

Interviewing Principles and Practices

[美] 查尔斯·J·斯图尔特 *Tenth Edition*

[美] 威廉·B·凯什 / 著

[中] 龙 耘

访谈的艺术 (第10版)

行销美国30年的经典教材，一本关于“职业谈话”的必备手册。



Education

大 · 学 · 通 · 用 · 基 · 础 · 教 · 材

Interviewing Principles and Practices 访谈的艺术

(第10版)

[美] 查尔斯·J·斯图尔特

[美] 威廉·B·凯什 / 著

[中] 龙 耘

 复旦大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

访谈的艺术(第10版)/[美]查尔斯·J·斯图尔特,[美]威廉·B·凯什;
[中]龙耘著. —上海:复旦大学出版社,2007.11
(大学通用基础教材·传播学系列教程/张国良主编)
ISBN 978-7-309-05694-5

I. 访… II. ①斯…②凯…③龙… III. 新闻采访-高等学校-教材
IV. G212.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第127724号

Charles J. Stewart, William B. Cash, Jr.
Interviewing: Principles and Practices, 10e
ISBN:0-07-248395-4

Copyright © 2003 by The McGraw-Hill Companies, Inc.

Original language published by The McGraw-Hill Companies, Inc. All Rights reserved. No part of this publication may be reproduced or distributed by any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

Simplified Chinese translation/adaption edition is published and distributed exclusively by Fudan University Press under the authorization by McGraw-Hill Education (Asia) Co., within the territory of the People's Republic of China, excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan. Unauthorized export of this edition is a violation of the Copyright Act. Violation of this law is subject to Civil and Criminal Penalties.

访谈的艺术(第10版)

[美]查尔斯·J·斯图尔特 威廉·B·凯什 [中]龙耘著

出版发行 复旦大学出版社 上海市国权路579号 邮编200433
86-21-65642857(门市零售)
86-21-65100562(团体订购) 86-21-65109143(外埠邮购)
fupnet@fudanpress.com http://www.fudanpress.com

责任编辑 章永宏
总编辑 高若海
出品人 贺圣遂

印刷 江苏常熟华顺印刷有限公司
开本 787×1092 1/16
印张 28
字数 591千
版次 2007年11月第一版第一次印刷
印数 1—5100
书号 ISBN 978-7-309-05694-5/G·702
定价 48.00元

如有印装质量问题,请向复旦大学出版社发行部调换。

版权所有 侵权必究

中文版前言

《访谈的艺术》致力于反映访谈这一概念及其实践内涵的成熟与完善进程。做好访谈的关键在于研究不断扩展的、各种各样的谈话情境,了解人际传播理论的新发展以及与访谈实践相关的一系列法律、法规和政策。我们力求纳入相关领域的最新研究成果和进展,将其贯穿于课本之中,同时始终强调增强访谈双方交流技能的各个要素。越来越多的人工作场所的转移和地球村的影响等也都在好几个章节中得到特别关注。

我们希望新版书能够以其更精美的段落、更准确的标题和概要以及粗体印刷部分,帮助读者进一步理解和认识访谈的原理与指针,提请读者注意关键的字词和短语,从而赢得更多学生的青睐。访谈中一些重要的指导思想、图表资料、基本原理以及注意事项等在教材的每一页中都以分段或分栏的方式单列出来,一目了然。每章的结尾处都有一个关键词的列表,课本的最后还列出了重要的专业词汇和相关理论术语表。

教材的每一章大致涵盖了如下内容:最新补充或修订过的案例与说明、要求学生参与的互动练习以及建议学生阅读的材料,从而使学习者能够更有效地将相关理论与原则运用于各种实际的访谈之中。在每一次给定的访谈案例中,双方有一部分做得很好而有一些做得不好。我们要求学生能够辨别这些并且对不足之处提出修改完善的方法。新版的教材在原有基础上对好几个章节进行了重新架构,依次展现了探查、调查、招聘、面试、绩效、劝服、咨询以及医患等不同类型访谈的特色。

第1章在讨论访谈的细节、分类、功用以及对访谈的一般批评的基础上,对“访谈”这一概念做了明确的界定。同时还介绍了诸如电话采访、电话会议、视频会议以及网上访谈等方兴未艾的电子采访手段。这一章从总体上向学生介绍了访谈的性质、类型和功用,为第2章关于访谈过程的讨论做好铺垫。

第2章逐步引导学生提高对访谈的“凯什—斯图尔特”模式的认识。该模式将访谈看作一个复杂的人际传播过程,它包含对访谈中各种关系的理论分析、在不同文化与国家中这些关系的性质与进展怎样受到各种不同观念的影响,以及在这些关系中女人和男人的区别。这一章强调了自我意识和自尊在访谈中的重要性,以及诸如自我想象、自尊、自信等类似概念在非西方文化中的不同含义。在这些文化中,集体主义者可能会比个人主义者更容易被认可。本章结合了礼貌理论来探讨访谈中自我吐露的重要性,同时强调了自我吐露在男性和女性之间以

及不同文化间的区别。本章格外突出了语言与非语言传播的性质和功用,从而凸显了语言运用以及年龄、性别、文化、种族等因素的作用。约翰·斯图尔特(John Stewart)的对话式倾听的概念被发展成“为解决问题而听”,并且和传统的“为理解而听、为移情而听、为判断而听”相提并论,共同构成访谈中倾听的艺术。另外,本章还向学生们介绍了参与访谈的双方各自“外部力量”的隐性影响。

第3章开始逐字逐句地向学生介绍访谈中提问的多种类型及其运用。本章详细辨识并展现了给访谈双方都带来麻烦的常见的提问陷阱。这一章还讨论了访谈双方的提问和回答与其文化背景之间的明显关联。强调了该如何回应那些要求个人吐露的提问,指出男人与女人以及不同文化背景的人怎样以不同的方式透露信息。

第4章聚焦于访谈的架构,包括开始、主体与结束。它强调在访谈的开始与结束中,语言和非语言交流在男性与女性之间是多么的不同,西方人之外的文化怎样看待握手、触摸和眼神的接触。这一章着重分析了访谈的注意事项和进度表,包括关于提问顺序也就是提纲架构的讨论,以帮助学生展开访谈的主体部分。

第5章是有关探查性访谈的。该章向学生们介绍新闻性采访,主要聚焦于如何在各种各样的具体情境之下强化探查性访谈的有效性。它提供了律师、警官、雇员、职业保健医生、保险行业人员在实践中总结出的探查性访谈的原则。特别强调了准备工作、良好关系以及访谈动机的重要性。

第6章集中探讨调查性访谈,论述了周密准备、合理架构、展开问题的重要性,同时强调要将可重复性与可靠性作为调查性访谈取得成功的必备要素。提问的策略、分寸以及目标人群的抽样方法等都给予了格外的关注。

第7章被称作“招聘式访谈”,旨在更加准确地反映雇主应如何吸引并挑选新员工。本章首先对如何在这个急剧变化的世界里招募人才发表了新见解,之后具体介绍了该怎样评估求职者所期望的职位及其职业生涯,如何使用计算机和互联网来吸引和告知申请者,以及怎样举办求职展会等。本章集中讨论了如何利用电子系统浏览求职者简历、进行量化测试评估,讨论了录像及视频会议、基于行为的访谈、非传统的访谈方式以及关于工作的提问等相关内容。

第8章从求职者角度阐述了职业选择的相关访谈。本章涉及有关工作场所的改变、文化多样化的现实、21世纪职场所需基本技能与态度的重新探讨和辩论,这一章提供了搜索求职信息、岗位培训、职业生涯教育或求职展会用的数据库和互联网资源。还附带了有关自我介绍、求职准备须知以及简历样本等,包括专为电子浏览设计的样本。

第9章是绩效访谈,包括对21世纪职场前景的新讨论,平衡记分卡方式、评估前的准备工作以及强制选择分类法。这一章连续推出了实施绩效访谈的诸多模式,同时还介绍了针对问题的绩效访谈,强调了在这一类的访谈中如何避免负面影响和触犯相关法律或伦理的嫌疑。

第10章是关于说服的访谈,综合讨论了包括认同理论、平衡或一致理论、接种理论、强迫

或诱导服从理论以及逆反心理等多种劝服理论。其焦点在于日常生活中的劝服,而不仅仅停留在相关理论的介绍。这一章也强调了不同文化中的价值观的差异,以及不同的文化怎样看待时间、谈判和关系建构等概念。在不同的社交活动、小型谈话以及话轮替换等形式的访谈中,文化和性别都会发挥各自不同的作用。

第11章通过安排缺乏训练的咨询者参与讨论,来着重聚焦于如何准备、架构和实施咨询性访谈。它强调对咨询性访谈的双方展开自我分析之必要性,如何选择适宜的谈话方式,如何倾听、观察并且以适当有效的方式做出回应。咨询顾问必须是以人为本而非以完成任务为取向。该章介绍给学生们一个连续性的阶段模式和一个以求助者为中心的讨论方式。

第12章是有关健康关怀访谈的。这一章在原版基础上经过改编,更为清晰地聚焦于健康关怀提供者和病人双方的角色、关系和互动。该章讨论了性别、年龄、种族群体以及文化对医患双方关系的影响。指出了信息寻求、非语言互动以及语言传播的优先性在不同文化中的差异。

在上述十二章中所提到的一些原则和方针乍看上去似乎简单明了,然而,在我们作为访谈相关领域的教授、管理者、实践者和顾问,作为具有专业的、职业的、行业的、商务的和社会经验的人士所进行的实际访谈中,这些看似浅显的原则所带来的问题却一次又一次地进入我们的视野,引发我们的思考。

每一章的结尾包含一个访谈案例,这些案例并非完美的标本,而是展现了各种访谈类型、情境、方式和失误,以此引发学生来辨析实践中哪些采访是有效的而哪些是无效的。我们相信,通过将每个章节中学习的研究成果和原理运用于实际的、允许他们去探测的访谈案例,学生们将受益良多。第5章到第12章结尾处的角色扮演案例,就是通过提供给学生机会,让其设计和实施常规性访谈,同时看看别人是如何运用讨论中提到的那些原理的。学生通过在课上和课下的练习、经历以及信息采集,对每一章结尾提供的理念进行实践。我们设计了许多这样浅显、易消化的练习。每一章结尾处的最新阅读材料将对那些有志于深入钻研某个专题和理论的学生及老师有所帮助。新的术语表提供给学生关键词以及课本中介绍的基本概念的界定。

这本书是为演讲、传播、新闻、商务、管理、教育、政治科学、护理学以及社会工作之类的学科专业设计的课程教材。该书也适合作为多个领域的专题研究之用。我们相信,无论对于初学者还是那些经验丰富的业界人员,本书都是颇有价值的,因为,在许多领域,原理、研究和技术都在迅速地嬗变。我们将理论及研究结果进行了可操作性的处理,但我们主要关注的,还是那些能够在课堂内外很快转化和运用于实践的原理与技艺。

我们愿意在此表达对普度大学和国立路易斯大学管理学院的学生以及新老同僚、客户的感谢之情。感谢他们的启示、建议、实践、理论、批评以及鼓励。感谢苏珊娜·柯林斯(Suzanne Collins)、艾伦·菲尔普斯(Ellen Phelps)、丽贝卡·帕克(Rebecca Parker)、玛丽·艾丽斯·贝

克(Mary Alice Baker)和派忒斯·鲍思奈尔(Patrice Buzzanell),感谢他们提供的资料、关注与建议。尤其要感谢西部伊利诺伊州的丽贝卡·帕克,感谢她对于职业概述的富有价值的援助。另外,我们还要特别提到查尔斯·瑞丁(W. Charles Redding),从作者们第一次尝试教授采访原理与实践课开始,就得到他的帮助与鼓励。最后,我们对麦格劳·希尔教育出版集团和复旦大学出版社的同仁致以敬意,正是他们的远见,促成了这部教材以本土化的形象与内容首次在中国大陆面世。

在本书出版之际,我们再次向所有为本书提供帮助的人致以诚挚的谢意。特别感谢我们的编辑、校对、设计、印刷、发行、营销、推广、销售、服务等各个环节的工作人员,正是他们的辛勤工作和无私奉献,才使得本书得以顺利出版。同时,我们也感谢所有使用本书的老师和学生,正是他们的支持和反馈,才使得本书得以不断改进和完善。

本书的出版,离不开我们的编辑、校对、设计、印刷、发行、营销、推广、销售、服务等各个环节的工作人员,正是他们的辛勤工作和无私奉献,才使得本书得以顺利出版。同时,我们也感谢所有使用本书的老师和学生,正是他们的支持和反馈,才使得本书得以不断改进和完善。

本书的出版,离不开我们的编辑、校对、设计、印刷、发行、营销、推广、销售、服务等各个环节的工作人员,正是他们的辛勤工作和无私奉献,才使得本书得以顺利出版。同时,我们也感谢所有使用本书的老师和学生,正是他们的支持和反馈,才使得本书得以不断改进和完善。

本书的出版,离不开我们的编辑、校对、设计、印刷、发行、营销、推广、销售、服务等各个环节的工作人员,正是他们的辛勤工作和无私奉献,才使得本书得以顺利出版。同时,我们也感谢所有使用本书的老师和学生,正是他们的支持和反馈,才使得本书得以不断改进和完善。

本书的出版,离不开我们的编辑、校对、设计、印刷、发行、营销、推广、销售、服务等各个环节的工作人员,正是他们的辛勤工作和无私奉献,才使得本书得以顺利出版。同时,我们也感谢所有使用本书的老师和学生,正是他们的支持和反馈,才使得本书得以不断改进和完善。

目 录

CONTENTS

中文版前言 1

第 1 章 访谈导论

访谈的定义	1	关键术语和概念	15
访谈的类型	5	供讨论和分析用的访谈材料	16
访谈的使用	10	学生作业	18
本书的目的	14	注释	18
总结	15	参考资料	19

第 2 章 人际传播过程

访谈中的双方	20	总结	51
访谈中的角色转换	24	关键术语和概念	51
访问者和受访者的认知	26	一个供复习与分析用的访谈案例	52
传播互动	28	学生作业	54
反馈	39	注释	55
访谈情境	43	参考资料	56
外部力量	49		

第 3 章 提问及其应用

开放性提问和封闭性提问	59	关键术语和概念	81
初级提问和次级提问	63	案例分析	82
中性和诱导性的提问	70	作业	84
通常的提问陷阱	73	注释	84
小结	80	参考资料	85

第4章

架构访谈

访谈的开始部分	86	访谈评析	111
访谈的主体部分	94	学生作业	112
访谈的结束部分	103	注释	113
总结	109	参考资料	114
关键术语和概念	110		

第5章

探查性访谈

访谈准备	115	关键术语和概念	145
挑选受访者和访员	119	案例分析	145
实施访谈	124	探查性访谈中的角色扮演案例	148
准备报告或报道	138	学生作业	148
探查性访谈中的受访者	139	注释	149
总结	144	参考资料	150

第6章

调查性访谈

目的和研究	151	总结	179
架构访谈	153	关键术语和概念	180
调查提问	156	案例评析	181
选择被访者	167	调查性访谈中的角色扮演案例	186
选择和培训访员	170	学生作业	187
调查性访谈的实施	173	注释	187
编码、制表和分析	176	参考资料	189
调查性访谈中的被访者	178		

第7章

招聘式访谈

在急剧变化的世界中进行招募	191	定位有技能的求职者	200
招募式访谈的功能	192	获取并熟悉求职者的信息	202
为招募过程做准备	193	安排面试	207

实施面试	212	招聘式访谈中的角色扮演案例	226
评估面试	221	学生作业	227
总结	222	注释	227
关键词和概念	222	参考资料	232
招聘式访谈案例评析	223		

第 8 章

面试访谈

工作在哪里?	234	评估及后续的活动	277
自我分析	234	小结	278
准备工作	238	关键术语及概念	278
就业研究指导	243	面试案例分析和评估	279
准备材料	248	求职的角色扮演案例	282
留下良好的第一印象	260	作业	282
回答问题	265	注释	283
提问	273	参考资料	287
结尾	276		

第 9 章

绩效访谈

新组织的新图景	289	关键术语和概念	316
绩效访谈的准备	291	供讨论分析的绩效访谈	316
选择合适的评估模式	294	关于绩效和问题的角色扮演案例	319
绩效评估访谈的实施	304	学生作业	320
接受绩效评估的员工	309	注释	320
问题员工的绩效面谈	310	参考资料	323
总结	315		

第 10 章

说服访谈

说服五个相关条件	326	研究议题	335
说服中的伦理	327	设计谈话	336
解析说服对象	329	展开谈话	342
考虑情境	333	实施访谈	351

说服谈话中的说服对象	359
总结	365
关键术语和概念	365
说服谈话案例评析	366

说服的角色扮演案例	369
学生作业	371
注释	371
参考资料	373

第 11 章

咨询性访谈

咨询性访谈的准备	374
架构访谈	380
访谈的操作	385
总结	394
关键术语和概念	394

咨询性访谈实例及其分析	394
咨询性访谈中的角色扮演案例	397
学生作业	398
注释	398
参考资料	400

第 12 章

医患交谈

准备医患交谈	401
医患交谈的情境	402
建立建设性关系	403
区别对待不同患者	404
在医患交谈中获取信息	406
在医患交谈中发出信息	413
医患交谈中的咨询	419
医患交谈中的患者	423

总结	426
关键术语和概念	427
用于复习和分析的医疗服务咨询案例	427
医疗服务角色扮演	429
学生作业	430
注释	430
参考资料	436

后记	437
----	-----

第1章

访谈导论

你今天访谈了吗？没有？你回想一下今天都做过哪些事情。你今天有没有和某位教授谈论起你的成绩？有没有和指导老师一起计划下一次的主题讨论？有没有和朋友谈起过个人问题？有没有计划着想要卖掉你的水床或者租一套新房子？有没有为要去招生办公室的家长指过路？有没有说服你的室友和另外某个重要人物一起去某个地方？有没有在晚饭时间打发掉一个电话推销员？有没有出席有经理在场的绩效考核？有没有向医生诉说你的感冒症状或膝关节是如何的疼痛？只要你参加了上面任何一项活动或者相类似的事情，那么就可以说你参与过访谈了。几乎每一天我们都要参加各种各样的访谈，因为这是有计划、有目的交流的一种最基本形式。

从正式的到非正式的，从开放性的到结构性的，从简单的到复杂的，从只有几分钟的到持续数个小时的，从支持性的到威胁性的，各种类型的访谈不一而足。在访谈过程中，你可以是提供信息的也可以是获得信息的，可以是向人咨询的也可以是提供咨询的，可以是参加招聘的也可以是招聘别人的，可以是采访别人的也可以是接受别人采访的，可以是试图劝服别人的也可以是接受别人劝说的。你和别人的关系可能仅仅是陌生人，也可能是密友，可能是朋友也可能是对手，可能是合作者也可能是竞争者，可能是对方的上级，当然也可能是对方的下级。

本章将对访谈的基本构成要素进行定义，把访谈和人际沟通的其他形式区别开来，同时确认访谈的形式，并且讨论访谈的使用和误用。

访谈的定义

访谈和亲密接触、谈话、小团体讨论等有很多共同点，但是它们之间的区别也是很明显的。访谈的概念中涵盖了如下关键词：

互动

访谈是一种互动,因为在访谈过程中,始终存在着交换和共享,共同扮演角色,共同承担责任,共享感受、信仰、动机以及信息。如果只有一个人滔滔不绝地说话而其他人只是听众,那么这就不是访谈而是演说。在一次访谈过程中,你所扮演的角色是可以在问询和接受问询之间转换的。举例来说,当你咨询一台新电脑的情况或者在租房还价的时候,或者向招聘方提问以及在向护士和医生提问以确认某些情况和信息的时候,你处在提问者的地位,尽管在整个活动中间你所扮演的主要是接受者的角色。当对方回应你的问题或者跟你还价的时候,他或者她就扮演起提问者的角色了。

角色会随时转换。

互动并非意味着对等。某些访谈,比如新闻采访、咨询和招聘,理想的说话比例大约是70%对30%,其中接受访谈的一方说得更多。而在其他的访谈比如提供信息和销售过程中,访谈的主动一方则反过来需要多说多问。一次成功访谈的关键就在于访谈双方都明了各自适当的说话比例。

互动也意味着在访谈过程中责任的分担。在说到一些常见的访谈,比如招聘、新闻采访和说服性咨询的时候,我们往往倾向于关注承担责任的一方——参加招聘的求职者、新闻采访中的记者、医患交谈中的医护人员、说服性访谈中的销售人员。其实访谈过程中的双方都需要对访谈的成功或是失败负责。比如,招聘人员需要仔细研究应聘者的证明资料,要随时掌握招聘单位的信息,最后需要对应聘者的申请给予诚恳并且是完整的答复。另一方面,应聘者则需要在之前做认真的自我分析,准备好详尽和真实的证明资料,寻找招聘单位以及招聘的职位,对于各种问题要给予认真和诚实的回答,当问到招聘单位和招聘职位的时候提问的措辞也需要注意。如果你没有充分展示相关信息,也不愿意接受并且听从他人意见的话,那么你也就别指望从你的顾问或者老师那里得到什么有用的帮助了。所以,一次访谈要获得成功,访谈双方都负有责任。这就是为什么在分析访谈的时候,本书始终强调访问者和受访者两方面的原因。

如果访谈双方不愿意分享感受、信仰、动机和信息的话,就无法顺利地进行访谈。在一次访谈开始之前,你得明了自己和对方的感受(自豪、恐惧、愤怒、怜悯)、动机(安全、归属、自由、抱负)、信仰(社会的、政治的、历史的、经济的、宗教的)以及相关信息(事实、数据、选择)。莎拉·特郝姆(Sarah Trenholm)和阿瑟·简森(Arthur Jensen)认为,这是一种创造和共

享意义的互动行为^①。我们通过字词以及接触、拥抱、握手和面部表情——这一系列的语言及非语言信号来表达我们的兴趣、关注和反应,由此进行意义的创造和共享。

如果访谈双方都对各自重要的感受、动机、信仰和信息有所保留的话,所有的访谈都伴随着风险。访谈就无法成功地进行。试想一下,如果你不愿意向上级报告某个产品的缺陷,不愿意对某个公司打算雇佣或者提升的人发表你的看法,不愿意表露和客户相冲突的态度,这将会给访谈带来什么样的结果。亲密的人际交往中间存在的危险性可以降低但是永远不可能消失,但是如果访谈双方都为了“安全”而过于小心翼翼的话,那么访谈就会失败。

过程

访谈是一个复杂的、动态的过程。

过程是在某种层次的系统或架构中进行的、动态的、持续的、不断变化的变量之间的互动。互动双方都希望达到特定目标,而这种互动本身可以产生推动力量。交流性的互动并不是静态的。角色的改变、信息的交流以及感受的表达都会产生各种反应和领悟。继而这些反应和领悟会打开一片超乎想象的探索和新发现的新领域。虽然每一次访谈都是个别的,但是都包含了交流互动的基本要素,比如感知、口头和非口头信息、各种层次的表露、反馈、聆听、动机、预期以及假设。

新近的研究揭示了性别、年龄、文化是如何影响互动交流的进程和访谈的结果的。每一次访谈都发生在特定的时间地点;在这些特定的地点中包含着特定的目标、人物和声音;伴随发生的很多事情总会引起或好或坏的影响。访谈的各方也会给这种互动带来知识、经验、预期、压力以及个人的局限。

就像其他过程一样,一旦一次访谈开始,我们就“不可能不交流”^②。访谈一旦开始,就成为一种进行中的过程。这种交流可能是有成效的也可能相反,但是只要我们在对方的视听范围之内,我们就肯定需要这种交流。在寻求或提供咨询、求职面试、信息交流、健康关怀、绩效考评等诸多访谈中,都会时时面临成功或失败这两种情形。第二章将要提供一个总结性模式,介绍、分析和描述各种会影响到访谈进程的变量。

当事方

双向的进程含有两个当事方。

访谈可以包含两个人或者更多的人(比如两个招聘人员面试一个应聘人员。一名记者采访一个家庭,了解发生在他们家里的火灾情况。三个朋



友一起讨论寒假的旅游计划,父母和心理专家讨论孩子的行为)。然而一次访谈只包括了两个参与方——访谈的一方和接受访谈的一方。如果出现超过两个的参与方(比如有四个学生讨论一次野外计划的实施,三个不同公司的潜在购买者考察一片土地),那么这就是一种小团体交流而不是访谈了。访谈方和接受访谈方并没有明显的区分。访谈是一种双向的、二元的交流,

更多参与方的加入会把访谈转化成完全不同的其他的交流形式。

目的

所有的访谈都具有
一定程度的结构。

至少有一方(最理想的话应该是双方)是必须为着某个重要的目标——不仅仅是为了娱乐——以及对于特定问题的关注而进行访谈的。访谈以这种预先的规定性以及严肃的目标区别于其他社交性谈话以及非正式无计划的交流——比如在商场遇见一个熟人。即使我们很少在事先就对自己所说的话进行组织,访谈也必须有所计划和条理化,哪怕只是事先在小纸片上写下或者在心里准备一下访谈的目标以及要涉及的主题。

在大多数成功的访谈中,访谈方都会考虑好如何开始访谈,选择讨论的主题,准备好可能会被问及的问题,准备好需要提供的信息,决定如何以及何时结束访谈。在第4章中我们会讨论开始、发展以及结束访谈的一些原则和技巧。

访谈不仅仅是交谈。

尽管成功的谈话和访谈有很多共同点,比如都强调轮流说话和倾听、让双方都感到愉悦和回报的相互关注、有效的语言和非语言信息,但是两者还是有很大的不同。试想一下,如果你申请更换专业或者暑期实习被拒,你去学校咨询处咨询而又不计划好你该如何开始,你该如何陈述你所遇到的情况,你该提供哪些信息,你该问哪些问题,你该如何对答以及你该说些什么,那么结果将会怎样?再试想你有一个总是对谈话进行事先计划(包括主题、谈话者时间分配以及所希望的结果),总是主宰谈话并且经常显得居高临下的、不可一世的朋友或者同事。当你要去拜访这样一个人的时候,情况又会如何?我们很可能会尽量避免和这种人直接接触,而仅仅

是发一封电子邮件了事。

问题

在所有的访谈中提问和回答都是十分重要的。某些访谈,比如市场调查和新闻采访就完全由提问和回答所构成。另一些访谈,比如招聘、咨询和医患交谈,则是由提问与信息分享的混合体组成。其他一些访谈,比如销售、培训以及绩效考核则包括了访谈双方策略性的提问,以获取和阐明信息,并且改变对方的思路、感受或者行动。

试想一下,两方面都不提问题的访谈会是什么样的?当你要购买或者出售DVD机的时候,在获取或者提供实习信息的时候,在接受或者提供学业、就业咨询的时候,如果没有任何一方提一个问题的话,会产生什么样的情况?提问是一种访谈双方都会用到的工具,用来获取信息、检验发送和收到的消息的准确性,证实印象和假设,激发感情和思维。提出和回答的问题有多好,一次访谈就进行得有多好。第3章将介绍提问的各种类型及其在访谈中的使用和误用的情况。

访谈是两个当事方之间的一种相互交流的过程。至少是其中一方拥有预先设定的、严肃的目标。访谈涉及询问和回答各种问题。

访谈的类型

“访谈”这个词经常让我们想起电视节目中主持人与那些各界名流、政要对话的场面,以及招聘人员对大学毕业生问及的令人恼火的问题。但是,就像我们的定义所暗示的那样,访谈是有很多种类型的。查尔斯·瑞丁(W. Charles Redding)在其近年的研究中提出了一套根据访谈功能进行类型划分的情境图式。当我们讨论各种不同类型访谈的时候,你将发现,你实际上参与过的访谈比你意识到的要经常得多,而各种类型的访谈在功能和对访谈当事方的要求方面也有相当大的差异。

信息提供

- 引导。
- 培训、指导、教练。
- 工作指导。
- 报告。

在一天的很多情境中,我们都在提供信息。

信息给予型访谈的基本功能在于交换数据、知识、指导、建议、引导、解释以及警示。你可以用访谈来指导新的雇员和学生以及各种组织的成员,也可以训练、指点、教导需要进行特定工作、进行比赛或是给别人提供咨询、提高技术技巧的人。比如你有可能向别人说明加入规定、报告事故的程序、有效的实习申请的特点、在农场使用化学用品的危险。你有可能会教你的室友如何使用电脑,或是教一个学生如何给老校友打电话,或是教会顾客骑摩托。与所从事工作相关的信息指导在组织内部具有严格的规定。比如护士、警察和生产人员的换班,就需要让接班者知道精确和完整的关于病人、犯罪调查和生产的状态信息。

交换信息是一件困难的事情。

不幸的是,我们绝大多数人总是对于有效的信息交换想当然,但实际上有效地提供信息并不是那么容易的。回想一下信息交流的失败引起的疑惑、愤怒,与任命擦肩而过,以及低分。第12章将以医患访谈为例分析在人际交往过程中信息是如何丢失和被歪曲的,以及访谈双方如何才能使得传递和接收信息更加有效。

信息收集

- 测量和民意调查。
- 离职访谈。
- 研究性访谈。
- 调查。
- 医疗性的、心理的、案例记录、诊断。
- 新闻性的。

信息的获取包括简单的交流和复杂的调查。

信息收集性访谈的基本功能是获取事实、意见、数据、态度、信仰、反应、建议和反馈。比如,各种组织就利用抽样和民意调查的方式来测定各种行动的原因,信仰的发展方向,对政治竞选人和产品的态度,广告的效果,电视观众和电台听众的习惯,学生对于学校安全的感受,以及投票倾向。雇主通过离职访谈了解为什么雇员会辞职而去别的单位,也可以以此留住有价值的团队。大学生和医疗人员可以使用访谈进行他们的研究。学生可以通过访谈知道关于作业或者阅读材料的说明,如何学习才能为应试做最好的准备,还可以找到为什么考试得到的分数等级是C而不是A的原因。记者、警官以及保险人员可以使用调查性访谈来确定发生犯罪和事故的原因,以及谁该对之负责。法律顾问、临床医生以及内科医生通过访谈了解身体和医疗本身的问题所在。历史学家使用口述史的访谈向老