

● 编辑出版学

论编辑过程中作者与编者的心理互动

于 华 东

(武汉大学 文科学报编辑部, 湖北 武汉 430072)

[作者简介] 于华东(1952-), 男, 江苏淮阴人, 武汉大学文科学报编辑部副编审, 主要从事编辑学研究。

[摘 要] 作者和编者在创作、撰稿、投稿、刊登及退稿等编纂过程中都会有不同程度的心理反应。这些心理反应有自身固有的, 也有外界影响的; 有积极的, 也有消极的。作者与编者应调节自身心理因素, 加强心理修养, 将消极心理转化为积极心理。

[关键词] 作者; 编者; 心理; 分析

[中图分类号] G238 [文献标识码] A [文章编号] 1671-881X(2003)05-0627-04

在办刊过程中, 编者与作者之间必然发生相互交往与联系, 如在投(收)稿、修改稿件、校对等方面都需要多次的往来。一方面, 作者为使自己的文稿能尽快发表, 要依靠编者的协助, 需要与编者建立一种良好的关系; 另一方面, 编者为了挖掘更多高质量的稿源, 提高刊物质量, 也需要与作者增进联系, 扩大交往, 由此带来的作者与编者之间的人际关系和心理沟通是较为复杂的。对此, 有的学者提出要建立编辑心理学, 作为一门新学科, 把它看成编辑学和心理学的的一个分支加以研究。这些学者认为, 编辑心理学是运用心理学和行为科学的理论和方法去研究作者、编者在特定环境下的心理状态和行为规律。目前, 无论编辑心理学这门新学科是否为社会所公认, 但对于作者和编辑心理活动的研究是必要的。

—

(一) 作者撰稿的心理动机

1. 产生社会效益的动机。作者将自己最新的研究成果或实践经验, 写成文章, 发表出去, 以便传播、交流、推广、应用。这类作者的创作动机是从社会需求出发。

2. 讲求实利的动机。近年来, 多数单位在评聘职称的过程中, 把发表论文章数作为评聘职称的条件之一。在当前学术界浮躁之风日盛的“气候”下, 不少作者为了评定职称而撰写文章, 竞相投稿。就一些高校学报的情况而言, 稿源充足, 篇幅剧增, 其中有不少作者即是出于评职称的需要而急功近利, 加紧赶制文章, 四处投稿。难怪有人戏称某些期刊成为评职称的“文章制作机器”。这类作者, 其撰稿动机是被动的, 文章是在评职称的压力下迫不得已逼出来的。因此, 主观上无独创性可发挥, 且文章很可能有造假、抄袭、剽窃之痕迹。在一些期刊发表或未发表的文章中都发现有这种情况。有的人为虚构科研成果, 臆造实验数据; 有的从他人已刊登的文章中东抄西摘、七拼八凑; 有的将国外刊物的论文翻译过来据为己有……。他们的心理状态是急于发表, 不计名次、报酬。

3. 显露锋芒的动机。这多出现在一些年青的作者身上。为显示其某一方面的才华与专长, 他们撰写文章往往是想“不鸣则已, 一鸣惊人”, 大有“一举成名天下知”之考虑。文章内容有一定的独创性, 立

意新颖、见解独特、不落俗套。他们重名轻利,稿酬有无、多少并不介意,只求能发表。这类青年作者有时过分地刻意求新、标新立异,难免有哗众取宠之嫌。

4. 应制动机。有些作者是为完成年度考核工作量,如必须完成发表论文的篇数而写论文的;也有刊物为提高自身的声誉和知名度,往往向一些名家约稿。这些名家学者面对约稿,盛情难却。在时间紧、工作忙的情况下不得不应对一下。这类文章往往缺乏创新和理论深度,没有实际内容。

(二)作者投稿时的心态分析

1. 对刊物的选择。作者投稿时对刊物有多方面考虑、选择。包括:(1)目标价值。刊物的专业性与自己文章的专业对不对口,联系紧密不紧密,自己文章是属学术类、技术类、科普类,还是其它类,以求对号入座。(2)刊物的等级和影响力。看一个刊物在社会上的影响大小,是核心期刊,还是一般期刊;是公开发行,还是内部发行;是中央级,还是地方级;是政府部门主办的,还是民间团体(学会、协会)主办的。一般说来,作者是希望自己的文章能在核心期刊或公开发行的、中央级的、影响大的刊物上发表。(3)刊物的发稿率。有些作者对刊物上登载的文章质量进行分析、比较,可以推测该刊物选择、录用稿件的标准,选择发稿率高的刊物投稿,使之发表的几率增大。

2. 对人际关系的选择。尽量找有熟人的期刊投稿,想通过熟人关系使自己的稿件得以刊登;有的作者找有关领导或有名望的专家、学者来向编辑部说情,施加影响;有的作者为了争取编者的支持和帮助,让编辑人员和自己一同署名撰稿,或请编者加写“按语”,或在文章后加上“感谢某某编辑审阅、修改”之类的致谢语;有的作者主动向编者推荐自己所熟识的人来审稿;有些作者采取“曲折投稿”的方法,即本人不直接向编辑部投稿或曰“推荐”,而是托有名望的专家、学者,或该刊的编委代为投稿或曰“推荐”,以图编辑“不看僧面看佛面”,得到编辑部的照顾。

3. 稿费标准的选择。这类作者选择稿费较高的刊物投稿,以图获得较多的稿费。一般来说,这类作者的稿件有一定的水平。因此,各刊物在确定稿酬标准时应遵照国家规定的稿酬标准,就高不就低。

4. 侥幸心理。这类作者撰稿不愿花大气力,文章质量一般不高。他们抱着侥幸心理投稿,往往一稿多投,“八面撒网,一方收鱼”,碰上一个刊物能登,便达到目的。

(三)稿件退修过程中作者的心理状态

1. 固执己见。作者对编辑提出的文章修改意见固执己见,有两种可能,第一是作者的观点、论述是正确的,或者是有争议的。第二是这些观点、论述有错误,或者是不明晰。对于第一种情况,作者固执己见是允许的,对于第二种情况,作者固执己见就不妥了。

2. 不肯割爱。对篇幅冗长,图表繁多的稿件,需要适当地压缩、删除时,作者固执地认为自己的文章是“天衣无缝”,若删减篇幅、担心读者不易理解,或会影响文章内容的完整性,坚持不肯割爱。

3. 委曲求全。有的作者尽管对审稿意见持不同看法,但为使稿件能尽快发表,只得委曲求全,违心地对原稿进行修改,有时反而使文章质量大不如前。

4. 敷衍塞责。有的作者接到编辑部退修通知后,认为反正稿件刊登已无多大问题。不做认真修改,敷衍了事。对文章的卷面、文字、标点、规范等要求,则更不当回事,认为那应当是编辑加工的事。

对于稿件退修过程中出现的上述几种心理反映,编者应向作者阐明中肯、具体的意见,不强人所难,勉强修改。本着“文责自负”的原则,在可能的范围内,允许作者保留自己的意见。对敷衍了事的作者,在未作出切实认真的修改之前,可暂不发表其论文,直至修改到符合规范时,方可发表。

(四)刊登后的作者心态

稿件一经发表,作者感到莫大欣慰的满足快感是可想而知的。尤其是对于发表处女作的作者,更能坚定其撰稿信心,激发创作热情。有的作者在稿件刊登后,激情高涨,趁热打铁,接二连三地投稿。此时,编者也应因势利导地向有潜质的作者挖掘更多更好的稿源。

(五)退稿后作者的心理状态

1. 个性内向型作者的心理状态。心理学称之为“心境”的内向型心理的作者在得知退稿后,心情不

安,心绪不快。这类作者失落感消退的慢,持续的时间较长。

2. 个性外向型作者的心理状态。心理学上称之为“激情”的外向型心理的作者在退稿后立即产生急剧的“激情”,情绪上有明显的外露表现,直露地发泄不满情绪,有的甚至大发脾气。有的直接找到编辑部,争个是非曲直,“激情”在时间上是短暂的,火气过后,便告罢休。

退稿对于作者来说是个十分敏感和痛苦的事情,编辑部要慎之又慎,不轻易退稿。即使一定要退,也要注意不刺激作者的感情,诚恳地向作者说明个中原因,做到退稿不退人,发表不成人情在。

二

编者在与作者的交往中,对稿件的处理、审查及编辑加工过程中的心理状态,直接影响到编辑工作,影响到刊物质量。健康的编辑心理,对克服片面性,秉公执编,确保刊物质量是必要的。

(一)编者应具有的心理品质

1. 乐于奉献,服务他人。编辑工作的特点,是将自己的劳动寓于作者劳动之中。作品的发表,书刊的出版,无一不凝结着编者辛勤劳动的结晶。因此,有人赞誉编者是“为人作嫁衣裳”、“甘为人梯”、“铺路石”等。这是对编辑品格形象的真实写照,是编者心灵美的具体体现。没有奉献精神的心理准备,是难于做好编辑工作的,甚至不愿从事编辑工作。因此,编者应具有乐于奉献、服务他人的崇高心理素质。

2. 坦诚相待,公正无私。编者与作者之间应相互尊重,平等相待。当前,社会上关系学、人情风等不良倾向也影响到编辑界,这就要求编者在心理上筑起抵制歪风邪气的防线,坚持“认稿不认人”和“稿件质量面前,人人平等”的原则。对待每位作者一视同仁,不慕名、不优亲贵友,公正、公平地对待每位作者,做一个有原则的、正直的编辑工作者。

(二)编辑的几种常见心理

1. 追求“精品”效应的心理。作为编辑工作者,一般都十分看重自己所编刊物的社会影响与“品牌”效应,因为刊物的影响越大,知名度越高,于刊于己都有利,正所谓“一荣俱荣,一损俱损”,谁不想自己所编的刊物出名,从而体现自己的编辑工作的成就感。

2. 求新心理。编辑对来稿的要求,其中之一就是要有新意,文章要有创新之处,对于那些“炒现饭”毫无新意的文章,一般不予采用,因为读者是喜新厌旧的,故编辑也报着求新心理,力求将那些立意新、角度新、研究方法新的文章推介给读者。

3. 求质心理。一个刊物要打响,要创名牌,需要的是其刊登的每篇文章的质量要高,即学术见解有创新、理论有深度或能对解决社会生活热点、焦点问题有指导作用的好文章,编辑编发一篇高质量的文章而引起正面的社会反响,或被多家文摘转载,自己的劳动被社会认可,编辑自然会有收获感。

三

1. 双方都应按原则办事。投稿的权力在作者,但作者在投稿后,登与不登及何时刊登应服从编辑部门的安排。无论是作者还是编者都应该按照编辑出版的原则办事。

2. 双方都应恪守职业道德。作者不应将剽窃、假冒、抄袭的文章投向期刊。如高校学报是一种高品位的学术性理论刊物,所登均为学术论文。但是,某些作者对于自己的论文不够严谨、认真,不仅文不对题,词不达意,结构层次不合逻辑,语句不通顺,用字不规范,而且有抄袭、剽窃他人之嫌。更有甚者,一稿多投,这里就有一个职业道德问题。有的编者循私情,将不够水准的文章刊发;或审查、加工不认真,敷衍了事;或主观臆断,断送佳作,这些都体现出编者职业道德和思想素养方面存在的问题。

3. 双方都应互相尊重、合作共事。编者与作者之间非常需要加强双向交流和沟通,一方面编辑应该重视作者对办好刊物的意见和建议,从编辑心理来说一般也爱听顺耳之言,要真正做到闻过则喜还是较

难的,编辑对作者提出的意见,可放在一个换位的角色,设身处地地做些思考。另一方面,作者对编辑所提出文章中的某些问题,也应看作是对自己文章的一种负责态度,是一种帮助或成人之美。编者在参考了审稿专家意见,基于稿件基础尚可,需要做些修改的文章,应在尊重作者劳动的前提下,认真地提出意见,由作者认真修改。作者则应虚怀若谷,倾听编者的意见,凡己错彼对、己差彼好、己低彼高的意见都应加以接受,即使不宜修改的,也应诚恳地解释清楚,切不可把要其修改当做是一种刁难。

4. 加强自我心理约束和修养。作者与编者之间常会产生一些误解,造成双方心理的不平衡,处理不当,会引发矛盾,造成隔阂。在这种情况下,双方都应对自己的心理情绪加强约束力,主要方法有:(1)冷静与理智。遇到矛盾,不要简单地感情用事,导致双方发生正面冲突,激怒情绪,使人丧失理智,后果难料。这时最需要的是冷静与理智,不偏激,不图一时痛快,任意妄为。(2)相互容忍。对于对方的偏激、不当之辞,暂且容忍下来,进行“冷处理”,要能容难容之事,加强心理承受能力,待事过之后,再心平气和地向对方解释,消除误解。(3)自我控制。自己要善于把握自己的感情,提醒自己“制怒”,不为一时一事所冲动,强制自己平衡心理,避免矛盾激化。

5. 转化消极心理为积极心理。人的心理活动会随着时间、空间而转化,要发挥积极的心理因素,转化消极的心理因素。首先在编者与作者交往中,双方都应动之以情,晓之以理。以礼待人,消除情感上的心理障碍,缩短双方交往的心理距离。尊重对方在交往中的人格和地位。这种积极的态度可以满足交往对象对受人尊重的心理需要。再则,在编者与作者间存在相互补偿和协调共进的关系,双方相互取人之长补己之短,相互配合,编者可向作者提供信息,介绍期刊的现状,热忱地欢迎投稿,作者可邀请编者参加课题研究的鉴定会、答辩会、评审会,便于让编者了解自己目前的课题研究的进展状况。

总之,人类的心理现象是极其复杂、多变的。作者与编者又有其不同于其它心理活动的独特心理状态。虽然因人而异,但也有它共同的规律可循。我们在日常工作中要逐步认识作者与编辑心理活动的规律;把握办刊的主动权,调动积极因素,克服消极因素;避免在办刊过程中可能出现的人为的损失。

[参 考 文 献]

- [1] 唐子畏.行为科学概论[M].长沙:湖南大学出版社,1986.
- [2] 何菊玲.编辑审稿过程中出现认知偏差的心理因素分析[J].武汉大学学报(人文科学版),2001,(4).

(责任编辑 车 英)

Authors & Editors: Psychological Factor Analysis

YU Hua-dong

(Wuhan University Journal, Wuhan 430072, Hubei, China)

Biography: YU Hua-dong (1952-), male, Associate professor, Wuhan University Journal, majoring in editing.

Abstract: Authors or editors have the condition of psychological reaction in the process of creation, writing, contribution, publication & article-return, etc. For the creation of articles gets better, the authors and editors should regulate the factors of psychology themselves, strengthen their understanding of it, and turn negative factors into active ones.

Key words: author; editor; psychology; analysis