

第四節 國際傳播、公眾外交及國際文教

第一項 國際傳播推動

壹、當前國際傳播工作的目標與主軸

國際傳播工作旨在配合國家總體外交，宣揚我國重大政策及軟實力，提升國家形象，以營造國際友我輿論氛圍，爭取國際社會對我國的認同及支持。國際傳播工作的目標，不僅要讓世界看見臺灣，更要讓世界深入瞭解臺灣、肯定臺灣。

當前我國際文宣主軸除延續過去強調我國民主自由與經濟發展之成就外，將更加著重宣揚「活路外交」及「兩岸和解」政策內涵，並積極運用臺灣經貿及文化實力，在國際社會上形塑臺灣為「和平的締造者」、「人道援助者」、「文化交流推動者」、「新科技及商機創造者」以及「中華文化領航者」，以彰顯我國為國際社會不可或缺的夥伴關係及角色。

貳、本年國際文宣工作之具體作為

一、辦理國際媒體晉訪總統案

安排英國路透社（6月）、日本放送協會（NHK）（8月）、美國CNBC亞洲臺（12月）及法國《國際政治季刊》（書面）晉訪總統馬英九，獲報導33篇次。

二、辦理「仁誼專案」總統出訪文宣

配合總統馬英九於4月7至18日率團出訪非洲布吉納法索、甘比亞及史瓦濟蘭等3友邦，辦理隨行記者新聞服務，於出訪國設置新聞中心、編製新聞工作手冊、協助新聞媒體衛星傳輸作業，以及彙撰國際文宣暨媒體報導彙析報告，並擇選國際媒體重要報導暨中譯及洽使用授權，供策製總統出訪網路紀實。

三、辦理「敦誼專案」吳副總統出訪文宣

配合副總統吳敦義於8月13至23日率團出訪多明尼加及貝里斯，安排到訪國媒體計9家專訪、辦理隨行記者新聞服務、於到訪國設置新聞中心及編製新聞工作手冊等，獲刊報導63篇次。

四、辦理「釣魚臺列嶼主權」及「東海和平倡議」國際文宣案
安排日本NHK電視台專訪總統馬英九、洽美國「外交政策」《Foreign Policy》雙月刊網路版10月18日刊登外交部部長林永樂「Those Islands Belong to Taiwan」署名專文、編製中、英、日文版文宣摺頁，在美國「紐約時報」等4大報刊登廣告，配合學者專家宣達團至北美宣講辦理配套文宣，本部外文刊物亦密切報導，共獲刊報導175篇次。

五、彙整外館辦理我釣魚臺列嶼主權與「東海和平倡議」宣達活動

(一) 根據我外館自本年8月5日至年底配合辦理宣達活動逾1,450次（亞太地區410次、亞非地區152次、歐洲地區425次、北美地區263次、拉美地區200次）之內容，撰擬彙析報告。

(二) 彙整我邦交國及美國、歐盟（兼比利時）、德國、法國、英國、西班牙、日本、大韓民國、澳洲等國家之重要人士，對我「倡議」表達具體支持作為之102人名單。

六、辦理我參加「2012年倫敦奧運」國際文宣案

於英國及法國主流媒體及重要國際機場刊掛廣告、於英國廣播公司（BBC）電視頻道及網站播出30秒電視短片、邀訪國際媒體記者、加強外館對外新聞聯繫以及本部外文期刊加強報導等。獲國際媒體相關報導47篇次。

七、辦理我參與「亞太經合會」（APEC）國際文宣案

安排英國「金融時報」《Financial Times》及俄國「俄羅斯之聲國家廣播電臺」專訪領袖代表連戰、邀請國際媒體記者14名訪問我國、於俄羅斯及英國主流媒體及海參崴國際

機場刊掛廣告、舉辦記者會等，獲刊報導152篇次。

八、辦理我參加「世界衛生大會」(WHA)國際文宣案

於國際媒體洽刊行政院衛生署署長邱文達專文、邀請國際媒體記者訪問我國、本部外文刊物加強報導、配合我代表團與會辦理文宣等，獲刊報導67篇次。

九、辦理推動參與「聯合國氣候變化綱要公約」(UNFCCC)國際文宣案

洽請國際媒體刊登行政院環境保護署署長沈世宏「因應氣候變遷，臺灣積極面對」專文、邀請國際媒體記者18名訪問我國、於美國及卡達主流媒體及重要國際機場刊掛廣告、製拍本部首部微電影「臺灣—綠色奇境」送外館運用及上掛知名影音網站YouTube、本部定期刊物報導等，獲刊報導140篇次、廣告25次。

參、加強國際媒體記者邀訪，深耕國際媒體駐華記者服務

一、規劃我參與國際組織，重要政經活動及觀光文化等邀訪主題，籌組國際媒體記者團來訪與報導，以增加我在國際媒體之露出，如：總統就職、端午節、臺北國際食品展、APEC年會、中元節、中秋節、雙十國慶、參與UNFCCC案、女記者與作家協會年會等各式主題，邀訪及接待國際媒體人士計926人次，重要成果如：

(一) 積極運用雙方政府高層官員互訪、我參與國際組織、宣布重要援外政策等重要時機，計邀請16國41位邦交國媒體人士訪問我國。

(二) 配合國慶邀請國際媒體記者計32國45名記者訪問我國、安排國際媒體出席國慶大會及酒會、製作及洽刊國慶特刊、外交部外文刊物加強報導、各外館於駐地辦理活動及加強新聞傳播等，獲刊報導逾110篇次。

二、為便利國際媒體駐華記者之採訪工作，提供記者證之核發

與服務，配合國內重要政情發展，提供新聞資訊；不定期擘劃政、經、國防、文化等面向之深度採訪行程，藉由議題設定，促進對我正面報導；主動提供自費來訪之國際媒體記者相關接待與服務。目前登記在案之國際媒體共近56家，駐華記者人數約84人。本年重要工作如：安排美聯社（AP）臺北分社主任Peter ENAV專訪國防部副部長楊念祖、駐華記者採訪總統就職中外記者會、第八次江陳會、總統訪視彭佳嶼、採訪國防部「101年聯勇操演」等。

肆、推動軟實力國際文宣

運用民主、自由、人權、藝術、文化等「軟實力」成果，透過傳播的力量來強化國際社會的認同，形塑國家形象，爭取國際輿論認同之文化外交，近年已蔚為風潮。我國現階段國際傳播，在方法上將結合「硬實力」及「軟實力」成為「巧實力」，透過安排國內藝文團體赴國外巡演、邀訪國際觀光記者推廣我旅遊與美食文化、辦理臺灣電影展及照片展、外文刊物撰編相關報導、與國際知名電視頻道合製紀錄片等方式，積極辦理軟性文宣之國際傳播工作。

一、推廣我國觀光旅遊國際記者邀訪案

共辦理以「元宵節」、「大甲媽祖國際觀光文化節」、「客家桐花祭暨澎湖花火節」、「中元節」及「中秋節」等5項國際媒體參訪團，計邀請21國38名重要媒體人士訪問我國，獲刊報導60篇次。

二、辦理臺灣美食文化國際文宣案

- (一) 完成「臺灣美食文化網」建置，以9國語文向國際社會推介臺灣美食及其文化內涵。
- (二) 安排牛肉麵冠軍師傅侯圳生赴美國巡迴示範，獲國內外媒體報導160篇次。
- (三) 安排華府地區WETA公共電視臺來華攝製美食節目。
- (四) 邀請「鄧師傅滷味」於加拿大溫哥華臺灣文化節「寶

島滷味大展」中示範推廣。

(五) 外館辦理臺灣美食推廣活動逾18場次。

三、安排國內優秀藝文團體海外巡演

(一) 安排「舞鈴劇場」於9月2至26日赴瓜地馬拉、尼加拉瓜、巴拉圭及薩爾瓦多等4友邦巡迴演出，獲刊報導148篇次。

(二) 安排阿美族流行音樂歌手「舒米恩」及其樂團於11月19至30日赴斐濟、吉里巴斯及帛琉訪演交流。

四、策製並運用國際傳播宣材

製作「時尚臺灣」、「節能減碳—幫地球降溫」、「MIT—創造臺灣品牌」、「司馬庫斯」、「退潮」等影片各3,000片及「臺灣—綠色奇境」(UNFCCC文宣案微電影)1,000片航寄外館運用。

五、外館與當地團體或機構合作辦理藝文活動

包括辦理臺灣電影節等各類文化活動等，搭配配套國際文宣，增進駐在國對我文化之瞭解並提升雙方友好關係。

六、辦理美國夏威夷「東西中心」2012年「亞太新聞獎助計畫」

邀請美國「華盛頓郵報」、「新聞週刊」、有線電視新聞網等9位主流媒體人士於6月訪問我國。

七、辦理補助民間團體進行國際交流

補助中華民國自由車協會等29個團體或機構，結合民間文化藝術活力，促進國際交流。

伍、強化文宣品質及運用成效

為進行國際傳播，本部針對全球各主要語區讀者的特性，發行不同語版刊物，為外國讀者瞭解我國的重要媒介。

一、編印定期刊物及網路電子日報

發行英、法、西、德、俄5種語版「臺灣評論」；「西文旬刊」；英、日文「今日臺灣」電子日報、法文「臺灣快

訊」電子日報；中英及中日文版「臺灣光華雜誌」等7種語版11種期刊，報導我國政治、外交、經濟、社會及文化發展等現況及趨勢，取材多元，以提升我國的國際形象與能見度；配合我外交政策與立場，並針對重大文宣議題，包括馬總統就職、「東海和平倡議」、APEC、我國成為美國免簽證參與國、我參與UNFCCC及ICAO等，撰刊相關報導，並獲多國電子及平面媒體轉載。

二、編印不定期文宣品

本年編印文宣品包括：「中華民國一瞥」英、日、法、西、德、俄語版；更新印製「釣魚臺列嶼—中華民國固有領土」摺頁中、英、日語版；編印「中華民國（臺灣）提出：東海和平倡議」摺頁中英對照、中日、中西對照語版；西文版「十大觀光小城」小冊。英、俄文版APEC特刊、APEC領袖代表摺頁；英文版國慶特刊。西、法文期刊配合我藝文團體「舞鈴劇場」及「心心南管樂坊」海外巡演印製抽印本。