

铁针度新人

——编辑手记

张吉霞 著

吉霞君：

你愿当铁针度人，作“编辑手记”，介绍自己从北的心路历程，我觉得很有意义。

出版编辑专业学生想从北的多，已经从北希望由生中

成为能手和更多。但何为丁这些人，这中子情就谈做。

更何况编辑是一门社会职业，做编辑不限于出版社

做编辑的不限于出版人。古时孔夫子删诗书订礼乐，是

做编辑。今时上上下下大大小小的全国至少上千万间办公

室里忙着整理、修改、证明的，也是在做编辑。

铁针度新人——编辑手记

张吉霞 著



中国西安出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

铁针度新人：编辑手记 / 张吉霞著. — 北京：中国长安出版社，2014.11

ISBN 978-7-5107-0838-1

I. ①铁… II. ①张… III. ①编辑工作 IV. ①G232

中国版本图书馆CIP数据核字 (2014) 第268190号

铁针度新人——编辑手记

张吉霞 著

出版：中国长安出版社

社址：北京市东城区北池子大街14号 (100006)

网址：<http://www.ccapress.com>

邮箱：capress@163.com

发行：中国长安出版社 全国新华书店

电话：(010) 85099947 85099948

印刷：北京骏驰印刷有限公司

开本：850mm × 1168mm 32开

印张：7

字数：100千字

印数：1000册

版本：2015年1月第1版 2015年1月第1次印刷

书号：ISBN 978-7-5107-0838-1

定价：22.80元

古露君：

你愿意做度人，作“编辑手记”，介绍自己从业的心得体会，我觉得很有意义。

出版编辑专业学生想从业的多，已经从业希望由生手成为熟手的更多。但仅为了这些人，这种习惯就该做。

更何况编辑是一行社会职业，做编辑不限于出版社，做编辑的不限于出版人。古时孔夫子删诗书订礼乐，是在做编辑。今时上上下下大大小小的全国至少上百万间办公室里忙着整理、修改，比前朝，也是在编辑。

在所有这些人当中，有多少会注意你的手记呢？

讲老实话不会很多，但总不至于少到万分之一、千分之一都没有吧。即使只有千分之一，也就不会限少了。

我这样讲，因为我可能会成为这千分之一的，我相信。

你在中途即出版局干了二十年，到出版社又干了五六年，编辑不短，我比不上你。从七九年到现在，编辑做了不到九年便离岗了。离了岗却未脱这行，算个退休老兵，还在吃这碗饭，故对于在岗同行们的情况，仍不能漠不关心。你的“编辑手记”，如果写得好，写出了你做编辑的心得和体会，我会看的，要的。

祝你成功。

钟叔河，五月十五日。

代序

吉霞君：

你愿金针度人，作“编辑手记”，介绍自己从业的心得体会，我觉得很有意义。

出版编辑专业学生想从业的多，已经从业希望由生手成为熟手的更多。仅仅为了这些人，这件事情就该做。

更何况编辑是一门社会职业，做编辑不限于出版社，做编辑的不限于出版人。古时孔夫子删诗书订礼乐，是在做编辑。今时上上下下大大小小全国至少上百万间办公室里忙着整理、修改、汇辑的，也是在做编辑。

在所有这些人当中，有多少会注意你的手记呢？

讲老实话不会很多，但总不至于少到百分之一、千分之一都没有吧。即使只有千分之一，也就不会很少了。

我这样说，因为我会成为这千分之一的，我相信。

你在中宣部出版局干了二十年，到出版社又干了五六

年，编龄不短。我比不上你，从七九年到八八年，编辑做了不到九年便离职岗了。离了岗却未脱离本行，算个退伍老兵，还在吃这碗饭，故对于在岗同行的情况，仍不能漠不关心。你的“编辑手记”，如果写得好，写出了你做编辑的得失和苦乐，我会看的，真的。

祝你成功。

钟叔河，五月十五日

目 录

代序 钟书河

- 壹 出水要看几腿泥? ——谈谈选题策划 ……001
- 贰 七十三变方是奇 ——谈谈编辑创新 ……024
- 叁 绿肥红瘦海棠依旧 ——谈谈编辑与作者 ……031
- 肆 只几个黄昏断送一生憔悴
——谈谈压倒骆驼的那几根草 ……042
- 伍 淡极始知花更艳 ——谈谈装帧设计 ……048
- 陆 墙里开花墙外香 ——谈谈图书的宣传 ……056
- 柒 黑马踏不到的飞燕 ——谈谈校对 ……103
- 捌 付与时人冷眼看 ——试试你的编辑能力 ……117
- 小说《赵丽的故事》(错别字版) ……118
- 小说《赵丽的故事》(改正版) ……134

玖 小说欣赏	…153
故事新编《精卫填海》	…155
我的自白之一 李陵	…178
我的自白之二 刘屈氂	…185
附：编校手记之正误表	…195
后 记	…214

壹 出水要看几腿泥？——谈谈选题策划

如果要想当好一个中国的编辑，就得按照中国特色的生活入手。特别是新人行做编辑。那么，生手，怎样才能变成一个“熟手”呢？我想，总是要从“熟手”入手。用老百姓的话说，就是“杀熟”，你想想，哪个生人肯让你“杀”呢！

所以，在做选题策划时，首先要考虑到的，就是你熟悉的人和事是什么。我在做第一个选题策划时，当时还没有离开出版管理部门。因此，是从的所熟悉的管理入手的。那是一九九九年，我发现，一些离退休老同志都愿意参加一些活动。为什么会这样呢？我在图书市场上又发现，专门为老年人出版的书，特别是为老干部读的书很少。那些退下来的老同志，需要什么呢？其实，还是“婚姻、爱情、家庭”这些主要的生活元素。另外，加上医疗保健等必要的生活元素。而眼下所缺乏的正是没有能够跟得上他们精神生活方面的读物。于是，我策划了一套专门为老年朋友阅读的图书——天

年丛书 豆棚闲话系列。当时，我是这样想的（也就是一个小的策划书）：

人是社会的人。人是历史舞台上活动的主角。卸下了社会角色以后，人仍然是主角。只是活动的舞台变了。怎样对待这种角色的转换，怎样重新处理好你的社会关系，这些问题看来虽小，却是关系到你的生活质量。怎样处理好这些问题，各人有各人的办法，我想，对于有文化知识的人来说，办法之中都有读书这一项。可是，每年的出版物太多，要从中选取适合老年人阅读的书却不是很多，特别是专门针对离退休同志的生活特点所撰写的书就更少了，难于满足我国上千万离退休干部和一亿多老年人的需求。

由于长期从图书出版管理工作，我对出版的有关老年人生活情况的图书比较了解，特别是从岗位上退下来的老同志，他们更需要一精神食粮。而专门为老年朋友出版的读物中，大多是一些有关养生知识的读物，不能满足这些同志的需求。因此，我策划了这套专门为老年朋友阅读的丛书——“天年丛书——豆棚闲话系列”。在策划的同时，我就想到了要让谁来写？就是你得有作

者，如果没有一个好的作者，即作者不能够很好地理解你的想法，那你这套书就难成为一套好书。于是，我找到当时北京大学和北京师范大学的博士生以及从事教学工作的同志，专门为老同志写作，并且，这些作者都在三十岁左右，用他们的学识，用他们的热情来写作，并且，不能长篇大论，每本书在五万字以内，否则，老年同志“拿不动，读不完，买不起”，这样会影响丛书的销售。

作为给老年人的休闲读物，我想，书名要活，不能板着个脸，老年人，特别是老干部，板了一辈子了，退了下来，总该轻松一下了，于是，我把书名定为：

家祭无忘告乃翁——闲话古代祠庙

大珠小珠落玉盘——闲话琴棋书画

豆棚瓜架雨如丝——闲话花鸟虫鱼

红尘尚有清凉处——闲话城市园林

莫道君行总是早——闲话游山玩水

相逢相值且衔杯——闲话他乡故知

流水白云长自在——闲话尘世茫茫

夜半无人私语时——闲话百年同度

自古名山僧占多——闲话佛道寺庙

这套丛书由北京同心出版社出版后，得到广大老干部的喜爱，丛书把我国的一些传统文化知识和人生经验浓缩在一本小册子里，文字优美流畅，携带方便，深受欢迎，印制了六千套，当年便销售近半。

通过“豆棚闲话”丛书的策划出版，我觉得，要做一套有市场的图书，首先，心中要有数，这个数就是——给谁看？他们有没有购买力？然后是开本、字数、印数的确定。另外，你能不能找到为你写作的作者等等。

因此，在选题策划时，一要从自己的专业（长处）入手，二是要考虑到你能否按照你的意思组到稿子，三是要考虑到你所编辑的书有无市场，就是你的书的读者对象是谁？也就是市场定位，有时，特殊的社会问题，可能也是你特殊图书选题，这是随机性的，不能成为常态，但是，所有这是你要出水时带出的泥。

到学习出版工作后，我又策划了一套丛书，即“中国小史丛书”，这次，策划书的写作，就比较正规：

“中国小史丛书”策划书

一、缘起

当下，是一个浏览的时代，是一个出版人高喊电子图书将代替纸质出版物的时代，却又是一个纸质图书出版势如潮涌的时代。

一个读书人，走进书店，都会有被淹没之感。纵观图书市场，几乎包罗了人们生活的所有方面，美食、励志、娱乐休闲、医疗保健、书法美术、战争和平等等，国学热的兴起，国家对此的重视，传统文化方面的出版也成为热点，总之，出版业是一片繁荣的景象。但仔细观察，热中有冷，繁荣中透出一种说不出的萧条，这就是，宏大的出版业中，缺少一种细致的文化底蕴，仅就国学来说，一是重复出版经典；二是对经典搞现代“戏说”。这些出版物可以说，不仅没有起到弘扬中华文化的作用，相反，副作用极大；三是学术著作，这些学术著作，印量少，大多数看不懂。因此，一些歪曲中华传统文化的出版物较快地占领了这块市场；而那些快餐似的图书，难以担当起出版业的基石，也会像快餐一样消失，传承久远的图书并不是很多。

通过对出版业的这个判断，我策划了“中国小史丛书”。力求用通俗的语言，把中国传统文化的精髓传承下去，力求高品位的原创性，同时，也要适应日益扩大市场需求。因为，读者也需要这种带有知识性的通俗读物，也就是说，把正确的学术、知识进行通俗化，为读者提供高质量的读物和阅读兴趣。

二、主要内容

以中国传统文化为主，选取的内容以“小”为主，不搞宏大叙事。比如关于服饰方面的图书，市场上非常多，但一般都是以“中国服装史”的面貌出现，有关服装方面内容是面面俱到，最后，哪一点都是个皮毛。都是从远古讲到现代，从汉族讲到满族，每本书都是互相抄来抄去，而一些服装中的生动的细节，比如，中国服装中纽扣的变化，为何产生这种变化等，读者想了解的，也是阅读兴趣存在的，却没有。这些真正有意味的文化，都消失在这些宏大里了，而恰恰是这些细节，才是文化的闪光之处，因此，这套“中国小史丛书”，都是从这些细节入手，以小见大，如服装方面，就不写服装史，而分别写为《中国纽扣小史》、《中国制鞋

小史》、《中国头饰小史》、《中国纺织小史》等，比如司法方面，除了专业法以外，就是中国法制史，而“中国小史丛书”则选取法制发展史中的每个发展细节作为图书的主要内容，如《中国讼师小史》、《中国监狱小史》等，再如，每天生活都须臾不可或缺的如盐、糖等，读了《中国制盐小史》、《中国制糖小史》，就可以了解了。这既是知识，也是文化，计划选取这样内容，出版一百种。

三、作者队伍

为了保证这套丛书高质量，也就是说，图书内容要正确，表达要浅白，对作者的要求比较高。对知识不能“戏说”，但也不能太学术，而是把学术性的东西普及化，不能随意，而是“正统”的内容。所以，所选的作者，不仅是学术上的带头人，人品上，也要有口碑的。因此，这套丛书的作者，选取标准以大学教授为主，并且是学科里有影响的人物。作者队伍素质高、人品好（读者是选作者的，比如同样一本书，读者先看是哪家出版社的，然后看作者），图书质量高、销售才能上去。

四、市场预测

这套“中国小史丛书”应该是有社会效益和经济的，并能成为一套有影响力的图书。

经济效益：

1、自然图书市场：就目前图书市场情况上看，在缘起中已谈到，读者需求是各个方面的，因此，这套丛书应该是热中的冷地带，读者读够了那些宏大的，励志的等等，也需要安静下来，读点通俗的有知识性的图书了。

2、农家书屋：目前全国每个省都有农家书，图书需求量非常大，经过努力，这套丛书进入农家书屋，应该是没有什么问题的。

3、孔子学院：目前，我国已在海外设置了近二百所孔子学院，而相关的适合图书却很少。这套丛书可以作为传播中华文化教科书，走出去，这也符合中央精神，符合走出去的文化发展战略。

社会效益：

- 1、可参评国家通俗读物奖。
- 2、可参评“五个一”图书奖。
- 3、可参评国家图书奖。

五、字数、开本、定价

字数、开本、定价影响着图书的销售和影响力。因此，在字数上，要考虑丛书的特点和读者的阅读习惯，因此，每本定为十万字左右（如果字数多，可分册出版），开本和定价有两种考虑：

1、布面精装三十二开。这是从图书的装帧特点上考虑，有收藏价值，但成本太高。

2、假精装。这套丛书的读者对象应该是具有一定文化程度的读者群。因此，在装帧设计上应该讲究端庄典雅，便于携带，同时，如果要走出去或者参加奖项的评比，更应该体现中华文化的雅致；定价空间自由度可以大一些。

六、拟定小史丛书出版计划

每年出版十本，形成规模后，成熟一本出版一本。统一开本、统一装帧、统一定价、统一字数，如果字数较多的，可分册出版。

七、费用

1、作者稿费。这批丛书的作者以大家名家为主，并且