



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

报纸应向时政期刊学什么

时间: 2005-3-22 10:15:35 来源: 青年记者 作者: 韩希江 阅读1610次

杂志期刊的现状

曾有期刊界人士自豪地说过, 在这个资讯超载的世界, 报纸虽不令你落伍, 但令你迷失在琐碎的汪洋大海; 电视虽不令你无聊, 但令你泯灭自己; 惟有杂志, 一份份为不同的社会族群度身定做的杂志, 令你找到知音、盟友和自我空间。实力媒体大中华区总裁李志恒说: “中国社会的发展正在经历从单元到多元, 由大众化向个人化的转变。在单元的社会里, 人们的生活方式及生活需求都是单一雷同的, 但在个人化的社会里却不一样, 人们需求多元化和个性化的服务, 杂志媒体正好顺应了这种需求, 它是一种个人化的媒体。”

世界上各国的杂志都比报纸多, 中国有2600多种报纸, 同时有9000多种期刊。2002年更被称为中国杂志年, 期刊市场以平均每两天诞生一本杂志的速度高歌猛进。美国时代公司, 从1978年的6本杂志增长到今天的132种, 在2003年前的三年中, 投资25亿美元用于购买杂志。

杂志的种类更是众多, 可以说无所不有、无所不包, 社会上的每个种群、每个行业都有自己相应的杂志, 而每个杂志都有自己特定的服务对象, 男性有男性的杂志, 女性有女性的杂志, 比如, 对于家庭主妇来讲, 《知音》、《家庭》、《好主妇》、《好管家》是她们的首选, 而学院知识分子则青睐《读书》、《南风窗》、《新周刊》、《三联生活周刊》、《中国新闻周刊》、《书城》之类的杂志, 即使如文化水平不高的打工一族, 他们也有自己的杂志, 如《打工》、《故事会》等。另外随着社会的发展, 新的社会阶层、新的行业的出现, 新的杂志也不断涌现, 如背包族, 他们的相关杂志则是《中国国家地理》、《华夏人文地理》、《旅行家》、《中国旅游》、《博客》等。

进入2003年, 时政期刊也进入了收获期。除了中国《新闻周刊》开始盈利外, 《三联生活周刊》大约获利1800万, 《新民周刊》也开始步入盈利期, 而且, 就传媒业发展趋势来看, 时政期刊的获利空间还很大。

时政期刊的特点

不少期刊的业内人士认为, 期刊尤其是时政期刊的生存与发展一定要体现时代特色、地域特征以及自身特点, 惟有坚持并发挥自己的特色, 时政期刊才有望在竞争中立于不败之地。

1、清晰明确的定位

现代都市生活趣味出现“碎片化”, 每一群人都有自己的兴趣、利益和代言。每一本杂志背后都代表着一个利益群体, 因此, 定位, 定位, 还是定位, 无论是各期刊奉行的准则还是其

- 帮报道员擎起成才天空
- 《知音》, “杂”而胜
- 报纸到底该出多少个版
- 传媒靠什么赢得市场?
- 报媒运营的市场战略
 - 分众传媒八大战略
 - 一家杂志社的力量
- 区域性报纸的破茧之策
- 解读传媒的运营时代
- 区域报业的扩张式发展
- 报纸应向时政期刊学什么
- 媒体战略与《孙子兵法》
- 办报理念的十二大变化

实际操作皆是如此。成功的杂志人对于他们所服务的对象究竟是谁可以说心知肚明，他们深知，在资讯泛滥的今天，在各种媒介发达的当代，面对着阅读需求日益分化的读者，他们必须献上分类更为清晰、个性更加鲜明、特色更为突出的服务。因此有的杂志人在他们的卷首语中写得明白。 “要么爱我，要么永不。” 比如：《新周刊》：想得到新观点和新概念，看《新周刊》是一条捷径；《南风窗》：以政论性见长，知识分子、官员比普通读者更能认同这一点；《城市画报》：甘当生于70年代人的代言人；《中国新闻周刊》：作成一本时事周刊。《了望东方周刊》创刊时将自己的读者定位为：25岁-50岁，男性为主，月收入在4000元以上，生活、工作在大城市，大多数具有良好教育背景，可能是老板和高级主管一级的人物，也可能是西装革履、在写字楼的普通白领。他们中相当一部分位于社会新兴阶级，在社会上拥有良好身份和一定的资源。实践也证明，对各自定位持之以恒的坚守和追求，也成为这些期刊取得成功的重要保证。

2、领风气之先、和国际接轨

许多时政期刊从报道组织、风格、叙事方式、关注话题等方面，都要体现全球化背景下的特征。这些周刊有着完善的国内外的信息采集系统，能够在第一时间内作好硬新闻报道。打开任何一本时政类期刊，都会发现这一特点，许多期刊除了关注国内外重大事件外，又会拿出不少篇幅对各种国际资讯予以辑要，可以说，一刊在手，遍知天下大事。如在2004年10月16日出版的《南风窗》中，该刊就以“外资影响中国经济安全”、“中企海外扩张遭遇工运”、“美国选战”等为题，对一些国际热点进行了报道。而《新闻周刊》更是把目光投向国外名刊，每期都从《福布斯》、《纽约客》、《时代》、美国《新闻周刊》、《美国新闻与世界报道》等转载相关文章。

3、耐读的叙事风格

许多杂志特别注意文章的写作。许多文章抛开文章的故事性、所持的观点不谈，注重贴近受众的叙事方式，其本身因为特有的述事风格，就是一篇美文，用笔讲究，选词得当，旁征博引，纵横捭阖，语言或诙谐幽默，或辛辣尖锐，文如行云流水。许多作者是当之无愧的文字高手，会描写、会刻画，会讲故事，“故事”里有悬念、有情节，引人入胜，欲罢不能。

4、独到精辟的观点

许多时政期刊不再满足于简单的纪实和阅读快感，而是要影响人们观察问题、分析问题的思维方式，提供给他们整合过的有效信息，以及观察问题的新视角。同时，注重对事件的前瞻性报道，满足读者的欲知需求。许多杂志每期都有一定篇幅的时论性文章，这些文章立论大胆精到，时有惊人之语，敢道别人不敢道，说别人不敢说，振聋发聩，启人心智，读者读来时有眼睛一亮的感觉，“确实是这个道理”、“我怎么没有这样想呢？”诸如此类的闪念更是经常在读者的脑海里出现。对许多杂志来讲，这成了他们赢得读者的法宝，而许多读者也正是冲着这些文章去的。《新周刊》每期都有的“反对”，旗帜鲜明地举起自己的思想旗帜，对国内外各种重大事件、热点新闻表明自己的观点和看法。

5、全景式的报道模式

如果说报纸因为篇幅、时间等因素的影响，在尝试全景式的报道方面还受到许多制约的话，那么，杂志在这方面可以说是如鱼得水，有着得天独厚的优势，在对某一事件的报道方面，可以运用评论、背景、相关链接等多种手段同时进行，使得报道内容更丰富、事实更准确，满足读者的多方面需求。尤其在重大事件和重大政策方面，在深度和广度上提供“一锤定音”的版本。

时政期刊对报纸的启示

期刊和报纸显然是两种不同的传播方式，而且，就目前来讲，期刊的发展也远远不如报纸来得红火，但期刊在自身的发展中积累了一定的经验，报纸从中可获得一些有益的启示。

1、变化、创新写作风格

长期以来，新闻写作受时间紧等客观因素的影响，新闻作品被简单地认为是文化快餐，理所当然的，许多记者在写作方面并不是很讲究，新闻作品出现八股化倾向，作品结构套路雷同，新闻语言干巴，缺乏生气，许多新闻作品重叙述、轻描写，重骨架、轻血肉，使得作品既不可读，又不耐读。殊不知，现在新闻记者和过去的战地记者相比，在绝大多数情况下，面临的写作环境和以往有了很大的变化，虽然不可能和书写研究报告一样，有充分的时间对文字字斟句酌，但是，在写作时注意讲究文字技巧，力使文章声情并茂、打动读者，还是有可能的，因此，这需要记者要提高对新闻写作重要性的认识，在平时注重文化素养的提高，在写作时进行创新。

2、注重挖掘细节

经常读期刊的读者可能会有这样的体会，在期刊上发表的许多文章，无论就题材，还是就内容来讲，和电视报纸广播相比，都不新鲜，而且许多读者也都通过这些媒体有所了解，但即便如此，许多读者还是对期刊上的文章青睐有加，阅读起来津津有味，原因何在，其中，期刊注重对事件细节的挖掘恐怕是一个主要因素。期刊既然在时效等方面和其他媒体不能相提并论，但在挖掘细节方面却有着得天独厚的优势，他们可以利用本身相对宽裕的时间，对事件进行更为深入细致的采访和挖掘，给读者提供更多不为人知、而又急于了解的“猛料”。因此，在竞争日趋激烈、新闻同质化越来越严重的今天，记者在采访和写作中注意细节的挖掘，是提高作品质量，从竞争中胜出的有力法宝。

3、喊出自己的声音

敢说敢为，是许多读者对期刊的又一印象。许多时政期刊素以大胆著称，几乎每期都有一些新的观点、新的观察、新的认识、新的判断，这些新观念颠覆了很多人脑子里旧的思维模式，不读文章读观点，是许多期刊读者对期刊的期盼。其实，对期刊的期盼，也从另一方面反映出报纸在这方面的缺位。由于受舆论环境等因素的制约，在声音方面，报纸一向显得较弱，对一些本应表明态度的事件，往往采取有意回避的态度，甚至在某些时候出现认识偏差。近来，这种情况虽有所改观，但由于受作者队伍圈子化等方面的影响，在最应体现本报价值、本报观点的言论方面，也出现了“同质化”现象，这无形中大大影响了报纸的竞争力。在这种情况下，本报记者通过自己深入全面的采访、缜密细致的思考，对所采访、发表的新闻事件，喊出自己的声音，也就成了摆在我们面前的重要任务，它定会对提高报纸竞争力起到事半功倍的作用。以往的新闻实践也充分地证明了这一点，《中国青年报》做湖南巨贪蒋丽萍的报道时，就鲜明地以“家族腐败”为题进行了报道，一时令人耳目一新。而《齐鲁晚报》在就国内第一个国庆长假报道时，也率先提出了“假日经济”这一概念，同时受到业内和社会各界的称道。

另外，时政期刊在做“一站式”报道、图片的裁剪运用、个性鲜明的定位等方面，还有许多可资报纸借鉴之处。

（作者为齐鲁晚报、生活日报副总编辑）

相关文章: 报纸

- [从沈阳五大报纸年终盘点对报纸品牌建设 \(2007-6-21\)](#)
- [中国经济类报纸的第一个三十年 \(2007-5-29\)](#)
- [想起了关于报纸走向的大预言 \(2007-3-28\)](#)
- [现代报纸营销的基本策略初探 \(2007-3-19\)](#)
- [2006美国中期选举报道透视及启示 \(2007-1-28\)](#)

[>>更多](#)

报纸应向时政期刊学什么 会员评论[共 0 篇]

我要评论

会员名:

密码:

提交

重写

[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.