

國防部政治作戰局
113 年度施政績效報告

壹、前言

為執行施政績效評估作業，政戰局依「國防部施政績效管理作業手冊」及「國防部 113 年度施政績效評估作業實施計畫」等規範，持續進行施政成效檢討評估；政戰局 113 年度施政目標計「籌備政戰裝備，增進聯戰效能」、「精進服務工作，提供優質環境」、「鼓勵官兵進修，以滿足各職類專業需求」、「提升輔導知能，維護心理健康」、「運用多元宣傳策略，凝聚全民愛國意志」、「持續推動各項交流，拓展國際宣傳管道」、「嚴密人員接密限制，落實資安保密稽核」、「反制中共滲透竊密，強化安全管控機制」、「主動行銷國防政策，強化社會溝通效能」、「即時破除錯假訊息，快速消弭外界疑慮」等 10 項，由各業管單位訂定執行策略，負責推動；各項工作均有豐碩成果，施政績效卓著。

貳、機關 110 至 113 年度預算及人力

一、近 4 年預、決算趨勢(單位：百萬元)

預決算單位：百萬元					
項目	預決算	110	111	112	113
合計	預算	695.087	623.992	598.642	600.209
	決算	565.326	527.945	590.497	581.464
	執行率(%)	81.33%	84.61%	98.63%	96.9%
普通基金(公務預算)	預算	695.087	623.992	598.642	600.209
	決算	565.326	527.945	590.497	581.464
	執行率(%)	81.33%	84.61%	98.63%	96.9%

* 本施政績效係就普通基金(公務預算)部分評估，特種基金不納入評估。

二、預、決算趨勢說明

(一)公務預算增減原因分析：

政戰局 113 年度獲賦預算較 112 年度增加新臺幣 1,567 萬餘元，主要係因軍事投資建案「112-116 年載人公務車輛籌補」編列於 113 年預算額度較 112 年額度高所致。

(二)預、決算落差原因分析：

政戰局 113 年度預、決算差異金額 1,874 萬餘元，主要係「青年日報社建築物耐震補強工程」乙案預算保留所致。

三、機關實際員額

年度	110	111	112	113
職員	*	*	*	*
約聘僱人員	*	*	*	*
合計	*	*	*	*

* 人員資料涉及機關人員資訊，不予公開。

參、年度目標及策略推動成果

年度施政目標		執行策略/作為	達成效益/成果	未來精進方向
一	籌備政戰裝備，增進聯戰效能	兵力整建計畫達成率	一、政戰局暨所屬部隊(單位)113年軍事投資共計3案，均屬自行列管案件。年度辦理管考作業計4次，配合戰規司每季第3個月軍事投資計畫(預算)執行績效分析造報作業辦理，實際辦理管考作業計4次。 二、各項管考作為有效協助單位先期掌握窒礙問題，積極研處解決，均達成兵力整建計畫目標。	一、面對共軍近年更趨頻密與強硬之軍事威脅，並借鏡烏俄戰爭不對稱作戰啟示，依國軍「提升後備戰力」、「建構不對稱作戰」、「強化防衛韌性」及「厚植灰色地帶應處能量」等四大整建規劃方向，持續精進政戰組織與裝備汰換作業，以強化政戰整備，確保聯合作戰任務達成。 二、針對116-120年兵力整建計畫，政戰局業於114年1月20日邀集各局屬單位召開軍事投資建案研討會議，依上揭整建規劃方向，及因應現代科技與作戰型態快速變化，檢討新增建案呈報。
		政訓中心正氣樓新建工程	依據部頒「國軍營區設施建造原則」，配合辦理人員生活設施面積設置，檢討基地土地及使用狀況，並前瞻考量未來任務、駐地情形，以精實建案需求執行，務求各設施堅固耐用、安全實用，如質如期竣工，以有效改善生活環境、滿足基本福利，可獲得之成果及效益評估如下： 一、消除危安顧慮： 原正氣樓營舍老舊，以不符現代人員住用需求，正氣樓多功能營舍新建統包工程完竣，可供政訓中心行政、教職及受訓人員安全住用空間，消彌危安因子，以符實需。 二、符合現代化需求精進學員生活設施：	一、精進空間運用：規劃增建「公共浴廁」及「遮雨棚」，完善人員住用實需，強化教育能量，打造優質服役環境。 二、環境綠美化：因應政府政策，規劃正氣樓周遭公共區域增設植栽及公共藝術等綠色造景，營造

			(一) 因應「一年期義務役制」及「國防政策指導」，政訓中心未來接訓人數將增加36%，隨正氣樓新建工程完竣，可提升人員生活品質，優化生活環境，為國軍培育專業之政戰幹部。 (二) 配合「政府節能減碳政策」，現行規劃需求可符合國家現行法令規章（如：土壤污染防治法、綠建築標章推動使用作業要點、國軍節約能源管制作業規定），打造低碳生活環境，提升生活品質。	綠化環境及美化公共空間，提升住用人員舒適辦公與學習空間。
二	精進服務工作，提供優質環境	優化官兵服務工作	一、為優化官兵福利服務工作，營造良好服役環境，福利處積極提供多元福利品供應服務暨多元附加服務，各項成果如次。 (一) 為使高山偏遠(含外、離島)地區戰備留守官兵感受年節之氣氛，致贈節品以彰顯關懷之美意，統計113年慰問節品計462箱及福袋575個。 (二) 擴大與各企業結盟合作，辦理敬軍活動，統計加入策略聯盟計103家廠商，詳細門市資訊均公告於福利事業管理處網站(食：283家、衣：3家、住：156家、行：46家、育：78家、樂：10家、其他:1,866家)，合計2,442家門市。 (三) 為照顧年長之軍、榮譽屬，福利處提供便捷購物服務，各福利站每週定期辦理「愛心送貨到府」服務，113年計辦理6,366次，宅配金額達新臺幣(以下幣制同)4,076萬餘元。 (四) 官兵辦理福利證，除享有購物累計紅利點數及生日加碼回饋外，透過購物資訊，可配合每月行銷活動抽獎、高鐵企業用戶窗口購票及特約商店識別優惠等附加服務。 (五) 福利處提供多元化服務，建置「電子商務」平臺，區分為國軍行政事務用品、部隊年節網購及網路商店等3部分。 1、國軍行政事務用品： 各單位藉由營區網路或營站下單訂購，公司採宅配、郵寄方式逕送各需求單位，貨到轉帳付款，提供單位適法省事之採購管道，有效節約採購人力，113年銷售共計2億4,232萬餘元。 2、部隊年節網購： 福利處製作DM型錄，提供部隊三節團膳、節品饋贈採購，減輕膳食人員勤務，113年銷售共計8,529萬餘元。 3、網路宅配及票券：	服務官兵及軍榮譽屬為政戰局核心價值，福利處除持續朝「多元化經營」、「自有品牌行銷」外，因應近年網路及電商發展，將以「網購商店」及「實體店面」並行，不斷尋求「亮點」創造「服務有感」，針對官兵及軍(榮)眷屬消費習慣，廣續招商引進優質商品，有計畫推展行銷作為，讓會員能以更優惠價格購買到優質商品，以擴大回饋與服務績效。

			因應市場趨勢，配合網路世代消費習慣，推動線上即時購物，提供國內餐飲、旅遊(宿)、影城票券及線上購物滿額宅配，擴大服務效能，113年銷售共計4,928萬餘元。 (六) 配合年度國軍重要戰訓展演、海軍敦睦艦隊遠航艦艇開放參觀、儀隊競賽、三軍聯合婚禮及各軍種營區開放活動，提供行動福利車服務，統計113年服務逾2萬9千餘人次。 (七) 為精進服務效能，分於高雄市岡山區設置岡山榮家服務臺、臺南市東區設置臺南榮家服務臺及行政院退輔會設置服務臺，均採現代化超商模式完成市場整備，使賣場能明亮美觀、企業識別鮮明，營造溫馨之購物環境，增益服務效能。 (八) 凡屬國軍眷改基地或無營站之軍事單位(含演訓)，均可透過各地區辦公室，申請巡迴服務，使福利工作延伸擴及各角落。 二、為表達國防部對長期戍守外離島、本島高山偏遠地區部隊(單位)及國軍住院官兵關懷之意，於每年三節時機，前往各單位及醫院辦理慰問，藉以提升部隊士氣；經統計113年共發放645個單位團體慰問金計894萬5,000元；另辦理住院官兵慰問，共計482人次，發放慰問金57萬5,000元。 三、軍人之友社各服務站主動策辦地區「與徵屬有約」座談會、結合縣市政府役政單位辦理兵役座談；除宣導役男入營後生活、訓練、軍紀、適應等外，更應著意於徵屬關切子弟心意，利用時機多與之溝通、說明，以增進徵屬對軍中的瞭解，113年計辦理座談會1,864場次，參加役男人數計6萬2,846人；聯絡輔訪各類服務工作績效總計901人次(含親訪145人)。 四、配合政府政策，加強照顧弱勢國軍官兵，各軍人服務站積極向地方政府爭取國軍官兵及眷(徵)屬急難病困慰問預算，以及地方(慈善機構、工商團體、地方仕紳等)善心捐助，113年急難病困(傷亡)慰問計1,356戶，慰助金額857萬1,588元。	
		照顧官兵托育需求	一、為配合行政院「托育公共化、完善幼兒照顧環境」國家政策，並加速推動公共化教保服務，行政院於民國109年8月13日「研商政府機關(構)加速推動公共化教保服務事宜第2次會議」決議，分配國防部等13個部會單位，應開設幼兒園及教保中心計525	一、目前未籌設公共化教保服務中心之地區，計有基隆市等7個縣市，如官兵仍有托育需求，將與教

			班，國防部受賦予目標數為60班。 二、後續即積極籌備規劃，策頒推動設置作業計畫，並實施官兵需求問卷調查，完成12萬餘份問卷，統計分析50%以上官兵有托育需求，為秉持「服務官兵，照顧眷屬」精神，再主動向行政院爭取增加目標數為85班，嗣經國教署111年10月25日核定84班，為各部會開設數之最。 三、執行成效如後： 國防部於110年受命後迄113年12月31日止已完成各幼兒園或教保中心立案招生，期間歷經計畫、籌設、立案、招生及開園等階段，以及配合國教署滾動式調整師生比迄113年12月31日止，經核准立案招生員額計71班1,425人，因招生尚未額滿，已開班30處70班，招生計1,261人(民眾子女計796人、軍職子女計465人)；現餘額計164人可供官兵及周邊居民適齡幼兒就讀，亦可照顧官兵托育需求外，以及兼收敦親睦鄰良效，共創雙贏。	育部積極協調溝通，持續滾動式辦理籌設，俾利照顧軍人家庭。 二、空軍新設復興崗校區職務宿舍預於116年新建完工，設立幼兒園3班(76人)，賡續依律定籌設節點，管制召開定期會議，掌握立案進度，俾利依期完成開園。
		處理權益受損申請審議案件	一、依國防部官兵權益保障會政策指導，積極執行官兵權益保障工作，透過政策宣導與實務推動，有效處理權益受損申請審議案件，維護官兵合法權益，以營造健全合理服役環境。 二、113年受理申請審議案件計10案，均於時限內完成審議。	一、賡續強化宣導：針對審議要點及因公涉訟輔助規定，持續強化宣教作為，創新宣教方式，期藉各類教育時機，利用新穎、活潑、有創意之宣導模式，將權保觀念落實至每一階層，深植各級所屬權保觀念。 二、分析撤銷原處分另予適法處置個案意涵： 彙整年度內權保撤另處案件，分析決議情形及違失態樣，提供所屬單位參考運用，俾貫徹依法行政之要求，確維官兵權益保障。 三、落實一級輔導一級：

				要求所屬單位確依法令規定辦理各項工作，如遇法令適用疑義，應主動詢問法務部門；另法務部門應積極提供人事部門適法意見，通力合作協助部隊主官(管)依法行政，完善內部管理作為；另落實一級輔導一級機制，發現業務窒礙或瑕疵，即時協助解決問題、修正錯誤，完備懲罰作業。
三	鼓勵官兵進修，以滿足各類專業需求	培育優質政戰幹部，提升人員素質	一、政戰專業軍(士)官招募： 為提升政戰人力，由政戰局指導各軍司令(指揮)部，並配合地區招募中心共同招募，113年志願役專業預備軍(士)官班隊，計招募軍官2梯次、士官1梯次，共計3梯次；共招獲軍官413員及士官5員，達成率150%，使基層戰力之鞏固及工作推展，深具成效。 二、國軍軍(士)官公餘進修： 為培育優質政戰幹部，提升所屬人員素質，鼓勵同仁參與學位公餘進修，113年參加公餘進修14員(博士：軍官1員；碩士：軍官7員、士官1員；學士：士官5員)。 三、國軍績優政戰主管選拔表揚： 為拔擢優秀人才，每年辦理績優政戰主管評選表揚，113年核定當選「國防部獎狀」計8員、當選「軍種獎狀」計41員，合計49員，以激勵工作士氣，樹立良好模範，精進國軍政戰工作，提升整體戰力。	為培育優質政戰幹部及提升政戰專業能量，持續運用招募時機，招獲人才補充基層戰力；另持續鼓勵所屬同仁參與學位全時及公餘進修，以培育優質政戰幹部及提升政戰專業能量。
		官兵參與專業專長證照培訓	一、為提升政戰幹部專業職能，鼓勵政戰同仁參與證照及專業專長培訓，經統計113年參加證照及專業專長培訓計24員(軍官：21員、士官：3員)。 二、為提升國軍心理、社工人員專業素養，配合考選部民國113年專門職業及技術人員高等「諮商心理師」及上、下半年「社會工作師」證照考試期程，針對具意願且完成報名考試人員，採集中研讀方式，辦理證	持續鼓勵政戰同仁參與證照及專業專長培訓，以提升政戰幹部專業職能及心理衛生工作服務品質。

			照研習班2期，113年考取證照15員(心理師4員、社工師11員)。	
四	提升輔導知能，維護心理健康	轉介心理輔導，提供多元服務	一、落實三級防處： (一) 國軍心理輔導體系以「初級發掘預防」、「二級專業輔導」、「三級醫療處遇」之三級防處架構，以促進官兵心理健康及防範自殺案件肇生，並由營、連、排、班級(含比照)基層領導幹部負責第一線防處工作，藉由教育推廣等作為，教育官兵「人人都是珍愛生命守門人」，期能及早發掘心緒不穩或具自殺傾向官兵，主動陪伴關懷及轉介心理衛生中心輔導，促進官兵身心健康。 (二) 為協助各級加強官兵心緒狀況處遇作為，配合重要節慶連續假期或季節轉換等易肇案時間，綜整以往案例，分析可能成因、行為態樣、危安徵候，研擬應處作為及防治重點，完成心理衛生宣教通報，令發基層單位運用，113年策頒國防部心理衛生工作宣教通報計「近期自殺態樣防處工作要求重點」等5份。 二、鏈結民間資源： 考量官兵資源可近性及機構專長領域等特性，113年分由北、中、南及東部地區心衛中心辦理招商簽約作業，共計與116所諮商機構合作，轉介886人次，使用889小時，統計官兵整體滿意度達9成。	一、鑑於衛生福利部推動年輕族群(青壯世代)心理健康支持方案反應熱烈，顯見社會心理諮商(輔導)需求增加，因應官兵新興問題複雜多元，除三級防處機制為基礎，爰擬國軍鏈結民間輔導資源方案，導入社會專業能量，提供官兵多元輔導及自主求助管道，維護部隊官兵心理健康，輔助國軍心輔工作推展，提升服務效能與品質，建構完善軍民輔導資源網絡。 二、國軍官兵來自社會，在營由各級幹部依輔導管制作法協助官兵解決疑難；持續教育幹部主動聯繫「社會福利服務中心」及「社區心理衛生中心」，提供官兵相關協處作為，並依衛生福利部「脆弱家庭」協助對象，凡家庭關係疏離或衝突，需多重支持與服務介入之家庭，均可通報地方政府社會福利機構提供後續協助，鏈結社安網絡，完善照顧機制。

		策辦教育推廣，提升心輔知能	一、增加教育時數，提升心輔知能： 依「國軍心輔列車巡迴宣教暨地區心衛中心走入基層實施作法」，要求國軍各地區心衛中心專業心輔員編組走入基層部隊，對班、排、連、營級幹部講授敏感度訓練、輔導實務技巧及自殺防治工作要領等課程，藉個案研討、經驗分享，促進雙向溝通，以解決單位疑難，為強化基層幹部專業知能訓練，推廣全軍關懷文化。藉地區心衛中心專業能量，整合轄屬資源，主動提供各軍司令(指揮)部基層單位(聯兵旅級)心輔工作建議與各項服務，自113年1月起推動地區心衛中心心輔官(員)走入基層，參與單位「輔導知能研討會」協助處理重大輔導個案、量表施測及心衛教育，計實施907場次、8,423人次，建構完整「三級防處體系」及「區域輔導網絡」，有效發揮心輔效能。113年辦理心輔列車巡迴宣教，針對各營級單位，以「初級防處輔導知能」及「個案狀況研討」為主題實施授課，每次2小時，共790場次，參加人員計5萬5,159人次，有效提升幹部危安發掘敏感度及應處能力。 二、結合巡迴宣教，精進輔導實務： 自113年5月上旬起政戰局配合「國軍民國113年軍風紀專案巡迴宣教」，以「國軍自殺防治工作檢討與重點提醒事項」為題，對營級(含)以上主官、主管及士官督導長等人實施授課，計15場次，3,960人次，持續精進基層部隊輔導實務工作。 三、專案活動宣導，強化心理健康： 政戰局於113年8月1起，結合9月10日「世界自殺防治日」、10月10日「世界心理健康日」，以「守護『心』健康，樂活『心』行動」辦理國軍心理健康宣導專案活動，進行「樂活不NG、心行動GO」網路推廣、「守護『心』健康，有『愛』零距離」宣導短輯製播及互動式贈獎活動，協助官兵培養積極樂活、正向思考與抗壓能力，建立促進身心健康之優質部隊環境，並評選陸軍關渡地區指揮部等20個活動績優團體，各頒發國防部獎座及團體獎金3萬元，以茲鼓勵。 四、實施分科訓練，扎根初級防處： 為增進初任政戰軍官初級防處知能，政戰局於113年結合政戰專業軍官班及「基層政戰實務工作講習班」，實施「政戰初任軍	政戰局研析近年國軍自殺及心緒失衡案件肇因，並參酌全國自殺防治中心文獻，除原有經濟債務外，家庭因素、感情及個人價值觀呈現驟升趨勢，各級單位應落實心衛健康教育，置重點於塑建官兵主動求助觀念，建立正確理財及情感認知；另各單位遴聘專業講師實施專題講座，應由單位主官親自主持，落實人員管制，以提升教育效果，強化全軍官兵珍愛生命觀念，教育官兵發掘異常徵候，立即反映回報，掌握應處與轉介時效。
--	--	---------------	---	--

			官輔導知能訓練」課程，並遴選資深具豐富實務經驗心輔人員及邀請國內各相關領域專家、學者實施授課，使渠等均具備輔導實務能力，以提升初級防處能力，合計4梯次，368人次。 五、製作心輔影片，建立正確認知： 為建立官兵正確心理衛生認知及自我照護概念，113年配合莒光園地節目製作「心輔單元劇-蛻變、心的距離」、「心輔座談會：預備幸福的能力」、「促心長談：認識心理健康」及「心輔小叮嚀」6集與官兵分享，塑建正確心理衛生教育認知與求助觀念。 六、邀集學者諮詢，精進自殺防治： 為務實評估各項政策內容與預期成效，爰邀請衛生福利部心理健康司洪嘉璣專委、臺大醫院新竹分院精神醫學部廖士程主任、諮商師公會許瑛珣副理事長、社工師公會蔡佩如組長、臺灣輔導與諮商學會陳斐娟理事長及張老師基金會臺北分會劉素芳總幹事等專家學者代表，分於113年4月3日、8月13日召開「國軍113年上、下半年心理衛生暨自殺防治工作專家諮詢會議」，針就執行情形及未來精進作為共同研討，期藉專業意見，以周延心理健康促進及自殺防治效能。	
五	運用多元宣傳策略，凝聚全民愛國意志	製拍文宣影片，透過多元管道播送，將國家安全觀念融入國人生活	一、莒光日教學執行迄今，以「創新、多元」的態度，結合社會脈動與環境所需，在課程內容及節目型態的呈現上，配合國防政策與閱聽群眾需求，調整精進，以落實推展國軍精神教育之目的；今年節目合計製播144個單元，發布於YouTube影音平臺，年度觀看次數計209萬5,065次，曝光次數計2,327萬6,424次；另為建立官兵正確認知，邀請專家學者，透由「媒體識讀」、「聊聊國防」、「區域情勢發展與挑戰」等系列節目，引領官兵理性思辨、慎選資訊，了解國防政策及我國在區域發展下的角色與能力。 二、「能戰！全民新視界」電視節目製播： 政戰局為推動全民國防教育，增進全民防衛意識及堅定愛國信念等認知，與業界合作拍攝「能戰！全民新視界」節目，透過新活潑、多元及契合社會脈動之規劃，深度報導國軍部隊訓練及武器裝備，113年節目自113年9月7日起至11月2日連續9週，每週	一、114年度「莒光園地」電視教學以聚焦「堅定官兵愛國信念」為教育主軸，並針對「涵養『國家、責任、榮譽』軍人信念」、「提升敵情意識」及「強化政策宣導及社會溝通」三大面向，採模式化課表、連續性教育方式企製節目，以建立官兵正確認知。 二、「能戰！全民新視界」電視節目製播： 結合時下大眾收

			六晚間20-21時在三立新聞臺首播，隔日凌晨01-02時重播，並於當週日15-16時三立iNews臺再播出乙次，計區分「軍事行旅」及「國防科普」等二大系列：第一系列「軍事行旅」係透過藝人的實際走訪金門、馬祖等地，讓外、離島軍事單位重新被民眾認識，引領民眾從柔性的角度強化對國軍認同感；第二系列「國防科普」，以「軍事科普」、「外島最前線及金牌特訓班」及「學長姐來了」等三單元為主軸，貼身記錄各部隊執行戰備演訓任務之實況。年度製播9集收視率全數進入全國有線及衛星電視節目收視率排名前80名，海外收視收視人次15萬、總人次達892.3萬。 三、製拍國軍形象影片： 年度配合國防政策、重要演訓、節日及全民國防教育活動製播「有我在，你安心」等90部影片；透由國防部發言人、青年日報、漢聲電臺及全民國防教育臉書專頁、莒光園地、YouTube、軍聞社網站等平臺播出，網路瀏覽觸及數共計777萬8,044次；另結合民間資源與能量，與臺北航空站、高速公路局、臺灣港務公司、臺北市公共運輸處等機關合作實施公益託播，強化宣傳力度，形塑國軍優質形象，厚植國人全民國防共信共識。 四、與知名網紅合作製播形象影片： (一)「麥卡貝網路電視-木曜四超玩」合作拍攝「一日入伍訓」影片，邀請藝人邵智源體驗陸軍官校合理冒險訓練、震撼教育、手榴彈投擲等課程，呈現真實、嚴格的訓練實況，截至12月25日社群媒體瀏覽點閱數計96萬餘人次。 (二)空軍司令部與「嗨！營業中」製作團隊合作實境節目，赴空軍松山基地體驗伙食、地勤訓練，點閱數14萬餘人次。 (三)與「健人蓋伊」合作，邀請三軍八校院推派初官分組競賽五百公尺障礙超越項目，展現軍事院校精實的培訓，截至12月25日點閱數44萬餘人次。	視習慣轉變，自114年起播映管道擴增網路社群及串流平臺，以時事主題及重大國防政策，透過多元手法，將觸角擴及社會各階層角落，並在歷年累積的成果上拓展收視群體，以「深植全民國防觀念」及「塑建國軍優質形象」。 三、為擴大國軍正面形象宣傳，持續運用國防部發言人、青年日報、漢聲電臺及全民國防教育臉書專頁、莒光園地、YouTube、軍聞社網站等平臺播放國軍形象影片，並與臺北航空站、高速公路局、臺灣港務公司、臺北市公共運輸處等機關合作實施公益託播，以及與民營機構(如：捷運、臺鐵、航空公司)商談合作機制，以深化宣傳廣度，形塑國軍整體優良形象。 四、為擴大全民國防教育推廣，持續發想多元、創新行銷手法，以吸引民眾關注及瀏覽；114年配合辦理「九條好漢在一班」及「海鷗救護隊」影視
--	--	--	--	--

			協拍，透過當前熱門的真人實境秀拍攝手法，及國軍空中救護單位24小時待命完成艱鉅的救援任務，忠實呈現國軍各部隊訓練全程，進而達到宣傳國防事務及施政方向，凝聚全民愛國意志。
透過多元活動及宣傳，凝聚全民愛國共識	一、漢聲電臺VideoPodcast節目： 為強化國防政策社會溝通效能，吸引網路使用族群關注國防施政，結合網路影音社群平臺，自113年3月起，每月蒐集當前重要議題，由漢聲電臺製播VideoPodcast節目，累計製播10集，觸及率達63萬6,956次。 二、慶祝九三軍人節暨八二三戰役勝利音樂會： 於8月21日假臺北國際會議中心舉辦，以「音樂說國軍的故事」為構想，邀請藝人、聲樂家、花蓮太平國小及軍校生合唱團、國防部藝工隊等團體演出，慶祝軍人節及八二三戰役勝利；除現場3,000名觀眾進場觀賞，並由三立新聞臺、青年日報全程直播，網路瀏覽次數達8萬5千餘人次，有效傳達國軍守護家園、捍衛民主自由決心。 三、第七屆全國高級中等學校儀隊決賽： 為厚植青年學子全民國防共識，國防部與教育部合辦儀隊競賽，113年第七屆儀隊競賽初賽，由陸軍(北區4月13日桃園市藝文廣場)、海軍(南區4月14日高雄市蓬萊碼頭棧柒庫前廣場)、空軍(中區5月4日臺中市圓滿劇場)辦理，計有莊敬高職等46所學校、1,076位學生參賽，經初賽由莊敬高職、新興高中、鶯歌工商、仁德醫專、華盛頓中學、北斗家商、惠文高中、內埔農工、高雄女中、港明高中等10所學校晉級決賽；另決賽業於7月6日，在國家表演藝術中心國家兩廳院廣場舉辦，賽事經評審評定，冠軍莊敬高職、亞軍仁德醫專及季軍內埔農工；透過大數據分析，多數民眾對於國防部舉辦儀隊競賽活動，皆表認同，有助於提升全民國防意識。 四、推動全民國防教育「走入校園」活動： 各軍司令(指揮)部編組具單位特色之宣教	一、持恆以國內、外網路及年輕族群關注之國防議題或施政項目，透由製播優質節目傳遞正確國防相關資訊，達社會溝通目的。 二、為紀念二戰暨抗戰勝利80週年，緬懷先烈先賢犧牲奉獻之精神，114年規劃以「反侵略、護家園」為核心，辦理音樂會活動，發揚「軍民同心抗敵」、「守護中華民國」、「青年挺身衛國」及「與友盟共同奮戰」之精神，凝聚國人同胞心手相連、同舟一命的全民國防共識，並且提升民眾對國防事務的認同與支持。 三、儀隊競賽不僅是精神與榮耀的展現，除北、中、南區高中（職）校報名外，更邀請大專院校儀隊	

			小組，採小群組、多批次走入各級學校，以活潑多元方式宣導全民國防教育，113年辦理88場次，活動內容包含官兵軍旅經驗分享、武器裝具互動式體驗，以及全民國防教育課程講授，並透過問卷施測及座談，瞭解青年學子學習狀況，適切修調宣教方式，進而深化全民防衛認知，提升整體教育成效。 五、推動全民國防教育「走入社會」活動：為深化及普及全民國防教育層面，以各作戰區為單位，主動聯繫轄內縣市政府、區、鄉(鎮、市)等行政機關或企業公司，配合相關會議、運動會、親子日或人員教育訓練等時機，辦理走入社會活動，113年辦理8場次，藉由國防部遴派具國防專業之專家學者，分赴申請單位實施宣教，增進社會各界接觸國防事務的機會，進而爭取認同與支持，提升整體教育成效。 六、推動全民國防教育「走入鄉里」活動：年度內由海軍司令部、空軍司令部及憲兵指揮部主辦，透過與各縣(市)政府合作，辦理走入鄉里活動，空軍司令部於10月19日，配合新竹市政府眷村文化節，假新竹市將軍村辦理，計2,000餘名民眾參與；憲兵指揮部於10月25日，假屏東市勝利星村辦理，計1,000餘名民眾參與；海軍司令部於11月2日，假屏東縣內埔鄉六堆客家文化園區辦理，計1萬3,000餘名民眾參與；活動現場均設置全民國防教育、人才招聘、社團成果展及武器裝備陳展專區，使全民國防教育工作更能深入社會各界。 七、全民國防教育「寒、暑期戰鬥營」：113年全民國防教育寒假戰鬥營於1月23至2月3日辦理，計14營隊、招訓685員；暑期戰鬥營於7月16日至8月23日辦理，計18營隊、招訓1,548員，合計32營隊、40梯次、招訓2,233員，統計營隊報名人數達5,256員，顯見營隊深受青年學子喜愛；另為關懷及提供弱勢家庭學子參與營隊機會，補助中低收入戶報名費，由國防部全額支應，共同推展社會公益。 八、傑出貢獻獎選拔表揚：113年評選出23個團體獎及45員個人獎，配合8月30日「慶祝民國113年軍人節暨全民國防教育日表揚活動」公開頒獎表揚，以彰顯各界推動全民國防教育執行成效，落實全民國防教育工作。	參與閉幕表演，進而達到宣傳國防事務，凝聚全民愛國意志。 四、113年各單位「走入校園」宣導對象以高中職為主(比例為：大學15%、高中職82%、國中1.5%、國小1.5%)，114年持續加強國中、國小學校宣導，採融入式教學，結合綜合活動、晨光時間、導師時間、校慶等相關時機辦理；另為鏈結年輕族群喜好，114年結合在逢甲大學辦理的「臺灣國際模型公開賽」，設置社團區、體驗區及宣教區等互動攤位，吸引民眾接觸國防事務，拉近國軍與民眾距離。 五、自114年起規劃配合縣(市)政府村里鄰長訓練與公營企業幹部教育時機，藉專題講座等方式，拓展社會教育觸及層面，以深化全民國防教育工作，厚植國人危安意識，凝聚全民防衛共識。 六、要求主辦單位於活動前完成拜會及相關協調作業，亦可結合鄉里具特色活動(如
--	--	--	--	--

		九、網際網路有獎徵答： 為推動全民國防教育，113年有獎徵答活動時間自8月29日起至9至29日止，計176萬7,095人次作答，較112年增加3萬7,402人次，作答人數再創歷年新高；分析參加活動年齡層，其中「11-30歲」間比例近5成，學生族群超過3成，有效吸引青年學子關注；另本次公開抽獎直播已於10月18日假大直國小辦畢，計132員學生共同參與，藉提供多元接觸管道，進而達成全民普及、深化教育之目標。 十、與乖乖公司跨界合作委製形象聯名產品，拉進國軍與民眾間之距離，包裝以「軍民同心」為主軸，並客製化產量5,000箱(6萬包)，提供全民國防活動運用。觀察聲量由112年603則提升至113年6,935則，大幅增加6,332則，情緒比(P/N比)則由5.37提升至11.3，獲得民眾好評。 十一、與臺北市政府公共運輸處合作，在國防部博愛營區周邊設置9處「全民國防主題公車站」候車亭，以「大直好鄰居」為主題，傳達國軍無時無刻守護民眾，吸引候車民眾關注，達到行銷國軍，強化全民國防共識。	文化季、慶典及展覽等)辦理，以增加民眾參與人數、擴大觸及率，提升全民國防教育成效。 七、依「全民防衛韌性」指導，將請各軍司令部在不影響部隊任務遂行原則下，規劃增加「戰傷救護」、「射擊體驗」及「戰場抗壓體驗」等營隊，藉由活潑多元方式共同推動全民國防教育，以強化教育成效。 八、114年全民國防教育傑出貢獻獎評選項目，將納入全民國防社會教育種子教官培訓薦報成效，以鼓勵各政府機關(構)、學校、團體及個人積極參與全民國防教育工作，並提升全民參與意願。 九、114年規劃題庫區分國防政策、通識教育、認知作戰及國軍戰史等方向出題，並製作動畫透由公益託播、社群平臺、軍媒等方式宣傳，以加大觸及率並提升作答人次，進而達成全民普及、深化教育之目的。 十、114年規劃與乖乖及維他露集團公司合作，推出
--	--	--	--

				「陸、海、空軍乖乖」及「舒跑」聯名產品，以鮮明親民的跨界合作商品，與民眾生活連結，傳遞國軍與百姓同在的精神，擴大國軍宣傳效能。 十一、114年規劃與臺北市府交通局公共運輸處合作辦理軍事攝影展，透過遴選臺北地區較大的候車亭，設置多元國軍文宣展覽，將國家安全觀念融入國人生活領域，達到行銷國軍，強化全民國防共識。 十二、114年規劃結合民間團體所舉辦「模型季」、「動漫季」及「MOA軍事戶外玩具槍用品展」等大型活動，配合人才招募中心辦理「全民國防招募活動」，透過裝備陳展及設置互動攤位，推廣全民國防教育。
六	持續推動各項交流，拓展國際宣傳管道	積極建構國際宣傳管道，宣揚民主自由價值	一、「國軍第58屆文藝金像獎」頒獎典禮活動，於10月30日在國防部博愛樓1樓迎賓大廳舉行，頒發美術(國畫、書法、西畫、漫畫及攝影)、設計(文創品設計及軍事模型設計項)、文字(報導文學、短篇小說及短片劇本)、音樂(軍事歌曲、勵志歌曲)及多媒體(微電影、形象廣告及軍事新聞報導)等5	一、114年文藝金像獎將融合國家發展、國防自主、國軍正面形象及延續宣揚臺灣堅持自由民主的價值，訂定創作主

		大類14項，金、銀、銅項獎暨優選獎等152件作品得主，並透過青年日報、漢聲廣播電臺等社群平臺直播頒獎典禮；另今(113)年首次與僑委會合作，新增「國際組」作品徵選，爭取國際友人參加，共同推廣臺灣民主自由文化，總計美、英、澳、日、泰國、馬來西亞、尼泊爾、瓜地馬拉等國計43件作品參賽，12人獲獎。 二、「能戰！全民新視界」電視節目製播：為增進國際認同，節目採中英雙語字幕製播，透過網路影音平臺，在海外地區播出，經統計港陸地區觀看數佔34%，顯見節目內容、拍攝手法及視覺效果等包裝上，能夠吸引不同文化背景觀眾收視，有效向國際展現國軍多元風貌。	題，甄選規定函請行政院各部會、全國縣市政府、各民間書畫、攝影、漫畫學會及各藝術相關科系大專院校，並透過網路、社群等資訊平臺公告甄選訊息，廣邀國內外各界創作參賽，透過文化與藝術的柔性力量，推廣全民國防教育，並將自由民主價值的堅定信念傳遞到國際上，一同守護中華民國。 二、114年「能戰！全民新視界」電視節目播映管道擴大網路社群及串流平臺，並持續以中英雙語字幕製播，提升海外收視群體，強化戰略溝通，爭取國際認同與支持。
藉學術交流平臺，針對兩岸議題深入研討	針對兩岸當前情勢及中共三戰作為，藉專案與臨機性研究，召開「三戰策略諮詢會議」，汲取學者專家策略建言，以強化指導機制；113年「三戰策略諮詢會議」邀集淡江大學張五岳教授主持，外交部、文化部、教育部及法務部等相關領域專家學者50員共同研討，相關政策建議分送國家安全會議等7個相關部會參考運用。	結合時事及敵情威脅，擬定114年三戰策略諮詢會議主題，並邀請各領域學者專家提供策略建言，作為反制中共三戰策略的應處參據。	

七	嚴密人員接密限制，落實資安保密稽核	落實資安保密防 控管理機制	一、電腦檔資專案清查： 為防杜官兵接觸、交付非業管機密資訊，完備保密安全管控機制，政戰局依「國軍113年電腦檔資專案清查實施計畫」，執行電腦檔案資訊清查作業，期內完成全軍公務電腦執行清查程式，共計7萬4,532部，蒐整電子紀錄共15萬6,639筆，並編組前往各軍司令(指揮)部、戰略及聯參單位實施複式稽核驗證共229單位次，置重點於涉密職務人員機敏檔案保密工作實況、電腦存放非個人業務範疇機密資料清查、檔資清查程式執行及資訊設備資產清校查察，有效發掘洩(違)密危安罅隙，確保國軍機密資訊安全。 二、落實保密稽核機制： 政戰局赴各軍團級以上單位執行保密檢查計驗證52單位次，所見違失計813項，檢查所見共同性缺失為「辦公室人員電腦檔案加密使用弱密碼」、「辦公處所存放機密資訊未妥管」、「非個人業管檔案未清查」、「參與專案會議人員未納列涉密人員管制名冊」、「作廢公務資訊未即時碎銷」及「網路磁區未分權設限」等項，並持續要求各單位落實各項保密檢管作為，置重點機密資訊存管、電腦磁區稽核與管理、限縮知密人員、檔案傳輸作業查察及智慧型手機稽查等，有效杜絕洩(違)密事件肇生。	近年各國運用網路滲透蒐情手段越趨成熟，研析其竊密態樣，多使用手機翻拍公務資料販售，藉以規避複印紙本資料而遭致緝獲，政戰局將單位行政作業電腦螢幕、影印機及印表機安裝浮水印記，以確保機密文件產製過程及文件均有浮水印記，並透過由保密檢查機制，抽查所屬機敏資料處理及傳遞流程，確保人員具有正確認知，防止相關資訊因人為疏忽外洩，有效鞏固資訊安全。
八	反制中共滲透竊密，強化安全管控機制	反情報教育及國 安聯防機制、安 全調查成效	一、反情報教育成效： (一) 年內製播保防教育短片計4部、漢光演習保密教育專輯1部、精神戰力週專案教育保密提醒事項1部、單元劇計6部、國軍專案保防教育金光布袋戲1部，合計13部節目；另運用保防圖徽、標語與檢舉反映專線等元素，製作保防教育漫畫12幅，藉多元反情報教育管道，提升官兵安全警覺及敵情觀念。 (二) 為鼓勵官兵檢舉、反映違常情事，針對所屬志願役軍、士官、文(教職及聘雇人員)實施線上「防制中共滲透自我檢查表」宣導及施測，合計完成16萬3,056人次，後續將透過資料調研從中發掘違常線索，防制不法滲透蒐情。 二、國安聯防機制： (一) 為貫徹「保防一體」之精神，運用地區思源會報機制，藉會議及協調聯繫，由營內保防部門提出情報需求或支援事項，並由	一、創新保防宣教，活化教育成效： 政戰局規劃114年保防教育作法，期藉網路新媒體優勢，活化宣教管道，製播多樣化單元節目，並鼓勵官兵主動參與，增進學習意向，擴大總體教育成效。 二、深化諮詢布置，覈實經費運用： 政戰局已要求軍事安全總隊及後備安全幹部等單位，協力蒐報縣市地區危安預警

			軍事安全總隊各地區工作站(組)反饋情訊或情治協調，協助部隊消弭危安，執行成效良好。 (二) 為廣拓情報來源，指導軍事安全總隊與地區後備安全幹部、後憲組織建立工作關係，綿密掌握轄內陳抗或特勤危安等安全情報，均轉呈國安局研處，協力國安工作推展。 三、國軍安全調查工作： 依據「從事及參與國防安全事務人員安全調查辦法」，受理各單位調職、晉任、選(送)訓、績優表揚、外籍人士入營及轉服等查核案件計5萬5,112案次，依據送查限制基準，運用專線查詢計64萬5,791人次；其中具違常紀錄者計2萬8,169人次，均供送查單位依權責應處。 四、國防廠商人員安全調查暨保密稽核： 依據「國防科技工業合作廠商安全調查執行作法」，政戰局113年迄今辦理「快奇專案」等177案、641人次廠商人員安全調查；另期內對機敏專案實地稽核，所見缺失計93項，均已要求建案單位管制改正並辦理複查，確保機密安全無虞。	或安全情報，並透由情資彙處系統即時通報轄內軍中保防部門，俾使基層部隊機先應處橫向通報機制，縮短單位應處時效。 三、精進國軍涉密人員查核機制： 鑒於近期國軍肇生洩密案件，部分接觸機密人員遭敵威脅利誘鋌而走險，為達「機先預警」、「即時防處」及「阻斷洩密」目標，政戰局採反制滲透及保密作為，規劃建立「涉密人員安全調查機制」，完成「接密資格認證」，並建儲國軍電子安全調查資料庫備查，以利後續人事部門預劃人員接密派職任用參據。 四、強化保密稽核，提升保密紀律： 自114年起，依各軍種部隊類型排定檢查期程，擴大保密檢查面向，不定期對軍團級(含)以上單位機密資訊維護實況驗證，詳實勾稽比對各級資訊傳輸安全強度，並置重點於高階長官辦公室機密資訊維管實況、涉密職務管制名冊、非個人業
--	--	--	---	--

				管公務資訊及檔案傳輸作業查察等項，驗證各單位資安防護與保密、文檔執行情形，深化保密工作強度。
九	主動行銷國防政策，強化社會溝通效能	透由多重傳播管道，強化國防政策溝通	一、為助益國防政策推展，強化社會溝通效能，政戰局於113年6月1日創立Threads帳號，結合國防部發言人(軍種)臉書、IG、YouTube、X等社群媒體，配合重要節日、國軍重要演訓及重大政策等時機，發布圖文及影音短片等不同形式貼文，與民眾互動交流，並透過線上及實體活動，推展國軍正面形象，廣納民眾對國防事務之建言。 二、國防部各項社群平臺(FB、IG、X、Threads)貼文均以中英文方式發布，俾利爭取國際關注，113年計發布1,610篇貼文、粉絲(追蹤)人數73萬5千餘人，觸及人數達5千4百萬餘人次，顯示社群經營獲得閱聽眾正面回響，成效卓著。	為強化網路與社群平臺經營，持續拓展自媒體及網路KOL合作策略，並結合人工智慧(AD)技術，發展虛擬主播，以提供多國語言播報技術，並透過社群平臺及國際媒體傳散，以積極、主動態度與外界溝通，爭取國際輿論認同與支持，提升國際戰略傳播效益。
十	即時破除錯假訊息，快速消弭外界疑慮	運用快速查證及即時回應等積極作為破除假訊息	一、因應傳播科技的快速發展，各種社群媒體與即時通訊軟體，已成為「假訊息」快速流通的傳播管道。鑑此，為消弭「假訊息」對國軍官兵認知及士氣之影響，政戰局應用數據輿情系統，即時掌握假訊息及網路協同操作趨勢，以國防部全球資訊網「即時新聞澄清專區」證明假訊息，並運用「國防部發言人」社群媒體粉絲專頁複式傳散，另結合跨部會及民間資源，即時提供正確資訊。113年針對「國家寄發動員召集預告書、國家處境危急」等12則不實訊息，依文字簡約、標題顯著、淺顯易懂要領，製作「澄清圖卡」加強澄清力道，並強化國軍官兵及社會大眾辨識能力。 二、運用「大數據」系統，產製「輿情分析」報告，提供有效策略遏止「假訊息」擴散，並於國防部全球資訊網「即時新聞澄清專區」公布正確資訊，113年共計發布44則澄清新聞稿，以降低「假訊息」對國軍形象、國家安全及社會視聽的危害。	為消弭認知作戰空間，政戰局購置FedGPT落地機，運用人工智慧(AD)技術，研擬具體先(反)制策略，以利即時主動對外發布說明，主導輿論戰場，創造先勝優勢。

肆、整體風險管理(含內部控制)推動情形

政戰局及所屬各部隊已依「行政院及所屬各機關風險管理及危機處理作業原則」，將風險管理(含內部控制)融入日常作業與決策運作，考量可能影響目標達成之風險，據以擇選合宜可行之策略及設定機關之目標(含關鍵策略目標)，並透過辨識及評估風險，採取內部控制或其他處理機制，以合理確保達成施政目標。