

编辑力：从创意、策划到人际关系（经典版）

编辑力：从创意、策划到人际关系（经典版）书籍信息

书名：编辑力：从创意、策划到人际关系（经典版）

I S B N : 9 7 8 7 5 5 0 2 9 4 7 7 6

作者：鹭尾贤也 & n b s p ;

出版社：北京联合出版公司

出版时间：2 0 1 7 - 4 - 1

页数：

价格：C N Y 4 6 . 9 0

纸张：

装帧：

开本：

语言：未知

丛书：

T A G :

豆瓣评分：

版权说明：本站所提供下载的 P D F 图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

信息来源：编辑力：从创意、策划到人际关系（经典版） 电子书网盘下载 2 0 2 4 p d

编辑力：从创意、策划到人际关系（经典版）

编辑力：从创意、策划到人际关系（经典版）书籍简介

《编辑力》内容简介：讲谈社总编辑35年编辑实战经验，出版从业者案头必备，最有用的编辑工作教程。

编辑新人必学，出版老将必备，爱书人必读！

，本书为讲谈社“现代新书”总编辑鹫尾贤也35年编辑实战经验集萃，是一本亲炙现场的编辑教科书，从书籍创意构想、与作者的沟通方式、催稿的手段、目录的编法、书腰的优劣、怎么拟小标题、熟悉营销与销售等，彻底解说编辑工作的内涵，是出版老手、编辑新人都必须参考的实用手册。本书开宗明义以幽默的手法点出电视剧里编剧不食人间烟火的谬误，进而以自身经验畅谈编辑工作种种。编辑是什么？编辑工作是怎样的？好编辑要具备那些才能？选题创意从何而来？如何打造成功的畅销书和长销书？如何和作者打交道？新书如何炒作？如何发展人际网络？书要往哪里去？本书均有详尽的说明。

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

信息来源：编辑力：从创意、策划到人际关系（经典版） 电子书网盘下载 2024 p d

编辑力：从创意、策划到人际关系（经典版）

编辑力：从创意、策划到人际关系（经典版）目录

目录

第一部分 编辑这一行

第 1 章 编辑是什么

难以定义的编辑

编辑要具备完整的人格

编辑要做“打杂总管”

编辑要具备适应性

第 2 章 直击编辑现场

做编辑，不能怕生

编辑的感觉靠磨炼

总编辑的执念

最前卫的策划案

出版时机不当怎么办

第 3 章 日本出版简史

立于危机的出版业

顺应时代发展的出版业

漫画的出现：出版业进行式

第二部分 编辑力核心

第 4 章 策划与创意

严苛的策划环境

策划三角形

策划面面观

培养策划创造力

编辑会议犹如整流器

策划的秘诀

第 5 章 约稿与构思

让作者欣然接受约稿

设计作品架构

第 6 章 催稿、审稿与改稿

十八般武艺，皆为催稿

审稿之慎

改稿之难

第 7 章 从校稿到出片

处理稿件的构想力

目录和小标题的学问

插图、照片和地图

第 8 章 封面设计、书名与书腰

书要衣装

书名的生命力

书腰现功力

第 9 章 编辑与营销

书，非一般化商品

书店，商业化之现实

营销：让读者知道书的存在

第三部分 编辑力与人际关系

第 10 章 编辑人际学

施与受

点与面

借助他人之力

与书“交往”的共通性

第 1 1 章 书籍的未来

书要往哪里去

改变中的编辑工作方式

村上春树的实验

对读者的尽心尽意

第 1 2 章 形形色色的作者

伴手礼的功用

拓展人脉网络

交稿快慢的经历

最长纪录封面设计

长期连载趣事

创刊很有趣

同年之谊

后记

版权说明：本站所提供下载的 P D F 图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

信息来源：编辑力：从创意、策划到人际关系（经典版） 电子书网盘下载 2 0 2 4 p d

编辑力：从创意、策划到人际关系（经典版）

编辑力：从创意、策划到人际关系（经典版）作者简介

作者：（日本）鹭尾贤也 译者：陈宝莲

鹭尾贤也，出版老将，拥有35年编辑实践经验。日本庆应大学经济系毕业，1969年，放弃的高薪工作，一头扎进出版业。从《周刊现代》编辑做起，历任讲谈社“现代新书”总编辑、学术局长、学艺局长、董事，现任讲谈社顾问，著有多部歌集和评论集。开创“选书技巧”书系，推出《现代思想的冒险家》（全31卷）、《日本的历史》（全26卷）等具学术及商业价值，并在讲谈社史上留名的大型出版策划案。

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

信息来源：编辑力：从创意、策划到人际关系（经典版） 电子书网盘下载 2024 p d

编辑力：从创意、策划到人际关系（经典版）

编辑力：从创意、策划到人际关系（经典版）赏析

编辑首先必须有旺盛的好奇心，最好对说有事物感兴趣。编辑没有所谓的专精领域，编辑是外行人的代表。编辑需要勤快，也可以说是执行力，而且是能轻松愉快实行的即时反应能力。

书籍和杂志是时代的函数，编辑要时时追问为什么某些书会流行。编辑必须架起好奇的天线感应四方，但是很多事物仍然会逃脱天线的侦测，这时候就该坦诚自己不懂，然后马上去学，这就是编辑。

专门化”和“专精化”表面相似，但是向量完全相反。专精者没有“社会”的概念，他确实对某项事物有详尽的钻研，但是对这项事物在整体里如何定位、有什么意义、如何与邻近领域衔接，完全没有概念。

出版确实是个不安定的职业，除了少数大出版社，一般出版社再怎么努力，也说不上安定。最近几年，连大出版社也撑得很苦。劳动环境也千差万别。有些出版社的薪资确实很高，但是占业界大多数的中小型出版社，都说不上是高薪；待遇苛刻的也不见。这些都叫作“出版社”

例编辑会议通过了新的策划，接着就必须做出正式的策划案，将作者、书名、出版目的、读者对象、预测印量等资料连同编辑所构思的文案等向公司提报。基本上策划案就此成立，可以邀作者写稿了。

劝说作者——编辑必须动用诸如“读者多么期待这本书”能获得多少读者”或是“写这本书多有意义或价值”等说辞，非让对方点头说“好”不可。

编辑是支持者，作者才是生产者

因为母公司是针对一般大众出版的讲谈社，很多学者专家态度敷衍，有人甚至明显露出不想和发行周刊的出版社往来的表情。所谓学院派就是这样吗？真叫人懊恼。日后我会积极邀请“人文研”（京都大学人文科学研究所）等京都学派的学者写书就是因为他们的权威主义气氛很淡。

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

编辑力：从创意、策划到人际关系（经典版）

编辑力：从创意、策划到人际关系（经典版）其它

书籍介绍

《编辑力》内容简介：讲谈社总编辑35年编辑实战经验，出版从业者案头必备，最有用的编辑工作教程。

编辑新人必学，出版老将必备，爱书人必读！

，本书为讲谈社“现代新书”总编辑鹫尾贤也35年编辑实战经验集萃，是一本亲炙现场的编辑教科书，从书籍创意构想、与作者的沟通方式、催稿的手段、目录的编法、书腰的优劣、怎么拟小标题、熟悉营销与销售等，彻底解说编辑工作的内涵，是出版老手、编辑新人都必须参考的实用手册。本书开宗明义以幽默的手法点出电视剧里编剧不食人间烟火的谬误，进而以自身经验畅谈编辑工作种种。编辑是什么？编辑工作是怎样的？好编辑要具备那些才能？选题创意从何而来？如何打造成功的畅销书和长销书？如何和作者打交道？新书如何炒作？如何发展人际网络？书要往哪里去？本书均有详尽的说明。

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

信息来源：编辑力：从创意、策划到人际关系（经典版）电子书网盘下载 2024 p d

尾页

版权说明

本站所提供下载的P D F图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多精彩内容请访问：[编辑力：从创意、策划到人际关系（经典版）](#) [电子书网盘下载](#) 20
籍屋

| | | | | | | |
|---|----------------------|---------|----|-----|----|-----|
| P | 编辑力：从创意、策划到人际关系（经典版） | p d f | 网盘 | 电子书 | 下载 | 全格式 |
| E | 编辑力：从创意、策划到人际关系（经典版） | e p u b | 网盘 | 电子书 | 下载 | 全格式 |
| A | 编辑力：从创意、策划到人际关系（经典版） | a z w 3 | 网盘 | 电子书 | 下载 | 全格式 |
| M | 编辑力：从创意、策划到人际关系（经典版） | m o b i | 网盘 | 电子书 | 下载 | 全格式 |
| W | 编辑力：从创意、策划到人际关系（经典版） | w o r d | 网盘 | 电子书 | 下载 | 全格式 |
| T | 编辑力：从创意、策划到人际关系（经典版） | t x t | 网盘 | 电子书 | 下载 | 全格式 |