流策略不僅能維持平台對外宣稱的「言論開放」形象，亦能有效掌控平台上的內容。

另一種審查模式則體現在選擇性揭露的策略。對於某些高度爭議性的議題，儘管 TikTok 上仍有相關討論的貼文，但內容敘事往往聚焦於中國境外地區，較少直接觸及中國本土問題。TikTok 藉由將問題外移或模糊焦點，達成淡化中國內部爭議的效果，進而塑造特定的輿論氛圍。

我自己發文經驗是敏感內容不會完全看不到，可是會限流，貼文的轉發、留言會少很多，不過規避方法很簡單，可以用注音符號代替關鍵字，就不會有限流問題。(TUS-6)

脆上一大堆貼文都在討論中國賣器官，抖音上也有在討論賣器官，但很多集中在泰國、緬甸，很少提到中國本身的情況，我不知道抖音實際的運作邏輯是怎樣，感覺它在接觸中國敏感議題的時候會避而不談，很少揭露中國內部問題。(TUS-9)

內容審查不僅限於官方規範或演算法限制，更常透過使用者之間的互相監督。部分受訪者發現，儘管 TikTok 官方並未直接進行言論審查，但台灣用戶仍會因平台上的特定氛圍進行自我審查。面對數量龐大且立場堅定的中國用戶，台灣用戶往往選擇避免談及國籍相關的敏感話題，以免引發爭議或遭受排斥，這反映出中國透過銳實力在網路上塑造壓迫性的話語權，將其文化與價值觀融入全球對話中，進一步邊緣化或貶低小國的文化與認同，對小國公民造成壓力。在這樣的環境下，部分用戶可能會選擇隱藏或模糊自身的國家身份，或是保持沈默、妥協，以降低遭受攻擊或排擠的風險。

我覺得抖音的酸民比較激進，官方倒是還好。之前有放中美台的情勢圖在抖音，官方都還沒有鎖我的文，底下一大堆留言瘋狂洗版，說什麼台灣是中國的，我懶得跟他們吵，之後比較少用抖音了。(TUS-10)



抖音留言很喜歡糾正別人的國家，那些網軍很強勢，逼你妥協，如果你不改口，他們不會罷休，會一直追著你打，有人可能想這次就算了，改口自己的立場，可你只要讓步一次，之後就會一縮再縮，失去原本的立場。

(TUS-7)

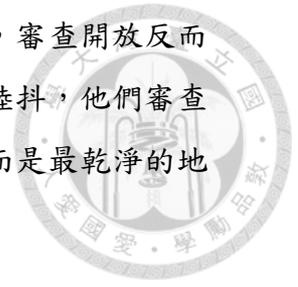
有別於既有研究指出 TikTok 存在審查問題，有受訪者認為，TikTok 反而成為台灣人接觸中國社會的重要管道，在資訊流通與社會觀察上扮演關鍵角色，提供一個跳脫傳統政治視角的窗口。透過觀看來自中國用戶分享的影片與留言討論，台灣用戶得以更直接地認識中國的社會問題與人民的真實處境，一窺中國官方以外的多元觀點，此一經驗有助於打破台灣社會對中國的刻板印象與資訊落差，進一步提升對當地文化的理解與好奇心。

刷抖音可以看到在微博被壓下的新聞，很多中國人會翻牆出來討論，清醒的中國人比我想像的還要多，以前都不知道為什麼那麼多中國人很嚮往台灣，是看了抖音留言討論才知道他們真的沒有什麼自由。(TUS-3)

抖音不太會去擋內容，一開始只想看 challenge 影片，結果一直被演算法推一堆不相干的文，像是中國人口拐賣、器官販賣之類的，去接觸到真實的中國。(TUS-8)

亦有受訪者在比較中國版本抖音（陸抖）與國際版 TikTok 的使用經驗後，對內容審查持正面評價，他認為過度開放將導致詐騙、暴力等失控現象，適度審查才能維持平台品質與用戶安全。但該受訪者的使用習慣主要集中於娛樂性內容，較少接觸政治性影片，因此對於審查機制是否壓縮政治言論空間，並無明確的感知或經驗。他對於審查機制的正面評價，主要著眼於其維護平台秩序的功能，而非出自政治方面的考量。

坦白說審查嚴格一點比較好，國際版一直在強調言論自由，審查開放反而出現一堆詐騙、打架、89、各種低級創作，我自己也有玩陸抖，他們審查很嚴格，一直強調要正能量，這樣才能有效遏止歪風，反而是最乾淨的地方。(TUS-2)



### 第三節 政治宣傳

為避免受訪者無法清楚區分「公共外交」與「銳實力」兩項概念，本研究設計播放兩部影片作為具體案例。兩部影片皆為 TikTok 平台上介紹中國哈爾濱旅遊的內容。選擇旅遊作為主題，主要是因其貼近日常生活，內容不涉及過於專業或艱深的知識，有助於確保所有受訪者皆能理解影片內容並表達自身觀點。此外，旅遊影片具有明確的情境與主題，可作為受訪者判斷與討論的具體對象，而非流於抽象概念。

第一部影片由 TikTok 帳號「飛雪寒」發布，截至研究者撰寫本研究報告時，該影片已累積約 11.7 萬次觀看<sup>3</sup>。影片內容主要呈現一名中國博主帶領台灣遊客參觀哈爾濱的過程，其中當地攤販在得知遊客來自台灣後，主動贈送免費食物，展現出對台灣遊客熱情且友善的互動氛圍。然而，影片中多次出現「台灣同胞」、「親如一家」、「兩岸一家親」等語句與相關畫面，並於影片下方標註「#台灣小當歸」等標籤，隱含特定政治立場。因此，該影片雖以旅遊與人情互動為表層內容，實際上是透過日常情境包裝政治訊息，具備銳實力操作的特徵，可被視為銳實力的宣傳影片。

第二部影片則由 TikTok 帳號「中國旅遊接待」發布，截至研究者撰寫本研究報告時，該影片已累積約 22.3 萬次觀看<sup>4</sup>。影片內容主要聚焦於介紹哈爾濱冰雪大世界的冰雕作品、遊樂設施及周邊特色小吃，整體呈現以觀光與娛樂為核心。影片中未出現任何特定政治語彙或具政治意涵的畫面，其下方所使用的標籤亦僅包含「#哈爾濱旅行」、「#哈爾濱冰雪大世界」等常見旅遊相關標籤，屬於純粹的旅遊宣傳內容。

在影片播放與提問順序的設計上，本研究選擇先播放具銳實力特徵的第一部影片，並於播放後立即提問：「看完這部影片後，是否對中國產生親近感或認同感？」此安排是考量如果同時呈現兩部影片，受訪者可能會有意識地調整回應內容，以符合其對研究者預期的揣測，進而影響他們對於第一部影片的真实感受與態度。

<sup>3</sup> <https://vt.tiktok.com/ZSPUr2WVv/>

<sup>4</sup> <https://vt.tiktok.com/ZSPUrHFjp/>

在觀看第一部影片後，受訪者對中國的整體態度呈現出明顯分歧，顯示其關注焦點具有顯著差異。一部分受訪者較為關注影片中中國民眾對台灣遊客展現的友善態度，並對中國的旅遊景點表現出濃厚興趣，因而對中國抱持相對積極與正面的態度。

之前看過很多東北視頻，看完超級想去，他們那邊進步很快，有很多很強的景點，而且人也都很大方。(TUS-5)

我很喜歡這種互動的氣氛，感覺中國人對台灣人很熱情，有時候看新聞都覺得幹嘛把兩岸關係搞得那麼緊張，單純以人民對人民，哪有那麼多的政治想法，大家都可以當朋友，對立是政府在對立，人民可以多多交流。(TUS-11)

大陸那邊對台灣那麼熱情，結果台灣還在圍小圈圈排擠對岸，只會追捧美日韓，他們（美日韓）根本不想理你，有點畫地自限。(TUS-4)

與此相對，另一部分受訪者則將注意力集中於影片中對台灣人的稱呼方式，對影片中反覆出現的政治語彙表現出強烈反感。他們認為，影片刻意強調「台灣同胞」與「一家人」等措辭，不僅顯得刻板生硬，甚至帶有明顯的劇本痕跡，缺乏真誠的交流氛圍，其背後隱含的政治意圖引發了觀者的疑慮與不信任感。對於這些受訪者而言，影片中的言語與表述帶有強烈的統戰意味，使他們產生不適與排斥的情緒，進而對中國產生負面觀感。

我很不喜歡中國每個影片都要吃台灣豆腐，在那邊一直「灣灣」、「同胞」，每個主題都要扯一下他們有多愛國或是多想要台灣統一，讓人聽了很不舒服，我看到這種影片都直接按不感興趣。(TUS-7)

老實說，這種一看就知道有劇本，對白和反應都太刻意了，很像在念固定台詞，而且一直重複「同胞」，平常人聊天誰會這樣說？我是覺得這種安排太過用力的影片，反而讓人覺得很假。(TUS-12)

一開始感覺還不錯，但後來一直出現「台灣同胞」，下面還標注「小當歸」，讓我有點反感，感覺被統戰了。(TUS-3)



在觀看第二部影片後，所有受訪者均能清楚區別兩部影片在內容與意圖上的差異，指出第一部影片帶有政治宣傳意味，第二部影片則為單純旅遊影片，其目的在於介紹景點、分享經驗，較不具政治色彩。然而，儘管多數受訪者有此共識，仍有 2 位重度使用者基於自身經驗，對影片一所傳達的訊息持不同解讀。

我知道這個影片（影片一）要把他歸類成政治宣傳，但剛剛有說我女友是上海人，這就是大陸他們從小到大的教育方式，他們一直是這種思考模式，不用把這些話做過多的解釋。(TUS-4)

我之前有交中國網友，他們有時候說話不是很好聽，會用「內地」、「統一」之類的，剛開始聽會不習慣，後來我跟他提幾次，他就知道避開，感覺他們是單純不知道我們不喜歡這樣，不是有其他意思。(TUS-2)

從上述可知，TUS-4 與 TUS-2 皆有與中國人直接互動的經驗，與僅透過網路平台單向接收資訊的受訪者有所不同。正因具備實際的交流接觸，兩位受訪者對中國的語言使用和行為模式展現出更深入的理解與包容。因此，在解讀影片內容時，他們傾向將其中的話語視為對岸社會文化背景下自然形成的表達方式，而非有意為之的政治操作。

進一步探究影片中的政治內容是否會影響觀眾的觀看意願，研究結果顯示，除了 2 位輕度使用者明確表示對帶有政治宣傳內容的影片感到排斥外，其餘受訪者對於影片中出現的政治語句或意識形態表達，並不會產生明顯的排斥或拒看反應。由於 TikTok 本身以輕鬆娛樂為主軸，常見內容如美妝教學、美食推薦與旅遊分享等，極具生活化，即使偶爾穿插政治立場或統戰用語，觀眾多半仍視其為次要元素，並不構成主要干擾。

換言之，TikTok 用戶主要是為了獲取資訊、尋求娛樂或汲取生活靈感而持續觀看影片，對於非核心訊息則多採忽略或淡化處理。特別是在觀看中國短影音內容時，多數人已習慣其中潛藏的政治立場，即便察覺到影片中存在政治宣傳，仍傾向以選擇性接收的方式應對，將注意力聚焦於影片本身的主題與情節。

不太會影響吧，中國視頻多少都會提到一點政治，假如你要完全撇除的話那就沒有什麼東西可以看了。(TUS-5)

我會意識到這部影片有特定立場，不代表所有內容都不可取。像剛剛的影片，旅遊的部分還是很有趣，講到兩岸關係或民族情感時，直接當作看不到。(TUS-8)

繼續看啊，把那些（政治宣傳）忽略就好，中國拍的題材都很好，完全不看太可惜了吧。(TUS-6)

要看內容，像剛剛「兩岸一家親」、「同胞」還 OK，如果出現「小當歸」、「武統台灣」這種我就沒法接受。(TUS-3)

根據受訪者的反應，當政治宣傳以娛樂內容為包裝，僅偶爾穿插一兩句政治表述時，並不會立即引發觀眾的反感；反之，若政治語言出現頻率過高，或表述方式過於刻意與強烈，超出其心理可接受範圍，則可能導致情緒上的排斥，進而中止觀看。

此一現象恰與銳實力概念相符，即透過娛樂形式巧妙地嵌入政治宣傳，以降低觀眾的戒心，使其更容易接受、甚至忽略其中潛藏的政治訊息。正因為這種表達方式溫和隱晦，相較於明確且重複性的政治宣傳，具有更高的滲透性與說服力。尤其當觀眾的注意力集中於娛樂或日常生活層面時，其潛在政治意圖的辨識能力往往會降低，從而提升對特定價值觀的接受程度（Silverman et al., 2018；Matamoros, 2023）。

因此，當政治立場以非直白、娛樂化的方式呈現時，更能實現銳實力所追求的文化影響與意識形態輸出目標。此亦說明，儘管部分觀眾自認具備判斷與分辨能力，仍可能在無意識中受到特定政治價值的影響。

此外，未使用 TikTok 的受訪者指出，在使用 Threads 與 Instagram 的過程中，同樣遭遇帶有政治宣傳意圖的資訊滲透。他們表示，不同平台所呈現的政治宣傳具有差異性：其中，Instagram 多見俄羅斯相關的宣傳內容，Facebook 和 Threads 則較常出現與中國相關的政治宣傳。不同國家透過各自熟悉或具優勢的操作手段，針對特定平台與使用者群體進行定向影響，彰顯當代資訊戰的複雜性。

IG 一段時間會突然出現一大堆俄羅斯貼文，在那邊講普丁對狗狗很好，應該是想要塑造普丁很親民的形象，一段時間後又會恢復正常完全看不到俄羅斯貼文。FB 不會出現俄羅斯，是滑滑滑最後一定會出現簡體字。脆也出現簡體但少很多，而且按不感興趣就會消失，FB 是按不感興趣還是一直出現簡體。(TUS-14)

由此可見，北京當局對於社群媒體的介入並不僅限於 TikTok，亦透過多元的社群媒體滲入大學生的日常資訊環境。換言之，在 Facebook、Instagram、YouTube 等平台同樣可能遇到假訊息、內容審查及宣傳操作等問題 (Bradshaw and Howard, 2019 ; Hung, 2019 ; Sarah, 2021 ; Walker and Ludwig, 2021 )，此一現象凸顯出銳實力跨平台與跨國界的特徵，反映資訊操作並非依附於單一媒體，而是利用多種管道傳輸特定價值觀。

#### 第四節 小結

本研究旨在探討台灣大學生對 TikTok 上政治資訊的看法。研究結果顯示，受訪者對「假訊息」、「審查」及「宣傳」等概念十分熟悉，能清楚舉例說明自己在 TikTok 上看到的相關內容。多數受訪者能詳細描述辨識與應對這些資訊的過程，包括他們如何判斷訊息真偽、過濾偏頗內容，以及接觸過程中產生的情感反應，顯示這類現象在社群媒體中已相當普遍。

受訪者普遍認為自己具備足夠的媒體素養，能在觀看影片時辨識潛在的假訊息、審查或政治宣傳。他們相信自身能過濾帶有操控性或偏頗的資訊，不會輕易被洗腦，並對判斷真偽的能力抱持相當信心。當談及「容易受到銳實力影響的群體」時，過半數受訪者指出，年長者才是假訊息的主要目標。他們認為高齡族群缺乏判讀訊息的能力，容易受到網路上聳動謠言的吸引，並盲目相信訊息。然而，年輕觀眾在使用 TikTok 時，能否真正忽視潛在的銳實力操作，只專注於影片內容而不受影響，仍值得進一步探討。

此外，亦有受訪者指出，台灣部分使用者對於假訊息與政治宣傳展現出高度敏感，傾向將各類影音內容與操控手法相連結。此一現象雖顯示大眾具備一定的防備意識，但同時亦可能造成網路討論氛圍過度緊張，進而加深社會對立與彼此的不信任。受訪者認為，對此類現象應保持適度警覺，但無需過度恐慌，若過度放大或無限上綱，則可能使理性對話空間縮減，影響社群互動的健康發展。

## 第五章 研究分析和結果：銳實力與政治態度

本章旨在比較不同使用頻率的受訪者，如何看待與中國相關的議題，內容涵蓋六個面向：「中國籍配偶」、「兩岸一家親」、「中國科技發展」、「中國政府施政成果」、「台灣盟友選擇」及「身份認同」。透過比較受訪者的回應，本章揭示銳實力在娛樂平台中的滲透軌跡，並展現大學生在政治態度上的多重解讀與差異性。

### 第一節 對中國籍配偶在 TikTok 發聲的觀感

本研究分析結果顯示，受訪者對於中國籍配偶的態度大致可歸納為兩大類。第一類受訪者傾向於質疑中國籍配偶與中國政府的統戰策略可能有所關聯，認為此類婚姻背後隱含政治意圖，對台灣社會造成潛在影響。此類看法主要出現在輕度使用者群體中。

相對而言，第二類受訪者則認為中國籍配偶在促進兩岸文化理解與交流方面扮演正面角色，強調婚姻關係應回歸個人層面，不應過度政治化。此一觀點不僅見於部分輕度使用者，同時也普遍存在於重度使用者之中。以下將分述不同的觀點。

在探討中國籍配偶於 TikTok 平台上所分享的內容時，輕度使用者指出，這些內容可能對台灣社會造成負面影響，被視為潛在的認知作戰威脅。他們注意到，這類帳號的數量正在快速增加，並具備一定的粉絲基礎與影響力。為了吸引台灣觀眾的注意與好感，這些帳號往往採取「親台灣」的敘事策略，藉由分享生活日常、台灣文化體驗或家庭故事，營造出溫暖真誠的形象，以此拉近和台灣觀眾的距離，降低台灣人對其身份背景的防備心理。由於這些內容多以生活化、感性化的方式包裝，容易降低閱聽人對其政治意圖的警覺，成為傳遞特定意識形態的管道，影響台灣社會對兩岸關係的認知與立場。

現在越來越多中配在做自媒體，粉絲也不少，他們講的話、拍的影片其實是有影響力的。我們不能天真地認為每一個人都是單純的，很多表面上說自己有多愛台灣，多想成為台灣人，實際上不斷帶一些台灣跟中國同文同種的

立場，或是暗示台灣人到中國可以拿到很多福利，這種東西看多了真的會影響觀感。(TUS-12)

台灣人就是太聖母，動不動就要講人權、多元包容，到底為什麼要為了那麼小的群體，去危及大多數台灣人的利益？像中配這個議題，很多人都敢講真話，怕被貼標籤，但事實是，中配是一個很有效的管道，可以用來滲透台灣的民意，如果我們繼續裝沒看到，久了整個輿論環境就會被扭轉，變得越來越傾中，到時候才發現不對勁，已經太晚了。(TUS-7)

與上述觀點相反，有受訪者認為中配影片具有正面影響，有助於化解兩岸隔閡。他們普遍認為，不能僅憑身份背景就對中國籍配偶進行預設性懷疑或負面投射，這種刻板印象會破壞台灣社會的多元與包容價值。受訪者多從實際閱聽經驗出發，指出多數中配帳號內容以分享日常生活為主，刻意迴避政治議題，並嘗試以較中立甚至親台的語調與台灣觀眾互動。在他們看來，這類影片反而有助於增進台灣與中國人民之間的理解，對兩岸關係產生正面影響。

最近台灣一直在吵陸配是不是間諜，我是覺得很可笑，台灣也有很多人希望兩岸統一，為什麼不把這些台灣人趕出去？為什麼陸配一說統一就要把他們趕出去？難道主張統一不是一種言論自由嗎？台灣常常說要保障多元意見，結果碰到大陸就變得完全沒有理性。很多陸配只是嫁來台灣，過著平凡生活，是某個人的老婆、媽媽，已經把台灣當家，動不動懷疑他們是間諜，有點太過了。我覺得台灣很喜歡陰謀論，什麼事都先往最壞的方向想，那些人其實就是普通人，並沒有大家想像的那麼可怕或有目的，把所有人都貼上標籤，反而讓兩岸更難互相理解。(TUS-4)

台灣一直在污名化陸配，我在抖音上看到的陸配都用很客觀中立的言論來分享他們在台灣的生活，不能因為少數陸配危言聳聽的言論，就去攻擊這些在台灣經營很久的陸配，把陸配妖魔化。對立是政府在對立，不用把情緒投射到所有來自中國的人身上。(TUS-11)

我有追蹤幾個陸配帳號，大多是他們記錄自己嫁來台灣的日常，聊一些台灣和中國生活上的差異，這些比較還蠻有意思的，像是從另外一個角度看台灣。其實追久了就會發現，他們講話很小心，會特意避開政治這塊，很多時候都在幫台灣說話，說台灣人很有人情味、小孩在這裡上學比較快樂之類的。說真的，看那麼久了，他們的發文完全沒有讓我不舒服，反而有時候覺得，台灣人如果多看一點這種影片，搞不好會對陸配這個族群少一點偏見。(TUS-8)

另有受訪者提到，自己從未在 TikTok 平台上觀看過中國籍配偶相關的影片，對該議題的認知與理解主要受限於新聞報導。由於缺少多元資訊來源與實際互動經驗，因此對該議題呈現出疏離的態度，既不積極參與討論，也不主動尋求更多背景資料，缺乏對其深入的情感連結與多角度思考。

我沒看過這種影片，我也對中配沒什麼感覺。(TUS-14)

只有在新聞上看到陸配，之前都沒看過，感覺是突然被炒起來的話題。是有中國博主來台，但沒有陸配自己拍影片，他們人數應該很少吧，完全沒概念，沒感覺。(TUS-3)

## 第二節 對兩岸一家親的感受



本節分析受訪者對於「兩岸一家親」這句話的觀感與理解，發現受訪者的態度可分為兩大類型。第一類主要為輕度使用者，他們對該詞彙的敏感度較高，傾向從防範角度切入，認為這句話可能成為政治宣傳的工具。

第二類則涵蓋輕度使用者、重度使用者以及未使用者三種不同使用頻率的受訪者。他們普遍認為不宜過度解讀兩岸一家親這一概念，避免因過度政治化而引發不必要的對立和誤解。以下將分述之。

輕度使用者表現出高度的警覺心與批判態度。根據其觀點，這並非單純表達文化或血緣上的親近情感，而是具有特定政治意圖的統戰語言。中國透過在各類媒體與社群平台中反覆使用此語言，表面上看似傳達兩岸情感連結，實則刻意模糊台灣作為獨立政治實體的存在，讓台灣民眾逐漸習慣「台灣與中國本為一體」的敘事。即使在非政治性的情境中，例如美妝、旅遊、寵物等日常影片，也可能被置入此類語言，若台灣用戶缺乏足夠警覺，長期處於無感或忽視的狀態，可能在無意間接受中國建構的政治認知框架，削弱原有的國家認同。

明顯是統戰語言，表面上看起來在講感情、講親近，其實潛台詞就是在否定台灣是一個獨立的國家。他們這樣講，是想讓我們慢慢習慣「大家都是中國人」的說法，讓人放下戒心，久了之後會覺得好像也沒差。

(TUS-7)

他們超喜歡把這句話夾在影片裡，連看美妝、看寵物都可以扯到這句，一開始完全無感，想說他們就是愛喊口號，直到後來我看到中國網友留言：「我們的一家親是認同一個中國的一家親，搞台獨的誰要跟你一家親？」那個時候我才突然反應過來，其實他們心裡界線分得很清楚，我們不在意不代表他們也不在意。反而我們越不在意，他們越容易用這種話術讓我們慢慢放棄立場，這才是最危險的地方。(TUS-10)

另一類受訪者採取較為中庸的立場，對「兩岸一家親」一句並不全然抱持否定或排斥態度。他們認同兩岸在文化、語言與歷史背景上的連結，也希望能維持和平互動與理性交流，特別是在經濟與民間互動層面。值得注意的是，受訪者並未因此忽視「兩岸一家親」可能承載的政治意涵，對於台灣的地位與自身認同並未抱持模糊或退讓的態度，他們一方面希望台灣與中國之間避免陷入過度情緒化的對立，另一方面則強調維持台海現狀與和平穩定的重要性。

我可以接受兩岸友好、兩岸和平，沒法接受兩岸一家親的一家，明明是兩個個體，一家這個詞感覺在模糊界線，讓人誤以為是一個個體。(TUS-13)

兩岸一家親並沒有否定台灣的國家地位，文化跟血緣的親近這兩個沒有衝突，支持台灣也可以跟中國友好，畢竟兩邊交流還是有很多好處的，如果完全斷開，對我們發展是沒好處的。重點是，我們反對的是中國政府，不是中國人民本身。(TUS-11)

語言出現的時機和發話者身份也會影響受訪者的判斷。他們強調，語言本身並無絕對的意涵，而是取決於使用情境、發話者的身份與言談背景，這種觀點反映出受訪者對政治語言具有一定敏感度，同時也展現出一種相對開放的態度。他們認為不應將所有來自中國的語言視為敵意表達，一味對抗，而應保留判斷的空間，根據語句出現的整體脈絡進行詮釋，展現彈性與多元的思考方式。

我覺得要看這部影片是誰發的，如果這部影片是中國官方發的，那就有政治目的，如果只是一般中國博主發的，可能只是想博取好感，或者拉拉流量，讓台灣人覺得他比較親切、比較沒有敵意。(TUS-3)

要看這句話出現的時候，它的前後情境是怎樣，可以有很多種解釋，這句話本身不是問題，重點是誰說、在哪裡說、為什麼說。(TUS-8)

有別於前述受訪者普遍將「兩岸一家親」視為帶有政治目的的語言，亦有部分受訪者對此類表述抱持相對無感的態度。他們認為，該用語在中國的語境中早

已成為一種習慣，屬於形式性的表達，未必每一次出現皆蘊含具體的政治意圖或統一訴求。對這些受訪者而言，語言的作用相對有限，若未伴隨具體行動或政策介入，僅止於語言層面的表述並不會對台灣的整體認同或安全構成實質威脅，不必對其過度反應。此種觀點提供重要的補充視角，凸顯台灣社會內部在政治語言解讀上的多元性與複雜性。

我女友是上海人，他們從小到大的思考模式就是這樣，所以他們看到跟台灣有關的東西會下意識把這句話掛在嘴邊，一種習慣而已，沒有什麼意思。(TUS-4)

我看視頻都會自動忽略這些，就是喊喊而已，他們不會真的怎樣，我們也不會因為一句話真的受到傷害。(TUS-5)

綜合前述分析可見，在單獨討論「兩岸一家親」議題時，4位輕度受訪者明確表現出排斥態度，其餘受訪者則持保留態度，認為訊息的出現時機會影響其意涵，須結合背景加以判斷。換言之，當議題以單一、明確的形式呈現時，多數受訪者對其政治色彩保持敏感，容易引發批判性的回應。

然而，當受訪者觀看包含「兩岸一家親」相關語句的旅遊影片後（第四章第三節），研究結果顯示，僅有2位輕度使用者表現出強烈排斥態度，其餘受訪者則呈現選擇性接收的態度。他們普遍認為影片中的旅遊資訊具有參考與欣賞價值，因此即便影片中含有政治訊息，也仍會在日常使用TikTok時繼續觀看此類內容，而非直接迴避或拒看。這一現象表明，當政治訊息被嵌入具有娛樂性或實用價值的內容中時，受訪者往往視其為附帶訊息，而非主要資訊來源。換言之，他們在決定是否繼續觀看影片時，更傾向以娛樂性作為判斷依據，而非以影片是否含有政治訊息作為首要考量。

值得注意的是，受訪者傾向以選擇性關注或忽略的方式回應政治宣傳，可能會低估政治語言的潛在影響力。當代資訊流通迅速、媒體滲透力強，即便政治訊息被包裝於旅遊內容之中，看似無害的表述，亦可能在頻繁接觸下對公眾認知產生潛移默化的影響。

### 第三節 對中國科技的感受

本研究發現，無論是輕度使用者或重度使用者，普遍對中國科技發展抱持正面評價，認為相關影片所呈現的技術內容具有吸引力，展現出中國國家實力。然而，僅有輕度使用者明確指出，這類科技類影片與統戰議題有所連結，並對此表達警覺與不滿。他們認為，這些影片表面以科技為主題，實則隱含政治目的，將台灣觀眾對中國發展的正面評價，進一步延伸至對兩岸統一的合理化想像，試圖將中國科技進步與統一台灣的政治訴求綁定在一起，以提升其在台灣社會中的說服力。以下將分述不同受訪者的看法。

多數受訪者提到，在使用 TikTok 時，經常會接觸有關中國科技發展的影片，例如介紹電動車、無人飯店、航太或軍事裝備等內容，這些影片讓台灣觀眾對於中國的城市建設和創新應用有更具體的認識。他們普遍肯定中國在科技層面的成果與實力，認為中國已成為全球科技競爭中不可忽視的重要力量。

以前覺得大陸只會山寨，現在大陸走超級前面，有些技術美國還很害怕。

(TUS-11)

他們這方面真的進步很多，一直有新的東西出現，無人機送貨、無人飯店那種，台灣好像很少那種東西。(TUS-5)

然而，部分受訪者亦指出，網路輿論環境普遍陷於二元對立，使得公共議題難以進行理性分析。即便僅針對中國科技給予中性或正面評論，仍有可能在社群平台上被貼上「親中」標籤，進而遭受質疑和攻擊。中國種種問題往往已被符號化，輿論傾向以敵我意識框架加以解讀，而非從理性的角度討論，其相關言論容易被簡化為支持或反對的二元立場，導致中間立場的論述空間受到擠壓，讓用戶難以在公開場合自由地表達個人觀點。

單就科技的話當然中國很強勢，外網都在稱讚，不過台灣被搞成承認中國進步，就是「舔共」，我覺得要就事論事，不然台灣也會變成小粉紅。

(TUS-3)

最近超像白色恐怖，很愛公審別人，你不能稱讚大陸，不然就是中共同路人，真的不要一直情勒別人要站邊。(TUS-1)

在訪談中，受訪者除了對中國科技能力產生欣賞與羨慕之外，更進一步引發對台灣現況的省思與批判。受訪者在觀看與中國有關的科技影片時，往往會不自覺地將中國的基礎建設、創新能力及政策效率與台灣發展進行比較，兩相間的落差使受訪者對台灣的未來感到焦慮與失落，進而產生自我貶抑情緒，並對台灣政府的施政效率和長遠規劃表達出不滿，質疑台灣是否有足夠的能力來面對日益激烈的國際競爭與內部挑戰。

這種影片我都直接滑掉，發現他們很多科技我們好像都沒有，有點不是很高興。有點像以前一直考最後一名的，最後找到的工作比你好，不太知道要如何形容，反正我都滑掉不想看。(TUS-8)

台灣每天只會選舉，看到很多大陸博主來台灣旅遊都說台北只是他們的二三線城市，話很難聽但也沒法反駁。(TUS-3)

尤為重要的是，從上述的回答可以發現，網路上的他者形象不僅形塑觀眾對外部世界的理解，也深刻影響觀眾對自身社會的評價與認同。因此，如果影片中穿插具有引導性的語句，刻意誤導或強化觀眾對於他國與自身的特定觀感，此類影片已超越單純公共外交的範疇，可視為銳實力運作的一環。

輕度使用者注意到，介紹中國科技的影片可能成為統戰工具，與促進兩岸統一的言論掛鉤，意即將「中國發展良好」與「中國與台灣應實現統一」兩者之間建立連結。受訪者提到，相關影片表面上看似中立客觀，實則潛藏政治意圖，穿插統戰話語，使觀眾感受到隱性的意識形態滲透。此一現象可以納入銳實力的操作手段，即威權政體透過吸引人的媒介，試圖在開放社會中重塑政治認同，改變觀眾的價值判斷。

透過有趣的科技題材，這些影片不僅傳播知識，更具政治目的，將「中國發展成就」作為統戰敘事的基礎。藉由呈現中國在高科技、工程建設等領域的亮眼成果，吸引台灣觀眾對中國發展模式產生認同，進一步引導其對兩岸關係的思考，影響相關議題的輿論風向，試圖使「和平統一」成為可接受、甚至合理的選項。

講中國科技發展我是覺得沒有問題，但他們很愛後面又接台灣怎樣怎樣，明明講歐美的時候只有講歐美，不會去扯到其他國家，但只要講中國，後面一定會扯到台灣。(TUS-10)

中國科技好是好，但我很不喜歡小粉紅把中國經濟跟統一一起講。我一直覺得很奇怪，台灣老人每次看到這種說中國很棒的，都與有榮焉，到底中國棒跟台灣有什麼關係，如果誰經濟好就要跟誰統一，這樣全世界不就要跟美國統一。(TUS-7)

之前看過一張梗圖說得很好，不喜歡中國不是因為他們落後還是先進，他們崛起都不關我的事，我只會在乎他有沒有欺負台灣。不知道為什麼那些貼文一直覺得強調中國很先進，台灣就會想跟他們統一。(TUS-12)

#### 第四節 對台灣盟友的選擇

在探討受訪者對於台灣應與中國或美國結盟的議題時，其回應大致可歸納為三類，分別為：「不選邊站」、「親中疑美」與「親美」。研究結果顯示，無論是輕度或重度使用者，皆有支持「不選邊站」的說法，「親中疑美」的立場主要由重度使用者表達支持，而「親美」觀點則為多數輕度、重度與未使用者所認同，顯示整體研究對象對美國的支持度較高。

首先，持「不選邊站」觀點的受訪者拒絕落入「中美二選一」的框架，認為台灣不應明確選擇其中一方作為主要盟友，而應致力於避免激化衝突。此一立場主張在中美兩強之間採取靈活的平衡策略，避免過度傾斜，強調台灣的安全與經濟利益不應淪為大國競爭的犧牲品。一旦明確選邊，台灣在另一方的政策空間將迅速縮小，陷入被動地位，因此，不選邊不僅是戰略上的權宜之計，更是維護自身最大利益與自主性的現實考量。

我覺得都不要選，選美國的話，等於和中國挑釁，中國有藉口來打台灣，美國還不一定會幫忙。選中國的話，等於是想要統一的意思，對台灣沒好處。(TUS-8)

此外，受訪者還提及台灣自主實力的重要性。換句話說，台灣應優先建立自身的經濟、科技與國防韌性，才能在國際互動中掌握更多的談判籌碼，而非被動依附於某一強權。若一味依賴外援而忽視自身發展，不僅喪失話語權，也容易受制於他人，淪為附庸。

與其選邊，不如提升台灣自己的能力，應該要有自己的能力，要讓別國和我們合作，而不是要我們選邊。(TUS-3)

另一類受訪者則表現出「疑美親中」的傾向，他們普遍對美國抱持懷疑，認為在台海衝突時，美國未必會實質介入協防台灣，反而更可能將自身戰略與經濟利益置於優先位置。基於此一判斷，這些受訪者指出台灣應調整對外政策，及早與中國建立溝通與合作管道，透過改善兩岸關係爭取和平發展的空間，以降低衝突發生的可能性。

選中國，如果有一天真的武統，選美國他能不能救是一回事，想不想要不要救才是重點，不如一開始跟大陸拉關係。(TUS-4)

感覺美國不會幫台灣打仗，他們都講好玩的，等真的出事了還是只能台灣人來扛，因為相信美國就去挑釁中國，感覺很不理智，還是要跟中國坐下來好好講，才能維持目前的狀況。(TUS-1)

最後，過半數受訪者明確表達「支持與美國結盟」的立場，認為台灣應優先選擇和價值理念相近的國家結盟，尤其強調民主、自由與人權等核心意識形態的重要性。他們指出，台灣未來的安全應奠基於與民主國家的夥伴關係，而非僅依賴經濟利益或地緣現實。換言之，與中國結盟不僅無助於保障台灣的經濟利益，反而可能加速台灣被吸收與同化，進而威脅台灣原有的政治獨立與文化認同，削弱其在國際上的能見度與存在感，最終導致台灣失去國際地位與主體性。

台灣還是要選擇意識型態比較相近的盟友，中國跟台灣從選舉、同婚到自由完全不一樣。(TUS-14)

美國吧，投靠美國不會被統一，投靠中國的話，台灣真的會變成中國一省。(TUS-9)

美國。中國沒在管人權的，抖音那些好玩是好玩，當個樂呵就行，真要跟中國結盟，台灣一定是輸家。(TUS-5)

## 第五節 對中國政府的態度與對台灣體制的偏好

本節將分析受訪者對於中國政府的態度。研究發現，輕度和未使用者普遍對中國政府持負面評價，認為威權政體在施政過程中常有作秀與造假之嫌，過度追求數據與表面成果，卻忽視人民的基本權利與人權保障。因此，這類受訪者普遍對於 TikTok 上讚揚中國政府的影片（如新冠防疫、洪水救災等）抱持高度懷疑態度，質疑其內容的真實性。

相較之下，重度使用者則較傾向肯定中國政府的施政效率。他們認為，在人口龐大且社會複雜的治理情境下，威權手段有其必要性，並認為中共在基礎建設、防疫動員等方面展現出高度效率。然而，儘管受訪者肯定中國的施政表現，當進一步詢問他們對台灣政治體制的偏好時，這些重度使用者仍強調，他們並不因此主張台灣應效法中國的威權體制，也不接受中共對台統一的正當性。此現象顯示，對中國施政成效的認同，與是否支持統一或台灣走向威權體制之間，並無直接的對等關係。以下將詳述受訪者的不同立場。

輕度使用者和未使用者普遍對中國政府抱持負面觀感，認為其治理邏輯偏重整體數據與政績維持，而非考量個人處境。面對如疫情封控等重大社會危機時，中國政府多採取嚴格的執行手段，缺乏對民眾實際困境的同理，反映出其為達施政目的，往往忽視甚至犧牲人民權益。

我之前看很多博主疫情被關在家裡，買菜要上網搶，還不見得搶得到，超級可憐，中國人太多，政府給人的感覺那些中國人不是人，只是一串數字，他們只想讓數字變好看，根本不在乎這個政策不可行，人民會不會不方便。(TUS-12)

一個只能接受歌功頌德的政府，怎麼可能真的為了人民考慮。他們(中國政府)一直要追求最快、最大、最好，跟社會的需求脫節。(TUS-14)

此外，輕度使用者普遍對中國政府的官方資訊抱持懷疑態度。他們指出，中國當局透過審查機制，有意隱瞞事件真相，以維護政權形象與社會穩定。受訪者觀察到，TikTok 上有關中國政府的相關內容常帶有濃厚的宣傳色彩，這些影片多經過高度剪輯與視覺包裝，刻意挑選正面素材，並搭配愛國歌曲與留言區的互動，以營造集體認同的氛圍。

換言之，此類影片往往缺乏真實性，僅反映中國政府想要傳達的訊息，而非整體社會的真實情況。因此，當輕度使用者在社交平台上看到稱頌中國官方的內容時，往往不會輕易相信，反而傾向質疑這些影片是否為刻意營造的假象，企圖掩蓋中國的社會問題與民間的不滿。

有一陣子抖音上超流行這種影片，搭配愛國紅歌，留言一堆繁體字還在羨慕對岸，中國宣傳機器不是吃素的，鏡頭能拍到的都是想讓你看的。  
(TUS-7)

我一直覺得中共很像北韓，很愛拍那種領導人下來巡查，旁邊有很多人拍手。(TUS-9)

有點忘記具體是怎樣，好像是之前中國捷運淹大水，死了很多人，中國政府為了要掩蓋死亡人數，圍住捷運出口不讓其他民眾擺鮮花悼念，這要在台灣早就被罵死了。(中國)官方好像很喜歡造假死亡人數，還會限流那些抱怨貼文，完全無法相信(中國官方)說的任何話。(TUS-10)

相較於輕度使用者所持的批判觀點，重度使用者普遍對中國的治理體制持肯定態度，他們認為，極權體制在特定條件下能展現出高度的行政效率與經濟推進能力，尤其在幅員遼闊、人口龐大的國家，集中式的權力能夠迅速集結資源以因應社會問題、維持社會秩序。

我是覺得中國政府很厲害，那麼多人應該很難管理，可上面一下令馬上可以完成。當然尊重人民意願是好的，可愚民很多，有時候不用理這些人，直接做下去才有效率。(TUS-5)

剛剛不是提到科技嗎？中國政府有帶頭做，可以推很快，蓋高鐵那些也是，可以很快完成，不像台灣一直拖，有時候要政府強制，才會有效。(TUS-1)



值得注意的是，當進一步詢問受訪者對台灣政治體制的偏好時，無論是重度、輕度還是未使用者，一致認為台灣應維持現行的民主制度。即使部分重度使用者對中國政府持一定程度的正面評價，但這並不表示他們全面認可中國體制，更不意味著願意以民主價值換取治理效率。此一結果與 Hsu, E. (2025) 相呼應，即民主制度仍普遍被認為是最佳的政治體制。

對重度使用者而言，在評價他國體制時，他們仍保持理性與開放的態度，承認中國制度在部分面向具可取之處。然而，在涉及政治認同與制度選擇時，重度受訪者明確劃清界線，強調「台灣是台灣，中國是中國」，主張台灣應持續維持既有的政治制度與生活方式，並明確拒絕中國共產黨對台灣的統治或介入。

極權經濟可以推很快，感覺有蠻多可取之處，但我是說感覺，真實情況我也不知道，說不定極權的缺點多到爆炸。台灣是台灣，中國是中國，台灣還是維持原本就好，中共不要來弄到台灣。(TUS-1)

前提是中共不要統治我們，不然我覺得中國地大人多，確實要極權一點才能統治人民。我要再講一下，我說中共好不是喜歡中共，是就事論事，我沒有想中共統治我們的意思。(TUS-5)

受訪者普遍認為，民主不僅是台灣的重要象徵，也是保障自由與基本權利的基石，更是區分台灣與中國的關鍵因素。對台灣而言，維持與中國不同的民主制度，不僅凸顯其政治自主性，也有助於在國際上爭取支持與認同，形成制度上的優勢，並強化國家在全球政治舞台上的辨識度與正當性。

就跟南韓和北韓一樣，要讓外國人能夠清楚分辨兩邊的差別，就是要用兩個完全不同的體制運作。台灣跟中國也是一樣，如果台灣要在國際上爭取支持，就要維持不同的體制，這也是台灣的一個優勢。(TUS-9)

在支持民主制度的同時，受訪者也展現出相對成熟而理性的態度。他們普遍認同民主所強調的參與、平等與監督價值，認為這些原則對於保障公民權利與社會多元發展具有不可取代的重要性。然而，受訪者並未將民主視為完美無缺的制度，而是清楚指出其高度包容性與複雜的程序設計，可能在實際治理過程中導致效率降低、決策延宕，甚至增加社會運作成本。這類批判並非源於對民主的不信任，而是基於現實經驗的反思。正因為受訪者認同並珍惜民主制度的核心精神，他們才更期待透過改革與調整，使民主在維持公平與參與的同時，也能回應效率與治理成效的需求，持續朝向更成熟完善的方向發展。

我當然不希望台灣變成中國那樣，但台灣的民主感覺有點太開放，像之前在吵的免術換證還是代孕，有些最基本的價值並不是單靠民主就能合理化的。不是說民主不好，只是我覺得某些地方還是有可以進步的空間。(TUS-13)

一定會選民主，這完全不用考慮。唯一問題是，台灣還要一直保障犯人的人權，用納稅人的錢養那些犯人，我自己覺得這是民主超級不合理的一點。  
(TUS-12)

## 第六節 對身份的認同

大多數受訪者表示，曾在 TikTok 上看過有關「台灣人持有中國護照」或「宣傳加入中國籍可獲得好處」的內容。從受訪者的回應可看出，不同平台在內容取向上具有明顯差異。相較之下，Instagram、Youtube 和 Threads 較少出現貶抑台灣的題材，TikTok 則被認為更頻繁推送此類內容。這種平台間的敘事差異，可能影響使用者對國家認同與社會現實的理解。TikTok 中大量出現負面台灣敘事，容易讓觀眾在高頻接觸下形塑某種「台灣不具吸引力」的印象，進而放大對中國的優勢想像，反映出社群媒體不僅是資訊傳遞的管道，也透過演算法設定議題框架，潛移默化地影響使用者的政治態度與國族想像。

IG 跟脆比較少這種題材，可在抖音就會看到很多，可能刷抖音的人很吃這種題材。(TUS-12)

Youtube 現在很流行外國人來台灣定居，然後說台灣好棒棒，抖音剛好相反，很喜歡台灣人自己說台灣很爛，要去當中國人。我沒很喜歡外國人為了博流量硬誇台灣，但我更看不起在抖音上一直說台灣很爛的台灣人，感覺 Youtube 呈現出的台灣跟抖音呈現出來的台灣是兩個完全不同的世界，怕那些沒有是非能力的人把抖音當真。(TUS-9)

進一步詢問受訪者「認為自己是台灣人或中國人」時，所有受訪者皆表示其為台灣人。然而，若進一步細分其回應內容，仍可歸納出三種類型的認同態度。第一類以輕度和未使用者為主，受訪者不僅堅定表明自身的認同為台灣人，亦對部分自我認同為中國人的台灣人持批判態度。第二類同時涵蓋輕度與重度使用者，此類受訪者雖然在認同層面上自我定位為台灣人，但在實際生活情境中，可能基於便利性或避免不必要的麻煩，而採取策略性地隱藏或淡化自身身份的做法。第三類僅有一名受訪者，屬於重度使用者，其對國家認同抱持較為開放且彈性的觀點，既不否定台灣人的身份，也不排斥在特定情境下認同或成為中國人。以下將分別說明各類型的觀點。

第一類主要為輕度與未使用者，其認同立場明確，清楚表述自身為「台灣人」，並對自我認同為中國人的台灣人持批判態度。其言談中呈現鮮明的邊界劃分，認為身份認同是不可輕易動搖的核心價值，而非可隨情境變化或資訊流動而調整的立場。相較於將網路視為多元意見交流與認同再建構的空間，這類受訪者更傾向將 TikTok 視為可能扭曲既有國家認同的媒介，因此對該平台展現出較高程度的防衛心態，憂慮 TikTok 可能加劇台灣內部的認同分歧，削弱台灣人的自信心。

我覺得如果一個人會因為網路貼文，就改變自己的國家認同，那本身就蠻荒謬的，台灣也不會需要這種人。(TUS-7)

台灣人，那些說想當中國人的人沒有真正了解中國，眼裡只會看到中國想給你看的，根本不知道他們實際是怎樣才會說出這種話。(TUS-9)

我其實很害怕看到這種影片，不是說害怕影片內容，是害怕看到台灣人在下面一窩蜂留言說自己也想變成中國人，真的為台灣感到心酸不值。真發生那種情況，(台灣人)怎麼可能變成跟中國人地位一樣，一定是變成二等公民。連自己台灣人身份都不去認同，還去妄想成為中國人可以獲得什麼好處。(TUS-14)

第二類涵蓋輕度與重度受訪者。儘管受訪者認同自身為台灣人，但在日常生活中，往往基於便利或降低衝突，選擇暫時隱匿其身份。換言之，在維持台灣認同的前提下，他們透過策略性的沉默與身份模糊化來因應社交情境，展現出高度彈性的應對態度。相較於強調價值宣示或政治立場，這類受訪者更重視互動的效率與溝通的順暢性。此種策略並非源於對自我認同的不確定，而是建立在對兩岸政治張力與相關社會氛圍的清楚認知之上，透過不主動揭露身份，他們得以避免潛在的爭議、歧視，或額外的解釋成本。

此一現象亦呼應黃姿婷（2022）的研究發現，即透過迴避政治議題，使用者得以在平台互動過程中降低不適感，惟順應行為未必反映認同轉變，更可能是一種策略性調適，而非對中國敘事的內在認同。

我很確定自己認同的是台灣人的身份，不過在實際生活中，像要跟中國的賣家買東西或是在群裡互動，我就不太會去強調我自己的身份，有時候讓對方以為我是中國人，會減少很多麻煩。當然這只是網上，我自己還是認同我是台灣人。(TUS-6)



我是台灣人，但也不到非常極端，看到網上「中國台灣」的選項還是會點下去，我是覺得自己心裡清楚自己是誰就好。(TUS-8)

第三類僅包含一位受訪者，為重度使用者，其國家認同立場呈現出高度開放的特質。相較於其他多數受訪者傾向明確劃分「台灣人」與「中國人」兩種身份，該受訪者並未將兩者視為相互排斥的對立選項，而是採取順應情境的態度。此一受訪者並未對任何未來的政治結果預設立場，而是刻意保留隨情勢調整身份認同的空間，不會被單一政治立場所束縛。

現在當然是台灣人，可有一天對岸真的打過來，那就只能當中國人，我自己是不會特別排斥。當台灣人還是中國人都 OK。感覺講這種話會被出征，但我真的覺得當什麼都沒什麼差，只要生活可以過下去就好。(TUS-4)

## 第七節 小結

本研究以 TikTok 使用頻率差異為切入點，分析受訪者在多項議題上的立場與觀點，結果顯示輕度使用者與重度使用者在政治敏感度、議題解讀傾向及價值判斷上呈現明顯差異。

首先，在對中國籍配偶的觀感方面，輕度使用者多以政治視角切入，質疑此類婚姻可能涉及中國政府的統戰策略，顯示其對跨境人際互動存有較高警覺性；相對之下，重度使用者則傾向肯定中國籍配偶在促進兩岸文化交流上的正面作用，主張婚姻應回歸個人層面，避免過度政治化。

在兩岸一家親的認知上，只有輕度使用者認為此語可能成為政治宣傳工具，延續其對政治滲透的警覺；多數重度使用者則主張不應過度解讀，避免激化社會上的對立。

在中國科技發展的評價上，兩群使用者普遍給予正面肯定，認為科技類影片展現了中國的國家實力。然而，僅有輕度使用者會進一步指出此類內容可能蘊含統戰意圖，反映其對政治宣傳的高度敏感；重度使用者則多著重於技術本身之吸引力與實用價值。

關於台灣在中美之間的結盟立場，親中疑美的立場主要由重度使用者持有，而親美立場則在受訪者中獲多數支持。

在對中國政府的評價方面，輕度與未使用者普遍持負面態度，批評其威權統治、欺瞞隱匿事實；重度使用者則肯定中國在效率、基礎建設及防疫等面向的成效，但同時明確表示不主張台灣效法威權體制，亦不接受統一。

最後，在身份認同方面，所有受訪者皆表示其為台灣人。然而，相較之下，輕度與未使用者在堅定表明自身身份的同時，亦對部分自我認同為中國人的台灣人持批判立場。重度受訪者則傾向基於現實情況，策略性的隱藏自我認同，或是對國家身份抱持開放態度，即既不否定台灣人身份，也不排斥在特定情境下成為中國人。

綜上所述，輕度使用者與未使用者普遍展現高度政治警覺，傾向從統戰與政治滲透的角度解讀中國相關議題。此一結果與邱家皇（2024）的研究發現相呼應，顯示受訪者並非僅將 TikTok 視為單純的娛樂平台，而是將其與統戰操作加以連結，認為該平台具備顯著的銳實力，並對受眾的政治態度產生影響。

相較之下，重度使用者在多數情境中傾向採取較為務實的評估取向，對中國相關議題展現相對開放與彈性的態度。他們較少從高度政治化或意識形態的角度進行解讀，而是依據個人經驗、實用價值與資訊多元性加以判斷。然而，這種開放態度並不同於立場鬆動，在涉及國家認同與主權議題時，重度使用者仍普遍劃清明確界線，維持自身的政治底線。正如受訪者 TUS-5 所言：「我是台灣人，我愛台灣，但這不妨礙我想要去中國走一走、看一看。」

## 第六章 研究結論和建議



本章旨在統整前述研究結果，歸納主要發現，並進一步說明本研究的理論與實務貢獻，最後則提出研究面臨的限制，內容分為四個部分。第一節綜合受訪資料，分析不同 TikTok 使用頻率的大學生在假訊息、審查與政治宣傳經驗上的差異，並探討其對中國態度與國家認同的不同表現。第二節闡述本研究於理論、方法與實務層面的創新之處。第三節針對研究設計與執行過程中可能存在的限制進行說明，包括樣本規模有限、因果推論不足及主觀詮釋影響等。第四節則為提出未來研究可延伸的方向。

### 第一節 研究結論

本研究以 TikTok 使用頻率為核心變項，探討不同使用頻率的受訪者，在假訊息、審查和政治宣傳上的經驗，以及對中國的態度和國家認同上的差異，並檢視四項研究假設的驗證結果。

訪談結果顯示，大學生普遍意識到平台上存在假訊息、審查與政治宣傳等現象，並能清楚舉例說明。多數受訪者認為自己具備足夠的媒體識讀能力，能過濾具有操控意圖的影片，避免受到誤導。

但進一步觀察顯示，受訪者在面對政治性語彙的反應會隨情境而有所變化。當「兩岸一家親」作為單獨議題被詢問時，部分受訪者表達明顯的保留甚至排斥態度。然而，在觀看包含該語彙的東北旅遊介紹影片後，即便影片中明確出現兩岸一家親字句，受訪者往往不再將其視為關注焦點，反而將注意力集中於影片所呈現的景點與文化。此現象顯示，在娛樂化、生活化的媒介包裝下，政治元素容易被弱化，降低受眾對政治性語彙的防範意識與牴觸感，受訪者更傾向以選擇性關注的方式聚焦於感興趣的資訊，淡化或忽略政治訊息，使銳實力得以在不知不覺中發揮作用。正如 Walker and Ludwig (2017) 所言，銳實力不以暴力作為手段，也不一味倡導該國的正面形象，而是以隱蔽的方式滲透目標國家的社群媒體，讓受眾逐漸內化有利於該國的敘事。

此外，受訪者指出，銳實力操作並不限於 TikTok，其他平台如 Instagram、Threads 及 Facebook 亦存在類似現象，反映政治資訊的滲透已相當普遍（Bradshaw and Howard, 2019）。因此，本研究的發現不僅適用於分析 TikTok 使用者，亦可延伸至其他社群平台的使用情境，對理解社群媒體中的政治資訊傳播與受眾反應具有參考價值。惟受訪者也提到，不同平台上的銳實力推動者可能來自不同國家，這意味著重度使用特定平台的使用者，可能因長期接觸而逐漸形塑出對該國家的特定態度。以下將依序檢視本文的四項研究假設，並說明其是否獲得支持。

### **假設一：TikTok 重度使用者對中國持較為正面的態度**

根據訪談資料顯示，TikTok 重度使用者在談及中國時，確實展現出相對正向的評價。這類受訪者較常從日常生活、旅遊經驗、科技發展或民間互動的角度來理解中國，而非僅聚焦於政治衝突或制度差異。例如，有重度使用者在觀看中國旅遊或科技相關影片時，對中國的城市建設、科技進步與民眾互動表現出興趣與欣賞，並認為兩岸之間的對立不應完全投射到人民層次。

然而，值得注意的是，這種相對正面的態度多半具有明確的界線。重度使用者即便肯定中國在特定面向的表現，仍清楚區分中國人民與中國政府，並未因此全盤接受中國官方的政治立場或統一論述。因此，本研究結果顯示，重度使用者較傾向以多角度、情境化的方式看待中國，而非全然負面或單一立場，其對中國的態度呈現出相對複雜且非二元的特徵。

### **假設二：TikTok 輕度使用者對中國持較為負面的態度**

相較之下，輕度使用者在訪談中較頻繁表達對中國的警戒與不信任，其態度多與對政治宣傳、統戰語言及假訊息的感知密切相關。研究結果顯示，輕度使用者對於讚揚中國政府施政成果或科技發展等影片，往往抱持較為保留甚至質疑的態度，認為相關內容可能經過選擇性呈現，服務於政治宣傳目的，普遍將其解讀為具有政治意圖的統戰話語，並認為長期接觸此類內容可能對台灣社會產生潛在影響。整體而言，在本研究樣本中，輕度使用者較傾向將中國與威權體制、認知作戰及政治風險相連結，因而呈現出相對負面的評價。

### 假設三：TikTok 重度使用者對台灣的國家認同感較低

研究結果顯示，重度使用者在談及兩岸關係時，傾向強調和平交流、理性互動與避免衝突的重要性，較少採取高度對立或排他性的論述方式。

然而，研究亦發現，重度使用者並未因此否定台灣的重要性。重度使用者仍清楚表達反對中國統一台灣，明確將自身定位為「台灣人」，並一致支持台灣維持民主制度。換言之，本研究結果並未顯示重度使用者對台灣缺乏認同，而是其認同表達方式相對不以強烈的敵我對立作為核心。因此，與其將此結果解讀為國家認同較低，不如理解為其認同呈現出較為溫和、複雜且非單一向度的樣貌，亦即，在身份認同上仍以台灣為核心，但在政治態度與兩岸互動的論述上，展現出較高程度的彈性。

### 假設四：TikTok 輕度使用者對台灣的國家認同感較高

在本研究中，輕度使用者在看待兩岸議題時，傾向從政治滲透與統戰策略的角度加以解讀，並對任何可能模糊台灣國家定位的敘事保持高度警覺。在資訊接收與解讀過程中，輕度使用者普遍展現出較強的批判性思維，能主動辨識潛在的政治風險，其觀點與中國官方所倡導的論述之間存在明顯差異。

當進一步詢問輕度使用者對於台灣制度選擇，以及身份認同相關問題時，受訪者明確表示自身為「台灣人」，並一致肯定台灣現行的民主制度，對於中國的政治體制與統一主張則表現出明顯拒斥態度。整體而言，輕度使用者在台灣國家認同的表述上相對明確，較少呈現出模糊或游移的態度。

## 第二節 研究貢獻

本研究以 TikTok 為研究場域，探討中國銳實力如何透過新興社交媒體影響台灣大學生的政治態度，從理論、方法與實務三個層面皆具有重要貢獻。

首先，在理論層面，本研究擴展了銳實力研究的應用範疇。既有文獻多聚焦於傳統新聞媒體或較成熟的平台，如 Facebook、YouTube 與 X，較少關注 TikTok 這類以短影音與娛樂互動為核心的新型平台。本研究將 TikTok 納入銳實力研究的討論脈絡，揭示政治意涵如何在高度娛樂化與演算法主導的資訊環境中被包裝、再製與傳播。

其次，在方法層面上，本研究的設計展現出創新與補充性。相較於 Hsu (2025)<sup>5</sup>以 15 至 18 歲青少年為對象的訪談研究，以及 Hsu (2025)<sup>6</sup>以量化問卷蒐集廣泛資料的方式，本研究以大學生為主要研究對象，採用半結構式深度訪談，能更精確地捕捉特定年齡層的心理動機和價值判斷。此外，本研究在訪談中加入「觀看影片」的環節，播放兩部介紹中國哈爾濱的 TikTok 旅遊影片，以模擬受訪者在日常使用 TikTok 時可能面對的接觸的內容。

此設計一方面確保受訪者對研究問題的理解一致，使訪談內容具備共同的討論基礎；另一方面，能觀察受訪者在不同情境中對政治訊息的反應差異。研究發現，當政治訊息以直接問答方式呈現時，多數受訪者表現出理性排斥和批判，但同樣內容若融入具娛樂性的 TikTok 影片中，受訪者對政治訊息的接受度有所提升，並傾向將注意力集中於影片的娛樂效果，而非其潛在的政治宣傳意圖。這種設計使研究能更貼近真實使用經驗，並為未來質性研究提供可行的設計參考。

最後，在實務層面，研究揭示 TikTo 可能成為中國銳實力滲透年輕世代的重要渠道，對於政府制定相關監管政策與教育機構推動媒體識讀均具參考價值。除監管措施外，亦應支持本土創作者發展具教育性與公共關懷的內容，透過多元觀點抵抗單一立場的滲透，強化社會資訊多元性與民主韌性。

<sup>5</sup> 精準推播與認知滲透：TikTok 對台灣青少年資訊環境與對中國觀感的影響。

<sup>6</sup> 2025 TikTok 抖音使用者調查：全國網調數據公告。

### 第三節 研究限制

研究在進行過程中仍存在一定的限制，以下對其進行說明。

首先，本研究的受訪者數量相對有限，僅依據 TikTok 使用頻率進行初步分類，探討其在不同議題上的態度差異，尚未考慮哪種人格特質的人比較容易受到銳實力的影響。因此，研究結果未必能充分反映現實社會中各族群對相關議題的真實態度。

再者，本研究定位主要偏向探索性質，而非實證驗證。換言之，本研究著重於呈現 TikTok 使用者在面對中國相關議題時的反應，但尚無法直接確認 TikTok 所傳遞的特定內容與受訪者政治態度之間存在明確的因果關係。受訪者的既有政治立場，可能同時受到其他潛在變項的影響，像是經濟地位、資訊來源、家庭環境或社會背景，而非僅歸因於 TikTok 的銳實力滲透。

最後，本研究以質性訪談作為研究方法，雖能深入理解受訪者的想法與感受，但研究結果難以避免主觀詮釋的影響，亦未能提供具體的量化指標來衡量銳實力對政治態度的影響程度。

基於上述限制，本研究的發現具有初步探索性質，作為後續研究的參考基礎，期待未來研究能加以補充與深化。



#### 第四節 研究建議

本研究雖以質性訪談呈現 TikTok 使用者在中國相關議題下的態度傾向，但仍屬探索性嘗試。未來研究建議可從以下幾個面向加以深化。首先，應擴大樣本規模，涵蓋不同年齡、教育程度、社會階層與地區背景的受訪者，以提升研究結果的代表性，並避免單一族群偏差。

其次，建議納入更多受眾特質變項控制，例如人格特質、媒體素養、家庭經驗等，藉此更細緻地分析哪些群體較易受到銳實力影響，並釐清影響過程中的潛在中介因素。再者，在研究方法上，可結合量化調查與實驗設計，透過問卷、統計建模或實驗操弄，驗證 TikTok 所傳遞訊息與政治態度之間的因果關係，進一步補足質性研究在推論上的限制。

此外，跨平台比較亦值得關注，未來可將 TikTok 與其他社群媒體並列分析，探討不同平台演算法、內容生態與使用模式，是否會產生不同的政治影響。

綜上所述，期待後續研究能在樣本規模、受眾特質控制及研究方法上有所突破，以更精確揭示短影音平台上的銳實力如何形塑使用者的政治態度與認知。

## 附件一 訪談提綱



### 1. 銳實力的認知與經歷

- (1) 您開始使用 TikTok 的原因？
- (2) 您平時在 TikTok 上會觀看哪些內容？
- (3) 您是否曾在 TikTok 上遇到假訊息？您有什麼想法？
- (4) 您如何看待 TikTok 的審查機制？
- (5) 接下來會請您觀看兩部影片，看完第一部影片後回答問題 (5-1)，接續看第二部影片後回答問題 (5-2) (5-3)
  - (5-1) 看完第一部影片後，會不會讓您對中國產生親近感？
  - (5-2) 您認為這兩部影片哪一部是在單純介紹景點，哪一部可能帶有政治宣傳嗎？抑或兩者都是都不是？您的判斷依據是什麼？
  - (5-3) 請問帶有政治宣傳的影片會影響您的觀看意願嗎？

### 2. 銳實力與政治態度

- (1) 您如何看待中國籍配偶（陸配/中配）在 TikTok 上分享兩岸生活或表達兩岸觀點？這類影片是否讓您對中國產生更多理解與好感？還是覺得他們帶有政治目的？
- (2) 當您在 TikTok 上看到中國博主提到「兩岸一家親」這句話時，您會感到親切、認同，還是反感、不自在？
- (3) TikTok 上常見中國在電動車、高鐵、AI、無人機等科技領域快速發展的影片，請問這樣的內容會讓您對中國的科技實力產生羨慕或欣賞？還是會讓您感到某種壓力或威脅？
- (4) 若台灣未來只能在中國與美國之間選擇一個主要盟友，您認為台灣應該選擇哪一方？為什麼？
- (5) TikTok 上有一些影片展示中國政府救災、扶貧、防疫等成果，這樣的內容會讓您覺得中國政府有效率、有作為？還是過於專制壟斷？

- (5-1) 對照台灣的現況，您希望台灣維持民主制度，還是偏向更集權的管理？
- (6) 請問您是否曾在 TikTok 上看過台灣人持有中國護照，或宣稱取得中國國籍可帶來某些好處相關的影片？
- (6-1) 您如何看待自己的身份認同？您會定位自己是台灣人或中國人？



## 附件二 訪談同意書



研究者是台灣大學國家發展研究所的學生，研究主題是「台灣大學生對銳實力的感知：以 TikTok 為例」。這份同意書是向您說明研究的相關資訊。如果您同意參與，請於同意書上簽名。

每次訪談時間約為 1 小時（視實際情況而定），並確保您的權益：

1. 本研究對受訪者的身份嚴格保密，採用匿名方式呈現。訪談中的部分對話可能會引用於研究中，但涉及個人隱私的部分不會對外公開。
2. 訪談過程將進行錄音，以便後續研究者進行字稿的整理與分析。為了保護研究參與者，錄音檔與逐字稿將在研究完成後銷毀。
3. 訪談過程中，如果您有不便回答的問題，可以拒絕回答。
4. 您可以隨時退出本次研究，且不需給予任何理由。

以上內容我已詳細閱讀，同意參加本次研究。

國立台灣大學國家發展研究所

指導教授：林峻達助理教授

研究生：楊佳蓁

受訪者： (簽名)

研究者： (簽名)

日期： 年 月 日

## 參考文獻



### 一、英文文獻

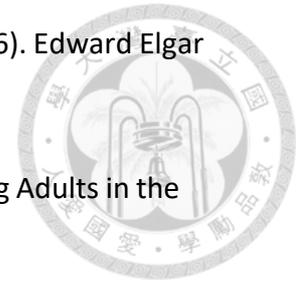
- Abbas, L., Fahmy, S. S., Ayad, S., Ibrahim, M., & Ali, A. H. (2022). TikTok intifada: Analyzing social media activism among youth. *Online media and global communication*, 1(2), 287-314.
- Allyn, B.(2021). Biden Drops Trump's Ban on TikTok And WeChat — But Will Continue The Scrutiny.NPR.
- Armborst, A. (2017). How fear of crime affects punitive attitudes. *European Journal on Criminal Policy and Research*, 23(3), 461-481.
- Ateed, E. H., & Özcan, M. S. Ö. (2023). A New Face of China: Sharp Power Strategy and Its Global Effects. *Codrul Cosminului*, 29(2).
- Attorney-General’s Department.(2023). TikTok ban on Government devices. Attorney-General’s Department.
- Aufderheide, P. (1986). Music videos: The look of the sound. *Journal of communication*, 36(1), 57-78.
- Barta, K., & Andalibi, N. (2021). Constructing authenticity on TikTok: Social norms and social support on the" Fun" Platform. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 5(CSCW2), 1-29.
- Barta, S., Belanche, D., Fernández, A., & Flavián, M. (2023). Influencer marketing on TikTok: The effectiveness of humor and followers’ hedonic experience. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 70, 103149.
- Baker-White, E. (2022). Leaked Audio From 80 Internal TikTok Meetings Shows That US User Data Has Been Repeatedly Accessed From China.Buzzfeed News.
- Baker-White, E. (2022).LinkedIn Profiles Indicate 300 Current TikTok And ByteDance Employees Used To Work For Chinese State Media—And Some Still



- Do.Forbes.
- Baker-White, E. (2023). TikTok's Secret 'Heating' Button Can Make Anyone Go Viral.Forbes.
- Bhandari, A., & Bimo, S. (2022). Why's everyone on TikTok now? The algorithmized self and the future of self-making on social media. *Social media+ society*, 8(1), 20563051221086241.
- Biddle, S., Ribeiro, P. V. & Dias, T. (2020). Invisible censorship: TikTok told moderators to suppress posts by 'ugly' people and the poor to attract new users. *The Intercept*.
- Bode, L., Vraga, E. K., Borah, P., & Shah, D. V. (2014). A new space for political behavior: Political social networking and its democratic consequences. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(3), 414-429.
- Bode, L. (2016). Political news in the news feed: Learning politics from social media. *Mass communication and society*, 19(1), 24-48.
- Bond, R. M., Fariss, C. J., Jones, J. J., Kramer, A. D., Marlow, C., Settle, J. E., & Fowler, J. H. (2012). A 61-million-person experiment in social influence and political mobilization. *Nature*, 489(7415), 295-298.
- Bösch, M., & Divon, T. (2024). The sound of disinformation: TikTok, computational propaganda, and the invasion of Ukraine. *new media & society*, 26(9), 5081-5106.
- Bossen, C. B., & Kottasz, R. (2020). Uses and gratifications sought by pre-adolescent and adolescent TikTok consumers. *Young consumers*, 21(4), 463-478.
- Brady, A. M. (2017). How China's 'sharp power' is muting criticism abroad. *Economist*, 14.
- Brandt, J., Ichihara, M., Jalli, N., Shen, P. & Sinpeng, A. (2022). Impact of disinformation on democracy in Asia.Brookings.

- 
- Bradshaw, S., & Howard, P. N. (2019). The global disinformation order: 2019 global inventory of organised social media manipulation.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101.
- Brewster, J., Arvanitis, L., Pavilonis, V., & Wang, M. (2022). Beware the 'New Google:' TikTok's Search Engine Pumps Toxic Misinformation To Its Young Users. *NewsGuard*.
- Broda, E., & Strömbäck, J. (2024). Misinformation, disinformation, and fake news: lessons from an interdisciplinary, systematic literature review. *Annals of the International Communication Association*, 48(2), 139-166.
- Brown, J. D., Greenberg, B. S. and Buerkel-Rothfuss, N. L. (1993). Mass media, sex and sexuality. *Adolescent Medicine: State of the Art Reviews*, 4(3).
- Calvo-Gutiérrez, E., & Marín-Lladó, C. (2023). Combatting Fake News: A Global Priority Post COVID-19. *Societies*, 13(7), 160.
- Carter, D., Westcott, M., Boitel, R., & Wang, A. H. E. (2023). Puppet Anchors and China's YouTube Information Operation. *Taiwan Politics*.
- Center, G. E. (2023). How the People's Republic of China Seeks to Reshape the Global Information Environment.
- Cervi, L., & Divon, T. (2023). Playful activism: Memetic performances of Palestinian resistance in TikTok# Challenges. *Social media+ society*, 9(1).
- Chen, K. W. (2022). Combating Beijing's Sharp Power: Taiwan's Democracy Under Fire. *Journal of Democracy*, 33(3), 144-157.
- Chien, Y. Y. (2019). The influence of China's sharp power on Taiwan's Media. *Taiwan Strategists*, 1, 17-34.
- Chu, Y. H., Huang, M. H., & Lu, J. (2019). The competition over soft power between China and the United States: an analysis of how East Asians view a rising

- China. In Handbook on China and Globalization (pp. 258-276). Edward Elgar Publishing.
- Church, L. (2022). TikTok's Impact on Political Identity Among Young Adults in the United States (Doctoral dissertation, University of Oregon).
- Cinelli, M., De Francisci Morales, G., Galeazzi, A., Quattrociocchi, W., & Starnini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(9), e2023301118.
- Cole, J. M. (2018). *Hard Edge of Sharp Power*. Macdonald-Laurier Institute for Public Policy.
- Cook, S. (2021). *China's Global Media Footprint. Democratic Responses to Expanding Authoritarian Influence. Sharp Power and Democratic Resilience Series*.
- Cuesta-Valiño, P., Gutiérrez-Rodríguez, P., & Durán-Álamo, P. (2022). Why do people return to video platforms? Millennials and centennials on TikTok. *Media and Communication*, 10(1), 198-207.
- deLisle, J. (2020). *Political warfare, sharp power, the U.S., and East Asia*. Orbis. Foreign Policy Research Institute.
- Diamond, L., & Schell, O. (Eds.). (2019). *China's influence and American interests: Promoting constructive vigilance*. Hoover Press.
- Dickey, L. (2019). *Confronting the challenge of online disinformation in Taiwan. Disinformation, cybersecurity, and energy challenges*, 11-22.
- Dobson, W. J., Masoud, T., & Walker, C. (Eds.). (2023). *Defending Democracy in an Age of Sharp Power*. JHU Press.
- Dubois, E., & Blank, G. (2018). The echo chamber is overstated: the moderating effect of political interest and diverse media. *Information, communication & society*, 21(5), 729-745.
- Dutton, W. H., Reisdorf, B., Dubois, E., & Blank, G. (2017). *Search and politics: The*



uses and impacts of search in Britain, France, Germany, Italy, Poland, Spain, and the United States.



Fang, J., Wang, Z., & Hao, B. (2019). Analysis of "Anesthesia" Mechanism in Mobile Short Video Applications. In *The First International Symposium on Management and Social Sciences (ISMSS 2019)*. Atlantis Press.

Falgoust, G., Winterlind, E., Moon, P., Parker, A., Zinzow, H., & Madathil, K. C. (2022). Applying the uses and gratifications theory to identify motivational factors behind young adult's participation in viral social media challenges on TikTok. *Human Factors in Healthcare*, 2, 100014.

Farahany, N. (2023). TikTok is part of China's cognitive warfare campaign. *The Guardian*.

Flew, T., Martin, F., & Suzor, N. (2019). Internet regulation as media policy: Rethinking the question of digital communication platform governance. *Journal of Digital Media & Policy*, 10(1), 33-50.

Francisco, M. E. Z., & Ruhela, S. (2021). Investigating TikTok as an AI user platform. In *2021 2nd International Conference on Computation, Automation and Knowledge Management (ICCAKM)* (pp. 293-298). IEEE.

Freimann, C. (2024). Citizen War Journalism on TikTok: A reception study about young adults' trust in war content on the example of alternative reporting on the Israel-Gaza conflict.

Fung, T. K., Yan, W., & Akin, H. (2018). In the eye of the beholder: How news media exposure and audience schema affect the image of the United States among the Chinese public. *International Journal of Public Opinion Research*, 30(3), 443-472.

Foxall, A., & Hemmings, J. (2019). *The art of deceit: How China and Russia use sharp power to subvert the west*. London: The Henry Jackson Society.

Gerbner, G. (1986). *Living with television: The dynamics of the cultivation process*.

Perspectives on Media Effects/Erlbaum.

Gerbner, G. & Gross, L.(1976). "Living with television: the violence profile". *Journal of Communication*, 26(2),173-179.

Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1987). Charting the mainstream: Television's contributions to political orientations. *American media and mass culture: Left perspectives*, 441-464.

Geiß, S., Magin, M., Jürgens, P., & Stark, B. (2021). Loopholes in the echo chambers: How the echo chamber metaphor oversimplifies the effects of information gateways on opinion expression. *Digital Journalism*, 9(5), 660-686.

Gherghina, S., & Marian, C. (2024). Election campaign and media exposure: explaining objective vs subjective political knowledge among first-time voters. *Journal of Contemporary Central and Eastern Europe*, 32(1), 37-53.

Göksun, Y., & Samuk, D. (2023). The perception of the Tiktok platform as China's sharp power instrument in US politics. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(4), 1169-1185.

Graham-Harrison, E., & Lin, C.H.(2023). Into brain and the heart: how China is using apps to woo Taiwan's teenagers. *The Guardian*.

Grimmelmann, J. (2015). The virtues of moderation. *Yale JL & Tech.*, 17, 42.

Hamilton, C. (2018). *Silent invasion: China's influence in Australia*. Hardie Grant Publishing.

Hassan, M. S., Allam, S. N. S., Azni, Z. M., & Khamis, M. H. (2016). Social media and political participation among young people. *Jurnal Sains Sosial*, 1(1), 95-114.

Haugsgjerd, A., Karlsen, R., & Steen-Johnsen, K. (2023). Uninformed or misinformed in the digital news environment? How social media news use affects two dimensions of political knowledge. *Political Communication*, 40(6), 700-718.

Himmelboim, I., McCreery, S., & Smith, M. (2013). *Birds of a feather tweet together*:

- 
- Integrating network and content analyses to examine cross-ideology exposure on Twitter. *Journal of computer-mediated communication*, 18(2), 154-174.
- Hern, A. (2019). Revealed: how TikTok censors videos that do not please Beijing. *The Guardian*.
- Highhouse, C. (2022). China content on TikTok: the influence of social media videos on national image. *Online Media and Global Communication*, 1(4), 697-722.
- Hoffman, S. (2021). Double-edged sword: China's sharp power exploitation of emerging technologies. *International Forum for Democratic Studies*.
- Hung, C. F. (2019). Manufactured public opinion online: The Beijing factor and Taiwan's local elections in 2018. *Taiwan Strategists*, 1, 35-52.
- Huang, P. A. H. (2019). Impact of Chinese Sharp Power on Australia's National Security: A Viewpoint of the Wedge Strategy.
- Huang, J. N. (2019). How Can Taiwan and the United States Fight China's Sharp Power? From National Security to Human Security. *Tamkang Journal of International Affairs*, 22(3).
- Huang, J.N.(2023). China's Propaganda and Disinformation Operations in Taiwan: A Sharp Power Perspective. *China: An International Journal*, 21(2), 143-170.
- Ingram, D.(2022). Biden signs TikTok ban for government devices, setting up a chaotic 2023 for the app.NBC NEWS.
- Intyaswati, D., Maryani, E., Sugiana, D., & Venus, A. (2021). Social media as an information source of political learning in online education. *Sage Open*, 11(2), 21582440211023181.
- Jennings, E., Santos, F. P., & Marques, A. P. (2022). Does Your Business TikTok? Genuineness, Proximity to Customers and International Expansion with Short Video Marketing. In *International Conference on Marketing and Technologies* (pp. 283-291). Singapore: Springer Nature Singapore.

- 
- Jennings, E. M. P. (2022). Short video marketing: A good strategy for small businesses on TikTok? (Doctoral dissertation).
- Jones, S. G., Harding, E., Doxsee, C., Harrington, J., & McCabe, R. (2023). *Competing Without Fighting: China's Strategy of Political Warfare*. Rowman & Littlefield.
- Karimi, K., & Fox, R. (2023). Scrolling, Simping, and Mobilizing: TikTok's influence over Generation Z's Political Behavior. *The Journal of Social Media in Society*, 12(1), 181-208.
- Karizat, N., Delmonaco, D., Eslami, M., & Andalibi, N. (2021). Algorithmic folk theories and identity: How TikTok users co-produce Knowledge of identity and engage in algorithmic resistance. *Proceedings of the ACM on human-computer interaction*, 5(CSCW2), 1-44.
- Kaye, D. B. V., Chen, X., & Zeng, J. (2021). The co-evolution of two Chinese mobile short video apps: Parallel platformization of Douyin and TikTok. *Mobile Media & Communication*, 9(2), 229-253.
- Kemp, S. (2024). *Digital 2024: Taiwan*. Dataeportal.
- Kong, D. (2018). Research report on short video industry. 36Kr Research Center.
- Köckritz, A. (2023). In a Savvy Disinformation Offensive, China Takes Aim at Taiwan Elections. Mercator Institute for China Studies.
- Kubota, Y., Huang, R., Li, S.(2020). TikTok to Stop Using China-Based Moderators to Monitor Overseas Content.WSJ.
- Lan, D. H., & Tung, T. M. (2024). Exploring fake news awareness and trust in the age of social media among university student TikTok users. *Cogent Social Sciences*, 10(1).
- Lee, S., Yamamoto, M., & Tandoc Jr, E. C. (2022). Why people who know less think they know about COVID-19: Evidence from US and Singapore. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 99(1), 44-68.

Lin,P.(2021).TikTok and Douyin Explained.The citizen lab.

Literat, I., & Kligler-Vilenchik, N. (2023). TikTok as a Key Platform for Youth Political Expression: Reflecting on the Opportunities and Stakes Involved. *Social Media+ Society*, 9(1).

Lifuka, R.(2022). Corruption in the Zambian Construction Sector: The China Factor.Hoover Institution.

Lu, X., & Lu, Z. (2019). Fifteen seconds of fame: A qualitative study of Douyin, a short video sharing mobile application in China. In *Social Computing and Social Media. Design, Human Behavior and Analytics: 11th International Conference, SCSSM 2019, Held as Part of the 21st HCI International Conference, HCII 2019, Orlando, FL, USA, July 26-31, 2019, Proceedings, Part I 21*. Springer International Publishing.

Mack, N. (2005). Qualitative research methods: A data collector's field guide.

Mankikar, K. A. (2022). China's Sharp Power: Blunting the World's Edge or a Moment of Global Awakening?.

Matamoros-Fernández, A. (2023). Taking Humor Seriously on TikTok. *Social Media + Society*, 9(1).

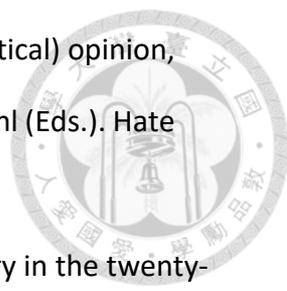
Melin, E. (2021). China's sharp power through TikTok: A case study of how China can use sharp power through TikTok.

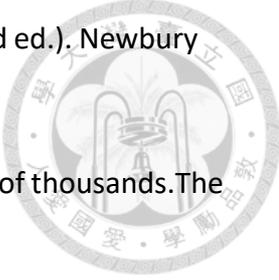
Medina Serrano, J. C., Papakyriakopoulos, O., & Hegelich, S. (2020). Dancing to the partisan beat: A first analysis of political communication on TikTok. In *Proceedings of the 12th ACM Conference on Web Science* .

Merle,S., Balle,C.,& Jaeglé,Y. (2023). Programme TV du dimanche 3 décembre : « TikTok, l'ombre chinoise », « Les Tuche 4 »... Notre selection. *leParisien*.

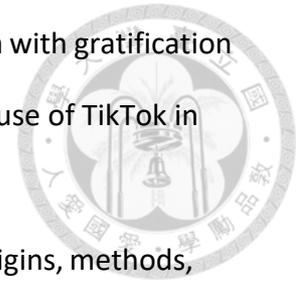
Milmo, D.(2022). TikTok's ties to China: why concerns over your data are here to stay. *The Guardian*.



- 
- Montag, C. (2019). Filter bubbles: How do filter bubbles affect (political) opinion, taking personality into account. J. Baldauf, J. Ebner., & J. Guhl (Eds.). Hate speech and radicalization online, 27-34.
- Morgan, M., Shanahan, J., & Signorielli, N. (2014). Cultivation theory in the twenty-first century. *The handbook of media and mass communication theory*, 480-497.
- NCRI.(2023).A Tik-Tok-ing Timebomb: How TikTok's Global Platform Anomalies Align with the Chinese Communist Party's Geostrategic Objectives.NCRI.
- Nemmo, B.(2023). Meta’s Adversarial Threat Report, Third Quarter 2023. Meta.
- Nevzat, R. (2018). Reviving cultivation theory for social media. In *The Asian Conference on Media, Communication & Film Conference*.
- Nye, J. S. (2004). Soft power: The means to success in world politics. *Public affairs*.
- Ohlheiser, A. (2021). Welcome to TikTok’s endless cycle of censorship and mistakes. *MIT Technology Review*.
- Omar, B., & Dequan, W. (2020). Watch, share or create: The influence of personality traits and user motivation on TikTok mobile video usage.
- Pantazi, M., Hale, S., & Klein, O. (2021). Social and cognitive aspects of the vulnerability to political misinformation. *Political Psychology*, 42, 267-304.
- Pariser, E. (2011). The filter bubble: What the Internet is hiding from you. penguin UK.
- Park, Y. J., Chung, J. E., & Kim, J. N. (2022). Social media, misinformation, and cultivation of informational mistrust: cultivating COVID-19 mistrust. *Journalism*, 23(12), 2571-2590.
- Patel, R., Pathak, M., Jain, A., & Lagman, J. (2023). Bringing to light the TikTok Benadryl challenge: A case of seizure from Benadryl overdose. *Psychiatry Research Case Reports*, 2(1), 100087.

- 
- Patton, M. (1990). *Qualitative evaluation and research methods* (2nd ed.). Newbury Park, CA: Sage.
- Paul, K.(2020). TikTok: false posts about US election reach hundreds of thousands. *The Guardian*.
- Perse, E. M. (1986). Soap opera viewing patterns of college students and cultivation.
- Pham, T. N. (2018). China in 2018: What to Expect. *The Diplomat*.
- Pieter, G. M., Massie, J. D., & Saerang, R. T. (2021). Exploring the effectiveness of using Tik Tok as a media for promotion: A Case study of youth intention to buy products. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(4), 11-20.
- Procacci, S., & Le Naour, A. (2021). To Win Hearts by Manipulating Minds: Chinese and Russian ‘Sharp Power’ at Times of Covid-19.
- Qin, Y., Omar, B., & Musetti, A. (2022). The addiction behavior of short-form video app TikTok: The information quality and system quality perspective. *Frontiers in Psychology*, 13, 932805.
- Riikonen, A. (2019). Decide, disrupt, destroy. *Strategic Studies Quarterly*, 13(4), 122-145.
- Roth, R., Ajithkumar, P., Natarajan, G., Achuthan, K., Moon, P., Zinzow, H., & Madathil, K. C. (2021). A study of adolescents’ and young adults’ TikTok challenge participation in South India. *Human Factors in Healthcare*, 1, 100005.
- Ryan, F., Fritz, A., & Impiombato, D. (2020). TikTok and WeChat: Curating and controlling global information flows.
- Sarah, C. (2021). *China’s Global Media Footprint: Democratic Responses to Expanding Authoritarian Influence*. National Endowment for Democracy.
- Schellewald, A. (2023). Understanding the popularity and affordances of TikTok through user experiences. *Media, Culture & Society*, 45(8), 1568-1582.

Scherr, S., & Wang, K. (2021). Explaining the success of social media with gratification niches: Motivations behind daytime, nighttime, and active use of TikTok in China. *Computers in human behavior*, 124, 106893.



Severin, W. J., & Tankard, J. W. (1997). *Communication theories: Origins, methods, and uses in the mass media* (pp. 300-310). New York: Longman.

Select Committee on the CCP.(2024). *Bill to Protect Americans From Foreign Adversary Controlled Applications, Including TikTok*. Select Committee on the CCP.

Shah, Z., Chu, J., Ghani, U., Qaisar, S., & Hassan, Z. (2020). Media and altruistic behaviors: The mediating role of fear of victimization in cultivation theory perspective. *International journal of disaster risk reduction*, 42, 101336.

Shanahan, J., & Morgan, M. (1999). *Television and its viewers: Cultivation theory and research*. Cambridge University Press.

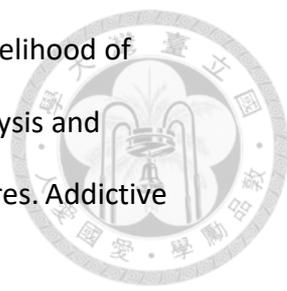
Sheak, E., & Abdulrazak, S. (2023). The influence of social media marketing activities on TikTok in raising brand awareness. *Market-Tržište*, 35(1), 93-110.

Skoneczny, Ł., & Cacko, B. (2021). Sharp power—introduction to the issue. *Przegląd Bezpieczeństwa Wewnętrznego*, 13(25), 325-340.

Sides, J., & Citrin, J. (2007). European opinion about immigration: The role of identities, interests and information. *British journal of political science*, 37(3), 477-504.

Silverman, C., Lytvynenko, J., & Vo, L. T. (2018). How Facebook groups are being exploited to spread misinformation, plan harassment, and radicalize people. BuzzFeed.

Siraj, H., & Faqir, K. (2023). The Role Of Social Media In Electioneering: A Study Of 2018 General Elections In The District Peshawar. *Journal of Positive School Psychology*, 1118-1127.

- 
- Smith, T., & Short, A. (2022). Needs affordance as a key factor in likelihood of problematic social media use: Validation, latent Profile analysis and comparison of TikTok and Facebook problematic use measures. *Addictive Behaviors*, 129, 107259.
- Solon, O. (2022). Chinese Government Asked TikTok for Stealth Propaganda Account. *Bloomberg*.
- Song, L., & Ray, A. (2023). "How can a small app piss off an entire country?": India's TikTok ban in the light of everyday techno-nationalism. *Inter-Asia Cultural Studies*, 24(3), 382-396.
- Statista. (2024). Most popular social networks worldwide as of April 2024, by number of monthly active users. *Statista*.
- Steen, E., Yurechko, K., & Klug, D. (2023). You can (not) say what you want: Using algospeak to contest and evade algorithmic content moderation on TikTok. *Social Media+ Society*, 9(3).
- Stein, J. P., Krause, E., & Ohler, P. (2021). Every (Insta) Gram counts? Applying cultivation theory to explore the effects of Instagram on young users' body image. *Psychology of popular media*, 10(1), 87.
- Sunstein, C. (2018). *Republic: Divided democracy in the age of social media*. Princeton university press.
- Su, Y., Baker, B. J., Doyle, J. P., & Yan, M. (2020). Fan engagement in 15 seconds: Athletes' relationship marketing during a pandemic via TikTok. *International Journal of Sport Communication*, 13(3), 436-446.
- Tang, S., & Willnat, L. (2023). News exposure and Americans' perceptions of China in 2019 and 2021. *Online Media and Global Communication*, 2(1), 54-76.
- Tardáguila, C., Castillo, A., Jones, T., Edmonds, R., Tompkins, A., & Holan, A. D. (2019). Dance and sing while spreading a hoax-this is what TikTok looks like now.



Poynter.

Tiffert, G., & McPherson-Smith, O. (2021). *China's Sharp Power in Africa: A Handbook for Building National Resilience*. Hoover Institution.

TikTok. (2021). Thanks a billion! TikTok.

Trump, D. (2020). Executive order on addressing the threat posed by TikTok.

Treasury Board of Canada Secretariat. (2023). Statement by Minister Fortier announcing a ban on the use of TikTok on government mobile devices.

Tufekci, Z. (2013). "Not this one" social movements, the attention economy, and microcelebrity networked activism. *American behavioral scientist*, 57(7), 848-870.

Van Erkel, P. F., & Van Aelst, P. (2021). Why don't we learn from social media? Studying effects of and mechanisms behind social media news use on general surveillance political knowledge. *Political Communication*, 38(4), 407-425.

Vijay, D., & Gekker, A. (2021). Playing Politics: How Sabarimala Played Out on TikTok. *American Behavioral Scientist*, 65(5), 712-734.

Wang, Y. H., Gu, T. J., & Wang, S. Y. (2019). Causes and characteristics of short video platform internet community taking the TikTok short video application as an example. In *2019 IEEE International Conference on Consumer Electronics-Taiwan (ICCE-TW)* (pp. 1-2). IEEE.

Walker, C. (2018). What Is "Sharp Power"? *J. Democracy*, 29, 9.

Walker, C., & Ludwig, J. (2017). From 'soft power' to 'sharp power': Rising authoritarian influence in the democratic world. *Sharp power: Rising authoritarian influence*, 8-25.

Walker, C., & Ludwig, J. (2021). A Full-Spectrum Response to Sharp Power. *Sharp Power and Democratic Resilience Series*, 2-21.

Walker, C. (2022). Rising to the sharp power challenge. *Journal of Democracy*, 33(4),

119-132.

Walker, C., Kalathil, S., & Ludwig, J. (2020). The cutting edge of sharp power. *Journal of Democracy*, 31(1), 124-137.

Wardle, C. (2020). Understanding Information disorder. First Draft.

Wei, Y., McIntyre, F. S., & Straub, D. (2020). Does micro-blogging lead to a more positive attitude toward a brand?—A perspective of cultivation theory. *Journal of Promotion Management*, 26(4), 504-523.

Willnat, L., Tang, S., Shi, J., & Zhan, N. (2022). Media use and national image: How Americans and Chinese perceive the US–China trade war. *International Communication Gazette*, 84(7-8), 633-654.

Wu, Y. (2019). Recognizing and Resisting China's Evolving Sharp Power. *American Journal of Chinese Studies*, 129-153.

Wu, J.M. (2020). More than sharp power: Chinese influence operations in Taiwan, Hong Kong and beyond. In *China's influence and the center-periphery tug of war in Hong Kong, Taiwan and Indo-Pacific* (pp. 24-44). Routledge.

Xie, J., & Gallo, K. (2024). Is TikTok more addictive than other social media platforms: Perception versus reality. *American Journal of Social Sciences and Humanities*, 9(2), 38-48.

Xu, L., Yan, X., & Zhang, Z. (2019). Research on the causes of the “TikTok” app becoming popular and the existing problems. *Journal of advanced management science*, 7(2).

Zeng, J., & Kaye, D. B. V. (2022). From content moderation to visibility moderation: A case study of platform governance on TikTok. *Policy & Internet*, 14(1), 79-95.

Zhang, X., Wu, Y., & Liu, S. (2019). Exploring short-form video application addiction: Socio-technical and attachment perspectives. *Telematics and Informatics*, 42, 101243.



Zhang, A., Wallis, J., & Meers, Z. (2021). Strange bedfellows on Xinjiang.





## 二、中文文獻

- 王宏仁（2019）。「銳實力」概念於「後」中國崛起時期之理論化探究。中國大陸研究，62(3)，1-23。
- 王偲豪（2024）。抖音短片在中共對臺認知作戰策略之影響:以臺北市○○營區服役人員為例。義守大學資訊管理學系學位論文。
- 王雲東（2016）。社會研究方法：量化與質性取向及其應用(第三版)。揚智。
- 中國人大網（2017）。中華人民共和國國家情報法。
- 中國網信（2022）。青山著意化為橋——習近平總書記指引新時代我國網絡國際傳播紀實。中國網信。
- 李可心（2020）。中國銳實力入侵：資訊操弄「說壞」台灣民主。IORG。
- 余偉斌（2021）。「銳實力」話語分析：生成、批判及本質。理論月刊(02)，37-47。
- 沈有忠（2020）。從軟實力變銳實力？論孔子學院在「中國」崛起中的角色。展望與探索月刊，18(12)，67-75。
- 沈伯洋（2021）。中國認知領域作戰模型初探:以2020臺灣選舉為例。遠景基金會季刊，22(1)，1-65。
- 沈暉智、林明仁（2019）。論家戶所得與資產對子女教育之影響—以1993-1995出生世代及其父母稅務資料為例。經濟論文叢刊，47(3)，393-453。
- 李琴格（2022）。美國「銳勢論」的戰略傳播與中國應對。社會主義研究(01)，163-172。
- 李佳靜（2023）。台灣青少年使用 TikTok 的使用行為與影響。國立臺灣藝術大學廣播電視學系學位論文。
- 吳介民、黎安友（2022）。銳實力製造機。左岸文化。
- 邱家皇（2024）。抖音 TikTok 之使用對高中生在自我效能以及銳權力知覺



- 的影響。臺灣大學國家發展研究所學位論文。
- 林淑馨（2010）。質性研究：理論與實務。巨流圖書公司。
- 首都互聯網協會（2018）。字節跳動黨委：要把講導向守責任放首位。首都  
互聯網協會。
- 宮承波（2007）。傳播學綱要。中國：中國廣播電視出版社。
- 袁勃、趙欣悅（2021）。講好中國故事，傳播中國好聲音，展現真實、立  
體、全面的中國。人民網。
- 財團法人台灣網路資訊中心（2023）。台灣網路報告。財團法人台灣網路資  
訊中心。
- 陳向明（2024）。社會科學質的研究（2 版）。五南。
- 普麟、林玉城（2020）。中國銳實力介入2020台灣總統大選輿論模式之分  
析。新社會政策，(6)，48-57。
- 黑快明（2020）。中國銳實力對澳洲的滲透與澳洲政府的回應政策。遠景基  
金會季刊，21(3)，41-109。
- 曾琦（2024）。性暗示短影音對青少年閱聽人性態度涵化效果之初探——以  
TikTok 為例。政治大學傳播研究所學位論文。
- 黃兆年（2018）。中國「銳實力」的影響與因應：從「國家安全」到「人類  
安全」。菜市場政治學。
- 黃姿婷（2022）。跨/多社群媒體使用、自我展演與國族/文化認同：台灣年  
輕世代社群媒體閱聽人分析。國立中正大學電訊傳播研究所學位論  
文。
- 黃葳威（2012）。網路色情訊息使用者的兩性互動涵化。社區發展季刊，  
139。
- 趙成儀（2018）。中國大陸推動文化「走出去」的發展與限制——以孔子學院  
為例。展望與探索月刊，16(7)，141-152。

趙楠（2022）。對短視頻中負面價值觀涵化的反思——以抖音為例。聲屏世界。

數位發展部（2022）。數位部禁止一般民眾用抖音？數位發展部。

簡春安、鄒平儀（2005）。社會工作研究方法。台北：巨流。

潘淑滿（2003）。質性研究：理論與應用。台北：心理。

譚偉恩（2023）。匿蹤且無煙硝之戰爭：何以TikTok是中共強有力的認知戰兵器。清流雙月刊，(46)，4-10。

嚴驍驍（2020）。應對「中國實力銳說」：文化視角下中國的軟實力運用與國際形象塑造。中南大學學報(社會科學版)(05)，167-176。

Babbie, E. (著) (2004)。李美華 等人 (譯)。社會科學研究方法(上)。台北：湯姆生。

BBC News 中文 (2024)。一文讀懂台灣網紅與中國大陸「認知作戰」風波。BBC News中文。

Glesne, C. (著) (1999/2005)。莊明貞、陳怡如 (譯)。質性研究導論 (二版)。台北：高等教育。

Hsu, E. (2025)。精準推播與認知滲透：TikTok 對台灣青少年資訊環境與對中國觀感的影響。台灣民主實驗室。

Hsu, E. (2025)。2025 TikTok 抖音使用者調查：全國網調數據公告。台灣民主實驗室。

IORG (2023)。2023 台灣資訊環境報告。IORG

