

上编 导论

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。

种单一的问候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，并与之共同营造融洽、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

车文博：《心理学原理》，黑龙江人民出版社，1986 年，第 33 页

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。

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钳

^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，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

黄希庭：《人格心理学》浙江教育出版社，2002年，第600页。

^② 同上。

作效率之间是呈“U”型，即一般情况下，过强或过弱的动机都会降低工作效率。中等或适度动机可以提高工作效率。当播音员、主持人面对镜头（话筒）时具有强烈的成就动机，抱着“只能成功，不能失败”的意念，往往会引起相应的生理反应：出现心跳，血压增高，呼吸频率增加，肌肉绷紧，唾液与舌液停止分泌等现象，极易导致产生负面行为，像读错音、打磕巴，甚至出现失语。

2. 学习心理健康知识，形成健康的心态

长期以来，人们对健康的认识大多局限在身体健康状态，认为没有查出病就是健康。不少新闻从业人员也有这种认识误区。他们对心理健康方面的知识或知之不多，或根本不懂。有的人本身已有比较严重的心理障碍，甚至心理疾病，却并未意识到。有的人虽然意识到了，但又束手无策，陷入苦恼，无力自拔。这种状况不仅会导致某些新闻工作者的生存危机，而且也严重地影响了受众心理。自 1994 年至 1997 年在北京、上海、广州、长沙相继发生了四起电台、电视台“人生热线”类节目主持人因心理疾病而导致自杀的事件，在广大听、观众中引起了强烈的反响。有专家认为，如果他们在事前能了解一些心理健康、心理障碍方面的知识，主动找心理大夫咨询，及时诊断，及时治疗，或许可以避免这类悲剧发生。

第二节 新闻心理学的对象

一、新闻心理学的对象

（一）对新闻传受者概念的诠释

湖南师范大学周庆元教授在《略论新闻与传播心理学研究对象的认知历程与科学的诠释》一文中曾对新闻与传播心理学研究对象的认知历程作过如下梳理：

第一阶段（孕育期）采访对象说。这是 20 世纪初期关于新闻心理学研究对象的基本认识，其代表人物是邵飘萍先生等。第二阶段（萌生期），受众心理说。进入 20 世纪 80 年代，我国的新闻学学者提出要对受众心理进行研究，比如安岗、陈朗等同志就是这一观点的代表者。第三阶段（草创期），记者为主说。时至 20 世纪 80 年代中后期，汪新源等先生又提出了这种观点。在一些有关新闻心理学的著作中，提出应以传播者、受众、采访对象三者的心理为研究对象，并且应当“把记者列为研究的主要对象”。第四阶段（发展期），认识主体说。这一观点的提出，酝酿于 20 世纪 90 年代初期，成熟于 20 世纪与 21 世纪的世纪之交，主要代表有刘京林等同志。她在她的专著《新闻心理学概

论》里把新闻心理学研究对象表述为“新闻活动认识主体”。“认识主体说”，把新闻与传播心理学研究对象的认知与界定推向一个新阶段，而且使之从哲学的高度实现了理性的提升。对于“认识主体”内涵的认知，也由新闻传者与新闻受众，发展为包容新闻传者、新闻被访与新闻受众在内的“参与新闻活动的各类人”，使新闻与传播心理学研究对象的表述日趋完善，使我们的认识不断走向真理，最大限度地接近真理。^①

1997年笔者在《大众传播心理学》里又提出了一个新的概念即“传受者”。这个概念最初是泛指在大众传播中所有的认识主体。由于新闻传播是大众传播中最重要的也是最核心的组成部分，所以将这个概念迁移到新闻心理学里来表征新闻活动认识主体也是成立的。只需要在“传受者”前面冠以“新闻”二字即可。“新闻传受者”这个概念既是对“新闻活动认识主体”的进一步确认，同时又是在心理层面上对这一概念作进一步的阐释，使其更加具有新闻心理学研究对象的特质。下边就“新闻传受者”的内涵作如下分析：

1. 新闻传受者主要是对新闻活动认识主体作心理层面的界定

“新闻传受者”和“新闻活动认识主体”这两个概念既相联系又相区别。

首先，二者的联系在于：(1) 从“参与新闻活动所有人”的视角看，新闻传受者和新闻活动认识主体的内涵基本一致，都包括新闻传者、采访对象（在某些情况下可以把采访对象归入传者范围，因为只有他们共同合作才能为受众提供新闻消息）和新闻受众。(2) “新闻传受者”承袭了“新闻活动认识主体”宏观的、哲学本体的理性认识，它们都主张“主体——主体”模式，反对将传者与受众的关系视为“主体——客体”模式。

其次，二者的区别在于，“新闻传受者”比“新闻活动认识主体”有更鲜明的心理学色彩，表现（1）“新闻传受者”在行为表现这个中观层面上可以分辨出传与受的职业角色的不同，是对“这两种角色在各种情况下所发生的角色变化的总称”^②。（2）在心理和生理这个微观的层面上，在目前脑科学发展的水平上，参与传播活动所有人的心理和生理（脑和神经系统的生化、电化反应）机制几乎是相同或相似的（指很难分辨出传者和受众的区别）。

2. 从新闻传播者和新闻受众相互之间进行角色互换的角度来理解“新闻传受者”

在新闻活动中，新闻传者与新闻受众之间的关系并不总是泾渭分明的。比

周庆元：《略论新闻与传播心理学研究对象的认知历程与科学诠释》（第四届全国新闻与传播心理研讨会论文）

刘京林：《大众传播心理学》北京广播学院出版社，1997年，第12页。

如，供职于某媒体的记者，相对于其他媒体他也是受众；而当受众投的稿件或录制的节目被媒体采用时；当受众被邀请做电台、电视台的现场嘉宾时，他们暂时充当了传播者的角色。特别是在当今时代，网络媒体方兴未艾，网上的新闻传播者和新闻受众之间的界限就更加模糊。基于这种现实，将传者和受众合为一体的“传受者”恰恰能较准确地反映出新闻传者与新闻受众之间日益频繁出现的角色互换现象。新闻传受者这一概念不是对传者和受众这两个概念的简单相加，而是对这两种角色在各种情况下所发生的角色变化的总称。

3. 从新闻传者和新闻受众心理互动的角度来理解“新闻传受者”

新闻传受者的提法比新闻传者和新闻受众所涵盖的内容更丰富、更深刻，就在于新闻传播最终的意义是在新闻活动认识主体心理的交互作用中产生的。这种意义既不属于新闻传者（包括采访对象），也不完全归于新闻受众，而是双方共同参与，相互影响的结果。

最后要指出的是，在新闻传播活动中，“传受者”这一概念并非在任何情况下都使用，像在采访中，记者与采访对象；在观看新闻时，传者与受众的角色划分得很清晰。“传受者”与“传者”和“受众”之间不是对立的，而是需要根据具体情况加以选择。

（二）对新闻心理学研究内容的阐述

根据著名的英国科学家、科学学创始人贝尔纳关于“科学不能用定义来诠释”而“必须用广泛的阐明性的叙述来作为唯一的表达方法”的观点，我们对新闻心理学的界定，只提供一个大体的框架，而将重点放在对新闻心理学的具体内涵进行比较深入的多维度的阐释上。笔者在《新闻心理学》^①一书里对新闻心理学的对象作过如下表述：“新闻心理学是探讨新闻活动认识主体在新闻传播活动中心理现象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体沟通、组织沟通和人际沟通相互渗透的环境里，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机制和心理机制的科学。”这个界定为新闻心理学的研究对象提供了一个大概的、比较抽象的框架。本书拟从新闻心理与新闻行为、新闻心理现象与新闻心理生活、新闻传受者的心理互动及新闻心理共有的和特有的心理现象等几个方面，对新闻心理作更加广泛的阐明性的叙述。

1. 新闻心理和新闻行为

（1）新闻行为

^① 刘京林主编：《新闻心理学》（全国高等教育自学考试教材）武汉大学出版社，2001年，第1页。

我国已出版的若干新闻心理学著作（包括笔者的有关著作），对新闻心理现象的表述，几乎没有一本直接提出研究新闻行为。如张骏德和刘海贵认为，“所谓新闻心理学，就是以人们在新闻实践中产生的心理现象和心理活动过程为研究现象的科学。”^①徐培汀等人指出，新闻心理学“是一门研究新闻工作和新闻活动中的心理现象特点和规律的科学”^②。虞达文将新闻心理学定义为：“是研究新闻传播过程中新闻传者和新闻受众的心理现象、心理过程及其规律的科学。”^③事实上，新闻行为应当是新闻心理学的一个重要的研究现象。理由有二：其一，根据“心理学的分支学科需要心理学主干的撑托，才能固本繁枝的道理”，新闻心理学这门心理学的分支学科的研究对象理应以心理学研究对象的演变过程为依据。心理学的研究对象“从长期属于哲学，到开始被视为科学，心理学在内容上都只是涉及人类精神或心理方面的问题。至本世纪 20 至 60 年代的一段时间，心理学的界说又改变成为：心理学是研究行为的科学。行为（behavior）一词所指者，是由观察所见的人类或动物的外显活动。此一界说维持了 40 年，直到 70 年代才再度改变为：心理学是对行为与心理历程的科学研究”^④。

其二，心理现象和心理活动（或心理历程）是关于心理的静态和动态的描述。心理现象是观察者对种种心理反映及反应的总结、概括，如人的能力、气质、性格等；而心理过程，如认识过程、情绪情感过程、意志过程等，反映出人的心理是一个不断变化、发展的历程。而心理和行为则表述人的心理具有内隐和外显这样两个纬度。心理和行为与心理现象、心理活动不矛盾。因为无论是内隐的还是外显的心理和行为都存在着所谓静态和动态之分。不过心理学科学的“研究对象，特别看重了解人的行为。在发达国家，心理学研究范围比较广，包含了人类体验的所有方面：从脑的功能到国家行为；从儿童的发展到人的老年过程，总的目标是理解人的行为”。故而有心理学家认为“心理学是一门行为科学”^⑤。

其三，虽然人的心理活动是精神活动，但它和行为密不可分。因为“研究心理规律要通过行为来研究”^⑥，正如有研究者所言：“人的行为是在头脑亦即心理的支配下发生的。心理是行为的内在动因和支配力量，行为是心理的外部

张骏德、刘海贵：《新闻心理学》，安徽人民出版社，1987年，第1页。

徐培汀等：《新闻心理学漫谈》，新华出版社，1988年，第2页。

虞达文：《新闻心理学》，新华出版社，2001年，第20页。

张春兴：《现代心理学》，上海人民出版社，1997年，第3页。

⑤ 张厚燊：《心理学应该大有所为》人大复印资料《心理学》，2002年5月，第82页。

⑥ 同上第83页。

表现或外化。心理学固然是研究人的心理的，但心理常常会支配行为并见之于行为。因而心理学也不能不研究人的行为。”^① 还有学者认为：“近年来学术界对人类心理与行为的研究，出现了一种由对个体内在心理活动的透视转向对处于大千世界中的人与其他人相互关系的探讨这样的倾向，关注的焦点由内在的心理容器（container）转向外部的人的世界。”^②

这种从人的心理研究由内至外的转变，不仅在于就一般而言的行为易于观察，而且它还是检验心理的重要标准；另外，研究心理学（包括新闻心理学）的对象，应当落实到人的行为上。这一点可以从以下这段言论中得到启发。2003年5月30日，《人民法院报》刊登了署名楼夷的一篇《人们为什么关注蒋彦永？》文章中有这样一段：

“如果说善良的人总是大多数，那么有良知与致良知还不尽相同。蒋彦永不仅是有良知的好人，更可贵的，他还是致良知的英雄、一个正义精神的使者。有良知与致良知之别就在这里。有良知而不敢公开发表，是为沉默的好人；有良知而敢于实言实行，是为致良知的勇士。

我向来认为，无论内心是怎样的好，只要没发出声音，就是无多大的用场。沉默，是不折不扣的精神自杀。如果善良的大多数总是以沉默的姿态面对似与自己‘无关’的不幸，那么注定避免不了日后‘无暇自哀’。

我相信蒋彦永教授面对‘非典’疫情不乏理性思考却不同于清谈，是贯穿在致良知的行动中。蒋彦永教授以直言直行为我们诠释了理性思考的大意：理性是睿智，是果敢，而不该成为懦弱无为的托辞。”^③

（2）新闻心理

新闻心理虽然是内隐的，难以直接观察到，但它无疑也是新闻心理学的一个重要的研究对象。正如台湾心理学家张春兴先生所言：“人性”所指为全人，即人的“内在与外在一切活动，心理学虽以外显行为为起点，但研究目的则旨在了解内在的人性”^④

新闻心理与人的心理一样也具有三个层次即意识（心理的高级形式）、一般心理和深层心理（潜意识）。新闻传者的采制编播活动属于心理的高级形式，在这些活动中能充分反映出他们的智慧、才华和创造性。新闻传者的一般心理

方强：《为把心理学建设成为真正成熟的科学而努力》，载于《当代中国心理学》人民教育出版社，2001年，第249页。

高峰强：《现代心理范式的困境与出路》，人民教育出版社，2001年，第161页。

蒋彦永，中国人民解放军总医院的医学专家。2003年初SARS幽灵在中国内地肆虐。当时政府的有关部门还未对此给以足够的重视时，他勇敢地署名上书直言“北京的疫情大大超出当时卫生部门所公布的官方数字”该文于2003年4月9日被美国《时代》周刊刊登。

张春兴：《论心理学发展的困境与出路》，人大复印资料《心理学》2003年1月，第19页。

主要表现在他们的感知、记忆、思维、言语等认识活动中，而潜意识则与新闻传者的灵感、文风、情结等相关。

近些年来我国已出版的有关新闻心理学专著，已对新闻传者、采访对象、新闻受众心理作了较多的研究，包括：新闻工作者的心理素质（如新闻传者的情绪情感、意志力、能力、气质、性格等）；新闻采访心理（像新闻采访中的社会认知效应）；新闻写作心理（如新闻写作中的创造性思维）；新闻编辑心理（如新闻编辑的向性、场独立性）；播音员、节目主持人心理（如应变、移情能力）；新闻受众心理有受众的注意、记忆、联想，动机、需要、兴趣，以及受众的逆反心理、从众心理等。但是，由于人的心理现象极端复杂，又因为我国新闻心理学研究者队伍的力量还比较薄弱，所以我们关于新闻心理的研究还十分肤浅。至今仍有许多待研究的课题，比如，对中外新闻从业人员的新闻写作风格及人格特征作跨文化的研究；对记者新闻敏感的生理、心理机制进行实证研究；对影响播音员、主持人应变能力的主、客观因素作量化或质化的分析；对内隐的社会认知在受众接受新闻信息中起的作用进行探讨等等。

2. 新闻心理现象和新闻心理生活

新闻心理现象和新闻心理生活构成了新闻传受者心理和行为的又一个新的纬度。它们体现出新闻传受者的心理和行为既有普遍性又有多元性的辩证关系。有研究者认为：“人的经验有两种，一种是生活的经验；一种是科学的经验。生活的经验是个体的主观感受，是不可重复的，具有一次性和历史性。科学的经验则是可以重复的，在适当的条件下可以重现。”^①按照这种观点，新闻心理生活属于生活的经验，它是传受者“个体对世界的一种心理把握和体验”^②。它表明人的心理生活的丰富多彩和纷繁复杂。比如，同一条新闻可能会引起截然相反的反应。而新闻心理现象则属于科学的经验，它更侧重表现出新闻传受者心理和行为的普遍性。人们的认知偏差往往惊人地相似。它说明传受者的心理有规律可循。下面仅从新闻受众的认知规律为例加以说明。

(1) 把握新闻受众共同的认知规律，提高新闻传播的效果

心理学家通过实验和观察，总结了许多认知效应（即规律），像首因效应、近因效应；定势效应、刻板效应（即刻板印象），名片效应、名人效应，自己人效应，光环效应、扫帚星效应，合法化效应，异性效应，皮克马利翁效应等等。它们可以在适当的条件下重新再现，属于科学的经验。这些认知效应同样

周宁：《‘独白的’心理学与‘对话的’心理学》，人大复印资料《心理学》，2003年第3期，第5页。

同上。

适用于新闻受众。美国三大对外广播电台之一的《自由》电台，曾经拟有一份共计十二条的《对外广播新闻类节目编播基准》。这十二条编播基准就是建立在听众接受心理共同规律之上的。“广播作为传播手段的主要特点是，它保存着人类自然言语交往的诸多因素，比其他媒体更简单，更接近于人际交往。所以，我们办新闻广播，要让听众愿意听，听得明白，能听懂我们的意思，就必须了解、针对并善于运用那些固定在人类遗传密码和社会交往经验中的有效获取声音信息的习惯性反应。这是我们整个地球上的人类用耳朵收听新闻广播的共同基础。”^①这里的听众“有效获取声音信息的习惯性反应”即人们认知的定势效应。有教授认为，“这是全世界有经验的编辑记者都可能总结出的一些普遍意义的大体相同的新闻编辑业务准则……既可以为帝国主义的对外广播渗透服务，也可以拿来为我所用，用来改进和加强我们社会主义的对外宣传。”^②

(2) 认识新闻受众的个体差异，多角度地把握受众心理

理论上讲新闻传者似乎可以认识受众心理，但实际操作却非常艰难。以电视收视率为例。什么叫收视率？是指“在一定的时段内收看某一节目的人数（或家户数）占观众总人数（或总家户数）的百分比，即：收视率 = 收看某一节目的人数（或家户数） / 观众总人数（或总家户数）”^③。目前，CSM（央视一索福瑞媒介研究）采用的收视率数据采集方式主要有日记法和人员测量仪法。这两种方法主要是靠采集收看某电视节目的人数来判断该节目的收视率。有不少媒体领导又是以收视率来判断新闻从业人员的效绩。这带有较大的片面性。固然，收视率可以在一定程度上说明某节目的质量，但是由于受众的思想观念、政治立场、性格爱好、文化水平、生活习惯、宗教信仰、部族态度、时尚追求、家庭教养等越来越多样化，因而，他们对同一电视节目的评价不会是一种尺度，所以只凭收视率调查来判断某节目（栏目）的优劣显然是不可靠的。收视率只能说明在某个时期、某个地区的受众对于某个或某类节目收看的数量，并不能完全反映某个节目（栏目）质量的高低。所谓“叫座不叫好或叫好不叫座”就反映了这个问题，因为收视率无法测出人们收看时的动机、需要和态度。像收看同样一个有关捉小偷的社会新闻，绝大多数受众从中积累了防扒经验，以免今后上当受骗；而扒手则可能积累的是作案经验，以免被捉住。所以，要想真正了解受众接受电视节目的效果，除了调查收视率外，还需要增加座谈、访问等方法，多方面收集受众的反映，只有这样才有利于提高新闻报

洪沫：《评介美国的一份对外新闻播报准则》，载于《国外听众反映》2003年10月，第50~51页。

同上。

陈静：《什么是收视率》引自《北京青年报》，2002年11月29日。

道的社会效益。

3. 共有的和特殊的心理

有研究者在探讨大众传播心理现象时曾指出“共有”和“特有”的概念。所谓“共有的心理现象”是指“应用心理学理论解释传播现象”，“如可读性研究、图式研究”等。^①普通心理学里有关人的感知、注意、记忆、思维、想像、言语等的许多研究成果都可以在新闻活动中得到应用。像知觉的四个特征：选择性、整体性、理解性、恒常性同样适用于新闻受众的认知规律。而“特有的心理现象”是指在“传播活动中是否存在其他活动中不能充分表现的的心理现象……”^②如心理真实、心理感应、晕话筒（镜头）现象等，晕话筒（镜头）现象主要出现在大众传播活动中的采访阶段。对记者的采访，特别是伸话筒和给镜头时，有的采访对象被话筒或镜头搞“晕”了，一时出现意识狭窄、情绪紧张、不知所措的窘态。这类问题报刊记者采访时也会遇到，不过相对而言，电子媒体对采访对象的压力更大。研究传播活动中特有的心理现象及其规律是传播心理学研究的重点，也是传播心理学得以成为一门独立学科的标志。而特有的心理现象是建立在研究共有的心理现象基础之上的。虽然该研究是探讨大众传播心理学的，但可以将这些理念迁移于新闻心理学的研究中来。尽管新闻心理学与大众传播心理学不能相互替代，但它们之间有许多互相交叉之处。在新闻心理学的研究中同样也存在“共有”和“特有”的心理现象，也应当以“特有”的心理现象为研究重点，并在此基础上建立新闻心理学的学科体系。可是从新闻心理学的研究现状看，找不到多少“特有”的心理现象。这可能与新闻心理学的两个母体学科：心理学和新闻学都还不够成熟有关。有学者认为：“心理学从来就不是一个统一的学科，用科学哲学家库恩的话来说，心理学缺乏一个稳定的范式，从来没有像其他规范科学那样拥有一个学科共同体都能接受的理论基础。”^③因此，心理学目前仍处于“前科学”或“准科学”阶段。又有研究者认为：“新闻学是比较年轻的学科，和其他学科相比，它还不成、不稳定。”^④作为两门都还不成熟的学科的交叉学科新闻心理学，离它自己的“独立日”遥不可及。打个比方，有心理学家形容“自冯特创立科学心理学至今，心理学度过了发展的婴儿期，现已长成蹒跚学步的幼童。唯其尚

刘晓红：《试论传播心理学的研究内容》（刘京林、周光荣《新闻心理学论文集》，北京广播学院出版社，1996年，第31页。

② 刘晓红：《大众传播心理研究》中国广播电视出版社，2001年，第345页。

③ 叶浩生：《现代心理学的困境与出路》人大复印资料《心理学》，2002年10月。

④ 李良荣：《新闻学导论》高等教育出版社第3页。

幼才会有青春期。’^① 据此推断，大概新闻心理学目前只能处于婴儿期。

面对新闻心理学的现状，对新闻心理现象的研究最好分为两步走。第一步，继续运用心理学的基本理论和知识于新闻传播领域，即研究共有的心理现象；第二步，逐步过渡到研究新闻心理学的特殊心理现象（当然也可以有部分内容与研究共有的心理现象同步进行），为成为一门独立的学科作准备。这中间可能需要几十年，甚至上百年的历史。以教育心理学的研究历程为例。“教育心理学是心理学的一个重要分支，属于应用心理学的一个领域。但它并非是普通心理学在教育工作上的简单的应用，而是有其自己特殊的研究对象、理论和方法的一门独立的科学。”^② 教育心理学能从应用心理学的一门学科成长为一门独立的科学，“如果以桑代克的《教育心理学》的出版（1903年）为起点，也有98年了。”^③

4. 新闻传受者的心理互动

(1) 新闻信息流和新闻传受者的心理流

新闻传播的过程也即新闻传受者心理互动的过程。有研究者认为在网络新闻传播中“主要有两种类型的内容进行传播，一种是信息流，一种是意见流。在这里，信息是指那些由各种组织或个人分布的纯新闻或信息，意见流则是指由信息所直接激发的主观认识与观点，类似美国社会学家罗杰斯所说的‘影响流’，……”^④ 从新闻心理学角度看，所谓意见流（或影响流），就是指新闻传受者的心理流。虽然传统媒体中的意见流不似网络新闻那么明显、那样频繁，但同样也大量存在。

新闻信息流与新闻传受者的心理流“虽然有极大的相关性”，但是它们分属两种传播结构。新闻信息是刺激物，而心理流则是刺激的结果。新闻信息流和新闻传受者心理流，有时是同步进行的，有时却不一定总是“结伴而行”。前者，如观众的心理活动随着新闻联播的进行而进行；后者则如某观众对某个新闻报道产生逆反心理时，可能会关机，拒绝继续收看。虽然这条新闻的信息流仍在“流动”，但对于这位观众而言，他接受这条新闻信息的心理流被阻断了。

(2) 新闻传受者的心理互动需要共同的逻辑起点

^① 爱森克著 闫巩固译：《心理学——一条整合的途径》，华东师范大学出版社，2000年，总序第3页。

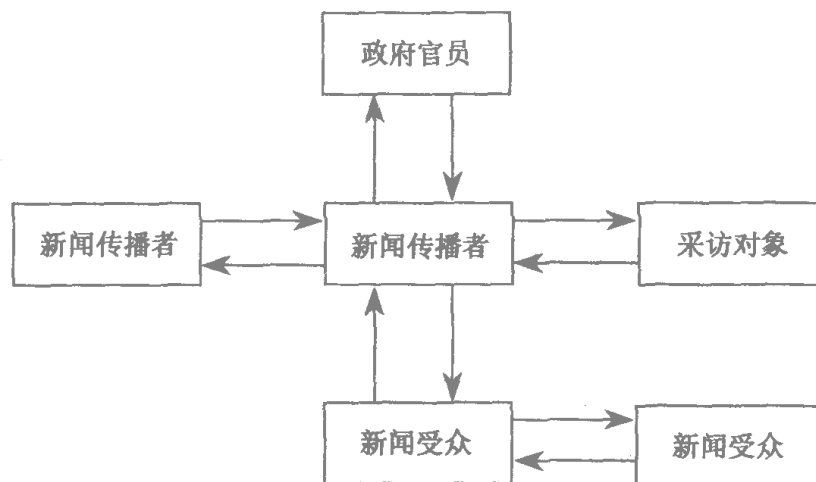
^② 车文博：《心理学百科知识咨询》浙江科学技术出版社，2001年，第650页。

^③ 冯忠良：《教育心理学应向何方》《当代中国心理学》人民教育出版社，2001年，第355页。

^④ 彭兰：《网络新闻传播结构的构建与分析》载于《国际新闻界》2003年第1期，第54页。

新闻传受者的心理互动是有条件的，他们之间要有“相应的文化参照点”^①，具有共同的“文化经验”和“相似的认知结构”^②，如同一种民族，使用相同的文字；又如不同的历史时期人们对同一个问题会产生不同的认识（大到对计划经济或市场经济的认识，小到市民对“膀爷”的看法）。总之，传受者对问题认识的共同的、基本的逻辑起点，构成了传受者产生良好的心理互动的前提。凤凰台名主持人陈鲁豫曾于 2002 年采访过寒春女士（她于 1948 年随丈夫阳早来到延安定居，并参与了半个多世纪的中国革命）感到“非常不适应”。因为寒春女士“时至今日对文革仍然报以由衷的赞叹”。她“不喜欢现在”。她与记者对“文革”的立场、观点、情感、态度南辕北辙，采访难以深入。陈鲁豫认为，这次采访“充分显示了我们不同的性格、文化背景和斗争精神”。^③

(3) 新闻传受者心理互动模式



对该模式作如下说明：

在新闻传播活动中，存在着多种多样的人与人之间的心理互动。如政府官员与记者之间（像开新闻发布会）；记者与采访对象之间的采访活动；新闻工作者与新闻受众之间（如打热线电话）；受众与受众之间（如意见领袖与其他受众之间的二级传播）；新闻工作者之间（如同一媒体中从事不同工作的人之间或不同媒体间新闻工作者的合作与竞争）。

① 彭兰：《网络新闻传播结构的构建与分析》，载于《国际新闻界》2003年第1期，第54页。

② 同上。

③ 陈鲁豫：《心相约》，长江文艺出版社，2003年，第193页。

新闻传播活动中，各类人的心理互动主要表现在不同的社会角色之间的互动。如记者的职业角色与受众或政府官员之间的非职业（相对与新闻工作者而言）角色之间进行。在某种情况下，职业与非职业角色之间可以出现暂时的角色互换，像受众去演播室暂时充当传播者的角色；又如记者招待会上，政府官员在回答记者提问时，又兼有采访对象的角色。

新闻传受者之间的心理互动既有良性的又有非良性的。例如，名记者对媒体组织中的其他成员会自觉或不自觉地因其自身的魅力，挑起刺激，搅动一潭死水，促使一些人行动，让另一些缺乏清晰认知的成员自主起来。这显然属于新闻主体间的良性互动；而发生于 2003 年 8 月 1 日在江苏省南京市的一起记者被打事件，则反映出“掌握新闻资源的政府部门”与“掌握话语权的新闻媒体”之间的恶性心理（行为）互动。

5. 新闻传受者的生理、心理机制

(1) 新闻传受者的生理机制

新闻传受者之间之所以能够进行信息传播，是因为他们之间存在着共同的内在的生理机制。所谓“生理机制”指人们在进行活动时，出现的相应的脑的定位、功能及其相互关系。目前，由于科技手段的局限，人类对自身脑的研究仍然处于“黑箱”或“灰箱”阶段，所以对人的生理机制还知之不多、知之不深。还做不到分辨不同职业者生理机制的差异。正如有研究者指出的：“现代神经生理学已告诉我们，人们的神经系统是基本相同的，一个人成熟后的神经系统也有很大的稳定性，那么造成这种输出信息的差别的原因就不能归结为生理机制。”^①这句话可以理解为，就目前脑科学研究水平，传受者的生理机制没有多大区别。这也是我们在生理层面上将新闻活动认识主体简称为新闻传受者的根据。尽管如此，利用已有的现代神经生理学的研究成果来分析新闻传受者的生理机制也是很有意义的。如根据受众观看电视时脑电波的活动变化来判断他们认知介入的程度。

(2) 新闻传受者的心理机制

新闻传受者的心理机制是探索其行为背后的心理依据，起到知其然（行为）又知其所以然（心理原因）的作用。比如，有研究者认为，媒体有关严惩贪官的报道，令受众（民众）大快人心。特别是对那些因对党内少数腐败分子非常痛恨而泛化到对党、对政府有不满情绪者，会在一定程度上起到宣泄作用。其实，对绝大多数老百姓来说，他们个人的生活状况与某个党内腐败分子

沙莲香主编：《传播学——以人为主体的图像世界之谜》，中国人民大学出版社，1999年，第265页。

的作恶和倒台并无直接的因果关系。但由于“泛化统合”^①机制的作用，他们常常会在潜意识里将这二者统合在一起，形成一种似是而非的因果关系：好像严惩贪官会影响到自己的生活水平的变化，憧憬会因此增加自己的收入。受众的这种认知偏差，有助于宣泄内心的怨气，客观上可能会起到稳定社会的作用。

又如，新闻记者的应变能力。记者的应变能力有很大的个体差异（心理学家经常通过测量“反应时”来判断人的反应能力。“反应时”指从刺激出现到机体作出反应之间所经历的时间）。有的人无论处于何种环境，特别是面对突发事件能应付自如，出色地完成任务。应变能力是外显行为，有心理学家认为其内在心理机制重要表现为创造性思维，可以说，创造性思维优异者其应变能力也比较强。创造性思维有三个特征：思维的流畅性（如表现在对现场发生的变化能迅速、顺畅地作出反应）；思维的灵活性（如表现在能根据现场的变化机智、灵活地应对）；思维的独创性（如记者有较强的主体意识，对现场变化能作出不同寻常的既带有新异成分，又合情合理的反应）。

二、新闻心理学的学科性质与研究领域

（一）新闻心理学的学科性质

新闻心理学是心理学和新闻学相结合的一门交叉学科，属于应用心理学。在应用心理学里，有一部分偏于自然科学，如生理心理学、医学心理学；有一部分偏于社会科学（人文科学），如军事心理学、体育心理学。新闻心理学这门学科究竟应定位于自然科学还是人文科学？这与构成其的两个母体学科的性质直接相关。

1. 心理学的性质

目前，中外心理学家对心理学学科性质的界定趋于一致。我国心理学家车文博教授在其主编的《当代西方心理学新词典》中指出：“心理是在实践活动中人脑对客观现实的主观映象，故心理学是一门既有自然科学性质又有社会科学性质的中间科学。”丹麦著名教育心理学家苛费尔（Kvale, S）等人“尝试

^① “泛化统合”是一种心理机制。指“将相互之间不存在必然关联和显著影响的不同的事物，通过更改它们之间的关系而使之成为相互联系和影响制约的同类事物或同一事物的不同方面，进一步再将这些事物相提并论整合在一起。这种形式的类化统合机制通常是将事物之间的相关性联系和必要条件性的相互影响泛化为事物之间的因果联系和充分条件性的相互影响，从而使不同事物似是而非地统合为同一事物或同类事物的不同方面。如人们对收入微薄和贪污腐败，开放繁荣与各种社会问题出现等现象的认知判断，分析解说和相应的行为反应就反映和体现了这一机制在人们心理调适和行为应变过程中所产生的影响。”（《转型期中国民众心理行为的应变》引自《社会心理研究》2002年第3期，第18页。）