



《中共党史研究》：

坚守理论创新阵地 把握学术发展主动

□本报记者 张博

作为创刊于1981年、专注于党史学科研究难点和热点的学术期刊，《中共党史研究》一直站在党史研究的前沿，坚持以学术为本，鼓励学术创新和学术争鸣。经过30多年的发展，已逐步形成了自己鲜明的办刊特色，赢得了学术界和读者的认可，连续3次获得国家期刊奖，连续4次获得中国出版政府奖期刊奖，在全世界30多个国家和地区拥有300多家机构用户，向近10个国家和地区发行纸质版期刊。在中国期刊协会主办的第三十七期“刊协讲堂”上，《中共党史研究》主编高远戎就《中共党史研究》的办刊特色、经验和做法与从业者进行了分享。

五大办刊特色

“‘以史鉴今、资政育人’是我们的办刊宗旨；反映党史研究的最新成果是我们办刊的主要特色；研究和宣传党的历史，总结党的历史经验，服务中国特色社会主义的伟大事业是我们的重点任务；多出精品、努力办成在国内、外有重要影响的一流期刊是我们的奋斗目标。”高远戎介绍，《中共党史研究》目前设置的主要栏目有《专题研究》《人物研究》《地方党史研究》《探索与争鸣》《读史札记》等。

经过长期努力，《中共党史研究》形成了自己的办刊特色。“我们的办刊特色可以用5个关键词概括：坚守、创新、引领、规范、共享。”高远戎表示，《中共党史研究》一是突出“坚守”，坚持正确的政治方向和学术导向，以唯物史观和正确党史观研究党的历史，努力把期刊打造成研究阐释党的理论创新成果的坚强阵地；二是突出“创新”，坚持以学术为本，不断推出基于新观点新方法新材料、兼具学理深度和学术厚度的优秀研究成果；三是突出“引领”，坚持把学术发展主动，有效提升期刊的学术水平、学术影响力和学术引领力；四是突出“规范”，坚持严格落实各项规章制度，保证选稿用稿的公正性与客观性；五是突出“共享”，坚持服务社会，推进媒体融合发展，着力增强期刊的社会传播力和影响力。

“比如2022年是中美关系正常化和中日邦交正常化50周年，我们开设《二十世纪七十年代初打开对外工作新局面》笔谈，通过回顾历史、总结经验来启迪未来前行之路，回应了学界关注的热点。”高远戎举例说道。

从党和国家事业全局中把握办刊定位，坚持围绕中心、服务大局，遵循哲学社会科学规律，不断提高政治站位和学术品位，积极开展学术创新创造和知识交流传播，不仅让《中共党史研究》推出了经得起时代和历史检验的优质论文，而且也使之成为一个有理想、有担当的高质量学术交流平台，得到了学术界和广大读者的高度认可。长期在南京大学“中文社会科学引文索引(CSSCI)来源期刊”、北京大学“中文核心期刊”等各评价体系名列前茅。

三大发展理念

由于党史学科是政治性与科学性相统一的学科，与其他学科相比具有特殊的属性。因此，《中共党史研究》不仅是学术交流的平台，更是意识形态领域的重要阵地。

“我们始终坚持以党中央保持高度一致，牢牢把握党史研究的主动权。同时坚持以学术为本，注意区分政治原则问题、思想认识问题、学术观点问题，推动党史研究繁荣发展。”高远戎介绍，《中共党史研究》确立了互相制约的审稿机制，并采用匿名审稿的做法，建立了近50人的匿名评审专家库，遇到涉及民族、宗教、外交等专业性比较强、需要更加严格把关的文章，以及编辑部暂未形成一致意见的稿件，从专家库中抽选资深专家进行双向匿名评审。“经过努力，我们在主管主办单位组织的期刊质量检查中做到了‘零差错。’”高远戎说道。

“创新是党史研究的永恒主题，也是社会发展、实践深化、历史前进对党史研究的必然要求，是在学术研究中需要不断追求的核心价值理念；学术期刊不仅仅是发表研究成果的平台，不应该被动地发表文章，而应该主动地承担引领学术发展的历史责任；党史研究考察的对象是中国共产党发展变迁的历史，研究党的历史自然要遵循历史学研究的规律。”高远戎表示，作为专注于党史学科研究难点和热点的学术期刊，《中共党史研究》将从强化创新是党史学术期刊发展的内在动力；加强引领是党史学术期刊肩负的重要使命；秉持“大党史”理念是党史学术期刊的发展方向，这三方面为促进党史研究繁荣发展，推动期刊高质量发展担当当期使命。

“我们还将继续汲取和融合其他学科的研究理念和治学优势，为打造具有自身特色的综合性党史学科贡献力量；继续重视党史研究领域的理论总结和思想创新，鼓励学术界对党史作出具有原创性和启示性的理论阐释，持续提升党史研究的史学理论和历史哲学水准。”高远戎说道。

■ 刊业动向

当代党员杂志社七一客户端：

用智能驱动产品 以用心打造特色

□张开琳 冉开梅

中共重庆市委当代党员杂志社精心组织、策划的“学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育”系列全媒体产品，日前陆续上线、出版，主题教育特色主打产品走进走实、相映成“势”。

智融产品：“轻骑兵”打头阵

全媒体时代，主流媒体要适应信息生产和传播格局深刻变化，实现数字化转型，让主流声音牢牢占领互联网舆论场。七一客户端党建全媒体顺应媒体深度融合大势，在主题教育报道中，充分发挥打头阵“主角”作用，统筹各类资源，策划推出有创意、接地气、传得开、效果好的微党课、微视评等融媒体产品，发出舆论引导强音。

重大主题报道守成易、开新难，如何排兵布阵，既做到坚持高站位要求、突出高质量发展，又能彰显高起点融合，做到高强度冲刺？七一客户端党建全媒体深挖独特元素，坚持党性原则“谈”观点，坚定政治态度“显”价值，推出《学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育》系列七一视评100讲，辨理求是、论道启真，引导受众知其言更知其义、知其然更知其所以然。该系列产品在七一客户端等全媒体平台推出后，迅速形成现象级传播，辐射广大党员干部群体，收获广泛的观看、互动和转发。

重大主题报道植根主题引领，发掘思想的价值内核，彰显时代精神，让“主题”和“报道”相融相促。七一客户端党建全媒体坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为统领，突出党的创新理论正能量之核，推出《学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育》微党课100讲，邀请七一党建智库各领域权威专家学者策划并打磨、精编党课，利用七一AI主播将文本内容视频化，以权威信息、权威性评论开展解读，凝聚共识，取得春风化雨、润物无声之效。

在重大主题报道中，注重宣传效果，力求在形式上有所创新，使重大主题报道有声、有势。七一客户端党建全媒体创新理论传播，激活“90后”等青年党员学习动能，推出《学习新思想》理论微宣讲系列产品，以“宣讲视频+专访互动+品牌活动”为支撑，通过图文、漫画、H5、音视频、情景剧、知识竞赛、微宣



七一客户端主题教育系列融媒产品精彩纷呈。

刘露 制图

讲比赛等多种形式，突出面向基层、面向青年，突出移动端、可视化、互动性，形成多层次、多声部的理论传播矩阵。形成“传播即教育、平台即讲堂、参与即学习”样态，“落地有声”，响彻四面八方。

议程设置：思想的生动表达

媒体深度融合使各式各样新闻产品“百花齐放”，将宏大叙事处理得更契合受众需求、更接地气、更具有传播力，主流媒体应着眼“小切口”“深入口”创新表达，让硬作品“软着陆”，演绎大主题的“举重若轻”。七一客户端党建全媒体把学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育作为首要政治任务，通过传统媒体平台与新兴媒体平台的整合发力、相互借力、优势互补，宣传报道阐释习近平新时代中国特色社会主义思想之要义。

要让主题教育报道“飞入寻常百姓家”，主流媒体需要在形成共识和凝聚力量基础上发挥积极作用，围绕中心、服务大局，系统谋划，整体布局，以内容建设引领舆论走向。为展现习近平总书记深厚的人民情怀，七一客户端党建全媒体从《让群众过上好日子——习近平正足足迹》等系列书籍中精心选编文章，策划推出《习近平的人民情怀故事100部》，回顾习近平总书记重要讲话和重要活动瞬间，重温习近平总书记考察调研过的地方，生动解读习近平新时代中国特色社会主义思想

主义思想是从实践中产生的科学理论的内在逻辑。

在全面开放的传播环境之下，受众从消极被动接受信息转向主动选择。因此，主流媒体就需要在用“算法”洞察目标受众需求的前提下，进行有效议程设置，有针对性地对受众形成“需求型”影响，直抵受众内心。《党员文摘》提前策划，精编《习近平总书记开展调查研究》系列故事，勾画出习近平总书记步履不停、调研开路，发现问题、寻求规律的工作作风，生动展现习近平总书记大党大国领袖风范。

主题教育宣传具有鲜明的政治性、思想性和指导性，事关党和国家发展大局。做好宣传报道要站位高、把握准，还要领悟深、有创新，要凸显针对性、丰富性，突出主流媒体特色。七一客户端党建全媒体以“推动主题教育走深走实彰显‘红岩味’”为切入点，系统策划选题、巧妙安排稿件，在《当代党员》推出特别策划，聚焦大学习、大调研、大服务、大落实活动，通过主题教育打造红岩先锋变革型组织等议题设置，既围绕中心、突出重点，又广泛覆盖、扩大影响。

典藏价值：精品读物的深度影响力

主题教育宣传报道时间跨度长、涉及内容多，面对庞大信息流，要打造更科学、更全面的全媒体传播新生态，就必须

《非公有制企业党建》依托一刊一网一微融媒平台

树专业话语权 探智库转型路

□陈红艳

习近平总书记指出，非公有制企业的数量和作用决定了非公有制企业党建工作在整个党建工作中越来越重要。作为全国党建研究会非公专委会会刊，《非公有制企业党建》的办刊使命，就是讲好非公党建领域好故事、唱响非公党建领域好声音。10余年来，《非公有制企业党建》一直按照“全国非公领域党建大刊要刊”定位，聚焦全国非公党建重点、难点、热点，依托一刊一网一微融媒平台，通过不断拓展融媒传播平台、创新传播手段和话语方式，积极探索媒体智库化转型，构建起一个全国性的非公党建学习交流传播平台。

内容精品化：办好有用的期刊

不同于传统领域党建工作，非公党建的工作对象来源于体制外，青年人居多，思想活跃；非公党建工作底子薄、难题多。因此，《非公有制企业党建》办刊伊始就坚持“上接天线”，树立专业领域话语权，同时要求创新办刊形式，积极向青年人的口味靠拢，办一本“有思想、讲故事、重表情”的非公党建专业刊物。

办刊过程中，刊社和中组部相关部门以及全国党建研究会常年保持联系，密切关注我国非公党建进程，全面观察追踪中央和地方非公党建工作的重大举措，做好非公企业党建的舆论引导。如刊社不间断梳理非公党建大事、要事；策划《听总书记一席谈》专栏，定期梳理习近平总书记关于非公党建、非公经济、企业家精神等重要论述，常态化选登习近平新时代中国特色社会主义思想理论解读等重要文章；聚焦重大时间节点，推出重磅主题专刊，如建党百年专辑《领航》、党的二十大主题专辑《新征程·再出发》等。与此同时，刊社重点关注全国各地非公企业党建实践经验，关怀非公企业党务工作者和党员，致力成为全国非公党建人士沟通交流的平台。记者常年深入企业车间、

走进基层一线，面对面地采访企业党组织书记、党员；常态化开设《我当书记》《双强学堂》等一系列接地气、有温度、有深度的一线专栏；设立“两新红领”微信群每周互动分享等沟通机制，运用开门办刊和全媒体手段切实增强报道的吸引力、感染力和影响力，展现非公党建从无到有、从弱到强的巨大变化。

作为一本面向青年人群的专业党建读本，刊社编辑部一直以来十分注重刊物的创意和格调，注重文化沁入，以精神的馨香引导读者，和读者达成一种更深层的交流。在语言风格和版式设计上，注重阅读体验，培育党建宣传的亲力和感染力。文风上，刊物始终注重用符合时代特征的、平等对话的、用事实说话的语言方式来提升刊物的亲和力。在封面、版式上也有许多新鲜尝试，采用了众多简洁的意象设计，突出点题当期策划，同时，引入许多新生代期刊的风格，通过不时穿插的整页甚至跨页图片来调和本刊物阅读的节奏。内容实用、案例生动，使得《非公有制企业党建》集聚了大量“忠粉”，发行量每年增长幅度较大，目前全国发行量已突破26万份。

传播融合化：建开放立体大平台

党的创新理论传播应充分借助融媒媒体优势，拓展传播平台、创新传播手段和话语方式，让党的创新理论“飞入寻常百姓家”。因此，在加快融媒整合步伐，积极拓展传播新路径上，《非公有制企业党建》一直求索创新。目前，已构建包含一个网站、一个微信公众号、一个抖音号、一个新闻客户端频道的全媒体专业化党建平台。

近年来，随着非公企业党建网几轮改版，刊社不断发挥专业平台优势，增大原创稿件比例和专题专栏的打造。通过对首页频道、栏目视觉上的进一步优化，让重点专题专栏的视觉传达更直观；重点加强

第一时间对非公党建领域大事要事的深度解读，对全国各地两新党建工作创新资讯的快速更新；将特别重要的内容和活动设计成专题页，如《数字党建创新案例》《六稳六保两新力量》等大型专栏的推出都为刊社集聚了大量用户。在微信公众号的运营上，编辑部也是探索原创稿件成系列、重点选题变专题的方式，强化读者的阅读记忆。如结合热点时事推出《两新党建新闻联播》《跟着党代表读报告》等专栏；将微信平台作为当期刊物主刊内容的预告和延伸平台，发布新刊推荐、选题意见征集、主题策划延伸阅读等，以实现融媒媒体的有效互动。

《非公有制企业党建》在把发力点放在热点中着眼“大主题与小切口”，先后推出《“小”快速服务“大”民生》《“一条红线”串起“全链同心”》《“四千精神”系列述评》等多篇爆款推文。以《“四千精神”系列述评》为例，在今年全国两会期间，国务院总理李强在记者会上语重心长地用“四千精神”鼓励广大民营企业企业家，编辑部立即抓住这一热词，当天召开选题会，第一时间布置“四千精神”系列述评任务，从不同角度提炼不同观点，连续5天发布5篇独家述评，全网阅读量达100万+。

刊社挖掘非公企业党建有着天然而独特的优势。一方面，专题化的呈现可以将散落的珍珠串联，达到集大成和一目了然的效果；另一方面，刊社通过在网站开辟地方频道，达到了与各地的深度连接。这些年，刊社网站已先后开辟北京、浙江、安徽、云南、大原等多个省、市级非公党建地方频道。同时，刊社还持续探索以特色性的活动集聚黏合用户，持续激活用户。先后举办“两新组织创意党组织生活视频大赛”“双强大讲坛”“全国园区党建哪家强”等活动，影响人群近千万。其中“纪念改革开放四十周年 我为两新党建打CALL”一项活动所获得的“10万+”推文就达18篇。党的二十大召开后，刊社“两新力量”抖音号同步上线，编辑部还发起“奋进新征程·两

拓展融合新闻产品的边界，重塑融合新闻产品的价值标准，从追求数量、流量增长式发展，转变为挖掘深度、专业内容的成熟型发展。七一客户端党建全媒体依托“4+3+N”全媒体平台，发挥《当代党员》《党课参考》《党员文摘》3本品牌党刊优势，深耕内容供给和受众需求，精准对接，推出一系列具有典藏价值的精品读物，形成了鲜明的产品特色。

全媒体时代，碎片化信息的堆砌并不能让受众从更加宏观的角度把握事件，精品依然有存在的重要价值和广阔空间。七一客户端党建全媒体在策划《学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育读本》时，通过对习近平总书记相关著作文献、重要讲话、新闻报道等进行全面梳理，反复推敲策划结构，形成了具有内在逻辑联系的选题框架，将“理论引领”与“实践落实”相结合，“时事报道”和“回访调研”相结合，“大型综述”和“精彩瞬间”相结合，及时充分、权威深入、醒目耀眼。

高品质的内容是党报党刊等主流媒体安身立命之本，也是与新兴媒体融合发展的“硬”资本。七一客户端党建全媒体持之以恒地创新推进主流媒体“品战略”，实现品质上专业权威，让品牌党刊以内容优势赢得发展优势。《党课参考》推出《学思想 强党性 重实践 建新功——学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育党课精读（上、中、下）》，从精品“党课”入手，约请中共中央党校和高校专家学者从第一时间、第一落点进行详细解读，主题鲜明、论理严谨，为主题教育营造了良好思想舆论氛围。

媒体深度融合过程中，要实现移动互联网时代的媒体价值转移，主流媒体由单一新闻生产向专业知识服务转型已是大势所趋。七一客户端党建全媒体以七一客户端智能化、智慧化、智库化为依托，打造智慧党建GPT（七一AI）重磅产品，线上开通“学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育”学习平台，集纳《习近平新时代中国特色社会主义思想重要讲话》等资料库，为受众提供权威全面的学习辅导材料、生动形象的可视化学习材料及系统周密的专题策划解读。

（作者系重庆市委党建门户七一客户端时评员）

新青年说”微宣讲视频展播活动。

品牌智库化：打造专业服务新领域

在媒体如何建设新型智库的理论探索和模式构建方面，《非公有制企业党建》从讲好故事、传递信息，延伸至思想挖掘、价值传递，通过打造专业采编队伍、重塑传播机制，为媒体智库探索奠定基础，并积极构建智库服务地方及两新党务工作者的交流平台。

发挥平台在两新党建领域的独特资源优势和内容核心竞争力，积极汇聚刊社所拥有的院校专家、党务红领、组工干部各级团群智群策，以地方党委组织部和各两新党组织为重点服务对象，提供两新党建调查研究、课题撰写、品牌策划、舆情分析、展陈文案创意、党建咨询、论坛研讨、整体媒介传播影响力提升策划、党建培训等多方面的综合型智库服务，实现年度利润700万元以上。

2022年以来，《非公有制企业党建》聚焦主业，开启以智库型媒体为目标的全面转型。紧抓全国非公党建工作会议10年时间节点，编辑部全面梳理10年来非公党建领域面临的十大共性问题，并组建专项课题组，开展调研与采访。编辑部全体以专业型记者转型为目标，以回答“是什么、为什么、怎么做”为任务，以“实质作用发挥、产业链、新业态新就业群体、数字经济、两新党务人才队伍、园区非公企业党建、两新党群服务中心、两新党建品牌、新生代企业家传承、共同富裕”10个方面为观察主题，以提炼前瞻性观点为目标，深挖问题、探索解决路径，最终形成了10个篇章、近30万字的两新党建观察白皮书。在此基础上面向全国征集遴选逾百个创新案例，全面开展对百个案例的复盘、提炼分析，形成了《十年十述》系列10篇深度述评和10篇专家观察笔记，为各地组织部、两新党组织决策与行动推进提供了有益借鉴。