



## 时尚杂志编辑不易为

时间：2003-4-9 13:33:23 来源：中国新闻研究中心 作者：南华 阅读899次

我踏足杂志界那一年是一九八六年初。直至一九九三年底，我总共编辑过两本杂志，都是时尚杂志。

第一本杂志是隸属电视企业国际（TVEI）旗下的中文版Cosmopolitan（一九八四年圣诞面世），当日能接手编辑这本杂志是份属内部调升，是这本杂志在香港的第二位总编辑。可是，在位置上坐到第四天就哭了。为甚么呢？因为我是新手。对于编辑杂志，我完全是as green as daisy；当日我只有一名助手，也是非常green。不寻常的是，当日TVEI二十多人以高级经理郑君略为首过档《明报》大展拳脚，连我的直属上司出版经理方良柱也去了《明报》，负责成立明窗出版社；加上当时上一手总编辑离职前连一张客户联络名片也没有留下。但老板说，不管甚么原因，杂志不能脱期，也不能逾期出街。在没有任何训练底下，蒙查查临危受命，原先拍心口请老板放心的勇气一下子不知哪里去了，一惊之下，唯有大哭起来。助手小明说：「唔驶惊，一齐搵办法。」我只好打电话去《明报》找旧上司方良柱救命，他就日日透过电话教我如何如何去组稿去访问，以及找谁翻译美国来的文字稿。

当访问稿写妥后，就找姊妹公司博益出版社的经理关永圻修改指正；我当年的许多访问就是在永圻的督导下出笼的。然后又有师父黄沾写信来打气，及教我该看那些书来增加对Cosmopolitan的了解。我常庆幸自己一世够运，一有危难，贵人就出现了。

### 出版杂志生存之道

当由我负责的首期Cosmo顺利面世后，那种喜悦就像一个母亲顺利诞下怀胎九月的婴儿一样，既是如释重负，又有一份成就感。自此，自信心回来了，胆子也大起来了。

当年我其中一个最大的得着就是公司找外面的专人教我们如何化妆、如何穿着，以切合作为这本时尚杂志总编辑的身份。Keep fit、穿著名牌、善于社交应对、善于运用文学和翻译，都是我们必须拥有的「技俩」。当时的集团出版经理梁业昌最爱说这句话：「身为总编辑，行出？唔打得都要睇得。」所以，我们当日的信条是一定要presentable，不能肥，肥总编如何能成为时尚女性的典范。所以呀，以当日的薪水，绝不可能买一套Chanel的，幸好有家里支持，才可以又Issey Miyake又Christian Lacroix的买完又买。

今日的出版人都比较实际，对旗下时尚杂志主编的要求似乎宽松得多，只要有广告回来就可以了。我们那个年代，主编是灵魂；今日，营业员才是灵魂。因为营业部是赚钱部门。市道不好，生意难做，这是可以理解的。

- 成为优秀编辑的途径
- 奥运新闻标题赏析
- 驻京记者的奥运生活(图)
- 报媒"动"起来报纸更精彩
- 奥运报道媒体收获了什么
- 共同社: 奥运报道细致入...
  - 关于地震报道的方式
  - 用新闻的写法写论文
  - 从机制上消灭报纸差错
  - 新闻报道应以人为本
- 当外电遇见传统财经报道
- 新闻报道应注重逻辑思维
- 新闻报道中的程序正义
  - 媒体人怎样学韬奋
  - 浅谈报纸“板块法”
  - 不做记者好多年
- 做深做透时政新闻之道
- 地市党报必须坚持三个...
  - 成就报道的创新
- 《光明日报》十六大报...
  - 从新华社十六大报道看...
    - 总编辑的成长过程

我们那年代，为了赚钱，配合广告客户要求，也会出鱗稿，但总是左闪右避，十分含蓄。打开今日的杂志，差不多篇篇都是鱗稿，明目张胆地。听说，这是今日杂志的生存之道。是的，杂志太多了，市场太小了，不得不向现实低头。

## 面对竞争吸引力渐减

时尚杂志日渐失去吸引力的另一个原因是：报纸的杂志化。份份报纸都有丰富多彩的副刊，例如《香港经济日报》、《明报》、《星岛日报》、《新报》、《东方日报》等等，每日都全彩色地刊有最新的时尚消息。加上摄影一流，文字一流，比杂志还要详尽，还要eye catching。既然如此，为甚么要去看一个月才出版一次的时尚过时杂志呢？

最近一项调查显示，年轻的一代以至成年的一代最喜爱的媒体，原来是收听电台节目。收音机较轻巧方便，可以随身携带，同时节目内容顾及各个阶层与年纪，要音乐有音乐，要流行歌曲有流行歌曲、要笑料有笑料，要时事有时事，要故事有故事，要扮靓有扮靓，想点都得。

去年，有中间人来探路，问我有没有兴趣重出江湖，主编某时尚杂志，我想也不想一下就摇头thank you。之后我也为自己这个直截了当的反应震荡了一下，至少应该八卦一下是哪一本杂志呀。

时尚杂志，一言以蔽之，不外乎华衣美食豪华游旅。要跳出这个框框谈何容易。因为，这类杂志的生存方法就是依赖时装、美容、汽车、航空公司、酒店、高级食肆、饰物等这类广告。也可以说是先有这些产品广告，后才有这种杂志的。都旨在可以互惠互利分一杯羹，赚一点钱。记得当年，大概是一九八七年吧，香港电台杨吉玺给我电话，说希望可以谈谈这类杂志的理想或使命感等等。我想了半天婉拒了杨。有甚么好讲，说明是时尚，统属昙花一现，镜花水月。记得当时有些环境不大好的同事，因为想学杂志上的模特儿和名人，身光颈靓地在ball场酒会穿插，实行to see and be seen，于是借钱买名牌，结果日日被信用咭、被同事朋友追数追债，于是他们的理想就是嫁个有钱人。借钱是小事，不惜一切为求一身名牌才真吓人。

## 建立风格突出专访

这是全球性的现象。花花世界实在太诱人了。香港的时尚杂志和国外的时尚杂志是没有分别的。虽然有些标榜以年纪为界限，然一旦利字当头，界限就变得十分模糊了。

幸运的是，我当年初踏足杂志界时，遇到的上司都是出版界专才，他们包括了黄瑞良（已故）、梁业昌、方良柱、关永圻、陈锦荣、James Leung等，都看出这类时尚杂志内容都是大同小异，为求有自己的风格，就要我们在每一期的人物专访中下功夫。老实对你说，我当日学写人物专访，在关永圻的指导下，一篇稿重写了四次，差一点又要大哭一场。

做人物专访，花的时间最多，首先要获得对方首肯接受访问、第二要资料搜集、第三订定主旨、第四设计问题。到了访问时，又要晓得执生。

不过，每做一个专访都得益不浅。可不是吗？在三四个小时内，身为陌生人的记者，可以接收到人家毕生的可贵经验和阅历，还可以近距离欣赏一个成功人物说话的神态和小动作。有时访问完后我会暗忖，这就是他成为这间公司的CEO的原因？

我知道，某些杂志之所以吸引读者非买不可，往往就因为那篇每月专访。有了这朵牡丹，其他的华衣美食资讯，都不过是绿叶而已。

CDDC刊载文章仅为学习研究, 转载CDDC原创文章请注明出处!

相关文章: 杂志

- 电子杂志形式与交互问题分析 (2009-5-22)
- 电子杂志形式与交互问题的分析 (2009-4-29)
- 电子杂志: 在媒介融合下软着陆 (2007-9-6)
- 名人电子杂志悄然而至杂志新宠 (2007-8-23)
- 电子杂志: 站在传统媒体肩膀上的弄潮儿 (2007-5-10)

[>>更多](#)

时尚杂志编辑不易为 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.