

军服与军队形象传播

刘永昶,林荣华

(南京政治学院 军事新闻传播系,江苏南京 210003)

摘要:无论古今中外,军服是军队形象的浓缩,凝聚了特定的符号象征意义;我军历史上军服的历次换装,对应着军队形象的确立与嬗变;军服报道是媒介场域的军队形象传播途径,一方面帮助宣示和诠释军队形象,另一方面也面临多元舆论环境的挑战。

关键词:军服;军队形象;传播

中图分类号:G206;E127 **文献标识码:**A **文章编号:**1001-9774(2015)01-0110-05

我军07式军服的闪亮登场一度引发了舆论的关注与民众的热议。无论是新闻媒体,还是网络上的民间讨论,都将军服与军队形象紧密联系在一起。在主流语境中,07式军服往往意味着现代化的、面向世界的、威武文明的、紧跟时代节拍的军队形象。尽管军服只是服装符号的特殊门类,但其整齐划一的形态、大规模换装的节奏都使其具备重要的新闻价值与宣传价值。“我们对服装的选择不仅表示我们是谁,而且还意味着我们希望以什么形象展现在别人面前。”^[1]军队赋予军服的符号内涵、社会公众对其的感性认知、媒体对其意义的诠释与报道,构成了军队形象传播的生动图景。军服所处的当下大众传播语境,与军事新闻作品、军队文艺作品等其他军队形象载体是一致的。

一、军队形象的浓缩:军服的符号象征意义

军服是军队的专用服饰,也是军人的日常着装。作为军人形象的共同组成部分,军服从三个层面上反映和代表了军队形象,古今中外的军队大抵如此。首先是对敌我身份的区分。早在军服诞生之时,人们对它最基本的要求是在战场上便于区分敌我,避免误伤。即便是封建时代,装备简陋的农民起义军在无法统一服装时,也会力求佩戴统一标志,在区分敌我的同时强化自身认同。例如元末

“红巾军”便以头扎红巾作为身份标识;南昌起义时,身穿北伐军军服的起义部队为便于区分敌我,让每人系了一条颇具象征意味的红领巾。

其次是对军队特定文化的映射。军服上复杂的标志佩饰赋予其丰富的文化象征意义。以我军07式军服为例,其标志服饰系列共有18类,既有帽徽、国防服役章、臂章等起标识作用的标志,又有帽檐花、领带、绶带等起装饰固定作用的佩饰。这些标志无疑具备符号功能,蕴藏着可供解读的丰富意义。美军军服的标志则更加丰富,各部队基本都有自己的独立标志,并且很少改动。例如,美军陆军第一骑兵师虽然从骑兵师演变为机械化师,但今天依然保留了“马头”的标志。在标志设计管理上,美军不仅有专业军事标志设计人员,而且各军种都设有专门的“纹章协会”审批部队标志。

由于军服标志所承载的意义与军队文化紧密相连,军服的换装有时甚至能够影响战斗力的生成。1937年红军主力在改编为国民革命军第八路军时,被要求换穿八路军军服。由于红军和国民党军队长期而残酷的军事斗争,国共双方的军服被赋予了不同的符号意义。因此这一决定刚开始并没有得到红军官兵的一致拥护,许多红军干部和战士对“穿国民党军服”“戴国民党帽徽”意见很大,有的甚至留条“干地方”去了^[2]。对红军战士而言,红军

收稿日期:2014-12-20

基金项目:全军军事科研计划2013年度项目“多元舆论场中的我军军事新闻发布研究”(13QJ004-103)

作者简介:刘永昶,南京政治学院军事新闻传播系副教授、硕士生导师,南京师范大学博士后科研流动站研究人员。

林荣华,南京政治学院军事新闻传播系硕士生。

的八角帽和红五星不仅是区分敌我的标志,也是革命的象征;而国民党军的青天白日“十二角星”则被等同于反动派。要求红军战士身着负有血海深仇的国民党军的军服,这无疑与他们的身份认同产生矛盾。对普通战士而言,换装就是“换身份”“换思想”,是一道不易跨过的心理门槛。

最后是对国家和民族文化的代表。早在春秋时期,服饰便具备了文化上的象征意义。孔子在评价管仲时说:“微管仲,吾其被发左衽矣。”“披发左衽”是当时北方少数民族的习俗,与中原居民的“束发右衽”相反。在少数民族和中原居民的众多差异中,孔子选择用服饰和发型来代表异族,说明服饰是当时民族文化的重要表征。如此,军队作为国家机器的重要组成部分,其所穿着的军服无疑比普通服饰更明显地代表着国家和民族文化。在随后的战国中后期,赵国君主赵武灵王在实施胡服骑射改革中所遇到的阻力便证明了这一点。

客观而言,改穿胡服虽然是出于军事上的考虑,但它的影响绝非简单地改变了赵国军队的形象,因为当时的军服与其说代表赵军,不如说代表赵国、代表中原文化;军服不仅是赵军形象的浓缩,更是赵国和中原文化的象征。赵武灵王叔父公子成在反对胡服改革时,便认为穿着胡服是“变古之教,易古之道,逆人之心,而悖学者,离中国”。这一看法不无道理,事实上,这场波及全国的服饰改革是对异族文化的吸收和借鉴,它不仅改变了赵军的外在形象,而且影响了中原地区的服饰文化。

正因为军服有着如此丰富的符号象征意义,军服的换装远非换衣服那么简单,它不仅意味着改变或更新原有的军队形象和文化,同时也需要将新的军队形象和文化推广出去,使之被军人和普通民众接受。但这并不是件容易的事情,当军事上的革新要求军服相应地发生变革时,关于军服改革的争论常常在强调实用主义和强调文化象征意义之间展开。这种争论有时会导致严重的后果,即便战争步入热兵器时代后也是如此。

第一次世界大战爆发前夕,时任法国陆军部长的梅西米提出将法国的军服颜色改成蓝灰色或青灰色。当时法国的军服仍然和1830年一样:蓝色军上装搭配红军裤,戴红军帽;而1830年的步枪火力射程只有二百步,军队都在近距离交战,根本无须隐蔽^{[3]50}。但时过境迁,步兵火力射程早已大大增加,军服的隐蔽性能成为影响战争胜负的重要因素。但这一建议遭到了强烈抗议,前任陆军部长艾

蒂安在议会意见听取会上大声疾呼,“绝对不行。红裤子便是法兰西!”^{[3]50}“红裤子便是法兰西。”法军军服已经成为一个符号,红裤子不仅是法军形象的浓缩和代表,更是法兰西的象征;取消红裤子改变的不仅是法军形象,还有整个法兰西的形象。显而易见,在战场上穿着显眼的红色军服无疑是为敌方提供显眼的靶标。吃过苦头的法军最终实施了军服改革,1915年换上了天蓝色的新制服和头盔。

时至今日,各国的军服设计在服从实用原则的同时,也力求保留自身的军队文化和民族文化,从而激励士气,彰显与众不同的军队形象。

二、军队形象的嬗变:我军军服换装的历史回溯

从八一建军开始,我军军服历经了15次大大小小的换装变化。每一次换装都有其特定的时代背景,都被注入了特定的内涵意义,也对应着我军特定历史时期的形象。今天,这些已走入历史的军服仍然在影视剧中大量呈现,既呈现出亲切的历史氛围,又折射出军队形象的变迁。

(一)新中国成立前的军服:“正规”武装的形象树立

红军诞生初期,并没有统一的军服。第一套统一的红军军服是1929年红军解放闽西重镇长汀城后,利用占领的缝纫机厂赶制出来的,当时共生产了4000套军装。军服款式模仿苏联红军的军装,为灰蓝色粗布中山装,戴八角帽;军衣领子上缝有两块红布领章,八角帽前缀布质红五星帽徽。朱德称之为“有了第一批正规的红军军装”。

抗日战争时期的军服换装缘于第二次国共合作,但“白皮红心”的军队新形象,在经历了一段时间的思想政治工作后才为战士们所接受。在红军指战员的换装教育中,他们都力图用“一切为抗日”的最高目标来淡化穿着国民党军军服所产生的符号意义,并以此证明战士们的心永远是“红”的。贺龙在120师誓师大会上说:“现在国难当头,为了国家与民族的生存,共同对付日本帝国主义,我愿带头穿国民政府发的衣服,戴青天白日帽徽,和国民党部队统一番号。这样,看起来我们的外表是白的,但是我们的心却是红的,永远是红的!”^[4]这次换装或许是我军历次换装中遭受阻力最大的一次,也是一次颇为“矛盾”的形象改变。因为从外在形象改变上来说,这是走向自己形象的反面,转变为曾经敌人的形象;但从内在形象上看,红军却坚持自

己的“心”仍然是红的。在红军将士看来,换穿八路军军服是改变外在形式而不变本质的换装。

这种略显尴尬的现象并没有持续太久。1940年11月,国民党停止了对八路军、新四军的被装供应;而1941年皖南事变发生后,新四军和八路军便不再佩戴青天白日帽徽。尽管军服的样式没有发生大的改变,但由于客观条件限制,我军各部队军服的颜色和用料不够统一。例如,八路军总部和晋冀鲁豫军区部队的军服为灰色;陕甘宁边区部队分灰、蓝两种;晋察冀军区部队为土黄色;山东军区夏服为草绿色,冬服为土黄色等^[9]。由于日军的进攻和国民党的经济封锁,一线八路军往往军服破旧、武器装备简陋,并因此被日寇和国民党军称为“土八路”。显然,破旧的军服塑造了八路军“土气”的形象,而这种土气的形象正是接地气的体现。在1944年4月,山东东平的日伪军化装成八路军实施偷袭时,由于军服过于统一、装备太过齐全而被地方民兵识破,最终遭到八路军围歼。

解放战争初期,我军军服样式基本延续了抗日战争时期的国民党军军服样式,但不佩戴青天白日帽徽和“八路军”“新四军”臂章。军服颜色基本为土黄色或草绿色,由于经济和技术条件的限制,有时也有草灰色、青灰色。军服颜色的不同和制作标准的差异导致我军在大兵团作战时偶尔出现误认的情况。例如晋中战役时,身穿黄军装的晋察冀部队战士在联系身穿灰军装的晋绥部队时曾被误认,因为当时阎锡山的部队也是穿黄军装。为此,1948年12月,中央军委后勤部正式将军服颜色确定为黄绿,材料为棉平布。帽子改为圆形短檐帽(后来被称为“解放帽”),帽子上佩戴“八一”红五星金属帽徽。即便如此,军服样式和颜色不统一的现象在新中国成立后依然存在,并由此催生了50式军服。

(二)新中国成立后的军服:人民军队形象的确立与演进

50式军服是新中国成立后我军第一套正式装备的军服,也是我军历史上第一次分级别、分军种、分用途装备的军服。由于设计时间紧迫,陆军军服主要模仿了苏联军服样式,海军参考了国民党军的军服,空军则仿效中山装。此外,三军统一佩戴制式帽徽和胸章,帽徽为镶有金黄色边的红五角星,正中嵌金黄色“八一”字样;胸章为长方形、白布底,四周有红色线条框,正面印有黑色的“中国人民解放军”,背面印有填写单位等信息的栏目。50式军服初步确立了“人民军队”的形象。

55式军服是在1955年9月27日我军第一次实行军衔制授予元帅和将官军衔的典礼上首次公开亮相的。从当年总参谋部下发的《有关夏季着装的几点暂行规定》可以看出,55式军服主要是从增强战斗力的角度出发进行设计的,而“苏联和许多人民民主国家”的军服设计、“我军各个时期军服样式的特点”也是重要的参考因素。以战斗力为主要准绳设计的55式军服标志着我军军服设计从简单的追求着装统一,开始迈向深层的“从实战出发”设计军服,这是我军正规化建设不断走向深化在军服上的体现。总体上看,伴随着授予元帅、将官军衔典礼而诞生的55式军服塑造了我军不断正规化、不断与国际接轨的形象。

值得一提的是,由于许多士兵和老百姓对55式军服中士兵夏季戴的船形帽不习惯,58式军服作为55式军服的改良,取消了船形帽。这一方面是因为我军之前从未戴过船形帽,船形帽是国民党士兵和美国士兵习惯的军帽;另一方面,船形帽需要向右歪戴,具体要求帽檐距右眉一指宽,距左眉二指宽,这和中国人崇尚对称的审美习惯不相符。与红军改编成八路军时佩戴带有青天白日帽徽的军帽一样,船形帽的取消证明军服和军队的形象紧密相连。军服所反映的军队形象不能和军队的传统形象相违背,即便是追求设计与国际接轨,也必须把握好保留优良传统与贴近国际标准之间的尺度。58式军服和62式军服的改良使我军军服更加贴近实际需求,也更加契合我军的传统形象与“人民军队”的特色。

65式军服是1965年我军取消军衔制后配发全军的军服,连同它改良的71式、74式、78式军服,65式军服实行了20年,是目前我军装备时间最长的军服。65式军服基本保留了55式军服的样式,取消了55式军服“复杂的佩饰”,仅保留了极其简洁的红领章和红五星,但“红配绿”的色调搭配又极其强烈地突出了红领章和红五星。此外,65式军装仅用上衣口袋个数来区分干部和战士,最大限度地消除了干部和战士的军服差别;仅用领子样式来区分男军服和女军服,最大限度地消除了性别差异;三军军服在样式上的统一则最大限度地消除了不同军种之间的军服差异;取消干部和战士的皮鞋,则使军服更加贴近普通群众。正因为65式军服最大限度降低了官兵之间、性别之间、军种之间、军民之间的差异性,它也因此具备了高度的亲民性,并在多种因素的共同作用下,成为特殊时期的全民着装

“时尚”。总体上看,65式军服的设计和流行从多角度塑造了人民子弟兵的独特形象,当其流行于社会大众,更是彰显了军民之间浓浓的鱼水深情,人民军队的形象也深深地嵌入那一代人的记忆中。

(三)改革开放后的军服:面向世界、面向现代化的军队形象

改革开放后,在解放思想、实事求是的理论指导下,同时由于65式军服在对越自卫反击战中暴露的诸多问题使军内外要求恢复军衔制、换装新式军服的呼声日益强烈。在这样的背景下,85式军服作为87式军服的过渡应运而生。1985年全军官兵正式统一换装的85式军服相较65式军服做了很大改变:恢复了大檐帽和女战士的无檐帽,并将红五星帽徽改为圆形的“八一”红五星帽徽等。1988年,全军正式换装新的87式军服。87式军服做了许多重大改变,除了恢复与新军衔制对应的军衔肩章和军种符号,新军服发展为包括礼服、常服、作训服、工作服四类的多元军服体系。87式军服的换装极大地提升了军队的形象,时隔23年后重新出现的军衔标志点缀和美化了军服,而从封闭的立领到西服式翻领的改变更被解读为国家和军队全新的开放意识。

97式军服是1997年香港回归时驻港部队首先装备的新式军服,相比87式军服,97式军服在样式颜色等方面有了很大改善,更显美观大方。99式军服是1999年预先装备全军部队的新一代军服中的夏常服部分,但99式军服的其他部分最终却未能按计划装备全军。2007年全军正式换装07式军服,这是我军历史上最大规模的换装,涉及礼服、常服、作训服、标志服饰4个系列共644个品种。总体上看,从87式军服到07式军服,塑造了我军不断面向世界、走向开放、走向正规、走向现代化的形象。

三、军服报道:媒介场域的军队形象传播途径

长期以来,人们对媒体传播、塑造我军军队形象的研究主要集中在抗震救灾、军事演习、新型武器列入装备等事件性新闻报道上。与这些事件相比,军服换装无疑更加简单,但这些报道所折射的军队形象却更加具有特殊的意义。军服报道对军队形象传播的影响主要通过三个途径展开。

(一)通过事件告知,向民众宣示军队新形象

军服的换装是军队对自身外在形象的一次主动改变,这一事件具有很高的新闻价值。这一方面

是因为换装一般是涉及全军的重大行动,而身为纳税人的公民有权知道国防经费用于国防和军队建设的概况;另一方面,相比其他军事行动,部队换装是低频率事件,往往若干年才发生一次,这更加凸显其新闻价值。对军队而言,利用媒体将军队换装事件充分传播出去,不仅是出于向公民披露国防和军队建设情况的义务,更是传播军队新形象的首要之举。

新闻是对新近发生种种事实的“选择性”报道,媒体在选择报道特定事件的同时便体现出对该事件新闻价值的肯定。在军服换装事件中,媒体所做的大量报道实际上强化了这一事件的重要性,换装事件因此成为军队变更形象的全民宣示。在国家层面,军服换装的全民宣示十分重要——对国家重大事件的报道是维系和培育人们对国家和民族认同感和自豪感的重要手段,是“想象的共同体”得以存在的重要因素。在军队层面,向全社会郑重宣示军服换装是以另一种方式向人们传达“身为公民,应该关注国防和军队建设”的理念。这在无形之中“重温”了每名公民和军队的关系,使军队更多地进入公众视野,从而在一定程度上加强了社会围绕国家和军队建设的向心力。

(二)通过图片展示,完美呈现军队新形象

一方面,通过图片展示新军服是满足受众信息需求的重要手段。部队换装事件经由媒体广泛报道后,受众有了了解新军服款式样式以及“上身效果”的信息需求。这是受众对军队新的外在形象关注度最高的时候,此时将高大帅气的男军人或英姿飒爽的女军人身着新式军服的照片在媒体上广泛传播,无疑能取得良好的传播效果。正如人际交往中的第一印象一样,新军服的第一次亮相十分重要,而占据信息发布渠道的军队能够精心设计和筛选军服照片,力争完美呈现军队的新形象。另一方面,服装乃是最适合、也是最迫切需要通过视觉呈现和表达的物体——在服装杂志中,图片所占的位置比例总是要比文字更大,也更吸引人。就形象展示而言,新式军服不仅是换装事件的最终结果,也是受众注意力的关注点;因此在图片报道中,军服所展示的军队外在形象要比其他军事事件所展示的军队形象容易得多。事实上,在视觉文化时代,眼见更为重要;而军服本身更多的是代表军队外在形象的直接表现,因此选择以图片的方式呈现军队的新形象是媒体报道军服换装的重要方法。

(三)通过文字诠释,使受众接受军队新形象

新军服的换装代表着军队外在形象的改变,这种改变背后有着多种原因。因此,军服报道中需要用大量的文字诠释,详细地介绍图片报道难以表现的新军服特点;也对新军服相对旧军服所做的改变做出充分解释,使普通民众认可军队的新形象。

更重要的是,军服换装需要赢得部队官兵的认同。换装新军服不仅改变了军队的形象,也改变了每一名官兵的职业形象和个人形象。换装从本质上讲是一次“去旧迎新”的服装换代,它在为军服注入新元素的同时势必抛弃旧军服的一些原有要素,而这些原有要素在换装之前常常被视为军队传统和军事文化的一部分。因此,军服报道不仅需要说明新军服设计的合理性,也需对旧军服改变的必要性做出说明,是一个“即破即立”的诠释过程。正如红军改编成八路军时所进行的换装教育一样,新军服“合法性”的确立甚至会影响军队战斗力的生成。不仅如此,军服的换装不仅与军队外在形象的改变紧密相连,也反映折射着军队形象的内在改变,因为军服换装并非一个孤立的事件,它涉及军服的生产、发放、管理等等,这些伴随在换装中的事件同样能够折射出军队的整体形象。因此,在军服报道中,同样需要就军队形象的内在传承与改变做出诠释和强调。

四、多元舆论场域中军服报道需要注意的问题

相比之前历次换装,07式军服的换装发生在传播格局日趋多元复杂之时,媒体在新军服的意义建构和传播中发挥了重要作用。主流媒体、商业化媒体、网络平台、国外媒体对于换装事件的解读无疑是不同的。面对多元舆论环境对军队形象符号各式各样的解读和传播,主流媒体场域作为军队形象宣传的主阵地,既不能“一味孤守”,对其他媒体场域的军队形象传播不闻不问;也不能“曲意迎合”,丧失主旋律的本来面目。主流媒体传播军队形象需要在坚守主旋律内容中不断创新表现形式。

(一) 坚守不变的主旋律内容

如果将主流媒体所传播的军队形象视为一个抽象的符号,那么主流媒体在传播过程中所要坚守的便是这个符号所指的主旋律色彩。尽管不同媒体场域对军队形象符号的解读各不相同,但彼此之间并非毫无联系,而是不断相互施加影响,力图向其他场域扩散自身的意义编码。因此,主流媒体只

有首先坚守好主旋律这个阵地,才有可能对其他媒体场域产生正面影响。必须指出,在新媒体时代,网络媒体舆论场的影响力不断提高,不断“侵蚀”着传统媒体舆论场;主流媒体除了保持自身在传统媒体舆论场中的优势地位,还应主动“打入”网络媒体舆论场,传播舆论“正声调”。然而,喧嚣的网络平台既为主流媒体传播军队形象提供了更加广阔的传播空间,也对主流媒体坚守主旋律提出了更高要求。主流媒体在网络平台传播军队形象不能一味迎合受众需求,只求引发关注。

(二) 创新主旋律的表现形式

如果说主流媒体对主旋律内容的坚守是对军队形象符号所指的坚守,那么,主流媒体在传播过程中所要创新的便是军队形象符号的能指。代表军队形象的符号能否在其他媒体场域传播开来,很重要的一点便是传播符号的能指是否能够在其他媒介场域具备传播力。在2007式军服报道中,国内商业化报纸如晚报、都市报报道不足,很重要的一个原因是单纯的军服换装事件并不符合它们的报纸定位和他们对新闻价值的判断。简而言之,2007式军服的换装缺少适合它们传播的“新闻点”。这要求主流媒体在传播军队形象符号时,不能仅从自身场域出发建构传播符号,还要研究不同媒体场域的传播特点,在保留主旋律的同时将新闻事件抽离出符合特定场域传播规律的内容。这种能指层面的创新有很多方式,例如,引用含义丰富的古典诗词为能指注入新的活力,使用源自人民群众的鲜活语言增强能指的亲和力;活用网络流行词汇为能指增添贴近生活的气息等等。在军队符号不变的主旋律所指中,为其注入不断创新的能指,这正是军队形象宣传的艺术。

参考文献:

- [1][英]理查德·豪厄尔斯.视觉文化[M].葛红兵,译.桂林:广西师范大学出版社,2007.
- [2]徐平.中国工农红军改编八路军始末[J].党史博览,2004(4).
- [3][美]塔奇曼.八月炮火[M].张岱云,译.北京:新星出版社,2005.
- [4]李友唐.八路军换帽子的故事[J].福建党史月刊,2012(3).
- [5]徐平.烽火岁月中的解放军军服的演变[J].党史博览,2007(2).

[责任编辑 周 峰]