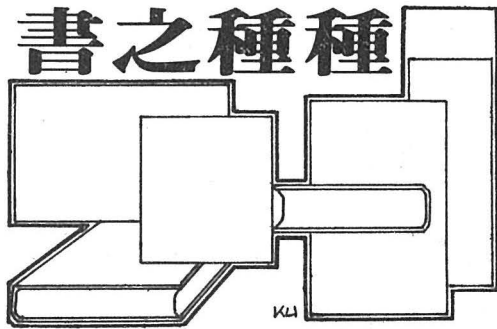


• 這樣辦好嗎？

辦雜誌，人人曉得不容易，成功的勝算不大，奇怪的是多年來依然有人興緻勃勃，別人的前車之鑑，彰彰在目，偏可視而無睹，尤有甚者，自己辦垮了一種雜誌，剛剛失敗之餘，痛定思痛，賭咒發誓，此生絕不再入辦雜誌輪迴，但過不了多久，從前的痛苦又忘得一乾二淨，重新籌備「復刊」，有的更乾脆，從前種種譬如昨日死，現在另外再辦一種。如此鏗而不捨的精神，頗類女人生孩子，生頭胎時決心不生第二胎，但不過十年，竟然兒女成羣。生兒育女尚且比較牢靠，辦雜誌呢？雖與生兒育一女樣，都是「賠錢受累」，但是，到頭來却可能連個影兒都不見的。也許辦雜誌真是一種癮頭，跟抽煙喝酒一樣，本來就沒什麼道理可說的。

「沒錢也能辦事」這句話，並非放諸四海皆為準，可信率猶且偏低。當今之世，絕大部份的事，沒錢確實搞不起來，道理簡單：人人都需要錢。要辦頂好是事先資金充裕。資金項下，廣告發行所需應佔較大比重，要大家看到你，只有用鈔票堆起樓台，自己立在頂端攘臂高呼。國際性的一些出色刊物，發行部門的陣容，遠比編輯部龐大，決策會議時，所發之言更是舉足輕重，即使銷售量數以百萬計，依然不敢在廣告發行方面

書之種種



• 亮軒 •

掉以輕心。有了人家這些個成功的例子，我們辦雜誌的人不可不察。有的人辦雜誌的成本項下，僅列印刷裝訂紙張之流，連稿費都不十分有分量，至於推廣宣傳，首先想到的是請各路有關者喝喝咖啡吃吃飯，單看這樣的表現，便難以形成大氣象。

不能否認也有人不靠龐大的宣傳推廣資金，使得自己的雜誌立定了脚跟，但這是異數，要出奇致勝，須天時地利人和。我不比別人聰明，別人也不比我笨，這條路可走，不過難走。充裕的資金、健全的制度，畢竟是較穩妥的路子，否則，不妨再思三思，從長計議，躁進與衝動的分野，是非常非常模糊的。

天下沒有一本雜誌能够得到全天下人的喝采。暢銷如讀者文摘，許多美國大學生提起來，還帶着幾分輕蔑，以爲「太通俗」，可見其難辦。至於新聞性與分析性都很不錯的時代周刊、新聞周刊，太左的人以爲它太右，太右的又以爲它太左。有了眼前如此顯而易見的例子，辦雜誌者，就死了討好天下人的那條心吧！一個人，如果時時都在討好別人，那看起來便如一顆湯糰，圓潤柔軟毫無個性。在辦的人而言，要有精關的時論、要有保健知識、要有插花美容、又要有旅遊指南，可以說疲於奔命，結果却吃力不討好，引不起讀者的胃口。大家各有所好，爲了看着痛快，都買自己偏愛的那一型刊物了。雜誌不好辦，綜合性的雜誌最不好辦，除非有極大的人力物力支援、極精密的審查設計，否則搞出來不過五臟俱全的小麻雀一隻，毫不起眼，怎麼飛黃騰達得起來呢？

對於「編輯」一詞，確實須要仔細思量。編輯不單是能把別人的文章圖片編入輯入雜誌裏就算可以了。許多機關刊物辦不好，就因主管把編輯看得太簡單，甚而任意支使，把明明白白的人才，當作「文化技工」看待，那還怎麼能够好得起來？有的編輯，恐怕自己也沒弄清楚，妄自菲薄，鎮日裏就在簡而單之的「編」與「輯」裏打轉，外國圖文抄抄剪剪，文章

標題弄得花花妙妙，再圍上花邊等等。諸如此類的事不是不可做，不過要做在節骨眼兒上，做得恰到好處，沒有相當的學養與認識，是不容易做得好的。嚴格講起來，好的編輯比好的作者難求，作者處於被動地位，主要修養在於辭章義理的探索，而編輯，却是主動的，要能認出作者的特色好壞，趨其所長避其所短。不僅文章一事，平素作者的生活習慣，思想理脈，也要摸得清楚，最難得的是要有容人之量，不為俗見與成見所困，等而上之，更要有犧牲的精神，能把一切的光榮歸於作者，罪過則一己承擔，這個真真是談何容易啊！我們這裏，選擇編輯的尺度，顯然報紙比雜誌嚴格，日報又比晚報嚴格，只看「專職全薪」便知梗概。同理，日報賣得比晚報多，晚報賣得比雜誌多，一分錢一分貨，無從假借，更佔不了便宜。

一個女人，想單憑濃粧艷抹入時衣衫長久吸引男人，是辦不到的。一個雜誌，只知封面燙金，大加彩色插頁、舉辦贈獎活動也非長久之計，主要還是靠內容。應該說，內容比標題重要，標題比封面重要，這個意思並非指封面不要緊，而是單重封面標題於事無補，我們可以打個比方：封面是巷衢，標題是門戶，內容是堂奧。讀者最終的目的仍然是一窺堂奧。通過假山噴泉的花園大道，最後看到一篇篇四壁蕭然言之無物的作品，心中怎能不懊惱？下次還要請人進門可就難了。此話說來也慘，寫文章這種行業，如今似乎感興趣的人較少了，稿費遠不及經濟起飛的速率固是原因之一，還有便是入行之前的準備工作相當艱苦。長久以降，撰稿人就漸漸缺乏了，逼得許多編輯要花費大部份的時間精神邀約稿件。有限的撰稿人稿量一多，品質常受影響，所以好稿也真難求，便是「重賞」也沒有十成把握。身為編輯的小姐先生，除了勉力以赴，力求至善以外，只有對特別言之有物的稿件格外優遇，對於作者，也是鼓勵與鞭策。

現代知識分工細密，各有專精，雖然彼此略嫌陌生，骨子裏倒是氣息相通的，譬如「核子物理」，通曉的人固少，但這玩意真正關係你我的身家性命，其他如醫學如經濟亦復如是。可見「有物」的人當不在少，問題在於「言之」。中文之說與寫要搞成一回事，尚待努力。就是說得明白寫得清楚也多少有點專業成分了。在如此局面下，我們的雜誌業者，可以考慮訓練或聘請專事「寫」的人才，這種人需要兩種本領，第一，要聽得懂。第二，要寫得通。透過這項人才某種程度的「譯筆」，把許多知識學問轉而介紹給大眾，做得好的話，可以從「文藝」的窄胡同裏掙出一條新的坦途，充分發揮一本雜誌必備的「生活」、「思想」與「趣味」的功能。這條新路開始不會好走，可是好走的路也都走得差不多了，不找新路，來日勢必益形艱困。專業化與通俗化的血脈交融，當是今後雜誌業發展的新趨勢，如此一得之愚，未知行家以爲然否？

所謂「言之有物」，無非是「落實」，有話儘管說，沒話便打住。有的文章乍看洋洋灑灑聲威浩大，細加分辨，不過是一大堆拐彎抹角的形容詞串連而成，否則便是古今中外學說的大展覽，自己的意見一絲也無，看來就不免累人且無趣了。這類作品常常看個標題便揣測得十不離八九，通病在於題旨太大，如「中國往哪裏走？」之類，你想想看，幾千字，頂多萬把字，就要把這個題目說好，行嗎？恕我無禮，搞不好如此宏論的價值說不定還不及一則食譜。所以說，爲安全計，題旨範圍不妨縮小，「中國往哪裏走」且慢檢討，談談「在臺灣穿什麼衣服才好」，恐怕更受歡迎而有貢獻。這樣一項一項來，中國人自然而然就走上該走的路了。話說差了不打緊，別人清清楚楚看出毛病來，於已於人都有利，長篇大論的打高空，費時費力又費錢，何苦來哉？

雜誌編輯難免喜歡開專欄。專欄有好處，首先解決了一部份的稿源問題，不必成天爲稿

件不足而發愁，再者，專欄作者大多數具知名度，這個意思是說，在合理情況下，專欄有一定數量的讀者，也該有一定的水準。但是要小心，作者、專欄與讀者的因果關係，可不是必然的，專欄依舊會有失誤。人總有惰性，一個專欄放在那裏，反正有稿便中，不怕刊不出，稍一鬆懈，就透出老油條氣味，逢此場面，專欄不但不能對雜誌有所幫助，反而害了雜誌。較可靠的辦法，是專欄可開，作者不妨更替。如本刊的「讀書的故事」、「第三隻眼」之屬。至於一人一欄如「書之種種」者，編者作者事先講明，把風格內容定出個大概，再劃定期限，半年也可，一年也可，求其「適可而止」，免得來日逸出規範，弄得尾大不掉欲罷之而不能。

辦雜誌的人最歡迎基本訂戶，因為有固定財源，計劃決策，均可據此量力而行。但是零售市場才是真正的挑戰對象。基本訂戶是雜誌的死黨，對雜誌大致已經滿意了，容有批評，無非求全責備，並無背叛之意。零售攤的買主可不然，在他決定花幾十塊錢購買之前，多半反覆檢視，挑剔處甚或流於苛細。「難纏的主顧常是好主顧」，這句話寧信其有，因為最能促使自己進步，倘若自恃已經擁有足夠的基本訂戶，便自以為穩如泰山，這是本末倒置，輕重不分的做法，時間一久，不唯展開不開零售市場，連死黨也會因看膩了老面孔而掉頭他顧。辦雜誌，文案工作的主業，請作者喫咖啡、辦各項活動搞贈獎是副業，主業興隆，副業不搞也無疑，與其在這種地方下功夫，還不如全力求其準時出刊、充實廣告、不拖欠稿費。這是做一切事的原則，不必在這個題目下再費筆墨了。

由我這個沒辦過雜誌的外行人談雜誌問題，一定有外行話，補救之法，是請內行人也來談談內行話，拋磚引玉，此之謂也。