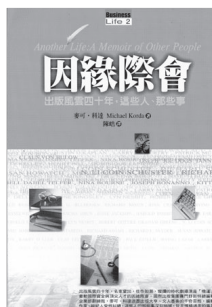




評介《因緣際會：出版風雲四十年，這些人、那些事》

青林國際出版股份有限公司專案助理

萬麗慧



因緣際會：出版風雲四十年，這些人、那些事

麥可·科達(Michael Korda)著

陳皓譯 / 商智文化

9102/350元 / ISBN 986796909X

首先我必須承認這確實是一本讓人讀起來非常愉快且具吸引力的書，已經出過《多采多姿》(charmed)、《權利！》(power!)、《直言不諱》(Man to Man)等13本暢銷書的作者科達(Michael Korda)，確實是一個擅長描述故事的人，書中作者科達依著年代的順序，從自己少年時如何經過各種困難進入了出版社，一直寫到當上塞門舒斯特出版社(Simon & Schuster)總編輯兼企劃部副總裁的40年經歷，文字幽默風趣、觀察絲絲入扣，即使不是從事出版業的人都會被本書生動的敘述風格深深吸引。

不同於一般作者的回憶錄經常只是作者漫無目的寫些過去的美好記憶或是豐功偉業，整本書包含了兩個清楚的脈絡，一個是作者對自己的描述，一個是作者對自己從事出版業40年來發生在周圍的人、事、物所做的描寫，相信這樣的安排絕對是一個資深編輯用心而為的成果。

在作者對自己的描寫部分，讀者看到了科達從年輕時經過種種關卡進入出版業，又在出版業因為哪些際遇和作為，漸漸成為可以

獨挑大樑的編輯，而後又因替雜誌社撰稿的機會，進而自己出版書籍，還成了暢銷書的作者，當然我們也看到科達真實而坦率的承認因工作的繁忙，造成自己婚姻破碎，到再度結婚的生活歷程，而真誠本身就是一個傳記足以動人的地方。

就像看每一本成功者的回憶錄，如果讀者想從其中發現科達成功的祕密，我想有自知之明和能發現別人的長處，正是科達通往成功之路的金鑰匙，例如：他的第一個上司亨利雖然是大家看起來不太成功的人，但科達卻能從他身上學到精確和忍耐力在編輯作業上的必要性；而在別人看來實在難搞的作者賈姬夫婦身上，科達學到了書籍也可以是一種商品的觀念……，正因為這樣的特質，科達才能在暗潮洶湧、鬥爭不斷的塞門舒斯特從基礎的助理編輯一路做到總編輯，雖然作者寫的輕鬆自在，但明眼的讀者可都心裡明白這可真不是件不容易的事。

另一個主線，則是作者以其在出版業40年的工作資歷，近身觀察出版業所做的描述，這一路寫來竟宛如一部鮮活的英美出版簡史。在人物方面，作者透過對各種不同職位的工作同伴的描述，生動的呈現了出版社中每個不同角色的工作內容與特色，像是各種編輯的特質：麥克斯·舒斯特(M. Lincoln Schuster)總能將複雜的賣點化成幾句膾炙人口的廣告短句、亨利·賽門(Henry W. Simon)對稿件的吹毛求疵、高立博的企圖心、熱情和想像力；經紀人也有不同的類型，像是科達首次接觸惡名昭彰的經紀人錢



普隆(Jacques Chambrum)；講義氣、重交情的歐文·賴沙(Irving Paul Lazar)等；更有對出版業內各種角色人物的描寫，像是管財務的里昂·辛金(Leon Shimkin)、優秀的行銷人員狄克·史耐德(Dick Snyder)，以及形形色色的作者。

當然，科達更對自己身為一個編輯，而對出版業中不同職位人員的互動有生動的描寫，如：編輯和掌管財物者的關係、編輯和經紀人的關係、編輯和行銷的關係、編輯和作者的關係等，這些都有助於對出版業生態不瞭解的讀者來增進對它的瞭解，對於已經在這個行業服務的工作人員而言，更是會打從內心產生一股與我心有戚戚焉的感受。

在事物方面，作者所處身的這40年，也恰恰在英美出版業界出現了幾次空前的產業革命，一次是平裝書的大量出現、一次是出版業的集團化，作者可說是躬逢其盛。作者以近距離的觀察，生動的描述兩次的革命對出版社和出版人造成怎樣切身的變化，平裝書造成大眾文化的流行，一個以白人知識份子為主導的「紳士產業」漸漸瓦解，集團化造成了編輯地位的一落千丈，從此「懂書不如懂生意」，一個以行銷人員為主的生態漸漸產生，讓作者與一干好友不經感嘆一個屬於他們的世代已經過去。

跳脫本書的內容繼續探討，在編輯方面，以中文版與原文版相較，會發現其在章節的設計上與原文有著些微的異動，小標的巧妙運用，對中文的讀者有提綱挈領的功用，算是一個非常有益於讀者閱讀的體例設計，另外一個想大加讚揚的編輯體例則是中文版的索引設計，對照中文版和原文版的索引會發現，原文版的索引只是以字母順序排列，並列出該名詞在書中出現的所有頁數，中文版卻是以人物出場的順序排列成重要人物的索引，在人物下面並做了簡短的說明，我想以編輯而言這個動作實在十分繁複，能以電腦代勞的地方不多，但是這樣的設計卻能讓臺灣不熟悉英美出版業的讀者，能在被書中一

堆人名搞得頭昏腦脹時有個參照的作用，但如果能將每次出現的頁數也一併標上就更完美了。

在翻譯上，由於譯者本身就曾任賽門舒斯特(Simon & Schuster)臺灣總經理、國際湯姆生出版亞洲業務總監，以其對於出版的專業，翻譯出來的文字自然是十分專業且順暢，只是部分語句中因中英文語法的不同，雖然在對照原文時發現譯者並沒有譯錯，但卻因為使用的不是中文的語法，而不免造成讀者小小的困惱，例如：「在出版業，因為薪水微薄，福利也只是幾頓免費的午餐以及看不完的書，所以要使出渾身解數才不會被炒魷魚」，讀完這句話，到底意思是在出版社工作要很努力才不會被炒魷魚，還是不論你怎麼混都不會被炒魷魚？原文是「The argument for working in book publishing had always been that while the pay was low and the perks consisted of nothing more than free lunches and all the books you could read, in most places you hard at it to get fired.」所以答案是，出版這個行業不但待遇低，且不努力工作就會被炒魷魚，唯一的福利就是幾頓免費的午餐和看不完的書。諸如此類的問題，其實書中還有幾處，也許這並不是一個翻譯上的錯誤，但以中文的閱讀習慣來說，確實是很容易造成讀者對文意的誤解。

近10年來國內的出版業，也先後面臨電腦化、集團化等衝擊，昔日以編輯為重的出版業，也如英美的出版業般，漸漸傾向以行銷人員為重，我們宛如跟在科達的身後，正在走過一部臺灣出版業的發展史，但在變化的當口，在出版業工作的同仁，究竟能有多少的自覺和自省？一個新時代的出版人應該培養哪些特性和專長？一個新時代的出版公司，應該朝向怎樣的方向經營和努力？整個出版產業又應該有怎樣的堅持和改變？……這是看完這本書後，逕自在心中留下的許多思緒。