



出版像“苏超”，有套路无世故

7月至8月,天气在持续发热,“苏超”在持续发热,“书超”也在持续发热,我的头脑也在发热。我在滚热的天气里到苏州参加江苏书展,到重庆参加中国书博会,到上海参加上海书展;每当夜半三更,便躲在凉意十足的空调房里读《苏超来了》的样章、样稿、样书,心头“热痒痒”的,尽管身上凉丝丝的。

“苏超”球员基本以草根为主,有鲜衣少年,有退伍老兵;有卖蟹农民,有商店小工;有西装革履的经理,有高帽白衣的厨师,因为参与者众,导致观看者巨。本期作者汪修荣是资深的华东老出版人,阅历丰富,编稿无数,而李淑云则是刚成熟的华西地区的年轻女编辑;汪总写的是为老一辈文学大家、数十年供职于《文艺报》的吴泰昌先生编稿的往事,李淑云写的是为网络作家阿耐策划网络文学图书的奇事。“编辑故事”这个栏目的作者如同“苏超”球员,参与者众、包涵区宽、分布面广,越来越多热爱出版的从业者加入到了我们的队伍中来。

“编辑故事”中的故事都不复杂,但简单的故事却包含了至简的大道。汪总谈到编辑“四要”,可谓一生心得要诀,即“策划、编选出一本有价值的书,要了解作者和作品,要了解读者与市场,要有自己的想法与创意,要有编辑的眼光和整体策划”。他以40年编辑经历为我们送来了宝贵的经验。

李淑云从业经历不长,但成长迅速。我上个月在成都为新华文轩出版集团做讲座,现场听众之一便是四川人民出版社的年轻编辑李淑云。她和一些年轻编辑拿着《做书——编辑那些事》要我签名,简单交流后令我大吃一惊:她原来就是一年前我多次推荐的四川人民出版社《低头思故乡》的责任编辑,我于是在讲座中5次以《低头思故乡》为例,讲我对今日出版的看法和心中好书的模样。李淑云来稿还成就了我的件美事:我在“编辑故事”这个栏目中,第一次同时俘获了一本书的作者和编者——浙江人民美术出版社的总编辑况正兵和四川人民出版社的李淑云,并一下子把他们纳入“编辑故事”微信群中,从此与群众共欢乐。

——主持人 徐海



李淑云

当编辑的17个年头,目前代表作可能还是自己策划的第一本书——阿耐的《欢乐颂》。图书出版时我不到27岁,进入出版社两年多,从社里的数字出版部转岗到文学编辑室大约一年。

现在回望那段过程,真可谓是“金手指开局,出道即巅峰”——我至今还没策划出比《欢乐颂》销量更高、名气更大的作品。

2010年,我25岁,在四川文艺出版社数字出版部“打了一年酱油”。现在看来,那时候的工作是相当轻松且愉快的。但当时年轻的我,有时会为工作上鸡毛蒜皮的事情烦心,甚至会哭一场。那时,我在微博上无意中瞥见阿耐正在连载的《欢乐颂》,感觉就如同邱莹莹、关雎尔遇上了樊胜美、安迪。

每个工作日的晚上十点一过,阿耐准时在网上更新三四千字的《欢乐颂》。追看《欢乐颂》连载,成了我工作一天下来最大的期待。我看小说,不管是武侠还是言情,都会嗑CP,但我对《欢乐颂》里的CP都无感,估计是作者写得太现实。吸引我的,主要是五个女孩子的成长和爱情交织的情谊。离开学校已有一段时间,自己在工作并未结识到那么多的朋友,心里的失落感、对工作的不胜任感,当时的我都能《欢乐颂》里找到慰藉。

仅仅追看《欢乐颂》连载还嫌不过瘾,我几乎将阿耐所有的作品统统找来。实体书找不到,就趴在晋江文学网、阿耐的

吴泰昌先生是我的老乡。知道他很早,认识他却是很晚的事。

作为一个土生土长的当涂人,上大学之前我一直生活在离县城几十里外一个偏僻的小山村里,是一个真正的乡下人。18岁那年,因为参加高考,才有幸去过一次县城。后来外地上大学、读研、工作,也只是县城的一个匆匆过客。工作之后,因为职业的缘故,与一些老家的作家文人有了更多的交往与合作,老家的文友时常向我提到家乡的两个文化名人,一个是电影导演苏里,另一个便是长期活跃在文坛的吴泰昌。虽然久闻吴老师的大名,又是老乡,却一直无缘相识。

我与吴老师相识,也是因书结缘。

大约在2014年前后,吴老师向一位同事提出,希望在江苏文艺出版社出版他的书。然而因种种原因,这一愿望一直未能实现。一个偶然的机会,我与吴老师相识,得知我也是当涂人,吴老师非常高兴,握手的力道也大了许多。他是那种热情爽朗的人,声音洪亮,一头向后披散的灰白长发颇有几分艺术家和诗人的气质。吴老师得知我一直文艺社工作,便自然地提及这本搁浅多年的图书,希望我能亲自操刀,早日“玉成”其事。吴老师既是前辈,又是文坛宿将,纵横文坛几十年,在文学界具有广泛影响力,还是我的老乡,于情于理,于公于私,我都觉得有责任完成他的心愿。我答应先了解一下情况,然后与他沟通,尽自己最大努力积极推进。

吴老师在《文艺报》工作数十年,既是职业报人,又是作家和评论家,与当代许多一流作家学者过从甚密,有过大量的合作,不仅写过很多散文、评论文章,还发表过一系列著名作家学者的人物印象记,出版文学评论、散文集《梦里沧桑》《文苑随笔》《吴泰昌散文》《文学情思》《我亲历的巴金往事》《我认识的钱锺书》等20余种,其中《文艺轶话》曾获新时期全国优秀散文集奖。这些作品具有史料和文学研究的双重价值,在文坛产生很大反响,可谓成果丰硕。

为了完成吴老师的心愿,我决定先做功课,全面了解一下吴老师的生平与创作。我开始四处搜集资料,为了支持我的工作,吴老师把他手边保存的十多种著作悉数寄给我,供我参考。他的信任与支持,不仅给了我很大的动力,也给了我极大的压力。我不敢马虎,立马放下手中的活,开始认真阅读吴老师一本本大作,前后花了两个多月的时间,把作品内容大致浏览了一遍,对其主要创作成就、创作风格、创作内容和创作历程有了大致的了解。

如何完成吴老师交代的任务,交出一份让作者满意的作业,我开始了认真的思考。我想这份作业不仅要让吴老师满意,还要让读者和市场满意。对此,在认真研究其作品内容和市场的基础上,我进行了认真的思考与策划。吴老师最初的想法是以每个名人为主,出版一套书。三联书店曾为吴老师出过一套“亲历大家丛书”,包括巴金、钱锺书、朱光潜、冰心、叶圣陶等人,一人一本。通过两个月的阅读和研究,我感觉时过境迁,出版市场已经发生了巨大的变化,吴老师最初的设想已经不太合适。原因有四:

第一,完全按初版思路一人一本,内容相对单薄,而且原书系一篇篇文章汇编而成,只是不同时期文章的汇集,不仅缺少完整的体系体例,而且许多文章内容上相互

编辑“四要”

——我为吴泰昌先生“编书”

□汪修荣

策划、编选一本有价值的书,要了解作者和作品,要了解读者与市场,要有自己的想法与创意,要有编辑的眼光和整体策划

重复,甚至矛盾。有些文章是特定年代写的,今天的情况已经发生了很大变化,这些文章显然已经不合时宜。

第二,图书市场已经发生了很大的变化,读者对内容的要求越来越高,希望每本书能提供更丰富更有价值的内容。如果原样出版,难以满足读者的阅读需求,无法吸引读者的兴趣。

第三,成本也是必须考虑的因素。一人一本至少要出五六本,这对出版社来说导致成本上升,而市场并不太乐观,性价比不高。

第四,照原书出版,只是简单重复,给读者提供不了任何增值服务,也不会有任何影响。对编辑来说,创意是出版的灵魂,市场与影响才是一本书追求的终极目标。

鉴于上述几点考虑,我决定把书的内容全部打散打乱,根据我对市场和作者创作的理解,重新提炼、浓缩、编选,新瓶装旧酒,“生发”出一本真正的新书来,给人耳目一新的感觉,让人感觉是一本真正意义上的新书,体现出编辑和出版社的策划与创意。

我把这个想法与吴老师做了认真坦诚的沟通,也许因为老乡的缘故,吴老师对我充分信任,一口答应,表示完全理解,让我全权处理。得到他的授权与鼓励后,我决定亲自操刀,担任这本书的策划与选编工作。

编辑是一个杂家,必须面对各种各样的挑战。编辑的劳动是一种复杂的创造性劳动,编辑的专业能力和主观能动性体现在编辑的创意与策划思路中,体现在把普通变为不普通,把大众菜做成特色菜和品牌菜的过程中。针对不同选题,有时要为作者提供创意,帮助作者构思、修改、加工书稿,有时要为作者提供选编与策划。为作者选编书稿也是一种极富创造性的劳动,从作者众多作品中,策划、编选出一本有价值的书,要做到以下四点:

第一,要了解作者和作品。

第二,要了解读者与市场。

第三,要有自己的想法与创意。

第四,要有编辑的眼光和整体策划。

基于这一思考,我又花了一个多月时间整理思路,提炼主题。考虑到吴老师大部分作品都与当代文坛那些著名的学者、作家有关,许多文章都是这些名家的印象记,以及他们之间的合作交往和交流探讨等,而这些名家的创作与经历又与当代文学发展史息息相关,他们每个人的经历如同一幅画,而这一幅幅画集中在一起便组成了当代文坛长长的画廊,而吴老师作为亲历者,参与并目击了这一历史进程。这正是这本书的价值之所在。

于是,我以吴老师与众多名家交往以及印象记为主

我策划的第一本畅销书是这样诞生的

□李淑云

报选题。黄社长在听取了胡总对作品的市场判断后,批准了这个选题。

我们在版税和首印量上拿出了最大的诚意:主动提出首印5万册、版税10%的条件,想一击即中。我们都看好这本书的市场潜力。对这本书倾注了那么多热爱,我绝对无法做到和心仪的作者讨价还价。这个版税,是我从业以来签得最高的。多年后,我成为了一个成熟的编辑,依然不喜欢和作者讨价还价,但遇到困难时,我会主动寻求作者帮助,以较低的价格签下稿子,这并非不是有意压榨作者,而是为了留足营销空间或者把更多资金投入印制。

2012年5月,我们双方签订了出版合同。除了《欢乐颂》(三季)外,我们还签下了阿耐的《都挺好》《不得往生》(电视剧改名为《风吹半夏》)。我的第一次策划签下的三本小说,后来都成了爆款电视剧。

在思考图书形态时,我想到了一个点子:将连载期间读者的精彩评论收录进书中,放在每一章节之后。《欢乐颂》在晋江文学网和阿耐博客连载时,有众多读者追捧,评论区里不乏高质量的讨论和见解。我觉得这些评论本身就是作品魅力的延伸,甚至有网友留言说“评论也是《欢乐颂》的一部分”。我向阿耐提出了这一设想,她听后非常认同。阿耐表示,读者的这些评论给了她继续写作的动力。为此,阿耐把她晋江文学网账号的用户名和密码都告诉了我,我终于实现了很多粉丝在评论区的高频留言“钻进作者大大的存稿箱”。我登录阿耐的晋江账号,逐条浏览评论,筛选出有代表性的评论,然后将它们一一复制粘贴到书稿相应章节之后。现在回头看,初版《欢乐颂》的装帧设计真是非常一般,唯一可取之处或许就是收录了那些读者评论。

图书出版后,阿耐在她博客上写了这么一段话:“我在写《欢乐颂》时候经常说,这篇小说要与评论一起看,映照着看,不看评论是一大遗憾。幸好,编辑好姑娘也认同我的意见。于是有史第一次,网友们的评论与我的文字一起印在书上,终于满足了我这个网络作者出书以来一直心存的一个愿望。曾有人采访问我,为什么热衷网络写作。我的回答是,喜欢与网友的即时交流。我在写作时单纯投入的是性情,而网友们待我也以单纯的性情。因此不免彼此有一拍即合,也有齟齬破裂,各种七情六欲,但都是性情自然流露。这就是网络写作与网络阅读的魅力。”

因很爱这本书,所以,最早的营销活动是在签合同的当



汪修荣

线,分类编排,串成了一部一个人与一个时代重要作家学者的交往史,吴老师一个人的亲历以及与众多名家交往的历史,恰恰组成了个人的文学史。从某种意义上说,也是一部当代文学史的缩影。几经筛选、调整,最后我按这个思路从大量作品中完成了选编重构任务。几经调整、完善,我把拟定后的目录发给吴老师浏览审定,很快他就来信表示十分高兴,完全赞成,认为这个编排和视角很新颖,突破了单纯的个人印象记,既是他个人的,又是众多作家学者的,也是时代的,更是属于历史的。

为了编好这本书,我和作者反复电话微信沟通。吴老师年事已高,视力欠佳,不擅长打字,经常给我发来大段大段的语音。在北方生活了几十年,他的语音已经非常接近北方标准普通话,中气很足,常常声如洪钟。热情而乐观,从这些已经北方化了的语音中依稀能捕捉到一丝故乡当涂话的韵味,让人亲切而感动。

书名也是令编辑头疼的难题。目录拟定后,发现却没有一个合适的书名。于是集思广益,起初社里编辑想了五六个书名,都比较平庸,缺少冲击力和新颖性。在如今这个信息爆炸的时代,有时一个好的书名就可能决定一本书的生死。吴老师原来的书名很一般,编辑想的几个也不太令人满意,我觉得需要给这本书取一个既贴合内容,又有新意的书名。一段时间,我冥思苦想,想了几个书名均不满意,考虑到吴老师纵横文坛五十年,与众多作家学者交往几十年,从众多书名中,最后我确定了一个我认为比较合适的书名:《亲历文坛五十年》。吴老师听说后非常满意,我也颇为欣慰,觉得这个书名还是比较适切的,既能涵盖内容,又有广度与深度,还具有作者个人色彩,让人感觉完全是一本新书。

经过前后半年多的努力,2017年,一本散发着油墨味的精装新书正式出炉,设计精美,颇有文化气息。接到新书后,吴老师非常开心,也十分满意,认为是他迄今出版得最好的一本书。他把新书送给朋友,得到一致好评。

完成这一任务,我既欣慰,也有很多感悟。作为一个成熟的编辑,不仅要会组稿、懂策划,还要善于帮作者完成创意,甚至帮作者选编内容以及取书名,做好全方位的服务。本质上,出版就是一种文化创意与文化服务。出版无止境,对编辑来说,时代在变,市场在变,作者在变,读者也在变,唯一不变的是变化本身。只有不断学习,不断创新,因时制宜、因书制宜、因人制宜,才能与时俱进。进入AI时代,作为一种职业、编辑永远在路上。

(作者系江苏凤凰文艺出版社原总编辑)

月。那时候,我还没有“营销”这个概念,完全出自本能,就是想让自己喜欢的书被更多人知道。阿耐的读者当时不算很多,但黏性很强,于是我挨个给豆瓣上标记过阅读阿耐作品的用户发送豆瓣,告知他们《欢乐颂》即将出版的消息。2012年5月29日,我收到了一封豆瓣,对方说她是当当网的小说采购,可以重点谈。2012年8月,我在豆瓣上建立了阿耐的小组,至于建阿耐QQ群和微博上的书友会,我忘记时间了。由此,我认识了一些阿耐的粉丝朋友,他们热心地给图书写评论,宣传这本书,有个粉丝是报社的,《欢乐颂》上市后,她做了一个整版。更别提我因发豆瓣而结识的当当网采购的粉丝,在电视剧开播前,她对图书的销售起了至关重要的作用。

我们给当当网做了《欢乐颂》签名版,还有独家赠品,一个粉色的笔记本,当当网采购了3000套(一套3册)。2012年11月图书上市后,《欢乐颂》的海报在当当网首页呈现。这是我后来十几年,再也没有遇到的殊荣。图书上市当月,当当网销售了1000余套。这个销量,当时的我觉得不尽如人意。但其实,我现在努力做的图书,基本上也达不到这个月销量。

2016年,《欢乐颂》电视剧大爆,销售顶峰时,一个月开卷监控超过5万套。电子书热销,收入数百万元;有声版权出售给中央人民广播电台;图书版权输出到韩国等。《欢乐颂》入选2016年度“大众喜爱的50种图书”。

我属牛,那时候,可能真有“初生牛犊不怕虎”的勇气。入行之初就成功做了喜欢的作者的编辑,这在很长一段时间内都激励着我,为喜欢的人和喜欢的书付出,真的太幸福了。在和阿耐的多年交往中,阿耐亦不时提点我为人处世,对我帮助很大。后来我回望这次经历,都不敢相信自己竟然拥有过那么好的运气。

稍微有点阅历后,我才明白,整个策划中,关键人物不是我,而是当时的总编辑胡焰和社长黄立新。面对一个年轻新编辑的选题汇报,胡焰总编辑第一时间看原稿,不到一周时间看完近百万字,黄社长和胡总编果断决策,在稿酬上以最大的诚意打动了作者。我不敢说自己是千里马,但他们肯定是伯乐。

在这本书之后,我经历了一些低谷。我在想,或许人生的运气守恒,我已经拥有过那么好的运气,所以,后面的日子哪怕付出很多收获很少,我也能坦然面对。在走出那段低谷后,好像默默的努力又积攒起来了一些好运,于是,又有了新的好书的故事,就今后再分享吧。

(作者系四川人民出版社编辑)