

▶▶▶▶ **B** 新闻传播专业“十三五”规划教材
第四届“中国大学出版社图书奖”优秀教材一等奖

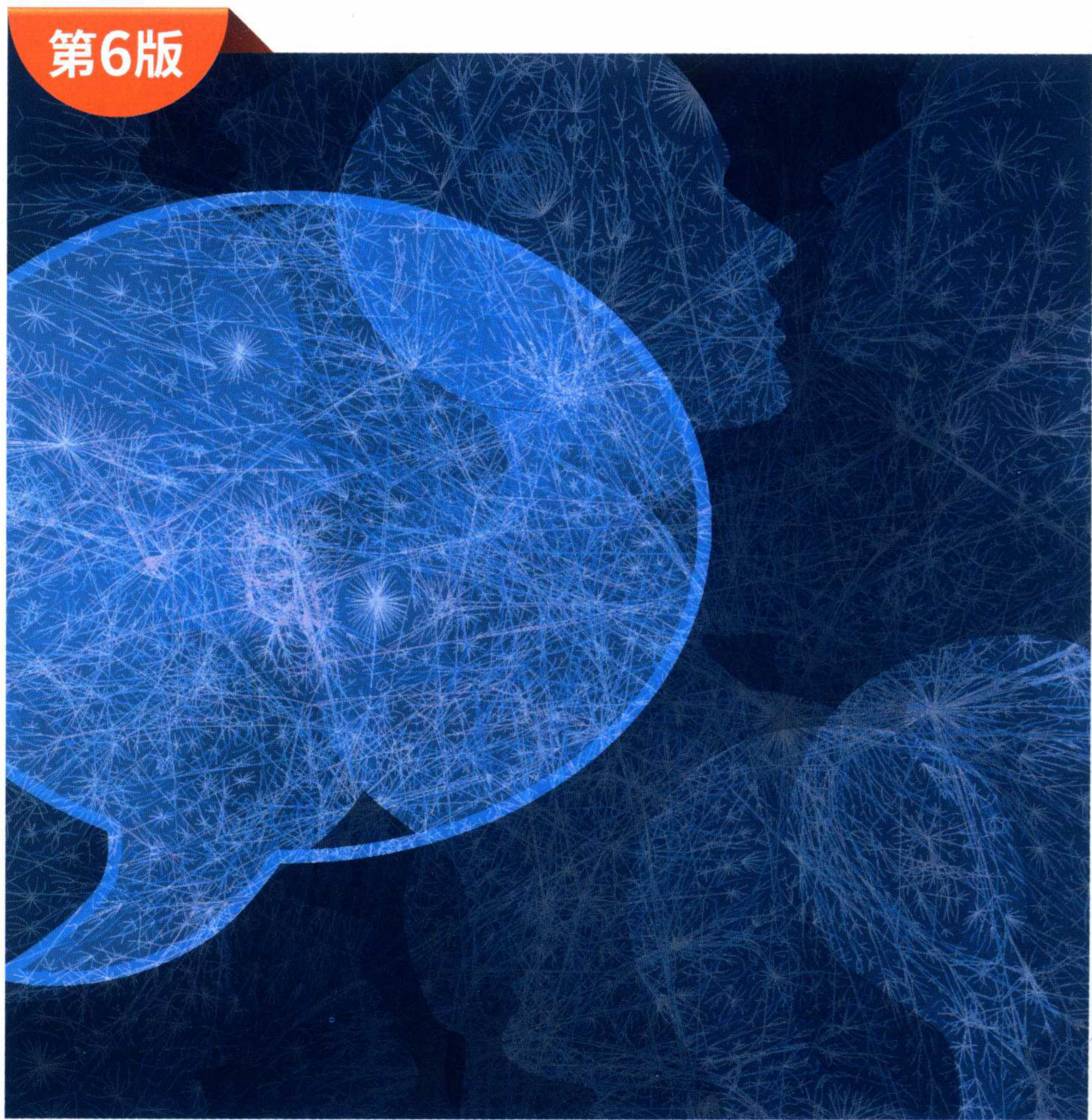
新闻心理学 概论

刘京林 著

Introduction to
News Psychology

第6版

中国传媒大学出版社



(第6版)

新闻心理学概论

邵华泽题 

刘京林 / 著

贵州师范学院内部使用

中国传媒大学出版社

·北京·

图书在版编目(CIP)数据

新闻心理学概论 / 刘京林著. --6 版. --北京:中国传媒大学出版社,2019.10
新闻传播专业“十三五”规划教材
ISBN 978-7-5657-2580-7

I. ①新… II. ①刘… III. 新闻心理学—高等学校—教材 IV. ①G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2019) 第 207773 号

新闻心理学概论(第6版)

XINWEN XINLIXUE GAILUN(DI-LIU BAN)

著 者 刘京林
策划编辑 阳金洲
责任编辑 阳金洲 赵欣 张笛
封面设计 拓美设计
责任印制 李志鹏

出版发行 中国传媒大学出版社
社 址 北京市朝阳区定福庄东街1号 邮编:100024
电 话 86-10-65450528 65450532 传真:65779405
网 址 <http://cucp.cuc.edu.cn>
经 销 全国新华书店

印 刷 北京中科印刷有限公司
开 本 787mm × 1092mm 1/16
印 张 17.5
字 数 430千字
版 次 2019年10月第6版
印 次 2019年10月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5657-2580-7/G · 2580 定 价 49.80元

版权所有 翻印必究 印装错误 负责调换

第6版修订说明

《新闻心理学概论》第6版在保留第5版整体框架的基础上做了一些补充和修改。补充内容有：介绍了第九届、十届、十一届新闻与传播心理研讨会的具体情况，并在数字资源里增加了我们所能搜集到的从20世纪80年代到2018年国内出版的有关新闻心理学和传播心理学方面的著作，其中一部分是由石慧敏整理的。这种补充可以使我国新闻与传播心理研究的历史发展轨迹更加清晰和完整，发展状况更加准确和翔实。修改部分在保留比较经典事例的基础上，增加了反映新媒体时代的受者心理特点和规律的案例。本书以新换旧的事例，主要是由中国传媒大学传播学专业传播心理方向的博士生李玲查寻的。

本书对后三届新闻与传播心理研讨会具体情况的介绍，主要参考了由中国传媒大学新闻学院陈锐副教授以及传播心理方向2016级研究生董玮、邓培颖、陈梓鑫、韩娟、马珍珍、徐晓晓所提供的资料。在此对参与本书补充和修改工作的师生及出版社的编辑表示衷心的感谢！

刘京林

2019年7月于红庙

第5版修订说明

从2007年《新闻心理学概论》第4版问世至今已七年有余。随着传媒技术的发展,尤其是互联网的崛起,传播者对于新媒介的认知和使用,以及受众对于媒介信息的感知和接受,都发生了巨大的变化。这些变化使这本书无论是理论的建构还是实践的应用都显得有些滞后。第5版的修订力求在这两个方面都有一点突破。

第5版《新闻心理学概论》更新了很多实例,删去了新闻管理篇,同时根据传媒业的发展增加了两章:“新闻评论受众心理的影响”(由四川师范大学新闻与传播学院讲师车玥撰写)和“网民心理”(由中北大学新闻传播学院副教授石慧敏撰写),还增加了“建构论”“灾难中的新闻采访心理”“新闻写作中的辩证思维”“准社会交往”等内容。

鉴于当前我国新闻与传播类院校(系)还没有普遍开设心理学方面的课程,为了帮助新闻与传播专业的本科生和传媒从业者以及对这门学科感兴趣的人,在学习新闻心理学时更容易理解其中所运用的心理学理论和心理学知识,本书仍以“解释水平”为主,即主要运用普通心理学和社会心理学的基本理论和基础知识,直接阐释新闻传受者的心理和行为。可以说,这是一本新闻心理学的基础教材。

在修改过程中,我院在读传播心理方向的硕士研究生洪欣宜、李宁、穆一婧为本书例证的修改做了许多工作。特别是编辑阳金洲老师为本书的再次修订对我进行了多次非常诚恳的劝说,令我十分感动。在此,对阳老师,对参与本书修订的师生及出版社的同志表示衷心的感谢!

刘京林

2014年5月于红庙

序 一

孙昌龄

新闻心理学在我国是一门新兴的学科,可以说,它正处于刚刚起步成长的阶段,它的理论体系和学科构架还在探讨之中,远没形成一门具有自己体系的独立学科。在1991年9月出版的国内最具心理学权威性的《中国大百科全书·心理学》中找不到“新闻心理学”这一条目,这一佐证表明,新闻心理学在我国心理学界还没有引起足够的关注,我国心理学工作者还鲜有人涉猎这一学科领域。但我相信,随着我国现代化社会、新闻宣传事业的迅猛发展,人与人之间关系的日益密切,信息交流、影响的愈加频繁以及新闻学与心理学这两门学科的阔步发展,新闻心理学必将很快踏上一个新的发展台阶。

新闻心理学既是新闻学的一门边缘学科,也是心理学的一个分支,它本应是心理学与新闻学的有机联系与结合,无奈当前我国的一些新闻工作者和心理学工作者由于对待新闻心理学的立场、观点可能有分歧,因而侧重点不同,前者往往从新闻学的角度出发,而后者则一般着眼于心理学。造成这一缺憾的主因恐非导源于“仁者见仁、智者见智”,而是缺少在新闻学与心理学双方面的理论与实践功底都坚实丰富、游刃有余的研究工作者。近几年来相继出版了一些题名为《新闻心理学》《新闻与心理》《心理学与新闻》之类的书籍,作者绝大部分都是新闻工作者,他们掌握了一些心理学知识,对新闻实践作了经验性总结,可是从科学心理学的视野来深入探讨新闻心理学的书籍却甚为罕见。我个人认为新闻心理学应该是运用心理学有关的基本理论、观点与方法、技术,研究在人类的新闻活动中人与客观事实之间、人与新闻本身之间以及人与人之间的互动关系实态;同时研究新闻传播者(包括记者、编辑、播音员、节目主持人、新闻发布人、新闻从业人员等)和新闻受众(包括个体和群体的读者、听众、观众等)两方面在诸如采集、写作、编排和传播新闻等全过程中的心理活动和行为表现规律。由此可见,心理学在新闻心理学中占据着何等重要的位置。

本书作者刘京林同志多年来在北京广播学院新闻系从事心理学的教学与研究,她也是北京市社会心理学会理事,热忱于社会心理学的科学研究与普及宣传工作。她根据在教学与研究领域耕耘的收获写成此书,这部书稿经过慎重的修改与补充,今日得以和广大读者见面,我为她辛勤劳动的成果终于付梓而庆幸,也钦佩她勇于攀登,克服艰难,为我国新闻心理学事业的开拓作出有益贡献。

本书分“新闻传者编”、“新闻受众编”和“新闻管理心理编”三大部分。第一编较详尽地论述了新闻工作者的心理素质、新闻采访心理、新闻写作心理、新闻编辑心理、播音员和节目主持人心理,这些均属有的放矢之作。第二编除了分析新闻受众的心理内涵和实质、特点和功能、需要和兴趣以及媒介差异和受众心理的关系等问题之外,还着重论述了

受众态度是怎样形成与改变的。对受众态度问题的探讨在新闻与宣传工作中至关重要,因为新闻宣传的最终目的就是通过有目的、有计划的新闻信息的传播去影响、导向受众态度的形成与改变,进而唤起、激发受众产生符合传播者意图的行为活动。因此,对受众态度形成与改变问题的讨论,从理论上或从实际上看都是十分重要的。第三编“新闻管理心理”,作者曾有割爱之念,但考虑到教学需要仍保留下来。我个人肤浅体会,如今正值大力倡导与发展市场经济之际,教育或将成为一种特殊类型的“产业”,是产业就得经营、管理,因而经营管理之道不可荒废。本书第三编侧重从心理学理论方面论述对新闻工作者的个体与群体的思想工作管理,比如,强调在思想工作管理中要重视不同的心理素质以及如何鉴别个体差异,怎样针对个体差异进行思想工作管理,怎样根据不同的需要与激励作用进行思想工作管理等,都很有针对性并具有现实指导意义。“对个体差异鉴别的手段”,介绍了流行于许多国家的测试正常成人的智力因素与非智力因素的几个主要心理测验方法,特别是介绍了外国新闻界设计的“记者自我考核表”,对于广大新闻工作者测查他人和自我测查都会有益处。统观全书,本书所提出的较系统化的理论观点和富有实用性的应对策略方法,会对新闻理论研究者 and 实际工作者有所启迪。

本书收录了作者一些有关新闻心理学的研究成果。比如,书中的第四章第四节“对记者向性的测量和思考”的基本内容,就是根据作者刊登在1992年第3期的《中国广播电视学刊》上的同名文章写成的。这篇文章发表后曾博得一些新闻界人士的好评,《中国广播电视学刊》副主编罗弘道高级编辑赞誉此文:“第一,题目选得很好,选了一个很有研究价值而过去很少有人研究的题目。……起了开拓研究领域的作用,是一个贡献。第二,……采用实证科学方法,对提出的问题,通过心理测量和计算机处理,得出明确的结论,具有相当的科学水平和很强的说服力……。第三,……不仅具有理论价值,尤为难得的是对实际工作有现实指导意义。第四,……表述清楚,逻辑性强。”罗弘道同志这四点肯定意见,在本书中程度不同地有所体现,为本书增辉添色。此外,全书还尽力以辩证唯物主义为指导思想,以马克思主义反映论为理论基础,同时又在立足于我国新闻实践的基础上,注意吸收西方大众传播理论和社会心理学理论对新闻心理的阐述,这些也是本书的特色,应予以肯定。

末了,我还想就作者在本书“前言”中的一段话,谈谈自己的一些想法。作者写道:“怎样才能使新闻学和心理学的结合不是捏合、‘缝合’、凑合,而是有机的融合、‘化合’,进而构成新闻心理学自己的独立体系。就目前条件看,要想做到这一点有如‘想要喝干海水’般的艰难。”前一个句号里的这段话,正是我想寄希望于作者刘京林同志的,因为对她说来,只有从心理学的理论修养和新闻工作的实践方面去不断地充实自己、提高自己,并联合同仁,协力攻关,方能期望越来越接近“构成新闻心理学自己的独立体系”的境界,而为了早日达到这一理想目标,没有大无畏地为科学献身的精神是很难办到的。我愿把我国唐代著名文学家与哲学家刘禹锡的名句“千淘万漉虽辛苦,吹尽黄沙始到金”赠给刘京林同志共勉。

1993年2月28日

于中央教育科学研究所

序二

艾丰

《新闻心理学概论》一书,是北京广播学院刘京林老师苦心钻研多年,以讲义的形式写成的一本学术专著。新闻心理学是近年来新闻界和新闻学研究者颇为关注的一门新的学科。据我所知,已经有几本这方面的著作问世了。而刘京林老师的这本书,把人们在这个领域的耕耘或开拓,又向前推进了一步。这无疑是值得肯定和赞许的事情。

我是一个新闻工作者,没有认真研究过心理学,甚至可以说,在这方面,连认真地、系统地学习也谈不上。刘京林老师在她构思这部著作的过程中,曾经找过我。我当时的体会是,她之所以找我探讨问题,一方面是因为我写过一些新闻学的著作,另一方面,可以说是更主要的方面,是她把我当成了一名记者,工作过多年的新闻工作者,简言之,是把我当成她的新闻心理学的一个研究典型来对待的。对后一点,我也很乐意配合的。我记得,她交给了我一个相当复杂的问卷,我填好以后交给了她。过了些日子,她根据我的答卷,对我的心理特点作了一番描述。我觉得她作的描述还是符合我的实际的。因此,更增加了我对新闻心理学研究的兴趣,并希望她把这一工作坚持下去。

我很佩服她的执着精神。从第一次她“解剖”我以后,过了大约三年的时间,再次见到我的时候,就拿出了这部著作。正像她自己所说的,这是一个很艰苦、很复杂甚至是很浩瀚的研究领域。但不管怎样她总是理出了自己的头绪。

我觉得此书至少有如下特点值得肯定:一、占有大量的材料;二、形成了一个自己的完整的体系;三、使新闻心理学更多地具有了心理学的色彩;四、在若干问题上有自己的新见解;五、有一些观点很有实践的价值。

北京广播学院是培养新闻人才的地方,如何招收新生,用什么样的标准来招收学生,就是一个很实际的问题。过去对生员的心理素质的考察往往是不够的,甚至是被忽略的。应该承认,觉悟的概念、能力的概念、政治的概念、道德的概念,并不能代替心理素质的概念。同样觉悟和能力的人,同样政治水平和道德水平的人,由于心理素质的不同,更适于在什么岗位上是不同的。反过来说,新闻工作这个岗位,对从事这种工作的人的心理素质有一定的特殊的要求。虽然这个要求不是“铁”的,但总是有更适合和比较不适合之分的。不错,在本书中,也在有的章节中讲到,意志可以起作用,意志可以帮助新闻工作者克服自己性格和素质上的某些缺陷。但这总是要花气力的。顺水行舟和逆水行舟总是不同的。例如我这个人,在内在心理素质上就有脸皮薄的缺点(这一点许多人不相信,其实这往往只有自己知道得最清楚),为了克服它给我造成的障碍,我不知付出了多少努力。

重视新闻心理学,研究新闻心理学,运用新闻心理学,它的意义是多方面的。从选择生员开始,就把心理素质最适合的入选进来,教学就会相对容易些,人才也就会容易成长起来。参加工作以后,懂得新闻心理学,既可以有效地调整自己的心理,使之适合新闻工作,又可以明白整个过程的各方面人的心理,那么你的工作就会更有成效。从一个新闻工作者来说是如此,对整个的新闻工作来说,又何尝不是如此呢?

举一个我自己经历的很小的例子来说明这个问题:我刚刚参加工作的时候,看见同组的一位同志,每次写稿都是那样的认真,而且认真得“过分”。他总是把稿纸铺在那里,一杯茶、一盒烟,一写就是一个大夜班。每篇稿件写成了,他的人都要小了一圈。我看着他,就想,他的工作态度确实是值得我学习的。但是照他这样的写法,怎么受得了呢?我一辈子要干新闻工作,一辈子要写稿,一辈子就这样度过吗?真是有点不甘心。于是我决心采取另一种写作方法,不想好了我不写,要写的时候,就要一气呵成。这样我往往是越写越高兴,越写越来劲。慢慢地我就养成了这样的一种写作习惯,并且受益了多年。其实,这里面就包含着新闻写作心理的问题。

就新闻工作宏观指导方面说,新闻心理学也是有用的。例如有些领导同志,为了宣传某一问题,总是片面地希望多登点、登长点。他们总是认为说得多、说得长,总是比说得少、说得短好。如果我们明白受众心理,就会知道,其实未必总是如此。有的时候说得过多、过长,受众反而会产生逆反心理,这叫作“过犹不及”。

作为一个新闻工作者,而不是作为专业的研究者,学习新闻心理学,我认为应该多从实际出发,而不必更多地从概念到概念,更不必在概念上钻牛角尖。我甚至冒昧地认为,现今的心理学(不只是新闻心理学)之所以在应用方面不够理想,同这种学术味过浓有关,起码同缺少比较通俗的、可以运用的心理学论著,缺少深入浅出的心理学论著有关。

从本书的论述中受到启发,我认为,学习、研究和把握新闻心理学,需要明确这样的几条线索:

一、要确信心理问题是新闻工作或新闻活动中的一个基础性的问题。新闻工作是人做的,人在工作中都是有一定的心理过程的;新闻活动是社会活动,所谓社会活动不过是人與人发生交往的过程,因此也必然伴之以心理活动和心理交流活动。不注意心理问题,是很难做好新闻工作和开展好新闻活动的。

二、新闻心理,我认为可分为两大类:社会心理和业务心理(在这一点上,我同本书的作者的观点上有一点区别)。

所谓社会心理,我认为是新闻工作者和新闻受众作为社会的人所具有的心理。这种心理主要是随着社会情况的变化而变化的。比如说,在“文化大革命”之前,我国人民的顺向思维(或曰顺向心理)比较强,因此对于我们的宣传总是倾向于全部相信。而经过“文革”之后,由于受过错误路线的影响,人们有一种受了欺骗的感觉,于是在社会上,普遍增长了逆向思维(或曰逆向心理),这时一些人对报纸上的宣传,往往倾向于怀疑和不信任。这种心理的内涵和变化的原因,都主要是社会上的,不是发生在新闻传播的内部和传播过程中。

所谓业务心理,主要是指在新闻传播的过程中发生的心理现象。如果说上述的心理问题是属于社会政治范畴的话,那么这一类心理主要是在业务过程中发生的,所以它是业务的范畴,因此也就是我们的新闻心理学主要应该研究的范围。我们说“记者心理”“编辑心理”“受众心理”“采访心理”“写作心理”,等等,都是从这个角度加以研究和概括的。这种心理是相对稳定的,在新闻媒介的总体情况不发生巨大变化的时候,这方面的心理过程和趋向往往是并不发生明显的改变的。例如受众的求新心理,他读报纸和听广播第一需求是找新闻,找新鲜东西。诸如此类的心理是不会经常发生变化的。

要做好新闻工作,只有把握这两方面的心理,并把它们结合起来,才会成功。

三、正像本书所说的,新闻心理又可以分为宏观心理和微观心理。宏观心理研究的对象是群体或整体,微观心理研究的是个体或局部。这两者是有联系又有区别的。因此,要全面把握新闻心理现象,必须从这两方面入手来加以研究。

与此相类似的还有共性与个性的区别和联系。例如,一般的受众是欢迎新闻媒介把不同的意见呈现在他的面前的,这就是“舆论不一律”的宣传效果的由来。但对不同的对象,这种要求又有所不同。对知识界来说,这种要求更强烈一些;对一般的没有文化的人来说,如果是众说纷纭,反而觉得莫衷一是,无所适从。

四、要正确理解心理素质和心理活动的关系。心理素质,是一个人在心理方面的品质。就一般讲,我们讲到心理素质的时候,是静态的,是没有顾及具体的活动的。而心理活动则是心理素质在一定条件下的具体心理上的动作。这种心理活动是要由心理素质决定的。但是在具体的心理活动中,又要受到多种因素的影响。简言之,心理素质是心理活动主体具备的心理活动的条件和可能性,而心理活动则是心理主体的心理素质在一定条件下的现实性。因此,把两者等同起来也是不对的。

心理活动其实又有两种不同的情况,一种是本人在独处时的心理状况,一种是在与人交往时的心理状况。独处的心理状况,更多地取决于自身的因素和独处时的条件,而与人交往时的心理状况,则还要看对方的情况。这时人们的心理状况往往成为一个彼此互激的心理过程。这种过程可能是正反馈的,也可能是负反馈的。

五、本书把心理素质分为智力因素和非智力因素。这可能是心理学上的划分。我不是反对这种划分,只是想从一个心理学的外行角度再做一点补充。

也许在承认这种划分的情况下,还应该加入这样的两种划分。一种是素质性的心理因素,一种是认识性的心理因素。所谓素质性的因素,就是本人已经养成了的东西,是多年的一种“积淀”。所谓认识性的因素,更多的是指本人通过对外界事物的认识而形成的心理因素。比如有的人先天的性格就是内向的,不好言语,这就是一种积淀式的东西,一下子是难以改变的。另一情况则不然,如有的人通过一种学习,认识到了某些事物的本质,那么他的心理活动则有可能由喜欢这种东西转变成讨厌这种东西,或由喜欢某种表达方式变成讨厌某种表达方式。

从此延伸,心理过程还可能划分为自发的心理过程和自觉的心理过程。自发的心理

过程多半是素质性的心理活动,而自觉的心理过程多半是认识性的心理活动。当然,两者又是可以互相转化和互相渗透的。许多次的自觉过程,有可能转化为自发的过程。有的心理过程则是自发和自觉的混合物。

.....

还可以说出一些体会来。如果那样,我这篇“序言”就成了长篇大论的论文了。所以还是就此打住。不过我说这些话的意思,还是希望我们在学习和研究新闻心理学的时候,更多地做一些理清思路的工作。这在一门新的学科成长的时候,更显得重要。我的这些具体说法中,可能有一些令人发笑的外行话,那也许并不重要,我以后努力学习就是了。但是从根本上理清思路的问题,却是值得重视的。

总之,我祝贺刘京林老师的这本著作的出版,并借此机会,发表一点不成熟的感想,供有兴趣的同志参考。

1993年3月15日
于人民日报社

前言

《新闻心理学概论》是我在北京广播学院新闻系多年从事心理学教学的讲义和发表过的新闻心理学论文的基础上写成的。

本书是运用心理学理论于新闻实践领域里的一种尝试。本书以在新闻活动中的传、受双方——新闻传播者和新闻受众为经线，以心理学的基本理论和知识为纬线，力图找出二者之间的交叉点、相关处；寻找在新闻传播中的传、受双方心理活动的特点和规律，借以构筑新闻心理学的框架结构。有人说：“单是一个结构，即大厦的构造，就可以耗尽作者的全部智力活动。”这句话道出了我在构思这本教材整体结构时的艰辛，究其原因，主要有以下三个方面：

第一，虽然新闻心理学的母体学科新闻学和心理学都已成为独立的学科，但是作为它们的边缘学科——新闻心理学在我国才刚刚起步，因而目前它欲以一门独立的学科体系自立于世，条件尚不成熟。研究者往往难以摆脱已有的思维定势，有意或无意地将新闻心理学导入新闻学或心理学原有的学科体系里，使之难以独成体系。

第二，基于上述原因，目前在国内已出版的新闻心理学专著（包括本书），还不能从理论的高度完全概括出新闻传播者和新闻受众心理活动的全部特点和规律。因为这是一个相当复杂、相当烦琐的问题。可以说人类共有的心理现象在新闻传播者和新闻受众身上都有体现。以知觉（包括社会知觉）的选择性为例，无论是记者、编辑、播音员、主持人，还是读者、听众、观众，面对多种刺激都会进行主动的选择并各具特色。倘若我们以新闻传播者和新闻受众为横坐标，而以人的所有的心理活动为纵坐标，则可以排列组合出上百种，甚至上千、上万种心理现象，这还没有包括认识主体的个体和群体的心理差异以及因环境的影响而造成的认识活动主体心理上的变化。可以想象，这样一个庞大的错综复杂的心理活动体系，没有较成熟的理论指导是很难纲举目张的。

第三，新闻活动的传、受双方的心理活动属于内隐的精神世界，目前这枝被恩格斯誉为“地球上最美丽的花朵”还缺少加以准确测量和研究的方法。

虽然可以借助认识主体(例如记者)的言行或作品进行间接的认识和分析,但是“正如全归纳不可能一样,科学程序也无法搜集到这个系统中发生的全部事件……即使能够做到这一点,也不能证明这个系统的环境因素对它的运行所起的作用”。因而经常凭借认识主体的反省、自我报告或对其作品的分析,去做经验性的推理、演绎,其可信度就得打折扣。

总之,怎样才能使新闻学和心理学的结合不是捏合、“缝合”、凑合,而是有机的融合、“化合”,进而构成新闻心理学自己的独立体系,就目前条件看,要想做到这一点,犹如想要喝干海水般的艰难。

可喜的是,已有勇敢者在这块处女地耕耘了。这些同志大多是新闻工作者,他们撰写的《新闻心理学》可以称之为新闻工作者的新闻心理学。特点是书里有大量新闻工作者的来自丰富的新闻实践的切身感受,读起来令人感到亲切,有较强的实用性。从学科性质上看,这类新闻心理学可以列入新闻学的一个分支。而本书则是由心理学工作者著述的,可以称之为心理学工作者的新闻心理学,归入心理学的分支。从本书主要是运用了心理学的理论、观点、方法于新闻活动之中的传、受双方的心理活动及其规律的角度看,本书又可归入应用心理学的范围。

本书欲在建立新闻心理学的体系上进行探索,试图从宏观上、理论上把握这门学科的整体框架而有意忽略细枝末节,故取名为《新闻心理学概论》。

本书力图融普通心理学、社会心理学、认知心理学、管理心理学的有关理论和知识与新闻学于一体,尽量涵盖报刊、广播、电视的新闻工作者和读者、听众、观众共同的心理活动的规律以及各自的特点,并注意吸取国内外一些研究成果,力求科学性、理论性和实用性相结合。每章后附有思考题,全书后附有参考书目和四个心理测验。本书可以作为大专院校新闻系基础课教材,也可以供新闻工作者或心理学工作者及爱好者阅读、参考。

北京大学沈德灿教授曾对本书大纲,北京广播学院播音系张颂教授曾对本书第八章进行了认真的审阅,并给予了具体的指导和帮助;本书编写中还曾得到北京师范大学心理系郭德俊副教授、程正方副教授以及北京广播学院赵玉明教授、曹璐教授、王振业教授的热情鼓励和大力支持。特别是北京广播学院电视系郭镇之博士对全书初稿认真审阅后提出了许多宝贵的意见。还要提到的是我的同事余小梅老师在该教材大纲的酝酿以及该教材里有关记者个性特征的调查研究中,曾做过大量工作。

承蒙北京市社会心理学会副理事长、中央教科所研究员孙昌龄和人民日报经济部主任、高级记者艾丰为本书作序,人民日报社社长邵华泽为本书题写书名,不胜荣幸,在此对他们表示诚挚的感谢。

由于新闻心理学是一门新兴的学科,其理论体系、学科构架还不够成熟,所以,这本书难免捉襟见肘,挂一漏万,甚至出现谬误,恳请同行、读者不吝赐教。

刘京林

1993年2月

目 录

序 一	/ 1
序 二	/ 1
前 言	/ 1

第一章 绪 论 / 1

第一节	新闻心理学的对象 / 1
第二节	新闻心理学的任务 / 3
第三节	新闻心理学的研究方法 / 5

第二章 我国新闻心理学研究概览 / 9

第一节	我国新闻心理学研究的历史 / 9
第二节	我国新闻与传播心理研究的状况及其发展趋势 / 13

第三章 新闻心理学理论 / 21

第一节	马克思主义的反映论是新闻心理学重要的理论基础 / 21
第二节	西方大众传播学理论和社会心理学理论对新闻心理的阐释 / 25

新闻传者心理编

第四章 新闻工作者的心理素质 / 34

第一节	新闻工作者心理素质的构成 / 34
第二节	新闻工作者的非智力因素 / 36
第三节	新闻敏感的心理机制 / 45
第四节	对记者向性的测量和思考 / 50

第五章	新闻采访心理	/ 57
第一节	新闻采访心理的内容和特点	/ 57
第二节	新闻采访的社会认知模式	/ 58
第三节	新闻采访的社会认知过程	/ 64
第四节	记者和采访对象的印象管理	/ 68
第五节	采访情境	/ 75
第六节	灾难报道中的采访心理	/ 79
第六章	新闻写作心理	/ 89
第一节	新闻写作心理的内涵	/ 89
第二节	新闻写作的心理状态	/ 91
第三节	新闻写作中的思维形式	/ 94
第四节	新闻写作中的辩证思维	/ 103
第七章	新闻编辑心理	/ 108
第一节	制约新闻编辑心理产生的因素	/ 108
第二节	编辑的胆识	/ 109
第三节	编辑的向性	/ 114
第四节	编辑与记者、受众之间的心理互动	/ 116
第五节	不同媒体新闻编辑心理的差异	/ 118
第六节	网络新闻编辑心理	/ 119
第八章	播音员和主持人心理	/ 125
第一节	移情	/ 126
第二节	应变	/ 130
第三节	魅力	/ 133

新闻受众心理编

第九章	新闻受众心理概述	/ 144
第一节	新闻受众心理的内涵和本质	/ 144
第二节	新闻受众心理的特点和功能	/ 146
第三节	媒介差异和受众心理	/ 153
第四节	受众的注意	/ 160
第五节	新闻受众的需要、动机和兴趣	/ 165
第六节	新闻受众的群体心理	/ 170

第十章 受众的态度 / 183

第一节 受众态度概述 / 183

第二节 影响受众态度改变的因素 / 186

第十一章 新闻评论对受众心理的影响 / 203

第一节 新闻评论的定义、特点和重要性 / 203

第二节 新闻评论对受众心理的具体影响 / 209

第十二章 网民心理 / 228

第一节 网民的心理特征 / 229

第二节 网民的新闻心理特征 / 231

第三节 网络谣言的接受和破解心理 / 240

附 录 心理测验 / 247

一、气质类型的测量和鉴定 / 247

二、内外向人格调查表 / 249

三、卡特尔十六种人格因素测验(AB合并本) / 251

四、意志品质自测简易量表 / 261

参考书目 / 263

第一章 绪论

新闻心理学属于新闻学和心理学相互交叉和渗透的边缘科学。它是研究新闻传播者和新闻受众(亦称在新闻活动中的传、受双方或新闻活动认识主体)的心理现象及其规律的科学。本章主要简述三个问题:新闻心理学的对象、任务和研究方法。

第一节 新闻心理学的对象

任何一门学科都有自己独特的研究领域。新闻心理学是探讨新闻活动认识主体在新闻活动中心理现象的产生和发展规律的科学;是探讨新闻活动认识主体在新闻媒介沟通和人际沟通并驾齐驱的环境里,在心理上相互影响、相互制约的特点和规律的科学;是探讨新闻活动认识主体心理活动的生理和心理机制的科学。

一、新闻活动认识主体的内涵

新闻活动认识主体包括新闻的制作者、传播者即新闻传者和采访对象以及新闻的接收者即新闻受众。

新闻传者,对传统媒体而言,在我国一般称之为新闻工作者,主要指记者、编辑、播音员和节目主持人及制作、传播新闻的其他工作人员。在新媒体时代,新闻传播者的外延扩大了许多,还可以增加新闻评论员、新闻发言人和能够起到发布新闻信息作用的官博、政府的微博、微信以及网络名人和目击新闻事件并随即传播新闻的个体。采访对象指记者在采访活动中索取情况和意见的对象或主动以各种方式向记者提供情况和意见的人。新闻受众按新闻媒介分类有:报刊读者、广播听众、电视观众、网民。新闻传者和新闻受众是新闻传播活动中的一对主要矛盾,二者相互依存、相互影响。有人认为:网络新闻传播,传者和受众的角色有些模糊,因为受众也可以随时通过网络发布新闻。但是从中国的现实情况看,重大的新闻还是由专业新闻工作者采制和发布的。从在新闻活动中的地位 and 作用看,前者为后者服务,同时也负有指导后者的任务。新闻受众是新闻活动的起点和归宿,因而,要想更好地为受众服务,传者必须重视对受众心理的研究。从这个意义上可以说,研究受众心理是新闻心理学的一个中心课题。

新闻传者和受众都有个体和群体之分。从实际意义上看,新闻传者和受众主要指群体。如传者通常指某个新闻机构,比如新华社、人民日报社、中央广播电视总台(中央人