

# 新闻读者 心理学导论

虞达文 著



# 新闻读者 心理学导论

虞达文 著

广西人民出版社

436141

**新闻读者心理学导论**

虞达文 著



广西人民出版社出版

(南宁市河堤路14号)

广西新华书店发行 贵县印刷厂印刷

•

开本787×1092 1/32 10.125印张 223千字

1988年1月第1版 1988年1月第1次印刷

印 数 1—4,300册

ISBN 7-219-00493-1/B·14

定价: 2.00元

# 目 录

|                                  |       |
|----------------------------------|-------|
| <b>第一章 引进心理学研究新闻读者</b> .....     | ( 1 ) |
| <b>第二章 适应读者的需要</b> .....         | (19)  |
| 第一节 读者的物质需要与经济生活报道.....          | (20)  |
| 第二节 读者的求知需要与新闻的知识性.....          | (29)  |
| 第三节 读者美的享受需要与新闻的审美观.....         | (40)  |
| 第四节 社会道德需要与精神文明报道.....           | (50)  |
| 第五节 读者的交往需要与新闻的<br>“传播媒介”作用..... | (61)  |
| <b>第三章 引起读者的注意</b> .....         | (70)  |
| 第一节 引发读者的无意注意.....               | (71)  |
| 第二节 促进读者的有意注意.....               | (85)  |
| 第三节 培养读者的有意后注意.....              | (95)  |
| <b>第四章 唤起读者的表象</b> .....         | (106) |
| 第一节 新闻的细节描述与读者的表象.....           | (107) |
| 第二节 “间奏式”描述与读者的运动表象.....         | (116) |
| 第三节 “解释性新闻”与读者的立体表象.....         | (130) |
| 第四节 错觉的描述与读者的错觉表象.....           | (138) |
| <b>第五章 诱发读者的再造想象</b> .....       | (147) |
| 第一节 新事物的报道与读者的再造想象.....          | (148) |
| 第二节 “非事件性新闻”与读者的再造想象.....        | (155) |
| 第三节 记者的采写活动与读者的再造想象.....         | (165) |

|                                         |       |
|-----------------------------------------|-------|
| <b>第六章 促进读者的联想</b> .....                | (179) |
| 第一节 连接相近事物, 促进读者接近联想.....               | (180) |
| 第二节 通过比拟促进读者相似联想.....                   | (188) |
| 第三节 进行对比报道促进读者对比联想.....                 | (199) |
| 第四节 阐明事物相互关系促进读者关系联想...                 | (207) |
| <b>第七章 新闻评论与读者思维</b> .....              | (216) |
| 第一节 新闻评论的特点与读者的接受心理.....                | (217) |
| 第二节 概念的正误对读者的影响.....                    | (230) |
| 第三节 判断的对错与读者的理解.....                    | (238) |
| 第四节 推理的结论与读者的认识.....                    | (245) |
| <b>第八章 记者与读者的情感相通</b> .....             | (257) |
| 第一节 新闻的倾向与读者的情感.....                    | (258) |
| 第二节 正确对待读者情感的两极性.....                   | (267) |
| <b>第九章 新闻的真实客观全面公正与读者的逆反心理</b><br>..... | (277) |
| 第一节 新闻的真实性与读者的逆反心理.....                 | (278) |
| 第二节 新闻的可信性与读者的逆反心理.....                 | (292) |
| 第三节 新闻的采写编与防止读者的逆反心理...                 | (301) |

## 第一章 引进心理学研究新闻读者

当前，在学术研究领域里，学科与学科之间，越来越出现互相渗透，互相补充，互相催化的现象。大量的分支学科、边缘学科的出现正是科学愈分愈细的标志。不仅在自然科学之间出现了越来越多的边缘学科，在社会科学之间也出现了这种趋势。就是在自然科学与社会科学之间也在互相渗透和催化。

现代科学研究所以出现这种趋向，是因为人类社会对自然界的影响能力越来越大，许多现象的发生，常常既包含了社会因素，也包含了自然因素。

新闻学，作为一门社会性、实践性极强的应用学科，自然也与一些边缘学科诸如心理学、社会学相关联。在西方，新闻学者普遍认为，记者、编辑应当是新闻受众（包括报纸读者、广播听众、电视观众）心理研究专家。西方新闻界的公共传播研究，也强调提出：“公共传播研究是一种对于读者宣传心理的科学研究……关心着心理学、社会学等科学的最新成果，并把它运用到宣传中来。”<sup>①</sup>西方新闻学者研究受众心理，有他们的政治目的，具有某些偏见，有时也使用形而上学的研究方法。如果撇开他们这些问题，也应当承认，他们对新闻受众心理的探索，以及因为心理的探索而引出的对新颖题材的开掘，新闻结构的安排，写作技巧的研

①〔美〕埃·爱默里：《公共传播的研究》。

究，典型事件的选取等等方面，还是取得相当多成果的。

近几年来，在我国，对新闻读者心理的研究，也已开始引起了新闻界的注意。无产阶级的新闻当然也应当建立自己的新闻读者（包括广播的听众、电视的观众）心理学。

心理学本身，是一门介于自然科学与社会科学之间的一种中介科学，它主要研究人的认识过程、情感过程、意志过程和个性心理特征的最一般的规律。新闻读者在阅读新闻的时候，自然也要受这些规律的制约。引进心理学来研究新闻读者，就能使我们窥见读者内心活动的奥秘，这是新闻改革的当务之急。

一、引进心理学研究新闻读者，是对马克思主义新闻学的补充，它从微观方面帮助我们更清晰地认识读者复杂的内心世界，使我们的新闻更具有新闻的价值。

新闻读者也是人，而人，“不仅是社会的人，也是生物的人。”人，既要受社会规律的制约，也要受自然规律的制约。研究新闻读者心理，既涉及到人脑的功能，也探索客观现实怎样通过人脑转化为主观意识。

列宁把心理学列为“构成认识论和辩证法知识领域”<sup>①</sup>之一。心理学所以与马克思主义的唯物辩证法密不可分，是因为它为辩证唯物主义提供了自然科学的基础。马克思主义的唯物辩证法，从宏观方面研究人们的心理问题，研究人们的宇宙观。而心理学则从微观方面，研究心理和意识的起源、发生和发展，以及人脑反映客观世界的过程，揭示心理现象对物质世界的依存关系。在研究中，它涉及到人的生理机制、注意的产生、感觉和知觉、表象和想象、记忆、思维和语言、兴趣和需要、情绪和情感、意志活动等等的形

<sup>①</sup> 《列宁全集》33卷399页，人民出版社1959年版。

成，以及个性和个性心理特征。所有这些，它们既进一步补充论证意识是高度组织的物质产物，意识是客观现实的反映，也从生物的因素，微观地透视了人的复杂的内心世界。

马克思主义的唯物辩证法是放诸四海而皆准的真理，也是指导我们新闻实践的行动指南，而且，它也宏观地说明人的心理问题。但是它毕竟不能代替我们对读者心理的研究。人的心理活动，包括新闻读者的心理活动，是一个极为复杂的问题。恩格斯把人的心理活动，比喻为“地球上最美的花朵”<sup>①</sup>。法国著名作家雨果对此也作过形象的比喻。他说：

“世界上最浩瀚的是海洋，比海洋更浩瀚的是天空，比天空还要浩瀚的是人的心灵。”<sup>②</sup>

我们完全无需为新闻读者心理现象极为复杂而发愁。正因为繁花似锦，千姿百态，万紫千红，才把我们的世界点缀得如此绚丽，正因为人的心灵比海洋还要辽阔，比天空还要浩瀚，我们才有那么多意境深邃、感人肺腑，发人深思的伟大文学作品。同样的道理，正因为新闻读者的心理活动极为复杂，我们才不仅要研究人们的宏观心理，还要研究人们的微观心理，我们的新闻写作，从题材的选取到技巧的运用，才有着广阔的驰骋天地；也正因为它极为复杂，才使我们的新闻永远可以以崭新的姿态出现在读者的面前。

现在问题的关键是我们如何去认识读者复杂的心理活动。我们认识了它，它就能为我们服务。世界上的植物千般万种，但是我们弄清了它们的门、纲、目、科、属、种，我们就可以对它们进行科学分类，也可以根据分类的特征，对它们进行培植繁育。我们新闻读者的心理活动虽然极为复杂，但是

<sup>①</sup> 《马克思恩格斯选集》第三卷462页，人民出版社1972年版。

<sup>②</sup> 转引自王树茂：《心理学趣谈》5页，辽宁人民出版社。



毕竟也有规律可循。摸清了它的发生发展的规律，我们就可以让它为我们的新闻事业服务。

二、引进心理学研究新闻读者，是我国新闻界一个当务之急。只有这样，才能更好地改变新闻与读者脱节的现象，催化新闻改革，催化新闻学研究。

读者问题，从来是办报人必须首先考虑和认真对待的问题。这个问题所以如此尖锐，是因为读者的向背好恶，直接决定着报纸的盛衰存亡。在价值法则起着决定作用的资产阶级国家，报纸，不仅是资产阶级按照自己的面目来影响读者的工具，也是攫取利润的工具。不受读者欢迎的报纸，当然无法达到这两个目的。因此，千方百计探索读者心理、读者需要、读者兴趣，就成为达到这两个目的的一个不可缺少的手段。资产阶级新闻学就成了一门为争取读者而进行新闻竞争的学问。

作为社会主义新闻，我们从来不隐讳我们这一观点：我们的新闻，既是传播新闻的工具，也是宣传的工具。我们通过传播新闻，宣传无产阶级的意识形态，宣传党的方针政策。因为我们党的方针政策与人民的利益是一致的，我们的新闻又成为了为人民服务的工具。一九五六年《人民日报》进行报纸改革，在《致读者》的社论中，就明确地提出，我们的报纸“是人民公共的武器，公共的财产。人民群众是它的主人。”报纸的读者，就是报纸的主人。我们与读者的关系，就是“主人”与“公仆”的关系。作为“公仆”，我们当然要急“主人”之所急，想“主人”之所想，向他们提供他们所急需的信息，成为他们的耳目喉舌，反映他们的心声，帮助他们解决疑难，热诚地为他们服务。要做好这些，都需要我们认真地研究读者的心理。

而且，在我国现阶段，报纸的发行，仍然要受价值法则的支配，报纸仍然具有商品性这种次要属性。报纸发行量的增减，甚至报纸能否生存，在相当程度上仍然要取决于读者对这张报纸的态度。从这个意义上说，读者又是这张报纸生命的源泉。以上种种，都在说明，读者问题，不仅是资产阶级报纸的一个尖锐的问题，也是无产阶级报纸的一个尖锐的问题。中国社会科学院新闻研究所前所长安岗同志曾多次大声疾呼。他认为：“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。无产阶级新闻学的第一章就应该写读者。”<sup>①</sup>

可是，长期以来，读者问题，特别是读者心理学的研究，却被严重地忽视了。五十年代，在新闻界，有人曾经主张引进心理学研究新闻读者，他们认为，人，“不仅是社会的人，也是生物的人”，既要受社会因素的制约，也要受生物因素的制约。人的心理活动，正是社会因素和生物因素的一种复杂的综合，因此主张报纸要研究读者心理，“适应读者需要”、“适应读者的共同兴趣”、“寓政治于知识性、趣味性之中”。认为报纸应当是“为读者服务的，为看报的人服务的”、“看报的人说好，报纸工作就是作好了”。所有这些，本来是正确的主张。可是，却被一些人认为是腐朽的资产阶级货色，被加上了“新闻生物学化”、“抽象化”、“抹煞人的阶级性”等等罪名。一九五八年，北京师范大学“名誉教授”康生舞起“批判心理学的资产阶级方向”的“大棒”以后，整个心理学都被否定了，引进心理学研究新闻读者，当然也遭到了严厉批判。特别是到了“文化大革命”时期，这种批判更登峰造极。引进心理学的主张被说成是新闻战线

<sup>①</sup>安岗：《研究读者是一门学问》，《新闻战线》1981年8期。

上的“反革命复辟”，提出这些主张的同志有的被划成反革命分子。从此，人们噤若寒蝉，新闻与读者严重脱节，报纸成了“不见面的司令员”，读者被迫掏钱订阅他们并不欢迎的报纸，被迫在每周的政治学习会上学习他们由衷反感的文章或新闻，报纸和读者处于严重的对立状态中。

打倒“四人帮”后，报纸与读者的对立状况虽已不存在，但脱节的现象未消除。直到现在，虽然要求研究新闻读者心理的呼声很高，但我们还没有系统地建立起我们的新闻心理学。我们的一些记者、编辑，很难称得上是读者心理研究专家，不少新闻稿件是自上而下命题布置写作的，我们的新闻信息反馈手段又很不健全，思想上又不重视回收反馈信息，从中听取读者的意见。结果，有些报纸并不按照读者需要安排版面、制作标题、撰写导语，以致无法引起读者注意；有些新闻并不考虑读者需要，致使读者大失所望。比如，前两年每年高考，能升入高等院校的应届毕业生约占4%，约有96%的毕业生需要回乡生产或成为待业青年。可是前一段时间，不少青年报刊只重视“锦上添花”，却忘了“雪里送炭”，只重视指导升学，却忘了扶持就业。有些新闻，不了解读者接受心理，不讲究写作技巧，致使读者读起来无法终篇……所有这些，仍然使我们的报纸和读者隔着一层。因此，引进心理学研究新闻读者，实在是新闻改革的当务之急。

三、引进心理学研究新闻读者，必须引进心理学最接近的分支——普通心理学、社会心理学，才能有效地促进互相的渗透和催化。

因为心理学是一门古老的科学，它的历史甚至可以追溯到原始社会。在长期的探索过程中，有关的心理学著作，卷

帙浩繁，分支众多，唯物主义的观点，唯心主义的论说，各行其道，杂然并存，如果希冀一一引进，简直不胜其烦。

我们认为，引进心理学研究新闻读者，主要是引进经过科学研究，亦即经过运用宏观心理学——马列主义唯物辩证法的研究，剔除了糟粕，科学性、系统性较强的普通心理学和社会心理学。这样，我们就可以避免许多不必要的争论，能够按部就班，按照人们心理发生发展的过程，有条不紊地研究新闻的读者。

本书的写作，就是希冀借助普通心理学和社会心理学的研究成果，用以阐明新闻的现象，指导新闻的写作，催化新闻学的研究。

普通心理学是心理学的一支主干，又称标准心理学，它以正常的成年人心理活动规律作为研究对象，主要研究人们的认识过程、情感过程、意志过程和个性心理特征的最一般的规律，并总结其他心理学部门的研究成果，概括出最一般的原理、原则和心理规律，作为解决心理问题的基础。它是最基础的心理学，犹如一株大树的主干，许多分支，由此生发。

社会心理学研究各个社会共同体如集团和集体的心理结构的特点以及各集团和集体里人们相互关系，社会集团和社会环境对个性形成的影响等。不同阶级、阶层和集团的社会心理形成和变化的规律，也是社会心理学研究的内容，这些社会因素直接间接地关联到社会性、实践性极强的新闻学这门应用学科。

如果我们能科学地从普通心理学这支主干中吸取营养，又从社会心理学的有关部分中获取借鉴，来研究我们的新闻读者，那么，将能催发出另一枝心理学新葩——新闻读者心

理学。

四、引进心理学研究新闻读者，一方面必须充分利用心理学的原理，研究我们的读者，指导新闻的采写；另一方面又必须加强对读者的调查研究，促进心理学不断地发展。

人类对心理学的研究，已经有很长的历史。在漫长的调查、实践、研究中，付出了很大的代价，也取得了丰硕的成果，特别是唯物辩证法出现以后，人们运用这一门科学的宏观心理学，从自然的因素和社会的因素两个方面来研究了人们的微观心理，就使得心理学更加系统、更加完备、更加科学。它的一些原理，几乎渗透到了人们生活的各个领域，对指导教育、医学、军事、体育、司法、文艺、宣传等等，都起到了极大的作用。

我们的新闻是写给读者看的。读者在接受新闻的时候，同样要受心理现象、认识过程、情感过程、意志过程诸如需要、注意、表象、再造想象、联想、思维、情感、意志等等有关原理的支配。因此，如何运用这些原理，也就是说，如何运用千千万万人劳动的结晶，来研究我们的读者，来指导新闻的写作，当然可以事半功倍。

但是，社会是在发展的，人们的心理也是在发展的，心理学当然也不可能停步不前。因此，我们一方面要充分地运用心理学的原理来指导我们的工作；另一方面，又要不断地进行新闻读者调查。

可以说，心理学本身的形成，就是调查、实验、研究的结果。心理学调查研究的基本方法有：一、观察法：包括问卷法、谈话法、活动产品研究法、自我观察法等；二、实验法：包括实验室实验法、自然实验法、测验法等等。最近，又出现了利用一些富有生命力的学科，诸如信息论、控

制论、系统论和智能模拟等，来探讨人类的心理现象。这些也离不开调查、实验。因此，要想很好地完成新闻读者心理的探索，不断促进心理学的发展，我们也要不断地调查我们的读者。我们不但要定期在较大的范围内对读者进行抽样调查，而且在采访过程中也要对一些读者进行典型调查。经过系统地周密地调查得来的材料是宝贵的。比如，一九八二年六月八日至八月六日，由北京新闻学会发起，有中国社会科学院新闻研究所、《人民日报》、《工人日报》、《中国青年报》参加的北京新闻学会调查组，对北京市居民读报、听广播、看电视的情况，进行了一次抽样调查，并且由北京统计学会委托北京市统计局运用电子计算机进行统计<sup>①</sup>，这是我国运用最先进、最科学的方法，对新闻读者进行的一次调查。在这次调查前后，许多省、市、自治区也举行了性质相同、规模不等的调查。通过这些调查，新闻单位对读者、听众、观众，有了较深刻、较具体的理解。比如，对于电视，九种不同职业的观众中，除了农民以外，其他的全部对新闻联播最感兴趣。对于广播，听众最喜欢的节目的次序是一、新闻和报纸摘要；二、小说连载；三、音乐和戏曲；四、体育节目。这就为广播节目的设置和改革提供了依据。对于《人民日报》，读者最喜欢的内容是国内政治及国际报道。对于一版头条新闻，有30.6%的读者仔细阅读，57.6%的读者粗略阅读，这就说明《人民日报》必须十分重视国内外大事的报道，特别要抓好一版头条的报道。对于《工人日报》，读者最喜欢的报道内容是替群众说话；其次是揭露坏人坏事；再次是重要新闻。读者认为《工人日报》最大的优点是敢于替群众说话，最大的缺点是反映工人的呼声要求不够。

<sup>①</sup> 1983年《中国新闻年鉴》250页至266页，中国社会科学出版社。

这充分说明了工人读者把《工人日报》当成了自己的报纸、自己的耳目喉舌。对于《中国青年报》，读者最喜欢的内容一是人生观讨论；二是生活知识；三是自学成才。这又说明了当代青年对探索人生的真谛、追求知识、自学成才表现了极大的兴趣。对于省、市、自治区报纸，读者最喜欢的内容，多数是国内、省区市内政治和国际新闻。可是相当多省报却相当忽视国际新闻。

这些调查纠正了一些人的错误看法。过去不少人认为，听众、读者最喜欢的是趣事报道，调查结果表明，却是国内政治报道或国际新闻，就是待业人员和学生都不例外，由此可见，我们的听众、读者不仅关心国家大事，而且关心天下大事。

无疑，这些调查对当前新闻改革，起着极重要的指导作用。

这些调查是极其宝贵的素材，但它毕竟只是素材，是感性的东西，是对新闻受众的大体了解，还没有上升到理论的高度。现在心理学研究的成果，是几千年来成千上万人经过无数次观察、实验的结果。它已经是带有规律性的东西。如果我们能一方面引进心理学的原理，一方面结合研究这些宝贵的素材，探讨我们的新闻实践，我们就能把新闻学和心理学这两股力量结合起来，充分发挥它们的双重优势。

新闻学和心理学，正如其他任何边缘学科一样，是在两门学科延伸的交叉点上出现的。然而，它们并不会在交叉点上停滞、凝结。正如两股绳索，拧在一处，能承受更大的拉力；两条河流，汇合起来，能形成更大的激流，奔向大海。

五、引进心理学研究新闻读者，必须在两门学科的结合

点上，使它们有机地结合起来，才能促进二者的渗透、补充和催化。

要想使这两门学科有机地结合起来，必须十分准确地找到它们之间的结合点，并且象优秀的园丁那样，把这两株不同品种的植物，嫁接在一起，培育出一株具有双重优势的优良品种来。因此，如何找准结合点，如何嫁接，也就成为本书的主要章节和力求阐明的问题。我们认为有如下的结合点：

1、需要。需要是在一定的生活条件下，有机体对客观事物的需求。人类的需要是多种多样的。将它们分类，可以分为物质的需要，包括生理的物质需要、高级的物质需要；精神的需要，包括求知的需要、审美的需要、道德的需要；社会交往的需要等。这些需要反映到新闻读者的需要中，就成为读者对有关信息的需要。新闻如何适应读者的这种需要，就成为新闻写作一个十分重要的课题，也就是引进心理学一个十分重要的结合点。

新闻是新近发生或新近发现的有新闻价值的事实 的报道，这主要通过事实说话。因此，选择什么样的事实来说话，才能适应读者的需要就成为新闻写作的首要问题。

然而，读者是一个极其复杂的群体，这个群体的需求又表现为千差万别。要想在报纸有限的版面上，在广播有限的时间里，适应如此千差万别的需求，似乎不可能。但是，所有的读者，不管年龄、职业、文化、经历、爱好如何差异，都要受“有口同味、有目同视、有耳同闻、有心同思”等生理因素和大体相同的社会因素的制约。心理学正是从这两方面微观地总结了人们对客观事物需求的共同特点和规律，才对新闻如何适应读者需要具有重要指导意义。所以，我们充



分运用心理学的这些研究成果，来指导记者寻觅线索，选择题材，选取具有新闻价值的事实，以适应读者的需要，就能做到与读者同味、同视、同闻、同思，急他们之所急，想他们之所想；也就比单凭自己经验、单从社会因素来研究读者需要，更加具有科学性。

2、注意。注意是心理活动对一定对象的指向和集中。注意是外界世界进入人们心灵的“一个唯一的门户”。如果一事物根本无法引起人们的注意，那么，自然无法产生后续的心理活动。

注意所以是心理学和新闻的一个重要结合点，是因为我们的读者工作大都十分忙碌，不可能抽出太多的时间来阅读报纸，收听广播，如果读者打开一张报纸，首先闯入他们眼帘的是沉闷老套的版面，不新颖不醒目的标题，不适合他们需要的内容，这样的新闻自然无法通过“唯一的门户”，进入人们的心灵。新闻连引起读者的无意注意都不可能，自然更谈不上引起读者的有意注意了。

出色的报纸，它不仅通过清新的版面，突出的标题，引起读者的无意注意，更重要的是通过充实的内容、鲜明的主题、精湛的表达技巧，来引起和保持读者的有意注意。

心理学的注意这个章节，正是从研究人的注意生理机制出发，进一步探讨作为刺激物的客体，如何才能更好地进入通向人们心灵的“唯一门户”，引起和保持注意有什么条件，有什么规律。掌握了这些，科学地运用了这些，我们就不是不自觉地凭经验、凭机遇去引起读者的注意，而是自觉地运用人们心理发生发展的规律，去调动和保持读者的注意。

3、表象。表象是人脑对当前没有直接作用于感觉器官