

中共「認知戰」操作淺析— 由美、「中」對抗視角回顧

The CCP's "Cognitive Warfare" Operations: A Review from the
Perspective of US-China Rivalry

紀澄鎡 先生、林傳凱 先生

提 要：

- 一、本文探討美國川普至拜登總統任期之間(2017年1月-2025年1月)與中共官媒於社群媒體場域進行之相互攻防，特別聚焦於「中」方外交系統如何運用特定媒體進行「認知戰」操作，並反制對手話語權操作；同時透過建立自身的傳播渠道、滲透社群媒體等方式，挑戰和削弱對手在資訊領域的主導權。
- 二、透過中共外交部於特定媒體的發文分析，可清楚歸納出「中」方三種主要宣傳路線，包含「柔性大外宣」、「戰狼式攻擊」與「混淆式資訊操作」；且為應對川普總統而在外交節奏上進行「輿論戰」及「宣傳戰」，對內不僅鞏固政治合法性，對外也有利大國形象塑造，連帶影響國際輿論與美、「中」關係。
- 三、2025年1月起，全球面臨川普總統再次執政後所造成的不確定因素大增，預判其在第二任期對「中」關係可能更對立；而中共則將持續利用社群媒體操作輿論，以延續兩國的對抗關係。對我國而言，有必要進一步認識中共「認知戰」操作及對我國可能產生之風險及因應之道，才能真正確保國家安全。

關鍵詞：認知戰、美、「中」關係、戰狼外交

Abstract

- 1.This study explores the social media confrontation between the U.S. (under Presidents Trump and Biden, 2017–2021) and the Chinese Communist Party (CCP), focusing on how the CCP's diplomatic system conducted "cognitive warfare" to counter U.S. narratives. It also examines how China built its own communication channels and infiltrated platforms to undermine its rivals' information advantage.
- 2.Analysis of posts by China's Ministry of Foreign Affairs reveals three

key propaganda strategies-soft-power messaging, wolf warrior attacks, and disinformation. These tactics responded to Trump's diplomacy, aiming to bolster domestic legitimacy and shape global opinion to favor China in the context of U.S.-China relations.

3. Since January 2025, the world has faced heightened uncertainty following President Trump's return to office, with his second term expected to bring even greater confrontation with China. In response, the Chinese Communist Party is likely to continue manipulating public opinion through social media to sustain bilateral tensions. For Taiwan, it is essential to deepen its understanding of China's cognitive warfare strategies, assess the potential risks posed to national security, and develop effective countermeasures to ensure the country's safety and resilience.

Keywords: Cognitive Warfare, U.S.-China Relations, Wolf Warrior Diplomacy

壹、前言

2025年1月20日，唐納·川普(Donald Trump)再次宣誓就職成為美國第47任總統，他在就職演說中重申「美國優先」(America First)政策，推動保護主義與單邊主義，為全球經濟與政治局勢增添不確定性。¹華府也延續前一任期作法，強化對「中」強硬政策立場，並將中共定位為「戰略競爭者」(strategic competitor)²，特別在貿易與科技領域；尤其美國曾對中國大陸商品加徵高達百分之一四五的關稅，引發新一輪貿易戰；中共則以百

分之一二五的報復性關稅回應，並限制稀土出口，導致全球供應鏈緊張，儘管經過磋商談判，但情勢並未緩解。此外川普總統也對盟友採取單邊主義政策，削弱合作關係，並為中共擴大國際影響力提供契機，依此情勢分析，反映出美、「中」戰略競爭的態勢恐仍將加劇。³

在臺灣問題上，當前華府仍延續交易性外交思維，將我國視為美、「中」兩國談判的籌碼，一方面強化對臺軍售，推動半導體產業鏈轉移至美國本土；另一方面，其孤立主義將傾向降低介入臺海軍事衝突的意願，為美、「中」雙方在危機管控

註1：梁敬偉，〈2025年美國總統川普就職演說重點摘要〉，財團法人中華經濟研究院臺灣東南亞國家協會研究中心，2025年1月21日，<https://www.aseancenter.org.tw/post/2025%E5%B9%B4%E7%BE%8E%E5%9C%8B%E7%B8%BD%E7%B5%B1%E5%B7%9D%E6%99%AE%E5%B0%B1%E8%81%B7%E6%BC%94%E8%AA%AA%E9%87%8D%E9%BB%9E%E6%91%98%E8%A6%81>，檢索日期：2025年5月15日。

註2：鍾佑貞，〈美情報評估全球威脅：中國是戰略競爭者 意圖取得統一臺灣優勢〉，中央通訊社，2025年3月25日，<https://www.cna.com.tw/news/aip/202503250426.aspx>，檢索日期：2025年5月15日。

註3：Didi Tang and Zeke Miller，"As Trump alienates allies with US tariffs, China is poised to exploit the gaps"，A.P, April 11, 2025, <https://apnews.com/article/china-united-states-tariffs-influence-d0bd2de680a04f0e1cbbc42a8bba1c8f>，檢索日期：2025年5月15日。

中保留迴旋空間。由於「中」方堅持「底線思維」，在堅守主權原則的同時，更以外交與經濟手段反制美國，削弱其戰略圍堵，⁴雙方對抗不知「伊於胡底」。

川普總統在第一任期時，以社群媒體「推特」(Twitter，現已改為「X」，本文配合探討需要，仍沿用稱「推特」)為主要溝通平台，直接向公眾傳達政策立場及公開批評他國事務；在此背景下，社群媒體同樣成為中共進行「認知戰」的重要戰場。「中」方透過外交部的「推特」帳號反擊美方攻擊言論，宣傳其官方版國際敘事，這種社群媒體上的攻防，同樣反映出其在數位時代下的「認知戰」操作策略。如今進入「強人總統」川普的第二任期，可預見美、「中」關係將進入更為尖銳的對抗階段，雙方在外交與「認知戰」領域的競爭將日益頻繁且複雜，並對國際秩序產生深遠的影響。

當前我國是對岸「認知戰」的主要攻擊對象，理解及反制此類威脅對國家安全及國人向心具有重要意義；因此，本文透過分析川普總統第一任期至拜登(Joe Biden)總統任內(2017年1月-2025年1月)，

「中」方在社群媒體上的認知操作，應能對我國汲取相關經驗與國家安全有所助益，同時進一步降低「認知戰」對國人之危害，這也是撰寫本文主要目的。

貳、中共「認知戰」的源起與本質

「認知」(Cognitive)指的是人類對於注意力、語言使用、記憶、感知、問題解決、創造力和思考等心理過程，是心理學上的名詞。中共將「認知戰」稱為「認知域作戰」(Cognitive Domain Operations)或「制腦權」，我國則稱為「認知戰」(cognitive warfare)或「認知作戰」。⁵但「認知戰」並非共軍使用之軍事用語，⁶前總統蔡英文女士在2020年5月20日就職演說中，就首次提到「認知戰」等灰色地帶威脅；⁷隨後，國防部在2021年3月公布的2021年《4年期國防總檢討》⁸及《2021年國防報告書》中，都將中共對我「認知戰」納入國防政策指導文件中，且將中共「灰色地帶」列為主要威脅之一，⁸凸顯政府早已警覺到「中」方「認知戰」對我國及人民產生之危害。

註4：聶舒翼，〈專家熱議“特朗普2.0”：中美關係將走向何方〉，澎湃新聞，2024年12月13日，https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_29627999，檢索日期：2025年5月15日。

註5：〈認識「認知戰」：一個既「傳統」又「創新」的作戰方式，中共對臺重要打法！〉，戰略風格，2021年5月25日，<https://strategy.style/archives/cognitive-warfare-china-taiwan>，檢索日期：2025年5月15日。

註6：〈第十五任總統暨副總統就職專輯就職演說〉，中華民國總統府，2020年5月20日，<https://www.president.gov.tw/Page/586>，檢索日期：2025年5月15日。

註7：四年期國防總檢討編纂委員會，《中華民國110年四年期國防總檢討》(臺北市)，國防部，2021年3月，頁38~40。

註8：國防報告書編纂委員會，《中華民國110年國防報告書》(臺北市)，國防部，2021年10月，頁41~44。

2003年12月，中共中央軍委修訂《中共政治工作條例》（以下簡稱「政工條例」），首次將「三戰」納入軍事條例，做為新時期軍事政治工作的核心內容。此舉顯示中共正式將「輿論戰」、「心理戰」與「法律戰」制度化，並積極發展「三戰」相關作為；⁹2016年1月，再對執行「三戰」的負責單位進行調整，其中「心理戰」由戰略支援部隊(311基地)負責，「輿論戰」由「網路輿論局」及「宣傳局」（隸屬政治工作部）負責。¹⁰此次組職調整也代表中共正在加強對我國實施「三戰」之力度與強度。

中共長期以來透過各種「統戰」攻勢拉攏人心，同時配合以「心理戰」為核心的「三戰」策略，及各式「文攻武嚇」舉措，企圖逐步瓦解我國民心與戰志；同時更利用網路、社群媒體等媒介，大量散播假訊息，意圖對我社會進行滲透與分化。¹¹因此，瞭解「統一戰線」（以下簡稱「統戰」）、「三戰」及「認知戰」之發展脈絡與關聯性，有助國人認清其手法、強化心防。說明分析如后：

一、「統戰」的源起與本質

（一）「統戰」策略最早由俄國列寧（Vladimir Ilyich Lenin）提出，目的在無產階級革命中擴大盟友陣營，以擊敗資產階級敵人。中共將此理論本土化，發展出具有「中國特色社會主義」的統一戰線理論，並將其視為革命勝利、建設、改革及執政興國的核心策略。毛澤東於1939年提出「統戰」概念，強調「既聯合又鬥爭，既統一又獨立」的兩面策略；¹²此後，歷任領導人如鄧小平、江澤民、胡錦濤及習近平，均強調「統戰」工作對政權穩定的重要性。¹³

（二）「統戰」策略的核心在於透過政治、經濟、文化等手段，拉攏非共產黨人士，擴大支持基礎；因此，中共企圖分化並聯合有利自己的「次要敵人」，打擊完全不利己的「主要敵人」，俾達到對我國「統戰」的目的。¹⁴此外，「中」方並投入大量資源在對外宣傳，形塑有利的國際輿論環境，並強化「統戰」部門在外交事務中的角色，更透過建立海外支持者網絡，擴大在國際社會的影響力。¹⁵整體而言

註9：譚昱涵、林政榮，〈中共「認知作戰」對我國之影響--以2022年「圍臺軍演」為例〉，《海軍學術雙月刊》（臺北市），第57卷，第3期，2023年6月1日，頁125。

註10：陳津萍、張貽智，〈軍改後中共「中央軍委政治工作部」組織與職能之研究〉，《軍事社會科學專刊》（臺北市），第15期，2019年8月1日，頁39~43。

註11：陳津萍、徐名敬，〈中共「心理戰」與「認知域作戰」發展之比較研究〉，《復興崗學報》（臺北市），第118期，2021年6月1日，頁122。

註12：林冠萍、孫易鼎，〈當前中共對臺文化統戰之研究〉，《復興崗學報》（臺北市），第118期，2021年6月1日，頁61。

註13：劉穎，〈毛澤東與統一戰線〉，共產黨員網，2023年12月25日，https://www.12371.cn/2023/12/25/ART11703462028397776.shtml?utm_source=chatgpt.com，檢索日期：2025年5月15日。

註14：陳盈璇、林中瑛，〈淺析中共對我「統戰」新作為-由「聯合戰備警巡」視角觀察〉，《海軍學術雙月刊》（臺北市），第59卷，第1期，2025年2月1日，頁113。

，中共的「統戰」策略是一種綜合性的政治手段，目的在透過多元化的方式，凝聚內部力量，擴大外部支持，最終達成其政治目的。近年在兩岸對抗氛圍高漲前提下，「統戰」更成為國內部分人士內鬥工具，此種偏向發展無助於社會團結與國家整體韌性之提升，確實令人扼腕。

二、「三戰」-輿論、心理、法律戰緣起與本質

(一)在當代戰爭形態日益多元化的背景下，中共推行的「三戰」策略，已成為其非傳統戰爭手段的核心組成部分。該策略體系強調在資訊化戰爭中，透過非軍事手段達成戰略目標，並在2003年被正式納入其《政工條例》，顯示其制度化與戰略化的程度提升。¹⁵尤其「輿論戰」在掌握與操控資訊傳播，及透過傳統媒體與新興數位平台，有利「中」方塑造輿論環境；「心理戰」則聚焦於影響敵方士氣與民心，透過散播恐懼、疑慮與不確定性，削弱對手的抵抗意志；至於「法律戰」則利用國際法與法律規範，為自身行動提供合法性，並限制對手的行動空間。這三者相互配合，形成一套綜合性的戰略體系，企圖在不直接動用武力的情況下，達成戰略優

勢。¹⁷

(二)中共在實施「三戰」策略時，特別強調其在資訊化戰爭中的應用，藉由網路、社群媒體等數位平台，迅速且廣泛地傳播資訊，影響目標群體的認知與情感。此外，透過法律的手段，其能在國際舞臺上為自身行動辯護，並削弱對手的合法性，這種作法，使中共能在現代戰爭中取得「非對稱」的優勢。¹⁸北京方面在「三戰」策略中展現出現代戰爭中對非傳統手段的重視，並以制度化方式將其納入整體戰略體系中，不僅改變傳統戰爭型態，也對國際社會的安全穩定構成新的挑戰。

三、「資訊戰」的緣起與本質

(一)「資訊戰」(Information Operations)起源於1970年代末期，美國學者艾文·托夫勒(Alvin Toffler)指出，資訊革命不僅引發社會變遷，還帶動全新的戰爭型態。¹⁹美國「參謀首長聯席會議」(Joint Chiefs of Staff)則在1998年明確定義「資訊戰」：「包括戰時和平時任何用來影響敵方資訊系統，其應用在所有作戰步驟、所有軍事行動範圍和每一層級戰爭，是聯合作戰指揮官達成和維持資訊優勢所需，決定性聯合作戰的關鍵因素」。

註15：Anne-Marie Brady, "T China's Foreign Propaganda Machine.", Wilson Center, October 26, 2015, <https://www.wilsoncenter.org/article/chinasforeign-propaganda-machine>, 檢索日期：2025年5月16日。

註16：羅俊宏，〈中共對臺「三戰」策略運用之研析〉，《復興崗學報》(臺北市)，第85期，2005年12月1日，頁47。

註17：同註16，頁48~50。

註18：同註16，頁50~53。

註19：呂爾浩、魏澤民，〈中共資訊作戰」的類型分析〉，《遠景基金會季刊》(臺北市)，第7卷，第3期，2006年7月，頁192。

²⁰這一概念強調資訊戰在所有軍事行動中的重要性，也涵蓋戰略、戰術等層面。

(二)中共將「資訊戰」稱為「信息戰」，其定義與美軍相似，強調在平、戰時對軍事與非軍事目標進行資訊攻防。「中」方學者也提出，未來戰爭將以「非戰爭軍事行動」為主，透過駭客入侵、金融破壞等手段，進行「非常規信息戰」，這些手段超越傳統戰爭的界限，成為「超限戰」的一部分。²¹對中共而言，重視意識形態的滲透，有助達成操控敵方資訊與心理之目的；尤其目前共軍已具備一定程度的資訊戰能力，能夠破解軍事通訊並入侵網路，以混淆對手的戰場感知。²²

(三)「資訊戰」已成為現代戰爭核心之一。其在政治上，藉假訊息操縱輿論、干擾選舉，削弱政府公信力；在經濟上，以駭客攻擊或散播不實資訊引發市場恐慌，動搖金融穩定；在軍事上，則透過網路攻擊癱瘓指揮系統，或以虛假情報誤導指揮決策；在社會層面，則可激化矛盾、煽動情緒，導致群體對立，製造對手內部分裂。簡言之，善用「資訊戰」同樣能對國家安全造成一定威脅。

四、中共操作的「認知戰」

(一)中共的「認知戰」策略，源自於《孫子兵法》中「不戰而屈人之兵」的理念，並在現代科技的推動下，逐漸從傳統的物理戰場轉向網路空間。這種作戰方式不僅融合「三戰」的元素，還借鑑俄羅斯融合網路攻擊與假訊息奪取克里米亞的經驗，以及美國以網路為戰爭中心的認知域概念，並發展出具有「中」方特色的「認知戰」模式。透過資訊操控、心理影響等手段，改變目標對象的認知，進而達成其戰略目的。²³中共「認知戰」在實施層面上，涵蓋政治、經濟、文化等多個領域，並透過多種媒介進行，如利用社群媒體散布假訊息、操縱輿論，影響民眾的情緒和判斷；或透過經濟誘因和文化交流，拉攏非共產黨人士，擴大支持基礎；也在國際則透過對外宣傳與手段，塑造有利的國際輿論環境。這些手段的相互交織運用，形成綜合性的「認知戰」體系。²⁴

(二)中共也將「認知戰」的範疇擴展至軍事領域，強調在「資訊化」和「智能化」的戰爭環境中，成為影響戰爭勝負的關鍵。如透過人工智慧(AI)技術，干擾和操控敵方資訊系統削弱敵方士氣和戰鬥意志²⁵；或透過「法律戰」爭取國際社會的

註20：葉志偉，〈美軍資訊作戰聯戰準則之演進〉，《海軍學術雙月刊》(臺北市)，第51卷，第2期，2017年4月1日，頁115。

註21：林政榮，〈中國大陸認知作戰對我政治作戰六戰之啟示〉，《空軍學術雙月刊》(臺北市)，第697期，2023年12月1日，頁44。

註22：同註19，頁212。

註23：林正愷，〈中共認知戰操作策略與我國因應作為〉，《國防雜誌》(桃園市)，第36卷，第1期，2021年3月1日，頁2~3。

註24：余元傑，〈中國大陸對臺認知作戰成效分析〉，《空軍學術雙月刊》(臺北市)，第687期，2022年4月1日，頁27。

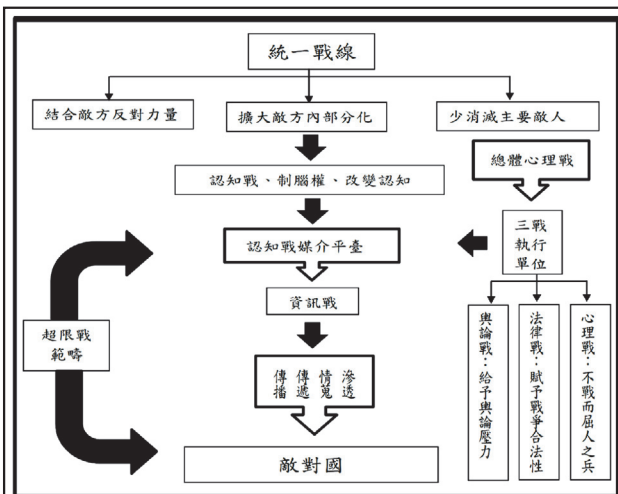
註25：胡宏洋、胡敏遠，〈中國大陸人工智慧在軍事領域運用之研究〉，《空軍學術雙月刊》(臺北市)，第685期，2021年12月1日，頁110~111。

支持，這些手段的結合，使得「認知戰」成為一種跨越軍事與非軍事領域的全方位作戰方式。整體而言，「認知戰」是一種融合傳統戰爭理念和現代科技手段的綜合性作戰方式，透過各種手段影響目標的認知與行為，達成政治和戰略目的，這種作戰方式的發展，值得國際社會高度關注並謹慎應對。²⁶

由於中共遂行「認知戰」目的在延續其「統戰」與「三戰」策略，並以「資訊戰」為關鍵媒介平台，達成其操控認知之目的(彼此關聯，如圖一)。「三戰」雖側重心理操作，但本質上可歸類為總體心理戰，而「認知戰」的範圍則更寬泛，可將其歸納在跨領域科技整合的「超限戰」範疇之中。²⁷現代戰爭中，科技是決定成敗的要因素，先進資訊科技與心理影響技術是奪取認知空間優勢的核心；因此，「資訊戰」是「認知戰」的實踐場域，透過滲透、蒐情與傳播技術，取得認知優勢與話語主導權，已成為中共戰略布局的核心關鍵。

參、中共「認知戰」的發展與應用

中共的「認知戰」其核心目標在於塑造目標受眾的認知、信念與價值觀，以不



圖一：中共統戰、三戰、資訊作戰與「認知戰」關係圖

資料來源：參考林正愷，〈中共「認知戰」操作策略與我國因應作為〉《國防雜誌》(桃園市)，第36卷，第1期，2021年3月1日，頁2~3；陳津萍、徐名敬，〈中共「心理戰」與「認知域作戰」發展之比較研究〉，《復興崗學報》(臺北市)，第118期，2021年6月，頁134；余元傑，〈中國大陸對臺認知作戰成效分析〉，《空軍學術雙月刊》(臺北市)，第687期，2022年4月1日，頁25~27，由作者綜合整理。

流血的方式達成其政治與戰略目標。近年來，中共整合傳統宣傳、心理戰技巧，積極運用新興科技與傳播平台，其多元又複雜的操作方式，使「認知戰」的影響力及滲透性達到前所未有的程度。此外，科技的發展也強化中共「認知戰」的效果，例如運用「人工智慧」(AI)分析輿情、創建虛假帳號散布信息，甚至進行網路攻擊以癱瘓對手資訊系統；因此，「認知戰」已成為中共在現代戰爭中不可忽視的重要戰略工具，對我國施行「認知戰」的時機，

註26：蘇紫雲、江忻杓主編，《2020國防科技趨勢評估報告》，財團法人國防安全研究院(臺北市)，2020年12月29日，頁7~8，<https://indsr.org.tw/respublicationcon?uid=16&resid=798&pid=2132>，檢索日期：2025年5月16日。

註27：同註24，頁25。

附表：中共「認知戰」發展階段及應用方式

階段	主要內容	應用方式(發展方向)
概念化	心理戰是三戰的核心，輿論戰主要以引導和控制社會輿論為形式來達到心理戰效果，法律戰以法律為基本內容和鬥爭武器達到心理戰效果。	2005年將「認知戰」運作概念化，以資訊化為核心，建構一支能夠「打贏信息條件下局部戰爭」的現代化軍隊。透過宣傳戰、輿論戰等軟殺能力，對敵人進行心理威懾或認知領域作戰行動。
理論化	◎提出「制腦權」理論，效法美國實施潛移默化的認知空間思想攻擊，強化其認知戰相關理論。 ◎透過美國認知領域操作方式，融合「三戰」與「資訊戰」，使「認知戰」成為重要論述。	◎制腦權技術： ◆「讀腦」：以腦網路、視覺感知等方式發展技術，獲取敵軍情報。 ◆「類腦」：研究類腦神經晶片等方式，達到人類智慧水準。 ◆「控腦」：監測和干預大腦思維，影響受眾並改變受眾的認知功能。 ◆「強腦」：發展即時神經回饋技術訓練和重塑大腦，提高認知能力。
實戰化	◎加強軍民融合及聯戰體系共同建構的「認知戰」能力。 ◎運用大數據技術強化「認知戰」專業部隊的整體作戰能力。 ◎開發專業技術並培訓人員、操縱國內外媒體與社群網路，形塑輿論環境，影響對手認知。	◎認知影響技術研發： ◆「認知測量技術」將心理指標轉化為評估對手心理感受與需求。 ◆「認知干擾技術」透過致命和非致命手段對敵人造成心理傷害，影響敵方認知。 ◆「認知強化技術」研究如何提高官兵的認知防禦能力。

資料來源：參考林正愷，〈中共「認知戰」操作策略與我國因應作為〉，《國防雜誌》(桃園市)，第36卷，第1期，2021年3月1日，頁3~6；陳津萍、徐名敬，〈中共「心理戰」與「認知域作戰」發展之比較研究〉，《復興崗學報》(臺北市)，第118期，2021年6月，頁123，由作者整理製表。

正無時無刻存在。²⁸以下就其發展方向及操作分析如后：

一、中共「認知戰」的發展與應用

中共透過擷取西方的思維理論，如「心理戰」(Psychological Warfare)、「意識操縱」(Consciousness Manipulation)、「戰略傳播」(Strategic Communication)、「思想戰」(War of Ideas)以及「資訊戰爭」(Information War)等概念，補強其在「認知戰」領域的不足，同時發展出以「制腦權」為核心的「認知戰」戰略，也揭示其戰爭形態的重大轉變，已經

從傳統的物理對抗轉向對人類認知的深層次操控。²⁹由於中共的「認知戰」歷經概念化、理論化、實戰化三階段，結合傳統文宣心戰與科技應用，短時間滲透目標群眾；另透過大數據分析受眾分布與喜好，隨時調整訊息內容與包裝，再進行成效評估，此舉使「認知戰」的打擊更精確、範圍更廣、效能更大(如附表)。³⁰

二、中共「認知戰」操作模式

(一)中共持續推動「媒體融合」與「軍民融合」的發展策略，將資訊戰與傳統軍事戰術結合，運用國家力量整合官方媒

註28：吳宗翰，〈中共對臺認知作戰的「形」、「勢」、「力」〉，《清流雙月刊》(臺北市)，第46期，2023年7月1日，頁37。

註29：同註11，頁123。

註30：同註23，頁3~6。

體、商業平台及網路輿論場，建立起兼具滲透力與動員力的「認知戰」體系。在此架構下，民間的網軍與具制腦作戰專業背景的軍事單位相互配合，形成具備戰略縱深的新型態作戰模式。基本上其「認知戰」操作策略有三大步驟，包含「切斷資訊記憶」、「操縱認知心理」、「改變思想範式」，並以循環方式深化效果，最終達到潛移默化的控制。³¹

(二)中共也結合國內外媒體資源，對內強化政治動員與社會控制，對外則進行資訊干擾與敘事操縱，在區域輿論場中展現實質影響力，並對我國安全環境構成實質威脅。³²川普總統第一任期時，美、「中」關係進入對抗新階段，中共的「認知戰」策略則成為其整體戰略核心，透過多層次、多手段的操作，全方位影響目標對象，達成政治與軍事目的，此策略展現於中共在社群媒體操作上，透過大量虛假帳號、網軍散布不實資訊，試圖影響美國輿論與對臺政策，挑戰美方在資訊領域的主導權。

(三)由川普總統任期內可發現，中共刻意操弄特定敘事試圖削弱國際社會對美國的信任，藉此相對強化自身敘事優勢與制度正當性。這些作為反映出中共對「認知戰」的高度重視與制度化發展，已由過

去的輔助性宣傳工具，轉化為國家戰略實施的核心一環，可見中共的「認知戰」策略已由軍事領域擴展至資訊與外交戰線，成為其國家權力運作的重要支柱，此點同樣值得我國高度警惕。

肆、川普到拜登總統任內中共的「認知戰」操作

中共長期透過文化、宗教、教育等交流管道，利用媒體與網路對我國進行「統戰」，透過培養網軍與自媒體，散布不實訊息，企圖分化臺灣社會，達成其「統戰」目的。近年來，中共依據其「三戰」策略，結合自身組織特性發展「資訊戰」，並運用各種傳播手段，對我國的文化、媒體、商業、學術和政治界施加影響力，達成對臺進行「認知戰」之目的。尤其自2016年軍事改革後，中共對我國的「認知戰」主要透過網路、新媒體等途徑實施，除展現其在現代戰爭中軍武的有形戰力外，更強調認知層面的無形影響力。³³

中共「認知戰」攻勢在川普總統第一任期(2017年1月-2021年1月)及拜登總統上任初期尤為明顯，其利用美國內部的政治分歧，特別是華府與傳統媒體之間的緊張關係，擴大其在社群媒體上的影響力，而華府強硬「反中政策」與對臺支持，讓

註31：同註23，頁9~14。

註32：董慧明，〈【戰略快評】析察中共影響力作戰 解構輿論操控策略〉，《青年日報》，2024年7月5日，<https://www.ydn.com.tw/news/newsInsidePage?chapterID=1690350>，檢索日期：2025年5月18日。

註33：張玲玲，〈中國大陸軍媒對臺認知作戰之研析〉，《空軍學術雙月刊》(臺北市)，第687期，2022年4月1日，頁60~66。

我國成為被中共「認知戰」操作中的主要對象之一。以下就其運作方式，分述如后：

一、推動媒體與網路宣傳發展

在數位時代的浪潮下，中共積極推動「媒體融合」與「大外宣」策略，將傳統媒體與新興網路結合，形成全方位的宣傳體系。自2014年起，「媒體融合」被提升為國家戰略，強調傳統媒體與新媒體的深度融合，以加強對輿論的掌控與引導；同時，透過「大外宣」計畫，中共致力於塑造對外形象、擴展其在國際輿論場的影響力。³⁴有關中共推動媒體與網路宣傳發展相關作為，分述如后：

（一）培植網路評論員

美國喬治城大學(Georgetown University)「安全與新興技術中心(CSET)」研究學者費瑞安(Ryan Fedasiuk)2021年發表研究專文中指出：中共領導人正在進行一場「網路意識形態」的鬥爭，以其主力的網路評論員執行「盡量擴大對中共有利內容」的宣傳，被稱為「網路文明志願者」(Internet Civilization Volunteer)，是中共控制國內外輿論的主力，也是中共新一代的網軍。³⁵中共對網路評論員的招募

與運作具有高度組織性與政治導向性，申請者通常需為中國共產黨黨員，具備優秀的寫作能力，並能敏銳掌握黨的政治理論與宣傳策略。渠等在「香港反送中」運動(2019年)、「新冠疫情(VCOVID-19)」到宣傳《香港國安法》(2020年)的應對，以及努力駁斥「新疆集中營」(2021年)等議題上，都積極發表有利於「中」方的言論。此外，許多學校和地方政府也建立網評員隊伍，配合發表對政府的正面評論維護政府形象，這些措施顯示中共對於網路輿論控制的重視，並透過制度化的方式強化其宣傳效果。³⁶

（二）官方大量運用社群及網路媒體

1. 中共在傳統媒體時代即重視宣傳，進入網路時代則更甚以往。習近平在2013年提出「講好中國故事」的對外宣傳方針，並於2014年親自領導「中央網路安全和信息化領導小組」，制定官方文宣發展方向中共積極推動媒體與網路宣傳的發展策略，致力於強化對輿論的掌控與引導。透過直播、圖文、短片等新技術，改造傳統官方宣傳媒體，並由地方政府成立「微博」、「微信公眾號」等社群媒體，引導並回應輿論，掌控輿論走向，維護社會與政

註34：蔣世偉，〈中共新聞媒體融合宣傳策略研究——以人民日報紙質報紙、手機APP及新浪微博為例〉，國立政治大學行政管理碩士學程論文(臺北市)，2021年10月，頁57~63。

註35：Ryan Fedasiuk, "A Different Kind of Army: The Militarization of China's Internet Trolls," China Brief Volume: 21 Issue: 7 April 12, 2021, <https://jamestown.org/program/a-different-kind-of-army-the-militarization-of-chinas-internet-trolls/>, 檢索日期：2025年5月18日。

註36：李忠謙，〈中共網軍知多少？美國學者解密：總數接近臺灣人口，泰半是在網路上好鬥的年輕「志願軍」〉，風傳媒，2021年4月16日，<https://www.storm.mg/article/3613750?page=1>，檢索日期：2025年5月18日。

權的穩定。³⁷隨著網路媒體的興起，青年世代被中共視為重要的宣傳對象，如官媒《人民日報》等媒體在推特、臉書(Facebook)等社群媒體上開設帳號，並於「微博」、「TikTok」及「Instagram」等創設融媒體品牌或代理帳號協力官宣，企圖掩飾與中共官方關聯性，降低受眾戒心。

2. 中共外交部、《環球時報》則利用分身帳號，大量散播打擊臺美關係爭議訊息；或透過關係密切「TikTok」(抖音)帳號，轉發官方涉臺言論；³⁸另外，在2020年美國總統大選期間，該平台就曾捲入相關爭議。2020年6月，當是「TikTok」上出現號召年輕人「集體放鴿子」川普造勢活動的短影音操作，成功號召大批年輕用戶登記川普集會卻缺席，以癱瘓活動現場；另一則則是「抖音阿嬤」以溫情語氣勸說選民支持拜登的短片迅速走紅，也讓川普總統揚言關閉「TikTok」；³⁹說明中共在「媒體融合」與網路宣傳方面的積極作為，目的就是強化對內、外輿論的影響力與控制力。

二、中共官方社群媒體操作-川普到拜登任期回顧

在資訊化戰爭中，即時、自動化、數位化與網路裝備的普及，使網路空間成為意識形態攻防要地。中共透過「認知戰」跨越軍事與非軍事界線，能輕易掌握話語權影響民眾認知與情緒，達成政治與軍事目的，對目標國家社會穩定與國家安全構成嚴峻挑戰，成為現代戰爭中不可輕忽的模式。⁴⁰2017年川普就任美國總統後，2018年隨即對「中」發動「貿易戰」，加上2020年「新冠疫情」爆發，讓美、「中」關係高度緊張，連帶牽動臺海局勢。由於川普總統偏好社群媒體「推特」發文，引發中共外交官員仿效，尤其外交部與駐美、英大使等密集開通並操作「推特」帳號，積極對外發布訊息，並發表針鋒相對的言論，塑造「戰狼外交」的強勢形象。顯示中共以西方社群媒體為新戰場，透過「認知戰」影響國際輿論，並塑造自身有利形象。⁴¹

即便2021年拜登總統上任，兩國關係並未出現顯著緩和，儘管拜登政府在外交風格上與川普有所不同，但在對「中」政策上，「川規拜隨」的態勢相當明顯。除延續將「中」方定位為「戰略競爭者」的

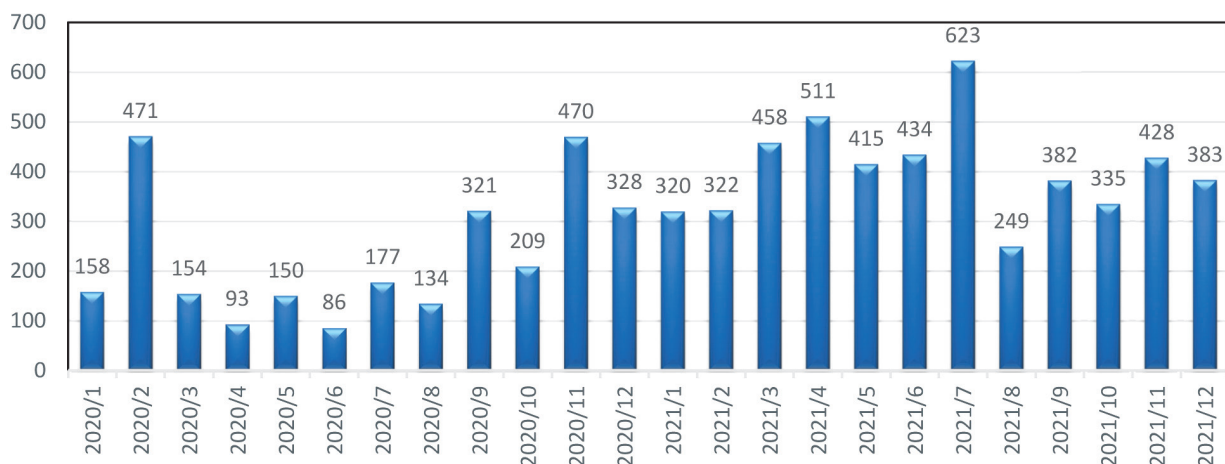
註37：何振慶，〈中共網路輿論引導之研究-以南韓部署薩德系統為例〉，國防大學政治作戰學院政治學系政治研究所碩士論文(臺北市)，2018年6月，頁27~29。

註38：譚偉恩，〈匿蹤且無煙硝之戰爭：何以TikTok是中共強有力的認知戰兵器？〉，《清流雙月刊》(臺北市)，第46期，2023年7月，頁5~6。

註39：陳家倫譯，〈號召集體放鴿子川普 抖音阿嬤加入挺拜登陣營〉，中央通訊社，2020年6月27日，<https://www.cna.com.tw/news/aopl/202006270172.aspx>，檢索日期：2025年5月18日。

註40：董慧明，〈中共軍事媒體外宣傳播策略之研究〉，《復興崗學報》(臺北市)，第113期，2018年12月，頁4。

註41：Zhaoyin Feng, "China and Twitter: The year China got louder on social media," BBC, December 29, 2019, <https://www.bbc.com/news/world-asia-china-50832915>，檢索日期：2025年5月18日。



圖二：中共外交部2020 - 2021年官方推特發文情形統計圖

說明：

1. 透過Python之Twint資料爬取套件，擷取2020年1月1日至2021年12月31日期間內，中共外交部前發言人帳號之推特發文時間、內容及數量。
2. Twint係以Python編寫、用來爬取Twitter資料的開源工具，無需使用Twitter API金鑰，即可從公開帳號蒐集推文內容與相關資訊(可參考GitHub官方網頁，<https://github.com/twintproject/twint>)。

資料來源：由作者蒐整後綜整製圖。

基調，並持續在科技、人權、區域安全等議題上對「中」方施壓。⁴²這意味中共對美國及國際社會的「認知戰」攻勢並未減弱，反而可能因應新的執政風格和國際情勢調整其策略，使得網路空間做為意識形態攻防的戰略地位更加鞏固，更對全球資訊環境和我國的安全構成持續性的挑戰。為瞭解中共「認知戰」操作，針對社群媒體之操作模式，結合蒐整「中」方外交部2020年1月1日至2021年12月31日「推特」發文頻率、論述內容等進行分析(如圖二)，內容摘陳如后：

(一) 柔性宣傳-「說好中國故事」的

大外宣

1. 中共在傳統媒體時代即重視宣傳，進入網路時代則更甚以往。習近平在2013年提出「講好中國故事」的對外宣傳方針，並於2014年親自領導「中央網路安全和信息化領導小組」，制定官方文宣發展方向。⁴³統計外交部期間發布多達7,611則推文，顯示中共正採取「飽和攻擊」式的宣傳策略，利用海外社群媒體大量發布推文，試圖影響國際上關於中共之輿論，達成其「大外宣」的宣傳策略。

2. 在2020年「新冠肺炎」疫情爆發初期，中共官方推特側重宣傳「正面能量」

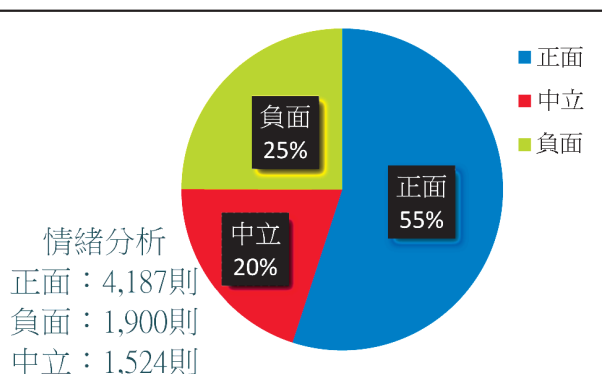
註42：陳亦偉，〈華爾街日報：拜登打算跟隨川普對中強硬 挺臺承諾不容懷疑〉，中央通訊社，2021年6月12日，<https://www.cna.com.tw/news/firstnews/202106120025.aspx>，檢索日期：2025年5月18日。

註43：霧谷晶策的國際事務，〈戰狼外交當頭 習近平很難說好「中國故事」〉，上報，2021年6月30日，https://www.upmedia.mg/news_info.php?Type=2&SerialNo=117275，檢索日期：2025年5月18日。

與「抗疫成果」，展現官方領導抗疫成功及「治理有方」的大國形象。在疫情初步控制後，外交部推文轉向強調大陸從「疫情重災區」到「伸援大國」的角色。依推文的情緒分析，正面表述4,187則，負面1,900則，中立1,524則(如圖三)，凸顯中共宣傳其對國際社會的貢獻與履行國際責任的努力，藉此扭轉國際形象，達成大外宣之目的。⁴⁴中共也期望透過其努力履行國際社會義務的作為，以建立良好國家形象，爭取輿論支持，同時降低國際社會對中共的負面看法。畢竟以正面表述的方式傳遞訊息，利用符合目標國文化的語言和交流方法，讓宣傳更容易被受眾所理解，也塑造「中國優越論」的宣傳效果，既可凝聚民眾的愛國心與民族意識，也可達成爭取國際輿論支持的目的。

(二)剛性反擊-「戰狼外交」

1. 自2018年川普總統發動「貿易戰」以來，美、「中」雙邊關係逐漸從合作轉向競爭與對抗。在此背景下，中共外交系統對外的語言風格亦隨之轉變為強硬的立場，這種風格被外界形容為「戰狼外交」。「中」方外交部長王毅在2019年成立70年部慶上提到：「要做好迎接更多具有新的歷史特點偉大鬥爭的準備，既要敢於鬥



圖三：中共外交部推特發文情緒分析統計圖

說明：使用VADER針對推文或留言的分析，結果呈現三種情緒。VADER (Valence Aware Dictionary and sEntiment Reasoner) 係一款專為社群媒體文本設計的情緒分析工具，內建於Python的NLTK套件中。VADER是基於詞典的情緒分析方法，對於Twitter、Facebook貼文、留言等非正式文本(含表情符號、大寫字、縮寫)具有高度的解析能力，特別適合用於政治輿情、品牌聲量、認知戰研究等應用。

資料來源：作者蒐整後綜整製圖。

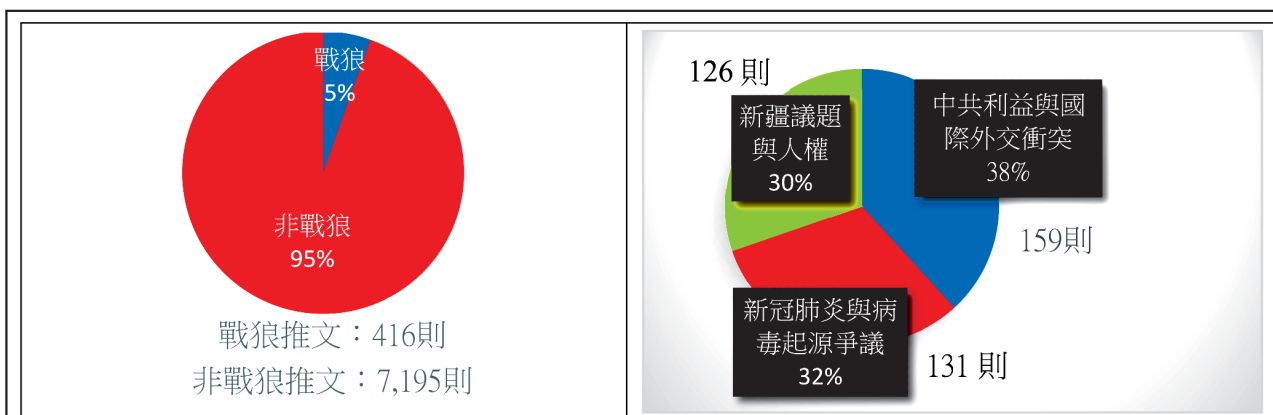
爭，又要善於鬥爭」。⁴⁵此後，中共外交官開始在推特等社交媒體上積極發文、轉推，反擊外界對中共的質疑，這種轉變反映中共外交策略從過去的保守、被動、低調，轉為強勢、主動、高調的應對路線。⁴⁶依外交詞彙屬性強硬與否(戰狼外交)為區分，區分戰狼、非戰狼推文(如圖四左)；戰狼推文內容包含「中共利益與國際外交衝突」、「新冠肺炎」與病毒起源爭議及「新疆議題與人權」(如圖四右)。

2. 分析其中，關於「中國崛起」的議題在1990年代後期已受到國際輿論關注，

註44：邱怡瑄等，〈100天疫情推特戰：從中國外交部推文解讀大外宣布局〉，報導者，2020年4月29日，<https://www.twreporter.org/a/covid-19-ccp-grand-external-propaganda-twitter>，檢索日期：2025年5月18日。

註45：〈為推進中國特色大國外交接續奮鬥〉，中共外交部，2019年11月9日，https://www.mfa.gov.cn/web/wjzbz_673089/zyjh_673099/201911/t20191109_7588911.shtml，檢索日期：2025年5月19日。

註46：同註44。



圖四：中共外交部推特發文言詞屬性(圖左) 及「戰狼」推文主題統計圖

說明：

- 1.圖左使用BERT(Bidirectional Encoder Representations from Transformers)語言模型進行分析，戰狼推文416則和非戰狼推文7,195則；圖右係以關鍵字篩選「戰狼」推文中，經「主題建模」(Topic Modeling)後得出「中共利益與國際外交衝突」等三大主題。
- 2.BERT是一種由Google AI在2018年提出的深度語言理解模型，被廣泛應用於自然語言處理(NLP)領域，尤其在問答系統、情緒分析、命名實體識別、文本分類等任務中表現優異。
- 3.主題建模是一種常見的自然語言處理(NLP)技術，主要用於從大量文本資料中自動發掘隱含的主題結構。

資料來源：由作者蒐整後綜整製圖。

促使中共內部「民族主義」、「愛國主義」等意識抬頭，逼迫中共外交系統在回應某些議題時，必須採強硬措詞回擊，以化解國內、外輿論對黨的批評。過去「中」方與外國在人權、主權等議題上，也常有強烈風格的外交措詞，但通常是點到為止，大抵保持「以和為貴」的態度；但自從美方發動「貿易戰」後，加上川普總統個人的強烈風格，尤其在「核心利益」上有關的臺灣及新疆等議題上，故中共的外交措詞日益強烈，攻擊言論也與日俱增，檢視發言與回應對象幾乎都指向美國。⁴⁷

3. 在「認知戰」效果上，面對西方國

家在社群媒體對中共各種謾罵攻擊，讓中共外交系統轉為「戰狼」式的反擊，其實就是對於日益高漲的民族主義情緒的投射，期望在「中國崛起」的同時也能得到國際社會的尊重與認同。另外，中共也試圖進行對年輕世代網路愛國與民族主義操作，寄望透過挑起國際混戰的「戰狼外交」，為國內民眾，特別是青年人的挫折感找到發洩對象，轉移當時因新冠疫情造成之經濟倒退、民心動盪等危機根源，達成中共維護國家局勢和社會的整體穩定(維穩)，⁴⁸並利用製造外部敵人，團結內部方式，轉移民眾對政府施政之注意力，藉「認

註47：徐文路，〈中國「戰狼外交」的起源、發展及轉變〉，臺北論壇臺灣安全講座，2021年8月13日，https://taipeiforum.org.tw/article_d.php?lang=tw&id=5128&tb=3，檢索日期：2025年5月18日。

註48：斯影，〈疫情之下大行其道的中國「戰狼」外交會不會成為新常態〉，BBC NEWS 中文，2020年5月13日，<https://www.bbc.com/zhongwen/trad/chinese-news-52632979>，檢索日期：2025年5月18日。

知戰」達到國內維穩之目的。

(三) 混淆式宣傳-具渲染性的「假訊息」

1. 英國「牛津大學」(University of Oxford)網路研究所所長菲利普·霍華德(Philip Howard)教授指出,中共已成為全球散播假訊息的超級大國,並在各大社群媒體上以多元方式展示其影響力,甚至開始滲透西方民眾的觀點。⁴⁹此外,我國國安單位也證實,中共透過戰略支援部隊及專責單位,運用「人工智慧」(AI)系統輔助進行分析,並利用大量後門程式(Backdoor)與病毒釋放於網際空間,廣泛蒐集目標國的政治群體分布、地理位置與意識形態等資料。中共亦藉由網路虛擬組織布局,如粉絲團與社群媒體假帳號,滲透網路族群,傳散變造的影像與圖片,製造內部矛盾與激化對立;⁵⁰這些不實訊息經由網軍大量轉傳與討論,即使有關單位進行反應處置,但已對受眾認知產生影響,使中共能成功進行潛意識植入,開闢所謂「制腦權」的新戰場。

2. 中共近年來透過網路科技的優勢,

以假訊息操縱與製造輿論的手法,使目標國人民對其政府失去信心,或受輿論謠言左右,進而造成目標國內部矛盾與動盪。瑞典「哥德堡大學」(University of Gothenburg)在2023年的報告中指出,我國是連續10年遭受境外假訊息最頻繁的國家,⁵¹代表中共對於我的進行「認知戰」的操作從未曾間斷過。至於在「認知戰」的效果上,中共藉由真假混合刻意扭曲事實的訊息,再透過網軍將訊息傳給心生不滿的社群媒體,以傳遞中華文化做為包裝藉以同化或弱化國家認同,同時散布假消息以分裂我國人民彼此之信任,造成不同族群的對立與衝突,進而操縱輿論風向,達到「認知戰」中製造敵方內部矛盾與激化對立的真正目的。⁵²

伍、對我國之啟發-代結語

面對中共無孔不入的「認知戰」攻勢,我們必須深刻反思現有的應對機制是否足夠堅韌,這不僅是一場資訊的爭奪,更是關乎國家認同、社會信任與民主價值的捍衛之戰。川普總統第一任期,中共在國

註49: Samantha Bradshaw and Philip N. Howard, "The Global Disinformation Order 2019 Global Inventory of Organised Social Media Manipulation," Oxford Internet Institute UK, September 26, 2019. pp.11-20, <https://www.oii.ox.ac.uk/news/releases/use-of-social-media-to-manipulate-public-opinion-now-a-global-problem-says-new-report/>, 檢索日期: 2025年5月19日。

註50: 國家安全局,〈中國假訊息心戰之因應對策〉,《立法院公報》(臺北市),第108卷,第50期,2019年5月2日,頁93~97, https://ppg.ly.gov.tw/ppg/SittingCommitteesInfo/download/communique1/final/pdf/108/50/LCIDC01_1085001_00002.pdf, 檢索日期: 2025年5月19日。

註51: 黃佩涵、陳柏諭,〈瑞典研究:臺灣境外假訊息全球最嚴重 連10年榜首〉,公視新聞網,2023年4月2日, <https://news.pts.org.tw/article/630354>, 檢索日期: 2025年5月19日。

註52: 王乾恩、藍聖智,〈中國大陸散播假訊息對我之影響及因應作為〉,《空軍學術雙月刊》(臺北市),第689期,2022年8月1日,頁64~65。

際社群媒體上的積極操作，為我們敲響警鐘，揭示「認知戰」已不再是傳統的文宣較量，而是結合新興科技、心理學與傳播學的複雜攻勢。這場無聲的戰役，其影響深遠，足以動搖國本，我們能否從過往的經驗中汲取足夠的教訓，建立起足以抵抗未來更嚴峻挑戰的防禦體，確實值得思考。以下就我國應採行之應對作法，摘陳如后：

一、面對中共日益複雜且具侵略性的「認知戰」，我國必須採取更全面且積極的應對措施，方能有效維護國家安全與民主價值。首要之務在於提升全民對認知作戰的警覺意識，使國人具備辨識與抵抗虛假資訊的能力。政府部門則需展現高度的專業性與跨部門協調效率，整合國安、外交、情報、文宣等資源，統合資源運用，同時，積極拓展與國際社會的合作，與理念相近的國家分享情資與經驗交流，共同抵禦威權主義的資訊滲透；另一方面，應整合傳統媒體與新媒體資源，透過多元管道主動傳遞真實資訊，駁斥不實敘事，積極爭奪國際話語權，避免我國聲音被邊緣化。

二、在川普總統第一任期內，中共藉由散布假訊息、操縱輿論、分化美國社會，企圖影響美國對臺政策，並在國際輿論場域中塑造對其有利的敘事。這警示我們必須更深入理解中共「認知戰」的本質與

目標，不僅有被動防禦，更要主動出擊，積極向國內外社會闡述我國的立場與價值觀，揭露中共認知作戰的意圖與手法，爭取國際社會更廣泛的支持與理解。當前中共正利用人工智慧(AI)、大數據、深度偽造(Deepfake)等新興科技帶來新的「認知戰」風險，我國也應積極投入資源進行相關研究，開發先進的偵測、分析與反制工具，並強化關鍵基礎設施的資訊安全防護，以避免社會運作受到癱瘓。

三、當前，我國除面對中共步步進逼的軍事威脅外，同時也面臨來自虛擬網路空間的「認知戰」挑戰。隨著現代科技的迅速發展，中共的「認知戰」手段與方法亦不斷演變。況且這種不流血且不受時空限制的戰爭形式，將成為左右戰局的關鍵，讓作戰方式也從傳統的武器轉變為智慧與科技，屆時戰爭可以隨時隨地發動，已無「平時」與「戰時」的區別。面對此一情勢，政府首要提升全民數位韌性與媒體識讀，並建立跨部門快速反應機制，其次，強化科技防禦與反制能力，加大投入人工智慧(AI)與資安研發。同時，積極爭奪國際話語權，闡述我國立場，並鼓勵國人參與、建立信任，深化戰略思維並演練應變；唯有如此，方能有效抵禦此新型態威脅，確保民主與安全穩固。

四、國人不僅需要凝聚共識，而政府也應採取更正面有效的行動，以應對這場

攸關國家命運的長期抗爭。以正在進行中的「俄烏戰爭」為例，雙方不僅在實體戰場上持續交鋒，在網路上也同時進行虛擬戰爭的對抗；甚至在實體戰事開打前，俄方早已對烏國施以全面的「認知戰」，試圖削弱對方的抵抗意志。⁵³當前我國家安全面臨的最大挑戰之一，便是來自對岸中共無時無刻企圖消滅中華民國的野心，故類似的情況，咸信也會發生在我國，政府的確應該提高「認知戰」警覺與防範。

五、面對川普總統的第二任期，預判美、「中」雙方關係將更為緊張，其對中共可能採取更強硬的立場，而雙方對抗力道也將更為激烈。對我國而言，面對中共透過散播假訊息、大外宣等方式分化內部並製造矛盾等「認知戰」操作手段，國人必須養成獨立思考與資訊判讀的能力，才能將中共「認知戰」的效果降至最低。尤當中共以「軟硬兼施、和戰兩手」的方式，對我進行有形或無形的攻擊時，將國家安全寄望於敵人有條件的「和平」善意，將會弱化我們的抗敵意志。國人不能心存僥倖地期待國際奧援，更不能寄望於中共虛偽的善意回應；唯有凝聚全民共識，強化抗敵意志，共同反制「認知戰」的威脅，才是最有效的自我防衛策略。

「認知戰」不僅是資訊的攻防，更是心理層面的較量，需要政府與全體國民共

同努力，建立堅不可摧的心理防線。此外，結合國際友人的力量，透過多邊或雙邊合作，共同抵禦威權國家的資訊威脅。尤其面對「認知戰」這一場長期的作戰，唯有保持高度警覺，持續瞭解中共策略的演變，並靈活調整應對措施，方能在這場無形的戰場上取得最終的勝利。當前美國總統作為的不可測，恐引發的美、「中」衝突可能急遽升溫，也加劇中共持續升級對我國的「認知戰」威脅，政府更應以未雨綢繆的態度，加強全民防衛認知，完善國家整體安全機制。畢竟唯有建立堅實的社會韌性與戰略定力，方能在未來更嚴峻的國際局勢中穩健前行，守護我國的民主價值與主權安全。



作者簡介：

紀澄鉉先生，備役海軍上校，海軍軍官學校81年班，國防大學管理學院運籌管理碩士100年班，曾任海軍中訓艦副艦長，海軍司令部系統分析官、國防部整評司系統分析官，現為國家中山科學研究院技術師暨國防大學政戰學院政治研究所博士候選人。

林傳凱先生，備役空軍上校，空軍軍官學校80年班，國防大學管理學院運籌管理碩士100年班，曾任國防部整評司效益評估處及模式模擬處處長，現為財團法人國防安全研究院網路安全與決策推演所委任副研究員暨國防大學政戰學院政治研究所博士候選人。

註53：黃郁文，〈淺析俄羅斯「網路戰」-以2022年「俄烏戰爭」運用為例〉，《海軍學術雙月刊》（臺北市），第56卷，第4期，2022年8月1日，頁89。