



軍事戰略

我國政治作戰 執行戰略溝通之研究

空軍少校 林靖

提 要

戰略溝通是美國在近代戰爭中，對於符合國家利益的目標群眾所為的服務工具，其內容與思想與我國政治作戰類似，故本研究以戰略溝通的概念，討論我國政治作戰體系如何執行戰略溝通及提出強化方向，以厚植國軍政治作戰支援軍事作戰的能力。

關鍵詞：戰略溝通、政治作戰、效能評估

壹、前言

在軍事史的研究中，唯一不變的便是戰爭的型態不斷轉變。在戰略問題更加複雜的今天，戰略問題不僅是武力衝突和單一國家或政體軍事力量的互動，應加上該國家或政體內民眾，甚至其他國家關心這場戰爭的民眾，對該軍事行動的看法和觀點，這樣的觀點對於現實戰場的實際利益越來越大，^{【註1】}故戰略溝通的型態，在軍事上甚至在各國政略中的意義，已經超出軍事戰役的層級，而是達到國家大戰略的目標，以獲取超過或將來能夠實現在實際戰場的利益。

戰略溝通(Strategic Communication)源自於美國國家及軍事體系，是近幾年由美引進我國的新型戰略思維。戰略溝通行動上強調策略性及雙向溝通的過程，不同

註1 Department of Defense, Strategic communication science and technology plan(Washington D.C, April 2009), P. 2



於以往的軍事行動，其主要的功能，以多元的或敘事隱含某些內容或影像，其中包含了政策或是行動指引，使目標群眾能夠接受且順從美國期望能夠接受及執行的方向。【註2】

2017年的《美國國防部軍語辭典》(Department of Defense Dictionary of Associated Military and Associated Terms)，將戰略溝通定義為美國政府使用協調的方案，計劃，主題，信息和方式，以所有國家權力機構的行動同步進行，去了解和吸引主要受眾，以創造，加強或維護，創造有利提高美國政府利益的政策和目標的條件或產品。【註3】

策略性的溝通就是使我方預期的目標，為了產生及接受我們期待的立場，透過媒體等管道，使其接觸到我們希望其所需要的資訊，這個策略性的溝通過程，隱含對所望目標，產生告知、影響與行動(Inform and Influence Activities, I.I.A)或說服性溝通(Persuasive communication)等目的。【註4】此原為美軍心理戰及我國心理戰的討論範疇，但在戰略型態轉變後，對於戰略性目標，為達到預期戰略效果溝通型態，不再僅限於實體戰爭、戰役或戰鬥，故我國在經常戰備時期等和平時期，透過演習或計畫作為，去執行驗證戰(策)略溝通，以期在實體戰爭等防衛作戰時期運用驗證後的成果；並且在局部或實體戰爭漸少的今天，威脅不僅為傳統安全威脅，而出現非傳統安全衝突的戰略轉變下，應加強並持續對目標群眾溝通去瓦解或解除其衝突可能，而在衝突或威脅解除後，後續的溝通及規劃要持續進行，以達有利我方全般的態勢。

隨著戰爭型態的轉變，傳統的武力戰，演化為常規戰爭(Traditional Warfare)與非常規戰爭(Unconventional Warfare)，後續又演化出三非作戰【註5】及不對稱作戰等新的作戰型態及進程，而戰略溝通屬於三非作戰及不對稱作戰的一環，就三非作戰而論，該類型的對抗模式，強調「非接觸、非常態及非線性」的作戰型態，屬於非傳統武力接觸的戰略溝通，為我國抗衡中共武力傳統威脅的重要利器，透過戰略溝通揭露中共遂行一己之私的侵略作戰殘暴本質，故戰略溝通也是我國軍事戰略

註2 Ralph Waldo Emerson, The promise and peril of strategic communication(California: Christopher paul, 2011), PP.1-5

註3 Department of Defense, DOD Dictionary of Military and Associated Terms(Washington, D.C: Department of Defense, 2017), p. JP 1-02: Source: JP 5-0 < http://www.dtic.mil/doctrine/dod_dictionary/data/s/18179.html > (檢索日期：西元2017年9月26日)

註4 佛若德、沃克，《軍事作戰的策略構想，心理作戰原則和案例研究(上)》(臺北：中華民國國防部，1999年)，頁23。

註5 謝奕旭，《非正規戰中的軍隊與百姓，軍事行動中的無形戰力》(臺北：國防大學政治作戰學院，2009)，頁4-18。



及戰力整合的重要部分^{【註6】}；而不對稱作戰的角度，用揭露中共霸權野心訴諸戰爭正義，以對稱性的戰略溝通對抗中共傳統軍力。以資訊揭露及報導說明，對抗中共必然的資訊封鎖，發揮在科技、心理及文化層面的不對稱的資訊打擊，用以小搏大，以技抗強的不對稱作戰^{【註7】}型態，使中共「嚇不了、咬不住、吞不下、打不碎」確保我國主權及領土完整。就戰略溝通的案例而言，中共與印度，在洞朗段的衝突^{【註8】}，及美國與北韓在核子與導彈的議題^{【註9】}，均透過媒體對於關鍵目標群眾實施戰略溝通，達到符合各自國家立場與使命的目的，亦符合前述的不同於傳統的作戰類型。

我國軍事戰略指導，希以戰略溝通將國家利益的意圖投向在所望目標或民眾，達到政治作戰支援軍事作戰的目的。又如美軍在進行作戰前，至所望地區進行戰略溝通，達成有利後續作戰效果的態勢般，故我國戰略溝通應透過經常戰備時期的經營，產生有利於防衛作戰軍事作戰的效果，為其營造有利態勢的作戰環境，達到孫子「智勝」的兵學境界。我國之國防，為全民國防，包含國防軍事、全民防衛、執行災害防救及政治、社會、經濟、心理、科技等直接、間接有助於達成國防目的之事務。^{【註10】}而其中的國防力量建構，除了實體的武器、人員訓練外，更重要包括精神戰力。而精神戰力的養成，除了組織內部由各戰略單位鞏固外，對外時則由戰略溝通來實施形象塑建與爭取奧援。

戰略溝通觀點在國軍內的執行，與現有政治作戰(Political Warfare)與媒體及訊息的處理與運作上有許多觀點的相似。戰略溝通於國軍組織內，由國防部政戰局負責計畫與執行；轄該屬各單位以各自業管與能力，進行戰略溝通的工作，例如軍事新聞處的FB臉書，透過訊息的主動公開，期塑建國軍正面形象，定期記者會達到受媒體監督等雙向政策溝通。文宣心戰處的國軍文藝金像獎，全民國防與暑期戰鬥營等等，均為政治作戰支援軍事作戰的具體行動，然而仍有其他政戰專業單位及部隊在執行戰略溝通，如軍聞社等，在戰爭原則集中與節約的概念上，仍對於各部門間的功能資源整合，本文將以發揮綜效(Synergy)確保兵力經濟為前提，提出應建立測評模式以掌握傳播效果的最大化；透過MOE(Measures Of Effectiveness, MOE)

註6 中華民國國防部，《中華民國2016年四年期國防總檢討》（臺北：中華民國國防部，2017），頁25。

註7 蔡昌言，〈不對稱戰爭相關理論及其應用於中國對臺戰略之研析〉，《遠景基金會學報》，第八卷第三期，2007年7月，頁3-5。

註8 運用傳媒及武器軍演畫面，使印度明白中共之作戰企圖。

註9 美方運用媒體傳達禁止核試驗及導彈試射行為，已經影響區域穩定及美方安全；而北韓不斷運用媒體傳達以武力自衛及持續進行核試驗，來因應美韓挑釁等情。

註10 國防法第三條：中華民國之國防，為全民國防，包含國防軍事、全民防衛、執行災害防救及與國防有關之政治、社會、經濟、心理、科技等直接、間接有助於達成國防目的之事務。



效能評估，期能建立最佳傳播模式，以達戰爭原則中「集中與節約」之目的。故本文戰略溝通討論上，除了臚列美戰略溝通觀點及美軍如何執行戰略溝通，並討論我國政治作戰如何執行戰略溝通工作，並提出現況及後續建議。作為本文的貢獻。

貳、美戰略溝通的發展

美戰略溝通包括下列四點：一、影響跟說服的資訊。二、需要有效及影響明確的目標。三、訊息協調且不衝突。四、持續且進行的溝通。^{【註11】}結合以上的要素，可以定義出美戰略溝通是一個協調的行動，包括資訊，影像，參與及其他的有效資訊，用於通知、影響及勸說目標群眾的國家，支持美國欲圖及符合國家利益之目的。

美國戰略溝通的發展，源自於911恐怖攻擊後，美國為了因應該攻擊行動，而提出的乙項作為，於2001年10月美國國務院成立公共外交協調小組，負責與白宮、國防部、各作戰司令部、美國大使館協調資訊(新聞)管理事宜。國家安全會議則是成立「反恐怖主義資訊戰略政策協調委員會」(Counter Terrorism Information Strategy Policy Coordinating Committee)，統合協調各單位的資訊戰略。2003年1月21日，美國成立「全球溝通辦公室」負責戰略溝通的工作，但因為僅限於橫向協調及不定期召開會議，而功能不彰，復於2005年9月29日關閉。而2006年4月8日，美國成立「公共外交暨戰略溝通政策協調委員會」(Policy Coordinating Committee on Public Diplomacy and Strategic Communication)，由國家安全會議負責戰略溝通與全球拓展(Strategic Communication and Global Outreach)，隨後於2007年6月，美國「公共外交暨戰略溝通政策協調委員會」公佈《戰略溝通與公共外交的國家戰略報告》(U. S. National Strategy for Strategic Communication and Public Diplomacy)，作為統合各單位相關活動的政策指示。於此美國戰略溝通方向與內部協調機制終告完整。^{【註12】}

2001年美國國防部科學委員會公布《國防科學委員會特別小組管理資訊散布報告》，能夠保障美國免於威脅的重要利益與重要資產，是「資訊散布能力」，並且「運用公共外交，公共事務及國際軍事資訊，創造有利政治、經濟及軍事目標的環境，進而支持美國利益」。^{【註13】}2006年美國國防部軍事詞典(Department of De-

註11 同註1，頁17。

註12 段復初，〈美國反恐戰爭的本質與戰略溝通〉，《復興崗學報》，第94期，2009年6月，頁6-8。

註13 U.S. Department of Defense, Report of the Defense Science Board Task Force on Managed Information Dissemination(Washington D.C, Office of the under Secretary of Defense for Acquisition :technology and Logistic, 2001),P.1



fense Military Dictionary)，將戰略溝通定義：「使用協調的計劃、主題、資訊和產品與所有國家權力機構的行動同步集中努力、了解和參與創造，加強等，以保護、有利提高美國政府利益，政策和目標的條件」，【註14】2007年在美國公共外交戰略文件(National Strategy for Public Diplomacy)提到：「公共外交與戰略溝通，應始終致力於支持我們國家的基本價值觀和國家安全目標。所有的溝通和公共外交活動都應該強調接觸那些分享我們理想及支持爭取自由民主的人，對自由、人權和個人尊嚴和平等的承諾和反對那些支持仇恨和壓迫的意識形態的人」，【註15】2009年除了重申上述的立場外，更闡述了戰略溝通本質為分享意義(溝通)來支持國家目標(戰略性)。2010年美國白宮提交國會的一份國家戰略溝通框架中，提到：「針對目標受眾進行宣傳和接觸的方案或活動，以言語行為的同步和選定受眾能接受的方式，包括公共安全，公共外交及資訊作戰人員」。【註16】2016年7月國防部發布的資訊環境的戰略行動文件，指出戰略溝通為「美國政府努力專注於了解和吸引關鍵觀眾，透過所有國家權力工具，使用同步行動的協調程序，計劃，主題，消息和產品以創造，加強或保護有利提高美國政府利益的政策和目標條件」【註17】，而美軍也有屬於自己軍種的戰略溝通，2007年美國陸軍針對主要群眾，以一連串的提高認知及了解軍隊事務的活動，以承諾爭取目標群眾對於美國陸軍的支持，而這樣的縮小版的溝通政策，不是以支持美國政府政策為主，而是支持低於美國政府的層級，屬於各軍種的戰略溝通或政策，同樣的在美國的海軍陸戰隊，也對立法或公共事務及招募為主的戰略溝通目標，成立了戰略溝通的政策。【註18】而2010年6月美軍聯戰中心發布的「美軍指揮官戰略溝通暨溝通策略手冊」(Commander's Handbook for Strategic Communication and Communication Strategy)，提到指揮官對於戰略溝通的重要性，止初指揮官依照戰略溝通小組提出的整合服務，以積極主動，同步所有主題，消息，以一致圖像和動作。針對各種群眾，提出溝通策略和有效的工具。以來達到戰略溝通的效果。【註19】

註14 Department of Defense, Dictionary of military and Associated term, (Washington D.C :Joint Publication 1-02, 2001), P. 448

註15 Strategic Communication and Public Diplomacy Policy coordination Committee, "U.S. National Strategy for Public Diplomacy Policy Communication, " June 2007, P.2

註16 The white house, "National Framework of Strategic Communication, " March 2010, Washington D.C, P.2

註17 Department of Defense, "DEPARTMENT OF DEFENSE STRATEGY FOR OPERATIONS IN THE INFORMATION ENVIRONMENT 2016, P.17

註18 U.S. Marine corps, "Strategic Communication plan, " July 2007, P.1

註19 U.S. Joint Forces Command, Commander's Handbook for Strategic Communication and Communication Strategy (Suffolk, VA: U.S. Joint Forces Command, 2010), pp. xiv-xvi.



戰略溝通在國家級別的戰略交流，不能僅限制在國家內特定單位對於目標群眾的溝通，因戰略溝通不僅限於國防的功能，是涉及國家的政策和交流的工具。在美國戰略溝通及包括公共外交(Public Diplomacy)公共事務(Public Affairs)國際廣播(International Broadcasting Services)及資訊作戰(Information Operations)等等，以上的各項，均屬美國家級別的戰略溝通工具與執行管道。【註20】故在國家利益前，戰略溝通是一個重要且優先的服務工具，不僅為驗證項目或研討課題。【註21】戰略溝通計畫的制定，其目的只要合於國家的公眾的積極形象，也可以將戰略溝通的利益，建立在美國國家級別以下較低的層級，只要確保戰略溝通計畫合於制訂預期效果。【註22】

在美國戰略溝通中，是由所屬各部門共同努力完成符合國家利益的目標，分別由公眾外交，資訊化，娛樂事業及美軍軍事能力支援；而在美軍以軍事力量，戰略溝通已扮演重要的支援角色，透過前段所述的能力，綜合上公眾外交，資訊化，娛樂事業，對於受眾產生影響，對於關鍵群眾產生直接或間接的影響，而這些目標群眾內的關鍵群眾，為該目標群眾中的意見領袖或決策者。【註23】達美軍以軍事力量支援其國家利益目的。

與美國戰略溝通觀點相似的整合行銷傳播理論(I.M.C.：Integrated Marketing Communication)，就該理論對於美戰略溝通的比較上，均具有傳播計畫、目標群眾分析能力，適當的傳播管道，以及評量以建立更加的傳播模式，預期目標群眾的改變，故在國軍政治作戰的運用，在協調與整合概念上，將運用其相同文本或略異文本，經過跨媒體管道來傳散，【註24】並且評估其傳散效果，作為執行的關鍵績效指標(Key Point Index, K.P.I.)，使的戰略溝通能夠達到，經營於平時運用於戰時的目的；不但以傳散管道的策略性效益，以支援軍事作戰，達到增強政治作戰的目的。

整合與協調的部分，該理論區分以計畫的整合(Planning Integration)和執行的整合(Executive)，其中計畫的整合，係為想法上的整合(Thinking Integration)來發展一套可供評估的傳播策略。【註25】而在進行協調與整合時，應以跨部門的行

註20 Department of Defense .Report of the Defense Science Board Task Force on Strategic Communication, (Washington, D.C: Defense Science Board, 2004), pp. 12-13.

註21 同註1，頁25。

註22 Major Regina S. Winchester, "USAF Strategic Communication and Public Affairs: Training Today for the Furture, Maxwell Air Base, Ala., " May 2008.Air command and Staff College Air University, P.15

註23 Robert f. Baldwin, "A New Military Strategic Communication System (School of Advanced Military Studies, United States Army Command and General Staff College, 2007) , P. 5

註24 戴國良，《整合行銷傳播》(臺北，五南書局，2012)，頁10。

註25 同註24，頁82-85。



銷傳播團隊(Cross-Functional I.M.C Team)，訂定合宜行銷傳播計畫，該計畫便是策略性行銷傳播的重心，【註26】反映到我國政治作戰的戰略溝通執行上，應由政戰局或更高層的國安團隊，擔任此一重要任務，訂定跨部門策略性的溝通計畫。

因戰略溝通的國家利益的服務工具性，其中部分與整合行銷傳播的理論內涵相同，而且運用傳播媒體以及建立品牌的一致性，【註27】甚至提出目標群眾的分析，以減少多餘的資源或專注在特定群眾的傳播上，整合行銷傳播理論在戰略溝通上如何進行整合與協調產生一定價值，並且對於戰略溝通的觀點運用在我政治作戰上，強調整合乃應解讀為先行分析特定目標群眾，選擇適合的內容與方式，在適合的時機傳播給目標群眾，鞏固預期品牌【註28】效果，並且透過事後的測量，再度回饋調整全部的溝通流程，發展一套可供評估的傳播策略，達到戰略溝通的目的。在戰略溝通中的任何執行，都必須確定目標一致，並且在機制及制度中尋求整合，在間歇中尋求協調，如同戰略溝通目的一般，必須持續性的對於目標群眾給予適當方式及適時給予必要之訊息，故我政治作戰在溝通計畫及內部組織，都必須仰賴良好的整合與協調來維持此戰略溝通的目的，雖然國軍政治作戰的協調與整合現行已有機制，但在理論的引導下，仍有部分的內容及管道可資強化，納入全般考量後執行，以期發揮厚植政治作戰目的。

綜上而論，美戰略溝通是一種程序，一種計劃或者一種能力，涵蓋的層級不僅只有國家層級，也不僅為公共外交的狹隘，依據他的目的及預期效果，戰略溝通不僅包括美國國家利益的層級，也可以縮小至各軍種的層級，只有對於該軍種的預訂目標群眾，可以產生預期的利益。但不會改變的是，戰略溝通是具有資訊提供能力，形象建立能力以及承諾保證的能力。並且足以影響目標群眾，使其對我預定的目的，產生影響跟說服的結果。

參、我國戰略溝通的發展

我國文獻中皆有提示政治作戰，國軍92年版的軍語辭典中明示：「除直接以軍事或武力加諸敵人的戰鬥行為，皆為之政治作戰」，【註29】以上言論最早出現在先總統 蔣公遺訓中，並且又揭示：「政治作戰的意義就是『鬥智』；而武力作戰就

註26 Duncan, T. & Moriarty, S. E. , "A communication-based marketing model for managing relationships," Journal of Marketing, Vol. 62, Issue. 2, Apr 1998,P.1-13

註27 一致性係為國軍應塑建的形象，如犧牲奉獻、崇尚武德、愛民守紀、訓練有素，保家衛國，貫徹命令，廉潔公正，誓為人民安全的基石等正面形象等。

註28 品牌形象以係「安心，安定及安家」等。

註29 國防部，〈國軍軍語辭典〉，國軍準則-通用-001，2004年3月15日，頁3-1。



是『鬥力』」。【註30】，而在教育部重編國語辭典修訂本中提到，戰力為：「作戰的能力」。綜般我國國情，除了國家層級及軍事層級等區分外，還區分廣義的政治作戰範疇，包含了政治、軍事、經濟及科技等，【註31】與中共在七維戰場爭鬥，而狹義的政治作戰則是軍事力量上的政治作戰，也就是能夠支援軍事作戰任務達成，將對象明確區分的政戰作戰為之。故在戰略溝通概念下的政治作戰，應運用軍事階層的非直接武力加諸敵人的戰鬥行為。雖然我國現今無明確對於政治作戰一詞的明確定義，但在政治作戰的概念中，可以將運用軍事階層的非武裝力量加諸敵人的戰鬥行為，視為我國政治作戰的作戰能力及政治作戰存在之目的。

我國軍事戰略採守勢作戰，軍事戰略為「防衛固守，重層嚇阻」，【註32】在四年期的國防總檢討中，更明示戰略溝通是創造「重層嚇阻」的重要工具，以傳佈我堅實國防的力量，具全民一致抗敵的團結向心，端賴我國政戰組織及其功能進行散布，已達戰略溝通效果。而政治作戰以支援軍事作戰為目的，結合上東方孫子「智勝」【註33】的概念，強調並非武力性的對峙，暴力的展現，此種「間接路線」，以非直接加諸武力於敵人之戰鬥行為皆可謂之政治作戰，也是我政治作戰的展現方式。也與我政治作戰以「軍事階層的非直接武力加諸敵人的戰鬥行為」類同。

國軍的心理作戰和公共事務，與美國的心理作戰及公共事務相當，公共事務以：一、對一般民眾提供新聞。二、軍隊的內部資訊。三、維持社區關係等三個面向【註34】，來達到資訊傳散，經營目標群眾的目的，故我國政治作戰支援作戰的能力中，實際上已經包括了戰略溝通的觀點，但仍需更進一步以後續的研究，深化及融合成我國的模式。學者樓容嬌及李志偉提出，美國戰略溝通的工具，應用在我國政治作戰內的新聞發布，應朝向公共外交及國際傳播上發展，【註35】以達厚植我政治作戰；而程勇超也提出質量並重的新聞傳播策略、觀察執行面及強化學術支持，提出在戰略溝通觀點下政治作戰的強化方向【註36】。就本論點可以發現，戰略溝通要與媒體結合再一起，並且透過活動或者內容及質量並重等方向，進行國家利益層級的傳播計畫，已達最佳傳播模式的建立與運用。陳敏雄指出，我國現行戰略溝通機

註30 國防部總政治作戰部，《領袖政戰作戰遺訓輯錄》（臺北：總政治作戰部，1975年），頁25。

註31 陳中古、洪陸訓，《美軍反叛亂作戰與戰略溝通》（臺北：國防大學政戰學院，2012），頁61-63。

註32 中華民國國防部，《中華民國2016年四年期國防總檢討》（臺北：中華民國國防部，2017），頁16-17。

註33 駱宇騫、李解民及盛東鈴，《孫子兵法計篇，武經七書》（北京：中華書局，2007），頁5-9。

註34 黃筱薌，《國軍政治作戰學：政治作戰制度的理論與實踐〔上冊〕》（臺北：黎明文化，2010），頁102-105。

註35 樓容嬌、李志偉，〈從資訊時代戰略傳播思維，析論國軍新聞發布〉，《復興崗學報》，第98期，2000年5月，頁46-47。

註36 程勇超，《戰略傳播思維之國軍傳播功能研究》（發表地：國防大學政治作戰學院新聞研究所碩士論文，2012），頁151-152。



制雖已存在，但可由應以溝通平台的概念，開放社群運用，以更積極主動的新聞處理機制等方向強化，以長遠眼光，主動經營目標群眾，並且成立跨部門機制，整合有效資料，確立目標對象，掌握戰略溝通的先機。陳中吉指出不協調的訊息，確實會降低戰略溝通的預期效果，並舉出美軍在阿富汗反叛亂戰中與戰略溝通目標的牴觸言行，經媒體傳散後，違背原戰略溝通計畫預建立的一致性訊息跟預塑建的形象，抵銷當地美國自由電視台(Al Hurrah)所預期戰略溝通的效果，導致當地民眾將美國自由電視台當成宣傳工具，本案例可說明，當充斥與戰略溝通預期目標的一致性訊息存在時，將抵銷或減少原預期效果，導致戰略溝通未盡全功的事實，成為戰略溝通的限制因素。【註37】同樣的觀點，胡哲瑋也提出，對於洪仲丘案，國防部在戰略溝通的應處上，為了掌握先機，導致後續效果不佳，與戰略溝通四要數中訊息協調與不衝突的原則不同，導致後續問題難以處理，並提出應運用新媒體進行輿論經營。【註38】以上說明，戰略溝通仍有抵銷機制，及運用衝突且不協調的訊息，對其產生干擾，並且運用現行使用率日升的網路媒體，可以達到更快且影響更為深遠的預期效果。

就前述提到運用新媒體進行戰略溝通，仍有後續研究學者徐惠萍、延英陸指出，社群媒體具有雙向互動的功能，傳散的能力更高於傳統媒體，加上國人使用智慧型裝置上網的習慣，隨著每週上網時間的增加，對於新媒體或社群媒體須要加強經營，達到政府政策溝通及軍事新聞傳播的目的。【註39】蔡利澤、學者方鵬程指出，國軍現行臉書經營策略，已符合當前運用新媒體經營及溝通趨勢，並舉出臺北市府及臺南市政府運用LINE通訊軟體，除了更快速發散訊息外，也開闢更便利的溝通管道，國防部可採即時通訊模式，作為經營社群軟體之外，收集及反映輿情，貼近網民生活及經營並達到戰略溝通的目的。【註40】陳孟蛟指出，國軍戰略溝通工作，應結合新媒體傳散及達成雙向溝通，並且學習美陸軍運用經營社群，使所有的士兵都能參加故事的傳散，另外提出對於社群媒體的人才的培養，應同於對國軍新聞人才的培養一般，以發揮專業戰力，達政治作戰資訊化，戰力專業化目的。【註41】

註37 同註31，頁321-381。

註38 胡哲瑋，〈以戰略溝通理論看新媒體時代下軍紀案件，對國軍之影響：以洪仲丘案及江國慶案為例〉（發表地：淡江大學戰略研究所碩士論文，2016），頁133-135。

註39 徐惠萍、延英陸，〈當前媒體環境下軍事新聞傳播的新思維：社群媒體的運用〉，發表於「第九屆軍事新聞學術研討會」研討會（臺北：國防大學，2015年5月19日），頁89-113。

註40 蔡利澤、方鵬程，〈軍隊公共事務結合新媒體運用之研究〉，發表於「第九屆軍事新聞學術研討會」研討會（臺北：國防大學，2015年5月19日），頁147-178。

註41 陳孟蛟，〈國軍戰略溝通機制發展研究-新媒體運用之探討〉，發表於「第一屆政治作戰戰術戰法」研討會（臺北：國防部政治作戰局，2016年12月6日），頁2-1-2-18。



藉由上述文獻的討論，作為戰略溝通的觀點下，如何強化我政治作戰支援軍事作戰能力之依據，故我國的戰略溝通發展，除了結合了原有的政治作戰外，並憑藉資訊作戰及媒體公關等功能，走出經營於平時，發揮於戰時的道路，並且提出在資訊化作戰條件下，應該強調社群等互動式平台的經營，發揮戰略溝通的目的。

肆、我戰略溝通之執行

美軍戰略溝通由以下相關能力支援：一、心理作戰部隊 (PSYOP) 的資訊作戰能力 (Information Operation)。二、公共事務 (Public Affairs)。三、軍事支援的公共外交 (Defense Support to Public Diplomacy)，軍事外交 (Military Diplomacy)，視覺資訊 (Visual Information)。^{【註42】} 以下將美軍執行戰略溝通支援能力，敘述我政治作戰，如何執行戰略溝通及提出芻議。

戰略溝通即為國家為了達到國家的利益，總和各部會之力，擬定傳播計畫，選定最佳的傳播管道，對於目標群眾，散發有利國家利益的訊息。戰略溝通在國軍日趨成熟，在擬定傳播計畫中也納入國家決策的機制，並且透過年度演習時納入驗證，^{【註43】} 故作出以下梳理及建議，供決策單位參考及研究者後續研究用。

在組織層面而論，戰略溝通在國防部內部，是由國防部政戰局負責戰略溝通之整合與執行，因戰略溝通在政策面上需擬定符合我國家利益的政策，運用，透過傳播計畫制訂來整合各項傳播管道，而選擇最有效的傳播管道，達成戰略溝通目的，以維持我國家利益。現今，國防部政戰局，如同前述研究已建立整合各部會的服務機制，擔任整合小組以統合國家各部會之力，來創造符合國家利益的戰略溝通政策。故執行機制上，政戰局將提供統合及編組國家利益戰略溝通政策，據以擬定戰略溝通傳播計畫，據以執行我國戰略溝通。而政戰局所轄文宣心戰處，為戰略溝通時整合國家政策的服務及傳播計畫制訂之業管機關，文宣心戰處負責國軍政教、文宣、心理作戰、全民國防及精神戰力等功能，督導心理作戰部隊 (簡稱心戰大隊) 實施心理作戰及戰略溝通服務，而心戰大隊由該單位下轄單位，負責蒐集國媒外及中共敵 (政) 情。心戰目標對象蒐整，判定與研析；心戰品的研析及影片製作等工作；心防廣播，對內文宣及對敵心戰。指揮作戰之廣播任務統帥廣播的主導權。^{【註44】}^{【註45】}

註42 Kennon H. Nakamura and Matthew C. weed, U.S. Public Diplomacy: Back-growth and current issues, (Washington D.C, Congressional Research Service Report for Congress, December 18, 2009). P. 8

註43 程嘉文，〈政軍兵推破天荒 由國防部發布影片〉，《聯合新聞網》，2017年8月9日，〈<https://udn.com/news/story/10930/2632873>〉 (檢索日期：西元2017年8月30日)

註44 國防部，〈國軍政治作戰專業部隊 (單位) 指揮與運用教則〉，國軍準則-專業-政戰105，2016年11月15日，頁2-6-2-10。



¹；又政戰局所屬之軍事新聞處負責國軍軍事新聞之規劃、督導及執行，具有軍聞規劃、媒體邀訪及記者會等能力，主導軍事新聞話語權、督導青年日報社，該社軍事新聞採訪報導，透過軍事新聞網站發送政令及政策。^{【註46】}並透過一報三刊，擁有涵養官兵人文素養及經營部隊話語權之能力、軍事新聞社提供軍事新聞衛星電視轉播(satellite news gathering，簡稱S.N.G)作業，國軍多媒體影音匯流網站經營與媒體製作等工作。^{【註47】}該社屬於通訊社之高度，在防衛作戰時期，可以擁有軍事新聞發布的主導權等提供戰略溝通服務，成為我國在國防部層級的戰略溝通執行能量。而國防部更應利用經常戰備時期及防衛作戰時期等不同時期與演訓或災防等時機，驗證戰略溝通計畫的良窳。

本文建議戰略層級^{【註48】}以上單位，應於經常戰備時期，建立戰略溝通之能量與運作方式，以利防衛作戰時期運用，建立與運作方式說明如下：

國防部應於經常戰備時期，除確認戰略溝通整合服務暢通可行外，應就全國土及全般防衛區域及全國民眾為目標群眾，結合國家利益之政策，以國防安全為角度，收集與分析輿情，統整對我國防安全影響之議題，對下訂定戰略溝通指導，供所屬各級進行戰略溝通運用，即供所屬制訂傳播計畫時之依據，透過傳播計畫，選定適宜的傳播管道，針對目標群眾，進行相關訊息的傳散，將是類結果轉換為參數，以建立演訓時期可驗證之政戰戰力為目標。而國防部更應確定在防衛作戰時期，相關訊息能夠準確發予國外之目標群眾，以達到政治作戰支援軍事作戰之目的。

而前述提到美執行戰略溝通時，非僅有國家層級的戰略溝通，有降低至各軍種層級的戰略溝通，故國軍戰略單位的組織，就戰略溝通觀點下，應區分戰略單位及以下等兩種類型單位，在國防部統一戰略溝通指導及各自發展傳播計畫，參照經常戰備時期及防衛作戰等時期不同，據以執行戰略溝通行動方案及工作，戰略單位納入計畫作為，非戰略單位則引據執行，各自執行屬於該層級之戰略溝通的工作。

全國性的戰略單位，在經常戰備時期，應承國防部訂定之戰略溝通指導，就全國作為防衛區域及全國民眾為目標群眾，依據國家利益之政策，以國防安全為角度，進行戰略溝通的演練，即制訂傳播計畫，透過傳播計畫，選定適宜的傳播管道，針對目標群眾，進行相關訊息的傳散，以期作戰時期，相關訊息能夠確實傳達到目標群眾，並且將是類計畫結合各演訓計畫作為階段，以利後期驗證。

註45 同註44，頁2-17-2-23。

註46 同註44，頁5-1-5-4。

註47 同註44，頁4-1-4-5。

註48 國防部，〈國軍聯合作戰要綱(草案)〉，國軍準則-作戰-聯戰001，2016年05月01日，頁1-1-3。



而地區型的戰略單位，在經常戰備時期，則承國防部訂定之戰略溝通指導，以防衛地區之目標群眾為戰略溝通對象，制訂傳播計畫，透過傳播計畫，選定適宜的傳播管道，針對目標群眾，進行相關訊息的傳散，主要針對不同目標群眾，找出最合適的傳散管道，以發揮戰略溝通最大效果。

戰略基本單位，如空軍之聯隊級單位，應於執行演訓或災防時期，除依政戰參謀組織與作業之相關律定，完成單位「戰略溝通行動方案」之建立，並引據上級戰略單位制訂之戰略溝通傳播計畫，並依計畫執行，進行相關訊息的傳散，主要驗證各項演習時機(包括災防時期)，相關訊息能否有效傳達至目標群眾，避免因外在因素影響，導致原有戰略溝通模型(式)失去原有效果，而造成戰略溝通效能降低。且國防部因依據本時期，散佈非正向或干擾性的不一致訊息，驗證在有干擾因素下之戰略溝通效能的降低程度，以確保防衛作戰時期，遭敵釋放假消息或帶風向時，戰略溝通如何調整或提出因應作為。經常戰備時期，以該通路能否有效將訊息發布與目標群眾為重點，在防衛作戰時期或災防及演習時期，以該訊息有效傳散為重點。而戰略單位所轄部隊或單位應將當次執行成果回報。以利於經常戰備時期，國防部、空軍及海軍司令部就全國性的效果，建立評估模型。戰略單位就防衛區建立評估模型，而在防衛作戰時期，戰略單位就經常戰備時期建立的戰略溝通模式，屆時再透過所轄部隊或單位，執行戰略溝通，以達政治作戰支援軍事作戰之目的。

而非戰略單位，即戰略基本單位，主要係配合各戰略單位，進行戰略溝通的評估工作，而演訓單位則於演訓期間，驗證戰略單位制定之戰略溝通傳播計畫，提出執行改進方案及窒礙點，確保戰略溝通效果可行，並且能達到戰略溝通的效果。

美軍各軍種得發展各軍種的戰略溝通，故在經常戰備時期，未轉換為戰略單位之指揮層級，如在空軍為空軍司令部，海軍為海軍司令部，因其戰略單位在防衛作戰時期，方轉換為戰略單位，故前述兩個單位，可以於經常戰備時期，依本文研究結合軍種的特性，發展屬於自己的戰略溝通能力，故可結合軍種特性，如捍衛領空或顧守海疆等不同軍種特性，而陸軍之戰略單位，因平日即負責各作戰區域內的要地防衛等任務，可由陸軍司令部發展屬於陸軍之戰略溝通，而陸軍之各防衛區之戰略單位，因平戰轉換之故，由各地區軍團指揮部負責研擬戰略溝通傳播計畫。而心戰大隊，仍按原機制進行戰術性心戰工作。故戰略溝通與心戰工作可達相輔相成之效。

而我國各軍種司令部或戰略單位，已具有各自軍事新聞發佈及處理、報刊、社群媒體及網站經營等管道實施戰略溝通。透過上述管道，供經常戰備時期的戰略溝通訊息乘載之用。故在經常戰備時期，應妥善利用前述媒體載台，納入傳播計畫或



戰略溝通行動方案，以利取得最佳戰略溝通傳播模式。

而各任務編組，在執行戰略溝通上應如何執行？乃以各任務編組人員，不論是否政戰職類，則依據前述美軍戰略溝通呈現方法，在各自計畫或實需，提供軍事支援的公共外交【註49】、軍事外交【註50】與視覺資訊【註51】，進行相關戰略溝通。

因我國屬於守勢作戰，故指揮官應運用妥善戰略溝通來經營戰爭面，於經常戰備時期結合資訊作戰、民事服務、公共事務及軍事支援軍事外交等方式來呈現【註52】¹，以此觀之，並非僅有戰略單位至戰略基本單位才能執行戰略溝通，除前述單位外之各級單位應自行檢視，在合於上級戰略溝通指導、現行法規及單位戰演訓任務及單位特性外，可執行各自戰略溝通行動方案，以達鞏固戰爭面之目的。

然而最佳傳播模式而論，首重該模式如何建立？本文建議以MOE模式，創造出最佳的傳播模式，並且針對不同時期及不同區域，分別作出各自的最佳傳播模式，而最佳傳播模式，應指定或成立專責單位，運用政戰學院及國防大學指參學院等研究能量，透過質量化分析，問卷設計及滾動式民調，反覆在經常戰備時期之演習，災防及防衛作戰時期執行後進行測量，不但有助於政戰KPI(key point index，績效指標)之建立，將是類數據，作為後續政戰戰力建構及評估之基礎。

我國現有戰略溝通機制，除國防部擔任及提供整合服務外，分別為包括全民戰力綜合協調會報(戰時依規定轉換為中心，現稱一會報)，三法(國防法、全民國防教育法及全民防衛動員準備法)一手冊(國軍動員政戰作業手冊)等，作為我戰略溝通能量的補充與執行依據。相關機制運作，可支援戰略溝通之執行。而相關機制之研究與精進，已有研究討論，非本文研究之範圍。【註53】【註54】

而於戰略溝通機制而論，必須整合入我國現今政治作戰動員機制，三法一會一手冊為我國充實政治作戰支援軍事作戰能力的政戰動員機制法規及作業依據。其中包括戰略溝通的能量充實，故權責單位應主動將政治作戰支援軍事作戰能量的補充，納入年度演習的計畫作為及實況驗證，而面對非傳統安全的災防等實際發生的現況，雖然是類非傳統安全並非真實戰爭戰爭的傳統安全威脅，在非傳統安全日盛的今天，不能僅將敵人視為傳統武力的發揚，除了災防現場可模擬戰場的情境外，更

註49 三軍儀隊支援外交部外賓參訪接待或至友邦宣揚我軍威的儀仗表演。

註50 我部隊至外參加與軍事有關之活動，如敦睦遠航的軍事外交。

註51 即演習、作戰、戰技及戰場畫面的提供。

註52 同註20，頁II-7。

註53 劉順銘、黃國峰，〈國軍政戰類物力動員精進作法之研究〉，《國防雜誌》26期第2卷，2011年3月，頁131-143。

註54 黃國峰，〈從國軍動員機制析論政戰類物力動員〉，《憲兵學術半年刊》第七十八期，2014年12月，頁34-47。



應針對是類情況，推動戰略溝通行動方案，為了達到行動方案建立，是否應修訂相關作法及法規，將災防等時期，一併納入目前政戰能量補充機制，以充實政戰戰力支援軍事作戰的能力，值得權責單位思考。然而回到傳統安全上，故我國在年度重要演訓時，應將戰略溝通所需能量之動員，納入驗證演習之項目，增訂在災防及最高層級演習等時期，準用於真實作戰之動員補充，經過前述條件的法規調整及法條修正，以達演習貼近真實作戰之演訓目的。

為了達到戰略溝通的綜效，亦應注意協調與整合。我國目前的機制，主要在防衛作戰時期的全民戰力綜合協調會報，然該機制是否能在演習或災防時機，發揮應有之功能？未來應排入計畫作為或想定，並且透過該區及跨區等形式，驗證地區戰略溝通能量，能否支援該次演習而來推斷，防衛作戰時期能否發揮應有之作為。在戰略溝通中，首重影響及說服的資訊，故在資訊的產製及主導上，我國軍事新聞通訊社，在防衛作戰時期本就軍聞管制的角度，向國外內目標群眾發布有利我國之新聞，期待以通訊社的角色，引導國內各媒體相繼報導，並且透過專責應對，對於假新聞立即予以駁斥，此舉即為我國戰略溝通中，內容掌握的重要角色與能力。而漢聲廣播電台，在防衛作戰時期負責統帥廣播，統帥廣播將提供另一個有利我國家利益的訊息發送內容及管道，可有效協調與整合國內其他輿情進行報導，以利戰略溝通的執行。而前述協調與整合的方式，均應納入演訓及災防等時機，納入計畫作為以供驗證，以期合理可行。掌握戰略溝通的有效管道後，國防部應以儲備能量於民間的思維，在防衛作戰時期，利用「國軍文藝金像獎」、「民間電影」、「軍種微電影」、「形象廣告」、「軍歌MV」及各電視台「軍武頻道」等多元題材及管道，向民間借才以豐富國軍創作理念及作品，以充實影響及說服的資訊。

在戰略溝通上，不能忽視民間可以運用的能量，除了前述的全民戰力綜合協調會報，可以將電視媒體【註55】報紙媒體【註56】商業性質雜誌期刊【註57】廣播【註58】商業電影【註59】戶外媒體(Out Of Home, O.O.H.)：O.O.H.【註60】網路媒體及從業人員等民間的戰略溝通能量納入。但如何動員，是否跨區增援，選定何種傳播管道最為有效，仍需要最佳傳播模式的建立及演習與計畫作為的驗證。

註55 台北市媒體服務代理商協會，《2016年台灣媒體白皮書》（臺北：台北市媒體服務代理商協會，2016），頁16-18。

註55 同註55，頁30。

註57 同註55，頁33-36。

註58 同註55，頁41-45。

註59 同註55，頁49。

註60 同註55，頁55-60。



在戰略溝通機制漸成熟的我國，已具有如同美軍般之執行戰略溝通方式與負責機關，故僅需要據以發揮，並且建立屬於我國的戰略溝通傳播模式，即達政治作戰支援軍事作戰之目的。本研究認為應優先應建立屬於戰略溝通的評測模式，以求得最佳的傳播模式。以國家利益之目的出發，制定傳播計畫，並持續充實戰略溝通的內容訊息，以交互影響的方式，將內容多元性及廣儲民間能量於國軍內部，再藉由已知的國內外媒體通路，對於國內外的目標群眾傳散，並且評估其成效，再行回饋到內容產製之前，建立目標對象的分析能力，再引以為據，調整內容及通路，求得形象(內容)一致性及品牌建立為目的，以發揮綜效，維護我國家利益。

伍、結語

我國戰略溝通機制日趨成熟，本文提出除現有機制與作為外，各單位在戰略溝通中的角色，並優先建立戰略溝通MOE，以確保戰略溝通的執行效果。提出要引導戰略溝通效果，應著重在訊息、最佳傳播模式。在傳播計畫的擬定中，政戰局所轄文宣心戰處，應以策略辦公室的角色主導及執行戰略溝通的執行，反覆驗證以建立最佳的戰略溝通模式，確保在經常及防衛作戰時期，能發揮戰略溝通的效果，以達到政治作戰支援軍事作戰的目的。

為了達到戰略溝通執行及儲備能量的目的，建議各戰略單位應主動掌握執行人才的儲備，以因應戰略單位將建立自己的最佳傳播模式。再者，國軍應成立政治作戰之研究智庫或將相關研究人才納入國家安全院研究政戰類議題，建立國軍的政戰情報、研究能量與戰果評估，作為戰略溝通、心戰、全民國防及心防等工作參數及評效，達到情報戰明敵及同軍事作戰兵棋推演具有參數運用的功能。而該智庫可與心戰大隊及國內其他的情報研析單位進行交流，達到綜效的發揮。

戰略溝通遇有訊息的衝突及不協調，將導致戰略溝通效果減弱。可見的干擾項，便是中共或有心人士的「假新聞」或「帶風向」等衝突，對於敵人的操作輿論作為，在未來的輿論戰場，可見戰略溝通與假新聞的處理的左右攻防，以靈活運用之勢，爭取輿論戰場的先勝；彼此攻防的運用，所發揮的綜效，將只有戰略溝通更彈性的一方，能適應多變的未來戰場狀況。

藉由戰略溝通的模式，補充機制的周延及評測模型的建立，使的政治作戰邁向科學化、現代化，成為可以測量的資訊化政治作戰，走向政治作戰支援軍事作戰的目的時，有更加的具有經濟及效率化的方向，並且能在災防、演習甚至未來的實戰中，藉由動員機制及法規的支持，驗證及發揮政治作戰的關鍵且必要效果。



陸、參考文獻

一、中文部分

(一)專書

1. 國防部總政治作戰部，1975。《領袖政戰作戰遺訓輯錄》。臺北：總政治作戰部。
2. 鍾先紐，1997。《大戰略漫談》。臺北：五南書局。
3. 佛若德、沃克，1999。《軍事作戰的策略構想，心理作戰原則和案例研究(上)》。臺北：中華民國國防部。
4. 法蘭克、高斯坦、丹妮爾、傑克白魏茲，1999。《心理戰概論，心理作戰原則和案例研究(上)》。臺北：中華民國國防部。
5. 翁明賢，2007。《新戰略論》。臺北：五南書局。
6. 駢宇騫、李解民及盛東鈴，2007。《孫子兵法計篇，武經七書》。北京：中華書局。
7. 謝奕旭，2009。《非正規戰中的軍隊與百姓，軍事行動中的無形戰力》。臺北：國防大學政治作戰學院。
8. 吳非、胡逢瑛，2010。《國際衝突與國家安全戰略-國際傳播視角》。臺北：秀威資訊科技。
9. 陳中吉、洪陸訓，2012。《美軍反叛亂作戰與戰略溝通》。臺北：國防大學政治作戰學院。
10. 戴國良，2012。《整合行銷傳播》。臺北：五南書局。
11. 董連山，2012。《基於信息系統的體系作戰研究》。北京：國防大學出版社。
12. 洪貞玲，2015。《我是公民也是媒體》。臺北：大塊文化。
13. 新華社，2015。《2015年中共國防白皮書》。臺北：中華人民共和國國防部。
14. 中華民國國防部，2015。《2014年中華民國國防白皮書》。臺北：中華民國國防部。
15. 台北市媒體服務代理商協會，2016。《2016年台灣媒體白皮書》。臺北：台北市媒體服務代理商協會。
16. 許景泰，2016。《你就是媒體》。臺北：三采文化。

(二)專書譯著

- Larry Percy著，王鎬、洪敏莉譯，2000。《整合行銷傳播策略：從企劃、廣告、促銷、通路到媒體整合》(Strategies for Implementing Integrated Marketing Communications)。臺北：遠流。

(三)期刊論文

1. 樓容嬌、李志偉，2000/5。〈從資訊時代戰略傳播思維，析論國軍新聞發布〉，《復興崗學報》，第98期，頁31。
2. 劉美琪，2001/1。〈整合行銷傳播在國內廣告代理業之應用情形研究〉，《廣告學研究》，第16期，頁84-86。
3. 蔡昌言，2007/7。〈不對稱戰爭相關理論及其應用於中國對臺戰略之研析〉，《遠景基金會學報》，第八卷第三期，頁3-5。
4. 段復初，2009/6。〈美國反恐戰爭的本質與戰略溝通〉，《復興崗學報》，第94期，頁1-22。
5. 謝游麟，2010/4。〈中共「三非作戰」之研析與因應〉，《國防雜誌》，第25卷1期，頁97-101。
6. 劉順銘、黃國峰，2011/3。〈國軍政戰類物力動員精進作法之研究〉，《國防雜誌》26期第2卷，頁131-143。
7. 黃國峰，2014/12。〈從國軍動員機制析論政戰類物力動員〉，《憲兵學術半年刊》第七十八期，頁34-47。
8. 陳敏雄，2013/7。〈美軍軍事階層「戰略溝通」對國軍政治作戰的整建之啟示〉，《國防雜誌》，第28卷4期，頁55-71。

(四)學位論文

1. 程勇超，2012。《戰略傳播思維之國軍傳播功能研究》。臺北：國防大學政治作戰學院新聞研究所碩士論文。
2. 胡哲瑋，2016。《以戰略溝通理論看新媒體時代下軍紀案件，對國軍之影響：以洪仲丘案及江國慶案為例》。臺北：淡江大學戰略研究所碩士論文。

(五)研討會論文

1. 徐惠萍、延英陸，2015/5/19。〈當前媒體環境下軍事新聞傳播的新思維：社群媒體的運用〉，「第九屆軍事新聞學術研討會」研討會。臺北：國防大學。頁89-113。
2. 蔡利澤、方鵬程，2015/5/19。〈軍隊公共事務結合新媒體運用之研究〉，「第九屆軍事新聞學術研討會」研討會。臺北：國防大學。頁147-178。
3. 陳孟蛟，2016/12/6。〈國軍戰略溝通機制發展研究-新媒體運用之探討〉，「第一屆政治作戰戰術戰法」研討會。臺北：國防部政治作戰局。頁2-1-2-18。

(六)官方文件



1. 國防部，2004/3/15。〈國軍軍語辭典〉，《國軍準則》，通用-001，頁3-1。
2. 國防部，2016/5/1。〈國軍聯合作戰要綱(草案)〉，《國軍準則》，作戰-聯戰001，頁1-1-3。
3. 國防部，2016/11/15。〈國軍政治作戰專業部隊(單位)指揮與運用教則〉，《國軍準則》，專業-政戰105，頁2-6-2-10。

二、外文部分

(一)專書

1. U.S. Department of Defense, 2001. Report of the Defense Science Board Task Force on Managed Information Dissemination. Washington D.C, Office of the under Secretary of Defense for Acquisition :technology and Logistic
2. Department of Defense, 2001. Dictionary of military and Associated term. Washington D.C : Joint Publication 1-02
3. Ralph Waldo Emerson, 2011. The promise and peril of strategic communication. California: Christopher paul

(二)專書論文

Ellen Mashiko, and Horie Miki, 2008. "Nurturing soft power:The impact of japanse-U.S University Exchanger," Watanabe Tasushi, and David L.McConnel eds., New York :M.E. Sharpe Inc.p. 75

(三)期刊論文

1. Schultz, Don E, 1993/01. "Integrated marketing communications : Maybe definition is in the point of view," Marketing News, Vol. 27 Issue 2, p.17.
2. Duncan, T. & Moriarty, S. E., 1998/04. "A communication-based marketing model for managing relationships," Journal of Marketing, Vol. 62, Issue. 2,P.1-13

(四)官方文件

1. Council on foreign relations,2003. Finding America' s Voice: A strategy for rein Vigo rating U.S. public diplomacy, P.2
2. Department of Defense. 200409. Report of the Defense Science Board Task Force on Strategic Communication. Washington, D.C : Defense Science Board,P.12-13
3. U.S. Marine corps,200706. Strategic Communication plan, P.1
4. Strategic Communication and Public Diplomacy Policy coordination Committee,200707. U.S.National Strategy for Public Diplomacy Policy Communication, P.2
5. Major Regina S. Winchester,200805. USAF Strategic Communication and Public Affairs :Training Today for the Furture, Maxwell Air Base, P.15
6. The white house,201003. National Framework of Strategic Communication, P.2
7. Department of Defense. 201607. DEPARTMENT OF DEFENSE STRATEGY FOR OPERATIONS IN THE INFORMATION ENVIRONMENT. Washington, D.C : Department of Defense,P.17

(五)網際網路

Department of Defense, 2017/07. "DOD Dictionary of Military and Associated Terms" JP 1-02: Source: JP 5-0< http://www.dtic.mil/doctrine/dod_dictionary/data/s/18179.html >

作者簡介

空軍少校 林 靖

學歷：政治作戰學校正49期92年班，國立成功大學企業管理學系碩士班102年班，國防大學空院指參學院106年班。經歷：排長、連輔導長、政戰官、中隊輔導長、政治教官。現職：空軍官校總教官室少校政治教官。