

國防大學政治作戰學院中共軍事事務研究所

碩士論文

共軍徵募廣告之研究——以《中國軍網》為例

**A Study of Conscription and Recruitment**

**Advertisements of Chinese Military--A Case Study of**

**The Website of “China Military”.**



國防大學

National Defense University

研究生：趙書婷 撰

指導教授：李亞明 博士

中華民國一〇七年六月



國防大學

National Defense University

國防大學政治作戰學院中共軍事事務研究所  
碩士班學位論文

口試委員會審定書

共軍徵募廣告之研究—以《中國軍網》為例

本論文係趙書婷君(學號 1070720123)在國防大學政治作戰學院中共軍事事務研究所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	劉建鴻
指導教授	李亞明
委員	劉光夏
委員	
所長	馮振坤

中華民國一〇七年五月十八日



國防大學

National Defense University

## 謝辭

感謝讚美主！

回顧這兩年生活，我所經歷的人、事、物皆非偶然，乃是主所為我安排預備。雖然過程有得有失，但我感謝神的帶領。

首先，感謝原單位的長官、同仁們，對我的支持與鼓勵，讓我能順利就讀研究所。然而，學習的第一年，我的生活並不平順。由於資質駑鈍，平時的課業就帶給我極大的負擔。生命中重要的兩個人，爺爺、奶奶也在此期間相繼安息主懷，更帶給我沈重的打擊。所幸有班上十四位同學、前單位同仁的扶持與陪伴，讓我漸漸走出意志消沈的日子。

感謝所長馬振坤老師、李亞明老師、董慧明老師、荊元宙老師，平時對我的教導與照顧。特別是李亞明老師，我的論文指導老師，感謝老師對我的包容與指導，讓我自己選擇有興趣的主題作研究。另外，也感謝口試委員劉建鷗老師與胡光夏老師，給予我寶貴的意見與寫作的方向，讓我的論文更趨完善。

感謝我的父母，在此期間對我的支持與體諒，使我能無後顧之憂的完成學業，希望以後能有更多時間陪伴他們。

最後，研究所生活中的酸甜苦辣，我都銘記於心。感謝主安排與帶領，感謝主的保守與看顧，一切榮耀歸予神，阿們！

趙書婷 謹誌

臺北北投 復興崗

2018年6月1日



國防大學

National Defense University

## 摘要

本研究採用約翰·費斯克（John Fiske）的符號學概念，以Fiske的意義三層次作為主要分析架構，分析2017年《中國軍網》發布之共軍徵募廣告，歸類廣告中所展現的軍隊形象，以及探討文本背後的意識型態。

研究發現，徵兵類廣告呈現的軍隊形象包含熱血流行、訓練有素、精銳之師、親民愛民、巾幗英雄、知識青年等形象。招生類廣告呈現的軍隊形象包含文武兼俱、訓練有素、開放包容、堅毅挺拔、親民愛民、國際化、現代化等形象。

徵兵類廣告隱含的意識型態為，呼籲適齡青年將個人理想抱負與強軍夢緊密連結，共同實踐強軍夢。招生類廣告隱含的意識型態為，實現黨的強軍目標。概括而論，兩者廣告的意識型態皆為實踐「強軍夢」，但兩者的意識型態差異在於徵兵類廣告之「強軍夢」是較為模糊的概念，而招生類廣告之「強軍目標」是「強軍夢」的具體化，其概念較為明確，即是培養建設一支聽黨指揮、能打勝仗、作風優良的人民軍隊。

**關鍵詞：**共軍徵募廣告、符號學、中國軍網



國防大學

National Defense University



## Abstract

This study uses John Fiske's media semiotic concept and Fiske's three layers of semiotic as the main analytical framework. By analyzing the Chinese military recruitment and conscription advertisements released on the website of “China Military” in 2017, the study categorizes the military images demonstrated in the advertisements and explores the ideology behind the them.

According to study results, those military images shown in the conscription advertisements include hot-blood trend , good discipline, elite troops, good civil-military relations, military heroines, knowledge and youth; and military images shown in the recruitment advertisements include being adept with both the pen and the sword, well-trained, open-minded, perseverance and uprightness, good civil-military relations, internationalization and modernization.

The implicit ideology in conscription advertisements calls for the young of the right age to closely connect their ideal ambitions to dreams of building strong military and jointly realize the dreams of building strong military. The implicit ideology in recruitment advertisements is to realize the party's strong military goals.

In summary, the ideology of both advertisements is to realize “dreams of building strong military,” but the differences of the ideology between both advertisements are that the concept of “dreams of building strong military” in conscription advertisements is a rather vague concept; and the idea of “strong military goal” in recruitment advertisements is the concretization of the “dreams.” It has a more explicit concept, which is to build a

people's army that follows the command of the CPC, is capable of winning battles, and has a fine style of work

**Key Words: Conscription and Recruitment Advertisements of Chinese Military, Semiology, Website of China Military.**



# 共軍徵募廣告之研究——以《中國軍網》為例

## 目錄

<b>第一章 緒論</b> .....	<b>1</b>
第一節 研究背景與動機.....	1
第二節 研究目的與問題.....	14
第三節 研究架構與章節安排.....	15
<b>第二章 文獻探討</b> .....	<b>17</b>
第一節 軍隊形象與媒體.....	17
第二節 共軍人才戰略與媒體.....	33
第三節 意識型態與廣告.....	46
<b>第三章 研究方法</b> .....	<b>55</b>
第一節 符號學分析.....	55
第二節 研究樣本.....	61
第三節 研究操作.....	63
<b>第四章 共軍徵募廣告文本分析</b> .....	<b>67</b>
第一節 徵兵類廣告分析.....	67
第二節 招生類廣告分析.....	94
第三節 研究發現與綜合討論.....	121
<b>第五章 結論</b> .....	<b>133</b>
第一節 研究結果.....	133

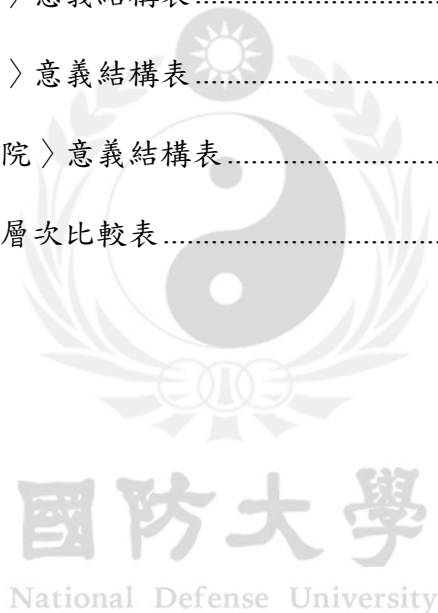
第二節 研究限制與研究建議.....	136
<b>參考文獻.....</b>	<b>139</b>
中文部分.....	139
英文部分.....	154
<b>附錄.....</b>	<b>155</b>
一、徵兵類廣告毗鄰結構.....	155
二、招生類廣告毗鄰結構.....	164



## 表目錄

表1-1-1 調整改革後全軍和武警部隊院校名單.....	7
表2-1-1 國軍強化軍事新聞之相關工作歷程.....	26
表2-2-1 共軍軍官與士官招募暨培育管道.....	35
表3-1-1 攝影機操作與剪輯技巧的符號學分析.....	57
表3-1-2 系譜軸與毗鄰軸重點比較表.....	58
表3-2-1 2017年度共軍《中國軍網》發布之徵募廣告.....	61
表3-3-1 共軍招生廣告〈青春〉毗鄰軸結構示意表.....	63
表4-1-1 〈中國力量〉簡介.....	67
表4-1-2 〈中國力量〉系譜軸二元對立分析整理.....	74
表4-1-3 〈我參軍·我光榮〉簡介.....	78
表4-1-4 〈我參軍·我光榮〉系譜軸二元對立分析整理.....	81
表4-1-5 〈參軍報國·準備出發〉簡介.....	84
表4-1-6 〈參軍報國·準備出發〉系譜軸二元對立分析整理.....	89
表4-1-7 湖南衛視〈真正男子漢第二季〉第1至3期首播收視情況.....	91
表4-2-1 〈海軍潛艇學院〉簡介.....	94
表4-2-2 〈海軍潛艇學院〉系譜軸二元對立分析整理.....	97
表4-2-3 〈陸軍裝甲兵學院〉簡介.....	99
表4-2-4 〈陸軍裝甲兵學院〉系譜軸二元對立分析整理.....	104
表4-2-5 〈武警特警學院〉簡介.....	106
表4-2-6 〈武警特警學院〉系譜軸二元對立分析整理.....	110
表4-2-7 〈空軍工程大學〉簡介.....	113

表4-2-8 〈空軍工程大學〉系譜軸二元對立分析整理.....	117
表4-2-9 〈空軍工程大學〉廣告中所見標語統計表.....	118
表4-3-1 徵募廣告呈現的軍隊形象.....	123
表4-3-2 〈中國力量〉意義結構表.....	124
表4-3-3 〈我參軍·我光榮〉意義結構表.....	125
表4-3-4 〈參軍報國·準備出發〉意義結構表.....	125
表4-3-5 〈武警特警學院〉意義結構表.....	126
表4-3-6 〈空軍工程大學〉意義結構表.....	126
表4-3-7 〈海軍潛艇學院〉意義結構表.....	127
表4-3-8 〈陸軍裝甲兵學院〉意義結構表.....	127
表4-3-9 徵募廣告意義三層次比較表.....	129



## 圖目錄

圖1-1-1 共軍士官來源圖.....	10
圖1-1-2 共軍軍官來源圖.....	11
圖1-3-1 研究架構圖.....	15
圖2-2-1 《中國軍網》網站首頁.....	41
圖3-1-1 Barthes意義的兩個層次.....	59
圖3-1-2 Fiske意義的三層次.....	60
圖4-3-1 共軍徵募廣告意識型態示意圖.....	131
圖4-3-2 共軍徵募廣告符號扣連示意圖.....	132





國防大學

National Defense University



## 共軍徵募廣告之研究——以《中國軍網》為例

新媒體時代下，各國軍隊積極利用影音短片進行招募宣傳，此類影片在我國稱為「招募廣告」。就中國大陸而言，習慣上會將此類影片統稱為「宣傳片」，亦鮮少使用「招募」一詞。中國大陸採取的兵役制度為徵募併行制，每年都會推出「徵兵宣傳片」與軍隊院校「招生宣傳片」。本研究以此兩類影片作為研究主題，稱其為「徵募廣告」。由於共軍每年發布的廣告數量不定，且分布平台眾多。因此，本研究將搜集的平台設定為《中國軍網》。

### 第一章 緒論

本章緒論概分三節。第一節為研究背景與動機，第二節為研究目的與問題，第三節為研究架構與章節安排，分別述明如下。

#### 第一節 研究背景與動機

National Defense University

##### 壹、研究背景

一個國家的軍事戰略並非恆久不變，必須考量整體環境變化，包括國際局勢、國家綜合實力與戰爭型態等因素，採取相適應之軍事戰略。<sup>1</sup>本節將梳理中國大陸改革開放至今40年之轉變、習近平掌權後推動的軍隊改革、中共武裝力量與軍隊院校，以及兵役制度的簡介作為研究背景，並提出研究動機。

---

<sup>1</sup> 顧立民，《中共軍事戰略轉變（1989-2007）》（高雄：國立中山大學博士論文，2007年），頁 I。

## 一、共軍現代化改革發展

20世紀70年代末至80年代，鄧小平帶領共軍走上具有中國特色的精兵之路，他認為「世界大戰短時期內不會打」，<sup>2</sup>於是將經濟建設擺在國家戰略的第一要務。軍隊建設的指導思想，從毛澤東的準備「早打、大打、打核戰爭」之臨戰狀態朝向現今和平建設發展的轉變，軍事戰略在服從國家建設大局的前提下，有計劃地推行以現代化為中心的軍隊建設；以建設現代化、正規化革命軍隊為總目標，按精兵、合成、高效的原則進行軍隊改革，實施百萬大裁軍，著力提升軍隊素質，以求增強軍隊在現代戰爭條件下的自衛能力。

20世紀90年代，波灣戰爭帶給共軍極大的震撼。隨之而起的軍事事務革命思潮，亦對中共領導人的軍事思維造成衝擊，並且積極推行具有中國特色的軍事變革。江澤民將新時期積極防禦軍事戰略方針，建立在以「打贏現代技術特別是高技術條件下局部戰爭」為基礎，實施科技強軍戰略，逐步實現由「數量規模型」邁向「質量效能型」、由「人力密集型」邁向「科技密集型」轉變；制定「三步走」發展戰略，<sup>3</sup>走以機械化為基礎、以信息化為主導的跨越式發展道路，為因應作戰需求，加速武器裝備發展，加強軍兵種和應急機動作戰部隊建設，優化體制編制，裁減員額70萬，以求提升防衛作戰能力。

進入21世紀，中國大陸與世界各國的關係越來越緊密，為維護國家主權、安全，以及發展利益，胡錦濤主政將「科學發展觀」作為國防和軍隊建設的指導方

---

<sup>2</sup> 中共中央文獻編輯委員會編，《鄧小平文選（第三卷）》（北京：人民出版社，1993年），頁249。

<sup>3</sup> 指1997年12月7日，江澤民在《實現國防和軍隊現代化建設跨世紀發展的戰略目標》中提出，國防和軍隊現代化建設的跨世紀發展可分為「三步走」，簡述如下：第一步，至2010年實現新時期軍事戰略方針提出的各項要求，為國防和軍隊現代化打下基礎。第二步，至2020年隨著國家經濟實力的增長和軍費的相對增加，加速軍隊質量建設的步伐，適當加大發展高技術武器裝備的力度，完善武器裝備體系，全面提高部隊素質，進一步優化體制編制，使國防和軍隊現代化建設有一個較大發展。第三步，至2050年實現國防和軍隊現代化。

針，更進一步推行國防與軍隊現代化，以應對多種安全威脅與多樣化軍事任務；並且加強軍隊機械化和信息化的複合發展，展開信息化條件下軍事訓練，推動軍事理論、軍事技術、軍事組織和軍事管理創新，力求提升「打贏信息化條件下局部戰爭」的軍事能力和執行非戰爭軍事行動的能力。

在中國共產黨第十八次全國代表大會上，習近平提出為「兩個一百年」<sup>4</sup>奮鬥的國家戰略目標，其中一個就是實現中華民族偉大復興的「中國夢」，中國夢對軍隊來說就是強軍夢。當前，共軍以中國共產黨在新形勢下的強軍目標為總綱，力求「建設一支聽黨指揮、能打勝仗、作風優良的人民軍隊」。<sup>5</sup>並以國家核心安全需求為導向，著眼建設信息化軍隊，加強基於信息系統的體系作戰能力，逐步構建一體化之聯合作戰體系。

## 二、習近平軍改與組織現況

### （一）習近平軍事改革

習近平於2012年11月接任中共中央總書記和中共中央軍委主席之後，便開始籌備軍隊改革計劃。2013年11月中共十八屆三中全會，將國防和軍隊改革納入了全面深化改革的總體布局之內，提出了「深化軍隊體制編制調整改革」、「推進軍隊政策制度調整改革」及「推動軍民融合深度發展」等三方面的部署。<sup>6</sup>2014年3月，中央軍委深化國防和軍隊改革領導小組成立，期間召開多次會議研討改革相關工作，直至2015年11月中央軍委改革工作會議召開，軍隊改革才正式啟動。

---

<sup>4</sup> 第一個一百年，即中國共產黨成立一百年（2021年）全面建成小康社會。第二個一百年，即中國大陸建政一百年（2049年）成為社會主義現代化國家，實現中華民族偉大復興的中國夢。

<sup>5</sup> 〈習近平出席解放軍代表團全體會議〉，《中國人大網》，2013年3月11日。

[http://www.npc.gov.cn/pc/12\\_1/2013-03/11/content\\_1780791.htm](http://www.npc.gov.cn/pc/12_1/2013-03/11/content_1780791.htm)（瀏覽日期：2017年9月16日）

<sup>6</sup> 楊佳凝，《認真學習十八屆三中全會精神全面深化改革學習讀本》（北京：當代中國出版社，2013年），頁214-227。

## （二）軍事組織現況

深化國防和軍隊改革方案以「軍委管總、戰區主戰、軍種主建」為主導原則，包括了調整軍委總部體制、實行軍委多部門制、組建陸軍領導機構、健全軍兵種領導管理體制、重新調整劃設戰區、組建戰區聯合作戰指揮機構、健全軍委聯合作戰指揮機構等措施。因軍改面向極廣，僅列與本研究相關部分。

### 1. 軍委多部門制的調整——15個職能部門

中央軍事委員會，是中共全國武裝力量的最高統率機構，負責中國共產黨和國家的最高軍事決策和軍事指揮，根據黨的路線、方針、政策，和國家的安全與發展需要確定軍事戰略，領導軍隊建設。<sup>7</sup>軍改前，中央軍委之下設有總參謀部、總政治部、總後勤部、總裝備部等四大總部，分別領導全軍的軍事、政治、後勤、裝備等事務。

2016年1月11日，中央軍委將原先的四大總部體制改為中央軍委多部門制，中央軍委機關調整組建軍委辦公廳、軍委聯合參謀部、軍委政治工作部、軍委後勤保障部、軍委裝備發展部、軍委訓練管理部、軍委國防動員部、軍委紀律檢查委員會、軍委政法委員會、軍委科學技術委員會、軍委戰略規劃辦公室、軍委改革和編制辦公室、軍委國際軍事合作辦公室、軍委審計署、軍委機關事務管理總局等15個職能部門。

此波軍改中央軍委收回了原屬四大總部的決策權與指揮權，並以15個職能部門所取代之。而其中，軍委訓練管理部是由原總參謀部「軍訓部」所升格編成，<sup>8</sup>負責全軍與武警的教育及訓練事務，統籌推行實戰化訓練任務。

### 2. 五大軍種的建立

---

<sup>7</sup> 李亞明，《共黨理論與中國大陸研究》（臺北：黎明文化，2014年），頁64。

<sup>8</sup> 李亞明，《中共解放軍概論（修訂版）》（臺北：國防大學政治作戰學院，2017年），頁37。

2015年12月31日，陸軍領導機構、火箭軍及戰略支援部隊正式成立。軍改以前，中共有陸軍、海軍、空軍及第二炮兵部隊。長期以來，共軍陸軍並無設置陸軍司令部，有關管理陸軍的事物均由原四大總部，尤其是總參謀部代行。<sup>9</sup>陸軍領導機構的成立標誌著共軍拋棄了大陸軍主義，打破了陸軍高於其他軍種的模式。同時，原第二炮兵部隊改組成立火箭軍，使其成為共軍在陸、海、空軍之外的第四個獨立軍種。此外，共軍成立了新的戰略支援部隊，這是一支包括電子對抗、網路攻防、衛星偵蒐等力量的部隊，負責在太空、天空、電磁等空間，支援其他傳統作戰力量的軍種。因此，現階段共軍擁有陸軍、海軍、空軍、火箭軍、戰略支援部隊等五大軍種。

### 三、中共武裝力量與軍隊院校

#### (一) 三大武裝力量

根據《中華人民共和國兵役法》規定「中華人民共和國的武裝力量，由中國人民解放軍、中國人民武裝警察部隊和民兵組成」。

解放軍區分現役部隊和預備役部隊，現役部隊由陸軍、海軍、空軍、火箭軍、戰略支援部隊所組成，主要擔負防衛作戰任務，必要時可依法規定協助維護社會秩序；而預備役部隊平時按照規定實施訓練，戰時根據國家發布的動員令轉為現役部隊。

武警部隊，具有維護國家安全與社會穩定的職能。原屬於國務院編制序列，由國務院、中央軍委遂行雙重領導。在習近平軍改之背景下，武警部隊自2018年1月1日起不再列入國務院序列，改由中共中央、中央軍委集中統一領導，並歸入

---

<sup>9</sup> 同前註，頁39。

中央軍委建制之中。<sup>10</sup>武警部隊與解放軍之任務區別在於，解放軍的對外性質大於對內，武警部隊的對內性質大於對外。<sup>11</sup>武警部隊以輕型武器為主要裝備，其素質及功能有別於解放軍。

民兵，是不脫產的群眾武裝組織，是解放軍的助手與後備力量。由區、鄉、鎮和企業機關採「勞務結合」、「平戰結合」的方式所編成，<sup>12</sup>並在軍事機關的指揮下，擔負戰備勤務、防衛作戰任務，協助維護社會秩序。凡年滿18~35歲，符合服役條件之公民，除了已經徵召服役者外，均須編入民兵組織服預備役。

中共的武裝力量宛如一條大河，由解放軍、武警部隊與民兵匯聚而成。河的上游，由解放軍和武警部隊實施人才招攬，未被徵集與招募之男性青年，就必須服民兵的義務役。河的中游，解放軍「現役部隊」的軍官與士官，如因健康等因素而退出現役，可轉調解放軍「預備役部隊」或至「民兵」服務。河的下游，解放軍與武警部隊退役的軍官或士官，若在現役一切合格，可在退役後分配到民兵部隊繼續成為武裝力量的一員。<sup>13</sup>顯見中共武裝力量之編組極為龐大。

## （二）軍隊院校

共軍的軍官、士官與文職人員，除了少數透過地方院校培養，多數是經由軍隊院校的長期教育而任命。當前中共的軍隊院校，已由1980年代改革開放初期的117所，逐步往院校規模的大型化、教育的學術化、學歷的高層次化方向發展。至2012年11月，已調整到解放軍院校65所，武警院校14所，合計79所軍隊院校。

<sup>10</sup> 〈中共下令武警由中央軍委統一領導〉，《聯合新聞網》，2017年12月27日。

<https://udn.com/news/story/7331/2898630>（瀏覽日期：2018年5月4日）

<sup>11</sup> 同註8，頁102。

<sup>12</sup> 張五岳、謝銘元，〈中國大陸國情探析〉，載於張五岳主編《中國大陸研究》（新北：新文京開發，2014年），頁33。

<sup>13</sup> 同註7，頁295。

<sup>14</sup>而在習近平的軍改下，共軍軍隊院校又啟動另一波重大變革。

2017年6月29日，在中共國防部新聞發布會上，新聞發言人吳謙大校公布了改革後軍隊院校的數量，包括中央軍委直屬院校2所，各軍兵種院校35所，武警部隊院校6所，共43所，如次頁表1-1-1所示。

表 1-1-1 調整改革後全軍和武警部隊院校名單

項目	院校名稱	隸屬
一、軍委直屬院校		
1	中國人民解放軍國防大學	中央軍委
2	中國人民解放軍國防科技大學	
二、軍兵種院校		
1	中國人民解放軍陸軍指揮學院	解放軍陸軍
2	中國人民解放軍陸軍工程大學	
3	中國人民解放軍陸軍步兵學院	
4	中國人民解放軍陸軍裝甲兵學院	
5	中國人民解放軍陸軍炮兵防空兵學院	
6	中國人民解放軍陸軍航空兵學院	
7	中國人民解放軍陸軍特種作戰學院	
8	中國人民解放軍陸軍邊海防學院	
9	中國人民解放軍陸軍防化學院	
10	中國人民解放軍陸軍軍醫大學（第三軍醫大學）	
11	中國人民解放軍陸軍軍事交通學院	
12	中國人民解放軍陸軍勤務學院	
13	中國人民解放軍海軍指揮學院	
14	中國人民解放軍海軍工程大學	
15	中國人民解放軍海軍大連艦艇學院	
16	中國人民解放軍海軍潛艇學院	
17	中國人民解放軍海軍航空大學	
18	中國人民解放軍海軍軍醫大學（第二軍醫大學）	
19	中國人民解放軍海軍勤務學院	
20	中國人民解放軍海軍士官學校	

<sup>14</sup> 同註8，頁113。

21	中國人民解放軍空軍指揮學院	解放軍空軍
22	中國人民解放軍空軍工程大學	
23	中國人民解放軍空軍航空大學	
24	中國人民解放軍空軍預警學院	
25	中國人民解放軍空軍哈爾濱飛行學院	
26	中國人民解放軍空軍石家莊飛行學院	
27	中國人民解放軍空軍西安飛行學院	
28	中國人民解放軍空軍軍醫大學（第四軍醫大學）	
29	中國人民解放軍空軍勤務學院	
30	中國人民解放軍空軍通信士官學校	
31	中國人民解放軍火箭軍指揮學院	解放軍火箭軍
32	中國人民解放軍火箭軍工程大學	
33	中國人民解放軍火箭軍士官學校	
34	中國人民解放軍戰略支援部隊航天工程大學	戰略支援部隊
35	中國人民解放軍戰略支援部隊信息工程大學	
三、武警部隊院校		
1	中國人民武裝警察部隊指揮學院	武警總部
2	中國人民武裝警察部隊工程大學	
3	中國人民武裝警察部隊警官學院	
4	中國人民武裝警察部隊特種警察學院	
5	中國人民武裝警察部隊後勤學院	
6	中國人民武裝警察部隊士官學校	

資料來源：整理自〈國防部公布調整改革後軍隊院校名稱〉，《中華人民共和國國防部》，2017年6月29日。[http://www.mod.gov.cn/info/2017-06/29/content\\_4784010.htm](http://www.mod.gov.cn/info/2017-06/29/content_4784010.htm)（瀏覽日期：2017年11月28日）

在2016年1月的軍改中，中央軍委下設的四大總部被調整為多部門制，由原四大總部轉型而來的聯合參謀部、政治工作部、後勤保障部、裝備發展部，其權力已大不如前。而在四大總部時期的各隸屬院校，亦在此階段中短暫的改隸於軍委訓練管理部。<sup>15</sup>在2017年的軍改中，共軍業已形成五大軍種，按照「軍委管

<sup>15</sup> 同註8，頁117。



總、軍種主建」的原則，軍委訓練管理部將所屬的軍隊院校，移交各軍種機構自行業管各軍種之院校教育；<sup>16</sup>如表1-1-1所示，除了國防大學與國防科技大學為中央軍委直屬院校外，其餘院校皆分別隸屬五大軍種與武警總部。此外，原隸屬總後勤部的第三軍醫大學、第二軍醫大學及第四軍醫大學等三所軍醫大學，亦分別改隸陸軍、海軍、空軍。

#### 四、中共兵役制度

根據《兵役法》規定，中國大陸採取「義務兵與志願兵相結合、民兵與預備役相結合」的兵役制度，相關規定亦適用於武警部隊。除男性公民應服義務兵外，<sup>17</sup>女性公民也可透過應徵報名的管道入營服役，惟皆需經體檢與政治審查合格方得服役；各軍種服役年限為2年，而義務兵於現役期滿後，經批准可改服志願兵（即士官）。<sup>18</sup>根據《中國人民解放軍現役士兵服役條例》規定，士官除了從服現役期滿的義務兵中選取外，亦從軍隊院校畢業的士官學員中任命，亦可以從非軍事部門具有專業技能的公民中直接招收。

現役軍官之人員補充分別為，選拔優秀士兵和普通高中畢業生入軍隊院校學習畢業的學員；選拔普通大學畢業的國防生和其他應屆優秀畢業生；直接提升具有普通大學本科以上學歷表現優秀的士兵；改任現役軍官的文職幹部；招收軍隊以外的專業技術人員和其他人員。

在軍隊院校的招生中，共軍從青年學生中招收學員，其招收學員的年齡，不受徵集服現役年齡的限制。學員完成學業考試，合格者由院校發給畢業證書，按

<sup>16</sup> 同註8，頁117。

<sup>17</sup> 共軍實行兵役登記制度。每年12月31日以前年滿18歲的男性公民，都必須在當年9月31日以前，按照地方兵役機關的安排，進行兵役登記。經過初步審查合格者，地方兵役機關會再通知前往體檢，符合條件者，才會徵集服現役。因此，並非每個人都必須服現役。

<sup>18</sup> 同註12，頁33。

照規定任命為現役軍官、文職幹部或者士官。根據國防建設的需要，亦可依托普通大學招收、選拔培養國防生。國防生畢業後任命為現役軍官或者文職幹部至部隊服現役。

根據共軍軍隊改革的部署，從2017年起不再從普通高中畢業生中定向招收國防生，也不再從在校大學生中選拔國防生。目前共軍針對國防生制度進行改革，由定向招錄、全程培養，逐步調整為地方院校畢業生直接選拔招錄。<sup>19</sup>此作法是為了更廣泛地利用國家教育資源，讓更多優秀人才一同競爭，藉以提高未來軍隊幹部素質。

綜上所述，現役軍人除了義務兵役制士兵外，研究者分別就共軍士官與軍官來源，繪製如圖1-1-1、圖1-1-2。

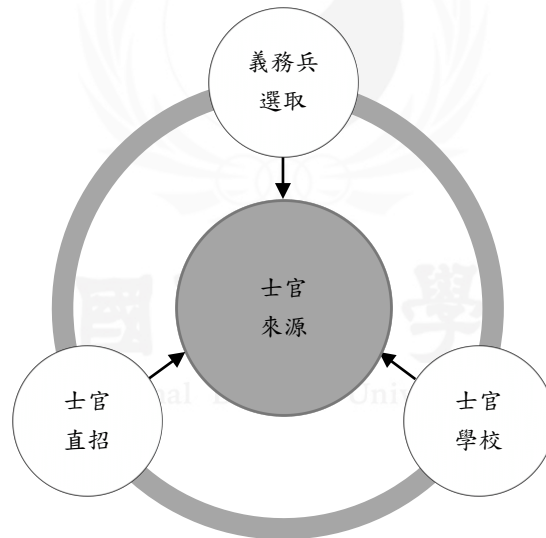


圖 1-1-1 共軍士官來源圖

資料來源：作者自行繪製

<sup>19</sup> 〈國防部：2017年起不再從普通高中畢業生中定向招收國防生〉，《中國軍網》，2017年5月26日。[http://www.81.cn/jmywyl/2017-05/26/content\\_7619344.htm](http://www.81.cn/jmywyl/2017-05/26/content_7619344.htm)（瀏覽日期：2017年8月18日）

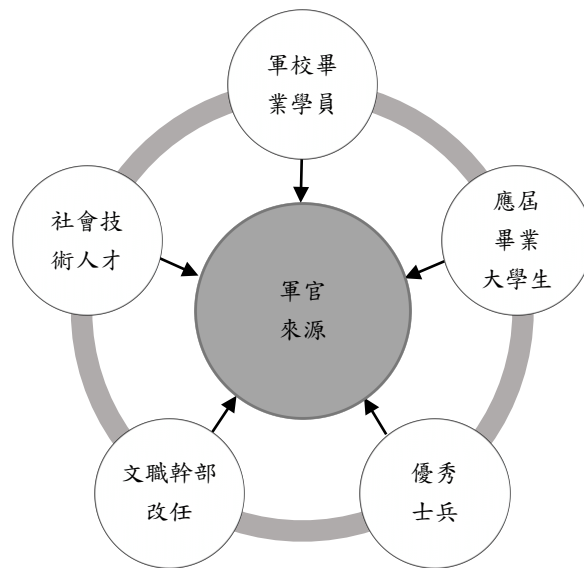


圖 1-1-2 共軍軍官來源圖

資料來源：作者自行繪製

## 貳、研究動機

馬列主義和毛澤東思想是構成中共意識型態的主要成分。國共內戰期間，中共即以意識型態來塑造革命願景，鼓舞群眾加入革命的行列。建政後，意識型態即成為權力鬥爭的工具，以及統治階級權力合法性的來源。從中共黨史來看，意識型態的鬥爭往往是權力鬥爭的前奏，誰能掌握意識型態的解釋權，誰就能在政治角力中勝出。<sup>20</sup> 中共官方的意識型態，廣義上是指黨內所具有的共同信仰與理念價值；狹義上是指政治領導人所採取的思想主張或路線。<sup>21</sup> 除了上述的馬列主義和毛澤東思想外，鄧小平理論、「三個代表」與「科學發展觀」，皆為各時期領導人的重要思想。

中共十八大以來，習近平多次闡述「中國夢」。2012年12月，習近平在廣州

<sup>20</sup> 張仕賢，〈中共意識型態〉，載於張五岳主編《中國大陸研究》（新北：新文京開發，2014年），頁68。

<sup>21</sup> 同上註，頁69。

戰區考察工作時指出，「實現中華民族偉大復興，是中華民族近代以來最偉大的夢想。可以說，這個夢想是強國夢，對軍隊來說，也是強軍夢。」<sup>22</sup>其後，2013年3月11日，第十二屆全國人民代表大會第一次會議解放軍代表團全體會議上，習近平亦提出「建設一支聽黨指揮、能打勝仗、作風優良的人民軍隊，是黨在新形勢下的強軍目標。」由此可知，中共若要實現「中國夢」，必須打造一支可以支撐與保障「中國夢」的軍隊。

2015年11月中央軍委改革工作會議上，習近平強調「深化國防和軍隊改革是實現中國夢、強軍夢的時代要求，是強軍興軍的必由之路，也是決定軍隊未來的關鍵一招。」<sup>23</sup>因而，軍改序幕從此揭開，從「脖子以上」到「脖子以下」，中國大陸正沿著中國特色強軍之路闊步前行。基此，在強軍夢的大方向下，共軍的徵募廣告又是如何塑造其軍隊形象的呢？此為研究動機之一。

在中國大陸，與軍事相關主題之網站眾多，諸如：《中華網軍事》、《鐵血網》、《中國戰略網》、《強國網》、《軍情觀察室》等。其中，《中國軍網》是中央軍委唯一認可之軍事新聞入口網站，並將其定位在軍事傳播與資訊交流平台。站內《八一電視》專欄負責發布新聞、直播、訪談、廣告和微電影等軍事相關影片供民眾瀏覽，此為本研究蒐整徵募廣告之管道。然共軍徵募廣告是運用影片的形式傳播軍隊徵兵、招募（招生）相關訊息，以達到促進徵兵、招生工作順利完成並間接塑造軍隊形象的目的。<sup>24</sup>因此，本研究將探討共軍徵募廣告之內容與共產主義如何接軌？背後又隱含何種意識型態？此為研究動機之二。

---

<sup>22</sup> 中共中央文獻研究室，《習近平關於實現中華民族偉大復興的中國夢論述摘編》（北京：中央文獻出版社，2013年），頁4。

<sup>23</sup> 〈習近平：全面實施改革強軍戰略，堅定不移走中國特色強軍之路〉，《新華網》，2015年11月26日。[http://news.xinhuanet.com/politics/2015-11/26/c\\_1117274869.htm](http://news.xinhuanet.com/politics/2015-11/26/c_1117274869.htm)（瀏覽日期：2017年9月16日）

<sup>24</sup> 鞠先鶴，〈中國徵兵宣傳片構成要素特點解析〉，《軍事記者》，第9期，2013年，頁38-39。

我國關於軍隊人才招募廣告之研究甚多，惟研究對象皆以國軍為主。在中國大陸關於共軍徵募廣告之研究僅有1篇，<sup>25</sup>與軍隊徵募相關的期刊論文亦為少數，顯見兩岸對於共軍軍隊徵募之研究尚存不足，故本研究為填補研究缺口，以共軍徵募廣告做為研究主題，此為研究動機之三。



---

<sup>25</sup> 王雪嬌，〈中國徵兵廣告傳播策略探析〉（保定：河北大學文學碩士學位論文，2015年），頁41。

## 第二節 研究目的與問題

### 壹、研究目的

新媒體時代下，共軍積極透過網路平台，傳播關於形象宣傳、軍校招生、部隊徵兵、招收飛行員、輿論引導等方面之廣告。本研究以2017年《中國軍網》發布之共軍徵募廣告為例，透過符號學的分析方法，探討共軍徵募廣告之文本內容。共軍在「強軍夢」的指導下，其徵募廣告如何呈現軍隊形象，是否能配得上「強軍」的稱號？2017年軍隊與軍校推出多則徵募廣告，兩者的異同性又是為何？其徵募廣告背後潛藏著什麼樣的意識型態？上述皆為本研究探討的重點，因此，本研究目的為：

第一，探討2017年共軍徵募廣告中所呈現的軍隊形象。

第二，探討2017年共軍徵募廣告所隱含的意識型態。

第三，探討2017年共軍徵兵與招募（招生）之廣告內容有何異同性。

### 貳、研究問題

基於上述研究目的，本研究所包含的研究問題為：

第一，共軍徵募廣告如何透過符號產製塑造軍隊形象？

第二，共軍徵募廣告的符號表達中，隱含的意識型態為何？

第三，共軍徵募廣告之異同性為何？

### 第三節 研究架構與章節安排

#### 壹、研究架構

本研究採用約翰·費斯克（John Fiske）的符號學概念，<sup>26</sup>以Fiske的意義三層次為主要分析架構，分析2017年《中國軍網》發布之共軍徵募廣告。分析架構為：一、進行毗鄰軸分析，將文本內容拆解，以便瞭解文本最外層的明示義。二、進行系譜軸分析，根據第一層的分析，找出其二元對立情形，以及文本內容的迷思。三、總結前述兩項分析，歸類廣告中展現的軍隊形象，並探討文本背後的意識型態。

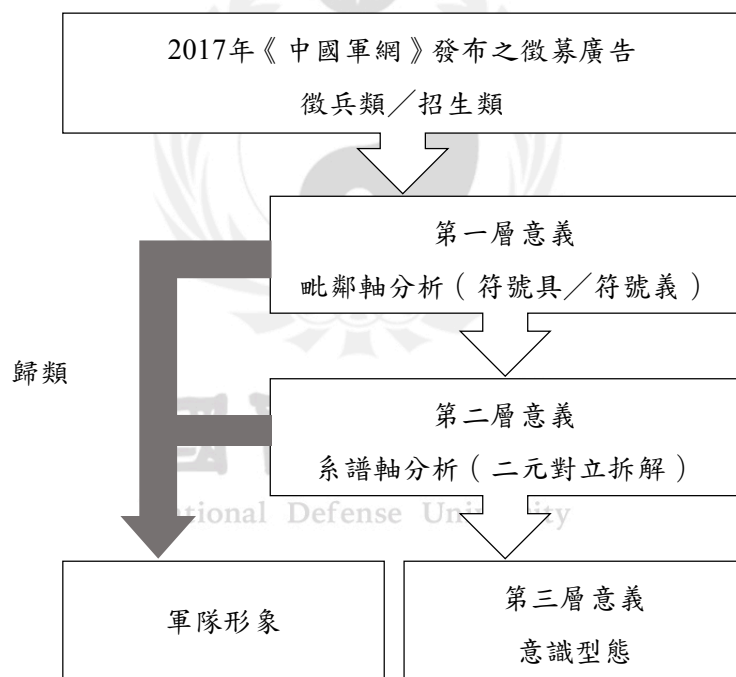


圖 1-3-1 研究架構圖

資料來源：作者自行繪製

<sup>26</sup> 約翰·費斯克（John Fiske）的符號學概念是在索緒爾（Ferdinand de Saussure）與羅蘭·巴特（Roland Barthes）的符號學理論基礎發展而來的。Saussure的符號學理論說明了符號的組成與組合分式；Barthes則將Saussure的符號概念放入文化之中來考察，認為符號具有兩個層面的意義，即明示義和隱含義；前者是符號外在的明顯意義，後者是符號在其社會文化中的引申意義；明示義是表意順序的第一層面，隱含義和迷思為第二層面；值得一提的是Saussure的「迷思」概念已帶有意識型態色彩。而Fiske則是進一步區分了「意識型態」和「迷思」這兩個概念，將意識型態至於表意順序的第三層面。

## 貳、章節安排

第一章緒論分為三節。第一節說明研究背景與動機，第二節為研究目的與問題，第三節為研究架構與章節安排。

第二章文獻探討分為三節。第一節探討軍隊形象與媒體之關係，第二節梳理共軍人才戰略，以及媒體在共軍人才徵募工作上之運用情形，第三節探討意識型態與廣告之內涵。

第三章研究方法分為三節。第一節介紹符號學之基本概念，第二節簡述符號分析相關研究，作為本研究參考依據，第三節說明如何挑選研究樣本。

第四章共軍徵募廣告分析分為三節。第一節為徵兵類廣告分析，第二節為招生類廣告分析，第三節為研究發現與綜合討論。

第五章結論分為兩節。第一節為研究結果，回答本研究的三個問題。第二節為研究限制與建議，提出本研究在分析時所遇到的限制，以及針對後續研究提供建議。



## 第二章 文獻探討

本章文獻探討概分三節，第一節探討軍隊形象與媒體之關係，第二節梳理共軍人才戰略，以及媒體在共軍人才徵募工作上之運用情形，第三節探討意識型態與廣告之內涵，分別述明如下。

### 第一節 軍隊形象與媒體

本節將探討軍隊形象的基本內涵、形式。其次，介紹共軍之形象定位、發展與演變。再來，談到軍隊與媒體之關係，與對軍隊形象維持的重要性。

#### 壹、軍隊形象的基本內涵

##### 一、形象的定義

美國學者肯尼思·博爾丁（Kenneth E. Boulding）認為「形象是主觀的知識，並非是事物的真實內容，而是某人基於其觀點，以及他所得到的片段理解或不正確之資訊而來的觀感」。<sup>1</sup>在《中國大百科全書》的定義中，將形象譯為表象，它是指在沒有物體的情況下，在腦海中所呈現的該物之形象。若以過去感知的事物在腦中重現的形象，稱之為記憶表象；若是以人們既有的知識為基礎在腦中改造成新事物的形象，稱之為創造表象。<sup>2</sup>歐內斯特·迪希特（Ernest Dichter）認為形象是一個實體在個人心中的整體印象，且對個人認知及反應事情的方式有著相當程度之影響。<sup>3</sup>換句話說，被人所感知的外在事物，可以是真實的，也可以是虛構

<sup>1</sup> Kenneth E. Boulding, *The Image* (Ann Arbor, MI: University of Michigan Press, 1956), pp 5-6.

<sup>2</sup> 梅益，〈《中國大百科全書》第2冊〉，（臺北：錦繡文化，1993年），頁21-22。

<sup>3</sup> Ernest Dichter, "What's In An Image", *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 2, No.1, 1985, pp. 75-81.

的，並且經感知後成為人們的主觀知識或是觀念，而這樣的過程是動態的，外在事物的變換亦會影響人們的認知、情感和行為。

日本學者長島（Akira Nagashima）在行銷的觀點，認為形象是由表現出來的產品、國家特色、經濟及政治背景、傳統及歷史所共同創造而成的。<sup>4</sup>法國學者吉恩馬克·莫拉（Jean-Marc Moura）認為形象是一種對文化現實的再現，透過再現，創作它（或贊同、宣傳）的個人或群體即揭示了他們生活於其中的意識型態和文化的空間。<sup>5</sup>Nagashima和Moura的觀點與本研究要探討的內容十分相符，究竟在中共的領導下，事事講求「中國特色」的中國大陸，會冀望展現何種特色的軍隊形象呢？

由以上的定義研究者整理出形象具有主觀性、客觀性、整體性、局部性、真實性、虛構性、動態性等特性。因此，本研究對形象的定義是現實生活中被認知物，可能是真實的文化累積，亦可能虛假的刻意加工下，被人類感知進而產生印象、觀念、思想及情感活動的事物。

## 二、軍隊形象之內涵

軍隊形象是軍隊軟實力的重要組成部分。軍事軟實力，主要是指一個國家的軍隊基於自身性質、軍事思想、軍事文化傳統、自身形象等所產生的一種戰略能力。在戰略應用上，軟實力即是用非強制手段達到軍事戰略目標的能力。對己方主要體現為一種凝聚力，對敵方主要體現為一種威懾力。<sup>6</sup>良好的軍隊形象有助於為軍隊軟實力蓄積能量。

---

<sup>4</sup> Akira Nagashima, "A comparison of Japanese and US attitudes toward foreign products," *Journal of Marketing*, Vol. 34, January, 1970, pp. 68-74.

<sup>5</sup> Jean-Marc Moura著，〈試論文學形象的研究史及方法論〉載於孟華編《比較文學形象學》（北京：北京大學出版社，2001年），第24頁。

<sup>6</sup> 〈學習與研究：軍事軟實力芻論〉，《人民網》，2007年6月7日。

<http://military.people.com.cn/BIG5/1078/5836642.html>（瀏覽日期：2018年1月9日）

賈永在《觀點傳播理論研究與軍隊形象塑造》一書中提到，一支軍隊的形象好壞，直接關係到社會對其軍隊的價值觀、理念、主張和軍事行動的判斷和認同，進而影響該軍隊在社會上的生存和發展環境，更有甚者影響世界公眾對於一個執政黨乃至整個國家形象的認知與評價。<sup>7</sup>維持良好的軍隊形象，是贏得民心、民意，獲得群眾擁護支持的基礎，對內有凝聚力，方能吸引有志青年參軍服役。

大陸學者吳志忠認為，軍隊形象是「軍隊各種外在表現的總和，是軍隊內在的性質、宗旨、使命、能力、作風的體現，是人們在對軍隊及其行為直接或間接感知的基礎上形成的總體印象、評價和態度傾向。」<sup>8</sup>也就是說，軍隊形象是指軍隊的外在特徵、行為表現和內在精神，通過一定形式的訊息中介的作用，在社會公眾心目中形成的總體印象。

### 三、軍隊形象之形式

朱建榮在《中國人民解放軍的形象及其形象價值》博士論文中提及，軍隊形象的存在形式可以分為軍隊的真實形象、媒體形象、公眾認知的形象三種，根據喬治·葛伯納（George Gerbner）的涵化理論，這相當於形象的客觀現實、象徵性現實（擬態現實）、主觀現實三個範疇。<sup>9</sup>軍隊形象從軍隊的客觀現實為基礎，受到客觀現實的制約，包含歷史語境、意識型態、文化傳統等都可能對其產生影響；同時，公眾受自身的經驗、人際傳播和大眾傳播之影響；特別是在資訊爆炸的時代，大眾傳播塑造整個訊息環境，是公眾獲取外部訊息的重要渠道；上述過程直接或間接影響公眾對軍隊行為所做出評價判斷，從而形成對軍隊的總體印

---

<sup>7</sup> 賈永，《觀點傳播理論研究與軍隊形象塑造》（北京：藍天出版社，2011年），頁177-178。

<sup>8</sup> 轉引自汪彥良，《軍隊形象論》（北京：國防大學出版社，2010年），頁44。

<sup>9</sup> 朱建榮，《中國人民解放軍的形象及其形象價值》（西安：陝西師範大學博士論文，2015年），頁18。

象。<sup>10</sup>因此，要在社會大眾的心目中維持一個良好的軍隊形象並不容易，客觀現實中各個環節都有可能對軍隊形象造成影響。接下來我們要瞭解，共軍在世人的眼皮下，欲呈現哪些軍隊形象呢？

## 貳、共軍軍隊形象

### 一、共軍軍隊形象的定位

大陸學者汪彥良在其著作《軍隊形象論》中提到，企業形象的CI理論（Corporate Identity），<sup>11</sup>可以為軍隊形象的定位提供理論依據。<sup>12</sup>CI包含企業的理念識別MI（Mind Identity）、行為識別BI（Behavior Identity）和視覺識別VI（Visual Identity）等三個層面。其中，MI是CI中最核心的部分。

對於軍隊而言，理念識別指的即是軍隊之理念、價值觀、文化等層面。行為識別指的是在理念層面指導下軍隊之活動言行，包括對外作戰、對內維穩、參與國家建設，以及保護人民財產與人身安全，如搶險救災等。視覺識別指的是理念層面的視覺化呈現，包含軍旗、軍服、軍徽、軍隊形象廣告、軍營內外環境等等。而CI的主要目的是要透過企業的行為識別和視覺識別傳達企業理念，樹立企業形象。

根據《中華人民共和國國防法》規定，「中華人民共和國的武裝力量受中國共產黨的領導。武裝力量中的中國共產黨組織依照中國共產黨章程<sup>13</sup>進行活

<sup>10</sup> 同註7，頁177-178。

<sup>11</sup> CI（Corporate Identity）為企業形象識別，亦可稱為CIS（Corporate Identity System），企業形象識別系統。CI是針對企業的經營狀況和所處的市場環境為考量，為要使企業在競爭中脫穎而出所制定的策略。將企業的經營理念與精神文化有計畫地傳達給企業內部與社會大眾，並使其對企業產生的認同感。見〈企業形象識別系統〉，《MBA智庫百科》。

<http://wiki.mbalib.com/zh-tw/企业形象识别系统>（瀏覽日期：2018年1月19日）

<sup>12</sup> 汪彥良，《軍隊形象論》（北京：國防大學出版社，2010年），頁93。

<sup>13</sup> 《中國共產黨章程》規定：「中國共產黨堅持對人民解放軍和其他人民武裝力量的絕對領導，貫徹習近平強軍思想，加強人民解放軍的建設，堅持政治建軍、改革強軍、科技興軍、依法治軍，建設一支聽黨指揮、能打勝仗、作風優良的人民軍隊，切實保證人民解放軍有效履行新時

動。」因此，在中共的領導下，共軍的軍隊建設始終高舉中國共產黨的旗幟，將「忠誠於黨、聽黨指揮」當作軍隊建設的根本原則；並且將軍隊形象定位在「人民子弟兵」的角色，「為人民服務」是軍隊在履行使命的主要口號和行動準則；並且視政治工作為軍隊建設的根本任務。<sup>14</sup>習近平上任後以中國共產黨在新形勢下的強軍目標為總綱，要求「建設一支聽黨指揮、能打勝仗、作風優良的人民軍隊」，並且提出培養「四有」軍人的要求，其內涵為培養有靈魂、有本事、有血性、有品德的新一代革命軍人，可以說，這是共軍基於強軍目標所冀望塑造的軍人模樣。

周濤、高明峰在〈新形勢下我軍形象目標定位探析〉一文中指出，共軍在強軍目標的指導下，以新形勢下的軍隊使命為依據，考量時代條件和歷史因素，共軍軍隊形象定位需要涵蓋六個基本方面，即忠誠、威武、文明、勝利、和平及開放。<sup>15</sup>汪彥良在《軍隊形象論》一書中，亦提出共軍形象應具備以下形象：對內，強調忠誠之師、威武之師、文明之師的形象；對外，強調人民之師、正義之師、和平之師、開放之師的形象；對敵，塑造威武之師、勝利之師的形象；對友，展現正義之師、文明之師的形象。<sup>16</sup>軍隊形象的定位是多元的，可針對不同的傳播對象，有選擇性的傳播和強調某方面的形象訊息。

## 二、共軍軍隊形象之展現

---

代軍隊使命任務，充分發揮人民解放軍在鞏固國防、保衛祖國和參加社會主義現代化建設中的作用」。見〈中國共產黨章程〉，《中華人民共和國國防部》，2017年10月28日。

[http://www.mod.gov.cn/regulatory/2017-10/28/content\\_4795992.htm](http://www.mod.gov.cn/regulatory/2017-10/28/content_4795992.htm)（瀏覽日期：2018年1月19日）

<sup>14</sup> 孫建炳，〈我軍形象建設基本經驗初探〉，《南京政治學院學報》，第28卷，2012年，頁65-68。

<sup>15</sup> 周濤、高明峰，〈新形勢下我軍形象目標定位探析〉，《海軍工程大學學報》，第12卷第3期，2015年，頁52-54。

<sup>16</sup> 同註12，頁99。

### （一）共軍形象之歷史演變

大陸學者朱建榮在《中國人民解放軍的形象及其形象價值》研究中指出，共軍在戰爭時期具有，能吃苦、能打勝仗、作風優良、紀律嚴明，與人民群眾同呼吸、共命運等形象；在非戰爭軍事行動中具有，戰鬥力頑強、珍惜榮譽、犧牲奉獻等形象；在和平時期具有，積極支援地方經濟建設、具優良傳統、擁有高素質人才，以及軍營文化繁榮發展等形象。<sup>17</sup>一支軍隊的形象並非單一、恆久不變；反之，軍隊形象具有多面性，並且處於動態變化之中。

### （二）共軍國際形象之演變

錢立勇在〈美國輿論中的新中國軍隊形象流變與成因探析〉中指出，中共建政後，隨著國際局勢和中美關係的變化，美國輿論對共軍先後經歷了「恐懼」、「同情」、「妖魔化」和「正視」四個歷史時期，軍隊形象也隨之流變，呈現出不同的時代面貌，如下：

- 一、建政後至20世紀70年代初：「紅禍」和「好戰分子」的形象。
- 二、改革開放初期至1989年：裝備落後，向西方學習，同時保持自身優勢。
- 三、20世紀90年代初至21世紀初：「地區安全威脅者」和「軍力落後」。
- 四、21世紀初至今：毀譽參半，未來走向不明朗的大國軍隊。

另外錢立勇亦指出美國輿論中共軍形象的成因，主要在於意識型態之差異、刻板成見、國家利益考量，以及文化障礙難以逾越等因素所致。<sup>18</sup>顯見不論客體的真實形象為何，主體會在既有的觀點、知識與成見下，形塑客體在主體認知下的「應有的模樣」。

<sup>17</sup> 同註9，頁97-124。

<sup>18</sup> 錢立勇，〈美國輿論中的新中國軍隊形象流變與成因探析〉，《新聞與傳播研究》，第8期，2013年，頁38-52。

### (三) 大陸民眾的觀點

劉偉超在〈青年女性對軍人形象認知的質性研究〉一文中，比較不同群體青年女性對軍人形象的認知，其群體分別為地方大學的畢業生、地方大學畢業後特招入伍的軍官，及軍校畢業的軍官。研究中採用訪談法和投射法，結果發現青年女性對軍人形象認知總體積極正面，但不同群體女性的認知存在差異。其中，地方大學畢業生對軍人和軍隊的評價，均屬積極正面，採用「團結」、「統一」、「紀律嚴明」、「為國奉獻」、「為人民服務」等用語。而大學畢業特招入伍和軍校出身的女青年對軍人和軍隊的評價則較為負面，特別是特招入伍的女青年，採用如「壓抑」、「形式主義」、「死板」、「工資少」、「工作懈怠導致主動性差」等用語。<sup>19</sup>因此，可以發現大陸民眾一般來說，對軍隊的正面評價極有可能是因為沒有接觸過軍隊，而對軍隊的認知皆來自於新聞媒體的宣傳；中共對於媒體管制嚴格，民眾所接觸到的資訊都是經「篩選」的。而另外兩組女性青年都是實際接觸過軍隊，對於軍人、軍隊的評價就不見得都是正面的了。

### 三、共軍軍隊形象之研究

國防大學

National Defense University

#### (一) 共軍形象視覺識別系統之一——軍服

中國大陸方面有共軍建軍九十年來軍服演變之研究，<sup>20</sup>亦有研究指出軍服是軍隊形象的濃縮，凝聚了特定的符號象徵意義，軍服的換裝代表著軍隊形象的確立與嬗變。<sup>21</sup>我國方面亦有關於共軍軍服徽章設計之研究，<sup>22</sup>該研究以符號學為途

<sup>19</sup> 劉偉超，〈青年女性對軍人形象認知的質性研究〉，《中國人民解放軍南京政治學院學報》，第12期，2015年，頁48-51。

<sup>20</sup> 段崇政，〈一支軍隊的形象：中國軍服演變史〉，《齊魯周刊》，第31期，2017年，頁61-63。

<sup>21</sup> 劉永昶、林榮華，〈軍服與軍隊形象傳播〉，《南京政治學院學報》，第31卷第1期，2015年，頁110-114。

<sup>22</sup> 呂威毅，〈共軍建政後軍隊徽章設計之研究〉（臺北：國防大學政治作戰學院政治系中共解放軍研究碩士班碩士論文，2014年）。

徑，分析與歸納各類徽章。軍徽設計可看出當時設計單位所具備的文化背景以及當時期的政治方向，可說是共軍建政歷史的濃縮與載體。

## （二）提升共軍軍隊形象之相關文獻

蒐整大陸有關共軍軍隊形象之研究與文獻中發現，其大部分的著重在指出當前軍隊形象的問題，並根據問題提出解決對策。如朱建榮的《中國人民解放軍的形象及其形象價值》、<sup>23</sup>黃飛軍的《新時期武警部隊形象建設研究》、<sup>24</sup>金志方的〈努力塑造預備役部隊良好的「軍隊樣子」〉、<sup>25</sup>龔天寧的〈如何塑造新時代中國軍隊新形象〉、<sup>26</sup>成奕萱，《搶險救災中我軍形象的網絡傳播研究》<sup>27</sup>等等，顯見中共對此方面的積極關注，冀望在全方面加強軍隊形象的維持與提升，以求建構與軍隊硬實力相輔之軟實力。

## 參、軍隊與媒體

### 一、國軍、美軍的媒體關係

#### （一）國軍與媒體關係——國軍新聞處理工作

國軍與媒體關係有很大的成份在於處理國軍公共關係。國軍的軍事新聞工作，除了國防政策宣導、愛國政治思想教育外，亦負責其單位的緊急危安新聞事件處理、形象修復等工作；國軍內部稱為軍事新聞處理工作或國軍公共關係（或

<sup>23</sup> 同註9。

<sup>24</sup> 黃飛軍，《新時期武警部隊形象建設研究》（長沙：湖南大學碩士論文，2013年）。

<sup>25</sup> 金志方，〈努力塑造預備役部隊良好的「軍隊樣子」〉，《國防》，第3期，2015年，頁16-18。

<sup>26</sup> 龔天寧、丁衛衛，〈如何塑造新時代中國軍隊新形象〉，《青年記者》，第10B期，2010年，頁30-31。

<sup>27</sup> 成奕萱，《搶險救災中我軍形象的網絡傳播研究》（長沙：國防科學技術大學碩士論文，2012年）。



稱公共事務)。<sup>28</sup>國防部軍事發言人室與各軍種之公共事務組，在主導國軍平、戰時新聞發布、管制等作為上，功能與美軍公共事務工作相當。<sup>29</sup>有關美軍公共事務會在後方介紹。

國軍之公共事務主要以「國防事務透明化」為指標，一方面與政府各部會協調聯繫、與民意機關溝通，一方面側重於媒體關係，實施政令宣導，促進民眾關心、支持與參與國防建設，<sup>30</sup>藉以凝聚國內向心。

國防部軍事發言人室前身為「國防部新聞室」，自民國44年12月成立，是國軍軍事新聞工作的最高單位，與其他建制的國軍軍事新聞工作單位協調分工，各有權責及執掌。<sup>31</sup>國內軍事記者認為國軍軍事發言人具有六種角色：1.窗口：媒體與軍方聯繫的管道；2.行銷者：對國軍具有形象包裝的功能，塑造國軍形象；3.消息來源：提供軍事新聞素材；4.告知者：將軍方重大政策、措施、績效，透過媒體告訴民眾；5.橋樑：媒體與軍方溝通意見與媒體反映意見的管道；6.訊息整合者：整合不同軍種的新聞政策及作為。<sup>32</sup>上述六種角色亦是體現國軍公共事務之主要內涵。

自政府遷臺以來，國軍為因應環境變化，不斷調整新聞工作觀念與方法，使得軍事新聞工作機制日趨完備，國軍強化軍事新聞工作之相關歷程，如表2-1-1所示。面對國內媒體的發展，以及滿足民眾知的需求，平時除了新聞工作處理外，

---

<sup>28</sup> 胡光夏，〈軍事發言人角色之研究——以國軍軍事發言人室為例〉，載於軍事社會科學研究專輯編輯部編《政治作戰學校建校五十週年軍事社會科學研究專輯》（臺北：政治作戰學校，2001年），頁75-94。

<sup>29</sup> 孫立方，〈由美軍公共事務軍官班訓練論國軍新聞人力之培育〉，載於方鵬程主編《軍事新聞學術研討會論文集彙編》（臺北：國防大學，2011年），頁319-330。

<sup>30</sup> 方鵬程、徐蕙萍、湯雲騰，〈軍隊公共事務的新領域——邁向對話傳播的耕耘〉，載於徐蕙萍主編《軍事新聞論壇第一集》（臺北：國防大學政治作戰學院，2013年11月），頁38。

<sup>31</sup> 方鵬程，〈我軍軍隊公共關係精進之研究〉，《國防大學96年度國防事務學術研討會論文》（桃園：國防大學，2007年）。

<sup>32</sup> 楊富義，〈國軍公共關係部門之研究：以軍事發言人室之媒體關係為例〉（臺北：政治作戰學校新聞研究所碩士論文，2001年），頁84。

亦注重重大危安事件之處置，以維護軍隊形象。

表 2-1-1 國軍強化軍事新聞之相關工作歷程

時間	事件	備註
民國 44 年 12 月	• 成立「國防部新聞室」	• 主要任務「秉承部長及總長之命，發布戰訊及臨時重要軍事新聞，並提供對國軍新聞政策之意見」。
民國 47 年 8 月	• 改制為「國防部新聞局」	•
民國 53 年 7 月	• 編印《國防部新聞局業務手冊》	•
民國 55 年	• 改編「軍事發言人室」	•
民國 60 年	• 改隸總政戰部	•
民國 67 年 9 月	• 訂頒《國防新聞工作手冊》	•
民國 86 年	• 重新修編《國軍新聞處理手冊》	• 對國軍新聞基本概念、新聞處理職掌區分、新聞發布、答詢、聯繫、記者參訪、業務協調、與情處理、召開記者會、新聞處理與運用及新聞安全維護等，均有明白規定。
民國 88 年 6 月	• 再行編印《國軍新聞工作須知》	• 對發言人職掌、權責、守則，以及重大危安事件反映處理程序等做明確規範。
民國 95 年	• 重新修編《國軍新聞工作實務手冊》	• 轉頒國軍聯兵旅級以上單位使用；除修正外，另增加危機新聞處理及戰時新聞工作處理等項。
民國 102 年 1 月	• 「軍事發言人室」更銜為「軍事新聞處」。	• 依「國防組織六法（國防部、參謀本部、政治作戰局、軍備局、主計局、軍醫局組織法）」進行組織調整，「總政治作戰局」更銜為「政治作戰局」，精簡上將局長，原中將副局長轉用為中將

		局長。 <sup>33</sup>
--	--	-------------------

資料來源：整理自樓榕嬌等，《軍事傳播理論與實務》（臺北：五南，2005年），頁31-33及楊春輝，《記者眼中的軍人形象？以德爾菲法建構軍人形象指標之研究》（臺北：世新大學公共關係暨廣告研究所碩士論文，2009年），頁18。

## （二）美軍與媒體關係——美軍公共事務的一環

媒體關係經營是美軍公共事務工作中之一環。美軍公共事務工作，在平時以妥善經營媒體關係、社區關係和內部關係為主軸，並以安全審查為輔。美軍公共事務強調SAPP原則，<sup>34</sup>給予指揮官諮詢與建言、鞏固軍隊士氣，建立大眾與媒體對軍隊的信任與支持；在戰時則運用強大武力與戰略影響力，藉公共事務能量發揮支援作戰的功能，以求達到攻擊敵方之目標；<sup>35</sup>因此，美軍著力為公共事務工作建立良好之基礎，以備戰時不時之需。

自20世紀以來美軍參與的歷次戰爭中，美軍公共事務工作幾經檢討，為滿足民眾「知的權利」與「媒體應對」上，不斷努力精進與改革，以提升其功能性。<sup>36</sup>1970年代美國在越戰的失利，給了美軍很大的啟示，美軍公共事務工作在境外戰場上成效不彰，歸咎於缺乏統一、可信的消息來源，當時的時空背景下，美軍以「過分的保密」取代「新聞檢查」，也使軍隊和媒體關係趨於緊張。<sup>37</sup>其後在入侵格瑞那達、巴拿馬行動，以及第一次波灣戰爭中，美軍公共事務工作皆因與

<sup>33</sup> 〈關於本局〉，《政戰資訊服務網》，2017年3月31日。

<https://gpwd.mnd.gov.tw/publish.aspx?cnid=32>（瀏覽日期：2018年1月7日）

<sup>34</sup> 美軍公共事務工作之SAPP四大原則安全（Security）、正確（Accuracy）、適當（Propriety）、政策（Policy），在誠實的原則下資訊得以詳實呈現，但諸多軍事機密因工作守則的嚴格要求，仍得以確保。見蔡豐全，〈美軍公共事務工作之現況與借鏡——以洪仲丘案為例的觀點延伸〉，載於張梅雨主編《軍事新聞論壇第一集》（臺北：國防大學政戰學院，2013年），頁94。

<sup>35</sup> 同上註，頁92。

<sup>36</sup> 儘管美軍公共事務工作以滿足民眾「知的權利」為目標，但實際作法上，仍會視情況對相關新聞進行一定程度的管制，這和作戰考量有絕對的關係。見王文方、邱啟展，〈透視美軍公共事務真相〉，《軍事社會科學學刊》，第六期，2000年，頁71-101。

<sup>37</sup> 同註29，頁319-330。

民間媒體就尺度問題，產生摩擦與衝突。此後，美軍公共事務人員重新思考與媒體的關係，促成美軍公共事務的革新。<sup>38</sup>顯見媒體資訊的公開與封閉深深影響美軍公共事務工作之推行。

美軍國防部於準則中明訂，美軍公共事務工作的目的，並非宣傳及文宣，<sup>39</sup>而是以滿足民眾「知的權利」為目標，之所以有如此的界定，原因乃在於二十世紀初，美國民眾認為「宣傳」使人反感和厭惡。然而，根據相關研究發現，美軍公共事務工作之隱性目標，在於傳達美國軍方的觀點，以爭取民眾支持，這和宣傳的本意相當。<sup>40</sup>另外，美軍公共事務工作，在與媒體溝通等作為之執行上，仍是以維護軍隊形象為最終目標。<sup>41</sup>

至此可以發現，國軍和美軍在公共事務上有很大的相似性，特別是在媒體關係上，講求的是資訊的透明化，同時亦是維護軍隊形象的有利助手。

## 二、共軍與媒體關係——中國共產黨之喉舌

中國大陸的傳播媒體，其主要功能被界定為宣傳共黨的路線、方針、政策，是為政治服務的，扮演的是共產黨之喉舌的角色。在中共嚴密控制下，所有新聞媒體的重要言論要經過黨委集體討論，各新聞單位必須遵守「不得自以為是，不得發表與共黨中央決定相反的言論」之規定，<sup>42</sup>否則將面臨查封、停刊的命運。<sup>43</sup>

<sup>38</sup> 同註34，頁97-98。

<sup>39</sup> 方鵬程，〈軍隊公共關係：美國與我國的比較研究〉，《復興崗學報》，第87卷，2006年，頁27-51。

<sup>40</sup> 1913年美國眾議院提出「吉列修正案」，當時的法案限定公共單位不得在未經國會同意下，以公費從事任何文宣活動，因此，包含軍中在內的各個部門，紛紛將單位改稱「公共事務」。但，事實上「公共關係」與「公共事務」實質工作內容並無太大差異。

<sup>41</sup> 同註34，頁98。

<sup>42</sup> 在共產黨一黨專政的中國大陸，對外不太披露消息。即便要發布新聞，也是因涉及到共黨的路線、方針、政策等重大問題，而且必須以新華社的「通稿」和《人民日報》的社論為標準，統一口徑。見何川，《中共新聞制度剖析》（臺北：正中書局，1994年），頁108。

<sup>43</sup> 同上註，頁46。

顯見媒體控制極為嚴格。

近年，中共推行新聞發布制度聲稱促進「民主監督」，但事實上只能在中共中央政策方針的框架之內報導，即便在2004年2月，中共已建立國務院新聞辦公室、中央各部委、省級人民政府等所謂的三級新聞發言人制度，<sup>44</sup>但除了為彰顯訊息透明、開放，與國際接軌外，實際上制度化是便於新聞的管制。

中共的軍事新聞，大多是政令宣導、思想教育、激勵士氣、指導工作方針……等屬於思想政治工作範疇文宣方面的報導。<sup>45</sup>簡言之，凡屬軍事宣傳的範疇，多由中共中央軍委會直轄的主要喉舌——《解放軍報》來報導。至於軍隊內部突發或危安事件，則多半不報導，或是按照「重大事項」相關規定之「新聞公報」方式發布。

對中共而言，所謂軍事新聞發布，是由軍方指定的軍事新聞發布人員，通過召開新聞發布會，或約見新聞媒體代表等方式，代表軍方向公眾發布軍事新聞訊息，公布和解釋軍方的決策、規定、行動，就重大或敏感事件表明軍方態度和處理意見，回答記者提問。<sup>46</sup>換句話說，便是在可控的範圍內發布新聞。

在共軍新聞發言人制度建立前，軍事新聞發布職能長期由外交部和國務院新聞辦公室兼負。1997年，共軍先後在駐香港部隊和駐澳門部隊編列對外新聞發言人，主要針對港澳地區發布駐軍相關情況。2008年，中共國防部成立新聞事務局，而國防部新聞發言人的首次亮相則是在汶川地震發生後。<sup>47</sup>5月18日，大陸發生「汶川大地震」，共軍部隊投入災區救災，共軍「國防部新聞事務局」舉行記

<sup>44</sup> 徐蕙萍，〈中共建立三級新聞發言人制度探析〉，《復興崗學報》，第84期，2005年，頁1-23。

<sup>45</sup> 梁德和，〈中共解放軍報公開發行前、後報導內容比較分析〉（臺北：政治作戰學校新聞研究所碩士論文，1987年）。

<sup>46</sup> 余琦、朱佳姝，〈我軍新聞發布制度的歷史進程〉《軍事記者》，第10期，2008年，頁7-8。

<sup>47</sup> 王傳寶，〈軍方發言人〉《軍營文化天地》，第8期，2017年，第26頁。

者會，由局長兼發言人胡昌明說明共軍部隊救災情況，此為共軍設立新聞發言人的首次新聞發布會。2011年4月27日，舉行首次例行記者會，往後每個月舉行一次。<sup>48</sup>至此，中共正式建立起軍隊新聞發言人制度，各軍種亦都相繼有了新聞發言人的設立。

中共國防部新聞事務局的設立宗旨，是「向世界說明中國的國防與軍隊建設情況，加強中國軍隊與國際社會的瞭解與溝通。」<sup>49</sup>換言之，共軍國防部發言人制度的建立，主要是在凸顯其國防的透明度，其次是加強中國軍隊與國際社會的瞭解與溝通。當然，強化其軍事宣傳，進而達到形塑共軍形象，亦是其設置的目的所在。

劉慶在〈中國軍事新聞發言人制度初探〉一文指出，共軍設立發言人制度可以發揮四種功能：（1）國家軍事信息發布的主要渠道；（2）中外軍事交流的重要平台；（3）軍事輿論鬥爭的堅強陣地；（4）軍隊形象塑造的活躍舞台。<sup>50</sup>可見，共軍建立新聞發言人制度，其目的是一為與國際溝通協調中增強安全互信的另一溝通平台；二為提升軍隊軟實力、塑造共軍形象；三為完善中共新聞發布制度體系。

綜上所述，中共向來將新聞媒體視為共黨喉舌、政治宣傳工具，長期以來，對於新聞媒體是採取嚴密的控制；換言之，大陸的新聞媒體與民主國家新聞媒體的維護大眾「知的權利」，且時時扮演監督政府的角色，是大異其趣的。<sup>51</sup>可以

---

<sup>48</sup> 〈國防部正式建立例行記者會制度 每月舉行一次〉，《新浪全球新聞網》，2011年4月27日。  
<http://dailynews.sina.com/bg/chn/chnmilitary/sinacn/20110427/00482404061.html>（瀏覽日期：2018年1月7日）

<sup>49</sup> 〈國防部昨天舉行首次例行記者會〉，《人民網》，2011年4月28日。  
<http://military.people.com.cn/BIG5/14500937.html>（瀏覽日期：2018年1月7日）

<sup>50</sup> 劉慶，〈中國軍事新聞發言人制度初探〉《軍事記者》，第1期，2014年，頁19-21。

<sup>51</sup> 徐惠萍，〈兩岸軍事發言人制度之比較——自新聞傳播體制的角度談起〉，載於徐蕙萍主編《軍事新聞論壇第一集》（臺北：國防大學政治作戰學院，2013年11月），頁155。

說，有什麼樣的政治制度，就會有什麼樣的新聞傳播體制。<sup>52</sup>一個國家新聞制度的決定來自於該國的政治制度，該國的政治制度的決定來自於該國的意識型態。

### 三、我國軍隊形象與媒體相關研究（針對國軍）

許藝靜在《國軍形象之研究——以九二一地震國軍協助救災為例》研究中，發現國內三家報紙——中國時報、民眾日報、青年日報由於經營型態及經營組織立場上的不同，所以在報導九二一地震國軍協助救災的新聞時，無論在報導量、陳述類型、消息來源、報導方向、報導主題及主角上都有所差異，對於國軍各單位及各官階形象之呈現上亦有所不同。此外，軍方一改以往保守作風，主動提供媒體各種資訊與服務，並與民眾保持聯繫，經民意調查與大眾媒體的報導中發現，國軍形象由以往的負面評價轉變為正面評價。<sup>53</sup>可見與其被「被動」的形塑，國軍更應該「主動」為自己形塑良好形象。

張家珉在《危機處理、意識型態與國軍形象：以洪仲丘、勞乃成事件為例的問卷調查研究》中指出，洪仲丘與勞乃成兩起軍紀案件，重創國軍的形象，除了國軍公共關係危機處理不當，亦是政治鬥爭下的產物。國軍若能有良好的公共關係危機處理，排除政治意識型態的影響，是能扭轉事件對於國軍形象的衝擊。<sup>54</sup>

胡哲瑋在《以戰略溝通理論看新媒體時代下軍紀案件對國軍形象的影響：以洪仲丘案及江國慶案為例》研究中，藉由數個網路平台的觀察以及戰略溝通理論檢視洪仲丘案與江國慶案中網路社群的看法與做法。研究顯示，由於網路環境、案情疑點的不同，以致網絡效應差距大，國軍以相同方式因應江案與洪案，得到

<sup>52</sup> 同註42，頁32。

<sup>53</sup> 許藝靜，《國軍形象之研究——以九二一地震國軍協助救災為例》（臺北：政治作戰學校新聞研究所碩士論文，2001年）。

<sup>54</sup> 張家珉，《危機處理、意識型態與國軍形象：以洪仲丘、勞乃成事件為例的問卷調查研究》（嘉義縣：國際事務與企業學系公共政策研究碩士班，2016年）

的結果卻不同。以戰略溝通理論檢視，國軍在洪案時未能掌握關鍵受眾的意見，且未能改變應因方式，導致危機周期延長，造成洪案大於江案的形象損害。<sup>55</sup>在網路發達的今日，如何在事故發生的第一時間，予以適當處置就顯得至關重要。

羅巾雅在《媒體創造的國軍形象對國民參與募兵制之影響募兵制》研究中，發現社會青年獲得國軍消息主要是透過媒體，並且當前媒體對國軍報導皆偏向負面，以致民眾對國軍抱持負面觀感，間接影響募兵制的推動。<sup>56</sup>

以上四篇論文均來自國內各校碩士論文，對於國軍形象與媒體之討論，雖然我國與大陸國情不同，但就媒體對於軍隊形象之影響亦能提供本研究之參考。由以上的論文可以得知，媒體能發揮「水能載舟，亦能覆舟」之作用，若能善用媒體傳遞正面報導，將有助於軍隊形象之提升，但在面對危機處理時，稍有不慎，便會使軍隊形象受挫，甚至影響人才招募。



---

<sup>55</sup> 胡哲璋，《以戰略溝通理論看新媒體時代下軍紀案件對國軍形象的影響：以洪仲丘案及江國慶案為例》（臺北：國際事務與戰略研究所碩士班，2016年）

<sup>56</sup> 羅巾雅，《媒體創造的國軍形象對國民參與募兵制之影響募兵制》（新竹：玄奘大學企業管理學系碩士班碩士論文，2014年）



## 第二節 共軍人才戰略與媒體

本節將梳理共軍在徵集與招募之人才戰略。其次，簡述新媒體之內涵與互聯網之運用情形，並介紹《中國軍網》之概況。再來，談到新媒體在共軍人才徵集的運用情形。

### 壹、共軍人才戰略

#### 一、培育與徵集高素質人才

十八大以來，習近平就培養能夠擔負強軍重任的優秀軍事人才，作出一系列指示，強調大規模培養高素質新型軍事人才是實現強軍目標的戰略性要求。2013年11月12日中國共產黨第十八屆中央委員會第三次全體會議通過〈中共中央關於全面深化改革若干重大問題的決定〉與2016年1月1日中央軍委發布〈關於深化國防和軍隊改革的意見〉皆明確提出要「深化軍隊院校改革健全軍隊院校教育、部隊訓練實踐、軍事職業教育三位一體新型軍事人才培養體系」。

軍隊院校教育為共軍人才培養的主要渠道，重在固本強基。其主要功能是教授基本理論、基本知識、基本技能、培養思維方法、學習能力和創新意識。院校教育對人才成長發展的作用是潛移默化、影響深遠的。<sup>57</sup>因此，共軍將健全軍隊院校教育放在改革的首要位置。

2017年3月12日習近平出席十二屆全國人大五次會議解放軍代表團全體會議中強調，「要發揮國家教育資源優勢和我軍院校特色，健全軍事人才依托培養體系，培養大批高素質新型軍事人才。要構建以聯合作戰院校為核心，以兵種專業

---

<sup>57</sup> 鈞訓軒，〈著力健全三位一體新型軍事人才培養體系〉，《解放軍報》，2018年2月28日，版7。

院校為基礎，以軍民融合培養為補充的院校格局。」<sup>58</sup>由此可見共軍為滿足打赢信息化戰爭的要求，展現求才若渴的決心，加大人才培養引進力度，不斷壯大人才隊伍。

另一方面，在校大學生入伍制度是高技術戰爭條件下，共軍兵役制度的重大改革。從以農村青年和城鎮待業青年為兵員主體的兵役制，逐步轉向以各級各類院校應屆畢業生為兵員主體的兵役制。<sup>59</sup>此項政策試行於2001年，<sup>60</sup>據統計當年共有2000多名在校大學生應徵入伍。2005年10月底，國務院、中央軍委冬季徵兵命令宣布，全面展開徵集在校大學生工作。2008年共軍將各類院校的大學生作為主要徵集對象，並提出一系列配套的徵集辦法。<sup>61</sup>2009年中國大陸政府提出鼓勵大學生入伍的優惠政策和全球經濟危機的影響下，近13萬大學生投入軍營。2013年共軍為了與地方大學應屆畢業時間接軌，將冬季徵兵調整為秋季徵兵，<sup>62</sup>以利徵集優秀人才進入軍中。

2016年5月初，中宣部、軍委政治工作部、軍委國防動員部聯合下發《2016年徵兵宣傳教育工作實施方案》，指出徵兵宣傳教育自3月份開始，持續至9月底新兵全部入營為止，以各級各類院校應屆畢業生，特別是大學生為主要對象。<sup>63</sup>

National Defense University

<sup>58</sup> 〈習近平：加快建立軍民融合創新體係為我軍建設提供強大科技支撐〉，《新華社》，2017年3月12日。[http://www.xinhuanet.com/politics/2017lh/2017-03/12/c\\_1120613988.htm](http://www.xinhuanet.com/politics/2017lh/2017-03/12/c_1120613988.htm)（瀏覽日期：2018年4月25日）

<sup>59</sup> 尚季文、朱鵬，〈新中國60年兵役制度的調整改革與發展趨勢〉，《軍事歷史》，第4期，2009年，頁6-10。

<sup>60</sup> 依法可以緩徵全日制大學在校生，本人自願應徵並且符合條件的，可以批准服現役，原就讀學校應當按照有關規定保留其學籍，退伍後准其復學。見〈中華人民共和國徵兵工作條例〉，《中華人民共和國國防部》，2016年2月19日。[http://www.mod.gov.cn/regulatory/2016-02/19/content\\_4618056.htm](http://www.mod.gov.cn/regulatory/2016-02/19/content_4618056.htm)（瀏覽日期：2018年4月25日）

<sup>61</sup> 梁清榮，〈高技術戰爭條件下在校大學生入伍制度研究——以武警某部為例〉（長沙：湖南師範大學碩士論文，2013年），頁15。

<sup>62</sup> 陳勝，〈新時期大學生徵兵制度的問題分析〉，《研究生法學》，第30卷第3期，2015年6月，頁72。

<sup>63</sup> 賈啟龍，〈互聯網+時代徵兵宣傳的亮色與變化〉，《中國記者》，第1期，2017年，頁45-47。

為了徵集高素質青年入伍，共軍徵兵準備工作從年初便開始進行。

中國大陸改革開放後，在國民教育水平的提高，高等教育規模不斷擴大下，也帶來畢業生的就業問題。因此，將徵集兵員的主體轉向各級各類院校應屆畢業生，一方面提高新兵素質，改善兵員結構，一方面也在某種程度上緩解就業壓力，維護社會穩定。

## 二、共軍軍官與士官招募暨培育管道

本研究綜整共軍軍官與士官招募暨培育管道，分別為透過徵兵、院校培育與民間招收等三種方式招募暨培育軍官、士官人才，分述如表2-2-1。

表 2-2-1 共軍軍官與士官招募暨培育管道

(一) 透過徵兵：士兵報考軍校		
高中畢業生 士兵	<ul style="list-style-type: none"> <li>凡符合軍隊院校政治條件；義務兵服現役滿1年，士官滿2年，不超過3年，且在本軍級單位工作滿半年；身體和心理健康，未婚。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>具高中或同等學歷；年齡不超過22歲。</li> </ul>
大專畢業生 士兵		<ul style="list-style-type: none"> <li>年齡不超過24歲。參加全軍統一的本科招生考試，錄取後進有關軍校培訓，訓期2年。<sup>64</sup></li> </ul>
大學畢業生 士兵提幹		<ul style="list-style-type: none"> <li>為中國共產黨黨員或者入黨積極分子；大學本科畢業的年齡不超過26歲，研究生畢業的不超過29歲……等條件。</li> </ul>
優秀士兵保 送入學		<ul style="list-style-type: none"> <li>為中國共產黨黨員；在推薦單位擔任班長1年以上，技術專業人才須在本崗位連續工作3年以上，具有一定的組織指揮和管理能力；高中或中專以上文化程度；年齡不超過25歲……等條件。<sup>65</sup></li> </ul>

<sup>64</sup> 〈應徵入伍：大學生士兵考軍校的規定（中國軍考網）〉，《考軍校資料網》，2017年4月24日。<http://www.junxiaowang.com/jieda/743.html>（瀏覽日期：2017年12月24日）

<sup>65</sup> 〈2017年陸軍士兵提幹保送政策熱點解讀〉，《中華人民共和國國防部》，2017年6月6日。[http://www.mod.gov.cn/topnews/2017-06/06/content\\_4782168.htm](http://www.mod.gov.cn/topnews/2017-06/06/content_4782168.htm)（瀏覽日期：2017年12月24日）

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 具本科以上學歷的，安排6個月任職培訓；具有專科學歷的，安排2年本科層次學歷培訓。<sup>66</sup></li> <li>• 大學畢業生士兵在同等條件下優先列為保送入學推薦對象。</li> </ul>
士官學員 <sup>67</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 義務兵服現役滿1年以上，士官滿3年以下；專業技術熟練，有一定組織管理能力；身體和心理健康。</li> <li>• 具有高中以上或同等學歷。</li> </ul>
(二) 院校培育	
軍校招收生長幹部學員	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 從部隊招收士兵學員。</li> <li>• 招收往屆、應屆高中畢業生（或稱青年學生學員），未婚，年齡不超過20歲；政治考核、面試和體格檢查，合格者。</li> </ul>
國防生	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2017年起不再從普通高中畢業生中定向招收國防生，也不再從在校大學生中考核選拔國防生。<sup>68</sup></li> </ul>
定向培養直招士官	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 部隊訓練指導機構與民間大學簽訂聯合培養協議，商定培養方案，設置專業課程，進行教學指導。實習完成後由大學辦理畢業手續。大學所在地兵役機關，採取將培養對象編入民兵組織或預備役部隊的方法，協助大學加強集中統一管理和軍政訓練。<sup>69</sup></li> <li>• 高中畢業生，不超過20歲，未婚；高考成績達專科分數線且體檢、政審合格，錄取到地方大學就讀，學制3年（前2.5學年的教育課程由大學負責，後0.5學年的入伍實習由部隊負責）。</li> </ul>

<sup>66</sup> 〈應徵入伍：大學生士兵考軍校的規定（中國軍考網）〉，《考軍校資料網》，2017年4月24日。<http://www.junxiaowang.com/jieda/743.html>（瀏覽日期：2017年12月24日）

<sup>67</sup> 〈授權發布|2017年士兵考軍校政策五大變化（附報考指南）〉，《中華人民共和國國防部》2017年4月24日。[http://www.mod.gov.cn/big5/topnews/2017-04/24/content\\_4789624.htm](http://www.mod.gov.cn/big5/topnews/2017-04/24/content_4789624.htm)（瀏覽日期：2017年12月24日）

<sup>68</sup> 〈國防部：2017年起不再從普通高中畢業生中定向招收國防生〉，《中國軍網》，2017年5月26日。[http://www.81.cn/jmywyl/2017-05/26/content\\_7619344.htm](http://www.81.cn/jmywyl/2017-05/26/content_7619344.htm)（瀏覽日期：2017年8月18日）

<sup>69</sup> 關於定向培養士官報考的條件、計畫、辦法、培養、任命和待遇，詳見〈教育部2016年定向培養士官有關政策規定〉，《大學生徵兵信息網》，2016年6月29日。

<http://www.0730hao.cn/Article/dingxiangshiguan/33991.html>（瀏覽日期：2017年12月21日）

(三) 民間招收	
特招入伍	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 招募具有專業技術的人員入伍，擔任專業技術文職幹部或是專業技術軍官職務。</li> <li>● 招募對象為「軍隊急需的新興學科、重點學科、重點實驗室的高層次人才和留學回國人才，作戰部隊的裝備技術保障人才，以及具有獨特專長和技能的特殊人才。」<sup>70</sup></li> </ul>
直招士官	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 直接招收普通大學畢業生和其他具有專業技能的公民，作為志願兵役制士兵到部隊服現役；其招收對象所學或者從事的專業應當符合部隊需要。</li> <li>● 普通大學畢業生，未婚、男性不超過24歲，女性不超過23歲；其他具有專業技能的公民，不超過28歲；政治和體格條件，按照徵集義務兵有關規定執行。</li> <li>● 士官批准入伍的時間為每年的8月初，培訓時間為4個月，期間拿義務兵津貼費。<sup>71</sup></li> </ul>

資料來源：研究者自行整理

### 三、共軍徵兵工作之現況與困境

中共解放軍和武警部隊每年所需士兵約為30至40萬人之間，會在適齡青年當中徵集部分青年服兩年義務役，其餘的適齡青年則服預備役或民兵兵役。<sup>72</sup>因此，並不是每個人都必須當解放軍或武警，在以大學生為徵兵主體的前提下，可以說給予了解放軍與武警部隊「擇優錄取」士兵的機會。自2001年展開大學生徵兵工作以來，大學生參軍入伍已達數十萬人，確實改善共軍兵員素質結構和促進

<sup>70</sup> 該規定自2013年3月1日起施行，關於特招入伍的原則、條件、審批程序與職級待遇，詳見〈軍隊特招地方專業技術人員入伍規定〉，《百度百科》。<https://baike.baidu.com/item/特招入伍/1304602>（瀏覽日期：2017年12月20日）

<sup>71</sup> 該規定自2010年3月19日起施行，關於直招士官條件、程序、訓練、任命與晉任、待遇，以及獎勵與處分等相關規定，詳見〈直接從非軍事部門招收士官工作規定〉，《大學生徵兵信息網》，2010年12月17日。<http://www.0730hao.cn/Article/zhizhaoshiguan/24015.html>（瀏覽日期：2017年12月20日）

<sup>72</sup> 李亞明，《中共解放軍概論（修訂版）》（臺北：國防大學政治作戰學院，2017年），頁140。

國防建設，但隨著時間的推移和徵兵工作的深入，現今共軍大學徵兵工作中仍存在一些問題。

牛保明、高峰在〈當前高校大學生應徵入伍現狀分析及對策研究〉一文中指出共軍徵兵現況，報名參軍入伍的學生多數為大專生，本科院校的大學生為數不多，國家重點大學的大學生更是稀少，主要存在的問題有，關於大學生入伍政策各地優撫規定不一、某些大學對政策認識不深與宣傳不足、退役的相應政策籠統等。<sup>73</sup>顯見共軍相關政策還不到位，無法吸引高素質人才投身軍旅的意願。

劉鎮江、陽艷〈「當兵冷、徵兵難」現象的倫理思考——基於國防倫理建設的視角〉一文中指出，中國大陸隨著市場經濟的快速發展、社會價值取向的多元化、就業選擇的多樣化、長期和平的環境帶來國防意識的弱化、出生率低等多種原因，<sup>74</sup>造成「一人參軍，全家光榮」的風光不在，取而代之的是「當兵冷、徵兵難」的現象。

徐幕宏在〈對新形勢下大學生徵兵工作的調查與思考〉一文中亦指出兵役法規約束力不足的問題，<sup>75</sup>公民參軍全憑自覺、自願，一些適齡青年不參加兵役登記、體檢中自我淘汰、入伍後拒服兵役等現象時有所聞。

對於中國大陸青年來說，參軍入伍不再是重要且必要之選擇，反倒是升學、就業、出國留學、打工賺錢等選項才是青年人之首要考量。共軍需要進一步研擬政策方案解決當前問題，而針對共軍徵兵工作的解決對策非本研究之重點，此處暫不多做討論。

---

<sup>73</sup> 牛保明、高峰，〈當前高校大學生應徵入伍現狀分析及對策研究〉，《經濟研究導刊》，第8期，2017年，頁69-70。

<sup>74</sup> 劉鎮江、陽艷，〈「當兵冷、徵兵難」現象的倫理思考——基於國防倫理建設的視角〉，《山西高等學校社會科學學報》，第29卷第3期，2017年3月，頁18-19。

<sup>75</sup> 徐幕宏，〈對新形勢下大學生徵兵工作的調查與思考〉，《國防》，第6期，2017年，頁77-79。

## 貳、新媒體與互聯網

### 一、新媒體之內涵

新媒體，目前暫時沒有統一定義。最早提出是1967年由美國哥倫比亞廣播電視網技術研究所所長戈爾德馬克（P.Goldmark）率先提出。新媒體是相對於報紙、廣播、電視等傳統媒體而言的，並且在時間上是相對的、不斷更新的概念。

一般認為是連結網路的電腦、智慧型手機等為載體的新型媒體，以信息技術為基礎，將文字、圖像、影音要素等結合在一起，豐富的傳播內容使得使用者有更多的選擇性，並且網路的即時性與互動性，使得使用者可以不斷接收更新的傳播內容，也可以透過評論、轉發進而傳播相關訊息。

大陸新傳媒產業聯盟秘書長王斌認為，「新媒體是以數字信息技術為基礎，以互動傳播為特點、具有創新形態的媒體」。中國人民大學匡文波教授認為，「新媒體只是一個通俗的說法，它嚴謹的官方稱呼應該是『數字化互動式新媒體』，新媒體具有高度的互動性，且是以數字化作為技術支撐」。

新媒體具有下列五項特點：一是其底層技術以數字化為支撐；二是其實現具有集成性和復合性；三是其向大眾提供的是個性化可選擇的媒體服務；四是其打破了傳統意義上的空間、產業、社群之間的限制和邊界；五是其具有較強的互動性。<sup>76</sup>上述五項特點與舊媒體的特性迥然不同，亦帶出現今為新媒體的世代。

### 二、互聯網之運用——互聯網+

據中國互聯網絡信息中心（CNNIC）第40次《中國互聯網絡發展狀況統計報告》顯示，截止到2017年6月，中國大陸網民規模達到7.51億，佔全球網民總數的

---

<sup>76</sup> 楊霖鑫，〈新媒體時代高校徵兵宣傳工作創新研究〉，《國防》，第2期，2017年，頁63-65。

五分之一。網路普及率為54.3%，超過全球平均水平4.6個百分點。手機網民規模達7.24億，手機網民佔比達96.3%；年齡結構以10-39歲群體為主。<sup>77</sup>因此，移動網路的使用已經是現今社會的生活型態，尤其對年輕人影響更甚。

全國人大代表、騰訊公司董事會主席兼首席執行官馬化騰認為，所謂「互聯網+」的概念即是利用互聯網的平台與信息通信技術，把互聯網和各個傳統行業結合起來，在新的領域創造出一種新的生態。<sup>78</sup>中國電子商務研究中心主任曹磊亦指出，「互聯網+」的本質是優化資源配置。<sup>79</sup>簡單來說，「互聯網+」就是互聯網「加上」某種傳統行業，如「互聯網+零售」、「互聯網+家電」、「互聯網+農業」、「互聯網+旅遊」、「互聯網+交通」、「互聯網+通信」等等。其核心價值是對資源的優化配置、對流通鏈的革新、對供應鏈的重組、對產業鏈的優化、對價值鏈的再分配。

2015年國務院總理李克強首次提出「互聯網+」的概念後，「互聯網+」已經連續3年被列入《政府工作報告》中，而「互聯網+」在中共強國強軍的應用上，即是利用網路互動平台展開徵兵宣傳動員。

### 三、《中國軍網》概況

《解放軍報》為中央軍委的機關報，原隸屬中央軍委總政治部，是總政治部下屬的直屬機構，正軍級編制。2016年1月在深化國防和軍隊改革中，總政治部撤銷，解放軍報轉隸中央軍委政治工作部。

《中國軍網》是由解放軍報社主辦的綜合性軍事新聞網站，亦是中央軍委批

<sup>77</sup> 中國互聯網絡信息中心，〈第40次中國互聯網絡發展狀況統計報告〉，2017年7月，頁13-21。

<sup>78</sup> 〈馬化騰：政府工作報告提「互聯網+」概念振奮全社會〉，《和訊網》，2015年3月10日。  
<http://money.163.com/15/0310/09/AKBA2IPC00253B0H.html>（瀏覽日期：2018年1月22日）

<sup>79</sup> 〈「政府工作報告」中關於互聯網的七大關鍵詞〉，《和訊網》，2017年3月14日。  
<http://news.hexun.com/2017-03-14/188487557.html>（瀏覽日期：2018年1月22日）



准唯一的解放軍新聞入口網站。1999年10月1日正式創辦聯網名為「解放軍報網絡版」。2003年3月5日開辦英文版本。2004年10月1日更名為《中國軍網》，當時的網址為：www.chinamil.com.cn。2007年8月1日第三次改版後，網站日點擊率首次突破1000萬大關。2014年1月1日新版《中國軍網》網址為：www.81.cn。

《中國軍網》的網站主旨為展示共軍形象、反映官兵心聲、拓展訊息管道、關注全球軍情；網內設置多項重點欄目與特色頻道。將《解放軍報》及其子報子刊《中國國防報》、《解放軍畫報》、《中國民兵》、《環球軍事》、《軍事記者》等軍事新聞與精選內容，加以整合、分類放置各個新聞頻道。網站編輯部與國防大學、軍事科學院、國防科學技術大學、軍事博物館、軍兵種報紙等單位合作，盡可能將軍事新聞搬上網站；並與人民網、新華網等30多家地方新聞網站建立好站連結；力求打造能提供即時、準確，且具權威的軍事新聞網站。



圖 2-2-1 《中國軍網》網站首頁

資料來源：擷取自中共《中國軍網》

李海龍在〈軍事網絡信息在高校學生中的傳播效果研究——以中國軍網為例〉中，以南京地區大學生為樣本，調查學生在軍事網站的使用情形，研究發現大學生對網路軍事新聞普遍感興趣，尤其《中國軍網》在大學生中具有一定的影

響力。其知名度高於其他軍事網站，網站間的連結是大學生登錄《中國軍網》的主要途徑，但整體說來學生登錄該網的頻率不高；且網站存在親和力不夠、過於突出政治色彩、宣傳包裝力度不夠和趣味性不高等缺點。<sup>80</sup>而歷經多次改版的目就是希望將其打造為中國軍事資訊傳播的「旗艦」網；而此亦是本研究選定《中國軍網》為研究樣本來源的重要原因。

### 參、新媒體在共軍人才徵集的運用

#### 一、「90後」——是徵兵主體亦是新媒體的使用者

隨著新軍事變革日漸深入，軍隊愈加需要大批優秀青年加入其中。共軍徵集對象的年齡區段為18~24歲。以2017年為例，符合2017年共軍入伍年齡標準的適齡青年為1993~1999年出生者，是中國大陸俗稱「90後」的群體。

大陸學者彭蘭在《網絡傳播概論》中將網民分為20世紀60、70，以及80年代出生的三代人；並且描述三個時代網民的明顯特徵。彭蘭的論述並非根據科學的分析與論證，而是透過感性的描繪呈現網路受眾其時代特徵的輪廓。<sup>81</sup>研究者亦同意此種時代烙印的觀點。同樣地，90年代出生的青年，生活上更是與網路密不可分，因與新媒體接觸頻繁，其思想更加開放多元。

彭蘭亦指出，網路受眾與傳統媒介受眾不同的是，網路受眾具有個體性、虛擬性、自主性與參與性的特點，而人所處的年代會深刻影響其個體特徵。<sup>82</sup>正如越來越多的「90後」習慣於滑手機而非看報紙，相比傳統的徵兵宣傳，其更傾向主動接收來自新媒體的徵兵信息。<sup>83</sup>可見新媒體對於「90後」的受眾具有一定的

<sup>80</sup> 李海龍，〈軍事網絡信息在高校學生中的傳播效果研究——以中國軍網為例〉，《青年記者》，第5期，2010年7月，頁24-25。

<sup>81</sup> 彭蘭，《網絡傳播概論》（北京：中國人民大學出版社，2012年），頁303-308。

<sup>82</sup> 同上註。

<sup>83</sup> 許小青，〈「互聯網+」開啟徵兵宣傳新形式——以微博互動平台為例〉，《國防》，第5

影響力。

許小青在〈「互聯網+」開啟徵兵宣傳新形式——以微博互動平台為例〉一文就提出，當前僅靠履行義務、參軍光榮、報效國家這些利他因素吸引青年參軍的難度愈加增大，而一些軟性素求反倒備受青睞，如軍屬優待、隊友間感情、人生體驗、社會地位，甚至鍛鍊體格等等。<sup>84</sup>若要提高徵兵訊息發布的效能，勢必要適應新生代對於互動媒體的使用習慣。並且，宣傳主體須針對受眾需求的變化做出宣傳策略的相應調整，不斷改進宣傳的方式，滿足受眾的需求，而《中國軍網》亦是如此。

## 二、新媒體運用在共軍徵兵宣傳中之現況

解決「當兵冷、徵兵難」問題，不僅要從徵兵制度的調整入手，更要在宣傳工作下功夫。徵兵宣傳工作主要目的就是宣傳兵役政策、普及兵役法規，鼓勵和引導高素質青年參軍入伍。

2016年5月中共中央宣傳部、軍委政治工作部、軍委國防動員部聯合下發《2016年徵兵宣傳教育工作實施方案》，《方案》強調徵兵宣傳內容、形式與手段上更加提升，徵兵宣傳教育必須遍及街頭巷尾及網路內外。要求各新聞單位、軍地各級宣傳部門和兵役機關，須展開徵兵宣傳教育進校園、舉辦軍營開放日活動、製作發布徵兵宣傳系列公益廣告和宣傳專題片、做好輿論引導和政策解讀等工作。<sup>85</sup>其中透過網路傳播徵兵廣告的宣傳模式已經是個常態。

楊霖鑫在〈新媒體時代高校徵兵宣傳工作創新研究〉一文中，發現大學生對

---

期，2015年，頁50-52。

<sup>84</sup> 許小青，〈移動新媒體徵兵宣傳創新路徑探〉，《軍事記者》，第10期，2016年，頁44-45。

<sup>85</sup> 〈中宣部、軍委政治工作部、軍委國防動員部聯合下發「2016年徵兵宣傳教育工作實施方案」〉，《中國軍網》，2016年5月5日。[http://www.81.cn/big5/jwz/2016-05/05/content\\_7036061.htm](http://www.81.cn/big5/jwz/2016-05/05/content_7036061.htm)（瀏覽日期：2017年12月25日）

於部隊的印象，近半數來自「微博、微信、影視作品」，其次是「軍訓、走軍營等實地探訪」，再次是「家長、老師、同學口口相傳」，最後才是「報紙書刊等文字媒體」。<sup>86</sup>顯見徵兵宣傳以新媒體為手段的地位已經超越傳統媒體，尤其在大學生的群體中。

雖說徵兵宣傳上新媒體有其優勢，但在楊霖鑫的研究也發現一些問題。新媒體的信息準確度是受到質疑的，人們還是認為傳統媒體的消息較為可靠；新媒體在發布消息上具有隨意性和多樣性，缺乏官方性；大多數人認為新媒體發布者本身素質良莠不齊，相比傳統媒體專業性的工作團隊不夠專業權威。此外，由於新媒體發布訊息的門檻低、訊息量大，亦影響受眾的閱讀習慣；對其感興趣的以及媒體大量報導的有大致的了解，但當所發布的消息對其吸引不大時，許多人即選擇不去了解，進而放棄。<sup>87</sup>傳統媒體一經披露便不易更變內容，新媒體的內容很有被竄改的可能性。

### 三、新媒體運用在共軍徵兵宣傳中之對策

針對新媒體在共軍徵兵宣傳中之不足之處，許小青等人亦提出幾點努力的方向，臚列如下：

（一）針對「90後」的目標對象性格特徵宣傳。許小青在〈移動新媒體徵兵宣傳創新路徑探〉一文中提出，就共性面而言，「90後」的特點是嚮往自由、追求個性；而參軍是否會壓抑個性、束縛自由成為多數青年的入伍顧慮。對此，研究者提出宣傳主體可邀請一些比較受「90後」歡迎的名人或明星講述他們的參軍經歷，為「90後」提供經驗參考、掃除疑慮。就個性面而言，透過大數據技術來

<sup>86</sup> 同註76。

<sup>87</sup> 同註76。

獲知不同個體的興趣偏好實施區別宣傳。如宣傳者可針對熱衷視覺影像的宣傳受眾，傳播廣告、漫畫、動畫等，而不僅僅局限於徵兵流程介紹與政策解讀。<sup>88</sup>大數據之運用使得共軍徵兵宣傳的效率大為提升。

(二) 徵兵平台的明確分工。許小青亦提出各微博主體應有其定位，需要擺脫過去各自為政、功能混淆不清的問題，打造分工明確的徵兵平台。如黨政機構微博應聚焦徵兵政策的公開與解讀，通過議題設置掌控輿論的主導權；公安微博加強對徵兵詐騙行為的即時監督，推動徵兵法制建設；媒體類微博，負責於政策公佈後跟進傳播，關注涉軍輿論走勢、強化宣傳內容的縱深感；大學與社區類微博，應穩固自身區域內的核心受眾，發揮人際傳播功效，挖掘潛在徵兵對象。<sup>89</sup>

(三) 培養新媒體經營人才。楊霖鑫在〈新媒體時代高校徵兵宣傳工作創新研究〉研究中，提出新媒體平台為徵兵宣傳提供了許多機會，但同時也迫切需要一批高素質的新媒體服務人才來經營平台。<sup>90</sup>也就是說，所需人才必須具備掌握新媒體之技能，同時亦對徵兵政策有深入的了解，方能更好地為徵兵宣傳服務。

---

<sup>88</sup> 同註84。

<sup>89</sup> 同註84。

<sup>90</sup> 同註76。

### 第三節 意識型態與廣告

本節將探討何謂意識型態與其內涵。其次，探討廣告與意識型態的關係。再來，談到共軍徵募廣告之相關文獻與研究。

#### 壹、意識型態的定義與內涵

##### 一、意識型態的定義

意識型態一詞在不同的情境下運用具有不同的意涵。在日常中，當我們稱某人、某族群具有某種意識型態時，是指其自我信念強、固執己見之意。這樣的指稱多少帶有批評的意涵。而當馬克思信徒論及意識型態時，他們指的是一套曲解現實，並有助於當權者為其行動辯護的一套思想體系。<sup>91</sup>當我們論及意識型態一詞時，必須指出它的確切意涵。

我國學者林芳玫綜整意識型態的定義有下列四種：（1）某一特定團體或階級的信仰體系，此意識型態是一種中性的、不帶價值判斷的概念；（2）與真實或科學知識相反的幻想、謊言、欺騙、迷信；（3）表達統治階級利益的一套理念；（4）意義建構的過程，以象徵符碼「再現」世界，其再現方式創造且維持不平等權力關係。<sup>92</sup>本研究論及意識型態概念與第二種至第四種較有關係。

##### 二、意識型態是統治階級的治理工具

義大利共產主義思想家安東尼奧·葛蘭西（Antonio Gramsci）認為一個政體的形成與維繫，絕非只有遂行高壓的政治控制而已。Gramsci的文化霸權論的精義

---

<sup>91</sup> David Croteau, William Hoynes著，湯允一、董素蘭、林富美、許瑩月譯，《媒體／社會——產業，形象，與閱聽大眾》（臺北：學富文化，2008年），頁164。

<sup>92</sup> 林芳玫，《女性與媒體再現——女性主義與社會建構論的觀點》（臺北：巨流圖書，1996年），頁76。

在於：若要維繫社會的領導權，除了必須在經濟取得優勢、武力作為後盾之外，必須在文化領域中建立一套道德、教育、法規等共識與規範，來維護既有體制及秩序。<sup>93</sup>傳統馬克思主義理論體系中，「意識型態」通常指涉一套「假意識」，是資本階級為了維護其既得利益所而對普羅大眾所行欺騙性的意念灌輸，<sup>94</sup>讓受支配階層認為受其領導是合理的。

在Gramsci的觀點中，統治者必須取得「文化」的領導權，但這並不是說統治者可以絕對掌握此領導權，受支配階層也可能發展不同或反抗的意識或觀點。因此，意識型態領域基本上是人們意識、立場及意念的「空間」，不同利益團體可能在此進行「立場之戰」，過程中對社會事件的意義加以「解構」或「重構」。<sup>95</sup>統治者若要鞏固其霸權統治，就得在意識型態的抗爭過程中取得不斷取得主導地位。

英國文化理論家斯圖亞特·霍爾（Stuart Hall）引用Gramsci的「意識型態爭霸論」來解釋統治者為維繫其優勢的領導，除了運用其壓制性的國家體制（如軍警法律、行政結構等）之外，尚且利用包括人物、物力、權力、及財力等優勢資源，滲透至各種民間活動之中，如宗教、教育、大眾傳播、娛樂等等，爭取共識及道德文化的領導權，<sup>96</sup>統治者以其作為統轄手段，影響範圍可說是無所不包。

此外，Hall亦融合了馬克思主義的傳統與結構主義符號學的觀點，重新詮釋傳播的意義。他認為，傳播的本質就是將符號與意義作一連結，通常語言具有「複向指涉」之功能，如同「符號具」可能與多種的「符號義」連結。但在傳播

<sup>93</sup> 張錦華、柯永輝，《媒體的女人·女人的媒體（上）》（臺北：業強出版社，1995年），頁45。

<sup>94</sup> 張錦華，《傳播批判理論：從解構到主體》（臺北：黎明文化，2010年），頁85。

<sup>95</sup> 同註93，頁45-47。

<sup>96</sup> 張錦華，《媒介文化、意識形態與女性——理論與實例》（臺北：正中書局，1995年），頁26。

者製碼的過程中，傳播者必須選擇事件，賦予立場與詮釋，這就是意義的「構連」。而意義的「構連」並非必然、永恆的。<sup>97</sup>如傳統「男主外、女主內」的思想，在現今社會中亦在進行「反迷思」的「解構」。

在Gramsci和Hall的觀點上，均預設了個體的「主動性」。閱聽人不見得會全盘接受傳播者的意圖、訊息或意識型態，甚至抱持反對的態度。雖然理論上，閱聽人並非被動的接受，甚至具有多樣詮釋的潛力。但不可否認的，大眾文化訊息上仍具有「建構主體」的強大影響力。

### 三、意識型態是一種社會的「再現」

馬克思主義哲學家路易斯·阿圖色（Louis Althusser）所重視的正是意識型態如何透過建構主體，成為維護霸權的穩定與再製力量。他指出「意識型態是一種再現，其所再現的是個體與其真實生存情況間的想像關係」。所謂「再現」就是顯現在社會文化語言層面的各種符號、儀式，及制度體系等，<sup>98</sup>「再現」體系可以說是集體的社會規範與實踐。

在Althusser看來意識型態是一種社會的「再現」表徵，是具「物質性」的，不受個人意識支配。而「再現」體系之所以能發揮再製既有權力秩序的功能，是因為其具有「建構主體」的功用。Althusser認為所有的意識型態藉由「點名、召喚」和「設定」的方式，對主體進行分類，將具體個人建構成具體的主體。換句話說，透過角色的設定與分類，使個人歸類於某角色，個人依據此一再現體系的價值觀與角色位置，「主動」的表現在外顯的意識型態與行為之中，成為具備某

---

<sup>97</sup> 同註93，頁48。

<sup>98</sup> 以父權社會的意識型態為例，媒體中所呈現的女性穿著、姿態、職業角色等社會實踐；民法中對女性婚姻、財產、子女監護等限制，以及部分公司所執行「單身、禁孕條款」等制度，都是「再現」系統。同註93，頁51-52。



種特質的主體，<sup>99</sup>如此一來個人就不知不覺的成為該體系中的一環了。

一個政權的維繫，不僅需要壓制性的國家體制如軍隊、警察、法律等系統，亦需要爭取各種意識型態、宗教、道德、倫理、教育等組織機構和價值體系為其服務，如此方能使國家或政權長治久安。

意識型態批判的觀點是要解構媒體如何塑造「有利於優勢權力結構」的共識及價值體系。所謂優勢權力結構可能是當前的政治體制、資本主義的經濟秩序、男性中心的意識型態、或是各種造成排他性或單面性的價值體系，例如種族歧視等。<sup>100</sup>本研究所要探討的是中共透過怎樣的方式，強化以黨領軍的不變概念。

## 貳、廣告中的意識型態

### 一、廣告的功能

尚·布希亞 (Jean Baudrillard) 在《物的體系》中，指出「物品必須成為符號，才能成為被消費的物。」簡單的說就是商品具有兩面性；其一是商品的「物的價值」，即商品的品質、功能及性能等所塑造出的價值。其二是「符號的價值」，即商品的設計、顏色、品牌、廣告，以及表示企業形象的企業認同等所塑造出的價值，以上形成了商品的意象，成為消費者感性的選擇對象。<sup>101</sup>因而，廣告也是被消費的物品本身。<sup>102</sup>廣告的設計就是要讓消費者在潛意識中接受意象，藉此達到與消費者共鳴的效果。

廣告的功能即是推銷商品本身的「使用價值」，並且賦予它「交換價值」。

<sup>99</sup> 大眾傳播所顯現的女性符號體系，如「賢妻良母」形象，伺候先生，照顧小孩等，當觀眾不斷接觸這些主體建構符號，同時也將自己或他人納入這個類別，便會被此種意識型態建構為主體，從而在自我言行舉止符應這些標準與要求，而（父）權力體系就因此而不斷藉著「再現」體系、主體建構得以穩固、生生不息。同註93，頁52。

<sup>100</sup> 同註96，頁26-27。

<sup>101</sup> 星野克美等著，黃恆正譯，《符號社會的消費》（臺北：五南，1991年），頁19。

<sup>102</sup> 同上註，頁34。

廣告除了考慮商品的內在特質之外，更欲使這些特質對消費者產生某種意義，如使用商品即可享有地位、尊貴等，促使消費者為此「交換價值」而購買商品。<sup>103</sup>以共軍的徵募廣告來看，我們不妨可以把它當作是推銷軍隊的好處，其「交換價值」即是告訴民眾答應軍隊的呼召，加入「中國夢、強軍夢」的行列是何等光榮之事。

## 二、廣告在個體既存的認知下運作

Althusser認為意識型態實踐的功能，是穩定和維持社會存在，以及粉飾主體與真實存在情況的關係，並且「我們的意識型態統禦我們理解世界和我們本身的方式，在它控制下，我們對某事物視為自然」。雷默（V. L. Leymore）認為廣告絕非是促進社會變遷的力量，反而為人類提供簡易的解決困難方法來維持社會秩序。朱迪斯·威廉森（Judith Williamson）亦指出廣告具有生產知識的功能，而這些知識由一些本來就知道的事物來構成廣告中的「真理」。<sup>104</sup>換句話說，廣告就是觀念的不斷複製，以觀眾最熟悉、最容易接受的價值作為前提，來建構符號的表徵結構，以求獲得觀眾的共鳴。

廣告表徵秩序在優勢意識型態的權力運作之下，將指涉的迷思體系傳遞給消費者，而消費者在接收之際亦隨及吸納了符號所建構的迷思，並且在周而復始的製碼、解碼中形成主體性，以強化其背後隱藏的意識型態。<sup>105</sup>消費者即便不購買那項商品，也會吸收到廣告所呈現的消費價值，甚至會建立或改變自己對物的價值觀與對生活的態度。因此，廣告人構思創意訊息時，會給予商品符號的意義與附加的價值，利用或創造生活中更多的情境與商品扣聯，讓消費者看到的商品廣

---

<sup>103</sup>顧玉珍、周月英，《媒體的女人·女人的媒體（下）》（臺北：業強出版社，1995年），頁7。

<sup>104</sup>同上註，頁7-8。

<sup>105</sup>同註103，頁8。

告不只是商品的實體物而已，更重要的是商品品牌或使用時所呈現的消費價值，諸如成就感、夢想、地位象徵等，消費者在消費的同時，就是從中找出自我價值及社會認同。

### 三、廣告是文化的反映

Williamson在《解讀廣告》一書中強調，在現今的消費社會中，廣告對人的影響無所不在，甚至取代了傳統社會中的宗教或藝術的執行功能，創造出當代社會的意義結構。隆納·博曼（Ronald Berman）亦表示，「在大眾文化中，最具支配性的社會機制是廣告。」<sup>106</sup>我們可以說，廣告是考察當代大眾文化現象的最佳指標。

廣告中的文化符號與價值理念，透過媒體的傳播，無形中商品的社會意義與價值也建構了我們的生活與認知，可以說文化是廣告的表現要素，而廣告也建構了（消費）文化，兩者關係密切。在社會中每個人對食衣住行的選擇，被視為是個人品味與格調的反映，消費文化因而被所建構起來，人們可從廣告中學習到如何選擇符合自己品味的商品，<sup>107</sup>因此，廣告就如同一面反應生活的鏡子一般。

National Defense University

### 參、共軍徵募廣告文獻與研究

王雪嬌曾對共軍徵兵宣傳之傳播要素與傳播策略進行分析，並以2013年徵兵廣告〈有你中國強〉作為個案研究，總結其典型規律，並點出其廣告塑造軍隊形象的優勢與不足之處。<sup>108</sup>該文主題與研究者研究相關，對本研究具啟發作用。

2014、2015年，中共國防部徵兵辦公室與總政治部宣傳部聯合主辦徵兵廣告

---

<sup>106</sup>同註103，頁6。

<sup>107</sup>蕭湘文，《廣告傳播》（臺北：威仕曼文化，2005年），頁306。

<sup>108</sup>王雪嬌，《中國徵兵廣告傳播策略探析》（保定：河北大學文學碩士學位論文，2015年），頁41。

的評選活動，透過各軍區徵兵辦公室，各省、自治區、直轄市徵兵辦公室自製影片的方式讓網民評選，優秀作品則作為國防部年度徵兵廣告。2014年的〈軍營版小蘋果〉便是一例，該片借助流行元素網路神曲——〈小蘋果〉，以愉快輕鬆的表現形式呈現軍中活潑風貌，經由網民的轉發下，在新聞、微博和論壇等三大主流平台引起熱烈討論，過程中雖也引起部分爭議與質疑聲浪，但整體而言正面看法仍佔主流。<sup>109</sup>該片被官方認定為一等獎，可以說是共軍徵兵工作的創新嘗試。

王丹宇、曾嘉以符號學的角度審視2015年武警徵兵廣告，研究發現拍攝者以「升旗」這具意義性的儀式場景，來展現國旗護衛隊的形象與職能。在符號運用上，創作者為避免符號泛化，選取一系列武警部隊特有符號，來展示其獨特性。在符號標出性上，創作者也特別加重女性畫面，展現巾幗不讓鬚眉形象。<sup>110</sup>

2016年4月28日，由《中國軍網》發布徵兵廣告〈戰鬥宣言〉迅速傳遍各大媒體；根據統計，截至5月11日晚間，在中央主要新聞網站和主流商業網站的點閱率超過1.5億次。90年代出生的剪輯師王玉表示：「過去片子都是純音樂做的，現在適齡入伍青年比我還小，我覺得說唱更能抓住他們。」<sup>111</sup>該片利用搖滾說唱的方式，搭配節奏感強烈的剪輯手法，塑造其軍威壯盛的形象，在網路上獲得網民熱烈的迴響，國外媒體也紛紛予以關注和報導；美國《海軍陸戰隊時報》發表了一篇名為〈中國軍隊新的招募影片太瘋狂了〉的文章，並提及「美軍招募人員注意了：是時候該提高水平了」。<sup>112</sup>此類宣傳手法能引起西方國家的注意，

---

<sup>109</sup>李承霖，〈徵兵宣傳片網絡傳播效果研究——以「軍營小蘋果」為例〉，《新聞研究導刊》，第13期，2015年8月，頁246-247。

<sup>110</sup>王丹宇、曾嘉，〈2015年武警徵兵宣傳片的符號學審視〉，《青年記者》，第21期，2016年，頁67-68。

<sup>111</sup>郭城春，〈史上最燃的「戰鬥宣言」——揭秘中國軍網2016年徵兵宣傳片〉，《軍營文化天地》，第6期，2016年，頁30。

<sup>112</sup>Jeff Schogol, "This new Chinese military recruiting video is insane," *Marine Corps Times*, May 3, 2016. At <https://www.marinecorpstimes.com/news/your-marine-corps/2016/05/03/this-new-chinese-military-recruiting-video-is-insane/> (Accessed:2017/9/5)

多少也是一種肯定。

綜上所述，共軍無論在徵募兵，抑或是在軍隊形象宣傳上，為了吸引人們的目光，其表現形式越來越多元與創新，並且藉由網路傳播的靈活性、互動性等特色發布軍事廣告，顯見善用新媒體宣傳的重要性。

綜結本章文獻探討作為研究者往後文本分析之背景基礎。首先，中共堅持黨對軍隊的絕對領導，這支屬於「人民」的軍隊，在新時期新階段期望對內外展現出忠誠、威武、文明、勝利、和平及開放等形象；媒體對於軍隊來說，即是黨的宣傳工具。其次，共軍為滿足軍力現代化，對於人才素質要求提高，希望徵募學歷高、技術強的人才進入軍中服役；而這些「90後」的生長背景也造就了徵募宣傳的新形式。最後，本研究所稱的意識型態，是指一套可以維繫跟穩固政權的概念；在了解意識型態在廣告中的作用後，我們就能瞭解共軍徵募廣告即是希望得到目標對象的認同、接受其「價值」，進而加入軍隊的行列。



## 第三章 研究方法

經文獻探討後，第三章將介紹本論文之研究方法——符號學分析，符號學分析能夠解構廣告中各種視覺、文字、聲音等符號元素；其分析主旨並非探討符號本身，而是探討符號所代表之意義，特別在社會文化中隱而未現的深層意涵。其後，說明如何挑選研究樣本與研究操作，分別述明如下。

### 第一節 符號學分析

20世紀初，美國哲學家皮爾斯（Charles Saunders Peirce）、瑞士語言學家索緒爾（Ferdinand de Saussure），分別創立了現代符號學。符號學的理论傳統跟結構主義密切相關。20世紀60年代，伴隨結構主義思潮的興起和盛行，許多思想家和哲學家開始重視符號。20世紀70年代，符號學成為最流行的文本分析方法。然而它的起落也同步於結構主義之興衰，其後遭到後現代主義思潮的挑戰和超越。但對於理解媒介文本的意義，符號學分析仍有它的獨道之處。<sup>1</sup>各種形式的符號都是它的研究對象，諸如文字、圖像、交通信號、音樂、影片等。

符號學分析能產生出克利福德·格爾茨（Clifford Geertz）所為的「厚描」（thick description），代表著這樣的研究方法有著結構且複雜的分析。由於厚描相當的主觀，不同的讀者對同一文本可能會有截然不同的意義解讀；<sup>2</sup>讀者對於文本解讀出的意義，亦不等同於產製者原先置入的意義。<sup>3</sup>這樣的狀況以傳統社會科學的角度來看會認為並不可靠，但這並不減損符號學的價值，因為它能豐富我們

---

<sup>1</sup> 陳陽，《大眾傳播學研究方法導論》（北京：中國人民大學出版社，2015年），頁235。

<sup>2</sup> Jane Stokes著，趙偉姣譯，《教您如何做文化暨媒介研究》（臺北：韋伯，2008年），頁99。

<sup>3</sup> 同上註，頁97。

對文本的瞭解。作為一種研究方法，符號學是詮釋性的，因此必然主觀。<sup>4</sup>以下就以符號的組成、組合方式、表現方式與意義的三種層次，分述如下。

### 壹、符號的組成

Peirce將符號區分為三類：圖像（icon）、指標（index）和象徵（symbol）。圖像是與指涉物擁有相似特徵之符號，例如照片、地圖。指標是與指涉物間有直接、因果關聯之符號，例如煙與火。象徵是與指涉物間之關係，是一種慣例、約定或規則，需要經過學習才能明瞭，例如文字、十字架。<sup>5</sup>符號學重視的是象徵符號，此類符號攜帶歷史和社會意義，人們需要學習才能理解它。

Saussure認為，符號由兩部分組成：一個是物理層面可以感受到的聲音和圖像，即「符號具」（signifier）；另一個是這種聲音和圖像帶來的心理層面所感受到的概念，即「符號義」（signified）。<sup>6</sup>符號具和符號義結合構成符號。

符號具與符號義的關係具有任意性、武斷性。兩者的扣連由社會約定或習慣風俗來決定，個人經過學習方能瞭解這種關係，<sup>7</sup>隨著時空背景的變化，兩者之間的關係可能亦隨之改變，並且不同的文化、立場、價值、意識型態的人，對於同樣的文本亦可能做出極端對立的解讀。<sup>8</sup>例如，「白鴿」象徵「和平」；亞洲人拍照經常使用「V」字勝利手勢，但在英國、愛爾蘭等地，手背向外的「V」手勢則帶有侮辱性意涵。

分析媒介文本之主要目的不在於描述符號本身，而在於發現每個符號的符號

<sup>4</sup> 同註2，頁99。

<sup>5</sup> John Fiske著，張錦華譯，《傳播符號學理論》（臺北：遠流，1995年），頁68-70。

<sup>6</sup> 此處將signifier譯為符號具，亦有學者譯為「符徵」、「能指」；signified則譯為符號義，亦有學者譯為「符旨」、「所指」。同上註，頁65。

<sup>7</sup> 孫秀蕙、陳儀芬，《結構符號學與傳播文本：理論與研究實例》（臺北：正中書局，2011年），頁18。

<sup>8</sup> 林東泰，《大眾傳播理論（增訂三版）》（臺北：師大書苑，2008年），頁90。



具和符號義之間的關係。表3-1-1列舉了幾種常見之攝影機操作與剪輯技巧的符號意涵，供本研究參考運用。

表 3-1-1 攝影機操作與剪輯技巧的符號學分析

符號具	定義	符號義
仰拍	攝像機從下往上拍	權力、威嚴
俯拍	攝像機從上往下拍	渺小、微弱
溶入（移）	攝像機鏡頭移近	注意、集中
淡入（拉）	影像逐漸出現在螢幕上	開始
淡出（推）	影像逐漸從螢幕上消失	結束
切換	從一個畫面跳到另一個畫面	即時、興奮
消失	影像突然從螢幕上消失	強行終止

資料來源：整理自 Arthur Asa Berger 著，黃新生譯，《媒介分析方法》（臺北：遠流，1994年），37頁。

貳、符號的組合方式：系譜軸和毗鄰軸

一組能夠傳遞社會意義的符號系統，稱為符碼（code）。Saussure認為符碼係通過系譜軸（paradigms）的選擇和毗鄰軸（syntagmatic）的組織組合起來。<sup>9</sup>系譜軸就是從一組有著相似性的符號之間進行選擇，毗鄰軸是將選擇後的符號按照某種規則組織起來。<sup>10</sup>以穿外套為例，我們可以在皮外套、毛外套、棉外套之間選擇一件，此種方式就是系譜軸之組合；而將上衣、外套、褲子、襪子、鞋子等物件組合在一起，才能完成穿衣服這一動作，此種方式就是毗鄰軸之組合。

當我們看到一種符號組合的時候，只能夠看到毗鄰軸的組合，卻看不到系譜軸組合。換句話說，我們能夠看到一個人穿了什麼衣服，卻不知道他在哪些衣物裡做了選擇。因此，我們需要藉由聯想，此人在哪些衣物中選擇了眼前這套衣

<sup>9</sup> 倪炎元，《再現的政治：台灣報紙媒體對「他者」建構的論述分析》（臺北：韋伯，2005年），頁22-34。

<sup>10</sup> 見註1，頁236-237。

服。<sup>11</sup>系譜軸組合是藏而不露的，分析文本的系譜軸組合，就是從中找出隱藏的對立模式，也就是其中二元對立，包括使用了哪些符號，沒有使用哪些符號。

表 3-1-2 系譜軸與毗鄰軸重點比較表

系譜軸	聚合關係、隱藏、選擇，如：單字……等
毗鄰軸	組合關係、公開、組合，如：句子……等

資料來源：研究者自行整理

參、符號的表現方式：隱喻和轉喻

符號的隱含義經常通過隱喻和轉喻兩種手法表現。隱喻 (metaphor) 是利用兩個符號之間的相似性，進行置換的手段，它是以「系譜軸」方式進行的。<sup>12</sup>例如，用「花」來形容「美麗的姑娘」。隱喻也是廣告界經常使用的手法，例如牛奶廣告中，主角在客廳喝牛奶時，家中突然出現一頭牛，用來代表牛奶是「純的」、「天然的」。

轉喻 (metonymy) 是以聯想為基礎，在兩個符號之間建立關係的一種手段，通常以部分代表全體。例如，以五星紅旗代表中國大陸。<sup>13</sup>轉喻是新聞報導慣用的手法，片面的報導可能使閱聽人以為是事件的全貌。

「轉喻」是為了寫實的效果而依據「毗鄰軸」的作用，「隱喻」則是為了想像或超寫實效果而依據「系譜軸」的作用。<sup>14</sup>因此，探究文本的隱含義，我們需要調動想像力，方能瞭解其中的意涵。

肆、意義的三種層次

法國學者羅蘭·巴特 (Roland Barthes) 將Saussure的符號概念放入文化之中

<sup>11</sup> 同註1，頁236-237。

<sup>12</sup> 同註5，頁124。

<sup>13</sup> 同註1，頁236-237。

<sup>14</sup> 同註5，頁131。

來考察，認為符號有兩個層面的意義，即明示義（denotation，又譯成外延意義）和隱含義（connotation，又譯成內在意義）。前者是符號外在的明顯意義，後者是符號在其社會文化背景之中的引申意義。例如，麥當勞的明示義是一家速食連鎖店，其的隱含義包含了美國價值觀。符號的明示義是容易理解的、看似價值中立和客觀的，而它的隱含義是潛在的、帶有價值判斷、沉浸在特定的文化意義之中，<sup>15</sup>符號學分析目的便是找出使某種文化意義顯得自然化的隱含義。

Barthes稱明示義是表意順序（orders of signification）的第一層面，隱含義和迷思（math）是第二層面。迷思是「不相信者」所採用的字眼，Barthes採用了迷思原初的意義，將它使用在「相信者」身上。迷思是一種文化思考事物的方式，一種概念化、理解事物的方式。<sup>16</sup>它存在於我們日常生活中，且不易察覺。

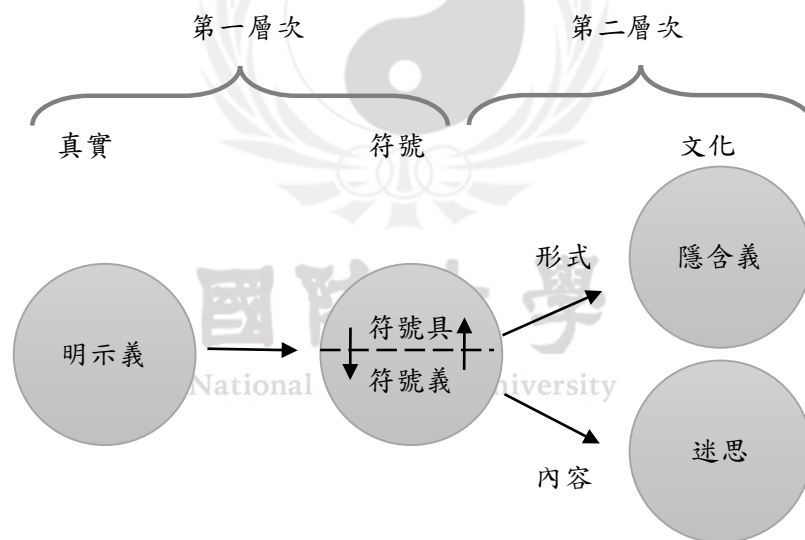


圖 3-1-1 Barthes 意義的兩個層次

資料來源：整理自 John Fiske 著，張錦華譯，《傳播符號學理論》（臺北：遠流，1995年），頁119。

迷思的運作方式是將歷史「自然化」。迷思原是某個社會階級之產物，而這個階級已在特定的歷史時期中取得主宰的地位。迷思的運作就是企圖否認這項關

<sup>15</sup> 同註1，頁239。

<sup>16</sup> 同註5，頁118。

係，並將迷思所呈現的意義當作是自然而然、理所當然之事。<sup>17</sup>迷思的分析正是要揭示這種被隱藏的意義。Barthes的迷思概念帶有意識型態色彩，關於Barthes的迷思分析其實就是揭露了當代大眾文化所隱藏的資本主義意識型態。<sup>18</sup>

約翰·費斯克（John Fiske）和約翰·赫特利（John Hartley）更進一步區分了「意識型態」和「迷思」這兩個概念。他們認為比起意識型態，迷思是更外顯的意義，因此，他們將明示義視為表意順序的第一層面，隱含義和迷思是第二層面，而意識型態是第三層面。他們總結的表意（signification）過程如圖3-1-2所示。

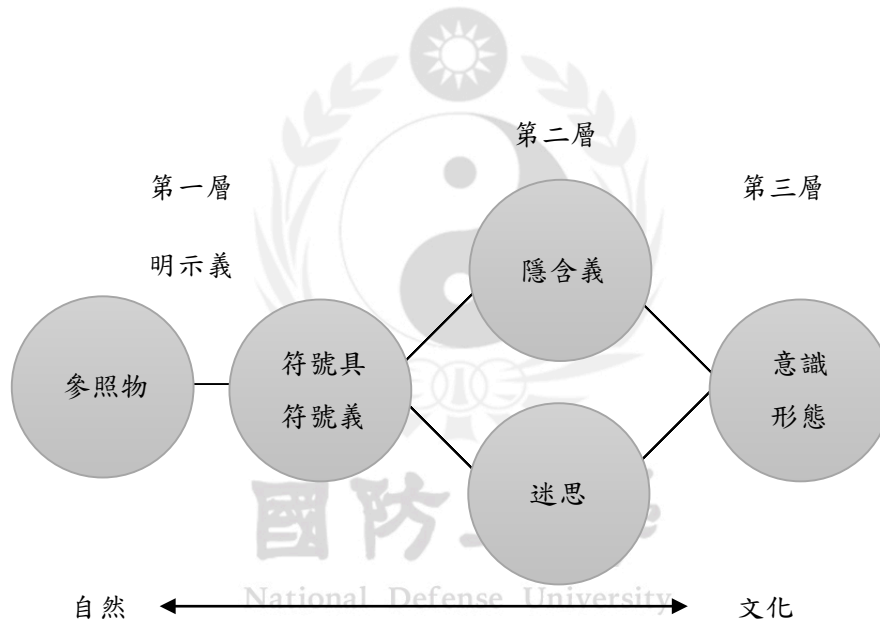


圖 3-1-2 Fiske 意義的三層次

資料來源：整理自林宇玲，〈解讀媒體中的性別意涵——以平面廣告為例〉，載於成露茜、羅曉南編《批判的媒體識讀》（臺北：正中書局，2007年），頁165。

<sup>17</sup> 同註5，頁120。

<sup>18</sup> 同註1，頁239。

## 第二節 研究樣本

本研究將共軍徵募廣告分為徵兵類與招生類等兩類廣告。徵兵類包含全軍、陸軍、海軍、空軍、火箭軍和武警部隊等徵兵廣告。招生類包含海軍招收飛行學員、空軍招收飛行員，以及以個別或聯合之方式推出的軍兵種院校招生等廣告。

研究者在搜集資料的過程發現，有些廣告並非每年度都會推出。例如：徵兵類，海軍與空軍皆鮮少推出廣告，2015年因國防部徵兵辦公室與總政宣傳部舉辦廣告評選活動，海軍與空軍才以軍種名義分別推出〈縱橫四海·勇者無界〉、〈擁抱藍天，你的夢想更精彩〉等廣告。而招生類，2017年度海軍招收飛行學員工作辦公室推出名為〈海空在召喚〉的招飛廣告；另外，空軍招收飛行學員工作局最近一次推出招飛廣告是在2015年，片名為〈勇者的天空〉。

若按照各類別來蒐整廣告，實有難度，發表次數亦參差不齊。基此，本研究將搜集廣告之平台設定為《中國軍網》，時間範圍從2017年1月1日起至2017年12月31日止，分類整理如表3-3-1。

表 3-2-1 2017 年度共軍《中國軍網》發布之徵募廣告

項次	片名	發布日期	分類
1	〈中國力量〉	2017/05/04	徵兵類
2	〈閩南後生家愛當兵〉	2017/05/11	
3	〈東風戰隊等你加入〉	2017/06/13	
4	〈海軍五大兵種〉	2017/07/24	
5	〈我參軍·我光榮〉	2017/07/26	
6	〈參軍報國·準備出發〉	2017/08/31	
7	〈同樣的軍旅生涯·不一樣的人生〉	2017/09/01	
8	〈海空在召喚〉	2016/12/27	招生類
9	〈海軍潛艇學院〉	2017/05/15	
10	〈陸軍裝甲兵學院〉	2017/06/05	
11	〈武警特警學院〉	2017/06/07	

12	〈海軍院校方陣集體亮相〉	2017/06/08
13	〈空軍工程大學〉	2017/06/09
14	〈2017 中國軍校〉	2017/06/16
15	〈青春〉	2017/06/23

資料來源：研究者自行整理

吉莉恩·蘿絲 ( Gillian Rose ) 認為，符號學家乃依據是否符合研究意義與目的來挑選影像，並對影像進行討論、闡明分析論點。符號學經常以深入的個案研究方式呈現，而個案研究的關鍵在於分析能否完整、有趣，而非能廣泛應用。<sup>19</sup> 因此研究樣本相對較少。

基此，本研究採立意抽樣，進一步縮減樣本數量。將徵兵類廣告限縮為針對全軍且非地方政府推出之廣告，刪除軍種徵兵廣告〈東風戰隊等你加入〉與〈海軍五大兵種〉，以及地方人民政府徵兵辦公室推出的徵兵廣告〈閩南後生家愛當兵〉與〈同樣的軍旅生涯·不一樣的人生〉。最後欲分析之徵兵類廣告既有〈中國力量〉、〈我參軍·我光榮〉、與〈參軍報國·準備出發〉等三則。

而招生類廣告限縮為針對個別軍兵種學校所推出之廣告，刪除海軍工程大學、海軍大連艦艇學院、海軍潛艇學院、海軍航空大學、海軍軍醫大學等五所院校聯名的軍種招生廣告〈海軍院校方陣集體亮相〉，和代表26所軍校招生廣告〈2017中國軍校〉、〈青春〉。另外，海軍招飛辦公室與當代海軍推出的招飛廣告〈海空在召喚〉，雖是2017年度廣告，但因其招生方式較為特殊，推出廣告的時間也較早，不符合本研究所列的時間範圍，因此不列入分析。最後欲分析之招生廣告既有〈海軍潛艇學院〉、〈陸軍裝甲兵學院〉、〈武警特警學院〉與〈空軍工程大學〉等四則。

<sup>19</sup> Gillian Rose著，王國強譯，《視覺研究導論：影像的思考》（臺北：群學，2006年），頁95。

### 第三節 研究操作

以2017年《中國軍網》上發布的共軍軍校招生廣告〈青春〉為範例，將廣告文本分析的流程分為三個步驟：

一、毗鄰軸分析可依據廣告情節、結構分為若干段落，並將文本內容拆解為視覺訊息、字幕與旁白，來檢視片中的影像與文字。例如，廣告中拍攝某校園操場一景，接著特寫鳴槍與運動員起跑的鏡頭，配合字幕與旁白「青春，有多少種選擇」。

二、系譜軸分析找出廣告中二元對立的符碼。例如，運動員「起跑」、「開始」的符號，其對立面為「終點」、「結束」的符號；字幕與旁白的「選擇」其對立面為「沒有選擇」。廣告隱含就讀軍校是展開人生新頁的最佳選擇。

三、形象與意識型態分析。根據毗鄰軸與系譜軸的分析，歸類其中所展現的軍隊形象，例如廣告中拍攝學生課堂學習、軍事訓練與課餘活動等等，展現出「允文允武」、「文武兼俱」的形象。而其意識型態為鼓勵青年，將個人青春夢想與強軍報國扣連，選擇軍校追求不凡人生。

表 3-3-1 共軍招生廣告〈青春〉毗鄰軸結構示意表

視覺訊息	字幕、旁白
<ul style="list-style-type: none"> <li>• (00'00") 某校園操場一景；特寫單手鳴槍畫面（比賽發令槍）；運動員起跑。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 青春，有多少種選擇？</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 某軍校校園一景，建築上標語「從這裡走向戰場」；從鐵櫃拿出有金邊「中國武警」臂章的制服；一雙手摺著有如「豆腐塊」形狀的被子；整齊的內務（常服帽、棉被、床鋪）；陸、海、空軍學員整肅儀容。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 我們追求不凡。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 陸軍學員敬禮；學員們行進在鑄盾石</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 原來青春，還可以這樣。</li> </ul>

<p>旁（武警工大）。</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>●陸軍學員們在某禮堂起立動作整齊劃一；學員於田徑場成方隊隊形；武警學員動作整齊劃一的將常服帽置於桌面；帽徽朝前；海軍女學員在某教室也動作一致的將帽子至於桌面；特寫一女學員專注聆聽的表情；一位武警文職幹部正為一女學員做講解，身旁有另一位文職幹部。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●相同，才與眾不同。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>●一位文職幹部走過一個展示物旁（不明）；海軍文職幹部正為女學員們講解；各式課程；學員們專注上課的神情。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●追尋</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>●男學員頭戴「腦電波電極帽」操控機器人；女文職幹部協助學員，以腦機協同系統操作無人機；科研人員身著防塵衣操作量子通信系統；一個類似聯合作戰指揮中心的場景，上方合成一個衛星轉動的動畫，衛星四周有密密麻麻的漂浮物隨之旋轉；人員鍵盤輸入文字；官兵盯著有個科技動畫的顯示牆；空軍女學員們亦在指揮中心，使用麥克風溝通、面對電腦螢幕輸入指令；黑夜中，海平面上遠方的軍艦發射飛彈，強光照亮了天空（00' 30"）；一教室內牆上投影出潛艇、參數跑動的動畫；海軍學員在模擬駕駛室模擬艦艇駕駛；空軍學員在模擬駕駛室模擬戰機飛行；學員盯著牆上投影（不明）。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●超越</li> </ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>● 學員參觀校史館；一位學員書寫毛筆字，同學圍觀，後方掛著「琴棋書畫」的圖；特寫彈琴；特寫彈吉他；學員熱舞；學員樂團表演；</li> <li>● 舞蹈、西洋劍。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 然後擁抱這個世界。</li> <li>● 詩與遠方。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 跆拳道、重量訓練；學員在一艘印有「PLANAVY」的小帆船上；學員賣力的在龍舟上划槳。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 青春的戎裝</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 學員身著作訓服在戰術場，通過各種障礙訓練。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 在戰勝自己中</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 正面特寫女官持槍瞄準鏡頭，上了白色「不平凡」的字卡；空軍軍官拉下頭盔上的護目鏡；逆光拍攝一位坐在戰車上的陸官；東風21發射車等豎立導彈畫面；仰拍三台無人機飛越上空。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 造就不平凡。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 學員行進；學員站在建築物前，沿梯階排列整齊、左手舉起成宣誓動作，動作整齊劃一。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 我選擇軍校。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 升旗隊展旗畫面；各角度武警學員們敬禮畫面。</li> <li>● 八一軍徽；字卡「熱血青春融入家國」。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 將熱血青春融入家國。</li> </ul>

資料來源：研究者自行整理

綜結本章研究方法，本研究以符號學作為文本的分析工具。首先，符號學分析應用於影音文本，是將影像連結到組織意義的意識型態結構，並以文字陳述影像產生意義的機制。<sup>20</sup>其次，本研究搜集2017年共軍在《中國軍網》上發布的七則徵募廣告作為研究樣本（表3-3-1灰底處）。

符號學分析的基本要素是研究者必須對分析對象有深刻的瞭解，方能理解文

<sup>20</sup> 同註2，頁99。

本中各種符碼所代表的意涵。<sup>21</sup> 先前我們已用大量的篇幅，在共軍形象與媒體、共軍人才徵募與意識型態等方面作一梳理，作為本研究的研究基礎。接下來第四章我們就要進入共軍徵募廣告的文本分析。



---

<sup>21</sup> 同註2，頁99。

## 第四章 共軍徵募廣告文本分析

本章共軍徵募廣告文本分析分為三節，第一節為徵兵類廣告分析，第二節為招生類廣告分析，第三節為研究發現與綜合討論，分別述明如下。

### 第一節 徵兵類廣告分析

本節欲分析之廣告共有三則，分別為〈中國力量〉、〈我參軍·我光榮〉、與〈參軍報國·準備出發〉。

#### 壹、〈中國力量〉

表4-1-1為〈中國力量〉之簡介，其後依毗鄰軸、系譜軸、軍隊形象與意識型態，逐一敘述。

表 4-1-1 〈中國力量〉簡介

發布標題	中國軍網發布 2017 年徵兵宣傳片〈中國力量〉		
網站位置	八一電視／軍事最前沿		
網址	<a href="http://tv.81.cn/jq360/2017-05/04/content_7587707.htm">http://tv.81.cn/jq360/2017-05/04/content_7587707.htm</a>		
影片來源	中國軍網八一電視		
發布日期	2017-05-04 10:51	影片長度	2 分 50 秒
備考	作者：李鵬、王玉、張衛、鄧雄飛；編輯：王玉；歌名：新時期的力量；作詞：張衛、鄭重；作曲、演唱：張衛；編曲、混縮：劉陸偉。		

資料來源：研究者自行整理

#### 一、〈中國力量〉毗鄰軸結構

〈中國力量〉的毗鄰軸結構依廣告內容，共可分為九部分：

1.片頭：特寫男子畫上偽裝膏的側臉，拍攝結實的胸膛、二頭肌、背肌、腹

肌；男子臉部再次畫上一道偽裝膏，胸膛合成一顆跳動的心臟；接著特寫男子扣上鋼盔帶、手持95式自動步槍；緊接類似電影〈變形金剛〉效果的文字動畫，從「中國軍網2017徵兵宣傳片」變身成「中國力量」。

2.前奏：本段皆為快切鏡頭，從第1個鏡頭至第15個鏡頭依序有，逆光拍攝航母甲板地勤人員、逆光拍攝K-8教練機與飛行員、逆光拍攝直-10攻擊直升機與機組人員、96A式戰車、逆光拍攝武警與反恐突擊車、人員登上96A式戰車、逆光拍攝96A式戰車、東風-15發射車豎立飛彈、遠景逆光拍攝殲-15戰機降落遼寧號航母、正面特寫殲-15戰機、太陽升起逆光下吹小號的軍人、戰士們迎著日出舉起中國國旗與步槍、機庫閘門開啟，門後站著一字排開的飛行員、閘門開啟，門後站著一字排開的持槍武警特戰隊員、遠景拍攝建築物前一字排開的戰士（階級不明，可能是學員），著常服戴白手套持槍站立；第16個鏡頭至第23個鏡頭則為一系列陸、海、空及火箭軍官兵（含學員）行敬禮的鏡頭。

3.主歌：配合歌詞「揮別家鄉的日出……脫胎換骨」，特寫一名老翁輕拍一名青年的肩膀；這名青年身著迷彩服，胸前有朵大紅花；白髮蒼蒼的老翁面露微笑向青年行敬禮，青年轉身離去臉上帶著一絲微笑，接著這名青年在卡車上與老翁揮手道別。

配合歌詞「拍一拍身上的塵土……瀟灑如霧」，三軍儀隊旗手擎旗，八一軍旗在空中飄揚；青年學生學員實施立正與看齊訓練、三軍儀仗女兵實施禮賓槍端槍訓練、士兵（或學員）齊步走訓練；海軍士兵授階、行敬禮。

配合歌詞「來自天南地北，只為這身軍裝」，特寫火箭軍臂章、特寫空軍戰鬥機飛行臂章、特寫飛行胸章。配合歌詞「拋卻年少輕狂……鋼鐵城牆」，快速切換官兵實施滾輪、跨欄、平衡木、攀繩、攀牆、攀輪、泥水中翻輪、撲水坑、跳火圈、泥潭、側踢等等各式訓練。配合歌詞「把青春推上槍膛」，快切四顆持

槍瞄準鏡頭。

4.副歌一：配合歌詞「誰都無法阻擋……保國捍疆」，快切特戰隊員用槍訓練鏡頭，包含上彈夾、上膛、拔槍、收槍，以及射擊等鏡頭。配合歌詞「我們戰勝風霜……這身漂亮」，快切特戰隊員整裝出發執行任務鏡頭，包含取鋼盔、戴手套、扣鋼盔帶、取槍、上車、下車，以及特戰隊員使用拐彎槍，並利用機器人和水炮槍排除爆裂物等鏡頭。

配合歌詞「誰都無法阻擋……旗幟繼續飄揚」，特戰隊員在直-8直升機上進行雙繩空降訓練，包含上機、空降，以及反恐演練空降奪取郵輪，制伏恐怖份子。<sup>1</sup>配合歌詞「那些期待目光……新的勳章」，接三顆特戰隊員擺出帥氣英姿的鏡頭、「雁門關伏擊戰英雄連」英模部隊方隊旗手的整齊動作，以及某部隊閱兵軍姿訓練（後方標語「為國旗增輝」）。

5.間奏一：快切鏡頭有戰車排放煙幕隱身、10式自行迫榴炮衝鋒、人員機動上92式輪式步兵戰車、PHL-03多管火箭炮車機動和發射、火箭軍某飛彈發射旅基地和10枚東風-21C飛彈、東風-11發射車與飛彈、東風-21C飛彈被豎起、仰拍東風-11飛彈與發射架、S-300飛彈、直升機編隊飛行、轟-6轟炸機「大象漫步」、<sup>2</sup>FC-31鶻鷹戰鬥機、殲-20戰機飛行、戰機躲過飛彈、039G型潛艇、軍艦編隊航行、22型飛彈快艇編隊航行、遼寧號航母航行等。

6.說唱：配合歌詞「這裡遍地都是擂台……光榮無處不在」，特戰隊員持槍戰站立合影，接著野外攀岩、泅渡、偵查、制伏歹徒；特寫陸軍臂章；叢林裡偵查、持槍瞄準、蹲下。配合歌詞「無法阻擋的新一代登場……隨時起航」，緊接上個鏡頭作出戰術手勢、一名全身偽裝的戰士手持狙擊槍起身到他處、一名戰士

---

<sup>1</sup> 畫面為駐港部隊特戰連官兵實施機降訓練與反恐演練。

<sup>2</sup> 美國空軍術語，形容多架軍機起飛前，於跑道上以最小的間距首尾相連滑行，以便最短時間起飛最多架軍機。

對著光禿的山壁使用拋投器、一名戰士使用望遠鏡觀察遠方，身旁的狙擊手持槍瞄準；鏡頭切換槍枝子彈上膛、發射、彈殼拋出；鏡頭又切回叢林特戰隊員作出戰術手勢，隊友向前推進。

7.間奏二：快切鏡頭，人員機動上92式輪式步兵戰車、轟-6轟炸機跑道滑行、99式戰車、戰車沙場奔馳，煙幕瀰漫、軍車機動在戈壁荒漠中、071型船塢登陸艦、直-10直升機編隊飛行與特寫、96A式戰車、殲轟-7轟炸機、JY-27雷達、戰機座艙拍攝飛行員（畫面顛倒）、塔台指揮員通話、PLZ-07B兩棲自行榴彈砲發射、砲手在砲車內進行砲管的手動射界調整、紅旗-7B防空飛彈發射、052B型驅逐艦發射施基利飛彈、直-10直升機發射火箭彈、地面爆炸、戰機座艙內飛行員探頭查看、仰拍殲-11戰機機身底部、兩架殲-10戰機編隊飛行、車輛機動、逆光拍攝戰機座艙飛行員、特寫戰機飛行員的手按下飛彈發射鈕、軍艦發射4枚飛彈的空拍景象等。

8.副歌二：配合歌詞「誰都無法阻擋……新的勳章」，命中海上空中靶標、054A型護衛艦發射鷹擊-83反艦飛彈、夜間射擊、轟-6轟炸機、潛艇局部特寫、轟-6K轟炸機編隊飛行與座艙拍攝飛行員、戰機發射飛彈命中空中靶標、殲轟7轟炸機編隊飛行、某型飛彈升空、PG-99式雙管35毫米高炮、命中地面靶標、疑似86A戰車特寫鏡頭、殲-10戰機座艙拍攝飛行員查看友機、俯視東風-21C飛彈、2枚海紅旗-9防空飛彈從052C艦上發射、直升機編隊飛行、99式戰車發射炮彈、殲-10戰機座艙拍攝飛行員、03式300毫米火箭炮發射、伊留申-76運輸機、從殲-10戰機座艙向外拍攝海景、052C型驅逐艦垂直發射海紅旗-9飛彈、051C型艦發射鷹擊-83反艦飛彈、炮兵指揮班通過一米測距機目視目標、05A式155毫米重炮、紅纓-6飛彈雙管齊發、現代級驅逐艦發射P-270蚊子飛彈、89式自行榴彈砲發射等。

配合歌詞「誰都無法阻擋……只為這身漂亮」，殲-16戰機座艙拍攝飛行員、

05式兩棲突擊車、演習搶灘、072A型登陸艦編隊航行、東風-21A發射車、車輛機動、殲-10戰機、戰機座艙拍攝飛行員探頭、10枚東風-21飛彈齊放、預警雷達、裝甲車機動、紅纓-6飛彈發射、05式兩棲突擊車發射炮彈、05A式155毫米重炮發射、命中水上標靶、飛彈升空、戰機凝結尾跡成「愛心」形狀與「愛神之箭」。

再次重複歌詞「誰都無法阻擋……新的勳章」，武警特戰隊員背影，戰士整裝待發；一名戰士持槍站崗，身旁另一名戰士單手指向遠方，呈現跟隊友溝通樣貌；傍晚戰士依然站崗，身旁隊友拿望遠鏡望向遠方燈火通明處；一學員抬頭觀望；特寫胸前「三等功」徽章；三軍儀仗隊接受檢閱；學員向八一軍旗宣誓。

9.結尾：金屬色「參軍報國中國力量」字樣，字樣左上方有八一軍徽，字樣下方有陸、海、空、火箭軍、戰略支援部隊及武警胸標圖示。

## 二、〈中國力量〉系譜軸分析

〈中國力量〉的系譜軸分析依廣告內容的九部分來檢視：

### (一) 片頭

主要拍攝一位上半身赤裸的戰士，鏡頭特寫該戰士的胸膛、二頭肌、背肌、腹肌等部位，代表軍人擁有結實、強壯的體態；接著男子臉部再次畫上偽裝膏、胸膛跳動的心臟、扣上鋼盔帶、手持步槍等鏡頭，意味著戰士整裝待發的態勢；緊接以類似電影〈變形金剛〉效果的文字動畫順勢帶出主題，展現出年輕、熱血又酷炫的風格。

### (二) 前奏

本段共有23個快切鏡頭，前12個鏡頭中有10個皆以逆光的手法拍攝，呈現光影對比強烈的效果，人物與裝備幾乎呈現剪影的樣貌，難以辨認細節；第13個鏡

頭為機庫閘門開啟的畫面，門後站著一字排開的飛行員；接著第14、15個鏡頭皆為類似效果，像是英雄人物出場一般。第16至23個鏡頭則為陸、海、空及火箭軍官兵（含學員）行敬禮鏡頭。本段呈現出主角們從隱藏到揭示的過程，從一開始故作神秘到最後拉開布簾歡迎主角出場一般。

### （三）主歌

主歌分為兩部份。第一部分是新兵入伍與基本訓練，畫面幾乎完整詮釋歌詞內容。畫面中的老翁可能是青年的父親或祖父，老翁送別青年的神情，透露出開心與驕傲；青年亦帶著自信的微笑踏上通往軍旅的路程；該段中呈現的是應徵入伍是一件值得驕傲的事，也與青年胸前的大紅花字條的「光榮」兩字相呼應；接著以新兵立正與看齊、三軍儀仗女兵禮賓槍端槍、士兵（或學員）齊步走等軍姿訓練，呈現民轉軍的過程，直到被授與階級（以海軍水兵授階鏡頭作為代表）。

第二部分是戰士進階的訓練與蛻變。歌詞「來自天南地北……」與畫面中火箭軍臂章、空軍臂章、飛行胸章作為結合，接著用一連串的訓練鏡頭，來呈現這些從各個地方被徵集來的戰士，無論是什麼軍兵種皆要經過種種的訓練、磨練，才能蛻變成一個真正的軍人。

### （四）副歌一

以特戰隊員反恐訓練為主軸，包含特戰隊員用槍訓練、整裝待發，使用拐彎槍、機器人和水炮槍等裝備來執行任務；另一支反恐特種部隊利用空降的方式奪取郵輪，制伏恐怖份子；以上皆以快切方式，來呈現特戰隊員是訓練有素的。

### （五）間奏一

本段以快速淡入淡出的方式，在13秒內切換24個鏡頭，展示陸、海、空及火



箭軍等多樣化的武器裝備。

#### (六) 說唱

以特戰隊員在叢林作戰為主軸，包含野外攀岩、泅渡、偵查、制伏歹徒、戰術手勢、使用拋投器、望遠鏡觀察、狙擊瞄準、子彈上膛、發射子彈等鏡頭；展現特戰隊員叢林作戰的特點，特戰隊員小心翼翼，隱蔽自己。

#### (七) 間奏二

為展示武力展示，與間奏一不同的是以快切方式，在13秒內快切27個鏡頭，有20個鏡頭皆是呈現向前、進攻的態勢，其中6個鏡頭有開火和爆炸畫面。

#### (八) 副歌二

本段可以分為三部分，每一部分為14秒。第一部分與第二部分延續間奏二的武力展示；第一部分比間奏二更為進階，32個鏡頭中有16個鏡頭是有開火和爆炸畫面，除了有進攻的意味，更暗示著火力強大。

第二部分則是配合節奏有23個鏡頭，前9個鏡頭亦是以快切方式呈現，在第10個鏡頭為10枚東風-21飛彈齊放，有近3秒的時間呈現飛彈在空中畫出白色的弧線；接著8個鏡頭又是以快切方式呈現，其中6個為開火和爆炸的畫面；最後5秒的時間則是飛彈升空、戰機凝結尾跡成「愛心」形狀與「愛神之箭」。第二部分雖是延續第一部分的武力展示，但部分鏡頭沒有採用快切方式，使得節奏稍微變慢，另外利用戰機凝結尾跡的「愛心」與「愛神之箭」圖案，來展現軍人亦有輕鬆、灑脫的一面。

第三部分剪輯節奏明顯變慢，以人物為主軸，包含整裝待發的特戰隊員、持槍站崗的戰士，與抬頭觀望若有所思的學員；特寫胸前「三等功」徽章，暗示著

追求某種成就與肯定。

(九) 結尾

使用轉喻技巧，以陸、海、空、火箭軍、戰略支援部隊與武警部隊的胸標圖示，來代表全軍及武警部隊，亦表示這是一個屬於全軍及武警部隊的徵兵廣告。本則廣告系譜軸二元對立意義整理如表4-1-2。

表 4-1-2 〈中國力量〉系譜軸二元對立分析整理

廣告結構	二元對立
1.片頭	強壯 vs. 柔弱 流行酷炫 vs. 傳統保守
2.前奏	隱藏 vs. 顯露
3.主歌（一般訓練）	光榮 vs. 恥辱 蛻變 vs. 退化
4.副歌一（反恐特種）	訓練有素 vs. 半路出家 進攻 vs. 防守
5.間奏一（武力展示）	多樣 vs. 單一
6.說唱（叢林特種）	隱蔽 vs. 曝露
7.間奏二（武力展示）	進攻 vs. 防守
8.副歌二（武力展示）	火力強大 v.s 火力弱小 灑脫 vs. 呆板 肯定 vs. 否定
9.結尾	單一軍種 vs. 全軍

資料來源：研究者自行歸納

由上表可見項目4（副歌一）至項目8（副歌二）的內容，主要為特種部隊訓練與武器展示。

項目4（副歌一）與項目6（說唱）主要為特種部隊，以執行排爆、偵察、滲透、狙擊、制伏歹徒等任務訓練的畫面，呈現人員精幹、裝備精良、機動快速、訓練有素、戰鬥力強等意涵。

項目5（間奏一）、項目7（間奏二）與項目8（副歌二）為陸、海、空、火

箭軍、戰略支援部隊和武警部隊之武器展示，出現武器裝備包含陸軍的99A式和96A式主力戰車、155自行榴彈砲，空軍的殲-20戰機、直-10，海軍的新型潛艇、航母和驅逐艦，火箭軍的各型飛彈等等，應有盡有，主要在於呈現各軍兵種主力武器裝備，堪稱武器裝備之「肌肉秀」，同時也與片頭赤裸上身展示肌肉的戰士相呼應。

採用短時間切換多個鏡頭的剪輯技巧，畫面所呈現的攻擊火力逐步增強。間奏一，各類武器裝備呈現向前行駛、飛行和飛彈豎立的樣貌，僅有2個火箭射擊鏡頭。間奏二，鏡頭切換速度加快，除了各類武器裝備呈現向前行駛、飛行外，有6個有關火砲射擊、飛彈升空與爆炸等畫面。最後副歌二，前半段共有25個開火和爆炸的鏡頭。為配合音樂的節點，以快切的方式剪輯，呈現一種快節奏、令人目不暇給的感覺。

### 三、〈中國力量〉軍隊形象與意識型態分析

#### (一) 軍隊形象分析：熱血流行、訓練有素、精銳之師

片中採用2016年中國大陸推出的軍旅題材動漫連續劇〈聰明的順溜〉系列動畫的插曲〈新時期的力量〉；該劇以強國夢、強軍夢為時代背景，以特種部隊生活為題材，描述陸軍偵察兵「順溜」和其隊友等新生代士兵運用機智克服困難、幫助隊友、完成任務等勵志小故事，來展現當代青年官兵的高昂鬥志，具鮮明時代特徵和軍營特色。歌詞完整詮釋「強軍夢」的意義，說唱的形式貼近青年的喜好，將原是生硬的徵兵宣傳包裝了熱血青春、流行時尚的外表；另外片頭類似電影〈變形金剛〉的文字動畫也為該片點綴了活潑的元素。

主歌的部份是呈現從新兵入伍後成為一名軍人的蛻變過程，包含基本軍姿訓練、體能訓練等等；副歌一與說唱的項目，採用了轉喻的技巧，以部分代表全

體，借用特種部隊熟練的戰技、隊員間彼此的默契等精實的表現，來代表全軍官兵都是訓練有素的。

主要呈現陸、海、空、火箭軍、戰略支援部隊和武警部隊等人員和武器裝備，配合音樂節點採用快切的剪輯技巧，在短時間內展示各軍兵種現役、先進的主力裝備，並搭配部份火炮射擊、飛彈發射及炸爆鏡頭，來展現火力強大、精銳之師的一面。

## （二）意識型態分析

片中所展示的大量武器裝備中，亦包涵戰略意涵之武器裝備。據報導共軍東風-21C飛彈攻擊目標為「向東第二島鏈所有美軍高價值軍事基地、港口、機場、指揮中心等，向西南則是覆蓋印度。」<sup>3</sup>美國華盛頓自由燈塔報報導，中共在美國向川普政府過渡期間，在官媒發布一段一次齊射10枚東風-21中程彈道飛彈的演練鏡頭，並稱可以隨時摧毀美國亞太基地；報導亦指出東風-21C是一種陸攻機動飛彈，射程超過1000英里。<sup>4</sup>

軍事專家李莉認為，此種集群性攻擊任務代表火箭軍具有高度的協同能力和戰術水平，訓練與作戰保障水準皆已提升，並具備一定反制「薩德」系統的能力。美軍在韓國部署「薩德」系統的目的就是對飛彈進行攔截，但攔截亦有條件限制，此種短時間高密度的飛彈攻擊形式，目前任何在研或現役的反導系統未必能成功攔截。<sup>5</sup>

另外中國大陸自主研發的轟6-K中遠程轟炸機，其最大航程可達8000公里左

<sup>3</sup> 〈10枚東風-21C一次塞滿畫面 火箭軍導彈基地震撼曝光〉，《ETtoday新聞雲》，2016年10月1日。<https://www.ettoday.net/news/20161001/784534.htm>（瀏覽日期：2018年4月11日）

<sup>4</sup> Bill Gertz, "China Flight-Tests 10 DF-21 Missiles," Free Beacon, December 2, 2016. At <http://freebeacon.com/national-security/china-flight-tests-10-df-21-missiles/> (Accessed:2018/4/11)

<sup>5</sup> 〈10枚東風21C齊射曝光 專家：火箭軍戰術水平高〉，《中國新聞網》，2016年12月6日。<http://www.chinanews.com/mil/2016/12-06/8085133.shtml>（瀏覽日期：2018年4月11日）

右，最大作戰半徑超過3500公里，具備強大的遠程打擊能力，為共軍空軍遠程打擊的重器。2015年3月30日，共軍轟-6K轟炸機首次前出第一島鏈、巴士海峽與西太平洋。三年來，共軍空軍列裝轟-6K轟炸機的航空兵部隊，已實現常態化赴西太平洋遠洋訓練、東海警巡、繞臺巡航、南海戰巡等任務，投送大國之威。<sup>6</sup>

其他諸如航母、潛艇、殲-20戰機……等武器裝備皆隱含某些意義與戰略意涵，此處不再贅述。武器裝備是軍隊現代化的重要標誌，對於中共來說亦是國家安全和民族復興的重要支持。片中有多處仰角拍攝飛彈被豎立的鏡頭，隱含抬頭挺胸、強國崛起之意義，並與歌詞「誰都無法阻擋，新時期的力量」相呼應。

共軍在徵兵廣告上「秀肌肉」，對內則是彰顯民族自信，對外可說是軍事透明的展現，然而就該片的主要目的而言——徵兵，目標對象還是以國內民眾為主，特別是適齡青年。除了激勵青年參軍入伍的熱情，片中三等功勳章的出現，與歌詞「用光榮的夢想，打造新的勳章」，是鼓勵青年續留軍中服役。

綜上所述，該片透過歌詞剪輯的包裝，將生硬的徵兵廣告注入流行熱血的元素，藉此吸引年輕觀眾目光。廣告的主軸是藉由武力展示，提升民族自信心，進而激勵適齡青年從軍報國。將個人理想抱負融入強軍夢的實踐上，呼籲青年「接過鮮紅的旗幟」，成為新時期的「中國力量」。

## 貳、〈我參軍·我光榮〉

表4-1-3為〈我參軍·我光榮〉之簡介，其後依毗鄰軸、系譜軸、軍隊形象與意識型態，逐一敘述。

<sup>6</sup> 〈轟-6K遠洋實戰3年「攻防兼備」導彈射程上千公里〉，《ETtoday新聞雲》，2018年4月8日。https://www.ettoday.net/news/20180408/1128377.htm（瀏覽日期：2018年4月11日）

表 4-1-3 〈我參軍·我光榮〉簡介

發布標題	中央軍委國防動員部推出 2017 年度徵兵公益宣傳片		
網站位置	八一電視／軍旅微影像		
網址	http://tv.81.cn/jlwyx/2017-07/26/content_7691658.htm		
影片來源	國防部網		
發布日期	2017-07-26 18:37	影片長度	45 秒
備考	作者：中央軍委國防動員部；編輯：周小敏		

資料來源：研究者自行整理

### 一、〈我參軍·我光榮〉毗鄰軸結構

〈我參軍·我光榮〉的毗鄰軸結構依廣告內容，共可分為六部分：

1.新兵入伍：動畫呈現八一軍旗飄揚樣貌，之後溶接新兵入伍配戴大紅花的鏡頭；拍攝新兵在某空間使用電腦；新兵於戶外練習行敬禮動作，動作些許凌亂；緊接仰拍一支部隊持槍從朱日和基地的通信鐵塔下方通過，鐵塔上字樣「從這裡走向戰場」。

2.旁白一——「穿上軍裝，讓我們一起磨礪血性陽剛」：逆光拍攝一群人在海邊跑步，特寫水花濺起；接著拍攝甲板上拖車牽引著艦載機，在逆光下呈現剪影的樣貌；慢動作特寫翱翔的海鳥，其背景是模糊海洋與航母；接著拍攝武警特戰隊員們持槍涉水鏡頭，水花濺起，隊員們個個面目猙獰；武警特戰隊員們（獵鷹突擊隊）在一對一的泥潭摔擒中，將隊友摔進泥水中。

3.旁白二——「穿上軍裝、讓我們一起搏擊長空駭浪」：軍艦乘風破浪<sup>7</sup>、遼寧號航母航行、直-9C直升機（亦可能為直-9D）於054A護衛艦旁飛行、殲-15戰機飛行與座艙特寫飛行員、戰士們齊上05式兩棲步戰車、直-10直升機編隊飛行、東

<sup>7</sup> 此影像經研究者比對發現為法國海軍喬治·萊格斯級驅逐艦Latouche-Treville，舷號D-646。研究者認為此畫面應該是借用2009年由Jacques Perrin所執導的法國自然紀錄片《洋洋大觀》。見〈洋洋大觀〉，《維基百科》，2017年7月10日。[https://zh.wikipedia.org/wiki/海洋\\_\(2009年電影\)](https://zh.wikipedia.org/wiki/海洋_(2009年電影))（瀏覽日期：2017年11月28日）

風-15B常規飛彈方隊接受檢閱。

4.旁白三—「穿上軍裝，讓我們一起綻放青春夢想」：空降兵登上運-8運輸機機群與空降兵跳傘鏡頭，緊接鏡頭仰拍兩名軍人（階級不明，可能是學員），為一男一女，男性抱著小女孩，小女孩手指向天空；官兵們舉起右手向中共黨旗宣誓，一旁放置火箭筒、迫擊炮等武器；武警官兵向中共黨旗宣誓，畫面上方建築標語「聽黨指揮、能打勝仗、作風優良」；一名媽媽牽著小男孩，特寫小男孩抬頭微笑注視著某戰士；近景仰拍武警雪豹突擊隊隊員；全景仰拍天安門前駐守的雪豹突擊隊；仰拍國旗護衛隊旗手展旗。

5.旁白四—「穿上軍裝，讓我們一起扛起責任擔當」：借用2015年共軍紀念中國人民抗日戰爭暨世界反法西斯戰爭勝利70週年大會閱兵中，徒步方陣接受檢閱的鏡頭，包含三軍儀仗隊和儀隊女兵、「攻堅英雄連」英模部隊劈槍動作、「平型關大戰突擊連」英模部隊劈槍動作等鏡頭。

6.結語：

紅底金色字幕搭配旁白，「實現強軍目標，建設世界一流軍隊；我參軍，我光榮」。

National Defense University

二、〈我參軍·我光榮〉系譜軸分析

〈我參軍·我光榮〉的系譜軸分析依廣告內容的六部分來檢視：

（一）新兵入伍

八一軍旗飄揚後緊接三個鏡頭皆為新兵的畫面；首先是新兵彼此整理胸前的大紅花，接著宛如合照一般面向鏡頭微笑；其次是拍攝新兵在某空間使用電腦；再次是拍攝新兵於戶外練習行敬禮動作，動作些許凌亂；上述的鏡頭可以看出這

些剛入伍的新兵外表帶有些許稚氣。接著第四個鏡頭是仰拍一支部隊持槍從朱日和訓練基地的通信鐵塔下方通過，鐵塔上字樣「從這裡走向戰場」；與上述三個鏡頭不同的是此幕戰士們持槍，行進間動作整齊，像是已經受過某種程度之訓練；部隊從鐵塔下通過，也意味著將走向更嚴酷的考驗。

(二) 旁白一——「穿上軍裝，讓我們一起磨礪血性陽剛」

此段主要呈現部隊平常訓練畫面，如跑步鍛煉體能、航母甲板地勤人員執行勤務、遼寧號航母航行、武警特戰隊員訓練等。

(三) 旁白二——「穿上軍裝、讓我們一起搏擊長空駭浪」

此段如旁白所述，一開始兩個鏡頭是軍艦乘風破浪的畫面，配合音效，有些許震撼效果，此處也意味著軍旅生活並非風平浪靜；接著四個鏡頭則是殲-15戰機飛行鏡頭，其中第二個鏡頭機身原是水平飛行，突然機頭拉高接著做出旋轉機體的動作，之後從座艙特寫飛行員，只見飛行員身後（艙外）的雲朵呈現逆時鐘旋轉的樣貌，此處也與旁白「搏擊長空呼應」，另外使用特寫鏡頭也能夠拉近觀眾的距離。

接著戰士們齊上05式兩棲步戰車、直-10直升機編隊飛行、東風-15B飛彈方隊接受檢閱，與大批空降兵一個接一個的登上運-8運輸機，在畫面的呈現中皆是集體往同一個方向邁進。

(四) 旁白三——「穿上軍裝，讓我們一起綻放青春夢想」

以空降兵在空中開傘的鏡頭與旁白「綻放」兩字呼應，接著巧妙接上小女孩開心地將手指向天空的鏡頭，彷彿看見空降兵跳傘畫面，也暗示著小女孩的純真「夢想」；身著軍服的男女與小女孩同框也意味著守護的概念。



另外廣告後段一名媽媽牽著小男孩，特寫小男孩抬頭微笑注視著某人，接著下一個鏡頭則是一名站在天安門廣場前的武警雪豹突擊隊隊員，此處仰拍的視角恰巧與小男孩的視角相符，這樣的鏡頭也暗示著權力與威嚴，如同英雄人物一般；而小男孩羨慕的神情與笑容，似乎也與「夢想」有著某種程度的連結。

(五) 旁白四—「穿上軍裝，讓我們一起扛起責任擔當」

此處則以五個閱兵分列式的鏡頭來呈現受過訓練、動作整齊劃一的部隊，搭配旁白「扛起責任擔當」，意味著一同加入軍隊接受人民檢閱。

(六) 結語

總結整則廣告，最後標語：「實現強軍目標，建設世界一流軍隊」，以「我參軍」等同「我光榮」作一收尾。本則廣告系譜軸二元對立意義整理如表4-1-4。

表 4-1-4 〈我參軍·我光榮〉系譜軸二元對立分析整理

廣告結構	二元對立
1.新兵入伍	稚氣 vs.成熟 凌亂 vs.整齊
2.旁白一—「穿上軍裝，讓我們一起磨礪血性陽剛」	訓練 vs.無訓練
3.旁白二—「穿上軍裝、讓我們一起搏擊長空駭浪」	驚濤駭浪 vs.風平浪靜 前進 vs.後退
4.旁白三—「穿上軍裝，讓我們一起綻放青春夢想」	夢想 vs.現實
5.旁白四—「穿上軍裝，讓我們一起扛起責任擔當」	整齊劃一 vs.凌亂不堪 承擔責任 vs.推卸負責
6.結語	參軍 vs.不參軍 光榮 vs.不光榮

資料來源：研究者自行歸納

三、〈我參軍·我光榮〉軍隊形象與意識型態分析

### （一）軍隊形象分析：訓練有素、親民愛民

除了片頭新兵入伍的鏡頭外，大部分為部隊訓練與接受檢閱的鏡頭，特別是在檢閱時，部隊動作整齊劃一，暗示著部隊經過嚴格的訓練。

身著軍服的男女與小女孩一同入鏡，其中一名男性將小女孩抱入懷中，小女孩手指向天空；以及廣告後段一名媽媽牽著小男孩站在一名持槍的戰士身旁；這兩個鏡頭中畫面裡的所有人皆是面帶微笑，給人一種安心的感覺，此處展現的是軍人愛護孩童與守護人民的形象。

### （二）意識型態分析

該片是中共為激勵廣大適齡青年應徵入伍，中央軍委國防動員部和中央電視台聯合製作並推出的，是一部弘揚主旋律的徵兵公益廣告，同時亦是一部激發強國強軍思想的教育宣傳片。

片中一支部隊持槍從朱日和訓練基地的通信鐵塔下方通過，行進間動作整齊，鐵塔上字樣「從這裡走向戰場」，也意味著部隊將走向更嚴酷的考驗。事實上，朱日和訓練基地是目前共軍最大的、現代化程度最高的合同戰術訓練基地。近年來，朱日和訓練基地已先後舉行上百場大型實兵、網上對抗演習以及全軍重大演練活動，上千名軍、師、旅指揮員帶領近百個師（旅）數十萬官兵在此參與作戰演訓任務，<sup>8</sup>可以說朱日和已成為共軍官兵的「成長」之地。

鐵塔另一面亦有標語，廣告中並未出現，整句標語為「從這裡走向戰場，經訓練學會打仗」。朱日和訓練基地存在的意義，就是為了演練「明日的戰爭」。<sup>9</sup>

<sup>8</sup> 〈朱日和基地可容納五個師 先進程度媲美美軍〉，《騰訊網》，2014年8月13日。  
<http://new.qq.com/cmsn/20140813/20140813051780>（瀏覽日期：2018年3月20日）

<sup>9</sup> 〈一名軍網女記者眼中的朱日和印象〉，《中國軍網》，2017年8月5日。  
[http://www.81.cn/jwgz/2017-08/05/content\\_7705472.htm](http://www.81.cn/jwgz/2017-08/05/content_7705472.htm)（瀏覽日期：2018年3月20日）

廣告進入主軸「穿上軍裝」的部分，從海邊慢跑開始至直-9直升機於海上飛行，共11秒的時間裡，每一個鏡頭都跟「水」有關，特別是穿插了三個與航母有關的鏡頭，此處利用「水」的符號，將部隊一般的訓練與遼寧號航母作為扣連。

共軍海軍在過去主要擔負近海防禦工作，當前共軍海軍除了執行維護非傳統安全的任務外，也逐步完善海上力量的投射能力，企圖建構一支能夠維護國家領土完整和地區和平穩定的藍水海軍。

2012年9月入列的遼寧號航母，對共軍海軍之發展與維護海上安全具有重大意義。據環球網的報導，目前遼寧號航母具有初步作戰能力，尚未達到全面作戰能力，<sup>10</sup>如同袁雪婷所言，擁有航母的象徵意義遠大於實際意義。<sup>11</sup>因此，航母與艦載機（殲-15戰機）的鏡頭是要激發觀眾對於國家民族的認同感與自豪感，刺激適齡青年投身軍旅的慾望。

片中共出現五種旗幟，分別為八一軍旗、中共黨旗、中共國旗與分列式中各部隊番號旗與榮譽旗。廣告的第一幕以動畫方式呈現飄揚的八一軍旗，號召有志青年一同參軍。廣告中後段部隊向中共黨旗<sup>12</sup>宣誓，代表官兵堅定共產主義信念。接著仰拍天安門廣場的升旗儀式，中共國旗在旗手的展旗下在空中飄揚，仰拍的鏡頭具有權力與威嚴之意義，代表升旗儀式的莊重與國旗地位的崇高。

廣告後段，借用2015年共軍紀念中國人民抗日戰爭暨世界反法西斯戰爭勝利70週年大會的閱兵分列式鏡頭，遠景拍攝迎面走來的徒步方陣，除了最前方為三軍儀仗隊舉的八一軍旗外，每個英模方隊前皆分別舉著7面旗幟受閱，1面為抗戰

<sup>10</sup> 〈遼寧艦今年首次出海有三大看點 殲15或夜間起降〉，《環球網》，2018年1月6日。  
<http://mil.huanqiu.com/observation/2018-01/11502383.html>（瀏覽日期：2018年3月5日）

<sup>11</sup> 袁雪婷，〈硬實力的軟傳播——淺析我國首部航母宣傳片「飛鯊」〉，《聲屏世界》，第10期，2014年11月，頁43-44。

<sup>12</sup> 白宗，〈中國共產黨黨旗的由來〉，《老同志之友》，第13期，2016年，頁50。中共黨旗上紅色旗面象徵革命，金黃色的錘子、鐮刀代表工人、農民的勞動工具，象徵中國共產黨是中國工人階級的先鋒隊，代表著工人階級和廣大人民群眾的根本利益。

部隊番號旗，6面為榮譽旗。閱兵聯合指揮部政工組副組長盧少澤大校指出，「這是對歷史和英雄的尊重，對人民軍隊優良傳統的繼承和發揚。」<sup>13</sup>旗幟是精神意志的象徵，此處它代表的是政黨、國家、軍隊的一切，將三者緊緊扣在一起，引導青年將參軍熱情轉化為對中國共產黨忠誠的政治自覺與情感認同，轉化為實踐強國強軍夢想的動力泉源。

綜上所述，該片以參軍是個人追求成長、磨練心智作為切入點，結合部隊訓練、執行任務、接受檢閱等鏡頭，將個人理想與軍隊建設作為扣連，呼籲青年積極投身強軍興軍偉業，繼承與延續歷史與人民賦予的重任。

參、〈參軍報國·準備出發〉

表4-1-5為〈參軍報國·準備出發〉之簡介，其後依毗鄰軸、系譜軸、軍隊形象與意識型態，逐一敘述。

表 4-1-5 〈參軍報國·準備出發〉簡介

發布標題	2017年大學生版徵兵公益宣傳片震撼發布		
網站位置	八一電視／軍旅微影像		
網址	<a href="http://tv.81.cn/jlwyx/2017-08/31/content_7739154.htm">http://tv.81.cn/jlwyx/2017-08/31/content_7739154.htm</a>		
影片來源	中國軍網八一電視		
發布日期	2017-07-26 18:37	影片長度	60 秒
備考	作者：中央軍委國防動員部、中央電視台；編輯：李小琳		

資料來源：研究者自行整理

一、〈參軍報國·準備出發〉毗鄰軸結構

〈參軍報國·準備出發〉的毗鄰軸結構依廣告內容，共可分為三部分：

1. 劉金沂的自我介紹：片頭以一個疑似爆破的畫面和共軍雷神突擊隊隊徽剪

<sup>13</sup> 〈閱兵 | 70面大旗紀念抗戰勝利70週年〉，《浙江新聞》，2015年8月23日。  
<http://zj.zjol.com.cn/album.html?id=148322>（瀏覽日期：2018年3月5日）

影作為背景；前景為一名背著傘包的空軍上尉，在鏡頭前比出一個「讚」的手勢；畫面左下角有著一枚委內瑞拉特種部隊徽章，下方寫有「獵人徽章獲獎者」字樣；同時旁白「我叫劉金沂」。接著說「很多人知道，我是一名特種兵」，劉員頭戴叢林帽在泅渡的過程中猛然浮出水面，水花濺起的同時擺出攻擊姿態；切換下雨場景，劉員在叢林的掩蔽下出槍瞄準；切換劉員傘降鏡頭，鏡頭近距離拍攝劉員的側身；接著回到下雨的叢林場景，劉員悄悄地行進並出槍瞄準，鏡頭特寫有偽裝過的槍身與劉員面部、頭部；接著說「但很少有人知道……」，劉員與隊友在泥潭中摔打格鬥，將隊友擊倒在泥水中；緊接特寫劉員面露兇狠的轉頭面向鏡頭，頭上的水花散開的同時，旁白「我是從地方大學入伍」。

2.同樣出身的隊友：緊接「我是從地方大學入伍」之後，鏡頭切換某部隊在廣州大學城廣州大學校區商業中心廣場表演刺槍術，動作為前進突刺，齊聲大喊「殺」；後方看板為「2017年越秀地區大學生徵兵啟動儀式」；<sup>14</sup>接著特寫陳列的「大學生參軍入伍宣傳手冊」、「徵兵宣傳冊」等，以及拍攝徵兵單位進校園的宣傳活動，一排軍人和學生們面對面交談，離鏡頭最近的為國防動員單位的一名上校軍官。

接著分別介紹五名不同性別、不同軍種、不同階級、來自不同學校的官兵，搭配旁白「在我的身邊……來自地方院校」；利用電視牆特效，將許多官兵照片拼成一幅萬里長城的圖像，搭配旁白「他們正日益成為軍隊現代化建設的中堅力量」；接著旁白「在各自崗位演繹著不一樣的精彩人生」，一名戰士在甲車上與隊友相視而笑，隊友比了「讚」的手勢；夜間訓練武警特戰隊員在爆炸環境下通過障礙物；武警特戰隊員進行民航機反恐訓練；武警特戰隊員比了一個進攻手

<sup>14</sup> 研究者經網路比對影像後得知活動內容與地點，原影像中無法辨識。見〈廣州市越秀區2017年大學生徵兵火熱開啟〉，《國際在線》，2017年5月12日。<http://gd.cri.cn/20170512/7dbdf71a-6bc3-e3c5-da4b-8ce3d7985a12.html>（瀏覽日期：2018年2月28日）

勢；特寫一名戰士持步槍射擊兩發子彈。

3.結語—參軍報國·準備出發：借用共軍建軍90週年朱日和閱兵，護旗方隊接受檢閱的鏡頭，中共黨旗先於中共國旗，中共國旗先於八一軍旗；接著，一架直-10直升機在地面轉動螺旋槳，後方則是直升機編隊飛行；搭配旁白「今天我軍正向世界一流軍隊邁進」。

官兵在035型潛艇帆罩上行敬禮；直-10直升機於演習場上空飛行，下方有數量戰車行駛，地面塵土飛揚；一名戰士在行駛的甲車內使用潛望鏡觀察外部環境，身體隨車體搖晃；特寫在殲11機身下操作軍用筆電的雙手；搭配旁白「為高素質人才……提供了良好的契機」。拍攝陸軍士官兵操作電腦，每台螢幕皆有編號；接著拍攝疑似作戰指揮中心場景，昏暗的空間裡官兵們面對一台台的監視螢幕，其中一人在前方大型螢幕前說話；<sup>15</sup>逆光拍攝航天員走向發射架，兩者形成剪影樣貌，搭配「為在強軍征程上建功立業，創造了廣闊空間」。

武警特戰隊員與隊友相視而笑、俯拍戰士們歡呼將隊友拋向空中；搭配「投身軍旅，綻放青春」；緊接陸地、水上飛彈升空鏡頭；疑似一個競賽的場合，場外有加油的民眾，一名上等兵向著天空吶喊。逆光拍攝戰車編隊行駛與直升機飛行形成剪影樣貌，旁白「來吧！我們一起出發」。最後一幕，合成七名陸、海、空、武警等軍種官兵站在飄揚的八一軍旗前方，排列方式如同三角形；其後人物溶接「參軍報國·準備出發」字樣。

## 二、〈參軍報國·準備出發〉系譜軸分析

---

<sup>15</sup> 此疑似作戰指揮中心的場景，經研究者比對為2014年共軍空軍工程大學招生影片的片段，在該片中此幕的標題為「實戰教學綜合演練」；由於此幕無法辨識人物階級，研究者推論既是招生影片，畫面中的人物應設定為學員角色，並不適用於〈參軍報國·準備出發〉中，因此借用畫面的目的應該只是為了呈現一個作戰指揮中心的場景。

〈參軍報國·準備出發〉的系譜軸分析依廣告內容的三部分來檢視：

### (一) 劉金沂的自我介紹

片頭一開始劉金沂站在鏡頭前，一旁字幕便打出「雷神突擊隊中隊長，劉金沂，空降兵」字樣，畫面左下角有著一枚委內瑞拉特種部隊徽章，下方寫有「獵人徽章獲獎者」字樣，代表劉員獲得獵人獎章的認證，是名傑出的特種兵，恰巧與「讚」的手勢相互呼應；此時旁白用霸氣的口吻說出：「我叫劉金沂」，顯示出主角的自信。

接續旁白「很多人知道，我是一名特種兵……」的同時，廣告前12秒皆為劉員的鏡頭，無論在泅渡中的攻擊姿態、在叢林中持槍瞄準、空降時的神情，還是將隊友擊倒在泥水中，皆表現出無懼與兇悍的精神，特別是在下雨的叢林場景中，劉員經過偽裝將自己隱藏在叢林之中，小心翼翼的出槍瞄準，展現彷彿下一秒就要將對手擊斃的態勢。

### (二) 同樣出身的隊友

緊接「我是從地方大學入伍」之後的三個鏡頭，主要是要呈現從地方院校入伍的管道中，由地方徵兵辦公室等單位所做的宣傳工作；片中部隊表演刺槍術，部隊大喊「殺」的同時，結合音樂的重拍，呈現出聲音宏亮、刺槍有力，戰士個個精神抖擻的效果；另外在校園面對面的宣傳中，女學生們認真聆聽軍官們的解說，亦透露出對應徵入伍頗感興趣的意涵。

五位官兵中有男有女，不同軍種、不同階級，分別來自成都理工大學、安徽建築大學、北京大學、滁州學院，及山東濱州技術學院，此處強調的是所有人皆來自地方院校，亦是當前共軍徵兵的特色——大學生（畢業生）入伍。一張張的官

兵照片利用電視牆特效組合成一座萬里長城，搭配旁白「他們正日益成為軍隊現代化建設的中堅力量」，則隱喻這群精銳份子如同萬里長城一般具有防禦外敵入侵的作用，每個人都是守護國土的一塊磚頭。

在旁白「在各自崗位演繹著不一樣的精彩人生」的同時搭配三顆鏡頭，首先是一名戰士在甲車上，另一名隊友位於鏡頭前轉頭向甲車上的戰士比了「讚」的手勢，甲車上戰士點了頭與隊友相視而笑；其次是夜間訓練武警特戰隊員在爆炸環境下通過障礙物；再次是武警特戰隊員進行民航機反恐訓練；其中戰士的「讚」手勢與甲車上戰士點頭微笑皆帶有正面、肯定意味，也與「在各自崗位演繹著不一樣的精彩人生」旁白呼應；接著武警特戰隊員在爆炸環境下通過障礙物與民航機機身上的搜索前進，畫面皆呈現戰士們往同一個方向勇往直前；旁白結束後緊接第四顆鏡頭是特戰隊員作出進攻手勢，第五顆鏡頭則是特寫一名戰士持步槍射擊畫面；簡言之第二至第五顆鏡頭皆有向前邁進、發起進攻的態勢；本段意涵加入軍旅是一項正向積極的事情。

### (三) 結語—參軍報國·準備出發

共軍建軍90週年朱日和閱兵護旗方隊接受檢閱，車隊整齊劃一向前行駛，車隊最前方旗幟依序為「中共黨旗」、「中共國旗」及「八一軍旗」，代表黨的地位凌駕於國家與軍隊之上，此處搭配旁白，意指在「黨」的引領下軍隊正朝世界一流軍隊邁進；地面上直-10直升機轉動螺旋槳的鏡頭與背景飛行中的直-10，也似乎透露著要準備升空的意涵；另外官兵在035型潛艇帆罩上行敬禮；直-10於演習場上空飛行，下方有數量戰車行駛，地面塵土飛揚；皆有動態、往前之意涵。

甲車內神情專注的戰士、殲11機身下操作軍用筆電的雙手，以及陸軍士官兵操作電腦的鏡頭，皆暗示著操作設備需要某種專業性，並與旁白「高素質人才」



產生呼應；接著逆光拍攝航天員走向發射架，兩者形成剪影等畫面，此構圖上天空的部分幾乎佔了畫面的三分之二，除了呼應旁白「……創造了廣闊空間」外，航天員走向發射架也意涵軍旅生涯發展，如同航天器在太空航行一般，擁有無限的空間。

廣告後段武警特戰隊員與隊友相視而笑，配合旁白「投身軍旅」，研究者認為此處帶有選擇意涵，特戰隊員相視而笑，代表肯定自己投身軍旅的決定是正確的選項；另外陸軍戰士們歡呼將隊友拋向空中與吶喊的戰士，皆有青春活力意涵，特別是戰士將隊友拋向空中後，利用陸地、水上飛彈升空畫面作為扣連，將「青春」與「軍旅」綁在一塊，亦有正面、向上發展的意義。

七名陸、海、空、武警等軍種官兵站在飄揚的八一軍旗前方，排列方式如同三角形，這樣的構圖方式也帶給人一種穩定性與重量感；畫面中除了正中間劉金沂外，其他六人應該不算是知名人物，卻如同電影海報一般的站在八一軍旗前方，這也隱含加入他們的行列亦可成為英雄一般。

最後，本片中女性畫面出現共計五次，分別為多位女學生聆聽講解、武警特戰女兵張雪敏、海軍中士郭燕、電視牆特效中的女兵，以及最後一幕八一軍旗前七名戰士中的兩名女性，顯見對於適齡女性青年的重視。本則廣告系譜軸二元對立意義整理如表4-1-6。

表 4-1-6 〈參軍報國·準備出發〉系譜軸二元對立分析整理

廣告結構	二元對立
1.劉金沂的自我介紹	自信 vs. 自卑 認證 vs. 否定 隱藏 vs. 顯露 無懼 vs. 害怕 兇悍 vs. 柔弱
2.同樣出身的隊友	精神抖擻 vs. 意志消沈

	感興趣 vs. 不感興趣 地方院校 vs. 軍隊院校 防禦 vs. 入侵 肯定 vs. 否定 進攻 vs. 退守
3.結語—參軍報國·準備出發	前進 vs. 後退 專注 vs. 分心 正確選擇 vs. 錯誤選擇 上升 vs. 下沈 青春活力 vs. 老舊死寂 三角形 vs. 正方形 女性 vs. 男性

資料來源：研究者自行歸納

### 三、〈參軍報國·準備出發〉軍隊形象與意識型態分析

#### (一) 軍隊形象分析：訓練有素、巾幗英雄、知識青年

透過劉金沂泅渡、偵查、空降、格鬥等鏡頭，形塑劉員是訓練有素、兇猛慍悍的特種兵；劉金沂在介紹其他隊友的時候，從隊友的背景畫面可以辨識出雷神突擊隊（空軍）、獵鷹突擊隊（武警部隊）隊徽，以及陸軍與空軍的軍種徽章。同時個人背景合成了經過模糊處理的訓練畫面；另外一張張官兵照片堆疊成萬里長城的樣貌，與在崗位上執行任務的戰士，皆展現官兵戮力戰訓本務、訓練有素的形象。

五位隊員中有兩位為女性成員，一位是獵鷹突擊隊的戰士，一位是海軍士官；另外徵兵單位在校園宣傳的鏡頭中，距離鏡頭最前方的女同學在聆聽軍官解說的專注神情，展現對徵兵入伍的高度興趣，此處與上述兩位巾幗英雄、女中豪傑相呼應。

片中強調劉金沂與其他成員皆為地方大學入伍，可以說，廣告的目標對象即

是針對地方大學生，其目的就是希望徵集能夠擔負強軍重任的「知識青年」。

## (二) 意識型態分析

劉金沂上尉曾參與〈真正男子漢第二季〉<sup>16</sup>節目的演出，該節目共有14期，劉金沂出現的期數為第1至3期，節目中擔任教官，展現嚴肅、剛正不阿的形象，贏得觀眾喜愛，被稱為「冷面教官」。表4-1-7為〈真正男子漢第二季〉第1至3期首播收視情況，亦是劉金沂出場的期數。根據CSM52城市網與全國網的數據顯示，第1期播出情況分別為收視率1.983%、收視份額5.692%與收視率1.87%、收視份額5.83%，為當晚所有綜藝節目的冠軍，接下來2、3期播出亦然。可以說，節目的高收視率造就了劉金沂的曝光度。因此，劉金沂旁白才會提到「很多人知道，我是一名特種兵」。

表 4-1-7 湖南衛視〈真正男子漢第二季〉第 1 至 3 期首播收視情況

期數	播出日期 (2016年)	CSM52 城市網收視情況			全國網收視情況		
		收視率 %	收視份 額%	排 名	收視率 %	收視份 額%	排 名
1	10月21日	1.983	5.692	1	1.87	5.83	1
2	10月28日	1.724	5.238	1	1.66	5.38	1
3	11月04日	1.328	4.074	1	1.42	4.71	1

該節目計有 14 期，僅列前 3 期收視情況。

資料來源：整理自維基百科<sup>17</sup>

劉金沂上尉，2010年年底自吉林體育學院畢業後入伍，義務兵服役期間以優

<sup>16</sup> 〈真正男子漢〉是由解放軍、八一電影製片廠和湖南衛視，聯合推出的大型國防教育特別節目。節目中邀請6至8位不同年齡、性格各異的男女明星，深入基層部隊體驗軍營生活。該節目共有兩季，第一季於2015年5月1日起每週五晚間22:00在湖南衛視首播，於2015年7月18日收播；第二季於2016年10月21日起每週五晚間20:20在湖南衛視首播，於2017年1月19日收播。

<sup>17</sup> 此數據由中國廣視索福瑞媒介研究(CSM)提供。見〈真正男子漢〉，《維基百科》，2017年5月12日。<https://zh.wikipedia.org/wiki/真正男子漢>  
#%E5%8F%82%E8%80%83%E8%B5%84%E6%96%99 (瀏覽日期：2018年3月28日)

秀大學生士兵身份提幹進入特種作戰學院學習。2013年6月畢業分配至雷神突擊隊。2015年經選拔個人代表雷神突擊隊前往獵人學校受訓，訓期11個月。歸國後，晉升為雷神突擊隊一中隊中隊長。

一般來說，劉員若擁有大學本科學歷，在2013年6月從特種作戰學院畢業後，會被授予中尉軍銜，並且中尉期滿四年晉升為上尉。<sup>18</sup>但2016年劉員在〈真正男子漢〉節目中就已已是上尉中隊長。<sup>19</sup>

究其原因，應是2015年劉員代表大陸赴委內瑞拉特種作戰學校（Escuela de Operaciones Especiales）參訓並獲得「獵人勳章」的殊榮，因立功而有提前晉升的機會。該訓學員除了委國本國學員，亦有來自世界各地的頂尖特種兵參訓，在11個月的訓練過程中淘汰率近80%，最終劉員通過考驗並接受委國國防部長親自授予「獵人勳章」。

從階級來看，除了主角上尉軍官劉金沂外，另一位人物為女士官郭燕。郭燕，2009年自山東省濱州技術學院畢業後報名女兵徵集，按時間推算服兩年義務兵，下士期滿三年晉升中士，中士期滿三年最快2018年就能晉升上士。<sup>20</sup>因此，在2017年廣告的中郭燕為中士，是符合標準、升遷正常的。

National Defense University

<sup>18</sup> 共軍初任軍官依規定首次授予軍銜，大學專科畢業，授予少尉軍銜，可照總政治部的有關規定授予中尉軍銜；大學本科畢業，授予中尉軍銜，可照總政治部的有關規定授予少尉軍銜；另共軍軍官軍銜中尉晉升上尉、上尉晉升少校、少校晉升中校、中校晉升上校、上校晉升大校各為四年。詳見〈中國人民解放軍軍官軍銜條例〉，《中國軍網》，2017年11月10日。  
[http://www.81.cn/jwzl/2017-11/10/content\\_7819582.htm](http://www.81.cn/jwzl/2017-11/10/content_7819582.htm)（瀏覽日期：2018年3月28日）

<sup>19</sup> 根據規定共軍軍官任職滿最低年限後，方能根據編制缺額和本人德才條件逐職晉升。德才優秀、實績顯著、工作需要的，可以提前晉升；特別優秀的，可以越職晉升。詳見《中華人民共和國現役軍官法》。另外，共軍軍官由於職務提升，其軍銜低於新任職務等級編制軍銜的最低軍銜的，提前晉升至新任職務等級編制軍銜的最低軍銜。軍官在作戰或者工作中建立突出功績的，其軍銜可以提前晉級。見《中國人民解放軍軍官軍銜條例》。

<sup>20</sup> 共軍義務兵服役期限為2年，第一年為列兵，第二年晉升為上等兵。上等兵服役期滿後被選為初級士官的，晉升為下士；下士期滿3年晉升為中士。中士期滿3年被選取為中級士官的，晉升為上士。詳見〈中國人民解放軍現役士兵服役條例〉，《中華人民共和國國防部》，2016年2月19日。[http://www.mod.gov.cn/big5/regulatory/2016-02/19/content\\_4618054.htm](http://www.mod.gov.cn/big5/regulatory/2016-02/19/content_4618054.htm)（瀏覽日期：2018年3月28日）

片中劉金沂、程強、張雪敏、李佳斌、張楚、郭燕，皆是從地方大學畢業或在學期間（服役期滿即復學）入伍。劉金沂和郭燕的例子是鼓勵青年長留軍中服役，「演繹（著）不一樣的精彩人生」。同時，除郭燕外，另一位女兵張雪敏的出現，皆是鼓勵女性青年從軍。

「今天我軍正向世界一流軍隊邁進」，搭配共軍建軍90週年閱兵分列式鏡頭，護旗方隊由陸、海、空、火箭軍官兵組成，護衛中共黨旗、中共國旗、八一軍旗。據報導指出，此乃強化習近平身兼黨、政、軍領袖的地位，也是強化中共以黨領政、以黨領軍的作法。<sup>21</sup>

綜上所述，該片以曾經在〈真正男子漢〉節目擔任中擔任教官的劉金沂作為徵兵廣告的代言人，藉由他特殊的經歷與高知名度來作為廣告的切入點，並且強調他與其他隊友一樣，皆由地方大學入伍。藉由他們成功的案例，給予適齡青年一個清楚的指引，將個人理想抱負與實現強軍夢緊密的連結起來，鼓勵青年「一起出發」到軍營，實現青春夢想，活出精彩人生。

國防大學  
National Defense University

---

<sup>21</sup> 〈共軍建軍90年閱兵 首度黨旗、國旗、軍旗並列〉，《聯合新聞網》，2017年5月12日。  
<https://udn.com/news/story/7331/2612796>（瀏覽日期：2018年3月28日）

## 第二節 招生類廣告分析

本節欲分析之廣告共有四則，分別為〈海軍潛艇學院〉、〈陸軍裝甲兵學院〉、〈武警特警學院〉〈空軍工程大學〉。

### 壹、〈海軍潛艇學院〉

表4-2-1為〈海軍潛艇學院〉之簡介，其後依毗鄰軸、系譜軸、軍隊形象與意識型態，逐一敘述。

表 4-2-1 〈海軍潛艇學院〉簡介

發布標題	海軍潛艇學院宣傳片發布 神秘面紗揭開		
網站位置	八一電視／軍旅微影像		
網址	<a href="http://tv.81.cn/jlwyx/2017-05/15/content_7602131.htm">http://tv.81.cn/jlwyx/2017-05/15/content_7602131.htm</a>		
影片來源	中國軍網八一電視		
發布日期	2017-05-15 14:40	影片長度	4分25秒
備考	作者：海軍潛艇學院；編輯：張華清		

資料來源：研究者自行整理

### 一、〈海軍潛艇學院〉毗鄰軸結構

〈海軍潛艇學院〉的毗鄰軸結構依廣告內容，共可分為八部分：

1.片頭：動畫呈現日光下廣闊無際的海洋，海鳥鳴，鯨魚海中遨遊；浪花轉場；潛艇登場後，浮現「大音希聲，大象無形」字樣。動畫形成院徽與「海軍潛艇學院」字樣。動畫呈現自轉地球，輔以文字「中國有300萬平方公里的管轄海域，其中500平方米以上的島有6700多座」，接著聚焦在青島，再聚焦到海軍潛艇學院建築上方。

2.段落一——「從軍報國，追夢海疆」：校園景；學員整肅儀容、行敬禮；某建築大廳樓梯景，牆上題字「為了反對帝國主義的侵略，我們一定要建立強大的

海軍」；學員齊步上樓梯；學員上課學習；教官授課（笄良龍少將、陸銘華少將、程玉勝大校等）；潛艇作戰指揮模擬中心；學員模擬操作；學員在標圖桌討論作戰地圖。

3.段落二—「學戰練戰，制勝未來」：艦員在基洛級潛艇上「站坡」；動畫呈現潛艇航行；按下飛彈發射鈕；飛彈發射；潛艇航行；海鷗翱翔。

4.段落三—「浪漫海軍，多彩校園」：學員與學兵行進；學員課餘漫步校園、談天；沖咖啡；學員演奏；學員與國外學員交流。

5.段落四—「文韜武略，礪劍淬芒」：學員於圖書館閱讀；「海權論」一書；空拍學員於足球場踢球；學員在體育館進行籃球比賽。

6.段落五—「勇氣、血性、制勝、超越」：水兵學員展旗（中共國旗）、升旗和行敬禮動作；空拍360度圍繞校園建築；拍攝西洋劍、搏擊、游泳、行進、穿越障礙（高梯、爬牆、低網等）、刺槍術、戰術訓練等鏡頭；學員與學兵一同呼喊「聽黨指揮，能打勝仗，作風優良」，口號結束後行敬禮。

7.段落六—「使命在肩，建功大洋」：講堂上，學員置帽動作整齊劃一，一名學員走上台前，台下學員一同鼓掌；學員掛上中尉軍階，並行敬禮；潛艇編隊航行與日頭的畫面。

8.結語：文字動畫「忠誠、精武、堅韌、奉獻」，接中國人民解放軍海軍潛艇學院院徽，與「歡迎加入海軍潛艇學院」字樣。

## 二、〈海軍潛艇學院〉系譜軸分析

〈海軍潛艇學院〉的系譜軸分析依廣告內容的八部分來檢視：

（一）片頭—「大音希聲，大象無形」

「大音希聲，大象無形」出自老子《道德經》，是老子所提出的中國古代文學理論中的一種美學觀念，意在推崇自然美。而其意思是說，最嘹亮的聲音，是耳聞不到；而最大的形體，是眼看不著的。因此，本段將潛艇比喻為海中遨遊的鯨魚，有著「大音希聲，大象無形」的美感。

(二) 段落一——「從軍報國，追夢海疆」

本段主要呈現學員課堂的學習情況，包含學員上課、教官講課、學員模擬航行操作，以及學員彼此間的討論；並且拍攝學員整肅儀容、行敬禮、齊步上樓梯的鏡頭，傳達學員過著有紀律的生活。

(三) 段落二——「學戰練戰，制勝未來」

本段主要呈現學員實際的演練情景，藉由拍攝潛艇水面航行、動畫呈現水中航行、官兵在帆罩上行敬禮、按下飛彈發射鈕、飛彈發射等鏡頭，來強調實戰化的訓練。

(四) 段落三——「浪漫海軍，多彩校園」

本段主要呈現學員在課餘的生活情形，包含拍攝學員課餘漫步校園、談天、沖咖啡、演奏等鏡頭，來展現軍校生活步調並非都是快速、緊張的，此處反而呈現慢步調、舒適的節奏；另外學員在國際場合與外賓交流，也展現出開放、多元的精神。

(五) 段落四——「文韜武略，礪劍淬芒」

拍攝學員於圖書館閱讀，以及踢足球、打籃球，來展現學員動靜皆宜。

(六) 段落五——「勇氣、血性、制勝、超越」



拍攝西洋劍、搏擊、游泳等運動時，分別出現「勇氣」、「血性」與「制勝」的字樣，以及在通過高梯、爬牆、低網等障礙時所出現的「超越」字樣，都是展現一種不服輸的精神。

#### (七) 段落六—「使命在肩，建功大洋」

一名學員走上台前，台下學員熱烈鼓掌，暗示這是一個展現自我的舞台；學員掛上中尉軍階，並行敬禮，緊接潛艇編隊航行與日頭的鏡頭，指的是學員畢業後掛的是中尉階級，並且將航向光明的未來。

#### (八) 結語

最後一幕，直接明瞭的邀請觀眾加入海軍潛艇學院的行列。本則廣告系譜軸二元對立意義整理如表4-2-2。

表 4-2-2 〈海軍潛艇學院〉系譜軸二元對立分析整理

廣告結構	二元對立
1.片頭—「大音希聲，大象無形」	自然 vs. 人造
2.段落一—「從軍報國，追夢海疆」	認真學習 vs. 不認真學習 紀律 vs. 自由
3.段落二—「學戰練戰，制勝未來」	實際 vs. 虛構
4.段落三—「浪漫海軍，多彩校園」	慢 vs. 快 開放包容 vs. 自我封閉
5.段落四—「文韜武略，礪劍淬芒」	動靜皆宜 vs. 不文不武
6.段落五—「勇氣、血性、制勝、超越」	不服輸 vs. 投降
7.段落六—「使命在肩，建功大洋」	展現 vs. 隱藏 光明 vs. 黑暗
8.結語	加入 vs. 不加入

資料來源：研究者自行歸納

### 三、〈海軍潛艇學院〉軍隊形象與意識型態分析

### （一）軍隊形象分析：文武兼俱、開放包容、堅毅挺拔、國際化

從學員的行為表現來看，皆呈現出文武兼俱之形象。文的方面，以學員上課、做筆記、彼此討論、模擬操作設備、課餘閱讀等鏡頭呈現，特別拍攝筮良龍等名師，強化專業技術之深度；武的方面，則以軍事訓練、實戰演練、操作軍事裝備、體育活動等鏡頭呈現。片中與國外學者交流的比重較其他軍校招生廣告稍多，展現國際軍種開放包容的形象。

從學員外在特徵來看，學員、學兵皆著軍服，配件整齊，精神飽滿，訓練不畏艱苦，展現堅毅挺拔的姿態。

### （二）意識型態分析

1953年毛澤東視察共軍海軍期間，曾兩次為五艘軍艦寫下相同的題詞，5月21日為長江艦、洛陽艦，5月24日為南昌艦、廣州艦、黃河艦，題詞內容為「為了反對帝國主義的侵略，我們一定要建立強大的海軍」。顯示當時亟欲擺脫晚清以來國家積弱不振且屢受外國侵略的困境；片中提及「中國有300萬平方公里的管轄海域，其中500平方米以上的島有6700多座」，更顯示有必要擁有一支能夠維護國家領土與海洋權益的軍隊。

海軍作為國際軍種，重視國際交流，片中出現的旗幟有中共國旗、八一軍旗、海軍軍旗。該片並無中共黨旗出現，僅在「文韜武略，礪劍淬芒」段落處，以水兵學員和軍官學員向鏡頭齊聲喊口號「聽黨指揮，能打勝仗，作風優良」，來作為軍隊與黨的扣連。

廣告不外乎呈現重點為學科專業（師資）、學員課餘生活、對外交流，另外在實戰訓練方面「學戰練戰，制勝未來」，雖以獨立段落呈現，但墨較少，僅以幾個潛艇水面航行、動畫呈現水下航行和一顆飛彈發射鏡頭呈現。

綜上所述，該片結構較為鬆散，部分時間在於呈現校園與軍兵種特色，如以動畫鯨魚象徵潛艇、拍攝水兵（藍白）配色的校園建築、國際交流等部分。學科專長與軍事訓練段落的比重相對較少，課餘活動的比重相對較大，整體給人較為輕鬆、不拘謹的氛圍。該片鼓勵青年這是一個伸展理想抱負的舞台，歡迎加入海軍潛艇學院，從軍報國，追夢海疆。

## 貳、〈陸軍裝甲兵學院〉

表4-2-3為〈陸軍裝甲兵學院〉之簡介，其後依毗鄰軸、系譜軸、軍隊形象與意識型態，逐一敘述。

表 4-2-3 〈陸軍裝甲兵學院〉簡介

發布標題	震撼！陸軍裝甲兵學院招生宣傳片發布		
網站位置	八一電視／軍旅微影像		
網址	<a href="http://tv.81.cn/jlwyx/2017-06/05/content_7628627.htm">http://tv.81.cn/jlwyx/2017-06/05/content_7628627.htm</a>		
影片來源	中國軍網八一電視		
發布日期	2017-06-05 19:31	影片長度	5分53秒
備考	作者：陸軍裝甲兵學院；編輯：周小敏		

資料來源：研究者自行整理

### 一、〈陸軍裝甲兵學院〉毗鄰軸結構

〈陸軍裝甲學院〉的毗鄰軸結構依廣告內容，共可分為四部分：

1. 引言—「陸戰之王，就此出征」：本段用一本名為「陸軍裝甲兵學院」的書作為開頭。打開第一頁是習近平檢閱部隊的照片，照片下方寫著「要努力建設一支強大的現代化新型陸軍——習近平」。第二頁是一張展示的戰車，戰車上寫有「功臣號」字樣，照片下方有「裝甲兵是陸軍的重要突擊力量——《中國人民解放軍軍語》」字樣。第三頁許光達與戰車的合成照，照片下方寫著「沒有技術就沒有裝甲兵——許光達（新中國首任裝甲兵司令）」。第四頁則是演習訓練各

類火炮射擊鏡頭，接字幕「陸戰之王，就此出征」。

2.簡介與專業：地球拉近到中國大陸，標出陸軍裝甲學院各校區相對位置，一旁合成各類戰車衝鋒鏡頭；分別指出陸軍裝甲兵學院本部（北京）、士官學校（長春）、蚌埠校區位置，並在一旁合成各校區景觀；接著動畫將三者合成為字幕「陸軍裝甲兵學院」。

在「培訓任務齊全」中，拍攝校園景觀、建築，出現「面向戰場、面向部隊、面向未來」、「有靈魂、有本事、有血性、有品德」、「打牢基礎，奮發有為」、「高舉旗幟，聽黨指揮」等標語；學員行進在校園；老師教學，學員聽課；碩士學位授與和拍畢業照。

在「學科專業體系綜合」中，空拍「裝備再製造技術國防科技重點實驗室」；學員操作儀器設備；戰車裝填、拋殼、射擊等鏡頭；一位少校課堂解說；自動化儀器運作、機器人活動；學員操作設備鏡頭。

在「名師薈萃，軍中翹楚」中，將師資陣容以照片堆疊的方式呈現，其中徐濱士、臧克茂等兩人為中國工程院院士。拍攝多位老師課堂教學鏡頭；教職員上台領獎，禮堂有「牢記黨在新形勢下的強軍目標，做有靈魂、有本事、有血性、有品德的新一代軍人」標語。

3.校園生活：拍攝文體訓練中心、教學樓等建築景、刻有毛澤東提筆的「學習坦克」景觀石；學員課餘漫步在校園、談天、閱讀、觀看銅像等展示物；學員行進在校園；學員綜合戰術演習、戶外測驗；拍攝車庫外陳列的戰車；學員肅整軍容、行敬禮。在「對外軍事交流」中，拍攝學員與國外學員交流的情形。在「多姿多彩，嚴謹有序」中，拍攝學員行進在校園，高牆標語「聽黨指揮，能打勝仗，作風優良」、「建一流院校，育過硬本領」；拍攝學員餐廳外觀；大火炒菜；特寫餐點；學員大快朵頤吃著不一樣的餐點；學員在圖書館找書、討論與閱

讀；學員在寢室彈著吉他，同學跟著打節拍；拍攝學員從事攀岩、跆拳道、雙節棍、重訓、游泳等活動；學員並排一列於甲車前，持槍朝前方走來；拍攝同學射擊、行軍、穿越障礙、武裝游泳、仰臥起坐、引體向上、踢正步、駕駛甲車進行實戰化訓練等鏡頭。

4.結語：學員們從甲車旁走出，自信向前走來，肩上階級為「中尉」，輔以文字「砥礪四年，志存高遠」；一位戰士行敬禮與戰車接受檢閱，合成為一個畫面，輔以文字「到祖國最需要的地方建功立業」；眾學員宣示鏡頭；儀隊旗手展旗，眾學員行敬禮，浮現文字「以青春宣誓」，接著將接飄揚的中國國旗與學員行敬禮合成一個畫面，浮現文字「向祖國行敬禮」。

最後，出現「陸軍裝甲兵學院」字樣，以戰車為背景；溶接，黑底白字「裝甲兵富有巨大的發展潛力，加入裝甲兵軍官隊伍，必將前途無量」，並合成冉冉升起的火焰。

## 二、〈陸軍裝甲兵學院〉系譜軸分析

〈陸軍裝甲兵學院〉的系譜軸分析依廣告內容的四部分來檢視：

National Defense University

### (一) 引言—「陸戰之王，就此出征」

本段有如回憶錄一般。翻開第一頁是中央軍委主席習近平檢閱部隊的照片，照片下方寫著「要努力建設一支強大的現代化新型陸軍」；這段話出自於2015年共軍陸軍領導機構成立，習近平為其授旗與訓詞的內容。<sup>22</sup>

第二頁是一輛名為「功臣號」的戰車；該戰車為1945年11月共軍從瀋陽日本

<sup>22</sup> 〈陸軍領導機構火箭軍戰略支援部隊成立大會在京舉行 習近平向中國人民解放軍陸軍火箭軍戰略支援部隊授予軍旗並致訓詞〉，《新華網》，2016年1月1日。

[http://www.xinhuanet.com/politics/2016-01/01/c\\_1117646667.htm](http://www.xinhuanet.com/politics/2016-01/01/c_1117646667.htm) (瀏覽日期：2018年3月15日)

關東軍戰車修理廠搜刮而來，是共軍的第一輛戰車。董來扶曾駕駛該戰車參與錦州、天津等戰役並多次立功，因此該戰車被授予「功臣號」的稱號。<sup>23</sup>

第三頁出現的是共軍裝甲兵的著名人物——許光達，1950年4月許光達被任命為共軍裝甲兵司令員兼政委，他對共軍裝甲部隊的創建與發展有重大貢獻，被譽為共軍的「裝甲兵之父」。

緊接，第四頁出現96A式戰車、99式戰車等現代裝備火炮射擊的鏡頭。本段的安排是為突顯其裝甲兵發展對於共軍陸軍的重要性、歷史性；有如倒敘一般，從近期習近平對部隊的期勉回朔到共軍裝甲兵創建之初著名人物的觀點，強調的是技術性與現代性；因此第四頁出現的現代裝備，無疑是要展現承先啟後、繼往開來之精神。

## （二）簡介與專業

配合上課鐘聲響起，空拍校園建築，建築上方有著「面向戰場、面向部隊、面向未來」的字樣，學員帶隊行進在校園之中；接著拍攝老師教學、學員聽課的情景；拍攝2014屆研究生被授與學位，開心地將碩士帽拋向空中。本段要傳達的是學院班隊齊全孕育無數學子，且能符合未來部隊的需要。

藉由拍攝實驗室的建築外觀與學員操作儀器設備等鏡頭，來呈現學科的技術性、專業性；拍攝戰車裝填、拋殼、射擊等鏡頭，來傳達武器裝備的機械性、現代性；綠色動畫呈現戰車衝鋒、自動化儀器運作、機器人活動、學員操作設備等鏡頭，皆展示了自動化、先進性與科技感。

動畫堆疊徐濱士、臧克茂等老師相片，並拍攝老師教學，以及多位教職員上

<sup>23</sup> 該坦克現收藏於天津市平津戰役紀念館。見〈功臣號坦克〉，《百度百科》。  
<https://baike.baidu.com/item/功臣号坦克#1>（瀏覽日期：2018年3月15日）

台領獎等鏡頭，展現出學院人才眾多、名師薈萃的一面。

### (三) 校園生活

本段在拍攝校園建築與景觀，出現刻有毛澤東題字「學習坦克」字樣的石頭，以及銅像、牆面、戰車等展示物；藉以傳達學校有著傳統性與歷史性。

課餘時間學員坐在廊亭閱讀、學員在校園行進、學員綜合戰術演習、戶外測驗、車庫外陳列的戰車，以及學員肅整軍容、行敬禮；皆展現了紀律、自發、自律的精神。學員與國外學員交流，則展現了開放、多元的胸襟。

拍攝學員津津有味地用餐，桌上放置不同的餐點；學員在圖書館找書、討論與閱讀；學員在寢室彈著吉他，同學跟著打節拍；體現出軍校生活放鬆的一面。另外，學員從事攀岩、跆拳道、雙節棍、重訓、游泳等運動，體現青春與活力。

學員在各種槍枝射擊訓練的鏡頭中，表現高度的專注力；並且在行軍、穿越障礙、武裝游泳、仰臥起坐、引體向上、正步訓練等中，展現了拼勁與忍耐的精神；實戰化訓練等中亦展現了積極的態度。

### (四) 結語

在實戰化的訓練後，學員們從甲車旁走出，自信向前走來，肩上階級為「中尉」；意指經過軍校四年的磨練，畢業前必須通過實戰化訓練的考驗，唯有通過考驗才能成為一名合格的軍官。

一位戰士行敬禮與戰車接受檢閱、眾學員宣示鏡頭、飄揚的中共國旗與學員行敬禮等鏡頭；皆意味著這是人民的軍隊，且是經得起民眾檢視的。

最後，在招募訊息的字樣下方，合成冉冉升起的火花與燃燒的音效，暗示觀眾不要忽視心中的熱情。本則廣告系譜軸二元對立意義整理如表4-2-4。

表 4-2-4 〈陸軍裝甲兵學院〉系譜軸二元對立分析整理

廣告結構	二元對立
1.引言—「陸戰之王，就此出征」	現代 vs.陽春 承先啟後 vs 空前絕後
2.簡介與專業	齊全 vs 缺乏 先進 vs.老舊 人才眾多 vs.人才凋零
3.校園生活	傳統 vs 現代 紀律 vs.自由 開放 vs.封閉 青春 vs.老邁 拼勁 vs.沒勁
4.結語	自信 vs 自卑 燃燒 vs.熄滅

資料來源：研究者自行歸納

### 三、〈陸軍裝甲兵學院〉軍隊形象與意識型態分析

#### (一) 軍隊形象分析：文武兼俱、開放包容、堅毅挺拔、現代化

從學員的行為表現來看，皆呈現出文武兼俱之形象。文的方面，以學員上課、操作儀器、課餘閱讀等鏡頭呈現，堅強的師資陣容則強化了教育專業的深度；武的方面，則以軍事訓練、實戰演練、操作軍事裝備、體育健身等鏡頭呈現。另外，學員與國外學員交流亦展現開放包容的形象。

從學員外在特徵來看，軍校學員皆著軍服，配件整齊，精神飽滿，訓練不畏艱苦，展現堅毅挺拔的姿態。

片中藉由拍攝實驗室外觀、學員儀器操作、自動化儀器運作、機器人活動等等鏡頭，來呈現現代化與科技感。

#### (二) 意識型態分析



2017年共軍陸軍裝甲兵學院在原裝甲兵工程學院、原裝甲兵學院和原裝甲兵技術學院為基礎上重建，分為院本部、蚌埠校區和士官學校等校區。院本部位於北京盧溝橋畔，前身可追溯到1953年哈爾濱成立的軍事工程學院裝甲兵工程系；1961年遷址西安，組建成立裝甲兵工程學院；1969年遷址北京。蚌埠校區和士官學校，前身分別為1950年成立的坦克學校和1951年組建的第三戰車編練基地。

1950年6月，毛澤東簽署中央軍委命令，正式任命許光達為裝甲兵司令員兼政委。1950年9月1日，裝甲兵領導機關在北京正式成立。從此，裝甲兵成為一個獨立兵種出現在共軍序列當中。同日，共軍裝甲兵第一所學校——坦克學校在天津光明電影院召開了成立大會，許光達兼任校長。

「功臣號」戰車、「裝甲兵之父」徐光達與學院的組建，可以說是代表共軍裝甲兵建設從無到有的過程，因此在廣告中有著歷史悠久的意涵。另外，校園景中出現的銅像、展示牆、舊戰車，以及刻有毛澤東提筆的「學習坦克」景觀石等物亦具有濃厚歷史性的意義。

學院隸屬於共軍陸軍，是培養裝甲兵指揮、參謀、技術軍官和指揮管理、維保士官的綜合大學，素有「陸戰之王的搖籃」稱號。除本科教育、研究生教育外，另有生長軍官任職培訓、現職軍官任職培訓、現職軍官輪訓、士官培訓、文職人員培訓和外軍留學生培訓等班隊。

片中出現標語如下，「面向戰場、面向部隊、面向未來」、「有靈魂、有本事、有血性、有品德」、「打牢基礎，奮發有為；高舉旗幟，聽黨指揮」「牢記黨在新形勢下的強軍目標，做有靈魂、有本事、有血性、有品德的新一代（革命軍人）」、「聽黨指揮，能打勝仗，作風優良」、「建一流院校，育過硬本領」、「牢記黨在新形勢下的強軍目標……」等，皆與黨的強軍目標的核心內涵有關，顯見該院對於人才培育的努力方向。

在經過四年軍校生活的砥礪、畢業綜合演練的考核後，學員被授與正式軍階，各個意氣風發、志存高遠，藉由向中共同旗行敬禮的動作來表示對國家的忠誠，並「到祖國最需要的地方建功立業」。

綜上所述，該片展現了裝甲兵種和學院的發展是歷史悠久、與時俱進的。藉由校園中的「強軍」標語，來作為黨與院校的扣連，學校的任務即是為黨培養實踐強軍興軍夢想的人才。將個人理想抱負與愛國強軍作為連結，呼籲青年從軍報國，必將前途無量。

#### 參、〈武警特警學院〉

表4-2-5為〈武警特警學院〉之簡介，其後依毗鄰軸、系譜軸、軍隊形象與意識型態，逐一敘述。

表 4-2-5 〈武警特警學院〉簡介

發布標題	劃重點！武警特警學院首次面向社會招生		
網站位置	八一電視／軍旅微影像		
網址	<a href="http://tv.81.cn/jlwyx/2017-06/07/content_7630801.htm">http://tv.81.cn/jlwyx/2017-06/07/content_7630801.htm</a>		
影片來源	中國軍網八一電視		
發布日期	2017-06-07 13:27	影片長度	6分5秒
備考	Nation 作者：武警特警學院；編輯：樂寶玲		

資料來源：研究者自行整理

#### 一、〈武警特警學院〉毗鄰軸結構

〈武警特警學院〉的毗鄰軸結構依廣告內容，共可分為四部分：

1. 招募訊息、學院簡介與沿革：一開始便開門見山的告知，這是武警特警學院第一次向社會招募普通高中畢業生，並且留下招募網址供民眾查詢；接著以拍攝學院門面作為簡介的起始，指出學院最具特色的，是武警部隊唯一一所培養特種人才的高等教育院校，同時又是國家級的反恐特種部隊；接著以照片搭配解說

介紹學院的沿革，自1982年組建以來至今的幾個重要時間點；最後利用電視牆特效將所有照片組合特種警察學院的徽章。

2.地理位置、校園環境、師資與設備、交流活動等：以動畫的方式指出學院的地點，輔以文字解說；接著以空拍的方式拍攝大門與門後主要建築，帶人一探究竟。看似陰天的早晨，學員儀仗隊嚴謹地舉行升旗儀式。以20多顆鏡頭拍攝校園景觀、建築與部分設備，輔以「優美的校園環境」作為畫面註解，上述鏡頭皆有學員穿梭於其中。

拍攝老師授課，學員上課的情形，包含專業儀器的操作，以「完善的課程體系」作為說明；在「雄厚的師資力量」中，特別介紹杜振高等4位名師其教研成果與所獲獎項；拍攝老師實務講解反劫機、狙擊槍、繩索、武術等課程。

在「高層次的交流平台」中，收入了與國外學術和軍事交流的鏡頭。在「先進的教學設施」中，課堂上學員每人個別使用一台電腦與設備儀器。最後，以「優越的辦學條件」與「特戰精英的搖籃」作為本段的收尾，以文字敘述為主，照片為輔，但畫面停留短暫不易閱讀。

3.學員課餘生活：女學員課餘時間，於校園池塘邊漫步、賞花和談天；男學員在圖書館閱讀與討論。放課後，宿舍依然維持整齊的內務，學員各自使用一臺電腦；學員使用網路、玩線上遊戲。學校舉辦的各類活動，包含學員參與打鼓、軍樂隊演奏、文工團演出、樂團演出、球類競賽、拔河競賽、游泳訓練、田徑競賽、軍地交流、學員同樂會；另外拍攝福利社、學院農副業生產基地、餐廳等。本段表現軍校生活多采多姿之樣貌。

4.個人未來發展：首先以學員野外綜合演練鏡頭，搭配文字說明未來畢業動向；接著以教室講堂上課、畢業典禮暨學位授與儀式、橡皮艇訓練、健身、搏擊等等訓練，搭配文字說明在此將學到的知識與體魄；再來以特警的反恐訓練，如

攀爬、索降、各種槍枝的精準射擊鏡頭等為主，輔以文字說明，未來將成為反恐的菁英，接著進一步以參加國際特種部隊競賽獲得獎項的鏡頭，代表為國爭光；最後以特警狙擊特寫、通過各項障礙訓練、學士帽拋向空中與學院徽章等作為收尾，指出機會不容錯過！

## 二、〈武警特警學院〉系譜軸分析

〈武警特警學院〉的系譜軸分析依廣告內容的四部分來檢視：

### （一）招募訊息、學院簡介與沿革

本片音樂的起始點是擺在片頭的招募訊息之後，也就是以拍攝學院門面為起頭；此處使用仰角拍攝學院大門與衛兵，展現出高聳、莊嚴的效果，並且配合背景史詩般的演奏樂，展現出這是一個嚴肅、戒備森嚴的地方。

使用特警民航反恐專項演練、用槍訓練、擊破巴士窗戶、打開飛機門等演練鏡頭，表示這是一支訓練有素的反恐特種部隊。

以8張照片輔以文字說明，學院從1982年至2000年的變化，以及放上2014年習近平視察學院並為「獵鷹突擊隊」授旗與訓詞的影片，最後利用電視牆特效將所有照片組合特種警察學院的徽章；整段用以呈現學院組建至今的歷史變革。

### （二）地理位置、校園環境、師資與設備、交流活動等

從世界地圖指出學位位置，鏡頭一次次地拉近，接著以空拍的方式拍攝大門，上一段拍攝學院大門給人嚴肅與神秘感，這次空拍機往與門後建築方向飛行，帶給人一探究竟的感覺。

看似陰天的早晨，學員儀仗隊舉行升旗儀式，鏡頭仰角拍攝儀仗隊行進過程與展旗動作，暗示這是一個嚴肅、莊重的儀式。一般來說，升旗儀式也代表一天

的起始，因此此處是要讓觀眾瞭解學員的一天生活。

20多顆鏡頭拍攝校園景觀、建築與部分設備，學員穿梭於其中，意涵學員就是在廣闊的環境下學習、生活。

「完善的課程體系」中，主要拍攝老師授課，學員上課的情形；並且特別指出具有「雄厚的師資力量」，此處意涵的是人才濟濟的概念，不僅是師資優良，所培育出來的學員將來亦是人才。而在「先進的教學設施」中，課堂上學員每個人個別使用一台電腦與設備儀器，也意涵教學資源豐富；最後，以「優越的辦學條件」與「特戰精英的搖籃」作為收尾，也與人才濟濟相呼應。

在「高層次的交流平台」中，收入了與國外學術和軍事交流的鏡頭，為要展現開放、多元的一面。

### （三）學員課餘生活

學員日常管理實行連隊化管理，按照部隊條令、條例和一日生活制度實施，課餘時間主要進行自習和體能、軍事技能訓練以及各種文藝體育活動。學員在校園池塘邊漫步、賞花和談天，在圖書館閱讀與討論，以及使用網路、玩線上遊戲等等的鏡頭，意涵在嚴謹、高壓的軍校生活中，亦還有自己休憩的時間能夠靈活運用。特別是有一幕，放課後，宿舍依然維持整齊的內務，意涵學員有著自律的生活習慣。另外，學員亦參與國家和軍隊舉辦的各項活動，表現出軍校生活並非單調，而是多采多姿的樣貌。

### （四）個人未來發展

學員的野外綜合演練是一個階段訓練成果的驗收，搭配文字說明未來畢業動向，意味著按部就班的訓練，未來的出路將是明確的。

回到教室上課場景、畢業典禮暨學位授與儀式，以及橡皮艇訓練、健身、搏擊等等訓練，意味著這裡的教育與訓練，可以培育出能文善武的人才。

以攀爬、索降、各種槍枝的精準射擊的鏡頭，呈現特警的反恐訓練與一般來部隊訓練的不同；並且更進一步地以參加國際特種部隊競賽獲得佳績的鏡頭，來展現菁英中的菁英。

最後以特警狙擊特寫、通過各項障礙訓練、學士帽拋向空中等鏡頭，暗示觀眾瞄準目標，勇往直前，不要猶豫，趕緊入列，實現夢想。本則廣告系譜軸二元對立意義整理如表4-2-6。

表 4-2-6 〈武警特警學院〉系譜軸二元對立分析整理

廣告結構	二元對立
1.招募訊息、學院簡介與沿革	嚴肅 vs.輕浮 訓練有素 vs.行武出身 變革 vs.不變
2.地理位置、校園環境、師資與設備、交流活動等	莊重 vs.輕浮 起始 vs.結束 廣闊 vs.狹窄 人才濟濟 vs.人才零落 開放 vs.封閉
3.學員課餘生活	自律 vs.放縱 多采多姿 vs.單調乏味
4.個人未來發展	目標明確 vs.目標模糊 能文善武 vs.頭腦簡單、四肢發達 進階 vs.一般

資料來源：研究者自行歸納

### 三、〈武警特警學院〉軍隊形象與意識型態分析

#### (一) 軍隊形象分析：文武兼備（重軍事）、訓練有素、開放包容、堅毅挺拔

從學員的行為表現來看，皆呈現出文武兼俱之形象。文的方面以拍攝老師授

課情形、杜振高等名師教學為主，輔以學員上課、操作儀器、課餘閱讀等鏡頭呈現；武的方面則以軍事訓練、實戰演練、體育競賽、國際軍事競賽等鏡頭呈現；雖是文武兼俱，但因「校隊合一」的編制關係，片中有大量獵鷹突擊隊的訓練鏡頭，展現訓練有素的一面，因此也較著重在軍事技能的呈現。

學員與國外學員間的交流、部隊參與國際軍事競賽，皆展現開放包容的形象。在課餘生活的部份也別於其他軍校影片，多采多姿的生活有如民間大學但又不失嚴謹，其中又包括軍地交流。另外，不論是突擊隊員亦是學員皆不畏艱苦，展現堅毅挺拔的姿態。

## (二) 意識型態分析

2017年軍隊院校改革，調整後的軍隊院校共計43所，但並非每所都招收高中畢業生，僅26所軍校向普通高中畢業生招收學員，特警學院便是其中之一。過去特警學院並不對外招收學員，而是從現役優秀士兵招收並通過考試入取。因此，片頭一開始就打出「首次面向社會招收普通高中畢業生」，一方面吸引有興趣報考的適齡青年，另一方面也是為部隊拓寬培養特戰指揮人才的渠道。雖然直接向部隊招收來的學員，會有一定的軍事素養、體能優勢，但文化素質上很有可能比不上透過高考競爭來的地方高中生。因此希望透過地方招收高中生，招來學習力高、理解力強、思維活躍的學員，至於體能欠缺，是可以在軍校中鍛鍊起來的。

中國人民武裝警察部隊特種警察學院，最初組建於1982年7月22日，當時稱為公安部警字第722特種部隊，亦稱公安部反劫機特種警察部隊。1983年4月5日武警總部成立，改隸武警總部，更名為中國人民武裝警察部隊特種警察大隊。1985年改編為中國人民武裝警察部隊特種警察學校。2000年5月更名為中國人民武裝警察部隊特種警察學院。

獵鷹突擊隊（原名中國人民武裝警察部隊特種警察學院特種作戰大隊），為武警總部直接領導和指揮的國家級反恐部隊；負責天安門廣場執勤、訪華首腦警衛、排險排爆等特殊任務，執行援疆反恐維穩、APEC會議、博鰲論壇、世界互聯網大會等重大安保任務。

2014年4月9日，習近平視察該學院並為「獵鷹突擊隊」授旗，展現中共黨中央、中央軍委對於反恐特戰力量建設的重視，期望打造一支國際級的反恐特戰勁旅。片中獵鷹突擊隊接受檢閱鏡頭，其部隊後方標語「聽黨指揮、能打勝仗、作風優良」，乃強化以黨領軍的意涵。

廣告著重在國際交流的部份，包含與多個國家和地區開展軍事交流，參加世界軍警狙擊手射擊錦標賽、約旦「勇士競賽」國際特種兵比武等國際級競賽，屢獲佳績。中共國旗在國際場合被升起與特警們在「勇士競賽」開心地舉起獎杯的鏡頭，企圖呈現該隊是一支具有國際品牌的反恐部隊，「一起走向世界，展示中國軍人風采，為祖國贏得榮譽」，也為此下了完美的註解。

學院在訓練上為營造實戰氛圍，每年安排特戰隊員和畢業學員進行「魔鬼週」訓練，將部隊帶往深山叢林負重行軍，以野戰反恐為主題，安排按圖行進、野戰生存、處置突發事件等等多種訓練科目，考核隊員、學員的生理與心理素質。此種強化實戰訓練的概念，目的為要培養一支「召之即來，來之能戰，戰之必勝」的特戰部隊。

廣告中「聽黨指揮、能打勝仗、作風優良」標語共出現五次，顯見對強軍目標的核心內涵的重視。片中的升（國）旗儀式，國際競賽獲得佳績，與標語「護衛國旗，重於生命，護我國旗，壯我國威」、「國家利益高於一切」等階代表對國家忠誠的意義。

綜上所述，廣告主軸在於呈現學院「校隊合一」的特色，院校目的是為培養



具有「聽黨指揮、能打勝仗、作風優良」內涵的革命軍人。因學院編制關係，雖然廣告中展現出文武兼俱的形象，但較多著墨在軍事專長領域，體現學院是特戰精英的搖籃。以「首次」招收地方高中生為號召，激勵有意成為特戰精英的青年，將個人夢想與國家利益作為扣連，呼籲青年機遇不容錯失。

肆、〈空軍工程大學〉

表4-2-7為〈空軍工程大學〉之簡介，其後依毗鄰軸、系譜軸、軍隊形象與意識型態，逐一敘述。

表 4-2-7 〈空軍工程大學〉簡介

發布標題	空軍工程大學宣傳片史上最紀實？你看呢		
網站位置	八一電視／軍旅微影像		
網址	<a href="http://tv.81.cn/jlwyx/2017-06/09/content_7634127.htm">http://tv.81.cn/jlwyx/2017-06/09/content_7634127.htm</a>		
影片來源	中國軍網八一電視		
發布日期	2017-06-09 19:32	影片長度	6分2秒
備考	作者：空軍工程大學；編輯：樂寶玲		

資料來源：研究者自行整理

一、〈空軍工程大學〉毗鄰軸結構

〈空軍工程大學〉的毗鄰軸結構依廣告內容，共可分為八部分：

1.引言：以火焰動畫字體呈現，「她是全國重點大學；她是空軍專業技術最高學府；她是空軍軍官成長的搖籃」；使用電視牆特效，照片排列形成校徽，接字幕「她是誰？」。

2.段落一——「她，恢弘大器，端莊秀美」，分為兩部分。第一部分全軍生態營區；空拍校園景觀與建築，出現標語有「創建一流大學，培育紅色傳人」、「學好優良傳統，當好紅色傳人」、「有靈魂、有本事、有血性、有品德」。第二部分全軍綠化模範單位；空拍紅色樹林、林陰大道、被草木包圍的建築；縮時

拍攝建築；花草、池塘景；學員行進在櫻花盛開的大道上。本處出現標語有「鑄牢忠誠品格、聚力強軍興軍」、「聚焦強軍強校目標，鍛造防空反導鐵拳」、「創建一流大學，培育紅色傳人」。

3.段落二——「她，嚴肅緊張，堅強剛毅」：學員行進、室內置帽動作整齊劃一，後方標語「為強軍而教，為打贏而學」；老師課堂教學，學生實作、聽課；學員為青年學生學員調整儀態；體能訓練與各項障礙訓練；整理內務、整肅儀容；閱兵訓練；參加抗戰勝利70週年大閱兵合唱團。

4.段落三——「她，開放包容，高端前沿」：與外軍、其他軍種展開學術交流；導師裝備講解；拍攝多項專業證書，如國防科技重點實驗室航空等離子體動力學等等證書；文職軍官講解專業設備；多項專業證書，如空軍院校高新技術研究中心電子對抗證書等等；專業教室及其設備；老師講解（飛彈）。

5.段落四——「她，熱情友善，貼心周到」：拍攝軍隊招募人員到高中校園實施招募；青年學生學員報到；學員教導青年學生學員整理內務；青年學生學員走成人門、在成人橫幅簽名、向父母行敬禮；學員和青年學生學員談天；青年學生學員受傷醫護人員醫療照顧。等鏡頭。綜合服務樓場景；拍攝販賣部、餐廳伙食、學員用餐；拍攝圖書館外觀；「藍色貝雷」小組等幫助兒童助學活動、學員與帶有紅色領巾的兒童手牽手等。

6.段落五——「她，才華橫溢，文武雙全」：拍攝學員參與舞蹈、音樂劇、打鼓等各項表演活動；運動會；學員於模擬射擊場射擊；拍攝體育館，學員健身、籃球競賽。本處出現標語有「學好優良傳統，當好紅色傳人」、「聚焦強軍目標，鍛造紅色傳人」。

2015年國際未來飛行器設計大賽冠軍照；2016年精武杯軍事競技對抗賽第一名合照；2017年全國高校模擬新聞發言人大賽一等獎等合照；輔以文字說明「學

科競賽獲獎等級數量居全軍院校前列，多次斬獲國際級比賽桂冠」。

拍攝學員進行負重跑步、通過鐵絲網、爬高牆、扛圓木、射擊等項目對抗賽；輔以文字說明「軍事競技對抗賽」。多兵種、多專業跨校區聯合防空作戰保障和作戰行動，如武器裝掛；輔以文字說明「畢業學員綜合演練」。

7.段落六—「她，桃李天下，遐邇聞名」：學員畢業典禮暨學位授與；在教學樓前畢業學員合照，建築上有「堅決聽從黨的指揮」字樣；拋學士帽；學員在校園行進；升旗隊升旗；本處標語有「聽黨指揮、能打勝仗、作風優良」、「絕對忠誠、絕對純潔、絕對可靠」。拍攝校園建築，上方標語「學好優良傳統，當好紅色傳人」；學員看著鑄魂廣場火炬像上的先烈名冊；特寫將軍譜；動畫「創建一流大學，培育紅色傳人」字樣和照片牆；新聞主播影像，標題為「空軍工程大學：創新學員德育新模式」。

8.結語：黑底白字問「她是誰」，火焰動畫呈現「她就是」，接著跳出校徽及「中國人民解放軍空軍工程大學」文字動畫；其餘字體「她在千年古都西安等你……把我們的激情、熱血、拼搏、青春、夢想、邀你……」，最後在「加入藍色鷹陣，捍衛祖國空天」字體上方加入空軍胸徽。

National Defense University

## 二、〈空軍工程大學〉系譜軸分析

〈空軍工程大學〉的系譜軸分析依廣告內容的八部分來檢視：

### (一) 引言

本段以「她」來代表學校，指出「她」是全國重點大學，是空軍專業技術最高學府，亦是空軍軍官成長的搖籃；但並無指出她確切的名稱，刻意保持她的神秘感。

(二) 段落一——「她，恢弘大器，端莊秀美」

本段分為兩部分，一為全軍生態營區，二為全軍綠化模範單位。主要拍攝校園景觀與建築，意涵學校擁有廣闊、優美的學習環境。

(三) 段落二——「她，嚴肅緊張，堅強剛毅」

本段可以歸類為三部分。第一部分藉由拍攝學員行進、置帽動作整齊劃一；學員為新生調整儀態；學員整理內務、整肅儀容等鏡頭，展現學員的生活規律、嚴謹與自律性。第二部分藉由拍攝教官、老師課堂教學，學生實作、聽課等鏡頭，來展現師資優良，設備齊全。第三部分藉由拍攝學員體能訓練與各項障礙訓練，意涵學員要經過層層關卡，磨練、鍛煉堅強體魄。本段最後學員整肅儀容、接受檢閱、參加抗戰勝利70週年大閱兵合唱團，透露出學員的生活是經得起外界的檢視。

(四) 段落三——「她，開放包容，高端前沿」

拍攝與外軍、其他軍種的學術交流，展現開放、多元的學術環境；另外，拍攝多項專業證書，如國防科技重點實驗室航空等離子體動力學、空軍院校高新技術研究中心電子對抗證書等等；拍攝教官講解、專業教室及其設備；皆為展現學科的專業性、科技性與現代性。

(五) 段落四——「她，熱情友善，貼心周到」

本段拍攝青年學生學員在培訓過程中，皆能獲得良好的照顧；拍攝販賣部、餐廳伙食、學員用餐；也意涵軍校生活是便利性、豐富性。另外，拍攝「藍色貝雷」小組等幫助兒童助學活動、學員與兒童手牽手等鏡頭，亦傳達愛心與友善。

## (六) 段落五—「她，才華橫溢，文武雙全」

拍攝學校舉辦的各項表演、競賽與活動，並指出學員「學科競賽」表現優異，以及參與「軍事競技對抗賽」與「畢業學員綜合演練」；除展現學員的青春、熱血與活潑的精神外，亦傳達學員各個文武兼俱、多才多藝。

## (七) 段落六—「她，桃李天下，遐邇聞名」

本段拍攝學員畢業典禮暨學位授與儀式；其後遠景拍攝一位學員來到鑄魂廣場，廣場後的建築標語「學好優良傳統，當好紅色傳人」，學員看著鑄魂廣場火炬像上的先烈名冊，鏡頭特寫「將軍譜」；接著跑出許多前人照片的動畫牆，又再次出現「創建一流大學，培育紅色傳人」的字樣；上述鏡頭很明顯的呈現出新火相傳的精神。

## (八) 結語

最後，謎底揭曉。「她」就是「中國人民解放軍空軍工程大學」。本則廣告系譜軸二元對立意義整理如表4-2-8。

表 4-2-8 〈空軍工程大學〉系譜軸二元對立分析整理

廣告結構	二元對立
1.引言	隱藏 vs. 揭露
2.段落一—「她，恢弘大器，端莊秀美」	廣闊 vs. 狹小 優美 vs. 醜陋
3.段落二—「她，嚴肅緊張，堅強剛毅」	嚴謹 vs. 放肆 齊全 vs. 簡陋 磨練 vs. 沒有磨練
4.段落三—「她，開放包容，高端前沿」	開放 vs. 封閉 專業 vs. 一般
5.段落四—「她，熱情友善，貼心周到」	友善 vs. 敵意 便利 vs. 不便

	豐富 vs. 缺乏
6.段落五—「她，才華橫溢，文武雙全」	青春活潑 vs. 老舊死陳 文武雙全 vs. 頭腦簡單、四肢發達
7.段落六—「她，桃李天下，遐邇聞名」	傳承 vs. 中斷
8.結語	揭示 vs. 隱藏

資料來源：研究者自行歸納

### 三、〈空軍工程大學〉軍隊形象與意識型態分析

#### (一) 軍隊形象分析：文武兼俱、開放包容、親民愛民、堅毅挺拔

從學員的行為表現來看，皆呈現出文武兼俱之形象。文的方面，以學員上課、操作儀器、學科競賽獲獎等鏡頭呈現教學成果豐碩，拍攝老師授課、講解武器裝備與實驗室設備等強化專業技術深度；武的方面，則以體能訓練、軍事訓練、實戰演練、體育競賽、軍事競技對抗賽等鏡頭呈現。與國內其他軍種、國外軍事交流亦展現開放包容的形象。片中亦有多個與民眾接觸的鏡頭，如校園宣傳接觸學生、新生成人儀式家長探望、幫助孩童活動等，展現親民愛民的形象。

從學員外在特徵來看，軍校學員皆著軍服，配件整齊，精神飽滿，訓練不畏艱苦，展現堅毅挺拔的姿態。

#### (二) 意識型態分析

空軍工程大學（簡稱空工大）校園環境優美為全國「綠化模範單位」和全軍「生態營區」。校園中幾乎隨處可見標語，大多是在建築、布條與看板上呈現，整理如表4-2-9。

表 4-2-9 〈空軍工程大學〉廣告中所見標語統計表

項目	標語	次數
1	創建一流大學，培育紅色傳人	6

2	學好優良傳統，當好紅色傳人	6
3	聚焦強軍目標，鍛造紅色傳人	1
4	有靈魂、有本事、有血性、有品德	3
5	鑄牢忠誠品格、聚力強軍興軍	1
6	聚焦強軍強校目標，鍛造防空反導鐵拳	1
7	為強軍而教，為打贏而學	1
8	堅決聽從黨的指導	1
9	聽黨指揮、能打勝仗、作風優良	2
10	絕對忠誠、絕對純潔、絕對可靠	1
合計 23		

資料來源：研究者自行歸納

由上表可見，所有的標語皆圍繞在強軍目標的核心內涵上，23個標語中有13個「紅色傳人」，顯見該校對於人才培育的重視。一名學員凝視鑄魂廣場火炬像上的將軍譜，也象徵承先啟後、繼往開來的意涵。

空工大是中央軍委、空軍黨委領導下的高等軍隊院校，是集工、文、管、理、法、軍等學科於一體的綜合性全國重點大學，受空軍和教育部雙重領導，正軍級編制。<sup>24</sup>1999年7月由原空軍工程學院、空軍導彈學院、空軍電訊工程學院合併組建而成。據2017年12月資料顯示，下設6個學院，設有28個本科專業。擁有2個國家重點學科，5個軍隊重點學科，1個國家重點實驗室，3個國家級實驗教學示範中心，16個軍隊（省）級重點實驗室和實驗教學示範中心。<sup>25</sup>以拍攝老師對學員解說武器裝備、實驗室設備、相關證書等來展現學科的專業性。除了培養共軍空軍七成的地面軍官，如航空兵、地面防空兵、通信兵等主要兵種的技術軍官和指揮軍官，另外還有20多個國家留學生的培訓任務。

<sup>24</sup> 〈中國人民解放軍空軍工程大學〉，《百度百科》。<https://baike.baidu.com/item/中國人民解放軍空軍工程大學/5949573?fromtitle=空軍工程大學&fromid=1872913>（瀏覽日期：2018年4月14日）

<sup>25</sup> 〈2017軍校巡禮第九站：空軍工程大學（附報考指南）〉，《中華人民共和國國防部》，2017年6月18日。[http://www.mod.gov.cn/big5/services/2017-06/08/content\\_4782380.htm](http://www.mod.gov.cn/big5/services/2017-06/08/content_4782380.htm)（瀏覽日期：2018年4月14日）

「紅色使命—2016」畢業學員綜合演練，以聯合防空反導、混編集群作戰為主要戰術背景，採用教學實裝和仿真裝備，演練地空飛彈兵戰鬥行動的組織與實施，計有81名本科生畢業學員、169名國防生學員參演。開設地面指揮所和機動指揮所，組建三個實裝營和五個仿真營，指揮、戰勤全部由畢業學員擔任。藉由操作裝備、擔任作戰人員，訓練地空飛彈兵體系作戰技能。<sup>26</sup>

綜上所述，片頭處並未告知觀眾這是哪所大學，而是刻意保持神秘感，為要激發觀眾的好奇心進而瞭解學校。廣告主軸在於強調學院擁有突出的教研環境、設備與成果，學校的目標即是培養「聽黨指揮、能打勝仗、作風優良」內涵的革命軍人，作為黨在新形勢下強軍目標的繼承人，朝中國特色強軍之路前進。



---

<sup>26</sup> 〈空工大防空反導學院著力打造地空導彈兵優秀指揮官〉，《中國軍網》，2016年7月12日。  
[http://www.81.cn/big5/kj/2016-07/12/content\\_7151187.htm](http://www.81.cn/big5/kj/2016-07/12/content_7151187.htm)（瀏覽日期：2018年3月31日）



### 第三節 研究發現與綜合討論

本節為研究發現與綜合討論部份，將針對前兩節的符號學分析結果，進一步作軍隊形象和意識型態的整理與比較，並進行徵募廣告的異同處分析，以及結合文獻部份進行綜合討論。

#### 壹、研究發現

##### 一、徵募廣告呈現軍隊形象整理與比較

##### (一) 徵募廣告所呈現的軍隊形象

###### 1. 徵兵類

〈中國力量〉採用軍旅題材動漫〈聰明的順溜〉插曲〈新時期的力量〉為背景歌曲，其說唱的形式貼近青年的喜好，將原是生硬的徵兵宣傳包裝了熱血青春、流行時尚的外表。片中新兵蛻變成為一名軍人歷經各樣磨練；特種部隊熟練的戰技、隊員間彼此的默契等精實的表現，代表全軍官兵都是訓練有素的。展示共軍全軍與武警部隊等人員和武器裝備，配合音樂節點採用快切的剪輯技巧，在短時間內展示各軍兵種現役、先進的主戰裝備，並搭配部份火炮射擊、飛彈發射及炸爆鏡頭，展現火力強大、精銳之師的一面。

〈我參軍·我光榮〉除新兵入伍的鏡頭外，其餘為部隊訓練與接受檢閱的鏡頭，特別是在檢閱時方隊動作整齊劃一，暗示著部隊經過嚴格的訓練。抱著小女孩的軍人，與媽媽牽著的小男孩抬頭望向戰士；這兩個鏡頭中畫面裡的所有人皆是面帶微笑，給人一種安心的感覺，展現軍人愛護孩童與守護人民的形象。

〈參軍報國·準備出發〉將劉員形塑為訓練有素、兇猛慍悍的特種兵；各類的訓練鏡頭、電視牆組成的萬里長城，與在崗位上執行任務的戰士，皆展現官兵

戮力戰訓本務、訓練有素的形象。片中女性戰士與渴望入伍的女學生，亦展現巾幗不讓鬚眉的形象。片中強調劉金沂與其他成員皆為地方大學入伍，冀望透過廣告徵集能夠擔負強軍重任的青年「知識青年」。

## 2. 招生類

〈海軍潛艇學院〉中學員展現文武兼俱之形象。片中與國外學者交流的比重較其他軍校招生廣告稍多，展現國際軍種開放包容的形象。從外在特徵來看，學員、學兵皆著軍服，配件整齊，精神飽滿，訓練不畏艱苦，展現堅毅挺拔的姿態。

〈陸軍裝甲兵學院〉學科專業與軍事技能並重，並且就整體廣告而言兩者所佔的比重大，充分展現文武兼俱的形象。學員與國外學員交流亦展現開放包容的形象。藉由拍攝實驗室外觀、學員儀器操作、自動化儀器運作、機器人活動等等鏡頭，來呈現現代化與科技感。從外在特徵來看，軍校學員皆著軍服，配件整齊，精神飽滿，訓練不畏艱苦，展現堅毅挺拔的姿態。

〈武警特警學院〉展現文武兼俱的形象，但因「校隊合一」的編制關係，較著重在軍事技能的呈現，片中有大量獵鷹突擊隊的訓練鏡頭，展現訓練有素的一面。學員與國外學員間的交流、部隊參與國際軍事競賽，皆展現開放包容的形象。課餘生活多采多姿，有如民間大學但又不失嚴謹，其中又包括軍地交流等活動。不論是突擊隊員亦是學員皆不畏艱苦，展現堅毅挺拔的姿態。

〈空軍工程大學〉學科專業與軍事技能並重，展現文武兼俱的形象。與國內其他軍種、國外軍事交流亦展現開放包容的形象。與民眾接觸的鏡頭，如校園宣傳接觸學生、新生成人儀式家長探望、幫助孩童活動等，展現親民愛民的形象。從外在特徵來看，軍校學員皆著軍服，配件整齊，精神飽滿，訓練不畏艱苦，展現堅毅挺拔的姿態。

根據以上兩節廣告分析結果，針對共軍徵兵類、招生類所呈現的軍隊形象，研究者整理如表4-3-1：

表 4-3-1 徵募廣告呈現的軍隊形象

徵兵類		招生類	
中國力量	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 熱血流行</li> <li>● 訓練有素</li> <li>● 精銳之師</li> </ul>	海軍潛艇學院	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 文武兼俱</li> <li>● 開放包容</li> <li>● 堅毅挺拔</li> <li>● 國際化</li> </ul>
我參軍 我光榮	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 訓練有素</li> <li>● 親民愛民</li> </ul>	陸軍裝甲兵學院	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 文武兼俱</li> <li>● 開放包容</li> <li>● 堅毅挺拔</li> <li>● 現代化</li> </ul>
參軍報國 準備出發	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 訓練有素</li> <li>● 巾幗英雄</li> <li>● 知識青年</li> </ul>	武警特警學院	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 文武兼俱（重軍事）</li> <li>● 訓練有素</li> <li>● 開放包容</li> <li>● 堅毅挺拔</li> </ul>
		空軍工程大學	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 文武兼俱</li> <li>● 開放包容</li> <li>● 親民愛民</li> <li>● 堅毅挺拔</li> </ul>

資料來源：研究者自行歸納

National Defense University

## （二）徵募廣告軍隊形象比較

研究發現，徵兵類的廣告通常具備特種部隊、各軍種武器裝備等元素，拍攝部隊訓練、執行任務的鏡頭，來呈現部隊官兵堅守崗位、訓練有素的形象。此外，不同的廣告亦呈現不同的面貌。〈中國力量〉展現熱血流行、精銳之師的形象。〈我參軍·我光榮〉展現親民愛民的形象。〈參軍報國·準備出發〉出現巾幗英雄、知識青年的形象。

而招生類的廣告通常是以介紹學校為出發點，拍攝學科專業與軍事專業等鏡

頭，因此招生類的廣告皆呈現文武兼俱的形象，唯會因為各學校強調的重點不同，會有些許的差異，如〈武警特警學院〉雖具有文武兼俱的形象，但著重軍事技能的呈現。招生類廣告亦共同呈現開放包容與堅毅挺拔的形象。此外，〈武警特警學院〉中獵鷹突擊隊展現出訓練有素的形象。〈空軍工程大學〉在軍地交流中展現新民愛民的形象。

## 二、徵募廣告之意識型態整理與比較

### (一) 徵募廣告內的意識型態

#### 1. 徵兵類

〈中國力量〉廣告中呈現青年參軍入伍是一件光榮的事，在成為一個真正的軍人以前，必須經過種種的訓練、磨練，隱含個人成長與蛻變的意義。各類衝鋒、武力展示、飛彈豎立、發射等鏡頭，隱含前進、進步、抬頭挺胸、強國崛起的意義，激發民族自信心，進而激勵適齡青年從軍報國。將個人理想抱負融入強軍夢的實踐上，呼籲青年「接過鮮紅的旗幟」，成為新時期的「中國力量」。

表 4-3-2 〈中國力量〉意義結構表

明示義▶	隱含義▶	意識型態
• 青年參軍入伍	• 光榮、成長、蛻變	• 實踐強軍夢
• 向前衝鋒、飛彈豎立、武力展示	• 前進、進步、抬頭挺胸、強國崛起	

資料來源：研究者自行歸納

〈我參軍·我光榮〉廣告中呈現新兵參軍入伍具有個人追求成長、磨練心智的意義，結合人員衝鋒、船艦乘風破浪、戰機飛行、飛彈檢閱、閱兵等隱含前進、進步符碼的鏡頭，將個人理想與軍隊建設作為扣連，呼籲青年積極投身強軍興軍偉業，繼承與延續歷史與人民賦予的重任。

表 4-3-3 〈我參軍·我光榮〉意義結構表

明示義▶	隱含義▶	意識型態
• 新兵參軍入伍、「從這裡走向戰場」通信鐵塔。	• 磨練、成長、扛責	• 實踐強軍夢
• 人員衝鋒、船艦乘風破浪、戰機飛行、人員機動、飛彈檢閱、閱兵等鏡頭。	• 前進、進步	

資料來源：研究者自行歸納

〈參軍報國·準備出發〉廣告中劉金沂和其隊友被塑造為訓練有素、堅守崗位的英雄人物，他們參軍入伍的人生被當作是成功的範本。校園宣傳中的女學生代表的就是廣大的適齡青年，前途茫然。藉由他們成功的案例，給予適齡青年一個清楚的指引，將個人理想抱負與實現強軍夢緊密的連結起來，鼓勵青年「一起出發」到軍營，實現青春夢想，活出精彩人生。

表 4-3-4 〈參軍報國·準備出發〉意義結構表

明示義▶	隱含義▶	意識型態
• 劉金沂（特種兵）、其他隊友	• 訓練有素、堅守崗位、成功人生	• 實踐強軍夢
• 校園宣傳中的女學生	• 渴望圓夢、渴望成功的適齡青年	
• 閱兵車隊前進、潛艇航行、直升機飛行、航天員走向發射架	• 前進、進步、未來	

資料來源：研究者自行歸納

## 2. 招生類

〈武警特警學院〉廣告中呈現院校學科教育與軍事訓練是為培育強軍人才。綜合訓練將部隊帶往深山叢林負重行軍，實行野戰反恐訓練，此乃強化訓練實戰化的要求，為要使在校所學能接近部隊訓練狀況，符合強軍目標中「能打勝仗」

的內涵。獵鷹突擊隊在廣告中則被賦予了訓練有素、精實等意義的符號，在多次的國際競賽中取得佳績，也隱含為國爭光的意義。因此，「首次」招收地方高中生為號召，是為激勵有意成為特戰精英的青年，將個人夢想與強軍報國的意識作為扣連，呼籲青年機遇不容錯失。

表 4-3-5 〈武警特警學院〉意義結構表

明示義▶	隱含義▶	意識型態
• 獵鷹突擊隊	• 訓練有素、為國爭光	• 實現黨的強軍目標 (強軍報國)
• 學科與軍事訓練	• 強軍人才養成	
• 綜合演練(魔鬼週)	• 實戰化訓練	
• 首次向地方招收高中生	• 廣納人才	

資料來源：研究者自行歸納

〈空軍工程大學〉廣告中突出呈現學院的教研環境、設備與教學成果，同時兼顧軍事上的訓練，以及畢業學員的「聯合防空」綜合演練。片中多次出現有關「紅色傳人」的標語符號，隱含傳承、承先啟後的意味，在在顯示學校的目標是培育黨在新形勢下強軍目標的繼承人。

表 4-3-6 〈空軍工程大學〉意義結構表

明示義▶	隱含義▶	意識型態
• 標語「紅色傳人」、將軍譜	• 傳承、承先啟後	• 實現黨的強軍目標 (強軍報國)
• 學科與軍事訓練	• 強軍人才養成	
• 畢業綜合演練	• 實戰化訓練	

資料來源：研究者自行歸納

〈海軍潛艇學院〉廣告中以動畫鯨魚來影射潛艇的外觀、性能；地圖說明、題詞內容隱含了守護領土、擺脫被列強欺侮的困境的意義，將三者結合起來看便能揭示出海軍與潛艇發展對於共軍的重要性。另外，該片結構較為鬆散，學科專長與軍事訓練段落的比重相對較少，課餘活動的比重相對較大，整體給人較為輕鬆、不拘謹的氛圍。片尾處以學員、學兵齊呼「聽黨指揮、能打勝仗、作風優

良」口號的方式，來聚焦「強軍目標」主題，學院的任務就是培養強軍人才，鼓勵青年這是一個伸展理想抱負的舞台，歡迎加入海軍潛艇學院，從軍報國，追夢海疆。

表 4-3-7 〈海軍潛艇學院〉意義結構表

明示義▶	隱含義▶	意識型態
• 鯨魚	• 潛艇外觀、性能	• 實現黨的強軍目標 (強軍報國)
• 地圖、題詞「為了反對帝國主義的侵略，我們一定要建立強大的海軍」。	• 守護領土、海域、擺脫被欺侮的困境。	
• 學科與軍事訓練	• 強軍人才養成	
• 講台	• 舞台、夢想	

資料來源：研究者自行歸納

〈陸軍裝甲兵學院〉廣告中藉由「功臣號」戰車、徐光達、三地校區、校園雕像等符號，來突顯裝甲兵種和學院的歷史性與傳統性；並以習近平的訓詞與裝甲兵的現代化裝備，來展現裝甲兵種和學院與時俱進的發展。學科與軍事訓練和畢業綜合演練段落，也與其他招生類廣告相同，皆是為著黨的強軍目標。學員向中共國旗行敬禮與胸前的勳章，隱含愛國與為國奉獻的意義，呼籲青年從軍報國，將個人理想抱負與愛國強軍作為連結，必將前途無量。

表 4-3-8 〈陸軍裝甲兵學院〉意義結構表

明示義▶	隱含義▶	意識型態
• 「功臣號」、徐光達與學院的組建、校園雕像	• 歷史悠久、傳統	• 實現黨的強軍目標 (強軍報國)
• 習近平：「要努力建設一支強大的現代化新型陸軍」；現代化裝備	• 與時俱進、傳承、現代、先進	
• 學科與軍事訓練	• 強軍人才養成	
• 畢業綜合演練	• 實戰化訓練	
• 向中共國旗行敬禮、勳	• 愛國、為國奉獻	

章		
---	--	--

資料來源：研究者自行歸納

## (二) 徵募廣告意識型態比較

研究發現，徵兵類廣告之意識型態為實踐強軍夢。在此類廣告中符號表意的第一層次具有，參軍入伍的青年、學生、特戰隊員、軍種武器裝備等等符號。而這些符號是具動態性的，我們可以從人物的神情、特戰隊員的熟練動作、車隊前進、軍艦航行、直升機飛行、飛彈豎立、飛彈發射等等動態過程，解讀出符號的第二層意義。在符號表意的第二層次中，參軍入伍的青年隱含光榮、成長、蛻變的意義；校園宣傳中的女學生被隱喻為渴望圓夢、渴望成功的適齡青年。透過轉喻技巧，全軍官兵被影射為有如特戰隊員一般精實、神勇，甚至能解讀為「加入我們，你（妳）也可以」的意涵在。同樣技巧也用在各軍種武器展示中，藉由武器裝備的前進、起飛、升起等動態動作，影射國家、軍隊建設的發展與進步。將所有第二層意義融合延伸，符號表意的第三層所呈現的是將個人理想抱負與實現強軍夢緊密的連結，共同實踐強軍夢。

而招生類廣告之意識型態為實現黨的強軍目標——建設一支聽黨指揮、能打勝仗、作風優良的人民軍隊。必須一提的是，軍校廣告都在於突顯學校的特色，因此廣告會以獨特的符號來扣連底層的意識型態。而本處要討論的是招生類廣告共同具備的符號。在此類廣告中符號表意的第一層次具有，課堂、教學設備、師資陣容、證書、實驗室、儀器、體能訓練、軍事訓練、軍事交流、綜合演練等等符號。在符號表意的第二層次中，上述符號則被賦予了培育強軍人才的意義，其中畢業綜合演練項目，是為要提高「能打勝仗」的能力，將部隊訓練層次提高到



接近真實戰爭狀況，將院校教育層次提高到接近部隊訓練狀況。<sup>27</sup>將所有第二層意義融合延伸，符號表意的第三層所呈現的意識型態是實踐黨在新形勢下的強軍目標。

表 4-3-9 徵募廣告意義三層次比較表

表意	徵兵類	招生類
第一層	<ul style="list-style-type: none"> <li>參軍入伍的青年、學生、特戰隊員、軍種武器裝備。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>課堂、設備、師資、證書、實驗室、儀器、體能訓練、軍事訓練、軍事交流、綜合演練。</li> </ul>
第二層	<ul style="list-style-type: none"> <li>光榮、成長、蛻變、發展與進步……。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>上述符號被賦予培育強軍人才的意義。</li> </ul>
第三層	<ul style="list-style-type: none"> <li>將個人理想抱負與實現強軍夢緊密的連結，共同實踐強軍夢。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>實踐黨在新形勢下的強軍目標。</li> </ul>

資料來源：研究者自行歸納

## 貳、綜合討論

### 一、徵募廣告的相異性

徵兵類廣告的目的即是協助共軍徵兵任務的達成，即徵召高素質的適齡青年到部隊服兩年的志願兵。可以說，這些人或許懷抱理想抱負，或許是被優惠政策所吸引，然而他們不見得有意願、或是夠資格在將來成為士官或是轉任軍官，但徵集他們入伍確實能夠改變部隊素質結構。

為要吸引適齡青年的目光，可以發現徵兵類的廣告呈現的方式較為活潑、多元，如〈中國力量〉就被製作成MV的形式，〈參軍報國·準備出發〉以知名人物來作為徵兵代言人。雖然如此它們仍有共同的特點，在廣告中通常藉由特種部隊、官兵操作各軍種武器裝備等訓練鏡頭，來呈現部隊官兵堅守崗位、訓練有素

<sup>27</sup> 〈軍委頒發「關於提高軍事訓練實戰化水平的意見」〉，《中國軍網》，2014年3月20日。  
[http://www.81.cn/jwzb/2014-03/20/content\\_5820722.htm](http://www.81.cn/jwzb/2014-03/20/content_5820722.htm) (瀏覽日期：2018年4月19日)

的形象。

文獻提及，廣告對主體的控制，是基於優勢意識型態憑著人為表徵的符號，塑造與傳達觀眾能認同之「形象」，在形象不斷的複製中，使其成為一種合理化的知識，進而操縱主體的行為、價值、慾望，以及對自我的認知。因此，當觀眾在認同「強軍」形象的同時，也在接受「實踐強軍夢」的價值，進而願意加入軍隊的行列。

招生類廣告的目的是為軍校招生，通常是以介紹學校為出發點。其目標對象為17至20歲的普通高中應屆、往屆畢業生，學校的目的是將他們培養為未來的軍官幹部。可以說，這類人對於未來的方向已相當明確，為的是升學與未來就業。

招生類的廣告與徵兵類的廣告相比之下，其呈現的方式較為制式、死板，若不談學校特色，其呈現內容大同小異，皆為學校簡介、學科專業、軍事技能、軍事交流、課餘生活等。另外，在呈現校園生活的同時，鏡頭經常會帶到帶有標語的場景，藉由這些標語我們可以發現學校的精神指標為何，另一面這些標語亦是在輔助我們瞭解廣告深層的意識型態。廣告中的標語幾乎都是圍繞在「強軍目標」的主題上，揭示了院校的目標在於培育具有強軍內涵之人才。

National Defense University

綜合論之，兩者廣告背後深層的意識型態最終都是指向「強軍夢」，但兩者的意識型態差異在於徵兵類廣告之「強軍夢」是較為模糊的概念，而招生類廣告之「強軍目標」是「強軍夢」的具體化，其概念較為明確，即是培養建設一支聽黨指揮、能打勝仗、作風優良的人民軍隊。



圖 4-3-1 共軍徵募廣告意識型態示意圖

資料來源：作者自行繪製

## 二、徵募廣告的相同性——黨、政、軍之扣連

無論是徵兵類，亦是招生類的廣告都離不開與黨政軍的扣連。與黨派扣連的符號有場景標語、呼口號、中共黨旗等符號。場景標語較多出現在招生類的廣告中，如〈空軍工程大學〉出現最多與強軍目標有關場景標語，〈海軍潛艇學院〉沒有出現場景標語，而是以呼口號的方式來做為與黨的扣連。〈我參軍·我光榮〉與〈參軍報國·準備出發〉則分別出現官兵向中共黨旗宣誓與朱日和閱兵中中共黨旗位於護旗方隊的最前方位，上述皆為強化以黨領軍的概念。

與國家扣連的符號有中共國旗、歌詞、字幕、場景標語等符號。中共國旗幾乎出現在每一則廣告當中，特別在招生類的廣告中皆出現了升旗儀式或向中共國旗行敬禮的鏡頭，來表達忠於國家的意義。以場景標語的形式出現如〈中國力量〉中出現某部隊軍姿訓練，空地後方標語「為國旗增輝」；〈武警特警學院〉學院升旗儀式，後方建築的電子顯示牆有「護衛國旗重於生命，護我國旗壯我國威」等字樣。以歌詞、字幕的形式出現如〈中國力量〉中歌詞「為我中華盛強，請戰保國捍疆」，〈陸軍裝甲兵學院〉字幕「到祖國最需要的地方建功立業」等

等，上述都具有為國奉獻的概念。

與全軍扣連的符號有八一軍旗、八一標誌。此類符號用以代表全軍部隊，最常出現在徵兵類的廣告中，招生類的廣告則較為少見或是不明顯。另外，習近平具備黨總書記、國家主席、軍委主席「三位一體」的身份，亦是將黨政軍扣連在一起的重要符號，如〈武警特警學院〉中習近平視察該學院並為「獵鷹突擊隊」授旗、〈陸軍裝甲兵學院〉中回憶錄裡習近平檢閱部隊的照片和訓詞內容。

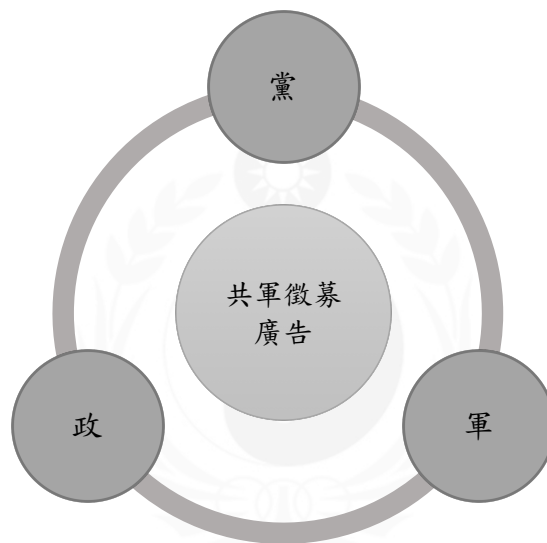


圖 4-3-2 共軍徵募廣告符號扣連示意圖

資料來源：作者自行繪製

## 第五章 結論

經上章分析之後，本章將研究結果、研究限制與研究建議，分別述明如下。

### 第一節 研究結果

#### 壹、共軍徵募廣告中所呈現的軍隊形象

徵兵類三則廣告〈中國力量〉、〈我參軍·我光榮〉、〈參軍報國·準備出發〉中所呈現的軍隊形象包含熱血流行、訓練有素、精銳之師、親民愛民、巾幗英雄、知識青年等形象。

招生類四則廣告〈武警特警學院〉、〈空軍工程大學〉、〈海軍潛艇學院〉及〈陸軍裝甲兵學院〉所呈現的軍隊形象包含文武兼俱、訓練有素、開放包容、堅毅挺拔、親民愛民、國際化、現代化等形象。

#### 貳、共軍徵募廣告所隱含的意識型態

徵兵類廣告之意識型態為實踐強軍夢。廣告中符號表意的第一層次具有，參軍入伍的青年、學生、特戰隊員、軍種武器裝備等等符號。藉由人物的神情、特戰隊員的熟練動作、車隊前進、軍艦航行、直升機飛行、飛彈豎立、飛彈發射等等動態過程，解讀出符號的第二層意義。在符號表意的第二層次中，參軍入伍的青年隱含光榮、成長、蛻變的意義；校園宣傳中的女學生被隱喻為渴望圓夢、渴望成功的適齡青年。透過符號轉喻技巧，全軍官兵被影射為有如特戰隊員一般精實、神勇；操作武器裝備的前進、起飛、升起等動態動作，影射國家、軍隊建設的發展與進步。將第二層意義融合延伸，符號表意的第三層所呈現的是將個人理

想抱負與實現強軍夢緊密的連結，共同實踐強軍夢。

招生類廣告之意識型態為實現黨的強軍目標——建設一支聽黨指揮、能打勝仗、作風優良的人民軍隊。廣告中符號表意的第一層次具有，課堂、教學設備、師資陣容、證書、實驗室、儀器、體能訓練、軍事訓練、軍事交流、綜合演練等等符號。在符號表意的第二層次中，上述符號則被賦予了培育強軍人才的意義，其中畢業綜合演練項目，是為要提高「能打勝仗」的能力，將部隊訓練層次提高到接近真實戰爭狀況，將院校教育層次提高到接近部隊訓練狀況。將所有第二層意義融合延伸，符號表意的第三層所呈現的意識型態是實踐黨在新形勢下的強軍目標。

## 參、共軍徵募廣告之異同性

### 一、徵募廣告的相異性

徵兵類廣告的目的，即是協助共軍徵兵任務的達成，徵召高素質的適齡青年到部隊服兩年的志願兵。為了吸引適齡青年的目光，可以發現徵兵類的廣告呈現的方式較為活潑、多元，如〈中國力量〉就被製作成MV的形式，〈參軍報國·準備出發〉以知名人物來作為徵兵代言人。

廣告對主體的控制，是基於優勢意識型態憑著人為表徵的符號，塑造與傳達觀眾能認同之「形象」，在形象不斷的複製中，使其成為一種合理化的知識，進而操縱主體的行為、價值、慾望，以及對自我的認知。因此，當觀眾在認同「強軍」形象的同時，也在接受「實踐強軍夢」的價值，進而願意加入軍隊的行列。

招生類廣告的目的，是為軍校招生，通常是以介紹學校為出發點。其目標對象為17至20歲的普通高中應屆、往屆畢業生，學校的目的是將他們培養為未來的軍官幹部。相較之下，招生類廣告其呈現的方式較為制式、死板，若不談學校特

色，其呈現內容大同小異，皆為學校簡介、學科專業、軍事技能、軍事交流、課餘生活等。另外，在呈現校園生活的同時，鏡頭經常會帶到帶有標語的場景，藉由這些標語我們可以發現學校的精神指標為何，另一面這些標語亦是在輔助我們瞭解廣告深層的意識型態。廣告中的標語幾乎都是圍繞在「強軍目標」的主題上，揭示了院校的目標在於培育具有強軍內涵之人才。

兩者廣告背後深層的意識型態，最終都是指向「強軍夢」，但兩者的意識型態差異在於徵兵類廣告之「強軍夢」是較為模糊的概念，而招生類廣告之「強軍目標」是「強軍夢」的具體化，其概念較為明確，即是培養建設一支聽黨指揮、能打勝仗、作風優良的人民軍隊。

## 二、徵募廣告的相同性——黨、政、軍之扣連

無論是徵兵類，亦是招生類的廣告都離不開與黨政軍的扣連。與黨派扣連的符號有，場景標語、呼口號、中共黨旗等符號；此類符號的出現，皆為強化以黨領軍的概念。

與國家扣連的符號有，中共國旗、歌詞、字幕、場景標語等符號。中共國旗幾乎出現在每一則廣告當中，以升旗儀式或向中共國旗行敬禮的鏡頭，來表達忠於國家、為國奉獻的意義。

與全軍扣連的符號有，八一軍旗、八一標誌。此類符號用以代表全軍部隊。另外，習近平具備黨總書記、國家主席、軍委主席「三位一體」的身份，亦是將黨政軍扣連在一起的重要符號。

## 第二節 研究限制與研究建議

### 壹、研究限制

#### 一、樣本取捨

樣本選取不易。由於2017年度共軍徵募廣告數量多，不同製作單位亦可能在不同網路平台發布，故將平台限定於《中國軍網》，該網由解放軍報社主辦，亦是中央軍委唯一批准的綜合性軍事新聞網站。因此，以此平台作為研究樣本搜集的管道較具代表性。

立意抽樣，不盡周全。由於搜集樣本多，但受限於時間因素，無法一一分析，故研究者採立意抽樣，進一步縮減樣本數量，以研究者主觀判斷，廣告是否符合研究目的，來進行樣本挑選。

#### 二、文本解讀

主觀性的詮釋大於客觀性的呈現。本研究以符號學分析法解構廣告文本，僅以研究者對中共的瞭解作為分析基礎，強調個人詮釋，無法換位以大陸民眾的角度解讀文本。

詮釋完整性不足。廣告時間長，鏡頭切換多，無法一一根據攝影技巧、鏡頭運鏡、影像構圖等進行全面分析。在文本解讀上，僅從影像、字幕、旁白、歌詞等元素著手，唯對配樂，無法以專業的角度分析之，因此在廣告解讀上無法全面。

#### 三、資料搜集的侷限

相關資料有限。中國大陸有關徵募廣告之研究稀少，亦無法獲得共軍往年徵



募成效，對《中國軍網》平台上廣告之點閱率也無從得知。我國雖有以符號學為研究方法的相關研究可供參考，但礙於國情不同，在分析上無法透徹。

## 貳、研究建議

### 一、樣本選取

研究主題更聚焦。建議往後相關的研究，可在共軍徵兵廣告與軍隊院校廣告之中擇其一作為分析主題，增加研究深度。

### 二、研究方法

結合其他分析法。若以僅文本分析為前提，未來可結合其他非介入性的研究方法，如內容分析法。內容分析法可客觀的、系統的及量化的呈現廣告文本的內在元素，若再輔以符號學分析，可避免研究者過於主觀性的解讀。

### 三、政策建議——結合潮流，與時俱進

近年來，我國以Youtuber為主、副業的創作者快速增多，其中不乏十至百萬訂閱的創作者。國軍相關單位亦在其上開設「國防部發言人」等頻道放置影片供民眾點閱，然而就研究者的觀察，國軍影片多是較為制式的，或是以自身角度呈現所要傳達的訊息，但這並非符合閱聽人之期待，特別是年輕族群。

文獻探討的部分曾提及，閱聽人具有主動性，不見得全盤接受傳播者的意圖，甚至抱持反對態度。廣告也必須是以閱聽人最熟悉、最容易接受的價值觀來建構符號的表徵結構，進一步潛移默化閱聽人的價值觀。研究者建議國軍與知名Youtuber合作拍攝影片，嘗試以不同視角展現軍隊形象。

如同〈參軍報國·準備出發〉其主角劉金沂曾參與拍攝的〈真正男子漢〉節

目一般，在不涉及軍事機密的前提下，與知名Youtuber（以擁有百萬訂閱為優先）合作拍攝影片，內容以類似「某Youtuber一日特種部隊體驗」，展現國軍精實的形象。這樣一來，一面創作者會以自拍的視角向觀眾呈現國軍形象，一面國軍又能以「特輯」的方式呈現在莒光園地。

莒光園地中的「單元劇」，向來是部隊官兵期待的節目，其客串來賓主要為演藝圈藝人、歌手、模特兒等。研究者建議若預算許可找人氣正在攀升的Youtuber（以十萬上下訂閱數為主）客串一角，一面創作者可藉由客串演出提升知名度，一面國軍亦能吸引該創作者粉絲的目光。



## 參考文獻

### 中文部分

#### 一、書籍

Arthur Asa Berger 著，黃新生譯，1994 年。《媒介分析方法》。臺北：遠流。

David Croteau, William Hoynes 著，湯允一、董素蘭、林富美、許瑩月譯，2008

年。《媒體／社會——產業，形象，與閱聽大眾》。臺北：學富文化。

Gillian Rose 著，王國強譯，2006 年。《視覺研究導論：影像的思考》。臺北：

群學。

Jane Stokes 著，趙偉奴譯，2008 年。《教您如何做文化暨媒介研究》。臺北：韋

伯。

Jean-Marc Moura 著，2001 年。載於孟華編《比較文學形象學》。北京：北京大

學出版社。

John Fiske 著，張錦華譯，1995 年。《傳播符號學理論》。臺北：遠流。

中共中央文獻研究室，2013 年。《習近平關於實現中華民族偉大復興的中國夢論

述摘編》。北京：中央文獻出版社。

中共中央文獻編輯委員會編，1993 年。《鄧小平文選（第三卷）》。北京：人民

出版社。

方鵬程、徐蕙萍、湯雲騰，2013 年。〈軍隊公共事務的新領域——邁向對話傳播

的耕耘〉，載於徐蕙萍主編《軍事新聞論壇第一集》。臺北：國防大學政治

作戰學院。

- 何川，1994年。《中共新聞制度剖析》。臺北：正中書局。
- 李亞明，2014年。《共黨理論與中國大陸研究》。臺北：黎明文化。
- 李亞明，2017年。《中共解放軍概論（修訂版）》。臺北：國防大學政治作戰學院。
- 汪彥良，2010年。《軍隊形象論》。北京：國防大學出版社。
- 林宇玲，2007年。〈解讀媒體中的性別意涵——以平面廣告為例〉，載於成露茜、羅曉南編《批判的媒體識讀》。臺北：正中書局。
- 林東泰，2008年。《大眾傳播理論（增訂三版）》。臺北：師大書苑。
- 林芳玫，1996年。《女性與媒體再現——女性主義與社會建構論的觀點》。臺北：巨流圖書。
- 星野克美等著，黃恆正譯，1991年。《符號社會的消費》。臺北：五南。
- 胡光夏，2001年。〈軍事發言人角色之研究——以國軍軍事發言人室為例〉，載於軍事社會科學研究專輯編輯部編《政治作戰學校建校五十週年軍事社會科學研究專輯》，頁75-94。臺北：政治作戰學校。
- 倪炎元，2005年。《再現的政治：台灣報紙媒體對「他者」建構的論述分析》。臺北：韋伯。
- 孫秀蕙、陳儀芬，2011年。《結構符號學與傳播文本：理論與研究實例》。臺北：正中書局。
- 徐惠萍，2013年。〈兩岸軍事發言人制度之比較——自新聞傳播體制的角度談起〉，載於徐蕙萍主編《軍事新聞論壇第一集》。臺北：國防大學政治作戰學院。
- 張五岳、謝銘元，2014年。〈中國大陸國情探析〉，載於張五岳編，《中國大陸研究》。新北：新文京開發。

- 張仕賢，2014年。〈中共意識型態〉，載於張五岳編，《中國大陸研究》。新北：新文京開發。
- 張錦華，1995年。《媒介文化、意識形態與女性——理論與實例》。臺北：正中書局。
- 張錦華，2010年。《傳播批判理論：從解構到主體》。臺北：黎明文化。
- 張錦華、柯永輝，1995年。《媒體的女人·女人的媒體（上）》。臺北：業強出版社。
- 梅益，1993年。《中國大百科全書》第2冊。臺北：錦繡文化。
- 陳陽，2015年。《大眾傳播學研究方法導論》。北京：中國人民大學出版社。
- 彭蘭，2012年。《網絡傳播概論》。北京：中國人民大學出版社。
- 楊佳凝，2013年。《認真學習十八屆三中全會精神全面深化改革學習讀本》。北京：當代中國出版社。
- 賈永，2011年。《觀點傳播理論研究與軍隊形象塑造》。北京：藍天出版社。
- 樓榕嬌、徐蕙萍、張梅雨、胡光夏、方鵬程、謝奇任、潘玲娟，2005年。《軍事傳播理論與實務》。臺北：五南。
- 蔡豐全，2013年。〈美軍公共事務工作之現況與借鏡——以洪仲丘案為例的觀點延伸〉，載於張梅雨編《軍事新聞論壇第一集》。臺北：國防大學政戰學院。
- 蕭湘文，2005年。《廣告傳播》。臺北：威仕曼文化。
- 顧玉珍、周月英，1995年。《媒體的女人·女人的媒體（下）》。臺北：業強出版社。

## 二、期刊

- 方鵬程，2006年。〈軍隊公共關係：美國與我國的比較研究〉，《復興崗學報》，第87卷，頁27-51。
- 牛保明、高峰，2017年。〈當前高校大學生應徵入伍現狀分析及對策研究〉，《經濟研究導刊》，第8期，頁69-70。
- 王丹宇、曾嘉，2016年。〈2015年武警徵兵宣傳片的符號學審視〉，《青年記者》，第21期，頁67-68。
- 王文方、邱啟展，2000年。〈透視美軍公共事務真相〉，《軍事社會科學學刊》，第六期，頁71-101。
- 王傳寶，2017年。〈軍方發言人〉《軍營文化天地》，第8期，第26頁。
- 白宗，2016年。〈中國共產黨黨旗的由來〉，《老同志之友》，第13期，頁50。
- 余琦、朱佳姝，2008年。〈我軍新聞發布制度的歷史進程〉《軍事記者》，第10期，頁7-8。
- 李承霖，2015年。〈徵兵宣傳片網絡傳播效果研究——以「軍營小蘋果」為例〉，《新聞研究導刊》，第13期，頁246-247。
- 李海龍，2010年。〈軍事網絡信息在高校學生中的傳播效果研究——以中國軍網為例〉，《青年記者》，第5期，頁24-25。
- 肖季文、朱鵬，2009年。〈新中國60年兵役制度的調整改革與發展趨勢〉，《軍事歷史》，第4期，頁6-10。
- 周雷，2016年。〈打造我軍形象的世界名片〉《對外傳播》，第8期，頁50-51。
- 周濤、高明峰，2015年。〈新形勢下我軍形象目標定位探析〉，《海軍工程大學學報》，第12卷第3期，頁52-54。

- 金志方，2015年。〈努力塑造預備役部隊良好的「軍隊樣子」〉，《國防》，第3期，頁16-18。
- 段崇政，2017年。〈一支軍隊的形象：中國軍服演變史〉，《齊魯周刊》，第31期，頁61-63。
- 孫建訥，2012年。〈我軍形象建設基本經驗初探〉，《南京政治學院學報》，第28卷，頁65-68。
- 徐慕宏，2017年。〈對新形勢下大學生徵兵工作的調查與思考〉，《國防》，第6期，頁77-79。
- 徐蕙萍，2005年。〈中共建立三級新聞發言人制度探析〉，《復興崗學報》，第84期，頁1-23。
- 袁雪婷，2014年。〈硬實力的軟傳播——淺析我國首部航母宣傳片「飛鯊」〉，《聲屏世界》，第10期，頁43-44。
- 許小青，2015年。〈「互聯網+」開啟徵兵宣傳新形式——以微博互動平台為例〉，《國防》，第5期，頁50-52。
- 許小青，2016年。〈移動新媒體徵兵宣傳創新路徑探〉，《軍事記者》，第10期，頁44-45。
- 郭城春，2016年。〈史上最燃的「戰鬥宣言」——揭秘中國軍網2016年徵兵宣傳片〉，《軍營文化天地》，第6期，頁30。
- 陳勝，2015年。〈新時期大學生徵兵制度的問題分析〉，《研究生法學》，第30卷第3期，頁72-81。
- 楊霖鑫，2017年。〈新媒體時代高校徵兵宣傳工作創新研究〉，《國防》，第2期，頁63-65。

賈啟龍，2017年。〈互聯網+時代徵兵宣傳的亮色與變化〉，《中國記者》，第1期，頁45-47。

劉永昶、林榮華，2015年。〈軍服與軍隊形象傳播〉，《南京政治學院學報》，第31卷第1期，頁110-114。

劉偉超，2015年。〈青年女性對軍人形象認知的質性研究〉，《中國人民解放軍南京政治學院學報》，第12期，頁48-51。

劉慶，2014年。〈中國軍事新聞發言人制度初探〉，《軍事記者》，第1期，頁19-21。

劉鎮江、陽艷，2017年。〈「當兵冷、徵兵難」現象的倫理思考——基於國防倫理建設的視角〉，《山西高等學校社會科學學報》，第29卷第3期，頁18-22。

錢立勇，2013年。〈美國輿論中的新中國軍隊形象流變與成因探析〉，《新聞與傳播研究》，第8期，頁38-52。

鞠先鶴，2013年。〈中國徵兵宣傳片構成要素特點解析〉，《軍事記者》，第9期，頁38-39。

龔天寧、丁衛衛，2010年。〈如何塑造新時代中國軍隊新形象〉，《青年記者》，第10B期，頁30-31。

### 三、報紙

鈞訓軒，2018年2月28日。〈著力健全三位一體新型軍事人才培養體系〉，《解放軍報》，版7。

### 四、會議論文



方鵬程，2007年。〈我軍軍隊公共關係精進之研究〉，《國防大學96年度國防事務學術研討會論文》。桃園：國防大學。

孫立方，2011年。〈由美軍公共事務軍官班訓練論國軍新聞人力之培育〉，載於方鵬程主編《軍事新聞學術研討會論文集彙編》。臺北：國防大學。

## 五、學位論文

牛莒光，2000年。《國軍招生廣告呈現國軍定位與國軍形象之研究——以平面廣告為例》。臺北：國防大學政治作戰學校新聞研究所碩士論文。

王雪嬌，2015年。《中國徵兵廣告傳播策略探析》。保定：河北大學文學碩士學位論文。

王韶憶，2010年。《PayEasy 電視廣告中再現之女性形象》。新北：國立臺灣藝術大學應用媒體藝術研究所碩士論文。

成奕萱，2012年。《搶險救災中我軍形象的網絡傳播研究》。長沙：國防科學技術大學碩士論文。

朱建榮，2015年。《中國人民解放軍的形象及其形象價值》。西安：陝西師範大學博士論文。

何妍嬉，2015年。《2014年台北市長競選影音廣告的戲劇五因分析——以「真●柯文哲」系列為例》。臺北：世新大學新聞研究所碩士論文。

呂威毅，2014年。《共軍建政後軍隊徽章設計之研究》。臺北：國防大學政治作戰學院政治系中共解放軍研究碩士班碩士論文。

林芳如，2010年。《2008年總統電視競選廣告符號學分析——以馬英九與蕭萬長為例》。臺北市：國立臺灣師範大學大眾傳播研究所碩士論文。

- 胡哲璋，2016年。《以戰略溝通理論看新媒體時代下軍紀案件對國軍形象的影響：以洪仲丘案及江國慶案為例》。臺北：國際事務與戰略研究所碩士班。
- 徐千雅，2011年。《2009年高雄世運電視廣告的符號學分析——論廣告中的城市行銷與國際連結》。臺北：國立臺灣師範大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 張約翰，2008年。《日本男性科幻漫畫中的生化女戰士》。臺北：世新大學新聞研究所碩士在職專班碩士論文。
- 張家珉，2016年。《危機處理、意識型態與國軍形象：以洪仲丘、勞乃成事件為例的問卷調查研究》。嘉義：國際事務與企業學系公共政策研究碩士班。
- 梁清榮，2013年。《高技術戰爭條件下在校大學生入伍制度研究——以武警某部為例》。長沙：湖南師範大學碩士論文。
- 梁德和，1987年。《中共解放軍報公開發行前、後報導內容比較分析》。臺北：政治作戰學校新聞研究所碩士論文。
- 許志明，2010年。《天使與魔鬼的糾纏——《社會追緝令》節目產製、規範與文本分析》。臺北：世新大學新聞研究所碩士在職專班碩士論文。
- 許藝靜，2001年。《國軍形象之研究——以九二一地震國軍協助救災為例》。臺北：政治作戰學校新聞研究所碩士論文。
- 陳韋宏，2009年。《運動廣告的符號學分析——以NBA籃球明星LeBron James運動廣告為例》。臺北：國立臺灣師範大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 陳慧芬，2003年。《電視廣告、品牌形象與麥當勞之研究》。新北：淡江大學大眾傳播學系傳播碩士班碩士論文。
- 黃飛軍，2013年。《新時期武警部隊形象建設研究》。長沙：湖南大學碩士論文。

- 楊春輝，2009年。《記者眼中的軍人形象？以德爾菲法建構軍人形象指標之研究》。臺北：世新大學公共關係暨廣告學系碩士論文。
- 楊淨嵐，2007年。《現金卡廣告——借錢迷思的塑造》。宜蘭：佛光大學傳播學研究所碩士在職專班碩士論文。
- 楊富義，2001年。《國軍公共關係部門之研究：以軍事發言人室之媒體關係為例》。臺北：政治作戰學校新聞研究所碩士論文。
- 蔡依珍，2011年。《「女體 Online」線上遊戲電視廣告的符號學分析》。臺北市：國防大學政治作戰學院新聞學系碩士論文。
- 謝亦欣，2003年。《電視廣告、符號消費與麥當勞之研究》。新北：淡江大學大眾傳播學系傳播碩士班碩士論文。
- 鍾知君，2014年。《2012年總統大選影音廣告符號學分析——以民進黨總統候選人蔡英文為例》。臺北：國立臺灣師範大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 羅巾雅，2014年。《媒體創造的國軍形象對國民參與募兵制之影響募兵制》。新竹：玄奘大學企業管理學系碩士班碩士論文。
- 蘇偉華，2001年。《酒類廣告迷思與理解之研究——以成年學生為例》。新北：淡江大學大眾傳播學系傳播碩士班碩士論文。
- 顧立民，2007年。《中共軍事戰略轉變（1989-2007）》。高雄：國立中山大學博士論文。

## 六、網路資料

- 〈中國人民解放軍空軍工程大學〉，《百度百科》。<https://baike.baidu.com/item/中国人民解放军空军工程大学/5949573?fromtitle=空军工程大学&fromid=1872913>（瀏覽日期：2018年4月14日）

〈功臣號坦克〉，《百度百科》。<https://baike.baidu.com/item/功臣号坦克#1>（瀏覽日期：2018年3月15日）

〈企業形象識別系統〉，《MBA智庫百科》。<http://wiki.mbalib.com/zh-tw/企业形象识别系统>（瀏覽日期：2018年1月19日）

〈軍隊特招地方專業技術人員入伍規定〉，《百度百科》。  
<https://baike.baidu.com/item/特招入伍/1304602>（瀏覽日期：2017年12月20日）

中國互聯網絡信息中心，2017年。〈第40次中國互聯網絡發展狀況統計報告〉。

2007年6月7日。〈學習與研究：軍事軟實力芻論〉，《人民網》。  
<http://military.people.com.cn/BIG5/1078/5836642.html>（瀏覽日期：2018年1月9日）

2010年12月17日。〈直接從非軍事部門招收士官工作規定〉，《大學生徵兵信息網》。<http://www.0730hao.cn/Article/zhizhaoshiguan/24015.html>（瀏覽日期：2017年12月20日）

2011年4月27日。〈國防部正式建立例行記者會制度 每月舉行一次〉，《新浪全球新聞網》。  
<http://dailynews.sina.com/bg/chn/chnmilitary/sinacn/20110427/00482404061.html>  
（瀏覽日期：2018年1月7日）

2011年4月28日。〈國防部昨天舉行首次例行記者會〉，《人民網》。  
<http://military.people.com.cn/BIG5/14500937.html>（瀏覽日期：2018年1月7日）

- 2013年3月11日。〈習近平出席解放軍代表團全體會議〉，《中國人大網》。  
[http://www.npc.gov.cn/pc/12\\_1/2013-03/11/content\\_1780791.htm](http://www.npc.gov.cn/pc/12_1/2013-03/11/content_1780791.htm) (瀏覽日期：  
2017年9月16日)
- 2014年3月20日。〈軍委頒發「關於提高軍事訓練實戰化水平的意見」〉，  
《中國軍網》。[http://www.81.cn/jwzb/2014-03/20/content\\_5820722.htm](http://www.81.cn/jwzb/2014-03/20/content_5820722.htm) (瀏覽  
日期：2018年4月19日)
- 2014年8月13日。〈朱日和基地可容納五個師 先進程度媲美美軍〉，《騰訊  
網》。<http://new.qq.com/cmsn/20140813/20140813051780> (瀏覽日期：2018  
年3月20日)
- 2015年3月10日。〈馬化騰：政府工作報告提「互聯網+」概念振奮全社  
會〉，《和訊網》。  
<http://money.163.com/15/0310/09/AKBA2IPC00253B0H.html> (瀏覽日期：2018  
年1月22日)
- 2015年8月23日。〈閱兵 | 70面大旗紀念抗戰勝利70週年〉，《浙江新  
聞》。<https://zj.zjol.com.cn/album.html?id=148322> (瀏覽日期：2018年3月5  
日)
- 2015年11月26日。〈習近平：全面實施改革強軍戰略，堅定不移走中國特色強  
軍之路〉，《新華網》。[http://news.xinhuanet.com/politics/2015-  
11/26/c\\_1117274869.htm](http://news.xinhuanet.com/politics/2015-11/26/c_1117274869.htm) (瀏覽日期：2017年9月16日)
- 2016年1月1日。〈陸軍領導機構火箭軍戰略支援部隊成立大會在京舉行 習近  
平向中國人民解放軍陸軍火箭軍戰略支援部隊授予軍旗並致訓詞〉，《新華  
網》。[http://www.xinhuanet.com/politics/2016-01/01/c\\_1117646667.htm](http://www.xinhuanet.com/politics/2016-01/01/c_1117646667.htm) (瀏覽  
日期：2018年3月15日)

2016年2月19日。〈中國人民解放軍現役士兵服役條例〉，《中華人民共和國國防部》。[http://www.mod.gov.cn/big5/regulatory/2016-](http://www.mod.gov.cn/big5/regulatory/2016-02/19/content_4618054.htm)

[02/19/content\\_4618054.htm](http://www.mod.gov.cn/big5/regulatory/2016-02/19/content_4618054.htm) (瀏覽日期：2018年3月28日)

2016年2月19日。〈中華人民共和國徵兵工作條例〉，《中華人民共和國國防部》。[http://www.mod.gov.cn/regulatory/2016-02/19/content\\_4618056.htm](http://www.mod.gov.cn/regulatory/2016-02/19/content_4618056.htm) (瀏

覽日期：2018年4月25日)

2016年5月5日。〈中宣部、軍委政治工作部、軍委國防動員部聯合下發「2016年徵兵宣傳教育工作實施方」案〉，《中國軍網》。

[http://www.81.cn/big5/jwgz/2016-05/05/content\\_7036061.htm](http://www.81.cn/big5/jwgz/2016-05/05/content_7036061.htm) (瀏覽日期：2017年12月25日)

2016年6月29日。〈教育部2016年定向培養士官有關政策規定〉，《大學生徵兵信息網》。<http://www.0730hao.cn/Article/dingxiangshiguan/33991.html> (瀏

覽日期：2017年12月21日)

2016年7月12日。〈空工大防空反導學院著力打造地空導彈兵優秀指揮官〉，

《中國軍網》。[http://www.81.cn/big5/kj/2016-07/12/content\\_7151187.htm](http://www.81.cn/big5/kj/2016-07/12/content_7151187.htm) (瀏

覽日期：2018年3月31日)

2016年10月1日。〈10枚東風-21C一次塞滿畫面 火箭軍導彈基地震撼曝光〉，《ETtoday新聞雲》。

<https://www.ettoday.net/news/20161001/784534.htm> (瀏覽日期：2018年4月11日)

2016年12月6日。〈10枚東風21C齊射曝光 專家：火箭軍戰術水平高〉，

《中國新聞網》。<http://www.chinanews.com/mil/2016/12-06/8085133.shtml>

(瀏覽日期：2018年4月11日)

2017年3月12日。〈習近平：加快建立軍民融合創新體系為我軍建設提供強大科技支撐〉，《新華社》。[http://www.xinhuanet.com/politics/2017lh/2017-03/12/c\\_1120613988.htm](http://www.xinhuanet.com/politics/2017lh/2017-03/12/c_1120613988.htm) (瀏覽日期：2018年4月25日)

2017年3月14日。〈「政府工作報告」中關於互聯網的七大關鍵詞〉，《和訊網》。<http://news.hexun.com/2017-03-14/188487557.html> (瀏覽日期：2018年1月22日)

2017年3月31日。〈關於本局〉，《政戰資訊服務網》。  
<https://gpwd.mnd.gov.tw/publish.aspx?cnid=32> (瀏覽日期：2018年1月7日)

2017年4月24日。〈授權發布|2017年士兵考軍校政策五大變化(附報考指南)〉，《中華人民共和國國防部》。  
[http://www.mod.gov.cn/big5/topnews/2017-04/24/content\\_4789624.htm](http://www.mod.gov.cn/big5/topnews/2017-04/24/content_4789624.htm) (瀏覽日期：2017年12月24日)

2017年4月24日。〈應徵入伍：大學生士兵考軍校的規定(中國軍考網)〉，《考軍校資料網》。<http://www.junxiaowang.com/jieda/743.html> (瀏覽日期：2017年12月24日)

2017年5月12日。〈共軍建軍90年閱兵 首度黨旗、國旗、軍旗並列〉，《聯合新聞網》。<https://udn.com/news/story/7331/2612796> (瀏覽日期：2018年3月28日)

2017年5月12日。〈真正男子漢〉，《維基百科》。  
<https://zh.wikipedia.org/wiki/真正男子漢>  
#%E5%8F%82%E8%80%83%E8%B5%84%E6%96%99 (瀏覽日期：2018年3月28日)

- 2017年5月12日。〈廣州市越秀區2017年大學生徵兵火熱開啟〉，《國際在線》。<http://gd.cri.cn/20170512/7dbdf71a-6bc3-e3c5-da4b-8ce3d7985a12.html>  
(瀏覽日期：2018年2月28日)
- 2017年5月26日。〈國防部：2017年起不再從普通高中畢業生中定向招收國防生〉，《中國軍網》。[http://www.81.cn/jmywyl/2017-05/26/content\\_7619344.htm](http://www.81.cn/jmywyl/2017-05/26/content_7619344.htm) (瀏覽日期：2017年8月18日)
- 2017年6月6日。〈2017年陸軍士兵提幹保送政策熱點解讀〉，《中華人民共和國國防部》。[http://www.mod.gov.cn/topnews/2017-06/06/content\\_4782168.htm](http://www.mod.gov.cn/topnews/2017-06/06/content_4782168.htm) (瀏覽日期：2017年12月24日)
- 2017年6月18日。〈2017軍校巡禮第九站：空軍工程大學(附報考指南)〉，《中華人民共和國國防部》。[http://www.mod.gov.cn/big5/services/2017-06/08/content\\_4782380.htm](http://www.mod.gov.cn/big5/services/2017-06/08/content_4782380.htm) (瀏覽日期：2018年4月14日)
- 2017年6月29日。〈國防部公布調整改革後軍隊院校名稱〉，《中華人民共和國國防部》。[http://www.mod.gov.cn/info/2017-06/29/content\\_4784010.htm](http://www.mod.gov.cn/info/2017-06/29/content_4784010.htm) (瀏覽日期：2017年11月28日)
- 2017年7月10日。〈洋洋大觀〉，《維基百科》。[https://zh.wikipedia.org/wiki/海洋\\_\(2009年電影\)](https://zh.wikipedia.org/wiki/海洋_(2009年電影)) (瀏覽日期：2017年11月28日)
- 2017年8月5日。〈一名軍網女記者眼中的朱日和印象〉，《中國軍網》。  
[http://www.81.cn/jwgz/2017-08/05/content\\_7705472.htm](http://www.81.cn/jwgz/2017-08/05/content_7705472.htm) (瀏覽日期：2018年3月20日)
- 2017年10月28日。〈中國共產黨章程〉，《中華人民共和國國防部》。  
[http://www.mod.gov.cn/regulatory/2017-10/28/content\\_4795992.htm](http://www.mod.gov.cn/regulatory/2017-10/28/content_4795992.htm) (瀏覽日期：2018年1月19日)



2017 年 11 月 10 日。〈中國人民解放軍軍官軍銜條例〉，《中國軍網》。

[http://www.81.cn/jwzl/2017-11/10/content\\_7819582.htm](http://www.81.cn/jwzl/2017-11/10/content_7819582.htm) ( 瀏覽日期：2018 年 3 月 28 日 )

2017 年 12 月 27 日。〈中共下令武警由中央軍委統一領導〉，《聯合新聞網》。

<https://udn.com/news/story/7331/2898630> ( 瀏覽日期：2018 年 5 月 4 日 )

2018 年 1 月 6 日。〈遼寧艦今年首次出海有三大看點 殲 15 或夜間起降〉，《環

球網》。<http://mil.huanqiu.com/observation/2018-01/11502383.html> ( 瀏覽日期：2018 年 3 月 5 日 )

2018 年 4 月 8 日。〈轟-6K 遠洋實戰 3 年「攻防兼備」導彈射程上千公里〉，

《ETtoday 新聞雲》。<https://www.ettoday.net/news/20180408/1128377.htm>  
( 瀏覽日期：2018 年 4 月 11 日 )



## 英文部分

### Book

Boulding, Kenneth E., 1956. *The Image*. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press.

### Periodical or Article

Dichter, Ernest, 1985. "What's In An Image", *Journal of Consumer Marketing* 2(1):75-81.

Gertz, Bill, 2016. "China Flight-Tests 10 DF-21 Missiles," *Free Beacon*, December 2.  
At <http://freebeacon.com/national-security/china-flight-tests-10-df-21-missiles/>  
(Accessed:2018/4/11)

Nagashima, Akira, 1970. "A comparison of Japanese and US attitudes toward foreign products," *Journal of Marketing* 34(1): 68-74.

Schogol, Jeff, 2016. "This new Chinese military recruiting video is insane," *Marine Corps Times*, May 3. At <https://www.marinecorpstimes.com/news/your-marine-corps/2016/05/03/this-new-chinese-military-recruiting-video-is-insane/>  
( Accessed:2017/9/5 )

### Thesis

Courteau-Butler, Christine Michelle, 2011. "Building an Army of Some: A Comparative Study of Army Officer and Soldier Advertising Targeting Minorities," master's thesis, Stephen F. Austin State University.

## 附錄

## 一、徵兵類廣告毗鄰結構

## 壹、〈中國力量〉

視覺訊息	字幕
<ul style="list-style-type: none"> <li>• (00'00") 特寫男子畫上偽裝膏的側臉；特寫結實的胸膛、二頭肌、背肌、腹肌；男子臉部再次畫上一道偽裝膏，胸膛合成一顆跳動的心臟；接著特寫男子扣上鋼盔帶、特寫手持95式自動步槍。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 類似電影〈變形金剛〉效果的文字動畫。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 中國軍網2017徵兵宣傳片；中國力量。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 逆光拍攝航母甲板地勤人員、逆光拍攝K-8教練機與飛行員、逆光拍攝直-10攻擊直升機與機組人員、96A式戰車、逆光拍攝武警與反恐突擊車、人員登上96A式戰車、逆光拍攝96A式戰車、東風-15發射車豎立飛彈、遠景逆光拍攝殲-15戰機降落遼寧號航母、正面特寫殲-15戰機、太陽升起逆光下吹小號的軍人、戰士們迎著日出舉起中共國旗與步槍、機庫閘門開啟，門後站著一字排開的飛行員、閘門開啟，門後站著一字排開的持槍武警特戰隊員、遠景拍攝建築物前一字排開的戰士（階級不明，可能是學員），著常服戴白手套持槍站立；一系列陸、海、空及火箭軍官兵（含學</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>

<p>員)行敬禮鏡頭。</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>●特寫一名老翁輕拍一名青年的肩膀；這名青年身著迷彩服，胸前有朵大紅花；白髮蒼蒼的老翁面露微笑向青年行敬禮(00'30")，青年轉身離去臉上帶著一絲微笑，接著這名青年在卡車上與老翁揮手道別。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●揮別家鄉的日出，踏上征途，(00'30")去奔赴一場脫胎換骨。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>●三軍儀隊旗手擎旗，八一軍旗在空中飄揚；青年學生學員實施立正與看齊訓練、三軍儀仗女兵實施禮賓槍端槍訓練、士兵(或學員)齊步走訓練；海軍士兵授階、行敬禮。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●拍一拍身上的塵土，兵味十足，讓血氣方剛瀰漫如霧。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>●特寫火箭軍臂章、特寫空軍戰鬥機飛行臂章、特寫飛行胸章。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●來自天南地北，只為這身軍裝。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>●快速切換滾輪、跨欄、平衡木、攀繩、攀牆、攀輪、泥水中翻輪、撲水坑、跳火圈、泥潭、側踢等等各式訓練；快切四顆持槍瞄準鏡頭。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●拋卻年少輕狂，咬緊牙關堅強。熱血鋒芒鑄成，鋼鐵城牆，把青春推上槍膛。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>●快切特戰隊員用槍訓練鏡頭，包含上彈夾、上膛、拔槍、收槍，以及射擊等鏡頭。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●誰都無法阻擋，新時期的力量。為我中華盛強，請戰保國捍疆。(01'00")</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>●快切特戰隊員整裝出發執行任務鏡頭，包含取鋼盔(01'00")、戴手套、扣鋼盔帶、取槍、上車、下車，以及特戰隊員使用拐彎槍，並利用機器人和水炮槍排除爆裂物等鏡頭。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●我們戰勝風霜，早已百煉成鋼。汗水穿透迷彩，只為這身漂亮。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>●特戰隊員在直-8直升機上進行雙繩空降訓練，包含上機、空降，以及反恐演練空降奪取郵輪，制伏恐怖份子。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●誰都無法阻擋，新時期的力量。接過鮮紅的旗幟繼續飄揚。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>●接三顆特戰隊員擺出帥氣英姿的鏡頭、「雁門關伏擊戰英雄連」英模部隊方隊旗手的整齊動作，以及某部隊閱兵軍姿訓練(後方標語「為國旗增輝」)。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●那些期待目光，堅定我們信仰。用光榮的夢想，打造新的勳章。</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>● 快切鏡頭有戰車排放煙幕隱身、10式自行迫榴炮衝鋒、人員機動上車（92式輪式步兵戰車）、PHL-03多管火箭炮車機動和發射、火箭軍某飛彈發射旅基地和10枚東風-21C飛彈、東風-11發射車與飛彈、東風-21C飛彈被豎起、仰拍東風-11飛彈與發射架、S-300飛彈、直升機編隊飛行、轟-6轟炸機「大象漫步」、不明、FC-31鵝鷹戰鬥機（01'30"）、殲-20戰機飛行、戰機躲過飛彈、039G型潛艇、軍艦編隊航行、22型飛彈快艇編隊航行、不明、遼寧號航母航行等。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 特戰隊員持槍戰站立合影，接著野外攀岩、泅渡、偵查、制伏歹徒；特寫陸軍臂章；在叢林裡偵查、持槍瞄準、蹲下。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 這裡遍地都是擂台，舉手投足透著英雄氣概。真槍實彈火力全開，光榮無處不在。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 緊接上個鏡頭作出戰術手勢、一名全身偽裝的戰士手持狙擊槍起身到他處、一名戰士對著光禿的山壁使用拋投器、一名戰士使用望遠鏡觀察遠方，身旁的狙擊手持槍瞄準；鏡頭切換槍枝子彈上膛、發射、彈殼拋出；鏡頭又切回叢林特戰隊員作出戰術手勢，隊友向前推進。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 無法阻擋的新一代登場，青春的偶像時代的標榜。崇尚榮譽又敢作敢當，積蓄力量隨時起航。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 快切鏡頭，人員機動上車（92式輪式步兵戰車）、轟-6轟炸機跑道滑行、99式戰車、戰車沙場奔馳，煙幕瀰漫、軍車機動在戈壁荒漠中、071型船塢登陸艦、直-10直升機編隊飛行與特寫、96A式戰車、殲轟-7轟炸機、JY-27雷達、戰機座艙拍攝飛行員（畫面顛倒）、塔台指揮員通話、PLZ-07B兩棲自行榴彈砲發射、砲手</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●</li> </ul>

<p>在砲車內進行砲管的手動射界調整、紅旗-7B防空飛彈發射、052B型驅逐艦發射施基利飛彈、直-10直升機發射火箭彈、地面爆炸、戰機座艙內飛行員探頭查看、仰拍殲-11戰機機身底部、兩架殲-10戰機編隊飛行、車輛機動、逆光拍攝戰機座艙飛行員、特寫戰機飛行員的手按下飛彈發射鈕（02'00"）、軍艦發射4枚飛彈的空拍景象等鏡頭。</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>命中海上空中靶標、054A型護衛艦發射鷹擊-83反艦飛彈、夜間射擊、轟-6轟炸機、潛艇局部特寫、轟-6K轟炸機編隊飛行與座艙拍攝飛行員、戰機發射飛彈命中空中靶標、殲轟7轟炸機編隊飛行、某型飛彈升空、PG-99式雙管35毫米高炮、命中地面靶標、疑似86A戰車特寫鏡頭、殲-10戰機座艙拍攝飛行員查看友機、俯視東風-21C飛彈、2枚海紅旗-9防空飛彈從052C艦上發射、直升機編隊飛行、99式戰車發射炮彈、殲-10戰機座艙拍攝飛行員、03式300毫米火箭炮發射、伊留申-76運輸機、從殲-10戰機座艙向外拍攝海景、052C型驅逐艦垂直發射海紅旗-9飛彈、051C型艦發射鷹擊-83反艦飛彈、炮兵指揮班通過一米測距機目視目標、05A式155毫米重炮、紅纓-6飛彈雙管齊發、現代級驅逐艦發射P-270蚊子飛彈、89式自行榴彈砲發射。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>誰都無法阻擋，新時期的力量，接過鮮紅的旗幟繼續飄揚。那些期待目光，堅定我們信仰。用光榮的夢想，打造新的勳章。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>殲-16戰機座艙拍攝飛行員、05式兩棲突擊車、演習搶灘、072A型登陸艦編隊航行、東風-21A發射車、車輛</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>誰都無法阻擋，新時期的力量。為我中華盛強，請戰保國捍疆。我們戰勝風霜，早已百煉成鋼。汗水穿透迷</li> </ul>

<p>機動、殲-10戰機、戰機座艙拍攝飛行員探頭、10枚東風-21飛彈齊放、預警雷達、裝甲車機動、紅纓-6飛彈發射、05式兩棲突擊車發射炮彈、05A式155毫米重炮發射、命中水上標靶、飛彈升空、戰機凝結尾跡成「愛心」形狀與「愛神之箭」。</p>	<p>彩，只為這身漂亮（02'30"）。</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>•（02'30"）武警特戰隊員背影，戰士整裝待發；一名戰士持槍站崗，身旁另一名戰士單手指向遠方，呈現跟隊友溝通樣貌；傍晚戰士依然站崗，身旁隊友拿望遠鏡望向遠方燈火通明處；一學員抬頭觀望；特寫胸前「三等功」徽章；三軍儀仗隊接受檢閱；學員向八一軍旗宣誓。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•誰都無法阻擋，新時期的力量。接過鮮紅的旗幟繼續飄揚。那些期待目光，堅定我們信仰。用光榮的夢想，打造新的勳章。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>•金屬色「參軍報國中國力量」字樣，字樣左上方有八一軍徽，字樣下方有陸、海、空、火箭軍、戰略支援部隊及武警胸標圖示。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•參軍報國，中國力量。</li> </ul>

## 貳、〈我參軍·我光榮〉

視覺訊息	字幕
<ul style="list-style-type: none"> <li>•（00'00"）動畫呈現八一軍旗飄揚樣貌，之後溶接新兵入伍配戴大紅花面向鏡頭；拍攝新兵在某空間使用電腦；拍攝新兵於戶外練習行敬禮動作，動作有些許凌亂；緊接仰拍一支部隊持槍從朱日和基地的通信鐵塔下方通過，鐵塔上字樣「從這裡走向戰場」。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>•逆光拍攝一群人在海邊跑步，特寫水花濺起；接著拍攝甲板上拖車牽引著艦載機，在逆光下呈現剪影的樣貌；</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•穿上軍裝，讓我們一起磨礪血性陽剛。</li> </ul>

<p>慢動作特寫翱翔的海鳥，其背景是模糊海洋與航母；接著拍攝武警特戰隊員們持槍涉水鏡頭，水花濺起，隊員們個個面目猙獰；武警特戰隊員們（獵鷹突擊隊）在一對一的泥潭摔擒中，將隊友摔進泥水中。</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 軍艦乘風破浪、遼寧號航母航行、直-9C直升機（亦可能為直-9D）於054A護衛艦旁飛行、殲-15戰機飛行與座艙特寫飛行員、戰士們齊上05式兩棲步戰車、直-10直升機編隊飛行、東風-15B常規飛彈方隊接受檢閱。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 穿上軍裝、讓我們一起搏擊長空駭浪。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 空降兵登上運-8運輸機機群與空降兵跳傘鏡頭，緊接鏡頭仰拍兩名軍人（階級不明，可能是學員），為一男一女，男性抱著小女孩，小女孩手指向天空。（00'30"）官兵們舉起右手向中共黨旗宣誓，一旁放置火箭筒、迫擊炮等武器；武警官兵向中共黨旗宣誓，畫面上方建築標語「聽黨指揮、能打勝仗、作風優良」；一名媽媽牽著小男孩，特寫小男孩抬頭微笑注視著某戰士；近景仰拍武警雪豹突擊隊隊員；全景仰拍天安門前駐守的雪豹突擊隊；仰拍國旗護衛隊旗手展旗。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 穿上軍裝，讓我們一起綻放青春夢想。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 借用2015年共軍紀念中國人民抗日戰爭暨世界反法西斯戰爭勝利70週年大會閱兵中，徒步方陣接受檢閱的鏡頭，包含三軍儀仗隊和儀隊女兵、「攻堅英雄連」英模部隊劈槍動作、「平型關大戰突擊連」英模部隊劈槍動作等鏡頭。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 穿上軍裝，讓我們一起扛起責任擔當。</li> </ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>• 紅底金字。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 實現強軍目標，建設世界一流軍隊；我參軍，我光榮。（旁白、字幕）。</li> </ul>
---	--

## 參、〈參軍報國·準備出發〉

視覺訊息	旁白、（字幕）
<ul style="list-style-type: none"> <li>• （00'00"）片頭以一個疑似爆破的畫面和共軍空降兵「雷神突擊隊」隊徽剪影作為背景；前景為一名背著傘包的空軍上尉，在鏡頭前比出一個「讚」的手勢；畫面左下角有著一枚委內瑞拉特種部隊徽章，下方寫有「獵人徽章獲獎者」字樣。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 我叫劉金沂。</li> <li>• 雷神突擊隊中隊長，劉金沂，空降兵。（字幕）</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 劉員頭戴叢林帽在泅渡的過程中猛然浮出水面，水花濺起的同時擺出攻擊姿態。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 很多人知道。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 下雨場景，劉員在叢林的掩蔽下出槍瞄準；切換劉員傘降鏡頭，鏡頭近距離拍攝劉員的側身。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 我是一名特種兵。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 接著回到下雨的叢林場景，劉員悄悄地行進並出槍瞄準，鏡頭特寫有偽裝過的槍身與劉員面部、頭部。劉員與隊友在泥潭中摔打格鬥，將隊友擊倒在泥水中。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 但很少有人知道。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 緊接特寫劉員面露兇狠的轉頭面向鏡頭，頭上水花散開。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 我是從地方大學入伍。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 某部隊在廣場上表演刺槍術，動作為前進突刺，齊聲大喊：「殺！」；後方看板為「2017年越秀地區大學生徵兵啟動儀式」。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 特寫陳列的「大學生參軍入伍宣傳手冊」、「徵兵宣傳冊」等。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• （00'15"）校園宣傳活動，一排軍人和學生們面對面交談，離鏡頭最近的</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>

<p>為國防動員單位的一名上校軍官。</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 一名拿著步槍的空降兵面向鏡頭；背景是經模糊處理的，從機艙角度拍攝的跳傘鏡頭，以及透明效果的「雷神突擊隊」隊徽。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 在我的身邊。</li> <li>• 程強，空降兵，2013年成都理工大學入伍。（字幕）</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 一名武警特戰女隊員，左手拿鋼盔，右手舉起拳眼朝前，面帶鏡頭微笑；背景是經模糊處理的，特戰隊員執行任務鏡頭，以及透明效果的「獵鷹突擊隊」隊徽。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 在全軍部隊。</li> <li>• 張雪敏，列兵，2016年安徽建築大學入伍。（字幕）</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 一名陸軍戰士立正持槍；背景是經模糊處理的擒摔鏡頭，以及透明效果的「陸軍」臂章徽。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 有很多戰友和我一樣。</li> <li>• 李佳斌，上等兵，2015年北京大學入伍。（字幕）</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 一名武警特戰隊員手持鋼盔面對鏡頭；背景是經模糊處理的，兩人格鬥側踢頭部畫面，以及透明效果的「獵鷹突擊隊」隊徽。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 來自地方院校。</li> <li>• 張楚，列兵，2016年滁州學院入伍。（字幕）</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 一名身著海軍常服的女士官；背景是經模糊處理的航母航行畫面，以及透明效果的「海軍」臂章徽。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 郭燕，中士，2009年山東省濱州技術學院入伍。（字幕）</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 利用電視牆特效，將許多官兵照片拼成一幅萬里長城的圖像。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 他們正日益成為軍隊現代化建設的中堅力量。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 一名戰士在甲車上與隊友相視而笑，隊友比了「讚」的手勢；夜間訓練武警特戰隊員在爆炸環境下通過障礙物；武警特戰隊員進行民航機反恐訓練；武警特戰隊員比了一個進攻手勢（00'30"）；特寫一名戰士持步槍射擊兩發子彈。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 在各自崗位演繹著不一樣的精彩人生。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 借用共軍建軍90週年朱日和閱兵護旗方隊接受檢閱鏡頭，中共黨旗先於中共國旗，中共國旗先於八一軍旗。接著，一架直-10直升機在地面轉動螺旋槳，後方則是直升機編隊飛行。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 今天我軍正向世界一流軍隊邁進。</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>官兵在035型潛艇帆罩上行敬禮；直-10直升機於演習場上空飛行，下方有數量戰車行駛，地面塵土飛揚；一名戰士在行駛的甲車內使用潛望鏡觀察外部環境，身體隨車體搖晃；特寫在殲11機身下操作軍用筆電的雙手。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>為高素質人才在軍營實現青春夢想，提供了良好的契機。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>拍攝陸軍士官兵操作電腦，每台螢幕皆有編號；疑似作戰指揮中心，昏暗的空間裡官兵們面對一台台的監視螢幕，其中一人在前方大型螢幕前說話；(00'45")逆光拍攝航天員走向發射架，兩者形成剪影。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>為在強軍征程上建功立業，創造了廣闊空間。(00'45")</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>武警特戰隊員與隊友相視而笑。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>投身軍旅。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>俯拍戰士們歡呼將隊友拋向空中。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>綻放青春。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>陸地、水上飛彈升空鏡頭；疑似一個競賽的場合，場外有加油的民眾，一名戰士(上等兵)向著天空吶喊。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>逆光拍攝戰車編隊行駛與直升機飛行，形成剪影樣貌。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>來吧！</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>合成七名陸、海、空、武警等軍種官兵站在飄揚的八一軍旗前方，排列方式如同三角形。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>我們一起出發。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>緊接人物溶接「參軍報國·準備出發」字樣。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>參軍報國·準備出發。(字幕)</li> </ul>

## 二、招生類廣告毗鄰結構

### 壹、〈海軍潛艇學院〉

視覺訊息	字幕
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 動畫呈現日光下廣闊無際的海洋，海鳥鳴，鯨魚海中遨遊；浪花轉場。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 潛艇登場。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 大音希聲，大象無形。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 動畫轉接院徽。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 海軍潛艇學院</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 動畫呈現自轉地球，聚焦到青島，再聚焦到海軍潛艇學院建築上方。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 中國有300萬平方公里的管轄海域，其中500平方米以上的島有6700多座。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 校園景；學員整肅儀容、行敬禮；某建築大廳樓梯景，牆上題字「為了反對帝國主義的侵略，我們一定要建立強大的海軍」；學員齊步上樓梯；學員上課學習；教官授課（笄良龍少將、陸銘華少將、程玉勝大校等）；潛艇作戰指揮模擬中心；學員模擬操作；學員在標圖桌討論作戰地圖。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 從軍報國，追夢海疆。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 艦員在基洛級潛艇上「站坡」；潛艇航行；按下飛彈發射鈕；飛彈發射；潛艇航行；海鷗翱翔。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 學戰練戰，制勝未來。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 學員與學兵行進；學員課餘漫步校園、談天；沖咖啡；學員演奏；學員與國外學員交流。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 浪漫海軍，多彩校園。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 學員於圖書館閱讀；「海權論」一書；空拍學員於足球場踢球；學員在體育館進行籃球比賽。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 文韜武略，礪劍淬芒。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 水兵學員升旗、行敬禮；360度空拍建築景。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• 拍攝西洋劍、搏擊、游泳、行進、穿越障礙（高梯、爬牆、低網等）、刺槍術、戰術訓練等鏡頭。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 勇氣、血性、制勝、超越。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 學員與學兵一同呼喊口號。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 聽黨指揮，能打勝仗，作風優良。（口號）</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 講堂上，學員置帽動作整齊劃一，一名學員準備上台，台下學員一同鼓掌；學員掛上軍階、行敬禮；潛艇編隊航行。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 使命在肩，建功大洋。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 文字動畫；院徽。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 忠誠、精武、堅韌、奉獻。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 文字動畫。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 歡迎加入海軍潛艇學院。</li> </ul>

## 貳、〈陸軍裝甲兵學院〉

視覺訊息	字幕
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 一本「陸軍裝甲兵學院」的書，打開第一頁是一張習近平檢閱部隊的照片，照片下方寫著「要努力建設一支強大的現代化新型陸軍——習近平」。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 第二頁是一張展示的戰車，戰車上寫有「功臣號」字樣，照片下方有「裝甲兵是陸軍的重要突擊力量——《中國人民解放軍軍語》」字樣。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 第三頁許光達與戰車的合成照，寫著「沒有技術就沒有裝甲兵——許光達（新中國首任裝甲兵司令）」。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 第四頁則是演習訓練各類火炮射擊鏡頭；接字幕。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 陸戰之王，就此出征。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 地球拉近到中國大陸，標出各校區相對位置，一旁合成各類戰車衝鋒鏡頭與各校區景觀。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 陸軍裝甲兵學院本部（北京）、士官學校（長春）、蚌埠校區。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 動畫將三者合成為字幕。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 陸軍裝甲兵學院。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 拍攝校園景觀、建築，出現「面向戰</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 培訓任務齊全：1982年學院開展研究</li> </ul>

<p>場、面向部隊、面向未來」、「有靈魂、有本事、有血性、有品德」、「打牢基礎，奮發有為」、「高舉旗幟，聽黨指揮」等標語；學員行進在校園；老師教學，學員聽課；碩士學位授與和拍畢業照。</p>	<p>生教育；1986年取得碩士學位授予權；1998年取得博士學位授予權。</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 空拍「裝備再製造技術國防科技重點實驗室」；學員操作儀器設備；戰車裝填、拋殼、射擊等鏡頭；一位少校課堂解說；自動化儀器運作、機器人活動；學員操作設備鏡頭。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 學科專業體系綜合：6個博士後科研站點，19個博士點，50個碩士點，18個本科專業方向。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 師資陣容以照片堆疊的方式呈現，其中徐濱士、臧克茂等兩人為中國工程院院士。拍攝多位老師課堂教學鏡頭；教職員上台領獎，禮堂有「牢記黨在新形勢下的強軍目標，做有靈魂、有本事、有血性、有品德的新一代軍人」標語。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 名師薈萃，軍中翹楚。碩博導師237名享受政府特殊津貼118人。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 文體訓練中心、教學樓等建築景、刻有毛澤東提筆的「學習坦克」景觀石；學員課餘漫步在校園、談天、閱讀、觀看銅像等展示物；學員行進在校園；學員綜合戰術演習、戶外測驗；拍攝車庫外陳列的戰車；學員肅整軍容、行敬禮。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 菁菁校園，朗朗書聲。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 和國外學員交流</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 對外軍事交流</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 學員行進在校園，高牆標語「聽黨指揮，能打勝仗，作風優良」、「建一流院校，育過硬本領」；拍攝學員餐廳外觀；大火炒菜；特寫餐點；學員大快朵頤吃著不一樣的餐點；學員在圖書館找書、討論與閱讀；學員在寢室彈著吉他，同學跟著打節拍；拍攝學員從事攀岩、跆拳道、雙節棍、重</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 多姿多彩，嚴謹有序。</li> </ul>

訓、游泳等活動；學員並排一列於甲車前，持槍朝前方走來；拍攝同學射擊、行軍、穿越障礙、武裝游泳、仰臥起坐、引體向上、踢正步、駕駛甲車進行實戰化訓練等鏡頭。	
• 學員們從甲車旁走出，自信地向前走來，肩上階級為「中尉」。	• 砥礪四年，志存高遠。
• 一位軍官行敬禮與戰車接受檢閱，合成為一個畫面。	• 到祖國最需要的地方建功立業。
• 學員們宣示鏡頭；升旗隊展旗；拍攝多位胸前掛有勳章的學員行敬禮動作，並合成飄揚的中共國旗畫面。	• 以青春宣誓，向祖國行敬禮。
• 以戰車為背景，合成火焰燃燒。	• 陸軍裝甲兵學院
• 黑幕與火花。	• 裝甲兵富有巨大的發展潛力，加入裝甲兵軍官隊伍，必將前途無量。

## 參、〈武警特警學院〉

視覺訊息	字幕
• (00'00") 黑底白字。	• (00'00") 中國人民武裝警察部隊特種警察學院，首次面向社會招收普通高中畢業生。招生詳情： <a href="http://www.wjtjxy.cn">http://www.wjtjxy.cn</a>
• 仰拍學院大門一景，招牌為「中國人民武裝警察部隊特種警察學院」，校門兩旁皆有衛兵站崗。	• 中國人民武裝警察部隊特種警察學院。
• 特警民航反恐專項演練、用槍訓練、擊破巴士窗戶、打開飛機門等鏡頭。	• 武警部隊唯一一所培養特種作戰人才的高等教育院校，同時又是擔負反恐特戰任務的「國家隊」。
• (00'30") 黑白老照片上，布條寫著「公安部反劫機特種警察部隊成立大會」等字樣，主席台上有耿飈、彭沖等人；另一張老照片為摩托車訓練。	• (00'30") 1982年學院組建，代號：公安部警字722部隊。
• 老舊的閱兵照片；另一張老照片上人	• 1983年轉隸武警部隊，改稱中國人民

員身著護具進行搏擊訓練。	武裝警察部隊特種警察大隊。
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 疑似突擊演練照片，兩架直升機於上空盤旋，特警人員以車輛為掩護，槍口對準目標；另一張為「中國人民武裝警察部隊特種警察學校首屆開學典禮」的照片。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 1985年改編為中國人民武裝警察部隊特種警察學校並招收首期學員。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 女特警們行進在天安門廣場前的照片。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 1999年組建學院第一支「女子特警隊」。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 中國人民武裝警察部隊特種警察學院的揭牌儀式照。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 2000年改稱中國人民武裝警察部隊特種警察學院。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 習近平為獵鷹突擊隊授旗與講話；部隊接受檢閱。(01'00")</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 2014年4月9日習主席視察學院並為「獵鷹突擊隊」授旗、訓詞。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 一張張的照片形成照片牆，溶接「特種警察學院」徽章。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 動畫地圖，指出「武警特警學院」位置。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 武警特警學院，學院位於北京市昌平區小湯山鎮白馬路，毗鄰京承高速，交通便利，環境優美。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 空拍學院校門和建築，建築上有「聽黨指揮、能打勝仗、作風優良」等字樣；(01'30")學院升旗儀式，後方建築的電子顯示牆有「護衛國旗重於生命，護我國旗壯我國威」等字樣。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 操場、跑道、教學樓、體育館、訓練中心等建築與校園景觀；搏擊專修館、(02'00")圖書館、演講廳等建築內部空間；多個校園風景鏡頭，並動畫呈現鳥瞰學院全景。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 優美的校園環境</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 學員們於校園行進；老師講課，學員聽課情形。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 完善的課程體系</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 牆上一排師資照片與簡歷。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 雄厚的師資力量；教師隊伍有：教授17名、副教授31名、講師66名，其中博士後2名、博士6名、碩士41名；10人榮獲軍隊院校育才獎；11人獲軍隊優秀專業技術人才崗位津貼。</li> </ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>• 杜振高教授大頭照（大校）。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 杜振高教授：全軍優秀教師；軍隊院校育才獎金獎；第六屆「中國武警十大忠誠衛士」；中國武術八段、武術國際A級裁判；享受國務院科技人才部隊三類津貼。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• （02'30"）蔡昌軍教授大頭照（大校）。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• （02'30"）蔡昌軍教授：全軍優秀教師；軍隊院校育才獎金獎；首屆武警部隊教學名師；5項課題獲國家和軍隊級教改科研成果一等獎。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 邢春洪教授大頭照（大校）。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 邢春洪教授：軍隊育才獎金獎；國家發明專利5項；實用新型專利7項；近20項裝備科研成果轉化正式列裝或試裝部隊。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 孫博祥教授大頭照（上校）。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 孫博祥教授：武警部隊爆破與排爆專家；軍隊育才獎銀獎；武警部隊優秀教師；享受軍隊優秀人才崗位津貼；國家發明專利2項；實用新型專利5項。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 反劫機、狙擊槍、繩索、武術等課程，教官實務講解；特警戶外操課。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 與國外學者、學員交流。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 高層次的交流平台。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 某課程每位學員各自操作一臺電腦；學員操作電路板。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 先進的教學設施。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 類似校史館的展示牆。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 優越的辦學條件：國家自然科學基金依託單位；軍隊院校「2110工程」整體條件重點建設學院；「反恐特戰人才培訓基地」被列為軍隊院校「2110工程」重點建設學科專業領域點；反劫持作戰與裝備技術實驗室，被評為軍隊重點實驗室。反劫持裝備技術實驗室被評為北京市重點實驗室。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 人像展示牆。（03'00"）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 特戰精英的搖籃：先後有19人次榮立一等功，25人次榮立二等功；先後為軍隊、公安和武警部隊輸送反恐專業</li> </ul>

	<p>人才4300餘名；培養出武警部隊十大忠誠衛士、十大軍事訓練標兵、全國三八紅旗手李詩佳等一大批特戰尖兵；與來自世界150多個國家和地區的代表團進行軍事交流700多場次。 ( 03' 00" )</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 女學員課餘時間，於校園池塘邊漫步、賞花和談天。圖書館場景；男學員閱讀、翻書、討論。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 學員宿舍場景；床架上是整齊的床鋪內務，床架下為學員的書桌，學員各自使用一臺電腦。在一間疑似電腦教室中，學員各自瀏覽自己的網頁，亦有學員玩線上遊戲。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 學員打鼓、軍樂團演奏、文工團在「牢記主席殷切囑託，鍛造一流反恐勁旅」的主題晚會上演出；男子樂團演出；學員籃球 ( 03' 30" )、足球、拔河比賽照片。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 體育館場景；學員游泳、運動會代表隊進場、跳高、短跑等照片。學員帥氣合照、疑似電影包場合照、與民眾和小學生合照，後方布條有「武警弘揚雷鋒精神，師生傳承文明美德」字樣、與藝術家合照，後方布條「到人民中去，中國文聯文藝志願服務團走進武警獵鷹突擊隊舞蹈培訓」、特警學院迎新文工團演出舞台合照、學員同樂會、學員包水餃等照片。福利社、特警學院農副業生產基地、種西瓜 ( 04' 00" )、學員餐廳用餐。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 學員野外綜合演練 ( 負重行軍、涉水、毒氣、射擊 )。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 畢業後，採取定向分配與自願選擇。你可以加入獵鷹突擊隊，你也可以奔赴全國各地特戰分隊，成為一名反恐</li> </ul>

	精英，成為一名特戰指揮員。
• 特警大講堂；學員上課、畢業典禮暨學位授與儀式。	• 在這裡，你將學到豐富的知識。
• 橡皮艇、通過吊橋等訓練。	• 你將擁有堅定的毅力。
• ( 04' 30" ) 健身房健身、泥濘中圓木訓練、跑步。	• ( 04' 30" ) 你將具備強健的體魄。
• 特警戰術指揮訓練；拍攝特警學院前進指揮所一景。	• 你將奠定發展的後勁。
• 人員集體上突擊車、摔擒、搏擊訓練。	• 你將練就敏捷的身手。
• 攀爬和索降、吊橋、攀越輪胎牆。	• 加入我們，你將成為一名真正的軍人。
• 手槍、步槍射擊訓練；命中標靶。 ( 05' 00" )	• 加入我們，你將見證反恐精英成長的歷程。( 05' 00" )
• 狙擊槍射擊訓練；命中標靶。	• 加入我們，你將在強軍征途中貢獻你的力量。
• 狙擊槍射擊訓練；命中標靶。	• 加入我們，你將實現精忠報國的夢想。
• 特警室內近距離作戰演練；	• 來吧！一起保衛我們的祖國！保護我們的人民！
• 參加國際特種部隊競賽( 05' 30" )，屢創佳績；中共國旗在國際場合被升起。	• 來吧！一起走向世界，展示中國軍人風采，為祖國贏得榮譽！
• 特警狙擊槍特寫、瞄準特寫、開槍後彈殼拋出落地、搏擊格鬥。	• 這裡是你的戰場。這裡是你的舞台。
• 特警隊員在實戰化訓練場中穿越火障。	• 機遇不容錯過，夢想無需等待
• 學員著學士服，學士帽拋向天空；學院徽章( 忠誠、勇敢、團結、奉獻 )。	• 你！還在猶豫什麼！

## 肆、〈空軍工程大學〉

視覺訊息	字幕
------	----

<ul style="list-style-type: none"> <li>• 火焰動畫字體。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 她是全國重點大學；她是空軍專業技術最高學府；她是空軍軍官成長的搖籃。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 電視牆特效；接字幕。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 她是誰？LET'S REMOVE HER MYSTERIOUS VEIL.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 校徽背景。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 她，恢弘大器，端莊秀美。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 空拍校園景觀與建築，出現標語有「創建一流大學，培育紅色傳人」、「學好優良傳統，當好紅色傳人」、「有靈魂、有本事、有血性、有品德」。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 全軍生態營區。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 空拍紅色樹林、林陰大道、被草木包圍的建築；縮時拍攝建築；花草、池塘景；學員行進在櫻花盛開的大道上。本處出現標語有「鑄牢忠誠品格、聚力強軍興軍」、「聚焦強軍強校目標，鍛造防空反導鐵拳」、「創建一流大學，培育紅色傳人」。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 全軍綠化模範單位。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 校徽背景。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 她，嚴肅緊張，堅強剛毅。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 學員行進、室內置帽動作整齊劃一，後方標語「為強軍而教，為打贏而學」；老師課堂教學，學生實作、聽課；學員為青年學生學員調整儀態；體能訓練與各項障礙訓練；整理內務、整肅儀容；閱兵訓練；參加抗戰勝利70週年大閱兵合唱團。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 校徽背景。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 她，開放包容，高端前沿。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 與外軍、其他軍種展開學術交流；導師裝備講解；拍攝多項專業證書，如國防科技重點實驗室航空等離子體動力學等等證書；文職軍官講解專業設備；多項專業證書，如空軍院校高新技術研究中心電子對抗證書等等；專業教室及其設備；老師講解（飛</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>

彈)。	
• 校徽背景。	• 她，熱情友善，貼心周到。
• 拍攝軍隊招募人員到高中校園實施招募；青年學生學員報到；學員教導青年學生學員整理內務；青年學生學員走成人門、在成人橫幅簽名、向父母行敬禮；學員和青年學生學員談天；青年學生學員受傷醫護人員醫療照顧。	•
• 綜合服務樓；販賣部；餐廳伙食；學員用餐；圖書館建築標語「學好優良傳統，當好紅色傳人」；學員參與「藍色貝雷」小組等幫助兒童助學活動；學員與帶有紅色領巾的兒童手牽手。	•
• 校徽背景。	• 她，才華橫溢，文武雙全。
• 學員參與舞蹈、音樂劇、打鼓等各項表演活動；運動會；學員於模擬射擊場射擊；拍攝體育館，學員健身、籃球競賽。本處出現標語有「學好優良傳統，當好紅色傳人」、「聚焦強軍目標，鍛造紅色傳人」。	•
• 2015年國際未來飛行器設計大賽冠軍照；2016年精武杯軍事競技對抗賽第一名合照；2017年全國高校模擬新聞發言人大賽一等獎等合照。	• 學科競賽獲獎等級數量居全軍院校前列，多次斬獲國際級比賽桂冠。
• 拍攝學員進行負重跑步、通過鐵絲網、爬高牆、扛圓木、射擊等項目對抗賽。	• 軍事競技對抗賽。
• 多兵種、多專業跨校區聯合防空作戰保障和作戰行動，如武器裝掛。	• 畢業學員綜合演練。
• 校徽背景。	• 她，桃李天下，遐邇聞名。
• 學員畢業典禮暨學位授與；在教學樓前畢業學員合照，建築上有「堅決聽	• 研究生畢業典禮。

<p>從黨的指揮」字樣；拋學士帽；學員在校園行進；升旗隊升旗；本處標語有「聽黨指揮、能打勝仗、作風優良」、「絕對忠誠、絕對純潔、絕對可靠」。拍攝校園建築，上方標語「學好優良傳統，當好紅色傳人」；學員看著鑄魂廣場火炬像上的先烈名冊；特寫將軍譜；動畫「創建一流大學，培育紅色傳人」字樣和照片牆；新聞主播影像，標題為「空軍工程大學：創新學員德育新模式」。</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 黑底；白字動畫。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 她是誰？LET'S REMOVE HER MYSTERIOUS VEIL</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 火焰動畫字體。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 她就是。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 校徽及校名動畫。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 中國人民解放軍空軍工程大學。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 其餘字體動畫呈現。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 她在千年古都西安等你；張開夢想的臂膀；釋放心中的力量；把我們的激情；熱血；拼搏；青春；夢想；邀你。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 空軍胸徽及字幕。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 加入藍色鷹陣，捍衛祖國空天。</li> </ul>