

網路時代媒體融合視角下共軍政治宣傳變革探討

范宏宙* 張育君**

摘要

網路時代下媒體融合的新的傳播模式，正在日益改變人類社會的交往生活模式，深刻影響著人們的思想觀念和價值取向，擁有資訊優勢和傳播管道就能搶占輿論高點。近年來，共軍運用融媒體和網際網路，推動各種媒介管道及生產方式整合，將資訊內容、技術應用、平臺終端、人才培育共享交融，加強和改進政治宣傳工作，強化意識型態宣傳效能。面對共軍融媒體的強勢宣傳，本文期透過解放軍報、微信、抖音等具主流意識型態傳播指標的媒體觀察，試圖解析共軍在政治宣傳的具體成效，以及深化意識型態的實質影響力。共軍政治宣傳在網路媒體挑戰下，併用傳統媒體與新媒體，以及融媒體的運行機制，據以具體落實黨對軍隊絕對領導的基本要求，徹底主導政治宣傳意識型態影響程度，做為中共從政治宣傳上掌握軍隊的重要手段。

關鍵字：融媒體、政治宣傳、意識型態、微信公眾號、抖音短影音

* 陸軍通信電子資訊訓練中心上校政戰主任、國防大學政治作戰學院政治學博士

** 國防大學軍事共同教學中心中校教官、國防大學政治作戰學院政治學博士；通訊作者 E-mail：arielplo1019@gmail.com

Discussion on the Reform of Ideological and Political Education in the People's Liberation Army from the Perspective of Media Integration in the Internet Era

Hung-Chuo, Fan* Yu-Chun, Chang**

Abstract

The new communication model of media integration in the Internet era is increasingly changing the communication and life patterns of human society, profoundly affecting people's ideas and value orientations. Gaining information advantages and communication channels can seize the high points of public opinion. In recent years, the Communist Party of China has used converged media and the Internet to promote the integration of various media channels and production methods, combining information content, technology applications, platform terminals, and talent cultivation and sharing, as well as strengthening and perfecting political propaganda, and advancing ideological effectiveness. Faced with the extensive publicity of the CCP's military-integrated media, this article attempts to analyze the specific effectiveness of the CCP's political propaganda and its ideological influence through observations of its mainstream media such as the People's Liberation Army Daily, WeChat, and TikTok. Under the challenge of new online media, PLA uses both traditional media and new online media, as well as the operating mechanism of integrated media, to meet the Party's fundamental demand for absolute leadership of the military and completely dominate the ideological influence, as an important means for the CCP to control the military through political propaganda.

Keywords: Integrated Media, Political Propaganda, Ideology, WeChat, TikTok

* Colonel Political Warfare Director, Army Communication Electronics Information Training Center; Ph.D. in Political Science, National Defense University

** Lieutenant Colonel Political Instructor, Military Common Curriculum Center, National Defense University; Ph.D. in Political Science, National Defense University; Acting as the Corresponding Author, E-mail: arielplo1019@gmail.com

壹、前言

2014 年習近平在「全軍政治工作會議」上提及「政治工作過不了網絡關就過不了時代關」(中國軍網, 2015), 共軍各級政工部門隨即透過網路新媒體成立專屬官方帳號, 以作為最即時的政治宣傳園地(張育君、范宏宙, 2019); 而專責報導共軍新聞之解放軍報社則結合傳統媒體和網路新媒體, 建構多樣化的軍事新聞融媒體傳播體系, 企圖在政治宣傳上與中共的要求保持一致(張育君, 2018)。

隨著時代變遷、科技日新月異的整體環境影響, 融媒體發展與網路新媒體已經廣泛滲透至共軍官兵生活, 如官兵的交流方式透過網路空間拓展至全新層面, 共軍政治宣傳被推展成為資訊化平臺, 建構多元傳播方式之政治宣傳的體系, 一方面應對官兵虛擬化交往方式的需求, 另一方面使政治宣傳朝向微觀領域發展, 從原本單純媒體宣導管道延伸為媒體融合資源宣傳優勢; 近年來, 微信、抖音等具主流意識型態傳播指標的媒體, 成為共軍政治宣傳深化意識型態的重要推手。

在解放軍報推進媒體融合發展下, 中共以「黨媒」、「軍媒」報社與網路合作之型態, 融合軍隊各級各式媒體平臺發展軍事傳播網絡, 創立軍事媒體「中央廚房」(人民網, 2015), ¹推動政治宣傳, 加強宣傳工作, 並兼顧宣傳效應極大化、輿論引導最強化、正面報導最佳化的宣傳效能。

本文期透過微信公眾號、抖音短影音、解放軍報等, 具主流意識型態傳播指標的媒體觀察, 試圖瞭解新聞傳播的不同層次, 融媒體訊息內容傳播的深度、廣度與力度; 並進一步分析, 共軍融媒體輿論與爭取話語權之關聯性, 進而探析對共軍政治宣傳的效果。

貳、中共融媒體傳播系統的發展

一、新聞媒體的改革

隨著社會發展和網路資訊流通等狀況, 共軍政治宣傳成為首要工作, 藉由網路輿論引導及宣傳效度加強, 嘗試確保共軍信仰更為堅定(袁金明, 2016), 因此共軍高層深知要加強宣傳力度, 就必須全面掌握傳統媒體與網路新媒體, 以落實中共政

¹ 中國大陸 2015 年全國兩會期間, 人民日報社把全媒體平臺冠以「中央廚房」稱謂, 實施「一次採集、多種生成、多元傳播」, 企圖實現「報道流程平台化、報道內容定制化、報道形式可視化, 全景多維立體展現兩會議程、議題和風采」, 自此媒體融合發展概念與實踐引發關注, 各媒體仿效打造「中央廚房」, 成為中國大陸推進媒體深度融合的標準。

權宣傳功能。換言之，為了服從中共的領導、宣傳中共的路線、方針、政策，與中共中央保持一致，媒體必須貫徹「黨性原則」(寇健文，2005)，不允許傳統及新媒體背離中共政治立場，使媒體成為國家意識型態機器的一部份，以意識型態進行傳播工作基本任務。

中國大陸自上個世紀 80 年代改革開放後，媒體經營模式及傳播內容，已漸趨轉變為市場及閱聽者的需求取向，唯媒體報導本質仍面臨官方束縛，並未喪失其黨性原則，遵從共黨領導、以黨報為核心，仍為媒體的基本要求(羅文輝、陳韜文、潘忠黨，2001)。窺見如 1996 年 10 月「第十四屆中央委員會第六次全體會議」《中共中央關於加強社會主義精神文明建設若干重要問題的決議》，文內持續要求「新聞宣傳必須堅持黨性原則」，不斷正面宣傳掌握中共認定之正確輿論導向(北京法院法規檢索，1996)。2004 年 9 月「第十六屆中央委員會第四次全體會議」《中共中央關於加強黨的執政能力建設的決定》，再次強調「堅持黨管媒體的原則，增強引導輿論的本領，掌握輿論工作的主動面」，試圖引導「高度重視互聯網等新型傳媒對社會輿論的影響」(中國政府網，2004)，企圖建立中共官方認可之法律規範及行政監督措施，強化網路宣傳力度。再觀察《人民日報》、《解放軍報》、各省級機關報等官方媒體，不論是日常性或是重大突發新聞事件的稿件，都必須遵守中共的新聞宣傳紀律要求，刊載的訊息皆經過嚴格的篩選，確保符合黨的路線、方針、政策，也與中央保持一致論調。

中共在「黨性原則」下新聞媒體發展，在市場經濟與共黨政治力量的雙重影響下，近年來媒體逐漸在經濟上自主，並有朝向非政治化的發展趨勢。首先，在 1978-1979 年間，媒體在四人幫垮臺與真理標準論戰等重大事件中，對思想解放方面產生重要作用。其次，1980-1989 年間，隨著中共經濟體制改革逐漸蓬勃，新聞理論及新聞事業引起大量討論。第三，1990 年以後，媒體數量快速增加，媒體角色逐漸從政治宣傳的輿論工具，轉為服務經濟建設，媒體經營則朝向企業模式、廣告公開方面發展(寇健文、鄭兆祐，2006)。

二、傳統媒體和新興媒體融合

進一步審視共軍各級會議及條文關於媒體發展內容，如 1999 年召開「全軍政治工作會議」，會中提及「積極吸取現代科技發展的成果，在信息掌握、情況處理、知識傳播、思想教育等方面，注重發揮計算機網絡等現代信息技術，和大眾傳媒的作用」，強調資訊網路運用於軍隊政治工作的重要性；同年 12 月「全軍宣傳文化

信息網」正式運行，開啟中共軍隊政治工作朝向資訊網路化發展。2003 年修訂《中國人民解放軍政治工作條例》，將網路宣傳定位為與報刊、廣播、電視同等重要的宣傳管道，並以法規形式明確各級政治機關領導，與管理政治工作資訊網路的各項職責。2004 年 12 月《軍隊政治工作信息化建設理論與實踐》學術研討會，著重其所謂網路新媒體時代政治工作理論研究與實踐探索；2010 年 9 月新版《中國人民解放軍政治工作條例》，更進一步增加強化軍隊政治工作資訊化建設的相關條文，試圖加快網路新媒體時代軍隊政治工作的發展。2014 年 8 月 18 日，中共中央全面深化改革領導小組第四次會議《關於推動傳統媒體和新興媒體融合發展的指導意見》，強調「推動傳統媒體和新興媒體融合發展，要遵循新聞傳播規律和新興媒體發展規律，強化互聯網思維，堅持傳統媒體和新興媒體優勢互補、一體發展，堅持先進技術為支撐、內容建設為根本，推動傳統媒體和新興媒體在內容、管道、平臺、經營、管理等方面的深度融合，著力打造一批形式多樣、手段先進、具有競爭力的新型主流媒體，建成幾家擁有強大實力和傳播力、公信力、影響力的新型媒體集團，形成立體多樣、融合發展的現代傳播體系。要一手抓融合，一手抓管理，確保融合發展沿著正確方向推進」(人民網，2014)；2014 年 10 月在古田召開「全軍政治工作會議」，習近平要求將過好網路關做為政治工作重大實際課題，研究資訊網路時代政治工作的特點和規律，(軍隊政治工作手冊編審委員會，2016)。上述顯示共軍確立資訊網路時代下其軍隊政治工作發展方向。

2015 年 12 月 25 日，習近平在視導解放軍報社時，利用解放軍報微博微信平臺向共軍發出恭賀元旦短訊，示範運用網路新媒體執行軍隊政治工作，意圖帶頭落實政治宣傳作為。2016 年 2 月，習近平分至人民日報社、新華社、中央電視臺等地視導，在人民日報社，習近平透過新媒體平臺向中國大陸人民表達問候。在新華社時，習近平通過新華社客戶端「現場新聞」為中國大陸新聞工作者「點讚」；在中央電視臺時，習近平則進入《新聞聯播》攝影棚、導播間，與編播團隊交流互動(新華網，2016a)，此為習近平再次接觸中央主流媒體並親自體驗媒體融合成效。

在掌握新聞傳播規律方面，「融媒體」為各種媒介呈現一體多功能的模式趨勢，媒體融合的內涵更加全面且豐富，核心為「融合」，即在傳統傳播框架內，將各種傳播管道和傳播技術相互交流融合，形成新的傳播矩陣(朱瑩瑩，2018；董慧明，2018)，藉由各種媒介資源、生產要素整合，推動訊息內容、技術應用、平臺終端、人才隊伍共享融合，反應部隊全貌、引起官兵共鳴，以傳統媒體與新媒體融合發展

為方向，實為新媒體運用於政治宣傳之影響力。換言之，傳統媒體與新媒體深度融合為主流媒體的「融媒體」作業平臺，為擁有強大傳播能力，具備報導影響力的新型媒體，達到政治宣傳及壯大主流思想輿論的途徑管道。簡言之，結合傳統媒體與網路新媒體，推行「中央廚房」概念，將報紙、網站、微博、微信、客戶端等不同媒體管道的新聞內容進行整合，統一配送新聞資訊，以達到宣傳的目的。

中國大陸融媒體意味著傳統媒體與網路新媒體的關係，已從單純的衝擊、替代，轉化到整合、交流，實現資源融合、內容互融、宣傳通融、利益共融，新聞傳播過程不再僅是自上而下一條路徑，訊息流通管道更為多元化，媒體布局相互配合，凸顯傳播領域的實踐意義，形成完整的新媒體矩陣，無形中也促使共軍政治宣傳的宣傳方式產生變革。再進一步分析，隨著大數據、人工智慧、網路通訊軟體等新技術出現，媒體生態亦隨之因應變化，報刊、廣播、電視等傳統媒體受到衝擊，使用頻率、宣傳效果和輿論導向的功能減弱，各主流媒體結合傳統媒體的深入報導及公信力特性，與網路新媒體的快速傳播優勢，促進媒體融合，建構更具競爭力的融媒體傳播系統，發揮宣傳效能及影響力。此時，融媒體的傳播方式更為多變、傳播速度更具效率、傳播內容更加巨量、傳播模式更顯優勢，資訊傳播格局則更加廣闊，融媒體逐漸成為新聞傳播與宣傳引導的主要管道，亦是軍隊政治宣傳的新興利器。

參、共軍運用融媒體深化政治宣傳

一、提升融媒體的宣傳力度

2016年2月19日，習近平在「黨的新聞輿論工作座談會」上強調，「要加強國際傳播能力建設，增強國際話語權，集中講好中國故事，同時優化戰略布局，著力打造具有較強國際影響的外宣旗艦媒體」(新華網，2016b)，要求宣傳部門統合媒體發揮融合媒體的加乘力量。同年7月頒布《關於進一步加快廣播電視媒體與新興媒體融合發展的意見》，著重落實《關於推動傳統媒體和新興媒體融合發展的指導意見》，內容直指中共為實現中華民族偉大復興的中國夢，必須提供堅實的思想輿論支撐，履行新聞輿論工作的職責和使命，將傳播媒體與新媒體深度融合，在內容創新、管道拓展、平臺營運、流程規劃、組織重構、安全保障等各個環節彼此資源分享(新華網，2016c)，其目的在以輿論導向和共黨目的宣傳為主的傳播政策，在構建輿論引導新格局中發揮主導作用。

2017 年 4 月《關於深化群眾精神文明創建活動的指導意見》，提及「豐富精神文明建設載體。加強新聞傳播能力建設，推進傳統媒體與新興媒體深度融合，牢牢把握正確輿論導向，弘揚主旋律，傳播正能量，大力宣傳精神文明建設先進經驗和有效作法，加強對社會普遍關注的道德熱點問題的引導，有力抨擊背離主流價值的錯誤言行和醜惡現象，切實發揮新聞輿論團結人民、鼓舞士氣，成風化人、凝心聚力的作用」，以及「加強網上精神文明建設。堅持正能量是總要求、管得住是硬道理，依法加強網路空間治理，加強網路內容建設，加強網上正面宣傳，發展積極向上的網路文化。實施網德工程，深入開展爭做中國好線民活動，宣導文明辦網、文明上網，強化網路運營主體的社會責任，引導人們提升網路文明素養，淨化網路環境，讓網路空間清朗起來。適應資訊傳播方式和人們接受習慣的深刻變化，積極運用微博、微信、手機用戶端等新媒體傳播文明理念、推進實際工作」等指示(新華網，2017)，企圖藉融合傳統媒體與新媒體，掌握宣傳力度並確保輿論傳播政策，營造精神文明建設的良好社會環境。

列舉中共主流媒體整合方式，首先，中央電視臺以「電視+」和「互聯網+」的融合模式，將影音列為重點，輔以新聞為主角、用戶為中心，形成具移動化、互動化、影音化的傳播政策，隨著中國環球電視網開播，展現中央電視臺整合其新聞資源，適應融合發展趨勢的具體成果。其次，人民日報採用「中央廚房」傳播模式，創新採編部門設置及發稿流程，實現「全媒體報導，全天候推送，全球化傳播」的傳播政策。第三，新華網則企圖創造全媒體報導平臺，訂定新華網、新華社客戶端雙軌的策略規劃，推出「新華全媒頭條」，啟用新型新聞內容服務平臺。除此之外，求是雜誌社、光明日報社、經濟日報社、中國日報社，以及中央人民廣播電臺和中國國際廣播電臺等主流媒體，在推動媒體融合發展政策中，持續深化內部體制改革，打造融媒體以占領網路輿論(央視網，2017)。

顯見共軍各級政治工作部門，為持續宣傳深化內部體制改革正當性，嘗試藉由融媒體及其多元平臺觸角帶領網路輿論風向，透過新聞宣傳和新媒體構聯加大軍隊政治宣傳宣傳廣(力)度，並借助中央廚房統一輿論走向及網路新媒體強化理念滲透深度。

二、深入推進媒體融合發展

去(2023)年 1 月 7 日在北京舉行高峰論壇時，公布《2022 年中國經濟媒體融合發展實踐報告》，論壇圍繞「布局新時代」、「媒體新未來」、「媒體新經營」三大

議題，並公布 2022 中國經濟傳媒協會會員單位」，以及「新媒體影響力指數 TOP10」、「微信原創傳播力指數 TOP10」兩大榜單。人民網、新華網、中國新聞網、北京日報、南方都市報 N 視頻、新京報、每日經濟新聞、中國經濟網、央廣網、財聯社等 10 家媒體入選「新媒體影響力指數 TOP10」榜單，其影響力指數由微信影響力指數、微博影響力綜合指數求和而得；人民網、新華網、中國基金報、南方都市報 N 視頻、中國新聞網、長安街知事、新京報、中國搜索、中國經濟網、每日經濟新聞等 10 家媒體入選「微信原創傳播力指數 TOP10」榜單，此項從「原創文章閱讀指數」、「原創文章點讚指數」、「原創佔比指數」等 3 個指標，客觀反應會員媒體微信公眾號原創傳播力情況(人民網，2023)。報告指出中共歷時多年，將其媒體融合美化從「推動」到「推進」，從「融合發展」到「深度融合」，融合的緊迫性更強、任務更重、層次更深，主流媒體緊抓融合發展時機，促進改革與創新，積極研究新技術、新應用，加快新媒體轉型步伐，朝向建設新時代新媒體目標不斷邁進。概括在習近平新時代局勢下，中共的新聞輿論工作的職責和使命，堅持黨性原則是為首要，黨和政府主辦的媒體是黨和政府的宣傳陣地，必須姓黨，黨的新聞輿論工作最根本的是堅持黨對新聞輿論工作的領導，此亦為融媒體輿論傳播具體政策指導。

共軍各級政工部門隨即透過網路新媒體成立專屬帳號，如微信公眾號、抖音短影音及強軍網等，作為最即時的思想政治工作的宣傳管道(張育君、范宏宙，2019)。其中微信公眾號、抖音短影音作為推動政治宣傳的重要管道，掌握網路時代的輿論引導；經檢視分析後，共分別掌握 119、68 個帳號(如附表 1、2，資料時間統計至 2023 年 11 月)。進一步分析抖音短影音數據，從 2023 年 4 月至 11 月追蹤，其獲讚數及粉絲人數普遍呈現顯著正成長。列舉與我們最直接相關之抖音帳號為例，「中國軍號」獲讚數成長 0.3 億(漲幅約 7%)、粉絲人數成長 174.3 萬(7%)；「中國軍網」獲讚數成長 0.5 億(6%)、粉絲人數成長 476.4 萬(13%)；「東部戰區」獲讚數成長 539.3 萬(43%)、粉絲人數成長 52 萬(27%)；「南部戰區」獲讚數成長 310.2 萬(44%)、粉絲人數成長 314.7 萬(174%)。²上述數據顯示，無論閱聽人是主動志願或被動接受，其所宣傳內容已廣泛滲透渠等所處資訊獲得環境，對共軍在政治宣傳及深化意識型態已具實質影響。

² 此部份係作者長期觀察掌握共軍官方抖音號，初步藉由獲讚數及粉絲人數等數據追蹤，瞭解渠等作為共軍最即時的思想政治工作的宣傳管道。

2021 年 9 月，中共中央辦公廳、國務院辦公廳《關於加強網絡文明建設的意見》，提出要深入推進媒體融合發展，加大中央和地方主要新聞單位、重點新聞網站等主流媒體建設推廣，意味著媒體轉型迎來新局面。其次，媒體運用短影音、微電影、小遊戲等表達形式，如新華網綜合運用 XR 等技術手段，策劃《這十年，那些難忘的奮鬥故事》，宣傳中共十八大以來經濟發展的成就和變革，融媒體中央廚房的運作下，各式管道傳播總量超過 2.8 億；再如央廣網推出《大時代》系列主題報導，用典型案例、數字證據及小故事等方式詮釋十年變化，統計接觸點擊人次超過 30 億。第三，在 5G、AI、元宇宙等技術加持下，虛擬主播、跨屏互體、智能互動等成為現實，並融入媒體新聞豐富受眾體驗，如新華社依托 5G、MR 技術推出「新立方智能化演播室」，讓主持人同身處太空的航天員王亞平進行跨地互動，又如央視以財經評論員王冠為原型，推出具有元宇宙概念的 AI 虛擬主播節目《「冠」察兩會》，推動兩會新媒體報導創新方式，亦如人民網推出短影音節目《百秒說兩會》，通過 AR 技術，用「真實環境+虛擬場景」進行創意延伸，形成主持人與場景的創意互動，增強網友置身兩會空間的親近感和參與感(新華網，2023；姜濤、劉牧媛、肖子南，2022)。

綜上，建立「新聞+政務+服務+商務」轉向以服務化為主的營運模式，增強媒體的服務能力，是媒體融合的輿論政策分析重點，透過新聞宣傳和新媒體構聯，建置「兩微一端一抖」等媒體運作維護服務，輔以媒體融合全網資源釋放媒體流量和潛力，改變過往單一的傳播模式，嘗試更多元、靈活的合作模式，形成多線條經營增長模式，進行全產業鏈 IP 營運，開拓融合度展新格局。

三、掌握輿論傳播的主動權

共軍融媒體的發展過程中，主要特點是傳統媒體和網路新媒體之間的資源交流通，透過「中央廚房」產製新聞內容，經微博、微信、直播平臺、自媒體等類型之管道傳播後，其傳播速度、傳遞範圍、傳達資訊、傳送內容等方面均遠超越傳統媒體，同時藉由短影音、圖片、文字等多元組合訊息，提升新聞傳播的多元層次，為的是將融媒體訊息內容傳播的深度、廣度與力度成為核心關鍵要素。進一步分析，融媒體輿論政策即是爭取話語權，在資源整合過程中，藉由融合報刊、廣播、電視等傳統媒體，輔以網路新媒體進行宣傳、輿論引導與話語權爭取，以發揮新聞傳播最大效益，成為政治宣傳重要推手。

中共為深化軍隊政治工作理念，加強軍隊政治宣傳，落實輿論傳播政策，注重借助網路新媒體宣傳力度，首先堅持部隊、家庭與社會相銜接，透過渠等組織管理、思想教育格局，建構部隊服役良好環境。其次，堅持軍內軍外相互融合，將軍隊政治工作置於社會大眾思想政治工作體系中考察運用，憑藉地方層面政治宣傳資源，結合網路思想教育資源，接軌社會層級以完善官兵思想政治工作。再者，堅持網上網下相統一，既發揮資訊網路在軍隊政治工作中的作用，又注重傳統政治工作方法與手段的運用，彼此互輔相成、共同作用；接著就是堅持平時戰時相結合，加快政治工作與資訊網路技術的有機融合，諸如軍隊政治工作指揮資訊系統、業務資訊系統、模擬訓練系統、輿論戰、心理戰與法律戰資訊系統等建設，實現政治工作資訊標準化，為戰時政治工作奠定基礎，並反饋軍隊政治工作資訊化發展(軍隊政治工作手冊編審委員會，2016)。

舉例來說，在 2021 年 12 月 31 日，習近平的 2022 年新年賀詞，透過融媒體中央廚房的推播，24 小時內軍隊官方微信公眾號，至少 87 個副軍級以上全面洗版，圖片和內文報導全面一致，後續並引起各級部隊熱烈迴響與述評(張育君、范宏宙，2019)。在現代網路快速發展的基礎之下，網路新媒體傳播管道成為社會重要資源，以及新式強化意識型態模式，更重要的是成為政治參與的重要途徑，增加事務互動性與透明度，網路新媒體成為豐富、快速且對等的交流平臺，亦是落實政治宣傳的關鍵要素。進一步分析，透過融媒體發展掌握輿論傳播的主動權的趨勢，2022 年 7 月 23 日，解放軍中部戰區-「中部號角」新媒體矩陣全面拓展升級(如圖 1)，入駐新華號、學習強國、抖音、喜馬拉雅等平臺，聚焦「向戰、務戰、勝戰、聯合、融合、聚合」的「24 微一體」的新媒體矩陣(中部號角，2022)。



圖1 中部號角「24 微一體」的新媒體矩陣

資料來源：中部號角，2022 年。

另外，觀察統計其他融媒體狀況(如圖 2)，計解放軍融媒體(24 微 1 體)、東部戰區融媒體(研判 18 微 1 體)、南部戰區融媒體(15 微 1 體)、西部戰區融媒體(研判 11 微 1 體)、北部戰區融媒體(18 微 1 體)、中部戰區融媒體(24 微 1 體)、陸軍融媒體(21 微 1 體)、海軍融媒體(研判 22 微 1 體)、空軍融媒體(20 微 1 體)、火箭軍融媒體(研判 22 微 1 體)、聯勤融媒體(19 微 1 體)。



圖2 各融媒體新媒體矩陣

資料來源：聯勤集結號，2023 年。

對共軍而言，隨著整體局勢變遷，新聞宣傳工作已成為激勵部隊士氣、打擊敵人意志、營造有利輿論氛圍、爭取中國大陸內部及國際支持的重要手段，具有不可替代的作用，不論是對內或對外傳播，動態或靜態宣傳，須堅持鮮明的「黨性原則」，宣傳中共的理論和路線、方針、政策，宣傳中共中央、中央軍委的重大決策與指示，將傳統媒體與網路新媒體管道相結合，具體掌握輿論傳播主動權。

整體而論，在傳統媒體與網路新媒體的融合傳播之下，傳播管道的差異對民眾資訊接收方式仍有一定程度的影響，基於人在那裡，宣傳思想工作重點就在那的理念，融媒體的發展，旨在更好地反應使用者接放模式的轉變，及更科學地評估媒體

發展的趨勢，藉由不斷擴展融合媒體傳播管道，加強主流輿論傳播政策價值影響力成效。換言之，媒體融合從內容型態上打破傳統媒體邊界，結合不同傳播管道傳播差異，布局全媒體傳播矩陣，掌控融合平臺及各方資源，拓展更多服務功能，推動融媒體發展的重要立基。

肆、解放軍報融媒體互動傳播的實踐

一、解放軍報發展概況

2020年9月，中共中央辦公廳、國務院辦公廳印發《關於加強推進媒體深度融合發展的意見》，明確律定媒體深度融合發展的總體要求，強調深刻認識媒體新時代推進此項工作的重要性、緊迫性，要求儘快建成一批具有強大宣傳效能和影響力的網路新媒體。時至今日，報紙、廣播及電視等傳統媒體規模增長放緩，並繼續致力深度融合與數位化轉型，媒體平臺技術、數位化傳輸技術、高新影音技術、人工智慧、5G等新技術驅動媒體變革與創新發展。國家新聞出版署發布的《2020年新聞出版產業分析報告》、《2021年新聞出版產業分析報告》顯示，2020年中國大陸共出版報紙1,810種，出版報紙74.78億份；2021年中國大陸共出版報紙1,752種，出版報紙75.35億份(中國記協網，2022；中國出版協會，2023)。上述顯示數據基本持平，體現中共試圖利用網路新媒體平臺實現全覆蓋理念，企圖達成政治宣傳零死角之境界。

《解放軍報》是早期宣傳的領導者，亦是後期「兩報一刊」的成員，具有獨特地位與代表性。在中共媒體與兩報一刊新聞內容一致的情況下，研究《解放軍報》發展概況，可以達到窺視掌控政治宣傳全貌的目的(吳廷俊、喻頻蓮，2016)。

《解放軍報》創刊於1956年1月1日，性質為中央軍委機關報，由總政治部主辦，1987年1月1日，除在中國大陸內部出刊外，也正式對海外地區發行。1999年10月1日，成立解放軍報網路版，2003年3月5日，創辦解放軍報網路英文版。2004年10月1日，解放軍報網路版正式更名為《中國軍網》，2014年8月1日，解放軍報客戶端上線運行。直至2016年，解放軍報社定為「融合發展突破年」，結合傳統媒體與網路新媒體，發展「媒體中央廚房」和「全媒體採編系統」，成為「解放軍報融媒體」，將報紙、網站、微博、微信、客戶端等不同媒體管道的新聞統合為一體，統一配送新聞內容，並改隸屬中央軍委政治工作部，為解放軍報的媒體融合發展奠定基礎。同年8月1日，解放軍報對軍用手機用戶研發客戶端軍內

2018 年，成立《中國人民解放軍新聞傳播中心》，整合中國人民解放軍電視宣傳中心、中央軍委政治工作部文網中心、中國人民解放軍出版社、解放軍報社等單位，改設《中國人民解放軍新聞傳播中心報社》、《中國人民解放軍新聞傳播中心廣播電視部》、《中國人民解放軍新聞傳播中心網絡部》、《中國人民解放軍出版社》等單位(孫繼煉，2016a；中國軍網，2016；中國軍網，2017；北京交通大學，2017；牛明漢、張弛，2017；人民網，2018)。舉例說明，解放軍新聞傳播中心數位記者&全軍首位超寫實虛擬數位軍人「穆蘭」(如圖 3)，於 2023 年 10 月開放網友命名，11 月正式公布 (中國軍視網，2023)，充分展現出其結合時代潮流及官兵關注企圖。



資料來源：中國軍視網，2023 年。

二、掌控共軍政治宣傳的利器

解放軍報先後歷經多次大改版及改組，其目的主要是因應閱聽人需要和時代變化，以互動融合的傳播模式展現強軍風貌，進一步加強軍報媒體新聞宣傳力度，並據以落實習近平強軍思想，貫徹習近平新時代中國特色社會主義思想。其中，解放軍報融媒體、新矩陣從資訊型演變為應用型，從媒體型轉型為社交型，從受眾型延伸為用戶型，具體而言，是推動傳統媒體進一步強化網際網路思維和一體化發展理念，從掌握內容優勢朝向傳播優勢的趨勢走向，而且是促進新媒體建立技術領先，謀求內容與技術相互支援的模式，最後則是傳統媒體與網路新媒體共同創新傳播方式，更好地宣傳強軍思想，展現強軍風貌，這些變化係融媒體發展的理想狀態，亦是傳統媒體與網路新媒體相融而行的具體表現，為國防和軍隊改革深入發展及軍事媒體融合提供歷史見證，並確實貫徹習近平對媒體融合指導要求，做為黨的意志來落實。

習近平視導解放軍報時曾提及，「堅持軍報姓黨、堅持強軍為本、堅持創新為要」的「三個堅持」，以及「政治上更強、傳播上更強、影響力上更強」的「三個更強」的重要指示，並進一步指示「要堅持黨管媒體原則，嚴格落實政治家辦報要求，確保新聞宣傳工作的領導權始終掌握在對黨忠誠可靠的人手中」(楊慶春，2018)，充分體現對軍事媒體新聞傳播工作的要求，貫徹黨管媒體原則以及習近平強軍思想，為中國夢、強軍夢提供有力思想輿論支撐。

「黨性原則」是習近平關於新聞輿論的重要論述中的鮮明主線，具有很強的現實針對性，除為共黨的新聞輿論事業穩健發展必須堅持的根本理論觀點，更是掌控政治宣傳的新利器。在新時代條件下，習近平反覆強調「堅持黨性，核心就是堅持正確政治方向，站穩政治立場」、「堅持人民性，就是要把實現好、維護好、發展好最廣大人民根本利益作為出發點和落腳點，堅持以民為本、以人為本」、「黨性和人民性從來都是一致的、統一的」(中國記協網，2023)，這些重要論述都是習近平在以中國特色社會主義進入新時代為背景情況下，明確新形勢下新聞輿論工作的努力方向，以及在融媒體衝擊之下掌握政治宣傳的工具。

解放軍報做為共黨和共軍的重要思想輿論宣傳工具、共軍唯一新聞門戶網站及中央重點新聞網站，透過中國軍網、國防部網、強軍網、解放軍報用戶端、國防線上用戶端、學習強軍用戶端、解放軍報微博微信、中國軍網微信、中國軍網抖音號快手號、央廣軍事微博微信、鈞正平工作室微博微信、「學習強軍」等網路平臺

(如圖 4)，堅持軍媒姓黨、強軍為本、創新為要，執行掌控共軍政治宣傳任務(解放軍報，2023；中國民兵，2023)。



圖4 解放軍新聞傳播中心融媒體平臺

資料來源：解放軍報，2023；中國民兵，2023。

例如，紀念長征勝利 80 週年的重大紀念主題宣傳戰役系列報導，是解放軍報首次運用融媒體回顧主題宣傳報導。首先，運用「中央廚房」建設為主軸，建立融媒體生產平臺，整合主報、子報刊，中國軍網、國防部網、軍報記者微博微信、解放軍報客戶端、軍報記者網等網路新媒體綜合資源，形成專業解放軍報融媒體，在解放軍報重要版面，刊載融媒體報導活動儀式消息及側記，中國軍網和中國電視網合作進行網路直播等，相關媒體管道皆進行轉播和推介，彼此融合展開各相關報導，形成強大的融媒體矩陣。其次，透過各式媒體資源，重新建立報導視角，如站位轉換、專業解讀、歷史觀點等，企圖加深報導內涵，使解放軍報保持更獨特的軍隊視角、軍媒眼光，在網路世代闡發新內容、新觀點、新思維的同時，在主流輿論陣地中爭取其權威地位。第三，解放軍報身處網際網路時代，透過先進技術為支撐，傳播資訊和引導社會輿論，如大數據、可視化、H5、VR、無人機、表情包、彈幕網站等新技術，已然成為融媒體傳播基礎要素，以新技術帶來的新體驗魅力，讓解放軍報不斷提高技術建設和運用水準，推出適應時代要求的創新產品。最後，解放軍報宗旨為宣傳黨的意志，具體落實強軍目標，期建設軍事專業媒體，在各重大報導內容和歷史斷點宣傳中，創新時代脈絡輿論引導，發揮融媒體綜合功能(孫繼煉，

2016b)。綜上，融媒體傳播模式，在全方位的聯合行動之下，經過整體策劃、蒐集資料、多式形式、多元傳播等過程，加深內容融合、思想融合、情感融合，對每一次新聞報導、宣傳進行整體融合、深度融合累積實踐經驗及堅實基礎，換言之，推動傳統媒體和網路新媒體優勢互補、全體發展，形成樣式多種、手段先進，具有競爭力的新型主流媒體。

解放軍報融媒體對新聞內容進行多樣式深度融合報導，對媒體管道與新聞資源發揮最大程度利用，產生多維度、立體化、大眾化的宣傳議題，其模式包括文字、圖片、音頻、影音、圖表等交雜運用，形成互動性強、訊息量多、適應時代發展趨勢、滿足不同文化水準、應對不同年齡程度、符合各閱聽人閱讀習慣的報導形式，為受眾提供疑惑解答，並以微博、微信、新聞客戶端「兩微一端」的網路新媒體傳播模式，加強宣傳功能以及爭取媒體話語權。當然，在黨報的黨性原則下，解放軍報亦持續運用新聞照片出現頻率、版面放置位置、合照照片構圖等項，針對個案事件進行深入分析報導，藉以顯示黨高層人物權力掌控程度(寇健文，2005；寇健文、鄭兆祐，2006；寇健文、梁書瑗，2008；學習軍團，2022；中國軍網，2022)。換言之，解放軍融媒體一直以來秉持著力宣傳習近平為核心的中共中央治國理政理念，具體圍繞在新時代下的強軍目標、全面實施改革強軍戰略、全面從嚴治黨治軍、反腐清黨等重點話題展開深入且持續地報導，並規劃專刊專題，爭取、引導閱聽人瞭解情勢，企圖落實正面宣傳的輿論效果。

面對融媒體的強勢宣傳，解放軍報透過創新作為，展示新媒體運用於政治宣傳的具體成效，透過主動宣傳具中國特色社會主義思想及黨的意志，落實強化思想教育意識型態影響力。換言之，營造資訊網路時代軍隊政治工作，是推動習近平強軍興軍的時代要求，是打贏網路空間意識型態領域鬥爭的重要關鍵，亦為提高軍隊政治工作效益的首要途徑，活用網路新媒體運用於政治宣傳，據以具體落實黨對軍隊絕對領導的基本要求，徹底主導政治宣傳意識型態影響程度。

伍、結論

共軍政治宣傳在網路新媒體的挑戰中，一直處於主流意識型態的傳播指向，在軍隊政治工作和政治宣傳不斷發展進步中，亦隨之不斷地進行變革與調整，併用傳統媒體與網路新媒體，以及融媒體的運行機制，強調對具中國特色社會主義理論體系、領導人政策思想宣揚，企圖從政治宣傳上掌握軍隊；諸如領導人照片選用、講

話精神解讀、政治標語詮釋等，皆明確顯示中共希冀從思想上確實掌控部隊，貫徹中共中央、中央軍委的決策和指示精神。

共軍宣傳工作的本質是群眾工作，群眾上網蒐集資源，宣傳思想政治工作亦必須與網路構連，進一步推動媒體融合發展，統籌處理傳統媒體和網路新媒體之關係。換言之，資訊化世代以網路為代表的新媒體，正在日益改變人類社會的交往生活模式，深刻影響著人們的思想觀念和價值取向；誰擁有資訊優勢和傳播管道，誰就能佔領未來，宣傳報導的觸角就此延伸。中共自習近平主政以來，其軍隊加重融媒體和網際網路的發展，推動各種媒介管道、生產方式有效地整合，將資訊內容、技術應用、平臺終端、人才培育共享交融，並適應時代發展要求與時俱進，用先進思想文化引領資訊網路風潮，加強和改進政治宣傳工作，強化意識型態影響力。文論於此，我們應持續加強此方面觀察，並據以研擬各項因應措施，以提升自我防護能力。

參考文獻

人民日報(2014/8/27)。劉奇葆：中央主要新聞媒體要走在融合發展前列。《人民日報》，4版。

人民網(2014/8/21)。推動傳統媒體和新興媒體融合發展指導意見審議通過。《人民網》。取自 <http://culture.people.com.cn/n/2014/0821/c172318-25511854.html>(檢索日期：2023年11月20日)。

人民網(2015/3/2)。人民日報兩會報道推出「中央廚房」。《人民網》。取自 <http://media.people.com.cn/BIG5/n/2015/0302/c40606-26622017.html>(檢索日期：2024年3月3日)。

人民網(2018/6/20)。丁海明：軍隊媒體人有一個「強軍夢」。《人民網》。取自 <http://media.people.com.cn/n1/2018/0620/c40606-30067803.html>(檢索日期：2023年4月7日)。

人民網(2023/1/8)。榜單發佈！120家媒體新媒體影響力、原創力哪家強？。《人民網》。取自 <https://finance.people.com.cn/n1/2023/0108/c1004-32602049.html>(檢索日期：2023年3月27日)。

中國出版協會(2023/2/23)。國家新聞出版署發佈【2021 年新聞出版產業分析報告】。

中國出版協會。取自 <https://www.pac.org.cn/hangyeyanjiu/diaoyanbaogao/2023-02-23/1000003883.html>(檢索日期：2023 年 3 月 28 日)。

中國民兵(2023/4/11)。中國軍號招人，快來！。中國民兵。取自

https://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzU4ODA1NTM2MA==&mid=2247941801&idx=1&sn=483cfa6ab26953d93d53106ca6582246&chksm=fdae886ca9d6190c66720e2920cd20fa265e981f9ec9d3353a62d7f005fb6aec3f5ba5949e2&scene=90&subscene=93&sessionid=1681224135&clicktime=1681224422&enterid=1681224422&ascene=56&fasttmpl_type=0&fasttmpl_fullversion=6630318-zh_CN-zip&fasttmpl_flag=0&realreporttime=1681224422324&devicetype=android-33&version=2800205d&nettype=internet&lang=zh_TW&session_us=gh_9aaac3fa25d1&exportkey=n_ChQIAhIQ87mY1xPKYabRbZ6Ms8GovxLrAQIE97dBBAEAAAAAAIyCLSUFEl8AAAAOpnlbLcz9gKNyK89dVj0QMuMtdkYyl41JmV4HO3KshZpX6lW2sQPX7n%2FwJLK%2BB0xKtlQk7rgIHxqFLG0s49hqBmxh%2F6VtuLz0zodEVeUT6S3M6e51%2FoeV5%2F8S1iZhRw%2F9oZbLoWUNtwRE17oikmQid8krMJymne6e%2BLu7bThvJZ1LmCxxBIZ9XMSvYAWcJLfPWTlhpWEUpBjSiqkpHlskd0pPY0i9Y2yXsMvK2dDB4HAJhUA7BSWeIe7omr4HFnnf1BWdVyUt%2FQJkKClB7tlW9pefgM%3D&pass_ticket=VoTF4K60CurZdGlrF%2But4hepyNWVO7C7EeJTP5BXN79fC%2Bhi4%2BsElF80X1G1%2FUlipcBgIoEAeKs0SQZMjPUZLQ%3D%3D&wx_header=3(檢索日期：2023 年 11 月 22 日)。

中國政府網(2004/9/26)。中共中央關於加強黨的執政能力建設的決定。中國政府網。

取自 http://www.gov.cn/test/2008-08/20/content_1075279.htm (檢索日期：2023 年 4 月 22 日)。

中國軍視網(2023/11/14)。名字，定了！全軍首位數字軍人取名穆蘭。中國軍視網。

取自 https://www.js7tv.cn/news/202311_313099.html(檢索日期：2023 年 11 月 17 日)。

中國軍網(2015/8/24)。過不了網絡關就過不了時代關-加強和改進新形勢下網絡思想政治教育的思考。中國軍網。取自

http://www.81.cn/jmywyl/2015-08/24/content_6645549.htm (檢索日期：2023 年 11 月 22 日)。

中國軍網(2016/12/30)。漫說-我是解放軍報，今天就談談我的前世今生。中國軍網。

取自 http://www.81.cn/jwgz/2016-12/30/content_7431104.htm(檢索日期：2023 年 6 月 16 日)。

中國軍網(2017/1/3)。新年新起點 今天軍報 8 個新版因你而變。中國軍網。取自

http://www.81.cn/2017xczjy/2017-01/03/content_7435965.htm(檢索日期：2023 年 6 月 16 日)。

中國軍網(2022/1/2)。以習近平同志為核心的黨中央引領中華民族邁向偉大復興述

評。中國軍網。取自 https://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzI2MzAwOTgyNQ==&mid=2650063206&idx=1&sn=d9c21084ac070a22e12d7a3431dc0946&chksm=f2420228c5358b3e48af0c50b6181f392fd277d57e543ddc471e2e823d610c365cb57639f75c&scene=90&subscene=93&sessionid=1641199032&clicktime=1641200735&enterid=1641200735#rd(檢索日期：2023 年 9 月 28 日)。

中國記協網(2022/5/16)。中國新聞事業發展報告【2022 年發佈】。中國記協網。取

自 https://www.zgjjx.cn/2022-05/16/c_1310592108.htm(檢索日期：2023 年 3 月 28 日)。

中國記協網(2023/1/3)。薦書-把准新時代新聞輿論工作的「定盤星」--讀《學習習近

平關於新聞輿論的重要論述。中國記協網。取自 http://www.zgjjx.cn/2023-01/03/c_1310688039.htm(檢索日期：2023 年 9 月 28 日)。

中部號角(2022/7/23)。「中部號角」新媒體矩陣全面上線一周年。中部號角。取自

https://mmbiz.qpic.cn/mmbiz_jpg/PSG3dB63n8Kn4ib75VrflUYl07htuXpBI0Mo32iaflA36CHO01vmUnCmoonlrNXdU97eJUe5ncNkiawAYtZP8YibnA/640?wx_fmt=jpeg&wxfrom=5&wx_lazy=1&wx_co=1(檢索日期：2023 年 11 月 22 日)。

牛明漢、張弛(2017/12/27)。軍報公開發行後的 N 次改版。中國軍網。取自

http://www.81.cn/jsjz/2017-03/16/content_7529047.htm(檢索日期：2023 年 4 月 7 日)。

北京交通大學(2017/6/23)。【實習招聘】解放軍報社網絡傳播中心。北京交通大學。

取自 <https://web.archive.org/web/20180811064019/http://job.njtu.edu.cn/cms/employment/16842>(檢索日期：2023 年 3 月 20 日)。

北京法院法規檢索(1996/10/10)。中共中央關於加強社會主義精神文明建設若干重要問題的決議。北京法院法規檢索。取自 <http://fgcx.bjcourt.gov.cn:4601/law?fn=chl073s055.txt> (檢索日期：2023 年 3 月 23 日)。

央視網(2017/2/18)。掌握輿論戰場主動權 習近平要求三維度打造媒體新旗艦。央視網。取自 <https://news.cctv.com/2017/02/18/ARTIrsoCDdYTlbTLWNRWp2ii170218.shtml>(檢索日期：2023 年 3 月 27 日)。

朱瑩瑩(2018/3/28)。融媒體背景下廣播媒體發展的「橫」與「縱」。人民網。取自 <http://media.people.com.cn/n1/2018/0328/c418745-29894280.html>(檢索日期：2023 年 10 月 23 日)。

吳廷俊、喻頻蓮(2016)。媒體·語錄環境·個人崇拜--基於《解放軍報》(1960-1969)的研究。《新聞學研究》，127，40-63。

李秀寶(2017)。奮力推進軍事媒體深度融合發展。《中國報業》，17，24-25。

姜濤、劉牧媛、肖子南(2022)。2021 年中國媒體融合創新發考報告。摘錄自崔保國、趙梅、丁邁、杭敏編，*傳媒藍皮書：中國傳媒產業發展報告(2022)*。北京：社會科學文獻出版社。

軍隊政治工作手冊編審委員會(2016)。《軍隊政治工作手冊(專業知識部份)》。北京：藍天出版社。

孫繼煉(2016a/8/20)。解放軍報社總編輯孫繼煉在 2016 媒體融合發展論壇上作主旨演講。《中國軍網》。取自 http://www.81.cn/jwgz/2016-08/20/content_7219044.htm (檢索日期：2023 年 3 月 28 日)。

孫繼煉(2016b)。重大紀念主題宣傳戰役的創新探索--《解放軍報》紀念長征勝利 80 週年融媒體報導的回眸與啟示。《中國記者》，12，8-11。

袁金明主編(2016)。《軍隊基層政治工作創新理論與實踐》。合肥：合肥工業大學出版社。

寇健文(2005)。中共菁英政治與質性分析：原始資料來源與分析方法。《臺灣政治學刊》，9(2)，233-279。

寇健文、梁書瑗(2008)。中共領導人權力消長在黨報新聞照片上的呈現。《政治科學論叢》，38，35-70。

- 寇健文、鄭兆祐(2006)。黨報版面語言和中共高層互動：以「人民日報」、「解放軍報」為例。*政治學報*，42，37-78。
- 張育君(2018)。以「庫博中文語料庫」分析工具初探「解放軍報」改版後現況。*復興崗學報*，113，54。
- 張育君、范宏宙(2019)。共軍網路新媒體下的政治工作。*國防雜誌*，34(3)，24-25。
- 新華網(2016a/2/20)。關於媒體融合，總書記這樣說。*新華網*。取自 http://news.xinhuanet.com/politics/2016-02/20/c_128736695.htm (檢索日期：2023年11月20日)。
- 新華網(2016b/2/19)。習近平：堅持正確方向創新方法手段 提高新聞輿論傳播力引導力。*新華網*。取自 http://www.xinhuanet.com/politics/2016-02/19/c_1118102868.htm (檢索日期：2023年11月20日)。
- 新華網(2016c/7/18)。關於進一步加快廣播電視媒體與新興媒體融合發展的意見。*新華網*。取自 http://www.xinhuanet.com/politics/2016-07/18/c_129156202.htm (檢索日期：2023年11月20日)。
- 新華網(2017/4/5)。關於深化群眾性精神文明創建活動的指導意見。*新華網*。取自 http://www.xinhuanet.com/politics/2017-04/05/c_1120753464.htm (檢索日期：2023年11月20日)。
- 新華網(2023/1/9)。2022年中國經濟媒體融合發展實踐報告(全文)。*新華網*。取自 https://www.news.cn/2023-01/09/c_1211716199.htm (檢索日期：2023年6月16日)。
- 楊慶春(2018/7/4)。認真踐行「三個堅持」，努力實現「三個更強」。*人民網*。取自 <http://media.people.com.cn/BIG5/n1/2018/0704/c420432-30126286.html> (檢索日期：2023年3月20日)。
- 董慧明(2018)。中共軍事媒體外宣傳播策略之研究。*復興崗學報*，113，4-5。
- 解放軍報(2023/4/18)。31人！中國軍網及其新媒體平臺招聘開始。*解放軍報*。取自 https://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MjM5MTE2NDUwMA==&mid=2657278408&idx=2&sn=c2e3bc8b1be4bc854cd37f0e572dae0b&chksm=bd2fc8f38a5841e519c01617031c5541dcd2dae976ee7f3be6d14ebc904a6a9852a0462b73ac&scene=90&subscene=93&sessionid=1681822750&clicktime=1681824502&enterid=1681824502&ascene=56&fasttmpl_type=0&fasttmpl_fullversion=6636015-zh_CN- zip&fast

tmpl_flag=0&realreporttime=1681824502282#rd(檢索日期：2023 年 11 月 22 日)。

學習軍團(2022/1/2)。以習近平同志為核心的黨中央引領中華民族邁向偉大復興述評。學習軍團。取自 https://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MjM5MjQ0Njk4MA==&mid=2650597780&idx=1&sn=5608b001bf9bb14a8bdce421ffbd0a34&chksm=bcae66ff89d9efe9e25977437b49d337630f2d77ed8654cf8dddf7f29a566ab1f825c22edda9&scene=90&subscene=93&sessionid=1641199032&clicktime=1641200367&enterid=1641200367&ascene=56&devicetype=android-28&version=280006da&nettype=WIFI&lang=zh_TW&exportkey=CSN7aiwwkTWefzjgWQX0Y1U%3D&pass_ticket=6fD8Py%2FEC9XPC5wZM%2FGTJ2HUh58hor%2Fc0x9nGrHomgFWOMsVXztj6S%2BzsqDGYsHx&wx_header=1(檢索日期：2023 年 9 月 28 日)。
羅文輝、陳韜文、潘忠黨(2001)。大陸、香港、臺灣新聞人員對媒介角色的認知。傳播研究集刊，6，1-68。

收件日期：2023 年 11 月 27 日

一審日期：2023 年 12 月 15 日

二審日期：2024 年 01 月 14 日

三審日期：2024 年 02 月 05 日

採用日期：2024 年 02 月 07 日

附錄 1 共軍官方註冊或授權微信公眾號彙整表

軍委機關及各軍(兵)種-35 個帳號		2023 年 11 月 18 日
公眾號名稱	官方註冊或授權單位	
國防部發佈	國防部新聞局	
中國軍視網	解放軍報融媒體	
解放軍報	解放軍報融媒體	
中國軍網	解放軍報融媒體	
學習軍團	解放軍新聞傳播中心廣播電視部	
八一評論	解放軍報融媒體	
中國國防報	解放軍報融媒體	
解放軍畫報	解放軍報融媒體	
三劍客	解放軍報融媒體(授權)	
央視軍事報導	中央電視臺	
央視軍事	中央廣播電視總臺軍事節目中心-CCTV7	
鈞正平工作室	軍委政治工作部網絡輿論局	
八一青春方陣	軍委政治工作部組織局群團處	
現代後勤	軍委後勤保障部政治工作局	
裝備科技	軍委裝備發展部	
黃埔一號 v 軍校資訊	軍委訓練管理部院校局(授權)	
中國民兵	軍委國防動員部(授權)	
精忠藍盔	國防部維和辦公室(授權)	
人民陸軍	陸軍政治工作部	
陸軍研究院	陸軍研究院	
中國兵器試驗	陸軍試驗訓練基地(32183 部隊)	
人民海軍	海軍政治工作部宣傳文化中心	
海軍研究院	海軍研究院	
滄海鑄劍	海軍 92493 部隊政治部	
空軍發佈	空軍對外宣傳辦公室	
空軍在線	空軍研究院	
我們的天空	空降兵部隊(95829 部隊)	
中國火箭軍	火箭軍政治工作部宣傳文化中心	
東風快遞	火箭軍政治工作部(授權)	
中國戰略支援	戰略支援部隊政治工作部	
我們的太空	戰略支援部隊新媒體中心(某航天部隊)	
大漠問天	酒泉衛星發射中心	
聯勤集結號	武漢聯勤保障基地政治工作部	
解放軍總院	解放軍總醫院	
301 醫院	解放軍總醫院	
東部戰區-13 個帳號		

上海市、江蘇/浙江/福建/安徽/江西省	
公眾號名稱	官方註冊或授權單位
東部戰區	東部戰區政治工作部宣傳局
東線瞭望	東部戰區政治工作部(授權)
人民前線	東部戰區陸軍政治工作部
亮劍東南	第 71 集團軍政治工作部
光榮 e 家	第 72 集團軍政治工作部宣傳處
枕戈觀瀾	第 73 集團軍政治工作部宣傳處
東海艦隊發佈	海軍東海艦隊政治工作部宣傳處
東部空軍	東部戰區空軍政治工作部
霓虹哨兵	上海警備區
東線聯勤兵	無錫聯勤保障中心
錢塘兵事	浙江省軍區政治工作局
東南前哨	福建省軍區政治工作局(國防教育辦公室)
鑄劍江淮	安徽省軍區政治工作局
南部戰區-11 個帳號	
廣東/湖南/雲南/貴州/海南省、廣西自治區、香港/澳門特別行區	
公眾號名稱	官方註冊或授權單位
南部戰區	南部戰區政治工作部
南陸一號	南部戰區陸軍政治工作部宣傳處
鋼鐵先鋒號	第 74 集團軍政治部(31661 部隊)
南疆號角	第 75 集團軍政治部宣傳處(31633 部隊)
南海艦隊	海軍南海艦隊政治工作部宣傳處
南部空軍	南部戰區空軍
香江礪劍	駐港部隊(授權)
鏡海之濱	駐澳部隊政治工作部
南部聯勤尖兵	桂林聯勤保障中心
湖南軍號	湖南省軍區政治工作局
瓊崖國防	海南省軍區政治工作局
西部戰區-14 個帳號	
重慶市、甘肅/四川/青海省、寧夏/新疆/西藏自治區	
公眾號名稱	官方註冊或授權單位
西部戰區	西部戰區政治工作部宣傳局
西陸強軍號	西部戰區陸軍政治工作部
雪山戰鷹	第 76 集團軍政治工作部
西南雄獅號	第 77 集團軍政治部
喀喇崑崙衛士	新疆軍區政治工作部

Discussion on the Reform of Ideological and Political Education in the People's Liberation Army from
the Perspective of Media Integration in the Internet Era

Hung-Chuo, Fan Yu-Chun, Chang

南疆強軍號	新疆南疆軍區政治部
塞上明月	新疆某步兵師(授權)
高原戰士	西藏軍區政治工作部
西部空天	西部戰區空軍
挺進號官微	重慶警備區
高原聯勤兵	西寧聯勤保障中心
天府長城	四川省軍區
老高原	青海省軍區(國防教育辦公室)
兵團強軍號	新疆生產建設兵團國防動員委員會
北部戰區-10 個帳號	
遼寧/吉林/黑龍江/山東省、內蒙古自治區	
公眾號名稱	官方註冊或授權單位
北陸強軍號	北部戰區陸軍政治工作部
向雷鋒學習	北部戰區陸軍政治工作部(授權)
北疆衛士號	第 78 集團軍政治工作部
鐵肩重拳	第 79 集團軍(31671 部隊)
80 強軍號	第 80 集團軍政治工作部
北海艦隊	海軍北海艦隊政治工作部宣傳處
我們的海洋	91208 部隊(北海艦隊導彈快艇部隊)
北部空軍	北部戰區空軍政治工作部
吉林國防	吉林省軍區(國防教育辦公室)
內蒙古北疆衛士	內蒙古軍區政治部
中部戰區-10 個帳號	
北京/天津市、河北/河南/山西/陝西/湖北省	
公眾號名稱	官方註冊或授權單位
中部號角	中部戰區政治工作部
忠誠號	中部戰區陸軍政治工作部
八一軍號	第 81 集團軍政治部
京畿鐵拳	第 82 集團軍政治部宣傳處
鑄劍中原	第 83 集團軍政治部
張思德傳人	北京衛戍區政治工作局
津門子弟兵	天津警備區
出彩聯勤人	鄭州聯勤保障中心
中原國防	河南省軍區
三秦國防	陝西省軍區政治工作局、陝西省委宣傳部
軍事院校-26 個帳號	

公眾號名稱	官方註冊或授權單位
國防大學	國防大學
國防科大	國防科技大學
軍事醫學研究	軍事科學院軍事醫學研究院
陸工大	陸軍工程大學
陸軍軍醫大學	陸軍軍醫大學(第三軍醫大學)
陸軍炮兵防空兵學院	陸軍炮兵防空兵學院
陸軍防化學院	陸軍防化學院
陸軍邊海防學院	陸軍邊海防學院
龍盤哺英	陸軍指揮學院
軍交 e 號	陸軍軍事交通學院
烽火陸勤	陸軍勤務學院
海工大	海軍工程大學
海軍航空大學	海軍航空大學
海軍軍醫大學	海軍軍醫大學(第二軍醫大學)
中國潛院	海軍潛艇學院
鐵血艦隊	海軍大連艦艇學院
海軍勤務學院	海軍勤務學院
海軍軍士	海軍士官學校
印象空工大	空軍工程大學
預警空天	空軍預警學院
空軍軍醫大學	空軍軍醫大學(第四軍醫大學)
雄鷹利劍	長沙航空職業技術學校
火大青春	火箭軍工程大學
劍之鋒	火箭軍士官學校
航天工程大學	戰略支援部隊航天工程大學
信息工程大學	戰略支援部隊信息工程大學

資料來源：作者整理製作。

附錄 2 共軍官方註冊或授權官方抖音號彙整表

軍委機關及各軍(兵)種-22 個帳號			2023 年 4 月 7 日		2023 年 11 月 18 日	
名稱	官方註冊單位	抖音號	獲讚數	粉絲人數	獲讚數	粉絲人數
中國軍號	解放軍新聞傳播中心	jfxwcbzx	4.5 億	2373.5 萬	4.8 億	2547.8 萬
中國軍網	解放軍新聞傳播中心網路部	zgjlw81tv	8.2 億	3582.0 萬	8.7 億	4058.4 萬
中國軍視網	解放軍新聞傳播中心廣播電視部	js7tv	4.2 億	1929.4 萬	4.2 億	2032.1 萬
學習軍團	解放軍新聞傳播中心時政部	1023727633	476.7 萬	32.4 萬	495.9 萬	33.4 萬
央視軍事報導	中央電視臺	1907577935	3500.1 萬	436.1 萬	3894.2 萬	507.7 萬
央視軍事	中央廣播電視總臺國防軍事頻道	dyd96qnpdk4w	2660.3 萬	117.4 萬	1.0 億	313.6 萬
鈞正平工作室	中央軍委政治工作部網路輿論局	606893527	16.5 萬	10.7 萬	35.0 萬	12.2 萬
八一青春方陣	中央軍委政治工作部組織局群團處	34397346561	1092.3 萬	49.5 萬	1555.4 萬	61.5 萬
裝備科技	中央軍委裝備發展部	ZBFZ81	158.3 萬	28.2 萬	158.1 萬	27.7 萬
人民陸軍	解放軍陸軍	renminlujun	2210.9 萬	305.7 萬	2255.6 萬	314.6 萬
人民海軍	解放軍海軍	RMHJ19490423	1.0 億	682.7 萬	1.1 億	760.7 萬
滄海鑄劍	海軍 92493 部隊	74970560427	94.2 萬	7.4 萬	196.1 萬	14.8 萬
空軍在線-->人民空軍	空軍研究院-->解放軍空軍	kj19491111	3771.3 萬	308.9 萬	3968.9 萬	462.0 萬
我們的天空	空降兵部隊(95829 部隊)	KjbOursky	1.5 億	437.3 萬	1.8 億	564.3 萬
中國火箭軍	解放軍火箭軍	zghjj1966	1.6 億	1374.7 萬	1.7 億	1428.5 萬
中國戰略支援	解放軍戰略支援部隊	ZLZY_81	775.9 萬	60.1 萬	2262.8 萬	130.2 萬
我們的太空	戰略支援部隊新媒體矩陣 (某航天部隊)	ourspace0424	1.8 億	566.4 萬	1.8 億	564.3 萬
大漠問天	酒泉衛星發射中心	143537026	2.7 萬	4290	2.8 萬	4267
聯勤集結號	武漢聯勤保障基地	lianqinjijie	142.3 萬	22.8 萬	1867.8 萬	119.1 萬
解放軍總醫院	解放軍總醫院	jfjzyy	204.3 萬	27.1 萬	203.6 萬	28.4 萬
軍事博物館	中國人民革命軍事博物館	zgrmgmjsbwg	6098.1 萬	1033.7 萬	6850.3 萬	1050.8 萬

中國青年報	中國青年報社	ChinaYouthDaily	24.4 億	3119.6 萬	28.2 億	3254.4 萬
東部戰區-5 個帳號 上海市、江蘇/浙江/福建/安徽/江西省			2023 年 4 月 7 日		2023 年 11 月 18 日	
名稱	官方註冊單位	抖音號	獲讚數	粉絲人數	獲讚數	粉絲人數
東部戰區	解放軍東部戰區	dbzqfb	1238.4 萬	189.9 萬	1777.7 萬	241.9 萬
人民前線	東部戰區陸軍	rmqx	1.3 億	589.9 萬	1.4 億	601.7 萬
亮劍東南	陸軍第 71 集團軍	84629596478	31.0 萬	9.4 萬	33.9 萬	11.7 萬
東南前哨	福建省軍區政治工作局	FJDNQS	731.8 萬	32.0 萬	851.8 萬	36.0 萬
鑄劍江淮	安徽省軍區政治工作局	AHSJQxmt	18.5 萬	6890	18.7 萬	6803
南部戰區-8 個帳號 廣東/湖南/雲南/貴州/海南省、廣西自治區、香港/澳門特別行區			2023 年 4 月 7 日		2023 年 11 月 18 日	
名稱	官方註冊單位	抖音號	獲讚數	粉絲人數	獲讚數	粉絲人數
南部戰區	解放軍南部戰區	nanbuzhanqu1	699.3 萬	181.2 萬	1009.5 萬	495.9 萬
南陸一號	南部戰區陸軍	nlyh_81	627.0 萬	37.4 萬	626.9 億	36.2 萬
鋼鐵先鋒號	陸軍第 74 集團軍(31661 部隊)	gtxf74	4953.8 萬	152.5 萬	4946.4 萬	148.5 萬
南疆號角	陸軍第 75 集團軍(31663 部隊)	nanjianghaojiao	0	602	0	696
南海艦隊	海軍南海艦隊	nhjd19491215	144.9 萬	43.6 萬	174.1 萬	58.8 萬
南部空軍	南部戰區空軍	nbzqkj	27.1 萬	16.9 萬	99.1 萬	31.0 萬
駐香港部隊	駐香港部隊	963254773	3061.4 萬	185.6 萬	3088.0 萬	181.6 萬
駐澳門部隊	駐澳門部隊	19991220jhzb	新增帳號		168.3 萬	20.3 萬
西部戰區-8 個帳號 重慶市、甘肅/四川/青海省、寧夏/新疆/西藏自治區			2023 年 4 月 7 日		2023 年 11 月 18 日	
名稱	官方註冊單位	抖音號	獲讚數	粉絲人數	獲讚數	粉絲人數
西陸強軍號	西部戰區陸軍	xlqju81	1.5 億	526.2 萬	1.6 億	552.3 萬
喀喇崑崙衛士	新疆軍區	xjjq	1508.1 萬	83.0 萬	1567.4 萬	85.5 萬
南疆強軍號	新疆南疆軍區	dym1tlckbfts	4.5 萬	8243	5.5 萬	1.0 萬
高原戰士	西藏軍區	gyzs_81dy	3480.6 萬	142.4 萬	4178.6 萬	162.4 萬
西部空天	西部戰區空軍	xibukongtian	0	949	0	1053

Discussion on the Reform of Ideological and Political Education in the People's Liberation Army from
the Perspective of Media Integration in the Internet Era

Hung-Chuo, Fan Yu-Chun, Chang

高原聯勤兵	西寧聯勤保障中心	86820353499	9.4 萬	7891	29.7 萬	1.4 萬
天府長城	四川省軍區	PLASCSJQ	54.5 萬	9.7 萬	63.0 萬	11.0 萬
老高原	青海省軍區	QHSJQLGY	90	149	100	210
北部戰區-6 個帳號 遼寧/吉林/黑龍江/山東省、內蒙古自治區			2023 年 4 月 7 日		2023 年 11 月 18 日	
名稱	官方註冊單位	抖音號	獲讚數	粉絲人數	獲讚數	粉絲人數
北陸強軍號	北部戰區陸軍	blqjh001	11.0 萬	20.6 萬	21.8 萬	23.9 萬
北疆衛士號	陸軍第 78 集團軍	bjwsh_78	143.1 萬	19.1 萬	143.2 萬	20.6 萬
鐵肩重拳 -->帳號刪除	陸軍第 79 集團軍 -->帳號刪除	76723766099	0		帳號刪除	
80 強軍號	陸軍第 80 集團軍	80qjh	654.8 萬	91.8 萬	659.9 萬	90.5 萬
北海艦隊	解放軍北部戰區海軍	bhjd	313.9 萬	82.3 萬	634.3 萬	255.2 萬
北部聯勤兵	沈陽聯勤保障中心	58092028575	58.4 萬	8.6 萬	307.7 萬	22.3 萬
中部戰區-7 個帳號 北京/天津市、河北/河南/山西/陝西/湖北省			2023 年 4 月 7 日		2023 年 11 月 18 日	
名稱	官方註冊單位	抖音號	獲讚數	粉絲人數	獲讚數	粉絲人數
中部號角	解放軍中部戰區	zhongbuhaojiao	223.4 萬	22.0 萬	260.6 萬	28.0 萬
忠誠號	中部戰區陸軍	1840846308	356.2 萬	34.3 萬	377.6 萬	35.6 萬
鑄劍中原	陸軍第 83 集團軍	zjzy83jtj	177.9 萬	12.6 萬	182.4 萬	14.2 萬
中部空軍	中部戰區空軍	36861044074	新增帳號		361.1 萬	30.4 萬
出彩聯勤人	鄭州聯勤保障中心	92268082085	64.5 萬	2.4 萬	219.4 萬	8.1 萬
中原國防	河南省軍區	zygf192781	6.0 萬	2.3 萬	6.5 萬	2.8 萬
三秦國防	陝西省軍區	sanqinguofang	69	154	71	156
軍事院校-12 個帳號			2023 年 4 月 7 日		2023 年 11 月 18 日	
名稱	官方註冊單位	抖音號	獲讚數	粉絲人數	獲讚數	粉絲人數
國防科技大學	國防科技大學	1979202900	7647.4 萬	529.8 萬	8287.1 萬	553.5 萬
陸軍工程大學	陸軍工程大學	LGDers	244.2 萬	19.7 萬	472.3 萬	35.9 萬
陸軍邊海防學院	陸軍邊海防學院	AABCD_dy	39.2 萬	7.1 萬	43.6 萬	9.5 萬
陸軍裝甲兵學院	陸軍裝甲兵學院	LJZJBXY	新增帳號		124.6 萬	26.0 萬
海軍大連艦艇學院	海軍大連艦艇學院	dljtxy	新增帳號		102.6 萬	12.2 萬
空軍工程大學	空軍工程大學	KGDRMT	292.3 萬	25.7 萬	423.9 萬	32.7 萬

空軍軍醫大學	空軍軍醫大學	AFMU	177.7 萬	17.7 萬	246.1 萬	22.7 萬
空軍通信士官 學校	空軍通信士官學校	57591904781	新增帳號		7139	3751
火大青春	火箭軍工程大學	hjjgcdx	256.8 萬	20.9 萬	280.1 萬	21.9 萬
劍之鋒	火箭軍士官學校	dybcqcqqhxr4	24.5 萬	2.4 萬	24.8 萬	2.5 萬
航天工程大學	戰略支援部隊航天工程 大學	81349913564	5.2 萬	9839	5.6 萬	1.2 萬
信息工程大學	戰略支援部隊信息工程 大學	58092767362	67.2 萬	11.1 萬	92.6 萬	14.8 萬

資料來源：作者整理製作。

Discussion on the Reform of Ideological and Political Education in the People's Liberation Army from
the Perspective of Media Integration in the Internet Era

Hung-Chuo, Fan Yu-Chun, Chang

(本頁空白)