

娛樂產業的武器化： 中共以明星對台統戰的策略

劉姝廷

國防戰略與資源研究所

壹、前言

2022年7月30日，習近平出席中共中央統戰工作會議，指出統戰的使命和任務發生了「某些重大變化」，「新時代統戰」要有「新理念新思想新戰略」，除了要「促進『非公有制』及其人員的經濟健康發展及成長」，並「發揮港澳台和海外統戰工作爭取人心的作用」，特別是「做好網絡統戰工作，走好網絡群眾路線」。¹事實上，在中共的統戰政策推出一百周年之際，「反中」情緒持續在全球各地蔓延。各國對於中共在外交、經濟與科技等滲透威脅已有所警覺並出手反制，中共亟思以低政治敏感度、高情緒渲染力及高傳播效率的統戰武器，分化敵對勢力，爭取廣大國際社會的支持。

因此，帶有「去政治化」色彩、主打「粉絲經濟」並著重「網路行銷」的娛樂產業，成為中共近年鎖定的目標。²中共陸續針對這些「非公有制」的企業和個人，包含娛樂平台、明星與網紅，進行一系列的整頓與收編，並賦予其對外統戰的任務。其中，明星不同於中國娛樂平台，例如TikTok涉及的安全疑慮，其可利用民主社會個人言論自由作為統戰的屏障；明星相較於網紅更具代表性與公眾性，並能夠發揮線上與線下的雙重影響力。鑑此，當前中共以明星推進統戰的策略尤其值得關注。本文梳理中共以明星作為統戰武器

¹ 〈習近平：必須發揮港澳台統戰工作爭取人心的作用〉，《中央社》，2022年07月30日，<https://reurl.cc/NRkybk>。

² 「粉絲經濟」意指透過粉絲社群連結與情感資本的投入，為明星、偶像或名人價值增值的經濟活動型態，參見〈主持人明星化與粉絲經濟實踐初探〉，《人民網》，2020年02月19日，<http://media.people.com.cn/BIG5/n1/2020/0219/c431802-31594461.html>。

的策略，分析此策略對台灣社會產生的影響並思索因應之道。

貳、中共針對明星的統戰策略

一、封殺「失德」明星

中共近年大力整頓娛樂產業，針對戲劇的題材劇本、服裝道具，乃至明星的操守品性以及粉絲的追星行為，祭出一系列審查、規範與懲罰，脅迫明星符合其政治要求。2014 年中共下令娛樂平台封殺品行不端的「失德」明星；³2021 年再發通知，明確表示要封殺政治立場不正確如支持香港或台灣獨立的「失德」明星，《人民日報》並轉載詳細名單，有明星在日本靖國神社拍照而名列其中，該文以強烈字眼「違法失德枉想復活」，威逼明星勿踩中共紅線；⁴近期中共的整頓力道不斷加大，2022 年 11 月 1 日，中共警示發表過「錯誤政治言論」的明星，其廣告代言恐被認定為「妨礙社會安定」。⁵

二、拉攏「守法」明星

中共在攻擊和封殺「失德」明星之餘，積極以經濟利益攏絡與聯合其他「守法」明星，干預娛樂產業的生態發展。這些與中共交好並獲得支持的明星，可獲得經濟與政治上得天獨厚的資源，更有機會參與國家贊助的影劇作品與活動，甚至擔任政府機構代表並現身全國性重要會議。例如有明星積極表達對中共的支持，隨後入選中國全國政協委員，更公開宣稱「很羨慕共產黨員…我要做黨員」，⁶成為中共的形象代言人。此外，2022 年「春晚」表演名單亦

³ 〈藝人就應為失德行為付出代價〉，《人民網》，2014 年 10 月 10 日，<http://society.people.com.cn/n1/2021/1123/c1008-32289458.html>。

⁴ 〈嚴防違法失德明星藝人「曲線復出」〉，《人民網》，2021 年 11 月 24 日，<http://ent.people.com.cn/n1/2021/1124/c1012-32290406.html>。

⁵ 〈七部門規範明星廣告代言活動〉，《人民網》，2022 年 11 月 01 日，<http://cpc.people.com.cn/BIG5/n1/2022/1101/c64387-32556078.html>。

⁶ 〈成龍想作黨員 網友：生活作風不合格〉，《德國之聲中文網》，2021 年 07 月 14 日，<https://reurl.cc/2mpby6>。

凸顯中共的政治選擇與統戰策略，例如參與國台辦音樂影片錄製並配合宣傳的台灣明星，在更大規模的「春晚」舞台持續亮相。⁷

三、交付「網路統戰」任務

中共在上述軟硬兩手的統戰策略中，除了進一步號令明星要「大力弘揚中華優秀傳統文化、革命文化、社會主義先進文化」之外，更開始要求明星在網路空間「做好網絡統戰工作，走好網絡群眾路線」。這意味中共意識到明星不僅擁有流量、收視率、票房等「粉絲經濟」基礎，更深具群眾號召力。中共一方面忌憚明星的影響力而施以壓制，另一方面，利用明星的公眾知名度與情感吸引力，吸引一般大眾與忠實粉絲的支持，特別是明星在社群媒體上創造的聲量。近年明星因應網路發展，拓展行銷宣傳的多元管道，積極創設社群媒體帳號發文並與粉絲互動，為中共開拓網路統戰的另一條新徑。

參、中共鎖定明星加強對台統戰

一、特定時機的操作

中共利用明星對台施展的統戰策略不僅是長期部署，更挑選特定時機。例如 2022 年 7 月至 8 月，美國聯邦眾議院議長裴洛西（Nancy Pelosi）訪台與中共對台軍演期間，《央視》在微博發布「世界上只有一個中國」的圖文，受到眾多明星在微博「自發性」的分享，明星透過標籤（hashtag）、按讚與轉發等社群媒體行為表達對中共的忠誠。⁸此外，2022 年 10 月 1 日，《央視》於微博祝賀中國國慶，並附上「我愛你中國」與五星旗的圖文，而這樣的國慶樣板宣傳，當天快速見諸於多數明星的貼文中，並躍上「微博熱

⁷ 〈春晚 2022 | 蕭敬騰將登台 喊話台灣人「有機會回來自己的家看看」〉，《香港 01》，2022 年 01 月 30 日，<https://reurl.cc/X5IZL3>。

⁸ 〈佩洛西訪台 | 大量台灣藝人轉載央視帖文 力撐「只有一個中國」〉，《香港 01》，2022 年 08 月 03 日，<https://reurl.cc/28o6nv>。

搜」，顯示此已成為中共對台統戰的慣用模式。

二、社會民心的分化

根據本院「2022年中國對台威脅與統戰網路調查」，⁹針對「我國政府要立法管制台灣藝人配合中共對台進行統戰宣傳」這句話，約有47%的台灣民眾表達不同意的立場，另約53%的台灣民眾同意此說法。此一結果顯示中共近年以明星推進的統戰策略，台灣社會對此產生明顯的意見分歧，兩派對於明星配合中共宣傳的因應看法大相逕庭。特別是在前述中共特定時機的操作下，往往引發台灣內部激烈的爭辯，一方支持明星的言論自由與商業利益考量，另一方訴求公眾責任與國家安全等，觸動台灣內部不同的立場，加劇社會的分裂與對立，而此正是中共對台統戰之目的。

三、情感認知的影響

2022年8月18日，陸委會民調顯示，台灣民眾認為中共對台灣政府與民眾的不友善程度皆創20多年來的新高。¹⁰然而，儘管如陸委會所言，中共的統戰策略「只會讓台灣民眾更加反感」，但此番作法經由長期性與漸進性的操作，滲透台灣民眾的娛樂消費與日常生活，進而潛移默化影響台灣民眾的情感認知。例如有明星高調發布「中國國慶」貼文，卻明顯對台灣認同噤聲；明星對外形塑關懷弱勢的社會形象，卻公然支持中共武力統一等。尤其明星的價值大多憑藉粉絲情感的投入，粉絲社群在網路的「護主」聲量尤為顯著，中共藉由明星帶動的粉絲崇拜與從眾行為，不斷擴大對台的影響力。

⁹ 本次網路問卷調查由國防安全研究院邀集學者設計，委託「益普索（IPSOS）民調公司」針對台灣年滿二十歲以上之成年人調查。調查時間為2022年8月30日至9月8日，總計回收1,400份有效樣本。

¹⁰ 〈臺灣民意堅決反對中共脅迫施壓，認為對臺高度不友善〉，《大陸委員會》，2022年08月18日，<https://reurl.cc/xQnOR1>。

肆、中共以明星推進統戰的趨勢

一、施以「民粹化」壓力

中共以明星作為統戰工具富有多重效果，除了明星「自發性」帶動的網路號召力，配合內宣機制的運作，包含中共官媒、小粉紅帶動其他網友與粉絲對明星的集體監視與出征行為，形成「民粹化」趨勢。例如 2022 年 8 月 3 日，裴洛西抵台隔天，眾多明星爭相轉發《央視》的「世界上只有一個中國」圖文，受到中共官媒如《環球時報》、小粉紅及粉絲們的一致讚賞，並表列轉發相關貼文的明星，藉此凸顯其他如林志玲等無表態的明星，促發小粉紅與粉絲對其的關切、逼問，甚至抨擊。2022 年 10 月 1 日，在中共宣傳國慶之時，林志玲旋即轉發「我愛你中國」貼文，足見中共統戰的「民粹化」壓力。

二、凸顯「年輕化」特徵

中共的明星統戰策略著眼「年輕化」趨勢，透過明星對官方訊息的轉發與宣傳，藉機揉合並形塑流行文化，進而有效正當化、主流化與普及化中共的意志和立場。有研究指出，愈是年輕且備受關注的明星，其轉發中共訊息的意向愈強烈。¹¹由此觀察的重點有二：首先是經濟的誘因，一般年輕新星出道缺乏經濟資源，透過響應中共的政治要求，爭取中共的支持，如資金贊助與演出機會，有利年輕新星長期的發展；其次是教育的結果，中國年輕人在中共長期思想灌輸與網路封鎖下，比起其他年齡層更傾向威權主義，在年輕明星帶動年輕粉絲的循環下，中共將更有利於鋪展「新時代統戰」。

三、傳達「強硬化」立場

近年中共對台統戰手法日益精進，不單靠明星在電視節目為中

¹¹ 〈中共認知作戰無孔不入 藉娛樂明星對台洗腦〉，《中央社》，2022 年 9 月 30 日，<https://reurl.cc/leGZ46>。

共露臉說話，亦不止於在社群媒體上轉發「親中」貼文，中共勢將逐步擴大以明星為主的統戰策略，研擬更多元與複合性的操作手法。更重要的是，在兩岸情勢持續緊張的脈絡下，有學者指出在「二十大」後，中共對台將沒有模糊空間並更加強勢，中共勢將要求明星表態更明顯且具體的立場。¹²由目前可見的明星表態內容可知，大多停留在對中共與中國的支持與喜愛層次。未來中共勢必更加強硬要求明星宣稱明確的統一立場，發表對台武統的支持態度，不留有模糊餘地，脅迫明星乃至娛樂產業選邊。

伍、代結語：慎防中共的非傳統新型態威脅

中共以娛樂產業和流行文化包裝統戰武器，將明星納編為對台統戰工作重要的一環，在台灣民眾的日常生活與網路空間持續發酵。值得注意的是，中共以明星推進統戰的層次，具有「去政治化」且「隱而未顯」的非傳統新形態威脅特徵。對台灣社會更深層的警示是，中共透過此低政治敏感度與高傳播效率的統戰武器，分化台灣社會並攏絡民心。民主國家除了力求在法制上與時俱進，更須對此建置一套完整的社會溝通論述，在內容上，系統性闡述中共「新時代統戰」圖像、影響及其企圖；在操作上，貼近網路與年輕世代的溝通管道，以公開化與透明化方式，突破中共布下的網路統戰之網。

中共將娛樂產業武器化且檯面化，並以明星推進統戰的策略具雙面刃特性。中共操作此高情緒渲染力的統戰武器，一方面得力於明星背後眾多粉絲的情感支持，以及台灣民眾對於明星形象的情感認同；另一方面，中共以明星推進對台統戰的民粹化趨勢，則易產生小粉紅炒作愛國情緒的不可測風險，反而引發台灣民眾的反感。當前明星發文多以中國民眾為主的社群媒體「微博」露出，可見此

¹² 〈趙春山：台灣不統不獨現狀難維持 北京將改變現狀〉，《中央社》，2022年09月21日，<https://reurl.cc/EXZQym>。

策略連結內宣操作，對台統戰易受內宣外溢的極端情緒影響。民主國家的因應措施宜回歸理性思考，針對中共的非傳統新型態威脅嚴加防範，並持續強化我國娛樂產業實力，彰顯有別於威權體制的民主價值。

本文作者劉姝廷為國立政治大學東亞研究所碩士／傳播學院博士生，現為財團法人國防安全研究院國防戰略與資源研究所政策分析員。主要研究領域為：數位內容產業、傳播科技、中國媒體與社會。