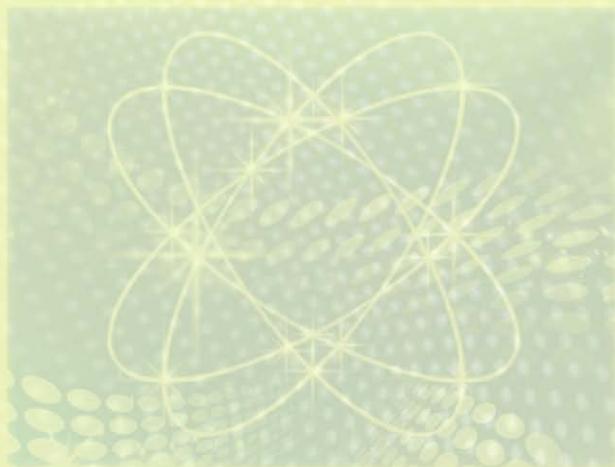


# 编辑学理论与实践

刘恺汐 编著



黑龙江教育出版社

# 编辑学理论与实践

刘恺汐 编著

黑龙江教育出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

编辑学理论与实践 / 刘恺汐编著. -- 哈尔滨 : 黑龙江教育出版社, 2013.5  
ISBN 978-7-5316-6989-0

I. ①编… II. ①刘… III. ①编辑学 IV. ①G232

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第093806号

## 编辑学理论与实践

BIANJIXUE LILUN YU SHIJIAN

刘恺汐 编著

---

责任编辑 徐永进  
封面设计 张 涛  
责任校对 夏 为  
出版发行 黑龙江教育出版社  
(哈尔滨市南岗区花园街 158 号)  
印 刷 哈尔滨圣铂印刷有限公司  
开 本 880 × 1230 毫米 1/32  
印 张 9.5  
字 数 220 千  
版 次 2013 年 6 月第 1 版  
印 次 2013 年 6 月第 1 次印刷  
书 号 ISBN 978 - 7 - 5316 - 6989 - 0  
定 价 27.00 元

---

黑龙江教育出版社网址: [www.hljep.com.cn](http://www.hljep.com.cn)

网络出版支持单位: 东北网络台( [www.dbw.cn](http://www.dbw.cn) )

如需订购图书,请与我社发行中心联系。联系电话: 0451 - 82529593 82534665

如有印装质量问题,影响阅读,请与我社联系调换。联系电话: 0451 - 82529347

如发现盗版图书,请向我社举报。举报电话: 0451 - 82560814



## 序

我的职业似乎在我出生时便注定了——编辑。编辑对于小小的我来说充满了神秘,我崇拜这个名词、向往这个职业,只因我的父亲是黑龙江科技出版社的编辑。

直至大学毕业,在哈尔滨工业大学国际经济专业毕业的我毅然放弃了别的选择,而考入黑龙江人民出版社做一名编辑。在不断的实践过程中,我改变了很多,取代孩提时对编辑的幻想和揣测的是一份沉甸甸的责任感。热爱是动力,而扎实的文字功底、广博的文化底蕴以及对政策法规的准确把握才是一个编辑的基本功。

我在2008年和2013年出版了《恺汐细语 爱的踪迹》和《恺汐细语 心语星愿》两本诗集,写完后心里很不平静,强烈地希望能有一个好编辑审读自己的书稿,并对诗集内容和装帧设计给出直接而中肯的意见。这两本书的出版让我深深地体会到作为一个作者,她写作的心情以及她对编辑所寄予的希望。一部优秀的作品,一定是作者和编辑在互相切磋中共同努力而产生的,就像一个天生丽质的姑娘需要经过精心的化妆、带上美丽的服饰一样,编辑会从另一个角度对书稿进行改良,有时甚至起到决定性的作用。

比如,有很多作者有非常好的潜质,往往是编辑发现了她。琼瑶就是一个例子,如果没有著名编辑金鑫的鼓励和督促,甚至是按时要稿,也许如今的她仍是一个名不见经传的小作者。一个编辑



不但要精于编辑业务,还要有策划能力,策划能力包括了和作者的沟通能力、对市场的准确判断能力、对图书的宣传营销能力,瞧,想要做好一个编辑真得有全面的能力。

我当过记者,做过期刊编辑,现在做出版。我总结了自己十四年编辑的实践经验,将自己对编辑业务理论的理解和体会写成了本书,一方面是对自己工作的一个完善,另一方面也希望读者通过本书对编辑工作有更深刻的认识 and 了解,希望通过本书能与同行们进行交流。

如今,我知道有太多的职业值得我们尊重,但我真的很感激年迈的父亲曾将一份热爱和一个可以触摸得到的梦想种在幼小的我心中。已成功出版了上百部图书的我,一直在不断地学习和完善出版业务,那份执著和严肃的态度一如多年前那个在没有网络的年代里,帮助父亲粘粘贴贴的孩子。

作者于哈尔滨  
2013年5月



## 目 录

|                              |         |
|------------------------------|---------|
| 第一章 编辑学研究在我国的兴起和发展 .....     | ( 1 )   |
| 一、改革开放为编辑学开辟了新的航道 .....      | ( 1 )   |
| 二、改革开放促使编辑学研究不断深化 .....      | ( 18 )  |
| 第二章 策划编辑: 选用精兵强将 .....       | ( 25 )  |
| 一、策划编辑的基本性质 .....            | ( 25 )  |
| 二、策划编辑产生的原因和作用 .....         | ( 27 )  |
| 三、策划编辑在出版社实行的模式选择 .....      | ( 41 )  |
| 四、中外策划编辑制的比较分析 .....         | ( 47 )  |
| 五、策划编辑工作目标的确立及其信息的收集 .....   | ( 52 )  |
| 六、策划编辑工作效果评估 .....           | ( 56 )  |
| 七、策划编辑人员的任用 .....            | ( 58 )  |
| 八、策划编辑理论在实践中的具体应用 .....      | ( 64 )  |
| 第三章 选题策划: 充分发挥编辑的主观能动性 ..... | ( 86 )  |
| 一、选题策划系统工程的建设 .....          | ( 88 )  |
| 二、选题策划系统工程的优化 .....          | ( 95 )  |
| 第四章 与时俱进: 编辑现代化的手段 .....     | ( 110 ) |
| 一、编辑现代化的含义 .....             | ( 112 ) |
| 二、编辑现代化的内容 .....             | ( 113 ) |
| 三、现代编辑适应编辑现代化发展的对策 .....     | ( 143 ) |
| 四、主流的现代化编辑将变成“产品经理” .....    | ( 166 ) |



|                               |       |
|-------------------------------|-------|
| 第五章 承前启后: 责任编辑的责任和工作任务 .....  | (175) |
| 一、书稿加工的常用方法和分类 .....          | (176) |
| 二、编辑加工的原则 .....               | (189) |
| 第六章 当代编辑人员“把关论” .....         | (193) |
| 一、编辑人员把关研究举要 .....            | (193) |
| 二、当代传统媒体编辑人员的把关 .....         | (196) |
| 第七章 当代图书编辑美学的理论建构 .....       | (212) |
| 一、图书编辑美学的现实性研究 .....          | (214) |
| 二、图书编辑美学的地位、本质及构成 .....       | (223) |
| 三、图书编辑美学的研究对象及内容 .....        | (228) |
| 四、图书编辑美学的特征及原则 .....          | (245) |
| 参考文献 .....                    | (261) |
| 附录: 本书作者相关论文选 .....           | (264) |
| 出版社发展需要哪些人才 .....             | (264) |
| 深入研究东北边疆历史, 挖掘黑龙江历史文化资源 ..... | (268) |
| 做大做强黑龙江省出版业 实现跨越式发展 .....     | (273) |
| 怎样提高图书质量 .....                | (278) |
| 浅论网络编辑的基本素质及与传统媒体编辑之异同 .....  | (283) |



# 第一章 编辑学研究在我国的兴起和发展

## 一、改革开放为编辑学开辟了新的航道

编辑学在20世纪40年代开始萌芽,50年代和60年代生根长叶,那时在我国大陆及港、台等地区都有专著出版,但为数不多,影响也不大。就像一棵无名的小草,瘦弱、无援地生长在原野上,但却开始有了生命。从20世纪70年代的改革开放,到本世纪初,在这三十年的时间里,编辑学研究从小到大,一直到迅速崛起,走过了一条不平坦的道路,这也是任何一门新兴学科发展的必经之路。

从20世纪80年代初到90年代中期,在党中央的关怀下,在新闻出版界、教育界同仁的努力下,编辑学这门既古老又新颖的学科得以迅速崛起,讨论了许多学科建设的基本问题。

### (一) 关于编辑有学无学的争论

编辑学提出之初,首先碰到的是有学无学之争。有人认为,编辑是术不是学,编辑工作世代相传,都是师傅教徒弟,编辑学未尝闻也;有的说,编辑编辑,剪剪贴贴,充其量是个编书匠,从未想过要往学术上靠;也有的说,当编辑的只要有基本知识,有一定文字功夫,就可以编书,何必要讲什么编辑学;更有甚者认为,多少年来,没有编辑学,书也编了,而且编得不错,现在来讲什么编辑学,是多此一举。总之,认为编辑无学,或者说可有可无。以上这些看



法,编辑界有识之士分析、归结为三点:一是认为这是一种传统的旧观念,认为过去没有的东西,现在也不用有;二是认为出于对编辑工作的作用缺乏全面的理解,看成只是剪剪贴贴、改改标点符号、批批大小字号,看不到编辑的重要作用,看不到编辑学问之所在;三是认为出于某些编辑人员的自谦。相反,许多认为编辑有学的人认为:编辑工作,世代相传,都是师傅教徒弟,正是说明其中有许多经验,只是过去没有进行总结、整理而使之条理化、系统化,所以没有形成一种学说;而所有的理论,都是从实践中来,只要认真总结,把经验上升为理论,这说明编辑学的形成是有实践基础的。有的认为,中国历史上典籍浩如烟海,有的相传多少年,都是靠编辑工作才得以流传下来,其中难道没有规律可循?更有的说,从历史到现实,为什么有的书编得好,有的书编得不好,这就说明编辑工作大有学问。根据以上的争论,著名理论家胡乔木和著名科学家钱学森也明确指出:编辑有学。再加上《中国大百科全书》《编辑实用百科全书》和《出版辞典》等一些有影响的工具书,都把编辑学作为特大专条加以阐释;一些资深编辑也纷纷撰文著书,才使编辑无学的观点,开始得到了抑制,趋向沉默。但是,这个问题的逐步解决,还是在许多编辑学著作陆续问世以后。同时,我们应该清醒地认识到,抑制或沉默并不等于问题的解决,编辑无学观点的彻底解决,还有待于具有现代科学形态的编辑学的真正建成。

## (二) 关于编辑学的性质

既然编辑有学,那么编辑学应该研究什么?它是一门什么样的学问?它的任务是什么?这是编辑有学无学争论之后提出的问题。在这些问题上同样有几种不同的观点,争论是相当激烈的。当时提出的见解,大体上有这样一些:

1. “综合性学科说”认为,编辑学是一种综合性学科。
2. “边缘学科说”认为,编辑学是一门边缘学科,它是由几个学科互相交叉、渗透而在边缘地带形成的一门学科。



3. “杂学说”认为,既然编辑有时被人称为杂家,那么据此形成的学科应该称之为杂学。

4. “综合性边缘学科说”认为,编辑学既具有综合性,又是一种边缘学科,所以应称为“综合性边缘学科”。

5. “基础学科说”认为,编辑学的任务主要不在于对诸多编辑现象和编辑方法的直观说明与描述,也不在于编辑经验的一般总结,而是要探索和揭示编辑活动的本质规律,建立完整的适用于各种学科的编辑学的科学体系,所以它应属于基础理论学科。

6. “理论学科与应用学科二重性学科说”认为,编辑学既要研究编辑活动的发生、发展及其互相联系的特殊规律等理论层面的内容,又要研究编辑工作的技能、工艺和程序控制等带有很强应用色彩的内容,这就决定了它是一门理论学科与应用学科辩证统一的二重性学科。

7. “应用科学说”认为,编辑学以编辑工作的指导思想和编辑活动的特征为主要研究对象,是一门实践性很强的应用学科。

综合以上各种观点,编辑学的学科性质问题,显然是一个十分重要的问题,它关系到编辑学究竟是一门什么样的学问,在整个学科体系中,应该如何定位,这是编辑学学科建设中必须解决的一个重要问题。

上述7种观点,大都是在20世纪80年代和90年代初期提出来的,此后对编辑学学科性质的问题,又有过一些专门的讨论,取得了一定的共识。

本章认为,“理论学科和应用学科结合说”与“应用学科说”,两者相接近,因为应用学科也要研究理论,探索有关事物的矛盾运动和规律,并使它上升为理论原理,再用以指导实践。所以说,“理论学科和应用学科相结合”或“应用学科”,比较符合编辑学这一学科的实际。因为研究编辑学,从根本上说,是为了指导编辑实践,使编辑工作科学化,有规律可循。



### (三) 关于编辑学的归属问题

编辑学究竟属于自然科学还是社会科学,还是另有他说?在这个问题上,也是有不同意见的,主要有以下3种看法:

1. “属于社会科学范畴说”认为,编辑活动是一种社会文化现象,它的直接后果是生产、传播和积累社会精神产品,而社会文化现象的本质及其所产生的精神产品,都属于社会文化成果。所以,编辑学应属于社会科学范畴。

2. “文化工程科学说”认为,编辑学不仅是一门新兴学科,而且是一门新型的学科。它不是在自然科学或社会科学两大类中简单地新增一个户头,而是把许多学科的成就与方法,采撷综合应用于文化传导枢纽位置上的编辑活动的一门文化工程科学。

3. “不忙‘挂靠’论”认为,在编辑学起步之初,大可不必把自己拴死在哪棵树上,如果急急忙忙找一个“婆家”,挂靠在哪一个大学科上,就很难不受其这样或那样的影响,甚至有可能削弱编辑学自己本来应有的特点,丧失了自己应有的独立地位,岂非弄巧成拙?

应该说,上述诸说,各有所据,需要很好地加以研究。

编辑学属于哪一个科学门类?本章认为,编辑学应该属于社会科学。因为,文化学、知识学、传播学都属于社会科学范畴。说到文化工程科学,主要是一种管理学科、组织学科,从根本上说,也属于社会科学范畴。可见,不论持何种意见,最后都把编辑学划入社会科学范畴之内。

说到“不急于‘挂靠’”,在一门新学科建立之初,为了开阔思路,进行充分的研究,不先考虑属于哪个大学科,应该是可以的。但这只是一种学科建设的战略设想,并不等于可以长此以往,悬而不决,最终还是要解决所谓“挂靠”的问题,这是不言而喻的。

### (四) 关于编辑学的研究对象

任何一门学科都有自己特定的研究对象,这是一门学科能够



建立的基本前提,没有自己研究对象的学科是不存在的。编辑学作为一门新兴的学科,当然应该有自己的研究对象。那么,编辑学的研究对象是什么?

这个问题,在编辑学崛起以后的一个相当长的时期里,曾经是我国编辑学界讨论的一个热点,并且出现过几种有代表性的见解,即所谓“过程说”“原稿说”“关系说”“主体客体说”和“规律说”。

1. “过程说”认为,编辑学研究的对象应该是“编辑过程”。

2. “原稿说”认为,编辑工作的任何环节都离不开原稿,一切工作都是为了使原稿能够优化为出版物。因此,原稿在编辑工作中有决定性意义。

3. “关系说”认为,应该把编辑学的研究对象定为编辑或编辑活动与各个方面的关系,也就是编辑工作矛盾的诸多方面。

4. “主体客体说”认为,应该把主客体的关系作为编辑学的研究对象。

5. “规律说”的基本主张把揭示编辑活动的基本规律,作为编辑学的研究对象。

### (五) 关于“编辑”的概念

这在古今中外的著述和工具书中本来就有多种界定,提出的看法很多,形成了“百花齐放、百家争鸣”的局面。这里择要介绍。

编辑是收集和研究有关出版的信息,按照一定的方针制订并组织力量实施选题计划、审读、评价、选择、加工、整理稿件或其他材料,增添必要的辅文,同著译者和其他有关人员一起通力协作,从内容、形式和技术各方面使其适合于出版,并在出版前后向读者宣传介绍的过程。

编辑是社会精神产品生产流程中的一个中间环节,它以物态化生产为目的,对精神产品的原稿进行选择 and 加工。

编辑是在利用传播工具的活动中,以满足社会精神文化需要为目的,致力于在作者和读者之间建立传播关系,把印刷和发行作



为自己后续工作的一种社会文化活动。

编辑是对外载知识的智力加工,包括对知识的审选、修订、组稿等。编辑活动是缔造社会文化的活动。编辑是通过稿本、编本和文体,与作者、读者广泛交流的社会文化活动,其目的是缔造人类精神文化结构。

编辑是信息和知识有序化、载体化与社会化的学术业务。为了适应传播的需要,对现存用文字凝结而成的著述和可能凝结的著述进行构思,并且根据生产经营的目的与标准,进行选择、修整和组装,就是编辑。编辑是一种以一定的文字、音像材料为基础,进行创意、选择、设计、加工、美化等综合性阶段性的精神生产过程,使之符合于制作物质载体的标准,达到宣传思想、传播知识、交流信息、陶冶情操、积累文化等目的的智力劳动。

编辑是根据一定的思想原则,以相应的信息或著述材料为基础,进行优选、创意、优化、组合等综合性的精神生产过程,使精神成果适合于制作传贮载体的创造性智力劳动。这个界说,包括编辑的工作根据,编辑的工作基础,编辑的工作手段,编辑的工作性质,编辑的工作目的。

以上各项都是说明,编辑工作是一种精神生产活动,是一种为社会进步、生产发展服务的社会文化活动。它既是社会主义文化建设的手段,又是社会主义文化建设的重要内容。这个活动,不是随意的,它是根据社会需要,并通过一定的载体来实现的,有广泛的社会性和具体的实践性的一种社会文化活动。

#### (六) 关于编辑的起源问题

这个问题由编辑概念的不同界定而产生。一种意见认为,编辑起源于殷商(或者说,“编”这种活动始于殷商)。许慎在《说文解字》中说“唯殷先人,有典有册”,也说明了殷商已有书籍,说明编辑活动肯定是存在的,虽然这种活动可能是很原始的。这种关于编辑活动起源的见解,可以名之为“殷商说”。



另一种意见认为,编辑活动起源于春秋,即公元前6世纪到公元前5世纪。理由是孔子“作春秋”“删诗经”,而且主张“述而不作”,不仅有编辑实践,而且有编辑思想,应是无可辩驳的编辑活动。因此,把孔子所处的春秋时期作为编辑活动的起源,是有充分根据的。这种关于编辑活动起源的见解,可以称之为“春秋说”。

还有一种意见认为,编辑活动起源于五代至北宋时期,即公元10世纪前后。理由是雕版印刷虽始于南北朝,历隋唐,但真正普及及兴盛是在北宋。如果再往前推一点就是五代。在此以前,雕版印刷并不普及,印刷的书也不多。既然出版都没有形成气候,也就谈不上编辑了。这种关于编辑活动起源的见解,可以称之为“五代北宋说”。

本章认为:编辑活动既是一种社会文化活动,又是一种历史现象。从最早的萌发,到纸介印刷品出版物,到音像、电子计算机软件编辑,再到多媒体编辑,是一个漫长的发展过程。在这个漫长的发展过程中,应该如何确定编辑活动的起源,应有这样几点:首先,必须要拥有“收集整理材料”这种起码的编辑实践。其次,进行编辑活动时应有一定的目的和主张。第三,以上两项必须有史书的明确记载。根据这三条,我们看甲骨时期的编辑活动,只能说是一种萌芽。春秋时期孔子的编辑活动,基本符合这三条,可以认为是编辑活动的开始。至于“五代北宋说”,应该说是毫无意义的,因为雕版印书普及时期,肯定有编辑活动的。但编辑活动的起源为什么一定要与雕版印刷联系在一起?此前的竹简、木牍、帛书就没有编辑活动吗?因此“五代北宋说”缺乏根据。有人认为,手抄时期(雕版前),也有编辑活动,这似乎又往前推了一段时期,但这样和“著于竹帛”又很难划分。因此,以孔子时期为编辑活动的起源,应该说是比较合理的,也是合乎历史逻辑的。

### (七) 关于孔子是否为编辑家之争

这个问题由前述编辑活动起源的讨论引申而来,但问题的性



质不只是编辑活动的起源问题,还关系到编辑概念界定等问题。在这个问题上,不同的意见主要是三种:

一种意见认为,孔子是我国最早从事编辑活动的,是中国历史上第一个有名有姓的编辑家。

另一种意见认为,孔子当时的活动,是一种编纂活动,而编纂是古代成书的一种方式,所以孔子的活动不能说是编辑活动,当然不能称为编辑家。

第三种意见与第一种意见基本相同,但有自己的见解,认为孔子“删诗经”,作了“重新整理”和“修订”工作,应承认是编辑活动。

本章基本上赞成第一、三种看法。

#### (八) 关于编辑学研究范围的讨论

中国的编辑学研究是从报纸编辑学开始的,这一点无论是 20 世纪 40 年代萌芽时期,或者是 20 世纪 50 年代至 70 年代,都是这样的。但是在发展中,图书编辑学、期刊编辑学进展较快,报纸编辑学也出了几本。这些论著中,对编辑学研究的范围,有两种不同见解:

一种意见认为:编辑随着媒体的发展而多样化,如有图书编辑、期刊编辑、报纸编辑、影视编辑、广播编辑、电子出版物编辑;又如图书编辑中还可以分为社科读物编辑、科技读物编辑、少年儿童读物编辑、辞书工具书编辑,等等;期刊编辑也可分社科期刊、科技期刊,等等。它们各有特色,都应该研究,可以建立各门类读物编辑学,但又有可以涵盖各种媒体的共性和普遍规律。这就是说,可以而且应该建立反映共同规律的普遍编辑学或理论编辑学。持这种意见的人还认为:现代编辑工作的范围日益扩大,编辑学研究停留在书刊范围之内,已不能适应实际工作的需要,又不能反映现代编辑工作的多样性。报纸、广播、电视、音像制品和电子出版物等方面的编辑工作都应该研究,这些方面的学术研究成果,可以为普



通编辑学的建立奠定基础。

另一种意见认为:书刊、报纸、影视等编辑工作,彼此间差别很大。例如:编辑工作在书刊出版工作中是中心环节,地位很重要。但在影视工作中,编辑不居“中心”地位,也没有导演、演员、摄影和节目主持人等那样重要。书刊编辑重选题、组稿、审稿;报纸编辑则是组织报道、选择新闻、组合版面;电视编辑通常兼做文字作者和导演的工作,有的只是挑选剪辑镜头。这说明彼此之间缺乏共同点,把他们勉强地捆绑在一起,只能是一种胡思乱想,是不实际的。这个分歧,归根到底,还是对编辑工作的共性和个性的认识问题,也是对编辑工作的多样性缺乏应有的了解。如果我们深入观察书刊编辑工作的话,各门类书刊的编辑工作,同样存在着很强的个性和特点。如果我们认为编辑工作只存在于书刊生产过程中,我们要研究的只是书刊编辑学,那实际上就会把编辑学肢解为各种媒体的附属品,忽视了对编辑工作的共同特点和普遍规律的研究,结果是无法建立适应各种编辑工作需要的普通编辑学的。这样,把编辑学建设成为一门独立的学科,也就成为一句空话。为此,必须加强编辑学与邻近学科关系的研究,明确编辑学不同于其他学科的个性;同时强调对各种编辑工作的研究,弄清它们的共同特点,找出它们的普遍规律,形成普通编辑学,才能把编辑学真正建设成为一门独立的学科。

#### (九) 关于编辑工作导向性问题的研究

编辑工作是一种社会文化活动,属于精神生产的性质,因而它的目的性是很清楚的,就是给人以思想、知识、技能,引导人们的知和行,影响人们的观念形态。就像我们通常所说的,就是影响人们的精神世界,指导人们的社会实践。这一切都说明编辑工作是一种意识形态工作,是一种知识传授工作,是一种技能辅导工作,一句话,具有很强的导向性。也就是说,社会主义编辑工作的根本目的,是为了武装读者头脑,引导社会的舆论,传播科学文化知识,陶



治人们的情操,繁荣出版事业,为读者提供优秀的精神食粮,以培养“有理想、有道德、有文化、有纪律”的社会主义公民为目标,是社会主义精神文明建设的一个重要组成部分。

在这个问题上,持反对态度的人,即认为编辑出版工作可以不讲导向的人,可以说没有,至少公开这样说的人没有。因为出版物的导向是客观存在的,承认不承认都不会改变。但这并不等于思想上、认识上完全一致。实际上至少存在两种情况:一种情况是,口头上不反对讲导向,但实际做的时候,却是另外一套。另一种是所谓对导向理解不同,他们也讲导向,但认为编辑工作要以市场为导向,换句话说,要以价值规律为依归,以盈利为目的。这两种情况的结果是一样的,就是在工作中搞“短平快”编书出书、抢选题、搞重复出版,甚至见利忘义,与不法书商勾结,参与非法出版活动。在这些人眼里,编辑工作不是社会文化活动,而是一种投机活动。总之,搞编辑出版工作是搞文化建设这种观念,在某些人的头脑里,已经日益淡薄,甚至所剩无几。这种看法,当然是非常错误的。

我们说在社会主义市场经济条件下,出版是一种文化产业。为了销售,出版的图书是商品,或者说是一种文化商品,发行也确实是商业活动,印刷还是一种工业,但这些都不能改变编辑工作是文化活动,是意识形态工作,是一种精神生产的性质。即使书刊发行、印刷是商业和工业,但它们仍然具有很强的思想性。有的书刊不能印、不能卖,就是这个道理。因为不健康读物一经传播出去,就会给社会带来负面影响,有负社会主义编辑出版工作的初衷。所以,编辑学首先要研究导向。因为编辑学研究的是一种政治性、思想性、科学性很强的编辑工作,是为加强社会主义精神文明建设服务的社会学说,它必须讲方向、讲原则,不是只就工作讲工作,不是只讲编辑工艺、编辑技巧,否则就会走入误区。导向性是任何一种出版物都存在的,社会主义编辑工作强调的是动机与效果的统一,是掌握导向的自觉性,这是编辑学研究的首要问题。