

国防论坛

“用我热血青春 铸我钢铁长城”

■马海兵

征兵工作,宣传先行。2022年上半年征兵工作紧锣密鼓地展开,各地征兵宣传走心出新,亮点频出。网络直播、短视频大赛、名人“代言”等一系列紧跟时代发展、紧贴青年兴趣的创新举措助力征兵宣传,取得了很好的效果。面对“两征两退”新情况,征兵宣传既要在拓展内容、创新方式上下功夫,更要在鼓舞士气、打动人心上使长劲,确保征兵政策家喻户晓、参军光荣深入人心。

爱国之情、忧国之心、报国之志。马克思说:“人们奋斗所争取的一切,都同他们的利益有关。”在讲好家国情怀、民族大义的同时,也要宣讲好国家优惠政策,细致深入地帮助青年算好参军入伍的前途账、经济账、阅历账、健康账、荣誉账等,把关乎应征青年的切身利益讲清楚、讲透彻。“国家利益”彰显使命担当,“个人利益”体现优待政策,是征兵宣传需要同时兼顾的两个重要方面。

在守正创新上下功夫。一方面,传统征兵宣传方式需要继续坚持,把拉横幅、贴标语、发传单、开展政策“咨询周”“宣传月”等成熟稳定、行之有效的办法运用好、巩固好,营造全方位、全时段、全覆盖的宣传氛围。另一方面,需要与时俱进开拓创新,不断根据实际探索征兵宣传的新路径。主动对接“网生代”青年的认知习惯、接受方式和生活理念,积极拓展平台渠道、创新方法手段,着力推进微博、微信、微视频等社交平台宣传工作,确保做到青年群体在

里,征兵宣传工作的触角就延伸到哪里。改进宣传方式和话语形态,让征兵宣传更能吸引人、感染人、打动人,用创新思维推动征兵宣传呈现新时代的新气象。近年来,各地结合所在地区的文化特色和资源优势,探索了不少行之有效的征兵宣传方法手段。在乡镇地区,不少武装部借乡镇赶集、城乡民俗活动、就业招聘会等时机,采取流动宣传车播放宣传录音,开设宣传咨询站,张贴宣传标语等形式,适时开展征兵宣传教

育;一些高校和企事业单位较多的地区,征兵办公室将征兵宣传纳入全国防教育、学校和企事业单位政治教育计划,把参军拥军、传承优良传统融入征兵宣传,做到年有计划、季有重点、月有安排;在文化资源丰富的地区,结合本地红色文化、非遗文化、流行文化等,创新发布各具特色的征兵宣传片,结合征兵宣传开展线下文化体验和宣讲活动,增强适龄青年的文化认同感;充分利用线上宣传阵地,在社交媒体平台开展征兵宣传活动,利用线上会议软件,搭建

线上政策宣讲平台,时时沟通、随时解答,丰富宣传手段,持续激发青年学生参军报国热情。与此同时,征兵宣传也要防止出现“低级红、高级黑”的问题,避免为夺人眼球过于标新立异、被不良企图分子另类解读的情况。军队兵役机关应严格落实有关规定,加大监督审核力度,提升工作人员专业素养,切实确保征兵宣传有力有效,取得正面效果。

问渠那得清如许,为有源头活水来。步入新时代,踏上新征程,征兵宣传更需找准时代脉搏,紧贴青年思潮,把握宣传规律,入心入脑入情,把参军报国的故事讲深入、讲生动、讲精彩,激励更多有志青年“用我热血青春,铸我钢铁长城”“挥别家乡的日出,踏上征途,去奔赴一场脱胎换骨”。

- 图①:2022年广东省广州市征兵宣传海报。 陈美供图
图②:广州警备区邀请广州美术学院设计团队设计的醒狮图案征兵主题防护口罩。 陈美供图
图③:广州地铁21号线朱村站公益宣传栏播放征兵宣传海报。 何友琴摄
图④:广东省广州市海珠区某影城购票大厅显示屏滚动播放征兵宣传片,吸引观影市民驻足观看。 陈美摄
图⑤:江西省吉安市青原区应征青年聆听92岁老战士涂国珍讲述革命故事。 王瑞彪摄
图⑥:江西省吉安市井冈山市征兵办在昌南村红色广场开展征兵宣传。 曾繁中摄

制图:张锐



陕西省咸阳市充分利用线上手段开展征兵宣传——云上“开花”云下“结果”

■张志涛 冯伟 本报特约记者 曹琦

“拇指外翻能当兵吗?”“二次入伍兵龄如何计算?”……春节前夕,在陕西省咸阳市广播电视台直播间,咸阳市军分区领导通过广播电视台回答适龄青年及家长们的提问。这档节目同时也在其他网络视听平台进行转播,不到1个小时就有48名大学生完成在线报名。

越4000公里的距离,攀登海拔6000多米的高峰,历时7天,用镜头真实记录了咸阳籍边防官兵的戍边瞬间。“真实的记录,最能深入人心。”全程参与拍摄的咸阳市总工会常务副主席张静感慨颇多,征兵宣传必须与时俱进、创新发展。

时代呼唤英雄,英雄光耀时代。咸阳市军分区在征兵宣传中注重发挥当地先进人物的影响力、感召力,用可亲可信的先进事迹引导广大青年应征入伍、建功立业。今年征兵季,该军分区邀请咸阳籍中科院院士、空军军医大学第一附属医院肝胆外科教授窦科峰手写《告适龄青年的公开信》并发布于网络上,号召有志青年参军入伍报效国家,获得广泛转发,吹响咸阳青年从军入伍的“集结号”。

行动是最好的宣言。在新冠肺炎疫情防控工作中,咸阳市军分区组织数支由民兵、退役军人组成的“抗疫先锋队”,在机场、高速路口、小区街巷等关键点承担道路封控、核酸检测、人员排查等任务,展现出良好的精神风貌。军分区将疫情防控新闻报道与征兵宣传有机结合,身着迷彩服的先锋队队员成为活跃在防疫一线的征兵“代言人”,无言的行动在“云端”传播,成为有力的征兵宣传。

线上宣讲、网上邀约、院士“代言”……咸阳市一系列征兵宣传“云”操作,让上半年征兵工作“如虎添翼”,驶入快车道。截至目前,咸阳市网上报名人数与往年同期相比增长2500余人,特别是大学生和大学毕业生报名人数实现65%和32%的双提升,为征集更多高素质兵员奠定了坚实基础。



图⑦:陕西省军区咸阳军分区领导做客咸阳人民广播电台直播间,解答应征青年问题。 张志涛摄

图⑧:陕西省咸阳市征兵办工作人员在线上直播间宣讲征兵政策。 欧元军摄

广东省广州市将醒狮、南拳等元素融入征兵宣传——“国潮风”点燃报国情

■陈美

“超震撼!春节黄金档大片甘歌喔!”“粤粤对味!”“唤醒内心深处男子气概!”近日,在广东省广州市一家影城内,电影开始前播放的广州市2022年征兵公益宣传片《男儿本色》,赢得观众席上一片赞叹。

宣传片采用微电影形式,全程粤语对话,将醒狮、南拳、粤剧等当地国家级非遗项目与军事训练、军营生活相结合,在醒狮鼓点、南拳呼喝、粤剧唱腔等极具岭南特色的背景声中,淋漓尽致地展现青年参军报国的热血场面。

“紧跟时代脉搏主动出击,找准青年需求和兴趣点,宣传发动才能深入人心。”广州警备区政治工作处主任纪凯介绍,运用非遗元素开展征兵宣传的创意源于一次调研。2021年9月,该市征兵办对上万名参加役前训练的“准新兵”开展问卷调查。结果显示,很多青年能听会说粤语,更愿意接受具有本地特色的宣传方式。

调研后,该市征兵办策划宣传片拍摄时,决定将当地非遗元素作为创意点。今年1月,宣传片在多个媒体平台推出,迅即引发广泛讨论。视频网络播放量突破百万,吸引上万名网友转发留言点赞。



江西省吉安市利用丰富红色资源开展征兵宣传——红土地涌起从军热

■龙礼彬 本报特约记者 郭冬明

“送郎当红军,革命要认清,豪绅地地主呀,剥削我穷人,哎呀我的郎我的郎……”近日,在江西省吉安市井冈山市拿山乡大型实景演出现场,江西工业贸易职业技术学院学生参与演唱的民谣《送郎当红军》婉转动听,将革命战争题材情景剧《井冈山》推向高潮,赢得观众阵阵掌声。

情景剧再现了革命战争年代,井冈山青年儿响应党的号召,积极参军入伍的热血场面和感人故事。“演出过程中,我完全融入进自己扮演的角色中,更加深刻地体会到先辈们革命理想高于天的精神境界和信仰追求。”参加演出的学生金泽楠说,通过参与演出,更加坚定了他从军报国的信念。他也希望通过自己的表演,让更多同龄人了解井冈山革命斗争史,了解诞生在这片红色土地上的井冈山精神。