



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

## 新闻工作者的社会智能：再论记者与消息来源之互动 (6)

时间：2002-7-27 11:02:11 来源：中国新闻研究中心 作者：臧国仁、钟蔚文、杨怡珊 阅读506次

### (四) 「与消息来源互动的人际智能」(他人/认知)象限

社会智能的第四个象限，是所谓的「人际智能」，指能够了解并区分他人的需要、感觉、情绪、性情、动机、意向和行为的能力。一个通情达理的人常较具备人际互动的基本原则知识，也对人情法则较为知晓。以记者的工作来说，这个面向指记者能够洞察互动对象（即消息来源）的需要、感觉、情绪、性情、动机、意向和行为，从而成为进一步与其互动的行为准则。

例一：

「……引起这么大风波，所以他还打算做新书发表会，打算开记者会介绍新太太。你想，人怎么这么笨，人家一定会说，喔，你什么时候结婚的，人家会数日子，对不对？所以我就觉得，哎呀，这个人太没有戒心了……」（页28）。

例二：

「……你一定要懂得受访者的心理喔，有些事情他们是很喜欢亮相。所以，这个东西，记者是，心理学是很重要，我觉得，我在大学的时候，修的那门心理学，真的是对我非常受用，尤其一个记者，他是，不管做人的方式，或者是在这个处理的方式，他真的是，就是你一定要用很大的一个技巧……」（页9）。

例三：

「……以往你会注意到他（林清玄），因为我们关心彩銮（林之前妻），我们会从他的著作，因为一个作家，他透露的讯息，绝对跟他自己脱不了干系，就是一个记者也脱不了干系，很多人会从这篇文章来研究我是一个什么样的人，那我也会从他的文章去研究他是一个什么，对不对？……」（页?）。

例四：

- 隐性采访浅论
- 记者的采访心理危机
- 新闻采写需要求异思维
- 新闻由头的内涵与选择
- 对等原则在采访中的运用
  - 于静悄悄处抓新闻
  - 如何采访名人
- 免费采访的味道可好？
- 马屁精采访学（上）
- 名人采访收费该不该
  - 非言语信息采集
  - 专稿的采访

「……我（甲记者）也站在同情他（林清玄）的立场，我了解他的婚姻失败是怎么样，我站在一个同情者的立场，我想……。【但是】我还是记者【身份去拜访他】…所以这个东西是交杂的，我觉得是交杂的……」（页34）。

从以上举例可知，「对他人的认知」这个象限系指记者对互动对象的认知。如甲记者在其访问林清玄的过程中，曾经运用其原具有的人情法则（见上述之例一）、心理学知识（见上述之例二）、互动知识（见上述之例三）、人际知识（见上述之例四），来探测林有意向外界公开再婚讯息却无法体察社会可能质疑的心理，并以此知识作为其随后执行写作时的参考。

#### （五）情境的限制

本研究第二个研究问题为：「新闻记者工作领域中所须的社会智能包括哪些情境面向？」如前所述，情境影响了个人参与人际互动过程中的期待，也与参与者的意义接收与后续行为有关。情境粗略可分为「内在情境」与「外在情境」两者：前者指人际互动过程的参与者在互动时所面对的环境，此处指组织文化和报社立场对记者的影响。外在情境则包括物理及非物理环境，前此处专指社会、文化、历史情境以及有关读者的考量。

甲、内在情境：内在情境主要是指组织文化、上司作风和报社立场对记者的影响或约束。

例一：

「……但是我们编辑台非常着急，因为这个东西，很快就会传出去，如果【别的媒体】知道或【对手媒体】，他们一定做，因为林清玄是个太畅销书【作者】……」（页15）。

例二：

「……然后再加上，我觉得报社的立场太重要了。如果报社的立场支持你的话，你真的是很好做事……他【指报社】也有他的那个，那一样啊，他是一个大的法人或是大的一个，他要考虑他的立场，他要考虑他怎么去跟这个当事人的交往，他一样。那如果是你真的有背后报馆支持你，那么【真是可以】一无反顾了……」（页42-43）。 例三：

「喔，我们还是会写，会写，会要，因为不要你就独漏嘛，你漏得起吗？」（页43）。

从以上几个例子可以看出，记者处理新闻的过程中并非充分「自主」，而须考量报社立场、编辑政策、甚至友报的竞争威胁（参阅陈顺孝，2000）等因素。如甲记者即曾在访谈中提及，「那时候TVBS先出来了啊，那我们心里想，电视都出来了，那电视看的人比这个都还多，不赶快做绝对来不及了」（页35）。

乙、外在情境

1. 非物理情境：以下这几个例子是记者对于读者所在的整个社会大环境的考量：

例一：

「……但是这个林清玄事件是一百万册，就是可能一百万读者，我就想，不得了，一个记者的笔，他有时一写下来，是牵涉范围这么广……」（页3）

例二：

「……所以我到现在做任何事，我都会想到，这个是情势不是对大家有利、益处的……」（页10）。

例三：

「……对，我【读者】会有感觉的……」（页23）。

记者对「外在情境」的考量，主要是整个社会大环境，即该新闻事件可能造成的影响力与涉及的范围，如甲记者在访谈中不断强调联考泄题事件攸关十万考生和二十万家长，而林清玄的绯闻案影响所及则是多达百万册畅销书的读者与信众。

除了社会环境的考量外，记者心目中还有一群目标读者。在撰写新闻稿过程中，甲记者不时地与这群读者「对话」，揣摩他们的可能反应。以下例子就是关于甲记者对读者的考量：

例一：

「……那么回到家里的那个反刍过程中，我想是最重要的阶段，我会一直想我要怎么布局，所谓的布局我会想说，我要怎么样去吸引读者的目光，如果我不能把这个写出来，不能是让人家看了新闻，那这篇东西是失败的。所以我会用一个读者的立场，会用一个，我不断的想说，如果我是这个人，我会想要知道他什么。所以我通常非常认真的写leader【lead】，就是这个导言的第一段，或者是最前面……」（页13）。

例二：

「……我也在跟那个，那个看不见的读者对话，因为读者如果他是跟我们有这种佛学根基的话，他懂得说，我要表达是什么，我们要表达就是一个缘起的时候是怎么样，缘灭没有了，一切都没办法掌控……」（页25）。

例三：

「……因为我的老师曾经讲过一句话，他说，其实你只要我手写我口，你想讲什么你把它【以

下记录遗失】。但是这个反刍过程中，我会把我想要讲什么，全部先有个架构出来，那我会想，我要呈现给读者的是一个什么样面貌，所以我主题抓得很好，很容易就抓到一个重点像……林清玄这个事情，嗯，当然，报喜讯是最重要的，他再婚了……」（页13）。

例四：

「……对对，这个我就是道出来，因为真的读者他就可以认真知道我在传递什么讯息。所以基本上，一般人是不太会那个，但是我以一个做文字工作者，我一定要传递的是一个什么讯息，你要认清人生的本质，生命的本质，事实上，真的就是一个苦……。所以我要传递的就是这个讯息，那我要告诉你【读者】，你们不要看一个人这么风光，他背后是什么，这个是我传递的。这也就是一个引爆出来的最重要，因为，我们大部份人看到的是一个表面的东西，内涵的东西看不到，但是内涵的东西就在里面……」（页21）。

例五：

「……我要报导的，就像我想要透露的一个本质，就是说，人生真的是太多表面的东西，你【读者】看不到真面目……。我意不在制造这个这么大的一个话题或什么，我想，我倒希望很多读者能像你【研究者】那么认真的看，认真的思索，到底这是怎么一回事……」（页22）。

2. 物理情境：指记者与消息来源互动时的环境，如透过面对面接触，或是透过电话联系。甲记者认为，面对面采访那种直接的感觉非常重要，可以影响其下笔的走势。

例一：

「……我到那里都一样，任何事情，不是我亲自采访，亲自看到，我即使用一通电话我也不太愿意，所以很微小的事情我还是要亲自到，还要亲自见到本人，因为你那个感觉太重要了。你在隔了一个电话，只是一个线上，你没有办法看的面对面，我觉得人跟人之间的相处，那种直接的感觉太重要了。尤其像我这样子，心思很密，而且很感性的人，我很希望直接的感觉，直接的感觉可以影响一个笔的力量，一个笔的走势，一个笔的铺陈，什么都可以。所以，我觉得就是说，不管新闻大小，那个直接投入的力量是绝对必要的……」（页10-11）。

### 三、本节小结

综观上述分析可以发现，记者在新闻工作领域中经常运用到的知识和技巧，在「人」这方面包括「对自我角色与定位的认知」、「对他人（消息来源）的认知」；「工作」方面包括「建立人际关系」、「采访技巧」和「写作策略」；「情境」考量方面，则包括内在情境的「组织文化」和外情境的「读者」、「社会文化情境」这几个面向。将这些面向拿到社会智能的四个象限中来看，第一象限「对自我（角色）认知」的内涵包括对记者身份或对新闻理念的认知（如新闻专业的条件），以及个人的后设认知和自我定位。第二象限「自我／执行」指记者如何将其新闻理念落实于采访报导过程中（如纪实避祸的手法与写作策略）。第三象限（他人／执行）是记者将其对他人的了解落实到新闻报导，如与消息来源互动并争取其信任，愿意揭露真相。第四象限「对他人的认知」主要专指记者对互动对象（如读者和外在世界）的认知。

相关文章: 新闻工作者

- [历史转型期新闻工作者社会竞争力的提升 \(2003-11-2\)](#)
- [将新闻传媒建设成学习型组织——对培养新闻工作者学习力的思考 \(2003-10-17\)](#)
- [黑龙江公布《新闻工作者“八不准”》 \(2003-8-22\)](#)
- [思考新闻工作者的独立性 \(2003-7-30\)](#)
- [新闻工作者的“激励器” \(2003-2-15\)](#)

[>>更多](#)

新闻工作者的社会智能: 再论记者与消息来源之互动 (6) 会员评论[共 0 篇]

我要评论

会员名:

密码:

提交

重写

[关于CDDC](#) ◆ [联系CDDC](#) ◆ [投稿信箱](#) ◆ [会员注册](#) ◆ [版权声明](#) ◆ [隐私条款](#) ◆ [网站律师](#) ◆ [CDDC服务](#) ◆ [技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉, 请点[这里](#)在线提交!

◆ [MSC Status Organization](#) ◆ [中国新闻研究中心](#) ◆ 版权所有 ◆ 不得转载 ◆ Copyright © 2001--2009 [www.cddc.net](#)  
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反, 追究法律责任.