

全媒体背景下高校国防教育宣传的创新研究

张艺腾

(福州大学军事教研室, 福建福州, 350108)

[摘要] 新时期高校国防教育宣传环境发生明显变化, 媒体是国防教育宣传的重要载体, 重视各类不断涌现的新媒体平台的宣传特点。传统印刷媒体在国防教育宣传上体现的是稳定性和深度性, 较新的视听媒体在国防教育宣传上的优势是直观性和及时性, 最新的互联网媒体在国防教育宣传中呈现出时效性和互动性。通过构建国防教育宣传的“拟环境”, 悄无声息地进行国防教育宣传的“议程设置”, 能够有效、“隐蔽”地增强国防教育宣传的效果。通过传统和新兴媒体对高校学生进行国防价值观的引导和培养。高校国防教育宣传能够增强国家软实力, 加强社会主义意识形态建设, 提升大学生的国防文化修养。

[关键词] 媒介宣传; 国防教育; 爱国主义教育

[中图分类号] G640 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1674-893X(2016)01-0140-03

随着社会的发展和科技的进步, 移动互联网技术的强势出现, 媒体传播内容日益丰富多元, 人类社会逐渐进入一个全媒体时代。与普通教育相比, 国防教育更强调“人”的作用和影响, 更注重对受教育者的培养过程, 强调自觉性和强制性的辩证统一, 它既激发受教育者的学习动机, 调动积极性, 启发自觉性, 从而自觉接受教育, 搞好训练; 又靠强制的力量, 达到教育训练的标准, 实现教育训练的目标, 这种强制性有利于培养学生坚强的性格, 顽强的意志和积极向上的情感^[1]。新时期高校的国防教育宣传必须联系实际, 不断创新方式方法, 积极应对“全媒体”对高校国防教育宣传带来的挑战, 并充分利用全媒体时代立体化的传播空间, 做好旗帜鲜明的爱国主义宣传, 加强高校大学生的社会主义核心价值观的构建。

一、媒介是高校国防教育宣传的重要载体

现代社会, 大众传媒高度发达, 小到市民百姓柴米油盐的日常生活提示, 大到国家大政方针的指导和安排, 现代人类的各种生活都离不开大众传播。有调查显示, 百分之九十的受众都是通过电视或网络关注国防大事, 并随时关注身边的媒体, 了解事情的最新动态。而大众媒体也将群众的反应、官方的态度, 以及国际舆论的走向等相关信息报道给受众。

在互联网高度发达的今天, 如何顺应全媒体时代新闻传播的特点, 与时俱进地开展国防教育宣传

是当下高校教育工作者面临的重要议题。在高校, 军事训练和军事理论课堂教学是高校开展国防教育的主要形式, 军事理论课教学和军事训练虽然可以增强大学生对国防军事常识的了解, 但因授课时间限制以及教学内容略显陈旧等原因, 宣传效果并不理想。

相比于传统的课堂教育渠道, 国防教育素材因其特殊性和重要性成为媒体始终关注的热点和重点, 每一次国防事件发生之后, 媒体都会给予全方位多角度的报道。从媒体获知相关信息, 成为现代社会大众了解外部世界的首选。纪念抗战胜利七十周年的盛大阅兵式, 电视、广播、网络都进行了现场直播, 十几亿的海内外人士感受到了中国国防的强大。这种多平台、多维度、立体化的现代化传播手段极大地增强了民族自信心和自豪感, 提升了民族凝聚力。大众媒体不仅成为国防教育宣传的重要载体, 更成为现代信息社会爱国主义教育的主渠道。

二、不同媒介在国防教育宣传中的特点

(一) 报纸、杂志、传单等传统印刷媒介

传统的印刷媒介最早出现的形式是书籍, 后来发展成为传单、报纸、杂志等, 这是最传统的大众传播媒介, 发展时间最早, 传播手段主要以文字叙述为主, 可信度较高, 语言文字的深度内涵, 使其在深度报道上具有特别的优势, 传播方式具有相对的稳定性和计划性, 新闻背后的“把关人”作用影

响较深，对于某一议题，报纸杂志幕后的代言人或编辑的立场和观点不可避免地会影响到议题的陈述方式甚至是议题的内容选择。无论在西方还是中国，近代报纸最早出现都是以“党报”或“观点报”的面貌出现，康有为形象地将其描述为“国家所立”，这也是早期报纸杂志的特点之一。因此对于爱国主义舆论宣传，在传播思想和构建社会统一意识的要求下，报纸杂志等传统纸质媒体具有天生的优势。

作为传统的媒体，报纸杂志的受众覆盖面较广，受众文化程度要求较高。在国防事件的报道和宣传上，报纸杂志适合解释性的深度报道，可以挖掘国防事件背后的故事，以理服人。在内容的传达上，虽然比不上电视网络的传播速度，但是从长远的传播效果来看，可以较深地影响受众观点。现代社会，报纸杂志等媒体可以向受众灌输相应的国防观点，有利于凝聚民族精神，在网络等新型媒体发展的今天，报纸杂志等传统纸质媒体对于国家意识形态的塑造、爱国精神的传达仍然具有不可忽视的重要作用。

（二）广播、电视等视听媒介

广播在上世纪七八十年代成为主流的大众媒体，后来随着电视以及互联网的发展，广播的影响力逐渐下滑，覆盖量逐渐减少，但是在媒体日新月异的今天，广播依然有一批自己的受众，这些受众具有相对的稳定性和较高的忠诚度，媒介传播效果较好。

电视广播作为视听媒体，在传播方式上具有相对分散性，受众的目标不明确，且传播迅速，传播内容以及内容安排顺序都是电视广播内容制作前期制定好的，受众自我选择和自我变更，接受相对被动，只能在既定传播时段接受既定的传播内容。但是电视画面的视听合一，具有超强的直观性和视觉冲击力，在抗战胜利70周年的阅兵式宣传上，首当其冲的电视，以强烈的视觉效果和身临其境的传播效果，最大程度地激发受众的爱国热情，成为国防教育宣传的最佳直播媒体。广播通过频道波长传播，覆盖范围更广，传播受众更多，在报纸电视不发达地区，广播是主要的传播媒体，但是听觉内容的不可收藏性和不可复制性，影响广播传播内容效果。相比于报纸杂志，广播电视对受众的文化程度要求较低。

在国防教育内容的传播上，电视以其画面效果可以在短时间内增强受众的情感呼应。通过声音画面的处理，可以让观众产生“眼见为实”的传播效

果。与此同时，电视通过纪录片、纪实电视剧等文学电影手法，也可以对受众进行国防教育宣传，最典型的是建国初期革命影视剧的流行，几乎在半个世纪当中，每一个中国人都知道上甘岭的故事，知道董存瑞、黄继光等英雄，了解地道战、地雷战等民族抗日故事。这些影视剧不仅塑造了中国人的民族英雄形象，同时也激发了中国人民的民族自豪感和自信心，是较为成功的国防教育宣传事例。现代社会的电视、广播除了传统宣传报道上不断增强现场感和及时性，在对受众进行教育宣传的时候，也不断改进说教方法，试图以更加平和和自然的手法，打动观众。

（三）迅速发展的移动互联网等新媒体

相比于报纸杂志、广播电视等媒体，以微博、微信为代表的移动互联网异军突起，以几何般的发展速度，成为普及面最广、影响最大的媒体。技术的发展，使网络成为最快捷的媒体，可以达到事情的同步报道，做到报道的即时性。与此同时，移动互联网时代，人们都可以成为信息的发布者和信息的传播者，但相比电视、报纸等媒体，互联网发布信息的审查力度相对薄弱，一些不良的信息，或者有害国家安全和国防教育的言论，会不经意间在网上引起轰动，引起不良的社会反映，因此，如何利用好这把双刃剑，顺应历史大潮，掌握以微博微信为代表的新媒体发展规律，使其成为爱国主义教育宣传的主战场，成为凝聚人心、激发民族斗志的宣传阵地，是值得思考和研究的问题。

除了以上特点，网络的互动性使一般网民可以深切地感受到自己是社会一份子的神圣，对于增强民族凝聚力具有很好的作用。通过网络互动性，也可以及时把握群众的反应，了解社会民间舆论的走向，及时调整宣传策略，进行有效地国防教育宣传。

互联网信息是海量性，因此，如何引起网民的注意，如何使我们的国防教育宣传能够在洪流般的信息中，引起网民的思考和关注，也是我们在利用网络进行国防教育宣传时值得思考的问题。因此在国防教育报道和宣传的过程中，就要把握网民的心理，利用网络的即时性和互动性等优点，进行适时的互动和沟通，同时采用视频、图片等各种手段，增强宣传的视听效果，还可以利用专题网页，增强对国防教育宣传议题的解读性，增强传播内容的深度。

三、媒介对国防教育宣传的价值体现

（一）构建爱国主义的“拟环境”

“议程设置”是传播学中一个重要的理论。拟

环境是媒介议程设置的一种结果,是媒介在议程设置之后给受众造成了一种拟态的生存环境,作为受众会把媒介呈现的环境理解成客观的真实世界。1922年美国著名专栏作家和政论家沃尔特·李普曼认为,人们认识世界,主要是“学着用他的头脑去观察他从未见过、摸过、闻过、听过、想过的大千世界。他会逐渐在他的脑海中为自己制作一幅视线所不及的世界的可靠图像”^[2]。

国防教育宣传也需要构建爱国主义教育的“拟环境”。不同媒体利用其自身不同特点可以构建不同的拟环境,全媒体时代,国家通过微博、微信等“微媒体”将最新的国防资讯第一时间传播给受众,并以报纸、广播、电视等传统媒体将信息进一步生动化、具体化,并将国防资讯中的人物或故事突出,形成计划中已经设计好的焦点,引起人们的关注,同时对焦点事件和焦点人物进行一系列的新闻策划,赋予一定意义,提升事件的内涵性,引导舆论走向。与此同时,全媒体时代,网络通过一定的宣传技巧,将正确的观念和意志强化给受众,

普通国防事件的报道、国防教育政策的解读主要以事件陈述为主,呈现出零散性和不定时性。隐蔽构建爱国主义的拟环境,将媒体自身立场巧妙地设置于其中,将爱国主义教育化身为无形。

(二) 学生国防价值观的引导和培养

在国防教育的大众宣传中,根据社会认知理论的解释,通常会提到的几个关键词是“模仿”“教养”。大众传播的宣传报道,从一定侧面上已经成为人们学习外部世界,尤其是自己本身不可能接触和了解到的外面世界的重要的学习渠道,媒介宣传中对于某一社会行为的反复报道加之劝说性的解说,在一面说辞之下,会引起受众的模仿式的行为。

除了模仿和从众行为之外,媒介宣传报道也能够帮助人们建构对外部世界的认识,媒介宣传中,对军人形象的塑造强化了受众对军人奉献精神以及钢铁般纪律的认识。塑造了我军威武之师、文明之师的形象。

随着传播媒体的迅速发展和无孔不入,媒体影响着人们的生活方式并引导着对外部世界的认知,某种程度上,大众传媒已经成为人们接触外部世界的重要信息来源和观点参考,受众通过每天接触和使用传播媒介,依然会逐渐形成自己对某一议题的认识和判断,而这些认识和判断的基础和倾向依据,大部分都是来自于媒体日积月累的报道和潜移

默化的观点提醒和暗示。这就要求在国防事件的报道中,媒介宣传者能够站在较高的角度进行分析,对于受文化教育程度较高的高校师生来说,采用灵活的说理方式进行爱国主义价值观的引导,使大学生受众理性爱国,正确认识我国的国防现状和国家面对的主要问题,凝聚正能量,树立大国防意识,增强对国家和民族的荣誉感。

(三) 增强国家软实力的有效手段

国防是国家建设的硬实力的直接体现,一个国家的军事力量以及国防建设水平直接影响国家安全和社会的长治久安,开展国防教育宣传,不仅要展示国家在国防硬实力方面的进步,更要体现国家在软实力方面的宣传和教育的教育,将中华民族优秀传统文化与国防教育相结合,在加强社会主义意识形态建设的基础上,提升国民的国防文化修养和“大国防”意识的培养,一个国家和民族的强盛,总是以文化兴盛为支撑的,没有文化的繁荣和发展,就不可能有社会主义现代化目标和中国梦的实现。新兴的媒体和传统的媒体在国防教育宣传方面有其不同的特点,能够完成不同的任务,如报纸等纸质媒体侧重深度解读和挖掘,能够把国防领域内的重点问题,难点问题解释透彻、清晰,具有长效性,经得起反复推敲和历史的考验。而微博、微信等新媒体则以时效性和传播互动为主。能够迅速有效的直达每一个接收者,并采集接受者的反馈信息。把国防教育宣传上升到国家的战略层面上,上升到国家意识形态高度,习近平总书记曾指出:“经济建设是党的中心工作,意识形态工作是党的一项极端重要的工作”,“能否做好意识形态工作,事关党的前途命运,事关国家长治久安,事关民族凝聚力和向心力”。有效开展全媒体条件下的国防教育宣传,能够体现新时期的国防教育宣传在理论上的成熟性和前瞻性,能够有效增强国家软实力,为中华民族伟大复兴贡献力量。

参考文献:

- [1] 徐思光.高校国防教育亟待加强与创新[J].中国高教研究,2003(1):82,86.
- [2] 沃尔特·李普曼.舆论学[M].阎克文,江红译.上海:上海人民出版社,2002:20.

[编辑:何彩章]