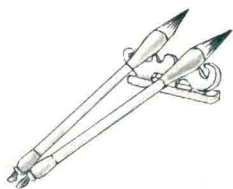
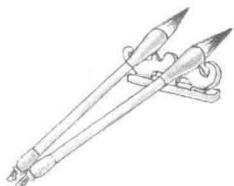


出版的灯光



出版的灯光

郝铭鉴 著



上海文化出版社
上海咬文嚼字文化传播有限公司

图书在版编目 (CIP) 数据

出版的灯光 / 郝铭鉴著. —上海: 上海文化出版社, 2017.3

ISBN 978-7-5535-0695-1

I. ①出… II. ①郝… III. ①出版事业—中国—文集

IV. ① G239.2-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 047577 号

出版的灯光

责任编辑: 孙 欢

封面设计: 王怡君

版式设计: 老 兔

出 版: 上海文化出版社 上海咬文嚼字文化传播有限公司

地 址: 上海打浦路 443 号荣科大厦 17 楼

印 刷: 上海文艺大一印刷有限公司

规 格: 787×1092 1/32

印 张: 6.5

版 次: 2017 年 4 月第 1 版 2017 年 4 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5535-0695-1/I.200

定 价: 25.00 元

告读者: 如发现本书有印刷质量问题请与印刷厂质量科联系

电 话: 021-57780459

本书由上海文化发展基金图书出版专项基金资助出版

我对“灯光”情有独钟

(自序)

这是一本编辑随笔集。

我的职业理想是教师，却与编辑结下了不解之缘。毕业分配原分在上海电影制片厂文学部，为了圆我的职业梦，想方设法换为中华印刷厂职校，谁知到出版局报到时，却被局里改分到上海人民出版社。当时正值“文革”肆虐时期，我在“人民”呆了不到半年，便开始了身不由己的长达十年时间的“折腾”：一会儿在工宣队，一会儿在“五七”干校，一会儿又到了“市革委会”文教办公室。直到1978年重新分配工作，仍旧是出版社——上海文艺出版社。命里注定了这辈子要吃编辑这碗饭。

早在学校读书时，我便喜欢随笔作品。魏金枝先生当时是我们中文系的系主任，但他的主要身份是上海作协副主席，负责编《上海文学》《收获》等刊物。

他写有一本《编余丛谈》，其中大都是编刊体会，我曾一读再读，留下了很深的印象。在魏先生的潜移默化之下，到出版社工作以后，我也开始学习写作编辑随笔。

我的第一篇随笔，题为《从“笑嘻嘻”说起》，是投给北京的《出版工作》的，没想到竟受到了鼓励，从此一发而不可收。开始是给刊物写，除《出版工作》外，还有《上海出版工作》；后来给报纸写，从上海报纸写到外地报纸，写得多的，当数《文汇读书周报》；2002年，我接手主编《编辑学刊》，刊物的“卷首”一般都是交代编辑事务，或者点评当期文章，我却把它改造成了由我本人执笔的随笔专栏。

我之所以喜欢随笔，主要是觉得它自由，灵活，兴之所至，笔之所至，想到什么，就写什么，就出版现象和读书生活即时发声，有一种“我思故我在”的乐趣。但随着年龄的增长，逐渐显得力不从心，特别是在正式退休以后，不知不觉地处于边缘状态，成了“不知有汉，无论魏晋”的桃花源中人，再写“卷首”，便有了“为赋新词强说愁”的尴尬。每到刊物发稿前夕，姚丹红副主编给我说：“郝老师，……卷首下周要发稿了。”她说得柔声细气，但在我听

来却如炸雷凌空，无异黄世仁登门。以后一连几天，便处在寻寻觅觅之中，晚上刚想了个开头，早晨又觉得一无是处，几乎每一篇都有一个折磨的过程。

我曾几次提出就此搁笔，希望他们另请高明，但一直没有得到允许。孙欢主编晓之以理，说这个栏目已形成特色，关系到刊物形象，要求我以大局为重；姚丹红副主编则动之以情，今天说张三为我的文章点赞，明天说李四是我的粉丝，仿佛我一旦搁笔，就欠下了天大人情似的。我是一个耳朵软的人，终于欲罢而不能，期期难写期期写，至今还未跳出苦海。

人贵有自知之明。我知道自己的弱点所在。在我的文字中，看不到宏大叙事，看不到热点解读，虽不至于是“白头宫女在，闲坐说玄宗”，一味发“思古之幽情”，但也只是找一些小角度，发一些小议论，缺乏令人震撼的厚重感。不过，我从不敷衍读者。我坚持从自己的职业经历来思考出版，“我手写我口”，我口道我心，不故作惊人之语。在文字方面，也是力求干净一些，顺畅一点，宁可清浅见底，卑之无甚高论，不想让人丈二和尚摸不着头脑，徒增阅读的痛苦。知我笑我，悉听读者诸君发落。

收入本书的文字，大都写于2009年以后；2009

年以前的，已选入《心中要有块石头》一书。为了让阅读有点节奏感，全书勉强分为三辑，分别是编识、编品和编艺。“编识”谈的是对出版大势的判断，出版本质的理解；“编品”谈的是编辑的自身修炼，既包括个人品质，也包括职业素养；“编艺”重点在案头功夫，特别是文字能力。三者只是大致区分，并无严格界限。

最后，对书名作一个交代。说到出版，我对“灯光”情有独钟。书籍是人类智慧的灯光。朱光潜先生说得对，没有书籍，人类就只能处在茫茫暗夜之中。编辑就是传承“灯光”的使者。为了做好出版工作，编辑心中也要有“灯光”，心明才能眼亮，否则，在文化选择中，难免会找不着北。在现实生活中，编辑总习惯与灯光为伴，继承“青灯黄卷”传统的，编辑中大有人在。“灯光”塑造着出版的形象。

是为序。

2017年2月16日



目 录

001 我对“灯光”情有独钟（自序）

001 编识纵横

001 敢问路在何方？

004 纸书还能“撑”多久？

008 瞧，他们在打赌！

011 “二十年后……”

015 出版好有一比

019 编辑是渔民

023 判断力，你在哪里？

027 刘再复说的禅宗故事

031 “一本书主义”

035 做一个读者是不容易的

038 小读者进场了吗？

042 呼唤“善本”

046 书籍是精神的化妆品

049 没人阅读的书只是一块石头

052 “老课本”是一面镜子

056 一“波”一“波”又一“波”

059 火炉里抢出的《气球上的五星期》

064 **编品内外**

064 做书要有工匠精神

067 易中天需要三种编辑

071 范用：“为书籍的一生”

075 仰视“老谢”

078 “征农”是谁？

081 《新青年》编辑钱玄同

085 王扶组稿

088 夏洛蒂和老史密斯公司

092 那楼，那树，那船

095 《看电影》的看点

098 哈琼文和《毛主席万岁》

102 面对《纽约时报》

105 万宝全书补只角

109 别被南怀瑾先生言中

112 “急转弯”和“黑童话”

115 唉，没有等到

118 名人名言和轶闻轶事

121 “错不得也，哥哥！”

- 125 编艺鳞爪
- 125 我是买马人吗？
- 128 南派三叔的“秘笈”
- 132 编辑和“念稿子”
- 135 欧元和皮夹子
- 138 江泽民唱《捉放曹》
- 141 “人精遇上人精”
- 145 说说一个人写的“疯狂史”
- 148 由“青歌赛”说起
- 152 日本的报纸
- 155 装帧设计要有“灵魂”
- 158 书贵和谐
- 163 莫言的“萝卜”
- 167 刀下留神
- 170 《荷花淀》删改的反思
- 174 别放过一个“初”字
- 177 冷盘、热炒、萝卜干
- 179 学会“喊一嗓子”
- 182 刮一场“蓝色旋风”
- 185 购书人的眼光
- 188 接力赛中我这一棒（代跋）

敢问路在何方？

新版《西游记》正在播出，“敢问路在何方”的旋律又在耳边响起。

出版人曾有自己的幸福年代。遥想当年，上海文化出版社的《文化与生活》刚刚创刊，便风行全国，洛阳纸贵。别说在书店里是紧俏货，就是自己社里，每位员工也只能分到四张“购刊券”。我当时有一张，是专门留给《新民晚报》总编辑束纫秋先生的。连这样重量级的文化人都青睐这本刊物，可见它火的程度！

六十年风水轮流转。如今出版人的生存状况如何？用一个网络词语来回答，那就是“鸭梨山大”！既要忍受市场的无序竞争，又要面对新兴媒体的严峻挑战；既要担心作者资源的大量流失，又要苦恼社会阅读口味的难以捉摸。山重水复疑无路的出版



人，听到“敢问路在何方”的旧时旋律，自然别有一番滋味在心头。

出版人要突围，在战略的定位上，一定要学会开专卖店，而不是百货公司。专卖店只此一家，展示的是个性；百货公司虽然琳琅满目，却未免大同小异。当我们刚走出文化禁锢时，百货公司式的出版，也许可以满足人们最迫切的需要、最基本的需要，生意兴隆是不难想象的；但我们今天已走过这段历史。随着文化的大发展大繁荣，人们的精神生活进入了一个新的境界，选择意识和选择能力大大增强。只有富有个性的出版，才是真正有吸引力的出版。内容为王，有个性的内容是王中王。

出版人要突围，在内容的开掘上，一定要学会办焦点访谈，而不是新闻联播。焦点访谈重视的是深度，新闻联播追求的是广度。焦点访谈的切入点虽小，但它抽丝剥茧，层层深入，让人们更接近事物的本质。新闻联播五花八门，可只是蜻蜓点水，留下的是浮光掠影。中国出版长期经历的是新闻联播式的竞争，同一题材在同一层面上翻过来覆过去，你方唱罢我登场，看上去似乎热闹非凡，最后留下的是一地鸡毛。只有投入更多的编辑智慧，坚持走

焦点访谈的路，努力在深度上下功夫，才能曲径通幽、豁然开朗，迎来柳暗花明又一村。

出版人要突围，在形势的判断上，一定要学习富士，而不能重蹈柯达的覆辙。柯达曾是世界仰望的胶卷王国。它有131年的光荣历史，占有世界胶卷市场三分之二的份额，拥有1100多项技术专利，事业的辉煌让人目眩。然而，在面临数码技术的冲击时，它的对手富士公司与时俱进、未雨绸缪，甚至不惜颠覆自己的业务结构；而它却对形势作出了错误的判断，一味地守摊子，拒绝实质性的变革，连自己首先发明的数码相机技术也束之高阁，终于，落到申请破产保护的田地。今天出版同样站在历史的转折点上，出版人应审时度势、高瞻远瞩，丢掉一切侥幸和恐惧，继东坡高唱大江东去，做时代的弄潮儿。只有敢于拥抱明天的人，才是真正拥有前途的人。

“敢问路在何方？”——“路在脚下！”

(2012年3月)



纸书还能“撑”多久？

这些年来，出版人仿佛成了惊弓之鸟，隔三岔五就要被网络吓唬一下。

这不，就在一个月前，《2014年新闻出版产业分析报告》出台。这份报告以罕见的坦白向世人宣布：“报刊业全方位深度下滑。”比如报纸，营业收入同比下降10.2%，利润总额同比下降12.8%。其实，就是不说这句话，从业者对此也早已心知肚明；现在捅破了这层窗户纸，用的又是“全方位”和“深度”这样的重量级词语，其震撼力却是出人意料的。一时兔死狐悲，“哇”声一片，传统出版的前途再次引起关注。正像当年担心“红旗还能打多久”一样，有人忧心忡忡地问：纸书还能撑多久？

谁都知道网络凶猛。别的不说，就说发展速度：

同样拥有5000万受众，广播用了38年，电视用了13年，网络只用了短短的4年。网络横空出世以后，人们的学习方式、思维方式乃至生活方式，遭到了空前的颠覆。而且，网络的生存形态不断求变：门户网站亮相不久，博客应运而生，人人都是新华社，个个都是中央台；博客正大行其道，微博后来居上，大V粉丝日日狂欢，皇帝批奏章的感觉引人入胜；紧接着微信登台，一个个朋友圈开疆辟土，重新瓜分传播版图；如今轮到公众号崭露头角……网络一路呼啸而来，大有独步天下之势，有哪家传统媒体抵挡得住？

然而，我还是不能接受“纸书还能撑多久”的这个“撑”字。撑，貌似顽强，其实内心已经崩溃。凡事到了“撑”的阶段，必然气数已尽，在劫难逃，“撑”不过是凭借惯性所作的姿态而已。

“撑”总是撑不住的。今天，“纸书”难道已经到了“撑”的阶段了吗？当然不是。“撑”是对形势的一种误判。面对网络的高歌猛进，传统出版可不能乱了方寸。

网络凶猛在哪里？一是实现了瞬间传播，二是拥有海量信息，三是可以无穷链接。100多年前，美



国总统林肯在戏院包厢里遇刺，这一消息一个多星期后，才飘洋过海传到伦敦。100多年后，美国另一位总统里根遇刺，通过越洋电话5分钟后英国首相就获知一切。而2001年同样发生在美国的“9·11”事件，两秒钟之后传遍全世界，第二架飞机在全球几亿、十几亿人的注视下撞向世贸大楼。这就是网络的力量。在新闻传播方面，它让一切传统媒体望尘莫及。

可是，乌龟为什么一定要和兔子赛跑呢？网络有网络的优势，纸书同样有纸书的魅力。不同的媒体



现存有纪年的最早印本纸书——唐咸

通九年（868）雕版印制的《金刚经》

有不同的生存哲学。和网络的速度相比，未来的纸书特别要注重内容的经典化、形态的艺术化和文字的权威化。经典是筛选和积淀的结果。网络靠速度为读者赢得时间，纸书凭借经典可以为读者赢得更多的时间。网络是虚拟的，纸书是物化的。出版人要努力把书做得像书，不仅有阅读价值，而且有把玩价值，真正让人爱不释手。文字是网络的短板，恰是纸书的强项。礼失而求诸野，语失应求诸书。纸书代表着语言的极致，其价值不是网络能替代的。

走好自己的路，让网络去呼啸吧。

（2015年9月）