

编辑的责任：管理发表过程，行善并获利

Herman Aguinis Sofia J. Vaschetto

美国印第安纳大学

中文翻译：北京大学光华管理学院 2011 级博士生 裴学成

摘要：作为新科学知识的守门员，期刊的编辑们担任着极其重要的角色。考虑到他们的角色所涉及的工作量和时间压力，编辑们面临着一个重要的道德困境：他们应该分配充足的时间在编辑的角色上，还是应该专注于个人研究绩效？后者决定了他们薪水的增加、职称的晋升和其他经济酬劳。我们借鉴宏观层面的企业社会责任的文献，将编辑的责任概括为三个要素：经济、社会和环境绩效。本文的论点是：编辑绩效的经济维度、社会维度和环境维度之间存在迭代(recursive)关系，行善(do good)的编辑（即：社会和环境绩效）也能获利(do well)（即：经济绩效）。因此，我们通过将一个宏观层面的理论应用于个体层面的分析，弥合了微观和宏观领域之间的鸿沟；我们也通过讨论期刊编辑和科学期刊对诸如大学、学术研究的消费者和社会等广泛的利益相关者的影响，建立了科学与实践之间的桥梁；我们也对进一步研究三种编辑绩效维度是否可以相互强化，并随时间发展而形成良性循环这一问题提出了建议。

关键词：道德，道德困境，期刊编辑，组织责任，社会绩效

引言

期刊的编辑们是管理学领域和其他所有科学学科产生的学术知识的守门员(Baruch, Konrad, Aguinis, & Starbuck, 2008; Elkjaer, 2009; Schmidt-Wilk, 2009; Vince, 2009)。考虑到他们拥有接受或拒绝稿件发表的权力，编辑们在科学的发展中扮演着核心角色。最近的研究聚焦于编辑们如何工作(Baruch 等, 2008)，以及编辑角色对他们自身的研究业绩的影响(Aguinis, de Bruin, Cunningham, Hall, Culpepper, & Gottfredson, 2010)。Rupp(2011)在本期中讨论了编辑和审稿人的道德

困境。本文的目的是：通过提供一个概念模型来扩展我们对期刊编辑这个角色及其影响的认识，从而对日益增多的关于编辑角色本质及知识产生过程的研究做出贡献。具体而言，本文的模型将期刊编辑这个角色放置于一个更广阔的社会情境中，其中不仅包含编辑自身和作者，还包括审稿人和编委会成员、其所服务的期刊、作为期刊主办单位的出版商和专业组织(例如：美国管理学会(Academy of Management)，中国管理研究国际学会(International Association for Chinese Management Research, IACMR))、研究类受众、大学以及社会。我们对期刊编辑和利益相关者之间的关系进行多层面分析，建构了一个三底线的分析框架，考虑到编辑的经济绩效、社会绩效和环境绩效。基于多层面的概念模型，我们认为期刊编辑可以通过行善(do good)（即社会绩效和环境绩效）来获利(do well)（即经济绩效）。对于期刊编辑如何以及为什么会影响多个利益相关者的不同绩效，我们希望所提出的概念模型能够在不同的分析层面上为未来的实证研究提供有效的指导。

本文的剩余部分安排如下：首先，我们描述了期刊编辑所面临的重要道德困境。其次，我们定义了编辑责任的概念以及期刊编辑的三个底线(即：编辑的经济、社会和环境绩效)，进而提出这个困境。再次，我们描述了编辑的经济、社会和环境绩效三者之间的关系。最后，我们提出了若干结论，为未来关于编辑绩效及其对作者和潜在作者、期刊主办单位和出版商、专业组织、学术研究的消费者以及社会等不同利益相关者的影响的研究提供了指导。

编辑角色中的道德困境

题为“打开编辑工作的黑匣子”(Baruch et al., 2008)的编辑卷册中包含了由29位曾经担任管理学及相关领域期刊的编辑们所撰写的自传体文章，文章中对编辑这个角色有很深入的见解。例如，其中一些文章阐述了编辑对个人职业生涯的影响。正如Shapiro和Bartunek(2008: 88)所述，期刊编辑不仅能“控制发表的命运(publication-fate-control)，还能控制职业生涯的命运(career-fate-control)”。换言之，编辑能够控制什么能发表、什么不能发表，考虑到期刊发表在获得终身教职和晋升决策中发挥关键作用，那么编辑进而也能控制人们的职业生涯。其他编辑提到了对远远超出编辑的正常工作职责范围之外的编辑行为的隐性期望(Barley,

2008; Starbuck, Aguinis, Konrad, & Baruch, 2008)。例如，一个期望提到了平衡编辑和发表过程中所有利益相关者的需求及关注的重要性(DeNisi, 2008)。另一个期望则提到编辑的角色应该是“服务领袖(servant leaders)”，因为编辑受他人委托来管理他人的“财产或事务”(Ryan, 2008: 35)。

贯穿上述自传文章的一个内在主题就是编辑面临义务与利益的冲突，特别是当其角色承受巨大的时间压力时(Starbuck 等, 2008)。例如，Baruch (2008)对 53 位编辑进行了调查，发现他们经常超负荷工作。具体而言，这个研究所调查的编辑们平均每周牺牲 15 个小时的时间来履行编辑的职责。此外，标准差约为每周 11 个小时，这表示：假设符合正态分布的情况下，约有 15%的编辑每周至少花费 26 个小时在有关编辑的工作上。这些编辑很有可能服务于该领域最权威的期刊，这些期刊收到的投稿数量最多(Cascio & Aguinis, 2008)。Zedeck (2008: 155)如此生动地写道，人们应该“问问我的妻子，有多少次在她旅游的时候，我却前往加拉帕戈斯群岛(Galapagos)或托斯卡尼村(Tuscan village)的网吧检查期刊”。正如 Ryan (2008: 28)所指出的，显然“在编辑工作上花费时间就意味着开展和发表自己研究的时间减少”。与 Ryan(2008)的陈述一致，最近的一个研究评估了前任编辑的研究业绩，结果表明高强度的工作负荷以及相关工作倦怠对编辑任期结束后的研究发表有负面的影响(Aguinis 等, 2010)。Aguinis 等(2010)以过去 50 年间(即大约从 1950 年中期至 2000 年中期)6 本期刊的 58 位前任编辑为基础开展研究，发现了编辑们研究业绩的重要波动。平均而言，他们的研究发表在任职编辑期间达到顶峰，在编辑任期结束后立即急剧下降。尽管存在研究业绩回升的时期，但是研究业绩要达到担任编辑前的水平至少需要整整十年。

在学术界，一个人的发表履历是其获得包括职业薪酬在内的外在酬劳的决定因素(Gomez-Mejia & Balkin, 1992)。优秀的发表履历还能带来其他外在酬劳，包括晋升和讲座教席、资源密集型大学的工作机会、以及其他额外津贴，比如研究经费和更有能力的博士生的支持(Certo, Sirmon, & Brymer, 2010; MacDonald & Kam, 2007)。因此，编辑角色的需求本质、以及刊物与外在酬劳之间的稳固关系，使编辑处于困难的道德困境，该道德困境迄今为止还未在出版过程的道德讨论中提及(例如：Schminke, 2009)：编辑们应该分配必要的时间、努力和资源来胜任他们的角色，还是应该最小化对编辑角色的投入，从而分配大量的时间、努力

和资源在他们自己的研究业绩上？例如，编辑应该花时间给被退稿的作者提供建设性的反馈，而不是将时间花在能够获得个人利益的自己的研究上？他们应该竭力给作者提供及时的反馈，而不是将这些时间花在自己的研究上？总之，对编辑而言，(a)成为杰出的编辑和(b)专注于可以带来个人经济报酬的个人研究绩效是否无法权衡？编辑似乎处于一种困难的道德谜题中，即在行善（即：通过致力于达到杰出的编辑绩效，来成为一名优秀编辑）和获利（即：最大化个人研究绩效）之间做出选择。

阐述道德困境：编辑的责任和编辑的三个底线

尽管编辑们所面临的道德困境在专注于个体层面分析(例如：组织行为，人力资源管理)的管理学研究者看来也许是新奇和独特的，但是，专注于宏观层面分析(例如：战略管理)的管理学研究者已经对一个与此类似的、关于表面上看似矛盾的绩效维度的困境进行了研究。具体而言，有大量宏观层面的文献对企业社会责任、企业公民、企业可持续性、环境管理、企业伦理以及企业社会绩效进行阐述(Aguinis, 2011; Ambec & Lanoie, 2008; Cochran, 2007)。同时，在管理学领域的微观(即组织行为，人力资源管理)和宏观(即战略管理，组织理论)范畴之间存在有记载的差异(Aguinis, Boyd, Pierce, & Short, 2011; Certo et al., 2010; Hitt, Beamish, Jackson, & Mathieu, 2007)。该差异由在期刊偏好上的不同选择(例如：*Journal of Applied Psychology* vs. *Strategic Management Journal*)、不同术语与方法论(Aguinis, 2011)、以及发表的论文在平均长度甚至合著者的平均数量方面的不同特征来反映(Wiseman & Skilton, 1999)。该差异的另一个指标是微观研究者与宏观研究者所持有的、对该领域“阵营”的标志的认知。例如，微观研究者认为《美国管理学会学报》(*Academy of Management Journal*, AMJ)是宏观期刊，而宏观研究者则认为它是一本微观期刊。正如 Schminke 和 Mitchell (2003: 280)所生动描绘的那样，“在最近一次管理学学会会议上，一篇有关道德决策的优秀论文的作者被问及为什么他没有把文章递交给《美国管理学会学报》。他答道，‘因为大家都知道《美国管理学会学报》是一本宏观期刊’”！

在本文中，我们将有关公司绩效的宏观层面分析中产生的理论应用于有关编辑绩效的微观层面分析中，以此来弥合管理学领域中微观与宏观之间的差异。在

过去，微观理论和概念化一直为更高层次分析的理论发展充当跳板。例如，一些关于权力和影响的理论始于个体层面的分析，最终发展为关于团体和组织的权力和影响的理论，甚至扩展到行业层面权力和影响的分析(Fiol, O'Connor, & Aguinis, 2001)。相比之下，本文中我们遵循相反的方向，应用分析组织层面的绩效理论，将其外推到个体层面的分析(即：个体编辑的绩效)。

宏观文献阐述了一种和期刊编辑所面临的困境相似的困境。在该困境中，组织试图将相互之间看上去负相关的不同绩效维度最大化。例如，一家采矿公司可能在遵守环境法规(即环境绩效)并且尊重周围社区意愿(即社会绩效)的情况下，同时将利润(即经济绩效)最大化吗(Alexandrescu, 2007)? 类似地，一家制造商可能为其在美国之外的生产厂区的员工提供合理薪酬和优良工作条件(即社会绩效)的同时最大化利润(即经济绩效)吗(Varley, 1998)? 组织责任被定义为“兼顾利益相关者的期望，以及经济、社会和环境绩效这三要素的特定情景的组织行为及政策”(Aguinis, 2011: 855)。组织责任兼顾所有受组织影响的利益相关者，而不仅仅只是该组织的股东(Freeman, 1984)。组织责任不仅仅只关注财政收入(即经济绩效)，还要考虑组织行为对社会和环境的影响(Wang & Barney, 2006)。

在过去，宏观领域的时代思潮是组织的经济绩效和社会绩效不兼容，因为分配过多的资源在社会绩效上会对经济绩效产生负面影响(Aguinis, 2011)。然而，在过去十年中，元分析获得的实证证据(例如：Orlitzky, Schmidt, & Rynes, 2003)表明，行善(例如：出色的社会和环境绩效)的组织也能获利(例如：出色的经济绩效)。Orlitzky 等(2003)收集了 338 个独立的、样本容量为 33,878 家公司的样本，发现企业的社会/环境绩效和企业的财务绩效之间的平均相关系数为 $\rho=.36$ 。此外，社会绩效和财政绩效之间的平均相关系数是 $\rho=.47$ 。因此，尽管还不能明确地建立起精确的因果方向，但是行善的组织似乎也可以获利。

界定编辑的责任

正如组织的行为和政策一样，期刊编辑的行为和政策也能在不同分析层面上影响多个主要和次要的利益相关者(Wright, 2011)。因此，我们将企业社会责任的文献进行修改、借鉴并推断，进而从经济、社会和环境维度来对编辑绩效进行概念化。效仿 Aguinis(2011)，我们将编辑责任定义为：*兼顾利益相关者的期望以及*

经济、社会和环境绩效三要素的特定情境的编辑行为与政策。我们还修改了 Aguinis(2011)对三种公司绩效的定义, 以使其适用于编辑的情况。首先, 我们将编辑的经济绩效定义为: *编辑通过编辑的行为和政策获得的经济利益*。经济利益包括但不局限于晋升、其他大学提供的工作机会、与工作相关的额外津贴(例如: 研究经费、教学责任的减轻以便于有更多的时间从事研究和咨询工作)。其次, 我们将编辑的社会绩效定义为: *期刊的主要利益相关者通过编辑的行为和政策所获得的有形或无形的非经济利益*, 主要利益相关者包括作者和有志于成为作者的人、审稿人和编委会成员、期刊、期刊主办单位和出版商、专业组织。社会绩效包括但不局限于提升作者和审稿人的个人技能及绩效、提高期刊及其出版商和主办单位的权威与名望、提高期刊的投稿数量和引用率。最后, 我们将编辑的环境绩效定义为: *期刊的次要利益相关者通过编辑的行为和政策所获得的有形或无形的非经济利益*, 次要利益相关者包括研究的消费者、大学、专业/领域及社会。编辑的环境绩效的指标有以下这些示例: 知识创造、改善管理实践、积极的媒体报道、改善科研项目和授课内容。

在组织责任的情境中, 社会绩效的重点在于组织所处的社会情境, 社会绩效的指标包括组织对社会习俗及文化传统的尊重程度(Aguinis, 2011, 表 1)。类似地, 在编辑责任的情境中, 社会绩效同样是指期刊编辑所处的最直接的社会关系。该社会情境包括期刊的主要利益相关者, 例如作者、潜在作者、编委会成员。例如, 社会绩效指标的一个实例就是: 针对投稿进行反馈, 以此帮助作者提高和发展技能。类似地, 在组织责任的情境中, 环境绩效是指组织所处的最广阔的生态环境。在编辑责任的情境中, 环境绩效也是指期刊编辑所处的最广阔的情景, 包括研究类受众和社会。从社会绩效到环境绩效的发展涉及到组织和编辑所处的不断扩展的情景。

图 1 生动地展示了编辑所处的利益相关者情境。表 1 包含了一系列编辑的经济、社会和环境绩效的说明性指标。我们强调: 表 1 中的指标只是一些说明性的举例。未来关于测量编辑绩效的研究可以得出一份更加详尽的清单。此外, 如表 1 所示, 社会绩效指标包括过程和行为(即编辑是如何工作的), 以及结果(即编辑的工作成果)。根据大量的区分个体行为与行为结果的有关个体绩效管理的文献, 我们也将过程/行为和结果进行区分(Aguinis, 2009)。下面, 我们详细地阐述每一组利益相关者。

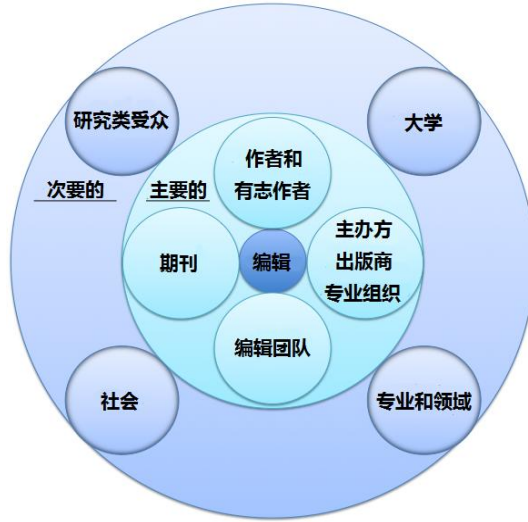


图 1 期刊编辑的利益相关者情景

表 1 编辑的经济、社会和环境绩效的指标举例

经济绩效

- 其它大学提供的工作机会、加薪、晋升(例如：教席)、演讲机会、与工作相关的额外津贴(例如：研究经费、减轻教学负担从而有更多时间从事研究和咨询工作)、咨询机会。

社会绩效

- 过程和行为：及时地处理稿件并回复疑问、为投稿提供清晰的宗旨和指导、提供建设性和发展性的反馈建议、对待他人(特别是被退稿的作者)满怀尊重与敬意、代表期刊参加编辑小组会、在所有情境中都充当期刊大使、认可所有审稿人付出的努力和时间、公平地分配和指派工作、使期刊具备(在该领域的)领导力、建立一个富有激励性和富有回报的工作环境
- 为作者和审稿人带来的成果：个人能力和绩效的提升、对研究和发表过程的见解、有关研究和发表过程的积极态度(例如：满足、承诺)
- 为期刊带来的成果：每期期刊的时效性、论文投稿的数量和质量、发表文章的质量、名声、影响力、排名、引用(例如：影响因子(impact factor))
- 为主办单位、出版商和专业组织带来的成果：名声和权威、媒体报道、社会影响力

环境绩效

- 为大学带来的成果：媒体报道、名声、捐款、预算、教学项目和学术课程内容的改善、相关性认知
- 为专业和研究领域带来的成果：媒体报道、名声和相关性认知的提升、对专业和研究领域的兴趣及尊重的提升
- 为研究类受众和社会带来的成果：知识的创造和传播、改进管理实践

编辑的社会绩效：对主要利益相关者的影响

如图 1 所示，四类主要利益相关者分别是：作者和有志成为作者的人，编辑团队(即副编辑、编委会成员、匿名评审)，期刊本身，主办单位、出版商和专业组织。作者和有志成为作者的人指所有向期刊投稿的人，不论他们的文章在评审或修改的过程中被接受或是被拒绝。作者和有志成为作者的人(相对于其他利益相关者而言)在编辑的决策过程中得到或失去的最多(DeNisi, 2008)。根据编辑责任或责任缺失造成的影响程度，编委会成员、副编辑、审稿人及匿名评审排在第二位，我们将这个利益相关者群体称为编辑团队(editorial team)。因为主办单位、出版商和专业组织与编辑密切相关，因此他们也被纳入了主要利益相关者范畴。在与期刊出版相关的财务、物流及质量控制等领域，主办单位及出版商经常与编辑合作。专业组织由职业利益与期刊利益相一致的个体和群体组成，因此他们有可能为期刊内容做出贡献或者成为期刊编辑团队的一部分。所有这些主要利益相关者都有很强的既定利益，并且更可能受编辑行为和政策的直接影响。

编辑的环境绩效：对次要利益相关者的影响

相对于主要利益相关者，次要利益相关者处在离编辑更远的位置。次要利益相关者包括研究的消费者、社会、大学(即学术机构)、专业和学术领域(例如：人力资源管理，运营管理)。“社会”这个术语的定义很广泛，包括所有并不直接利用期刊材料但间接地受编辑行为影响的人、团体和组织。为此，我们包含了一个单独类别的个人、团体、组织和政策制定者作为研究的消费者，他们将期刊中发表的新知识吸收到其内部或组织的系统中。编辑绩效对次要利益相关者的影响明显较小，这通常被称为科学-实践的分野(例如：Cascio & Aguinis, 2008; Garc ía-Izquierdo, Aguinis, & Ramos-Villagrasa, 2010; Rynes, Bartunek, & Daft, 2001)。因此，对编辑责任的考察也有助于弥合引证的科学-实践之间的鸿沟。

我们在下文中对编辑经济、社会和环境绩效的结合过程进行阐述。换言之，我们将描述编辑们是如何在行善(即正面影响主要利益相关者-社会绩效-次要利益相关者-环境绩效)的同时也获利(即他们自己的经济成果)的。

管理发表过程，行善并获利

本文的主要论点是编辑的经济、社会和环境绩效之间存在迭代关系。例如，我们认为那些能够及时处理稿件、为所有作者提供高质量反馈、认可编委会成员和匿名评审所付出的工作和努力、对待作者时怀着尊重与敬意(即社会绩效的过程和行为)的编辑很可能提高该期刊投稿的数量和质量(即社会绩效的成果)。投稿数量和质量提高有可能导致一系列精挑细选的文章在引起关注、被媒体报道、改善管理实践(即环境绩效)方面具有更大潜力。反过来，期刊曝光率和影响力的提高又可能导致期刊经济效益的提升，随之而来的是编辑和编辑团队可利用的经济资源的增加。对于许多期刊而言，经济绩效的提高可能使期刊有能力增加编辑团队成员中有偿者的数量(即更多的有更高报酬的副编辑)，有能力雇佣员工协助期刊的运营，帮助编辑减轻教学责任。资源的可用性可以进一步帮助期刊提升社会绩效，社会绩效的提高反过来又带来环境绩效(例如：对社会的进一步影响)的提高。环境绩效的提升可以为编辑带来有形的金钱上的酬劳，比如晋升、咨询机会、其他资源更加密集的大学的工作机会。简而言之，这三种编辑绩效维度相互强化，随时间发展形成良性循环。换言之，不同种类的绩效之间以一种积极的方式相互影响，并且随着时间的推移产生积极的复合效果。

关于编辑的社会绩效，期刊编辑们执行的行为和政策直接影响联系较为密切的(即主要的)利益相关者。表 1 给出了编辑社会绩效的说明性指标列表。例如，从过程和行为的角度来讲，不同的编辑在处理稿件、回复审稿人和作者疑问的及时性上存在着差别。此外，不同的审稿人在担任期刊大使的程度上也存在差别，例如，参加专业会议上与编辑会面的小组。编辑们还在为他人提供学习机会的程度存在差别，这不仅包括作者和有志成为作者的人，还有编委会成员、审稿人和副编辑。Barley (2008)阐述了编辑所承担的指导作用的重要性。例如，与纯粹的批判相比，从指导的角度提供的反馈威胁性更小，并且提高了因反馈而导致学习的可能性。这种反馈可以使作者重复提交稿件，编委们也会持续为期刊服务。这一点非常重要，因为加入团队担任副编辑、编委会成员和匿名评审的人越多，那么整个系统超负荷工作的程度就越小(Tsui & Hollenbeck, 2009)。

有关过程的编辑社会绩效可以直接影响有关结果的编辑社会绩效。Kacmar (2008)详细阐述了这一点,他指出所提交稿件的管理过程影响着期刊的整体声誉。利用积极的口吻和口碑可以带来回头生意。如果给作者的反馈是及时的、考虑周到的、态度尊重的,那么无论稿件最终处理结果如何,作者通常都会获得一个积极的体验(例如:对期刊持肯定态度,并且稿件被拒绝时有能力向其它期刊投稿)。在收到拒绝信的时候,作者会被多种情绪所控制。因此,编辑认真地解释拒绝的原因、总结审稿人给出的评审意见、努力进行教导是十分重要的(Rynes, 2008)。除了决定函的内容之外,编辑还要尽量避免使作者感到沮丧或不受尊重。如果编辑将上述行为作为编辑责任的一部分,那么作者将很可能成为编辑的朋友而非敌人。总体来讲,编辑的社会绩效可能导致社会网络的产生,这个社会网络对未来投稿的数量和质量都会产生影响。Laband & Piette (1994) 以及 Medoff (2003)指出,编辑个人的和组织上的联系有助于期刊鉴别并获得具有高质量和高影响力的稿件。

关于编辑和他/她的编辑团队(包括编委及匿名评审)之间的关系。总体而言,期刊的审稿人牺牲他们的时间和精力来审阅稿件、帮助编辑对稿件做出明智的决定,从而为该领域提供服务(Feldman, 2008)。通过考虑到这些利益相关者的需求和期望,编辑的责任可以对编辑团队产生积极的影响,包括给审稿人提供机会来学习和提高他们的能力,以及代表期刊感谢他们所付出的时间和努力。换言之,社会编辑绩效的指标包括:表达感激,提供建设性反馈、指导和领导,促进团队建设,公平并认真地分配工作、管理稿件评审程序,构建能促进有效并高效进行稿件评审的流程和环境。这样的编辑社会绩效能够提升编辑团队的质量和贡献,进而可能对期刊的成功产生重要影响(Ketchen & Ireland, 2010)。

关于另一个主要利益相关者群体的社会绩效指标。这些主要利益相关者包括:主办单位、出版商和专业组织。期刊所属的专业组织总是力争成为该领域的领导者,因此发表内容的质量将直接反映出其地位。主办单位和出版商投入资源来创造有形的产品,因此他们受以下因素的激励:期刊是如何反映其声誉的,发表过程是如何被妥善管理的。综上所述,当整个发表过程-从投稿到发表-都顺畅、可预测、高效并且准确无误地进行时,这些利益相关者才能获益(Campbell, 1982)。

我们提到的编辑所处的最远端的情景包括：研究的消费者、大学、专业/领域以及社会。不幸的是，广泛引证的科学-实践之间的鸿沟表明：编辑的多数行为几乎没有对管理实践和社会产生任何直接和有形的影响(Cascio & Aguinis, 2008; Garc ía-Izquierdo 等, 2010; Rynes 等, 2001)。正如 Latham 指出的那样，看上去“我们作为应用型科学家，很大程度上是为了相互传递知识而存在的。如果这也适用于另一个应用型科学-医学，那么人们可能会不寒而栗” (Latham, 2007: 1031)。然而，编辑的环境绩效的评价（例如媒体对所发表文章的报道程度，以及新知识）可以用以改进培训、实践和有效政策制定的程度。

对未来研究的建议和结论

期刊的编辑们在管理学和其他所有科学领域扮演着至关重要的角色。由于其角色的高要求，编辑们面临着一个重要的道德困境：他们应该分配充足的时间在编辑的角色上，还是应该将精力集中在他们个人的研究绩效上？为了详细阐述这个困境，我们修改并引申了组织责任的概念以及组织的三个底线，以使其适应编辑绩效的情境。本文的主要论点是：编辑的社会绩效(即对关系最为密切的主要利益相关者的影响)和环境绩效(即对关系略为疏远的次要利益相关者的影响)可以影响经济绩效(即编辑获得的经济酬劳)。我们认为这三种编辑绩效维度相互之间随着时间的推移产生积极影响，并且产生了一个正向的作用，最终使三个绩效维度都最大化。

对编辑角色的讨论揭示了编辑们所面临的固有困境。编辑如何在相互矛盾的期望之间分配他/她的时间或精力？很明显，没有一个编辑是仅仅为了获取经济绩效而从事编辑工作的。然而，一些编辑可能对社会及环境绩效的关注较少。我们希望本文的框架能够帮助编辑们认识到达成三个要素绩效的可能性。

最后，未来的研究有必要验证本文提出的标准模型。第一，有必要发展出测量工具来分别评估三个绩效维度。表 1 提供了一系列说明性指标，但这仅仅是开发具有效度和信度、用于测量编辑经济、社会和环境绩效的方法的第一步。第二，由于这三个绩效维度之间的关系具有周期性和暂时性的本质，因此有必要开展纵向的研究设计(Ployhart & Vandenberg, 2009)。换言之，研究一个绩效维度对另一个绩效维度的滞后影响是很有用的。例如，相比于编辑的环境绩效对经济绩

效的影响，编辑的社会绩效对经济绩效的影响产生得更快还是更慢？此外，开展纵向研究设计还有助于鉴别不同因果效应之间的相对强度。例如，相比于环境绩效对社会绩效的影响，社会绩效对环境绩效的影响更大还是更小？第三，考虑到编辑们的时间有限，研究社会绩效维度不同过程和行为的相对影响会很有用处。例如，相比于那些被邀请修改稿件并重新提交的作者，编辑们应在何种程度上投入更多的时间来为被退稿的作者提供详细反馈？第四，一个编辑是否真正使其环境绩效有所不同，或者编辑们是否有必要追求高水平的社会绩效以最终看到环境层面的成果？编辑的一个任期能够给经济、社会和环境绩效的良性循环发展提供足够的时间吗？第五，通过从宏观层面的分析推演到微观层面的分析，未来阐述编辑责任的研究在填补宏观-微观隔阂方面仍有潜力做出重要贡献(Aguinis 等, 2011)。达成这种贡献的机会越来越多，因为对发表这类贡献感兴趣的期刊越来越多(例如：Morgeson, Aguinis, Waldman, & Siegel, 2011)。第六，本文聚焦于包含编辑绩效三个维度的良性循环。然而，当社会编辑绩效较差时(即对待作者没有怀着尊重与敬意)，有可能发生恶性循环，这可能导致负面的结果，比如期刊影响力和声望的下降。反过来，期刊影响力和声望的下降可能导致该期刊在商学院众所周知的排名和期刊列表中被降级 (Van Fleet, McWilliams, & Siegel, 2000)。未来的研究可以由此对我们提出的良性循环的“阴暗面”进行阐述，这将是一个使期刊万劫不复的恶性循环。

最后，本文阐述了编辑们通过行善而获利的过程。我们希望未来的实证研究能够以本文的观点为基础，证实编辑们是如何通过兼顾作者、科学和社会，进而达成经济、社会和环境绩效这三个要素的。

注释

通讯地址：Herman Aguinis, Department of Management and Entrepreneurship, Kelley School of Business, Indiana University, 1309 E. 10th Street, Bloomington, IN 47405-1701, haguinis@indiana.edu.

我们感谢 Marshall Schminke, Maureen L. Ambrose, Anne S. Tsui, 以及《组织管理研究》杂志(*Management and Organization Review, MOR*)的三位匿名审稿人对本文的早期版本所提出的富有建设性的详细的反馈意见。

参考文献

Aguinis, H. 2009. *Performance management*, 2nd edition. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.

Aguinis, H. 2011. Organizational responsibility: Doing good and doing well. In S. Zedeck (Ed.), *APA handbook of industrial and organizational psychology*, vol. 3: 855–879. Washington, DC: American Psychological Association.

Aguinis, H., Boyd, B. K., Pierce, C. A., & Short, J. C. 2011. Walking new avenues in management research methods and theories: Bridging micro and macro domains. *Journal of Management*, 37(1): 395–403.

Aguinis, H., de Bruin, G. P., Cunningham, D., Hall, N. L., Culpepper, S. A., & Gottfredson, R. K. 2010. What does not kill you (sometimes) makes you stronger: Productivity fluctuations of journal editors. *Academy of Management Learning and Education*, 9(4): 683–695.

Alexandrescu, F. 2007. Review of the book Community rights and corporate responsibility: Canadian mining and oil companies in Latin America. *Critical Sociology*, 33(3): 593–595.

Ambec, S., & Lanoie, P. 2008. Does it pay to be green? A systematic overview. *Academy of Management Perspectives*, 22(4): 45–62.

Barley, S. R. 2008. A letter to editors. In Y. Baruch, A.M. Konrad, H. Aguinis, & W. H. Starbuck (Eds.), *Opening the black box of editorship*: 39–48. New York: Palgrave MacMillan.

Baruch, Y. 2008. Opening the black box of editorship: Editors' voice. In Y. Baruch, A.M. Konrad, H. Aguinis, & W.H. Starbuck (Eds.), *Opening the black box of editorship*: 209–222. New York: Palgrave MacMillan.

Baruch, Y., Konrad, A. M., Aguinis, H., & Starbuck, W. M. (Eds.). 2008. *Opening the black box of editorship*. New York: Palgrave MacMillan.

Campbell, J. P. 1982. Editorial: Some remarks from the outgoing editor. *Journal of Applied Psychology*, 67(6): 691–00.

Cascio, W. F., & Aguinis, H. 2008. Research in industrial and organizational psychology from 1963 to 2007: Changes, choices, and trends. *Journal of Applied Psychology*, 93(5): 1062–1081.

Certo, S. T., Sirmon, D., & Brymer, R. 2010. Competition and scholarly productivity in management: Investigating changes in scholarship from 1988 to 2008. *Academy of Management Learning and Education*, 9(4): 591–606.

Cochran, P. L. 2007. The evolution of corporate social responsibility. *Business Horizons*, 50(6): 449–454.

DeNisi, A. S. 1997. Editing the Academy of Management Journal: A very recent perspective. *Academy of Management Journal*, 40(6): 1456–1460.

Elkjaer, B. 2009. Review of *Opening the Black Box of Editorship* by Yehuda Baruch, Alison M. Konrad, Herman Aguinis, and William Starbuck. *Academy of Management Learning and Education*, 8(1): 133–134.

Fiol, C. M., O'Connor, E. J., & Aguinis, H. 2001. All for one and one for all? The development and transfer of power across organizational levels. *Academy of Management Review*, 26(2): 224–242.

Freeman, E. 1984. *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman Press.

García-Izquierdo, A. L., Aguinis, H., & Ramos-Villagrasa, P. J. 2010. Science-practice gap in e-recruitment. *International Journal of Selection and Assessment*, 18(4): 432–438.

Gomez-Mejia, L., & Balkin, D. 1992. The determinants of faculty pay: An agency theory perspective. *Academy of Management Journal*, 35(5): 921–955.

Hitt, M. A., Beamish, P. W., Jackson, S. E., & Mathieu, J. E. 2007. Building theoretical and empirical bridges across levels: Multilevel research in management. *Academy of Management Journal*, 50(6): 1385–1399.

Kacmar, K. M. 2008. Setting up an effective manuscript-review process. In Y. Baruch, A.M. Konrad, H. Aguinis, & W. H. Starbuck (Eds.), *Opening the black box of editorship*: 49–55. New York: Palgrave MacMillan.

Ketchen, D. J., & Ireland, R. D. 2010. From the editors: Upon further review: A survey of the Academy of Management Journal's editorial board. *Academy of Management Journal*, 53(2): 208–217

Latham, G. P. 2007. A speculative perspective on the transfer of behavior science findings to the workplace: 'The times they are a-changin'. *Academy of Management Journal*, 50(5): 1027–1032.

MacDonald, S., & Kam, J. 2007. Ring a ring o' roses: Quality journals and gamesmanship in management studies. *Journal of Management Studies*, 44(4): 640–655.

Morgeson, F. P., Aguinis, H., Waldman, D. A., & Siegel, D. 2011. Special issue call for papers: Corporate social responsibility and human resource management/organizational behavior. *Personnel Psychology*, 64(1): 283–285.

Orlitzky, M., Schmidt, F. L., & Rynes, S. L. 2003. Corporate social and financial performance: A meta-analysis. *Organization Studies*, 24(3): 403–441.

Ployhart, R. E., & Vandenberg, R. J. 2010. Longitudinal research: The theory, design, and analysis of change. *Journal of Management*, 36(1): 94–120.

Rupp, D. 2011. Ethical issues faced by editors and reviewers. *Management and Organization Review*, 7(3): XXX-XXX.

Ryan, A. M. 2008. How may I help you? Editing as service. In Y. Baruch, A.M. Konrad, H. Aguinis, & W.H. Starbuck (Eds.), *Opening the black box of editorship: 27–38*. New York: Palgrave MacMillan.

Rynes, S. L., Bartunek, J. M., & Daft, R. L. 2001. Across the great divide: Knowledge creation and transfer between practitioners and academics. *Academy of Management Journal*, 44(2): 340–355.

Schmidt-Wilk, J. 2009. Review of *Opening the Black Box of Editorship*, by Yehuda Baruch, Alison M. Konrad, Herman Aguinis, and William Starbuck. *Academy of Management Learning and Education*, 8(1): 135–136.

Schminke, M. 2009. Editor's comments: The better angels of our nature—Ethics and integrity in the publishing process. *Academy of Management Review*, 34(4): 586–591.

Schminke, M., & Mitchell, M. 2003. From the editors: In the beginning... *Academy of Management Journal*, 46(3): 279–282.

Tsui, A. S., & Hollenbeck, J. R. 2009. Successful authors and effective reviewers: Balancing supply and demand in the organizational sciences. *Organizational Research Methods*, 12(2): 259–275.

Van Fleet, D. D., McWilliams, A., & Siegel, D. S. 2000. A theoretical and empirical analysis of journal rankings: The case of formal lists. *Journal of Management*, 26(5): 839–861.

Varley, P. (Ed.). 1998. *The sweatshop quandary: Corporate responsibility on the global frontier*. Washington, DC: Investor Responsibility Research Center.

Vince, R. 2009. Review of *Opening the Black Box of Editorship*, by Yehuda Baruch, Alison M. Konrad, Herman Aguinis, and William Starbuck. *Academy of Management Learning and Education*, 8(1): 136–138.

Wang, H. C., & Barney, J. B. 2006. Employee incentives to make firm-specific investments: Implications for resource based theories of corporate diversification. *Academy of Management Review*, 31(2): 466–476.

Wiseman, R. M., & Skilton, P. F. 1999. Divisions and differences: Exploring publication preferences and productivity across management. *Journal of Management Inquiry*, 8(3): 299–320.

Wright, T. A. 2011. And justice for all: Our research participants considered as valued stakeholders. *Management and Organization Review*, 7(3): XXX-XXX.

Zedeck, S. 2008. Editing a top academic journal. In Y. Baruch, A.M. Konrad, H. Aguinis, & W. H. Starbuck (Eds.), *Opening the black box of editorship*: 145–156. New York: Palgrave MacMillan.

Herman Aguinis(haguinis@indiana.edu)是印第安纳大学凯莱商学院首席研究员、组织行为与人力资源管理系教授、全球组织效能协会主任。他在纽约州立大学奥尔巴尼分校获得博士学位。他目前的研究兴趣包括人力资本收购、开发和部署，以及研究方法和分析。

Sofia J. Vaschetto(sjvasche@indiana.edu)是印第安纳大学凯莱商学院组织行为与人力资源管理系博士研究生、全球组织效能协会的成员。她在西东大学斯德尔曼商学院获得 MBA 学位，并在该校怀特海德国际关系与外交学院获得 MA 学位。她的研究兴趣包括组织行为、人力资源管理、跨国管理专题。

原稿接收日期：2010 年 12 月 25 日

终稿接收日期：2011 年 4 月 13 日

接收人：Maureen L. Ambrose 和 Marshall Schminke