

林之达：《传播心理学新探》（第一章·绪论·第一节）

作者：林之达

第一章 绪论：传播心理学的建构革新

传播心理学是传播学和心理学交媾而成的新兴学科。由于传播学产生于二十世纪三十年代的美，七十年末才传到中国，时间不长，还未来得及解决她与心理学的有机结合问题。因而，传播心理学的建构问题值得提出来认真研究。

第一节 改革传播心理学传统的建构基石、思路和理论框架的必要

在着手进行这项国家社会科学规划·基金资助的《传播心理学研究》课题时，我遇到的第一个难题就是：如何把传播学与心理学有机结合而使传播心理学成为不与其它学科相混的有自己独立体系的学科？为解决这一难题，我考察了新闻学、宣传学、广告学、电视学、广播学、艺术学、教育学等一些以传播的外延为研究对象的学科与心理学的结合情况，发现这些学科与心理学的结合都存在着很大的困难。

“怎样才能使新闻学与心理学的结合不是‘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？”有学者认为：“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。”（1）而且，持这一观点的不只一位学者，甚至一位治学严谨的资深学者也感到“困难很大”。（2）是不是只有新闻学与心理学的结合才遇到如此巨大的困难呢？也不是。我们来看看与心理学结合得最早、最普遍的艺术学的情形吧。在（美）艾伦·温诺著的《创造的世界——艺术心理学》一书里，我们看到“用心理学知识来说明、解释艺术的规律，可以说是一个普遍现象”。（3）艺术学与心理学结合得如此早、如此普遍，该不会再有大的困难了罢？不，仍然有问题。《艺术与人类心理》一书里写道：“艺术学与心理学相交接时必然要暴露出许多严重的问题。卡尔·古斯塔夫·荣格（Carl Gustav Jung）曾说过，心理学不能解决文学艺术的本质问题。这句话由对文学艺术兴趣浓厚的心理学大师说出来，是殊为耐人寻味的，”“简单地将普通心理学和文艺学拼凑在一起就会成为既非心理学又非文艺心理学的怪物，它毫无价值。”

（4）再看，“发展最早、影响最大，也是世界各国师资培训唯一列为必修课”的教育心理学中的教育学和心理学又结合得如何呢？著名的教育心理学家张春兴教授说，这两门学科的“统合，一直困难重重，以至始终未能建立起教育心理学自身的独立体系。”（5）请看，与心理学结合得最早、最广的文艺学、教育学尚且没有解决好有机结合问题，那么，以传播的外延为研究对象的新兴学科如新闻学、宣传学、广播学、电视学、广告学。。。。它们与心理学结合的困难就会更大了。造成它们有机结合的困难是什么呢？通过初步研究发现，造成这些学科与心理学结合之难的根本原因主要有两个：

一是未搞清楚相结合两学科的研究对象之间的实际关系，即未搞清楚新闻与心理、宣传与心理、广播与心理、电视与心理、文艺与心理、教育与心理。。。。总之，传播与心理（6）的实际关系。如果搞清楚了传播与心理互为依存，相依为命，不可分割地联系着，那么，顺着二者密不可分的有机联系脉络去解决以二者为研究对象的传播学与心理学的有机结合就比较容易了。

二是旧的传播心理学（包括传播的外延领域中的各专业心理学）的建构思路就是：运用心理学的普通原理或从心理学的视角研究、解释传播（包括传播的各外延）领域中出现的心理现象和心理活动规律。“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，运用于新闻实践的科学。”（7）“教育心理学”就是“运用普通心理学的某些知识处理教育实践中的问题”。（8）艺术心理学就是“用心理学知识来说明、解释艺术的规律。”（9）“传播心理学就是运用心理学原理去解释人类在信息传播活动中的心理活动规律的科学。”（10）既然是运用心理学原理去解释专业学科领域中的心理现象，因而，其理论框架

自然就是照普通心理学的理论框架依样画葫芦。普通心理学的理论框架一般包括两个方面：

“一方面是心理过程，包括认识过程（感觉、知觉、记忆、思维、想像）、情感过程（喜、怒、哀、乐等）和意志过程（目的确定、困难的克服等）”；“另一方面是个性，包括个性心理倾向（动机、需要、信念、理想、世界观）和个性心理特征（能力、气质、性格）。（11）

我们翻开传播心理学（包括传播的外延中的各专业心理学）著作，大多数都是依照普通心理学的这个理论框架建构的，其主要内容大都有以下两部分：

一是传播者（记者、编辑、主持人、宣传员、文艺家、教师等等）和受传者（读者、观众、听众、学生、采访对象、消费者等等）的注意、感觉、知觉、思维、想象、情感、意志、记忆等心理活动或心理过程。

二是传播者（记者、编辑、主持人、宣传员、文艺家、教师等）和受传者（读者、观众、听众、学生、采访对象、消费者等）的个性心理倾向（需要、动机、信念、理想）及心理品质（气质、性格、能力）。

虽然不同的专业心理学或同一专业心理学的不同著作由于考察传播过程的不同（有的考察全过程；有的或只考察采访（12）或只考察写作或只考察编辑或只考察播发（13）或考查接受（14）等环节），或由于考察传播当事者构成的不同（有的只考察传播者；（15）有的只考察受传者；有的（16）对二者皆考察），其内容有所不同，但葫芦的对应部分大都是雷同于普通心理学理论框架的。如有一本《广告心理学》就是由“广告的感觉和知觉”、“广告与注意”、“广告的记忆与联想”、“消费者的需要、动机和广告宣传”等几大部分组成。（17）

我们不赞同把传播心理学定性为运用心理学的原理来描述、解释、解决传播领域（包括传播的外延领域）中的心理问题。因为：

第一，从心理学的特点和研究目的看，它不适合运用来描述、解决传播领域中的心理问题。心理学自呱呱坠地之后，经历了十分艰难曲折的道路。由于它的研究对象十分复杂，又由于它虽然从哲学中独立出来但并未完全摆脱当时占主导地位的唯心论和形而上学的束缚，长期以来一直难以找到正确的发展方向。最早研究灵魂，到中世纪改而研究心灵。十九世纪末，冯德的实验心理学诞生后转而研究意识。意识心理学声称要研究人的意识经验，但是它过份依赖当时发展比较迅速的化学生理学，从唯心论出发，认为心理学的唯一任务是分析心理经验的构成元素以及各种元素相结合的方式和规律，加上又采用一种十分狭窄的、脱离生活实际的内省法，因而取得的研究成果很难令人信服。人们普遍对意识心理学感到失望，所以很快被行为主义心理学淹没。行为主义心理学与意识心理学唱对台戏，反对把意识作为心理学的研究对象，认为心理学研究的应当是人和动物的行为，而把内部心理活动排除在研究对象之外。这种不研究心理的心理学自然不能解决心理学的基本问题，最终被诸如皮亚杰的发生心理学、人本主义心理学、认知心理学等现代心理学所取代。无论心理学各学派如何传承转折，也无论心理学的研究内容怎么样变化，其目的均在于根据行为或心理现象，揭示心理变化发展规律，以建立学科的一般理论，并不含有要解决传播领域（包括传播的各外延领域）中的实际问题的意图。因此，硬套一门基础学科的一般理论是很难解决传播领域（包括传播的各外延领域）中的实践问题的。

第二，传播心理学的一分支学科教育心理学已有前车之鉴。不仅海外著名的心理学家在总结教育心理学的发展历程时指出：“以往教育心理学误将纯属基础学科的心理学的原理原则，直接用于教育，致使理论无法付诸实践。”甚至国际上著名的心理学家詹姆斯1899年在其出版的《与教师谈心理学》一书中指出：“如果相信心理学的原理、原则可直接用于教育（领域），就犯了天大的错误。”因为直接应用心理学原理、原则不能满足学校教育需要，过份理论化的原则又不足以解决实际问题。如果把教育心理学的性质定为：“运用心理学原理原则在教育上的应用，则其发展就难免受到依赖和等待两大因素的限制：依赖是依赖心理学的原理原则解决教育问题，等待是等待心理学的基础研究去发现新的原理原则”，而教育心理学自身反而无所作为了。（18）如果我们也采用运用心理学的原理原则来描述、解释、解决传播中的心理问题，其结果也可能是：传播心理学自身也反而无所作为了。

第三，这种运用普通心理学原理来解释、描述传播领域（包括传播的各外延领域）中的心理现象的做法有如下的缺点：

首先，所看到的心理现象是零散的，很难看出这些零散的心理现象是一个有内在联系的有机系统。这就好比是用心理学理论框架这把刀，把本来是活生生的一个有机整体的新闻过程、宣传过程、广告过程、电视过程、广

播过程、文艺过程、教育过程……总之，把本来是活生生的一个有机整体的传播过程切割成一堆杂乱的碎片。

之二，看不到传播（包括传播的各外延）与心理的必然联系，只感到二者“相关”、或“密切相关”或“有密切的联系”（19）只说明“看到了什么”，并未回答也回答不了“为什么”。

之三，这种建构思路、建构方式已被前述的实践所证明，会遇到“有如想要喝干海水般的艰难”。实践是检验真理的唯一标准，我们不能不正视实践的检验结果。

可见，旧的传播心理学（包括传播的外延领域中的各专业心理学）的建构思路、建构方式是走不通的，旧的思路所建构的传播心理学的理论框架应当重新建构。

[回首页](#)

来源：
阅读：2314 次
日期：2005-02-01

[【 双击滚屏 】](#) [【 评论 】](#) [【 收藏 】](#) [【 打印 】](#) [【 关闭 】](#) [【 字体：大 中 小 】](#)

上一篇：[林之达：《传播心理学新探》（第一章·绪论·第一节）](#)
下一篇：[asasa](#)

>> 相关文章

- [12121](#)
- [2121](#)
- [林之达：《传播心理学新探》（第一章·绪论·第四节）](#)
- [林之达：《传播心理学新探》（第一章·绪论·第三节）](#)
- [林之达：《传播心理学新探》（第一章·绪论·第二节）](#)
- [asasa](#)
- [林之达：《传播心理学新探》（第一章·绪论·第一节）](#)

发表评论

 点此选择表情符号

点 评：

用户 名： 密 码：

字数0

- 尊重网上道德，遵守中华人民共和国的各项有关法律法规
- 承担一切因您的行为而直接或间接导致的民事或刑事法律责任
- 本站管理人员有权保留或删除其管辖留言中的任意内容
- 本站有权在网站内转载或引用您的评论
- 参与本评论即表明您已经阅读并接受上述条款

备案号/经营许可证号：蜀ICP备05000867号

设计开发：阮思聪 QQ:54746245 Powered by: 打瞌睡

Copyright (c) 2003-2013 传播学论坛： [阮志孝](#)、[阮思聪](#). All Rights Reserved .