

老猫

编辑的技艺&

陈颖青 著

二十年出版经验完全汇整

学出版



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

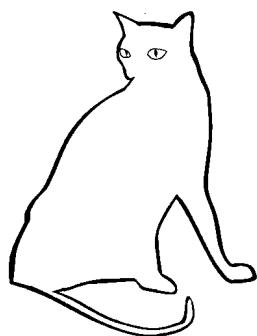
老 猫

编辑的技艺&

陈颖青 著

二十年出版经验完全汇整

学出版



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

老猫学出版/陈颖青著. —杭州:浙江大学出版社, 2009. 7

ISBN 978-7-308-06691-4

I. 老... II. 陈... III. 出版工作—基本知识 IV. G23

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 052382 号

老猫学出版

陈颖青 著

责任编辑 葛玉丹(gyd_books@126.com)

封面设计 李 莉

出版发行 浙江大学出版社

(杭州天目山路 148 号 邮政编码 310028)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排 版 者 杭州求是图文排版有限公司

印 刷 杭州杭新印务有限公司

开 本 640mm×960mm 1/16

印 张 16.75

字 数 210 千字

版 印 次 2009 年 7 月第 1 版 2009 年 7 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-308-06691-4

定 价 32.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行部邮购电话 (0571)88925591

推荐序 你想做编辑吗？

林载爵

1950年8月，兰登书屋(Random House)的资深编辑寇名思(Saxe Commins)在他曼哈顿的办公室受到大批记者的包围，因为传言福克纳(William Faulkner)将获得诺贝尔文学奖，而福克纳作品的编辑正是寇名思。没多久，住在密西西比州牛津镇的福克纳打来了电话，向他证实获得了这项荣誉。然而，这通电话的最重要目的是要请寇名思帮他购买到瑞典领奖所需穿着的正式礼服。隔天寇名思即刻到第五大道完成了这项任务。

寇名思是兰登书屋的杰出编辑，从1933年一直做到1958年逝世。他深信一个编辑面对不同性格的作者，必需扮演多重角色，有时是一个严厉的父亲，有时是虔诚的仰慕者，有时是老师，有时是被发泄愤怒的对象，有时又要成为私人生活的照料者，但最重要的是他要与作者成为忠诚的朋友。寇名思的多重角色扮演称职，因此深受大作家的信赖，诗人奥登(W. H. Auden)如此赞赏他：“心智的能力与内心的良善很难同时兼备，但寇名思却能将两者合而为一。”他去世之后，他的妻子为他写了一本传记：《什么是编辑？》(*What Is an Editor?* 1978)，回顾他的编辑生涯。

从寇名思身上，我们可以看到编辑的两种面向，一个是面对作者，

一个是面对作品。一个好编辑知道如何处理两者之间微妙的界线。作者是作品的创造者,他有坚持“对”的权力,但编辑是作品的推手,他需要将作品处理到读者可以接受的地步。寇名思是典型的传统优秀编辑,他知道如何与作者相处,也知道如何剪裁作品。

半个世纪后的今天,编辑的角色有其变与不变。不变的是与作者的关系及编辑人的基本性格。鹭尾贤在《编辑力》(2005)这本书中也是这么说:

编辑人首先必须有旺盛的好奇心。

编辑人没有所谓的专精领域。

需要勤快。

以人和为贵,常常需要道歉。

怀抱梦想。

关心社会、时代和文化的动向。

会喝酒要比不喝酒来得好。

健谈比沉默寡言好。

改变的是什么?改变的是编辑在作者、作品之外,更要面对市场的压力。颖青在这本书中有一段描述:“业务部就会对你的书有意见,营销企划会嫌你的书没卖点,经销商会说你的书很难铺,书店会不收书或只收一两本,然后他们共同怪罪你的书封面太冷,书名太硬,价钱太高,内容太专门,同类书太多……”在市场的高度压力下,今天的编辑不再单纯只对付作者与作品,他更需要对付市场。于是,今天的编辑已经成为一个整合者(coordinator)。他是出版流程中的核心,包括:

创意的起始者

讯息的收集者

成本的控制者

他要参与协调,将编务与业务整合。他更要参与营销活动。所有

这些都已远远超越冠名思时代一个编辑的任务。这也就是颖青所说的：“此刻的时势，出版将是一个整合的概念，编辑必须从头就注入营销的思考，出版必须把经营视为整体，成本、效率、品质、推广、调度、营运、编辑、营销、财务、库存、通路，全部都要熟悉。”

如果是这样，编辑的乐趣在哪里？乐趣在于“发现”。发现一个题材、发现一个作者、发现一部作品、发现一个书名、发现一个可以与读者共享的意念，最后，发现你具备能够让读者喜爱你编辑的作品的的能力。这种乐趣又是作为编辑人永远不变的享受。

颖青将他 20 年来作为编辑人的经验与心得，在陆续发表后，集结成书，希望对当今编辑有所启发。

2007 年 11 月

推荐序 理想与生意

刘苏里

出版社编辑索序，一听有关书籍的，没看稿子便没头没脑地答应下来。

边读边笔记。待读完书稿，后悔当时应承“作序”，多么轻率，不自量力。

一是书稿的阅读感受超出我预期；二是大半篇幅，谈出版环节，非我所长也。

一拖就是两个月，甚至拖累了书稿问世。自知罪过深重，无以弥补。再接编辑催稿电话，看来如何都躲不过，只好硬着头皮整理笔记。要杀要砍，随老天去吧。

阅读进行中，我设想了“序言”无数起头方案，请看两则：

“我不认识作者，但我熟悉他笔下的事物，欣赏他的姿态，更是同意他大部分高见。我愿意向行里人推荐这作品，且希望行外关心图书出版的读者们，也能抽时间读读它，定不会后悔。”不行，广告味儿太重。

“同行出书，永远是一件让我惊喜又惊心的事情。凡同行写作说人话，都让我惊喜，因而高看一眼；同时刺激与鞭策我，此谓惊心。被

台湾联经出版公司发行人林载爵先生称作“颖青”的老猫，“怎么也接不下去合适的词儿了，放弃。

很多摘要，加了批注，似乎也适合做开头，请看：

“出版这一行的当代特征，跟手抄书时代相比，最值得注意的不是印刷术的采用，而是跟着印刷术而来的，书的公共性格。”(P. 4)批注：“‘书的公共性格’！妙哉斯言！对图书出版当代特征能概括如此精练，说明作者技、艺都高过许多同行一筹。”

“这一行最成功的编辑，骨子里都是精明的生意人，只有他们够精明，最后才有办法表现得优雅(孔明因为够老谋深算，所以才有办法在城楼上弹琴)。”(P. 25)批注：“其实书店也莫不如此。以为来书店不仅可以挣生计，还可以有时间看免费的书，是多少人的误会——所以我们常常忠告应聘者，如果你到书店求职，是做着上述美梦，还是就此打住的好，否则害己害店，要命的还可能搭上读者。”

多少都有些文不对题。行间批注中有“可用‘理想与生意’做题”。原文是这样的：“如果把理想经营成仅供凭吊的‘文人事业’，其实才是对理想最大的辜负。”(P. 11)以上两则，于“理想”与“生意”，无法两全其美。

困在行文的开头，让人着急。

因为整部作品，从头至尾，像是无心插柳，漫谈闲聊，但时时刻刻贯透着“理想”与“生意”两个词，它们字面的涵义，和背后的哲学。

“你把书送进书市丛林之前，好歹也得改善它，武装它，让它具备在书市丛林中存活的能力，赢得读者青睐。”(P. 84)——这是生意。背后的道理却是，绝不打无准备之仗。《孙子·谋攻》讲的“知己知彼，百战不殆”。

“出版是传播意念、争取读者的行业。”“你能制造某种内容，尚不足够，你必须使它普及才行。”“你应该为了推广而出版，而不是为了出版而出版。”(P. 11)——这是理想。里面藏着硬梆梆的哲学：为读者的

出版,而非为内容的出版。没有读者,一切出版都是无源之水。

作者把自己叫做“老猫”。

我对猫的观察、研究,可谓资深。猫的独立品格,猫的睿智(它们甚至有逻辑能力),猫于目标锲而不舍的耐性,以及闪电般的行动能力,猫遇事沉着不骄不躁的气度,等等,皆非一般同类可比。更不用说老猫了。

“老猫”1987年入行,即使按时间计算,也称得上出版界真正的行家里手。从行文看,远远不止如此。手艺人仅止于行家里手,绝非最高境界。游乎其间,出乎其外,法无定式,中规中矩,推陈出新,此乃高手。

以我对图书行业(从业者)的了解,思考与行动中的“老猫”若非高手,断不可能以如此猫眼看透这个行业。请看:

谈到出版的特征:“出版业是个仰赖对比的事业。”(P. 130)

谈到哈里·波特作者罗琳:“(英国是平均每年每人出版最多新书的世界冠军),那里不只需要一个有才气且用功的作者,也需要一个懂得欣赏好故事,赞美好作者的社会。”(P. 9)

谈到出版与思想的关系:“因为有了印刷术,路德的大字报变成有史以来的第一次,思想用瘟疫扩散的速度打败了统治的权威。这也是第一次,出版展现出可以促成、也可以推翻某种思想的惊人力量的。”(P. 12)

“书的竞争太激烈,人为的淘汰就越严苛,从这个角度看,整个出版市场活生生便是个物竞‘人’择的人工生态圈。”(P. 21)

谈到网络与书籍:“对许多网络狂热者而言,网络就是道路,就是真理,而这个真理竟然没有包括书,没有把记录人类5000年智慧结晶的东西容纳进来,这真是太让人无法忍受了。”(P. 180)

谈到编辑真功夫:“识人之明没有捷径,我的经验都是一篇一篇文章,一段一段文字,比对、查证,最后才终于做成判断的。这是你自己

需要亲身体会的修炼。”(P. 64)

——大小珠玑，满盘皆是。

终于想了个开头：在某些人为书籍出版的一生中，理想与生意永远不可偏废。老猫的理念与实践，很可以作为佐证。

2009年5月

自序 20 年生涯一卷书

2002 年 9 月,我偷偷在 PChome 个人电子报申请了一个免费账号,开始在网络上用“老猫”这个笔名发表文章(起先不敢大张旗鼓,怕自己后继无力,写两个月就写不下去)。头几个月多半是写美国《出版家周刊》上面的产业新闻,每期我会挑一则周刊报道,半译半评地写成我的电子报。不过很快地,我的写作范围就从摘述外电,扩充到针对台湾地区的切身问题。

出版这一行在台湾地区的名声与现实落差很大,工作经验的传承与人员的流动,匹配得也很糟。我马上就发现除了报道,应该还要分享编辑工作的心得。不然这整个行业光是要让新人能够上手,避免犯错,就不知要付出多少代价。可惜我不是立马千言、一挥而就的快手。我只能在每日工作的空档,抓住所有零碎时间写作,从每个礼拜两篇,到承认现实改成每周一篇,即使这样,我的周末余暇也绝大部分都送给了屏幕键盘。

五年将近 2000 个日子以来,我写下超过 400 篇大小、长短不一的文章,现在收入本书的,是精心挑选重新整编的 103 篇。

我要谢谢“时报文化”莫昭平总经理的慧眼,林馨琴总编的无情逼稿,以及主编俊斌和编辑怡文的用心,让这本跨越五年写作时间的书稿,最后还能看起来像个有机体。唯一感到抱歉的,是原始在网络上

发表的文章,常常会加上一些超链接,现在收进纸本书以后,为了阅读的专一得要抹去。还好“老猫学出版”网站还在,这些整编过的文章也不会因为成书而封锁,原始链接仍然可以追查得到。

在这个实体和虚拟交会冲击的时代,出版这样一个纸张书编辑的经验谈,会不会只是徒劳的努力呢?也许明天我们再也不需要跟纸张打交道了?纸张书的阅读率江河日下,电子书的未来迟迟不见芳踪,编辑的技艺会不会最后成为“屠龙之技”,无可施展呢?回头检查自己的文章,还好我的写作习惯大部分都是讨论本质问题,我也常常回溯历史,用比较长期的视野寻找事物变化底层的结构。所以有些篇章即使时过境迁,仍然有留存的价值。如果你手上正拿着这本书,但愿你也能赞同。

出版产业现在面对的是三种形态的竞争,硬体的、软体的,以及生活形态的。硬体竞争像电子书阅读器,通常是大家最关心的焦点,但其实影响最小,因为只要是表现同样的内容,我们就得需要同样的编辑,处理同样的事,这个行业,甚至技能,几乎都是雷同的。比较麻烦的是后两种竞争。

软体竞争是不同形式的内容,例如资料库形式的百科,取代了纸张书的市场。所有资讯性、检索性、频繁更新的内容,纸张书都缺乏竞争力,这个威胁会把原本靠纸张书解决问题的需求,转移到网络上,你不会看到一个电子书取代了市场,而是一个网络服务使市场位移。而这里的工作技能,多半是传统编辑陌生的。

最大的麻烦则来自生活形态的竞争。我们,尤其是新生代,已经把大量的生活时间消耗在网络上,这是根本的替换,我们还没看到任何竞争产品,读者就不见了。因为大家都去过网络生活,而遗忘了纸张书的魅力。最糟的情况,甚至人类文明也会受到冲击。我很难想象一个整天挂网的读者,有机会在网上读完一部《认识媒体》(猫头鹰出版),更别说是难读到像《资本论》那样的书了。这些书需要默读、沉

思、反刍、细想。而强调快速、多元、立刻找到人的网上环境，却是阅读这种书的杀手。

如果未来的生活形态，迫使思想家一辈子的思想结晶最后无法用书的形式出版，并引人思考，那么人类文明就会面临空前的变局了，这时候恐怕出版这一行到底还在不在，也不重要了。从这个角度看，你手上这本小书保留的也许不只是一种古老的技艺，而可能更是一种对书的眷恋吧。

最后我要谢谢太座大人，这几年多亏她的包容与无条件的赞美（加鞭策），我才有机会持续这无休无止的写作苦行。她是这本书最重要的推手；我的爸爸、妈妈则是这本书最本源的动力来源，他们给了我一个容易接触书的环境。我要把这本书献给在天上的爸爸和在台东老家的妈妈。

2007 年 11 月 31 日于台北

目 录

第一篇 新手入门

第一章 出版业的秘密

出版字源学	3
故事、故事、故事	4
一个人的火车头工业	7
对出版理想最大的辜负	9
(美国)大学出版社的商业化	12
经典是如何炼成的?	14
为什么新书越来越多?	16
为什么书会越做越厚?	18
书为何会绝版?	20
出版业的矛盾与统一	21

第二章 给新手的八堂课

如果你想进出版业	23
创意编辑:我的编辑入门推荐书	26
出版辞典:前置页	28
出版辞典:印张	29
出版辞典:清晰度	32

新手编辑(几乎)一定会犯的错	33
新手容易误会的事——海报清晰度	36
如何扫描图片?	37

第二篇 编辑实战现场

第三章 排版是你必须知道的事

编辑可以不知道排版吗?	41
出版辞典:易读性	43
读不下去的版面	45
段落的秘密	47
中英文排版差别	50
为什么你必须知道美编如何排版?	52
为什么美编做的颜色印不出来?	55
出版辞典:页码	57

第四章 老师不会教的实战技巧

编辑还有在做编辑吗?	59
亲爱的“也是无奈小编”	61
文字工作也能做进度管理吗?	64
为何会出现离谱的错别字及其解决方法	67
如何让你的出版计划更准确?	69
DK 风格	72
编辑的决断	76
编辑效率的秘密	77
想出书,该怎么对出版社提案?	77
我所知道的封面设计	80

我所知道的腰封设计	81
一本书在达尔文世界	83
一页 20 行的秘密	85
“单页起”的缘由,以及为什么我们不重视	87

第五章 编辑也要谈钱

书的损益平衡试算	91
谈钱是编辑的责任	94
照面积算	95
预付版税的数学和哲学	97

第六章 如何做翻译书?

为何坏翻译始终无法绝迹?	100
改稿改到挂	102
保证可以找到好译者的发译指南	105
编辑与译者的关系	109
编译同盟	110
译书和跑马拉松	113
如何找专家解决疑难?	114
思果的遗产	116
要不要附原文?	118
翻译稿费要等书出版以后才能领?	120

第七章 编辑禅:有些事只能靠领悟,光是知道 并无用处

如果你想做编辑	122
编辑工作到底有何乐趣?	124
编辑这一行	126
钓鱼、打猎、种田和经营博客	127
20年编辑生涯悟一词:对比	129
一个编辑的成长	131
如果有理想,你就得准备好付代价	134

第三篇 出版业的生存竞争

第八章 营销:印书容易卖书难

图书营销的第一课	139
出版辞典:书名	141
到底要怎样才能定出有力量的书名啊?	142
社会能量与经典营销	144
一本书为什么会卖?	146
如何预测并量化一本书的销售潜力?	151
最会卖书的人	153
如何发传单?	155
“常有人买出国”:有意思的店招	156
“好书会自动贩卖”时代之消逝	158
现在谁决定了畅销书榜?	160

第九章 出版经营

出版社的“钱坑”	163
----------	-----