

國防大學政治作戰學院新聞學系

碩士論文

故事行銷觀點下的軍事傳播研究：

以國軍形象劇《最好的選擇》為例

A Storytelling Marketing Perspective on
Military Communications: the Case of Military's
Image TV Dramas "Always Be With You"

研究生：劉立婷

指導教授：謝奇任博士

中 華 民 國 一 ○ 七 年 五 月

國防大學政治作戰學院新聞學系新聞碩士班學位論文

口試委員會審定書

故事行銷觀點下的軍事傳播研究：

以國軍形象劇《最好的選擇》為例

本論文係劉立婷（學號 1070720208）在國防大學政治作戰學院新聞碩士班完成之碩士學位論文，於民國 107 年 5 月 18 日承下列考試委員審查通過及口試及格，特此證明

委員兼召集人

劉志夏

指導教授

謝奇仁

委

員

謝奇仁

委

員

紀曉龍

學系主任

潘玲娟

中華民國 107 年 5 月 18 日

誌謝

首先最要感謝的是我的指導老師——謝奇任教授。由於學員隊滿滿的公差勤務，在學術上我都是個不夠認真、也不夠專心的學生，但是老師從最初對於我題目的發想，一動一動的教我如何找文獻及分類，撰寫中段腦力激盪讓我想出如何架構論文，到最後論文修改了兩番，仍仔細地批改及循循善誘地使我蹦出更多想法，總是包容大過責備，甚至讓我課餘時間追逐夢想，在最危急的時候也陪我熬夜……。在老師身上我看到關心學生、樂在研究、誨人不倦的學者風範，回想起老師當初願意收我當指導學生，內心仍是滿滿的感動，雖然偶爾因為偷懶落了進度導致我不敢面對老師，但對於老師，我是滿滿地崇拜與景仰。

另外也要感謝口試委員：胡光夏教授與紀慧君副教授。謝謝兩位老師能夠在百忙之中特地抽空閱讀拙著並給予指正，兩位老師都是敘事分析的大家，對我的論文愛之深、責之切，幫助我釐清許多觀念，也讓粗枝大葉的我學習到研究的細緻，更拓展了我對於影視作品的研究視野，謝謝您們！

感謝我的讀書好朋友——琮林、湘凌、奇樺，我們四人又再當了兩年同學，在圖書館、摩斯漢堡、星巴克熬夜奮鬥，一起完成民意、統計學、情緒的學期報告，而且還幫橘手環公益組織拍攝宣導影片，課餘一起學習電商行銷的課程。

感謝我的禪行好朋友——建瑜學長、唐好都會督促我除了知識，更要增長智慧，時常帶我去心靈成長課程。

感謝我的閨蜜團——盈璇學姐、翊禎、唐好，在新聞營之後變得超有話聊，女孩們一起聚餐、美顏、看電影、去澳洲、去美西，在論文研究期間也給予我精神上莫大的鼓勵，妳們是我最粉紅的回憶！

感謝我的好室友——秀文學姐，同寢的時光真的好快樂，秀文學姐非常照顧我，什麼零食都塞給我就怕我餓到，也帶我去看舞台劇、神韻藝術團、參加中研所的班聚，認識許多不同軍種的學長，激發我許多對於部隊管理的想法。

這兩年也有許多學術外的里程碑：院慶擔任合影司儀、擔任女官寢寢室長、110年班新生隊的教育班長、三軍六校畢業典禮擔任襄儀遞畢業筒予總統、新聞營的小隊輔及晚會主持人、多益分數達免修門檻、擔任輔導長幹事、剪輯國美二館的施工紀實影片、參加游泳校運會代表隊得團體亞軍，讓我忙得多采多姿！

最後，謹以此文獻給我摯愛的母親——林麗珠女士，這23年來靠一家檳榔店獨自撫養三個蘿蔔頭長大成人，我的成就全部來自於妳，謝謝妳，媽媽，沒有妳，就沒有今天的我！

劉立婷謹誌於 北投復興崗

一〇七年六月

摘要

國防部於 2017 年拍攝的國軍形象電視劇《最好的選擇》是我國軍事劇最新的電視文本。本論文將以此一電視劇為研究主體，從該齣電視劇的影像文本描繪，找出新世代電視劇所傳達的國軍形象，探究其是否有達到故事行銷的目的，並發揮國防政策行銷與形象修復的效果。

本論文從敘事理論出發，藉由查特曼的敘事架構中的內容形式與表達形式兩個分析層次，釐清電視劇中角色類型、場景和情節等敘事要素意涵，故事分析將擇取《最好的選擇》中的核心事件與衛星事件來分析，並以普羅普的角色功能，綜合分析其文本結構。

研究發現本劇兩大核心情節事件是依照 106 年度國防報告書指出的，我國兩大非傳統安全威脅——恐怖主義及天災，所制定的。本劇欲建構六種軍人形象：1. 軍人維護榮譽；2. 軍愛民民敬軍；3. 軍人遵守軍紀要求；4. 軍人不是超人；5. 軍人眷屬的奉獻；6. 女性軍人的專業。本劇在刻劃英雄氣概的同時，也側重揭示軍人的內心世界，努力表現人物的真實面貌和性格，而不是高不可攀的神聖形象；這種平民化敘事策略，在贏得生活真實感的同時，也背離了發揚光榮軍史與信念，一切可能引發的爭議，對歷史的反思與評價，也都被淡化。研究者認為光靠一部形象劇要提升或塑造現代軍人形象，無法達到立竿見影的效果，要讓國人加深印象，必須不斷爭取媒體曝光，將部隊的正面形象廣為宣傳。

本論文旨在驗證國軍形象劇《最好的選擇》所傳達的文本意涵，同時援引故事行銷的原理與成功方式，為未來的軍事影像故事運用，提出幾點改善的行銷方向。藉此讓未來軍事形象電視劇的生產，能使故事細膩生動扮演溝通宣教的功能。

關鍵詞：最好的選擇；故事行銷；軍事傳播；國軍形象劇；敘事分析

Abstract

The "Always Be With You" of the military image TV drama shot by the Ministry of National Defense in 2017 is the latest television version of R.O.C. This thesis will use this television drama as the main body of the study, from the video text description of the TV drama, to find out the image of the national army conveyed by the new generation TV dramas, to explore whether it has achieved the purpose of storytelling marketing, and to play a role in national defense policy marketing and image restoration.

This thesis starts from the narrative theory and clarifies the meaning of narrative elements such as character types, scenarios, and plots in the TV dramas through two levels of analysis: content form and expression form in Chatman's narrative structure. The story analysis will choose the best the core incidents and satellite events in the "Always Be With You" are analyzed, and Propp's role function is used to comprehensively analyze its text structure.

The study found that the two major episodes of the show were based on the National Defense Report of the year 106 and the two major non-traditional security threats in R.O.C. is terrorism and natural disasters. The drama wants to build six images of soldiers: 1. Soldiers maintain honor; 2. Army loves the people and respects the army; 3. Soldiers obey military discipline requirements; 4. Soldiers don't superman; 5. Soldiers donate; 6. Female military professionals. While characterization of the heroic spirit, this drama also focuses on revealing the soldier's inner world, striving to show the character's true appearance and character, rather than an unattainable sacred image; this civilian-oriented narrative strategy wins the sense of realism in life. It also deviated from the glorious military history and beliefs, and all possible controversies, as well as the reflection and evaluation of history. Researcher consider that relying on an image play to enhance or shape the image of modern military personnel cannot achieve an immediate effect. To make the people deepen their impression, we must constantly strive for media exposure and publicize the positive image of the troops.

The purpose of this paper is to verify the textual implications of the "Always Be With You" of the national army's image drama. At the same time, the thesis quotes the principles and successful methods of storytelling marketing, and proposes several improved marketing directions for the use of future military video stories. In this way, the production of military-looking TV dramas in the future will enable the story to play vividly as a function of communication and propaganda.

Keywords: Always Be With You; Storytelling Marketing; Military Communication; Military TV Image Drama; Narrative Analysis

目錄

第一章、緒論	1
第一節、研究背景.....	1
第二節、研究問題.....	5
第三節、論文架構.....	10
第二章、文獻探討	12
第一節、國軍形象與故事行銷	12
第二節、國軍形象與影視作品	24
第三節、敘事理論	35
第三章、研究方法	41
第一節、國軍形象電視劇的敘事分析架構	41
第二節、國軍形象電視劇的敘事分析步驟	44
第三節、國軍形象電視劇《最好的選擇》之介紹.....	48
第四章、國軍形象電視劇之敘事分析	52
第一節、《最好的選擇》場景分析.....	52
第二節、《最好的選擇》角色分析.....	59
第三節、《最好的選擇》情節分析.....	65
第四節、《最好的選擇》論述分析.....	76
第五章、結論與建議	91
第一節、研究發現	91
第二節、研究討論	95
第三節、檢討與建議	98
參考文獻	102

表目錄

表 1：形象的定義.....	12
表 2：故事行銷關鍵的成功因素.....	22
表 3：我國軍事主題類電視劇列表.....	31
表 4：我國軍事電視劇近期研究統計.....	34
表 5：Chatman 靜態過程與動態過程分析架構.....	42
表 6：Propp 七種角色功能表.....	43
表 7：Chatman 所述之故事結構要素及定義.....	45
表 8：主要場景分析表範例.....	46
表 9：主要角色性格刻劃範例.....	46
表 10：反恐劫機核心事件與衛星事件順序表範例.....	46
表 11：Propp 事件三十一種敘事功能分析表範例.....	47
表 12：論述分析表範例.....	47
表 13：《最好的選擇》主要演員一覽表.....	49
表 14：《最好的選擇》相關簡介.....	51
表 15：故事場景出現頻率.....	52
表 16：主要角色性格刻劃表.....	60
表 17：Propp 七種故事角色應用於《最好的選擇》角色分析.....	60
表 18：反恐劫機核心事件與衛星事件順序表.....	68
表 19：土石流救災核心事件與衛星事件順序表.....	70
表 20：本劇事件三十一種敘事功能分析.....	73
表 21：本劇論述時間與敘事時間對照表.....	76
表 22：本劇論述分析表.....	78
表 23：本劇軍種、軍階統計表.....	89

圖目錄

圖 1：研究流程圖.....	11
圖 2：Chatman 的敘事二元結構說明圖	41
圖 3：《最好的選擇》反恐劫機核心事件與衛星事件圖.....	68
圖 4：《最好的選擇》土石流救災核心事件與衛星事件圖.....	70



附錄

《最好的選擇》各集劇情介紹.....	111
--------------------	-----



第一章、緒論

第一節、研究背景

國家或政體的形成常需要軍隊，即使在許多民主國家，軍隊也被視為維持國家安定一個重要因素。換言之，一個國家要富強，人民要安居樂業，必須擁有一個自主的國防武力，而國防政策目標就是建構讓敵人不敢輕啟戰端，達成嚇阻威脅、預防戰爭之目標，使人民安居樂業，是國家永續生存發展的力量。中華民國軍隊的主要任務從來台後的反攻大陸、軍事對峙，當初的戰火漫天，已經悄然演變成以防衛固守，重層嚇阻的國防戰略原則（國防白皮書，2017）。亦即發揮聯合戰力，使敵陷入多重困境，嚇阻其不致輕啟戰端。倘若敵人仍執意進犯，則依「戰力防護、濱海決勝、灘岸殲敵」之用兵理念，對敵實施重層攔截及聯合火力打擊，逐次削弱敵作戰能力，瓦解其攻勢，以阻敵登島進犯。

兩岸軍事對峙期間雖有零星戰火與武力相交，但基本上我國人民已安居樂業多年，這得歸功於國軍有效發揮作用。遺憾的是，國軍同時也是社會體系的縮影，功利主義、資本主義等社會價值觀，也影響國人對於軍人的看法，連帶使得從軍者與欲從軍者的軍人核心價值觀念受到影響。舉例來說，軍人的基本信念必須是身在崗位上能無私無我的衛國佑民，必要時能為社稷犧牲奉獻，這是無我的、利他的及服務人群為主的道德感所產生的價值觀。在功利社會衝擊下，過度物質化享受及功利競爭已悄然改變了許多信念，舉凡演習出現危安事故、軍紀案件、訓練失慎、通敵出賣情報的狀況，甚至是官兵個人不當借貸、貪瀆弊案、挾怨報復、酒駕傷民、違反兩性營規等各種不良事件，造成了軍人社會地位下降，在經過媒體未經查證或大肆報導各種軍紀案件後，社會大眾更偏頗的認為軍人只會掃地與割草。另一方面，台灣由於受到少子化衝擊導致人口逐年下降，生育率降低的結果即是兵源不足，加之軍人的媒體形象長期不佳，致使國軍在招募新血時困難重

重，所以提升國軍正面形象已成為刻不容緩、迫在眉睫的國防任務。

這些不良的行為違法犯紀嚴重損害國軍形象，在民眾心目中形成國軍整體的負面評價，無形中對國軍的招募及向心力不知不覺中產生排斥。國軍的形象塑造成功與否的關鍵環節，在於通過制度行為形象的塑造，不僅可以促進國軍管理制度的進一步完善和規範，更重要的是可以全面提升國軍整體形象。

台灣民意基金會於2017年4月24日公布「台灣人對政府官員的感覺」全國性民調發表會，其中針對軍人的好感度方面，民調資料顯示（有效樣本1,082份），7.9%非常好，47.7%還算好，25.8%不怎麼好，11.2%非常不好，2.5%沒什麼特別感覺，5%不知道；整體而言，有55.6%國人對軍人有好感，有2.5%沒特別感覺，而反感佔了37%。又以各類別政府官員反感排行榜，依序為法官65.3%、一般行政官員47.1%、檢察官43.5%、調查局等情治單位37.5%、軍人37%、政府稅務人員30.5%、警察19.5%。由此可見國防部仍需重振軍人形象。面對這份民調結果，國防部發言人陳中吉表示，國軍是國家的軍隊，會傾聽民眾的心聲與建議，持續強化戰備訓練及落實災防整備，運用多元行銷管道，形塑捍衛國家的軍人專業與愛民助民優質形象，提升軍人尊嚴與榮譽，以贏得國人的支持與肯定。

組織形象的維護與修復，最常透過公關手段與媒體行銷宣傳方式進行。以後者而言，吳岱諭（2014）認為對企業來說，行銷之所以重要，在於將自身優點擴大渲染，或是將缺點輕輕帶過，這都是為了獲得自身或企業之最大利益的宣傳手段。從一個企業的組織管理方面來說，為了達到行銷目的，透過各種社群網站，包括YouTube、Facebook、Blog、Twitter等社群媒體，或是置入電視電影等方式，來創造特定的訊息或內容，以吸引廣大閱聽眾的注意，將訊息有效的擴散，並有效引起使用者參與討論，進而提升企業與顧客關係滿意度。現今舉凡個人或是企業都能輕易的透過任何形式的媒體，來接觸到任何連接網路的使用者，藉此為企業提供一個有效的行銷管道提升品牌價值，並促進與目標群眾交談的大門，並且得以更快速的回應客戶與處理危機。而企業的商品資訊以及活動訊息也可藉由平

台來傳播，並且可讓商品或活動訊息藉由用戶的人際傳播獲得更多的共鳴，以建立公司品牌形象（陳虹君，2013）。

在當代的行銷策略中，故事行銷因為操作容易，所以廣受各種組織的歡迎。說故事是最古老也最基本的人際溝通方式，而故事行銷是透過說故事的方式進行行銷溝通，亦即將商品包裝在故事裡，以故事為溝通媒介，讓顧客能產生購買行為或認同企業的有效行銷模式。趙光正（2012）認為故事行銷就是結合以上兩種溝通方式，將消費者帶進廣告主建立的故事思維中。

其次，故事本身包含敘事的內容與形式，可以將敘事及說故事交互組合使用，所以說故事可結合行銷的概念，行銷的本質就是與目標群眾溝通，讓他們瞭解正確訊息，透過傳播訊息把產品推廣出去，以滿足更多的目標群眾（連冠寧，2015）。但陳虹君（2013）認為研究說故事必須先瞭解何謂故事以及故事的本質，因為一個好的故事，光是單純訴諸情感或有趣戲謔是不夠的，能夠擄獲人心、提供感動的故事必有其精神所在，也就是故事的靈魂。Maxwell（2008）認為一個好故事首先必須是真實的故事，這也是許多學者認同的要素。真實性包含兩個重要的概念：真實感與真誠，這兩者是故事行銷的精髓，真實感是指故事所表達的品牌訊息內容前後必須一致，故事才易於吸引目標群眾，而真誠則是讓消費者對故事留下深刻印象，進而轉述故事、分享出去。由此可知，故事要能讓讀者感受到真實感與真誠，才能確實提高故事的真實性，讓故事更有吸引力、以及具有更高的可信度（洪毓珮，2014）。

Vincent（1989）則表示在故事中加入觀點稱為敘事，敘事是透過敘事者所講述的故事。故事是與人溝通一種想法、信念、個人歷史與生活經驗。而敘事就是了解事件與建構真實的工具。故事能完整詮釋品牌理念，能感動人心。說故事不只是一個敘述的形式，更隱含著一種經驗的傳遞、一種生活方式與生活特質。在品牌管理過程中，故事能使行銷增添助益，說故事只是工具，最後目標則是塑造品牌，藍婉今（2010）認為故事與我們生活作息及周遭生活是息息相關的，人們

生活中處處充滿著故事，故事伴隨著我們認知這個世界，同時故事也伴隨著我們理解這個世界，舉凡兒時的床前故事伴隨著孩童們成長，而長大後，經營者再以說故事的方式將企業介紹給新進員工，或是以說故事的方式將企業文化及產品推廣到媒體上。因此，故事儼然已成為人們生活中的一部份。

把軍隊形象當成品牌來經營，並以故事行銷的方式來呈現，在許多國家已有先例，像是日本2014年拍攝的《飛翔公關室》連續劇、韓國2016年拍攝的《太陽的後裔》偶像劇，以及2010年美國HBO籌資拍攝的迷你劇集《太平洋戰爭》等，皆以正面手法，融入情感、振奮人心的情節、激勵士氣的元素，以故事鋪陳，藉由劇情將軍隊的形象正面提升。

國防報告書（2017）載明川普政府之「讓美國再次偉大」政策，反映在戰略規劃及預算分配，追加國防預算，使2017年達6192億美元；2018年國防總預算近7000億美元，包括6260億之基本國防預算（base budget）及海外應急作戰等支出，比對國內在2017年國防部主管預算編列新台幣3193億元：人員維持編列1477億元；作業維持編列812億元；軍事投資編列857億元；其他編列47億元，而在媒體形象行銷策略的費用乃是從作業維持而編列，這也造成於新進國家媒體形象行銷策略預算較為有限，故多集中在刊物、新聞報導、以及國防部軍事新聞處發言人臉書粉絲專頁上，僅少數個案因有較高預算支援，才能採用視覺影像，如電視劇，進行宣傳。

2017年由國防部拍攝的電視劇《最好的選擇》也屬於上述類型的電視文本之一，尤其《最好的選擇》每個人的評價不同，馬文君（2017）提出儘管這部戲製作經費有限，但卻能在有限的經費及動員三軍部隊，支援演出的武器裝備以及官兵都能全力投入，規模空前，另也有媒體以收視率評定認為《最好的選擇》比《勇士們》還差（蘋果日報，2017.10.24），但國防部長對於《最好的選擇》卻是給予極大的讚賞，因此，不同的人評價面向都會不同。

第二節、研究問題

基於前述背景與目的，本研究將以2017年由國防部監製，靖天集團製作的《最好的選擇》，作為本次研究的主體，希望找出新世代電視劇所傳達的國軍形象，探究其是否有達到故事行銷的目的，進而能發揮國防政策行銷與形象修復上期待的效果。

故本研究以《最好的選擇》為研究對象，從該部電視劇找出新世代電視劇所傳達的國軍形象，及檢視是否有達到故事行銷的目的，其次，故事行銷在近年來受到行銷領域的重視與運用，透過說故事讓國軍形象的品牌價值得以被閱聽眾理解，成為有意義且有效的說故事，以提升國軍形象及加深民眾對於國防政策的認知。根據研究目的，本研究想要探究的兩個研究問題是：一、國軍形象電視劇《最好的選擇》的敘事模式為何？二、國軍形象電視劇《最好的選擇》跟過去軍事主題類影像作品慣用的敘事模式有何不同？從故事行銷的角度來說，《最好的選擇》的敘事模式有何優缺點？

一、國軍形象電視劇《最好的選擇》的敘事模式為何？

（一）《最好的選擇》中主要人物是否符合普羅普「故事角色」類型？這些人物對核心事件反應的態度為何？

根據Propp的研究將故事角色定義為七種角色的功能，分別為英雄、使者、協助者、贊助者、公主、假英雄、壞人，這七大的角色，而其功能：英雄主要是劇中主角，其功能為主動或是被動的執行抵抗壞人或是消滅壞人；使者主要是要求英雄完成驅除不幸或解除匱乏任務的人；協助者，主要幫助英雄減少不幸或是降低災害，且能夠與英雄一起行動完成目標，另外也負責解救英雄；贊助者，提供英雄某種動力，賦予英雄找到某種形式的神奇力量；公主，乃是讓英雄接受困難任務的人物，彰顯英雄對戰鬥事件的主動行為；假英雄，乃是某種程度與英雄一起完成任務，卻諉稱功勞，有意領取英雄成績或功勳的人；壞人，則是所有與

英雄對立與戰鬥的行為，是主角破除目標的阻力。

以 Propp 的邏輯對應最好的選擇角色分析，可分為英雄：余英傑、黃柏烈；協助者：曾富譽、張雅倫、賈云輝、林怡君；贊助者：好命；公主：賈云希、陶筱儂、陳小葵；派遣者：陶忠德；假英雄：蔡義豐、王校長；壞人：陳家宏、洪詩涵。

因此，本研究問題欲探討《最好的選擇》中主要人物是否符合普羅普「故事角色」類型？而這些人物對核心事件反應的態度為何？

（二）《最好的選擇》如何建構軍事故事的背景？如何交代故事的空間場景跟故事發生年代？

對於《最好的選擇》故事的鋪陳，以時間空間場景而言，故事時間遠比敘事時間長，因此如何在16集的時間下，將玉山特勤隊主要任務與部隊操練的前因後果予以述說，並觸及觀眾的內心感受，而其撥放時間為2017年9月2日～10月22日，共16集，而其劇情的交代從反恐劫機事件及土石流救災事件，如何從故事的空間場景跟故事發生年代相應？

（三）《最好的選擇》的各自主角歷經哪些事件？包括：1.發生了什麼事？2.採取何種行動解決？3.結果為何？

要瞭解電視劇如何講述一則故事，不外乎從角色的個性，以及主人翁如何解決問題的衝突事件、敘事發生的場景、敘事情節的安排來觀察。趙光正（2012）將敘事分為故事與論述兩種分析層次，故事的分析著重於人物角色（character）、發生場景（setting）、事件（events）、行動（actions）等情節安排等。在《說故事打造品牌：一個分析的架構》一書中，黃光玉（2006）對故事文本結構的整理，包含角色塑造、情節發展、修辭表現，歸納多年分析故事行銷的實務案例，提出故事內容的四個重要元素：寓意、衝突、角色、情節。寓意是指說故事時，必須

先制定一個明確的核心信念，如果沒有它，就沒有理由說故事了。衝突是指當故事太過和諧沒有任何衝突時，就會顯得枯燥乏味難以閱讀，「沒有衝突就沒有故事」，衝突是一個好故事的原動力，這個條件建立在人的本性上。因為人們會本能地尋求平衡與和諧，如果和諧遭到破壞，人們會盡可能地修復它，因此衝突迫使我们採取行動來找到解決的方案；而且和諧對於故事來說是危險的，變化和恐懼才會形成故事的衝突與挑戰，進而吸引閱聽眾並滿足情感上所需要的。一個好故事總是在不斷的在衝突中產生緊張關係，以維護或是重新透過行動達到和諧。在故事裡頭，衝突並非消極，衝突是故事的高潮，最終形成故事的戲劇張力，因此衝突關係著情節的起伏。這是一個基本故事要素的前提，使敘事者可以傳達他對於是非的看法。因此，《最好的選擇》的各自主角歷經哪些事件？行動解決為何？而其結果的成效？

（四）《最好的選擇》呈現的敘事觀點為何？於故事時間與論述時間的關係為何？

費雪（1984）認為敘事典範提供了一種能夠評估當代社會各種故事是否可信的評估方法，並主張故事所產生的意義必須經過敘事理性加以檢視。黃蕙娟（2007）認為敘事批評方法，以提供語藝批評學者在解讀每一則引人入勝的故事時，一個分析其敘事策略和政治性動機，清晰的分析步驟與思考架構。敘事批評方法，作為語藝批評的其中一個分析取徑，和戲劇五因分析方法、幻想主題分析方法同屬由戲劇觀點出發的批評方法。上述的幾個批評方法中，都包含了幾個在分析時的基本要素，如人物、情節、行動、時間序列和背景等等。在進行敘事分析時，語藝批評者會關注以下幾個命題：「敘事的實質內容是什麼？敘事如何被呈現？敘事者透過敘事意圖傳達什麼訊息或提出什麼主張？敘事如何具有說服力？陳雅惠（2014）則是建議進行敘事批評時，可從下列八項敘事元素進行文本分析，包括1.事件或情節（events）。2.敘事對象（audience）：指敘事者意圖打動、說服或

動員的對象。對敘事對象的分析可從成員的組成背景或群體特質來加以討論，以探討敘事是否對於敘事對象具有合理性與說服力。3.場景（**setting**）。4.時間關係（**temporal relations**）：這也是敘事形式的分析，主要探討時間序列如何被鋪陳。5.敘事者（**narrator**）：敘事者可能包含文本外的敘事者（說故事者）和文本內的敘事者（故事人物）。在進行敘事者分析時，語藝批評者可以區分文本內外不同的敘事者角色或敘事者層次。6.因果關係（**casual relations**）：因果關係處理的是敘事形式，探討敘事中故事的主要事件與次要事件如何被連結、因果關係又如何被呈現。7.角色（**characters**）。8.主題（**theme**）。黃翊琪（2016）認為在進行敘事分析實作時，並不必然將上述 8 項元素全數納入分析範圍。分析者應當針對不同文本，從研究問題和文本特質思考哪些敘事元素為關鍵性元素，並鎖定重要且相關的元素加以進行討論。因此，《最好的選擇》呈現的敘事觀點為何？於故事時間與論述時間的關係為何？也是值得被探討。

二、國軍形象電視劇《最好的選擇》跟過去軍事主題類影像作品慣用的敘事模式有何不同？從故事行銷的角度來說，《最好的選擇》的敘事模式有何優缺點？

以往軍事主題類影像作品慣用的敘事模式，拍攝內容都是以軍隊、軍校、軍人家庭或戰爭為主要描述對象，藉以凸顯軍人風貌或軍旅情懷，如2010年《新兵日記》主要以陸軍新兵入伍訓作為主題；2011年《新兵日記之特戰英雄》為《新兵日記》之續集，於新兵訓練結束後志願來到陸軍航空特戰指揮部大武營空降特戰部隊，而《最好的選擇》是參考國軍特種部隊「涼山特勤隊」的勤務、任務與訓練內容，涼山特勤隊駐地在屏東涼山，可利用C-130運輸機等快速機動，平日以體能戰技為訓練基礎，必備訓練項目包括精通山訓、海訓、傘訓、近身搏擊、格鬥及爆破等專長，主要任務是支援各地區反滲透、反破壞。國防部籌拍《最好的選擇》，正是希望透過以此為藍本虛構的玉山特勤隊，傳達國軍特種部隊艱苦的訓練及堅忍不拔的毅力，並講述官兵愛國家、負責任、重榮譽、守紀律的核

心價值。

對於此電視劇故事所建構的軍人形象探索，本研究同樣也是以敘事理論為基礎，並以敘事分析中的論述分析來作為探索的路線。論述層次的分析著重於動態論述（process statement）與靜態論述（stasis statement）兩者之上，其中，動態論述是指角色對話和行為，靜態論述則指音樂及旁白。本研究將透過角色對白來萃取電視劇對軍人形象的建構探討《最好的選擇》的敘事模式有何優缺點？

整體而言，國防部拍攝《最好的選擇》，透過特戰菁英的故事，傳達國軍官兵從嚴從難、艱苦訓練，所鍛鍊出來的強健體魄與堅實戰力，且在軍旅生活的各種磨練，深植在心中「愛國家、負責任、重榮譽、守紀律」的核心價值。《最好的選擇》除了有氣勢磅礴的作戰演訓畫面，榮辱與共的國軍同袍情誼，也有兩地相思，倚窗望月的愛戀情節，更訴求軍人在同時面對任務、家庭與親情、愛情時，僅能以部隊為先，任務為重，作為心中唯一的選擇。透過張力十足的劇情鋪陳，以及演員的用心詮釋，展現軍人豪情壯志、剛直堅毅、團結專精、勇往直前的優質形象。



第三節、論文架構

本文所研究的對象為2017年由國防部監製，靖天集團製作的國軍形象電視劇《最好的選擇》，本文透過「敘事分析法」，分別從本劇的故事場景、故事角色、故事情節及論述四個面向作分析，期望能透過分析結果為國軍的軍事傳播研究帶來新的突破。研究共分成五個章節，各章節的內容簡述如下：

本論文的第一章是緒論，內容主要是說明與陳述本研究奠基於什麼樣的研究背景與研究動機，並且依照吸引本研究探討此議題的動機來論述研究目的。本章最後則是研究流程與論文架構。

第二章是文獻探討，本章主要是先回顧軍人形象與故事行銷相關領域的沿革，再將國軍影視文化研究領域做文獻回顧，而本章文獻回顧探究核心集中在介紹國軍形象與媒體再現、軍事傳播與故事行銷、以及敘事理論，舉凡歷年對國軍廣告、微電影、電影，直到本文要深究的電視劇，研究者將會把這些文獻的概念，應用至本研究。

第三章是研究方法，本章將會詳盡地論述本論文在整個研究中的研究方法與分析過程、電視劇的敘事分析架構、敘事分析的範圍與對象做詳細的說明。

第四章是敘事分析，將國軍形象劇區分成四項：故事場景分析、角色分析、情節分析及論述分析。本研究將透過故事場景角色情節，再透過論述分析，表述敘事意義與社會意涵，並對資料內涵進行深入探究，以有邏輯性的條列式手法，歸納出本研究的結論。

第五章是研究結論與相關建議，將本研究的第四章分析結果進行研究總結，並對未來可持續發展的領域與概念，提出後續延伸研究建議。

本研究將研究過程與研究步驟整理如下：

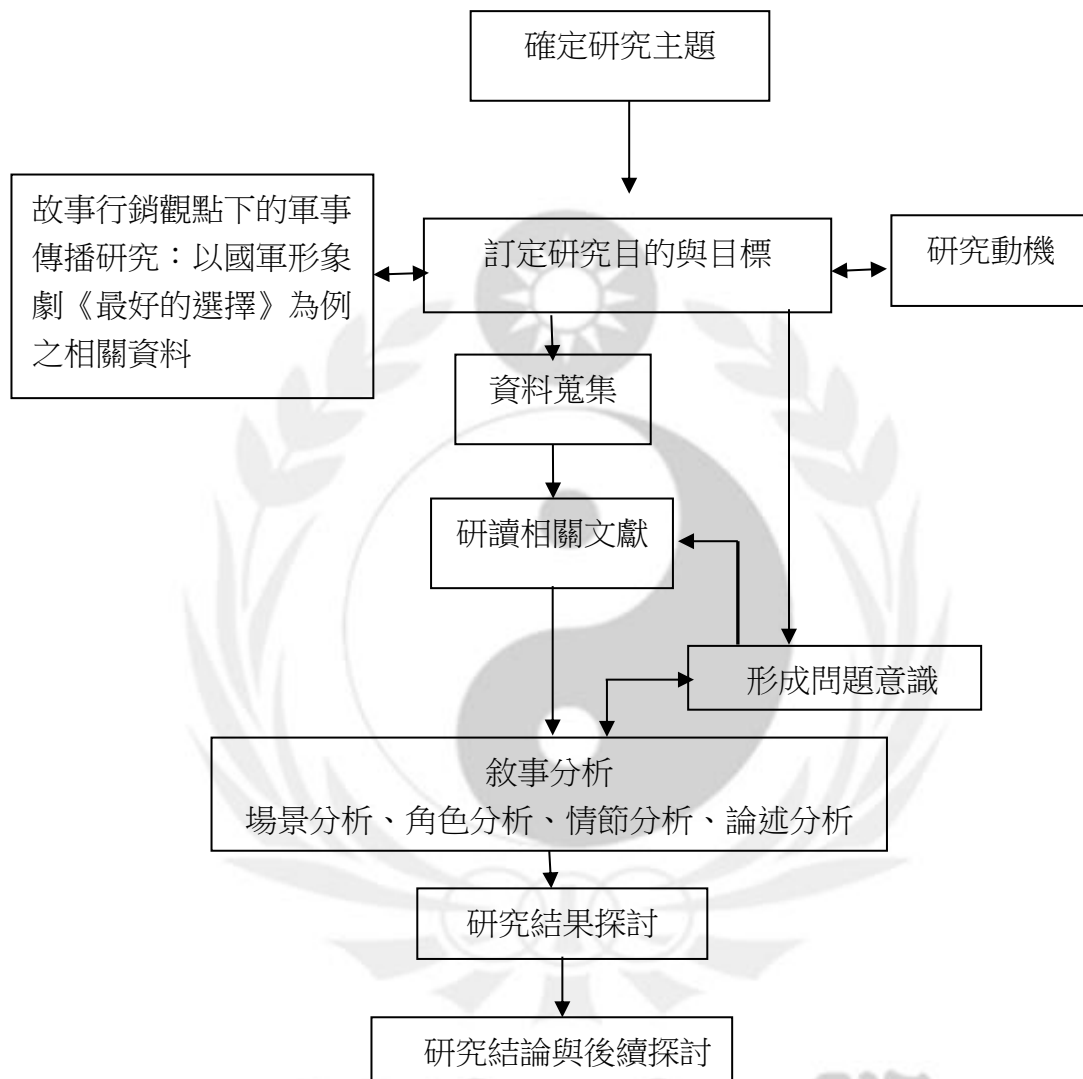


圖 1：研究流程圖

第二章、文獻探討

第一節、國軍形象與故事行銷

一、形象

對於國軍是否能獲得國民良好評價，「形象」是極為重要的指標。本節將針對形象做概略性的介紹、闡述形象的定義，以及統整歷年的國軍形象研究。

（一）形象的界定

形象（Image）原是心理學名詞，根據美國學術百科全書界定，形象是一種態度（attitude）或心理的畫像（mental representation），意旨閱聽人受到過去經驗與生活歷程的持續刺激，會形成一種知覺（轉引自潘國華，1998）。關於「形象」各專家學者眾說紛紜，在此將形象的定義歸納如下表1。

表 1：形象的定義

學者	對形象的定義
Boulding (1969)	人們把訊息經過價值系統的過濾後，對外在世界的所有事物，均有某種程度的認識。
Merrill (1965)	形象是態度與意見形成的基礎，或是個人特徵的途徑。
Lippmann (1992)	人類依直接經驗而得來的之事實，形象是人類簡化機能的一部份。
Daniel Boorstin (1962)	形象就是客體外顯形式的再現或模仿
Nimmo & Savage (1976)	形象是利用物體、事件、人物，所投射出認知的想法。

資料來源：Boulding, 1969、簡麗婉，1992、潘國華，1998、朱芝嫻，2000、許藝靜、2001

（二）形象的三要素

詹志宏（1980）表示，形象分為三個成分：認知成分、情感成分與活動成分。隨著個人認知的變化及興趣的不同，對於各種事物的形象面也就不一樣。形象三

要素並非與生俱來，而是後天培養形成，是屬於長期效果，大眾傳播媒介在這方面扮演著不可忽視的角色。祝基滢（1973）指出，傳播並不直接影響受播者的外在行為，傳播的內容卻直接影響受播者對外在環境的形象。所以，形象的產生與個人認知及喜好是息息相關，是利用某些特徵來描述或認知某個團體或個人，而傳播內容形式卻會讓受播者對於該團體或個人形象有著深遠的影響。

（三）形象的功能

1.幫助認知：形象主要在於彌補認知上的缺陷及經驗中的限制，它可以大量簡化認知。

2.影響態度：李普曼（Lippmann）在《輿論》一書中指出：「個人的形象是支配其意過程，又能提供明確的參考架構，可幫助人們了解廣大世界。說明個人的意見在形象的影響下，會影響到個人態度的取向。

3.形象的重組會引發行為的改變，人類的行為以形象為依歸。當外界的事物改變個人的形象時，個人的行為就跟著改變。

4. 團結、鞏固團體：共有的形象可加強成員間彼此的同質性，使人們忠於自己所屬的團體。

綜合以上歸納得知，形象功能除了可以加強彼此的認知與凝聚團體的向心外，也可能會影響態度以及改變行為，所以形象研究確實有它存在的價值。

二、軍人形象

國外學者Franke（2000）在針對西點軍校生之軍官特質研究時，將價值量表區分為尚武精神、愛國心、全球觀念與生涯規劃等四個尺度進行分析與測量，他認為當代美國陸軍擁有正直（Integrity）、榮譽（Honor）、尊重（Respect）、無私的服務（selfless Service）、忠誠（Loyalty）、勇敢（Courage）與責任（Duty）等核心價值，他發現軍隊的內化程度比對社會原有內在印象為高，而接受有效及

強烈的軍事內化的人較具愛國心及尚武精神(余福福, 2002)。而在洪登南(2002)將理想軍官特質區分為利他主義、獨立自主、成就滿足、強健體魄與學習能力在研究發現中指出,三種入學管道(大考中心申請入學、軍事聯招、中正預校)之考生對理想軍官特質的想法一致,都認定身為軍人便負有保家衛國的責任。換言之,理想軍人的特質不外乎使命感、信心、智慧、勇氣、意志等。本文將分析從國軍形象電視劇中呈現國軍所重視的價值觀念,由這些軍人形象的塑造情形來看,探討國軍形象再現與建構是有意義的。

三、國軍形象的相關研究

當前國軍的兵役轉型目標,是由現行「徵募並行制」轉型成「募兵制」,對年輕人來說,是一種求職的選擇,國軍人才的好壞攸關於國家安全的問題;所以,如何招募到更多優質青年加入國軍的行列,以持續維繫國軍有形及無形戰力,是當前國家一項重要課題。

涂傳均(2012)指出災害管理看軍隊整體形象之行銷的結果,不論軍隊肇生多起重大軍、風紀或傷亡、洩密事件,社會大眾一面指責軍隊紀律鬆散或疏於訓練,或質疑部隊的管教觀念落伍,內部管理不透明,甚而質疑軍隊,進而產生不信任、輕視的態度,嚴重傷害軍隊形象,造成軍人形象不佳、社會地位低落、官兵自信心不足之窘況,軍隊為扭轉外界觀點,試圖以公開漢光演習成果、公佈國防報告書及參與救災行動,進而拉近與民眾間之距離,重塑軍隊優質形象,由其研究中可發現以參與救災行動最能打動民心,獲得民眾高度認同與讚許。

孫宇駿(2015)以軟權力理論分析美國及臺灣軍隊形象的研究,軍隊為有利其軍事任務的達成,爭取民心,使民眾成為達成軍事任務的助力,國家安全問題不再侷限於傳統的政治與軍事安全領域,範圍也應涵蓋非傳統安全議題,非傳統安全威脅是一種「新的安全威脅」,是一種逐漸突出、發生在傳統戰場以外的安全威脅,如要精確評估國家實力,必然要考慮軍事軟實力對軍事硬實力的加乘效

果。

朱中平（2016）指出軍隊良好形象外，認知價值也是影響民眾對於軍隊印象好壞，從其研究中發現，「國軍形象」對從軍意願的直接效果低於「認知價值」對從軍意願的直接效果，表示僅靠「國軍形象」提升高中職學生從軍意願是不夠的，關鍵是仍需經由「認知價值」的改變，才能大幅提升高中職學生的從軍意願，而在認知價值成功關鍵，攸關於改變認知價值的核心觀念，才能提升民眾對軍隊形象的正面評價。

姚羽健、邊明道（2017）從女性軍人角色進行電影軍事題材的研究，研究題材選自1980年至2010年好萊塢電影中女性軍人形象，該研究發現美國國防部與好萊塢之間維持緊密的關係，好萊塢透過軍隊管道取得軍事裝備、拍攝場地和軍方人力支援；然而美軍可審查好萊塢電影劇本，並提供劇組拍攝的建議，藉此在電影中展現軍隊的正面形象。

張嘉珉（2017）針對洪仲丘及勞乃成案例造成國軍形象的影響進行分析，該研究指出這類事件並非沒有前例，為何就是這兩次事件卻能造成社會大眾如此大的效應，對此，國軍形象並非如此惡劣，歸咎其原因造成國軍形象如此嚴重的衝擊，除了國軍公共關係危機處理不當，更是意識型態驅動的政治鬥爭所導致。

賀陳奕（2017）從軍隊形象良窳對於青年學子吸引加入國軍的重大考量進行研究，期間分析洪仲丘與阿帕契事件以及義務役服役經驗對軍隊的訓練、管理、社會形象，進而發現國防轉型、非傳統安全任務轉型、軍隊管理與訓練、軍隊社會福利、兵役制度改革五個因素分析對軍隊形象有其影響性。

吳翊萱（2017）提出軍隊形象對於國防體系員工的留任影響進行研究，並以憲兵軍士官兵為例，再者，由於政府為了因應全球化競爭而對國軍進行組織調整與精實，又因內部員工在這麼高標準、高壓力、高執法困難度的工作環境產生的影響，對於外界對於軍隊形象產生留任的考量因素之一。

綜合上述，國軍形象的修補、維繫、重建，是軍隊在戰備任務之外，也必須

審慎進行的一項社會任務，這項社會任務在國軍轉型為招募制時更加重要。以往的國軍人才招聘中心隸屬國防部，工作性質主要是針對文宣執行而達招募效果，招募中心除本身執行的招募策略外，也負責國軍形象、政策宣傳與廣告刊登，同時也負責指揮各軍種執行招募之政策。招募的執行工作，除了仰賴於國軍人才招聘中心的實務面外，國軍的形象更是影響求職者選擇的重要因素，國軍運用影視作品形塑國軍形象的過程，隨著傳播科技進步，閱聽人對於視覺影像的觀賞標準已經不同以往，除了影視作品的呈現方式要別出心裁，內容也要觸動人心，並且讓影視作品長期性、持續性地傳達給閱聽人，進而達到認同的地步。

在瞭解形象理論之後，將介紹故事行銷與形象建構的關聯，軍隊是非營利組織，所以爭取民眾對軍人形象的認同，並適時協助參與社區服務、救災工作，建立良好軍民關係，創造不錯的「口碑」，以傳達國軍愛民的形象，方能藉此招募優質人才加入軍中，並建立國軍人才招聘「永續經營」的基礎。

三、故事行銷與形象建構

故事是以敘述的方式講出一個帶有寓意的事件。Stern（2003）認為「故事（story）」、「敘事（narratives）」、「表述（representation）」，在學術領域常交互使用，可視為同義詞。Polkinghorne（1988）指敘事是使我們的經驗變得富有意義的重要工具。Padgett & Allen（1997）也提到敘事即關於故事的書寫。Hopkinson & Hogarth Scott（2001）將故事的定義為：1.故事是事件的事實性報告（a factual report of events）。2.故事是神話（myth），所述事件是經過說故事的人的解釋版本。3.故事即敘事，而敘事是了解事件與建構真實的工具。

如何架構一個故事？Stern（2003）曾以四個構面進行敘事分析：1.所說的故事是真實或虛構（the told : truth / fiction）。2.敘事時的時間點與情節（the Telling : time and plot）。3.敘述者：即敘事的聲音（the "teller" narrative Voice）。4.敘事的修辭方式（rhetoric）。

Escalas (1998) 指故事具兩大功能，一是故事幫助人們理解 (sense)；二是故事幫助人體會、評價與處理情感 (emotional appraisal)。Denning (2006) 提到「故事是人與人之間傳遞經驗的工具」。Simmons (2004) 認為「故事能帶領人進入對一個想像世界的擴大知覺」。Loebbert (2003) 也說「故事具有邀請去想像的功能，它會持續影響、改變我們在實際生活中的觀點、認知與判斷。」所以故事可以是一種行銷溝通模式，目的在建立產品與受眾的連結。Kotler & Keller (2006) 指出有效的溝通方案需闡明三個問題：要說甚麼、該怎麼說 (創意策略) 及由誰來說 (訊息來源)。

說故事是一種思想結構語言溝通的能力。1984年，當代認知心理學大師之一的布倫納 (Jerome Bruner) 曾仔細的觀察幼兒後提出「嬰孩在還不會講話的時候，就能編織自己的世界，以很簡單方式來溝通，透過表達，發展出說話的意義。」因此，布倫納主張人類創造故事的能力是先於語言的能力。故事是經過情感包裝的事實，說故事是組織心靈的方式，把事實與情感連結在一塊，即能刺激觀眾的神經元，其故事內涵則與聽者大腦互動的機率更高，能強化故事的情感張力，延續觀眾對故事的記憶。因此，行銷的關鍵即是要有一個好故事 (Lyons and Laboskey, 2002)。

Godin (2005) 指出高明的故事要讓買賣雙贏，真正成功的故事，需要掌握到：1.故事必須是真實的。2.故事是一種承諾。3.故事可以被信賴。4.故事要很含蓄。5.故事要能感動人。6.故事不是訴諸理性，而是訴諸感覺。7.故事以目標顧客為對象。8.故事不會自相矛盾。最主要的是，好的故事不會灌輸新的事物，而是認同目標消費者信念，讓他們覺察到所想要的信念是聰明的、安全的。故成功的故事必須要1.找出共同的世界觀。2.針對此一世界觀設計故事。3.讓這故事更容易傳播。4.創造一個由自己掌控的新市場。

Simmons (2004) 認為「故事最驚人的力量，發生在故事說完後，隨著故事在聽眾心中迴盪、發酵，意義將誕生，並留下難以抹滅的烙印。」Loebbert (2003)

指故事具有令人感同身受的經驗，如同一面鏡子，讓閱聽眾看到自己某樣東西被反射出來，碰觸到個人情感，能喚醒真實的自我，進而產生連結。高橋朗（2008）認為故事能夠帶給五官刺激，且能感動人心。「五感」指的是觸覺、聽覺、視覺、嗅覺、味覺這五種感官作用，是可訴諸人的感性，促進人們的想像力，方能提高商品的魅力。故事之所以能夠有強烈的訴求能力，是因為故事能刺激人類所有的感官到一個故事時，腦中就能浮現那個故事的前景，可以想像聽到的聲音，可能感受到冷、熱、疼痛感覺，甚至故事吃飯的場景，就能感到菜餚的香氣，因此故事有很強的訴求能力。

Vincent（1989）認為：「與消費者溝通所傳達的訊息，必須加入說服的觀點，故事即是一種說服消費者最有力的行銷工具，而透過敘事方式呈現行銷訊息時，便可稱為故事行銷」。

「故事行銷」是指透過故事的方式進行的溝通（黃光玉，2006）。近年來，「說故事已成為溝通藝術與行銷策略的新主流。」「用故事打造品牌」、「說故事力量大」、「說故事的威力」、「用故事行銷打造銷售奇蹟」的技巧案例，處處可見。透過說故事的方式行銷溝通，故事敘述得當，行銷就能在餐廳和消費者之間創造具有意義且影響深遠的共享經驗。

故事是針對目標客群，發現真實故事架構，以新鮮話題，貼近人心的故事內涵，吸引聽眾的注意力，引發認同感與信賴感，解除人與人之間的距離感，勾動聽眾腦海裡對過去經驗的記憶與對未來的期望，探索其需求意識，以策略進行模式，傳遞信念或發展產品市場。而成功的故事應具有五項基本要素：激情、英雄、敵人、覺醒以及轉變（Dickman, 2008／楊振富譯，2008）。

因此，各專業領域在行銷策略中逐漸應用「說故事」與消費者進行溝通，透過「故事」建構產品與消費者情感認同，進而與目標群眾達到消費的目的地。近年來企業管理以及商業行銷常使用「故事」來幫助人們學習、記憶，理解事物所要表達的核心義涵，進而引起話題，凝聚社群。甚至於各級政府也都意會到「故事」

與地方文化資源的聯結性，透過故事化方式重新開發與經營有形與無形的文化資產及文化知識，並將「故事」包裝在地元素，轉化為獨特的文化產品設計，推廣文化資產。

郭騰尹（2006）認為行銷都是提供一種體驗，故事能帶領人們身歷其境，給消費者經驗感。故事是一種能靈活傳遞品牌識別與傳承的方式。許多品牌都有源自於傳說的故事，因此而得以長久的流傳，人們買的是背後那一個感人或雋永的品牌故事。

Denning（2006）研究提到說故事時首要擁有激情，敘述才能強而有力，並且吸引聽眾的注意力，燃起其興趣。少了激情，故事很難開始具有感染力。第二要素——英雄即指故事中的主人翁，他能為觀眾帶來敘事中的觀點，好讓故事有個立足點，以強化觀眾的認同感。第三要素——敵人指的是英雄必須克服的障礙。敵人與英雄間的衝突正是故事核心。敵人的角色不是要製造衝突，而是要凸顯衝突好克服衝突，鎖住觀眾的記憶。而第四要素——覺醒相當於必須的「空氣」，英雄看到了癥結，受到啟發，從而採取正確的行動。最後為轉變即是故事經過生動敘述後的自然結果。人類感官知覺中，百分之八十七是由視覺系統所接收，眼睛為靈魂之窗，藉由電視與電影的事件報導而加深記憶。感官行銷大致目的是由知覺刺激，提供美學的愉悅、興奮與滿足涉入參與造成典範的移轉而強調身體的行動經驗，與生活形態的銜接，讓個體與理想自我、他人、或是社會文化產生關聯，回溯故事本身，其實就是導引、娛樂、告知及說服的最佳工具，說故事的行銷手法在於勾勒記憶裡以鼓舞人心亦可幫助人們解決心靈傷痛的良方而獲得療癒，探索故事內容的智慧，深烙腦海，提供舒緩現實生活鬱悶的慰藉。正因「故事」在行銷時可以發揮良好的功能，若能在正確的行銷時機呈現出正確的故事，則使得行銷更加容易與簡單，「故事行銷」的觀念逐漸在企業界引起注意與風潮。

Maxwell（楊振富譯，2008）研究發現「行銷成功的秘訣永遠都有一個好故事」，有故事產品才賣得出去。故事述說創造感官衝擊，為產品增添附加價值引

發個體的內在情感與情緒引導個體思考，體驗行銷的策略設計可以分為感覺、情緒、思考、行動、關聯五個構面。

Godin（2005）指故事讓消費者自我欺騙，透過自欺滿足慾望，真正讓消費者滿意的不是產品或服務，而是故事，但唯有當故事讓產品或服務變得更好時，才能發揮說故事的效果，有效行銷，就是幫產品找到一個特殊市場，而非一個大市場。縮小市場最大的好處，是因為市場小，就能讓所創造的「創意病毒」達到一定的市場規模。

王超駿（2012）利用軍事傳播進行國軍英雄故事的媒體傳遞，深究其故事行銷藉豐富的國軍英雄故事，傳達出不同類型英雄角色故事，並藉之產生情感層次的喜愛孺慕，這樣的行銷傳播方式不但更為可行，也較易讓閱聽人接受，而在選擇的題材以《勝利之光》進行編碼分類，可發現透過故事行銷達到讓民眾重新認識國軍、故事的設計更臻精緻與創意、敘事策略、角色屬性與故事類型須相輔相成、聚合策略與平台，提升故事的影響力、真實的故事才能產生真實的感動，透過動人的軍事英雄故事，產生感動人心的故事力量，讓更多的群眾能認同國軍、支持國軍、愛護國軍。

軍事傳播研究有三個基本的分析層面：1.傳播內容的產製。2.內容。3.閱聽眾的接收（胡光夏、陳竹梅，2010），本研究將聚焦於內容的部分，期望在研究初始大範圍的搜尋爬梳相關文獻後，解離出本劇的組成元素，並接續探尋故事行銷之所以能創造出感動力的背後操作方式後，再將兩者合流導入軍事傳播層面中，期許此一內容設計不僅能產製出符合國軍形象並替國軍加分的動人故事，更希望這樣的內容能讓閱聽人在接觸後可以對國軍產生更多的正面認知與情感滲入，提升國軍在閱聽人心目中的「品牌認知」。

利用故事行銷建構國軍正面形象以促發民眾對國軍的情感是本研究的核心假設。故事行銷的概念就是在為商品說一個動人的故事，祈使藉由故事文本的巧妙設計，添加感動人心的敘事元素，並將大量的故事逐漸累積集結成為的特定價

值觀和感性力量，讓消費者對商品產生正面情感連結。若藉由傳播媒體管道持續播送，對於認同該一價值、生活背景貼近或與自身實際接觸經驗相符的人，就會對該力量產生磁吸，且會將故事與他人分享，產生口碑式的行銷與加乘效果，這樣的模式運用在商業與廣告上有著許多成功的案例（如LV、香奈兒等）。

但軍人並非商品，且軍人的品牌印象是如比鮮明的存在，是否能有效轉介到軍事傳播行銷活動上，藉由電視劇的包裝，向社會大眾廣為行銷？閱聽人在接受到相關訊息後產生對國軍形象的重新認知塑模，甚至是轉化態度？且利用故事行銷的目的是希望讓大眾扭轉對軍人的刻板印象，視同認知上的改變。故事行銷的關鍵點是它可以帶來撼動人心的「感動力」，而國軍形象劇可以帶來感動力的元素是什麼？什麼樣的故事可以帶來感動？敘事重點應在何處？

尤其對國軍而言，賣的就是國軍要給民眾的「感受」，這部電視劇的「製作」必須綜合在國軍外顯的各個面向，例如軍方所從事的戰備演訓或救災、反恐諸般任務工作成果、國軍如何承擔國家使命與責任等。此外，電視劇是否能讓民眾知曉關注？若是沒有行銷管道，國人也無法體會到國軍到底做了什麼，做得再好再多，國人感知有限，亦難回收正面成效。因之，欲達到讓大眾容易接受國軍正面形象的目的，「說故事」就是一個極佳的捷徑。

「一個好故事，不一定能造就一個好商品；一個好商品，肯定有故事。」Fog, Budtz., and Yakaboylu（2005）認為，經由故事傳遞價值與情感，可作為行銷的途徑。善用故事於各個行銷模式中，可以讓產品具生命力。吳昭怡（2003）提出「故事行銷」成功關鍵：1.先告訴消費者「你是誰」。把文化、心理，甚至是神話中常出現的角色和品牌連結在一塊，即在於建立「原型（archetype）」。2.幫消費者找出「他們是誰」，呼喚埋藏在消費者心中的記憶，每個人想傳達的故事不同，重要的是如何撥動消費者心中的那根弦。3.連結消費者的真實感，說故事別忘了讓場景更具「真實感（authenticity）」，消費者缺乏時間、注意力和信任，他們所要的是深刻「真實感」。4.讓消費者參與故事發展，故事之所以讓人難忘，就

在於將真實感「深刻化」，創造出獨特的溝通點，讓消費者深入其中。而蔡金燕（2009）提出故事行銷關鍵的成功因素檢測標準如下表2。

表 2：故事行銷關鍵的成功因素

構面	研究變項	衡量內容
故事內涵	真實性	以真實事件為基礎，或加以改編
	角色	人物角色鮮明
	結構性	故事鋪陳、情節、氛圍
	獨特性	具獨特性或新聞性，讓人印象深刻
	社會文化價值	創造或符合當代社會文化價值
	情感反應	感動、投射反應、激勵作用
	關聯性	故事與產品的相關性
傳遞方式	說故事的人	當事人、旁觀者、專家、公正人士
	傳遞途徑	口耳相傳、電視、網路、平面媒體
	傳遞載體	影像、圖像、文字、音樂
	傳遞時機	節慶、景氣、時機

資料來源：《故事行銷關鍵成功因素之研究》，蔡金燕，2009。

學者史勒維史東（R.Silverstone, 1981）將電視當成「說故事」媒介，是神話與敘事在當代文化中最重要表現方式，因此主張以普羅普的敘事結構分析方法分析電視訊息。但是他也明白普羅普的研究方法沒有將文本與其文化背景相整合，不足以知道文本的深層意義，而卻認為李維史陀的方法論在這方面有獨到之處，所以在他的研究中，採用普羅普與李維史陀兩家之長，作為電視訊息結構分析的研究模式。

電視劇具有其魅力影響廣大閱聽眾，其中所牽涉的不外乎是電視劇當中人物角色的塑造，其中以軍人為主要角色，可以讓閱聽眾可以輕易地融入劇情中，進入一個由電視所構築成的軍旅世界，而閱聽眾也會隨著腦中的圖像來建構社會真實，以及所謂的軍人形象。

故事元素的基礎在於時間與地點，其次是人物，也就是故事的主要角色，再其次是包括主要人物的動機及其他具有關鍵性的次要角色。另外，衝突事件、高潮、結局有都是重要的故事元素。在國軍形象電視劇中，除了特定的時空因素之

外，重要的是軍人角色的詮釋，該元素如何再現，是本研究所關心的部分。

影視作品是一個國家和社會上大眾文化和集體意識的主要表現管道，任何以靜態圖像或動態影像傳達人們對於過去事實的認知或是再現當今現況的，都算是視覺文本，以下就依軍事電影、電視廣告、微電影等影視作品的發展，結合時代環境背景做歸納分析，軍事電視劇則在第二節詳述。整體而言，電視劇在能夠發揮故事行銷功能的設定前，研究者想要先知道本劇是說了什麼樣的故事，以及如何說故事，這一點要透過敘事理論，對場景、角色、情節、論述逐一分析後，才能繼續透過故事行銷的概念來評估。



第二節、國軍形象與影視作品

一、國軍形象與軍事電影

依照黃雋永（2015）指出，國軍的影視作品最先從電影發展，而軍事電影與產製進一步可分成四個時期，包括（1）1960年代起黨國機器下的公營電影工業操作。（2）1970年代末期解嚴時代下政府對電影管制的鬆綁。（3）1990年代國防部協助軍事題材電影拍攝的政策及轉變。（4）2000年起政府電影輔導政策的轉變。

國民黨政府播遷來台後的1960年代起，我國軍事電影的主要目的，都是為了強化國人的愛國信念，企圖從一種樂觀和積極的立場來面對世局的動盪和人心的浮動。當時政府希望藉電影的「電化教育」，來成為意識形態的宣傳工具（胡光夏、陳竹梅，2013），在此脈絡下，軍方協助或負責攝製了不少軍教電影，很多取材於抗日戰爭，據統計截至國民黨政府播遷來台至解嚴前與解嚴後至2014年間，軍方籌拍或支援拍攝之軍事電影比例為4：7（李佳玲，2015）。例如最著名的有《八百壯士》、《英烈千秋》和《笕橋英烈傳》。《八百壯士》，正是由我國「中央電影公司（簡稱中影）」攝製，影片講述的是1937年8月日軍侵略上海時，88師524團負責人謝晉元率領八百壯士固守四行倉庫英勇殺敵的故事。特別要提的是女性角色林青霞，她飾演為八百壯士贈旗的女童子軍楊惠敏，象徵女子特色的愛國英氣。《英烈千秋》也由中影出品，講的是抗日名將張自忠率領敢死隊夜襲敵軍，殲滅日軍兩個步兵連和一個騎兵大隊的故事。而《笕橋英烈傳》講述的是抗日戰爭爆發後，空軍將士痛殲日本並英勇犧牲的故事。

總結起來，1960、1970年代，我國的軍事電影有這麼幾點特點：演員陣容強大，男的充滿陽剛之氣，女性英姿颯爽，可惜愛情寡淡；講述的多是知名將領的故事，場面浩大。

到了1980年代，《成功嶺上》開始把主角換成平民百姓。而1987年金鰲勛導

演的《報告班長》，它講述的是新兵訓練中心的故事。庹宗華飾演鐵血班長，後來被稱為「天下第一班長」。該電影的台詞一時成為經典，像「聽說班長很兇，對啊，班長有什麼了不起，我小學也當過班長」「笑，還笑，牙齒白是不是！我告訴你們，不要看我黑，我的心更黑」等，此後開啟了長達20年的軍事電影熱潮。光《報告班長》就連續拍了7部。在《報告班長3》金城武與林志穎和任賢齊被當成「混兵」，最後經過艱苦磨練，終於變成精銳部隊。此片當年創下1.3億元新台幣的票房佳績，也開啟青春偶像式的軍事電影模式。2016年第七部則是以「八八風災」作為背景，以工兵部隊為主角，強調現在國軍救災視同作戰的故事。

到了1996年台海危機，在此背景下，由朱延平執導的《號角響起》上映，不同於傳統的正面勵志，它特意顯示當兵的黑暗面與現實面。其中飾演小兵的「乖乖虎」蘇有朋遭長官責罵時，說出的那句「當兵不能說實話」一時成了當時的流行話。也正因為太戲謔，軍方高層大怒之下就不支持拍攝軍教片了。前總統陳水扁先生執政後，將「總政戰部」降格為「總政戰局」，2004年裁撤各類藝工隊，軍事電影基本就此沒落。

到了2014年，導演鈕承澤的《軍中樂園》，它從男主角小寶的視點出發，講述他被分發到金門前線，被選進精銳的海軍陸戰隊蛙人，接受魔鬼訓練，後來負傷轉入被稱為「軍中樂園」的特約茶室擔任警衛的故事。

2014年也有一部軍事電影《想飛》，展現軍人的核心精神是服從，從主角張家豪等人進入空軍官校的生活，到任官後接受飛行訓練，表現出對學長及教官的命令絕對服從。例如喬千惠因為操作滑行訓練，沒有達到要求，羅郁中教官命令喬千惠跟T-34教練機道歉，喬千惠立即服從教官指示動作，絲毫沒有反駁。這些都是展現國軍貫徹及服從命令的精神，彰顯國軍的倫理制度，與軍人服從的天性。唯有服從層層的指揮體系，國軍才能在各項戰演訓任務中，迅速完成命令，圓滿達成目標。整部片所要傳達的意象為服從為軍人的天職、軍隊中袍澤情深的表現、國軍捍衛家園的理想與抱負、軍人應秉持著無私且捨己為人的高貴情操。

二、國軍形象與電視廣告

我國的第一支電視廣告是於1962年10月10日在台視播映（林呈綠，2009），而國軍發展軍事電影及電視劇之後，也開始跟進廣告的領域，根據國軍人才招募中心網頁的多媒體專區內的國軍廣告發布則數統計，國防部從西元1988年開始推出第一支廣告開始，至2017年為止，共推出79則電視廣告。

1988年所推出的兩支廣告：〈生命的喝采〉、〈擦亮你的名字〉，為首次由國防部在電視刊登的兩則廣告，廣告訴求的對象是高中、高職生，以MV方式呈現，為當年度軍事院校招生廣告。而2017年10月26日於電視上刊登之107年大學儲備軍官團（ROTC）短片廣告，主訴求對象是招募民間大學的青年學子。

從1988至2006年間只有1990、1991、2000年三個年度未推出電視廣告。國軍所拍攝之廣告的呈現方式，在國軍人才招募中心成立之前，多以MV形式的廣告呈現，2001年以後所推出的廣告則比較多樣。若以廣告目的來區分的話，除了2001年的廣告〈結婚篇〉、2009年於電視及網路播放之〈變形金剛篇〉、2011年所推出：〈向陸一特前輩致敬〉這三則廣告外，其餘廣告多數為招募性質之廣告。

中華民國的兵役制度因早期時空背景之需求，均實施「徵兵制」，但由於人口少子化、高齡化，青壯人力逐年減少，可徵役男人數逐漸不足，以及軍事科技專業化，因此國軍未來兵役政策規畫重點在於招募足夠之高素質人才。國防部在行政院政策指導下，編成專案小組，召集學者評估研究，期於4至6年完成轉型，並於民國104年完成「全募兵制」。徵兵制的「全員皆兵」到募兵制的「有條件甄選」，在質量的供需上皆有顯著差異，就美國實施募兵制度多年而言，能成功推動的原因之一，便是有計畫的擬定適當的招募策略和廣告文宣，因此在國防政策轉型過程中，軍隊對於廣告宣傳作為上亦須與時俱進。

為了滿足國軍每年補充軍士官員額之需求，國防部在招募新成員改採主動行銷，廣建宣傳通路，並責成「國軍人才招募中心」統籌規劃，整合國防部各項招募資源與政府相關部門，並鼓勵民間參與，俾使青年學子獲得投入軍旅之完整資

訊。

社群媒體在傳播管道中已經扮演舉足輕重的角色，國軍如何運用社群媒體，藉以提升傳播能量，創造國軍正面訊息，至為重要；更好的情況是，廣告引起注意，並且引發社群討論，得以在傳統媒體曝光，也是一個極需重視的層面。

國軍人才招募中心於2009年推出的影音廣告〈變形篇〉，其目的在提升國軍形象，改變民眾對國軍「制式」、「僵化」等偏見，鼓勵青年學子加入國軍，進而使全民認同國軍，以利募兵政策推行。網友普遍表示，廣告的亮點充足，但訴求不明確，許多網友為拍攝手法與呈現方式喝采，給人耳目一新的感覺，但亦有不少批評意見，例如廣告的主軸未能明顯表達，無法讓人了解廣告真正意涵，甚至與國軍有連接不在一起的感覺。因此，該形象廣告雖有「亮點」，足以吸引目標對象注意，但在「賣點」部分較為貧乏（唐綦騰，2014）。〈變形篇〉廣告有努力想試著跟上外界的流行文化新潮，以當時風迷國內外的變形金剛作為吸引的目標，來招募更多人從軍，但卻很難讓外界人士了解〈變形篇〉是否能跟國軍有實質上的連結。

2015年推出〈守護家園〉等三支形象廣告，即是運用故事行銷的手法拍攝，是以故事行銷為主導，喚起閱聽眾的軍旅印象，而〈守護家園〉等三支形象廣告擁有不同於以往的特色，且能夠在社群媒體上獲得高點閱率的要素之一，就是在於廣告凸顯了故事性，運用故事情節詮釋國軍的品牌與精神（涂怡姿，2017）。

〈守護家園〉形象廣告的主題其實很鮮明。國軍24小時都在守衛國家，但是，一般民眾在平時的生活根本無感，因此，影片中透過國軍在不同時間點上的巡弋守衛，告訴閱聽眾，在人民安居樂業的同時，不論何時何地，總有一些床鋪空著，為什麼？因為，床的主人，就是國軍戰士們，正在為大家，為了這個國家醒著。

〈精練國軍〉形象方面，強調每個訓練鏡頭的特寫。國軍每天必須勤訓精練，才能確保戰力，影片中拍攝了陸海空三軍日常的各式訓練，影片裡的每一個鏡頭，

都是國軍真實的訓練，這些戰技、體能都是國軍平常的操練，所呈現的是讓大家知道國軍的能耐。

〈榮耀軍裝〉形象方面，拍攝風格較為內斂，能分辨軍人與一般人的方法很簡單，最簡單的識別就是軍人身上穿的軍服，但這身軍服不只代表一套衣裝，穿上這套衣服就代表著國軍的使命，承載了過去的榮耀，同時也扛起了保家衛國的責任，責任即是百姓加諸在官兵身上的託付。

〈守護家園〉系列的廣告策略包含心理性認同策略、說服的定位策略，以及ROI廣告策略。片尾的標語同時運用了說服的定位以及相連性策略，在廣告全片結束後出現的標語，其實就是為了把一切的精彩鏡頭做個結尾，這是運用觀眾在看完一連串畫面的心態，迅速給予一個標題，讓一切的感動與廣告核心宗旨結合，這是說服定位的手法。

在本次系列的形象廣告中所使用的創意構想是用大量的特寫鏡頭和空照，引介真實事件與場域的多元畫面，以建立國軍雄壯威武的形象。這是國軍本質性的形象策略，其中有許多以無名英雄為主軸的鏡頭，彷彿化身在百姓之間，用特寫彰顯人的局部的表現和表情，在生活作息中擦皮鞋的畫面、演習作戰中的坦克滾著黃沙的特寫，都有別於以往的拍攝手法。至於衝擊性，這系列廣告在民眾的腦袋留下很深的印象，以移情作用帶動認同的參與，這是國軍心理性認同策略。片末以「守護家園，總有人為你醒著」、「這不是電影，這是我們的國軍」，以及「穿上的不只是軍服，也是你的託付」等三個廣告標語，分別標明三支廣告影像的核心思維，這是國軍廣告近期的說服定位策略。

三、國軍形象與微電影

2016年開始，順應社群媒體的發展，軍方也拍攝一系列的軍事微電影。胡光夏、陳竹梅（2013）對於微電影用於軍事傳播運用的初探性研究後，發現微電影是傳統媒體與新媒體的匯流，精短的故事內容、傳播管道的多樣化、病毒式傳播、娛樂性與體驗性等特色，具有「類電影」的形式，且能發揮民眾對於軍事刻板印

象的影響性，提升全民國防、人才招聘、國軍形象等成效。

李宇翔（2017）以2016年拍攝的〈我會救你〉及〈我沒事，謝謝你〉兩部微电影，探討其如何形塑國軍形象。〈我會救你〉中，是以國軍特戰指揮部航空特戰受訓班隊為背景拍攝，故事開場使用訪談的方式，進行角色介紹，詢問受訓隊員的看法與心得。故事陳述的是受訓學員在經歷各個階段嚴厲的訓練後，即使再辛苦也會咬牙苦撐，甚至對家人隱瞞傷痛，最後的成果驗收在團隊合作下，終於成功結訓的故事。寓意即是每一位基層官兵，都是國家的英雄，同時也是百姓的孩子。因此，〈我會救你〉對於文本在情節進行中的「角色」是非常著重的。從家人角度來看故事中的受訓學員，用故事來說明每位官兵，其實都是自己或他人的家人，而他們都是能在關鍵時刻保護民眾的英雄。〈我會救你〉中，從一開始對受訓隊員的訪談中就開始鋪陳衝突點，也就是「不願讓家人知道受訓的辛苦」為起點出發，衝突點是在「親情」與「榮譽」之間拉扯，從訪談中就明顯的知道三位受訪的隊員，父母親均反對他們加入特戰隊，且在休假期間會詢問受訓狀況，在不讓家人擔心的前提下，儘管他們曾經受傷或更多的是精神上的磨練，他們亦希望家人看到結訓後的他們所得到的「榮譽」，在這之前即使自己受到再多委屈，都會咬牙苦撐。

〈我沒事，謝謝你〉中，是由已故烈士莊倍源上校的真實故事改編，故事開場則是呈現一位女子在睡夢中連說「快跳傘」的畫面。故事描述他是一位擁有幸福家庭生活的飛行員，因為一次飛機故障，讓他在跳傘求生和將飛機駛離人口密集區兩者間抉擇，最後因肩負保國衛民責任，選擇犧牲自己壯烈成仁。寓意即是，軍人在自我及國家之間，會義無反顧的選擇保衛國家。所以，〈我沒事，謝謝你〉則是著重於後續回憶的發展，讓閱聽眾對飛行員及其家庭生活發出同理心，讓後續衝突點的撞擊力道增強，也就是「家庭責任」及「國家責任」的激盪。〈我沒事，謝謝你〉是從每位國民的角度來看故事中的飛行員，因為有飛行員的犧牲，才有安居樂業的國民，因此最後才有「我沒事，謝謝你」的金句，及未受波及的

民眾微笑看著鏡頭的畫面。

上述二部微電影所呈現的寓意訴求是相同類型的，〈我會救你〉及〈我沒事，謝謝你〉都是用故事說明每位國軍官兵，都會永遠守護著全體國民，也強調出國防部這個品牌中所堅持的精神及態度。二部微電影的文本衝突點設定，都是以「親情」為主軸。由於軍人這個職業，需要花費較多的時間在自己的工作上，且常會因為任務需要犧牲自己與家人的相處時間，從這個觀點來切入，「家人」與「國家」之間的關係，很容易在軍人心中產生不小的拉扯；此外，軍人這個職業，具有一定的危險性，常需要在高風險的環境下完成危險的任務，因此「國家責任」與「榮譽」這兩者，必須在軍人心中放在首位，因為犧牲自己保衛國家是軍人的天職，由此可見這二篇文本對於衝突點的設定都是相同的。

〈我會救你〉在故事的最後，安排了拯救的人質是自己母親的橋段，解答了故事的衝突，另外在故事的收尾又訪談受訓的隊員及打上「你的孩子是護衛國家的英雄」的字句，完整的將故事中要傳達的意旨再重複一次；「我沒事，謝謝你」則是拍攝女主角到忠烈祠牌位前，對男主角牌位說：「我會好好的，我沒事。」讓「家庭責任」及「國家責任」兩個衝突點得以化解，最後讓目睹失事未受波及的民眾微笑面對鏡頭，並放上「你沒事，是國家捍衛的大事」的字句，帶出國軍犧牲奉獻的感人情操。這兩者運用退場的方式皆不同，但是在影片最後打上對整篇影片總結的字樣，皆能再次提醒閱聽眾國軍正面的形象。

上文以年代為縱軸，論述我國軍事電影、廣告、微電影的發展歷程，研究發現影像作品因為類型不同、平台不同、傳播出的形象也不同。軍事電影起初是以政宣為主要目的，藉由軍人救國救民的高尚情操，喚起國人的愛國信念，而後才有詼諧逗趣的商業化發展。而軍事廣告則是以招募為目的，少數為向前輩致敬的形象廣告。微電影的起步較晚，作品也僅兩部，皆是以「親情」為主軸，讓閱聽人體會到軍人犧牲奉獻的精神。電視劇因為篇幅長，所以題材較電影、廣告、為電影等影視作品更多元，將於以下詳述。

四、國軍形象與電視劇

在戒嚴時期，國防部和教育部共佔有華視近40%的股份（李金銓，1993）。國防部起初也是以招生為目的，拍攝多部以新兵訓練為題材的電視劇，叫好又叫座。1995年適逢台海危機，朱延平執導的電影《號角響起》劇情背離現實，軍方不再支援拍攝，故軍事電視劇空窗七年。轉捩點是為了宣傳募兵制，國防部2010年協助民視在成功嶺拍攝《新兵日記》，播出時創下極佳收視率，電視台更因此一再重播。但在2013年洪仲丘案發生、2016年海軍雄三飛彈誤射，一連串負面新聞再度讓國軍形象跌至谷底，不利於募兵制招募，因此再度萌生拍攝軍事劇改善國軍形象的想法。

（一）軍事主題類電視劇的作品

電視劇也稱為劇集、電視戲劇節目、電視戲劇或影集，是一種適應電視廣播特點、融合舞台和電影藝術的表現方法而形成的藝術形式。就類型來看，電視劇還可分為單元劇、鄉土劇、形象劇、類戲劇、情景喜劇、情節系列劇、肥皂劇、古裝劇、神話劇、穿越劇、宮廷劇、迷你影集等。相較於軍事電影，我國軍事主題類的電視劇，主要都是由國防部統籌策劃（或由國防部協辦），拍攝內容都是以軍隊、軍校、軍人家庭或戰爭為主要描述對象，藉以凸顯軍人風貌或軍旅情懷。雖然軍事主題類電視劇較軍事電影起步晚，自1983年始有《少年十五二十時》，但經過這將近三十多年的時間，也累積了14部。我國近幾年的軍事主題類電視劇如下表3所示：

表 3：我國軍事主題類電視劇列表

劇名	播映年代	電視台	內容概要
少年十五二十時	1983 年	中視電視台	故事舞台是中正預校，是首部以軍事教育為題材的電視劇。
成功嶺上	1983 年	中視電視台	故事舞台是成功嶺，是《少年十五二十時》的續集，後續改編成電影。
大兵日記	1990 年	華視電視台	以中華民國陸軍軍事訓練為題材，其中迄至 23 集止故事背景為臺東縣卑南鄉

			陸軍太平營區新兵訓練中心，自 24 集始移往臺中縣谷關特戰基地。
長官好	1991 年	中視電視台	該劇敘述政治作戰學校裡頭一群「花木蘭（女學生）」和長官之間愛情和友情的互動。
軍官與淑女	1992 年	中視電視台	《長官好》的續集，描寫中華民國海軍左營基地內的軍官愛情故事。
大地勇士	1993 年	華視電視台	主要是講述海軍陸戰隊兩棲蛙人的故事。
新兵日記	2010 年	民視電視台	此劇以陸軍新兵入伍訓作為主題，平均收視率達 8 以上。
新兵日記之特戰英雄	2011 年	民視電視台	《新兵日記》之續集，於新兵訓練結束後志願來到陸軍航空特戰指揮部大武營空降特戰部隊。
勇士們	2011 年	三立、台視	國防部為慶祝建國百年，與民間媒體合作，劇集 15 集，共分為三個單元，分別是「抗日戰爭時代」、「古寧頭大捷」與「現代軍旅生活」等三時期。
一代新兵之八極少年	2015 年	華視電視台	《新兵日記》系列之續集，題材結合中華民國總統府侍衛官、八極拳與校園故事等三大主軸。
一把青	2015 年	公共電視台	從對日抗戰勝利後第二次國共戰爭到後來撤退台灣，空軍飛官及其眷屬幾段被戰火無情摧逼，生死兩隔的故事。
軍官·情人	2015 年	三立電視台	描述一個退伍軍官老爸和兒女們的愛情故事，退休上校獨自照顧寡母和年幼的四個孩子，呈現家庭溫馨、詼諧、輕鬆的一面。
最好的選擇	2017 年	緯來戲劇台	是以玉山特勤隊為主軸所展開的職業軍人羅曼史，亦是本論文的研究主體。
女兵日記	2018 年	TVBS 歡樂台	拍攝中。

資料來源：本研究整理

（二）軍事主題類電視劇的發展

綜觀我國軍事主題類電視劇的發展，經研究者分類，有幾個重要階段：1980 年代宣傳軍校生與新兵生活的新興期；1990 年代軍旅生活真實化的發展期；2000

年代軍人形象轉為詼諧逗趣的商業化轉折期；2010年代至今的多元化成熟期。

（一）新興期（1983－1990）：我國軍事電視劇的濫觴是《少年十五二十時》、《成功嶺上》、《大兵日記》，藉此宣傳基礎軍事訓練單位的生活與趣事。由於軍校與新訓單位是培養初級軍官與新兵的單位，在1980剛解嚴的年代，台灣學生運動剛萌芽的階段，正好又碰上1979年末中共軍校代表團的美國之行。在內外交迫下，國軍需要強化軍隊的忠誠與基礎軍事教育，因此開始宣傳軍校的美好與新訓當兵以護衛國家的重要，這也是此時期開始拍攝軍事電視劇的重要因素。

（二）發展期（1991－1993）：1990年代國軍與民間影視產業同時加入愛情與友情的元素，讓軍旅生活更加真實化，《長官好》、《軍官與淑女》、《大地勇士》，並進行主角內心戲特寫，除了強調軍中紀律嚴明與嚴肅剛直之外，也是講求人性的地方，內心戲的刻畫實則豐富了閱聽眾的期待。而《長官好》首創在劇中沒有對白時插入旁白說明劇情。另外，1995年至1996年適逢台海危機，在此背景下，由朱延平執導的電影《號角響起》上映，劇情不符合事實，惹惱軍方，成為軍方不支援拍攝軍教片的導火線，我國軍事電視劇空窗近七年。

（三）轉折期（2010－2011）：為了宣傳募兵制，國防部又復出協助民視在成功嶺拍攝《新兵日記》、《新兵日記之特戰英雄》，開始拍攝新兵與他們下特戰部隊受訓的情況，軍人形象轉為詼諧逗趣的商業化，國軍也轉主為賓，且軍中男女內心戲的刻劃比第二階段多出許多，始有偶像化的現象。

（四）成熟期（2011－至今）：此時期軍事主題電視劇相當多元，有講述新兵下部隊參與特戰訓練的趣事，也有中華民國國軍在中國大陸時期的抗日及撤退來台抵禦中共的戰事描述，亦有空軍飛官抗日的歷史劇，另有講述退伍軍官與家人之間的親情內心戲，同樣也有總統府憲兵單位與特勤部隊的刻畫描寫，最後是以女兵為主角的《女兵日記》，是我國軍事電視劇最多元的一個時期。

國防部發言人陳中吉（中央社，2017.3.19）最先提出「軍事形象劇」一詞，目的是為了提升國軍尊嚴和士氣，重塑國軍保國衛民優質形象，而2011年建國

百年大戲《勇士們》則是以軍事偶像劇自居；雖然這兩部電視劇同為國防部出資且目的相同，但「軍事形象電視劇」是以 2017 年製播的《最好的選擇》發軔，研究者推測是受到自 104 年起推出「國軍形象月曆」一詞衍生而來，故本文之後便以國防部採用的「國軍形象電視劇」來指稱當代的軍事主題電視劇，因為「形象劇」一詞亦有以形象為商品，用故事來行銷的目的。

近幾年，國內有幾篇論文在探討我國與大陸的軍事主題電視劇，主要分為閱聽人研究與文本分析兩大類。閱聽人研究以陳靜君（2014）為代表，以體驗行銷為理論基礎，並以軍事電視劇《新兵日記》作為研究主體，以網路問卷調查法與深度訪談探討閱聽人在收視態度、體驗價值、國軍態度、收視體驗之內涵的相關資訊。研究認為收視體驗會正向且顯著影響體驗價值、收視態度、國軍態度。藉由正面行銷國軍的形象便能提高收視閱聽人對國軍的正向態度。文本分析則有康靖尉（2014）、李信邦（2015）、邱奎蜜（2017）（請見表4之整理）。

表 4：我國軍事電視劇近期研究統計

名稱	體驗行銷運用於文化創意產業之效果研究—以電視劇「新兵日記」為例	中國大陸軍旅劇的敘事分析—以《火藍刀鋒》與《我是特種兵2》為例	電視劇本創作與編寫—以民視新兵日記為例	電視劇《一把青》劇本之研究
研究				
作者	陳靜君	康靖尉	李信邦	邱奎蜜
研究年份	2010	2014	2015	2017
研究方法	網路問卷調查 深度訪談	敘事分析	問卷	敘事分析
研究目的	體驗行銷應用在軍事電視劇。	藉由影像刻劃解放軍之意識形態，並傳播「人人可當兵」、「努力就會成功」的形象。	如何創作或改編一齣家喻戶曉的連續劇，寫一齣能引起觀眾共鳴的劇本。	小說翻拍成電視劇的轉換過程，並分析困境與優勢。

資料來源：本研究整理

第三節、敘事理論

敘事學一詞出自1969年由屠德洛夫（Tzvetan Todorov）的著作《〈十日談〉語法》：「結構主義敘事學作為一種形式主義批評，將注意力從文本的外部轉向文本的內部，著力探討敘事作品內部的結構規律和各種要素之間的關聯。（轉引自申丹，2014：11）」敘事學是在歐陸結構主義思潮的背景下誕生的，索緒爾語言學研究的諸多創見，對於早期敘事學研究頗有影響。隨著歐美文學研究在目的、方法和風格方面的變化，故事和小說分析的形式化傾向逐漸明顯。例如「毗鄰軸」（涉及組合）、「系譜軸」（涉及揀擇）之相關概念，便影響了Propp對俄國民間故事的分析，此實為敘事學文本分析一個根本的特質和取向（申單、王麗業，2010）。

一、電影文本的敘事者

敘事者（narrator）就是向觀眾敘說故事內容的人。而電影文本的敘事者可分成兩個層面，第一個層面是人格化的角色敘事者（character narrator）從虛構世界架構起來的框架內來說故事。如該角色敘事者屬於其所述故事裡的角色，則稱為「同質敘事涵敘事者」（homodiegetic narrator）。假如角色並未出現在他們所講述的故事裡，則稱為「異質敘事涵敘事者」（heterodiegetic narrator）。敘事者在第二層面的功能，見於影像和聲光的整體控制，此為外在的、非人格化的敘事者，稱為「外敘事涵敘事者」（extradiegetic narrator）。此類敘事者在電影裡不見容於口頭論述，而是透過一領域的電影符碼和表現管道顯現出來。相同的故事情節會因敘事者的觀點、權力不同，以及客觀、公正、可靠程度的不同，而產生極大的差異（Allen，1992／李天鐸譯，1993：82）

二、敘事觀點

「觀點」或稱「視點」（point of view），其定義就是我們觀看事物的所在位

置，更廣義的說，也就是我們觀看事物的方式。而「敘事觀點」是指故事人物的視覺焦點，其凝視或注視支配一整個段落（呂妮霖，2008）；廣泛來說，則是敘事者對虛構世界中人物事件的整體觀點。敘事者可以主控者詮釋之，載入於文本裡，負責敘述虛構世界裡的諸象（Stam Burgoyne, Hitterman lewis, 1992／張梨美譯，1997：148）。

另一位法國敘事學家簡奈特（Gerard Genette）在1969年《敘事話語》中根據托多洛夫的說法，將「敘述」細分為敘述話語（discourse）、敘述行為（narration）（廖素珊、楊恩祖譯，2003）。由於敘事觀點所代表的功能過於複雜，Genette又將之分成敘事焦點（focalization）與焦點敘事（focalized）。前者指敘事者敘述虛構世界裡所有事情，敘故事可以把特定人物當作意識反省的中心，或「溝通頻道傳輸敘事素材，活動等，是特意指定整體敘事機制（instance narrative）作為那位人物觀點來詮釋事件這動作，在敘事中的觀點多為指定或分派給某一人物。（Aumont, Marie, 1988／吳珮慈譯，1996：172）。另Genette又將敘事焦點分為三種類型：非焦點敘事、內在敘事焦點、外在敘事焦點，在以下分述：

（一）非焦點敘事（Non-focalized）

指在敘事裡，沒有任何人物的情感、理解或認知觀點凌駕於其他人之上。Genette又將非焦點敘事比喻作「全知敘事」或「作者全能觀點」，全能觀點事實上是導演的意識或觀點，因為鏡頭顯現的不一定是角色所看到的事件。但除非是紀錄片，沒有主角，否則全能觀點大都和其他人稱敘述觀點相結合，使鏡頭變成「有焦點的達觀」鏡頭的全能敘事觀點，可以展現人事面貌，或是一件事情的多重看法，而造成對應或對比。全能觀點也可以表現同一時間不同空間的交插並置，展現劇情張力。當鏡頭擺脫出某一角色的觀點時，觀眾更直接感受到導演的創作意識，因為任何的視角都變成導演的意識投射。這時，藝術性的考慮幾乎全受導演的控制，為與不為之間任由他取捨。因此，導演必須特別注意到鏡頭的自然感，

否則會曝顯出牽強造作的痕跡。

（二）內在敘事焦點（Internal focalization）

即以某人物的意識為焦點，成為有限眼界；焦點可能永遠集中於一人或交替於一、二人之間，甚或「多元」化，如「第一人稱觀點」或「第二人稱觀點」。電影第一人稱通常表現事件發生時間和談論事件時間的差距，所以最適宜追憶或回顧。換句話說，當電影由「我」的旁白開始小說的第一人稱敘述也極適合往事回憶。不過，用「我」來描述現在文字書寫或以映象呈現，一但事件被敘述，敘述已成過去，電影的第之後呈現的映象大都是捕捉已經發生過的事。故事隨著情節發展而步入未來的確也極普遍。當然藝術的本質，不論以人稱常需要旁白，而旁白又使鏡頭敘述更複雜。旁白甚至可以幫助主角（我）和觀眾產生親和力，所以即使「我」是個盜匪惡棍，觀眾也會對他產生同情，旁白的文字有助於觀眾情緒上的認同。至於第二人稱，作品較少，在文學中有時把我叫作「你」，似乎說話者從「我」身上跳開來審視自己，以「你」稱呼，增加適度的客觀性，詩和散文較適合這種敘述人稱。電影則較難如此處理，但當個人看信，書信裡所稱呼的「你」事實上是看信的「我」，這時若藉映象重疊和旁白，可產生類似的效果，信的內容由旁白展示，而信中所提到的「你」的活動，可藉由映象重現和看信的動作相疊，暗示「我」經由讀信的動作，除此之外，電影不易由「你」敘述。

（三）外在敘事焦點（External focalization）

近於「攝影機」式的客觀紀錄，不帶特殊主觀意識，如「第三人稱觀點」。例如，鏡頭從電影開始到結束，都緊跟著某一特定角色，而這個角色又不以「我」的旁白敘述，那麼這就是第三人稱的敘述觀點。表面上，大部分影片都是以主角為核心，因此這是電影最普遍的敘述方式，但全片能嚴格遵守此敘述人稱的並不多，大都是和全能敘事觀點穿插運用。導演讓觀眾看到主角的所見所聞，但另一方面又提供視覺以外的景觀，讓觀眾更能掌握比較完整的情境。通常嚴格的可能是懸疑片，主角在蛛絲馬跡中摸索，在摸索的過程中，觀眾和主角一起由已知的

到揣測未知。這種特定觀點可增加戲劇的強力。

敘事觀點研究要特別注意的是，敘事者相對於故事中的位置，以及這個位置對整個故事結果的影響。相同的故事情節會因敘事者觀點、權力的不同，以及客觀、公正、可靠程度的不同，而產生極大的影響。如同Allen曾經說過：「敘事人對故事的影響力，與陶器匠的技術對陶器的影響是一樣的（Allen, 1992／李天鐸譯，1993：82）。」

三、敘事時間

梅茲（Metz）指出，敘事本身含有兩種時間，一是「故事本身的時間」，即整個故事歷經的時間長度，二是「說故事的時間」，即影片長度，基本上，故事事件按時序進行，但論述能改變故事情節的順序，如倒敘或插敘，事件可依任何順序進行。其次，論述亦能改變事件發生時間的長短（Allen, 1992／李天鐸譯，1993：83-85）針對影片長度的問題，Genette以「步速（pace）」的觀念來分析，而Chatman又再加上「延展」，本文以這五類來探討故事時間與論述時間的關係。

- （一）摘要法（Summary）：論述時間比故事時間短。故事情節被濃縮，如把數小時或數天發生的事濃縮成幾分鐘。
- （二）省略法（Ellipsis）：和摘要法相同，但無論述時間。亦即敘述已終止，但故事的時間繼續。電影剪輯師在「切」時，必須選擇第一個鏡頭裡適當的景格下手，再和下個鏡頭膠合，但Chatman亦特別說明，「切」和省略並不完全相同，需要仔細加以辨識，省略專指時間的跳接，而「切」可能涵蓋空間的移置，不是處理時間的專利品，電影中，「省略」的運用，會讓前後兩景瞬間跳接幾十年，有時會讓觀眾感受到時空的錯愕感。但這與是否「切」或「溶」的運用無關。
- （三）現場描述（Scene）：故事時間和論述時間相同。鏡頭完整呈現故事經過，沒有跳接，鏡頭不再縮減或延長事件的過程，論述時間和故事

時間大略相同

(四) 延展法 (Stretch)：論述時間比故事時間長。如慢動作。

(五) 暫停法 (Pause)：論述繼續，但實際上事件或故事時間已停止。故事的動作似乎在此暫停，而由論述接手，除無故事時間外，其餘和延長法相同，如停格畫面。電影故事或事件暫停的例子較少。一般以「凝結」(freeze)顯示，畫面就此打住不動，如一張相片，但旁白繼續。旁白有時以諷刺性的語調評述這種映象表面和真相的對比，有時從該事件的現場跳開，以過去或未來的樣貌和現有的事件相對應。

藉由上述處理時間的手法，「說故事的時間」就能夠巧妙地處理「故事本身的時間」，而使得某些片斷或事件，延長或縮短其發生的時間長度，減慢或加快動作等等 (Dick, 1990／邱啟明譯)。這些面向都會幫助或阻礙觀眾對故事時間的建構，而且，時間的再現也因歷史傳統和個別影片的脈絡有所不同 (Bordwell, 1985／李顯立譯，1999：124)。Allen以電視為例，檢視時間扭曲將有助於瞭解電視敘事者之特質。如畫面按時序依次出現，論述時間與故事時間一致，則敘事者介入的愈少，愈隱密；如畫面不按故事時序出現，或一直重複，論述方式扭曲了故事時間，則敘事者的介入就愈明顯。

藉由上述敘事理論可以得知，其目的要讓閱聽人明白除了閱讀表面的實質形式外，更要了解其深層敘事的形式，亦即從閱讀「文本內」的意涵提升到閱讀文本間」的關聯，Chatman也指出，敘事理論就是從表面解碼到深層敘事結構的分析。

Chatman (1980) 認為，不論是報紙或電視，所有新聞都應包含情節、人物與場景三者，故事和話語相互依賴，全都服膺於作品的結局，換言之，任何原始素材被組織成情節時，故事／話語的區分早已融合在一起 (Chatman, 1990)。Chatman所做的圖形與分析架構，他將敘事區分為兩個部分，一個是「故事」，指

的敘事所描繪的內容（what），包括行動（actions）和事情（happenings）、角色（characters）與背景（items of settings），另一個則是「話語」，即故事如何表達的部份（how），包括時間順序（也就是事情發生的時間和論述時間之間的關係），和事件元素的選擇（例如文本的連貫性），最後所使用的媒材特性也會影響到敘事如何具體呈現。影像敘事同時包括描寫與模仿、視覺與口語的相互作用。）對 Chatman 而言，無論呈現方式為何，只要故事文本包含一連串的事件、藉由角色來表現和經驗、具有敘事情境，都可稱作敘事（narrative），因此戲劇、小說、電影、電視都符合上述三個故事的條件。

總的來說，「故事」是敘事中描述的內容、所描繪的對象，由具有邏輯的動作、事件和人物組成。「論述」，則是如何「表現」，是組合系列事件的方法，由時式、再現模式、敘事之角度與方式組成，其中包含了敘事觀點、敘事者、時間等（林東泰，2011）。

四、敘事結構

敘事理論範疇中諸多著名學者均提出許多分析架構，諸如李維·史陀（Claude Lévi-Strauss）的「二元對立結構」；羅蘭·巴特（Roland Barthe）的「功能」、「動向」、「敘事活動」；屠德洛夫的「命題」、「序列」和「文本」；吉內特（Gerard Genette）的「情節」、「本事」、「敘事」三層次（林東泰，2008）。本研究將援引普羅普（Vladimir Propp）的人物角色功能分析和查特曼（Seymour Chatman）的敘事結構兩個分析工具，針對《最好的選擇》中的角色、情節、場景進行解構。

由上可知，由敘事學發展而來的敘事理論是關於敘事、文本、敘事結構以及敘事性理論的綜合學門。敘事分析有助於理解、釐清並解構文本內容，進而明瞭文本的結構、性質等敘事系統及其背後的文化脈絡。兼具結構主義和形式主義血統的敘事理論有助於研究能同時關照文本構成的整體性與文本內容的形式，不受題材、內容、意義、價值所框限。

第三章、研究方法

第一節、國軍形象電視劇的敘事分析架構

根據Jane Stokes，當分析目標為單一文本，或一組文本的敘事結構時，適合採用敘事分析（Narrative analysis）。敘事分析可運用在電影、電視、廣告、歌曲，乃至任何描述故事的媒介（趙偉紋譯，2008：30）。Witten（1993：105）認為，電視劇講述有關我們自己的故事，提示我們社會習以為常的規範。電視劇的敘事，強調的是「社會變遷下的調適力強」、「世代差異與磨合」、「社會階級明顯」、「人道關懷的性格」等主題的形象建構，加上電視劇有較長的故事時間鋪陳，因此，適合從不同面向作細微的討論。

本論文將從敘事理論出發，藉由查特曼的敘事架構中的內容形式與表達形式兩個分析層次（見圖2），釐清電視劇中場景、角色類型和情節等敘事要素意涵，故事分析將擇取《最好的選擇》中的核心事件與衛星事件來分析，並以Propp的角色功能，綜合分析其文本結構。

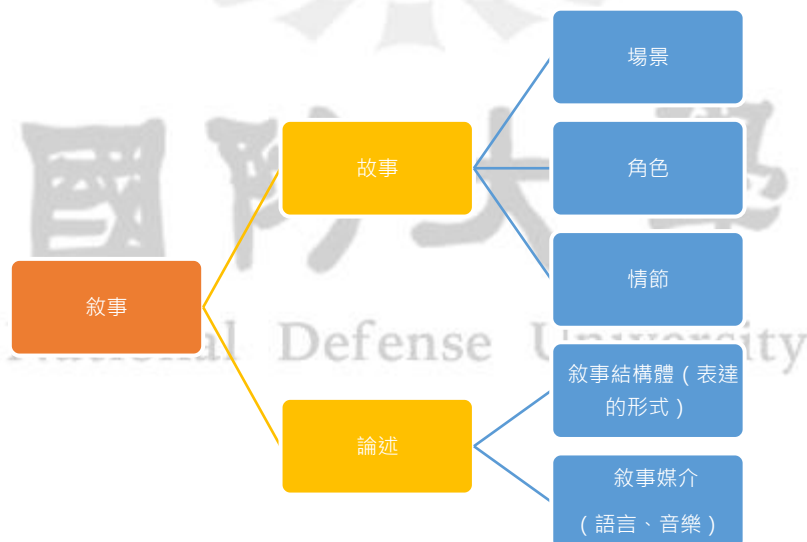


圖 2：Chatman 的敘事二元結構說明圖

就故事內容來說，可由Chatman（1980）所衍伸的分析架構，在「靜態過程」主要分析場景、人物；牽涉到「動態過程」時則是事件的發生狀態（見表5）。動態的分析是故事的劇情結構，例如有哪些核心事件、衛星事件、偶發行動與主要行動，事件與行動的因果結合為何？至於靜態的分析，主要看角色和場景的安排如何？哪些較偏愛角色與場景相互連結組合。整體而言，其目的是要找出一則敘事中事件發生的順序，以及這些要素是如何連結與組合。徐岱（1992）、施漢昇（2010）指出，談到敘事空間時，地域空間能塑造人物性格，相似的地理環境能影響敘事作品上的風格、情調、氛圍、風俗和人物性格的形塑，另外，地域空間也能扮演精神文化空間的象徵，是種社會關係的具體表現，能召喚共同記憶，因此，情節的設計和安排都會受到限制。

表 5：Chatman 靜態過程與動態過程分析架構

靜態過程	場景分析	分析節目的場景環境，了解節目中玉山特勤隊呈現的氛圍，與隱含的意識形態。
	角色分析	分析主要角色的個性及指涉群體，並以 Propp 的角色功能表將之定位。
動態過程	故事情節分析	透過核心事件與衛星事件分析，綜觀敘事脈絡，尋找本劇所要傳達的旨意。

資料來源：修改自《電視劇：戲劇傳播的敘事理論》，蔡琰，2000，臺北：三民。研究者自行定義。

張方譯（1997）指出，分析故事時不能只集中討論事件的組成，事件的發生與進行都需要靠人物的行動，故事將人物放置在與事件相關的序列關係，使得各種角色能產生種種的功能特性。Chatman 更進一步說明，角色除有 Propp 提出功能性概念外，分析「性格特徵」也是一種方式，藉由敘事的形容詞將個體人物貼上標籤，或是將人物性格的描寫放置在特定的名字之下，但不單只是專名，性格的特徵在各式各樣人物間流通，因此，可被視為是性格特徵的聚合體。張方另指

出有關人物性格的刻劃是觀照歷史為出發點，人物的假設個性是歷史性的維持我們特定的文化與價值，性格特徵是指陳生理、心理、行為和語詞，使得虛構人物被完整拼湊。在人物分析部份則藉由 Propp 分析架構（見表 6）和上述概念，能使人物角色在戲劇中給予特定的功能地位，得以釐清每個角色牽動故事發展的功能與地位。

表 6：Propp 七種角色功能表

壞人	執行所有與英雄對立與戰鬥的行為，是主角追求目標的阻力。
贊助者	提供英雄某種動力，讓英雄找到某種形式的神奇力量。
協助者	幫助英雄減少匱乏或不幸，並且跟隨英雄一起各處行動，已完成目標，另外也負責解救英雄。
公主	讓英雄接受困難任務的人物，彰顯英雄對戰鬥事件的主動行為。
使者	當不幸降臨時，要求英雄完成驅除不幸或解除匱乏任務的人
英雄	劇中主角，通常主動或是被動的執行抵抗壞人
假英雄	某種程度與英雄共同完成任務，但卻諉稱功勞，有意領取英雄戰利品的人。

資料來源：《電視劇：戲劇傳播的敘事理論》（頁 104-105），蔡琰，2000，臺北：三民。

而在論述的方面，蘇峰山（2004）指出，論述意旨論理、交談的過程，也就是在交談過程中表現的具體形式內容，如從一段對話中，藉由語言的運用讓意義相互往返的過程，重視日常語言運用及溝通，社會互動是行動者在「行為」與互動「認知」之間進行，藉會話交談瞭解社會制度結構的具體運作和形成的過程，談話結構的生產能再製社會行動的模式。陳玉箴（2005）指出，透過對話分析的方式，能夠探討說話者如何建構事件的真實，站在何種地位與立場建立自己的觀點，鞏固在人與人相互交談中的觀點真實性。因此，本研究欲探究國軍電視劇內人與人間交談對話中，如何透過論述建構國軍形象。

第二節、國軍形象電視劇的敘事分析步驟

本研究選擇文本分析的對象，是有鑒於過去學者在影視文本研究上的貢獻，泰半以軍事電影、微電影、廣告文本為主，而電視文本為少數。近期學術研究如李宇翔（2017）、周禹彤（2015）、姚羽捷（2014）、胡光夏、陳竹梅（2013）、陳佑慎（2012）、熊益華（2007）、鄭好媛（2003）等人，皆以軍事電影及微電影文本分析，在電視劇文本方面，僅陳靜君（2011）一篇，故本類型之電視劇研究在數量上相對較少，為彌補此一研究缺口，本研究選擇目前的最新電視劇為研究主體。

有關電視劇的分類基礎，根據蔡琰（2000）提及我國電視劇，最簡單的分類方式是「長度」，舉例來說，單元劇播出時間通常在半小時、一小時內播畢，最多兩集為一個單元，劇中角色相同但故事不連續，此類劇型稱作單元劇；連續劇類型意指有固定播出時間，劇中角色相同且故事相互扣連，比起單元劇需要更長時間展演故事，連續劇在說故事時也有一定的順序；其次則以「地區」劃分，如近年流行的「日本劇」、「韓國劇」等，第三種分類方式為「年代時間」，如講述清末的「古裝劇」、發生在現代的「現代時裝劇」，最後則是以電視劇「主題」區分，如愛情故事、警察故事。軍事電視劇的講述主題多元，敘事發生的年代從抗日、國共內戰、到現代軍旅皆有，敘事地區上擴及大陸地區，在缺少聚焦的分類方式上，不足以作為電視劇的命名，因此，爾後替軍事電視劇分類時，本研究將採用蔡琰（2000）以最簡單的戲劇「長度」分類方式來區分軍事電視劇類型。而蔡琰以Chatman所述之故事結構要素與定義（見表7），為電視劇研究者，提供很詳細的研究框架。

表 7：Chatman 所述之故事結構要素及定義

狀態	存在條件	面向	稱謂	人稱	
			品質	氣氛	喚起心境、語氣直述、假設、祈使
				特點	寫作特性
		情節顯著程度	背景	時間	對時間的交代
				空間	對地點的交代
			角色	故事中所登場的，抱持某一立場或態度的事件相關人物的描寫	
過程	情節	方式	偶發事件	故事中所提及的偶發事件，而與故事發展有關係者。此類事件的發生並非全然人為且無預謀	
			行為動作	故事中所提及的事件，而與故事之發展有關係者。此類行為的發生系角色有目的的所為	
		事件	核心事件	發生／進行著的主要故事線	
			衛星事件	發生／進行著的故事支線，通常所占的篇幅與持續時間皆少於核心事件	

資料來源：《電視劇：戲劇傳播的敘事理論》（頁 38），蔡琰，2000，臺北：三民。

經文字說明研究方法的應用後，下述的分析架構表能提供清楚的概念，本研究選取《最好的選擇》電視劇，分析電視劇中的敘事及其背後國軍形象的研究，就故事層面上，分析事件、角色、場景，理出電視劇中說什麼故事，就論述層面上，藉劇中人物間的交談中，釐清如何建構國軍形象。

在分析步驟上，首先針對國軍形象劇的故事場景分析（見表 8），對故事文本的場景設定、背景進行剖析，並探究這些場景背後的意涵，呈現軍旅社會和現代社會之間的差異性。透過實體的操課訓練場地、山隘行軍、劫機反恐、深入救災的現場，便是與一般的青春形象劇的小情小愛有所不同，而場景又經常是反映部隊生活的具體描述與隱喻，因此從敘事分析探究軍事文化精神，不但能看出角色對軍人職業的認同，也能察覺敘事者背後的意涵。

表 8：主要場景分析表範例

場景				
次數				

第二是故事角色分析（見表 9），藉由角色的安排、性格的刻畫，呈現軍人與民眾之間的差異，凸顯軍人的價值。透過 Propp 敘事分析，去解讀劇中角色的七種型態與功能。本劇除了以軍人為主軸外，也伴隨著社會各個階層，例如：老師、高中生、大學生、有意願從軍的、退伍後充滿回憶的、退伍後走偏路的，將於第四章細談。而軍中是階級分明且紀律嚴明的小型社會，服從、晉升、受訓、義無反顧、毫不猶豫。藉由角色的分類的，將更仔細的說明個角色所代表的意涵。

表 9：主要角色性格刻劃範例

演員姓名	角色功能	人格特質

第三是故事情節分析（見表 10），透過本劇核心事件與衛星事件的安排，找出軍事電視劇基本的故事情節，軍事電視劇雖然脫離不了軍事任務的主線發展，但仍有兩對男女主角的愛情追逐、峰迴路轉的情節發展。沒有了抗日、剿共的沉重歷史，著重在現代部隊的精實訓練，如此安排，可以扭轉閱聽眾對於軍事電視劇的刻板印象，並潛移默化的接受劇中觀點。

表 10：反恐劫機核心事件與衛星事件順序表範例

核心事件	衛星事件	發展	結果

Propp 強化了亞里士多德闡述敘事結構的觀點，提出三十一種敘事功能相對應，分析後能獲得故事的縱軸層（見表 11）。

表 11：Propp 事件三十一種敘事功能分析表範例

階段	Propp 的功能	劇中主要角色 與事件	出現角色
準備階段	失蹤、禁令、違規、偵察、洩密、詭計、共謀		
複雜化階段	缺乏、調解、行動		
轉移階段	出發、考驗得到獎賞、英雄的反應、得到魔法使者、空間轉移		
鬥爭階段	戰鬥、烙印、標記/苦難、勝利、解決		
返回階段	歸來、迫害、解救、悄然返家、無理取鬧、難題、解決		
公認階段	認可、揭發、新形象、懲罰、結婚		

最後則是論述分析（見表 12），透過劇中角色的對白，挖掘出文本背後的意義，分析出本劇的共敘事，宣揚、教化、灌輸、改變閱聽眾對國軍的印象，提高支持國防的理念。研究者想探究的是，以電視劇為載體的形象再現，是否能加深閱聽人對軍人的認同。此外，本研究者意欲從表 12 中透過劇中論述時間與敘事者觀點兩者，強化本劇在電視劇予以觀眾真實感受上的特性為何。

表 12：論述分析表範例

集數	分析項目	論述觀點
	主要敘事者	
	人格化敘事者	
	非人格化敘事者	

第三節、國軍形象電視劇《最好的選擇》之介紹

《最好的選擇》是由國防部出資，委由靖天集團製播，國防部於2017年三月投入1280萬元拍攝16集「國軍形象連續劇」，並請梁修身擔任導演，希望能提升國軍尊嚴與士氣，更期盼能與韓劇《太陽的後裔》達到一樣的效果。《最好的選擇》中的主要拍攝對象是「玉山特勤隊」，是參考俗稱「涼山特勤隊」的陸軍航特部高空特種勤務中隊之編組與任務內容。國軍備戰而不求戰，面對多元複雜之國內外情勢，特勤部隊不僅專注戰訓本務，亦須協助打擊犯罪、反恐、反劫機等國家安全支援任務。陸軍特勤部隊具有隱匿、機動、飄忽、奇襲與震撼等特性，並可依敵情威脅、任務特性、作戰需求等實施彈性編組，可執行快速反應、靈活機動、短距突擊、遠程狙殺、地空火力導引、滲透破壞，以及全域、全時通信能力的現代化精銳部隊，平時擔負北、中、南地區快反制變、重要目標防護、反恐應援等任務，並肩負災情蒐報及高寒地救援工作。

近年特勤部隊亦投入支援災害防救，如「蘇迪勒颱風、尼伯特颱風鄉民撤離」、「空軍AT-3教練機搜尋」、「0206臺南維冠大樓搜救」，以及「大雪山、雙崎山山難搜救」等。特勤隊員的培訓是藉由營造高度緊張的環境，配合體能磨練之雙重情況，提升人員抗壓力與意志力，成員必須具備過人的膽識與戰技，擁有鋼鐵般的意志，讓體能達到極限，還需超越極限。另排定日夜倒置、不間斷的反恐、特攻作戰訓練，以及軍用格鬥與戰傷救護等課程，從而習得反恐與特種作戰技能。本著勤訓精練，不怕苦、不畏難的精神，成為令敵聞風喪膽的特戰菁英。

本劇有兩大核心事件，上半部是反恐任務，下半部是災害防救。根據106年國防報告書指出，中共藉「絲綢之路經濟帶與21世紀海上絲綢之路」(一帶一路)擴大外交與經濟戰略布局，並加速發展全球與區域投射軍力；北韓尋求建立核武與提升彈道飛彈能力；而我國因兩岸交流密切，卻輕忽了中共仍持武力犯台的意圖。而本劇便是要喚起國人的居安思危意識。另一方面，涂傳均(2012)研究指

出參與救災行動最能打動民心，獲得民眾高度認同與讚許，並重塑軍隊優質形象，固本劇便要呈現新現代的國軍菁英將訓練發揮在救災上的專業與形象。

本劇演員中，陳禕倫飾演玉山特勤隊中隊長少校余英傑，袁艾菲飾演的音樂老師賈云希，高山峰飾演的玉山特勤隊隊員上士黃柏烈，安唯綾飾演的軍聞社新聞官上尉陶筱儂（見表13），這兩段浪漫愛情故事為主軸，加上特勤隊實際操課、山隘行軍、潛水操舟、反劫機任務、還有災害防救的素材，使閱聽眾在觀看電視劇的同時，不知不覺地感受到國防力量的展現，使得敘事元素更加多元化，也讓本劇更具有分析的價值。

表 13：《最好的選擇》主要演員一覽表

演員	角色	職業
陳禕倫	余英傑	陸軍玉山特種勤務中隊少校中隊長→中校中隊長
袁艾菲	賈云希	莊敬高職音樂教師→偏鄉雲海國小教師
高山峰	黃柏烈	陸軍玉山特種勤務中隊上士→三等士官長
安唯綾	陶筱儂	軍聞社空軍上尉新聞官

資料來源：研究者整理

透過特戰菁英的故事，可以傳達出國軍官兵從嚴從難、艱苦訓練所鍛鍊出的強健體魄與堅實戰力，以及在軍旅日常的磨練，深植心中「愛國家、負責任、重榮譽、守紀律」的核心價值（見表12）。軍事發言人陳中吉說，透過本片劇情宣揚國軍募兵轉型及國防自主政策，增進國人認同與支持，並結合戰演訓及救災感人事蹟，將官兵從軍心路歷程一一呈現，以建立國軍保國衛民優質形象（蘋果日報，2017.3.19）。

研究者將本劇定義為，以軍事任務為主、浪漫愛情為輔的「軍事形象劇」。透過特戰菁英的故事，傳達國軍官兵從嚴從難、艱苦訓練，所鍛鍊出來的強健體魄與堅實戰力，以及在軍旅生活的磨練中，深植在心中「愛國家、負責任、重榮譽、守紀律」的核心價值。劇中除了有氣勢磅礴的作戰演訓畫面，榮辱與共的國

軍同袍情誼，也有兩地相思，倚窗望月的愛戀情節，更描寫出軍人在同時面對任務、家庭與親情、愛情時，永遠只能以部隊為先，任務為重，作為心中唯一的選擇。透過張力十足的劇情鋪陳，以及演員的用心詮釋，展現軍人豪情壯志、剛直堅毅、團結專精、勇往直前的優質形象。

軍事劇是以描述戰爭、軍隊或軍人生活為主，具有鮮明的軍事特徵，其中又可劃分成三類，即古代軍事劇、近代革命劇和現代軍旅劇，前兩類通常以歌頌為主，強調歷史發展的必然性。近年來，在倡導主旋律敘事的大前提下，以非常重視其娛樂性，英雄人物也趨向凡俗化和人性化（楊曉林，2012），以民視2010年《新兵日記》滑稽的入伍訓練，可見一斑。而形象劇是源於日本，並從1990年代初期由衛視中文台引進，富有青春氣息和時尚潮流，表現年輕人愛情、友情等感情糾葛，目標對象也以年輕人為主體，作為我國國產青春形象劇正式登台亮相的是2001年華視播出的《流星花園》。

根據立委馬文君（2017）的媒體投書，這部戲雖然製作經費有限，但是在拍攝過程中，國軍可說是三軍總動員，支援演出的武器裝備以及官兵都全力投入，支援規模空前。此外，《最好的選擇》在 LiTV的「台劇」類別中，以1、2集上架一周，點擊數已破5萬次，表現非常亮眼，可見還是有許多人相當肯定這部國軍的形象劇。

本研究文本《最好的選擇》屬於我國防部沉寂六年後的首部軍事類電視劇，與前一齣同為國防部出資委託的《勇士們》的內容不同，《勇士們》分成三個時期：「光榮時刻—抗日名將 張自忠將軍的故事」、「關鍵一刻—奮勇小兵金門裝甲兵的故事」、「承先啟後—嶄新思維 現代軍官的故事」分別記錄國軍在不同時代的歷史。文宣政教處長池玉蘭說，《勇士們》內容不像《新兵日記》逗趣搞笑、好笑，但卻記錄國軍幾場重要戰役與現代化經歷。對於外界批評影片步調緩慢，她說，會在第三單元加入國軍現代化軍隊救災等，更貼近民眾的內容。至於媒體報導許多模範軍人故事，池玉蘭說，這些事蹟將在日後莒光園地課程中，以單集戲劇的

形式呈現（中央社，2011.10.3）。世新大學副校長陳清河也認為，《最好的選擇》以全新的手法與創作模式，詮釋國軍特勤隊的菁英努力超越自我，為國家犧牲奉獻的偉大精神，是官方形象片商業化成功的典範（青年日報，2017.9.19）。因此，研究者認為，《最好的選擇》會定調成軍事形象劇，是為求更貼近閱聽眾的生活日常，比起抗日劇，更具有鄰近性，是《勇士們》回饋之後的成果，因此具有研究意義。對於外界質疑《最好的選擇》收視率不佳，國防部長馮世寬在面對立委質詢時認為很多人都說收視非常差，但他回家發現太太在看，「我說你看我就可以了，怎麼看電視？」太太說，這個劇拍得不錯。同時馮部長也說會請政戰部門研擬讓他去演出兩集（中央社，2017.10.25）。

另外，也必須提到媒體的質疑聲浪，媒體認為《最好的選擇》收視率比《勇士們》還差，但陳中吉強調，《最好的選擇》是透過緯來戲劇台、TVBS頻道、中華電信MOD、手機LiTV等四種方式播出，與當年《勇士們》只在第四台播出不同，而且《最好的選擇》平均每集仍有167萬的觀眾點閱，包括電視與網路頻道的點閱，因此以全台灣2,300萬人計算，每14人即有1人觀賞過（蘋果日報，2017.10.24）。

表 14：《最好的選擇》相關簡介

類型	國軍形象劇
開播時間	2017 年 9 月 2 日～10 月 22 日
播出集數	16 集
導演	梁修身、張家政
編劇	吳思惠
製作人	樂希德、盧慶雄
官方網站	緯來戲劇台

資料來源：《最好的選擇》官方網站

第四章、國軍形象電視劇之敘事分析

本章節依照電視劇架構的敘事分析，依照論述、場景、角色、情節作歸納綜整，並回答兩項研究問題。

第一節、《最好的選擇》場景分析

《最好的選擇》故事發生時間為現代，即 2017 年我國的特勤部隊，劇中再現許多訓練場及營舍地景。場景可以讓閱聽眾辨別故事空間與時間，看到場景就知道是軍事劇，以下就以故事場景出現的頻率（見表 15）來分述本劇的主要場景與次要場景：

表 15：故事場景出現頻率

主要場景	隊長室	國軍醫院	沙灘	戰技館	叢林	健身房	次要場景
次數	7	4	4	4	3	3	1、2

資料來源：研究者整理

《最好的選擇》講述玉山特勤隊的訓練與任務，劇情發生地點主要是台中谷關特戰訓練中心，緣起於民國 33 年 1 月 1 日在雲南昆明北郊崗頭村成立「傘兵第一團」，而後幾經改編，於民國 95 年 3 月 1 日為「陸軍航空特戰指揮部」，受訓場地為繩結法、攀岩、垂降、橫渡溪流、高空走鋼索、直升機垂直升降、還有野外求生訓練，強攻、近戰、跳傘、泅渡。特訓中心的訓練項目可區分山域與水域以及特種技能，山域項目包括繩索下降、徒手攀岩、突擊吊橋架設與通過；水域項目則是封閉式水肺操作、急迫渡河及水上操舟等；特種技能就是爆破、詭雷、C4 及簡易炸藥設置。也就是說每一位特種部隊的成員都要歷經中心的洗禮才能擔起身為突擊兵的基本要求。特種部隊關鍵戰力有狙擊戰、城鎮戰、夜戰、特種作戰、聯合特種作戰。不過軍營風貌，仍如同以往軍教片一般：鋁床鐵櫃、精神標語、訓練場地、大餐廳，與閱聽眾的從軍記憶相結合。

「隊長室」是最主要的發生場景，因為男主角余英傑是玉山特勤隊的隊長，所以批改簿冊、與云希講電話、查看士官長受訓簡章、官兵報請婚假、批可公文，都是發生在辦公室裡。其中可以看到英傑兢兢業業的角色形象，辦公時想睡卻苦撐，讓女朋友苦等電話到凌晨兩點；云希久沒見面想要視訊，但英傑卻說軍事重地不可以開鏡頭。兩人產生誤會，英傑致電，云希卻不接，英傑回顧云希質問他的畫面，聽著雪球音樂盒想念云希。英傑看著士官長的受訓簡章，決定說服柏烈爭取機會，後來趁著筱儂爸爸的質疑，追擊成功。

「國軍醫院」是另外的主要場景，柏烈因公受傷，筱儂去探病。家豪腳踝開刀，英傑去慰問。陶忠德心肌梗塞，玉山特勤隊剛好路過急救，後送到醫院。柏烈穿著軍便服去醫院找陶爸爸，表明對筱儂的感情是認真的。英傑救災時沒有及時的處理傷口，引發多重器官衰竭，緊急進手術室。而劇中的病房、急診室、護理站、手術房，都可以讓閱聽人知道，國軍醫院醫療完善，與民間醫院並無二致。

「沙灘」出現頻率也頗高，顯現玉山特勤隊能征服各種地形，無論是帶隊跑步、作蛙人操、操舟，還是潛水導航，伏岸登陸，嬰兒爬接力，遠處甚至還有海軍軍艦當背景，而磐石軍艦是 104 年下水，另外展現了我國艦國造的國防自主能力，擔負一般油彈補給任務及物資運輸功能。

「特戰綜合戰技館」及「突擊作戰隊特勤訓練館」也是主要的場景之一，特種部隊緣起於民國 33 年 1 月 1 日在雲南昆明北郊崗頭村成立「傘兵第一團」，而後幾經改編，於民國 95 年 3 月 1 日為「陸軍航空特戰指揮部」。特種部隊關鍵戰力有狙擊戰、城鎮戰、夜戰、特種作戰、聯合特種作戰。演員演譯非常流暢的座位式下降、快速下降、單索下降、垂直下降、斜降、還有走突擊吊橋。另外，筱儂去採訪突擊作戰隊林青青教官介紹黑鷹直升機，柏烈剛好駕駛輕型戰術輪車到同一個營區洽公，這兩樣機具都是國軍近期編配的裝備。UH-60M 黑鷹直升機是我國近年籌獲之陸軍裝備，擔負戰備及救災的任務、支援油彈整補及快速運載兵力、傷患後送及空中滲透突擊作戰，具有全天候及多重任務酬載的特性。105 年

撥發的輕型戰術輪車，車身窄可以取代悍馬車，其中 B 型軟頂加槍架車型，裝設有 365 度圓型軌道機槍座，可安裝 T74 機槍或 40 榴彈槍等武器具有 50 公分以上涉水能力。

「叢林」是本劇野外訓練的主要場景：特攻作戰演練、射殺假想敵、潛伏滲透、武裝行軍。而其中四天三夜的山隘行軍，總長 150 公里，期間兩度翻越中央山脈，並且利用山區、溪畔、叢林等地形，實施各項訓練，包括野外求生、詭計設置、隱伏區警戒幕建立，以及夜行軍，藉此提高特種作戰能力。另外也可以看到隊員用竹竿接水、搭竹棚、用石板野炊。

「健身房」是官兵下午體能操練的場所，本劇也安排許多劇情，特勤隊在健身房看到電視新聞發現還有嫌犯在逃。英傑來健身房向隊員宣布隊上要配合年度作戰演訓，調派支援。柏烈煩惱之餘去問健身中的英傑，應該去軍醫院找陶爸爸嗎？可見官兵使用頻率之高。

「城鎮戰訓練場」是本劇的次要場景，英傑帶著隊員操作夜間的限制空間戰鬥、四人小組的人牆戰術。兩隊比賽搜索城鎮，救出人質。而城鎮戰可讓共軍攻臺陷入困境（青年日報，96.12.16 第 4 版），因此本劇也非常重視，臺灣地區密集的城鎮將造成共軍用兵困難度，例如限制部隊機動路線、通信聯絡的複雜；在城鎮地區作戰，也會造成大量建築物損壞、交通癱瘓、飲用水汙染、食物短缺、電力中斷，更重要的是大量居民無辜傷亡，將造成我國民眾對共軍的仇恨與加深對大陸共產政權的敵意，因此城鎮戰是共軍非常頭痛的項目。

在特勤隊營區內，戰技教官在「司令台廣場」教導如何面對較高大的對手做近身格鬥，以及部隊第一式腕式纏法。部隊在「連集合場」保養槍枝、紮裝、準備武裝急行軍，另外也有舉辦接力團康：扛沙包、翻輪胎、拖悍馬、拔河友誼賽。而玉山特勤隊早晨也會在「營區大道」慢跑。安全士官在「值勤桌」接電話及做營區廣播。在「靶場」做衝鋒槍打靶訓練，攻擊前進，及更換成手槍，接著有一女士官結訓歸建，隊長先讓她回寢室放行李，女士官卻回答我不累，隨即投入射

擊訓練。而隊員也在「游泳池」操作水域作戰綜合演練：水域滲透、防水、拋繩、覆舟、收槳、搜索等專業動作。

在核心事件劫機反恐任務中，指揮官在「訓練管制室」下令緊急啟動反恐任務，英傑在「機動情報室」向中隊講解機艙的平面配置、歹徒辨認、乘客名單，憲兵隊在「桃園機場停機坪」將軍火放到指定的位置，英傑打電話欲挽回家宏，最後特勤隊從前後機門攻堅，狙擊手成功射擊，制伏歹徒。

在核心事件土石流救災中，隊員們穿上陸軍橘色救災服、檢整救災裝備，機動到「前進指揮所」執行緊急救災任務，苗栗消防局講解道路坍方路線。英傑坐「直升機」勘察土石流警戒區地貌，救完長濱村村民後，英傑帶幾位隊員步行進入「深山」搜救云希與小葵，因為道路坍方，中途架設繩捆攀登。「救災歷史畫面」穿插其中，化學兵消毒噴灑、甲車運輸災民、軍醫急救、軍人堆沙包、鋸樹。

「空軍航空教育展示館」紀錄空軍捍衛國家的歷史，館內保存空軍歷年使用的各型飛行器及裝備，以軍機懸空、地面立體方式陳展，也是云輝參加航空體驗營的主要場景，另有參觀林怡君教官駕駛經國號戰鬥機。在「飛官餐廳」林怡君與筱農訴苦，很久沒見到兒子。怡君在「飛官警戒室」跟翔翔講電話，但警鈴響起就緊急掛斷。筱農安排空軍儀隊在「空軍第 28 作戰隊集合場」和翔翔共同操槍演出，祝怡君生日快樂，怡君喜極而泣。

云輝看著自己的模型，回想云希為了付他的學費拼命努力，所以搜尋國軍人才招募的網頁，並到「國軍人才招募中心」櫃檯詢問，最後決定報名志願役士兵。而「陸軍專科學校」是云輝去面試及體測的場地。「海軍新兵訓練中心」是云輝新訓的主要場景，與同袍合作無間的堵漏訓練、填寫體位分類檢查表、懇親會期間一行人也參觀了左營軍區故事館，館內結合珍貴文物、史蹟圖檔及多媒體影音，訴說左營軍區與眷村動人故事。另外，懇親會期間，英傑帶云希去 106 年落成的「國防美術館」看戰畫，國軍首座現代化美術館，肩負發揚及保存國軍重要藝術資產的重任，館內典藏涵蓋書法、國畫、油畫、水彩、漫畫及雕塑，連結「武藝」

與「文藝」，全面推動「國軍新文藝運動」。云輝撥交到「磐石軍艦」雲攜帶小葵利用營區開放期間，觀看海軍陸戰隊的儀隊表演、參觀隊史館及巡防艦、驅逐艦的模型、歷年軍裝陳展、台海保衛戰紀錄片燃起云輝的軍人魂。

無論是何種類型角色的英雄故事，時間歷程與空間地點都必須配合當時的故事環境，與所對應的人事物，故場景是搭配著角色與事件共構在某個時間定點當下的時空景象。依據王超駿（2012）指出，官方英雄與救災英雄的場景類型，本劇亦多有呼應：

（一）官方英雄

此英雄最常以從軍報國主題亮相，本劇雖然沒有交代男主角當初就讀軍事院校的背景，但從軍事操練場地、排列方正的營舍、窗明几淨的寢室、整齊劃一的隊伍，仍符合王超駿的研究發現。此外，除了物質層面的硬體景物，軍事化符號的展現更帶有精神層次的象徵，如隊徽、旗幟、口號、標語、歌聲、軍服等，襯托出場景除了在培育澆灌官兵體能戰技外，精神上的薰陶感召更孕育造就出軍人英勇的氣質。

而近年來推動的志願役士兵招募，讓「官方英雄」的場景擴及到英雄入營服務後所屬的建制單位之中，舉凡英雄們所任職的基地、連隊、指揮部，或碼頭、停機坪、辦公室、修護區、訓練場等工作場所，遍及各軍種部隊每個角落。場景的呈現上除了基本的整齊清潔效率，紀律上的一絲不苟、精神上的活躍愉悅、同袍間的互信友誼、長官的關愛照顧、舒適的生活環境、良善的福利與生活照顧等，紛紛納入本劇場景之中，再再顯現出從軍報國的美好以及未來光明的前程與希望。

（二）救災英雄

此英雄所相應到的場景，災變來襲時的慘烈場景，就是救災英雄的醞釀造就之處。場景的鋪陳從連日大雨帶來的土石流切入，不論是部隊在大水四漫中的一片狼藉機動前進、繩索架設在風狂雨驟的山腰水徑、水災頹倒的路樹建築物、堆

積如山的廢棄物、民眾驚惶的神情等等，賦予救災英雄存在的目的與價值，且男主角在煎熬後選擇先用直升機垂降後送災民，才又徒手攀登去搭救女主角，越是艱苦困窘的環境越能顯現出英雄的可貴。英雄操作著機具以及用自己的能力解救災民於水火。最後，戮力馳援任務後的英雄雖然倒下，但抱得美人歸。

而本劇為什麼會出現許多特戰訓練場的場景？研究者認為可能用意有三：1. 以往都以新兵為主，雖然最能達到閱聽眾的理解層次與共同經歷，但都是搞笑逗趣的場面，沒有凸顯國軍的專業與精神。2. 受到探索頻道的紀錄片及韓劇《太陽的後裔》影響，使我國亦欲以此為亮點。3. 陸軍缺員嚴重，藉以招募有志青年。

而從故事行銷檢測真實感與真誠度的方面，研究者認為，本劇不論是在靶場、健身房、城鎮戰訓練場、集合場、官兵寢室皆是直接借用部隊的場地，所以真實感是毫無疑慮的；而在真誠度方面，演員在開拍之前都有加強訓練，許多特戰官兵也有支援拍攝，例如陸家豪中士是由特訓中心副指揮官陳冠宇中校飾演，所以人員在操作上都非常切合實際。過去軍教片永遠會出現的營站、大澡堂、單兵戰鬥教練場不復出現。而這回演繹的是國軍的菁英單位，充滿各種有挑戰性的訓場及危險的任務場景，而劇中角色皆能順利駕馭各種山巔、海濱、以及城鎮戰等各種地形。

另從使用的機具、武器、裝備也可以辨別本劇是國軍形象電視劇。本劇有許多第一次亮相的國軍新式裝備，除了上述已介紹過的 UH-60M 黑鷹直升機、磐石軍艦、輕型戰術輪車。另外也有 AAV7 (RAM/RS) 兩棲突擊車，擔負執行兩棲作戰任務，具防禦攻擊及水上浮游能力，是人員與物資運輸車輛。再來是部隊到桃園機場執行反恐任務時，搭乘 C-130H 型運輸機，此機型可以乘載 92 員士兵或 64 員傘兵，具備短場起降的能力，是國軍目前最廣泛使用的多功能運輸機。民國 77 年升空的 F-CK-1 經國號戰鬥機是我國國機國造的代表，也是劇中林怡君所駕駛的機型，經國號擔負空中及地面攻擊作戰等戰備任務，配備空對空的各式炸彈。2013 年 11 月採購的 AH-64E 阿帕契攻擊直升機可與聯合戰術情報分配

系統（JTIDS）相容，也具有遙控無人航空載具（UAV）、完整的儀器飛行（IFR）的功能，我國是第一個向美國採購此一機型的國家。

場景唯一的缺點就是第十五集及第十六集的地理位置不符合故事時間，女主角云希帶著小葵從新北市石碇區雲海國小下山，上午去了高雄市左營軍港參加磐石軍艦營區開放，中午去鋼琴比賽，下午爬山回學校遇到土石流。而男主角英傑則是下午收到救災通知，機動到前進指揮所，與苗栗縣消防局的長官通力合作，搭直升機去台東縣長濱村救出災民，折返後又步行上山到雲海國小救出女主角。南來北往與左右橫移的速度，是不符合故事時間（一天）的，另外新北市雲山山區為土石流警戒區，應該是新北市消防局來搭救，也會優先在新北市救援，所以此處缺乏真實感。



第二節、《最好的選擇》角色分析

每個故事都少不了人物角色，角色表現出他們性格風貌，也貫穿了整個故事和情節。軍教片常結合作戰事件，角色一部部被提升成為英雄人物，而閱聽眾在收視的同時，英雄行為也幫助閱聽眾完成一種自我實現的成就，但受到草根文化的興起，閱聽眾更期待英雄不再完美，而普通人物如何出頭天（康靖尉，2014）。我國共有八支特種部隊，有陸軍、海軍陸戰隊，及憲兵三個特勤隊，加上陸軍的海龍蛙兵兩棲偵查營、陸軍空降部隊、海軍兩棲偵蒐大隊、爆破大隊和水下作業大隊。在這八支特種部隊中，屬於菁英中的菁英有陸軍的「涼山」、海軍陸戰隊的「黑衣」、和憲兵「夜鶯」這三支特勤隊。而本劇角色便是仿照「涼山特勤隊」的作戰特性，以「玉山特勤隊」來命名此一作戰單位。

一、角色人物特質分析及背景介紹

余英傑跟陳柏烈雙男主角，皆有正義凜然、努力不懈、刻苦耐勞的人格特質（見表 16）。而女主角分為營外的賈云希、營內的陶筱儂：（1）營外的女主角云希多數期待與男主角有更多的相處時間，十分依賴男主角，且男主角常奇蹟式的出現及解圍，符合大多數公主王子的角色設定；（2）營內的女主角筱儂聰穎具才華，且是能體恤男主角工作的女性軍人，但深知軍人工作的危險性，所以面對愛情總是舉棋不定。另余英傑是部隊長的職位，所以多有刻劃以部隊為家、剛正不阿、愛國愛民、照顧官兵的性格。

分析人物的角色性格，有助於區別各個角色之間，在推動故事劇情的位置。本劇共十六集，研究者挑選登場超過四集的人物為基準，挑出上表共十五位的主要角色。除一般的性格描述分析外，下文就更深層次的角色類型分析，增強人物性格外的補述。

表 16：主要角色性格刻劃表

演員姓名	角色功能	人格特質
陳禕倫	余英傑	時而嚴肅時而調皮、正直、有正義感
袁艾菲	賈云希	有愛心、溫柔、勇敢
高山峰	黃柏烈	嚴肅、專業、堅持、有擔當
安唯綾	陶筱儂	聰明、勇敢、仗義直言
黃楚兒	張雅倫	嘮叨、鬼點子多、體貼
張世賢	曾富譽	專業、疼老婆、堅持、肯犧牲
李信恩	陳家宏	衝動暴躁、義氣、封閉
余治賢	林怡君	盡忠職守、思念兒子
民雄	好命	聽天由命、善解人意、熱心助人
古貿瑜	蔡義豐	忠厚老實、優柔寡斷
蘇苡	洪詩涵	忌妒、自私、歧視
翁欣平	賈云輝	好學、有理想
梁修治	陶忠德	忠厚老實、智慧
劉濟民	王校長	熱心助人、窮追猛打
袁若穎	陳小葵	內向、寡言、渴望親情

資料來源：本研究整理

二、Propp 之「故事角色」類型分析

在第二章文獻爬梳過程中，曾說明 Propp 所提出的七種故事角色（表 17），而各角色皆有推動故事發展的功能地位，得以使觀眾釐清角色間牽動故事發展的過程，以下就 Propp 提出的七種角色分析，應用於本部電視劇的陳述。

表 17：Propp 七種故事角色應用於《最好的選擇》角色分析

故事角色	《最好的選擇》角色
英雄（hero）	余英傑、黃柏烈
壞人（villain）	陳家宏、洪詩涵
贊助者（donor）	好命
協助者（helper）	曾富譽、張雅倫、賈云輝、林怡君
公主（princess）	賈云希、陶筱儂、陳小葵
派遣者（dispatcher）	陶忠德
假英雄（false hero）	蔡義豐、王校長

資料來源：本研究整理

玉山特勤隊中隊長余英傑與上士黃柏烈，在本劇中為英雄角色，兩者胸懷大志，為救國救民而從軍。而被追尋的公主角色分別是音樂老師賈云希與軍聞社新聞官上尉陶筱儂。余英傑猛烈追求，也多次救賈云希於災險之中，最終抱得美人歸。而黃柏烈跟陶筱儂這一對鴛鴦，則是筱儂窮追不捨，柏烈卻因為官階低心有顧忌故意冷落，導致筱儂一度迷惘，之後由派遣者筱儂的爸爸陶忠德相約聚餐，才打開兩人心結。黃柏烈是飾演對軍事非常著迷，對工作非常樂在其中，但對女朋友卻是慢半拍的呆頭鵝，時常講錯話惹筱儂生氣，讓閱聽眾為他捏一把冷汗，筱儂則是美麗又敬業，教訓云輝時的霸氣形象，更凸顯女軍官的英姿瀟灑，這一對情侶很討人喜歡。

余英傑符合王超駿(2012)所指稱的「官方英雄」、「楷模英雄」、「救災英雄」。官方英雄是絕對的英雄代表象徵，無絲毫的缺點與瑕疵。精神、意志、言行、表現均為優選。楷模英雄作為組織內部楷模典範的楷模英雄，是受同袍部屬敬重的好長官，也是指揮官、大隊長的愛將，更是到高中職招募時的風雲人物。救災英雄角色的敘事是在「英雄／公主／被害者」三者間的角色歷程輪轉。當災變伊始，英雄接受命令挺身而出，在災變時刻，因自身受到任務吃重、災害帶來的危險、機件超時負荷以及拯救時身心疲累等的多重煎熬考驗下變成「受害者」角色；最後，搭救完公主後，蛻變回受人敬崇的「英雄」地位。

陳家宏是與洪詩涵是壞人的角色。陳家宏原先是玉山特勤隊的隊員，因為出車禍，所以體檢不符合標準，無法簽志願役，退伍後因為誤交損友，返營偷竊步槍，迫使玉山特勤隊與憲兵隊攻堅。之後因東窗事發，無法再偷取軍火，於是與三名同夥決定劫機，脅持人質，要求軍方主動提供軍品及備車，但玉山特勤隊前後包圍班機，保護民眾，最後陳家宏被遠處狙擊手擊斃。洪詩涵是莊敬高職的音樂班學生，也是學生會會長的寶貝千金，經常與云希作對，慫恿同學翹課，不參加表演，也拒絕驗收小組合奏，且運用家長會長百般刁難云希，因為云希收到家長的申訴單，教務主任於是賦予云希帶詩涵去日本比賽的任務，沒想到詩涵遭到

劫機暴徒挾持，云希奮不顧身地前去搭救，事後沒想到詩涵不僅沒有感謝云希，還因為自己的手受傷無法比賽，而遷怒云希，會長隨後施壓，讓云希得不到新學期的聘書，云希被迫四處求職，之後受到簡餐店的錄用。有回筱儂心煩意亂想找云希聊心事，詩涵與同學霸佔餐桌便起了衝突，英傑當時也在現場，隔天英傑在校門口堵詩涵，動之以理，最後詩涵發現自己的不懂事，所以決定去向云希道歉。

贊助者是機車行的老闆好命，好命是玉山特勤隊退伍的幹部，為了幫英傑追女朋友，經常幫云希修車或道路救援，之後還幫云希賣車籌錢。除此之外，家宏經常向好命借錢，好命都義不容辭的幫忙，還一直關心家宏到底出什麼事，說出來我可以幫你。最後就是英傑、富譽等人營外小酌、分享心事的場所。

協助者有四位：曾富譽、張雅倫、賈云輝、林怡君。曾富譽是英傑的副手，經常在英傑出任務的時候，幫他看照部隊，也會陪英傑一起約女生吃飯、去營外緬懷家宏、跟英傑一起照顧小葵，另外要提到的是，富譽因為部隊任務不間斷的關係，自願放棄婚假，甚至說服妻子同意，此劇暗示現代國軍的辛酸，最後是英傑半強迫，富譽才放心的去請假。張雅倫是富譽的妻子，同時也是云希的閨密，經常聽云希分享心事，說服云希接受英傑，云希被遣散時為她打抱不平且經常陪伴她，最後因為是校護的關係，所以在特勤隊救災的時候，自願當醫療志工。賈云輝是云希的弟弟，多次幫忙英傑追自己的姐姐，另外要提到的是，云輝一直對讀書沒有興趣，一直靠姊姊供給也覺得自己很沒用，所以後來決定報考海軍志願役士兵，撐起家計，是由民轉兵的典型。林怡君是一位女性飛官，也是筱儂的好朋友，在筱儂心煩意亂的時候給予意見，另外怡君代表的是國軍思念家人的典型，因為軍人要 24 小時待命，所以經常不能回家陪伴兒子，即使跟翔翔視訊，也常常匆忙的結束。

協助者是協助英雄的角色，該類型角色的在文本中的設定與形象諸如軍事行動中的同僚部屬、共同執行任務時的袍伙伴、志趣相同投效軍旅的同學好友、單位中的給予指導的長官與部屬的協助、職涯上一起打拼的同事友人等均屬之。

本劇在「協助者」的人物描繪著墨甚少，和「贊助者」一樣多形成陪襯英雄的綠葉角色。

派遣者是筱儂的爸爸陶忠德，因為陶爸爸登山時突然心肌梗塞，住院後望著妻子的遺照有感而發，要求筱儂介紹男朋友認識認識，但筱儂一想到柏烈官階比較低，就始終說不出口，後來柏烈自己到醫院找陶爸爸表明身分，陶忠德起初質疑他，後來欣賞他，最後派遣柏烈挽回筱儂的信心。

假英雄是蔡義豐憲調官跟雲海國小的王校長。蔡義豐是憲調官，多次與英傑攜手破案，也是英傑尊敬的學長，但英傑一直想不透為什麼云希始終不答應自己的追求，後來才發現云希的前男友就是憲調官，義豐當初沒有給出任何理由就甩了云希，之後又用年輕不懂事的理由想要復合，是十足的假英雄。另外一位假英雄王校長，當初在電視新聞招募代課老師，云希致電或是報到的時候，都是充滿教學熱忱及熱情款待的形象，而後云希已經表明自己有男朋友，英傑也經常出現在周邊，王校長卻死命地要追云希，是本劇第二位假英雄。

檢視本劇其在英雄、贊助者、協助者與派遣者的故事角色，則呈現好人一路好到底的形象；兩位公主也有自立自強的新時代女性本色；而壞人洪詩涵經過英雄的教訓，最後也向公主道歉，壞人陳家宏則在生命了解後，閱聽眾發現其不得已的苦衷，及不想傷害英雄的善良；兩位假英雄最後也臣服於英雄。

國軍形象電視劇以描述承平年代部隊建設與軍人生活，透過展現軍人的嚴格紀律與訓練，激起閱聽眾對英雄氣概的追求。回首政宣時期到現代，主角的官階地位有由低轉高再轉中的趨勢，從預校生、女軍校生、新兵，在 2011 年轉變成高級幹部張自忠將軍及 2015 年空軍聯隊上校大隊長，而本劇的主角是基層部隊的中堅幹部中校隊長。反觀軍事電影經常以校階、尉階為主角，在電視劇中卻非常少見，只有《一把青》與本劇，研究者推測應是電視劇篇幅長，適合拍攝新兵的成長歷程。

在人物性格塑造的豐富性，同為國防部出資的兩部《勇士們》、《最好的選擇》

有很大的落差，張自忠將軍一生盡忠職守、毫無怨言、表現出隱忍堅定、有勇有謀的性格特徵，過於崇高化，會拉開與閱聽眾的距離；而本劇余英傑出場時帥氣挺拔的模樣，還有追女孩子煩惱的神情，逗女孩子笑的油嘴滑舌，執行任務時的堅毅與專業，照顧同袍的溫暖與細心，更能體現現代人的多樣貌與真實性，人物性格刻劃的更立體、豐富，讓閱聽眾感受到主角這類型的人經常出現在你我身邊，擺脫了軍人形象的窠臼，使角色更有人情味與生活氣息。

本劇的人物角色透過在部隊、家庭、社會中的不同生活境遇，每個角色的性格，隨著時間的推移和空間的轉換後，有變化的發展，並以更加寫實的手法將軍人的內心世界逐步建構出來，且角色的價值觀亦能符合現代思維。以往的電視劇人物角色較為單純，且每個角色的定位與形象較無變化，人物性格也是維持一貫，常表現軍人訓練期間的過渡狀況，而本劇更多的是表現訓練有素及精良的裝備，較為多元且各具特色。

以上從 Propp 所定義的角色來區辨軍事英雄故事中的各類型角色可以發現，本劇在角色上的描繪刻劃上強烈對立的衝突性較低，轉折起伏的震盪幅度受有限，因此故事內容容易顯得單薄張力不夠，敘事過程也較為簡易，結構簡單讓閱聽人很容易掌握到故事的脈絡走向，難以使其提起對後續相關故事的觀賞興趣。



第三節、《最好的選擇》情節分析

在第二章文獻爬梳過程，核心事件是故事中的骨架、作為引發、增強、推動序列的關鍵。本研究對本劇中的核心事件分析策略分為三階段，第一階段是整體核心事件的綜整；第二階段是核心事件的分析，是根據初級綜整後，歸納幾項常被安排的要點；第三階段是衛星事件分析，找尋輔助核心事件的發展旁支，更加突顯核心事件發展的重要性。分析衛星事件的目的，是使閱聽眾能夠理解劇情的來龍去脈，也是畫龍點睛的必要鋪陳。經由以上抽絲剝繭的探討，本研究希望能釐清每項核心事件被安排於本劇的意義，並藉由電視劇的敘事形式提供的蛛絲馬跡，拆解特定事件的建構。

蔡琰、臧國仁（1999：15）認為：「故事著重於解釋曾經發生過或經驗過的事件」。事件概念由人物以及行為動作組成，並以時間、地點做為存在條件，配合時序、邏輯的相關條件組成「故事」，以下就「核心事件」與「衛星事件」，分別論述之：

（一）核心事件

核心事件是故事在發展時的中心指標，故事的核心脈絡影響角色的對應。本劇開宗明義告知閱聽人余英傑是玉山特勤隊隊長，從英雄的軍階、體態、使命必達的決心、在劫機事件犧牲自我的情操，讓現今的組織成員難以企及，但英雄的精神、態度與對任務的執著，值得學習效法，並非是聖人般的遙不可及。「像英雄學習，他行你也行」，是本劇想告訴閱聽人的關鍵寓意。而本劇下半部的救災行動，讓英雄不僅救出災民，也使盡全力救出心愛的人，獲得上級嘉許、災民肯定，最終與公主有圓滿好結局，也是軍事劇的核心目的。

（二）衛星事件

在衛星事件上，英雄都遭遇到不同程度的困難挑戰，故事路徑大多是，面臨問題→思考與決斷→轉折與處理問題→獲得圓滿的小結局。尤其當面臨困難時，

英雄雖然有時會稍有掙扎遲疑，但多數仍靠著英雄個人的決心熱情、縝密思維與努力奮鬥，以勝利成功的完美結局作收場，且在危機解除後，英雄都能獲得更多的認同讚賞。

1.面臨問題：先前在普羅普角色功能分析時發現，不論是官方英雄在各領域面向的重重考驗、楷模英雄面對著任務工作上的嚴峻挑戰，救災英雄在災變期間的慨然面對，英雄必然有著一個對立面的存在，當英雄克服困窘，英雄之名始可確立。

2.思考與決心：情緒心理的忐忑掙扎是戲劇中常用以鋪述主角內心的方式，且不乏有怯於面對的情況。但對英雄而言，絕少有這樣的退縮迴避的情事，即便英雄們在當下片刻縱然稍有遲疑，但短暫思索後英雄均毫不避諱、勇於面對。尤其英雄的決定與思索絕少有判斷失準的錯誤產生，充分展現出英雄在面對困境時所顯露的非凡智慧、過人勇氣和果斷決心。

3.問題處理與轉折：此一事件的情節以多元的內容存在著，也是英雄如何突破困難的重要階段，此時的英雄正與壞人相抗衡，期間產生的轉折，意味著英雄會得到某種程度上的讚揚或情境上的轉變，但英雄的成功絕無僥倖，英雄展現出絕佳的體幹才智，倚靠自身的努力奮鬥和體認領悟去解決問題，縱使有協助者與贊助者，但其絕大部分仍是英雄個人努力的結果。

4.問題發生終會得到圓滿解決：當英雄在其不同的挑戰之中努力著，最後多會以最終的圓滿大結局將故事帶向尾聲，諸如官方英雄歷經軍旅洗鍊開創人生新頁、楷模英雄的優秀表現讓人驚豔、救災英雄必能化險為夷成功搭救，這些情節內容不但讓故事中的英雄獲得榮耀頌讚，並藉其優秀表現和故事的圓滿完美的吸睛效果，感染著已融人在故事中的受眾。

根據 106 年國防報告書指出，我國兩大非傳統安全威脅——天災及恐怖主義。近年非傳統安全威脅以複合式災變與網路攻擊，對我安全影響較大，恐怖主義蔓延亦為不可忽視之議題。我國處於環太平洋地震帶，並位於太平洋外

圍，地震與颱風發生次數相當頻繁，對我國家安全威脅層面廣。而恐怖主義活動逐漸向全球範圍擴散，一旦發生在我國，將直接造成人民生命財產重大損失，引發人心恐慌，影響社經運作。此類非戰爭性安全威脅，因全球化國際連動效應，均帶有跨國特性，須藉由國際安全合作機制，發揮預防及遏制效果。故本劇兩大核心事件便是「軍火失竊案衍生的劫機事件」，還有雲山山區大雨導致的「土石流救災事件」。下文圖表即回應研究問題一之三：《最好的選擇》的各自主角歷經哪些事件？包括：1.發生了什麼事？2.採取何種行動解決？3.結果為何？

本劇為兩個核心事件：反恐劫機事件及土石流救災事件。而有許多衛星事件為此作鋪墊，在劫機事件之前，一批步槍失竊，也造成英傑第一次約會被緊急召回出任務，云希苦等無人與雅倫訴苦，而雅倫道出軍眷的辛酸。英傑拼命道歉，也幫忙云希修車，云希才終於消氣。好命注意到家宏一直借錢還錢，但家宏不肯透露原因，英傑非常吃驚地在劫機嫌疑犯名單上認出家宏，談判失效，家宏被一槍斃命，云希跟學生詩涵也搭同一班機，事後非常欽佩英傑。最後在文哥跑路之前，在碼頭一陣肉搏戰後將其逮捕。

而本劇後半部分，則是英傑對云希展開熱烈的追求，筱儂對柏烈窮追不捨，云希後來因為詩涵的不成熟被學校開除，到處求職碰壁只好去咖啡店打工，云輝從小就熱愛軍事模型及軍事雜誌，無意間看到姐姐為家庭的生計如此拼命，也決定報名志願役士兵成為獨當一面的男子漢，云希後來也到雲海國小代課，就在大夥兒都有美好前程之時，卻遇到雲山山區連日豪雨，云希與小葵困在土石流警戒區舉步維艱，英傑選擇先救出災民再去救出心愛的人，情急之下被木頭劃傷也沒有及時處理傷口，英傑與柏烈都送醫住院，兩對情侶互訴情意，最後即是結婚的圓滿大結局。



圖 3：《最好的選擇》反恐劫機核心事件與衛星事件圖

表 18：反恐劫機核心事件與衛星事件順序表

核心事件	衛星事件	發展	結果
玉山特勤隊夜襲暴徒，找回失竊的軍火，隨後新聞播報軍火案的嫌犯在逃，家宏到好命機車行喝悶酒，英傑問家宏臉上的傷事怎麼來的，家宏生氣甩門逃走。指揮官緊急啟動反恐任務，去桃園機場阻止嫌犯自殺式爆炸。憲兵隊將軍火放到歹徒指定的位置。特勤隊從前門攻堅，後門疏散人質，壓制歹徒，家宏脅持云希，	雙男女主角及重要協助者出場，為本劇揭開序幕。男女主角在聯合婚禮相遇，云希冷落英傑的搭訕。	云希冷落英傑的搭訕。離開會場時，云希的骨董摩托車故障，英傑剛好出手相救。男女主角第一次約會，云希滿心期待地在餐廳外等候。	英傑赴約的路上，接到緊急召回的電話，讓云希枯等。云希向雅倫哭訴，雅倫曉以大義，並道出軍眷獨自奮鬥的辛苦。英傑在校門口等云希，陪她等公車，送道歉盆栽。
	云希帶雅倫到玉山特勤中隊聯歡晚會表演。	家長會長千金洪詩涵刁難云希，同時遇到英傑蒞校招募。云希想要全班準備去縣政府的表演，詩涵問為什麼學校公關活動要一直凹音樂班？	云希隻身表演鋼琴獨奏，英傑上台吹豎笛。云希被教務主任訓斥聯歡晚會為什麼變成獨角戲，又命令云希帶詩涵出國比賽。

將炸彈掛在云希身上。英傑打給家宏，苦勸現在回頭還來的及。英傑卸下所有武器，遠處狙擊手將家宏擊斃。英傑發現家宏沒有接引信，根本不會引爆，原來他還顧念同袍情誼。英傑一行人遙祭家宏，頓時回憶起家宏臨死前說有東西放在好命這裡，原來是文哥的資料，英傑緊急集合。全隊在碼頭壓制文哥登船跑路，憲兵隊最後順利押走嫌犯。	家宏一直反覆借錢還錢，神秘兮兮的，好命好心關心他，後來怒罵家宏。	好命問家宏最近出了甚麼事？家宏回顧外散宿時吃原住民風味餐的同袍情誼。家宏路過好命機車行，發現被文哥的人潑漆。	家宏又賭輸一筆錢，又偷不了軍火，家宏一夥人決定逃出國。
	筱儂用打趣的電話換取安全感，愛鬧柏烈，卻暗自擔心他。	筱儂下班打電話給柏烈，逼他說出我愛妳。家豪說她是不是沒有安全感，富譽說有時候過度的無理取鬧，是對你有所隱瞞。	筱儂擔心心愛的人一去不回，去桃園機場阻止柏烈，柏烈卻有沉重的軍人使命。任務遂行後，筱儂去醫院看柏烈，講出所有的擔心。
	前男友的陰影，讓云希無法接受同為軍人的英傑。	云輝鼓吹云希接受英傑的道歉及追求。第一次約會兩人終於成功赴約了，英傑在夜景餐廳告白，云希卻說如果不是軍人就可以。	英傑在聯歡晚會再次向云希告白，憲調官撞見，英傑發現自己的學長就是云希前任。
	云輝參加航空體驗營，熱愛軍事，卻因為云希反對，而不敢從軍。	女飛官駕駛戰鬥機，云輝參加體驗營，筱儂採訪云輝，云輝說出他的夢想，筱儂說教。	云輝打電話跟云希分享國防體驗營的事，英傑說我可以給云輝很多建議，云希希望他考研究所。

資料來源：本研究整理



圖 4：《最好的選擇》土石流救災核心事件與衛星事件圖

表 19：土石流救災核心事件與衛星事件順序表

核心事件	衛星事件	發展	結果
云希帶小葵去鋼琴比賽，然後參觀磐石軍艦開放。新聞播報大雨造成土石流，英傑接到緊急任務，部隊到前進指揮所。公車司機收班，云希決定走路上山回學校。筱儂也來採訪救災。英傑發現云希，但先去長濱村後送災民，因為道路坍方，英傑跟柏烈決定徒步攀登，剛好英傑及時趕到。云希發現英	怡君勇於任事，但是因部隊勤務很少回家，只能思念兒子。	筱儂到空軍基地採訪，撞見怡君與兒子講電話，但警戒聲響起後就緊急駕駛經國號。	任務結束，筱儂安排空軍儀隊及翔翔操槍，祝怡君生日快樂。怡君眼眶泛淚，非常感動。
	云希被開除後，為了生計，先去咖啡店打工，最後去雲海國小代課。	云希求職到處碰壁，非常洩氣。云希因為缺錢，終於賣車，另外也被咖啡店錄取。	云希稱讚王校長充滿教學熱忱，校長說他在找可以留在偏鄉教書的人，應該就是云希了。
	筱儂跟英傑前後到咖啡店找云希。筱儂找位置的時候，詩涵說那是她們的位置，筱儂說三個學生霸佔兩區桌	英傑發現詩涵在遠方偷看老師。英傑騎重機到校門口等詩涵，妳不覺得妳欠云希老師一個道歉嗎？詩涵到咖啡	云希關心詩涵的手康復情形。云希說父母在高中時候過世，云希很羨慕詩涵，而云希只能向現實低頭。詩涵說她

傑手背受傷而且很燙、在發燒，結果是多重器官衰竭。英傑躺在病床上，云希願意嫁給英傑。筱儂也到軍醫院看柏烈，筱儂終於說出心裡話，趴在柏烈身上痛哭。柏烈趁機求婚成功。兩對情侶最後在國防大學聯合婚禮結婚。	椅不對，云希竟然代替詩涵道歉。	店等云希，我好像欠妳一句謝謝。	不知道學校會不給老師聘書。
	云輝決定報名海軍志願役士兵。	云輝看著自己的模型，回顧云希為了付他的學費拼命努力，後來到國軍人才招募中心的櫃台報名志願役士兵。	云希反對云輝從軍，英傑使眼色叫云輝離場，而且糾正他的舉手敬禮姿勢。云希翻閱招生簡章，決定支持云輝。
	陶忠德登山忘記帶藥，被柏烈一行人搭救，起初因柏烈官階較低瞧不起他，最後因柏烈的意志和行為，認可柏烈。	陶忠德說出門前忘記帶心臟藥，同行友人卻急救姿勢錯誤。柏烈與英傑勘查地形時剛好看到，立即急救，另去抬擔架跟救護車。	陶爸爸要求筱儂帶男朋友回來認識。筱儂下班，接到爸爸的電話去餐館會合，柏烈穿著軍便服入席。陶忠德謝謝玉山特勤隊的救命之恩，並說筱儂開心最重要。
	英傑一行人認養小葵多年，終於相認，但云希誤會英傑是拋家棄子的臭男人。	英傑陪小葵吃冰，小葵打電動把手機用到沒電。云希以為英傑就是小葵的爸爸。英傑到民宿等云希上班，結果云希完全沒有理他，然後坐王校長的車走了。	小葵對著英傑跟富譽喊爸比，英傑說小葵的爸爸離開世上，所以他們就化名了玉山特，要資助小葵到 18 歲，王校長對英傑的態度從情敵轉為欽佩。

資料來源：本研究整理

以下就以 Propp 的觀點來看，將本劇情節與三十一種敘事功能相對應，分析後獲得故事的縱軸層面，將區分六個脈絡主軸的敘事階段分述如下：

（一）準備階段

準備階段的功能是在介紹英雄的出身與公主相遇、壞人的出現等等，使閱聽

人對英雄有初步的認識。英雄的姓名性別、容貌表徵、服役單位、階級職稱、所屬軍種等，藉著對英雄大致上的描述，讓閱聽眾在腦中開始有了畫面和輪廓，並藉著影像上的刻化，讓閱聽人產生某種程度上相似型態對象的投射與連結。而兩位壞人也有所行動：軍火失竊，文哥派遣家宏開始偵察部隊動向，文哥得知部隊軍火情報；洪詩涵想要出國比賽，不想驗收小組考試，並與全班共謀不參加勞軍晚會；而協助者云輝決定報名海軍志願役士兵，讓云希不再為生計所苦。

（二）複雜化階段

英雄梗概大致介紹後，即進入整體情境的複雜化階段，將故事的情境、背景和環境，帶入故事發生的時空中，帶領閱聽人進入逐漸開展的故事場景與內容，逐漸將故事導向衝突發生階段。而後英雄接受指令要求後故事直接躍入「複雜化階段」：文哥毆打家宏，家宏不斷向好命借錢；大隊長要求英傑幫忙憲兵隊協助調查軍火失竊案，英傑同意派兵討回軍火。此處便開始描述英雄如何承繼著任務工作並積極執行。

（三）轉移階段

轉移階段是將軍事英雄故事帶入高潮的中繼過程，進而闡述英雄的愛國情操，是推動故事展開起承轉合的關鍵點，可視為軍事英雄故事的真正序幕：英傑與玉山特勤隊出發反恐；云希在飛機上被脅持，英傑與柏烈受到考驗；英傑決定換成自己被脅持。這樣的決心展現英雄鼓足勇氣主動積極參與，而敘事的時間不長，目的就在於不希望過多的調節中介讓英雄顯得優柔寡斷，並以凸顯現出英雄在面臨重大決定時的果敢決心與其判斷的精準。

（四）鬥爭階段

英雄在「準備階段」少有太多冗長的敘述，「轉移階段」也只是將故事導入主軸的轉折，主要的故事結構集中在「鬥爭階段」，是故事結構中最核心的部分：英傑與文哥進行面對面戰鬥；柏烈受到重傷住院、英傑贏得勝利，柏烈授勳，解決了軍火失竊案。此處意味著英雄踏上考驗之路，決心踏上旅程的英雄即將面臨

無論在戰場、災變與人生中接踵而至的試煉。而此一階段亦是「協助者」、「贊助者」、「派遣者」相對應的角色領域。此處的考驗，目的在給予英雄脫胎換骨的重要歷程。

（五）返回階段

「返回階段」是將故事再一次經過轉折後重新帶向高峰的操作方式，這是故意在讓受眾以為故事即將告終時再度掀起波瀾，讓閱聽人的心理上隨故事的迂迴轉折產生高潮起伏之感：英傑照顧小葵，被云希及王校長誤會是不負責任的爸爸；王校長要近水樓台先得月，把云希搶走；陶忠德要求柏烈不准主動連絡筱儂。

（六）公認階段

反恐、災變都能在英雄的努力下，以圓滿結局告終，其所迸發的精神力量讓英雄形象更加完美，也讓受眾有從軍後的美好想像：洪詩涵、王校長被揭發；英傑與云希成親，柏烈與筱儂結婚。

以上經 Propp 的三十一種敘事功能分析，將本劇敘事結構從具體的內容層面解構為抽象的結構層面，並藉角色與功能間的交互連結關係構成本劇故事（見表 20），其中的寓意更代表了現今英雄的價值不僅只侷限在軍事領域，更多元豐富地映照非軍事領域的個人能力、專長、才華上，讓自我的人生旅程獲得成功。

表 20：本劇事件三十一種敘事功能分析

階段	Propp 的功能	劇中主要角色與事件	出現的角色
準備階段	1. 失蹤	云輝決定報名海軍志願役士兵，讓云希不再為生計所苦。	公主、協助者
	2. 禁令	英傑向云希告白，但云希說不是軍人就可以。	英雄、公主、假英雄
	3. 違規	軍火失竊。	
	4. 偵察	文哥派遣家宏開始偵察部隊動向。	壞人
	5. 洩密	文哥得知部隊軍火情報。	壞人

	6. 詭計	洪詩涵想要出國比賽，不想驗收小組考試。	壞人
	7. 共謀	洪詩涵與全班共謀不參加勞軍晚會。	壞人
複雜化階段	8. 缺乏	文哥毆打家宏，家宏不斷向好命借錢。	壞人
	9. 調解	大隊長要求英傑幫忙憲兵隊協助調查軍火失竊案。 雅倫向云希稱讚英傑是個好對象。	派遣者、協助者、公主、英雄
	10. 行動	英傑同意派兵討回軍火。	英雄、假英雄
轉移階段	11. 出發	英傑與玉山特勤隊出發。	英雄、假英雄
	12. 考驗 得到獎賞	云希在飛機上被脅持，英傑與柏烈受到考驗，得到云希的真情告白。	公主、英雄
	13. 英雄的反應	英傑決定換成自己被脅持。	英雄、壞人
	14. 得到魔法使者	英傑獲得云輝的肯定。	協助者
	15. 空間轉移	場景變換，英傑來到民用碼頭。	英雄
鬥爭階段	16. 戰鬥	英傑與文哥進行面對面戰鬥	壞人
	17. 烙印、標記/苦難	柏烈受到重傷住院。	英雄
	18. 勝利	英傑贏得勝利，柏烈授勳。	英雄
	19. 解決	解決了軍火失竊案。	
返回階段	20. 歸來	英傑帶云希回家。	英雄、公主
	21. 迫害	英傑照顧小葵，被云希及王校長誤會是不負責任的爸爸	英雄、公主、假英雄
	22. 解救	雅倫及富譽解救了英傑。	協助者、英雄
	23. 悄然	英傑去雲山山區參加聯訓。	英雄

	返家		
	24. 無理取鬧	王校長要近水樓台先得月，把云希搶走。	假英雄、公主
	25. 難題	英傑要先救災民還是先救心愛的人？ 陶忠德要求柏烈不准主動連絡筱儂。	派遣者、英雄、公主
	26. 解決	英傑救完災民後，徒步去救云希。 柏烈去國軍醫院與陶忠德表明心意。	英雄、公主、派遣者
公認階段	27. 認可	英傑得到云希的認可。 柏烈得到陶忠德的認可。	英雄、公主
	28. 揭發	洪詩涵被揭發。 王校長被揭發。	壞人、假英雄
	29. 新形象	云希浴火重生，決定去偏鄉教書。	公主
	30. 懲罰	洪詩涵內心自責。	壞人
	31. 結婚	英傑與云希成親。 柏烈與筱儂結婚。	英雄、公主

資料來源：本研究整理

藉由上述事件分析表可得知，本劇在兩個「核心事件」方面皆有一系列的「衛星事件」加以支撐圍繞著「核心事件」而發展，而每項事件皆為主角面臨到壞人的出現，對其產生了一系列的問題與威脅之後，主角出面救贖解決問題，使本劇趨於幸福美滿狀態的歷程。此相當符合 Todorov 以及 Propp 的敘事結構觀點。Todorov 指出敘事是一種因果的轉變（causal transformation），敘事結構五階段包括：1.最初的均衡狀態；2.藉由某些行動破壞原有的均衡狀；3.認同此破壞狀態；4.想要修復此破壞狀態的企圖；5.恢復均衡狀態，而其形式轉變是符合邏輯的，而 Propp 亦認為敘事結構首先會出現不平衡之情況（惡行、死亡、匱乏），接著展開補救的行動（英雄之試煉與成功），最後恢復平衡和安定之狀態（英雄之地位被肯定）。綜上所述，透過「情節分析」可發現，《最好的選擇》仍舊可以按照 Propp 的角色分析方式，檢驗該劇的角色人物。

第四節、《最好的選擇》論述分析

本節依照五項要點進行：1.本劇論述時間與敘事觀點；2.角色對白呈現的軍人形象；3.《最好的選擇》故事行銷評估；4. 國軍形象劇敘事模式；5.本劇軍種、軍階統計及分析。分析後發現本劇呈現六種軍人形象，並回應研究問題二：國軍形象電視劇《最好的選擇》跟過去軍事主題類影像作品慣用的敘事模式有何不同？從故事行銷的角度來說，《最好的選擇》的敘事模式有何優缺點？

一、論述時間與敘事觀點

在敘事時間上，我們能拆解為「敘事時間」以及「論述時間」兩部分，敘事時間意指故事經歷的年代長度，論述時間則指電視劇敘事時間的長度。瞭解敘事時間，有助釐清當代國軍人物被放置在時代意義脈絡下的形象表現，論述時間則能釐清事件間的組合，哪些事件被強調、省略。強調論述時間的事件，能藉長時間的敘述，理解來龍去脈；論述時間被省略，則閱聽眾能明白前因後果的關係，或略帶一提某一時間點上事件轉折，使觀眾有粗略的概念。

本研究依據 Chatman 有關敘事時間之觀點，比較敘事時間及論述時間上的差異，以找出劇情段落中所強調的重點（見表 21）。本劇用十六集影片長度論述的時間，描述余英傑擔任玉山特勤隊少校中隊長期間，以男追女的感情生活為主線，穿插所有隊員的訓練過程、打擊罪犯、還有救災任務。約莫經歷數月的時間。藉此回應研究問題一之四：《最好的選擇》呈現的敘事觀點為何？於故事時間與論述時間的關係為何？

表 21：本劇論述時間與敘事時間對照表

論述時間	敘事時間
摘要	1.部隊乘車或搭機機動時，透過景色的轉變，表示出行進的過程。 2.云輝在體測及新兵訓練亦被簡要的畫面概括。

	1.女主角與前男友憲調官的分手前的爭吵細節、直接進入女主角心碎的畫面。 2.云希不被續聘，也省略了洪詩涵與家長會會長告狀，會長要求教務處辦理的會議情節。 3.云希帶小葵去鋼琴比賽也是一語帶過沒有畫面。 4.英傑搭機去長濱村搜救的畫面亦被省略，直接進入回程後再去搜救云希的畫面。
現場描述	1.玉山特勤隊與軍火案嫌犯、劫機案嫌犯、大雨中救災的過程。 2.男女主角約會時相望。
延展	1.偽裝狙擊手射擊的特寫。 2.遠處狙擊手擊斃嫌犯的特寫。 3.女主角在公園矮牆失足男主角一抱救起的慢鏡頭。
暫停	無。

資料來源：研究者整理

由以上的分析可發現，故事時間遠比敘事時間長，因此如何在 16 集的時間下，將玉山特勤隊主要任務與部隊操練的前因後果予以述說，並觸及觀眾的內心感受，是必要採用某些手段，在此將區分兩部分做探討：（1）敘事順序：時序上的安排，本劇採用正敘的方式，隨著事件的發展，讓故事的因果一一顯示，使閱聽眾對結果產生期待。本劇是一條清楚的軸線發展，並在這軸線上安排許多當下相關的衛星事件。（2）故事時間與敘事時間的關係：四者「省略」、「概要」、「現場描述」與「延展」等，本劇皆有使用，而沒有使用「暫停」模式。較為特殊的是本劇有幾幕「延展」的畫面，慢鏡頭的特寫使用，是表達心靈對景象或事件的深刻印象（簡政珍，2006）。使閱聽眾在接受故事的同時，亦被人物在戰場上所遭遇的危險、男主角的深情所吸引，進而將角色的英勇嵌入內心。

電視劇的敘事觀點，透露敘事者想要藉由故事中的角色見解、時空安排、衝突情節，與閱聽眾產生互動，傳達出故事的意義與目的。閱聽眾藉著敘事者循序漸進的故事，了解現代國軍的面貌，是敘事技巧中，最自然表達的視角。

本劇是以全能觀點的角度作論述，讓閱聽眾是一個可以綜觀全局的人，採用順序法的敘事，使閱聽眾逐漸進入主人翁的生活世界，閱聽眾的內心也彷彿有一位敘事者（導演）的存在，相關的分析情形如表 22。

表 22：本劇論述分析表

分析項目 劇名	主要敘事者	論述觀點
最好的選擇	人格化敘事者：整體的故事概分為軍火失竊案、音樂班勞軍、陳家宏劫機、在碼頭壓制主嫌、女飛官任務與家庭無法兼顧、云希被開除、云輝報名志願役士兵、山隘行軍、陶爸爸心肌梗塞被搭救、洪詩涵道歉、男女主角去懇親會、云希去雲海國小代課、至雲山山區與當地駐軍連同訓練、云希遇難英傑至土石流警戒區救災、雙男主角病倒、雙女主角真情告白、參加集團結婚圓滿大結局。 這些事件透過主要角色敘事，再現部隊訓練實況、任務操演等過程，屬於「同質敘事涵敘事者」，主要的敘事者為： 玉山特勤隊隊長余英傑、莊敬高職音樂老師賈云希、玉山特勤隊士官長黃柏烈、軍聞社新聞官陶筱儂、玉山特勤隊副隊長曾富譽、莊敬高職校護張雅倫、好命機車行老闆好命	鏡頭顯現非固定角色所看到的事件，也不是從頭到尾都跟定某一特定角色，因此為「全能觀點」（導演的意識或觀點）。
	非人格化敘事者： 透過部隊訓練情節的直升機螺旋槳聲、打靶射擊槍砲聲、潛伏操舟的水聲、攀岩下降的繩索摩擦聲、唱歌答數的操練聲、背景音樂及爆破畫面的控制	

資料來源：研究者整理

二、角色對白呈現的軍人形象

在對白的論述過程，能顯示出藉由角色交談所展現的國軍形象，將閱聽眾帶入形塑的情境之中，藉此教化、宣揚、改變、灌輸閱聽眾一些刻板印象。在本劇的對白論述中，依照 106 年四年期國防總檢討指出三項提升形象要點，分析本劇符合現代國軍形象要求為「建立尊嚴榮譽」、「增進軍民互動」、「嚴肅軍紀要求」。而本劇企圖建構之價值觀為 1.軍人維護榮譽；2.軍愛民敬軍；3.軍人遵守軍紀要求。4.軍人不是超人；5.軍人眷屬的奉獻；6.女性軍人的專業。以下就以劇情中的角色旁白，來說明本劇運用角色來企圖建構軍人形象特色作詳細說明。

（一）軍人維護榮譽：國軍需善用各類媒體，主動行銷國軍專業形象，爭取國人的認同與信任，並宣揚官兵「犧牲、團結、負責」的精神，堅定為國家生存發展及百姓安全福祉而戰的信念。

對白 1（第三集）曾富譽自願放棄婚假，呈現軍人犧牲的形象。

富譽：我跟我老婆討論過，結婚是一輩子的事，度蜜月也不用急於一時，現階段就是以部隊勤務為主。

英傑：好一個奉公克己呀！那你知道蜜月是一輩子只有一次的事情嗎？你確定你太太 OK？

富譽：我想她會體諒的。

英傑：我們守護百姓的家園，自己的家園也要守護好呀！對吧？

英傑：等這次任務，我再給你幾天假！

富譽：謝謝隊長！

英傑：謝謝你對隊上的用心！

對白 2（第四集）柏烈要出反恐任務，筱儂擔心柏烈有去無回，柏烈說出軍中的使命。

筱儂：別動！你說如果這裡（臉頰）多了一道疤，我看了會習慣嗎？

柏烈：妳在說什麼傻話呀？

筱儂：這是很有可能發生的不是嗎？出任何的任務都難免會受傷。雖然槍枝已經找到了，可是還有一名嫌犯在逃，後面有沒有更大的勢力誰都不知道，唯一確定的是，只有玉山特勤隊會繼續的衝鋒陷陣，我真的很擔心你的安全。

柏烈：貪生怕死就不會來當軍人了！妳也是軍人，這個道理妳應該明白。忠誠精實。

筱儂：保國衛民。

對白 3（第十二集）英傑與云希講電話，破除云希的刻板印象，並宣揚官兵團結、負責的精神。

云希：怎麼會有奇怪的聲音？

英傑：我在練體能呀！

云希：你練心肺是為了大聲罵你的部下噃？

英傑：現在部隊哪裡有在罵人的？我是為了大聲的說我愛你云希！

英傑：我抗議，妳不要再把那種刻板印象，傳達給別人了啦！我們也是有很多細膩的地方，我對我的隊員都是付出無盡的關愛，私底下都是稱兄道弟的。

對白 4（第十五集）云輝參觀軍史館時，榮譽感油然而生。

云輝：加入海軍，衛我海疆。

云輝：我以前喜歡的是那冷冰冰的軍機、軍艦、還有武器模型；入伍後才知道，我以前都想錯了，如果沒有熱血沸騰的我們投入軍旅，軍艦根本開不出港口，軍機也飛離不了地面，國家需要有很多很多有責任感、榮譽感的軍人來投入，才會有所謂的和平。雖然我才剛加入國軍不久，但是能保護我心愛的家人，守護這片土地，連我都覺得我自己太屌了！

對白 5（第十集）筱儂搭悍馬車採訪山隘行軍，呈現軍人精實訓練的形象。

英傑：陶筱儂妳少來了，妳根本不是想拍我。

筱儂：執行勤務我可是很認真的。黃上士，請問可以替我們說明一下今天的訓練內容嗎？

柏烈：今天的訓練內容是山隘行軍，四天三夜，總長 150 公里。

筱儂：那等於每天走 40 公里呀？

柏烈：而且期間兩度翻越中央山脈，並且利用山區、溪畔、叢林等地形，實施各項訓練，包括野外求生、詭計設置、隱伏區警戒幕建立，以及夜行軍，提高特種作戰能力。

筱儂：那最後你有什麼話想跟特勤隊的弟兄說呢？

柏烈：尚武求勝，自強不息，是我們特勤隊的精神，克服所有的不可能，軍人，加油！

對白 6（第八集）約會完後，英傑載云希回家，云希說出對英傑的敬佩。

英傑：只要這個國家需要我，我隨時都能付出自己的一切，不惜拋頭顱、灑熱血。

云希：都什麼年代了，還拋頭顱、灑熱血？

英傑：本來就是，犧牲奉獻是軍人的天職耶！

云希：我知道，就跟那天劫機一樣，你已經隨時準備好要犧牲自己了。

英傑：死呀！有如輕於鴻毛，重如泰山。

（二）軍愛民敬軍：建立與地方政府、民意機構溝通協商平臺，劃分民事責

任單位，整合地方資源，健全軍民互動機制。另推動睦鄰工作，關懷弱勢，彰顯國軍愛民助民優良傳統。

對白 1（第十五集）與苗栗消防局合力救出災民。

富譽：現場指揮官您好，我是玉山特勤隊少校副隊長曾富譽，請指揮官告訴我們現在最新狀況如何？

苗栗消防局：這是我們轄內雲山村的區域，目前有個雲山村的居民約 20 位民眾，無法得知目前狀況，目前主要道路多處坍方皆無法進入，目前我們災情查報人員可經由這一條小路進來，但必須要有繩索架設，那現在是不是可以請你們經由這一條道路，幫我們確認目前的居民狀況是如何？

對白 2（第一集）云希請英傑吃潛艇堡當謝禮。

英傑：這既然是妳的謝禮，我一定要大口吃才代表我接受妳的心意嘛！

云希：妳要不要喝點飲料呀？

英傑：軍人就是以助人為快樂之本。所以，我現在好開心唷！

對白 3（第五集）英傑催促預財士趕快請款修補民眾的門窗。

英傑：軍人就是要靠老百姓的幫忙，才能夠繼續打（仗）下去，要趕快把款項弄下來，把上次演訓陳阿嬤家弄壞的門窗修好。

（三）軍人遵守軍紀要求：持續強化領導統御、健全合理管教、暢通溝通管

道、營造和諧工作環境。另運用行動聯網裝置，即時宣導軍紀要求，並強化內外部複式監督機制，維護軍紀安全。

對白 1（第五集）楊承恩操課心不在焉，柏烈與英傑落實合理管教。

柏烈：注意！各項科目操作到這裡都還算順利，但是，有人心不在焉。楊承恩，現在實施導師學生法，假設我是特勤隊新進隊員，你是導師，請用簡單口訣，告訴我，滯空下降操作要領。

承恩：報告，一切聽從安全官的指示，第二點……

鄰兵：帶上你的腦袋。

柏烈：將你的導向手向上打直虛握住繩索，你的制動手握住繩索置於腰際適當處，雙腳打開，當你要躍出機門的時候，雙腳打直，制動手往後一伸，同時眼睛看向制動手下方後方處，確保降落地面的安全。

楊承恩，明不明白？

承恩：明白。

柏烈：伏地挺身二十個預備。

承恩：一、二、三、四……

（四）軍人不是超人：閱聽眾更期待英雄不再完美，而是真實性的那面。

對白 1（第十集）約會完後，英傑送云希回家，期間展現英傑逗趣的一面。

云希：今天謝謝你唷，我很開心。

英傑：只要妳開心，比什麼都重要。

云希：你們軍人講話都這樣唷？

英傑：軍人怎麼了嗎？軍人不能有點幽默感，開開玩笑嗎？

云希：那會一直這樣油嘴滑舌嗎？

對白 2（第二集）云希抱怨英傑失約，雅倫反說軍人不是超人要多體諒。

云希：軍人都一個樣，永遠都任務優先，永遠都要別人配合他。

雅倫：他們是軍人，又不是超人，這樣對他們很不公平耶！

云希：玉山特勤隊是國軍最神秘的部隊，很多時候都要保密，不可以很清楚的告訴妳他們要做什麼，妳要多體諒一下他們的辛苦。

對白 3（第十二集）從軍之前大家都是普通的少年。

云希：我很怕我天上的父母會怪我沒有照顧好云輝，才讓他從軍。

英傑：當軍人被妳講得好像是很糟糕的事耶！我在軍中看過很多像云輝這樣的年輕人，對人生、對未來都很迷惘，穿上迷彩後呢，就漸漸找到人生的目標。其實當兵不比求學輕鬆，但是真的可以學到如何為責任全力以赴。

（五）軍人眷屬的奉獻：軍人辛苦，軍眷更辛苦，獨自持家就像偽單親，更要

擔心受怕另一伴受傷或有去無回，此奉獻的情操也在本劇被凸顯。

對白 1（第十集）雅倫約云希外出吃飯，兩人互訴相思之苦，呈現現代軍眷獨自持家的辛苦。

雅倫：（看著手機裡面的照片嘆氣。）

云希：（捏著大兵鑰匙圈）妳看人家情侶，在餐廳、百貨公司、電影院大放閃光彈，我跟妳哩，兩個人在這裡大眼瞪小眼。

雅倫：可悲慘的是，我又不是單身，我是人妻耶！看來身為軍眷的無奈，我也是只能獨自品嚐。那妳哩？妳有因為思念英傑難過、想哭嗎？

云希：妳很誇張耶！其實仔細想想，一個人的生活也挺輕鬆的呀！

雅倫：輕鬆？我不是偶爾一個人，我是老是只能一個人！當軍人不容易，當軍眷更不容易。我的富哥哥分給我的時光，總是比他那些弟兄少得好多好多，真的是犧牲家庭的辛苦錢耶！

云希：妳的感覺，我真的懂！

對白 2（第六集）筱儂探病並責備柏烈不夠小心，柏烈反說這是犧牲與榮譽。

筱儂：黃柏烈，為什麼沒有平平安安的？（丟了一塊巧克力糖）

柏烈：我很平安呀，我只是受傷而已。

筱儂：我要的是你毫、髮、無、傷。

柏烈：貪生怕死怎麼做特勤隊員？

筱儂：哦？現在是要噹我嗎？

柏烈：不是啦，在銀行上班的人，負責的就是保護大家的存款，在餐廳工作的人，負責的就是餵飽大家，我在軍隊工作，我負責的就是保障大家的生命財產安全嘛！而且我跟弟兄每天從早到晚的苦練，為的就是應付像今天這樣的緊急狀況嘛！

筱儂：我也是一個軍人，你說的這些我都懂，可是我也是一個普通的女孩子，我也像外面那些女孩子一樣，希望我的男朋友平平安安，工作不要有危險。

柏烈：好啦，我下次出任務的時候，會更小心的。

對白 3（第十五集）陶忠德約女兒筱儂吃飯，娓娓道出兩夫妻生死與共的誓言，鼓勵女兒追求自己的幸福。

忠德：丫頭呀，妳知不知道我跟妳媽媽結婚，是妳媽求的婚呀！

筱儂：老媽求的婚？怎麼都沒聽你們說過？

忠德：要給你媽媽保留一點面子嘛！我記得我那時候，一趟飛出去，不知道能不能回得來，我怎麼敢跟妳媽求婚呢？萬一她年紀輕輕就守寡，我怎麼對得起她？

筱儂：那老媽那時候，是用什麼浪漫的方式跟你求婚的？

忠德：我記得她那天說世事難料，誰先走都不知道，只到兩人相處，珍惜相處的時光，這就夠了。接著她看著我跟我說，我們這輩子就在一起，至死方休。

筱儂：老爸，你是來當柏烈的說客的吧？

忠德：我幹嘛胳膊往外彎哪？我要說的是，矛盾只會阻礙妳，不會成就妳，既然喜歡這個男人，就不要想他隨時會在這個世界上消失而終止了這份情。我相信他會為了妳更加小心自己的安全。最少，我在有了妳媽媽、有了妳，我都是這樣想的。

對白 4（第十六集）柏烈救災完後住院，筱儂怕柏烈永遠不會醒來。

筱儂：一直以來，我就是害怕會有這麼一天，我不想要看到你受傷，我害怕如果有一天你真的離開我了，那我怎麼辦？可是我現在才發現，這一天來到了，我不想要失去你！對不起，我不在乎你是士官長還是什麼東西，我只想要你平平安安的，黃柏烈……你起來！

柏烈：嫁給我好不好？

筱儂：你陰我呀？

柏烈：我愛你。

對白 5（第十六集）英傑在救災時沒有處理傷口，後來在醫院昏倒。

醫官：傷口感染合併敗血症，還有多重器官衰竭，那狀況比較嚴重，後續還要去加護病房觀察。

云希：醫生，我拜託你救救他，我拜託你！

醫官：小姐先不要緊張，我們剛才在裡面，已經有做傷口的清創，也有幫他施打抗生素跟輸血，那病人等一下就轉往恢復室了。

對白 6（第六集）柏烈、筱儂同時來到桃園機場，展現執行任務時奮不顧身的形象。

柏烈：妳在這裡幹什麼呀？

筱儂：一、我在執行公務。二、你請自己小心。

柏烈：妳要執行公務可以，離那台飛機遠一點！

筱儂：那身為女朋友的我，也可以一樣要求你拒絕出任務嗎？

柏烈：如果我不打第一線的話，機上乘客們怎麼辦？妳不要開玩笑好不好？

筱儂：可是你任務失敗了，遭遇不測的話，對我來說會是一輩子的痛……

柏烈：這就是我的任務！我會保護機上乘客們的安全。

筱儂：（依依不捨地抓著柏烈的臂膀）

（六）女性軍人的專業：從軍不再是男性的專利，現代女性也可以勝任，但很多辛苦只有自己知道。

對白 1（第七集）筱儂採訪完後到餐廳，怡君幽幽地說出很想念兒子。

筱儂：最近好嗎？翔翔有沒有很乖呀？

怡君：最近飛訓任務多，又要加強戰備，常常白天晚上都要待命，休假少，哪有時間回家陪小孩呀！他呀，常常都抱怨我。

筱儂：結婚了之後又有小孩，在部隊時間又那麼長，難免會影響到家庭生活，尤其對親子教育來說，真的很難兩全。不過換個角度來說，妳未來的媳婦那就很幸運了，因為她有當過兵的婆婆，什麼都懂。

怡君：還說笑，那還有多久，所以我才特別羨慕妳呀！妳爸比妳還懂軍中，男朋友又是比妳還忙的特勤隊，他們一定都可以體諒妳的。

筱儂：有翔翔的照片嗎？哇，根本是小大人的樣子呀！

怡君：翔翔常常打電話給我說好想我，我常掛完電話之後都覺得好難過（含淚）。

對白 2（第十一集）筱儂採訪黑鷹直升機的女飛官。

林青青：黑鷹直升機配附兩具性能優異的發動機，而且它旋翼片尾端的設計，讓飛行人員可以更靈活的操控。最後，飛翔是追逐夢想，勇敢是起飛的第一步。

筱儂：卡，謝謝，身為妳的同學，我真是太驕傲了！不過說真的，妳的體力負荷得了嗎？

林青青：軍人就是軍人，沒有分男的女的，我們都是一樣的。

筱儂：那倒是，女飛官，讚！

對白 3（第十一集）筱儂公餘時間與怡君閒聊，怡君用自身職業同樣危險，及對家人的愛，鼓勵筱儂接受柏烈。

筱儂：柏烈是玉山特勤隊，特勤隊每一項任務都具有高度危險，如果他哪天就一去不回來，那我該怎麼辦？

怡君：我很早就認清要開戰鬥機是我的使命，但有時候我也會想，如果飛機飛不回來了，翔翔怎麼辦？

怡君：所以我就告訴我自己，既然我選擇了我喜愛的志業，那我就要盡最大的努力去取得平衡，工作的時候我就要盡量注意自己的安全，回家的時候就要珍惜跟家人相處的每一分鐘。越是辛苦的時候，越是考驗彼此的感情跟默契。愛不是去佔有，而是支持妳愛的人，去做他喜歡的事。

對白 4（第十五集）特勤隊機動到前進指揮所，柏烈發現筱儂也到現場。

柏烈：這裡現在是土石流警戒區，妳來這裡幹什麼？

筱儂：我是來採訪的，裡面狀況怎麼樣了？

柏烈：這裡現在人車禁止通行。

筱儂：我身兼採訪的任務，你必須讓我過去！

柏烈：我身兼保護人民生命財產的任務，我不會讓妳過去的！

三、《最好的選擇》故事行銷評估

早期軍事題材的影視作品，對於英雄形象的塑造，大都採用了俯視的敘事角度。敘事者具有一種洞悉一切的先知先覺的能力，高高在上地俯視著包括英雄形象在內的所有人物，以自己的所思所想構成了英雄全部的內心世界。而在電視劇走向偶像化以後，軍事題材的電視劇也隨之發生變化，敘事者在描寫英雄氣概的同時，也會盡可能地從英雄身上挖掘出普通人的氣息，也側重揭示軍人的內心世界，努力表現人物的真實面貌和性格，在《新兵日記》裡的主人翁，甚至是呆頭呆腦的形象。透過這種視角的轉移，英雄便讓觀眾在接受過程中體驗和認同，而不是高不可攀的神聖形象。

不過這種平民化的敘述策略，在贏得生活真實感的同時，也背離了發揚光榮軍史與信念，當軍事電視劇開始流行話、大眾化、規避政治風險。一切可能引發爭議的對歷史的反思與評價就都盡可能地被淡而化之，而把焦點集中在故事的親和力、可視性與趣味性上（戴清，2004：213）。

我國軍事電視劇自 1983 年國軍自製《少年十五二十時》為濫觴，達到萬人

空巷的浪潮；而民間主動製作的首部商業軍旅劇為 1990 年華視《大兵日記》，成為與商業電視劇共存的特殊現象，最廣為人知的是 2010 年民視《新兵日記》，而這也顯示流行文化能夠影響群眾；而國軍與民間合作的有兩部：2011 年建國百年大劇《勇士們》以及 2017 年國軍形象劇《最好的選擇》。這些千禧年後的電視劇，是意識形態開放下的傳媒產物，因此摻和著許多愛情、搞笑、詼諧的元素。因此研究者認為由軍民合作，產出凝聚愛國意識形態的電視劇，實屬必要。

再來，近年民眾對於軍事電視劇的印象，仍停留在 2010 年的《新兵日記》，今年（2018）四月 TVBS 歡樂台亦開拍《女兵日記》，皆是再現新兵入伍的搞笑詼諧印象，卻缺乏國軍的專業形象，因此本劇呈現我國精英部隊的樣貌，展現高強度的人力素質及組織效能，喚起專業、精巧、強韌的國軍形象，以面對未來的挑戰。

透過國軍形象劇的「再現」，某種程度也解析了我國的軍隊文化，故事主要傳遞「自我挑戰」、「生涯規劃」、「尚武健壯」、「紀律嚴明」、「犧牲奉獻」、「榮譽精神」的觀點。傳統以來，國軍一直給人蒙著面紗的神祕感及距離感，電視劇不僅具備乘載著青年官兵的夢想、讓官兵獲得慰藉，也讓閱聽眾回憶起軍旅生活的美好，所以是國軍重要的故事行銷手段，從大眾媒介的形式，轉變成大眾視聽娛樂的重要關鍵。這種轉化為軍旅劇注入娛樂化、通俗化、多樣化的元素（康靜尉，2014），內容更加地幽默輕鬆、人物塑造更真實、題材更廣泛。而本劇塑造一位新時代的軍人典型余英傑，他吃苦耐勞、以部隊為家、鐵漢柔情，為保護國家安危奉獻青春。本劇企圖建構之形象：1.軍人維護榮譽；2.軍愛民民敬軍；3.軍人遵守軍紀要求。4.軍人不是超人；5.軍人眷屬的奉獻；6.女性軍人的專業。

而依照蔡金燕（2009）對於故事行銷的檢測標準，在內容的方面分為真實性、角色、結構性、獨特性、社會文化價值、情感反應、關聯性。本劇雖非以真實事件為基礎，但是比照梁山特勤隊的部隊性質、操課內容、多元任務再現部隊實況，所以有達成真實性的檢測標準。而人物角色個性鮮明，且樣貌多變，尤其男

主角原先是一副很嚴肅的形象，在追求愛情時又展現困頓與逗趣的一面，具有豐富性，讓閱聽眾覺得平易近人。在結構性的部分，本劇有兩大核心事件：反恐及救災，在故事鋪陳及情節的細項也有達到 Propp 的 31 種功能，但就氛圍的部分，配樂過少，且台詞多處令人尷尬，接不上話或不知道如何應對，缺少男追女的浪漫氛圍，在反恐及救災之處，可以加強敘事強調，以特寫或延長，增加緊張感。在獨特性的方面，本劇是國軍影視作品有史以來演繹特勤隊的一部，所以非常有獨特性，但是新聞報導經常以《太陽的後裔》炒作比擬，模糊焦點，所以爾後要注意宣傳的方向。云輝代表一個熱愛軍旅也願承擔家計的青年，因此選擇從軍，是符合當代社會的文化價值，志願役官兵是一種職業選擇，而不是義務。在情感反應的部分，感動、投射與激勵，只有達到激勵從軍的效果，因為女主角已經被公車司機警告現在有土石流的危險，她卻堅持徒步登山返校，而不是在山下住幾晚，徒增救援困難，在劫機被挾持的時候，男主角跟歹徒談判要一換一，她卻突然說「我不要換」，在男女主角還沒有感情基礎的當時，很難讓閱聽眾認同此劇情安排，因此無法達到感動及投射的效果。在關聯性的方面，本劇展現軍人英勇、訓練精實、愛國愛民的情操，但閱聽眾為數稍少，故須加強傳遞。

在傳遞方式的方面分為說故事的人、傳遞途徑、傳遞載體、傳遞時機。說故事的人是全知視角。本劇是透過電視、網路及手機 app 傳遞，載體為影像，而傳遞時機在《太陽的後裔》開播一年後，所以難免與之比較，惟配合軍人節上映有搭配到節慶時機。因此研究者認為本劇在宣傳的部分要與《太》劇切割，否則會一直被打擊。

National Defense University

四、國軍形象劇敘事模式

回應研究問題二：國軍形象電視劇《最好的選擇》跟過去軍事主題類影像作品慣用的敘事模式有何不同？從故事行銷的角度來說，《最好的選擇》的敘事模式有何優缺點？

本劇代表著承平時期的現代軍人生活寫照，而本劇也依照著大多數電視劇的結構方式，都採取起承轉合的戲劇性結構，所以故事都有完整的「開端→發展→高潮→解決」的敘事組合。而故事情節會安排引起閱聽眾興趣的衝突，經過英雄與壞人的較量，英雄幫助女主角解決壞人，呈現「衝突——解決」的模式，透過主人翁克服困境，得到一個善惡分明，賞罰公正的結局。

電視劇的人物關係是根據故事的功能被配置出來的，而此處便要探討國軍形象劇的敘事模式，和前期軍是題材影片遮蔽個人情感流露相反，本劇深入到人性與情感領域裡，踏入以往軍事片刻意淡化的部分，相對於政宣時期革命軍人我死則國生的正面描寫，這無疑是很大的改變，本劇也成功得把握英雄與愛情的關係，讓愛情成為再現英雄本色的契機，並把對愛情的描寫，置於劫機與災變的環境中，使本劇有獨立於青春偶像劇的存亡感，使本劇成為具有現代社會文化內涵和人文精神的軍事劇，對接了社會主流價值與個人主義追求。而本劇人物被鮮明的劃分善與惡、正與邪、好與壞的兩類對立人物，使得劇情稍微單調，故建議爾後採用較新的敘事模式，由邪轉正或由善轉惡的角色安排，例如：《一把青》中，男主角為了追求女主角而改過向善、積極成長的感情線；或是新加坡電影《新兵正傳》曾對同袍不理不睬，但同袍仍不離不棄，而後在生死關頭願意為對方挺身而出的友情線；以及小人物活躍於軍旅的草根英雄成長的敘事模式，增加平民視角的成長寓意，走向日常生活的真實空間；或是將英雄人物置於家與國難兩全的困境模式。本劇缺少對英雄家庭環境、生活背景、從軍契機的描述，少了軍人的堅毅與悲壯、歡樂與痛苦，使閱聽眾有種橫空出世的空白感。

而本劇值得稱讚的是，不同以往的女性場域，首先是飾演新聞官的安唯綾，在劫機與土石流就在事件中，不顧自身安危，衝去第一現場採訪的敬業與決心，在許多衛星事件也有女追男的橋段。而飾演飛官的余治賢，為了捍衛領空，經常在營區待命，很少回家照顧兒子，而在高風險的工作環境下，仍鼓勵自己為了家人要多小心自己的安危，是堅強又勇敢的女性軍人代表。另外提到後現代語境下

的大眾化價值觀日漸突起，宏大敘事遭到排斥，反對菁英意識，顛覆傳統權威的潮流湧動。平民化的價值觀探討了平凡和偉大、卑賤與崇高的當代精神，豐富了英雄主義的內涵（徐曉利、敬曉愚，2010）。

綜合上述，本劇在敘事模式上是符合國產電視劇中規中矩的套路，期使以後的國軍形象劇可以走出「軍事化」、「陌生化」的突破與創新。

五、本劇軍種、軍階統計及分析

從軍種、軍階的分析（見表 23），可以發現本劇在軍種的部分，比較偏重陸軍佔 62.5%、空軍次之佔 25%、海軍佔 6.2%、憲兵佔 6.2%。而在軍階的部分，軍官的角色比例最多佔 56.2%、士官次之佔 25%、士兵佔 18.7%。

表 23：本劇軍種、軍階統計表

軍種 \ 軍階	軍官	士官	士兵
陸軍	余英傑、曾富譽、大隊長、指揮官	黃柏烈、陸家豪、好命、女士官	陳家宏、楊承恩
海軍	X	X	賈云輝
空軍	陶忠德、陶筱農、林怡君、林青青	X	X
憲兵	蔡義豐	X	X
通資電軍	本劇於 2017 年四月開拍，本軍為同年七月成編。		

資料來源：本研究整理

而會如此著重在軍官的角色描述上，研究者認為與 2017 年起實施的全募兵制有關，從馬英九政府募兵規畫準備階段（2008 年）起至今已有 10 年（黃煌雄，2017），在 21 世紀新的軍事事務革新的趨勢下，在兩岸軍事實力愈來愈不利的背景下，為了能夠確保國家的生存與安全，所要建立的一支量少、質精，「小而強」、「小而巧」的專業化、現代化精銳部隊。這樣的精銳國軍必然是一支訓練有素、紀律嚴明，「嚇不了、咬不住、吞不下、打不碎」的勁旅，一面固然要擁有基本

戰力與決勝戰力所應有的現代武器裝備，一面也應同時培養並提升包括將領人格、軍中風氣、精神戰力，國民意志等無形戰力。

真正的挑戰不僅僅在募兵「量」的目標可以達成，也應包括在「質」的目標可以達成，這才是募兵時刻的意義與價值所在。故研究者認為以凸顯各軍種軍官素質來實施士兵、士官的招募便是本劇宣傳的重點之一。



第五章、結論與建議

本章為結論，共分為三節，第一節為研究發現，歸納論述第四章進行過的分析與探討；第二節為研究討論，討論本劇值得嘉許及改進之處；第三節為檢討與建議，研究者提出對國軍日後形象劇的文本內容、傳播管道，提出一些心得與建議。

第一節、研究發現

當前軍事形象劇所運用的手法與策略，目的便是為了提升閱聽眾對於組織的好感，進而認同，尤其我國近年推動「徵募並行制」變革成「募兵制」，對青年學子來說，當兵在未來可能不是一種義務，而是一種「求職」的選擇。對於國軍而言，募兵變視同「徵才」，人才的好壞攸關著國安問題。因此，本文便是剖析《最好的選擇》，如何運用場景、角色、情節、對白，型塑良好的國軍形象，達到故事行銷的效果。

本研究藉敘事分析研究方法，分析電視劇的場景時空、人物安排、情節鋪陳的因果關係，除了對故事編排架構更加清楚之外，還釐清了國軍形象劇特有的敘事公式。在論述分析層次上，透過本研究的分析，對事件鋪排的時間長短，以及人物對話間的背後意涵，也有更深度的認識。此外，本研究還比較了國軍影視作品與國軍形象之間的關聯性，呈現那些特點是被強調或刪除的。

本研究藉由第四章電視劇角色分析結果的「主要角色性格刻劃」、「故事角色類型分析」、「角色對白」回答研究問題一之一：《最好的選擇》中主要人物是否符合普羅普「故事角色」類型？這些人物對核心事件反應的態度為何？

根據Propp七種故事角色分析，電視劇中的主角（英雄），追求人生目標、幸福（公主）時，身懷愛國信念，在敵對者（壞人）出現，經由周遭的部屬、朋友（協助者），拉近與贊助者的關係，進而解決衝突。有時長輩或長官（派遣者），

因看重英雄解決問題的能力及可塑性，將心願或重責大任賦予英雄，英雄在任務過程中，會遇見能達成使命，但經時間考驗，最終知難而退的假英雄角色。

因此，主角常懷遠大目標與使命感，面對的困難，往往是壞人的干涉、時局脫離掌握，或假英雄的扯後腿。除了靠個人意志的堅持外，長官部屬朋友的支持，還有實際上的助益，使主角在劇終時能完成目標。主要的角色性格，符合閱聽眾對國軍的想像，男主角堅持不懈、為國為民，但時而溫柔時而調皮的個性，又更貼近人性。女主角溫柔善良、見義勇為，時而的傻呆萌也令閱聽眾會心一笑。

在人物特質的描述上，英傑的鐵漢柔情展現在送女方盆栽、與云希豎笛鋼琴合奏、加裝摩托車後座靠背椅、去海邊丟石頭讓云希忘記過去、協助云輝報考志願役士兵、要求詩涵向云希道歉、發現云希被劫機心頭一震、發現云希在土石流警戒區奮不顧身地去營救。

而富譽與雅倫這一對則體現了軍人與軍眷的辛苦，富譽因為軍火失竊案自願放棄婚假，雅倫只能看著富譽的照片與唱軍歌想念富譽，兩人只能通電話看明月互訴相思之苦，最後富譽去救災時雅倫說一定要平安回來，因為雅倫懷孕了。柏烈與筱儂因為皆是軍職，距離上一次約會竟然相隔四個月，兩人平常也只能講電話互相關心，不然就是筱儂剛好去柏烈的部隊採訪。而女飛官怡君與兒子翔翔也是未能多見，怡君隨時都要在警戒室待命，每回與翔翔講電話時都被任務中斷，因此筱儂與怡君也是部隊中女性場域的代表，另還有女直升機教官、女特勤隊隊員出場，本劇有別以往，大大強調女性軍職的部分，此處符合曾雅琦（2013）的研究建議，證明女性在軍中的地位已不容忽視。早年的軍隊普遍存在專屬於男性的刻板印象，近年來隨著性別平權觀念提升，以及國軍制度的開放，我國女性官兵在軍中的比例日漸提升，不論在戰鬥部隊或後勤單位皆有亮眼表現，不僅為「巾幗不讓鬚眉」的最佳寫照，更成為捍衛國家安全的堅實戰力。至 106 年止，女性官兵人數已達 2 萬餘員，占國軍總人數 13.5%。

另外，本劇亦有女主角弟弟從軍的劇情安排，云輝是一個普通的大學生，對

戰機、軍艦、戰車等模型特別著迷，因為不想要姐姐云希如此辛苦的扶養自己，加上受到筱儂的教訓，最後是因為國軍救出唯一的親人，所以云輝志願從軍宣告獨立，在面試當時也說出許多人的心聲，「我姊前幾個月遇到恐怖的劫機事件，如果沒有國軍的救援，我實在無法想像她會怎麼樣。從小就是我姊帶我長大，她照顧我，然後幫了我很多，可是我卻不能幫她做什麼，我不想要再這個樣子了。有些事現在不做，以後就不會做了。而且在部隊可以培養很多專業、也可以考證照。所以我覺得現在就是最好的時候。穿上迷彩，人生精彩。」云輝在直播上有分享體能終於訓練到錄取標準，在體能鑑測上雖然是跑最後一個但還是有及格，另外就是在懇親會還有艦艇開放時表示很適應部隊生活，展現出從軍是一種自我實現的選擇。

最後在訓練嚴格但環境輕鬆的方面，柏烈跟富譽一直都是教官的角色，在訓練館或是一些場域可以聽到他們不斷要求隊員的動作、楊承恩操課時心不在焉被加強訓練、安全士官放錯軍歌備受責備，但晚上收操後在寢室與室友嘻笑打鬧、在健身房大家相互較勁，家宏回顧外散宿時大家的聚餐，讓閱聽眾認為玉山特勤隊是一群有向心又和樂的部隊。

綜觀以上，本劇呈現的國軍形象，除了符合學者論述的形象外，如鮑世瑋（1995）堅毅挺拔、活力充沛、愛國情操、有理想抱負；鄒中慧（2001）專業素養；林忠和（2006）生涯規劃、福利健全、團隊精神、自我挑戰、與時俱進；楊大民（2008）巾幗英雄、英挺帥氣、戰力堅強、高科技化，研究者認為還有呈現「鐵漢柔情與男追女的平實」、「軍人與軍眷的辛苦」、「女記者與女飛官的女性專業」、「從軍是一種自我實現」、「訓練嚴格但環境輕鬆」的形象建構。

透過第四章電視劇場景分析結果的「故事場景出現頻率表」回答研究問題一之二：《最好的選擇》如何建構軍事故事的背景？如何交代故事的空間場景跟故事發生年代？

在第四章中以分析本劇主要場景及次要場景，並針對海、空軍的場景做群組

歸納，除此之外也有許多民間場景在此揀重點舉例，云希的家是本劇出現非常多次的場景，前後綠園美景甚至引起網友詢問，原來國防大學的職務官舍。而云希任教的莊敬高職在每年的創意愛國歌曲皆表現優異，是2018年的冠軍隊伍。最後是云輝的房間，云輝經常在網路直播自己組裝戰機模型等活動，與時下年輕人無異，是本劇的招募對象。

第四章電視劇情節分析結果的「反恐劫機核心事件與衛星事件圖」、「核心事件與衛星事件順序表」、「本劇事件三十一種敘事功能分析」回答研究問題一之三：《最好的選擇》的各自主角歷經哪些事件？包括：1.發生了什麼事？2.採取何種行動解決？3.結果為何？

回顧本劇的情節敘事安排，起初讓閱聽眾以為是單調苦悶的軍旅生活→公主的出現→壞人來攪局→天災又來亂→最終困境順利解決。但主線劇情仍以軍旅生活的「工作型態」為主軸，所以主角群在整部電視劇是有明確的任務、訓練與使命去完成的，所以也是一種完整的人生歷練過程縮影，雖然也涵蓋著「愛情」的元素在內，本劇仍以人物傳記的方式在安排劇情。所以迎合目標群眾也是本劇的一大特點，雖然是大眾流行文化，仍不失原有的功能與價值。

由此，可看出軍事形象劇的故事情節結構，從開端到故事結尾，符合了托鐸洛夫的敘事觀點，皆從故事開端的不平衡，最後恢復平衡和安定之狀態。同時，也能符合Propp的敘事結構觀點，本劇正由一系列的功能序列而成，其敘事必從主角遭遇某個惡行陷阱或缺乏某種物件開始，接著也必然受到某些制約的條件所困、化解危機、打敗壞人、完成任務、壞人必遭受懲罰、英雄與公主必能快樂的生活在一起的特定發展。

第二節、研究討論

本研究認為，就故事行銷的基本要素而言，《最好的選擇》還有演員本身的軍事化訓練程度不足、劇情合理度讓本劇更具有真實性與真誠感，最後探討從軍事傳播看故事行銷將來的發展潛力。

一、情感面沒有層次

英雄也是人，因此英雄也離不開人情倫理。現今的軍事題材電視劇在表現英雄個性時採用了情感化的敘事策略，並且這種情感的呈現已經不僅僅作為劇情和人物塑造的補充，而成為了塑造人物和推進劇情的關鍵因素。

愛情一直以來都是電視劇裡不可或缺的話題。但是，在早期的軍事題材影視作品中，關於英雄的愛情描寫往往是將它轉化或升華為一種為了實現同一理想和目標而結合在一起的革命情誼。隨著禁錮的打破和思想的解放，英雄個人的愛情終於開始被多角度、多層次地加以展現，愛情甚至成為了他成長過程中的一股重要動力，開始不斷地改正自身的種種惡習和缺點，一方面滿足了閱聽眾內心對情感的訴求，另一方面也能塑造英雄多面向的內心世界，如此才能為這部電視劇增添可看性；反觀本劇是男追女、女追男的單純愛情線，沒有促成角色的成長或是目標的昇華，淪為坊間的青春偶像劇。

再來討論友情面的部分，革命戰友之間的同袍情應該是軍事劇的一大重點，那種始終緊密團結、齊心協力完成任務的套路仍有再現的必要，不打不相識的友誼在目前的部隊也很常見，從對立爭吵、慢慢熟悉再到溝通理解、以致最後互相珍惜的過程，在十六集的篇幅中應該多少要提到，究竟角色們是共同歷經什麼苦難，而成為肝膽相照的戰友，甚至有幾次捨身保護對方，本劇沒有著墨，實屬可惜。而家宏偏離的人生軌道也是發揮的一大重點，眾人如何將他拉回正途，並讓身處浮躁社會中的人們再次相信友情，也是一項遺憾。

二、劇情不合理

在場景分析的章節，有提到安排的地理位置與故事時間兜不攏；云輝熱愛空軍，組裝許多戰機模型，也參觀了航空體驗營，最後卻報名海軍志願役士兵，有點不合理；本劇可能礙於政治因素，沒有討論到任何中共的篇幅，但我國現在最危險的敵人就是中共，如此喪失對閱聽眾以及官兵眷屬很好的宣教機會；再來也有許多違背常規之處，筱儂在用餐時的鐵餐盤拿反了、柏烈捲起袖子不符規定、筱儂穿軍常服採訪而不是記者便服、上尉叫中士學妹，所以在拍攝及審片的時候，仍需有軍事人員在旁提點，避免混淆視聽。而在製片的部分，男主角持單筒望遠鏡，特效卻是雙筒的，不合理。男女主角很不熟、很尷尬、台詞很像在騷擾女性。原先有穿橘色救災服，後來又只剩迷彩服，不連戲。原先要確認雲山村的災民，後來去長濱村，亦不合理。

而演員的方面，袁艾菲飾演音樂老師，整齣戲被學生、閨蜜、弟弟吹捧為14歲就登上國際大舞台的鋼琴家，但在勞軍晚會以及教導小葵時展現的琴技，實在有違現實，與其自曝其短，不如與女二安唯綾換角，安畢業於師範大學音樂系，在真實感有望多添幾分。而男主角余英傑體格與操練動作非常熟練，十足的軍人模樣，但是在追女孩子的方面，表情、動作、台詞、語調皆是想佔女生便宜的油膩形象，使本劇失去甜蜜氛圍及幻想空間，劇末真情流露始扳回一城。

三、從軍事傳播看故事行銷

根據106年四年期國防總檢討指出共軍近年將各項演習機制化，已具備對台封鎖、實施多元作戰，及奪占外離島能力，對我威脅包括地面整體作戰能力，已具備攻取我外離島之三棲登陸作戰能力。故研究者大膽猜測，我國在2017年便指定以神秘的涼山特勤隊為模本，在本劇以玉山特勤隊亮相，使國人窺其訓練及任務，以達到國人安心之目的，而本劇則體現了情報蒐集、人員訓

練、執法能力、武力使用等四項。

上述表達外部危安，接下來是內部隱憂，在國防安全挑戰的方面，兵力來源漸趨緊縮、國防意識趨於淡化、複合型災害威脅日增，是目前最急迫的三大問題。我國少子女化日益嚴重，使青壯人力總額逐年減少，對國軍編制充實與作戰維持造成衝擊，尤其在我國「徵募並行制」轉為「募兵制」之後，當兵不再是一種義務，而是一種職業選擇，故我國防部必須拍攝此劇有招募意涵之形象劇，以達效果。另兩岸經濟、社會及文化等交流持續發展，部分國人易輕忽兩岸軍力持續失衡，中共對我威脅日增之事實，而漸低對國防事務的支持，因此國軍需要整合相關資源，強化國人對國防的正確認知，進而鞏固國家安全。最後是我國位於西太平洋颱風區及環太平洋地震帶，風災及震災頻繁，而國軍近年支持災害防救展現非凡成效，與中央、地方政府協救災，擔負保衛人民生命財產安全的責任。

根據曾雅琦（2013）指出，若將紀錄片提升為有劇情的電視劇，閱聽眾將更能吸收國防部想要傳播的意識形態與價值觀，本劇亦是如此。而許多國家也把軍隊形象當成品牌來經營，並以故事行銷的方式來呈現，以正面的手法融入情感、振奮人心的情節、激勵士氣的元素，以故事鋪陳，藉由劇情將軍隊的形象正面提升。礙於經費，本劇無法像《太陽的後裔》一樣有許多大場面，甚至還去國外參加維和行動，但研究者認為可以比照《飛翔公關室》營造出暖實力，展現鐵漢也有柔情，不僅軍事迷會收視，更可以網羅廣大女性觀眾。

National Defense University

第三節、 檢討與建議

本劇突破國防政策傳播途徑與研究取向，因為過去研究僅就軍事電影、真人秀、微電影、廣告等影視作品，而耗資龐大的電視劇是久久才製播一次，而從數位化潮流的趨勢之下，本劇除了在緯來電視台播映，更結合手機追劇程式LiTV，符合洪健元（2009）建議建構之數位整合媒體平台、陳靜君（2011）建議以網路與電視雙軌宣傳加乘效果，顯示數位行銷策略為國軍宣傳的有利媒介，後續可深入研究。

相較於大陸有計畫性的產製影視作品，且有多篇文獻可參閱，而我國作品少且文獻少，是本文無法克服之處。而我國軍仍有多支精銳部隊尚未廣為人知，例如 106 年 7 月 1 日成立的第四軍種——資通電軍指揮部；而 106 年 9 月 1 日空軍「防空砲兵指揮部」及「防空飛彈指揮部」併編為「空軍防空暨飛彈指揮部」；106 年 12 月 1 日 P-3C 型反潛機成軍；最後是我國的軍醫體系，依照「救災就是作戰」及「防災重於救災、離災優於防災」之政策指導，協助地方政府災害防救，如高雄氣爆、復興航空空難、新北市八仙塵爆及臺南地震、花蓮地震等，均於第一時間投入救護人員協助災害搶救，彰顯國軍醫護人員專業卓越的優質形象。以上四支部隊皆沒有相關的影視作品，若爾後以這幾支部隊為拍攝主體，將會跳脫出新兵訓練及特戰這兩個舊主題，對於提升軍人形象與專業素養很好發揮的題材。

再者，研究者認為，電視劇的製播就是為了影響閱聽眾對軍人的形象認知，近年來也非常重視閱聽人在傳播過程的重要性，尤其在人手一機及多螢的時代，閱聽人不再是被動的收視，而是主動的攝取，且具有詮釋文本的能力，因此，在做文本研究的同時，可以加入閱聽人取向，探討閱聽人如何看待國軍形象劇？是否認同其形象再現？將更能解讀文本中所傳播的訊息意義。

根據研究結果提出兩部分的建議。第一在本研究採用理論分析方法上，提

出理論的限制。第二是影視實務的建議，根據本研究貢獻，提出國軍未來與民間單位合作電視劇節目時，能斟酌參考的依據。

電視劇的敘事理論分析，只能單從文本形式上，所呈現的場景、角色、情節，作論述解讀，本研究難能可貴之處，在於綜整學者過往研究的各式影視作品及論述的國軍形象，再與本形象劇所呈現的國軍形象兩者間相互參照。不過敘事理論無法提供國軍形象劇與國軍形象背後的意識形態與價值觀的詮釋過程，只能拆解故事序列的關係，得知敘事的整體架構。因此，建議後續研究者可以搭配與製作方的深度訪談、在劇組田野調查，將真實的拍攝經驗，與影視文本作參照，將會具有更見樹又見林、面面俱到的詮釋，這樣的研究途徑，能讓質性研究者探討更有趣的問題面向。

猶如前述，影視作品具有「眼見為憑」的特性、富含娛樂色彩的滲透度與可親度、觀賞時的群體效應，以及可透過電視網、手機、網路上觀賞無遠弗屆的影響力，因此受到許多國家軍方的運用，在故事行銷上扮演極為重要的角色，故而各國軍隊在支援影視拍攝方面，不僅不排斥，而且是主動積極的（徐慧萍，2014）。

基於此，對於國軍現行支援影視拍攝作法，研究者有幾項建議：

（一）內容製播方面：

- 1.善用每年國軍文藝金像獎，徵選出好的劇本內容，屆時可改編成電視劇或電影。
- 2.邀請知名小說家，以國軍為題材創作：不僅能吸引媒體的關注，透過他們粉絲的口耳相傳，或散播消息，對國軍宣傳上，也有加成的作用。
- 3.從政戰學院藝術系影劇組徵角：不僅能節省演員人力成本，也可以增加學生的實務經驗，以致獎勵後生晚輩持續產出國軍影視內容，達到雙贏的效果。

（二）行銷策略方面：

- 1.運用社群網路的力量行銷：曾雅琦（2013）指出，放眼今日的社群媒體和行動裝置日新月異，若能針對不同族群偏好的媒體習慣，以及行動裝置的使用情形來進行溝通傳達，便可達到最佳的績效組合。
- 2.而本劇粉絲專頁由靖天集團經營，希冀爾後能與軍事發言人室、陸海空三軍司令部臉書粉絲專頁、國防部 Instagram 官方帳號、Youtube 影音平台共同置放短篇精彩提要，快速傳遞電視劇開播消息，藉由碎裂式的分享，將能把觸角伸到國軍現役、退役及軍眷、民眾身上，使資源有效分享，擴大國軍內外部的收視族群。另可針對粉絲留言，將意見歸納為下次改進方針。

（三）體驗媒介方面：

- 1.成立媒體娛樂事業公關部門：美國國防部編制下有一個娛樂媒體司（entertainment media），專門協調好萊塢製片商的相關製片事宜，日本 2012 年甚至還拍攝以此單位為主角的形象劇《飛翔公關室》（徐蕙萍、方鵬程、延英陸，2014），我國或許可以效法其他國家的做法，成立一個媒體公關部門，平日負責與影視及文化產業打交道，為國軍尋找適合的題材，而不是被動的等待影視業者找上門來，劇本也不再受限於資方。
- 2.文宣品客製化，打造本劇特色：建立品牌忠誠度，可打造獨一無二的文宣品（李奕縈，2009），在舉辦開鏡典禮、殺青活動、開播記者會時，若能同時提供阿帕契直升機或八輪甲車、磐石軍艦等模型，不但在感官上迅速吸引民眾注意，亦可誘發收藏情緒，使文宣品成為值得珍藏的紀念品。

回顧過去的文獻可知，光靠一部形象劇要提升或塑造現代軍人形象，無法達到立竿見影的效果。形象的塑建與提升是持續性的工作，要達到加深印象的

效果，必須不斷爭取媒體曝光，將部隊的正面形象廣為宣傳，贏得民眾的了解與支持。然則，一部電視劇的拍攝所費不貲，而國防部也不再主導任何的影視產業，因此建議透過電視劇、電影、音樂 MV、實境節目、廣告等「置入性行銷」的方式，以更貼近大眾的管道，讓國軍形象慢慢塑建到腦海裡，相信亦有助於民眾的認同。最後，本研究期待往後以國軍人物敘事為背景的電視劇，可參考韓國《太陽的後裔》、日本《飛翔公關室》等，以偶像劇方式推行，並邀請全台觀眾參觀劇中場景等旅遊景點（張雅婷，2012），讓閱聽眾親臨現場，就可以延續故事行銷的意義價值。

對後續研究的建議，研究者建議將導演及編劇納入研究範圍，電視劇的敘事風格與運鏡剪輯方式關鍵在於導演及編劇是誰，若能將他們的媒體經驗、軍事背景、拍攝風格納入研究，更有助於分析電視劇，進而找出與國軍需求相符合的導演，爾後在軍人形象呈現的方面都能事半功倍。另可針對國防部推動之文宣形象活動，比較不同的體驗行銷特性與成效優劣，並提出因地制宜的完美行銷策略。

綜上所述，由於我國軍事題材的影視作品，隨著政宣時代的結束，產量也逐漸遞減，後續民間業者拍攝的軍事喜劇片內容又對國軍形象傷害甚大，國防部空窗許久不再支援拍攝軍事類的電視劇，然而因應兵役制度的轉型，加上新媒體時代的來臨，與影視及文創產業的合作是必然的，提升能見度後則需探討與軍人形象的提升是否有相關性，來做為爾後軍民合作的依據，相信時間一久，必能收其成效。

National Defense University

參考文獻

中文文獻：

- 王烱華（2017.10.24）。〈《最好的選擇》被酸收視差 國防部駁：每集有 167 萬人觀賞〉，《蘋果日報》。取自 <https://tw.appledaily.com/new/realtime/20171024/1228012/>
- 王烱華（2017.3.19）。〈國防部擬製作台版「太陽的後裔」 由梁修身執導〉，《蘋果日報》。取自 <https://tw.appledaily.com/new/realtime/20170319/1079693/>
- 王超駿（2012）。《故事行銷觀點下的軍事傳播研究—以《勝利之光》英雄故事為例》。國防大學政治作戰學院新聞研究所碩士論文。
- 台灣民意基金會（2017.4.24）。〈台灣人對政府官員的感覺〉。上網日期：2018 年 5 月 1 日，取自 <https://www.tpof.org/>
- 申丹（2014）。《敘事學理論探賾》。臺北市：秀威資訊。
- 申單、王麗業（2010）。《西方敘事學：經典與後經典》，北京：北京大學出版社。
- 白春仁、顧亞鈴等譯（1998）。《巴赫汀全集，第五卷—陀思妥耶夫斯基詩學問題》。石家莊：河北教育出版社。（原書 Bakhtin, M. M. [1963] . *Problems of Dostoevsky's poetics*. Minneapolis: U Minnesota P.）
- 朱中平（2016）。《國軍形象與認知價值對從軍意願影響之研究-以高雄市高中職學生為例》。屏東科技大學農企業管理系所碩士論文。
- 余福福（2002）。《中、美軍事院校招生行銷策略之研究—以陸軍官校、西點軍校為例》。國防大學政治作戰學校新聞研究所碩士論文。
- 吳岱諭（2014）。《探討社群媒體行銷在旅遊業的影響》。政治大學資訊管理研究所碩士論文。

- 吳昭怡（2003）。〈行銷決戰點 給產品說一個故事〉，《天下雜誌》，引言。
- 吳珮慈譯（1996）。《當代電影分析方法論》。（原書 Aumont J.& Marie M. [1988]. *L'Analyse des films*. Paris: Nathan.）
- 吳翊萱（2017）。《國軍形象對內部人員之滿意度及員工忠誠度與留營意願之影響—以憲兵為例》。義守大學工業工程與管理學系碩士論文。
- 呂妮霖（2008）。《好萊塢後現代童話電影的敘事轉向分析》。政治大學廣播電視學系碩士論文。
- 呂欣懋（2017.10.25）。〈若還有機會 馮世寬願在國軍劇中軋一角〉，《中央社》。
取自 <http://www.cna.com.tw/news/aip/201710250140-1.aspx>
- 李天鐸譯（1993）。《電視與當代批評理論》。臺北：遠流。（原書 Allen, Rober C. [1992]. *Channels of discourse: Television and contemporary criticism*. UK: Routledge）
- 李宇翔（2017）。《微電影故事行銷分析—以 2016 年國軍形象廣告為例》。國防大學政治作戰學院新聞研究所碩士論文。
- 李佳玲（2015）。《1970 年代抗日戰爭電影研究—以《英烈春秋》、《八百壯士》、《笕橋英烈傳》為例》。國立屏東大學中文研究所碩士論文。
- 李金銓（1993）。《台灣的廣播電視藍圖 解構廣電媒體》。臺北：澄社報告 2。
- 李顯立等譯（1996）。《解讀電影》。臺北市：遠流。（原書 Kawin, Bruce F. [1992]. *How Movies Work*. University of California Press.）
- 周毓洵（2017.9.19）。〈「最好的選擇」劫機後 男女主角感情升溫〉，《青年日報》。取自 <http://www.ydn.com.tw/News/254989>
- 林呈綠（2009）。《台灣廣告 50 年：23 個關鍵時間點》。臺北市：臺北市廣告代理商商業同業公會出版。
- 林忠和（2006）。《國軍募兵廣告意涵研究—平面廣告的符號分析與解讀》。國防大學政戰學院新聞研究所碩士論文。

- 林東泰（2008）。《大眾傳播理論》（增訂三版）。臺北：師大書苑。
- 林東泰（2011）。〈電視新聞敘事結構初探〉，《新聞學研究》，108：225-264。
- 邱啟明譯（1997）。《電影概論》。臺北：五南。（原書 Dick, Bernard F. [1990]. *Anatomy of film (2nd ed)*. St. Martin's Press.）
- 涂怡姿（2017）。《2015-2016 年國軍形象廣告溝通效果之決定因素研究》。國防大學政治作戰學院新聞所碩士論文。
- 姚羽捷、邊明道（2017）。〈軍事題材電影中女性軍人角色研究－以 1980 年至 2010 年好萊塢電影為例〉，《復興崗學報》，110：57-93。
- 施漢昇（2010）。《《波麗士大人》電視劇敘事策略及影響研究》。中正大學臺灣文學研究所碩士論文。
- 洪健元（2009）。《國軍人才招募運用遊戲宣傳之評估性研究》。國防大學政治作戰學院新聞研究所碩士論文。
- 洪登南、謝國榮、余福福（2002）。〈軍校生不同入學管道與理想軍官特質之關聯性分析－以陸軍官校正期生為例〉，「國防部國軍九十一年度軍事校育學術研討會」論文。台灣，北投。
- 洪毓珮（2013）。《故事行銷對品牌形象的影響－以同理心為中介變數》。國立東華大學企業管理學系碩士論文。
- 胡光夏、陳竹梅（2010）。〈數位時代下的軍事傳播學研究〉，《復興崗學報》，98：1-25。
- 胡光夏、陳竹梅（2013）。〈「微電影」在軍事行銷傳播運用的初探性研究〉，《復興崗學報》，103：1-23。
- 胡亞敏（2014）。《敘事學》。臺北：若水堂。
- 唐綦騰（2014）。《國軍招募廣告訴求與招募對象涉入程度變化之研究》。國防大學政治作戰學院新聞所碩士論文。

- 孫宇駿（2015）。《以軟權力理論分析軍隊品牌形象－以美國及臺灣為例》。國立中興大學國際政治研究所碩士論文。
- 徐岱（1992）。《小說敘事學》。北京：中國社會科學出版社。
- 徐曉利、敬曉愚（2010）。〈平民視角中的「英雄神話」——近年來軍旅題材電視劇中草根英雄模式研究〉，《宜賓學院學報》，10（9）：102-105。
- 徐蕙萍、方鵬程、延英陸（2014）。〈日自衛隊支援影視拍攝宣揚國防作法研究——以日劇「公關室愛情」為例〉，《軍事新聞論壇》，2：257-286。
- 涂傳均（2012）。《從災害管理看國軍整體形象之行銷——以「莫拉克風災」為例》。元智大學管理碩士在職專班碩士論文。
- 祝基滢（1973）。《大眾傳播學》。臺北市：學生書局。
- 高橋朗（2008）。《五感行銷》。臺北市：漫遊者文化。
- 國防部（2017）。《中華民國 106 年四年期國防總檢討》。臺北市：國防部。
- 國防部（2017）。《中華民國 106 年國防報告書》。台北市：國防部。
- 康靖尉（2013）。《中國大陸軍旅劇的敘事分析——以《火藍刀鋒》與《我是特種兵 2》為例》。國防大學政治作戰學院新聞所碩士論文。
- 張方譯（1997）。《講故事——對敘事虛構作品的理論分析》。臺北：駱駝出版社。
- （原書 S. Cohan & LM Shires. [1988]. *Telling stories : A Theoretical analysis of narrative fiction*. NY : Routledge.）
- 張梨美譯（1997）。《電影符號學的新語彙》。臺北：遠流。（原書 Stam, Robert, Burgoyne, Robert. & Flitterman-Lewis, Sandy. [1992]. *New vocabularies in film semiotics*. London: Routledge.）
- 張雅婷（2012）。《客家電視台年度電視劇之客家形象分析》。國防大學政治作戰學院新聞研究所碩士論文。
- 張嘉珉（2017）。〈洪仲丘、勞乃成事件下的國軍形象：問卷調查研究〉，《高雄應用科技大學人文與社會科學學刊》，3（2）：51-73。

- 連冠寧（2015）。〈20 大精彩故事行銷〉。《動腦雜誌》，471：46-52。
- 郭騰尹（2006）。〈故事行銷的力量〉，《鮮活職場》，4：17。
- 陳玉箴譯（2005）。《媒介與傳播研究法指南》新北市：韋伯文化。（原書
Jensen， KB （Ed.）. [2002]. *A handbook of media and communication
research: Qualitative and quantitative methodologies*. London: Routledge.）
- 陳虹君（2013）。《從故事行銷談品牌塑造之意涵：以台灣玻璃館玻璃媽祖廟為例》。康寧大學國際企業管理系碩士論文。
- 陳培煌（2011.10.3）。〈池玉蘭：勇士們記錄國軍歷史〉，《中央社》。取自
<https://www.taiwannews.com.tw/ch/news/1724296>
- 陳雅惠（2014）。〈探索網路新聞敘事新方向〉，《新聞學研究》，121：127-165。
- 陳靜君（2010）。《體驗行銷運用於文化創意產業之效果研究－以電視劇《新兵日記》為例》。國防大學政治作戰學院碩士論文。
- 陸軍聲（96.12.16）。〈城鎮作戰專題系列〉，《青年日報》4 版。
- 曾雅琦（2013）。《數位行銷與閱聽人體驗之研究－以「台灣特戰部隊」、「台灣菁英部隊：陸戰蛙人」紀錄片為例》。國防大學政治作戰學院新聞所碩士論文。
- 賀陳奕（2017）。《國軍社會地位與形象的影響因素（2008-2016）》。淡江大學國際事務與戰略研究所碩士論文。
- 黃光玉（2006）。〈說故事打造品牌：一個分析的架構〉，《廣告學研究》，26：1-26。
- 黃翊琪（2016）。《媒體文化與科技的競合：多媒體互動新聞敘事之媒材、互動與權力》。國立交通大學傳播研究所碩士論文。
- 黃新生（2008）。《偵探與間諜敘事--從小說到電影》。臺北：五南。
- 黃煌雄（2017）。《台灣國防變革：1982-2016》。臺北市：時報。

- 黃雋永（2014）。《台灣軍事題材電影產製歷程分析—以《報告班長 7：勇往直前》為例》。國防大學政治作戰學院新聞所碩士論文。
- 黃蕙娟（2007）。〈從“敘事學”到“新聞敘事”觀點論述體育新聞之適用性〉，《中華體育季刊》，21（3）：143-154。
- 楊大民（2008）。《國軍人才招募廣告的符號學分析：以軍校聯合招生電視廣告為例》。國防大學政治作戰學院新聞研究所碩士論文。
- 楊振富譯（2008）。《好故事無往不利：創造行銷奇蹟的說服力》。臺北市：天下遠見出版社。（原作者：Richard Maxwell、Robert Dickman）。
- 楊曉林（2012）。《當代熱播電視劇賞析》。重慶：重慶大學出版社。
- 詹志宏（1980）。《在台外籍人士對中華民國的映像研究》。中興大學公共行政及政策研究所碩士論文。
- 鄒中慧（2001）。〈軍聞報導與國軍形象—以青年日報 90.1.1 起改版為例〉，《軍事社會科學研究專輯》（頁 95-127）。北投：政戰學校。
- 廖素珊、楊恩祖譯（2003）。《辭格（三）》。臺北市：時報文化。（原書 Gerard Genette [1984]. *Narrative discourse: An essay in method*）
- 趙光正（2012）。《說故事行銷在 Facebook 中傳遞效果之研究》。台灣科技大學企業管理系碩士論文。
- 趙偉紋譯（2008）。《教您如何做文化暨媒介研究》。新北市：韋伯文化。（原書 Stokes, J.[2003]. *How to do media and cultural studies.*）
- 潘國華（1998）。《總統候選人形象研究：以一九九六年總統直選為例》。政治大學新聞研究所碩士論文。
- 蔡金燕（2009）。《故事行銷關鍵成功因素之研究》。實踐大學企業創新與創業管理研究所碩士論文。
- 蔡琰（2000）。《電視劇：戲劇傳播的敘事理論》。臺北：三民。

蔡琰、臧國仁（1999）。〈新聞敘事結構：再現故事的理論分析〉，《新聞學研究》，58：1-28。

鮑世瑋（1996）。《軍事院校電視招生廣告之內容分析與效果檢驗：1988~1995》。政治作戰學校新聞研究所碩士論文。

戴清（2004）。《電視劇審美文化研究》。中國大陸：中國廣播電視出版社。

謝奇任、李奕縈（2009）。〈全民國防體驗行銷初探：以憲兵鐵衛戰鬥營為例〉，《復興崗學報》，93：37-57。

簡政珍（2006）。《電影閱讀美學》。臺北市：書林出版。

藍婉今（2010）。《以直覺理論觀點探討網路部落格之說故事行銷效果》。臺灣科技大學資訊管理研究所碩士論文。

蘇峰山（2004）。《論述分析導論 質性研究方法及其超越》。臺北市。

英文文獻：

Chatman, S. (1980). *Story and discourse: Narrative structure in fiction and film*. Ithaca, NY: Cornell University Press.

Chatman, S. (1990). *Coming to terms: The rhetoric of narrative in fiction and film*. Ithaca, NY: Cornell University Press.

Denning, S. (2006). Effective storytelling: strategic business narrative techniques. *Strategy & Leadership*, 34(1), 42-48.

Escalas, J. E. (1998). Advertising narratives: What are they and how do they work? In B. Stern (Ed.), *Representing consumers: Voices, views, and visions* (pp. 267-289). New York: Routledge & Kegan Paul

Fisher, W. R. (1984). Narration as a human communication paradigm: The case of public moral argument. *Communications Monographs*, 51(1), 1-22.

Fog, K., Budtz, C., & Yakaboylu, B. (2005). *Storytelling: Branding in Practice*. Berlin: Springer.

- Franke, V. C. (2000). Duty, honor, country: The social identity of West Point cadets. *Armed Forces & Society*, 26(2), 175-202.
- Godin, S. (2005). *All marketers are liars: Telling authentic stories in a low-trust world*. New York: Portfolio Hardcover.
- Hopkinson, G. C. & Hogarth-Scott, S. (2001). What happened was broadening the agenda for storied research. *Journal of Marketing Management*, 17, 27-47.
- Lyons, N., & Laboskey, V. K. (2002). Why narrative inquiry or exemplars for a scholarship of teaching? In N. Lyons & V. K. Laboskey (Eds.), *Narrative inquiry in practice* (pp. 11-27). NY: Teachers college press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing Management*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall
- Lippmann, W. (2017). *Public opinion*. Routledge.
- Loebbert, M. (2003). *Storymanagement: der narrative Ansatz für Management und Beratung*. Klett-Cotta.
- Padgett, D., & Allen, D. (1997). Communicating experiences: A narrative approach to creating service brand image. *Journal of advertising*, 26(4), 49-62.
- Polkinghorne, D. E. (1988). *Narrative knowing and the human sciences*. Suny Press.
- Propp, V. (1958, 1973). *Morphology of the folktale*. Austin & London: Texas Univ. Press.
- Silverstone, R. (1981). *The message of television: Myth and narrative in contemporary culture*. London: Heinemann Educational Books.
- Simmons, B. A., & Elkins, Z. (2004). The globalization of liberalization: Policy diffusion in the international political economy. *American political science review*, 98(1), 171-189.

- Stern, B. B., Thompson, C., & Arnold, E. (1998). Narrative analysis of marketing relationship: The consumers perspective. *Psychology and Marketing*, 15(3), 195-214.
- Todorov, T. (1977). Primitive Narrative. *Homer: Critical Assessments*, 347.
- Vincent, R. C., Crow, B. K., & Davis, D. K. (1989). When technology fails: The drama of airline crashes in network TV news. *Journalism Monographs*, 117, 1-25.
- Witten, M. (1993). Narrative and the culture of obedience at the workplace. In D. K. Mumby (Ed.), *Narrative and social control: Critical perspectives* (pp. 97–118). Newbury Park, CA: Sage.



附錄

《最好的選擇》各集劇情介紹

集數	標題	劇情內容
一	哪個國家不需要軍人？我們雖然不是萬能，但我們期許自己無所不能	在國軍聯合婚禮上，玉山特勤隊中隊長余英傑對音樂老師賈云希一見鍾情，意外在她機車拋錨時解救她，讓兩人彼此留下好印象，余英傑希望有機會與賈云希再度約會，好不容易要第一次約會了，卻有緊急任務來攪局。
二	軍人不怕苦、不怕難，就怕妳不懂我的心	軍聞社記者上尉陶筱儂看到男友黃柏烈與高校女生的合照，不禁藉由採訪的機會質問他；云希在課堂上遭學生刁難，英傑剛好隨招募員入班宣傳，英傑想解釋之前爽約的事，但云希依舊沒給他好臉色。
三	守護家園，總有人為你醒著；但我們也是凡人，總有煩惱	賈云希每次去上課最不想遇到的就是學生的挑釁，偏偏挑釁她的，就是家長會長的女兒，讓她好生無奈。余英傑的學長憲調官來到玉山特勤隊，請託他們協尋失竊軍火，另一頭，失竊軍火的幕後主使正計畫下一波行動！
四	我知道妳擔心我，但如果貪生怕死，我就不會來當軍人了	云希與英傑在軍民晚會上的琴瑟和鳴大獲好評，也讓兩人增加了浪漫相處的機會，但英傑卻在此時知道，學長蔡義豐竟是云希的前男友，這個發現讓他徹夜難眠，陶筱儂與黃柏烈平常嬉鬧，但黃柏烈卻發現陶筱儂總是刻意不讓他與她的家人相識。
五	「國家、責任、榮譽」外，我也很在乎妳	好命的機車行被潑漆了，但好命卻一點都不知道是發生什麼事情，好友陳家宏知道主事者是衝著他來，因為他沒能回營區盜竊第二批軍火；賈云希被學校約談，她以為又要再度被砲轟，沒想到是要她帶洪詩涵出國比賽。面對文哥的警告，陳家宏決定要幹票大的。
六	這不是電影，這是我們的任務！我必須保護妳	賈云輝從新聞上得知姐姐的飛機被劫持，急得有如熱鍋上的螞蟻，但他卻什麼都不能做，玉山特勤隊接獲救援任務出發，當余英傑趕到現場發現主嫌竟然是陳家宏，昔日兄弟互相對峙，最後只好讓悲劇發生；陶筱儂因為劫機事件開始擔心男友黃柏烈的安危，他答應女友會更注重安全。

七	犧牲奉獻，以身許國，但總有人質疑我們存在的價值	余英傑因為在劫機事件中表現傑出，所以晉升成中校，英傑與富譽來到好命機車行一起遙祭陳家宏，但卻發現劫機事件背後有藏鏡人。賈云輝因為參加暑期戰鬥營，心中湧現從軍的念頭。
八	任務第一，家人第二！但妳無時無刻在我心裡最柔軟的那一塊園地	飛官林怡君在軍中待命許久，對兒子翔翔的思念與日俱增，當她開飛機降落在跑道時，意外發現儀隊帶給她的驚喜；今天將進行六人約會，但賈云希卻姍姍來遲。
九	榮辱與共，很多事情無法改變，我也只能從改變自己做起	云希失業了，為了幫弟弟繳學費，她對弟弟隱瞞失業的消息，把機車賣掉，還到便利商店打工，看到偏鄉在徵教師，還起意要去應徵，當英傑知道她失業，看到她悶悶不樂，要她不要所有事情一肩扛下，他願意跟她一起承擔。
十	穿上了妳所託付的軍裝，再累我都要撐過去！	玉山特勤隊出任務回營的路上，碰到一群登山客求救，是登山客中的一員——陶忠德因心肌梗塞暈倒，余英傑立刻率領弟兄們搶救，保住性命，卻發現陶忠德不僅是陶筱儂的父親，也曾是一名軍人，陶筱儂尷尬，黃柏烈驚訝。
十一	我選擇從軍，妳選擇愛我，可不可以連我的職業全都愛？！	陶筱儂的爸爸想看看女兒的男友，但她總是避而不談，因為心裡認為男友黃柏烈官階比自己還有爸爸低，不知道能否和他永遠在一起，來找賈云希討論感情問題的筱儂，遇到云希的學生洪詩涵，因為對她們不禮貌，讓筱儂跟詩涵起了爭執。
十二	世界上最遙遠的距離，是我不在妳身旁，但我真的很愛妳！	云希決定去偏鄉地區的雲海國小教書，前來迎接她的校長非常熱情，但同學卻是面無表情。柏烈還是繼續追問陶筱儂關於他們倆的未來，英傑為他指點迷津說，應該直接去和未來的岳父接觸才是。
十三	怎麼樣才能讓對的人不分離？	柏烈去找筱儂的父親陶忠德，表達對他女兒的愛意，說明不會因為軍階而改變心意，陶父欣賞他的自信與膽量，但希望在他女兒尚未做出決定前，柏烈不要與她連絡；玉山特勤隊到雲山山區駐紮，英傑為了保密軍隊的行蹤，沒對云希說，卻感到王校長有意追求云希，讓他因此被激起鬥志。
十四	為了你上山下海，為了你不敢懈怠，	云希於課後時間指導小葵彈琴，小葵卻心神不定，說要下山與爸比見面，云希來到營區外等英

	再累也得偽裝起來	傑，卻發現英傑早已離開，後來，云希竟發現，原來小葵的爸比就是英傑，這件事讓云希感覺自己受騙，英傑卻還沒機會解釋清楚。
十五	建立正確敵情認知與安全警覺，非你不可！	余英傑神秘兮兮的帶著云希到學校禮堂，在張雅倫、曾富譽、陳小葵的祝福中，有了難忘的生日回憶。黃柏烈信守承諾等待陶筱農釐清頭緒，另一方面，陶筱農得知，原來當年竟是媽媽主動向爸爸求婚，勇敢的愛情讓她動容。云希帶著陳小葵去參加音樂比賽，還趁著機會順道去海軍營區探望弟弟賈云輝，賈云輝提醒，新聞報導說雲山山區會有豪大雨，賈云希回程時，不巧真碰上了。雲山山區傳來災情，余英傑才剛聯絡上賈云希竟然就失聯！壓抑不安的心情，余英傑與特勤隊出動協助救災，直升機從受困山區的賈云希和陳小葵的上空飛過，卻沒注意到她們
十六	我們的故事，最好的選擇，但請原諒我，當家事強碰國事，我得以任務為重！	因風速太強、直升機不便再降落，余英傑與曾富譽、黃柏烈、賈云輝 4 人向部隊請假組成救援隊，誓要救出賈云希和陳小葵。賈云希堅強的帶著陳小葵尋覓安全處躲避，與時間賽跑的余英傑不顧受傷的身軀，終於找到了兩人。陪同就醫過程中，余英傑卻忽然暈倒，原來他的傷口感染嚴重，引起併發症，嚇壞的云希腦海中閃現與余英傑相處的各種情節。筱農匆匆來到醫院，對躺在病床上的柏烈就是一頓罵，最後才真情告白。