



熟悉张振江的人都知道他是一位文化领域的“领军人才”：一方面，他曾在部队政治机关担任一定领导职务；另一方面，他因在宣传文化领域的出色成绩，获评全国新闻出版行业领军人才。由他参加编写的《新时代雷锋精神解读》《见证人讲述——雷锋日记》，刚刚由人民出版社出版，面向全国发行……近日，张振江接受本报记者专访，畅谈一个“新闻老兵”的文化观。

张振江： 他让动漫“顺溜”走进军营



张振江，山东郓城人，获中国新闻奖一等奖、“五个一”工程奖各一次，中国人民解放军第三届、第四届政治理论研究优秀成果一等奖，中国人民解放军首届新闻奖一等奖。出版《长空电波》《直面荧屏》等著作，策划组织拍摄电影《目标战》、系列动漫《聪明的顺溜》等，参加1998抗洪、汶川地震、和平使命2005中俄联合军演等重大宣传战役，采写徐洪刚、房萍、朱彦夫等典型事迹报道。

本报记者 倪自放

有思想的媒体 最有力

“从军近40年，我把自己定位为一个新闻老兵。”张振江说。

张振江所言不虚。张振江是原济南军区政治部宣传部部长，在一系列职务之外，张振江还是一名拥有高级职称的记者，获得过全军新闻奖一等奖、中国新闻奖一等奖等一系列荣誉。作为一名“新闻老兵”，张振江为媒体支招，“做新闻，最重要的是要深扎根、接地气，有群众观念、基层意识。有了文来文往，还要有人来人往；有了键对键，还要有面对面；有了网上来网上去，还要有风里来雨里去。”

这些关于新闻采写的说法，是张振江几十年从事宣传文化工作的总结，早在1987年张振江在山东省军区机关工作时，他就曾主动要求到渤海深处最艰苦的基层连队锻炼。“连队里有‘富矿’，兵堆里有‘题目’。”谈起这段往事，张振江告诉记者，基层的生活虽然艰苦，但也给他带来了写不完的素材，“眼界宽了，思路新了，素材多了，办法有了。”

张振江刚担任济南军区政治部新闻电教室主任兼央视济南军区记者站站长时，正逢军旅题材电视剧《亮剑》热播，张振江颇受启发：兵生活、兵题材、兵味浓郁的文化产品受欢迎，同样题材的新闻作品是不是可以尝试？张振江报告上级得到支持，他带两路人马深入部队展开40多天的调研，筹划、酝酿、拍摄，虚心听取部队领导和基层官兵的建议，推出20集《砺剑中原》系列电视新闻，充分展示了部队从实战出发锤炼精兵劲旅的丰硕成果和崭新风采，在中央电视台播出后，产生了广泛的影响，呼应了部队大抓军事训练的热潮。“这组报道被业内专家称为电视新闻的‘连续剧’，不仅形式创新，在数量、质量上也颇具震撼力。”

网络时代如何做新闻？张振江说，传统媒体和新媒体，不同的只是传播手段，最终胜出的，是有思想深度的新闻。张振江说，在之前的汶川抗震救灾中，自己就有了上述的体会，“当时军区部队四万五千名官兵奋战震区一线，我担任前卫报社副社长兼《基层建设》月刊主编。有人认为，期刊传播慢没优势。我们调研发现，由于携带方便、深度解读、形成系列，看杂志成为前线救灾官兵了解信息的好方式。经过申请，我们创

办抗震救灾特刊，发行频率提高，发行打破常规，有的直接空运到一线官兵手中，受到抗震救灾部队欢迎。”张振江说，期刊在抗震救灾中发挥了较好作用，最重要的是深度解读有思想，占领了舆论先机。

传统文化 要紧扣时代脉搏

在今年纪念毛泽东等老一辈革命家“向雷锋同志学习”题词发表55周年之际，张振江参与编印的《新时代雷锋精神解读》《见证人讲述——雷锋日记》公开发行，同时他带队组织“雷锋精神与新时代同行”报告团，到军营、学校作报告，引发好评。

这些年，张振江根据上级总体部署，牵头组织编写了4卷本《战功·战将·战例·战斗英雄》系列丛书和《中华优秀传统文化选编》等读物下发部队，在鲁、豫两省发挥35个红色教育基地的育人作用，效果明显；按照领导指示、呼应官兵需求，策划组织了“前卫讲堂”，逐渐形成特色文化品牌。

张振江说，优秀传统文化、红色革命文化和英雄主义精神从来都不是空洞无物的存在，而是紧扣时代脉搏的活生生的读本，“这需要我们挖掘、弘扬、传承，在这个过程中，紧跟时代脚步的新闻记者有着天然的优势。”

1993年8月，身为济南军区某红军团通信连班长的徐洪刚，以勇斗歹徒的军人英雄形象受到广泛关注。在参加采访中，张振江从徐洪刚受到亿万人民群众的追捧热议中受到触动和启迪，向新闻界老教师求教，最后把新闻点打在人们对英雄的崇敬上，通讯题目为《人们崇尚这颗“星”》，在中央人民广播电台“新闻与报纸摘要”栏目分上下篇连续播出，打响了在中央媒体宣传的“第一炮”，引起强烈反响，一举打造出这位时代英雄的品牌。

像追踪时代英雄徐洪刚一样，张振江此后奉命梳理总结了一系列名扬全国全军的重大典型，某通信连指导员房萍的带兵方法，就是其中一例。“我们历时两个月采访调研，形成

了近10万字的《阳光带兵36法》，此书曾印发全军和武警部队学习，树立了新时期基层带兵人的榜样，房萍也光荣当选党的十八大代表，成为广为人知的带兵模范。”

多媒体联动 丰富军营文化

在担任原济南军区政治部宣传部部长期间，正值深入贯彻习近平强军思想的重要时期，根据时任军区领导点题，张振江带领创作团队历经两年多奋力拼搏，制作了中国首部军旅题材动漫连续剧《聪明的顺溜》。该剧曾与《大鱼海棠》《西游记之大圣归来》等一起荣获中国文化艺术政府奖第三届动漫奖，在动漫迷心目中影响广泛。

张振江表示，军旅题材动漫连续剧《聪明的顺溜》的制作，是多媒体联动丰富军营文化的尝试，“顺溜这个动漫形象，最早出现在我们前卫报‘聪明的顺溜’专栏，顺溜定位于一个机智勇敢、精于计算、擅长灵机一动的侦察兵。顺溜会出入于高科技信息化战场，出入于反间谍高智商对抗的‘智斗’现场，顺溜通过自己的故事为读者出题，形成互动。”

报纸专栏《聪明的顺溜》很快在部队官兵中引起广泛影响，谈顺溜、帮顺溜答题成为部队官兵的热门话题。在报纸专栏《聪明的顺溜》之后，张振江组织继续推出书籍《聪明的顺溜》，接着受命与动漫公司、文化团体联手打造出中国首部军旅题材动漫连续剧《聪明的顺溜》。

张振江还与军区机关、部队一起，联手电影制片厂，组织了大型现实军事题材故事片《目标战》的拍摄。张振江说，《目标战》的上映，真实再现了解放军正在实践的战法、理论，这是多年来电影作品里未有过的，“即使是《地雷战》《地道战》，也是在战法实践多年后才搬上大银幕的。《目标战》是解放军作战理论、实兵演练的现在进行时，该片的拍摄是实兵实弹实战实爆，是解放军实兵演练的‘直播’，因而备受关注。”

张振江任宣传部长，分管着理论、宣传、教育、文化等几大块工作，紧张繁忙之中，他致力强军文化、红色文化、媒体文化的研究传播，其间军区有3部作品获中宣部“五个一”工程奖，一批骨干人才施展了拳脚，为此，军区还专门召开会议予以表彰。每当谈起军区部队宣传文化工作取得的成果，张振江总是说，这是大家的共同创作，这是官兵的集体智慧。



齐鲁壹点

更多精彩内容欢迎扫码订阅
壹点号属娱你观看。