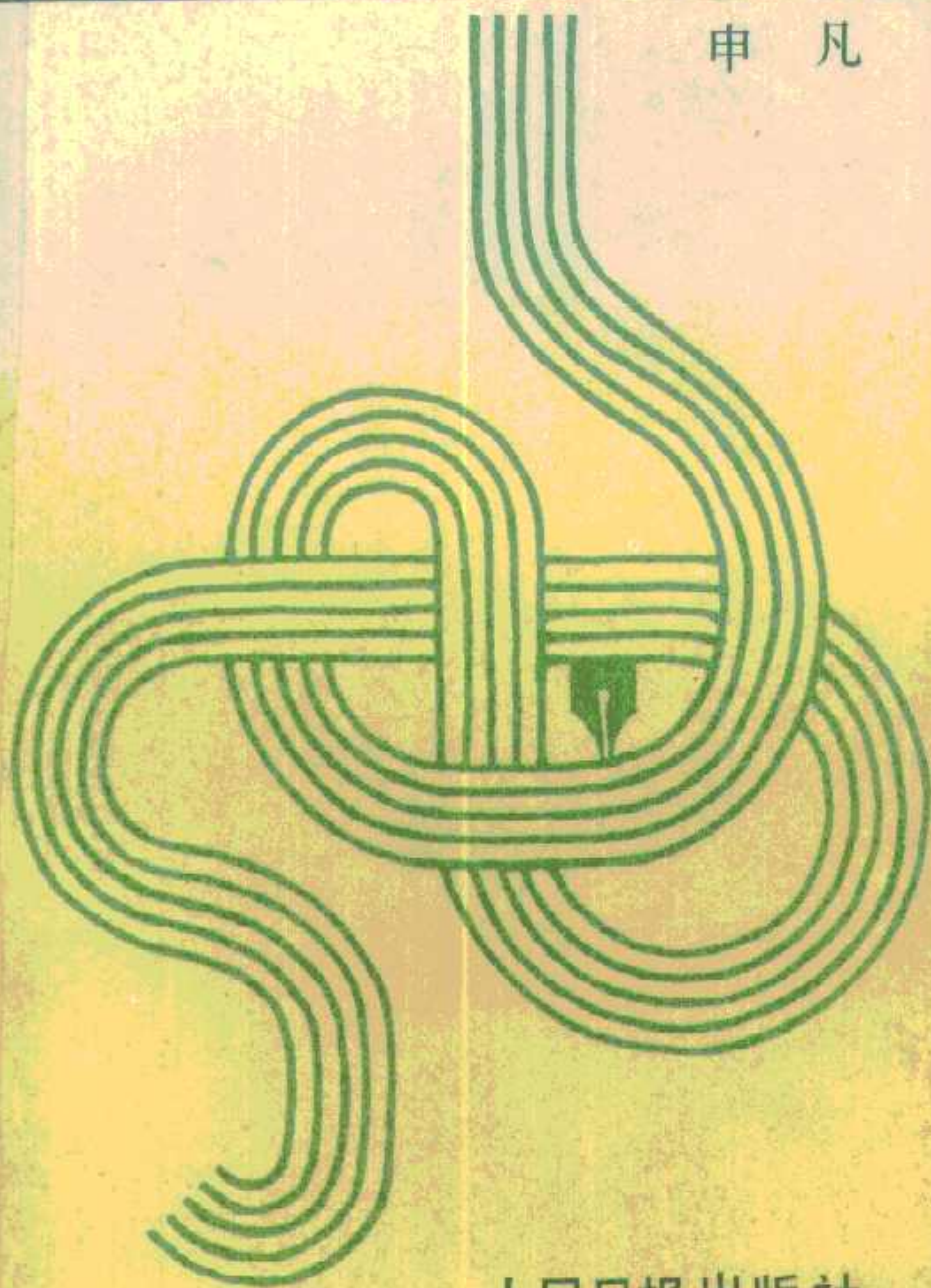


采访心理学

申凡 著



人民日报出版社

采 访 心 理 学

申 凡 著

人民日报出版社

采访心理学

申凡著

人民日报出版社出版发行

新华书店湖北发行所经销

武钢工人报社印刷厂印刷

开本787×1092 1/32 10.5印张 22万字
1988年12月第1版 1988年12月第1次印刷

印数：1—10,000

ISBN7—8000—177—7/G·34

定价：2.88元

上 篇

第一章 绪 论

第一节 采访是人际心理沟通的学问

“这些记者真是神通广大！”听到披露重大新闻时，人们常常这么说；

“记者真是无孔不入！”看到报上的“内幕新闻”时，读者常常这么说；

“当记者真叫人羡慕！”望着电视上五光十色的新闻，青年们又会这么说。

可是，你知道这些无所不知、无所不晓的记者是怎样活动的吗？他们的行为又与一般人有什么不同呢？

一九八七年七月，某大学新闻系的一位新生怀着好奇和忐忑不安的心情，随新华社记者去采访一个地方佛教协会的会长释能法师。

初次踏上采访的“神秘旅途”，这位小伙子用研究的目光观察起记者来：

——他出发的时候，一上汽车就进入了“角色”，目光凝视前方，一路沉思不语，独自思索着什么。

——他在西山管理所，一见所长走来，马上起身，笑咪咪地迎上去；一经宣传部的同志介绍，立即又象老熟人、老朋友似地握手、递烟，亲热地交谈。

——他在进入佛教会长的客厅时，脸上顿生庄严之色，还双手合什，对九十高龄的法师躬身尊过：“法师，您好！”态度恭敬之至。

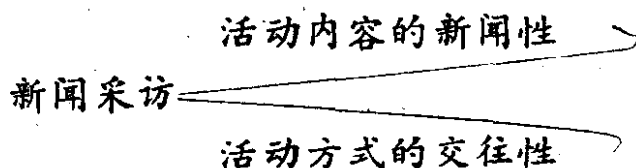
——他在采访过程中，一直坐得笔直，目光不离法师身上，远远望去俨然是虔诚信徒在听说“三界轮回报应”。他们的交谈越来越热烈……。

这位学生写道：“记者真象技艺高超的明星演员哪！”

实际上，这种因对象变更、场合交替、任务转化而要求持不同的态度、用不同的方式去活动的现象，在记者那里是司空见惯的事。这种“见什么人说什么话”，“到什么山唱什么歌”的活动方式与交际方式是由采访这种特殊交往的特点决定的，是由记者这种职业的训练造就的。

一、采访是一种交往

采访的本质是什么？从社会意义上来说，采访是一种交往。新闻教科书认为，采访是记者通过各种方式寻找和采集新闻素材的活动。这种寻找与采集游离于社会生活之中，融化于人际交往之内；它以传播为目的，自身又是传播的一种方式。如果我们把这种特定条件下的社会活动从内容与形式两方面去剖析，还可以看出它具有明显的二重性：活动内容的新闻性与活动形式的交往性。（如下图、表）



	在活动 中表现	在活动 中作用	在活动 中地位	表现的 矛盾	突出需要的心理条件
新闻性	内容方面	激发活动动机	目的性因素	人与事的矛盾	感知、能力、思维、意志等
交往性	形式方面	必备的手段(载体)	过渡性因素	人与人的矛盾	性格、气质、活动能力、言谈、自信等

采访活动的新闻性，是指通过采访能够得到传播的新闻事实，这是由采访活动的目的决定的。这一特性在采访活动中具有激发活动动机的作用，它能使记者为此目标投入精力，投入时间，在具体工作中克服各种困难，为这一活动练就各种技能等，因而我们说这一特性是采访的目的性因素，它决定了采访活动的基本内容，并制约着采访的活动方式。

采访活动的交往性则是指记者在采访中，一般都是通过与各类人员的交往，通过与各式各样的人物打交道去获取新闻这一现象。交往，是采访活动展开的方式，它从活动形式上表现出了采访的社会特性。比如1957年武汉长江大桥正式通车后的第二天，工人日报驻武汉的两位记者在公共汽车上无意间听到一位老大娘自言自语：“这个鬼天气，说变就变，要不是有了大桥，怎么得了！”记者一听，便想：今天的天气和大桥有什么关系？老大娘为什么语重心长地把天气、大桥和自己紧紧连在一起？他们马上就向素不相识的老大娘求教，这才弄清当天突

然袭来的寒潮，是武汉历史上少有的。由于长江上风狂浪大，迫使轮渡停航。而这位老大娘又要过江去看望分娩的女儿，若不是有了大桥插翅也难过去。武钢公司的两位女打字员也向记者说，她们在汉口修打字机后正要赶回单位，天气突变，轮渡停摆，若不是大桥当天通行，就会耽误工作……。就在公共场所的交往中，记者抓住了这条重要新闻，以《长江大桥上车水马龙》为题在第二天的工人日报上作了报道。

从两者关系上来说，采访活动的交往性是服从并服务于它的新闻性的。比如工人日报这两位记者在公共汽车上的交往，并不单纯是要“交朋友”，而是要通过交友了解新闻事实，更多的时候是要通过交友开辟新闻渠道，扩大消息来源。再比如记者采访中的交往，找谁不找谁，什么时候找，怎么谈等等，是按新闻需要选择交往对象，按事件在社会传播中价值的变化规律选择交往时机、地点、方式等，总之是受新闻性制约的。

同时，交往性又是其新闻性的载体。在新闻工作中，可以说没有哪一个记者能不通过交往采集散布在社会各角落的新闻。而在交往能力上，如果一个记者没有活动能力，没有交际水平，没有人际交往的技术，这种“坐家型”的记者不是靠抄抄剪剪编新闻，就是靠闭门造车乱造新闻，他就很难再干记者这一行了。

在新闻采访工作中，采访活动的新闻性主要表现在人与事（记者与新闻事实及其它事实）的关系上，比如记者寻找事实、分析事实的各项工作、各项活动；而交往性则主要体现在人与事（记者与采访对象）之间的关系上。

在心理学的研究范围里，这二者都需要普通心理学的基础

础，但更具体的划分是：采访新闻性所涉及的问题及有关的心里训练多归在劳动心理学中，而采访交往性涉及的方面其主要部分则应归入到社会心理学领域里了。

从整个社会活动的广义角度来看，无论是采访新闻性的内容，还是采访交往性的活动，它们都是整个社会交往的一部分。这是因为从新闻的社会作用、社会功能来看，采访活动的社会意义就在于它是一种为社会大众采集信息的服务性活动，通过记者的这种传播媒介性的工作，能促使社会信息的传播，促进社会成员之间的沟通与了解。这种沟通与了解就是已经发展了的比较发达的社会交往。

从微观的采访活动所介入的范围来看，（比如记者座谈的场合、观察的场合、交际的场所等），这种活动本身又是无数社会交往中的一种。交往的双方——记者与采访对象，绝大多数会从这种交往中得到信息、得到精神上的满足，双方都能利用这种活动进行思想上与情感上的交流。

二、交往离不开人与人的心理交流

社会交往简言之就是人与人之间的交际与往来，而人有七情六欲，各种人有各种人的心理，此时此刻的人与彼时彼处的人又会有不同的心理。这样一来，你去与别人交往、接触（聊天、串亲戚、求教、采访等），他可能高兴，也可能不高兴；可能热情，也可能冷淡；可能接纳，也可能拒绝……。因此，成功的交往除去方式正确之外还必须把有效的心理沟通作为一个主要内容（情感的沟通、思想的沟通等）。正因如此，在新闻采访产生之前的各类社会交往，无论程度高低，都是十分重视交往的心理内容，比如亲友间交往、熟人交往、生人交往等个人性交往都讲“情”“意”“知己”“交心”等，商业性交往、

政治团体性交往、军事代表交往、外交等业务性交往都讲“礼节”、“信誉”、“情谊”等。新闻采访出现后，这种心理内容更丰富、更微妙了。80年代初的范熊熊之死轰动了全国。问题发生后，领导追查责任，群众议论纷纷，有位报告文学作者也在这时凑来采访，但被访问的有关人员和单位却十分谨慎。作者每次采访，当地都有一个纪律检查干部“陪同”。他们找范熊熊的老师谈话时，对方东拉西扯了两个小时，要上车了却对作者说：“哎，我的家你知道吧？老同志了，可别犯官僚主义呀！”告诉地址后，再次约作者到他家去“玩”。他们在采访范熊熊的一个好友时，这个精明的姑娘说话非常注意分寸。可是当那个纪检员去接电话时，她却问作者：“这个事人家躲都躲不及，你怎么还往这靠哪？”作者回答说：“现在大家对党风问题都很关心，我也得靠一靠。”并向她表示：“你放心，熊熊有这样的勇气，咱连点风险都不敢担吗？”作者离开的时候，她攥住作者的手说：“同志，今天我谈的可能使你失望，我和熊熊最要好，她的什么事我都知道，你还要问什么找我好了。”看到这些，作者心里明白了：她们心里都有话，不敢当着纪检干部的面说。于是，他对那个纪检干部说，采访到此结束，明天你人也别来了，车也别来了。次日，作者打电话约来范熊熊的女友。她边哭边说，讲了许多生动感人的细节。正是利用这样的心理沟通，作者才被采访对象接受，终于采访出了报告文学《无声的浩歌》的材料。

在人类社会的发展史上，人们交际中的心理有一个发展的过程，“在这个发展的一定阶段上，它获得了相对独立性——心理的独立性（即逐渐变为独立的活动），符号的独立性（找到自己的手段），社会的独立性（按着马克思的说法，表现出

种种交往关系)。(《现代心理学发展中的几个基本理论问题》第115页)

三、采访心理的研究与应用已成为采访水平提高的关键所在

记者是社会交往千百年的发展中孕育出的一颗种子，是当代人际交往中的信使。由于职业的要求，环境的熏陶，一批批的记者成了职业的交际家、社会活动家；由于特殊的职业任务、职业习惯的影响，他们无论是否学过心理学，都会在工作中努力摸索、实践交际心理的经验与原则。从中国近代初期报纸的“访员”，到外国早期报纸的“外勤记者”，他们“跑新闻”时就掌握了驾驭人际交往心理的“交际术”、“擒纵之法”，他们能“进什么庙念什么经，见什么人说什么话”，他们能“无处不可去，无话不会说。”在他们面前，哪怕你是怒气冲冲的总统，哪怕你是心事重重的贫妇，哪怕孤芳自赏的演员、满脑数据的专家、玩世不恭的阔少……，都能被他们交际的风度所打动，为他们诚恳的态度所感化，给他们巧妙的言辞所吸引。

本世纪初叶，擅长采访的一些名记者、新闻学家，不仅自己是交际高手，而且开始对各种不同对象的心理进行研究。他们把这类内容撰文、著书，使之正式成为采访技术中的一部分。比如1919年徐宝璜在《新闻学》一书中就把被访问者分为三类：一为不愿谈话者，二为甚愿谈话者，三为无甚意见可发表者。他还提出了相应的处理办法：对第一种人，“访员最好先谈论其最近得意之事，以增其愉快之感，因世人多少终有一点虚荣心，此以访员应略知被访问者个人之历史之理由也。然后设法归到所欲问之问题。”对第二种人，可以直接提问。而

对第三种人，应以他人口气，表示各种意见，看他“赞否之表示”。

现代的许多名记者，不仅有了心理学的知识，而且有古代纵横家的魄力。象在中国政治社会舞台上纵横驰骋过的于佑任、浦熙修、邹韬奋、范长江等，在外国以新闻影响国策的普利策、戴纳、李普曼、赖斯顿，以访问世界政治家而闻名遐迩的法拉奇等，他们访将军能讲军语，找农夫能谈农谚；谈形势能中总统下怀，论古今可同教授磋商，因而常能成功访问举世瞩目之人物，泼墨写下政治风云中的推波助澜之作。他们与各类名士斗智斗勇斗心计，技艺已达到炉火纯青的地步。

新闻采访发展到了今天，不懂心理学，不能训练和调整自己的心理，不能识别和掌握采访对象内心活动，就很难成为一个好记者了。因此，当代许多名记者都在自己的著作和谈话中强调“要懂点心理学”的必要性。国内外多数新闻院校，都把心理学列为新闻专业学生的课程，美国新闻学教授康培尔和瓦赛利还把“必须是心理学者”，作为现代记者资格的第一条。这样，采访心理学的研究与建设就作为提高当代记者水平的一个关键问题，引人注目地摆在了新闻学的面前。

这是因为，作为主动交往者，记者的个人心理品质、记者交往过程中的心理特点，能直接影响交往的效果（采访的效果）。比如一些性格过份内向的记者或意志十分薄弱的记者，被派到一些复杂或困难的场合就难以开展工作；呆板的记者，缺乏风度的记者，出去后就不大受欢迎。而有足够心理锻炼的记者，他们在难题面前能随机应变，在困境中能“绝处逢生”，完成任务就有把握得多。象在美国政界曾显赫一时的艾森豪威尔，有一次准备动身去欧洲，《墨西哥纪事报》的记者

去访问他，艾氏却以拒人千里之外的态度表示，他不接受任何人的采访。这位深谙名人心理的记者平静地说：“我懂，将军，可是我只有一个问题，你对当代的年轻人有什么话想说吗？”这个问题一下就插到了艾森豪威尔最想谈的话题上，他马上滔滔不绝地对记者发起议论来。这不，手段高明的记者不动声色就“降服”了一个将军。而这种采访水平所需要的心理条件，是有赖于系统的采访心理学来研究与训练的。

这还因为在新闻采访活动中，记者要采访的事实，总有一部分不是自己亲眼目睹的（有时绝大部分甚至全部不是自己看到的）。这类事实，要从采访对象口中去索取——通过提问手段来获得。而采访对象是有血有肉有思想有个性的人。他们作为事实的接触者与见证人，在说出事实时不能不考虑对自己的利害，在讲给记者听时也不会不加进自己的立场、观点、个人态度等主观因素，在回忆与表达中也还会受到身体、情绪、思维等条件的影响……。在事件之外的记者要想采访此事又不能离开采访对象去找其它途径。情况把记者逼到了这一步——要得到真实、准确、生动、丰富的事实，除了调动事实见证人——采访对象的心理积极性，使之愿意讲、讲真话，说详尽外，别无它路。而调动采访对象的心理积极性，就先要研究采访对象的各类心理及其规律，探讨调动这种心理积极性的各种方法。

按照马克思主义的观点，“人们的认识，不论对于自然界方面，对于社会方面，也都是一步一步地由低级向高级发展”（《实践论》）。实践发展到一定程度就要求产生相应的理论，不产生理论就会影响实践发展的速度、深度和广度。新闻采访在数百年的实践中积累了无比丰富的经验，也造就了

一批批见多识广、采访技艺高超的“明星”记者。当前十分迫切的问题是急需要把这些各式各样的采访经验（包括认识自己心理活动与分析对方心理的经验）上升成为理论。因为经验与理论相比毕竟有本质的区别：1.经验不能说明事物的本质与规律。2.它不系统。各人都有经验，但多少不一。比如分析采访对象的态度，我国近代报人徐宝璜把采访对象分为愿谈、不愿谈、无甚意见可发表者三类；而1928年到了周孝庵那里又分为主动谈者、被动谈者、不愿谈者三类；中央人民广播电台出的一本小册子中，有的记者按谈话者的积极与消极分为11类对象；到了部队系统一位记者出版的一本书中，又把他们分为16种对象，列出了16条应付办法……。可见，各人实践的范围不同，认识事物的角度不同，经验的深度也就不同。但经验如果停留下来，“提不到理论高度，是不会全面的，那只能是零碎的、现象的、无系统的。”（《刘少奇选集》第403页）3.它有不确定性与局限性。在一些人是适用的经验，在另一些人可能会成为失败的教训；在一种情况下行得通的办法，在另一种情况下可能会碰钉子。记者们对许多采访方法常常有争论，就是这种情况的最好的说明。比如斯诺及我国许多记者都认为采访不能提使采访对象难堪的问题，而美国专栏作家杰克·海敦则提出：“记者不必因提了难于回答的问题而抱歉”，“提出的问题越是难以回答越好。”意大利著名女记者法拉奇正是利用咄咄逼人的发问来进行专访的。这些因人而异，因时而异，因事而异的方法，没有理论上的研究就说不清其中的原委，讲不清它们的对错与相互关系，只能是各讲各的理，各按各的干。因此系统研究采访心理，使这方面的经验上升成为理论，这也是实践的迫切需要；只有到了用心理学、社会学、哲学、法学、

伦理学等理论系统地研究了采访行为之后,才能全面、深刻地揭示采访方法多样化的原因,才能把貌似相同或貌似差异的方法之间的相关因素找到,把它们背后的共同规律揭示出来。

第二节 采访心理活动的规律

一、什么是心理

心理,是人脑的机能,是客观现实在人脑里的反映。它包括心理过程和个性心理特征。

一般来说,人们对心理的实际内容并不陌生。比如某地下了一场陨石雨,一个记者赶到现场去采访,他首先看到的是大大小小的石头,用手摸一摸有什么感觉,用鼻嗅一嗅有没有味道,这就是通过眼、手、鼻等器官去感知事物的行动,由此产生的神经兴奋传到大脑,就产生了各种感觉、知觉;以后他再看到“陨石”两个字时还能记得这场陨石雨,在博物馆的陈列厅里还能认出陨石来,这就是一种记忆;记者掂量这种陨石,把它的形状、颜色、重量与普通石头作比较,寻找它的特点,这就是思维过程;有的记者喜欢它的光滑可爱,有的记者反感它的不鲜艳的色泽,这就是情感;它作为一种“天外来客”,毕竟是新奇物品,于是记者就产生了了解和报道它的思想与行动,这属于意志过程。感觉、知觉、记忆、思维、情感、意志以及人们所熟悉的兴趣、性格、能力等,都是心理现象。其中认识和意志属于心理过程,而个人比较稳定的心理活动特点如性格、兴趣、能力、气质等属于个性心理特征。

心理现象是动物在进化的一定阶段上,在对周围复杂环境的长期适应中产生的神经系统特别是脑的活动。列宁说:“心

理的东西，意识等等是物质（即物理的东西）的最高产物，是叫作人脑的这样一块特别复杂的物质的机能。”（《列宁全集》第14卷）这就是说心理本身不是物质，而是发展到高度完善阶段的物质的产物。这种心理现象产生的生理机制，用通俗的话来解释即大脑是心理的器官。

另一方面，就心理活动的内容来看，它又是外界事物作用于人的感觉器官后，这种感觉传达到大脑，从而引起大脑的生理性的反应。正如恩格斯所说的“外部世界对人的影响表现在人的头脑中，反映在人的头脑中，成为感觉、思想、动机、意志，总之，成为‘理想的意图’，并且通过这种形态变成‘理想的力量’。”（《马克思恩格斯选集》第4卷第228页）这即就是说只有客观世界才是心理意识产生的源泉。

二、采访中的心理活动

在采访活动中，记者既要与人打交道，又要与物打交道。体现在采访交往性上的与人打交道要求记者以一定的性格、气质、活动能力、言谈以及自信心等方面的心理条件，去适应交际的需要。也要求记者的对手——采访对象的态度、性格、兴趣、记忆、言语等心理与记者的采访活动相对应、相感应、相配合，这样的采访才有成功的可能。体现在采访活动新闻性上的与事打交道，要求记者的感知能力、思维、意志等心理素质达到一定的水平；在这些心理素质的基础上去认识新闻事实、选择新闻事实。这就是说，在新闻采访过程中记者和采访对象知、情、意的心理过程与性格、气质、能力的个性心理特征都会表现出来，心理学研究中的各类现象、各种规律都能反映出来。

然而采访中的这些心理活动是以什么方式出现的呢？它的

活动特点（以什么为刺激物，以什么为基础），结构形式（感知、情感、意志等结合的类型），变化规律又是什么呢？为了认识这些规律，我们有必要先对影响采访心理的各种因素作个粗略的分析。

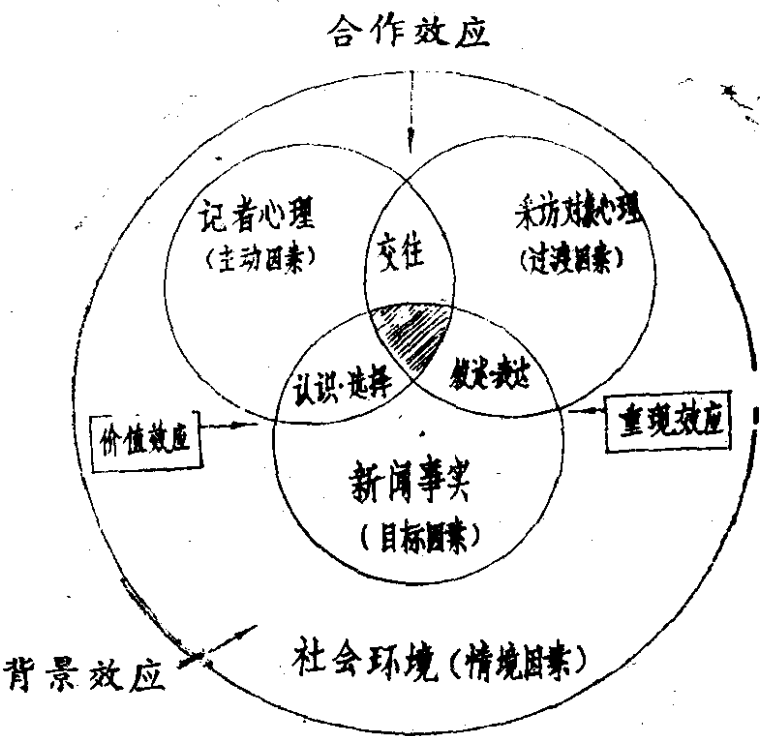
1. 影响采访心理的因素分析

新闻采访中各类人员心理活动的特点，主要是由采访活动各方面的条件决定的，也就是说这种心理活动是在组成采访的各个要素制约下的特殊活动中的特殊心理过程。

制约采访活动的因素有①记者心理，②采访对象心理，③新闻事实，④社会背景。其中记者心理在采访工作中往往是以主动因素出现在活动中的。道理很简单，采访行动一般都是记者发起的。选择什么对象，采取什么样的方式，谈什么内容以至于索取什么样的事实都是由记者来决定的。记者的对手——采访对象只不过是按记者的引导作出一定的反应罢了，因而他们在采访过程中的心理活动总体上是被动的，是由记者的活动引起的。（在“新闻发布会”等采访活动中，采访对象能有一定的主动性，但在采访心理的整体上他们仍然是被动的，仍然要回答记者的提问，等待记者去选择他们谈话的内容）再说，记者采访时的找采访对象，但这种寻找与交谈并不是采访活动的最终目的。记者采访的目的是要取得有新闻价值的事实，因而我们可以说新闻事实是采访心理中的目标因素，而保证复述（介绍）事实的采访对象心理，只不过是个过渡性因素，通过这个过渡因素记者要去接近目标，采摘事实。这样记者心理、采访对象心理与新闻事实三者之间就形成了如同三元色相交状的交错与重迭的关系。

除过这三个因素之外，能影响记者与采访对象心理，能使

新闻事实价值升降的还有社会环境的问题。这里主要是指政治、经济形势以及人的社会地位、社会关系等能影响记者、采访对象与新闻事实的各种社会条件。这些社会条件就成为影响采访心理的第四个因素——情境因素。（见下图）



在采访心理的三个核心因素中，记者与采访对象是一种交往关系。交往，就要求双方心理有沟通。那么，双方的个性、处世观点等都会参与到这种沟通中去。更具体一点来说，双方在心理沟通中既有一些共同的心理特点参与，又有一些各自不同的心理要求。比如交际心理、言语能力、分析思考等等，这是双方都要在采访中表现出来的心理活动。除此以外，记者在采访中强调要有活动能力、提问水平、感知能力、选择能力的参加；采访