

俄烏戰爭之烏克蘭運用公眾外交之省思—兼論對我之啟示

蕭棣中* 黃俊翔**

摘要

2022年2月24日清晨5點50分，俄羅斯總統普丁無預警宣布對烏克蘭發動「特殊軍事行動」，於發動軍事行動的同時，網路上的資訊戰爭早已展開；同時，俄羅斯透過各媒體大篇幅報導烏克蘭總統澤倫斯基逃亡消息，企圖達到「不戰而屈人之兵」之功效。然而，受網際網路與全球化影響，不僅烏克蘭政府積極透過大眾媒體發表資訊外，其國內公眾亦運用手機將對於戰爭相關紀錄上傳新媒體平臺。此舉顛覆過往在外交工作上以政府為主的慣例，透過公眾的參與及關注，大幅強化事實查核能量及獲取國際奧援。綜上所述，本研究將從公眾外交中，公眾對國際社會與政治的參與及關心所之影響，以及烏克蘭實際運用後，所產生之效應等兩項為研析主軸，最後結合我國當前政策指導，研提相關建議。

關鍵詞：公眾外交、俄烏戰爭、軟實力

*陸軍裝甲 584 旅聯兵三營少校營輔導長、國防大學政治學碩士；通訊作者 E-mail: dylan791109@gmail.com

**國防大學軍事共同教學中心中校教官、國立政治大學行政管理碩士

Reflections on Ukrainian Public Diplomacy in the Russo-Ukraine War: the Enlightenment to R. O. C.

Li-Chung Hsiao* Chun-Hsiang Huang**

Abstract

At 5:50 a.m. on February 24, 2022, Russian President Vladimir Putin announced a "special military operation" against Ukraine without warning, and before the military operation was launched, the information war on the Internet had already begun. Russia disseminated the misinformation on the Ukrainian president's departure from the country Volodymyr Zelensky through various media outlets in an attempt to achieve the effect of "surrendering the enemy without a fight". Thanks to the Internet and globalization, the Ukrainian government actively publishes information through mass media, and even the public uses mobile phones to upload war-related contents on new media. This is a reversal of the previous practice of government-led diplomacy. Public participation and attention have strengthened the fact-checking mechanism and obtained support from the international community. Therefore, from the perspective of public diplomacy, this study focuses on the impact of public participation and interest in the international community, and the effects of Ukraine's practical application. In the end, the suggestions are offered by taking Taiwan's current policy into consideration.

Keywords: Public Diplomacy, Russia-Ukraine War, Soft Power.

* Major, Political Officer, Third Battalion, 584th Brigade, Army; Master of Political Science of the National Defense University ; Corresponding author, E-mail: dylan791109@gmail.com

** Commander Instructor of Joint Military Education Center of the National Defense University ; Master of Public Administration of the National Chengchi University.

壹、前言

2022 年 2 月 24 日清晨 5 點 50 分，俄羅斯(Russia)總統普丁(Vladimir Putin)宣布對烏克蘭(Ukraine)發動「特殊軍事行動」(Special Military Operations)，表示核心任務為「去烏克蘭納粹化與武裝化」之「維和目的」，並透過各類媒體大篇幅報導烏克蘭總統澤倫斯基(Volodymyr Zelensky)逃亡消息，企圖達到「不戰而屈人之兵」之效。戰爭初期各界均不看好烏克蘭能阻擋俄羅斯的入侵，然在烏克蘭秉著「國在家在」的氣魄，粉碎俄羅斯三日攻陷基輔的野心，並與其在戰場上軒輊不分。鑑於戰事爆發期間，不僅烏克蘭政府積極對外發聲，國內公眾亦將對戰爭的紀錄上傳至各類媒體平臺，此舉顛覆過往外交工作以政府為主體的模式，藉由民間資料補足官方資料的不足和強化資訊可信度，營造「為自由而戰」的國家形象，並持續獲得國際援助。

本研究以初探烏克蘭公眾外交(Public Diplomacy)之運用為核心，首先針對公眾外交之源起與理論進行梳理，並回顧烏俄雙方採用公眾外交之軌跡；其次，在詞性界定上，據美國國務院於 1987 年在《國際關係術語詞典》(Dictionary of International Relations Terms)賦予公眾外交的說明：「公眾外交又可稱為公共外交，旨在透過訊息傳播手段與外國公眾進行交流，以減少他國政府或公眾對於本國產生錯誤認知或態度，以長期增進國家利益的活動(Department of State Library, 1987)」¹。惟檢視國內文獻，「Public Diplomacy」可被普遍譯為「公眾外交」或「公共外交」，故本文將以我國外交部官方用語「公眾外交」稱之；再者，將透過案例檢視烏克蘭於戰爭中的實際作為，進一步瞭解公眾外交所扮演之角色；最後，近年來公眾對於國際事務的參與及關心日益增高，期能從俄烏戰爭中汲取烏克蘭公眾外交之經驗，研提相關建議，以做為對我國防安全之啟示。

貳、公眾外交之意涵、發展與運用

公眾外交於二戰後成為國際互動的一部分，拜傳播技術與工具的進步，大幅增強公眾對於國際事務的參與及影響力，以致目前國際社會更多的是透過非政府組織、意見領袖、各國公眾等，與政府部門進行跨界合作，用以處理全球問題。舉凡恐怖主義、極端主義、分離主義、環境議題、經濟議題、糧食議題等，以及其所帶來的不穩定與危機等(Shaun, 2004)。基此，本章將就梳理公眾外交的發展與歷史演進軌跡，來解釋其概念、運用條件與產生之效果。

一、公眾外交之意涵

「公眾外交」於 1960 年代由美國塔夫茨大學(Tufts University)佛萊徹法律與外交學院院長吉利安(Edmund Gullion)提出，並賦予定義為：「用以處理公眾對於外交政策的制定與執行，內容包含在傳統外交之外，所涉及各面向的國際互動關係，是政府用以和外國公眾、利益團體及私人團體互動的途徑，其功用是達成跨國且多邊的資訊與想法之交流和傳播。」然為了與「公共事務」(Public Affairs)有所區別，美國新聞署(United States Information Agency, USIA)於 1977 年表示：「公共事務是針對相關議題、政策及執行層面上所面對的公眾、媒體或組織所形成的條款，其目的在對國內受眾進行資訊傳播；公眾外交則是透過資訊上的理解、傳播與支持來影響目標受眾，進而提升其國家利益的手段。」(Wolf Jr. & Rosen, 2004) 其後，隨著全球化與區域性組織的發達，北大西洋公約組織(North Atlantic Treaty Organization, NATO)寫到：「公眾外交是透過溝通與計畫的制定，促進各盟國在議題上的理解和共識，以強化對比次的支持和信任。」(NATO, 2022)

隨著網路時代來臨，訊息傳遞受「即時性」、「無時間限制」等特性影響，國際校園聯盟(International School Grounds Alliance, ISGA)研究員梅里森(Jan Melissen)於 2005 年在《新公眾外交：國際關係中的軟實力》(The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations)中寫道：「在全球化趨勢下，區分國內外公眾已不符合現況，因為訊息以更快的速度傳送至國際社會，溝通方式也將朝向多邊關係發展，使得更多的國際組織、公眾能參與他國政策的制定過程。鑑此，公眾外交必須以信任與誠信為長期的基礎經營，以獲得目標與影響(Shaun, 2005)」。

美國學者奈伊(Joseph Nye)於 2008 年在美國政治與社會科學院(The American Academy of Political and Social Science)期刊《ANNALS》中寫到：「受科技進步影響，宣傳途徑於近年來有著巨大的改變，已至宣傳一國的形象已非新鮮事。資訊化環境使得公眾獲得更多參與政府決策的權力，卻也因被快速、大量的資訊淹沒，進而衍生出訊息混淆及信任感不足等問題。是此，真實性及『慢性媒介』將是關鍵，藉以進行長久且有效的交流，而不再僅透過金援或表象來達成戰略目標(Nye, 2008)。」

時序演進至無線網路時代，美國南加州大學(University of Southern California, USC)公眾外交所研究員庫爾(Nicholas J. Cull)表示：「公眾外交是由傾聽、傳播、文化交流、國家利益交換、國際傳播，以及心理戰之運用所組成，期透過此管道與

國內外公眾進行溝通與交流(Wallin, 2013)。」後於 2018 年，美國公眾外交研究中心(USC Center on Public Diplomacy, CPD)助理教授卡迪爾(Kadir Jun Ayhan)在就韓國網路公眾外交研究中表示：「公眾外交在國際社會裡擁有無數個定義，然其核心均為：『政府用以和外國公眾對話的工具，進而影響他國外交政策。』即以國家、行政機關、非政府組織乃至個人為主體，藉由文化、態度、理念及行為等建立關係，達到對他國的影響及增進本國利益(Ayhan, 2018)。」

綜上可以歸納出：「隨著時代的演進及傳播工具的改變，外交模式及話語權從過去以政府為主體，轉向國際共同參與，非政府組織、意見領袖及公眾的影響力日益劇增，各國政府越加重視多邊關係與信任的建立，藉此建構建構一個安全且互信的國際互動環境(CPD, 2022)。」(公眾外交定義之發展如表 1；公眾外交概念圖如附圖)

表 1 公眾外交定義之發展

年代	定義	工具	目標對象
傳統媒體時代	針對特定議題、政策，結合心理戰運用進行訊息交流與關係建立，達到溝通與說服。	大眾傳媒(廣播、衛星電視、報紙、雜誌)	特定國家公眾(較為偏向雙邊關係建立)
網際網路時代	交叉運用傳統媒體與網路媒體，與國際社會建立多邊關係，並透過理解與經營，加強彼此信任感，以獲取長期戰略目標。	網際網路(官方網站、即時通、電子郵件、部落格)	國際社會公眾
無線網路時代	運用社群平臺告知或說服國內公眾相關政策的訊息，與公眾外交相輔相陳，以彌補政府的不足與缺乏彈性，達到政策說明、信任感建立及形象營造。	新媒體(社群平臺、互動式平臺)	國際社會公眾

資料來源：修改自 *Branding Korea as "My Friend's Country": The Case of VANK's Cyber Public Diplomats* (pp. 56-59), by Kadir Jun Ayhan, 2018, Korea, Korea Observer.



附圖 公眾外交概念圖

資料來源：修改自 *Public Diplomacy: How to think about and improve it*, by Charles Wolf Jr. & Brain Rosen, 2004, U. S., Rand.

二、公眾外交之發展

自 1920 年代起，各國開始出現使用當地語言的廣播行為，1930 年代，共產黨及激進組織開始運用廣播宣揚其理念。各國鑑此行為，於二戰期間亦開始效仿此作法，以廣宣國家理念及形象；後於 1942 年，美國成立戰時情報局(The United States Office of War Information, OWI)，負責以電臺、報紙、海報、照片、電影和其他形式的媒體，對國內外公眾進行宣傳工作。時至冷戰時期，美國之音(Voice of American, VOA)、BBC 及自由歐洲電台(Radio Free Europe/Radio Liberty, RFE/RL)等相繼出現，成為向蘇聯陣營宣揚「西方價值與文化」的主要媒介 (Bergengruen, 2022)。綜上，公眾外交的發展於此階段僅可被視為輔助各國宣揚自身理念與價值觀的「思想鬥爭工具」，直到 911 恐怖攻擊事件後，其發展與運用才迎來巨大的改變。

911 事件後，美國意識到過往以「價值輸出」的交流方式太過狹隘，無法確保目標對象瞭解與接收其欲傳遞的訊息，以有效的透過公眾外交輔助外交政策推展和增進國家利益。有鑑於此，時任美國次國務卿比爾斯(Charlotte Beers)統籌提出修正方針：「認為公眾外交的運用應該是全面性的結合網路與大眾媒體，從各方面扭轉及化解誤會。」(張巨岩，2004)此後，國務院於 2009 年對公眾外交政策及事務進行系統性研議，認為公眾外交不再只是「軟實力」(Soft Power)的運用，應是兼具軟實力與硬實力(Hard Power)之「巧實力」(Smart Power)，即將「國家、軍事戰略」

與「傳統媒體、網路、公共事務」進行結合(張水庸, 2013)。後至 2010 年, 美國前總統歐巴馬(Barack Obama)及國務院依據國家戰略目標, 提出修正後發展核心:「努力擴大、加強美國政府及民眾與他國民眾之關係, 積極向他國民眾施加影響, 促進美國外交政策目標之實現, 增加國家利益, 提升國家總體安全(李翔宙, 2011)。」並自 2011 年起, 美國開始將傳統媒體與網路平臺結合, 以有效傳遞「美國價值」; 其次, 成立官方溝通網站, 安排專家提供線上即時應答服務, 並成立獨立的公眾外交部門, 以擴大溝通的計畫擬定、執行力度與宣傳範圍(Cull, 2013)。

然而, 公眾外交在發展上仍面臨許多挑戰與窒礙, 首先, 訊息的時效性成為重要的影響因素; 第二, 訊息的即時傳遞恐將造成公眾對訊息的冷感; 第三, 大量的訊息使得消化時間縮減; 第四, 訊息如何在大量且複雜的環境下仍持續保有吸引力, 都成為全新的挑戰(Wallin, 2013)。

德國納粹時期的宣傳部長戈培爾(Joseph Goebbels)曾說過:「謊言重覆一千遍, 也不會成為真理, 但謊言如果重覆一千遍而又不許別人戳穿, 許多人就會把它當成真理(張宇韶, 2021)」, 假訊息及「政治傳播」(Propaganda)成為公眾外交的挑戰。政治傳播最早可追溯至 17 世紀, 普遍用以表達宗教教義傳遞、宣傳或散布。然於冷戰時期公眾外交的概念出現, 兩者在定義上均為「改變、影響受眾的觀感、認知與態度」, 但政治傳播卻多了負面的定義為:「透過資訊模糊、政治性強烈的傳播及手段進行說服(Berridge, 2010)。」其後, 奈伊進一步區分:「公眾外交與政治傳播有許多相似之處, 然在訊息來源上, 政治傳播的源頭多是被隱瞞或使用虛假消息; 相反, 公眾外交則是透過長期的經營與瞭解, 來建構多邊關係及強化訊息可信度(Nye, 2008)。」準此, 政治傳播被定義為:「透過表象的操做, 以及訊息的真假混合、選擇與搭配, 達到對受眾的影響與分話, 以宣揚理念、政策(Snow, 2012)。」

綜上, 在資訊環境下, 演算法的運用、鼓勵使用者分享個人資料、人工智慧、監控系統等, 讓政治傳播從「一對多」模式, 轉變為縱橫交錯的宣傳模式(Briant & Wanless, 2018), 使得其所帶來的影響如滾雪球般快速且難以預期和分辨, 成為公眾外交在多邊關係建立上的考驗(Misyuk, 2013)。以下將就兩者之差異性進行比較(如表 2):

表 2 公眾外交與政治傳播共同與差異表

類別	共同之處	特性與差異
公眾外交	1、用以服務國家政策及利益的一種工具。 2、透過傳統、新媒體做為傳播途徑。	1、真誠且透明的向公眾展示與說明政策目的及資訊來源。 2、參與及聆聽不同的意見與觀點。 3、客觀地向國際社會展示本國真實的一面。 4、透過文化與教育等軟實力做為傳播渠道。 5、透過資訊的透明、開放，與受眾建立信任。
政治傳播	3、無論國內、外公眾都是傳播對象。 4、以取得公眾的認同與信任為核心目標 5、透過影響受眾的情緒、態度及觀點，以促進或維護本國利益。	1、運用重複的口號、標語、圖片、影響、演講等，將訊息傳遞給受眾。 2、醜化外部資訊，並強化與讚揚內部政策的權威性。 3、將複雜議題簡化，避免受眾瞭解或接觸相關資訊，如歷史、意識型態等。 4、扭曲真相使之利己，或刻意隱瞞或封鎖訊息來源。 5、更加重視單方面訊息傳遞，並改變及誘導公眾的感覺、想法、態度或行為。

資料來源：修改自 *Public Diplomacy and Propaganda: Their Difference*, by John Brown, 2008/9/9, America Diplomacy.

三、公眾外交之運用

公眾外交在運用上有許多途徑與管道，分別為傾聽、宣傳、文化外交、國際交流與國際廣播，上述手段又可被視為「戰略溝通」的一部分(Cull, 2013)。為此，NATO 於 2004 年成立公共外交委員會(Committee on Public Diplomacy, CPD)做為北大西洋理事會(North Atlantic Council, NAC)用以與媒體和公眾互動的機構，期鼓勵公眾理解及支持 NATO 的戰略規劃、目標和執行。(NATO, 2022)

為有效運用公眾外交，美國國務院公眾外交辦公室高級顧問羅斯(Christopher Ross)提列七項條件：第一，確保受眾能理解政策的真實目的，而非透過他人的解說，以避免誤會；第二，傳播的資訊必須是經得起驗證，且能合理的提供解釋、方向及目標，避免淪為口號；第三，內外傳遞的資訊必須一致，倘若不同將導致說服力不足；第四，藉由科技的輔助對受眾進行分析，找尋具吸引力且關鍵的目標，使得訊息傳遞更有效率；第五，除了對受眾進行資訊投放與分析外，亦透過媒體對其他群體宣傳相同資訊，避免失去潛在受眾或關鍵因子；第六，持續創新與擴大合作平臺，以獲得新的受眾和目標；第七，持續與國際社會真誠的互動與交流，以建立透明且可信的多邊關係(Mamchii, 2023)。

綜上所述，公眾外交所需條件可再區分為兩個部分。首先，比起迅速達到政策目標，各國更在意的是其在國際社會中的形象，通過形象的建立與宣傳，以建構更友善的國際環境。理想狀況下，形象的建立將能促進彼此的認識與強固信任感，以輔助傳統外交目標的達成、形塑有利的輿論環境，以及減低政治傳播所帶來的傷害；其次，透過形象或境遇的宣傳，以更快速的獲得戰略成果。儘管公眾外交旨在藉由長期的互動影響認知，但仍可透過對目標公眾的影響，達到對國際社會的壓力(Munro, 2017)。

換言之，公眾外交的運用是創造軟實力的資源，而這些資源實則泛指受目標公眾接受與青睞的資訊與形象。因此，判斷公眾外交的成功與否，須從目標公眾對政府造成的影響與壓力，以及對此所做出的回應是否達到預期目標。公眾外交即運用傾聽、宣傳、交流、信任與關係建立等，達到意見與資訊的交流，以營造良好的形象及友善的國際環境，進而透過軟實力協助增進自身利益(Cao, 2020)。

參、俄烏公眾外交概念作為

俄烏戰爭可謂「人類戰爭歷史上最多紀錄的戰爭」，公眾運用具攝影功能之器材，紀錄烏克蘭男性留守家園、車站含淚擁抱道別等影音，以及透過個人的親身經驗分享等，將「烏克蘭的故事」播送全球，不僅使得觸及相關圖文的公眾產生超越地域、種族與文化的關懷及支持外(蘇蘅，2022)；同時，透過將戰場實況透明化，營造俄烏戰爭即是一場「專制與民主國家」和「雙方共中與媒體」的綜合較量。

一、俄烏公眾外交之初探

(一) 俄羅斯：

俄羅斯總統普丁於 2012 年 2 月在「俄羅斯與正在改變的世界」文中表示：「公眾外交與軟實力的運用，是達成外交政策的複雜工具與途徑，其無需透過武力或其他硬實力來對目標對象產生影響，而且訊息產製的費用也不高(Putin, 2012)。」隔年 3 月，俄羅斯外交事務部(Ministry of Foreign Affairs of Russia)官方資料寫道：「軟實力，是運用潛在的社會資源、訊息、文化和其他取代傳統外交的方法或技術，達成外交政策目標的工作；同時，全球競爭與潛在危安日益激烈，有時會對軟實力產生破壞或非法運用，例如透過干預內政事務、侵犯人權、輿論操控、外資資助及政治壓力等，達到對當前狀況的破壞(Ministry of Foreign Affairs, 2023)。」

運用層面，俄羅斯官方媒體今日俄羅斯(Russia Today，簡稱 RT)藉由提供不同於西方主流媒體視角的觀點，吸引閱聽者。普丁曾表示：「RT 的角色至關重要，其讓俄羅斯的聲音能被聽到，受眾將不僅限於各國政治體，而是讓全世界的公眾都能聽到(Audinet, 2017)。」有鑑於此，俄羅斯於戰前積極透過不同管道推展公眾外交：

1.透過 RT 以西班牙語在中南美洲國家，如古巴、阿根廷、委內瑞拉、玻利維雅等地宣傳俄羅斯文化及形象，RT 也曾為阿拉伯世界第三大媒體平臺。據官網資料統計，2020 年每月均有超過 2400 萬的收視用戶(Tsvetkova & Rushchin, 2021)。

2.透過爭取辦理 2014 年冬季奧運、2018 世界杯足球賽等國際賽事，拓展與國際社會的互動渠道。

3.2020 年疫情期間，俄羅斯統籌各部門為巴爾幹半島、中南美洲及中東地區之國家提供醫療器材與援助(Reid, 2021)。

4.俄羅斯運用 Telegram 成立親俄頻道，並擁有數百萬的粉絲(Yilmaz, 2023)。

5.俄羅斯官方媒體 RT、TASS 及 Sputnik 等，積極尋求與非洲媒體公司建立合作(Clifford & Grudz, 2022)。這也導致戰爭後，多數非洲國家無法對烏克蘭表達支持的原因之一(Ambrosetti, 2022)。

俄羅斯在公眾外交的運用上具有相應的戰略方針和組織，然與西方國家的公眾外交略不相同，其核心旨在促進與穩定與國際對話、互動，以確保穩定地獲得自身利益(Velikaya, 2018)。因此，在俄烏戰爭開打後，即因在訊息上的封控和造假，導致各界的不信任，進而祭出嚴厲的制裁、封鎖和審查。此外，摒除戰爭所帶來的影響，俄羅斯在公眾外交的推展上仍存有許多困境：

1.俄語非主流語言，以至使用與理解都相對困難。

2.僅與特定團體或個人進行互動，如中南美洲、亞洲、非洲，以及周圍的喬治亞(Georgia)、頓巴斯地區等(Yilmaz, 2023)。

3.宣傳主題多以蘇聯時期的口號、圖文為主，且相較於主流社群平臺 Facebook 及 Instagram，其更偏好以自有社群媒體如 Vkontaket 和 Odnoklassniki 為傳播媒介(Kizilova & Norris, 2022)。

4.國際社會主流文化與價值觀仍以西方國家為主，以致在學術、科研、藝文、影音等交流深度、廣度有限(Klomegh, 2022)。

(二) 烏克蘭：

烏克蘭於 2019 年成立「公眾外交與溝通辦公室」(Department General for Public Diplomacy and Communications)，主要工作是透過文化、影音、教育、觀光及歷史等軟實力，向國際社會介紹烏克蘭(Ministry of Foreign Affairs of Ukraine, 2021)。同年成立烏克蘭研究院(Ukraine Institute)，其目標是以網路為媒介，透過科學、教育及公民互動等，以提升烏克蘭語的推廣，並且鞏固與國際社會的關係；此外，民間亦有 Open Ukraine(Open Ukraine: Arseniy Yatsenyuk Foundation)，該組織於 2007 年成立，其目標有幾點(Yilmaz, 2023)：

- 1.透過青年領袖營，教育及培養新世代的專家與領袖。
- 2.與歐洲國家共同提供藝文交流補助，鼓勵國內外藝文工作者在文化層面的交流與互動。
- 3.辦理基輔安全論壇(Kyiv Security Forum)，鼓勵青年參與討論全球安全議題，強化對歐盟及國際事務有更深的認識，同時達到對內部政策的影響。

承上，據 World Values 於 2021 年調查顯示，烏克蘭公眾於訊息獲取上，傳統媒體及新媒體平分秋色，然相較於俄羅斯，烏克蘭更偏好西方社群平臺，如 Twitter 及 Instagram 等(Kizilova & Norris, 2022)。其次，烏克蘭記取克里米雅的失利，於 2016 年推動「烏克蘭資訊安全機制」，其目標包括抵禦俄羅斯的宣傳、強化資訊安全措施、改善訊息推播機制等，進而促進訊息真實信、可信度，以更好的與歐盟及國際社會互動(Yilmaz, 2023)。

戰爭開打後，烏克蘭不僅積極透過各類媒體呈現戰爭全貌，同時烏克蘭人也因戰爭更加明白身為「烏克蘭人」的意義，開始從文化、歷史、教育、語言及政治等行為加速「去俄羅斯化」，不僅提升愛國精神，也落實「歷史正義」(陳正杰, 2022)；第二，烏克蘭藉由販售遭俄羅斯摧毀的歷史地標明信片、舉辦藝術展、音樂會，以及與維基百科合作辦理文化節等，讓國際社會更好的認識烏克蘭的軟實力(Ellwood, 2022)；另一方面，據英國「品牌金融諮詢公司」(Brand Finance)調查資料顯示，於 2021 年全球軟實力分析中，烏克蘭在 120 個國家中排名第 61 名，然在 2023 年 4 月俄羅斯入侵一年後，國際對於烏克蘭的看法有所轉變，其排名提升至第 37 名；反觀俄羅斯則從第 23 名跌至第 105 名(Bryzghalov, 2023)；最後，烏克蘭從總統以降的各部門定期接受媒體採訪，主動告知國家當前政策、軍民用品需求或闢謠(Shmigel, 2022)，如烏克蘭於 2023 年 9 月 3 日即宣布撤換捲入弊案的國防部

長列茲尼科夫(Oleksii Reznikov)，而非僅一味報導英勇作戰事蹟，展現其透明且真誠的作風(戚海倫，2023)。

表 3 俄烏公眾外交共同與差異表

類別	共同之處	特性與差異
俄羅斯	1、用以協助推展外交事務。 2、透過各類媒體宣揚自身文化、價值觀。 3、運用教育、體育、觀光、影音、藝術、人道救援等，與國際社會進行互動。 4、期望藉由公眾外交，爭取國際社會的認同，並形塑自身形象。 5、透過影響受眾的情緒、態度、觀點及行為，以促進或維護本國利益。	1、運用重複的口號、標語、圖片、影音、演講等，傳遞俄羅斯價值、文化。 2、強化已形成的輿論，形塑「另類現實」。 3、透過訊息的管控，誤導、混淆公眾所獲取之資訊，以及拉緊親俄團體與個人。 4、公眾外交的核心旨在獲取穩定戰略利益，而非建構多邊互信關係。 5、比起與國際社會建立連結，其更重視與亞洲、非洲及中南美洲地區國家的關係。 6、相較於主流社群媒體，更仰賴傳統媒體及自有社群媒體傳播媒介。
烏克蘭		1、真誠且透明的向國際社會說明國家政策及戰況。 2、善用公民社會組織，以發揮高度力量。 3、鼓勵公眾運用媒體平臺傳遞第一手資訊，以強化訊息即時性、可信度、透明度。 4、以「獨立的民主國家」做為宣傳主軸，營造「以小博大」的國家形象。

資料來源：修改自 *The Russian Approach to Public Diplomacy and Humanitarian Cooperation*, by Anna A. Velikaya, 2018/12, *Rising Powers in Global Governance*.

二、以俄烏戰爭「雙方媒體之控管與運用」為例

(一) 俄羅斯

俄羅斯於戰爭前曾積極透過跨國合作，舉凡文化、宗教、教育、環境保護及人道援助等，與國際社會進行互動，避免遭到被以美國為首的民主浪潮與文化淹沒；其次，俄羅斯曾以政府部門為主體、新媒體為媒介，結合非政府組織、團體及個人來推展公眾外交，例如東正教的推廣、敘利亞內戰之人道救援，以及與埃及的交換學生計畫等，期透過軟實力途徑促進形象、文化、經濟及利益之發展，以鞏固在國際社會中的地位(Morozov, 2020)。

然而，在俄烏戰爭開打後，俄羅斯即頒布《假新聞法》，要求境內媒體不得以「戰爭」一詞描述對烏克蘭的軍事行動，並開始嚴格管控訊息傳播，規定相關資訊來源僅能使用官方資料，否則將以「散布假新聞」來進行懲罰，導致境內媒體平臺，如 CNN、BBC、Wall Street 及 Facebook 等關閉，以及逮捕許多自由寫手(Darcy,

2022)。另外，報導者(The Guardian)也指出：「戰爭開始後，報導、採訪變得十分困難，政府也透過官方媒體將外媒形容成謊言捏造者，持續灌輸戰爭是為了打擊烏克蘭境內的『納粹主義』，以及防止北約組織的侵略；其次，政府投注許多資源於『觀念』的灌輸，從街道、電視、課本乃至博物館都能見到象徵性符號或資訊，以致多數公眾不清楚當前戰事與困境(Anthony, 2023)」。

但是仍有少數俄羅斯公眾反對戰爭，如曾任《第一頻道》(Channell One)編輯部的奧斯雅尼可娃(Marina Ovsyannikova)表示：「現今俄羅斯新聞圈環境十分惡劣，政府意圖將媒體做為政治宣傳的工具，以提供錯誤資訊及進行洗腦(Kataev, 2022)」。

鑑此，俄羅斯於同年 7 月再次修法，擴大對「間諜活動」的定義，據《華爾街日報》(Wall Street Journal)報導：「美國記者伊凡(Evan Gershkovich)於 2023 年 3 月 29 日遭到逮捕，指控其疑似在調查『華格納集團』的活動。」儘管伊凡是獲得俄羅斯外交部官方許可證的駐俄記者，然其仍成為自 1986 年冷戰時期及俄烏戰爭相關法規修訂後，首位遭到指控與逮捕的美國記者，此舉造成媒體界譁然(Salama, 2023)。

綜上所述，俄羅斯期望透過訊息的封控，達到對目標對象的意識掌握與影響，以穩固其在軍事行動上之合法、合理性，及避免內部反彈。

(二) 烏克蘭

烏克蘭在戰爭開始後，統籌境內五家主流媒體與官方組成《聯合新聞》頻道，透過團隊接力且 24 小時直播方式，協助政府發布戰訊，以及給予閱聽者如臨現場的即視感；另一方面，受戰爭影響，頻道播送期間取消廣告片段，改以尋人啟事、揭露俄羅斯罪行及公眾投書的戰場實況取而代之(Koshiw, 2022)；此外，據《GlobalLogic》調查顯示，戰爭開始後烏克蘭社群媒體用戶數量明顯增加，從 2021 年的 60%上漲至 2022 年的 76.6%(Zhyla, 2022)，結合《Axios World》2022 年 6 月 3 日調查報導：「與俄烏戰爭相關的貼文、照片及影音等，單篇文章最高曾達逾 2 億次的點擊率(Lawier, 2022)」。

由此可知，未受訪公眾仍可運用自媒體結合社群等平臺播送戰訊，舉凡逃難路線、補給品位置、英雄事蹟、俄軍部署、醫療資源及民生物資等(Bergengruen, 2022)，不僅有助於作戰、避難及救援等行動外，更能透過公眾視角、自身處境，以補足政府在資訊上的不足。

再者，以烏克蘭女醫師白芙斯卡(Yuliia Paievska)為例，她是一名醫師，也是一名合氣道教練，2014 年克里米亞事件後，便到頓巴斯地區(Donbas)成立「Taira's Angels」志願醫療營。戰爭開打前，原訂 2022 年 4 月將代表烏克蘭參加哈利王子

舉辦的「永不屈服運動會」(Invictus Games)，串流平臺 Netflix 也為此，給予一台攝影機用以記錄訓練過程；然自戰爭開打後，這台攝影機卻側錄(拍)下俄軍在馬立波(Mariupol)的暴行，以及烏克蘭軍民在前線搶救傷患的畫面。因戰事不利，記憶卡於同年 3 月 15 日由美聯社(Associated Press)記者藏在衛生棉條中帶離馬立波，並將俄羅斯惡行傳送國際；隔日，白芙斯卡即遭俄羅斯以協助亞速營(Azov Battalion)為由抓捕，後於 3 月 21 日以全身帶傷的模樣出現在俄羅斯官媒 NTV 上，不僅震驚全球，亦大幅增強國際社會的反俄勢力與反戰浪潮(Hinnant & Stepanenko, 2022)。類似的案例至今仍持續上演，除代表數不清的淚水與家破人亡的現實外，更成為烏克蘭在公眾外交推展上最強而有力的支撐。因此，雙方在媒體運用的差別在於烏克蘭透過媒體將「知與不知」開誠布公，提供國際社會快速獲取相關戰訊之管道；同時，因大量公眾投入戰場，透過將其所見所聞上傳社群媒體，均強化訊息來源的可信度與透明度，並成功地將俄烏戰爭係價值觀之戰的核心緊扣相連(Suciu, 2022)。

三、以俄烏戰爭「雙方爭取國內外公眾支持」為例

(一) 俄羅斯

據《CNN》報導：「普丁於 2022 年 9 月 21 日發布『局部軍事動員令』，徵召 30 萬後備部隊派往前線，然未提供足夠的訓練與裝備。」同時，許多士兵表示：「在戰爭期間未受到人道待遇，多數時間都處於飢餓、寒冷的狀態」；另外，對於表達不願參戰的官兵，單位指揮官選擇就地射殺或囚禁當事人等方式對待，導致國內部分公眾不顧刑責，上街表達反戰訴求(Rosenberg, 2022)。基於上所述，面對境內超過 50 萬役男的出走，以及入伍後拒絕參戰的窘境，俄羅斯選擇透過國會簽署法案，加重對逃兵和投降等行為之刑責，以及下達「移動禁令」。於此同時，在境內大型看板及各類媒體平臺刊登募兵廣告，期望透過「勝利終將屬於我們」這類口號達到兵員招募，以填補戰場上之空缺(Khrushcheva, 2023)。其次，藉由與參戰將士母親會談、指控烏克蘭使用髒彈及與境內難民孩童通話等畫面，試圖營造高尚品德的形象，誘使受眾對戰場景況產生混淆，進而創造「另類現實」(Ciuriak, 2022)。

(二) 烏克蘭

烏克蘭總統澤倫斯基曾在戰爭期間，多次透過親臨前線拍攝影片或直播，積極消除公眾對於戰事的疑惑與不安。此外，澤倫斯基定期以俄語舉辦「爐邊談話」，

一方面用以凝聚、鼓舞烏克蘭的軍民士氣，另一方面則是吸引俄羅斯公眾的目光，進而尋求支持，這與俄羅斯枯燥且單調的宣傳手法形成鮮明對比(Dri, 2022)。

再者，烏克蘭數位部長定期將網路目標公告於 Twitter 等社群媒體，用以號召國際駭客進行攻擊或協助審查，於軍事戰場外與國際社會合力開闢的無煙硝戰場。此外，為抵抗俄羅斯僱用網紅拍攝造假影音攻勢，如烏克蘭官員投降、畏戰及勸降等畫面，國際事實查核組織聯盟(International Fact-Checking Network)聯手全球 53 個國家、85 家查核組織，以及網路巨頭 FaceBook、Instagram 及 Youtube 等，共同制定審查機制，主動協助烏克蘭消除戰場迷霧與端正視聽(李又如、劉怡馨，2022)；再者，烏克蘭境公眾亦自發性地組織「StopFake.org」、「IT Army of Ukraine」及「VoxCheck」等，通過民間紀錄與觀察，達到對事實與真相之搜集、彙整、分析與澄清之效(Kyodo, 2022)。

綜上所述，比較雙方在爭取國內外公眾支持上之差異，烏克蘭透過「捍衛生存而戰」的形象建立，秉持「國在家在」的氣魄粉碎俄羅斯閃電戰略，同時吸引國際志願者逆流入境參戰及各式援助等，皆是烏克蘭成功以公眾外交概念抗俄的例證(Robotics, 2022)；相反，俄羅斯於戰後透過立法、資訊封控及假訊息攻勢等，意圖讓真相不被傳播，使得其經審查後，不但未能建立其師出有名的形象，亦造成國內公眾之分裂與逃離。

肆、我國公眾外交之運用及烏克蘭公眾外交對我國之啟示

公眾外交之運用古已有之，如《三十六計》中的「反間計」，透過製造謠言、蠱惑人心及造成矛盾等作為，創造有利於己方的態勢，即將其作為一種外交工具使用(李翔宙，2011)。檢視我國，面對當前國際環境，若能汲取烏克蘭的經驗，將有助於透過公眾外交的軟實力輔助達到外交轉型，以突破臺灣整體外交戰略之困境。

一、我國當前公眾外交之推展

受國際情勢變化影響，我國推動公眾外交之歷程大抵可分為四個階段，包括戒嚴時期(1987 年以前)以發行《自由中國週刊》這類英語刊物，以及以藝文類為主題的《光華雜誌》等，向國際形塑我國係「自由中國」與「中華文化正統」之形象。解嚴暨民主轉型時期(1987~2000 年)，我國透過民選總統、開放黨禁、言論自由、文化藝術等，展現我國邁成為「民主自由」國家一員之形象。擴大宣傳時期(2000~2016 年)，我國宣傳主軸圍繞政治、經濟、兩岸議題為主，並透過觀光、體

育、人道援助及科研等持續與國際社會互動，同時在 2011 年成立「臺灣書院」，做為海外推廣中華文話與華與教育之機構(吳協昌，2011 年)。踏實外交時期(2016~迄今)，近年來面對外交上的困境及中共的打壓，我國在文化、體育、醫療、科技和數位等基礎上，持續於國際社會建構具吸引力的軟實力和國家品牌，強調臺灣不僅是「亞洲自由民主燈塔」，亦能在國際社會中扮演「援助者」之角色，以提升能見度並促進國家利益(羅元棋，2021 年)。

據 2022 年 10 月 26 日外交業務報告寫到：「雖然持續面對中共的打壓，然在人員交流、來臺就醫及區域連結上都持續穩定成長；另外，國際媒體如 CNN、澳洲廣播公司、丹麥「政治報」及美國「洛杉磯時報」等，近 20 間媒體相繼前來臺灣採訪與設點，均大幅提升國際能見度與好感度，並於同年的 WHA 會議和 G7 會議上獲得多數國家的聲援(中華民國外交部，2022)。」鑑此，當前我國在公眾外交推展上持續以國際傳播、數位、文化、青年互動、學術交流、體育、僑民、城市行銷、非政府組織合作等多個面向為工具，透過政府與非政府組織為主體，以媒體為媒介，達到整合各方資源、瞭解不同國家的社會型態及認識當地公眾的重要議題與偏好。其次，在數位化時代下，運用數據工具反映社會現況，精準掌握地方上當前政策制定、議題，並且找出意見領袖、團體及目標對象，進行有意義的討論與產出客製化內容等，擴大號召力和宣傳力，達到「擴大國際參與」，以及「讓國際聽見臺灣的聲音」，進而維持和全球交流的熱度、緊密性都是公眾外交協助傳統外交的核心工作(呂友友，2021)。

承上，查外交部民國 112 年度「施政計畫-年度施政目標及策略」第六點：「善用國家軟實力推動公眾外交及加強國際傳播，爭取民眾支持並提升國家形象。」其施政重點有四點，第一，運用新傳播科技達到資源整合及計畫性國際傳播作為，爭取有利空間與形塑國家優質形象。第二，將傳統傳播方式與新媒體結合，擴大宣介我國外施政重點與成效。第三，透過新聞發布及媒體問答等，回應及宣達重要議題。第四，以民主、人權及法治等普世價值為主軸，強化我國國際參與及主權伸張，以爭取國際支持與認同(中華民國外交部，2023)。總言之，雖然公眾外交的發展難以改變它國既有的外交承認政策，或讓我國重返聯合國體系，然仍可持續透過頻繁的對外溝通與合作，保障我國安全和經濟等利益(Rawnsley, 2020)。

二、公眾外交與我國國防之關係

中共的文攻武嚇未曾停止，借鏡俄羅斯入侵烏克蘭經驗，近年以建立「新常態」為名，多次藉故於臺海周邊舉行大規模軍演，透過實兵對抗、聯合登陸演習、網路駭客攻擊及加強遠海投射能力等，運用「灰色地帶侵擾」混合式手段，企圖威脅區域安全與穩定，以實現「區域拒止／反介入」(Anti-Access/Area-Denial, A2/AD)。此外，中共透過網路、演算法與新興媒體整合運用，透過「外宣模式」、「粉紅模式」、「農場模式」及「協力模式」等 4 種進攻模式，達到輿論操作、心理恫嚇及訊息混淆等企圖，進而造成我國社會分化、混亂與削弱抗敵意志(中華民國 110 年國防報告書編纂委員會，2021)。

鑑此，我國國防除持續整軍經武外，亦秉持肩負區域和平穩定角色，積極尋求國際軍事交流合作，並透過教育訓練、智庫交流、國防研究、網路安全、情報分享、人道醫療等鏈結國際社會，並持續與理念相近國家深化合作及暢通溝通管道，以拓展國防事務交流、共同抵禦威權主義擴張。

綜上所述，為有效提升全民愛國信念、深化軍民同心精神及行銷國軍，近年國防部持續辦理營區開放、寒(暑)假戰鬥營、儀隊競賽、愛國歌曲競賽、國防文物保護及職棒開球等活動，建構「國防」行銷模式，達到整合行銷或內部行銷之效，以使國人見識國軍的能力與決心，並穩固國防品牌的價值；另一方面，為了「讓國軍的好被全世界知道」的原則，積極運用電視、報章雜誌、網路社群等平臺，爭取對國防政策支持：

- (一) 拍攝「能戰！全民新世界軍事專輯」節目，與網路知名藝人拍攝「一日海軍水下作業大隊」等社群影音頻道。
- (二) 透過國防部發言人臉書、Instagram、YouTube 及 Twitter 等社群平臺公告當前國防政策與重大事件。
- (三) 製播「韌性之島」等 34 部形象影片，並與航空局、公路局等單位合作，委託播放國軍形象影片及文宣海報。

此外，國軍依「全面交流，鞏固邦誼」原則，在 25 個執行軍事外交任務，舉凡高層互訪、敦睦遠航訓練、情報交換、軍陣醫療、軍品援贈、教育訓練、智庫交流、軍事法律及人道救援等交流，近 2 年實際出訪 180 餘案、來訪 70 餘案；另採視訊、電話會議或書面交換等執行方案 20 餘案，交流逾 1600 餘人次，均使國內外公眾能更好的瞭解我國國防現況與建構國軍形象(中華民國 112 年國防報告書編纂委員會，2023)。

三、烏克蘭「公眾外交」對於我國之啟示

「他山之石，可以攻玉」，從俄烏戰爭中烏克蘭在公眾外交的運用，不僅建立其境內親歐與親蘇派的共同價值觀，並在全世界建立具吸引力的「軟實力」與國家品牌，大幅提升國家利益、話語權的獲取，以及提供我們寶貴的經驗與省思。基於，根據研究心得爰提出幾點啟示與建議：

(一) 外交層面

面對中共近年不斷擴大打壓力道，意圖將我國邊緣化的環境下，我們唯有持續堅守及宣揚民主、自由及人權的普世價值，以及藉由與各國透明、公開的合作與對話，方能凸顯和中共在價值觀上的差異。其次，結合「臺灣事實查核中心」等第三方事實查核單位，協助澄清與查證相關資訊，透過主動溝通、積極查證及說明真相等實踐與建立「臺灣民主的歷史與成就」及「亞洲自由民主燈塔」的品牌形象；再者，文化、醫療、教育及人道救援等層面，為我國當前與對外互動的重要途徑，透過政府、民間的共同合作，向國際社會行銷臺灣，以建構真誠、透明且互信的多邊關係。

(二) 跨部會合作層面

「外交是內政的延伸」，應建立統籌跨國、跨界的合作機構，內容涵蓋外交、軍事、情報、媒體、資訊、文化、學術等，並廣泛地將非政府組織、意見領袖及國內外公眾納入對話當中，不僅彌補官方資訊的侷限與不足，亦能藉由開展全面性的合作與發揮整合性的功能，擴大各界影響力，打造具豐富軟實力的國家品牌。其次，近年來政府與非政府組織的合作，以人權維護、醫療、農業、教育、經貿及災難防救等，透過擴大不同層級的合作，強化我國對於國際事務積極參與的建立形象；再者，我國於 2022 年 8 月 27 日成立「數位發展部」，除負責確保電信、資訊、資安、網路與傳播等領域之安全外，亦致力於促進跨國科技與資料交換，透過新媒體平臺將我國之人文特色、地景風貌、美食小吃及旅遊資訊等，達到向國際訴「說臺灣的故事」之願景。

(三) 溝通工具層面

公眾外交的運作受惠於全球化的影響，使得資訊在傳遞上具有即時、大量、透明及多元等特性，不僅改變傳統外交模式，更透過公眾的參與加深影響的層面與提升可信度；其次，以烏克蘭的經驗為借鏡，藉由跨部會合作與數位平臺的運用，掌

握目標對象的價值觀、利益與議題等，從而精準投放資訊，始能廣泛地對大眾輿論產生影響，進而建構多邊溝通、審查平臺，以形塑友善觀感與形象的建立。

伍、結論

如果戰爭是外交失敗的下場，那麼雙邊和多邊外交就是我們的第一道防線。外交一詞既可表示活動，亦可代表機構，係透過建立政治實體間和平關係手段，達到維護國家利益，以及營造國家良好形象(商業週刊編輯處，2022)。又因公眾外交定義為：「透過資訊、文化交流影響，影響他國輿論或觀感。雖然公眾外交和傳統外交的發動者均為政府，然傳統外交僅侷限於政府部門，公眾外交的對象則是他國公眾或特定族群(陳育晟，2020)。」然而，在全球化浪潮下，原有的傳播結構早已被取代，導致近年戰爭多是「砲火尚未抵達國土，網路戰爭卻已開打」的狀況。

近年來中共持續透過「灰色地帶侵擾」達到對我國施認知攻勢，其大量運用媒體作為途徑，從各個角度進行滲透與分化。在面對中共帶來的困境，國軍持續透過「學校教育」、「跨部會合作」、「營區開放」及「媒體經營」等，真實的將我國國防政策、經費運用及訓練成果等，公開且透明的展現在國人面前，使得公眾能更全面的參與、瞭解及支持國防。身處民主、自由的臺灣，如何有效的達到讓「國軍的好讓民眾知道」，將是國軍未來須持續經營的核心理念，以打造國軍優質形象，強化對國軍支持的信念。

總言之，在中共的文攻武嚇的威脅與壓迫下，我國除應持續積極參與國際事務外，更應將「共同文化」與「普世價值」做為溝通渠道，統合政府資源與民間力量，讓國際社會感受到臺灣捍衛民主自由價值及國際秩序的決心，以營造正面形象，持續深化國際社會對我國的支持與友好。

參考文獻

一、中文部分：

中華民國 110 年國防報告書編纂委員會(2021)。《中華民國 110 年國防報告書(第一版)》。臺北：國防部。

中華民國 112 年國防報告書編纂委員會(2023)。《中華民國 112 年國防報告書(第一版)》。臺北：國防部。

中華民國外交部(2022/10/26)。吳部長立法院第十屆第六期外交業務報告。中華民國外交部。取自 <https://ws.mofa.gov.tw/Download.ashx?u=LzAwMS9VcGxvYWQvNDAYL3JlbGZpbGUvODIvOTg4ODgvODdmNzQ1ZGYtYWFKZS00N2U1LWI2MWQtM2FjNWl2MjlkZGY2LnBkZg%3d%3d&n=MjAyMjEyMjh5L5rOV6Zmi5aSW5Lqk5qWt5YuZ5aCx5ZGK56i%2fX%2bS4iuWCs%2bWklue2sueJiC5wZGY%3d> (檢索日期：2023/4/5)

中華民國外交部(2023/1/1)。112 年度施政計畫。中華民國外交部。取自 <https://ws.mofa.gov.tw/Download.ashx?u=LzAwMS9VcGxvYWQvNDAYL3JlbGZpbGUvMTQyLzk4NDgyL2Y0OTFjMDQ3LTBjN2UtNDJiZS04Y2EwLTUwMWJkMDQ0MTAwZC5wZGY%3d&n=MTEy5bm05bqm5aSW5Lqk6YOo5pa95pS%2f6KiI55Wr77yI6Zmi5qC45a6a54mI77yJLnBkZg%3d%3d&icon=.pdf> (檢索日期：2023/4/5)

李翔宙(2011)。中國大陸推動公眾外交政策之探析。《全球政治評論》，35，53-80。

李又如、劉怡馨(2022/3/24)。當假訊息成為武器：烏俄在虛擬世界的交戰。《讀新聞網》。取自 <https://www.readr.tw/post/2900> (檢索日期：2023/2/11)

呂友友(2021/2/1)。Facebook、Instagram 和 Twitter 之外，如何利用新型態新媒體進行「公眾外交」。《關鍵評論》。取自 <https://www.thenewslens.com/article/145892> (檢索日期：2023/2/7)

胡玉立(2022/3/16)。「我要回去幫忙」越來越多烏克蘭婦女返鄉參戰。《世界新聞網》。取自 <https://tw.stock.yahoo.com/news/%E6%88%91%E8%A6%81%E5%9B%9E%E5%8E%BB%E5%B9%AB%E5%BF%99-%E8%B6%8A%E4%BE%86%E8%B6%8A%E5%A4%9A%E7%83%8F%E5%85%8B%E8%98%AD%E5%A9%A6%E5%A5%B3%E8%BF%94%E9%84%89%E5%8F%83%E6%88%B0-062202225.html> (檢索日期：2023/1/30)

吳協昌(2011/10/15)。文化無國界，臺灣書院揭幕。《中央通訊社》。取自 <https://tw.news.yahoo.com/%E6%96%87%E5%8C%96%E7%84%A1%E5%9C%8B%E7%95%8C-%E5%8F%B0%E7%81%A3%E6%9B%B8%E9%99%A2%E6%8F%AD%E5%B9%95-035222954.html> (檢索日期：2023/9/18)

戚海倫(2023/9/4)。開除烏克蘭國防部長，澤倫斯基盼展現新作風。《中央廣播公司》。取自 <https://bccnews.com.tw/archives/477673> (檢索日期：2023/9/18)

陳正杰(2022/6/8)。俄羅斯入侵激發愛國心，烏克蘭加速去俄化進程。*中央通訊社*。

取自 <https://www.cna.com.tw/news/aopl/202206080027.aspx> (檢索日期：2023/1/30)

陳育晟(2020/4/14)。從社群發動的外交戰，台灣為什麼可以得到世界關注。*天下雜誌*。取自 <https://www.cw.com.tw/article/5099847> (檢索日期：2023/2/1)

張水庸(2013/5/30)。美國「公眾外交策略及改變」作為我國公眾外交的參考。*公務出國報告資訊網*。取自 http://report.nat.gov.tw/ReportFront/report_detail.jspx?sysId=C10200356 (檢索日期：2023/2/1)

張宇韶(2021/1/31)。國台辦進台灣豬的說法，猶如納粹宣傳部長戈培爾的謊言哲學。關鍵評論。取自 <https://www.thenewslens.com/article/146744> (檢索日期：2023/9/18)

張巨岩(2004)。《權力的聲音-美國的媒體與戰爭(第一版)》。北京：生活·讀書·新知三聯書店。

商業週刊編輯處(2022/11/16)。讓世界「埋單」台灣，鍵盤外交不可少。*商業週刊*。取自 https://www.businessweekly.com.tw/magazine/Article_mag_page.aspx?id=7006917 (檢索日期：2023/2/12)

劉致昕(2022/7/18)。有健康的媒體才能對抗資訊戰：烏克蘭破解「假訊息犯罪現場」、抓出俄國代理人的攻守兵法。*報導者*。取自 <https://www.twreporter.org/a/russian-invasion-of-ukraine-2022-stopfake> (檢索日期：2023/3/13)

劉致昕(2022/12/28)。專訪烏克蘭最大軍事 NGO：從支援前線到國防改革，民間如何迅速支持軍隊。*報導者*。取自 <https://www.twreporter.org/a/russian-invasion-of-ukraine-2022-come-back-alive> (檢索日期：2023/3/14)

羅元棋(2021/5/25)。民主價值結合在地文化，台灣如何透過「公眾外交」成為世界的貢獻者。*關鍵評論*。取自 <https://www.thenewslens.com/article/152796/page2> (檢索日期：2023/9/18)

蘇蘅，(2022/10/21)。戰爭不再只靠真槍實彈，數位時代下的烏俄戰爭。*雲論*。取自 <https://forum.ettoday.net/news/2217650> (檢索日期：2023/3/27)

二、英文部分：

Ambrosetti, E. T. (2022/3/28). Russia`s soft- power sources in Africa. *Africa Portal*. Retrieved from <https://www.euronews.com/2022/09/27/occupied-areas-of-ukraine->

- vote-to- join-russia-in-referendums-branded-a-sham-by-the-west (檢 索 日 期 : 2023/9/18)
- Anthony, A. (2023/2/12). The BBC's Steve Rosenberg: The increasing aggression in the Russia worries me- it could get bumpy. *The Guardian*. Retrieved from <https://www.theguardian.com/world/2023/feb/12/bbc-steve-rosenberg-russia-editor-ukraine-war-piano-gorbachev-eurovision> (檢索日期 : 2023/9/18)
- Audinet, M. (2017/4). RT, Russia's voice to the world. *Le Monde Diplomatique*. Retrieved from <https://mondediplo.com/2017/04/08RT> (檢索日期 : 2023/9/18)
- Ayhan, K. J. (2018). Branding Korea as "My Friend's Country": The Case of VANK's Cyber Public Diplomats, *Korea Observer*, 49(1), 51-81.
- Bergengruen, V. (2022/3/21). How Telegram becomes the Digital Battlefield in the Russia-Ukraine War. *Time*. Retrieved from <https://time.com/6158437/telegram-russia-ukraine-information-war/> (檢索日期 : 2023/4/6)
- Berridge, G. (2010). *Diplomacy: Theory and Practice*. U. S., Palgrave Macmillan.
- Briant, E., and A. Wanless (2018). *A Digital Menage a Trois: Strategic Leaks, Propaganda, and Journalism*, U. S., Routledge.
- Brown, J. (2008/9/9). Public Diplomacy and Propaganda: Their Difference. *American Diplomacy*. Retrieved from <https://americandiplomacy.web.unc.edu/2008/09/public-diplomacy-propaganda-their-differences/> (檢索日期 : 2023/4/3)
- Bryzghalov, A. (2023/4/26). Global Soft Power Index 2023: Case of Ukraine. *Brand Finance*. Retrieved from <https://brandfinance.com/events/global-soft-power-index-2023-case-of-ukraine> (檢索日期 : 2023/2/19)
- Cao, W. (2020/5/20). Public Diplomacy: Functions, Functional Boundaries and Measurement Methods. *Intech Open*. Retrieved from <https://www.intechopen.com/chapters/72251> (檢索日期 : 2023/3/19)
- Ciuriak, D. (2022/6/15). Social Media Warfare is being invented in Ukraine. *CIGI*. Retrieved from <https://www.cigionline.org/articles/social-media-warfare-is-being-invented-in-ukraine/> (檢索日期 : 2023/4/4)
- Clifford, C. & Gruz, S. (2022/2/23). Russian and African media: Exercising soft power. *Africa Portal*. Retrieved from <https://www.africaportal.org/publications/russian-and-african-media-exercising-soft-power/> (檢索日期 : 2023/9/18)

- CPD. (2022/9/28). What's PD. *CPD*. Retrieved from <https://uscpublicdiplomacy.org/page/what-is-pdl> (檢索日期：2023/4/1)
- Cull, N. J. (2013). The Long Road to Public Diplomacy 2.0: The Internet in the US Public Diplomacy, *International Studies Review*, 15(1), 123-139.
- Darcy, O. (2022/3/4). CNN, BBC, and others suspend broadcasting from Russia after Putin signs law limiting press. *CNN Business*. Retrieved from <https://edition.cnn.com/2022/03/04/media/bbc-cnn-russia-putin-media-law/index.html> (檢索日期：2023/2/5)
- Dri. (2022/6/1). Eight things you should know about social media in the war on Ukraine. *Democracy Reporting International*. Retrieved from <https://democracy-reporting.org/en/office/ukraine/publications/eight-things-you-should-know-about-social-media-in-the-war-on-ukraine> (檢索日期：2023/3/2)
- Ellwood, D. (2022/7/21). Narratives, Propaganda & Smart Power in the Ukraine Conflict, Part 2: Inventing a Global Presence. *CPD*. Retrieved from <https://uscpublicdiplomacy.org/blog/pd-wartime-narratives-propaganda-smart-power-ukraine-conflict-part-2-inventing-global> (檢索日期：2023/4/12)
- Hinnant, L & Stepanenko, V. (2022/7/12). Famed Ukrainian medic describes hell of Russian captivity. *AP News*. Retrieved from <https://apnews.com/article/ukraine-medic-yuliia-paievskaya-describes-captivity-5b6f6e727a0a1a2b90101640055c6b4b> (檢索日期：2023/3/22)
- Kataev, D. (2022/3/16). Marina Ovsyannikova broke the state propaganda machine - others will follow. *The Guardian*. Retrieved from <https://www.theguardian.com/commentisfree/2022/mar/16/marina-ovsyannikova-russia-propaganda-putin> (檢索日期：2023/3/2)
- Khrushcheva, N. L. (2023/4/26). How Russia Fight. *Project Syndicate*. Retrieved from <https://www.project-syndicate.org/commentary/weakening-russian-support-for-ukraine-war-by-nina-l-khrushcheva-2023-04?barrier=accesspaylog> (檢索日期：2023/4/30)
- Klomegah, K. K. (2022/11/29). Russia's Cultural Diplomacy in Multipolar World. Africa's Role, Challenges and Benefits. *Modern Diplomacy*. <https://modern>

- diplomacy.eu/2022/11/29/russias-cultural-diplomacy-in-multipolar-world-africas-role-challenges-and-benefits/ (檢索日期：2023/4/5)
- Koshiw, I. (2022/5/25). Death to the enemy: Ukraine`s news channels unite to cover war. *The Guardian*. Retrieved from <https://www.theguardian.com/world/2022/may/25/death-to-the-enemy-ukraine-news-channels-unite-to-cover-war> (檢索日期：2023/3/21)
- Kizlova, K. & Norris, P. (2022/3/17). What do ordinary Russians really think about the war in Ukraine. *LES Research Online*. Retrieved from <https://eprints.lse.ac.uk/114724/> (檢索日期：2023/9/18)
- Kyodo. (2022/11/6). Ukraine`s “IT army” has conducted 8,000 cyberattacks against Russia: minister. *South China Morning Post*. Retrieved from https://www.scmp.com/news/world/russia-central-asia/article/3198643/ukraines-it-army-has-conducted-8000-cyberattacks-against-russia-minister?module=perpetual_scroll_0&pgtype=article&campaign=3198643 (檢索日期：2023/3/12)
- Lawier, D. (2022/6/3). The first 100 days of war in Ukraine could be just the beginning. *Axios World*. Retrieved from <https://www.axios.com/2022/06/03/100-days-war-ukraine-russia-winning-donbas> (檢索日期：2023/2/11)
- Mamchii O., (2023/3/30). The Concept of Public Diplomacy in the 21st Century, *Best Diplomats*. Retrieved from <https://bestdiplomats.org/public-diplomacy/> (檢索日期：2023/4/7)
- Ministry Foreign Affair of Russia. (2023/3/27). Foreign Minister Sergey Lavrov`s remarks at a meeting of the Board of Trustees of the Alexander Gorchakov Public Diplomacy Fund, *Ministry Foreign Affair of Russia*. Retrieved from https://www.mid.ru/en/foreign_policy/news/1859782/ (檢索日期：2023/4/7)
- Ministry Foreign Affair of Ukraine. (2021/12/7). Public diplomacy is a tool for building Ukraine`s resilience to hybrid threats and an effective way to promote positive image abroad. *Ministry Foreign Affair of Ukraine*. Retrieved from <https://mfa.gov.ua/en/news/public-diplomacy-tool-building-ukraines-resilience-hybrid-threats-and-effective-way-promote-positive-image-abroad> (檢索日期：2023/4/3)

- Misyuk, I. (2013/11/21). Propaganda and Public Diplomacy: The Problem of Differentiation. *Humanities and Social Sciences*. Retrieved from <https://ena.lpnu.ua:8443/server/api/core/bitstreams/7665b8fe-5c8e-44f6-b7d0-1f74dcad86e3/content> (檢索日期：2023/4/3)
- Morozov, V. (2020/1/1). Russia's Public Diplomacy in the Middle East. *Research Gate*. Retrieved from <https://deliverypdf.ssrn.com/delivery.php?ID=757114096124125112082094005008092023030092050084043069014029067120088117098115068110018011103047026000040100115121082003120124045037034011050082091095070098090086007063022004068117064014006105022113082065119031070020118118123030069081093004125124001086&EXT=pdf&INDEX=TRUE> (檢索日期：2023/3/23)
- Munro, A. (2017/7/11). Public Diplomacy. *Britannica*. Retrieved from <https://www.britannica.com/topic/public-diplomacy> (檢索日期：2023/3/13)
- NATO. (2022). Communications and Public Diplomacy, NATO. Retrieved from https://www.nato.int/cps/en/natohq/topics_69275.htm (檢索日期：2023/9/18)
- Nye, J. (2008). Public Diplomacy and Soft Power, *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 94-109.
- Putin, V. (2012/2/26). Vladimir Putin: Security in the world can be ensure only together with Russia. *RGRU*. Retrieved from <https://rg.ru/2012/02/27/putin-politika.html> (檢索日期：2023/4/5)
- Rawnsley, G. D. (2020). Taiwan, Public Diplomacy, and World Health Assembly. *International Journal of Taiwan Studies*, 3(1), 5-9.
- Reid, E. (2021/6/24). Russia's Public Diplomacy: Success, Shortcoming and Suggestions. *Valdai Discussion Club*. Retrieved from <https://valdaiclub.com/a/highlights/russia-s-public-diplomacy-successes-shortcomings/> (檢索日期：2023/4/5)
- Robotics, M. (2022/11/29). Milrem Robotics to deliver 14 THeMIS UGVs to Ukraine in cooperation with KMW. *European Defence Review*. Retrieved from <https://www.edrmagazine.eu/milrem-robotics-to-deliver-14-themis-ugvs-to-ukraine-in-cooperation-with-kmw> (檢索日期：2023/4/5)

- Rosenberg, S. (2022/12/12). Ukraine War: The Russians locked up for refusing to fight. *BBC*. Retrieved from <https://www.bbc.com/news/world-europe-63916810> (檢索日期：2023/4/3)
- Salama, V. (2023/4/5). Blinken Says “No Doubt” Russia Has Wrongfully Detained WSJ’s Evan Gershkovich. *The Wall Street Journal*. Retrieved from <https://www.wsj.com/articles/u-s-readies-wrongfully-detained-label-for-reporter-held-in-russia-5783c086?page=6> (檢索日期：2023/4/6)
- Shaun, R. (2004). *Dialogue-based public diplomacy: A new policy paradigm*, trans. Jan Melissen. Netherland: Netherland Institute of International Relations.
- Shmigel, P. (2022/9/26). From the UN to the Late Show, Ukraine’s Diplomats are Winning. *Atlantic Council*. Retrieved from <https://www.atlanticcouncil.org/blogs/Ukrainealert/from-the-un-to-the-late-show-ukraines-diplomats-are-winning/> (檢索日期：2023/4/1)
- Snow, N. (2012/12/4). Public Diplomacy and Propaganda: Rethinking Diplomacy in the Age of Persuasion. *E-International Relations*. Retrieved from <https://www.e-ir.info/2012/12/04/public-diplomacy-and-propaganda-rethinking-diplomacy-in-the-age-of-persuasion/> (檢索日期：2023/3/29)
- Suciu, P. (2022/12/13). Ukraine is winning on the battlefield and on social media. *Forbes*. Retrieved from <https://www.forbes.com/sites/petersuciu/2022/10/13/Ukraine-is-winning-on-the-battlefield-and-on-social-media/?sh=2d3835194008> (檢索日期：2023/3/29)
- Tsvetkova, N. & Rushchin, D. (2021). Russia’s Public Diplomacy: Soft Power to Strategic Communication, *Routledge*, 20(1), 50-59.
- United State, (1987). *Dictionary of International Relations Terms*. U. S. Department State Library.
- Velikaya, A. A. (2018/12). *The Russian Approach to Public Diplomacy and Humanitarian Cooperation, Public Diplomacy of Rising and Regional Powers*, 3(3), 39-61.
- Wallin, M. (2012). *The New Public Diplomacy Imperative: America’s Vital Need to Communicate Strategically*. U. S.: American Security Project.
- Wolf Jr., C (2004). *Public Diplomacy: How to think about and improve it*. U. S.: Rand.

- Yilmaz, H. K. (2023/2). *The Ukraine war and the public diplomacy performance of Russia and Ukraine*. Turkey: Middle East Technical University.
- Zhyla, N. (2022/6/8). The Most Popular Social Networks in Ukraine during the War—Research by Global Logic. *Mezha*. Retrieved from <https://mezha.media/en/2022/08/06/the-most-popular-social-networks-in-ukraine-during-the-war-research-by-global-logic/> (檢索日期：2023/9/18)

收件日期：2023 年 04 月 09 日

一審日期：2023 年 04 月 28 日

二審日期：2023 年 07 月 18 日

採用日期：2023 年 10 月 10 日

(本頁空白)