

新闻传播研究丛书



《《传播心理学理论与实践

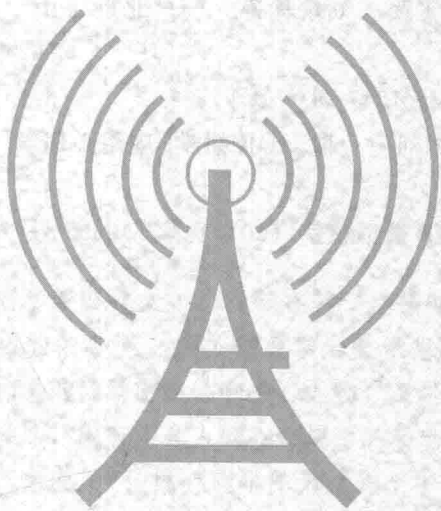
CHUANBO XINLIXUE LILUN YU SHIJIAN

刘京林 著



中国言实出版社

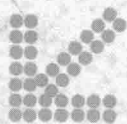
新闻传播研究丛书




《《传播心理学理论与实践》

CHUANBO XINLIXUE LILUN YU SHIJIAN

刘京林 著



 中国言实出版社

图书在版编目(CIP)数据

传播心理学理论与实践 / 刘京林著. —— 北京: 中国言实出版社, 2015.7

ISBN 978-7-5171-1347-8

I. ①传… II. ①刘… III. ①传播学-应用心理学
IV. ①G206

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第140695号

责任编辑: 周汉飞

出版发行: 中国言实出版社

地 址: 北京市朝阳区北苑路180号加利大厦5号楼105室

邮 编: 100101

编辑部: 北京市西城区百万庄大街甲16号五层

邮 编: 100037

电 话: 64924853 (总编室) 64924716 (发行部)

网 址: www.zgyscbs.com

E-mail: zgyscbs@263.net

经 销 新华书店

印 刷 北京天正元印务有限公司

版 次 2015年9月第1版 2015年9月第1次印刷

规 格 710毫米×1000毫米 1/16 19印张

字 数 329千字

定 价 56.00元 ISBN 978-7-5171-1347-8

序

美国著名的传播学者斯蒂文·小约翰在其《传播学理论》中指出：“我们把传播作为人类生活的中心”^①。前苏联科学分类学家凯德洛夫认为“人既是从事各种认识活动和实践活动的主体和中心人物，又是心理活动的主要载体和承担者，没有人的参加，没有符合人的心理规律的活动，任何一个认识过程和实践过程都不能得以实现。”^②传播心理学作为这两个中心的结合和体现，无疑充分说明研究传播心理学这门学科的意义，同时也成为笔者几十年来从事研究这门学科的动力。

《传播心理学理论与实践》^③汇集了笔者从1986年到2014年期间发表的39篇论文。这些论文大体可以分为三个部分：传播心理学的理论研究、传播心理学的实践研究、传播心理学的教学研究。这种分类只是相对而言，其中许多内容都互有交叉。

第一部分 传播心理学的理论研究

传播心理学的理论研究重点阐述了一个问题即传播心理学的理论建构。其中包含了九个方面的内容：传播心理学研究的对象、范围（内容）、学科定位、学科构架（模式）、研究取向和研究方法、学科的中国特色、研究现状及发展趋势、研究的两种导向和研究的三种维度。之所以研究传播心理学的理论体系，旨在为传播心理学这门新兴的交叉学科在世界科学之林中能有自己的一席之地。

一、传播心理学的研究对象

传播心理学是一门研究在媒介化信息传播过程中，人的心理和行为形成、变化的特点、规律及其生理、心理机制的科学。

二、传播心理学研究的范围（内容）

其一，运用心理学理论、知识和方法去分析、诠释传受者内在的心理活动和外显的行为表现。刘晓红和卜卫曾在其《大众传播心理研究》一书中指出：“从逻辑上说，只要是人的活动，就必然涉及心理现象，因此在所有的大众传

播研究领域中，只要涉及到媒体从业人员的活动和受众的活动，都必然涉及心理问题。这些问题可以分为五大类：对媒介从业人员的研究；对受众的研究；对传播过程的研究；对传播后果的研究；对传播研究方法的研究。”其二，对传受者生理、心理机制的研究。其三，新媒体产生后，增加了对网络心理和网民心理的研究。

三、传播心理学的学科定位（学科归属）

研究者分析的角度不同，则对传播心理学学科定位的表述也有差异。从构成其母体学科的角度看，可以将之表述为交叉学科，即传播心理学（含新闻心理学）是传播学（新闻学）与心理学的交叉学科；从传播心理学（新闻心理学）与其它学科的关系看，它属于偏于社会科学的中间科学；从心理学内部学科之间的关系看，有两种定位：从大心理学观来看，可将之作为与心理学中其它学科如普通心理学、社会心理学、犯罪心理学等并列的一门心理学学科，从心理科学的通常构成看，又可将之归入应用心理学范围。

四、新闻与传播心理学的学科构架（模式）

有研究者对新闻心理学的学科构架进行了归纳，提出了三种模式：一是周庆元教授提出的“立体交叉型模式”；二是夏学銮教授提出的“从宏观到微观的10个内容”；三是刘京林教授提出的两种思路，即以新闻活动流程为线索的新闻心理学和以人的心理活动为线索的新闻心理学。这三种模式有些部分是互有交叉的。

相比较而言，传播心理学的学科构架比较复杂，呈现多元形态。从已经出版的教材或专著看大体有以下几种：以现代心理学五种流派为线索的传播心理学；以普通心理学、社会心理学等理论为线索的传播心理学；以人的内向传播为线索的传播心理学；以传受者心理为线索的传播心理学；以中国传统文化或西方社会文化历史观为指导的传播心理学等等。更多的著作是对以上种种理论糅杂在一起的。总之，目前对传播心理学的构架在学界还没有形成共识。

五、传播心理学的研究取向和研究方法

研究取向即研究范式，是由方法论所决定的，也是研究问题的哲学观。研究方法指具体的研究方法。新闻与传播心理学的研究取向应当是：坚持倚重人文主义，辅以科学主义的研究方法，坚持多元性与互补性，理解性与解释性相结合的原则。这种研究取向不仅研究者应当坚持，而且新闻从业者也应当坚持。在新闻活动中出现的“采访程式化的提问”，“会议报道中记者个性的迷失”，“新闻写作中的表面化和单向化”等现象的存在是与新闻从业者的哲学观

相关联的。

具体的研究方法有：定量（量化）研究，如实验法、调查法、内容分析法等；质的（质化）研究，如访谈、焦点团体访谈，亲身体验等；定性研究，是一种形而上学的思辨方式，主要是研究者个人的观点和感受的阐发，如文本分析。

以上三种方法各有所长。在研究问题时应当坚持以问题为中心的研究方法，即从研究问题的需要出发来选择适当的具体的研究方法。本书大多采用的是定性的研究方法，有少量是定性定量相结合的研究方法。

六、传播心理学研究的中国特色

笔者通过对美国、日本、俄罗斯等国及香港、台湾地区一些高校的考察和查阅有关资料后，得出这样一个结论：我国的新闻与传播心理学的研究是中国大陆改革开放的成果，而非单纯接受西方媒介心理学影响的产物。换句话说，我国的新闻与传播心理学的研究具有鲜明的中国特色。表现在以下几个方面：我国新闻与传播心理学产生的社会背景和学科背景；我国新闻与传播心理学产生的动力、过程及发展路径；我国新闻与传播心理学研究内容的侧重点；我国新闻与传播心理学的教学目的、方法和教学、科研队伍的构成及其形成和发展的状况；我国新闻与传播心理学和西方同类研究在学科的称谓及研究内容等方面存在明显的差异。

七、我国新闻与传播心理学的研究现状及其发展趋势

对我国新闻与传播心理学的研究现状及其发展趋势的分析基于以下几个方面的资料：1. 中国传媒大学新闻学院传播心理研究所曾于2004年和2012年对国内新闻与传播院校（系）进行过两次较大规模的调查；2. 从1994年到2014年召开过九届新闻与传播心理研讨会；3. 从2001年始，每年出四期《传播心理研究》（内部资料），搜集每个季度出版和刊登的有关新闻与传播心理的著作和论文。我国新闻与传播心理学教学和科研的现状及其发展趋势有如下几点：一是从单一向多元辐射。包括研究内容、研究队伍的知识结构、研究方法等；二是从随意性向规范化迈进。包括新闻与传播心理学教学、科研已逐步走上正轨，传播心理学研究机构（中国社会心理学会传播心理专业委员会）的成立，定期召开全国性的新闻与传播心理研讨会；三是从前科学向科学性过渡。包括从以描述性为主向学科建构方向发展；四是注重传播心理学的理论与实践相结合。

八、传播心理学研究的两种导向

当传播心理学的研究达到一定程度的时候，出现了一个新的问题，就是究竟什么样的论文属于传播心理学的论文或者说如何区别传播心理学论文与新闻学和传播学的论文？之所以出现这种问题，是跟在新闻学和传播学中本身就存在心理现象分不开的。厘清这个问题有助于进一步框定传播心理学自身的边界。

传播学者施拉姆提出的传统导向（即把传播现象作为心理学各自领域的研究对象）和问题导向（即把具体的传播现象作为研究的出发点，心理学的理论和方法仅作为一种研究工具），为我们在操作层面上寻找传播心理学这门交叉学科与其母体学科：心理学和传播学在研究内容上的侧重点及区分标准提供了一个理论依据。传统导向的研究属于传播心理学范围，而问题导向的研究则属于传播学或新闻学的研究。传播心理学的研究有一个显著的特点，那就是必须在论文中真正运用心理学的理论或研究方法，去阐释传受者的心理和行为，而不能仅仅蜻蜓点水似地罗列出一些心理学的名词概念。

九、传播心理学研究的三种维度

传播心理学的研究有三种维度：宏观的、中观的和微观的。目前，我国在传播心理学的研究大多是中观视角，即运用普通心理学、社会心理学等心理学理论和知识对传受者的心理和行为进行分析，同时对传受者的心理和生理机制的微观研究也有涉猎，但非常缺少宏观视域的探索。这与我们受西方心理学一贯重视中、微观研究的影响有关。

笔者在宏观研究上做了一点尝试。一是运用苏俄著名心理学家维果茨基的社会文化历史观，诠释我国几十年来宣传学习雷锋精神，说明社会文化历史观对传受者心理产生的巨大、深远的影响；二是以现代心理学流派中的辩证心理学理论分析中国的官员博客。辩证心理学提出的“正是随着时间的推移而产生的社会历史背景的变化才是所有心理事件的基础”的观点与维果茨基的观点相吻合。

笔者在微观层面的研究主要表现在对新闻敏感的心理机制和对视觉新闻的生理机制的探讨。特别是借用心理学家的实验结果，回答视觉新闻给人以如临其境之感的原因在于：“在人们的头脑中形成的某事物的表象与亲自感知该事物时，在大脑中发生着非常相似的生理变化，即知觉与表象之间的类似是因为它们都有相似的神经机制。”

以上这九个方面就是本书在《传播心理学的理论和实践》中的主要内容。其中有一个问题始终困扰着我，就是新闻心理学和传播心理学的关系究竟是并

列的还是涵盖的关系？因为这涉及到对这两门学科的表述。如果持并列观，那么表述的词语就应当是新闻心理学和传播心理学，也可简称为新闻与传播心理学。但如果持涵盖观，则只称为传播心理学就可以了，因为它涵盖了新闻心理学。之所以出现这种表述上的困惑，主要源于两个方面的认识：一是从我国实际情况看，在上世纪80年代初就有了新闻心理学，直到90年代中后期才有了传播心理学，所以当时将二者都视为独立学科顺理成章。再有我个人在已发表的论文中将新闻心理学和传播心理学做出并列观的结论，是从它们的母体学科：新闻学和传播学的关系推导出来的。无论国内还是国外，直到目前，对新闻学和传播学关系的认识基本一致，它们是并列关系。二者既相互关联，相互渗透，又相互独立，共同发展。认为这两门学科最大的区别是抽象程度不同。传播学强调宏观，且抽象；而新闻学则强调微观，且具体。再有它们的研究方法也不同。传播学实证研究多些，而新闻学则以思辨为主。

虽然我将新闻心理学和传播心理学视为并列关系，但有个现实问题却无法理解：为什么在我国学界，对新闻学和传播学定位为并列关系者大有人在，但对新闻心理学和传播心理学却有更多的人认为是涵盖关系？在写这个序的过程中，我对二者的并列关系产生了疑问。于是又从三个方面重新审视了这个结论。

首先，以往讨论这两门学科的关系时，我只是对它们的母体学科之一：新闻学和传播学做了分析，却忽略了它们共同的母体学科：心理学。但恰恰新闻和传播活动中传受者的心理特点和规律有许多共同之处。

其次，如果把传播心理学视为同类研究的统称，并从传播心理学研究的内容考量，传播心理学涵盖新闻心理学的结论也是可以成立的。因为在传播信息中，新闻信息是其重要的组成部分，因而传受者在新闻活动中的心理现象也应当属于传播活动中人的心理活动。

再有，美国学者 E. M 罗杰斯在其名著《传播学——一种传记的方法》中，曾预言传播学在不久的将来，会通过一个合并和重新确认的阶段，在那里，现在被称为新闻学、言语学传播、电影学、大众传播学和信息科学的大学单位将被简单地称为“传播”的更大单位（学院/大学）。既然连传播学都将涵盖新闻学，那么传播心理学涵盖新闻心理学也是能说得通的。

基于以上三个方面的分析，笔者现在认为：新闻学和传播学是并列关系，而新闻心理学和传播心理学为涵盖关系：传播心理学涵盖新闻心理学。这也正是本书的书名直接采用《传播心理学的理论和实践》的原因。不过，也要看

到，在某些情况下，将二者分开也是必要的。比如当只分析新闻心理学时或需要强调新闻心理学和传播心理学的区别时。因而在行文中应视具体情况采用更为恰当的表述方式。

第二部分 传播心理学的实践研究

传播心理学的实践研究主要运用心理学理论（本文主要运用的是普通心理学、社会心理学、人格心理学、发展心理学、格式塔心理学、现代心理学的五个流派及当代心理学的辩证心理学等）对传受者的心理和行为进行解读。涉及到的具体问题有新闻从业者的心理素质、传者对受众的移情、官员博客、受众的认知偏差、电视观众的心理需要、企业报的读者心理、新闻采访心理、全民养生热及媒介的心理抚慰功能等。以上内容可归纳为三点：

第一，对新闻工作者心理素质的研究

从上世纪 80 年代我就对这个问题产生了浓厚的兴趣。还曾特地撰文《选拔和培养新闻记者的一个新课题》认为新闻记者应当具备的心理素质有：敏锐的社会知觉、辐射思维、出色的言语表达能力、外倾性性格、较强的心理适应性。随着研究的深入，对这几种心理素质的提法有了一些修正。例如，用新闻敏感取代敏锐的社会知觉，用创造性思维替代辐射思维。特别是对记者的向性认识，通过心理测量，得出了不是典型的外向型而是中间偏外型的结论，应该更符合记者职业的要求。

采用实证研究方法（使用卡特尔 16 种人格因素测验和瑞文标准推理量表）对新闻工作者和准新闻工作者进行心理测试是一种新的探索。笔者在上世纪 80 年代，和北师大的闫巩固老师合作，进行过横向的和纵向的两个研究。前者是对北京广播学院新闻系 82 级本科生和 84 级干专生进行的两个心理测验的结果进行对比，分析不同层次的学生在心理素质上的差异；后者是对 82 级新闻本科生毕业三年后的两个心理测验结果的进行比较，可以看出工作前后他们在人格结构上的变化。

为我国新闻工作者制定一套职业适应的标准化心理测验量表是我多年来的愿望。记得二十多年前我曾兴冲冲地对我国心理学界泰斗张厚粲先生请教此事时，她微笑着说：“这可是一件非常难做的事啊，没你想象得那么简单！”后来从台湾著名心理学家杨中芳教授那里我也得到了同样的回答。于是直到今天这仍然只是一种愿望。

再有，对于新闻记者向性的要求，没有一个绝对的答案。从职业的要求看，中间偏外型和外向型之间的差别并不十分显著。在工作中只要不走极端，

又善于调节自己的心态，即使是典型的外向型，如果能够控制住自己的注意力，同样也能沉下心来写出优秀的新闻报道。

第二，对传受者心理的研究

对传受者心理研究的基础是对受众本位的认识。有传播学者认为，从传播学的角度来说任何公共意义的完成，都不是信息发布者（编码者）一人说了算，它更有赖于信息接受者（解码者）的理解。辩证心理学家指出：人与人之间相互产生影响的过程不是单方向的，而是双方向的……这些观点并非否定传者及其所传播信息的重要性，而是对相当长的时间内，研究者往往忽视受众心理的这个背景下的一种纠偏。笔者赞同信息传播效果的实现是传受者心理互动的结果。从笔者的论文中可以看出，无论是传者对受众的移情，全民养生热后的链条分析，还是对官员博客心理的探析都离不开编码者和解码者相互的心理影响。

以《试析受众的认知偏差——兼论新闻报道的负面心理影响》为例。这是一篇1998年获得第九届中国新闻奖新闻论文类二等奖的论文。文中提到的引起受众认知偏差的原因：移情、期待和误解传者角色等问题，无一不是与传者有意或无意地在报道中渗透着传者的认知偏差而造成的。这类问题至今仍然存在。如彭宇事件、郭美美事件之所以影响之广、之深与传受者同时存在的认知偏差反复互动分不开的，而且这个问题也涉及到对新闻真实性的辨别。当传播者只是关注事件的表象而缺乏对事件当事人的心理动机、态度进行深入的探究和负责的追踪报道时，事件的表象往往会被受众误认为是真实的，从而引起巨大的深远的负面影响。从笔者的《小议记者的隐性职业道德问题》中可以看出，认知偏差有时也是记者职业道德的表现。所以对新闻从业者心理素质及职业道德的研究，应当从意识到无意识层面；从对其动机的判断到对其人性的拷问；从其显性行为到其隐性行为给予全方位的深入的探讨。

第三，有关特有水平的研究

所谓特有水平的研究区别于解释水平研究，在于前者不是简单地运用心理学理论和知识去分析传受者心理，而是以自己独到的认知和创造性的观点及研究方法对问题进行再认识。虽然笔者在这方面的研究还十分薄弱，但是还是有一点点尝试的。如从1993年出版的《新闻心理学概论》中分析记者的采访情境，到2001年对网民心理生活空间的论述，到2014年对新闻采访主体心理生活空间的剖析，笔者对勒温的心理生活空间的内涵、整体观及心理能量运动的方向和规律等问题的认识和理解有一个不断深化的过程。

在《心灵家园的媒体责任》和《试析灾难报道中媒体的心理抚慰功能》里都创造性地提出媒体具有对大众进行心理抚慰功能的观点。熟悉传播学的人都知道，先是拉斯韦尔提出媒体的三种功能：监察功能（提供外界信息）、相关功能（提供可行性方案为解决问题）、传输功能（社会化教育）。后来查尔斯·赖特又增加了第四点：媒介的娱乐功能。而在这两篇论文中，旗帜鲜明地提出媒介还具有心理抚慰功能（当然能否被学界认可，目前还难以断定）。虽然这两篇论文都是讲在灾难环境中，媒介具有心理抚慰功能，但其实在常态情况下，媒介同样也有这种功能。例如，对贪官被抓捕，对各种审批程序的下放和减少，对环境污染的治理等等的报道，都使百姓产生痛快、舒心的感受，其实这也是一种心理抚慰。

在《心理效应的内涵及其在传播活动中的应用》一文中，笔者在所能查到的心理学词典里未能查到“心理效应”定义的情况下，通过对“心理”和“效应”两个词的分析，对“心理效应”的内涵概括出三种意义，并将之迁移于传播活动中。我们传播心理研究所的师生再将130个心理效应词条联系传播活动逐一进行阐释。对此，有专家对这本书做了如下评论“这是一本有用且好读的书，是一本走下殿堂的学术新著。”

在《电视对象性节目与观众心理需要的应对性研究》一文中，我们研究小组采用的“应对性”研究方法，也带有创新性。在已有的研究方法里没有这种方法。首先是对电视对象性节目做内容分析，看电视节目里讲了些什么，再通过问卷调查和访谈了解不同年龄段的观众希望看到什么样的节目。然后将二者进行比照，看两者之间的相符度，从而对不符合观众需要的内容进行分析，并提出改进意见。

第三部分 传播心理学的教学研究

教学和科研是相辅相成、相互促进的。教学和实践的需要为科研提供了研究课题，而科研成果又可以提高教学质量。笔者的论文大多是在发表后补充到教材里去的。这部分主要分析了四个方面的问题。

一、呼吁重视对学生进行心理素质教育

传者很难单方面改变受众。正如法国《新观察报》周刊撰稿人让·克洛德·吉耶博德指出的：“因电视景观常被误导，所以要求屏幕前后的人们都要学会应对的办法。屏幕后的一面，电视的操纵者技能在不断发展和改善，屏幕前的另一面，电视观众们在逐步学习着如何识别谎言，甄别那些有时不真实的屏幕前的形象……”这实际就是提高受众心理素质教育的问题。应当看到，在

教学中对学生进行心理素质教育是对受众进行素质教育的一个重要的途径，这也正是我写《心理素质教育亟待加强》一文的动机。

二、对教态的认识与践行

笔者从事心理学和新闻与传播心理学教学工作近三十年了。《对教态的认识与践行》一文可以说是我对自己几十年教学工作的认识和总结。“教态”从字面上看可以理解为教师对教学工作所持的态度，而本质上则是教师对其教学对象——学生的态度。教态反映的是一个教师的师德。它是指导、推动教学活动深入、持久开展的主要动力。因而，在课堂教学的三个主要因素：教态、教学内容和教学方法中具有核心意义。

三、对新闻心理学教学实践的探索

在《新闻心理学教学的实践与探索》一文中，笔者在总结新闻心理学学科特点的基础上，提出了对这门学科具体的教学方法，即抓纲带目、以点带面、虚实结合，并对新闻心理学教学体系的建构以及在教学中存在的问题提出了自己的看法。

四、对传媒教育功能的新认识

如上面提到的拉斯韦尔早在 20 世纪就提出了传媒的教育功能。随着新世纪的到来，特别是互联网的广泛使用，传媒教育功能的意义越发凸显出来。除了传承文化外，传媒对人终身社会化发展起到学校和家庭教育不可替代的作用。再有，互联网的操作和使用不仅有利于人体各种感官的协同活动及右脑的开发，而且对个体和群体，甚至一个民族的人格特征的改变也会产生相当明显的影响。

在这本论文集的后面附上了一篇短文和一篇记者对我的访谈。由于都不属于论文，所以置于附录里。自 1996 年中国社会科学院语言研究所词典编辑部编辑出版的《现代汉语词典》（修订本）中将“定式”与“定势”混用后，在学界刊登的论文中将二者等同使用者便经常出现。作为从事心理学教学、科研工作几十年的教师，对国家权威词典的这种混用有一种如鲠在喉、不吐不快的冲动，于是写了这篇《解析“定式”与“定势”》的小文以正视听。

《新闻工作者如何缓解心理压力》一文，是 2002 年《新闻战线》的记者对我的一次采访。说出了我对关注新闻工作者心理健康意义的认识，并回答了新闻工作者心理障碍产生的原因和缓解的几种办法。

美国传播学者斯蒂文·小约翰在其《传播理论》中文版序言中指出：“多重视角的研究方法向我们提供了一个机会，使我们看到了传播所具有的复杂多

变的过程。这种研究方法提出了一种深刻的观点。即我们对传播的理解是人类建构的产物，是包括传播学者在内的个人在其日常生活中形成的。”以此类推，我们对传播心理学的解读，也应该尊重多重视角的研究，也就是说不存在唯一性，也没有统一的标准答案。这本《传播心理学理论与实践》仅仅是一家之言。鉴于笔者理论功底、知识结构、实践经验等方面的欠缺和局限，这本论文集难免存在疏漏，甚至谬误，还请读者不吝赐教。

【注释】

- ①[美] 斯蒂文·小约翰著《传播理论》，陈德民，叶晓辉译，中国社会科学出版社1999年版，第3页。
- ②车文博主编，龚浩然，高汉声副主编《心理学原理》，黑龙江人民出版社，1986年版，第33页。
- ③本研究将新闻心理学涵盖到传播心理学里。但有时会根据需要将新闻心理学和传播心理学分开使用，并简称为新闻与传播心理学或单独对新闻心理学进行分析。本研究仅限中国大陆范围。

目 录

序	1
第一部分 传播心理学的理论研究	1
新闻心理学研讨会综述	3
新闻心理学研究断想	8
当前我国新闻心理学的三种架构	15
对传播心理学研究的两点思考	17
对传播心理学研究的再思考	25
对我国新闻与传播心理学研究现状及发展趋势的探索	31
新闻心理学的研究取向与研究方法	40
网络的特点及网民的心理和行为	54
中国网络心理研究综述	66
论网民的心理生活空间	75
辨析网络舆论研究中的两种观点	87
媒介心理学和传播心理学的比较研究	94
试析传播心理学研究的两种导向	99
论组织传播和人际传播的中介作用	
——兼介维果茨基的社会文化历史理论	104
维果茨基开创的社会文化历史观对传播心理研究的启示	110
新闻与传播心理学研究的三种维度及对其进行相互融合的展望	
——以论文集《发展·融合与传播心理》为分析对象	115
也谈“新闻与想象”	122
浅析视觉新闻的心理依据	127
探析新闻敏感的心理机制	132
第二部分 传播心理学的实践研究	137
选拔和培养新闻记者的一个新课题	139

对记者向性的测量和思考	146
北京广播学院新闻系学生个性特征及推理能力的分析	151
工作经历对人格结构的影响	156
解析传者对受众的移情	162
电视对象性节目与观众心理需要的应对性研究	166
试析受众的认知偏差	
——兼论新闻报道的负面心理影响	175
辩证心理学视域下的官员博客	182
新时期企业报典型报道传播效果研究	
——中国海洋石油报典型报道个案分析	190
小议记者在采访中的隐性职业道德问题	201
试析灾难报道中媒体的心理抚慰功能	203
试析新闻采访主体的心理生活空间	
——以 5.12 汶川地震央视直播报道为例	211
心灵家园重建的媒体责任	224
心理效应的内涵及其在传播活动中的应用	229
养生热幕后的链条剖析	
——“风潮”是如何形成的	235
第三部分 传播心理学的教学研究	239
论传媒的教育功能	241
新闻心理学教学的实践与探索	
——兼析开展应用心理学的必要性	248
对“教态”的认识与践行	
——学习《国家中长期教育改革和发展纲要》的体会	256
心理学素养教育亟待加强	261
大学生的学业咨询	265
附录	282
辨析“定势”和“定式”	282
新闻工作者如何缓解心理压力	285
后 记	288

中国心理学研究会综述

第一部分

传播心理学的理论研究

传播心理学是心理学的一个分支，它研究人们在传播过程中的心理活动。传播心理学在传播学中的地位日益重要，它不仅为传播学提供了理论基础，也为传播实践提供了指导。本文将从传播心理学的定义、研究对象、研究方法以及应用等方面进行综述。

传播心理学的定义：传播心理学是指研究人们在传播过程中的心理活动及其规律的学科。它涉及传播者、传播媒介、传播对象以及传播环境等多个方面。传播心理学的研究对象包括传播者的心理、传播媒介的心理、传播对象的心理以及传播过程的心理等。

传播心理学的研究方法：传播心理学的研究方法多种多样，包括实验法、调查法、观察法、访谈法等。实验法是在实验室条件下，通过控制变量来研究传播心理的规律。调查法是通过问卷、访谈等方式收集数据，分析传播心理的规律。观察法是在自然条件下，观察传播者的心理活动。访谈法是通过与传播者进行深度访谈，了解他们的心理活动。

传播心理学的应用：传播心理学在传播学中的应用非常广泛。在传播策略制定方面，传播心理学可以帮助传播者了解受众的心理需求，制定更有效的传播策略。在传播效果评估方面，传播心理学可以帮助传播者评估传播效果，优化传播方案。在传播危机处理方面，传播心理学可以帮助传播者了解受众的心理反应，制定更有效的危机处理方案。

传播心理学的研究现状：目前，传播心理学的研究已经取得了一些重要成果。在传播者的心理方面，研究者们发现，传播者的心理状态会影响传播效果。在传播媒介的心理方面，研究者们发现，不同的传播媒介会对受众产生不同的心理影响。在传播对象的心理方面，研究者们发现，受众的心理需求会影响传播效果。在传播过程的心理方面，研究者们发现，传播过程的各个环节都会对传播效果产生影响。

传播心理学的研究展望：未来，传播心理学的研究将继续深入。随着传播技术的不断发展，传播心理学的研究对象和方法也将不断丰富。同时，传播心理学在传播学中的应用也将更加广泛。我们相信，传播心理学的研究将为传播学的发展做出更大的贡献。

