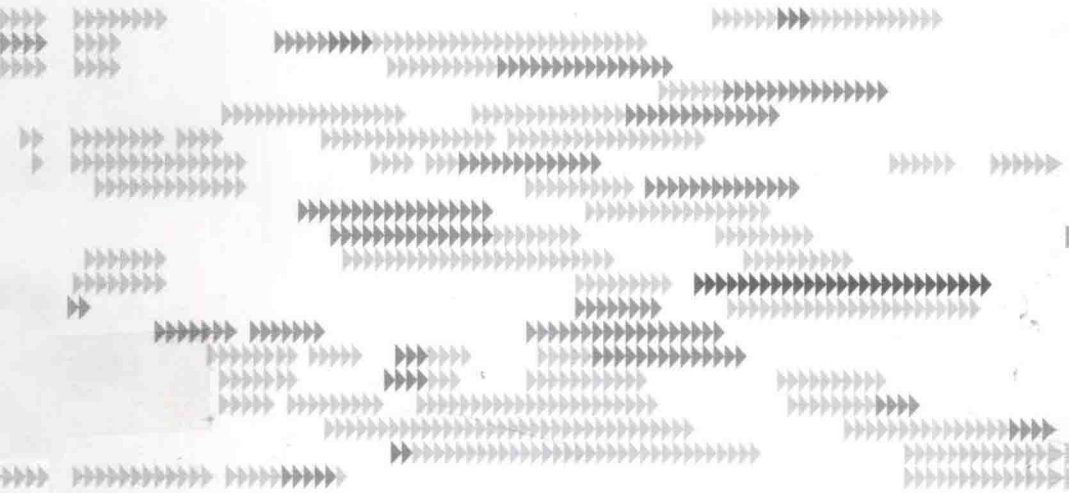
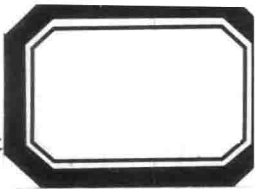


传播研究的 心理学传统

Psychological Tradition of Communication Studies

汪淼 著





传播 心理学传统

CHUANBO YANJIU DE XINLIXUE CHUANTONG

汪 淼 著

 GUANGXI NORMAL UNIVERSITY PRESS
广西师范大学出版社

· 桂林 ·

图书在版编目(CIP)数据

传播研究的心理学传统 / 汪淼著. —桂林: 广西师范大学出版社, 2014. 6

ISBN 978-7-5495-5413-3



中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第092412号

广西师范大学出版社出版发行

(广西桂林市中华路22号 邮政编码: 541001)
网址: <http://www.bbtpress.com>

出版人: 何林夏

全国新华书店经销

湛江南华印务有限公司印刷

(广东省湛江市霞山区绿塘路61号 邮政编码: 524002)

开本: 880 mm × 1 240 mm 1/32

印张: 6.875 字数: 170千字

2014年6月第1版 2014年6月第1次印刷

定价: 24.00元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与印刷厂联系调换。

目 录

导 言 传播研究的心理学影响 / 1

第 1 章 传播效果研究的心理学源流 / 15

1.1 概述:效果研究史与行为主义心理学 / 16

1.2 效果研究的开端:佩恩基金研究与实证效果研究 / 24

1.3 效果理想迷思:宣传分析与魔弹论 / 38

1.4 寻求改变态度的“魔力要素”:霍夫兰与态度改变
研究 / 49

1.5 媒介效果研究与媒介心理学 / 61

1.6 小结 / 73

第 2 章 人本主义传播研究的心理学源流 / 75

2.1 概述:人本主义心理学与传播的人本主义倾向 / 76

2.2 失落的早期传统:芝加哥学派用传播构建共同体的
理想 / 95

2.3 主动的受众:人对传播媒介的“使用与满足” / 107

2.4 罗杰斯创新扩散理论与发展传播学的理念与实践 / 119

2.5 传播是人类心灵的沟通需要:彼得斯与“交流的无奈” / 135

2.6 小结 / 153

第3章 群体传播研究的心理学源流 / 155

3.1 概述:社会心理学的群体研究与群体传播 / 155

3.2 群体传播研究的开端:詹姆斯、米德与符号互动理论 / 168

3.3 拉扎斯菲尔德的两级传播 / 174

3.4 群体传播:勒温与群体动力研究 / 180

3.5 施拉姆大众传播模式 / 196

3.6 小结 / 198

结 论 / 201

参考文献 / 205

后 记 / 213

导 言 传播研究的心理学影响

追溯传播学学科史的大致线索,我们可以看到,20世纪30年代至40年代,随着一大批来自心理学、社会学等相邻学科的学者对传播研究的切入、深化、锚定,传播学初现雏形,第二次世界大战结束到20世纪50年代,传播研究迅速发展成为一门正式的学科。在传播学的创始人施拉姆看来,早期传播学的基本框架奠基于以下代表性研究:拉斯韦尔主持的宣传研究、拉扎斯菲尔德主持的广播听众的效果研究、霍夫兰主持的大众传播中的态度改变研究、勒温主持的群体传播研究等。这些典范性的著名研究建构了早期传播学研究的主要学术视野、问题域、基本方法论,在具体研究中,这些学者多从经验主义和实用主义取向出发,聚焦于大众媒介效果以及媒介内容、渠道、传播者和受众分析。

传播学似乎是一门永远处在当下状态的学科,它的学科边界一直比较模糊,这固然有传播学学科本身的原因,如开放的研究领域和庞杂复合的研究对象,如学科知识的积累是以经验组合而不是以逻辑和理路的严谨推演为路径,如学科历史较短,等等。但更主要的原因是该学科在发展初期是一个边缘学科,在传播学短短的历史发展过程中,它不断吸收其他学科的理论框架、知识模型、研究方法、实验手段等内容。因此,严格来说,传播学有自己相对

明确的研究领域,却没有仅仅属于传播学自身的独特的研究方法。亦即,传播学自诞生以来,就是在借鉴和吸收各种相关学科,尤其是新兴学科成果的基础上,不断丰富和完善自身的。

传播学在其发展过程中,与之关系最为密切的学科如社会学、心理学、统计学和信息学科等都在该学科的发展历程中留下了深深的印迹。本书作为传播学学科关系史研究,关注心理学对传播学的影响,以及两门学科之间的交叉和互动。正因为心理学作为一门相对成熟的学科,在传播学的开创和建立过程中,发挥了极其重要的作用,施拉姆在确立传播学的四大奠基人时,列出的心理学家就有两人,即勒温和霍夫兰,占据了四个奠基人总数的一半。除了勒温和霍夫兰,还有两位分别是政治学家拉斯韦尔和社会学家拉扎斯菲尔德。今天来看,从学科的思想渊源上追溯,传播学的先驱远远不止这四大奠基人。例如罗杰斯在其《传播学史》中,就将传播学的先驱人物扩大到十来位。有芝加哥学派的库利、杜威、米德、帕克等,其他如李普曼,还有香农和维纳等。当然,这样一份名单也是不完善的,我们还可以列出若干其他学者来。但是,无可否认,心理学就融合在传播学的建立和发展过程之中。心理学和社会学一样,几乎是传播学的先天基因。

应该避免这样一种看法,即心理学仅仅是作为一门独立的学科,从外部对传播学施加影响,实际的情形是心理学在其发展过程中处理了大量与传播学密切相关的课题,如有关态度转变的说服研究,群体动力学中的人际传播网络研究等等。因此,当20世纪40年代后期传播学兴起后,一路走来,也常常将传播课题中的心理和态度变化、人际交流及社会大众传播中的群体心理问题研究,作为传播学学科的重要议题来探索和讨论。由此,传播学的发展路径和心理学的路径经常交织在一起。越到晚近,这种学科

界限的内爆越发加剧,给本课题的研究增添了许多困惑,即研究中所提及的一些具体案例到底是应该划归传播学还是心理学。似乎只有划清界限,才能确定心理学是如何对传播学产生具体影响的。其实,清晰的划分是相当困难的,当施拉姆将勒温和霍夫兰作为传播学奠基人时,已经表明,心理学家研究的一些课题是传播学课题的重要组成部分。或者反过来说,传播学界一直将与传播相关的心理学课题作为传播学学科范围内的专业研究来看待。

在一百多年的发展历程中,心理学开拓了广阔的研究领域,并产生了一系列相关学派,如构造主义心理学、行为主义心理学、精神分析学、认知心理学、人本主义心理学等等。传播学在近七十年发展过程中也建构了一系列相关的理论和研究模型,如“意见领袖”、“二级传播”、“使用与满足”理论、“议程设置”理论、“沉默的螺旋”等等。但是锚定哪一种心理学流派对应哪一种传播学理论和研究模型,将是徒劳的。因为传播学是一门经验实证性学科,其旨归是解决传播研究中的实际问题。在研究过程中,通常是各种理论和研究方法交杂使用。传播学的这一倾向给传播研究带来挑战,即传播理论必须在不断的调整和整合中重构该学科的体系和学理逻辑。特别在学科关系史的研究中,要避免线性思维和单一逻辑的推演。只有这样,才能在学科互动的状态中把握传播学和心理学之间的复杂关系。

尽管如此,从学科关系史的角度看,对早期传播学影响最大的是行为主义心理学。行为主义心理学是对之前的冯特构造主义心理学的反拨。^① 行为主义心理学认为人的心理活动主要是由个体行为来体现,不能只从意识的组成部分或某些心理元素如情感、理

^① 构造主义心理学或称元素主义心理学。

智、意志、灵感等等方面来解释,即不能脱离具体的行为,仅仅通过思辨方式来研究意识的内在规律。个体行为的复杂性和多样性给行为主义心理学开辟了广阔的研究空间。因此,早期传播学在研究和测定传播效果时,顺理成章地采纳了行为主义的研究方法。因为,正是从个体行为和态度的改变中,更能确定传播效果。

效果研究在传播学界一直是居于“核心”地位的“主流范式”。效果研究以受众为重点考察对象,试图通过考察传播活动产生的各种影响,追溯形成和左右这些影响发生的各种要素,用科学实证的方法和语言,检验理论假设是否符合传播活动的实际规律。因此,在大众传播研究的各种取向中,效果研究有自己的独特视角和专门关注的视域。洛厄里和德弗勒著于20世纪80年代的《大众传播效果研究的里程碑》,^①对传播学的早期发展和学科确立过程中的重要史实作了总结,书中罗列了14个在传播学发展史上具有里程碑意义的效果研究,从这些典范研究中,都能看到心理学巨大的投影,其中一些研究项目是心理学家亲自操刀。传播学至少用了半个世纪才走出这些投影的遮蔽,建立起自己的独立王国。

传播学的14个里程碑,无一例外都属于典型的效果研究,都深受当时盛行的行为主义心理学的影响。完全可以这样说,从大众传播效果研究的14个里程碑与心理学的关系来看,不可否认心理学是对传播学贡献排第一的学科,这一点在传播学确立和发展初期尤为突出,行为主义心理学对早期传播学的影响十分明显。^②

考察这些堪称里程碑的经典研究,可以看到,从心理学到传播

① 中文译本《大众传播效果研究的里程碑》加了“效果”两字,强调美国经验学派的研究基本属于传播效果研究领域。[美]希伦·A.洛厄里、梅尔文·L.德弗勒:《大众传播效果研究的里程碑》,刘海龙译,中国人民大学出版社,2009年。

② 李永健:《大众传播心理通论》,中国传媒大学出版社,2008年,第12—27页。

学,学科间理论、方法和研究范式的借用、移植、改造的路线都较为清晰。从中可以粗略但直观地感知到经典传播研究中丰富的心理学要素。以下,从研究者、研究方法、研究对象、结论及研究价值等特征出发,将这 14 个里程碑简要梳理一下。

佩恩基金研究(1929~1932)以电影对儿童的影响为研究主题,研究人员主要由心理学家、教育学家、社会学家组成。研究内容包含大量心理学内容,诸如态度改变、情感唤起等。该研究采用了一些已经在心理学领域广泛采用的研究方法,如抽样调查、对集中趋势的测量等。研究结论中有许多内容与心理学息息相关,如态度改变、休眠效应、使用与满足、模仿、现实的社会性构建等等。

“火星人入侵”引发广播恐慌的相关研究(1938)以恐慌行为为研究对象,这是一个社会心理学问题。研究者指出,人格因素(感情上的不安全感、病态性的恐惧、缺乏自信和宿命论等)对选择性影响的产生起到了一定作用。研究报告显示,观众并非全然被动。这对当时盛行的“魔弹论”认为媒介具有强大威力的观点形成了挑战和质疑,由此开启了选择性影响研究,形成了新的理论发展线索。

拉扎斯菲尔德领导主持的“人民的选择——选战中的传播媒介”研究(1940),关注竞选宣传中选民的态度改变、行为改变、注意模式等问题。对日间广播连续剧听众的研究(20 世纪 30 年代末至 40 年代初)是拉扎斯菲尔德领导的另一项经典研究。这项研究的调查问卷中,设计的问题很多是从心理学的角度出发,用心理学知识来阐释听众的答案。例如在比较听众和非听众时,用社会参与、知性兴趣的范围、对时事和公共事务的关心、人格特点、对广播节目的偏好程度这 5 个心理特征将经常收听的人和不收听的人区分开。这项研究开创了大众传播研究的一个重要的研究方向——使用与满足。

“电影实验：第二次世界大战中对美国士兵的说服”研究（1942~1945）是一次典型的心理学领域的传播研究课题，研究团队主要由心理学家和社会心理学家组成。该项研究围绕传播与态度、动机、行为之间的关系开展，主要评估影片的传播效果，影片在传递知识和信息方面的作用和说服、态度改变方面遇到的问题。这项研究采用实验组和控制组、配对、事前测试等实验心理学普遍使用的方法。同时，该研究开创了对说服中“魔力要素”的研究，这类研究的基本假设与“心理动力取向”有着密切的关系，认为在讯息中加入某些特质，可以改变人体认知 / 感情的运行结构，导致个人的决策以及接下来的外在行为模式产生改变，使其向着传播者希望的方向发展。

霍夫兰领导的耶鲁研究计划（1946~1961）是士兵说服研究的延续，研究团队主要是心理学家，大多数人有实验心理学背景，大多数研究结果来自控制实验，研究的主要内容是根据传播过程的基本环节，寻找影响改变受众认识、态度和行为的因素。该研究大致可以分为传播者、传播信息、受众、受众反应四个方面，具体内容包包括可信度、免疫力、恐惧诉求、睡眠效果等。这项研究的理论框架是一个学习模型，其实质是一个刺激—反应模型，主要理论取向基于个人差异的选择性影响理论。

20 世纪 30 年代初，艾奥瓦杂交玉米种研究开展时期，心理学中关于注意、知晓与行为转变的一系列研究成果为研究个人接受创新的过程提供了理论支撑。艾奥瓦杂交玉米种研究关注社会互动过程，突出人际传播的作用。此后，罗杰斯开展了一系列“创新扩散”研究，以传播活动中受众人格特征中的创新精神为基点，推广各种改进社会民主民生的思想观念和技术。

施拉姆带领大众传播学者小组开展了“儿童生活中的电视”研

究(1958~1960)。这项研究考察电视对儿童可能产生的负面效果、是否会阻碍儿童的心智发展、是否会导致更多的犯罪等等问题,还对孩子看电视可能产生的潜在的生理、情感、认知和行为问题进行了探索。

“暴力和媒介——动荡的 60 年代”研究(20 世纪 60 年代末)对黄金时段节目中的暴力内容进行分析,开展有关暴力经验的全国性调查。该项研究无论是研究对象还是研究方法,都有大量的心理学因素。

“公共卫生局长报告:电视与社会行为”项目(1969~1972)的研究人员由行为科学家与心理健康领域的专家组成,项目经费来源于国家心理健康研究所的基金。该研究关注电视暴力对儿童态度和行为的影响,关注电视和社会学习的关系问题等。其中对攻击行为的实验研究,是以班杜拉的波比娃娃实验研究作为起点的。

“电视与行为:10 年的科学进展和对 80 年代的启示”研究(1979~1982)以儿童为关注对象,研究人员包括媒介专家、行为科学家和心理卫生学家。这一项目也是由国家心理健康研究所来负责的。在解释电视暴力节目和攻击行为增加之间的关系时,研究者从观察学习、态度转变、生理唤起、合理化过程四个方面进行了论证。

随着社会心理学家对社会化过程的关注,库利在 20 世纪初提出的“初级群体”的概念被再次发现,初级群体被看作是人们获得“人性”的重要来源。同时,20 世纪 40 年代,社会心理学家勒温及其同事对于“小群体”的研究,指出了小群体的社会现实构成功能。这些心理学理论成为“个人的影响——两级传播”研究的重要理论基础。以此为理论背景,拉扎斯菲尔德领导的“个人的影响——两级传播”研究(1945~1955)针对大众传播间接影响问题,重点研究

意见领袖的人格特点以及意见领袖对周围人的影响。

“里维尔项目——信息扩散的品质和途径”研究(1952~1954)主要由社会学家承担,是中央情报局一个跨社会学与心理学的大型研究“极端心理控制项目”的一个部分。项目的很多内容以心理学理论作为基础。例如,对传单传播中的刺激强度与反应关系进行的量化研究,利用了韦伯定理等心理学公式。又如,早期社会心理学家对“流言”进行的转述研究中发现的嵌入规律,在里维尔项目中,被用来解释口头传播中信息的两级传播中出现的一些现象。

“新闻的议程设置功能”研究(1968~1972)是一项关于社会大众的传播过程的心理研究。在肖和麦库姆斯看来,议程设置理论属于认知框架。他们认为媒介“引起注意”和“信息提供”这两大功能具有重大影响。现代社会中,议程设置成为媒介参与受众对现实的社会性建构的过程之一。在为议程设置寻求心理学解释时,研究者引入了“相关性”、“不确定程度”等“导向需要”的概念。

大众传播研究曾是心理学和社会学中十分兴盛的一项研究,许多早期大众媒介研究是为了考察心理学和社会学领域的问题,而不是把大众传播作为一个独立的研究领域来进行研究。这14个具有里程碑意义的传播学效果研究从研究者、研究方法、研究对象、结论及研究价值上看,都有明显的心理学和社会心理学要素,有一些实际上就是心理学研究,如“电影实验:第二次世界大战中对美国士兵的说服”、耶鲁研究计划以及“新闻的议程设置功能”研究等。

20世纪60年代,随着传播学院培养出越来越多的经过社会科学方法训练过的专业研究人才,开始出现由传播学者进行的大规模传播研究,如“儿童生活中的电视”、“新闻的议程设置功能”等项目,这些专门化的传播研究,标志着传播学研究的主导权,从跨

学科的相关领域学者手中向专门的传播学学者转移交接。心理学家和社会学家逐渐退出了传播学研究(在现在的心理学和社会学中,大众传播研究被认为是较模糊的领域)。但心理学并未和心理学者一起退出传播研究领域。1963年,德国学者马莱茨克提出的“大众传播过程模式”,就是一个传播学与心理学彼此渗透、相互结合的例证。“使用与满足”理论的创始人丹尼斯·麦奎尔和他的助手斯文·温德尔曾指出,该模式是“数十年来从社会心理学角度研究大众传播之总和”。这个模式被赞誉为有条理而且考量周密,显示出大众传播是一个非常复杂的社会过程,并把这个复杂过程归因于多因素而非单一因素形成。

1991年,瑞维斯和安德森在《传播学研究》期刊上撰文探讨心理学理论与传媒研究的关系,提出这两门学科都难以离开对方。对传媒研究者来说,他不能忽视看电影或录像时观众涉及的认知加工。对心理学家而言,认知心理学和发展心理学的理论通过对传媒应用的思考得以丰富,研究阅读对认知一般理论的影响就是一个例子。瑞维斯和安德森引用了著名认知心理学家奈赛尔的话,即“心理学若不能解释日常生活中的经验,就几乎忽视了该自然学科的所有领域”。^①

行为主义心理学及其之前的实验心理学又统称为科学心理学,之所以冠以“科学”名头,是因为冯特等心理学家让心理学从哲学思辨的阴影中走出来,强调用类似自然科学的实证方法来研究人类的心理活动。实证主义强调经验实证,排斥西方哲学的形而上学传统,认为应该从现象的归纳出发,寻找事物和研究对象的规

^① 方建移、章浩主编:《大众传媒心理学》,浙江大学出版社,2007年,第8—9页。

律,有其合理的一面。然而,科学主义思路的片面性是显而易见的。特别是在人文学科方面,实证主义和科学主义思路的偏颇往往导致只见树木不见森林,甚至失之毫厘谬以千里。故将行为主义心理学应用于传播学,虽然是五六十年代大众传播学效果研究的主要路径,但是,其类似原子物理学或动物心理学的研究方法显然不能适应传播学发展的新要求。

心理学作为传播学研究的理论基础之一,对传播学研究的影响是多方面的。对传者、受者心理特点的心理学实验以及理论模型,在人类传播行为的研究中有很大助益,其影响之深远绝非限定在方法论上。传受者心理研究的相关理论对传播内容、传播形式产生了直接而迅速的影响,冲击和改变了较长时期以来传播研究偏重于从行为主义或是从精神分析的角度来研究大众心理的局限。此前的传受者研究从传者中心论过渡到受者中心论,无论是从传、受双方中的哪一方进行研究,传受双方都不是处于平等地位。“西方心理学的第三势力”——以马斯洛为核心,以罗杰斯、罗洛·梅、布根塔尔等为代表的人本主义心理学研究的出现,可谓是对行为主义心理学纠偏救弊应运而生。^① 马斯洛的动机理论提出,大多数人类行为是由多种动机(多种基本需要)共同决定。^② 马斯洛的这一观点说明了个人行为的内在历程,以及个体之间、个体与群体之间的互动本质。心理学的这一新理路也影响到其亲缘学科之一的传播学。以马斯洛为开创者的人本主义心理学派的出

① 人本主义心理学反对行为主义非人化的白鼠心理学(rat psychology)和精神分析非正常人的变态心理学(abnormal psychology),主张以人为本和以整体(或全人)为研究对象的视角,关心人的本性、价值和尊严,研究健康人格和自我实现。因为人本主义心理学与心理学第一、第二势力即行为主义和精神分析相对抗,故而,它被称为西方心理学的第三势力。

② 马斯洛:《人的潜能与价值》,华夏出版社,1987年,第173页。

现,接续行为主义心理学,对传播产生了深远的影响。马斯洛理论具有鲜明的人本主义色彩,强调从人的自身需要出发来进行传播,把传、受双方放在平等的位置。从双方平等互动的立场和角度出发,互为主体,才能构建良好的传受关系。也只有这样,传播才能成为人类自我实现、自我完善的交流手段。

因循马斯洛的人本主义之路,传播学内的人本主义倾向逐步抬头,发展为一个外显的传统。使用与满足理论强调受众的主动性,强调受众的立场与标准,在具体研究中关注教育与民生问题,尤其是儿童教育问题,有明显的人文关怀色彩。马斯洛人本主义心理学思想对传播学的影响构成了人本主义传播研究的主线,但同时我们也要看到传播学历史脉络内部的人本主义源流,比如更早的芝加哥学派的新闻理想就是为了保护社会共同体,服务于民主与进步。在人本主义心理学崛起之前,传播学界已经关注到人际传播的复杂性和个体特殊性。例如,拉扎斯菲尔德等在伊里县总统选举研究和迪凯特研究中有关“意见领袖”和“二级传播”理论的提出,已经表明,研究者在大众传播研究中对人际传播和小群体传播的特殊性和特殊规律有所觉察。

在《交流的无奈——传播思想史》一书中,彼得斯首先告诉读者:人类已经处于不可交流的绝望境地,即本书标题所示“交流的无奈”。如果仅仅如此,表述为“交流的不可能”更为准确。但彼得斯不是一个悲观主义者,他纵览整个人类传播史,看到了人类对交流的热爱和向往。他得出结论:交流是人的本质,传播的理想就是让人与人之间相互交流。彼得斯的传播观有些许不可为而为之的无奈,但这种思考基于人本主义关怀,闪烁着英雄主义的悲剧色彩。因此,本书将彼得斯的《交流的无奈——传播思想史》看成是人本主义倾向的传播学研究。彼得斯对人际意义传递和人际交流

的不信任不是源于传播或交流工具的不完善,不是源于一切外在技术手段的欠发达,而是源于个体之间的差异,个体存在的不可复制性。人不是天使,无法达成完美的交流,传播双方也不可能完成圆满契合的意义传递。然而,正因为交流的缺失和对交流的渴望,彼得斯相信,人际传播作为一种交流方式能够“让他人受到关爱”,这种彼此间的接触“胜过了天使能够提供的东西”。^① 这样,在传播活动中,意义的交流演变为关爱的传递,似乎有什么错位了,但这就是人际传播特有的宿命,毕竟“人类不能不传播”。

传播学的效果研究、人际传播研究与群体传播研究之间并不绝然分开,群体传播也是一种人际传播,也会产生效果和态度改变,但是群体传播所探讨的问题更加宽广,语境更加复杂。塔尔德的《模仿律》和勒庞的《乌合之众》作为群体心理学研究的开创之作,对群体传播的诸多问题,如意见领袖、社会观念等研究打下了基础,为勒温等后来者提供了十分丰厚的思想资源和可资借鉴的基本思路。

群体传播第一次明确认识到传播中群体的复杂性和重要性,第一次开始探讨群体的本质,研究群体本身不同于个人传播活动的传受信息的特点,把传播的技术手段,比如符号互动、媒介环境,比如场论、团体动力学、群体性质等整合在一起。勒温是这一研究的开创者和集大成者,虽然他研究的是“小群体”,却向我们敞开了群体传播研究之门。美国心理学家爱德华·托尔曼(Edward C. Tolman)很早就断言:“在未来的心理学史上,有两个人必将超越

^① 见何道宽《交流的无奈》译者前言。[美]彼德斯:《交流的无奈:传播思想史》,(Peters, J. D. *Speaking into the air: A History of the idea of Communication*),何道宽译,华夏出版社,2003年。