



中国军人对军事电视节目的需求与期待

作者：漆谦 文章来源：中国记协网—军事记者 点击数：119 更新时间：2009-5-8

电视媒体凭借着其多样化的表现形式与高效的传播途径，在军事文化的传播中发挥着越来越重要的作用。作为大众媒体，电视军事节目不仅担负着面向广大国民介绍本国的军事情况、讲解军事知识，以及进行国防教育的职责，同时也担负着提高现役军人政治素养、文化修养，传递军事信息、普及军事科技以及丰富军人文化生活的的作用。如何让军事节目能够被广大官兵所接受，已成为军事电视新闻工作者们最关心的话题之一。

如今的央视七套军事节目，从购买索福瑞的军事节目数据到每周一次的军事节目预排名，再到节目的监看评估等手段的采用，无不显示出军事节目的传播者想要提高军事节目影响力、扩大军事节目传播效果的决心。为了进一步了解当代中国军人对于军事节目的兴趣与认识，为军事节目的发展与调整提供可靠的受众需求信息，2008年7月30日至8月30日，CCTV-7军事节目在全军政工网开展了“中国军人对军事节目有哪些需求和期待”的问卷调查，旨在通过此次调查了解国防军事节目在当代中国军人心目中的位置，以及中国军人对军事节目的需求情况。

一、受访者的情况分布

参加这次调查的投票者共2085人。受访人群中，男性所占比例为97.60%，女性所占比例为2.40%。海军1.92%，空军21.11%，武警占0.43%，第二炮兵0.57%。参与调查的大部分是战士，占75.04%，机关干部9.59%，基层带兵干部9.59%，军校学员0.82%，军校教员占0.58%，军事研究人员0.19%。初中以下学历212人，占10.27%；高中或中专学历1106人，占53.59%；本科学历417人，占20.20%；专科学历262人，占12.69%；研究生及以上学历67人，占3.25%。军龄3年以上的占50.26%，5-10年的占29.74%，10-15年的占13.53%，15-20年的占4.75%，20年以上的占1.73%。

二、中国军人对军事节目的需求与期待

1、中国军人最期待的节目。

62.51%的受访者希望能够增加“拓宽我的视野，给我人生启迪的节目”；11.33%的受访者希望增

加“我们能够参与的节目”；16.40%的受访者希望增加评论性节目；另有9.76%的受访者期待能够带来心灵安慰的节目。

2、中国军人最关心的国防军事话题。

调查中，表示最关心重大军事局势（国土争端、国际局势、高层动向）的被调查者占到总数的58.15%；25.20%的受访者表示最关心与战争相关的情况（战争历史、反恐谍报、武器装备、将帅传记等）；另有16.64%的受访者选择军队逸闻趣事（军营生活、私密而充满趣味性的军队新闻）。

3、中国军人喜欢的军事节目内容。

在“你喜欢哪些内容的军事节目”的调查中，选择“记录军营生活”的受访者占到总数的28.52%；19.55%的受访者选择“深层剖析社会热点问题，为我们明晰方向”的节目；选择介绍国外军人电视节目，了解他们是怎么生活的，他们的思维方式是怎样的占19.10%；选择能够为军人成才提供信息和途径的占18.99%；另有13.84%的受访者选择介绍中国历史发展跟军事有关的人和事的节目。

4、中国军人最喜欢的节目形式。

41.46%的受访者表示喜欢信息最新最快的节目；27.21%的受访者选择人物的行为与思想能够引起自己共鸣的节目；选择故事有悬念、情节精彩节目的占总数的18.98%；另有12.35%的受访者选择画面精彩的节目。

三、改进军事节目的建议

事实证明，经过军事电视人长期的努力，央视七套的军事节目在军人群体中已经产生了深远影响。在军事节目对中国军人影响调查中，高达68.70%的受访者表示军事节目“激发了我的爱国情怀，鼓舞了我的斗志”；15.80%的受访者表示“我是看了某个军事节目后才当兵入伍的”。在看完军事节目以后，70.49%的受访者表示会跟战友或者同事讨论。无论是大众传播还是其后的人际传播与口头传播，军事节目都为宣传我党我军先进的执政思想与治兵方略作出了可贵的贡献。

在上述调查中也发现：军人受众群体对于军事节目还没有产生固定的媒介接触习惯。有的即使想看军事节目，也因为军事和少儿、农业内容合在一起播出，而且播出的时段很分散，形不成整体的印象。在受众想要接触的时候，看不到军事节目，或者没有可能接触，这是影响军事节目传播效果的一个重要因素。

因此，针对受众的收视习惯和特点，军事节目应该有自己的发展战略：

1、军事节目应该有准确的战略定位。

在新世纪新阶段，军队要为党巩固执政地位提供重要的力量保证，为维护国家发展的重要战略机遇期提供坚强的安全保障，为维护国家利益提供有力的战略支撑，为维护世界和平与促进共同发展发挥重要作用。军队的全部工作都要围绕有效履行新世纪新阶段历史使命来展开，各项建设都要

围绕提高履行新世纪新阶段历史使命的能力来进行。

今天，意识形态领域非常复杂，官兵的思想也非常活跃，用科学发展观和当代革命军人核心价值观引导官兵，需要军事传媒进行有效引导。但引导不是简单的说教，不是文字的简单图解，而是能够带有艺术性的传播，这样才能被受众所接受。

面对着传播对象的变化，军事节目应该有与军队的战略地位相适应的宣传策略，应该研究在国家安全背景下的军事电视传播策略。有了清晰的定位，受众才能形成稳定的对军事节目的印象。

2、成立专门的公共电视军事频道。

如果能够成立专门的公共电视军事频道，进行整体的设计和包装，对树立军人形象、传达国家意识会产生积极的影响。调查中，85%以上的受众都关心国家安全、军事国防信息。心理学认为，累积能够产生效应。不断反复地传播某种信息，就会形成一种强势，而零打碎敲的宣传会破坏记忆连续性。

3、扩大军事节目的传播效果。

信息只有在有效送达受众并对受众的心理和行为产生影响时，才能够称之为有效信息传播。目前，央视第七频道除军事节目外，还有农业节目和少量的少儿节目等其他非军事内容的栏目播出。军事节目只有在早晨、中午、下午和晚上时段有节目播出，播出时间不连续，而军人收看电视的时间主要在晚上，占总数的70.65%。针对军人的需求，如果能把重要的军事节目除在电视上播出外，还放在互联网上播出，并把浓缩的军事信息及精彩片段放在手机媒体上，再加上节目与网络的互动，形成多形式、多媒体联动的传播方式，就可以广泛吸引青年受众群体，进而也会受到更多受众的青睐。

4、确立军事节目整体的形象识别系统。

对某一媒体的印象是受众长期累积起来的在头脑中形成的认知与记忆，包括栏目标识、栏目风格、表达方式、主持人等。醒目、清晰、具有独特意蕴的标识能够强化受众的印象，一个带有军队象征性符号的标识，一段抒情优美的音乐，都可能在受众中产生烙印。在强调和谐发展、展现军队和平形象的今天，能否改变受众对军人的固有烙印，让多年不变的五星、战士扛枪走过的镜头、硬朗的背景音乐这样的标识变变模样，让更富有深刻含义和象征意义的军事节目的logo进入受众的视线，这对增强受众对军事节目的识别度具有重要影响。

5、改变传播语态，创新节目形式。

军事节目应该改变传播的语态，变说教为平和。军人形象的展示，不是先拔高声调，有时悲情更能撼动人心。如救灾现场，一名战士跪在群众被埋的现场，哭道：“让我再多救一个人吧！”这种真情实感的流露是多么具有冲击力。在常态情况下，军事节目能够很平实地叙述一个人物或事件的故事，符合人文精神，符合受众的审美需求；当有国际争端、发生国际事件时，军事节目能够站

在国家安全利益的角度上，发出自己的声音；遇到突发事件时，军事节目的制作者能够利用独特的资源抢占先机，赢得观众的青睐。在评论类节目中，应增加知识的厚度与深度。在为广大官兵提供国内的军事信息同时，也应当能够将国际上先进的军事科技与治兵理念传递给官兵。

6、做大做强军事文化系列节目。

可采取电视、网络、广播、图书等多种渠道，传播军事战略文化。中国五千年的发展史，是军事文化最宝贵的部分，应该进行广泛传播。对人民群众来说是传播爱国主义精神、奉献精神的教
育；对军人来说，是教育官兵了解历史、树立核心价值观的有力手段。

（作者单位：解放军电视宣传中心）

（编辑：古文 审核：左花，贾妙静）

免责声明：作品著作权归属媒体与作者所有!!本站刊载此文不代表同意其说法或描述，仅为提供更多信息。有异议请联系我们。

文章录入：guwc 责任编辑：guwc

- 上一篇文章： 《抗震救灾》直播报道现场主持人的特质
- 下一篇文章： 从北京奥运会的电视转播展望高清电视的发展

【发表评论】 【加入收藏】 【告诉好友】 【打印此文】 【关闭窗口】

站内搜索

文章 下载 影视 关键字

最新热门

最新推荐

会员评论 （评论内容只代表网友观点，与本站立场无关！）

| [设为首页](#) | [加入收藏](#) | [联系站长](#) | [友情链接](#) | [版权申明](#) | [管理登录](#) |

建议您使用1024*768分辨率浏览本站效果更佳

中国广播电视协会 版权所有

联系电话：010-86091726 86091907 技术支持：9fcs.com

信息产业部ICP/IP地址信息备案号：京ICP备05037832号