



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

杂志的难与报纸的易

时间: 2005-2-24 17:38:48 来源: 媒体安都 作者: 潘燕辉 阅读718次

写在前面的话

好久没有写关于传媒的东西了, 实在是最近太忙, 不过一个人还是要保持一些习惯的, 对于我来说, 就是把对传媒的一些理解记录下来, 并与人分享。如果有人因此而受益, 或者为了推广一些新概念作了一些工作, 那么就是很让人满足的事情。大概从4年开始, 我开始把自己运作传媒的一些经验写下来, 由于每次都会带有一些案例, 被很多人误会为媒体评论。其实仔细看我的文章, 绝大部分只是在说传媒的道理和操作, 希望能让一些同行或者后来者少走一些弯路, 并没有对其他媒体指指点点的意思。至于后来涌现出了一批媒体观察者、评论者, 我想只是大家的角度不同, 如果能给一些传媒从业人士带来一些帮助, 那么就已经足够了。不过需要说明的是, 我并不是一个媒体评论者, 只是一个普通的媒体从业人员, 呵呵。

这次从新写东西, 可能很多人会看着比较空, 因为传媒的基本操作和认识在以前已经写的差不多了, 这也是当时停笔的一个原因。而现在更多写一些相对比较先进的操作理念和观点, 比较适合从事了5、6年传媒工作的, 有一定管理经验的人来看看, 一些新人切莫因为看了这些东西而冲动, 因为没有实际操作过的话是很难有切身感受的。

杂志的难与报纸的易

这个题目似乎有些刺激眼球, 并不是因为我现在在做杂志, 所以夸大杂志的管理难度, 而是不论任何形式的媒体, 都有自己容易和困难的地方, 都需要因地制宜的制定管理方针, 如果不能理解这个道理, 永远不能说懂得媒体管理。

我算是一个对报纸和杂志有一点了解的人, 前两年把很多精力放在了报纸上, 这大半年转移到了杂志。通常来说, 报纸(日报)的人员众多、出版周期密集、现金流巨大, 这些都决定了报纸的管理难度远远超过杂志。但是不同的媒体形式, 有不同的经营目标, 也就决定了必须适用不同的管理模式。能够管好报纸的人, 并不一定能够管好杂志, 反之亦然。

首先就是一个重要的工作习惯养成的问题。报纸由于出版周期固定, 频次高, 其难度在于流程的顺畅和对突发事件的处理能力。而杂志出版周期长, 表面看来管理的空间大, 允许的变化多, 但这恰恰构成了另外一种难度。一般来说, 频次高的日报容易形成操作规范, 因为压力大, 节奏快, 很快能让员工形成规律性的工作, 养成习惯。一旦良好的工作习惯养成, 业务管理流程就会变得相对容易。而杂志一般的制作周期在20天左右(月刊), 通常的稿件完成都会在最后若干天, 每个编辑的灵活性都非常大, 很不容易养成习惯性工作, 难以引入工业化的规范流程。而且一般杂志都会有4-5天左右的空闲期, 这个空闲期通常发生在杂志进印厂的几天, 表面上这个空闲期提供了很好的休息时间, 但也正是这几天的休息, 会将你精心设计的流

- 发展报道蓬勃发展
- “诗”话民生新闻
- 当代国外党报概述评
- 民生新闻是非论
- 论平民化新闻的生命力
- 主流新闻要走出“软肋”
- 新时期度假新闻新特征
- 社会问题报道辨析
- 深度报道深在哪里?
- 对分析性新闻的思考
- 新闻分层初探
- 谈典型报道
- 解析气象新闻二十年嬗变
- 审读性校对与观念转变
- 台湾报纸新闻标题刍议
- 报道的平衡与全面
- 论消息的含金量
- 发展报道: 为全面建设...
- 隔行不隔理: 用做广告...
- “调侃新闻”颠覆新闻...
- 浅议“用事实说话”
- 新闻报道如何接近“事...

程打散，让每一个员工充分的“懈怠”下来。然后又要花力气去刺激大家的工作状态。其次是业务的机会，这是杂志相比报纸最难的地方。日报一年有360多期，有非常充足的调整机会和学习机会，可以慢慢的尝试读者的口味进行修改，据我所知，北京一份颇受好评的新报纸，在创刊3个月之内，改版次数高达12次。而杂志不一样，一年只有12期，意味着一年之内最多只有12次调整与表现的机会，而事实上，如果一本杂志在一年内犯了三次以上的错误，基本上就意味着这一年的时间白过了。因为一次错误通常需要2-3期才能发现并挽回。同样，杂志一年的出彩机会也只有12次，如果投入不大，不大可能做到每期都要极高的质量。12个产品，这就从先天上制约了一部分现代企业制度的引入。为何这么说？在现代企业制度中，如果要用数字分析贯穿整个经营管理过程，那么一年12个样本数量无疑太少了，具有非常大的偶然性。即使3年36个样本，也不是能够非常精确分析的数字。我们经常都听到很多人说杂志需要3年时间才能盈利或者看出胜败，实际上就是因为这个原因，只不过相当多的传媒人只是人云亦云，或者知其然不知其所以然。要在杂志运用一些分析制度，一个是做细，一个是做精。不过这些不在这篇文章叙述范围之内，就此打住。

杂志的这种特性就要求杂志的负责人需要有很高的战略规划能力，并且有丰富的经验，能够筹划一年的选题安排，同时配合宣传和活动计划。做到让每一次来之不易的机会发挥最大的效益。就如同一个高明的钢琴师，一个杂志的负责人，要把一本杂志做到如同音乐般的韵律与节奏感，高音的时候一定要高亢入云，低音的时候也决不能单调若丧。很多做杂志的人并不明白这个道理，反而因为杂志的空闲期，表面上的轻松而低估了做杂志的难度，实在是一件很可笑的事情。

（这篇文章所谈到的问题，大多建立在已经拥有比较规范的、市场化的管理流程的，并且没有特殊资源的报刊媒体上）

文章管理：沈敬峰（共计 208 篇）

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

杂志的难与报纸的易 会员评论[共 0 篇]

我要评论

会员名: 密码:

关于CDDC◆联系CDDC ◆投稿信箱◆ 会员注册◆版权声明◆ 隐私条款◆网站律师◆CDDC服务◆技术支持

对CDDC有任何建议、意见或投诉，请点[这里](#)在线提交！

◆MSC Status Organization◆中国新闻研究中心◆版权所有◆不得转载◆Copyright © 2001--2009 www.cddc.net
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像.如有违反，追究法律责任.