

## 中國的「輿論戰」：理論發展與操控模式

### China's "Public Opinion War": Theoretical Model of Development and Manipulation

王崑義 *Wang, Kun-Yii*

台灣海洋大學通識教育中心兼任教授

*Professor, General Education Center,*

*National Taiwan Ocean University*

#### 摘要 / Abstract

2003年12月中共中央軍委會頒佈新修訂的「中國人民解放軍政治工作條例」裡，把「三戰」（心理戰、輿論戰和法律戰）列為解放軍未來作戰的重要項目之後，輿論戰的研究已經變成是中國解放軍研究的顯學。中國並據此把輿論戰施為場域擴展到國際社會，變成他在國際社會中「脫社入資」的重要工具。中國也藉由全球的輿論操控塑造他們所創造出來的價值意識，不只搶佔國際社會的發言權，也期望在國際權力版圖中塑造出一個「負責任國家」的大國形象。本論文的研究就從輿論戰的發展源起進行分析，並比較它跟美國「媒體戰」的異同，以釐清輿論戰的理論意涵。本文並以中國提出「和平崛起」到「和諧世界」的過程作為實例分析，希望能更清楚的理解中國在全球進行輿論操控的模式。

In December 2003 the CPC Central Military Commission declared the newly revised "The PLA Political Work Ordinance" that defies "the three wars- psychological warfare, public opinion war and legal warfare" as the People's Liberation Army's important issue in the future. "The public opinion war" has become significant research in the field of the People's Liberation Army study. China expanded their power to the international community by the application of the public opinion war, and manipulated the public opinion war as an important tool to break away from the social and close to the capital image. China also manipulated the public opinion worldwide to shape the sense of value that China created. It is not only to seize the voice of the international community, but also hope to create an image of "responsible state" during the international territory. This paper studies on the development of the public opinion war. To clarifying the theoretical meaning, I analyzed and compared it with the "media war" in United States. "Peaceful rising" to "harmonious world" that China advocated was an example for further understanding of the China's manipulating media model in the world.

---

**關鍵詞：**輿論戰、媒體戰、三戰、中國戰略研究

**Keywords:** the Public Opinion War, the Media War, the Third War, China Strategic Research

## 壹、前言

2003年美伊戰爭結束以後，中國人民解放軍曾經對這一場戰爭作一個總結說：「戰爭變小了，戰略變大了」。<sup>1</sup>它的意思是在美軍採取「以小取勝、以快取勝、以精取勝」的「倫斯斐準則」(Rumsfeld Doctrine)之下，<sup>2</sup>那種大場景、殘酷性的戰爭行為已經不復見，取而代之的是各種戰略觀念的不斷推陳出新，解放軍於是認為一場新的「戰略革命」已經就此開始。

為了因應「新戰略革命」的產生，中共中央軍委會在2003年12月頒佈新修訂的「中國人民解放軍政治工作條例」裡，就把「三戰」--「心理戰、輿論戰和法律戰」列為解放軍未來作戰重要項目，並作為新的「軟戰爭」模式，它也是解放軍當作啟動新一波「戰略革命」的要項，「三戰」於是變成中國軍事的顯學，解放軍也投入相當的人力展開對「三戰」的研究。

在中國啟動的這場新的「戰略革命」中，「軟戰爭」被認為是種較量文明力的戰爭，相對於「硬戰爭」作戰方式，它不再血淋淋，也沒有槍林彈雨，更多的是基於文化、資訊、政治、乃至武器的後備力量作為戰爭的工具。<sup>3</sup>

所以，在新修訂的「解放軍政工條例」中，為強化「軟戰爭」的力量，新

---

<sup>1</sup> 郭樹勇主編，《戰略演講錄》(北京：北京大學出版社，2006)，頁245。

<sup>2</sup> Timothy Garton Ash, "Which View Will Shape Future World?" *Taipei Times*, March 23, 2002.

<sup>3</sup> 「軟戰爭」是以勢壓人的戰爭，它構成戰爭的要件包括：

一、「軟戰爭」之所以叫戰爭，是因為雙方仍然是敵對的，雙方仍有需要爭奪的土地利益或未來發展空間。

二、「軟戰爭」是「硬戰爭」的一種延續一種新形勢下的必然發展或迫不得已的發展形式，硬戰爭會波及無數生命也影響國際和平，在世界各國各種因素力量影響下，一些敵對力量只有採用「軟戰爭」的方式繼續爭奪自己的戰略利益。

三、「軟戰爭」需要國際政治資源，也需要國內實力做後盾，需要自己的內在力量，包括一個民族的心靈力量，凝聚力。

四、「軟戰爭」也是一種戰爭，它也有各種不合理的消耗，它會激發一種潛在的力量，也會傷害和平的力量。只要戰爭不化解為遊戲，對人類和平就是一種無形的傷害。

參閱吳祚來，〈中日與兩岸的軟戰爭時代〉，

[http://blog.people.com.cn/blog/log/showlog.jspe?log\\_id=40775&site\\_id=821](http://blog.people.com.cn/blog/log/showlog.jspe?log_id=40775&site_id=821)

條例所形成的特點是強調應「開展輿論戰、心理戰、法律戰，培育部隊的戰鬥精神，加強戰時政治工作的研究演練等內容」。就因這種新的政治工作精神的要求下，「三戰」已經變成各軍種必須加強研究與演練的項目，它也是體現在當代「聯合作戰」中一項離不開的戰爭元素，更是中國解放軍作為新的「戰略革命」的內容。因此，如何理解「三戰」的內涵與作戰方式，將是台灣在面對中國新的軍事威脅上不可或缺的一環。

本文的論述重點主要是呈現在「三戰」中的「輿論戰」部分，至於「輿論戰」的形成，中國解放軍認為它與戰爭有著割捨不斷的關係。而輿論戰的作戰功能早為古今中外兵家所認同，只是他們認為「輿論戰」以往被稱為「宣傳戰」。在二次大戰後，「宣傳戰」的概念變成「心理戰」，波灣戰爭後再修正為「輿論戰」。<sup>4</sup>

雖然，中國部分戰略學者的觀念認定「輿論戰」是在波灣戰爭後出現，但這個時期美國仍把「輿論戰」當成是「媒體戰」（media war）來稱呼，反而是在 2003 年中國才出現「輿論戰」這一個觀念。所以「輿論戰」是自「媒體戰」蛻變而來，但並未取代美國所廣泛所使用的「媒體戰」概念。

中國的「輿論戰」之所以要蛻變自「媒體戰」，主要是國家對媒體的認知層次不同。西方國家認為，所謂「大眾傳播媒體」是指民間的自由媒體，官方很少擁有大眾傳媒。即使擁有，也被視為是宣傳機構，缺乏說服群眾的公信力。因此，如何加強與媒體的關係，以爭取認同，乃是爭取民意與輿論支持之關鍵所在，這是「媒體戰」在西方得以有較量意味的用語。

但是中國國內所有的大眾傳播媒體幾乎都是官方所掌握，媒體關係根本不必經營，所必須的是爭取國際媒體的報導，所以媒體經營不是重點，輿論的爭取才是構成「輿論戰」的必要條件，這種重視輿論操控的結果，而不重視過程的觀念，才是中國要改變名稱的原因。<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> 〈重視和加強輿論戰研究〉，《軍事記者》，第 4 期（2004），頁 1。

<sup>5</sup> 程益群，〈媒體戰的理論研究—兼論對中共輿論戰之影響比較〉，收錄於陶聖平編，《第一屆軍事新聞學術研討會論文集》（台北：國防部政治作戰局，2007），頁 129。

本文的理論探討就以「輿論戰」和「媒體戰」兩者發展的關係作為基礎，並從當代「宣傳戰」-「心理戰」-「媒體戰」-「輿論戰」的發展過程，深入解析中國如何利用美國的觀念進行概念的創新，並嘗試比較「媒體戰」與「輿論戰」的意涵，以釐清兩者的異同之處。此外，本文也嘗試以中國提出「和平崛起」的實例進行分析，以便理解中國對全球輿論操控的模式。

## 貳、「輿論戰」的起源—美國「媒體戰」的發展

### 一、從「宣傳戰」轉向「心理戰」

「輿論戰」被當成是一種「戰爭工具」，是由中國人民解放軍在 2003 年 12 月所修正的「解放軍政治工作條例」中正式提出，這種戰爭工具在美國雖然行之有年，但傳統上他們使用這種戰爭工具，仍然沒有脫離「宣傳」(propaganda)概念的範疇。而最早把「宣傳」一詞當成一種戰爭工具進行研究的美國學者 Harold D. Lasswell，他對宣傳所下的定義是指：「使用重要的符號來控制意見，換言之，就是使用故事、謠言、報導、圖片和其他形式的社會傳播來控制意見」。<sup>6</sup>隨後，他在 1934 年提出另一個略為修正的定義：「廣義地說，宣傳就是透過對象徵符號的操作以達到影響人類行動的目的。而這些象徵的符號可以是言語的、書寫的、圖畫的或音樂的形式來表現」。<sup>7</sup>

雖然拉斯威爾開啓了「宣傳戰」(the propaganda war)的研究領域，促發不少學者專家針對二次大戰期間各種宣傳手法進行分析，但因一般民眾對「宣傳」一詞仍抱持負面的印象與看法，因而引發不少爭議。然而，這些有關「宣傳戰」的研究，對於後來大眾傳播學的發展，仍具有重要的地位。

二次大戰以後，媒體研究者接受了 Emile Durkheim 的「大眾社會」(mass society)觀點，認為「大眾社會」中由於社會規範的混亂、個人心理異常和孤

---

<sup>6</sup> Harold D. Lasswell, *Propaganda Techniques in the World War* (New York: Alfred Knopf, 1927), p.9.

<sup>7</sup> 翁秀琪，《大眾傳播理論與實證》(台北：三民書局，1996)，頁 22。

獨等原因使媒介享有強大威力，人們易於受媒介訊息所左右。事實上 Durkheim 所論述的這種混亂的大眾社會現象，確實也出現在現今的資訊時代。在個人主義抬頭、社會價值逐漸分歧的資訊社會裡，小眾社群的集結是種趨勢，它也左右人們的訊息和心理趨向。<sup>8</sup>

由於人們時時處於心理異常和孤獨的狀態，他們對媒體會產生一種依賴性。特別是在國際兩極體系的對立下，美國更把「宣傳戰」延伸到「心理戰」的範疇，它的目的是要在外國團體中鼓動情緒，影響其態度或行爲，以此支援實現美國的目標。爲此，美國的心理作戰旨在影響外國的政策制訂、決策的產出、控制的能力、指揮的能力、戰鬥意志、服從意志和支援的決心。很顯然，美國的全球戰略支配了心理戰的目的。在美國的心理戰略中，塑造美國的良好形象，爭取中立國的支持，強化盟國的友誼是相當重要的。同時，美國又特別重視並利用敵國的種族、民族、宗教和人權的問題作爲心理戰的施爲工具。<sup>9</sup>

所以，冷戰時期美國就有一套完整的宣傳心理戰略，美國戰略學者 John M. Collins 把它區分爲三種類型：白色宣傳（white propaganda）、灰色宣傳（gray propaganda）與黑色宣傳（black propaganda）。「白色宣傳」是發自官方的、公開的資訊，宣揚政府的政策、計畫、意圖與其他對政府有利事項，特別強調事情的真實性。「灰色宣傳」主要是掩蓋資訊的來源，用以試探反應。「黑色宣傳」是故意混淆來源，一些矛盾的言論都可以使用。<sup>10</sup>而所針對的對象還可以分爲三項：國內使用、針對敵人或假想敵、針對中立或游離份子。<sup>11</sup>

雖然，冷戰時期美國在明確的心理戰略架構下，對國外宣傳民主價值基本上是成功的，但越戰時期美國在軍事宣傳上，卻承受了強大的宣傳戰失敗的指責。尤其是當時軍方和媒體間產生相互的敵意，以致影響美軍中央指揮部，而決定限制戰場上的記者人數和接近探訪戰鬥的部隊，並需由公關軍官的跟隨陪

---

<sup>8</sup> 王崑義，《輿論戰：兩岸新戰場》（台北：華揚文教公司，2006），頁3。

<sup>9</sup> 張應二、王惠英主編，《第四種戰爭：中外心理戰透視》（吉林：長春出版社，2001），頁15。

<sup>10</sup> John M. Collins 著，鈕先鍾譯，《大戰略》（台北：黎明文化公司，1982），頁110-112。

<sup>11</sup> Michael Stohl, *The Politics of Terrorism* (New York: Marcel Dekker, 1993), p.2.

同，才可進行採訪。美軍雖然沒有實施直接的新聞檢查，但指揮部卻利用由它所完全控制的戰區運輸工具，限制了記者接近作戰部隊的機會，另外記者所依賴的軍方通信系統，也被用來管制記者報導的工具。<sup>12</sup>

## 二、「媒體戰」概念的出現

1990 年代以後，隨著波灣戰爭中大量的「資訊共享」，美國逐步改變「宣傳戰」與「心理戰」的負面印象，而開啓了「公關革命」的新領域。這場「公關革命」其實是一種「雙軌戰略」，也就是在平時，美國國防部改變了妨礙採訪的限制性政策，主動提供媒體清楚的、開放性的軍事新聞；在戰時也對媒體採取主動的發佈信息的作法，並讓媒體記者隨軍採訪。只是隨軍採訪記者所發佈的新聞，仍須經過嚴密的檢查過程，才可對外發佈。<sup>13</sup>

美國實際作法是在 1991 年的波灣戰爭期間，美軍採取了「資訊共享」和記者會形式，把戰爭新聞立即傳播出去，在宣傳戰上也獲致極大的勝利。<sup>14</sup>首先，在「資訊共享」方面，美軍把各媒體記者組成團隊，並給予正式的頭銜隨軍採訪，這些記者所採訪的信息都經過軍方嚴密的審核手續，再發到全球各媒體的新聞中心播報或刊登。這種對新聞媒體採取限制性的作法，是美軍在越戰中常常遭到「反宣傳」所獲得的教訓，也是學習英軍在福克蘭戰役中讓記者隨軍採訪的作為。

其次，在記者會方面，美軍在作戰的過程中經常性的舉行記者會，把戰爭發展的情形告訴後方守候的記者。而記者會的主持人，通常會找來如明星般的軍官擔任，以引起民眾收看的興趣。有時並會由戰場最高的指揮官 Norman Schwartzkopf 將軍直接擔任，讓民眾感受到軍方的溫和與專業的形象。這個結

---

<sup>12</sup> Robert L. Bateman III 著，吳福生譯，《數位戰爭：前線觀點》（台北：國防部史政編譯局，2001），頁 334-335。

<sup>13</sup> Anup Shah, "War, Propaganda and the Media," <http://www.globalissues.org/HumanRights/Media/Military.asp>

<sup>14</sup> Philip M. Taylor, "Propaganda and Information Operations," *Taiwan Defense Affairs*, Vol.2, No.1 (2001), p.95.

果也使得軍方所發佈的信息成為媒體播報的主流，既使發生戰鬥上的失誤，民眾也願意相信軍方的說法。<sup>15</sup>

英國學者 Taylor 評論說：「波斯灣戰爭顯示民主國家能在資訊時代中，藉著媒體與民意的力量來成功的進行戰爭。因為媒體無法親身參與『真正的戰事』，資訊的取得非得透過嚴密的資訊共享體制，或是經過嚴格過濾後的巴格達當局所發出的信息，美軍便能夠利用媒體記者對資訊的渴求度，提供軍方版本的信息與影帶來主導媒體的走向，從而塑造美軍所從事的是種『正義之戰』的形象。」<sup>16</sup>

為了適應新的「公關革命」，在波灣戰爭以後，美國於是把「宣傳戰」改成「媒體戰」來稱呼。美國的「媒體研究中心」(Media Research Center)的網站中，就有一項專門針對媒體播報戰爭新聞的欄目，欄目名稱就是「媒體戰視窗」(media war watch)，主要的內容還是以報導和評論戰爭新聞為主。<sup>17</sup>

只是，在「資訊共享」的目標下，「媒體戰」被廣泛運用以後，也遭到諸多的批評，主要是集中在針對西方的主流媒體 (mainstream media) 並不只報導戰爭的事實，他們也變成一個戰爭的積極參與者。<sup>18</sup>就因「主流媒體」已經變成戰場上的參與者，1990 年代末隨著網際網路的興起，網路上的「對戰」隨之興盛。網路上「虛擬想像」(virtual imagination) 的性質，也變成戰爭的一種模式，人們可以透過上天堂、下地獄的方式，把戰爭的行為搬到電腦上進行對戰，讓虛擬與真實變成一種「集體想像」(collective imagination) 的戰爭行為。<sup>19</sup>

就以科索沃戰爭為例，科索沃戰爭被描述為網際網路上的第一次戰爭。政府和非政府的行為者，同樣利用網路散佈資訊，使對手喪失意志，以及請求支

---

<sup>15</sup> Ibid., p.91.

<sup>16</sup> Ibid., p.94.

<sup>17</sup> "Media War Watch," <http://www.mediaresearch.org/projects/mww/welcome.asp>

<sup>18</sup> Melanie Phillips, "The Media War Against Israel," <http://www.melaniephillips.com/diary/?p=1316>

<sup>19</sup> Tim Jordan, *Cyberpower: The Culture and Politics of Cyberspace and the Internet* (London: Routledge, 2001), p.179.



援。駭客透過破壞政府電腦的效能，並接管他們的網站來表達對南斯拉夫的支持與北約侵略的異議。各處的人們利用它來討論科索沃的問題和分享資料、圖像與錄影剪輯。《洛杉磯時報》就對網路上的行為描述說：「科索沃戰爭是將網際空間轉變為無形的作戰區，透過電子圖像的運用，線上討論族的發表與駭客攻擊等方式，遂行心智交戰。」<sup>20</sup>

2001 年，賓拉登為首的「基地組織」是利用「九一一恐怖攻擊事件」製造「媒體戰」的極致表現，他們的目的無非是企圖製造一種「恐怖意象」(terror image)，以影響美國大眾對政府施壓，進而達到他們所欲求的政治目的。

當然，美國九一一恐怖攻擊事件的發生，除背後所隱藏治絲益綦的國際矛盾，更是西方主流媒體「扶植」的結果。長期以來，西方媒體熱衷於報導恐怖活動的新聞，把血腥、異常奉為新聞價值的金科玉律。據統計，從 1981-1986 年間，美國三大電視台（ABC、NBC、CBS）所報導的恐怖活動平均每月 11 起，遠遠超出對貧窮、失業、種族歧視報導的總和。媒體特別是電視畫面，過於渲染恐怖活動的血腥暴力場面，忽視對恐怖分子所受懲罰的報導，客觀上對於恐怖分子煽動教唆犯罪之作用。<sup>21</sup>

而且，當代恐怖組織懂得利用媒體的報導，引起社會的注意，甚至還有專攻新聞傳播學的大學生參與其中，幫助制定宣傳與公關策略。因為恐怖分子知道，即使在城市的一棟樓房裡放一顆很小的炸彈，也肯定成為西方報紙的頭版或大字標題新聞。正是因為新聞媒體能使人一舉成名，恐怖分子才會選擇鋌而走險，選擇世貿中心大樓（World Trade Centre）、美國五角大廈等標誌性建築進行襲擊，而紐約、倫敦更是全世界媒體矚目的焦點。<sup>22</sup>

---

<sup>20</sup> John Arquilla and David Ronfeldt 著，楊永生譯，《網路及網路戰》（台北：國防部史政編譯室，2003），頁 302。

<sup>21</sup> Danny Schechter, *Media Wars: News at a Time of Terror* (Lanham: Rowman & Littlefield Publishers Inc., 2003), p.194.

<sup>22</sup> 王國華、武國江，〈新聞媒體在政府危機管理中的作用〉，《雲南行政學院學報》，第 3 期（2004），頁 10-13。

### 三、美國的「媒介操控」

在九一一事件後，美國總統布希也利用「媒體戰」來操控後來的戰爭，他首先使用「聖戰」(crusade)一字，用以形容美國對於蓋達組織發動九一一恐怖攻擊事件後的「全球反恐戰爭」(Global War on Terrorism)。由於使用「聖戰」來形容反恐戰爭，業已引起全球性爭議。使用這個字眼讓多數人想起中世紀時期基督徒和回教徒之間的血腥戰爭。爾後，布希更操作仇恨、憤怒與愛國心來對抗恐怖主義。

美國總統布希先是以非人格化的語言稱呼支持恐怖主義者，例如「不負責的國家」(less-responsible states)、「道德癡瘋病」(Moral Leper)、<sup>23</sup>「惡魔帝國」(empire of the devil)、「邪惡帝國」(Alliance of Haughty)，而一直到「邪惡軸心」(axis of evil)才定案。<sup>24</sup>美國並把「邪惡軸心」定義為「支援恐怖主義並積極尋求大規模毀滅性武器的國家」。布希透過把對手妖魔化、污名化的操作手法，凝聚國內大眾的政治動員，並領導國際社會以便對抗那些恐怖主義份子。

在妖魔化恐怖份子以後，美國再度以正義的形象出擊，以便尋求美國民眾能支持政府的戰爭行為。例如，美國對於阿富汗軍事行動的代號為「無限正義行動」(Operation Infinite Justice)。「Infinite」一詞在宗教上可指「上帝」(上天)，「Operation Infinite Justice」，因此含有鑷除邪惡勢力，替天行道(Justice)之意；這更表示美國要替天行道，打擊恐怖主義分子，業已得到盟國和許多正義、愛好和平國家的支持。<sup>25</sup>而美國過去歷年多次的軍事行動代號，也隱含著美式價值觀的展現(有關美國軍事行動的代號語言參見表一)。

---

<sup>23</sup> "Bush a 'Moral Leper': North Korea," [http://www.inq7.net/brk/2002/feb/01/brkafp\\_1-1.htm](http://www.inq7.net/brk/2002/feb/01/brkafp_1-1.htm)

<sup>24</sup> 南方朔，〈邪惡軸心大漏氣〉，[http://magazine.pchome.com.tw/journalist/783/journalist\\_2-1.html](http://magazine.pchome.com.tw/journalist/783/journalist_2-1.html)

<sup>25</sup> 美國在輿論壓力下，改為「持久自由行動」(Operation Enduring Freedom)。

表一、美國軍事行動之「代號語言」(Code-language)

代號名稱	時間	軍事行動內容
正義理由行動 (Operation Just Cause)	1989-1990	美國海軍陸戰隊和陸軍突擊隊員突進巴拿馬，俘虜前軍事強人諾列加 (Manuel Antonio Noriega)
提供安樂計畫 (Operation Provide Comfort)	1991-1996	於第一次波灣戰爭後在伊拉克成立禁航區後展開，美軍用武力要讓庫德族有自主發展的機會，藉以削弱伊拉克的實力。
重拾希望行動 (Operation Restore Hope)	1991-1993	索馬利亞人道主義和維和行動。
持久自由行動 (Operation Enduring Freedom) (原名為無限正義行動， Operation Infinite Justice)	2001	九一一事件之在美國阿富汗的作戰行動。
自由伊拉克行動 (Operation Iraqi Freedom)	2003	美國對於伊拉克的軍事行動。

資料來源：修改自南方朔，〈誇張、矯情、弔詭的軍事代號語言〉，《新新聞》，第 841 期，頁 44。

就以美國對阿富汗的「持久自由行動」(Operation Enduring Freedom)而言，其中包含了六道戰線。第一為外交戰線，為組建全球的反恐聯盟；第二為情報戰線，逮捕與居留相關的恐怖分子及其支持者；第三為財政戰線，追蹤與凍結恐怖組織的資金流動；第四為法律戰線，透過國際與國內立法兩個從層面，全球緝捕恐怖分子；第五為軍事戰線，透過軍事武力攻擊阿富汗塔利班 (Taliban) 政權；第六為人道戰線，在進行軍事攻擊的同時，也對於阿富汗的人民進行人道援助。<sup>26</sup>其中媒體的利用貫穿上述六道戰線，同時美國多利用全球性的媒體來進行相關的反恐作戰。

2003 年美伊戰爭時期，由於全球主戰與反戰陣營出現嚴重對立，美國也

<sup>26</sup> Philip M. Taylor, "The Role of Propaganda in the 'War Against Terrorism'," <http://ics.leeds.ac.uk/pmt-terrorism/propaganda01.pdf> (March 21, 2002)

同時開闢兩個戰場來進行對戰，<sup>27</sup>讓原先被外界認為將持久進行的戰事，卻在不到一個月的時間裡，輕取伊拉克首府巴格達。這兩個戰場，一個是傳統以陸、海、空為主體的「真實」戰場；另一個是以現代資訊科技為主體的「想像」戰場。<sup>28</sup>

「真實戰場」是以傳統的武力，外加新式戰術武器，直接摧毀敵人的指管通情系統；「想像戰場」則是以心理結合高科技的媒體戰略，瓦解海珊共和衛隊等戰鬥意志，以達到兵不血刃的戰爭效果。在戰鬥的過程當中，美國也適時的對伊拉克進行輿論戰。而在真實的戰場之外，美軍也在進行輿論戰。美國所進行的輿論戰主要分作四類：伊國的領導階層、伊國的作戰指揮階層、伊國的平民大眾與全世界的輿論。美國的操作策略是使用仇恨的語言、利用媒體以妖魔化海珊、配合使用空投與傳單的策略等。

美國也是利用「語言戰略」逐步透過「價值塑造」來進行全球的「媒介操控」。美國的操控方式，就是以「道德語言」作為全球的價值判準，以便充分掌握全球公共領域，作為支援自己主戰的後盾。

就道德意義而言，善與惡相對立是西方宗教系統中構成價值系統的要素。而美國往往把本身「善惡」的是非觀帶進國際關係或外交政策之中。布希在國情諮文就說：「我們已經認清我們從未懷疑的真理，邪惡確實存在，需起而攻之」。因為人們常從範疇的角度來處理他們的經驗，並在這些範疇的基礎上行動，這些範疇遂構成人類的世界觀。當運用這類污名化或妖魔化的語言越久，表示這些語言已逐漸感染人們的認知，逐漸用「大腦的經驗」來理解整個世界，很容易產生制約式的反應，於是，當美國透過文字的手法，將海珊等同於邪惡的化身後，政治行動與軍事作為於焉開展。

因此，在美國攻打伊拉克戰後，布希為美國辯護攻伊的正當性當中可以看出美式的天命價值觀透過輿論的展現。例如布希在拒絕撤出駐伊的美軍部隊時

---

<sup>27</sup> Ron Martz, "War of the Worlds," *Editor & Publisher*, May 12, 2003.

<sup>28</sup> Delinda C. Hanley, "Two Wars in Iraq: One for U.S. Audiences, The Other for The Arabic-speaking World," *The Washington Report on Middle East Affairs*, Vol.22, No.4(2003), p.6.

指出，「自由並不是美國人給予世界禮物」(Freedom is not America's gift to the world.)，「自由是權威的上帝給予世界上男男女女的禮物」(Freedom is an almighty God's gift to each man and woman in his world.)。<sup>29</sup>

另外，在「國際宣傳」(international propaganda)方面，美國所持用的理由就是把恐怖份子與伊拉克這「邪惡」政權掛勾，並且宣告伊拉克擁有大規模毀滅性武器，同時「進一步實質違反」聯合國決議案。<sup>30</sup>美國的全球宣傳戰收到了部分的成果，但是也形成了兩個不同的世界。美國在全球架構下的反恐戰爭，以反恐怖主義的名義，成功的獲致世界上多數國家的認同，但是在實際作為上，美國以戰爭來解決真實世界的衝突，不啻是「以暴制暴」、以軍事力量排除司法追緝的方式，以美國本身的意念將全世界重新劃分。

因此，「媒體戰」發展至此，似乎已經不只是當作宣傳戰、心理戰的效用來建構戰爭工具，而是轉變成一種「意識建構」，或是「價值塑造」的工具，這種工具已經不限時空，是任何時候媒體操控者意圖去掌控民意的最後工具。「媒體戰」的更大效應是它具有一種如美國傳播學者拉斯威爾所稱的「神秘的原動力」，讓己方的論述變成支持者的「語言共同體」，以積極的充分掌握國際、區域和國內社會三重公共領域的支持。這種轉變似乎已難再以「媒體戰」的概念來涵蓋，「輿論戰」這個概念的出現，就是中國體現「宣傳戰」和「媒體戰」內涵的不足，而重新提出一個更具普遍性的概念來加以替代之故。

### 參、中國「輿論戰」的發展與定義

#### 一、中國「輿論戰」的發展

中國對「輿論戰」的應用起源很早，早在國共鬥爭時期，毛澤東在 1928

---

<sup>29</sup> "Responding to Anti-War Protesters, Bush says Stakes in Iraq are too High for U.S. to Pull Out," *USA Today*, August 25, 2005.

<sup>30</sup> 但是在戰爭結束之後，美國方面無法找尋到伊拉克發展大規模毀滅性武器的證據。"Missing WMD Scandal," *The Nation*, Vol.276, No.23(2003), p.3.

年 10 月就已經明確的指出：「共產黨是在左手拿傳單，右手拿槍彈，才可以打倒敵人」。<sup>31</sup>

在中國抗戰初期的艱難形勢下，毛澤東也主張應動用輿論喚醒民心，他說：「必須動員報紙、刊物、學校、宣傳團體...及其它一切可能力量，向前線官兵、後方守備部隊、淪陷區人民、全國民眾，作廣大之宣傳鼓動」。他還指示報刊宣揚抗戰英雄模範人物，大力弘揚民族精神，以此增強民族自尊心和自信心。而依靠輿論的宣傳鼓動作用喚起士氣、激勵鬥志，後來成為毛澤東「輿論戰」思想一個非常重要的內容。<sup>32</sup>

針對毛澤東強調「輿論戰」的力量，解放軍大校朱金平在他 2005 年 5 月所出版的《輿論戰》一書中就解釋說：「在革命的征途上---不斷通過輿論來發動群眾、動員人民、打擊敵人。只不過那時的輿論戰叫宣傳戰而已。--是通過傳單、佈告、宣言等簡單的宣傳形式來與敵人開展輿論戰」。<sup>33</sup>所以，就中國一般認為，輿論傳播很早就用於戰爭，它與戰爭有著割捨不斷的關係。

而本文的前言裡曾提過，解放軍也一直認定波灣戰爭後宣傳戰被修正為輿論戰的概念，但中國的軍事專家沈偉光在他 2000 年所出版的《傳媒與戰爭》一書中，仍然把「輿論戰」稱作「傳媒戰」，<sup>34</sup>並未脫離美國所使用「媒體戰」的範疇。沈偉光並未解釋什麼是「傳媒戰」，只是簡單的引用：「拿破崙說：報館一間，猶如聯軍一隊。在當今信息時代，傳媒作為一種武器，已全面加入到信息戰的行列」。<sup>35</sup>顯然在 2000 年以前，中國並未使用「輿論戰」的概念。

2002 年時中國的軍事專家王玉東還直接把心理戰和政治宣傳合稱為「心戰宣傳」，他歸納出「心戰宣傳」有以下幾項特徵：(一)、心戰宣傳是一種防不勝防的「軟殺傷」武器；(二)、心戰宣傳是非強制性的說服和誘惑；(三)、

---

<sup>31</sup> 王握文，〈輿論戰：資訊化戰爭的「第二戰場」〉，《國防科技》，第 10 期（2004），頁 64-67。

<sup>32</sup> 張雪娜，〈毛澤東輿論戰思想及實踐〉，

<http://www.people.com.cn/BIG5/14677/21963/22065/2449311.html>。

<sup>33</sup> 朱金平，《輿論戰》（北京：中國言實出版社，2005），頁 12。

<sup>34</sup> 沈偉光，《傳媒與戰爭》（杭州：浙江大學出版社，2000），頁 115。

<sup>35</sup> 同前註，頁 115。

心戰宣傳能對同一客觀物體多次的發生影響；(四)、心戰宣傳的武器具有無損耗和反覆使用的效能；(五)、心戰宣傳的戰術應用範圍非常廣泛，可用於平時或戰時、前線與後方、首腦與人民，幾乎沒有時間、空間和對象的限制。<sup>36</sup>

而在程寶山所主編的《輿論戰、心理戰、法律戰基本問題》一書中，也指出：「在三戰中，我軍最早認同的是心理戰，早在上世紀 80 年代，我軍的一些軍事理論研究、教學工作者和軍隊政治工作者開始自發研究作戰中的心理問題，軍事心理學課程開始進入院校教學，並提出作戰心理概念。海灣戰爭後，我軍上下對這場戰爭進行了廣泛研究，推出數以千計的研究論文，心理戰開始進入各級領導的視野，有的部隊在總部機關的指導下還進行了心理戰試點」。<sup>37</sup>

所以嚴格來說，在上個世紀結束前，「輿論戰」的概念並未出現在解放軍的用語中，反而是在進入新世紀以後才逐步出現。程寶山就說：「21 世紀初期，江澤民同志提出了解決台灣問題『文攻武備』的戰略思想，「輿論戰」、傳媒戰、新聞戰、心理戰、法律鬥爭、法律戰等概念相繼出現在我軍的文件和一些學術文章中」。<sup>38</sup>

而真正把「輿論戰」、心理戰、法律戰」並列為「三戰」，並作為解放軍作戰要項的時間點，已經晚到 2003 年美伊戰爭以後。2003 年「輿論戰」會變成解放軍關注的顯學，依照朱金平的解釋是：「在發動戰爭前製造輿論戰的現象早已頻繁出現了，但在國際上將此現象真正上升到『輿論戰』高度來認識，還是現代社會，特別是 2003 年爆發的伊拉克戰爭，才使人們充分認識信息化社會下輿論戰的巨大威力」。<sup>39</sup>

為此，程寶山就指出說：「江澤民同志在 2003 年一次重要會議上明確提出，要把輿論戰、心理戰、法律戰擺到重要位置，以充實完善後的軍事戰略方針。而新修訂的『中國人民解放軍政治工作條例』，都明確提出要發揮政治工

---

<sup>36</sup> 王玉東，《現代戰爭心戰宣傳研究》（北京：國防大學出版社，2002），頁 32-41。

<sup>37</sup> 程寶山主編，《輿論戰、心理戰、法律戰基本問題》（北京：軍事科學出版社，2004），頁 6。

<sup>38</sup> 同前註，頁 6。

<sup>39</sup> 朱金平，前揭書，頁 2。

作的作戰功能，組織開展輿論戰、心理戰、法律戰，這既是貫徹落實江澤民同志這一戰略思想的實際舉措，也是信息化條件下作戰的必然要求，標誌著『三戰』思想的成熟。<sup>40</sup>

在「輿論戰」被確定為解放軍政治工作的要項以後，2004 年以後，解放軍開始投入大量的人力進行研究，他們的研究大致上分成幾個部分：

（一）從過去的戰例上著手。例如，由盛沛林、王林、劉亞等三人所主編的《輿論戰經典案例評析》一書，他們並未在理論與解釋架構上多所著墨，只是從古今中外的戰例中列舉一百個案例進行評析。這種有戰例卻無理論概念解說的作法，只能作為研究參考的補助工具，並無法實質的在理論的建構上提供思維架構。<sup>41</sup>

（二）把「三戰」合成解釋。例如，由程寶山所主編的《輿論戰、心理戰、法律戰基本問題》一書，就未分項的解釋輿論戰、心理戰、法律戰的內涵，只是就「三戰」作一個統合的概念來解說，特別是作者善於使用傳統解放軍的軍事用語，雖然他試圖使用一些理論概念來解說，但思考的範疇卻缺乏現代意義的學術用語，呈現出這本書有術無學的感覺。

（三）概念的解釋與問答。這一類似辭典類型的書籍，例如由張瑞忠等人所主編的《輿論戰、心理戰、法律戰 300 問》，從「三戰」的各個面向收集很多的問題，並逐一加以解答，這種寫作的方式雖非一般性的論文式的寫作方式，卻提供讀者查閱相關概念的方便性。<sup>42</sup>

（四）解釋架構與理論雛形的發現。這一類型的「輿論戰」書籍，已經試圖去建構理論架構的雛形，例如，朱金平的《輿論戰》，劉高平的《輿論戰知識讀本》，<sup>43</sup>雖然仍未脫離把大量中國的傳統軍語作為用詞，也採用大量的戰例作為解釋的內容，但他們已經著重在理論架構的建構，對未來中國充實「輿

---

<sup>40</sup> 程寶山主編，前揭書，頁 6。

<sup>41</sup> 盛沛林、王林、劉亞主編，《輿論戰經典案例評析》（北京：解放軍出版社，2005）。

<sup>42</sup> 張瑞忠、劉雪梅、杜中武、李載謙主編，《輿論戰、心理戰、法律戰 300 問》（北京：軍事科學出版社，2004）。

<sup>43</sup> 劉高平，《輿論戰知識讀本》（北京：國防大學出版社，2005）。



論戰」內涵，應當有比較大的幫助。

（五）實戰的教本。這類普遍屬於「軍內發行」的書籍，提供了許多「教戰守則」，可以當成是為實戰的操作所需，所以並未完全對外發行。例如，由王鳳銀、宋寶貴、王德興等人所主編的《透析信息化條件下輿論戰》，就頗有「教戰」的意味，作者試圖透過戰略、戰術與戰法的分析，提供解放軍實質操作的守則。<sup>44</sup>

由以上五種類型書籍的呈現，解放軍雖然已經有了「輿論戰」架構的雛形，但可能因為「國情因素」，使他們對西方所發展出來的傳播理論概念仍然遙遠，特別是西方所擅長的「媒介操控」，跟中國所認知的「媒介控制」並不同於類似的作為，使得中國的「輿論戰」理論想要西方「媒體戰」理論接軌，仍然還有一段相當的距離。

## 二、中國對「輿論戰」的定義與定位

中國軍事學者對「輿論戰」的定義，大致不脫離以下的範疇：「輿論戰作為一種特殊的作戰樣式，是信息化戰爭的產物。它是通過電視、廣播、網絡、報刊等新聞媒體，有計劃地向受眾傳遞經過選擇的信息和材料，阻斷、瓦解和反擊敵方的宣傳攻勢，從而影響受眾的情感、動機、主觀判斷和行為選擇，主導新聞輿論、影響民意歸屬，改變雙方整體力量對比的非軍事手段」。<sup>45</sup>

「輿論戰」還被分成廣義與狹義的意義來解釋，廣義的「輿論戰」，是指圍繞國家發展戰略、安全戰略，以國力為基礎，通過運用傳播學、心理學等學科原理，利用各種傳媒，進行有針對性的資訊滲透，從而影響公眾信念、意見、情緒和態度，有效控制輿論態勢，爭取輿論強勢的政治戰樣式。

狹義的「輿論戰」，是指戰時新聞「輿論戰」，即交戰各方綜合運用報紙、廣播、電視、網路等新聞傳媒，有計劃、有針對性地向受眾傳播有利於己方作

<sup>44</sup> 王鳳銀、宋寶貴、王德興主編，《透析信息化條件下輿論戰》（北京：藍天出版社，2005）。

<sup>45</sup> 唐先武，〈輿論戰：沒有硝煙的戰爭〉，

[http://www.stdaily.com/big5/stdaily/2004-05/27/content\\_251830.htm](http://www.stdaily.com/big5/stdaily/2004-05/27/content_251830.htm)

戰的資訊，達到鼓舞己方軍民的戰鬥熱情，瓦解敵方的戰鬥意志，引導國際輿論、爭取廣泛支援之目的。<sup>46</sup>

朱金平就列舉五種中國軍事研究者比較常用的定義來加以區分：<sup>47</sup>

(一)「輿論戰」是指以敵方集體心理為目標，通過大眾宣傳工具對其心理施加壓力和影響，以期達到改變敵方觀念和意識型態，削弱敵方士氣和瓦解敵軍的作戰方式。它是屬於心理戰範疇，是心理戰的一種方式。

(二)「輿論戰」是交戰雙方依托新聞媒體展開的全方位的攻心伐謀的特殊作戰方式。它是屬於信息戰的範疇，是現代信息戰的重要組成部分。

(三)「輿論戰」又稱「宣傳輿論戰」，是由政府和軍隊的宣傳機構控制、操縱、策劃、利用各種輿論工具，以網、視、聲、文、圖為武器，旨在進行壓制對手，贏得公眾的較量。

(四)第四種就是前文所指出的：「通過電視、廣播、網絡、報刊等新聞媒體，有計劃地向受眾傳遞經過選擇的信息和材料，阻斷、瓦解和反擊敵方的宣傳攻勢，從而影響受眾的情感、動機、主觀判斷和行為選擇，主導新聞輿論、影響民意歸屬，改變雙方整體力量對比的非軍事手段」。

(五)「輿論戰」是國家或國家集團為推行和實現政治、軍事、外交等戰略意圖，有組織、有計畫地運用電視、廣播、網路、報刊等新聞媒體，向受眾傳遞經過選擇的信息和材料，阻斷、瓦解和反擊敵方的宣傳攻勢，從而影響受眾的情感、動機、主觀判斷和行為選擇，主導新聞輿論、影響民意歸屬、改變雙方整體力量對比，而進行的一組非暴力性戰略鬥爭型式」。

從這五種類型的定義解釋來看，「輿論戰」使用大致不脫離藉由「傳播媒介」的管道進行作戰的樣式，因此，西方以「媒體戰」作為這個概念的名稱，其實是有它的道理存在，所不同的是，西方重視的是媒體被應用在戰爭行為中的過程，而「輿論戰」的概念則是重視應用媒體作戰的結果，也就是他們更重視發動戰爭者如何以信息內容去塑造「輿論」，進而影響到受眾者的觀念，所

---

<sup>46</sup> 王崑義，前揭書，頁24。

<sup>47</sup> 朱金平，前揭書，頁5-6。

以「輿論戰」更傾向於「價值的塑造」，而非僅是製造心理的壓力，否則它就無法與「心理戰」進行區分，也以難讓「輿論戰」建構出一個比較完整的研究領域。

當然，「輿論戰」既然重視結果論，那麼除了傳播管道是可研究的範圍之外，信息內容也是主導「輿論戰」研究相當關鍵的項目。而「信息內容」的研究在大眾文化研究者費斯克（John Fisk）提出「文本」（text）的概念後，更值得作為「輿論戰」解析的參考架構。「文本」的意涵有兩種：一是廣泛的用來指涉實體信息本身，類似印刷文件、電影、電視節目或樂譜等；另一種意涵是代表信息內容和讀者相遇後所產生的意義結果。<sup>48</sup>「文本」既然可以是由讀者自己產生意義，因此任何信息的發出，不必然能夠完全預設到會產生什麼樣的結果，這就導致「輿論戰」的控制性有時會有偏差的結果，而無法達到預期的目標。

這幾年，中國在使用「輿論戰」的文本方面，他們學習美國善於使用道德式的語言，也開始強調善惡之分，進而更廣闊的可以在全球的媒介操控中，獲取「善惡」雙方的認同，並塑造出自己是站在和平的、發展的正面形象。因此，類似「和平崛起」、「和平發展」、「和諧社會」、「和諧世界」的口號，就是希望能夠深入全球公共領域，提升中國在國際間的發言份量。所以，正面型塑自己的價值意識，一直是當前中國在全球和平時期進行「輿論戰」的重要文本思考，這對於他們努力轉變成一個大國有尋求加分的作用。

只是，如果強調「文本」在「輿論戰」中的作用，那麼上述中國軍事學者對「輿論戰」的定義，就顯得比較薄弱，這種現象不是中國學者沒有發現，而是如何去確認文本是否直接能引起受眾者的反應，確實難以判定。楊明就解釋說：「通過新聞媒體投送的信息能否被感知，取決於受眾自主選擇，有時因為對方的政治信仰、文化背景、興趣愛好等原因，會主動抵制這種信息的感知。而通過個人管道進行隱蔽滲透，可以將信息直接投送到具體對象的內心，迫使

---

<sup>48</sup> Dennis McQuail 著；陳芸芸等譯，《特新大眾傳播理論》（台北：韋伯文化，2003），頁 493。

對方被動感知，從而直接達到攻心的目的。」<sup>49</sup>

依照楊明的解釋，如果「輿論戰」本身還得區分為新聞媒體管道和個人管道，那麼重新定義起來，必然又容易和心理戰產生混淆。這是「輿論戰」跟心理戰要做好區分與界定的困難之處，中國為了解決這一難題，他們採取主動操控議題，讓議題可以透過新聞媒體管道和個人管道分別進入到受眾者的閱聽中，讓受眾者能充分感受到議題創造者所釋放的信息。因此，本文下一節將持續對美國的「媒體戰」和中國的「輿論戰」進行比較，以了解兩者在操控中所產生的意涵。

### 三、「媒體戰」與「輿論戰」的區分

本文第一節部分既已解釋美國在波灣戰爭後，將「宣傳戰」改造成「媒體戰」(media war)的新概念。這個概念改變以往「宣傳戰」的施為者不管在平時或戰時，均對大眾媒介限制採訪軍事新聞的行為，而在「公關革命」與「資訊革命」的發展下，美軍所提出「媒體戰」，卻以大眾媒介為主要對象，希望把它們引進並且成為美國戰爭的積極參與者。由於美國廣泛的使用，「媒體戰」於是被許多國家認為這是一種「新型態的戰爭」。<sup>50</sup>

#### (一) 媒體戰—媒體對媒體的戰爭

美國施行「媒體戰」是期望透過主流媒體的全球傳播，型塑出美軍是「正義之師」的形象，並且掌控戰況的報導，所以「媒體戰」中最重要的是「媒介操控」，也就是透過無遠弗屆的傳媒力量，加強美軍戰爭正義性的一種「價值塑造」。

事實上，從字面上來看「媒體戰」是一種 the war between medias 的概念。「媒體戰」所主張的是將大眾媒介作為戰爭的積極參與者，藉由傳媒力量以提

<sup>49</sup> 楊明，《軟戰爭—信息時代政治戰探析》(北京：解放軍出版社，2005)，頁 200。

<sup>50</sup> Alvin Toffler and Heidi Toffler, *War and Anti-War: Survival at the Dawn of the 21<sup>st</sup> Century* (Boston, MA: Little Brown and Company, 1993), p.108.

升己方的民心士氣，並且削弱、瓦解敵方的戰鬥意志。因此，「媒體戰」可以說是「媒體對媒體」(media toward media)的一種較量方式。

就以美伊戰爭為例，美國利用 CNN、BBC 等全球性傳媒宣導「正義之戰」，但伊拉克也透過半島電視台作為穩固民心與打擊敵人士氣的媒介。「媒體戰」一詞遂可作為兩國政府利用大眾媒介而進行的心理戰，也就是所謂「軟戰場」的較量。值得注意的是，既然是「媒體對媒體」的戰爭，那麼如同兩國軍隊一般，也會形成強弱大小等對比。

在兩國實力差距之下，「媒體戰」往往形成媒體不對稱的困境，CNN 與半島電視台就是很明顯的例子。CNN 能夠不斷宣導民主、人權、反恐等美國價值，也能夠誇大美軍戰果或者貶低伊軍能力；透過 24 小時全天候不斷播放，不但提升布希攻打伊拉克的正義形象，也削弱伊拉克人民的抵抗意志。然而，半島電視台沒有如 CNN 這樣全球傳播的實力，只能利用美軍被恐怖份子綁架或殺害的「獨家」畫面，製造「恐怖意象」，以造成美國民眾與美軍的心理恐懼。

## (二) 媒體戰—爭奪媒介操控權

此外，「媒體戰」也是一種爭奪媒介操控權 (the control of media) 的較量，交戰雙方除了各自透過大眾媒介打擊對方之外，如何獲得媒介操控權也是「媒體戰」的核心。媒介操控權的掌握關鍵在於內外兩部分，內部必須統合國內媒體說法，塑造集體的公眾意識；外部則需要與盟友合作、藉由他國媒體形成包圍，並且混淆敵國媒體視聽，以削弱敵國媒體的可信度。這樣的「媒體戰」不僅是將國內大眾媒介作為戰爭參與者，更是與國際進行「媒體聯合作戰」的新戰法。也唯有掌握媒介操控權以進行資訊的較量，才能在全球公共領域內達成「我強敵弱」的目標。

### (三) 輿論戰—強調思想、價值意識的鬥爭

在美國「媒體戰」與「資訊革命」的震撼下，中國以「輿論戰、心理戰、法律戰」等三戰作為新時代的戰爭模式。其中，「輿論戰」雖然是蛻變自「媒體戰」，兩者彼此相關，但認知層次不同。中國對輿論戰的觀念，1962年9月在中國共產黨的八屆十中全會上，毛澤東就說：「凡是要推翻一個政權，總要先造成輿論，總要做意識形態方面的工作，革命的階級是這樣，反革命的階級也是這樣。」<sup>51</sup>

在毛澤東的觀念下，中國相信意識形態會形成某種政治氣候，影響政治的發展。因此，共產黨執政的國家，特別是中國大陸，向來對輿論與意識形態的控制極嚴。他們利用意識形態作為政治鬥爭的工具或武器，他們不容許不同意見出現，一旦出現，甚至出現在萌芽狀態，他們就要展開批判，這就是所謂意識形態的鬥爭。所以，中國的輿論戰還是屬於意識形態鬥爭的範疇，是在思想上、價值意識上的鬥爭，並非只是透過媒體進行資訊上的較量。

中國的「輿論戰」既然強調的是各種思想、價值意識等輿論較量的結果，所以他們重視的是一種「輿論操控」的概念，在進行輿論操控的過程中，媒體並非是直接的參與者。因此，大眾媒介只是「輿論戰」的一種傳播管道，它是輿論操控者藉以對大眾施行價值塑造的工具。所以，「媒體戰」強調的是傳播媒介參與戰爭的功能性，但「輿論戰」強調的則是透過媒介形塑戰時與平時的「價值意識」；因此，本文才會認定前者重視的是「過程」，後者重視的為「結果」。

### (四) 輿論戰—輿論對輿論的戰爭

事實上，「輿論戰」從字義上來說，本身就帶有「輿論對輿論」(public opinion toward public opinion) 戰爭的意涵。就廣義的角度來說，輿論是包含敵我雙方的價值攻防；但從狹義的解釋，輿論則可劃分為敵我兩個不同體系。因此，「輿

---

<sup>51</sup> 毛澤東，《建國以來毛澤東文稿（第10冊）》（北京：中央文獻出版社，1992），頁194。

論戰」是一種「輿論」的較量，即是 the war between public opinions。例如中國不斷對外以「一中原則」試圖孤立台灣國際地位，另一方面則以「九二共識」試圖裂解台灣集體意識，這就形成了跟台灣進行輿論之間的較量。

既然是輿論間的較量，那麼誰能夠掌握優勢的輿論，也就能抑制處於劣勢的聲音。所以，在「輿論戰」中，「統戰」是必然存在的常態，它主要是在製造有利於己方輿論環境，以及瓦解不利於己方輿論環境，以期利用這種輿論環境所創造出來的價值意識，改變敵方對己方的認知，這正是「輿論戰」的目標。

此外，「輿論戰」既然強調媒介操控的「結果」，「媒體戰」強調操控的是過程。「媒體戰」在美方的使用下，是一種加強戰時資訊作戰的手法；但「輿論戰」所強調的，卻是在平時就形成價值塑造的有利環境。況且，一旦對媒體進行有效封鎖，「媒體戰」的功效就大打折扣；而「輿論戰」卻是一經塑造就會自動散播，人正是傳播輿論的最佳工具。

#### （五）輿論戰—爭奪輿論操控權

在輿論戰中，「輿論操控權」(the control of public opinion) 就顯得十分重要，而輿論操控權的掌握比媒體操控權來的強勢：媒體雖然能夠傳達有利訊息，但輿論卻能使人民完全被「洗腦」。當然，輿論操控權的先決條件，是要創造出對我方有利的、長時間的、穩定的輿論環境。如果能擁有這種輿論環境，就能夠因事制宜，不論發生何種狀況都能隨機應變，將輿論導向我方。

譬如，目前中國以「和諧世界」作為區域與全球的輿論環境，而內部則以「和諧社會」作為訴求。這種溫和的、非暴力的理念，不但與美國在九一一事件以後所採取的單邊主義形成強烈的對比，更成為可硬可軟、可攻可守的不二法門，為中國創造出有利的輿論形勢。

就以北韓進行核試為例，中國在事前以「和諧區域」作為軟性訴求，阻止美日採取單邊方式對北韓進行制裁，希望各國進行平等協商；但在北韓進行核試後，卻又以其破壞「和諧區域」作為硬性訴求，揚言要制裁北韓的核試行為。

中國這種雙向軟硬兼施的操作手法，讓中國在國際社會得已被認定是一個「負責任的大國」。同樣的，這種輿論操控的模式，也為中國創造出在平時是溫和的、戰時也能「得道多助」的正面形象。所以，如何理解中國對輿論的操控模式，本文以下就以實例來剖析中國在全球所進行的輿論戰。

### 肆、中國的全球輿論操控

1955年12月，毛澤東曾向新華社提出要求說：「新華社要把地球管起來，讓全世界都能聽到我們的聲音」，<sup>52</sup>這種「把地球管起來」的思考，正是中國善於使用「輿論操控」的手法，以達到他們對外宣傳的目的。

當然，對中國而言「輿論操控」的意義，有它比較狹義的解釋，它是一種「把信息內容和信息傳播手段作為一個系統，自主進行掌握的方法。也就是力求做到掌握信息內容，壟斷信息來源，控制傳播手段，壓制有害信息，牢牢把握戰場輿論宣傳主動權」。<sup>53</sup>這種強調掌握輿論主動權的觀念，一方面既可掌握公共領域的發言權，另一方面則可避免公共領域遭到對方輿論的渲染，造成己方價值的混淆。

但從廣義的解釋來看，當代文化工業的快速發展，最突出的特點是在多重權力場域的共存，多重經營成熟技術的成長，引起了權力的集中，使得文化工業的世界、意識型態權力世界、政治經濟世界和生活實踐的世界，紛紛透過商業運作、價值訴求、輿論操控、公眾參與等表現出來，它更突出成為整個國家戰略對全球範圍的「軟權力」(soft power)建構。

而輿論的操控原本是屬於國家領域的範疇，但隨著全球傳播的擴展，許多國家機關也能藉由「議題設定」，把原本屬於國家的內部議題，

---

<sup>52</sup> 周樹春，〈輿論導向的歷史方位和時代內涵〉，  
[http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/news.xinhuanet.com/newmedia/2006-12/02/content\\_5422697\\_3.htm](http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/news.xinhuanet.com/newmedia/2006-12/02/content_5422697_3.htm)。

<sup>53</sup> 王鳳銀、宋寶貴、王德興主編，前揭書，頁119。



變成一個世界主流的價值議題，它不只是形成「全球化語境」下的一個認同機制，也變成一個「全球公共領域」對某一事務的判準，類似美國在中亞地區所推行的「顏色革命」，就是在這種目的下所操控出來的一種價值意識。<sup>54</sup>所以，當前輿論戰的研究更重視價值意識的塑造，而不再是單一的以訊息作為傳播的手段。理解這個原則，我們就以胡錦濤上台以後針對中國外交政策轉向來加以解析。

### 一、「和平崛起」的提出

胡錦濤上台以後，中國外交政策的轉變，大致藉由「國際場域」來提出政策理念。這不只反應中國在全球公共權力場域中，展現追求主導全球價值觀的強烈企圖，也意圖將中國所提出的外交政策主張，變成全球共同遵循的標準。

例如，2003年11月3日在海南島所舉行的「博鰲亞洲論壇」中，中共中央黨校前副校長鄭必堅就率先提出「和平崛起」這個概念，鄭必堅是在發表「中國崛起新道路和亞洲的未來」演講中提出這個概念，他指出中國要走「和平崛起」的道路，必須要堅持三個重要戰略原則：第一，「和平崛起」的制度保證：銳意推進以社會主義市場經濟，與社會主義民主政治為基本內涵的經濟與政治體制改革；第二，「和平崛起」的精神支柱，大膽借鑑吸收人類文明成果，堅持弘揚中華文明；第三，「和平崛起」的社會環境，統籌兼顧各種利益關係，包括統籌城鄉發展、統籌區域因素、統籌經濟社會發展、統籌人與自然和諧發展、統籌國內發展與對外開放。<sup>55</sup>

在鄭必堅提出「和平崛起」概念之後，2003年12月10日中國總理溫家寶訪問美國時，在哈佛大學所舉辦的一場「把目光投向中國」演講會中就提出：

---

<sup>54</sup> 王崑義，前揭書，頁3-4。

<sup>55</sup> 鄭必堅，《論中國和平崛起發展新道路》（北京：中共中央黨校出版社，2005），頁1-8。這項理論研究，中國中央撥款二百萬元人民幣，指定由鄭必堅組成以中央黨校教授為主的理論班子，積極建立「和平崛起的中國」的理論。顯然鄭必堅對「和平崛起」的分析，相當程度代表著中國高層的看法。請參閱〈胡錦濤下令建構和平崛起理論〉，《聯合報》，2003年12月16日，版A13。

「今日的中國是改革開放與『和平崛起』大國，作為發展中的大國，中國不能完全依賴大國，同時也要進行體制改革」。<sup>56</sup>這是中國重要領導人首次在國際舞台上，正式提出中國要建立一個「和平崛起」大國的發言，所以頗受到國際間的關注。自此「和平崛起」的說法已然定調。

然而，「崛起」一詞在外文翻譯中卻有武力征服的意味，可能會重蹈二次大戰前納粹德國與日本軍國主義崛起的道路，所以外界對於「和平崛起」容易將「和平」理解為手段，將「崛起」理解為目的，認為中國爭取「和平」不過是為了實現「崛起」的目的。因此在 2005 年 4 月 22 日召開的「博鰲亞洲論壇」中，鄭必堅再次提出「和平發展」的概念，並與「和平崛起」相提並論。<sup>57</sup>這表示當時各國雖然肯定中國「和平崛起」已有了成功的開端，但必須進一步完善為「和平發展」，才能避免外界對中國崛起所帶來的威脅感。因此，中國如何走「內外兼修」的和平發展之路，變成中國外交詞彙必須再轉向的原因。

美國的中國問題專家李成教授就認為，鄭必堅 2005 年以前所發表的一系列講話和文章顯示了中國高層的一種新思維，那就是把 2003 年制定的外交政策轉化成為一個內政與外交緊密聯繫起來的政策。而美國密西根大學中國研究中心研究員李侃如（Kenneth Lieberthal）也說，中國如此強調「和」字，是因為它注意到，中國過去 10 年的成功發展引起了其他國家疑慮，擔心中國將如何在國際間使用其迅速增長的力量。<sup>58</sup>所以為了讓中國崛起的現象能夠在全球公共領域獲得信任與接受，中國又在 2005 年下半年提出「和諧世界」作為替代。

## 二、「和諧世界」概念的出現

「和諧世界」的概念是中國作為操控全球輿論、重塑國家形象的一個相當

---

<sup>56</sup> 〈溫家寶總理在哈佛大學的演講—把目光投向中國〉，  
<http://houston.china-consulate.org/chn/xwgd/t56131.htm>。

<sup>57</sup> 鄭必堅著，前揭書，頁 78。

<sup>58</sup> 陳蘇，〈中國強調和平發展〉，  
<http://www.voanews.com/chinese/archive/2005-12/w2005-12-22-voa18.cfm>。

重要的指標，也是爲了達到「內外兼修」的目的，中國逐步從提出「和平崛起」到「和平發展」的外交思維裡，繼續擴展出來的一種「和諧外交」的理念。<sup>59</sup>

事實上，中國在 2004 年中共的十六屆四中全會中提出「和諧社會」的概念以後，他們就以此爲核心，逐步找尋可以連結這個概念的外在範疇，以達到「內外兼修」的目的。於是，從「和平崛起」、「和平發展」、「和諧社會」到「和諧世界」的提出，中國因此可以達到從內而外佔有內外公共領域的價值標準，所以外交口號的修正，也展現出他們主動操控國內外輿論的企圖心。

由於「和諧世界」的概念具有爭奪全球公共領域的發言權，試圖改變國際社會對「中國威脅論」的惡名，所以「和諧世界」的理念也是藉由國際場域提出來。這個概念最先是在 2005 年 4 月胡錦濤在參加印尼雅加達所舉行的「亞非高峰會」中所提出，當時他說：「亞非國家應推動不同文明友好相處、平等對話、發展繁榮，共同建構一個和諧世界」。2005 年 7 月胡錦濤出訪俄羅斯時，「和諧世界」被寫入「中俄關於 21 世紀國際秩序的聯合聲明」中，這是「和諧世界」第一次被確認為國與國之間的共識，也標誌著這一理念逐漸進入國際社會的視野。<sup>60</sup>

2005 年 9 月胡錦濤在聯合國成立 60 週年的高峰會上發表了「努力建設持久和平、共同繁榮的和諧世界」講話中，也再次提出了建構「和諧世界」的新理念。<sup>61</sup> 爾後，在 2005 年的 12 月 6 日，中國總理溫家寶在法國發表題爲「尊重不同文明，共建和諧世界」的演講，再進一步闡述了「和諧世界」的內涵。

---

<sup>59</sup> 據香港《大公報》引述消息指出，目前中共有關專家正在加緊起草這部外交白皮書。消息指出，中共國務院目前正組織專家研究起草《中國和諧外交白皮書》。這部即將發布的白皮書將對中共的外交進行重新定位，並且極可能發展出中共的外交新戰略。北京有關專家指出，胡錦濤提出的「和諧世界」或「和諧外交」，將不同與過往的「獨立自主」或「和平共處」。(《和諧外交定調，中共研擬白皮書》，《中國時報》，2006 年 12 月 5 日，版 A13，參閱 <http://news.chinatimes.com/Chinatimes/newslist/newslist-content/0,3546,110505+112006120500095,00.html>。

<sup>60</sup> 〈和諧世界理念發展歷程〉，《文匯報》，2007 年 10 月 14 日，版 A4。

<sup>61</sup> 〈努力建設持久和平、共同繁榮的和諧世界——在聯合國成立 60 周年首腦會議上的講話〉，<http://www.china.com.cn/chinese/news/971778.htm>。

<sup>62</sup> 2007 年以後中國就以「和諧世界」理念，作為建立「和諧外交」的戰略目標。<sup>63</sup>

而在建構「和諧世界」之前，對中國這個擁有世界上最多鄰國的國家來說，營造「和諧地區」或「和諧亞洲」更具緊迫性和戰略意義。中國的陸地邊界達 2.2 萬多公里，大陸海岸線 1.8 萬多公里，周邊國家多達 29 個，其中直接接壤的鄰國就有 15 個。冷戰結束，宣告了大國對抗時代的終結，中國認為這是進一步穩定周邊的和平環境提供了良好機遇。

Berry Buzan 認為就如同俄羅斯、印度和早先的德國一樣，中國無法迴避地區性政治。中國的全球地位決定性地取決於它與它的周邊地區是何種關係。<sup>64</sup>這可從 2004 年 4 月胡錦濤在「博鰲亞洲論壇」上就提出「開放亞洲主義」概念，可以理解中國新建構的外交戰略，是希望「中國的發展是亞洲的機遇，堅持與鄰為善、以鄰為伴的周邊外交方針，奉行睦鄰、安鄰、富鄰的周邊外交政策，著力加強同亞洲各國互信合作，積極推動緩解地區焦點問題，努力維護亞洲的和平與安寧」，這句話可以作為中國「睦鄰外交」的最佳註腳。<sup>65</sup>而「睦鄰外交」就是中國建立「和諧地區」或「和諧亞洲」的外交工具，也是建構「和諧外交」的基礎。

2006 年 6 月胡錦濤又在「上海合作組織第六次元首峰會」致詞時拋出共建「和諧地區」的概念；<sup>66</sup>緊接著胡錦濤在參加「亞洲相互協作與信任措施會議」，又提出共建「和諧亞洲」。<sup>67</sup>顯然，「和諧」已經成為中共內外政策的核

---

<sup>62</sup> 〈溫家寶：尊重不同文明，共建和諧世界〉，  
[http://big5.china.com.cn/zhuanti/115/hpdl/txt/2006-02/16/content\\_6125458.htm](http://big5.china.com.cn/zhuanti/115/hpdl/txt/2006-02/16/content_6125458.htm)。

<sup>63</sup> 王崑義，〈中國的和諧外交與對南太平洋的擴展〉，《台灣國際研究季刊》，第 3 卷第 3 期（2007 年）。

<sup>64</sup> Barry Buzan，〈中國崛起過程中的中日關係與中美關係〉，《世界經濟與政治》，第 7 期（2006）。

<sup>65</sup> 朱新民主編，《胡溫體制的平衡戰略：思維與政策》（台北：遠景基金會，2005），頁 204。

<sup>66</sup> 〈胡錦濤在上海合作組織第六次元首峰會講話全文〉，  
[http://news.xinhuanet.com/newscenter/2006-06/15/content\\_4701974.htm](http://news.xinhuanet.com/newscenter/2006-06/15/content_4701974.htm)。

<sup>67</sup> 〈胡錦濤在亞洲相互協作與信任措施會議講話全文〉，  
<http://college.cndsi.com/html/20060619/7680141434.html>。

心價值，而從「和諧地區」--「和諧亞洲」--「和諧世界」，它們不只架構出一個比較完整的「和諧外交」的概念，並與「和諧社會」連結成一個「內外兼修」的「胡錦濤時代」。

### 三、外交場域與輿論戰的關連

從中國善於選擇重要的多邊外交場域來提出新的外交理念來看，中國崛起之後已經具有更大的野心想要扮演國際性的霸權。這種想法有些類似過去崛起的國家，不斷的利用國家機器和跨國集團，所營造的「共謀結構」去實現另一種慾望的想像，也就是藉由「共謀結構」來進行區域「經略空間」的掠奪與重構，以便脫離邊緣弱者的身份，進而走向世界體系的核心，並在核心的外緣地區取得一席「半核心」的位置，這就是日本明治維新後想要「脫亞入歐」的途徑。<sup>68</sup>

中國從脫離社會主義走向資本主義的道路以後，他們亟欲納入資本主義的世界體系中，所以除了利用自己營造的「博鰲亞洲論壇」提出新的外交理念之外，也利用全球的核心—聯合國，作為「脫社入資」的重要場域，所以如何以新的外交理念重繪中國在世界的權力地圖，變成是中國對全球進行輿論操控的重要目標。

中國除了利用「博鰲亞洲論壇」和聯合國這兩個重要場域宣揚外交理念之外，他們也利用「上海合作組織」、「中非合作論壇」不斷的提出新的外交理念。例如「上海合作組織」所產生的「上海精神」，中國就藉此對外宣稱願意與各國進行「互信、互利、平等、協商、尊重多樣文明、謀求共同協商」的外交關係。<sup>69</sup>他們在「中非合作論壇」中，也提出願意建立「新型國際關係」、「新型戰略夥伴關係」，以期在中國主導下的區域「共謀結構」中能產生一套新的語言系統，讓中國實現躋身到國際霸權與建立自身霸權領域的主導地位。

---

<sup>68</sup> 李天鐸，《重繪媒介地平線》（台北：亞太圖書公司，2000），頁 34。

<sup>69</sup> 〈上海精神〉，[http://news.xinhuanet.com/ziliao/2003-02/19/content\\_735948.htm](http://news.xinhuanet.com/ziliao/2003-02/19/content_735948.htm)。

所以，一個外交權力場域的屬性，正如布爾迪厄所說：「場域是一個力量場，也是一個鬥爭場。這些鬥爭是爲了改變或保持已確立的力量關係：每一個行動者都把他從以前的鬥爭中獲取的力量，交托給那些策略，而這些策略的運作方向取決於行動者在權力鬥爭中所佔有的地位，取決於他所擁有的特殊資本。」<sup>70</sup>也因此，中國崛起了，它必須創造更多的外交語言，選擇適當的外交場域，在各種全球鬥爭的環境中，作爲中國納入全球價值核心的起步。而適當的場域和外交語言，也是他利用全球的輿論操控去重塑中國身份，繼而達到主導全球價值意識的目標。

另一方面，中國在全球輿論操控的方式，他們之所以選擇國際重要的場域去發表自己的外交理念，也是得自新馬克思主義者葛蘭西（Antonio Gramsci）所提出的「文化霸權」（cultural hegemony）的構想。<sup>71</sup>中國試圖從上層建築統治意識型態主題切入，藉此促進在國際社會整體範圍內的文化力量，能夠對崛起的中國進行相互的作用與理解。

只是，當意識型態被構想爲僅是上層建築的權力關係所做出的反應時，它的活力也就被抹煞了。畢竟，活生生的東西不可能只是幻象，中國在尋求納入資本主義體系時，在經濟上雖然表現出迅猛的發展，但政治制度上一直停滯在一黨專政的領域，所以國際社會的上層建築即使能夠接納他的「和平」口號，但它在普通常識中被表現、日常生活的實踐論證和文化與意識型態的聯繫中，讓中國這個圖像變成是國際社會各種鬥爭力量之間的一種永恆的較量。2007年以來，全球掀起對中國製造「黑心產品」的抵制，或許就是這種日常生活實踐與意識型態不斷鬥爭的產物。

所以，透過輿論戰所施行的全球輿論操控，不能只是建立在單一面向的結構之上，中國越是以霸權之姿在國際社會的上層建築操控全球的價值意識，它

---

<sup>70</sup> Pierre Bourdieu 著，包亞明譯，《文化資本與社會煉金術：布爾迪厄訪談錄》（上海：人民出版社，1997），頁 83。

<sup>71</sup> 葛蘭西的「文化霸權」觀念，可參閱 Jean Cohen and Andrew Arato, *Civil Society and Political Theory* (Massachusetts: MIT Press, 1992), p.193。

的外交理念就越會形成一種「虛假意識」(false consciousness)，缺乏政治實體改變的配合，中國再多的「和平」與「和諧」口號，仍難完全融入重視民主、人權作為普世價值的資本主義社會，中國再怎麼企圖在國際權力版圖中塑造國際新價值與新身份，最終仍要時時面對此起彼落的各種「中國威脅論」。

## 伍、結論

「輿論戰」的發展從「宣傳戰」時代以來，已變成是軟戰爭的一部分，如何透過媒介的宣傳以達到對敵攻心奪氣的目的，從一次大戰以後更已是交戰國作為戰爭工具的重要項目。二次大戰以後，隨著美國傳播理論的發展，美國善於使用各種正面、負面的資訊對敵對陣營進行心理的攻勢，以改變他們的意志達到心理支配的效果。所以「宣傳戰」從此被改造成「心理戰」，也正式被納入美國使用戰爭工具的一環。

1990 年初波斯灣戰爭的爆發，隨著資訊革命與資訊共享觀念的出現，美國更把「心理戰」改造為「媒體戰」，他們把媒體記者帶到戰場，透過他們及時的把戰場信息直接送入到後方人民的家庭裡，戰爭從此不再血腥，反而在聲光效果的展現下，更可表現出美軍高科技戰爭的威嚇效果，讓敵人不寒而慄、不戰而退。所以「媒體戰」是結合「宣傳戰」、「心理戰」和新式傳播科技所產出的新戰爭工具，讓戰爭不再有前、後方的差別。

2003 年美伊戰爭以後，中國推出「輿論戰」的概念，試圖更廣泛的解釋戰爭中利用媒體進行攻防的結果，這裡面中國得出意識型態與「價值意識」的塑造要比媒體攻防更為重要的結論，所以從 2003 年正式界定輿論戰是「三戰」一環之後，中國就把這一個作戰概念帶入到國際場域進行輿論操控。因此，中國不斷的在重要的國際場域推出他們新的外交理念，不只是意圖搶奪國際社會的發言權，也是希望透過國際場域的宣示，達到中國塑造全球價值意識的目標，讓中國有「脫社入資」變成國際霸權的機會。

所以，「輿論戰」在中國的操作之下，已越來越不像美國的「媒體戰」，它不只逐步跨出「媒體戰」的侷限，讓輿論戰可以作為全球意識的輿論操控，更可以在平時也能作為國家意識型態操控的工具。也因平時國家就可以進行輿論操控，在全球塑造屬於特定國家屬性的價值意識，所以戰爭的效用就越來越不如戰略操控重要，這也是解放軍為何認為美伊戰爭以後「戰爭變小了，戰略變大了」之因。

中國的「輿論戰」經過這樣的改造之後，它也可以脫離過去作為威嚇作用的戰爭工具，而跟心理戰有所區隔，也就是平時國家操控價值意識，要比戰時進行心理威嚇更為重要。因此，如何從傳播理論、戰略理論以及國際關係理論裡尋找一些思考的養分，建構一套屬於輿論戰專屬的價值意識操控理論，將是輿論戰研究者更為重要的研究方向。