

新闻与传播学译丛

媒介心理学

记者思维模式与新闻文本生成

[俄] 叶琳娜·普罗宁娜 著

薛冉冉 译

刘京林 张举玺 审校

 中国人民大学出版社



新闻与传播学译丛·国外经典教材系列

媒介心理学

记者思维模式与新闻文本生成

[俄] 叶琳娜·普罗宁娜 著
薛冉冉 译
刘京林 张举玺 审校

中国人民大学出版社
· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

媒介心理学：记者思维模式与新闻文本生成/（俄罗斯）普罗宁娜著；薛冉冉译．—北京：中国人民大学出版社，2015.3

（新闻与传播学译丛·国外经典教材系列）

ISBN 978-7-300-19940-5

I. ①媒… II. ①普…②薛… III. ①传播媒介-应用心理学-教材 IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2014）第 036254 号

新闻与传播学译丛·国外经典教材系列

媒介心理学

记者思维模式与新闻文本生成

[俄] 叶琳娜·普罗宁娜 著

薛冉冉 译

刘京林 张举玺 审校

Meijie Xinlixue

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

电 话 010-62511242（总编室）

010-82501766（邮购部）

010-62515195（发行公司）

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com>（人大教研网）

经 销 新华书店

印 刷 三河市汇鑫印务有限公司

规 格 215 mm×275 mm 16 开本

印 张 16.75 插页 2

字 数 308 000

邮政编码 100080

010-62511770（质管部）

010-62514148（门市部）

010-62515275（盗版举报）

版 次 2016 年 1 月第 1 版

印 次 2016 年 1 月第 1 次印刷

定 价 49.80 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

“新闻与传播学译丛·国外经典教材系列”

出版说明

“新闻与传播学译丛·国外经典教材系列”丛书，主要精选欧美著名的新闻传播学院长期使用的经典教材，其中大部分教材都经过多次修订、再版，不断更新，滋养了几代学人，影响极大。因此，本套丛书最大限度地体现了现代新闻与传播学教育的权威性、全面性、时代性以及前沿性。

在我们生活于其中的这个“地球村”，信息传播技术飞速发展，日新月异，传媒在人们的社会生活中已经并将继续占据极其重要的地位。中国新闻与传播业在技术层面上用极短的时间走完了西方几近成熟的新闻传播界上百年走过的路程。然而，中国的新闻与传播学教育和研究仍然存在诸多盲点。要建立世界一流的大学，不仅在硬件上与国际接轨，而且在软件、教育上与国际接轨，已成为我们迫切的时代任务。

有鉴于此，本套丛书书目与我国新闻传播学专业所开设的必修课、选修课相配套，特别适合新闻与传播学专业教学使用。如传播学引进了《大众传播效果研究的里程碑》，新闻采访学引进了《创造性的采访》、《全能记者必备》，编辑学引进了《编辑的艺术》等等。

本套丛书最大的特点就是具有极强的可操作性，不仅具备逻辑严密、深入浅出的理论表述、论证，还列举了大量案例、图片、图表，对理论的学习和实践的指导非常详尽、具体、可行。其中多数教材还在章后附有关键词、思考题、练习题、相关参考资料等，便于读者的巩固和提高。因此，本丛书也适用于新闻从业人员的培训和进修。

需要说明的是，丛书在翻译的过程中提及的原版图书中的教学光盘、教学网站等辅助资料由于版权等原因，在翻译版中无法向读者提供，敬请读者谅解。

为了满足广大新闻与传播学师生阅读原汁原味的国外经典教材的迫切愿望，中国人民大学出版社还选取了丛书中最重要和最常用的几种做双语教材，收入“高等院校双语教材·新闻传播学系列”中，读者可以相互对照阅读，相信收获会更多。

写在前面的话

2009年去俄罗斯访问时，我从莫斯科大学教授叶甫盖尼·普罗宁（本书作者的父亲）手中接过《新闻创作心理学》的俄文版，到2014年这本专著的中文译本《媒介心理学：记者思维模式与新闻文本生成》书稿的初步完成，围绕本书中文译名的拟定，整整纠结了五年！

最初，当《新闻创作心理学》这个中文译名映入眼帘时，我的第一反应就是对“新闻创作”产生排斥心理。国内长期的新闻教育使我形成了一种思维定势：“新闻创作”似乎逃不出“新闻虚构”的嫌疑。经验告诉我，《新闻创作心理学》这种与新闻真实性原则相抵触的书名很难被国内学界认同。再者，当时通过浏览本书的目录发现，这本书并非我们通常所见的阐释新闻写作过程中记者的心理特点及其规律，而是重点诠释了记者的思维类型与新闻写作文本的关系，这好像也与“新闻创作心理学”不搭界。

带着这个疑问，借2012年11月在东北师范大学召开第八届新闻与传播心理研讨会之机，我们和与会的本书作者、莫斯科大学新闻系教授叶琳娜·普罗宁娜进行了面谈，决定将《新闻创作心理学》改为《新闻写作心理学》，并通过增加副标题的方法，凸显本书的关键词：思维范式。于是书名就改为：《新闻写作心理学：思维范式对记者心理的影响》。

但是随着书稿逐渐被译出，我们才发现这个书名依然未能表达出本书的主要观点。于是我又多方征求意见：采用短信方式，分别向刘建明、程曼丽、陈力丹、张举玺、宫承波等教授请教；我们传播心理研究所的老师也对此进行过探讨；另外还和出版社的编辑翟江虹进行了沟通。结果各方的意见颇为接近：基本上都主张围绕思维模式（或类型）与新闻文本的建构（或创新）来拟定。于是初步将书名副题改为《思维模式与新闻文本建构》。

当然，书名的最后敲定必须要得到作者的认同。于是本书译者薛冉冉又不厌其烦地与作者商讨，作者反馈的意见是将书名定为《媒介心理学：思维类型与新闻文本结构》。对此，我又向作者提出两点疑问：一是，在该著作中几乎没有提到“媒介心理学”这个概念，而大量提到的是“大众传播心理”，是否可以

将“媒介心理学”改为“传播心理学”；二是“结构”这个静态词似乎没有“建构”这个动态词更为妥当。从作者给译者的邮件以及译者给我的邮件里可以读出作者对这两个问题的看法：“这本书涵盖了大众传播与个性的伴随性进化，而这些都属于媒介心理学研究的问题。只是在书的撰写过程中，这一概念在学界还没有被提及，所以书中没有使用。”基于此，作者认为“使用媒介心理学没有矛盾的地方。如果实在觉得不妥，使用新闻心理学吧，因为新闻心理学是媒介心理学的一部分”。大众传播心理学这个概念她不太倾向用，她认为这个概念由来已久，其研究方法或结论有些是她本人不太赞同的。再有，“建构”这个词作者也是不太倾向使用的，她还是偏向使用“结构”这个词。作者说：“结构是偏静态些，不过也包含对文本的分析、解剖。建构偏重依据预先计划组合，与创作的自发、随意有些矛盾。”她提出或可改为“生成”。为尊重作者的意见，我们最终将该书的中文译名确定为《媒介心理学：记者思维模式与新闻文本生成》。

尽管这个书名也不一定就很确切，但是这毕竟是作者、译者、审校者、编辑及一些专家学者共同切磋、商议的结果。

在这里还要指出的是，虽然本书在中文译名上有意回避了“新闻创作”的提法，但其实在作者的心中，这仍然是一个十分重要的概念。从作者为中文版写的序里可以领悟出作者对此问题的见解：“新闻工作作为大众传播的形式，在社会生活的任何突变与跌宕起伏中，在任何时期以及在任何情况下都不仅仅是一种职业，同时也是一项公共使命（查明并报道真相）。这便意味着一个人选择了新闻工作，便选择了个人命运、个人担当与个人冒险。由此不难理解为什么新闻工作被认为是最危险的职业之一。不过，新闻工作的公共使命常常会被隐藏在职业‘章程’之后。因此，那些习惯于将新闻工作者的工作看作是纯技术活儿的人，会觉得本书将新闻工作与创作一词连用在一起有些奇怪。但是，在我们看来，正是这一概念——‘新闻创作’——表达了新闻工作者个体的价值所在，因为新闻工作者是大众传播得以实现的必要条件，是社会责任感的第一层过滤器，同时也是言论自由的最后（极限）保障。”

从这段文字可以看出，作者使用“新闻创作”概念时，特别指出“查明并报道真相”是新闻工作者的“一项公共使命”。也就是说，新闻报道一定要排除对新闻内容的虚构。由此我们可以推断出，作者所说的“新闻创作”不是从新闻报道内容的角度上讲的，而主要强调新闻记者个体在思维模式上应与时俱进，在写作风格上要有创新意识。因为只有这样才能体现出新闻记者个体的价值。如果这样去认识“新闻创作”的内涵，我想我们也是可以接受的。

二

作者在中文版序中对本书的主要内容做了明确的表述：“本书梳理了大众传播技术发展所带来的新闻工作进化的过程与新闻工作者的创作风格的更替。”通过对受众群体的理论研究和实践调查，本书“帮助我们厘清了大众传播和文化发展各阶段的思维模式与新闻创作的相关性。与每一阶段相对应的世界观，具体的心理问题，职业发展的可能性与限制等，从根本上来说确立了新闻创作的风格与信息传播的性质。”而且，本书在有关章节中，通过表格的方式，对记者的每一种思维模式和与之相对应的新闻文本表述得十分清晰。但是，笔者初次读完这本著作后仍有云山雾罩之感。可能一来不太适应这种有“章”，无“节”、无“目”，也没有标题，一章几万字洋洋洒洒一气呵成的行文方式；二来本书的信息量非常大，涉及的知识面很广（包括政治经济、文学艺术、科学技术、哲学宗教等），所涉猎的学科（包括自然科学和人文科学的方方面面）和人物也很庞杂（有科学家、哲学家、心理学家、文学家等）。这些内容所占的篇幅很大，给人一种游离主题的错觉。

还有，作者从第3章到第8章阐释了记者的六种思维模式（巫术思维、理性思维、实证主义思维、驱动思维、人本主义思维、网络思维）及与之相对应的六种新闻文本（神幻文本、劝导文本、实用主义文本、享乐主义文本、意义显现文本、网络文本）之后，总要在每章的结尾之处，反复重复这样一句话：“源起于新闻写作心理学，最终又回归至新闻写作心理学。”虽然这句话总是跟信息安全技术的某条规则相连接，但是笔者对其内涵仍百思不得其解：何谓“源起于”又何谓“回归至”？带着这两个疑问，通过再次阅读和认真思考，终于产生了“啊哈反应”。

对于所谓主题被掩盖的疑问，我是从以下三个方面重新理解的。

第一，个体思维发展类型的形成是不能独立存在的。

“类型”这个概念是超出个人之上的，所以思维模式并不是“每个人的思想趋势”^[1]。而个体活动是从群体活动中派生出来的。^[2]因而思维模式从某种原则上来说，是社会性的东西，更确切些是集体性的东西，再准确些是大众的东西。^[3]正是因为个体与人类有着这种归属关系，所以虽然作者的写作立足于爬梳记者思维类型的演变过程，但是在行文中却是着眼于整个人类思维模式演变的历史。她把记者个体纳入记者群体里，又把记者群体纳入人类思维的历史沿革中。这种由大（人类）及小（记者个体）、由远（历史）及近（当下）的写作方法，基于个体与人类的关系，符合个体思维发展的规律。

第二,人类历史文化发展是个体心理发展的根源和决定因素。

苏联心理学家列夫·谢苗诺维奇·维果茨基遵循历史唯物主义原理所创立的文化历史发展理论认为,“人的高级心理机能受文化历史制约,人的心理现象离不开社会的影响”^[4]。所以“必须从人类社会、历史、文化发展角度理解和解释个体的心理发展,尤其是语言、思维等高级心理机能的发展机制”^[5]。德国哲学家和心理学家狄尔泰关于内嵌性的观点也说明了这个问题。他指出:“个体的心理生命依赖或内嵌于一个置身于历史的既定社会的客观精神,即一个社会群体或一个时代在语言、宗教、神话、习俗以及法律、道德和组织中所表达的文化精神。”^[6]正是基于这种理论,作者在诠释随着人类历史的变迁,新的思维模式不断更迭时,就必然要从时代的、社会的、学科背景的角度,对具有世界性(或地域性)影响的重大事件,例如核武问题、德国统一、苏联解体、俄罗斯总统选举、美国侵越战争、北约轰炸南联盟、车臣战争等以及能推动生产力发展的科技(包括大众传播技术)成果和自然科学、社会科学的新理论给予较大篇幅的论证。

第三,人类思维发展史也就是人类心理发展史。

这是因为“思维在各种心理机能中”处于“主导地位”。^[7]“思维模式,是时代所特有的心理类型,其轮廓由对该时代来说非常现实的心理理论勾画而成。”^[8]“从历史角度来说,随着时代和文明更替,心理发展带来了人们思维方法、创作风格与行为模式上比较明显的改变。”^[9]正是由于思维在人的心理中处于核心的地位,所以作者在阐释人类思维发展的历程时,详尽地介绍心理学的主要流派及其观点也是顺理成章的。

第二个问题,怎么理解“源起于新闻写作心理学,又回归至新闻写作心理学”这句话的内涵。“源起于”是为回答研究新闻写作心理学的目的。对此作者在第1章里做了回答。“源起于”即为什么要研究记者的思维类型及新闻写作文本。作者及其团队通过20余年的调查研究,得出了这样一个结论:“社会政治的两难境地”“被看作是整个20世纪的心理学总结的现象,它在日常生活的呈现中,或多或少会让所有人感觉到刻不容缓的需求,也就是所谓的‘当务之急’,而正是这种‘急’成了记者写作的心理动机。归根到底,正是‘当务之急’让人带着棘手的问题求助于大众传播:‘谁之错?’‘怎么办?’以及‘如何是好?’”“作为活生生的人,记者也无法避免人类的迷茫。但是职业逻辑和大众传播技术使他得以在消除两难境地的问题上大幅度向前推进,这是任何其他创作形式都无法实现的。”^[10]

大众传播也是我们生活的世界,“从心理学角度而言,大众传播不是直接

地，而是间接地通过新闻工作者的劳动来理解现实现象。”^[11]新闻工作者不能丢弃新闻写作深层的心理机制，因为大众传播效果与记者对受众接收新闻信息时的深层心理机制的把握直接相关。

简言之就是，受众需要通过记者的劳动帮助他们认识并解决社会政治中的两难问题，而记者对自我思维类型的认知和运用以及对受众接收心理机制的准确把握，是提高大众传播效果的关键。这就是“源起于”新闻写作心理学的内涵。

所谓“回归至”，主要是从应用层面而言的。作者没有停留在从理论上厘清不同的思维类型演变的过程，更重要的是在操作层面上给予记者具体的指导。由于思维是内隐的，而记者的写作是把内在的思维过程外化为行为，因而这种“内隐”与“外化”之间就存在着对应关系，即不同的思维类型对应着相应的新闻文本。从第3章到第8章，作者用表格的形式，简明扼要地把六种新闻文本的功能、思维模式的体现以及在新闻写作中主要的表达手法一一列了出来，条分缕析，一目了然，具有很强的可操作性。

本书值得称道的是作者不仅遵循了历史唯物主义原理，而且全书还充满了辩证法，这种例子俯拾皆是。

例如，作者多处强调虽然从纵向看人类思维模式的演变有个历史发展的过程（或曰顺序），但是，它们一旦形成后，就会积淀于人类的集体无意识之中。无论在哪个时代，已经形成的思维模式都会同时起作用。它们之间既是平行的（界限分明），又是互渗的（打破界限），可以同时应用。譬如驱动思维和享乐主义文本在当今的新闻报道中随时可见。

再者，作者认为思维模式与新闻文本不是机械的一一对应的关系。在列出神幻文本的表格后，作者指出，在这个表格中，最主要的内容是，“在各部分之间完全不存在单义的逻辑互联关系。任何一种表达方法都可以解释基本的心理过程中任一环节的积极性，或者一下子就触及所有的环节，抑或一个也不触及。每一种社会交际功能都可以在任一种表达方式的基础上得以实现，也可能不影响它们的各种组合”^[12]。劝导文本和神幻文本在一些场景中互相排斥，而在另一场景中又相互补充，因为它们之间可以相互渗透。^[13]

从全书看，所谓“回归至新闻写作心理学”是本书的宗旨。但是作者并没有局限于新闻工作者这个群体应具有的思维模式，而是认为这对所有的人都是适用的。作者指出，因为“心理学是生存的工具，思维模式是解决生活问题的最佳方法”^[14]。所以每个人都应掌握各种思维模式和写作文本，“并且每个人都能合理地将其应用在相应的生活场景中”^[15]。

作者十分欣赏自然科学家乔治·布丰的著名格言“风格即人”，是指“选择风格就是在选择职业命运”。“在思维模式中隐藏着社会群体心理状态和传播过程中创作的相应风格的秘密。”^[16]

“风格”不单指记者的写作风格，还与记者的世界观、人格特质相关联。正如作者所言，研究结果“帮助我们厘清了大众传播和文化发展各阶段的思维模式与新闻创作的相关性”。“与每一阶段相对应的世界观，具体的心理问题，职业发展的可能性与限制等，从根本上来说确立了新闻创作的风格与信息传播的性质。”^[17]

作者将新闻记者的思维类型、写作风格与世界观、心理状况及其职业发展的前景结合起来，这有助于完善新闻工作者的人格结构和提高其整体素质。

本书不是一部面壁之作，而是一个有理想、有科学精神的团队，在长达几十年的理论探索和实证研究基础上的总结报告。它是由莫斯科大学新闻系的叶甫盖尼·普罗宁教授领导的学者研究小组，在俄罗斯一家著名报纸媒体的编辑部设立心理部，在学界、业界专家及莫大新闻系师生共同努力下历时 20 余年完成的奋斗成果。

作者厚重的学术底蕴，使其能站在哲学的高度，全方位地审视人类心理发展的历史。本书立意高远，具有高屋建瓴之气势和纵横捭阖、收放自如的文风。

三

本书的出版颇费周折。首先是找译者。2009 年 6 月拿到这本俄文书后，我就开始寻找译者。最初请到的是中国传媒大学俄语专业的两位学生，是她们首先译出这本书的书名及目录。但后来她们感到该书翻译的难度太大，又赶上写毕业论文和找工作，于是此事就被搁置了。直到两年后经贾乐蓉教授帮助推荐，样书转给了浙江大学外语学院俄文所的薛冉冉博士，这项工作才得以重新启动，并顺利推进。在不足两年的时间里，她完成了这部几十万字的译著。薛冉冉是一位年轻有为的译者。我十分赞同普罗宁娜教授在中文版序中的这段话：“我本人对学术翻译深有体会，翻译学术作品所面临的不仅是专业术语的把握，也不仅仅是跨文化知识的转换，总之这是一项十分复杂、十分细致的工程。”可以说，薛冉冉的翻译在专业术语的把握、跨文化知识的转换以及文字的表达上，都达到了令人满意的程度。

再有就是找出版社。从 2009 年 10 月到 2011 年 11 月的两年期间，我先后联系了五个出版社。前四个主要都是因出版经费问题，没能达成协议。直到联

系上了中国人民大学出版社的翟江虹编辑，才签订了翻译合同。这本书在出版过程中得到了中国传媒大学新闻学院的领导、同事，特别是我们传播心理研究所的老师以及学界一些专家的指导和帮助。张晓辉副教授在本书的版权、授权书等问题上与作者进行过多次沟通，传播心理研究所的老师及校内外几位专家对本书的中文译名提出过许多宝贵意见。由于本人俄语基础薄弱，为确保译文质量，又特意请河南大学新闻与传播学院前院长张举玺教授帮助把关。张教授在教学科研和社会工作都十分繁忙的情况下，开夜车并利用休假，大到内容小到标点符号，一丝不苟地审阅书稿。在此我对所有为这本书的出版做出贡献的同仁、同事、朋友表示衷心的感谢！

四

正如译者所说，这本书对高等院校新闻与传播专业本科学生来说，是一本有一定深度而又不失趣味的新闻写作小型百科全书；对研究生的学术发展来说是一本理论指南；同时也是媒体工作者不可多得的案头书。以下对本书内容做分章介绍^[18]：

第1章《问题 对象 方法》。本章从法国大革命时期著名游艺歌手的歌曲作品说起，指出作为公众交流形式的歌曲之所以会受到大众的喜爱，是因为极具个性化的歌曲在很大程度上反映了现实事件和表达了公众的感受，人们从歌曲中能更为深刻地体会到个人的生活经历并产生共鸣。由此扩展开去，歌曲、新闻报道等所有大众传播形式，它们无论是在接收环节，还是在写作过程以及在传播中都蕴含着大众的经历、价值坐标和行为准则。这便为新闻写作心理学研究的开展提供了可能性和必要性。

大众传播的重要价值是在现实的情景中思索未来的生活前景。随着当下信息空间的延展，几乎每一个人都被吸纳到了大众传媒的“神经系统”之中，成为其“神经末梢”。然而现实生活场景往往让人陷入两难境地，难以选择未来的生活方向。例如，尽管世界已处于生态虚脱的边缘，但仍无法阻止各国的经济扩张，因为世界秩序承受不住生产的全球性萎缩；尽管全球都笼罩在核武器的威胁之下，但人类仍不能拒绝核武器，因为这种平衡恐惧的方法保障着人类的自我防御系统……作为新闻工作者，记者应如何解析“谁之错？怎么办？”，他们应如何选择自己的立场，应支持何种观点，应推动事态往何处发展？要想回答这些问题，需要了解大众传播的社会心理效果，熟悉心理学规律，深谙新闻

写作究竟会引起受众怎么样的反响。

第2章《思维模式与写作风格》，从心理学角度梳理信息传播所折射出来的社会群体心理历史状态的变迁。作为个体，新闻工作者同大众一起处于不断变化的心理历史状态之中，他们也经受着时代的失落、恐惧和希望。他们如何在大众传播中把握受众的心态突变，而又不随波逐流？这要把人作为研究对象，分析相对稳定的人的心理现象，人的精神自我。

心理是人类生存和发展的基础，它具有创造力。与心理发展相对应的思维模式呈阶段性发展，如从神幻思维到理性思维，到实证思维，到驱动思维等等。虽然这些思维模式产生于不同的社会历史背景之下，但是作为人类心理活动的积淀，它们会同时存在于当代人的思想中，并体现着自己应有的价值。随着认识对象和生活环境的改变，每个人都会有意识地选择自己所需要的思维模式来理解 and 处理周遭事件。在大众传播中，正是思维模式规范着写作风格和文本结构。一名专业的新闻工作者虽受到社会群体心理历史状态的影响，但他能够对新闻写作进行自律，进而形成个体的写作风格。

接下来的第3章到第8章便详细论述了每一种思维模式及其对应的写作风格，具体分析出现在不同历史时期的思维模式在当下的呈现状态、存在原因及此种思维模式引导下的写作特点、写作要素，以及应如何避免此种思维模式对新闻工作者本人或读者所带来的对新闻信息筛选的干扰等。

第3章着重分析巫术思维与神幻文本。在前逻辑时期，人们将“我与世界”主客体混合在一起，借助魔幻咒语和仪式试图来改变自然，进而产生巫术思维。巫术思维衍生出了许多象征符号，这些象征意义在当下仍被大众所广泛接受。与此种思维模式所对应的的神幻文本也往往同诸如战争等民族危机时的大众心理建构联系在一起。这些新闻报道让人们寻找的不是信息，而是希望；不是事实，而是评价；不是逻辑，而是感受。它们在很大程度上是集体意识的自我构建和组织方式。

第4章着重分析理性思维与劝导文本。随着“我思故我在”思想的出现，人们开始将“我与世界”主客体区分开来。个体的存在不是由政府或家庭决定的，也不是上帝的旨意，而是认知能力使然。人可以认识世界，进而理性地改造世界。与理性思维相对应的劝导文本往往有着教导的口吻，这是导师、先知之语。然而，受众会不会采取相应的行动，这取决于劝导的效果。写作劝导文本首先需要有支撑性的观点，其次要给出受众行动指南。此类文本需要有明确的论证、缜密的逻辑和明晰的结论。具体文本多聚焦于社会生活中的现实问题，提出具体的行动方案。文本的阐释过程让受众了解，个人的权利和义务是并存

的，是不可逃避的。

第5章着重分析实证主义思维与实用主义文本。当世界的理性图景与充满战争和非理性的现实相左时，人们对理性、对科学都提出质疑，甚至对人本身也不再有所期望。于是，提倡为人们的生存和生活提供切实可行的建议的实证主义思维盛行起来。与此对应的实用主义文本很明确：“我不管世界是什么，我只想知道如何在里面生存下来”。特别是美国的大众传媒，它们在文本故事的讲述中通常会明确地回答叙事的六个要素。这些文本不进行道德批评，只针对不同场景给出行为建议。刚刚起步的新闻工作者特别需要熟悉实用主义文本的写作技巧。

第6章着重分析驱动思维与享乐主义文本。实用主义、行为主义已是对理性主义的否定，驱动思维更是放大非理性，将个体的满足作为行为的唯一方向，任何世俗约束、权威、职责统统被踩在脚下。当满足与道德相冲突的时候，道德退居第二位。与这种思维模式相对应的享乐主义文本以满足为主要目的。当驱动思维成为大众思维时，色情、八卦等享乐主义文本必定会成为消费市场上大众的选择。然而这些文本带给受众的享受往往是短暂的，不满足于此的受众只能寻找更为强烈的刺激，而最终他们所寻找的只能是疼痛和死亡。因此，本书作者对享乐主义文本持保留态度，认为大众传播要尽量避免这种危险的文本。同时，作者认为驱动思维本身也没有前景，它更多是一种“贪欲”。

第7章着重分析人本主义思维与意义显现文本。当心理学家们对奥斯维辛集中营的幸存者进行调查时，他们发现，许多人之所以能幸存下来，是因为总有诸如完成作品、科研等这样或那样的目标在支撑着他们——概言之，人的存在不仅需要一种平衡，而且需要一个目标；没有了目标人就失去了存在的价值。马斯洛的人本主义与这些调查结果不谋而合，其为个体的生存找到了永恒的价值和意义所在。人本主义思维强调价值的实现完全取决于个体本身。因此，与人本主义思维相对应的意义显现文本尊重每一位受众，努力呈现事件的各个方面，给受众以独立判断和解决问题的空间。人本主义思维能够抵抗大众意识中的非理性主义、驱动思维中的享乐主义；让人重归人的本性，重新构建人的价值，使人健康成长。在本书作者看来，意义显现文本是理想新闻学的理想写作原则。

互联网这一全球性的传播现象是本书第8章着重研究的对象。相对于其他章节，本章篇幅较长，对当下网络传播中的具体问题进行了学理方面的剖析。当电脑悄悄地出现并快速蔓延至日常生活的许多角落，当互联网将地球连接成一个“村”或一个“都市”，人们在接受网络传播方式的同时也渐渐地形成了网

献词

DEDICATION

媒介心理学

谨以此书献给我的父亲，本书的灵感启发者叶甫盖尼·普罗宁教授

中文版序

Preface

媒介心理学



叶琳娜·普罗宁娜

技术革命的飞速发展与信息的全局性赋予了大众传播无所不包、无处不在的性质，也正是这些要素加速了历史的进程：以往社会思想体系、文化规范、国家身份等变更的过程需要数百年乃至数千年，而现在所有这一切在几十年甚至几年内就能完成。这种加速远非偶然现象。社会变化以及个体内部所有变化的催化剂便是强大的信息流与大众传播。只有大众传播才能保障社会公众对信息不断增长的需求的满足。以往的宣传家认为，大众传媒的特点在于拥有大量的受众，现在一切都已明了，大众传媒所拥有的与其说是大量受众，不如说是大量的传播者。

可以毫不夸张地说，得益于个人电子设备的普及与互联网络的全球化发展，每个人都成了传播者、记者与评论员。普通的网络用户或者是随意创建的社交网站都能够获得更多的订阅读众，并且，比起有着多年历史的报纸和电视频道来说，它们更能够左右公众的意见，这已是不争的事实。而传统的大众传媒也越来越依赖于社交网站真实用户所提供的信息，同时也越来越依赖于在线读者对信息的评论数量。独家的照片或视频往往是普通民众用自己的手机发给电视

台或报社的；而有意思的观点也往往诞生于在线评论与争辩之中。此外，不容忽视的一点是，互联网所带来的新的生产组织形式“众包”（crowdsourcing）^① 受到越来越多的知名企业的青睐。因此，在社会思潮涌动与技术更替的洪流中个体创作在大众传播中的作用越来越凸显，个性在集体进化过程中的意义越来越重要；大众传播在推动社会发展过程中的作用也越来越显著。能够获得信息并且能够自由地使用信息成为集体和个体发展、进步的保障，而大众传播的公开性与安全性无论对社会还是对个体来说都变得前所未有的重要，甚至可以说成了头等重要的问题。

新闻工作作为大众传播的形式，在社会生活的任何突变与跌宕起伏中，在任何时期以及在任何情况下都不仅仅是一种职业，同时也是一项公共使命（查明并报道真相）。这便意味着一个人选择了新闻工作，便选择了个人命运、个人担当与个人冒险。由此不难理解为什么新闻工作被认为是最危险的职业之一。不过，新闻工作的公共使命常常会被隐藏在职业“章程”之后。因此，那些习惯于将新闻工作者的工作看作是纯技术活儿的人，会觉得本书将新闻工作与创作一词连用在一起有些奇怪。但是，在我们看来，正是这一概念——“新闻创作”——表达了新闻工作者个体的价值所在，因为新闻工作者是大众传播得以实现的必要条件，是社会责任感的第一层过滤器，同时也是言论自由的最后（极限）保障。当下，对第一手信息的需求急剧增长以及每个人都可能成为传播者的现状对职业新闻工作者提出了更高的要求：应该适应社会最为严苛的需求，以此来维护受众的信任同时不辜负自己的使命。

本书梳理了大众传播技术发展所带来的新闻工作进化的过程与新闻工作者的创作风格的更替。所有这些研究的基础是对受众群体的理论研究与实践调查，以及对新闻文本所进行的媒介心理学分析的结果。与此同时，由莫斯科国立大学新闻系叶甫盖尼·普罗宁教授领导的学者研究小组在俄罗斯一家著名报纸媒体的编辑部设立了心理部，用了20余年的时间对具体出版信息、专题及版面等进行建模研究。本书作者有幸成为该研究小组的一员。

正是上述研究的结果帮助我们厘清了大众传播和文化发展各阶段的思维模式与新闻创作的相关性。与每一阶段相对应的世界观，具体的心理问题，职业发展的可能性与限制等，从根本上来说确立了新闻创作的风格与信息传播的性质。在本书的撰写过程中我们深深地体会到，大众传播与新闻工作发展之快远远超过了本书的写作过程。本书的最后两章便是针对以往很少谈及但是对现在而言又极为重要的思维模式。其中，网络思维是一种新型的创作模式，它正以一种前所未有的能力与规模在发挥作用。

^① “众包”这一术语于2006年由《连线》杂志记者杰夫·豪（Jeff Howe）发明，用来描述新的商业模式，即企业利用互联网将工作分配出去、发现创意或解决技术问题。——译者注

作为本书的作者，我感到非常欣喜的是，来自中国这一蓬勃发展的国家里的大众传播研究者对这本关于最新思维模式的著作感兴趣。借此机会，向中国的同行们表示我深深的谢意：是他们邀请我参与到中俄就媒介心理学的学术对话中来，也是他们为本书与中国读者见面做出了许多努力。首先，感谢中国传媒大学新闻学院传播心理研究所所长刘京林教授对我的研究的关注，为我提供了与中国同行进行交流的机会，并对该书中文版的出版做了一系列工作。其次，感谢本书的译者，浙江大学外语学院的薛冉冉老师。我本人对学术翻译深有体会，翻译学术作品所面临的不仅是专业术语的把握，也不仅仅是跨文化知识的转换，总之这是一项十分复杂、十分细致的工程。再次，感谢河南大学新闻与传播学院前院长张举奎教授为本书中文版的出版所做的严谨细致的校审工作（刘京林教授也是本书中文版的审校者之一，在此一并谢过）。最后，感谢中国传媒大学新闻学院传播心理研究所的张晓辉副教授为本书的出版所做的许多协调工作。

希望这本书能引起大众传播与新闻工作领域的学者与实践工作者的兴趣，也希望这本书能够成为中俄学者在媒介心理学领域进行学术对话的延续与推动力。不同观点与思想的碰撞、对比才使得我们对现实的看法更为丰满，更为“立体”，使得我们能够更好地理解当下我们这个非同寻常时代里的非同寻常的现象。

叶琳娜·普罗宁娜

初稿于2014年2月27日

定稿于2015年10月