

《编辑人的世界（编辑出版业的职业圣经，出版从业者案头必备书）》

书籍信息

版次：1
页数：
字数：
印刷时间：2014年04月01日
开本：12k
纸张：胶版纸
包装：平装
是否套装：否
国际标准书号ISBN：9787513311434

编辑推荐

美国五十年来*权威的编辑职业“圣经”

出版从业者案头必备书 中文新版完整呈现原书全貌

对编辑来说，爱一本书像爱一个人，

没有一种爱不必负担起相应的责任，没有一种责任无需坚忍不拔的精神。

编辑是一份让人生充实的职业，本身就是一种人文教育，你不但可以领到薪水，还能在学识和心灵上获得无法衡量的满足。

一位有创造力的编辑**的喜悦和至高的特权，是**会接触到人生的各个方面，发现那些尚未被满足的需求，并找到*好的作者来满足这些需求。

**的编辑方式并不是改动得*多或*少，而是恰到好处，能让作者的才华发挥得淋漓尽致。

编辑与作者的**关系应是相互肯定、相互尊重、相互欣赏，并且在才能上互补，只有这样才能造就上乘之作。

内容简介

《编辑人的世界》自一九六二年问世，分别于一九八五年，一九九三年进行了两次修订，本版据一九九三年第三次完全修订版翻译。收录了美国当代最杰出的出版人撰写的三十八篇文章，从编辑行业性质、职业素养，到如何策划选题、编辑稿件、打造畅销书；从编辑大众市场类图书，到专门化类型读物……《编辑人的世界》将为你揭开编辑的神秘面纱，带你领略千变万化的出版行业。

作者简介

格罗斯（Gerald Gross）

一九五三年毕业于纽约市立学院，曾任美国西蒙-舒斯特出版公司编辑，创造了哥特小说、哥特推理小说等普及版平装书类型，主编过《编辑人的世界》《出版人的世界》等在编辑出版领域极具影响力的权威著作。一九八七年，他成为格罗斯联合事务所的合伙人，开始以编辑顾问的身份与作家、出版社合作。此外，他还经常出现在美国各地的作者大会上，举办各种有关编辑和出版的研讨会。

目录

第一部 理论

- 第一章 威廉斯/什么是编辑? / 11
- 第二章 阿伦森从拍卖会到电子盛会—编辑学在美国的演变 / 19
- 第三章 舒斯特给有志于编辑工作者的一封信 / 33
- 第四章 柯蒂斯我们真的需要编辑吗? / 41
- 第五章 桑顿和我最喜欢的经纪人共进午餐 / 53
- 第六章 戈金破灭的信念—一则出版寓言 / 57
- 第七章 霍华德典范在夙昔—珀金斯精神死了吗? / 73
- 第八章 韦德做得好, 还要做得对—编辑工作的伦理道德 / 91
- 第九章 马雷克如何选书—影响编辑决定的因素 / 101

第二部 实践

- 第十章 梅伦如何审阅出版提案和手稿—影响编辑决定的因素 / 113
- 第十一章 塞德曼你将不再孤单—参加作家会议 / 123
- 第一部 理论第一章 威廉斯/什么是编辑? / 11
- 第二章 阿伦森从拍卖会到电子盛会—编辑学在美国的演变 / 19
- 第三章 舒斯特给有志于编辑工作者的一封信 / 33
- 第四章 柯蒂斯我们真的需要编辑吗? / 41
- 第五章 桑顿和我最喜欢的经纪人共进午餐 / 53
- 第六章 戈金破灭的信念—一则出版寓言 / 57
- 第七章 霍华德典范在夙昔—珀金斯精神死了吗? / 73
- 第八章 韦德做得好, 还要做得对—编辑工作的伦理道德 / 91
- 第九章 马雷克如何选书—影响编辑决定的因素 / 101
- 第二部 实践第十章 梅伦如何审阅出版提案和手稿—影响编辑决定的因素 / 113
- 第十一章 塞德曼你将不再孤单—参加作家会议 / 123
- 第十二章 莱文当编辑扮演谈判者时 / 133
- 第十三章 托马为基督徒市场编书 / 141
- 第十四章 费特曼为犹太市场编书 / 151
- 第十五章 麦卡锡一种创造性的合作关系—策划编辑 / 161
- 第十六章 席尔瓦作者的好帮手—文字编辑 / 171
- 第十七章 韦克斯曼观察入微的探索者—文稿编辑 / 181
- 第十八章 佩因理性建议的艺术—如何当个优秀的文稿编辑 / 199
- 第十九章 佛奇为编辑打点一切的学徒—编务助理 / 205
- 第二十章 格罗斯为你的书找个良医—与外审编辑、编辑顾问合作 / 213
- 第二十一章 斯派塞窥探人性阴暗面—编辑真实犯罪故事 / 223
- 第二十二章 凯文制造悬疑—编辑犯罪小说 / 231
- 第二十三章 帕克编辑普及版平装书的苦与乐 / 243
- 第二十四章 冈珀茨步入中年的编辑人与步入中年的大众平装书 / 257
- 第二十五章 沃尔夫编辑非虚构类图书的“政治正确性”问题 / 269
- 第二十六章 丹尼编辑虚构类图书—关于“政治正确性”问题 / 283
- 第二十七章 伊赛与专家结为盟友—如何处理学者的著作 / 293
- 第二十八章 沃克与小出版社共舞—回归传统出版方式 / 303
- 第二十九章 塞尔雕琢艺术品—编辑小说 / 311
- 第三十章 弗里德曼一个变化万千的天地—编辑非虚构类图书 / 325
- 第三十一章

西尔伯萨克一种充满革命意味的文学—编辑科幻小说和幻想小说 / 337第三十二章
福格尔曼改变孩子一生的书—编辑童书 / 353第三十三章
莫尔斯提供系统化的知识—编辑参考书 / 365第三十四章
戴维森人生的编辑者—编辑传记 / 377第三十五章
伯班克编辑大众心理学和励志自助类图书 / 389 第三十六章
马罗/在梦想与现实之间—编辑言情小说 399第三十七章
托宾一场精彩的探险—编辑男性逃避主义小说 / 409第三十八章
布林达莫、卢柏延伸阅读—有关编辑出版的参考书 / 419

[显示全部信息](#)

前言

编者序

一个编辑老兵的省思

格罗斯

《编辑人的世界》自一九六二年初次问世至今，已经过了三十个寒暑；而修订版在一九八五年出版后，迄今也已七年了。你现在拿在手中的，不仅仅是前两个版本的最新修订版，因为它只保留了之前版本中的一篇文章，有三十二篇是特别为这个修订版而撰写的，另有五篇是从未在旧版中出现过的。就此而言，本书完全是编辑艺术和技巧之标准读本的全新版本，在全美出版、写作课程及作家研讨会中得到广泛使用。编者序

一个编辑老兵的省思 格罗斯 《编辑人的世界》自一九六二年初次问世至今，已经过了三十个寒暑；而修订版在一九八五年出版后，迄今也已七年了。你现在拿在手中的，不仅仅是前两个版本的最新修订版，因为它只保留了之前版本中的一篇文章，有三十二篇是特别为这个修订版而撰写的，另有五篇是从未在旧版中出现过的。就此而言，本书完全是编辑艺术和技巧之标准读本的全新版本，在全美出版、写作课程及作家研讨会中得到广泛使用。由于经常为这类作家研讨会上课，我很清楚作家多么渴望能和编辑保持一种愉快、有效、充满创造力的关系。因此，我希望新版《编辑人的世界》把焦点放在作者需要了解的、与编辑工作相关的事情上。许多作者对编辑如何处理自己的稿件有很多误解，他们不知道编辑会怎样润色；也不清楚该如何与编辑互动，换句话说，在编辑过程中，双方该对彼此抱有什么期望；而在交稿之后，不明确自己对作品还拥有哪些权利同样令他们感到不安。很多作者根本不知道策划编辑、文稿编辑和文字编辑各自做些什么，如何去做。他们不明白为什么有些稿子会被接受，有些却被退稿。如此种种，不实的假设和传言简直不胜枚举。因此，为了清楚呈现编辑和作者之间本应充满创意、技巧，且相互信任的共事方式，我希望新版《编辑人的世界》能为作者揭开编辑工作的神秘面纱，也希望能让大家明白，编辑是一群热情献身于工作、富于爱心的专业人士。他们热爱作者，愿意竭尽全力协助作者找到最有效的表达方式，与最广泛的读者保持联系。为此，我采取了与编前两版相同的方法编辑本书，直接向出版界的顶尖编辑邀稿—他们不仅具有一流的编辑艺术修养和专业技能，而且懂得如何把工作热情和专业知识的传达给读者。比如写《制造悬疑—编辑犯罪小说》的凯文（Ruth

Cavin)，写《窥探人性阴暗面—编辑真实犯罪故事》的斯派塞（Charles Spicer），写《观察入微的探索者—文稿编辑》的韦克斯曼（Maron Waxman），《编辑大众市场平装书的苦与乐》的作者帕克（Mel Parker），以及写《与小出版社共舞—回归传统出版方式》的沃克（Scott Walker）。这些顶尖的专业人士以深刻的洞察力和坦率的笔触，道出编辑专业所需的特殊要求和技巧。我们希望不管对新作家还是成名作家来说，他们的文章都同样务实，可被奉为圭臬，因此特要求他们着重以实例说明编辑实务中各种不同的方式：从建议作者修改开头或结尾，到想方设法为角色注入新生命；润饰文稿，使艰涩难懂的文句变得易读；或是厘清一段回忆、一段畅想或一场梦境的描述；又或者是加快小说节奏，妥善安排情节等。这三十七篇文章为作者提供了面对手稿时种种问题的解决方法，引导他们了解出版的各个环节，从创意构想，到策划、组稿、文字加工，直至正式出版和其他后续工作。我希望这一堂简短翔实的编辑课，能让作者在与编辑打交道的任何一个环节都充满信心、清楚状况并高效互动。除了为读者提供深入细致的编辑实务外，本书也选录了有关编辑理论、编辑的社会责任以及编辑与社会的关系等富有启发性、甚至争议性的文章。如威廉斯（Alan D. Williams）针对《什么是编辑》做出的独特解答；阿伦森（Marc Aronson）在《从拍卖会到电子盛会—编辑学在美国的演变》一文中，言简意赅地描述了美国编辑发展史；韦德（James O' Shea Wade）的《做得好，还要做得对—编辑工作的伦理道德》探讨了一个很重要却很少被讨论的层面；霍华德（Gerald Howard）在《典范在夙昔—珀金斯精神死了吗？》中，修正了他对美国编辑和出版状况的总体看法；马雷克（Richard Marek）撰文剖析了“编辑应如何选书”；丹尼（Michael Denney）与沃尔夫（Wendy Wolf）则分别从非虚构类和虚构类图书的角度，探讨了政治立场对编辑和作者的影响这个颇具争议性和爆炸性的议题；集作者、编辑、经纪人身份于一身的柯蒂斯（Richard Curtis）则抛出了一个极富煽动性的问题——“我们真的需要编辑吗”？王尔德有一句名言：“除了诱惑，我什么都能抗拒。”在写这篇序时，我比以往任何时候都更能体会这句隽语中蕴含的智慧。我决定不再抗拒回顾我编辑生涯中的诱惑。一九九三年恰逢我从业四十周年，自一九五三年从纽约市立学院毕业，进入西蒙-舒斯特出版社（Simon & Schuster）工作以来，编辑是我第一份工作，也是唯一的事业选择。因此，身处事业发展的分水岭，我想暂时停下脚步，谈一谈自己多年来笃信的编辑理念。1 刚入行时，我总听经纪人抱怨编辑承担的工作太多。记得他们总是告诫我：“年轻人，假如你一开始就不看好这本书，那就根本不该买下它的版权。”时至今日，许多经纪人和作者都乐意和内行的编辑合作，因为这样的编辑很在意书的好坏，也懂得如何策划主题和内容，把作者的意图和水准以最好的方式呈现出来。当我还是个新编辑时，西蒙（Henry Simon）和沃海姆（Donald A. Wollheim）就经常教导我如何策划和编辑一本书。下班后，他们常常留在办公室，私下传授我许多基本的编辑技巧。这是师徒制的最佳典范，是以轻松、充满关爱的方式进行的。如今出版业的步调已快得几乎没有时间、也没有机会让年轻编辑体验这种学徒生涯。我并非就此断言策划和组稿已是失传的艺术，但无可讳言，这些技艺已经越来越罕见了。或许这正是评论家越来越经常地批评某些书根本没被好好编过，或编得太差的原因。我衷心希望出版界恢复使年轻时的我获益良多的师徒制，无论是出版商、编辑，还是经纪人，都会因此从中获益，而作者会受益最多。然而，最好的编辑并不是改动最多或最少，而是恰到好处地让作者的才华发挥得淋漓尽致，使作品放出最耀眼的光彩，引来如潮佳评，从而提高作者的职业声誉和自我认同，吸引广大的目标读者群，以使作者信心满满笔耕不辍，源源不断地发挥创造力。2 编辑与作者

究竟是谁“拥有”这部作品，应该听从谁的判断之类的问题，已有很多人讨论过，当双方不得不面对这种两难的局面以致情势恶化时，无疑是令人遗憾的。但我认为在任何情况下，编辑都必须牢记，双方所讨论的作品是由作者写的，编辑必须尊重作者的决定，这才是正确而公正的做法。我们可以把出版社看成“参议院”，大家可就作者的稿件展开辩论，编辑可以也应该提出“建议”，但始终要征得作者的“同意”。在编辑工作完成前，作者只像把稿件出租给编辑一样。换句话说，作者是赋予作品生命的人，编辑则是接生婆，他们的职责是让一部快乐而健康的作品在出版的世界里顺利诞生……

[显示全部信息](#)

媒体评论

编辑是一份最能让人获益良多的职业——和作家一样，它充满创造力、想象力，给人带去满足感。有些编辑甚至会说：“比当作家更棒。”……我希望新版《编辑人的世界》能为作者揭开编辑工作的神秘面纱，也希望能让大家明白，编辑是一群热情地献身于工作、富于爱心的专业人士。他们热爱读者，愿意竭尽全力协助作者找到最有效的表达方式，尽可能触及最广泛的读者。——格罗斯

每位出版人、编辑人、作家和出版经纪人，都至少该买一本《编辑人的世界》，然后再为对于“书写文字”如何转变成“印刷文字”深感兴趣的家人或朋友买一本。《编辑人的世界》是我所读过最棒的一本关于出版的书。

华莱士（Tom Wallace），华莱士出版经纪公司

这部新版《编辑人的世界》是了解出版工作的绝佳途径。假如你是一位编辑人，你会从中得到很多启发；假如你是一位作家，你会希望得到书中所描述的待遇。

阿普尔鲍姆（Judith Appelbaum），How to Get Happily Published 作者

这本经典之作的新版本提醒我们在过去几年中，出版界改变了许多。这本书应该是每位作家必读的书。

编辑是一份最能让人获益良多的职业——和作家一样，它充满创造力、想象力，给人带去满足感。有些编辑甚至会说：“比当作家更棒。”……我希望新版《编辑人的世界》能为作者揭开编辑工作的神秘面纱，也希望能让大家明白，编辑是一群热情地献身于工作、富于爱心的专业人士。他们热爱读者，愿意竭尽全力协助作者找到最有效的表达方式，尽可能触及最广泛的读者。——格罗斯

每位出版人、编辑人、作家和出版经纪人，都至少该买一本《编辑人的世界》，然后再为对于“书写文字”如何转变成“印刷文字”深感兴趣的家人或朋友买一本。《编辑人的世界》是我所读过最棒的一本关于出版的书。

华莱士（Tom Wallace），华莱士出版经纪公司 这部新版《编辑人的世界》是了解出版工作的绝佳途径。假如你是一位编辑人，你会从中得到很多启发；假如你是一位作家，你会希望得到书中所描述的待遇。

阿普尔鲍姆（Judith Appelbaum），How to Get Happily Published 作者 这本经典之作的最新版本提醒我们在过去几年中，出版界改变了许多。这本书应该是每位作家必读的书。

希尔斯（Frederie Hills），西蒙-舒斯特出版公司副总裁、资深编辑 这本书从一九六二年问世以来，“已经成为美国编辑艺术和技巧的标准读本”，书中的见解代表了美国编辑群体的主流思想。看看美国的编

辑是怎么对待编辑工作的，对我们研究编辑工作和编辑理论，借鉴美国的成功经验，有重要的参考价值。刘杲，中国编辑学会会长

[显示全部信息](#)

在线试读部分章节

"什么是编辑

每个人眼中的编辑都有不同面貌，因此我们几乎无法用寥寥数语来概括“什么是编辑”。此外，编辑的分类方式简直不胜枚举，如个性、体型、背景、兴趣，甚至像眼睛颜色这样毫无意义的特征都可成为分类标准。如果外在形式的分类令人迷惑，那么我们不妨从作者对编辑恐惧或期望、厌恶或欣赏、鄙视或尊敬的种种素质着手吧。

出版社编辑基本上同时扮演着三种不同角色。首先，他们必须多方搜寻，挑选可以出版的好书；第二，他们还得进行编辑（没错，不管你听到多少编辑面临财务压力、受到财团的无情干预，以及商业目的压倒文学品味等种种事情，他们依然要做书稿编辑工作）；第三，他们在作者和出版社之间，扮演着“杰纳斯”的角色，在作者面前代表出版社，在面对出版社时又代表作者。

编辑的首要角色——搜猎者，是他能否建立声誉获得发展的最关键因素。尽管每位作者收到编辑的拒信时，都会深感屈辱，但编辑的职责本就不是毕恭毕敬地接纳每一部被交到手中的作品。编辑渴望拿到好书，如果拿起一部作品时没有丝毫期待，或许他就不该继续待在这一行了。无论筛选的过程延宕多长（据统计，每五十份初稿或出版提案中只有一份会被接受），职业生涯中最振奋人心的时刻总是发现一本好书，或买下一部好作品时。

作者都知道自己是如何被发掘的，但并不清楚编辑们搜寻的触角伸得有多长。经纪人自然是首先跃入脑海的，事实也正是如此。过去五十年中，百分之八十以上的大众图书都是由经纪人代理的。众所周知，找到一位好经纪人和找到一个好出版商同样困难，因此，胸怀大志的作者就面临着“先有鸡，还是先有蛋”的难题。但是不要忘了，经纪人有许多潜在的市场出路，而编辑只是其中一种，因此经纪人比编辑掌握着更多的出书机会，也更具才干。

曾经有一位著名出版商在办公室墙上挂了一幅精美的刺绣，上书：“出版商和经纪人的关系，恰如利刃之于喉咙。”这已是许多年前的事。如今编辑每天都要花很多时间和经纪人打交道，我们不应该再把这种交往看成是夙敌间的决斗，反之，如果把编辑和经纪人看作三角形的两个支点，那么作者自然就是那个顶点了。没有任何一位编辑的交际图能覆盖所有经纪人，经过一段时间的交往，双方都会倾向选择曾合作成功、更为志同道合的对象。是的，双方的关系往往通过已被滥用的商业午餐来建立，因为这时候不会被电话或传真干扰。

"什么是编辑 每个人眼中的编辑都有不同面貌，因此我们几乎无法用寥寥数语来概括“什么是编辑”。此外，编辑的分类方式简直不胜枚举，如个性、体型、背景、兴趣，甚至像眼睛颜色这样毫无意义的特征都可成为分类标准。如果外在形式的分类令人迷惑，那么我们不妨从作者对编辑恐惧或期望、厌恶或欣赏、鄙视或尊敬的种种素质着手吧。出版社编辑基本上同时扮演着三种不同角色。首先，他们必须多方搜

寻，挑选可以出版的好书；第二，他们还得进行编辑（没错，不管你听到多少编辑面临财务压力、受到财团的无情干预，以及商业目的压倒文学品味等种种事情，他们依然要做书稿编辑工作）；第三，他们在作者和出版社之间，扮演着“杰纳斯”的角色，在作者面前代表出版社，在面对出版社时又代表作者。编辑的首要角色——搜猎者，是他能否建立声誉获得发展的最关键因素。尽管每位作者收到编辑的拒信时，都会深感屈辱，但编辑的职责本就不是毕恭毕敬地接纳每一部被交到手中的作品。编辑渴望拿到好书，如果拿起一部作品时没有丝毫期待，或许他就不该继续待在这一行了。无论筛选的过程延宕多长（据统计，每五十份初稿或出版提案中只有一份会被接受），职业生涯中最振奋人心的时刻总是发现一本好书，或买下一部好作品时。作者都知道自己是如何被发掘的，但并不清楚编辑们搜寻的触角伸得有多长。经纪人自然是首先跃入脑海的，事实也正是如此。过去五十年中，百分之八十以上的大众图书都是由经纪人代理的。众所周知，找到一位好经纪人和找到一个好出版商同样困难，因此，胸怀大志的作者就面临着“先有鸡，还是先有蛋”的难题。但是不要忘了，经纪人有许多潜在的市场出路，而编辑只是其中一种，因此经纪人比编辑掌握着更多的出书机会，也更具才干。曾经有一位著名出版商在办公室墙上挂了一幅精美的刺绣，上书：“出版商和经纪人的关系，恰如利刃之于喉咙。”这已是许多年前的事。如今编辑每天都要花很多时间和经纪人打交道，我们不应该再把这种交往看成是夙敌间的决斗，反之，如果把编辑和经纪人看作三角形的两个支点，那么作者自然就是那个顶点了。没有任何一位编辑的交际图能覆盖所有经纪人，经过一段时间的交往，双方都会倾向选择曾合作成功、更为志同道合的对象。是的，双方的关系往往通过已被滥用的商业午餐来建立，因为这时候不会被电话或传真干扰。当然，编辑撒下的网必须比纽约和加州的经纪人圈子更大。作家研讨会、写作班、大学校园、文学杂志和通俗杂志、旗下作家认识的其他作家、为挖掘新人进行的国内外旅行以及外国出版商——这些都只是编辑需要耕耘的一部分。运气自然不可或缺，但促成编辑与作者的碰面，直至签订版权协议也需要一些合乎逻辑的“意外”。拿我来说，不过因为在大学城居住多年，就结识了好几位令人赞赏的作家。值得一提的是，作者一旦开始出书，往往就会在出版商建议下很快地签订一位经纪人，因此，经纪人也在扮演着搜猎者的角色。特别值得一提的是那些由编辑构想生发的作品，尤其是非虚构类图书。出版圈里常有传言：某位作家正在寻找创作灵感，而某位编辑正好握有适合的传记题材或当下热门的争议性话题，或者是编辑已有最初的构想，正在试着寻找适合的作家继续生发。麦克米伦出版社（Macmillan）的编辑斯科特（Cecil Scott）建议的写作题目后来演变成著名作家塔奇曼（Barbara Tuchman）的作品《八月炮火》（The Guns of August），便是一个很著名的例子。系列作品是诱使作者签下意外之约的又一法宝，它们往往出自编辑或出版商创意无穷的头脑。著名编辑艾普斯坦（Jason Epstein）在双日出版社（Doubledays）任职时，因开创了一种全新的出版形式“大众平装书”而备受赞誉。的确是有编辑会议、带来惊人灵感的论坛、雅典式的交谈、相互的支持，但同样有诽谤中伤、哗众取宠、看似恭维实则不加掩饰的奚落。这些秘密会议通常很短，严格来说非常令人厌烦。但除了必不可少的日程议题和会议记录外，正如众人皆异，每个出版社的编辑会议也大不相同，从高层正式作决定的会议，到让相当一部分人参与谈论行业八卦的自由会议，无论性质如何，他们都以自己独有的特性来界定编辑，尤其是根据他们选择在会议上呈现什么提案、建议和观点。共同之处在于，编辑会议会谈论很多有关出版社的情况，关于给编辑部门和编辑个人施加的重压、给予的信赖、作决定的过程、出版社的风气和斗志。与会者本质上很谨慎

，除了邀请营销部、版权部、公关部和其他部门的同事，理论上只许编辑参加，将来有望合作或有抱负的作者若想知道更多关于出版社的内幕，只能自己细心查访。编辑的第二个角色是扮演不断找茬的治疗师或化平凡为神奇的魔术师。无论你怎么看待，编辑所做的或者说应做的，是作者的亲友、甚至配偶都没有能力或不愿去做的事。他需要逐字逐句地仔细阅读作品，给出详尽而坦率的评价和中肯的修改建议。这时，编辑就化身第一位真正客观的读者，他不仅要为作者提供建设性的帮助，也在无形中道出了将来书评家、读者和市场对这本书（尤其是非虚构类作品）可能的反应，为作者提供修改依据。

[显示全部信息](#)

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。

[更多资源请访问www.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)