

編輯到底在幹嘛？——

## 我讀《編輯力》

文字工作者 ◎ 王乾任



**編輯力：**  
從創意企畫到人際關係  
驚尾賢也著；陳寶蓮譯  
先覺 / 9405 / 240元  
ISBN 9861340335 / 平裝

編輯就是連結——美國社會學家路易斯寇瑟 (L. Coser)

編輯是一種完整的人格——驚尾賢也

### ◆ 跨領域的編輯

說起編輯，可謂人人都知道，卻也不明瞭的一個職稱。編輯可以橫跨產業，一般都出現在出版業和書籍的生產製作有關，然而一般人對編輯的認識，大概僅止於此。至於編輯實際上在做什麼，我猜想很多人大概都和未入行前的我一樣不知道，雖然現在有老貓電子報，有編輯公園這些網站可以去，但對很多人來說，想要完整掌握所謂編輯這個跨產業的統括性職稱實際包含的所有業務執掌，大概不是很容易，不過也沒有必要。

多數人會對編輯這份工作產生好奇或興趣，是因為每個人多多少少都會和書、報

紙、雜誌扯上關係，因此，多少也會好奇，手上所拿的東西，到底是怎麼生產出來的？

但是一般來說，也僅止於此了。畢

竟，我們每天看的電視，住的房

子，開的車子，甚至喝的飲料，

哪樣東西不是經過一套複雜而難

解的工作流程所生產出來的？然

而，使用者或許興之所至，腦中閃過這

些東西到底是怎樣被生產出來的念頭之後，

又繼續安穩的過著自己的日子。對編輯工作

應該也是！

那麼，說起來會對編輯工作產生好奇和

興趣者，應該就是從業人員本身，對於編輯

工作有興趣，以及對書籍的愛好者，還有那些

因為愛看書，就誤把編輯工作當做終身志

業的文藝青年吧！可是要說編輯這工作是什

麼，還真是不容易！

除了出版社有編輯（大致上有企劃編

輯、執行編輯、文字編輯、美術編輯、助理

編輯、主編、總編），雜誌社、報社也有編

輯（採訪編輯、美術編輯等），網路世界更

是千奇百怪的網站內容編輯。因此，雖然統

而稱之為編輯，但實際負責的工作方向和內

容，以及忙碌的程度和工作速度都可能有十

萬八千里的差距。簡單舉例來說，百科全書

的編輯所負擔的工作內容，和流行時尚雜誌



編輯的工作內容，光想像也知道應該會相差很多！但實際上究竟差在哪裡？

#### ◆ 編輯是什麼？

因此，大家口中所說的編輯，到底是什麼？名作家簡媜和蠹魚頭，還有許多老編、小編，都寫過也探討過編輯這個工作，但是，是放在出版這個更大的議題之下，視為一個環節而產生的討論與介紹。要說完整而系統化的全方面介紹，臺灣的編輯們，似乎對自己的工作，還需要多一點深入討論和交流（聯經的《編輯臺上》雖書名有編輯卻是新聞工作者的回憶錄）。

也因此，這兩三年間臺灣出版界，推出了不少與出版和閱讀相關的書。像是美國出版巨人賽門舒斯特老編所寫的自傳體《因緣際會》（商智文化），出版社如何經營的《誰說出版不賺錢》（高寶國際），探討出版產業崩壞問題的《出版大崩壞》（尖端），甚至書籍封面設計的《書·裝幀》，書店經營的《書店風雲錄》（高談文化），還有網路與書公司接連出版探討出版產業與閱讀行為，乃自筆者對臺灣出版界初淺觀察的集結《臺灣出版產業大未來》（華文網）等。

因此，也該是時候有本讓人輕鬆入門的介紹編輯工作的書了！過去並不是沒有介紹編輯工作的書，但不是過於老舊，就是教科書般硬梆梆的操作手冊，讀來總是生硬了些。且對於沒有進入這行的人來說，會想去翻讀那些生硬的教材來認識編輯工作者，說起來大概很難吧。

#### ◆ 編輯做些什麼？

鷺尾賢也的《編輯力：從創意企劃到人際關係》，是一本不那麼嚴肅，不說教，以作者個人經驗和實例出發，貫穿編輯工作事務流程，詳細、親切而輕鬆的逐一介紹，編輯這份工作究竟在做些什麼？

鷺尾賢也，1944年生於東京，慶應大學經濟系畢業。原就職於大企業，卻在1969年轉職，半路出師，跨足出版，進入講談社。歷任《週刊現代》編輯、講談社「現代新書」總編輯、PR雜誌《書》總編輯，開創「選書技巧」書系，推出《現代思想的冒險家》（全31卷，該書有簡體中文版）、《日本的歷史》（全26卷）等著名書系企畫案；後出任講談社學術局長、學藝局長、董事，2003年退休。

編輯是什麼？鷺尾賢也認為，編輯是處理和書相關複雜事務的總和負責人。這個說法，和美國社會學家寇瑟認為，編輯的主要功能是連結，有相互補充之處。將兩者對編輯的定義綜合來看，編輯就是負責將和書籍出版製作有關的所有複雜人事物連結起來，使書即可以順利完成出版的一項工作。

出版這行，可以說極為不穩定。除了少數大型出版社外，多是低薪而忙碌。而出版卻也是極為有趣的行業，如鷺尾賢也所說，其特殊性在產品上，無論你是超級大的出版社或者是一人小公司，你所推出的產品（書），外觀上與進入市場的便利性上，大體上沒有太大差異（當然大小出版社進入市場所需要付出的成本與代價不盡相同，但只要能夠進入市場無論你是大或小出版社推出的商品都具有相同的外觀）。

鷺尾賢也認為，編輯是舞臺上的黑衣

人，是圖書出版的催化劑，是綜合一切的完整人格。而圖書市場已經走向不是只堅持做好書就一定會被青睞的未來，因此，身為編輯，必須了解其工作，從取材、企劃、邀稿、催稿、編輯實務（校稿、裝訂、版型、插圖、字體、封面、目錄、小標）、宣傳、發行、連絡作者，從無到有之間的創意發想和落實，不僅要有品質還要懂得照顧市場。

編輯並非作者，因此，與其說編輯是書籍的創造者，毋寧說是書籍的支持者。編輯要懂得支持、支援、照顧所有讓書籍可以順利生產出來的人（例如作家、譯者、美編、印務等）。所以，編輯不僅要細心，還需要擁有哄人技巧，總管雜務的能力，交際應酬的能力。編輯更像是個教育者與保健老師，是個協調者，聯繫不同出版環節。因此，一個好的編輯不僅要有才華，要有執行力，還要有高度商業意識。

#### ◆ 編輯的條件

鷺尾賢也認為，並不是愛看書的人，就適合當編輯。更不要因為喜歡書，就發願來當編輯。一個好編輯，必須要有旺盛的好奇心，視野開闊自認是外行人的代表，懂得如何向作者詢問所有外行人可能關心的問題。編輯個性必須健談、開朗、勤快，輕鬆、愉快且擁有及時實行反應的能力，在人際相處上以和為貴、外圓內方，對人有高度興趣，懂得如何博取他人好感。會交際應酬，永遠懷抱夢想，關心社會、時代與文化動向，且興趣廣泛。

老實說，幹編輯還真是不容易。不過鷺尾賢也所說的條件，必須自我檢視，有些必

須天生，有些則可以培養。然而，這已經是主編、總編或企編級的要求，當然從助理編輯開始的時候，就要有這樣的覺悟，缺乏特質的就盡快退出或者加強培養吧。

#### ◆ 企畫發想

編輯工作是一項從無到有的繁雜事務的總體連結，而一本書的成敗與否關鍵則在企劃案。因此，從一本書的取材企劃開始，就要能在編輯會議上，說服老闆與其他編輯，這個企劃案的可行性。

發想企劃力，是一個編輯優劣的關鍵。好的企畫不可忽略我們生活的現況，讀者的生活結構與閱讀興趣。好的企劃必須考量三點，第一、書的價值、意義、影響力；第二、實踐此書籍企劃的可能性；第三、該企劃所能帶來的利潤和銷路。唯有此企劃鐵三角能夠維持在等距的狀況下，才能設計出叫好又叫座的書籍。

#### ◆ 從邀催審校稿到出清與封面設計

通過企劃案之後，就要開始進行了。首先得從決定邀請寫作的作者開始，進行邀稿。邀稿之後，則要適時催稿、跟追進度，不要等到作者稿件一口氣交齊，才審稿潤稿。最好是和作者一邊寫的時，就一邊討論寫作方向，以便控管進度，也可及時修正。

待作者完稿之後，編輯要將文稿交付書籍排版、設計版型，至少三次校對文稿，出清、製作藍圖、發包設計封面、思考書名、打樣、發印、入庫、出書。

#### ◆ 圖書行銷規劃



現在的編輯，可不是書出完就算了，交給經銷商去鋪書，然後繼續下一本書籍製作。編輯還要懂得行銷企劃，撰寫書介、新聞稿、廣告詞、向媒體與書評人介紹推薦書籍、安排宣傳與造勢活動、管理庫存、計算再版與絕版時機。從書的出生到死亡，編輯都要一手照顧，說編輯是書的母親，一點都不為過。

#### ◆ 《編輯力》是本編輯工作指南

而關於上述諸多繁雜的編輯事務工作的細節和重要訣竅，鷺尾賢也在書中都有完整、系統而細膩的說明、解釋。例如企畫案發想的方向，讓作者接受邀稿的方法，催稿的訣竅和話術，如何設計書籍的架構、目錄，改稿與審稿應該把持的原則尺度，下小標和定目錄的訣竅，封面設計應該注意的細節（例如封面的觸感視覺印象）取書名下書腰文案的建議方向，都有詳盡的條列說明和實際個案解說，是本非常好用幫助編輯處理日常繁雜事務的參考指南。

#### ◆ 編輯的人脈

本書最後幾章鷺尾賢也談起編輯如何經營人際關係，維持人脈的想法和他自己過往幾十年出版經驗所累積認識結交下的作者和

合作夥伴的情誼。從文章敘述中，看的出鷺尾賢也對於日本當前編輯那薄弱的人際經營感到憂心。鷺尾賢也認為，編輯的特性是在統籌和連結所有出版事務中每個環節的人，因此懂得以其所謂「面的交往」，全方位的照顧作者和編輯之間的情誼是非常重要的。畢竟雙方的關係一旦開啓就沒有終止的一天，個性相合的作者和編輯，更容易建立起緊密的合作關係。

編輯是種藉力使力的工作，但是作者擔心新世代編輯熱衷自我關切，對他人的感受相當不在意。因此編輯和作者之間的情誼日漸淡薄，而流於行政公務，對於出版工作將是一大阻礙。這樣的提醒真是擲地有聲，編輯需要懂得照顧每個人的情緒和需求，懂得市場、懂得讀者、懂得老闆、懂得作者，和所有參與書籍製作者的辛苦，而加以協調安慰，使工作順利進行讓書順利面市的推手。

難怪總有人說編輯是為他人做嫁，真是一點都沒錯。然而文字工作卻有份魔力，讓人情願無悔的投入。而本書，則提供編輯們更有效率的處理日常工作，是本很好的參考指南。而對編輯工作有興趣或好奇的讀者們，也可以透過本書，一探編輯世界的究竟！