

談中國的輿論戰——沒有硝煙的人民戰爭

●董立文／中央警察大學公共安全系副教授

一、從中共的角度

中國共產黨本來就很重視宣傳，靠槍桿子及筆桿子奪取政權，也靠這兩桿子維護政權。必須注意的是，五十多年來發展的結果，可以這麼說，中共的宣傳等於說謊，或至少是扭曲事實。而中國共產黨從頭到腳就是一個宣傳機器，由於以黨領政，以黨領社會，因此，中華人民共和國以及由黨組織及國家機器所直接或間接控制的各種社會團體、媒體、學校、宗教、乃至於企業，從頭到腳也都是宣傳機器，外界以為只有中共中央宣傳部主導與控制宣傳，這是不對的，簡單的說，只要有黨組的地方，就是製造謊言的地方，只要有黨員的地方，就是說謊的人，這是中共黨章的明文規定。從過去大量的案例也都證明，只要在黨、政府及社會各種團體內說真話的人，就會被開除黨籍、逐出政府或單位，失業或被傷害。

以往中共宣傳的重點是針對國內，目的為維護一黨專政。隨著改革開放及與國際接軌之後，尤其是受到美國兩次攻打伊拉克的刺激，中共傳統的宣傳觀念、工具及技巧有慢慢的發生轉變。為了要對全世界作宣傳，積極的學習西方的理論，重新認識新聞輿論的地位作用，體會拿破崙曾說：「報紙一張，猶聯軍一隊」；美國前總統艾森豪也說過：「在宣傳上花一美元等於在國防上花五美元」¹這些話。也就是在這個背景下，2003年12月，共軍修訂「政工條例」，提出「政治工作要組織開展輿論戰、心理戰、法律戰」後，中共就積極展開教育與訓練，在解放軍報或各種期刊上，共軍、學者紛紛提出「三戰」內容之界定，除了「心理戰」延續與精進傳統觀點外，「輿論戰」和「法律戰」則提出務實與創新的見解。

在這裏強調一件事情，這個「政工條例」的提出，是規定共軍對全世界進行「三戰」，因此，僅認為「對台三戰」並不精確。從共軍的角度，輿論戰是指「根據國家戰略意圖和軍事鬥爭任務，以輿論為武器，綜合運用各種傳媒和信息資源，激勵我方戰鬥精神，削弱敵方戰鬥意志，為爭取政治主動和軍事勝利營造有利輿論環境的鬥爭行動。輿論戰是配合國家政治、外交、軍事鬥爭的重要形式」²，這是狹義的定義。

從廣義面來看輿論戰，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³。

很明顯，狹義的定義是指戰時，廣義的定義是指平時。但是，無論是戰時或平時，中國共產黨、中華人民共和國政府及其附屬機構，就已經是一個從事輿論戰的龐大機器。

二、輿論戰的新發展方向

在目前國際政治學的發展中，輿論戰這個領域已經跳脫純軍事範圍，被納入國家的大戰略，而用「權力」(power)這個概念來概括之。假如，輿論戰指的是「影響公眾信念、意見、情緒和態度，有效控制輿論態勢」，那麼，它就不僅僅是個新聞的問題，媒體與新聞都是工具，如果目的是要改變他人的思考與主張，那麼，輿論戰就是一種權力較勁的問題。

霍夫曼(Stanley Hoffmann)提出「合作權力」(Co-operative power)的看法，它是指「一國有能力建構一種情境，讓他國能根據我們的喜好來發展他的價值偏好，根據我們的利益來界定他的利益……這種建構依賴他的文化與意識形態的吸引力，以及各種國際準則的制度與規範」。⁴

奈伊(Joseph Nye Jr.)跟著提出「柔性權力」(soft power)的看法，它是指凝聚各方力量共同建構國際體制的力量，它包括：市場的競爭能力、長期提升技術的能力、對國際輿論與分析觀點的影響能力、協調國際合作共謀解決方案的能力。⁵

所以，根據這些定義，資訊＝知識＝輿論＝權力這個公式可以成立。而運用柔性權力這個概念來看輿論戰，可以得到比較全方位的理解，柔性權力五大手段文化(Culture)、價值觀(Values)、理想(Ideas)、聲望(Reputation)、媒體(Media)都是輿論戰的要素。

從九〇年代開始，中共在國際社會上就跟「中國威脅論」進行博鬥，到了二十一世紀，配合著「和平崛起」與「和諧社會」的理論，中國的國際形象確有改觀，但這主要不是中國改變了自己的行為（雖然有些修正），更多的是中共進行輿論戰的精緻化，以及台灣自己沒有在國際上發揮撥亂反正的作用。

最近，國際媒體及學術界已經越來越多文章在討論「中國的柔性權力」這個命題，典型的專著就是2007年出版的「魅力進攻——中國的柔性權力如何的轉變世界」⁶一書，這本書很客觀的把中國運用那些手段與資源（包括文化、商業、經援等），改變了外國人對中國的觀感，尤其是東南亞國家，分析的很清楚，隱然是新版的「中國威脅論」。

三、中共對台輿論戰

中共對全球的輿論戰早已嚴重的影響了台灣。最明顯的例子，在中文網路的任何搜

尋引擎，既使是非大陸的引擎，打上任何社會科學的專有名詞前面加上中國兩字，（例如中國民主、中國人權），那麼出現的結果，百分之九十是簡體字，而簡體字的百分之九十五以上是中國官方說法，其實，打上「六四天安門事件」、「中國威脅論」等的結果都是一樣。

而台灣的一般人、記者與學生想要瞭解中國，網路是最方便的工具，但是網路資訊、大陸的圖書、報紙、期刊與雜誌統統與中共中央口徑一致，而且明白以「專業研究」的面貌出現，常常使讀者在不經意的情況下被「植入」。不能說中共所提供的消息不真實，而是他只提供部分事實，卻導引出錯誤的結論，這是中國輿論戰最常見的手法，只拿出一支椅子腳就告訴你這是一張椅子。

不僅如此，外國也是一樣，我國軍方學者以《紐約時報》為例實證研究發現，《紐約時報》儘管報導立場大多以中立之態度反映新聞事件的真相，但由於其報導台灣之事務，援引自中國大陸的消息來源居多，導致部分事實有被中共當局扭曲的現象。《紐約時報》報導台灣事務新聞，引述自中國大陸消息來源比重有逐年升高的趨勢，從2004年33.8%上升到2005年的43.4%，相較之下台灣消息來源援用比例較低，這個學者呼籲，此一現象不容忽視，由於報導中援用自中國大陸的消息來源居多，導致部分事實內容被扭曲誤解。藉由國際媒體有計畫的傳遞經過選擇的宣傳內容，從而影響改變國際人士對我國之看法與態度，向為中共慣用之伎倆⁷。

四、反制中國的輿論戰

（一）另闢戰場，借力使力

我國政府將大部分的資源及精神放在兩岸關係上，尤其是說明、澄清或解釋我國立場，這些雖然重要，但終究是被動應戰，在整體形勢上變成「台灣有問題」，每次都忙著洗刷「麻煩製造者」這個標籤，這個標籤中國一用十年，至今仍困住台灣。建議應直接對中國本身的發展（政治、經濟、社會）主動出擊。尤其是結合國際社會對中國的各種質疑（奧運、民主、人權、政府貪腐及透明度），主動配合出擊。談中國的發展有一個最好的標籤，就是「中國的不確定性」。

（二）以敵為師，以子之矛攻子之盾

中國官方網站人民網與新華網有台灣網頁，每天都在批評、謾罵、歪曲台灣，我們坐視沒有任何人、單位回應，而中共對台灣的詆毀方式，是大量的引用台灣的報紙、雜誌及在野黨的話；相對的，在大陸的官方網站的深處，也可以發現大量的數據或事實，足資證明中共說謊，只是沒人整理及研究而已，更別談運用。

（三）政府主導，擇要處理

針對中國主要媒體的頭條新聞或焦點議題，無論是談大陸或是台灣，我方都需要專人專責處理與回應，事實上這是政府應該主導的事，且層級不宜太低。

(四) 案例觀摩

中共中央台出品之「中國的崛起」
天下雜誌在網路上傳播之「發現中國」
日本NHK電視台出品之「激流中國」

網民反應兩例：

2008年奧運在即，也剛好是改革開放三十週年，中央電視台製播了一系列的「大國崛起」紀錄片，藉由世界上強權的興亡勝衰史，來暗喻中國大陸不但是經改有成，更邁上了世界強國之途。

長大以後，感情變得越來越麻木了，已經記不得上次哭是什麼時候了。就在剛剛卻被一部NHK電視台拍攝的紀錄片《激流中國》擊潰了，我甚至能聽到自己哭出的聲音。感動我的並不是那苦難有多麼的驚世駭俗，而是這苦難如此真實，離我如此之近，而社會的不公又如此醜陋。它讓我切身的感受到在當今中國發生的每一件事情每個人都難咎其責，我們無法繼續無視身邊這種苦難，逃避這種責任——黑煤礦、黑磚窯、奴工、留守兒童、環境惡化、官商勾結……此時我只有憤怒，沒有悲憫！……

<http://www.douban.com/subject/2133523/>

《NHK·激流中國》—2007年度最震撼的系列紀錄片！（國人得看！）

早上看了其中的第一集《富人與農民工》，實在無法平靜。

首先，無法接受——這樣一部優秀的紀錄片來自日本的電視台；更是無法承受——片中所反映的當今中國「建構和諧」背後的現實。

我並不反日，似乎也已打定主意不會去買日本車。但我，還是要為NHK的製作者深鞠一躬：謝謝你們記錄下了中國，現在的中國！

<http://ido.3mt.com.cn/Article/200704/show708720c24p1.html>

【註釋】

1. 孔英，〈透視資訊化戰爭中的新聞輿論戰〉，http://news3.xinhuanet.com/mil/2004-06/01/content_1500707.htm.
2. 盛沛林、王林、劉亞主編，《輿論戰》，中國人民解放軍出版社，2005年，頁5。
3. 黃進福、張原萱、李耀衫、朱芝嫻，〈中共對台輿論戰〉，《青年日報》，95年5月26、27日第3版，<http://www.youth.com.tw/una/Military/95/08/M95.08.01-B.htm>.
4. Stanley Hoffmann, *Gulliver's Troubles* (New York: McGraw-Hall, 1968), p.31.
5. Joseph S. Nye, *Bound to Lead* (New York: Basic Books, 1990), pp.201-237.
6. Joshua Kurlantzick, *Charm Offensive* (New Haven and London: Yale University Press 2007).
7. 王宗銘，〈中共三戰／輿論戰鎖定？美主流媒體引用中國消息來源居多〉，<http://www.ettoday.com/2007/06/21/162-2110747.htm>，2007年6月21日。◆