

近年来,随着国防和军队改革持续推进,军人职业荣誉相关话题引发社会高度关注。军人荣誉感源于军人的牺牲奉献,也与全社会的关怀与尊崇密不可分。本文从社会舆情视角,基于数据与案例,呈现2018年度军人职业尊崇度的变化。

—编者

致敬“最可爱的人”

——2018年度军人职业尊崇度舆情观察

■人民网舆情数据中心 赵丽媛

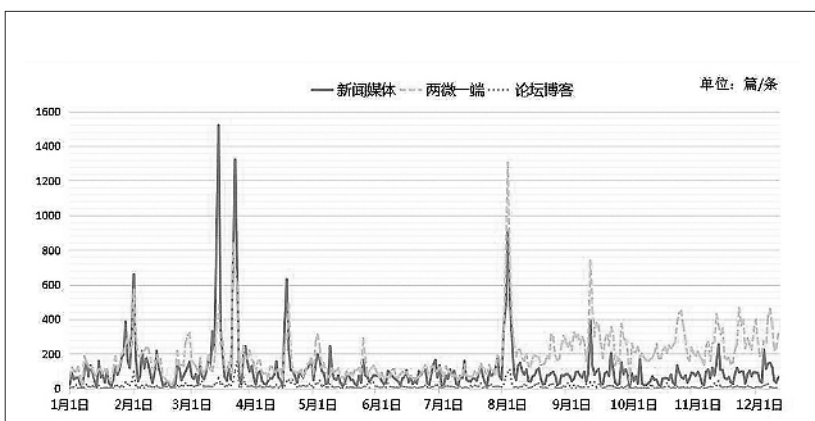


图1: 涉“军人荣誉感”信息量走势 (注:“新闻媒体”包括网络媒体、报刊等,“两微一端”包括微信、微博和客户端)

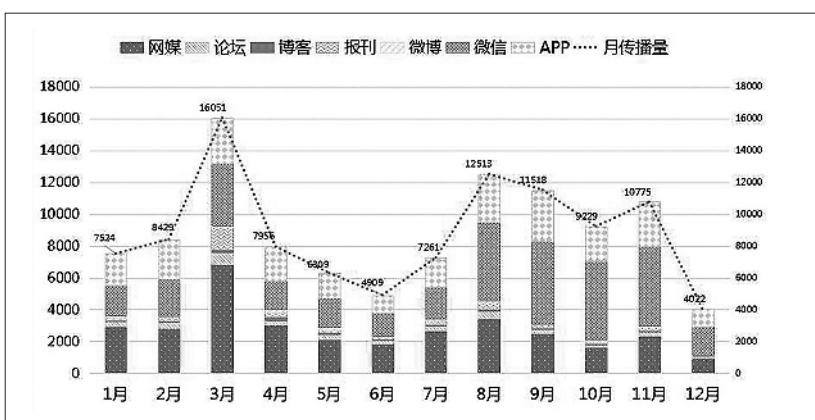


图2: 涉“军人荣誉感”信息量月度分布

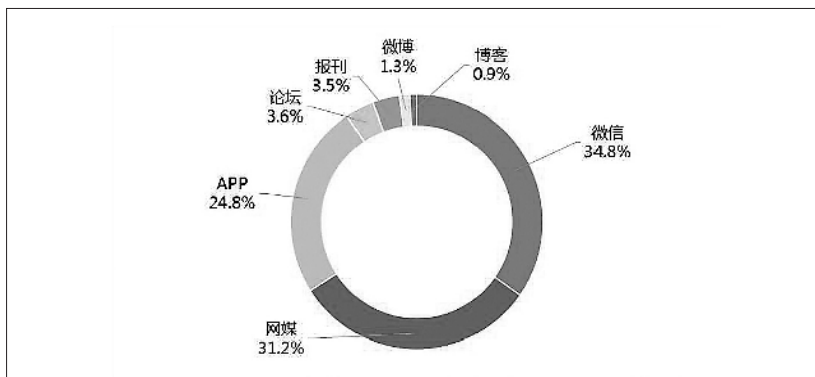


图3: 涉“军人荣誉感”信息量传播渠道分布情况

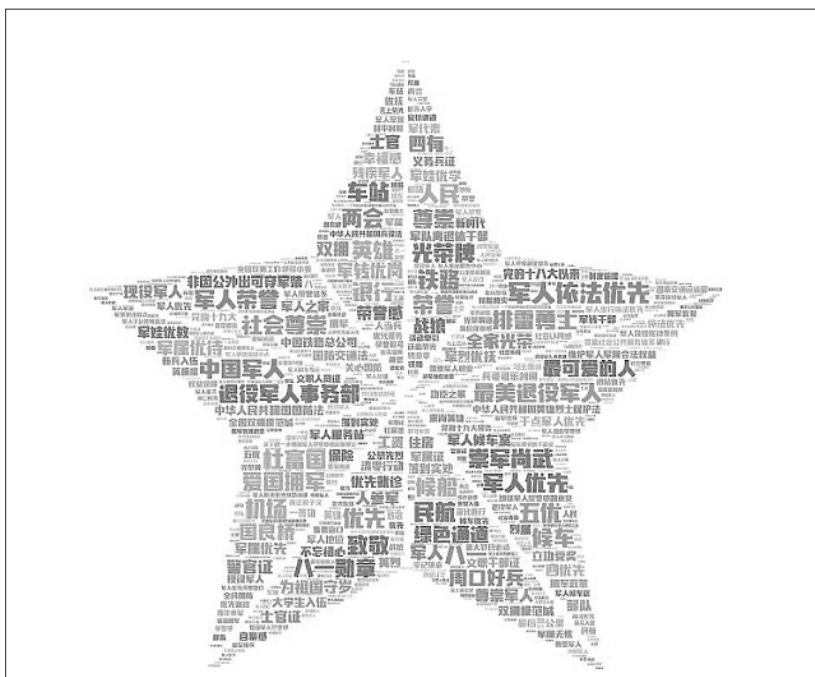


图4: 关于“军人荣誉感”的传播词云

序号	时间	标题
1	2018年3月30日	3岁宝宝向武警战士敬礼,战士的一个举动让人动容
2	2018年4月22日	定了!这些仪式可以邀请军人亲属参加
3	2018年5月1日	@你,五一穿军装外出指南,请收好
4	2018年5月30日	中国国防报发声:军人职业尊崇度就是国家安全围墙的刻度
5	2018年8月6日	5分40秒!这就是中国军人的速度
6	2018年11月10日	这次,军人在火车站果断“优先”!
7	2018年11月27日	当他举起手敬军礼的那一刻,泪奔!
8	2018年12月10日	1米78兵哥哥,蹲下的“身高差”温暖了这个寒冬
9	2018年12月10日	抖音上一位年轻边防战士的真实故事,看哭了百万网友
10	2018年12月15日	暖哭!2018,请记住这些刷屏朋友圈的中国军人!

图5: 关于“军人荣誉感”的阅读量10W+热点微信部分文章一览

传播焦点效应显著

纵观“军人荣誉感”全年舆情传播走势,涉“军人荣誉感”舆情共形成三个日传播量逾千篇(条)级别的波峰,分别对应3月14日、3月22日和8月1日。3月12日,习主席出席十三届全国人大一次会议解放军和武警部队代表团全体会议并指出:“军人是最可爱的人,让军人受到尊崇是最基本的。”军队代表委员建言提升军人荣誉感和职业吸引力,推动新闻报道传播量于3月14日攀至高峰;其后,中共中央印发《深化党和国家机构改革方案》的消息,涵盖组建退役军人事务部相关内容,新闻报道传播量于3月22日再度形成峰值。8月1日,建军节相关线上主题宣传形成话题效应,助推当日传播高峰形成。

下半年舆情保持高热

就涉“军人荣誉感”信息的月度传播来看,月均传播量达9316篇,3月、8月、9月、10月、11月信息量都超过均值。整体看,下半年舆情保持高位。期间,习主席在中央军委政策制度改革工作会议上强调认清推进军事政策制度改革重要性和紧迫性建立健全中国特色社会主义军事政策制度体系、建军节主题宣传活动、“最美退役军人”评选活动、扫雷战士杜富国被炸伤引发全社会关怀等热点选出,舆论场正能量集聚。

新闻媒体担纲传播主力

数据显示,本观察期内,网媒、报刊、微信、微博、APP、论坛、博客等渠道涉及“军人荣誉感”的舆情信息共计约10.6万篇(条)。微信中涉及“军人荣誉感”的文章数量最多,约37011篇,占比约34.8%,也即舆论场中三分之一的“军人荣誉感”信息源自微信文章;新闻媒体(指报刊和网络媒体)报道量约36896篇,占比约34.7%,也成为传播主力;另外,客户端(APP)中相关信息量也较高,约26358篇,比重为24.8%。

政策法规社会情感类热词居多

观察“军人荣誉感”传播词云,可以发现指向政策法规类的词汇最多,这一传播现象在一定程度上也反映出相关重大政策部署在社会舆论层面所发挥出的显著议程设置作用。“军人依法优先”“铁路”“民航”等,均与全国交通运输行业推行军人依法优先工作相关;“退役军人事务部”与今年退役军人事务部成立并开展工作相关;“非因公外出可穿军装”则是新修订的《中国人民解放军内务条令(试行)》中的重要内容。同时,“杜富国”“最美退役军人”等典型人物也获得了较高关注,弘扬了社会正能量,彰显了军人肩负正义、有责任、有担当的舆论形象;而“最可爱的人”“致敬”“英雄”等饱含情感的词汇则流露出社会公众对于军人的敬意与尊崇。

新媒体营造良好拥军优属氛围

整体而言,军事类微信公众号推送关于“军人荣誉感”的文章数量较为可观。其中,“中国军网”“军报记者”“中国军视网”分别推送了约100篇、99篇和90篇相关文章。新浪微博中, @央广军事@军报记者@人民日报@央视新闻@人民网等创建多个热点话题,其中7个话题阅读量均过亿。#为中国人民点赞##我和军队的不解之缘#传播当量高达19.6亿和15.8亿,充分传递出网络舆论对于军人这一职业的高度赞许之意。

增强军人荣誉感成为热点,大众传媒持续关注

增强军人荣誉感,提升军人职业社会尊崇度,利于凝聚军心、稳定部队、鼓舞士气。党中央、中央军委和习主席对此高度重视。

早在2014年,习主席在古田全军政治工作会议上阐述军队政治工作重点时,就提出“增强军事职业吸引力和军人使命感、

荣誉感”。2017年,党的十九大报告明确提出“推进军人荣誉体系建设”“维护军人军属合法权益,让军人成为全社会尊崇的职业”,这是党的代表大会第一次把军人社会地位作为重要内容写入报告,为提高军人社会地位提供了遵循、指明了方向,对实现党在新时代的强军目标、建设世界一流

政策制度陆续推出,舆论导向积极正面

一系列关于军人荣誉感的政策法规、重大部署和激励措施陆续落地,推动军人荣誉体系不断完善。系列政策出台获得广大官兵、大众传媒与社会公众的广泛关注,在全社会形成积极正面的舆论导向。

在荣誉体系设计方面,关于增强军人荣誉感的政策制度接连出台,军人荣誉体系不断完善。党的十八大以来,《军队奖励和表彰管理规定》《中华人民共和国国家勋章和国家荣誉称号法》《构建完

善军人荣誉制度体系总体方案》《“八一勋章”授予办法》等密集出台,使军人的荣誉感与日俱增。今年,新修订的《中国人民解放军内务条令(试行)》规定军人非因公外出可着军装,退役军人事务部表示2019年五一前将为所有退役军人家庭悬挂光荣牌,《中华人民共和国英雄烈士保护法》出台并施行,这些都从多个层面提高了军人的荣誉感,给予军属更多的心灵慰藉。

各地各行业举措落地,军人荣誉感显著提升

各地、各行业采取了多种增强军人荣誉感的举措,助力精神关怀与制度设计的落地。《解放军报》《中国国防报》等媒体经常就各地、各行业出台的增强军人荣誉感的措施组织报道。例

如,浙江省在中小校园内设立2900多块“最可爱军人、最骄傲校友”荣誉墙;广西出台《进一步增强军人荣誉感的意见》,推出军地联合表彰、落实军嫂就业安置和军娃入学等20条刚性措

大力营造爱军拥军氛围,主流媒体担纲主角

荣誉感既有赖于个体的价值认同,也与社会氛围的营造直接相关。在“军人荣誉感”相关新闻的传播过程中,主流媒体担当着舆论引导的主角,为营造爱军拥军的舆论氛围发挥了重要影响。

今年全国两会期间,新华社、《解放军报》《中国国防报》等主流媒体聚焦来自军队的代表委员关于提升军人荣誉感

和职业吸引力的好声音,主要观点包括军人社会地位事关国家安全之基、尊崇军人需要全社会的共同努力、提高军人社会地位必须加快推进立法等。

逢重大节日、重要事件因势利导,策划主题宣传、打造热点话题,营造爱军拥军浓厚社会舆论氛围。今年八一建军节期间,@央广军事@军报记者创建#为人

充满正能量军人形象,常引发现象级传播

近年来,社交媒体平台中出现越来越多的充满正能量的军人形象,引发了一波又一波的现象级传播。

创新传播技术手段,军事类账号“走红”抖音平台。日前,@中国军视网@我们的天空@中国军网@中国陆军和@三剑客已成为抖音平台的头部军事

类账号,其粉丝量均超过百万级,作品获赞合计达1.17亿次。“中国陆军角逐漠北草原,上演钢与火之歌”“点名我点我这里有不一样的中国陆军”“军花手指舞”“兵哥哥最帅瞬间”等作品花样科普军事知识,展现训练风采、聚焦战士阳光奋发的精神风貌,让军旅的风采

抹黑军人形象的行为,遭到谴责批驳

近年来,舆论场中矮化军人社会地位、抹黑军人形象的事件时有发生,但此类杂音一经出现便会遭到社会舆论的强烈批驳,增强军人荣誉感不仅是军心所向,更凝聚着整个社会的共识。

不久前,某品牌智能锁的广告片《拆弹砖家》被网民质疑有侮辱消费排雷战士之嫌,引发网友愤怒,纷纷谴责涉事企

业。@江苏网警在其新浪微博公开斥责这一行为,并提醒“网络营销应有最起码的道德是非观念,不要把无知当创意,把恶搞当搞笑”。微信公众号“长安街知事”也严正表态“消费扫雷战士的广告,你已涉嫌违法”。

今年年初,“战士在列车上被乘客无端要求让座”一事引起网络关注,国防部

军队有着深远意义。中央军委也曾在《关于深化国防和军队改革的意见》中提出,要“构建体现军事职业特点、增强军人荣誉感自豪感的政策制度体系”。

2018年全国两会期间,习主席出席十三届全国人大一次会议解放军和武警部队代表团全体会议并发表重要讲话指出,“军人是最可爱的人,让军人受到尊崇是最基本的”,这一暖心话语引起强烈舆论反响。在11月召开的中央军委政策制度改革工作会议上,习主席再次强调,优化军人待遇保障制度,构建完善军人荣誉体系。习主席的重要指示精神在全社会引起热烈反响。

同时,党和国家还进行一系列重大部署,从社会获得感层面赋予军人真真切切的荣誉感。近年来,“军人依法优先”工作持续推进,《中华人民共和国国防法》《中华人民共和国兵役法》《军人抚恤优待条例》以及各省市出台的军人抚恤优待办法等法律法规,都对优待和保障军人权益作出明确规定。《人民日报》评论指出,军人在出行时被赋予依法优先的合法权益,体现对其职业奉献的人性化关怀,也是对军人为国家为人民冲锋陷阵的社会回报,更是对军人枕戈待旦的职业尊崇和敬重。此外,今年退役军人事务部的成立,为退役军人带来教育培训、就业促进、住房保障、医疗保障、养老服务、医疗服务、优待抚恤等诸多方面的“红利”,彰显出对军人的重视与尊崇。

各地政府聚力构建和完善军人服务体系,赋予军人以真实可感的荣誉。与此同时,在交通出行、医院、银行、景区等公共场所中,“军人依法优先”通道和窗口越来越多。以交通行业为例,从2017年下半年开始,航空、铁路和水运方面,纷纷出台相关政策和细则,保障军人在出行中的依法优先权益。从2018年12月1日起,在全国道路客运领域开展军人依法优先出行权益保障工作,全国交通运输行业军人依法优先格局正式形成。

民军队点赞##我和军队的不解之缘#微博话题,阅读量分别达19.6亿和15.8亿。同时,中宣部、退役军人事务部对在全社会广泛开展“最美退役军人”学习宣传活动作出部署,也得到了众多主流媒体的持续性报道传播。

主流媒体就增强“军人荣誉感”持续发声。《人民日报》、新华社、《解放军报》《中国国防报》等媒体持续聚焦增强军人荣誉感、提升军人职业尊崇度,并刊载多篇评论文章,发出“军人职业尊崇度是国家安全围墙的刻度”“让尊崇军人成为全社会的自觉行动”“形成尊崇军人的社会风尚”“让军人成为全社会尊崇的职业”等鲜明有力的声音。

和魅力走出军营,将崇军爱军观念深植于观众心田。

传播内容具象化、个性化,社会公众积极传播身边“最可爱的人”。随着移动互联网技术和社交媒体的发展,公众成为身边事的“报道者”,越来越多的有关军人群体或个体的好人好事出现在社交媒体中。陆军第77集团军“猛虎旅”的退役女兵张玉雪在列车上救助女童的经过被网友发布在抖音平台,被舆论称赞为“最美退伍女兵”;江苏省军区徐州某干休所四级军士长邱源源营救冬泳溺水男子的视频,经网友发布在抖音平台后,不到一天就获得了90多万的点赞。

新闻发言人用两句话回应此事:“全心全意为人民服务,是人民军队的宗旨”“军人的合法权益必须得到保护”。这一表态也获得了网友声援支持,更有网友表示出对乘客让座要求的反感与批评态度。

今年5月,某部门领导对军转干部发表不屑言论的一段视频引爆网络舆情,微信公众号“人民日报”发文《有的人竟然感到涉军安置是额外负担,军报刊文批评》,激发社会共鸣,有网友就此喊出“退伍不退色!向你们致敬!”的口号。《中国国防报》更是在头版头条刊发“国防时评”,提出“军人职业尊崇度是国家安全围墙的刻度,对退役军人的安置保障体现着对军人关心的温度”。