

新世纪广播电视新闻学系列教程

新闻心理学原理

刘京林 主编



中国广播电视出版社

新世纪广播电视新闻学系列教程

新闻心理学原理

刘京林 主编

中国广播电视出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

新闻心理学原理 / 刘京林主编. —北京: 中国广播电视出版社, 2004.6

(新世纪广播电视新闻学系列教程)

ISBN 7-5043-4284-X

I. 新... II. 刘... III. 新闻心理学—高等学校—教材 IV. G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 047644 号

新闻心理学原理

主 编:	刘京林
责任编辑:	贺 明
责任校对:	谭 霞
监 印:	陈晓华
出版发行:	中国广播电视出版社
电 话:	86093580 86093583
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:	廊坊人民印刷厂
装 订:	廊坊人民印刷厂
开 本:	787×1092 毫米 1/16
字 数:	310 (千) 字
印 张:	17.75
版 次:	2004 年 6 月第 1 版 2004 年 6 月第 1 次印刷
印 数:	4000 册
书 号:	ISBN 7-5043-4284-X/G·1681
定 价:	32.00 元

(版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换)

教育部人文社会科学研究项目资助

主 编 刘京林

撰稿人 (以姓氏笔画为序)

刘卫东 刘京林 闫 欢 张轶楠 倪 桓
栾轶枚 曹 茹 章 燕 敬 蓉

总 序

经过一年多的筹划，这套为适应新世纪广播电视新闻教育的需要而编写的系列教材，将陆续同大家见面。

改革开放以来，伴随着我国广播电视事业的蓬勃发展，广播电视新闻教育进入了前所未有的发展时期。为适应事业发展对于专业人才的需求，作为培养广播电视专业人才的专业院校——北京广播学院新闻传播学院（前身为新闻系），我们从上个世纪80年代中期开始将教材建设列为办学的重中之重的课题，先后组织编纂了四套系列教材。在今后两年内将陆续出版的这一代教材，是在总结前四代教材经验的基础上编纂的，这套以中青年作者为主体的教材，既是前四代教材的继续和完善，又吸取了广播电视领域新的实践经验和国内外新的研究成果，增加了一些新的选题。这意味着这代教材，除部分为此前出版的教材之修订或重写本外，多数是新开设的课程的新编教材。例如第一本同大家见面的《广播电视新闻性节目规范研究》，就是国内第一本新闻广播节目学教材；其他如《现代广播理念与广播新闻节目》、《网络新闻编辑引论》、《网络广播教程》、《舆论学基础教程》等，也都是广播电视新闻学专业为适应新时代而开设的一系列新课程的基础教材。这套教材名为《新世纪广播电视新闻学系列教程》，但新世纪还将有一套套新的系列教材出现。这是新闻教育和新闻媒介风水相激、同步发展的必然，也是新闻专业教育坚持理论与实践相结合的必由之路。

20世纪上半叶，广播、电视的相继问世，标志着新闻传播进入了一个崭新的时代。这两种把信息传播和电子技术结合起来新型媒介的崛起，不仅意味着新闻传播增加了渠道，而且代表着一种新的传播方式；不仅进一步满足了高速度、远距离、大范围传播信息的社会需求，而且导致了新闻传播领域的一

系列变革，增强了新闻传播对于社会发展和人们日常生活的影响。如果说广播、电视的出现和急剧发展，是20世纪新闻传播领域的一场意义深远的革命，那么世纪末互联网络异军突起则是另一场传播革命，它能给新闻传播带来多么广泛而深刻的影响还难以预测，但有一点是肯定的，这就是新闻传播仍将以加速度的步伐向前发展。有人曾经这样描述人类传播事业此前的加速度的发展过程：

从语言到文字，几万年；从文字到印刷，几千年；从印刷到电影和广播，四百年；从第一次试验电视到从月球播回实况电视，五十年。

那么包括计算机、互联网络、数字化在内的信息技术的高速度发展，将为新世纪传播开辟什么样新前景，又将给新闻学教育提出什么新课题、新要求呢？作为时代、社会最敏锐的感应神经，新闻传播媒介在新世纪的发展变化，必将呈现日新月异的态势；与之相应的理论、知识也将不断更新。从这个意义上说，这套系列教材不过是新世纪的第一套教材而已，往后还将有一代代新的教材应时出现。显而易见，新闻学教育包括广播电视新闻教育，同样只有遵循与时俱进的规律，不断调整自己培养方向、课程结构，更新教学内容，才能源源不断地为新闻媒介输送适应时代需求的合格人才。

这是时代赋予我们的使命，我们将不懈地朝着这一方向努力。当这套教材陆续呈现在大家面前的时候，我们恳切地期待着新闻教育界、广播电视界和社会各界的批评。相信在社会各界的鞭策下，这套教材将不断完善，我们的教学质量和教学效果将日益提高，新的教材和研究专著也将不断问世。

北京广播学院新闻传播学院
《新世纪广播电视新闻学系列教材》编委会
2002年4月

前 言

对新闻心理学的研究，越走越感到步履维艰。首先，这门交叉学科的两门母体学科都不很成熟；其次，人的心理（包括新闻主体）的极端复杂性，因而这本《新闻心理学原理》从酝酿到写成延宕多年，如今虽即将付梓，但仍不甚满意。

十年前，我写了一本叫《新闻心理学概论》的书，是以新闻活动为明线，以心理现象为暗线来构架的，这本《新闻心理学原理》则尝试换一种写法：以新闻主体的心理和行为为明线，以新闻活动为暗线来构建。全书共分三编。上编：导论；中编：新闻心理动力；下编：新闻心理要素，共九章。分别阐释新闻心理学研究对象，新闻心理学研究方法，新闻动机、新闻态度、新闻互动、新闻认知、新闻情感、新闻角色、新闻人格。这是本书的第一个特点。

专辟一章阐述新闻心理学的方法论（研究取向）和具体的研究方法。是因为任何一门学科的方法论都带有主帅和灵魂的作用。它们对研究者采用什么样的研究范式，确立什么样的研究目标，选择什么样的研究对象，坚持什么样的研究原则，规定什么样的研究程序等至关重要。这是本书的第二个特点。

本书汇聚了一些年轻有为者加盟，其中有大学教授、研究生和在读博士。他们是我国新闻心理学研究的新生力量。这是本书的第三个特点。

这本书，侧重从心理动力和心理要素两个角度阐述新闻心理现象，难免以偏赅全，有的观点仅是一管之见。我们只是希冀在新闻心理学这片尚不繁茂的园地里，再栽上一棵小树，种上一朵小花。虽不起眼儿，却也新鲜。

我要把这本书作为给北京广播学院 50 年校庆的献礼。我在这所学校工作了 23 年，深深地感受到她所具有的催人奋进的氛围和张扬创新精神的力量。

从某种意义上说，没有北京广播学院，也就没有我的今天。

我还要把这本书献给一个人，一个很早就对我国新闻心理学研究给以关注的人。他就是英年早逝的新华社原社长郭超人同志。他曾于上个世纪80年代初期，在新华社的一个有关培养新闻人才的会上谈到应重视新闻工作者心理素质的问题。原本我不认识他，只是出于对新闻心理学的兴趣和关注，我们有过接触。他曾两次拨冗在办公室里，与我就《新闻心理学概论》和《大众传播心理学》（我的两本拙作）进行过讨论。他态度之诚恳、目光之敏锐、问话之坦率、言辞之犀利，给我留下了深刻的印象。与他交谈，你会油然而生敬意，感到他是一位良师益友。尤其是1999年，我邀请他参加由我们广播学院主办的全国第三届新闻与传播心理研讨会，他很忙，不能来，但他给会议发来了一封贺信。全文如下：

刘京林同志：

召开全国新闻与传播心理研讨会的通知已收到，只因近来报道任务繁重，难以出席，深表歉意。

围绕新闻与传播心理学进行科学的探讨，无论对指导新闻实践还是改进新闻教学都有重要意义，我预祝研讨会成功。

敬礼！

郭超人

1999年10月28

这封信令我感动不已。在此，我真诚地把这本书献给他——我的良师益友郭超人同志，作为对他的深切缅怀和纪念。

本书可以作为大专院校新闻心理学课程的教材。

同时对新闻从业人员和大众传播工作者也有参考价值，由于笔者学识浅陋，书中定有不少疏谬之处，竭诚欢迎读者批评指正。

刘京林

2004年5月

目 录

前 言	(1)
-----------	-------

上编 导论

第一章 新闻心理学概述	(1)
第一节 学习、研究新闻心理学的意义	(1)
一、理论意义	(1)
二、实践意义	(3)
第二节 新闻心理学的对象	(6)
一、新闻心理学的对象	(6)
二、新闻心理学的学科性质与研究领域	(17)
第二章 新闻心理学的方法	(20)
第一节 新闻心理学的研究取向	(20)
一、心理学的研究取向	(20)
二、新闻心理学的研究取向	(22)
第二节 新闻心理学的研究方法	(26)
一、新闻心理学的定量(量化)研究	(27)
二、新闻心理学质的(质化)研究	(30)
三、新闻心理学的定性研究	(33)
四、以问题为中心的研究方法	(33)

中编 新闻心理动力

第三章 新闻动机	(36)
第一节 新闻动机的一般概念	(36)
一、新闻动机的涵义	(36)
二、新闻动机的内容	(40)
第二节 新闻动机的功能	(52)
一、新闻动机具有激发新闻传播和接收行为的功能	(53)
二、新闻动机具有指向和定向新闻传播目标的功能	(54)
三、新闻动机具有维持和调解新闻传播行为的功能	(60)
第三节 新闻动机与新闻工作效率	(63)
一、新闻动机与新闻行为	(63)
二、新闻动机与新闻工作效率	(65)
第四章 新闻态度	(71)
第一节 新闻态度是新闻活动重要的动力因素	(71)
一、新闻态度的内涵及其特征	(71)
二、新闻态度是新闻活动重要的动力因素	(74)
三、新闻态度影响新闻重构	(84)
第二节 受者新闻态度的形成和改变	(86)
一、新闻信息对受众新闻态度形成与改变的影响	(87)
二、传者对受者新闻态度形成与改变的影响	(88)
三、传播方式与受众态度的形成与改变	(90)
四、受众逆反心理的形成与克服	(91)
第五章 新闻互动	(94)
第一节 新闻传播与新闻环境的互动	(95)
一、新闻媒介与环境的互动	(95)
二、新闻传者与环境的互动	(102)
三、新闻受者与环境的互动	(105)
第二节 传受者与媒介的互动	(106)
一、传者与媒介的互动	(107)

二、新闻受众与新闻媒介的互动·····	(110)
第三节 新闻传受者的心理互动·····	(116)
一、新闻传者与新闻受者的心理互动·····	(116)
二、新闻传者之间的竞争与合作·····	(119)
三、受众之间的心理互动·····	(122)

下编 新闻心理要素

第六章 新闻认知·····	(127)
第一节 新闻传受者认知结构的一般概念·····	(128)
一、新闻传受者认知结构的内涵·····	(128)
二、传受者认知结构的功能·····	(140)
第二节 思维定势·····	(142)
一、传受者的思维定势·····	(143)
二、思维定势影响新闻传者的认知活动·····	(147)
三、思维定势影响受众对信息的认知活动·····	(151)
第七章 新闻情感·····	(157)
第一节 新闻传受者情感的一般概念·····	(157)
一、新闻传受者情感的内涵·····	(158)
二、新闻传受者情感的功能·····	(162)
三、新闻传受者情感体验的个体差异性·····	(169)
第二节 新闻沟通中的情感互动·····	(173)
一、情感互动的内涵·····	(173)
二、移情, 采访活动中的情感互动·····	(174)
三、在新闻制作过程中的情感互动·····	(177)
四、在新闻接受中的情感互动·····	(181)
第八章 新闻角色·····	(184)
第一节 新闻角色的一般概念·····	(184)
一、新闻角色的定义及基本特征·····	(185)
二、社会角色理论在新闻传播活动中的应用·····	(188)
第二节 新闻传者的角色定位·····	(190)

一、新闻传者的角色定位·····	(190)
二、新闻传者角色特征的多重性·····	(192)
三、新闻领导者的角色扮演·····	(195)
四、新闻受众对新闻传者的角色期待·····	(198)
五、新闻传者与新闻受众之间的角色互换·····	(202)
第三节 新闻传者的角色误区·····	(204)
一、新闻传者角色误区的表现·····	(204)
二、新闻传者角色误区分析与对策·····	(209)
第九章 新闻人格 ·····	(212)
第一节 新闻人格的一般概念·····	(213)
一、新闻人格的内涵及特性·····	(213)
二、新闻人格的结构·····	(215)
第二节 新闻传者的性格·····	(219)
一、新闻传者性格的内涵和结构·····	(219)
二、新闻传者性格的类型·····	(224)
三、新闻传者性格的职业特点·····	(225)
第三节 传播媒介与人的社会化·····	(227)
一、人格发展与人的终生社会化·····	(228)
二、媒介环境与受众的社会化·····	(230)
第四节 新闻传者的健康人格·····	(237)
一、人格健康的内涵和表现·····	(238)
二、新闻传者健康人格的标准·····	(238)
三、新闻传者人格发展中存在的问题与调整·····	(239)
四、新闻传者健康人格的塑造·····	(243)
附件一：“传受者”是大众传播心理学的一个新概念 ·····	(245)
附件二：略论新闻与传播心理学研究对象的认知历程与科学诠释 ·····	(249)
附件三：北京地区老年人接触网络媒体的心理研究 ·····	(254)
附件四：“无冕之王”安然无恙乎？ ·····	(260)
参考书目 ·····	(267)
后记 ·····	(270)

第一章 新闻心理学概述

第一节 学习、研究新闻心理学的意义

一、理论意义

(一) 增强对新闻传受者^①本质的认识

新闻心理学是一门人学，是一门研究在新闻活动中传受者的心理和行为的科学，也是一门关于认识与发展传受者心理的重要学科。与人类社会的各种职业相比，新闻传播者有其特殊的作用。他们通过采制、传播新闻信息，实践着“沟通情况、提供信息”、“进行宣传、整合社会”、“实施舆论监督”、“传播知识、提供娱乐”等功能。“新闻媒介强大的宣传作用是通过反映、影响、引导社会舆论来实施的。新闻事业的宣传通过社会舆论获得力量，又通过宣传来形成新的社会舆论，从而来影响、控制人们的思想和行为。”^②从这个意义上看，新闻传播者是社会活动家，是引导人类灵魂的工程师。他们工作的对象是受众（在大众传媒高度发达的今天，受众也可以理解为广大的民众）。这样的工作性质要求新闻从业人员必须懂得人的心理和行为的特点及规律；必须对人有全面、深刻的认识。学习新闻心理学，可以帮助新闻从业人员从心理学理论的高度正确地认识自我，认识他人（包括采访对象、受众、新闻领导者、同事等），并把他人视为有独特人格特质的个体。比如，有许多记者习惯于根据在采访前所拟定的提纲提问（这当然很必要，一般讲也能达到采访目的），并试图以某

^① 详见本书附件一。

^② 李良荣：《新闻学导论》，高等教育出版社，2001年，第102页。

种单一的话模式去面对各种不同的采访对象。表面看，这是因经验不足或应变能力差造成的（当然也有这个因素）。但透过现象作深入的剖析会发现：这些记者缺乏对自己面前的这一位采访对象独有的个性的理解，而是将之自觉或不自觉地视为无个性的，甚至是“无生命的”的“物”。因而，才会用某一种尺度（指提问方式或内容）去应对形形色色的采访对象。而有较高新闻心理学理论素养的新闻记者，不仅容易形成自己独有的特质，而且在与采访对象交流时善于把握对方的个性特征、行为特点，洞悉对之具有制约作用的背后的文化和历史条件。只有这样，新闻记者才能挖掘出采访对象心灵的内核，并与其共同营造融洽、和谐的谈话氛围，共同建构相互交谈的内容。

（二）提升对新闻实践理性的认识

有新闻传播者对学习、研究新闻心理学的必要性存在着误区：其一，不学就会；其二，不学也能胜任新闻工作。

的确，凡是从事新闻工作的人，无论是否学习过新闻心理学都会或多或少地具有一些心理方面的经验和体会。但是，只要对比一下，就可以领悟到同没有学习过政治学、经济学、文学、法律等的人相比，人们获得心理方面的经验和体会显得比较容易。这正是心理学（由于新闻心理学是一门应用心理学，是用心理学的理论和知识去分析新闻现象，所以在此表述学习新闻心理学意义和心理学意义在本质上是是一致的）这门人学与其他学科的一个重要的区别。正如前苏联科学分类学家凯德洛夫在论述心理学在整个科学体系中占有中心位置的观点时所指出的：“迄今的 2500 多门学科，唯有心理学和人人都有最密切的关系”，“可以说，心理活动的规律，贯穿于人的生命过程的始终；贯穿于人类实践的始终；贯穿于每门科学发展的始终。”^①“有大量的研究已表明，3 岁的儿童已经获得简单的物理学和心理学知识。”^②可见，没有学习过心理学（或新闻心理学）的新闻从业者自觉或不自觉地遵循了一些人的心理活动的特点和规律去从事新闻工作，甚至也会有人取得不俗的成绩。但是，常识和经验不等于科学，他们不总是正确的。正如心理学家艾森克所言：“心理学不只是常识，因为许多心理学家的发现与大多数人预计的结果大相径庭。”例如在传播界，已经广为接受的思维方式是“根据一般常识，人与计算机或电视节目的关系永远也不会像人与人的关系。”但，事实是这样吗？美国斯坦福大学传播学的巴伦·李维斯教授和克利夫·纳斯副教授经过 10 年研究，对这个“已经广为接受

① 车文博：《心理学原理》，黑龙江人民出版社，1986 年，第 33 页

② 陈敏、司继伟：《论个体概念发展领域限制》，人大复印资料《心理学》，2002 年 10 期，第 25 页。

的思维方式作了极大的修正，在《媒体等同》一书中令人信服地向我们证明人和电脑、电视及新传播技术的互动关系与真实的社会关系和真实的物体空间的浏览是完全一致的”^①。

“媒体等同的证据包含了 35 项研究。它们用媒体代替真正的人和地点，重新创造了大量的社会和自然体验。这些研究不只是与计算机争辩或是朝电视喊叫这些简单的事情。我们观察了许多从让人满意的人机装置到卡通人物的性格，从会说话的电脑到家庭影院播放的电影，从投向观众脸的物体画面，大到能掩住墙的脸，从分辨力极高的图像到第五代家用电视，以及从询问人们想法的问卷调查到人们无法描绘的脑电波测试。

所有这些研究中反应的一致性把我们导向了媒体等同于现实生活。”^②

可见，新闻传播者不能满足于已有的实践经验，还需要通过学习，自觉地将感性认识上升到理性认识。因为感觉的东西，不能深刻地认识，只有理解的东西才能深刻地感知。

二、实践意义

（一）按照新闻受众心理活动的特点和规律进行采制、编播活动

新闻受众心理活动纷繁复杂。大到新闻媒体对新闻受众社会化进程的影响；小到新闻受众个体在接收新闻信息时的各种认知规律。具备新闻心理学系统理论和知识者，比较容易自觉地依据受众的认知规律进行采制、编播活动。

心理学家通过实验发现，认知偏差（或曰认知错觉）是一种普遍存在的心理现象。那些深谙受众认知偏差规律者，往往会主动地利用或回避受众的某种认知错觉，以达到其宣传的目的。美国播出的有关伊拉克前总统萨达姆被捉的电视报道在这方面具有示范作用。如果要问，在萨达姆被俘的电视报道中，哪些镜头在观众的头脑中留下的印象最深？绝大多数人^③会认为：是 2003 年 12 月 14 日晚中央电视台转播的那组录像片（指美国驻伊拉克最高军事长官桑切斯中将在新闻发布会上反复播出的那组证实萨达姆被俘的消息的录像片）：萨达姆蓬头垢面，留着一把杂乱的花白胡子，满脸沮丧和疲惫不堪，以及他张大嘴，顺从地接受医生的检查（也即次日绝大部分报纸头版所刊登的那组图片）。但据后来国内外不少报道认为：这不是事实。如美国《时代》杂志披露“实际情况并非像五角大楼对外所说的萨达姆与美军之间没有发生任何冲突，显得很

① [美] 巴伦·李维新、克利夫·纳斯：《媒体等同》封底，复旦大学出版社，2001 年。

② 同上，第 5 页。

③ 笔者曾在一个干部培训班上做过调查，发现几乎所有的学员的看法都是一致的。

顺从，而是朝捕捉他的美国大兵脸上啐吐沫，遭到美军大兵的殴打。萨达姆最终还是被美军士兵从地洞里拖出来的”。

最能说明问题的是根据英国《每日镜报》、《太阳报》报道：2004年1月7日，一家与美军方关系密切的“军事”网站上突然刊登出了一张据称是伊拉克前总统萨达姆被俘时的照片。照片显示：“胡子花白的萨达姆正被一名美军士兵拖出地洞五花大绑，另一名美军士兵站在一旁用枪指着萨达姆的头部。萨达姆的右脸紧贴地面，动弹不得。他紧闭着双眼，脸上的表情看上去十分痛苦……嘴中显然有血。”^①

但遗憾的是这后来的有根有据的报道却似乎远远抵不过第一印象对受众产生的广泛而深刻的影响。第一印象又叫首因效应：是“系列位置效应的一种形式，指识记一系列项目时，系列开始部分项目的记忆效果优于中间部分项目的现象”^②。按照这种认知规律，某个事件给人们的第一印象往往较之以后的印象具有更强大和广泛的冲击力。特别是当人们引颈期待某个消息（如萨达姆的下落）时，这个第一印象所造成的认知偏差便显得更加突出。

美国政府、媒体有意识地造成全球观众对抓捕萨达姆的报道产生强烈的首因效应的播出技巧并不复杂：其一是垄断播出内容；其二是控制播出时间。前者表现在将精心选择的一组镜头反反复复地抛给世人，来控制宣传舆论；后者表现在即使与之相左的消息陆续随后被披露出来，也难以排斥和抵御第一印象在受众头脑中已经深深烙下的印痕。

其实，不论萨达姆被捉时是反抗还是顺从，他被俘本身就如了美国政府的愿，至少可以为美国总统布什的连任增加点筹码。既然如此，美国政府和媒体为什么还要处心积虑地掩盖萨达姆被捉的事实真相呢？为什么“一名气愤的五角大楼高官承认这张照片”（指萨达姆被俘时反抗的那张）“显然给五角大楼造成了很大的困窘”，而且“我们不会允许这样的照片刊登出来，我们正在调查照片的来源”呢？至少可以有三点解释：第一，标榜美国政府一贯重视人权，从不虐待俘虏，哪怕对像萨达姆这样的暴君也会实行人道主义。第二，因第一印象的作用，受众会对萨达姆被捉时的行为表现作出截然相反的归因。面对毫无反抗、俯首称臣的萨达姆，容易作出美国对那些不听话者，不仅在武力上而且在精神上都有着巨大的威慑力和心理上的控制力；相反，如果首先让世人看到的是萨达姆被捕时的挣扎和不服，则受众易归因于萨达姆强硬的个性特征，这显然不是美国政府所愿意看到的。第三，反映出美国政府对世界舆论的错

① “美军从地洞里挖出萨达姆”载自《北京青年报》记者综合消息，2003年12月15日。

② 车文博主编：《当代西方心理学新词典》，吉林人民出版社，2001年，第350页。

制，在话语权上的霸权主义行径。

从美国媒体对萨达姆被捕报道的处理上，可以看出：熟知受众的心理规律并能充分地、巧妙地利用之，有时会对达到某种宣传目的，起到四两拨千斤的作用。仅从这个例子就可以看出，新闻传播者学习、把握一些新闻心理学的理论和知识是非常必要的。

（二）运用新闻心理学理论和知识指导、帮助新闻传播者调控自我

1. 学习新闻心理学，自觉地调控自我心态

新闻活动的过程，就是新闻从业人员不断地调控自我心态的过程。由于新闻具有真实性和时效性等特点，所以要求新闻工作者必须经常深入到新闻事件发生的第一线，正如有一则广告所言：“有新闻的地方就有我们。”而新闻源和采访现场是一个充满变数的时空：常常会因地理的（如战场、地震区、灾害源）；时间的（如酷暑严寒、深更半夜）或条件的（如有时不得不采用暗访等方式）的原因，使得采访活动有很大的危险性。这就需要新闻从业人员有良好的自我调控能力和应变力。学习新闻心理学，可以有效地指导、帮助新闻工作者面对千变万化的采、编、播、放环境，处变不惊、宠辱不惊。比如，有的播音员、主持人常常为自己在镜头或话筒前因心理紧张或出错或失语而苦恼。这里既有缺乏实践经验的原因，也有认识上的问题。从心理学的角度可以对这类现象作多方面的解释：（1）从理论上分析焦虑可以分为两种：特质焦虑和状态焦虑。特质焦虑（trait anxiety）是一种人格特征，反映人们对紧张反应的频率和强度上的显著个别差异。状态焦虑（state anxiety）是人们在特定情境下所产生的专门反应状态。它是指一个人在什么场合会产生焦虑。^①如果某播音员或主持人属于特质焦虑者，则他不适合从事这项职业。即使从事这项职业，也需要花相当大的努力摆脱焦虑状态。而若是第二种人，则比较容易在播音、主持现场中控制自己的情绪。（2）焦虑水平与自尊程度的关系。据心理学家研究，这二者之间呈正相关。自尊（即对自己的价值观的尊重程度，也叫自我价值感）越高的人，面对镜头或话筒（尤其是直播状态）时，极易产生高焦虑（即“个人对即将来临的可能会造成危险或威胁时所产生的紧张、不安、忧虑、烦恼等不愉快的复杂情绪状态”）^②。他们焦虑的往往是：我播错了怎么办？会不会丢面子？领导和同事对我的能力是否怀疑？等等。心理学家建议：面对压力要顺其自然；适当降低自我价值感，都有助于缓解话筒（镜头）前的焦虑感。（3）动机和工作效率的关系。据心理学家耶文斯和多德森研究，动机与工

① 黄希庭：《人格心理学》浙江教育出版社，2002年，第600页。

② 同上。