

中共對我傳播心理戰 策略之反制作為

作者／薛丞斌

提 要

薄富爾曾說：「只有當敵人已產生某種的心理效果時，然後才能算是已經獲得了一個決定性因素；也就是說，只有使敵方深信再繼續戰鬥下去是無效的，敵人的一切活動才會停止。」換言之，在戰場上誰能夠掌控交戰雙方心理，即對戰爭產生重大影響。

中共長期以來即操控傳播媒體對我進行心理戰，脫胎於傳統的宣傳概念，利用媒體影響閱聽人的認知、態度、行為，以及我自由民主開放多元的媒體環境，對我實施宣傳攻心、輿論洗腦。

隨著科技進步與媒體的發達，中共三戰的策略與載具不斷推陳出新，為因應新戰爭時代的來臨，本研究採文獻分析法，解析中共當前對我實施傳播心理戰之戰法及意圖，期望國人接受大眾傳播媒體與新興科技帶來資訊便利的同時，也能認清中共對我之心理戰。

關鍵字：傳播、心理戰、傳播心理戰

壹、前言

西方兵學家克勞塞維茨認為，戰爭是「敵我雙方的意志鬥爭」；而薄富爾也說：「只有當敵人已產生某種的心理效果時，然後才能算是已經獲得了一個決定性因素；也就是說，只有使敵方深信再繼續戰鬥下去是無效的，敵人的一切活動才會停止。」¹換言之，在戰場上誰能夠掌控交戰雙方心理，即對戰爭產生重大影響。

1927年美國學者拉斯威爾開啟「宣傳戰」的研究範疇，提出「宣傳」的概念以後，美國傳播學界又把宣傳理論放到「傳播大效果論」等範疇研究，顯示出當時均認為媒介的影響是相當強大、直接的，人們無法抵擋媒介的力量。

心理戰，為一種無聲無息、塑造氛圍的戰爭，以敵人的心理為對象，訊息為武器，宣傳為手段，來瓦解敵人的抵抗意志為目標；就廣義而言，心理戰是一種有計畫的行動，綜合運用政治、經濟、社會及軍事等領域訊息及指標傳遞，進而影響敵人內部情感、動機、態度和思維，最終影響敵方政府、組織、團體及個人行為。

第二次波灣戰爭，美軍對伊拉克的作戰規畫即參考厄爾曼和韋德（Harlan Ullman and James P. Wade）於1996年所寫的「震撼

與威懾」（Shock and Awe）概念，²以武力為基礎加上心理戰運用，期能收震懾效果，儘快摧毀敵人意志力，進而達成迅速掌控局面為目的。從軍事角度來看，各國政府面對第二次世界大戰，無不企圖借用傳播的宣傳力量，來動員疏離而孤立的民眾，凝聚己方的人心士氣，提振戰鬥意志，並且瓦解敵方的心防。

中共以宣傳與統戰策略起家，早年依靠喊話、標語及傳單為主。隨著科技進步與媒體的發達，中共三戰的策略與載具與時俱進，不斷推陳出新。為因應這樣一個新戰爭時代來臨，本研究採文獻分析研究法，以傳播心理戰的理論架構來解析中共當前對我實施傳播心理戰之戰法及意圖，期望國人接受大眾傳播媒體與新興科技帶來資訊便利的同時，也能認清中共對我之心理戰，提高警覺，進而能為後續實證研究奠基，同時研擬有效反制作為，以達「全民國防」之功效。

貳、何謂傳播心理戰

一、傳播之意涵

傳播是人們通過符號、信號，傳遞、接收與反饋信息的活動；是人們彼此交換意見、思想、情感，以達到相互了解和影響的過程；世界處處充滿了傳播現象，生命無時無刻都在進行傳播活動，生命不息，傳播不

1 紐先鍾譯，薄富爾（Andre Beaufre）著（民85），《戰略緒論》，（台北：麥田出版有限公司），頁27-28。

2 青年日報（民94.1.30），《攻心為上—從波灣戰中看美軍心理戰之發展與運用》，第6版。

止。³

若要劃分傳播工具的類別，大致可分為能讀到的及能看到的。一般而言，報紙、廣播、電視是社會大眾未能親臨現場，但可以身歷其境最普遍的亦最代表性之傳播工具。每一個人可以運用傳播工具獲取想要之訊息，自然而然，在不知不覺中，亦被傳播工具左右想法、看法。

傳播媒體一向被視為大眾感官的延伸，也被視為大眾與社會之間的橋樑角色，因此，我們對外在世界的認知大多是來自傳播媒體的形塑，而傳播媒體幾乎充斥著整個社會、每個角落，它對我們的生活影響至深。

20世紀60年代的一位美國社會學家查爾斯·萊特（Charles Wright）對大眾傳播下了三個定義：它是指為朝向廣大的、不同質的，和匿名的受眾；訊息被公開的傳遞，訊息傳到大多數的受眾，通常是同時的；傳播者是傾向於，或運作於可能包括龐大花費的複雜組織之下。⁴

這個定義是說，大眾傳播包括報紙、雜誌、廣播、電視、動畫等。現在傳播的技術發展甚速，所以，大眾傳播媒體擴及有線電視、家用電腦、錄影機、衛星傳輸、電傳視訊、超媒介和高畫質電視等。新科技的發

展，帶來的是不再輕易的區分，何者是大眾傳媒與何者不是。也就是說，新科技下的大眾傳媒，其界限不再像傳統傳媒那麼清楚。⁵

隨著資訊時代的來臨，高科技媒介與新型態的傳播方式使資訊跳脫以往疆界的限制，傳統戰爭的界線已被打破，戰場從前方擴大到全方位，從軍人擴及全民，由國內延伸至國際。資料顯示，中共對我採取各項輿論宣傳與打擊的行為未曾稍減，近年逐步加強以一般民眾為主要訴求對象的統戰宣傳工作，使我官兵和國人在接觸相關資訊後，產生心理與行為上的轉變，企圖打擊民心士氣，擴大矛盾對立，期藉以取得武力戰以外的軍事效益，這其實就是共軍常說的「高技術條件下」傳播心理戰，因此，我們可以看出傳播心理戰所擔負的角色和地位之重要性。

二、傳播之理論及方法

早期之傳播學者認為傳播媒介之力量幾乎是萬能的，並且把閱聽人看成被動之受播者，故這種傳播就能命中目標之思維模式，有學者稱做「皮下注射針理論」（hypodermic needle theory），或是稱之為「子彈理論」（bullet theory）或刺激反應理論（stimulus-response theory），以及魔彈理論（magic bullet theory），因此最先提出

3 <http://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%82%B3%E6%92%AD>, 維基百科。

4 Wright, C.R. (1959) Mass Communication: A Sociological Perspective. New York: Random House P.15。

5 孟淑華（民88），《傳播理論》（台北：五南圖書出版公司），頁11。

傳播模式之學者拉斯威爾認為，傳播是單一方方向性之線性結構（見圖一）：⁶

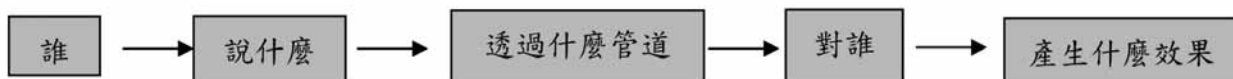
提出魔彈理論的學者是把傳播者視為手拿獵槍的獵人，而閱聽眾則被設定為一群坐等挨打的笨鴨（sitting ducks），且片面設定這群好似笨鴨的閱聽人，即使聽到槍聲也不會飛走，只是乖乖地束手就擒，所以魔彈理論就是引用大眾社會中社會成員乃是無助的、疏離的概念。

傳播萬能理論之線性思考邏輯，後來遭到學者Defleur & Ball-Rokeach 的抨擊，他們認為每個人在接觸使用特定傳播與訊息內容時，應該把它定位在所屬之某個特定團體，以及宣傳所建構之社會真實去反映過去和現在的經驗，所以他們提出個人差異（individual differences）、社會類別（social categories）以及不同的社會關係（social relations）等觀點，說明整個傳播過程並非是線性思考這麼簡單，因為宣傳過程是循環而互動的，每一個環節都能和其他作為產生互動，媒介當作因子，能夠及時傳送資訊到各個角落，也能透過媒介，將各個角落不同的意見傳送回來。

由此可知資訊之流通是社會脈絡循環

之過程，而且源源不絕佔據人們的心房，廣播、電視不斷播送、報章雜誌各式類目的訊息，有目的去說服（persuasion）人們、認同或為這些訊息所提供之說服資訊背書，因此宣傳可以說是具有目的之說服，也就是說當宣傳一詞用法強調是有目的時，就和控制扯上關係，而計畫性地企圖（deliberate attempt）改變或維持權力的平衡，而所謂計畫性的企圖，可以和明確制度化之意識型態與目的作串連，於是心理上之操控，不論使用共產主義、納粹，或是西方民主體制，基本上都是帶有偏見訊息之宣傳手法。

因此，大眾傳播媒介具有型塑意見氣候和建構主流民意之效果，傳播者若善用大眾媒介這種說服宣傳之特性，善加操弄宣傳之符號結構，依據媒介長期之社會效果論而言，民眾很難逃脫其影響效果。因此，二十世紀自大眾媒體發達以來，尤其是五〇年代電視出現以後，加上廣告策略行銷傳播商品和觀念之風氣與效果日盛，在全球化的今天，世界各國無不利用大眾媒體從事國際宣傳的活動，而中共也是一種利用大眾媒介對國際、對台灣所從事的宣傳，以達到其型塑共識的目的。



圖一 線性傳播過程及其內涵

6 林東泰（民88），《大眾傳播理論》，（台北：師大書苑），頁104。

美國三位著名之社會心理學家寇特理·瑪瑟（Kirtley Mather）、愛德華·法林（Edward Filene）和克萊德·米勒（Clyde Miller）在1937年創立「宣傳分析中心」（The Institute for Propaganda Analysis, IPA），該機構出版《宣傳的藝術》（The Fine Art of Propaganda），由李氏夫婦合著，列舉了宣傳最常使用之七種技術⁷：

（一）門臭法（name calling）：是將某種事物貼上壞標籤，使人們在未驗證前就排斥它。

（二）粉飾法（glittering generality）：是將某事物與「嘉言好話」聯結在一起，促使一般人輕易地接受或贊同此一事物。

（三）挪移法（transfer）：利用人們「聯想」心理，將權威、賞罰或物件用另一種較易為人接受的人、事、物取代。

（四）佐證法（testimonial）：是用人們尊敬或痛恨的人現身說法，以證明某個西是好是壞。

（五）親民法（plain folks）：是一種傳播者欲取信於閱聽人，刻意表現出「與民同在」形象之宣傳手法。

（六）洗牌法（card stacking）：是一面倒的美化某個東西，或只呈現不利證據去醜化某個東西，這些證據可能是基於事實，也可能出於虛構。

（七）樂隊花車法（band wagon）：針對一般人盲從或跟隨之心理訴求，宣傳者試圖使我們相信其他人已接受其主張，透過宣傳，企圖使人們盲從形勢，不由自主地「跳上樂隊花車」。

三、心理戰之意涵

心理戰是三戰的核心，因為不論是輿論戰、心理戰和法律戰，都是以影響敵人的心理狀態為目的，而心理戰更是直接針對敵人的心理進行攻擊。心理戰是一種無聲無息、塑造氛圍的戰爭，它以敵人的心理為對象，以訊息為武器，以宣傳為手段，以瓦解敵人的抵抗意志為目標。廣義而言，心理戰是一種有計劃的行動，綜合運用政治、經濟、社會及軍事等領域訊息及指標的傳遞，來影響敵方內部的情感、動機、態度與思維，最終影響敵方政府、組織、團體及個人的行為。而心理戰的目標就是藉由此來導引或增強敵方的態度和行為，使其有利於發動者目標之實現。

中共歷來強調，「瓦解敵軍是我軍心理戰思想的重要內容；當年得以劣勢的兵力和武器裝備奪取大陸，應歸諸於瓦解敵軍的心理戰手段運用成功。利用敵將領的心理弱點，風捲殘雲般地吞噬敵人」。⁸ 中共稱「瓦解敵軍」是人民解放軍的優良傳統，在長期的「國內戰爭」中，分別採取不同的政

7 Lee, A. M. & E. B. Lee (eds.) (1939). The fine art of propaganda: A study of Father Coughlin's speeches. New York: Harcourt, Brace and Company.

8 溫金權、杜汝波、周敏（民89），《心理戰概論》（北京：解放軍出版社），頁125。

策和方法，瓦解了敵軍大量的有生力量；廣播、報紙、傳單、標語、陣前喊話等各種形式的心理戰活動搞得熱火朝天，像一顆顆威力無比的炸彈，在敵人的心靈深處爆炸，引起敵軍官兵極大的混亂、恐懼和不安。

心理戰的操作特徵在於傳達具影響力的訊息，來影響或改變敵人的認知，且這類訊息傳遞不限定在平時或戰時。因此雖名為心理戰，但是其並非侷限於軍事領域，或僅為達成特定戰爭目的。相反地，心理戰可能在和平時期以非軍事手段進行，以期對敵人的政治、經濟、社會造成一定之影響，有利於己方實現特定目標。如果運用得當，心理戰可以挽救許多敵我雙方可能犧牲的生命，因為它可以降低敵人從事戰爭的意志。⁹

依中共的辭彙，「維」是指「空間」，人類自古以來的戰爭，從陸戰、到水戰（海戰）、到空戰，這是三個「維」。由於心理戰的主戰場，在爭奪人們內心的方寸之間，所以有些中共資料將心理戰稱為「第四維戰場」。¹⁰ 根據共軍本身的界定，三戰當中的心理戰，則是指「戰爭雙方以改變敵認知、情感、意志和行為為直接目的，運用多種途徑和手段，瓦解敵戰鬥意志和作戰能力，鞏固自身心理防線，達到以小的代價換取大的勝利而展開的對抗活動。」¹¹

現代資訊傳播媒體的空前發展，使得資訊傳播如虎添翼，心理戰也不再侷限於戰時的發揮，轉而變成了一種無處不在、無時不用的全時空心理較量。以現代資訊化傳播媒體為平台的心理戰，也迅速滲入政治、經濟、外交、宗教、文化等各個方面，並貫穿戰時和平時的各個領域，成為國家安全戰略中不可或缺的重要組成部分。

四、傳播心理戰的定義

傳播心理戰是以大眾傳播媒體為工具，通過對有關事務的陳述或評價，而影響敵方軍民意識和行為的心理作戰。¹²

媒體心理戰所使用的平台，主要有報紙、廣播、電視、傳單、與網路，其形式有語言、文字、漫畫、歌曲、音樂、電影、戲劇等等。

現代科技日新月異，大眾傳播的發展也在不斷的創新。因此，如何將高科技運用在大眾傳媒的操作上，將心理作戰所要傳播到自身與敵方的訊息，使其普遍化、遠距化、及深刻化，是中共近年來不斷研究的課題，也必然在未來兩岸和平時期的宣傳，與戰爭時期的威懾，會起某種程度的作用。

媒體心理戰能使敵方軍民對自己的政府或領導失去信任，對自己參與的戰爭產生懷疑，對可怕的威脅感到恐慌，對未來的前景

9 馬振坤（民96），《透視中共對台「三戰」》，（台北市：總政戰局），頁23。

10 劉德偉（民91），《「第四種戰爭」的冷思考》，（北京：解放軍報），版12。

11 程寶山主編，（民93），《輿論戰、心理戰、法律戰基本問題》，（北京：軍事科學出版社），頁2。

12 楊永讓（民88），《關注「第四種戰爭」》，（北京：中國國防報），版3，頁1055。

產生動搖，從而達到使其不戰而潰的效果。

從上述對傳播心理戰種種論述，簡要歸納傳播心理戰在本研究之定義為『中共透過兩岸傳播媒體，有計畫性、針對性地向我方民眾傳達一種價值意識，使我軍民對政府失去信任，對台灣未來前景產生動搖，進而達到「和平統一」的最終意圖。』

參、研究方法

本文旨在探討中共對我傳播心理戰之實施與我因應作為，其中所涉及的相關層面甚為廣泛，在研究方法的運用上，將以文獻探討為主，秉持客觀研究態度，進行有系統分析，並針對蒐集之相關官方文件，學者專著、期刊論文、報紙及網路資料等，加以對比分析，以獲取結論並提出因應之建議。

肆、中共對我實施傳播心理戰之戰略意圖

一、中共對我宣傳策略

2001年5月中共召開「對台宣傳工作會議」，中共前副總理錢其琛在會議上強調，要積極宣傳「和平統一、一國兩制」基本方針和「江八點」主張。以「和平統一、一國兩制」方針解決台灣問題。並要求各級黨委和政府提高認識，統一思想，增強壓迫感，採取切實措施，進一步加強和改進對台宣傳

工作，做好對台宣傳工作。¹³ 其現行主要對台宣傳策略運用有以下幾點¹⁴：

(一)堅持宣傳真實性：實事求是、準確無誤，對存在問題給予合情合理解釋，博取台胞信任，維護正面形象。

(二)注意宣傳政策性：嚴格依照中共「對台宣傳工作會議」精神統一口徑，不偏離原則，遇政治性敏感議題，必須慎重對待，適時請示上級部門。

(三)講究宣傳藝術性：做到「寓宣傳於知識之中、寓宣傳於服務之中、寓宣傳於信息之中、寓宣傳於欣賞於娛樂之中」。

(四)強化宣傳針對性：認真研究台灣脈動、民風民俗等影響，在瞭解宣傳對象基礎上，針對台灣形勢、台胞心態和關注議題進行宣傳，並根據對象不斷變化需求，適時調整內容及更換方式。

(五)嚴格執行宣傳紀律：要求新聞單位，勿因採訪報導干擾對台工作；報導內容須涉台部門批准，注意內外區別和談話技巧，嚴防洩漏機密。

(六)統一對台工作步調：由各省台辦以涉台知識及大陸政經建設為重點，對各階層展開涉台宣教，做好對台面對面宣傳。

由以上中共對台宣傳策略之論述，我們可以看出中共目前正積極研究台灣社會脈動，並加強對我政、經情勢發展之研究，統

13 人民日報海外版（2001.5.25），《中央對台宣傳會議在京召開》。

14 中共研究雜誌社（2004），《中共年報2004》，台北：中共研究雜誌社。

合內部對台政策之協調性，巧妙運用各項宣傳手法，以利達成對我宣傳策略之目標。

二、中共積極發展心理戰「新戰法」

中共近年來不斷透過實驗室研究以及部隊演訓，採取「大膽探索的方法」，進行「心理戰新戰法」的試點實驗。所謂「心理戰新戰法」究竟是什麼？這與中共當前極力強化的謀略心理戰能力有關。心理戰活動大概可分成宣傳心理戰、謀略心理戰及安撫性心理戰等三類型，而謀略心理戰又分成威懾及欺敵兩大作為，而台灣必須密切注意的是，中共如何提昇謀略心理戰的威懾和欺敵能力。

威懾在限制或剝奪對方的行動自由，以達成不戰而屈人之兵或少戰而勝敵的目標。就時程言，威懾可分戰略威懾及戰術威懾，冷戰時期美蘇兩大陣營的長期核武威懾，可視為戰略性威懾，而戰爭中的兩軍在戰場上對峙屬於戰術威懾；而就作為言，威懾可分為行動威懾和理論威懾，前者如軍事演習、飛彈攻擊等，後者則指把己方優勢的地位和作為，刻意的傳輸給對手，使其產生懾服的心理，從而達到不戰屈敵的目的，此如1994年9月的美國入侵海地，單靠媒體心理戰就讓海地軍事執政團屈服。表面上，威懾是強者對弱者的一種恐嚇或脅迫行動，實際上，威懾與反威懾行動經常結伴而行，例如越戰時的美國對越共威懾以高科技武器，而越共

則反制美軍以無止無休的人民游擊戰，讓入越美軍在傷亡不斷和戰場恐懼之下退出戰場。因此，威懾更多是以雙方活力對抗的形式而存在，只要威懾策略運用得當，使主客觀條件的威懾能量發揮到極至，最後鹿死誰手猶未可知。總之，威懾如今已成一專門之學，而中共正投注大量資源，吸取過去戰爭中威懾行動的經驗與教訓。威懾是一種既鬥智又鬥力的心理戰行為，而中共是這方面的老手，中共在六〇年代同時與美蘇兩超強為敵，但中共的人民戰爭理論，在嚇阻「外來侵略」上，確實發揮了十分顯著的威懾效能。¹⁵

中共積極研究威懾理論和威懾策略，而同時中共也持續地在對台展開威懾行動。在台灣舉行總統大選期間，雖然未見中共對台實施網路攻擊，但極欲影響台灣選民心理的中共當局，卻從未停止過對台的威懾行動，只不過鑑於96年對台軍演弄巧成拙，將威懾策略從行動威懾調整為理論威懾罷了。凡此諸如發布「一個中國原則與台灣問題」白皮書，以及透過衛星製播一系列展現解放軍現代化成果的影集等。

中共對台進行武力威懾的「神經戰」，對台灣的各個層面施加心理壓力，企圖迫使我接受中共的意志擺佈。但值得警惕的是，波灣戰爭等戰例俱顯示，現代威懾行動的真正目標並非一般平民，而是指向具有

15 中國國防報（民87.1.23），《威懾理論與理論威懾》，第三版。

決策權力的重要黨政軍官員。同時，威懾能量也越來越透過台灣的媒體來釋放，亦即呈現「製造壓力事件→吸引媒體報導→形成關心議題→散佈恐懼心理→催化民意壓力→影響政府決策（造成誤導錯判）」的模式。威懾效能要有效發揮，最終仍需借助軍事行動或準軍事行動，因此我方對中共的威懾行動，必須時刻提高警覺，確實掌握中共對台威懾行動的真正目標，尤其要防範表面上威懾實則是欺敵的軍事行動。

「心理武器」的研發以及未來投入戰場，將革命性的改變心理戰的概念和戰法，尤其「心理武器」將對敵方人員產生的心理威懾效應，更是難以評估。「心理武器」是信息心理戰的典型新產物，而在各國大力開發之下，未來的發展景況如何，各方皆表示難以有效掌握。或因如此，中共在許多心理戰研究論述中，一再提及要提高警覺，防範敵人以「非致命武器」突如其來，進而導致戰場人員處於心理不正常的狀態，直間接地瓦解部隊的士氣和鬥志，卒至迫使放棄作戰。¹⁶ 而共軍當局為了加強戰場心理創傷的救護準備，正培養一支軍事心理醫療專業隊伍，預定配備在師一級救治機關，同時研議制定戰時心理創傷的診斷標準和救治後送原則，以減少官兵因心理創傷而造成戰力折損。¹⁷ 而由此亦可見，中共對「心理武器」

的高度重視和充滿戒心。

三、中共對我實施心理戰之目的

心理戰的功用可化約為孫子所言之「不戰而屈人之兵」一語，不戰而屈人之兵是用兵的最高境界，但驚奇的是此最高境界之用兵卻是「不用兵」，不費一兵一卒便能屈服敵人意志，消弭戰爭於無形，從功能的角度視之，中共對台心理戰可發揮以下作用：

（一）爭取台灣人民好感，化解敵意

中共對台心理戰最主要作用在於爭取台灣人民好感，化解雙方敵意。心理戰實施的主要對象就是敵方人民，因為任何一個國家執政者要對外採取敵對行動時，必須要以民眾的支持為後盾。尤其我國政治體制已屬民主國家，政府的對外政策必須以民意為依歸，因此，中共心理戰的首要目標與功用，就是瓦解我方人民的對抗意志，讓我方政府的大陸政策因為失去內部人民的支持而無以為繼。

（二）影響台灣輿論動向，拉近雙方價值觀之差異

除了影響台灣人民個別的態度外，中共對台心理戰還發揮影響台灣社會輿論的作用，而此作用可拉近海峽雙方價值觀的差距，更可以分化台灣社會輿論，讓其陷入群體價值與個人利益二者孰重的爭辯中。當輿

16 中國國防報（民88.12.8），《關注第四種戰爭》，第三版。

17 中國國防報（民88.11.24），第三版。

論出現支持個人利益的聲音時，將鼓勵原本在群體價值觀氛圍下不敢公開追求一己之利的民眾挺身維護個人權益。這類聲音將進一步擴大支持個人權益的輿論之社會基礎，最終成為我國政府不可忽視的社會力量。

(三)孤立我方政府，降低人民對領導者的信任

中共對台心理戰爭取台灣民心之目的在於削弱我政府領導階層的權力基礎，使其最終放棄與北京當局敵對的政策與行為。中共操作心理戰的模式，是藉由爭取我方民眾認同的結果，讓其對政府採行的大陸政策不滿，進而批判政策，最終則是對政府產生不信任感。當政府對中共採行的對抗作為不被民眾接受，後者且質疑領導者對敵我情勢的判斷力時，意味著人民已不再信任政府的說詞，這也是中共對台操作心理戰的主要目的，那就是分化我方政府與人民，將政府孤立於人民之外。

(四)形塑我方「失敗主義」的想法，並使其在軍隊內部蔓延

中共對台心理戰最直接的作用是降低我國軍隊的作戰意志和士氣，因此中共在對台實施心理戰時，除了對台灣人民表達善意之外，也同時不斷宣揚必要時以武力解決台灣問題的決心和本身軍事實力的強盛。透過此訊息的傳播，讓台灣民眾對國軍戰力產生懷疑，尤其在部隊正常演訓場合發生意外傷亡時，更會讓民眾失去對軍方的信賴，因而逐漸對戰爭產生「失敗主義」的思想，認為

一旦戰爭爆發，國軍必敗無疑。

人類戰爭文明化的發展使得戰爭實現戰爭目標的手段如同孫子所言之「攻心、奪將、制氣」，也就是瓦解敵人的抵抗意志與作戰士氣。因此，現代戰爭之武力戰不再是自成一體地在戰場上進行，而是配合心理戰的戰略設計，以戰場上的戰鬥行為來實現戰略心理戰的目標。

當瓦解敵人作戰意志，成為軍事行動的目標後，暴力極大化不再是爭取勝利的唯一途徑，人們對戰爭概念與輪廓的認知也產生變化。戰爭行為不再侷限於武力戰進行的傳統戰場空間，而是擴充延伸到交戰雙方人民的日常生活領域。

中共近年來之所以特別強調心理戰，除了受中國古代心戰思想與心戰作為的影響外，中共建黨以來的心戰歷史與經驗，以及美國近十餘年來，不管在伊拉克、海地、科索沃、還是阿富汗之作戰，其所使用的戰略、戰術、與戰法，都有極為豐富的心理戰思想與作為。凡此皆影響中共的戰爭思想，現階段中共刻意強化心戰與反心戰，並有一連串的心理戰實務作為，實非偶然。

四、中共對我傳播心理戰術之運用意圖

1997年1月1日，最具權威之中共中央黨報人民日報開設了網路版，這一標誌性事件反映出兩個非常重要之信號：一是表明中國共產黨已意識到資訊化時代網路工具之重要作用；二是中共中央決心佔領網路新聞傳播這個制高點，以主流之聲音來實現黨在宣傳

中之戰略目的。

中共長期以來一直利用內部及港澳媒體對台實施各種輿論戰，如利用媒體傳布演習或不利於我國之政治經濟訊息，企圖影響我國股市及民心士氣。在許多不同媒體的網路論壇中也可以發現大陸網民幾近偏頗的仇視台獨言論，形成撲天蓋地言論威脅與心理侵蝕，未來在兩岸持續對立的情況下，中共仍會透過各種輿論的平台，對我國採取各項統戰宣傳與打擊的行動，以打擊國軍作戰意志，摧毀全民心理防線。

中共操控媒體，一是為增強預見性；二是要強化正義性；三是要謀求主動性。¹⁸可見共軍對於「武力犯台」全程，將盡諸般手段操縱媒體，對我進行心戰攻勢，以瓦解軍民士氣。但民主自由的台灣無法操縱媒體，不像中共的極權政體可以完全掌控媒體的運作，透過媒體來為政府發聲，為軍隊作先鋒。

中共是以黨領軍之集權國家，掌握所有媒體作為宣傳工具，中共在全球架構下推動對台心理戰，目的在於反獨促統，逼迫台灣成為其地方政府。在國際上，中共有計畫傾全力重建其國際形象並矮化台灣；在兩岸三地方面，除了全面掌控大陸傳媒，並在1997年之後有效控制香港主要媒體，包括明報、南華早報、亞洲電視等。此外，亦善於利用

台灣駐北京記者傳播其所希望之訊息；利用香港傳媒釋放假消息以打擊我方；善於製造議題對我形成壓力，以達成心理戰之目的。學者王崑義整理有關資料將其對我輿論戰術分述如下：¹⁹

(一)操控或利用港、台及海外華文媒體，並拉攏國際媒體：

1.台灣電子媒體不僅自由開放，且具有強滲透力、強負載力及較好的社會公信等優勢，由於中共目前仍不允許台灣媒體在大陸設辦事處，致使急速發展的電子媒體，因激烈的競爭，而對香港媒體的中國新聞予以重視，轉播率極高。中共利用大陸及香港傳媒為傳聲筒，報導一些特定立場，不具名的軍事專家的政治解讀，將中國觀點以隔空喊話的方式向台傳播，經常有效影響到台灣內部的輿論，並傷害到我國政策與民意。

2.利用國際媒體希望進軍大陸市場的心態，進行節目互惠交流並開放國際通路，或造成國際媒體之自我設限，減少或採較不利之對台報導。

(二)發佈不實或誇大的訊息，打擊台灣民心士氣：

1.例如以軍演為工具，發佈不實或誇大的軍演訊息，造成台灣股市動盪、人心不安，企圖藉此威懾台灣人民，同時牽制美國對台軍售。

18 吉文華（民93），《「適時化」方能「最大化」——從美軍對伊心理戰致勝要訣》，（政工導刊），第3期，頁13。

19 王崑義（民95），《中共對台「輿論戰」》，（政治作戰學校軍事社會科學研究中心），頁61-63。

2.透過「網軍」散佈不實或誇大的訊息，並試圖癱瘓我軍事設施及政府網站等資訊運作，希望以「軟打擊」方式攫取武力戰無法取得的軍事利益。

3.企圖擴大台灣內部矛盾，煽動台灣輿論及社會對政府施政的不滿，尤其著力於詆毀政府執政能力，製造可乘之機。

(三)在國際上取得對台議題之發言權，混淆國際視聽：

1.為使台灣在國際上「消音」，不斷以高分貝，再三宣示中國「反對台獨、絕不妥協」的言論，並迂迴運用香港、日本、美國及其他國際媒體，散播訊息，強調中國「武力是用來對付台獨，而不是台灣人民」，爭取軍事行動的正當性，並抑制美國的介入。

《反分裂國家法》之制訂，顯示中共在兩岸問題操作上已採主動，企圖透過法律戰混淆國際輿論，亦為中共在國際上取得對台議題發言權，進而為犯台建立法理基礎。

2.加強推銷「一國兩制」，以港澳模式矮化台灣為地方政府，讓國際社會接受台灣為中華人民共和國的一部份。

3.以抹黑的惡劣手法，指控台灣是兩岸緊張情勢的麻煩製造者，影響國際社會對台支持。

(四)以經貿利益、區域合作、文化交流等為手段形塑正面形象：

1.透過文化交流爭取情誼，強化國際人士、海外僑民對中共有好印象。

2.推出「和平崛起」理論，塑造中共政

權是友好理性，對大陸充滿希望等印象，降低國際社會對中共堅持兩岸統一之阻力及反感，亦藉以反制中國威脅論。

(五)挑動「民族情緒」以激發「反獨促統」效應：

刻意掀起所謂「綠色台商」與「綠色藝人」輿論宣傳戰，透過媒體與網路不斷報導台獨情勢難以掌控，藉以挑動「民族情緒」，企圖運用民間力量達到以「民意」來激發「反獨促統」效應。

因此，我們不難發現，中共不斷利用港、台及海外華文媒體報導一些特定立場的消息或新聞，甚至利用媒體散佈誇大不實的訊息、挑動我「民族情緒」，以擴大我內部矛盾、混淆民眾視聽、打擊我軍民士氣；此外，中共更利用媒體推出「和平崛起」理論，運用各種手段形塑其政策之良好形象，以鬆懈我對中共之心防，而這些種種舉動無非是要分化我內部團結、動搖我軍心士氣，進一步瓦解我人民的對抗意志，轉而認同中共對台政策。在國際上，中共更積極拉攏國際媒體，爭取兩岸問題操作上的發言權，混淆國際視聽，進而得到國際社會的支持。

過去台灣與大陸礙於地域限制與政治體制的不同，兩岸人民基本上是藉由新聞媒體來獲得輿論、發展與現況的資訊，當然新聞媒體也在兩岸人民中形塑彼此（指的是台灣與大陸）的形象。根據中共現階段為因應兩岸局勢及國際環境快速的變化，其對台統戰策略已從傳統的威懾恐嚇手段，靈活轉化

為藉由推展兩岸交流，直接以台灣民眾作為主要的訴求對象，不再侷限於或單純針對政府，而是將重點調整為「更寄希望於台灣人民」，進而形成「以民逼官」、「以商圍政」策略的發揮，非常符合列寧名言：「最堅強的堡壘要從內部攻破」的原則。²⁰

伍、高科技下傳播心理戰的特質

20世紀八十年代以來，隨著科學技術的發展和戰爭形態的演變，使心理戰插上了高技術的翅膀，高技術下的傳播心理戰比以前更受到重視；傳播心理戰的平台，比以前有更高、更新的實務操作，傳統的心理戰，所使用的心戰工具，不外報紙、廣播、電視、電影、期刊、標語、錄音、錄影等等；隨著科技的進步，數位通訊衛星、電腦、傳真、雷射等，都已進入大眾傳播的領域。美國在伊拉克、海地、科索沃的幾次戰爭中，這些新媒體都大量使用過，也發揮了很好的效果。

根據學者吳恆宇（2004）的整理，在高科技技術下的傳播心理戰具有以下幾個特質：

一、高技術條件下傳播心理戰，地位日趨重要

關於傳播心理戰，中共「解放軍報」的一篇文章有這樣的描述：「在常規戰爭中，從決定戰爭勝負的因素看，軍事戰場的作

用，無疑比傳播媒體更巨大、更重要、更直接。在信息化戰爭條件下，這種情況卻發生了極大的變化。」「在今（2003）年爆發的伊拉克戰爭中，人們可以看到，除了硝煙瀰漫的戰爭圖景之外，還有另一個更為激烈、影響範圍更廣的戰場——傳播心理戰。」²¹

這段話所講的「信息化戰爭條件下」，其實就是共軍常說的「高技術條件下」。在這種條件下（如美軍），其傳播心理戰所擔負的角色地位當然就更大、更重要了。

舉2003年第二次波斯灣戰爭為例，美伊雙方借助新聞媒體，對公眾輿論的強大影響力，打響了一場人類戰爭史上空前的傳播心理戰。美伊雙方借助新聞傳播學原理，在新聞輿論領域展開搏殺，從精神和意志上打擊敵對國的軍心士氣，使新聞媒體成為軍事打擊相互依存的另一個戰場。」

為什麼高技術條件下的戰爭，其心理戰更要靠媒體作為平台？這是因為傳統心戰是靠報紙、傳單（空飄、海漂）、廣播，這是「單一的傳播方式」；而高技術條件下的心戰，主要靠電視、網路、通信衛星，這是「立體的傳播方式」。現代化的心戰快速、聲光兼具、少受時空的限制。所以，「以美國為首的西方國家，利用廣播、電視、報刊、網路等現代化的傳播工具，採取誤導宣

20 <http://news.gpwb.gov.tw/subpage.asp?SDB=%ABC%A6~%BD%D7%BE%C2&Nno=5543>.《軍事新聞網》（民94.10.11），青年論壇專區。

21 鄭瑜、王傳寶（民92），《傳媒戰的地位日益提高》，（解放軍報），版6。

傳、輿論造勢、訊息封鎖、新聞管制等多種手段，干擾敵方決策者對形勢的分析與判斷，為軍事打擊創造有利的條件。」

二、高技術條件下傳播心理戰，效用越來越大

「心理戰」與「武力戰」（中共通常稱「火力戰」）的不同，最主要的前者是「軟殺」，後者靠「硬殺」。軟殺的「殺傷力」通常看不到，硬殺很可能血流成河；「硬殺」所依賴的往往是武器裝備的先進，而且數量高過敵方。但是否一定足峙？不一定！其巧妙處就是「軟殺」（心理因素）是否也跟得上硬殺（火力因素）的腳步，並相輔相成。

軟殺的殺傷力在「爭取人心」，而傳播心理戰就有可能擴大軟殺的力道。

（一）傳播心理戰可以最大限度的，摧毀敵方軍民的鬥志。

（二）傳播心理戰可以嚴重擾亂，並重挫敵方作戰的決心。

（三）傳播心理戰可以有效打擊，瓦解敵方上下的關係與士氣。

三、高技術條件下傳播心理戰，投資越來越多

美國的傳播媒體以實力雄厚、規模龐大、技術先進稱雄於世。在世界媒體的百強中，美國佔有32家，且家家資產均以千億美元計，其規模和裝備都是世界一流。相對於美國，伊拉克的新聞媒介同他的武器裝備一樣落後，其媒體所運用的仍多是傳統的技術。

除了固定式的廣播與電視，美軍在第

二次波斯灣戰爭時，還利用特種作戰飛機，建立專用廣播電台，每天通過五種不同的頻率，對伊拉克進行長達17小時的廣播。另外，電視、網路、電子郵件、行動電話等高科技傳播媒體也都全面介入。

關於行動電話，在美伊戰前，美國情報單位已蒐集到伊拉克高官的手機號碼，他們不斷對伊拉克高官發簡訊，進行嚇阻與勸降活動，說明心理戰必須有「情報戰」的支撐，如此其效果才會更為彰顯。

四、高技術條件下傳播心理戰，議題設計成為核心

大眾傳播可以引導輿論的走向，議題的設計、包裝、引導，能強化傳播心理戰的效果。在2003年美伊戰爭前，美國官方一直運用「911」後美國人對暴力的惶恐，引導媒體對伊拉克作出一連串的指控，「海珊是獨裁者」、「伊拉克擁有核武與化武」、「伊拉克人民生活十分痛苦、相當痛恨海珊」等等。這些議題使美國對伊拉克的戰爭是「正義」打擊「邪惡軸心」，是「救伊拉克人民於水火」、是「伊拉克人心之所向」。

經過以上議題的塑造與包裝，使美國支持攻打伊拉克的民意達到百分之七十二的高點，不管戰後的實情如何，戰前美國對傳播心理戰議題的塑造是成功的。

五、高技術條件下傳播心理戰，打擊目標形成重點

高技術條件下的傳播心理戰，在作戰樣式上已擴大到政治、經濟、外交、文化等各

個領域，並與軍事作戰緊密相聯，形成了各具特色的戰略心戰、戰術心戰、政治心戰、經濟心戰，以及宣傳心戰、威懾心戰等等。

(一)是把打擊和影響，指向對方的決策層，使對方決策層的立場動搖、決策失誤。

(二)是把打擊和影響，指向對方的軍隊，使對方的軍隊心理震撼、心理失衡。

(三)是把打擊和影響，指向對方的民眾，使對方的民眾心理恐慌，畏戰厭戰反戰。

(四)是要爭取其他國家的同情和支持，以鞏固同盟國的聯盟，堅定美國人民的必勝信念。

陸、結論

為了讓國人對兩岸關係的認知能夠凝聚共識，並遏制中共對我實施傳播心理戰所造成之不利影響，實有必要建構一套反制機能，以使國人一方面認清中共謀我意圖的警覺意識，有利於建立全民心防，筆者提出以下淺見以供參考：

(一)落實全民國防教育，凝聚全民共識

全民國防教育有別於軍事教育，是政府為確保國家安全，對全體國民所採取的多樣性國防事務教育，以提升其愛國意識，增加國防知識，並培養防衛理念與能力，²² 其功能不同於軍事訓練，所以當全民國防教育能有效落實時，便能統合民眾防衛意識，強化民眾對當代戰爭非軍事領域的認知，至少

某種程度上具有「預防戰爭」的功能。

尤其軍中成員均來自社會各階層，當全體民眾堅定防衛意識所產生的巨大心理力量，通常能投射到軍事領域。心理因素是軍事力量的倍增器，任何侵略者在有意發動戰爭時，都必須考慮到對方民眾的心理力量，防衛意識愈強，就會愈謹慎。

因此，筆者建議在強化全民國防教育的觀點上，除需普及民眾媒體識讀能力，以全面提升媒體素養外，政府相關單位亦應善用媒體強化全民國防之教育，再者，輔導拍攝「霧鎖中國」之電影或連續劇，以子之矛攻子之盾，使民眾充分瞭解全民國防之重要性，及破解中共媒體傳播背後之意圖。

中共對台圖謀不會因兩岸經貿互動與交流的密切而改變，當前中共除融合威脅與利誘雙管齊下手段之外，正有計畫的透過文化與政治方式對台進行全方位的統戰，企圖徹底分化與瓦解台灣心防的效果。因此，面對中共進行全方位各項軍事與非軍事的作為，不能單純的只考量軍事面向，必須落實全民國防教育，強化全民的抗敵決心，方能有效反制中共的傳播心理戰意圖。

(二)整合跨領域資源，統合反制部門作為

中共對台實施傳播心理戰已非單純軍事領域之心戰，而是涵蓋我方國家社會與民眾日常生活所有領域，影響所及包括國人群體意志與態度，過去我國對中共之心戰偏重

22 王高成、羅慶生（民96.8.5），《全民國防教育的時代意義與國家安全》，發表於「96年全民國防教育學術研討會」（台北：國防大學），頁6。

戰術層級，並無明確之戰略及政略層級心理戰操作機制，在反制中共對我三戰著重戰略及政略的趨勢下，執行單位也從軍隊擴充到政府體系不同部門，而各單位在執行相關任務時，須有一套溝通協調的機制，才能整合不同部門各自獨立之措施，並且建立一套各單位之間在執行任務時共同遵循之操作機制，這套操作機制由政府各部會共同參與。

是以就國家戰略層次而言，必須有一明確的統合機制，不僅能確實統合國安、情報、行政、外交、軍事等相關部門，而且能有效掌握中共傳播心理戰攻勢的能力、限制因素及未來發展動向，使從國家的政策指導以至各階層執行，彼此間所需的支持與呼應，都有明確的協調、整合規範機制，使上、下合作無間，同時研擬相對應的想定作為，讓相關部門皆能深諳中共傳播心理戰作為與反制之道，具備從容面對未來戰場景況的能力。

(三)租用國際衛星，於第三地設置大眾傳播媒體

美伊戰爭中，美軍為贏得「借聲攻心」的先機，動用空軍第193特種作戰大隊和陸軍第四心理戰大隊等專業的心理戰部隊，利用配備高功率調頻、調幅廣播設備和電視廣播設備的E C-130E電戰飛機，對伊拉克當地的廣播和電視頻道、波段進行蓋台行動，獲得豐碩作戰優勢地位，大眾傳播媒體勢必成為其導彈攻擊與破壞對象，或以強烈的電波對我國傳播媒體展開蓋台行動，造成

我方聾啞狀態。為防範中共刻意造成我國大眾傳播媒體的功能失效，維繫國際傳播與國內溝通聯繫的暢通無礙，甚至駁斥中共宣傳的欺詐輿論與謊言，我國有必要向第三國租用國際衛星，以及於境外設置、購買或投資大眾傳播事業，以免中共發動傳播心理戰攻勢後，我國陷入聾啞狀態，讓中共有予取予求的機會。

(四)加強心理戰研究發展，強化本軍心理戰能量

心理戰的研究與發展是中共軍事變革的重點項目之一，特別在美伊戰爭後，中共軍事戰略思維轉變的方向已經融入心理戰結合資訊戰及武力戰的概念，解放軍內部的心戰研究、教育與訓練亦大張旗鼓地展開，可見中共的心理戰能量絕對是與日俱增，因此，我軍對心理戰研發的重要性亦不容小覷。

在強化心理戰研發的實際作為上，我軍應由專責人員有計畫地蒐集相關報導、研究成果、注意中共與各國的心理研究動向與發展趨勢，建立心戰資料庫，以利我軍精進心理戰戰法與技術；此外，我軍必須整合官方與民間資源及人力，共同研究敵心理戰動向與對敵反制措施，以小組與團隊合作的精神共同研究中共心理戰，使我國對中共心理戰的認識與理解能大幅提升，突破研究限制；另針對中共的動向與作為，從政治、外交、經濟、軍事、社會與文化等不同層面進行分析，以掌握中共心理戰意圖及目標。因

此，在國家安全會議中，應區分各個面向設置經常性諮詢機構，專門對中共心理戰提供建言與政策作為我國的參考，其次，各相關部會亦應設置專業研究與諮詢機構，就業管事項與專業進行中共心戰意圖與手段分析，以有效提升本軍心理戰能量。

(五)善用議題，對敵展開反制傳播心理戰

所謂「攻擊是最好的防禦」，面對中共對台心戰攻勢與作為，我們不能坐以待斃，須以積極、彈性、靈活的方式予以反擊，掌握先制與主動權，因此，我國需善用各項議題，運用各種管道與工具，對敵與國際社會展開傳播心理戰攻勢；在國際上，政府應有計畫與策略地在國際場合發聲，設法參與國際活動，提升台灣能見度與知名度，並逐步宣傳中共對台無理與不友善的作為，使台灣受到國際社會的公平待遇，破解中共外交心戰攻勢。

中共長期以來即操控傳播媒體對我進行心理戰，脫胎於傳統的宣傳概念，從未放棄以非和平手段犯台，並且運用和戰兩手策略，來壯大自己、瓦解敵人，利用媒體影響閱聽人的認知、態度、行為，以及我自由民主開放多元的媒體環境，對我實施宣傳攻心、輿論洗腦。

心理戰意在攻心、亂謀、洩氣、奪志。敵人透過利用各種方式、手段和途徑對受眾進行刺激和影響，使受眾產生緊張、恐懼、驚慌、厭戰、疲憊不安、疏忽大意、不知所措、猶豫不決等心理反應，而這些反應

當然與受眾的社會心理基礎息息相關，台灣目前的社會心理基礎相對較弱，也欠缺脈絡一貫的國家心理戰略，面對中共對台可能採取的傳播心理戰威脅，筆者認為必須從整合國家心理戰略與強化大眾心理建設著手，始能有效反制中共對台的傳播心理戰攻勢。

柒、參考文獻

- 一、王崑義，2006，〈中共對台「輿論戰」〉，政治作戰學校軍事社會科學研究中心。
- 二、孔祥萱，2001，〈論共軍三戰運用策略與我反制作為研究〉，台北：總政戰局。
- 三、吉文華（2004）。〈「適時化」方能「最大化」—從美軍對伊心理戰致勝要訣〉。《政工導刊》，第3期。
- 四、吳恆宇，2004，〈中共媒體心理戰之理論與實際〉，台北：政戰學校。
- 五、沈明室，2005，〈共軍資訊化作戰下非武力「三戰」—心理戰、輿論戰、法律戰之研究〉，陸軍通資半年刊第103期。
- 六、林東泰，2008，〈大眾傳播理論(增修三版)〉，台北：師大書苑。
- 七、洪陸訓主編，2007，〈中共對台心理戰之研究〉，台北：總政戰局。
- 八、馬振坤，2007，〈透視中共對台「三戰」〉，台北：總政戰局。
- 九、陶聖屏、林宜瑾，2007，〈中共對我輿

論戰之理論取向及運用之研究》，復興崗報89期。

- 十、張文廣主編，2008，〈中共「三戰」策略大解析〉，桃園：國防大學。
- 十一、許如亨，2000，〈中共對台信息戰中的心理戰策略〉，台北：總政戰局。
- 十二、程寶山主編，2004，〈輿論戰、心理戰、法律戰基本問題〉，北京：軍事科學出版社。
- 十三、蔡裕津，2001，〈二次波灣戰爭媒體宣傳戰運用及啟示〉，台北：總政戰局。
- 十四、劉德偉，〈「第四種戰爭」的冷思考〉，北京：解放軍報，2002年5月22日，版12。
- 十五、潘進章，2004，〈共軍開展「輿

論戰、心理戰、法律戰」之戰略涵意〉，中華戰略學刊。

- 十六、<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%82%B3%E6%92%AD>
- 十七、<http://www.youth.com.tw/db/epaper/es001001/eb0146.htm>
- 十八、<http://news.gpwb.gov.tw/subpage.asp?SDB=%ABC%A6~%BD%D7%BE%C2&Nno=5543>.

作者簡介

薛丞斌

國防部政治作戰學院新聞研究所碩士96年班
政治作戰教育訓練中心正規班335期
現任憲兵學校一般教學組上尉政治教官

