

□ 新闻理论丛书

PSYCHOLOGY OF MASS COMMUNICATION

大众传播心理研究

DA ZHONG CHUAN BUO

XIN LI YAN JIU

XIN WEN LI LUN

CONG SHU

刘晓红 卜卫 著



中国广播电视出版社

□ 新闻理论丛书

大众传播心理研究

刘晓红 卜 卫 著 —————

中国广播电视出版社



图书在版编目 (CIP) 数据

大众传播心理研究/刘晓红, 卜卫著. - 北京: 中国广播电视出版社, 2001.1

(新闻理论丛书)

ISBN 7-5043-3652-1

I. 大… II. ①刘… ②卜… III. 大众传播-心理学
IV. G206.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 82111 号

大众传播心理研究

作 者:	刘晓红 卜 卫
责任编辑:	樊丽萍
装帧设计:	李燕平
责任校对:	张 哲
监 印:	张 杰
出版发行:	中国广播电视出版社
电 话:	66093580 66093583
社 址:	北京复外大街 2 号 (邮政编码 100866)
经 销:	全国各地新华书店
印 刷:	涿州市蓝铂印刷有限责任公司
开 本:	850 × 1168 毫米 1/32
字 数:	250 (千) 字
印 张:	12.25
版 次:	2001 年 1 月第 1 版 2001 年 1 月第 1 次印刷
书 号:	ISBN 7-5043-3652-1/G·1418
定 价:	22.00 元

(版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换)

前 言

在传播活动中存在着大量的心理现象，在传播学文献中可以见到很多与心理学有关的研究，在心理学文献中，也可以见到以传播活动中的心理现象为对象的研究，传播活动中的心理现象能否构成一个独特的研究领域，有关的研究间存在着何种关系，一直是笔者感兴趣的问题。为此，笔者在前期研究的基础上，申报了1995年中国社会科学院青年基金课题——“传播心理学的基础理论和应用研究”并获批准。从1995年7月课题研究开始后，随着研究的深入，越来越深切地感到在申请课题时所确定的研究框架，不能说明和概括心理学和传播现象及传播研究间广泛复杂的关系。在近五年中，笔者对传播学和心理学两个领域的有关文献进行了分析研究，前者主要为传播学学科的发展历史及传播学效果研究方面的文献，后者主要为认知心理学、社会心理学方面的文献，最终确定了目前的结构。从逻辑上来讲，在传播活动的各个环节，都存在着心理活动，但人们主要关注的，是传播活动对阅听人的影响，因此大量的有关传播活动中的心理现象的传播学研究和心理学研究，主要集中在这个领域，还有少量的研究是针对传播从业者的心理现象研究。因此笔者

认为，从传播活动对人的影响这个思路，能够概括绝大部分的上述研究。根据这个思路，本研究分为四个部分，即大众传播的内容和影响因素、大众传播影响过程研究、大众传播的结果以及心理学和大众传播研究的关系。

第一部分主要介绍媒介内容及影响媒介内容的因素，包括第一、二章。主要说明社会真实是在何种因素和机制的作用下被描述为媒介中所描述的样子即媒介真实，媒介真实和社会真实有什么主要的差别。

第二部分主要介绍媒介影响的过程，包括第三、四、五章。分别讨论媒介信息处理过程、态度改变过程和行为改变过程的研究。在媒介信息处理过程一章中，主要探讨具有不同特征的受众对各种内容、各种形式的媒介信息的处理过程的规律。在态度改变过程一章中，首先分析态度改变研究和效果研究及说服性研究的关系，并介绍了影响态度改变的因素、态度改变的诉求方法和态度改变的过程。在行为改变过程一章中，主要介绍媒介中所表现的行为影响人们自身行为的规律，主要介绍的理论为班杜拉的社会学习理论。

第三部分则主要介绍媒介内容对人的影响的结果，包括第六至十一章。在这个部分中，有些主题是学术界关注的重点问题，例如媒介内容对认知的影响；有些则是我国社会关注的重点，例如青少年的媒介瘾问题；有些问题在国外例如美国已被讨论多年，但在国内尚未引起充分注意，例如媒介暴力问题。

第四部分讨论心理学和大众传播研究的关系。在这一部分的第十二章中，介绍了心理学研究传播现象的历史以及心理学在传播研究中地位的演变，试图为心理学在目前传播研

究中的作用的现状提供一个线索。最后一章则尝试对心理学在传播研究中的作用进行概括,对传播心理学这一类研究的特征、性质、问题的范围以及与其他相关学科的关系进行了分析。

笔者认为,本研究或许会在四个方面对读者有所帮助:①了解心理学和传播研究的关系;②了解心理学介入传播研究的发展过程;③了解大众传播对人的影响过程和结果的相关研究;④了解关于媒介内容及影响因素的研究。

另外,笔者认为,上述第三、四点,可以为媒介教育,即培养阅听人的媒介素养,提供理论依据,其中有些部分经过普及性改写,可直接作为媒介教育教材内容。

本研究的缺欠是,有些应当包括在内的内容不得不省略。例如互联网使用中的心理现象研究,应当但未能包括在本研究中,只在媒介瘾的题目下有所涉及。

在大众媒介发展较早的国家中,相应的研究也比较发达,从本课题的研究结果可以看出,对大众传播对人的影响的研究已相当广泛和深入,但在我国,这方面的研究还比较薄弱。深入研究国内的具体问题,是笔者今后在这个领域的研究方向。

本书第七、八、九章为卜卫撰写,其余为刘晓红撰写。

在课题研究的过程中,笔者多次就研究框架、学科间关系等问题,与中央音乐学院周海宏副教授进行讨论,从中得到许多重要的启发和帮助。

在本书初稿完成后,笔者的同事孙五三副编审仔细审读了全书,从逻辑到文字,对全书进行了修订,笔者根据她的意见进行了修改。

笔者在此对周海宏和孙五三的帮助深表谢意。

笔者感谢责任编辑樊丽萍女士及所有为本书付出劳动的中国广播电视出版社有关人士。

刘晓红 卜卫

2000年7月9日

目 录

前 言

导言 关于大众传播对人的影响的

- 一般性讨论 (1)
- 一、影响的表现方面 (2)
- 二、影响产生的原因 (2)
 - (一) 媒介内容和形式 (3)
 - (二) 影响媒介内容的因素 (4)
 - (三) 受众方面的因素 (5)
- 三、影响的过程或机制 (7)

第一部分

大众传播的内容及影响因素 ——从社会真实到媒介真实

- 第一章 大众传播的内容 (13)
 - 一、关于方法的分析 (14)
 - 二、媒介内容研究实例 (15)

(一) 对“芝加哥麦克阿瑟日”(MacArthur Day in Chicago)的研究(Lang K. & Lang G., 1971, p. 169-188)	 (15)
(二) 前西德的两个实证研究	
(翁秀琪, 1989)	 (18)
三、媒介内容倾向的规律	 (19)
四、与数字新闻有关的特殊问题	 (29)

第二章 影响大众传播内容的因素

.....	(31)
一、来自媒介工作者个人的影响	 (32)
(一) 新闻工作者的背景和人口特征的影响	 (32)
(二) 个人态度、价值观和信仰的影响	 (33)
(三) 职业角色的影响	 (34)
(四) 媒介工作者处理信息时的认知偏差	 (36)
(五) 其他因素对媒介工作者认知活动的制约	 (42)
二、来自媒介工作常规的影响	 (43)
(一) 受众因素	 (44)
(二) 媒介组织因素	 (45)
(三) 信息来源因素	 (47)
三、来自媒介机构的影响	 (48)

(一) 媒介组织的目标及对媒介内 容的影响	(48)
(二) 媒介组织的结构及对媒介内 容的影响	(49)
四、来自媒介机构以外的影响	(52)
(一) 信息来源	(52)
(二) 利润来源	(53)
(三) 政府控制	(54)
五、意识形态的影响	(55)
六、形成媒介议程的因素	(57)

第二部分

大众传播影响过程的研究

第三章 媒介信息处理过程的研究

.....	(63)
一、关于新闻的研究	(65)
(一) 影响新闻材料记忆的因素	(65)
(二) 对电视信息的记忆研究	(69)
(三) 心理学中的“注意”和传播学 “影响不一理论”中的“注意”	(70)
(四) 报纸上的新闻和注意	(71)

(五) 关于可读性测量问题	(73)
二、关于电视和儿童的研究	(79)
(一) 对电视注意的研究	(80)
(二) 对电视理解的研究	(83)
三、广告信息处理过程研究	(84)
(一) 广告信息处理过程研究和新闻 信息处理过程研究之异同	(84)
(二) 记忆研究	(89)
四、媒介形式对处理媒介内容的影响	(92)
(一) 关于“频道效果”的研究	(93)
(二) 计算机动态图像和理解	(95)
五、对媒介信息的心理反应的测量方法	(96)
(一) 对媒介讯息注意的测量方法	(97)
(二) 对媒介讯息记忆和理解的 测量方法	(101)
(三) 一个注意测量的实例	(106)
六、起动效应研究	(108)
七、图式理论及在媒介传播研究中 可能的应用	(111)
(一) 图式的概念和发展线索及多种 图式概念间的关系	(111)

(二) 图式的作用	(115)
(三) 图式概念在传播研究中的可 能应用	(119)

第四章 媒介内容对行为的影响研究

.....	(127)
一、观察学习理论和大众传播研究	(127)
二、观察学习理论的基本观点	(129)
(一) 观察学习的类型	(129)
(二) 观察学习的心理过程	(130)
(三) 示范行为的其他影响	(132)
三、媒介内容影响行为的研究——以观看 暴力行为后果的研究为例	(133)
(一) 实验室实验研究	(134)
(二) 现场实验研究	(135)
(三) 相关研究	(136)
(四) 综合分析	(137)

第五章 媒介讯息影响态度改变的过程

.....	(140)
一、媒介讯息影响态度改变过程研究的 位置	(140)
(一) 传播效果研究、态度改变研究 和说服性传播研究	(140)

(二) 态度改变研究及其相关资料	(141)
二、媒介信息影响态度改变过程的因素	
和技术	(145)
(一) 影响态度改变的自变量	(145)
(二) 说服策略——诉求	(152)
(三) 宣传——一种特定的说服力	
传播类型	(162)
(四) 态度改变过程	(166)

第三部分

大众传播的结果

第六章 媒介内容的认知影响	(173)
一、议程设定效果	(173)
(一) 影响产生议程设定效果的因素	
或条件	(174)
(二) 议程设定过程的心理学解释	
	(176)
(三) 影响媒介内容——新闻议程	
的因素	(178)
(四) 议程设定理论在中国的课题	
	(179)
二、从媒介真实到主观真实	(180)

(一) 新闻文本的结构特征·····	(181)
(二) 受众方面的影响因素·····	(184)
(三) 研究的主要发现·····	(187)
三、媒介内容对人的健康观念及行为的影响·····	(191)
(一) 媒介内容关于健康问题的描述 及与现实的比较·····	(191)
(二) 烟、酒、食品广告的影响 ·····	(192)
(三) 媒介对疾病和健康原因的 解释·····	(194)
(四) 健康宣传的方法和效果 ·····	(198)
四、其他方面的影响·····	(198)
第七章 媒介中的刻板印象 ·····	(201)
一、刻板印象研究概述·····	(201)
(一) 媒介中刻板印象的研究内容 ·····	(202)
(二) 媒介中刻板印象的研究方法 ·····	(209)
二、关于我国的研究·····	(215)
(一) 刻板印象研究的特征·····	(215)
(二) 关于性别刻板印象研究的 主要结论·····	(216)

第八章 媒介暴力	(222)
(一) 媒介暴力对人的影响	(222)
(二) 控制暴力：媒介内容分级的 结果及争议	(241)
(三) 讨论：我国媒介中的暴力及其 控制	(246)
第九章 媒介使用与儿童发展	(251)
(一) 媒介与儿童研究传统	(251)
(二) 国外主要研究结论	(258)
(三) 我国研究案例	(266)
第十章 第三者效果：一种对媒介影响的 知觉	(285)
(一) 定义	(285)
(二) 影响因素	(288)

第四部分

兼论：心理学和大众传播研究的关系

第十一章 心理学研究传播现象的历史 和心理学在传播研究中地位 的演变	(295)
一、行为主义和传播研究	(295)

(一) 行为主义基本观点对传播研究的影响	(297)
(二) 行为主义学习理论对传播研究的影响	(302)
二、认知观点和传播研究	(318)
(一) 认知观点对传播研究的影响	(320)
(二) 认知研究对回避有限效果模式的突破	(321)
(三) 认知一致性理论的影响	(323)
(四) 态度研究与认知观点	(325)
(五) 认知观点与调查研究方法	(332)
(六) 媒介信息传播过程研究举例	(336)
三、本章结语	(340)

第十二章 心理学和传播研究

一、心理学和大众传播研究关系的定位	(342)
(一) 文献分析	(343)
(二) 逻辑分析	(344)
二、作为诸多研究的统称的“传播心理学”的特征	(345)
(一) 共同特征	(345)

(二) 问题范围	(346)
(三) 研究的性质	(352)
(四) 与传播学、新闻心理学、广告 心理学的关系	(354)
(五) 对改善人类生活的意义	(355)

附录：媒介心理学及美国心理学会

第 46 分会：媒介心理学分会

.....	(356)
-------	-------

参考文献	(358)
-------------------	-------