

设计评论中“皇帝的新装”现象探究

王文昭, 李 锋

浙江理工大学艺术与设计学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2023年6月28日; 录用日期: 2023年7月19日; 发布日期: 2023年7月31日

摘 要

通常人们在评论设计大师的作品时往往只谈优点, 不论缺点, 导致无法客观全面地认识和分析某些作品。本文从心理学角度出发, 通过分析从众心理的主客观两个角度、晕轮效应以及马太效应的成因, 探讨这些心理效应所引起的个体与群体的认知偏差并给出相应解决方法。个体需要正确认识这些心理效应对认知的影响, 培养独立思考的能力并学会运用批判性思维。

关键词

认知偏差, 从众心理, 晕轮效应, 马太效应

Research on the Phenomenon of “The Emperor’s New Clothes” in Design Comments

Wenzhao Wang, Feng Li

College of Art and Design, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: Jun. 28th, 2023; accepted: Jul. 19th, 2023; published: Jul. 31st, 2023

Abstract

Generally, when commenting on the works of design masters, people only talk about the advantages, regardless of the disadvantages, resulting in the inability to objectively and comprehensively understand and analyze the products. The article analyzes it from the psychological angle, explores the subjective and objective perspectives of conformity, the causes of halo effect and the Matthew effect, discusses the cognitive bias between individuals and groups, and gives the relevant solutions. Individuals need to correctly understand these psychological effects, cultivate the ability of independent thinking and learn to use critical thinking.

Keywords

Cognitive Bias, Conformity, Halo Effect, The Matthew Effect

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

“皇帝的新装”讲述了一位皇帝被两个骗子愚弄，穿上了一件根本不存在的新衣赤裸裸地举行游行大典的故事，讽刺了皇帝的愚蠢、大臣的虚伪无知和民众的人云亦云，褒扬了童言的纯真无忌；故事中，大臣及民众的附和都是缺乏自身独立思考能力的体现，反映出人在面对看不懂的事物时习惯于追随他人的观点，来掩盖自己的“无知”。

而在设计评论中也存在类似情况，个体在评价名家作品时，往往会基于人们对名家已有的看法，只见优点不见缺点，出现人云亦云的情况。为什么会出现这种“皇帝的新装”现象？本文尝试从心理学角度探究这中现象的成因。

2. 晕轮效应导致的个体认知偏差

心理学家爱德华·桑代克认为，人与人在交往时，对方某个特别突出的特点和品质会掩盖人们对其他品质和特点的正确了解。因此，人对事物或人的认知与判断基本上是从局部出发，而后扩散得出整体印象。个人容易在大师身上触发晕轮效应，一方面，个体抓住事物的个别特征，并不能反映事物的全貌，但是惯性思维会习惯从特殊推向一般、由部分推及整体[1]，大师的光环会让人容易认为其作品完美无缺。另一方面，晕轮效应通常发生在对该事物不够了解的阶段[2]，而该阶段会受感、知觉表面性、局部性和知觉选择性的影响[3]，导致个体将并无内在关联的两者联系在一起，断言有这必有那，使得实质内容被外在形式掩盖。此外，晕轮效应的泛化性使得人们对大师的认可，会连带形成对大师作品的肯定，这也就是所谓的爱屋及乌。个体基于个人喜好而将某人或物看得完美无缺，对其有着高度地认同和崇拜[4]，导致评价某人或物时有失偏颇。

正如罗伯特·西奥迪尼在《影响力》一书中提到的“一致性”原则，人的潜意识里保持着各种观点、立场和看法的一致性。当我们正面评价某事物时，潜意识会忽略该事物的负面评价。例如社会已经对某设计大师做出正向评价，人们会下意识地排斥负向信息。而“一致性”原则又会导致选择性“失忆”的出现，对某些东西视而不见、听而不闻，只看到事物的优点，忽略缺点。选择性“失忆”和“一致性”原则两者形成正反馈，互相强化，使得认知的“光晕”越变越大[5]。

深泽直人是日本著名设计师，他所设计的纸篓打印机，如图 1 所示，纸篓和打印机放在一起是为了方便处理打印错误的纸张，但是从另一个角度看，这种方式是否在鼓励丢弃，如果把打印机和纸张的再利用装置放在一起，是否更符合可持续发展理念。因此个体在评价产品时，不能只局限于一个角度，需要多维度思考。再如这款壁挂式 CD 机，如图 2 所示，这是他“无意识设计”理念的代表作。他在设计该产品时，更多考虑的是人们对拉绳的怀旧心理，却忽视 CD 机“播放音乐”这一基本功能。在这款产品中，由于扬声器是围绕 CD 盘排布，调高音量会影响 CD 旋转时的平衡，引起震碟，从而导致一定的卡顿；同时，完全开放的设计，很容易出现落灰，影响正常使用。可见名家设计师的产品也并不是完美无缺的。我们在看待事物时，需要辩证地具体分析，在评价时也应当充分了解优缺点后再下定论。



Figure 1. Wastebasket printer
图 1. 纸篓打印机



Figure 2. Wall-mounted CD player
图 2. 壁挂式 CD 机

3. 从众效应导致的群体认知偏差

除前文所述由个人产生的认知偏差外, 群体引发的认知偏差更为普遍。“从众”一词来源于进化心理学, 是指个体在他人行为的基础上去构建出一种“规范”[6], 来决定对自身合适的或正确的行为, 当群体一致性的压力影响到个体时, 个体会放弃自己的意见或者违背自己的观点, 使之更接近群体[7]。进化心理学认为从众是人类为了保护自己而形成的一种心理现象, 是人类在进化过程中保留下来的一种本能。这种本能被称为“适应器”, 其实质是为了“适应”当时的环境[8]。

通常而言, 人们从众是为了获得集体赋予的安全感[6]; 其次是因害怕承担不合群而导致的社会排斥[9]。在设计评论中这种心理尤为常见, 一个设计作品, 当群体普遍肯定时, 作为个体, 往往会追随群体做出正面评价; 当个体在持肯定意见的群体中持否定意见时, 容易遭到该群体的强烈拒绝, 而这种拒绝会引发从众压力, 压力值越高, 越容易引发从众行为, 反之亦然[8]。因此, 群体之中个性会被共性湮没, 个人会更轻易地接受群体的暗示[9]。

从众心理有利于人类文明的传承和社会的正常运转, 并且能够促进个体道德社会化[10], 但从众的负面影响会让个体丧失自主思考能力。例如建筑大师赖特设计的流水别墅, 如图 3 所示。该建筑利用溪流这一自然环境进行设计, 因地制宜, 改变了人们对现代建筑是孤立于自然环境的空间形态的认识, 取得了巨大的成功, 但实际上它也存在着比较大的缺陷。流水别墅坐落于熊跑溪上游, 流水声从未间断, 并且房间常年潮湿; 雨季到来使溪流变大、雨水倒灌, 水流从楼梯蔓延进建筑内部, 导致别墅无法居住。

房屋的本质是居住,然而社会主流常夸赞流水别墅的美学价值,却忽视了实用价值,社会评价已经定型,从众心理使得个体附和群体观点,个体缺乏自身的思考——居住与美观应当同时追求,过分强调美观反而舍本逐末。这种不加思考地盲目从众导致评价中个体思维缺失,而这种消极从众又抑制个体思维,使得对作品的评价和观点趋于一致。



Figure 3. Fallingwater
图 3. 流水别墅

4. 思维“惯性”引起的认知偏差

从认知的时间维度来说,一只一直涨的股票,容易被投资者认为会一直涨下去,与之类似,我们的思维也有“惯性”,这就是思维定势。思维定势是由积累的思维活动经验和已有的思维规律,在反复使用中所形成的固定思维认知。大师之所以成为大师,说明他的设计作品得到了大家的认可和推崇,而这种推崇也是对权威的服从,思维的惰性使我们倾向于去做更容易而不是更准群、更费力的决定[5]。在设计评论中,我们更倾向于沿用已有的评价,不自觉遵从权威的判断,而不是重新思考得出新的结论。当我们习惯于使用过去的认知和判断来评价同一个人或事物时,这种旧认知会成为针对思维的“桎梏”[11]。

以大师级设计师的原研哉为梅田医院设计的导视系统为例,如图 4 所示,标识系统采用了布料,布料的质地传达出一种柔和的空间感觉。整体上营造出医院干净整洁的氛围,但将过去对原研哉设计的肯定沿用到该设计的评价上将有失妥当,如图 5 所示,导视系统仅用白红两种颜色,白底红标对比强烈,容易引起情绪的紧张,此外,在医院环境中,红色很容易让人联想到血迹,从而引发心理不适。



Figure 4. Umata hospital guidance system
图 4. 梅田医院导视系统



Figure 5. Umeta hospital ground guidance system
图 5. 梅田医院地面导视系统

类似个体思维的“惯性”，由罗伯特·莫顿提出的马太效应也具有一定的“惯性”特点。日常生活中，用户在选择商品时往往会选择一些知名品牌，这在一定程度上也是马太效应的心理暗示。莫顿认为：“对于不知名的研究者，声名显赫的科学家通常能得到更多的声望；即使他们的成就是相似的，在一个项目上，声誉通常给予那些已经出名的研究者”，即“强者愈强，弱者愈弱”[12]。一群设计师当中，初始表现的差异会出现比较优秀的设计师，他们容易受到更多的关注，从而形成一个良性循环[13]；正如上述所提到的几位设计大师，他们成为设计圈的知名人物后，大量的认知、肯定和名誉向他们靠拢，用户的选择天平也逐渐偏向他们，并且用户的视野也逐渐被他占据。

5. 独立思考与批判性思维的合理运用

不可否认，大师的作品往往比较优秀，有着独特的设计理念和风格，但是在对其设计进行评价时，也应当理性客观地进行分析，不应只谈优点，更不应将其无限放大。在面对这些心理效应时，应当放平心态，正确面对。

从众是一种很普遍的社会心理现象，理性的合理从众是个体社会化的一条重要途径[10]；而感性的盲目从众会禁锢思维，容易抑制个性发展，扼杀创造力，使人变得无主见和墨守陈规[14]，因此在评价时做到独立思考，才能得出客观全面的评价。

对于晕轮效应的负面影响，个体需要具有批判性思维，不能先入为主，评论某个设计或者某种现象时，个体需要保持对认知与判断的警觉意识，做到相对充分的了解[15]，不能让他人的判断来影响自己的想法，要有通过自己的思考得出结论的能力与意识。只有这样，才可以做到不盲从、有主见和理性化[16]。

最后，思维定势普遍存在，个体可以抛弃旧有的思维模式，跳出原有框架，重新收集和分析信息，多角度进行思考，形成良性的思维运作方式。尊重权威无可厚非，但是对权威过度、盲目的崇拜便会引起负面的结果。个体需要具有敢于破除权威定势的勇气与自信，不因他人的否定，随意放弃自己的观点。

6. 结论

从进化角度来说，从众和思维惰性本身有一定的合理性，这是生物进化的策略；从概率上来说，群体决策具备更高的可靠性，这是节约生命能量、提高生存效率的适应行为。人们需要正确认识这些心理效应，辩证地看待问题，要有主见，灵活地运用批判性思维，就像《皇帝的新装》中，单纯勇敢的孩子最终揭露了这件不存在的新装一样。我们要做到像孩子一样思考，勇于表达自己的想法，也正如乔布斯在斯坦福大学毕业演讲中提到的那样：“Stay hungry, stay foolish。”

参考文献

- [1] 申继豪. 浅析市场营销中“晕轮效应”的影响和应用[J]. 中国商论, 2016(19): 9-10.
- [2] 晕轮效应的心理研究[J]. 大众科学, 2013(1): 42-43.
- [3] 韩尚锋, 李玥, 刘燊, 徐强, 谭群, 张林. 美在观察者眼中: 陌生面孔吸引力评价中的晕轮效应与泛化效应[J]. 心理学报, 2018, 50(4): 363-376.
- [4] 岳越. 浅析“晕轮效应”在商业广告的影响及应用[J]. 商场现代化, 2017(5): 46-47.
<https://doi.org/10.14013/j.cnki.scxdh.2017.05.024>
- [5] 罗伯特·西奥迪尼. 影响力[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2006.
- [6] 陈志霞. 社会心理学[M]. 北京: 人民邮电出版社, 2016.
- [7] Macdonald, C.T. and Wood, J.K. (2019) The Moderating Effect of Need for Affiliation on Conformity in Response to Group Reactions. *New Zealand Journal of Psychology*, **47**, 28-37.
- [8] 戴维·巴斯. 进化心理学[M]. 北京: 商务印书馆, 2015.
- [9] 古斯塔夫·勒庞. 乌合之众: 大众心理研究[M]. 北京: 中央编译出版社, 2017.
- [10] 李颖. 从众心理对大学生道德社会化的影响[J]. 教育评论, 2004(3): 26-29.
- [11] Bilali, M., Mcleod, P. and Gobet, F. (2008) Why Good Thoughts Block Better Ones: The Mechanism of the Pernicious Einstellung (Set) Effect. *Cognition*, **108**, 652-661. <https://doi.org/10.1016/j.cognition.2008.05.005>
- [12] 王崇德. 马太效应的定量表述[J]. 情报资料工作, 1997(4): 3-5.
- [13] Michael, S. (2017) Systems of Evaluation and the Matthew Effect. *Journal of Management Inquiry*, **27**, 362-364.
<https://doi.org/10.1177/1056492617737704>
- [14] 石成奎. 大学生从众心理成因及其对策[J]. 学校党建与思想教育, 2006(12): 51-52.
- [15] Wen, W., Li, J., Georgiou, G.K., Huang, C. and Lu Wang (2020) Reducing the Halo Effect by Stimulating Analytic Thinking. *Social Psychology*, **51**, 334-340. <https://doi.org/10.1027/1864-9335/a000418>
- [16] 李昊, 王登峰. 批判性思维与晕轮效应: 完美主义的作用[C]//中国心理学会. 第二十一届全国心理学学术会议摘要集. 2018: 166-167.