

■ 出版背后

“前途丛书”：
根据读者需求进行编辑

□ 本报记者 张君成

无论是大学生还是刚刚参加工作的新人，存在着大量错配和走弯路的现象，造成了人力资源的浪费。如果他们有机会早一点了解各个职业是做什么的，各个职业内部的景象怎么样，或许能够帮助他们找到一生受益的职业。

不久前，得到图书策划的“前途丛书”由新星出版社正式出版。这套写给当代人的职业选择指南共12本，涵盖十二大热门职业——教师、医生、律师、心理咨询师等。丛书推出后，受到了读者的欢迎，定价598元的全套丛书，在一个多月的时间里销售高达1.5万套。得到图书事业部总经理白丽丽在接受《中国新闻出版广电报》记者采访时，分析了该套图书成功的原因，即用优质的内容来满足读者真实的需求。

邀请行业顶尖高手参与

问到丛书的策划缘由，白丽丽表示理由有二：一方面，得到图书发现，各行各业高手的经验和智慧，没有专门的书籍来记载和展现，简而言之就是没有在社会上沉淀下来。另一方面，纵观中文图书市场，系统介绍各个职业的图书并不多，而在日本等国家，成套系的职业指南书系早已是青少年及大学生群体的标配，因此当下年轻人或许需要这样一套书。白丽丽说：“这样，我们从供方和需方两个角度一看，策划一套我们自己的职业指南就提到了日程上。”

策划之初，得到图书希望邀请各行各业的一线高手来讲自己从事的职业是怎么回事，有什么经验可以分享，如何从入行、进阶一路做到高手的。因此最大的难点，就是如何找到各行各业的顶尖高手，并且说服他们参与。

一方面，很多职业里面分类非常复杂，选什么样的高手最能代表这个职业，是摆在白丽丽和团队面前的第一个问题。白丽丽说：“比如医生，既有心脏病科、神经科、骨科、妇科等科室医生的区别，又有三甲医院和普通医院医生的区别，更有一、二线城市和三、四线城市医生的区别。怎么能选出最合适的人是非常棘手的问题。”另一方面，有了合适的目标人选，如何去触达也是一个问题。白丽丽坦言，幸好有得到的几千万用户，他们动用了得到公司内外的人脉寻找并邀请行业高手。

在这个过程中，整个团队也非常重视关键人物的选择。在白丽丽看来，所谓关键人物，就是能代表这个职业，专业过硬，愿意主动帮助找到其他合适的同行。“在多个职业里，我们找到了这样的关键人物，最终邀请到了12个职业的54位行业高手。而且在主要的类型里，都组成了4到5位高手的豪华团队，扩大职业覆盖面。”

比如在《我能做律师吗》一书中，诉讼律师方面邀请到了从事商事诉讼的通商律师事务所的合伙人李洪祺，以及从事刑事诉讼的紫华律师事务所的葛鹏起；非诉讼律师则邀请到了业界元老、君合律师事务所创始合伙人肖微，擅长资本市场业务的大成律师事务所高级合伙人李寿双，以及擅长数据安全等业务的世辉律师事务所合伙人王新锐。白丽丽说：“其他行业也是按照这个思路进行配置，希望能将行业顶尖从业者的经验以全景的方式展现给读者。”

以问题为线索组织内容

一本书的内容编辑最忌讳的就是脱离读者，编者自说自话。为此，白丽丽和团队对于编辑始终坚持一点：按照读者的需求进行编辑。白丽丽说：“我们不是拍脑袋来做内容的，而是先征集读者进行调研，找到读者的需求，了解大家想知道的一个个真实的问题。”

此外，很多职业有其复杂性，内容如何取舍也是难题。对此，白丽丽和团队为整套书搭建了统一的结构：行业地图、新手上路、进阶通道、高手修养、行业大神和行业清单。白丽丽说：“在这个内容框架下，将每个职业的最大公约数放进来，不在主线上的内容就不放。比如软件工程师，就是写代码、做测试、改Bug、设计程序等。除此之外，每个细分领域的内容，都不再呈现，而是通过书单的方式，让读者去读更专业的内容。”

在编辑方式上，团队不是找行业高手约稿，然后等上几年再来出书，而是编辑部约采访，根据前读者反馈的问题制作提纲采访写作。白丽丽说：“我们以问题为线索组织内容。比如‘如何判断自己适不适合当医生’‘教师是不是一份清闲、稳定的工作’等。”

采访后梳理文字是第一步，接下来编著者还要根据访谈的内容做好分类，并重新撰写文本，写完请受访者一一确认。白丽丽表示，团队之所以坚持重新撰写文本，是为了以最短篇幅呈现最有价值的内容。这就给团队提出了更高的要求——怎么能用2000字左右的篇幅交付一个解决方案，怎么能写得言简意赅又切中要害，怎么能吸引读者一直读下去，怎么能在不同行业高手的建议之间取得平衡，都需要编著者仔细考量。“好在我们经过了近一年的摸索，形成了‘前途丛书’文稿的标准，也沉淀下了一套知识萃取的方法论。”

此外，为了方便读者阅读，团队在细节方面也很注意，如很多篇幅小精悍的文章之间穿插着的彩色字，是编著者专门加入的文字。白丽丽说：“这是在读读者觉得疑惑的地方为其指路，在他们略感疲惫的地方提醒其休息，在读者可能错过重点的地方提示注意……最后，在行文中，我们还加入了导游词来陪伴读者。总之，我们会和行业高手一起陪着读者，完成这一场职业进阶之路。”

名編妙策(九)

重剑无锋 大巧不工

——大型文集出版的路径与思考

□ 郭文礼

在中国现当代文学艺术史上，涌现出一大批具有较高思想和艺术水准的大家，对他们的作品及研究成果进行总结出版，是对文学艺术史客观的记录，可为之后的创作研究提供最基础、最翔实的文本。故可以说，名家文集或全集的出版是一个文艺出版社的必修课，体现的是出版社的眼光、气度、品牌和实力。笔者结合从业10余年的心得，概要与诸君分享一下大型文集出版背后的路径与思考。

大型文集是文艺社的“镇社重器”

据相关机构统计，目前国内已出版的现当代知名作家、艺术家的个人文集有数百种之多，耳熟能详的有人民文学出版社的《王蒙文集》《陈忠实文集》《毕飞宇文集》，中国戏剧出版社的《曹禺文集》，哈尔滨出版社的《萧红经典全集》，江苏凤凰文艺出版社的《鲁迅文集》，生活·读书·新知三联书店的《杨绛全集》，北岳文艺出版社的《沈从文全集》，花山文艺出版社的《田汉全集》，上海三联书店的《木心全集》等。这些名家大作已经成为各出版社的“镇社重器”，读者谈到某出版社，就能想起那些知名的文集，出版者与作者实现了芳名共享、互促互进。

笔者认为，大型文集对于出版社的意义有三。

其一，责任与眼光。对名家作品进行总结出版，赓续文化血脉，积淀文化基石，是出版社的使命所在，是必须承担的文化责任。同时，选取哪些名家名作进行出版，也考验着出版社的眼光。特别是对于地方文艺社，除了把目光盯在本省域的作家艺术家身上之外，是否有慧眼识得全国性的大名家，眼力是一项重要的考量。

其二，定位与传承。每一家出版社都有其独特的气质，这种气质是其多年的出版定位和风格所决定的，具有延续性和传承性。如笔者所在的北岳社，以民国北派武侠小说为优势，建社近40年来，《还珠楼主全集》《白羽武侠小说全集》《王度庐作品大系》等已成为金字招牌，不断再版，奠定了在行业的一席之地。

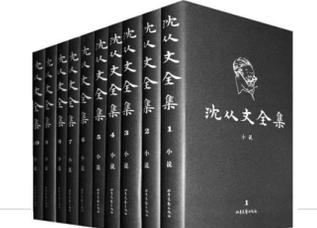
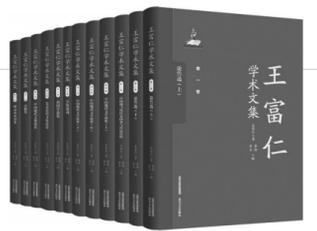
其三，实力与能力。出版大型文集，是一项耗资大、周期长、见效慢的系统工程，既要有充足的资金作为保障，又要有一支具有工匠精神的专业编辑队伍，可以说是实力与能力的综合体现。也正因此，各文艺出版社都高度重视大型文集的出版，通过大项目运作，持续不断锤炼队伍能力，塑造品牌形象，形成长久影响。

编辑素养是决定大型文集成为精品的基础

笔者所在的北岳社做了不少大型文集项目，在编辑出版过程中，一个深刻的体会是，编辑素养决定了大型文集项目的成败，人才在项目进展中的决定性作用反映得尤为明显。一套大型的文集，必须有一个强有力的团队来承接，



扫二维码，听北岳文艺出版社社长、总编辑郭文礼谈大型文集出版的路径与思考。



这个团队的每一位编辑都应该是多面手，具有优秀编辑的综合素养。

一是要有敏感的策划能力。如北岳社在2018年出版《王富仁先生学术追思集》时，责任编辑王朝军被王富仁深厚的学养所打动，职业敏感让他有了为王富仁做全集的念头，辗转与王富仁的弟子李怡、宫立二位教授取得联系，双方志趣正合，经过3年编撰，9卷本《王富仁学术文集》于2021年面世，并一举捧获第八届中华优秀出版物奖。

二是扎实的编校能力。如在《李健吾文集》的编辑过程中，复审席香妮发现编辑将“窳败”一词改为“衰败”，她并不认同这种随意滥施刀斧的做法，进行反复查证，作者确实用的是“窳败”，当即还原了作者用词，并对责任编辑进行提醒更正。

三是灵活的沟通能力。沟通能力与编校能力一样，都是编辑的基本功，编辑需要与作者心灵相通、平等对话，作者才能把书稿放心地交给出版社。好编辑与好作者是互相成就的，大家熟知的周振甫与钱锺书因学术而相亲，因志趣相投而相交，成就文坛佳话。

四是专业的学习能力。业内人士常说，编辑必须成为杂家，不断在干中学、学中干，学习的能力异常重要。如在《郭汉城文集》的出版中，责任编辑谢放深感郭汉城作为对中国戏曲理论界泰斗，对地方戏曲剧种研究颇深，要想高质量编辑好这部书，必须先从学习戏曲知识做起，做一个懂戏爱戏的编辑，才能对书稿进行更加有效的加工整理，最终这名编辑成为了一名资深票友，还和很多戏曲界专家相处成了忘年之交。

可以说，以上4个方面的能力构成了编辑执行大型项目的支柱和脊梁，也成为文集项目是否可以成为精品出版物的基础和关键。

北岳社在大型文集出版方面的实践

北岳社诞生在上世纪80年代，正是

文学蓬勃发展的时期，北岳社立足自身优势，拓展发展视野，深耕大型文集的出版，先后出版了《赵树理全集》《王瑶文集》《沈从文全集》《张恨水全集》《李健吾文集》《郭汉城文集》《贾植芳全集》《王富仁学术文集》等，在文坛不断掀起一波波浪浪，读者赞誉不断，业界亦亲切地称之为地方文艺社的“五朵金花”之一。

在大型文集出版方面，北岳社如武侯理念所推崇的，探索出一条“重剑无锋，大巧不工”的朴拙路径，可概括为“大、重、拙”三字真经。

何为大？即格局眼界要大。北岳社始终放眼全国做精品，以诚感人聚名家，经过不懈耕耘，“天星诗库”“格致文库”“有度文化”“香雪文丛”“北岳武侠系列”“北岳爱情系列”“走读大地系列”等在全国具有较深的品牌影响力，北岳好书风正飘出太行吕梁，徐徐吹拂在神州大地、万里江河。

何为重？即把重心放在与时代的同频共振上，为人民书写，为时代放歌。山西历史悠久、文化灿烂，从先秦的《击壤歌》的呼喊到荀子、韩非子的思想大成，从王维的诗到温庭筠的词、元好问的曲，从罗贯中的《三国演义》到傅山的《霜红龛集》，文脉相传，生生不息。进入现代，山西文坛涌现出著名的“山药蛋派”，北岳社将此作为重点，率先出版了赵树理、马烽、西戎等代表作家的作品集，在全国独树一帜。改革开放后，山西文坛迎来“晋军崛起”高潮，北岳社应时出版了李锐、张石山、张平、成一、蒋韵等作家的作品集，群星闪耀之下被评论界称为“山西文学现象”。近年来，北岳社积极参与“新时代文学晋旅”工程，在报告文学、先锋小说、生态文学等领域全面发展，如鲁顺民的“脱贫攻坚三部曲”树立了农村现实题材写作山西样本，进一步展示了山西文学的独特魅力。此外，在新时期10年陆续出版的“三晋百位历史名人传记工程”和“三晋百部长篇小说工程”近期圆满完成出版，构造了

山西文学出版的两部典籍高峰。

何为拙？就是谨记“大直若屈，大巧若拙”的智慧，沉下心来下足“笨功夫”。社里编辑们都深有体会，在大型文集项目的编选出版过程中，编辑必须要有绣花精神，一针一线不得马虎。编辑的责任和标准，不仅仅体现在版面格式、文字核准、注释规范等浅表层面，更体现在对文集内容的精准把控上，走入作者的世界，体会作者的创作艰辛，理解作者的态度观点，解读作者的精神世界，由浅入深，循序渐进，把这些都参透了、做实了，精品自然就产生了。正所谓“无锋应千招，不工解万刃”。

功夫不负有心人，万紫千红才是春。在北岳社几代人的接续努力下，北岳大型文集获得业界和市场的双重认可，两个效益均结出累累硕果。《沈从文全集》入选“十四五”国家重点出版物出版规划项目，《王富仁学术文集》获得第八届中华优秀出版物奖，《郭汉城文集》和《贾植芳文集》入选国家出版基金资助项目……《张恨水全集》伴随《金粉世家》《啼笑因缘》等影视剧的持续热播，畅销市场30年而不衰，至今还在不断推出新版。《王度庐作品大系》还索尼影业开发《卧虎藏龙》电视剧版本的消息而再度得到武侠迷的关注，再次圈了一批粉丝，网店订单源源不断，北岳文艺的品牌正在“精品为王”理念的加持下越擦越亮。

郭文礼 副编审，北岳文艺出版社社长、总编辑，山西传媒学院数字出版专业特聘讲师。长期从事编辑、策划及出版管理工作。主持策划的图书多次入选国家重点出版物出版规划项目、中宣部主题出版重点出版物选题及国家出版基金资助项目。

图书编辑“四忌”

□ 苏嘉靖

改，或因个人偏好、情绪带入、主观臆断而导致内容被删改、结构被撕裂。这些问题究其根源，都与任用“私意”不无关系。面对稿件中的知识盲区，缺少相关领域专业背景，又不想花费大量精力去求证，最终靠自我解读达成“和解”；针对作者创作的思路理念，不能移情入境做到换位思考，又不能客观中立坚持理性分析，最终凭个人偏好删、添、并、改。这是编辑工作的第一大忌，也是其他问题的源头起点。

二忌绝对肯定。必，期必也，是指依据自我判断而认定某种见解。有了“私意”，自然就会认定“私意”，导致抽象的意念化身为具体的错误。编辑一旦在处理稿件时带入“私意”，就会不自觉地将其真理化、指令化，接下来的工作顺理成章就以自己的主观判断为起点展开，进而化“偶然”为“必然”，进“私意”为“公意”，最终将稿件带向自己预设的方向。这是编辑工作的第二大忌，也是问题具体化的开始。

三忌固执己见。

同找不到锁眼的钥匙。因此，编辑是一项高度依赖经验的工作，树立编辑品牌离不开经验丰富的“老”编辑。然而，事物都有两面性。经验在带来“红利”的同时也易滋生弊病，如有些编辑在处理稿件时过于倚仗经验，遇到问题一不沟通作者，二不查源求证，三不接受质疑，以自我经验为本位盲目自信、摆“老资格”，工作中听不进不同声音，唯我独尊，最终陷入自我路径依赖。这是编辑工作的第四大忌，也是所有问题的最终归宿。

朱嘉靖认为，“意、必、固、我”实际上是相为始终的，“起于意，遂于必，留于固，而成于我”。也就是说，这4个问题本身就是一个恶性循环的过程：产生“私意”，就会认定“私意”，继而固守“私意”，最终为“私意”所困。对于编辑人员来说，工作中第一位的就是要“克己复礼”，这里的“己”可以理解为“私意”，“礼”则是应当遵守的规则规范、科学知识与行业操守。编辑拿到一篇稿子，先是向作者学习的过程，要以学习的心态对待文本的内容，坚持以科学论、不以态度论，以客观论、不以主观论，以专业论、不以喜好论；然后才是对稿件进行整理的过程，要以审慎的原则对作者和读者负责，做到不以“意”想，不为“必”拘，不因“固”执，不由“我”私。

四忌唯我独尊。我，私自也，是指工作自我本位且盲目自信。编辑工作要想做得好，离不开丰富的经验积累，没有一名优秀的编辑不是在海量的稿件编辑工作中逐渐成长起来的。没有经历过一次次发现问题、解决问题的千锤百炼，再丰富的学识也只能如