

● 编辑学

编辑审稿过程中出现认知偏差的心理因素分析

何 菊 玲

(陕西师范大学学报编辑部, 陕西 西安 710062)

作者简介] 何菊玲 (1964-), 女, 陕西富平人, 陕西师范大学学报编辑部编辑, 主要从事编辑学研究。

摘 要] 编辑主体的审稿过程是编辑主体对客体信息肯定或否定的主动认知过程。编辑主体在审稿认知中的偏差主要是指编辑主体在审稿过程中, 由于某些特殊的社会认知模式和个体心理因素的影响, 不能客观公正地认知评价稿件的质量, 对其做出过高或过低的评价。

[关键词] 编辑主体; 审稿; 认知偏差

[中图分类号] G232 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1000-5374(2001)04-0504-05

编辑主体的审稿过程是编辑主体对客体信息肯定或者否定的认知活动过程, 是编辑活动的重要组成部分。审稿的主要目的和中心任务是编辑主体通过对作者精神成果(稿件)进行主动认知、分析、鉴别和评价, 从中筛选出质量合格的稿件, 使之进入传播领域。这就意味着被筛选出来的稿件将要由个体精神劳动成果转化为社会精神产品。因此, 审稿活动是保证精神产品质量, 满足社会文化需要的重要环节。其不仅是传播媒体向社会传播真、善、美的精神产品的保证, 而且是实现精神产品社会化的质量把关活动。正如有的学者所讲的那样:“对稿件的生杀予夺, 在此一时。”^[1](第 139 页)

审稿工作的中心任务和目的, 要求编辑主体在审稿过程中对稿件的质量、价值力求做到客观公正的分析和评价, 既要避免质量较高的稿件被筛选掉, 也要防止质量较差的稿件由于各种原因进入传播领域。改革开放以来, 刊物实行了三审制度, 这一制度有力地保证了出版物的质量。从客观上讲, 三审制基本上能够做到客观公正的效果, 使稿件自身的价值成为评判稿件质量、决定稿件取舍的主要标准。但是由于三审制分工的模糊性问题, 加上社会上一些不良风气的影响, 造成了实际上难以保证对稿件的客观公正评价。从主观上讲, 稿件价值的判断和取舍取决于编辑主体对它的价值的认定程度和评判结果。编辑主体在对编辑客体的文化选择过程中始终处于主动地位。在审稿过程中, 面对风格各异、水平不同、档次有别的稿件, 编辑主体要确定其价值, 除了受一些客观因素的影响外, 还要受到一定的社会心理因素和编辑个体的心理因素的制约, 这就使编辑很难做到完全客观公正地把握稿件的质量和价值, 因而在审稿过程中不可避免地出现一些认知偏差。如果不注意研究和解决编辑主体在审稿过程中的认知偏差问题, 不仅会影响编辑审稿工作的客观公正性, 而且还会直接影响到期刊的质量问题。深入研究编辑审稿工作的认知偏差问题, 进一步分析形成这一偏差的心理因素, 探讨减少和避免编辑审稿过程中认知偏差的措施与方法, 对于保证审稿工作的客观性、公正性以及提高期刊的出版质量, 具有重要的现实意义和理论意义。

—

编辑主体在审稿过程中的认知偏差主要是指编辑主体在审稿过程中, 由于受人类很多特殊的社会认知偏差因素的

影响,不能客观公正地认知评价稿件的质量,对其做出过高或过低的评价。影响编辑主体在审稿中认知偏差问题的特殊的社会认知模式和效应主要表现在这样几个方面:

(一) 审稿认知偏差中的首因效应

首因效应即在社会认知中最先给人留下的印象,即第一印象。社会心理学理论认为,“首次印象对人的社会认知活动具有强烈的影响”。“第一印象的作用不但很强烈,而且作用时间也长久”^[1](第 621 页)。也就是说在社会认知过程中,最先获得的印象对人的认知具有极其重要的影响。首因效应在社会知觉认知中带有较强的主观色彩,使人们在社会认知活动中往往表现出以知觉对象的少量信息为基础的“概略性”认知特征,即当人们在获取了知觉对象的少量信息时,便力图对知觉对象的其他特征进行推理、判断,以期形成对知觉对象整体的统一形象。这一最初印象一旦形成,人们便对后来的信息不太重视。由于首因效应的存在,编辑主体在审稿过程中,往往通过对稿件的一些少量信息的获取,来推断和把握稿件的主要内容和质量的高低,形成对稿件的第一印象甚至是评判标准。这一印象或判断标准可能会影响到编辑对稿件内的一些详细的主要内容的把握,因而造成对稿件作出缺乏公正的评价,出现编辑审稿过程中的认知偏差问题。

最容易出现首因效应的是多数编辑人员对标题的过分重视。期刊编辑在初审稿件时,最先给其留下深刻印象的是标题。标题是对文章内容的概括和总结,编辑通过阅读文章标题及摘要,就会对文章的选题和内容有了大致的了解,并通过标题和摘要来推断文章的选题是否新颖,是否具有创造性,是否有价值和意义,形成对稿件的初步印象。根据这一印象,编辑决定是否有必要对文章进行仔细审读,或者采取何种方式审读,如是浏览式审读还是仔细审读。这样就有可能使一些很有价值的文章由于其标题没有拟定好而被舍弃。相反,一些由于标题新颖而内容没有多少新意的文章,却给编辑留下了很好的印象。良好的第一印象使编辑在对稿件的进一步审读中,对文章的价值及质量作出过高的评价。而不良的印象则会使编辑对稿件作出较低的评价。

(二) 审稿认知偏差中的晕轮效应

晕轮效应也称光环效应。它是指当认知者对一个人的某种人格特征形成好或坏的印象后,据此推论该人其他方面的特征^[3](第 190 页)。晕轮效应实际上就是个人主观推断的泛化、扩张和定型的结果,是一种从已知的特征推知其他特征的普遍倾向。由于晕轮效应,一个人的优点会被光圈放大,其缺点也就隐退到光环的后面,被“视而不见”。正所谓“情人眼里出西施”。晕轮效应使得人们所形成的有关别人的印象与其本来面目相差很大。在编辑审稿工作中也常常会出现类似的社会知觉现象。如编辑往往在对作者的才学、人品形成某种印象后,以此来推断和评价其文章的质量和价值。一旦编辑认为某作者博学多才、才华横溢、文采飞扬、治学严谨,那么,作者的这些人格光环也会笼罩在其文章上,使编辑据此推断其文章也一定会文如其人,具有较高的质量和较大的价值,而文章的不足之处则隐匿于背后,使编辑视而不见。而一个作者一旦给编辑形成不良印象后,对其作品的评判也会受到很大的影响,其文章的价值也有可能因此而被忽视,造成了编辑审稿过程中出现认知偏差。因此,编辑主体对编辑客体应进行多方的分析、审视和推敲,尽可能地避免认知上的偏差。

编辑对作者形象形成的信息渠道很多。首先,编辑对作者的印象来自于双方的直接交流活动。这种直接的交往与信息交流,使编辑形成了对作者比较全面的总体印象。其中,既包括了对作者的学识、能力和才华的印象,也包括了对作者人格的印象。在审稿过程中,编辑对作者的人格印象往往大于编辑对其学识和才华的印象。一个没有高尚人格的作者会使编辑对其治学态度产生怀疑,进而影响到编辑对其稿件质量的客观把握。而一个具有高尚人格且受人尊敬的作者由于光环效应,会使编辑对其稿件做出过高的评价。其次,编辑对作者的印象来自于作者简介之类的背景信息资料。作者的工作单位、专业、学历、职称乃至职务等,都会形成编辑对作者的印象。编辑通过这些线索,去推断作者的写作水平、学术水平和科研能力等,这些都会影响编辑对稿件质量的判定效果。近年来,书刊编辑界掀起了一股追逐名人名家、大讲名人效应的风气,实际上也是晕轮效应的一种典型反映。再次,编辑对作者的印象还来自于各种媒体。通过各种媒体所获得的信息既能使作者光耀生辉,也会使其暗淡无光,从而影响到编辑对其作品的评价。因此,在审读稿件时,由于晕轮效应常常会使编辑审稿失之公允。

(三) 审稿认知偏差中的社会刻板效应

刻板这一概念,在社会心理学中是用来表示社会认知的偏向性和凝固性,即具有倾向性和稳定性。社会刻板印象就是指“人们对某个社会群体形成的一种概括而固定的看法”^[3](第 192 页)。晕轮效应是社会刻板印象形成的心理基础,因而编辑在审稿中也深受社会刻板印象的影响。社会刻板印象对审稿的影响主要是指编辑在自己的工作、生活经验的基础上已经形成的对不同作者群的创作水平、科研能力、治学态度、写作能力等方面的概括而比较稳固的看法,由于晕轮效应,这一看法在一定程度上影响了编辑对稿件的鉴别。

编辑对作者的刻板印象一般是通过两条途径获得的。一条途径是编辑直接与作者接触、交往,然后对其写作能力、科研能力等特点加以概括化。另一途径是依据间接资料即通过他人介绍、评价、大众传播媒介的宣传等,获得对不同作者群

的社会刻板印象。

就学术期刊编辑而言,对不同作者群的社会刻板印象主要表现在这样几个不同侧面。首先对不同职称、学历的作者群体的刻板印象。由于职称和学历本身就是一个人的学术研究水平、科研能力及学识水平的象征,因此,人们一般认为职称、学历越高,其学术水平便越高,科研能力就越强,论文水平也一定比较高。反之,则以为低职称、低学历的作者群写不出高质量的论文。其次是对不同国家、地区和城市作者群体的刻板印象。不少编辑认为,国外学者水平较高,国内学者水平较低,经济发达地区学者的学术科研水平要比不发达地区的学者水平要高。再次是对不同学校作者群的刻板印象。一般认为名牌大学、重点大学作者的学术水平要高于非名牌、非重点大学的作者的水平,而对边远地区大学、中专及中学教师的学术水平、科研能力的社会刻板印象差距更大。

就期刊编辑而言,对不同作者群体的社会刻板印象主要表现在对专业作者群、非专业作者群的不同刻板印象;对知名度大的作者群和没有知名度的作者群的不同刻板印象等。编辑对作者的刻板印象会直接影响其对稿件的价值的判定。

社会刻板印象虽然本身包含了一定合理的、真实的成分,或多或少地反映了知觉对象的若干实际情况,从而有助于简化编辑的审稿认知过程。但是,刻板印象一经形成,便具有较高的稳定性。这种先入为主的成见,往往会阻碍编辑发现具有创新意义的、价值较大的稿件,不利于发现新人新作,将许多大有发展潜力的人才阻挡在成功的道路上。同时,也不利于编辑主体发挥自身的创造能力。

(四) 审稿认知偏差中的心理定势效应

编辑的审稿过程还受编辑主体已经形成的心理定势的影响。定势是人们比较稳定的心理态度倾向,其具有一定的倾向性和稳定性。定势理论认为,“一定的心理活动所形成的准备状态影响或决定着同类后继心理活动的趋势,也就是说人的心理活动的倾向性是由预先的准备状态即定势所决定的”^[2](第 118 页)。编辑审稿的心理定势主要是指编辑主体在经验的基础上形成的理性的和精神上的准备状态影响编辑的审稿认知活动。其主要表现是,首先,期刊自身的性质、种类规定了稿件的性质、类型和写法。这使编辑对稿件的写法和类型形成了定势。如对学术期刊编辑来讲,要求其稿件一般是学术论文。文学类期刊要求其稿件一般是文学作品或者作品鉴赏等类型。在文章写法上,学术论文、小说、散文、诗歌的文体也各不相同。其次,期刊的办刊方向、立场,期刊追求的风格和特色,对稿件的写作风格也有独特的要求,编辑对此也往往形成了固定的模式。再次,编辑主体自身的知识水平,形成了编辑主体知识准备的定势。如,编辑自身对某一问题的个人看法很容易使其对不同观点持有者的稿件产生排斥或者偏见,从而影响对这一类稿件的公正评价。“关于某事物的知识量越大,形成关于该事物的稳定的定势的可能性也就越大。从一定意义上讲,知识是定势的基础”^[4](第 157 页)。编辑主体的心理定势使其在审稿中对稿件的认知和评价取决于这种定势。“在环境不变的条件下,定势使人能够应用已掌握的方法迅速地解决问题,而在情境发生了变化时,它则会妨碍人采用新的解决方法”^[5](第 196 页)。因此,从积极意义上看,编辑主体的心理定势能够保证其审稿认知活动的稳定性和前后一致性,有利于维护刊物的办刊风格和特色,使刊物风格一以贯之。从另一方面来看,编辑主体的心理定势会妨碍其思维的灵活性,不利于编辑主体接受新事物,会在一定程度上影响编辑主体自身的创新能力。期刊的办刊性质、风格受时代和社会发展变化的制约。不同时代、不同社会对期刊风格、品味有着不同的要求。因此,尽管期刊风格要求一以贯之,但当代发生变化时,期刊风格也应不断适应形势作出相应的调整变化。这就要求编辑主体不断打破心理定势,积极创新。

总之,在编辑审稿中,不可避免地存在着由特殊的社会心理活动模式而引起的首因效应、晕轮效应、社会刻板印象及心理定势效应。这些对编辑的审稿活动既有积极的作用,也有消极的影响。其中消极影响极不利于编辑主体客观公正地评价稿件的质量,从而导致其不易接受新事物,在审稿认知活动中出现认知偏差。要有效地防止审稿过程中的首因效应和晕轮效应等方面的印象评价误差,需要编辑主体在每次获得新信息时都应当重新组织或加工已有的认知模式,不要急于形成不成熟的审稿印象,通过建立良好的印象控制策略,克服审稿活动中的认知偏差。

二

编辑主体在审稿过程中还受个体心理因素的影响,也可能产生一些认知偏差。这方面的认知偏差主要体现在以下几个方面:

(一) 编辑主体的需要与价值

在编辑主体对客体信息的认知选择过程中,编辑主体的需要是其认知选择的根据,它决定着主体的价值标准和认知目标。当编辑主体需要某类文章或者某一方面内容的稿件时,能够满足编辑主体需要的稿件就具有较大的价值,对主体有价值的稿件很容易构成认知刺激而成为认知目标。并且编辑主体在对某类稿件进行认知选择时,对其有价值的特征常有夸大

的倾向。“需要虽然是认知选择的根据,但需要本身并不进行选择。这种选择是通过情感的价值评价而实现的”。“情感的适应价值在于他能根据主体的需要和目的,放大或缩小、加强或减弱对客体信息的反应,帮助主体选择所需信息。他决定着认知过程的选择性和方向性”^[6](第 94—98 页) 并制约着认知的内容。因此,编辑主体处于不同的情感状态时,对稿件的认知、选择和评价是不同的。而且,对于同一稿件不同的编辑主体对其评价也是有差异的。

(二) 编辑主体的兴趣

兴趣对编辑主体的认知选择也具有很大影响。“兴趣的个别差异往往决定着认知的选择性”^[7](第 190 页)。它“不仅表现了认知过程的动力特征,而且也关系到认知活动的指向性和选择性”^[6](第 94—98 页)。当编辑主体对某一部分内容感兴趣时,“会使人们把不感兴趣的事物排除到认知背景上去而集中注意力于感兴趣的事物”^[7](第 190 页)。因此,编辑主体在审稿过程中,总是对自己感兴趣的内容印象深刻,而对自己没有兴趣的内容则容易视而不见。这样编辑就有可能忽视稿件的重要内容或者有巨大价值的内容,对稿件做出不客观的评价。

(三) 编辑主体的认知心理结构

“现实的认知结构,既包括人们所掌握的关于客观世界的某种有逻辑结构的信息组合即知识,也包括与这些信息组合相联系的主体运用语言符号等概念工具把握客观的思维方法”^[8](第 229 页)。因此,编辑主体的认知结构、经验、生活方式、文化背景以及个人需求等构成了其认知心理结构。“主体和客体作为认知结构的两极,他们之间不是一种简单的、直接的二项式的关系”^[9](第 85 页)。主体总是用自己的图式——由生活阅历、知识、经验的沉淀,以及价值观念、意志、情绪等因素组成的网络,来指导对客体的认知。由于不同编辑个体的认知心理结构的差异,其认知水平不同,因而即使是对同一稿件也会形成不同的看法,得出不同的结论来。

此外,编辑主体的审稿还受主体的情绪、态度、个性心理特征等心理因素的影响。编辑主体的情绪状态会影响其对客体信息的评价与判断。在审稿中,编辑者如果处于积极的情绪状态时会对稿件做出较高的评价,而处于消极情绪状态时,可能对稿件做出较低的评价。因此,编辑在审稿时应克服消极的情绪,努力培养自我控制和调节情绪的能力,保持一个良好的心理状态,这不仅有利于审稿工作,而且有利于作好编辑工作,同时也有利于维护编辑主体的身心健康,态度也会影响编辑的审稿活动。“态度是人们的一种心理倾向,是行为的准备状态。行为是态度的外露,是在人们的态度影响下表现出来的对对象的具体反应”^[7](第 273 页)。“态度作为一种心理准备状态和反应倾向,一经产生就必定对人们与特定态度对象有关的行为产生种种性质不同的影响”^[10](第 74 页)。所以,编辑主体是以积极的态度还是消极的态度审理稿件,所得出的结论也是有很大差异的。这就要求编辑主体在审稿时,必须以认真、负责的态度,仔细地、反复地审查稿件质量,努力克服各种由于某些特殊的社会认知模式和个体心理因素的消极影响,从而保证审稿工作的客观、公正性。编辑主体的个性特征也会影响其对稿件的评价。为此,编辑人员首先应多利用业余时间,不断丰富自己的知识、技能和学问。也要广泛搜集并查阅有关市场动态、学术动态等方面的信息。因为渊博的学问和广泛的信息可以使编辑能够辨别稿件的知识水平和创新程度。

编辑主体的审稿活动是通过编辑主体对编辑客体的主动选择实现的。这一活动既体现了编辑主体自觉、自主的创造性劳动。同时,也不可避免地出现一些由于人的主观心理因素的偏差而导致的一些审稿认知上的偏差。

从以上对影响编辑审稿过程中认知偏差的社会心理因素和个体心理因素的初步分析中我们不难发现,造成编辑审稿过程中认知偏差的众多心理问题,大多属于无意识的认知和情感方面的偏差,从而有可能造成一些不公正的审稿偏差,而并非是编辑主体的有意识的不良行为。经过 20 多年来改革开放的深入发展,目前我国多数期刊的办刊质量进入了一个相对成熟的发展阶段,多数作者的研究水平和文稿质量也出现了水平及档次差距并不十分明显的阶段,多数来稿的水平都相差不大。在这种社会学术态势下,编辑审稿过程中的社会心理效应和个体心理因素就有可能上升为主要的决定性因素。再加上社会大环境中的不良风气的影响更有可能助长或加重编辑审稿过程中的认知偏差效应。从这个意义上讲,深入研究编辑审稿过程中的认知偏差问题在当前具有十分紧迫的现实意义。

要有效地消除编辑审稿过程中的各种认知偏差问题,我认为需要加强这几方面的工作:

一是要加强及完善审稿制度中的监督机制建设工作。特别需要在三审制度的基础上进一步加强编辑内部质量评价工作和实行“双盲法”的外审机制。审稿制度的建设和完善工作是保证审稿活动客观性的核心环节。

二是要不断有意识地提高编辑主体的认知水平。审稿过程中的很多认知偏差问题是由人们习惯上的初步认知加工活动造成的,因此,无论是对稿件拥有生杀大权的主编,还是一般编辑人员,均需要不断提高审稿活动中的认知精加工策略水平。编辑主体应该经常有意识地克服审稿过程中的首因效应、晕轮效应、社会刻板效应和心理定势等先入为主的行为习惯。

三是要进一步提高编辑主体的自我心理监控调节水平。为了减少编辑人员的个体心理偏差问题,编辑主体应该经常

地、自觉地、有意识地不断地提高自身的专业素质和思想修养水平,尽可能地跳出个人心理和感情的小圈子,进入社会文化活动的大氛围。为社会创造高质量的文化精神产品而倾注自己的聪明才智。

与此同时,出版部门不断加强对编辑主体的职业道德素质教育以提高其思想素质,也是保证编辑审稿客观性和公正性的重要工作。

参 考 文 献

- [1] 向阳新.编辑学概论[M].武汉:武汉大学出版社,1995.
- [2] 朱智贤.心理学大词典[Z].北京:北京师范大学出版社,1989.
- [3] 周晓虹.现代社会心理学[M].上海:上海人民出版社,1997.
- [4] 波列·沃伊塔西克.政治宣传心理学[M].成都:四川省社会科学院出版社,1987.
- [5] 章志光.心理学[M].北京:北京师范大学出版社,1995.
- [6] 时光.论认知过程中的情感[J].西南民族学院学报(哲学社会科学版),1997,(2).
- [7] 全国八院校《社会心理学教程》编写组.社会心理学教程[M].兰州:兰州大学出版社,1986.
- [8] 黄楠森,杨寿堪.新编哲学大词典[Z].太原:山西教育出版社,1993.
- [9] 刘京林,周光荣.新闻心理学论文集[C].北京:北京广播学院出版社,1996.
- [10] 金盛华.当代社会心理学导论[M].北京:北京师范大学出版社,1995.

(责任编辑 于华东)

Analysis on Psychological Factors Causing Cognitive Bias in Editing

HE Ju-ling

(Journal of Shanxi Normal University, Xi'an 710062, Shanxi, China)

Biography HE Ju-ling(1964-), female, Editor, Journal of Shaanxi Normal University, majoring in editing.

Abstract Editing and checking of a manuscript are characterized as an active cognitive process that an editor made a positive or negative assessment. A cognitive bias resulted from some particular social cognitive modes as well as subjective psychological factors, which refers to editor's error causing overestimation or underestimation in manuscript processing.

Key words editor; manuscript processing; cognitive bias