

<<编辑力（珍藏版）>>

图书基本信息

书名：<<编辑力（珍藏版）>>

13位ISBN编号：9787213051456

10位ISBN编号：7213051458

出版时间：2013-6-1

出版时间：浙江人民出版社

作者：（日）鹭尾贤也

译者：陈宝莲

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<编辑力 ( 珍藏版 ) >>

内容概要

<<编辑力（珍藏版）>>

作者简介

作者：（日本）鹭尾贤也 译者：陈宝莲鹭尾贤也，出版老将，拥有35年编辑实战经验。

日本庆应大学经济系毕业，1969年，放弃佳能的高薪工作，一头扎进出版业。

从《周刊现代》编辑做起，历任讲谈社“现代新书”总编辑、学术局长、学艺局长、董事，现任讲谈社顾问，著有多部歌集和评论集。

开创“选书技巧”书系，推出《现代思想的冒险家》（全31卷）、《日本的历史》（全26卷）等兼具学术及商业价值，并在讲谈社史上留名的大型出版策划案。

<<编辑力 ( 珍藏版 ) >>

书籍目录

第一部分 编辑这一行第1章 编辑是什么难以定义的编辑编辑要具备完整的人格编辑要做“打杂总管”编辑要具备适应性第2章 直击编辑现场做编辑，不能怕生编辑的感觉靠磨练总编辑的执念最前卫的策划案出版时机不当怎么办第3章 日本出版简史立于危机的出版业顺应时代发展的出版业漫画的出现：出版业进行式第二部分 编辑力核心第4章 策划与创意严苛的策划环境策划三角形策划面面观培养策划创造力编辑会议犹如整流器策划的秘诀第5章 约稿与构思让作者欣然接受约稿设计作品架构第6章 催稿、审稿与改稿十八般武艺，皆为催稿审稿之慎改稿之难第7章 从校稿到出片处理稿件的构想力目录和小标题的学问插图、照片和地图第8章 封面设计、书名与书腰书要衣装书名的生命力书腰现功力第9章 编辑与营销书，非一般化商品书店，商业化之现实营销：让读者知道书的存在第三部分 编辑力与人际关系第10章 编辑人际学施与受点与面借助他人之力与书“交往”的共通性第11章 书籍的未来书要往哪里去改变中的编辑工作方式村上春树的实验对读者的尽心尽意第12章 形形色色的作者伴手礼的功用拓展人脉网络交稿快慢的经历最长纪录封面设计长期连载趣事创刊很有趣同年之谊后记

## &lt;&lt;编辑力 (珍藏版) &gt;&gt;

## 章节摘录

第1章 编辑是什么难以定义的编辑编辑是什么？

被人这么劈头一问，我总是囁嚅地答不出来。

回顾日常所为，难免惭愧，因为做的都是些无足轻重的工作，只要有优秀的作者，没有编辑好像也无啥大碍。

然而深入编辑的工作现场，所见尽是相当复杂的事务，也有一些只有亲身体验一番才能明了、让人不吐不快的地方。

曾经看过以出版社为背景的电视剧。

剧中有经常大声叫嚣的总编辑，吊儿郎当地把脚搭在桌面上；也一定有精明能干又漂亮的女编辑，似乎不将角色清楚定型化，观众就会看不懂。

虽然无奈，但不可否认这与事实有点落差。

剧中也必定有编辑把酒言欢的场面。

虽然不是很离谱，但是编辑如果天天这样喝酒，还能做事吗？

其实编辑每天都很低调而本分地工作，但电视剧就是不肯这样演。

近几年来，尽管经济低迷，日本出版社的求职人气却异常地高，该不会是电视剧推波助澜的功劳吧！

每到就业旺季，大出版社的接待部门前总是排着长长的人龙。

竞争激烈时录取率只有千分之一，负责面试的员工非常辛苦，而上面只交代录取优秀的人才就好。

可是，通过入社考试，并不能保证他就会是个优秀的编辑。

感觉潇洒、薪水高、看起来时髦、可以采访名人，这些好像是出版社编辑工作广受欢迎的原因，其实一切只是表象。

带着这些想法的人进到出版社后，出版也会跟着扭曲。

我是半路出家，从一般企业转进出版社的。

大学毕业后，我在佳能做了不到两年，就跳槽到出版社。

附近那家从小就认得我的玻璃店老板说：“难得进到一家好公司，却不好好做，鸷尾家的儿子还是去搞服务业了。”

那是三十多年前的观念，可是直到现在，我也不觉得他这话有什么不对。

出版确实是个不安定的职业，除了少数大出版社，一般出版社再怎么努力，也说不上安定。

最近几年，连大出版社也撑得很苦。

劳动环境也千差万别。

有些出版社的薪资确实很高，但是占业界大多数的中小型出版社，都说不上是高薪；待遇苛刻的也不罕见。

这些都叫做“出版社”。

索尼公司不会和乡下小工厂生产同样的产品卖到市场吧？

乡下小工厂要生产电视机再卖出去也蛮难的。

可是出版界完全不同，所有书籍的形式都一样。

不论是只有一张桌子、一部电话的小出版社，还是员工上千的大出版社，都生产同样形式的东西，在同一个市场里竞争，而且不是规模大就一定会赢。

出版业拥有这种异于电子、汽车等产业的面貌。

编辑的定义也无法一语带过，因为他们有各种样貌。

要定义编辑相当困难。

例如，编字典和编女性周刊杂志的人同样是编辑，但是工作内容却非常不同。

编字典是需要耗费漫长时间（在日本，以10年为单位也不稀奇）的文字工作，是很典型毫无特色的工作。

而周刊杂志编辑则每天追着时间跑，这期才出刊就忙着下一期的采访，在某种意义上也很空洞。

漫画编辑和学术书编辑差别更大。

前者每本卖个几百万册很稀松平常，后者一本卖两三千册就算不错了，因此很难成为电视剧的描写对

## <<编辑力（珍藏版）>>

象。

文艺编辑和时尚杂志编辑也有差异。

文艺编辑的主要工作是追着作家约稿，而时尚杂志的编辑则把多数时间放在模特儿、造型师、摄影师等人身上。

两者即使在同一出版社里，彼此也很少接触。

其实，出版社的规模和领域很多样化，却统统概括为出版，而且以在杂志和书籍的形式（任谁来做都是同样的形式）竞争，因此外界难以了解，而这也是我无法用一句话来定义编辑的理由。

编辑要具备完整的人格编辑是什么？

能够回答这个问题的书籍出乎意料地少。

较常听到的说法是，编辑是舞台上检场的黑衣人，或者说，编辑是催化剂。

感觉上好像可以了解，但还不够充分。

因为工作的关系，我看过许多编辑专论和编辑的回忆录，可是展读再三，也无法从书中清楚勾勒出编辑的样貌。

试看其中一二。

日本名编辑松本昌次任职未来社期间，负责埴谷雄高、花田清辉、藤田省三、平野谦、桥川文三、杉浦明平、野间宏等作家，他认为：“编辑是全面动员自己的个性、人格、人生观、世界观以及知识、教养、技术，甚至日常生活方式等个人的一切，从事与专家、作者或创作书籍者有关的工作。

编辑需要的不是其中某些项目，而是综合上述一切的‘完整的人格’。

其实，编辑只是这世上无数职业中的一种，似乎无须考其‘志向’，也不必受到特别要求或批评，但是人们会针对编辑提出各种问题，是因为希望编辑拥有能够面对作者、参与创作的精神，以及将此种精神以‘书’的形式交到读者手中的知识构想力。

”而发掘海明威、菲茨杰拉德等人的文学名编柏金斯认为：“编辑最需注意的是，不能为作品添加任何东西。

编辑能做的，最多只是充当作家的手脚，为作家服务而已。

编辑绝对不能认为自己身负重任。

编辑不需创造，只需投注心力。

”两位名编所谓的编辑，以及对编辑工作的认识，自有其道理，但在现代日本的出版环境里，仅仅如此定义编辑，似乎不够充分。

先不提是好是坏，这10年来，以电脑为主的编辑技术变化、印刷技术革新以及成本管理、书店流通的转型等外在因素，使编辑工作出现了很大的变化。

更有甚者，最重要的“读者”也不同以往，可以说“阅读”本身就受到了考验。

现在确实还有人秉持着“只要做出好书就必定有读者”的信念，但是现实并没有那么简单，整个环境正朝着“单靠志向与热情还不够”的趋势推移。

当人们问到编辑是什么，我总是支支吾吾无法用一句话讲清楚，就是因为编辑的工作范围随着出版环境的变化，而变得更广更大。

取材、策划、约稿、催稿、编辑实务、校稿、营销、发行、联系作者，一切流程本质上和过去相同，但是每一项工作都不再像过去那样可以随性而为，必须重视时间和成本，在一定的管理下进行。

例如，编辑会议通过了新的策划，接着就必须做出正式的策划案，将作者、书名、出版目的、读者对象、预测印量等资料，连同编辑所构思的文案等向公司提报。

基本上策划案就此成立，可以邀作者写稿了。

但是编写策划案往往是临阵磨枪，考验编辑的学养。

接下来是找作者写书。

编辑必须想办法说服作者，但对方若迟迟不肯答应，那就麻烦了。

编辑必须动用诸如“读者多么期待这本书”“能获得多少读者”或是“写这本书多有意义或价值”等说辞，非让对方点头说“好”不可。

这时候，编辑就需要具有擅长推销的商人口才，或是让人不知不觉信服的辩才了。

写书很辛苦，很少有人觉得是件轻松乐事，因此很容易拖稿，这时编辑就要催稿了。

## &lt;&lt;编辑力（珍藏版）&gt;&gt;

能否高明地催稿，让作者如期完稿，就看编辑的本事了。

催得太紧，会坏了作者的心情；可是截稿期限在即，只是婉言相劝，工作又无法如期完成。究竟该如何拿捏，这也是编辑要具备的重要能力之一，像地下钱庄逼债那样逼稿，更难成事。作者好不容易如期交稿，紧接着就是把原稿印成书籍的工作。

想要什么样的版面，插图及照片怎么放，制作目录，拟小标题，装帧方式，一切都考验编辑的判断和见识。

本来这时候应该是最轻松的时间，其实不然，工作流程往往掐得很紧，不如想象中悠闲。

然后是联系作者校稿，无数的即时作业等在后面，往往需要专业的判断。

终于出书了，接下来要让更多读者读到。

要搞营销活动，请人写书评，拜托书店把书摆在显眼的位置。

此时等待着编辑的是类似广告公司的工作。

然而，努力未必都有幸运的结果，书的销售情况往往不如预期。

还有，和作者的关系该如何进展？

请他再接再厉写第二本书，还是暂时停笔一段时间？

都是烦恼的人际关系课题。

以上就是编辑完成一本书的简单流程，读者应该可以了解编辑在不同的阶段要扮演不同的角色吧！

不过，这许多不同的方面都有共通的地方，松本昌次说的需要“完整的人格”，可能就是这个意思。

编辑要做“打杂总管”我们再从编辑的功能面来复习一次。

编辑必须是策划者，是从无到有的创意人。

没有策划就不能行动，自不待言。

编辑的创意可能催生一本畅销书、长销书或是名著，编辑拥有见证这些成就的特权。

这个行业习惯见贤思齐，我也认为编辑不要怕模仿，因为创意不就是在模仿的同时创新吗？

当然，不能剽窃。

这种说法或许容易遭到误解，容后详谈。

中公新书在出版加藤秀俊的《整理学》30年后，再出版野口悠纪雄的《“超”整理法》。

两本书内容皆为整顿事务、管理时间的实用法则。

这两本畅销书，不正说明了编辑工作的个中三昧？

又如让筑摩书房起死回生，臼井见策划的《现代日本文学全集》，可以说是改造社在战前掀起日本热的《现代日本文学全集》的延续。

我们的创意源头在于过去的历史，全新的部分恐怕只占两三个百分点而已。

主题虽同，但执笔者不同，就是截然不同的策划。

编辑人必须具备这种识人的直觉，发掘写书的人才。

有的编辑虽然是卓越的创意人，但就是做不出一本好书。

他也许大学联考成绩优秀、学识丰富。

可是编辑多半不是生产者，写书的是作者，编辑人只能像柏金斯那样扮演支持者的角色。

很多学历高、学识丰富的人误解了这一点，惹得作者心情不爽，工作完成不了。

这也是编辑必须会“哄人”的理由，能让作者高兴地接受稿约，如期交稿，和联考成绩的高低完全没有关系。

另一方面，编辑也像打杂总管，常常是所有事情同时进行，在构思策划的同时，得把打样送回印刷厂、委托封面设计并和业务部门协商。

这些都是日常琐事，如何让每件事顺利无碍地进行，从容应对所有局面，也是编辑的重要能力。

能够全面动用嘴巴、手脚、头脑的，就是一流的编辑。

勤快尤其重要。

前面说编辑要会“哄人”或许稍嫌没品，但编辑的确是不可或缺的协调者。

他要在人与人的联系中发现新的可能性，因此不会哄人不行。

只要有人提出建议，总要想办法去接触，往往因此发展出各种关系，从对话中产生创意。

例如，安排科学类的专家与作家见面，介绍书店给电视业界的人，虽然不一定有立竿见影的效果，但

## &lt;&lt;编辑力（珍藏版）&gt;&gt;

是能让双方得到某种刺激，策划因而产生，同时找到最佳写手。

人脉网络这样绕上几圈，取材的对象也丰富多了。

说栽培人才或许有点狂妄，但是编辑确实具有教育者和老师的功能。

说刻薄一点，或许是幼教老师。

我一再说过，写书是艰苦的工作，竞争对手又多，作者多半会担心自己是否真有才华，能否凭此生存下去，书稿内容是否恰当，这时就需要编辑的激励鞭策了。

作者也可能和编辑谈到钱的问题，或是寻求人生的参考意见。

嫌这些事情麻烦的人不适合当编辑。

编辑光是亲切还不够，还需要有商业意识，要知道让作者写出好书才能成事。

在和作者的交往中，还要有意识地充分发挥作者的才能，全心全意为作者着想，这种爱或许近似母爱。

编辑的工作确实有点奇怪，世人当然不易理解。

最后，编辑必须有乐在工作、为社会工作的志向。

很多人羞于坦言这个志向，多半以“工作嘛”“为了薪水嘛”“没那么崇高啦”轻轻带过。

有的编辑会侃侃而谈工作以明心志，但我不太喜欢这样，因为我认为，优秀的编辑应该用完成的作品来述说自己的志向理想。

编辑要具备适应性编辑需要以“完整的人格”来面对形形色色的作者，因此没有既定的理想编辑类型。

只是近年来出版社人气大旺，有些不适合当编辑的人也来报考。

应考人因为学校成绩优秀或是知识丰富就想做出版，让我们很困扰。

无法只靠笔试和面谈就判断出一个人的个性，录取以后，才知道对出版社和他本人都是困扰。

应考人只是因为喜欢书本、喜欢读书就要做编辑，也是麻烦，因为做不出东西时就要失业了。

编辑首先必须有旺盛的好奇心，最好对所有事物感兴趣。

编辑要能同时广泛地关心村上春树、写真女星小池荣子、名医作家日野原重明和经济危机，无论是讨论战后日本民族主义与公共性的《“民主”与“爱国”》、漫画《医界风云》或解剖学专家养老孟司写的《笨蛋之壁》等作品，都有兴趣一读。

当然不是要编辑熟读详知一切，而是要把自己的视野拉开180度，甚至360度。

编辑没有所谓的专精领域，编辑是外行人的代表。

我曾听某家老字号出版社的人说，上司吩咐一位新编辑去拜访某某作家，请他写书，编辑立刻回答说：“那不是我的专长领域。”

上司为之语塞。

编辑需要勤快，也可以说是执行力，而且是能轻松愉快实行的即时反应能力。

有的编辑很被动，听到消息也不会打电话追踪。

以前的编辑一有事情就跑去打公用电话，现在手机很普遍，编辑可以不用勤跑公用电话亭了，却好像对自己的谈话内容没有自信。

太在乎别人的反应，这也是20世纪六七十年代出生的人的特征吧！

编辑工作以和为贵，常常需要道歉。

我刚入行的时候常常挨前辈骂：“你头抬得那么高干吗？”

头要更低一点！

”遇事不能心平气和道歉的人，做这份工作很辛苦，常常自己没有错，却必须一再道歉。

为了让工作进行，道歉个一两次，对编辑来说不算什么，这也是自尊心强又自傲的人不适合当编辑的原因。

编辑做久了，看到人的多面后，难免会觉得“人心不善”。

虽然觉得“人心不善”，但又没有一种职业像编辑那样，不喜欢“人”就做不下去。

你不必是专家，也不需要特别的技术。

编辑要完成一本书，从作者到封面设计者（美编）、印刷厂、装订厂、经销商、书店等一切事宜，都要仰仗别人，说起来是有点像“借花献佛”。

<<编辑力（珍藏版）>>

编辑面对形形色色的人，有的古怪，有的诡异，有的急躁易怒，有的畏畏缩缩，有的唠唠叨叨，真是千奇百怪。

编辑和这些人组成人脉网络，即使自己没有能力，也要处在中心。

编辑如果对“人”没有兴趣，自然做不下去。

编辑如果不喜欢对方，对方当然也不喜欢他。

或许不是只有编辑这行需要博取别人的好感，但这的确是作为编辑的最重要条件。

持续怀抱梦想也是编辑必要的资质。

每个编辑都有着各式各样的梦想，想做这样的书，想请那样的作者写书，想用这样的插画。

当然在现实中，这些事都无法立刻实现。

有些编辑在隔了一段时间后，就会断然抛弃憧憬和梦想，有人还误以为这么做才是成熟。

“保持志向”这句话曾经很流行，也是大江健三郎的散文集书名。

我认为，永远怀抱类似少年梦想的持续力，是编辑必要的资质。

有的编辑，都悄悄抱着三四个等自己具备实力、环境也齐备时就可以放手去做的选题。

你很容易发现这种人，因为他的工作态度最积极。

不用说，编辑如果不关心社会、时代和文化的动向也不行。

看了村上春树的《海边的卡夫卡》，就想回头去看他的《且听风吟》。

书籍和杂志是时代的函数，编辑要时时追问为什么某些书会流行。

编辑必须架起好奇的天线感应四方，但是很多事物仍然会逃脱天线的侦察，这时候就该坦承自己不懂，然后马上去学，这就是编辑。

还有一点也许有人觉得无所谓，但是我觉得，编辑会喝酒要比不喝酒来得好，而且拥有多方面的兴趣也不坏，这样才容易和对方谈得来。

不过，这些终究只是工作的侧面，不能当做正事。

我常看到编辑为了多样兴趣而一头栽进去，结果不但对自己没有帮助，反而有伤害，最好避免这样。

我也认为，编辑健谈比沉默寡言好。

当然业界有很多安静不多话的优秀编辑，但我还是觉得编辑稍微健谈点比较好。

当然，编辑不能随便抢作者的话，我是不会那样。

健谈的人可以让场面活跃，场面活跃能让工作顺利推进。

我说的或许过于细微，但都显示了一个观点：编辑需要完整独立的人格和适应性。

## &lt;&lt;编辑力(珍藏版)&gt;&gt;

## 后记

我一再说，编辑是舞台上负责检场的黑衣人。

如今我写本书，真的是正确的吗？

会不会逾越本分呢？

老实说，我到现在感觉都还是有点微妙。

市面上有许多文学艺术编辑的回顾，都是珍贵的文学史证言。

但在人文、学术与非文学的领域，却少见类似的编辑记录；即使有，也都是专家泰斗的回忆，几乎都不教目录的编法、书腰的优劣、怎么拟小标题、如何炒作新书话题等实务经验。

从我担任编辑以来，就一直希望能有一本亲临现场的编辑教科书，一本可以援用于创意策划、发掘执笔人等看似简单、实则困难的工作，以及如何做出一本迎合读者的书、有什么诀窍等问题的实用手册。

几乎所有的编辑都是经验主义者，不教理论，因为他们确信编辑不是可以用言语教会的工作。

这份工作里赌博的要素很浓，只看结果。

亦即，这是弱肉强食的世界。

“没有Sense(见识、感觉、判断力)的人不适合当编辑”，如果被贴上这个标签，那就玩儿完了。

这确实是一种想法，但不是所有的编辑都是才华洋溢的大编辑，这世上也不可能有那么多大编辑。

因此，确实有提高一般人编辑技术的方法。

难得以编辑为职业，当然想做出口碑好又畅销的书，我也不例外。

因此每回和同行朋友见面时，总难免要问该怎么做，又该做些什么。

有一回，Transview出版社的发行人中岛广用激将的语气说：“你这一路走来都做了什么？

既然有那种想法，那就公开你自己的所做所思如何？

”这真是恶魔的邀约。

本来，编辑是仰赖作者这个推动力方得以存在，无法单独行动。

光靠自己的力量，能有什么好说的呢？

又有值得说成一本书的内容吗？

平常总是批评作者的稿子这样那样，现在可以想象别人将会说我写的也好不到哪里，所谓进退维谷，说的就是这个情况吧！

幸好在时间上我颇有余裕，又在出版学教授植田康夫的推荐下，有机会在上智大学讲了15堂“编辑论”的课程，让我有胆接受恶魔的邀约。

我向来以擅长催稿自负，没想到自己反而这么不经催。

中岛的催稿不算苛敛诛求，但是缠功一流，更糟的是，他也是应酬高手。

编辑有“夸赞型”和“促写型”两种，三浦雅士和中岛都属于前者。

这一招对我很管用。

以前我们常为其他事情把酒言欢，消磨不少时间，尤其是评论书籍和作者时，总是快乐地交换激烈的意见。

但是我在辛苦写书期间，却很不愿意看到中岛。

让他阅读我的编辑经验的原稿，感觉像是身体内侧被看透一般，有些羞愧难耐。

讽刺的是，为了逃避中岛，反而造成勤于写稿的结果。

目前出版界正处在相当严重的状况，流通制度的疲乏和编辑力的降低都不容否认，本书若能为每天苦恼的在职编辑，以及有志于编辑工作的人提供一点参考，我就觉得安慰了。

我相信，编辑若不加油，是无法突破这个危机的，而我也希望听听各方的意见。

编辑是一种个别性的工作，适用于这本书的技巧，在别的策划上未必有效，甚至可能带来反效果。因此编辑业界没有通论，希望读者能斟酌这一点而阅读本书，因为我只是把我个人的体验忠实地写下来而已。

如同文中所述，编辑的人脉网络很重要，我每两个月和各出版社的人文系列编辑、报社的文艺记者聚会一次，中岛也是成员之一。

<<编辑力（珍藏版）>>

我们喝酒闲聊，言不及义，因此为这聚会取了“无用会”的名字。  
不过这是我们交换消息的地方，彼此也都成了可以肆无忌惮互换意见的朋友。  
我写这本书，得到了这些朋友的许多参考意见，也蒙受讲谈社的朋友照顾，谨此深深致谢。  
日文版封面的设计高丽隆彦和我也是长年交情，非常感谢。

最后，我要再次向中岛广以及日本业界率先实践革新销售制度的工藤秀之致谢。  
老实说，我现在只担心本书会不会亏钱。

鸺尾贤也 2003年12月20日

<<编辑力 ( 珍藏版 ) >>

编辑推荐

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>