



焦虑性编辑倾向对报纸易读性的影响

时间：2004-10-28 1:49:47 来源：中国新闻研究中心 作者：胡晓蕾 阅读4967次

强迫性过度分割文本造成阅读障碍 ——试析焦虑性编辑倾向对报纸易读性的影响

发稿：中国新闻研究中心

作者：胡晓蕾

单位：浙江大学传播研究所研究生

地址：浙江大学

邮编：310028

【内容提要】目前空前激烈的报业竞争使得全国各大报纸纷纷放下架子，由传者本位转向受者本位，由单元功能转向多元模式。然而，有些报纸在竭力迎合读者需求、追求报纸易读性的过程中，实际上已经不由自主形成一种焦虑状态，反映在版面编辑上，则出现过渡分割稿件的现象。这种版面编辑现象，由于违背了人的阅读心理规律而给读者造成了阅读障碍，使报纸传播效果大打折扣。

【关键词】易读性；焦虑倾向；强迫性过度分割文本；元认知；短时工作记忆

引言

“报业大战”、“新闻大战”、“厚报时代”，现代都市已成信息雷区，“信息”炸弹就在你的眼前、耳畔、身边，无时无刻地爆炸着。

这些爆炸所导致的后果至少有四个：“1. 信息泛滥。……2. 信息超载。……3. 信息浪费。……由于真正有价值的信息被大量的无用信息所淹没，求知的人不得不耗费大量的时间和精力来对待信息洪水，这种大海捞针式搜寻的结果是，经常无奈地让一些有用信息与大量无用信息一起从身边流走……4. 信息疾病。……给受众造成了巨大的心理压力，引发了一系列信息疾病：……焦虑不安，情绪暴躁。”^①

在这种情况下，为读者提供易读性服务，帮助读者迅速找到有用信息并进行方便有效的阅读则成为现代报纸编辑工作中所必须考虑的问题之一。报纸的易读性也必然成为其在激烈竞争的市场上赢得读者的法宝之一，因为，读者对信息的选择率与他们所能获得的报偿成正比，与他们所要付出的努力即代价成反比。用施拉姆的公式来表示就是：选择的或然率=报偿的保证÷费力的程度。然而，笔者遗憾地发现，在竭力为读者提供易读性服务的同时，作为信息链条上的一环，一些报纸在版面编辑上却出现了一种阻碍、迟滞读者阅读接受的焦虑倾向和强迫行为。

- 娱乐广告传播模式
- 寻找“直指本心”的广告
- 企业新闻运作策略全析
- 焦虑性编辑倾向对报纸…
- 英雄形象传播的新趋势…
- 论卫星传播对国家主权…
- 关于消除中国数字鸿沟…
- 关于消除中国数字鸿沟…
- 从“广东非典型肺炎事…
- 修辞学观照中的视听传播

焦虑状态产生强迫行为

焦虑是一种负性的感情状态。就个体而言，“只要使人预感到无力加以避免或应付而感到严重的、无法摆脱的威胁时，就可能使人产生恐惧，并由复合的恐惧情绪转化为焦虑。……因此，焦虑是对恐惧的恐惧，对担忧的担忧。”^②处于焦虑状态的个体往往会产生一些强迫性观念和强迫性思维，而为了疏解，焦虑个体则又会进而产生强迫行为。

处于信息爆炸中心的传媒人，作为个体，产生焦虑反应本不足为奇，但是，当这种状态以一种集体无意识的形式渗透到媒介组织中时，其媒介产品就会不可避免地受到影响。现在新闻传播界有一个出现频率较高的名词——“泡沫版面”，其“特点是版面元素的使用过度夸张，表现形式与表达内容的价值不相称，比如大量使用不含多少新闻价值的巨幅照片，内容并不很重要的稿件却做出了比报名字号还大的标题。”^③我们以为，这就是集体无意识焦虑倾向在报纸版面编辑上的强迫性表现。在这些表现中，有一种突出地造成了读者的阅读障碍，影响了报纸易读性的焦虑性编辑倾向就是，强迫性过度分割文本。这种现象在笔者常看的一份《都市快报》上表现最为明显。

平心而论，这份《都市快报》在很多方面是可圈可点的，特别是其读者本位的办报思路为其赢得了读者。然而，在市场条件下，读者的忠诚度是很受怀疑的，因此，报纸总要有一些新鲜的东西推出来吸引读者。2003年下半年，《都市快报》的一个创新版面第二版引起了笔者的注意和分析意向，从中我们可以明显感受到一种焦虑性心理和强迫性行为。

此版多为一篇长稿，可以看出，编者是在易读性上下了功夫的。长则四五千字，短也有两三千字的整版或半版稿，经过编者的精心编辑梳理，信息点一个个地以超粗字体的小标题形式凸现出来。编者本来或许以为，经过这样的编排，读者应该可以迅速地接受信息了，但他没料到的是，当读者翻开报纸，面对一大片黑压压的小标题并由此而被分割得零零碎碎的版面时，很可能又陷入了选择和提取信息的困难之中了。

可以想像，一位把自己的全部关注都投放在孩子身上的母亲，因为过分担心孩子的现在与将来，以致产生焦虑，整日对着孩子唠里唠叨罗里罗嗦。在这种情况下她的用心良苦的嘱咐能达到什么效果呢？又好比一种焦虑的喂养方式：大块的面包吃起来确实不方便，好的服务者会把它切成合适的小块，便于用餐者食用，而焦虑的喂养者不但把面包切成小块，甚至还要代用餐者先咀嚼一遍。对于带着口水的面包渣，用餐者恐怕有点难以消受。

下面，我们将就现代认知心理学的有关理论对这种强迫性过度分割文本对读者造成的阅读障碍进行剖析。

两大阅读心理规律限制文本分割

对于短小的新闻，编辑通过运用新闻组装、分类、图片搭配，以及运用不同的字体，文章间不同的位置关系等来达到易读性是比较容易的，况且，短小的新闻作品对读者不构成任何心理压力。真正让读者为难的是那些篇幅较长的特写稿或专题稿。一方面，大块의长篇稿件给了读者一个暗示：这是重要新闻；而另一方面，对于正在吃早餐或者正在匆匆上班路上的“繁忙读者”^④来说，要从头到尾细细读完大块文章怕是一件“艰巨的任务”吧。

因此，要让长篇稿件易读，编辑可以加进若干小标题以对其进行分割。有人将这些使得版面上的长文不再令人望而生畏的小标题比作“炎炎夏日吹来的一阵阵凉风”^⑤，这阵阵凉风不但有透气的作用，而且有导读的功能。因此，在注重易读性的今天，报纸“文章中的小标题增多，并且处理更加突出。以《广州日报》为例，不但长文加小标题，消息甚至四五百字的短消息中也加小标题”。^⑥

这种加小标题的方式其实就相当于给文章分段了。长文的分段是有一定的视读心理依据的，“研究表明，受众对每段文字的字数容忍限度是10—15行。如果一行28个字，则为300个字左

右，对报刊类出版物，每行10—12个字，其限度为15—20行左右。……否则会让受众产生无趣单调之感。”⑦

那么，对于长篇稿件的编辑，是否就可以机械地按照这样的规律，对稿件分段加小标题提取信息点以达到易读呢？要回答这个问题，恐怕还需要深入分析读者的阅读心理。

元认知：对阅读进行监控和调节

阅读作为一项认知活动离不开人所暗含的在更高层次上的心理活动——元认知

(metacognition)。所谓元认知，指的是一个人对他自己的思维或学习活动的知识和监控。因此，元认知所包含的第一个内容就是关于认知的知识，即一个人对于他自己的认知能力以及他与学习情境之间的一致性的知识。例如，知道组织起来的材料比没有组织起来的材料容易学习，包含了熟悉的词和概念的段落容易阅读，等等。在此基础上，元认知的第二个内容启动——一个人对自己的认知活动进行监控和调节，包括：是否开始，如何进行，以及检验和评价认知活动的效果。如果感到任务太困难，人们就会放弃它。⑧

这就解释了为什么标题口语化及分割组织得当的稿件比较容易吸引读者。在这方面，《南方都市报》的编辑方式令人印象深刻。对于一些热点事件，该报往往投入大量的版面进行报道，纷繁复杂诸多头绪，通过背景、人物、事件、影响、声音、名词解释等栏头及具有吸引力的小标题对稿件进行分割后，读者可以轻松了解事件的方方面面。后来，很多报纸都纷纷效仿这种编辑方式。但是，有些报纸对这种编辑方式的运用和发挥有点过头。

在有效的阅读活动中，读者对于自己的认知活动必须具有一定的控制，而可能包含在阅读活动中的元认知技能主要有：1. 明确阅读的目的；2. 识别出篇章中的重要信息；3. 集中注意于篇章中的主要内容；4. 监控阅读的活动，并且评价觉察理解是否发生；5. 运用自我提问的方法来考察自己是否达到了阅读目的；6. 当理解失败被发现后，决定补救或放弃。

把这些理论的技能还原成报纸读者的长稿阅读活动则是：

一眼看到大标题后，根据自己的兴趣需要决定是否读下去→若确定想了解，则会接着浏览小标题，了解大概内容，找出重要信息，确定阅读的次序，或者干脆舍弃次要段落只读重要的或感兴趣的→是否体验到一种解疑释惑的满足感→若豁然明朗则可结束阅读，若还有疑问则回头去找答案，若疑问太多毫无头绪则可能嘟囔一声“Shit”后放弃阅读。

短时工作记忆：超过7±2造成阅读障碍

而在整个阅读过程中，有一种心理活动在鞍前马后地默默为读者的阅读而忙活着，它就是短时工作记忆(short-term working memory)。这种心理活动人是很难自觉意识到的，却是人的高级认知活动所必须依赖的一种基本心理活动。短时工作记忆也称短时记忆，它对信息的保持时间约为一分钟，是信息通往长时记忆的一个过渡阶段，其对信息的储存具有暂时性、动态性和操作性的特点。有人把它比喻为一个工作台，当人在进行认知加工活动时，一些相关的必要的信息作为工具或者原料被拿到工作台上进行操作，加工过的信息进入长时记忆，就成为人的知识和经验。⑨由此可见，无论是浏览大标题小标题，寻找重要信息，理解整个文本，报纸读者的有效阅读活动，尤其是速读，全程都离不开短时工作记忆这个基本的心理活动。

大量的心理实验表明，短时工作记忆这个信息加工“工作台”的容量是有限的，其容量为7±2，单位是组块。一个组块，它可能是一个音节、一个字母，也可能是一组单词、一组数字，再或者是一段曲调一幅画面，总之，组块实际上是一种信息的组织或再编码。当组块过大时，7±2的容量会相对缩小。“组块理论”是美国心理学家米勒提出的，他认为，测量短时记忆的最小单元就是组块。组块是能够迅速地将长时记忆中的信息链接起来的索引项，亦是指

我们所熟悉的信息量的一个单元。组块在很大程度上依赖主体的知识经验。知识背景不同，组块的方式不同，组块的大小也不同。实验表明，专家在其特定领域内的记忆组块要比常人大得多。

用“组块理论”及“元认知理论”来解析报纸对长稿件的分割组织编辑，实际上就是将稿件中零散的信息点组织编码成组块。一个小栏头或一个小标题与其下面的一段或两段文字就组成了一个组块。让这些组块成为有效阅读的线索，为元认知的监控过程提供依据。

如果组块过多，多于 7 ± 2 ，超出了短时工作记忆的容量，则读者在阅读中难以有效整合信息，阅读线索显得零碎而混乱，阅读监控失去依据，在这种情况下，读者往往会有障碍重重身陷阅读陷阱的感觉。据此，我们对上文所说的强迫性过度分割的解释就是，由于极力希望达到易读，忽视读者的阅读心理规律的报纸编辑倾向。另外，如果组块过大，也会给读者造成阅读负担，因为我们不能把读者假定为专家。

因此，要想在报纸编辑中，尤其是长稿编辑中达到易读，必须科学地、人本地把握一个度的问题，做到适可而止，恰到好处，效果最佳。

参考文献：

- ① 邵培仁：《传播学》，高等教育出版社，2000年，第115页。
- ② 孟昭兰：《人类情绪》，上海人民出版社，1989年，第379页。
- ③ 蔡雯：《对当代中国报纸版面革新的观察与思考》，载《新闻战线》2001年第7期。
- ④ 罗建华：《“易读性”打开方便之门》，<http://www.zjol.com.cn/node2/node26108/>，2004/04/06，21：23。
- ⑤ 赵鼎生：《西方报纸编辑学》，中国人民大学出版社，2002年，第154页。
- ⑥ 项晓宁：《报纸版面变革与传播理念的变化》，<http://www.njrb.com.cn/d/m>，2004/05/01，20：36。
- ⑦ 吴飞：《新闻编辑学》，浙江大学出版社，2000年，第88页。
- ⑧ 张必隐：《阅读心理学》，北京师范大学出版社，2002年，第313页。
- ⑨ 杨治良等：《记忆心理学》，华东师范大学出版社，1999年，第43-47页。

文章管理：mycddc（共计 4291 篇）

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关文章：可读性

- 丰富新闻表述美增强新闻可读性 (2007-3-28)
- 主流媒体的可读性：问题与对策 (2006-11-14)
- 媒体的可读性：问题与对策 (2006-4-11)
- 试论报纸的“易读性”及误区规避 (2003-9-18)
- 五要素增强党报理论版可读性 (2003-7-23)

[>>更多](#)

焦虑性编辑倾向对报纸易读性的影响 会员评论[共 0 篇]

我要评论

会员名 密 码:

关于CDDC◆联系CDDC◆投稿信箱◆会员注册◆版权声明◆隐私条款◆网站律师◆CDDC服务◆技术支持

对CDDC有任何建议、意见或投诉, 请点[这里](#)在线提交!

◆MSC Status Organization◆中国新闻研究中心◆版权所有◆不得转载◆Copyright © 2001--2009 www.cddc.net
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反, 追究法律责任.