

## 西方戰爭傳播演進之歷史分析：以「克力斯瑪」、 「傳播科技」、「媒體在戰爭的角色」的探討

方鵬程

助理教授

新聞學系

### 摘 要

戰爭傳播不致於為學者所忽略，只是僅擁有「邊緣」處境。為了縱貫歷史的演變，本研究採用文獻分析法，從「克力斯瑪（charisma）」、「傳播科技」及「媒體在戰爭的角色」三層面分別切入，以期明瞭西方戰爭傳播大略的歷史過程。

克力斯瑪如亞歷山大、漢尼拔、凱撒、拿破崙、亨利·都鐸、亨利八世、俾斯麥、希特勒等人，是人類社會的偶發，但這樣的英雄式權威，往往是腥風血雨的時代，更是探論戰爭傳播的重要因素。

從傳播科技進展來作探討，媒體的形式雖隨科技發展而變化，則可劃分為平面媒體戰爭、廣播戰爭、電視戰爭、衛星與有線電視戰爭，以及電視直播戰爭與網際網路戰爭等 5 個階段。

從西方媒體在戰爭過程中所扮演的角色，以及其與政府或軍隊的關係來看，則可見到 8 種類型：（一）媒體是戰爭中的缺席者；（二）媒體作為戰爭報導的批評者；（三）媒體在戰爭中介入軍事決策；（四）媒體是革命的工具；（五）媒體被政府用作戰爭宣傳的工具；（六）媒體作為民意引導者與塑造者；（七）媒體成為外交談判與危機處理的輔助管道；（八）媒體成為軍隊中的一部分。其中除第一種外，其它 7 種類型均可明顯見到傳播對戰爭的重要價值。

**關鍵詞：戰爭傳播、宣傳、克力斯瑪、圖像傳播、傳播科技、媒體公關、隨軍記者**

# **A Historical Analysis of Warfare Communication Evolution in the West: in Terms of Charisma, Communication Technology, Media Roles in War**

Perng-Cherng Fang  
Assistant Professor  
Department of Journalism

## **Abstract**

Warfare communication is not neglected by scholars, but marginalized. From a holistic historical perspective, this research adopts a document analysis approach and goes through three facets from “charisma,” “communication technology,” to “the role the media play in the war.”

Charisma is a fortuity in human society, but heroic authority usually happens in a bloody era and is an important factor in discussing warfare communication. Along with the development of communication technology, the war of the media can be divided into five phases : war of the print media, war of broadcasting, war of television, war of satellite, and war of cable television.

There are eight types of the role that western media play in the process of war: 1.bystanders of war 2.critics in the warfare report 3.interveners in the warfare decision 4.tools of revolution 5.propagandistic tools for war by government 6. guides or molders of public opinion 7.supplementary channels of diplomatic negotiation and crisis management 8.part of the army. Except for the first type, the other seven types clearly manifest the importance of communication during the war.

**Keywords : Warfare Communication, Propaganda, Charisma, Communication Technology, Public Relations, Embedded Journalist**

## 壹、前言

英國國際政治學者 Carruthers (2000) 在所著《The Media at War》中回顧了上個世紀的戰爭傳播行為，此一著作的最後一句話特別指陳，大眾傳媒並沒有反應世界的本來面目，反而塑造了另一個世界，而在這一個經過塑造的世界，戰爭成為人性發展不可避免的產物，也是迄今解決衝突的合適方法。

雖然那只是一個關於世紀歷程的研究，卻足以顯現人類任何或未來的行為？現代傳播科技尚未蓬勃發展之前，何曾不是這樣？以後的長遠未來亦復如此？戰爭傳播的一切事物，都是人經過媒介重新建構出來的，以致任何時代的人們，對於戰爭傳播始終擁有無限寬廣的空間？這不正是孕育野心家與每一個戰爭的最佳沃壤嗎？

同時，吾人可見的情形是，戰爭對人類生活、科技進展的影響實在重大，而且現代傳播學術的開創，與戰爭宣傳確實密切相關。在拉斯威爾的《世界大戰中的宣傳技巧》率先開啟之後，戰爭傳播研究呈現水漲船高之勢，只是在不斷增多的研究中，大都以每個（或性質相近）戰爭為單元或以時間做劃分，探述媒體在戰爭裡究竟作了什麼，發揮了那些功能，雖也有深入批判與省思的著作，但較少出現一窺全貌之作。

又如，加拿大學者 Innis（曹定人譯，1993）曾以「帝國」的視野，記述了早期人類傳播發展的珍貴史料，闡明傳播在政府組織、行政，以及帝國與西方文明上，佔有極其關鍵的地位，可惜的是，他在戰爭傳播方面甚少著墨。

類似上述的缺憾，亦出現在有關新聞傳播史的研究著作裡。戰爭傳播不致於為學者所忽略，只是在新聞傳播史裡僅能擁有「邊緣」處境。一般有關新聞傳播史的研究著述，不致全然忽視戰爭傳播方面的分析，卻多僅止於「順便」一提某戰爭有某些傳播行為而已。

戰爭傳播並不限於戰爭時發生，它是以人們心理層面為戰場，採行包含宣傳、說服及溝通等各種傳播的方法，在國與國之間或與一國之內及國外的受眾相互聯繫，爭取民意支持、輿論認同與行動參與，甚而於戰時獲得盟邦友好，以及打擊敵人民心士氣的目的。換言之，這是一種屬於國家或政府與軍隊經常性、計畫性、系統性的傳播行為，但若欲加以探論，至今並無眾所遵從的方法。

為了縱貫歷史的演變，並從長程歷史呈現研究問題，本研究採用文獻分析法，嘗試由「人」、「傳播科技」及「媒體在戰爭的角色」三層面分別切入，以期明瞭西方戰爭傳播大略的歷史過程。在不同的時期，因傳播科技的發展，以及媒體參與戰爭的作為，無疑可幫助我們掌握戰爭傳播的歷史。但在大時代劇烈變

西方戰爭傳播演進之歷史分析：以「克力斯瑪」、「傳播科技」、「媒體在戰爭的角色」的探討

遷或重要戰爭中，戰爭傳播是「人」在作為的，說得明確些，是和「克力斯瑪（charisma）」有關，這是不能遺漏的。

## 貳、以「克力斯瑪」為線索的追溯

20世紀初，德國社會學者韋伯（Max Weber）曾提出了理念類型（ideal type）的概念作為研究分析的工具（吳庚，1993；蔡文輝，1989），其中一例甚為著名的研究，是將權威因合法性分成為3種類型<sup>1</sup>：（一）傳統權威（traditional authority）、（二）英雄式權威（charismatic authority）、（三）理性合法權威（rational-legal authority）。

韋伯頗費思量的以 charisma（魅力領袖）來形容歷史上具有超凡魅力的英雄人物，藉以鑑往知來，提醒人們注意 charisma 是有別於傳統的或理性合法體制的政治領袖。就在韋伯去世不久，德國出現掀起世界大戰的希特勒（A. Hitler），他的一句純種雅利安人（Aryan）使命感的呼喚，將戰爭宣傳發揮得淋漓盡致。

在韋伯的理論裡，charisma 是偶發的，並非社會的常態，人們終要回歸到傳統的或理性合法權威。英雄式權威對僵固社會體可能是一劑活水，卻也可能因此導致戰火四起，生靈塗炭。

### 一、法老王開啟的圖像傳播

大約西元前 3000 年，兩河流域開始進入歷史時代，蘇美人（Sumerian）最早發明文字，但是他們及巴比倫（Babylon）帝國、亞述（Assur）帝國並未開創屬於自己的宣傳風格，直到埃及的法老王以獅身人面像（Sphinx）與金字塔等壯麗的公共建築宣示王朝的正統性，這可說是經由具體的圖像，展現統治巨大權力的創舉（Taylor, 1990：23）。

到了西元前 800 年左右，出現了城邦政治的希臘文化，大量發展突顯「國家權力」的巨型神殿、雕塑及各種建築物等象徵符號，由於城邦間彼此相互競爭的宣傳，造就了人類首次大規模且系統性的圖像（iconography）文明（Jowett & O'Donnell, 1992）。若此的圖像傳播，所代表的另一種意涵，正是城邦間數不清

---

<sup>1</sup> 傳統權威係指因傳統的遺留而得到的權威。英雄式權威係指某個個人權威得自一種非常的特質，或是天賦特權，如亞歷山大、凱撒、拿破崙等，可能出現於任何社會與任何時代。理性合法權威係指一種經過法定的過程而得到的權威，如近代的西方社會。韋伯借用此 3 種權威來解釋西方社會發展的過程，是由傳統權威的社會轉向理性權威社會的過程，也要說明曾經出現的一些英雄性權威祇是變遷過程中的過渡而已。

的大小戰爭。

西元前 334 年，這是英雄狂飆的時代，亞歷山大大帝開始東征，直到他在西元前 323 年去世，所帶領的遠征軍每戰皆捷，未嘗敗績。這位歷史上的偉大人物，踵步其後者如漢尼拔、凱撒、拿破崙等歷代名將，無不對他表達最高的崇敬，同時也某種程度師承他在戰爭宣傳上的高明技巧。

亞歷山大的輝煌成就，不僅在於戰無不勝，攻無不克。他是致力武器、戰陣與戰術創新，並與軍事心理學結合的先驅之一，而且也是通曉傳播機能的優秀宣傳家。他將自己神格化，取代希臘神話中宙斯之子海利克斯的地位，成為「天帝之子」。他的肖像刻印在錢幣、陶器、裝飾品、建築物等帝國隨處可見的地方。

希臘文明的承繼者是羅馬帝國，最具代表性的凱撒（J. Caesar），大量運用希臘城邦對於雕塑、建築、詩文、音樂、戲劇的傳播技術與策略，以及錢幣廣泛的發行流通，形成象徵聚合的「共同符號體系（corporate symbolism）」（Taylor,1990；Jowett & O'Donnell,1992），貫穿於征戰而來的土地及其子民，徹底擴散羅馬的力量及權力。Frederick（1993）指出，凱撒運用一種最原始的方法，也就是利用錢幣，來樹立至高無上的帝王形象，那時最有名的一句歡呼口號「Veni,vidi,vici」，到今天依然聽得到。

凱撒無疑在符號意義的解讀上高人一等，兼具了解閱聽眾心理需求的天賦能力。隨著他的帝國的勢力擴張，精心編織的「壯觀場景（spectacle）」被他反覆運用。當他戰勝凱旋時，大規模慶祝的行列隊伍隨處可見，有時在一地就出現四組，誇耀不同的戰利與成果。他完全了然於胸，要將征服過的所屬臣民納入羅馬人的生活方式，必需使用精密的權力象徵（Jowett & O'Donnell,1992）。

## 二、都鐸王朝的形象宣傳

中國的造紙術早於西元 751 年西傳，北宋畢昇在西元 1038 年創造活字版，約過了半個世紀多，才有十字軍東征。根據英國歷史學家柏克（P. Burke）的研究，人類口耳相傳的知識傳播，要到 1500 年，才藉由印刷品顯現強大的傳播力量（賈士蘅譯，2003：48-49），然而令人驚訝的，都鐸王朝立即做了最佳的運用。

都鐸王朝的形象塑造知識，是否與埃及的法老王、亞歷山大及凱撒有關，雖不得而知，但據 Bruce（1992）的看法，這個王朝的宣傳手法，明顯是歷史上的重大發明，也是一項影響後世深遠的起頭，那就是：「一個單純的問題、一種清晰的策略、一些熟悉新技術的專家，以及無情地摧毀反對勢力」（Bruce,1992：11）。他並認為，今日的形象包裝或許複雜些，但大致是以上手法的交互應用。

西方戰爭傳播演進之歷史分析：以「克力斯瑪」、「傳播科技」、「媒體在戰爭的角色」的探討

「都鐸王朝」係由亨利·都鐸（H. Tudor）所建立，他於 1485 年 8 月 22 日的戰役，徹底挫敗英格蘭國王理察三世。然而，他登上王位的行動，未能獲得王室的認可和民眾的擁護，都鐸國王於是著手於許多有效的方案，以使自己的地位合法化。

首先，他娶了約克家族的伊莉莎白為妻（理察三世的姪女），促使蘭卡斯特和約克這兩個原本似同水火的黨派合併。接著，他將這兩個家族的標幟物——紅薔薇和白薔薇加以結合，繪製成印在人們腦裡的都鐸薔薇，標示在任何可供辨識的建築物、衣飾和文件上。

「都鐸王朝」最成功的一項壯舉，乃是亨利·都鐸的兒子，亦即亨利八世自封為英國國教的領袖，宣示他的權能不是來自教宗，而是上帝的授與。亨利八世有兩位大臣專為他從事形象包裝——克倫威爾（T. Cromwell）和荷爾貝（H. Holbein）。克倫威爾建議訂立一系列的法律，用來提昇國王的權力，並削弱教會的權威。後者繪製亨利八世氣勢凌人的肖像，冷酷的藍眼珠及緊抿的嘴角，傲視群倫，包括那位與他不合的羅馬主教。

這幅具有侵略性、自大自負、代表絕對權力的畫像，隨後運用新的木質刻印技術散發給廣大的民眾，也拓印在當時的貨幣和聖經上。克倫威爾建議亨利八世發行英語版的聖經，封面上畫著亨利八世正在分發糧食給感恩的臣民，上帝則在一旁觀看（Bruce, 1992）。

後人看到這樣的故事，並非視為一宗檔案，而是可資仿效的典範。都鐸王朝的成就動力可能在於「無情地摧毀反對勢力」，更在於「一個單純的問題、一種明確的策略」，甚至於「一些熟悉新技術的專家」。其實，它是裁縫師、石匠、畫家、詩人、歷史及法律學者等眾人智慧的結晶。而克倫威爾即是其中的佼佼者，他靈巧的運用媒體宣傳的技術，藉由新穎的科技來從事大眾媒體的運作。

### 三、現代傳媒的運作能手

拿破崙這位 charisma 存在時間並不長，可是對戰爭傳播的影響卻長長久久。他集古帝王宣傳術與現代媒介傳播技巧於一身，而且還被認是「第一個認識傳播與帝國興亡的密切關係，並將武力與傳播揉合起來的帝國元首」（展江，1999：21）。他擅於宣揚戰績，同時掌握媒體力量；除了將報紙當作政治工具與軍事武器，並對轄內報紙採行嚴格的檢查制度，只准刊載符合宣傳的新聞。

拿破崙可能是最懂得傳播戰役光榮的軍事領袖，英雄式的油畫、裝飾肖像佈滿了巴黎的凡爾賽宮，一幅幅手擎大旗、率領將士前進攻擊的輝煌場景象徵著征服戰績。他是現代宣傳家的第一人，深刻了解必須使人們相信，為君主與國家犧

牲生命遠比個人利益來得重要，否則他無法在最惡劣的時刻，召集到數量眾多的平民軍隊（陳希平譯，1973：92-93；Jowett & O'Donnell,1992：72-74）。

他也是人類有史以來，第一個帶記者共赴戰場的軍事領袖，也因為這樣的作為，才有日後軍事記者的職稱（丁榮生，2001年10月30日）。當1797年征戰義大利時，拿破崙帶著記者出征，並於7月21日出版《義大利軍事郵傳報》，繼改為《義大利軍隊觀察法國報》；在隔年初征埃及時，除了記者之外，還帶著版印工、美編人員，在開羅發行《埃及郵傳報》，每次戰報出版，他都是第一個閱讀的人。他在每一項行動中，充分運用媒體作為輔助工具，將宣傳工作發揮到極致（李瞻，1986；方鵬程，2005：23；國防部總政治作戰部譯，1998：17-18）。

拿破崙之後，普魯士崛起，將原本各小公國實施的政治言論檢查制度，擴大為對媒體的直接操縱。這種操縱的脈絡起自俾斯麥，延續到20世紀希特勒的左右手戈培爾（曹定人譯，1993：223）。

鐵血首相俾斯麥為造就現代國家，無所不用其極，普法戰爭就是他一手巧妙安排出來的，導火線則是一封經他篡改的埃姆斯電報（Ems telegram）。他利用報紙煽動了人民的反法情緒，力促報業應為建設偉大的德意志帝國而犧牲，運用控制的手段與法規，迫使媒體就範（李瞻，1986）。日本學者佐藤卓己指陳，德國在統一戰爭中，「幾乎所有報紙都成了動員大眾的媒介」（諸葛蔚東譯，2004：70）。

1933年納粹在德國掌權後，立即成立政治宣傳總部，策劃所有的宣傳活動。希特勒手下有兩員文宣大將，一是安曼（M. Amann）建立新聞出版控制機制，統合100餘家納粹黨報，總銷量超過4百萬份。另一是戈培爾（J. P. Goebbels），負責希特勒一切的形象包裝，透過無線電廣播、喇叭等傳聲工具掌控群眾，剝奪了8千萬人獨立思考的能力（Bruce, 1992）。

希特勒的納粹宣傳是繼凱撒、拿破崙的後起之秀，如Thomson（1977：111，轉引自Jowett & O'Donnell,1992：185）所言：「希特勒分享了凱撒與拿破崙的資產，更為獨特不同的，他大量採用新的宣傳方法，同時投注了他的全部心力。」

他的自傳《我的奮鬥》，除在第6章〈戰爭宣傳〉與第11章〈宣傳與組織〉，特別提出宣傳的方法與重要性之外，全書處處都是宣傳的教材，而且開宗明義直道，宣傳是他從事政治之初，感到極大興趣的志業。希特勒與戈培爾相信政治宣傳，乃在直接挑起民眾的情感，根本不必訴諸事實。戈培爾這段話，很能襯托希特勒的想法：「政治宣傳就是在精神戰場上打仗，就是要無中生有，誇大其詞，趕盡殺絕。我們的宣傳只由我們民族、我們的國家，以及我們的血來決定。」（Hale,1975：2）

在二次世界大戰時期，幾乎參戰的各國領袖都是擅長媒體運用的能手。在這

西方戰爭傳播演進之歷史分析：以「克力斯瑪」、「傳播科技」、「媒體在戰爭的角色」的探討

個人類有史以來的最大規模的慘烈戰爭裡，包括中國戰區的 蔣中正委員長及蔣夫人、英國首相邱吉爾、美國總統羅斯福等人的廣播演說，均膾炙人口，傳頌一時。對於抗日、抗德及抵禦外侮，不僅採取各種形式鼓舞民心士氣，而且廣播媒體的發展，適時運用於情報、宣傳與心戰，更是瓦解敵方戰鬥意志的一大利器。

以法國的戴高樂為例，他並不是率領千軍萬馬，終而克敵制勝的將領，而是在德國佔領法國之後前往倫敦，以廣播號召法國人民團結起來共同抗擊德軍，因而他也獲得「麥克風將軍」的封號（Solery,1989）。

### 參、以傳播科技進展作區分的探討

在各類傳播媒介出現之前，人類的溝通傳播或軍事傳播的行為，早就透過非語文的溝通系統進行，包括聽覺、視覺或觸覺、嗅覺，亦即聲音、圖像、表情、手勢或動作與信號，來傳達符號與意義。譬如，西元前 13 世紀的「基甸的火炬」<sup>2</sup>、「約書亞的聲音戰」<sup>3</sup>等都是經常被引用的例子。

一般探述人類傳播的發展歷程時，都將非語文的溝通傳播考量在內，例如伊契爾·卜（卜大中譯，1992）將自有人類以來的傳播行為，分為口語、文字、印刷與電子傳播等四個階段。施蘭姆（游梓翔、吳韻儀譯，1994）則區分出 4 個重要時期的傳播發展：文字誕生、印刷機發明、攝影與電報科技開發及電晶體的發明。

如果依據傳播科技的發展，來看西方戰爭傳播的歷史，楊民青（2003 年 9 月）分為印刷媒介階段、廣播媒介階段、電視媒介階段、網路媒介階段；胡光夏（2004）歸納為：第二次世界大戰以前的「平面媒體戰爭」、第二次世界大戰的「廣播戰爭」、越戰的「電視戰爭」、1993 年波斯灣戰爭的「衛星與有線電視戰爭」、2003 年波斯灣戰爭的「電視直播戰爭」與「網際網路戰爭」。

此處參採後兩位學者的分類方法，分為平面媒體戰爭、廣播戰爭、電視戰爭、衛星與有線電視戰爭，以及電視直播戰爭與網際網路戰爭等 5 個階段。在這些不同發展階段中，亦留意其它各種媒體的運用。

---

<sup>2</sup> 基甸（Gideon）是以色列的英雄，他在西元前 1245 年，曾以 300 勇士夜襲敵營，擊敗 3 萬大軍。根據舊約聖經記載，基甸要每位勇士左手拿火把，右手拿號角，吹奏吶喊，聲響震天。睡夢中驚醒的敵軍，彼此誤殺，倉皇退卻，又遭追擊，以致潰不成軍（Jowett & O'Donnell,1992；戴郁軌譯，1990：27-28）。

<sup>3</sup> 音響武器最早使用者可追溯到舊約聖經有關約書亞（Joshua）的記載，他帶領 7 名牧師及若干士兵包圍耶利哥（Jericho）城，接連 7 天繞著城牆，以公羊角大聲吹喇叭。前 6 天都是繞城一週，第 7 天則繞城 7 次，而且在第 7 次時號角聲結合百姓齊聲吶喊，堅固的石頭城牆應聲倒地（楊連仲、謝豐安譯，2001：153；戴郁軌譯，1990：28）。



## 一、平面媒體戰爭階段

西元前 1 世紀，羅馬帝國執政官下令創辦《每日紀聞 (Acta Diurna)》，這個抄寫在公共場所張貼的「板報」(即在塗有石膏的木板上刻寫新聞訊息，參閱劉昶，1990)，可說是西方公認的第一份報紙。其公告的內容中，戰爭新聞佔有重要地位，此舉使得戰爭新聞傳播具有一定的公開性與持續性。《每日紀聞》無法確定是否每日發布，但前後存續 400 多年，羅馬人還仿效波斯人，建立信差服務的公共郵路，使經過謄寫的《每日紀聞》發行至帝國各行省。從這個意義來說，西方報紙自誕生之日起，就與戰爭有著不解之緣(展江，1999：6、21)。

歐洲是現代報紙的發源地，而德國則是歐洲報紙的先驅。1502 年出版的《東方新聞 (Neue Zeitung von Orient)》，第一次使用 Zeitung 一詞(意指「新聞」、「報紙」，其後廣泛運用於報名)，它曾記述德國對土耳其人的一場勝仗(Lake, 1984：19；展江，1999)。1656 年，由德國出版商里茲赫創辦的《新到新聞》，是德國也是世界第一家日報(張昆，2003：27)；雖然澳洲媒介歷史學者 Goman & McLean (林怡馨譯，2004：6)認為 1660 年創刊的《萊比錫新聞 (Leipziger Zeitung)》，才是歐洲的第一份日報。

俄國最早的印刷報紙是以報導軍事為主的《新聞報 (Viedomosti)》。該報全稱是《莫斯科國家及周圍其他國家可資學習和存閱之軍事及其他事務新聞報導》，是根據沙皇彼得一世 1702 年 12 月 6 日的命令出版的。那時正是帝俄發動對瑞典戰爭之時，報上大部分刊登的是彼得一世及其親信僚臣的軍事、戰爭及推行歐化等訊息(李明水，1985：64；顧國樸，1988：5；方鵬程，2005：23)。

1777 年元旦，《法國新聞》創刊於巴黎，是為法國第一家日報，其創辦人布里索，是後來大革命時期的著名領袖之一。法國大革命期間，法國新創辦了 1350 種報刊，影響較大者有馬拉的《人民之友報》與布里索的《法蘭西愛國者報》等(張昆，2003：27-28)。

美國在獨立革命戰爭爆發之前，殖民地的報紙已大量成長。這些報紙大多數具有強烈的黨派意識，包括殖民地立場、支持英國皇室，或抱持中立態度，被稱之為政治報業 (political press)。在南北戰爭期間，由於電報傳送常會中斷，編輯遂將具有內容特徵的標題，放在全篇報導的前面，俾使讀者從標題知道新聞大概內容，標題運用更進一步促使倒金字塔的新聞寫作方式產生 (Dominick, 1999)。

由上可知，早在報紙成為大眾媒介之前，軍事型態的報紙就已經存在，但那時發行少，也與社會大眾較無多大關聯。比較具有意義的探討，必須擺在 19 世紀大眾報紙的發行，值得注意的，大眾報紙地位的確立，又和戰爭新聞密切相關。

西方戰爭傳播演進之歷史分析：以「克力斯瑪」、「傳播科技」、「媒體在戰爭的角色」的探討

中西均同，早期報紙型態的出版品，並沒有廣大的發行人數。得到 19 世紀因工業化、都市化，所帶來交通運輸便捷、人口流動及教育普及等社會經濟情勢形成之後，才蘊育現代報紙擴展的條件。

帶動早期報紙發展至少有三個因素：紙張的製造、新科技及社會大眾的需求。但因歐洲使用簡單的字母，使得紙張與印刷術西傳後，在歐洲發展的速度要比原發明地的中國快速（Frederick,1993）。

新傳播科技在 19 世紀有了很大的突破發展，直接裨益新聞採集的便利。這些發展主要有 1844 年摩斯（S. Morse）發明電報、1850 年代第一條大西洋海底電纜線架設成功、1870 年代貝爾（A. G. Bell）發明電話，以及 1890 年代馬可尼（G. Marconi）完成無線電報與無線廣播的實驗，為未來廣播電訊網路奠基。

當然，社會大眾的需求更是重大關鍵。Goman & McLean 指出（林怡馨譯，2004：18），從 1865 年到 1914 年第一次世界大戰爆發期間，可說是戰地特派記者的黃金時代。那時報紙因已建立普遍發行，電報等科技也已發明使用，而且沒有內容審核制度，社會也展現了成熟條件——已有大批讀者十分喜歡閱讀關於海外戰爭英勇事蹟的報導。

第一次世界大戰時，戰爭已經演變成總體戰（total war），身陷戰爭的國家賦予媒體空前重要的任務，當作最具說服力的戰爭武器（Williams,1972：24）。政府藉由新聞操控，以維護戰地士氣，並影響中立者的看法，其中英國的表現最為出色。

為了救亡圖存，英國在 1914 年成立戰爭宣傳部（War Propaganda Bureau），當時普遍認為只要影響中立國的態度就能影響戰爭的結果，以致英國在美國極力宣傳，並激發美國人打破原本的孤立主義。

1917 年美國宣戰後，一週內便成立公共資訊委員會（Committee on Public Information，簡稱 CPI），其任務就是「向美國人民兜售戰爭」，隨之還建立檢查制度，包括偵查間諜法案（Espionage Act）、敵國貿易法案（Trading with the Enemy Act）、煽動言論法案（Sedition Act），這些都是足以妨礙美國憲法所保障的媒體言論自由。

第一次世界大戰的媒體戰中，殘暴新聞報導或稱之為「憎惡宣傳（hate Propaganda）」（Jowett & O'Donnell,1992）被交戰國廣泛運用來憎恨敵人。主要圍繞在（一）大屠殺，即大規模殺害敵人；（二）毀壞，如將敵人眼珠挖出，以及（三）以飢餓及嚴刑拷打虐待敵軍、平民等三個可疑暴行的主題，不曾間斷的刊載在報紙及一本本的書刊或小冊子上。

狄佛洛等（Defleur & Ball-Rokeach,1989：161-162）指出，從第一次大戰開始，各國政府在武力衝突的同時，為使人民相信敵人慘無人道，精心設計的宣傳

訊息充斥於新聞報導、電影、唱片、演講、書刊、佈道、佈告、海報廣告、標語傳單與街談巷議、無線電廣播等。就交戰的各方而言，戰爭勝敗得失攸關國家興亡，公民必須仇敵愛國，卻不能指望人人自動自發的去做，於是所能動用的大眾傳播媒介，就成為說服與宣傳的主要工具。

## 二、廣播戰爭階段

1906年，美國匹茲堡大學教授，同時也是西屋公司工程師費瑟登（R. A. Fessenden），利用真空管，將語言、歌唱、音樂等訊息，成功的透過無線電傳遞出去。這是人類第一次將有意義且真實的聲音，透過無線電傳送到特定的接收設備。此一重大發展，為廣播新聞傳播奠定重要的基礎。歷史上第一家定期對外播出的廣播電台，為1920年成立於美國匹茲堡隸屬於西屋集團的KDKA電台。

廣播媒介起於20世紀初，從此訊息得以穿透一切籬籬，無須憑藉有形物質就能遠距傳送。在發展之初，廣播就被交戰國運用為情報傳遞、心戰武器及鼓舞民心士氣或勸降的工具。而且在當時，相較於一些平面媒體須具文字閱讀能力，收音機是社會大眾習慣使用的媒體。

最為人熟知的廣播運用，首次出現於1915年。當時德國每日提供戰事最新消息，受到亟需即時性新聞的各國報紙大量採用。其次是1917年的俄國，列寧所領導的無產階級革命成功，成立蘇維埃政權，也是透過廣播對世界發聲（Jowett & O'Donnell, 1992: 101-102; Hale, 1975: 16-17）。

最初使用短波作遠距離廣播的，是西方的殖民帝國，廣播對象是殖民地。荷蘭領先於1927年向殖民地廣播。法國次之，於1931年以法文及當地語言向殖民地廣播。英國廣播公司的「帝國服務（Imperial Service）」於1932年以英語播出。義大利於1935年向南美洲的義國人民廣播（Martin, 1970: 180）。

無論和平或戰爭時期，以無線電廣播作為攻擊武器，來對付其他國家的，首由蘇聯開始。在建立紅色政權後，列寧與托洛斯基為鼓吹共產主義，積極利用電台廣播，向鄰近國家宣揚革命思想（Martin, 1970: 181）。在1926年的一場糾紛中，蘇聯率先以無線電來「攻擊」羅馬尼亞人（Bumpus & Skelt, 1985: 10）。

麥克魯漢（McLuhan & Fiore, 1968: 132-134）曾標誌第一次世界大戰是為鐵路戰，第二次世界大戰則是廣播戰。佛特那（Fortner, 1993）也以「廣播戰爭（radio war）」，來形容二次大戰期間各國的政治宣傳。大規模的廣播戰爭爆發於1930年代中期：納粹德國播出最多種外語廣播節目，共26種（在大戰爆發後不久，立即擴大到39種不同的外語）。次為義大利，播出23種語言，法國播有21種語言，蘇聯播出有13種，而英國廣播公司則播出10種外國語（Bumpus &

西方戰爭傳播演進之歷史分析：以「克力斯瑪」、「傳播科技」、「媒體在戰爭的角色」的探討

Skelt,1985：31）。

除了上述以直接的方法穿越國境，將宣傳資訊送進敵國，交戰國彼此之間，還實施資訊控制，主要的方法有以下四種(Fortner,1993)：技術干擾(jamming)、接收干擾(interference with information reception)、鬼音(ghost voicing)及電碼破解(code breaking)。

「技術干擾」是控制資訊的最基本技巧，就是要阻斷或干擾敵人所要傳播進來的訊號。「接收干擾」在於禁止民眾接收敵方訊息，並鼓勵收聽我方訊息，通常的做法有立法規定(收聽敵國廣播屬違法行為)、沒收民用收音機(尤其是佔領區的收音機)、切斷電纜以阻止電報流通等。「鬼音」是暗中將敵方演說內容或新聞報導，加上喧囂聲、謾罵語，或是將一些廣播訊號移植在敵人的訊號之上，變換成錯誤的訊息<sup>4</sup>。另在作戰期間，都會實施監測敵軍的傳播通訊，包括廣播監聽<sup>5</sup>、無線電監聽與密碼破解，如英國的 M15 與美國的 FCC 等均是。

### 三、無線電視戰爭階段

戰爭新聞經由報紙與通訊社報導，自前線拍發到刊載，需時數日、數週，甚至數月。越南的第一次媒體戰爭進行時，是由電視記者在戰地拍攝，送回美國剪接後再播放。

電視新聞的採訪科技在韓戰時已經運用，也就是說，韓戰應是首次透過電視報導的戰爭，但因為當時電視對戰爭報導及所扮演的角色並不顯著，以致大都認為越戰才是真正的電視戰爭(Taylor,1990：2)。

越戰通常被認為是史上第一次的「電視戰爭」(Mercer, Mungham & Williams, 1987; Hallin,1997)。從軍事衝突現場採訪到新聞畫面傳回電視台，往往必須一日至數日時間，但和二次大戰時比較，可說軍事新聞報導幾與事件本身同步(McNair, 1995)。

從 1961 至 1968 年間，美國媒體尤其是電視，原是認同美國應以軍事手段介入越南事務，然而 1968 年之後的電視新聞報導，不再只是慘烈的戰爭畫面，也出現美國應否繼續參戰的爭論(Cummings,1992：84)。Hallin (1989) 強調，媒體對越戰的報導分析，雖然是空前的嚴重分歧，有些甚且極盡挑別揶揄之能

<sup>4</sup> 英國與德國均善此道，但英國更勝一籌，特別是將一些訊號加在希特勒的演說之中。

<sup>5</sup> 二次大戰期間，各國都成立監聽與分析敵方廣播的部門，來收集、解讀敵國的各種資訊，包括食物供給、交通狀況、轟炸後的損失程度、死傷率、人民情緒，以及船隻、潛水艇、軍隊調動與運補情形。監聽的範圍包括軍事通訊電台、非軍事的國際與國內電台等報導與戰事有關的訊息。

事，可是新聞界從未根本否定美國出兵的正當性。

眾所週知，1968 年的轉捩點，主要是由著名 CBS 主播、公認的「新聞先生 (Mr. News)」克朗凱 (W.Cronkite) 所造成的。他在該年 2 月 27 日的新聞節目中，坦言越戰已陷僵局，美國不可能取勝，唯一的出路是談判 (Donovan & Scherer, 1992: 102)。從此輿情反戰轉激，詹森總統說，「假如我已失去克朗凱，那我已失去美國大眾。」 (Halberstam, 1979: 514) 因而決定不再競選連任。

越戰不僅是美國對外作戰的重大挫折，同時也是美軍與媒體關係演進的一個分水嶺。在幾乎沒有任何形式的新聞檢查情況下，越戰可說是一場「電視戰爭 (Television War)」。相較於韓戰期間，當時的電視新聞還不是媒體報導的主流，但 10 餘年後的越戰，有好幾年的時間，美國觀眾在自己家裡，透過電視可以收看到有關越戰消息 (Carruthers, 2000: 108)。當一個個美國士兵流血犧牲的畫面，毫無阻攔的闖入美國人的客廳時，就已註定這是一場「打不贏的戰爭」。

另外必須一提的，此階段以美國為主的西方音樂與新聞節目，開始且一直不斷的向東方與世界主要地區滲入，雖然無濟於越戰，卻某種程度促使蘇聯等共產政權的消逝。Hachten (1996) 指出早在冷戰時期，英國廣播公司世界新聞網、美國之音、自由歐洲電台、美國有線電視新聞網 (CNN)、哥倫比亞廣播公司的丹拉瑟 (Dan Rather on CBS) 等，都普遍被共黨國家的人民聽取、收視。儘管共黨致力消除西方搖滾音樂與錄影帶，東德人依然觀賞由西柏林所放送的西方電視節目，甚至藍波 (Rambo) 還變成蘇聯境內錄影帶迷心目中的人民英雄。

#### 四、衛星與有線電視戰爭階段

由於即時實況轉播的科技革新，24 小時全球新聞服務的來臨，1991 年波斯灣戰爭是首次經由衛星傳播，將戰爭正在進行的現場畫面，立即傳送回媒體，播放給全世界，開啟了戰爭傳播的歷史新頁。

雖然大多數記者在戰場上被限點採訪，但 CNN 記者阿內特 (P. Arnett) 從巴格達 (Baghdad) 傳送在伊拉克的採訪報導，而其他的 CNN 記者則分別從華盛頓和沙烏地阿拉伯，傳送美軍和聯軍的相關新聞 (Altschull, 1995)。

以前受限於採訪的後勤支援與有限的傳送能力，使得記者在採訪之後的稿件與錄影帶傳送，必須依賴軍隊，但到了 1991 年，記者只須帶著輕型攝影機、手提電腦、衛星電話與衛星上行與下行傳送設備，就可毫無阻礙的完成立即採訪與傳輸的任務 (Dennis, 1991; Carruthers, 2000: 132; 吳福生譯, 2001)。

這場為期 42 天戰爭的電視報導密集程度，幾乎可說是天天全天候播放。CNN 以密集、持續且同步的電視實況報導，讓這一次波斯灣戰爭成為大規模的媒體總

西方戰爭傳播演進之歷史分析：以「克力斯瑪」、「傳播科技」、「媒體在戰爭的角色」的探討

動員。美英、伊拉克及其他國家領袖且藉著 CNN 傳送訊息給對方，取代了傳統由外交人員與外國官員溝通的途徑（林怡馨譯，2004：234）。

這場戰爭的另一個特殊景象，是作戰士兵與電視觀眾的「電視對話」。電視觀眾因為收視電視，變成了戰爭參與者，而參與波斯灣戰爭的士兵也由於收看電視，而看到了正在收看戰爭畫面的家鄉父老，他們經由聲音與手勢產生互動。這種情形還可以 1994 年 1 月為例，阿拉法特經由 CNN 對巴勒斯坦的示威群眾發表演說，而這些示威者也透過 CNN 與阿拉法特對話，在這場電視對話中，彼此都透過電視看到自己在電視上的身影（羅協廷等譯，1996）。

## 五、電視直播戰爭與網際網路戰爭階段

其實，在 1999 年科索沃戰爭中，業已開啟網際網路的戰爭傳播。南斯拉夫聯邦即使多方面處於劣勢，但官方與民間機構透過網路直接報導，對外發布新聞，打破了以美國為首的北約的國際輿論封鎖（王冬梅，2000；李黎明，2001；孫敏華、許如亨，2002；鄧翔鳴譯，2003）。

2003 年美國針對伊拉克的波斯灣戰爭，則被認為是首次完全由電視現場（Live）直播的戰爭，也是第一次網際網路真正參與報導的戰爭，特別是戰爭部落格（blog）的興起與利用容量較大的寬頻網路來傳遞大量影片（胡光夏，2004），重新定義對軍事衝突事件報導的方式。

在距上一次波斯灣戰爭的 12 年前，獨領風騷的 CNN 並沒有如今的設備，能作全程的直播。而今除 CNN 之外，還有英國的 BBC，美國政府又核准 FOX、MSNBC 進入戰場，阿拉伯媒體方面則有著名的半島電視台。以衛星與數位技術為主的傳播科技，可以將戰場上的音視頻訊號經過數位壓縮後，由衛星發回電視台，而有些記者無法到達的地方，電視台就利用衛星地圖在電視畫面上解說。

曾經參與此次戰爭報導的中央社記者陳正杰、郭傳信（2003：21）強調，美伊戰爭並非一場美式足球賽的直播，但以相同的傳播方式，讓關心這場戰爭的人們，透過媒體在同一時間看到戰場上驚心動魄的場景。

在戰爭中，網際網路以最快的速度、最簡單的語言及標題似的報導，將各種最新訊息加以整理分類，以文字、圖像、音頻與視頻等多種方式，傳播給網路使用者。網際網路是一個非常有效的交流場所，在電子郵件互傳、BBS、部落格上，可以獲得許多傳統媒體所沒有的內容。

手機簡訊也為官方與民間廣泛使用，美國政府在戰前曾以一波波手機簡訊，發給伊拉克民眾、軍人與各級將領，說服他們放棄抵抗，動搖他們的信心，以達到使對方不戰而降的目的。

根據美國一項調查顯示 (Rainie, Fox & Fallows, 2003, 轉引自胡光夏, 2004), 美國有 77% 的網路用戶上網, 都與這場戰爭有關聯, 在 1.16 億的網路用戶中, 有 55% 是透過電子郵件和他人交換戰爭的看法或了解戰爭的最新動態, 而有 17% 的網際用戶聲稱網際網路是他們瞭解戰爭動態的主要途徑之一。

胡全良、賈建林 (2004: 180-181) 指出, 網際網路已經與平面及電子媒體建立共生關係: 早上看報刊, 白天上網站, 晚上看電視; 胡光夏 (2004) 則認為網際網路將戰爭報導帶進了民眾上班的工作地點。

## 肆、以媒體在戰爭傳播中扮演角色的分析

吳恕 (1992) 曾分析政府與新聞界之間存在的 4 種關係: 盟友、友好、對立、敵人。美國史丹佛大學教授 Rivers (1970, 1982) 強力主張媒體是政府的天生敵對者, 而且媒體有自己的力量基礎, 足與政府的關係相對立。祝基滢 (1986) 認為媒介是公共政策決策過程中積極的參與者, 主要有 4 種參與方式: 作為社會大眾的代表、作為政策的批判者、作為政策的主張者、作為政策的設計者。

當然, 要進行這方面的探討, 免不了會觸及傳播制度的相關問題。一般而言, 傳播媒介與社會互為影響, 在特定的社會裡, 會產生特定的傳播制度。塞伯特 (F.S. Siebert)、彼得森 (T. Peterson) 與宣偉伯 (W. Schramm) 在 1956 年曾對全世界媒體, 歸納出 4 種運作模式: 威權主義、自由主義、共產主義及社會責任論 (Siebert, Peterson & Schramm, 1956)。

在 4 種運作模式之後, 有了一些修正理論 (參閱 Merrill & Lowenstein, 1971; McQuail, 1983; Altschull, 1995; Hachten, 1996; 彭家發, 1994; 彭懷恩, 1997), 如 Merrill & Lowenstein (1971: 175) 認為媒體可能常受控於政治系統 (如威權主義), 也可能是處於自由的、開放的、無限制的政治系統中 (如自由主義)。而媒體與政府的關係, 比較像是一種光譜的漸層系統, 而非二分法的絕對兩極化。無論記者、媒體工作者或媒體組織, 在每一個政治體系裡, 都會遭遇或體驗不同等級的自主性或限制。

上述諸學者研究的目的、對象與範圍, 或與本研究論述宗旨不盡相同, 但仍具有一定的參考價值。以下整理出來的 8 種情形, 所關注的焦點主要是媒體在與戰爭相關事件中所扮演的角色, 以及其與政府或軍隊的關係。

### 一、媒體是戰爭中的缺席者

媒體在戰爭中缺席的例子甚少, 1812 年的紐奧良戰役甚具代表性, 卻也是

西方戰爭傳播演進之歷史分析：以「克力斯瑪」、「傳播科技」、「媒體在戰爭的角色」的探討

傳播史比較不為注意的一頁。那年，美國與英國曾打了一場「不須打」的戰爭<sup>6</sup>，起因是英國國會決議，所有美國對歐貿易均須透過英國各港實行。

但隨後英國國會立即撤銷該決議，美國無法及時獲知，而片面宣戰。該役之所以「不須打而打」，是因為當時的訊息傳送緩慢所致（Frederick,1993）。19世紀的報紙業已發達，但當時在英美之間的訊息，必須數週才能傳達，如果當時已有電話纜線、衛星電視或網際網路，這場戰爭必將打不起來，或很快結束。然而，媒體因科技之限制，未曾發生任何功能，導致戰爭長達2年與成千上萬人的傷亡。

## 二、媒體作為戰爭的批評者

克里米亞戰爭是一個重要的殷鑑，從此每逢戰事，政府即會採取各種不同或程度不一的方法，干預或妨止媒體的採訪（曹定人譯，1993：218；林怡馨譯，2004：18）。

在1853至1856年間的克里米亞戰爭，最特殊之處，在於電報首次運用於戰爭傳播，也因為遠距離電訊傳播，以及媒體加以運用所產生的巨大影響力，導致英國的艾柏丁政府下台（Knightley,1975：5；劉方矩譯，1978；Young & Jesser,1997：23）。

當時英國《泰晤士報》曾派遣記者羅素（W. H. Russell）進入英、法、土耳其等同盟國與俄國爭奪中近東統治權的克里米亞戰爭採訪。他極力報導補給品短缺、疾病肆虐及英軍盲目躁進等情形。該報總編輯狄蘭（J.T. Delane）亦曾親臨戰場，了解戰爭實況，並撰寫社論呼應，於是引發民意強烈的關注，最後導致艾柏丁政府下台。

另，1964年的「東京灣事件」，曾激起美國人民的義憤，美國國會甚至授與詹森總統近乎無限權力發動越戰，但美國記者史東（I.F.Stone）卻揭發政府機構欺瞞民眾與國會，並指出美國媒體對此一事件的報導，皆來自美軍餵食，唯史東所運用的媒體是個人媒體——《I.F.Stone's Weekly》。

## 三、媒體在戰爭中介入軍事決策

引人質疑的，1898年爆發的美西戰爭中，新聞報紙是否直接影響了美國的

---

<sup>6</sup>此一戰役弄得美國軍力耗損，民怨四起，英國駐加拿大軍隊進犯首都華盛頓，焚毀總統辦公室與許多國會山莊的公共建築，總統麥迪遜（J.Madison）還蒙塵出逃。49年後，類似首都淪陷的故事在中國重演，英軍攻陷北京，焚毀圓明園。



參戰？各方看法不一，保守觀點卻認為這是「早期媒體介入軍事決策的例子」（林怡馨譯，2004：19）。

當時的媒體所有人，如普立茲、赫斯特，都企圖透過報紙鼓吹愛國主義及擁戰情緒，影響公眾輿論（Frederick,1993；游梓翔、吳韻儀譯，1994：255）。他們掀起排外情仇，出版明顯捏造不利西班牙的暴力故事。當時紐約報紙的報導，對美國其他地方性報紙具有非常廣泛的影響，凡遇上戰爭、災害、謀殺及緋聞事件等，赫斯特都採取誇張手法，就是靠著煽情主義（sensationalism）讓他的媒體步入成長高峰（Dominick,1999）。Goman & Mclean 指出：「戰爭新聞漸漸引起關注，美西戰爭為第一次世界大戰的新聞報導奠下良好基礎。」（林怡馨譯，2004：20）

#### 四、媒體是革命的工具

過去幾百年，世界經歷了至少7次大規模的革命運動：英、美、法、中、俄、越南、古巴，「革命危機的成熟，離不開革命思想的傳播，在近代和現代社會中，新聞媒介的大規模參與，是革命必不可少的條件之一。」（展江，1999：27）

以美國獨立革命戰爭而言，美國第一份報紙創辦於1690年，到革命前夕已有42家，那時全美只有300萬人，卻有4萬個家庭訂閱革命報刊。佩因（T. Paine）著《常識（Common Sense）》，宣揚革命理念，宣示要脫離英國獨立，在美國人心頭燃起熊熊革命之火，該書印行50萬冊，幾乎每戶一冊（Jowett & O'Donnell, 1992；程之行，1996；展江，1999）。

在列寧的革命概念中，媒體是用來推翻政府或解脫外國控制的一種顛覆工具。早期的《真理報（Pravda）》就是在俄國境外發行，且大量秘密流傳（Hachten, 1996）。晚近在柯梅尼取代巴勒維的伊朗革命中，錄音機扮演了重要角色，被賦予首度錄音機革命<sup>7</sup>（the first cassette revolution）的印記（同前註）。

蘇聯一直到共黨政權瓦解前，影印機仍被國家管制使用，可是蘇聯的異議份子正好利用為最佳的傳播工具，而且這種民眾陌生、具有「異國風情」的傳播行為，反而容易吸引傳閱，是侵蝕共產制度的推手之一（Jowett & O'Donnell, 1992：157）。

---

<sup>7</sup> 那時在不受伊朗秘密警察監視的回教清真寺裡，曾經播放了好幾千卷柯梅尼宣揚革命的演講錄音帶，這些小型可攜帶式的傳播器具，靈活接觸了好幾百萬人，傳播效能勝過受伊朗政府控制的報紙、廣播與電視。只要是傳播工具，就可以變成為宣傳媒體，在伊朗革命行動中的影印機，就是另一例子。當「夜間電報（night letters）」與神秘政論經由傳真機進入德黑蘭時，同情革命的人員迅速的影印傳遞散播（Hachten, 1996）。

## 五、媒體被政府用作戰爭宣傳的工具

波耳戰爭是 19、20 世紀交替之際（1899 年至 1902 年）、英荷之間在南非一場殖民地爭奪的戰爭。年輕的邱吉爾曾任當時的戰地記者<sup>8</sup>，而英國報紙對波耳戰爭進行詳細完整的報導，提供民眾輿論討論的空間，也被當成政治宣傳的工具，充分顯示戰爭期間媒體的重要性。貝西（Badsey,2000，轉引自林怡馨譯，2004：21）特以「媒體戰」加以形容：

「實在無須將平行線誇張化，也不需反彈而高呼要回歸到之前我們所擁有的時代，對於媒體在波耳戰爭扮演何種角色有太多爭論，我們應該將它認為是時代下的產物，是十分具時代意義的。波耳戰爭是媒體戰，如同它是一場政治戰、軍事戰，與人民的戰爭。」

第一、二次大戰時或之後的一些局部戰爭，媒體廣泛的被用作戰爭宣傳的工具，將廣大民眾帶入愛國情緒中。這種大眾動員的模式，其實已在波耳戰爭中預演了一次，英國波耳戰爭可說是媒體作為政府戰爭宣傳工具的濫觴。

## 六、媒體作為民意引導者與塑造者

對於戰爭夥伴的選擇，政府曾經藉由媒體引導民意。Wright（1965，轉引自 Frederick,1993）以美國報紙為例，說明在第一次大戰的戰前、戰時、戰後，如何改變人民對德國與法國的好惡立場。當時首先由 1911 年的《紐約時報》及 1913 年的《芝加哥論壇報》，發展出對法國的友善與對德國的敵意。戰爭開打之後，美國各報加強了對德的恨意與對法的愛意，此兩種情緒於 1918 年到達巔峰。

二次大戰時美國專欄作家李普曼（W. Lippmann），則是媒體塑造民意的實例。1940 年 6 月德國納粹席捲歐洲大陸，羅斯福總統有意援助英國，然而此時美國國內反對參戰，孤立主義高張。當時英國駐美新任大使羅先爵士（Lord Lothian）遂就教於李普曼<sup>9</sup>。李普曼隨後設計一套塑造民意的策略，他請第一次

---

<sup>8</sup> 邱吉爾在歷時兩年半的波耳戰爭中，因所完成的報導，獲得國內民眾的肯定，成為新聞界受到矚目的人物。他從戰場回來，參加國會議員選舉，一舉獲捷，從此步入政壇，步步高升。詳參程之行（1996：163-168）。

<sup>9</sup> 羅先大使分析當時局勢，如果英國失去對大西洋海權的控制，邱吉爾政府必然垮台，而新政府可能趨向與希特勒合作，若此則將直接威脅美國本土的安全，為防止此一悲劇發生，美國應協助英國武器與軍艦。

世界大戰英雄、80 高齡的潘興 (J. Pershing) 將軍，發表一場十分動人的演說，並邀請新聞週刊記者林德利 (E. Lindley) 採訪，李普曼更以他的專欄支持呼應潘興的主張，影響反戰報紙也改變立場。其實，李普曼正是潘興演講稿的捉刀人，他影響了美國政策，也改變世界大戰的歷史 (祝基澄，1986：60-61)。

## 七、媒體成為外交談判與危機處理的輔助管道

在美國內戰期間，對新聞的需求量很大，以致美國報紙首次每週發行 7 天。在 1963 年甘迺迪總統被暗殺時，電視現場報導成為號外消息的顯著媒體。到了 1991 年波斯灣戰爭，CNN 建立了遍及全球的 24 小時新聞網，此一新聞做法改變了國際新聞體系，尤其是國際危機與軍事衝突的新聞處理方式 (Hachten, 1996)。

1962 年古巴飛彈危機的處理過程中，除了甘迺迪與赫魯雪夫之間的信函聯繫、兩國外交管道外，媒體亦擔任折衝要角。甘迺迪曾向全美發表電視演說，蘇聯駐美特務還不斷向美國媒體打聽、傳送消息，媒體可說是化解危機的重要管道之一。

Stech (羅協廷等譯，1996) 強調，在 1991 年波斯灣危機中，CNN 報導運用各種方法，避開政府控制，提供了真實影像，並深深影響政府對危機初期的評估。甚且，CNN 與其他國際新聞媒體的現場報導，取代了政府決策者的常規外交與情報途徑，使得政府官員透過「牆上報紙」—辦公室裡的電視，來掌握並應對各重大事件的最新狀況 (Carruthers, 2000：199)。

## 八、媒體成為軍隊的編組成員

越戰是否因電視而戰敗，此問題引發許多關於軍隊與媒體關係的辯論。美軍從此學到了教訓，一般稱為「越戰症候群 (Vietnam syndrome)」 (呂志翔，1993)。那就是：試圖密切控制媒體報導，避免任何軍事行動事先曝光，並且迅速完成軍事行動，使得民眾沒有時間反應或經由媒體詳細報導，獲知決策過程，以免民意中途倒戈 (林怡馨譯，2004：231)。

McNair (1995) 認為越戰的媒體效應，不可能有科學的答案，卻影響了 1980 年代英美新一代領導人物對軍事衝突新聞處理的認知，包括英國首相柴契爾在 1982 年的福克蘭戰役、雷根總統在 1983 年的格瑞納達 (Grenada) 事件，以及老布希總統在 1989 年進軍巴拿馬 (Panama) 搜尋諾瑞加 (M. Noriega)，甚至以後的軍事行動。

西方戰爭傳播演進之歷史分析：以「克力斯瑪」、「傳播科技」、「媒體在戰爭的角色」的探討

福克蘭戰役是二次大戰後，媒體報導軍事衝突受到最嚴格限制的一次（同前註）。由於地理因素（福克蘭群島距英國本土有 8000 哩之遙），更因越戰教訓<sup>10</sup>、政治考量（柴契爾藉此轉移經濟不振與支持度下滑），使得政府的新聞政策如同國家存亡之戰，從而祭出一整套管制報導的手法。

英軍限制媒體採訪，迅速贏得這場戰役，成為美軍效法的對象（Sharkey, 1991: 14）。在 1983 年美國入侵格瑞納達時，媒體完全被排除在外，直到雷根總統宣佈軍事行動成功後，媒體才得知。

1991 年波斯灣戰爭時，媒體與軍方的緊張關係形成甚早，其結果是新聞界屢遭重創，而當戰爭奏捷之際，媒體卻感覺在伊拉克「吃了敗仗」（張茂柏，1991）。因為有些記者感覺自己像是「hotel warrior」，只能待在旅館看 CNN 的報導及軍方舉行的簡報記者會（Fialka, 1991）。

美國與其盟邦所採行的媒體公關主要戰略，就是聯合報導（National Media Pool）的新聞集體供應模式，通常僅由一個美軍陪同的媒體採訪小組，前往採訪某個特定的軍事行動，回來後與其他留在後方的記者分享採訪所得（McNair, 1995）。

2003 年波斯灣戰爭時，美國國防部長倫斯斐推動隨軍採訪的計畫，隨軍記者（embedded journalist）這個名詞於戰爭期間，成為使用最頻繁的詞彙之一。來自世界各地的媒體記者，也成為了盟軍戰鬥任務編組的成員，盟軍行動到那裡，媒體記者就到那裡（張梅雨，2005）。

## 伍、結語

Jowett & O'Donnell (1992: 264-265) 分析宣傳如何在現代社會運作時，特別重視歷史社會脈絡（social-historical context）的重要性。宣傳的每一個行動與事件之所以能在當下產生作用，除了社會機能因素外，也與這個民族或社會的歷史相銜接。然而，另方面值得再三強調的，人類的知識及經驗乃相互學習與流通共享的，尤其在這全球化傳播時代，任何宣傳者即便他的宣傳技能與型態展現截然不同的面貌，依然是有跡可循的。

本研究嘗試從 3 個層面探討西方戰爭傳播的歷史過程，亦即從「人」、「傳

---

<sup>10</sup> Harris (1991; 轉引自 McNair, 1995) 指出，顯然受了越戰經驗的影響，1977 年英國國防部曾擬定一份「危機處理時的公關計畫」的秘密報告，該計畫顯示「為了計畫執行，必須預先保留 12 個名額給媒體，公平分配給 ITN、BBC 及其他報社.....，媒體必須保證共同使用照片與複印文件。」而在福克蘭戰役中的軍事公關，則是此一秘密報告的第一次執行。

播科技」及「媒體在戰爭的角色」，其中之要當在於「人」，是人在運用傳播科技與媒體。

在德國社會學家韋伯的理論裡，charisma 是人類社會的偶發，但這樣的英雄式權威，往往誕生於風起雲湧的時代，同時更是腥風血雨的時代。Charisma 可能得自天縱英明，但他的後天亦經歷必要的學習，才有非凡的魅力與技高一籌的宣傳本事。本研究無法一一細究亞歷山大、漢尼拔、凱撒、拿破崙、亨利·都鐸、亨利八世、俾斯麥、希特勒等人的天賦與學習。但是，他們都擅於利用宣傳以確立其英雄式權威，則屬無庸置疑。

其次，從傳播科技進展來作探討，可劃分為平面媒體戰爭、廣播戰爭、電視戰爭、衛星與有線電視戰爭，以及電視直播戰爭與網際網路戰爭等 5 個階段。在這些階段中，媒體的形式雖隨科技發展而變化，但其與戰爭密切相關，且對戰爭的醞釀、發動、進行與終結均有著密不可分的關聯，則已再再被明確證明了。

一般而言，媒體在西方被認為是「第四權」或「第四階級」（詳參陳錫藩，2003 年 4 月 28 日），但從西方媒體在戰爭過程中所扮演的角色，以及其與政府或軍隊的關係來看，則可見到 8 種類型：（一）媒體是戰爭中的缺席者；（二）媒體作為戰爭報導的批評者；（三）媒體在戰爭中介入軍事決策；（四）媒體是革命的工具；（五）媒體被政府用作戰爭宣傳的工具；（六）媒體作為民意引導者與塑造者；（七）媒體成為外交談判與危機處理的輔助管道；（八）媒體成為軍隊中的編組成員。其中除第一種外，其它 7 種類型均可明顯見到傳播對戰爭的重要價值。

## 參考書目

### 一、中文書目

- 卜大中譯(1992)。《第八類接觸》，台北：時報文化。(原書 Pool, Ithiel de Sola. [1990]. *Technologies Without Boundaries: On Telecommunications in a Global Age*. Cambridge, MA: Harvard University Press.)
- 丁榮生(2001年10月30日)。〈拿破崙擅用媒體〉，《中國時報》(台北)，第13版。
- 方鵬程(2005)。〈軍事傳播的沿革〉，樓榕嬌等著《軍事傳播：理論與實務》。台北：五南。
- 王冬梅(2000)。〈科索沃危機中的新聞戰〉，劉繼南(編)《國際傳播—現代傳播文集》，372-381頁。北京：北京廣播學院。
- 張梅雨(2005)。〈隨軍記者〉，樓榕嬌等著《軍事傳播：理論與實務》。台北：五南。
- 李明水(1985)。《世界新聞傳播發展史：分析、比較與評判》。台北：鴻儒堂。
- 李瞻(1986)。《世界新聞史》增訂八版。台北：三民。
- 展江(1999)。《戰時新聞傳播諸論》。北京：經濟管理出版社。
- 吳庚(1993)。《韋伯的政治理論及其哲學基礎》。台北：聯經。
- 吳恕(1992)。《激盪與調和：政府、官員與新聞界的關係》。台北：正中。
- 彭家發(1994)。〈報業制度理論之流變：一個歷史觀點〉，《報學》，8(8)：14-37。
- 彭懷恩(1997)。〈國家機關與媒體制度〉，彭懷恩(編)《90年代台灣媒介發展與批判》，39-62頁。台北：風雲論壇。
- 祝基澄(1986)。《傳播·社會·科技》。台北：台灣商務。
- 吳福生譯(2001)。〈數位時代的軍隊與媒體關係〉，《數位戰爭：前線觀點》，頁323-362。台北：國防部史政編譯局。(原書 Bateman III, R. L. ed. [1999]. *Digital War: A View from the Front Lines*. Presidio Press.)
- 呂志翔(1993)。〈從波斯灣戰爭看政府與新聞媒體的關係〉，《報學》，8(7)：99-103。
- 林怡馨譯(2004)。《新世紀大眾媒介社會史》。台北：韋伯文化。(原書 Goman, L.

- & Mclean, D. [ 2001 ]. *Media and Society In the Twentieth Century :An Historical Introduction*. Blackwell Publishers.)
- 胡光夏 (2004)。〈網路新聞學發展的契機與轉機：第二次波斯灣戰爭中網路新聞報導之研究〉，《復興崗學報》，80：15-42。
- 李黎明 (2001)。《轉軌：變遷中的戰略思維》。台北：時英。
- 程之行 (1996)。《新聞傳播史》。台北：亞太。
- 賈士蘅譯 (2003)。《知識社會史：從古騰堡到狄德羅》。台北：麥田。(原書 Burke, P. [ 2000 ]. *A Social History of Knowledge :From Gutenberg to Diderot*. Blackwell Publishers Ltd.)
- 曹定人譯 (1993)。《帝國與傳播》，台北：遠流。(原書 Innis, H. A. [ 1972 ]. *Empire and Communications*. University of Toronto Press.)
- 陳正杰、郭傳信 (2003)。《媒體與戰爭》。台北：匡邦文化。
- 陳希平譯 (1973)。《論戰爭》，台北：三軍大學。(原書 Leckie, R. *Warfare*.)
- 楊民青 (2003 年 9 月)。〈現代戰爭與大眾傳媒〉，中國網，2004 年 9 月 28 日，取自：<http://www.china.org.cn/chinese/zhuanti/bjzt/396366.htm>
- 張茂柏 (1991)。〈美國新聞界對波斯灣戰爭報導的反省〉，《報學》，8 (5)：124-129。
- 張昆 (2003)。《簡明世界新聞通史》。武昌：武漢大學出版社。
- 游梓翔、吳韻儀譯 (1994)。《人類傳播史》，台北：遠流。(原書 Schramm, W. [ 1988 ]. *The Story of Human Communication*. HarperCollins College.)
- 胡全良、賈建林 (2004)。《較量—伊拉克戰爭中的輿論戰》。北京：軍事社會科學出版社。
- 國防部總政治作戰部譯 (1998)。《心理作戰》。台北：國防部總政治作戰部。(原書 Géré, F. [ 1997 ]. *La Guerre Psychologique*. Economica.)
- 戴郁軌譯 (1990)。《心理的戰爭》。台北：國防部總政治作戰部。(原書宣東植，《心理的戰爭》)
- 楊連仲、謝豐安譯 (2001)。《使用非致命性武器的未來戰爭》。台北：國防部史政編譯局。(原書 Alexander, J.B. [ 1999 ]. *Future War :Non-Lethal Weapons in Twenty-First-Century Warfare*. St. Martin's Press.)
- 鄧翔鳴譯 (2003)。〈不對稱作戰時代對媒體控制的爭奪〉，《國防譯粹》，30 (5)：57-62。台北：國防部史政編譯室。(原文 Hills, M. & Rachel Holloway [ 2002 ]. *Competing for Media Control in an Age of Asymmetric Warfare in Jane's Intelligence Review*, May/2002.)
- 劉方矩譯 (1978)。《劍與筆》。台北：國防部史政編譯局。(原書 Hart, A.L.ed.)

西方戰爭傳播演進之歷史分析：以「克力斯瑪」、「傳播科技」、「媒體在戰爭的角色」的探討

[1976]. *The Sword and the Pen*. Thomas Y. Crowell Company.)

劉昶(1990)。《西方大眾傳播學：從經驗學派到批判學派》。台北：遠流。

孫敏華、許如亨(2002)。《軍事心理學》。台北：心理出版社。

羅協廷等譯(1996)。史泰赫(Stech, F. J.)撰，〈為日益增加的CNN新聞戰作準備〉，《戰略論文選譯(II)》，頁137-162。台北：國防部史政編譯局。(原書Petrie, J. N. (ed.) [1994]. *Essays on Strategy (X I I)*. The NDU Press.)

顧國樸(1988)。《軍事採訪學》。北京：國防大學。

諸葛蔚東譯(2004)。佐藤卓己著。《現代傳媒史》。北京：北京大學出版社。

## 二、英文書目

Altschull, J.H.(1984). *Agents of Power :The Role of the News Media in Human Affairs*. New York : Longman.

Altschull, J. H. (1995) (2<sup>nd</sup> ed.). *Agents of Power*. White Plains, NY: Longman.

Badsey, S.(2000).The Boer War as a Media War. In P. Dennis, & J. Grey(Eds.), *The Boer War : Army, Nation and Empire*(pp.79-83). Canberra : Army History Unit, Department of Defence.

Bruce, B.(1992). *Images of Power : How The Image Makers Shape Our Leaders*. London : Kogan Page.

Bumpus, B., & Skelt, B.(1985). *Sevently Years of International Broadcasting*. Paris : UNESCO.

Carruthers, S. L. (2000). *The Media at War: Communication and Conflict in the Twentieth Century*. NY: St. Martin's Press Inc.

Cummings, B.(1992). *War and Television*. London : Verso.

Defleur, M. L., & Ball-Rokeach, S.(1989). *Theories of Mass Communication*. London ; New York : Longman.

Dennis, E.E.(1991). Introduction. In E.E. Dennis, D. Stebenne, J. Pavlik, M. Thalhimer, C. LaMay, D. Smillie, M. FitzSimon, S. Gazsi, & S. Rachlin(Eds.), *The Media at War : The Press and the Persian Gulf Conflict*(pp.1-5). New York : Gannett Foundation Media Center.

Dominick, J.R.(1999). *The Dynamics of Mass Communication*. New York : McGraw-Hill.

Donovan, R.J., & Scherer, R.(1992). *Unsilent Revolution*. New York : Cambridge



- University Press.
- Fialka, J.J.(1991).*Hotel Warriors : Covering the Gulf War*.Washington,DC : Woodrow Wilson Center Press.
- Fortner, R. S. (1993). *International Communication: History, Conflict, and Control of the Global Metropolis*. Belmont, CA: Wadsworth.
- Frederick , H. H.(1993). *Global communication & international relations* . Belmont, Calif. : Wadsworth Pub. Co.
- Hachten,W.A.(1996).*The World News Prism : Changing Media of International Communication*. Ames, IA : Iowa State University Press.
- Hale,J.(1975).*Radio Power*.Philadelphia : Temple University Press.
- Halberstam, D.(1979).*The Powers That Be*. New York : Alfred A. Knoff.
- Hallin, D. C. (1989). *The Uncensored War : The Media and Vietnam*. Oxford : Oxford University Press.
- Hallin, D. C. (1997). The Media and War. In J.Corner, P.Schlesinger, & R.Silverston(Eds.), *International Media Research: A Critical Survey*(pp.206-231).London: Routledge.
- Harris,R.(1991).*Good and Faithfull Servant*. London : Faber.
- Jowett, G.S., & O'Donnell,V.(1992). *Propaganda and Persuasion*. Beverly Hills,CA : Sage.
- Knightley, P.(1975).*The First Casualty : From the Crimea to Vietnam*. New York : Harcourt,Brace,Jovanovich.
- Lake, B.(1984).*British Newspaper*. London : Speppard Press.
- Martin, L. J.(1970).International Propaganda in Retrospect & Prospect.In H.D. Fischer, & J.C.Merrill(Eds.). *International Communication*. New York : Hasting.
- McLuhan,M.,& Fiore,Q.(1968).*War and Peace in the Global Village*. New York : McGraw Hill.
- McNair, B.(1995).*An Introduction to Political Communication*. London: Routledge.
- McQuail, D.(1983).*Mass Communication Theory : An Introduction*. London : Sage.
- Mercer,D.,Mungham,G.,& Williams, K.(1987).*The Fog of War*. London : Heinemann.
- Merrill, J. C., & Lowenstein, R. L.(1971).*Media, Messages and Men: New Perspectives in Communication*. New York : David Mckay.
- Rainie, L., Fox, S., & Fallows, D. (2003). The Internet and the Iraq War: How Online Americans Have Used the Internet to Learn War News, Understand Events, and Promote Their Views. [http://www. PEWINTERNET. ORG](http://www.PEWINTERNET.ORG).

西方戰爭傳播演進之歷史分析：以「克力斯瑪」、「傳播科技」、「媒體在戰爭的角色」的探討

- Rivers, W.L.(1970).*The Adversaries*. Boston : Beacon Press.
- Rivers, W.L.(1982).*The Other Government : Power and the Washington Media*. New York : Universe.
- Sharkey, J. (1991). *Under Fire: U.S. Military Restrictions on the Media from Grenada to the Persian Gulf*. Washington, DC: The Center for Public Integrity.
- Siebert, F.S., Peterson,T., & Schramm,W.(1956).*Four Theories of the Press*. Urbana : University of Illinois Press.
- Solery, L.(1989).*Radio Warfare*.New York : Praeger.
- Taylor, P.M.(1990).*Munitions of the Mind : War Propaganda from the Ancient World to the Nuclear Age*. Wellingborough, UK : Patrick Stephens.
- Thomson, ,(1977).*Mass Persuasion in History*. Edinburgh : Paul Harris.
- Williams, J.(1972).*The Home Fronts : Britain, France and Germany1914-1918*. London : Constable.
- Wright, Q.(1965).*A Study of War*. Chicago : University of Chicago Press.
- Young, P., & Jesser,P.(1997).*The Media and the Military : From the Crimea to Desert Strike*. South Melbourne : Macmillan Education.

( 投稿日期：96 年 3 月 22 日；採用日期：96 年 5 月 23 日 )