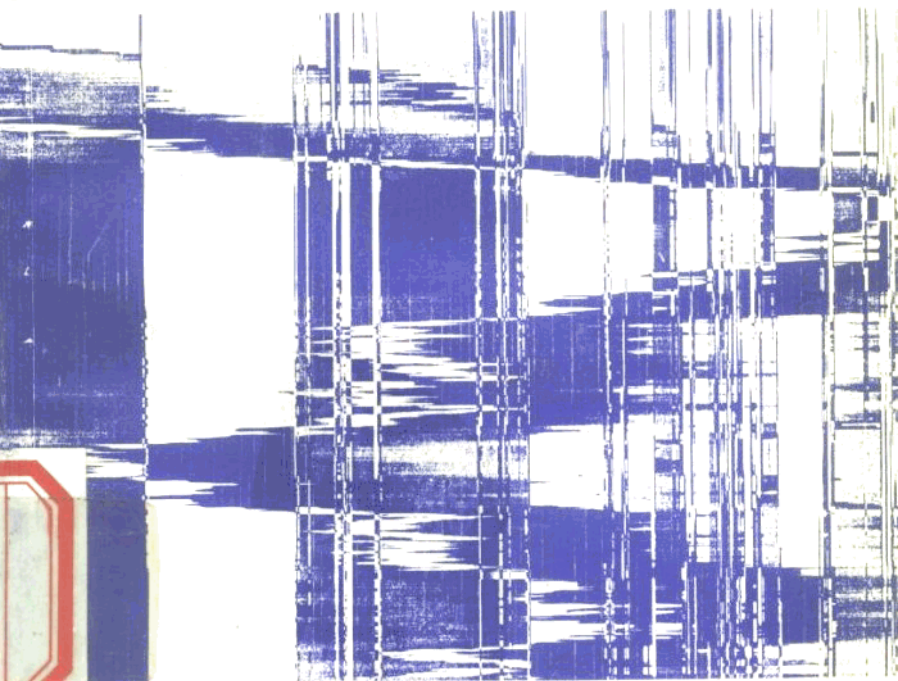


新闻心理学论文集

主编 刘京林 周光荣



北京广播学院出版社



刘京林 北京广播学院党委宣传部副部长、副教授兼武汉大学信息传播与现代交际研究中心研究员,硕士生导师。北京市社会心理学会理事、中国心理卫生协会大学生心理咨询专业委员会理事。1944年生。1967年北京师范学院中文系毕业。曾任光明日报、北京日报等新闻单位特约通讯员5年,期间发表新闻作品30余篇。1981年调至北京广播学院新闻系任教。曾在北京师范大学心理系进修2年。著有《新闻心理学概论》。

周光荣 浙江诸暨市委宣传部分部长兼诸暨日报社社长、总编,主任编辑。1955年生。1988年毕业于北京广播学院文艺系。曾任诸暨人民广播电台、诸暨电视台记者、编辑,期间发表报告文学、通讯、消息、言论等新闻作品一千余篇,散文、随笔一百余篇,及广播剧若干部。著有散文、随笔集《走过长弄堂》。



论文作者简介

(按姓氏笔划为序)

卜 卫 中国社会科学院新闻研究所 新闻学硕士
代表作:

《进入地球村——中国儿童和大众传播》
(四川少年儿童出版社 1994 年)

王纪言 北京广播学院 教授
代表作:

《电视报道的艺术》
(北京广播学院出版社 1989 年)

王庆同 宁夏大学中文系新闻学教研室主任 教授
代表作:

《新闻写作二十讲》
(宁夏人民出版社)

刘晓红 中国社会科学院新闻研究所 心理学硕士
代表作:

《信息技术与信息消费者》
(刊于社科院新闻所编辑的《新闻与传播研究》1994 年第 4 期)

刘京林 北京广播学院宣传部副部长 副教授
代表作:

《新闻心理学概论》

(北京广播学院出版社 1993 年)

申 凡 武汉华中理工大学新闻系副主任 副教授

代表作:

《采访心理学》

(人民日报出版社 1988 年)

苏若舟 解放军报大校、主任编辑

代表作:

《新闻采编与思维方法》

(山西人民出版社 1992 年)

陈力丹 中国社会科学院新闻研究所新闻理论研究室主任

新闻学硕士 研究员

代表作:

《精神交往论——马克思恩格斯的传播观》

(开明出版社 1993 年)

张令振 中央电视台总编室 编辑

代表作:

《如何突破你的思维障碍》(合译)

(科学普及出版社 1991 年)

何 芳 北京华通市场信息公司从事市场研究工作 心理学硕士

代表作:

《洞察人生——心理测量学》

(山东教育出版社 1992 年)

范敬宜 人民日报总编辑 高级编辑

代表作:

《“十三大”手记》八篇, 1987. 10. 15—1987. 11. 1

《经济日报》

罗观星 中央人民广播电台时政部 主任记者

代表作：

《在整治凉水河水利工地上》(录音报道)

(1991.11.13 晚全国新闻联播节目)

周光荣 浙江省诸暨市委宣传部副部长、诸暨日报社社长总编辑

代表作：

《走过长弄堂》(散文随笔集)

郭镇之 北京广播学院电视系新闻学博士 副研究员

代表作：

《中国电视史》

(中国人民大学出版社 1991 年)

崔宝光 北京青年报群工联络部主任 编辑

代表作：

曾编辑主持《亚运热线》专栏

黄方明 北京师范大学心理系心理学硕士 讲师

代表作：

《实用心理学》(合著)

(中国华侨出版社 1994 年)

黄玉達 《河源报》副社长、副总编

代表作：

《还是那条江》

(《羊城晚报》1992.5.22)

《读西崎崇子》

黄合水 厦门大学新闻传播系心理学硕士 讲师

代表作：

《广告调研技巧》

(厦门大学出版社 1994 年)

彭聃龄 北京师范大学心理系 教授

代表作：

《普通心理学》

(北京师范大学出版社 1988 年)

谢 骏 广州暨南大学新闻系 副教授

代表作：

《香港初期报业研究》

敬 蓉 云南大学中文系新闻专业 讲师

代表作：

《五四运动促进我国新闻事业的巨大变革》

(《学术论丛》第二集 云南大学出版社 1990 年)

前 言

随着人类知识由表及里、由此及彼的不断拓展,原来建立在那种分析论概念基础上的传统学科研究逐渐暴露出局限性。特别是二十世纪四十年代末“系统科学”的开始诞生,揭示出事物是按相关性、集合性、适应性等多种关系组成的体系,并由此引出当代科学发展的整体化趋势:各学科互相渗透,边缘学科层出不穷,知识的一体化和综合性越来越显著。实践证明,在当代,要在理论上取得突破,必须有全面的知识为后盾;某一现象或某一事物,往往为几门学科所共同研究。

于是,随着新闻学理论研究的深化,不少有识之士也把探索的视角从传统新闻领域向外廷拓展,鉴于新闻现象自始至终体现于人的新闻活动之中,新闻活动规律往往与人的心理活动互为制约、互相促进。这样,新闻学和心理学相辅相成的边缘学科——新闻心理学,也就应运而生、茁壮成长起来。

1994年5月,北京广播学院召开了我国首届新闻心理学研讨会。这本论文集就是在该研讨会的论文的基础上,又增收了有关新闻受众心理研究等内容编纂而成的。它既可作为新闻心理学教学的参考书,相信也会给研究新闻(或传播)心理学以及从事新闻工作的同志以启迪。

该论文集是集体劳动的智慧和结晶。几十位作者对新闻心理学的研究付出了许多心血。出版这部学术著作也颇为艰难,这

里要特别致谢解放军报社苏若舟同志、中央人民广播电台罗观星同志、北京广播学院赵玉明和刘建宏同志，他们对本书的出版献出了智慧和力量。浙江省诸暨日报社印刷厂、河北省先锋机械厂厂长刘谦光同志也对此给予了帮助。唯其艰难，更显出这部书的学术价值和潜在的意义。

刘京林 周光荣

1995年12月

目 录

第一编 新闻心理学研究的历史、现状和趋向

- 范敬宜:舆论引导需要宣传艺术 (3)
- 刘京林:试论我国新闻心理学研究的历史、现状及其走向
..... (9)
- 刘晓红:试论传播心理学的研究内容 (23)
- 陈力丹:马克思恩格斯的传播心理观 (38)
- 谢 骏:新闻心理学概述 (54)
- 陈力丹:对我国新闻心理学学科建设的几点意见 (63)

第二编 新闻传者心理

- 苏若舟 黄玉逵:记者采访新闻的心理活动和一般规律
..... (73)
- 周光荣:论新闻批评的传者心理 (88)
- 王纪言:电视报道者的“我在场”意识——兼谈观众收视新闻
节目时的心理感应 (107)
- 申 凡:新闻记者职业心理成因初探 (113)
- 罗观星:时政新闻采访心理之我见 (128)

谢 骏:提问的技巧	(134)
刘京林:试论定势在采访中的作用	(144)
刘京林:浅析视觉新闻的心理依据	(150)

第三编 新闻受众心理

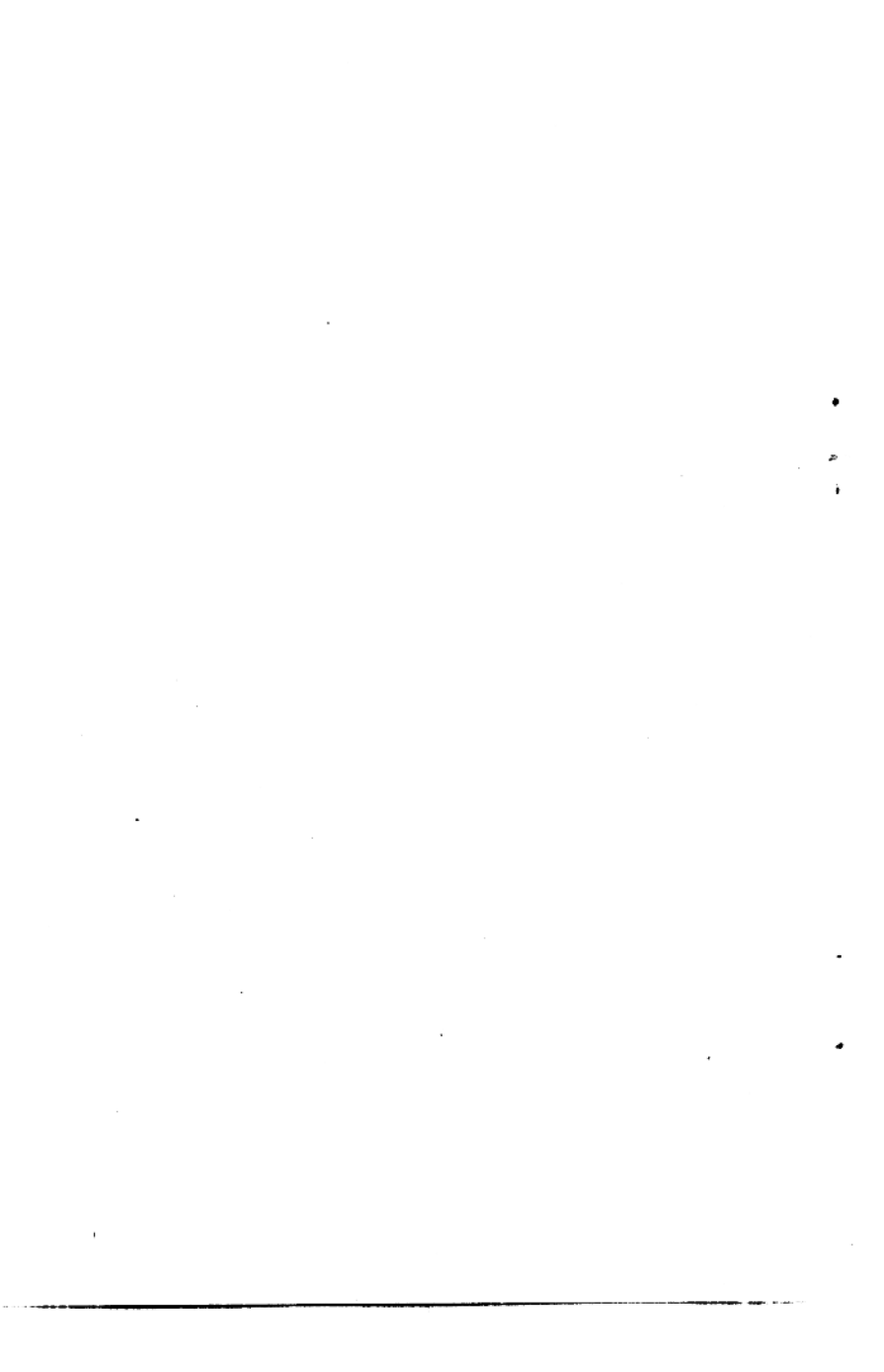
郭镇之:传播学·受众研究·接受分析	(159)
王庆同:关于受众心理研究的几点思考	(170)
敬 蓉:当前我国受众心理的特点及传播效果	(177)
崔宝光:透视读者心理 突出读者本位	(191)

第四编 新闻受众心理的调查和分析

卜 卫:心理实验在传播研究中的作用	(197)
黄方明 彭聃龄:电视新闻质量评价系统	(215)
彭聃龄 黄合水 黄方明:电视新闻收视效果的研究	(231)
彭聃龄 黄方明 何 芳:电视观众收视行为和心理的研究	(242)
张令振:青少年观众收看电视行为与心理分析	(259)
何 芳:浅谈影响电视新闻收视效果的因素	(271)

第一编

新闻心理学研究的历史、现状和趋向



舆论引导需要宣传艺术

我这里讲的宣传艺术，不是单纯的新闻写作技巧或节目制作技巧，也不是一般意义上的可读性、可视性、可听性，主要是指在新形势下作为新闻单位的领导者、决策者应当如何通过新闻手段对各种矛盾的把握、驾驭和调节，使舆论引导和调控收到最佳效果。归根到底，是为了使新闻宣传更加有效地为经济建设这个中心服务，使党的基本路线得到更加顺畅的贯彻，使小平同志建设有中国特色社会主义的理论为亿万人民所理解和掌握，从而真正达到“团结、稳定、鼓励”的目的。

加强舆论引导，为什么必须提高宣传艺术？我想至少有这样三条理由：

一、人们对宣传工作的要求高了。今天，由于经济结构、利益格局发生了很大变化，人们的思维方式、行为方式、心理状态也随之发生变化，过去的一套传统的宣传方法越来越不适应这种状况。我们党的宣传工作有很多优良传统，有丰富的经验，但是也不可否认，过去的宣传工作主要是为政治斗争服务、为计划经济服务的，是适应那样一种政治格局、经济体制需要的。现在，“中心”转移了，体制改变了，人的观念、眼界、思维方

式、生活方式变化了，对宣传工作的要求也越来越高。一个明显的变化是，人们越来越不喜欢（甚至厌恶）那种直露的、简单化的、说教式的宣传方式，越来越不愿意处于“受教育者”的地位，而希望代之以更加科学、更加细腻、能够使人欣然接受的宣传方法。

二、情况复杂了。目前我们正处于由计划经济向社会主义市场经济过渡的新旧交替时期，经济工作、经济生活中出现大量的新事物、新情况、新现象、新矛盾、新问题，作为新闻工作者，一方面感到可报道、该报道的东西太多，另一方面又感到新闻宣传越来越难。这个难，不是难在宣传方针不明确、报道思想不清楚，而是难在对是非难判断、矛盾难驾驭、关系难处理、分寸难把握，用过去惯用的那种非黑即白、非是即非的单一思维方式去进行报道，经常会发生失误。比如，对经济形势的宣传，既要继续宣传抓住机遇，加快经济发展和改革开放的步伐，又要保持冷静头脑，防止经济过热；既要不热不该热的热起来，又要不让不该冷的冷下去。在讲“降温”的时候，既要防止否定前一阶段各地冲击旧体制、开创新局面所作的努力，挫伤各级干部的积极性；又要防止为了保护干部的积极性，而不敢采取断然的“降温措施”。又如，经济宣传不能回避群众最关心的热点、难点，回避了，群众就对新闻媒介失去信任；但是稍一掌握不好，不但不能化解矛盾，还有可能激化矛盾，影响安定团结。如此等等，光靠“旗帜鲜明”、“理直气壮”的宣传方法就不行了。

三、开放以后，人们接触西方和港台媒介多了，便经常拿我们的新闻宣传同他们比较，颇有微词。这些意见虽有偏颇，但确实不能不承认西方和港台新闻媒介的宣传方法有可借鉴之处。我们决不能闭关自守，抱残守缺，否则我们在这个领域内的竞争会越来越被动。

当然，原因决不止以上三个，我只是举其大概。但是，仅就这三个原因而言，我们不能不认真研究舆论引导的艺术问题。艺术追求的是均衡、和谐、协调、完美，舆论引导所要达到的境界也是如此。讲究艺术的舆论引导，应该做到：讲成就而不引起怀疑，讲缺点而不引起泄气，讲发展而不引起攀比，讲调控而不引起忧虑，讲先进而不引起反感，讲问题而不引起恐惧。

那么，怎样在舆论引导中提高宣传艺术水平呢？我根据办报实践，试提三点：

一、引而有度。这个度，包括温度、浓度、密度、力度、尺度的适度。世界上一切事物的性质，都是由度决定的。达不到一定的度就达不到需要的效果，而超过了一定的度，事物的性质就起变化了。水超过一百度就变成气，低于零度就变成冰。宣传好典型说过了头就成虚夸，批评坏典型说过了头就可能引起同情。“度”是需要“调”的，调的本义是烹调，引伸为为政之道。古人将为政之道喻为“调和鼎鼐”，实际上就是处理好各种矛盾关系。陆文夫的小说《美食家》里说，厨师最重要的功夫是什么？不是刀功，不是火候，而是加盐，盐加多了难以入口，加少了淡而无味，只有找到最适量，才能把菜肴的滋味恰如其分地吊起来，而且加盐的多少，还要根据上菜的先后次序而决定，不是一成不变。一切以时间、地点、条件为转移。这番道理，同样适用于宣传艺术。什么时候要冷处理，什么时候要热处理；什么时候要浓处理，什么时候要淡处理；什么时候要大声疾呼，什么时候要点到为止；什么时候要理直气壮，什么时候要委婉吞吐；什么时候要旗帜鲜明，什么时候要含而不露；什么时候要大弦嘈嘈，什么时候要小弦切切；什么时候要正面突破，什么时候要侧面迂回……都有学问，都有艺术。

二、引而不露。在两种情况下特别需要这样做。一种是：出现某种新情况、新问题，一时难以作出明确结论时，比如“小

机斗大机”现象，很难由报纸编辑部判定谁是谁非，便采取开展群众性讨论、编辑部不作结论的方式。另一种是编辑部有一定看法，但不宜站出来先说，让群众讨论到一定时候，再说出自己的看法。比如1993年第四季度“下海热”始发时，《经济日报》开展了一个《面对“大海”的心态》征文，让各种各样人物来写自己“下海”的动机，然后逐步引导到这样的观点上来：“下海”要弄清其内涵；建立市场经济不等于大家都“下海”去经商；“下海”有风险，要慎重行事。由于是从大量事实中引出来的结论，所以群众就不会产生逆反心理。

三、引而不发。这主要是为了等待合适的时机。比如对禹作敏事件的报道，发了一个依法拘捕的简讯后，读者天天都在等待公开详情，可是很长时间没有公布。又如1993年长城公司乱集资事件，从沈太福状告李贵鲜，到6月24日公开报道，也有两个月时间。这么久“引而不发”，完全是宣传策略上的考虑。如果不这么做，很可能引起一场混乱。

最近，某些新闻媒体在处理几个重要报道时，表现了高度的宣传艺术，很值得我们去很好研究。一是禹作敏事件，二是长城公司事件，三是1993年6月18日江泽民同志主持西北五省区经济工作座谈会的消息，强调的是“统一思想，顾全大局，高度负责，加强纪律，扎实工作”，都有很强的针对性。按常规，制作标题，肯定要突出这几句话，可是当天晚上新华社发通稿的标题却比较一般化：“进一步深化改革开放，促进西北经济发展”，并且发了公鉴，规定各报照原题见报，不得改动。有些同志不理解为什么要这样，我认为这也是一种艺术，就是把该强化的事情弱化，该浓处理的作淡处理。举一反三，可以领悟当前中央的宣传精神。

要想提高宣传艺术应当注意哪些问题？我体会：第一，要了解国情、民情、舆情，了解全局，尽可能地缩短和实际的距

离；第二，要不断总结经验教训，特别是历史的经验教训；第三，要学习辩证法，努力克服思想上的形而上学、片面性；第四，要懂一点艺术；第五，要懂一点心理学。前三条我不想展开讲，只重点阐述第四和第五条。

艺术和科学是相通的，两者用不同的方式说明事物的本质。艺术的最大特点是把最复杂的事情简明化，用特有的语言反映人类共有的感情。从历史上看，凡是有伟大成就的科学家，几乎在艺术上都有一定的修养和造诣，艺术给了他们灵感和创造性思维。我国原子弹之父钱学森在 1991 年授勋仪式上讲，他的成就与夫人、女高音歌唱家蒋瑛分不开，是音乐的熏陶使他加深了对人生的理解，使他在科学研究的道路上避免了形而上学。著名物理学家李政道，最近和黄胄一起在北京举办一个“科学与艺术研讨会”，他说：“科学与艺术是一个硬币的两面。”这些见解都非常深刻。自然科学与艺术的关系尚且如此，宣传工作与艺术的关系就更接近了。但是如何把两者结合得好，不是哪本教科书所能传授的。运用之妙，存乎一心，需要我们去实践，去体会，去感悟。生活给予我们许多机会去学习和掌握这门艺术，比如 1993 年 6 月 4 日晚上，江泽民同志参观“科学与艺术展览会”；1994 年 6 月 3 日，江泽民同志游览世界公园，做这两件事情本身就是一种艺术，发这两条消息也是一种艺术。只要我们细心体察，就能触类旁通，逐步掌握舆论引导的艺术，把我们的宣传工作提高到一个新的水平。

最后，我再谈谈关于学习一点心理学的问题。宣传艺术是手段、是方法，而引导人、教育人才是目的。在舆论引导中强调提高宣传艺术，无非是为了千方百计地使我们的宣传工作不仅能入人民群众之耳、之目，而且还能入其脑、其心，只有这样才能保证党的基本路线，小平同志建设有中国特色社会主义理论能真正被亿万人民群众所理解和掌握。要想达到这种宣传