

21 世纪英语播音主持系列教材

BROADCAST INTERVIEWING
IN ENGLISH

英语采访艺术

© 林海春 著

中国传媒大学出版社

英语采访艺术

◎ 林海春 著

中国传媒大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

英语采访艺术/林海春著. —北京: 中国传媒大学出版社, 2008. 7

ISBN 978-7-81127-317-5

I. 英… II. 林… III. 广播电视—新闻采访—英语 IV. H31

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 117244 号

英语采访艺术

作 者 林海春

责任编辑 阳金洲

责任印制 曹 辉

封面设计 源大设计工作室

出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学出版社 (原北京广播学院出版社)

社 址 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编: 100024

电 话 65450532 或 65450528 传真: 010-65779140

网 址 <http://www.cucp.com>

经 销 新华书店总店北京发行所

印 刷 北京中科印刷有限公司

开 本 730×988 毫米 1/16

印 张 19.5

版 次 2008 年 10 月第 1 版 2008 年 10 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-81127-317-5/H·317 定价: 39.00 元

版权所有

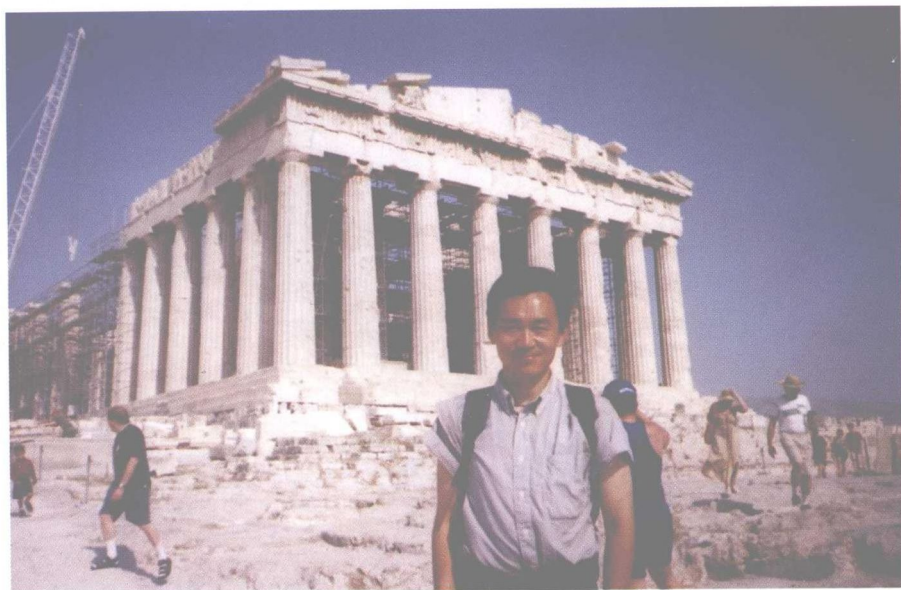
翻印必究

印装错误

负责调换



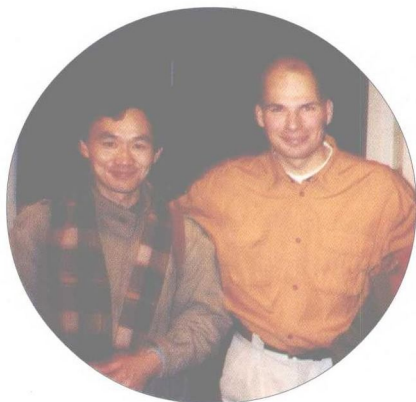
在瑞典大选期间采访时任首相业然·佩尔松（Göran Persson）先生



在希腊雅典帕尔特农神庙为纪实片《影像中的欧盟》采外景



在湖南长沙采访电影《周恩来》中邓颖超扮演者郑小娟女士



在瑞典采访著名登山家 Göran Kropp



在湖南韶山采访“毛家饭店”女主人
汤瑞仁女士

前 言

这是一部关于采访的书。更确切地说,就是关于如何问你想问的问题,并能得到应该得到的答案的书。然而,笔者在此强调:这是专门为那些从事和即将从事广播电视领域里的对外广播这一组从业人员而写的。可见,这不是一本人们所熟悉的、一般意义上的对记者采访技巧的介绍的书。因为,本书中谈及的记者并不是那些经常为我们提供新闻报道的从业人员,而是那些为海外受众提供报道的、以采编播为一体的记者型的广播电视英语节目主持人们。

为什么要写这样一本理论专著呢?总体来说是由以下两个原因引起的。

首先,从它所诞生的背景来看。

微观方面,即在国家一级层面。越来越多的广播电视节目频率及频道,已经构成庞大的媒体声像传播网。与此同时,越来越多的广播电视节目形式,构成了现代社会中受众的生活内容。而最为直接影响受众视听的节目形式,是对外广播节目中的英语节目。因为这类节目形式不仅将异域文化介绍进来,而且也将本土文化介绍到国外。更为重要的是,受众直接感受到英语作为国际通用语言所形成的强大传播效应。

宏观方面,即在国际一级层面。越来越多的交流节目跨越国界呈现在受众的面前,虽然说这是“媒体声像传播全球化”所形成的“文化侵略”、“文化渗透”的最直接表现形式,但是,在这一形势下,越来越多的国家建立了以非母语英语为传播语言的、称之为“国际频道”的广播电视节目。

在如此的背景里聚焦用非母语英语进行采访的话题,就有了解释、构筑这本专著的必要性。有些从事媒体对内广播的从业人员很直接地说:“采访无学。”笔者对这一认识是否能站住脚,在此不做进一步的展开论述。但是,当一

位从事对外广播的从业人员手拿话筒面对受访者时,即便是用母语来引导受访者回答问题,思维状况还是同从事对内广播的采访者有很大不同的。这种不同,不仅仅是职业定位特点形成的、规定的,更是来自于对外广播采访这一职业形成的独到学问的体现。而这一“独到学问”,笔者认为可被称之为“艺术”。

其次,从不同从业人员的角度来看。

对于从事对内广播的从业人员而言,谈及采访,他们就会想到它是达成讲一个好故事的、提供给受众一个好报道的前提。不错,然而,对于从事对外广播的从业人员来说,对内广播的“好故事”就不一定是对外广播所要寻找的;对内广播的采访者用于采集“好故事”的话语方式,就不见得适合对外广播所要达至的文化情境;对内广播的采访者所面对的大部分受访者也与对外广播所选择的完全不同。

同时,对于从事对内广播的采访者来讲,进行“采访”,就是如何建构一个好故事与采访的关系的问题。这种认识还是很接近专业的说法的,也是很多从业人员通过较长时间而得出的心得,颇具一定意义上的价值。但是,寻找到一个“好故事”很容易,听一个“好故事”也很容易,而将一个“好故事”建构成既符合新闻学原理,又适合对外广播特点的过程就不那么简单了。更何况,在新闻领域里的采访所涉及的“故事”是与小说似的“故事”完全不同的。一般的媒体从业人员都明了:前者完全是基于事实而建构的,而后者则是完全靠编故事者的凭空想象能力。更重要的是,新闻领域中的采访是通过双方“对话”的方式进行的,这就需要有对话的“出发点”、“目的”及为促成目的实现的“问题”。

在此要特别强调的是,这本书不仅仅局限于介绍采访,也不是论述人们已有印象的对一般广播电视节目的采访,而是一部专门解释对外广播声像节目采访的论著。所以,根据这一从业领域的专业流程特点,这也是一部关于拿起话筒前、拿着话筒及放下话筒后所形成的一系列心理及行为的专著。既然涉及如此的过程,那就有赖于相关的框架作为基础来建构如此的理论著述。为了便于读者更清晰地理解和阅读,笔者在此就将所涉及的理论简要地罗列一下,它们是:跨文化传播学、跨文化心理学、跨文化认知心理学、文化学、全球化媒体传播研究及全球化情境中的新闻等。

显而易见,这是一部试图为有志投身于及正在此领域努力着的新闻与传播学生和从业人员拓宽国际视野、加强跨文化交流能力提供帮助的专著。尤其是考虑了在当今的全球化媒体声像传播形势下,在“新闻传播学”研究领域攻读硕士及博士学位的研究生们,会有理解理论、体会实践意义上的启发。

因此,提到“采访”,人们并不陌生,最起码会在眼前浮现出这样的画面:手持话筒的记者、主播台上的主持人与受访者进行着交谈。有轻松的谈笑风生式的,也有庄重的时事探讨型的;有单纯的朋友聊天式的,也有一对一近乎审问式的。然而,在这些人们已经非常熟悉的画面后所具有的从业人员经历的心理状态和职业素质,却是行业外的人们所不能想象到的,也是从业人员需要明了后而努力才能达成的。

这就引出了本书所聚焦的论点,即英语广播电视节目采访的出发点、目的及相应的理念和技巧是什么?不言而喻,技巧就是艺术化地进行工作。这一点,可能与有些从事了多年媒体传播工作的人们反复强调的“只有真诚而无技巧”的说法有鲜明的出入。那么,笔者在此明确地指出:持有如此观点的从业者们在其工作过程中,还没有遇到真正意义上的受访者。同时,没有技巧的采访素材是不可能做成独一无二的节目的。因此,本书就很明确地冠以“采访艺术”。

为了全面、系统而又深刻地探讨、分析和论述这一问题所涵盖的方方面面,本书将分为以下几个章节来展开相应的主题解释。

第一章笔者将介绍英语广播电视节目采访与一般节目采访的关系。主要包括三个方面:对内广播电视节目采访;英语广播电视节目采访;英语广播电视节目采访与对内广播节目采访。

第二章,笔者探讨英语广播电视节目采访的定位。主要分五个方面展开:英语广播电视节目受访者的选择原则;英语广播电视节目采访问题的设定范畴;英语广播电视节目采访者的态度;英语广播电视节目采访问答互动的把握;英语广播电视节目采访实地情境中的运作。

第三章,笔者分析英语广播电视节目采访的实质。主要集中在以下几个方面:英语广播电视节目采访的出发点;英语广播电视节目采访的形态解释;英语广播电视节目采访的跨文化交流效应;英语广播电视节目采访的跨文化心理视角。

第四章,笔者将全面介绍英语广播电视节目采访的风格分类。包括:英语广播电视节目采访之“生活拾零”;英语广播电视节目采访之“历史时事说”;英语广播电视节目采访之“诠释调查”;英语广播电视节目采访之“被聚焦群体”;英语广播电视节目采访之“文化访谈”。

第五章,英语广播电视节目采访的“哲学说”。笔者在本章具体地揭示了用非母语英语进行采访形成的跨文化传播效应。由于使用非母语英语采访制作的广播电视节目是为了对外广播的,这样,节目的指向性所形成的定向传播效应就非常明显了。所以,本章所触及的主题为:英语采访聚焦“个体”与“世界”的关系;英语采访展示“个体”与“意义”的关系;英语采访解析个体的思想形态;英语采访引发跨文化交流中双向“主观诠释体”的碰撞。

完成这些内容的书写,也是笔者对这些年在媒体声像传播领域的所经所历的回顾和总结。将其与对学术理论的感悟联系起来是因为经过了近二十年的积累的结果,也算是完成了一项极为艰苦的劳作。只要能对需要这份知识的人们有所启示,就是最好的回报了。希望在媒体声像传播领域实现自我价值的人们达成心愿!

作者:林海春

2008年3月28日

北京

目 录

前 言	(1)
第一章 英语广播电视节目采访与对内广播节目采访	(1)
第一节 解析英语广播电视节目采访	(2)
第二节 英语采访者承担的独特负荷	(8)
第三节 两种采访指向的“文化认同”不同	(24)
第四节 两种采访展示“文化心理”的方法不同	(26)
第二章 英语广播电视节目采访的定位	(29)
第一节 英语广播电视节目受访者的选定原则	(29)
第二节 英语广播电视节目采访问题的设定范畴	(45)
第三节 英语广播电视节目采访者的态度	(63)
第四节 英语广播电视节目采访的类型	(67)
第五节 英语广播电视节目采访实地情境中的运作	(79)
第三章 英语广播电视节目采访的实质	(85)
第一节 英语广播电视节目采访的出发点	(86)
第二节 英语广播电视节目采访的形态解释	(98)
第三节 英语广播电视节目采访的跨文化交流效应	(111)

第四节	英语广播电视节目采访艺术的心理视角·····	(135)
第四章	英语广播电视节目采访风格分类·····	(147)
第一节	英语广播电视节目采访之“生活拾零”·····	(147)
第二节	英语广播电视节目采访之“历史时事说”·····	(166)
第三节	英语广播电视节目采访之“诠释式调查”·····	(187)
第四节	英语广播电视节目采访之“被聚焦群体采访”(Focused Group Interviewing)·····	(206)
第五节	英语广播电视节目采访之“文化采访”(Cultural Interviewing) ·····	(224)
第五章	英语广播电视节目采访的“哲学说”·····	(238)
第一节	英语采访聚焦“个体”与“世界”的关系·····	(238)
第二节	英语采访展示“个体”与“意义”的关系·····	(243)
第三节	英语采访解析个体的思想形态·····	(248)
第四节	英语采访引发跨文化交流中双向“主观诠释体”的碰撞·····	(255)
总结 ·····		(264)
附录 ·····		(266)
附录—1	外国人眼里的中国·····	(266)
附录—2	CBS Anchorman Dan Rather Interviews Saddam Hussein ·····	(272)
参考文献 ·····		(297)
林海春广播电视节目部分播出作品 ·····		(300)
结束语 ·····		(303)

第一章 英语广播电视节目采访与对内广播节目采访

既然谈及的英语广播电视节目采访是为对外广播服务的,那就要使读者明了这种采访与为对内播放的节目服务的“一般”采访的相同与不同之处。因为只有看到它们的不同之处,才能对英语节目采访所涉及的议题选择、受访者的引导方面有一个符合“对外广播”的清晰定位。

首先,议题选择。对于采访要涉及的议题的选择,在很大的程度上取决于采访者的职业敏感度。而这一职业敏感度的形成,完全有赖于采访者本身对所从事的职业的认识程度。既然是用非母语“英语”采访,那么,采访者的职业敏感度,就完全建立在对这一广播形成的效应所牵扯到的关键因素的认识基础上。如果从进行“对外广播”的目的来分析这些关键因素的话,显而易见,这些因素都是同“推介国家形象”这一广播目的紧密相连的。这也就必须要提到采访者在整个采访过程中如何引导受访者的问题了。

其次,采访者对受访者的引导。因为是“推介国家形象”这一广播目的,使得采访者必须意识到:有效的采访引导,可以使得“对外广播”的目的、令人接受的效应达成。否则,就是适得其反。在采访过程中,引导受访者的问题回答是一个非常敏感的职业技巧与理念相结合的产物。掌握得好,会使采访事半功倍,否则,就会违背职业道德与操守。关于采访者对受访者的引导,事实上,也是体现在采访者对“对外广播”这一职业所涉及的关键因素的认识程度上。那么,这些因素是什么呢?

回答这一问题,就要从为“对外广播”进行的采访与为“对内广播”进行的采访所涉及的关键方面进行分析。这些关键的方面是:文化情境、文化认同及文化心理。因此,本章的内容以三个小节既独立又有一定联系的分析展开论述。

第一节主要是解析英语广播电视节目采访。

第二节主要分析和论述两种采访达至的不同文化情境。

第三节主要分析两种采访依托的不同文化认同。

第四节主要聚焦于对采访投射的文化心理的分析。

总之,通过笔者对本章所涉议题的分析,可以使读者对运用非母语英语为对外广播进行的采访和对内广播采访间的区别形成系统化的认识,进而对广播电视采访形成最基本的理解。

第一节 解析英语广播电视节目采访

在这一节里,笔者将对“英语广播电视节目采访”中的核心词进行逐一的解释,并且将它们之间在媒体对外广播中建构声像产品的特定联系进行分析。如此,可以使得“英语广播电视采访”所构成的独到之处形成学术上的系统化解析。更重要的是,可以使得从事对外广播的从业人员在实践中总结出的经验教训获得学术理论的支撑、补充和解释。对“英语广播电视采访”的理解,通过下面的图示可以直观地展现出来。

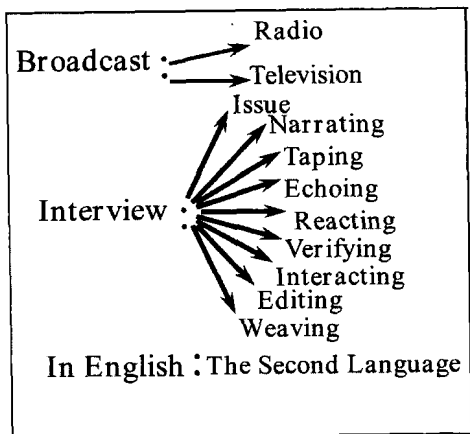


图 1-1 “英语广播电视采访”核心词解析

图 1-1 中所形成的直观效果,尽管是顺应英语单词“Interview”的构成进行分解而达成的,但是,每一个字母的最后选定,则是以顺应广播电视节目从策划、采访展开到素材搜集完成后,形成能够播出的声像产品的全过程为前提的。下面,笔者就图示中显示的每一个核心词进行逐一的解释。

一、广播(Broadcast)

虽然在英语语言中,这一单词翻译为中文就是“广播节目”,但是,首先,在今天的声像媒体传播体系中,电视节目也就必须被涵盖其中。其次,因为笔者在本书中所要论述的英语采访范围也是特指“广播节目”、“电视节目”这两个部分的。值得一提的是,该词在词典(《牛津高级英汉双解词典》,第171页)里的解释是这样的:“(无线电或电视的)广播节目[radio or television programme]。”这一解释是很符合笔者的定位的。所以,涉及“英语广播电视采访”的第一个核心词的解释就是如此定位的。

二、采访(Interview)

这是在本专著中笔者认为必须放到第二位置的核心词。也许这样的处理会使读者产生疑问:这是关于“采访”的书,怎么能把它放在第二位置呢?这是因为,首先是该核心词所具有的职业所需过程与对内广播的节目产生所要求的是一致的。其次是该核心词从字面上看似乎是核心中的核心,但是,在本书中,由于是以“媒体对外广播”为前提而进行研究的,所以,“采访”所具有特定意义与“媒体对内广播”要求的有所不同。关于“不同”,笔者将随着分析而逐渐展开。所以,“采访”这一核心词被放置在第二位。下面,笔者按照图1-1中所显示的顺序来解释和分析“采访”这一核心词被构建的每一个要素。

1) Issue: 重要的议题;争论点;争端[important topic for discussion; point in discussion.]。(同上,第795页)

对于所有的媒体传播从业人员来说,每一次报道、每一档节目的播出,都是由一个具有新闻价值的“议题、争论点、争端”引发的。这也是为什么我们会要求媒体传播从业人员具有敏锐的“新闻鼻”的原因。毕竟,每天发生在人们生活中的大大小小的事件所构成的议题是不能被媒体完全涵盖而报道的,媒体从业人员也不可能对它们进行“无一不漏”地聚焦。这就形成了采访者必须对每时每刻发生的议题进行筛选的缘故,进而使得从业人员必须先从“议题”入手,来形成对采访的定位。

2) Narration: 讲述;叙述[activity of telling a story]。(同上,第978页)

从这一单词的字面意义解释上来看,是对某一个故事进行口头描述的行为。但是,在本书中,笔者将其所赋有的意义做进一步的分解。首先,从采访者的角度来分析。这一叙述的行为在采访开始前,就应该由采访者定了一定的基调和风格。这里说的风格就是:要么是朋友间的“聊天儿”式,要么是职业化的、有距离的“一对一”式,或是看似随意的“边走边谈”式,或是电话连线的

“听其声未见其面”式的,这些方式都是由采访者决定的。当然,也是要根据节目的风格及受访者的个人要求为前提的。其次,从受访者的角度来分析。在今天的社会中,人们越来越接受受访者对采访形式所提出的要求这一现象了,所以,叙述的风格及方式就有了采访者与受访者之间的“双向选择”。但是,值得注意的是:采访者在定受访者的“叙述”语调、速度及态度方面则很大程度上取决于自身的态度。

3)Taping:将(某人/某事物)录在录像带上;给(某人/某事物)录音[recording (sb./sth.) on magnetic tape]。(同上,第1536页)

如果仅仅从单词本身来理解其所具有的意义,是很简单的。但是,如果我们将其置于本书所依托的“媒体对外广播”的情境中,就会有不少职业意识需要建立。话筒的触及之处、镜头的覆盖面,在不同的文化中有着不同的解释。这就引发了受访者能够接受多少的问题。在“西方”社会中,人们大多回避电视节目的采访。这样的心态,一方面是由于他们固有的、细化的“隐私保护”意识,另一方面,是对媒体的防范意识。所以,在本书依托的情境里的采访者所具有的职业意识的建立,就比从事“对内广播”的采访者具有的职业意识要艰难得多。一是需要对所触及的文化风俗习惯具有一定程度的了解,二是需要了解如何处理在录音录像过程中受访者的声音及图像,既达到满足受访者的要求,又达到保证采访效果符合播出要求的水平。

4)Echoing:回声;回音[reflection or repetition of a sound...]。(同上,第459页)

对于本词汇的选定,读者一定会感到意外或没想到其中的逻辑之处而提出“为什么?”的问题。其实,笔者给予的答案是这样的:这主要是源于笔者在实践中深深体会到的反复观看或聆听采访所得素材的重要性。然而,此处,笔者要强调的是:此处的“聆听”不仅仅是仔细地“听”受访者在说什么,同时还要仔细地听作为采访者自己的内心反响。要不断地问自己:

- 受访者的回答是自己所问的吗?
- 受访者的回答语式是自己的本土文化能理解的吗?
- 受访者的语言使用符合自己的本土文化话语方式吗?

这些问题更进一步地体现了本书所聚焦的“媒体对外广播”对从业人员所形成的职业素质独特要求之一。

5)Reaction:(对情况、行动、影响等做出的)反应、回应[response to a situation, an act, an influence]。(同上,第1237页)

这里选定该术语,是为了进一步强调在“媒体对外广播”情境里,采访者在完成了现场访谈后所要面对的更加关键的工作点,即对素材的内涵的反应。

这主要是由于对每位为“对外广播”进行素材收集的采访者而言,必须面临文化间的距离形成的沟通障碍,这也是笔者将在本书中着重强调的另一个关键主题:“媒体对外广播”情境里的跨文化因素对采访者的重要意义。

此处的“反应”、“回应”,就是考虑到跨文化因素这一无形的存在,是采访者必须面对的。这一因素首先提醒每一位采访者,尽管已是在从业岗位上的、操着流利的职业英语进行工作的采访者,也必须意识到“流利的英语”是此项工作的最基本要求,但能够真正将受访者所秉持的文化要素理解无误,就是一项极大的挑战了。这就是为何笔者强调“反应”、“回应”之所以被选定在此处的重要原因之所在。其次,在不断细致地“反应”受访者所持的“文化要素”后,还要更加仔细地“反应”由于不同的意识形态所形成的认知风格造成的观念相左的成分。比如,“西方”一些国家的媒体对中国台湾问题的宣传定位,就会使得所触及的受访者容易以已经习惯的话语表述方式来回答采访者的问题。若是以与采访者相同的母语来回答的话,还会容易辨别。但是,如果双方都是用非母语的英语来展开采访过程的话,双方所使用的语气、断句点及强调处,都不是从所使用的语言的语句结构中能够发现 and 理解的。

因此,这里笔者提到的“反应”、“回应”具有的意义,已经完全是职业理念带来的敏感度的体现了。

6) Verify:证实,核对(某事物);检查;证实某些言论、说法、情况、资料等属实[make sure that (sth.) is true or accurate; check; verify statements, allegations, conditions, facts, etc.]. (同上,第1685页)

该术语在此处出现,不言而喻,它体现了新闻学中一再强调的“客观”、“真实”、“准确”的职业理念。对于大部分的从业人员而言,这个术语所承载与负荷的已经不仅仅是对试图达到职业理念所应付出的努力,而是在任何情况下都必须保护的职业尊严的全部含义的体现,甚至为其付出生命。这一点,在国外发生的案例很多很多,例如,BBC World 在2006年11月12日9点10分至9点55分播出的《Firing Line》中讲述了那些获得2006年“Rory Peck Award”的记者们的采访经历。对于学习新闻专业的学生而言,尽管专业教师们反复重申这一职业理念的重要性,但是,涉世未深的学生们也只是得到最浅显的感性反射。当然,笔者还是强调:只要将这个术语的承载与内涵记在心中,在将来的实践工作中就会在报道和采访中呈现出职业所要求的基本效果来。

7) Interact:相互作用;相互影响;(指人)一起活动或互相合作(尤指互相联系)[act or have an effect on each other;(with sb.)(of people)act together or co-operatively, esp so as to communicate with each other]. (同上,第779页)

看到这一术语,你可能要问:前面已经出现了术语“reaction”,为何现在还需要使用这一术语呢?这是一个很有意义及代表性的问题。产生这个问题是可以理解和接受的,因为意识中有基本的新闻理念——“保持冷静、客观、距离”。但是,此处这一术语的使用是为具有“跨文化传播”情境的从业人员强调的。可以从以下几个方面来认识这一术语对从事对外广播的从业人员具有的不可或缺的重要意义所在。

首先,对于从事对外广播的媒体传播人员来说,固有的“跨文化情境”形成的职业运行意识,使得他们必须以主动的心态来面对每一个决定进行的采访。而大多数采访的完成,都是以考虑受访者及受众的接受心理为前提的。尽管对外广播的节目近百分之八十的比例是将本土的事宜介绍到海外,但是,只要是选中为对外广播的议题,不管它对采访者而言有多么熟悉,都必须对其重新审视。这里的“审视”,是以受众的视角来进行的,否则,节目播出后,受众不可能理解和真正接受,达不到对外广播的效果。

其次,这一术语所包含的“相互作用、相互影响”,是最直接地表明“采访者”与“受访者”之间存在的关系。这一关系的建立也是以“对外广播”所形成的“跨文化情境”为基础的。也就是说,采访者所面对的不论是来自“本土的受访者”,还是来自“异域的受访者”,都须在措词、所涉议题依托的文化背景、价值取向方面做最细致的沟通和相互解释,从而保证双方的谈话具有交集面,进行真正的互动。而这一互动的进行,是以采访者运用主动地把握谈话方向的态度为出发点得以实现的。

最后,针对为对外广播进行的采访,采访者所具有的主动性形成的与受访者的相互影响,使得采访者成为节目的一部分,而非大家一般从对内广播角度形成的认识:采访者的客观度源于和节目内容形成的距离。在对外广播的节目中,受众就是通过全方位、全过程驾驭节目的采访者的问题和视角来理解和认识节目及其内容的。所以,显而易见,在对外广播的媒体传播过程中,以采编播为一体而贯穿在节目始终的、记者型的英语节目主持人,已经完全不是为中国内地的广播电视受众所熟悉的、对内播放的节目主持人了。

总之,这一术语在制作对外广播节目的整个过程中,为从业人员建立了一个有别于从事对内广播的从业人员的职业理念,即:节目的参与者、驾驭者、主导者。

8) Editing: 剪辑(通过将采集的部分以一种贴切的效果整合在一起来准备电影、录音磁带、无线电或电视节目、书等)[prepare (a film, tape recording, radio or television programme, book, etc.) by putting together collected parts in a suitable sequence]。(同上,第461页)。