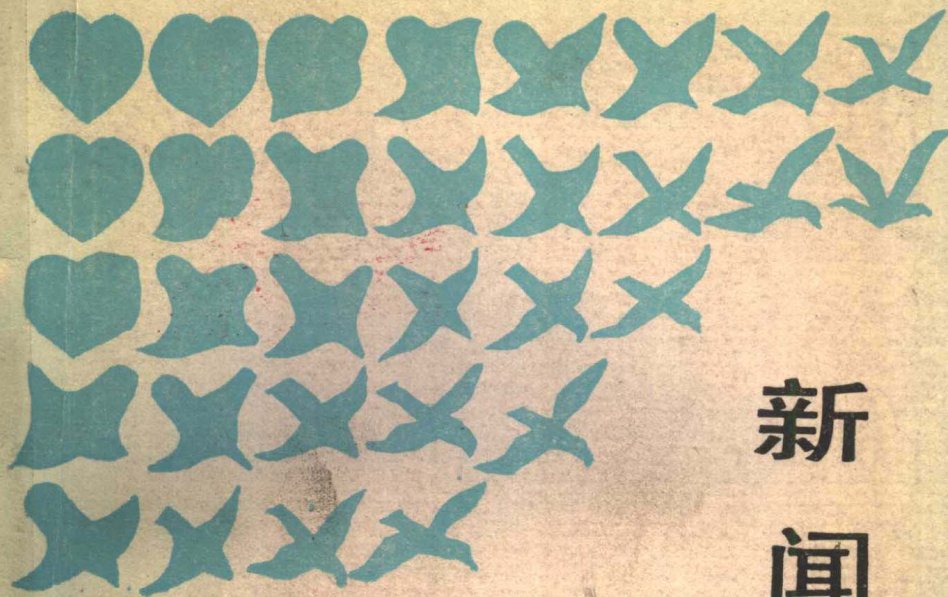




新闻心理学

汪新源

华中理工大学出版社

XINWENXINLIXUE

新闻心理学

汪新源

华中理工大学出版社

新闻心理学

汪新源

责任编辑 东旻

*

华中理工大学出版社出版发行

(武昌喻家山)

新华书店湖北发行所经销

华中理工大学印刷厂印刷

*

开本: 787×1092 1/32 印张: 7.75; 字数: 157 000

1988年10月第1版 1988年10月第1次印刷

印数: 1 5 000

ISBN 7-5609-0299-5/G·26

定价: 1.35元

内 容 提 要

本书按照新闻工作者的心理、采访对象心理和读者心理三大部分结构，共十二章。作者在总结自己卅年来新闻工作和新闻教学实践经验的基础上，广泛吸收国内外有关方面的最新研究成果，运用现代心理学观点，对人们在新闻实践中产生的心理现象和心理活动过程，作了较为系统的研究和总结。书中不但探讨了采访对象、读者的心理活动，而且着重剖析了记者、编辑自身的心理现象和记者、采访对象、读者三方面的心理感应，具有较高的实用价值。

目 录

绪 论	(1)
第 一 章 记者要组织注意品质	(10)
第一节 注意与观察	(10)
第二节 外部注意、内部注意和随意后注意	(16)
第三节 记者对注意品质有较高要求	(24)
第四节 组织注意品质中的几个问题	(28)
第 二 章 采访情绪的促和控	(32)
第一节 什么是采访情绪	(32)
第二节 记者要有丰富的激情	(36)
第三节 记者的激情要有促有控	(42)
第四节 控制采访激情的体验	(47)
第 三 章 记者的采访表情和风度	(51)
第一节 记者的采访表情要适度、得体	(51)
第二节 记者具有自控采访表情的条件	(57)
第三节 自控采访表情的基本要求	(58)
第四节 记者的风度	(61)
第 四 章 记者气质、性格的探讨	(66)
第一节 个性与气质、性格	(66)
第二节 记者对气质、性格应有的认识和态度	(69)
第三节 调节性格的探索	(73)
第 五 章 培养记者的意志力	(83)
第一节 记者意志的重要性	(83)

第二节	记者的意志品质·····	(90)
第三节	记者意志力的培养·····	(95)
第 六 章	采访对象的访前心理·····	(98)
第一节	研究访前心理的目的和方法·····	(98)
第二节	访前心理之一：采访对象的 先期性心理·····	(104)
第三节	访前心理之二：采访对象的临访心理·····	(108)
第 七 章	采访中的互感效应·····	(112)
第一节	采访互感效应·····	(112)
第二节	第一次感知在采访互感中的作用·····	(121)
第三节	保持采访对象的稳定心理·····	(129)
第 八 章	采访中反馈的应用·····	(135)
第一节	什么是采访反馈·····	(135)
第二节	记者在采访中发挥反馈的作用·····	(139)
第三节	记者要积极、主动地输送反馈信息·····	(141)
第 九 章	读者心理规律的探索·····	(147)
第一节	读者心理是发展、变化的·····	(147)
第二节	读者兴趣在需要的基础上产生和发展·····	(152)
第三节	读者的逆反心理·····	(163)
第 十 章	读者的阅读心理·····	(170)
第一节	什么是阅读心理·····	(170)
第二节	读前心理·····	(170)
第三节	阅读心理和渗透心理·····	(174)
第四节	读后心理·····	(183)
第五节	怎样对待读者的阅读心理·····	(184)
第 十 一 章	读者的共同性心理·····	(188)
第一节	求新心理·····	(188)

第二节	求真心理·····	(196)
第三节	求近心理·····	(202)
第四节	求短心理·····	(213)
第十二章	挖掘读者的记忆潜力·····	(217)
第一节	探讨读者记忆力的意义·····	(217)
第二节	运用多种有效的宣传报道的方法·····	(221)
第三节	形象思维和遗忘曲线的运用·····	(230)
第四节	运用前摄、倒摄抑制规律·····	(233)

绪 论

新闻学有多门边缘学科，新闻心理学就是其中的一门。在我国，新闻学的研究已有几十年的历史。新闻心理学作为新闻科学领域里的一门学科，一些新闻工作者也曾探索过。50年代我国学术界批判唯心主义，在“左”的思潮影响下，心理学受到冲击，新闻心理学也就成为禁区，无人敢于问津了。因此，长期以来，新闻心理学成了一块荒芜之地。近年来，随着人们思想的解放，顺应新闻事业的发展、新闻改革的深化，经过一批新闻工作者呼吁和倡导，现在已有不少同志开始了对这一边缘学科的开拓和研究。

一、新闻心理学是新闻实践的总结。

新闻心理学是广大新闻工作者的实践经验经过科学总结的产物。根据人的心理是人脑对客观世界的主观能动的反映这一观点出发，我们可以说：新闻心理就是人脑对新闻现象和新闻活动的主观能动的反映。不过被反映的不是一般的客观现实，而是将要或已经（新近）发生的事实。因此，新闻心理学并不玄乎，不是什么唯心主义，而属于唯物主义反映论的范畴。马克思主义对心理学的观点：心理是脑的机能。人的心理是心理发展的最高阶段，是在劳动和语言的影响下产生和发展起来的。心理活动来源于客观现实，是客观事物在头脑中的反映。为此，列宁曾经把心理比喻为物质世界在脑中的复写、摄影、模写或镜像。心理学研究心理现象的规律，主要是研究心理活动的过程及其机制、心理特征的形成

过程和它们之间的相互关系。列宁还把心理学列为“构成辩证法和认识论知识领域的科学之一”（《列宁全集》第38卷399页，人民出版社1959年版）。恩格斯还把人的心理活动，比喻为“地球上最美丽的花朵”（《马克思恩格斯选集》第3卷462页，人民出版社1972年版）。新闻心理学就是运用现代科学的心理学观点，解释人们在新闻实践中产生的心理现象和心理活动的过程，并总结其规律，运用于新闻实践。所以，新闻心理学是新闻实践的产物，随着新闻工作者不断地实践、认识、再实践、再认识，它一定会不断地发展。

新闻心理学是一朵含苞待放的新葩。对新闻心理学的研究，一方面，对源远流长的心理学来说，增添了一个分支；另一方面它填补了我国心理学在新闻领域里的空白。它和教育心理学，劳动、医学、艺术、体育、军事心理学等等一样，属于同一个“家族”。不过，新闻心理学和上述分支虽系兄弟姐妹，却要年轻得多，要学习他们的经验、特别要借鉴他们研究的方法，来求得自己的不断发展。

对新闻心理学的研究，使新闻学更加丰富多采、生机勃勃，从而进入了一个新的领域。新闻学是一门政治性、实践性很强的应用学科，它随着社会经济的、政治的、文化的需要，以及现代科学技术的进步而产生、发展。它从来就是上层建筑、思想意识形态的一个组成部分，属于社会科学范畴。由于自然科学心理学在新闻领域里占据了地位，使新闻学进一步摆脱了单纯的社会科学的属性，增添了现代自然科学的属性，从而使新闻学具有了社会、自然科学两重性。研究人们在新闻实践中生理机制反映出来的心理现象和心理活动规律，既要严肃地运用马列主义的立场、观点、方法，还必须借助于现代医学、解剖学、生理学、化学等自然科学的知

识。正因为注入了自然科学属性，给新闻学增添了一系列内容广泛、既新又深的研究课题。

二、新闻心理学研究的对象。

新闻心理学是研究新闻工作领域里，涉及人们心理活动的规律。研究的对象应该是：新闻工作者（记者、编辑）自身的心理活动和心理过程，以及接受新闻采访（采访对象）、接受新闻报道者（读者或视听众）的心理活动、过程及其规律。

新闻心理学的研究，是以人们在新闻实践中的心理为对象。那末，感觉、知觉、注意、记忆、思维、情绪和情感、意志、言语、气质、性格、技能、能力等等均属其内涵。记者、采访对象、受众是研究的主要对象。如果将其外延扩大，还可以包括新闻事业管理人员、新闻领导机构人员等。

国内外新闻教授、专家以及新闻工作者，一般认为研究对象应是被采访者（采访对象）。我国最早的一部新闻学著作的作者，北京大学新闻学研究会讲师、享誉京华的名记者邵飘萍（1884—1926）在《实际应用新闻学》中，主张记者“在采访时，要研究对方心理，讲究采访方法”。解放前后见到的论著，如美国休曼著的《实用新闻学》（1913年商务印书馆出版）、日本松本君平著的《新闻学》（1903年商务印书馆出版）、我国新闻界老前辈所撰写的新闻学专著，涉及心理学部分的内容，大多也是侧重探索采访对象的心理，几乎无一例外。

（见余家宏、宁树藩等编注《新闻文存》，1988年中国新闻出版社）

近年来，新闻界普遍注意新闻的兴趣性、知识性，提出要读者（受众）心理进行研究。安岗同志在《研究我们的读者》一书中指出：“读者问题，在世界各国报刊的历史上，

从来都是一个尖锐的问题。资产阶级新闻学就是一门为争取读者而进行新闻竞争的学问。中国的报纸都是社会主义报纸，同资本主义制度下的报纸有着根本区别。报纸的读者是报纸生命的源泉；读者问题是无产阶级新闻学中党性最强的一个问题，所以应该放在第一位。”（《新闻学通讯》1981年第11期）暨南大学新闻系陈朗同志，在复旦大学新闻系主办的刊物《新闻大学》第一期发表的《新闻采访是一门独立的应用科学》心理学部分，也这样指出：“……新闻记者要工作得好，至少要懂得读者心理和采访心理。”把采访对象、读者作为新闻心理学研究的主要对象，无疑是正确的。采访对象心理的研究，对记者工作，特别是搞好采写是必不可少的。尤其是探索采访对象在接受采访前的心理和接受采访中的心理活动，以及记者在采访这个双边活动中产生的互相感应，对提高记者采访工作的效率和质量起着重要的作用。同样，对读者心理的深入研究，也是很重要的。了解读者的读前心理、阅读心理、读后心理，可以使记者、编辑得以“渗透”读者心理、“追踪”读者心理，甚至“跨越”读者心理。记者从采访到写作，都可以有目的地进行；编辑的编改、标题、排版等整个编排过程，都可以做到“心中有读者”。由此可见，采访心理、读者心理的研究是十分必要的，我们应该重视。

但是，记者、编辑对自身心理的研究，往往很容易被忽视，而这恰恰是一个重要的课题。新闻心理学学习称采访心理学，多数只对采访对象心理进行研究，对记者、编辑自身的心理往往缺少研究。新闻心理学应该以记者（编辑）、采访对象、读者（受众）的心理为研究对象，不但要对三者的心理进行单体的研究，还要对三者互相感应状态的心理进行探索和分析。

记者（编辑）自身心理的研究，有着特殊的意义。一方面，新闻实践活动中，记者（编辑）是相对固定的实体，是新闻战线的主力军。把记者列为研究的主要对象，是他们在新闻实践活动中担负的职责、发挥的作用所决定。记者是社会活动家，广阔的社会是记者活动的舞台，繁重紧张、日新月异的采访任务，这些记者职业的要求，使他们非常有必要去认识自己在心理上存在的优点和缺点及其产生的原因。诸如：去组织自己的注意品质，增强自己的记忆，扩展自己的兴趣，促进和控制自己的情绪，锤炼自己的意志，提高技能以及再塑自己的个性和性格，使自己认识心理规律，驾驭和调节自己的心理活动，以适应新闻记者这个特殊职业的需要。另一方面，采访是记者、采访对象之间的双边活动。在双边活动中，采访者与被采访者之间的心理处于互相感应状态。采访对象的心理演变受到记者各种面部、言语、身段等表情动作组成的信息的影响。探求和驾驭采访对象的心理演变过程又是记者的工作。调节采访对象的心理，使双方配合默契，更是记者采访的艺术。因此，研究记者自身心理规律，调节、驾驭自身心理活动，就成了新闻心理学研究的三个主要对象之一。

三、研究新闻心理学的目的。

研究新闻心理学，以提高新闻工作的效率和宣传报道的效益为其主要目的。

在不同社会制度的国家，研究新闻心理学的目的迥然不同。在社会主义中国，报纸、广播、电视等是党的宣传工具。要宣传党的路线、方针和政策，反映人民群众的愿望、要求和意见，为建设一个具有高度文明、高度民主的现代化社会主义强国而努力。新闻心理学的研究和学习，都是围绕这个

战略目标服务的。在社会主义社会里，新闻工作者、采访对象、读者在根本利益上的一致性，决定了三者在新新闻实践中的互相尊重、互相合作的关系。新闻工作者认识和调节自身的心理，了解和掌握采访对象、读者的心理，只是为了使三者在同志式的基础上，工作得更加顺利，工作得更富成效。相反，在资本主义社会里，报纸、广播、电视等宣传工具，掌握在少数资本家、财团手里，为少数资本家、财团的利益服务。反映在新闻实践活动中，新闻工作者、采访对象、读者之间缺少互相信赖的基础，只能是相互猜忌、勾心斗角、互相利用，是极不正常的关系。记者在采访中表现为刺探对方隐私、现场恫吓、察颜观色，或者阿谀奉承、猜度对方心理、投对方所好。他们把研究、掌握采访对象心理作为猎取新闻的一种手段。这是不可取的。

新闻心理学的研究，在提高新闻工作效率和提高宣传报道效益方面，开辟了一条别开生面的途径。只要有人们生活的地方，就有心理现象和心理活动的存在。新闻工作者在长期的实践中积累了许多成功的经验，也有一些失败的教训，其中就有不少属于心理学范畴。以往只是“知其然”，而“不知其所以然”，只是“这样做”了，而弄不清“为什么要这样做”。研究了心理学，有了这方面的知识，就可以通过总结，使自己的经验更加条理化、科学化，使自为的做法变成自觉的行动，工作得更加富于创造性。对新参加新闻工作的记者、编辑和新闻专业的学生来说，除向有经验的老新闻工作者学习，在实践中积累工作经验外，研究和学习心理学知识，可以帮助他们少走许多不必要的弯路，较快地胜任新闻工作。学习一点新闻心理学，可以使我们新闻工作者，对实践中出现的许多心理现象，有真正科学的理解，从而使我们划清唯物主

义与唯心主义的界限，有助于辩证唯物主义世界观的形成。

四、学习新闻心理学的观点和方法。

学习新闻心理学的观点和方法，应该是辩证的、唯物主义的，从根本上抛弃资产阶级形而上学的、唯心主义的观点和方法。这是新闻心理学对实践的依赖性所决定的。新闻实践是产生新闻心理的唯一源泉，新闻心理学的理论又必须经过新闻实践的检验，经过周而复始、循环不止的实践、认识，新闻心理学才能够从初级阶段，逐步向高级阶段发展。这是新闻心理学的产生、发展的规律，也是我们探索和研究这门学科的主要途径。任何脱离实践去作纯粹学术的研究，只能是纸上谈兵，到头来一事无成。所以，新闻心理学要以新闻实践作为研究的出发点，又要以新闻实践作为研究的归宿点。

研究、学习新闻心理学，要在新闻学和心理学的基本规律上下功夫，从新闻实践中总结规律，绳以心理科学，以求两者较完美的结合，不可偏废。否则，新闻心理学就会失去严密的科学基础，陷入荒诞不经的歪门邪道，掉进资产阶级唯心主义的泥潭。但是，我们必须做到既要基于自然科学心理学的理论和观点，而又不能过多地涉及心理的生理现象、生理机制等内容，不然，突出不了新闻心理学的特征，就会被淹没在普通心理学的一般知识之中。

由于心理学涉及的内容非常广泛，几乎包罗所有心理的发生和发展，各种心理现象和心理特征、特点，千变万化的心理活动和过程等等。新闻心理学的研究不应面面俱到、

“对号入座”，必须选择更加符合新闻工作实际的心理现象和活动，总结其规律，加以阐明，予以应用。

五、研究新闻心理学是新闻事业发展的需要。

党的十一届三中全会以来，特别是党中央提出改革开放

搞活的方针后，在社会主义初级阶段理论的指导下，全国形势发展很快，新闻事业也出现了欣欣向荣的局面。据国家统计，到1988年2月止，全国各类报纸已有1491种。到本世纪末，估计农民报、经济报、科技报、企业报等专业报纸还会有一个较大的发展。中央、省、市（地）、县都在发展广播、电视事业。到1987年，全国已有广播电台278座，电视台292座，并正在使用卫星传递等现代化手段，扩大广播、电视的覆盖面。（1987年12月5日《光明日报》阮观荣：“我国广播电视事业五大发展趋势”）新华通讯社、中国新闻通讯社已建成具有中国特色的世界性通讯社。到1987年，全国新闻教育的发展也极为迅猛，已有47所高等院校建立了新闻系（专业），在校学生多达11085人，1987年就为新闻单位输送了2700多名毕业生。同时，新闻教育事业还在向纵深度迈进，开始改变过去新闻教育专业单一化的状况，增设了广播电视、国际新闻、新闻摄影、新闻事业管理、广告学等专业。新闻学各门类的科研项目犹如雨后春笋，破土而出。一些新闻边缘学科也有瞩目的发展，诸如新闻社会学、新闻美学、新闻文化学、新闻管理学等等，而新闻心理学和新闻社会学则是新闻家族里的“近亲”。学习、研究新闻心理学、新闻社会学以及其它边缘学科，对丰富和繁荣新闻科学有着十分重要的作用，也是我国新闻事业进一步发展的需要。

思 考 题：

- 一、为什么说新闻心理学是新闻实践的产物？新闻实践是产生新闻心理的唯一源泉？
- 二、学习新闻心理学的目的是什么？
- 三、既然记者（包括编辑）、采访对象、读者都是新闻心

心理学研究的主要对象，为什么又要着重提出记者对自身心理活动规律的研究？

四、新闻工作者在长期的实践中积累了许多正反两方面的经验，其中就有不少属于心理学范畴的，请试举一二例说明。

参 阅 书 目：

毛泽东：《实践论》。

毛泽东：《人的正确思想是从哪里来的？》。

曹日昌：《普通心理学》上册，第1、2、3章。

肖·阿·纳奇拉什维里：《宣传心理学》第1—17页。

陈世华：《采访主体的心理研究》，见《新闻学刊》1986年第3期《采访心理学研究》。

余家宏、宁树藩：《邵飘萍与〈实际应用新闻学〉》，见《新闻文存》（中国新闻出版社）。

武敦瑾：《对新闻宣传运用定势理论的思考》，见《新闻大学》第14期。

第一章 记者要组织注意品质

第一节 注意与观察

一、什么是注意。

注意是心理活动对一定事物的指向和集中。注意的指向，就是指在每一瞬间，把我们的心理活动有选择地指向于一定的对象，而同时离开其余对象。有的心理学家对注意的定义是：这是心理（意识）对那些于个人具有稳固的或情景意义的一定客体的指向性，是以提高感性的、理性的或运动的积极性水平为目的心理（意识）的集中。注意是人的心理活动。注意本身并不是一种独立的心理过程，而是感觉、知觉、记忆、想象、思维等心理过程的一种共同特性。换言之，注意综合了以上心理过程，有客观环境的刺激，也有人的主体心理活动状态。有的属于客体通过刺激闯进人的主体；有的属于主体去接触客体引起感觉、知觉、记忆、想象、思维等心理过程，概括称之为注意。

由于注意的指向和集中，我们才能够清晰地反映周围现实中的一定事物，而离开其余事物。集中注意的对象是注意的中心，其余的对象有的处于“注意的边缘”，多数处于注意范围之外。而集中又不单是离开一切局外的、一切与该活动无关的东西，而且也是对与之相争的附加活动的抑制（忽视、消除）。因此，“取舍性”就是注意的独特的个性。