

# 中国期刊协会通讯

(内部资料, 免费交流, 注意保存)

2022 年第 7 期

(总第 156 期)

中国期刊协会秘书处编

2022 年 6 月 15 日

**CPA 刊协讲堂 (第二十八期) 专题报道**

## 做好主题宣传 推出精品文章 ——《军嫂》杂志的办刊特色

主讲人: 彭清雯

主持人: 吴尚之

主办单位: 中国期刊协会

时 间: 2022 年 6 月 15 日

吴尚之: 大家好! 欢迎大家来到第二十八期“刊协讲堂”! 《军嫂》杂志创刊 14 年来, 立足自身定位, 突出刊物特色, 书写军人家国情怀, 展示军人时代风采, 打造军嫂精神家园, 推出一系列主题宣传好文章, 积极营造拥军优属、爱国奉献的良好氛围, 架起军地沟通桥梁, 助力国防和军队建设。《军嫂》刊载的文章 3 次入选“期刊主题宣传好文章”, 其经验

做法被《光明日报》、人民网等多家媒体报道。该刊先后入选“中国最美期刊”“庆祝中华人民共和国成立 70 周年精品期刊展”“2021 中国精品期刊展”, 连续两年获得“北京宣传文化引导基金项目(出版类)”奖励。今天, 我们请来了本期演讲嘉宾彭清雯同志, 请她与大家分享办刊的经验与做法。

彭清雯同志是《军嫂》杂志总编辑,

中国期刊协会常务理事，中国影协编剧教育工作委员会副秘书长，中国心理卫生协会职业心理健康促进专业委员会委员，共青团精神文明建设“五个一工程”优秀文化作品奖、电视剧“飞天奖”获得者，“2020北京榜样”年榜人物提名奖（爱岗敬业类）获得者。下面请彭清雯同志就“做好主题宣传，推出精品文章——《军嫂》杂志的办刊特色”这一话题开讲。

**彭清雯：**各位同仁，大家好！很荣幸有机会参与“刊协讲堂”的活动，感谢中国期刊协会对我的邀请！在此和诸位前辈、同仁分享办刊的几点体会和不成成熟的思考，欢迎大家批评指正，期待有机会和同行们开展进一步交流合作。下面，我以“做好主题宣传，推出精品文章——《军嫂》杂志的办刊特色”为题，向大家汇报《军嫂》杂志的一些探索。

### 一、《军嫂》杂志基本情况

《军嫂》杂志由北京市新四军研究会主办，北京市社会科学界联合会主管，于2008年3月8日正式创刊。创刊14年来，《军嫂》杂志立足自身定位，突出刊物特色，始终聚焦军人及军人家庭，书写军人家国情怀，展示军人时代风采，打造军嫂精神家园，推出一系列主题宣传好文章，积极营造拥军优属、爱国奉献的良好氛围，架起军地沟通的桥梁，助力国防和军队建设。

2018年、2019年、2021年，《军嫂》杂志所刊载的文章3次入选由中宣部出版局指导、主办的第二届、第三届、第五届

“期刊主题宣传好文章”。2015年、2018年，《军嫂》两度被中国期刊协会评为“中国最美期刊”。2019年，《军嫂》入选北京国际图书博览会“庆祝中华人民共和国成立70周年精品期刊展”。2021年，入选北京国际图书博览会“2021中国精品期刊展”“中国期刊设计艺术周”展示期刊。2020年、2021年，连续两年获得“北京宣传文化引导基金项目（出版类）”奖励。《军嫂》杂志关于推出主题宣传好文章的经验做法，被《光明日报》、人民网等多家媒体报道。

在做好期刊出版的同时，《军嫂》杂志社努力拓展宣传方式、传播渠道。2016年，杂志社策划、承制了国内首部军嫂主题公益宣传片《最美军嫂》，在中央电视台等两千余家媒体播出，并获得国家新闻出版广电总局2016年度广播电视公益广告扶持奖励。为纪念红军长征胜利80周年，杂志社编著《跟着信仰走——我们家的长征故事》一书，由人民出版社出版，并被评为2016年度“中国30本好书”，入选中宣部公布的“2017年向全国青少年推荐的百种优秀出版物”。自2019年以来，《军嫂》杂志社更加重视网络传播。在八一建军节、中国人民抗日战争胜利纪念日、十一国庆节等特殊时间节点，通过“军嫂杂志社”微信公众号推送独家重点稿件，屡屡被“学习强国”学习平台当日首页推荐。其中，2020年“八一”当天，英模徐洪刚之子自述子承父业、投身军旅的文章阅读量达1100多万；2021年“十一”期间，“共同擦亮军功章”组稿累计阅读量达1800多万。截至2022年5月，《军嫂》

杂志社推送内容在“学习强国”学习平台的累计阅读量达 9441 万。

## 二、做好主题宣传，推出精品文章

《军嫂》杂志社立足自身所专注的领域，努力将刊物办出风格、形成特色。主题宣传是主流媒体做好宣传工作的重要形式，必须坚持正确的政治方向、舆论导向、价值取向，注重对舆论的引领作用。《军嫂》始终注重主题宣传，以更好地落实宣传思想中心工作，有助于广大官兵、军人家庭了解、学习党和政府的决策部署、重大活动等。

《军嫂》现为月刊，自 2008 年创刊以来，用心经营重点栏目《关注》，几乎每期刊发一组专题报道。参选“期刊主题宣传好文章”的作品均从当年 12 期专题中挑选，并以“组文”形式参报推荐活动。入选作品分别为 2017 年第 9 期专题报道《携笔从戎 淬火成钢》、2018 年第 8 期专题报道《时代楷模海口舰》、2020 年第 3 期专题报道《致敬“红旗手”，绽放“她力量”》。

### 1. 立足期刊定位，拓展报道视野

对于一些“90 后”“00 后”年轻人来说，军嫂这个群体很陌生，有的甚至都没有听说过“军嫂”这个名词。那么，《军嫂》杂志如何打开局面？

首先，《军嫂》并不自我设限，而是主动自我解读，积极宣传办刊宗旨、刊名由来。《军嫂》以“展示军嫂风采，服务军人家庭，维护军属权益，传承红色基因，营造双拥氛围，关注国防事业”为办刊宗旨。杂志创办之始，“军嫂”“军人家庭”均是备选刊名。之所以选择“军嫂”，是

因为在部队，军嫂不论年龄大小，总被官兵尊称一声“嫂子”。这既体现出在军人家庭中，军嫂通常不是“半边天”、而是“整片天”的现象，又表达出军人对妻子及家庭尊重、愧疚、感恩等交织的复杂情感。所以，“军嫂”这个词——于《军嫂》刊名中，同时代指军人家庭；在《军嫂》所营造的语境中，具有象征意义，也代表着军人及军人家庭的默默奉献精神。

其次，军嫂、军属对军人的支持，离不开他们对亲人的理解、对部队的热爱和对国防事业的关心。军嫂常说“军嫂姓军”，这超脱了军嫂在小家庭中的身份、角色，指向她们心中的军旅情怀、家国大爱。《军嫂》深谙军嫂、军属在日常生活、寻常点滴中付出、坚守所具备的大情怀，因此在聚焦军嫂群体、军人家庭之外，也报道军人的工作、训练、学习、生活等。打开军嫂、军属看部队的窗口，让他们更真切地了解亲人建功军营、献身国防的作为和意义，从中受到感染、受到鼓舞，进而促进军人家庭和睦，利于军人安心服役。这样的定位使《军嫂》的内容不囿于狭窄的家庭空间，而是将家庭与家国相连，情感与情怀相接，以更广阔的视野紧跟国家形势，关注时政，观照当下。

### 2. 围绕重大主题，精心策划选题

聚焦主题主线，服务工作大局，是期刊宣传的重要职责。在各媒体纷纷进行主题宣传报道的背景下，如何“突出重围”，《军嫂》的经验是围绕刊物自身特点，独辟蹊径找视角，小中见大“做文章”。《军嫂》杂志社关心国家大事，注重考虑年度重大主题宣传、最新政策、历史事件等，在当

年即把下一年度的重要节日、纪念日等进行搜集、整理，据此提出、讨论、优化部分选题。一些新政策颁布实施、新的主题宣传开始后，杂志社积极组织学习研究，及时跟进相关策划。平时，杂志社紧贴读者群体开展选题策划，有意识加强与军人、军属为主的作者、受众的联系，了解他们关注的重点、热点，对于一些官兵、军属关切的“热门”问题，还会变化报道的角度，从不同侧面不断分析、挖掘。

2013年，征兵时间由冬季调整为夏秋季，为大学生报名参军提供了更为便利的时间窗口。当年10月，《军嫂》即推出相应专题报道《“2013款”新兵来啦……》。2016年6月，专题报道《新干部入营门》，内容与大学生入伍也有一定关联。2016年底，杂志社组织讨论下一年度选题，大家各抒己见、群策群力，且都认为大学生士兵群体在部队占有越来越高的比例，很受社会关注，于是决定配合征兵工作，在2017年第9期刊发“大学生士兵”主题组稿。2017年9月23日，该期杂志出版在即，恰逢习近平总书记给南开大学8名新入伍大学生回信。这期策划与总书记的挂牵“不谋而合”，令全社为之振奋，并立即将此新闻点纳入专题导语重点呈现。杂志社长期关注党的中心工作，关心人民军队建设发展，关爱军人及军人家庭，因而对相关报道内容形成一定累积，对选题有一定前瞻性。

### 3. 突出期刊特色，力求推陈出新

主题宣传是一座“富矿”，如何在大家都来“淘金”时“夺宝”成功，还需要牢牢把握期刊自身特点。海口舰先进事迹是2018年全国全军重大典型，相关媒体连

续开展了大规模、多角度的宣传报道。《军嫂》当时创刊刚满10年，没有老牌媒体的深厚积淀。作为月刊，没有时效性优势，“推陈出新”谈何容易？在选题策划之初，杂志社就强调，围绕杂志自身的特色、定位、风格，扎扎实实做好策划、组稿、采写、编辑等工作。2018年7月，杂志社派出执行总编在内的两名记者随记者团奔赴海口舰驻地采访，在此过程中，专题报道的组稿构架逐渐形成——有综述、有特写、有军嫂的讲述，也有各界人士的点评、分析。其中，10名军嫂的深情讲述，基本是《军嫂》的独家视角、独家素材、独家报道。聚焦海口舰官兵，则不仅突出舰上参与巡回宣讲的典型人物，而且着墨青年男女官兵。在资料中，杂志社敏锐地捕捉到官兵为了丰富远航生活，灵活开展教育，自发制作了热门“小广播”，于是大力挖掘，用《“先锋播报”集萃》一文集中记录官兵身边的点滴事、新鲜事、感人事，让人读来倍感熟悉、亲切。与时代楷模海口舰的宣传任务“不期而遇”，恰逢《军嫂》百期。基于海口舰2008年执行首批护航任务，《军嫂》2008年创刊的“巧合”，杂志社有意将“十年”作为两者结合点，并决定出版百页特刊（平时为80页刊）。最终，《军嫂》通过4个部分、24篇文章及封面、封底、《卷首语》栏目等相互配合，共45个页码，多角度、全方位展开专题报道，把真实感人的海口舰故事呈现在读者面前，高质量地完成了宣传任务。

### 4. 升华提炼主题，加强思想引领

对于“组文”（专题报道）来说，文章与文章之间有效组织、精心布排，才能

相互搭配、彼此呼应，从而相映成趣、锦上添花。在《关注》栏目组稿当中，杂志社在用大篇幅讲故事的基础上，还注重配发评论性、引导性文章“压轴”，以进一步升华主题。2017年第9期专题报道收尾文章为《写在〈大学生从军报告〉之外》，作者傅宁军所著的长篇报告文学《大学生村官》《淬火青春——大学生从军报告》，分别获第11届、第13届全国“五个一工程”奖。作者熟悉大学生、关爱大学生，以激昂的笔调表达出大学生士兵“充满英雄气概的军人之魂”，这篇几经周折约来的文章为专题添彩、令读者鼓舞。

2018年第8期的特约文章《应战而生，向战而行！》，作者张军社为海军军事学学术研究所研究员。该文不仅清晰阐述了海口舰与其他人民海军舰船一起，彰显了中国负责任大国形象的意义，而且突出强调了“服务家属就是服务部队战斗力”的理念。

2020年第3期组稿时，杂志社提出了“我们女性特别是军嫂，在新时代该树立怎样的形象？”的话题，在三八妇女节之际，于“《军嫂》杂志嫂子微信群”中组织线上讨论会，并整理成《茶话会：新时代新军嫂新形象》一文，作为专题收尾。该文实际上向军嫂们提出了“如何学习榜样”的问题，同时突出了“英雄出自平凡，榜样就在身边”的主题，让读者感到当期报道的“三八红旗手”等优秀女性可敬又可爱、可亲又可学。

《关注》栏目（专题报道）在一系列或并列、或递进排序的故事之后，搭配具有一定点评性、思想性的文章，使整个专题更具延展性、引导性，同时让主题更加

突出，题中之义得到更充分的阐述。

### 三、培养作者队伍，书写身边故事

《军嫂》格外注重还原生活本真，在平凡中发现伟大，刊载文章具有纪实性，不拘泥于文体，不刻意追求华丽。从创刊之初，《军嫂》文章的基本风格是平实、质朴、细腻、真挚，力求带着真情实感讲好生活中的真人真事，希望达到娓娓道来、润物无声的效果。以上这样的风格，也决定了《军嫂》杂志社如何发现、挖掘作者，怎么引导、培养作者。《军嫂》在其作者群体中以“审稿严格、发表难”著称。除了对文章内容真实性、细节准确性反复核实外，拒绝“流水账”，杂志社引导作者撰稿时注重取材于生活中真正独特、有意义且难忘的事，使文章整体达到真实、真诚、真挚的效果。

#### 1. 为人作嫁，帮扶写作新手

《军嫂》杂志社热情邀约普通军人、军嫂、军属，鼓励他们写自己身边的故事。其中，很多作者都是初涉写作，有的甚至从未想过自己的文章可以在杂志上刊登。因而，客观上杂志社收到的稿件质量参差不齐，“天然”优质稿件并不多。杂志社要求编辑立足岗位、服务受众，在工作中发扬甘为他人作嫁衣的行业优良传统，无私、耐心帮助作者，以“工匠精神”打磨稿件，从而圆了很多作者的“发表梦”。

不少军嫂、军人的写作之路在《军嫂》启航。军嫂原娟说，在遇到《军嫂》之前，家里一个25公斤装的空米袋子里都是她废弃的稿件。在《军嫂》杂志发表处女作之后，她逐渐走上专业写作道路，并出版了长篇小

说。军嫂廖华琼为支持丈夫驻守海岛，放弃了在深圳的高薪待遇上岛，却一度在驻地找不到工作，年过40岁的她为此焦虑不已。闲暇时间，她尝试给《军嫂》投稿，几经打磨后陆续发表。最意外的是，2021年第10期刊发的《“小西天”苦乐时光》一文，被她丈夫的一名转业战友看到并热心推荐，成为她成功就职新岗位的“敲门砖”。

除了培养一些文学爱好者成为长期作者外，《军嫂》也很珍视“一次性”来稿。杂志社认为，即使再普通的人生、再平凡的生活，也一定有其“高光时刻”、感动瞬间，《军嫂》正是要挖掘这样的故事。如果一名作者哪怕一辈子就发表了一篇稿件，那么这篇文章很可能记录着他最难忘的记忆，正说明其内容的价值。陆军某旅战士李金龙在休假中主动参与家乡抗洪，休息时他累得吃着盒饭就睡着了，这一幕被网友“偷拍”并发上网后，被称为“最美睡姿”。他接受过不少采访，但只有《军嫂》编辑鼓励他自己写自己的故事。文章发表后，他将样刊寄回家，曾经担心他不顾自身安危的父亲，也因此化解了心结，还把杂志装裱起来。

## 2. 言为心声，选择合适作者

《军嫂》呈现“生活化”风格，希望读者看后感到自然、熟悉、亲切，但实际上组稿并非“随意”，更需要加强组织，具备内在逻辑性。一些重点文章如果不做特别安排，就难以保证质量。《军嫂》在作者选择方面，并不突出邀请学者、作家等专业人士来完成重点文章，更多考虑作者在生活中身份是否适合，能否达成内容上的“真”，既实现“文为心声”的效果，

又符合栏目设定、组稿角度等要求。

《卷首语》开宗明义，通常是一期杂志内容的“统领”或“解读”。近年，《军嫂》多邀请与当期专题报道内容相关的人物进行撰稿。例如，入选“期刊主题宣传好文章”的“组文”，均精心搭配《卷首语》撰稿人。2017年第9期《卷首语》标题为《来吧，融入我们的青春方阵》，作者刘金沂是湖南卫视《真正男子汉》（第二季）节目里的“冷面教官”，是中央军委国防动员部推出的大学生版征兵宣传片《参军报国，准备出发》中的主人公。2020年第3期《卷首语》标题为《冲锋的姿态最美》，作者孙香萍为国防大学政治学院教授，全国妇联第十二届执行委员会委员，全国“三八红旗手”，也是当期组稿之一《心有玫瑰分外香》的主人公。由于作者身份“恰当”，他们的文章都从自身角度，很好地阐明了当期主题。

2018年4月，《军嫂》新设《红色传承》栏目，成为杂志社主题宣传的重要阵地，并在2021年6月获评“北京宣传文化引导基金2021年度出版类资助项目”。该栏目策划之初，便确定了配以辅文“精神火炬”的特定形式，从而加强引导性。2021年11月刊发《传承航天精神 培育“强国少年”》组稿，配发的“精神火炬”为短文《告慰父亲》，作者聂力中将是开国元勋、新中国国防科技事业的奠基者聂荣臻元帅的女儿。“帅门将女”本身就是传承红色基因的典型代表，其寄语使组稿大为增色。

## 3. 真情实感，点亮平凡生活

《军嫂》更多聚焦普通军人家庭生活的日常点滴，这种“寻常”“平凡”的背

景，要求作者在写作中挖掘独特的生活细节，文字表达上朴素、真诚。2022年第2期《军嫂》推出同时为军队文职人员的军嫂相关专题报道，来稿中的主人公无不深情系军旅，令人感动。当期封面人物、军嫂李荣营，大学毕业后一直在政府机关从事宣传工作，2021年她34岁时，报考海军某部宣传干事的文职岗位成功。备考时，年龄已接近报考要求上限，她顶着巨大压力，紧紧抓住“最后的机会”。有人劝她：你现在工作稳定还能兼顾孩子，报考的文职岗位远在400多公里之外，瞎折腾什么？有人不理解她：军婚10年，一家人好不容易团聚，为什么要选择“异地文职”这条艰难的路？但爱人鼓励她：拿出军嫂那种不服输的劲头去准备考试，我相信你一定行，我无条件支持你。她的父亲也支持她，来帮着带孩子。每当犹豫、消沉时，她都会反复问自己“初心是什么”。在文章中，李荣营回答自己：作为一名文职人员，与爱人肩并肩地站在一起，而女儿终有一天也会理解我的选择。这位军嫂在甜美、娇柔的外表下，对矢志强军有着如此坚定的决心和意志，令人格外敬佩。文章发表后，李荣营一家人热爱国防的情怀，也收获了读者的赞扬和鼓励。让作者在忙碌的训练、工作之余，通过撰写、打磨稿件，静心回望来路、找寻初心，总结经验、激励战友，感受成长、奔向未来……文章对作者的意义和发表之后的反响均超乎预期。

#### 四、激荡理想情怀，服务国防建设

党的十九大报告强调指出，我们的军队是人民的军队，我们的国防是全民的国

防。《军嫂》杂志社认为，从全民国防的角度讲，“军嫂”“军属”不仅是操持小家的家庭身份，也是稳定后方的“国防角色”。从创刊之始，《军嫂》一直将服务军嫂群体，助力军人家庭稳定、和睦视为己任，并做出了一系列尝试和努力。

##### 1. 深化情感认同，凝聚工作动力

历年来，《军嫂》杂志社采编多为退役军人、军人子弟、军嫂、警属、“爱军女孩”、军事爱好者等，相对熟悉军人生活，认同军旅文化，对人民军队怀有热爱与向往，对报道对象怀着理解和崇敬。采编队伍的建设，在专业上有相应方法，在杂志社内部也会开展业务讲评、讨论、学习等，但首先是将情感因素转化为工作热忱，凝聚为杂志社砥砺前行、开拓进取的动力。

《军嫂》所要求的真情实感，其中也凝结着作者、主人公超越自我的不懈追求、建功军营的远大志向、报效祖国的人生理想。这些期待、抱负、精神，让他们本人和读者、受众产生更大的情感共鸣，同样也在杂志社人员心头震荡，使日常中的热爱更真切、情感更深沉。

2017年第9期专题报道之一《青春在墨脱驰骋》，作者李驰从大学入伍、奔赴西藏，亲朋好友不理解他为何放弃回校而扎根边疆，他却“写不尽自己对西藏墨脱的不舍和眷恋”。“在紧张的工作之余熬了几个夜晚，紧赶慢赶写完初稿，却遇上有任务，一段时间不方便对外联系”，他只好告诉编辑，稿子需要修改就联系他的战友。墨脱条件极其艰苦，作者和战友在这次任务中，遭遇了落石“袭击”，有人员受伤。西藏山高路远，邮寄缓慢，执行

任务归来一个月后，作者才收到样刊。在编辑和作者战友反复沟通、多次修改的过程中，在李驰回忆文章诞生前后的朴实文字里，杂志社采编真切感受到，那些远在天边的年轻官兵，如何以苦为乐，如何怀揣梦想，如何在“平凡”的军旅生涯中具有“清澈的爱”，不禁被深深触动。

在2018年第8期专题报道之一《港湾》中，《军嫂》时任执行总编记录了赴海口舰采访的见闻。“10个月、12个月、1年多……她们淡然地‘报数’，不断‘刷新’着孕期艰难、爱人无踪的时间纪录”，“那几秒钟，我‘不敢’抬头看她们，手中的笔也迟迟落不下去，心头涌起几许酸楚、几多崇敬！”这些真实的采访经历，同样转化为《军嫂》近年不断加强人文关怀，着力服务军人、军属的动力。

## 2. 热心服务读者，营造“家”的温暖

《军嫂》杂志社注重发挥媒体作用，通过采编工作努力为军人及军人家庭提供一些实际帮助，让他们感到“家”的温暖。

2010年3月，一名退役老兵因女儿患重病向杂志社求助，经核实后《军嫂》刊发了老兵的求助信以及杂志社的倡议书《寸寸微光就能照亮一个生命》。杂志社积极联系“雷锋传人”郭明义，与之共同筹款，并于2011年6月、2012年1月两次一同看望老兵父女，引发更多人伸出援手。如今，女孩已康复，在一所学校任教师。

2020年11月，《军嫂》刊发本社记者跟踪近一年时间而采写的《“娘，儿子看您来了！”》一文，讲述了年过九旬的八路军老战士房扬达，多年来到河北小山村寻找当年的救命恩人、房东赵大娘的后

人未果，又专程从北京赴小山村立下感恩碑的故事。该文被“学习强国”学习平台首页推荐，阅读量达49万。在杂志社与主人公、当地村民的继续努力下，最终帮助老战士找到了赵大娘的后人。更有意义的是，《军嫂》作者许院文，代去世的父亲、新四军老战士许建功到江苏涟水寻找恩人没有线索，便效仿房扬达前辈的做法，在父亲战斗过的地方立下感恩碑。可见，好故事不仅打动人心，而且具有示范意义和长效影响。

## 3. 拓展双拥活动，扩大社会影响

《军嫂》杂志社积极探索拓展爱军拥军发展的新途径、新空间，深入挖掘、报道、推广各地开展双拥活动和促进军民融合的新做法、新经验。为更好地搭建平台，《军嫂》杂志社加强与各地各级退役军人事务部门、妇联等相关单位的联系，相互借力、形成合力，共同扩大军嫂群体相关双拥活动的权威性、引导性，提升品牌效应、社会影响。

2019年7月，《军嫂》杂志社作为协办单位参与开展首届“羊城好军嫂”评选活动，宣传推广广州市妇联成立“军嫂之家”等。2020年至2022年，杂志社作为媒体支持单位，先后参与海南省退役军人事务厅、河北省退役军人事务厅、吉林省退役军人事务厅等主办的省级“最美退役军人”“最美双拥人物”“最美军嫂”选树活动。杂志社重点报道的一些典型人物，因事迹被充分挖掘、宣传，获得了更广泛的认同，本人或家庭又进一步获评省级“三八红旗手”、全国最美家庭等荣誉。

2021年8月，杂志社参与承办了由全



国妇联宣传部主办的“小家大爱，平凡至伟——优秀军嫂事迹分享会”，对活动进行全程跟踪报道，参加分享会的8位军嫂嘉宾也均由杂志社遴选、推荐。据全国妇联宣传部统计数据，此次活动现场直播观看总数超300万人次，联动近百家网络媒体。分享会活动取得了良好的社会反响，为后续全国范围宣传军嫂群体积累了经验，有利于在全社会营造双拥氛围，进一步打造“军嫂的精神家园”。

**吴尚之：**今天，彭清雯同志与我们分享了《军嫂》杂志“做好主题宣传，推出精品文章”的办刊经验与做法。在当下各家主流媒体持续加强主题宣传报道的大背景下，《军嫂》杂志如何创出一条新路，推出一批主题鲜明、读者爱看、影响力大的好文章，其经验做法概括起来主要有以下三个方面。

一是立足定位、突出特色、推陈出新。《军嫂》杂志始终立足自身定位，以“展示军嫂风采，服务军人家庭，维护军属权益，传承红色基因，营造双拥氛围，关注国防事业”为办刊宗旨。不断拓展报道视野，将家庭与家国相连，情感与情怀相接，以更广阔的视野，紧跟国家形势，关注时政，观照当下。主题宣传突出自身特色，力求推陈出新。做到独辟蹊径找视角，小中见大做文章。在专题报道中有独家视角、

独家素材、独家报道。注重还原生活本真，在平凡中发现伟大。记录身边的点滴事、新鲜事、感人事，让人读来倍感熟悉和亲切。

二是精心策划、升华提炼、加强引领。好文章是打磨出来的，好选题是精心策划出来的。《军嫂》杂志用心、用情策划期刊选题，围绕党和国家工作大局，紧贴读者群体关注的重点、热点，深入分析挖掘，变换报道角度。注重升华提炼主题，加强思想引领，在讲故事的基础上，配发评论性、引导性文章，使专题更具延展性，让主题更加鲜明突出。

三是培育作者、服务读者、激励采编。办好优秀期刊，推出精品文章，扩大传播效果，需要作者、读者、编者的相互支持，需要建设好作者、读者、采编三支骨干队伍。《军嫂》杂志加强采编队伍建设，发扬甘为他人作嫁的行业优良传统，约请普通军人、军嫂、军属，无私、耐心、真诚地帮助作者，鼓励他们写好自己身边的故事。热心服务读者，通过采编工作努力为读者、为军人及军人家庭提供实际帮助，让他们感到“家”的温暖，树立《军嫂》杂志在全社会的良好形象！

最后，让我代表中国期刊协会，感谢彭清雯同志的精彩演讲！感谢大家对“刊协讲堂”的热情支持！

---

报：中宣部机关党委、干部局、出版局、进出口管理局、传媒监管局  
民政部社团管理局

送：协会会长、副会长，常务理事、理事单位，会员单位，分会  
中宣部主管的新闻出版社团  
各省市自治区新闻出版局、期刊协会  
特聘专家

---



---

## 中国期刊协会秘书处

地址：北京市西城区宣武门东河沿街 69 号  
正弘大厦 2 楼

邮编：100052

电话：010-51321728

传真：010-51321727

E-mail: zhanghong2009\_cpa@163. com

网址: www. cpa-online. org. cn

准印证号：京内资准字 2012—L0073 号

联系人：章 红

