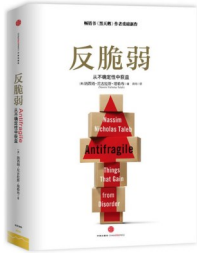


本版关注



《反脆弱》:风险不可预测,不如让自己强大

中国出版传媒商报讯(记者 潘启雯)3月15日,由中信出版社、21世纪传媒读者学术部和网易教育在北京共同举办一场《反脆弱》读书会,邀请到《21世纪商业评论》发行人、中央人民广播电台新闻评论人和主持人吴伯凡和财经作家苏小和作为嘉宾,和读者分享纳西姆·尼古拉斯·塔勒布这一颠覆众人固有思维的思想结晶。

吴伯凡说,该书是塔勒布三部曲的第三部。第一部书是《随机漫步》,塔勒布第一次系统地提出了我们试图去理解去控制的世界,其实是一个随机性非常大的世界。第二部是《黑天鹅》。塔勒

布提出,我们先要防范风险,防范风险之前要预测风险,是因为我们以为知道风险在哪儿,问题在于最终导致决定性改变的小概率事件,小到不可预测,由于不可预测,所以我们没办法防范。《反脆弱》是对《黑天鹅》的延续,作者想要表达的主要观点是:既然风险不可预测、不可阻挡,我们不如让自己强大,强大到“凤凰涅槃”那种在烈火中永生,让每次灾难都变成使我们更强大的契机。

苏小和认为,《反脆弱》是在思维方式方面告诉大家应该有多向度的思维方式。比如大家经常提到的正能量,如果仅仅强调正能量这是错误的,因为单一的能量是没有能量的,只有在正能量和负能量交错的过程中,我们才能找到能量。除了正能量和负能量,也许还有别的,比如“反脆弱”。

《反脆弱》[美]纳西姆·尼古拉斯·塔勒布著 雨珂译/中信出版社2014年1月版/68.00元

●冰与火

冲动是魔鬼,再加上我这如哈姆雷特般犹疑不决的性格,我很快说服了另外一个自己,静下心来,好好做书吧,别去想什么“爸爸去哪儿”了。

○吴健



策划《孤独的梦中人》:恍如虚构和现实并辔而行

犹记得,我是在2012年夏天买下《孤独的梦中人》(湖南文艺出版社2014年2月版)的版权的。曾有过与《偷影子的人》(湖南文艺出版社2012年7月)等后来大红大紫的畅销书失之交臂的惨痛教训——我学乖了,不等竞争对手报价,便快刀斩乱麻地将其据为己有。当时它在意大利已经卖出了40万册,法文版权卖给了罗贝尔·拉丰——《偷影子的人》的原出版方。

曾翻译过《看不见的城市》(译林出版社2006年8月版)的张空当仁不让地成为了我的第一人选。这源自一种情结——我读过的第一本伊塔洛·卡尔维诺便是《看不见的城市》,我既为“卡翁”精妙的文章击节沉醉,也对精湛传神的译文尤为感慨。通过译林出版社的朋友顺利要到张老师的联系方式以后,我抛出橄榄枝,并很快得到了积极的回应:约定一年时间完成翻译,她也答应尽量提前,因为我计划着第二年母亲节前上市,得借着书里母爱的主题好好推推。

诚如《孤独的梦中人》中某一章的标题那样,“天有不测风云”,刚刚接下翻译任务的张老师竟检查出了疾病。我是几个月后才知道的,新年里从她的回信得知此事,随信附有一封长长的洋溢着革命乐观主义精神的“治疗日记”。这样的意外我还是头一回遇到,一时间不知所措。一番权衡之后,我回信表达了请她安心养病,我再另寻译者的意思。我隐约觉得翻译这本书本身就有个一种元叙事的味道,书中的马西莫·格拉梅利尼用了40年的光阴同心中的恶魔“贝尔菲戈尔”作对,才最终完成自我救赎,而张老师还没开始动笔,就要面对病魔的挑战。

张老师终究不是马西莫,她更成熟,更坚强,也更乐观。三月,春光灿烂,大病初愈的她拾起了笔,重新开始迟到的翻译。接下去就是按部就班了,她在深秋时分准时交稿,我开始编辑。按照更新后的计划,这本《孤独的梦中人》2014年年初出版,我有充足的时间细细打磨。

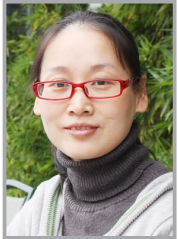
计划赶不上变化,而有些变化还是自找的。编辑这本书的那段时间,湖南卫视的“爸爸去哪儿”节目开始火起来,有一天晚上我躺在床上,开始不知不觉地把这两个原本不搭界的东西联系起来,越想越兴奋,差点彻夜无眠。第二天我就向领导报告,打算将书名改为“妈妈去哪儿了”。是的,这在外人看来也许是投机取巧,但为了新书能够好卖,我豁出去了,谁叫我选择了编辑这么一个在理想主义光环笼罩之下的“苦逼”行当呢!

冲动是魔鬼,再加上我这如哈姆雷特般犹疑不决的性格,我很快说服了另外一个自己,静下心来,好好做书吧,别去想什么“爸爸去哪儿”了。那是昙花,不是你追求的东西。你是有梦的人,这是你独立策划的第一本书,你不能就这么马马虎虎地让它流于浅薄和平庸。《孤独的梦中人》,当这个书名在若干个备选方案中杀出重围的时候,我恍惚看到了自己。

就在“妈妈去哪儿了”在我心中盘桓不去的那几天,我完成了初校。直到这时,我才发现自己犯了一个大错误——样书(已经是第十二次印刷的版本了)比电子稿(显然是初版)多出一章后记,译者没译,我也疏于检查,未能及时指出。我怀着忐忑不安的心情,战战兢兢地向张老师坦承这一过失,并期望半个月内存收到译文。她在电话里告诉我的事实又一次把我击懵了——她正忙于处理老父亲的后事。我一时间愣住没开腔,就像当初得知她生病住院并经历手术的事实一样。我又一次想到了马西莫,这个在9岁的一天早上醒来,发现妈妈不见了的小男孩。

虚构和现实总是并辔而行,它们驮着的这个东西叫作人生。张老师及时地交了稿。封面也在我的催逼下迅速地完,赶在2013年年底下厂印刷。封面上的那个小男孩,并不像《偷影子的人》封面上的小伙伴一般长相甜美乖巧,而有着一脸的雀斑,让我想起意大利童话《木偶奇遇记》里的匹诺曹:可不是吗?这个撒谎的孩子,在自我欺骗中踽踽独行。这个马西莫。这个你我他。直到我们从梦中醒来,又开始做另一个梦。(作者系湖南文艺出版社外国文学编辑部编辑)

○余慧敏



青年学者王康是我责编的“国学密码”系列丛书的作者,也是我工作以来沟通颇为频繁的一位作者,湖南人,我们互称“大老乡”。做他的书的时候他执意要来出版社一趟,说要来见见跟自己这套书的编辑、设计、宣传、发行相关的人,希望各个环节都给力,书能热销大卖。他用湖南人特有的“耐烦”和“霸蛮”精神游说我和同事,我们拗不过他,于是在某个早上,他空降在我办公室。

见过王康的照片读过他的书的,对他“思考像老学究,外表像大男孩,听起来像社会贤(闲)达,看上去像自由作(坐)家”早有了解,但见到他本人还是有些意外。他戴着大大的眼镜,脸很娃娃气,笑容干净,像一个学生。总之从他年轻温暖的外表上你无法想象出他曾经是《凤凰周刊》、《大公报》等媒体的名记;更无法想象他按自己的理想从传媒行业“退休”而转变成为一名国学研究推广者,关注的是现代人当下的幸福,不到两年时间就在我社推出了独具特色的“国学密码”系列著作(《破玄:老子的密码》(德经卷、道经卷)、《大爱:(孝经)的密码》、《化

○李家晔



由我参与策划、广受好评的《看懂货币》(东方出版社2013年4月版),其策划和出版过程颇为曲折,也体现了事在人为。先说说它策划的一番曲折吧:该书最早是我在北京磨铁图书有限公司工作时,“半路捡来”的。当时我在做财经作家陈思进的一本新书,叫《华尔街金融真相》(中国商业出版社2012年5月版),陈老师回国时,我们第一次见面吃饭,他谈到正在准备央视的大型纪录片《货币》(中信出版社2012年10月版),我心里一动,好家伙,这又是一条大鱼。因为他之前任学术顾问的纪录片《华尔街》(中国商业出版社2010年9月版)也出版成书,很是畅销。《货币》纪录片只要一播,书同时上市,不能大畅销也会有不错的表现。于是我大胆提出想做这本书,并达成签约意向,书名也想用《货币》。

然而纪录片在筹拍迟迟没播出,我又有新工作机会来到人民东方(北京)书业有限公司,离开了磨铁的优秀平台,加上我和陈思进只是达成口头意向,没有形成合同。要提醒的是,跟名人合作出书没有合同是很不靠谱的,合同和稿子都拿到才稳妥。我人虽离开磨铁,可喜的是,机会留给了磨铁另一位在追踪这本书的知名编辑。半年后,《货币》纪录片预告马上要播出了,中信出版社拿到了实体书的官方出版授权。我追问陈思进在磨铁的这本什么时候出来,他告诉我情况不妙,因为稿子是给纪录片供稿的部分脚本,是陈思进个人的作品,不是官方版本,磨铁这边拿不准。言下之意是磨铁不想出了——要解约。我想,之前这本书就是我想做的,丢了很可惜,加上东方出版社财经品牌很响亮,这本书于是又回到我的怀抱。可见,机会失去,只要留心,还是有回来的可能。

我签回了这本书,但是,我面临着几个尴尬:其一,这本书没有官方正式授权,书名不能用《货币》,如果搭不上纪录片顺风车的话,销量很不乐观;其二,当时纪录片马上要播了,我时间上来不及,出来肯定要晚两个月;其三,我这边的营销发行力度肯定不如磨铁,做起来会很吃力。但我相信一点,陈

与作者交往和书名问题上的争论

书名号是加上了,这场争论却让我印象深刻,常常会警醒和启发我这个离市场有些远的编辑思考与销量有关的各种细节。

蝶:庄子的密码》)。

作为一名编辑,得遇这样经历、这种志趣和才华的作者,在拜读其作品之外也是一种丰富。对于他从光鲜的媒体人“华丽转身”后的新开始,以及由此经历的很多的人生第一次,我应该算是见证者之一。因此交往中我也有意识地从他稿子之外的东西中吸取营养——他开拓新领域的勇气,他犀利的眼光和视角,他要做成一件事的信念和百分百的努力。我从单纯地跟作者就书稿的交往变为感受 and 了解一个成功的人是如何做人做事的。

在两三天时间里王康约见了很多同事,围绕书稿的出版发行环节一项一项去跟他们沟通,以一位作者的实力实践着“做好书,卖好书”的愿景。他也是尽量没有打扰我,让我安心手头的工作。我和他一同见了美编,将正在运作中的《大爱:(孝经)的密码》封面上的每一个细节都落实敲定,最后我们又因书名中是否加书名号这个细节起了争执。他认为加上显得难看和学术化,我觉得不加是不符合规范的……争论足足持续了半个小时,以他一句轻轻的“那就加上吧”告终。后来想起这个细节,自己都暗自感叹两人真是“湖南骡子”啊。书名号是加上

只要留心,“半路捡来”的选题也有大市场

要提醒的是,跟名人合作出书没有合同是很不靠谱的,合同和稿子都拿到才稳妥。

思进的书内容上有保障,他为《货币》纪录片撰写了3年稿,质量过关;他有大批铁杆粉丝,在市场上有号召力,出来的书能卖,这两点是编辑判断书的关键。尽管我这边快马加鞭,由于各种原因还是慢了一拍,中信社赶在纪录片播出之前就出书了(因为纪录片播出时间延迟一个多月),中信社的两本书无疑占据了先机。

我在策划上下了大功夫:一是无论如何要搭上央视纪录片的的关系,毕竟陈思进是这个片子的顾问,所以起名叫《看懂货币》;二是用了《货币》纪录片总导演的推荐和几位学术顾问的评论,这样就显得很官方;三是做出差异化,我主打图文版,买上了上百幅图片,配有彩插;四是主打《货币》的实践指导书,对投资理财有直接指导性,并遇上2013

○席景



前些日子,微信上有个新闻,说有一个26岁的小伙子为父母画了一个“微信的使用说明”:一共7页,全部手绘,这个消息先是一条微博,然后被《人民日报》转发,继而在一天之内成为“爆红”的转发微博,然后各种新闻开始报导,使这个叫张明的小伙子,一夜之间成了“草根红人”。

看到这个新闻的时候,我第一想法就是,这个做成书倒是不错。专门做一本手绘的“教父母使用电子产品”的书,或许可以帮助多少老年人进入数字时代。于是开始找这个小伙子的联系方式,上网一搜,他竟然没有微博,所有的新闻转发的都是一样的内容,很难分清哪个是第一个采访他的媒体。最后找到一个线索,说是这个新闻是被《人民日报》微博转发过的,于是我又把该微博看了一遍,找到了这条博主叫讯儿的微博,然后点进去才发现,她是邮电大学的毕业生,她的大学同学画了这个手绘说明书,她只是拿出来秀而已,我于是私信她,说明来历,向她要到了张明的联络方式。

第一次和张明沟通,他说找他的出版社已经很多家了,他都是拒绝的态度,主要是因为他现在对自己的工作和处境很满意,他是一个美术老师,很喜欢教小朋友画画,没有其它想法,画说明书只是想给自己的父母看的,并没有商业上的想法,拒绝的态度很明确。

我对他说,“你是学画画出身的,我也是,每一个学习创作的人内心深处都会有一个梦想,就是让自己的作品得到世人的认可,作为一个画画出身的人,你就不想拥有自己的绘本吗?”他说:“很想,但别的出版社找他,都是只想利用他现在的名气,没有人是要给他出绘本。”然后,我们见面,达成了合作的一致。合同签订后,他向我讲起另外几家出版社一开始找他的想法,我听了以后的感触是,那几家出版社的编辑都是极为专业的高人,他们指出的路子和想法都非常好、非常专业,很适

●互动细节

了,这场争论却让我印象深刻,常常会警醒和启发我这个离市场有些远的编辑思考与销量有关的各种细节。

也是在这个小插曲后,我跟王康的交往变得更自然更坦诚了。在有限的面对面的时间里,他跟我分享了很多他的感受,就像了解我的老朋友一样——没有名记的架子,没有才子的咄咄逼人。

临走的前一天,我特意带他去参观了我社的陈列室。在陈列室的样书中,他赞叹流连,兴致勃勃地寻找自己的书。他为他的书跟他喜欢的书排列在一起而开心,直言不讳地说自己的书中留下的遗憾。在作者墙面前我被他的情绪感染,看着沿阶而上的满满一墙的作者照片,像一条生生不息的智慧河流,和他一起认真地辨认着各自喜欢和景仰的作者。他让我给他拍照留影,镜头前的他眼神坚定,让我想起和他做书的一年多来的各种经历和他的理想、希望、坚持和勤勉,想起他经常自励和鼓励我的“没关系,我们把事情一件件做起来”……那一刻,我感受到了一个踏实优秀而有坚守的作者为编辑打开的窗子和带给编辑的幸福。(作者系广西师范大学出版社社科分社法政编辑室编辑)

●意外收获

年上半年黄金大跌,书中对此作了准确预测;五是封面有讲究,做了七八稿重来,最后做得与中信社的书像一点。功夫不负有心人,我们的书出来后,纪录片在央视重播了三回,还在各地方台连续播出,很多读者买到这本书都觉得好,内容实用,语言风趣幽默,好读易懂,在机场书店走得特别好,于是加印不断。

大众的眼睛是眼亮的,《看懂货币》后来被各家财经和金融刊物推荐,还有很多银行和金融机构团购,赢得了很好的品牌。然而,从它的策划和出版中,我体会到,做本好书不容易,做本畅销书更难。一是要有眼光,会判断;二是要坚持,不断寻找机会;三是在策划上下足功夫,好好打磨。(作者系人民东方(北京)书业有限公司大众图书部主任)

●沟通之道

站在前人肩膀上与“草根红人”签约

“草根红人”的第一本书,有时可以决定他未来的道路。

合市场,适合图书业,一听就是从业人员中的行家,于是我问他,你为什么拒绝他们呢?这一问,实在是让我收获良多。

他说,这些人说的话我都听不懂,而且他们没有一个人跟我说了报酬的事,我想问他们,又不好意思,也不知道怎么问,他们又不主动提,我就不主动联系他们了,而且他们都说已经策划好了,就只是让我把我画的东西放进去,我感觉根本就不是我的书,我是被他们利用了。

这番交流让我明白了这样的几个道理——

第一,“草根红人”往往不是做了多年准备、了解出版行业的作者。和他们沟通,要用直截了当的方式,先谈报酬,让对方放心。

第二,倾听对方的愿望。当一个人红了,他对自己的定位,未来的发展,或许会有有一个自己的心理预期,要先知道这个,再在他的想法基础上去谈合作。

第三,做好对方职业生涯的导师。“草根红人”的第一本书,有时可以决定他未来的道路。他对我说,现在每天都有媒体采访他,还有综艺节目找他上,深度访谈也有,他不知该怎么办,感到很困惑。我对他说,当别人关注你的时候,正是你拿出作品的时候,越是这个时候越是要抓紧时间创作,否则每次都讲同一个段子,就没意思了。他看我的眼神中,让我感到了信任。

第四,签一个立体的约。和“草根红人”合作,要有作一个“经济人”的心理准备和实操素质,具备完整的规划能力。

名人和有知名度的人是两种完全不同的人,有的人如流星般从新闻里划过,有的人穿越了几轮关键词之后,最终成为了自己。知名营销顾问孙路弘曾说,品牌的特征是人,知道的人多,知道的事多,能传播,有期待。一个“草根红人”,已经通过自己的努力完成了前三步,出版人所要帮助他的,就是使他的关注人群对他有期待,而恰恰是这最后一步,才是唯一与产品有关的一步,也是出版人的价值所在。(作者系中国人民大学出版社策划编辑)

《中国编客》欢迎您的参与

《中国编客》秉承《中国出版传媒商报》一贯的办报理念,以独特的视角选择自己的报道方向,以国际视野观察并记录中国编辑的生存和发展,聚焦书刊编辑群体,为广大书刊编辑提供沟通和交流的平台。如果您有相关

新闻线索,或与书刊编辑工作相关的想法、建议和意见,甚至是大的设想,我们都欢迎您发言、提问、讨论;欢迎您来稿,字数在800~1000字。如果您是书刊编辑,欢迎您的参与,欢迎您把自己的喜怒哀乐告诉我们。

来电请拨:010-88817690(91~97)-2322

来信、来稿请发:qiwen201010@163.com

《中国编客》QQ 交流群号:140678187

互动微博:http://weibo.com/panqiwen

《中国编客》欢迎您的参与